甘源食品股份有限公司

GANYUAN FOODS CO., LTD.

（住所：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园）

甘源

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

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）

国信证券股份有限公司

GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

（住所：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层）

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行不超过2,330.40万股。公司本次公开发行股票全部为公开发行新股，公司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/股
预计发行日期	•年•月•日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	（一）控股股东、实际控制人严斌生承诺：1、自公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；2、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；自公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期限自动延长6个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理持有本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整。 （二）股东红杉铭德、严海雁、领誉基石、铭智投资、铭望投资、铭益投资承诺：自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由本公司回购该部分股份。 （三）担任公司董事、高级管理人员的股东承诺：1、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；自本公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期限自动延长6个月。在延长的锁定期

	内，不转让或委托他人管理其所持有的本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间因发生派发现金股利、送股、转送股本、配股等原因进行除权、除息的，上述价格将按照规定作相应调整；2、本人将严格遵守《公司法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》以及其他相关法律、法规、规章和规范性文件关于股份转让的规定。
发行后总股本	不超过 9,321.5831 万股
保荐人（主承销商）	国信证券股份有限公司
招股说明书签署日	•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及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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

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

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

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

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

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项。

一、本次发行上市后的股利分配政策和股东分红回报规划

根据上市后适用的《公司章程（草案）》及发行人上市后未来三年分红回报规划，公司在上市后适用的有关利润分配的主要规定如下：

（一）利润分配政策

1、利润分配原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

2、利润分配方式

公司利润分配可采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。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。公司分配现金股利，以人民币计价和支付。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

（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%；

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、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，根据上述原则提出当年利润分配方案。

3、现金利润分配的期间间隔、条件及最低比例

在符合现金利润分配条件情况下，公司原则上每年进行一次现金利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金利润分配。当公司当年可供分配利润为正数，且无重大投资计划或重大现金支付发生时，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 20%。

重大投资计划或重大现金支付指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元。

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（3）公司当年经营活动产生的现金流量净额为负。

4、股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

5、利润分配履行的决策程序

进行利润分配时，公司董事会应当先制定分配预案；独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。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。

董事会、监事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成专项决议后提交股东大会审议。公司当年盈利但未提出现金利润分配预案，董事会应当在定期报告中披露未进行现金利润分配的原因以及未用于现金利润分配的资金留存公司的用途，并由公司独立董事对此发表相关的独立意见。

6、利润分配政策的调整或变更

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；有关利润分配政策调整的议案由董事会制定并经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事及监事会应当对利润分配政策调整发表独立意见；调整利润分配政策的议案经董事会审议后提交股东大会以特别决议审议，公司应安排网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，充分反映股东的要求和意愿。

（二）公司上市后三年的股东分红回报规划

经公司 2019 年第四次临时股东大会审议通过的《未来三年股东分红回报规划》对公司上市后三年的分红回报规划规定如下：

公司在提取法定公积金、盈余公积金以后，每年以现金形式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的 20%；若公司净利润实现增长，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配的同时，提出股票股利分配预案。公司每个会计年度结束后，由公司董事会在充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见的基础上提出分红议案，并提交公司股东大会进行表决，股东大会表决时应安排网络投票方式为公众股东参会提供便利。

二、本次发行前滚存利润的分配

根据公司 2019 年第四次临时股东大会决议，公司本次公开发行股票并上市方案如果经中国证监会核准并得以实施，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

三、发行人股份流通限制、自愿锁定承诺

（一）公司控股股东、实际控制人严斌生承诺：1、自公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；2、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；3、自公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期限自动延长6个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理持有本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间因发生派发现金股利、送股、转送股本、配股等原因进行除权、除息的，上述价格将按照规定作相应调整。

（二）股东红杉铭德、严海雁、领誉基石、铭智投资、铭望投资、铭益投资承诺：自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由本公司回购该部分股份。

（三）担任公司董事、监事、高级管理人员的股东承诺：其担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的25%，

离职后半年内，不转让其所持有的公司股份。

（四）担任公司董事、高级管理人员的股东承诺：

1、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；自本公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期限自动延长6个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理其所持有的本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间因发生派发现金股利、送股、转送股本、配股等原因进行除权、除息的，上述价格将按照规定作相应调整。

2、本人将严格遵守《公司法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》以及其他相关法律、法规、规章和规范性文件关于股份转让的规定。

四、关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司特制定《公司上市后稳定公司股价的预案》（以下简称“本预案”），公司、控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员就公司股价稳定预案作出了相关承诺：

（一）本预案有效期及触发条件

1、本预案自公司股票上市之日起三年内有效。

2、在本预案有效期内，一旦公司股票出现连续十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产的情形（如果因派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因进行除权、除息的，须按照有关规定作复权处理，下同），则立即启动本预案第一阶段措施；若公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，则立即依次启动本预案第二、第三、第四阶段措施。

（二）稳定股价的具体措施

本预案具体包括四个阶段的稳定股价措施，分别是：第一阶段，公司召开董事会会议，启动投资者交流和沟通方案；第二阶段，公司回购股票；第三阶段，公司控股股东增持公司股票；第四阶段，公司董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股票。具体如下：

1、第一阶段，董事会启动投资者交流和沟通方案

自公司股票上市之日起三年内，一旦出现公司股票连续十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产的情形，公司将在 3 个交易日内通知召开董事会采取以下措施：

（1）分析公司股价低于每股净资产的原因。董事会应以定性或定量的方式区别分析资本市场的系统性原因、行业周期的系统性原因、公司业绩波动的影响等不同因素的作用。

（2）公司董事会战略委员会应提出专项报告。报告应包括以下内容：公司已制定经营战略的执行落实情况；公司未来经营战略是否符合行业市场的未来趋势；公司经营战略及资本战略是否需要修订及如何修订等。

（3）公司董事会应以专项公告或召开投资者交流沟通会的方式，向投资者介绍公司的当前经营业绩情况、未来经营战略、未来业绩预测或趋势说明、公司的投资价值及公司为稳定股价拟进一步采取的措施等。

2、第二阶段，公司回购股票

（1）启动条件：在本预案有效期内，若本公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产情形，公司将根据相关规定，在确保回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件前提下，经董事会、股东大会审议同意，通过交易所集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式，向社会公众股东回购公司部分股票，以维护公司股价的稳定性，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（2）回购资金或股票数量至少满足以下标准之一：①单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%且不低于 2,000 万元；②单一会计年度回购股份数量达到公司总股本的 1%。（上述两项要求达到一项即可）。

（3）达到以下标准之一时，即可终止回购股份措施：

①满足回购资金或股票数量要求中①②两项之一；

②本次回购股份措施开始实施后，任意连续 20 个交易日公司股票交易均价高于最近一期经审计的每股净资产；

③继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

（4）回购程序：

①公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在公司股价符合股价稳定预案的启动条件之日起 3 个交易日内通知召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。具体实施方案将在董事会、股东大会作出股份回购决议后公告，并在股东大会审议通过后 2 个月之内实施完毕；

②在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将在依法通知债权人，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后 5 个交易日内实施稳定股价的具体方案。

（5）公司违反承诺时的约束措施

公司股价触发启动条件时，如发行人未采取上述稳定股价的措施，发行人承诺采取以下约束措施：

①公司将就未能履行公开承诺事项的原因、具体情况和相关约束性措施予以及时披露；

②公司将在 5 个工作日内自动冻结相当于上一年度归属于本公司股东的净利润 20%的货币资金，以用于公司履行稳定股价的承诺。

3、第三阶段，公司控股股东、实际控制人严斌生增持公司股票

（1）启动条件：当公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，且公司未在 3 个交易日内启动股价稳定措施的审议程序或稳定股价措施实施完毕后发行人股价仍然触发稳定预案的启动条件。

（2）增持资金或股票数量至少满足以下标准之一：

①单一会计年度控股股东用以增持的资金合计不低于上年度从公司获得的税后薪酬总额及税后现金分红总额的 50%，且不超过 100%；

②单一会计年度合计增持股份超过公司总股本的 1%，且不超过 2%。

（3）达到以下标准之一时，即可终止增持股份措施：

①达到增持资金要求或股票数量要求中①②两项之一；

②本次增持股份措施开始实施后，任意连续 20 个交易日公司股票交易均价高于最近一期经审计的每股净资产；

③继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

④继续增持股票将导致控股股东、实际控制人需要履行要约收购义务且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。

（4）增持程序：公司控股股东、实际控制人将在触发启动条件 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），发行人应按照相关规定披露增持股份的计划。在发行人披露增持股份计划的 3 个交易日后，公司控股股东、实际控制人将按照方案开始实施增持发行人股份的计划，并在 2 个月之内实施完毕（如公司控股股东、实际控制人因受股票交易规则的限制不能在 2 个月内实施完毕的，则该等履行期限相应顺延）。

（5）控股股东、实际控制人违反承诺时的约束措施

①如控股股东未采取上述股价稳定措施，则控股股东持有的公司股份不得转让，直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕;

②公司将扣留下一个年度对控股股东、实际控制人的现金分红和薪酬，直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

4、第四阶段，公司董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股票

（1）启动条件：公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，如发行人和控股股东、实际控制人未在规定时间内采取股价稳定措施，或发行人和控股股东、实际控制人稳定股价措施实施完毕后发行人股价仍然触发稳定预案的启动条件。

（2）增持资金要求：在公司领取薪酬的或直接持有公司股份的董事（不包括独立董事）和高级管理人员本年度用于购买股份的资金总额不低于其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬总额及税后现金分红总额的 30%且不高于 50%。

（3）达到以下标准之一时，即可终止增持股份措施：

①相关董事和高级管理人员均达到增持资金要求；

②本次增持股份措施开始实施后，任意连续 20 个交易日公司股票交易均价高于最近一期经审计的每股净资产；

③继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

④继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购；

⑤继续增持股票将导致董监高违反法律法规和部门规章的规定。

（4）增持程序：公司董事和高级管理人员将在触发启动条件 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），发行人应按照相关规定披露增持股份的计划。在发行人披露其买入发行人股份计划

的 3 个交易日后，公司董事和高级管理人员将按照方案开始实施买入发行人股份的计划，并在 2 个月之内实施完毕（如公司董事和高级管理人员因受股票交易规则的限制不能在 2 个月内实施完毕的，则该等履行期限相应顺延）。

（5）违反承诺时的约束措施

①如相关董事和高级管理人员未采取上述股价稳定措施，则该董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕；

②公司将扣留下一个年度对该董事、高级管理人员的现金分红或薪酬，直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

公司将严格按照证监会和交易所要求实施上述措施，根据规定、指引要求及时进行公告。

五、关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

（一）发行人承诺

发行人就招股说明书所记载内容，作出如下承诺：

1、发行人首次公开发行股票招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将依法回购首次公开发行的全部新股。

（1）启动回购措施的时点

在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书存在对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后 10 个交易日内，发行人将根据相关法律、法规、规章及公司章程的规定召开董事会，并提议召开股东大会，并经相关主管部门批准、核准或备案，启动股份回购措施，回购首次公开发行的全部新股。

（2）回购价格

回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的发行价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因进行除权、除息的，则做

相应调整）。

3、如果发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将依法赔偿投资者损失。

（二）发行人控股股东、实际控制人承诺

就本招股说明书所记载内容，发行人控股股东、实际控制人承诺：

1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质性影响的，本人将依法督促发行人回购本次已经公开发行的股份。

3、如发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（三）发行人全体董事、监事和高级管理人员承诺

就本招股说明书所记载内容，发行人全体董事、监事和高级管理人员承诺：

1、发行人招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

2、如发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

3、本人承诺不因职务变更、离职等原因而拒绝履行已作出的承诺。

（四）证券服务机构承诺

1、保荐机构承诺

国信证券股份有限公司承诺：本公司为发行人本次发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若因本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。本公司保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。

2、发行人律师承诺

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

所将依法赔偿投资者损失。

3、会计师事务所承诺

天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为甘源食品股份有限公司首次公开发行股票并在中小板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

六、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

（一）公司控股股东、实际控制人严斌生承诺：

公司控股股东、实际控制人严斌生承诺如下：

1、在不丧失实际控制人、控股股东地位的前提下，实际控制人、控股股东所持股份在满足锁定期后的两年内，累计减持不超过发行时所持股份总数的25%。

2、实际控制人、控股股东减持公司股份将按照相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，以协议转让、大宗交易、集中竞价交易或其他方式进行，锁定期满后 2 年内减持公司股份的，减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因进行除权、除息的，则做相应调整）。

3、实际控制人、控股股东减持公司股份将按照相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，及时履行信息披露义务。

4、若中国证券监督管理委员会或其他监管机构对实际控制人、控股股东所持有公司的股份减持操作另有要求的，同意按照中国证券监督管理委员会或其他监管机构的监管意见进行相应调整。

若未能履行上述承诺，实际控制人和控股股东自愿采取或接受如下措施：

1、在发行人的股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉；

2、由此而获得收入的，所得收入归发行人所有；

3、由此而给发行人或其他投资者造成损失的，向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）公司股东严海雁、红杉铭德承诺：

公司股东严海雁、红杉铭德作出承诺如下：

1、股份锁定期满后，在其持有发行人5%以上股份期间，其拟减持股份的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于持有上市公司5%以上股份的股东减持股份的相关规定，审慎制定股份减持计划，在股份锁定期满后方可减持；

2、严海雁、红杉铭德将严格遵守相关法律、法规、规章和规范性文件的规定减持其所持有的公司本次首次公开发行前发行的股份，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

3、严海雁、红杉铭德将按照相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，及时履行信息披露义务；

4、若中国证券监督管理委员会或其他监管机构对股份减持操作另有要求的，同意按照中国证券监督管理委员会或其他监管机构的监管意见进行相应调整。

若未能履行上述承诺，严海雁、红杉铭德自愿承担因此而产生的一切法律责任。

七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）发行人关于被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行完成后，公司总股本和归属于公司股东所有者权益将有较大幅度增加，且募集资金投资项目建设需要一定周期。虽然公司的募集资金项目将用于公司主营业务发展并进行了严格论证，但在公司股本和净资产均增加的情况下，短期内，公司的每股收益和加权平均净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降。针对上述情况，公司提出以下措施进行应对并承诺如下：

1、加强主营业务的不断开拓，提高公司市场竞争力和持续盈利能力

公司将依托现有渠道优势、品牌优势、技术研发优势、人才优势和生产优势，大力拓展现有主营业务，稳固在行业中的市场地位；同时，公司将加强企业内部控制，提升经营效率和盈利能力，促进业绩上升，降低由于新股发行对投资者回报摊薄的风险。

2、提高募集资金使用效率，加强募集资金管理

公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。本次发行募

集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。同时，为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专项用于募投项目，公司已经根据《公司法》、《证券法》等法律、法规和交易所规则，结合公司实际情况，制定了《募集资金使用管理办法》，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

3、完善公司的分红政策，保证公司股东的利益回报

公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、及《上市公司章程指引》（2016 年修订）的相关规定拟订上市后适用的《公司章程（草案）》中的利润分配政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。同时，为进一步细化有关利润分配决策程序和分配政策条款，增强现金分红的透明度和可操作性，便于投资者对公司经营和利润分配进行监督，公司已制定《公司上市后未来三年股东分红回报规划》。

（二）公司董事及高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

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

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺公司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、若公司后续推出公司股权激励的，本人承诺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；

6、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

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，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并同意由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，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施；本人违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，将依法承担补偿责任。

（三）发行人控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司控股股东、实际控制人严斌生对公司首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺如下：

1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、自本承诺出具日至本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会做出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和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管理措施，且本人应按照相关规定履行解释、道歉等相应义务。

八、相关责任主体承诺事项的约束措施

（一）发行人违反关于首次公开发行股票并上市的招股说明书及其摘要的承诺的约束措施

为维护公众投资者的利益，本公司将严格履行本公司在首次公开发行过程中所做出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若未能履行承诺事项（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），则本公司将采取以下措施：

1、将通过证券监督管理机构、证券交易所等指定途径披露未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、如果因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依照相关法律法规规定向投资者承担赔偿责任。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等因素导致本公司未能履行承诺事项的，则本公司将采取以下措施：

1、在股东大会及中国证监会指定媒体上及时、充分说明未能履行承诺的具体原因；

2、向本公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（二）控股股东、实际控制人关于首次公开发行股票所作约束措施的承诺

为维护公众投资者的利益，发行人的控股股东和实际控制人承诺将严格履行在《招股说明书》中做出各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若未能完全有效履行承诺事项中的各项义务和责任（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），则发行人控股股东、实际控制人严斌生将采取以下措施：

1、在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、如因控股股东、实际控制人未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任，赔偿金额通过与投资者协商确定或由有关机关根据相关法律法规进行认定补偿；

3、除因被强制执行、公司上市后重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形外，不得转让公司股份；

4、如果因未履行相关承诺而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得相关收益后10个工作日内将所获得的收益支付给发行人指定账户；

5、自完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，控股股东、实际控制人停止在发行人处领取股东分红。

如控股股东、实际控制人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

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

（三）董事、监事和高级管理人员关于首次公开发行股票所作约束措施的承诺

为维护公众投资者的利益，发行人的董事、监事和高级管理人员承诺将严格履行其在《招股说明书》中做出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若未能完全有效地履行承诺事项中各项义务和责任（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），则相关董事、

监事和高级管理人员将采取以下措施：

1、在发行人股东大会及中国证监会指定媒体上就未履行相关承诺事项公开向发行人和社会公众投资者道歉；

2、如果因相关董事、监事和高级管理人员未履行相关承诺事项，使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法承担赔偿责任，赔偿金额通过与投资者协商确定或由有关机关根据相关法律法规进行认定；

3、所持发行人股份的锁定期自动延长至相关董事、监事和高级管理人员未履行相关承诺事项所有不利影响消除之日；

4、如果因未履行相关承诺而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得相关收益后 10 个工作日内将所获得的收益支付给发行人指定账户；

5、自相关董事、监事和高级管理人员完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，相关董事、监事和高级管理人员不得以任何方式要求发行人为其本人增加薪资或津贴，且亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴。

如相关董事、监事和高级管理人员因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

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

九、发行人特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）食品质量及安全风险

近年来，随着消费升级和新零售趋势的兴起，新兴食品企业在崛起的同时，产品质量却参差不一；由于部分食品厂商的不规范生产经营，食品质量安全问题偶有发生，成为社会与舆论媒体的关注热点，国家也相继出台了一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。

针对食品质量及安全问题，公司已建立起一套完整的产品质量控制体系，依托公司的信息管理系统及产品溯源体系，实现从原材料采购、生产、仓储、配送、销售等过程的质量控制，以确保公司生产的产品符合质量标准。但是本公司产品

仍不可避免的受限于原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免产品质量出现问题；在公司日常经营过程中，仍有可能因为质量控制制度和标准未得到严格执行、生产和检测流程操作不当等原因导致食品质量及安全问题的发生。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司品牌形象产生不利影响，进而对公司业绩产生影响。

（二）产品研发未能跟上市场需求变化的风险

休闲食品属于典型的快速消费品，下游直接面向广大终端消费者，消费者的偏好和购买力对休闲食品行业具有直接影响，因此公司需要及时了解不断变化的消费者需求，并在产品和工艺上进行快速响应。

公司从最初的瓜子仁、青豌豆、蚕豆等籽类炒货品类新增了坚果果仁、谷物酥类品类，并在积极尝试更多新品的研发与生产。在生产工艺上，公司不断研发新口味，优化生产工艺，以更好的满足消费者的多元化需求。但是，如果公司对消费者偏好的感知存在偏差，或者市场需求短时间内出现重大变化，则公司现有产品品类的销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩波动。

（三）销售渠道管理的风险

公司产品的销售以经销模式为主，公司通过与经销商签订合同，在下单、定价、送货、结算等方面做出约定，对经销商体系进行规范和管理。经销商主要在其购销业务上受本公司影响，其余管理皆独立于公司。如果经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的实力跟不上公司发展的需求，或因经销商严重违反合同，公司将解除或不与其续签经销合同，从而对公司的销售收入造成影响。

除经销商渠道，公司还拓展了电子商务等销售渠道。目前，天猫商城、京东商城等第三方电商平台已发展成为成熟的销售渠道，并成为了社会消费品零售增长的重要驱动因素；但如果该等电商平台自身经营的稳定性或业务模式、经营策略发生了重大变化，或公司生产、物流的响应速度无法跟上电商平台的销售政策，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为葵花籽、青豆、蚕豆、花生、棕榈油等，关联的上游行业主要为上述农副产品种植业。种植面积、气候条件、病虫害等因素将影响农副

产品的产量和质量，进而直接给本行业企业的生产经营带来影响。此外，受到中美贸易摩擦的影响，如果部分进口自美国的农产品价格上涨，也将对行业内生产企业带来不利影响。虽然公司近年来提前做好了相对完善的防范措施，如加大原材料储存力度、增加其他国家的供应商选择数量、与供应商锁定固定期限的采购价格等，如果公司产品销售价格无法同步于原材料价格的波动，则可能会对公司的经营业绩产生影响。

（五）公司经营业绩季节性波动的风险

公司产品为休闲食品，具有明显的季节性消费特点，销售旺季集中在中秋、国庆、“双十一”、“双十二”、元旦、春节等节假日前后，销售旺季主要集中在下半年。随着居民消费水平的提高，休闲食品有消费日常化的趋势，销售的季节性特征将趋于淡化。但如果在消费集中的旺季，公司不能及时把握市场动向，制定适宜的销售策略，公司将面临经营业绩出现波动的风险。

目录

本次发行概况.....2
发行人声明.....4
重大事项提示.....5
一、本次发行上市后的股利分配政策和股东分红回报规划.....5
二、本次发行前滚存利润的分配.....7
三、发行人股份流通限制、自愿锁定承诺.....7
四、关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案.....8
五、关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺.....12
六、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向.....14
七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....15
八、相关责任主体承诺事项的约束措施.....17
九、发行人特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险.....19
目录.....22
第一节 释义.....27
一、普通词语.....27
二、专业词语.....28
第二节 概览.....30
一、公司概况.....30
二、公司控股股东及实际控制人概况.....31
三、公司主要财务数据.....31
四、本次发行情况.....32
五、募集资金主要用途.....33
第三节 本次发行概况.....34
一、本次发行的基本情况.....34
二、本次发行新股的有关当事人.....35
三、公司与中介机构关系的说明.....36
四、与本次发行上市有关的重要日期.....37
第四节 风险因素.....38
一、食品质量及安全风险.....38
二、产品研发未能跟上市场需求变化的风险.....38

三、销售渠道管理的风险.....39
四、原材料价格波动的风险.....39
五、经营业绩季节性波动的风险.....39
六、管理水平不能适应业务增长需求的风险.....40
七、食品安全新法规、新标准、新认证出台的风险.....40
八、行业内重大食品安全事故而引起的经营风险.....40
九、行业竞争加剧的风险.....40
十、募投项目无法实现预期收益的风险.....41
十一、实际控制人控制的风险.....41
十二、财务风险.....42
十三、不可抗力风险.....42
第五节 发行人基本情况.....43
一、发行人基本情况.....43
二、发行人改制重组及设立情况.....43
三、发行人股本形成及重大资产重组情况.....45
四、发行人组织结构图.....55
五、发行人全资、控股子公司、参股公司及分公司情况.....58
六、发起人、主要股东的基本情况.....58
七、发行人股本的情况.....65
八、发行人内部职工股、职工持股会等情况.....66
九、发行人员工及其社会保障情况.....66
十、发行人、发行人的股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人等证券服务机构作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施.....69
第六节 业务和技术.....71
一、发行人主营业务及其变化情况.....71
二、公司所处行业的基本情况.....72
三、公司在行业中的竞争地位.....92
四、发行人主营业务的具体情况.....97
五、发行人主要固定资产和无形资产.....125
六、安全生产与环境保护.....142
七、特许经营情况.....150
八、发行人核心技术和研发情况.....150
九、发行人质量控制情况.....153
第七节 同业竞争与关联交易.....157

一、独立性 157
二、同业竞争.....158
三、关联方、关联关系.....159
四、关联交易.....160
五、关于规范关联交易的制度安排.....168
六、规范关联交易的措施.....171
七、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....171
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....173
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况.....173
二、现任董事及监事的提名与选聘情况.....176
三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属近三年持有公司股份的情况177
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况.....178
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况.....178
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....179
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系.....180
八、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议、所作承诺及其履行情况 180
九、董事、监事及高级管理人员近三年变动情况.....181
十、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....182
第九节 公司治理.....183
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及专门委员会的建立健全及运行情况 183
二、控股股东及其控制的其他企业占有公司资金或资产及公司对控股股东及其控制的其他企业提供担保的情况.....196
三、发行人内部控制情况.....196
第十节 财务会计信息.....197
一、财务报表.....197
二、会计报表编制基础、合并报表范围及变化情况.....205
三、审计意见.....205
四、发行人采用的主要会计政策和会计估计.....206
五、适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策.....229
六、最近一年的收购兼并情况.....229
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....229
八、最近一期末主要固定资产、无形资产和对外投资情况.....230

九、最近一期末主要负债情况.....231
十、所有者权益变动情况.....232
十一、现金流量情况.....236
十二、报告期内或有事项、期后事项及其他重要事项.....236
十三、发行人主要财务指标.....236
十四、盈利预测披露情况.....238
十五、公司资产评估情况.....238
十六、历次验资情况.....239
第十一节 管理层讨论与分析.....240
一、财务状况分析.....240
二、盈利能力分析.....262
三、现金流量分析.....300
四、资本性支出分析.....301
五、公司重大会计政策及会计估计与可比上市公司的比较.....302
六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势.....302
七、募集资金项目的影响.....303
八、本次发行摊薄即期回报的分析及填补措施.....303
九、发行人重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....311
十、公司未来分红回报分析.....311
第十二节 业务发展目标.....312
一、公司业务发展战略规划.....312
二、公司上市当年及未来两年的发展计划及措施.....312
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....313
四、实施上述计划将面临的主要困难.....314
五、业务发展计划与现有业务的关系.....314
六、本次发行对公司业务发展目标的作用.....315
第十三节 募集资金运用.....316
一、本次募集资金运用概况.....316
二、募集资金投资项目情况简介.....318
三、新增固定资产折旧和无形资产摊销对公司经营业绩影响.....324
四、募资金运用对财务状况及经营成果的影响.....324
第十四节 股利分配政策.....325
一、公司现行股利分配政策.....325
二、最近三年实际分配股利情况.....325

三、公司发行上市后的股利分配政策.....326
四、本次发行上市当年及其后两年的股利分配计划.....329
五、本次发行完成前滚存利润的分配.....329
第十五节 其他重要事项.....330
一、重要合同.....330
二、对外担保情况.....331
三、重大诉讼或仲裁事项.....331
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....334
一、发行人全体董事、监事、及高级管理人员声明.....334
二、保荐人（主承销商）声明.....335
三、发行人律师声明.....336
四、审计机构声明.....337
五、资产评估机构声明.....338
六、验资机构及验资复核机构声明.....339
第十七节备查文件.....340
一、备查文件.....340
二、备查文件查阅时间、地点.....340

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称具有以下特定意义：

一、普通词语

发行人、甘源食品、公司、本公司、股份公司或母公司	指	甘源食品股份有限公司
甘源有限	指	萍乡市甘源食品有限公司，发行人前身
安阳甘源	指	甘源食品（安阳）有限公司，发行人全资子公司
铭望投资	指	萍乡市铭望投资中心（有限合伙），为发行人股东
铭益投资	指	萍乡市铭益投资中心（有限合伙），为发行人股东
铭智投资	指	萍乡市铭智投资中心（有限合伙），为发行人股东
红杉铭德	指	北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙），为发行人股东
领誉基石	指	深圳市领誉基石股权投资合伙企业（有限合伙），为发行人股东
萍乡市工商局	指	江西省萍乡市工商行政管理局，现已更名为萍乡市市场监督管理局
《公司章程》	指	《甘源食品股份有限公司章程》
发改委、国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工商局、国家工商局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局，现已更名为国家市场监督管理总局
商务部、国家商务部	指	中华人民共和国商务部
股东大会	指	甘源食品股份有限公司股东大会
董事会	指	甘源食品股份有限公司董事会
监事会	指	甘源食品股份有限公司监事会
章程、公司章程	指	截至本招股说明书签署之日有效的甘源食品股份有限公司的公司章程
公司章程（草案）	指	甘源食品股份有限公司的公司章程（草案）
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《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》
新股、A 股	指	本次发行的面值为人民币 1.00 元的普通股
本次发行、首次公开发行	指	发行人本次向社会公开发行不超过 2,330.40 万股，每股面值 1.00 元的人民币普通股股票（A 股）的行为。
国信证券、保荐人、保	指	国信证券股份有限公司

荐机构、主承销商		
天健事务所、天健所、发行人会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
中伦律师、发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
评估机构、万隆评估	指	万隆（上海）资产评估有限公司
报告期、最近三年一期	指	2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年 1-6 月
报告期各期末	指	2016 年末、2017 年末、2018 年末、2019 年 6 月末
报告期末	指	2019 年 6 月 30 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业词语

休闲食品	指	闲暇、休息时所吃的食品，属于快速消费品
坚果炒货食品	指	以果蔬籽、果仁、坚果等为主要原料，添加或不添加辅料，经炒制、烘烤、油炸或其他加工工艺制成的食品
坚果与籽类食品	指	以坚果、籽类或其籽仁为主要原料，经加工制成的食品
籽类炒货食品	指	以瓜、果、蔬菜、油料等植物的籽粒为主要原料，经加工制成的食品，包括葵花籽、西瓜籽、南瓜籽、花生、蚕豆、豌豆、大豆等
坚果果仁食品	指	以具有坚硬外壳的木本类植物的籽粒为主要原料，经加工制成的食品，包括核桃、板栗、杏核、扁桃核、山核桃、开心果、香榧、夏威夷果、松籽等
HACCP 认证	指	一种质量体系认证，HACCP 表示危害分析和关键控制点，确保食品在生产、加工、制造、准备和食用等过程中的安全；在危害识别、评价和控制方面是一种科学、合理和系统的方法
ISO14001 认证	指	一种环境管理体系认证，由国际标准化组织发布，是 ISO14000 族标准中的一份标准，通过认证后可证明该组织在环境管理方面达到了国际水平，能够确保对企业各过程、产品及活动中的各类污染物控制达到相关要求
ISO22000 认证	指	一种食品安全管理体系认证，该标准既是描述食品安全管理体系要求的使用指导标准，又是可供食品生产、操作和供应的组织认证和注册的一套依据
OHSAS18001 认证	指	一种职业健康安全管理体系认证，是一个适用于职业健康及安全的管理体系标准，目的是通过管理减少及防止因意外而导致生命、财产、时间的损失，以及对环境的破坏
ISO9001 认证	指	一类国际认证标准，由 ISO/TC176（国际标准化组织质量管理和质量保证技术委员会）制定，是 ISO9000 族标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一
ERP	指	一种建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台

B2B	指	Business-to-Business 的缩写，属于电子商务常见的模式之一，指企业与企业之间通过专用网络进行数据信息的交换、传递，进而开展交易活动的商业模式
B2C	指	Business-to-Customer的缩写，属于电子商务常见的模式之一，即商户直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式
KA	指	KeyAccount 的缩写，中文意思为重要客户，本文指大型商超，具体指营业面积大、客流量大、经营状况良好的大型连锁超市
天猫	指	天猫商城，属于一种电商平台，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
京东	指	京东商城，属于一种电商平台，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
1 号店	指	通过 www.yhd.com 网站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
唯品会	指	通过 www.vip.com 网站以特卖模式为用户提供时装、配饰等多个品类的在线购物服务
金检	指	金属检测，一种在食品生产过程中的检测工序

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

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、公司概况

（一）公司概况

中文名称：	甘源食品股份有限公司
英文名称：	GANYUANFOODSCO.,LTD.
注册资本：	人民币 6,991.1831 万元
法定代表人：	严斌生
有限公司成立日期：	2006 年 2 月 14 日
股份公司设立日期：	2012 年 8 月 28 日
住所：	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园
邮政编码：	337000
联系电话：	0799-7175598
传真号码：	0799-6239955

（二）公司主营业务及主要产品概况

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为以籽类[①]炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业，目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的近百种多品类休闲食品组合。公司产品销售已覆盖至全国各地区，形成了以经销商为主，电子商务为辅的营销体系。

（三）公司设立情况

本公司系由甘源有限整体变更设立的股份有限公司。2012 年 8 月 20 日，甘源食品创立大会作出决议，决定由甘源有限的全体股东作为发起人，将甘源有限

[①]籽类：根据食品安全标准 GB19300-2014“坚果与籽类食品”，籽类指瓜、果、蔬菜、油料等植物的籽粒，包括葵花籽、西瓜籽、南瓜籽、花生、蚕豆、豌豆、大豆等。

整体变更为股份有限公司，股本总额为 5,000 万元，每股面值 1 元人民币，由各发起人按其在甘源有限的出资比例认购相应数额的股本；发起人以甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经审计的净资产值 1,151.7893 万元折合为发行人的首期出资额 1,050.00 万元，净资产值与首期出资额的差额 101.7893 万元列入发行人资本公积，股本总额的剩余部分由发起人在发行人成立之日起两年内缴足。

（四）公司经营业绩

2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月本公司营业收入分别为 70,814.35 万元、78,758.13 万元、91,141.00 万元和 44,889.57 万元；净利润分别为 4,928.31 万元、6,212.77 万元、11,987.94 万元和 5,455.13 万元；归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润分别为 4,313.38 万元、6,398.47 万元、10,584.54 万元和 5,059.51 万元。

二、公司控股股东及实际控制人概况

截至本招股说明书签署日，严斌生直接持有本公司 74.99%的股权，本公司的控股股东、实际控制人为严斌生。严斌生中国国籍，身份证 3603211975XXXXXXXX。

三、公司主要财务数据

根据发行人会计师审计的财务报表，报告期内公司主要财务数据如下：

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
流动资产	21,755.55	30,545.66	27,878.14	24,912.68
非流动资产	39,851.13	37,782.73	22,206.76	17,747.16
总资产	61,606.68	68,328.40	50,084.90	42,659.84
流动负债	11,815.41	17,508.00	14,222.99	16,367.16
非流动负债	10,699.84	10,184.09	1,213.55	1,200.00
负债总额	22,515.25	27,692.09	15,436.54	17,567.16
所有者权益合计	39,091.43	40,636.31	34,648.37	25,092.67

（二）利润表主要数据

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	44,889.57	91,141.00	78,758.13	70,814.35

营业利润	7,443.19	15,661.81	8,696.11	6,992.47
利润总额	7,403.69	16,091.43	8,662.43	7,321.98
净利润	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31
归属于公司股东的净利润	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31

（三）现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,174.45	24,931.14	6,728.06	9,031.47
投资活动产生的现金流量净额	-5,156.16	-7,291.03	-8,147.71	-9,138.25
筹资活动产生的现金流量净额	-7,010.57	-6,000.00	1,103.76	-1,717.35
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.17	30.55	-17.04	6.83
现金及现金等价物净增加额	-8,992.11	11,670.65	-332.92	-1,817.29

（四）主要财务指标

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
流动比率（倍）	1.84	1.74	1.96	1.52
速动比率（倍）	1.36	1.33	1.45	1.12
资产负债率（母公司）	34.15%	38.89%	36.75%	41.18%
无形资产（扣除土地使用权等）占净资产的比例	0.61%	0.63%	0.64%	0.13%
归属于公司股东的每股净资产（元）	5.59	5.81	4.96	3.68
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
应收账款周转率（次）	56.18	113.38	85.39	95.25
存货周转率（次）	3.91	7.31	7.06	7.02
息税折旧摊销前利润（万元）	8,794.36	18,691.10	10,609.64	8,506.20
归属于母公司股东的净利润（万元）	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	5,059.51	10,584.54	6,398.47	4,313.38
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	53.18
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.45	3.57	0.96	1.32
每股净现金流量（元）	-1.29	1.67	-0.05	-0.27

四、本次发行情况

（一）发行股票类型	人民币普通股（A 股）
（二）发行股数	不超过 2,330.40 万股
（三）每股面值	人民币 1.00 元

（四）发行价格	•
（五）发行前每股净资产	•元（按•年•月•日经审计的归属于母公司的净资产除以本次发行前总股本•万股计算）
（六）发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
（七）发行对象	符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开设证券账户的中国境内自然人、法人或其他投资者（中国法律、法规及本公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）
（八）承销方式	余额包销

五、募集资金主要用途

本次发行募集资金总额扣除发行费用后，拟投入以下项目的建设：

序号	项目名称	总投资	拟投入募集资金	项目备案	环评批复	实施主体
1	年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目	41,315.72	36,440.72	2017-410523-13-03-042717	汤环管字（2018）88号	安阳甘源
2	营销网络升级及品牌推广项目	35,409.71	35,409.71	萍开发改字[2018]124 号	豁免	发行人
3	电子商务平台建设项目	6,010.24	6,010.24	2018-410523-14-03-034598	豁免	安阳甘源
4	信息化建设项目	5,220.46	5,220.46	萍开发改字[2018]16 号	豁免	发行人
5	研发中心建设项目	4,576.99	4,576.99	萍开发改字[2018]15 号	萍开环字[2018]133号	发行人
6	自动化生产线技术改造项目	7,735.98	7,735.98	萍开经字[2018]66 号	萍开环字[2019]17 号	发行人
	合计	**100,269.10**	**95,394.10**			

若本次募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。

如本次募集资金到位时间与项目实施进度不一致，公司可根据实际情况需要另行筹措资金先行投入，待募集资金到位后予以全额置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）本次发行的一般情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行不超过 2,330.40 万股。公司本次公开发行股票全部为公开发行新股，公司股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
发行价格	•
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所已开设证券账户的中国境内自然人、法人或其他投资者（中国法律、法规及本公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）
发行前每股净资产	•元（按•年•月•日经审计的归属于母公司股东权益和发行前总股本•万股计算）
发行后每股净资产	•（按全面摊薄法计算，扣除发行费用）
发行市盈率	•（每股发行价格/发行后每股收益，发行后每股收益按照•年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	•（每股发行价格/发行后每股净资产）
预计募集资金总额	•万元
预计募集资金净额	•万元
承销方式	余额包销

（二）发行费用概算

承销费用	•
保荐费用	•
审计费用	•
律师费用	•
上网发行费用	•

二、本次发行新股的有关当事人

发行人：	**甘源食品股份有限公司**
法定代表人：	严斌生
住所：	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园
联系人：	严海雁、张婷
电话：	0799-7175598
传真	0799-6239955
网址：	www.ganyuanfood.com
电子信箱：	zhengquanbu@ganyuanfood.com

保荐人（主承销商）：	**国信证券股份有限公司**
法定代表人：	何如
住所：	深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16 至 26 层
电话：	0755-82130833
传真：	0755-82133367
保荐代表人：	付爱春、朱锦峰
项目协办人：	郑尚荣
项目经办人：	肖戎、朱树李、汪乐林、申飞

发行人律师：	**北京市中伦律师事务所**
负责人：	张学兵
住所：	北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 28、31、33、36、37 层
电话：	86-10-59572288
传真：	86-10-65681022/1838
经办律师：	刘方誉、宋昆、杨晓霞

发行人会计师：	**天健会计师事务所（特殊普通合伙）**
执行事务合伙人：	胡少先
住所：	浙江省杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦
电话：	0571-88216888
传真：	0571-88216999
经办注册会计师：	李立影、李凤

资产评估机构：	**万隆（上海）资产评估有限公司**
法定代表人：	刘宏
住所：	上海迎勋路 168 号 16 楼
电话：	021-63788398
传真：	021-63767768
经办注册资产评估师：	郑铭、洪德钦

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**
地址：	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话：	0755-25938000
传真：	0755-25988122

申请上市证券交易所：	**深圳证券交易所**
住所：	深圳市深南东路 5045 号
电话：	0755-82083333
传真：	0755-82083164

收款银行：	**中国工商银行股份有限公司深圳市分行深港支行**
户名：	国信证券股份有限公司
账号：	4000029129200042215

三、公司与中介机构关系的说明

截至本次发行前，公司与本次发行的有关中介机构及其负责人、高级管理人员以及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

询价推介时间	•至•
定价公告刊登日期	•
申购日期和缴款日期	•至•
股票上市日期	•

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述各项风险主要根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。公司的主要风险因素如下：

一、食品质量及安全风险

近年来，随着消费升级和新零售趋势的兴起，新兴食品企业在崛起的同时，产品质量却参差不一；由于部分食品厂商的不规范生产经营，食品质量安全问题偶有发生，成为社会与舆论媒体的关注热点，国家也相继出台了一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。

针对食品质量及安全问题，公司已建立起一套完整的产品质量控制体系，依托公司的信息管理系统及产品溯源体系，实现从原材料采购、生产、仓储、配送、销售等过程的质量控制，以确保公司生产的产品符合质量标准。但是本公司产品仍不可避免的受限于原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免产品质量出现问题；在公司日常经营过程中，仍有可能因为质量控制制度和标准未得到严格执行、生产和检测流程操作不当等原因导致食品质量及安全问题的发生。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司品牌形象产生不利影响，进而对公司业绩产生影响。

二、产品研发未能跟上市场需求变化的风险

休闲食品属于典型的快速消费品，下游直接面向广大终端消费者，消费者的偏好和购买力对休闲食品行业具有直接影响，因此公司需要及时了解不断变化的消费者需求，并在产品和工艺上进行快速响应。

公司从最初的瓜子仁、青豌豆、蚕豆等籽类炒货品类新增了坚果果仁、谷物酥类品类，并在积极尝试更多新品的研发与生产。在生产工艺上，公司不断研发新口味，优化生产工艺，以更好的满足消费者的多元化需求。但是，如果公司对

消费者偏好的感知存在偏差，或者市场需求短时间内出现重大变化，则公司现有产品品类的销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩波动。

三、销售渠道管理的风险

公司产品的销售以经销模式为主，公司通过与经销商签订合同，在下单、定价、送货、结算等方面做出约定，对经销商体系进行规范和管理。经销商主要在其购销业务上受本公司影响，其余管理皆独立于公司。如果经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的实力跟不上公司发展的需求，或因经销商严重违反合同，公司将解除或不与其续签经销合同，从而对公司的销售收入造成影响。

除经销商渠道，公司还拓展了电子商务等销售渠道。目前，天猫商城、京东商城等第三方电商平台已发展成为成熟的销售渠道，并成为了社会消费品零售增长的重要驱动因素；但如果该等电商平台自身经营的稳定性或业务模式、经营策略发生了重大变化，或公司生产、物流的响应速度无法跟上电商平台的销售政策，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

四、原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为葵花籽、青豆、蚕豆、花生、棕榈油等，关联的上游行业主要为上述农副产品种植业。种植面积、气候条件、病虫害等因素将影响农副产品的产量和质量，进而直接给本行业企业的生产经营带来影响。此外，受到中美贸易摩擦的影响，如果部分进口自美国的农产品价格上涨，也将对行业内生产企业带来不利影响。虽然公司近年来提前做好了相对完善的防范措施，如加大原材料储存力度、增加其他国家的供应商选择数量、与供应商锁定固定期限的采购价格等，如果公司产品销售价格无法同步于原材料价格的波动，则可能会对公司的经营业绩产生影响。

五、经营业绩季节性波动的风险

公司产品为休闲食品，具有明显的季节性消费特点，销售旺季集中在中秋、国庆、“双十一”、“双十二”、元旦、春节等节假日前后，销售旺季主要集中在下半年。随着居民消费水平的提高，休闲食品有消费日常化的趋势，销售的季节性

特征将趋于淡化。但如果在消费集中的旺季，公司不能及时把握市场动向，制定适宜的销售策略，公司将面临经营业绩出现波动的风险。

六、管理水平不能适应业务增长需求的风险

目前，公司已建立起较为完善的公司治理结构及管理体系，有效保障了公司的健康有序经营，公司的营业收入在报告期内保持较快的增长。但是，随着公司业务规模的持续增长、销售渠道的不断拓宽以及人员规模的日益扩大，公司在战略规划、品牌建设、企业管理、团队构建等方面都可能面临进一步挑战，若公司的管理制度、管理人员和组织架构无法很好地适应公司业务增长需求的变化，将可能对公司的经营业绩及未来可持续发展造成不利影响。

七、食品安全新法规、新标准、新认证出台的风险

随着国家对食品安全日益重视和消费者食品安全意识以及权益保护意识的增强，市场存在颁发新的食品安全相关法律法规、新增产品质量认证范围，以及对食品及食品添加剂等产品标准进一步提高的可能，如果公司不能及时根据新法规、新标准、新认证的要求快速调整并取得相应资质，则会影响公司的合法合规经营，进而影响公司产品的销售及可持续经营。

八、行业内重大食品安全事故而引起的经营风险

目前我国休闲食品行业竞争集中度低，生产企业数量众多，行业进入门槛较低，由于部分厂商在原材料采购、产品生产、质量检测及储存物流环节的安全控制程序薄弱或缺失，甚至偶尔会出现部分企业违规生产、滥用添加剂等恶劣行为，这会对整个行业产生不良的影响。如果行业内个别生产或销售企业发生重大的食品安全事故，社会媒体报道所产生的负面影响将会波及整个休闲食品行业，对整个行业形象、消费者信心造成严重损害，也会对包括本公司在内的整个休闲食品行业的经营产生重大影响，进而可能发生公司营业利润下降的风险。

九、行业竞争加剧的风险

传统的休闲食品企业主要借助经销商、商超、直营店、加盟店等线下渠道销售产品，品牌众多，竞争激烈。近年来，我国网络购物、移动购物市场发展迅猛，市场规模迅速提升，休闲食品领域也涌现出越来越多的新进入者通过电商渠道开

拓市场。目前休闲食品行业发展较快，新进入者采取电商主导的销售模式，一些传统休闲食品生产及零售企业也开始拓展互联网销售渠道，进一步提高了市场竞争程度。如果公司不能及时制定有效的竞争策略和销售策略，将在行业竞争中失去原有的优势地位，从而导致公司的产品销售下滑，影响本公司的财务状况和经营业绩。

十、募投项目无法实现预期收益的风险

公司拟将本次发行募集资金用于年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目、营销网络升级及品牌推广项目、电子商务平台建设项目、信息化建设项目、研发中心建设项目、自动化生产线技术改造项目，以加强自身在产能扩张、品牌塑造、新品研发、销售端及产业链各环节的核心竞争力。前期公司已结合市场需求、行业发展趋势及公司自身的经营特点对募投项目进行了全面论证，以确保募投项目具备充分的可行性和必要性，能够在战略及经营层面进一步巩固公司的竞争优势，取得良好的预期收益。

尽管如此，本次募投项目建设完成后，公司的年度成本投入及固定资产规模在客观上将进一步增加，团队规模亦会有所扩大；同时，募投项目的实施也对公司的项目管理能力和经营能力提出了较高要求；若市场环境及行业格局发生重大变化，或是公司未能按既定计划完成募投项目实施，募投项目的预期收益可能无法完全实现，公司也可能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。

十一、实际控制人控制的风险

本次发行前，公司控股股东、实际控制人严斌生持有公司 74.99%的股份，处于控股地位。本次发行后，严斌生仍处于控股地位。尽管公司建立了较为完善的公司治理结构，制订并实施“三会”议事规则、建立独立董事制度、成立战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会，聘任职业经理人作为公司高级管理人员等一系列措施，不断完善公司法人治理结构，防止控股股东作出不利于公司和其他股东利益的决策和行为。若未来严斌生利用控股地位，对公司发展战略、生产经营决策、利润分配、人事安排等重大事项的决策实施不当影响，则存在可能损害公司及公司其他股东利益的风险。

十二、财务风险

（一）毛利率下降的风险

报告期内，公司销售毛利率分别为36.40%、37.86%、40.57%和41.30%，毛利率整体稳中有升。如果公司所需主要原材料价格上涨，公司面临原材料成本上涨的压力，由于食品行业竞争激烈，公司通过提高产品价格转移成本压力的能力受到一定限制，因此，公司面临着毛利率下降的风险。

（二）本次发行摊薄即期回报的风险

公司本次拟发行不超过2,330.40万股，本次发行后公司股本和净资产将大幅增加。而募集资金拟投资项目建成达产和产生预期经济效益需要一定的建设周期和市场开拓周期，募集资金产生经济效益需要一定的运行时间，预计无法在发行当年即产生预期效益，可能产生投资者即期回报被摊薄的风险。

十三、不可抗力风险

在公司日常经营过程中，尽管公司制定了较为完善的危机处理预案，但如果出现极端自然灾害、国际贸易竞争加剧、金融市场危机、战争、社会动乱或国家政策变化等不能预见、不能避免、不能克服的不可抗力事件，可能会对本公司的资产、人员、资金以及供应商或客户造成损害，并有可能影响本公司的正常生产经营，从而影响本公司的盈利水平。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：	甘源食品股份有限公司
英文名称：	GANYUANFOODSCO.,LTD.
注册资本：	人民币 6,991.1831 万元
法定代表人：	严斌生
有限公司成立日期：	2006 年 2 月 14 日
股份公司设立日期：	2012 年 8 月 28 日
住所：	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园
邮政编码：	337000
联系电话：	0799-7175598
传真号码：	0799-6239955
互联网地址：	www.ganyuanfood.com
电子信箱：	zhengquanbu@ganyuanfood.com

二、发行人改制重组及设立情况

（一）设立方式

本公司系由甘源有限整体变更设立的股份有限公司。

2012 年 8 月 15 日，萍乡德龙会计师事务所有限公司出具“萍德龙审字[2012]第 133 号”的《审计报告书》，确认甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经审计的净资产为 11,517,893 元。

2012 年 8 月 16 日，萍乡市国审资产评估事务所出具“萍国审评字[2012]第 85 号”的《资产评估报告书》，确认甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经评估的净资产为 11,665,656.30 元。

2012 年 8 月 17 日，经萍乡德龙会计师事务所有限公司于 2012 年 8 月 17 日萍德龙验字（2012）第 183 号《验资报告》验证，截至 2012 年 8 月 17 日止，公司已收到全体出资者所拥有的截至 2012 年 7 月 31 日止甘源有限经审计的净资产

11,517,893 元，将上述净资产折合首次实收资本 10,500,000 元，其中严斌生实缴出资 950 万元，严海雁实缴出资 100 万元，净资产值与实缴出资的差额列入发行人资本公积。

2012 年 8 月 20 日，甘源有限的全体股东签订发起人协议，并于同日召开甘源食品创立大会，将甘源有限整体变更为股份有限公司，股本总额为 5,000 万元，股份总数为 5,000 万股，每股面值 1 元人民币，由各发起人按其在甘源有限的出资比例认购相应数额的股本；发起人以甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经审计的净资产值 1,151.7893 万元折合为发行人的首期出资额 1,050 万元，净资产值与首期出资额的差额 101.7893 万元列入发行人资本公积，股本总额的剩余部分由发起人在股份公司成立之日起两年内缴足。

2012 年 8 月 28 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核准的企业法人营业执照。

2018 年 7 月 18 日，发行人聘请的具有证券期货业资产评估资质的万隆评估出具“万隆评核字（2018）第 30001 号”《关于<萍乡市甘源食品有限公司拟整体变更股份有限公司之公司净资产价值资产评估报告书>资产评估复核报告》，对萍乡市国审资产评估事务所出具的“萍国审评字[2012]第 85 号”《资产评估报告书》进行了复核确认。

（二）发起人

发行人设立时，各发起人及其持股情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	严斌生	4,500.00	950.00	90.00
2	严海雁	500.00	100.00	10.00
合计		**5,000.00**	**1,050.00**	**100.00**

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

变更为股份有限公司之前，公司股东为严斌生先生和严海雁先生 2 人。2 人拥有的主要资产为持有的公司股权，实际从事的主要业务为其在公司任职相对应的业务。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和从事的主要业务

由于发行人是由有限责任公司整体变更设立的股份有限公司，发行人改制设立时承继了甘源有限改制前的全部资产。

发行人改制设立前后从事的主要业务均为籽类炒货、坚果果仁等坚果炒货休闲食品的研发、生产和销售。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

发行人整体改制设立前后业务流程没有发生变化，具体的业务流程见本招股说明书“第六节四、（二）公司主要经营模式”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系没有发生变化。

本公司与主要发起人的关联交易具体内容，请参见本招股说明书“第七节四、关联交易”。

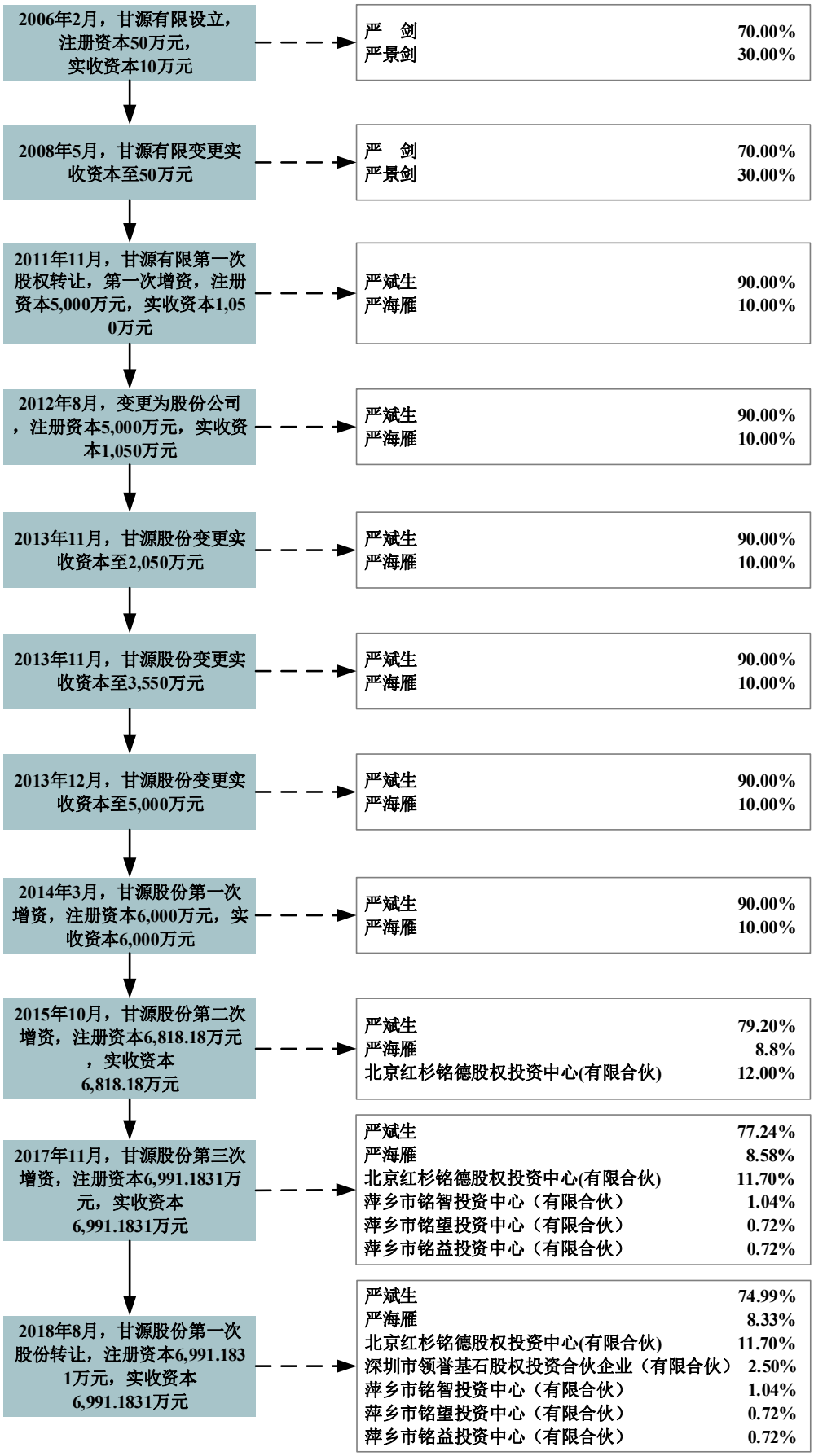
公司已经制订《关联交易管理制度》，以规范公司与关联方之间的关联交易，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人是由甘源有限整体变更设立的股份公司，依法承继了甘源有限全部资产、负债和业务。截至本招股说明书签署日，相关的设备、房产、土地、专利等产权变更手续已办理完毕，具体情况见本招股说明书“第六节五、发行人主要固定资产和无形资产”。

三、发行人股本形成及重大资产重组情况

（一）发行人的历史沿革示意图


2006年2月，甘源有限设立，注册资本50万元，实收资本10万元
严　剑 70.00%
严景剑 30.00%
2008年5月，甘源有限变更实收资本至50万元
严　剑 70.00%
严景剑 30.00%
2011年11月，甘源有限第一次股权转让，第一次增资，注册资本5,000万元，实收资本1,050万元
严斌生 90.00%
严海雁 10.00%
2012年8月，变更为股份公司，注册资本5,000万元，实收资本1,050万元
严斌生 90.00%
严海雁 10.00%
2013年11月，甘源股份变更实收资本至2,050万元
严斌生 90.00%
严海雁 10.00%
2013年11月，甘源股份变更实收资本至3,550万元
严斌生 90.00%
严海雁 10.00%
2013年12月，甘源股份变更实收资本至5,000万元
严斌生 90.00%
严海雁 10.00%
2014年3月，甘源股份第一次增资，注册资本6,000万元，实收资本6,000万元
严斌生 90.00%
严海雁 10.00%
2015年10月，甘源股份第二次增资，注册资本6,818.18万元，实收资本6,818.18万元
严斌生 79.20%
严海雁 8.8%
北京红杉铭德股权投资中心(有限合伙) 12.00%
2017年11月，甘源股份第三次增资，注册资本6,991.1831万元，实收资本6,991.1831万元
严斌生 77.24%
严海雁 8.58%
北京红杉铭德股权投资中心(有限合伙) 11.70%
萍乡市铭智投资中心（有限合伙） 1.04%
萍乡市铭望投资中心（有限合伙） 0.72%
萍乡市铭益投资中心（有限合伙） 0.72%
2018年8月，甘源股份第一次股份转让，注册资本6,991.1831万元，实收资本6,991.1831万元
严斌生 74.99%
严海雁 8.33%
北京红杉铭德股权投资中心(有限合伙) 11.70%
深圳市领誉基石股权投资合伙企业（有限合伙） 2.50%
萍乡市铭智投资中心（有限合伙） 1.04%
萍乡市铭望投资中心（有限合伙） 0.72%
萍乡市铭益投资中心（有限合伙） 0.72%

（二）发行人历史沿革概况

1、2006 年 2 月，有限公司设立

2006 年 2 月，自然人严剑与严景剑以货币方式出资设立萍乡市甘源食品有限公司。公司设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 10 万元，法定代表人为严剑。2006 年 2 月 8 日，江西中诚会计师事务所有限责任公司萍乡分所出具《验资报告》（中诚萍验字[2006]016 号），经审验，截至 2006 年 2 月 8 日，甘源有限已收到全体股东第一期缴纳的注册资本合计人民币 10 万元，出资方式为货币。2006 年 2 月 14 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。

公司成立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	严剑	35.00	7.00	70.00	货币
2	严景剑	15.00	3.00	30.00	货币
合计		**50.00**	**10.00**	**100.00**	**-**

2、2008 年 5 月，变更实收资本至 50 万元

2008 年 5 月 28 日，甘源有限股东会决议，将甘源有限实收资本由 10 万元增至 50 万元，新增 40 万，其中股东严剑出资 28 万元，股东严景剑出资 12 万元。2008 年 4 月 23 日，萍乡市天盛会计师事务所有限公司出具《验资报告》（天盛验字（2008）099 号），经审验，截至 2008 年 4 月 23 日，甘源有限已经收到全体股东缴纳的第二期出资，新增实收资本人民币 40 万元，出资方式为货币。2008 年 5 月 29 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。

变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	严剑	35.00	35.00	70.00	货币
2	严景剑	15.00	15.00	30.00	货币
合计		**50.00**	**50.00**	**100.00**	**-**

3、2011 年 11 月，有限公司第一次股权转让，第一次增资

2011 年 11 月 30 日，甘源有限股东会决议，甘源有限股东由“严剑、严景剑”变更为“严斌生、严海雁”，同意股东严剑将所持有甘源有限 70%的股权以人民币 35 万元的价格转让给严斌生，同意股东严景剑将所持有甘源有限的 30%的股权

以人民币 15 万的价格转让给严斌生，转让后严斌生持有甘源有限 100%的股权。2011 年 11 月 30 日，严剑与严斌生签订了《股权转让协议》，严景剑与严斌生签订了《股权转让协议》。

股东会同时决议，公司注册资本由 50 万元变更为 5,000 万元，实收资本由 50 万元变更至 1,050 万元，其中股东严斌生的认缴额由 50 万元变更为 4,500 万元，实缴资本由 50 万元变更为 950 万元，股东严海雁认缴额由 0 万元变更为 500 万元，实缴资本由 0 万元变更为 100 万元，出资方式均为货币。2011 年 12 月 7 日，萍乡市天盛会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（天盛验字[2011]477 号），经核查，截至 2011 年 12 月 7 日，甘源有限已收到全体股东缴纳的第一期新增注册资本（实收资本）合计人民币 1,000 万元，其中严斌生增资人民币 900 万元，严海雁增资人民币 100 万元，出资方式均为货币。2011 年 12 月 14 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。

变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	严斌生	4,500.00	950.00	90.00	货币
2	严海雁	500.00	100.00	10.00	货币
合计		**5,000.00**	**1,050.00**	**100.00**	**-**

本次股权转让前严斌生一直从事食品行业，有丰富的管理及销售经验，看好食品行业发展前景，有收购甘源有限的意图和能力。此外，甘源有限当时经营状况不善，未能盈利，故严斌生从严剑、严景剑处受让甘源有限全部股份。为了公司的扩大和发展，严斌生与严海雁向甘源有限增资。

经各方协商，该次股权转价格为 1 元/1 元注册资本，系因甘源有限自成立以来一直业绩不佳，规模较小，原股东决定平价转让。此次增资价格为 1 元/1 元注册资本，系新股东协商确定。

综上，该次股权转让及增资的定价公允合理，不存在纠纷或潜在纠纷。

4、2012 年 8 月，变更为股份公司

2012 年 8 月 17 日，甘源有限股东会决议，同意将公司组织形式从有限责任公司整体变更为股份有限公司，股份有限公司的名称为“甘源食品股份有限公司”。

萍乡德龙会计师事务所有限公司于 2012 年 8 月 17 日以《验资报告》（萍德龙验字（2012）第 183 号）验证，截至 2012 年 8 月 17 日止，公司已收到全体出资者所拥有的截至 2012 年 7 月 31 日止甘源有限经审计的净资产 11,517,893 元，将上述净资产折合首次实收资本 10,500,000 元，资本公积 1,017,893 元。

2012 年 8 月 20 日，甘源有限全体股东共同签署了《发起人协议》，约定将甘源有限整体变更为股份有限公司。发行人由甘源有限整体变更设立，股本总额为 5,000 万元，股份总数为 5,000 万股，每股面值 1 元人民币，由各发起人按其在甘源有限的出资比例认购相应数额的股本；发起人以甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日的净资产值 11,517,893 元折合为发行人的首期出资额 10,500,000 元，净资产值与首期出资额的差额 1,017,893 元列入发行人资本公积，股本总额的剩余部分由发起人在发行人成立之日起两年内缴足。

2012 年 8 月 28 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。

变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	严斌生	4,500.00	950.00	90.00	净资产折股
2	严海雁	500.00	100.00	10.00	净资产折股
合计		**5,000.00**	**1,050.00**	**100.00**	-

5、2013 年 11 月，变更实收资本至 2,050 万元

2013 年 11 月 13 日，甘源股份股东大会决议，公司实收资本由 1,050.00 万元变更为 2,050.00 万元，新增实收资本 1,000.00 万元由股东严斌生出资；变更后，公司注册资本为 5,000.00 万元，实收资本为 2,050.00 万元。2013 年 11 月 13 日，萍乡德龙会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（萍德会验字（2013）第 155 号），经核查，截至 2013 年 11 月 13 日，甘源股份已收到严斌生第二期缴纳的注册资本（实收资本）人民币 1,000.00 万元，出资方式为货币。2013 年 11 月 18 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核准的企业法人营业执照。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	出资比例（%）
1	严斌生	4,500.00	1,950.00	90.00
2	严海雁	500.00	100.00	10.00
合计		**5,000.00**	**2,050.00**	**100.00**

6、2013 年 11 月，变更实收资本至 3,550 万元

2013 年 11 月 21 日，甘源股份股东大会决议，公司实收资本由 2,050.00 万元变更为 3,550.00 万元，新增实收资本 1,500.00 万元由股东严斌生出资；变更后，注册资本为 5,000.00 万元，公司实收资本为 3,550.00 万元。2013 年 11 月 27 日，萍乡德龙会计师事务所有限公司出具《验资报告》（萍德龙验字（2013）第 158 号），经核查，截至 2013 年 11 月 27 日，甘源股份已收到严斌生第三期缴纳的注册资本（实收资本）人民币 1,500.00 万元，出资方式为货币。2013 年 11 月 27 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核准的企业法人营业执照。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	出资比例（%）
1	严斌生	4,500.00	3,450.00	90.00
2	严海雁	500.00	100.00	10.00
合计		**5,000.00**	**3,550.00**	**100.00**

7、2013 年 12 月，变更实收资本至 5,000 万元

2013 年 12 月 02 日，甘源股份股东大会决议，公司实收资本由 3,550.00 万元变更为 5,000.00 万元，新增实收资本 1,450.00 万元，其中由严斌生出资 1,050.00 万元，严海雁出资 400 万元；变更后，公司注册资本为 5,000.00 万元，实收资本为 5,000.00 万元。2013 年 12 月 5 日，萍乡德龙会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（萍德龙验字（2013）第 163 号），经核查，截至 2013 年 12 月 5 日，甘源股份已收到严斌生、严海雁第四期缴纳的注册资本（实收资本）人民币 1,450.00 万元，其中严斌生第四期出资实际缴纳人民币 1,050.00 元，严海雁第四期出资实际缴纳人民币 400 万元，出资方式均为货币。2013 年 12 月 6 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核准的企业法人营业执照。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	出资比例（%）
1	严斌生	4,500.00	4,500.00	90.00
2	严海雁	500.00	500.00	10.00
合计		**5,000.00**	**5,000.00**	**100.00**

8、2014 年 3 月，股份公司第一次增资

2014 年 3 月 15 日，甘源股份股东大会决议，公司注册资本由 5,000.00 万元变更为 6,000.00 万元，其中严斌生增资 900 万元，严海雁增资 100 万元；变更后，

公司注册资本 6,000.00 万元，实收资本 6,000.00 万元。2014 年 3 月 18 日至 3 月 22 期间，严斌生与严海雁分别向发行人基本存款账户合计转账存入 1,000 万元增资款。2014 年 5 月 19 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核准的企业法人营业执照。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	出资比例（%）
1	严斌生	5,400.00	5,400.00	90.00
2	严海雁	600.00	600.00	10.00
合计		**6,000.00**	**6,000.00**	**100.00**

该次增资背景系甘源食品股东为了公司的扩大发展，从而对公司进行增资。

该次增资定价依据为甘源食品的全体股东按其持股比例共同进行增资，增资价格系所有股东协商确定，为 1 元/1 元注册资本。

综上，该次增资的定价公允合理，不存在纠纷或潜在纠纷。

9、2015 年 10 月，股份公司第二次增资

2015 年 10 月 4 日，甘源股份股东大会决议，公司注册资本由 6,000.00 万元变更为 6,818.18 万元，增资部分由北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙）以人民币 12,000.00 万元现金形式认购新增注册资本人民币 818.18 万元，剩余部分计入资本公积。2015 年 11 月 6 日，红杉铭德向发行人存款账户转账存入 12,000.00 万元投资款。2015 年 11 月 18 日，公司取得了萍乡市市场监督管理局核准的企业法人营业执照。

本次变更后，公司的股权架构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	出资比例（%）
1	严斌生	5,400.00	5,400.00	79.20
2	严海雁	600.00	600.00	8.80
3	红杉铭德	818.18	818.18	12.00
合计		**6,818.18**	**6,818.18**	**100.00**

红杉铭德是专业机构投资者，因看好甘源食品的发展前景而入股，公司因扩大生产经营也需要资金支持，本次增资价格系所有股东协商确定。

综上，该次增资的定价公允合理，不存在纠纷或潜在纠纷。

10、2017 年 11 月，股份公司第三次增资

2017 年 11 月 18 日，甘源股份股东大会决议，公司新增发行 1,730,031 股股份用于股权激励，由员工持股平台铭智投资、铭望投资、铭益投资以现金形式认购新增股份，本次股份发行完成后公司总股本为 69,911,831 股，注册资本为 6,991.1831 万元。2017 年 12 月 20 日，公司取得了萍乡市市场监督管理局核准的企业法人营业执照。

2017 年 12 月 26 日，天健所出具了《验资报告》（天健验（2017）第 3-95 号），经审验，截至 2017 年 12 月 21 日，甘源股份已收到铭智投资、铭望投资、铭益投资缴纳的货币出资 25,950,485 元。

2018 年 10 月 26 日，万隆评估出具“万隆评报字（2018）第 10309 号”《甘源食品股份有限公司股权激励支付对价涉及的其股东全部权益价值追溯性资产评估报告》，确认经收益法评估，甘源食品于评估基准日（2017 年 6 月 30 日）的股东全部权益价值评估值为人民币 135,090.00 万元。

此次增资，公司确认 2017 年度股份支付费用 747.88 万元。

本次变更后，公司的股权架构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	出资比例（%）
1	严斌生	5,400.00	5,400.00	77.24
2	严海雁	600.00	600.00	8.58
3	红杉铭德	818.18	818.18	11.70
4	铭智投资	73.0013	73.0013	1.04
5	铭望投资	50.0008	50.0008	0.72
6	铭益投资	50.0010	50.0010	0.72
合计		**6,991.1831**	**6,991.1831**	**100.00**

本次增资背景系为了吸引、保留和激励公司优秀员工，提高公司自身的凝聚力和市场竞争力，发行人部分员工设立了三家合伙企业对发行人进行增资，让员工持有发行人股份。

此次增资价格参照前次红杉铭德增资价格确定，2018 年发行人聘请万隆评估采用收益法对此次增资前（2017 年 6 月 30 日）的股东全部权益价值进行追溯评估，并据此确认了相应的股份支付费用。

综上，该次增资的定价公允合理，不存在纠纷或潜在纠纷。

11、2018 年 8 月，股份公司第一次股权转让

2018 年 8 月 15 日，公司股东严斌生、严海雁与领誉基石签署《股份转让协议》，严斌生将其所持公司 2.25%的股份计 1,573,020 股以 4,500.00 万元转让给领誉基石、严海雁将其所持公司 0.25%的股份计 174,780 股以 500.00 万元转让给领誉基石，严斌生、严海雁均已按照相关法律法规缴纳个人所得税，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份（股）	转让股份占公司股份总额比例（%）	转让价格（万元）
1	严斌生	领誉基石	1,573,020.00	2.25	4,500.00
2	严海雁		174,780.00	0.25	500.00

