

创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



八馬茶業

八马茶业股份有限公司

Bama Tea Co., Ltd.

(深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦 7 楼)

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

(申报稿)

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

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司

CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

发行人声明

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

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

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他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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中财务会计资料真实、完整。

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

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

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次公开发行新股数量不超过 2,580.00 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行不涉及股东公开发售股份的情形。最终发行数量依据中国证监会同意注册的发行规模确定。发行人股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在中国证监会同意注册的发行规模内，根据具体情况协商确定最终发行数量
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和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 10,180.00 万股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

发行人特别提请投资者注意以下重大事项及风险，并认真阅读“第四节 风险因素”的全文。

一、本次发行相关的重要承诺

公司提示投资者阅读公司、公司实际控制人及其一致行动人、公司股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的与本次发行相关的承诺请参见本招股说明书“第十三节、三、本次发行相关主要承诺事项”。

二、发行前滚存利润的分配安排

根据公司于2021年3月13日召开的2021年第二次临时股东大会决议，截至公司首次公开发行股票并在创业板上市之日前的滚存未分配利润由发行完成后的公司新老股东按各自持股比例共享。

三、本次发行上市后的利润分配政策

公司发行上市后的股利分配政策具体内容请参见本招股说明书“第十节、二、（二）公司本次发行后的股利分配政策”。

四、特别风险因素

（一）创新风险

近年来，公司逐步建立了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，并开始运用各类社交及直播平台进行营销及推广活动，同时引入了现代化的生产及管理体系及产品存储相关的新技术，实现了在业态、模式及技术等方面的创新。若未来公司在业态、模式及技术方面的创新思路无法顺应市场的发展趋势，可能存在公司相关投入无法获得对应的预期收益，进而对公司业绩及市场地位造成不利影响的风险。

（二）市场竞争的风险

近年来，随着消费者品牌意识不断增强，茶叶企业间的竞争进一步体现为以

品牌、商业模式、营销渠道和质量为核心的综合实力竞争，茶叶行业市场份额正逐步向具有品牌优势、渠道优势、产品优势的品牌茶叶企业聚集。若公司未来不能通过各种方式不断增强品牌效应、持续拓展营销渠道、继续保持产品质量，则无法扩大现有竞争优势，乃至在未来市场竞争中丧失现有优势地位。

（三）茶产品市场需求变化的风险

茶产品零售行业下游直接面向广大终端消费者，消费者的购买力和消费喜好对行业的经营具有直接影响。茶产品种类较多，主要包括乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等茶叶类产品以及茶具、茶食品等，业内企业需要及时了解消费者需求的变化情况，并快速提供与之相适应的商品和服务。若茶产品市场需求出现重大变化，且公司不能及时针对市场消费习惯变化制定出相应的营销策略和产品组合策略，则公司的产品销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩下滑。

（四）物料采购质量及价格波动的风险

公司采购的主要物料为毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。报告期内，主要物料采购金额分别为 35,648.71 万元、51,688.35 万元及 65,781.96 万元，采购金额较大。

公司采购的物料中，毛净、茶叶半成品及定制成品茶均以鲜叶为基础，温度、降水、土壤环境、光照强度等自然条件的变化均可能会造成鲜叶的供应情况出现波动；此外，所有的采购物料均受行业竞争、市场供求、经济环境等因素影响。若公司采购的物料受上述因素影响而出现价格上涨，则将对公司盈利能力产生不利影响。

（五）加盟模式风险

加盟模式是公司进行渠道拓展的重要一环。报告期内，公司通过线下加盟模式销售额分别为 29,338.43 万元、48,043.87 万元及 59,468.98 万元，占主营业务收入比例为 41.12%、47.44%及 48.07%，占比较高且呈逐渐上升趋势。

若公司的重要加盟商发生变动，或是严重违反特许经营合同，或是不能很好地理解公司的品牌理念和发展目标，则将会对公司的经营业绩及品牌形象造成不利影响。

（六）食品安全风险

近年来随着我国经济快速发展，人民的生活质量迅速提高，政府和消费者对食品安全问题的重视程度不断加大，国家也相继出台了《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》《食品安全法》等一系列法律法规，加大了食品安全领域的监管力度，规范了食品相关企业的经营行为并确立了惩罚性赔偿制度。

公司主要产品包括茶叶、茶食品等。若由于质量管控措施未严格执行、加工程序操作不当、供应环节管控不力等原因而导致发生食品安全问题，公司将面临市场形象受损、业绩水平下滑以及行政处罚的风险。

（七）存货跌价风险

公司为快速响应市场需求，保证存货供应的充足性及物流运输的及时性，需要置备一定规模的存货。随着销售规模的扩大，线上、线下直营以及加盟渠道的快速扩张，公司存货规模呈上升趋势，报告期各期末，存货账面价值分别为15,052.34万元、20,899.69万元和32,046.13万元，绝对金额较大，占总资产的比例分别为25.69%、27.81%和35.48%。若出现部分存货因市场需求变化而导致价格下降或出现滞销等情况，则公司需对该等存货计提跌价准备或予以报损，从而对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

目 录

发行人声明	1
本次发行概况	2
重大事项提示	3
一、本次发行相关的重要承诺.....	3
二、发行前滚存利润的分配安排.....	3
三、本次发行上市后的利润分配政策.....	3
四、特别风险因素.....	3
目 录.....	6
第一节 释义	11
一、一般释义.....	11
二、专业释义.....	12
第二节 概览	15
一、发行人及中介机构情况.....	15
二、本次发行概况.....	15
三、发行人主要财务数据和财务指标.....	16
四、主营业务经营情况.....	17
五、发行人的创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新 和旧产业的融合情况.....	20
六、发行人选择的具体上市标准.....	24
七、公司治理特殊安排事项.....	24
八、募集资金用途.....	24
第三节 本次发行概况	25
一、本次发行基本情况.....	25
二、本次发行的有关当事人.....	25
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系.....	27
四、本次发行有关重要日期.....	27
第四节 风险因素	28
一、创新风险.....	28

二、经营风险.....	28
三、内控风险.....	30
四、财务风险.....	31
五、法律风险.....	32
六、募集资金投资项目的风险.....	33
七、其他风险.....	33
第五节 发行人基本情况	35
一、发行人基本情况.....	35
二、发行人设立情况.....	35
三、发行人报告期内股本和股东变化情况.....	37
四、发行人报告期内重大资产重组情况.....	46
五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况	46
六、发行人的股权结构及组织结构.....	48
七、发行人控股和参股公司及其他组织情况.....	49
八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况	55
九、发行人股本情况.....	56
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况.....	64
十一、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况、原因以及对发行人的影响.....	71
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况.....	73
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....	74
十四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的有关协议及重要承诺.....	75
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况.....	75
十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排.....	77
十七、发行人员工情况.....	77
第六节 业务与技术	80
一、发行人主营业务、主要产品或服务情况.....	80
二、发行人所处行业的基本情况.....	103

三、发行人销售情况及主要客户.....	139
四、发行人采购情况及主要供应商.....	143
五、发行人的主要资产情况.....	146
六、发行人的特许经营与业务资质情况.....	174
七、发行人的核心技术与研发情况.....	176
八、发行人境外生产经营情况.....	182
第七节 公司治理与独立性	183
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况.....	183
二、发行人内部控制制度情况.....	186
三、发行人自报告期初以来违法违规情况.....	187
四、发行人资金占用和对外担保情况.....	187
五、公司独立经营情况.....	187
六、同业竞争.....	189
七、关联方、关联关系和关联交易情况.....	191
第八节 财务会计信息与管理层分析	207
一、产品特点、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等因素的变化趋势及其对发行人未来盈利能力或财务状况可能产生的具体影响或风险.....	207
二、财务报表.....	211
三、审计意见.....	218
四、财务报告审计基准日后的主要经营状况.....	221
五、分部信息.....	221
六、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	221
七、重要会计政策和会计估计.....	222
八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠.....	258
九、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表.....	261
十、主要财务指标.....	262
十一、具有预示作用的指标.....	264
十二、经营成果分析.....	264
十三、资产质量分析.....	295

十四、 负债能力、流动性与持续经营能力分析.....	318
十五、 资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	328
十六、 填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....	328
十七、 盈利预测报告.....	331
第九节 募集资金运用与未来发展规划	332
一、 本次发行募集资金投资概况.....	332
二、 募集资金投资项目的具体安排.....	333
第十节 投资者保护	349
一、 公司投资者权益保护的情况.....	349
二、 股利分配政策.....	350
三、 本次发行完成前滚存利润的分配安排.....	352
四、 股东投票机制.....	352
第十一节 其他重要事项	354
一、 重大合同.....	354
二、 对外担保情况.....	359
三、 重大诉讼或仲裁事项.....	361
四、 公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、 被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....	361
五、 公司控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为.....	361
第十二节 声明	362
一、 发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	362
二、 发行人控股股东、实际控制人声明.....	363
三、 保荐人（主承销商）声明.....	364
四、 发行人律师声明.....	367
五、 会计师事务所声明.....	368
六、 资产评估机构声明.....	369
七、 验资机构声明.....	370
八、 验资复核机构声明.....	372
第十三节 附件	373
一、 备查文件目录.....	373

二、文件查阅时间及地点.....	373
三、本次发行相关主要承诺事项.....	374

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

一、一般释义

发行人/本公司/公司/八马茶业	指	八马茶业股份有限公司，由深圳市八马茶业连锁有限公司整体变更设立
八马有限	指	深圳市八马茶业连锁有限公司，发行人的前身，曾用名“深圳市溪源茶业有限公司”、“深圳市八马茶业有限公司”
深圳八马	指	深圳市八马茶业有限公司，发行人前身八马有限的曾用名
溪源有限	指	深圳市溪源茶业有限公司，发行人前身八马有限的曾用名
控股股东	指	王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁
实际控制人	指	王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁
和谐成长	指	北京和谐成长投资中心（有限合伙），发行人曾经的股东
天津长峰	指	天津长峰管理咨询合伙企业（有限合伙），发行人股东
天图兴华	指	天津天图兴华股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
南海成长	指	南海成长精选（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙），发行人股东
天玑星投资	指	深圳市天玑星投资有限公司，发行人股东
德威创元	指	深圳德威创元投资企业（有限合伙），发行人股东
静远壹叁	指	宁波静远壹叁股权投资中心（有限合伙），发行人股东
分宜安卓	指	分宜安卓家族一号投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
福建八马	指	福建八马茶业有限公司，发行人子公司
北京八骏	指	北京八骏茶业有限公司，发行人子公司
八马现代	指	福建安溪八马现代农业综合开发有限公司，发行人子公司
武夷山王信记	指	福建武夷山王信记茶业有限公司，发行人子公司
福州鑫八马	指	福州鑫八马茶业有限公司，发行人子公司
厦门鑫八马	指	厦门鑫八马茶业有限公司，发行人子公司
广州八马	指	广州市八马茶业有限公司，发行人子公司
泉州八马	指	泉州八马茶业有限公司，发行人子公司
滴可餐饮	指	深圳滴可餐饮管理有限公司，发行人子公司
培训学校	指	深圳市罗湖区八马茶业培训学校，发行人主办的非企业法人

云南信记号	指	云南信记号茶业有限公司，发行人子公司
广民投	指	广州民营投资股份有限公司，发行人参股公司
报告期	指	2018年、2019年和2020年
《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》
《首发办法》	指	《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票创业板上市规则（2020年修订）》
《企业会计准则》	指	财政部于2006年2月15日颁布的《企业会计准则》及其应用指南和其他相关规定
《公司章程》	指	《八马茶业股份有限公司章程》
股东大会	指	八马茶业股份有限公司股东大会
董事会	指	八马茶业股份有限公司董事会
监事会	指	八马茶业股份有限公司监事会
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
联交所	指	深圳联合产权交易所股份有限公司
农业农村部	指	中华人民共和国农业农村部
食品安全委员会	指	国务院食品安全委员会
卫生健康委员会	指	国家卫生健康委员会
食品工业协会	指	中国食品工业协会
茶叶流通协会	指	中国茶叶流通协会
全国人大	指	全国人民代表大会
国务院	指	中华人民共和国国务院
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
发行人会计师、信永中和	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、德恒	指	北京德恒律师事务所
银信评估	指	银信资产评估有限公司
人民币普通股、A股	指	获准在境内证券交易所发行上市、以人民币认购和进行交易的普通股股票，每股面值人民币1.00元
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业释义

鲜叶	指	从茶树上采摘下来的新梢、芽叶，也称茶青
----	---	---------------------

毛茶	指	鲜叶经过初制工艺后的产品
毛净	指	毛茶经过去梗、去黄叶、捡杂等初步精制过程的产品，为发行人自主生产所使用的原料
茶叶半成品	指	毛净经过后续精制加工，但尚未形成成品茶的状态，为发行人自主分装所使用的原料
初制	指	按毛茶规格要求，对鲜叶进行的一系列技术处理过程（如改变外形、内质等）
精制	指	按成品茶品质、规格要求，对毛茶进行的一系列技术处理过程（如汰除劣异、整饰外形、改进内质、调剂品质、划分等级等）
萎凋	指	鲜叶在一定温、湿度条件下均匀摊放，使其萎焉、散失水分的过程
晒青	指	萎凋方式的一种，将茶青均匀的摊放在竹篾或晒青布上，通过日光照射和吹风萎凋的方式，使茶青散失部分水分
凉青	指	将晒青后的茶叶翻松薄摊后移入凉青间，使鲜叶中的各部位水分重新分布均匀，散发叶间热量，降低失水和化学变化速度
摇青/做青	指	在机械力的作用下，鲜叶叶缘破损，促使其内含的多酚类物质部分氧化、聚合，产生绿叶红边的过程
酶促反应	指	又称酶催化或酵素催化作用，系由酶作为催化剂进行催化的化学反应
杀青	指	利用高温破坏酶活性，将酶钝化的过程，杀青的方式包括炒锅杀青、蒸汽杀青、热风杀青、微波杀青等
炒青	指	利用高温，破坏酶活性，制止酶促氧化作用，防止茶叶继续氧化，通过人工翻炒使茶叶水分蒸发，并且进一步为茶叶塑形
揉捻	指	通过手工或者机械的揉捻使茶叶紧卷成条，并使茶叶细胞破裂挤出部分茶汁，提高茶汤浓度
拼配	指	根据成品茶的质量标准要求，通过一定的经验和技能，把具有一定共性但形质不一的茶叶按一定的比例混合组成一种确定的色、香、味的产品
烘焙	指	在热力的作用下，使茶叶蒸发水分、紧结外形、发展香气，以便固定茶叶品质；烘焙包括初烘、复烘、足干等
摊凉	指	经烘焙的茶叶，及时薄摊在蔑盘内或竹垫上，散发热气，防止闷黄，同时使其水分重新分配均匀，利于以后的造形和避免在造形过程产生碎片
发酵	指	茶叶化学变化的过程，主要指茶叶内多酚类物质的氧化、转化，形成一些色素物质和芳香物质
闷黄	指	将杀青或揉捻或初烘后的鲜叶趁热堆积，使其在湿热作用下逐渐黄变的过程
渥堆	指	是普洱茶熟茶制作过程中的发酵工艺，在一定的温、湿度条件下，通过茶叶堆积促使其内含物质缓慢变化的过程
普洱生茶	指	以符合普洱茶产地环境条件生长的云南大叶种茶树鲜叶为原料，经杀青、揉捻、日光干燥、蒸压成形等工艺制成的紧压茶
普洱熟茶	指	以符合普洱茶产地环境条件生长的云南大叶种晒青茶为原料，采用特定工艺，经后发酵（快速后发酵或缓慢后发酵）加工形成的散茶和紧压茶
后发酵	指	云南大叶种晒青茶或普洱茶（生茶）在特定的环境条件下，经微生物、酶、湿热、氧化等综合作用，其内含物质发生一系列转化，而形成普洱茶（熟茶）独有品质特征的过程
茶多酚	指	茶叶中多酚类物质的总称，是形成茶叶色香味的主要成分之一
地理标志产品	指	产自特定地域，所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素，经审核批准以地理名称进行命名的产品

HACCP	指	Hazard Analysis and Critical Control Point的缩写，即危害分析与关键控制点，是生产（加工）安全食品的一种控制手段，对原料、关键生产工序及影响产品安全的人为因素进行分析，确定加工过程中的关键环节，建立、完善监控程序和监控标准，采取规范的纠正措施
ISO9001	指	国际标准化组织质量管理和技术委员会制定的从设计、加工、制造直到售后服务全过程的质量保证体系
ISO14001	指	国际标准化组织 ISO/TC207 负责起草的一份国际标准，包括了环境管理体系、环境审核、环境标志、生命周期分析等国际环境管理领域内的许多焦点问题，旨在指导各类组织（企业、公司）取得表现正确的环境行为
FSSC22000	指	为食品制造商创建，并整合了 ISO22000:2005 食品安全标准及食品安全公共可用规范（PAS）220:2008 的食品安全体系认证
CRM 系统	指	客户关系管理系统
IPOS 系统	指	门店终端管理系统
ERP 系统	指	企业资源计划系统

注：本招股说明书除特别说明外所有数值保留两位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因所造成。

第二节 概览

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

一、发行人及中介机构情况

发行人基本情况			
发行人名称	八马茶业股份有限公司	成立日期	1997年7月28日
注册资本	7,600.00万元	法定代表人	吴清标
注册地址	深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦7楼	主要生产经营地址	深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦7楼
控股股东	王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁	实际控制人	王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁
行业分类	F52 批发和零售业-零售业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	2015年11月至2018年4月在全国中小企业股份转让系统挂牌
本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	北京德恒律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司

二、本次发行概况

本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	不超过2,580.00万股	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不超过2,580.00万股	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不超过10,180.00万股		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产（元/股）	【】	发行前每股收益（元/股）	【】
发行后每股净资产（元/股）	【】	发行后每股收益（元/股）	【】
发行市净率	【】倍		

本次发行的基本情况	
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式,或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行
发行对象	符合资格的战略投资者、网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者(中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外)或中国证监会规定的其他对象
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	本次发行费用由发行人承担
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	八马茶业营销网络建设项目
	福建八马物流配送中心建设项目
	八马茶业信息化建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元,包括:承销及保荐费【】万元、审计及验资费用【】万元,律师费用【】万元,信息披露费用【】万元,发行手续费用【】万元,其他费用【】万元,上述费用均为不含税金额
本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人主要财务数据和财务指标

项 目	2020 年度 /2020-12-31	2019 年度 /2019-12-31	2018 年度 /2018-12-31
资产总额(万元)	90,323.20	75,158.98	58,591.79
归属于母公司所有者权益(万元)	50,274.30	41,212.67	33,544.52
资产负债率(母公司)(%)	58.55	61.17	55.64
资产负债率(合并)(%)	44.34	45.06	42.44
营业收入(万元)	124,681.76	102,254.98	71,864.22
净利润(万元)	11,644.09	9,087.61	4,810.35
归属于母公司所有者的净利润(万元)	11,646.99	9,188.16	4,882.35

项 目	2020 年度 /2020-12-31	2019 年度 /2019-12-31	2018 年度 /2018-12-31
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	10,983.40	8,663.49	4,382.64
基本每股收益（元/股）	1.53	1.21	0.64
稀释每股收益（元/股）	1.53	1.21	0.64
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率（%）	24.20	23.31	13.70
经营活动产生的现金流量净额（万元）	6,946.25	14,515.67	8,772.72
现金分红（万元）	2,660.00	1,520.00	1,596.00
研发投入占营业收入的比例（%）	0.26	0.56	0.23

四、主营业务经营情况

（一）主营业务及产品

公司是一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。公司以“让天下人享受茶的健康与快乐”为使命，秉承“责任、突破、卓越、共荣”的企业价值观，致力于为消费者提供高品质的产品和优质的服务体验。

公司创始人之一王文礼是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人。在继承和发扬历代相传的独特制茶技艺的基础上，公司注重科技创新，引入现代化的生产及管理体系，不断巩固和提高产品品质，形成了一套特有的生产技术和标准。公司在中国各大名茶原产地甄选优质名茶，不断加强与业内名家合作，开发定制各类茶叶、茶具、茶食品等，实施跨区域、跨品类的平台化发展战略。

报告期内，公司运用自身的渠道及品牌优势，整合优化供应链资源，向广大成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，并通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品，为广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的中国好茶及相关产品。

（二）主要经营模式

报告期内，公司主要经营模式如下：

采购模式方面，公司根据全年销售计划、新产品推出计划、产品销售结构等

制订采购计划，主要的采购物料包括毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。

生产模式方面，公司报告期内主要涉及的生产流程为精制加工，并根据公司参与精制流程的不同，可分为自主生产与自主分装两种。自主生产模式下，公司参与主要精制程序，并在拼配、烘焙等核心环节发挥自身技术优势；自主分装模式下，公司仅参与部分末段精制程序，主要为拣杂、装箱等。

销售模式方面，公司主要分为直营与加盟两种，其中直营模式又分为线下直营和网络销售两种。线下直营主要指公司通过直营店的方式向顾客销售产品，包括独立门店及联营门店等形式；网络销售主要包括线上自营零售及电商平台入仓两种方式。加盟模式是指公司与加盟商签订《商业特许经营合同》，授权加盟商在规定的地点或区域，按照统一的业务和管理制度开设加盟店。加盟商拥有对加盟店的所有权和收益权，独立核算，自负盈亏。报告期内，公司主营业务收入结构如下：

单位：万元

销售模式		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟模式	线下加盟	59,468.98	48.07%	48,043.87	47.44%	29,338.43	41.12%
直营模式	线下直营	39,887.10	32.24%	36,706.41	36.25%	29,187.80	40.91%
	网络销售	24,060.69	19.45%	16,282.78	16.08%	12,677.38	17.77%
其他收入		299.96	0.24%	239.80	0.24%	147.17	0.21%
合计		123,716.73	100.00%	101,272.85	100.00%	71,350.78	100.00%

注：其他收入主要为滴可餐饮的销售收入。

研发模式方面，公司研发主要以市场需求为导向，通过自主研发及与国内多所高校、科研机构开展产学研合作的方式，不断改进生产加工工艺、提高产品品质和生产效率，持续开发更具核心竞争力的新产品。公司产品事业组及研发部负责新产品开发及相关技术研究，核心技术团队包括 6 名核心技术人员、多名经验丰富的茶师以及包装设计人员等。

（三）主要竞争地位

公司创始人之一王文礼是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音

音制作技艺)代表性传承人,始终坚持弘扬中国传统茶文化,致力于不断发扬和创新铁观音制茶工艺。公司的铁观音、岩茶等乌龙茶产品,具有较高的品牌知名度和较强的市场竞争力。公司及其子公司作为起草单位之一,主导或参与了多项国家标准、地方标准、企业标准的制定,有助于促进茶行业的持续健康发展,如下表所示:

序号	国标/地标/企标	标准号
1	国家标准	《乌龙茶 第1部分:基本要求》(GB/T30357.1-2013)
2	国家标准	《乌龙茶 第2部分:铁观音》(GB/T30357.2-2013)
3	国家标准	《乌龙茶 第3部分:黄金桂》(GB/T30357.3-2015)
4	国家标准	《乌龙茶 第6部分:单丛》(GB/T30357.6-2017)
5	国家标准	《乌龙茶 第7部分:佛手》(GB/T30357.7-2017)
6	国家标准	《乌龙茶加工技术规范》(GB/T35863-2018)
7	地方标准	《茶叶包装贮运技术规范》(DB4403/T 88—2020)
8	企业标准	《陈香型铁观音》(Q/FJBM 0003S-2018)
9	企业标准	《代用茶》(Q/FJBM 0006S-2018)
10	企业标准	《大红袍》(Q/FJBM 0009S-2018)
11	企业标准	《含茶制品》(Q/FJBM 0007S-2019)

公司积极布局中国各大名茶产区,甄选优质名茶,为广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的中国好茶及相关产品,实现了跨区域、跨品类的平台化发展战略,并围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料、新式茶饮以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系。经过多年的探索与发展,公司现已成为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业,拥有中国驰名商标,并获得了“农业产业化国家重点龙头企业”、“全国工业品牌培育示范企业”、“深圳老字号”等多项荣誉称号。

截至报告期末,公司门店数量超过2,000家,在茶叶连锁领域处于领先地位。根据 Euromonitor International 出具的市场地位声明函,截至2020年10月30日,公司为中国茶叶连锁店第一品牌及中国茶叶连锁专卖店第一品牌。

五、发行人的创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业的融合情况

（一）发行人具有明显的创新及创意特征

作为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，公司的业务发展及经营理念具有较为明显的创新及创意特征。

1、发行人的创新特征

公司成立了创新事业部，专门致力于创新产品及相关事务的研究及开发，包括子品牌“掌门茶”及“小马茶趣”等，围绕茶文化不断推出创新性产品。报告期内，公司以茶叶及茶具产品为基础开发了茶食品、茶饮料、现制现售的新式茶饮等创新性产品，且均已实现了对外销售。

除产品创新外，公司还成立了深圳市罗湖区八马茶业培训学校，对公司内外展开茶艺师、评茶员的职业资格培训，并开设其他有关茶艺、茶文化的课程，以茶为载体推动中华文化的宣传普及。此外，公司建立了“创富学院”线上学习平台，以线上培训的方式，突破时间与空间的限制，开创茶行业渠道标准化培训体系，提升培训覆盖率，快速增强从业人员素质。

截至目前，八马茶业围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料、新式茶饮以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系，参见下图所示：



2、发行人的创意特征

在“文化自信”的背景下，茶文化作为中国传统文化中极具代表性的一种，在年轻消费群体中的接受度不断提升。公司积极尝试将茶与传统精粹文化 IP 相互碰撞，以敦煌壁画的飞天仙女、九色鹿、三耳兔、翼马、明月、藻井等元素为灵感来源，携手跨行业头部品牌共同推出了《国家宝藏》联名款产品——六福临门，以及《知否 知否 应是绿肥红瘦》官方联名定制款建盏、周大福联名款产品——鹿与茶鲸等产品，向年轻消费群体传播中华优秀传统文化。



(二) 发行人将传统茶叶零售与新技术、新业态、新模式进行了深度融合

公司以“让天下人享受茶的健康与快乐”为使命，积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，坚持贯彻跨区域、跨品类的平台化发展战略。报告期内，铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应。在探索、确立并贯彻执行公司整体发展战略的过程当中，公司将

传统的茶叶生产、产品零售与新技术、新业态、新模式进行了深度融合。

1、与新技术的深度融合

公司在继承和发扬历代相传的拼配、烘焙等独特制茶技艺基础上，注重科技创新，引入了现代化的生产及管理体系，将新技术与传统的茶叶生产进行了深度融合。同时，公司还先后与中国农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院、集美大学以及福建农林大学安溪茶学院等高校及科研机构开展产学研合作，建立先进的技术标准，培养优秀的技术人才，为公司提高核心竞争力提供技术支撑。

公司及其子公司作为起草单位之一参与了多项国家标准及地方标准的起草和制定工作。其中，由公司及深圳市标准技术研究院等单位领衔起草的深圳市地方标准《茶叶包装贮运技术规范》（DB4403/T 88—2020）于 2020 年 10 月 1 日起正式实施。该标准对于深圳市涉茶企业科学保管和储运茶叶、保障茶叶质量安全、推进深圳市茶叶行业的高质量发展等方面均将产生积极影响。公司建有普洱茶标准化仓储设施，通过配备一系列智能监控和温湿度智能调节设备，打造符合公司茶叶储存要求的智能化仓储环境，增强了公司的产品运输与仓储管理能力，保证了产品的品质及稳定性。

截至目前，公司已经获得了以“浓香型铁观音的生产方法”、“浓香铁观音的烘焙方法”为代表的 5 项发明专利及其他 10 项实用新型及外观设计专利。公司坚持技术创新及研发，不断致力于推动茶行业深层次的发展。目前公司正在开展“基于茶叶酚氨比为依据的创新型铁观音拼配技术研究”、“基于化学成分含量变化的陈香型铁观音贮存工艺技术研究”以及“基于化学成分变化的浓香型铁观音烘焙技术研究”等研发项目。

未来公司将基于自身业务及主要产品与新技术进一步进行深度融合。

2、与新业态的深度融合

公司运用自身的渠道及品牌优势，面向众多成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，积极整合上游茶厂资源，同时通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品。报告期内，公司探索、确立并贯彻执行高品质、跨区域、跨品类的平台化发展新业态，致力于为全

中国广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的全品类好茶及相关产品。

此外，公司设立了“数字零售支持办公室”和“信息中心”，自上而下推动数字化变革，通过搭建自有大数据体系，实现内部和终端的协同运作目标。公司利用现有信息化系统以及各类创新方式，打通线上、线下销售渠道，构建大数据体系，记录与公司发生交易、互动的顾客行为、消费者决策路径以及会员信息等内容，从而进行精准分析，实现线上、线下的融合及高效的数字化运营体系。数字化体系的构建，对于公司未来成功研发新品、实现精准营销、建立共享仓库就近配送、私域社区运营、新开店面选址等均具有重要的战略意义。

3、与新模式的深度融合

在消费升级和技术升级的驱动下，公司全面发展多样性、多内容、多维度和多触点的新零售模式。公司以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，线上线下相融合，开展要素革新，不断适应和满足消费者多样化和个性化的消费需求。

在品牌营销方面，公司通过对市场数据的分析，更清晰地了解目标市场的细分特征和消费者的需求偏好，实现更具针对性的产品研发，为消费者提供个性化的产品和服务，增强其品牌忠诚度。此外公司通过社交媒体、直播平台、流量私域等线上推广方式，能够增强需求转化的效果。

在供应链协同方面，公司利用自身品牌优势以及在终端掌握的大数据资源，在供应链系统中充当消费者的“代言人”。公司通过向供应商输出产品标准，为其提供精准的需求信息，刺激供应链向需求导向的个性化和定制化方向重构，以提升产业链的协同效应，降低自身和供应商的运营成本。

在销售网络方面，公司在不断巩固传统线下直营及加盟销售渠道的基础上，运用在主流电商平台开设自营店铺、电商平台入仓等形式进行网络销售，不断完善“线上+线下”的全渠道网络建设。通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，公司建立与消费者紧密连接的通道，最大程度地覆盖消费群体的主要生活场景，满足消费者即买即得的消费需求。

未来，公司将进一步巩固及发展新零售业务，回归到满足消费者需求的价值起点。

六、发行人选择的具体上市标准

基于公司 2019 年度、2020 年度净利润均为正，且分别为 9,087.61 万元及 11,644.09 万元，公司选择《深圳证券交易所创业板股票上市规则》(2020 年修订) 2.1.2 规定的第一项上市标准，即最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

七、公司治理特殊安排事项

截至本招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

八、募集资金用途

公司实际募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目计划投资	募集资金使用
1	八马茶业营销网络建设项目	30,287.32	30,287.32
2	福建八马物流配送中心建设项目	14,984.16	14,984.16
3	八马茶业信息化建设项目	8,007.30	8,007.30
4	补充流动资金	15,000.00	15,000.00
合 计		68,278.78	68,278.78

公司将严格按照相关管理制度合理使用募集资金，本次发行募集资金到位后，如实际募集资金净额超出上述项目拟使用的募集资金金额，超出部分将继续用于补充公司主营业务所需的流动资金。如本次实际募集资金不能满足拟投资项目所需的资金需求，缺口部分由公司自筹方式解决；如项目以公司自筹资金已经作了先期投资，公司将用募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次公开发行新股数量不超过 2,580.00 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行不涉及股东公开发售股份的情形。最终发行数量依据中国证监会同意注册的发行规模确定。发行人股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在中国证监会同意注册的发行规模内，根据具体情况协商确定最终发行数量
发行价格	【】元/股（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	不适用
发行市盈率	【】倍（以每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	【】元/股（以【】年经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元/股（按经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司股东的净资产除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按本次发行后归属于母公司股东的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司股东的净资产和本次募集资金净额之和计算）
发行市净率	【】倍（以每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行
发行对象	符合资格的战略投资者、网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象
承销方式	余额包销
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，发行手续费用【】万元，其他费用【】万元，上述费用均为不含税金额

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

名称	八马茶业股份有限公司
法定代表人	吴清标
住所	深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦 7 楼

联系电话	0755-82389378
传真号码	0755-82242331
联系人	龚政

（二）保荐人（主承销商）

名称	中信证券股份有限公司
法定代表人	张佑君
住所	广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座
联系电话	0755-23835338
传真号码	0755-23835201
保荐代表人	许阳、史松祥
项目协办人	肖骁
项目其他经办人	林真、王彦钧、骆文杰、李古阳、刘博瑶

（三）律师事务所

名称	北京德恒律师事务所
机构负责人	王丽
住所	北京市西城区金融大街19号富凯大厦B座12层
联系电话	010-52682888
传真号码	010-52682999
经办律师	赵永刚、何瑞、黄丰

（四）会计师事务所、验资复核机构

名称	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	谭小青
住所	北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层
联系电话	010-65542288
传真号码	010-65547190
签字注册会计师	肖铁青、李文茜

（五）验资机构

名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	杨志国
住所	上海市黄浦区南京东路61号四楼
联系电话	021-23280621

传真号码	010-63392558
签字注册会计师	陈琼、钟宇（已离职）

（六）资产评估机构

名称	银信资产评估有限公司
法定代表人	梅惠民
住所	上海市嘉定区曹安公路 1615 号 706 室-3
联系电话	021-63391088
传真号码	021-63391116
经办评估师	杨建平、张萍

（七）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
营业场所	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（八）收款银行

名称	【】
地址	【】
联系电话	【】

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有公司股份，与公司也不存在其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生重大不利影响，下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、创新风险

近年来，公司逐步建立了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，并开始运用各类社交及直播平台进行营销及推广活动，同时引入了现代化的生产及管理体系及产品存储相关的新技术，实现了在业态、模式及技术等方面的创新。若未来公司在业态、模式及技术方面的创新思路无法顺应市场的发展趋势，可能存在公司相关投入无法获得对应的预期收益，进而对公司业绩及市场地位造成不利影响的风险。

二、经营风险

（一）市场竞争的风险

近年来，随着消费者品牌意识不断增强，茶叶企业间的竞争进一步体现为以品牌、商业模式、营销渠道和质量为核心的综合实力竞争，茶叶行业市场份额正逐步向具有品牌优势、渠道优势、产品优势的品牌茶叶企业聚集。若公司未来不能通过各种方式不断增强品牌效应、持续拓展营销渠道、继续保持产品质量，则无法扩大现有竞争优势，乃至在未来市场竞争中丧失现有优势地位。

（二）茶产品市场需求变化的风险

茶产品零售行业下游直接面向广大终端消费者，消费者的购买力和消费喜好对行业的经营具有直接影响。茶产品种类较多，主要包括乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等茶叶类产品以及茶具、茶食品等，业内企业需要及时了解消费者需求的变化情况，并快速提供与之相适应的商品和服务。若茶产品市场需求出现重大变化，且公司不能及时针对市场消费习惯变化制定出相应的营销策略和产品组合策略，则公司的产品销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩下滑。

（三）物料供应价格波动的风险

公司采购的主要物料为毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。报告期内，主要物料采购金额分别为 35,648.71 万元、51,688.35 万元及 65,781.96 万元，采购金额较大。

公司采购的物料中，毛净、茶叶半成品及定制成品茶均以鲜叶为基础，温度、降水、土壤环境、光照强度等自然条件的变化均可能会造成鲜叶的供应情况出现波动；此外，所有的采购物料均受行业竞争、市场供求、经济环境等因素影响。若公司采购的物料受上述因素影响而出现价格上涨，则将对公司盈利能力产生不利影响。

（四）加盟模式风险

加盟模式是公司进行渠道拓展的重要一环。报告期内，公司通过线下加盟模式销售额分别为 29,338.43 万元、48,043.87 万元及 59,468.98 万元，占主营业务收入比例为 41.12%、47.44%及 48.07%，占比较高且呈逐渐上升趋势。

若公司的重要加盟商发生变动，或是严重违反特许经营合同，或是不能很好地理解公司的品牌理念和发展目标，则将会对公司的经营业绩及品牌形象造成不利影响。

（五）食品安全风险

近年来随着我国经济快速发展，人民的生活质量迅速提高，政府和消费者对食品安全问题的重视程度不断加大，国家也相继出台了《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》《食品安全法》等一系列法律法规，加大了食品安全领域的监管力度，规范了食品相关企业的经营行为并确立了惩罚性赔偿制度。

公司主要产品包括茶叶、茶食品等。若由于质量管控措施未严格执行、加工程序操作不当、供应环节管控不力等原因而导致发生食品安全问题，公司将面临市场形象受损、业绩水平下滑以及行政处罚的风险。

（六）新产品开发的市场风险

为了进一步增强配套服务能力及盈利能力，公司需要不断在茶叶、茶具、茶食品等产品品类方面开发新产品以满足消费者多元化的需求。若新产品不能获得

市场的认可，或前期宣传效果不佳，在一段时间内没有形成相对稳定的客户群，导致公司对新产品的投入不能取得预期收益，将对公司经营业绩产生不利影响。

（七）销售的季节性风险

茶产品零售行业具有一定的季节性特征。公司一、三、四季度主营业务收入占比稍高，2018至2020年各年度第一、三、四季度的主营业务收入合计占比分别达到81.02%、80.42%及77.31%，主要系由于第一季度的元旦、春节，第三季度的中秋、国庆等传统节日是茶叶的消费旺季，且近年来“双十一”、“双十二”等电商平台促销活动带动了第四季度消费的增长，从而导致公司销售情况在季度间存在一定程度的不均衡。如果不能持续、准确把握市场需求趋势，提前制定采购、配送、库存备货等计划，公司将面临备货不足流失市场份额或部分产品过剩造成产品积压的经营风险。

（八）房屋租赁的风险

截至2020年12月31日，公司以租赁方式取得且正在使用的与生产经营相关房屋共计300项，部分租赁房屋存在尚未取得房屋所有权证等产权证明文件等情形，若第三方对上述房屋租赁事宜提出异议，则可能影响公司继续承租该等房屋，从而对公司经营造成不利影响。

（九）网络销售模式下第三方平台收入集中度较高的风险

报告期内，公司网络销售模式下的主营业务收入从12,677.38万元提升至24,060.69万元，占主营业务收入比重从17.77%提升至19.45%，其中通过京东平台和天猫平台实现的对外销售收入占比较高。若该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。

三、内控风险

（一）实际控制人控制风险

王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁为公司实际控制人。本次发行前，五人共持有公司62.80%的股份；本次发行后，按最大发行股数计算，五人合计持有公司的股份比例为46.88%，占比较高。若控股股东、实际控制人利用其控制地位通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人

事任免等进行不当控制，可能会损害公司和中小股东的利益。

（二）经营规模扩大引发的管理风险

报告期内，公司的规模扩张较快，营业收入从 2018 年的 71,864.22 万元增长至 2020 年的 124,681.76 万元。随着公司业务的发展，人员规模与营销网络将不断扩大，公司的管理体系也将更加复杂，经营决策和风险控制难度增加。如果公司在产品质量控制、直营店运营、加盟商管理及网络销售等方面的管理水平无法相应提高，或者缺乏明确的发展战略与合理的渠道规划，都将会对公司经营造成不利影响。

（三）人才流失风险

随着经营规模的扩大，公司在物料采购、茶叶生产、品质控制、品牌管理、市场营销、信息化管理等方面的人才储备也需同步扩充。茶叶产品具有一定特殊性，其职业技能的形成除需具备专业知识以外，还需要长时间的行业经验积累，本行业人才培养周期相对较长。随着行业内竞争的不断加剧，如果公司因管理不当造成人才流失，或人才培养无法满足公司业务发展的需求，将对公司的可持续发展产生不利影响。

（四）关联交易风险

报告期内，公司在采购、销售中存在关联方向公司供应茶叶相关产品或装修设计等服务以及关联方作为加盟商等情形。若发行人关联交易相关制度不能得到有效执行，出现不必要、不公允的关联交易，则存在关联方及利益相关方利用关联交易损害公司及其他中小股东利益的风险。

四、财务风险

（一）存货跌价风险

公司为快速响应市场需求，保证存货供应的充足性及物流运输的及时性，需要置备一定规模的存货。随着销售规模的扩大，线上、线下直营以及加盟渠道的快速扩张，公司存货规模呈上升趋势，报告期各期末，存货账面价值分别为 15,052.34 万元、20,899.69 万元和 32,046.13 万元，绝对金额较大，占总资产的比例分别为 25.69%、27.81%和 35.48%。若出现部分存货因市场需求变化而导致价

格下降或出现滞销等情况，则公司需对该等存货计提跌价准备或予以报损，从而对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

（二）应收账款风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 1,537.43 万元、1,990.85 万元及 3,334.71 万元，占总资产的比例分别为 2.62%、2.65%及 3.69%。应收账款水平主要系由客户信用水平、履约能力决定，若部分客户出现支付困难、拖延付款等现象，公司将面临无法及时收回货款的风险。

（三）政府补助减少的风险

报告期内，公司计入当期损益的政府补助分别为 478.95 万元、671.77 万元及 849.86 万元，占当期利润总额比例分别为 6.79%、5.38%和 5.21%。如果公司未来不能继续获得政府补助或者获得的政府补助减少，将引起公司净利润降低，对公司当期经营业绩产生不利影响。

（四）净资产收益率被摊薄的风险

2018 年至 2020 年，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 13.70%、23.31%及 24.20%。本次发行募集资金总额为 68,278.78 万元，发行完成后，随着募集资金的到位，公司的净资产将显著增加。鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，产生预期收益需要一定的时间，若公司净利润的增长在短期内不能与净资产的增长保持同步，则将面临净资产收益率较以前年度有所下降的风险。

五、法律风险

（一）品牌、商标被侵犯与损害的风险

公司系一家全茶类全国连锁品牌企业，拥有“八马”、“信记号”、“掌门茶”、“小马茶趣”等自有品牌及相关商标。随着市场竞争日益激烈，公司业务规模不断扩大，公司自有品牌、商标存在被他人以仿制、仿冒等方式侵犯、侵害的风险，从而可能对公司品牌形象造成不利影响，损害公司的商业利益。

（二）社会保险及住房公积金补缴风险

报告期内，公司存在未为少量员工缴纳社保及住房公积金的情况。截至本招

股说明书签署日，公司不存在因社保及住房公积金欠缴问题受到相关主管部门的行政处罚。若未来社保和住房公积金政策出现变化，公司可能面临社保及住房公积金补缴或处罚的风险。

六、募集资金投资项目的风险

（一）募集资金投资项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金计划用于“八马茶业营销网络建设项目”、“福建八马物流配送中心建设项目”、“八马茶业信息化建设项目”和补充流动资金。若出现募集资金投资项目对应的市场需求发生不利变化、行业发展形势不及预期等不利因素，则存在募集资金投资项目不能达到预期收益目标的风险。

（二）募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险

本次募集资金投资项目全部建设完成后，公司预计每年将新增一定的折旧摊销费用。如果未来市场环境发生重大变化，或者募集资金投资项目在投产后没有及时产生预期效益，公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用的风险，进而导致公司业绩受到不利影响。

七、其他风险

（一）受新型冠状病毒肺炎疫情影响的风险

2020年初，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，对公司销售造成了一定不利影响。目前虽然国内新型冠状病毒肺炎疫情控制情况良好，但全球范围内新型冠状病毒肺炎疫情仍持续蔓延。若新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内不能得到有效控制，导致全球经济下行压力持续增加，居民消费意愿及消费能力将受到负面影响，公司的经营业绩将因此面临下滑的风险。

（二）发行失败风险

公司本次发行将采取网下询价对象申购配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的发行方式或证券监管部门认可的其他发行方式，届时将受到国际和国内宏观经济形势、资本市场走势、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。公司在首次公开发行过程中可能存在因投资者认购不足而导致的发行失败风险。

（三）其他不可抗力引起的风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害、传染病流行等其他不可控因素带来不利影响的可能性，提请广大投资者注意相关风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	八马茶业股份有限公司
英文名称	Bama Tea Co., Ltd.
注册资本	7,600 万元
法定代表人	吴清标
成立日期	1997 年 7 月 28 日
住所	深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦 7 楼
邮政编码	518001
联系电话	0755-82389378
传真号码	0755-82242331
互联网网址	www.bamatea.com
电子信箱	zq@bamatea.com
信息披露及投资者关系部门	证券事务部
联系人	龚政
联系电话	0755-82389378

二、发行人设立情况

(一) 有限责任公司设立

1997 年 7 月 11 日，发行人前身深圳市溪源茶业有限公司取得深圳市工商行政管理局出具的《公司名称预先核准通知书》(NO.NG9828)，同意核准企业名称为“深圳市溪源茶业有限公司”。

1997 年 7 月 15 日，深圳市培信会计师事务所出具《验资报告》(深培会验字(1997)第 D153 号)，经审验，截至 1997 年 7 月 14 日止，溪源有限已收到其股东投入的资本人民币 50.00 万元，全部为货币出资。2021 年 3 月 13 日，信永中和出具《历次验资报告的专项复核报告》(报告编号:XYZH/2021SZAB10289)对上述出资事项进行了确认。

1997 年 7 月 28 日，溪源有限取得深圳市工商行政管理局颁发的注册号为 27936643-9 的《企业法人营业执照》，有限公司成立。

溪源有限设立时的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	持股比例（%）
1	王文彬	30.00	60.00
2	王文礼	20.00	40.00
合 计		50.00	100.00

（二）第一次更名

1998年3月10日，溪源有限股东会作出决议，同意将公司名称变更为“深圳市八马茶业有限公司”。

1998年4月25日，深圳市工商行政管理局出具《有限公司名称变更登记公告》，同意“深圳市溪源茶业有限公司”名称变更为“深圳市八马茶业有限公司”。

深圳八马已就上述名称变更事项办理了工商变更登记手续，取得了深圳市工商行政管理局于1998年4月25日换发的《企业法人营业执照》。

（三）第二次更名

2007年12月28日，深圳八马股东会作出决议，同意将公司名称由“深圳市八马茶业有限公司”变更为“深圳市八马茶业连锁有限公司”。

八马有限已就上述名称变更事项办理了工商变更登记手续，取得了深圳市工商行政管理局于2008年1月3日换发的注册号为440301102789359的《企业法人营业执照》。

（四）股份有限公司设立

2014年6月4日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《深圳市八马茶业连锁有限公司审计报告》（信会师报字[2014]第310412号），经审计，八马有限截至2014年4月30日的净资产值为153,014,492.69元。

2014年6月10日，银信资产评估有限公司出具了《深圳市八马茶业连锁有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》（银信评报字[2014]沪第0332号），经评估，八马有限在评估基准日（2014年4月30日）净资产的评估价值为24,113.86万元。

2014年6月23日，八马有限股东会作出决议，同意将公司整体变更为股份公司，整体变更设立后的股份公司的注册资本及股份总数，以会计师事务所审计的截至2014年4月30日公司账面净资产值为基础进行确定。

2014年7月3日，广东省工商行政管理局出具（国）名称变核内字[2014]第1469号《企业名称变更核准通知书》，同意核准企业名称为“八马茶业股份有限公司”。

2014年8月27日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《八马茶业股份有限公司（筹）验资报告》（信会师报字[2014]第310519号），经审验，截至2014年4月30日止，八马茶业（筹）已将八马有限截至2014年4月30日止经审计的所有者权益（净资产）153,014,492.69元中的7,500.00万元折为7,500.00万股，大于股本部分78,014,492.69元计入资本公积。

2014年9月10日，八马茶业取得了深圳市市场监督管理局核发的注册号为440301102789359的《企业法人营业执照》，股份公司成立，其注册资本及实收资本均为7,500.00万元。股份公司成立后的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	王文彬	2,892.75	38.57
2	王文礼	2,544.75	33.93
3	和谐成长	750.00	10.00
4	王文超	360.00	4.80
5	天图兴华	360.00	4.80
6	南海成长	315.00	4.20
7	吴清标	101.25	1.35
8	天玑星投资	75.00	1.00
9	吴庆祥	67.50	0.90
10	王小萍	33.75	0.45
合 计		7,500.00	100.00

三、发行人报告期内股本和股东变化情况

（一）报告期初，发行人股本情况

发行人历史上曾为股转系统挂牌企业，股票代码834754.OC，发行人在全国

中小企业股份转让系统挂牌情况详见本节“五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况”。

报告期初，发行人已在股转系统挂牌，股票转让方式为做市转让，股本情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	王文彬	19,285,500	25.3757
2	王文礼	16,965,500	22.3230
3	和谐成长	7,500,000	9.8684
4	陈雅静	5,742,000	7.5553
5	吴小宁	3,982,000	5.2395
6	天图兴华	3,600,000	4.7368
7	南海成长	3,150,000	4.1447
8	德威创元	2,916,000	3.8368
9	蒋妮娜	2,135,000	2.8092
10	王文超	1,750,000	2.3026
11	分宜安卓	1,000,000	1.3158
12	广发证券股份有限公司	812,000	1.0684
13	天玑星投资	750,000	0.9868
14	吴俊晖	631,750	0.8313
15	吴清标	569,625	0.7495
16	黄琴	552,375	0.7268
17	王小萍	500,500	0.6586
18	中山证券有限责任公司	477,500	0.6283
19	吴庆祥	380,250	0.5003
20	黄旭东	380,000	0.5000
21	何小林	351,000	0.4618
22	吕鑫	270,000	0.3553
23	陈卫东	120,000	0.1579
24	杨竣凯	105,000	0.1382
25	李建松	91,500	0.1204
26	李征	80,000	0.1053
27	上海陆宝投资管理有限公司 —陆宝成全新三板1期基金	80,000	0.1053

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
28	荣宪波	79,000	0.1039
29	华融证券股份有限公司	76,000	0.1000
30	申万宏源证券有限公司	74,875	0.0985
31	浙商证券股份有限公司	73,000	0.0961
32	林荣溪	58,500	0.0770
33	田加	50,000	0.0658
34	杨朝霞	46,000	0.0605
35	周灼能	42,000	0.0553
36	刘欣	40,000	0.0526
37	上海陆宝投资管理有限公司 —陆宝成全新三板2期私募 基金	40,000	0.0526
38	王艺生	40,000	0.0526
39	吴志贤	40,000	0.0526
40	李雪梅	39,500	0.0520
41	苏丽敏	38,000	0.0500
42	苏州市富士莱技术 服务发展中心（有限合伙）	38,000	0.0500
43	何楠	35,500	0.0467
44	王庆南	35,000	0.0461
45	王文吉	35,000	0.0461
46	杨灿阳	33,000	0.0434
47	王欣	32,500	0.0428
48	中国国际金融股份有限公司	32,000	0.0421
49	郑秋丽	31,000	0.0408
50	常宾江	30,000	0.0395
51	雷德发	30,000	0.0395
52	谢承昌	30,000	0.0395
53	周学宇	30,000	0.0395
54	黄光秀	28,125	0.0370
55	陈静	28,000	0.0368
56	万晖榕	28,000	0.0368
57	王晓虹	27,500	0.0362
58	黄欣	27,000	0.0355

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
59	黄烈平	26,000	0.0342
60	邓义娟	25,000	0.0329
61	杜新火	25,000	0.0329
62	蒋光夫	25,000	0.0329
63	吕金玲	25,000	0.0329
64	吴基础	25,000	0.0329
65	徐芳玲	25,000	0.0329
66	杨金飞	25,000	0.0329
67	朱荣伦	25,000	0.0329
68	张永坚	22,500	0.0296
69	孙洪军	22,000	0.0289
70	钱祥丰	21,000	0.0276
71	陈韵白	20,000	0.0263
72	郑晓妮	20,000	0.0263
73	周鹏里	20,000	0.0263
74	陈婷	19,000	0.0250
75	施启金	17,500	0.0230
76	刘春艳	15,000	0.0197
77	浦周宾	15,000	0.0197
78	廉骏	12,000	0.0158
79	王罗萍	12,000	0.0158
80	王晓慧	12,000	0.0158
81	财富证券有限责任公司	11,000	0.0145
82	川财证券有限责任公司	11,000	0.0145
83	深圳船说投资管理有限公司	10,000	0.0132
84	熊奇	8,000	0.0105
85	王廷山	6,000	0.0079
86	廖亮	5,000	0.0066
87	潘维锰	5,000	0.0066
88	王钦国	5,000	0.0066
89	许晨坪	5,000	0.0066
90	邓永平	4,000	0.0053
91	西部证券股份有限公司	4,000	0.0053

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
92	陈燕君	3,000	0.0039
93	贾荣世	3,000	0.0039
94	张冬梅	3,000	0.0039
95	毛热爱	2,000	0.0026
96	石龙	2,000	0.0026
97	殷凤玉	2,000	0.0026
98	朱毅峰	2,000	0.0026
99	洪斌	1,000	0.0013
100	贾琤	1,000	0.0013
101	刘建文	1,000	0.0013
102	罗勇进	1,000	0.0013
103	潘群	1,000	0.0013
104	深圳前海徽财投资管理 管理有限公司	1,000	0.0013
105	王杰	1,000	0.0013
106	徐京波	1,000	0.0013
107	叶玲莉	1,000	0.0013
108	元祯咨询（北京）有限公司	1,000	0.0013
合计		76,000,000	100.0000

注：由于公司部分股东持股数量较少，为更精准列示，上表中持股比例数据保留四位小数。

（二）公司股转系统终止挂牌后的股权转让

1、协议转让

公司在股转系统终止挂牌后的股份转让情况如下：

（1）2018年10月9日，上海陆宝投资管理有限公司—陆宝成全新三板2期私募基金分别与廖运金、谢国顺、郑红治、潘亮签署《股份转让协议》，上海陆宝投资管理有限公司—陆宝成全新三板2期私募基金将其持有公司4.00万股股份分别转让于廖运金2.00万股、谢国顺1.00万股、郑红治0.50万股、潘亮0.50万股，转让价格为13.00元/股，以上股份转让受让方均已支付股份转让价款。

（2）2018年10月9日、2018年10月11日，上海陆宝投资管理有限公司—陆宝成全新三板1期基金分别与王庆南、王晓健签署《股份转让协议》，上海

陆宝投资管理有限公司—陆宝成全新三板1期基金将其持有公司8.00万股股份分别转让于王庆南、王晓健各4.00万股，转让价格为13.00元/股，以上股份转让受让方均已支付股份转让价款。

(3) 2019年4月10日，雷德发与陈啊敏签署《股份转让协议》，雷德发将其持有公司3.00万股股份转让于陈啊敏，转让价格为5.20元/股，陈啊敏已经向雷德发支付前述股份转让价款。

(4) 2019年6月5日，苏州市富士莱技术服务发展中心（有限合伙）与付婵签署《股份转让协议》，苏州市富士莱技术服务发展中心（有限合伙）将其持有公司3.80万股股份转让于付婵，转让价格为10.00元/股，付婵已向苏州市富士莱技术服务发展中心（有限合伙）支付前述股份转让价款。

(5) 2019年6月3日、2019年6月6日，中国国际金融股份有限公司分别与丘宝辉、卢志兰签署《股份转让协议》，中国国际金融股份有限公司将其持有公司2.80万股份分别转让于丘宝辉1.00万股、卢志兰1.80万股，转让价格为12.80元/股，丘宝辉、卢志兰均已向中国国际金融股份有限公司支付前述股份转让价款。

2、托管联交所后转让情况

2019年7月5日，八马茶业与深圳联合产权交易所股份有限公司签署了《非上市公司股份托管合同》，约定由联交所为八马茶业提供股份登记、质押登记、股份代办转让、权益分派、股东资料查询、股份证明以及有关股份管理的信息披露等服务。

八马茶业股份在联交所托管期间发生过两次转让，具体情况如下：

(1) 和谐成长将所持发行人股份全部转让于天津长峰

2019年10月14日，和谐成长与天津长峰签署《股份转让协议》，和谐成长将其持有的八马茶业750.00万股股份以7,280.00万元价格转让于天津长峰，本次转让已经联交所办理过户登记并取得联交所核发的《权益交割清单》。

(2) 天津长峰将所持有3.00%股权转让于静远壹叁

2020年11月13日，天津长峰与静远壹叁签署《股份转让协议》，天津长峰

将其持有的八马茶业 228.00 万股股份以 6,300.00 万元价格转让于静远壹叁，本次转让已经联交所办理过户登记并取得联交所核发的《权益交割清单》。截至本招股说明书出具日，发行人股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	王文彬	19,285,500	25.3757
2	王文礼	16,965,500	22.3230
3	陈雅静	5,742,000	7.5553
4	天津长峰	5,220,000	6.8684
5	吴小宁	3,982,000	5.2395
6	天图兴华	3,600,000	4.7368
7	南海成长	3,150,000	4.1447
8	德威创元	2,916,000	3.8368
9	静远壹叁	2,280,000	3.0000
10	蒋妮娜	2,135,000	2.8092
11	王文超	1,750,000	2.3026
12	分宜安卓	1,000,000	1.3158
13	广发证券股份有限公司	812,000	1.0684
14	天玑星投资	750,000	0.9868
15	吴俊晖	631,750	0.8313
16	吴清标	569,625	0.7495
17	黄琴	552,375	0.7268
18	王小萍	500,500	0.6586
19	中山证券有限责任公司	477,500	0.6283
20	吴庆祥	380,250	0.5003
21	黄旭东	380,000	0.5000
22	何小林	351,000	0.4618
23	吕鑫	270,000	0.3553
24	陈卫东	120,000	0.1579
25	杨竣凯	105,000	0.1382
26	李建松	91,500	0.1204
27	李征	80,000	0.1053
28	荣宪波	79,000	0.1039
29	王庆南	75,000	0.0987

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
30	浙商证券股份有限公司	73,000	0.0961
31	李雪梅	68,500	0.0901
32	黄光秀	68,125	0.0896
33	林荣溪	58,500	0.0770
34	张永坚	58,500	0.0770
35	田加	50,000	0.0658
36	杨朝霞	46,000	0.0605
37	陈燕君	43,000	0.0566
38	周灼能	42,000	0.0553
39	吴志贤	40,000	0.0526
40	王艺生	40,000	0.0526
41	刘欣	40,000	0.0526
42	王晓健	40,000	0.0526
43	付婵	38,000	0.0500
44	苏丽敏	38,000	0.0500
45	杨灿阳	37,000	0.0487
46	何楠	35,500	0.0467
47	王文吉	35,000	0.0461
48	王欣	32,500	0.0428
49	郑秋丽	32,000	0.0421
50	陈啊敏	30,000	0.0395
51	谢承昌	30,000	0.0395
52	常宾江	30,000	0.0395
53	周学宇	30,000	0.0395
54	万晖榕	28,000	0.0368
55	陈静	28,000	0.0368
56	王晓虹	27,500	0.0362
57	黄欣	27,000	0.0355
58	黄烈平	26,000	0.0342
59	徐芳玲	25,000	0.0329
60	杨金飞	25,000	0.0329
61	邓义娟	25,000	0.0329
62	朱荣伦	25,000	0.0329

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
63	杜新火	25,000	0.0329
64	蒋光夫	25,000	0.0329
65	吕金玲	25,000	0.0329
66	吴基础	25,000	0.0329
67	钱祥丰	21,000	0.0276
68	牛晓宁	20,875	0.0275
69	廖运金	20,000	0.0263
70	郑晓妮	20,000	0.0263
71	陈韵白	20,000	0.0263
72	王树平	20,000	0.0263
73	周鹏里	20,000	0.0263
74	陈婷	19,000	0.0250
75	卢志兰	18,000	0.0237
76	施启金	17,500	0.0230
77	浦周宾	15,000	0.0197
78	刘春艳	15,000	0.0197
79	王罗萍	12,000	0.0158
80	廉骏	12,000	0.0158
81	孙洪军	12,000	0.0158
82	王晓慧	12,000	0.0158
83	谢国顺	10,000	0.0132
84	深圳船说投资管理有限公司	10,000	0.0132
85	丘宝辉	10,000	0.0132
86	熊奇	8,000	0.0105
87	王廷山	6,000	0.0079
88	潘维锰	5,000	0.0066
89	郑红治	5,000	0.0066
90	王钦国	5,000	0.0066
91	潘亮	5,000	0.0066
92	许晨坪	5,000	0.0066
93	廖亮	5,000	0.0066
94	邓永平	4,000	0.0053
95	张冬梅	3,000	0.0039