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	实缴股本（万股）	认缴出资比例（%）
1	严斌生	5,242.6980	5,242.6980	74.99
2	严海雁	582.5220	582.5220	8.33
3	红杉铭德	818.1800	818.1800	11.70
4	领誉基石	174.7800	174.7800	2.50
5	铭智投资	73.0013	73.0013	1.04
6	铭望投资	50.0008	50.0008	0.72
7	铭益投资	50.0010	50.0010	0.72
合计		**6,991.1831**	**6,991.1831**	**100.00**

本次增资原因系领誉基石看好发行人的经营情况、发展计划、行业前景以及团队，本次转让甘源食品整体估值 20 亿元，符合市场定价原则以及转让方预期，同时引入外部专业机构投资者有利于提升公司治理水平。

本次股权转让价格系相关股东协商确定。

综上，该次股权转让的定价公允合理，不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署之日，发行人股权结构未再发生变化。

（三）重大资产重组情况

报告期内公司无重大资产重组事项发生。

（四）发行人历次验资情况及设立时发起人投入资产计量属性

1、发行人历次验资情况

公司自成立以来，公司及前身共经历了 10 次验资，历次验资情况如下：

序号	验资报告出具时间	事由	验资机构	验资文号

1	2006 年 2 月 8 日	有限公司设立	江西中诚会计师事务所有限责任公司萍乡分所	中诚萍验字（2006）016 号
2	2008 年 4 月 23 日	变更实收资本至 50 万元	萍乡市天盛会计师事务所有限公司	天盛验字（2008）099 号
3	2011 年 12 月 7 日	变更实收资本至 1,050.00 万元	萍乡市天盛会计师事务所有限公司	天盛验字（2011）477 号
4	2012 年 8 月 17 日	变更为股份公司	萍乡德龙会计师事务所有限公司	萍德龙验字（2012）第 183 号
5	2013 年 11 月 13 日	变更股本至 2,050.00 万元	萍乡德龙会计师事务所有限公司	萍德会验字（2013）第 155 号
6	2013 年 11 月 27 日	变更股本至 3,550.00 万元	萍乡德龙会计师事务所有限公司	萍德龙验字（2013）第 158 号
7	2013 年 12 月 5 日	变更股本至 5,000.00 万元	萍乡德龙会计师事务所有限公司	萍德龙验字（2013）第 163 号
8	2019 年 3 月 26 日	变更股本至 6,000.00 万元	萍乡德龙会计师事务所有限公司	萍德龙验字（2019）第 012 号
9	2019 年 3 月 26 日	变更股本至 6,818.18 万元	萍乡德龙会计师事务所有限公司	萍德龙验字（2019）第 013 号
10	2017 年 12 月 26 日	变更股本至 6,991.1831 万元	天健所	天健验（2017）第 3-95 号

2019 年 3 月 27 日，天健所对甘源食品实收资本从 0.00 元增加到 6,818.18 万元的资本到位情况进行了复核，并出具了实收资本复核报告（天健验（2019）3-10 号）：“经复核，我们认为，截至 2015 年 11 月 18 日止，甘源食品实收资本从 0.00 元增加到 68,181,800.00 元，新增实收资本已全部到位。”

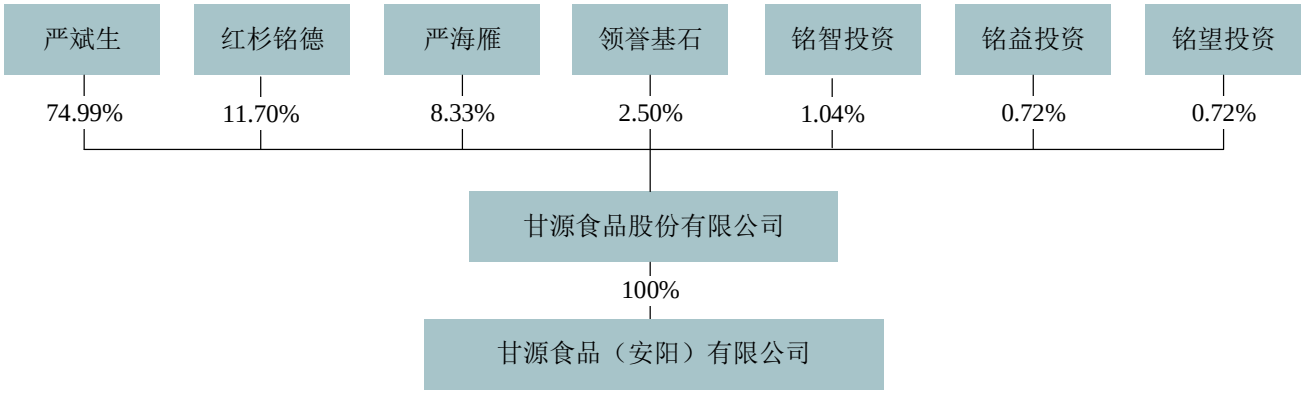
2、设立时发起人投入资产计量属性

本公司是由甘源有限整体变更设立的股份公司。本次变更是以甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经审计的净资产值 11,517,893 元折合为发行人的首期出资额 1,050 万元，各股东按原出资比例持股，净资产值与首期出资额的差额 1,017,893 元转作股份公司资本公积-股本溢价。本次变更后，原有限公司的全部资产、负债和权益由股份公司承继。公司投入资产的计量属性为历史成本，公司未按照评估值调账。

四、发行人组织结构图

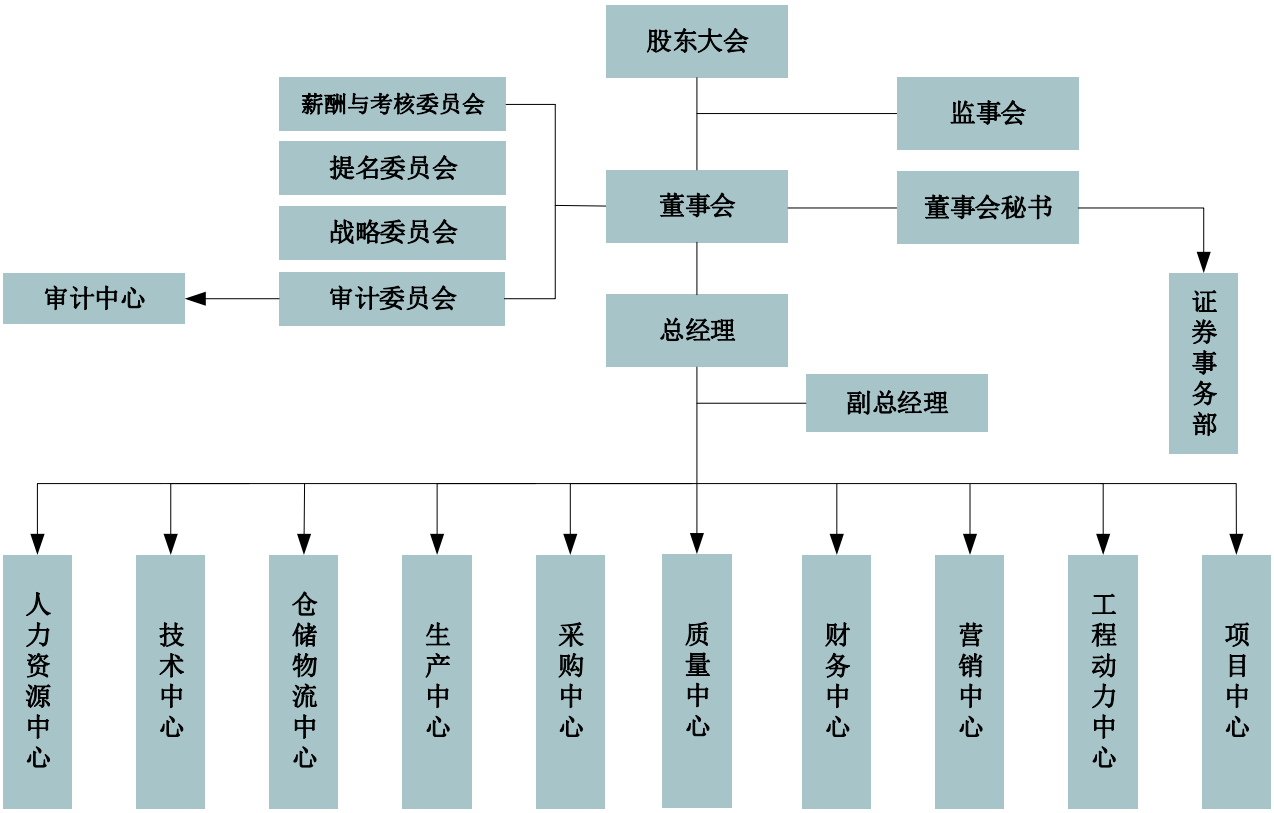
（一）发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下所示：



序号	股东名称	持股数量（股）	占股份总数的比例（%）
1	严斌生	52,426,980.00	74.99
2	红杉铭德	8,181,800.00	11.70
3	严海雁	5,825,220.00	8.33
4	领誉基石	1,747,800.00	2.50
5	铭智投资	730,013.00	1.04
6	铭望投资	500,008.00	0.72
7	铭益投资	500,010.00	0.72
合计		**69,911,831.00**	**100.00**

（二）发行人内部组织结构图



（三）发行人内部组织机构、机构设置及运行情况

1、发行人组织结构及运行情况

公司的最高权力机构为股东大会。

董事会为股东大会常设决策和管理机构。董事会设 9 名董事，其中 3 名为独立董事，董事长 1 名，副董事长 1 名。

监事会是公司的监督机构，监事会设有 3 名监事，其中 1 名为职工代表监事。

公司设总经理 1 名，总经理在董事会的领导下主持全面工作；设副总经理 2 名，协助总经理负责公司的日常生产、经营活动，此外聘任了 1 名财务总监作为高级管理人员协助开展工作。

公司设董事会秘书 1 名，负责对外信息披露，处理公司与证券监督管理部门、公司与股东的相关事宜。

目前，公司股东大会、董事会、监事会等机构运行情况良好。

2、发行人主要职能部门工作职责

主要部门	主要职责
人力资源中心	负责管理公司人力资源的开发与任用、薪酬福利管理、绩效管理、培训、员工流动等制度的完善及实施；负责监督检查公司规章制度的执行情况，保证建立良好的工作秩序；负责公司重大活动的筹备工作等。
技术中心	负责按照公司的工艺流程文件及配方资料，试制新品和旧品改良；负责依据市场调研或公司新品方向，设计工艺路线和配方，进行新品开发、实验；负责针对市场同类竞品品质及公司老品缺陷，进行产品工艺、品质改良实验。
生产中心	负责根据生产运行计划，掌握生产进度，检查生产工作，确保生产任务的完成；负责生产中的技术和质量保证工作；负责做好文明生产和安全生产工作；按照公司质量管理体系要求，确保部门运作的规范化和科学化，保证管理和产品的质量；负责所属员工的管理、教育、培训工作等。
采购中心	寻找物料供应来源，对每项物料的供货渠道加以调查和掌握；负责与供应商洽谈，建立供应商的资料；负责对供应厂商的价格、品质、交期、交量等作出评估；负责依采购合约或协议控制、协调交货期等。
仓储物流中心	负责公司仓储物流管理，保证支持公司运营要求；制定仓储物流管理条例，监督和管理收发货以及采购货物的过程；管理库存、减少库存、控制库存成本；负责物品的进出、库存、分拣、包装、配送及其信息处理等。
质量中心	负责公司品控制度、品控体系的建立、维持和完善；制程品质的巡回检验与控制，来料、成品、出货检测的控制等。
财务中心	负责组织公司财务预算、决算；制定财务政策、财务制度；负责重点客户往来账款结算与费用核销；审核系统会计递交的凭证、报表并向公司管理层制作各项财务报表提供有效数据；办理客户往来帐的记账、对账、结算、费用核销工作；负责票据、货币资金、有价证券的收付、整理、保管等。
营销中心	负责公司产品营销工作，负责管理发现消费需求、产品定位、主导产品开发、价格策略与竞争、通路管理、推广、组织和部门日常管理、营销战略规划和策略执行等系列工作。
工程动力中心	负责公司工程项目规划、管理；政府主管部门的外事沟通，与施工单位及监理部门的设计沟通；负责施工安全及施工质量监督；负责公司生产设备的安装调试和日常维修与保养、协调设备的改造及改善工作；负责公司污水处理，维护动力设备正常运行等。
项目中心	负责公司新项目的立项、评估和建设；公司技术、工艺、设备方面技改优化工作。
审计中心	负责公司内部审计事务，包括但不限于日常管理审计、工作流程审计、管理及销售费用稽查、采购价格、生产成本、基建工程的管控和稽查；监督公司内控制度执行。
证券事务部	负责公司与投资者之间的信息沟通；负责信息披露工作；负责与监管机构外联工作；负责监管文件处理。

五、发行人全资、控股子公司、参股公司及分公司情况

（一）子公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有 1 家全资子公司，具体情况如下：

基本情况			
公司名称	甘源食品（安阳）有限公司		
注册资本	5,000.00 万元		
法定代表人	严斌生		
设立日期	2017 年 10 月 20 日		
住所	汤阴县创业大厦 10 楼		
主要生产经营地	汤阴县创业大厦 10 楼		
经营范围	食品加工（按食品生产许可证核准的范围经营）;电子商务、营运;食品添加剂自制氮气生产（限自用）;餐饮服务		
股东构成	甘源食品持股 100%		
实际控制人	严斌生		
主要财务数据（单位：万元）（以下财务数据已审计）			
项目	总资产	净资产	净利润
2018 年 12 月 31 日/2018 年度	11,325.28	4,881.37	-103.63
2019 年 6 月 30 日/2019 年 1-6 月	10,001.82	4,625.90	-255.48

（二）参股公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在参股公司。

（三）分公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在分公司。

六、发起人、主要股东的基本情况

本次发行前，发行人股东为严斌生、严海雁、红杉铭德、领誉基石、铭智投资、铭望投资和铭益投资，其中严斌生为实际控制人，铭智投资、铭望投资和铭益投资为发行人员工持股平台。

（一）发起人、主要股东的基本情况

1、自然人股东的基本情况

姓名	国籍	住所	是否拥有永久境外居留权	身份证号码
严斌生	中国	江西省萍乡市	否	3603211975XXXXXXXX
严海雁	中国	江西省萍乡市	否	3301271972XXXXXXXX

2、红杉铭德

基本情况			
中文名称	北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙）		
执行事务合伙人	北京红杉坤德投资管理中心（有限合伙）		
设立日期	2015 年 6 月 17 日		
主要经营场所	北京市昌平区科技园区超前路 37 号院 16 号楼 2 层 C2316		
经营范围	投资管理；资产管理；项目投资；投资咨询（不含中介服务）。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
合伙人构成	北京红杉盛德投资管理中心（有限合伙）、北京红杉漮德股权投资中心（有限合伙）、北京红杉坤德股权投资中心（有限合伙）		
主要财务数据（单位：万元）（2019 年 1-6 月财务数据未审计）			
项目	总资产	净资产	净利润
2018 年 12 月 31 日/2018 年度	855,641.64	833,828.38	220,346.38
2019 年 6 月 30 日/2019 年 1-6 月	882,899.09	859,250.02	473.35

红杉铭德合伙人情况如下表所示：

序号	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	北京红杉盛德股权投资中心（有限合伙）	400,000.00	66.6666	有限合伙人
2	北京红杉漮德股权投资中心（有限合伙）	200,000.00	33.3333	有限合伙人
3	北京红杉坤德投资管理中心（有限合伙）	1.00	0.0002	普通合伙人
合计		**600,001.00**	**100.0000**	**-**

3、领誉基石

基本情况	
中文名称	深圳市领誉基石股权投资合伙企业(有限合伙)
执行事务合伙人	深圳市领信基石股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)
设立日期	2016 年 5 月 26 日
主要经营场所	深圳市南山区南山街道泉园路数字文化产业基地东塔裙楼 3 楼
经营范围	股权投资
合伙人构成	芜湖歌斐资产管理有限公司、深圳市引导基金投资有限公司、乌鲁木齐先锋基石股权投资管理有限合伙企业、上海国泰君安证券资产管理有限公司、盐城北斗基石股权投资合伙企业(有限合伙)、前海股权投资基金（有限合伙）、平安财富理财管理有限公司、深圳市晓扬科技投资有限公司、深圳市领信基石股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）、湖州

	冉源腾骥投资管理合伙企业（有限合伙）、莘县乾富昇顺企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

领誉基石合伙人情况如下表所示：

序号	合伙人名称	出资额(万元)	出资比例(%)	合伙人类型
1	深圳市引导基金投资有限公司	75,000.00	20.23	有限合伙
2	乌鲁木齐先锋基石股权投资管理有限合伙企业	49,500.00	13.35	有限合伙
3	尚浦产投发展（横琴）有限公司	30,000.00	8.09	有限合伙
4	马鞍山领悟基石股权投资合伙企业（有限合伙）	26,000.00	7.01	有限合伙
5	珠海麒幻股权投资中心(有限合伙）	24,842.76	6.70	有限合伙
6	珠海歌斐星彩股权投资基金(有限合伙）	23,957.60	6.46	有限合伙
7	珠海麒辉股权投资中心(有限合伙）	23,840.88	6.43	有限合伙
8	珠海歌斐锦邦股权投资基金(有限合伙）	23,461.52	6.33	有限合伙
9	珠海歌斐万乾股权投资基金(有限合伙）	20,836.39	5.62	有限合伙
10	珠海君雅股权投资中心	19,932.15	5.38	有限合伙
11	前海股权投资基金（有限合伙）	20,000.00	5.39	有限合伙
12	深圳市平安置业投资有限公司	14,750.00	3.98	有限合伙
13	芜湖歌斐资产管理有限公司	6,328.70	1.71	有限合伙
14	深圳市晓扬科技投资有限公司	4,000.00	1.08	有限合伙
15	深圳市领信基石股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	4,000.00	1.08	普通合伙
16	湖州冉源腾骥投资管理合伙企业（有限合伙）	3,000.00	0.81	有限合伙
17	莘县乾富昇顺企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	1,300.00	0.35	有限合伙
合计		**370,750.00**	**100.00**	**-**

4、铭望投资

基本情况	
中文名称	萍乡市铭望投资中心（有限合伙）
执行事务合伙人	宋新兴
设立日期	2017 年 10 月 27 日
主要经营场所	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区公园中路 263 号
经营范围	受托资产管理（不含金融资产及其他限制项目）、股权投资、投资顾问、投资咨询、企业管理咨询、财务顾问（以上不含限制项目）。（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）(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)
合伙人构成	发行人员工

铭望投资的权益结构如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型	取得股权时在发行人担任的职务
1	宋新兴	0.750	0.10	普通合伙人	营销中心督查总监
2	严剑	495.263	66.03	有限合伙人	副总经理
3	严珍恩	20.000	2.67	有限合伙人	行政中心行政经理
4	甘毅	15.000	2.00	有限合伙人	质量中心经理
5	彭红	15.000	2.00	有限合伙人	仓储物流中心经理
6	严海青	15.000	2.00	有限合伙人	仓储物流中心原料经理
7	钟瑞生	15.000	2.00	有限合伙人	工程动力中心动力运行经理
8	廖小燕	15.000	2.00	有限合伙人	生产中心 PMC 经理
9	龙小宇	15.000	2.00	有限合伙人	生产中心一厂经理
10	李卫华	15.000	2.00	有限合伙人	生产中心一厂经理
11	林志强	15.000	2.00	有限合伙人	生产中心二厂经理
12	张光海	15.000	2.00	有限合伙人	行政中心信息经理
13	周国新	15.000	2.00	有限合伙人	技术中心经理
14	付轲	7.000	0.93	有限合伙人	质量中心检验室主任
15	艾慧桢	7.000	0.93	有限合伙人	质量中心精密仪器技工
16	严滔涛	7.000	0.93	有限合伙人	仓储物流中心电商服务主任
17	钟增军	7.000	0.93	有限合伙人	工程动力中心项目主任
18	贺正求	7.000	0.93	有限合伙人	工程动力中心包装设备主任
19	李克胤	7.000	0.93	有限合伙人	生产中心原料精选主任
20	文智	7.000	0.93	有限合伙人	行政中心信息主任
21	叶芳	7.000	0.93	有限合伙人	行政中心副董事长助理
22	王帆	7.000	0.93	有限合伙人	行政中心行政主任
23	张桂英	7.000	0.93	有限合伙人	技术中心助理工程师
24	严建生	7.000	0.93	有限合伙人	技术中心研发主任
25	杨萍	7.000	0.93	有限合伙人	项目中心总监助理
合计		**750.0130**	**100.00**	**—**	

铭望投资系发行人员工成立的用于持有发行人股权的主体，其投资资金来自全体合伙人的自有资金，不存在向他人募集资金的情形，也未委托基金管理人进行管理，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规定的私募基金或私募基金管理人，不需要履行相应的登记备案程序。

5、铭益投资

基本情况

中文名称	萍乡市铭益投资中心（有限合伙）
执行事务合伙人	宋新兴
设立日期	2017 年 10 月 27 日
主要经营场所	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区公园中路 263 号
经营范围	受托资产管理（不含金融资产及其他限制项目）、股权投资、投资顾问、投资咨询、企业管理咨询、财务顾问（以上不含限制项目）。（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）(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)
合伙人构成	发行人员工

铭益投资的权益结构如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型	取得股权时在发行人担任的职务
1	宋新兴	0.750	0.10	普通合伙人	营销中心督查总监
2	严剑	275.766	36.77	有限合伙人	副总经理
3	贾光耀	40.000	5.33	有限合伙人	营销中心销售经理
4	任德宝	36.000	4.80	有限合伙人	营销中心销售经理
5	萍乡市乙庆企业管理服务有限公司	30.000	4.00	有限合伙人	萍乡市乙庆企业管理服务有限公司股东陈乙庆任发行人工程动力中心总监
6	冯建斌	28.000	3.73	有限合伙人	营销中心销售经理
7	樊万斌	27.000	3.60	有限合伙人	营销中心销售经理
8	张军强	25.000	3.33	有限合伙人	营销中心产品经理
9	杨清华	24.000	3.20	有限合伙人	营销中心销售经理
10	王强	24.000	3.20	有限合伙人	营销中心销售经理
11	董万国	23.000	3.07	有限合伙人	营销中心销售经理
12	魏科	22.000	2.93	有限合伙人	营销中心销售经理
13	施丽娟	22.000	2.93	有限合伙人	营销中心销售经理
14	范经鲁	22.000	2.93	有限合伙人	营销中心销售经理
15	徐建军	21.000	2.80	有限合伙人	营销中心销售经理
16	谢义先	21.000	2.80	有限合伙人	技术中心副总监
17	张丽	20.000	2.67	有限合伙人	营销中心电商运营经理
18	秦敏娜	16.000	2.13	有限合伙人	营销中心销售经理
19	刘淦卿	15.000	2.00	有限合伙人	营销中心销售经理
20	陈贺男	10.500	1.40	有限合伙人	营销中心销售经理
21	刘峰	10.000	1.33	有限合伙人	营销中心销售经理
22	梁晋阳	10.000	1.33	有限合伙人	营销中心销售经理
23	杨学森	10.000	1.33	有限合伙人	营销中心电商运营专员
24	赵树立	10.000	1.33	有限合伙人	营销中心电商仓库主管

25	王丽	7.000	0.93	有限合伙人	营销中心销管经理
合计		**750.016**	**100.00**	—	

铭益投资系发行人员工成立的用于持有发行人股权的主体，其投资资金来自全体合伙人的自有资金，不存在向他人募集资金的情形，也未委托基金管理人进行管理，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规定的私募基金或私募基金管理人，不需要履行相应的登记备案程序。

6、铭智投资

基本情况	
中文名称	萍乡市铭智投资中心（有限合伙）
执行事务合伙人	宋新兴
设立日期	2017 年 10 月 27 日
主要经营场所	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区公园中路 263 号
经营范围	受托资产管理（不含金融资产及其他限制项目）、股权投资、投资顾问、投资咨询、企业管理咨询、财务顾问（以上不含限制项目）。（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）(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)
合伙人构成	发行人员工

铭智投资的权益结构如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型	取得股权时在发行人担任的职务
1	宋新兴	60.0000	5.48	普通合伙人	营销中心督导总监
2	张铁强	225.0000	20.55	有限合伙人	董事会秘书
3	严剑	192.0195	17.54	有限合伙人	副总经理
4	梁祥林	75.0000	6.85	有限合伙人	审计中心总监
5	张亦超	60.0000	5.48	有限合伙人	营销中心总监
6	付泽杰	60.0000	5.48	有限合伙人	行政中心总经办经理
7	官晶	55.0000	5.02	有限合伙人	营销中心电商总监
8	范晓波	50.0000	4.57	有限合伙人	技术中心总监
9	丁科	40.0000	3.65	有限合伙人	营销中心 KA 总监
10	曹勇	30.0000	2.74	有限合伙人	质量中心总监
11	汤运庚	25.0000	2.28	有限合伙人	项目中心技改总监
12	谭志辉	25.0000	2.28	有限合伙人	营销中心设计总监
13	华镇宇	25.0000	2.28	有限合伙人	人力资源中心总监
14	方明	20.0000	1.83	有限合伙人	审计中心副总监
15	谢义先	20.0000	1.83	有限合伙人	技术中心副总监
16	涂文莉	20.0000	1.83	有限合伙人	财务中心副总监

17	丁焕明	19.0000	1.74	有限合伙人	项目中心总监
18	彭磊	15.0000	1.37	有限合伙人	行政中心环安工程师
19	张婷	15.0000	1.37	有限合伙人	证券事务部证券事务代表
20	朱丽虹	7.0000	0.64	有限合伙人	审计中心审计员
21	刘新娇	7.0000	0.64	有限合伙人	行政中心副总助理
22	张灵莉	7.0000	0.64	有限合伙人	行政中心董事长秘书
23	徐谊	7.0000	0.64	有限合伙人	财务中心稽核主管
24	冯丹	7.0000	0.64	有限合伙人	财务中心销售会管
25	刘艳辉	7.0000	0.64	有限合伙人	财务中心税务会计主管
26	杨鑫淼	7.0000	0.64	有限合伙人	财务中心主管会计
27	张丽	7.0000	0.64	有限合伙人	采购中心采购主任
28	严金彪	7.0000	0.64	有限合伙人	采购中心采购主任
29	徐珂	1.0000	0.09	有限合伙人	财务中心会计主管
合计		**1,095.0195**	**100.00**	**—**	

铭智投资系发行人员工成立的用于持有发行人股权的主体，其投资资金来自全体合伙人的自有资金，不存在向他人募集资金的情形，也未委托基金管理人进行管理，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规定的私募基金或私募基金管理人，不需要履行相应的登记备案程序。

（二）实际控制人

截至本招股说明书签署日，严斌生持有本公司 74.99%的股权，本公司的实际控制人为严斌生，报告期内公司实际控制人未发生变化。

关于严斌生的基本情况参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署之日，除本公司及子公司外，公司控股股东、实际控制人严斌生未投资其他企业。

（四）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司股东持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、发行人股本的情况

（一）发行前后公司股本变化情况

本次发行前公司总股本 6,991.1831 万股，本次拟首次公开发行不超过 2,330.40 万股社会公众股，占发行后总股本比例不低于 25.00%。假定本次公开发行股数为 2,330.40 万股，则本次发行前后发行人股本变动情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）
一、有限售条件股份					
1	严斌生	5,242.6980	74.99	5,242.6980	56.24
2	红杉铭德	818.1800	11.70	818.1800	8.78
3	严海雁	582.5220	8.33	582.5220	6.25
4	领誉基石	174.7800	2.50	174.7800	1.88
5	铭智投资	73.0013	1.04	73.0013	0.78
6	铭望投资	50.0008	0.72	50.0008	0.54
7	铭益投资	50.0010	0.72	50.0010	0.54
二、无限售条件股份					
8	社会公众股	-	-	2,330.4000	25.00
合计		**6,991.1831**	**100.00**	**9,321.5831**	**100.00**

（二）发行前后前十名股东情况

本次发行前后前十名股东情况详见上表所示。

（三）发行人前十名自然人股东及其在公司担任的职务

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	任职情况
1	严斌生	52,426,980.00	74.99	董事长、总经理
2	严海雁	5,825,220.00	8.33	副董事长、副总经理、董事会秘书

（四）国有股份及外资股份情况

本次发行前公司无国有股份及外资股份。

（五）股东中的战略投资者持股

本次发行前的股东中无战略投资者。

（六）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

公司间接自然人股东严剑、朱丽虹为夫妻关系，间接自然人股东彭红、龙小宇为夫妻关系，直接股东严斌生与间接股东严剑为兄弟关系。上述人员持股主体及其在持股主体中的持股比例如下：

序号	姓名	直接/间接持股主体	直接/间接持股主体股权比例（%）
1	严斌生	甘源食品	74.99
2	严剑	铭智投资	17.54
		铭望投资	66.03
		铭益投资	36.77
3	朱丽虹	铭智投资	0.64
4	彭红	铭望投资	2.00
5	龙小宇	铭望投资	2.00

截至本招股说明书签署日，除上述关联关系之外，公司股东之间不存在其他关联关系。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺参见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、发行人股份流通限制、自愿锁定承诺”及“六、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”相关内容。

八、发行人内部职工股、职工持股会等情况

公司设立以来，未发行过内部职工股，不存在工会持股、职工持股会持股、委托持股、信托持股或股东数量超过二百人的情况。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及构成

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人员工人数为 1,684 人，其具体构成如下：

1、员工专业结构

类别	总人数（人）	所占比例（%）
生产人员	863	51.25
营销人员	545	32.36
行政管理人员	128	7.60
物流人员	105	6.24
财务人员	22	1.31
研发人员	21	1.25
总计	**1,684**	**100.00**

2、员工受教育程度

类别	总人数（人）	所占比例（%）

研究生及以上	2	0.12
大学本科	163	9.68
大专	353	20.96
中专及以下	1,166	69.24
合计	**1,684**	**100.00**

3、员工年龄分布

类别	总人数（人）	所占比例（%）
30 岁及以下	335	19.89
31-40 岁	686	40.74
41-50 岁	570	33.85
51 岁及以上	93	5.52
合计	**1,684**	**100.00**

（二）员工社会保障及福利情况

公司实行全员劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司严格按照国家的有关规定参加社会保障体系，执行养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等社会保险制度及住房公积金管理制度。

1、员工社保和住房公积金缴纳比例

发行人员工主要在萍乡缴纳社保及住房公积金，萍乡地区社保及住房公积金缴纳比例如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）
养老保险	19.0	8.0	19.0	8.0	19.0	8.0	19.0	8.0
医疗保险	6.0	2.0	6.0	2.0	6.0	2.0	6.0	2.0
失业保险	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
生育保险	1.0	-	0.5	-	0.5	-	0.5	-
工伤保险	1.0	-	1.0	-	1.0	-	1.0	-
住房公积金	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0

注：养老保险单位缴存比例自 2019 年 5 月开始改为 16%，工伤保险单位缴存比例自 2019 年 5 月开始改为 0.7%

2、报告期内各期社保和住房公积金缴纳金额情况

报告期内，发行人及子公司社保和住房公积金缴纳金额（公司缴纳部分）统计如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
养老保险	481.81	925.58	576.11	278.40
医疗保险	177.32	280.79	183.19	79.49
工伤保险	23.85	50.79	34.32	17.10
失业保险	13.06	23.94	15.53	8.76
生育保险	26.11	36.49	15.59	6.13
住房公积金	132.74	284.26	85.24	1.77

3、员工社保缴纳人数情况

报告期各期末，发行人及其子公司的社保缴费人数情况如下：

单位：人

项目	2019 年 6 月	2018 年 12 月	2017 年 12 月	2016 年 12 月
在册员工	1,684	1,814	1,636	1,698
养老保险	1,466	1,507	1,159	702
医疗保险	1,482	1,533	1,181	798
工伤保险	1,512	1,654	1,195	935
失业保险	1,481	1,535	1,148	772
生育保险	1,481	1,536	1,152	777

注：在册员工人数与境内实缴人数差异原因为由其他单位购买、新入职员工入职当月未能购买等。

4、员工住房公积金缴纳人数情况

报告期各期末，发行人及其子公司的住房公积金缴费人数情况如下：

时间	在册员工人数（人）	境内实缴人数（人）
2019 年 1-6 月	1,684	1,600
2018 年度	1,814	1,695
2017 年度	1,636	1,352
2016 年度	1,698	10

注：在册员工人数与境内实缴人数差异原因为由其他单位购买、新入职员工入职当月未能购买等。

5、相关政府主管部门出具的证明情况

（1）社保主管部门出具的证明

萍乡市人力资源和社会保障局分别于 2019 年 1 月 8 日和 2019 年 7 月 18 日出具《证明》，确认发行人自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 7 月 18 日期间，不存在因违反劳动法律法规和社会保险方面的法律法规被行政处罚的情况。

（2）住房公积金主管部门出具的证明

2019 年 1 月 7 日，萍乡市住房公积金管理中心分别于 2019 年 1 月 7 日和 2019

年 7 月 18 日出具《证明》，确认发行人自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 7 月 18 日期间，单位账户状态正常，未受到该中心行政处罚。

6、控股股东、实际控制人出具的承诺

为充分保护公众投资者的利益，严斌生作为甘源食品的控股股东和实际控制人，就发行人上市之前的社会保险和住房公积金情况作出如下承诺：

如因发行人或发行人的子公司在首次公开发行股票并上市前未及时、足额为其员工缴纳社会保险费用、住房公积金而使得发行人受到任何追缴、处罚或损失的，本人将无条件全额补偿因发行人及子公司补缴社会保险费用和住房公积金导致发行人承担的全部损失，以确保发行人及子公司不会因此遭受任何损失，并保证日后不会就此事向发行人及子公司进行追偿。

十、发行人、发行人的股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人等证券服务机构作出的重要承诺、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

具体参见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、发行人股份流通限制、自愿锁定承诺”及“六、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”。

（二）稳定股价及股份回购的承诺

具体参见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案”。

（三）关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

具体参见本招股说明书之“重大事项提示”之“五、关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺”。

（四）避免同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人严斌生已向发行人出具《避免同业竞争的承诺函》，承诺不从事与发行人业务存在同业竞争的经营活动。具体内容请详见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“二、（二）控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺”。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体参见本招股说明书之“重大事项提示”之“七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（六）相关责任主体承诺事项的约束措施

具体参见本招股说明书之“重大事项提示”之“八、相关责任主体承诺事项的约束措施”。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务及其变化情况

（一）主营业务

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为以籽类[2]炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业，目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的多品类休闲食品组合。

公司对传统籽类休闲食品的口味配方、工艺路线、生产设备、包装材料和营销手段进行了改良和创新，实现了籽类休闲食品从手工作坊制作到生产自动化、标准化与品牌化运营的转变，确立了公司在瓜子仁、青豌豆、蚕豆等籽类休闲食品市场的领导地位。报告期内，公司以标准化自主生产为基础，以品牌化运营和全渠道销售为通路，打造多样化、新风味休闲零食市场，有效满足消费者多元化休闲食品的需求。

公司产品销售已覆盖至全国各地区，形成了以经销商为主，电子商务为辅的营销体系。截至 2019 年 6 月 30 日，公司合作的经销商超过 1,000 家。同时，公司在天猫、京东等各大主流电商平台拥有多家线上旗舰店，近年来线上收入保持较快发展。

公司通过了 HACCP 体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证等，构建了完善的质量控制体系。公司通过对原料采购、生产、储存及销售的全过程进行监控，以保证各环节间可相互追查为原则，有力保障了公司产品的食品质量安全。公司是省级农业产业化龙头企业，先后荣获中国食品工业协会坚果炒货委员会副会长单位、江西省著名商标、江西省专精特新中小企业、江西省工信委示范企业、江西省智能制造试点示范企业、江西省电子商务示范企业、江西省食品协会副会长单位等荣誉称号。

[2]籽类：根据食品安全标准 GB19300-2014“坚果与籽类食品”，籽类指瓜、果、蔬菜、油料等植物的籽粒，包括葵花籽、西瓜籽、南瓜籽、花生、蚕豆、豌豆、大豆等。

（二）主要产品及用途

目前公司主要产品分为三大类：籽类炒货包括瓜子仁、蚕豆、青豌豆和花生等；坚果果仁包括核桃、杏仁、开心果、夏威夷果和松子等；谷物酥类包括米酥、锅巴、麻花、江米条等。其中籽类炒货和坚果果仁属于休闲食品行业坚果炒货细分品类，谷物酥类产品属于休闲食品行业其他类。

系列	产品展示
籽类炒货	
坚果果仁	
谷物酥类	

（三）主营业务自设立以来的变化情况

发行人自成立以来，主营业务未发生重大变化。

二、公司所处行业的基本情况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为“制造业”之“农副食品加工业”（分类代码：C13）。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），公司属于“C 制造业”大类，“C13 农副食品加工业”中类下的“C1373 水果和坚果加工”小类。

（一）行业主管部门、行业监管体制和主要政策

1、行业主管部门与监管体制

休闲食品行业的行政主管部门包括国家市场监督管理总局、商务部及各级商务主管部门。其中，国家市场监督管理总局主要负责市场综合监督管理、市场主体统一登记注册、组织和指导市场监管综合执法工作、反垄断统一执法、监督管理市场秩序、产品质量安全监督管理、食品安全监督管理等；商务部及各级商务主管部门的主要职责是推进食品流通产业结构调整，指导食品流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，推动物流配送、电子商务等现代流通方式的发展等。

行业相关的自律组织主要为中国食品工业协会，其主要职能包括：履行统筹、规划职能；发布运行信息，引导行业发展；推动食品工业科技进步；与地方政府合作共建，推动食品工业特色园区发展；抓好产品质量和食品安全；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、行业主要法律法规

为保障行业的规范化发展，国家结合行业的具体情况，相继出台了多项行业管理规定，对食品安全、消费者权益、产品质量、食品添加剂等行业的多个重要方面进行了制度规范，主要法律法规如下：

行业主要法律法规

序号	生效时间	文件名	发文单位	主要相关内容
1	2018 年 12 月	《中华人民共和国食品安全法》（2018 年修订）	全国人民代表大会常务委员会	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。
2	2018 年 1 月	《中华人民共和国标准化法》（2017 年修订）	全国人大	对标准的制定，实施及法律责任进行了说明，以加强标准化工作，提升产品和服务质量，促进科学技术进步，保障人身健康和生命财产安全，维护国家安全、生态环境安全、提高经济社会发展水平。
3	2017 年 3 月	《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》	国家食品药品监督管理总局	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。

序号	生效时间	文件名	发文单位	主要相关内容
4	2016 年 10 月	《食品生产许可审查通则》	国家食品药品监督管理总局	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、主要生产设备设施、食品类别发生变化的，必须进行现场核查等。
5	2016 年 10 月	《网络食品安全违法行为查处办法》	国家食品药品监督管理总局	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食品生产经营者备案、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。
6	2016 年 2 月	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2009 年发布，2016 年修订）	国务院	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。
7	2015 年 9 月	《食品召回管理办法》	国家食品药品监督管理总局	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，鼓励和支持公众对不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。
8	2014 年 9 月	《国务院办公厅关于进一步加强食品药品监管体系建设有关事项的通知》	国务院办公厅	提出健全从中央到地方直至基层的食品药品监管体制，建立覆盖从生产加工到流通消费全过程的最严格监管制度，同时加强基层监管执法和技术力量，健全食品药品风险预警、检验检测、产品追溯等技术支撑体系，确保各级食品药品监管机构有足够力量和资源有效履行职责等。
9	2014 年 6 月	《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》	国家卫生和计划生育委员会	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理准则。
10	2009 年 10 月	《食品标识管理规定》（质检总局令第 123 号）	国家质量监督检验检疫总局	配料清单中各种配料应当按照生产加工食品时加入量的递减顺序进行标注，具体标注方法按照国家标准的规定执行；在食品中直接使用甜味剂、防腐剂、着色剂的，应当在配料清单食品添加剂项下标注具体名称。
11	2007 年 7 月	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	国务院	加强食品等产品安全监督管理，进一步明确生产经营者、监督管理部门和地方人民政府的责任，加强各监督管理部门的协调、配合，保障人体健康和生命安全。
12	2006 年 11 月	《零售商供应商公平交易管理办法》（商务部 2006 年第 17 号令）	商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局等 5 部门	鼓励零售商与供应商在交易中采用商务主管部门和工商行政管理部门推荐的合同示范文本；零售商不得滥用优势地位从事不公平交易行为和妨碍公平竞争的行为。

序号	生效时间	文件名	发文单位	主要相关内容
13	2005 年 9 月	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则》（试行）（质检总局令第 79 号）	国家质量监督检验检疫总局	实行食品质量安全市场准入制度，从事食品生产加工的企业，必须具备保证食品质量安全必备的生产条件，按规定程序获取工业产品生产许可证，所生产加工的食品必须经检验合格并加印（贴）食品质量安全市场准入标志后，方可出厂销售。

3、行业主要产业政策

随着经济的不断发展、人们生活水平的日益提高，休闲食品市场不断发展成熟，市场规模及覆盖消费者群体不断扩大。整个休闲食品行业处于重要战略机遇期，面临市场空间持续扩大、高新技术应用加速、新兴食品行业孕育成长等重大机遇，国家也相继出台了多项产业政策，对产业的健康有序发展起到重要指导作用。近年来推出的主要产业政策如下：

行业主要产业政策

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
2017 年 6 月	科技部	《“十三五”食品科技创新专项规划》	重点发展食品高新技术产业，提升食品产业竞争力；优化食品科技创新平台布局，培养食品科技人才，提升食品科技创新能力；推进食品产业科技发展，构筑食品科技创新先发优势；加强全链条过程控制，提高食品安全保障水平；全面提升国际合作交流水平，增强自主研发能力与国际竞争力；强化技术成果转化服务，实现科研成果产业化。
2017 年 4 月	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》	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 2 月	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，着力解决人民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 1 月	发改委、工信部	《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。
2016 年 12 月	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	发文单位	文件名	主要相关内容
2016 年 12 月	国务院	《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》	将农产品加工业纳入“互联网+”现代农业行动，利用大数据、物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术，培育发展网络化、智能化、精细化现代加工新模式等。
2016 年 4 月	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。

4、行业主要质量控制标准

行业内采用的主要质量控制标准如下表所示：

行业主要质量控制标准

类别	序号	标准编号	名称
卫生规范	1	GB14881-2013	食品安全国家标准食品生产通用卫生规范
	2	GB31621-2014	食品安全国家标准食品经营过程卫生规范
	3	GB/T29647-2013	坚果与籽类炒货食品良好生产规范
	4	GB17404-2016	膨化食品生产卫生规范
	5	GB8957-2016	糕点、面包卫生规范
	6	GB8956-2016	蜜饯生产卫生规范
食品相关产品标准	1	GB14930.1-2015	食品安全国家标准洗涤剂
	2	GB14930.2-2012	食品安全国家标准消毒剂
	3	GB31604.1-2015	食品安全国家标准食品接触材料及制品迁移试验通则
	4	GB4806.1-2016	食品安全国家标准食品接触材料及制品通用安全要求
	5	GB4806.7-2016	食品安全国家标准食品接触用塑料材料及制品
	6	GB4806.9-2016	食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品
通用标准	1	GB2760-2014	食品安全国家标准食品添加剂使用标准
	2	GB2761-2017	食品安全国家标准食品中真菌毒素限量
	3	GB2762-2017	食品安全国家标准食品中污染物限量
	4	GB2763-2016	食品安全国家标准食品中农药最大残留限量
	5	GB9685-2016	食品安全国家标准食品接触材料及制品用添加剂使用标准
	6	GB14880-2012	食品安全国家标准食品营养强化剂使用标准
	7	GB7718-2011	食品安全国家标准预包装食品标签通则
	8	GB28050-2011	食品安全国家标准预包装食品营养标签通则
	9	GB29924-2013	食品安全国家标准食品添加剂标识通则
	10	GB5749-2006	生活饮用水卫生标准

类别	序号	标准编号	名称
	11	GB29921-2013	食品安全国家标准食品中致病菌限量
认证标准	1	CAC/RCP1-1969,Rev.4-2003	食品卫生通用规范
	2	GB/T19538-2004	危害分析与关键控制点（HACCP）体系及其应用指南
	3	GB/T19001-2008/ISO9001:2008	质量管理体系要求
	4	GB/T22000-2006	食品安全管理体系食品链中各类组织的要求
	5	GB/T27341-2009	危害分析与关键控制点（HACCP）体系食品生产企业通用要求
	6	GB/T33300-2016	食品工业企业诚信管理体系
	7	GB/T23001-2017	信息化和工业化融合管理体系要求
产品标准	1	GB/T22165-2008	坚果炒货食品通则
	2	GB19300-2014	食品安全国家标准坚果与籽类食品
	3	GB17401-2014	食品安全国家标准膨化食品
	4	GB/T22699-2008	膨化食品
	5	GB19640-2016	食品安全国家标准冲调谷物制品
	6	GB/T20977-2007	糕点通则
	7	GB7099-2015	食品安全国家标准糕点、面包
原料辅料标准	1	GB/T10459-2008	蚕豆
	2	GB1352-2009	大豆
	3	GB/T10460-2008	豌豆
	4	GB/T1532-2008	花生
	5	GB/T11764-2008	葵花籽
	6	GB2716-2018	植物油
	7	GB15680-2009	棕榈油
	8	GB/T317-2006	白砂糖
	9	GB/T1355-1986	小麦粉
	10	GB2721-2015	食用盐
包装材料	1	GB9683-1988	复合食品包装袋卫生标准
	2	GB/T10004-2008	包装用塑料复合膜、袋干法复合、挤出复合
	3	GB/T6543-2008	运输包装用单瓦楞纸箱和双瓦楞纸箱
检验方法，检测依据	1	GB4789.1-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验
	2	GB4789.2-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验菌落总数测定
	3	GB4789.3-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验大肠菌群计数
	4	GB4789.4-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验沙门氏菌检验
	5	GB15979-2002	一次性使用卫生用品卫生标准
	6	GB5009.3-2016	食品安全国家标准食品中水分的测定
	7	GB5009.12-2017	食品安全国家标准食品中铅的测定
	8	GB5009.123-2014	食品安全国家标准食品中铬的测定

类别	序号	标准编号	名称
	9	GB5009.15-2014	食品安全国家标准食品中镉的测定
	10	GB4789.15-2016	食品安全国家标准食品微生物学检验 霉菌和酵母计数
	11	GB4789.26-2013	食品安全国家标准食品微生物学检验 商业无菌检验

（二）行业发展概况

休闲食品俗称“零食”，是人们在闲暇、休息时所吃的非主食类食品，休闲食品在流通产品属性上，归属于快速消费品。

按照目前国民经济统计分类标准，食品工业分为 4 大类（农副食品加工业，食品制造业，酒、饮料和精致茶制造业，烟草制品业）、21 中类、56 小类，休闲食品不在国家统计分类的范畴内，没有严格的统计数据表述行业状况。但从休闲食品的生产原料、加工工艺、包装形式、消费行为的角度来考虑，休闲食品行业主要集中分布在食品制造业和农副食品加工业，具体如下：食品制造业中的焙烤食品制造；糖果、巧克力及蜜饯制造；方便食品制造；罐头食品制造以及农副食品加工业中的肉制品及副产品加工；蔬菜、水果和坚果加工；鱼糜制品及水产品干腌制加工等。[3]

本文休闲食品行业品类及市场数据，主要引用 Euromonitor 的统计口径。一般分为如下几类：烘焙食品、糖果巧克力、坚果炒货、膨化食品、饼干和其他等大类[4]。

1、休闲食品市场已初具规模，仍有较大提升空间

随着人均收入的提高和消费升级的持续，人们对休闲食品的消费逐渐增多，休闲食品的市场规模稳步提升。根据 Euromonitor 统计，2011 年至 2016 年，中国休闲食品市场规模从 3,109 亿元增长至 4,493 亿元，年均复合增长率达到 7.7%。从长期来看，随着消费趋势的升级和人均收入的提高，休闲食品市场规模有望持续增长。

近年来，尽管休闲食品市场规模发展迅速，但中国休闲食品的人均消费量和人均消费额与其他国家相比仍存在较大差距。2015 年中国休闲食品人均消费量为 2.15 千克，相比日本、英国和美国的人均消费 5.63 千克、9.53 千克和 13.03

[3]《中国食品工业年鉴 2015》之《中国休闲食品行业发展状况》
[4]《未来 5 年中国休闲食品行业现状预测及分析》
http://www.sugarinfo.net/front/infosend/colligate/topicsClickAction.do?topicsID=212946&source=mobile

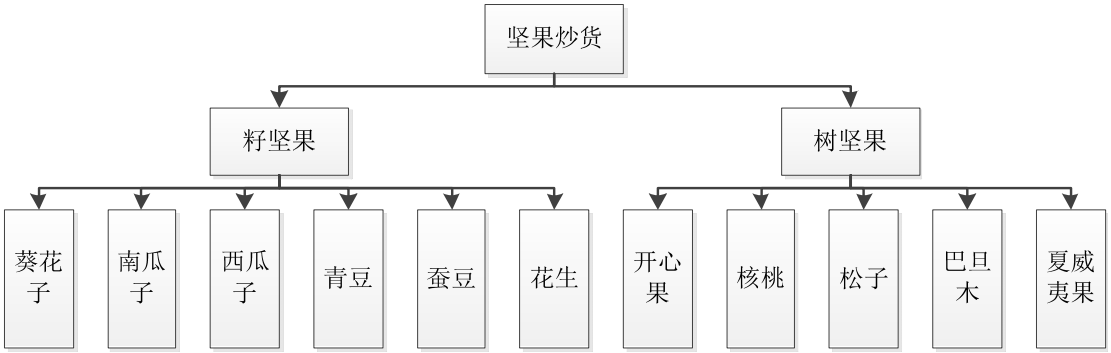
千克，依旧差距较大。另一个方面，从人均消费额来看（按 2015 年度平均汇率折算），2015 年中国休闲食品人均消费额为 75.28 元，远远低于日本、英国和美国的人均消费额 501.40 元、742.05 元和 859.86 元[5]。因此，中国休闲食品的人均消费量和人均消费额均有较大的提升空间。

2、坚果炒货已成为休闲食品的主要品类，市场潜力巨大

（1）坚果炒货是健康休闲食品的代表，消费量高速增长

根据原材料的不同，坚果可大致分为籽坚果和树坚果两大类，其中籽坚果即籽类炒货，主要包括葵花籽、西瓜子、南瓜子、花生、蚕豆等；树坚果即坚果果仁，包括核桃、山核桃、碧根果、开心果、松子、巴旦木、夏威夷果等。2007 年，美国 FDA 向全球发布坚果食品具有 5 大健康功能，我国政府发布的《中国居民膳食指南》也将坚果籽类食品列入其中，2016 年 5 月国家卫生计生委发布最新的《中国居民膳食指南 2016》，再一次将坚果与籽类食品列入日常膳食结构表中（每人每天推荐食用量为 25-35 克）。

坚果炒货类产品分类



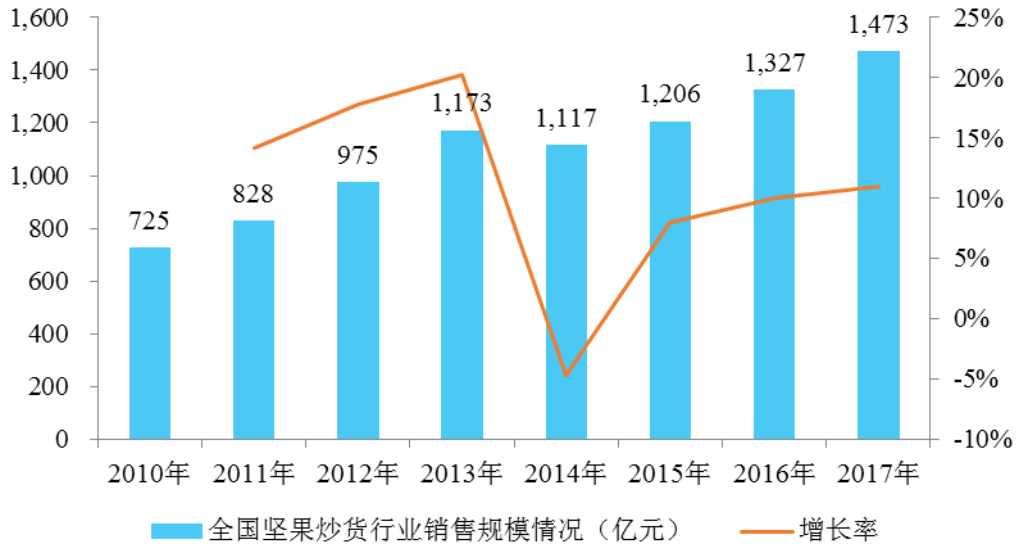
我国的休闲食品行业规模潜力巨大，但各品类发展程度不一，以烘焙食品、糖果巧克力、膨化食品、饼干等休闲食品为主的主流市场竞争激烈，市场份额被国际休闲食品巨头占据。与之相比，坚果炒货在销售规模、工业化生产等方面处于发展初期，行业集中度不高，是国际巨头尚未形成优势地位的蓝海区域，具有巨大的发展空间。

坚果炒货含有丰富的脂肪、糖类、蛋白质、多种维生素和矿物质，是健康类休闲食品的典型代表。受益于健康化的消费趋势，坚果炒货消费量高速增长，根

[5]《休闲食品增长态势可持续，新品类新零售带来新机遇》2017 年 7 月，国海证券

据坚果炒货专业委员会数据显示，坚果炒货行业规模以上企业市场规模从 2010 年的 725 亿元，攀升至 2017 年的 1,473 亿元。

2010-2017 年我国坚果炒货行业销售规模情况



数据来源：坚果炒货专业委员会

（2）坚果品类升级，市场向工艺复杂化和产品复合化方向发展

坚果炒货市场大致可分为籽类炒货市场和树生坚果市场。经过多年的发展，传统手工作坊式的籽类炒货市场竞争力趋弱，无法满足多元化的消费需求，而在新工艺、新技术、自动化生产等行业变革的驱动下，标准化、品牌化的籽类炒货市场正在加速发展，并将逐步取代传统手工作坊式的籽类炒货市场。同时，由于树生坚果富含蛋白质、脂肪、矿物质等多种营养物质，我国树生坚果市场规模也在快速增长。此外，树生坚果市场价格更高，带动了坚果炒货类价格的上升，从而提高坚果炒货行业的整体均价。

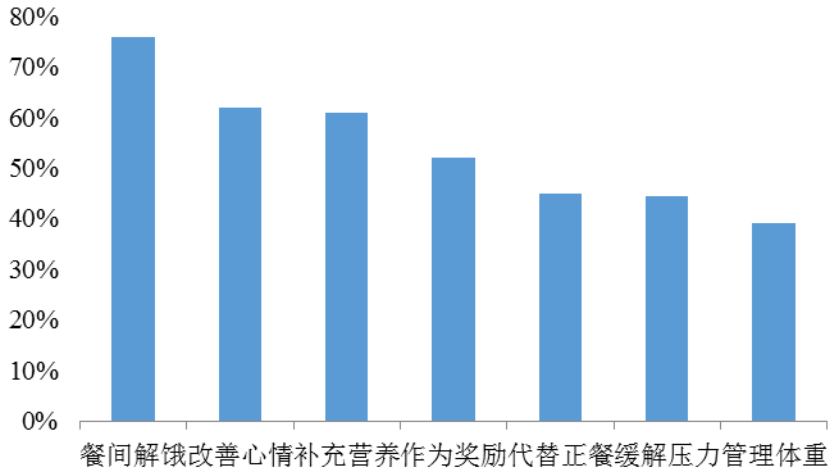
从产品形态上看，坚果炒货品类的产品形态较为原始，多数休闲食品等坚果品类属于农副产品加工，以坚果为原料制作精加工食品产品的企业较少，产品成熟度低，因此，市场一般通过“营养均衡化”、“口味多样化”等方式提升产品吸引力，实现坚果产品品类精细化开发，并通过组合销售满足多样化、个性化需求，有效提高产品附加值和行业利润水平。

3、休闲食品消费需求多样化，新品类层出不穷

从主力消费人群角度观察，23-35 岁人群是休闲零食主要消费群体，19-22 岁人群在休闲零食上的消费占比也在不断增加，上述中青年是休闲零食消费的主

力军。此类消费者对于休闲食品的品种和品质的需求不断增长，消费动机亦更加复杂，不再满足于零食简单的用于消遣，而是不断追求能满足功能化、个性化的需求。

消费者消费零食的动机



数据来源：尼尔森

随着主力消费人群结构的年轻化、消费需求的多元化，休闲食品的品类变得更加丰富，休闲食品的消费场景更加多样化。从品类上看，休闲食品的品类处于不断扩充阶段，即一切非正餐、可代餐等食品都可能被休闲零食化，由过往单一品类食材发展出多样化、多品类的食材，如综合果仁、酥类和果仁的搭配等；从消费场景来看，休闲零食的消费场景更加丰富，如家庭茶几零食、办公室代餐、出游分享零食、运动零食等。

4、休闲食品行业呈现本土化发展

最初我国休闲食品行业产品比较单一，主要以作坊式生产为主，代表是街边炒货摊位。近年来通过引进国外先进生产设备，国内本土化企业的产量及生产工艺均得到了较大幅度的提升，休闲食品行业初步实现工业化。近年来，凭借成熟的工艺、标准化的生产能力和先进的管理理念，本土规模化企业迅速占领我国休闲食品各细分市场，尤其是在坚果炒货领域，培育了多个较为优秀的民族品牌。随着我国休闲食品工业技术的发展和消费升级，休闲食品行业呈现出本土化发展的良好势头。

（三）行业发展趋势

1、生产趋于自动化、标准化

过去，我国休闲食品行业在制作加工过程中的机械化、自动化水平普遍不高，尤其是在传统炒货领域，大部分由农户、家庭作坊、小工厂的手工翻炒或油炸制作而成，产品标准不一，质量不稳定，产量不成规模；近年来，随着行业的发展和集中度的提升，越来越多的自动化生产设备被用于食品制造领域，浸泡、油炸、裹粉、调味、冷却、包装、金检等各种工序以流水线的生产模式进行自动化生产，大大节省了人工成本，并提高了生产效率和产品质量。同时，国家的行业标准不断出台和执行，休闲食品企业在加工标准、生产工艺标准、产品标准、质量检测标准等多方面更加规范化、标准化，并通过引进国内外先进的生产设备，不断提升产品的质量管理水平和自动化生产能力。未来，随着人力成本的上升和消费者需求的多元化，休闲食品行业的生产水平将更加自动化、标准化。

2、产品趋于营养化、多样化

随着食品加工工艺的精进、休闲食品原料的丰富以及消费者需求的变化，休闲食品由过去传统非营养类主食，过渡到日常营养平衡膳食低热量、低脂肪、低糖的休闲食品；由品种口味单一，逐渐向风味型、营养型的方向转化。未来随着生活水平提高、食品安全意识增强，营养类休闲食品将成为主流。

3、竞争趋于差异化、品牌化

休闲食品行业的市场前景广阔，发展潜力大，但随着各个细分领域的市场竞争日趋激烈，企业利润趋于平均化，行业整合、市场细分正在形成。为了避免产品同质化，越来越多的休闲食品企业开始实施差异化战略，通过品牌形象的差异化、产品核心诉求的差异化、分销渠道的差异化等方式实现与其他竞品有效区隔。一方面，通过差异化特征来建立自身的细分市场产品优势，满足消费者多样化的需求；另一方面，通过产品创新、快速规模化和精准营销不断提升市场占有率和品牌影响力，保障可持续性发展。随着行业的不断发展，行业竞争将逐渐从价格竞争转化为差异化和品牌化竞争。

4、渠道趋于全面化、融合化

线下渠道体验感强、购物及时、便利，线上渠道成本低，能突破地域限制，两类渠道各有优势。未来，无论是单纯走线下渠道，还是线上渠道，都无法满足

休闲食品企业快速扩张的需求，企业营销渠道将进入线上线下融合的全渠道扩张阶段。一方面，重视线下渠道的休闲食品企业将通过与天猫、京东等第三平台合作或者搭建自己的电商，来扩大对线上消费者的影响力；另一方面，休闲食品电商企业也开始逐渐布局线下业务，通过线下实体店进一步地贴近消费者，在重塑品牌的同时全方位了解消费者需求，以此辅助线上销售。随着企业自主营销意识的不断增强，新搭建的营销平台将趋于线上线下融合化。

5、管理趋于信息化、精细化

随着消费者安全意识不断提升以及消费需求多元化，信息化系统和柔性供应链在我国食品工业快速发展和应用。通过建立完善的信息化系统，休闲食品企业可以对产业链上下游进行追溯管理，深度参与从原材料采购到终端配送的多个环节，并最终实现采购、生产、质检和销售等流程的有效闭环。同时，企业通过供应链柔性化可以对市场需求变化做出快速响应，低成本调整生产线，满足小规模、多样化的生产需求，实现休闲食品的精细化生产和质量管控。未来，消费者对产品的偏好、问题等前端反馈将通过信息化系统快速传递至企业后端管理平台，以便企业及时调整生产和营销策略，实现资源最优化。

（四）市场供求状况

1、市场需求状况

休闲食品属于典型的快速消费品，行业下游直接面向终端消费者，消费者的购买力和消费偏好对行业需求状况有直接影响。随着国民经济的发展、居民收入水平的提升、消费结构的升级及营销渠道多元化发展，国内消费者对休闲食品的需求日益增长，这为我国休闲食品带来广阔的市场空间。目前，我国休闲食品市场需求呈良性上升态势。

作为休闲食品行业的主力军，坚果炒货的权重占比持续提升，市场发展前景明朗。得益于消费结构升级和购买力的持续提升，坚果炒货市场需求呈现出高品质、重均衡的特点。一方面，高端化消费诉求提升了高品质坚果炒货的需求，企业传统简单的粗加工模式逐步转向深加工和精加工模式，并通过产品服务升级、质量安全保障等对市场需求快速响应；另一方面，消费者愈加重视膳食的均衡和营养价值，坚果炒货产品因富含多种重要营养要素可以作为日常营养平衡膳食的补充，各类个性化的混合类产品、功能性产品需求快速提升。

2、市场供给状况

随着休闲食品行业的多元化、个性化发展，我国休闲食品企业在技术水平、产品质量、产能产量及品牌口碑等方面同样也在不断提升。近年来，在国家产业政策的鼓励和引导下，通过实施技术引进、自主发展、多元化投资等系列措施，休闲食品行业的产品质量、生产技术及管理水平均有较大提高，我国休闲食品行业基本能满足国内市场需求，一批民族休闲食品生产企业在行业内逐步占据领先的市场地位。

在政策支持、自动化技术、物流及信息技术等配套产业日趋成熟的大背景下，坚果炒货行业的产品服务质量、品牌粘性、固定资产投资等都持续提升，形成了较为稳定的市场供给格局。随着坚果炒货市场高品质、营养化需求结构的转变，创新性、精细化、高品质等类别产品的供给将持续提升。

（五）进入行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

随着居民收入不断提高、生活水平不断提升，消费升级的趋势明显，消费者的食品健康安全意识也在不断增强，对休闲食品的质量、口味、营养、功能等方面提出了更高的要求。消费者通常倾向于选购品牌知名度更高的休闲食品品牌，具有良好品牌形象的产品在市场进入、获取品牌溢价方面具有独特优势，休闲食品的品牌价值日益凸显。

品牌价值的塑造是一套系统化运营工程，不仅取决于企业标准化能力、自动化水平以及相应的纵深全国的渠道搭建，还需要在品牌推广、产品设计、质控管理等多个环节投入大量人力、物力。此外，品牌形象一旦树立，消费者将会对品牌产生良好的忠诚度。新进入行业的企业，面对成熟企业及品牌的优势，短期内难以获得市场的认可。

2、渠道壁垒

休闲食品企业销售渠道的覆盖面决定了其市场销售情况。优质的企业经过多年的积累与沉淀，形成了成熟的产品分销渠道，拥有完善的销售终端配套服务，其成熟的营销网络体系不仅能够促进产品销售，而且能够在市场营销推广、用户信息反馈、信息系统建设方面形成优势，有助于企业科学合理地实施生产和销售计划。而建立覆盖面广、多层次、渗透力强的渠道，不仅需要资金投入、管理经

验，还需要长期经营。因此，先期进入者对于市场和渠道资源的占有必然会对新进入者构成一定的壁垒。

3、技术壁垒

坚果炒货休闲食品产品丰富多样，产品对应的不同食材、加工方式及口味均有不同的配方和生产工艺。这不仅需要企业快速及时掌握消费者的消费偏好，还需要企业的生产研发人员对现有的产品配方及工艺不断改良创新。此外，业内的优势企业通过多年的发展，建立了企业自身独有的生产技术和标准化的质量控制体系，在产品质量安全性和稳定性方面保持市场领先地位。产品的配方、工艺及改良需要长期的经验积累，新进入企业需要花费较长时间成本和经济成本来完成技术的积累。

4、信息系统壁垒

休闲食品企业流程涉及研发、生产、营销、物流等多个环节，渠道涉及层级多，且链条长、变动频繁，传统企业无法准确及时了解各个环节的关键信息，难以快速响应市场，导致内部工作效率较低。而随着信息技术的快速发展和应用，行业内部分规模企业开始借助信息化手段提升自身的运营管理效率，并通过信息系统建设和追溯管理机制实现了快速连接和管理渠道的商品、价格、促销、库存等信息，在保障产品质量安全的同时，提升了市场需求的响应速度。此外，信息系统的搭建还实现了公司财务信息与业务信息的协调统一，提升了公司整体的运营效率和运营质量。新进入者往往由于资金和行业经验不足，难以快速有效地建立起一套符合自身发展的信息系统。

5、人才壁垒

人才是企业发展的关键，休闲食品企业既需要专业的生产运营团队对产品采购、加工运营、质量控制、仓储物流配送等各个环节进行精细化管理和全程把控，也需要专业的销售团队搭建线上线下相融合的营销平台，更需要经验丰富、了解食品行业发展趋势以及制定未来战略发展规划的管理团队。休闲食品企业生产运营管理过程中专业人才的积累对新进入者参与市场竞争提出了挑战。

6、政策监管壁垒

随着行业的发展，监管部门和民众对食品安全越来越重视，休闲食品行业的监管体系不断健全，行业标准日趋完善。《中华人民共和国食品安全法》、《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》等法律、法规的相继出台，

在质量标准、市场准入、生产许可制度等方面对休闲食品的产品生产和产品质量提出了更高的要求。食品生产许可证制度的实施，也使得一些规模小、实力弱、生产手段落后、产品质量差的小企业逐步被淘汰。越来越高的质量安全控制要求和愈加严格的行业监管体系，提高了行业进入的门槛。

（六）行业利润水平的变动趋势及变动原因

休闲食品作为日常快速消费品，属于弱经济周期行业，行业利润水平保持稳定状态。休闲食品行业产品种类繁多，不同品种和不同规模的企业利润水平差别较大。行业内企业的利润水平主要受产品价格、生产原材料获取成本、生产方式、企业自身经营效率、技术水平及成本控制能力等因素共同影响。

近年来，行业利润水平呈现以下趋势：1、随着食品生产许可证制度的实施，食品安全监管进一步提高，使得一些规模小、生产手段落后、产品质量差的企业逐步被淘汰，剩下的此类企业也面临利润率水平逐渐走低的趋势。2、具备自主生产能力、技术工艺先进、拥有较高品牌知名度和完善质量管理体系的规模化企业，在食品安全、健康理念以及技术研发上投入更大，其品牌和产品品质更容易获得客户认同。强势品牌企业的产品拥有一定的定价权，此类企业一般具备良好的经营性现金流，具备较强的抗风险能力，利润水平良好。

（七）影响行业发展的有利及不利因素

1、有利因素

（1）法律规范及产业政策为行业发展构建良好环境

在食品质量安全领域，国家相继出台了《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国产品质量法》、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则》等一系列法律法规，对食品的生产、加工、流通等各环节进行规范。同时，针对电商等新兴模式，国家近年来也出台了《网络交易管理办法》、《网络食品安全违法行为查处办法》等一系列政策法令，对线上食品安全、网络交易规则等多个方面进行约束，进一步规范休闲食品的电商销售渠道，有效地保护了消费者以及休闲食品企业的利益，保障行业健康、有序发展。

（2）市场份额继续向优势品牌集中

目前，休闲食品生产企业有两类，一为优势品牌企业，一为传统作坊或者个体经营者。相比成熟的品牌企业，传统作坊生产设备落后，产品品种单一、品质

控制能力差，且在品牌宣传和品质保障方面投入有限，不能给消费者树立信心，因此难以得到消费者的青睐，在市场竞争中处于劣势。

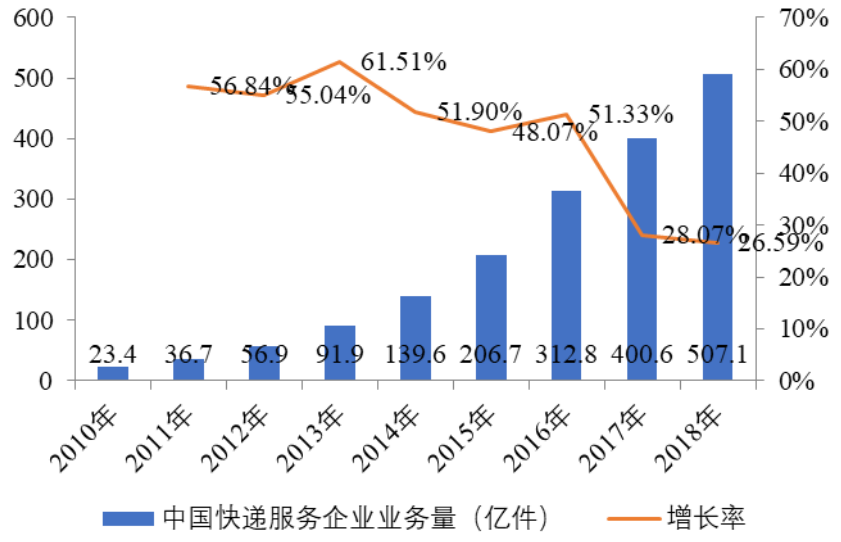
在消费升级和食品安全意识增强的背景下，消费者对优质产品的消费意识普遍增强，信任度和依赖度进一步提高。未来，行业将进行整合与优化，市场竞争优胜劣汰，市场份额将继续向优势品牌企业集中，为品牌企业的发展提供了广阔的发展机遇和成长空间。

（3）物流产业的日益完善为行业发展提供了强有力支持

随着网络零售的兴起，我国休闲食品企业物流呈现小批量、高频次、多点配送和快速配送的特点，需要完善的仓储物流体系来支撑。完善的物流体系是行业发展的必备条件，影响着企业营销网络的铺设和对消费者需求的响应速度。