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
96	贾荣世	3,000	0.0039
97	殷凤玉	2,000	0.0026
98	朱毅峰	2,000	0.0026
99	石龙	2,000	0.0026
100	毛热爱	2,000	0.0026
101	徐京波	1,000	0.0013
102	罗勇进	1,000	0.0013
103	叶玲莉	1,000	0.0013
104	潘群	1,000	0.0013
105	贾琤	1,000	0.0013
106	王杰	1,000	0.0013
107	元祯咨询（北京）有限公司	1,000	0.0013
108	深圳前海徽财投资管理有限公司	1,000	0.0013
109	刘建文	1,000	0.0013
110	洪斌	1,000	0.0013
合 计		76,000,000	100.0000

注：由于公司部分股东持股数量较少，为更精准列示，上表中持股比例数据保留四位小数。

四、发行人报告期内重大资产重组情况

报告期内发行人无重大资产重组的情况。

五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

（一）发行人在股转系统挂牌情况

1、2015年11月，取得股转系统同意挂牌公开转让

公司于2015年8月8日召开第一届董事会第四次会议、2015年8月26日召开2015年第三次临时股东大会，同意公司申请股票在股转系统挂牌并公开转让。

2015年11月24日，公司取得股转系统出具的《关于同意八马茶业股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2015]8033号），同意八马茶业股票在股转系统挂牌并公开转让。

2、2016年3月，公司股票转让方式由协议转让变更为做市转让

2016年1月15日、2016年2月2日，八马茶业召开第一届董事会第五次会议、2016年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司股票由协议转让方式变更为做市转让方式的议案》，同意公司转让方式由协议转让变更为做市转让。

2016年3月1日，公司取得股转系统出具的《关于同意股票变更为做市转让方式的函》（股转系统函[2016]1826号），同意公司股票自2016年3月3日起转让方式由协议转让变更为做市转让。

3、2018年2月，公司股票转让方式由做市转让变更为集合竞价转让

2018年1月5日、2018年1月23日发行人召开第一届董事会第十一次会议及2018年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司股票由做市转让方式变更为集合竞价转让方式的议案》，同意公司股票转让方式由做市转让变更为集合竞价转让。

2018年2月7日，公司取得股转系统出具的《关于同意股票变更为集合竞价转让方式的函》（股转系统函[2018]571号），同意公司股票自2018年2月9日起转让方式由做市转让变更为集合竞价转让。

4、2018年4月，公司在股转系统终止挂牌

2018年1月23日、2018年3月14日，发行人召开第二届董事会第一次会议及2018年第二次临时股东大会，审议通过《关于拟申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》《关于提请股东大会授权董事会全权办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌相关事宜的议案》《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌对异议股东权益保护措施的议案》等终止挂牌相关议案，因公司长期战略规划调整的需要，同意公司终止在股转系统挂牌。

2018年4月19日，公司取得股转系统出具的《关于同意八马茶业股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2018]1459号），同意公司自2018年4月24日起终止在股转系统挂牌。

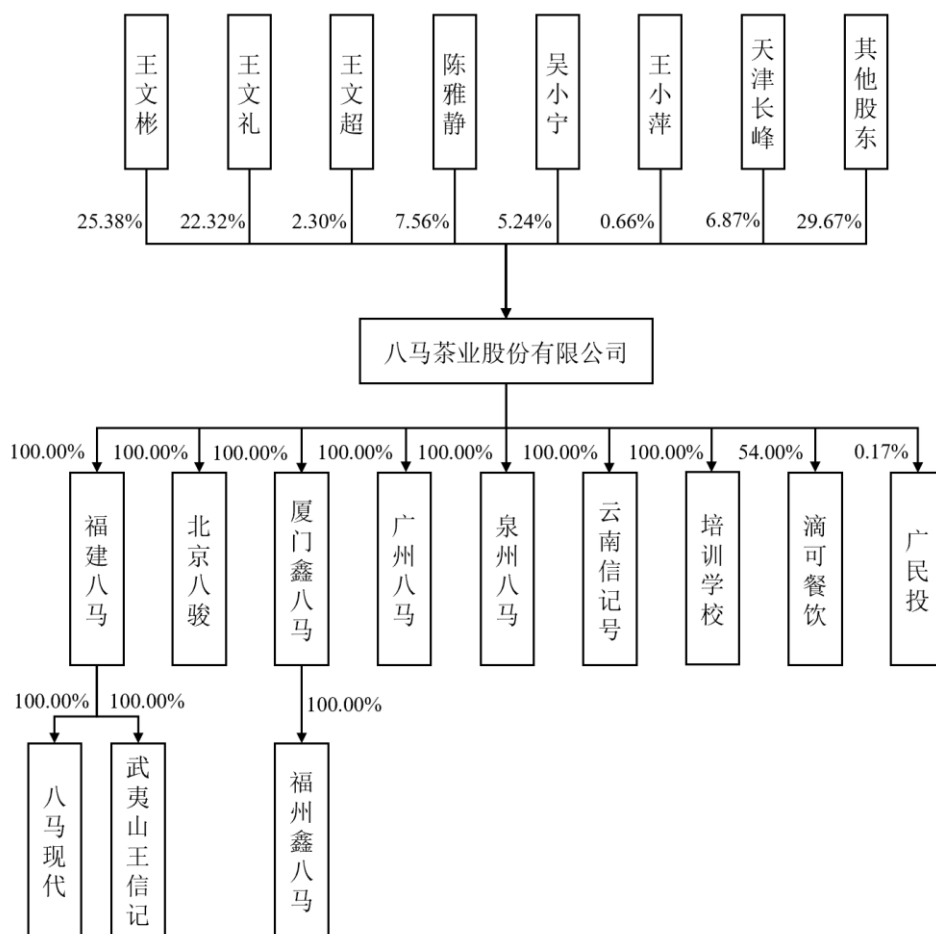
（二）发行人在挂牌期间受到处罚的情况

发行人在挂牌期间不存在受到处罚的情况。

六、发行人的股权结构及组织结构

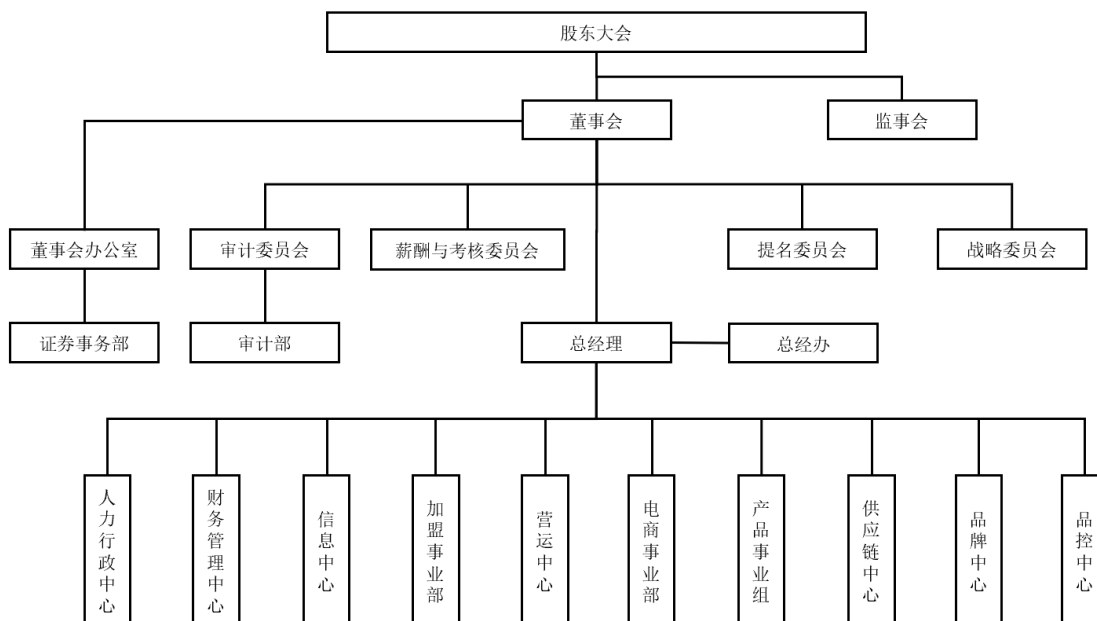
（一）股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



（二）组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下：



七、发行人控股和参股公司及其他组织情况

（一）发行人控股子公司及其他组织情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 9 家全资控股子公司、1 家非全资控股子公司及 1 家民办非企业法人：

1、福建八马茶业有限公司

成立时间	2010 年 9 月 8 日
注册资本	3,080.00 万元
实收资本	3,080.00 万元
法定代表人	王文礼
注册地和主要经营场所	福建省泉州市安溪县经济开发区龙桥园龙榜路 1 号
经营范围	许可项目：茶叶制品生产；食品经营；保健食品销售；保健用品（非食品）销售；餐饮服务；住宿服务；演出场所经营；营业性演出（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：茶具销售；日用百货销售；日用化学产品销售；家居用品销售；家具销售；厨具卫具及日用杂品零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；服装服饰零售；以自有资金从事投资活动；会议及展览服务；礼仪服务；休闲观光活动；项目策划与公关服务；组织文化艺术交流活动；文艺创作；住房租赁；非居住房地产租赁；物业管

	理；与农业生产经营有关的技术、信息、设施建设运营等服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
主营业务	主要从事茶叶及相关产品加工、生产、销售			
股权结构	发行人全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	39,352.32	29,366.49	4,255.47

注：上述财务数据已经信永中和审计。

2、福建安溪八马现代农业综合开发有限公司

成立时间	2010 年 10 月 15 日			
注册资本	300.00 万元			
实收资本	300.00 万元			
法定代表人	王文礼			
注册地和主要经营场所	福建省安溪县西坪镇珠洋村			
经营范围	农业综合开发；茶树、果树种植；农副产品（茶叶）初制、销售；茶树种植及茶叶制作技术咨询服务；农业观光；茶叶鲜叶收购、销售。***（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	主要从事农业综合开发，茶树种植及茶叶制作技术研究			
股权结构	福建八马全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	418.03	-335.87	-41.08

注：上述财务数据已经信永中和审计。

3、厦门鑫八马茶业有限公司

成立时间	2010 年 11 月 15 日			
注册资本	100.00 万元			
实收资本	100.00 万元			
法定代表人	徐芳玲			
注册地和主要经营场所	厦门火炬高新区火炬园火炬东路 20-24 号火炬新天地 6 号楼 102B 区			
经营范围	许可项目：食品经营（销售预包装食品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。一般项目：餐饮管理；茶具销售；家用电器销售；日用化学产品销售；日用百货销售；日用品销售；家具销售；组织文化艺术交流活动；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。			

主营业务	主要从事茶叶及相关产品销售，下设直营门店；发行人为管理区域市场、促进销售而设立的全资子公司			
股权结构	发行人全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	2,329.11	-826.22	2,417.03

注：上述财务数据已经信永中和审计。

4、北京八骏茶业有限公司

成立时间	2010 年 11 月 29 日			
注册资本	100.00 万元			
实收资本	100.00 万元			
法定代表人	吴清标			
注册地和主要经营场所	北京市北京经济技术开发区文化园东路 6 号 1 幢一层 110011 号			
经营范围	销售食品；销售茶具、家具、日用品、家用电器、服装、工艺美术品、厨具卫具、纸制品；企业管理咨询。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）			
主营业务	主要从事茶叶及相关产品销售，下设直营门店；发行人为管理区域市场、促进销售而设立的全资子公司			
股权结构	发行人全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	1,931.13	608.40	34.94

注：上述财务数据已经信永中和审计。

5、广州市八马茶业有限公司

成立时间	2010 年 12 月 22 日			
注册资本	100.00 万元			
实收资本	100.00 万元			
法定代表人	李建松			
注册地和主要经营场所	广州市天河区天河北路 908 号 905 房（仅限办公）			
经营范围	企业管理咨询服务；百货零售（食品零售除外）；陶瓷、玻璃器皿零售；服装零售；干果、坚果零售；干果、坚果批发；服装批发；陶瓷、玻璃器皿批发；家居饰品批发；家用电器批发；香精及香料批发；家具批发；预包装食品零售；预包装食品批发；茶馆服务；散装食品零售；酒类零售；非酒精饮料及茶叶零售；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；网络销售预包装食品；糕点、糖果及糖批发；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；非酒精饮料、茶叶批发；散装食品批发；酒类批发			

主营业务	主要从事茶叶及相关产品销售，下设直营门店；发行人为管理区域市场、促进销售而设立的全资子公司			
股权结构	发行人全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	1,929.77	-98.70	-99.77

注：上述财务数据已经信永中和审计。

6、福州鑫八马茶业有限公司

成立时间	2011 年 1 月 28 日			
注册资本	50.00 万元			
实收资本	50.00 万元			
法定代表人	吴小宁			
注册地和主要经营场所	福州市鼓楼区华大街道外九彩巷 1 号翔达公寓 1 层 07 店面			
经营范围	许可项目：食品经营（销售预包装食品）；保健食品销售；餐饮服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准） 一般项目：茶具销售；国内贸易代理；日用品销售；日用品批发；服装服饰零售；服装服饰批发；日用家电零售；日用木制品销售；家用电器销售；家具销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
主营业务	主要从事茶叶及相关产品销售，下设直营门店；发行人为管理区域市场、促进销售而设立的全资子公司			
股权结构	厦门鑫八马全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	1,884.10	-1,097.79	-101.48

注：上述财务数据已经信永中和审计。

7、泉州八马茶业有限公司

成立时间	2016 年 7 月 5 日			
注册资本	100.00 万元			
实收资本	100.00 万元			
法定代表人	王文吉			
注册地和主要经营场所	泉州市丰泽区云鹿路东段麦德龙对面，北京师范大学泉州附属中学校园生活区综合楼【鲲鹏国际中心】一层 5#、6#店面			
经营范围	许可项目：食品经营；餐饮服务；食品互联网销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）； 一般项目：餐饮管理；日用百货销售；日用品销售；家具销售；茶具销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			

主营业务	主要从事茶叶及相关产品销售，下设直营门店；发行人为管理区域市场、促进销售而设立的全资子公司			
股权结构	发行人全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	5,457.19	906.03	633.15

注：上述财务数据已经信永中和审计。

8、福建武夷山王信记茶业有限公司

成立时间	2016 年 7 月 6 日			
注册资本	800.00 万元			
实收资本	800.00 万元			
法定代表人	蔡泽凌			
注册地和主要经营场所	武夷山市兴田镇仙店路 7 号、9-1 号			
经营范围	许可项目：茶叶制品生产；食品经营；食品互联网销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：包装服务；组织文化艺术交流活动；茶叶种植（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
主营业务	主要从事茶叶及相关产品加工、生产			
股权结构	福建八马全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	8,797.05	3,326.68	2,417.03

注：上述财务数据已经信永中和审计。

9、深圳滴可餐饮管理有限公司

成立时间	2017 年 7 月 13 日			
注册资本	555.5556 万元			
实收资本	555.5556 万元			
法定代表人	王焜恒			
注册地和主要经营场所	深圳市罗湖区南湖街道新南社区东门南路 3002 号华都园大厦 15D			
经营范围	一般经营项目是：餐饮管理服务，文化活动策划，会务服务，展览展示服务，企业营销策划，企业管理咨询，礼仪服务，商务信息咨询，图像设计、广告业务，酒店设备、厨房设备、日用百货、工艺礼品、服装服饰的批发、零售。，许可经营项目是：茶叶的批发兼零售；预包装食品（不含复热预包装食品）批发兼零售；饮料制售。（限分公司经营）；热食类食品制售。			
主营业务	主要从事茶相关饮料制售，系发行人为开拓新式茶饮业务而设立的控股子公司			
股权结构	发行人控股子公司，其他股东为深圳茶乐里餐饮管理有限公司（持			

	有 36.00% 股权)、陈鹏飞 (持有 10.00%)			
简要财务数据 (万元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	157.90	7.61	-168.20

注: 上述财务数据已经信永中和审计。

10、云南信记号茶业有限公司

成立时间	2020 年 1 月 14 日			
注册资本	300.00 万元			
实收资本	0.00 万元			
法定代表人	王文超			
注册地和主要经营场所	云南省西双版纳傣族自治州勐海县勐海镇曼尾村委会曼垒村民小组 (云南象谷茶业有限公司内)			
经营范围	其他综合零售;精制茶加工、销售、代购、代销、仓储;茶叶种植、茶叶收购、加工;互联网销售及服务;茶产品开发;房屋租赁;货物进出口业务;农副产品收购、加工、销售;预包装食品兼散装食品批发及零售;茶具销售;茶文化交流及推广。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)			
主营业务	主要从事茶叶及相关产品销售,系发行人为开拓普洱茶业务而设立的全资子公司			
股权结构	发行人全资子公司			
简要财务数据 (万元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	0.00	0.00	0.00

注: 上述财务数据已经信永中和审计。

11、深圳市罗湖区八马茶业培训学校

成立时间	2010 年 6 月 9 日			
开办资金	30.00 万元			
法定代表人	王文超			
注册地和主要经营场所	深圳市罗湖区东门南路 3002 号华都园大厦 15 楼 A、B 座			
办学类型	职业资格培训:茶艺师 (初级、中级、高级)、评茶员 (初级、中级、高级)			
主营业务	主要负责对内对外的茶艺及相关培训,为发行人主营业务培训所需人才			
股权结构	发行人独资民办非企业法人			
简要财务数据 (万元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年年度	68.65	54.72	-0.69

注: 上述财务数据已经信永中和审计。

（二）参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 1 家参股公司，即广州民营投资股份有限公司，具体情况如下：

公司名称	广州民营投资股份有限公司
成立时间	2017 年 1 月 13 日
注册资本	60,000.00 万元
法定代表人	张超民
注册地和主要经营场所	广州市南沙区丰泽东路 106 号（自编 1 号楼）X1301-G5511
经营范围	股权投资；股权投资管理；企业财务咨询服务；投资咨询服务
主营业务	股权投资管理；与发行人主营业务不存在同业竞争或其他关系
出资金额	100.00 万元
股权占比	0.17%
入股时间	2017 年 4 月 28 日

八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东、实际控制人情况

发行人控股股东、实际控制人为王文彬、王文礼、王文超、陈雅静及吴小宁。王文彬、王文礼、王文超为兄弟关系，陈雅静为王文彬的配偶，吴小宁为王文礼的配偶，基本情况如下：

1、王文彬，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：350524196706*****，直接持有发行人 19,285,500 股股份，持股比例为 25.38%。

2、王文礼，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：350524197007*****，直接持有发行人 16,965,500 股股份，持股比例为 22.32%。

3、王文超，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：441321197505*****，直接持有发行人 1,750,000 股股份，持股比例为 2.30%。

4、陈雅静，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：350524196911*****，直接持有发行人 5,742,000 股股份，持股比例为 7.56%。

5、吴小宁，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：350204197508*****，直接持有发行人 3,982,000 股股份，持股比例为 5.24%。

（二）其他持有发行人 5%及以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，除公司控股股东、实际控制人外，其他持有公司 5%及以上股份的股东为天津长峰管理咨询合伙企业（有限合伙），持股比例为 6.87%。

天津长峰的基本情况介绍如下：

股东名称	天津长峰管理咨询合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2019 年 9 月 17 日		
执行事务合伙人	北京和谐天成投资管理中心（有限合伙）（委派代表：张赞峰）		
注册地址	天津自贸试验区（空港经济区）空港国际物流区第二大街 1 号 312 室（天津信至尚商务秘书有限公司托管第 693 号）		
经营范围	商业管理；经济信息咨询；信息技术管理咨询；财务管理咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	出资人/合伙人	出资额（万元）	出资比例
	珠海爱奇永兴管理咨询企业（有限合伙）	7,500.00	99.99%
	北京和谐天成投资管理中心（有限合伙）	1.00	0.01%
	合 计	7,501.00	100.00%

（三）控股股东和实际控制人直接或间接持有的发行人股份的质押或其他争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有的发行人股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构情况

本次发行前，公司总股本数为 76,000,000 股。本次发行上市预计向公众发行 25,800,000 股，发行完成后，公司总股本数为 101,800,000 股。发行完成后公司的股本结构如下表所示：

序号	股东全称	发行前		发行后	
		股权数量（股）	持股比例（%）	股权数量（股）	持股比例（%）
1	王文彬	19,285,500	25.3757	19,285,500	18.9445
2	王文礼	16,965,500	22.3230	16,965,500	16.6655
3	陈雅静	5,742,000	7.5553	5,742,000	5.6405

序号	股东全称	发行前		发行后	
		股权数量 (股)	持股比例 (%)	股权数量 (股)	持股比例 (%)
4	天津长峰	5,220,000	6.8684	5,220,000	5.1277
5	吴小宁	3,982,000	5.2395	3,982,000	3.9116
6	天图兴华	3,600,000	4.7368	3,600,000	3.5363
7	南海成长	3,150,000	4.1447	3,150,000	3.0943
8	德威创元	2,916,000	3.8368	2,916,000	2.8644
9	静远壹叁	2,280,000	3.0000	2,280,000	2.2397
10	蒋妮娜	2,135,000	2.8092	2,135,000	2.0972
11	王文超	1,750,000	2.3026	1,750,000	1.7191
12	分宜安卓	1,000,000	1.3158	1,000,000	0.9823
13	广发证券股份 有限公司	812,000	1.0684	812,000	0.7976
14	天玑星投资	750,000	0.9868	750,000	0.7367
15	吴俊晖	631,750	0.8313	631,750	0.6206
16	吴清标	569,625	0.7495	569,625	0.5596
17	黄琴	552,375	0.7268	552,375	0.5426
18	王小萍	500,500	0.6586	500,500	0.4917
19	中山证券有限 责任公司	477,500	0.6283	477,500	0.4691
20	吴庆祥	380,250	0.5003	380,250	0.3735
21	黄旭东	380,000	0.5000	380,000	0.3733
22	何小林	351,000	0.4618	351,000	0.3448
23	吕鑫	270,000	0.3553	270,000	0.2652
24	陈卫东	120,000	0.1579	120,000	0.1179
25	杨竣凯	105,000	0.1382	105,000	0.1031
26	李建松	91,500	0.1204	91,500	0.0899
27	李征	80,000	0.1053	80,000	0.0786
28	荣宪波	79,000	0.1039	79,000	0.0776
29	王庆南	75,000	0.0987	75,000	0.0737
30	浙商证券股份 有限公司	73,000	0.0961	73,000	0.0717
31	李雪梅	68,500	0.0901	68,500	0.0673
32	黄光秀	68,125	0.0896	68,125	0.0669
33	林荣溪	58,500	0.0770	58,500	0.0575

序号	股东全称	发行前		发行后	
		股权数量 (股)	持股比例 (%)	股权数量 (股)	持股比例 (%)
34	张永坚	58,500	0.0770	58,500	0.0575
35	田加	50,000	0.0658	50,000	0.0491
36	杨朝霞	46,000	0.0605	46,000	0.0452
37	陈燕君	43,000	0.0566	43,000	0.0422
38	周灼能	42,000	0.0553	42,000	0.0413
39	吴志贤	40,000	0.0526	40,000	0.0393
40	王艺生	40,000	0.0526	40,000	0.0393
41	刘欣	40,000	0.0526	40,000	0.0393
42	王晓健	40,000	0.0526	40,000	0.0393
43	付婵	38,000	0.0500	38,000	0.0373
44	苏丽敏	38,000	0.0500	38,000	0.0373
45	杨灿阳	37,000	0.0487	37,000	0.0363
46	何楠	35,500	0.0467	35,500	0.0349
47	王文吉	35,000	0.0461	35,000	0.0344
48	王欣	32,500	0.0428	32,500	0.0319
49	郑秋丽	32,000	0.0421	32,000	0.0314
50	陈啊敏	30,000	0.0395	30,000	0.0295
51	谢承昌	30,000	0.0395	30,000	0.0295
52	常宾江	30,000	0.0395	30,000	0.0295
53	周学宇	30,000	0.0395	30,000	0.0295
54	万晖榕	28,000	0.0368	28,000	0.0275
55	陈静	28,000	0.0368	28,000	0.0275
56	王晓虹	27,500	0.0362	27,500	0.0270
57	黄欣	27,000	0.0355	27,000	0.0265
58	黄烈平	26,000	0.0342	26,000	0.0255
59	徐芳玲	25,000	0.0329	25,000	0.0246
60	杨金飞	25,000	0.0329	25,000	0.0246
61	邓义娟	25,000	0.0329	25,000	0.0246
62	朱荣伦	25,000	0.0329	25,000	0.0246
63	杜新火	25,000	0.0329	25,000	0.0246
64	蒋光夫	25,000	0.0329	25,000	0.0246

序号	股东全称	发行前		发行后	
		股权数量 (股)	持股比例 (%)	股权数量 (股)	持股比例 (%)
65	吕金玲	25,000	0.0329	25,000	0.0246
66	吴基础	25,000	0.0329	25,000	0.0246
67	钱祥丰	21,000	0.0276	21,000	0.0206
68	牛晓宁	20,875	0.0275	20,875	0.0205
69	廖运金	20,000	0.0263	20,000	0.0196
70	郑晓妮	20,000	0.0263	20,000	0.0196
71	陈韵白	20,000	0.0263	20,000	0.0196
72	王树平	20,000	0.0263	20,000	0.0196
73	周鹏里	20,000	0.0263	20,000	0.0196
74	陈婷	19,000	0.0250	19,000	0.0187
75	卢志兰	18,000	0.0237	18,000	0.0177
76	施启金	17,500	0.0230	17,500	0.0172
77	浦周宾	15,000	0.0197	15,000	0.0147
78	刘春艳	15,000	0.0197	15,000	0.0147
79	王罗萍	12,000	0.0158	12,000	0.0118
80	廉骏	12,000	0.0158	12,000	0.0118
81	孙洪军	12,000	0.0158	12,000	0.0118
82	王晓慧	12,000	0.0158	12,000	0.0118
83	谢国顺	10,000	0.0132	10,000	0.0098
84	深圳船说投资管理 有限公司	10,000	0.0132	10,000	0.0098
85	丘宝辉	10,000	0.0132	10,000	0.0098
86	熊奇	8,000	0.0105	8,000	0.0079
87	王廷山	6,000	0.0079	6,000	0.0059
88	潘维锰	5,000	0.0066	5,000	0.0049
89	郑红治	5,000	0.0066	5,000	0.0049
90	王钦国	5,000	0.0066	5,000	0.0049
91	潘亮	5,000	0.0066	5,000	0.0049
92	许晨坪	5,000	0.0066	5,000	0.0049
93	廖亮	5,000	0.0066	5,000	0.0049
94	邓永平	4,000	0.0053	4,000	0.0039
95	张冬梅	3,000	0.0039	3,000	0.0029

序号	股东全称	发行前		发行后	
		股权数量（股）	持股比例（%）	股权数量（股）	持股比例（%）
96	贾荣世	3,000	0.0039	3,000	0.0029
97	殷凤玉	2,000	0.0026	2,000	0.0020
98	朱毅峰	2,000	0.0026	2,000	0.0020
99	石龙	2,000	0.0026	2,000	0.0020
100	毛热爱	2,000	0.0026	2,000	0.0020
101	徐京波	1,000	0.0013	1,000	0.0010
102	罗勇进	1,000	0.0013	1,000	0.0010
103	叶玲莉	1,000	0.0013	1,000	0.0010
104	潘群	1,000	0.0013	1,000	0.0010
105	贾琤	1,000	0.0013	1,000	0.0010
106	王杰	1,000	0.0013	1,000	0.0010
107	元祯咨询（北京）有限公司	1,000	0.0013	1,000	0.0010
108	深圳前海徽财投资管理有限公司	1,000	0.0013	1,000	0.0010
109	刘建文	1,000	0.0013	1,000	0.0010
110	洪斌	1,000	0.0013	1,000	0.0010
111	社会公众股	0.0000	0.0000	25,800,000	25.3438
合 计		76,000,000	100.0000	101,800,000	100.0000

注：由于公司部分股东持股数量较少，为更精准列示，上表中持股比例数据保留四位小数。

发行人部分机构股东为私募投资基金，其纳入监管情况如下：

序号	股东名称	是否备案	备案时间	基金编号	私募基金管理人	管理人备案编号
1	南海成长	是	2014.4.9	SD1930	深圳同创伟业资产管理股份有限公司	P1001165
2	天图兴华	是	2014.4.9	SD6373	深圳天图资本管理中心（有限合伙）	P1000506
3	静远壹叁	是	2019.4.16	SGJ949	北京虹石静远股权投资管理有限公司	P1069148
4	德威创元	是	2017.1.24	SM2065	深圳德威精选股权投资有限公司	P1010455
5	分宜安卓	是	2017.9.25	SX0952	深圳神州创投资产管理服务股份有限公司	P1032408

（二）发行前前十名股东持股情况

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	发行前	
		持股数量（股）	持股比例（%）
1	王文彬	19,285,500	25.3757
2	王文礼	16,965,500	22.3230
3	陈雅静	5,742,000	7.5553
4	天津长峰	5,220,000	6.8684
5	吴小宁	3,982,000	5.2395
6	天图兴华	3,600,000	4.7368
7	南海成长	3,150,000	4.1447
8	德威创元	2,916,000	3.8368
9	静远壹叁	2,280,000	3.0000
10	蒋妮娜	2,135,000	2.8092
合 计		65,276,000.00	85.8895

注：为与本节其他相关数据保持一致，上表中持股比例数据保留四位小数。

（三）本次发行前后的前十名自然人股东及其在发行人处的任职情况

序号	股东名称	发行前		发行后		职务
		持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）	
1	王文彬	19,285,500	25.3757	19,285,500	18.9445	董事
2	王文礼	16,965,500	22.3230	16,965,500	16.6655	董事长
3	陈雅静	5,742,000	7.5553	5,742,000	5.6405	培训部培训师
4	吴小宁	3,982,000	5.2395	3,982,000	3.9116	工程部总监
5	蒋妮娜	2,135,000	2.8092	2,135,000	2.0972	无
6	王文超	1,750,000	2.3026	1,750,000	1.7191	董事、普洱茶事业部总经理
7	吴俊晖	631,750	0.8313	631,750	0.6206	无
8	吴清标	569,625	0.7495	569,625	0.5596	董事、总经理
9	黄琴	552,375	0.7268	552,375	0.5426	电商事业部总经理
10	王小萍	500,500	0.6586	500,500	0.4917	茶器具事业部产品总监
合计		52,114,250	68.5714	52,114,250	51.1928	-

注：为与本节其他相关数据保持一致，上表中持股比例数据保留四位小数。

（四）发行人国有股东和外资股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在国有股东和外资股东的情况。

（五）最近一年发行人新增股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人最近一年新增股东情况如下：

2020年11月13日，天津长峰与静远壹叁签署《股份转让协议》，天津长峰将其持有的八马茶业228.00万股股份以6,300.00万元价格转让于静远壹叁，本次股权转让系由于静远壹叁看好发行人的长期发展，转让价格由交易双方协商确定，参考发行人2020年预计净利润的20倍市盈率定价。

静远壹叁与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系、与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员是不存在关联关系，亦不存在股份代持的情形。

静远壹叁的基本情况如下：

股东名称	宁波静远壹叁股权投资中心（有限合伙）
成立时间	2018年6月26日
注册资本	6,500.00万元
执行事务合伙人	北京虹石静远股权投资管理有限公司
注册地址	浙江省宁波市海曙区灵桥路229号5-328室
经营范围	股权投资以及其他按法律、法规、国务院决定等规定未禁止或无需经营许可的项目和未列入地方产业发展负面清单的项目。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

静远壹叁的出资人及出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质
1	北京虹石静远股权投资管理有限公司	100.00	1.54	普通合伙人
2	吉林市励志远宜投资中心（有限合伙）	3,500.00	53.85	有限合伙人
3	郭达裕	700.00	10.77	有限合伙人
4	天津虹石静远咨询合伙企业（有限合伙）	650.00	10.00	有限合伙人
5	张莺文	500.00	7.69	有限合伙人
6	陈蓓	500.00	7.69	有限合伙人
7	秦晓涛	300.00	4.62	有限合伙人
8	高超	150.00	2.31	有限合伙人
9	刘家琳	100.00	1.54	有限合伙人

序号	合伙人名称	认缴出资金额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质
	合计	6,500.00	100.00	—

静远壹叁属于私募基金，其私募基金管理人北京虹石静远股权投资管理有限公司已于2018年10月22日完成私募基金管理人登记，登记编号为P1069148。2019年4月16日，静远壹叁完成私募基金备案，备案编号为SGJ949。

静远壹叁普通合伙人为北京虹石静远股权投资管理有限公司，其基本情况如下：

股东名称	北京虹石静远股权投资管理有限公司
成立时间	2018年6月11日
注册资本	1,000.00万元
注册地址	北京市房山区北京基金小镇大厦E座286
经营范围	股权投资管理。（“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”；市场主体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；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

北京虹石静远股权投资管理有限公司的股东及股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额(万元)	出资比例(%)
1	王晓今	805.56	80.56
2	王新光	138.89	13.89
3	黄蔚	55.56	5.56
	合计	1,000.00	100.00

(六) 本次发行前各股东间的关联关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东间的关联关系如下：

序号	股东名称	与其他股东的关联关系	持股比例(%)
1	王文彬	王文礼、王文超之兄弟、陈雅静之丈夫	25.3757
2	王文礼	王文彬、王文超之兄弟、吴小宁之丈夫	22.3230
3	陈雅静	王文彬之妻	7.5553
4	吴小宁	王文礼之妻	5.2395
5	王文超	王文彬、王文礼之兄弟	2.3026

6	吴俊晖	吴庆祥、王小萍之子	0.8313
7	吴清标	黄琴之丈夫、王文彬、王文礼、王文超之表兄弟	0.7495
8	黄琴	吴清标之妻	0.7268
9	王小萍	王文彬、王文礼之妹，王文超之姐	0.6586
10	吴庆祥	吴俊晖之父、吴基础之子	0.5003
11	王艺生	王文彬、王文礼、王文超之叔	0.0526
12	吴基础	吴庆祥之父	0.0329

注：为与本节其他相关数据保持一致，上表中持股比例数据保留四位小数。

除上述情况外，本次发行前，公司各股东之间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营产生的影响

发行人本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（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，由公司股东大会选举产生。

现任董事基本情况如下表：

姓名	在公司职务	本届董事会任职期限	提名人
王文礼	董事长	2021.1.27 至 2024.1.26	王文彬
王文彬	董事	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼
王文超	董事	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼
吴清标	董事、总经理	2021.1.27 至 2024.1.26	王文彬
吴庆祥	董事、副总经理	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼
何磊	董事	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼
刘仲华	独立董事	2021.1.27 至 2024.1.26	王文彬
张清伟	独立董事	2021.1.27 至 2024.1.26	王文彬
童娜琼	独立董事	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼

上述各董事简历情况如下：

王文礼，男，1970年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于福建师范大学历史系，大专学历，国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人。1992年8月-1993年3月，任深圳法制报记者；

1993年4月-1997年6月，从事自由贸易；1997年7月-1998年4月，任溪源有限监事；1998年4月-2008年1月，任深圳八马监事；2008年1月-2014年9月，历任八马有限监事、董事长；2014年9月至今，任八马茶业董事长。

王文彬，男，1967年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学EMBA在读。1987年1月-1997年6月从事自由贸易；1997年7月-1998年4月，任溪源有限董事长；1998年4月-2008年1月，历任深圳八马副总经理、执行董事、总经理；2008年1月-2014年9月，历任八马有限执行董事、总经理、董事、副总经理；2014年9月至今，任八马茶业董事。

王文超，男，1975年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1998年4月-2008年1月，历任深圳八马执行董事、总经理、副总经理；2008年1月-2014年9月，历任八马有限监事、研发总监；2014年9月-2018年12月，历任八马茶业研发总监、产品中心总经理；2019年1月至今，任八马茶业普洱茶事业部总经理，2018年1月至今，任八马茶业董事。

吴清标，男，1973年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级茶艺师，北京大学工商管理专业硕士学位。1996年7月-1997年6月，任厦门航联达期货咨询有限公司职员；1997年7月-1998年4月，任溪源有限职员；1998年4月-2008年1月，任深圳八马副总经理；2008年1月-2014年9月，历任八马有限执行董事、董事、副总经理、总经理；2014年9月至今，任八马茶业董事兼总经理。

吴庆祥，男，1970年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，评茶师，毕业于东北财经大学金融学专业，本科学历。1997年7月-1998年4月，任溪源有限副总经理；1998年4月-2008年1月，任深圳八马副总经理；2008年1月-2014年9月，历任八马有限副总经理、董事会秘书；2014年9月-2020年8月，任八马茶业董事会秘书；2020年1月-2021年1月，任八马茶业品控中心总经理、供应链中心总经理；2020年1月至今，任八马茶业综合茶类事业部总经理。2014年9月至今，任八马茶业董事、副总经理。

何磊，男，1985年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，毕业于解放军理工大学通信工程专业、北京大学汇丰商学院工商管理专业。

2007年8月-2013年9月，任湖南省军区政治部干部；2013年12月-2014年7月，任深圳市宝安区委工作人员；2014年12月-2016年12月，任武汉夜购网络科技有限公司总经理；2017年3月-2019年12月，任八马茶业加盟管理中心副总经理；2020年1月至今，任八马茶业加盟事业部兼电商事业部联席总经理；2020年8月至今，任八马茶业董事。

刘仲华，男，1965年3月出生，中国国籍，中国工程院院士，无境外永久居留权，毕业于清华大学化学系分析化学专业，博士研究生学历。1999年1月至今，任湖南农业大学教授、博士生导师；2003年至今，任茶学教育部重点实验室湖南省天然产物工程技术研究中心主任、茶学学科带头人；2009年1月至今，任国家农产品加工研发中心茶叶分中心（湖南）主任；2015年1月至今，任国家茶叶产业技术体系加工研究室主任；2018年1月至今，任八马茶业独立董事。

张清伟，男，1975年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于厦门大学法学专业，研究生学历，律师职业资格。2012年8月-2015年7月，任北京国枫凯文（深圳）律师事务所合伙人；2015年7月-2019年7月，任北京大成（深圳）律师事务所合伙人；2019年7月至今，任广东信达律师事务所合伙人。2018年1月至今，任八马茶业独立董事。

童娜琼，女，1979年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于美国罗格斯大学，博士研究生学历，会计学博士，美国注册会计师。2010年1月-2011年7月，任美国巴尔的摩大学马瑞克商学院会计学助理教授；2011年8月至今，任北京大学汇丰商学院会计学副教授；2021年1月至今，任八马茶业独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中包括监事会主席1名、股东代表监事1名、职工代表监事1名。现任监事基本情况如下表：

姓名	在公司职务	本届监事会任职期限	提名人
张永坚	监事会主席	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼
李小毅	股东代表监事	2021.1.27 至 2024.1.26	天图兴华
苏丽敏	职工代表监事	2021.1.27 至 2024.1.26	职工代表大会

上述各监事简历情况如下：

张永坚，男，1984年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中央广播电视大学法律专业，大专学历。2004年7月-2006年4月，任江西省家常饭餐饮业服务有限公司董事长秘书；2006年6月-2008年1月，任深圳八马行政人事部经理；2008年1月-2014年9月，历任八马有限行政人事部经理、商超直营管理部区域经理、专卖直营管理部营运总监；2014年9月至今，任八马茶业监事会主席、专卖直营管理部营运总监。

李小毅，男，1965年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国政法大学研究生院经济法学专业，硕士研究生学位，持有中华人民共和国律师资格证。1985年3月-1996年9月，任湖南永兴县人民法院审判员、法庭庭长；1996年10月-2003年7月，任湖南省郴州市人民政府驻京办办公室主任；2003年8月-2006年8月，任湖南华瑞水电投资发展股份有限公司董事兼总经理；2006年9月-2012年9月，历任深圳市天图创业投资有限公司副总经理、法律总监兼合规总监；2012年9月至今，任深圳天图资本管理中心（有限合伙）管理合伙人；2015年7月至今，任深圳市天图投资管理股份有限公司董事；2014年9月至今，任八马茶业股份有限公司监事。

苏丽敏，女，1977年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级茶艺师，毕业于深圳广播电视大学金融专业，大专学历。1998年12月-2002年12月，任深圳八马销售主管；2004年5月-2007年4月任深圳市嘉裕兴实业发展有限公司产品主任；2010年3月-2014年9月，历任八马有限监事、采购部经理；2014年9月-2020年5月，任八马茶业采购部经理；2020年6月至今，任八马茶业综合茶类事业部产品经理；2014年9月至今，任八马茶业监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理1名、副总经理1名、董事会秘书1名、财务总监1名，公司现任高级管理人员如下：

姓名	在公司职务	任职期限	提名人
吴清标	董事、总经理	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼
吴庆祥	董事、副总经理	2021.1.27 至 2024.1.26	吴清标
黄光秀	财务总监	2021.1.27 至 2024.1.26	吴清标
龚政	董事会秘书	2021.1.27 至 2024.1.26	王文礼

上述各高级管理人员简历情况如下：

吴清标、吴庆祥的详细简历，请参见本节“十、（一）董事会成员”部分。

黄光秀，女，1978年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中级茶艺师，毕业于中南财经政法大学，本科学历。2000年10月-2008年1月，历任深圳八马财务部制单员、会计、经理；2008年1月-2014年9月，历任八马有限财务部经理、财务总监；2015年1月至今，任八马茶业财务管理中心总经理；2017年12月至今，任八马茶业信息中心总经理；2014年9月至今，任八马茶业财务总监。

龚政，男，1987年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，西北政法大学法学学士、香港中文大学工商管理硕士。2007年10月-2009年2月，任北京市中伦律师事务所律师助理；2009年12月-2015年8月，任国浩律师（深圳）事务所律师；2015年8月-2016年7月，任中泰证券股份有限公司广东分公司部门负责人；2016年7月-2020年7月，任万联证券股份有限公司投资银行部执行董事；2020年8月至今，任八马茶业董事会秘书。

（四）其他核心人员

除上述人员外，公司共有4名其他核心人员，分别为王艺生、林荣溪、谢承昌、黄烈平。相关人员简历情况如下：

王艺生，男，1953年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国制茶大师，一级/高级评茶师。1967年7月-1979年5月，任尧阳村生产队队员；1979年6月-1991年11月，历任国营安溪茶厂精加工生产管理、生产技术科副科长；1993年4月-1997年6月，任安溪县西坪溪源茶厂质量总监；1997年7月-1998年4月，任溪源有限质量总监；1998年4月-2008年1月，任深圳八马质量总监；2008年1月-2014年9月，任八马有限质量总监；2014年9月至今，任八马茶业终身荣誉质量总监。

林荣溪，男，1965年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于福建农学院茶叶专业，大学本科学历，茶叶高级农艺师、制茶专业高级工程师、高级评茶师、一级茶艺师、一级茶叶加工工。1985年7月-1990年8月，任安溪县人大科员；1990年9月-1992年8月，任安溪县芦田镇副镇长；1992年9月-1999

年6月任福建省安溪茶厂副厂长、厂长（党委副书记、书记）期间兼任安溪县农业与茶果局主任科员；1999年7月-2002年4月，任厦门茗辉进出口有限公司总经理；2002年5月-2005年4月，任福建安溪铁观音集团股份有限公司常务副总经理；2005年5月至今，任福建八马副总经理；2014年9月至今，任八马茶业总工程师。

谢承昌，男，1977年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，福建农林大学茶学专业毕业，一级/高级评茶师，茶叶审评检验工程师。1999年7月-2016年6月，历任福建八马审评员、质量部经理、供应部经理、品控部经理；2016年6月-2017年9月，任八马茶业品控部副总监；2017年9月至今，任八马茶业品控部总监。

黄烈平，男，1986年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，香港中文大学（深圳）研究生在读，二级评茶师，高级茶艺师。2010年4月-2018年6月，历任福建八马评茶员副主管、总经理助理、生产部副经理、龙门生产厂副厂长、采购部采购经理、审评部铁观音及电商产品研发审评组组长；2018年7月-2020年5月，任八马茶业研发部副总监；2020年6月至今，任八马茶业综合茶类事业部产品总监。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况

截至本招股说明书签署日，除在发行人及其子公司任职外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他单位的兼职情况如下：

姓名	所任发行人职务	兼职企业名称	所任兼职企业职务	兼职企业与发行人的关联关系
王文彬	董事	福建省安溪溪源投资有限公司	执行董事、总经理	发行人董事王文彬担任执行董事、高级管理人员的企业
吴庆祥	董事、副总经理	安溪民生村镇银行股份有限公司	监事	无
		厦门庆隆石材有限公司	监事	无
张清伟	独立董事	广东信达律师事务所	合伙人	无
		深圳市金奥博科技股份有限公司	独立董事	无
		深圳市新产业生物医学工程股份有限公司	独立董事	无
		山东晶导微电子股份有限公司	独立董事	无
		吉安满坤科技股份有限公司	独立董事	无

姓名	所任发行人职务	兼职企业名称	所任兼职企业职务	兼职企业与发行人的关联关系
刘仲华	独立董事	湖南农业大学茶学系	教授、博士生导师	无
		湖南省天然产物工程技术研究中心/教育部茶学重点实验室	主任、茶学学科带头人	无
		国家农产品加工技术研发中心茶叶分中心	主任	无
		国家植物功能成分利用工程技术研究中心	主任	无
		国家茶叶产业技术体系加工研究室	主任	无
		龙润茶集团有限公司	独立董事	无
		中国茶叶股份有限公司	独立董事	无
		湖南恒华生物科技有限公司	监事	无
		长沙和润茶业科技有限公司	董事长	发行人独立董事刘仲华担任董事的企业
		上海利顿生物科技股份有限公司	副董事长、总经理	发行人独立董事刘仲华担任董事、高级管理人员的企业
童娜琼	独立董事	北京大学汇丰商学院	副教授	无
		东莞市发斯特精密科技股份有限公司	独立董事	无
		北京中航泰达环保科技股份有限公司	独立董事	无
		深圳冰川网络股份有限公司	独立董事	无
李小毅	监事	深圳市天图投资管理股份有限公司	董事、副总经理、风控总监	发行人监事李小毅担任董事企业
		深圳天图资本管理中心（有限合伙）	管理合伙人	无
		湖南华瑞水电投资发展股份有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业
		山东德州扒鸡股份有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业
		中证信用增进股份有限公司	监事	无
		四川骏逸富顿科技有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业
		中金数据集团有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业
		宁波天峯投资管理有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业
		北京熙诚金睿股权投资基金管理有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业
		优诺乳业有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业

姓名	所任发行人职务	兼职企业名称	所任兼职企业职务	兼职企业与发行人的关联关系
		蒙天乳业有限公司	董事	发行人监事李小毅担任董事的企业

除上述已披露情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其他单位兼职的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，王文彬、王文礼、王文超为兄弟关系，吴清标与王文彬、王文礼、王文超为表兄弟关系，王艺生与王文彬、王文礼、王文超为叔侄关系。除上述亲属关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在其他亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司的董事、监事、高级管理人员通过参加保荐机构、发行人律师和会计师组织的上市辅导培训，自行学习与发行上市相关的法律法规，已充分了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况，并在工作经营过程中能够认真履行职责。

十一、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况、原因以及对发行人的影响

报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动主要为完善公司内部治理及业务发展的需要，公司核心管理层始终保持稳定，相关人员变动对公司日常管理不构成重大不利影响，不影响公司的持续经营。

2019年初，发行人的董事为王文彬、王文礼、吴清标、吴庆祥、李建光，发行人的独立董事为曾德雄、张清伟、刘仲华，发行人的监事为张永坚、李小毅、苏丽敏，发行人的高级管理人员为总经理吴清标、副总经理兼董事会秘书吴庆祥、财务总监黄光秀。

（一）董事变动情况

时间	成员	职位	变动情况
----	----	----	------

时 间	成 员	职 位	变 动 情 况
2019年8月7日	王文礼	董事长	2019年8月7日，李建光向八马茶业董事会提交辞职报告，因个人原因辞去八马茶业董事职务，八马茶业董事人数由9名变更为8名
	王文彬	董事	
	吴清标	董事	
	吴庆祥	董事	
	王文超	董事	
	曾德雄	独立董事	
	张清伟	独立董事	
	刘仲华	独立董事	
2019年10月31日	王文礼	董事长	2019年10月8日，曾德雄因个人原因辞职公司独立董事职务，2019年10月31日发行人召开2019年第一次临时股东大会同意换选邱乐群为公司独立董事
	王文彬	董事	
	吴清标	董事	
	吴庆祥	董事	
	王文超	董事	
	邱乐群	独立董事	
	张清伟	独立董事	
	刘仲华	独立董事	
2020年8月20日	王文礼	董事长	2020年8月20日，公司召开2020年第一次临时股东大会，同意选举何磊为公司董事
	王文彬	董事	
	吴清标	董事	
	吴庆祥	董事	
	王文超	董事	
	何磊	董事	
	邱乐群	独立董事	
	张清伟	独立董事	
	刘仲华	独立董事	
2021年1月27日至今	王文礼	董事长	由于第二届董事会任职期限已届满，2021年1月27日，公司召开2021年第一次临时股东大会，同意换选童娜琼为公司独立董事，邱乐群不再担任公司独立董事
	王文彬	董事	
	吴清标	董事	
	吴庆祥	董事	
	王文超	董事	
	何磊	董事	
	童娜琼	独立董事	
	张清伟	独立董事	

时 间	成 员	职 位	变 动 情 况
	刘仲华	独立董事	

除上述变化外，发行人董事近两年未发生变化。

（二）监事变动情况

发行人监事近两年未发生变化。

（三）高级管理人员变动情况

时 间	成 员	职 位	变 动 情 况
2018年1月23日	吴清标	总经理	2018年1月23日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任吴清标为公司总经理；聘任吴庆祥为公司副总经理兼董事会秘书；聘任黄光秀为公司财务总监
	吴庆祥	副总经理、董事会秘书	
	黄光秀	财务总监	
2020年8月4日	吴清标	总经理	2020年8月4日，公司召开第二届董事会第十四次会议，公司内部管理结构调整，同意吴庆祥辞去董事会秘书职务，聘任龚政为公司董事会秘书
	吴庆祥	副总经理	
	黄光秀	财务总监	
	龚政	董事会秘书	

除上述变化外，发行人高级管理人员近两年未发生变化。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况如下：

姓 名	在公司职务	对外投资公司	认缴出资额（万元）	持股比例
王文礼	董事长	福建省安溪溪源投资有限公司	1,950.00	39.00%
王文彬	董事	福建省安溪溪源投资有限公司	2,550.00	51.00%
王文彬	董事	广东中鸿基投资有限责任公司	250.00	5.00%
王文超	董事	福建省安溪溪源投资有限公司	500.00	10.00%
吴庆祥	董事、副总经理	厦门庆隆石材有限公司	5.00	5.00%
		深圳市中亚硅谷物流有限公司	200.00	20.00%
张清伟	独立董事	深圳市中智教育信息咨询有限公司	4.00	4.00%
刘仲华	独立董事	长沙和润茶业科技有限公司	10.00	10.00%
		湖南恒华生物科技有限公司	98.00	49.00%
		上海利顿生物科技股份有限公司	324.70	10.00%

姓名	在公司职务	对外投资公司	认缴出资额（万元）	持股比例
李小毅	监事	深圳市天图投资管理股份有限公司	519.77	1.00%
		湖南华瑞水电投资发展股份有限公司	600.00	20.00%
		深圳天图股权投资基金管理企业（有限合伙）	100.00	10.00%

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事高级管理人员及其他核心人员无对本公司有利益冲突的对外投资。

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持股情况如下：

姓名	职务/亲属关系	直接持股比例（%）
王文礼	董事长	22.3230
王文彬	董事	25.3757
王文超	董事	2.3026
吴清标	董事、总经理	0.7495
吴庆祥	董事、副总经理	0.5003
黄光秀	财务总监	0.0896
陈雅静	王文彬之妻	7.5553
吴小宁	王文礼之妻	5.2395
吴俊晖	吴庆祥、王小萍之子	0.8313
黄琴	吴清标之妻	0.7268
王小萍	王文彬、王文礼之妹，王文超之姐	0.6586
林荣溪	其他核心人员	0.0770
王艺生	其他核心人员	0.0526
谢承昌	其他核心人员	0.0395
黄烈平	其他核心人员	0.0342
吴基础	吴庆祥之父	0.0329

注：为与本节其他相关数据保持一致，上表中持股比例数据保留四位小数。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

及其近亲属除上述持股情况外，不存在其他直接持有公司股份的情况。

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属不存在其他间接持有公司股份的情况。

（三）所持股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份不存在股份质押或冻结的情况。

十四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的有关协议及重要承诺

（一）协议签署情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员与公司签署了《劳动合同》《商业保密协议》，且均严格履行协议约定的义务和职责。

（二）重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员所作出的重要承诺详见本招股说明书“第十三节、三、本次发行相关主要承诺事项”。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬政策的情况

1、薪酬的组成

公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由工资、奖金、社会保险和住房公积金等组成。公司为每位独立董事提供年度津贴。

2、薪酬的确定原则与依据

公司根据有关法律法规的要求设立薪酬与考核委员会，并制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，负责包括非独立董事、高级经理人员在内的薪酬相关事宜。薪酬与考核委员会由3名董事组成，其中独立董事2名。

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、重要性以及其他企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案。

（二）最近三年的薪酬总额及占公司利润总额的比重情况

最近三年公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员从公司及其子公司领取的薪酬总额及其占公司利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额	1,113.62	846.01	531.32
公司利润总额	16,314.73	12,475.46	7,052.67
占比	6.83%	6.78%	7.53%

注：薪酬总额为报告期内所有董事、监事、高级管理人员及其他核心人员每年从公司领取的全部薪酬。

（三）最近一年从公司及其关联企业领取薪酬的情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2020 年度从公司及其子公司，以及其关联企业领取薪酬情况如下表所示：

姓名	职 务	2020 年度薪酬（万元）	是否在关联企业领薪	备 注
王文礼	董事长	64.61	否	-
王文彬	董事	-	否	-
吴清标	董事、总经理	208.58	否	-
吴庆祥	董事、副总经理	95.71	否	-
王文超	董事	60.34	否	-
何磊	董事	265.44	否	2020 年 8 月起担任董事
童娜琼	独立董事	-	否	2021 年 1 月起担任独立董事
刘仲华	独立董事	6.00	否	-
张清伟	独立董事	6.00	否	-
张永坚	监事会主席	35.68	否	-
李小毅	股东监事	-	否	-
苏丽敏	职工代表监事	54.04	否	-
龚政	董事会秘书	39.24	否	2020 年 7 月入职、8 月起正式担任董事会秘书
黄光秀	财务总监	139.36	否	-

姓名	职务	2020年度薪酬（万元）	是否在关联企业领薪	备注
王艺生	其他核心人员	15.84	否	-
林荣溪	其他核心人员	30.51	否	-
黄烈平	其他核心人员	41.28	否	-
谢承昌	其他核心人员	44.99	否	
邱乐群	独立董事	6.00	否	2021年1月离任

除薪资、福利、津贴外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司享受其他待遇或退休金计划。

十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

发行人本次公开发行申报前不存在已经制定或实施的股权激励及相关安排的情况。

十七、发行人员工情况

（一）员工人数及其变化情况

2018年12月31日、2019年12月31日及2020年12月31日，公司员工人数为1,595人、1,710人及1,953人。

（二）员工专业结构情况

1、员工专业结构

报告期内，公司员工专业构成情况如下：

专业结构	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	员工人数（人）	所占比例	员工人数（人）	所占比例	员工人数（人）	所占比例
管理人员	200	10.24%	166	9.71%	159	9.97%
研发人员	11	0.56%	10	0.58%	8	0.50%
生产人员	234	11.98%	202	11.81%	188	11.79%
销售人员	1,508	77.21%	1,332	77.89%	1,240	77.74%
合计	1,953	100.00%	1,710	100.00%	1,595	100.00%

2、员工受教育程度

报告期内，公司员工受教育程度情况如下：

受教育程度	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	员工人数 (人)	所占比例	员工人数 (人)	所占比例	员工人数 (人)	所占比例
本科及以上	288	14.75%	190	11.11%	152	9.53%
大专	364	18.64%	319	18.65%	253	15.86%
高中及中专	700	35.84%	695	40.64%	601	37.68%
其他	601	30.77%	506	29.59%	589	36.93%
合计	1,953	100.00%	1,710	100.00%	1,595	100.00%

3、员工年龄分布

报告期内，公司员工年龄分布情况如下：

年龄分布	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	员工人数 (人)	所占比例	员工人数 (人)	所占比例	员工人数 (人)	所占比例
25岁及以下	451	23.09%	451	26.37%	491	30.78%
26岁-35岁	1,042	53.35%	883	51.64%	773	48.46%
36岁-45岁	337	17.26%	278	16.26%	260	16.30%
46岁及以上	123	6.30%	98	5.73%	71	4.45%
合计	1,953	100.00%	1,710	100.00%	1,595	100.00%

(三) 公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的情况

报告期内，公司为员工缴纳社保和住房公积金基本情况如下：

截至2020年12月31日，发行人及其子公司、其他组织已为绝大多数员工缴纳社会保险，少部分员工未缴纳的主要原因为：1、当月社会保险扣缴日后新入职的员工，入职后次月才能缴纳；2、已在原单位缴纳，无法为其重复缴纳；3、个人已购买农村医疗保险和生育保险，无法重复在单位购买；4、出于自身原因自愿放弃缴纳社保。

截至2020年12月31日，发行人及其子公司、其他组织已为绝大多数员工缴纳住房公积金，少部分员工未缴纳的主要原因为：1、当月住房公积金扣缴日后新入职的员工，入职后次月才能缴纳；2、已在原单位缴纳，无法为其重复缴

纳；3、出于自身原因自愿放弃缴纳公积金。

（四）公司社保及公积金缴纳的合规性

根据公司及其子公司、其他组织所在地社会保险、住房公积金管理部门出具的证明，公司及其子公司、其他组织报告期内不存在任何欠缴社会保险、住房公积金的情形，也未因违反法律法规受到社会保险和住房公积金方面的行政处罚。

（五）关于社保及公积金缴纳事项的承诺

王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁作为发行人的控股股东、实际控制人就公司首次公开发行股票并在创业板上市前的养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险及住房公积金（以下简称“五险一金”）缴纳事宜，作出如下承诺：

如发生政府主管部门或其他有权机构因发行人或其子公司、其他组织在报告期内未为全体员工缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳五险一金对其予以追缴、补缴、收取滞纳金或处罚；或发生发行人或其子公司、其他组织员工因报告期内发行人未为其缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳五险一金向发行人或其子公司、其他组织要求补缴、追索相关费用、要求有权机关追究发行人或其子公司、其他组织的行政责任或就此提起诉讼、仲裁等情形，本人承担发行人或其子公司、其他组织因此遭受的全部损失以及产生的其他全部费用，且在承担相关责任后不向发行人或其子公司、其他组织追偿，保证发行人或其子公司、其他组织不会因此遭受任何损失。