近年来，我国物流行业取得了较快的发展，物流企业网络覆盖广度和深度不断延伸，物流配送范围不断扩大，物流技术装备水平也迅速提高，商品配送效率大幅提升，全国物流配送体系日益完善。国家邮政总局统计数据显示，2018 年我国快递服务企业业务量累计完成 507.10 亿件，较 2010 年的 23.40 亿件净增长 483.7 亿件，复合年均增长率 46.88%[6]。全国物流配送体系的日益完善为休闲食品行业的发展提供了有力支持。

2010-2018 年我国快递业务发展情况



数据来源：2010-2018 年中华人民共和国国民经济与社会发展统计公告

[6]《中华人民共和国 2018 年国民经济和社会发展统计公报》

（4）消费者营养均衡意识持续提升

随着消费者越来越注重生活品质和营养均衡，消费市场对食品品质、卫生安全等提出了更高的要求。消费者对休闲食品的关注点从种类、数量、口味逐渐转向了绿色、营养和均衡，具有营养均衡的食品受到消费者的青睐，生产企业也开始注重研发安全性和营养性高的产品，多角度、多渠道保证食品的营养均衡，迎合消费者的多样化需求。

在消费升级和食品安全意识增强的背景下，越来越多的生产企业将产业链前端控制纳入生产流程中，并通过信息化手段控制农产品原材料的采购、初加工、生产等全过程，降低食品营养的流失程度，保障食品质量安全。未来，随着消费者营养均衡意识的不断提升，食品安全将得到更加严格的管控，促使行业形成长效健康的安全监管机制。

（5）产品品类的持续创新为行业发展提供新的活力

在市场需求不断多元化的大背景下，为满足快速变化的消费者偏好，巩固竞争优势，企业通常会投入大量精力和资金专注于新产品种类的开发和完善。产品创新一方面有助于企业自身建立更高的品牌知名度，从激烈的市场竞争中脱颖而出，另一方面也为行业发展注入新的活力，为行业长期可持续发展提供源源不断的增长动力。

2、不利因素

（1）受上游主要原材料供应影响较大

本行业企业的主要原材料为青豆、蚕豆、花生、葵花籽、棕榈油等，关联的上游行业主要为上述农副产品种植业。种植面积、气候条件、病虫害等因素将影响农副产品的产量和质量，进而直接给本行业企业的生产经营带来影响。此外，受到中美贸易摩擦的影响，行业部分进口自美国的农产品价格上涨，也将对行业内生产企业带来不利影响。

（2）食品安全问题对行业发展带来不利影响

近年来，食品安全事件时有发生，使得消费者和监管部门对食品安全问题愈加重视。个别企业的不规范生产经营行为将会损害整个行业内企业的信誉，影响整个行业的形象。

（八）行业的技术水平发展情况

近年来，我国食品加工行业的技术装备和生产工艺取得了较大幅度的进步，在部分行业龙头企业的引领下，休闲食品行业正逐步朝工业化、标准化、自动化和规模化生产的方向发展，推动着行业的整体技术水平逐渐提高，具体体现在以下三个方面：

1、生产设备机械化、自动化水平不断提高。作为传统中式工艺的代表，我国休闲食品长期是小作坊生产模式，在制作加工过程中的机械化、自动化水平普遍不高，限制了行业的生产效率。近年来，部分业内领先企业开始针对加工过程中人工操作较多的环节加大了技改力度，将机械化和自动化水平的提高与标准化、规范化的操作流程相结合，从而确保产品的质量和品质的统一。

2、食品质量监管逐渐完善，国家质检总局已对食品企业实施生产许可证制度，从厂址环境、厂房条件、车间布局、机械设备、生产工艺、储存设施、产品检验以及规章制度等方面制定了统一的标准。监管部门陆续对食品安全制定了严格的国家标准，比如：《食品安全国家标准坚果与籽类食品》、《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》等，要求根据不同产品特性对原料进行清洗、制定不同的浸泡时间和清洗次数，添加食用级食品助剂，同时及时研究出相应的检测方法，检测食品添加剂的品种和使用量。

3、行业标准化水平不断提升。行业标准不仅能强化产品的安全质量要求，规范产品市场，更能保护和促进产业的可持续发展。目前，我国针对坚果炒货行业设定多项产品标准，比如：GB19300-2014《坚果与籽类食品》、GB/T22165-2008《坚果炒货食品通则》等，上述标准对坚果炒货行业向规范化、专业化方向发展起到了积极的推动作用。

（九）行业特有的经营模式、行业的周期性、区域性和季节性特征

1、行业经营模式

（1）采购模式

休闲食品行业企业通常采取“以产定购”的采购模式，即根据当期的生产计划制定相应的集中式采购计划，与供应商签订采购合同。在采购策略方面，由于农产品具有时令特点，对于生产收割季节性很强的农产品原材料，供应商企业通常一次性足量采购；对于市场供应充足的大宗农产品及辅料、包装物，企业通常根

据生产计划、安全库存和到货周期，经过询价、比价、议价过程后，择优与合格供应商签订采购协议。

（2）生产模式

休闲食品行业的生产模式可以分为作坊式生产模式和规模化生产模式。

采取作坊式生产模式的小微型企业，主要采用比较传统的生产工艺和简单的设备进行生产，受到技术水平的限制，产品的质量和稳定性较差，市场竞争力不强，主要在生产地区当地进行销售，定价、品牌知名度也较低。

采用规模化经营的企业，在行业内实力较强，结合现代食品加工技术，通过购买或自行研发先进设备，进行规模化生产，通过多重渠道进行销售。在该模式下，企业的特点是产品质量稳定、安全性高；生产工艺先进、技术水平高；产品线丰富、产能产量大。企业在行业内具有较大影响力，部分企业已经发展成为本地区或细分行业的龙头企业。规模化经营的企业将会不断发展壮大，成为本行业发展的中坚力量。

（3）销售模式

行业常见的销售模式主要有经销商模式、个体零售模式、直营商超模式、连锁销售模式以及电商销售模式。

经销商模式是由经销商从企业进货后，再转卖给各地连锁超市、小型超市、便利店、批发市场等渠道的销售模式，生产企业可以利用经销商的渠道辐射面广的特点，将产品在市场上快速铺开，能迅速实现资金回笼。

个体零售模式主要以个体门店为销售渠道，无品牌、无包装，产品卫生、质量无法得到保证，并且个体零售模式销售范围局限于本地市场，随着消费者对休闲食品口味、质量和品牌要求的提高，此类模式市场份额将会逐步缩小。

直营商超模式即通过借助超市、卖场以及便利店推广产品。直营商超模式本质上是通过与商家合作等方式扩大销售渠道，能快速搭建起线下销售网络。

连锁经营模式采用连锁专卖店的形式专业化销售休闲食品，统一采购、统一配送、统一管理是其突出特点。随着消费理念的变化，消费者对产品质量和口味一致性要求较高，连锁经营模式在一定程度上满足了消费者需求。

电商销售模式是近年来兴起的销售模式之一，使用互联网拓宽销售渠道、扩大产品品牌影响力，其本质是线下销售渠道向线上转移，但电商销售模式成本低、

方便快捷，实现了消费者足不出户逛商超的需求，因此一经出现便受到消费者欢迎。

2、行业的周期性、区域性和季节性特征

（1）周期性

随着我国国民经济水平整体显著提高以及消费结构的升级，休闲食品需求持续提升，休闲食品的销售与经济周期的相关性逐渐降低。

（2）区域性

本行业具有一定的区域性特征。在上游供应端，气候条件差异会使原材料产量及品质等方面产生差异；在下游销售端，消费者口味、人均可支配收入、居民购买能力差异和仓储物流等配套设施的健全程度也将导致休闲食品的需求产生区域性差异。但是，未来随着行业快速发展、电商销售占比的不断提高、仓储物流配套设施的不断完善，无论是需求端还是供给端，区域性特征预计都将逐渐淡化。

（3）季节性

休闲食品行业具有较强的季节性。在春节、中秋节、国庆节等假日期间，出于个人消费、旅游和馈赠礼品的需要，休闲食品的销量会有较大幅度的增长。另外，中国自古就有因季择食的传统，受到季节时令的影响，不同品类的休闲食品消费量也会差别较大，如冬季休闲食品销量较大。此外，由于电商渠道的特殊运营模式，“双十一”、“双十二”等固定线上打折促销时期的销量往往呈现爆发式增长。

（十）行业与上下游行业的关联性及相互影响

休闲食品行业同属于农副产品加工业，是产业链的中间环节，上下游关系如下图所示：

休闲食品行业产业链

1、上游行业发展对本行业的影响

本行业上游主要为籽类、坚果、果仁、棕榈油等原料供应商和生产加工厂商，其价格波动受供求关系、国家宏观调控等因素影响，对本行业内企业生产成本有直接影响。目前，部分进口自美国的农副产品还受中美贸易摩擦影响，进口农副产品的价格上涨对行业内企业造成了不利影响。但是从长期市场供给来看，该部分农副产品造成的不利影响将被进口替代或者进口其他国家产品所抵消。

原材料收购价格不但受供求关系影响，也受气候条件和自然、病虫灾害等因素影响。近年来，主要原料种植区的政府为了优化农产品种植结构、提高农民收入，积极引导和鼓励农户种植上述农副产品，种植面积不断扩大，优质原料品种不断推广，对保证行业原料供应起到了积极的作用。

2、下游行业发展对本行业的影响

本行业下游直接面对广大终端消费者，位于整个产业链的末端。当地消费者的购买能力和消费偏好对休闲食品行业的经营具有直接影响。休闲食品企业需要不断了解消费需求，通过产品品种创新和产品口味的不断提升，从而保证消费的粘性和市场覆盖。随着休闲食品逐步营养化、多样化的趋势，产品创新速度和品牌经营策略将成为企业保持竞争优势的关键。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）公司在行业中的竞争地位

1、行业竞争格局

总体来说，行业竞争程度和格局主要体现在以下两个方面：

（1）工业化水平和经营规模低，市场集中度较低

由于进入门槛较低，我国休闲食品行业经营主体数量众多，行业集中度较低。集中度低一方面导致我国休闲食品企业加工规模小、行业技术装备水平落后、整体技术水平不高，产品标准和质量控制体系不完善等不足，另一方面加剧了企业间的竞争，大量小微企业进行低水平生产，产品结构不合理，存在食品安全的隐患。我国休闲食品行业工业化水平和经营规模均处于较低程度，呈现“小个体、大市场”的特征，小微企业市场竞争激烈，规模化企业呈现有序竞争态势。

（2）差异化定位策略助推休闲食品品牌形成

面对激烈的市场竞争，部分企业采取差异化定位策略来争夺细分市场份额。差异化定位能加深品牌在消费者心智中的印象，更有益于企业形成品牌、构建壁垒，从而在市场竞争中脱颖而出，差异化竞争成为国内众多品牌的重要策略之一，并助推休闲食品品牌形成，促使休闲食品企业的竞争方式发生转变，由纯粹的价格竞争转变为企业综合实力的竞争。

未来，一些技术实力强、品牌知名度高的企业，将顺应消费品发展趋势，利用自身的研发优势，推出顺应市场需求的新产品，开拓新的增长点，并利用渠道、品牌、标准化生产等优势构筑行业壁垒，不断扩大自身优势，提升行业竞争力和市场地位。

2、公司在行业竞争中的地位

公司自成立以来，专注于休闲食品的研发、生产和销售。公司对休闲食品的工艺路线、生产设备、包装材料及口味风味等进行了全方位的革新，并建立了休闲食品自动生产线，实现了休闲产品标准化生产。

公司品牌在市场拥有较高的知名度和美誉度，先后获得了“省级农业产业化龙头企业”、“中国食品工业协会坚果炒货委员会副会长单位”、“江西省著名商标”、“江西省专精特新中小企业”、“江西省工信委示范企业”、“江西省电子商务示范企业”、“江西省智能制造试点示范企业”、“江西省食品协会副会长单位”等多项荣誉称号。

3、公司主要竞争对手、行业内主要企业及市场份额

公司的产品包括瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的多品类休闲食品组合，与公司构成竞争的企业包括休闲食品生产企业，也包括休闲食品连锁销售企业。公司的主要竞争对手如下所示：

（1）洽洽食品股份有限公司

成立于 2001 年，总部位于安徽合肥，从事坚果炒货类产品的生产销售，2011 年 3 月上海证券交易所上市，股票代码 002557，2018 年营业收入 41.97 亿元，主要产品有葵花子类、西瓜子类、南瓜子类、豆类、花生类等传统炒货产品和以开心果、核桃、杏仁等为代表的坚果产品。

（2）三只松鼠股份有限公司

成立于 2012 年 2 月，总部位于安徽芜湖，从事休闲食品的研发、检测、分装及销售，旗下拥有“三只松鼠”核心品牌及“松鼠小酷”、“松鼠小美”、“松鼠小贱”三个松鼠形象，2019 年 7 月深圳创业板上市，股票代码 300783，2018 年营业收入 70.02 亿元，产品包括坚果系列、干果系列、果干系列、花茶系列、零食系列。

（3）盐津铺子食品股份有限公司

成立于 2005 年，总部位于湖南省浏阳市，从事中国传统特色小品类休闲食品的研发、生产与销售，2017 年 2 月深圳中小板上市，股票代码 002847，2018 年主营业务收入 11.08 亿元，其中蜜饯炒货类产品收入 1.41 亿元，主要产品包括休闲豆制品、凉果蜜饯、坚果炒货、休闲素食、休闲肉制品、糕点制品等，其中坚果炒货类产品和企业形成竞争关系。

（二）公司的竞争优势

1、细分品类领军品牌，业绩持续增长

公司自设立以来，深耕休闲零食，以籽类[7]休闲食品为起点，专注于籽类休闲食品的生产和经营，通过升级产品、做大规模、品牌建设，公司在该细分品类领域中具备较强的竞争优势及品牌影响力。公司获得蟹黄味瓜子仁及其制备方法的发明专利。2016 年，公司品牌“甘源”被中国副食品流通协会授予“2016 年度中国食品行业创新十佳品牌”；2017 年，公司蟹黄味瓜子仁、蟹黄味蚕豆获得中国食品工业协会经典产品奖；2018 年，公司“甘源”蟹黄味瓜子仁获得第十六届中国国际农产品交易会参展农产品金奖；在籽类休闲零食中，公司已成为该细分品类的领军品牌。

[7]籽类：根据食品安全标准 GB19300-2014“坚果与籽类食品”，籽类指瓜、果、蔬菜、油料等植物的籽粒，包括葵花籽、西瓜籽、南瓜籽、花生、蚕豆、豌豆、大豆等。

近年来，公司规模不断扩大，业绩实现较快增长。报告期内，公司主营业务收入分别为 70,723.77 万元、78,562.21 万元、90,931.61 万元和 44,751.76 万元，公司营业收入保持着良好的增长势头。

2、渠道渗透能力强，终端卖场精耕细作

经过多年的布局，公司逐步建立了完善的营销渠道，搭建了线下线上相融合的全渠道平台。公司线下终端渗透能力强，市场反应速度快，截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有 1,000 多家稳定高效的经销商队伍，公司终端门店覆盖大卖场、仓储式会员店、超市、连锁店、学校、交通站等多个场景，实现了从核心商圈到流通门店的多层次覆盖。

在线上渠道方面，公司已拥有包括天猫、京东等数十家电商平台，并借助平台的用户规模效应，不断扩大品牌的认知群体，实现对各类消费群体的深度渗透和覆盖。

近年来，公司着力发展独立小包装产品，对终端卖场进行精耕细作，建立了“传统货架”与“品牌专柜”相结合的多元商业形态。与传统货架相比，品牌专柜具有更明显的销售优势：齐备的产品种类，能够满足消费者单次柜台购物对品种和口味多样化的采购需求，完成一站式产品采购；专柜式的陈列，有利于公司扩大相应品类的销售及推广新产品，也有利于终端消费平台进行品牌管理，实现单位面积效益最大化。

3、产品品类口味齐全，新品规划稳健清晰

公司在品种口味方面进行了多种改良创新，在籽类休闲食品领域，公司率先将蟹黄味、芥末味、台式卤肉味等新式口味引入，后又推出了酱香肉汁味、蒜香味、香辣味等十多种口味，在口味与产品丰富度上进行了完善。

由于我国休闲食品行业规模化程度较低，品牌、品类比较分散，考虑到细分品类的市场规模有限，公司近年来在夯实籽类休闲食品品类领先优势的同时，有计划的拓展了新的产品品类，进入了坚果果仁品类与谷物酥类品类，以丰富公司产品结构。目前公司主要产品分为三大类：籽类产品包括瓜子仁、蚕豆和青豌豆等；坚果果仁包括核桃、杏仁、开心果、夏威夷果和松子等；谷物酥类包括米酥、锅巴、麻花、江米条等。丰富的产品体系，使公司能够贯彻广覆盖、差异化的竞争策略，针对消费者不同地域、不同偏好、不同年龄、不同消费习惯，采取多品种差异化组合的方式充分迎合消费需求，大大降低了单一品类的市场波动风险。

4、技术研发持续创新，快速响应市场需求

经过多年发展和积累，截至 2019 年 6 月 30 日，公司获得超过 100 项各类专利。公司培养了一支经验丰富的高素质技术研发队伍，建立了以市场需求为导向的高效研发体系，掌握了多品类休闲食品生产工艺及口味配方，并上线了自动化休闲食品生产线，拥有迅速将新产品从概念到工艺设备改进、配方改良、试生产及销售的综合实施能力。

休闲食品属于快速消费品，具有品种更新换代快的特征，能紧跟市场需求研发新产品的企业更容易占领休闲食品市场。公司建立了成熟的产品更新迭代机制，凭借技术研发积累，具备快速应对市场新需求并对原有产品改良和新品开发的能力，以保证公司的产品布局符合市场需求发展趋势。

5、生产流程自动化，食品安全可追溯

公司开发了适应现代化、规模化生产的休闲食品生产工艺，建立了自动化生产线，实现了休闲食品从传统手工制作到现代工业化生产的转变；通过推进籽类产品生产的标准化、自动化和规模化，大幅度提升了籽类休闲食品的生产效率、产品质量及食品安全性。

在采购环节，公司按照 HACCP、ISO9001 标准建立了严格的质量控制体系，建立了《合格供应商名录》，主要原料及辅料均来源于具备生产资质、信誉良好的合格供应商，对采购的原辅料要求提供权威检测报告，从源头保证产品的质量安全。在生产环节，公司要求对各个生产环节中关乎食品安全的关键节点进行系统分析、重点控制，每道工序均按照《作业指导书》的要求进行操作，通过配方标准化、工艺标准化、流程标准化、检测标准化，减少人员与产品的接触，最大限度地提升产品的安全性和稳定性，确保产品的质量可控。

公司建立了严谨完善的产品溯源制度，对原材料采购至成品销售的全过程进行监控，对原材料、成品实行批号管理，确保产品能够追溯至其原始状态，实现全流程标准化控制。

（三）公司的竞争劣势

1、融资渠道单一

公司作为民营企业，融资渠道单一，融资来源主要为银行借款和外部机构投资者投资，鉴于公司业务处于快速发展状态，融资需求预期将随着业务规模的扩

大而提升，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，抓住行业发展机遇，尽早实现业务发展目标。

2、产能不足

伴随市场需求的增加及消费需求多样化的发展趋势，公司面临着产能不足、生产基地布局合理性以及优质原料供应等问题，急需扩大生产规模、优化生产基地布局、加强技术改造、建立原料加工储运基地。

四、发行人主营业务的具体情况

（一）公司主要产品或服务及其用途

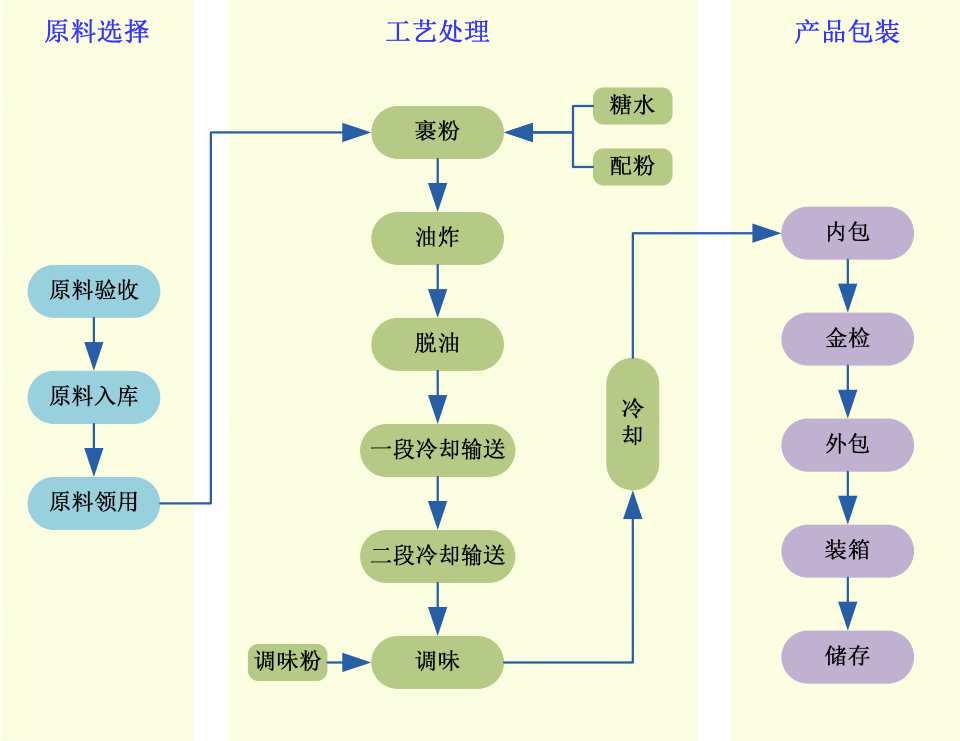
1、主要产品及服务

公司主要产品分为三大类，分别为籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类，其中：籽类炒货包括瓜子仁、蚕豆、青豌豆和花生等；坚果果仁包括核桃、杏仁、开心果、夏威夷果和松子等；谷物酥类包括米酥、锅巴、麻花、江米条等。

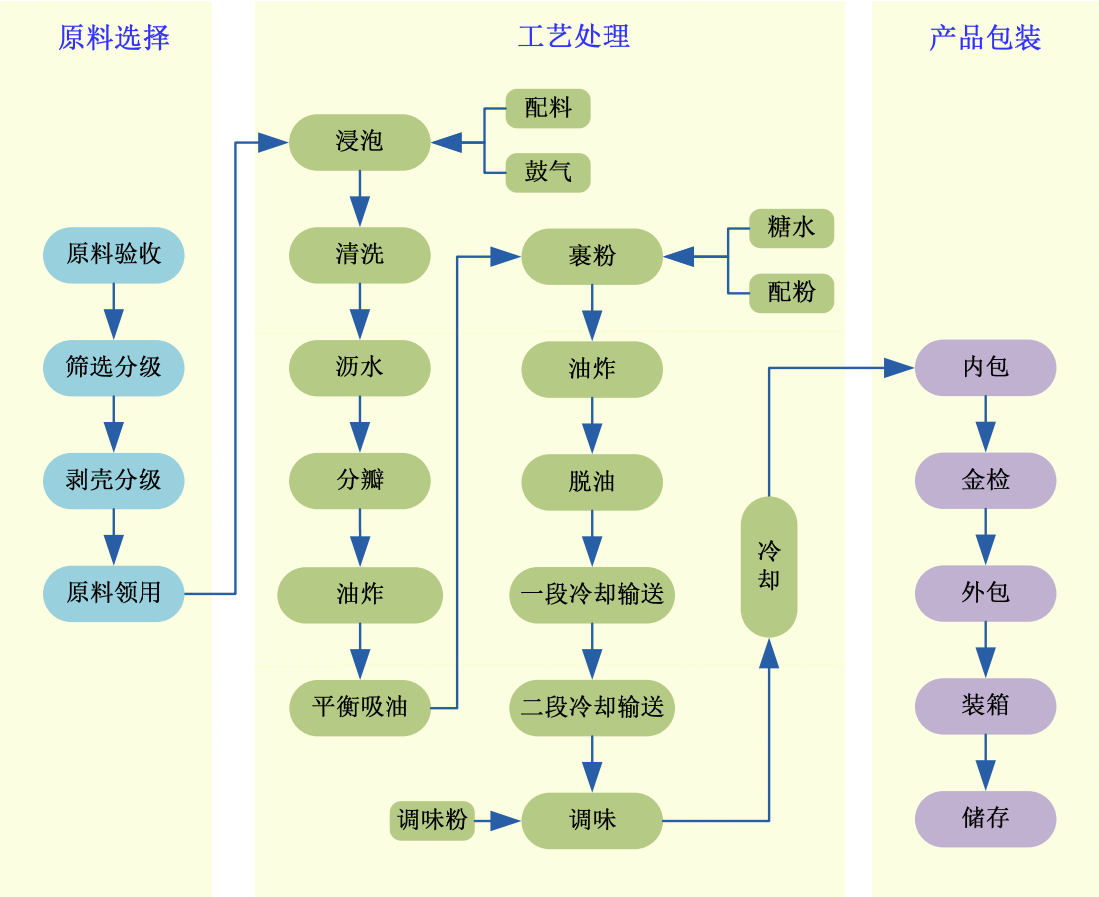
系列	产品展示
籽类炒货	
坚果果仁	
谷物酥类	

2、产品工艺流程

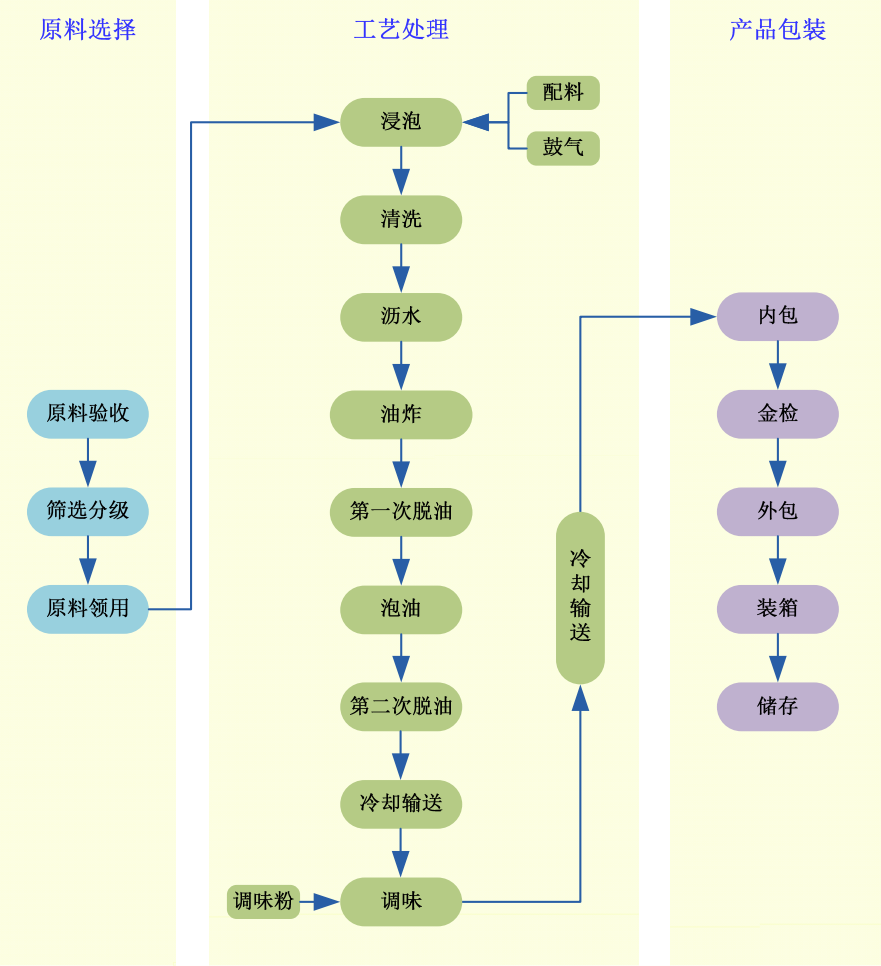
（1）瓜子仁类的工艺流程图



（2）蚕豆类的工艺流程图



（3）青豌豆类的工艺流程图



（二）公司主要经营模式

1、采购模式

公司建立了符合自身业务发展特点的采购体系，从采购制度、供应商管理、采购实施、质量检测、库存管理等多个角度保障产品品质和食品安全。

公司原材料供应商均为贸易商或生产商。公司在对供应商进行初选时，首先会进行供应商资质审查，采购人员和品控人员会取得样品进行检测，检测合格后，再进行供应商的现场核查，通过样品检测和现场检查的厂家纳入公司《合格供应商名录》。

公司根据年度目标与计划，编制全年采购预算，制订年度采购计划；公司日常采购的材料主要为各类产品原材料、辅料、调味料以及包装材料等。

公司每年对进入《合格供应商名录》的供应商进行年度评审，组织公司采购、生产、品控人员对供应商进行评审，通过审核的供应商继续合作，不合格的供应商淘汰，调整供应商名录。

2、生产模式

公司产品作为快速消费品，消费者对其新鲜度有较高要求，因此公司实行“以销定产”的生产模式，根据市场需求合理组织生产，严格控制库存，确保产品新鲜度。公司根据市场需求制定生产计划，并进行排产，将生产计划分解到生产车间，生产车间生产完后将产品入库。

公司主要以自有生产设备进行原辅材料加工，经过浸泡、油炸、脱油、裹粉、调味、金检等工序生产不同类型的产品。不同类型的产品加工工艺及流程不一样，具体生产工艺详见本招股说明书“第六节业务和技术”之“四、（一）公司主要产品或服务及其用途”之“2、产品工艺流程”。

3、销售模式

公司的销售模式分为经销模式、电商模式和其他模式三种。其他模式主要指商超直营、受托加工等，占比较低。报告期内，公司三种销售模式占收入比重如下表所示：

单位：万元

销售模式	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比
经销商模式	37,387.01	83.29%	76,361.03	83.78%	63,453.72	80.57%	56,616.50	79.95%
电商模式	6,276.16	13.98%	12,976.75	14.24%	13,437.52	17.06%	10,388.28	14.67%
-电商自营业务	4,124.45	9.19%	8,105.67	8.89%	9,909.11	12.58%	7,508.25	10.60%
-电商平台销售	2,151.71	4.79%	4,871.08	5.34%	3,528.41	4.48%	2,880.03	4.07%
其他模式	1,088.58	2.43%	1,593.83	1.75%	1,670.97	2.12%	3,718.99	5.25%
主营业务收入	**44,751.76**	**99.69%**	**90,931.61**	**99.77%**	**78,562.21**	**99.75%**	**70,723.77**	**99.87%**
其他收入	137.81	0.31%	209.39	0.23%	195.92	0.25%	90.57	0.13%
营业收入	**44,889.57**	**100.00%**	**91,141.00**	**100.00%**	**78,758.13**	**100.00%**	**70,814.35**	**100.00%**

（1）经销模式

经销模式是公司最主要的销售模式，公司发展经销商渠道负责全国各地大卖场、连锁商超、小型超市、便利店、批发市场等渠道的销售，每个市或县级市选取一至两家经销商从事产品的推广和销售。经销商与公司签订年度经销合同，约定产品的销售种类、区域和渠道类型，并规定不得在约定区域外进行产品销售。

公司设立专门的营销中心，负责营销计划的制定与实施、经销商的管理、销售区域的管理、新市场的开发、客户服务以及团队建设与管理等工作。

①经销商管理政策

I 经销商的开发、遴选标准及淘汰

公司通过糖酒会、食品经销展会、招商活动、业务拜访等方式开发经销商资源，并遵照资质合规、实力优先和互利共赢的原则进行经销商遴选。

在遴选标准方面，公司结合经销商的经营资质、企业规模、销售渠道、资金实力、信用等级、财务水平等因素进行综合考量，遴选出资质齐全、实力较强、渠道丰富、信用良好的经销商。

在淘汰标准方面，公司与经销商在协议中约定了终止合作的条款，会将部分业绩不理想、销售不规范、商业侵权、有信用风险的经销商进行淘汰。

II 经销商授权和市场管理

公司按照产品类别、渠道类别对经销商的销售区域进行区隔，经销协议中约定了经销的品类范围及渠道范围，品类范围包括散装、袋装、礼包礼盒、流通类等类别，渠道范围主要按照行政区域或商超系统进行划分。协议约定品类范围或渠道范围以外的，经销商不得销售其产品。

III 经销商的性质及特点

i 买断式经销

发行人经销商为买断式经销，根据公司与经销商签订的经销协议约定，公司产品在交付并由经销商验收后，产品的主要风险报酬转移至经销商；若非因产品质量问题，产品不允许退还公司。

ii 非专营经销

发行人的经销商均为非专营经销，其除经销发行人产品之外，还会经销其他如休闲零食品牌。

②经销商政策及执行情况

I 运输费用的承担

发行人与经销商在经销协议中约定，发行人负责办理货物发运，将商品送达经销商指定地点，运输费用由发行人承担。

II 保证金政策

报告期内，发行人与经销商的合作模式为先款后货的买断式销售。公司在经销协议中对保证金政策进行了约定，经销商向发行人缴纳保证金，保证金缴纳比例为年度销售目标金额的 0.5%，最高不超过 3 万元。截至 2019 年 6 月 30 日，公司保证金余额为 316.19 万元。

III 信用政策及实际执行情况

发行人与经销商在产品购销上实行先款后货的买断方式，并未给予经销商信用期。特别情况下，发行人会给予极少数经销商一定额度的信用账期。报告期内，公司年末存在应收账款的情况如下所示：

单位：万元

应收账款金额	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款金额	9.43	9.43	37.43	37.83
经销商收入	37,387.01	76,361.03	63,453.72	56,616.50
占经销商收入比重	0.03%	0.01%	0.06%	0.07%

IV 退换货政策及各期实际退换货情况

公司与经销商在经销协议中约定，因公司生产、运输等原因造成产品内在品质瑕疵的，经公司确认后，公司负责调换同种数量同种类别的产品，其他问题则不予退换货。报告期内，公司实际退换货情况统计如下：

单位：万元

退换货金额	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
退换货金额	113.55	163.63	390.01	249.44
经销商收入	37,387.01	76,361.03	63,453.72	56,616.50
占经销商收入比重	0.30%	0.21%	0.61%	0.44%

V 经销商激励政策情况

发行人对经销商的激励政策有市场推广专项补贴、专项返利及搭赠三种。

i 市场推广专项补贴

市场推广专项补贴是公司最主要的经销商激励政策，为鼓励经销商进行市场开拓及组织活动，公司针对经销商进行点对点的专项补贴，补贴的内容主要包括经销商的卖场进场费、条码费、陈列费、临时促销员工资等。

经销商申请市场推广专项补贴需保证公司可以执行检查终端门店的实际推广情况。公司对经销商的市场推广专项补贴实行严格的总预算控制，对经销商费用的预算及支出的使用要求、适用范围、申请流程、执行检查标准、审批流程等均做了明确规定。

主要流程如下：

A.申请流程：申请流程为经销商提交申请、省区经理每月汇总、营销中心总监审批、董事长审批、销管部备案、抄送财务部。

B.发行人检查市场推广执行情况：经销商发生市场推广费用后，实行三方检

查：1）经销商对自己执行的市场费用按照公司要求拍照并提交相应执行资料；2）公司业务代表定期按照公司要求到终端门店现场检查，并在终端门店考核系统中拍照自查；3）公司督导部外勤人员不定期对执行中的市场费用进行随机验核，并在终端门店考核系统中拍照自查。

C.发行人审批通过经销商市场推广专项补贴：经销商提交执行市场推广的的证明材料并由省区将资料汇总后提交督导部登记备案，并对费用执行资料做真实性、完整性审核，审核通过后转交督导部经理签批，并由销管部进行系统录入交财务部审核通过。

对于该类费用，大部分经销商发生的市场推广费，公司通过销售折扣的形式给予经销商。公司批准给予经销商专项补贴时形成经销商折扣额度，在经销商以后订货中可抵扣一定额度的购货款。公司在批准的当期预提该折扣金额，冲减当期收入。少数规模较大的经销商向公司开具对应费用的增值税专用发票，经销商向公司提供相应发票后，公司向其支付对应补贴并计入销售费用的促销推广费。

公司报告期内扣减营业收入的市场推广专项补贴与计入销售费用的市场推广专项补贴情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
扣减营业收入	3,672.23	5,427.10	6,281.01	4,682.80
计入销售费用	336.44	643.20	508.72	330.20
市场推广专项补贴合计	4,008.67	6,070.30	6,789.73	5,013.00

报告期内，市场推广专项补贴具体明细类别情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
陈列费用	2,765.79	69.00%	4,043.92	66.62%	3,521.90	51.87%	2,956.71	58.98%
进场费用	693.05	17.29%	1,202.24	19.81%	2,500.26	36.82%	1,741.58	34.74%
促销费用	344.57	8.60%	565.58	9.32%	667.63	9.83%	280.51	5.60%
其他	205.26	5.12%	258.56	4.26%	99.93	1.47%	34.20	0.68%
合计	**4,008.67**	**100%**	**6,070.30**	**100%**	**6,789.73**	**100%**	**5,013.00**	**100%**

注 1：陈列费用主要是把商品有规律、集中展示而需向商超支付的费用，具体形式包括散称专柜陈列、整组货架陈列、堆头、端架、坡梯等；

注 2：进场费用指产品首次进入商超需支付的一次性费用，主要包括新品进场费、条码费、转场费用等；

注 3：促销费用指经销商在商超组织促销活动发生的费用，主要包括临时促销员工资、海报等。

2017 年度进场费用较高系经销商渠道大力推广综合豆果和综合果仁系列的

定量装产品，定量装产品条码费用较高；2018 年度开始，公司主推散装专柜陈列，打造品牌专柜，因此陈列费较高。

ii 专项返利

为推进特定品类、特定区域或特定渠道的产品市场推广，公司不定期推出专项返利计划。经销商与销售经理讨论拟定订货目标后向公司申请专项返利，经公司审批通过，在经销商订货达标后可享受一定的商业折扣。公司在批准专项返利的当期预提该折扣金额，冲减当期收入。

报告期内，公司专项返利金额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
专项返利	615.17	1,254.20	1,078.23	620.74

iii 搭赠

公司不定期根据市场销售情况、产品品种推广需要制定搭赠政策，搭赠与单次订货量挂钩，满足条件时销售部门直接根据已发布的政策进行搭送。

报告期内，公司搭赠金额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
搭赠	397.80	1,123.35	767.94	447.76

报告期内，上述三种经销商激励费用金额及占折前收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
市场推广专项补贴	4,008.67	6,070.30	6,789.73	5,013.00
专项返利	615.17	1,254.20	1,078.23	620.74
搭赠	397.80	1,123.35	767.94	447.76
小计	5,021.63	8,447.85	8,635.90	6,081.50
经销商收入	37,387.01	76,361.03	63,453.72	56,616.50
折扣前经销商收入	42,408.64	84,808.89	72,089.62	62,698.00
经销商激励费用占折扣前经销商收入	11.84%	9.96%	11.98%	9.70%

iv 上述三种经销商经销商激励费用会计处理情况

A.市场市场推广专项补贴

对于经销商无法开具对应费用发票的市场推广专项补贴，公司在审批通过后，在审批的当期对形成的折扣进行预提，借记主营业务收入，贷记其他应付款。

对于经销商开具了对应费用发票的市场推广专项补贴，公司在审批通过后，

在审批的当期计入销售费用，借记销售费用，贷记预收款项。

B.专项返利

公司在批准专项返利的当期预提该专项返利金额，借记主营业务收入，贷记其他应付款。

C.搭赠

搭赠货物与经销商所订货物一同发运，搭赠货物成本在结转对应订单成本时一并结转，借记主营业务成本，贷记存货。

③各期经销商数量变动情况

I 经销商进入、存续、退出情况

报告期内，公司经销商数量超过 1,000 家，分布在全国各省市及自治区，随着公司业务规模的扩大，经销商数量也逐年增长。公司除正常经销商以外，还存在部分试销经销商（试销经销商是指年度下单次数小于 2 次或年销售金额小于 10 万元的非正式经销商），报告期内，公司经销商情况如下：

单位：万元

类型	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
试销客户	1,531.75	4.10%	1,346.65	1.76%	2,257.99	3.56%	3,225.80	5.70%
不含试销客户的经销商	35,855.26	95.90%	75,014.38	98.24%	61,195.73	96.44%	53,390.70	94.30%
全部经销商	37,387.01	100.00%	76,361.03	100.00%	63,453.72	100.00%	56,616.50	100.00%

报告期内，公司正常经销商（不含试销经销商）进入、存续、退出变化情况如下：

单位：个/万元

年度	期初经销商			新增经销商			减少经销商			期末经销商		
	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比
2019 年 1-6 月	1,180	34,140.24	95.22%	90	1,715.02	4.78%	63	415.56	1.16%	1,207	35,439.70	98.84%
2018 年度	1,157	66,480.53	88.62%	306	8,533.85	11.38%	283	5,167.12	6.89%	1,180	69,847.26	93.11%
2017 年度	1,074	50,419.26	82.39%	438	10,776.47	17.61%	355	4,306.89	7.04%	1,157	56,888.84	92.96%
2016 年度	877	43,708.30	81.87%	444	9,682.40	18.13%	247	6,292.79	11.79%	1,074	47,097.91	88.21%

注 1：本表家数及金额不包括试销经销商。

注 2：本表期末经销商不包括当年有交易但已终止合作的经销商。

注 3：本表销售占比之分母不包括试销经销商，但包括当年有交易但已终止合作的经销商。

报告期内，公司经销商结构总体较为稳定，数量上逐年上升，主要原因是公

司前些年业务发展较快，新开户经销商数量较多。公司每年新增、退出的经销商销售额占经销商总收入的比重较小，波动主要集中在与公司初次合作、销售业绩不理想的小规模经销商上，而大规模经销商的波动较小。

II 经销商地区数量分布及销售情况

报告期内，公司正常经销商（不含试销客户）的地区数量及金额分布统计如下表所示：

单位：个/万元

销售区域	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	数量	金额	销售占比	数量	金额	销售占比	数量	金额	销售占比	数量	金额	销售占比
华东	369	8,963.23	25.00%	427	19,342.68	25.79%	447	16,258.12	26.57%	425	15,094.42	28.27%
华中	247	7,703.27	21.48%	294	15,985.28	21.31%	309	12,737.14	20.81%	287	12,066.59	22.60%
西南	156	5,046.44	14.07%	172	10,087.73	13.45%	181	7,947.27	12.99%	145	7,519.76	14.08%
华北	167	4,960.10	13.83%	189	10,120.24	13.49%	193	8,966.57	14.65%	149	6,635.22	12.43%
华南	93	3,422.97	9.55%	109	7,604.47	10.14%	106	5,526.03	9.03%	91	3,337.04	6.25%
西北	111	2,953.19	8.24%	126	5,904.09	7.87%	116	4,060.56	6.64%	99	3,132.79	5.87%
东北	126	2,760.18	7.70%	143	5,921.70	7.89%	146	5,138.57	8.40%	118	5,191.51	9.72%
其他	1	45.88	0.13%	3	48.19	0.06%	14	561.47	0.92%	7	413.37	0.77%
合计	**1,270**	**35,855.26**	**100.00%**	**1,463**	**75,014.38**	**100.00%**	**1,512**	**61,195.73**	**100.00%**	**1,321**	**53,390.70**	**100.00%**

注 1：本表家数及金额不包括试销经销商。

注 2：本表销售占比之分母不包括试销经销商，但包括当年有交易但已终止合作的经销商

注 3：各区域划分标准如下：

东北：辽宁、黑龙江、吉林

华北：北京、河北、山西、天津、内蒙

华东：山东、浙江、安徽、江西、江苏、福建、上海

华南：广东、海南、广西

华中：湖北、河南、湖南

西北：陕西、新疆、甘肃、宁夏、青海

西南：四川、重庆、云南、贵州、西藏

公司经销商网络已覆盖全国各地，经销商的区域分布较为分散和均匀，其中山东、湖北、四川、湖南、河南等省份的经销商数量和收入占比相对较高，主要与这些省份的人口密度、当地气候及饮食习惯有关。

III 报告期持续与发行人存在业务往来的经销商数量及各期收入占比

截至 2019 年 6 月 30 日，公司的正常经销商（不含试销经销商）的存续时间情况统计如下：

单位：个/万元

合作时间	2019 年 6 月 30 日

	家数	金额	销售占比
3 年以上	523	19,570.56	55.22%
2-3 年	296	8,338.11	23.53%
1-2 年	235	4,211.04	11.88%
1 年以下	153	3,319.99	9.37%
合计	**1,207**	**35,439.70**	**100%**

注 1：本表家数及金额不包括试销经销商。
注 2：本表销售占比之分母不包括试销经销商和当年有交易但已终止合作的经销商。

报告期内，公司经销商的存续时间较为稳定，合作 2 年以上的经销商收入占比超过 70%，合作 3 年以上的经销商收入占比超过 50%，公司经销商的合作情况较为良好，可持续经营能力较强。

④发行人各期对非法人实体销售收入及占比

报告期内，公司存在与少量个人、个体工商户等非法人实体交易的情形，各期销售的收入及占比情况如下表所示：

单位：万元

期间	当期经销商总收入	个人销售收入		个体工商户等非法人实体销售收入	
		金额	占比	金额	占比
2019 年 1-6 月	37,387.01	0.00	0.00%	4,510.88	12.07%
2018 年	76,361.03	0.00	0.00%	9,792.06	12.82%
2017 年	63,453.72	30.33	0.05%	8,319.37	13.11%
2016 年	56,616.50	996.86	1.76%	10,971.60	19.38%

⑤与经销商的结算方式，各期现金回款情况和第三方回款情况

I 基本情况

报告期内，发行人与经销商的结算方式主要为银行转账，不存在现金回款的情形，报告期内的现金收款额为厂内零售及废品销售。发行人 2016 年度及 2017 年度销售存在销售回款人与客户不一致的问题，部分客户通过第三方向发行人回款，2018 年度及 2019 年 1-6 月不存在第三方回款情况；2016 年度及 2017 年度公司第三方回款及现金收款情况统计如下：

单位：万元

项目	2016 年度	占比	2017 年度	占比
现金收款额	76.90	0.09%	83.86	0.09%
第三方银行回款额	18,298.65	21.71%	390.30	0.43%

客户账户回款额	65,922.57	78.20%	90,983.08	99.48%
年回款总额	**84,298.11**	**100.00%**	**91,457.24**	**100.00%**

注：上表年回款总额为全部渠道销售回款额

II 第三方回款形成的原因

由于公司的经销商从组织形式上存在小型公司制商贸公司或个体工商户性质的非法人实体的情况，其经营方式主要是夫妻、父子、兄弟等家庭成员共同经营，从业人员较少，关键岗位如财务均由家庭核心成员担任。同时公司一贯对经销商采取先款后货的销售模式，出于便利考虑，客户使用个人卡支付更为快捷，有利于其尽快完成付款并发货，因此存在第三方回款的现象。

III 公司的控制措施

i 账户备案制度

针对客户的第三方账户回款要求，2017 年 5 月份之前，公司允许每个客户可以在公司备案 2 至 3 个账户，用以支付对公司的货款。公司销售回款备案制度的执行过程如下：

如客户存在用第三方账户向公司支付货款，需提前向公司销售服务部及财务部提交说明文件，以表明该第三方客户汇入公司的款项为该客户的货款。

当公司收到客户备案账户的汇款时，出纳根据备案账户在系统中将款项计入对应的经销商户头，并发往销售服务部进行确认，销售服务部确认后再由销售会计进行最终审核。

ii 个别甄别法

对于收到客户备案账户以外账户的收款时，采用个别甄别法。当公司财务部收到客户备案账户以外的汇款时，出纳将该款项信息发往销售服务部进行识别确认，销售服务部与客户通过通讯软件、电话、邮件等多渠道方式来确认该款项归属，后由销售服务部进行系统操作将款项入账至确认的经销商户头，销售服务部确认后再由销售会计进行最终审核。

IV 规范过程

公司自 2016 年 9 月开始，为降低第三方回款的业务风险，开始进行逐步规范，于 2017 年 5 月起，公司整改完成，不再接受经销商第三方回款，经销商第三方回款统一做退款处理，自 2017 年 5 月起，不再存在第三方回款情况。

⑥经销商库存和产品主要去向

发行人于 2017 年 10 月 31 日上线了经销商管理系统，对经销商开户、下单、对账、签收确认、终端网点管理等功能实现系统管理。经销商系统上线后，将帮助公司更加高效的进行管理。

发行人产品销售给经销商后，发行人的经销商对外销售渠道以商超渠道、流通渠道为主，以电商渠道、特殊渠道为辅。

渠道类别	说明
商超渠道	包括沃尔玛、大润发、华润万家、家乐福、永辉、麦德龙等辐射全国的大型连锁超市系统，家得乐、联华等省市级地区性连锁超市系统，全家、7-11、好德、红旗等连锁便利店
流通渠道	主要包括各地批发市场、非连锁性质的休闲零食店、炒货店、食杂店等
电商渠道	经销商自行在电商平台开设的零食店
特殊渠道	主要包括学校、车站、机场等特殊地点的配食

发行人自身已建立对于经销商的销售情况的跟踪机制，主要包括：1、发行人对商超终端门店进行系统管理，系统记录了公司铺货的商超终端门店信息，包括门店名称、详细地址、所属业务员、拜访频率等信息；2、发行人建立了终端门店定期拜访机制，要求业务人员定期对所属业务片区终端进行拜访，拜访时通过系统记录门店的产品陈列情况、新品上架情况、售价情况以及市场推广情况等；3、发行人已要求经销商定期将其存货结存数据提报公司备案，以便及时了解和反馈终端销售状况。

（2）电商模式

公司的电商模式主要有电商自营（B2C）和电商平台销售（B2B）两种业务模式。

在电商自营（B2C）模式下，电商平台为公司提供销售平台，由公司在电商平台上开设自营管理的网店销售公司产品，消费者在电商平台直接向公司下单，由公司组织发货，寄送消费者。目前，公司开展电商自营（B2C）的自营品牌旗舰店主要有天猫、京东等。

在电商平台销售（B2B）模式下，消费者直接对天猫超市、京东自营等第三方销售平台发出商品购买需求，销售平台通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发出货品，公司则不参与后续的物流配送及售后环节，公司在收到代销结算清单确认收入。目前，公司合作开展电商平台销售（B2B）模式的第三方销售平台主要有天猫超市、京东自营、唯品会等。

（3）其他模式

公司除了经销模式、电商模式外，还存在少量商超直营、受托加工等销售方式。

在商超直营模式下，公司将产品直接供给大型商超进行销售，公司与商超签订年度框架购销合同，公司根据对方的采购需求发货，由物流公司将货物送到指定地点，商超将产品销售给消费者。在受托加工模式下，公司接受部分休闲食品企业委托，在接到委托方的代工订单后，按照委托方的生产标准组织生产。

（三）公司最近产能、销售收入、前五大客户销售额及销售比例、前五大供应商采购额及采购比例

1、产能产量情况

报告期内，公司主要产能、产量和销量情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年度	2016 年度
产能（吨）	25,440.00	50,137.50	49,110.00	48,480.00
产量（吨）	20,132.56	40,559.71	39,096.04	37,732.59
产能利用率	79.14%	80.90%	79.61%	77.83%
销量（吨）	20,433.61	40,811.70	37,516.50	37,440.81
产销率	101.50%	100.62%	95.96%	99.23%

2、报告期营业收入构成

报告期内，公司 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的营业收入分别为 70,814.35 万元、78,758.13 万元、91,141.00 万元和 44,889.57 万元，保持稳步增长态势。

（1）营业收入分类情况

单位：万元

产品类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	44,751.76	99.69%	90,931.61	99.77%	78,562.21	99.75%	70,723.77	99.87%
其他业务收入	137.81	0.31%	209.39	0.23%	195.92	0.25%	90.57	0.13%
合计	**44,889.57**	**100.00%**	**91,141.00**	**100.00%**	**78,758.13**	**100.00%**	**70,814.35**	**100.00%**

（2）主营业务收入（分产品）

报告期内公司主营业务收入按照产品类别划分如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
瓜子仁系列	11,612.96	25.95%	25,398.05	27.93%	24,790.26	31.55%	24,343.77	34.42%

青豌豆系列	10,805.91	24.15%	20,914.88	23.00%	17,253.69	21.96%	16,135.58	22.81%
蚕豆系列	9,754.95	21.80%	21,164.18	23.27%	20,115.46	25.60%	20,324.06	28.74%
综合果仁及豆果系列	6,736.18	15.05%	13,726.80	15.10%	9,232.17	11.75%	4,511.71	6.38%
其他	5,841.75	13.05%	9,727.71	10.70%	7,170.63	9.13%	5,408.65	7.65%
合计	**44,751.76**	**100%**	**90,931.61**	**100%**	**78,562.21**	**100%**	**70,723.77**	**100%**

报告期内，公司的主打产品为瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列，该三类产品合计占公司主营业务收入的比例为85.97%、79.12%、74.21%和71.90%。近年来，公司坚果果仁等新品收入占比逐年提高，新品销售市场反应良好。

（3）主营业务收入（分渠道）

报告期内，公司的主营业务收入按照销售渠道分类如下：

单位：万元

销售模式	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	主营占比	金额	主营占比	金额	主营占比	金额	主营占比
经销商模式	37,387.01	83.54%	76,361.03	83.98%	63,453.72	80.77%	56,616.50	80.05%
电商模式	6,276.16	14.02%	12,976.75	14.27%	13,437.52	17.10%	10,388.28	14.69%
电商自营业务	4,124.45	9.22%	8,105.67	8.91%	9,909.11	12.61%	7,508.25	10.62%
电商平台销售	2,151.71	4.81%	4,871.08	5.36%	3,528.41	4.49%	2,880.03	4.07%
其他模式	1,088.58	2.43%	1,593.83	1.75%	1,670.97	2.13%	3,718.99	5.26%
合计	**44,751.76**	**100.00%**	**90,931.61**	**100.00%**	**78,562.21**	**100.00%**	**70,723.77**	**100.00%**

公司的销售模式分为经销模式、电商模式和其他模式三种。其他模式主要指商超直营、受托加工等。

公司目前销售以经销模式为主，经销模式占公司主营收入的比例持续增长，报告期内均保持在80%以上；电商模式增长总体平稳，报告期内主营收入占比保持在14%以上。

（4）主营业务收入（分地区）

报告期内公司主营业务收入按照地区分类如下：

单位：万元

地区	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	10,442.94	23.34%	21,186.58	23.30%	17,999.60	22.91%	17,434.67	24.65%
华中	8,040.48	17.97%	16,379.10	18.01%	13,629.68	17.35%	13,541.14	19.15%
华北	5,170.62	11.55%	10,301.40	11.33%	9,180.87	11.69%	7,340.75	10.38%
西南	5,233.88	11.70%	10,253.20	11.28%	8,422.44	10.72%	7,997.71	11.31%

华南	3,555.40	7.94%	7,692.89	8.46%	5,748.98	7.32%	4,695.59	6.64%
东北	2,893.23	6.47%	6,071.42	6.68%	5,429.74	6.91%	5,585.73	7.90%
西北	3,093.17	6.91%	6,012.55	6.61%	4,145.61	5.28%	3,275.47	4.63%
电商	6,276.16	14.02%	12,976.75	14.27%	13,437.52	17.10%	10,388.28	14.69%
其他	45.88	0.10%	57.72	0.06%	567.77	0.72%	464.45	0.66%
合计	**44,751.76**	**100.00%**	**90,931.61**	**100.00%**	**78,562.21**	**100.00%**	**70,723.77**	**100.00%**

公司在全国各地区均铺设了营销渠道，营业收入地域来源较为分散。公司产品销售地主要在华东、华中、华北和西南，报告期内，公司华东、华中、华北和西南地区合计销售收入占主营业务收入的比重分别为 65.49%、62.67%、63.92%和 64.55%。

3、主要产品或服务的主要消费群体

（1）主要消费群体

根据公司的业务模式，公司产品的直接客户主要有经销商、电商平台和商超等；终端消费群体为个人消费者。

（2）主要产品销售价格变动情况

报告期内公司主要产品平均销售价格变动情况见下表：

单位：元/千克

产品类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	销售均价	同比	销售均价	同比	销售均价	同比	销售均价
瓜子仁系列	20.44	-1.29%	20.71	2.93%	20.12	6.12%	18.96
蚕豆系列	20.31	-1.48%	20.62	3.51%	19.92	7.68%	18.50
青豌豆系列	19.88	-1.52%	20.19	2.96%	19.61	8.82%	18.02
综合果仁及豆果系列	36.03	-9.99%	40.03	15.66%	34.61	36.64%	25.33
其他	22.08	2.01%	21.64	9.51%	19.76	5.33%	18.76

（3）报告期内各期前五名客户销售额及其占当期销售总额比重情况

①经销模式前五名

报告期内，公司经销商客户前五名情况如下：

单位：万元

序号	名称	2019 年 1-6 月	占主营业务收入比
1	深圳派风堂食品有限公司	772.03	1.73%
	深圳派风堂食品有限公司沈阳分公司	137.39	0.31%
	小计	909.42	2.03%
2	深圳品味一族工贸有限公司	135.21	0.30%

	长沙市博特食品贸易有限公司	271.86	0.61%
	小计	407.07	0.91%
3	武汉丰之神商贸有限公司	79.88	0.18%
	武汉鑫豪安商贸有限公司	260.78	0.58%
	小计	340.66	0.76%
4	双流区鑫惠利商贸部	331.05	0.74%
5	襄阳市美特好商贸有限公司	271.36	0.61%
	合计	**2,259.56**	**5.05%**
序号	**名称**	**2018 年度**	**占主营业务收入比**
1	深圳派风堂食品有限公司	1,307.65	1.44%
	深圳派风堂食品有限公司沈阳分公司	319.07	0.35%
	小计	1,626.72	1.79%
2	深圳品味一族工贸有限公司	336.31	0.37%
	湖南品味一族食品有限公司	291.42	0.32%
	长沙市博特食品贸易有限公司	226.59	0.25%
	小计	854.31	0.94%
3	双流区鑫惠利商贸部	803.84	0.89%
4	广州市白云区松洲大展食品商行	711.33	0.78%
	广州市大展食品有限公司	7.72	0.01%
	小计	719.05	0.79%
5	武汉鑫豪安商贸有限公司	425.93	0.47%
	武汉丰之神商贸有限公司	185.47	0.20%
	小计	611.40	0.67%
	合计	**4,615.31**	**5.08%**
序号	**名称**	**2017 年度**	**占主营业务收入比**
1	深圳派风堂食品有限公司	1,339.66	1.71%
	深圳派风堂食品有限公司沈阳分公司	128.67	0.16%
	沈阳金宾贸易有限公司	97.64	0.12%
	小计	1,565.97	1.99%
2	重庆正良商贸有限公司	728.95	0.93%
3	湖南品味一族食品有限公司	454.86	0.58%
	深圳品味一族工贸有限公司	173.24	0.22%
	小计	628.10	0.80%
4	襄阳市美特好商贸有限公司	560.85	0.71%
5	哈尔滨市道外区律氏食品经销部	513.77	0.65%
	合计	**3,997.64**	**5.09%**
序号	**名称**	**2016 年度**	**占主营业务收入比**

1	成都翔溢实业有限公司	456.15	0.64%
	成都嘉益商贸有限公司	309.50	0.44%
	小计	765.65	1.08%
2	重庆正良商贸有限公司	652.69	0.92%
3	贵州信恒商贸有限公司	604.54	0.85%
4	哈尔滨市道外区律氏食品经销部	580.41	0.82%
5	武汉九龙富宝贸易有限公司	441.44	0.62%
	武汉源芯奇阳贸易有限公司	45.87	0.06%
	小计	487.31	0.69%
	合计	**3,090.61**	**4.37%**

注：报告期内，哈尔滨市道外区律氏食品经销部因其实际控制人律艳泉经营业务调整于2017 年 10 月 26 日注销，其与发行人的业务由实际控制人律艳泉设立的公司哈尔滨市道外区律氏食品商行（设立于 2016 年 02 月 29 日）承接。

②电商模式前五名

报告期内，公司电商销售前五名情况如下：

单位：万元

序号	平台	公司名	2019年1-6月	占主营业务收入比
1	天猫旗舰店	浙江天猫技术有限公司	2,400.68	5.36%
2	京东	北京京东世纪信息技术有限公司	825.79	1.85%
3	天猫超市	浙江天猫供应链管理有限公司	820.24	1.83%
4	贝店	杭州贝店科技有限公司	510.64	1.14%
5	拼多多	上海寻梦信息技术有限公司	509.66	1.14%
		合计	**5,067.01**	**11.32%**
序号	**平台**	**公司名**	**2018 年度**	**占主营业务收入比**
1	天猫旗舰店	浙江天猫技术有限公司	5,715.31	6.29%
2	京东	北京京东世纪信息技术有限公司	2,134.97	2.35%
3	唯品会	重庆唯品会电子商务有限公司	1,001.18	1.10%
		唯品会（中国）有限公司	703.56	0.77%
		小计	1,704.74	1.87%
4	拼多多	上海寻梦信息技术有限公司	1,125.96	1.24%
5	天猫超市	浙江天猫供应链管理有限公司	766.26	0.84%
		上海天翌电子商务有限公司	88.96	0.10%
		小计	855.22	0.94%
		合计	**11,536.20**	**12.69%**
序号	**平台**	**公司名**	**2017 年度**	**占主营业务收入比**
1	天猫旗舰店	浙江天猫技术有限公司	6,284.02	8.00%

2	拼多多	上海寻梦信息技术有限公司	2,836.41	3.61%
3	天猫超市	上海天翌电子商务有限公司	1,802.80	2.29%
4	京东	北京京东世纪贸易有限公司	266.49	0.34%
		北京京东世纪信息技术有限公司	726.33	0.92%
		小计	992.81	1.26%
5	唯品会	重庆唯品会电子商务有限公司	297.47	0.38%
		唯品会（中国）有限公司	199.58	0.25%
		小计	497.05	0.63%
		合计	**12,413.09**	**15.80%**
序号	**平台**	**公司名**	**2016 年度**	**占主营业务收入比**
1	天猫旗舰店	浙江天猫技术有限公司	6,454.41	9.13%
2	天猫超市	上海天翌电子商务有限公司	1,349.51	1.91%
		天津猫超电子商务有限公司	259.36	0.37%
		广州心雅信息科技有限公司	157.44	0.22%
		小计	1,766.30	2.50%
3	京东	北京京东世纪贸易有限公司	923.45	1.31%
4	京东旗舰店	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	346.66	0.49%
5	淘宝 C 店	浙江淘宝网络有限公司	318.47	0.45%
		合计	**9,809.28**	**13.87%**

注：天猫旗舰店、京东旗舰店为发行人电商自营；天猫超市、京东为发行人电商平台销售。

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述客户中不占有任何权益。

4、主要产品或服务的原材料、能源及供应情况

（1）原材料和能源供应情况

公司根据原材料的重要性及功能属性，将原材料种类划分为四类：Ⅰ类为主原料，Ⅱ类为辅料、调味料、添加剂，Ⅲ类为包材，Ⅳ类为后勤材料等。

类别	名称	介绍
Ⅰ类	主原料	青豌豆、瓜子仁、蚕豆、花生、黑豆、糯米、黄大豆、黑大豆、青大豆、腰果、扁桃仁、核桃仁、夏威夷果仁、枸杞、蔓越莓干、蓝莓干、黑加仑、葡萄干、红枣干等
Ⅱ类	辅料	棕榈油、白砂糖、糯米粉、面粉、食用玉米淀粉、预糊化粉等
	调味料	调味料、精制盐、味精、鸡精、辣椒粉、辣椒丝、花椒、麻椒等
	添加剂	食品用香精、5`-呈味核苷酸二钠、碳酸氢铵、碳酸氢钠等
Ⅲ类	包材	包膜、外袋、纸箱等
Ⅳ类	后勤材料	工程、备品备件、办公用品、劳保用品等

此外，公司的主要能源需求为生产及办公用水、用电及天然气，价格稳定，供应充足，日常消耗用品主要为文具、纸张等办公用品，市场竞争充分，不存在对供应商依赖的风险。

（2）主要采购的原材料价格变动情况

报告期内，公司采购的主要原材料的价格变动情况如下：

单价：元/KG

名称		2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
		单价	同比	单价	同比	单价	同比	单价
主要原材料	瓜子仁	7.40	-3.14%	7.64	2.41%	7.46	-6.63%	7.99
	青豌豆	4.30	0.69%	4.27	-0.47%	4.29	-0.92%	4.33
	带壳蚕豆	5.93	-2.28%	6.07	28.33%	4.73	1.50%	4.66
	蚕豆片	5.23	-5.85%	5.55	0.18%	5.54	-13.57%	6.41
主要辅料	棕榈油	4.65	-6.61%	4.98	-11.70%	5.64	-3.42%	5.84
	糯米粉	4.68	-0.01%	4.68	-4.49%	4.90	-0.81%	4.94
	调味料	21.63	-1.68%	22.00	-3.72%	22.85	-0.17%	22.89
包材	纸箱（元/个）	2.32	-2.04%	2.37	-9.89%	2.63	24.64%	2.11
	包膜	18.38	1.54%	18.10	4.81%	17.27	2.19%	16.90

①主要原材料采购具体情况

公司的主要原材料为瓜子仁、青豌豆和蚕豆（带壳蚕豆及蚕豆片），报告期内上述主要原材料合计采购额占 I 类原料比例在 50%以上，此三种原材料用于生产公司销售的瓜子仁系列、蚕豆系列、青豌豆系列三样主打产品，除上述三种主要原材料外其他 I 类原料品种多，采购金额和占比较小。报告期瓜子仁、青豌豆和蚕豆（带壳蚕豆及蚕豆片）采购额及采购额占 I 类原料采购比例具体情况如下：

单位：万元

名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
瓜子仁	1,708.86	19.32%	4,309.35	20.54%	4,316.44	22.67%	4,764.87	30.37%
青豌豆	1,949.47	22.04%	3,828.98	18.25%	3,327.21	17.48%	3,264.41	20.81%
带壳蚕豆	290.23	3.28%	254.04	1.21%	817.40	4.29%	3,143.83	20.04%
蚕豆片	1,066.45	12.06%	2,954.65	14.08%	2,159.05	11.34%	845.11	5.39%
小计	**5,015.02**	**56.70%**	**11,347.02**	**54.07%**	**10,620.09**	**55.78%**	**12,018.22**	**76.60%**
I 类原料	**8,844.56**	**100.00%**	**20,984.55**	**100.00%**	**19,037.56**	**100.00%**	**15,690.21**	**100.00%**

报告期内，三种主要原材料的采购占 I 类采购的比例分别为 76.60%、55.78%、54.07%和 56.70%。2016 年度占比较高的主要原因为公司 2016 年销售产品品种

较少，瓜子仁系列、蚕豆系列、青豌豆系列产品销售占比较高，2017 年开始加大了新产品研发和推广力度，综合果仁及豆果系列和其他产品销售占比明显提升，因此其他类别原材料的采购量相应提升。

②主要辅料采购具体情况

公司主要辅料为棕榈油、糯米粉、调味料，报告期内上述主要辅料合计采购额占 II 类原料比例在 75%以上，报告期棕榈油、糯米粉、调味料采购额及采购额占 II 类原料采购比例具体情况如下：

单位：万元

名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
棕榈油	2,523.83	39.99%	5,337.55	39.68%	5,431.93	40.01%	5,396.64	38.81%
糯米粉	925.30	14.66%	1,970.61	14.65%	1,994.70	14.69%	2,164.73	15.57%
调味料	1,293.43	20.49%	3,027.26	22.51%	3,084.29	22.72%	3,103.61	22.32%
小计	**4,742.56**	**75.14%**	**10,335.42**	**76.84%**	**10,510.92**	**77.42%**	**10,664.98**	**76.69%**
II 类原料	**6,311.60**	**100.00%**	**13,451.17**	**100.00%**	**13,575.94**	**100.00%**	**13,906.32**	**100.00%**

③主要包装物采购具体情况

公司主要包材为纸箱和包膜，报告期内上述主要包材合计采购额占 III 类原料比例在 65%以上，报告期纸箱和包膜采购额及采购额占 III 类原料采购比例具体情况如下：

单位：万元

名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
纸箱	1,237.44	22.59%	2,894.13	24.64%	3,260.90	29.18%	2,418.50	25.65%
包膜	2,326.30	42.46%	5,142.27	43.77%	4,463.22	39.94%	4,346.66	46.10%
小计	**3,563.73**	**65.05%**	**8,036.40**	**68.41%**	**7,724.12**	**69.13%**	**6,765.16**	**71.76%**
III 类原料	**5,478.46**	**100.00%**	**11,747.88**	**100.00%**	**11,173.45**	**100.00%**	**9,427.93**	**100.00%**

（3）主要原材料采购数量、耗用数量及与产品产量的匹配情况

报告期，公司主要原材料瓜子仁、青豌豆、蚕豆的采购数量、耗用数量及单位耗用情况如下：

类别	期间	采购数量（吨）	耗用数量（吨）	完工数量（吨）	单位耗用
瓜子仁	2019 年 1-6 月	2,309.18	2,605.39	5,988.01	0.44
	2018 年度	5,643.57	5,378.43	12,374.77	0.43

	2017 年度	5,787.21	5,896.06	13,363.46	0.44
	2016 年度	5,964.22	5,969.91	13,935.00	0.43
青豌豆	2019 年 1-6 月	4,534.07	4,464.58	6,593.42	0.68
	2018 年度	8,957.56	8,980.95	12,488.57	0.72
	2017 年度	7,756.23	7,687.61	10,828.66	0.71
	2016 年度	7,544.58	7,904.95	10,118.10	0.78
蚕豆/带壳蚕豆	2019 年 1-6 月	2,530.30	2,626.18	5,516.11	0.48
	2018 年度	5,746.50	5,747.91	11,942.37	0.48
	2017 年度	5,623.13	6,639.95	12,638.57	0.53
	2016 年度	8,069.36	7,782.10	12,366.91	0.63

注 1：瓜子仁系列、蚕豆系列产品需经裹粉、油炸工艺，青豌豆系列产品需经油炸工艺，因此单位耗用小于 1

注 2：本表中的完工数量统计的是需使用对应的原材料产出的产品完工数量，其中瓜子仁用于生产瓜子仁系列产品、葵瓜子仁酥及杂锦类产品，青豌豆用于生产青豌豆系列产品及综合豆果类、杂锦类产品，蚕豆/带壳蚕豆用于生产蚕豆系列产品、兰花豆产品及杂锦类产品

①瓜子仁单位耗用分析

如下表所示，报告期内，瓜子仁主要生产的产品品种为瓜子仁系列产品，各期变化不大，单位耗用量无异常波动情况。

单位：吨

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	完工数量	比例	完工数量	比例	完工数量	比例	完工数量	比例
瓜子仁系列	5,692.54	95.07%	11,777.62	95.17%	12,842.69	96.10%	12,883.78	92.46%
葵瓜子仁酥	25.19	0.42%	43.87	0.35%	-	0.00%	-	0.00%
其他含瓜子仁产品	270.29	4.51%	553.29	4.47%	520.77	3.90%	1,051.21	7.54%
合计	**5,988.01**	**100.00%**	**12,374.77**	**100.00%**	**13,363.46**	**100.00%**	**13,935.00**	**100.00%**