本人将促使发行人及其子公司全面执行法律、行政法规及规范性文件所规定的社会保障制度和住房公积金制度，为全体在册员工建立社会保险和住房公积金账户，缴存社会保险和住房公积金。

如违反上述承诺，发行人将有权暂扣本人持有的发行人股份对应之应付而未付的现金分红，直至违反上述承诺的事项消除，发行人有权在暂扣现金分红的范围内取得该等补偿。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）发行人的主营业务、主要产品及收入构成

1、主营业务基本情况

公司是一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。公司以“让天下人享受茶的健康与快乐”为使命，秉承“责任、突破、卓越、共荣”的企业价值观，致力于为消费者提供高品质的产品和优质的服务体验。

公司创始人之一王文礼是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人。在继承和发扬历代相传的独特制茶技艺的基础上，公司注重科技创新，引入现代化的生产及管理体系，不断巩固和提高产品品质，形成了一套特有的生产技术和标准。公司在中国各大名茶原产地甄选优质名茶，不断加强与业内名家合作，开发定制各类茶叶、茶具、茶食品等，实施跨区域、跨品类的平台化发展战略。

报告期内，公司运用自身的渠道及品牌优势，整合优化供应链资源，向广大成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，并通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品，为广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的中国好茶及相关产品。

2、发行人的主要产品

报告期内，公司的主要产品包括乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶及其他茶叶，以及茶具、茶食品等相关产品。其中，公司经营的乌龙茶产品主要以铁观音及岩茶为主，黑茶产品主要以普洱茶为主，参见下述。

（1）茶叶产品

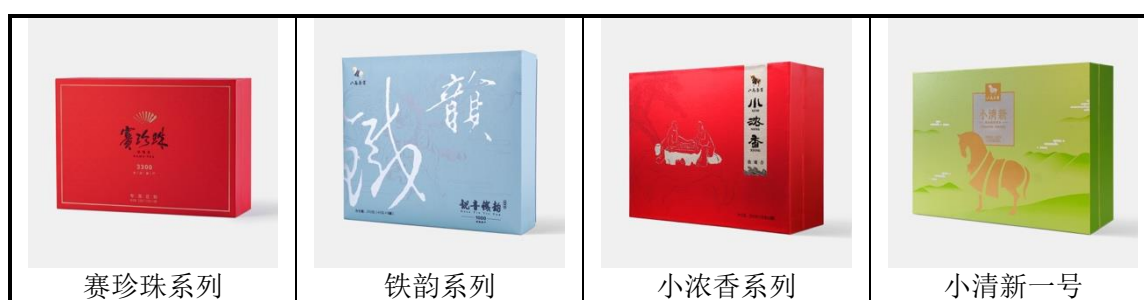
1) 乌龙茶——铁观音

铁观音属于乌龙茶的细分品类之一，具有香气馥郁，醇厚甘鲜的特征。公司

生产的安溪铁观音属于国家地理标志产品。安溪县属亚热带季风气候，气候温和，雨量充沛，土层深厚，土壤肥沃，保水性较好，有机质含量较高，矿物质元素丰富。良好的自然条件为高品质的铁观音产品奠定了天然基础。

公司生产的铁观音主要分为清香型、浓香型和陈香型三种，其中的明星产品“赛珍珠”属于浓香型铁观音。“赛珍珠”的制作需经过二十多道工序，层层磨砺，每一步都恪守传统制茶的工艺准则，最终形成“干茶炒米香、闻茶汤果味甜香、品滋味兰花香”的独特风格。

公司生产的主要铁观音产品示例参见下图：



2) 乌龙茶——岩茶

岩茶亦属于乌龙茶的细分品类之一，主要是指在独特的武夷山自然生态环境条件下，选用适宜的茶树品种进行繁育和栽培，用独特的传统加工工艺制作而成，具有岩骨花香品质特征的乌龙茶。

公司充分发挥了在铁观音生产上的技术成果和经验积淀，不断研发、设计、生产出更多优质的岩茶等乌龙茶类细分产品。报告期内，公司经营的主要岩茶产品示例参见下图：

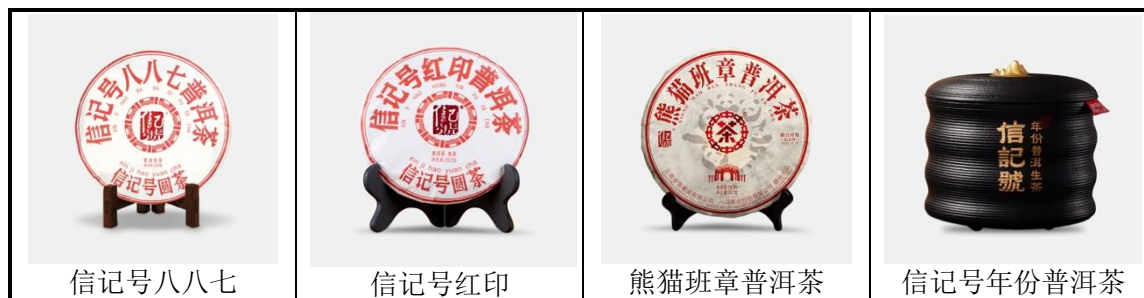


3) 黑茶——普洱茶

公司经营的黑茶产品主要是普洱茶，属于黑茶的重要细分品类之一。公司普洱茶业务已发展多年，具有丰富的产品研发及经营经验。为了更好地满足市场需

求，公司于 2019 年初正式设立了普洱茶事业部，专注于普洱茶的研发及推广，对于原有普洱茶产品线进行了规划及调整，推陈出新，将普洱茶作为公司未来重点发展的品类之一。

公司经营的主要普洱茶产品示例参见下图：



4) 红茶

公司经营的主要红茶产品为金骏眉系列及正山小种系列，示例参见下图：



5) 绿茶

公司经营的主要绿茶产品为龙井茶系列及安吉白茶系列，示例参见下图：



6) 白茶

公司经营的主要白茶产品为福鼎白茶系列，示例参见下图：



7) 其他茶叶产品

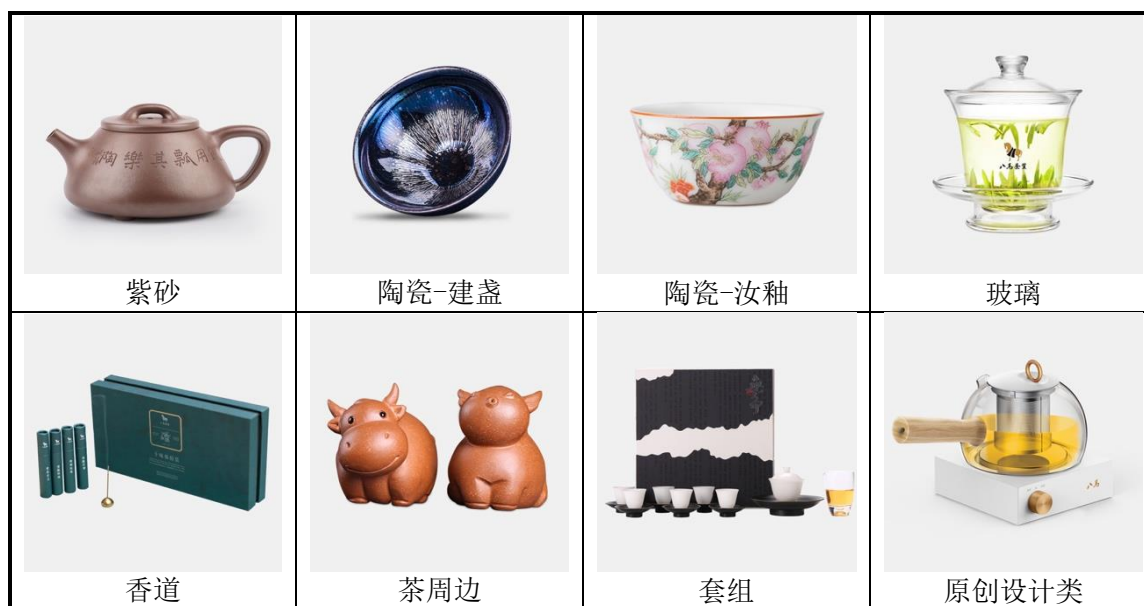
公司经营的其他茶叶产品主要是再加工茶、代用茶以及茶叶组合装等，示例如下：



(2) 茶具

中国茶文化源远流长、博大精深，茶具是其不可分割的重要部分。公司秉持“心选天下美器”的理念，藉以紫砂、陶瓷、玻璃、香道、茶周边等产品，为消费者提供全套茶空间解决方案，打造风雅茶事意境，让天下人用好器，喝好茶，通过茶具产品营造的“意境”与“趣味”来感受茶的“韵味”与“快乐”。

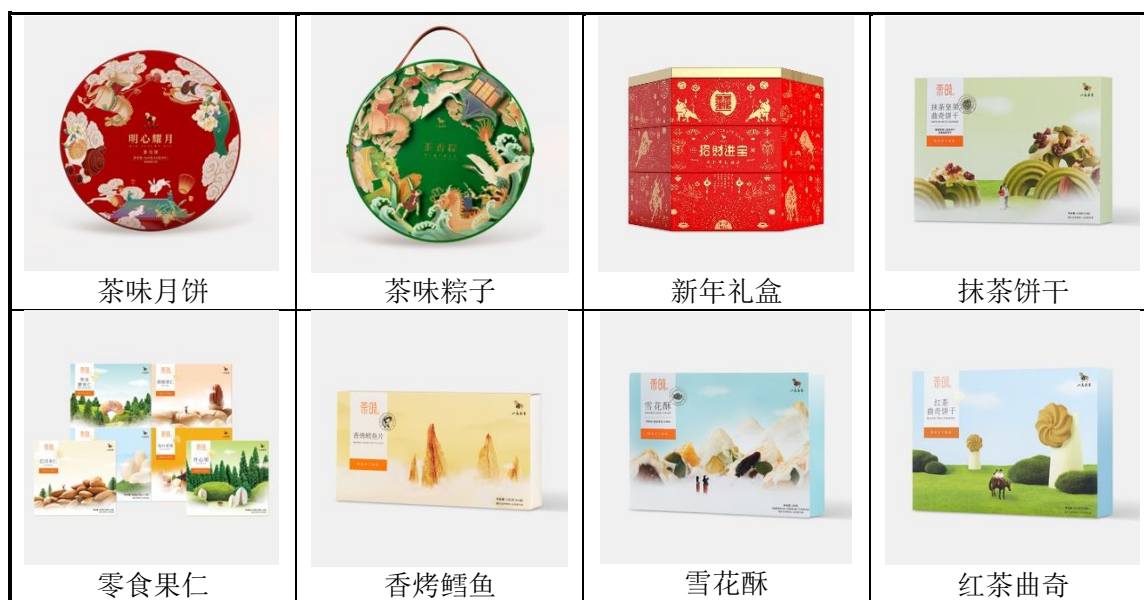
茶具产品示例参见下图：



(3) 茶食品

随着社会的发展和人们生活水平的不断提高，消费者开始追求更加多元化的消费方式。为进一步引领茶相关产品的消费需求，公司研发推出了各类茶食品，主要包括茶制食品、佐茶食品两类。茶制食品系以茶作为辅料、具有茶叶味道的食品，古称茶膳或茶食。公司将现代食品加工技术与天然茶叶相结合，在充分发掘茶叶中含有的多种营养成分的同时，也创新出多种食品口味类型。佐茶食品系品茶时所享用的各种风味的伴茶零食。茶食品作为一种茶叶消费方式的创新升级，满足了消费者新潮、时尚、多元化的消费偏好。

报告期内，公司销售的茶食品主要包括茶味月饼、茶味糕点、零食果仁等，产品示例参见下图：



(4) 其他

报告期内，公司的其他主要产品包括现制现售的新式茶饮以及茶饮料等。针对年轻群体的茶饮市场，公司设立了子公司滴可餐饮，以子品牌“小马茶趣”对外经营新式茶饮，以“线上+线下”的模式进行销售，产品包括奶茶、果茶、纯茶等。此外，公司成立创新事业部，在瓶装饮料领域开拓新的增长点，推出了茶饮料产品。茶饮料以原叶茶萃取液、原叶茶粉为主要原料，通过深加工而制成，如瓶装乌龙茶饮料、瓶装茉莉花茶饮料等。未来，公司还将继续打造更多的新式茶饮业态。

报告期内，公司销售的新式茶饮及茶饮料产品示例参见下图：



3、主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按产品分类构成情况如下：

单位：万元

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
茶叶	乌龙茶	40,994.35	33.14%	36,805.52	36.34%	30,868.34	43.26%
	其中： 铁观音	22,642.08	18.30%	20,533.24	20.28%	19,223.67	26.94%
	岩茶	17,205.00	13.91%	15,212.92	15.02%	10,739.13	15.05%
	黑茶	21,296.34	17.21%	16,102.44	15.90%	7,564.93	10.60%
	其中： 普洱茶	21,170.53	17.11%	16,031.23	15.83%	7,475.14	10.48%
	红茶	15,221.60	12.30%	14,152.69	13.97%	10,680.57	14.97%
	绿茶	8,308.30	6.72%	7,726.42	7.63%	5,765.70	8.08%
	白茶	12,306.33	9.95%	6,515.61	6.43%	3,170.31	4.44%
	其他茶叶	8,641.42	6.98%	6,235.09	6.16%	5,124.45	7.18%
	小 计	106,768.34	86.30%	87,537.76	86.44%	63,174.32	88.54%
茶具	8,467.22	6.84%	7,381.13	7.29%	4,768.49	6.68%	
茶食品	6,597.51	5.33%	5,723.12	5.65%	3,092.79	4.33%	
其他	1,883.66	1.52%	630.84	0.62%	315.18	0.44%	
合 计	123,716.73	100.00%	101,272.85	100.00%	71,350.78	100.00%	

报告期内，公司的主营业务及主要产品均未发生重大变化。

(二) 发行人的主要经营模式

报告期内，公司根据市场需求和经营目标制定生产计划，并采用自主生产、自主分装与定制采购相结合的方式为消费者提供优质产品并统一对外销售。其中，铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部

分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应，最后由公司通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售。截至报告期末，公司已经拥有直营店 366 家，加盟店超过 1,700 家。公司的主要经营模式具体如下所述：

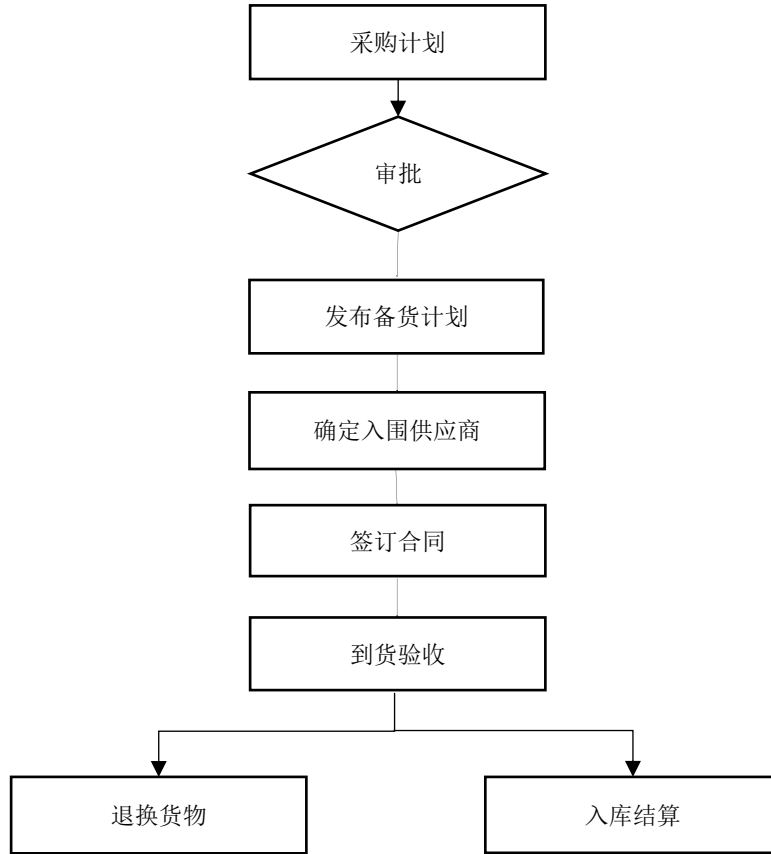
1、采购模式

公司主要的采购物料包括毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。

(1) 总体采购流程

公司遵循公开、公正、公平、择优的原则，建立了严格的供应商甄选制度。供应商需提供相应的资质材料，由公司进行资格初审、现场考察等环节的审核。供应商经考察通过后进入公司的“合格供应商库”。原则上唯有合格供应商方可向公司提供相关物料。此外，公司执行供应商考核管理机制，并根据考核结果开展相应管理措施，动态维护八马“合格供应商库”，持续优化在库供应商的质量。

公司根据全年销售计划、新产品研发计划、现有库存情况等制订采购计划。采购计划经审批后，采购人员向合格供应商发布备货计划。合格供应商制送样品后，公司根据相关采购制度从合格供应商中选取入围供应商，并与其签订采购合同。后续采购物料运抵公司时，先由采购人员核对采购订单，经确认无误后，由品控中心进行检验，检验合格后方可入库。公司的总体采购流程如下图所示：



(2) 毛净、茶叶半成品及定制成品茶的采购

公司所用的毛净及茶叶半成品主要来自外部采购。公司自产毛净占比极少，主要来自公司的全资孙公司八马现代，报告期内自产毛净重量占毛净采购入库总重量的比例分别为 0.87%、0.93%及 0.47%。基于全茶类产品战略，公司大部分茶叶产品均通过甄选优秀的成品供应商，以定制采购的方式获得，并冠以“八马”品牌、其他子品牌或者合作品牌的形式对外销售。

毛净、茶叶半成品及定制成品茶的采购均需按照公司制定的审评制度进行。根据采购需求，采购人员向多家合格供应商公开发布备货计划，合格供应商根据备货计划制送样品。公司组建了审评委员会，委员会成员是公司唯一有资质参与审评活动的专业人员。针对具体审评活动，公司根据审评内容组建审评小组，负责现场审评工作。审评环节根据《国家感官评审标准》以及公司审评制度，采取样品脱敏盲评、多位审评员现场评审的形式，确保审评结果的公正、高效。公司根据现场审评活动确定入围供应商，留存样品并与其签订合同。后续采购物料运抵公司时，先由采购人员核对采购订单，经确认无误后，由品控中心进行检验。品控中心根据科学的方法进行抽样，进行感官审评并与留存样品进行比对。品控

中心检验合格后，该批物料方可入库。

(3) 茶具、茶食品及包装辅料的采购

公司茶具、茶食品及包装辅料亦通过甄选优秀的成品供应商，以定制采购的方式获得。公司通过向合格供应商询价比对的方式确定入围供应商，并向其采购相应物资。

(4) 采购定价机制

公司的采购定价是在规划了目标毛利率区间、原材料、包材以及相关费用配比的基础上，结合产品终端零售价格确定的。

公司每年会根据上一年度的销售情况、整体产品策略等，规划该年度各类产品的目标毛利率区间，并将各类产品的目标成本在原材料、包材以及相关费用之间进行合理分配，形成一套完整的价格、毛利率及成本规划体系。公司产品事业部、研发部在对市场进行调研之后，如发现市场需求，即设计产品开发方案，制定产品的终端零售价格，并根据公司制定的价格、毛利率及成本规划体系确定该产品成品或相关物料的采购价格，据此安排合格供应商送样进行审评。在审评过程中，如有需要，公司会根据实际送样品质，在目标毛利率区间内调整采购价格；或根据市面上类似产品的市场价格，调整产品的终端零售价格。

(5) 采购质量管理

公司对各类物料的采购均实施严格的质量管理。

对于毛净、茶叶半成品以及定制成品茶的采购，品控中心会对选定的入围供应商进行定期或不定期的现场检查，查验其生产过程是否符合公司在产品质量和卫生安全等方面的规定，并对来料进行检验，确保物料质量与审评时一致。此外，毛净、茶叶半成品以及定制成品茶还需进行第三方检测。

对茶具、茶食品以及包装辅料的采购，品控中心会对来料进行检验，确保入围供应商提供的物料质量合格，并且茶食品还需进行食品检测。

2、生产模式

茶叶的生产工艺主要包括初制和精制两个阶段。初制阶段按毛茶规格要求，对鲜叶进行一系列技术处理（如改变外形、内质等）。精制阶段按成品茶品质、

规格要求，对毛茶进行一系列技术处理（如汰除劣异、整饰外形、改进内质、调剂品质、划分等级等）。报告期内，公司产品涉及的主要生产流程为精制加工，并根据公司参与精制流程的不同，可分为自主生产与自主分装两种。自主生产模式下，公司参与主要精制程序，并在拼配、烘焙等核心环节发挥自身技术优势；自主分装模式下，公司仅参与部分末段精制程序，主要为拣杂、装箱等。

公司在继承和发扬传统生产工艺的基础上，投资兴建了清洁化、自动化、标准化的现代生产流水线，进行茶叶的精制加工。在车间加工环节，公司根据成品茶的质量标准要求，结合独有的加工技艺，将毛净按一定比例拼配，通过进一步的筛分、除杂、烘焙、匀堆等环节生产形成精制茶叶，并使用现代化设备实现产品的包装入库。公司乌龙茶产品的自主生产流程介绍参见本节“一、（四）发行人主要产品的工艺流程”。

3、销售模式

公司不断拓展和完善销售渠道，已经形成了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，并持续进行拓展和深化。总体来看，公司的销售渠道主要分为直营与加盟两种，其中直营模式又分为线下直营和网络销售两种，具体如下：

（1）直营模式

1) 线下直营

线下直营模式主要指公司通过直营店的方式向顾客销售产品，包括独立门店及联营门店等形式。直营店均由公司自主经营，享有店面产生的利润，同时承担相应的费用和支出。截至报告期末，公司合计拥有 366 家直营店。

① 独立门店

公司开设的独立门店主要位于商业中心、交通枢纽等地。独立门店注重装修风格、空间设计，部分独立门店还为消费者提供商务洽谈包间，具有向客户直接销售产品、提升品牌知名度、提供沉浸式茶文化体验等多重功能。对于独立门店而言，公司向物业产权人租赁店铺，并支付相应的租金。



② 联营门店

联营门店主要为公司通过百货商场或大型超市以专柜形式开设的门店。联营门店可以充分利用商场、超市的人流量，快速获取客户。对于联营门店而言，公司与百货商场或大型超市签订协议，公司负责经营，百货商场或大型超市提供经营场所等，双方按照合同约定计算收入分成。



2) 网络销售

在互联网高速发展的背景下，公司不断追求销售渠道的拓展和创新，积极建设网络销售渠道。按照销售对象、订单获取及货物流转方式的不同，公司的网络销售主要包括线上自营零售及电商平台入仓两种模式。

① 线上自营零售

在线上自营零售模式下，公司主要通过天猫、京东等线上平台开设自营店铺，对外销售产品，直面终端消费者。公司的订单管理系统对接线上平台，可自动同步消费者的订购信息并发货，并对应结转库存。



② 电商平台入仓

在电商平台入仓模式下，公司将商品发往电商平台的仓库，由电商平台负责产品推广、订单管理及后续的物流配送。公司与电商平台按照销售结算单定期进行结算。具体而言，一般由消费者向电商平台下单并付款，平台在收到款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货（或在货到付款等形式下先行发货）；售后环节一般由电商平台负责与消费者对接，公司则按照合同提供相关产品的售后服务。公司主要与京东自营、唯品会、顺丰优选、天猫超市等电商平台采取该种合作方式。

(2) 加盟模式

加盟模式下，公司与加盟商签订《商业特许经营合同》，授权加盟商在规定的地点或区域，按照统一的业务和管理制度开设加盟店。加盟商拥有对加盟店的所有权和收益权，独立核算，自负盈亏。

公司的加盟体系分为直接特许和区域复合特许。1) 直接特许模式下，公司将特许经营权直接授予加盟商。加盟商按照合同的约定设立加盟店，开展经营活动，未经公司事先书面同意，不得转授特许经营权；2) 区域复合特许模式下，公司将指定区域内的特许经营权直接授予加盟商。加盟商可按照合同的约定设立

加盟店，开展经营活动，也可在特许区域内将特许经营权再授予次级加盟商。次级加盟商获得的特许经营权性质为直接特许，不得再转授其他方。

公司加盟模式主要包括加盟商招商体系、加盟商服务体系及加盟商管理体系三个方面，具体如下：

1) 加盟商招商体系

① 招商渠道

公司积极拓展加盟商招商渠道，现已建立了一套标准的加盟商获取办法，主要包括网络推广、线下转化两种。网络推广主要包括在官网上发布以及在百度、今日头条等平台上投放加盟信息等方式。线下转化主要包括线下广告投放、招商经理拜访、现有加盟商介绍和推荐等方式。公司构建了相关的 CRM 系统，对所有潜在意向的加盟商信息进行录入并管理。

② 加盟商甄选

公司对加盟商的甄选有严格的标准和完整的操作流程。潜在加盟商提出加盟申请后，由公司相应区域的招商经理进行市场评估和调研，并交加盟事业部各区域负责人审批。审批通过后，公司与加盟商签订《商业特许经营合同》。公司选取加盟商时考虑的各项指标主要包括加盟商的营运实力、业务团队管理能力、市场运作能力、茶行业知识和经验以及加盟商对公司文化的认同感等因素。公司会综合衡量各项指标，选择最具实力的加盟商进行业务合作，共同开发和维护当地市场。

甄选原则	主要内容
营运实力	过往业绩、资金规模等
管理能力	管理团队能力、业务团队能力、经营理念等
市场能力	市场运作能力、市场影响力、市场的消费水平、消费习惯等
知识经验水平	茶叶知识水平、零售行业经验水平等
公司文化认同	认可公司品牌文化、管理制度等

③ 加盟费用

公司许可加盟商按照统一的经营模式销售八马产品，并根据《商业特许经营合同》的约定向其收取加盟费。此外，为保证加盟商严格按照相关的法律法规和

公司的规范要求开展经营活动，公司按照《商业特许经营合同》的约定向其收取保证金。

2) 加盟商服务体系

① 开业前指导

确认加盟资格后，公司对加盟商进行门店选址指导、门店设计装修、协助人员招聘及岗前培训等服务支持。门店选址是决定加盟商经营业绩的重要因素。根据公司制度，加盟商在开设新门店时，需提交申请材料，由公司进行初步审核。公司考察后进行分析与评估，包括商圈调研与分析、市场竞争与消费者购买能力调研与分析、门店基础经营条件评估、门店经营计划分析等。最终，公司对拟开设加盟店的计划提出同意、调整等不同结论，助力加盟店的成功经营。

② 日常经营辅导

公司设立了加盟事业部并制定了《加盟事业部管理手册》，对营运经理进行指导培训，并由营运经理对加盟商进行经营辅导。针对各个加盟商与公司之间的业务往来，公司制定并贯彻了专员负责制，派驻各区域的营运经理对接指定的加盟商，协助其进行日常管理，提供专项辅导，诊断门店经营过程中出现的问题，提出有针对性的解决方案。

③ 营销推广支持

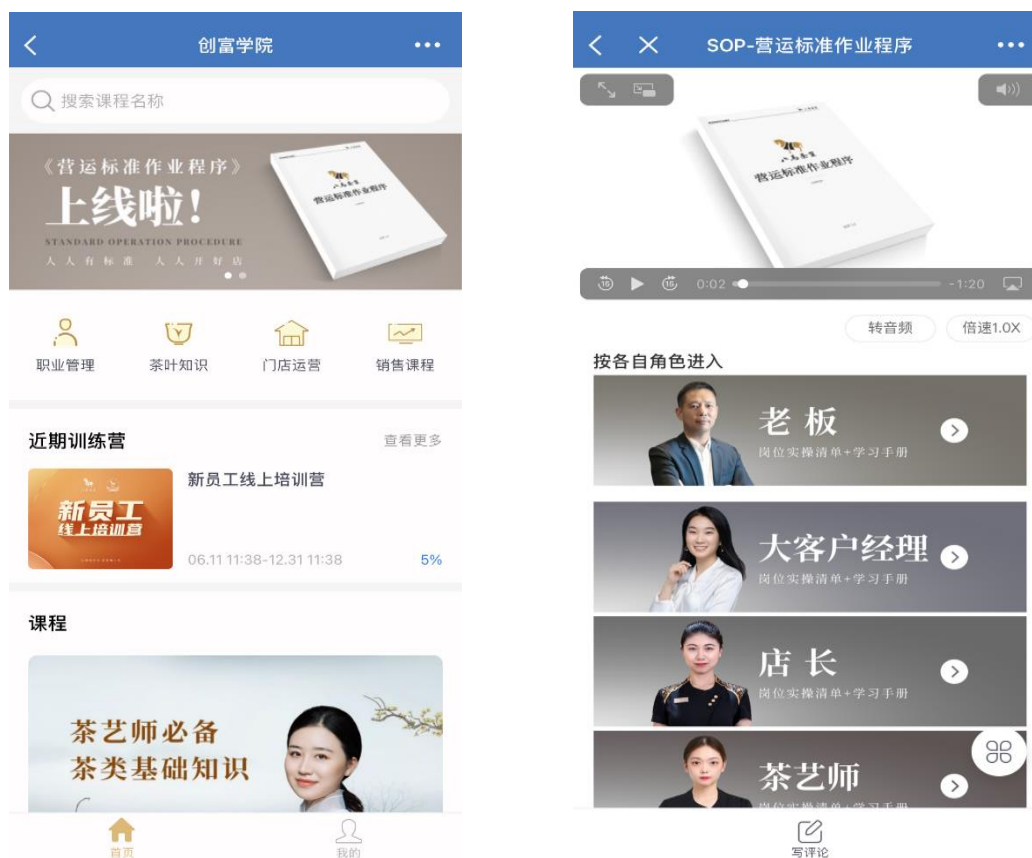
在营销推广方面，公司在贯彻整体市场战略的基础上，充分发挥加盟商的区位优势，大力协助其开展区域营销活动，包括品牌形象宣传、系列产品推广、客户回馈活动等。其中，同城或省内的品牌营销推广活动，经公司批准，由区域加盟管理部门和加盟商共同实施；全国性推广活动则由公司组织统一实施。

④ 加盟商培训

公司拥有二十余年的门店运营管理经验，建立了完善的系统化培训体系，并整理了一套完整的标准作业程序（SOP，Standard Operation Procedure）。SOP 可以将加盟商的工作进行规范，通过分角色对应，如老板、店长以及茶艺师等，可以有效缩短新进加盟商面对陌生工作所需花费的时间，迅速达到一致性与标准性。除了 SOP 外，公司组建了总部讲师和区域讲师的专职培训队伍，通过开店培训、

日常培训、专项培训等不同方式对门店店长和店员进行指导。培训课程主要包括消费者需求、产品知识、品牌知识、服务规范、销售规范、团队建设等方面，全面提升店长和店员的专业素质和销售能力。此外，公司还会定期召集加盟商的主要经营者与核心员工到公司总部、茶园基地等场所进行专业培训，不断丰富其专业知识，提升其商业管理水平。

2020年初，公司建立了“创富学院”线上学习平台，面向所有内部员工、加盟商及其员工。“创富学院”拥有大量的茶行业专业知识、经营管理、销售技能等方面的精品课程，主讲师包括茶艺师、评茶师、公司高管等。公司通过“创富学院”以线上培训的方式，突破时间与空间的限制，开创茶行业渠道标准化培训体系，提升培训覆盖率，快速增强从业人员素质。



3) 加盟商管理体系

① 销售范围

公司与加盟商签订的《商业特许经营合同》，就特许经营的营业地作出了明确规定。加盟商仅允许在指定地点或区域开设加盟店，销售公司特许产品或提供相关服务。未经公司允许，禁止加盟商变更特许经营的营业地。

② 加盟定价机制

为了更好地贯彻市场策略，维护商业形象，确保产品价格的一致性和稳定性，公司制定了完整的加盟商定价机制，包括加盟商的进货价格和终端零售价格两部分。

对于加盟商的进货价格，公司每年会制定相应的加盟政策，根据不同加盟商上一年度的进货额对其进行级别划分。不同级别加盟商享受不同的进货折扣率。

对于加盟商的终端零售价格，公司制定了《八马茶业商业特许经营体系管理规定》《八马茶业价格体系管理办法》等制度，要求所有加盟商必须严格遵守公司的统一零售价。如果加盟商出现违反价格政策的行为，公司有权处罚或与其终止合作。此外，在实际运营中，为保障良好的价格秩序以及品牌形象，公司建立了乱价治理稽查小组，贯彻落实公司统一的价格政策体系。

③ 结算方式

公司对加盟商的一般结算方式为买断式预收款销售，即“先款后货”。公司对于部分资质优良且合作关系稳定的加盟商会给予一定的信用额度和信用期。授信额度的使用，需由加盟商提出申请并经公司审批。除特殊批准外，已使用的授信额度需在年底结清，不得跨年。

④ 订货配送

报告期内，公司建立了加盟商订货平台，要求所有加盟商均使用统一的线上系统进行产品订购。加盟商在线下单后，产品主要由第三方物流公司进行配送，运费由加盟商自行承担。公司的加盟商订货平台订货流程如下图所示：



⑤ 退换货管理

公司对加盟商的销售均为买断式销售，除因产品本身的质量问题以及《商业特许经营合同》约定的特殊情况下，可在一定期限内办理退换货外，公司不予退换货。

根据《商业特许经营合同》的约定，针对加盟商首次从公司进货（仅限于茶叶产品，且不包括绿茶），双方约定自进货之日起 60 日内，加盟商可以持进货凭证和包装完好无损的商品向公司办理换货手续，但换货比例不得超过其首批进货金额的 25%；此外，当公司与加盟商终止合作时，若加盟商还有未销售完的产品，在满足相应的条件下，公司可以按照进货价格的 5 折回收相关产品。除上述情况外，若无质量问题，加盟商经过签收确认的产品不得退换货。

⑥ 库存管理

根据《商业特许经营合同》，公司对加盟商的销售为买断式销售，对于加盟商的存货不具有控制权。

公司根据加盟商近期的销售情况设定合理的库存范围，并对其库存进行远程管理和巡店管理。对于库存未保持在合理范围内的加盟商，公司会对其销售进行指导，并结合加盟商的实际经营能力给予合理的库存建议。

库存管理系公司加盟商管理体系的重要组成部分。通过库存管理，公司能够及时掌握加盟商销售情况、库存水平、区域分布及市场需求等情况，方便合理制定销售、供货计划。同时，通过比较加盟商实际库存水平与合理库存范围的差异，公司能够对加盟商进行销售指导，有利于加盟体系的健康持续发展。

⑦ 返利政策

报告期内，公司对加盟商的返利政策主要包括年度返利、装修返利等。年度返利系公司根据加盟商的年度进货情况给予加盟商一定比例的销售返利。装修返利系公司为鼓励新客户加盟以及老客户开新店，同时加强对门店形象的统一管理而制定的返利政策。加盟商向公司申请返利后，公司根据返利政策计提，冲减当期销售收入。

⑧ 监督管理

公司从形象、产品、销售、服务、价格等方面建立了标准规范并要求加盟商严格遵守。公司建立了专职督导队伍，对全国各级加盟商及门店进行定期和不定期的检查与督导。对于不符合公司标准规范的加盟商，公司会责令其立即整改，情节严重的会依据《商业特许经营合同》和相关管理制度取消其特许经营权。此外，公司每年都会根据自身的整体发展规划制定加盟商年度工作计划，作为管理加盟商日常运营的重要依据。

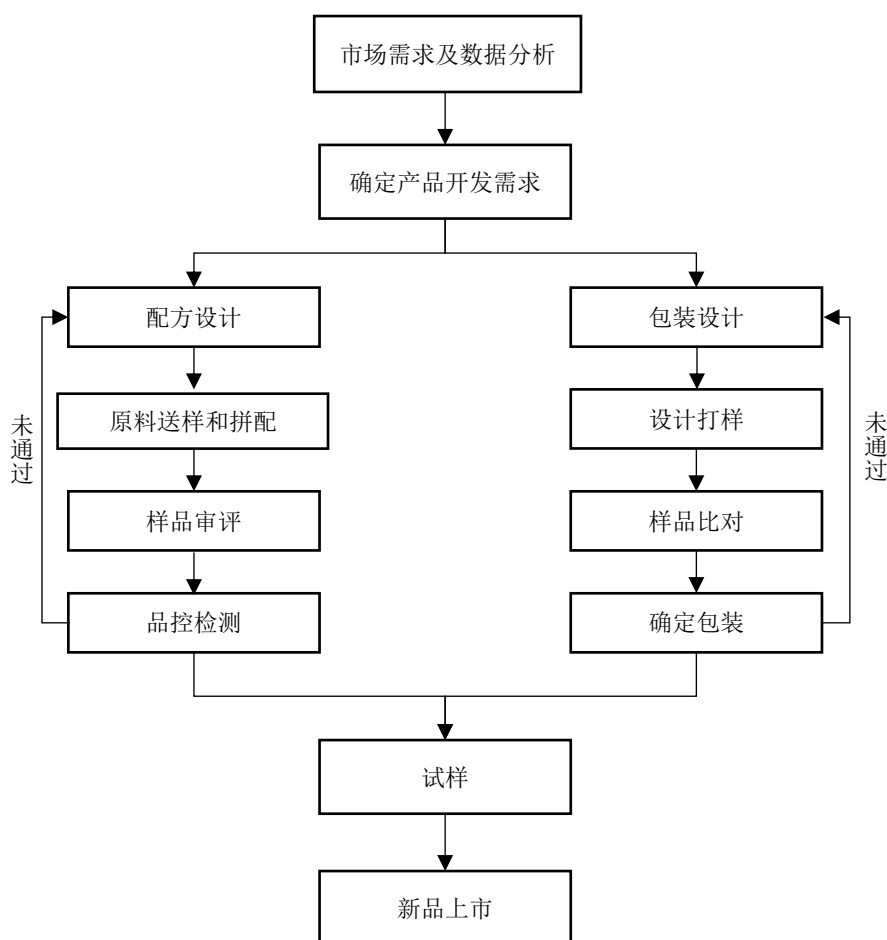
4、研发模式

公司通过自主研发及与国内高校、科研机构开展产学研合作，不断改进生产加工工艺、提高产品品质和生产效率，持续开发更具核心竞争力的新产品。公司各大产品事业部及研发部负责新产品开发，核心技术团队包括6名核心技术人员、多名经验丰富的茶师以及包装设计人员等。团队人员拥有中国制茶大师、制茶高级工程师、国家一级评茶师、国家一级茶叶加工工、国家一级茶艺师等资质及职称。上述技术团队为公司新产品的开发和技术创新提供了技术支撑。

公司在继承和发扬国家级非物质文化遗产安溪铁观音制作技艺的基础上，不断优化和创新制茶技艺，并将食品安全及质量控制技术、茶叶小泡全自动包装技术等纳入生产流程，进一步确保产品品质和食品安全。此外，作为一家知名的全茶类全国品牌连锁企业，公司整合优化供应链资源，与具有原产地资源优势的茶企合作，研发定制各种独具风格的名优茶、茶具和茶食品等。

公司以市场需求为导向，通过对消费者偏好进行分析，确定新品开发方案，完善配方设计，并在生产及采购过程中贯彻公司的质量控制标准，融入公司的包装设计风格，最终向消费者提供品质优越、包装精美的产品。

公司的研发流程具体如下：



5、采用目前经营模式的原因及未来变化趋势

(1) 采用目前经营模式的原因、关键影响因素

公司现行的经营模式系根据多年的经营管理经验所形成，并综合考虑了行业发展、市场需求以及自身的研发能力、工艺水平、经营特点、品牌影响力等多种因素。该模式充分利用了公司一直以来在技术工艺、品质控制、品牌管理等方面的成果，向成品茶、茶具及茶食品供应商输出标准进行定制采购，同时集中资源聚焦全渠道的渗透与拓展，有利于提高公司产品的市场影响力，稳定公司的业绩发展。

影响公司现行经营模式的关键因素包括：1) 日臻成熟的销售渠道。多年来不断开拓及完善的“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，是公司现行经营模式成功运营的基础；2) 强大的品牌推广能力。多维度、多渠道的立体式宣传和推广，使得品牌拥有较高的知名度和忠实的客户群体，为公司的经营运作提供助力；3) 基于市场偏好的产品开发能力。通过对消费者需求和口味偏好的研究，配合公司的产品开发技术及经验，持续开发出广大消费者认可的优质产品，

是公司经营模式的保障；4）稳定可靠的采购渠道。面向成品茶、茶具及茶食品供应商输出八马产品标准，进行定制采购，并与供应商建立长期深入的合作关系，是公司现行经营模式的重要环节；5）高效稳定的经营团队。经验丰富的管理团队能够及时根据客户需求和市场变化对公司的战略和业务进行调整，具有敢于创新、果断决策和稳健经营的能力，是公司可持续发展的基石。

（2）经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

报告期内，公司始终致力于茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，经营模式未发生重大变化，影响公司经营模式的主要因素未出现重大变化，在可预见的一段时间内公司经营模式亦不会发生重大变化。

（三）发行人自设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

设立之初，公司以研发、生产及销售安溪铁观音茶叶为主。经过多年的探索、创新及转型发展，公司已建立起了自有渠道及品牌，逐渐侧重于产品的研发设计及标准输出，产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品，并通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售，初步实现了跨区域、跨品类的平台化发展战略。

1、初创和探索阶段（1997-2007年）：公司设立之初，即以研发、生产及销售安溪铁观音茶叶为主，主要通过开设直营独立门店的方式对外零售，同时尝试联营模式。

2、起步发展阶段（2008-2014年）：2008年，公司推出传统浓香型铁观音——赛珍珠，成为铁观音茶叶的知名品牌，并开始推行加盟模式，初步实现了跨区域经营。之后，公司于2011年左右开始尝试电商业务，并不断学习改进。在这一发展阶段，公司的主营业务产品仍以铁观音茶叶为主，但从销售方面来看，开始呈现出全渠道销售的雏形，同时公司也从事部分出口业务。

3、转型阶段（2015-2017年）：2015年，公司适应市场需求及消费者偏好的发展，开启了全品类茶叶转型战略，主营业务产品由以铁观音为主转向为全品类茶叶。在这一转型阶段，公司开始积极探索布局中国各大名茶产区，逐步形成了铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准

进行生产并供应，并通过公司“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外进行销售。

4、全面发展阶段（2018年至今）：2018年以来，公司基本完成了全品类茶叶的战略转型，并进入了一个可快速复制及扩张的新发展阶段。线下直营方面，公司的直营店数量持续增长，并在广东及福建两省做出了较好的示范效应；网络销售方面，公司的电商团队及运营方式逐渐成熟，并不断通过平台拓宽、组织优化、精细运营、产品更新等手段实现了网络销售的快速增长；线下加盟方面，基于公司对加盟商的持续服务及培训指导，加盟业务得以加速发展，未来加盟渠道将进一步深化并下沉。

（四）发行人主要产品的工艺流程

乌龙茶的生产工艺主要包括初制和精制两个阶段。初制工序主要为采摘、萎凋、晾青、摇青、杀青、揉捻（包揉）、烘干等，精制工序主要为除杂、拼配、烘焙、成品等。报告期内，公司乌龙茶产品涉及的主要生产流程为精制加工阶段的相关工序，参见下表所示：

序号	工序	制作工艺	图 示
1	机械色选	使用先进的红外线镜头检测出异物，并剔除茶叶中的非茶类夹杂物，提高茶叶净度。	
2	拼配	按照成品茶的质量标准要求，通过一定的经验和技能，根据原料的品质特点，依不同地区、品种、季节的茶叶品质特征，按一定的比例进行混合。	
3	筛分风选	主要包括投料、筛分、风选三部分，采用独特的立体设计，利用筛选、风力、磁力等作用剔除茶叶中一些重、轻质的杂质。	

序号	工序	制作工艺	图 示
4	静止目视拣杂	特有的间歇式静止拣杂流水线，更容易辨别杂物，通过目视手工拣剔非茶类夹杂物，提高产品净度。	
5	烘焙	茶叶烘干机采用智能控制仪表实现温度的精确控制，精度在 $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ ，同时控制输送带链速、风量，对茶叶进行烘烤、焙制，使茶叶所含的水分得以减少，茶叶品质得到提高。	
6	二次筛分风选	使茶叶的整体外形达到最终的要求，再次的进行筛分风选，去除轻飘和不符合规格要求的成分。	
7	二次拣剔	通过高性能仪器设备的控制，结合人工目视，针对茶叶中的非茶类夹杂物进行剔除，进一步提高净度。	
8	静电选别	利用电气选别机，靠静电作用力把茶叶中细小的茶梗皮及其他轻飘杂质吸附弃除。	
9	自动匀堆	利用行车原理，使原料均匀混合，达到批量稳定的目的。	

序号	工序	制作工艺	图 示
10	金属探测	使用金属探测技术对在制品进一步监测, 弃除金属夹杂物, 提高茶叶成品净度。	
12	强磁探测	使用 8500 高斯磁力装置, 进一步去除金属物质, 保证产品安全	
13	包装	采用高性能自动称量设备, 提高精度, 提升效率, 将茶叶分装成小包装后再装成大包装, 最终装入规格箱打包。	

(五) 生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务, 产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。其中, 铁观音及部分岩茶为公司自主生产, 小部分茶叶产品为公司自主分装, 其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应。

公司已通过 ISO14001 环境管理体系认证, 对生产经营过程中所产生的污染源进行了妥善处理。公司生产经营过程中所产生的污染源主要包括废水、废气、噪声及固体废弃物。废水主要为生活污水和少量工器具清洗废水, 经化粪池处理达标后排入市政污水管网。废气为生产加工产生的茶尘。公司在工艺设计、设备选型上充分重视除尘系统的作用, 车间内、周边大气中泄漏粉尘的风险较低。公司厂区噪声主要来源于生产设备。公司选用低噪音设备, 安装在封闭车间, 采取分区隔断、减震降噪的措施, 并加强厂区周围的绿化。固体废弃物主要包括生产固体废弃物、生活垃圾等。生产固体废弃物主要是废包装材料和茶末、茶梗等。废包装材料分类收集后销售给物资公司, 茶末、茶梗等收集后对外销售进行综合

回收利用。生活垃圾收集后由环卫部门统一清运处理。

报告期内，公司未发生环保事故，亦未因环保问题受到行政处罚。

（六）公司在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的合法合规情况

报告期内，公司及合并报表范围内子公司未发生涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业

公司主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，业务模式兼具茶行业及零售行业的特征。公司采用自主生产、自主分装与定制采购相结合的方式获取产品，且以定制采购为主，报告期内各年度公司定制采购的产品占主营业务收入的比例分别为 52.63%、60.05%及 54.31%。在销售端，公司通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品，报告期内公司直营模式下的销售收入（包括线下直营及网络销售）占主营业务收入的比例分别为 58.68%、52.33%及 51.69%，加盟模式下公司将产品卖断给加盟商之后，加盟商仍系主要通过开设加盟店的方式进行对外零售。因此，根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“F52 零售业”；根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“F522 食品、饮料及烟草制品专门零售”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法规政策及行业标准

公司产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品，并通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售。从主营业务及主要产品来看，公司主要涉及茶及食品等行业领域；从经营模式及销售渠道来看，公司主要涉及零售及电子商务等行业领域。

1、行业主管部门和监管体制

公司所属行业的主管部门包括商务部、国家市场监督管理总局、国家卫生健

康委员会、农业农村部、国家林业局及工业和信息化部。

部门/机构	主要职能
商务部	负责推进流通产业结构调整,指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展,提出促进商贸中小企业发展的政策建议,推动流通标准化和连锁经营、商业特许经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展
国家市场监督管理总局	负责市场监督管理和行政执法的有关工作,起草有关法律、法规草案,制定工商行政管理规章和政策;负责起草食品安全等监督管理的法律法规草案,拟订政策规划和部门规章,推动建立落实食品安全企业主体责任,建立食品药品重大信息直报制度,并组织实施和监督检查等
国家卫生健康委员会	组织开展食品安全风险监测评估,依法制定并公布食品安全标准;负责食品安全风险评估工作,与国家市场监督管理总局的有关职责分工,会同国家市场监督管理总局等部门制定、实施食品安全风险监测计划
农业农村部	负责研究拟定农业的产业政策,引导农业产业结构的合理调整、农业资源的合理配置和产品品质的改善;制定农业科研、教育、技术推广及其队伍建设的发展规划和有关政策;组织重大科研和技术推广项目的遴选及实施;指导农业教育和农业职业技能开发工作;组织实施农业各产业产品的质量监督、认证和农业植物新品种的保护工作
国家林业局	负责全国林业及其生态建设的监督管理;拟订林业及其生态建设的方针政策、发展战略、中长期规划和起草相关法律法规并监督实施;拟订农村林业发展、维护农民经营林业合法权益的政策措施;参与拟订林业及其生态建设的财政、金融、价格、贸易等经济调节政策
工业和信息化部	负责互联网行业管理(含移动互联网),协调电信网、互联网、专用通信网的建设、拟订相关政策并组织实施、指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展等

公司所属行业的行业自律协会主要为中国茶叶流通协会、全国茶叶标准化技术委员会、中国食品工业协会、中国连锁经营协会及中国电子商务协会。

部门/机构	主要职能
中国茶叶流通协会	组织收集、整理和传递国内外茶业经济信息和科学技术信息,进行市场分析、预测,开展信息交流活动和咨询服务,为企业的生产和经营提供决策依据;积极推进行业技术进步和产业化经营,组织技术交流、产品质量论证和科技项目论证,开展专业技术、技能培训和企业管理人员培训,提高行业技术水平和企业管理水平;普及茶叶商品知识、宣传茶叶饮用价值,弘扬中国茶文化;代表会员向国家有关部门反映茶叶生产、流通各个环节的新情况和存在的问题,提出制订行业方针、政策、制度、法规等方面的意见和建议;协助和承担政府主管部门委托的部分行政管理职能;组织商品交流,拓宽茶产品市场,促进行业内部各种形式的合作和横向经济联合;加强与国内外同行业的各种交流活动
全国茶叶标准化技术委员会(SAC/TC339)	归口管理全国茶叶标准化和国际茶叶标准化工作,下设绿茶、乌龙茶、普洱茶、边销茶、白茶、特种茶国际标准国内工作组、红茶、黑茶、花茶、黄茶、茯茶、有机茶等十二个工作组,分别开展各相关领域的标准化工作
国家茶叶质量监督检测中心	专业从事各类茶叶及茶制品的监督检验、委托检验、仲裁检验、消费争议检验和发证检验,茶叶相关国家标准、行业标准的制修订,茶叶检测技术研究,茶叶感官品质、理化检测及茶园管理等方面的培训,以及为广大茶叶企业提供茶叶标准化、茶叶质量等方面的技术服务和技术咨询等工作

部门/机构	主要职能
中国农科院茶叶所	中国农业科学院茶叶研究所是我国唯一的国家级综合性茶叶科研机构。主要从事茶叶基础和应用基础科学、科技产业开发、茶叶质量安全检测、产业经济、有机茶认证、茶业职业技能培训、学术期刊编辑等领域的研究和服务工作，同时广泛开展国内外合作交流和高层次人才培养等工作
中国食品工业协会	协助政府在食品行业开展统筹、规划、协调工作，加强对食品企业的指导和服务；制定并监督执行行规行约，规范行业行为，加强行业自律，协调行业关系，创造和维护行业公平竞争环境与市场秩序；经国家有关部门授权，参与行业生产、经营许可证的发放工作和资格审查
中国连锁经营协会	由连锁经营及相关企业、机构和个人自愿结成的全国性、行业性社会团体。主要协助政府主管部门开展行业管理，参与政策制定与协调，参与制定、修改本行业技术标准、经济标准、管理标准等，维护企业合法权益，经授权开展行业统计，收集整理发布行业信息，组织开展市场统计，搭建业内交流与合作平台，致力于推进连锁经营事业与发展
中国电子商务协会	辅助政府决策，推动电子商务的发展，进行与电子商务相关业务的调查和研究，协助政府部门制定相关法律法规和政策，开展电子商务国际交流与合作，进行电子商务立法研究，推进信用体系建设等，为会员提供电子商务相关法律与法规指导等

2、行业主要法律法规及产业政策

(1) 法律法规

序号	法律法规名称	颁布单位	颁布时间
1	《食品生产许可管理办法》（2020年修订）	国家市场监督管理总局	2020年
2	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019年修订）	国务院	2019年
3	《中华人民共和国电子商务法》	全国人民代表大会常务委员会	2018年
4	《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	2018年
5	《国务院办公厅关于印发2017年食品安全重点工作安排的通知》	国务院	2017年
6	《食品药品安全监管信息公开管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2017年
7	《食品经营许可管理办法》（2017修订）	国家食品药品监督管理总局	2017年
8	第三方电子商务交易平台服务规范（2016修正）	中华人民共和国商务部	2016年
9	《中华人民共和国认证认可条例》（2016年修订）	国务院	2016年
10	《食品生产许可审查通则》	国家食品药品监督管理总局	2016年
11	《食品生产经营日常监督检查管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2016年
12	《网络零售第三方平台交易规则制定程序》（试行）	中华人民共和国商务部	2014年

序号	法律法规名称	颁布单位	颁布时间
13	《网络交易管理办法》	国家工商行政管理总局	2014年
14	《有机产品认证管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2013年
15	《国务院关于加强食品安全工作的决定》	国务院	2012年
16	《关于进一步加强安溪铁观音地理标志证明商标和地理标志产品保护工作的暂行规定》	安溪县人民政府	2012年
17	《安溪铁观音地理标志保护产品专用标志使用暂行规定》	安溪县人民政府	2012年
18	《福建省促进茶产业发展条例》	福建省人民代表大会常务委员会	2012年
19	《食品标识管理规定》（2009年修订）	国家质量监督检验检疫总局	2009年
20	《地理标志产品保护工作细则》	国家质量监督检验检疫总局	2009年
21	《茶叶生产许可审查细则》	国家质量监督检验检疫总局	2006年
22	《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人民代表大会常务委员会	2006年
23	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	国家质量监督检验检疫总局	2005年
24	《地理标志产品保护规定》	国家质量监督检验检疫总局	2005年

（2）产业政策

发布时间	发布部门	产业政策名称	主要内容
2021年2月	农业农村部	《农业农村部关于落实好党中央、国务院2021年农业农村重点工作部署的实施意见》	加强农产品流通体系建设。制定促进农产品流通业发展的意见。全面实施农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程，加大蔬菜、水果、茶叶、中药材等鲜活农产品仓储保鲜补贴力度，建设一批田头小型仓储保鲜冷链设施，鼓励有条件的地方建设产地低温直销配送中心
2020年6月	农业农村部	《关于促进贫困地区茶产业稳定发展的指导意见》	加快贫困地区茶产业发展转型升级，促进产业布局更加优化，产品特色更加突出，产业效益切实提高，助力贫困地区脱贫致富、乡村振兴
2019年5月	中国共产党中央委员会、国务院	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	遵循最严谨标准、最严格监管、最严厉处罚、最严肃问责的“四个最严”要求，建立食品安全现代化治理体系，提高从农田到餐桌全过程监管能力，提升食品全链条质量安全保障水平，增强人民群众的获得感、幸福感、安全感
2018年12月	国家市场监督管理总局	《关于做好电子商务经营者登记工作的意见》	为进一步深化商事制度改革，规范电子商务行为，促进电子商务持续健康发展，对各省、自治区、直辖市市场监督管理部门

发布时间	发布部门	产业政策名称	主要内容
			做好电子商务经营者的登记服务工作提出相关意见
2018年7月	福建省人民政府	《关于推进绿色发展质量兴茶八条措施的通知》	提出采取有力措施推动茶产业高质量发展，不断提升闽茶品牌影响力，助力乡村振兴战略实施，福建省茶产业将力争在全国率先实现产值超千亿元的目标
2018年1月	国务院办公厅	《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	提出针对电子商务全渠道、多平台、线上线下融合等特点，科学引导快递物流基础设施建设，构建适应电子商务发展的快递物流服务体系
2017年4月	食品药品监督管理局	《总局关于进一步加强茶叶质量安全监管工作的通知》	茶叶生产企业应当严格按照食品安全法等法律、法规、标准和相关文件的规定，切实落实质量安全主体责任；各地食品药品监管部门要全面加强茶叶质量安全监督管理，严厉打击违法违规行为；各地食品药品监管部门要进一步制定和完善监管工作措施，强化监管责任落实
2017年3月	食品药品监管总局	《关于发布食品生产经营企业建立食品安全追溯体系若干规定的公告》	食品生产经营企业通过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溯、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》	牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，全面实施食品安全战略，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	商务部	《关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	提出强化基地承载能力，提升孵化能力，增强辐射能力。结合地方经济发展特点，推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合
2017年1月	国家发改委、工信部	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	提出“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足人民群众日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善，满足小康社会城乡居民更高层次的食品需求
2016年12月	商务部、国家发改委	《电子商务“十三五”发展规划》	提出以新理念引领发展，激发电子商务市场活力，不断拓宽电子商务创新发展领域，积极营造宽松的电子商务创业环境，大力发展电子商务产业。坚持通过创新监管方式规范发展，加快建立开放、公平、诚信的电子商务市场秩序

发布时间	发布部门	产业政策名称	主要内容
2016年12月	中共中央、国务院	《中共中央、国务院关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》	实施优势特色农业提质增效行动计划，促进茶叶等产业提档升级
2016年10月	农业部	《农业部关于抓住机遇做强茶产业的意见》	提高茶产业竞争力，发展茶叶精深加工，创建茶叶知名品牌，培育大型茶叶集团。到2020年，培育5个销售额超50亿元的茶叶集团、20个销售额超20亿元的茶叶集团，通过十多年的努力，培育1-2个具有国际影响力和品牌知名度的超大茶叶集团。同时，打造一批国内外有影响力的茶叶知名品牌
2016年5月	国家发改委、商务部、中国人民银行	《关于推动电子商务发展有关工作的通知》	提出完善电子商务法规政策环境，健全电子商务支撑体系，加强电子商务基础设施和交易保障设施建设，积极培育电子商务服务，深化电子商务应用
2016年4月	农业部	《全国绿色食品产业发展规划纲要》（2016-2020年）	提出全面开展绿色食品市场营销服务体系，推动绿色食品步入“以品牌引导消费、以消费拉动市场、以市场促进生产”的发展轨道，支持多形式建立绿色食品电商平台，积极引导企业充分利用电商平台拓宽营销渠道、提高流通效率
2013年4月	国家发改委等	《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》	要求强调统筹推进电子商务发展环境建设，推进商贸流通领域电子商务创新发展；建立完善电子商务产品质量安全监督机制，推进电子商务标准化工作；促进农业电子商务发展
2013年4月	农业部	《农业部关于促进茶叶生产持续健康发展的意见》	明确提出要在稳定茶园面积的同时，加强老茶园改造，大力推广绿色防控技术，积极推进产业化经营，提高单产，提高品质，提高效益，促进茶叶生产持续健康发展
2009年4月	农业部	《全国茶叶重点区域发展规划》（2009-2015年）	按茶类和自然条件，将全国划分为四大茶叶重点区域，通过规划的实施，四大茶叶优势区进一步形成产品特色明显，技术含量高，生产、管理水平一流，国内外竞争力强的茶叶重点区域，从而达到以重点区域促进全国茶业发展，提高我国茶业总体水平
2003年8月	农业部	《关于进一步加强茶叶质量安全管理的通知》	优化产地环境，积极创建标准化生产示范基地；严格农业投入品管理，加强科技培训；提高生产组织化程度，建立行业自律机制；健全质量安全保障体系，加大政策资金扶持力度