②青豌豆单位耗用分析

2017 年度开始，青豌豆单位耗用有所下降。主要原因是青豌豆除用于生产青豌豆系列产品外，还用于综合豆果类、杂锦类等其他含青豌豆产品的配料，其他含青豌豆产品使用的单位青豌豆较青豌豆系列产品单位耗用低，而 2017 年度开始公司其他含青豌豆产品产量有所提升，因此青豌豆单位耗用有所下降。

报告期内，公司使用青豌豆生产的产成品构成变化情况如下：

单位：吨

类别	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

	完工数量	比例	完工数量	比例	完工数量	比例	完工数量	比例
青豌豆系列	5,362.44	81.33%	10,384.42	83.15%	8,894.07	82.13%	9,036.40	89.31%
其他含青豌豆产品	1,230.98	18.67%	2,104.15	16.85%	1,934.59	17.87%	1,081.70	10.69%
合计	**6,593.42**	**100.00%**	**12,488.57**	**100.00%**	**10,828.66**	**100.00%**	**10,118.10**	**100.00%**

③蚕豆/带壳蚕豆单位耗用分析

2016 年度至 2018 年度公司蚕豆/带壳蚕豆单位耗用持续下降，主要是因为蚕豆类（蚕豆、带壳蚕豆）采购结构有较大变化。2016 年度公司蚕豆类采购数量和耗用数量均较高系公司 2016 年度主要采购带壳蚕豆自行去壳切片处理所致，因此蚕豆类的采购数量和耗用数量统计了豆壳的重量和去壳过程中的损耗量，2017 年开始公司逐渐主要购入已去壳切片的蚕豆片进行生产，因此 2017 年度及 2018 年度公司蚕豆类的采购数量和耗用数量较 2016 年度更小，同时单位耗用逐渐下降。

报告期内，公司蚕豆与带壳蚕豆的采购和耗用情况如下表：

单位：吨

类别		2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例
采购数量	蚕豆	2,041.02	80.66%	5,327.98	92.72%	3,895.39	69.27%	1,318.84	16.34%
	带壳蚕豆	489.28	19.34%	418.52	7.28%	1,727.74	30.73%	6,750.51	83.66%
	合计	**2,530.30**	**100.00%**	**5,746.50**	**100.00%**	**5,623.13**	**100.00%**	**8,069.36**	**100.00%**
耗用数量	蚕豆	2,216.82	84.41%	5,238.51	91.14%	3,799.30	57.22%	1,536.40	19.74%
	带壳蚕豆	409.36	15.59%	509.40	8.86%	2,840.65	42.78%	6,245.70	80.26%
	合计	**2,626.18**	**100.00%**	**5,747.91**	**100.00%**	**6,639.95**	**100.00%**	**7,782.10**	**100.00%**

报告期内，公司使用蚕豆/带壳蚕豆生产的产成品构成变化不大：

单位：吨

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	完工数量	比例	完工数量	比例	完工数量	比例	完工数量	比例
蚕豆系列	4,640.09	84.12%	10,199.11	85.40%	10,481.74	82.93%	10,970.08	88.71%
兰花豆产品	332.02	6.02%	627.13	5.25%	932.06	7.37%	336.06	2.72%
其他含蚕豆产品	543.99	9.86%	1,116.14	9.35%	1,224.76	9.69%	1,060.77	8.58%
合计	**5,516.11**	**100.00%**	**11,942.37**	**100.00%**	**12,638.57**	**100.00%**	**12,366.91**	**100.00%**

（4）主要辅料采购数量、耗用数量及与产品产量的匹配情况

报告期，公司主要辅料棕榈油、糯米粉、调味料的采购数量、耗用数量及单位耗用情况如下：

类别	期间	采购数量（吨）	耗用数量（吨）	完工数量（吨）	单位耗用
棕榈油	2019 年 1-6 月	5,426.82	5,471.17	19,288.15	0.28
	2018 年度	10,716.81	10,696.86	39,174.04	0.27
	2017 年度	9,633.86	9,621.76	37,754.97	0.25
	2016 年度	9,235.25	9,798.93	37,068.91	0.26
糯米粉	2019 年 1-6 月	1,977.41	1,986.15	10,822.38	0.18
	2018 年度	4,211.20	4,087.18	23,884.01	0.17
	2017 年度	4,069.04	4,190.40	25,466.22	0.16
	2016 年度	4,385.10	4,357.47	26,328.08	0.17
调味料	2019 年 1-6 月	597.99	666.82	19,663.65	0.03
	2018 年度	1,375.78	1,337.18	39,458.10	0.03
	2017 年度	1,349.81	1,310.17	38,198.30	0.03
	2016 年度	1,355.94	1,412.81	37,457.12	0.04

注：本表中的完工数量统计的是需使用对应的原材料产出的产品完工数量，其中棕榈油用于油炸工艺，完工数量统计需油炸工艺的产品数量，糯米粉用于裹粉工艺，完工数量统计需裹粉工艺的产品数量，调味料适用于绝大部分产品。

报告期内，棕榈油、糯米粉、调味料的采购数量、耗用数量和单位耗用均不存在明显异常。

（5）主要包装物采购数量、耗用数量及与产品产量的匹配情况

①纸箱

报告期，公司纸箱的采购数量、耗用数量及单位耗用情况如下：

类别	期间	采购数量（万个）	领用量		完工数量（万件）	单位耗用
			生产耗用（万个）	快递及周转耗用（万个）		
纸箱	2019 年 1-6 月	533.01	420.44	116.47	418.20	1.01
	2018 年度	1,082.79	852.82	230.37	850.57	1.00
	2017 年度	1,170.67	795.94	374.71	794.90	1.00
	2016 年度	1,034.83	793.03	241.17	773.72	1.02

注 1：单位耗用=生产耗用/完工数量

注 2：公司纸箱采购以个计价，包装使用以件计包装

公司每件产品需使用一个纸箱，单位耗用基本稳定，快递及周转耗用量主要与当期快递发货量相关，报告期内，公司包裹数量分别为 249.78 万个、379.87

万个、229.70 万个和 111.76 万个，对应耗用分别为 241.17 万个、374.71 万个、230.37 万个和 116.47 万个，不存在明显异常。

②包膜

报告期，公司包膜的采购数量、耗用数量及单位耗用情况如下：

类别	期间	采购数量（吨）	耗用数量（吨）	完工数量（吨）	单位耗用
包膜	2019 年 1-6 月	1,265.75	1,316.72	20,132.56	0.07
	2018 年度	2,841.19	2,662.43	40,559.71	0.07
	2017 年度	2,647.83	2,593.88	39,096.04	0.07
	2016 年度	2,571.25	2,563.07	37,732.59	0.07

报告期内，包膜的采购数量、耗用数量及单位耗用均较为稳定。

（6）发行人农产品主要采购来源情况

报告期发行人主要农产品采购来源见下表：

品类	主要来源说明
青豌豆	青豌豆主要为进口，主要供应商为进口贸易商，主要有南京邦农国际贸易有限公司、天津悦农国际贸易有限公司、福州桂荣进出口有限公司、福建省桂荣进出口有限公司、通明（漳州）贸易有限公司等
蚕豆	蚕豆主要自云南省、河北省、甘肃省采购，主要供应商有曲靖市丰瑞粮油购销有限公司、陆良县林丰粮油贸易有限公司、河北泥河湾农业发展股份有限公司、甘肃茂丰源农产品有限责任公司等
瓜子仁	瓜子仁主要自内蒙古自治区、新疆维吾尔族自治区采购，主要供应商有五原县腾飞食品有限责任公司、五原县诚信粮油食品有限责任公司、五原县兴达贸易有限责任公司、布尔津县悦腾贸易进出口有限责任公司等
花生	花生主要自山东省采购，主要供应商有青岛嘉里花生油有限公司、青岛千蚨彩农产品有限公司等
坚果	坚果主要为进口，主要供应商为进口贸易商，主要有广东森和果仁食品有限公司、江门市新会区司前古香园土产加工厂、鹤山市东源食品有限公司、深圳市高美食品有限公司、东莞亿堡进出口有限公司等
棕榈油	棕榈油主要为进口，主要供应商为进口贸易商，主要供应商有广州市金妮宝食用油有限公司、益海（广州）粮油工业有限公司
糯米粉	糯米粉主要自江西省采购，主要供应商有吉安市金庐陵粮油食品有限公司

（7）各期向非法人供应商采购情况

报告期各期向非法人供应商采购情况见下表：

单位：万元

	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
农产品采购金额	13,776.35	31,203.58	29,396.03	26,354.55
非法人农产品采购金额	5.81	239.66	257.37	42.23

其中：个人供应商	-	-	0.15	0.03
个体工商户	5.81	23.68	-	42.20
个人独资企业	-	215.96	257.22	-
非法人农产品采购占比	0.04%	0.77%	0.88%	0.16%
其中：无发票金额	0.22	-	-	-
现金结算金额	-	-	-	0.03

报告期内，发行人向非法人单品类农产品采购超过 10 万元的的明细数据如下：

单位：万元

年份	供应商名称	物料名称	采购总额	采购单价	同类材料采购单价
2018年度	萍乡经济开发区鸿运达贸易商行	花生油	11.97	10.55	10.90
	江门市新会区司前古香园土产加工厂	烘烤原味巴旦木	44.00	56.41	60.13
		奶油味碧根果	15.01	54.31	55.44
		奶油味夏威夷果	13.60	48.58	51.31
		盐焗味开心果	21.94	76.72	80.17
		烘烤原味扁桃仁	112.90	71.55	75.95
2017年度	杭州临安恒兴天然食品厂	夏威夷果仁（半边）	23.79	118.97	120.08
	江门市新会区司前古香园土产加工厂	烘烤原味扁桃仁	233.43	56.41	57.20
2016年度	长沙市雨花区茂港干货经营部	腰果	38.89	59.95	67.39

注：2019 年 1-6 月不存在向非法人单品类农产品采购超过 10 万元的情况

（8）主要能源耗用数量及价格情况

报告期内，公司的主要能源耗用数量及价格如下所示：

名称	单位	2019 年 1-6 月		
		采购数量	采购金额（元）	采购单价（元）
水	吨	65,779.22	206,641.34	3.14
电	度	7,675,334.59	4,906,879.11	0.64
生物炭	吨	3,937.86	3,302,868.45	838.75
天然气	立方	570,337.03	1,714,998.15	3.01
名称	单位	2018 年度		
		采购数量	采购金额（元）	采购单价（元）
水	吨	193,452.64	531,632.11	2.75
电	度	15,711,042.09	9,724,594.84	0.62
生物炭	吨	9,173.20	8,234,573.76	897.68

天然气	立方	585,340.73	1,636,288.33	2.80
名称	**单位**	**2017 年度**		
		采购数量	**采购金额（元）**	**采购单价（元）**
水	吨	109,902.15	285,745.60	2.60
电	度	13,454,217.19	8,178,818.63	0.61
生物炭	吨	9,169.07	7,631,750.74	832.34
天然气	立方	190,230.42	526,063.19	2.77
名称	**单位**	**2016 年度**		
		采购数量	**采购金额（元）**	**采购单价（元）**
水	吨	101,365.85	263,551.20	2.60
电	度	10,783,527.65	7,161,340.71	0.66
生物炭	吨	9,325.36	7,936,403.87	851.06
天然气	立方	43,016.42	118,006.95	2.74

（9）主要能源的耗用数量及与产量匹配分析

公司主要使用能源为电、天然气和生物炭，其中电用于机器设备运转，天然气和生物炭用于锅炉功能。

①电的耗用数量及与产量匹配分析

报告期，公司电的耗用数量及与产量匹配关系情况如下：

	期间	**采购数量（度）**	**完工数量（吨）**	**单位产成品耗用量（度/吨）**
电	2019 年 1-6 月	7,675,334.59	20,132.56	381.24
	2018 年度	15,711,042.09	40,559.71	387.36
	2017 年度	13,454,217.19	39,096.04	344.13
	2016 年度	10,783,527.65	37,732.59	285.79

2016 年度至 2018 年度，公司单位产成品电耗用量有所上升，2019 年 1-6 月单位产成品电耗用量与 2018 年度相比无重大变化。2017 年度，由于公司采购了较多设备进行自动化改造以及新品生产，2017 年度机器设备类固定资产增加 1,000 多万元，主要包括组合秤、立式包装机、装箱机、提升机、虾条烘干机、坚果烘干机、麻花机、烤箱等，因此单位产成品电耗用量提升较多。2018 年度，由于公司新建的三期工程两个车间于 5 月投入使用，主要用于新品生产，试制新品和调试机器过程中耗电较多，且新品产量较低，因此单位产成品耗用量继续提升。

②天然气、生物炭的耗用数量及与产量匹配分析

报告期，公司使用天然气、生物炭用于锅炉供能，由于两种燃料均可使用，因此将天然气、生物炭耗用数量折算为 kWH 与产量匹配关系情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
天然气（立方）	570,337.03	560,427.03	190,230.42	43,016.42
生物炭（吨）	3,937.86	9,173.20	9,136.35	9,325.36
折算为 kWH	24,406,708.48	49,265,674.64	45,432,456.95	44,878,993.37
总产量（吨）	20,132.56	40,559.71	39,096.04	37,732.59
单位能耗（kWH/吨）	1,212.30	1,214.65	1,162.07	1,189.40

注：天然气按 9.88 kWH/立方折算，生物炭按 4,767 kWH/吨折算

锅炉供能主要用于油炸工艺和烘烤工艺，由于公司各类产品所需工艺有所不同，同时受燃料质量、损耗影响，单位耗用热量各期有所波动属于正常现象。2018 年度，由于公司新建的三期工程两个车间于 5 月投入使用，主要用于新品生产，试制新品和调试机器过程中耗能较多，且新品产量较低，因此单位能耗有所提升。

（10）主要原材料和能源占成本的比重

报告期内，公司的主要原材料和能源占成本比重如下所示：

科目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
Ⅰ类原材料占成本比重	35.89%	37.40%	37.29%	34.33%
Ⅱ类原材料占成本比重	24.70%	24.16%	25.97%	30.80%
Ⅲ类原材料占成本比重	19.54%	19.34%	20.11%	19.81%
能源占成本比重	3.86%	3.52%	3.23%	3.42%

（11）报告期内各期公司向前五名供应商采购额及其占当期采购总额比重

报告期内，公司前五大供应商采购额及采购比例如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	2019 年 1-6 月	占当年采购额比例
1	益海(广州)粮油工业有限公司	棕榈油	2,344.15	10.72%
	青岛嘉里花生油有限公司	花生	195.70	0.90%
	益海嘉里（兖州）粮油工业有限公司	面粉	179.28	0.82%
	小计		2,719.14	12.44%
2	南京邦农国际贸易有限公司	青豌豆	1,473.56	6.74%
3	海宁市粤海彩印有限公司	卷膜/外袋	965.57	4.42%
4	吉安市金庐陵粮油食品有限公司	糯米粉	918.01	4.20%

5	浏阳市天鹰包装印务有限公司	纸箱	811.62	3.71%
	合计		**6,887.90**	**31.51%**
序号	**供应商名称**	**采购内容**	**2018 年度**	**占当年采购额比例**
1	益海（广州）粮油工业有限公司	棕榈油	3,488.91	7.16%
	青岛嘉里花生油有限公司	花生	509.49	1.05%
	益海嘉里（兖州）粮油工业有限公司	面粉	266.20	0.55%
	小计	--	4,264.61	8.76%
2	浏阳市天鹰包装印务有限公司	纸箱	2,108.06	4.33%
3	吉安市金庐陵粮油食品有限公司	糯米粉	1,970.61	4.05%
4	曲靖市丰瑞粮油购销有限公司	蚕豆片	1,844.54	3.79%
5	广州市金妮宝食用油有限公司	棕榈油	1,694.72	3.48%
	合计	**--**	**11,882.55**	**24.40%**
序号	**供应商名称**	**采购内容**	**2017 年度**	**占当年采购额比例**
1	广州市金妮宝食用油有限公司	棕榈油	5,135.40	11.29%
2	布尔津县悦腾贸易进出口有限责任公司	瓜子仁	1,469.81	3.23%
	五原县诚信粮油食品有限责任公司	瓜子仁	808.30	1.78%
	小计	--	2,278.11	5.01%
3	浏阳市天鹰包装印务有限公司	纸箱	2,359.46	5.19%
4	吉安市金庐陵粮油食品有限公司	糯米粉	1,994.84	4.39%
5	五原县腾飞食品有限责任公司	瓜子仁	1,857.58	4.08%
	合计	**--**	**13,625.40**	**29.96%**
序号	**供应商名称**	**采购内容**	**2016 年度**	**占当年采购额比例**
1	广州市金妮宝食用油有限公司	棕榈油	5,393.87	13.13%
2	五原县腾飞食品有限责任公司	瓜子仁	3,001.11	7.31%
3	福州桂荣进出口有限公司	蚕豆、青豌豆	2,868.70	6.98%
	福建省桂荣进出口有限公司	蚕豆、青豌豆	52.38	0.13%
	小计	--	2,921.08	7.11%
4	吉安市金庐陵粮油食品有限公司	糯米粉	2,165.06	5.27%
5	增城华栋调味品有限公司	调味料	1,876.37	4.57%
	合计	**--**	**15,357.49**	**37.39%**

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述供应商中不占有任何权益。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净额	成新率
房屋建筑物	13,340.02	1,478.82	11,861.21	88.91%
机器设备	11,846.48	3,018.98	8,827.50	74.52%
运输设备	451.27	276.14	175.12	38.81%
电子设备	623.10	427.20	195.90	31.44%
其他设备	1,219.31	353.16	866.15	71.04%
合计	**27,480.18**	**5,554.29**	**21,925.89**	**79.79%**

1、房屋所有权情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有的自有房产的情况如下：

序号	房产名称	建筑面积（m²）	产权证号	坐落地址	使用期限
1	办公楼	2,970.72	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014706 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
2	1#生产车间	9,743.04	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014708 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
3	2#宿舍楼	4,058.95	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014710 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
4	1#宿舍	3,457.49	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014712 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
5	2#生产车间	12,200.29	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014715 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
6	纸箱仓库	1,823.60	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014713 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
7	包材仓库	980.10	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014716 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
8	4#生产车间	9,540.00	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014717 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
9	2#生产车间	7,867.26	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014719 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
10	危化品仓库	113.19	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014720 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
11	3#宿舍楼	4,058.23	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014722 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
12	原料仓库	1,928.58	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014726 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
13	辅料仓库	14,722.53	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014727 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
14	设备配件仓库	420.81	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014728 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
15	原料精选车间	3,943.44	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014731 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
16	蒸汽锅炉房	431.64	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014724 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
17	三期 3#	15,615.02	赣(2019)萍乡市不动	萍乡市经济技术开发区	2016-07-15 至 2066-07-14

	生产车间		产权第 0001821 号	上柳源村甲公祠 69 号	
18	三期 5#生产车间	15,486.62	赣(2018)萍乡市不动产权第 0001820 号	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
19	水泵房	230.04	赣(2018)萍乡市不动产权第 0001822 号	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14

2、房屋租赁情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司承租的房产情况如下：

序号	承租方	出租方	房产证字号	房屋位置	租赁面积（㎡）	租赁用途
1	甘源食品	周媛、刘骐昊	长房权证雨花字第 716093108 号和长房权证雨花字第 716093109 号	长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 1、2 栋及地下室 20012 房	114.60	办公
2	甘源食品	周细云	湘（2018）长沙市不动产权第 0183768 号	长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 1、2 栋及地下室 20013 房	127.65	办公
3	甘源食品	湖南金昆仑资产管理有限公司	湘（2017）长沙市不动产权第 0231380 号、湘（2017）长沙市不动产权第 0231386 号、湘（2017）长沙市不动产权第 0231383 号	长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 1、2 栋及地下室 20009 房、20010 房、20011 房	470.10	办公

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	土地证号	使用权人	位置	面积（㎡）	用途	使用权类型	终止日期	他项权利
1	赣（2018）萍乡市不动产权第（0008453）号	发行人	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	194,122.41	工业用地	出让	2066.7.14	无
2	豫（2018）汤阴县不动产权第（0004452）号	安阳甘源	安阳市汤阴县城关镇工兴大道与光明路交叉口西南方位	41,275.54	工业用地	出让	2068.5.21	无
3	豫（2018）汤阴县不动产权第（0004447）号	安阳甘源	安阳市汤阴县城关镇工兴大道与光明路交叉口西南方位	218,758.47	工业用地	出让	2068.3.15	无

2、商标

截至 2019 年 6 月 30 日，公司持有国内商标 97 个，具体情况如下：

序号	商标	注册证号	商品类别	专用权期至	取得方式	目前是否使用
1	伴随	4658057	29	2028-02-27	继受取得	否
2	KAM YUEN 甘源	5247595	30	2029-04-06	继受取得	是
3	花のパッチ	6931741	29	2020-11-13	继受取得	否
4	DD	7159423	29	2021-02-20	继受取得	否
5	每购	7847094	29	2021-03-13	继受取得	否
6	每购	7847077	30	2020-12-20	继受取得	否
7	KAM YUEN 甘源	10958993	30	2023-09-27	继受取得	否
8	KAM YUEN 甘源	10958995	29	2023-09-20	继受取得	是
9	KAM YUEN 甘源	10958994	35	2023-09-06	继受取得	否
10	花のパッチ	11272531	35	2023-12-27	继受取得	否
11	花のパッチ	11272533	29	2023-12-27	继受取得	是
12	花のパッチ	11272532	30	2023-12-27	继受取得	是
13	甘源牌	11708158	30	2024-06-20	继受取得	是
14	甘源牌	11708159	29	2024-04-20	继受取得	是

15	甘源牌	11708157	35	2024-04-13	继受取得	否
16		11823123	29	2024-05-13	原始取得	是
17		11823122	30	2024-05-13	原始取得	否
18		11946876	30	2024-06-13	继受取得	否
19		11946877	29	2024-06-13	继受取得	否
20		11946875	35	2024-06-13	继受取得	否
21	IMOMMO	12397511	29	2024-09-13	原始取得	是
22	IMOMMO	12397312	30	2024-09-20	原始取得	否
23	KAM YUENS	12423768	30	2024-09-20	继受取得	否
24	KAM YUENS	12423769	29	2024-09-20	继受取得	是
25	Kemets	13363773	29	2025-02-06	原始取得	是
26	O'Krice	13364122	29	2025-02-06	原始取得	是
27	每购	14070673	29	2025-04-20	原始取得	是
28	MEIGOUL	14071394	29	2025-04-20	原始取得	否
29	每购	14070725	30	2025-04-20	原始取得	是
30	MEIGOUL	14071516	30	2025-04-20	原始取得	否

31	每购	14070773	35	2025-07-13	原始取得	否
32	每购	14070790	42	2025-04-20	原始取得	否
33	每购	14070744	32	2025-04-20	原始取得	否
34	伴随	14112777	32	2025-04-13	原始取得	否
35	伴随	14112628	30	2025-07-13	原始取得	否
36	HAPPY TO EAT OUT	14111880	30	2025-04-20	原始取得	否
37	MEIGOU DELICIOUS	14111851	29	2025-07-13	原始取得	否
38	HAPPY TO EAT OUT	14111813	29	2025-04-20	原始取得	否
39	get right	17232833	29	2026-08-13	原始取得	否
40	get right	17233189	30	2026-10-20	原始取得	否
41	甘源牌	17399226	29	2026-09-27	原始取得	否
42	可笑零食 风向标	19688831	29	2027-08-20	原始取得	否
43	甘源 GANYUAN	20061138	29	2027-07-13	原始取得	否
44	甘源 GANYUAN	20062227	30	2027-10-06	原始取得	否
45	甘源 GANYUAN	21661047	29	2028-02-06	原始取得	否
46	咁原	22679653	29	2028-02-20	原始取得	否

47	甘原	22679481	29	2028-04-27	原始取得	否
48	甘愿	22679530	29	2028-04-27	原始取得	否
49	玵源	22680045	29	2028-02-20	原始取得	否
50	新甘原	22680057	29	2028-02-20	原始取得	否
51	甘之原	22680108	29	2028-02-20	原始取得	否
52	苷源	22679803	29	2028-04-27	原始取得	否
53	詌源	22679864	29	2028-04-27	原始取得	否
54	甘源	22678384	29	2028-04-27	原始取得	是
55	咁源	22679623	29	2028-04-13	原始取得	否
56	泔源	22679852	29	2028-04-13	原始取得	否
57	绀源	22679884	29	2028-04-13	原始取得	否
58	新甘源	22680172	29	2028-04-13	原始取得	否
59	苷原	22679666	29	2028-02-20	原始取得	否
60	坩源	22679823	29	2028-04-27	原始取得	否
61	佃源	22679894	29	2028-04-27	原始取得	否
62	甘之源	22679991	29	2028-04-27	原始取得	否

63	绀源	22680705	30	2028-04-13	原始取得	否
64	甘之源	22680766	30	2028-04-13	原始取得	否
65	咁原	22680622	30	2028-02-20	原始取得	否
66	新甘原	22680795	30	2028-02-20	原始取得	否
67	新甘源	22680769	30	2028-04-13	原始取得	否
68	泔源	22680792	30	2028-04-13	原始取得	否
69	甘愿	22680535	30	2028-02-20	原始取得	否
70	苷原	22680660	30	2028-02-20	原始取得	否
71	詌源	22680836	30	2028-04-27	原始取得	否
72	咁源	22680642	30	2028-04-13	原始取得	否
73	苷源	22680680	30	2028-04-13	原始取得	否
74	甘原	22680690	30	2028-04-13	原始取得	否
75	坩源	22680693	30	2028-04-13	原始取得	否
76	甘之原	22680809	30	2028-04-13	原始取得	否
77	佃源	22680831	30	2028-04-13	原始取得	否
78	玵源	22680873	30	2028-04-13	原始取得	否

79	甘源	22678789	30	2028-04-13	原始取得	是
80	甘源	22678946	31	2028-02-20	原始取得	否
81	甘源	22679021	33	2028-02-20	原始取得	否
82	甘源	22679363	40	2028-02-20	原始取得	否
83	甘源	22679267	35	2028-02-20	原始取得	否
84	甘源小镇	22834421	35	2028-02-20	原始取得	否
85	甘源小镇	22834392	30	2028-04-13	原始取得	否
86	甘源小镇	22834209	29	2028-05-27	原始取得	否
87	甘源	28257457	33	2028-11-20	原始取得	否
88	伴随 BanSui	32336956	30	2028-07-18	原始取得	否
89	伴随	32328228	29	2028-07-18	原始取得	否
90	伴随 BanSui	32327942	32	2028-07-18	原始取得	否
91	伴随	32326360	30	2028-07-18	原始取得	否
92	伴随 BanSui	32316884	29	2028-07-18	原始取得	否
93	甘源	28919962	30	2028-01-25	原始取得	否
94	甘源	28917382	29	2028-01-25	原始取得	否
95	甘源	28280168	28	2027-12-22	原始取得	否
96	甘源	28275960	5	2027-12-22	原始取得	否
97	甘源	28263747	30	2027-12-22	原始取得	否

上述发行人通过继受方式取得的商标，均为发行人在报告期起始日前从第三

方及发行人关联方处受让取得，并由转让双方在主管机关完成了将该等商标的权利人变更登记为发行人的手续。

3、专利权

截至 2019 年 6 月 30 日，公司持有专利 119 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 93 项，外观专利 25 项，具体情况如下：

序号	名称	申请日	专利号	取得方式	类别	目前是否使用
1	蟹黄味瓜子仁及其制备方法	2016-07-08	CN201610533348.6	原始取得	发明专利	是
2	一种连续式油炸机	2014-12-26	CN201420841186.9	原始取得	实用新型	是
3	一种用于油炸机上的油槽	2014-12-26	CN201420841187.3	原始取得	实用新型	是
4	一种油炸机	2014-12-26	CN201420845053.9	原始取得	实用新型	是
5	连续式油炸机	2014-12-26	CN201420845068.5	原始取得	实用新型	是
6	一种滚筒油炸机	2014-12-26	CN201420841188.8	原始取得	实用新型	是
7	一种二段式油炸机	2014-12-26	CN201420845120.7	原始取得	实用新型	是
8	一种节油滚筒油炸机	2014-12-26	CN201420841189.2	原始取得	实用新型	是
9	一种离心脱油机	2014-12-26	CN201420840952.X	原始取得	实用新型	是
10	用于油炸机上的油槽	2014-12-26	CN201420845169.2	原始取得	实用新型	是
11	离心脱油机	2014-12-26	CN201420840955.3	原始取得	实用新型	是
12	滚筒油炸机	2014-12-26	CN201420845185.1	原始取得	实用新型	是
13	物料称重机构	2014-12-25	CN201420841126.7	原始取得	实用新型	是
14	电磁振荡给料机构	2014-12-25	CN201420844550.7	原始取得	实用新型	是
15	浸泡罐	2014-12-25	CN201420844465.0	原始取得	实用新型	是
16	一种用于浸泡豆子的罐体	2014-12-25	CN201420840840.4	原始取得	实用新型	是
17	便于运输的浸泡罐	2014-12-25	CN201420841027.9	原始取得	实用新型	是
18	浸泡桶	2014-12-25	CN201420841001.4	原始取得	实用新型	是
19	用于输送系统的料槽	2014-12-25	CN201420840954.9	原始取得	实用新型	是
20	用于对食品裹粉机进料的自动进料设备	2014-12-25	CN201420841028.3	原始取得	实用新型	是

21	一种用于对食品裹粉机进料的自动进料设备	2014-12-25	CN201420841127.1	原始取得	实用新型	是
22	用于对食品裹粉机进料的进料设备	2014-12-25	CN201420840953.4	原始取得	实用新型	是
23	一种用于对食品裹粉机进料的进料设备	2014-12-25	CN201420844461.2	原始取得	实用新型	是
24	烘焙机的托盘	2015-12-20	CN201521071494.9	原始取得	实用新型	是
25	烘焙机使用托盘	2015-12-20	CN201521071520.8	原始取得	实用新型	是
26	烘焙机的输送带装置	2015-12-20	CN201521088673.3	原始取得	实用新型	是
27	食品裹粉摇床	2015-12-20	CN201521071530.1	原始取得	实用新型	否
28	下料裹粉一体机	2015-12-20	CN201521074949.2	原始取得	实用新型	否
29	粉料下料装置	2015-12-20	CN201521074950.5	原始取得	实用新型	否
30	花生生产线的自动平衡分料装置	2015-12-20	CN201521075011.2	原始取得	实用新型	是
31	花生生产线的自动分料输送带	2015-12-20	CN201521063887.5	原始取得	实用新型	是
32	油炸机	2015-12-20	CN201521075027.3	原始取得	实用新型	是
33	蜜滴花生生产线专用油炸机	2015-12-20	CN201521075066.3	原始取得	实用新型	否
34	食品裹粉装置	2015-12-20	CN201521088689.4	原始取得	实用新型	否
35	裹粉装置	2015-12-20	CN201521088711.5	原始取得	实用新型	否
36	用于均分物料的装置	2015-12-20	CN201521088715.3	原始取得	实用新型	是
37	物料均分装置	2015-12-20	CN201521071544.3	原始取得	实用新型	是
38	用于均分物料的设备	2015-12-20	CN201521071578.2	原始取得	实用新型	是
39	物料均分设备	2015-12-20	CN201521071611.1	原始取得	实用新型	是
40	用于均分物料的机构	2015-12-20	CN201521075081.8	原始取得	实用新型	是
41	物料均分机构	2015-12-20	CN201521088731.2	原始取得	实用新型	是
42	用于自动均分物料的装置	2015-12-20	CN201521071638.0	原始取得	实用新型	是
43	用于连续均分物料的装置	2015-12-20	CN201521075106.4	原始取得	实用新型	是
44	物料溶解装置	2015-12-16	CN201521053686.7	原始取得	实用新型	否
45	一种物料溶解装置	2015-12-16	CN201521053650.9	原始取得	实用新型	否
46	带有加液功能的溶糖	2016-08-27	CN201620970825.0	原始	实用新型	是

	桶			取得		
47	用于溶糖桶上的搅拌棍	2016-08-27	CN201620970883.3	原始取得	实用新型	是
48	泡油槽	2016-08-27	CN201620970923.4	原始取得	实用新型	是
49	食品油炸槽	2016-08-27	CN201620971023.1	原始取得	实用新型	否
50	溶糖桶	2016-08-27	CN201620970839.2	原始取得	实用新型	是
51	食品用的自动油炸槽	2016-08-27	CN201620970908.X	原始取得	实用新型	否
52	带有保温功能的溶糖桶	2016-08-27	CN201620970951.6	原始取得	实用新型	是
53	一种豆壳的回收线	2016-08-27	CN201620970989.3	原始取得	实用新型	是
54	豆类生产线用的豆壳回收系统	2016-08-27	CN201620972575.4	原始取得	实用新型	是
55	蚕豆干法脱壳生产线	2016-08-27	CN201620972861.0	原始取得	实用新型	是
56	一种溶糖用的搅拌桶	2016-08-27	CN201620973131.2	原始取得	实用新型	是
57	用于溶糖的搅拌桶	2016-08-27	CN201620972685.0	原始取得	实用新型	是
58	豆壳回收线	2016-08-27	CN201620973177.4	原始取得	实用新型	是
59	豆壳的回收线	2016-08-27	CN201620973222.6	原始取得	实用新型	是
60	豆制品输送管的震动机构	2016-08-27	CN201620973273.9	原始取得	实用新型	是
61	一种蒸汽加热的油炸槽	2016-08-27	CN201620973508.4	原始取得	实用新型	否
62	一种溶糖桶	2016-08-27	CN201620973592.X	原始取得	实用新型	是
63	油炸槽	2016-08-27	CN201620973674.4	原始取得	实用新型	否
64	食品输送管的震动机构	2016-08-27	CN201620972946.9	原始取得	实用新型	是
65	一种带有保温功能的溶糖桶	2016-08-27	CN201620973733.8	原始取得	实用新型	是
66	豆壳回收线上用的输送管	2016-08-27	CN201620973761.X	原始取得	实用新型	是
67	搅拌棍搁置架	2016-08-27	CN201620973066.3	原始取得	实用新型	否
68	一种自动油炸槽	2016-08-27	CN201620973568.6	原始取得	实用新型	否
69	豆壳回收用的生产线	2016-08-27	CN201620973624.6	原始取得	实用新型	是
70	一种豆壳回收线	2016-08-27	CN201620973698.X	原始取得	实用新型	是
71	一种多段式螺旋输送机	2016-08-16	CN201620882309.2	原始取得	实用新型	是
72	一种热风循环烘箱	2016-08-16	CN201620882367.5	原始	实用新型	是

				取得		
73	一种花生浸泡及输运装置	2016-08-16	CN201620882402.3	原始取得	实用新型	是
74	一种应用于油炸机中的翻转装置	2016-08-16	CN201620882306.9	原始取得	实用新型	是
75	一种油炸锅	2016-08-16	CN201620882307.3	原始取得	实用新型	是
76	一种应用于食品加工流水线上的冷却装置	2016-08-16	CN201620883068.3	原始取得	实用新型	是
77	一种应用于多层筛选机中的底层震板机构	2016-08-16	CN201620883087.6	原始取得	实用新型	是
78	一种螺旋输送装置	2016-08-16	CN201620882308.8	原始取得	实用新型	是
79	一种搅拌锅	2016-08-16	CN201620882446.6	原始取得	实用新型	是
80	一种物料冷却设备	2016-08-16	CN201620882454.0	原始取得	实用新型	是
81	一种具有除水功能的螺旋式输送机	2016-08-16	CN201620882374.5	原始取得	实用新型	否
82	一种炒米提升机构	2016-08-16	CN201620882415.0	原始取得	实用新型	否
83	一种炒米油炸机	2016-08-16	CN201620882434.3	原始取得	实用新型	是
84	一种物料提升机构	2016-08-16	CN201620882440.9	原始取得	实用新型	是
85	一种应用于搅拌锅中的起锅翻转机构	2016-08-16	CN201620882409.5	原始取得	实用新型	是
86	一种自动化物料输运小车	2016-08-16	CN201620882470.X	原始取得	实用新型	是
87	一种震动筛选机	2016-08-16	CN201620882447.0	原始取得	实用新型	是
88	一种物料脱水烘干及冷却设备	2016-08-16	CN201620882448.5	原始取得	实用新型	是
89	一种应用于搅拌锅中的搅拌铲组件	2016-08-16	CN201620882449.X	原始取得	实用新型	是
90	一种应用于物料浸泡流水线上的输运小车	2016-08-16	CN201620882636.8	原始取得	实用新型	是
91	一种防粘料的螺旋输送机	2016-08-16	CN201620882637.2	原始取得	实用新型	否
92	一种物料自动化浸泡流水线	2016-08-16	CN201620882638.7	原始取得	实用新型	是
93	一种炒米自动化浸泡流水线	2016-08-16	CN201620882450.2	原始取得	实用新型	否
94	一种应用于搅拌锅中的行星搅拌机构	2016-08-16	CN201620883271.0	原始取得	实用新型	是
95	蟹黄蚕豆包装袋（甘源）	2010-11-24	CN201030630176.8	继受取得	外观专利	是
96	包装袋（甘源美国青豆）	2010-11-24	CN201030630180.4	继受取得	外观专利	是
97	包装袋（甘源蟹黄瓜子仁）	2010-11-24	CN201030630198.4	继受取得	外观专利	是
98	包装袋（炒米系列）	2016-04-15	CN201630125912.1	原始	外观专利	是

				取得		
99	包装袋（花生系列-1）	2016-12-15	CN201630619388.3	原始取得	外观专利	否
100	包装袋（2017 瓜子仁系列）	2017-02-05	CN201730032271.X	原始取得	外观专利	否
101	包装袋（2017 青豌豆系列）	2017-02-05	CN201730032260.1	原始取得	外观专利	否
102	包装袋（2017 新品白色系列）	2017-02-05	CN201730032272.4	原始取得	外观专利	否
103	包装袋（2017 新品黑色系列）	2017-02-05	CN201730032267.3	原始取得	外观专利	否
104	包装袋（2017 新品银色系列）	2017-02-05	CN201730032259.9	原始取得	外观专利	否
105	食品包装袋	2018-04-04	CN201830134253.7	原始取得	外观专利	是
106	包装袋（2017 蚕豆系列）	2017-02-05	CN201730032265.4	原始取得	外观专利	否
107	包装袋（2017 新品花生系列）	2017-02-05	CN201730032266.9	原始取得	外观专利	否
108	包装袋（花心子系列 2）	2019-01-08	CN201930008955.5	原始取得	外观专利	否
109	包装袋（花心子系列 3）	2019-01-08	CN201930009274.0	原始取得	外观专利	否
110	包装袋（花心子系列 1）	2019-01-08	CN201930009292.9	原始取得	外观专利	否
111	包装袋（蚕豆系列）	2019-01-22	CN201930033534.8	原始取得	外观专利	否
112	包装袋（青豌豆系列）	2019-01-22	CN201930033928.3	原始取得	外观专利	否
113	包装袋（豆果系列）	2018-12-28	CN201830765750.7	原始取得	外观专利	否
114	包装袋（炒米系列）	2018-12-28	CN201830765752.6	原始取得	外观专利	否
115	包装袋（水果干系列）	2018-12-28	CN201830765779.5	原始取得	外观专利	否
116	包装袋（花生系列 1）	2018-12-28	CN201830766404.0	原始取得	外观专利	否
117	包装袋（兰花豆系列）	2018-12-28	CN201830766432.2	原始取得	外观专利	否
118	包装袋（综合豆果系列）	2018-12-28	CN201830766481.6	原始取得	外观专利	否
119	包装袋（综合果仁系列）	2018-12-28	CN201830766497.7	原始取得	外观专利	否

上述发行人通过继受方式取得的专利，均为发行人在报告期起始日前从发行人关联自然人严剑处受让取得，并在主管机关完成了将该等专利的权利人变更登记为发行人的手续。

4、域名

截至 2019 年 6 月 30 日，公司持有以下域名：

序号	域名	注册所有人	到期时间	证书类型	备案号
1	ganyuanfood.com	发行人	2022.11.20	《顶级国际域名证书》	赣 ICP 备 15009905 号-1
2	ganyuanfoods.com	发行人	2022.10.16	《顶级国际域名证书》	尚未备案（未实际使用）

5、美术作品著作权

截至 2019 年 6 月 30 日，公司持有以下美术作品著作权：

序号	著作权名称	证书号	著作权人	首次发表日期	取得方式
1	甘源 GANYUAN	国作登字-2017-F-00346955	发行人	2013.12.21	原始取得
2	甘源 KAMYUE	国作登字-2017-F-00346956	发行人	2006.03.29	原始取得

（三）取得的业务许可资格或资质情况

根据《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国食品安全法实施条例》等相关法律法规，公司已经依法取得了其生产经营必要的行政许可，办理了《食品生产许可证》、《食品流通许可证》等，具体情况如下：

1、食品生产许可证

序号	名称	证书编号	颁发单位	有效期	许可范围
1	全国工业产品生产许可证	QS360012010046	江西省食品药品监督管理局	2015-5-26 至 2018-5-25	膨化食品
2	全国工业产品生产许可证	QS360018010005	江西省食品药品监督管理局	2015-5-26 至 2018-5-25	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）
3	食品生产许可证	SC11836030310026	江西省食品药品监督管理局	2017-4-18 至 2022-1-16	薯类和膨化食品，炒货食品及坚果制品，食品添加剂
4	食品生产许可证	SC11836030310026	江西省食品药品监督管理局	2018-4-13 至 2022-1-16	方便食品、薯类和膨化食品、水果制品、炒货食品及坚果制品、食品添加剂、糕点

报告期内，发行人取得了《全国工业产品生产许可证》和《食品生产许可证》两个生产许可证，原因系监管法规和政策的变更所致，详情如下：

2015 年 10 月 1 日之前，根据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（国务院令第四百四十号，2005 年发布并生效）的规定，生产食品需取得《全国工业产品生产许可证》。因此公司于 2015 年 5 月 26 日取得编号为 QS360012010046 和 QS360018010005 的《全国工业产品生产许可证》，公司取得两份《全国工业产品生产许可证》主要由于许可生产产品的范围不同。

2015 年 10 月 1 日，新修订的《中华人民共和国食品安全法》（全国人民代表大会 2015 年 4 月发布，下称“《食品安全法》”）和《食品生产许可证管理办法》（国家食品药品监督管理总局 2015 年 8 月发布）生效后，生产食品应依据《食品安全法》和《食品生产许可证管理办法》的规定，取得《食品生产许可证》。公司于 2017 年 4 月 18 日取得了编号为 SC11836030310026 的《食品生产许可证》，后由于新增产品品类“方便食品”、“水果食品”及“糕点”，公司于 2018 年 4 月 13 日取得了新换发的《食品生产许可证》。

根据国家食品药品监督管理总局（现已撤销）2015 年 9 月 30 日，发布的《国家食品药品监督管理总局关于贯彻实施<食品生产许可管理办法>的通知》（食药监食监一〔2015〕225 号）规定“持有旧版食品生产许可证的生产者申请变更或者延续许可，应当向原有关许可机关提出申请，经审查符合要求的，一律换发新版食品生产许可证”。

报告期内，发行人取得了两个《食品生产许可证》，原因系发行人报告期内因增加新产品品类“方便食品”、“水果食品”及“糕点”，故向主管行政部门申请换发了新《食品生产许可证》。发行人报告期内不存在无证经营的情形，现有证件符合公司经营需要，均在有效期内。

2、食品流通许可证

序号	名称	证书编号	颁发单位	有效期截止日	许可范围
1	食品流通许可证	SP3603011510015745	萍乡市经济开发区市场监督管理局	2018-09-23	经营方式：批发兼零售项目：预包装食品兼散装食品
2	食品经营许可证	JY33603010008023	萍乡市市场和质量监督管理局	2022-06-28	热食类食品制售

注：根据《中华人民共和国食品安全法》（2015 年 10 月 1 日施行），已取得《食品生产许可证》的经营者在其生产场所销售自产食品，不需要取得食品流通许可证。

根据《食品经营许可管理办法》（2015 年 10 月 1 日施行），食品流通许可证和餐饮服务许可证合并为食品经营许可证。

3、自理报检企业备案登记证明书

公司持有宜春出入境检验检疫局颁发的《自理报检企业备案登记证明书》，证书编号 3605601328，颁发日期为 2013 年 9 月 12 日，长期有效。

4、对外贸易经营者备案登记表

公司持有编号为 02393994 的《对外贸易经营者备案登记表》，颁发日期为

2016 年 11 月 8 日，长期有效。

5、中华人民共和国海关报关单位注册登记证书

发行人持有新余海关颁发的海关注册编码为 360396060L 的《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》，企业经营类别为进出口货物收发货人，发证日期为 2015 年 6 月 26 日，长期有效。

6、出口食品生产企业备案证明

公司持有中华人民共和国南昌海关核发的备案编号为 3600/13001 的《出口食品生产企业备案证明》，备案品种为蚕豆系列、瓜子仁系列、青豌豆系列、花生、花生酥系列，有效期为 2019 年 7 月 12 日至 2024 年 7 月 11 日。

7、出入境检验检疫报检企业备案表

公司持有江西出入境检验检疫局颁发的《出入境检验检疫报检企业备案表》，证书编号 3600605104，颁发日期为 2015 年 12 月 31 日，长期有效。

8、食品安全管理体系认证情况

截至招股说明书签署之日，发行人持有的主要产品质量认证证书如下：

证书名称	持证单位	证书编号	认证范围	发证时间	有效期	认证机构
HACCP 体系认证	发行人	001HACCP1300268	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）、膨化类食品（油炸型）的生产	2019 年 4 月 23 日	2022 年 5 月 1 日	中国质量认证中心
食品安全管理体系认证	发行人	001FSMS1300457	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）、膨化类食品（油炸型）的生产	2019 年 4 月 23 日	2022 年 5 月 1 日	中国质量认证中心
环境管理体系认证	发行人	00119E31612ROM/3600	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）、膨化类食品（油炸型）的生产及相关管理活动	2019 年 06 月 14 日	2022 年 6 月 13 日	中国质量认证中心
职业健康安全管理体系认证证书	发行人	00119S21193ROM/3600	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）、膨化类食品（油炸型）的生产及相关管理活动	2019 年 6 月 14 日	2022 年 6 月 13 日	中国质量认证中心

质量管理体系认证证书	发行人	00118Q312339ROM/3600	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）、膨化类食品（油炸型）的生产和研发	2018 年 12 月 8 日	2021 年 12 月 7 日	中国质量认证中心

六、安全生产与环境保护

本公司业务所属行业不属于高危险、高污染行业。

（一）环保及污染治理情况

公司自成立以来，严格遵循国家有关环境保护的法律法规，制定了严格的环境保护管理制度。公司生产过程中的污染源包括：生产过程中产生的废水、生活污水、燃气锅炉废气、局部生产工艺的油烟废气、生活垃圾、噪声等。对此公司采取了有效的治理措施，配备了完善的环保设施与排污处理设备，保证污染物的排放符合国家和地方的要求。

1、公司生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况

（1）主要排放污染物及排放量监测

发行人在生产过程中产生的主要污染物为：

①大气污染物：油炸工序产生的油烟废气、锅炉燃烧产生的锅炉烟气、烘烤炉产生的窑炉烟气、污水处理站产生的恶臭；

②水污染物：原料、地面和设备清洗产生的清洗废水、水膜脱硫除尘器产生的除尘废水、职工生活产生的生活污水；

③固体废弃物：原料挑选工序和去皮工序产生的不合格原料和果皮、产品检测工序产生的不合格产品、脱油工序、油炸工序和抽油烟机产生的废油、除尘废水沉淀池产生的沉渣、污水处理站产生的污泥、职工生活产生的生活垃圾；

④噪声：主要噪声源为裹粉机、和面机、拌粉机、搅拌机、空气压缩机等机械设备产生的噪音。

报告期内，发行人在生产过程中产生的主要污染物及达标情况如下所示：

污染物类型	污染物	说明	排放情况	是否达标
大气污染物	油烟废气	油炸工序产生的油烟废气	经油烟废气净化设施处理后，经15m排气筒高空排放	达标
	锅炉烟	锅炉燃烧产生的锅炉烟	经旋流式水膜脱硫除尘气设施	达标

	气	气	处理后，经35m排气筒高空排放	
	窑炉烟气	烘烤炉产生的窑炉烟气	采用清洁能源天然气作为能源，可直接经15m排气筒高空排放	达标
	恶臭	污水处理站产生的恶臭	设施定期维护、保养，加强管理	达标
水污染物	清洗废水	原料、地面和设备清洗产生的清洗废水	经污水处理站（UASB反应器+活性污泥法）处理后排放	达标
	除尘废水	水膜脱硫除尘器产生的除尘废水	经沉淀池处理后回用于除尘器	达标
	生活污水	职工生活产生的生活污水	经管道进入企业污水处理站与企业生产废水合并处理	达标
固体废弃物	不合格原料	原料挑选工序和去皮工序产生的不合格原料和果皮	集中收集销售给养殖场用于养殖	达标
	不合格品	产品检测工序会有不合格品产生	集中收集销售给养殖场用于养殖	达标
	废油	脱油工序、油炸工序、抽油烟机会有废油产生	集中收集销售给有资质的回收商	达标
	浮渣和沉渣	清洗废水处理设施会有浮渣和沉渣产生	集中收集销售给养殖场用于养殖	达标
	生物质锅炉炉渣	锅炉燃烧产生的生物质炉渣	集中收集销售给有资质的回收商	达标
	生活垃圾	职工生活产生的生活垃圾	由环卫部门统一处理	达标
噪声源	噪声源	裹粉机、和面机、拌粉机、搅拌机、空气压缩机等机械设备	设备定期维护、保养，加强管理	达标

（2）环保设施其处理能力及实际运行情况

报告期内，公司各生产基地环保设施运行情况良好，主要环保设施均有效运行，各项污染物经过处理后均能达标排放，主要环保设施运行情况如下：

设施名称	处理污染物	设施数量	处理能力	实际运行情况
二期污水站	生产废水	1	400t/d	正常运行
三期千吨污水处理厂	生产废水	1	1000t/d	正常运行
二车间五号油烟洗涤机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
二车间六号油烟洗涤机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
二车间一号油烟洗涤机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
二车间二号油烟洗涤机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
二车间三号油烟洗涤机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
二车间四号油烟洗涤机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
二车间脉冲除尘器	锅炉烟气	1	16000m3/h	正常运行
精选车间脉冲除尘器	灰尘	1	12.5-250g/h	正常运行
精选车间除尘装置	灰尘	2	12.5-187.5g/h	正常运行

一车间一号油烟洗涤机	油烟	4	7000m3/h	正常运行
一车间一号油烟洗涤机	油烟	2	7000m3/h	正常运行
一车间油汽洗涤机	油烟	3	7000m3/h	正常运行
一车间等离子油烟净化器	油烟	3	7000m3/h	正常运行
一车间油烟净化系统	油烟	3	7000m3/h	正常运行
食堂油烟机	油烟	1	7000m3/h	正常运行
五车间油烟净化系统	生产油烟	1	70000m3/h	正常运行
三车间四条炒货线排气处理工程	生产废气	1	70000m3/h	正常运行
污水管道工程	生产污水	1	500 m3/h	正常运行

2、报告期各年环保投入和相关费用支出情况

报告期内，公司环保投资和相关费用成本支出情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
环保投资	156.70	335.43	28.52	157.05
环保成本费用支出	57.78	73.68	54.04	32.51

环保投资为公司在环保方面的资本性投入，主要包括环保设施的采购、安装调试和相关环保设施建设，以及对现有环保设施的改造投入等；环保成本费用支出指除环保资本性投入外的其他支出，主要包括污水处理药剂成本、环保设施运行维护费、环保监测检测费、排污费等。

3、募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

经核查，发行人本次发行上市所涉及之募投项目已全部取得环境保护主管部门的相关审批文件，具体募投项目环保投入金额情况如下：

单位：万元

序号	项目实施主体	项目名称	项目总投资	环保总投资	项目环评批文
1	安阳甘源	年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目	41,315.72	985.00	已取得汤阴县环境保护局出具的汤环管字（2018）88 号批复文件
2	发行人	营销网络升级及品牌推广项目	35,409.71	无	已取得江西萍乡经济开发区环境保护局出具的豁免文件
3	安阳甘源	电子商务平台建设项目	6,010.24	无	已取得汤阴县产业集聚区管理委员会出具的豁免文件
4	发行人	信息化建设项目	5,220.46	无	已取得萍乡经济开发区管理委员会出具的豁免文件
5	发行人	研发中心建设项目	4,576.99	15.00	已取得江西萍乡经济开发区环境保护局出具的萍开环字[2018]133 号批复文件

序号	项目实施主体	项目名称	项目总投资	环保总投资	项目环评批文
6	发行人	自动化生产线技术改造项目	7,735.98	60.00	已取得江西萍乡经济开发区环境保护局出具的萍开环字[2019]17 号批复文件
合计			**100,269.10**	**1,060.00**	**-**

经核查，上述募投项目均履行了相应的环保审批程序，环保措施与环保投入金额与公司排污量匹配，拟投入的环保资金全部来源于募集资金。各募投项目具体环保措施如下：

（1）年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目

污染物类型	排放源	污染物名称	防治措施	预期治理效果
大气污染物	锅炉	锅炉烟气	旋流式水膜脱硫除尘器＋袋式除尘器＋35m 烟囱	达标排放
	油炸机	油烟废气	油烟废气净化设施＋高空排放	达标排放
	天然气燃烧	天然气燃烧废气	采用清洁能源＋高空排放	达标排放
	污水处理站	恶臭	加强管理，保持污水处理设施的正常运转，并及时处理污泥；设置绿化隔离带	达标排放
水污染物	原料清洗、设备清洗、地面冲洗	生产废水	污水处理站，UASB 反应器＋活性污泥法	达标排放
	职工生活	生活污水		
	水膜脱硫除尘器	除尘废水	沉淀池处理后用于除尘器	符合处置要求
固体废物	原料挑选工序、去皮工序	不合格原料和果皮	集中收集销售给养殖场用于养殖	符合处置要求
	产品检测工序	不合格品		符合处置要求
	脱油工序、油炸工序、抽油烟机	废油	集中收集销售给专业回收废油的企业	符合处置要求
	污水处理站	污泥	委托环卫部门进行处理	符合处置要求
	职工生活	生活垃圾	环卫部门统一处理	符合处置要求
	沉淀池	沉渣	委托环卫部门进行处理	符合处置要求
	袋式除尘器	除尘灰	委托环卫部门进行处理	符合处置要求
噪声	项目主要噪声源为裹粉机、和面机、粉碎机、搅拌混合机等机械设备，噪声值为 75-90DB（A）。将噪声设备设置于室内，并加装减震垫，经过建筑噪声和距离衰减后可达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2 类标准限值要求。			

（2）营销网络升级及品牌推广项目

本项目为公司营销网络建设项目，项目建设期间与建成后只会存在少量的生

活垃圾与工作过程中产生的废纸等固体废弃物，对周围环境不存在电磁辐射、粉尘和噪声污染。针对生活垃圾，公司将设置专用分类垃圾桶，统一收集后，按市政有关部门要求排放。针对工作过程中产生的废纸，公司将收集后经碎纸机统一处理，然后交废品收购站进行二次回购。

（3）电子商务平台建设项目

①液体废物治理措施

项目废水主要为少量的生活污水，经过预处理后全部进入建设地的污水处理厂进行集中处理，达到相关地方排放标准后再排放。

②噪音治理措施

在设备选型时采用低噪音设备，并配备减震、降噪装置，以减轻噪声对周围环境的影响。在施工过程中按照《建筑施工场界环境噪声排放限值》（GB12523-2011）标准执行；在运营期按照《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 3 类标准执行。

③固体废弃物的治理措施

本项目固化废弃物主要为生活垃圾以及废弃包装材料。生活垃圾应设置专用分类垃圾桶，设专人对宿舍区内生活垃圾进行清扫，及时清运，应统一收集后，按市政有关部门要求排放。废弃包装材料经专人负责收集后送到有资质的处理单位回收处理。

（4）信息化建设项目

本项目为公司信息化建设项目，项目建设期间与建成后只会存在少量的生活垃圾与工作过程中产生的废纸等固体废弃物，对周围环境不存在电磁辐射、粉尘和噪声污染。针对生活垃圾，公司将设置专用分类垃圾桶，设专人对办公区内生活垃圾进行清扫，及时清运，应统一收集后，按市政有关部门要求排放。针对工作过程中产生的废纸，公司将收集后经碎纸机统一处理，然后交废品收购站进行二次回购。

（5）研发中心建设项目

①废水治理措施

生活污水中，粪便污水经粪池处理，含油污水经隔油池处理，处理后的生活污水达到排放标准后经排水管道排至城市污水管网。洗涤淋浴污水经中和处理后，可用作冲洗车辆和绿化用水。所有污水都经过处理后达标排放。

②噪音治理措施

在设备选型时采用低噪音设备，并配备减震、降噪装置，以减轻噪声对周围环境的影响。

③固化废弃物的治理措施

本项目固化废弃物主要为果皮、实验废料及生活垃圾。生活垃圾应设置专用分类垃圾桶，设专人对宿舍区内生活垃圾进行清扫，及时清运，应统一收集后，按市政有关部门要求排放。样品生产过程中产生的废弃物等，经专人负责收集后送到有资质的处理单位。

（6）自动化生产线技术改造项目

污染物类型	排放源	污染物名称	防治措施	预期治理效果
大气污染物	锅炉	锅炉烟气	旋流式水膜脱硫除尘器＋袋式除尘器＋35m 烟囱	达标排放
	油炸机	油烟废气	油烟废气净化设施＋高空排放	达标排放
	天然气燃烧	天然气燃烧废气	采用清洁能源＋高空排放	达标排放
	污水处理站	恶臭	加强管理，保持污水处理设施的正常运转，并及时处理污泥；设置绿化隔离带	达标排放
水污染物	原料清洗、设备清洗、地面冲洗	生产废水	污水处理站，UASB 反应器＋活性污泥法	达标排放
	职工生活	生活污水		
	水膜脱硫除尘器	除尘废水	沉淀池处理后用于除尘器	符合处置要求
固体废物	原料挑选工序、去皮工序	不合格原料和果皮	集中收集销售给养殖场用于养殖	符合处置要求
	产品检测工序	不合格品		符合处置要求
	脱油工序、油炸工序、抽油烟机	废油	集中收集销售给专业回收废油的企业	符合处置要求
	污水处理站	污泥	委托环卫部门进行处理	符合处置要求
	职工生活	生活垃圾	环卫部门统一处理	符合处置要求
	沉淀池	沉渣	委托环卫部门进行处理	符合处置要求
	袋式除尘器	除尘灰	委托环卫部门进行处理	符合处置要求
噪声	项目主要噪声源为裹粉机、和面机、粉碎机、搅拌混合机等机械设备，噪声值为 75-90DB（A）。将噪声设备设置于室内，并加装减震垫，经过建筑噪声和距离衰减后可达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2 类标准限值要求。			

4、环保投入与排污量的匹配情况

（1）报告期内，公司环保投入主要为购置污水处理设备、吸尘系统设备、废气处理设备和相关建设，以及对现有环保设备的改造投入等。报告期内，公司根据生产经营需要和污染物处理标准安排环保投入，环保投入与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

（2）报告期内，公司环保相关成本费用与生产经营产生的污染匹配性主要体现在污水处理药剂成本，报告期内处置费用具体如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
污水处理药剂成本（万元）	16.00	28.07	22.10	9.52
废水排放量（吨）	104,148.00	328,019.00	204,060.00	159,366.00
产量（吨）	20,132.56	40,559.71	39,096.04	37,732.59

报告期各期，公司支付的污水处理药剂成本总体与公司废水排放规模呈现正相关关系。因此，报告期内公司环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

5、公司环保达标情况的说明

报告期内，公司没有发生环保违法事件和污染事故，也没有因违反环境保护法律法规而受到环保部门行政处罚的情况。

（二）安全生产情况

公司重视安全生产，制定了《卫生标准操作控制程序》、《关键点与关键限值控制程序》、《产品标识与可追溯性管理控制程序》、《HACCP 体系运行监控控制程序》等安全生产制度，定期进行员工安全培训，针对不同岗位特点制定操作规程，保证职工的人身安全。报告期内，公司没有因违反安全生产法律法规受到安监部门的行政处罚的情况。

1、发行人的食品安全方面报告期内是否发生重大事故，是否被有关部门处罚或采取措施，是否有危害公共安全的食品安全事件发生

报告期内发行人发生的食品质量方面的诉讼或行政处罚如下：

序号	原告、被告	内容事项	判决/裁定结果	是否影响食品安全
1	原告：况力彬 被告：重庆商社新世纪百货连锁经营	基本情况：2016 年 7 月 4 日，原告诉因购买甘源食品股份有限公司生产的源牌蟹黄味瓜子仁，其配料中使用了食品添加剂特丁基对苯二酚，而该添加剂根据国家标准《GB2760-2014》在“包衣的坚果	主张不成立，原告	否

	有限公司凯瑞商都、甘源食品股份有限公司	与籽类”中不得使用，要求被告支付人民币 1,000 元、精神损害抚慰金及误工损失费 2,000 元。 判定依据：根据食品安全国家标准审评委员会复函，发行人所生产的“包衣的坚果与籽类”属于《GB2760-2014》食品分类系统中的熟制坚果与籽类，按照《GB2760-2014》的规定可以使用特丁基对苯二酚，最大使用量为 0.2g/kg。	撤诉	
2	原告：况力彬 被告：重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司天星桥店、甘源食品股份有限公司	基本情况：2017 年 7 月 20 日，原告诉因购买甘源食品股份有限公司生产的甘源牌蒜香味青豌豆，食用不适，发现口感油腻，认为涉案产品脂肪含量超标，要求被告支付赔偿金 1,000 元、交通费、误工损失费 1,500 元。 判定依据：根据公司产品检验报告（编号：宜质检 1661053、WT171034202、WT17-18011143），其脂肪检测值符合标准。	主张成立，不撤诉	否

除上述披露的诉讼外，报告期内，发行人在食品安全方面未发生重大事故，未被有关部门处罚或采取措施，不存在有危害公共安全的食品安全事件发生。

2、发行人的主要供应商是否发生重大的食品方面的处罚或食品安全事件

发行人主要供应商在报告期内发生的食品方面的处罚或食品安全事件如下：

序号	供应商名称	发行人采购的产品	涉及食品安全方面的处罚或食品安全事件	对发行人的影响
1	新疆瑞合食品有限公司	葡萄干、黑加仑、红枣圈	基本情况：2017 年，新疆维吾尔自治区食品药品监督管理局对新疆瑞合食品有限公司生产的批次为 2017/03/05 的椒盐巴旦木检验出二氧化硫残留量项目不符合食品安全国家标准，被处行政处罚，没收违法所得 21 元、罚款 50,000 元，罚没款合计 50,021 元。 整改措施：新疆瑞合食品有限公司暂停生产进行整改，加强食品安全法的学习，严格生产控制过程，改进生产工艺，做好出厂检测，递交整改材料，于监管部门复查合格后继续生产。	发行人未采购前述不合格产品
2	安徽猛牛彩印包装有限公司	包装袋	基本情况：2016 年，安徽省质监局对安徽猛牛彩印包装有限公司生产的批次为 2016/03/03 多层复合食品包装袋（160g 香脆薯片袋（原味））检测出苯类溶剂残留，被处罚款 15,700 元。 整改措施：安徽猛牛彩印包装有限公司立即停止销售并召回不合格产品，改进生产工艺，加强出厂检测,于监管部门复查合格后继续生产。	发行人未采购前述不合格产品

发行人供应商发生的上述食品安全方面的事件、处罚，其涉及产品发行人并未采购。上述行政处罚未涉及重大食品安全事故，供应商经过整改规范后，目前未再出现因产品质量问题被主管部门处罚的情形。

为加强供应商原材料的质量管理，发行人制定了《采购控制程序》、《供应

商管理控制程序》，对供应商及原材料做了如下控制措施：

（1）供应商管理控制

公司在对供应商进行初选时，首先会进行供应商资质审查，取得供应商的营业执照、食品经营许可证或食品生产许可证、出厂检验报告、第三方出具的检测报告等资质，对于具备生产准入资质的备选供应商，纳入供应商的初选范围。

对于进入初选的合格供应商，公司采购部和品控部会取得生产样品进行检测，判断是否符合公司要求；检测合格后，公司会对主要的原材料、辅料供应商进行现场核查，查阅其生产记录及技术资料，检查供应商的质量管理现状、生产设备、人员结构、供应其他厂商的信誉状况等，以便对其持续供货能力、质量稳定性进行评估；通过样品检测和现场检查的厂家纳入公司《合格供应商名录》。

供应商一般每年会定期评估，由采购主管会同品控部和生产部根据分类标准，填写《供应商年度评审表》，进行分类管理。采购主管负责将评审不合格的供应商从中删除，同时更新《合格供应商名录》。

（2）原材料采购管理控制

公司对原辅材料的采购过程进行严格控制，公司所采购的原材料必须符合国家食品安全标准，所采购的食品添加剂必须符合《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）的规定及相应的产品标准。

公司制定了原辅材料验收标准，公司在验收原材料入库前，需获取供应商的食品生产许可证/食品经营许可证、原材料出厂检验报告、第三方检验报告等，上述检验报告符合食品安全标准方能准许采购。入库前，发行人采购部会同品控部对原材料进行入场检验，检验合格后方能进行验收。

七、特许经营情况

截至本招股说明书签署日，公司无特许经营权。

八、发行人核心技术和研发情况

（一）研发机构设置及人员构成

公司设有研发部门，负责公司产品、工艺和配方的研究开发工作。研发部门的职责为：依据市场调研或公司新品方向，设计工艺路线和配方，进行新品研发；针对市场竞品的品质进行对比分析，对公司老品缺陷进行工艺升级、品质改良；

编写产品制作标准、开发标准、工艺标准等文件。

截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有研发技术人员 21 名，具有较为丰富的休闲食品研发方面的理论知识和实践经验。公司核心技术人员的情况，详见招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

（二）主要研发成果及研发情况

1、主要研发成果

公司坚持以市场为导向，专注于传统休闲食品的品种、工艺、配方和技术的创新、改良，近年来取得的主要研发成果如下：

序号	名称	用途	所处阶段
1	各类产品配方和工艺	公司产品配方是通过公司研发人员经过反复试验及调整总结得出。公司对产品配方与工艺采取了严格的保密控制措施，保证核心技术的安全。	大批量生产
2	蟹黄味瓜子仁及其制备方法	一种蟹黄味瓜子仁的制备方法，用于蟹黄味瓜子仁的生产，具有口味独特、不易炸糊，不易导致营养成分的流失、营养丰富的优点。公司已取得国家发明专利，专利号：201610533348.6	大批量生产
3	一种电磁振荡给料机	用于籽类产品调味前定量供料，可实现均匀给料，以方便控制即将称重的豆子重量，对防止定量称重的豆子重量与配料比例起稳定作用，有利于保障产品质量。公司已取得国家实用新型专利，专利号：201420844550.7	大批量生产
4	一种物料称重机	用于籽类产品生产线上调味前，对称重的物料实行自动称量，做到数量准确，有效替代了手工作业，减少了二次污染。公司已取得国家实用新型专利，专利号：201420841126.7	大批量生产
5	一种用于对食品裹粉机进料的进料设备	用于生产坚果与籽类产品中的裹粉类产品裹粉进料时，提供一种自动化程度高、裹粉效果好、进料口结构简单、且密封效果好的设备。解决了人工倒料容易凝结而使得裹粉效果差、面粉尘飘扬既污染空间卫生又产生浪费的现象。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：201420844461.2、201420840953.4、201420841127.1、201420841028.3	大批量生产
6	一种浸泡豆类产品的设备（浸泡罐）	用于籽类产品浸泡过程中，可使豆子翻动旋转以实现充分浸泡，同时又不损伤豆子。有效替代手工作业，不仅提高了生产效率，降低了人工劳动强度，还提高了浸泡豆子的质量。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：201420844465.0	大批量生产
7	一种连续式油炸机	用于解决了对轻质油炸食品（含籽类产品）在油炸过程中漂浮于油面仍可有效控制进行连续式油炸，代替了传统大锅油炸的作业方式。有效替代手工作业，不仅提高了生产效率，降低了人工劳动强度，还确保油炸食品质量均匀稳定。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：201420845068.5	大批量生产
8	一种节	用于裹粉类产品连续油炸，该设备通过滚筒和螺旋片围成	大批量生产

	油滚桶油炸机	的螺旋前进的物料通道，可以使置于滚筒内的油炸食品随着滚桶的翻滚持续的从滚筒的进料端运行至出料端，达到连续油炸的效果，并且在此过程中不断翻滚，防止油炸食品粘连，其次通过滤油斜面可以对油炸食品出料过程自动完成多余油液的回收，使油炸油的利用率高。该设备不仅实现了连续自动化生产，有效的降低了人工成本及人员手工操作安全风险，还提高了油的利用率及产品质量均匀稳定性。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：201420841189.2	
9	一种二段式油炸机	用于青豌豆产品的油炸，该设备通过双油炸槽的油炸方式，使食材经过第一道较低温的预油炸和第二道高温油炸的过程，其油炸出来的品质较好，且不容易发生部分油炸食品出现炸焦或出现半熟的技术问题。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：201420845120.7	大批量生产
10	一种离心脱油机	用于对油炸出来的产品进行快速脱油，达到一定程度的去除食材表面多余油的效果。该设备设计使离心桶的转速更高，脱油效果更好，而且减少了晃动，使设备的磨损小，使用寿命更高，同时噪音也小。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：201420840955.3	大批量生产
11	一种物料提升机	用于青豌豆、蚕豆自动化浸泡流水线中，用以将物料向上提升，并经由物料自动化浸泡流水线中的输送带或输送小车将物料送入浸泡桶内。该设备自动化程度较高，减轻了操作人员的操作负担，且能够有效避免浸泡操作中的人为污染的问题。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：2016208824409	大批量生产
12	一种热风循环烘箱	用于对果仁类、籽类产品加工流水线中，对物料进行脱水烘干处理。该设备的优点旨在能够在烘箱内形成热风循环，降低排气温度，以提高烘箱的热效率，减少能源消耗。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：2016208823675	大批量生产
13	一种豆类生产线用的豆壳回收系统	用于蚕豆脱壳生产线中对豆壳的回收，该设备可以自动收集脱壳机产生的豆壳，因此无需操作人员定期搬运，在有利现场环境卫生控制的同时，还节约了劳动人力成本。公司已取得国家实用新型专利，该设备取得的专利号：2016209725754	大批量生产

2、现阶段研发项目

截至 2019 年 6 月 30 日，公司正在进行研发的新项目主要有：

序号	名称	用途与内容	所处阶段
1	传统小吃升级产品	用现代化生产手段对传统小吃麻花、江米条、锅巴工艺进行升级优化	试销反馈
2	坚果酥类产品	一种营养健康的坚果/果干组合休闲化	试销反馈
3	原料混装器	研究设计将不同比重、不同粒径的多种原料均匀自动混配设备	设备试用
4	农残品检测	引进气质色谱仪，提高农残品的检测速度与精度	设备试用
5	方便食品	燕麦谷物坚果等营养组合研究	小批量生产
6	新品瓜子	高规格南瓜子、西瓜子、葵花籽等深加工的	小批量生产