(3) 主要行业标准

序号	行业标准	发布单位	标准编号
1	《茶叶分类》	全国茶叶标准化技术委员会	GB/T 30766-2014
2	《地理标志产品-安溪铁观音》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 19598-2006
3	《乌龙茶 第2部分：铁观音》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 30357.2-2013
4	《乌龙茶 第3部分：黄金桂》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 30357.3-2015
5	《乌龙茶 第4部分：水仙》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 30357.4-2015
6	《乌龙茶 第5部分：肉桂》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 30357.5-2015
7	《乌龙茶 第6部分：单丛》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 30357.6-2017
8	《乌龙茶 第7部分：佛手》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 30357.7-2017
9	《地理标志产品 武夷岩茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 18745-2006
10	《地理标志产品 普洱茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 22111-2008
11	《红茶 第2部分：工夫红茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 13738.2-2017
12	《红茶 第3部分：小种红茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 13738.3-2012
13	《绿茶 第2部分：大叶种绿茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 14456.2-2018
14	《绿茶 第3部分：中小叶种绿茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 14456.3-2016
15	《地理标志产品 龙井茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 18650-2008
16	《地理标志产品 洞庭（山）碧螺春茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 18957-2008
17	《地理标志产品 信阳毛尖茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 22737-2008
18	《地理标志产品 黄山毛峰茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 19460-2008
19	《地理标志产品 太平猴魁茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 19698-2008
20	《白茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 22291-2017
21	《地理标志产品 安吉白茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 20354-2006
22	《地理标志产品 政和白茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 22109-2008
23	《黄茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 21726-2018

序号	行业标准	发布单位	标准编号
24	《茉莉花茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 22292-2017
25	《袋泡茶》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 24690-2018
26	《月饼》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 19855-2015
27	《糕点通则》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 20977-2007
28	《蜜饯通则》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T10782-2006
29	《有机产品 生产、加工、标识与管理体系要求》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 19630-2019
30	《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》	卫生部	GB 7718-2011
31	《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》	国家卫生和计划生育委员会	GB 2760-2014
32	《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》	国家卫生健康委员会、农业农村部、国家市场监督管理总局	GB 2763-2019
33	《食品安全国家标准 食品中污染物限量》	国家卫生健康委员会、农业农村部、国家市场监督管理总局	GB 2762-2017
34	《代用茶》	中华全国供销合作总社	GH/T 1091-2014
35	《有机茶》	国家农业部	NY 5196-2002
36	《有机茶生产技术规程》	国家农业部	NY/T 5197-2002
37	《绿色食品 茶叶》	国家农业部	NY/T 288-2018
38	《地理标志产品 福建乌龙茶》	福建省质量技术监督局	DB35/T 943-2009
39	《地理标志产品 福鼎白茶》	福建省质量技术监督局	DB35/T 076-2010

3、相关行业主要法律法规和产业政策对公司的影响

(1) 对发行人经营资质、准入门槛的影响

报告期初以来，公司所处行业监管部门持续颁布了一系列法规和政策，旨在加强食品安全、促进行业健康发展，不会对公司的经营资质、准入门槛等方面产生重大不利影响。

(2) 对发行人运营模式、所在行业竞争格局的具体影响

茶行业相关法规和政策的持续出台，有利于促进产业整合及行业内优质企业的发展。公司作为行业内的优质企业，运用自身的渠道及品牌优势，整合优化供应链资源，输出产品及服务标准，可实施跨区域、跨品类的平台化发展战略。此

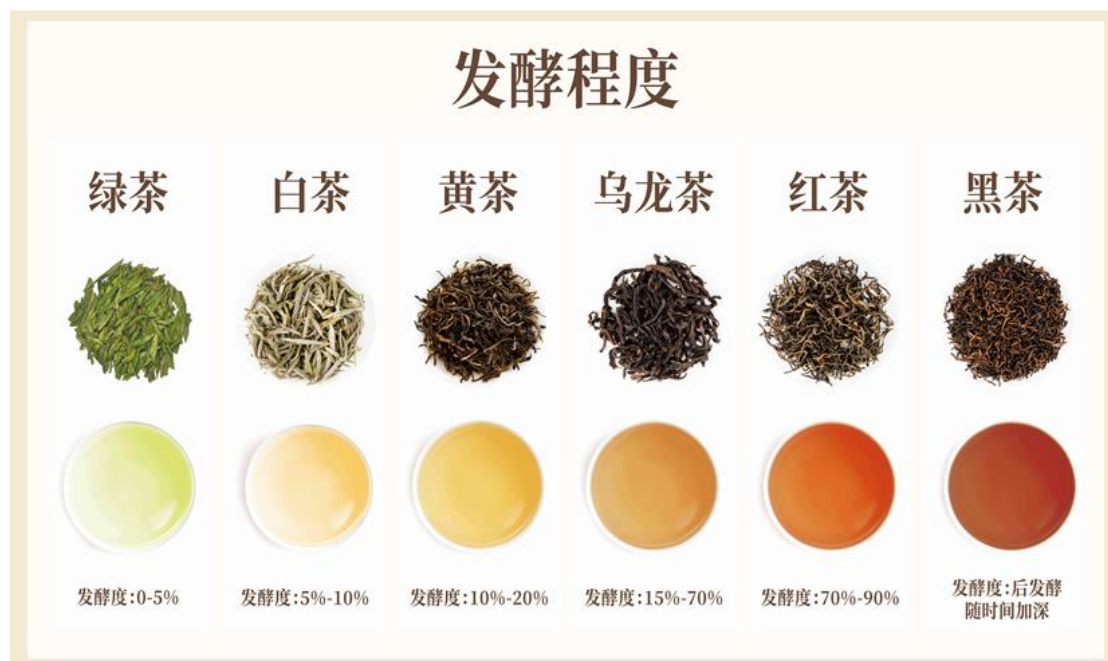
外，随着移动互联网的不断发展、线上消费习惯的普及和供应链体系的完善，电商成为食品零售行业的重要渠道。报告期内，国家政策和行业政策持续推进电商产业的发展，有利于公司继续深化“线上+线下”融合发展的渠道战略，进一步完善公司全渠道销售体系的建设，从而提升公司的整体竞争力。

（三）行业概况与未来发展趋势

1、茶叶的概况及基本分类

茶叶作为一种天然的健康饮品，具有悠久的消费历史和广大的消费群体。近年来，随着人们生活水平的不断提高，对健康的重视程度日益上升。饮茶作为一种健康的生活习惯，符合现阶段消费者对健康和高品质生活的追求。

根据国家标准《茶叶分类》（GB/T 30766-2014），以加工工艺、产品特性为主，结合茶树品种、鲜叶原料、生产地域进行分类，茶叶可分为绿茶、白茶、黄茶、乌龙茶、红茶、黑茶及再加工茶，前述六大茶类按照发酵程度排序参见下图：



（1）绿茶

绿茶以鲜叶为原料，经杀青、揉捻、干燥等加工工艺制成，属于不发酵茶。根据加工工艺及产品特性，绿茶可细分为炒青绿茶、烘青绿茶、晒青绿茶及蒸青绿茶。

我国较为知名的绿茶品种包括西湖龙井、碧螺春、黄山毛峰、六安瓜片、信

阳毛尖、恩施玉露及太平猴魁等。

(2) 白茶

白茶以特定茶树品种的鲜叶为原料，经萎凋、干燥等生产工艺制成，属于微发酵茶。根据鲜叶原料，白茶可细分为芽型、芽叶型及多叶型。在适宜的储存条件下，白茶可长期保存。

我国较为知名的白茶品种有福鼎白茶、政和白茶等。

(3) 黄茶

黄茶以鲜叶为原料，经杀青、揉捻、闷黄、干燥等生产工艺制成，属于轻发酵茶。根据鲜叶原料，黄茶可细分为芽型、芽叶型及多叶型。

我国较为知名的黄茶品种包括君山银针、蒙顶黄芽、沔山毛尖及霍山黄大茶等。

(4) 乌龙茶

乌龙茶以特定茶树品种的鲜叶为原料，经萎凋、做青、杀青、揉捻、干燥等特定工艺制成，属于半发酵茶。根据生产地域，乌龙茶可细分为闽南乌龙茶、闽北乌龙茶、广东乌龙茶、台式（湾）乌龙茶及其他乌龙茶。

乌龙茶制作工艺复杂、特色鲜明，主要品种包括安溪铁观音、武夷岩茶、凤凰单枞等。

(5) 红茶

红茶以鲜叶为原料，经萎凋、揉捻（切）、发酵、干燥等加工工艺制成，属于全发酵茶。根据加工工艺及产品特性，红茶可细分为红碎茶、工夫红茶及小种红茶。

我国较为知名的红茶品种包括金骏眉、正山小种、祁门红茶、滇红及川红等。

(6) 黑茶

黑茶以鲜叶为原料，经杀青、揉捻、渥堆、干燥等加工工艺制成，属于后发酵茶。黑茶是中国特有的茶类，生产历史悠久，早期以制成紧压茶边销为主。黑茶一般原料较粗老，加之制造过程中往往堆积发酵时间较长，因而叶色油黑或黑

褐，故称黑茶。在适宜的储存条件下，黑茶可长期保存。

我国较为知名的黑茶包括云南普洱茶、湖南安化黑茶、广西六堡茶等。

(7) 再加工茶及代用茶

再加工茶以茶叶为原料，采用特定工艺加工而成。根据加工工艺及产品特性，可分为花茶、紧压茶、袋泡茶、粉茶，其中以茉莉花茶最为常见。

代用茶是指选用除茶以外，可食用植物的叶、花、果（实）、根茎等，采用类似茶叶的饮用方式（通过泡、煮等方式来饮用）的一类产品。根据原料的不同，可分为叶类、花类、果（实）类、根茎类和混合代用茶。比较常见的代用茶有玫瑰花、金银花、柠檬干片、菊花等。

2、我国茶行业的发展概况及趋势

中国作为茶叶的发源地，不仅拥有悠久的消费历史和广大的消费基础，亦具有丰富的茶叶种植和生产经验。经过多年的发展，我国茶行业的市场化程度已经达到了较高水平，市场整体处于较为充分的竞争状态，行业集中度相对较低。就茶叶品类而言，据中国茶行业流通协会数据显示，目前绿茶市场占比领先，约为60%；黑茶占比约为15%，且处于增长趋势；乌龙茶及红茶的市场占比约为10%；而白茶和黄茶的市场占比相对较低，白茶约为2%，黄茶不足1%。

现阶段，我国茶叶市场中企业众多，且仍存在大量传统的家庭作坊式生产企业及小型茶企。产品种类丰富、销售区域覆盖广的规模性企业屈指可数。近年来，我国茶行业生产研发基地建设不断完善，一体化经营、多渠道营销、统一配送等现代经营方式越来越多地在茶企中得到应用。茶行业的生产经营不断向集约化、规模化、现代化的方向发展，品牌企业的市场占有率有望得到显著提升，市场集中度将持续增长。

(1) 我国茶叶种植概况

中国拥有悠久的茶树种植历史，地域广阔，气候、地形、土壤等自然资源丰富，有利于不同茶树品种的栽培和生长。近年来，中国茶园种植面积稳居世界首位，且呈现出持续稳定增长的良好态势。根据中国茶叶流通协会统计数据，2019年我国18个主要产茶省（自治区、直辖市）茶园面积为4,597.87万亩，较2018

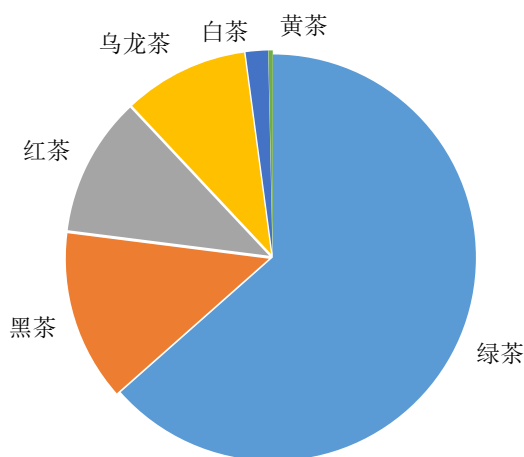
年增加 202.30 万亩，同比增长 4.60%。其中，可采摘面积达到 3,690.77 万亩，增加 213.99 万亩。

（2）我国茶叶生产概况

随着我国茶园种植面积的持续扩张以及茶叶种植技术的不断优化提高，我国茶叶产量亦保持稳步增长。根据中国茶叶流通协会统计数据，2019 年全国干毛茶总产量为 279.34 万吨，相比于 2018 年增加 17.74 万吨，同比增长 6.78%。

我国茶叶种类丰富，2019 年绿茶、黑茶、红茶、乌龙茶、白茶、黄茶产量分别为 177.28 万吨、37.81 万吨、30.72 万吨、27.58 万吨、4.96 万吨和 0.97 万吨，占比分别为 63.46%、13.54%、11.00%、9.87%、1.78%和 0.35%。其中，白茶、黄茶产量增长较快，较 2018 年分别增加 47.18%、21.25%。2019 年中国各类茶叶产量占比情况如下图所示：

2019 年国内市场各主要茶类产量占比



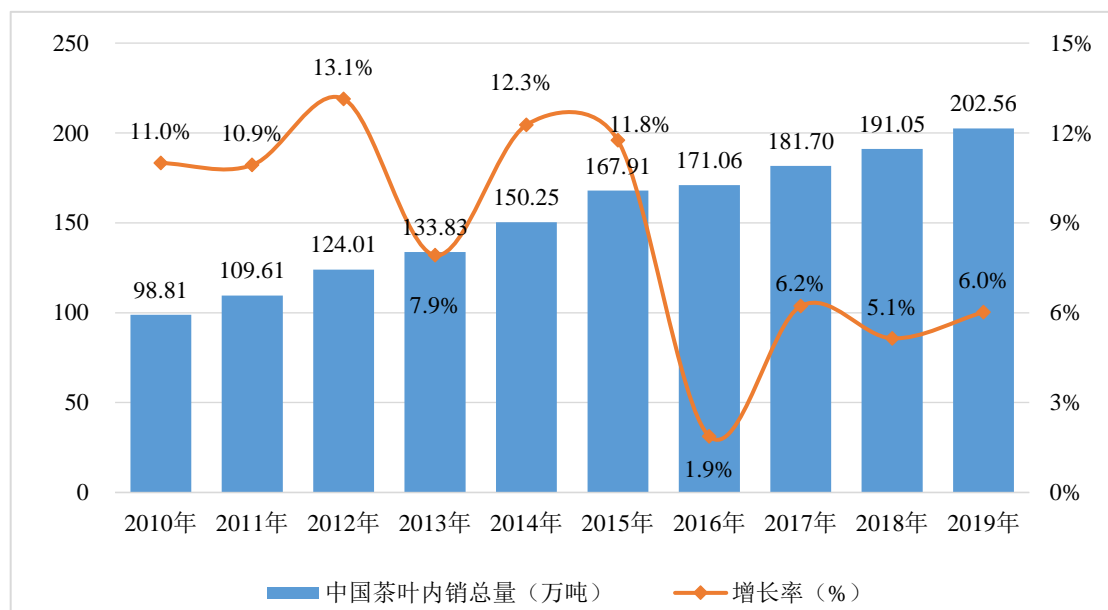
数据来源：中国茶叶流通协会

（3）我国茶叶消费概况

茶叶是一种天然的健康饮品，在我国具有悠久的消费历史。随着人们生活水平的提高，对健康的日益重视，“多饮茶、饮好茶”逐渐成为健康生活的潮流，并带动了茶叶消费。2010-2019 年，我国茶叶内销总量呈持续稳定增长态势。2019 年，中国茶叶内销总量达 202.56 万吨，较 2018 年增长 11.51 万吨，增幅为 6.02%。2019 年，国内市场销售总额达 2,739.50 亿元，较 2018 年增长 78.40 亿元，增幅

为 2.95%。2009-2019 年中国茶叶内销总量及增长率情况如下图所示：

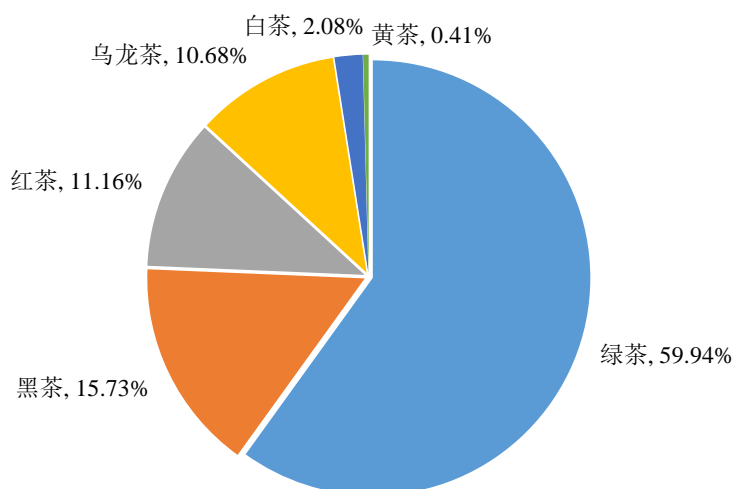
2010-2019 年中国茶叶内销总量及增长率



数据来源：中国茶叶流通协会

2019 年，内销市场中各茶类消费格局相对稳定。绿茶占比较 2018 年略有下降，但仍是主导茶类，占比为 59.94%；黑茶、红茶、黄茶及白茶发展迅速，2019 年占比分别为 15.73%、11.16%、0.41%及 2.08%，同比增幅分别为 18.84%、19.14%、22.06%及 47.55%。乌龙茶销售保持稳定，2019 年占比为 10.68%。具体如下图所示：

2019 年国内市场各主要茶类销售量份额



数据来源：中国茶叶流通协会

(4) 我国茶行业的总体发展趋势

1) 茶叶市场将保持持续稳定增长

我国是茶叶消费大国，有着悠久的饮茶历史和博大精深的茶文化。目前，我国茶叶人均消费量虽高于世界平均水平，但部分地区仍有待提高。随着经济社会的发展和人民生活水平的提高，对健康、天然的茶叶产品的消费需求也在逐步提高。因此，我国茶叶市场仍有较广阔的发展空间，未来仍将保持稳定增长。

2) 茶企竞争趋向品牌化，市场集中度有望进一步提升

目前，我国茶企数量多而分散，整体规模较小，达到一定规模并拥有种植、加工、销售全产业链的品牌企业较少。随着国内消费水平提高，消费者对茶叶品质日益重视，众多消费者已经由购买非品牌茶叶逐步转向购买品牌茶叶。根据 Euromonitor International 的数据，近十年来品牌茶叶的平均消费增速领先于非品牌茶叶，品牌茶叶的市场份额不断攀升，头部茶企发展有利。目前，中国茶行业的集中度还相对较低，随着头部茶企品牌建设的不断完善，通过市场竞争实现优胜劣汰，未来茶行业的市场集中度有望进一步提升。

3) 茶叶深加工制品不断涌现，消费方式多元化发展

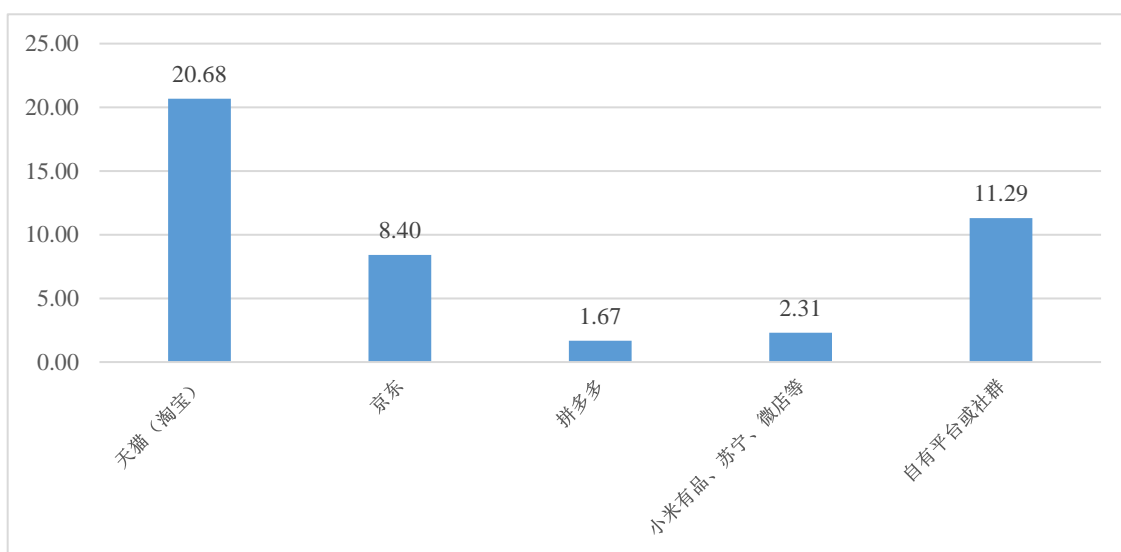
人们对于茶的利用方式，多以沸水冲泡饮用为主。然而随着社会的发展和人们个性化消费的增加，传统饮茶方式无法满足需要，消费者开始追求更加简便、快捷、多元化的茶叶消费方式。同时，根据《食品科学》相关文献研究表明，茶叶中含有茶多酚、咖啡碱、茶氨酸、茶多糖等多种功能性营养成分，具有抗氧化、降血脂、增强免疫、预防心血管疾病等多种功能。茶叶中部分功能性营养成分是脂溶性的，不溶于水。企业通过运用现代深加工技术，把茶叶加工成茶饮料，或与传统食品相结合制成茶食品，可更加充分地提取茶叶的功能性营养成分。在此类新消费观念的指引下，各类茶叶深加工产品不断涌现，消费方式向多元化发展。

4) 形成线上线下相融合的销售模式，逐渐走向新零售趋势

近年来，随着电子商务模式的快速发展，茶行业不再局限于传统的线下消费渠道，形成了线上、线下相互融合的行业销售模式，并向新零售趋势发展。茶企的线下布局，为其积累了品牌口碑与客户资源，有利于为其线上模式的推广进行

引流。茶叶市场线下销售规模不断增长的同时，线上销售规模亦快速增长。根据 iiMedia Research 数据显示，2019 年茶叶网上销售额超过 235 亿元，同比增长 14.6%。根据《2020 中国茶叶行业发展报告》对百强企业的抽样调查显示，2019 年样本企业在天猫（淘宝）平台销售额达到 20.68 亿元，京东平台销售额为 8.40 亿元，拼多多销售额 1.67 亿元，小米有品、苏宁、微店等为 2.31 亿元，自有平台或社群销售额 11.29 亿元，各大线上平台以及自有平台线上销售量及销售额展示出了较强的增长势头。

2019 年茶叶百强企业在各大电商平台销售额（亿元）



数据来源：中国茶叶流通协会

5) 对茶叶品质的要求不断提高，加强仓储和运输系统建设

随着社会的发展和人们生活水平的提高，消费者愈发重视产品的安全与品质。影响茶叶品质的因素主要在于加工、仓储和运输环节。近年来，我国茶叶工艺逐渐成熟，仓储和运输系统的不完善将可能影响茶叶品质。高品质茶叶对茶色、茶香、茶味和鲜度都有要求，而温度、湿度、含氧量及阳光照射等都会对茶叶品质有较大影响。为满足消费者对茶叶品质的要求，未来茶叶仓储和运输系统将向更加智能化、信息化的方向发展。

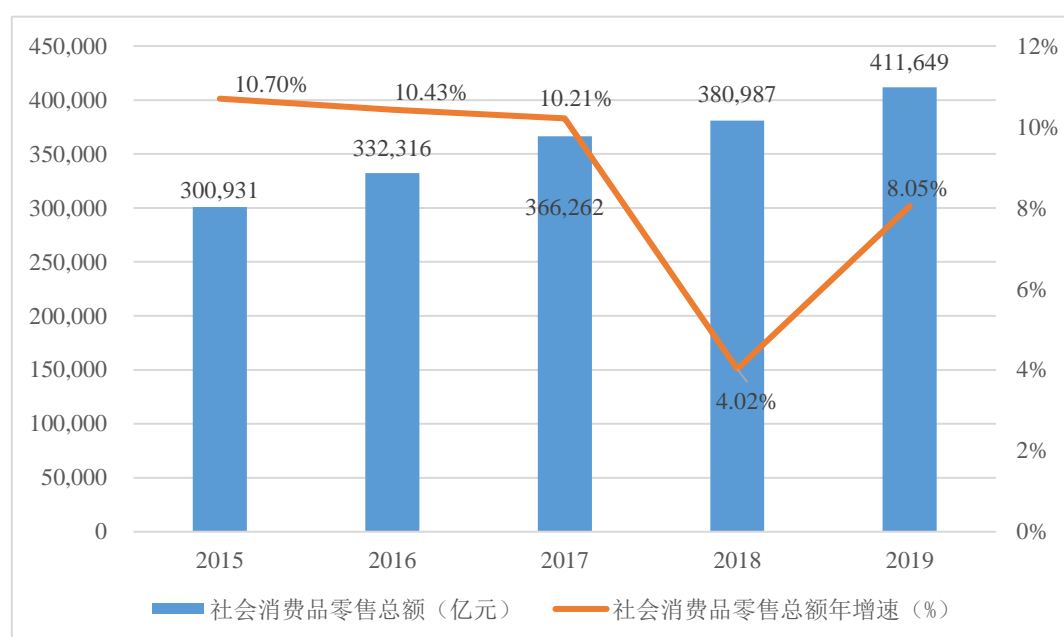
3、我国零售及电子商务行业的发展概况及趋势

(1) 我国零售行业发展概况及趋势

我国零售业发展迅速，市场总量持续提升。近年来新的零售业态和经营模式

不断涌现，刺激中国零售业消费结构不断升级转型，国内消费对于经济增长的带动作用明显。根据国家统计局数据，我国社会消费品零售总额由2015年的300,931亿元，持续提升至2019年的411,649亿元，增长约36.79%，年均复合增长率达到8.15%，整体零售业市场呈现持续高速的增长趋势。

2015-2019年我国社会消费品零售总额情况

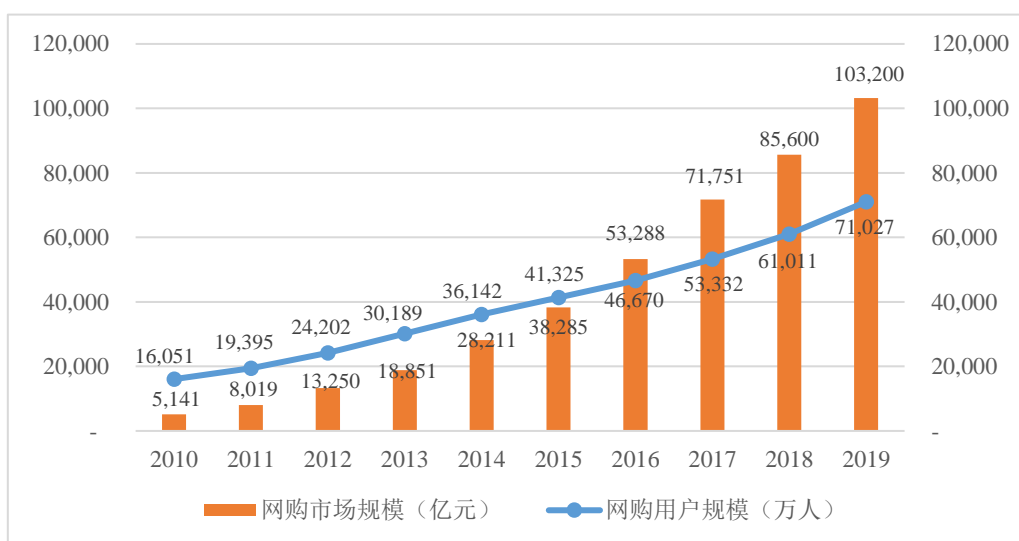


数据来源：国家统计局

(2) 我国电子商务行业发展概况及趋势

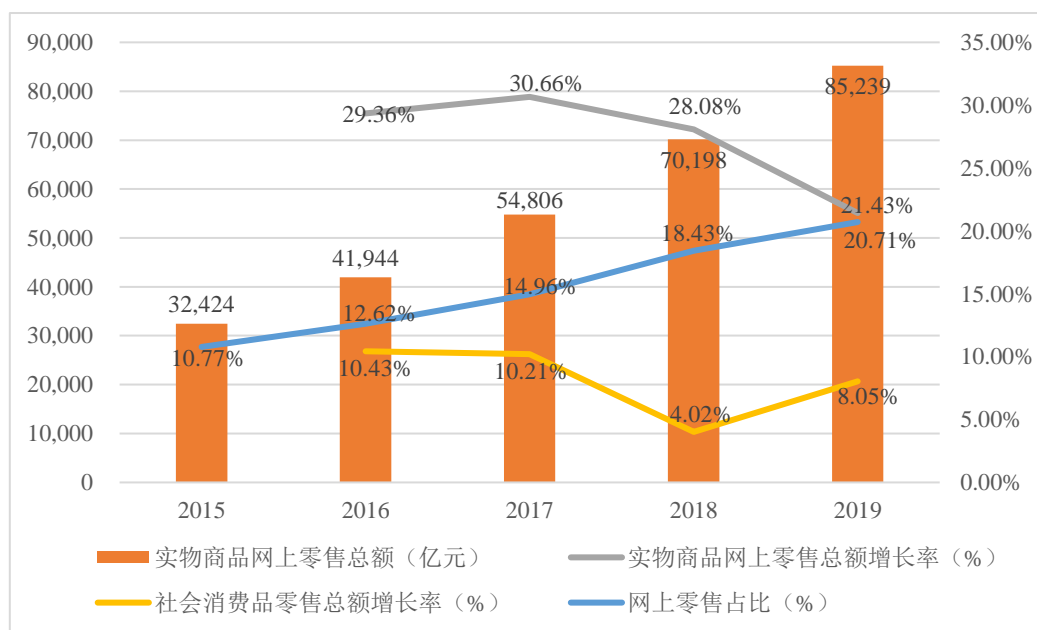
近年来，随着国家对互联网产业的重视，电子商务行业发展趋势向好，电商市场规模持续扩大。2019年，我国网络购物市场规模为103,200亿元，网购用户人数达71,027万人，较上年分别增长20.56%和16.42%。随着网购用户人数的增多，网上零售规模快速增长。2019年，全国实物商品网上零售额为85,239亿元，同比增长21.43%，增速较社会消费品零售总额高13.38个百分点，占社会消费品零售总额的比重为20.71%，较去年提高了2.28%。

2010-2019 年我国网络购物市场及用户规模



数据来源：Wind 资讯

2015-2019 年我国实物商品网上零售额变化情况



数据来源：国家统计局

(3) 线上与线下相融合的新零售模式逐渐形成

根据商务部《走进零售新时代》报告，新零售是以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，要素全面革新的商品交易方式。在消费升级和技术升级的驱动下，线上与线下相融合，新零售的模式应运而生。越来越多的零售企业通过开展要素变革的探索，提升经营效率，降低运营成本，不断适应和满足消费者多样化和个性化的消费需求。

在品牌营销方面，零售企业通过对市场数据的分析，更清晰地了解目标市场的细分特征和消费者的需求偏好，实现更具针对性的产品研发、商品定价和品牌推广。企业通过对消费者提供个性化的产品和服务，不断增强需求转化的效果和消费者的品牌忠诚度。

在供应链协同方面，零售企业利用自身在终端掌握的大数据资源，在供应链系统中充当消费者的“代言人”，通过与供应商展开合作，为其提供精准的需求信息，刺激供应链向需求导向的个性化和定制化方向重构，以提升产业链的协同效应，降低企业和供应商的运营成本。

在销售网络方面，零售企业通过不断完善“线上+线下”的全渠道网络建设，从而建立与消费者紧密连接的通道，最大程度地覆盖消费群体的主要生活场景，满足消费者即买即得的消费需求，形成多样性、多内容、多维度和多触点的新零售经营形态。

在新零售的浪潮中，零售企业将回归到满足消费者需求的价值起点，通过线上与线下相融合的方式，打通数据壁垒，全面、准确、快速地了解消费者。在提升消费体验的同时，企业不断优化运营效率，以更好的承接和转化消费需求，从而实现行业的进一步发展。

4、发行人的创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业的融合情况

(1) 发行人具有明显的创新及创意特征

作为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，公司的业务发展及经营理念具有较为明显的创新及创意特征。

1) 发行人的创新特征

公司成立了创新事业部，专门致力于创新产品及相关事务的研究及开发，包括子品牌“掌门茶”及“小马茶趣”等，围绕茶文化不断推出创新性产品。报告期内，公司以茶叶及茶具产品为基础开发了茶食品、茶饮料、现制现售的新式茶饮等创新性产品，且均已实现了对外销售。

除产品创新外，公司还成立了深圳市罗湖区八马茶业培训学校，对公司内外

展开茶艺师、评茶员的职业资格培训，并开设其他有关茶艺、茶文化的课程，以茶为载体推动中华文化的宣传普及。此外，公司建立了“创富学院”线上学习平台，以线上培训的方式，突破时间与空间的限制，开创茶行业渠道标准化培训体系，提升培训覆盖率，快速增强从业人员素质。

截至目前，八马茶业围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料、新式茶饮以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系，参见下图所示：



2) 发行人的创意特征

在“文化自信”的背景下，茶文化作为中国传统文化中极具代表性的一种，在年轻消费群体中的接受度不断提升。公司积极尝试将茶与传统精粹文化 IP 相互碰撞，以敦煌壁画的飞天仙女、九色鹿、三耳兔、翼马、明月、藻井等元素为灵感来源，携手跨行业头部品牌共同推出了《国家宝藏》联名款产品——六福临门，以及《知否 知否 应是绿肥红瘦》官方联名定制款建盏、周大福联名款产品——鹿与茶鲸等产品，向年轻消费群体传播中华优秀传统文化。



(2) 发行人将传统茶叶零售与新技术、新业态、新模式进行了深度融合

公司以“让天下人享受茶的健康与快乐”为使命，积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，坚持贯彻跨区域、跨品类的平台化发展战略。报告期内，铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应。在探索、确立并贯彻执行公司整体发展战略的过程当中，公司将传统的茶叶生产、产品零售与新技术、新业态、新模式进行了深度融合。

1) 与新技术的深度融合

公司在继承和发扬历代相传的拼配、烘焙等独特制茶技艺基础上，注重科技创新，引入了现代化的生产及管理体系，将新技术与传统的茶叶生产进行了深度融合。同时，公司还先后与中国农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院、集美大学以及福建农林大学安溪茶学院等高校及科研机构开展产学研合作，建立先进的技术标准，培养优秀的技术人才，为公司提高核心竞争力提供技术支撑。

公司及其子公司作为起草单位之一参与了多项国家标准及地方标准的起草和制定工作，其中，由公司及深圳市标准技术研究院等单位领衔起草的深圳市地方标准《茶叶包装贮运技术规范》（DB4403/T 88—2020）于2020年10月1日起正式实施，对于深圳市涉茶企业科学保管和储运茶叶、保障茶叶质量安全、推进深圳市茶叶行业的高质量发展均将产生积极的正面影响。公司建有普洱茶标准化仓储设施，通过配备一系列智能监控和温湿度智能调节设备，打造符合公司茶叶储存要求的智能化仓储环境，增强了公司的产品运输与仓储管理能力，保证了产品的品质及稳定性。

截至目前，公司已经获得了以“浓香型铁观音的生产方法”、“浓香铁观音的

烘焙方法”为代表的 5 项发明专利及其他 10 项实用新型及外观设计专利。公司坚持技术创新及研发，不断致力于推动茶行业深层次的发展。目前公司正在开展“基于茶叶酚氨比为依据的创新型铁观音拼配技术研究”、“基于化学成分含量变化的陈香型铁观音贮存工艺技术研究”以及“基于化学成分变化的浓香型铁观音烘焙技术研究”等研发项目。

未来公司将基于自身业务及主要产品与新技术进一步进行深度融合。

2) 与新业态的深度融合

公司运用自身的渠道及品牌优势，面向众多成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，积极整合上游茶厂资源，同时通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品。报告期内，公司探索、确立并贯彻执行高品质、跨区域、跨品类的平台化发展新业态，致力于为全中国广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的全品类好茶及相关产品。

此外，公司设立了“数字零售支持办公室”和“信息中心”，自上而下推动数字化变革，通过搭建自有大数据体系，实现内部和终端的协同运作目标。公司利用现有信息化系统以及各类创新方式，打通线上、线下销售渠道，构建大数据体系，记录与公司发生交易、互动的顾客行为、消费者决策路径以及会员信息等内容，从而进行精准分析，实现线上、线下的融合及高效的数字化运营体系。数字化体系的构建，对于公司未来成功研发新品、实现精准营销、建立共享仓库就近配送、私域社区运营、新开店面选址等均具有重要的战略意义。

3) 与新模式的深度融合

在消费升级和技术升级的驱动下，公司全面发展多样性、多内容、多维度和多触点的新零售模式。公司以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，线上线下相融合，开展要素革新，不断适应和满足消费者多样化和个性化的消费需求。

在品牌营销方面，公司通过对市场数据的分析，更清晰地了解目标市场的细分特征和消费者的需求偏好，实现更具针对性的产品研发，为消费者提供个性化的产品和服务，增强其品牌忠诚度。此外公司通过社交媒体、直播平台、流量私域等线上推广方式，能够增强需求转化的效果。

在供应链协同方面，公司利用自身品牌优势以及在终端掌握的大数据资源，在供应链系统中充当消费者的“代言人”。公司通过向供应商输出产品标准，为其提供精准的需求信息，刺激供应链向需求导向的个性化和定制化方向重构，以提升产业链的协同效应，降低自身和供应商的运营成本。

在销售网络方面，公司在不断巩固传统线下直营及加盟销售渠道的基础上，运用在主流电商平台开设自营店铺、电商平台入仓等形式进行网络销售，不断完善“线上+线下”的全渠道网络建设。通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，公司建立与消费者紧密连接的通道，最大程度地覆盖消费群体的主要生活场景，满足消费者即买即得的消费需求。

未来，公司将进一步巩固及发展新零售业务，回归到满足消费者需求的价值起点。

（四）发行人的市场地位、技术水平及特点以及竞争情况

1、发行人的市场地位

公司创始人之一王文礼是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人，始终坚持弘扬中国传统茶文化，致力于不断发扬和创新铁观音制茶工艺。公司的铁观音、岩茶等乌龙茶产品，具有较高的品牌知名度和较强的市场竞争力。公司及其子公司作为起草单位之一，主导或参与了多项国家标准、地方标准、企业标准的制定，有助于促进茶行业的持续健康发展，如下表所示：

序号	国标/地标/企标	标准号
1	国家标准	《乌龙茶 第1部分：基本要求》（GB/T30357.1-2013）
2	国家标准	《乌龙茶 第2部分：铁观音》（GB/T30357.2-2013）
3	国家标准	《乌龙茶 第3部分：黄金桂》（GB/T30357.3-2015）
4	国家标准	《乌龙茶 第6部分：单丛》（GB/T30357.6-2017）
5	国家标准	《乌龙茶 第7部分：佛手》（GB/T30357.7-2017）
6	国家标准	《乌龙茶加工技术规范》（GB/T35863-2018）
7	地方标准	《茶叶包装贮运技术规范》（DB4403/T 88—2020）
8	企业标准	《陈香型铁观音》（Q/FJBM 0003S-2018）
9	企业标准	《代用茶》（Q/FJBM 0006S-2018）

序号	国标/地标/企标	标准号
10	企业标准	《大红袍》（Q/FJBM 0009S-2018）
11	企业标准	《含茶制品》（Q/FJBM 0007S-2019）

公司积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，为广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的中国好茶及相关产品，实现了跨区域、跨品类的平台化发展战略，并围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料、新式茶饮以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系。经过多年的探索与发展，公司现已成为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，拥有中国驰名商标，并获得了“农业产业化国家重点龙头企业”、“全国工业品牌培育示范企业”、“深圳老字号”等多项荣誉称号。

截至报告期末，公司门店数量超过 2,000 家，在茶叶连锁领域处于领先地位。根据 Euromonitor International 出具的市场地位声明函，截至 2020 年 10 月 30 日，公司为中国茶叶连锁店第一品牌及中国茶叶连锁专卖店第一品牌。

2、发行人的技术水平及特点

公司在继承和发扬独有的传统生产工艺的基础上，掌握并探索全品类茶叶制作技艺，注重茶叶加工技术和生产工艺的研发与创新，引领茶行业技术的优化升级。公司投资兴建了清洁化、自动化、标准化的现代生产流水线进行茶叶的精制加工与封装，先后成功研发出了浓香型铁观音的明星产品——“赛珍珠”的加工技术、乌龙茶全程不落地自动化加工生产线等。

（1）精制加工

在精制加工方面，公司从原料的选择、产品的拼配到烘焙加工技术均具有独到之处。首先，公司产品原料均来自经过多年研究确定的核心产地，并经严格审评、挑选和检验；其次，长期经验积累及反复验证的拼配方案和拼配技术，不仅能调配出公司特有的产品口味，发挥出不同原料的优势，亦能保证公司产品长期、稳定的供应；最后，独到的茶叶烘焙技术以及相关参数，为公司产品的独特品质提供了保证。

（2）产品封装

在产品封装方面，公司的茶叶精制包装生产线经过多年的研究开发和经验积

累，不断升级换代，研发出了乌龙茶全程不落地自动化加工生产线。公司自主生产的茶叶产品从原料投入、精制加工、包装、装箱、打包全程不落地且自动完成，保证了产品的安全卫生和品质稳定。

(3) 茶叶存储

在茶叶存储方面，公司茶仓严格按照相关茶叶存储标准的要求建设管理，并根据不同茶叶品类的特性将其分类存放，保持科学的储存环境。公司现已建成智能化、自动化及可视化的普洱茶标准仓，可满足未来的制造升级和消费者的个性化需求。

3、行业内的主要企业

公司为一家全茶类连锁企业，主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，产品覆盖六大茶类以及茶具、茶食品等相关产品，经营模式的创新性较强。从主要产品来看，公司主要涉及茶及食品等行业领域；从经营模式及销售渠道来看，公司主要涉及零售及电子商务等行业领域。

(1) 茶行业内的主要企业

1) 天福（开曼）控股有限公司（简称“天福”）

天福（开曼）控股有限公司是中国领先的传统中式茶产品企业，从事各类茶产品的销售及营销以及产品理念、口味及包装设计的发展。天福的主要产品为茶叶、茶食品及茶具，并通过自有及第三方零售门市及专卖店的全国性网络出售该等产品，包括乌龙茶、绿茶、红茶、普洱茶、花茶及白茶等。根据其年报披露，天福 2020 年收入为 17.17 亿元，净利润为 3.05 亿元。

2) 中国茶叶股份有限公司（简称“中国茶叶”）

中国茶叶股份有限公司成立于 1985 年，为中粮集团的控股子公司，注册资本为 68,750.00 万元，注册地为北京。中国茶叶定位于全品类、一体化运营的品牌消费品公司，以国饮中茶为品牌主张，主营业务为各类茶叶及相关制品的研发、生产和销售。中国茶叶拥有“中茶”核心品牌及“海堤”、“猴王牌”“蝴蝶牌”、“百年木仓”等子品牌，主要产品包括乌龙茶、普洱茶、花茶、红茶、六堡茶、白茶、安化黑茶、绿茶及相关制品等。根据中国茶叶首次公开发行股票招股说明

书披露，其 2019 年实现营业收入 16.28 亿元，净利润为 1.66 亿元。

3) 普洱澜沧古茶股份有限公司（简称“澜沧古茶”）

普洱澜沧古茶股份有限公司成立于 2002 年，注册资本为 6,000.00 万元，注册地位于云南省普洱市。澜沧古茶是一家集研发、生产和销售于一体的综合性茶叶企业，品牌历史可追溯至 1966 年设立的澜沧县茶厂，产品以普洱茶为主，覆盖生茶、熟茶和调味茶等普洱茶品类。根据澜沧古茶首次公开发行股票招股说明书披露，其 2019 年实现营业收入 3.80 亿元，净利润为 0.81 亿元。

4) 云南大益茶业集团有限公司（简称“大益茶业”）

云南大益茶业集团有限公司成立于 2004 年，注册资本为 10,000 万元，注册地位于云南省昆明市。大益茶业是一家以普洱茶为发展核心，贯穿科研、种植、生产、营销与文化全产业链的企业。

5) 北京小罐茶业有限公司（简称“小罐茶”）

北京小罐茶业有限公司成立于 2014 年，注册资本为 40,000 万元，注册地为北京，是互联网思维、体验经济下应运而生的一家现代茶商。

(2) 零售及电子商务行业内的主要企业

1) 良品铺子股份有限公司（简称“良品铺子”）

良品铺子股份有限公司成立于 2010 年，注册资本 4.01 亿元，是一家通过数字化技术融合供应链管理及全渠道销售体系开展高品质休闲食品业务的品牌运营企业，建立了集市场研究、食品研发、采购质检、物流配送及全渠道销售的全产业链品牌运营模式。目前，良品铺子已形成覆盖肉类零食、坚果炒货、糖果糕点、果干果脯、素食山珍等多个品类、1,000 余种的产品组合。根据其年报披露，良品铺子 2020 年实现营业收入 78.94 亿元，净利润为 3.44 亿元。

2) 三只松鼠股份有限公司（简称“三只松鼠”）

三只松鼠股份有限公司成立于 2012 年，注册资本为 4.01 亿元，注册地位于安徽省芜湖市。三只松鼠是行业领先的以休闲食品为核心的品牌电商，主要从事自有品牌休闲食品的研发、检测、分装及销售，其销售模式覆盖天猫商城、京东、1 号店等主流第三方电商平台及公司自营手机 APP、大客户团购、线下体验店等

多个渠道。三只松鼠的产品组合包含坚果、干果、果干、花茶及零食等多个主要休闲食品品类，拥有核心品牌“三只松鼠”及三个松鼠形象“松鼠小酷”、“松鼠小美”、“松鼠小贱”。根据其年报披露，三只松鼠 2020 年实现营业收入 97.94 亿元，净利润为 3.01 亿元。

3) 品渥食品股份有限公司（简称“品渥食品”）

品渥食品股份有限公司成立于 1997 年，注册资本为 1 亿元，注册地址为上海市。品渥食品主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，线上渠道与线下渠道同时发展。目前，品渥食品产品以自有品牌和合作品牌进口食品为主，主要聚焦于乳品、啤酒、粮油、谷物以及饼干点心类等五大食品品类。根据其年报披露，品渥食品 2019 年实现营业收入 13.8 亿元，净利润为 0.99 亿元。

4) 上海来伊份股份有限公司（简称“来伊份”）

上海来伊份股份有限公司成立于 2002 年，注册资本 3.37 亿元，注册地为上海市。来伊份是一家经营自主品牌的休闲食品连锁经营企业，通过“以直营连锁为主、特许加盟等多种渠道为辅”的方式进行标准化的连锁运营管理。来伊份主要销售炒货、肉制品、蜜饯、水产品、糖果/果冻、膨化、果蔬、豆制品、糕点等。根据其年报披露，来伊份 2019 年实现营业收入 40.02 亿元，净利润为 0.1 亿元。

4、发行人竞争优势与劣势

（1）竞争优势

1) 渠道优势

公司自成立以来，一直重视探索适合自身业务模式的销售渠道。经过不断地拓展和完善，公司已初步形成了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系。截至报告期末，公司拥有直营店 366 家，加盟店超过 1700 家，销售网络已经覆盖了全国各省份的主要大中型城市。在线下渠道方面，公司采取直营与加盟相结合的方式，通过统一的门店运营、价格、服务管理体系，能够更好对接终端客户，快速了解和反应客户需求，提升客户忠诚度。除传统的线下渠道外，公司结合互联网行业的快速发展趋势，成立了专门的电商团队，积极与京东、天猫、唯品会、

拼多多等电商平台开展合作，发展线上与线下相融合的新零售模式。报告期内，公司的网络销售收入占主营业务收入的比例分别为 17.77%、16.08%及 19.45%，在其销售体系中已经占据重要地位。

2) 品牌优势

自成立以来，公司一直注重品牌的建设与维护。在多维度、多渠道的立体宣传和推广下，“八马”已成为国内茶叶知名品牌，具有较高的辨识度，拥有忠实的客户群体，有利于公司拓展营销网络，促进业务发展。同时，公司不断培育“信记号”、“掌门茶”、“小马茶趣”等子品牌，并最终形成品牌矩阵，进一步提高公司的市场影响力及行业地位。凭借自身良好的品牌效应，公司近年来多次获得具有重要意义的服务机会。2017 年，八马茶业被选为“第三届海上丝绸之路国际艺术节”唯一指定用茶供应商；同年，福建八马作为金砖国家领导人厦门会晤选用产品和选用服务获会晤组表彰；2018 年 4 月 28 日，中印两国领导人在武汉东湖进行非正式会晤，公司为两国领导人东湖茶叙提供全程服务。

3) 产品优势

公司已初步实现了茶叶的全品类经营战略目标。产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品，能够适应不同消费者的偏好及不同层次的消费需求。公司推出的浓香型铁观音明星产品——“赛珍珠”历经多道工艺打造，品质稳定、茶香四溢、口味独特，具有很强的市场竞争力。同时，公司积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，与具有地理标志的茶叶产地供应商开展深度合作。在产品选料、茶叶加工、包装设计以及仓储管理等方面，公司贯彻质量标准，充分运用自身品牌影响、产品开发、质量控制等方面积累的丰富经验和优势，不断为消费者提供种类更加丰富的茶及相关产品。

4) 采购优势

根据中国茶叶流通协会统计数据，2019年全国干毛茶产量为279.34万吨，销售量为202.56万吨，总体来看中国茶叶市场呈现出供大于求的情况。从供应端来看，我国茶企数量多而分散，整体规模不大，普遍缺乏具备规模的销售渠道。公司基于自身的品牌、渠道及经营规模，树立起了相关标准，向上游茶厂进行批量化采购。该种采购模式下，公司拥有较强的议价能力，也在一定程度上保障了公司定制成品茶、茶叶半成品及毛净等物料的品质和供应稳定性。

5) 技术优势

公司具有世代传承、独具特色的铁观音制作技艺，掌握了生产制作铁观音过程中最核心的茶叶拼配和烘焙技术。核心技术团队包括6名核心技术人员、多名经验丰富的茶师以及包装设计人员等。团队人员拥有中国制茶大师、制茶高级工程师、国家一级评茶师、国家一级茶叶加工工、国家一级茶艺师等资质及职称。

凭借卓越的技术实力，公司被选为福建省博士后科研工作站、国家茶叶产业技术体系泉州综合试验站、福建省茶叶产业技术体系安溪综合推广站依托单位以及福建省乌龙茶质量与安全控制企业重点实验室承担单位等。此外，公司还先后与中国农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院、集美大学以及福建农林大学安溪茶学院等高校及科研机构开展产学研合作，持续不断改进生产加工工艺、开发茶叶的新品种。

截至报告期末，公司已获得15项发明、实用新型及外观设计专利，其中“浓香型铁观音的生产方法”获得福建省专利奖三等奖。此外公司与福建农林大学等机构的合作科研成果“名优乌龙茶主要害虫生态防控关键技术研发与应用”获得福建省科学技术进步奖一等奖，与福建省农业科学院茶叶研究所的合作科研成果“乌龙茶连续化智能化精加工技术集成研究与应用”获得泉州市科学技术奖科技进步奖三等奖。公司在茶叶精制加工工艺与技术研究、产品质量与安全检验、新产品开发等方面积累了大量技术经验，主导或参与了多项国家标准、地方标准、企业标准的制定，技术水平在行业内具有较强的竞争力。

6) 质量优势

公司自创办以来，一直严格控制产品的卫生及质量安全，积极引进各种先进

的质量管理体系。公司子公司福建八马通过了 HACCP 食品安全保证体系、FSSC22000 食品安全体系、ISO9001 国际标准质量体系、ISO14001 环境管理体系等各类认证，为产品质量与安全提供了保障。

同时，公司不断完善产品质量管理控制措施，从组织机构、制度规范、检验体系及反馈处理等各个方面建立起了较为完善的质量控制体系：设立品控中心，整体负责构建和完善公司的产品质量控制体系，执行公司的产品质量控制政策，确保公司产品符合国家及行业质量标准；制定了覆盖原料、生产、运输及仓储等各个环节的一系列标准化管理制度和控制规范；构建完善的检验体系，检验方式包括现场检验、来料检验、抽查检验等；建立产品质量信息反馈处理机制，了解客户需求并及时处理客户反馈意见，提高客户对产品质量的满意度。

7) 团队优势

公司拥有一支行业经验丰富且稳定的管理和销售团队。公司董事长王文礼为国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人。核心管理层也均为多年从事茶行业的专业人士，具有丰富的茶类产品专业知识和管理经验，对全茶类经营的发展模式、人才管理、品牌建设、营销网络管理等均有深入的理解，能够及时根据客户需求和市场变化对公司的战略和业务进行调整，具有敢于创新、果断决策和稳健经营的能力。此外，公司培养了一支经验丰富的专业销售团队，具备较强的市场开拓和客户维护能力。截至报告期末，公司拥有销售人员 1,508 人，占公司员工总数的比例为 77.21%。公司会定期对销售人员进行专业技能培训，并结合销售实践不断培养提高销售人员素质。

(2) 竞争劣势

1) 内生性增长为主，融资渠道有限

经过多年的探索、创新及转型发展，公司已成长为行业内知名的连锁经营企业。公司多年来的发展主要依靠自身的积累，以内生性业务增长为主，融资渠道较为单一，通过银行贷款等融资方式补充营运资金的难度较大。鉴于公司目前的业务经营已经进入快速发展通道，为进一步提升品牌知名度、提高市场占有率，公司需要加大对新产品的研发投入，加强营销推广力度，推动公司整体品牌形象的升级，同时进一步提升企业的信息化水平，深耕销售渠道及营销服务网络布局，

以期实现业务发展目标。以上所述均需要投入大量的资金来完成，而现阶段随着业务的扩张公司将面临较大的资金瓶颈，急需开拓新的融资渠道以满足公司业务发展的现实需求。

2) 行业市场占有率有待进一步提升

我国拥有悠久的饮茶历史和博大精深的茶文化。茶叶市场的发展空间极为广阔。随着人民消费水平的逐渐提高，未来茶叶市场仍将保持持续稳定增长且集中度有望进一步上升。现阶段，虽然公司的部分优势产品在市场上有较高的辨识度及较强的竞争力，但从整个茶行业的市场容量来看，公司产品的市场占有率并不高，未来仍有较大的提升空间。

5、行业发展态势、面临的机遇与挑战

(1) 茶行业发展态势、面临的机遇与挑战

我国茶行业的发展态势参见本招股说明书本节“二、(三)、2、我国茶行业的发展概况及趋势”。

1) 茶行业面临的机遇

① 国家产业政策扶持茶行业的发展

2016年农业部发布了《关于抓住机遇做强茶产业的意见》，提出“提高茶产业竞争力，发展茶叶精深加工，创建茶叶知名品牌，培育大型茶叶集团。”在国家政策方针的指引下，茶行业步入了新的发展阶段，具备技术优势、品牌优势、规模优势的茶企将更具竞争力。

2020年5月，在联合国确定首个“国际茶日”之际，习近平总书记指出，“作为茶叶生产和消费大国，中国愿同各方一道，推动全球茶产业持续健康发展，深化茶文化交融互鉴，让更多的人知茶、爱茶，共品茶香茶韵，共享美好生活。”2021年2月，农业农村部发布的《农业农村部关于落实好党中央、国务院2021年农业农村重点工作部署的实施意见》强调，要“发挥电商平台作用，推动绿色优质农产品生产与消费有效对接”、“全面实施农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程，加大蔬菜、水果、茶叶、中药材等鲜活农产品仓储保鲜补贴力度”。在国家领导人与国家政策的支持与鼓励下，我国茶行业将进一步与电子商务、新零售、

智慧仓储、智慧物流等新模式、新技术深度融合，加快行业高质量快速发展。

② 国民消费能力显著提高，消费升级推动行业发展

改革开放以来，我国经济一直保持快速发展，国民收入不断提高，消费能力显著增强。国家统计局数据显示，2019年我国居民人均可支配收入达30,733元，同比增长8.87%；2019年我国居民人均消费支出达21,559元，同比增长8.59%。随着国民消费能力的不断提高，追求高品质和健康的消费理念得到普及。饮茶作为一种有利于身体健康、可提高生活品质的良好消费习惯，符合现阶段消费者对健康和高生活品质的诉求。饮茶人群的增长以及消费能力的提升带动茶行业市场规模扩张。

③ 消费者愈加注重品牌价值，品牌茶企市场份额不断提升

品牌化是近几年茶叶消费市场的主要发展趋势。随着商品消费市场的不断发展，企业竞争逐渐加剧，产品同质化开始显现。随着收入水平的提升，消费者的购买需求开始向个性化需求转变，对于商品品牌的关注度提升。随着茶行业的发展，市场环境更加透明，消费者对于茶产品的认知度逐步提升，品牌意识不断被强化。在此趋势下，具备品牌优势的茶叶企业市场份额有望逐步提升。

④ 人口流动、交通运输和物流业的发展打破了茶叶消费的地域性限制

传统的茶叶消费受制于产地资源、交通不便、人口流动性低等因素，存在一定的地域性特征。近年来受益于交通运输的发展，人口在区域间的流动愈发频繁，逐步打破了茶叶消费的地域性限制。各地的消费者开始逐渐尝试和接受更加多元化的茶叶品种，茶叶消费逐渐由过去的地域性消费转变为全国性消费。随着交通运输网络覆盖地域不断扩大，茶企的销售范围得以扩张，进一步推动茶叶消费市场的发展。

⑤ 茶叶深度开发利用的科学技术不断完善和发展

根据《食品科学》相关文献研究表明，茶叶中含有茶多酚、咖啡碱、茶氨酸、茶多糖等多种功能性营养成分，具有抗氧化、降血脂、调节免疫功能、预防心血管疾病等多种功能。茶叶可广泛运用于饮品、食品、医药、纺织、化工等领域，可开发出多种功能性茶饮品、茶食品、茶保健品等。近年来，茶叶深度开发利用的技术不断提高完善，茶叶深加工开始走向产业化运营，从而更好地满足消费者

对茶叶产品的多样化和精细化需求，有利于整个茶行业的持续稳定发展。

⑥ 新零售模式促进茶叶产业持续发展

新零售是以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，要素全面革新的商品交易方式。对于茶行业而言，茶企可充分运用互联网大数据更好地研究消费者的需求和变化，并利用新型线上营销手段精准营销，以此调整企业的发展战略、产品方向和创新内容。此外，作为连接生产与消费的流通环节，传统企业对全供应链控制能力较弱，信息传导响应不及时，供需错配导致企业库存高企、周转率低、商品同质化等问题不断加剧。新零售模式下，茶企可采用先进技术手段，增强全链条数字化建设，将消费需求传导至生产端，降低成本，提升效率。新零售模式可以促进茶企和茶行业的持续发展。

2) 茶行业面临的挑战

① 企业规模小而分散，缺乏管理经验

现阶段，由于茶叶入市门槛低，导致我国茶行业企业规模偏小，私营企业和手工作坊居多，标准化程度低，龙头企业较少，市场集中度低。众多小微茶企导致行业平均产值低，市场竞争激烈，难以产生规模效益，并且在产品开发能力受限的情况下，质量不稳定、透明度较差、品种单一的产品，难以给消费者带来满意的体验。同时多数企业缺乏经营管理人才，未能建立现代企业管理制度，难以发展壮大，阻碍了行业进一步发展。

② 市场环境有待改善

目前茶叶类产品的销售渠道包括品牌连锁店、茶叶批发市场、农贸集市、超市、百货中心等，商户散杂的局面一直存在，市场环境较为混乱。小茶企的规范经营、品牌意识、品质保障都亟待加强。我国茶叶市场需要更多的大型品牌企业，通过优质的产品和服务，树立消费者的信心，引导行业健康发展。

(2) 我国零售及电商领域的发展态势以及面临的机遇和挑战

我国零售及电商领域的发展态势参见本招股说明书本节“二、(三)、3、我国零售及电子商务行业的发展概况及趋势”。

1) 我国零售及电子商务领域面临的机遇

① 良好的宏观经济环境有利于零售业的发展

我国社会经济形势稳中向好，为零售行业营造了良好的宏观发展环境。根据国家统计局数据，2015年至2019年，我国居民人均可支配收入由21,966元增长至30,733元，2016-2019年同比增长均在7%以上。居民消费支出方面，2015年至2019年，我国居民人均消费支出由15,712元提升至21,559元，2016-2019年同比增长均保持在7%以上。居民消费支出不断攀升，为零售行业提供了强劲的消费市场支撑。

② 国家产业政策支持推动电子商务行业发展

近年来，国家陆续出台了一系列支持电子商务产业发展的政策措施，如《电子商务“十三五”发展规划》《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》《“互联网+流通”行动计划》等。电子商务正成为加速推动服务业转型升级、催生新业态，促进经济发展的原动力。2011年至2019年，我国电子商务交易额由24,511亿元增长至135,300亿元，年均复合增长率达23.81%。

③ 配套产业的完善为零售及电子商务行业的发展提供了有力支持

近年来，随着国家对互联网和物流行业重视程度的提高，我国数字化进程和快递物流水平取得长足的进步，为零售及电子商务行业的不断发展提供了有力的保障。在互联网基础设施建设方面，根据工信部相关数据，截至2020年6月末，我国互联网宽带接入端口数量为9.31亿个，较2013年增长159.33%，年均复合增长率达17.21%。在物流建设方面，根据国家邮政总局统计数据显示，2019年我国快递业务量累计完成635.20亿件，较2013年增长591.41%，年均复合增长率达38.02%。

2) 我国零售及电子商务领域面临的挑战

① 房地产租赁成本上升增加了零售企业的成本

零售企业多通过物业租赁的方式进行网点扩张，租金成为其所负担的主要成本之一。近年来，我国房地产租赁成本上升，优质地段商业物业的稀缺性逐步显现，租金价格的上涨幅度普遍高于同地区普通住宅。零售企业物业租赁的成本大

幅增加，严重压缩了利润。并且部分经营场所租赁到期后，可能面临租赁期满而不能续租的经营风险。零售企业租赁商业物业经营具有不稳定性。

② 社会信用体系建设缓慢，影响电子商务行业的发展

我国社会信用体系建设缓慢，影响了电子商务行业的发展。线上商家在第三方电商平台展示的商品与实际商品具有差异、商品质量参差不齐、消费者利益受损的情况频频见诸报端。但电子商务的虚拟性，地理空间的距离性使得消费者难以维护自己的合法权益。电子商务行业面临的信用风险和道德风险，影响其长期健康发展。此外，我国互联网发展历史较短但增速迅猛，网络安全建设较为落后，相关法规监管存在不足，信息安全问题较为突出，影响我国电子商务行业的发展。

③ 流量运营竞争加剧，对团队能力要求日益加强

电商运营的重点在于精准的流量运营、客户运营、产品运营。随着电商行业发展进入精细化阶段，各品牌都积累了丰富的运营经验，竞争将愈加激烈。同时随着电商平台技术发展，电商运营呈现出内容形式多样化，客户需求多样化的趋势，对于精细化客户运营、内容创新、服务提升、技术进步等方面提出更高要求。

（五）发行人与同行业可比公司的比较情况

1、同行业可比公司的选取标准

公司为一家全茶类连锁企业，主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，产品覆盖六大茶类以及茶具、茶食品等相关产品，经营模式的创新性较强。从主要产品来看，公司主要涉及茶及食品等行业领域；从经营模式及销售渠道来看，公司主要涉及零售及电子商务等行业领域。

（1）基于主营业务及主要产品

公司产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。截至目前，A股市场尚无茶叶企业成功挂牌上市，仅中国茶叶及澜沧古茶公告了拟首次公开发行股票并上市的招股说明书（申报稿）；另有天福在港股挂牌上市，股票代码为06868.HK。综上所述，公司选取天福、中国茶叶及澜沧古茶为公司的可比公司。

（2）基于经营模式及销售渠道

从业务模式来看，在采购端，公司面向众多成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，积极整合上游茶厂资源。公司大部分产品均以定制采购的方式向合格供应商购买。在销售端，公司所销售产品均冠以“八马”品牌、其他子品牌或者联合品牌的形式对外销售。公司通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品。

截至报告期末，根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），“F52 零售业”共计上市公司 96 家，其中剔除主营业务为百货商场、连锁超市的上市公司 53 家，剔除主营产品为医疗器械、服装饰品、软件设备、家居用品等上市公司后，主营产品为食品饮料类的共有 4 家，分别为良品铺子、三只松鼠、品渥食品、来伊份。上述 4 家上市公司具备自有品牌，且在采购模式、产品研发、销售渠道等方面与八马具有相似性。综上挑选良品铺子、三只松鼠、品渥食品、来伊份作为可比公司。

2、发行人与同行业可比公司对比情况

(1) 发行人与同行业可比公司在主营业务及产品方面的对比情况

分类	公司名称	主营业务	主要产品
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天福	是一家集茶叶加工、销售、科研、文化、旅游为一体的企业。	主要产品包括乌龙茶、绿茶、红茶、普洱茶、花茶及白茶等，也经营茶具及茶食品等产品。
	中国茶叶	是一家定位于全品类、一体化运营的品牌消费品公司，以“国饮中茶”为品牌主张，主营业务为各类茶叶及相关制品的研发、生产和销售。	主要产品包括乌龙茶、普洱茶、花茶、红茶、六堡茶、白茶、安化黑茶、绿茶等，并区分为品牌茶及原料茶两类业务。
	澜沧古茶	是一家集研发、生产和销售于一体的综合性茶叶企业。	产品主要以普洱茶为主，按照原料和工艺不同可以具体分为生茶、熟茶和调味茶三大类。
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	主要从事休闲食品的研发、采购、销售、物流配送和运营业务，是一家通过数字化技术融合了供应链管理及全渠道销售体系，开展高品质休闲食品业务的高端零食品牌运营企业。	产品包括肉类零食、海味零食、素食山珍、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、花茶冲调、面包蛋糕、饼干膨化、礼品礼盒等 13 个品类。
	三只松鼠	是一家全渠道经营、全品类覆盖以休闲食品为核心的多品牌公司，向消费者提供丰富可选的休闲食品与服务。	主要产品覆盖坚果、干果、果干、花茶及零食等多个主要休闲食品品类。
	品渥食品	主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。	产品以自有品牌和合作品牌进口食品为主，主要聚焦于乳品、啤酒、粮油、谷物以及饼干点心类等五大食品品类。
	来伊份	是一家经营自主品牌的休闲食品全渠道运营商，拥有核心品牌“来伊份”、“亚米”及“伊仔”。	产品主要覆盖坚果炒货、肉类零食、果干蜜饯、糕点饼干、果蔬零食、豆干小食、海味即食、糖巧果冻、膨化食品、进口类产品等 10 大核心品类，约 800 余款产品。

分类	公司名称	主营业务	主要产品
发行人	八马茶业	主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务。	主要产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。

(2) 发行人与同行业可比公司在采购、生产及销售模式方面的对比情况

分类	公司名称	采购模式	生产模式	销售模式
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天福	通过对供应商的审评记录，并按照供应材料的质量、价格、满足需求的能力及交货准时程度将其按递减的基准分级，审慎地挑选供应商，以确保原材料及包装材料的质量。	在福建省、四川省及浙江省设有生产厂房；同时向其关联方萨摩亚集团采购经加工的茶叶产品。	截至 2019 年底，天福总共拥有 1,172 家零售门店及专卖店，在中国内地拥有约 251 家自有零售门店及约 458 个批发商，分别约占收入总额的 47.9% 及 48.1%。
	中国茶叶	采购的原材料包括茶叶原料和包装辅助材料，其中茶叶原料主要为毛茶和精制茶，亦存在极少量的鲜叶采购；包装辅助材料主要包括纸制品包装物、金属制品包装物等。	“以销定产”，并采取自主生产为主、委托加工为辅的生产模式。截至 2019 年底，自有产能超过 3 万吨。	茶叶产品的销售模式可分为直销和经销，其中品牌茶业务采取“经销为主，直销为辅”的销售模式，原料茶业务主要采取直销的销售模式。
	澜沧古茶	生产过程中不涉及茶树种植，采购的原材料包括毛茶、包装材料等，其中的毛茶原料由原料部主要向专业合作社采购。	产品主要通过自主生产所得，少量产品通过外协生产厂家进行生产加工，目前在普洱市澜沧县和普洱市思茅区设有两大生产基地。	经销模式为主、直营模式为辅，2017、2018 及 2019 年度，澜沧古茶主营业务收入的经销/直销占比分别为 91.12%/8.88%、86.69%/13.31% 及 84.20%/15.80%。
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	采购产品类型主要包括定制产品和非定制产品，建立了契合自身业务发展特点的采购模式，主要通过“以销定采”的模式进行采购。	以食品健康营养技术为支撑，制定原料、产品工艺与配方的质量规范与标准，向上游供应商采购产品，较少涉及自主生产。	通过线上、线下渠道向用户提供产品和服务，包括门店零售渠道、门店外卖渠道、团购渠道、线上店铺渠道（包含传统的电商渠道及新兴的社交电商渠道），拥有线下 2,700 余家门店与线上 130 余个电商渠道（含平台电商与社交电商），线上收入与线下收入大致相当。
	三只松鼠	对于坚果、果干等，采购由合作联盟工厂按要求进行中间工艺生产加工半成品；对于零食类产品，制定严格的产品质量标准，采购成品；对于生产类辅料及销售类辅料，结合产品质量、价格、采购量等综合因素进行采购。	筛选、分装以及采购成品为主，基本不涉及自主生产。	以线上渠道为核心、团购及线下等渠道为补充的销售模式。
	品渥食品	自有品牌产品由国外供应商生产加工供应成品，对于合作品牌和代理品牌，国外品牌商即是供应商。	采购成品为主，基本不涉及自主生产。	线下渠道（主要为线下直销和线下经销）和线上渠道（主要为统一入仓、线上分销、线上 B2C）在内的多元化销售体系。
	来伊份	供应链管理以销预产，委托供应商进行生产，调节供应商	委外生产，基本不涉及自主生产。	形成了直营门店、加盟门店、特通渠道、电子商务和来伊份

分类	公司名称	采购模式	生产模式	销售模式
		产量、库存原料和辅料包材。		APP 平台等全渠道终端网络经营服务体系。
发行人	八马茶业	公司根据全年销售计划、产品销售结构等制订采购计划，主要的采购物料包括毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。	公司铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应。	“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，2018、2019 及 2020 年电商模式占比分别为 17.77%、16.08% 及 19.45%。

(3) 发行人与同行业可比公司在关键业务数据、指标等方面的对比情况

参见“第八节 财务会计信息与管理层分析”。

三、发行人销售情况及主要客户

(一) 发行人主要产品的规模、销售收入及销售价格

公司产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。报告期内各期，来自茶叶产品的销售收入占发行人主营业务收入的的比例分别为 88.54%、86.44%和 86.30%。

报告期内，公司产品中铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，由福建省安溪县和武夷山市的两座现代化茶叶加工厂制作；其他茶叶产品、茶具及茶食品则主要由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产。

1、发行人自主生产茶叶产品产量及产能利用率

单位：吨

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能	1,123.47	938.37	881.63
产量	1,121.69	883.78	868.20
产能利用率	99.84%	94.18%	98.48%

2、发行人主要茶叶产品的销售数量及单价

报告期内，发行人主要茶叶产品的销售数量及单价如下（销售金额参见本节“一、（一）、3、主营业务收入构成”）：

单位：吨、元/KG

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
铁观音	504.55	448.76	461.45	444.98	469.45	409.50
岩茶	155.82	1,104.19	163.38	931.16	123.89	866.82
普洱茶	288.07	734.91	307.19	521.86	193.15	387.01
红茶	226.52	671.98	190.25	743.91	146.78	727.64
绿茶	89.21	931.30	83.97	920.19	73.01	789.71
白茶	333.66	368.83	162.98	399.77	105.13	301.55

报告期内，公司的茶叶产品细分种类较多，即使同属于某一大类的茶叶品种，也会因为细分品类、原料等级以及加工工序等方面的不同而产生较大差异，各期间因产品结构的变化导致销售单价的波动。

3、报告期内发行人主营业务收入按销售模式分类

报告期内，公司各类销售模式金额及占比情况见“第八节、十三、（一）、2、主营业务收入按销售模式构成分析”。

（二）报告期内向前五名客户销售的情况

1、报告期内合并口径前五名客户的销售情况

报告期内，公司合并口径前五大客户的销售情况如下表所示：

单位：万元

期 间	序号	客户名称	对应的销售模式	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年度	1	北京京东世纪信息技术有限公司	网络销售	5,636.62	4.56%
	2	武汉浙水湾商贸发展有限公司	线下加盟	4,296.61	3.47%
	3	天虹商场股份有限公司	线下直营	2,989.25	2.42%
	4	河南瑞之茗商贸有限公司	线下加盟	2,807.50	2.27%
	5	福州凤翎茶业有限公司	线下加盟	2,622.24	2.12%
	合 计				18,352.22
期 间	序号	客户名称	销售模式	销售金额	占主营业务收入比例
2019 年度	1	北京京东世纪信息技术有限公司	网络销售	4,513.51	4.46%
	2	武汉浙水湾商贸发展有限公司	线下加盟	3,729.16	3.68%

	3	天虹商场股份有限公司	线下直营	3,317.59	3.28%
	4	华润万家有限公司	线下直营	2,252.51	2.22%
	5	山西华茶堂商贸有限公司	线下加盟	1,963.32	1.94%
	合 计			15,776.09	15.58%
期 间	序号	客户名称	销售模式	销售金额	占主营业务收入比例
2018年度	1	北京京东世纪信息技术有限公司	网络销售	3,422.40	4.80%
	2	天虹商场股份有限公司	线下直营	3,044.51	4.27%
	3	华润万家有限公司	线下直营	2,316.49	3.25%
	4	武汉浙水湾商贸发展有限公司	线下加盟	2,269.80	3.18%
	5	福州凤翎茶业有限公司	线下加盟	1,278.31	1.79%
	合 计			12,331.51	17.28%

注 1：北京京东世纪信息技术有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、上海晟达元信息技术有限公司受同一实际控制人控制。上表中北京京东世纪信息技术有限公司数据系发行人向上述企业销售商品的合计数据（下同）；

注 2：厦门市天虹商场有限公司、惠州市天虹商场有限公司、天虹商场股份有限公司佛山天虹购物中心、珠海市天虹商场有限公司、东莞市君尚百货有限公司、株洲市天虹百货有限公司、岳阳市天虹百货有限公司、南昌天虹百货有限公司、赣州市天虹百货实业有限公司、浙江天虹百货有限公司、北京时尚天虹百货有限公司、常州天虹商场有限公司、深圳市公明天虹商场有限公司、北京天虹商业管理有限公司、天虹商场股份有限公司、苏州天虹商场有限公司、惠州市天虹百货有限公司、东莞市天虹商场有限公司、深圳市君尚百货有限公司、娄底市天虹百货有限公司、成都市天虹百货有限公司、嘉兴天虹百货有限公司受同一实际控制人控制；厦门奥盛富客百货有限公司（原名“厦门明升天虹百货有限公司”）为天虹商场股份有限公司合作运营商场。表中天虹商场股份有限公司数据系发行人向上述企业销售商品的合计数据（下同）。

报告期内，前五大客户占公司主营业务收入的比重合计分别为 17.28%、15.58% 和 14.83%，公司不存在对少数客户的严重依赖。

2、报告期内直营模式下前五名客户销售情况

报告期内，公司直营模式下前五名客户的销售情况如下表所示：

单位：万元

期 间	序号	客户名称	销售金额	占直营模式收入比例
2020年度	1	北京京东世纪信息技术有限公司	5,636.62	8.81%
	2	天虹商场股份有限公司	2,989.25	4.67%
	3	华润万家有限公司	1,705.77	2.67%
	4	唯品会（中国）有限公司	1,085.26	1.70%
	5	浙江华茗园茶业有限公司	534.97	0.84%

		合 计		11,951.87	18.69%
期 间	序号	客户名称	销售金额	占直营模式收入比例	
2019 年度	1	北京京东世纪信息技术有限公司	4,513.51	8.52%	
	2	天虹商场股份有限公司	3,317.59	6.26%	
	3	华润万家有限公司	2,252.51	4.25%	
	4	上海益余鲜食品有限公司	925.57	1.75%	
	5	唯品会（中国）有限公司	798.36	1.51%	
	合 计			11,807.54	22.28%
期 间	序号	客户名称	销售金额	占直营模式收入比例	
2018 年度	1	北京京东世纪信息技术有限公司	3,422.40	8.17%	
	2	天虹商场股份有限公司	3,044.51	7.27%	
	3	华润万家有限公司	2,316.49	5.53%	
	4	唯品会（中国）有限公司	976.31	2.33%	
	5	上海益余鲜食品有限公司	596.03	1.42%	
	合 计			10,355.74	24.74%

注 1：华润万家有限公司、深圳华润万佳超级市场有限公司、华润（深圳）有限公司受同一实际控制人控制。上表中华润万家有限公司数据系发行人向上述企业销售商品的合计数据（下同）。

报告期内，公司直营模式下前五大客户的构成较为稳定，收入合计占直营模式下销售收入比例分别为 24.74%、22.28%和 18.69%。公司直营模式主要客户包括京东自营、天虹商场、华润万家、唯品会等线上、线下各类渠道商、终端个人或企业性质的消费者。

3、报告期内加盟模式下前五名客户销售情况

报告期内，公司加盟模式下前五大客户的销售情况如下表所示：

单位：万元

期 间	序号	客户名称	销售金额	占加盟模式收入比例
2020 年度	1	武汉浙水湾商贸发展有限公司	4,296.61	7.22%
	2	河南瑞之茗商贸有限公司	2,807.50	4.72%
	3	福州凤翎茶业有限公司	2,622.24	4.41%
	4	西安嘉登祥之秦商贸有限公司	1,866.23	3.14%

	5	山西惠茗阁商贸有限责任公司	1,730.49	2.91%
	合 计		13,323.08	22.40%
期 间	序号	客户名称	销售金额	占加盟模式收入比例
2019 年度	1	武汉浙水湾商贸发展有限公司	3,729.16	7.76%
	2	山西华茶堂商贸有限公司	1,963.32	4.09%
	3	福州凤翎茶业有限公司	1,946.56	4.05%
	4	西安嘉登祥之秦商贸有限公司	1,766.41	3.68%
	5	河南瑞之茗商贸有限公司	1,747.89	3.64%
	合 计		11,153.34	23.21%
期 间	序号	客户名称	销售金额	占加盟模式收入比例
2018 年度	1	武汉浙水湾商贸发展有限公司	2,269.80	7.74%
	2	福州凤翎茶业有限公司	1,278.31	4.36%
	3	河北振淇堂茶叶贸易有限公司	1,257.31	4.29%
	4	河南瑞之茗商贸有限公司	1,215.63	4.14%
	5	山西华茶堂商贸有限公司	868.83	2.96%
	合 计		6,889.88	23.48%

报告期内，公司加盟模式下前五大客户构成较为稳定，各期合计收入占加盟模式下收入比例分别为 23.48%、23.21%和 22.40%。公司的加盟商群体众多，总体来看较为分散，各加盟商不同年度间向公司的进货规模略有波动，排名呈小幅变化。

报告期内，发行人的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其他主要关联方均未在上述客户中拥有任何权益，不存在关联关系和重大关联交易的情形。

四、发行人采购情况及主要供应商

（一）发行人主要物料的采购情况

公司采购的主要物料为毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。报告期内，公司各类主要物料采购情况如下表所示：

单位：万元

期 间	物料名称	采购金额	占采购总额比例
2020 年度	毛净	10,364.64	15.37%

期 间	物料名称	采购金额	占采购总额比例
	茶叶半成品	2,611.76	3.87%
	定制成品茶	31,979.96	47.42%
	茶具	6,738.33	9.99%
	茶食品	4,784.11	7.09%
	包装辅料	9,303.16	13.79%
2019 年度	毛净	5,480.23	10.50%
	茶叶半成品	1,488.73	2.85%
	定制成品茶	27,099.34	51.92%
	茶具	5,969.02	11.44%
	茶食品	4,207.79	8.06%
	包装辅料	7,443.24	14.26%
2018 年度	毛净	6,544.39	18.21%
	茶叶半成品	1,523.89	4.24%
	定制成品茶	14,031.72	39.05%
	茶具	4,539.41	12.63%
	茶食品	2,378.51	6.62%
	包装辅料	6,630.79	18.45%

（二）主要物料的单价变动情况

铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，对应采购物料主要系毛净、茶叶半成品及包装辅料。其他茶叶产品、茶具及茶食品主要由合格供应商生产并向发行人提供定制成品。报告期内公司采购的毛净、茶叶半成品及定制成品茶的平均采购单价情况如下表所示：

单位：元/KG

物料名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动	单价	变动	单价
毛净	91.40	26.84%	72.06	-9.23%	79.39
茶叶半成品	101.08	16.53%	86.74	-11.85%	98.40
定制成品茶	293.49	3.03%	284.86	19.35%	238.67

注：包装辅料、茶具及茶食品等不具有统一的计量单位。

自主生产模式下，发行人对应采购的物料主要为毛净及包装辅料，其中毛净主要为铁观音毛净及岩茶毛净。毛净的采购单价受产品构成结构、当期气候、当期市场供应量等多方面因素的综合影响，报告期内存在小幅波动。

自主分装模式下，发行人对应采购物料主要系茶叶半成品及包装辅料。该模式下，发行人参与部分精制程序，如拣杂、选别、装箱等。报告期内茶叶半成品平均采购单价的波动，主要系茶叶半成品的品类占比变化所导致。

定制成品茶模式下，发行人对应的采购物料为定制成品茶。该模式下，供应商将生产制作完成、封装完毕的定制成品直接交付公司，公司可直接对外进行销售。报告期内公司采购的定制成品茶种类较多，即使同属于某一大类的茶叶品种，也会因为细分品类、原料等级以及加工工序等方面的不同而产生较大差异，因此，报告期内各期间定制成品茶的平均采购单价存在一定的波动。

（三）发行人主要能源的采购情况

茶叶生产加工过程中所需要的主要能源为电力，系从当地公共供应部门稳定取得。报告期内，发行人耗用的电力能源总金额（不含税）、数量及单价的变动情况如下：

电力能源	2020 年度	2019 年度	2018 年度
耗用量（万千瓦时）	169.83	166.71	152.90
耗用金额（万元）	110.52	114.79	102.81
平均单价（元/千瓦时）	0.65	0.69	0.67

（四）报告期内向前五名供应商采购的情况

报告期内，发行人向前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额比例
2020 年度	1	勐海县杨聘号茶叶有限公司	普洱茶定制成品茶	5,058.90	7.50%
	2	福建广林福茶业有限责任公司	白茶定制成品茶	4,624.16	6.86%
	3	深圳市麦轩食品有限公司	茶食品	2,270.55	3.37%
	4	福建省中闽华源茶业有限公司	铁观音毛净	2,257.89	3.35%
	5	东莞市荣誉五金制品有限公司	包装辅料	2,015.16	2.99%
	合计			16,226.66	24.06%
期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额比例
2019 年度	1	福建武记茶业有限公司	岩茶、红茶定制成品茶	4,366.48	8.37%
	2	勐海恒康茶厂	普洱茶定制成品茶	3,057.45	5.86%

期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额比例
	3	勐海县杨聘号茶叶有限公司	普洱茶、红茶定制成品茶	2,984.02	5.72%
	4	福建广林福茶业有限责任公司	白茶定制成品茶	2,753.57	5.28%
	5	深圳市麦轩食品有限公司	茶食品	1,975.60	3.79%
	合计			15,137.12	29.00%
期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额比例
2018年度	1	福建武记茶业有限公司	岩茶、红茶定制成品茶	2,318.33	6.45%
	2	福建省中闽华源茶业有限公司	铁观音毛净	1,854.91	5.16%
	3	深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司	包装辅料及茶具	1,760.37	4.90%
	4	深圳市品尚品包装制品有限公司	外包装盒等包材	1,701.24	4.73%
	5	福建广林福茶业有限责任公司	白茶定制成品茶	1,406.31	3.91%
	合计			9,041.16	25.15%

报告期内，公司向前五大供应商采购的主要内容涉及毛净、茶叶半成品、定制成品茶以及包装辅料等。

报告期内发行人的前五大供应商当中，福建武记茶业有限公司为发行人的关联方（详见“第七节、七、关联方、关联关系和关联交易情况”）；除此之外，发行人的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其他主要关联方均未在上述供应商中拥有任何权益，不存在关联关系和重大关联交易的情形。

五、发行人的主要资产情况

（一）主要固定资产

公司及其下属企业的固定资产主要为开展经营服务所需的房屋及建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他等。

截至报告期末，公司的固定资产如下表所示：

固定资产	账面原值（万元）	账面价值（万元）	成新率
房屋及建筑物	15,216.80	13,254.79	87.11%
机器设备	2,561.22	1,113.82	43.49%
运输设备	806.96	413.76	51.27%
电子设备及其他	3,147.22	1,228.30	39.03%

固定资产	账面原值（万元）	账面价值（万元）	成新率
合计	21,732.20	16,010.67	73.67%

1、自有房屋及建筑物

截至报告期末，发行人及其子公司拥有的房屋及建筑物共计 18 处，具体情况如下：

序号	权利人	证书编号	坐落	取得方式	用途	面积（m ² ）	他项权利
1	福建八马	闽2019安溪不动产权第0014723号	龙门镇榜寨村龙榜路1号	自建	厂房	48,768.62	—
2	福建八马	闽（2020）安溪不动产权第0004179号	龙门镇榜寨村龙桥路224号A号厂房	自建	厂房	6,888.06	—
3	福建八马	闽（2020）安溪不动产权第0004178号	龙门镇榜寨村龙桥路224号B号厂房	自建	厂房	9,759.34	—
4	福建八马	安房权证西坪镇字第00041830号	西坪镇香茗街12号	自建	办公楼、厂房、宿舍	4,802.87	—
5	福建八马	安房权证西坪镇字第00041831号	西坪镇香茗街12号	自建	综合、车库、柴火间	6,261.13	—
6	福建八马	安房权证城厢镇字第201500108号	城厢镇二环南路1号金融行政服务中心5号楼B幢22层	买卖	写字楼	1,103.42	—
7	福建八马	闽（2019）安溪不动产权第0008037号	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路3号	司法拍卖	厂房	9,260.91	—
8	福建八马	闽（2019）安溪不动产权第0008048号	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路3号	司法拍卖	厂房	10,905.41	—
9	福建八马	闽（2019）安溪不动产权第0008050号	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路3号	司法拍卖	厂房	10,983.90	—
10	八马茶业	粤（2017）深圳市不动产权第0082390号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦七层	买卖	办公	1,285.48	—

序号	权利人	证书编号	坐落	取得方式	用途	面积 (m ²)	他项权利
11	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0114827号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15A	司法拍卖	商业、办公/综合楼	119.03	—
12	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0116568号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15B	司法拍卖	商业、办公/综合楼	122.61	—
13	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0116572号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15D	司法拍卖	商业、办公/综合楼	113.52	—
14	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0114831号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15G	司法拍卖	商业、办公/综合楼	170.21	—
15	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0116547号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15H	司法拍卖	商业、办公/综合楼	109.07	—
16	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0114828号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15J	司法拍卖	商业、办公/综合楼	160.74	—
17	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0116561号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15K	司法拍卖	商业、办公/综合楼	84.52	—
18	八马茶业	粤(2018)深圳市不动产权第0116564号	深圳市罗湖区东门南路华都园大厦15L	司法拍卖	商业、办公/综合楼	115.36	—

2、租赁房屋

截至报告期末，发行人及其子公司用于生产经营租赁的房屋共计 300 项，租赁面积共计 50,229.72 平方米，用途主要为经营门店、办公场所、生产车间及仓库等，具体情况如下：

序号	用途	项数(项)	面积(m ²)
1	经营门店	287	26,339.41
2	办公场所	11	2,579.26
3	生产车间及仓库	2	21,311.05
合计		300	50,229.72

(1) 已取得房屋产权证或其他产权证明文件的房屋共计 243 项，租赁面积合计约 45,696.99 平方米，具体情况如下表所示：

序号	类别	项数(项)	面积 (m ²)	占同类房产面积比例
1	经营门店	231	22,110.11	83.94%
2	办公场所	10	2,275.83	88.24%
3	生产车间及仓库	2	21,311.05	100.00%
合计		243	45,696.99	90.98%

①公司承租的已经取得所有权证的房屋及附属设施，其出租方取得出租房屋的合法权利，相应的租赁合同不违反相关法律、法规的规定，合法有效。

②发行人承租的部分房屋出租方虽然取得了所有权证或其它权属证明文件，部分房屋使用用途与主管部门核定产权证证载用途不符，该等房屋主要为工业、住宅、研发等用房，共有 25 项，占租赁总面积的 5.50%，发行人该等经营门店主要在住宅底商或者大型商超等商业集中地，该等房屋用途不符被拆迁的可能性比较小；部分租赁房屋存在出租方未提供原出租方的同意转租证明，共有 21 项，占租赁总面积 2.81%，该等房屋出租方主要系沃尔玛、永辉等大型商超公司，因出租方的原因未能完整提供转租证明，风险较小。

(2) 未取得产权证明文件的房屋共计 57 项，租赁面积合计约 4,532.73 平方米，占租赁合同总面积的 9.02%，该等租赁房屋主要为商场、超市店，被强制拆迁及产生纠纷的可能性较小，并且此类房屋选择范围广、搬迁难度小、对发行人及其子公司整体经营影响较小。

该部分虽未提供产权文件的房屋租赁事项，但截至本招股说明书签署之日：

① 八马茶业及其分公司、子公司未因使用上述产权存在瑕疵的房屋而导致经营活动受到重大不利影响或造成重大损失或产生重大纠纷的情形；

② 上述出租方未提供产权文件的租赁房屋面积占全部租赁房屋总面积的 9.02%，比例较小，使用该等租赁房屋产生的营业收入报告期末占发行人营业总收入的 4.62%，且该等租赁房屋主要为商场、超市店，该等租赁房屋被强制拆迁及产生纠纷的可能性比较小，并且此类房屋选择范围广、搬迁难度小、对发行人及其分公司、子公司整体经营影响较小；

(3) 对于租赁的瑕疵房产，控股股东及实际控制人已出具承诺：承诺对于发行人及其分公司、子公司租赁的瑕疵房产，控股股东及实际控制人将积极协助发行人及其分公司、子公司寻找不存在产权瑕疵的合适替代经营场所，保证发行人及其分公司、子公司不致因经营场所问题影响其正常生产经营；如发行人及其分公司、子公司因租赁瑕疵房产而导致相关租赁合同被认定无效、相关房产不能用于生产经营、被有权机关强制拆迁或产生纠纷等，控股股东及实际控制人将对发行人因此遭受的经济损失（包括但不限于发行人及其分公司、子公司被有权机关处以罚款、被第三方追索而支付赔偿、因搬迁或停止经营发生的损失等）给予全额补偿，确保发行人及其分公司、子公司不会因此遭受任何经济损失。

(二) 主要无形资产

发行人及其下属企业的无形资产主要包括土地使用权、林地承包经营权、注册商标、专利权、著作权等。

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人子公司拥有 11 项土地使用权，具体情况如下：

序号	权利人	证书编号	坐落	取得方式	用途	面积 (m ²)	使用权终止日期	他项权利
1	福建八马	闽 2019 安溪 县不动产权 第 0014723 号	龙门镇榜寨 村龙榜路 1 号	出让	工业 用地	48,208.00	2055.3.28	—
2	福建八马	闽 (2020) 安 溪县不动产 权第 0004179 号	龙门镇榜寨 村龙桥路 224 号 A 号 厂房	出让	工业 用地	3,607.17	2055.11.14	--
3	福建八马	闽 (2020) 安 溪县不动产 权第 0004178 号	龙门镇榜寨 村龙桥路 224 号 B 号 厂房	出让	工业 用地	6,419.35	2055.11.14	--
4	福建八马	安国用 (2010) 第 0022924 号	西坪镇香茗 街 12 号	出让	工业 用地	2,447.00	2060.10.13	—
5	福建八马	安国用 (2010) 第 0022926 号	西坪镇香茗 街 12 号	出让	工业 用地	3,157.42	2051.5.1	—
6	福建八马	安国用 (2015) 第 0042244 号	城厢镇二环 南路 1 号金 融行政服务 中心 5 号楼	出让	商服 用地	101.90	2051.6.20	—

序号	权利人	证书编号	坐落	取得方式	用途	面积 (m ²)	使用权终止日期	他项权利
			B幢22层					
7	福建八马	闽(2019)安溪县不动产权第0008037号	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路3号	司法拍卖	工业用地	6,555.60	2055.11.14	—
8	福建八马	闽(2019)安溪县不动产权第0008048号	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路3号	司法拍卖	工业用地	6,454.72	2055.11.14	—
9	福建八马	闽(2019)安溪县不动产权第0008050号	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路3号	司法拍卖	工业用地	7,324.86	2055.11.14	—
10	福建八马	闽(2021)安溪县不动产权第0004607号	安溪县南翼新城榜寨片区BM-1地块	出让	工业用地	17,600.25	2071.03.14	--
11	王信记	闽(2021)武夷山市不动产权第0000077号	武夷山市兴田镇仙店村(生态创业园区二期)	出让	工业用地	27,381.95	2071.01.04	—

2、林地承包经营权

截至本招股说明书签署之日，发行人子公司拥有的林地承包经营权情况如下：

(1) 2012年2月19日，莲山村村民委员会向村民就发包桃舟乡莲山村的山地（东至凹土、西至苏厝乾、南至溪头、北至圆潭子）给八马现代征求村民意见，取得超过三分之二以上村民签字同意将该山地转包给八马现代。

2012年2月23日，安溪县桃舟乡莲山村村民委员会与八马现代签订了《山地承包合同》，由八马现代作为承包方，承包位于桃舟乡莲山村的山地（东至凹土、西至苏厝乾、南至溪头、北至圆潭子），承包面积为5,455亩，承包期限自2012年3月1日起至2061年2月28日止，承包金额为第1-25年每亩45元；第26年至49年每年每亩的承包金按照承包期间第25年相对第1年的国家公益林补贴的比值为基数，乘以每年每亩人民币45元计算收取承包金，但最高不得超过90元每亩/年（如第25年国家公益林补贴相对第1年下降，则按45元/亩·年计承包金），承包用途为种植茶叶及配套设施建设等，安溪县桃舟乡人民政府对该合同进行了见证确认并盖章。

鉴于八马现代租赁的桃舟乡莲山山地林木尚未砍伐完毕，租赁的山地不能按

约交付，2019年7月4日，安溪县桃舟乡莲山村村民委员会与八马现代签订了《〈山地承包合同〉补充协议》，协议约定同意按照已经实际交付并且办理林权证变更登记面积1,002亩进行计租并支付租金，安溪县桃舟乡人民政府对该《补充协议》进行了鉴证并盖章。

(2) 2010年10月25日，西坪镇企业服务中心与八马现代签订《承包经营合同》，由八马现代作为承包方，承包位于西坪镇红星林场的茶园及与茶园生产经营配套的厂房、办公楼及生产设备，承包面积：茶园约300亩、山坡地约150亩（最终租赁以实际界定为准，并出具具体林班图作为合同附件），承包期限自2010年10月25日至2058年12月7日止，承包金额总计70.00万元。该《承包经营合同》由安溪县西坪镇人民政府进行了见证确认并盖章。

公司实际租赁并交付的茶场林地承包经营权取得的林权证情况如下：








证号	坐落	面积(亩)	林地使用权类型	林地使用权人	主要树种	终止日期	林地所有权人	他项权利
安政林证字(2016)第00001号	福建省安溪县桃舟乡莲山村	1,002	林地使用权、森林或林木所有权及使用权	八马现代	茶叶	2061.2.28	桃舟乡莲山村	—
安政林证字(2010)第003627号	西坪镇红星林场	341	林地使用权、森林或林木所有权及使用权	八马现代	茶叶	2058.12.7	西坪镇企业服务中心	—



发行人上述林地承包经营权的取得合法、有效，不存在权属争议、纠纷，亦不存在被质押、冻结等情形。

3、注册商标

截至2020年12月31日，八马茶业及其子公司经核准并取得商标证书的商标共385项注册商标，商标的具体情况如下：





序号	商标名称(图形)	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
1		八马茶业	914383A (国际商标)	第30类	2017.01.22-2027.01.22
2		八马茶业	6169682	第30类	2020.01.14-2030.01.13

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
3		八马茶业	6169680	第 32 类	2020.01.14-2030.01.13
4		八马茶业	6169681	第 30 类	2020.07.21-2030.07.20
5	11 [®]	八马茶业	6569328	第 30 类	2020.05.21-2030.05.20
6	12 [®]	八马茶业	6569329	第 30 类	2020.06.21-2030.06.20
7	13 [®]	八马茶业	6569330	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
8	14 [®]	八马茶业	6569331	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
9	15 [®]	八马茶业	6569332	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
10	16 [®]	八马茶业	6569333	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
11	18 [®]	八马茶业	6569335	第 30 类	2020.05.28-2030.05.27
12	19 [®]	八马茶业	6569336	第 30 类	2020.05.28-2030.05.27
13	20 [®]	八马茶业	6569337	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
14	21 [®]	八马茶业	6569338	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
15	24 [®]	八马茶业	6569341	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
16	25 [®]	八马茶业	6569343	第 30 类	2020.04.21-2030.04.20
17		八马茶业	8727815	第 30 类	2011.10.21-2021.10.20
18	尔礼	八马茶业	8994653	第 30 类	2012.01.07-2022.01.06
19	朴韵	八马茶业	8999120	第 30 类	2012.01.14-2022.01.13
20	道中庸	八马茶业	9002117	第 30 类	2012.01.14-2022.01.13
21		八马茶业	9037370	第 21 类	2012.02.14-2022.02.13
22		八马茶业	9037532	第 35 类	2012.10.14-2022.10.13
23	 “普洱茶”放弃专用权	八马茶业	9731430	第 30 类	2012.09.07-2022.09.06
24	 “铁观音”放弃专用权	八马茶业	9731622	第 30 类	2012.09.07-2022.09.06
25	韵满浓情	八马茶业	16268100	第 30 类	2016.03.28-2026.03.27
26	私享雅韵	八马茶业	16268105	第 30 类	2016.03.28-2026.03.27

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
27	私享清韵	八马茶业	16268106	第 30 类	2016.03.28-2026.03.27
28	私享浓情	八马茶业	16268107	第 30 类	2016.03.28-2026.03.27
29		八马茶业	17784830	第 8 类	2016.10.14-2026.10.13
30		八马茶业	17784961	第 11 类	2016.12.14-2026.12.13
31	君茶	八马茶业	19058599	第 43 类	2017.03.07-2027.03.06
32	铁胜	八马茶业	20125186	第 30 类	2017.07.21-2027.07.20
33		八马茶业	22734492	第 30 类	2018.04.07-2028.04.06
34		八马茶业	22734633	第 21 类	2018.04.07-2028.04.06
35		八马茶业	22734441	第 21 类	2018.02.21-2028.02.20
36		八马茶业	22734460	第 21 类	2018.02.21-2028.02.20
37	 王信记·武夷茶	八马茶业	24027604	第 30 类	2018.08.28-2028.08.27
38	 王信记·武夷茶	八马茶业	30361822	第 30 类	2019.02.14-2029.02.13
39	铁韵	八马茶业	5149470	第 35 类	2019.05.28-2029.05.27
40	铁韵	八马茶业	5149471	第 32 类	2019.04.07-2029.04.06
41	铁韵	八马茶业	5149472	第 30 类	2019.04.07-2029.04.06
42	铁韵	八马茶业	5149473	第 29 类	2019.03.21-2029.03.20
43		八马茶业	25565462	第 30 类	2018.10.14-2028.10.13
44	鹿与茶鲸	八马茶业	17000957	第 30 类	2016.07.21-2026.07.20
45	鹿与茶鲸	八马茶业	17001170	第 32 类	2016.07.21-2026.07.20
46	Whale my deer	八马茶业	17000891	第 30 类	2016.07.21-2026.07.20
47	Whale my deer	八马茶业	17001212	第 32 类	2016.07.21-2026.07.20
48		八马茶业	17001013	第 30 类	2016.10.28-2026.10.27
49	头丛	八马茶业	29278171	第 30 类	2019.01.14-2029.01.13
50	金索红	八马茶业	30322582	第 35 类	2019.02.14-2029.02.13
51	尚手门茶	八马茶业	29265999	第 30 类	2019.04.28-2029.04.27











序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
52	信记号	八马茶业	34213830	第 35 类	2019.06.21-2029.06.20
53	信记号	八马茶业	34201361	第 40 类	2019.06.21-2029.06.20
54	金索红	八马茶业	30326446	第 30 类	2019.04.21-2029.04.20
55	密码1号	八马茶业	35441570	第 35 类	2019.08.28-2029.08.27
56	信记号	八马茶业	34216988	第 30 类	2019.09.14-2029.09.13
57	茶泡弹	八马茶业	35399353	第 35 类	2019.09.07-2029.09.06
58	小马智泡	八马茶业	35396428	第 30 类	2019.08.28-2029.08.27
59	八八七	八马茶业	36454858	第 35 类	2019.10.14-2029.10.13
60	茶泡弹	八马茶业	35843908	第 35 类	2019.09.07-2029.09.06
61	茶泡弹	八马茶业	35836704	第 42 类	2019.09.07-2029.09.06
62	茶泡弹	八马茶业	35832073	第 43 类	2019.09.07-2029.09.06
63	贵妃白	八马茶业	35228205	第 35 类	2019.08.14-2029.08.13
64	八八七	八马茶业	36457539	第 30 类	2019.12.21-2029.12.20
65	野香一号	八马茶业	35458614	第 35 类	2019.11.07-2029.11.06
66	密码1号	八马茶业	35454040	第 30 类	2019.11.07-2029.11.06
67	芽芽红	八马茶业	37135274	第 30 类	2019.11.21-2029.11.20
68	芽芽红	八马茶业	37135275	第 35 类	2019.11.21-2029.11.20
69	小象大叶	八马茶业	40740171	第 35 类	2020.04.14-2030.04.13
70	小马大叶	八马茶业	40740166	第 35 类	2020.04.14-2030.04.13
71	大象大叶	八马茶业	40736126	第 35 类	2020.04.14-2030.04.13
72	孔雀大叶	八马茶业	40724516	第 30 类	2020.04.14-2030.04.13
73	节节红	八马茶业	37114934 A	第 30 类	2020.01.14-2030.01.13
74	节节红	八马茶业	37119999	第 35 类	2020.02.07-2030.02.06
75	信记号	八马茶业	38698930	第 11 类	2020.03.14-2030.03.13
76	鹿与茶鲸	八马茶业	38681515	第 11 类	2020.03.07-2030.03.06
77	信记号小红印	八马茶业	38679778	第 35 类	2020.03.07-2030.03.06

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
78	信记号大蓝印	八马茶业	38973547	第 35 类	2020.03.21-2030.03.20
79	信记号大蓝印	八马茶业	38967014	第 21 类	2020.03.14-2030.03.13
80	信记号大黄印	八马茶业	38961710	第 35 类	2020.03.07-2030.03.06
81	一口知	八马茶业	39970629	第 35 类	2020.03.14-2030.03.13
82	一口知	八马茶业	39991836	第 30 类	2020.03.14-2030.03.13
83	茶泡弹	八马茶业	35393882	第 30 类	2019.12.07-2029.12.06
84	茶泡弹	八马茶业	35823290	第 30 类	2019.12.14-2029.12.13
85	AI TEA	八马茶业	35838583	第 42 类	2019.10.28-2029.10.27
86	十八渡	八马茶业	40433221	第 43 类	2020.05.14-2030.05.13
87	十八渡	八马茶业	40459167	第 16 类	2020.06.14-2030.06.13
88	十八渡	八马茶业	40454998	第 32 类	2020.06.14-2030.06.13
89	十八渡	八马茶业	40451702	第 21 类	2020.06.14-2030.06.13
90	信記號	八马茶业	38982963	第 35 类	2020.05.14-2030.05.13
91	信記號	八马茶业	38987480	第 30 类	2020.05.14-2030.05.13
92	大块头-熟普	八马茶业	41407560	第 35 类	2020.06.07-2030.06.06
93	大块头-熟普	八马茶业	41392382	第 30 类	2020.06.07-2030.06.06
94	孔雀大叶	八马茶业	40725669	第 35 类	2020.06.07-2030.06.06
95	信记号一片红	八马茶业	40460750	第 30 类	2020.06.14-2030.06.13
96	信记号一片红	八马茶业	40433269	第 35 类	2020.06.14-2030.06.13
97	信记号大黄印	八马茶业	38970438	第 21 类	2020.06.07-2030.06.06
98	信记号	八马茶业	34224857	第 21 类	2020.05.14-2030.05.13
99	信记号小班章	八马茶业	38690211	第 35 类	2020.05.21-2030.05.20
100	信记号大黄印	八马茶业	38973537	第 30 类	2020.05.14-2030.05.13
101	信记号大蓝印	八马茶业	38970449	第 30 类	2020.05.14-2030.05.13
102	壶度	八马茶业	41718846	第 11 类	2020.06.28-2030.06.27
103	欢煮	八马茶业	41714790	第 11 类	2020.07.14-2030.07.13
104	信記號	八马茶业	41718877	第 11 类	2020.07.14-2030.07.13

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
105	十八渡	八马茶业	40451704	第 29 类	2020.07.21-2030.07.20
106	十八渡	八马茶业	40446227	第 30 类	2020.07.21-2030.07.20
107	信記號 [®]	八马茶业	41724204	第 30 类	2020.07.28-2030.07.27
108	贵妃白	八马茶业	35248175	第 30 类	2020.08.07-2030.08.06
109	信记号红印	八马茶业	39588563	第 35 类	2020.06.21-2030.06.20
110	信記號 [®]	八马茶业	41718893	第 35 类	2020.08.07-2030.08.06
111	信記號 [®] 年份普洱生茶	八马茶业	41727029	第 11 类	2020.08.07-2030.08.06
112	信记号小红印	八马茶业	38684310	第 30 类	2020.09.07-2030.09.06
113	信记号小班章	八马茶业	38687125	第 30 类	2020.09.07-2030.09.06
114	 橡筋班章	八马茶业	39588542	第 30 类	2020.09.21-2030.09.20
115	十八渡	八马茶业	40440940	第 35 类	2020.09.07-2030.09.06
116	小象大叶	八马茶业	40717601	第 30 类	2020.09.07-2030.09.06
117	野香一号	八马茶业	35450065	第 30 类	2020.08.28-2030.08.27
118	野香一号	八马茶业	38690580	第 30 类	2020.08.28-2030.08.27
119	大鸿印	八马茶业	38979406	第 35 类	2020.08.21-2030.08.20
120	 信記號 [®]	八马茶业	40730598	第 35 类	2020.08.21-2030.08.20
121	 独珠	八马茶业	42885459	第 35 类	2020.08.21-2030.08.20
122	 橡筋班章	八马茶业	39578686	第 35 类	2020.04.28-2030.04.27
123	紫金白兰	八马茶业	28798255	第 30 类	2018.12.21-2028.12.20
124	蒸茗	八马茶业	41741146	第 11 类	2020.07.07-2030.07.06
125	信记号红印	八马茶业	39580976	第 30 类	2020.04.28-2030.04.27
126	郁水成仙	八马茶业	43945597	第 30 类	2020.09.28-2030.09.27
127	郁水成仙	八马茶业	43939741	第 35 类	2020.09.28-2030.09.27
128	御水成仙	八马茶业	43950827	第 35 类	2020.09.28-2030.09.27
129	御水成仙	八马茶业	43936937	第 30 类	2020.09.28-2030.09.27

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
130	多三朵	八马茶业	43882723	第 30 类	2020.10.07-2030.10.06
131	多三朵	八马茶业	43886071	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
132	信记号大班章	八马茶业	43866511	第 35 类	2020.11.07-2030.11.06
133	信記號	八马茶业	41712522	第 21 类	2020.10.21-2030.10.20
134		八马茶业	41216052	第 35 类	2020.10.28-2030.10.27
135		八马茶业	41232035	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
136	信记号状元	八马茶业	43892620	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
137	信记号状元普	八马茶业	43895945	第 30 类	2020.10.07-2030.10.06
138	信记号状元	八马茶业	43899465	第 30 类	2020.10.07-2030.10.06
139	信记号状元普	八马茶业	43899489	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
140	信记号年份野香	八马茶业	43956326	第 35 类	2020.10.28-2030.10.27
141	信记号年份野香	八马茶业	43963233	第 30 类	2020.10.21-2030.10.20
142	信记号野香	八马茶业	43964192	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
143	信记号野香	八马茶业	43965704	第 30 类	2020.10.14-2030.10.13
144	信记号一片红普	八马茶业	44037566	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
145	信记号一片红普	八马茶业	44039235	第 30 类	2020.10.07-2030.10.06
146	信记号口口相传熟普	八马茶业	44042714	第 35 类	2020.10.28-2030.10.27
147	信记号好事成双	八马茶业	44202293	第 30 类	2020.11.07-2030.11.06
148	信记号好事成双	八马茶业	44207000	第 35 类	2020.11.07-2030.11.06

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
149		八马茶业	44212611	第 35 类	2020.10.14-2030.10.13
150	信记号五福临门	八马茶业	45406793	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
151	信记号十全十美	八马茶业	45406844	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
152	信记号五福临门	八马茶业	45413194	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
153	信记号九五之尊	八马茶业	45414733	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
154	信记号二龙戏珠	八马茶业	45417655	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
155	信记号三阳开泰	八马茶业	45417667	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
156	信记号三羊开泰	八马茶业	45417987	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
157	信记号一马平川	八马茶业	45421744	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
158	信记号一马平川	八马茶业	45421752	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
159	信记号七星高照	八马茶业	45421838	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
160	信记号四季发财	八马茶业	45424351	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
161	信记号二龙戏珠	八马茶业	45427672	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
162	信记号四季发财	八马茶业	45429703	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
163	信记号十全十美	八马茶业	45433809	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
164	信记号三阳开泰	八马茶业	45438649	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
165	信记号一心一意	八马茶业	45439453	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
166	信记号七星高照	八马茶业	45439721	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
167	信记号八面来财	八马茶业	45439729	第 30 类	2020.11.28-2030.11.27
168	信记号一心一意	八马茶业	45439774	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
169	信记号八面来财	八马茶业	45439428	第 35 类	2020.11.28-2030.11.27
170	多3朵	八马茶业	43881531	第 35 类	2020.12.07-2030.12.06

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
171	信记号三羊开泰	八马茶业	45405964	第 30 类	2020.12.21-2030.12.20
172	信记号九五至尊	八马茶业	35319724	第 30 类	2019.08.14-2029.08.13
173		福建八马	9127410	第 3 类	2012.08.14-2022.08.13
174		福建八马	9127404	第 5 类	2012.05.21-2022.05.20
175		福建八马	9127394	第 6 类	2012.02.21-2022.02.20
176		福建八马	9127383	第 9 类	2012.02.28-2022.02.27
177	赛珍珠	福建八马	9123281	第 11 类	2012.04.21-2022.04.20
178		福建八马	9127370	第 11 类	2012.02.28-2022.02.27
179	赛珍珠	福建八马	9123287	第 16 类	2012.06.14-2022.06.13
180		福建八马	9127344	第 16 类	2012.08.28-2022.08.27
181		福建八马	9130782	第 18 类	2012.08.14-2022.08.13
182		福建八马	1781044	第 21 类	2012.06.07-2022.06.06
183	万炼 1736	福建八马	7386388	第 21 类	2020.08.21-2030.08.20
184	赛珍珠	福建八马	7411704	第 21 类	2020.09.28-2030.09.27
185	商政	福建八马	8333474	第 21 类	2021.05.28-2031.05.27
186	赛珍珠	福建八马	9124843	第 21 类	2013.10.21-2023.10.20
187		福建八马	10301668	第 21 类	2014.05.28-2024.05.27
188	宝珍珠	福建八马	14390110	第 21 类	2015.08.07-2025.08.06
189		福建八马	15215262	第 21 类	2016.11.21-2026.11.20
190		福建八马	20447793	第 21 类	2017.08.14-2027.08.13
191	商政	福建八马	8333487	第 29 类	2021.09.14-2031.09.13
192	赛珍珠	福建八马	9123286	第 29 类	2012.06.21-2022.06.20
193	宝珍珠	福建八马	14390068	第 29 类	2015.06.07-2025.06.06
194	北宋贡	福建八马	14688319	第 29 类	2015.08.28-2025.08.27











序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
195		福建八马	1059521	第 30 类	2017.07.21-2027.07.20
196		福建八马	1748378	第 30 类	2012.04.14-2022.04.13
197	TEA OF BAMA	福建八马	3337982	第 30 类	2014.03.07-2024.03.06
198		福建八马	3337983	第 30 类	2014.03.07-2024.03.06
199	EIGHT HORSES TEA	福建八马	5560680	第 30 类	2019.10.07-2029.10.06
200		福建八马	5560678	第 30 类	2014.02.14-2024.02.13
201		福建八马	5560681	第 30 类	2014.02.14-2024.02.13
202	八馬茶業	福建八马	5560679	第 30 类	2014.02.14-2024.02.13
203		福建八马	5704853	第 30 类	2020.01.14-2030.01.13
204		福建八马	6231985	第 30 类	2020.01.28-2030.01.27
205	万炼 1736	福建八马	7386414	第 30 类	2020.09.07-2030.09.06
206	抢新	福建八马	7411706	第 30 类	2020.09.07-2030.09.06
207	赛珍珠	福建八马	7411695	第 30 类	2020.10.28-2030.10.27
208	商政	福建八马	8286732	第 30 类	2021.05.14-2031.05.13
209	大礼不言	福建八马	8286724	第 30 类	2021.05.14-2031.05.13
210	殿藏	福建八马	9123278	第 30 类	2012.02.21-2022.02.20
211		福建八马	9123266	第 30 类	2012.02.21-2022.02.20
212		福建八马	9124800	第 30 类	2012.02.21-2022.02.20
213	赛珍珠	福建八马	9124817	第 30 类	2013.03.07-2023.03.06
214	賽珍珠	福建八马	9822136	第 30 类	2014.05.14-2024.05.13
215	賽珍珠	福建八马	9919224	第 30 类	2012.11.07-2022.11.06
216		福建八马	10301739	第 30 类	2014.08.14-2024.08.13
217	乌珍珠	福建八马	11373277	第 30 类	2014.09.07-2024.09.06
218	小珍珠	福建八马	11373233	第 30 类	2014.01.21-2024.01.20
219	逾辉	福建八马	11589176	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13













序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
220	绝地	福建八马	11589228	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13
221	超光	福建八马	11589158	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13
222	奔宵	福建八马	11589186	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13
223	翻羽	福建八马	11589212	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13
224	挟翼	福建八马	11589169	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13
225	驹尊	福建八马	11595183	第 30 类	2014.03.14-2024.03.13
226	红珍珠	福建八马	11996855	第 30 类	2015.03.21-2025.03.20
227		福建八马	12097869	第 30 类	2014.07.14-2024.07.13
228		福建八马	12098019	第 30 类	2014.07.14-2024.07.13
229		福建八马	12097926	第 30 类	2014.07.14-2024.07.13
230		福建八马	12101615	第 30 类	2014.07.14-2024.07.13
231		福建八马	12101501	第 30 类	2014.07.21-2024.07.20
232		福建八马	12101593	第 30 类	2014.07.14-2024.07.13
233		福建八马	12101545	第 30 类	2014.07.14-2024.07.13
234		福建八马	12133183	第 30 类	2015.03.28-2025.03.27
235	珍珠王	福建八马	13077439	第 30 类	2016.01.07-2026.01.06
236	小浓	福建八马	13231500	第 30 类	2015.01.07-2025.01.06
237	宝珍珠	福建八马	14390056	第 30 类	2015.08.07-2025.08.06
238	北宋贡	福建八马	14688316	第 30 类	2015.08.21-2025.08.20
239		福建八马	15215264	第 30 类	2016.12.07-2026.12.06
240	八马印象	福建八马	16268101	第 30 类	2016.03.28-2026.03.27
241	涨停饼	福建八马	17592822	第 30 类	2016.09.28-2026.09.27
242	小清新	福建八马	17677333	第 30 类	2016.12.07-2026.12.06
243	茶悦人生	福建八马	19236247	第 30 类	2017.04.14-2027.04.13




序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
244	甲仙	福建八马	19236096	第 30 类	2017.04.14-2027.04.13
245	野红	福建八马	20061521	第 30 类	2017.10.07-2027.10.06
246	马一	福建八马	23220382	第 30 类	2018.03.07-2028.03.06
247	八马牛一	福建八马	23221488	第 30 类	2018.03.07-2028.03.06
248	八马马一	福建八马	23221489	第 30 类	2018.03.07-2028.03.06
249	八马超极浓	福建八马	24957444	第 30 类	2018.06.21-2028.06.20
250	八马超极罐	福建八马	24964175	第 30 类	2018.06.28-2028.06.27
251	商政	福建八马	8333499	第 32 类	2021.05.28-2031.05.27
252		福建八马	9124791	第 32 类	2012.02.21-2022.02.20
253	宝珍珠	福建八马	14390151	第 32 类	2015.06.07-2025.06.06
254	北宋贡	福建八马	14688318	第 32 类	2015.08.21-2025.08.20
255	八馬	福建八马	19236199	第 32 类	2017.06.14-2027.06.13
256		福建八马	20447925	第 32 类	2018.07.07-2028.07.06
257		福建八马	28434307	第 32 类	2019.01.21-2029.01.20
258		福建八马	9124783	第 34 类	2012.05.28-2022.05.27
259	赛珍珠	福建八马	9124761	第 35 类	2012.02.21-2022.02.20
260		福建八马	10301784	第 35 类	2015.05.14-2025.05.13
261	赛珍珠	福建八马	9123298	第 40 类	2012.02.21-2022.02.20
262		福建八马	9124753	第 40 类	2012.02.21-2022.02.20
263		福建八马	1774658	第 42 类	2012.05.21-2022.05.20
264		福建八马	9123273	第 43 类	2012.02.21-2022.02.20
265		福建八马	9127434	第 43 类	2012.02.28-2022.02.27
266	宝珍珠	福建八马	14390223	第 43 类	2015.06.14-2025.06.13
267	北宋贡	福建八马	14688320	第 43 类	2015.08.21-2025.08.20
268		福建八马	15215260	第 43 类	2016.01.21-2026.01.20