		研究	
7	花生果产品	特定口味工艺的研究	小批量生产
8	糕点薄饼研制	对公司新产品包材设计一款使之符合产品特性、市场需求并满足产品质量保证要求的包材	小批量生产
9	变性淀粉的应用	变性淀粉应用于目前裹衣产品的选择与优化	应用比对
10	原材料精选设备优化	设计快速去除原料中石、砂、铁、杂草、编织袋、虫蛀品、糜烂品等异常杂质并精准分级的精选设备	基础研究

（三）技术创新机制和安排

1、技术创新管理机制

公司重视技术创新，建立了研发中心及相应的管理制度。公司设立了专家委员会负责新产品研发项目的立项审核、技术路线优化、进度跟踪以及阶段考核等，努力做到立项严谨、技术先进、研发运行高效。

2、人才培养机制

公司已建立有效的科研人才引进和培养机制。一方面积极引进外部优秀科研人才，并为其提供良好的工作环境及待遇；另一方面重视内部人才的培养，定期进行专业知识培训。

3、科研激励机制

为最大程度调动研发人员的积极性，公司建立了完善的科研激励制度，对研发人员在薪酬、福利等方面实施倾斜，并制定了根据技术创新成果给予奖励的一些政策。

九、发行人质量控制情况

（一）质量控制标准

公司采用的主要质量控制标准如下：

类别	序号	标准编号	名称
卫生规范	1	GB14881-2013	食品安全国家标准食品生产通用卫生规范
	2	GB31621-2014	食品安全国家标准食品经营过程卫生规范
	3	GB/T29647-2013	坚果与籽类炒货食品良好生产规范
	4	GB17404-2016	膨化食品生产卫生规范
	5	GB8957-2016	糕点、面包卫生规范
	6	GB8956-2016	蜜饯生产卫生规范

类别	序号	标准编号	名称
食品相关产品标准	1	GB14930.1-2015	食品安全国家标准洗涤剂
	2	GB14930.2-2012	食品安全国家标准消毒剂
	3	GB31604.1-2015	食品安全国家标准食品接触材料及制品迁移试验通则
	4	GB4806.1-2016	食品安全国家标准食品接触材料及制品通用安全要求
	5	GB4806.7-2016	食品安全国家标准食品接触用塑料材料及制品
	6	GB4806.9-2016	食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品
通用标准	1	GB2760-2014	食品安全国家标准食品添加剂使用标准
	2	GB2761-2017	食品安全国家标准食品中真菌毒素限量
	3	GB2762-2017	食品安全国家标准食品中污染物限量
	4	GB2763-2016	食品安全国家标准食品中农药最大残留限量
	5	GB9685-2016	食品安全国家标准食品接触材料及制品用添加剂使用标准
	6	GB14880-2012	食品安全国家标准食品营养强化剂使用标准
	7	GB7718-2011	食品安全国家标准预包装食品标签通则
	8	GB28050-2011	食品安全国家标准预包装食品营养标签通则
	9	GB29924-2013	食品安全国家标准食品添加剂标识通则
	10	GB5749-2006	生活饮用水卫生标准
	11	GB29921-2013	食品安全国家标准食品中致病菌限量
认证标准	1	CAC/RCP1-1969,Rev.4-2003	食品卫生通用规范
	2	GB/T19538-2004	危害分析与关键控制点（HACCP）体系及其应用指南
	3	GB/T19001-2008/ISO9001:2008	质量管理体系要求
	4	GB/T22000-2006	食品安全管理体系食品链中各类组织的要求
	5	GB/T27341-2009	危害分析与关键控制点（HACCP）体系食品生产企业通用要求
	6	GB/T33300-2016	食品工业企业诚信管理体系
	7	GB/T23001-2017	信息化和工业化融合管理体系要求
产品标准	1	GB/T22165-2008	坚果炒货食品通则
	2	GB19300-2014	食品安全国家标准坚果与籽类食品
	3	GB17401-2014	食品安全国家标准膨化食品
	4	GB/T22699-2008	膨化食品
	5	GB19640-2016	食品安全国家标准冲调谷物制品
	6	GB/T20977-2007	糕点通则
	7	GB7099-2015	食品安全国家标准糕点、面包
原料辅料标准	1	GB/T10459-2008	蚕豆
	2	GB1352-2009	大豆
	3	GB/T10460-2008	豌豆
	4	GB/T1532-2008	花生

类别	序号	标准编号	名称
	5	GB/T11764-2008	葵花籽
	6	GB2716-2018	植物油
	7	GB15680-2009	棕榈油
	8	GB/T317-2006	白砂糖
	9	GB/T1355-1986	小麦粉
	10	GB2721-2015	食用盐
包装材料	1	GB9683-1988	复合食品包装袋卫生标准
	2	GB/T10004-2008	包装用塑料复合膜、袋干法复合、挤出复合
	3	GB/T6543-2008	运输包装用单瓦楞纸箱和双瓦楞纸箱
检验方法，检测依据	1	GB4789.1-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验
	2	GB4789.2-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验菌落总数测定
	3	GB4789.3-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验大肠菌群计数
	4	GB4789.4-2016	食品安全国家标准食品卫生微生物学检验沙门氏菌检验
	5	GB15979-2002	一次性使用卫生用品卫生标准
	6	GB5009.3-2016	食品安全国家标准食品中水分的测定
	7	GB5009.12-2017	食品安全国家标准食品中铅的测定
	8	GB5009.123-2014	食品安全国家标准食品中铬的测定
	9	GB5009.15-2014	食品安全国家标准食品中镉的测定
	10	GB4789.15-2016	食品安全国家标准食品微生物学检验 霉菌和酵母计数
	11	GB4789.26-2013	食品安全国家标准食品微生物学检验 商业无菌检验

（二）质量控制措施

1、采购质量控制措施

公司制订了严格、科学的采购环节质量控制程序，覆盖了供应商考核管理、原料采购检测验收、原料质量追溯等各个环节。公司依据国家标准、行业标准及经过备案的企业标准作为原料采购的验收标准，对每批到货原料均进行检验，确保原材料符合食品安全及加工适用性。

2、生产质量控制措施

公司严格按照食品生产许可制度的要求，建立生产过程的质量控制措施，具体制度包括《卫生标准操作控制程序》、《关键点与关键限值控制程序》、《产品标识与可追溯性管理控制程序》、《HACCP 体系运行监控控制程序》等，从产品管理、生产执行、人员管理、环境管理、品质监测、仓储管理等多方面保证产品质量控制的有效性。

3、销售质量控制措施

公司建立了多层次的销售渠道，并针对不同渠道采取有针对性的管理措施，保证产品在销售过程中的质量安全、稳定。

对于经销商，公司对新进经销商进行食品安全培训，对已有经销商进行定期检查，确保经销商的销售场地、仓储条件符合食品流通过程的安全卫生标准。

对于终端门店，公司现场派驻业务人员对陈列商品进行巡店检查，发现并记录陈列产品是否存在质量问题，向营销中心反馈销售过程中可能产生的质量隐患。

4、产品追溯体系的建立

公司建立了产品溯源制度，从原材料采购及检验、生产工序控制、成品检验及入库等方面进行规定，强化原辅料供应信息、生产信息与发货信息等产品信息的完整与准确性，实现产品安全的有效溯源。

5、不合格品召回的控制措施

公司建立了《不合格品控制程序》、《产品召回控制程序》，当发现产品质量异常的信息，公司品控人员负责对产品质量问题进行查证，证实产品确实为不合格品且需要立即召回的，公司应当立即停止生产并启动召回程序。收回的产品由品控人员和生产人员共同处理，统一报废。

6、产品不定期抽检和定期送检

报告期内，公司不定期对产品进行抽检；同时，为确保产品质量合格，公司定期委托省级、市级检验机构对产品进行检验。公司历次产品检验均合格，不存在重大产品质量问题。

（三）产品质量纠纷

报告期内，公司没有因产品质量问题引起的重大纠纷，也没有因违反有关质量和技术监督方面的法律法规而受到重大处罚的情况。公司及子公司所在地的食品监督管理部门出具了证明，确认公司在报告期内的生产经营活动不存在重大违法违规行为。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性

本公司产权明晰、权责明确、运作规范，在业务、资产、人员、机构和财务等方面遵循了上市公司规范运作的要求，具备了必要的独立性。本公司业务体系完整，具有面向市场自主经营的能力，并具有独立的研发、供应、生产和销售系统。

（一）资产完整

本公司合法拥有与经营有关的土地、厂房、机器设备、商标、专利等资产，拥有独立完整的供应、生产、销售系统及配套设施，拥有独立的原材料采购和产品销售系统。截至招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在占用公司的资金、资产和其他资源的情况。

（二）人员独立

截至招股说明书签署之日，本公司董事长、总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在本公司工作并领取报酬，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的任何职务，也没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情况。

本公司董事、监事、总经理及其他高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在实际控制人超越公司董事会和股东大会做出人事任免决定的情况。本公司员工独立于各股东及其他关联方，已建立并独立执行劳动、人事及工资管理制度。

（三）财务独立

本公司设有独立的财务会计部门，并建立了独立的会计核算体系和规范的财务会计制度，独立纳税，独立进行财务决策。截至招股说明书签署之日，本公司独立在银行开户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。截至招股说明书签署之日，本公司不存在货币资金或其他资产被股东单位或其他关联方占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

（四）机构独立

本公司已建立了适应自身发展需要和市场竞争需要的职能机构，内部经营管理机构健全。公司独立行使经营管理权，各职能机构在人员、办公场所和管理制度等各方面均完全独立，不存在受控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预公司机构设置的情形，也不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间机构混同的情形。

（五）业务独立完整

本公司拥有完整的研发、采购、生产和销售体系，能够独立开展生产经营活动；截至招股说明书签署之日，公司在业务经营上与控股股东及其关联方不存在同业竞争或显失公平的关联交易，同时本公司实际控制人严斌生先生出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，保证不与本公司发生任何同业竞争。

保荐机构认为，发行人资产完整，在人员、财务、机构及业务方面保持独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人实际控制人及其控制的企业与发行人不存在从事相同或相近业务的情况，不存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易。

二、同业竞争

（一）截至招股说明书签署日的同业竞争情况

本公司的控股股东及实际控制人为严斌生先生，截至本招股说明书签署日，严斌生先生除实际控制本公司外，没有实际控制其他企业，公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

为了保护公司及公司其他股东、债权人的合法权益，发行人控股股东和实际控制人严斌生出具了《不存在同业竞争的说明及避免同业竞争的承诺函》，承诺：

1、本人目前未直接或间接从事与发行人主营业务相同或构成竞争的业务；

2、本人为发行人的实际控制人或控股股东期间，本人现有的正常经营的或将来成立的全资附属公司、持有 51%股权以上的控股公司和其它实质上受本人控制的企业，不直接或间接从事与发行人有实质性竞争的或可能有实质性竞争的业务；

3、在本人为发行人实际控制人或控股股东期间，本人及本人实际控制的其

它企业从任何第三方获得的任何商业机会可能导致本人违反前款承诺的，则本人将立即通知发行人，并尽力将该商业机会让予发行人；

4、本人保证，本人作为发行人的实际控制人或控股股东期间，所作出的上述声明和承诺不可撤销。如因本人未履行在本承诺函中所作的承诺给发行人造成损失的，本人将依法赔偿发行人的实际损失。

三、关联方、关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》的相关规定，本公司的关联方和关联关系如下：

（一）持有发行人 5%以上股份的关联方

持有发行人 5%以上股份的关联方为发行人股东严斌生、严海雁、红杉铭德，其基本情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、发起人、主要股东的基本情况”。

（二）发行人现任董事、监事及高级管理人员及其亲属

发行人现任董事、监事及高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”。

（三）发行人的子公司

发行人的子公司具体情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、发行人全资、控股子公司、参股公司及分公司情况”。

（四）其他关联企业

报告期内，发行人其他主要关联方为持有发行人 5%以上股份的股东、发行人董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员及其控制或担任董事和高级管理人员的企业，包括：

序号	名称	关联关系	备注
1	江西正源食品工业有限公司	发行人董事严剑控制的企业	2017 年 8 月 10 日注销
2	香港甘源（国际）食品事业有限公司	实际控制人控制的企业	2016 年 1 月 22 日注销
3	新加坡正源食品工业有限公司	实际控制人控制的企业	2018 年 5 月 18 日注销
4	顺德市雅味迪食品有限公司	实际控制人及其父亲严会德	2017 年 12 月 11 日注销

		共同控制的企业	
5	韩后化妆品股份有限公司	发行人董事CENWANG 担任董事	-
6	四川好彩头实业股份有限公司		-
7	溜溜果园集团股份有限公司		-
8	骏捷（北京）网络技术有限公司		-
9	上海艾德韦宣股份有限公司		-
10	北京窝客信息技术有限公司		-
11	杭州蓝兔子网络技术有限公司		
12	泰笛（上海）网络科技股份有限公司		-
13	上海猎享信息技术有限公司		-
14	猎上网络科技（上海）有限公司		-
15	亨得昂信息科技（上海）有限公司		-
16	厦门见福连锁管理有限公司		-
17	中青旅红奇（横琴）基金管理有限公司		-
18	美尚（广州）化妆品股份有限公司	发行人董事CENWANG 担任副董事长	-
19	江西信达法律服务有限责任公司	发行人独立董事钱力控制并担任执行董事	-

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、关联销售

报告期内，公司关联销售收入为于 2016 年度受江西正源食品工业有限公司委托加工坚果炒货类产品，报告期各期关联交易占同期营业收入及同类业务收入的比重情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
江西正源食品工业有限公司	坚果炒货类产品受托加工	-	-	-	1,035.83
关联销售额		-	-	-	1,035.83
同期营业收入		44,889.57	91,141.00	78,758.13	70,814.35
关联销售占营业收入比例		0.00%	0.00%	0.00%	1.46%
同类业务收入		44.24	107.68	403.78	1,869.56
关联销售占同类		0.00%	0.00%	0.00%	55.40%

业务收入比例					

注：上表同类业务收入均为“坚果炒货类产品受托加工”，即公司接受客户委托为其生产其自有品牌产品

（1）关于关联销售必要性的说明

①报告期内关联销售的背景

江西正源食品工业有限公司系由严剑、严景剑于 2013 年 11 月成立的企业，成立目的主要是运营中低端的坚果炒货类产品，江西正源食品工业有限公司本身并无生产，而发行人从事部分坚果炒货类产品受托加工业务，因此江西正源食品工业有限公司委托发行人加工产品。

②关联销售未来不再继续发生

江西正源食品工业有限公司已于 2016 年 8 月停止运营，并于 2017 年 8 月 10 日经萍乡市市场和质量监督管理局核准办理注销登记。

③报告期关联销售对公司经营业绩影响很小

2016 年度，公司关联销售额和关联销售的毛利额分别为 1,035.83 万元和 213.42 万元，占同期营业收入和同期毛利总额的比重分为 1.46%和 0.83%，关联销售对公司经营业绩影响很小。

综上所述，发行人报告期内与江西正源食品工业有限公司的关联销售存在合理的商业背景，报告期内，公司与其交易金额较小，且至 2016 年下半年开始不再与其发生关联交易，关联销售对公司经营业绩影响很小。

（2）关于报告期内关联销售公允性的说明

2016 年度，发行人向受托加工类客户的销售均价比较情况如下：

客户名称	关联关系	销售内容	当期销售均价（元/千克）	当期同类业务销售均价（元/千克）
江西正源食品工业有限公司	关联方	坚果炒货类产品受托加工	14.54	16.04
武汉楼兰蜜语生态果业有限公司	第三方	坚果炒货类产品受托加工	19.05	
湖北良品铺子食品工业有限公司	第三方	坚果炒货类产品受托加工	16.17	

杭州华味亨食品有限公司	第三方	坚果炒货类产品受托加工	13.94	

2016 年度，公司受托加工类客户销售均价区间为 13.94 元/千克至 19.05 元/千克，受托加工类客户销售均价为 16.04 元/千克。经比较，发行人向江西正源食品工业有限公司销售的受托加工产品销售均价处于同类其他客户销售均价区间内，不存在明显差异，公司报告期内关联销售具有公允性。

2、关联方资金拆借

单位：万元

关联方	拆借金额	起始日	到期日
拆出			
严斌生	265.30	2015 年	2016 年
严海雁	24.87	2016 年	2017 年
拆入			
严海雁	5.30	2015 年	2016 年
严斌生	310.75	2016 年	2016 年
	231.25	2016 年	2017 年
	68.75	2017 年	2017 年
小计	**610.75**		

（1）报告期公司向关联方拆出资金的原因及收回情况

报告期内，公司向关联方拆出资金情况为 1、2015 年 12 月 24 日向严斌生拆出资金 265.30 万元，拆出资金原因为其个人短期临时周转，其于 2016 年 1 月 4 日至 2016 年 1 月 8 日陆续归还；2、2016 年 1 月 14 日、2016 年 1 月 15 日及 2016 年 3 月 14 日向严海雁合计拆出资金 24.87 万元，拆出资金原因为个人周转，其于 2017 年 12 月 29 日归还。

（2）模拟测算关联资金拆出未收取资金占用费对公司当期利润的影响

报告期内，公司与关联方之间的资金拆出行为均未收取资金占用费，对于公司与关联之间未收取利息的资金拆借，按照实际占款天数和同期中国人民银行贷款基准利率模拟测算对利润影响情况如下：

单位：万元

项　目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
模拟拆出资金应收取的利息	-	-	1.08	1.28
模拟对税后净利润的影响	-	-	0.81	0.96

当期经审计的净利润	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31
占比	**-**	**-**	**0.01%**	**0.02%**

根据以上模拟测算的结果，公司报告期内未收取资金占用费对公司财务状况影响极小。

（3）发行人已制定防范资金被关联方占用的制度且有效执行

①公司关于规范关联交易的制度安排情况

2017 年 8 月，为完善公司治理，甘源食品制定或完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》，其中对关联交易决策权力和程序作出了严格的规定，以保证公司关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

2019 年 8 月，公司制定了《甘源食品股份有限公司关于防止大股东及其关联方占用公司资金的管理制度》，从制度上进一步保障公司全体股东及公司债权人的合法利益，杜绝大股东及关联方占用公司资金行为的发生。

A《公司章程》相关规定情况

《公司章程》第三十七条规定："第三十七条　公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反前述规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。"

《公司章程》第三十九条规定："公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（六）对股东、实际控制人及其他关联方提供的担保。"

《公司章程》第七十七条规定："股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

会议主持人应当在股东大会审议有关关联交易的提案前提示关联股东对该项提案不享有表决权，并宣布现场出席会议除关联股东之外的股东和代理人人数及所持有表决权的股份总数。

关联股东违反本条规定参与投票表决的，其表决票中对于有关关联交易事项

的表决归于无效。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及本章程第七十五条规定的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的2/3以上通过方为有效。”

《公司章程》第一百一十三条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。”

《公司章程》第一百三十五条规定：“监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

B《股东大会议事规则》关于关联交易的规定

《股东大会议事规则》第十九条规定：“股东大会采取记名方式投票表决。股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。”

C《董事会议事规则》关于关联交易的规定

《董事会议事规则》第十三条规定：“委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（一）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。……”

《董事会议事规则》第二十条规定：“董事与会议提案所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。出现下述情形时，董事应当对有关提案回避表决：

（一）有关法律、法规、规范性文件规定董事应当回避的情形；

（二）董事本人认为应当回避的情形；

（三）公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业或个人有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席

即可举行。形成决议须无关联关系董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，应将该事项提交股东大会审议。”

D《独立董事工作制度》关于关联交易的规定

《独立董事工作细则》第十六条规定：“独立董事除具有《中华人民共和国公司法》、公司章程和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司独立董事还享有以下特别职权：

1、公司涉及的重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

2、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

3、向董事会提请召开临时股东大会；

4、提议召开董事会；

5、独立聘请外部审计机构和咨询机构；

6、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。”

《独立董事工作细则》第十八条规定：“独立董事除履行本制度第十六条之职权外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

1、提名、任免董事；

2、聘任或解聘高级管理人员；

3、公司董事、高级管理人员的薪酬；

4、公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施收回欠款；

5、重大关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资质、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等事项；

6、重大资产重组方案、股权激励计划；

7、独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

8、有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及公司章程规定的其他事项。

独立董事发表的独立意见类型包括同意、保留意见及其理由、反对意见及其

理由和无法发表意见及其障碍，所发表的意见应当明确、清楚。”

E《关联交易管理制度》关于关联交易的规定

公司制定了《关联交易管理制度》，对关联方及关联交易的认定、关联交易的定价原则、关联交易的提出和初步审查、关联交易的决策权限以及关联交易信息披露等内容进行具体规定，保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

F《甘源食品股份有限公司关于防止大股东及其关联方占用公司资金的管理制度》关于防止大股东及关联方的资金占用的规定

《甘源食品股份有限公司关于防止大股东及其关联方占用公司资金的管理制度》关于防止大股东及关联方的资金占用做出了如下规定：

“第五条 公司与大股东及其关联方发生的关联交易必须严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等进行决策和实施。发生关联交易行为后，公司应及时结算，不得形成非正常的经营性资金占用。

第六条 公司与大股东及其关联方发生的经营性资金往来中，应当严格限制占用公司资金。公司不得以垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，预付投资款等方式将资金、资产和资源直接或间接地提供给大股东及其关联方使用，也不得互相代为承担成本和其他支出。

第七条 公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给大股东及其关联方使用：

（一）有偿或无偿地拆借公司的资金给大股东及其关联方使用；

（二）通过银行或非银行金融机构向大股东及其关联方提供委托贷款；

（三）委托大股东及其关联方进行投资活动；

（四）为大股东及其关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；

（五）代大股东及其关联方偿还债务；

（六）监管机关及公司董事会认定的其他资金占用方式。”

②报告期内关联交易的审议情况

自 2017 年 8 月公司制定和完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》以来，公司未新增关联交易，对于 2017 年 8 月前已发生的关联交易，公司于 2019 年 2 月 28 日召开了第三届董事会第四次会议和第三届监事会第三次会议，于 2019 年 3 月 15 日

召开了 2019 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》，对报告期的内关联交易情况进行了确认。

独立董事出具了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》的专项意见，认为：

“公司报告期内关联交易均为公司生产经营所需，交易价格公允，不存在损害公司和其他股东利益的情况。”

综上所述，公司报告期内与关联方之间的资金拆借行为已经审批确认，公司自 2017 年 8 月建立严格的关联交易决策权力和程序以来，未新增关联交易，相关制度取得了有效的执行。

3、关键管理人员报酬

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
关键管理人员报酬	204.18	406.44	353.52	299.68

（二）偶发性关联交易

报告期内未发生偶发性关联交易。

（三）关联方往来款余额

1、应收款项

单位：万元

项目名称	关联方	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	严海雁	-	-	-	-	-	-	24.87	1.24
合计		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**24.87**	**1.24**

2、预收款项

单位：万元

项目名称	关联方	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
预收款项	江西正源食品工业有限公司	-	-	-	26.13
合计	**-**	**-**	**-**	**-**	**26.13**

3、其他应付款

单位：万元

项目名称	关联方	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
其他应付款	严斌生	-	-	-	231.25
其他应付款	铭益投资	2.15	2.15	-	-
其他应付款	铭智投资	3.14	3.14	-	-
其他应付款	铭望投资	2.15	2.15	-	-
合计	**-**	**7.43**	**7.43**	**-**	**231.25**

公司制定了《关联交易管理制度》，对关联方及关联交易的认定、关联交易的定价原则、关联交易的提出和初步审查、关联交易的决策权限以及关联交易信息披露等内容进行具体规定，保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

五、关于规范关联交易的制度安排

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》中对关联交易的回避表决制度、决策权限及决策程序等作出了严格的规定，以保证公司关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益，具体如下：

（一）《公司章程》关于关联交易的规定

《公司章程》对关联交易决策权力和程序作出了明确规定，详细规定了关联董事或关联股东在董事会或股东大会审议关联交易事项时的回避制度和表决制度。

《公司章程》第三十七条规定：“第三十七条公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反前述规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。”

《公司章程》第三十九条规定：“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（六）对股东、实际控制人及其他关联方提供的担保。”

《公司章程》第七十七条规定："股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

会议主持人应当在股东大会审议有关关联交易的提案前提示关联股东对该项提案不享有表决权，并宣布现场出席会议除关联股东之外的股东和代理人人数及所持有表决权的股份总数。

关联股东违反本条规定参与投票表决的，其表决票中对于有关关联交易事项的表决归于无效。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及本章程第七十五条规定的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的2/3以上通过方为有效。"

《公司章程》第一百一十三条规定："董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。"

《公司章程》第一百三十五条规定："监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。"

（二）《股东大会议事规则》关于关联交易的规定

《股东大会议事规则》第十九条规定："股东大会采取记名方式投票表决。股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。"

（三）《董事会议事规则》关于关联交易的规定

《董事会议事规则》第十三条规定："委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（一）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。……"

《董事会议事规则》第二十条规定："董事与会议提案所涉及的企业或个人

有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。出现下述情形时，董事应当对有关提案回避表决：

（一）有关法律、法规、规范性文件规定董事应当回避的情形；

（二）董事本人认为应当回避的情形；

（三）公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业或个人有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行。形成决议须无关联关系董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，应将该事项提交股东大会审议。”

（四）《独立董事工作制度》关于关联交易的规定

《独立董事工作细则》第十六条规定：“独立董事除具有《中华人民共和国公司法》、公司章程和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司独立董事还享有以下特别职权：

1、公司涉及的重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

2、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

3、向董事会提请召开临时股东大会；

4、提议召开董事会；

5、独立聘请外部审计机构和咨询机构；

6、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。”

《独立董事工作细则》第十八条规定：“独立董事除履行本制度第十六条之职权外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

1、提名、任免董事；

2、聘任或解聘高级管理人员；

3、公司董事、高级管理人员的薪酬；

4、公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施收回欠款；

5、重大关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资质、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等事项；

6、重大资产重组方案、股权激励计划；

7、独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

8、有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及公司章程规定的其他事项。

独立董事发表的独立意见类型包括同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其障碍，所发表的意见应当明确、清楚。”

（五）《关联交易管理制度》关于关联交易的规定

公司制定了《关联交易管理制度》，对关联方及关联交易的认定、关联交易的定价原则、关联交易的提出和初步审查、关联交易的决策权限以及关联交易信息披露等内容进行具体规定，保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

六、规范关联交易的措施

公司在业务、机构、资产、人员和财务上均独立于各关联方，具有完整的业务体系以及直接面向市场经营的能力。为了规范与关联方之间交易的公允性和合理性，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》等相关制度中对关联交易决策权力与程序作了详细规定。

公司今后将避免与关联方之间发生不必要的交易；对于必要的、具有商业合理性的关联交易，公司将继续遵循公平、公正、公开的商业原则，切实履行信息披露的有关规定，确保关联交易行为不损害公司和股东的利益。

七、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）报告期内关联交易制度的执行情况

公司产供销系统独立、完整，生产经营上不存在依赖关联方的情形；报告期内公司的关联交易均严格履行了《公司章程》等有关制度的规定，不存在损害公司利益的情形。

（二）独立董事关于关联交易的意见

独立董事出具了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》的专项意见，具体内容如下：

公司第三届董事会第四次会议已经审议通过《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》，对公司 2016 年度、2017 年度、2018 年度关联交易情况予以了确认，我们已认真审议了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》，我们认为，公司报告期内关联交易均为公司生产经营所需，交易价格公允，不存在损害公司和其他股东利益的情况。作为公司独立董事，我们同意将该议案提交股东大会审议。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名，副董事长 1 名。董事由公司股东提名并经股东大会选举产生，任期三年，任期届满可以连选连任，但独立董事连任不得超过两届。公司董事简历如下：

1、严斌生，男，1975 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，曾任职于广东七宝一丁食品有限公司、佛山市高明森和园食品有限公司、广州市番禺区石基甘源食品厂、顺德市花之心食品有限公司、佛山市南海新甘源食品有限公司。2006 年 2 月至 2011 年 11 月，任甘源有限营销总监；2011 年 11 月至 2012 年 8 月，任甘源有限执行董事；2012 年 8 月至 2015 年 10 月，任甘源食品董事长；2015 年 10 月至今，任甘源食品董事长、总经理及法定代表人；2017 年 10 月至今，任安阳甘源执行董事、总经理及法定代表人。

2、严海雁，男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾任职于江西省萍乡市质量技术监督局，2011 年 12 月至 2012 年 8 月，任甘源有限监事；2012 年 8 月至 2017 年 8 月，任甘源食品副董事长；2017 年 8 月至今，任甘源食品副董事长兼副总经理；2018 年 10 月至今，任甘源食品董事会秘书。

3、严剑：男，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任职于东莞市润达食品责任有限公司、江西正源食品工业有限公司。2006 年 2 月至 2011 年 11 月，任甘源有限执行董事兼总经理；2011 年 11 月至 2012 年 8 月，任甘源有限副总经理；2012 年 8 月至 2015 年 10 月，任甘源食品董事兼总经理；2015 年 10 月至 2017 年 8 月，任甘源食品董事；2017 年 8 月至今，任甘源食品董事兼副总经理。

4、梁祥林：男，1965 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾任职于萍乡市轴承厂、惠州唐德电子（中国）有限公司，曾先后担任深圳市高时石材有限公司、浙江苏强格液压股份有限公司、江西福斯特新能源股份有限公司、江西特种电机股份有限公司、江西正拓新能源科技股份有限公司财务总

监。2017 年 7 月至今，任甘源食品审计总监；2018 年 10 月至今，任甘源食品董事。

5、CENWANG：男，1973 年出生，加拿大国籍，硕士学历。2005 年至 2009 年 5 月，任华鸿创投集团执行董事；2009 年 5 月至 2014 年 3 月，任深圳天图资本管理中心（有限合伙）高级合伙人兼投委会成员；2014 年 3 月至 2017 年 12 月，任红杉资本顾问咨询（北京）有限公司合伙人；2017 年 12 月至 2019 年 5 月，任宁波梅山保税港区红杉桓畅投资管理有限公司合伙人；现兼任美尚（广州）化妆品股份有限公司副董事长，兼任韩后化妆品股份有限公司、四川好彩头实业股份有限公司、溜溜果园集团股份有限公司、骏捷（北京）网络技术有限公司、上海艾德韦宣股份有限公司、北京窝客信息技术有限公司、杭州蓝兔子网络技术有限公司、泰笛（上海）网络科技股份有限公司、上海猎享信息技术有限公司、猎上网络科技（上海）有限公司、亨得昂信息科技（上海）有限公司、厦门见福连锁管理有限公司、中青旅红奇（横琴）基金管理有限公司董事；2015 年 10 月至今，任甘源食品股份有限公司董事。

6、朱子玉：女，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。2011 年 3 月至今任职于江西省萍乡市燃气有限公司，2017 年 8 月至今兼任甘源食品董事。

7、钱力：女，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。曾任职于广东志高空调有限公司，2006 年 7 月至今任职于萍乡学院政法学院，2015 年 11 月至今兼任江西鸿天律师事务所律师，2016 年 11 月至今兼任江西信达法律服务有限责任公司执行董事，2017 年 8 月至今兼任甘源食品独立董事。

8、吴鑫：男，1965 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾任江西工业工程职业技术学院经济管理系系主任；2016 年 3 月至今，任萍乡学院商学院教授；2017 年 8 月至今，任甘源食品独立董事。

9、邓丹雯：女，1957 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾任职于江西省轻工业学校、中德食品工程中心；2001 年 8 月至今，任南昌大学中德食品工程中心研究员；2014 年 7 月至今，任江西鑫达装饰工程有限公司监事；2017 年 8 月至今，兼任甘源食品独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。

职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，其余监事由公司股东提名并经股东大会选举，任期三年，任期届满可以连选连任。公司监事简历如下：

1、彭红：女，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任职于上元电子有限公司、南昌琳娜贸易有限公司；2009 年 4 月至今，历任甘源食品物控部主任、采购账务主任、物流部经理；2017 年 8 月至今，任甘源食品监事。

2、周国新：男，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任职于南昌天然饮料食品厂、南昌中宝饮料食品厂、东莞市健泉饮料实业有限公司、东莞市仙津保健饮料食品有限公司、东莞迈仕通咨询服务公司、开封市开德利果酒有限公司；2012 年 10 月至今，历任甘源食品品管部经理、总经办督查经理、技术中心经理；2017 年 8 月至今，任甘源食品监事。

3、谢义先：男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任职于东莞桥头帝宝塑胶电子制品厂、东莞华汉塑胶制品有限公司；2010 年 7 月至 2012 年 8 月，任甘源有限经理；2012 年 8 月至 2015 年 10 月，任甘源食品董事；2012 年 8 月至今，任甘源食品技术中心副总监；2015 年 10 月至今，任甘源食品监事。

（三）高级管理人员

根据《公司章程》，公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书。经公司董事会聘任，公司现任高级管理人员简历如下：

1、严斌生：总经理，简历情况详见本节“一、（一）董事会成员”。

2、严海雁：副总经理、董事会秘书，简历情况详见本节“一、（一）董事会成员”。

3、严剑：副总经理，简历情况详见本节“一、（一）董事会成员”。

4、涂文莉：女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任职于岳阳岳泰集团科技饲料贸易有限公司、青岛海信电器股份有限公司、湖南金旺实业有限公司金旺大酒店、东莞市时艺时装制衣有限公司、广东小猪班纳服饰股份有限公司、广州心赢销服装有限公司，2017 年 7 月至 2018 年 9 月任甘源食品财务副总监。2018 年 10 月至今，任甘源食品财务总监。

（四）核心技术人员

公司目前共有 3 名核心技术人员，其简要情况如下：

1、曹勇，男，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任职于南京旺旺食品有限公司、旺旺集团上海总部、江西旺旺食品有限公司；2015 年 4 月

至今，任甘源食品质量总监。

2、周国新，简历情况详见本节“一、（二）监事会成员”。

3、谢义先，简历情况详见本节“一、（二）监事会成员”。

二、现任董事及监事的提名与选聘情况

（一）董事提名和选聘情况

2018 年 11 月 25 日，公司召开了 2018 年第四次临时股东大会，会议选举产生了公司第三届董事会成员。

序号	姓名	公司职务	提名人	任职期限
1	严斌生	董事长	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
2	严海雁	副董事长	严海雁	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
3	严剑	董事	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
4	CENWANG	董事	红杉铭德	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
5	梁祥林	董事	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
6	朱子玉	董事	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
7	钱力	独立董事	严海雁	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
8	吴鑫	独立董事	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
9	邓丹雯	独立董事	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月

2018 年 11 月 28 日，公司第三届董事会第一次会议选举严斌生为董事长，任期与公司第三届董事会董事任期相同。

（二）监事提名和选聘情况

2018 年 11 月 25 日，公司召开了 2018 年第四次临时股东大会，会议选举产生股东代表监事两名和职工代表大会选举的 1 名监事共同组成第三届监事会成员。

序号	姓名	公司职务	提名人	任职期限
1	谢义先	职工监事	职工代表大会	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
2	彭红	监事会主席	严海雁	2018 年 11 月至 2021 年 11 月
3	周国新	监事	严斌生	2018 年 11 月至 2021 年 11 月

2018 年 11 月 29 日，公司第三届监事会第一次会议选举彭红为公司第三届监事会主席，任期与公司第三届监事会监事任期相同。

（三）董事、监事、高级管理人员了解法规情况

经过上市辅导，公司董事、监事、高级管理人员已了解发行上市有关法律、法规、规则及上市公司规范运作、信息披露和履行承诺等方面的责任和义务。

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属近三年持有公司股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署之日，除了严斌生和严海雁外，公司的其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及近亲属均未直接持有公司的股份，具体情况如下：

姓名	在公司职务	直接持股数量（股）	比例（%）
严斌生	董事长、总经理	52,426,980.00	74.99
严海雁	副董事长、副总经理、董事会秘书	5,825,220.00	8.33

（二）间接持股情况

公司现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属近三年通过公司股东铭智投资、铭望投资和铭益投资间接持有公司股份，具体情况如下：

股东名称	在发行人任职情况	间接持股主体	间接持股比例（%）			
			2019年6月30日	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
严剑	董事、副总经理	铭智投资	0.1831	0.1831	0.0353	-
		铭益投资	0.2630	0.2859	0.2675	-
		铭望投资	0.4723	0.4723	0.2823	-
梁祥林	董事	铭智投资	0.0715	0.0715	0.0715	-
涂文莉	财务总监	铭智投资	0.0191	0.0191	0.0191	-
彭红	监事会主席	铭望投资	0.0143	0.0143	0.0143	-
谢义先	监事	铭智投资	0.0191	0.0191	0.0191	-
		铭益投资	0.0200	-	-	
周国新	监事	铭望投资	0.0143	0.0143	0.0143	-
朱丽虹	审计中心审核员（严剑之配偶）	铭智投资	0.0067	0.0067	0.0067	-
龙小宇	研发中心经理（彭红之配偶）	铭望投资	0.0143	0.0143	0.0143	-
曹勇	质量总监	铭智投资	0.0286	0.0286	0.0286	-

注 1：上述间接持股比例是根据各自然人股东持有本公司股东的股权比例以及本公司股东持有本公司股权的比例相乘得出。

截至报告期末，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属除上述已披露的持股情况外，不存在其他直接或间接持有公司股份的情况。

（三）股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持公司股份不存在质押或被冻结的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至报告期末，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况如下：

姓名	对外投资企业名称	在被投资企业担任职务	持股比例（%）	被投资企业与发行人的关系
邓丹雯	江西鑫达装饰工程有限公司	监事	15.00	无
钱力	江西信达法律服务有限责任公司	执行董事	45.00	无
严剑	铭智投资	-	17.54	发行人股东
	铭益投资	-	36.77	发行人股东
	铭望投资	-	66.03	发行人股东
梁祥林	铭智投资	-	6.85	发行人股东
涂文莉	铭智投资	-	1.83	发行人股东
彭红	铭望投资	-	2.00	发行人股东
谢义先	铭智投资	-	1.83	发行人股东
	铭益投资	-	2.80	发行人股东
周国新	铭望投资	-	2.00	发行人股东
曹勇	铭智投资	-	2.74	发行人股东

截至报告期末，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均不存在与公司业务相关及与公司存在利益冲突的对外投资。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从本公司领取薪酬情况

2018 年度，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在本公司领取的薪酬情况如下：

序号	姓名	在公司任职情况	2018 年薪酬情况（税前）（万元）	是否从公司领薪
1	严斌生	董事长、总经理	79.92	是
2	严海雁	副董事长、副总经理、董事会秘书	67.58	是
3	严剑	董事、副总经理	68.00	是

序号	姓名	在公司任职情况	2018 年薪酬情况（税前）（万元）	是否从公司领薪
4	梁祥林	董事	44.00	是
5	CENWANG	董事	0.00	否
6	朱子玉	董事	2.00	是
7	钱力	独立董事	5.00	是
8	吴鑫	独立董事	5.00	是
9	邓丹雯	独立董事	5.00	是
10	彭红	监事会主席	12.58	是
11	周国新	监事	14.73	是
12	谢义先	监事	18.64	是
13	涂文莉	财务总监	37.59	是
14	曹勇	质量总监	46.40	是

（二）公司对上述人员其他待遇和退休金计划

除以上薪酬和津贴以外，公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未享受其他待遇。对于公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等社会保险和住房公积金，不存在其它特殊待遇和退休金计划。本公司也未制定董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的认股权计划。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至报告期末，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职单位职务
邓丹雯	独立董事	江西鑫达装饰工程有限公司	监事
		南昌大学食品工程中心	教师
钱力	独立董事	江西信达法律服务有限责任公司	执行董事
		江西鸿天律师事务所	律师
		萍乡学院政法学院	教师
吴鑫	独立董事	萍乡学院商学院	教师
朱子玉	董事	江西省萍乡市燃气有限公司湘东分公司	客服中心主任
CENWANG	董事	美尚（广州）化妆品股份有限公司	副董事长
		韩后化妆品股份有限公司	董事
		四川好彩头实业股份有限公司	董事
		溜溜果园集团股份有限公司	董事
		骏捷（北京）网络技术有限公司	董事

姓名	公司职务	兼职单位	兼职单位职务
		上海艾德韦宣股份有限公司	董事
		北京窝客信息技术有限公司	董事
		杭州蓝兔子网络技术有限公司	董事
		泰笛（上海）网络科技股份有限公司	董事
		上海猎享信息技术有限公司	董事
		猎上网络科技（上海）有限公司	董事
		亨得昂信息科技（上海）有限公司	董事
		厦门见福连锁管理有限公司	董事
		中青旅红奇（横琴）基金管理有限公司	董事

截至本招股说明书签署日，除上述披露情形外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未在其他公司兼任职务。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系

公司董事长、总经理严斌生先生与董事、副总经理严剑先生为兄弟关系。公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在近亲属关系。

八、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议、所作承诺及其履行情况

（一）发行人与其董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议或合同

发行人已与其内部董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了劳动合同，对商业秘密、知识产权等方面的保密义务作了严格的规定。截至本招股说明书签署日，上述合同、协议均履行正常，不存在违约情形。

除上述合同及协议外，本公司现任董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未与本公司或其控股子公司签订其他合同及协议。

（二）发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺

发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺，见本招股说明书“第五节十、发行人、发行人的股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人等证券服务机构作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施”。截至本招股说明书签署日，上述承诺均履行正常，不存在违约情

形。

九、董事、监事及高级管理人员近三年变动情况

公司最近三年内董事、监事和高级管理人员变动情况如下：

（一）发行人董事变动情况

2016 年初，发行人董事为严斌生、严海雁、严剑、方明、CENWANG。

2017 年 8 月 13 日，发行人召开 2017 年第四次临时股东大会，选举张铁强担任公司董事，选举邓丹雯、吴鑫、钱力为公司独立董事，选举朱子玉为公司外部董事，方明不再担任发行人董事。

2018 年 10 月 29 日，发行人召开 2018 年第三次临时股东大会，选举梁祥林担任公司董事，张铁强不再担任发行人董事。

此后，公司董事会成员未发生变动。

（二）发行人监事变动情况

2016 年初，发行人监事为谢义先、宋新兴、张珈玮。

2017 年 8 月 13 日，发行人召开 2017 年第四次临时股东大会，选举周国新、彭红为公司监事，宋新兴、张珈玮不再担任发行人监事。

此后，公司监事会成员未发生变动。

（三）发行人高级管理人员变动情况

2016 年初，发行人总经理为严斌生，财务总监为方明。

2016 年 7 月 10 日，发行人董事会聘任张铁强为财务总监，方明不再担任发行人财务总监。

2017 年 8 月 25 日，发行人董事会聘任严海雁、严剑为副总经理，聘任张铁强为董事会秘书。

2018 年 10 月 13 日，发行人董事会聘任严海雁为董事会秘书，涂文莉为财务总监，张铁强不再担任发行人董事会秘书、财务总监。

此后，公司高级管理人成员未发生变动。

除了按照《公司法》等相关法律、法规和规范性文件要求完善公司内部治理以及董事正常离职外，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变动。上述人员变动均已履行了必要的法律程序，符合《公司法》和《公司章程》的规定，合法有效。

十、董事、监事、高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

第九节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及专门委员会的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司股东享有《公司法》及《公司章程》规定的股东权利，同时承担《公司法》及《公司章程》规定的义务。公司依法建立了股东大会制度，股东大会为公司的权力机构，公司股东均有权参加。

1、股东大会制度的建立健全情况

（1）股东权利和义务

《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他权利。

公司股东承担下列义务：遵守法律、行政法规和公司章程；依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；除法律、法规规定的情形外，不得退股；不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任；公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

（2）股东大会的职权

《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：决定公司的经营方针和投资计划；选举和更换董事、非由职工代表担任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会的报告；

审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改公司章程；对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议批准公司章程第三十九条、第四十条规定的对外担保、重大交易和重大关联交易事项；审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；审议股权激励计划；审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

（3）股东大会的议事规则

根据《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定，股东大会议事规则的主要内容包括：

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：董事人数不足 5 人或本章程规定的公司董事总数的 2/3 时；公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他情形。

召集人将在年度股东大会召开 20 日前应书面通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前书面通知各股东。股东大会提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和公司章程的有关规定。股东大会通知中未列明或不符合上述规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

下列事项由股东大会以特别决议通过：公司增加或者减少注册资本；公司的合并、分立、变更公司形式、解散和清算；公司章程的修改；公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的；公司连续十二个月内担保金额超过最近一期经审计总资产的 30%；股权激励计划；法律、行

政法规或公司章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

2、股东大会制度的运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了 30 次股东大会，公司股东大会运行情况良好，历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议以及会议记录规范，对会议表决事项均做出了有效决议，符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关规定。

（二）董事会制度的建立健全情况及运行情况

公司设董事会，并建立了董事会制度，公司董事会为公司的决策机构，向股东大会负责并报告工作。公司董事享有《公司法》、《公司章程》规定的权利，同时承担相应的义务。

1、董事会制度的建立健全情况

（1）董事会的构成

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。董事由股东大会选举或更换，任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。

（2）董事会职权

《公司章程》规定，董事会行使下列职权：召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；在股东大会授权范围内，决定公司对重要交易、对外担保和关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；制订公司的基本管理制度；制订公司章程的修改方案；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

（3）董事会议事规则

公司建立及制定了《董事会议事规则》，主要内容为：

董事会分定期会议和临时会议。董事会定期会议每年应当至少在上下两个半年度各召开一次，由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：代表十分之一以上表决权的股东提议时；三分之一以上董事联名提议时；监事会提议时；董事长认为必要时；二分之一以上独立董事提议时；总经理提议时；公司章程规定的其他情形。召开董事会定期会议和临时会议，董事会秘书应当分别提前十日和三日发出书面会议通知。经全体董事一致同意时，可按董事留存于公司的电话、传真等通讯方式随时通知召开董事会临时会议。

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。监事可以列席董事会会议；总经理和董事会秘书未兼任董事的，应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。

董事原则上应当亲自出席董事会会议。因故不能出席会议的，应当事先审阅会议材料，形成明确的意见，书面委托其他董事代为出席。委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席，关联董事也不得接受非关联董事的委托；独立董事不得委托非独立董事代为出席，非独立董事也不得接受独立董事的委托；董事不得在未说明其本人对提案的个人意见和表决意向的情况下全权委托其他董事代为出席，有关董事也不得接受全权委托和授权不明确的委托。一名董事不得接受超过两名董事的委托，董事也不得委托已经接受两名其他董事委托的董事代为出席。

董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、董事会制度的运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了 33 次董事会，公司董事会运行情况良好，历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议以及会议记录规范，对会议表决事项均做出了有效决议，符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等相关规定。

（三）监事会制度的建立健全情况及运行情况

公司设监事会，负责监督检查公司的财务状况，对董事、总经理及其他高级管理人员执行公司职务进行监督，维护公司和股东利益。监事可以列席董事会会议，并对董事会决议事项提出质询或者建议。

公司监事享有《公司法》、《公司章程》规定的权利，同时承担相应的义务。

1、监事会制度的建立健全情况

（1）监事会构成

公司设监事会。监事会由三名监事组成，设主席一人，由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。监事会中包括两名公司非职工代表监事和一名公司职工代表。监事会中的职工代表由公司职工民主选举产生。监事的任期每届为三年。监事任期届满，可以连选连任。

（2）监事会职权

对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；检查公司财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东大会，在董事会不履行召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；向股东大会提出提案；依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

（3）监事会议事规则

公司建立及制定了《监事会议事规则》，主要内容为：

监事会每 6 个月至少召开一次会议，会议通知应当于会议召开 10 日以前书面送达全体监事。监事可以提议召开临时监事会会议。临时监事会会议应当于会议召开 3 日以前发出书面通知；但是遇有紧急事由时，可以口头、电话等方式随时通知召开会议。监事会决议的表决方式为：举手表决，每一名监事有一票表决权。监事会决议应当经公司半数以上监事通过。

监事会应当将所议事项的决定做成会议记录，出席会议的监事和记录人应当在会议记录上签名。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出某种说明性

记载。监事会会议记录作为公司档案至少保存 10 年。

2、监事会制度的运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了 21 次监事会，公司监事会运行情况良好，历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议以及会议记录规范，对会议表决事项均做出了有效决议，符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等相关规定。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》以及其他相关规定，公司建立及制定了《独立董事工作制度》。

1、独立董事的构成及比例

公司董事会设 3 名独立董事，占董事人数的三分之一。2018 年 11 月 25 日，公司 2018 年第四次临时股东大会选举邓丹雯、钱力、吴鑫为公司第三届董事会独立董事。

2、独立董事的制度安排

《独立董事工作制度》规定：公司董事会成员中至少要有三分之一的独立董事，独立董事中至少包括一名会计专业人士。独立董事按《公司章程》规定产生，每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，可连选连任，但是连任时间不得超过 6 年。独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事应当按照《公司章程》和《独立董事工作制度》的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应当独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或其他与公司存在利害关系的单位和个人的影响。

独立董事连续三次未亲自出席公司董事会会议的，由董事会提请公司股东大会予以撤换。独立董事在任职届满前可以提出辞职。独立董事辞职应向董事会提交书面辞职报告。

独立董事除具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司独立董事还享有以下特别职权：公司涉及的重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘

请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；向董事会提请召开临时股东大会；提议召开董事会；独立聘请外部审计机构和咨询机构；可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：提名、任免董事；聘任或解聘高级管理人员；公司董事、高级管理人员的薪酬；公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施收回欠款；重大关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资质、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等事项；重大资产重组方案、股权激励计划；独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及公司章程规定的其他事项。

独立董事发表的独立意见类型包括同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其障碍，所发表的意见应当明确、清楚。

3、独立董事制度的运行情况

报告期内，独立董事依据《公司法》、《公司章程》、《独立董事工作制度》等法律法规及规章制度谨慎、认真、勤勉地履行了权利和义务，参与了公司重大经营决策，对公司法律、财务等方面提供了专业及建设性意见。

公司独立董事在其任职期间内遵守《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》、《独立董事工作制度》等规章制度，出席相关会议，认真审阅议案，针对公司重大事项发表独立意见，并在参会讨论后独立行使表决权，认真履行其工作职能，对公司运作起到了良好的监督作用。

4、独立董事发表独立意见情况

报告期内，公司独立董事根据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》等相关规定发表的独立意见情况如下：

（1）关于第二届董事会第十一次会议相关议案的独立意见

独立董事对公司第二届董事会第十一次会议的《关于公司对外投资在河南设立全资子公司的议案》发表独立意见如下：

本次投资事宜符合有关法律法规和《甘源食品股份有限公司章程》的规

定，表决程序合法、有效；公司拟使用的资金为公司的自有资金，本次对外投资遵循了公平、自愿、有偿的原则，不会损害公司及全体股东，特别是中小股东的利益。

因此，独立董事同意公司本次对外投资事项。

（2）关于第二届董事会第十二次会议相关议案的独立意见

独立董事对公司第二届董事会第十二次会议的《关于甘源食品股份有限公司对员工进行股权激励的议案》发表独立意见如下：

本次股权激励事宜符合有关法律法规和《甘源食品股份有限公司章程》的规定，关联董事严斌生、严剑与张铁强已回避表决，表决程序合法、有效；公司拟进行的股权激励遵循了依法合规、自愿参与、风险自担的原则，不会损害公司及全体股东，特别是中小股东的利益。

因此，独立董事同意公司本次拟对员工进行股权激励的事项。

（3）关于公司 2017 年度利润分配方案的独立意见

独立董事对公司 2017 年度利润分配方案发表独立意见如下：

公司 2017 年度利润分配方案符合《公司法》、《证券法》、中国证监会关于上市公司现金分红的有关规定以及《公司章程》、《公司未来分红回报规划》的规定，符合公司目前的实际经营状况，有利于公司的长期发展，不存在损害公司中小投资者利益的情形，同意公司董事会拟定的 2017 年度利润分配分案，并将该议案提交公司股东大会审议。

（4）关于聘任公司高级管理人员及选举董事的独立意见

独立董事对公司第二届董事会第十六次会议审议的解聘和聘任高级管理人员、选举和罢免董事事项分别进行了核查，发表独立意见如下：

①公司原财务总监兼董事会秘书张铁强先生因个人原因辞去财务总监及董事会秘书职务，其辞职程序合法有效，其辞职不会影响公司业务的正常运行。我们同意公司第二届董事会第十六次会议聘任严海雁先生为董事会秘书，并根据公司总经理严斌生的提名聘任涂文莉女士为公司财务总监。我们对严海雁先生和涂文莉女士的任职资格进行了审查。经审查，未发现严海雁先生和涂文莉女士有《公司法》第 146 条规定的情形，二人具备担任公司高级管理人员的任职资格，其学历、工作经历和身体状况均符合其任职的职责要求，公司新任董事会秘书和财务总监的聘任程序符合相关法律、法规、规

范性文件及公司章程、董事会议事规则等有关规定，聘任程序和聘任结果合法有效。

②公司董事张铁强先生因个人原因辞去公司董事职务，其辞职原因与实际情况一致，其辞职不会影响公司业务的正常运行。我们同意公司控股股东提名梁祥林先生为公司第二届董事会董事候选人并提交公司 2018 年度第三次临时股东大会审议。未发现上述候选人有《公司法》第 146 条规定的情况以及被中国证监会确定的市场禁入者的情形，其具备董事任职资格，其学历、工作经历和身体状况均符合董事的职责要求。候选人提名的程序符合相关法律法规及公司章程、董事会议事规则的有关规定，合法有效。

（5）关于选举甘源食品股份有限公司第三届董事会董事的独立意见

独立董事对公司董事会换届选举发表独立意见如下：

公司董事会候选人的提名和表决程序符合《公司章程》及关有法律法规的规定，合法、有效；

本次提名是在充分了解被提名人教育背景、工作经历、兼职、专业素养等情况的基础上进行，被提名人具有较高的专业知识和丰富的实际工作经验，具备担任公司董事、独立董事的资格和能力，未发现有《公司法》、《公司章程》规定的不得任职的情形。

同意严斌生、严海雁、严剑、CENWANG、梁祥林、朱子玉作为公司第三届董事会非独立董事候选人提交公司股东大会进行审议；同意钱力、吴鑫、邓丹雯作为公司第三届届董事会独立董事候选人提交公司股东大会进行审议。

（6）关于公司第三届董事会第三次会议相关事项的独立意见

独立董事对公司第三届董事会第三次会议《关于公司第三届董事会董事薪酬议案》发表独立意见如下：

公司董事会拟定的董事薪酬议案是结合公司经营规模、盈利状况，符合公司的经营管理现状及行业相关岗位水平，有利于保证公司持续稳定健康发展；有利于调动公司董事的工作积极性、强化董事勤勉尽责地意识；符合国家相关法律、法规的规定，不存在损害公司及全体股东、特别是中小股东利益的行为。我们同意董事会拟定的薪酬议案，并提交公司 2019 年第二次临时股东大会审议。

（7）关于公司第三届董事会第四次会议相关事项的独立意见

独立董事对公司第三届董事会第四次会议相关事项发表独立意见如下：

①《关于公司 2018 年度利润分配方案的议案》的专项意见

经天健会计师事务所审计，截至 2018 年 12 月 31 日，公司合并范围内归属于母公司所有者权益的净利润为 11,987.94 万元人民币，公司未分配利润为 16,660.57 万元；公司拟以截至 2018 年 12 月 31 日的总股份为基数，按照股东持有公司股份的比例，向全体股东分配现金红利共计 7,000 万元人民币。

我们认为公司的分红方案将给予股东合理现金分红回报与维持公司生产经营相结合，综合考虑了公司的长远发展和投资者利益。该分红方案有利于投资者分享公司成长和发展成果、取得合理投资回报，有利于公司和全体股东的利益。我们对利润分配预案无异议，同意本议案经董事会审议通过后提交公司股东大会审议。

②《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》的专项意见

公司第三届董事会第四次会议已经审议通过《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》，对公司 2016 年度、2017 年度、2018 年度关联交易情况予以了确认，我们已认真审议了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内（2016 年、2017 年和 2018 年度）关联交易的议案》，我们认为，公司报告期内关联交易均为公司生产经营所需，交易价格公允，不存在损害公司和其他股东利益的情况。作为公司独立董事，我们同意将该议案提交股东大会审议。

（8）关于公司第三届董事会第五次会议相关事项的独立意见

独立董事对公司第三届董事会第五次会议相关议案发表如下独立意见：

①关于《甘源食品股份有限公司章程（草案）》中利润分配条款的独立意见

《甘源食品股份有限公司章程（草案）》利润分配条款的制定符合相关法律法规及中国证监会关于上市公司利润分配的规定，建立了对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持了利润分配政策的连续性和稳定性，不存在损害公司利益及中小股东权益的情形。我们同意《甘源食品股份有限公司章程（草案）》中关于利润分配条款的规定，同意将《甘源食品股份有限公

司章程（草案）》提交董事会审议，并在董事会审议通过后提交股东大会审议。

②关于《公司上市后未来三年股东分红回报规划》的独立意见

公司制定的《公司上市后未来三年股东分红回报规划》根据证监会和证券交易所关于分红政策及《甘源食品股份有限公司章程（草案）》的相关规定制定，是在保证公司正常经营发展的基础上，基于未来经营发展的预期，科学合理做出的规划。该《公司上市后未来三年股东分红回报规划》维持了公司利润分配政策的连续性和稳定性，保障了股东分享公司成长和发展的成果，符合相关法律、法规和规范性文件的规定，有利于公司实现持续、稳定、健康的发展。我们同意将《公司上市后未来三年股东分红回报规划》提交董事会审议，并在董事会审议通过后提交股东大会审议。

③《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》的独立意见

公司首次发行股票并上市前滚存利润由本次发行上市后的新老股东按照本次发行后的持股比例共同享有，该方案符合法律法规、规范性文件及公司的实际情况，符合股东的整体利益和长远利益，有利于公司的长远发展。我们同意将《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》提交董事会审议，并在董事会审议通过后提交股东大会审议。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

《公司章程》规定，公司设董事会秘书，负责公司信息披露事务、投资者关系管理、组织筹备董事会会议和股东大会、股东资料管理工作等事宜。董事会秘书应遵守法律、行政法规、部门规章及公司章程的有关规定。

1、董事会秘书制度的建立健全情况

公司董事会于 2017 年 8 月 25 日聘任了董事会秘书，并于 2017 年 8 月 25 日制定了《董事会秘书工作细则》。

根据《董事会秘书工作细则》规定，董事会秘书履行如下职责：董事会秘书是公司与证券交易所的指定联络人，负责准备和提交证券交易所要求的文件，组织完成监管机构布置的任务；准备和提交董事会和股东大会的报告和文件；按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议

及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；协调和组织公司信息披露事务，包括建立信息披露的制度、接待来访、回答咨询、联系股东，向投资者提供公司公开披露的资料，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定，促使公司及时、合法、真实和完整地进行信息披露；列席涉及信息披露的有关会议，列席总经理办公会议，公司有关部门应当向董事会秘书提供信息披露所需要的资料和信息。公司做出重大决定之前，应当从信息披露角度征询董事会秘书的意见；负责信息的保密工作，制订保密措施。内幕信息泄露时，及时采取补救措施加以解释和澄清，并报告证券交易所和中国证监会；负责保管公司股东名册资料、董事名册、大股东及董事持股资料和董事会印章，保管公司董事会和股东大会的会议文件和记录；帮助公司董事、监事、高级管理人员了解法律法规、公司章程、上市规则及股票上市协议对其设定的责任：组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、本规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；协助董事会依法行使职权，在董事会违反法律法规、公司章程及证券交易所有关规定做出决议时，及时提出异议；如董事会坚持做出上述决议，应当把情况记载在会议纪要上，并将该会议纪要马上提交公司全体董事和监事；督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、规章、规范性文件、证券交易所其他相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺：在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，应予以提醒并立即如实地向证券交易所报告；负责公司投资者关系管理，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复证券交易所所有问询；为公司重大决策提供咨询和建议；筹备公司境内外推介的宣传活动；《公司法》、《证券法》、中国证监会、证券交易所要求履行的其他职责；董事会授予的其他职责。

2、董事会秘书制度的运行情况

公司董事会秘书自聘任以来，有效履行了《公司章程》赋予的职责，在公司法人治理结构的完善、董事、监事、高级管理人员的系统培训以及与中介机构的配合协调、与投资者和监管部门的积极沟通、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定、重大项目的投向、信息披露事务的办理等事宜上发挥了积极作用。

（六）董事会专门委员会的建立健全及运行情况

根据《公司法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意

见》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》以及其他相关规定，经公司 2017 年 8 月 25 日第二届董事会第十次会议提议，公司设立董事会审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会四个专门委员会，选举了各专门委员会成员，通过并制定了《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》。

截至本招股说明书签署之日，各专门委员会委员的组成情况如下：

专门委员会名称	主要职责	人员构成	
		召集人	其他委员
审计委员会	提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。	钱力	严海雁、吴鑫
战略委员会	对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜。	严斌生	严海雁、钱力
薪酬与考核委员会	根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。	吴鑫	严斌生、钱力
提名委员会	研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员人选；对董事候选人、经理人进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；董事会授权的其它事宜。	钱力	严斌生、吴鑫

报告期内，发行人召开的各次董事会专门委员会会议均由各委员会半数以上委员出席，会议的召集、召开均符合各专业委员会工作细则的相关规定。

二、控股股东及其控制的其他企业占有公司资金或资产及公司对控股股东及其控制的其他企业提供担保的情况

报告期内，发行人与关联方存在部分资金拆借的情况，但未对公司生产经营产生重大影响。资金拆借具体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”的相关内容。

截至报告期末，发行人不存在对外担保情况。

三、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司认为，根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于2018年12月31日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

天健所于2019年3月4日出具了天健审（2019）3-52号《内部控制的鉴证报告》，发表意见如下，“我们认为，甘源食品股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2018年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”。

第十节 财务会计信息

本节财务会计信息反映了公司报告期经审计的财务报表及附注的重要内容，说明了公司基本的财务状况、经营成果和现金流量情况。本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自天健所出具的《审计报告》。

公司提示投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。如无特殊指明，本节中财务数据和财务指标均指合并报表的财务数据和财务指标，单位为人民币万元。

一、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
资产				
货币资金	3,100.97	12,093.08	422.43	755.35
交易性金融资产	10,910.82	-	-	-
应收票据及应收账款	623.46	793.26	681.26	1,068.96
预付款项	982.81	917.92	1,468.67	461.63
其他应收款	447.28	439.88	491.88	245.72
存货	5,676.17	7,211.15	7,298.12	6,510.61
其他流动资产	14.05	9,090.37	17,515.77	15,870.42
流动资产合计	**21,755.55**	**30,545.66**	**27,878.14**	**24,912.68**
固定资产	21,925.89	21,855.43	14,307.43	14,025.35
在建工程	4,225.15	2,172.70	1,618.14	688.55
无形资产	10,025.51	10,103.33	4,198.46	1,681.12
长期待摊费用	950.05	969.03	1,469.13	844.32
递延所得税资产	2,724.54	2,634.84	613.60	392.01
其他非流动资产	-	47.40	-	115.80
非流动资产合计	**39,851.13**	**37,782.73**	**22,206.76**	**17,747.16**
资产总计	**61,606.68**	**68,328.40**	**50,084.90**	**42,659.84**

负债与股东权益项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
负债				
应付票据及应付账款	4,214.65	5,334.75	5,391.56	4,256.29
预收款项	1,902.19	3,535.80	3,418.37	3,571.24
应付职工薪酬	1,199.98	1,486.10	1,356.96	1,265.35
应交税费	1,751.73	4,715.00	1,908.98	4,807.16
其他应付款	2,746.86	2,436.35	2,147.10	2,467.12
流动负债合计	**11,815.41**	**17,508.00**	**14,222.99**	**16,367.16**
长期借款	-	-	-	1,200.00
递延收益	9,522.73	9,251.40	1,213.55	-
递延所得税负债	1,177.11	932.69	-	-
非流动负债合计	**10,699.84**	**10,184.09**	**1,213.55**	**1,200.00**
负债合计	**22,515.25**	**27,692.09**	**15,436.54**	**17,567.16**
所有者权益				
股本	6,991.18	6,991.18	6,991.18	6,818.18
资本公积	14,453.53	14,453.53	14,453.53	11,283.61
盈余公积	2,531.02	2,531.02	1,321.87	699.09
未分配利润	15,115.70	16,660.57	11,881.79	6,291.79
归属于母公司股东权益合计	**39,091.43**	40,636.31	34,648.37	25,092.67
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	**39,091.43**	**40,636.31**	**34,648.37**	**25,092.67**
负债和所有者权益总计	**61,606.68**	**68,328.40**	**50,084.90**	**42,659.84**

2、合并利润表

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	**44,889.57**	**91,141.00**	**78,758.13**	**70,814.35**
减：营业成本	26,350.42	54,164.72	48,941.72	45,035.99
税金及附加	681.58	990.02	790.25	899.78
销售费用	8,970.42	17,262.08	16,726.66	15,513.10
管理费用	1,683.03	3,589.94	3,969.60	2,389.06
研发费用	198.47	604.30	305.69	312.07
财务费用	-3.41	-32.19	-12.81	132.65
其中：利息费用	-	-	-	140.31
利息收入	-3.89	-2.65	-2.08	-5.85
加：其他收益	208.21	806.25	196.61	-
投资收益（损失以“—”号填列）	283.81	635.44	509.80	490.40
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）	56.22	-	-	-
信用减值损失	8.17	-	-	-
资产减值损失	**-122.30**	**-342.01**	**-47.32**	**-29.62**
资产处置收益（损失以“—”号填列）	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**7,443.19**	**15,661.81**	**8,696.11**	**6,992.47**
加：营业外收入	4.06	466.45	24.90	333.27
减：营业外支出	43.55	36.83	58.57	3.77
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**7,403.69**	**16,091.43**	**8,662.43**	**7,321.98**
减：所得税费用	1,948.57	4,103.49	2,449.66	2,393.67
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**5,455.13**	**11,987.94**	**6,212.77**	**4,928.31**
归属于母公司股东的净利润	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31
少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额				
归属于母公司所有者的综合收益总额	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.78	1.71	0.91	0.72
（二）稀释每股收益	0.78	1.71	0.91	0.72

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 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	49,879.89	105,832.54	91,457.24	84,298.11
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	850.53	10,558.53	1,763.55	921.00
经营活动现金流入小计	50,730.42	116,391.06	93,220.79	85,219.11
购买商品、接受劳务支付的现金	26,280.15	57,087.13	51,381.73	47,867.04
支付给职工以及为职工支付的现金	7,400.05	13,776.92	11,980.69	9,844.44
支付的各项税费	8,450.86	9,410.67	11,570.54	7,370.69
支付其他与经营活动有关的现金	5,424.92	11,185.21	11,559.76	11,105.46
经营活动现金流出小计	47,555.97	91,459.93	86,492.73	76,187.64
经营活动产生的现金流量净额	**3,174.45**	**24,931.14**	**6,728.06**	**9,031.47**
二、投资活动产生的现金流量：		-	-	-
收回投资收到的现金	95,875.00	174,588.26	218,630.07	183,873.45
取得投资收益收到的现金	283.81	635.44	480.44	490.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5.53	5.00	1.00	1.01
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	24.87	265.30
投资活动现金流入小计	96,164.34	175,228.70	219,136.38	184,630.15
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,681.28	16,356.87	7,008.66	6,899.66
投资支付的现金	97,639.23	166,162.86	220,275.42	186,843.87
支付其他与投资活动有关的现金	-	0.00	0.00	24.87
投资活动现金流出小计	101,320.50	182,519.73	227,284.08	193,768.40
投资活动产生的现金流量净额	**-5,156.16**	**-7,291.03**	**-8,147.71**	**-9,138.25**
三、筹资活动产生的现金流量：		-	-	-
吸收投资收到的现金	-	-	2,595.05	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	68.75	542.00
筹资活动现金流入小计	-	-	2,663.80	542.00
偿还债务支付的现金	-	-	1,200.00	1,800.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,000.00	6,000.00	60.03	143.30
支付其他与筹资活动有关的现金	10.57	0.00	300.00	316.06
筹资活动现金流出小计	7,010.57	6,000.00	1,560.03	2,259.35
筹资活动产生的现金流量净额	**-7,010.57**	**-6,000.00**	**1,103.76**	**-1,717.35**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**0.17**	**30.55**	**-17.04**	**6.83**
五、现金及现金等价物净增加额	**-8,992.11**	**11,670.65**	**-332.92**	**-1,817.29**

加：期初现金及现金等价物余额	**12,093.08**	422.43	755.35	2,572.64
六、期末现金及现金等价物余额	**3,100.97**	**12,093.08**	**422.43**	**755.35**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
货币资金	3,082.50	12,088.64	422.43	755.35
交易性金融资产	10,910.82	-	-	-
应收票据及应收账款	623.46	793.26	681.26	1,068.96
预付款项	982.81	917.92	1,468.67	461.63
其他应收款	175.00	169.88	206.88	245.72
存货	5,676.17	7,211.15	7,298.12	6,510.61
其他流动资产	10.57	9,090.37	17,515.77	15,870.42
流动资产合计	**21,461.32**	**30,271.22**	**27,593.14**	**24,912.68**
长期股权投资	5,000.00	5,000.00	5,000.00	-
固定资产	21,925.89	21,855.43	14,307.43	14,025.35
在建工程	4,192.39	2,165.01	1,618.14	688.55
无形资产	4,951.41	5,015.88	4,198.46	1,681.12
长期待摊费用	950.05	969.03	1,469.13	844.32
递延所得税资产	1,453.32	1,363.63	613.60	392.01
其他非流动资产	-	47.40	-	115.80
非流动资产合计	**38,473.05**	**36,416.39**	**27,206.76**	**17,747.16**
资产总计	**59,934.36**	**66,687.61**	**54,799.90**	**42,659.84**
应付票据及应付账款	4,214.65	5,334.75	5,391.56	4,256.29
预收款项	1,902.19	3,535.80	3,418.37	3,571.24
应付职工薪酬	1,199.98	1,486.10	1,356.96	1,265.35
应交税费	1,549.21	3,444.49	1,908.98	4,807.16
其他应付款	6,076.36	7,120.85	6,847.10	2,467.12
流动负债合计	**14,942.39**	**20,921.98**	**18,922.99**	**16,367.16**
长期借款	-	-	-	1,200.00
递延收益	4,349.33	4,078.00	1,213.55	-
递延所得税负债	1,177.11	932.69	-	-
非流动负债合计	**5,526.44**	**5,010.69**	**1,213.55**	**1,200.00**
负债合计	**20,468.83**	**25,932.67**	**20,136.54**	**17,567.16**
股本	6,991.18	6,991.18	6,991.18	6,818.18
资本公积	14,453.53	14,453.53	14,453.53	11,283.61
盈余公积	2,531.02	2,531.02	1,321.87	699.09
未分配利润	15,489.80	16,779.20	11,896.79	6,291.79
所有者权益合计	**39,465.54**	**40,754.94**	**34,663.37**	**25,092.67**
负债和所有者权益总计	**59,934.36**	**66,687.61**	**54,799.90**	**42,659.84**

2、母公司利润表

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	**44,889.57**	**91,141.00**	**78,758.13**	**70,814.35**
减：营业成本	26,350.42	54,164.72	48,941.72	45,035.99
税金及附加	479.03	987.59	790.25	899.78
销售费用	8,970.42	17,262.08	16,726.66	15,513.10
管理费用	1,650.83	3,503.87	3,969.60	2,389.06
研发费用	177.90	604.30	305.69	312.07
财务费用	-3.46	-32.23	-12.81	132.65
其中：利息费用	-	0.00	0.00	140.31
利息收入	-3.89	-2.65	-2.08	-5.85
加：其他收益	208.21	806.25	196.61	-
投资收益（损失以“－”号填列）	283.81	635.44	509.80	490.40
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）	56.22	-	-	-
信用减值损失	8.17			
资产减值损失	**-122.18**	**-327.01**	**-32.32**	**-29.62**
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**7,698.66**	**15,765.36**	**8,711.11**	**6,992.47**
加：营业外收入	4.06	466.45	24.90	333.27
减：营业外支出	43.55	36.76	58.57	3.77
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**7,659.17**	**16,195.06**	**8,677.43**	**7,321.98**
减：所得税费用	1,948.57	4,103.49	2,449.66	2,393.67
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**5,710.60**	**12,091.57**	**6,227.77**	**4,928.31**
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	**5,710.60**	**12,091.57**	**6,227.77**	**4,928.31**

3、母公司现金流量表

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 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	49,879.89	105,832.54	91,457.24	84,298.11
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	487.48	5,369.59	1,763.55	921.00
经营活动现金流入小计	50,367.37	111,202.13	93,220.79	85,219.11
购买商品、接受劳务支付的现金	26,280.15	57,087.13	51,381.73	47,867.04
支付给职工以及为职工支付的现	7,400.05	13,776.92	11,980.69	9,844.44
支付的各项税费	7,176.83	9,407.54	11,570.54	7,370.69
支付其他与经营活动有关的现金	6,414.42	11,182.42	11,559.76	11,105.46
经营活动现金流出小计	47,271.45	91,454.01	86,492.73	76,187.64
经营活动产生的现金流量净额	**3,095.92**	**19,748.12**	**6,728.06**	**9,031.47**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	95,875.00	174,588.26	218,630.07	183,873.45
取得投资收益收到的现金	283.81	635.44	480.44	490.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5.53	5.00	1.00	1.01
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	24.87	265.30
投资活动现金流入小计	96,164.34	175,258.89	219,136.38	184,630.15
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,616.78	11,178.29	6,708.66	6,899.66
投资支付的现金	97,639.23	166,162.86	225,275.42	186,843.87
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	24.87
投资活动现金流出小计	**101,256.01**	177,341.15	231,984.08	193,768.40
投资活动产生的现金流量净额	**-5,091.67**	**-2,112.45**	**-12,847.71**	**-9,138.25**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	2,595.05	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	4,768.75	542.00
筹资活动现金流入小计	-	-	7,363.80	542.00
偿还债务支付的现金	-	-	1,200.00	1,800.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,000.00	6,000.00	60.03	143.30
支付其他与筹资活动有关的现金	10.57	-	300.00	316.06
筹资活动现金流出小计	7,010.57	6,000.00	1,560.03	2,259.35
筹资活动产生的现金流量净额	**-7,010.57**	**-6,000.00**	**5,803.76**	**-1,717.35**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**0.17**	**30.55**	**-17.04**	**6.83**
五、现金及现金等价物净增加额	**-9,006.14**	**11,666.21**	**-332.92**	**-1,817.29**
加：期初现金及现金等价物余额	12,088.64	422.43	755.35	2,572.64

六、期末现金及现金等价物余额	3,082.50	12,088.64	422.43	755.35

二、会计报表编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）会计报表编制基准

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（三）合并报表范围及变化情况

公司将拥有实际控制权的子公司纳入合并财务报表范围，报告期内无纳入合并范围的特殊目的主体。纳入合并范围的各子公司及其明细情况如下：

公司名称	2019 年是否纳入合并范围	2018 年是否纳入合并范围	2017 年是否纳入合并范围	2016 年是否纳入合并范围
安阳甘源	是	是	是	不适用

公司全资子公司安阳甘源于 2017 年 10 月 20 日成立，因此公司 2017 年度财务报表只合并了安阳甘源 2017 年度 10-12 月的利润表和现金流量表及 2017 年 12 月 31 日的资产负债表。

三、审计意见

天健认为：发行人财务报表财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了甘源食品公司 2016 年 12 月 31 日财务状况，2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况；以及 2016 年度经营成果、现金流量，2017 年度、2018 年度、2019 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审[2019]3-358 号）。

四、发行人采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售商品收入的基本确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、销售商品收入的具体确认原则

公司主要生产籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类等休闲食品。根据公司具体业务类型，公司主要收入确认方法分别如下：

（1）经销模式

根据与经销商的约定，在已发货并获得经销商确认收货后，公司确认收入。

（2）电子商务销售模式

①通过公司自营电商渠道进行销售的，在终端客户确认收货后，款项也同步在平台进行支付，公司同时确认收入。

②通过电商平台销售的，根据与电商平台签署合同约定的结算模式，在实际已发货并取得电商平台出具的结算文件时，公司确认收入。

（二）金融工具

1、2019 年 1-6 月

(1)金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1)以摊余成本计量的金融资产；2)以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；2)金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；3)不属于上述 1)或 2)的财务担保合同，以及不属于上述 1)并以低于市场利率贷款的贷款承诺；4)以摊余成本计量的金融负债。

(2)金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

1)金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

2)金融资产的后续计量方法

①以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入)计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

3)金融负债的后续计量方法

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具)和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动)计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A. 按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；B. 初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

④以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

4)金融资产和金融负债的终止确认

①当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

A 收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

B 金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

②当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

(3)金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1)未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；2)保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1)所转移金融资产在终止确认日的账面价值；2)因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1)终止确认部分的账面价值；2)终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

(4)金融资产和金融负债的公允价值确定方法

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确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1)第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2)第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3)第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

(5)金融工具减值

1)金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司在评估信用风险是否显著增加时考虑如下因素：

(1)公司对金融工具信用管理方法是否发生变化；

(2)债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

(3)债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；

(4)债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

(5)是否存在预期将导致债务人履行其偿债义务的能力发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

(6)金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

2)按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——应收押金保证金组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——应收往来款组合		
其他应收款——其他款项组合		
其他应收款——合并范围内关联方往来款组合		参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，预期信用损失为 0

3)按组合计量预期信用损失的应收款项

①具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——信用风险特征组合	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——合并范围内关联方	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，除存在客观证据表明本集团将无法按应收款项的原有条款收回，对合并范围内的关联方不计提坏账

② 应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款 预期信用损失率(%)
1 年以内（含，下同）	5.00
1-2 年	10.00
2-3 年	30.00
3-4 年	50.00
4 年以上	100.00

(6)金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：1)公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；2)公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2016 年度、2017 年度和 2018 年度

(1)金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

(2)金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：1)持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；2)在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；2)与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；3)不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的

金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。2)可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

(3)金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1)放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；2)未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1)所转移金融资产的账面价值；2)因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1)终止确认部分的账面价值；2)终止确认部分的对价，与原直接计入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之和。

(4)金融资产和金融负债的公允价值确定方法

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确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1)第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2)第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3)第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

(5)金融资产的减值测试和减值准备计提方法

1)资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

2)对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

3)可供出售金融资产

①表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

A 债务人发生严重财务困难；

B 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

C 公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

D 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

E 因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

F 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

②表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（三）应收款项

1、2019 年 1-6 月

详见本节之“四、发行人采用的主要会计政策和会计估计”之“（二）金融工具”之说明。

2、2016 年度、2017 年度和 2018 年度

（1）单项金额重大并单项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	单项金额 100 万元以上（含）或占应收款项账面余额 10%以上的款项

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

1）具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	经测试未发生减值的，不计提坏账准备

2）账龄分析法

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内（含，下同）	5%	5%
1-2 年	10%	10%
2-3 年	30%	30%
3-4 年	50%	50%
4-5 年	100%	100%
5 年以上	100%	100%

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合或合并范围内关联往来组合存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（四）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、存货取得和发出的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

按照一次摊销法摊销。

（五）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，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，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政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，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或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其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

1）在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

2）在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

1）通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

2）通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
房屋及建筑物	年限平均法	30	5.00%	3.17%
机器设备	年限平均法	10	5.00%	9.50%
运输设备	年限平均法	4	5.00%	23.75%
电子设备	年限平均法	3	5.00%	31.67%
其他设备	年限平均法	3-5	5.00%	19.00%-31.67%

（七）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（八）无形资产

1、无形资产包括土地使用权和软件等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

类别	摊销年限（年）
土地使用权	50
软件	10

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（九）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产,在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

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，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当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；2）借款费用已经发生；3）为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十一）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十二）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为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。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

1）根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

2）设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

3）期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十三）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具

的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十四）政府补助

1、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

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划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益和冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益和冲减相关成本。

（3）与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（4）政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、2016 年度

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

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划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十五）递延所得税资产及递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十六）重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上作出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资

产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与本公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

1、坏账准备计提

本公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

2、存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

3、非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

本公司至少每年测试商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组或者资产组组合的未来现金流量的现值进行预计。对未来现金流量的现值进行预计时，本公司需要预计未来资产组或者资产组组合产生的现金流量，同时选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

4、折旧和摊销

本公司对固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

5、递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，本公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要本公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

6、所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

（十七）主要会计政策、会计估计的变更

1、企业会计准则变化引起的会计政策变更

（1）本公司自 2017 年 5 月 28 日起执行财政部制定的《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 6 月 12 日起执行经修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》。本次会计政策变更采用未来适用法处理。

（2）本公司编制 2017 年度报表执行《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30 号），将原列报于“营业外收入”和“营业外支出”的非流动资产处置利得和损失和非货币性资产交换利得和损失变更为列报于“资

产处置收益”。此项会计政策变更采用追溯调整法。由于上期不存在该项会计政策变更所涉及的交易事项，故本次变更对 2017 年度财务报表的可比数据无影响。

（3）2019 年 4 月 30 日财政部发布财会〔2019〕6 号《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》，针对企业会计准则实施中的有关情况，对一般企业财务报表格式进行了修订，本公司根据通知要求在编制 2019 年 1-6 月报表时进行了调整。

五、适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策

税费	税费率
增值税	应税收入按13%（2018年5月1日前为17%，2018年5月1日至2019年4月1日为16%）的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的7%、5%计缴。
教育费附加及地方教育费附加	按实际缴纳的流转税的5%计缴。
企业所得税	按应纳税所得额的25%计缴。

（一）报告期内公司及合并范围内各子公司企业所得税税率：

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
甘源食品	25%	25%	25%	25%
安阳甘源	25%	25%	25%	不适用

（二）税收优惠及批文

无。

六、最近一年的收购兼并情况

公司最近一年不存在收购兼并情况。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据经天健所核验的非经常性损益明细表，报告期内公司非经常性损益的具体内容、金额如下：

单位：万元

序号	项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	非流动性资产处置损益	-40.40	-33.72	-17.88	-1.34
2	计入当期损益的政府补助，但与企业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	208.21	1,261.75	292.06	321.23

序号	项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
	助除外				
3	委托他人投资或管理资产的损益	283.81	635.44	509.80	490.40
4	除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	56.22	-	-	-
5	除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.90	7.83	-25.24	9.61
6	其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-747.88	-
减：非经常性损益的所得税影响数		113.13	467.90	196.55	204.98
少数股东权益影响额（税后）		-	-	-	-
税后非经常性损益		**395.62**	**1,403.40**	**-185.70**	**614.93**

八、最近一期末主要固定资产、无形资产和对外投资情况

（一）固定资产

截至报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

资产类别	折旧年限（年）	原值	累计折旧	减值准备	净值
房屋及建筑物	30	13,340.02	1,478.82	-	11,861.21
机器设备	10	11,846.48	3,018.98	-	8,827.50
运输设备	4	451.27	276.14	-	175.12
电子设备	3	623.10	427.20	-	195.90
其他设备	3-5	1,219.31	353.16	-	866.15
合计		**27,480.18**	**5,554.29**	**-**	**21,925.89**

（二）无形资产

截至报告期末，公司无形资产为土地使用权和软件，具体构成如下：

单位：万元

名称	取得方式	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	外购	10,117.32	332.10	-	9,785.22
软件	外购	306.75	66.46	-	240.29
合计		**10,424.07**	**398.56**	**-**	**10,025.51**

截至报告期末，公司无形资产不存在减值的情况，因此不需要计提减值准备。

（三）对外投资

截至报告期末，公司除 持有全资子公司安阳甘源股权外，无其他股权投资。

九、最近一期末主要负债情况

截至报告期末，公司的负债总计 22,515.25 万元，其中：流动负债合计 11,815.41 万元，占负债总额的 52.48%，主要包括应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款等。非流动负债合计 10,699.84 万元，占负债总额的 47.52%，主要为递延收益。

（一）应付账款

截至报告期末，公司应付账款余额为 4,214.65 万元，占流动负债的 35.67%，分性质明细如下：

单位：万元

账龄	金额	比例
材料款	2,961.84	70.27%
设备工程款	851.79	20.21%
物流款	331.29	7.86%
其他	69.73	1.65%
合计	**4,214.65**	**100.00%**

应付账款期末余额中无应付关联方款项。

（二）预收款项

截至报告期末，公司预收款项余额为 1,902.19 万元，占流动负债的比例为 16.10%，均为预收经销商货款。

（三）应付职工薪酬

截至报告期末，公司应付职工薪酬余额为 1,199.98 万元，占流动负债的比例为 10.16%。

（四）应交税费

截至报告期末，公司应交税费余额为 1,751.73 万元，占流动负债的比例为 14.83%，明细如下：

单位：万元

税种	金额
企业所得税	787.72

税种	金额
增值税	583.66
土地使用税	231.64
城市维护建设税	50.50
房产税	31.11
代扣代缴个人所得税	30.27
教育费附加	21.64
地方教育附加	14.43
其他	0.75
合计	**1,751.73**

（五）其他应付款

截至报告期末，公司其他应付款余额为 2,746.86 万元，占流动负债的比例为 23.25%，按性质分类明细如下：

单位：万元

类别	金额	比例
押金保证金	1,410.19	51.34%
预提经销商折扣	1,076.23	39.18%
预提费用	177.48	6.46%
其他	82.97	3.02%
合计	**2,746.86**	**100.00%**

其他应付款期末余额中无应付关联方款项。

（六）非流动负债

截至报告期末，公司非流动负债主要为递延收益 9,522.73 万元，系公司收到的与资产相关的政府补助，此外还包括递延所得税负债 1,177.11 万元。

（七）或有债项和逾期债项

截至报告期末，公司无附有追索权的票据贴现或因抵押、担保等事项形成的或有负债，亦无逾期未偿还债项。

十、所有者权益变动情况

报告期各期末，公司所有者权益变动情况如下表：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
股本	6,991.18	6,991.18	6,991.18	6,818.18
资本公积	14,453.53	14,453.53	14,453.53	11,283.61
盈余公积	2,531.02	2,531.02	1,321.87	699.09

未分配利润	15,115.70	16,660.57	11,881.79	6,291.79
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	**39,091.43**	**40,636.31**	**34,648.37**	**25,092.67**

（一）股本变化情况

单位：万元

股东名称	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
严斌生	5,242.6980	5,242.6980	5,400.00	5,400.00
严海雁	582.5220	582.5220	600.0000	600.00
红杉铭德	818.1800	818.1800	818.1800	818.18
铭智投资	73.0013	73.0013	73.0013	-
铭望投资	50.0008	50.0008	50.0008	-
铭益投资	50.0010	50.0010	50.0010	-
领誉基石	174.7800	174.7800	-	-
合计	**6,991.1831**	**6,991.1831**	**6,991.1831**	**6,818.18**

报告期内股本的增减变动情况参见本招股说明书“第五节三、（二）发行人历史沿革概况”。

（二）资本公积变动情况

单位：万元

项目	股本溢价	其他资本公积	合计
2016-01-01	11,283.61	-	11,283.61
本年增加	-	-	-
本年减少	-	-	-
2016-12-31	11,283.61	-	11,283.61
本年增加	2,422.04	747.88	3,169.92
本年减少	-	-	-
2017-12-31	13,705.65	747.88	14,453.53
本年增加	-	-	-
本年减少	-	-	-
2018-12-31	13,705.65	747.88	14,453.53
本半年增加	-	-	-
本半年减少	-	-	-
2019-6-30	**13,705.65**	**747.88**	**14,453.53**

2017 年度资本公积增加 2,422.04 万元，系 2017 年 11 月 18 日，经甘源食品股东大会决议通过，由员工持股平台铭智投资、铭望投资、铭益投资以人民币 2,595.0465 万元现金形式认购新增股份 173.0031 万股，剩余部分计入资本公积所致。上述事项涉及股份支付，于 2017 年度计入其他资本公积 747.88 万元。

关于公司股份支付费用的计算过程如下：

依据《企业会计准则第 11 号—股份支付》相关规定：企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。以权益结算的股份支付换取职工服务，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的换取职工提供服务的权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值，将取得的服务计入相关资产成本或当期费用，同时计入资本公积。

公司员工持股计划，是为了获取员工提供的服务为主要目的，符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》相关规定确认的条件，应当确认股份支付。

1、股份支付公允价值确定的具体过程

《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》中关于公允价值的确定原则：

（1）存在活跃市场的金融资产或金融负债，活跃市场中的报价应当用于确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。

（2）金融工具不存在活跃市场的，企业应当采用估值技术确定其公允价值。

公司 2017 年 11 月 18 日股东会决议以 2017 年 6 月 30 日为基准日新增发行 1,730,031 股股份用于股权激励，因公司前期最近一次投资机构入股时间为 2015 年 11 月，入股价格 14.67 元/股，后期最近一次投资机构入股时间 2018 年 8 月，入股价格 28.61 元/股，所以无同期风投入股价格可参考，因而公司采用了 2017 年 6 月 30 日净资产评估值作为公允值。万隆（上海）资产评估有限公司对公司 2017 年 6 月 30 日净资产评估值为 135,090.00 万元，公司股数为 69,911,831.00 股，计算出每股价格为 19.32 元，员工以高于 2017 年 6 月 30 日每股净资产（3.95 元/股）的价格每股 15.00 元认购 1,730,031 股，计算出股份支付金额为 747.88 万元。股份支付具体情况如下：

公司股份总数（万股）	持股平台持股比例	换算为直接持有公司股份数（万股）	评估每股价格（元/股）	员工每股价格（元/股）	股份支付金额（万元）	股份支付当年市盈率
6,991.18	2.4746%	173.3813	19.32	15.00	747.88	19.40

上述股份支付市盈率计算如下：

单位：万元

评估基准日	评估值	注册资本	实收资本	每股价格（元）	基准日当年净利润	市盈率
2017-6-30	135,090.00	6,991.1831	6,991.1831	19.32	6,960.65	19.40

注 1：基准日当年净利润为不考虑当年股份支付费用的归属于公司普通股股东的全年净利润；

注 2：市盈率=每股价格/每股收益，每股收益=归属于普通股股东的全年净利润/当年发行在外普通股股数。

2、公司股份支付的会计处理

上述股份支付费用具体会计处理如下：

借：管理费用　　7,478,767.86

　　贷：资本公积　　7,478,767.86

（三）盈余公积变动情况

单位：万元

项目	法定盈余公积	任意盈余公积	合计
2016-1-1	206.26	-	206.26
本年增加	492.83	-	492.83
本年减少	-	-	-
2016-12-31	699.09	-	699.09
本年增加	622.78	-	622.78
本年减少	-	-	-
2017-12-31	1,321.87	-	1,321.87
本年增加	1,209.16	-	1,209.16
本年减少	-	-	-
2018-12-31	2,531.02	-	2,531.02
本半年增加	-	-	-
本半年减少	-	-	-
2019-6-30	**2,531.02**	**-**	**2,531.02**

公司法定盈余公积增加系根据公司章程，按照母公司净利润的 10%计提法定盈余公积。

（四）未分配利润变动情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
期初未分配利润	16,660.57	11,881.79	6,291.79	1,856.32
加：本期归属于母公司股东的净利	5,455.13	11,987.94	6,212.77	4,928.31

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
润				
减：提取法定盈余公积	-	1,209.16	622.78	492.83
减：应付普通股股利	7,000.00	6,000.00	-	-
期末未分配利润	**15,115.70**	**16,660.57**	**11,881.79**	**6,291.79**

报告期内利润分配情况详见本招股说明书“第十四节股利分配政策”之“二、最近三年实际分配股利情况”。

十一、现金流量情况

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,174.45	24,931.14	6,728.06	9,031.47
投资活动产生的现金流量净额	-5,156.16	-7,291.03	-8,147.71	-9,138.25
筹资活动产生的现金流量净额	-7,010.57	-6,000.00	1,103.76	-1,717.35
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.17	30.55	-17.04	6.83
现金及现金等价物净增加额	-8,992.11	11,670.65	-332.92	-1,817.29

报告期内公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十二、报告期内或有事项、期后事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大担保、诉讼、其他或有负债和重大期后事项。

十三、发行人主要财务指标

（一）主要财务指标

以下财务指标除特别注明外均以合并报表数据为基础计算。

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
流动比率（倍）	1.84	1.74	1.96	1.52
速动比率（倍）	1.36	1.33	1.45	1.12
资产负债率（母公司）	34.15%	38.89%	36.75%	41.18%
无形资产（扣除土地使用权等）占净资产的比例	0.61%	0.63%	0.64%	0.13%
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	56.18	113.38	85.39	95.25

存货周转率（次）	3.91	7.31	7.06	7.02
息税折旧摊销前利润（万元）	8,794.36	18,691.10	10,609.64	8,506.20
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	53.18
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.45	3.57	0.96	1.32
每股净现金流量（元）	-1.29	1.67	-0.05	-0.27

注：2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月公司无利息支出，故利息保障倍数指标不适用。

上述指标计算公式为：

流动比率=期末流动资产/期末流动负债

速动比率=（期末流动资产-期末存货）/期末流动负债

应收账款周转率=2×销售收入/（期初应收账款余额+期末应收账款余额）

存货周转率=2×营业成本/（期初存货余额+期末存货余额）

资产负债率（母公司）=期末负债总额（母公司）/期末资产总额（母公司）*100%

无形资产占净资产的比例=期末无形资产（不含土地使用权、水面养殖权和采矿权等）/期末净资产*100%

息税折旧摊销前利润=利润总额+财务费用+当年折旧费用+当年摊销费用

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出

每股经营活动产生的现金流量净额=当年经营活动净现金流量/期末股本

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本

（二）报告期内净资产收益率及每股收益

按照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订），公司报告期内的净资产收益率和每股收益如下表所示：

项目	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
		基本每股收益	稀释每股收益
2019 年 1-6 月			
归属于公司普通股股东的净利润	14.10%	0.78	0.78
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.07%	0.72	0.72
2018 年度			
归属于公司普通股股东的净	31.85%	1.71	1.71

项目	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
		基本每股收益	稀释每股收益
利润			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	28.12%	1.51	1.51
2017 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	21.82%	0.91	0.91
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	22.47%	0.94	0.94
2016 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	21.78%	0.72	0.72
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	19.06%	0.63	0.63

十四、盈利预测披露情况

公司未制作盈利预测报告。

十五、公司资产评估情况

（一）2012 年 8 月甘源有限整体变更为甘源食品的资产评估情况

1、2012 年 8 月整体变更时的资产评估情况

2012 年 8 月 16 日，萍乡市国审资产评估事务所出具“萍国审评字[2012]第 85 号”的《资产评估报告书》，确认甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经评估的净资产为 11,665,656.30 元。

2、整体变更时的资产评估复核情况

2018 年 7 月 18 日，发行人聘请的具有证券期货业资产评估资质的万隆评估出具“万隆评核字（2018）第 30001 号”《关于<萍乡市甘源食品有限公司拟整体变更股份有限公司之公司净资产价值资产评估报告书>资产评估复核报告》，对萍乡市国审资产评估事务所出具的“萍国审评字[2012]第 85 号”《资产评估报告书》进行了复核确认。根据复核，万隆评估认为原评估报告的评估结论基本合理。

（二）报告期内公司资产评估情况

报告期内，公司进行过一次资产评估，情况如下：

为满足甘源食品股权激励支付对价的需要，万隆评估对公司 2017 年 6 月 30 日的股东全部权益价值进行了评估并出具了“万隆评报字（2018）第 10309 号”《甘源食品股份有限公司股权激励支付对价涉及的其股东全部权益价值追溯性资产评估报告》，根据评估报告：截至评估基准日，公司所有者权益账面价值 26,948.14 万元，按收益法评估值 135,090.00 万元，评估增值 108,141.86 万元，增值率为 401.30%。评估增值主要原因系收益法是从企业的未来获利能力角度出发，反映了企业各项资产的综合获利能力，包括企业拥有的资质、商标、电商销售平台、营销、研发能力、管理团队等人力资源及商誉等无形资产的价值。

十六、历次验资情况

公司历次验资情况参见“第五节、三、（四）发行人历次验资情况及设立时发起人投入资产计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为以籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业。报告期内公司保持稳定的发展势头，公司资产与业务规模均呈现较快的增长，市场竞争力和品牌影响力不断增强。

公司管理层结合报告期内经审计的财务报告，对公司财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出进行了讨论与分析。投资者阅读本节内容时，应同时参考本招股说明书“第十节财务会计信息”中相关的财务会计报告及其附注的内容。本节中如不特殊注明，货币单位以人民币万元计。

一、财务状况分析

（一）资产构成及变化分析

1、资产构成分析

报告期各期末，公司流动资产和非流动资产及占总资产的比例如下：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	21,755.55	35.31%	30,545.66	44.70%	27,878.14	55.66%	24,912.68	58.40%
非流动资产	39,851.13	64.69%	37,782.73	55.30%	22,206.76	44.34%	17,747.16	41.60%
合计	**61,606.68**	**100.00%**	**68,328.40**	**100.00%**	**50,084.90**	**100.00%**	**42,659.84**	**100.00%**

报告期各期末公司总资产分别为 42,659.84 万元、50,084.90 万元、68,328.40 万元和 61,606.68 万元，资产总额随着公司经营规模的扩大而逐年增长，主要是非流动资产增长，2019 年 1-6 月减少主要系分配股利 7,000 万元的影响。为应对不断增长的市场需求，报告期内公司新购置了土地使用权，拓建了生产厂房、购进设备，因此非流动资产增加较多。

2、流动资产及其结构

报告期公司流动资产的主要结构如下表所示：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

货币资金	3,100.97	14.25%	12,093.08	39.59%	422.43	1.52%	755.35	3.03%
交易性金融资产	10,910.82	50.15%	-	-	-	-	-	-
应收账款	623.46	2.87%	793.26	2.60%	681.26	2.44%	1,068.96	4.29%
预付款项	982.81	4.52%	917.92	3.01%	1,468.67	5.27%	461.63	1.85%
其他应收款	447.28	2.06%	439.88	1.44%	491.88	1.76%	245.72	0.99%
存货	5,676.17	26.09%	7,211.15	23.61%	7,298.12	26.18%	6,510.61	26.13%
其他流动资产	14.05	0.06%	9,090.37	29.76%	17,515.77	62.83%	15,870.42	63.70%
流动资产合计	**21,755.55**	**100.00%**	**30,545.66**	**100.00%**	**27,878.14**	**100.00%**	**24,912.68**	**100.00%**

（1）货币资金及理财产品

报告期内，公司货币资金及理财产品结构如下：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	4.48	0.03%	8.76	0.04%	12.31	0.07%	12.74	0.08%
银行存款	2,840.50	20.27%	11,977.36	56.54%	197.80	1.10%	405.78	2.44%
其他货币资金	255.99	1.83%	106.96	0.50%	212.32	1.18%	336.83	2.03%
小计	3,100.97	22.13%	12,093.08	57.09%	422.43	2.35%	755.35	4.54%
理财产品	10,910.82	77.87%	9,090.37	42.91%	17,515.77	97.65%	15,870.42	95.46%
合计	**14,011.79**	**100.00%**	**21,183.45**	**100.00%**	**17,938.20**	**100.00%**	**16,625.77**	**100.00%**

为提高公司资金利用水平，公司根据资金使用计划将部分闲置的资金用于购买理财产品。2016-2018 年度理财产品计入了其他流动资产，2019 年 1-6 月因会计准则调整，故将理财产品计入了交易性金融资产。因此将货币资金与计入交易性金融资产和其他流动资产中的理财产品合并分析。

报告期各期末货币资金和理财产品余额分别为 16,625.77 万元、17,938.20 万元、21,183.45 万元和 14,011.79 万元，占流动资产的比例分别为 66.74%、64.35%、69.35%和 64.41%，占比较为稳定，2019 年 6 月末总额减少主要系分配股利 7,000 万元影响。由于公司主要采用先款后货的模式进行销售，因此公司经营现金流状况良好。其他货币资金期末余额主要系在各电商平台中尚未提取的金额。

关于公司报告期持有理财产品相关情况分析如下：

①基本情况

报告期内公司购买理财产品的相关情况如下表所示：

2016 年度

单位：万元

发行方	理财产品的名称	截至 2016 年 12 月 31 日未赎回余额	投资期限（天）	年化率	截至 2019 年 6 月 30 日未赎回余额
工商银行	6006LHXB	3,000.00	116	4%	
工商银行	法人稳利 63 天人民币理财/WL63ZST	1,000.00	63	4%	
农业银行	“安心·灵动·14 天”人民币理财产品-ABK160006	1,520.00	14	4%	
农业银行	“安心·灵动·20 天”人民币理财产品-ABK150006	1,200.00	20	3%	
农业银行	“安心·灵动·20 天”人民币理财产品-ABK150006	3,250.00	20	4%	
农业银行	“安心·灵动·14 天”人民币理财产品-ABK160006	2,500.00	14	4%	
农业银行	“安心·灵动·20 天”人民币理财产品-ABK150006	1,000.00	20	4%	
农业银行	“安心·灵动·45 天”人民币理财产品-ABK150007	1,400.00	45	4%	
农业银行	“安心·灵动·75 天”人民币理财产品-ABK150007	1,000.00	75	4%	
苏宁	**苏宁易付宝**	**0.42**			
合 计		**15,870.42**			

2017 年度

单位：万元

发行方	理财产品的名称	截至 2017 年 12 月 31 日未赎回余额	投资期限（天）	年化率	截至 2019 年 6 月 30 日未赎回余额
工商银行	2017 年法人期次型理财产品 97 天 17JX013A	2,000.00	97	5%	
工商银行	工银聚富	13,754.36	1	4%	
中国银行	（机构专属）中银集富理财计划 2017-361-HQ 期/AOZYJF2017361-HQ	1,200.00	106	5%	
中国银行	RJYLUSD01-天天	391.53	1	1%	391.53
中国银行	中银汇增-B 计划 2017 年第 30 期/ZYHZB1730	169.89	90	2%	
合 计		**17,515.77**			**391.53**

2018 年度

单位：万元

发行方	理财产品的名称	截至 2018 年 12 月 31 日未赎回余额	投资期限（天）	年化率	截至 2019 年 6 月 30 日未赎回余额
农业银行	安心.灵动.45 天	6,500.00	45	4%	
农业银行	安心.灵动.75 天	2,000.00	75	4%	
中国银行	RJYLUSD01-天天	590.37	1	1%	590.37
合 计		**9,090.37**			**590.37**

2019 年 1-6 月

单位：万元

发行方	理财产品的名称	截至 2019 年 6 月 30 日未赎回余额	投资期限（天）	年化率	截至 2019 年 6 月 30 日未赎回余额
中国银行	中银平稳理财计划-智荟系列/AMZYPWHQ191094-G	2,016.44	93	4%	2,016.44
	中银平稳理财计划-智荟系列/AMZYPWHQ191108-G89 天理财	3,021.70	89	4%	3,021.70
	中银平稳理财计划-智荟系列/AMZYPWHQ191117-G/88 天	3,018.08	88	4%	3,018.08
	RJYLUSD01-天天	591.36	1	1%	591.36
工商银行	添利宝	2,263.24	1	4%	2,263.24
合 计		**10,910.82**			**10,910.82**

发行人报告期内购买的所有理财产品全部有盈利，未发生过亏损。截至 2019 年 6 月 30 日尚未赎回的系可以随时赎回部分。

②发行人持有理财产品投资期限分析

报告期内公司购买的理财产品为银行理财，投资期限均为 4 个月内，时间短，风险小、流动性强。

③发行人购买理财产品金额较大对发行人资金安排的影响分析

公司资金需求来自于生产经营活动支出、购买长期资产支出、偿还债务支出。

A. 公司销售模式主要以经销为主，结算方式主要为现款后货，经营活动现金流入良好，能够充分满足公司生产经营的需要，故公司购买理财产品对公司正常的生产经营活动支出影响极小。

B. 公司购买大额长期资产支出时，会有相应的预算及审批程序，由于购买银行理财产品投资期限短，能够及时赎回，故发行人购买理财产品对公司购买长期资产支出影响极小。

C. 公司报告期内，公司负债主要为应付账款，自 2017 年开始无银行借款，故发行人购买理财产品对公司偿还债务分配股利支出影响极小。

④发行人持有金额较大理财产品的可收回性，减值准备的计提充分性分析

报告期内公司购买的理财产品均是银行理财，并且投资期限短，风险低，申报期内购买的理财产品均有收益，未出现亏损不能收回的情况因此申报期内无需计提减值准备。

由于公司购买的理财产品是风险较低的银行理财，投资期限短，可流动性强，故不存在较大的投资风险。

（2）应收账款

报告期内，公司应收账款净额及占流动资产、营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
应收账款净值	623.46	793.26	681.26	1,068.96
占流动资产的比例	2.87%	2.60%	2.44%	4.29%
占当年营业收入的比例	1.39%	0.87%	0.86%	1.51%

公司对经销商客户采取先款后货的结算模式，对该种类客户几乎不存在应收账款，公司的应收账款主要为应收直营商超、电商平台的货款，由于公司直营商超、电商平台类收入占公司营业收入的比重较低，因此公司应收账款水平较低。报告期各期末，应收账款净值分别为 1,068.96 万元、681.26 万元、793.26 万元和 623.46 万元。应收账款占流动资产的比例分别为 4.29%、2.44%、2.60%和 2.87%，占营业收入的比例分别为 1.51%、0.86%、0.87%和 1.39%。

报告期末，公司应收账款账面余额及坏账准备计提的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1 年以内	650.76	32.54	835.01	41.75	675.58	33.78	1,125.22	56.26
1 至 2 年	5.82	0.58	9.43	9.43	43.84	4.38	-	-

2 至 3 年	9.43	9.43	43.84	43.84	-	-	-	-
3 年以上	43.84	43.84						
合计	**709.85**	**86.39**	**888.28**	**95.02**	**719.42**	**38.16**	**1,125.22**	**56.26**

从公司历年的应收账款账龄组成分析，公司的应收账款主要为 1 年以内的应收账款。报告期各期末，公司 1 年以内的应收账款占应收账款总额比例分别为 100.00%、93.91%、94.00%和 91.68%。

截至报告期末，公司应收账款金额前五位客户为：

单位：万元

客户		与公司关系	金额	账龄	占比
1	浙江天猫供应链管理有限公司	无关联关系	136.99	1 年以内	19.30%
2	家家悦集团股份有限公司	无关联关系	121.26	1 年以内	17.08%
3	北京京东世纪信息技术有限公司	无关联关系	105.67	1 年以内	14.89%
4	康成投资（中国）有限公司	无关联关系	104.01	1 年以内	14.65%
5	淮安福兴祥物流有限公司	无关联关系	84.39	1 年以内	11.89%
合计			**552.32**		**77.81%**

2019 年 6 月末，公司应收账款金额前五位客户应收账款余额合计为 552.32 万元，占应收账款余额的比例为 77.81%。上述客户绝大多数为公司直营商超或电商平台客户，同公司存在持续、稳定的业务往来关系，应收账款回款正常，不存在拖欠公司货款的现象。

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付款项主要为预付原材料采购款项，具体明细情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
预付材料款	834.07	651.72	538.63	180.41
预付水电燃气费	72.76	76.22	113.99	2.73
预付广告费用	33.09	109.66	730.32	143.74
预付房租	-	-	16.81	48.09
其他	42.88	80.31	68.93	86.67
合计	**982.81**	**917.92**	**1,468.67**	**461.63**

报告期内，公司 99%以上的预付款项账龄在 1 年以内，截至报告期末，公司预付款项金额前五位为：

单位：万元

序号	名称	金额	账龄	占比
1	益海（广州）粮油工业有限公司	504.50	1 年以内	51.33%
2	广西诚杨食品有限公司	100.12	1 年以内	10.19%
3	深圳市高美食品有限公司	83.52	1 年以内	8.5%
4	萍乡市燃气有限公司	70.88	1 年以内	7.21%
5	东莞市金仙峰实业有限公司	54.89	1 年以内	5.58%
合计		**813.90**		**82.81%**

报告期各期末，预付款项不存在减值情形，公司未计提减值准备。

（4）其他应收款

报告期各期末公司其他应收款净值分别为 245.72 万元、491.88 万元、439.88 万元和 447.28 万元，占流动资产的比例分别为 0.99%、1.76%、1.44%和 2.06%。其他应收款主要为土地保证金、押金及保证金、代付社保公积金等，具体明细情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
土地保证金	300.00	300.00	300.00	-
押金保证金	117.88	80.20	89.59	104.40
往来款	46.05	76.42	78.07	138.99
备用金	44.37	36.02	41.19	28.70
其他	0.20	8.00	36.26	
坏账准备	-61.22	-60.77	-53.23	-26.37
合计	**447.28**	**439.88**	**491.88**	**245.72**

报告期各期末，公司其他应收款账面余额及坏账准备计提的具体情况如下表：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1 年以内	162.65	8.13	160.48	8.02	457.69	22.89	203.78	10.19
1 至 2 年	320.60	32.06	315.12	31.51	25.37	2.54	21.57	2.16
2 至 3 年	4.60	1.38	3.10	0.93	16.10	4.83	46.73	14.02
3 至 4 年	2.00	1.00	3.30	1.65	45.95	22.98	-	-
4 至 5 年	18.65	18.65	18.65	18.65	-	-	-	-

5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**508.50**	**61.22**	**500.65**	**60.76**	**545.11**	**53.23**	**272.08**	**26.37**

截至报告期末，公司其他应收款金额前五名情况如下：

单位：万元

序号	名称	性质	金额	账龄	占比
1	汤阴县会计核算中心	土地保证金	300.00	1-2 年	59%
2	上海寻梦信息技术有限公司	押金保证金	12.04	1 年以内	2.37%
			10.10	1-2 年	1.99%
			0.10	2-3 年	0.02%
3	萍乡经济技术开发区	押金保证金	14.60	1 年以内	2.87%
4	湖南金昆仑资产管理有限公司	房租预付款	4.84	1 年以内	0.95%
		押金保证金	8.00	1-2 年	1.57%
5	浙江天猫技术有限公司	押金保证金	0.70	1 年以内	0.14%
			5.00	4-5 年	0.98%
合计			**355.37**	**-**	**69.89%**

报告期各期末，公司其他应收款金额相对较小，公司其他应收款不存在单独计提坏账准备的情况，均按账龄分析计提坏账准备。

（5）存货

公司的存货主要包括原材料、在产品、库存商品、发出商品、周转材料，报告期内，公司存货金额及占流动资产、销售收入的比例如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
存货金额	5,676.17	7,211.15	7,298.12	6,510.61
占流动资产比例	26.09%	23.61%	26.18%	26.13%
占当期销售收入比例	12.64%	7.91%	9.27%	9.19%

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,510.61 万元、7,298.12 万元、7,211.15 万元和 5,676.17 万元，占流动资产的比例分别为 26.13%、26.18%、23.61%和 26.09%，占当期销售收入的比例分别为 9.19%、9.27%、7.91%和 12.64%。

报告期各期末，公司期末存货余额的构成明细如下：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	2,753.93	46.07%	3,274.84	43.73%	2,496.31	34.03%	2,795.43	42.78%
在产品	574.47	9.61%	870.28	11.62%	667.21	9.09%	309.31	4.73%
库存商品	1,121.54	18.76%	1,617.57	21.60%	2,537.04	34.58%	1,666.74	25.51%

发出商品	1,451.15	24.28%	1,644.36	21.96%	1,580.38	21.54%	1,643.83	25.16%
周转材料	76.43	1.28%	81.71	1.09%	55.74	0.76%	118.45	1.81%
账面余额合计	**5,977.51**	**100.00%**	**7,488.77**	**100.00%**	**7,336.68**	**100.00%**	**6,533.75**	**100.00%**
减值准备	301.35	5.04%	277.62	3.71%	38.56	0.53%	23.14	0.35%
账面价值合计	**5,676.17**	**94.96%**	**7,211.15**	**96.29%**	**7,298.12**	**99.47%**	**6,510.61**	**99.65%**

公司报告期各期末存货结构中，原材料、库存商品和发出商品占比较大，合计占存货余额的比例分别为93.45%、90.15%、87.29%和89.11%。

①发行人存货库龄情况

报告期内，发行人原材料、在产品、库存商品、发出商品的库龄构成情况如下：

2019年6月30日

项目	存货余额（万元）					合计
	90天以内	**90-180天**	**180-240天**	**240天-360天**	**360天以上**	
原材料	2,120.59	175.05	125.49	122.32	210.48	2,753.93
在产品	574.47	-	-	-	-	574.47
库存商品	1,111.72	5.95	3.81	-	0.05	1,121.54
发出商品	1,451.16	-	-	-	-	1,451.15
周转材料	76.42	-	-	-	-	76.43
合计	**5,334.36**	**181.00**	**129.30**	**122.32**	**210.53**	**5,977.51**

2018年12月31日

项目	存货余额（万元）					合计
	90天以内	**90-180天**	**180-240天**	**240天-360天**	**360天以上**	
原材料	2,845.76	179.39	86.39	54.50	108.80	3,274.84
在产品	870.28	-	-	-	-	870.28
库存商品	1,585.13	26.07	0.31	1.03	5.03	1,617.57
发出商品	1,644.36	-	-	-	-	1,644.36
周转材料	81.71	-	-	-	-	81.71
合计	**7,027.24**	**205.46**	**86.70**	**55.53**	**113.83**	**7,488.77**

2017年12月31日

项目	存货余额（万元）					合计
	90天以内	**90-180天**	**180-240天**	**240天-360天**	**360天以上**	
原材料	2,078.99	177.45	50.84	148.43	40.59	2,496.31
在产品	667.21	-	-	-	-	667.21
库存商品	2,532.97	3.56	0.10	0.41	-	2,537.04
发出商品	1,580.38	-	-	-	-	1,580.38

周转材料	55.74	-	-	-	-	55.74
合计	**6,915.29**	**181.01**	**50.94**	**148.84**	**40.59**	**7,336.68**

2016 年 12 月 31 日

项目	存货余额（万元）					合计
	90 天以内	**90-180 天**	**180-240 天**	**240 天-360 天**	**360 天以上**	
原材料	2,323.46	326.13	26.93	70.69	48.23	2,795.43
在产品	309.31	-	-	-	-	309.31
库存商品	1,654.58	0.83	-	11.33	-	1,666.74
发出商品	1,643.83	-	-	-	-	1,643.83
周转材料	118.45	-	-	-	-	118.45
合计	**6,049.61**	**326.96**	**26.93**	**82.02**	**48.23**	**6,533.75**

公司原材料超过 90 天库龄的原材料主要为包装物，该包装物保质期较长。

②结合公司库存管理、生产周期分析公司存货各期存货周转率情况

项　目	**2019 年 6 月 30 日**			**2018 年 12 月 31 日**		
	账面余额（万元）	比例（%）	周转天数（天）	账面余额（万元）	比例（%）	周转天数（天）
原材料	2,753.93	46.07	20.61	3,274.84	43.70	19.18
在产品	574.47	9.61	4.94	870.28	11.60	5.11
库存商品	1,121.54	18.76	9.36	1,617.57	21.60	13.81
发出商品	1,451.15	24.28	10.58	1,644.36	22.00	10.72
周转材料	76.43	1.28	0.54	81.71	1.10	0.46
小　计	**5,977.51**	**100.00**	**46.04**	**7,488.77**	**100.00**	**49.25**
项　目	**2017 年 12 月 31 日**			**2016 年 12 月 31 日**		
	账面余额（万元）	比例（%）	周转天数（天）	账面余额（万元）	比例（%）	周转天数（天）
原材料	2,496.31	34.03	19.49	2,795.43	42.78	22.92
在产品	667.21	9.09	3.60	309.31	4.73	1.32
库存商品	2,537.04	34.58	15.49	1,666.74	25.51	13.75
发出商品	1,580.38	21.54	11.88	1,643.82	25.16	12.56
周转材料	55.74	0.76	0.64	118.45	1.81	0.75
小　计	**7,336.68**	**100.00**	**50.99**	**6,533.75**	**100.00**	**51.28**

报告期内，存货周转天数变动不大。

公司在原材料采购过程中会与销售部、采购中心、PMC 部、仓储物流中心联动，公司依照预估销量安排采购计划，同时公司会对销售数据进行分析，并结合市场供需趋势，在保障产品供应的同时减少库存周转时长。在具体操作上，公司的销售部门进行销售预估，PMC 部根据销售预估等相关数据进行原材料采购

分析，并结合订单量、采购周期等维度制定采购计划，采购中心依据采购计划实施采购。同时，公司采用“销售预测+安全库存”的存货管理模式，安全库存定期根据销售情况进行动态调整

A. 公司材料主要包括农产品主材料、调味料、添加剂、包材及其他材料等。大部分原材料的采购周期在 7 至 35 天，据此公司的原材料的安全库存量约为 7 至 35 天生产所需。2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 6 月 30 日，公司原材料的周转天数分别为 23 天、20 天、19 天、21 天，在公司的原材料安全库存量 7 天至 35 天范围内。

B. 公司生产方式主要自主加工，实行“以销定产”。公司产品生产周期一般需要 1 至 5 天。2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 6 月 30 日，公司在产品的周转天数为 2 天左右，与公司的产品生产周期 1 天至 5 天相匹配。

C. 公司采取订单生产模式。公司库存商品一般保持能满足 10 至 45 天的销售规模的安全库存。2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 6 月 30 日，公司库存商品的周转天数分别为 14 天、15 天、14 天、9 天，周转天数在公司的安全库存周期内。

D. 发出商品

公司发出商品主要系电商模式和经销模式销售所产生。

电商模式终端客户确认收货后且公司取得结算单时确认收入，主要电商一般从发货到公司取得结算单约为 1-2 个月，故形成发出商品，发出商品期末余额与发至电商 1-2 个月存货金额相当；

经销模式下，经销商收到货物并签字确认后公司确认收入，公司发货到客户签收一般约为 1-7 天，期末结余与发出到取得签收单的金额相当。

综上所述，各期末公司的存货水平是合理的，与公司的采购模式、销售模式、生产方式、生产周期、备货政策等是相符的。

③公司存货跌价准备计提充分

报告期各期末各类存货的质保期情况及存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

2019 年 6 月 30 日			
项目	余额	超过质保期金额	存货跌价准备余额

原材料	2,753.93	135.04	301.35
在产品	574.47	-	-
库存商品	1,121.54	0.05	31.79
发出商品	1,451.15	-	39.68
周转材料	76.43	-	-
合计	**5,977.51**	**135.09**	**372.82**
2018 年 12 月 31 日			
项目	**余额**	**超过质保期金额**	**存货跌价准备余额**
原材料	3,274.84	91.88	225.79
在产品	870.28	-	-
库存商品	1,617.57	6.17	30.45
发出商品	1,644.36	-	21.38
周转材料	81.71	-	-
合计	**7,488.77**	**98.05**	**277.62**
2017 年 12 月 31 日			
项目	**余额**	**超过质保期金额**	**存货跌价准备余额**
原材料	2,496.31	-	-
在产品	667.21	-	-
库存商品	2,537.04	0.41	14.94
发出商品	1,580.38	-	23.61
周转材料	55.74	-	-
合计	**7,336.68**	**0.41**	**38.56**
2016 年 12 月 31 日			
项目	**余额**	**超过质保期金额**	**存货跌价准备余额**
原材料	2,795.43	-	-
在产品	309.31	-	-
库存商品	1,666.74	11.33	15.83
发出商品	1,643.82	-	7.31
周转材料	118.45	-	-
合计	**6,533.75**	**11.33**	**23.14**

报告期内，公司超过质保期的存货均已计提跌价准备，各期存货跌价准备计提是充分的。

2018 年末及 2019 年 6 月末原材料跌价余额除超过质保期的部分外，主要系品牌代言人代言服务到期，需更换产品外观设计，包装物计提了大额跌价准备。

（6）其他流动资产

2016-2018 年度公司的其他流动资产是公司为了提高资金收益率，将部分闲置资金用来购买理财产品，2016-2018 年各期末公司购买的理财产品金额分别为 15,870.42 万元、17,515.77 万元、9,090.37 万元；2019 年 1-6 月，因会计准则变

更，将理财产品调整至交易性金融资产，因此报告期末其他流动资产金额大幅下降。

报告期各期末公司的其他流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
待认证增值税进项税额	3.49	-	-	-
理财产品	-	9,090.37	17,515.77	15,870.42
其他	10.57	-	-	-
合计	**14.05**	9,090.37	17,515.77	15,870.42

3、非流动资产及其结构

报告期公司非流动资产的主要结构如下表所示：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	21,925.89	55.02%	21,855.43	57.85%	14,307.43	64.43%	14,025.35	79.03%
在建工程	4,225.15	10.60%	2,172.70	5.75%	1,618.14	7.29%	688.55	3.88%
无形资产	10,025.51	25.16%	10,103.33	26.74%	4,198.46	18.91%	1,681.12	9.47%
长期待摊费用	950.05	2.38%	969.03	2.56%	1,469.13	6.62%	844.32	4.76%
递延所得税资产	2,724.54	6.84%	2,634.84	6.97%	613.60	2.76%	392.01	2.21%
其他非流动资产	-	0.00%	47.40	0.13%	-	-	115.80	0.65%
非流动资产合计	**39,851.13**	**100.00%**	**37,782.73**	**100.00%**	**22,206.76**	**100.00%**	**17,747.16**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产占总资产比例有所上升，主要由于报告期内公司新购置了土地使用权，改扩建生产车间。报告期内公司非流动资产明细如下：

（1）固定资产

截至报告期末，公司固定资产净值为 21,925.89 万元，占非流动资产的 55.02%，公司的固定资产主要为房屋建筑物、机器设备、电子设备、运输工具等，均为生产经营所必备的资产，目前使用状况良好。

报告期各期末公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

2019-6-30						
类别	账面原值	累计折旧	减值准备	净值	占比	成新率
房屋及建筑物	13,340.02	1,478.82	-	11,861.21	54.10%	88.91%

机器设备	11,846.48	3,018.98	-	8,827.50	40.26%	74.52%
运输设备	451.27	276.14	-	175.12	0.80%	38.81%
电子设备	623.10	427.20	-	195.90	0.89%	31.44%
其他设备	1,219.31	353.16	-	866.15	3.95%	71.04%
合计	**27,480.18**	**5,554.29**	**-**	**21,925.89**	**100.00%**	**79.79%**
2018-12-31						
类别	**账面原值**	**累计折旧**	**减值准备**	**净值**	**占比**	**成新率**
房屋及建筑物	13,340.02	1,266.67	-	12,073.35	55.24%	90.50%
机器设备	11,215.77	2,517.90	-	8,697.87	39.80%	77.55%
运输设备	439.65	227.35	-	212.30	0.97%	48.29%
电子设备	587.83	368.71	-	219.11	1.00%	37.27%
其他设备	889.95	237.15	-	652.80	2.99%	73.35%
合计	**26,473.22**	**4,617.78**	**-**	**21,855.43**	**100.00%**	**82.56%**
2017-12-31						
类别	**账面原值**	**累计折旧**	**减值准备**	**净值**	**占比**	**成新率**
房屋及建筑物	8,377.69	914.97	-	7,462.72	52.16%	89.08%
机器设备	7,789.25	1,635.40	-	6,153.85	43.01%	79.00%
运输设备	359.70	145.57	-	214.13	1.50%	59.53%
电子设备	468.52	258.20	-	210.31	1.47%	44.89%
其他设备	418.99	152.57	-	266.42	1.86%	63.59%
合计	**17,414.14**	**3,106.71**	**-**	**14,307.43**	**100.00%**	**82.16%**
2016-12-31						
类别	**账面原值**	**累计折旧**	**减值准备**	**净值**	**占比**	**成新率**
房屋及建筑物	8,377.69	649.65	-	7,728.04	55.10%	92.25%
机器设备	6,758.41	970.37	-	5,788.04	41.27%	85.64%
运输设备	301.34	79.79	-	221.55	1.58%	73.52%
电子设备	327.45	153.22	-	174.23	1.24%	53.21%
其他设备	228.70	115.21	-	113.50	0.81%	49.63%
合计	**15,993.59**	**1,968.24**	**-**	**14,025.35**	**100.00%**	**87.69%**

随着公司经营规模的不断增加，报告期内固定资产呈上升趋势。公司固定资产主要为生产经营所需的房屋建筑物和机器设备，占公司固定资产总额的 95%以上。公司为扩大产能、提升生产的自动化水平、提升产品的质量，在报告期改扩建厂房、新建物流仓库，并对原有生产线进行技术升级改造，新增传送、包装等自动化生产设备，因此机器设备和电子设备有所增加。

公司对固定资产进行定期检查，报告期末不存在减值迹象，因此无需计提减值准备。

（2）在建工程

截至报告期末，公司在建工程账面价值为 4,225.15 万元，主要为萍乡生产基地三期工程。公司位于萍乡的生产基地分三期建设，报告期前已完成一、二期的建设，报告期内，随着公司业务规模的增加，公司启动了三期工程项目的建设以扩大产能，因此在建工程有所增加。报告期各期末公司在建工程具体情况如下：

单位：万元

工程名称	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
三期厂房建设工程	**2,527.11**	1,744.35	1,036.96	134.59
三期厂房装修工程	**816.58**	-	-	-
厂区零星建设工程	**134.60**	72.08	72.61	193.15
安阳厂区建设工程	**32.76**	7.69	-	-
其他机械设备	**714.09**	348.58	508.57	360.81
合计	**4,225.15**	2,172.70	1,618.14	688.55

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产的账面价值分别为 1,681.12 万元、4,198.46 万元、10,103.33 万元和 10,025.51 万元，占非流动资产比重分别为 9.47%、18.91%、26.74%和 25.16%，公司的无形资产主要为土地使用权，报告期内公司土地使用权增加主要系购入三期工程及安阳甘源土地使用权所致。截至报告期末，土地使用权占无形资产的比例为 97.60%。

截至报告期末，公司无形资产具体情况如下：

单位：万元

类别	原价	累计摊销	减值准备	净值	占比
土地使用权	10,117.32	332.10	-	9,785.22	97.60%
软件	306.75	66.46	-	240.29	2.40%
合计	**10,424.07**	**398.56**	**-**	**10,025.51**	**100.00%**

上述无形资产中，未发现存在减值迹象，故未计提减值准备。

（4）长期待摊费用

公司长期待摊费用主要为分期摊销的广告费和车间装修及改造工程等。报告期各期末公司长期待摊费用分别 844.32 万元、1,469.13 万元、969.03 万元和 950.05 万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
车间装修及改造工程	560.12	553.80	581.66	567.73

道路及绿化工程	158.59	87.29	110.96	157.70
污水处理工程	36.66	47.37	64.14	78.94
广告费	-	94.34	660.38	-
其他	194.67	186.24	52.00	39.94
合计	**950.05**	**969.03**	**1,469.13**	**844.32**

2017 年末公司长期待摊费用较上年有所增加主要由于公司于 2017 年签订了广告代言协议，代言费共计 1,200 万元，代言时间为两年。因此待摊销的广告费用较多。

（5）递延所得税资产

报告期各期末分别为 392.01 万元、613.60 万元、2,634.84 万元和 2,724.54 万元。公司递延所得税资产由资产减值准备、预提经销商折扣、递延收益等产生的可抵扣暂时性差异所形成，具体情况如下：

单位：万元

暂时性差异类别	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
递延收益	2,358.54	2,290.71	303.39	-
预提经销商折扣	269.06	250.97	291.03	372.16
资产减值准备	96.93	93.16	19.18	19.85
合计	**2,724.54**	**2,634.84**	**613.60**	**392.01**

报告期各期末，公司可抵扣暂时性差异所隐含的潜在可抵扣税收利益预计均可以实现。2018 年末公司递延所得税资产大幅增加，主要系 2018 年度收到三期工程建设项目及河南生产线建设项目的与资产性相关的政府补助所致。

4、主要资产减值准备计提情况

根据财政部颁布的《企业会计准则》和公司制订的有关财务会计制度，公司制定了符合公司实际经营情况的减值准备计提政策，并按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额地计提了各项减值准备。

公司资产减值余额具体情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
坏账准备	147.61	155.79	91.39	82.63
其中：应收账款	86.39	95.02	38.16	56.26
其他应收款	61.22	60.77	53.23	26.37
存货跌价准备	301.35	277.62	38.56	23.14
合计	**448.96**	**433.41**	**129.95**	**105.77**

报告期内，公司根据期末应收账款、其他应收款计提坏账准备，并对存货计提了存货跌价准备。固定资产、在建工程、无形资产等长期资产不存在资产减值情况，未计提减值准备。

公司的资产减值准备计提政策符合《企业会计准则》的有关规定，符合公司行业特点。公司资产减值准备计提政策稳健，不存在因资产减值准备计提不足而可能对公司净利润产生重大影响的情况。

（二）负债结构分析

1、负债构成及其变化分析

报告期各期末，公司负债结构如下表所示：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	11,815.41	52.48%	17,508.00	63.22%	14,222.99	92.14%	16,367.16	93.17%
非流动负债	10,699.84	47.52%	10,184.09	36.78%	1,213.55	7.86%	1,200.00	6.83%
合计	**22,515.25**	**100.00%**	**27,692.09**	**100.00%**	**15,436.54**	**100.00%**	**17,567.16**	**100.00%**

报告期各期末公司的负债总额分别为 17,567.16 万元、15,436.54 万元、27,692.09 万元和 22,515.25 万元，其中流动负债占比分别为 93.17%、92.14%、63.22%和 52.48%，流动负债占比较高，公司负债以流动负债为主，2018 年末非流动负债大幅上升的主要原因是 2018 年度收到三期工程建设项目及河南生产线建设项目的与资产性相关的政府补助 8,168.19 万元并计入了递延收益。

2、公司流动负债构成分析

报告期内，公司各类流动负债金额及占流动负债总额的比例如下：

单位：万元

项目	2019-6-30		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	4,214.65	35.67%	5,334.75	30.47%	5,391.56	37.91%	4,256.29	26.01%
预收款项	1,902.19	16.10%	3,535.80	20.20%	3,418.37	24.03%	3,571.24	21.82%
应付职工薪酬	1,199.98	10.16%	1,486.10	8.49%	1,356.96	9.54%	1,265.35	7.73%
应交税费	1,751.73	14.83%	4,715.00	26.93%	1,908.98	13.42%	4,807.16	29.37%
其他应付款	2,746.86	23.25%	2,436.35	13.92%	2,147.10	15.10%	2,467.12	15.07%
合计	**11,815.41**	**100.00%**	**17,508.00**	**100.00%**	**14,222.99**	**100.00%**	**16,367.16**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动负债主要由应付账款、预收款项和应交税费构成，三项负债对流动负债总额的占比分别为 77.20%、75.36%、77.60%和 66.60%。

报告期内，公司主要流动负债项目的变化情况分析如下：

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
应付账款	4,214.65	5,334.75	5,391.56	4,256.29
占负债总额比例	18.72%	19.26%	34.93%	24.23%
增长率	-21.00%	-1.05%	26.67%	-

公司的应付账款主要是应付原材料采购款、应付工程设备款及应付运费。报告期各期末公司的应付账款分别为 4,256.29 万元、5,391.56 万元、5,334.75 万元和 4,214.65 万元，占公司负债总额的比例分别为 24.23%、34.93%、19.26%和 18.72%。

（2）预收款项

报告期各期末，公司预收款项分别为 3,571.24 万元、3,418.37 万元、3,535.80 万元和 1,902.19 万元，占公司负债总额的比例分别为 20.33%、22.14%、12.77%和 8.45%。公司的预收款项主要来自于经销商，公司对经销商销售采用款到发货的模式，预收经销商货款后才安排发货。

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,265.35 万元、1,356.96 万元、1,486.10 万元和 1,199.98 万元，占公司负债总额的比例分别为 7.20%、8.79%、5.37%和 5.33%，公司应付职工薪酬余额持续增长，主要由于公司员工规模扩大、员工工资上涨导致。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 4,807.16 万元、1,908.98 万元、4,715.00 万元和 1,751.73 万元，占公司负债总额的比例分别为 27.36%、12.37%、17.03%和 7.78%。报告期各期末公司应交税费的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31

企业所得税	787.72	3,789.55	1,047.61	1,839.49
增值税	583.66	710.57	664.29	2,407.77
土地使用税	231.64	29.12	23.89	70.06
城市维护建设税	50.50	71.83	60.70	120.25
房产税	31.11	30.12	18.84	87.13
代扣代缴个人所得税	30.27	31.75	50.29	196.57
教育费附加	21.64	30.79	26.02	51.54
地方教育费附加	14.43	20.52	17.34	34.36
其他	0.75	0.75	-	-
合计	**1,751.73**	**4,715.00**	**1,908.98**	**4,807.16**

公司应交税费余额主要由公司相应期末应交的增值税、企业所得税余额构成。

（5）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 2,467.12 万元、2,147.10 万元、2,436.35 万元和 2,746.86 万元，主要为预提的经销商折扣、客户保证金及供应商押金等，报告期各期末公司其他应付款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
押金及保证金	1,410.19	1,049.19	638.60	555.66
预提经销商折扣	1,076.23	1,003.88	1,164.12	1,488.64
预提费用	177.48	256.40	203.17	104.17
其他	82.97	126.88	141.22	318.65
合计	**2,746.86**	**2,436.35**	**2,147.10**	**2,467.12**

（6）长期借款

报告期各期末，公司长期借款分别为 1,200.00 万元、0 万元、0 万元和 0 万元，主要为中国银行萍乡支行的贷款。

（7）递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 0 万元、1,213.55 万元、9,251.40 万元和 9,522.73 万元，均为与资产相关的政府补贴未分摊的部分，2018 年末大幅上升的主要原因是 2018 年度收到三期工程建设项目及河南生产线建设项目的与资产性相关的政府补助 8,168.19 万元，截至报告期末，递延收益明细情况如下：

单位：万元

项目	余额
河南生产线建设项目补助	5,173.40

三期工程建设项目补助	3,964.76
土地费用及规费补贴	367.20
二期生产线建设贴息	17.37
合计	**9,522.73**

（三）偿债能力分析

1、公司偿债能力相关指标分析

报告期内公司主要偿债能力指标如下：

项目	2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
流动比率（倍）	1.84	1.74	1.96	1.52
速动比率（倍）	1.36	1.33	1.45	1.12
资产负债率（母公司）	34.15%	38.89%	36.75%	41.18%
资产负债率（合并）	36.55%	40.53%	30.82%	41.18%
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	8,794.36	18,691.10	10,609.64	8,506.20
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	53.18

注：公司 2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月无利息支出，故利息保障倍数指标不适用

报告期各期末，母公司资产负债率分别为41.18%、36.75%、38.89%和34.15%，保持在可控水平。由上表可见，本公司最近三年及一期偿债能力较强。报告期内，公司流动比率和速动比率整体情况良好。公司短期偿债能力较强，公司的流动性风险较低。报告期内，公司的资产负债率处于合理水平。公司的资本结构稳健，长期偿债能力较强。

公司的息税折旧摊销前利润及利息保障倍数均维持较高水平，利息偿还风险较低。

总体而言，本公司的流动比率、速动比率、资产负债率均维持在合理水平，具有较强的偿债能力，经营现金流较充足，银行资信状况良好。公司与同行业可比公司偿债能力指标比较如下：

主要财务指标		2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
流动比率	恰恰食品	2.40	1.99	1.97	2.30
	盐津铺子	0.84	0.93	1.25	0.90
	有友食品	13.84	5.78	3.07	2.91
	养元饮品	4.29	4.09	2.43	2.21

主要财务指标		2019-6-30	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
	西麦食品	6.56	2.52	2.16	1.66
	平均	**5.59**	**3.06**	**2.18**	**2.00**
	甘源食品	**1.84**	**1.74**	**1.96**	**1.52**
速动比率	恰恰食品	1.86	1.29	1.26	1.35
	盐津铺子	0.56	0.53	0.67	0.39
	有友食品	12.34	3.68	2.57	2.38
	养元饮品	3.98	3.85	2.19	2.02
	西麦食品	6.30	2.21	1.91	1.50
	平均	**5.01**	**2.31**	**1.72**	**1.53**
	甘源食品	**1.36**	**1.33**	**1.45**	**1.12**
资产负债率（合并）	恰恰食品	27.20%	34.49%	33.00%	28.17%
	盐津铺子	41.74%	44.46%	38.09%	47.10%
	有友食品	7.70%	13.76%	21.62%	13.19%
	养元饮品	20.29%	21.72%	34.43%	38.80%
	西麦食品	17.79%	30.22%	36.32%	46.67%
	平均	**22.94%**	**28.93%**	**32.69%**	**34.79%**
	甘源食品	**36.55%**	**40.53%**	**30.82%**	**41.18%**

数据来源：东方财富，平均值为上述上市公司相关指标算术平均值。

报告期内，公司短期偿债能力和长期偿债能力良好，公司的流动比率、速动比率、资产负债率均与同行业可比公司较为接近，但略低于同行业可比公司，主要系同行业可比公司主要为上市公司，上市融资效应明显。

2、公司的资信状况、可利用的融资渠道及授信额度

银行借款是公司目前主要的融资渠道，公司在银行的信用记录和资信状况良好。

公司债务总体规模适度，公司的负债结构与公司实际经营状况相匹配，偿债风险较小。公司资信状况良好，销售规模和获利能力不断增长，经营活动现金流良好，为公司偿债能力提供了有力的保障。

（四）资产周转率分析

公司资产流动性较好，资产周转能力较强，公司资产周转情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	56.18	113.38	85.39	95.25
应收账款周转天数（天）	3.20	3.18	4.22	3.78
存货周转率（次）	3.91	7.31	7.06	7.02

存货周转天数（天）	46.04	49.25	50.99	51.28

1、应收账款周转能力分析

报告期内公司的应收账款周转率分别为 95.25 次、85.39 次、113.38 次和 56.18 次，应收账款整体周转较快，表明公司对应收账款拥有良好的管理能力。

应收账款周转率与同行业上市公司比较表（次）

公司	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
恰恰食品	12.67	22.71	21.21	25.71
盐津铺子	6.45	14.06	14.57	17.46
有友食品	208.98	445.19	154.01	129.43
养元饮品	116.78	294.83	387.57	613.93
西麦食品	8.75	17.31	16.50	14.95
平均	**70.73**	**158.82**	**118.77**	**160.30**
甘源食品	**56.18**	**113.38**	**85.39**	**95.25**

数据来源：东方财富，平均值为上述上市公司相关指标算术平均值。

公司应收账款周转与同行业可比公司平均水平相似，但同行业可比公司间差异很大，主要系各公司业务模式结构及结算模式的影响，公司主要收入来源于经销商模式，公司对经销商采用先款后货的方式进行销售，因此应收账款周转率较高，公司应收账款周转率符合主要采用先款后货的销售结算模式。

2、存货周转能力分析

报告期内公司存货周转率分别为 7.02 次、7.06 次、7.31 次和 3.91 次，公司存货周转率较高且保持稳定。

存货周转率与同行业上市公司比较表（次）

公司	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
恰恰食品	1.47	3.36	2.34	2.13
盐津铺子	2.18	3.38	2.42	2.94
有友食品	1.98	5.98	5.7	6.27
养元饮品	2.13	4.96	5.09	6.39
西麦食品	2.97	5.29	5.92	5.57
平均	**2.15**	**4.59**	**4.29**	**4.66**
甘源食品	**3.91**	**7.31**	**7.06**	**7.02**

数据来源：东方财富，平均值为上述上市公司相关指标算术平均值。

同行业可比公司的存货周转率差异较大，公司存货周转率高于同行业可比公司平均水平。相比同行业可比公司，公司存货余额水平总体较低，主要系公司生产周期较短，一般主要原材料备货库存为 1-2 个月，产成品质保期 6-8 个月，生产后需在 20 天左右内配送至客户处，以保证客户有充足的时间实现最终销售，因此公司的存货周转率高于同行业可比公司。

二、盈利能力分析

（一）公司营业收入构成分析

1、营业收入结构分析

报告期内，公司的营业收入构成如下表所示：

单位：万元

产品类别	2019 年-1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	44,751.76	99.69%	90,931.61	99.77%	78,562.21	99.75%	70,723.77	99.87%
其他业务收入	137.81	0.31%	209.39	0.23%	195.92	0.25%	90.57	0.13%
合计	**44,889.57**	**100.00%**	**91,141.00**	**100.00%**	**78,758.13**	**100.00%**	**70,814.35**	**100.00%**

报告期内公司主营业务收入占营业收入比例分别为 99.87%、99.75%、99.77%和 99.69%，主营业务突出。其他业务收入主要为废料处置收入，金额和占比均较小。

报告期内公司营业收入分别为 70,814.35 万元、78,758.13 万元、91,141.00 万元和 44,889.57 万元。2017 年营业收入较 2016 年增加 7,943.78 万元，增幅为 11.22%，2018 年营业收入较 2017 年增加 12,382.87 万元，增幅为 15.72%，公司营业收入保持着良好的增长势头。

2、主营业务收入结构分析

（1）主营业务收入按照销售渠道分类

报告期内，公司的主营业务收入按照销售渠道分类如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	37,387.01	83.54%	76,361.03	83.98%	63,453.72	80.77%	56,616.50	80.05%
电商模式	6,276.16	14.02%	12,976.75	14.27%	13,437.52	17.10%	10,388.28	14.69%
-电商自营业务	4,124.45	9.22%	8,105.67	8.91%	9,909.11	12.61%	7,508.25	10.62%

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
-电商平台销售	2,151.71	4.81%	4,871.08	5.36%	3,528.41	4.49%	2,880.03	4.07%
其他模式	1,088.58	2.43%	1,593.83	1.75%	1,670.97	2.13%	3,718.99	5.26%
合计	**44,751.76**	**100.00%**	**90,931.61**	**100.00%**	**78,562.21**	**100.00%**	**70,723.77**	**100.00%**