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
269	百茶园	福建八马	18658722	第 43 类	2017.05.21-2027.05.20
270	茶悦人生	福建八马	19236287	第 43 类	2017.04.14-2027.04.13
271	茶悦	福建八马	19236168	第 43 类	2017.06.14-2027.06.13
272	八马掌门茶	福建八马	29272394	第 30 类	2019.03.07-2029.03.06
273	八马金罐茶	福建八马	29579732	第 30 类	2019.03.14-2029.03.13
274	八马蜜香白	福建八马	32499715	第 30 类	2019.04.14-2029.04.13
275	三 东洲之光 三	福建八马	31779580	第 35 类	2019.04.14-2029.04.13
276		福建八马	34980427	第 30 类	2019.07.28-2029.07.27
277		福建八马	34955022	第 35 类	2019.07.21-2029.07.20
278	八馬	福建八马	32560758	第 45 类	2019.06.21-2029.06.20
279	八馬茶業	福建八马	32143057	第 30 类	2019.06.21-2029.06.20
280		福建八马	25630268	第 21 类	2018.08.21-2028.08.20
281	超奇浓	福建八马	25636649	第 30 类	2018.07.28-2028.07.27
282	八马超奇浓	福建八马	25641912	第 30 类	2018.07.28-2028.07.27
283	八馬茶業	福建八马	32132485	第 35 类	2019.08.14-2029.08.13
284	八馬茶業	福建八马	32118591	第 21 类	2019.10.14-2029.10.13
285		福建八马	33674453	第 30 类	2019.09.21-2029.09.20
286	八馬茶業	福建八马	25640249	第 29 类	2019.09.21-2029.09.20
287	八馬	福建八马	25688086	第 20 类	2019.12.14-2029.12.13
288	八馬茶業	福建八马	38009415	第 29 类	2020.02.07-2030.02.06
289		福建八马	37275878	第 40 类	2019.11.28-2029.11.27
290	八马传奇	福建八马	37484852	第 35 类	2019.12.07-2029.12.06
291	八马传奇	福建八马	37465044	第 30 类	2019.12.07-2029.12.06
292	八馬茶業	福建八马	37287485	第 43 类	2019.12.07-2029.12.06
293	八马名师茶	福建八马	39578430	第 21 类	2020.03.21-2030.03.20

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
294	八马茶业	福建八马	31043013	第 40 类	2020.03.28-2030.03.27
295		福建八马	38043478	第 30 类	2020.01.28-2030.01.27
296	八马茶具	福建八马	38357004	第 21 类	2020.01.14-2030.01.13
297	八馬茶業	福建八马	38369602	第 30 类	2020.02.14-2030.02.13
298	八馬茶業	福建八马	38374147	第 21 类	2020.01.14-2030.01.13
299	八马茶器	福建八马	38351833	第 21 类	2020.01.14-2030.01.13
300	八馬茶業	福建八马	37273944	第 41 类	2020.02.07-2030.02.06
301	八马小罐装	福建八马	29579755	第 30 类	2019.01.14-2029.01.13
302	八馬茶業	福建八马	32128207	第 40 类	2020.03.28-2030.03.27
303	八馬茶業	福建八马	38374163	第 35 类	2020.02.21-2030.02.20
304	八马雀舌	福建八马	38760787	第 30 类	2020.03.07-2030.03.06
305		福建八马	38761726	第 20 类	2020.03.14-2030.03.13
306	八馬	福建八马	38754090	第 43 类	2020.03.07-2030.03.06
307	八马茗家茶	福建八马	39600264	第 35 类	2020.03.14-2030.03.13
308	八马世家茶	福建八马	39590637	第 21 类	2020.03.21-2030.03.20
309	八马名家茶	福建八马	39592249	第 21 类	2020.03.21-2030.03.20
310	八马茗家茶	福建八马	39581028	第 21 类	2020.03.21-2030.03.20
311	八马世家茶	福建八马	39582442	第 35 类	2020.03.21-2030.03.20
312	小馬茶趣	福建八马	40163539	第 21 类	2020.03.21-2030.03.20
313	小馬茶趣	福建八马	40163544	第 32 类	2020.03.21-2030.03.20
314	小馬茶趣	福建八马	40163545	第 35 类	2020.03.21-2030.03.20
315	小馬茶趣	福建八马	40177158	第 43 类	2020.03.21-2030.03.20
316	八馬茶趣	福建八马	39767393	第 21 类	2020.03.21-2030.03.20
317	八馬茶趣	福建八马	39776742	第 29 类	2020.03.21-2030.03.20
318	八馬茶趣	福建八马	39785505	第 16 类	2020.03.21-2030.03.20
319	八馬茶趣	福建八马	39787248	第 30 类	2020.03.21-2030.03.20
320	小馬茶趣	福建八马	40156806	第 16 类	2020.03.21-2030.03.20

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
321	小馬茶趣	福建八马	40156809	第 29 类	2020.03.21-2030.03.20
322	八马小金装	福建八马	29563613	第 30 类	2019.01.07-2029.01.06
323	八马大罐装	福建八马	29563623	第 30 类	2019.01.14-2029.01.13
324	== 东湖之光 ==	福建八马	32606072	第 21 类	2020.04.28-2030.04.27
325	八馬	福建八马	38754195	第 35 类	2020.06.14-2030.06.13
326	八马世家茶	福建八马	39577220	第 30 类	2020.06.07-2030.06.06
327	八马名师茶	福建八马	39586394	第 30 类	2020.06.07-2030.06.06
328		福建八马	39590655	第 30 类	2020.06.07-2030.06.06
329		福建八马	40163553	第 35 类	2020.04.28-2030.04.27
330	八马茶器	福建八马	38363021	第 20 类	2020.04.28-2030.04.27
331	八马茗家茶	福建八马	39578452	第 30 类	2020.05.28-2030.05.27
332	八馬茶趣	福建八马	39782778	第 43 类	2020.04.07-2030.04.06
333	小馬茶趣	福建八马	40166908	第 30 类	2020.05.21-2030.05.20
334	八馬茶趣	福建八马	39785513	第 32 类	2020.04.07-2030.04.06
335		福建八马	40721593	第 16 类	2020.04.28-2030.04.27
336		福建八马	40713177	第 43 类	2020.04.21-2030.04.20
337		福建八马	40742999	第 32 类	2020.05.14-2030.05.13
338		福建八马	40735270	第 30 类	2020.05.14-2030.05.13
339		福建八马	40731655	第 35 类	2020.05.07-2030.05.06
340		福建八马	40719762	第 29 类	2020.05.07-2030.05.06
341	BAMATEA	福建八马	4/2019/00 015755 (国际商 标)	第 21 类	2019.11.28-2029.11.28
342		福建八马	4/2019/00 015749 (国际商 标)	第 21 类	2019.11.28-2029.11.28
343	八馬茶業	福建八马	4/2019/00 015763 (国际商 标)	第 21 类	2020.03.19-2030.03.19
344		福建八马	18142220 (国际商 标)	第 21/30/35/43	2019.10.23-2029.10.23

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
			标)	类	
345		福建八马	18142229 (国际商 标)	第 21/30/35/43 类	2019.10.23-2029.10.23
346	BAMATEA	福建八马	18142224 (国际商 标)	第 21/30/35/43 类	2019.10.23-2029.10.23
347		福建八马	39763095	第 35 类	2020.06.28-2030.06.27
348	八马·小金罐	福建八马	29570034	第 30 类	2019.01.14-2029.01.13
349		福建八马	42241927	第 35 类	2020.07.28-2030.07.27
350		福建八马	42245033	第 41 类	2020.07.28-2030.07.27
351		福建八马	42252701	第 30 类	2020.07.28-2030.07.27
352		福建八马	38046940	第 21 类	2020.08.28-2030.08.27
353	八马茶王赛	福建八马	42250142	第 35 类	2020.09.28-2030.09.27
354	名家茶选八马	福建八马	43665902	第 21 类	2020.09.28-2030.09.27
355	八马茶王赛	福建八马	42231561	第 41 类	2020.10.21-2030.10.20
356		福建八马	43283540	第 35 类	2020.10.07-2030.10.06
357		福建八马	43641464	第 33 类	2020.10.07-2030.10.06
358		福建八马	37278361	第 35 类	2020.12.21-2030.12.20
359	名家茶选八马	福建八马	43654101	第 35 类	2020.12.07-2030.12.06
360		福建八马	45943083	第 11 类	2020.12.21-2030.12.20
361	八贵妃红	福建八马	43308812	第 30 类	2020.12.14-2030.12.13
362		福建八马	37273574	第 43 类	2020.12.14-2030.12.13
363	好茶喝八马 	福建八马	46127403	第 30 类	2020.12.21-2030.12.20
364	好茶喝八马	福建八马	46100588	第 30 类	2020.12.21-2030.12.20

序号	商标名称（图形）	权利人	注册号	核定使用商品/服务项目	商标有效期
365	好茶喝八马	福建八马	46105303	第 35 类	2020.12.21-2030.12.20
366	BAMA TEA SINCE 1736	福建八马	36331679	第 40 类	2020.12.28-2030.12.27
367		滴可餐饮	27752242	第 30 类	2018.11.21-2028.11.20
368		滴可餐饮	27759365	第 35 类	2018.11.21-2028.11.20
369		滴可餐饮	27763058	第 43 类	2018.11.21-2028.11.20
370	茶研仕	滴可餐饮	26263151	第 30 类	2018.09.14-2028.09.13
371	茶研仕	滴可餐饮	26255416	第 35 类	2018.08.28-2028.08.27
372	茶研仕	滴可餐饮	26255424	第 43 类	2018.09.14-2028.09.13
373	茶茶有绪	滴可餐饮	26257631	第 30 类	2018.09.14-2028.09.13
374	茶茶有绪	滴可餐饮	26270102	第 35 类	2018.09.14-2028.09.13
375	茶茶有绪	滴可餐饮	26255372	第 43 类	2018.09.14-2028.09.13
376	teator	滴可餐饮	26347979	第 35 类	2018.11.14-2028.11.13
377	teator	滴可餐饮	26339440	第 43 类	2018.08.28-2028.08.27
378	identitea	滴可餐饮	26268560	第 30 类	2018.11.28-2028.11.27
379	identitea	滴可餐饮	26271838	第 35 类	2018.08.28-2028.08.27
380	identitea	滴可餐饮	26270135	第 43 类	2018.08.28-2028.08.27
381	茶茶不息	滴可餐饮	26340915	第 30 类	2019.07.21-2029.07.20
382	茶茶不息	滴可餐饮	26337887	第 43 类	2019.07.21-2029.07.20
383	八馬拼茶創造所	滴可餐饮	36251960	第 43 类	2019.10.07-2029.10.06
384	茶茶不息	滴可餐饮	40718661	第 30 类	2020.06.07-2030.06.06
385	茶茶不息	滴可餐饮	40718677	第 43 类	2020.06.21-2030.06.20

4、专利权

截至 2020 年 12 月 31 日，八马茶业及下属子公司合计拥有专利 15 项，其中发明专利 5 项，实用新型 3 项，外观设计 7 项，均为原始取得，具体情况如下：

序号	专利名称	权利人	专利号	专利类型	专利申请日	授权公告日
1	包装盒（观音铁韵系列）	八马茶业	ZL201330242588.8	外观设计	2013.06.09	2013.10.16

序号	专利名称	权利人	专利号	专利类型	专利申请日	授权公告日
2	包装盒（赛珍珠系列）	八马茶业	ZL201330242774.1	外观设计	2013.06.09	2013.10.16
3	茶叶盒（尔礼）	八马茶业	ZL201230050738.0	外观设计	2012.03.08	2012.08.22
4	茶叶盒（观想）	八马茶业	ZL201230050739.5	外观设计	2012.03.08	2012.08.22
5	包装罐（高罐子）	八马茶业	ZL202030143791.X	外观设计	2020.04.13	2020.08.18
6	包装罐（小罐子）	八马茶业	ZL202030143775.0	外观设计	2020.04.13	2020.08.18
7	茶罐（八马百福系列）	八马茶业	ZL202030280515.8	外观设计	2020.06.05	2020.10.30
8	桂花铁观音的生产方法	福建八马	ZL201010245729.7	发明	2010.08.05	2012.02.01
9	梔子花铁观音的生产方法	福建八马	ZL201010245728.2	发明	2010.08.05	2013.01.09
10	浓香型铁观音的生产方法	福建八马	ZL201010245727.8	发明	2010.08.05	2012.02.08
11	一种带有红茶副产品的铁观音及其制作工艺	福建八马	ZL201210368468.7	发明	2012.09.28	2014.02.19
12	浓香铁观音的烘焙方法	福建八马	ZL201510156593.5	发明	2015.04.03	2017.11.24
13	一种全自动茶叶包装线	福建八马	ZL201520527893.5	实用新型	2015.07.21	2016.01.06
14	一种茶叶包装线自动上料装置	福建八马	ZL201520527833.3	实用新型	2015.07.21	2016.01.06
15	一种新型杀青机	福建八马	ZL201720712954.4	实用新型	2017.06.19	2018.03.16

5、著作权

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司拥有著作权共计 63 件，具体情况如下：

序号	作品名称	著作权人	作品类别	登记号	创作完成日期	登记日期
1	信记号熟普 不影响睡眠的茶	八马茶业	美术作品	国作登字-2019-F-00681394	2019.02.21	2019.05.27
2	信记号普洱 不影响睡眠的茶	八马茶业	美术作品	国作登字-2019-F-00681168	2019.02.21	2019.04.29
3	选料万重山 做茶不惜力	八马茶业	美术作品	国作登字-2019-F-00681110	2018.03.18	2019.04.17
4	百年匠心做国茶	八马茶业	美术作品	国作登字-2018-F-00680206	2018.05.01	2018.12.21
5	让天下人享受茶的健康与快乐	八马茶业	美术作品	国作登字-2018-F-00680205	2015.12.01	2018.12.21
6	为您喝好、为中国喝好、为世界喝好	八马茶业	美术作品	国作登字-2018-F-00680204	2018.05.01	2018.12.21

序号	作品名称	著作权人	作品类别	登记号	创作完成日期	登记日期
7	八马一冲, 马到成功	八马茶业	美术作品	国作登字 -2018-F-00680203	2018.05.0 1	2018.12.2 1
8	以茶养人	八马茶业	美术作品	国作登字 -2018-F-00680202	2018.05.0 1	2018.12.2 1
9	中华复兴有国茶, 五湖四海都喝好	八马茶业	美术作品	国作登字 -2018-F-00680201	2018.05.0 1	2018.12.2 1
10	八马茶业广告语 —中国好茶, 买好 茶到八马	八马茶业	美术作品	国作登字 -2017-F-00467972	2017.07.2 1	2017.08.2 5
11	八马·铁观音字体 组合	八马茶业	美术作品	国作登字 -2015-F-00231798	2012.03.0 1	2015.10.1 4
12	赛珍珠标志	八马茶业	美术作品	国作登字 -2015-F-00231797	2011.02.0 1	2015.10.1 4
13	八马茶业标志	八马茶业	美术作品	国作登字 -2015-F-00231796	2010.12.0 1	2015.10.1 4
14	茶时	八马茶业	美术作品	国作登字 -2015-F-00231794	2011.04.0 1	2015.10.1 4
15	八马商政礼节茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2015-F-00231795	2009.12.0 1	2015.10.1 4
16	信记号普洱 高端 的普洱茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827235	2019.05.2 6	2019.08.1 2
17	信记号普洱茶 现 喝好藏是宝	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827045	2019.04.2 6	2019.07.2 4
18	名家茶 选八马	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00797161	2019.06.2 1	2019.07.0 3
19	做有温度的产品 开有温度的店	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827046	2019.05.2 0	2019.07.2 4
20	信记号 年份普洱 生茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827234	2019.05.2 6	2019.08.1 2
21	信记号橡筋班章	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827479	2019.6.20	2019.09.0 5
22	八马爱上茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968616	2019.10.2 0	2020.03.0 4
23	八马百福	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968615	2019.10.2 0	2020.03.0 4
24	信记号年份普洱 生茶, 饭后一杯, 解油腻	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968151	2019.10.2 5	2020.01.0 9
25	大大心意	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968152	2019.10.3 1	2020.01.0 9
26	信记号 年份普洱 生茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00888659	2019.10.1 2	2019.12.2 5
27	八马茶王赛	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968614	2019.10.1 6	2020.03.0 4
28	信记号千山万寨 普洱茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827938	2019.08.0 6	2019.10.2 2
29	八马茶礼理念	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827940	2019.08.0 9	2019.10.2 2
30	离地发酵, 干净好	八马茶业	美术作品	国作登字	2019.08.1	2019.10.2

序号	作品名称	著作权人	作品类别	登记号	创作完成日期	登记日期
	喝，熟普			-2019-F-00827937	0	2
31	一印在手 红红火火	八马茶业	美术作品	国作登字 -2019-F-00827939	2019.07.2 2	2019.10.2 2
32	喝茉莉花茶的人美	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01004246	2020.01.1 0	2020.04.2 7
33	喝茉莉花茶的女人美	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01004245	2020.01.1 0	2020.04.2 7
34	步步高升 君子以顺德 积小以高大	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01046133	2020.03.1 2	2020.06.1 0
35	贵妃红	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01046134	2019.06.2 0	2020.06.1 0
36	认准这匹马，好茶喝八马	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01029827	2020.03.2 3	2020.05.1 3
37	信记号爱你爱你	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968871	2019.12.1 8	2020.03.1 2
38	八马岩苛	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968873	2019.12.1 3	2020.03.1 2
39	信记号爱你爱你普洱茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968870	2019.12.1 8	2020.03.1 2
40	信记号年份普洱茶防伪标签	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01004244	2019.12.2 0	2020.04.2 7
41	爱你爱你普洱茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968874	2019.12.1 8	2020.03.1 2
42	信记号年份普洱茶，饭后一杯，解油腻	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00968872	2019.12.1 7	2020.03.1 2
43	贵妃白	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01046135	2019.06.2 0	2020.06.1 0
44	百年制茶世家	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01083416	2020.05.0 6	2020.08.2 7
45	八马茶业 信记号年份普洱茶	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01083415	2020.06.0 1	2020.08.2 7
46	昔归-现在香，未来也香	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01083414	2020.05.2 5	2020.08.2 7
47	八马好茶四大标准	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01129256	2018.03.2 6	2020.10.1 6
48	八马茶业三大选品标准	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01129255	2020.07.2 4	2020.10.1 6
49	八马茶王系列七大茶类	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01129254	2019.12.2 5	2020.10.1 6
50	八马茶业源自百年制茶世家	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-01129549	2020.04.3 0	2020.11.0 6
51	三好青年蜜桃乌龙茶，玩转态度真滋味	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00023649	2020.09.1 1	2020.12.2 1
52	三好青年好好喝茶天天向上	八马茶业	美术作品	国作登字 -2020-F-00023640	2020.09.1 1	2020.12.2 1

序号	作品名称	著作权人	作品类别	登记号	创作完成日期	登记日期
53	三好青年桂花红茶,有颜有料有趣味	八马茶业	美术作品	国作登字-2020-F-00023620	2020.09.11	2020.12.21
54	信记号八八七普洱茶 信记号圆茶	八马茶业	美术作品	国作登字-2020-F-00023648	2020.03.28	2020.12.21
55	大叶种的大树茶	八马茶业	美术作品	国作登字-2020-F-00023647	2020.09.03	2020.12.21
56	班章村的老班章	八马茶业	美术作品	国作登字-2020-F-00023650	2020.09.03	2020.12.21
57	广告用语“浓香经典.传人之作”	福建八马	文字作品	13-2011-A-7801	2011.02.08	2011.12.15
58	广告用语“最奢侈的味道 就是传统”	福建八马	文字作品	13-2011-A-7802	2011.02.08	2011.12.15
59	广告注解语	福建八马	文字作品	13-2011-A-7803	2011.02.08	2011.12.15
60	八马茶趣	福建八马	美术作品	国作登字-2019-F-00833615	2019.06.27	2019.08.01
61	茶茶不息	滴可餐饮	美术作品	国作登字-2018-F-00584550	2017.09.19	2018.07.23
62	小马茶趣	滴可餐饮	其他作品	国作登字-2020-L-00023651	2019.12.05	2020.12.21
63	八马茶业培训学校 logo	培训学校	美术作品	国作登字-2020-F-01046793	2019.09.10	2020.07.22

(三) 资产许可与被许可使用的情况

铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应，并冠以“八马”品牌、其他子品牌或者联合品牌（“八马”或其子品牌+生产商品品牌）的形式对外销售。报告期内，公司存在以下资产使用许可情况：

1、公司作为许可方，允许他人使用自己所拥有资产的情况

(1) 公司在与定制采购供应商签署的合同中均附有《商标授权书》，授权供应商在为公司生产加工“八马”牌（或其他子品牌）产品时，使用公司已经注册的“八马”商标文字及图案（或其他子品牌相关的商标文字及图案），授权使用范围包括为公司定牌生产加工的产品包装纸箱、说明书、标识及铭牌等，并禁止转授权第三人使用。

截至本招股说明书签署日，公司与主要定制采购供应商之间签署的采购合同

均处于正常履行状态中，不存在纠纷及潜在纠纷。

(2) 公司许可加盟商按照公司统一的商业形象销售公司的产品并已按照商业特许经营活动的有关规定进行了备案（参见本节“六、（一）特许经营情况”），因此，公司在与加盟商签署的合同中均附有《品牌使用授权书》，授权加盟商使用公司已经注册的“八马”商标文字及图案（或其他子品牌相关的商标文字及图案），授权使用范围包括：“① 加盟店的装修及门头广告使用，不得用于加盟店工商名称核准及其他用途；② 公司生产、销售的“八马”牌各类茶叶、茶具和茶食品。”《品牌使用授权书》所规定的使用期限与加盟协议保持一致，公司按照统一的加盟政策向加盟商收取一定的加盟费。

截至本招股说明书签署日，公司与主要加盟商之间签署的加盟合同均处于正常履行状态中，不存在纠纷及潜在纠纷。

2、公司作为被许可方，被许可使用他人所拥有资产的情况

(1) 公司于 2018 年与云南中茶茶业有限公司（以下简称“云南中茶”）签署了《战略合作协议》及《普洱茶产品合作开发合同》，在前述项下又分别于 2018 及 2019 年签署了相应的《销售协议》，相关协议及合同约定，双方拟在 5 年内在全国范围内开展广泛、深入、持久的深度合作，共同合作开发普洱茶，合作产品的指定生产单位为云南中茶旗下的勐海工厂或其关联方中国土产畜产云南茶叶进出口公司昆明茶厂，合作产品的包装及所有宣传资料将注明系公司与云南中茶联合出品。相关协议及合同同时约定，公司保证拥有“八马”、“信记号”商标的合法使用权，并同意在合作产品上使用该商标；云南中茶保证拥有“中茶”商标的合法使用权，并同意在合作产品上使用该商标。双方均保证在产品上使用的商标或商号无权利瑕疵，如因商标或商号存在权利瑕疵导致另外一方遭受损失，则由过错方承担补救义务并赔偿另外一方产生的实际损失。

截至本招股说明书签署日，公司与云南中茶签署的销售协议已经履行完毕，不存在纠纷及潜在纠纷。

(2) 根据公司（乙方）于 2019 年 7 月 11 日与苏酒集团贸易股份有限公司（甲方）、淮安瑞福得贸易有限公司（丙方）签署的《业务合作框架协议》，为发挥甲、乙、丙三方在各自领域的优势，依据茶酒融合的理念，促进甲乙双方在茶

叶、酒领域的合作，推广甲、乙双方品牌，甲、乙、丙三方共同合作开发酒跟茶叶的组合新产品（以下简称“合作产品”）并在甲、乙双方的销售渠道内进行销售。本协议的“合作产品”为分别带有“八马”和“洋河”及相关组合字样的新包装产品，在合作产品范围及约定的期限内甲、乙双方分别同意授权“洋河”、“八马”字样的商标用于合作产品，包括但不限于用于合作产品的包装开发、制造、销售等。各方同意基于合作产品产生的新知识产权（包括商标、标识、外观设计等），由甲方母公司洋河股份进行申请，知识产权权属归洋河股份所有，但乙、丙有权使用该等知识产权，该等知识产权仅用于该合作产品范围内，未经各方一致同意不得用于其他用途。

截至本招股说明书签署日，上述协议处于正常履行状态中，不存在纠纷及潜在纠纷。

(3) 发行人子公司福建八马于 2019 年获得了证明商标注册人安溪县茶叶总公司签发的《安溪铁观音证明商标准用证》，准予福建八马茶业有限公司在安溪铁观音系列产品上使用“中国地理标志”专用标志和“安溪铁观音”证明商标，“安溪铁观音”证明商标已获中华人民共和国工商行政管理总局商标局批准，许可证号为 AT-BQ20070508888，使用期限为 2019 年 5 月至 2021 年 5 月。

截至本招股说明书签署日，上述许可处于有效期内，不存在纠纷及潜在纠纷。

六、发行人的特许经营与业务资质情况

（一）特许经营情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在向第三方取得特许经营权的情况。

根据《商业特许经营管理条例》的有关规定，公司许可加盟商按照公司统一的商业形象销售公司的产品属于商业特许经营活动，已按照有关规定进行了备案。截至本招股说明书签署日，公司就上述从事商业特许经营活动事宜已在广东省商务厅完成备案手续，备案号为 0440300101300070，有效期至 2022 年 2 月 20 日。

（二）业务资质情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司为开展其核定经营范围内的相关业务已获得的主要资质、认证证书如下：

序号	公司名称	证照名称	证照编号	发证机关	许可范围 (内容)	有效期限 (发证日期)
1	八马茶业	食品经营许可证	JY14403030357918	深圳市市场监督管理局	预包装食品销售(含冷藏冷冻食品)	2020.06.10-2025.06.09
2	北京八骏	食品经营许可证	JY11131011133652	北京市食品药品监督管理局经济技术开发区分局	预包装食品,含冷藏冷冻食品	2019.10.12-2022.05.10
3	广州八马	食品经营许可证	JY14401060439730	广州市天河区市场监督管理局	预包装食品销售(含冷藏冷冻食品),散装食品销售(含冷藏冷冻食品、不含散装热食、不含散装酒)	2020.06.18-2024.01.24
4	福建八马	食品经营许可证	JY13505240001318	安溪县市场监督管理局	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)、热食类食品制售	2019.04.08-2021.07.28
5	福建八马	食品生产许可证	SC11435052401198	安溪县市场监督管理局	茶叶及相关制品	2019.07.23-2021.04.25
6	福建八马	HACCP体系认证证书	001HACCP1100039	中国质量认证中心	乌龙茶的生产	2020.11.04-2023.10.21
7	福建八马	环境管理体系认证证书	00120E34073R4M/3500	中国质量认证中心	乌龙茶的开发和生产及相关管理活动	2020.11.17-2023.10.20
8	福建八马	质量管理体系认证证书	00120Q38895R6M/3500	中国质量认证中心	乌龙茶的开发和生产	2020.11.02-2023.10.20
9	福建八马	安全生产标准化证书	闽AQB3505QGIII20190003	泉州市安全生产监督管理局	安全生产标准化三级企业(轻工食品生产)	2019.01.30-2022.01
10	福州鑫八马	食品经营许可证	JY13501020105112	福州市鼓楼区市场监督管理局	预包装食品销售(含冷藏冷冻食品)	2018.09.17-2023.09.16
11	泉州八马	食品经营许可证	JY13505030003952	泉州市丰泽区市场监督管理局	预包装食品销售(含冷藏冷冻食品)	2021.03.16-2021.7.12
12	厦门鑫八马	食品经营许可证	JY13502060451559	厦门市湖里区市场监督管理局	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售	2020.12.18-2025.12.17
13	武夷山王信记	食品生产许可证	SC11435078202781	武夷山市市场监督管理局	茶叶及相关制品	2021.2.2-2026.2.1
14	八马现代	有机产品认证证书	096OP1200159	杭州中农质量认证有限	生产(植物生产)	2020.06.30-2021.06.29

序号	公司名称	证照名称	证照编号	发证机关	许可范围 (内容)	有效期限 (发证日期)
				公司		
15	培训学校	深圳市民办职业培训机构备案证	人社民 4403033100002号	深圳市罗湖区人力资源局	职业资格培训：茶艺师（初级、中级、高级）、评茶员（初级、中级、高级）	2019.9-2021.9

七、发行人的核心技术与研发情况

（一）公司拥有的核心技术及来源

截至本招股说明书签署日，发行人掌握的核心技术如下：

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	对应专利	技术来源	所处阶段
1	浓香型铁观音品质风格形成技术	市场上浓香铁观音烘焙方法众多，烘焙工具、烘焙方法、烘焙温度、烘焙时间、烘焙过程都各不相同，而这些因素的不同都会影响茶叶的质量	公司董事长王文礼为国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人，掌握浓香型铁观音精制加工特有的技术，包括整形、拼配、烘焙等，能够加工生产出外形匀整、感官品质风格独特、质量稳定的浓香型铁观音产品。烘焙是浓香铁观音品质形成的重要工序之一，公司核心团队潜心研究烘焙等方法的改进和调整，形成了八马浓香铁观音特有的色、香、味、形	浓香型铁观音的生产方法（专利号 ZL201010245727.8） 浓香铁观音的烘焙方法（专利号 ZL201510156593.5）	自主研发	大批量生产阶段
2	清香型铁观音品质风格形成技术	铁观音的初制过程对天气较为依赖。每年铁观音茶季采制时间仅有十来天，茶芽变老，很难做出高品质的铁观音茶叶	独有的杀青机有效地提高了茶叶品质的稳定性，远红外萎凋及自动温湿度控制技术，减少初制对天气的依赖。结合八马清香型铁观音精制加工特有的技术，包括整形、拼配等，加工生产出外形匀整、感官品质风格独特、质量稳定的清香型铁观音产品	一种新型杀青机（专利号 ZL201720712954.4）	自主研发	大批量生产阶段
3	自动茶叶包装技术	目前茶叶生产、包装等工序间还未有效形成线性化，趋于半自动化，人机结合效率还存在较大提	采用 PLC 自动化控制技术，根据包装进度，自动集中供料，实现茶叶自动化称重、真空包装，运用该技术能够有效地减少人与茶在生产过程的接触，保证了产	一种全自动茶叶包装线（专利号 ZL201520527893.5）	引进吸收再创新	生产使用阶段

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	对应专利	技术来源	所处阶段
		升空间	品生产加工的高清洁化,提升产品的质量卫生水平			
4	供应链管理技术	茶叶市场企业普遍规模较小,对全供应链控制能力较弱,信息传导响应不及时,供需错配导致企业库存高企、周转率低、商品同质化等问题	结合信息识别技术、大数据体系,以信息化、智能化设备为载体,通过与企业ERP系统的有效链接,加强对供应商端、销售终端及产品侧的管理和监测。公司通过该项技术,增强全链条数字化建设,优化整合供应链资源,将消费需求传导至生产端,降低成本,提升效率	-	引进吸收再创新	日常使用阶段

(二) 公司的科研荣誉和成果

截至报告期末,公司获得的技术方面的主要荣誉或成果如下:

奖项	获奖年份	颁奖单位
福建省专利奖三等奖	2012年	福建省人民政府
科技小巨人领军企业	2016年	福建省科学技术厅、福建省发展和改革委员会、福建省经济和信息化委员会、福建省财政厅
科学技术进步奖一等奖	2016年	福建省人民政府
科技进步荣誉奖	2017年	安溪县人民政府
福建省级专家服务基地	2017年	福建省人力资源和社会保障厅
科技进步奖三等奖	2018年	泉州市人民政府
科技进步奖二等奖	2019年	福建省人民政府
博士后科研工作站	2020年	人力资源和社会保障部、全国博士后管委会
八马产业研究院	2020年	福建省农业科学院

(三) 研发、投入及合作研发情况

1、正在进行的研发项目

公司始终坚持技术创新,在继承和发扬传统制茶技艺的同时,结合现代科学研究成果,致力于推动茶行业深层次的发展,截至报告期末,公司正在进行的主要研发项目、进展情况及拟达成的目标如下表所示:

序号	研发项目	相应人员	经费预算(万元)	拟达到的目标	进展情况
1	基于茶叶酚氨比为依据的创新型铁观音拼配技术	林荣溪、周灼能、黄烈平、谢承昌等	200.00	形成一套基于酚氨比为依据的铁观音创新型拼配技术,进一步丰富铁观音产品口味、提升铁观音产品品质	研发中

序号	研发项目	相应人员	经费预算 (万元)	拟达到的目标	进展情况
	术研究				
2	基于化学成分变化的陈香型铁观音贮存工艺技术研究	林荣溪、周灼能、黄烈平、谢承昌等	190.00	初步探明影响陈香型铁观音品质的环境因子，提出基于化学成分变化的陈香型铁观音储存工艺	研发中
3	基于化学成分变化的浓香型铁观音烘焙技术研究	林荣溪、周灼能、黄烈平、谢承昌等	190.00	通过研究浓香型铁观音不同烘焙时间段茶叶中化学成分含量情况与茶叶感官品质的关联性，形成一套基于以化学成分含量为依据的浓香型铁观音烘焙技术	研发中

目前，市场上茶叶制作的创新主要为初制与精制阶段工艺的创新。公司率先从科学、微观的角度——化学成分变化出发，研究影响茶叶品质的不同因子，是对现有技术的持续升级。

2、公司研发投入情况

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	328.01	570.22	165.64
占营业收入的比例	0.26%	0.56%	0.23%

3、公司的合作研发情况

公司自成立以来就十分注重加强自身研发能力和体系建设，与国内多所高等院校、科研院所展开研发合作，以持续不断地提升改进生产技术和开发新产品。公司先后与中国农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院、集美大学以及福建农林大学安溪茶学院等单位开展合作，在茶园病虫害防治、茶叶精制加工工艺、茶叶加工设备开发等方面取得了有效的技术成果，推动公司技术和产品的持续发展。截至本招股说明书签署日，公司正在执行的合作研发项目情况如下：

序号	合同对方	履行期限	合作事项
1	中国农业科学院茶叶研究所	无期限	国家茶叶产业技术体系泉州综合试验站
2	福建省农业科学院茶叶研究所	2018年4月至2021年8月	基于化学成分变化的铁观音精制加工技术研究与应用
3	福建省农业科学院	2020年10月-2025年10月	八马茶产业研究院

序号	合同对方	履行期限	合作事项
4	集美大学	2013年3月-2023年3月	乌龙茶连续化智能化精加工技术集成研究与应用
5	福建农林大学安溪茶学院	无期限	乌龙茶质量与安全控制省重点实验室

主要合作情况如下：

(1) 中国农业科学院茶叶研究所

报告期内，福建八马与中国农业科学院茶叶研究所达成合作协议，建立泉州综合试验站。

该项合作中，中国农业科学院茶叶研究所向福建八马支付经费，由福建八马开展适应供给侧结构改革的茶叶多元化加工利用技术研究、茶树遗传资源收集、创新与新特品种改良研究、茶园土壤肥力提升与化肥减施增效技术研究与应用、茶叶加工品质调控技术研究、茶业自动化加工关键技术与装备研究、基于消费者需求的供给侧产品结构调整研究等。

(2) 福建省农业科学院茶叶研究所

报告期内，福建八马与福建省农业科学院茶叶研究所达成合作协议，共同进行“基于化学成分变化的铁观音精制加工技术研究与应用”的相关课题研究。

该项合作中，福建八马负责项目总体实施方案的制定、组织、实施过程监督、检查和协调、项目进展和验收报告编制等；福建省农业科学院茶叶研究所为项目的实施提供技术支撑服务，协助福建八马完成项目进展报告和项目验收报告等。

(3) 福建省农业科学院

报告期内，福建八马与福建省农业科学院达成合作协议，共同建设“八马茶产业研究院”，围绕解决闽南乌龙茶产业发展瓶颈和福建八马技术需求，在茶树栽培、专用有机肥料、茶叶加工、包装数字化技术应用、生态智慧茶园建设等相关环节、相关领域设立横向研发项目、技术开发等“四技服务”项目，或争取省市政府科技项目立项。其主要内容如下：

该项合作中，福建八马为合作项目提供研发资金、必要的设备和实验、办公场所。福建省农业科学院为合作项目提供人才、技术、大型仪器设备支持。一个

合作项目设立一个课题组，负责人由福建省农业科学院担任，参与研发人员由双方共同组织选派，福建八马应为课题组配备财务、文秘等辅助人员。

（4）集美大学

报告期内，福建八马与集美大学达成合作协议，集美大学为福建八马茶叶加工全程自动化生产线提供技术服务，开展产学研合作，推进福建八马承担的福建省科技重大项目“乌龙茶连续化智能化精加工技术集成研究与应用”的顺利实施，共同完成茶叶全程自动化生产线的设计施工及调试培训等事项，合作期限 10 年。

该项合作中，双方约定福建八马向集美大学支付茶叶加工全程自动化生产线系统整合费，集美大学需优先选择福建八马作为行业产学研合作对象，提供技术咨询服务，支持福建八马进行各级科技项目申报，优先向福建八马转让技术成果，优先录用福建八马推荐的人选攻读本校农业机械推广硕士和工程硕士学位，允许福建八马在本项目范围内使用集美大学 LOGO，免费进行与本项目相关的技术辅导及软件升级。

（5）福建农林大学安溪茶学院

报告期内，福建八马与福建农林大学安溪茶学院达成合作协议，共同参与研究泉州科技局科技创新平台建设计划项目“乌龙茶质量与安全控制省重点实验室”。

该项合作中，福建八马负责实验室建设申报文本的编制，签署项目任务书，负责实验室创新平台总体实施方案的制定、组织、实施过程监督、检查和协调、项目进展和验收报告编制等；福建农林大学安溪茶学院负责及时提供实验室创新平台建设技术支持，提供人员参与实验室人才队伍建设。

（四）研发及核心技术人员的情况

截至报告期末，公司研发人员数合计为 11 人，占公司总人数的 0.56%；核心技术人员 6 人，包括王文礼、王文超、王艺生、林荣溪、谢承昌及黄烈平，核心技术人员简历详见“第五节、十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。报告期内，公司不存在核心技术人员重大不利变动情况。

（五）技术创新机制

1、研发相关部门设置情况

公司将研发工作及研发团队建设放在公司发展的重要位置,不断加大研发投入、推动持续创新,促进产品的更新迭代、产品矩阵拓展,以满足日新月异的市場需求。

序号	部门	职能
1	研发部	负责新品开发的设计以及组织设计开发资料的评审、验证和确认
2	营运中心/加盟事业部	通过直营和加盟渠道,收集市场需求产品的信息,并提出产品研发需求,负责相关样品、信息的收集、提报及反馈,负责新开发产品的意见反馈及销售
3	产品事业组	负责公司各类产品的规划、研发、营销工作,包括产品供应商选定与采购定价、市场定价、市场推广与策划
4	采购部	负责对新产品开发所涉及的物料进行采购,联合产品事业组、品控中心组织采购审评、来料检验、选择入围供应商,签订采购合同
5	品控中心	负责产品质量检验,公司质量安全体系建设及产品质量把控
6	法务相关部门	负责对产品涉及专利、商标等知识产权以及公司经营范围等方面做合规性审核

2、创新机制

（1）以市场为导向的研发机制

八马始终坚持以市场为导向、以产品创新为动力的研发机制。公司十分重视核心产品的研发,为满足更新迭代的市場需求,公司通过大数据支持,追踪行业及市场的最新变化,由销售部门、研发部以及产品事业组提出新产品开发需求并编制产品需求表。产品立项后方可进行送样评审等工作。

（2）优质的研发团队建设

公司产品事业组及研发部负责新产品开发及相关技术研究,核心技术团队包括6名核心技术人员、多名经验丰富的茶师以及包装设计人员等。团队人员拥有中国制茶大师、制茶高级工程师、国家一级评茶师、国家一级茶叶加工工、国家一级茶艺师等资质及职称。上述技术团队为公司新产品的开发和技术创新提供了技术支撑。

(3) 技术保护机制

公司建立了完善的技术保护机制，通过制定《产品开发技术保密管理办法》等规章制度对技术人员开发的相关技术成果的保护机制进行了明确约定。公司亦与核心技术人员签署保密协议，就相关保密措施及违约责任进行明确约定。

八、发行人境外生产经营情况

截至报告期末，发行人未在境外设立分公司、子公司开展业务经营。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，逐步建立健全了公司治理结构，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，设置了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会等董事会专门委员会，建立了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调和相互制衡的机制，并先后制订或完善了以下公司治理文件和内控制度：《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《对外投资管理制度》《重大交易决策制度》《对外担保管理制度》《总经理工作细则》《董事会秘书工作制度》《独立董事工作制度》《财务管理制度》《内部审计制度》《董事会提名委员会工作细则》《董事会战略委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《防范控股股东及关联方占用资金专项制度》等一系列规章制度，并能够有效落实、执行上述制度。

截至本招股说明书签署日，发行人公司治理不存在重大缺陷。公司股东大会、董事会、监事会运行规范，相关人员能切实履行各自的权利、义务与职责，符合《公司法》《证券法》和中国证监会有关法律法规的要求。

（一）股东大会、董事会、监事会运行情况

1、股东大会运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，《公司章程》规定了股东的权利和义务，以及股东大会的职权。2014年8月27日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《股东大会议事规则》。报告期内，公司股东大会严格依照《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定规范运行。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了24次股东大会。历次股东大会均按照《公司章程》《股东大会议事规则》及其他相关

法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，全体股东以通讯、授权委托及现场方式出席了历次股东大会，股东依法履行股东义务、行使股东权利。股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议合法有效，不存在违反《公司法》《股东大会议事规则》及其他相关法律法规行使职权的情形。

2、董事会运行情况

2014年8月27日，公司召开了第一届董事会第一次会议，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《董事会议事规则》。报告期内，公司董事会严格依照《公司章程》及《董事会议事规则》的规定规范运行。

公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。董事会设董事长1人，董事长由董事会以全体董事过半数选举产生。董事任期每届为3年，董事任期届满，可以连选连任。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了27次董事会。历次董事会均按照《公司章程》《董事会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议。公司董事会运行规范、有效，对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制定公司主要管理制度、公司重要经营决策、关联交易、公司发展战略等事项进行审议并作出有效决议，对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。历次董事会会议均由公司全体董事出席，董事会会议的召开和决议内容合法有效，不存在违反《公司法》《董事会议事规则》及其他相关法律法规行使职权的情况。

3、监事会运行情况

2014年8月27日，公司召开了第一届监事会第一次会议，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，制定了《监事会议事规则》。报告期内，公司监事会严格依照《公司章程》《监事会议事规则》的规定规范运行。

公司监事会由3名监事组成，其中：非职工代表2人，由股东大会投票选举产生；职工代表1人，由公司职工代表大会选举产生。监事会设主席1人，由全体监事过半数选举产生。监事任期每届为3年，监事任期届满，可以连选连任，董事、高级管理人员不得兼任监事。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 23 次监事会会议，监事会会议的人员出席情况符合相关规定，会议的召集方式、议事程序及决议内容均合法有效，不存在违反《公司法》《监事会议事规则》及其他规定行使职权的情形。

（二）独立董事制度的运行情况

1、独立董事制度的建立

为进一步完善公司治理结构，改善董事会结构，强化对非独立董事及经理层的约束和监督机制，保护中小股东及利益相关者的利益，促进公司的规范运作，公司根据《公司法》《证券法》、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》《上市公司治理准则》等有关法律、行政法规、规范性文件，公司制定了《独立董事工作细则》。独立董事对公司及全体股东负有诚信和勤勉义务，应当按照相关法律法规的要求，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。

发行人现任独立董事为刘仲华、张清伟、童娜琼，发行人现任独立董事由发行人于 2021 年第一次临时股东大会选举产生。公司独立董事人数达到董事会人数的三分之一，其中童娜琼为会计专业人士，张清伟为法律专业人士。

2、独立董事制度的运行情况

自受聘以来，公司独立董事严格按照《公司法》《公司章程》《独立董事工作细则》等要求，严格履行独立董事职责，在对公司的重大决策提供专业意见，对公司法人治理结构等方面完善起到了积极作用，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

（三）董事会秘书制度的运行情况

2014 年 8 月 27 日，公司召开第一届董事会第一次会议决定聘任吴庆祥先生为公司董事会秘书；2020 年 8 月 4 日，公司召开第二届董事会第十二次会议决定更换董事会秘书，由龚政担任董事会秘书。董事会秘书是公司的高级管理人员，对公司董事会负责。董事会秘书负责公司股东大会和董事会议案的筹备、文件保管以及公司资料管理，办理信息披露事务等事宜。

发行人设立董事会秘书以来，公司董事会秘书筹备了历次董事会会议和股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（四）董事会专门委员会的设置和运行情况

董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会。2018年1月23日，董事会审议通过了《董事会战略委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》，截至本招股说明书签署日，发行人自股份公司设立以来的各专门委员会运行良好。公司各专门委员会的委员及召集人如下：

委员会	委 员	主任委员
战略委员会	王文礼、刘仲华、吴清标	王文礼
审计委员会	童娜琼、张清伟、王文超	童娜琼
薪酬与考核委员会	童娜琼、张清伟、吴庆祥	童娜琼
提名委员会	张清伟、刘仲华、王文彬	张清伟

二、发行人内部控制制度情况

（一）公司管理层的自我评估意见

公司董事会认为，公司针对所有重大事项建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）注册会计师对发行人内部控制制度的鉴证意见

信永中和对公司内部控制的有效性进行了专项审核，出具了《八马茶业股份有限公司内部控制鉴证报告》（报告编号：XYZH/2021SZAB10285），报告的结论性意见为：“我们认为，八马茶业股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

三、发行人自报告期初以来违法违规情况

1、税务行政处罚

发行人及其分、子公司报告期内存在被税务主管机关处以行政处罚的情形，处罚原因为丢失发票或未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料、未按期申报印花税等被税务主管机关处以罚款行政处罚，共计 6 项，罚款金额合计 1,250.00 元，单项罚款金额均未超过 500.00 元，发行人已缴清上述行政处罚罚款，并对相关情况进行整改，上述行政处罚涉及金额较小，未对发行人生产经营产生不利影响，不构成重大行政处罚。

2、消防行政处罚

发行人子公司福建八马于 2020 年 11 月 16 日，因消防设施不符合消防规定被安溪县消防救援大队出具《行政处罚决定书》（安（消）行罚决字[2020]0052 号），给予福建八马 15,000 元罚款的行政处罚。根据安溪县消防救援大队出具的《证明》：“福建八马违法事实情节较轻，且该公司能及时纠正，未造成严重后果，不属于严重违法行为、重大行政处罚。”

综上，报告期内发行人不存在重大违法违规的情况。

四、发行人资金占用和对外担保情况

公司有严格的资金管理制度，截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，以及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。报告期内，公司的关联资金往来情况详见本节“七、（二）报告期内关联交易情况”。

五、公司独立经营情况

本公司成立以来，严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与现有股东、实际控制人完全分开，具有完整的资产、采购和销售业务体系，具备面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整情况

公司是以八马有限经审计的净资产折股，整体变更设立的股份有限公司。公司设立后，公司拥有的、在使用的商标、专利、土地使用权、房屋所有权均已完成变更手续。公司与股东的资产能够严格分开，产权明晰，并完全独立运营。截至本招股说明书签署日，公司的经营性资产的权属完全由公司独立拥有，不存在与股东共有的情况。截至本招股说明书签署日，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权，不存在以资产、权益为控股股东和实际控制人担保的情形，不存在资产、资金被股东违规占用而损害公司利益的情况。

综上所述，公司拥有从事经营业务所必须的、独立完整的研发体系、生产体系、供应和销售体系，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，公司的资产完整。

（二）人员独立情况

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》等规定的程序推选与任免产生。公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务。发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司已与全体在册员工签署劳动合同，已建立完整独立的劳动人事管理制度，员工工资统一由公司发放，社会保险统一由公司办理。

（三）财务独立情况

公司已建立独立的财务核算体系，设有独立的财务会计部门，设财务总监，配备专职财务人员，独立开展财务工作和进行财务决策。公司具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，符合《会计法》《企业会计准则》等有关会计法规的规定。

公司已依法独立开立基本存款账户，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况。

公司办理了独立的税务登记，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人控

制的其他企业合并纳税的情况。

（四）机构独立情况

公司已经建立了适合公司发展的组织结构，公司各部门及子公司组成了一个有机的整体并完全拥有机构设置的自主权；公司各部门独立运作，独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

（五）业务独立情况

公司主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务。公司拥有从事上述业务完整、独立的业务体系和人员。公司拥有独立完整的业务经营体系，未因组织形式变更而发生业务流程的改变，公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定性

公司主营业务、控制权和管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）无重大权属纠纷

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项。发行人不存在现有经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

公司是一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务。截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与本公司不存在同业竞争。王文彬、王文礼、王文超、陈雅静及吴小宁控制的除发行人及其子公司外的其他企业不存在与发行人经

营相同或相似业务的情形。具体情况参见本节“七、（一）、2、（3）公司控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他主要企业”。综上所述，发行人与其控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争。

发行人与其控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在业务重合的情形，不存在控股股东及其关联方替发行人分摊成本、承担费用的情况，不存在让渡商业机会的可能。

（二）关于避免同业竞争的承诺

王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁、王小萍作为发行人的控股股东、实际控制人及一致行动人，就避免本人控制的企业与八马茶业的同业竞争事项，作出承诺如下：

1、本人郑重声明，截至本承诺函签署日，本人及本人控制的其他企业（如适用）未以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持另一公司或企业的股份及其他权益等）从事与八马茶业及其子公司经营业务构成直接或间接竞争的业务或活动，也未以任何方式为竞争企业提供业务上的帮助。

2、本人及本人控制的其他企业（如适用）将不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持另一公司或企业的股份及其他权益等）从事可能与八马茶业及其子公司经营业务构成直接或间接竞争的业务或活动，也不会以任何方式为竞争企业提供业务上的帮助，不会委派任何人在任何可能与八马茶业及其子公司主营业务产生同业竞争的企业担任高级管理人员或核心技术人员，保证将采取合法及有效的措施，促使本人不以任何方式直接或间接从事与八马茶业及其子公司的经营运作相竞争的任何业务或活动。

3、如八马茶业及其子公司进一步拓展其业务范围，本人及本人控制的其他企业（如适用）将不与八马茶业及其子公司拓展后的业务相竞争；可能与八马茶业及其子公司拓展后的业务产生竞争的，本人及本人控制的其他企业（如适用）将按照如下方式退出与八马茶业及其子公司的竞争：A、停止与八马茶业及其子公司构成竞争或可能构成竞争的业务；B、将相竞争的业务通过合法合规的方式纳入到八马茶业及其子公司来经营；C、将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本人及本人控制的其他企业（如适用）有任何从事、参与可能与八马茶业的经营运作构成竞争活动的商业机会，本人应立即将上述商业机会通知八马茶业，在通知所指定的合理期间内，八马茶业作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则尽力将该商业机会按照不差于提供给本人或任何独立第三方的条件给予八马茶业。

5、如违反以上承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给八马茶业及其子公司造成的所有直接或间接损失。

6、本承诺函在本人作为八马茶业股东期间持续有效且不可变更或撤销。

七、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》等相关法律、法规及规范性文件的有关规定，公司的关联方及关联关系如下：

1、关联自然人

（1）公司控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的自然人

公司控股股东、实际控制人王文彬、王文礼、王文超、陈雅静及吴小宁作为公司关联自然人，王文彬、王文礼、王文超为兄弟关系，陈雅静为王文彬的配偶，吴小宁为王文礼的配偶。持有发行人 5%以上股份的自然人股东为王文彬、王文礼、陈雅静、吴小宁，上述 4 名股东均为控股股东、实际控制人。

（2）公司董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员情况详见本招股说明书“第五节、十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

（3）其他关联自然人

直接或间接持有公司 5%及以上股份的自然人股东和公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母等，均为发行人的关联自然人。

2、关联法人

(1) 持有公司 5%及以上股份的股东

关于持有公司 5%以上股份的股东天津长峰的情况请详见本招股说明书“第五节、八、(二) 其他持有发行人 5%及以上股份的股东”。

(2) 发行人子公司及其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	福建八马茶业有限公司	一级子公司，发行人持有其 100.00% 股权
2	北京八骏茶业有限公司	一级子公司，发行人持有其 100.00% 股权
3	厦门鑫八马茶业有限公司	一级子公司，发行人持有其 100.00% 股权
4	广州市八马茶业有限公司	一级子公司，发行人持有其 100.00% 股权
5	泉州八马茶业有限公司	一级子公司，发行人持有其 100.00% 股权
6	云南信记号茶业有限公司	一级子公司，发行人持有其 100.00% 股权
7	深圳滴可餐饮管理有限公司	一级子公司，发行人持有其 54.00% 股权
8	福建武夷山王信记茶业有限公司	二级子公司，发行人通过福建八马茶业有限公司持有其 100% 股权
9	福建安溪八马现代农业综合开发有限公司	二级子公司，发行人通过福建八马茶业有限公司持有其 100% 股权
10	福州鑫八马茶业有限公司	二级子公司，发行人通过厦门鑫八马茶业有限公司持有其 100% 股权
11	深圳市罗湖区八马茶业培训学校	发行人主办的非企业法人

(3) 公司控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他主要企业

公司控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他主要企业情况如下：

序号	公司名称	与发行人关系
1	福建省安溪溪源投资有限公司	控股股东、实际控制人王文彬、王文礼及王文超控制的企业，王文彬担任执行董事、总经理

(4) 董事、监事和高级管理人员直接或间接控制，或担任董事、高级管理人员的企业

公司的董事、监事和高级管理人员中，王文彬、王文礼及王文超直接或间接控制的其他主要企业情况参见本节“七、(一)、2、(3) 公司控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他主要企业”；董事、监事和高级管理人员直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的其他企业的情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	长沙和润茶业科技有限公司	发行人独立董事刘仲华担任董事长的企业
2	上海利顿生物科技股份有限公司	发行人独立董事刘仲华担任副董事长、总经理的企业
3	深圳市天图投资管理股份有限公司	发行人监事李小毅任董事、副总经理、风控总监的企业
4	北京熙诚金睿股权投资基金管理有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
5	宁波天峯投资管理有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
6	四川骏逸富顿科技有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
7	湖南华瑞水电投资发展股份有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
8	优诺乳业有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
9	山东德州扒鸡股份有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
10	中金数据集团有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业
11	蒙天乳业有限公司	发行人监事李小毅担任董事的企业

(5) 持有公司 5%及以上股份的自然人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制，或担任董事、高级管理人员的企业

序号	主要关联方名称	与本公司的关系
1	高力控股集团有限公司及其关联企业	发行人控股股东、实际控制人王文彬、陈雅静之女王佳佳之配偶高力控股的高力集团控股有限公司及其关联企业
2	福建七匹狼实业股份有限公司及其关联企业（包括七匹狼控股集团股份有限公司、泉州汇鑫小额贷款股份有限公司等）	发行人控股股东、实际控制人王文彬、陈雅静之女王佳琳之配偶周士渊之父周永伟控制的福建七匹狼实业股份有限公司及其关联企业
3	安踏体育用品有限公司及其关联企业（包括安踏体育用品集团有限公司等）	发行人控股股东、实际控制人王文彬、陈雅静之子王焜恒之岳父丁世忠控制的安踏体育用品有限公司及其关联企业
4	厦门麒禾资产管理有限公司	发行人控股股东、实际控制人王文彬、陈雅静之女王佳琳控制、担任董事的企业
5	深圳鹿与茶鲸文化传播管理有限公司	发行人控股股东、实际控制人王文彬、陈雅静之女王佳佳控制的企业
6	福建省少林物业管理有限公司	发行人控股股东、实际控制人陈雅静之弟陈昕控制的企业
7	泉州市毅安机电服务有限公司	发行人控股股东、实际控制人陈雅静之弟陈昕控制的企业
8	泉州市东信茶业有限公司	发行人控股股东、实际控制人陈雅静之弟陈炜控制的企业
9	鲤城区东盛茶叶店	发行人控股股东、实际控制人陈雅静之妹陈竞温控制的个体工商户

(6) 发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的主要企业

除本节“七、(一)、2、(5) 持有公司 5%及以上股份的自然人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制，或担任董事、高级管理人员的企业”外，发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的主要企业如下：

序号	主要关联方名称	与本公司的关系
1	深圳市福田区静新茗茶店	发行人董事、总经理吴清标之弟吴清团控制的企业
2	深圳市云祥茶业有限公司	发行人董事、总经理吴清标之弟吴清团控制的企业
3	深圳市银泰茶业有限公司	发行人董事、总经理吴清标之弟吴清团控制的企业
4	深圳市三字茶业有限公司	发行人董事、总经理吴清标之弟吴清团控制的企业
5	福建省安溪三字茶业有限公司	发行人董事、总经理吴清标之弟吴清团控制的企业
6	泉州银联贸易有限公司	发行人董事、副总经理吴庆祥之父吴基础担任董事长、执行董事及总经理的企业
7	泉州银联商厦	发行人董事、副总经理吴庆祥之父吴基础担任董事长、执行董事及总经理的全民所有制企业
8	上海嘉桐实业有限公司	发行人独立董事刘仲华之妹刘丽华控制的企业
9	深圳市赢宸投资咨询有限公司	发行人董事会秘书龚政之配偶郭颖控制的企业
10	深圳市德衡工程管理有限公司	发行人董事会秘书龚政之母龚艳萍担任法定代表人、执行董事、总经理的企业
11	深圳市源兴鑫科技有限公司	发行人董事会秘书龚政之母龚艳萍担任总经理的企业

(7) 其他主要关联方

根据实质重于形式的原则认定的其他主要关联方如下：

序号	关联方名称	与发行人关联关系
1	广西九云茶业有限公司	发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼及王文超之堂弟王渊铭控制的企业
2	深圳市福田区广福堂茶业商行	发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼及王文超之堂弟王文清控制的企业
3	福建达香茶业有限公司	发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼及王文超之表弟蔡泽凌控制的企业
4	福建省安溪源芳茶叶有限公司	发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼及王文超之姨丈王培坤、姨母魏秀燕共同控制的企业
5	福建省少林建设工程有限公司	发行人控股股东、实际控制人陈雅静之弟陈昕持有 50.00% 股权的企业
6	江西优源实业有限公司	发行人控股股东、实际控制人吴小宁之舅曾国文控制的企业

序号	关联方名称	与发行人关联关系
7	南昌市玖依服饰有限公司	发行人控股股东、实际控制人吴小宁之婶章清华控制的企业
8	深圳市西湖珠宝有限公司	发行人董事、总经理吴清标之妻黄琴持有 30.00% 股权的企业
9	深圳市中亚硅谷物流有限公司	发行人董事、副总经理吴庆祥持有 20.00% 股权的企业
10	厦门润富天下汽车租赁有限公司	发行人董事、副总经理吴庆祥之子吴俊晖持有 32.00% 股权的企业
11	湖南恒华生物科技有限公司	发行人独立董事刘仲华持有 49.00% 股权的企业
12	苏州纽威营养源有限公司	发行人独立董事刘仲华持有 20.00% 股权的企业
13	长沙创力实业有限公司	发行人独立董事刘仲华之妹刘丽华配偶吴永林持有 50.00% 股权的企业
14	深圳市乔木网络技术有限公司	发行人监事张永坚之配偶邓池敬持有 22.86% 股权的企业
15	资兴市东湾水电站（普通合伙）	发行人监事李小毅之子李晨维持有 25.00% 股权的企业
16	佛山市大成茶业有限公司	发行人高级管理人员黄光秀之表外甥吴康国持有 50.00% 股权的企业
17	深圳市德衡实业发展有限公司	发行人高级管理人员龚政之母龚艳萍持有 50.00% 股权的企业