公司的销售模式分为经销模式、电商模式和其他模式。其他模式主要指商超直营、受托加工等。

公司目前销售以经销模式为主，经销模式占公司主营业务收入的比例保持在80%以上。

（2）主营业务收入按照产品类别分类

报告期内公司主营业务收入按照产品类别划分如下：

单位：万元

产品名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
瓜子仁系列	11,612.96	25.95%	25,398.05	27.93%	24,790.26	31.55%	24,343.77	34.42%
青豌豆系列	10,805.91	24.15%	20,914.88	23.00%	17,253.69	21.96%	16,135.58	22.81%
蚕豆系列	9,754.95	21.80%	21,164.18	23.27%	20,115.46	25.60%	20,324.06	28.74%
综合果仁及豆果系列	6,736.18	15.05%	13,726.80	15.10%	9,232.17	11.75%	4,511.71	6.38%
其他	5,841.75	13.05%	9,727.71	10.70%	7,170.63	9.13%	5,408.65	7.65%
合计	**44,751.76**	**100%**	**90,931.61**	**100%**	**78,562.21**	**100%**	**70,723.77**	**100%**

报告期内，公司的主打产品为瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列，该三类产品合计占公司主营业务收入的比例为85.97%、79.12%、74.21%和71.90%，该三类产品的销售额保持稳定增长，但占收入的比例有所下降，主要由于公司其他类别的产品实现了较好的增长，其中综合果仁及豆果系列销售收入合计由 2016 年的4,511.71万元增长至2018年的13,726.80万元。

（3）主营业务收入按照产品销售地区分类

报告期内公司主营业务收入按照地区分类如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	10,442.94	23.34%	21,186.58	23.30%	17,999.60	22.91%	17,434.67	24.65%
华中	8,040.48	17.97%	16,379.10	18.01%	13,629.68	17.35%	13,541.14	19.15%
华北	5,170.62	11.55%	10,301.40	11.33%	9,180.87	11.69%	7,340.75	10.38%

西南	5,233.88	11.70%	10,253.20	11.28%	8,422.44	10.72%	7,997.71	11.31%
华南	3,555.40	7.94%	7,692.89	8.46%	5,748.98	7.32%	4,695.59	6.64%
东北	2,893.23	6.47%	6,071.42	6.68%	5,429.74	6.91%	5,585.73	7.90%
西北	3,093.17	6.91%	6,012.55	6.61%	4,145.61	5.28%	3,275.47	4.63%
电商	6,276.16	14.02%	12,976.75	14.27%	13,437.52	17.10%	10,388.28	14.69%
其他	45.88	0.10%	57.72	0.06%	567.77	0.72%	464.45	0.66%
合计	**44,751.76**	**100.00%**	**90,931.61**	**100.00%**	**78,562.21**	**100.00%**	**70,723.77**	**100.00%**

公司在全国各地区均铺设了营销渠道，营业收入地域来源较为分散。公司产品销售地主要在华东、华中、华北和西南，报告期内，公司华东、华中、华北和西南地区合计销售收入占主营业务收入的比重分别为 65.49%、62.67%、63.92%和 64.55%。

（4）主营业务收入季节性分析

报告期内公司销售额随季度波动如下：

单位：万元

季度	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	22,295.49	49.82%	23,314.86	25.64%	14,792.14	18.83%	15,860.89	22.43%
第二季度	22,456.26	50.18%	14,902.07	16.39%	16,575.30	21.10%	15,175.09	21.46%
第三季度	-	-	23,880.85	26.26%	22,222.54	28.29%	15,356.68	21.71%
第四季度	-	-	28,833.84	31.71%	24,972.24	31.79%	24,331.12	34.40%
合计	**44,751.76**	**100.00%**	**90,931.61**	**100.00%**	**78,562.21**	**100.00%**	**70,723.77**	**100.00%**

坚果炒货类休闲食品行业具有较强的季节性。公司主营业务收入呈现较为明显的季节性特征，由于下半年中国传统佳节较多，四季度还有双十一、双十二、年货节等电商大型促销活动，且特别是春节一般在每年的年初，公司经销商一般会提前进货准备，因此第四季度销售量明显较高。

（二）营业成本分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	26,331.63	99.93%	54,148.33	99.97%	48,860.16	99.83%	45,021.86	99.97%
其他业务成本	18.78	0.07%	16.39	0.03%	81.56	0.17%	14.13	0.03%
合计	**26,350.42**	**100.00%**	**54,164.72**	**100.00%**	**48,941.72**	**100.00%**	**45,035.99**	**100.00%**

公司的营业成本包括主营业务成本及其他业务成本。报告期内，公司主营业务成本占营业成本总额保持在99%以上，营业成本构成基本保持稳定，与营业收入相匹配，报告期内，公司主营业务成本中料、工、费比例情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	21,152.48	80.33%	44,463.22	82.11%	41,608.07	85.16%	38,249.33	84.96%
直接人工	2,020.92	7.67%	3,575.74	6.60%	2,537.11	5.19%	2,654.79	5.90%
制造费用	3,158.24	11.99%	6,109.37	11.28%	4,714.98	9.65%	4,117.75	9.15%
合计	**26,331.63**	**100.00%**	**54,148.33**	**100.00%**	**48,860.16**	**100.00%**	**45,021.86**	**100.00%**

公司主要的主营业务成本主要为原材料成本，占比达80%以上，主要的原材料为各类坚果与籽类农产品、棕榈油、包装材料等。

2017年度直接人工占比较低的原因是自动化水平提升导致生产人员较2016年度减少。2018年度直接人工和制造费用的增加主要是因为主要原材料中棕榈油、纸箱采购价格下降较多以及三期工程的两个车间投入运营，生产工艺尚处于磨合优化阶段所致。2019年1-6月，由于公司主要原材料中瓜子仁、蚕豆类（带壳蚕豆、蚕豆片）、棕榈油、调味料、纸箱的采购价格均有一定的下降，因此直接材料占比较2018年度有所降低。

（三）主营业务毛利率分析

1、主营业务毛利率变化分析

报告期内，公司的主营业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
主营业务收入	44,751.76	90,931.61	78,562.21	70,723.77
主营业务成本	26,331.63	54,148.33	48,860.16	45,021.86
主营业务毛利	18,420.12	36,783.28	29,702.05	25,701.91
主营业务毛利率	41.16%	40.45%	37.81%	36.34%

报告期内公司的主营业务毛利分别为 25,701.91 万元、29,702.05 万元、36,783.28 万元和 18,420.12 万元，毛利率分别为 36.34%、37.81%、40.45%和41.16%，稳中有升，主要是受以下因素影响：

第一，公司分别于2016年4月及2017年4月两次上调各产品的出厂价格，销售单价整体呈上升态势，公司主要产品的平均销售价格如下：

单位：元/千克

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	价格	同比	价格	同比	价格	同比	价格
瓜子仁系列	20.44	-1.29%	20.71	2.93%	20.12	6.12%	18.96
蚕豆系列	20.31	-1.48%	20.62	3.51%	19.92	7.68%	18.50
青豌豆系列	19.88	-1.52%	20.19	2.96%	19.61	8.82%	18.02
综合果仁及豆果系列	36.03	-9.99%	40.03	15.66%	34.61	36.64%	25.33
其他	22.08	2.01%	21.64	9.51%	19.76	5.33%	18.76

注：综合果仁及豆果系列产品的搭配组合在报告期内进行了多次调整，总体上更多的采用了单价更高的果仁，因此平均销售价格上升明显。

第二，公司主要原材料价格在 2018 年度、2019 年 1-6 月总体呈现下降趋势：

单价：元/KG

名称		2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
		单价	同比	单价	同比	单价	同比	单价
主要原材料	瓜子仁	7.40	-3.14%	7.64	2.41%	7.46	-6.63%	7.99
	青豌豆	4.30	0.69%	4.27	-0.47%	4.29	-0.92%	4.33
	带壳蚕豆	5.93	-2.28%	6.07	28.33%	4.73	1.50%	4.66
	蚕豆片	5.23	-5.85%	5.55	0.18%	5.54	-13.57%	6.41
主要辅料	棕榈油	4.65	-6.61%	4.98	-11.70%	5.64	-3.42%	5.84
	糯米粉	4.68	-0.01%	4.68	-4.49%	4.90	-0.81%	4.94
	调味料	21.63	-1.68%	22.00	-3.72%	22.85	-0.17%	22.89
包材	纸箱（元/个）	2.32	-2.04%	2.37	-9.89%	2.63	24.64%	2.11
	包膜	18.38	1.54%	18.10	4.81%	17.27	2.19%	16.90

注 1：公司原采购南方带壳蚕豆生产兰花豆系列产品，2018 年起改为采购更粒大皮薄的北方带壳蚕豆生产兰花豆系列产品，由于材料规格品质不同，因此公司 2018 年度带壳蚕豆采购价格上升较多。由于兰花豆系列产品产量不高，上述采购价格影响较小。

注 2：棕榈油、纸箱均属于大宗类商品，采购价格波动主要系受市场价格变动影响。

第三，公司生产经营规模不断扩大，规模优势开始显现。

第四，发行人对经销商的激励政策有市场推广专项补贴、专项返利及搭赠三种，报告期各期激励政策力度不同对公司主营业务毛利亦会产生一定影响，报告期内，上述三种经销商激励费用金额及占折前收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
市场推广专项补贴	4,008.67	6,070.30	6,789.73	5,013.00
专项返利	615.17	1,254.20	1,078.23	620.74

搭赠	397.80	1,123.35	767.94	447.76
小计	5,021.63	8,447.85	8,635.90	6,081.50
经销商收入	37,387.01	76,361.03	63,453.72	56,616.50
折扣前经销商收入	42,408.64	84,808.89	72,089.62	62,698.00
经销商激励费用占折扣前经销商收入	11.84%	9.96%	11.98%	9.70%

2、按产品类别毛利率变化分析

报告期内，公司各类产品毛利率情况如下表：

产品类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
瓜子仁系列	43.19%	27.23%	42.96%	29.66%	38.47%	32.11%	34.97%	33.12%
蚕豆系列	45.50%	24.09%	44.36%	25.52%	41.23%	27.92%	37.98%	30.03%
青豌豆系列	49.51%	29.05%	48.93%	27.82%	46.06%	26.76%	42.94%	26.96%
综合果仁及豆果系列	25.26%	9.24%	21.97%	8.20%	16.55%	5.15%	22.78%	4.00%
其他	32.76%	10.39%	33.26%	8.80%	33.41%	8.07%	27.98%	5.89%

毛利贡献率=某产品产生的毛利/毛利*100%

总体而言，公司各系列产品的毛利率较为稳定，其中瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列作为公司的主打产品，平均售价较高，销售数量较大，其毛利贡献率也保持稳定，合计维持在 85%以上。

报告期内，因主要产品毛利率受售价和成本变动影响如下：

产品类别	2019 年 1-6 月较 2018 年度变动			2018 年度较 2017 年度变动			2017 年度较 2016 年度变动		
	价格影响	成本影响	合计影响	价格影响	成本影响	合计影响	价格影响	成本影响	合计影响
瓜子仁系列	-0.75%	0.98%	0.23%	1.76%	2.72%	4.49%	3.72%	-0.22%	3.50%
蚕豆系列	-0.84%	1.98%	1.14%	1.99%	1.14%	3.13%	4.42%	-1.17%	3.25%
青豌豆系列	-0.79%	1.37%	0.58%	1.54%	1.33%	2.87%	4.63%	-1.51%	3.12%
综合果仁及豆果系列	-8.66%	11.95%	3.29%	11.30%	-5.89%	5.41%	20.70%	-26.93%	-6.23%
其他	1.32%	-1.82%	-0.50%	5.81%	-5.96%	-0.15%	3.64%	1.79%	5.43%

注：综合果仁及豆果系列产品的搭配组合在报告期内进行了多次调整，因此价格影响和成本影响变动均较大。

3、按照销售市场分析毛利率

报告期内公司销售按照销售渠道区分，毛利率分别如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率	毛利贡献	毛利率	毛利贡献	毛利率	毛利贡献	毛利率	毛利贡献

		率		率		率		率
经销模式	41.45%	84.13%	40.65%	84.39%	37.75%	80.66%	36.03%	79.37%
电商模式	37.64%	12.83%	37.90%	13.37%	36.87%	16.68%	37.65%	15.22%
其他模式	51.52%	3.04%	51.74%	2.24%	47.36%	2.66%	37.39%	5.41%

（1）经销模式业务毛利率总体分析

报告期内，公司经销模式下的毛利率分别为 36.03%、37.75%、40.65%和41.45%，毛利率呈上升趋势，主要由于公司上调了产品的出厂价格所导致，报告期内，公司经销模式下分产品的销售均价和单位成本如下：

单位：元/KG

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	销售均价	单位成本	销售均价	单位成本	销售均价	单位成本	销售均价	单位成本
瓜子仁系列	20.01	11.56	20.31	11.76	19.78	12.34	18.55	12.33
蚕豆系列	19.89	11.05	20.24	11.45	19.58	11.66	18.14	11.49
青豌豆系列	19.61	10.02	19.91	10.29	19.32	10.56	17.80	10.31
综合果仁及豆果系列	33.55	25.30	36.14	28.81	33.44	29.02	17.60	12.79
其他	20.04	13.35	20.55	13.83	19.74	12.24	18.37	13.26
总计	**20.87**	**12.22**	**21.23**	**12.60**	**20.44**	**12.72**	**18.21**	**11.65**

由上表可知，公司经销模式下的产品销售均价分别为 18.21 元/KG、20.44 元/KG、21.23 元/KG 和 20.87 元/KG，呈上升趋势。

公司产品的销售均价主要受以下两方面因素的影响，一方面是公司主动调整经销渠道的出厂价格，另一方面是公司市场推广专项补贴（含进场费、陈列费等）和专项返利等销售折扣的金额，由于市场推广专项补贴及专项返利等销售折扣的金额在会计上是直接扣减销售收入，因此市场推广专项补贴和专项返利等销售折扣也影响了公司产品的销售均价。

2017 年度产品销售均价较 2016 年度增长了 12.25%主要由于公司 2017 年 4 月公司上调了产品的销售价格；2018 年度经销渠道主推散称装产品，该类产品条码数较少，进场费等市场推广专项补贴有所减少，销售折扣相应减少，主要受销售折扣减少的影响，2018 年度的销售均价较 2017 年度增长了 3.86%。

2019 年 1-6 月销售均价较上年略有降低，主要由于：1）市场推广专项补贴因素影响，经销渠道 2018 年四季度开始推进品牌陈列，在商超陈列有甘源品牌的陈列柜，为激励客户在终端卖场投入陈列专柜，并给予相应的陈列费支持，导

致销售折扣等占折扣前经销模式收入比由 2018 年度的 9.96%上升至 2019 年 1-6 月的 11.84%，进而相应导致了销售价格下降 2.09%。2）增值税率变动影响：2019 年 4 月起增值税率降低至 13%，而公司对经销商出厂价未调整，相应影响销售价格上升 1.83%。

报告期内，公司经销模式下的销售均价和单位成本对毛利率的影响情况如下：

项目	2019 年 1-6 月较 2018 年度			2018 年度较 2017 年度			2017 年度较 2016 年度		
	价格影响	成本影响	小计	价格影响	成本影响	小计	价格影响	成本影响	小计
瓜子仁系列	-0.86%	1.02%	0.16%	1.62%	2.82%	4.45%	4.12%	-0.05%	4.06%
蚕豆系列	-1.00%	2.03%	1.04%	1.96%	1.04%	3.00%	4.65%	-0.87%	3.78%
青豌豆系列	-0.81%	1.41%	0.60%	1.65%	1.33%	2.98%	4.54%	-1.29%	3.25%
综合果仁及豆果系列	-6.16%	10.47%	4.30%	6.49%	0.58%	7.06%	34.44%	-48.53%	-14.09%
其他系列	-1.71%	2.40%	0.69%	2.44%	-7.74%	-5.31%	5.02%	5.20%	10.22%
总计	-1.03%	1.83%	0.80%	2.33%	0.57%	2.90%	6.99%	-5.27%	1.72%

由上表可知，2017 年度毛利率较 2016 年度提升 1.72 个百分点，主要由于销售价格的提升，具体情况如下：

1）瓜子仁系列、蚕豆系列、青豌豆系列和其他系列，销售价格提升了 6.5%-8.5%，导致毛利率上升了 4%-5%，具体原因为：①提价因素：2017 年 4 月上调经销渠道产品出厂价，提价幅度在 8%-11%之间；②市场推广专项补贴因素影响：2017 年度加大市场推广专项补贴等销售折扣，导致了销售价格下降 2.52%；以上两项因素综合影响 2017 年度销售价格较 2016 年度上升 6.5%-8.5%。

2）综合果仁及豆果系列：销售价格上升 90.04%，主要原因为产品销售结构变动，2016 年度主要销售的为低价豆果类产品，平均销售价格为 17.38 元/千克，销量占比 99.37%，2017 年度该品类中增加了高价格的坚果类产品，平均销售价格 67.23 元/千克，销量占比达 20.43%，导致平均销售价格由 2016 年度的 17.60 元/千克上升至 2017 年度的 33.44 元/千克，销售价格上升 90.04%。此外，2017 年度由于包材中外袋、纸箱价格分别上涨了 28.68%、24.64%，该材料占总体成本的比例分别为 5.85%、5.46%，导致成本上升 3.02%。

2018 年度毛利率较 2017 年度提升 2.90%，主要由于销售价格的提升，导致毛利率上升了 2.33 个百分点，其中：

1）瓜子仁系列、蚕豆系列、青豌豆系列和其他系列主要由于受市场推广专

项补贴因素影响，2018 年经销渠道主推散称装产品，该类产品条码数较少，相应的进场费等相应减少，市场推广专项补贴等销售折扣的减少相应导致了销售价格上升。

2）综合果仁及豆果系列销售价格上升 8.08%，主要原因为产品销售结构变动，2018年度高价格的坚果类产品销量继续上升，销售占比由2017年度的41.07%上升至 2018 年度的 50.32%。

2019 年 1-6 月与 2018 年度比较毛利率上升 0.8%，变动较小，主要受单位成本下降影响。

（2）经销商模式分产品类别毛利率分析

报告期内，公司瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列毛利贡献合计占公司毛利总额在 80%以上，对公司盈利情况具有决定性影响，以下对公司主要产品的毛利率变动情况进行分析。

1）瓜子仁毛利率变动分析

报告期内，公司瓜子仁的平均销售价格、平均单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/千克

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值	变动率	数值
平均销售价格	20.01	-1.46%	20.31	2.67%	19.78	6.60%	18.55
平均单位成本	11.56	-1.73%	11.76	-4.65%	12.34	0.08%	12.33
毛利率	42.24%	0.39%	42.07%	11.81%	37.63%	12.10%	33.57%

报告期内，公司瓜子仁系列的毛利率为 33.57%、37.63%、42.07%和 42.24%，保持稳定上升的趋势。

瓜子仁系列产品 2017 年度毛利率较 2016 年度毛利率上升 4.06 个百分点，主要由于平均销售价格上升的影响，瓜子仁系列产品平均销售价格 2017 年度较 2016 年度上升 6.60%，影响毛利率上升 4.12%。2017 年度瓜子仁销售价格的上升主要由以下两个因素，其中：①提价因素：2017 年 4 月上调经销渠道产品出厂价，提价幅度在 8%-11%之间；②市场推广专项补贴影响：2017 年加大了市场推广专项补贴，相应导致了平均销售价格下降。

瓜子仁系列产品 2018 年度毛利率较 2017 年度毛利率上升 4.45 个百分点，主要受平均销售价格上升和单位成本下降的双重因素影响。

①平均销售价格因素影响：主要受市场推广专项补贴因素的影响，公司瓜子

仁系列产品平均销售价格 2018 年度较 2017 年度上升 2.67%，影响毛利率上升 1.62%。2018 年度经销渠道主推散称装产品，该类产品条码数较少，相应的进场费、陈列费等相应减少，市场推广专项补贴的减少相应导致了平均销售价格上升。

②单位成本因素影响：瓜子仁系列单位成本 2018 年较 2017 年下降 4.65%，影响毛利率上升 2.82%。其中由于 2018 年辅料采购价格有所降低，导致单位成本下降 2.50%，具体情况如下：

单位：元/千克

项目	2018 年度单价	2017 年度单价	变动率	成本占比	影响成本比率
棕榈油	4.98	5.64	-11.70%	11.93%	-1.40%
糯米粉	4.68	4.90	-4.49%	7.52%	-0.34%
调味料	22.00	22.85	-3.72%	6.94%	-0.26%
纸箱（元/个）	2.37	2.63	-9.89%	5.13%	-0.51%
合计					**-2.50%**

此外，产品包装规格变化，公司 2018 年大力推广散称类产品，经销模式下瓜子仁产品中散称包装类销售占比由 2017 年度的 49.59%增长至 2018 年度的 55.32%，散称产品较定量装产品节约了外袋包装成本，也影响成本有所下降。

瓜子仁系列产品 2019 年 1-6 月毛利率与 2018 年度基本持平。

2）蚕豆毛利率变动分析

报告期内，公司蚕豆的平均销售价格、平均单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/千克

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值	变动率	数值
平均销售价格	19.89	-1.74%	20.24	3.40%	19.58	7.93%	18.14
平均单位成本	11.05	-3.53%	11.45	-1.80%	11.66	1.49%	11.49
毛利率	44.46%	2.38%	43.43%	7.41%	40.43%	10.31%	36.65%

蚕豆系列产品 2017 年度毛利率较 2016 年度毛利率上升 3.78 个百分点，主要原因为销售价格上升因素影响：蚕豆系列产品平均销售价格 2017 年度较 2016 年度上升 7.93%，影响毛利率上升 4.65%；主要由于：①提价因素：2017 年 4 月上调经销渠道产品出厂价，提价幅度在 8%-11%之间；②市场推广专项补贴：2017 年度加大经销商市场推广专项补贴，相应导致了平均销售价格下降。

蚕豆系列产品 2018 年度毛利率较 2017 年度毛利率上升 3.00 个百分点，主要原因为：

①平均销售价格因素影响：蚕豆系列产品平均销售价格 2018 年度较 2017 年度上升 3.40%，影响毛利率上升 1.96%；主要由于市场推广专项补贴因素影响，2018 年经销渠道主推散称装产品，该类产品条码数较少，相应的进场费、陈列费等相应减少，市场推广专项补贴的减少相应导致了平均销售价格上升。

②单位成本因素影响：单位成本 2018 年度较 2017 年度下降 1.80%，影响毛利率上升 1.04%，主要原因是材料采购价格下降影响，具体情况如下：

单位：元/千克

项目	2018 年度单价	2017 年度单价	变动率	成本占比	影响成本比率
带壳蚕豆	6.07	4.73	28.33%	2.31%	0.65%
棕榈油	4.98	5.64	-11.70%	13.30%	-1.56%
糯米粉	4.68	4.90	-4.49%	6.69%	-0.30%
调味料	22.00	22.85	-3.72%	7.23%	-0.27%
包膜	18.10	17.27	4.81%	9.98%	0.48%
纸箱（元/个）	2.37	2.63	-9.89%	5.26%	-0.52%
合计					**-1.51%**

蚕豆系列产品 2019 年 1-6 月毛利率较 2018 年度毛利率上升了 1.03 个百分点，主要原因为：

①平均销售价格因素影响：蚕豆系列产品平均销售价格 2019 年 1-6 月较 2018 年度下降 1.74%，影响毛利率下降 1.00%；主要由于：A、市场推广专项补贴上升：经销渠道 2018 年四季度开始推进品牌陈列，在商超陈列有甘源品牌的陈列柜，为激励客户在终端卖场投入陈列专柜，并给予相应的陈列费支持，导致销售折扣销售折扣率上升，相应导致了平均销售价格下降 2.66%；B、增值税率变动影响：2019 年 4 月起增值税率降低至 13%，而公司对经销商出厂价未调整，相应影响销售价格上升 1.83%；C、不同规格产品销售结构变化，影响销售价格小幅下降。

②单位成本因素影响：单位成本 2019 年 1-6 月较 2018 年度下降 3.53%，影响毛利率上升 2.03%；主要原因系材料采购价格变动影响，具体如下：

单位：元/千克

项目	2019 年 1-6 月单价	2018 年度单价	变动率	成本占比	影响成本比率
蚕豆片	5.23	5.55	-5.85%	23.25%	-1.36%
棕榈油	4.65	4.98	-6.61%	12.91%	-0.85%
调味料	21.63	22.00	-1.68%	7.15%	-0.12%

包膜	18.38	18.10	1.54%	10.38%	0.16%
纸箱（元/个）	2.32	2.37	-2.04%	4.62%	-0.09%
合计					**-2.27%**

3）青豌豆毛利率变动分析

报告期内，公司青豌豆的平均销售价格、平均单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/千克

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值	变动率	数值
平均销售价格	19.61	-1.54%	19.91	3.10%	19.32	8.50%	17.80
平均单位成本	10.02	-2.69%	10.29	-2.51%	10.56	2.41%	10.31
毛利率	48.91%	1.25%	48.31%	6.57%	45.33%	7.73%	42.07%

青豌豆系列产品 2017 年度毛利率较 2016 年度毛利率上升 3.25 个百分点，主要原因为：

①平均销售价格上升因素影响：平均销售价格 2017 年度较 2016 年度上升 8.50%，影响毛利率上升 4.54%；主要由于：A、提价因素：2017 年 4 月上调经销渠道产品出厂价，提价幅度在 8%-11%之间；B、市场推广专项补贴因素：2017 年度加大市场推广专项补贴，相应导致了平均销售价格下降。

②单位成本因素影响：单位成本 2017 年度较 2016 年度上升 2.41%，影响毛利率下降 1.29%；主要由于原材料采购价格变动影响所致，具体如下：

单位：元/千克

项目	2017 年度单价	2016 年度单价	变动率	成本占比	影响成本比率
青豌豆	4.29	4.33	-0.92%	35.00%	-0.32%
棕榈油	5.64	5.84	-3.42%	12.68%	-0.43%
包膜	17.27	16.90	2.19%	11.38%	0.25%
外袋	0.20	0.16	28.68%	5.83%	1.67%
纸箱（元/个）	2.63	2.11	24.64%	6.32%	1.56%
合计					**2.72%**

青豌豆系列产品 2018 年度毛利率较 2017 年度毛利率上升 2.98 个百分点，主要原因为：

①平均销售价格因素影响：平均销售价格 2018 年度较 2017 年度上升 3.10%，影响毛利率上升 1.65%；主要由于：市场推广专项补贴影响，2018 年度经销渠道主推散称装产品，该类产品条码数较少，相应的进场费、陈列费等相应减少，市场推广专项补贴的减少相应导致了平均销售价格上升。

②单位成本因素影响：单位成本 2018 年度较 2017 年度下降 2.51%，影响毛利率上升 1.33%；主要是受原材料采购价格变动影响，具体如下：

单位：元/千克

项目	2018 年度单价	2017 年度单价	变动率	成本占比	影响成本比率
青豌豆	4.27	4.29	-0.47%	33.19%	-0.15%
棕榈油	4.98	5.64	-11.70%	12.13%	-1.42%
调味料	22.00	22.85	-3.72%	8.51%	-0.32%
包膜	18.10	17.27	4.81%	11.80%	0.57%
纸箱（元/个）	2.37	2.63	-9.89%	5.72%	-0.57%
合计					**-1.89%**

青豌豆系列产品 2019 年 1-6 月毛利率与 2018 年度基本持平。

（3）电商模式业务毛利率分析

公司的电商模式主要有电商自营（B2C）和电商平台销售（B2B）两种业务模式。

在电商自营（B2C）模式下，电商平台为公司提供销售平台，由公司在电商平台上开设自营管理的网店销售公司产品，消费者在电商平台直接向公司下单，由公司组织发货，寄送消费者。目前，公司开展电商自营（B2C）的自营品牌旗舰店主要有天猫、京东等。

在电商平台销售（B2B）模式下，消费者直接对天猫超市、京东自营等第三方销售平台发出商品购买需求，销售平台通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发出货品，公司则不参与后续的售后环节，公司在收到代销结算清单确认收入。目前，公司合作开展电商平台销售（B2B）模式的第三方销售平台主要有天猫超市、京东自营、唯品会等。

报告期内公司电商模式销售收入分别为 10,388.28 万元、13,437.52 万元、12,976.75 万元和 6,276.16 万元，占公司营业收入的比例分别为 14.67%、17.06%、14.24%和 13.98%。

报告期内，公司电商自营业务和电商平台业务两种模式的收入及其占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
电商自营	4,124.45	65.72%	8,105.67	62.46%	9,909.11	73.74%	7,508.25	72.28%

电商平台	2,151.71	34.28%	4,871.08	37.54%	3,528.41	26.26%	2,880.03	27.72%
合计	**6,276.16**	**100.00%**	**12,976.75**	**100.00%**	**13,437.52**	**100.00%**	**10,388.28**	**100.00%**

报告期内，公司电商平台销售呈稳步增长状态，2018 年度电商自营销售收入有所下降主要由于 2018 年度大量食品品牌入驻拼多多平台，拼多多平台竞争加剧，导致 2018 年度销售额下降，拼多多平台销售额由 2017 年度的 2,836.41 万元下降至 2018 年度 1,125.96 万元。

报告期内，公司电商自营业务和电商平台业务的毛利率、和毛利率贡献率情况如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
电商自营	42.83%	9.59%	40.82%	9.00%	40.90%	13.64%	40.23%	11.75%
电商平台	27.70%	3.24%	33.03%	4.37%	25.55%	3.04%	30.93%	3.47%
合计	**37.64%**	**12.83%**	**37.90%**	**13.37%**	**36.87%**	**16.68%**	**37.65%**	**15.22%**

报告期内，公司电商自营业务毛利率为 40.23%、40.90%、40.82%和 42.83%，2016 年度至 2018 年度公司电商自营模式下的毛利率基本保持稳定，2019 年 1-6 月电商自营毛利率有所上升主要由于增值税率变动影响，2019 年 4 月起增值税率降低至 13%，而公司对消费者的销售价未调整，相应影响销售价格上升 1.83%。

报告期内，公司电商平台业务的毛利率为30.93%、25.55%、33.03%和27.70%，2017 年度公司电商平台的毛利率较 2016 年度降低了 5.38 个百分点，主要由于公司 2017 年度综合果仁及豆果系列产品中增加了坚果类产品，并在电商平台销售模式下大力推广，该类产品在初步进入市场时，采取低毛利策略以增加销售，销售收入由 2016 年度的 668.50 万元增长至 2017 年度的 1,104.20 万元，在电商平台销售模式中该品类占比由 2016 年度的 23.20%增长至 2017 年度的 31.30%，该部分产品的毛利率为-9%，导致电商平台销售毛利率由 2016 年度的 30.93%下降至 2017 年度的 25.55%。

2019 年 1-6 月电商平台毛利率较 2018 年度降低了 5.33 个百分点，主要原因为唯品会及京东平台销售政策的影响：①唯品会平台：2019 年 1-6 月唯品会收紧商家促销政策，取消促销活动补贴等，导致该平台销售毛利率大幅降低，由 2018 年度的 30.11%降低至 2017 年度的 18.87%，降低了 11.24%。2019 年 1-6 月唯品会平台销售占总体电商平台销售比例为 21.20%，导致总体平台销售模式毛利率降低 2.38 个百分点；②京东自营平台：2019 年 1-6 月公司在京东自营平台促销

力度大（京东 618 活动等），部分产品毛利率低于京东自营平台要求的最低毛利率，京东自营平台要求公司给予补差，导致 2019 年 1-6 月京东自营平台较 2018 年度销售毛利率降低 5.81 个百分点，2019 年 1-6 月京东平台销售占总体电商平台销售比例 35.21%，导致总体电商平台销售模式毛利率降低 2.05 个百分点。

（4）经销模式毛利率与电商模式毛利率的对比分析

报告期内，公司经销模式的毛利率分别为36.03%、37.75%、40.65%和41.45%，电商模式的毛利率分别为 37.65%、36.87%、37.90%和 37.64%，2016 年度公司电商模式毛利率略高于经销模式，2017 年度、2018 年度、2019 年 1-6 月经销模式毛利率均略高于电商模式毛利率。具体原因如下：

1）电商平台的扣点降低了电商模式的毛利率

公司电商模式主要通过电商平台销售，电商平台市场地位较为强势，在商业谈判过程中要求的合同固定扣点，剔除扣点因素后，公司电商模式产品的毛利率高于经销模式的毛利率。具体情况如下：

单位：万元

项目		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
电商模式	营业收入	6,276.16	12,976.75	13,437.52	10,388.28
	营业成本	3,913.58	8,058.85	8,483.33	6,477.12
	毛利率	37.64%	37.90%	36.87%	37.65%
	电商平台扣点金额	548.12	1,578.42	1,055.49	742.92
	电商平台扣点前毛利率	42.65%	44.63%	41.47%	41.81%
经销模式毛利率		**41.45%**	**40.65%**	**37.75%**	**36.03%**

2）同类产品电商模式的毛利率高于经销模式的毛利率

报告期内，公司经销模式和电商模式下毛利率情况如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	经销模式	电商模式	经销模式	电商模式	经销模式	电商模式	经销模式	电商模式
瓜子仁系列	42.24%	49.29%	42.07%	48.87%	37.63%	41.10%	33.57%	43.01%
蚕豆系列	44.46%	53.18%	43.43%	51.14%	40.43%	44.34%	36.65%	43.91%
青豌豆系列	48.91%	53.23%	48.31%	53.61%	45.33%	49.85%	42.07%	50.42%
综合果仁及豆果系列	24.59%	25.91%	20.28%	24.43%	13.22%	23.22%	27.31%	21.74%
其他	33.38%	31.60%	32.69%	35.50%	38.00%	24.55%	27.78%	29.89%
合计	**41.45%**	**37.64%**	**40.65%**	**37.90%**	**37.75%**	**36.87%**	**36.03%**	**37.65%**

在电商模式中，公司借助于电商平台直接面向终端消费者进行销售，减少了中间环节，使得毛利率空间较大；而经销模式中，公司产品出厂后一般还需要通过经销商以及终端零售渠道两个环节后实现最终销售，出于长期合作以及维持销售渠道的考虑，公司在制定出厂价格时需要给经销商和零售端留出足够的利润空间。

有上表可知，报告期内，同类产品上公司电商模式的毛利率高于经销模式的毛利率，公司的销售定价是合理的。公司电商模式下的毛利率略低于经销模式下的毛利率，主要由于电商模式下的综合果仁及豆果系列的占比较高，而综合果仁及豆果系列的毛利率相对较低，拉低了整个电商模式下的毛利率。

报告期内，公司各产品销售占比情况如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	经销模式	电商模式	经销模式	电商模式	经销模式	电商模式	经销模式	电商模式
瓜子仁系列	27.73%	14.02%	29.68%	16.39%	32.88%	24.90%	36.78%	24.88%
蚕豆系列	23.31%	13.15%	24.88%	11.99%	23.31%	15.14%	24.33%	14.46%
青豌豆系列	26.22%	12.29%	24.70%	15.32%	26.35%	23.38%	29.95%	24.28%
综合果仁及豆果系列	11.85%	33.98%	10.99%	39.37%	9.98%	19.61%	2.42%	23.03%
其他系列	10.90%	26.56%	9.74%	16.93%	7.49%	16.97%	6.51%	13.35%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2016 年度经销模式的综合果仁及豆果系列毛利率高于电商模式的毛利率，主要由于综合果仁及豆果系列分为综合豆果和综合果仁，2016 年度电商模式下的综合豆果和综合果仁毛利率分别为 38.93%和 12.17%，经销模式下的综合豆果和综合果仁的毛利率分别为 27.82%和 0.38%，电商模式下的综合豆果和综合果仁的毛利率高于经销模式，但由于经销模式下低毛利率的综合果仁销售占比仅为 0.01%，远低于电商模式下综合果仁 14.80%的销售占比。

2017 年度其他产品电商模式的毛利率低于经销模式的毛利率，主要由于 2017 年度公司通过电商模式销售了西瓜子，该产品全部通过电商模式销售，销售金额为 599.00 万元，该产品的电商模式的毛利率为-11.20%，拉低了电商模式其他类产品的毛利率。

综上所述，公司同类产品电商模式下的毛利率高于经销模式下的毛利率，公司经销模式下总体产品毛利率略高于电商模式下产品毛利率，主要由于公司电商

模式下综合果仁及豆果系列销售占比较高，而综合果仁及豆果系列的毛利率相对较低，导致电商模式下的综合毛利率略低于经销模式，此外，电商模式下，电商平台均要求一定的扣点，剔除扣点因素的影响，公司同类产品电商模式下的毛利率远原于经销模式下的毛利率，经销商存在合理的利润空间，因此公司电商模式下的毛利率略低于经销商模式的毛利率符合公司实际的经营情况。

4、主营业务毛利率的同行业比较

（1）同行业上市公司的选取标准

发行人主营业务为休闲食品的研发、生产和销售，主要销售的模式为经销模式，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），发行人所属行业为“制造业”之“农副食品加工业”（分类代码：C13）。

根据发行人自身业务特点，发行人选取了与自身所处行业、主营产品或主要销售模式相同或相近的 5 家上市公司进行比较分析，同行业上市公司所处行业、主营产品和主要销售模式情况如下：

序号	公司名称	公司简称	行业分类	主营产品	主要销售模式
1	洽洽食品股份有限公司	洽洽食品	农副食品加工业	以瓜子为主的坚果炒货食品	经销模式为主
2	盐津铺子食品股份有限公司	盐津铺子	农副食品加工业、食品制造业	豆制品、凉果蜜饯、坚果炒货、休闲素食、休闲肉制品	直营商超模式和经销模式
3	有友食品股份有限公司	有友食品	食品制造业	以泡椒鸡爪为主的泡卤味休闲食品	经销模式为主
4	河北养元智汇饮品股份有限公司	养元饮品	酒、饮料和精制茶制造业	以核桃仁为原料的植物蛋白饮料为主	经销模式为主
5	桂林西麦食品股份有限公司	西麦食品	食品制造	燕麦食品	经销模式为主

（2）发行人与同行业上市公司毛利率对比分析

公司销售毛利率与同行业可比公司比较如下表：

公司	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
洽洽食品	31.82%	31.16%	29.89%	31.07%
盐津铺子	41.45%	39.13%	46.83%	49.19%
有友食品	36.97%	33.01%	36.45%	32.99%

养元饮品	51.48%	49.96%	47.85%	49.93%
西麦食品	59.83%	61.73%	59.83%	56.77%
平均	**44.31%**	**43.00%**	**44.17%**	**43.99%**
甘源食品	**41.16%**	**40.45%**	**37.81%**	**36.34%**

数据来源：东方财富，平均值为上述上市公司相关指标算术平均值。

报告期内公司销售毛利率在同行业可比公司中处于中游水平，报告期内，随着公司价格调整以及规模效应的显现，公司毛利率水平稳步提升，已逐渐接近同行业上市公司平均毛利率水平。

同行业可比公司中，有友食品、养元饮品、西麦食品的主要产品类别上看与公司差异较大，与公司不完全具备可比性。洽洽食品主要产品为葵花子、盐津铺子主要产品中包含坚果炒货，与公司可比性较强，因此重点分析洽洽食品、盐津铺子与公司的毛利率差异情况。

1）与洽洽食品的毛利率比较

洽洽食品主要采用经销模式进行销售，根据公开资料，洽洽食品 2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月休闲食品分类的单位销售价格、单位销售成本及毛利率情况如下：

期间	营业收入（万元）	营业成本（万元）	销售量（吨）	单位售价（万元/吨）	单位成本（万元/吨）	毛利率
2019 年 1-6 月	198,722.82	134,515.51	未披露			32.31%
2018 年度	406,069.76	278,142.83	189,368.81	2.14	1.47	31.50%
2017 年度	342,122.04	236,721.74	172,980.92	1.98	1.37	30.81%
2016 年度	341,688.31	233,904.77	172,843.78	1.98	1.35	31.54%

注：上表数据根据洽洽食品定期报告披露的休闲食品分类整理

洽洽食品 2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月休闲食品分类的毛利率水平总体较为稳定，根据其披露的说明，其在上述期间内持续地进行了产品原料、包装、生产工艺升级，以强化产品力提升，因此单位成本有所提升，2018 年度，其对香瓜子、原香瓜子、小而香西瓜子等八个品类的产品进行出厂价格调整，提价幅度为 6%-14.5%不等。相对公司毛利率而言，洽洽食品毛利率整体水平更低，主要原因是：一方面，洽洽食品产品以葵花子为主，其产品生产工艺相对公司更为简单；另一方面，洽洽食品销售规模较大且多年来已相对较为稳定，销售渠道建设完成水平已较高，销售费率占营业收入比重相对更低。

2）与盐津铺子的毛利率比较

盐津铺子采用直营商超模式和经销模式进行销售，其中直营商超模式占比更高，盐津铺子产品类别较多，包括豆制品、凉果蜜饯、肉制品、素食、炒货等，其 2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月披露的各产品分类数据口径不一致，故无法统计各分类产品的毛利率变动情况，2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月的毛利率分别为 49.19%、46.83%、39.13%和 41.45%，其毛利率水平总体相比公司较高的原因是盐津铺子直营商超的销售收入占比较高，盐津铺子需要向商超支付进场费、条码费等各类费用，营业费用较高，在销售价格定价过程中考虑了需承担的上述费用，拉升了盐津铺子总体毛利率水平。盐津铺子 2018 年度毛利率下降较多的主要原因是其相对毛利率较低的烘焙类产品在 2018 年度增长了 237.40%，稀释了其综合毛利率水平。

总体来看，公司毛利率与同行业可比公司水平大致相当。由于各公司产品类别、销售模式、销售策略、品牌投入力度、市场占有率、品牌影响力等不同，各同行业可比公司之间毛利率存在一定差异，具有合理性。

（四）期间费用分析

报告期内，公司的销售费用、管理费用、研发费用、财务费用及其占销售收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
销售费用	8,970.42	19.98%	17,262.08	18.94%	16,726.66	21.24%	15,513.10	21.91%
管理费用	1,683.03	3.75%	3,589.94	3.94%	3,969.60	5.04%	2,389.06	3.37%
研发费用	198.47	0.44%	604.30	0.66%	305.69	0.39%	312.07	0.44%
财务费用	-3.41	-0.01%	-32.19	-0.04%	-12.81	-0.02%	132.65	0.19%
合计	**10,848.50**	**24.17%**	**21,424.13**	**23.51%**	**20,989.14**	**26.65%**	**18,346.88**	**25.91%**

报告期内，公司期间费用率总体保持稳定，各项费用具体分析如下：

1、销售费用

报告期内，公司销售费用主要构成及变动变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	金额	占比	金额	增长率	占比	金额	增长率	占比	金额	占比
工资薪酬及福利	3,458.37	38.55%	6,217.23	4.26%	36.02%	5,963.18	18.80%	35.65%	5,019.48	32.36%
物流快递费	2,051.30	22.87%	4,043.79	-8.93%	23.43%	4,440.23	13.45%	26.55%	3,913.75	25.23%

促销推广费	1,743.08	19.43%	3,128.05	11.50%	18.12%	2,805.44	-12.98%	16.77%	3,223.97	20.78%
差旅费	682.03	7.60%	1,289.35	18.08%	7.47%	1,091.95	-3.61%	6.53%	1,132.81	7.30%
物料消耗	274.76	3.06%	583.90	-7.73%	3.38%	632.79	53.31%	3.78%	412.74	2.66%
会务费	258.98	2.89%	512.08	26.42%	2.97%	405.08	-66.24%	2.42%	1,199.98	7.74%
折旧及摊销	159.60	1.78%	173.69	20.08%	1.01%	144.64	58.65%	0.86%	91.17	0.59%
广告及咨询费	141.51	0.00%	979.39	6.56%	5.67%	919.11	494.59%	5.49%	154.58	1.00%
办公费	118.04	1.32%	178.71	111.91%	1.04%	84.33	-2.97%	0.50%	86.91	0.56%
其他	82.74	0.92%	155.87	-35.03%	0.90%	239.91	-13.61%	1.43%	277.70	1.79%
合计	**8,970.42**	**100.00%**	**17,262.08**	**3.20%**	**100.00%**	**16,726.66**	**7.82%**	**100.00%**	**15,513.10**	**100.00%**

如上表所示，报告期内，公司销售费用金额分别为15,513.10万元、16,726.66万元、17,262.08万元和8,970.42万元，呈现小幅增长趋势。报告期内，公司销售费用率分别为21.91%、21.24%、18.94%和19.98%，呈现一定的下降趋势，主要系公司收入增长幅度较销售费用增长幅度大所致。

公司销售费用主要由工资薪酬及福利、促销推广费、物流快递费三类构成，报告期上述三类项目的占比分别为78.37%、78.97%、77.56%和80.85%。

（1）公司各期销售人员数量和人均工资情况

发行人各期间销售人员数量和人均工资如下表：

	2019 年 1-6 月	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
销售人员工资薪酬及福利（万元）	3,458.37	6,217.23	5,963.18	5,019.48
销售人员平均数量（人）	655	646	626	644
人均工资（万元/年）	5.28	9.63	9.52	7.80

注 1：销售人员平均数量为各月销售人员算数平均数

注 2：2019 年 1-6 月人均为半年工资，未年化计算

公司销售人员规模变动总体不大，工资薪酬及福利金额逐年上升的主要原因为各年正常调薪所致。

（2）促销推广主要形式、各期主要支付对象和支付金额

公司促销推广的主要形式包括向经销商提供促销物资、经销商的市场推广专项补贴、直营商超的促销活动费用以及在电商平台的促销活动费用，报告期主要促销推广种类费用明细如下：

单位：万元

类别	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
促销物资及视同销售税金	482.78	743.66	673.44	828.88

市场推广专项补贴	336.44	643.20	508.72	330.20
直营商超费用	168.69	262.73	195.80	506.02
电商平台费用	610.48	1,228.31	1,102.13	1,030.00
其他	144.69	250.16	325.35	528.88
促销推广费合计	1,743.08	3,128.05	2,805.44	3,223.97

各种类费用具体情况说明如下：

①促销物资及视同销售税金

报告期公司为支持各经销商组织促销活动，在经销商计划组织促销活动时，可向公司申请提供促销物资。公司提供的促销物资包括品尝品、宣传画、果盘、小礼品、布置会场物资等。

促销物资类费用各期间并无资金支付行为，系公司统一采购物资后在发货时随货一同发运给申请促销物资的经销商，由于各期举办活动经销商数量多且分散，并无主要支付对象。

②市场推广专项补贴

该类费用说明参见本招股书“第六节 业务和技术之四、发行人主营业务的具体情况之（二）公司主要经营模式之 3、销售模式”。

公司报告期各期计入销售费用的经销商市场开拓及活动费前五大支付对象与支付金额如下：

单位：万元

2019 年 1-6 月	
支付对象	**支付金额**
青岛颖涛贸易有限公司	37.79
北京康乐多商贸有限公司	37.76
武汉鑫豪安商贸有限公司	37.59
宁夏荣盛祥商贸有限公司	31.38
北京吉玥明昊经贸有限公司	30.18
2018 年度	
支付对象	**支付金额**
北京康乐多商贸有限公司	102.31
济南福巧食品有限公司	58.95
汉玉实业（上海）有限公司	58.58
北京吉玥明昊经贸有限公司	49.61
上海兰果商贸有限公司	41.98
2017 年度	

支付对象	支付金额
上海兰果商贸有限公司	95.90
成都翔溢实业有限公司	66.64
北京康乐多商贸有限公司	40.69
北京万佳泰商贸有限公司	36.36
济宁一合商贸有限公司	24.07
2016 年度	
支付对象	**支付金额**
潍坊晟铭经贸有限公司	49.72
黑龙江泰富和盛贸易有限公司	29.06
重庆金河食品有限责任公司	26.24
泰安福满佳工贸有限公司	24.43
北京万佳泰商贸有限公司	17.31

③直营商超的促销活动费用

公司与直营商超合作，需要向直营商超支付进场费、条码费、陈列费、服务费和活动促销费等，以上费用为直营商超的促销活动费。

公司直营商超较少，变动主要系部分直营商超模式转变所致，其中原沃尔玛定量装为直营模式，2017 年开始转变为经销商模式，易初莲花 2018 年转变为经销商模式。

公司报告期各期直营商超的促销活动费用前五大支付对象与支付金额如下：

单位：万元

名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
沃尔玛	-	-	17.64	464.03
家家悦	136.73	202.02	100.78	11.24
福兴祥	21.50	31.37	17.99	12.69
潍坊中百	5.39	21.34	10.52	18.06
易初莲花	-	7.99	48.87	-
大润发	5.06			
合计	**168.69**	**262.73**	**195.80**	**506.02**

④电商平台的促销活动费用

公司使用电商平台销售及参与钻石展位、直通车、直播等活动的推广需向其支付一定的费用。主要支付对象为对应的各大型电商平台及为其服务的广告商，具体明细如下：

单位：万元

	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
天猫/淘宝	363.48	932.80	914.58	846.06
京东	94.52	150.40	111.80	132.32
零售通	83.44	46.71	1.46	-
拼多多	34.01	43.00	15.37	1.60
唯品会	18.31	38.49	17.27	2.94
其他	16.72	16.91	41.64	47.09
合计	**610.48**	**1,228.31**	**1,102.13**	**1,030.00**

（3）发行人各类销售模式下物流费用承担方式及业务量与物流费用的匹配情况分析

①物流费用承担方式

公司电商自营模式发运委托快递公司负责，除电商自营模式外的其余销售均委托物流商承运。发行人各类销售模式下物流费用均为发行人承担。

②业务量与物流费用的匹配情况

报告期，按快递公司和物流商分类拆分物流快递费明细如下：

期间	快递公司			物流商			平台仓储物流费（万元）	其他运费（万元）	合计（万元）
	运费金额（万元）	销售数量（吨）	单位运费（万元/吨）	运费金额（万元）	销售数量（吨）	单位运费（万元/吨）			
2019 年 1-6 月	435.07	1,304.47	0.33	1,392.25	19,129.15	0.07	206.84	17.14	2,051.30
2018 年度	930.67	2,641.79	0.35	2,774.21	38,169.91	0.07	292.96	45.96	4,043.79
2017 年度	1,574.92	4,157.06	0.38	2,594.28	33,359.44	0.08	225.70	45.33	4,440.23
2016 年度	1,241.42	3,034.82	0.41	2,598.11	34,405.99	0.08	23.99	50.22	3,913.75

注1：平台仓储物流费指电商平台向公司收取的仓储费以及电商平台自身货物在不同区域、不同仓库间的调配而发生的物流转运费等，该费用由电商平台直接自结算货款中扣减

注2：其他运费主要为销售部门为开展业务发生的除商品运送以外的其他物流快递费

A. 快递公司承运费用分析

i 承运快递公司变化分析

报告期各期，公司快递费按承运快递公司分类情况如下：

单位：吨、万元、万元/吨

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	包裹总重量	快递费	单位费用	包裹总重量	快递费	单位费用
邮政小包	1,073.74	237.39	0.22	1,831.15	451.00	0.25
汇通	651.60	164.50	0.25	766.36	187.06	0.24
邮政 EMS	148.47	33.18	0.22	510.78	111.47	0.22

圆通	-	-	-	672.16	181.14	0.27
韵达	-	-	-	-	-	-
顺丰	-	-	-	-	-	-
申通	-	-	-	-	-	-
合计	**1,873.80**	**435.07**	**0.23**	**3,780.45**	**930.67**	**0.25**
项目	**2017 年度**			**2016 年度**		
	包裹总重量	**快递费**	**单位费用**	**包裹总重量**	**快递费**	**单位费用**
邮政小包	2,407.99	634.41	0.26	709.35	200.76	0.28
汇通	1,404.24	395.99	0.28	1,385.81	532.25	0.38
圆通	1,127.15	309.63	0.27	1,002.24	312.74	0.31
邮政 EMS	914.35	211.97	0.23	327.22	101.85	0.31
韵达	91.61	22.92	0.25	279.95	73.89	0.26
顺丰	-	-	-	24.21	10.92	0.45
申通	-	-	-	20.76	9.01	0.43
合计	**5,945.33**	**1,574.92**	**0.26**	**3,749.56**	**1,241.42**	**0.33**

注：包裹总重量除包含产品净重外，还包括产品包膜、外袋、纸箱、填充物、快递单、封箱胶等包装物料重量，与销售数量的差异为正常情况

报告期各期，按包裹总重量计算的单位快递费分别为0.33万元/吨、0.26万元/吨、0.25万元/吨和0.23万元/吨，2017年度较2016年度下降较多，主要系公司选取承运快递公司方式变化所致，2016年度公司合作的快递公司较多，公司于2017年开始采取招标竞标方式选取承运快递公司，因此各中标快递公司单位运费出现了较大幅度的下降。2017年度至2019年1-6月期间，快递公司单位运费的波动主要系单个包裹量变化所致。

ii 按单个包裹量分析

报告期各期，公司快递费按包裹总量分类情况如下：

项目	**2019 年 1-6 月**			**2018 年度**		
	≤3KG	**＞3KG**	**合计**	**≤3KG**	**＞3KG**	**合计**
包裹量（千个）	1,083.74	33.85	1,117.59	2,230.14	66.88	2,297.02
包裹总重量（吨）	1,717.20	156.61	1,873.80	3,423.45	356.99	3,780.45
快递费用（万元）	411.20	23.87	435.07	877.63	53.03	930.67
包裹量占比	96.97%	3.03%	100.00%	97.09%	2.91%	100.00%
单位包裹运量（KG/个）	1.58	4.63	1.68	1.54	5.34	1.65
单位包裹运费（万元/千个）	0.38	0.71	0.39	0.39	0.79	0.41
单位重量运费（万元/吨）	0.24	0.15	0.23	0.26	0.15	0.25
项目	**2017 年度**			**2016 年度**		

	≤3KG	＞3KG	合计	≤3KG	＞3KG	合计
包裹量（千个）	3,517.84	280.82	3,798.66	2,320.17	177.65	2,497.82
包裹总重量（吨）	4,938.18	1,007.15	5,945.33	3,046.32	703.23	3,749.56
快递费用（万元）	1,389.06	185.86	1,574.92	1,065.88	175.55	1,241.42
包裹量占比	92.61%	7.39%	100.00%	92.89%	7.11%	100.00%
单位包裹运量（KG/个）	1.40	3.59	1.57	1.31	3.96	1.50
单位包裹运费（万元/千个）	0.39	0.66	0.41	0.46	0.99	0.50
单位重量运费（万元/吨）	0.28	0.18	0.26	0.35	0.25	0.33

注1：包裹总重量除包含产品净重外，还包括产品包膜、外袋、纸箱、填充物、快递单、封箱胶等包装物料重量，与销售数量的差异为正常情况

2017年度快递单位重量运费下降主要原因如前所述，系公司招投标选取承运快递公司所致。其余变动主要系发运包裹平均总量变化所致，快递费金额主要取决于包裹个数以及运输距离，在首重范围内，单个包裹快递费较为固定，超过首重的按超过重量加计费用，公司以3KG以内的包裹为主，由于首重的存在，单个包裹重量越大，每KG重量承担的运费越小。公司单位包裹运量由2017年度的1.57 KG/个逐渐上升至2019年1-6月的1.68 KG/个，因此单位运费呈现小幅降低趋势。

B. 物流商承运费用分析

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
运费金额（万元）	1,392.25	2,774.21	2,594.28	2,598.11
销售数量（吨）	19,129.15	38,169.91	33,359.44	34,405.99
单位运费（万元/吨）	0.07	0.07	0.08	0.08

公司与物流商结算模式为：根据运输距离远近，约定每立方单位运价。因此，运费的大小主要取决于运输距离以及货物体积。2018年度公司通过分析历史数据，减小了纸箱容积规格，改善了以往纸箱容积空耗的情况，使得同等重量产品占用的体积下降，从而使2018年度及2019年1-6月单位运费有所下降。

（4）其他类别费用变动分析

2017年度会务费较2016年度减少794.91万元，减少幅度为66.24%，主要是由于2016年度为了增加经销商信心，宣传企业形象，公司专门举办了一场大规模经销商大会，总费用约934万元，其他年份未专门举办。

2017年度广告及咨询费较2016年度增加764.53万元，主要由于2017年公司聘请了代言人，合同总额1,200万，有效期两年，2017年摊销额472万元。

（5）销售费用与同行业上市公司对比分析

发行人及同行业可比公司销售费用率如下：

名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
洽洽食品	13.52%	13.58%	13.57%	12.83%
盐津铺子	25.11%	25.98%	30.63%	27.47%
有友食品	10.03%	9.59%	9.18%	10.38%
养元饮品	15.38%	12.67%	13.86%	12.05%
西麦食品	36.97%	38.89%	34.89%	35.12%
平均	**20.20%**	**20.14%**	**20.43%**	**19.57%**
甘源食品	**19.98%**	**18.94%**	**21.24%**	**21.91%**

发行人销售费用率明细表格如下

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
工资薪酬及福利	3,458.37	7.70%	6,217.23	6.82%	5,963.18	7.57%	5,019.48	7.09%
物流快递费	2,051.30	4.57%	4,043.79	4.44%	4,440.23	5.64%	3,913.75	5.53%
促销推广费	1,743.08	3.88%	3,128.05	3.43%	2,805.44	3.56%	3,223.97	4.55%
差旅费	682.03	1.52%	1,289.35	1.41%	1,091.95	1.39%	1,132.81	1.60%
广告及咨询费	141.51	0.32%	979.39	1.07%	919.11	1.17%	154.58	0.22%
会务费	258.98	0.58%	512.08	0.56%	405.08	0.51%	1,199.98	1.69%
其他	635.14	1.41%	1,092.19	1.20%	1,101.67	1.40%	868.53	1.23%
合计	**8,970.42**	**19.98%**	**17,262.08**	**18.94%**	**16,726.66**	**21.24%**	**15,513.10**	**21.91%**

公司销售费用率与同行业可比公司平均水平相近，但是各公司销售规模大小不一、经销商模式下具体销售策略有差别、销售产品和销售区域不同，因而具体的销售费用率及销售费用构成明细存在较大差异，具体分析如下：

①与洽洽食品对比分析

报告期内，洽洽食品销售费用率为 12.83%、13.57%、13.58%和 13.52%，较公司低 9.08%、7.67%、5.36%和 6.46%。根据洽洽食品定期报告公开披露数据，其销售费用主要由促销推广费、工资及附加和运费构成，合计占销售费用的比例分别约为 90%。

洽洽食品报告期内营业收入为，351,301.18 万元、360,273.81 万元、419,704.56 万元和 198,722.82 万元，销售费用明细如下表，

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率

广告促销费	14,373.50	7.23%	29,679.23	7.07%	22,521.44	6.25%	19,507.86	5.55%
工资及附加	5,014.44	2.52%	10,840.42	2.58%	11,887.58	3.30%	10,649.90	3.03%
运费	5,561.15	2.80%	11,784.15	2.81%	9,804.17	2.72%	10,685.28	3.04%
其他	1,926.18	0.97%	4,692.46	1.12%	4,673.32	1.30%	4,231.51	1.20%
合计	**26,875.27**	**13.52%**	**56,996.25**	**13.58%**	**48,886.51**	**13.57%**	**45,074.55**	**12.83%**

A. 职工薪酬与福利对比

2018 年度，洽洽食品工资及附加为 10,840.42 万元，销售费用率为 2.58%；发行人工资薪酬及福利为 6,217.23 万元，销售费用率为 6.82%。

洽洽食品与发行人类似，已建立了覆盖全国的经销商网络体系，根据洽洽食品 2018 年年报披露，其 2018 年年末销售人员为 658 人，发行人 2018 年末销售人员为 540 人。

由于洽洽食品 2018 年营业收入为 41.97 亿元，而发行人 2018 年营业收入为 9.11 亿元，洽洽食品业务规模远高于发行人，在经销商网络体系类似且销售人数差异不大的情况下，洽洽食品工资及附加的销售费用率远低于发行人。

B. 促销推广费（含广告费及咨询费）对比

2018 年度洽洽食品广告促销费为 29,679.23 万元，销售费用率为 7.07%；发行人促销推广费与广告及咨询费合计为 4,107.44 万元，销售费用率为 4.51%。

发行人广告促销费金额显著低于洽洽食品，主要是因为发行人销售规模远小于洽洽食品。发行人促销推广费与广告及咨询费对应的费用率略低于洽洽食品，主要是因为发行人在销售战略选择上更倾向于经销商网络的完善和销售队伍的培养，而规模更大的洽洽食品在品牌维护和新品推广上的投入更多。

C. 物流快递费

2018 年度，洽洽食品运费为 11,784.15 万元，销售费用率为 2.81%，发行人物流快递费为 4,043.79 万元，销售费用率为 4.44%。发行人物流快递费金额显著低于洽洽食品，主要是因为发行人销售规模远小于洽洽食品。发行人物流快递费对应的费用率高于洽洽食品，主要是因为发行人只有萍乡市一处生产场所进行发货，而根据洽洽食品 2018 年年报披露，其子公司中业务性质为食品加工的有：重庆洽洽食品有限公司、安徽贝特食品科技有限公司、包头洽洽食品有限公司、哈尔滨洽洽食品有限公司、长沙洽洽食品有限公司、阜阳市洽洽食品有限公司、洽洽食品（泰国）有限公司。较多的生产中心可以有效的减少每个生产中心覆盖的销售区域范围，从而节约物流成本。

②与盐津铺子对比分析

报告期内，盐津铺子销售费用率为 27.47%、30.63%、25.98%和 25.11%，较公司高 5.56%、9.40%、7.04%和 5.12%。根据其公开披露数据，其销售费用主要由工资及福利、推广类促销费用、合同类促销费用、物流费、快递费和进场条码费构成，合计占销售费用的比例分别约为 90%。

盐津铺子报告期内营业收入为 68,348.43 万元、75,442.58 万元、110,755.39 万元和 64,074.24 万元，销售费用明细如下表，

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
工资及福利	6,823.96	10.65%	11,947.13	10.79%	10,380.09	13.76%	7,982.13	11.68%
推广类促销费用	2,208.36	3.45%	4,487.25	4.05%	3,814.69	5.06%	3,196.28	4.68%
合同类促销费用	2,444.07	3.81%	4,571.21	4.13%	3,379.53	4.48%	2,761.46	4.04%
物流费	1,990.82	3.11%	3,330.06	3.01%	1,798.40	2.38%	1,559.58	2.28%
配送费	409.72	0.64%	1,420.47	1.28%	982.52	1.30%	849.19	1.24%
进场条码费	164.93	0.26%	652.66	0.59%	813.09	1.08%	664.48	0.97%
其他	2,045.11	3.19%	2,370.69	2.14%	1,942.71	2.58%	1,759.78	2.57%
合计	**16,086.97**	**25.11%**	**28,779.46**	**25.98%**	**23,111.02**	**30.63%**	**18,772.90**	**27.47%**

A. 职工薪酬与福利对比

2018 年度，盐津铺子工资及福利为 11,947.13 万元，销售费用率为 10.79%；发行人工资薪酬及福利为 6,217.23 万元，销售费用率为 6.82%。

发行人职工薪酬与福利金额与所占对应费用率均低于盐津铺子，主要是因为销售模式差异，导致盐津铺子销售人员多于发行人。盐津铺子销售模式为“直营商超为主导，经销跟随”，直营渠道和经销商渠道分开独立经营。因此盐津铺子的销售团队需要设置两套人员，职工薪酬支出相应更高。而发行人主要是经销模式，根据盐津铺子 2018 年年报披露，其销售人员数量为 1,134 人，发行人 2018 年末销售人员为 540 人，盐津铺子销售人员数量远高于发行人。

B. 促销推广费对比

2018 年度盐津铺子促销推广类费用区分为推广类促销费和合同类促销费用合计 9,058.45 万元，销售费用率为 8.18%；发行人 2018 年度促销推广费为 3,128.05 万元，销售费用率为 3.43%。

发行人促销推广费金额与所占对应费用率均低于盐津铺子，主要是因为发行

人与盐津铺子销售模式差异：盐津铺子更多与直营商超合作，因此促销推广费用较高。盐津铺子直营模式占比较高，商超系统入场费、推广费、展位费等各项费用收费较高。另外，盐津铺子产品品类较发行人多，各品类均需不断扩大促销推广力度。

C. 物流快递费

2018 年度盐津铺子物流快递费区分为物流费和配送费合计为 4,750.53 万元，合计销售费用率为 4.29%；发行人 2018 年度物流快递费为 4,043.79 万元，销售费用率为 4.44%。二者在金额与比例上相近，不存在明显差异。

③与有友食品对比分析

报告期内，有友食品销售费用率为 10.38%、9.18%、9.59%和 10.03%，较公司低 11.53%、12.06%、9.35%和 9.96%。2018 年度其销售费用主要由职工薪酬、市场费用、运输费、广告及宣传费和促销活动费构成，合计占销售费用的比例为 95.23%。

有友食品报告期内营业收入为 82,716.12 万元、98,971.83 万元、110,094.87 万元和 47,787.75 万元，销售费用明细如下表，

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
职工薪酬	1,247.12	2.61%	2,942.84	2.67%	2,299.86	2.32%	2,207.94	2.67%
市场费用	1,427.68	2.99%	1,974.51	1.79%	2,745.14	2.77%	2,427.09	2.93%
运输费	1,061.58	2.22%	2,710.89	2.46%	2,536.43	2.56%	2,003.55	2.42%
广告及宣传费	233.34	0.49%	1,297.86	1.18%	294.16	0.30%	541.04	0.65%
促销活动费	569.20	1.19%	1,131.82	1.03%	706.37	0.71%	879.24	1.06%
其他	253.31	0.53%	503.25	0.46%	498.82	0.50%	523.50	0.63%
合计	**4,792.23**	**10.03%**	**10,561.17**	**9.59%**	**9,080.78**	**9.18%**	**8,582.36**	**10.38%**

A. 职工薪酬与福利对比

2018 年度，有友食品职工薪酬为 2,942.84 万元，销售费用率为 2.67%；发行人工资薪酬及福利为 6,217.23 万元，销售费用率为 6.82%。

发行人职工薪酬与福利金额与所占对应费用率均高于有友食品，主要是因为销售区域不同导致雇佣的销售人员规模不同。发行人销售范围覆盖全国，2018 年末销售人员为 540 人；有友食品重点销售区域集中在西南片区，2018 年末销售人员为 275 人。

B. 促销推广费对比

2018 年度，有友食品市场费用、广告及宣传费和促销活动费合计为 4,404.19 万元，销售费用率为 4.00%；发行人促销推广费与广告及咨询费合计为 4,107.44 万元，销售费用率为 4.51%。二者在金额与比例上相近，不存在明显差异。

C. 物流快递费

2018 年度，有友食品运输费为 2,710.89 万元，销售费用率为 2.46%；发行人 2018 年度物流快递费为 4,043.79 万元，销售费用率为 4.44%。

发行人物流快递费金额与所占对应费用率均高于有友食品，主要是因为有友食品生产地与主要销售地均在西南片区，运输距离较近。

D. 其他费用对比

除职工薪酬与福利、促销推广费和广告及宣传费和物流快递费外，其他费用包括差旅费、会务费、办公费用等，有友食品 2018 年度合计为 503.25 万元，销售费用率为 0.46%；发行人 2018 年度合计为 2,893.62 万元，销售费用率为 3.18%。以上费用发行人金额及比例均高于有友食品，主要是因为发行人销售人员数量较多，因此发生的与人员相关费用、行政管理成本等高于有友食品。

④与养元饮品对比分析

报告期内，养元饮品销售费用率为 12.05%、13.86%、12.67%和 15.38%，较公司低 9.85%、7.38%、6.27%和 4.60%。根据其公开披露数据，2018 年度其销售费用主要由广告费、市场推广费、运输费用、包装物、促销品费用、职工薪酬构成，合计占销售费用的比例分别为 95.68%。

养元饮品报告期内营业收入为 890,034.90 万元、774,058.40 万元、814,424.39 万元和 345,663.20 万元，销售费用明细如下表，

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
广告费	21,466.94	6.21%	27,938.15	3.43%	35,305.10	4.56%	39,885.94	4.48%
市场推广费	8,845.31	2.56%	17,695.90	2.17%	15,273.35	1.97%	10,159.66	1.14%
运输费用	6,805.62	1.97%	15,494.33	1.90%	14,962.87	1.93%	17,308.02	1.94%
包装物	6,131.35	1.77%	16,550.09	2.03%	16,410.73	2.12%	17,124.32	1.92%
促销品费用	2,675.57	0.77%	10,872.23	1.33%	12,407.78	1.60%	14,100.60	1.58%
职工薪酬	5,881.05	1.70%	10,203.24	1.25%	8,392.98	1.08%	5,667.29	0.64%

交通差旅费	1,017.80	0.29%	4,094.30	0.50%	4,328.58	0.56%	2,365.17	0.27%
日常办公费用	341.61	0.10%	363.76	0.04%	225.08	0.03%	662.59	0.07%
合计	**53,165.24**	**15.38%**	**103,212.01**	**12.67%**	**107,306.46**	**13.86%**	**107,273.58**	**12.05%**

A. 职工薪酬与福利对比

2018 年度，养元饮品职工薪酬为 10,203.24 万元，销售费用率为 1.25%；发行人工资薪酬及福利为 6,217.23 万元，销售费用率为 6.82%。

养元饮品与发行人类似，已建立了覆盖全国的经销商网络体系，根据养元饮品 2018 年年报披露，其 2018 年年末销售人员为 633 人，发行人 2018 年末销售人员为 540 人。

而养元饮品 2018 年度的销售规模为发行人的 8.94 倍，在经销商网络体系类似且销售人数差异不大的情况下，养元饮品职工薪酬的销售费用率远低于发行人。

B. 促销推广费对比（含广告及咨询费）

2018 年度，养元饮品市场推广费、广告费和促销品费用合计为 56,506.29 万元，销售费用率为 6.94%；发行人促销推广费与广告及咨询费合计为 4,107.44 万元，销售费用率为 4.51%。

发行人广告促销费金额显著低于养元饮品，主要是因为发行人销售规模远小于养元饮品；发行人促销推广费与广告及咨询费对应的费用率低于养元饮品，主要是因为发行人在销售战略选择上更倾向于经销商网络的完善和销售队伍的培养，而规模更大的养元饮品在品牌推广和全国性广告投入更多资源。

C. 物流快递费

2018 年度，养元饮品运输费用为 15,494.33 万元，销售费用率为 1.90%；发行人物流快递费为 4,043.79 万元，销售费用率为 4.44%。

发行人物流快递费金额低于养元饮品，主要是因为销售规模明显小于养元饮品。

发行人物流快递费对应的费用率高于养元饮品，主要是因为发行人生产和发货中心少于养元饮品：2018 年发行人只有萍乡市一处生产场所，而根据养元饮品 2018 年年报，其生产地点（包括委托加工）有：河北养元、滁州养元、河南养元、鹰潭养元、河南华冠和四川华冠。较多的生产中心可以有效的减少每个生产中心覆盖的销售区域范围，从而节约物流成本。

⑤与西麦食品对比分析

报告期内，西麦食品销售费用率为35.12%、34.89%、38.89%和36.97%，较公司高13.21%、13.65%、19.95%和16.98%。根据其公开披露数据，2018年度其销售费用主要由职工薪酬、宣传推广费和运输装卸费构成，合计占销售费用的比例分别为96.45%。