3、报告期内曾经主要关联方

报告期内公司曾经主要关联方如下：

序号	关联方名称	与发行人关联关系
1	成都市八马茶业有限公司	报告期内控股股东、实际控制人王文超曾控制的企业，已于 2018 年 2 月注销
2	泉州天健医疗保健器械有限公司	报告期内控股股东、实际控制人陈雅静之弟陈昕曾控制的企业，已于 2018 年 9 月退出
3	厦门只为科技有限公司	报告期内控股股东、实际控制人吴小宁曾控制的企业，已于 2019 年 2 月注销
4	泉州敬勤美家具有限公司	报告期内控股股东、实际控制人吴小宁曾控制的企业，已于 2019 年 5 月注销
5	厦门服屋业装饰设计工程有限公司	报告期内控股股东、实际控制人吴小宁曾控制的企业，已于 2019 年 4 月注销
6	首玺（厦门）设计装饰工程有限公司	报告期内控股股东、实际控制人吴小宁曾控制的企业，已于 2020 年 11 月将持有该企业的股权转让于少数股东庄跃辉
7	福建首玺家具有限公司	报告期内控股股东、实际控制人吴小宁曾控制的企业首玺（厦门）设计装饰工程有限公司的控股子公司，吴小宁已于 2020 年 11 月将其持有的首玺（厦门）设计装饰工程有限公司股权转让于少数股东庄跃辉
8	深圳市大鲸装饰设计工程有限公司	报告期内发行人控股股东、实际控制人吴小宁曾通过首玺（厦门）设计装饰工程有限公司持有 40.00% 股权的企业，吴小宁已于 2020

序号	关联方名称	与发行人关联关系
		年 11 月将其持有的首玺（厦门）设计装饰工程有限公司股权转让于少数股东庄跃辉
9	厦门谦和逸茶业有限公司	报告期内发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼之妹，王文超之姐王小萍曾控制的企业，王小萍已于 2020 年 12 月将其持有的该企业股权转让于该企业执行董事兼总经理廖燕华
10	福建武记茶业有限公司	报告期内发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼及王文超之表弟蔡泽凌曾持有 50.00% 股权的企业，蔡泽凌已于 2021 年 2 月将其持有的该企业股权转让于另一股东吴肇基之兄吴肇嵩
11	深圳市爱尔康特科技有限公司	报告期内发行人董事、副总经理吴庆祥曾持有 49.00% 股权的企业，已于 2020 年 12 月注销
12	勐海云泰号茶业有限公司	报告期内发行人董事、总经理吴清标之弟吴清团曾控制的企业，吴清团已于 2020 年 10 月将持有的该企业股权转让于另一股东张靖宇之妻梁冬芬
13	湖南鲜猛电子商务有限公司	报告期内发行人董事何磊曾控制的企业，已于 2020 年 10 月注销
14	湖南三树生物科技有限公司	报告期内独立董事刘仲华曾担任董事的企业，已于 2020 年 9 月注销
15	深圳市鸿顺源装饰设计有限公司	报告期内发行人监事苏丽敏之丈夫郭秋丁曾控制的企业，已于 2019 年 6 月注销
16	深圳市天壹汇商贸有限公司	报告期内发行人监事张永坚之妻之弟邓琛添曾担任董事的企业，已于 2019 年 6 月退出
17	泉州市绿泉环保服务有限公司	报告期内发行人控股股东、实际控制人陈雅静之弟陈昕控制的企业
18	和谐成长	报告期内曾持有发行人 5% 以上股份的股东，已于 2019 年 10 月将其持有的发行人股份转让于天津长峰
19	李建光及其关联方	报告期内李建光曾担任发行人董事
20	曾德雄及其关联方	报告期内曾德雄曾担任发行人独立董事
21	邱乐群及其关联方	报告期内邱乐群曾担任发行人独立董事

根据《上市规则》等法律法规规定，上述关联方涉及的交易情况详见本节“七、（二）报告期内关联交易情况”。

(二) 报告期内关联交易情况**1、经常性关联交易****(1) 向关联方采购商品和接受劳务的关联交易**

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
福建达香茶业有限公司	茶叶采购	81.50	46.56	51.58	-
福建省安溪源芳茶叶有限公司	茶叶采购	471.20	252.80	171.26	-
南昌市玖依服饰有限公司	周边产品采购	49.50	85.29	36.02	-
福建首玺家具有限公司	周边产品采购	3.68	8.09	5.77	相关股权已于 2020 年 11 月转让于非关联方
福建武记茶业有限公司	茶叶采购	1,994.20	4,366.48	2,318.33	相关股权已于 2021 年 2 月转让于非关联方
勐海云泰号茶业有限公司	茶叶采购	947.61	1,462.55	932.86	相关股权已于 2020 年 10 月转让于非关联方
福建首玺家具有限公司	家具及装修	799.44	552.69	241.22	相关股权已于 2020 年 11 月转让于非关联方
泉州敬勤美家具有限公司	家具及装修	-	1.15	1.68	已注销
首玺（厦门）设计装饰工程有限公司	装修设计费	39.26	25.52	-	相关股权已于 2020 年 11 月转让于非关联方
深圳市大鲸装饰设计工程有限公司	装修设计费	462.20	458.35	173.15	相关股权已于 2020 年 11 月转让于非关联方
合计		4,848.60	7,259.48	3,931.88	-
合计占同期营业成本比例		8.56%	15.32%	11.81%	-

报告期内，公司向关联方的采购交易额占同期营业成本的比例呈下降趋势，最近一期末比例为 8.56%，对公司财务状况无重大影响。

(2) 向关联方出售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
广西九云茶业有限公司	茶叶及相关产品销售	1,411.32	1,012.49	601.00	-
深圳市福田区静新茗茶店	茶叶及相关产品销售	-	356.89	138.94	自 2020 年起，深圳市银泰茶业有限公司替代深圳市福田区静新茗茶店成为发行人加盟商
深圳市银泰茶业有限公司	茶叶及相关产品销售	384.23	-	-	
江西优源实业有限公司	茶叶及相关产品销售	332.27	250.53	107.83	-
深圳市福田区广福堂茶业商行	茶叶及相关产品销售	236.66	157.83	31.54	-
厦门谦和逸茶业有限公司	茶叶及相关产品销售	73.56	118.41	72.32	相关股权已于 2020 年 12 月转让于非关联方
深圳市云祥茶业有限公司	茶叶及相关产品销售	89.91	88.61	17.94	-
佛山市大成茶业有限公司	茶叶及相关产品销售	157.95	-	-	-
深圳市爱尔康特科技有限公司	茶叶及相关产品销售	22.50	53.28	24.97	已注销
福建首玺家具有限公司	茶叶及相关产品销售	34.37	28.10	19.45	相关股权已于 2020 年 11 月转让于非关联方
勐海云泰号茶业有限公司	茶叶及相关产品销售	5.80	15.98	-	相关股权已于 2020 年 10 月转让于非关联方
福建七匹狼实业股份有限公司及其关联企业（包括七匹狼控股集团股份有限公司、泉州汇鑫小额贷款股份有限公司等）	茶叶及相关产品销售	9.18	0.34	4.94	-
安踏体育用品有限公司及其关联企业（包括	茶叶及相关产品销售	5.31	-	5.52	-

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
安踏体育用品集团有限公司等)					
深圳市天图投资管理股份有限公司及其关联企业(包括深圳天图资本管理中心(有限合伙)等)	茶叶及相关产品销售	-	2.45	-	-
厦门服屋业装饰设计工程有限公司	茶叶及相关产品销售	-	-	0.34	已注销
合计		2,763.07	2,084.92	1,024.79	-
合计占同期营业收入比例		2.22%	2.04%	1.43%	-

报告期内，公司向关联方的销售交易额占公司营业收入的比重分别为 1.43%、2.04%及 2.22%，对公司经营成果无重大影响。

(3) 房屋租赁

公司向关联方租赁房屋情况如下：

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	2020 年度	2019 年年度	2018 年度
七匹狼控股集团股份有限公司	门店	6.37	6.37	6.37
陈昕	门店	8.30	9.00	8.45
刘超兰	办公室	9.22	-	-
合计	-	23.89	15.37	14.82

报告期内，根据公司日常经营需要，公司向七匹狼控股集团股份有限公司、陈昕租赁房屋用于门店经营，向刘超兰租赁房屋用于办公，总体租赁费用金额较低，对公司财务状况无重大影响。

公司向关联方出租房屋情况如下：

单位：万元

承租方名称	租赁资产种类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
福建省安溪源芳茶叶有限公司	厂房	16.11	29.33	36.33
福建首玺家具有限公司	厂房	21.01	7.00	-

报告期内，为充分利用公司资源，公司将上述资产出租于关联方，租赁收入总额较低，对公司经营成果无重大影响。

(4) 关键管理人员薪酬

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关键管理人员报酬	1,113.62	846.01	531.32

2、偶发性关联交易

(1) 向关联方采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
王文彬	固定资产	30.80	-	-	-

(2) 关联担保情况

报告期内，本公司及子公司作为被担保方的担保情况如下：

序号	主合同编号	授信人	被授信人	授信额度 (万元)	保证责任期间	保证人	担保合同编号	担保类型
1	755XY2018003815	招商银行股份有限公司深圳蔡屋围支行	八马茶业	5,000.00	应收债权到期加三年	王文彬	755XY201800381502	连带保证责任
						王文超	755XY201800381504	
						王文礼	755XY201800381503	
						吴清标	755XY201800381501	
2	755XY2019012306	招商银行股份有限公司深圳分行	八马茶业	5,000.00	应收债权到期加三年	王文彬	755XY201901230601	连带保证责任
						王文超	755XY201901230604	
						王文礼	755XY201901230602	
						吴清标	755XY201901230603	
3	755XY2020011190	招商银行股份有限公司深圳分行	八马茶业	10,000.00	应收债权到期加三年	王文彬	755XY202001119004	连带保证责任
						王文超	755XY202001119001	
						王文礼	755XY202001119003	
						吴清标	755XY202001119002	
4	HTZ442008028QTLX202000026	中国建设银行股份有限公司深圳分行	八马茶业	2,000.00	应收债权到期加三年	王文彬	HTC442008028ZGDB202000138	连带保证责任
						王文超	HTC442008028ZGDB202000137	
						王文礼	HTC442008028ZGDB202000136	
						吴清标	HTC442008028ZGDB202000135	

除上表所示关联担保外，报告期内，公司不存在其他关联担保的情况。

（3）其他关联交易

报告期内，公司存在其他关联交易情况如下：

1) 王文礼授权公司报告期内无偿使用其所拥有的第 5149473 号、第 5149472 号、第 5149471 号、第 5149470 号“铁韵”系列注册商标；并于 2018 年 3 月 23 日与公司签署协议，约定将上述商标无偿转让给公司，截至 2020 年 12 月 31 日，上述转让已完成。

2) 深圳鹿与茶鲸文化传播管理有限公司授权公司报告期内无偿使用其拥有的注册号为第 17001013 号图形商标、第 17000957 号的“鹿与茶鲸”商标以及第 17000891 号的“WHALE MY DEER”商标；并于 2018 年 3 月 23 日与公司签署协议，约定将上述商标无偿转让给公司，截至 2020 年 12 月 31 日，上述转让已完成。

3) 2018 年 3 月 23 日，福建省安溪溪源投资有限公司将其与公司共有的注册号为第 9037370 号、第 9037532 号的商标无偿转让予公司，截至 2020 年 12 月 31 日，上述转让已完成。

4) 2020 年 9 月 10 日，武夷山王信记召开股东大会，同意股东蔡泽凌将其持有 49% 出资额 392 万元，以 392 万元的价格转让于福建八马。同日蔡泽凌和福建八马签订股权转让协议，并完成工商登记。截至 2020 年 9 月 16 日福建八马已经支付完毕前述股权转让款。

5) 2020 年 9 月 9 日，云南信记号召开股东会并作出决议，同意王文超将其持有信记号 120 万元认缴出资转让给八马茶业，苏丽敏将其持有信记号 90 万元认缴出资转让给八马茶业，王焜恒将其持有信记号 90 万元认缴出资转让给八马茶业。鉴于前述出资均未进行实缴且信记号尚未开展业务，本次转让不涉及支付对价。

3、关联方往来款项余额

(1) 应收关联方款项

单位：万元

关联方	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款						
福建首玺家具有限公司	0.46	0.02	0.09	0.00	1.45	0.07
福建七匹狼实业股份有限公司及其关联企业(包括七匹狼控股集团股份有限公司、泉州汇鑫小额贷款股份有限公司等)	3.30	0.17	-	-	2.31	0.12
厦门谦和逸茶业有限公司	-	-	19.31	19.31	19.31	19.31
合计	3.76	0.19	19.40	19.31	23.07	19.50
预付款项						
勐海云泰号茶业有限公司	1.19	-	-	-	-	-
陈昕	1.60	-	1.50	-	1.32	-
刘超兰	9.96	-	-	-	-	-
合计	12.75	-	1.50	-	1.32	-
其他应收款						
福建首玺家具有限公司	0.03	0.00	-	-	-	-
陈昕	2.30	0.11	2.30	0.11	2.30	0.11
福建七匹狼实业股份有限公司及其关联企业(包括七匹狼控股集团股份有限公司、泉州汇鑫小额贷款股份有限公司等)	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05
深圳市云祥茶业有限公司	3.17	0.16	3.17	0.16	3.17	0.16
合计	6.49	0.32	6.46	0.32	6.46	0.32

注：福建首玺家具有限公司 2019 年应收账款坏账准备金额为 43.22 元，2020 年其他应收款坏账准备金额为 15.09 元。

(2) 应付关联方款项

单位：万元

关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付账款			
福建达香茶业有限公司	-	22.33	15.17
福建省安溪源芳茶叶有限公司	133.19	123.59	39.09
南昌市玖依服饰有限公司	-	57.50	13.56
福建首玺家具有限公司	3.68	4.73	6.69
福建武记茶业有限公司	-	1,489.84	739.07
勐海云泰号茶业有限公司	175.89	661.72	477.89
合 计	312.76	2,359.71	1,291.47
其他应付款			
佛山市大成茶业有限公司	20.00	-	-
广西九云茶业有限公司	57.20	57.20	47.20
江西优源实业有限公司	13.66	13.66	13.44
厦门谦和逸茶业有限公司	1.00	1.00	1.00
深圳市爱尔康特科技有限公司	-	3.00	3.00
深圳市大鲸装饰设计工程有限公司	20.81	34.32	37.43
深圳市福田区广福堂茶业商行	5.00	5.00	3.00
深圳市福田区静新茗茶店	-	9.00	9.00
深圳市银泰茶业有限公司	9.00	-	-
深圳市云祥茶业有限公司	25.23	23.45	23.45
合计	151.90	146.62	137.52
预收款项			
福建首玺家具有限公司	-	14.01	-
福建七匹狼实业股份有限公司及其关联企业(包括七匹狼控股集团股份有限公司、泉州汇鑫小额贷款股份有限公司等)	-	0.21	0.30
广西九云茶业有限公司	-	77.00	8.98
江西优源实业有限公司	-	21.29	2.50
深圳市云祥茶业有限公司	-	1.32	29.91
深圳市福田区广福堂茶业商行	-	37.27	4.16

关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
厦门谦和逸茶业有限公司	-	2.63	0.13
深圳市福田区静新茗茶店	-	25.16	4.09
福建省安溪源芳茶叶有限公司	-	8.93	16.01
深圳市爱尔康特科技有限公司	-	3.55	12.36
吴清标	-	7.06	7.06
吴庆祥	-	3.53	3.53
黄光秀	-	3.53	3.53
苏丽敏	-	3.53	3.53
张永坚	-	3.53	3.53
合 计	-	212.55	99.62
合同负债			
福建首玺家具有限公司	14.01	-	-
佛山市大成茶业有限公司	6.53	-	-
广西九云茶业有限公司	125.62	-	-
江西优源实业有限公司	34.12	-	-
深圳市云祥茶业有限公司	14.51	-	-
深圳市福田区广福堂茶业商行	4.04	-	-
厦门谦和逸茶业有限公司	0.26	-	-
深圳市银泰茶业有限公司	19.18	-	-
福建省安溪源芳茶叶有限公司	8.93	-	-
合 计	227.20	-	-

（三）关联交易决策权力与程序

1、公司关联交易决策程序规定履行情况及独立董事意见

2021年3月13日，公司召开了2021年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认公司报告期内关联方及关联交易的议案》。公司独立董事对2018年度、2019年度及2020年度的关联交易情况发表了独立意见，认为：公司报告期内所发生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，关联交易遵循市场经济规则，关联交易价格公允，不存在损害公司或股东、非关联方利益的情形，符合公司实际生产经营需要，对公司财务状况、日常经营不会产生不良影响。

2、公司为减少关联交易而采取的措施

公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》等公司治理准则中明确规定了关联交易的决策程序，要求关联股东和关联董事分别在股东大会和董事会审议有关关联交易事项时采取回避表决的措施；在《独立董事工作制度》规定了独立董事对关联交易事项的职权和要求；在《关联交易管理制度》中就关联关系的界定、关联交易的内容、关联交易的实施权限及信息披露做出了明确规定，保证公司与关联方进行交易符合公开、公平、公正的三公原则。公司将不断提升内部治理水平，严格遵守以上规章制度，按规定履行程序，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。

公司在业务、机构、资产、人员、财务上均独立于各关联方，公司具备面向市场的独立运营能力。公司将根据实际情况规范和减少关联交易，杜绝发生不必要的关联交易。对于正常的、有利于公司发展的、预计将持续存在的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格履行公司的决策程序和关联方回避制度，遵守有关合同协议的规定，做好信息披露工作，切实维护其他股东的权益。

（四）关于规范及减少关联交易的承诺

王文彬、王文超、王文礼、陈雅静、吴小宁（以下简称“本人”）作为发行人的控股股东、实际控制人，为保护发行人及发行人其他股东的利益，规范本人与发行人的关联交易，不通过关联交易损害发行人及发行人其他股东的合法权益，特此承诺：

（1）本人将充分尊重发行人的独立法人地位，保障发行人独立经营、自主决策，确保发行人的业务独立、资产完整、人员独立、财务独立，以避免、减少不必要的关联交易；本人将严格控制本人、本人任董事、高级管理人员的其他企业及本人控制的其他企业与发行人及其子公司之间发生的关联交易。

（2）本人、本人任董事、高级管理人员的其他企业及本人控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用、挪用发行人及其子公司资金，也不要求发行人及其子公司为本人、本人任董事、高级管理人员的其他企业及本人控制的其他企业进行违规担保。

(3) 如果发行人在今后的经营活动中与本人任董事、高级管理人员的其他企业及本人控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本人将促使此等交易按照国家有关法律法规的要求，严格执行发行人公司章程和关联交易决策制度中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥监事会、独立董事的作用，并认真履行信息披露义务，保证遵循市场交易的公开、公平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本人任董事、高级管理人员的其他企业及本人控制的其他企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保护发行人其他股东和发行人利益不受损害。

(4) 如违反以上承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给发行人及发行人其他股东造成的所有直接或间接损失。发行人将有权暂扣本人持有的发行人股份对应之应付而未付的现金分红，直至违反本承诺的事项消除。如本人未能及时赔偿发行人因此而发生的损失或开支，发行人有权在暂扣现金分红的范围内取得该等赔偿。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关说明反映了本公司报告期内经审计财务报表及附注的主要内容，本公司提醒投资者关注财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

发行人在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项为：经营成果方面主要分析影响净利润 5%以上事项；资产质量方面主要分析占流动资产或非流动资产比例 5%以上事项；偿债能力方面主要分析占流动负债或非流动负债比例 5%以上事项；上述三个方面年度间财务数据变动，主要分析变动金额重大且变动比例超过 30%的事项；现金流量表主要分析经营活动现金流量；其他方面分析主要考虑会对公司未来经营成果、财务状况、现金流量、流动性及持续经营能力造成重大影响以及可能会影响投资者投资判断的事项。

一、产品特点、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等因素的变化趋势及其对发行人未来盈利能力或财务状况可能产生的具体影响或风险

（一）产品特点

详见“第六节、一、（一）、2、发行人的主要产品”。

（二）业务模式

详见“第六节、一、（二）发行人的主要经营模式”。

（三）行业竞争程度

详见“第六节、二、（四）、5、行业发展态势、面临的机遇与挑战”。

（四）外部市场环境等因素的变化趋势

详见“第六节、二、（三）行业概况与未来发展趋势”。

（五）行业概况对发行人未来盈利能力或财务状况可能产生的具体影响或风险

1、茶叶市场持续稳定增长带来的影响

根据中国茶叶流通协会数据，2010-2019 年，我国茶叶内销总量呈持续稳定

增长态势。2019年，中国茶叶内销总量达202.56万吨，较2018年增长11.51万吨，增幅为6.02%。2019年，国内市场销售总额达2,739.50亿元，较2018年增长78.40亿元，增幅为2.95%。

随着我国茶叶市场规模的持续增长，公司发展的外延空间持续扩张，公司的盈利能力将同步提升。

2、茶企竞争品牌化，市场集中度提升带来的影响

近年来，随着国内消费水平提高，消费者对茶叶品质日益重视，越来越多的消费者从购买非品牌茶叶逐步转向购买品牌茶叶。根据Euromonitor International数据，近十年来品牌茶叶的平均消费增速领先于非品牌茶叶，品牌茶叶的市场份额不断攀升。

在品牌建设上，自成立以来，公司一直注重品牌的建设与维护。在多维度、多渠道的立体宣传和推广下，“八马”已成为国内茶叶知名品牌，具有较高的辨识度，拥有忠实的客户群体，有利于公司拓展营销网络，促进业务发展。同时，公司不断培育“信记号”、“掌门茶”、“小马茶趣”等子品牌，并最终形成品牌矩阵，进一步提高公司的市场影响力及行业地位。

在渠道建设上，公司已初步形成了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系。截至报告期末，公司线下销售网络已经覆盖了全国各省份的主要大中型城市。线上销售渠道方面，公司成立了专门的电商团队，与京东、天猫、唯品会、拼多多等电商平台开展合作。完善的渠道建设进一步提升了公司品牌知名度、影响力及美誉度。

随着行业向品牌化、集约化、规模化、现代化的方向发展，头部茶企市占率将持续提升，公司品牌优势、渠道优势将愈发凸显，盈利能力将随之提升。

3、茶叶深加工制品不断涌现，消费方式多元化发展带来的影响

随着社会的发展和人们个性化消费需求的增加，消费者开始追求更加简便、快捷、多元化的茶叶消费方式，传统饮茶方式已无法完全满足当下消费者不断升级的需求。近年来，各类茶叶深加工产品不断涌现，茶叶消费方式向多元化发展。

报告期内，公司贯彻跨区域、跨品类的平台化发展战略，凭借其卓越的技术

实力，持续不断改进生产加工工艺、开发茶叶新品，已初步实现了茶叶的全品类经营战略目标。并且，公司以茶叶及茶具产品为基础开发了茶食品、茶饮料、现制现售的新式茶饮等创新性产品。此外，公司成立了创新事业部专门致力于创新产品及相关事务的研究及开发，包括子品牌“掌门茶”及“小马茶趣”等，围绕茶文化不断推出创新性产品。

目前公司产品已覆盖全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品，能够适应不同消费者不同层次的多元化消费需求。随着茶叶消费方式进一步向多元化方向发展，公司的产品线建设、技术积累、研发及创新方向与市场发展趋势契合度不断提升，公司的产品优势、技术优势将日益凸显，盈利能力将进一步提升。

4、电子商务行业快速发展带来的影响

近年来，随着国家对互联网产业的重视，电子商务行业发展趋势向好，电商市场规模持续扩大。2019年，我国网络购物市场规模为103,200亿元，网购用户人数达71,027万人，较上年分别增长20.56%和16.42%。随着网购用户人数的增多，网上零售规模快速增长，其增速高于社会消费品零售总额且占比不断提高。

在此背景下，公司积极建设网络销售渠道。公司成立了专门的电商团队，主要通过自营零售、电商平台入仓等模式，与京东、天猫、唯品会、拼多多等电商平台开展合作，并与专业推广机构合作，通过抖音直播、天猫直播等创新方式进行线上营销推广。报告期内，公司的电商团队及运营方式逐渐成熟，并不断通过平台拓宽、组织优化、精细运营、产品更新等手段实现了网络销售规模的快速增长，网络销售在公司的销售体系中已经占据重要地位。

未来，电商产业的蓬勃发展有望拉动公司网络销售业务的持续增长，进一步提升公司盈利能力。

5、线上线下相融合的新零售模式逐渐形成带来的影响

新零售是以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，要素全面革新的商品交易方式。在消费升级和技术升级的驱动下，线上与线下相融合，新零售的模式应运而生。近年来，茶行业新零售模式发展势头良好，对于茶企而言，茶叶销售渠道不再局限于传统的线下终端，线上、线下相互融合的行业销售模式已经初步形成。

在渠道建设上，公司自成立以来，一直重视探索适合自身业务模式的销售渠道。经过不断地拓展和完善，公司已初步形成了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系。线下渠道方面，截至报告期末，公司拥有直营店 366 家，加盟店超过 1700 家，销售网络已经覆盖了全国各省份的主要大中型城市。公司线下渠道采取直营与加盟相结合的方式，通过统一的门店运营、价格、服务管理体系，能够更好对接终端客户，快速了解和反应客户需求，加强客户忠诚度；同时，强大的线下渠道布局，为公司积累了品牌口碑与客户资源，有利于为其线上渠道的推广进行引流。线上渠道方面，公司结合互联网行业的快速发展趋势，成立了专门的电商团队，积极与京东、天猫、唯品会、拼多多等电商平台开展合作，发展线上与线下相融合的新零售模式。

新零售模式对茶企的商品流通模式、业务模式、经营管理能力均提出了革新要求。公司在渠道建设上持续投入且目前已具备一定优势，有助于其在行业发展变革的背景下提升盈利能力。

6、消费者对茶叶品质的要求不断提高带来的影响

随着社会的发展和人们生活水平的提高，消费者愈发重视产品的安全与品质。加工、仓储、物流运输系统的建设水平及完善程度将直接影响到茶叶品质，进而影响茶企竞争力及盈利能力。其中，仓储、物流运输系统的建设将是现代化茶企在供应链领域角力的关键所在。

在仓储系统的建设上，一方面，公司具备丰富的茶仓建设运营管理经验，已经建立了完善的茶叶储存管理制度，严格按照国家标准《茶叶储存（GB/T 30375—2013）》、行业标准《茶叶储存通则（GH/T 1071-2011）》等进行建设管理，针对普洱茶的储存特性，公司还自主建立了《普洱茶标准仓管理制度》，规范茶仓管理工作，保证茶仓和库存物资的安全、完整。另一方面，公司目前已于福建、深圳两地拥有两座专业化、现代化、智能化的茶叶仓库，仓库严格按照相关茶叶存储标准的要求建设和管理，并根据不同产品品类的特性分类存放商品。公司科学、良好的仓储条件为公司实现现代化的存货管理提供了条件。

在物流运输系统的建设上，自成立以来，公司一直积极构建并不断完善物流体系，制定了完善的物流运输管理制度，形成了标准化的物流运输流程。目前公

公司在物流运输管理上已实现了较高程度的信息化，使用包括 IWMS 系统（仓储管理系统）、仓储物流系统等对物流运输信息进行管理和优化。此外，本次发行募集资金拟部分用于“福建八马物流配送中心建设项目”，公司物流运输能力将得以进一步提升。

公司在加工、仓储、物流运输等领域的现有优势及未来投入计划，与行业发展趋势相契合，行业发展趋势有助于公司进一步提升其盈利能力。

二、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：	-	-	-
货币资金	172,680,192.53	206,176,776.35	173,740,868.01
交易性金融资产	5,000,000.00	-	-
应收账款	33,347,086.79	19,908,519.32	15,374,328.26
预付款项	19,376,790.40	19,914,911.61	21,831,696.98
其他应收款	31,754,212.38	23,058,082.81	21,789,827.28
存货	320,461,261.97	208,996,949.70	150,523,379.39
其他流动资产	7,887,391.09	2,881,941.03	3,557,360.22
流动资产合计	590,506,935.16	480,937,180.82	386,817,460.14
非流动资产：	-	-	-
投资性房地产	34,055,778.12	35,028,572.48	7,521,706.89
固定资产	160,106,556.35	129,792,324.73	127,234,546.46
在建工程	54,400.00	3,308,443.06	-
生产性生物资产	2,750,108.96	3,170,384.84	3,590,661.07
无形资产	18,250,888.03	16,545,715.69	14,635,748.31
长期待摊费用	71,544,924.66	47,773,022.53	39,162,881.98
递延所得税资产	10,859,511.31	8,565,782.23	6,656,757.64
其他非流动资产	15,102,911.00	26,468,388.30	298,136.50
非流动资产合计	312,725,078.43	270,652,633.86	199,100,438.85
资产合计	903,232,013.59	751,589,814.68	585,917,898.99
流动负债：	-	-	-
应付账款	160,519,909.50	147,493,042.39	116,659,385.21

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预收款项	-	47,930,362.83	47,216,255.68
合同负债	68,505,375.58	-	-
应付职工薪酬	48,119,500.14	37,221,479.73	21,955,361.50
应交税费	44,472,879.17	31,429,159.67	13,969,457.34
其他应付款	67,195,192.66	61,160,223.42	41,564,903.38
流动负债合计	388,812,857.05	325,234,268.04	241,365,363.11
非流动负债：	-	-	-
递延收益	11,638,835.96	13,416,145.08	7,289,210.01
非流动负债合计	11,638,835.96	13,416,145.08	7,289,210.01
负债合计	400,451,693.01	338,650,413.12	248,654,573.12
所有者权益：	-	-	-
股本	76,000,000.00	76,000,000.00	76,000,000.00
资本公积	68,169,469.45	67,423,040.19	67,423,040.19
盈余公积	20,409,685.11	14,521,812.87	10,194,032.06
未分配利润	338,163,877.73	254,181,853.34	181,828,079.95
归属于母公司所有者权益合计	502,743,032.29	412,126,706.40	335,445,152.20
少数股东权益	37,288.29	812,695.16	1,818,173.67
所有者权益合计	502,780,320.58	412,939,401.56	337,263,325.87
负债和所有者权益总计	903,232,013.59	751,589,814.68	585,917,898.99

（二）合并利润表

单位：元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	1,246,817,551.88	1,022,549,836.46	718,642,245.02
减：营业成本	566,613,372.75	473,808,638.31	332,793,110.94
税金及附加	9,032,415.19	8,369,846.20	7,257,992.22
销售费用	431,477,005.77	358,088,980.49	268,086,514.44
管理费用	78,165,049.14	57,119,731.31	43,076,414.11
研发费用	3,280,107.82	5,702,168.03	1,656,440.04
财务费用	1,355,572.76	1,006,294.70	-297,811.67
其中：利息费用	475,793.15	419,791.67	-
利息收入	840,546.68	605,227.18	764,572.87
加：其他收益	1,646,605.53	1,575,268.52	1,528,751.21

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
投资收益（损失以“-”号填列）	1,065,424.67	2,746,229.57	2,357,815.07
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,329,169.57	-897,489.19	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-897,837.53	469,200.23	-1,924,838.20
资产处置收益（损失以“-”号填列）	456,139.58	-2,097.21	28,624.15
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	157,835,191.13	122,345,289.34	68,059,937.17
加：营业外收入	8,418,068.90	6,043,493.94	3,705,243.69
减：营业外支出	3,105,935.16	3,634,220.70	1,238,477.16
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	163,147,324.87	124,754,562.58	70,526,703.70
减：所得税费用	46,706,405.85	33,878,486.89	22,423,205.79
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	116,440,919.02	90,876,075.69	48,103,497.91
（一）按经营持续性分类：	-	-	-
1.持续经营净利润(净亏损以“-”号填列)	116,440,919.02	90,876,075.69	48,103,497.91
（二）按所有权归属分类：	-	-	-
1.归属于母公司所有者的净利润(净亏损以“-”号填列)	116,469,896.63	91,881,554.20	48,823,529.17
2.少数股东损益(净亏损以“-”号填列)	-28,977.61	-1,005,478.51	-720,031.26
五、综合收益总额	116,440,919.02	90,876,075.69	48,103,497.91
归属于母公司所有者的综合收益总额	116,469,896.63	91,881,554.20	48,823,529.17
归属于少数股东的综合收益总额	-28,977.61	-1,005,478.51	-720,031.26
六、每股收益：	-	-	-
（一）基本每股收益（元/股）	1.53	1.21	0.64
（二）稀释每股收益（元/股）	1.53	1.21	0.64

（三）合并现金流量表

单位：元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 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	1,363,720,062.52	1,121,871,784.30	821,532,847.05
收到其他与经营活动有关的现金	38,246,215.70	24,472,667.67	15,023,480.58

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动现金流入小计	1,401,966,278.22	1,146,344,451.97	836,556,327.63
购买商品、接受劳务支付的现金	746,240,920.51	557,729,631.66	390,514,469.86
支付给职工以及为职工支付的现金	213,271,413.13	173,061,304.92	141,044,903.35
支付的各项税费	109,628,518.17	84,276,995.14	72,773,267.29
支付其他与经营活动有关的现金	263,362,944.66	186,119,832.06	144,496,449.27
经营活动现金流出小计	1,332,503,796.47	1,001,187,763.78	748,829,089.77
经营活动产生的现金流量净额	69,462,481.75	145,156,688.19	87,727,237.86
二、投资活动产生的现金流量：	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,065,424.67	2,746,229.57	2,357,815.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	480,706.35	68,663.38	1,270,126.71
收到其他与投资活动有关的现金	260,000,000.00	396,100,000.00	239,000,000.00
投资活动现金流入小计	261,546,131.02	398,914,892.95	242,627,941.78
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	77,542,251.19	104,234,829.13	75,003,190.64
投资支付的现金	3,920,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	265,000,000.00	396,100,000.00	239,000,000.00
投资活动现金流出小计	346,462,251.19	500,334,829.13	314,003,190.64
投资活动产生的现金流量净额	-84,916,120.17	-101,419,936.18	-71,375,248.86
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	-
吸收投资收到的现金	3,920,000.00	-	--
其中： 子公司吸收少数股东投资收到的现金	3,920,000.00	-	-
取得借款收到的现金	40,000,000.00	70,000,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	3,173,800.00	4,397,700.00	2,750,000.00
筹资活动现金流入小计	47,093,800.00	74,397,700.00	2,750,000.00
偿还债务支付的现金	40,000,000.00	70,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	27,166,069.40	15,706,689.67	15,951,054.00
其中： 子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	67,166,069.40	85,706,689.67	15,951,054.00
筹资活动产生的现金流量净额	-20,072,269.40	-11,308,989.67	-13,201,054.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的	-	-	-

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
影响			
五、现金及现金等价物净增加额	-35,525,907.82	32,427,762.34	3,150,935.00
加：期初现金及现金等价物余额	205,302,581.35	172,874,819.01	169,723,884.01
六、期末现金及现金等价物余额	169,776,673.53	205,302,581.35	172,874,819.01

(四) 母公司资产负债表

单位：元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：	-	-	-
货币资金	144,496,699.49	184,418,099.70	142,490,408.53
应收账款	81,406,926.48	39,077,504.31	11,083,203.05
预付款项	13,002,312.42	13,897,981.84	15,649,292.18
其他应收款	42,715,739.56	92,350,379.07	82,670,801.36
存货	219,383,760.68	139,206,694.77	82,549,747.53
其他流动资产	818,562.79	1,748,700.70	248,482.51
流动资产合计	501,824,001.42	470,699,360.39	334,691,935.16
非流动资产：	-	-	-
长期股权投资	52,926,566.26	52,926,566.26	52,926,566.26
固定资产	57,439,849.02	61,285,036.60	63,908,158.09
在建工程	-	272,036.06	-
无形资产	15,639,727.76	13,747,672.46	10,767,703.38
长期待摊费用	24,922,146.58	17,912,279.27	14,815,241.43
递延所得税资产	1,603,295.45	1,947,341.82	1,388,614.74
其他非流动资产	3,384,511.00	182,388.30	-
非流动资产合计	155,916,096.07	148,273,320.77	143,806,283.90
资产合计	657,740,097.49	618,972,681.16	478,498,219.06
流动负债：	-	-	-
应付账款	132,739,048.96	117,189,384.79	56,838,230.05
预收款项	-	31,913,836.23	33,164,642.19
合同负债	48,267,416.66	-	-
应付职工薪酬	31,826,399.46	25,989,485.03	14,793,302.10
应交税费	21,382,238.86	16,157,152.42	6,990,833.74
其他应付款	144,679,598.51	180,230,475.38	154,452,254.62

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债合计	378,894,702.45	371,480,333.85	266,239,262.70
非流动负债:	-	-	-
递延收益	6,229,908.23	7,155,582.88	-
非流动负债合计	6,229,908.23	7,155,582.88	-
负债合计	385,124,610.68	378,635,916.73	266,239,262.70
所有者权益:	-	-	-
股本	76,000,000.00	76,000,000.00	76,000,000.00
资本公积	82,214,492.69	82,214,492.69	82,214,492.69
盈余公积	20,349,070.80	14,461,198.56	10,133,417.75
未分配利润	94,051,923.32	67,661,073.18	43,911,045.92
所有者权益合计	272,615,486.81	240,336,764.43	212,258,956.36
负债和所有者权益总计	657,740,097.49	618,972,681.16	478,498,219.06

(五) 母公司利润表

单位: 元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	1,106,021,274.70	902,661,157.93	641,481,316.55
减: 营业成本	656,812,366.73	539,591,356.10	389,654,304.79
税金及附加	4,721,876.09	5,278,028.30	4,552,919.33
销售费用	305,126,513.61	251,192,009.47	182,942,913.65
管理费用	57,753,533.01	45,695,590.75	33,692,371.66
研发费用	3,280,107.82	5,702,168.03	1,656,440.04
财务费用	647,710.80	280,036.88	-100,309.02
其中: 利息费用	459,299.40	-	-
利息收入	745,322.27	531,647.37	599,529.34
加: 其他收益	794,971.06	546,620.71	-
投资收益(损失以“-”号填列)	1,065,424.67	2,233,873.97	2,357,815.07
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-1,402,998.77	-422,084.81	-
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-	-	-531,216.41
资产处置收益(损失以“-”号填列)	456,139.58	11,222.56	8,569.91
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	78,592,703.18	57,291,600.83	30,917,844.67
加: 营业外收入	5,517,535.70	2,936,368.38	683,959.36

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
减：营业外支出	2,125,588.36	1,592,455.58	814,814.15
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	81,984,650.52	58,635,513.63	30,786,989.88
减：所得税费用	23,105,928.14	15,357,705.56	9,085,141.01
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	58,878,722.38	43,277,808.07	21,701,848.87
（一）按经营持续性分类：	-	-	-
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	58,878,722.38	43,277,808.07	21,701,848.87
五、综合收益总额	58,878,722.38	43,277,808.07	21,701,848.87

（六）母公司现金流量表

单位：元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 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	1,081,643,915.44	976,706,699.50	733,697,856.47
收到其他与经营活动有关的现金	106,515,990.51	261,194,093.05	6,778,918.02
经营活动现金流入小计	1,188,159,905.95	1,237,900,792.55	740,476,774.49
购买商品、接受劳务支付的现金	792,351,869.31	612,828,771.00	416,719,591.77
支付给职工以及为职工支付的现金	132,284,489.44	107,232,506.91	87,033,494.72
支付的各项税费	56,800,325.74	55,170,442.49	44,862,194.40
支付其他与经营活动有关的现金	201,256,607.00	393,723,012.46	128,996,339.41
经营活动现金流出小计	1,182,693,291.49	1,168,954,732.86	677,611,620.30
经营活动产生的现金流量净额	5,466,614.46	68,946,059.69	62,865,154.19
二、投资活动产生的现金流量：	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,065,424.67	2,233,873.97	2,357,815.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	327,065.17	17,143.41	57,881.13
收到其他与投资活动有关的现金	260,000,000.00	326,000,000.00	219,000,000.00
投资活动现金流入小计	261,392,489.84	328,251,017.38	221,415,696.20
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	24,879,309.11	20,704,531.90	47,503,224.74
支付其他与投资活动有关的现金	260,000,000.00	326,000,000.00	219,000,000.00
投资活动现金流出小计	284,879,309.11	346,704,531.90	266,503,224.74
投资活动产生的现金流量净额	-23,486,819.27	-18,453,514.52	-45,087,528.54
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	-
取得借款收到的现金	20,000,000.00	-	-

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收到其他与筹资活动有关的现金	3,173,800.00	4,397,700.00	-
筹资活动现金流入小计	23,173,800.00	4,397,700.00	-
偿还债务支付的现金	20,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	27,103,819.40	12,970,700.00	15,951,054.00
筹资活动现金流出小计	47,103,819.40	12,970,700.00	15,951,054.00
筹资活动产生的现金流量净额	-23,930,019.40	-8,573,000.00	-15,951,054.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-41,950,224.21	41,919,545.17	1,826,571.65
加：期初现金及现金等价物余额	183,544,404.70	141,624,859.53	139,798,287.88
六、期末现金及现金等价物余额	141,594,180.49	183,544,404.70	141,624,859.53

三、 审计意见

（一）注册会计师审计意见类型

信永中和接受本公司委托，审计了本公司审计了八马茶业股份有限公司（以下简称“公司”或“八马茶业”）财务报表，包括 2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2020 年度、2019 年度及 2018 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了无保留意见的《审计报告》（报告编号：XYZH/2021SZAB10253），认为本公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2020 年度、2019 年度及 2018 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

1、收入确认

（1）事项描述

相关信息披露详见“第八节、十二、（一）营业收入分析”。2020 年度、2019 年度、2018 年度，八马茶业营业收入分别为 124,681.76 万元、102,254.98 万元和 71,864.22 万元，由于营业收入金额重大且为关键业绩指标，因此注册会计师将

收入确认作为关键审计事项。

(2) 审计应对

注册会计师就收入确认执行的主要审计程序如下：

1) 了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性，并测试关键控制执行的有效性。

2) 通过抽样检查销售合同及管理层访谈，评价公司的收入确认时点是否符合企业会计准则的要求。

3) 实施的主要分析程序如下：

① 对营业收入的变动原因进行分析，包含各类产品的销量及销售单价变动的合理性；各渠道销售收入变动的合理性。

② 对公司报告期各年度末应收账款、预收账款和合同负债的余额及账龄进行分析，检查其变化与公司销售政策及实际经营情况是否相符。

4) 实施以下实质性检查程序：

① 抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售订单、销售出库单、物流记录、签收记录等。

② 对主要客户的交易金额和期末应收及预收款项余额实施函证程序。

③ 对主要客户实施走访程序。

④ 对公司银行账户的收款明细进行检查，关注客户回款是否存在异常。

⑤ 针对资产负债表日前后确认的销售收入进行截止测试，评估销售收入是否确认在恰当的期间。

2、存货存在与计价

(1) 事项描述

相关信息披露详见“第八节、十三、(一)、2、(5) 存货”。截至2020年12月31日、2019年12月31日、2018年12月31日，八马茶业存货总金额分别为32,046.13万元、20,899.69万元、15,052.34万元，分别约占集团总资产的35.48%、27.81%、25.69%。

公司存货主要为茶叶原材料、自制半成品及在产品、包装材料及周转材料、库存商品，由于存货是构成资产总额的重要部分且逐年增长，注册会计师将存货的存在与计价作为关键审计事项。

(2) 审计应对

注册会计师就存货的存在与计价执行的主要审计程序如下：

1) 了解、评估管理层对公司采购与付款、生产与仓储流程中内部控制的设计有效性，并测试关键控制执行的有效性。

2) 对公司生产成本的归集、分配、结转进行了解，结合生产流程分析其合理性及报告期是否保持一贯性。

3) 实施以下分析程序：

① 对报告期内各主要供应商的增减变动情况及交易的合理性进行分析，关注是否存在异常变动的供应商。

② 结合公司销售情况对报告期末存货余额进行分析，核实存货余额的合理性。

4) 实施以下实质性检查程序：

① 对主要存货进行监盘，关注存货的存在性以及是否存在毁损、报废或无使用价值的存货；并在存货监盘过程中独立聘请第三方专家对存货进行价值鉴定，检查是否存在减值迹象。

② 抽样检查采购合同、入库单、发票和付款流水等，检查存货的真实性、完整性和准确性。

③ 对主要存货进行计价测试，检查存货的计价是否正确。

④ 对报告期重要供应商执行函证、走访程序。

⑤ 根据公司的成本核算流程，抽样检查对各工序的成本归集及计算分摊过程进行重新计算，复核成本归集及结转的正确性。

⑥ 评价管理层进行的期末存货跌价测试，分析存货跌价准备计提的充分性。

⑦ 进行存货出入库及成本截止准确性的检查。

（三）财务会计的重要性水平

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动，是否显著影响本公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司主要考虑该项目占总资产、净资产、净利润等直接相关项目金额情况或占所属报表项目金额的比重情况。

公司与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的具体判断标准为当年税前利润的 5%，或者金额虽未达到税前利润的 5%但公司认为重要的相关事项。

四、财务报告审计基准日后的主要经营状况

本公司财务报表审计基准日后经营状况良好。本公司经营模式，主要产品的策划、运营，主要产品的价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化。

五、分部信息

公司所从事的主要业务是从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务。公司在内部组织结构、管理要求、内部报告制度等方面无需设置经营分部，无需披露分部报告。

六、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本集团财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定，并基于本节“七、重要会计政策及会计估计”所述会计政策和会计估计编制。

2、持续经营

本公司无影响持续经营能力的事项，预计未来十二个月内具备持续经营的能力，本公司的财务报表系在持续经营为假设的基础上编制。

（二）合并报表范围及变化情况

报告期各期末，发行人纳入合并报表范围的子公司情况如下所示：

子公司名称	是否纳入合并范围		
	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
厦门鑫八马茶业有限公司	是	是	是
福州鑫八马茶业有限公司	是	是	是
泉州市八马茶业有限公司	是	是	是
北京八骏茶业有限公司	是	是	是
广州市八马茶业有限公司	是	是	是
福建八马茶业有限公司	是	是	是
福建安溪八马现代农业综合开发有限公司	是	是	是
福建武夷山王信记茶业有限公司	是	是	是
深圳市罗湖区八马茶业培训学校	是	是	是
深圳滴可餐饮管理有限公司	是	是	是
云南信记号茶业有限公司	是	否	否

（三）合并范围的变更

1、非同一控制下企业合并

本公司报告期内未发生非同一控制下企业合并。

2、同一控制下企业合并

本公司 2018 年度、2019 年度未发生同一控制下企业合并。

本公司 2020 年度通过同一控制下企业合并取得云南信记号 100% 股权。

3、其他原因的合并范围变动

本公司报告期内未发生其他原因的合并范围变动。

七、重要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司及本集团的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

(二) 会计期间

自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止为一个会计年度。

(三) 营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

(四) 记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

(五) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉），按照合并日被合并方资产、负债在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：合并成本为购买方在购买日为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。在合并中取得的被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债在购买日按公允价值计量。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

(六) 合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。

2、合并程序

本公司将整个企业集团视为一个会计主体，按照统一的会计政策编制合并财务报表，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响予以抵销。内部交易表明相关资产发生减值损失的，全额确认该部分损失。如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

(1) 增加子公司或业务

在报告期内，因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，将子公司或业务合并当期期初至报告期末的经营成果和现金流量纳入合并财务报表，同时对合并财务报表的期初数和比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础自购买日起纳入合并财务报表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，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的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益。

(2) 购买子公司少数股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算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，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(3) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

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，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(七) 现金及现金等价物的确定标准

现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

(八) 外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

(九) 金融工具

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

1、金融工具的分类

(1) 自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：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金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以摊余成本计量的金融资产：

- 1) 业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- 2) 合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

- 1) 业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；
- 2) 合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应分类为摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地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。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量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：

- 1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配。
- 2) 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部

以此为基础向关键管理人员报告。

3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

(2) 2019年1月1日前的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接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或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

(1) 自2019年1月1日起的会计政策

1) 以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，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金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其

他权益工具投资等,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量,公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时,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

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、衍生金融资产、其他非流动金融资产等,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量,公允价值变动计入当期损益。

5) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量,公允价值变动计入当期损益。

终止确认时,其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

6) 以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时,将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

(2) 2019年1月1日前的会计政策

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(金融负债)

取得时以公允价值(扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息)作为初始确认金额,相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益,期末将公允价值变动计

入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

2) 持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

3) 应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

4) 可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

5) 其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产终止确认和金融资产转移

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

(1) 收取金融资产现金流量的合同权利终止；

(2) 金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

(3) 金融资产已转移，虽然本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，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动

计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

(1) 自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司以单项或组合的方式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金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信

用损失进行估计。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司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，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。

（2）2019 年 1 月 1 日前的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

1) 可供出售金融资产的减值准备:

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降,或在综合考虑各种相关因素后,预期这种下降趋势属于非暂时性的,就认定其已发生减值,将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出,确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具,在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失,不通过损益转回。

2) 应收款项坏账准备:

① 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准:应收账款期末余额占其总额 10%以上的款项,其他应收款期末余额为 50 万元以上(含 50 万元)的款项。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法:单独进行减值测试,如有客观证据表明其已发生减值,按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备,计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项,将其归入相应组合计提坏账准备。

② 按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项:

确认组合的依据	
组合 1: 账龄组合	无明显减值迹象的应收款项, 相同账龄的应收款项具有类似信用风险的特征
组合 2: 保证金、押金组合	无明显减值迹象的应收款项, 应收款项具有类似信用风险的特征
组合 3: 无风险组合	有客观证据表明可以收回的应收款项, 包含: 合并关联方之间的款项、在途资金、第三方支付余额、社保及住房公积金个人承担部分
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1: 账龄组合	账龄分析法
组合 2: 保证金、押金组合	余额百分比法
组合 3: 无风险组合	不计提坏账准备

组合中, 采用账龄分析法计提坏账准备的:

账 龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	5.00	5.00
1—2 年	20.00	20.00
2—3 年	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

组合中, 采用其他方法计提坏账准备的:

组合名称	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
保证金、押金组合	-	5.00
无风险组合	-	-

③ 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单独计提坏账准备的理由: 有客观证据表明可能发生减值, 如债务人出现撤销、破产或死亡, 以其破产财产或遗产清偿后仍不能收回, 现金流量严重不足等情况。

坏账准备的计提方法: 对有客观证据表明可能发生了减值的应收款项, 将其从相关组合中分离出来, 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, 确认减值损失, 计提坏账准备。单独测试未发生减值的应收款项, 将其归入相应组合计提坏账准备。单独计提坏账准备的理由。

3) 持有至到期投资的减值准备:

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

(十) 存货

1、存货的分类和成本

存货分类为: 在途物资、原材料、包装材料及周转材料、库存商品、半成品、在产品、发出商品等。

存货按成本进行初始计量, 存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- (1) 低值易耗品采用一次转销法；
- (2) 包装材料及周转材料采用一次转销法。

(十一) 长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对被投资单位的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不

能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资

对于同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付对价账面价值之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减时，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，按上述原则确认的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，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

对于非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和作为初始投资成本。

(2) 通过企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

(1) 成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动（简称“其他所有者权益变动”），调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益、其他综合收益及其他所有者权益变动的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润和其他综合收益等进行调整后确认。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益，但投出或出售的资产构成业务的除外。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。

公司对合营企业或联营企业发生的净亏损，除负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对合营企业或联营企业净投资的长期权益减记至零为限。合营企业或联营企业以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

部分处置权益法核算的长期股权投资，剩余股权仍采用权益法核算的，原权益法核算确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按相应比例结转，其他所有者权益变动按比例结转入当期损益。

因处置股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，其他所有者权益变动在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按比例结转，因采用权益法核算确认的其他所有者权益变动按比例结转入当期损益；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，确认为金融资产，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益和其他所有者权益变动全部结转。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，属于一揽子交易的，各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应得长期股权投资账面价值之间的差额，在个别财务报表中，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。

（十二）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

本公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。与投资性房地产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠的计量时，计入投资性房地产成本；否则，于发生时计入当期损益。对按照成本模式计量的投资性房地产一出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与

无形资产相同的摊销政策执行。

（十三）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供服务，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20-40	5.00	2.375-4.75
机器设备	年限平均法	3-15	5.00	6.33-31.67
运输设备	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
电子设备及其他	年限平均法	3-10	5.00	9.50-31.67

3、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十四）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

（十五）生产性生物资产

1、本公司的生物资产为茶树资产，根据持有目的及经济利益实现方式，划分为生产性生物资产。

2、生物资产按成本进行初始计量。

3、生产性生物资产在达到预定生产目的前发生的必要支出构成生产性生物资产的成本，达到预定生产目的后发生的后续支出，计入当期损益。

4、公司对于达到预定生产经营目的的生产性生物资产，按年限平均法计提折旧，使用寿命确定为 10 年，残值率 0%。公司每年度终了对使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如使用寿命、预计净产值预期数与原先估计数有差异或经济利益实现方式有重大变化的，作为会计估计变更调整使用寿命或预计净产值或改变折旧方法。

5、生物资产出售、盘亏、死亡或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

（十六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法

预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

使用寿命有限的无形资产，以其成本扣除预计残值后的金额，在预计的使用年限内采用直线法进行摊销，其摊销期限如下：

- (1) 土地使用权按取得时尚可使用年限摊销；
- (2) 其他无形资产按预计使用年限摊销。

对于无形资产的使用寿命按照下述程序进行判断：

(1) 来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限；

(2) 合同性权利或其他法定权利在到期时因续约等延续、且有证据表明企业续约不需要付出大额成本的，续约期应当计入使用寿命。合同或法律没有规定使用寿命的，本公司综合各方面因素判断，以确定无形资产能为企业带来经济利益的期限。

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据以及对其使用寿命进行复核的程序

报告期内，公司无使用寿命不确定的无形资产。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

5、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条

件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

- (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，能够证明其有用性；
- (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。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

(十七) 长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关

的资产组或者资产组组合存在减值迹象的,先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,计算可收回金额,并与相关账面价值相比较,确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,比较其账面价值与可收回金额,如可收回金额低于账面价值的,减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值,再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重,按比例抵减其他各项资产的账面价值。上述资产减值损失一经确认,在以后会计期间不予转回。

(十八) 长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用包括装修费、承包经营权和茶园基地建设。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

装修费按 3-5 年进行摊销,承包经营权按 48 年进行摊销,茶园基地建设按 20 年进行摊销。

(十九) 合同负债

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

(二十) 职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金,以及按规定提取的工会经费和职工教育经费,在职工为本公司提供服务的会计期间,根据规定的计提基础和

计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

(1) 设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。此外，本公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。本公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

(2) 设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

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，本公司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。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的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转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，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：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；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。

（二十一）预计负债

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司将其确认为预计负债：

- 1、该义务是本公司承担的现时义务；
- 2、履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- 3、该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

- 1、或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。
- 2、或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

本公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十二）收入

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

（1）收入确认和计量所采用的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

- 1) 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。
- 2) 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。
- 3) 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度

能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

1) 本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

2) 本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

3) 本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

4) 本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

5) 客户已接受该商品或服务。

(2) 具体原则

公司销售商品模式分为：线下直营销售模式、加盟销售模式、网络销售业务。其中：

1) 在线下直营销售模式下，公司通过独立门店和联营门店的方式将产品销售给最终消费者。在独立门店和联营门店将产品交付给消费者时，确认销售收入。

2) 在加盟销售模式下，以商品发出并经加盟商确认收货的时间为销售收入的确认时点。

3) 在网络销售模式下，根据电子商务交易平台交易规则以最终消费者确认收货时点为销售收入的确认时点。

2、2020年1月1日前的会计政策

(1) 销售商品收入确认的一般原则

1) 本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

2) 本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

- 3) 收入的金额能够可靠地计量;
- 4) 相关的经济利益很可能流入本公司;
- 5) 相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 具体原则

公司销售商品模式分为: 线下直营销售模式、加盟销售模式、网络销售业务。
其中:

1) 在线下直营销售模式下, 公司通过独立门店和联营门店两种模式进行销售。独立门店将产品销售给最终消费者, 在将产品交付给消费者并收取价款的时点, 确认销售收入。联营门店由商场向消费者销售, 其按期与本公司进行已销商品的清单对账并结算, 按结算时点确认销售收入。

2) 在加盟销售模式下, 以商品发出并经加盟商确认收货的时间为销售收入的确认时点。

3) 在网络销售模式下, 公司通过线上自营零售和电商平台入仓两种模式进行销售。线上自营零售模式销售由公司直接发货, 以最终消费者确认收货时点为销售收入的确认时点。电商平台入仓模式销售由第三方平台发货, 其按期与本公司进行已销商品的清单对账并结算, 按结算时点确认销售收入。

(二十三) 政府补助

1、类型

政府补助, 是本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产, 分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助, 是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助, 是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为: 政府补助批准文件明确指出补助用于购建或以其他方式形成长期资产的。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为: 政府补助批准文件明确

指出补助用于购建或以其他方式形成长期资产之外的情况。

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：是否用于购建或以其他方式形成长期资产。

2、确认时点

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十四）递延所得税资产和递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价

值的差额（暂时性差异）计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：

（1）商誉的初始确认；

（2）既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，本公司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，减记的金额予以转回。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

（1）纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

(2) 递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关,但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内,涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

(二十五) 租赁

1、经营租赁会计处理

(1) 公司租入资产所支付的租赁费,在不扣除免租期的整个租赁期内,按直线法进行分摊,计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用,计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时,公司将该部分费用从租金总额中扣除,按扣除后的租金费用在租赁期内分摊,计入当期费用。

(2) 公司出租资产所收取的租赁费,在不扣除免租期的整个租赁期内,按直线法进行分摊,确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用,计入当期费用;如金额较大的,则予以资本化,在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时,公司将该部分费用从租金收入总额中扣除,按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

(二十六) 重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

(1) 执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(2017 年修订)(以下合称“新金融工具准则”)

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定,对于首次执行日尚未终止确认的金融工具,之前的确认和计量与修订后的准则要求不一

致的,应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的,无需调整。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则,因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益,2018 年度的财务报表未做调整。

以按照财会〔2019〕6号和财会〔2019〕16号的规定调整后的2018年12月31日余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

1) 合并资产负债表

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值（元）	列报项目	计量类别	账面价值（元）
货币资金	摊余成本	173,740,868.01	货币资金	摊余成本	173,740,868.01
应收账款	摊余成本	15,374,328.26	应收账款	摊余成本	15,374,328.26
		-	应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
其他应收款	摊余成本	21,789,827.28	其他应收款	摊余成本	21,789,827.28

2) 母公司资产负债表

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值（元）	列报项目	计量类别	账面价值（元）
货币资金	摊余成本	142,490,408.53	货币资金	摊余成本	142,490,408.53
应收账款	摊余成本	11,083,203.05	应收账款	摊余成本	11,083,203.05
		-	应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
其他应收款	摊余成本	82,670,801.36	其他应收款	摊余成本	82,670,801.36

(2) 执行《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)(以下简称“新收入准则”)

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定,首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定,本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额,2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整。执行该准则对公司主要科目没有影响。

与原收入准则相比,执行新收入准则对 2020 年度利润表相关项目没有影响。

(3) 2021 年 2 月 25 日,经第三届第二次董事会决议,公司变更了 2018 年度和 2019 年度商品销售收入确认时点,变更前后的收入确认时点对比如下:

事 项	更正前	更正后
商品销售收入确认时点	1、在加盟销售模式下,以商品发出的时间为销售收入的确认时间。 2、在网络销售模式下,线上自营零售模式销售由公司直接发货给消费者,按发货后 7 天确认销售收入。	1、在加盟销售模式下,以商品发出并经加盟商确认收货的时间为销售收入的确认时点。 2、在网络销售模式下,线上自营零售模式销售由公司直接发货,以最终消费者确认收货时点为销售收入的确认时点。