西麦食品报告期内营业收入为63,083.09万元、71,950.60万元、85,085.32万元和44,504.75万元，销售费用明细如下表，

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
职工薪酬	6,222.25	13.98%	11,269.49	13.24%	9,674.88	13.45%	8,499.72	13.47%
宣传推广费	7,084.03	15.92%	15,054.71	17.69%	10,147.80	14.10%	9,579.95	15.19%
运输装卸费	2,627.84	5.90%	5,590.54	6.57%	4,338.81	6.03%	3,263.31	5.17%
其他	517.19	1.16%	1,174.85	1.38%	938.48	1.30%	812.51	1.29%
合计	**16,451.31**	**36.97%**	**33,089.59**	**38.89%**	**25,099.97**	**34.89%**	**22,155.49**	**35.12%**

A. 职工薪酬与福利对比

2018年度，西麦食品职工薪酬为11,269.49万元，销售费用率为13.24%；发行人工资薪酬及福利为6,217.23万元，销售费用率为6.82%。

发行人职工薪酬与福利金额和占比均低于西麦食品，主要是因为发行人与西麦食品销售模式有一定差别。根据西麦食品招股说明书披露，其经销商模式业务收入占比 73%、直营业务收入占比 27%，其在全国主要销售城市派驻业务人员与客户进行对接，同时也在各主要销售网点派驻了导购人员，负责公司产品的推广和促销等。因此西麦食品的销售团队人员需求较多，职工薪酬支出较高。2018年度西麦食品销售人员为1,422人，远高于发行人的540人。

B. 促销推广费对比

2018年度，西麦食品宣传推广费为15,054.71万元，销售费用率为17.69%；发行人促销推广费和广告及咨询费为4,107.44万元，合计销售费用率为4.51%。

发行人在促销推广费和广告及咨询费金额和占比上均低于西麦食品，主要有两个原因：

i 在销售战略的选择上，西麦食品更注重品牌建设和新品推广的投入。西麦食品招股说明书披露：西麦食品重视品牌建设，为保持稳定的行业地位及产品的

品牌影响力，树立良好的品牌形象，公司在广告及市场推广方面保持着较高的投入力度；报告期内，西麦食品加大了对产品和渠道的开发力度，2017 年推出了水果燕麦片、烘焙燕麦片等新产品，因此 2017 年进场费金额较大。

ii 获取促销推广费发票的比例有所不同。

公司与西麦食品均向经销商提供市场推广专项补贴，其中公司的市场推广专项补贴大部分形成折扣额度抵减收入，仅有少数规模较大的经销商可以向公司开具对应费用的增值税专用发票计入费用，报告期公司实际市场费用的情况如下：

单位：万元

	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
扣减营业收入	3,672.23	5,427.10	6,281.01	4,682.80
计入销售费用	336.44	643.20	508.72	330.20
合计	**4,008.67**	**6,070.30**	**6,789.73**	**5,013.00**

西麦食品同类补贴中计入销售费用的比例明显高于发行人，其实际市场费用情况如下：

单位：万元

	2018 年度	2017 年度	2016 年度
商业折扣	5,954.77	8,286.92	6,007.97
市场推广费	13,581.18	8,011.12	8,364.40
合计	**19,535.95**	**16,298.04**	**14,372.37**

注：西麦食品未公开披露 2019 年 1-6 月数据

C. 物流快递费

2018 年度西麦食品运输装卸费为 5,590.54 万元，销售费用率为 6.57%，发行人物流快递费为 4,043.79 万元，销售费用率为 4.44%。

发行人物流快递费金额和比例均低于西麦食品，主要是因为西麦食品销售数量大于发行人，发行人2018年销量为40,811.70吨，西麦食品2018年销量为55,785.89吨。

2、管理费用及研发费用

报告期内，公司主要管理费用及研发费用构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	金额	占比	金额	增长率	占比	金额	增长率	占比	金额	占比
工资薪酬及福利	930.35	49.45%	2,033.48	7.81%	48.49%	1,886.13	22.43%	44.12%	1,540.58	57.03%
折旧及摊销	252.01	13.39%	442.85	51.88%	10.56%	291.57	42.75%	6.82%	204.25	7.56%

办公费	95.09	5.05%	213.89	23.38%	5.10%	173.36	-12.97%	4.05%	199.20	7.37%
存货报废	95.77	5.09%	209.81	-35.40%	5.00%	324.76	264.45%	7.60%	89.11	3.30%
中介及咨询费	135.25	7.19%	177.60	-7.71%	4.23%	192.44	107.62%	4.50%	92.69	3.43%
差旅费	40.09	2.13%	113.35	41.88%	2.70%	79.89	188.72%	1.87%	27.67	1.02%
交际应酬费	37.69	2.00%	88.19	22.78%	2.10%	71.83	54.81%	1.68%	46.40	1.72%
股份支付	-	-	-	-100.00%	-	747.88	100.00%	-	-	-
其他	96.79	5.14%	310.77	54.04%	7.41%	201.74	6.65%	4.72%	189.16	7.00%
管理费用小计	1,683.03	89.45%	3,589.94	-9.56%	85.59%	3,969.60	66.16%	92.85%	2,389.06	88.45%
研发费用	198.47	10.55%	604.30	97.68%	14.41%	305.69	-2.04%	7.15%	312.07	11.55%
合计	**1,881.50**	**100.00%**	**4,194.24**	**-1.90%**	**100.00%**	**4,275.29**	**58.28%**	**100.00%**	**2,701.13**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用及研发费用分别为 2,701.13 万元、4,275.29 万元、4,194.24 万元和 1,881.50 万元，管理费用及研发费用率分别为 3.81%、5.43%、4.60%和 4.19%，报告期内管理费用及研发费用率相对稳定。

公司 2017 年度工资薪酬及福利费用较 2016 年度增加 345.55 万元，增幅为 22.43%，2018 年度工资薪酬及福利费用较 2017 年度增加 147.35 万元，增幅为 7.81%，增加的主要原因系员工人数增加及工资上调所致。

2017 年度股份支付费用 747.88 万元，系 2017 年 11 月 18 日，经甘源食品股东大会决议通过，由员工持股平台铭智投资、铭望投资、铭益投资以人民币 2,595.0465 万元现金形式认购新增股份 173.0031 万股事项所致。

2018 年度研发费用上升较多，主要系三期工程两个车间于 2018 年度投入使用，相关工艺流程研发优化工作较多所致。

如下表所示，公司管理费用及研发费用占营业收入的比例与同行业可比公司平均水平亦较为接近。

公司	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
洽洽食品	6.09%	5.64%	5.83%	5.76%
盐津铺子	6.77%	7.23%	8.39%	8.31%
有友食品	4.25%	4.78%	5.11%	5.26%
养元饮品	1.28%	0.85%	0.84%	0.75%
西麦食品	4.34%	4.83%	8.63%	5.03%
平均	**4.55%**	**4.67%**	**5.76%**	**5.02%**
甘源食品	**4.19%**	**4.60%**	**5.43%**	**3.81%**

数据来源：东方财富，平均值为上述上市公司相关指标算术平均值。

3、财务费用

报告期内，公司主要财务费用构成项目变化情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
财政贴息	-	-	-28.52	-
利息收入	-3.89	-2.65	-2.08	-5.85
利息支出	-	-	-	140.31
手续费	0.65	1.01	0.75	5.02
汇兑损益	-0.17	-30.55	17.04	-6.83
合计	**-3.41**	**-32.19**	**-12.81**	**132.65**

报告期内，公司财务费用分别为 132.65 万元、-12.81 万元、-32.19 万元和-3.41 万元，公司财务费用较少。

（五）信用减值损失及资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失及资产减值损失情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
坏账准备	-8.17	64.40	8.76	6.48
存货跌价准备	122.30	277.62	38.56	23.14
合计	**114.12**	**342.01**	**47.32**	**29.62**

（六）投资收益

报告期内，公司投资收益分别为 490.40 万元、509.80 万元、635.44 万元和 283.81 万元，公司的投资收益均来源于购买理财产品产生的收益。

（七）其他收益

公司其他收益为政府补助，公司报告期内收到的政府补助处理如下：

1、2019年1-6月

（1）与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	期初 递延收益	本期 新增补助	本期 摊销	期末 递延收益	本期摊销 列报项目
河南生产线建设项目补助	5,173.40	-	-	5,173.40	其他收益
三期工程建设项目补贴	4,058.66	-	93.90	3,964.76	其他收益
二期生产线建设贴息	19.33	-	1.97	17.37	其他收益
土地费用及规费补贴	-	368.55	1.34	367.20	其他收益
合计	**9,251.40**	**368.55**	**97.21**	**9,522.73**	

（2）与收益相关，且用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的政府补助

单位：万元

项目	金额	列报项目
萍乡经济技术开发区财政局 2018 年纳税大户奖励	100.00	其他收益
萍乡经济技术开发区财政局 2018 年经开区科技创新奖	11.00	其他收益
合计	**111.00**	

2、2018年度

（1）与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	期初 递延收益	本期 新增补助	本期 摊销	期末 递延收益	本期摊销 列报项目
河南生产线建设项目补助	-	5,173.40	-	5,173.40	其他收益
三期工程建设项目补贴	1,190.28	2,994.79	126.41	4,058.66	其他收益
二期生产线建设贴息	23.27	-	3.93	19.33	其他收益
合计	**1,213.55**	**8,168.19**	**130.34**	**9,251.40**	

（2）与收益相关，且用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的政府补助

单位：万元

项目	金额	列报项目
萍乡经济技术开发区财政局税收返还	519.47	其他收益
萍乡经济技术开发区财政局上市补助	455.50	营业外收入
江西萍乡经济开发区财政局 2017 年纳税奖	100.00	其他收益
江西萍乡经济开发区财政局智能制造专题-休闲食品加工智能工厂建设补助款	36.00	其他收益
萍乡经济技术开发区财政局个人所得税手续费返还	13.44	其他收益
江西萍乡经济开发区财政局 2017 年企业科技创新奖	3.00	其他收益
代理开发支库往来户淘汰燃煤锅炉专项资金	3.00	其他收益
代理开发支库往来户农业专项扶持资金	1.00	其他收益
合计	**1,131.41**	

3、2017年度

（1）与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	期初	本期	本期	期末	本期摊销

	递延收益	新增补助	摊销	递延收益	列报项目
三期工程建设项目补贴	-	1,194.40	4.12	1,190.28	其他收益
二期生产线建设贴息	-	27.20	3.93	23.27	其他收益
合计	**-**	**1,221.60**	**8.05**	**1,213.55**	

（2）与收益相关，且用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的政府补助

单位：万元

项目	金额	列报项目
2017 年工业发展基金扶持款	158.72	其他收益
开发区财政局 2016 科技创新奖	10.00	其他收益
开发区财政局 2016 年党政联经费	9.45	营业外收入
江西萍乡经济开发区财政局纳税奖励款	8.00	其他收益
萍乡经济技术开发区财政局个人所得税手续费返还	7.34	其他收益
江西萍乡经济开发区财政局 115 号现代农业扶持资金	4.50	其他收益
合计	**198.01**	

（3）直接取得的财政贴息

单位：万元

项目	期初 递延收益	本期 新增	本期 结转	期末 递延收益	本期结转 列报项目
农业开发贷款贴息财政补助	-	50.00	50.00	-	财务费用
经营款贷款贴息补助	-	36.00	36.00	-	财务费用
合计	**-**	**86.00**	**86.00**	**-**	

4、计入当期损益的政府补助金额

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
计入当期损益的政府补助金额	208.21	1,261.75	292.06	321.23

（八）营业外收支

报告期内，公司的营业外收支情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业外收入：				
政府补助	-	455.50	9.45	321.23
非流动资产毁损报废利得	-	2.30	-	-
其他	4.06	8.65	15.45	12.04

合计	**4.06**	**466.45**	**24.90**	**333.27**
营业外支出：				
非流动资产处置损失	40.40	36.02	17.88	1.34
滞纳金	-	0.31	27.48	-
无法收回款项	-	0.10	7.82	-
其他支出	3.15	0.41	5.39	2.43
合计	**43.55**	**36.83**	**58.57**	**3.77**

（九）主要产品销售价格及原材料价格变动对公司利润的敏感性分析

1、主要产品销售价格的敏感性分析

报告期内，瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列一直是公司的主导产品，三者合计主营业务收入占比约 75%、毛利额占比超过 80%。在其他因素不变的情况下，瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列产品各自平均销售价格每变动 1%，对公司营业毛利的影响情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
瓜子仁系列平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	116.13	253.98	247.90	243.44
营业毛利变动比	0.63%	0.69%	0.83%	0.94%
蚕豆系列平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	97.55	211.64	201.15	203.24
营业毛利变动比	0.53%	0.57%	0.67%	0.79%
青豌豆系列平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	108.06	209.15	172.54	161.36
营业毛利变动比	0.58%	0.57%	0.58%	0.63%

由上表可以看出，随着公司产品品种逐渐丰富，公司营业毛利对瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列产品价格变动的敏感性逐渐降低。

2、主要原材料采购价格对公司利润影响的敏感性分析

公司生产所需的主要主原料是瓜子仁、蚕豆和青豌豆，主要辅料为棕榈油，这些原材料的价格与上游农业作物的收成息息相关。在其他因素不变的情况下，假设上述原材料平均采购价格每变动 1%，对营业毛利的影响和敏感度情况分别如下表所示：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

瓜子仁平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	19.30	41.09	43.98	47.70
营业毛利变动比	-0.10%	-0.11%	-0.15%	-0.19%
蚕豆平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	15.07	31.90	37.37	49.88
营业毛利变动比	-0.08%	-0.09%	-0.13%	-0.19%
青豌豆平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	19.24	38.64	33.31	34.65
营业毛利变动比	-0.10%	-0.10%	-0.11%	-0.13%
棕榈油平均单价变动率	1%	1%	1%	1%
营业毛利变动额（万元）	25.50	53.27	54.27	57.23
营业毛利变动比	-0.14%	-0.14%	-0.18%	-0.22%

由上表可以看出，公司营业毛利对主要原材料的价格变动的敏感性较低。

（十）非经常性损益及少数股东权益的影响分析

报告期内，非经常性损益占公司净利润的比例分别为 12.48%、-2.99%、11.71%和 7.25%，总体对公司经营业绩影响较小，公司盈利主要源于主营业务。有关报告期内公司非经常性损益情况请参见招股说明书“第十节财务会计信息”之“七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表”。

报告期内，公司无少数股东权益。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量简表如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,174.45	24,931.14	6,728.06	9,031.47
投资活动产生的现金流量净额	-5,156.16	-7,291.03	-8,147.71	-9,138.25
筹资活动产生的现金流量净额	-7,010.57	-6,000.00	1,103.76	-1,717.35
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.17	30.55	-17.04	6.83
现金及现金等价物净增加额	-8,992.11	11,670.65	-332.92	-1,817.29

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,031.47 万元、6,728.06 万元、24,931.14 万元和 3,174.45 万元。其中经营活动现金流入分别为 85,219.11 万元、93,220.79 万元、116,391.06 万元和 50,730.42 万元，经营活动现金流出分别为 76,187.64 万元、86,492.73 万元、91,459.93 万元和 47,555.97 万元。

报告期内公司销售商品、提供劳务收到现金分别为 84,298.11 万元、91,457.24 万元、105,832.54 万元和 49,879.89 万元，均高于当期营业收入，与公司主要采取款到发货的方式销售模式相符。

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,031.47 万元、6,728.06 万元、24,931.14 万元和 3,174.45 万元，同期净利润为 4,928.31 万元、6,212.77 万元、11,987.94 万元和 5,455.13 万元，报告期内公司营业规模稳定增长，平均经营活动现金流量净额总体高于公司净利润，体现了公司良好的收益质量。

2018 年度，公司经营活动产生的现金流量净额大幅增长，主要系 2018 年度收到三期建设项目及河南生产线建设项目的与资产性相关的政府补助 8,168.19 万元。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额分别为-9,138.25 万元、-8,147.71 万元、-7,291.03 万元和-5,156.16 万元。报告期内公司投资活动的现金流出主要为购买土地使用权、设备和新建厂房。公司的主要投资活动围绕公司的主营业务展开，资本性支出为公司的后续发展提供了坚实的物质基础和资产保障。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为-1,717.35 万元、1,103.76 万元、-6,000.00 万元和-7,010.57 万元。公司筹资活动较少，筹资活动现金流入主要为 2017 年引进新股东获得的投资款项，筹资活动现金流出主要为偿还银行借款及分配股利。

四、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本支出情况

公司报告期内重大资本性支出情况如下表所示：

单位：万元

资本支出项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
支付土地款	-	6,049.93	2,370.25	1,657.72
支付的工程款	2,134.01	5,387.87	2,429.13	1,257.80
支付设备款	1,392.43	4,169.95	1,474.23	3,089.46
合计	**3,526.44**	**15,607.75**	**6,273.62**	**6,004.98**

（二）未来可预见的重大资本支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金投资项目。在募集资金到位后，公司将按拟定的投资计划分期进行投资，具体情况参见本招股说明书“第十三节募集资金运用”之“一、本次募集资金运用概况”。

五、公司重大会计政策及会计估计与可比上市公司的比较

公司执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》（财会[2006]3 号）及其后续规定，重大会计政策或会计估计与可比上市公司相比，不存在重大差异。

六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势

根据公司目前现有业务的运行状况和未来可预期的计划安排，公司后续年度财务状况和盈利能力的趋势分析如下：

（一）公司财务状况的未来趋势分析

报告期内，随着公司规模的扩大和营业收入的快速增长，公司资产规模尤其是流动资产规模实现快速增长。公司最近三年息税折旧摊销前利润逐年大幅度增长，具有良好的偿债能力。公司的流动资产以货币资金、应收账款、存货及预付款项为主。公司资产质量良好，具备较强的偿债能力，健康的财务状况为公司未来的业务发展提供了有力的保障。

未来募集资金到位后，公司的经营规模将进一步扩大，融资渠道也将进一步丰富。公司将继续坚持稳健的财务政策，保持合理的资产负债率水平，保持良好的财务状况，降低财务风险。

（二）公司盈利能力的未来趋势分析

公司主营业务突出，主营产品盈利能力较强，整体财务状况良好，资产周转能力较高，未来公司财务状况和盈利能力将持续向好。随着本次公开发行募集资金到位后，公司将扩建现有产品生产线，提升主营产品的生产销售能力；同时积极开发新产品，优化公司产品结构，迎合市场消费升级需求；此外，公司将继续扩大品牌建设及营销渠道升级建设投入，进一步强化公司品牌实力，提升品牌知名度和影响力，巩固和提升公司营销渠道优势，提升产品市场竞争力。公司主营业务未来前景广阔，产品优势明显，财务状况良好，盈利能力较强。公司目前正

处于新一轮快速发展期，募集资金投资项目投产后，公司将进一步增强现有优势，提高盈利能力和竞争能力。

七、募集资金项目的影响

（一）对财务状况的影响

公司募集资金项目建成达产后，根据项目可研报告年平均新增净利润8,556.82万元。公司盈利能力将进一步增强。

（二）对核心竞争力的影响

公司管理层一致认为，公司股票发行上市不仅能够优化公司资本结构，降低财务成本，而且还有利于改善公司的法人治理结构和管理水平，提高公司的知名度和影响力，全面提升公司的盈利能力及核心竞争力，实现公司可持续健康发展。

八、本次发行摊薄即期回报的分析及填补措施

（一）本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

按照本次公开股票数量上限2,330.40万股计算，本次公开发行完成后，公司总股本将由6,991.1831万股增加至9,321.5831万股。本次发行募集资金扣除发行费用后将用于年产3.6万吨休闲食品河南生产线建设项目、自动化生产线技术改造项目、研发中心建设项目、信息化建设项目、电子商务平台建设项目和营销网络升级及品牌推广项目。本次发行后，由于募集资金项目建设周期较长，募集资金产生效益需要一定的过程和时间，公司的净利润短期内有可能无法与净资产同步增长，存在净资产收益率和每股收益等指标在短期内下降的风险。

公司对本次公开发行对即期回报的影响测算如下：

1、财务指标计算主要假设和前提条件

（1）假设宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、市场情况等方面没有发生重大不利变化。

（2）公司 2018 年实现归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润为10,584.54万元。根据公司经营的实际情况及谨慎性原则，假设2019年归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润分别较 2018 年增长 0%、增长 10%和增长20%测算。

该假设仅用于计算本次公开发行摊薄即期回报对主要指标的影响，不构成公

司的盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

（3）假设本次公开发行于 2019 年 10 月底完成发行。该完成时间仅用于计算本次公开发行对摊薄即期回报的影响，最终以经证监会核准并实际发行完成时间为准。

（4）假设本次公开发行募集资金总额为 95,394.10 万元，不考虑发行费用等影响；假设发行数量为 2,330.40 万股，实际发行数量和募集资金以经中国证券监督管理委员会核准发行的发行数量、实际募集资金总额为准。

（5）未考虑本次公开发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况等（如营业收入、财务费用、投资收益等）的影响。

（6）假设公司每年的利润分配方案均为当年实现的可供分配利润的 20%。

（7）在预测公司发行前后净资产时，未考虑除募集资金、扣除非经常性损益的净利润之外的其他因素对净资产的影响。

2、对公司主要财务指标的影响

基于上述假设，本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标影响的测算如下：

项目	2018.12.31/2018 年度	2019.12.31/2019 年度	
		本次发行前	本次发行后
总股本（万股）	6,991.1831	6,991.1831	9,321.5831
本期发行募集资金总额（万元）	95,394.10		
本期现金分红（万元）	7,000.00	2,397.59	2,397.59
期初归属于母公司的所有者权益（万元）	34,648.37	40,636.31	40,636.31
假设一：2019 年度归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润较 2018 年度增长 0%			
归属于上市公司股东的净利润（扣除非经常性损益后）（万元）	10,584.54	10,584.54	10,584.54
期末归属于母公司的所有者权益（万元）	40,636.31	50,226.66	145,620.76
基本每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	1.51	1.51	1.43
稀释每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	1.51	1.51	1.43
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）	28.12%	23.30%	17.26%
假设二：2019 年度归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润较 2018 年度增长 10%			
归属于上市公司股东的净利润（扣除非经常性损益后）（万元）	10,584.54	11,642.99	11,642.99
期末归属于母公司的所有者权益（万元）	40,636.31	51,185.70	146,579.80
基本每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	1.51	1.67	1.58

稀释每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	1.51	1.67	1.58
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）（%）	28.12%	25.36%	18.84%
假设三：2019 年度归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润较 2018 年度增长 20%			
归属于上市公司股东的净利润（扣除非经常性损益后）（万元）	10,584.54	12,701.45	12,701.45
期末归属于母公司的所有者权益（万元）	40,636.31	52,144.73	147,538.83
基本每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	1.51	1.82	1.72
稀释每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	1.51	1.82	1.72
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）（%）	28.12%	27.38%	20.39%

注：基本每股收益、稀释每股收益、加权平均净资产收益率系按照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）规定计算，同时扣除非经常性损益的影响。

根据上表所得结论，本次公开发行完成后，公司2019年末的总股本和净资产将有一定幅度的提高，预计2019年度的基本每股收益和加权平均净资产收益率将有所摊薄。

（二）董事会关于本次首次公开发行的必要性和合理性的说明

1、本次公开发行的募集资金投资项目是实施公司发展战略的重要举措。本次募投项目中“年产3.6万吨休闲食品河南生产线建设项目”实施后将扩大公司产能，同时将在北方建立起生产基地，进一步拓展北方市场，扩大生产规模并降低生产成本；“自动化生产线技术改造项目”的实施将提升公司生产工艺的自动化水平，在提高生产效率的同时，减少人工与产品的接触，最大限度地提升产品质量的安全性和稳定性。“研发中心建设项目”建成后，将提高公司技术创新能力，提高食品加工产业技术水平，提高公司的科研开发和成果转化能力，有助于公司丰富产品结构及进一步健全公司食品安全检测体系；“信息化建设项目”建成后将提升公司的整体管理水平和生产过程控制水平；“电子商务平台建设项目”的实施将有利于提升公司品牌知名度，助力公司赢得市场先机；“营销网络升级及品牌推广项目”的实施将增强公司重点销售区域对核心终端渠道的掌控，提升客户对公司品牌、产品的体验和认知程度。

上述募集资金投资项目的实施，将为公司的未来发展奠定良好基础，进一步增强公司的核心竞争力，实现公司的可持续发展。关于上述募投项目实施的必要性和合理性，详见本招股说明书之“第十三节募集资金运用”之“二、募集资金投

资项目情况简介”。

2、近年来公司业务发展较快，随着销售规模的扩大，目前仅依靠自身积累已经难以满足公司发展的需要，公司需要更多的资金支持业务的快速发展和公司规模的不断扩大。

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加，资产负债率进一步下降。随着募集资金投资项目的逐步投产，公司产品结构得到优化，新产品的销售收入将以较快速度增长，公司的营业收入和利润水平将会增加，净资产收益率也将升至较高水平。

3、公司通过本次公开发行将提升社会公众关注度和品牌知名度；借助公众公司的透明度和公信力开展业务、吸引人才；利用上市公司特有的对管理层和员工的激励机制如股权激励计划和员工持股计划对管理层和核心人员实施有效的股权激励和约束，提高经营效率；同时将充分利用资本市场的监督机制保持公司业务的全面、持久规范。从而进一步巩固和强化公司的竞争优势、行业地位，提升公司生产管理水平。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为以籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业，目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的近百种多品类休闲食品组合。本次募集资金投资项目均围绕主营业务开展，资金投向与公司主营业务一致。本次募集资金投资项目的顺利实施将有利于公司的长远发展，提升公司核心竞争力，形成新的利润增长点、提高盈利水平，并对公司的经营业绩起到较大的促进作用；募投项目的实施，有助于为全体股东带来持续、良好的投资回报，实现并维护全体股东的长远利益。

2、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）人员储备

公司员工队伍结构合理、经验丰富，研发技术人员、管理人员及骨干员工均具有多年的行业经验。本次募集资金投资项目将主要利用公司现有的销售、生产和技术团队实施，并根据项目推进及市场拓展情况及时调整增加。

（2）技术储备

公司经过多年发展，通过引进和不断创新现代食品生产技术，通过对传统产品进行配方创新、工艺改良和技术升级，已建立起了现代化、规模化生产的休闲食品生产工艺；拥有先进的生产设备、经验丰富的技术人员、成熟的生产工艺和严格的生产管理体系，在行业内具备较强的技术优势；公司拥有一支高素质的研发队伍，多年来坚持以市场为导向，专注于传统休闲食品的品种、工艺、配方和技术的创新、改良，取得了良好的效果。公司多年来积累的丰富的研发、技术经验，有利于公司推进募投项目顺利实施。

（3）市场储备

公司在销售渠道方面具备突出优势。经过多年的市场开拓，公司产品销售已覆盖至全国各地区，形成了以经销商为主，电子商务为辅的营销体系。截至 2018 年 12 月 31 日，公司合作的经销商超过 1,000 家。同时，公司在天猫、京东等各大主流电商平台拥有多家线上旗舰店，近年来线上收入保持较快发展。目前，公司拥有 500 多名经验丰富的销售人员及 1,000 多家稳定、高效的经销商队伍，终端渗透能力强，市场反应速度快。

同时，随着本次募集资金投资项目中“电子商务平台建设项目”和“营销网络升级及品牌推广项目”的实施，将增强公司对核心终端渠道的掌控，提升客户对公司品牌、产品的体验和认知程度，拓展公司的营销渠道和完善产品销售网络布局，为消化募投项目新增产能、实现收益提供了保障。

综上所述，公司在人员、技术和市场等方面的丰富储备，将为本次募集资金投资项目的实施提供有力保障。

（四）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

本次发行完成后，公司总股本和归属于公司股东所有者权益将有较大幅度增加，且募集资金投资项目建设需要一定周期。虽然公司的募集资金项目将用于公司主营业务发展并进行了严格论证，但在公司股本和净资产均增加的情况下，短期内，公司的每股收益和加权平均净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降。针对上述情况，公司提出以下措施进行应对并承诺如下：

1、公司现有业务板块运营状况，发展态势，面临的主要风险及改进措施

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现有业务为休闲食品业务板块。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的 99.5%以上，为营业

收入的主要来源。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司的主营业务收入分别为 70,723.77 万元、78,562.21 万元、90,931.61 万元和 44,751.76 万元，保持持续稳定增长；净利润分别为 4,928.31 万元、6,212.77 万元、11,987.94 万元和 5,455.13 万元，总体呈增长趋势，盈利能力较强。

关于未来发展，公司已制定业务发展战略规划，即以本次公开发行股票并上市为契机，利用已有的品牌、技术等优势以及募集资金投资项目的建设，继续巩固和扩大主导产品的市场占有率和行业领先地位，并重点发展各类新型坚果类、麻花、板栗等休闲食品，加大品牌推广及营销网络建设，强化公司产业链综合优势，提高公司核心竞争力，建设国内休闲食品优质品牌。

公司目前面临的主要风险及改进措施如下：

（1）食品质量及安全风险

近年来，随着消费升级和新零售趋势的兴起，新兴食品企业在崛起的同时，产品质量却参差不一；由于部分食品厂商的不规范生产经营，食品质量安全问题偶有发生，成为社会与舆论媒体的关注热点，国家也相继出台了一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。

公司产品仍不可避免的受限于原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免产品质量出现问题；在公司日常经营过程中，仍有可能因为质量控制制度和标准未得到严格执行、生产和检测流程操作不当等原因导致食品质量及安全问题的发生。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司品牌形象产生不利影响，进而对公司业绩产生影响。

针对食品安全问题，公司已建立起一套完整的产品及服务质量管理控制体系，对供应商的筛选与管理形成了一套严格的甄别和管理机制，依托公司的信息管理系统及产品溯源体系，实现从原材料采购、生产、仓储、配送、销售全过程的质量控制，以确保公司生产的产品安全健康。公司及其前身自成立以来从未发生过产品安全事故。

（2）销售渠道管理的风险

公司产品的销售以经销模式为主，公司通过与经销商签订合同，在下单、定价、送货、结算等方面做出约定，对经销商体系进行规范和管理。经销商主要在其购销业务上受本公司影响，其余管理皆独立于公司。如果经销商不能较好地理

解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的实力跟不上公司发展的需求，或因经销商严重违反合同，公司将解除或不与其续签经销合同，从而对公司的销售收入造成影响。

除经销商渠道，公司还拓展了电子商务等销售渠道。目前，天猫商城、京东商城等第三方电商平台已发展成为成熟的销售渠道，并成为了社会消费品零售增长的重要驱动因素；但如果该等电商平台自身经营的稳定性或业务模式、经营策略发生了重大变化，或公司生产、物流的响应速度无法跟上电商平台的销售政策，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

为防范上述风险，公司已于 2017 年 11 月上线经销商管理系统，通过经销商管理系统对经销渠道业务进行管控。未来，随着本次募投项目中“电子商务平台建设项目”和“营销网络升级及品牌推广项目”的实施，公司将进一步完善销售网络覆盖，充分挖掘销售过程中累积的客户数据，了解客户的年龄、偏好和满意度等信息。在实现精准营销的同时，根据市场需求有针对性地改善公司的产品结构并能增强公司对核心终端渠道的掌控，提升客户对公司品牌、产品的体验和认知程度。

（3）原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为葵花籽、青豆、蚕豆、花生、棕榈油等，关联的上游行业主要为上述农副产品种植业。种植面积、气候条件、病虫害等因素将影响农副产品的产量和质量，进而直接给本行业企业的生产经营带来影响。此外，受到中美贸易摩擦的影响，如果部分进口自美国的农产品价格上涨，也将对行业内生产企业带来不利影响。虽然公司近年来提前做好了相对完善的防范措施，如加大原材料储存力度、增加其他国家的供应商选择数量、与供应商锁定固定期限的采购价格等，如果公司产品销售价格无法同步于原材料价格的波动，则可能会对公司的经营业绩产生影响。

为防范上述风险，公司将通过优化产品结构，提升新产品的销售量，提升工艺水平并实施成本控制等措施降低原材料价格上涨对公司利润的影响，同时公司将积极寻找加拿大、巴西等其他国家的青豌豆作为替代等，在不影响产品质量的前提下扩大供应商的选择空间。

2、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险和提高公司未来的持续回报能力，本次发行股票完成后，公司将通过强化募集资金管理与监督、完善利润分配制度、加强公司治理与内部控制等措施，降低本次发行摊薄股东即期回报的影响。

（1）加快募投项目实施，提升投资回报

加快募集资金投资项目的建设进度，加强对募集资金投资项目监控与管理，保证募集资金合理、合法的高效使用，争取早日实现项目预期效益。

（2）加强对募集资金的管理，防范募集资金使用风险

为保障公司规范、有效的使用募集资金，公司将加强募集资金管理，将募集资金存放于董事会决定的募集资金专项账户，并根据相关法规和公司《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金，保证募集资金按照约定用途合理规范的使用，防范募集资金使用风险。

（3）完善利润分配政策，注重投资者回报及权益保护

本次公开发行完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，加大落实对投资者持续、稳定、科学的回报，从而切实保护公众投资者的合法权益。

（4）加强经营管理及内部控制，提升经营业绩

公司将优化治理结构、加强内部控制，持续保持精益运营管理，加大各个环节成本控制力度，高效合理控制成本费用支出。

（五）公司董事、高级管理人员和控股股东及实际控制人的承诺

1、公司全体董事及高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人全体董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

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

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺公司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、若公司后续推出公司股权激励的，本人承诺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；

6、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

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，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并同意由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，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施；本人违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，将依法承担补偿责任。”

2、发行人控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司控股股东、实际控制人严斌生对公司首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺如下：

“1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、自本承诺出具日至本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会做出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和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管理措施，且本人应按照相关规定履行解释、道歉等相应义务。”

九、发行人重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在应予披露的重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

十、公司未来分红回报分析

参见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行上市后的股利分配政策和股东分红回报规划”。

第十二节 业务发展目标

一、公司业务发展战略规划

公司自设立以来，通过不断发展和创新，为市场提供营养化、多样化的休闲食品。目前，公司已经形成籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类等休闲食品的研发、生产与销售为一体的完整产业链。未来，公司将以本次公开发行为契机，利用已有的品牌、技术等优势以及募集资金投资项目的建设，继续巩固和扩大主导产品的市场占有率和行业领先地位，并重点发展各类新型坚果果仁、谷物酥类等休闲食品，加大品牌推广及营销网络建设，强化公司产业链综合优势，提高公司核心竞争力。

二、公司上市当年及未来两年的发展计划及措施

为实现发展目标，结合公司的优势和特点，公司以本次发行上市为契机，制定了以下具体发展规划：

1、产能扩张计划

本次募投项目将实施“3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目”、“自动化生产线技术改造项目”，项目建成投产后，公司将显著提高生产能力，南北两个生产基地为公司实现业务全国布局提供了坚实的产能支撑，从而为公司后续发展提供有效的保障，提升公司的生产规模和市场占有率，增强公司的整体竞争能力。

2、品牌提升计划

公司生产的休闲食品为快速消费品，市场参与主体较为众多。目前，公司生产的瓜子仁、青豌豆、蚕豆已经在行业内树立了良好的口碑，初步形成了一定的品牌影响力，但在全国范围内仍有必要进一步提高消费者对公司的品牌认知。在品牌营销方面，随着公司业务在全国范围的拓展，公司将以此为契机，加大公司的品牌推广，通过品牌专柜投放、广告媒体及网络推广、电子商务等多种方式，进一步扩大公司品牌影响力。

3、电子商务平台建设计划

随着生产能力的提升，公司拟通过“电子商务平台建设项目”对现有营销体系进行升级和扩展，以满足消费者多元化的购物需求。公司拟建设电子商务平台服

务体系，拓展线上销售渠道，实现线上线下协同运行的营销模式，以保持公司在行业中的优势地位。

4、信息系统建设计划

本次募投项目之一为“信息化建设项目”，本项目主要建设内容为企业管理平台、生产制造平台、电商平台、数据分析与决策支持平台及 IT 基础支持平台，项目将有助于提升公司信息技术软硬件环境和支持能力。通过本次信息系统建设计划，完善信息管理系统平台，将为发行人经营的可持续发展提供强有力的支撑。

5、产品开发与创新计划

随着消费升级、消费需求呈现多样化的发展趋势，产品创新对于休闲食品企业的重要性愈加凸显。公司将依托“研发中心建设项目”，以现有籽类炒货、坚果果仁、谷物酥类等品类为基础，充分利用已有的产品研发、行业经验等优势，不断加大对新产品的开发力度，着重对原材料选择、辅料运用、加工工艺、口感调配、产品包装等方面进行深入研究，结合休闲食品产品趋势，贴近市场和客户的需求，不断丰富公司的产品线，以提升公司的整体销售规模和盈利水平。

6、产品安全质量控制计划

食品安全控制是公司各项业务的重中之重，公司将在现有基础上进一步完善从原材料采购、半成品、成品，直至终端消费者的各个风险控制环节，从而最终形成一套更为完善严密的“食品安全可追溯体系”，以提高食品安全监控的有效性和实时性。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

本公司拟定上述发展规划，主要基于以下估计和假设：

1、公司能够顺利实现股票发行上市，募集资金及时到位。

2、国内政治、经济形势稳定，中外贸易形势趋好，宏观经济整体保持良好的发展态势，国家对本行业的支持政策无重大不利变化。

3、公司所遵循的现行法律、法规无重大变化，适用的各种税收及优惠政策无重大变化。

4、公司在本招股书“第四节风险因素”中所述风险得到有效控制，且不发生其他足以对公司生产经营产生根本性影响的风险。

5、公司现有的对生产经营有重大影响的主要管理层人员、核心技术人员和

业务骨干不出现较大幅度的人员变动。

6、无其他不可抗力或不可预见因素造成重大不利影响。

四、实施上述计划将面临的主要困难

（一）实施上述计划面临的主要困难

1、资金限制。实现公司的持续稳定发展需要较大规模的长期资金投入，进行必要的产品研发、产能扩张以及品牌和营销网络的建设。而公司目前的融资渠道较为有限，资金不足是公司实施上述发展计划面临的主要困难。如果公司不能募集到足够的资金，本次募集资金投资项目很可能无法按计划实施，从而影响公司业务规模的扩张，迫使公司放缓发展速度。

2、人才瓶颈。随着公司的生产规模的扩大，对生产计划组织和管理的要求越来越高，公司现有的人才队伍将难以满足业务日益发展的需求。有计划地吸引、培养一批熟练的技术工人、核心技术人才和管理人才是公司实施上述发展规划的关键。通过外部引进和内部培养等方式储备技术、管理、营销等各方面的人才将有利于上述公司经营目标的顺利实现。

（二）实现规划和目标拟采取的主要措施

1、公司本次发行股票为实现上述业务目标提供了资金支持，也是公司上述发展计划得以实现的重要前提。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快投产，进一步提高公司在休闲食品领域的研发实力，增强公司产品的核心竞争力。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，强化各项决策的合理性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

3、以本次发行上市为契机，公司将按照人力资源发展计划，加快对优秀人才尤其是专业技术人才和管理人才的引进，提高公司的人才竞争优势。

4、提高公司的社会知名度和市场影响力，进一步提升公司的品牌知名度和美誉度，充分利用公司的现有资源，积极开拓国内外市场，提高公司产品的市场占有率。

五、业务发展计划与现有业务的关系

上述业务发展计划的制定充分考虑了国内休闲食品行业的现状和发展趋势，

未来发展的业务与现有主营业务一致，目标是在现有业务的基础上巩固、创新与提高。业务发展计划符合公司的总体发展目标，将使主业更加突出和稳固，公司将在产品结构、产能扩张、技术开发、人力资源建设、市场拓展等方面有实质性的提高或完善。各项具体发展计划如能顺利实现，将大大提升公司现有业务水平，对公司做精做强、提升核心竞争力、增强综合实力起着重要作用。

六、本次发行对公司业务发展目标的作用

为确保上述发展计划的顺利实施，公司拟通过本次发行股票募集资金投资“3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目”、“自动化生产线技术改造项目”、“电子商务平台建设项目”、“研发中心建设项目”、“信息化建设项目”及“营销网络升级及品牌推广项目”以扩大公司产业规模，实现公司的产品升级，提高公司品牌影响力及市场营销能力，增强核心竞争力。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金运用概况

（一）本次募集资金投资项目基本情况

经公司 2019 年度第四次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公开发行人民币普通股不超过 2,330.40 万股，公开发行股票所筹的资金扣除发行费用后，将根据所处行业发展态势及公司发展战略，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况投资建设以下 6 个项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	拟投入募集资金	项目备案	环评批复	实施主体
1	年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目	41,315.72	36,440.72	2017-410523-13-03-042717	汤环管字（2018）88 号	安阳甘源
2	营销网络升级及品牌推广项目	35,409.71	35,409.71	萍开发改字[2018]124 号	豁免	发行人
3	电子商务平台建设项目	6,010.24	6,010.24	2018-410523-14-03-034598	豁免	安阳甘源
4	信息化建设项目	5,220.46	5,220.46	萍开发改字[2018]16 号	豁免	发行人
5	研发中心建设项目	4,576.99	4,576.99	萍开发改字[2018]15 号	萍开环字[2018]133 号	发行人
6	自动化生产线技术改造项目	7,735.98	7,735.98	萍开经字[2018]66 号	萍开环字[2019]17 号	发行人
	合计	**100,269.10**	**95,394.10**			

若本次公开发行实际募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决；若本次发行募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

发行人保荐机构认为，发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（二）募集资金专项存储制度的建立及执行情况

公司为了规范募集资金的使用和管理，提高募集资金的使用效率和效益，制定了《募集资金使用管理办法》。该办法规定募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户数量不得超过募集资金投资项目的个数；公司

应当在募集资金到位后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格按照募集资金使用计划确保专款专用，同时严格执行证券交易所及中国证监会有关募集资金使用的规定。

（三）发行人董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见

公司董事会已对上述募集资金投资项目作出可行性分析，认为公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平及管理水平与上述募集资金总额和投资相适应。

生产经营规模方面，公司已形成包括籽类炒货、坚果果仁及谷物酥类等在内的多种休闲食品组合。报告期内，公司主营业务收入发展良好，截至 2019 年 6 月 30 日，公司产品销售已覆盖至全国各地区，通过以经销商为主，电子商务为辅的营销体系，形成了 1,000 多家线下经销商和天猫、京东等多家电商平台的立体营销渠道。

财务状况方面，报告期 2016 年至 2019 年 6 月，公司经营业绩持续稳定增长，主营业务收入分别为 70,723.77 万元、78,562.21 万元、90,931.61 万元和 44,751.76 万元，公司财务状况良好。

技术水平方面，公司拥有先进的生产设备、经验丰富的管理人员及生产人员、成熟的生产技术工艺、严格的生产管理体系，及生产各类产品所需的产品配方、生产工艺、生产设备、检测仪器，在籽类炒货领域具备较强的技术优势。公司拥有一支高素质的研发队伍，以市场需求为导向，建立起高效率的研发体系，公司重点开展已有产品的改进和新产品的研发工作，不断推陈出新，确保公司在新品开发方面的研发优势。

市场地位方面，公司是省级农业产业化龙头企业，先后荣获中国食品工业协会坚果炒货委员会副会长单位、江西省著名商标、江西省专精特新中小企业、江西省工信委示范企业、江西省电子商务示范企业、江西省智能制造试点示范企业、江西省食品协会副会长单位等荣誉称号。

未来，公司将积极研发多种类、多口味的坚果果仁、谷物酥类等休闲食品，丰富公司产品类型，致力于成为以消费者需求为中心的休闲食品供应商。

（四）募集资金投资项目实施后不产生同业竞争，不会对公司独立性产生不利影响

本次募集资金投资项目“年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目”、“自动化生产线技术改造项目”、“研发中心建设项目”、“信息化建设项目”、“电子商务

平台建设项目”、“营销网络升级及品牌推广项目”的实施主体为甘源食品及其全资子公司。募投项目实施后，不会对公司产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目情况简介

（一）年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目

1、项目概况

项目名称：年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目

建设地点：河南省安阳市汤阴县城关镇李孔村

本项目主要是根据公司全国业务拓展的战略需要，在河南安阳新建食品生产基地。建设内容主要包括厂房和仓库建设、先进生产设备的购置、生产及管理人员的招聘，项目总投资 41,315.72 万元。

2、项目投资的必要性

休闲食品企业未来的竞争力将集中体现在如何更好地满足消费者日益多样化和个性化的需求，公司需要不断加大对产品工艺、配料、营养结构的改善和再次开发，不断增加产品品种，提升产品供给的灵活性，增加公司的盈利增长点。本项目生产的青豌豆、瓜子仁、蚕豆和南瓜子等产品在保留了传统风味的基础上，注入了新式口味与元素；同时，公司将提高以夏威夷果为代表的树坚果产品的生产能力，优化公司的产品结构，增强公司的盈利能力。本项目的实施，在扩大公司产能的同时，丰富了公司产品品种，将更好地满足市场需求。

3、项目投资具体情况

本项目总投资 41,315.72 万元，其中建设投资 39,515.72 万元，主要用于项目相关硬件设备的购置和厂房、仓库的建设，占募集资金总额的 95.64%；铺底流动资金 1,800.00 万元，占募集资金总额的 4.36%。项目的投资概算如下表所示：

项目投资概算

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）			合计	占比
		T+1	T+2	T+3		
1	建设投资	14,828.66	12,520.90	12,166.17	39,515.72	95.64%
1.1	建筑工程及设备	8,899.40	11,361.67	11,039.78	31,300.85	75.76%
1.1.1	设备购置及安装费		8,017.47	9,697.38	17,714.85	42.88%
1.1.2	土建工程费	8,579.40	1,380.20	1,327.40	11,287.00	27.32%

1.1.3	装修工程费	320.00	1,964.00	15.00	2,299.00	5.56%
1.2	建设工程其它费用	5,497.35	794.55	772.03	7,063.93	17.10%
1.3	预备费	431.90	364.69	354.35	1,150.94	2.79%
2	铺底流动资金			1,800.00	1,800.00	4.36%
3	项目总投资	14,828.66	12,520.90	13,966.17	41,315.72	100.00%

4、项目效益分析

本项目总投资 41,315.72 万元，项目建成后年均收入为 93,937.61 万元，年均净利润为 6,792.67 万元，税后项目内部收益率为 19.90%。

（二）营销网络升级及品牌推广项目

1、项目概况

项目名称：营销网络升级及品牌推广项目

建设地点：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业区

根据公司的发展战略及业务拓展的需要，在公司持续多年的渠道建设和品牌推广基础上，本项目拟在全国加大对各类网点散货柜的投入，同时加强品牌建设。项目建设完成后将增强公司对核心终端渠道的掌控，提升客户对公司品牌、产品的体验和认知程度，拓展公司的营销渠道，促进公司经营业绩的进一步提升。项目总投资 35,409.71 万元，包括营销网络升级投资 13,709.71 万元，品牌推广费投资 21,700.00 万元。

2、项目投资的必要性

在市场竞争中，品牌代表了企业的市场形象、市场定位与风格特色，凝结了企业的文化沉淀与精神内涵，而销售渠道是公司业绩增长的基础，是市场竞争的关键因素，亦是品牌形象的基础体现。通过本项目的实施，公司将扩大商超销售终端数量，建立更深层次的营销网络，实现产品在更多商超中进店并陈列展示，从而保障公司未来几年新增产能得到快速消化。同时，本项目还将扩大品牌知名度，在全国范围内树立起公司统一的品牌形象，促进公司产品的销售，提升和巩固公司的竞争地位。

3、项目投资具体情况

项目投资概算

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）			合计	占比
		T+1 年	T+2 年	T+3 年		
1	营销网络升级项目	4,764.03	4,513.87	4,431.81	13,709.71	38.72%

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）			合计	占比
		T+1 年	T+2 年	T+3 年		
1.1	设备购置与安装	3,498.53	3,496.37	3,489.31	10,484.21	29.61%
1.2	辅助人员工资	1,265.50	1,017.50	942.50	3,225.50	9.11%
2	品牌推广项目	4,200.00	8,300.00	9,200.00	21,700.00	61.28%
2.1	广告投放费	3,200.00	7,300.00	8,600.00	19,100.00	53.94%
2.2	展会推广费	1,000.00	1,000.00	600.00	2,600.00	7.34%
3	项目总投资	8,964.03	12,813.87	13,631.81	35,409.71	100.00%

（三）电子商务平台建设项目

1、项目概况

项目名称：电子商务平台建设项目

建设地点：河南省安阳市汤阴县城关镇

基于公司的发展战略规划，进一步加强和完善线上销售渠道是未来的重点工作之一，公司计划在现有规模和销售渠道的基础上，搭建一个电子商务平台服务体系。项目总投资为 6,010.24 万元，主要用于建设服务大楼、房租租赁及装修、购置硬件及安装、项目实施费用等。

2、项目投资的必要性

随着网络销售已经成为一种重要的营销手段，电子商务平台的建设有助于整合线上营销渠道，在提升公司品牌知名度的同时还可以将产品信息全方位地呈现给客户，并通过线上线下的反馈信息和数据分析改善产品供应结构，更好地满足客户的消费需求。本项目以线上线下协同为核心，给消费者、企业提供一个各取所需的应用平台，在实现精准营销的同时，根据市场需求有针对性地改善公司的产品结构，从而为公司开拓市场的新业务提供了强有力的支撑。

3、项目投资具体情况

本项目预计总投资额 6,010.24 万元，其中设备购置及安装投资 2,055.12 万元，占比 34.19%；土建工程投入 2,963.80 万元，占比 49.31%。

项目投资概算

序号	投资项目	T+1	T+2	投资金额（万元）	占项目总资金比例
一	**建设投资**	**3,536.60**	**1,698.16**	**5,234.76**	**87.10%**
1.1	软硬件设备投资	883.53	1,171.58	2,055.12	34.19%
1.2	土建工程	2,495.80	468.00	2,963.80	49.31%
1.2.1	建造费用	838.80	-	838.80	13.96%

1.2.2	租赁费用	234.00	468.00	702.00	11.68%
1.2.3	装修费用	1,423.00	-	1,423.00	23.68%
1.3	预备费	157.27	58.58	215.85	3.59%
二	**项目实施费用**	**116.96**	**658.51**	**775.48**	**12.90%**
2.1	人员费用	100.07	605.68	705.75	11.74%
2.2	项目能耗	16.89	52.84	69.73	1.16%
三	**项目总投资**	**3,653.56**	**2,356.68**	**6,010.24**	**100.00%**

（四）信息化建设项目

1、项目概况

项目名称：信息化建设项目

建设地点：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业区

根据甘源食品的发展战略，本项目主要建设内容为企业管理平台、生产制造平台、电商平台、数据分析与决策支持平台、IT 基础支持平台等建设，提升公司信息技术软硬件环境和支持能力，本项目总投资额 5,220.46 万元。

2、项目投资的必要性

从行业发展来看，目前中国农副食品加工主要还是以原料初加工为主，精细加工的程度比较低，行业竞争不充分。随着行业整合及行业成熟度的提高，食品加工企业的进化需要全面的信息化管理系统配合先进设备升级来转变原有粗放加工经营模式；从公司经营管理来看，休闲食品加工企业的“研、采、产、销”各环节涉及信息多、区域分布广导致生产经营是一个系统性工程，在一定程度上制约了小企业规模化发展。因此建设系统性的信息平台能够帮助休闲食品加工企业在生产运营各环节进行信息化管理。此外，企业的信息化建设还有利于促进公司各部门紧密配合，工作流程各环节管理可视化，为企业管理层决策提供实时依据。

3、项目投资具体情况

项目投资概算

序号	工程或费用名称	T+1	T+2	投资估算（万元）	占比
一	**建设投资**	**3,259.34**	**1,663.80**	**4,923.14**	**94.30%**
1.1	设备购置及安装费用	1,064.87	173.80	1,238.67	23.73%
1.2	软件购置费用	2,126.00	1,490.00	3,616.00	69.27%
1.3	机房改造装修费用	68.48		68.48	1.31%
二	**预备费**	**97.78**	**49.91**	**147.69**	**2.83%**

序号	工程或费用名称	T+1	T+2	投资估算（万元）	占比
三	**项目实施费用**	**49.58**	**100.04**	**149.62**	**2.87%**
2.1	人员工资及福利	18.00	51.90	69.90	1.34%
2.2	培训费	25.00	25.00	50.00	0.96%
2.3	能耗	6.58	23.14	29.72	0.57%
四	**项目总投资**	**3,406.70**	**1,813.75**	**5,220.46**	**100.00%**

（五）研发中心建设项目

1、项目概况

项目名称：研发中心建设项目

建设地点：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业区

根据行业技术发展趋势以及公司和市场需求现状，本项目主要建设内容包括实验室场地建设、研发中心硬件设备和软件工具的购置、人才招聘和培训。本研发中心总投资 4,576.99 万元。

2、项目投资的必要性

随着经济的快速发展，消费者可支配收入的增加，消费观念的转变，消费者对休闲食品的品质需求越来越高，市场需求快速多变。本项目的顺利实施，首先将有利于公司顺应行业发展趋势，通过产品创新、改进工艺和创新包装技术，使产品不断朝着更营养、更多样的方向发展。其次，有利于公司满足市场多样化、营养化需求，及时在产品的风味、品质以及种类上不断推陈出新，持续研发适应更多人群的差异化食品，丰富产品结构，提高市场占有率。再次，健全公司食品安全检测体系，全面提升企业产品质量安全检验水平，有力保障食品安全，从而提升公司的核心竞争力，持续保持行业竞争优势。

3、项目投资具体情况

项目投资概算

序号	费用名称	投资额（万元）			占募集资金比例
		T+1 年	T+2 年	合计	
一	**建设投资**	**3,109.62**	**490.46**	**3,600.07**	78.66%
1.1	软硬件设备投资	1,459.04	467.10	1,926.14	42.08%
1.1.1	新增设备投入	1,459.04	467.10	1,926.14	42.08%
1.1.2	新增软件投入	-	-	-	0.00%
1.2	土建工程	1,502.50	-	1,502.50	32.83%
1.2.1	建造费用	657.50		657.50	14.37%

1.2.2	装修费用	845.00		845.00	18.46%
1.3	预备费	148.08	23.36	171.43	3.75%
二	**项目实施费用**	**-**	**976.92**	**976.92**	21.34%
2.1	人员费用		283.14	283.14	6.19%
2.2	项目能耗		143.78	143.78	3.14%
2.3	其他费用		550.00	550.00	12.02%
合计		**3,109.62**	**1,467.37**	**4,576.99**	**100.00%**

（六）自动化生产线技术改造项目

1、项目概况

项目名称：自动化生产线技术改造项目

建设地点：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业区

根据公司的发展战略及业务拓展的需要，本项目主要是休闲食品生产线的自动化技术改造，建设内容主要包括厂房改造与建设、先进生产设备的购置、生产及管理人员的招聘。项目总投资 7,735.98 万元，其中建设投资 7,034.27 万元，预备费 351.71 万元，铺底流动资金 350.00 万元。

2、项目投资的必要性

在传统的食品生产线上，企业一般要配备大量的设备操作人员、搬运人员以及检测人员，容易导致人工操作失误、生产流程衔接慢、管理混乱等问题。随着劳动力成本的不断攀升，企业面临巨大人力成本压力，而休闲食品行业正在逐步提高自动化水平，在节省人工成本的同时提升产品生产效率。公司顺应行业发展趋势推行标准化生产，通过优化产品生产流程、减少人工与产品的接触，从整体上提升公司的生产水平；通过改造现有生产场地，引进先进的生产设备和检测设备，进一步完善食品质量安全体系，降低生产成本，进而增强公司的盈利能力。

3、项目投资具体情况

项目投资概算

序号	投资项目	投资金额（万元）	占项目总资金比例
一	**建设投资**	**7,034.27**	**90.93%**
1.1	软硬件设备投资	6,542.67	84.57%
1.2	土建工程	491.60	6.35%
1.2.1	建造费用	197.60	2.55%
1.2.2	装修费用	294.00	3.80%
二	**预备费**	**351.71**	**4.55%**
三	**铺底流动资金**	**350.00**	**4.52%**

四	项目总投资	7,735.98	100.00%

4、项目效益分析

本项目总投资 7,735.98 万元，项目建成后年均净利润 1,764.13 万元，税后项目内部收益率为 26.12%。

三、新增固定资产折旧和无形资产摊销对公司经营业绩影响

本次发行募集资金投资项目中固定资产投资总额和无形资产投资总额较大，随之带来的固定资产年折旧额和无形资产年摊销额较多，以公司现行固定资产折旧和无形资产摊销政策，募集资金投资项目建成后固定资产投资年折旧和无形资产年摊销在短期内会有所增加。经过测算，本次募集资金项目的盈利情况较好，由于公司所投资项目具有良好的市场前景和较高的盈利能力，在扣除“折旧＋摊销”因素及其他成本费用后仍有盈余，因此本次募集资金投资项目新增“折旧+摊销”不会对公司经营业绩产生不利影响，募投项目的实施将会提高公司盈利水平，改善公司财务状况。

四、募资金运用对财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投入使用后，将对本公司的经营和财务状况产生以下影响：

（一）对净资产总额和每股净资产的影响

本次发行募集资金到位后，公司净资产总额及每股净资产将大幅增加，这将增强公司抗风险能力和间接融资能力。

（二）对净资产及净资产收益率的影响

本次发行后，公司净资产将大幅增长，由于投资项目尚处于投入期，不能产生效益，将使公司的净资产收益率在短期内有较大幅度的降低。预测募集资金项目逐步达产后，公司净资产收益率将逐步回升并超过发行前水平。

（三）对资产负债率和资本结构的影响

本次募集资金到位后，在负债总额不变的情况下，公司的资产负债率水平将显著下降，资产结构进一步优化，有利于降低财务风险，增强融资能力。

第十四节 股利分配政策

一、公司现行股利分配政策

2012 年 8 月 20 日，甘源食品召开创立大会暨 2012 年度第一次临时股东大会，审议通过了《关于变更设立甘源食品股份有限公司的议案》和《关于<甘源食品股份有限公司章程>的议案》。

公司现行《公司章程》关于股利分配政策的规定如下：

第一百四十六条公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百四十七条公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百四十八条公司可以采取现金或者股票的方式分配股利。

二、最近三年实际分配股利情况

2018年6月8日，公司召开2017年度股东大会，审议并通过了《关于甘源食品股份有限公司2017年度利润分配方案的议案》，对公司截至2017年12月31日的未分配利润进行分配，本次分配利润共计6,000万元，各股东按照其持有公司的股权比例分得相应的利润。此次股利已于2018年7月19日前全部派发完毕，且公司

已按照法律法规的规定履行个人所得税的代扣代缴义务。

2019年3月15日，公司召开2019年第三次临时股东大会，审议并通过了《关于公司2018年度利润分配方案的议案》，以截至2018年12月31日的总股份为基数，按照股东持有公司股份的比例，向全体股东分配现金红利共计7,000万元人民币（税前）。此次股利已于2019年3月21日前全部派发完毕，且公司已按照法律法规的规定履行个人所得税的代扣代缴义务。

除上述股利分配外，公司在报告期内无其他股利分配行为。公司报告期内的股利分配均合法合规。

三、公司发行上市后的股利分配政策

（一）利润分配政策的基本原则

1、公司充分考虑对投资者的回报，每年按当年实现的可供分配利润规定比例向股东分配股利。

2、公司的利润分配政策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、公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（二）利润分配具体政策

1、股利分配方式

公司采取现金、股票、现金和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。根据实际经营情况，公司可以进行中期利润分配。

2、现金分红的条件

（1）公司该年度盈利，现金流能满足公司正常经营、未来资金需求计划及公司经营发展规划；

（2）公司该年度实现的可供分配利润在弥补亏损、提取足额的法定公积金、盈余公积金后为正值；

（3）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；

（4）在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

上述重大投资计划或重大现金支出等事项指以下情形之一：公司未来十二个

月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（三）现金分红的间隔和比例

原则上公司每年实施一次利润分配，且优先采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

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

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例不少于 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不少于 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不少于 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。

（四）发放股票股利的条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案。

（五）公司利润分配方案的决策程序

公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。

公司的利润分配预案由公司董事会结合公司章程、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定。

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。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，且需事先书面

征询全部独立董事的意见，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

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

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

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

（六）公司利润分配政策的变更

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确有必要需调整或变更利润分配政策（包括股东回报规划）的，应经详细论证，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，应由独立董事、监事会发表意见并应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。公司董事会审议调整利润分配政策的议案后提交公司股东大会批准。调整利润分配政策的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。审议利润分配政策的议案时，公司为股东提供网络投票方式。

（七）公司年度报告中对现金分红政策的说明

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

2、分红标准和比例是否明确和清晰；

3、相关的决策程序和机制是否完备；

4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。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。

除上述规定外，公司制定了《公司上市后未来三年分红回报规划》，对未来的利润分配作出了进一步安排。

四、本次发行上市当年及其后两年的股利分配计划

本次发行上市当年及其后两年的股利分配计划为：公司在提取法定公积金、盈余公积金以后，每年以现金形式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的20%；若公司净利润实现增长，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配的同时，提出股票股利分配预案。公司每个会计年度结束后，由公司董事会在充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见的基础上提出分红议案，并提交公司股东大会进行表决，股东大会表决时应安排网络投票方式为公众股东参会提供便利。

五、本次发行完成前滚存利润的分配

根据公司 2019 年 3 月 20 日召开的 2019 年度第四次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》：本次股票发行完成前滚存的可供股东分配的利润，由发行后的公司新老股东依其所持股份比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、重要合同

公司本节披露的重要合同指正在履行的交易金额大于 500 万的原材料采购框架合同和交易金额大于 500 万的产品销售框架合同，或未达到上述金额但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）采购合同

截至 2019 年 6 月 30 日，公司尚未履行完毕的重大采购框架合同情况如下：

序号	供应商名称	采购产品	签订日期
1	布尔津县悦腾贸易进出口有限责任公司	瓜子仁、葵花籽、南瓜籽、西瓜籽	2018.01.05
2	吉安市金庐陵粮油食品有限公司	糯米粉	2019.06.01
3	五原县腾飞食品有限责任公司	瓜子仁、葵花籽、南瓜籽、西瓜籽	2018.01.05
4	安徽猛牛彩印包装有限公司	包装袋	2018.09.01
5	浏阳市天鹰包装印务有限公司	纸箱	2018.07.20
6	海宁市粤海彩印有限公司	包装袋	2018.09.01
7	长沙银腾塑印包装有限公司	包装袋	2018.09.01
8	浙江阳阳包装有限公司	包装袋	2018.09.01
9	萍乡市明兴纸品有限公司	纸箱	2018.07.20
10	广东江大和风香精香料有限公司	调味料	2018.06.01
11	潍坊森瑞特生物科技有限公司	木薯淀粉等原材料	2018.09.01
12	益海(广州)粮油工业有限公司	棕榈油	2019.04.16
13	南京邦农国际贸易有限公司	青豌豆	2019.01.01
14	甘肃茂丰源农产品有限责任公司	蚕豆片、带壳蚕豆	2019.03.05
15	广西诚杨食品有限公司	腰果仁	2019.05.11
16	新疆润森工贸有限公司	葡萄干、黑加仑	2019.01.05
17	五原县兴达贸易有限责任公司	瓜子仁	2019.01.05
18	福建省桂荣进出口有限公司	青豌豆	2019.01.05
19	湖南疆来食品有限责任公司	核桃仁	2018.12.12
20	鹤山市东源食品有限公司	原味烘烤扁桃仁	2019.05.01
21	湖北华栋食品生物有限公司	调味料	2019.01.01

（二）销售合同

截至 2019 年 6 月 30 日，公司尚未履行完毕的重大销售框架合同情况如下：

序号	客户名称	销售产品	签订日期
1	北京京东世纪贸易有限公司	休闲食品	2019.04.01

2	浙江天猫供应链管理有限公司	休闲食品	2019.01.01
3	唯品会（中国）有限公司	休闲食品	2018.12.20
4	家家悦集团股份有限公司	休闲食品	2018.05.17
5	深圳派风堂食品有限公司	休闲食品	2019.01.01
6	襄阳市美特好商贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
7	深圳品味一族工贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
8	长沙市博特食品贸易有限公司	休闲食品	2019.01.01
9	武汉鑫豪安商贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
10	双流区鑫惠利商贸部	休闲食品	2019.01.01

（三）授信合同

截至 2019 年 6 月 30 日，公司不存在尚在执行的银行授信合同。

（四）借款合同

截至 2019 年 6 月 30 日，公司不存在尚在执行的借款合同。

（五）其他商务合同

截至 2019 年 6 月 30 日，公司尚未履行完毕的其他重要商务合同情况如下：

序号	交易对象	交易内容	签订日期
1	江西旺胜建设工程有限公司	甘源食品三期 7#车间建设工程	2018.06.30
2	江西旺胜建设工程有限公司	甘源食品三期 5#车间建设工程	2017.11.26

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）报告期内发行人与佛山市南海新甘源食品有限公司的商标纠纷

报告期内，发行人与佛山市南海新甘源食品有限公司（下称“南海新甘源”）曾因第 5247595 号和第 10958993 号商标发生纠纷，详情如下：

1、基本情况

1167530 号商标（30 类）原为番禺市金源食品有限公司拥有，并被转让给严斌生，但未办理商标转让变更登记。2005 年 8 月 8 日，严斌生向国家工商总局提交 1167530 号商标转让申请。2005 年 12 月 5 日，严斌生与南海新甘源

签订《甘源商标转让协议》，约定：严斌生应在取得 1167530 号商标（30 类）后，将该商标转让给南海新甘源。2006 年 3 月 9 日，国家商标总局对严斌生提出的 1167530 号商标转让申请作出《转让申请不予核准通知书》。2006 年 4 月 18 日，因三年连续停止使用，1167530 号商标（30 类）被国家商标局撤销；因此，严斌生未能完成 1167530 号商标（30 类）的转让和变更登记。

2006 年 3 月 29 日，严斌生申请注册 5247595 号商标（30 类），并于 2009 年 4 月 7 日取得商标局核发的商标证书。2012 年 5 月 24 日，严斌生申请注册 10958993 号商标（30 类），并于 2013 年 6 月 27 日取得商标局核发的商标证书。2015 年 12 月，严斌生将其拥有的 5247595 号商标（30 类）和 10958993 号商标（30 类）转让给发行人。

2017 年 9 月 21 日，南海新甘源向江西省萍乡市中级人民法院提起诉讼，要求确认严斌生将 5247595 号商标（30 类）和 10958993 号商标（30 类）转让给发行人的行为无效，并要求将该两项商标转让给南海新甘源。

2、诉讼和行政争议的审理情况

2017 年 11 月 16 日，萍乡市中级人民法院作出一审判决认定：（1）《甘源商标转让协议》中约定 1167530 号商标在商标局核准后，由严斌生转让至南海新甘源，此协议为附条件生效合同，因商标局对商标转让申请不予核准，致使严斌生无法取得该商标专用权，故《甘源商标转让协议》因欠缺生效条件而未发生效力；（2）协议约定转让的是 1167530 号商标而非第 5247595 和 10958993 号商标，严斌生系 5247595、10958993 号商标的所有权人，其与甘源食品的商标转让合同合法有效，且严斌生和甘源食品已按规定向商标局办理了商标转让核准手续；因此，南海新甘源要求将 5247595、10958993 号商标转让至其名下的诉讼主张没有依据，驳回南海新甘源的全部诉讼请求。

2017 年 9 月 26 日，南海新甘源向江西省高级人民法院提出上诉，要求撤销一审判决，确认严斌生向发行人转让 5247595 号和 10958993 号商标行为无效，并要求将争议商标转让给南海新甘源。

2018 年 4 月 17 日，江西省高级人民法院作出（2018）赣民终 96 号终审《民事判决书》，驳回南海新甘源的上诉，维持原判。

2017 年 9 月 26 日，南海新甘源以严斌生以不正当手段取得注册商标，损害申请人在先商标权为由，向国家工商行政管理总局商标评审委员会提出请求认定 10958993 号商标无效的申请。

2018 年 7 月 28 日，国家工商行政管理总局商标评审委员会作出“商评字[2018]第 0000135235 号”《关于第 10958993 号“甘源 KAM YUEN 及图”商标无效宣告请求裁定书》，裁定南海新甘源无效宣告理由不成立，争议商标予以维持。

（二）相关纠纷对发行人持续经营的影响

发行人与南海新甘源商标争议案件已于 2018 年 4 月 17 日经江西省高级人民法院终审判决，驳回南海新甘源的全部诉讼请求，并于 2018 年 7 月 28 日经国家工商行政管理总局商标评审委员会裁定，驳回南海新甘源的申请，维持争议商标；同时，发行人目前未使用 5247595 号和 10958993 号争议商标，因此，发行人与南海新甘源的商标纠纷不会对发行人的持续经营造成重大影响。

截至本招股说明书签署之日，除上述案件外，本公司无任何对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的未决诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东及子公司、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，均没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东最近三年不存在重大违法行为。

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均无涉及刑事诉讼的情况。

一、发行人全体董事、监事、及高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签字：

严斌生　严海雁　严　剑　WANGCEN　梁祥林

朱子玉　钱　力　吴　鑫　邓丹雯

全体监事签字：

彭　红　周国新　谢义先

全体高级管理人员签字：

严斌生　严海雁　严　剑　涂文莉

甘源食品股份有限公司

2019年10月14日

二、保荐人（主承销商）声明

本保荐机构（主承销商）已对甘源食品股份有限公司招股说明书及其摘要进行了核查，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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本人已认真阅读甘源食品股份有限公司招股说明书全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人：郑尚荣

保荐代表人：付爱春　朱锦峰

总经理：岳克胜

法定代表人：何　如

国信证券股份有限公司

2019年10月14日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师签名：

刘方誉　　宋昆

杨晓霞

律师事务所负责人签名：

张学兵

北京市中伦律师事务所

2019 年 10 月 14 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及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要中引用的审计报告、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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师签名：

李立影　　李　凤

会计师事务所负责人签名：

张希文

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年10月14日

五、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师签名：郑铭　　洪德钦

资产评估机构负责人签名：刘宏

万隆（上海）资产评估有限公司

2019年10月14日

六、验资机构及验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告及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及其摘要中引用的验资报告及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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师签名：

李立影　　李 凤

验资机构负责人签名：

张希文

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

[illegible]年[illegible]月[illegible]日

第十七节备查文件

一、备查文件

1、发行保荐书及发行保荐工作报告；

2、财务报表及审计报告；

3、内部控制审核报告；

4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

5、法律意见书及律师工作报告；

6、《公司章程》（草案）；

7、中国证监会核准本次发行的文件（尚未取得）；

8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间、地点

（一）备查时间

周一至周五：上午 9:30—11:30，下午 14:00—16:00

（二）备查地点

1、发行人：甘源食品股份有限公司

地址：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园

联系人：张婷

电话：0799-7175598

传真：0799-6239955

2、保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

地址：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层

联系人：付爱春、朱锦峰、肖戎、郑尚荣、朱树李、汪乐林、申飞

电话：0755-82130833

传真：0755-82133367