上述事项构成会计政策变更,本公司采用追溯调整法对这些事项进行处理,追溯调整影响公司 2019 年度和 2018 年度合并财务报表各科目如下:

单位:元

项 目	2019 年度(调增+, 调减-)	2018 年度(调增+, 调减-)
应收账款	-104,586.75	-167,036.61
存货	1,761,547.81	3,350,027.08
递延所得税资产	496,207.61	829,037.40
预收账款	3,641,791.53	6,499,140.02
盈余公积	78,263.50	-25,871.86
未分配利润	920,225.79	-312,244.56
营业收入	2,923,085.19	-986,710.79
营业成本	1,588,479.27	-537,985.10
资产减值损失	3,286.84	2,096.22

项 目	2019 年度（调增+, 调减-）	2018 年度（调增+, 调减-）
所得税费用	332,829.79	-112,705.49

2、首次执行新金融工具准则和新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

(1) 公司首次执行新金融工具准则对 2019 年 1 月 1 日公司合并财务报表和母公司财务报表相关项目未产生影响。

(2) 2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况：

1) 合并资产负债表

单位：元

项 目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收账款	47,930,362.83	-	-47,930,362.83	-	-47,930,362.83
递延收益	3,304,503.59	-	-3,304,503.59	-	-3,304,503.59
合同负债	不适用	51,234,866.42	51,234,866.42	-	51,234,866.42

2) 母公司资产负债表

单位：元

项 目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收账款	31,913,836.23	-	-31,913,836.23	-	-31,913,836.23
递延收益	3,304,503.59	-	-3,304,503.59	-	-3,304,503.59
合同负债	不适用	35,218,339.82	35,218,339.82	-	35,218,339.82

3、其他重要会计政策和会计估计变更情况

(1) 执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，2018 年度的财务报表不做调整，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(2) 执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》(2019 修订)

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》(2019 修订)(财会〔2019〕9 号)，修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，债务重组损益计入其他收益和投资收益；2018 年度的财务报表不做调整，债务重组损益仍计入营业外收入和营业外支出。

(3) 执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于 2019 年 12 月 10 日发布了《企业会计准则解释第 13 号》(财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”)，自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

1) 关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

2) 业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影

响。

(4) 执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会[2019]22 号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(5) 执行一般企业财务报表格式的修订

财政部分别 2018 年度和 2019 年度发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号）、《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司已按修订后的格式编制报告期内的财务报表：

资产负债表中“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示；

利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目；新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目；增加列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”；

所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。

(6) 执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于2020年6月19日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》(财会〔2020〕10号),自2020年6月19日起施行,允许企业对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定,对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让,企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理,并对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为承租人采用简化方法处理相关租金减让冲减2020年度营业成本、管理费用和销售费用合计人民币4,293,585.82元。

八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率(%)		
		2020年度	2019年度	2018年度
增值税*1	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额,在扣除当期允许抵扣的进项税额后,差额部分为应交增值税	13、3、1 (3月起)	16、13 (4月起)、 3	17、16 (5月起)、 3
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	7、5、1	7、5、1	7、5、1
教育费附加	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	3	3	3
地方教育附加	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	2	2	2
企业所得税	按应纳税所得额计缴	25、10、5、0	25、10、5、0	25、10、5、0

注*1: 本公司、厦门鑫八马、福州鑫八马、泉州八马、广州八马、北京八骏、福建八马和武夷山王信记为一般纳税人,销售收入适用增值税税率为17%、16%和13%(2018年1月-2018年4月适用17%,2018年5月-2019年3月适用16%,2019年4月-2020年12月适用13%);培训学校、滴可餐饮和云南信记号作为小规模纳税人,适用增值税税率为3%和1%(2020年3月-2020年12月适用1%),八马现代销售自产农产品免征增值税。截至2020年12月31日,本公司及子公司所属分公司均为小规模纳税人,适用增值税税率为3%和1%(2020年3月-2020年12月适用1%)。

存在不同企业所得税税率纳税主体的,披露情况说明:

纳税主体名称	所得税税率 (%)		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本公司	25	25	25
厦门鑫八马	20 (实际 5、10)	20 (实际 5)	25
福州鑫八马	20 (实际 5)	20 (实际 5)	20 (实际 10)
泉州八马	25	25	25
广州八马	20 (实际 5)	20 (实际 5)	20 (实际 10)
北京八骏	20 (实际 5)	25	20 (实际 10)
福建八马	25	25	25
现代农业	0、20 (实际 5)	0、20 (实际 5)	0
武夷山王信记	25	20 (实际 5、10)	25
培训学校	20 (实际 5)	20 (实际 5)	20 (实际 10)
滴可餐饮	20 (实际 5)	20 (实际 5)	20 (实际 10)
云南信记号	20 (实际 5)	不适用	不适用

(二) 税收优惠

1、增值税

(1) 《中华人民共和国增值税暂行条例》(国务院令 第 538 号) 第十五条第一项规定, 农业生产者销售的自产农产品免征增值税。经安溪县国家税务局审核, 现代农业符合减免税备案条件, 备案资料齐全, 已作备案登记, 备案号为(安) 国税减免备【2011】8 号, 自 2011 年 4 月 28 日起生效(长期有效)。

(2) 《中华人民共和国增值税暂行条例》(中华人民共和国国务院令 [2008]538 号) 全文、《中华人民共和国增值税暂行条例实施细则》(财政部国家税务总局令[2008]50 号) 全文、《财政部国家税务总局关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》(财税[2012]38 号) 全文、《财政部国家税务总局关于扩大农产品增值税进项税额核定扣除试点行业范围的通知》(财税[2013]57 号) 全文, 规定对符合标准的农产品的增值税进项税额核定扣除。经安溪县国家税务局审核, 福建八马的“乌龙茶清香型”、“乌龙茶浓香型”和“红茶”三款产品符合增值税进项税额核定扣除标准, 并取得安溪县国家税务局书面通知答复, 通知书为泉安国税通[2017]3061 号, 自 2017 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日有效。

(3)《财政部 税务总局关于支持个体工商户复工复产增值税政策的公告》(财政部税务总局公告 2020 年第 13 号),为支持广大个体工商户在做好新冠肺炎疫情防控同时加快复工复产,现就有关增值税政策公告如下:自 2020 年 3 月 1 日至 5 月 31 日,对湖北省增值税小规模纳税人,适用 3%征收率的应税销售收入,免征增值税;适用 3%预征率的预缴增值税项目,暂停预缴增值税。除湖北省外,其他省、自治区、直辖市的增值税小规模纳税人,适用 3%征收率的应税销售收入,减按 1%征收率征收增值税;适用 3%预征率的预缴增值税项目,减按 1%预征率预缴增值税。《财政部 税务总局关于支持个体工商户复工复产增值税政策的公告》(财政部 税务总局公告 2020 年第 24 号)规定的税收优惠政策实施期限延长到 2020 年 12 月 31 日。本公司及子公司所属分公司和滴可餐饮均为小规模纳税人,适用上述增值税减征政策。

2、企业所得税

(1)根据财税[2018]77 号的规定,自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日,将小型微利企业的年应纳税所得额上限由 50 万元提高至 100 万元,对年应纳税所得额低于 100 万元(含 100 万元)的小型微利企业,其所得减按 50%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。根据财税[2019]13 号的规定,自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日,对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分,减按 25%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税;对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分,减按 50%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。

2018 年本公司被认定为小型微利企业为福州鑫八马、广州八马、北京八骏、培训学校和滴可餐饮,适用企业所得税率为 20%,其所得减按 50%计入应纳税所得额(实际企业所得税税率为 10%)。

2019 年本公司被认定为小型微利企业为厦门鑫八马、福州鑫八马、广州八马、现代农业、武夷山信记、培训学校和滴可餐饮,适用企业所得税率为 20%,其年应纳税所得额不超过 100 万元的部分,减按 25%计入应纳税所得额(实际企业所得税税率为 5%),其年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分,减按 50%计入应纳税所得额(实际企业所得税税率为 10%)。

2020年本公司被认定为小型微利企业为厦门鑫八马、福州鑫八马、广州八马、北京八骏、现代农业、培训学校、滴可餐饮和云南信记号，适用企业所得税率为20%，其年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额（实际企业所得税税率为5%），其年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额（实际企业所得税税率为10%）。

(2)《中华人民共和国企业所得税法第二十七条》第一项规定，企业从事农、林、牧、渔业项目的所得，可以免征、减征企业所得税；《中华人民共和国企业所得税实施条例》第八十六条规定，企业所得税法第二十七条第一项规定的企业从事农、林、牧、渔业项目的所得，可以免征、减征企业所得税，包括：1)企业从事农产品初加工的所得，免征企业所得税；2)企业从事茶叶种植的所得减半征收企业所得税。

此外，《财政部、国家税务总局关于发布享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围（试行）的通知》（财税[2008]149号）、《财政部、国家税务总局关于发布享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围（试行）的补充通知》（财税[2011]26号），进一步明确了享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围。《国家税务总局关于实施农、林、牧、渔业项目企业所得税优惠问题的公告》（国家税务总局公告2011年第48号），进一步明确了企业从事农、林、牧、渔业项目的税收优惠和征管问题。

现代农业经营茶树、林木、果树种植和乌龙茶初加工、销售，经安溪县国家税务局审核，报告期内现代农业符合减免税备案条件，备案资料齐全，并已做备案登记，优惠期限为自2014年1月1日起至2024年12月31日。

综上，报告期内，现代农业的茶种植所得属于减半征收范围，茶叶初加工属于免税范围，其所得免征企业所得税。

九、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

公司根据中国证券监督管理委员会颁布的《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第9号——首次公开发行股票并上市申请文件》（证监发行字[2006]6号）、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第29号——首次公开发行股票并在创业板上市申请文件（[2009]18号）》和《公开发行证券的公司

信息披露解释性公告第1号——非经常性损益(2008)》(证监会公告[2008]43号)的规定,编制了后附的2020年度、2019年度、2018年度非经常性损益明细表,并经信永中和实施了专项审核,出具《八马茶业股份有限公司2020年度、2019年度、2018年度非经常性损益明细表的专项说明》(报告编号:XYZH/2021SZAB10288)。

报告期内,本公司非经常性损益具体内容、金额明细如下:

单位:万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	6.04	-200.22	-35.41
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	849.86	671.77	478.95
委托他人投资或管理资产的损益	106.54	274.62	235.78
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-114.41	-73.31	-41.12
所得税影响额	-183.52	-148.47	-138.48
少数股东权益影响额(税后)	-0.92	0.27	-
合 计	663.59	524.67	499.72

十、主要财务指标

(一) 收益数据

报告期利润		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
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	25.66	1.53	1.53
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	24.20	1.45	1.45
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	24.73	1.21	1.21
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	23.31	1.14	1.14
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	15.27	0.64	0.64
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.70	0.58	0.58

注:上述非经常性损益、净资产收益率及每股收益,是根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010年修订)及《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益》(“中国证券监督管理委员会公告[2008]43号”)的要求编制的。

净资产收益率和每股收益的计算公式如下:

1、加权平均净资产收益率= $P \div (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期末的月份数。

2、基本每股收益= $P \div S$ ， $S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期末的月份数。

3、稀释每股收益= $[P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] \div (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

报告期内本公司不存在稀释潜在普通股。

(二) 主要财务指标表

以下财务指标除特别注明外，为合并报表口径。

财务指标	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
流动比率（倍）	1.52	1.48	1.60
速动比率（倍）	0.69	0.84	0.98
资产负债率（合并）	44.34%	45.06%	42.44%
资产负债率（母公司）	58.55%	61.17%	55.64%
应收账款周转率（次/年）	44.22	52.95	41.36
存货周转率（次/年）	2.13	2.62	2.19
息税折旧摊销前利润（万元）	20,216.28	15,435.02	9,243.97
归属于发行人股东的净利润（万元）	11,646.99	9,188.16	4,882.35
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	10,983.40	8,663.49	4,382.64
研发投入占营业收入的比例	0.26%	0.56%	0.23%
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.91	1.91	1.15
每股净现金流量（元）	-0.47	0.43	0.04
归属发行人股东的每股净资产（元）	6.62	5.42	4.41

注：上述财务指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债
- 3、资产负债率=总负债÷总资产
- 4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均账面余额

- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均账面余额
 6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧费用+摊销费用
 7、归属于发行人股东的净利润=归属于母公司所有者的净利润
 8、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司所有者的净利润-归属于母公司的非经常损益净额
 9、研发投入占营业收入的比例=(研发费用+开发支出资本化部分)÷营业收入
 10、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益合计÷当期股本总额
 11、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷当期股本总额
 12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷当期股本总额

十一、具有预示作用的指标

公司管理层认为，营业收入、毛利率对公司具有核心意义，其变动对业绩具有较强预示作用。报告期内，公司营业收入分别为 71,864.22 万元、102,254.98 万元和 124,681.76 万元，营业收入持续增长；毛利率分别为 53.69%、53.66% 和 54.56%，毛利率较为稳定，显示出公司经营的稳健性和较强的盈利能力。

上述相关指标表明公司报告期内经营稳定，具有较强的盈利能力和持续发展能力，预计在未来经营环境未发生重大变化的情况下，公司仍将具有较强的盈利能力和市场竞争力。

十二、经营成果分析

(一) 营业收入分析

报告期内，公司营业收入如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	123,716.73	99.23%	101,272.85	99.04%	71,350.78	99.29%
其他业务收入	965.02	0.77%	982.13	0.96%	513.45	0.71%
合 计	124,681.76	100.00%	102,254.98	100.00%	71,864.22	100.00%

报告期内，公司主营业务收入占营业收入比例分别为 99.29%、99.04% 和 99.23%，公司主营业务突出。

报告期内，其他业务收入主要为租金收入及新增加盟商缴纳的加盟费。

报告期内，公司营业收入稳步增长，营业收入的增长主要来源于主营业务收入的增加。2019 和 2020 年度，公司主营业务收入较上年度分别增长 29,922.07 万元和 22,443.88 万元，增幅分别为 41.94% 和 22.16%。公司主营业务收入增长

的原因主要系：（1）我国茶叶市场持续稳定增长；（2）公司凭借出色的管理和销售团队，以及持续的渠道建设投入，不断完善“直营+加盟”、“线上+线下”全渠道销售体系，各渠道销售收入全面增长；（3）公司初步实现了全品类经营战略目标，各产品线布局逐步完善，产品质量不断提升，与茶行业消费趋势契合，各类产品销售收入全面增长；（4）公司品牌辨识度、影响力和美誉度不断增强，品牌矩阵逐步完善，消费者认可度进一步提升，进而提升了公司产品竞争力及销售收入。

1、主营业务收入按产品类别构成分析

报告期内，公司主营业务收入按产品分类构成情况如下：

单位：万元

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
茶叶	乌龙茶	40,994.35	33.14%	36,805.52	36.34%	30,868.34	43.26%
	其中： 铁观音	22,642.08	18.30%	20,533.24	20.28%	19,223.67	26.94%
	岩茶	17,205.00	13.91%	15,212.92	15.02%	10,739.13	15.05%
	黑茶	21,296.34	17.21%	16,102.44	15.90%	7,564.93	10.60%
	其中： 普洱茶	21,170.53	17.11%	16,031.23	15.83%	7,475.14	10.48%
	红茶	15,221.60	12.30%	14,152.69	13.97%	10,680.57	14.97%
	绿茶	8,308.30	6.72%	7,726.42	7.63%	5,765.70	8.08%
	白茶	12,306.33	9.95%	6,515.61	6.43%	3,170.31	4.44%
	其他茶叶	8,641.42	6.98%	6,235.09	6.16%	5,124.45	7.18%
	小 计	106,768.34	86.30%	87,537.76	86.44%	63,174.32	88.54%
茶具	8,467.22	6.84%	7,381.13	7.29%	4,768.49	6.68%	
茶食品	6,597.51	5.33%	5,723.12	5.65%	3,092.79	4.33%	
其他	1,883.66	1.52%	630.84	0.62%	315.18	0.44%	
合 计	123,716.73	100.00%	101,272.85	100.00%	71,350.78	100.00%	

报告期内，公司茶叶销售收入占主营业务收入比重均在 85%以上，各类茶叶销售系公司主营业务收入的主要来源。

报告期内，公司各主要产品收入的增长金额及收入增长贡献度情况如下：

单位：万元

茶 叶	2020 年度		2019 年度	
	增长金额	增长贡献度	增长金额	增长贡献度
乌龙茶	4,188.83	21.78%	5,937.18	24.37%
其中： 铁观音	2,108.84	10.97%	1,309.57	5.38%
岩茶	1,992.08	10.36%	4,473.79	18.36%
黑茶	5,193.90	27.01%	8,537.51	35.04%
其中： 普洱茶	5,139.30	26.72%	8,556.09	35.12%
红茶	1,068.91	5.56%	3,472.12	14.25%
绿茶	581.88	3.03%	1,960.72	8.05%
白茶	5,790.72	30.11%	3,345.30	13.73%
其他茶叶	2,406.33	12.51%	1,110.64	4.56%
小 计	19,230.58	100.00%	24,363.44	100.00%

注：增长贡献度=各产品增长金额÷主要产品总增长金额。

由上表可知，报告期内，公司各主要产品收入均呈现不同程度的增长。其中，铁观音、岩茶、普洱茶、白茶增长贡献度较大，二者合计增长贡献度分别为 72.59% 和 78.16%。

（1）铁观音销量及价格变动分析

报告期内，公司铁观音销售基本情况如下所示：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（吨）	504.55	461.45	469.45
单价（元/KG）	448.76	444.98	409.50
销售收入（万元）	22,642.08	20,533.24	19,223.67

2019 年度，铁观音销量较上年度下降 1.70%，波动较小，基本稳定。

2020 年度，铁观音销量较上年度上升 9.34%，主要系：公司持续贯彻电商战略，顺应行业趋势，创新地通过各类社交及直播平台进行营销及推广活动，铁观音线上渠道销量增长明显。

2019 和 2020 年度，铁观音单价较上年度分别上升 8.66%和 0.85%。呈持续上升趋势，主要系：1) 在茶行业消费升级的背景下，消费者更加注重产品品质；2) 随着公司品牌辨识度、影响力和美誉度的增强，消费者对公司铁观音产品的

认可度进一步提高。上述两个原因使得铁观音中高端产品销量占比提升，平均销售单价有所提升。

(2) 岩茶销量及价格变动分析

报告期内，公司岩茶销售基本情况如下所示：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（吨）	155.82	163.38	123.89
单价（元/KG）	1,104.19	931.16	866.82
销售收入（万元）	17,205.00	15,212.92	10,739.13

2019 年度，岩茶销量较上年度上升 31.88%，主要系：1）公司把握近年岩茶市场机遇，积极完善岩茶产品线，重点补强中高端产品线，增强了产品线对不同消费能力客户群体，特别是中高端客户群体的覆盖；2）公司主要销售区域为华东、华南区域，该等区域渠道建设完善，且有较强的岩茶消费习惯，具备良好的岩茶客户群体基础。随着公司岩茶产品线的完善，公司逐步覆盖了这部分客户的需求，华东、华南区域岩茶销量增长明显；3）公司持续推广子品牌“王信记”，随着其品牌建设的完善，消费者认可度提升，“王信记”系列岩茶销量增长较快；4）岩茶销量伴随公司渠道建设的优化而同步增长。

2020 年度岩茶销量较上年度下降 4.63%，波动较小，基本稳定。

2019 和 2020 年度，岩茶单价较上年度分别上升 7.42%和 18.58%。呈持续上升趋势，主要系：1）报告期内，公司积极完善岩茶产品线，研发推出多款中高端单品，实现了对中高消费能力客户群体的有效覆盖，中高端产品销量占比提升；2）在岩茶经营策略上，公司当前主要目标是以中高端单品提升“八马”品牌和“王信记”品牌市场影响力、知名度。报告期内，公司持续加大对中高端岩茶的推广力度，岩茶平均销售单价的提升是公司岩茶产品战略落地的反映。

(3) 黑茶—普洱茶销量及价格变动分析

报告期内，公司普洱茶销售基本情况如下所示：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（吨）	288.07	307.19	193.15
单价（元/KG）	734.91	521.86	387.01

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	21,170.53	16,031.23	7,475.14

2019 年度，普洱茶销量较上年度上升 59.04%，主要系：1）黑茶市场保持较高的热度。根据《2020 中国茶叶行业发展报告》，2019 年度我国黑茶产量、内销量分别较上年度增长 18.59%和 18.86%；2）公司顺应市场潮流，把握普洱茶消费趋势，全面调整、升级原普洱茶产品线，并推出全新的“信记号”系列普洱茶；3）公司加大了对普洱茶产品的推广力度和渠道建设力度，具体措施包括举办普洱茶品鉴会、研发推广“信记号普洱 APP”、开设“信记号”普洱茶加盟专卖店等。4）随着子品牌“信记号”品牌建设的完善，消费者认可度提升。

2020 年度普洱茶销量较上年度下降 6.22%，主要系：随着普洱茶产品战略的进一步落地，原普洱茶产品线得以精简，中低价位产品销量有所减少。

2019 和 2020 年度，普洱茶单价较上年度分别上升 34.84%和 40.83%。呈持续上升趋势，主要系：1）公司普洱茶产品线推出多款山头茶类产品。普洱山头茶由于口感、品质优势及原料的稀缺性，深受市场欢迎，兼具消费价值及收藏价值，其平均销售价格远高于非名山产地的普洱茶售价。报告期内，公司通过与名山产地签订独家合作协议等方式，推出多款高端山头茶单品，销售情况良好；2）普洱茶在适宜条件下可长期储存，其发酵程度、茶叶风味及市场价值随着存放时间的增长而提升。公司对于部分储备的普洱茶产品，以“年份茶”的形式进行销售，并根据市场情况每年适度调升其终端零售价格；3）公司精简普洱茶产品线，部分中低价位普洱茶单品销量占比降低。

（4）红茶销量及价格变动分析

报告期内，公司红茶销售基本情况如下所示：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（吨）	226.52	190.25	146.78
单价（元/KG）	671.98	743.91	727.64
销售收入（万元）	15,221.60	14,152.69	10,680.57

2019 年度，红茶销量较上年度上升 29.62%，主要系：1）红茶市场保持较高的热度。根据《2020 中国茶叶行业发展报告》，2019 年度我国红茶产量、内销量分别较上年度增长 17.29%和 19.14%；2）公司红茶产品线采取产品聚焦战略，

着力重点建设“金骏眉”、“正山小种”两大品类，完善两大细分品类产品线。公司的聚焦战略提升了其红茶产品市场竞争力，取得了较好的市场反响；3）红茶销量伴随公司渠道建设的完善及品牌知名度的提升而同步增长。

2020年度，红茶销量较上年度上升19.06%。主要系：2020年下半年以来，公司综合考虑市场规模、饮茶季节因素等，在线上渠道中重点推广红茶，并通过直播带货、电商节等多种创新模式推广红茶产品，红茶线上渠道销量增长较快。

2019年度，红茶单价较上年度上升2.24%，基本保持稳定，波动较小。

2020年度，红茶单价较上年度下降9.67%，主要系：红茶线上渠道的销量增速高于线下渠道，线上渠道销量占比提升。公司线上产品线区别于线下产品线，产品定位与受众群体的侧重点有所不同，故使得红茶平均单价有所下降。

（5）绿茶销量及价格变动分析

报告期内，公司绿茶销售基本情况如下所示：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（吨）	89.21	83.97	73.01
单价（元/KG）	931.30	920.19	789.71
销售收入（万元）	8,308.30	7,726.42	5,765.70

2019和2020年度，绿茶销量较上年度分别上升15.01%和6.24%，呈持续增长趋势，主要系：1）公司综合考虑自身优势及各细分品类市场规模等因素，在绿茶产品线采取产品聚焦策略，着力重点建设“龙井”、“安吉白茶”两大品类，同时精简其他绿茶产品线；2）公司持续提升绿茶品质，进一步提升了公司绿茶产品市场竞争力；3）公司持续加强绿茶产品推广力度，通过举办绿茶产品专场培训会等形式，提升销售人员绿茶专业水平，从而加强了公司绿茶产品的销售能力。

2019和2020年度，绿茶单价较上年度分别上升16.52%和1.21%，呈持续增长趋势，主要系：1）春季为一年中绿茶品质、售价相对较高的季节。在茶行业消费升级的背景下，公司持续推广“喝当季绿茶”的饮茶理念，对消费者产生积极的引导作用，绿茶春季销量占全年销量的比重持续提升，进而提升了绿茶平均单价；2）公司聚焦“龙井”、“安吉白茶”两大品类的产品线建设，充分发挥自

身优势，提升产品品质，获得了市场认可，二者占绿茶销量比重提升。“龙井”、“安吉白茶”为绿茶中较为高端品类，其销量占比的增长提升了绿茶单价；3）公司精简绿茶产品线，中低价位产品销量占比下降。

（6）白茶销量及价格变动分析

报告期内，公司白茶销售基本情况如下所示：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（吨）	333.66	162.98	105.13
单价（元/KG）	368.83	399.77	301.55
销售收入（万元）	12,306.33	6,515.61	3,170.31

2019 和 2020 年度，白茶销量较上年度分别上升 55.03%和 104.72%。报告期内，白茶销量持续增长，主要系：1）白茶市场持续保持较高的热度。根据《2020 中国茶叶行业发展报告》，2019 年度白茶产量、内销量分别较上年度增长 47.41%和 47.55%；2）公司加大了白茶产品研发力度，积极完善各价位段白茶产品线。2018 年以来，公司顺应白茶市场潮流，有侧重地对中高端产品线进行补强，推出福鼎白茶·白牡丹（特级）收藏木盒装、白毫银针·贵妃白等一系列中高端新品，对不同消费能力的消费者实现了较为全面地覆盖；3）公司准确把握市场需求，集中资源于线上、线下渠道重点推广性价比较高的中端价位白茶单品，中端白茶单品销量增长显著；4）白茶销量伴随公司渠道建设的完善及品牌知名度的提升而同步增长。

2019 年度，白茶单价较上年度上升 32.57%，主要系：1）白茶市场热度较高，消费者对白茶价值的认可度提升，在此背景下中高端白茶销量占比提升；2）公司顺应市场潮流，积极完善白茶各价位段产品线，重点充实中高端白茶产品线，对中高端白茶客户群体实现了有效覆盖，中高端白茶销量占比提升；3）白茶产品在适宜条件下可长期储存，其发酵程度、茶叶风味及市场价值均随着存放时间的增长而提升。公司对于部分储备的白茶产品，以“年份茶”的形式进行销售，并根据市场情况每年适度调升其终端零售价格。

2020 年度，白茶单价较上年度下降 7.74%，主要系：公司继续加大白茶推广力度，部分产品采取折扣促销的手段进行推广。例如：2020 年度白茶销量第二大单品为“双十一”限时特供单品“牛气蓬勃·白牡丹（5 年）五子饼”，该产

品主要以五折价格面向终端销售。

2、主营业务收入按销售模式构成分析

公司主营业务收入构成按销售模式分类情况如下：

单位：万元

销售模式		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟模式	线下加盟	59,468.98	48.07%	48,043.87	47.44%	29,338.43	41.12%
直营模式	线下直营	39,887.10	32.24%	36,706.41	36.25%	29,187.80	40.91%
	网络销售	24,060.69	19.45%	16,282.78	16.08%	12,677.38	17.77%
其他收入		299.96	0.24%	239.80	0.24%	147.17	0.21%
合计		123,716.73	100.00%	101,272.85	100.00%	71,350.78	100.00%

注：其他收入主要为滴可餐饮的销售收入。

报告期内，公司主要通过线下加盟、线下直营及网络销售渠道进行销售。随着公司“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系的逐步完善，报告期内各渠道收入均取得了较为明显的增长。

3、主营业务收入按市场区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入按市场区域分类的销售情况如下：

单位：万元

销售区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	39,953.16	32.29%	32,753.17	32.34%	22,265.75	31.21%
华南	28,541.36	23.07%	25,435.55	25.12%	20,258.60	28.39%
华北	13,784.43	11.14%	12,958.20	12.80%	8,362.10	11.72%
华中	9,021.47	7.29%	6,831.67	6.75%	4,195.55	5.88%
西北	4,673.37	3.78%	4,044.21	3.99%	2,298.53	3.22%
西南	2,391.53	1.93%	1,630.40	1.61%	679.42	0.95%
东北	1,742.24	1.41%	1,336.88	1.32%	613.45	0.86%
网络销售	23,609.18	19.08%	16,282.78	16.08%	12,677.38	17.77%
合计	123,716.73	100.00%	101,272.85	100.00%	71,350.78	100.00%

报告期内，随着公司线下渠道建设的逐步完善，各区域收入均取得了不同程度的增长。华东地区、华南地区为公司的主要收入来源区域，各期收入占比分别

为 59.60%、57.46%和 55.36%。

4、主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司每季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

销售季度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	22,027.33	17.80%	25,536.91	25.22%	20,094.29	28.16%
第二季度	28,067.20	22.69%	19,837.44	19.59%	13,539.48	18.98%
第三季度	38,995.22	31.52%	26,978.51	26.64%	19,550.00	27.40%
第四季度	34,626.99	27.99%	28,919.99	28.56%	18,167.01	25.46%
合 计	123,716.73	100.00%	101,272.85	100.00%	71,350.78	100.00%

受节假日的影响，公司一、三、四季度收入占比稍高，主要系：第一季度的元旦、春节及第三季度的中秋、国庆等节假日是茶叶的传统消费旺季。同时，近年来线上电商平台“双十一”、“双十二”等促销活动也使得第四季度收入占比较高。受疫情影响，公司 2020 年度一季度收入占比较 2019 及 2018 年度下降较多。

5、现金交易的情况

公司销售模式主要可分为线下加盟、线下直营和网络销售三类。

线下加盟模式下，公司与加盟商在《商业特许经营合同》中明确约定通过银行转账汇款或支票的方式结算全部货款，不存在现金交易的情况。线上直营模式下，公司通过银行转账和支付宝、京东钱包等第三方支付工具与客户结算，不存在现金交易的情况。

公司线下直营渠道主要包括独立门店及联营门店等具体形式。其中，独立门店模式下，公司存在与个人消费者直接进行结算的情况，因此存在部分现金收款的情况。报告期内，公司独立门店收到的现金情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	123,716.73	101,272.85	71,350.78
现金收款金额	2,617.89	2,282.88	2,186.99
占当期营业收入的比例	2.12%	2.25%	3.07%

注：现金收款金额为含税金额。

报告期内，随着微信、支付宝等第三方支付方式的普及，公司现金收款占营业收入的比例呈现下降趋势。

经核查，公司报告期内现金交易具备真实性和合理性。

（二）营业成本分析

报告期内，公司的营业成本情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	56,555.57	99.81%	47,289.34	99.81%	33,229.67	99.85%
其他业务成本	105.77	0.19%	91.53	0.19%	49.65	0.15%
合 计	56,661.34	100.00%	47,380.86	100.00%	33,279.31	100.00%

报告期内，公司主营业务成本占营业成本比例分别为 99.85%、99.81%和 99.81%，与公司营业收入中主营业务收入所占比例基本保持一致。2019 和 2020 年度，公司营业成本较上年度分别增长 42.37%和 19.59%。公司营业成本增速与营业收入增速基本保持一致。

1、主营业务成本按产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本分产品的构成如下：

单位：万元

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
茶叶	乌龙茶	14,413.69	25.49%	13,460.62	28.46%	11,924.62	35.89%
	其中： 铁观音	7,593.18	13.43%	7,100.24	15.01%	7,049.12	21.21%
	岩茶	6,416.87	11.35%	5,956.33	12.60%	4,515.40	13.59%
	黑茶	8,189.11	14.48%	6,527.90	13.80%	2,977.37	8.96%
	其中： 普洱茶	8,123.21	14.36%	6,499.07	13.74%	2,945.29	8.86%
	红茶	6,928.06	12.25%	6,643.40	14.05%	4,755.26	14.31%
	绿茶	4,682.01	8.28%	4,318.81	9.13%	2,946.26	8.87%
	白茶	6,283.81	11.11%	3,601.57	7.62%	1,813.51	5.46%
	其他茶叶	4,247.03	7.51%	3,274.28	6.92%	2,851.85	8.58%
	小 计	44,743.71	79.11%	37,826.58	79.99%	27,268.87	82.06%

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
茶具	5,964.47	10.55%	5,104.87	10.79%	3,545.36	10.67%
茶食品	4,562.35	8.07%	3,959.80	8.37%	2,204.33	6.63%
其他	1,285.04	2.27%	398.10	0.84%	211.11	0.64%
合 计	56,555.57	100.00%	47,289.34	100.00%	33,229.67	100.00%

2、主营业务成本按销售模式构成分析

报告期内，主营业务成本按销售模式构成如下：

单位：万元

销售模式		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟模式	线下加盟	35,422.42	62.63%	28,977.42	61.28%	18,285.80	55.03%
直营模式	线下直营	10,581.71	18.71%	10,924.44	23.10%	8,889.48	26.75%
	网络销售	10,452.91	18.48%	7,313.38	15.47%	6,001.80	18.06%
其他成本		98.53	0.17%	74.11	0.16%	52.58	0.16%
合 计		56,555.57	100.00%	47,289.34	100.00%	33,229.67	100.00%

(三) 毛利额及毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

报告期内，公司毛利及毛利率的情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
主营业务	67,161.16	54.29%	53,983.52	53.31%	38,121.11	53.43%
其他业务	859.25	89.04%	890.60	90.68%	463.80	90.33%
合 计	68,020.42	54.56%	54,874.12	53.66%	38,584.91	53.69%

报告期内，公司营业毛利主要来源于其主营业务，各期主营业务毛利占营业毛利比重分别为 98.80%、98.38%和 98.74%。

报告期内，公司营业毛利率基本稳定，主营业务毛利率基本稳定。

2、主营业务毛利率分析

(1) 主营业务毛利率按产品分类

报告期内，公司分产品毛利、毛利率具体明细如下表所示：

单位：万元

产品类别		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		毛利	毛利占比	毛利率	毛利	毛利占比	毛利率	毛利	毛利占比	毛利率
茶叶	乌龙茶	26,580.66	39.58%	64.84%	23,344.90	43.24%	63.43%	18,943.73	49.69%	61.37%
	其中： 铁观音	15,048.90	22.41%	66.46%	13,433.00	24.88%	65.42%	12,174.55	31.94%	63.33%
	岩茶	10,788.13	16.06%	62.70%	9,256.59	17.15%	60.85%	6,223.73	16.33%	57.95%
	黑茶	13,107.23	19.52%	61.55%	9,574.54	17.74%	59.46%	4,587.56	12.03%	60.64%
	其中： 普洱茶	13,047.31	19.43%	61.63%	9,532.17	17.66%	59.46%	4,529.85	11.88%	60.60%
	红茶	8,293.55	12.35%	54.49%	7,509.28	13.91%	53.06%	5,925.32	15.54%	55.48%
	绿茶	3,626.29	5.40%	43.65%	3,407.61	6.31%	44.10%	2,819.44	7.40%	48.90%
	白茶	6,022.51	8.97%	48.94%	2,914.05	5.40%	44.72%	1,356.80	3.56%	42.80%
	其他茶叶	4,394.39	6.54%	50.85%	2,960.81	5.48%	47.49%	2,272.60	5.96%	44.35%
小 计	62,024.63	92.35%	58.09%	49,711.19	92.09%	56.79%	35,905.44	94.19%	56.84%	
茶具	2,502.76	3.73%	29.56%	2,276.26	4.22%	30.84%	1,223.13	3.21%	25.65%	
茶食品	2,035.16	3.03%	30.85%	1,763.32	3.27%	30.81%	888.46	2.33%	28.73%	
其他	598.61	0.89%	31.78%	232.75	0.43%	36.89%	104.08	0.27%	33.02%	
合 计	67,161.16	100.00%	54.29%	53,983.52	100.00%	53.31%	38,121.11	100.00%	53.43%	

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 53.43%、53.31%和 54.29%，总体保持稳定，波动较小。公司茶叶产品毛利率较为稳定。茶具和茶食品受具体销售产品规格和结构影响，各期毛利率存在一定差异，但二者收入占比较小，对主营业务毛利率影响相对较小。

报告期内，因各销售渠道特点不同，使得同种产品在不同销售渠道下毛利率存在差异。各渠道毛利率水平见本节“十三、（三）、2、（2）主营业务毛利率按销售模式分类”。

1) 铁观音

2019 和 2020 年度，公司铁观音毛利率较上一年度分别上升 2.09 个百分点和 1.04 个百分点，呈持续上升趋势，且各销售渠道毛利率均呈上升趋势，主要系：

① 报告期内，多款主要毛净采购单价呈下降趋势；② 公司铁观音产品市场认可度高，在采购成本下降的同时销售售价保持稳定；③ 在茶行业消费升级和公司品牌建设不断完善的背景下，中高端铁观音收入占比提升，而中高端铁观音毛利率相对较高。

2) 岩茶

2019 和 2020 年度，公司岩茶毛利率较上一年度分别上升 2.90 个百分点和 1.85 个百分点，呈持续上升趋势，且各销售渠道毛利率均呈上升趋势，主要系：随着公司岩茶产品线建设逐步完善及“八马”品牌、“王信记”品牌市场认可度的提升，公司中高端岩茶收入占比提升，而中高端岩茶毛利率相对较高。

3) 普洱茶

报告期内，普洱茶各销售渠道收入占比及各渠道毛利率如下所示：

销售渠道		2020 年		2019 年		2018 年	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
加盟模式	线下加盟	57.36%	52.44%	60.35%	51.25%	51.38%	50.38%
	网络销售	11.05%	60.27%	10.71%	59.67%	11.04%	54.49%
直营模式	线下直营	31.59%	78.78%	28.94%	76.51%	37.58%	76.36%
	网络销售	11.05%	60.27%	10.71%	59.67%	11.04%	54.49%

2019 和 2020 年度，公司普洱茶各销售渠道毛利率均呈上升趋势，主要系：① 公司整体升级、调整普洱茶产品线，高端产品收入占比提升，而高端产品普遍毛利率较高；② 报告期内新推出“年份茶”类产品的收入占比逐年提升。公司对“年份茶”类产品，根据市场情况每年适度调升其终端零售价格，“年份茶”类产品毛利率较高，且同款产品随着销售时点的推移毛利率呈增长趋势。

报告期内，尽管各渠道普洱茶毛利率均呈上升趋势，但因各渠道收入构成占比的波动，使得普洱茶综合毛利率呈现波动趋势。

2019 年度，公司普洱茶毛利率较上年度下降 1.14 个百分点，主要系：普洱茶产品线全面升级后，加盟商相较终端消费者，率先认识到公司普洱茶产品的竞争力，使得普洱茶加盟模式收入增速高于直营模式，加盟模式收入占比提升。而加盟模式毛利率低于直营模式，故普洱茶毛利率有所降低。2020 年度，公司普洱茶毛利率较上年度上升 2.17 个百分点，主要系：公司持续加大普洱茶推广力

度，子品牌“信记号”品牌建设不断完善，终端消费者对公司普洱茶产品认可度提升，普洱茶直营模式收入占比提升。直营模式毛利率相对较高，故普洱茶毛利率提升。

4) 红茶

报告期内，红茶各销售渠道收入占比及各渠道毛利率如下所示：

销售渠道		2020年		2019年		2018年	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
加盟模式	线下加盟	41.44%	41.72%	47.43%	41.74%	44.46%	42.43%
直营模式	线下直营	26.93%	73.81%	30.09%	71.50%	34.14%	73.34%
	网络销售	31.63%	54.76%	22.48%	52.24%	21.40%	54.09%

2019年度，公司红茶毛利率较上年度下降2.42个百分点，主要系：公司原“金骏眉”系列产品线以高端单品为主，毛利率相对较高。2019年度以来，公司持续加强金骏眉产品线建设，积极完善各价位段“金骏眉”产品线，推出多款高性价比的中端“金骏眉”单品并作为主推产品，中端产品收入占比提升。中端产品毛利率相较高端产品更低。2020年度，公司红茶毛利率较上年度上升1.43个百分点，主要系：2020年下半年以来，公司在线上渠道推广中重点推广红茶，红茶网络销售收入占比提升，加盟收入占比下降。红茶网络销售渠道毛利率较加盟渠道更高。

5) 绿茶

2019年度，公司绿茶毛利率较上一年度下降4.80个百分点，且绿茶线下加盟及线下直营渠道毛利率均有所下降，主要系：在绿茶产品战略上，公司主动在提高产品质量的同时尽量控制产品售价，压缩毛利空间，用更高性价比的产品打开市场，以提高八马品牌在绿茶市场的认可度。随着绿茶产品战略的落地，绿茶毛利率出现一定程度下降。

2020年度，公司绿茶毛利率较上年度下降0.45个百分点，波动较小，基本稳定。

6) 白茶

报告期内，白茶各销售渠道收入占比及各渠道毛利率如下所示：

销售渠道		2020年		2019年		2018年	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
加盟模式	线下加盟	67.41%	39.07%	68.20%	34.41%	69.50%	31.97%
直营模式	线下直营	20.16%	75.19%	22.81%	71.20%	24.76%	71.66%
	网络销售	12.43%	59.88%	8.99%	55.77%	5.74%	49.44%

2019和2020年度，公司白茶毛利率较上一年度分别上升1.92个百分点和4.22个百分点呈持续上升趋势，且各销售渠道毛利率均呈上升趋势，主要系：①公司顺应市场潮流，加大了白茶的产品研发力度，积极完善各价位段白茶产品线，侧重于补强中高端产品线，对不同消费能力的消费者实现了较为全面的覆盖。各渠道中高端白茶产品收入占比均有所提升。中高端白茶产品毛利率相对较高；②公司持续完善升级线上白茶产品线，加大白茶线上推广力度，白茶网络销售收入占比及网络销售渠道毛利率同时提升。

(2) 主营业务毛利率按销售模式分类

单位：万元

销售模式		2020年度			2019年度			2018年度		
		毛利	毛利占比	毛利率	毛利	毛利占比	毛利率	毛利	毛利占比	毛利率
加盟模式	线下加盟	24,046.56	35.80%	40.44%	19,066.46	35.32%	39.69%	11,052.62	28.99%	37.67%
直营模式	线下直营	29,305.39	43.63%	73.47%	25,781.97	47.76%	70.24%	20,298.32	53.25%	69.54%
	网络销售	13,607.78	20.26%	56.56%	8,969.40	16.62%	55.09%	6,675.58	17.51%	52.66%
其他		201.43	0.30%	67.15%	165.69	0.31%	69.10%	94.59	0.25%	64.27%
合计		67,161.16	100.00%	54.29%	53,983.52	100.00%	53.31%	38,121.11	100.00%	53.43%

报告期内，各渠道毛利呈增长趋势，与收入变动趋势一致，毛利率波动较小。

各主要渠道毛利率水平特点为：

(1) 线下加盟模式下，公司与加盟商合作，通过加盟门店快速拓展其销售渠道及品牌影响力，加盟商向公司买断产品后自行负责销售，门店的运营开支由加盟商自行承担。公司以终端零售价的一定折扣比例向加盟商销售产品，其毛利率低于直营模式。

(2) 线下直营模式下，公司主要以独立门店或联营门店的形式直接向终端

消费者销售产品，直营门店同时具有向客户直接销售产品、提升品牌知名度、提供沉浸式茶文化体验等多重功能。在此模式下，公司自行负担房屋租金、场地费用、销售人员薪酬等费用，公司以产品终端零售价格直接向消费者销售产品，为各主要渠道中毛利率最高的渠道。

(3) 网络销售模式下，公司无需承担房屋租金、场地费用等相关销售费用。为抢占线上市场、精准覆盖线上客户群体，公司开发了网络销售渠道产品线，其产品定位、定价区间较线下渠道更为亲民，毛利率相对线下直营渠道较低。

3、可比公司毛利率比较

报告期内，可比公司的主营业务毛利率情况如下：

分类方式	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
基于主营业务及主要产品	天 福	61.07%	58.86%	60.27%
	澜沧古茶	未披露	61.89%	64.00%
	中国茶叶	未披露	40.56%	38.96%
	平均值	61.07%	53.77%	54.41%
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	30.47%	31.87%	31.21%
	三只松鼠	23.90%	27.80%	28.25%
	品渥食品	未披露	38.47%	38.77%
	来伊份	未披露	43.85%	43.91%
	平均值	27.19%	35.50%	35.54%
发行人	八马茶业	54.29%	53.31%	53.43%

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

(1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，2018 和 2019 年度，八马茶业主营业务毛利率与平均值不存在重大差异，分别来看：

1) 天福毛利率略高于八马茶业，其具体产品品类构成及销售渠道未披露。

2) 澜沧古茶毛利率高于八马茶业，主要系：澜沧古茶主要产品为普洱茶，产品线结构较八马茶业差异较大。

3) 中国茶叶毛利率低于八马茶业，主要系：① 中国茶叶产品结构较八马茶业差异较大，部分收入来源于低毛利率的原料茶业务；② 中国茶叶销售渠道较八马茶业差异较大。中国茶叶主要销售渠道为“传统渠道”，即经销商从中茶系统购进中茶产品，通过批发或批零兼营的方式进行再次销售的传统销售通路，整

体商品流转链条较长，区别于八马茶业主要通过直营门店、加盟门店及网络销售直接面对终端消费者的模式。在“传统渠道”模式下，各级渠道商均需获取合理利润空间，中国茶叶所享有毛利率空间相对较小。

(2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业毛利率高于各可比公司。该类可比公司均以销售食品、饮料为主营业务，产品结构与八马茶业存在明显差异。

(四) 税金及附加

报告期内，公司的税金及附加如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
城市维护建设税	352.55	355.89	313.17
教育费附加	180.73	160.96	142.39
房产税	150.63	142.79	97.69
地方教育费附加	120.49	107.33	94.67
土地使用税	33.39	26.13	28.23
其他税金	65.45	43.89	49.65
合 计	903.24	836.98	725.80

报告期内，公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育费附加税和房产税等。随着公司收入的增长，公司缴纳的税金及附加随之增长。

(五) 期间费用分析

报告期内，公司期间费用变动情况如下表：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	43,147.70	34.61%	35,808.90	35.02%	26,808.65	37.30%
管理费用	7,816.50	6.27%	5,711.97	5.59%	4,307.64	5.99%
研发费用	328.01	0.26%	570.22	0.56%	165.64	0.23%
财务费用	135.56	0.11%	100.63	0.10%	-29.78	-0.04%
合 计	51,427.77	41.25%	42,191.72	41.26%	31,252.16	43.49%

报告期内，公司期间费用分别为 31,252.16 万元、42,191.72 万元和 51,427.77

万元，占营业收入的比重分别为 43.49%、41.26%和 41.25%，期间费用占营业收入比例呈小幅下降趋势，体现了公司经营规模增长带来的规模效应。2019 和 2020 年度，公司期间费用较上年度分别增长 35.00%和 21.89%。随着公司经营规模的增长，营业收入持续增长，期间费用总额同步增长。

1、销售费用

(1) 销售费用构成

报告期内，销售费用的主要科目如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
薪酬支出	18,510.15	42.90%	15,732.87	43.94%	11,042.26	41.19%
市场推广及广告宣传费	11,459.50	26.56%	9,078.90	25.35%	6,735.67	25.12%
租金、水电	7,032.92	16.30%	6,608.36	18.45%	5,655.49	21.10%
运输费	2,223.54	5.15%	1,434.80	4.01%	1,186.56	4.43%
折旧、摊销	2,141.51	4.96%	1,535.25	4.29%	1,135.89	4.24%
交通差旅费	650.17	1.51%	658.87	1.84%	545.80	2.04%
办公通讯费	306.32	0.71%	251.52	0.70%	215.30	0.80%
业务招待费	207.64	0.48%	165.10	0.46%	134.73	0.50%
其他	615.95	1.43%	343.23	0.96%	156.96	0.59%
合 计	43,147.70	100.00%	35,808.90	100.00%	26,808.65	100.00%

报告期内，公司的销售费用主要包括薪酬支出、市场推广及广告宣传和租金、水电支出等。

报告期内，薪酬支出为公司最主要的销售费用，各期占销售费用比例均在 40%以上，主要为直营门店员工的薪酬费用。2019 和 2020 年度，薪酬支出分别较上年度增长 42.48%和 17.65%，主要系公司销售人员数量、薪酬支出随着直营门店数量的增长及经营规模的扩大同步增长。

市场推广及广告宣传费包括市场推广费、广告费和互联网平台服务费等。2019 和 2020 年度，市场推广及广告宣传费较上年度分别增长 34.79%和 26.22%，主要系：1) 公司持续投入品牌建设，加强了线上、线下广告投入力度。2) 线上 B2C 模式下，电商平台按成交金额的一定比例收取平台服务费。随着公司 B2C

模式销售规模的增长，平台服务费同步增长。

租金、水电及折旧、摊销主要为直营门店日常经营过程中所产生的相关费用。2019 和 2020 年度，公司租金、水电较上年度分别增长 16.85%和 6.42%；折旧、摊销较上年度分别增长 35.16%和 39.49%，主要系：报告期内，公司持续完善线下直营门店布局，直营门店数量、经营面积增长，相关各项费用随之增长。

随着公司经营规模的扩大，其他与商品销售相关的运输费、交通差旅费、办公通讯费等销售费用亦呈增长趋势。

总体而言，公司销售费用的增长与营业收入的增长趋势一致。

(2) 可比公司销售费用率对比分析

公司与可比公司销售费用率的比较情况如下：

分 类	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天 福	21.27%	22.80%	25.34%
	澜沧古茶	未披露	23.80%	19.51%
	中国茶叶	未披露	15.57%	14.51%
	可比公司平均值	21.27%	20.72%	19.79%
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	19.89%	20.50%	19.45%
	三只松鼠	17.48%	22.59%	20.86%
	品渥食品	未披露	27.02%	28.47%
	来伊份	未披露	32.63%	32.89%
	可比公司平均值	18.69%	25.69%	25.42%
公 司	八马茶业	34.61%	35.02%	37.30%

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，八马茶业销售费用率高于该类可比公司平均水平。分别来看：

① 八马茶业销售费用率高于澜沧古茶、中国茶叶，主要系：报告期内，八马茶业线下直营渠道收入占比在 30%以上，较澜沧古茶、中国茶叶更高。与此销售渠道结构配套，截至 2020 年末，八马茶业员工结构中销售人员占比为 77.21%；截至 2020 年 6 月末，澜沧古茶员工结构中销售人员占比为 27.34%，中国茶叶员工结构中销售人员占比为 24.94%。因此，八马茶业销售费用中薪酬支出费用率更高。此外，八马茶业运营直营门店所产生的租金、水电、摊销及折旧等的费用

率亦更高。

② 报告期内，天福未披露销售费用明细及收入渠道构成明细。

2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业销售费用率高于该类可比公司平均水平。分别来看：

① 良品铺子、三只松鼠、品渥食品线上销售收入占比均高于八马茶业。线上渠道相较线下直营门店渠道而言，企业所承担房屋租金、各项场地运营费用、门店员工薪酬等较少，销售费用率较线下直营门店渠道更低。

② 来伊份与八马茶业均以线下门店销售为主，销售费用率相对八马茶业较为接近。具体构成上八马茶业在薪酬支出、市场推广上投入更多，费用率更高；来伊份在租赁及物业费上投入更多，费用率更高。

2、管理费用

(1) 管理费用构成

报告期内，管理费用的主要科目如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
薪酬支出	3,525.21	45.10%	2,442.97	42.77%	2,182.27	50.66%
折旧、摊销	1,260.20	16.12%	918.15	16.07%	630.79	14.64%
租金、水电	427.75	5.47%	385.93	6.76%	350.96	8.15%
交通差旅费	267.01	3.42%	257.35	4.51%	262.23	6.09%
中介机构费用	672.47	8.60%	603.54	10.57%	69.45	1.61%
业务招待费	557.97	7.14%	264.47	4.63%	225.80	5.24%
办公通讯费	215.06	2.75%	166.36	2.91%	228.56	5.31%
信息系统维护费	170.48	2.18%	104.58	1.83%	136.83	3.18%
其他	720.35	9.22%	568.63	9.96%	220.74	5.12%
合 计	7,816.50	100.00%	5,711.97	100.00%	4,307.64	100.00%

报告期内，公司的管理费用主要包括薪酬支出、折旧、摊销和租金、水电。

薪酬支出主要为公司管理人员薪酬支出。2019 和 2020 年度，薪酬支出分别较上年度增长 11.95%和 44.30%，主要系：随着公司经营规模增长、经营业绩向

好，管理人员人数及平均薪酬增长所致。

折旧、摊销主要为房屋建筑物、土地、办公软件等的折旧及摊销。2019 和 2020 年度，折旧、摊销分别较上年度增长 45.55%和 37.25%，主要系：公司办公场所的面积增长及经营管理软件升级完善所致。

租金、水电主要为公司日常经营使用办公场所产生的租金、水电费。在公司经营规模扩大的背景下，公司办公场所面积增长，租金、水电随之增长。

交通差旅费、办公通讯费、业务招待费等其他管理费用呈增长趋势，主要系：随着公司业务规模扩大，日常经营管理中所产生的各项费用的增加所致。

(2) 可比公司管理费用率对比分析

公司与可比公司管理费用率的比较情况如下：

分 类	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天 福	12.96%	12.94%	13.71%
	澜沧古茶	未披露	9.01%	9.92%
	中国茶叶	未披露	11.68%	10.50%
	可比公司平均值	12.96%	11.21%	11.38%
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	5.20%	5.68%	6.34%
	三只松鼠	2.79%	2.21%	2.11%
	品渥食品	未披露	1.85%	1.99%
	来伊份	未披露	11.11%	11.07%
	可比公司平均值	4.00%	5.21%	5.38%
公 司	八马茶业	6.27%	5.59%	5.99%

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，八马茶业管理费用率低于该类可比公司平均水平，主要系：八马茶业人员结构较澜沧古茶、中国茶叶存在一定差异。截至 2020 年 6 月末，澜沧古茶员工结构中管理人员占比为 26.14%，中国茶叶员工结构中管理人员占比为 22.45%；截至 2020 年末，八马茶业员工结构中管理人员占比为 10.24%，低于前述两家企业。故八马茶业管理费用中薪酬支出费用率较低，使得八马茶业管理费用率较低。报告期内，天福未单独披露其管理费用明细及员工结构情况。

2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业管理费用

率较平均水平不存在明显差异。分别来看：

① 三只松鼠侧重互联网渠道的销售，品渥食品不设实体门店，而是通过线下商超、电商平台（统一入仓为主）等模式销售产品。二者在管理上主要侧重于公司内部管理制度的建立、完善以及公司运营，而非门店管理运营。在此模式下，支撑一定销售规模所需配备的管理人员相对较少，管理费用率相对同行业可比公司较低。

② 良品铺子的业务模式与八马茶业较为接近，管理费用率接近。

③ 来伊份渠道布局以直营门店占主导地位。根据来伊份 2019 年年度报告披露，截至 2019 年末，来伊份直营门店 2,429 家，特许经营门店 363 家。在这种以直营门店为主的销售模式下，与此配套各项门店管理支出费用较多，导致来伊份整体管理费用率高于八马茶业。

3、研发费用

（1）研发费用构成

报告期内，公司研发费用构成如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
薪酬支出	190.21	57.99%	162.82	28.55%	97.29	58.73%
研发设计费	124.56	37.97%	378.15	66.32%	52.20	31.51%
其他	13.24	4.04%	27.64	4.85%	16.09	9.72%
折旧、摊销	-	0.00%	1.60	0.28%	0.07	0.04%
合 计	328.01	100.00%	570.22	100.00%	165.64	100.00%

报告期内，公司研发费用占营业收入比例分别为 0.23%、0.56%和 0.26%。公司研发费用占营业收入比例较低。2019 年度，公司研发费用较上年度增长 404.58 万元，增幅 244.25%，主要系：公司推出普洱茶、茶具等新品较多，对应研发设计费增加所致。

（2）可比公司研发费用率对比情况

分 类	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
基于主营业务及主	天 福	未披露	未披露	未披露

分 类	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
要产品所选取的可 比公司	澜沧古茶	未披露	0.79%	1.28%
	中国茶叶	未披露	1.43%	1.26%
	可比公司平均值	未披露	1.11%	1.27%
基于经营模式及销 售渠道所选取的可 比公司	良品铺子	0.43%	0.35%	0.33%
	三只松鼠	0.54%	0.49%	0.49%
	品渥食品	未披露	-	-
	来伊份	未披露	0.60%	-
	可比公司平均值	0.49%	0.36%	0.21%
公 司	八马茶业	0.26%	0.56%	0.23%

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，八马茶业研发费用率低于该类可比公司平均水平，主要系：澜沧古茶、中国茶叶主要产品为自主生产。两家企业人员结构中，直接从事茶叶生产技术研发的人员较多，研发人员人数占比更高；截至 2020 年 6 月末，澜沧古茶员工结构中研发人员占比为 6.24%；中国茶叶员工结构中研发技术人员占比为 12.56%；截至 2020 年末，八马茶业员工结构中研发人员占比为 0.56%，低于前述两家企业。故八马茶业研发费用中薪酬支出费用率较低，使得八马茶业研发费用率较低。报告期内，天福未披露其研发费用情况。

2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业研发费用率与可比公司平均水平接近。该类可比公司均以外协生产为主，研发人员人数占比较低。

4、财务费用

(1) 财务费用构成

报告期内，公司财务费用构成如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	47.58	41.98	-
减：利息收入	84.05	60.52	76.46
汇兑损益	0.82	0.10	-0.17
手续费及其他	171.22	119.08	46.85

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合 计	135.56	100.63	-29.78

报告期内，公司财务费用占营业收入比例极低。2018 年度，公司财务费用为负数，主要系：公司无有息负债，且利息收入较大。

在公司现有的销售模式下，公司销售收现比率较高。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额持续为正且两年均高于净利润，反映出公司良好的现金流水平。

(2) 可比公司财务费用率对比分析

公司与可比公司财务费用率的比较情况如下：

分 类	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天 福	1.74%	1.65%	0.85%
	澜沧古茶	未披露	1.99%	1.48%
	中国茶叶	未披露	-0.26%	-0.27%
	可比公司平均值	1.74%	1.13%	0.69%
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	-0.31%	-0.13%	0.03%
	三只松鼠	-0.10%	-0.14%	-0.13%
	品渥食品	未披露	0.18%	0.40%
	来伊份	未披露	-0.00%	-0.15%
	可比公司平均值	-0.21%	-0.02%	0.04%
公 司	八马茶业	0.11%	0.10%	-0.04%

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，八马茶业财务费用率低于该类可比公司平均水平，反映了八马茶业较强的偿债能力和优质的债务结构。分别来看，八马茶业财务费用率低于天福、澜沧古茶，主要系：天福、澜沧古茶有息负债规模高于八马茶业。八马茶业财务费用率较中国茶叶接近，不存在明显差异。

2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业财务费用率不存在明显差异。

(六) 资产减值损失及信用减值损失

2018 和 2019 年度，公司资产减值损失系按照坏账政策计提的应收款项坏账

准备、其他应收款坏账准备和存货跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	169.31
存货跌价损失及合同履约成本减值损失	66.30	-46.92	23.18
固定资产减值损失	23.48	-	-
合 计	89.78	-46.92	192.48

注：2019 年度及 2020 年度坏账损失在信用减值损失科目核算。

公司于 2019 年 1 月 1 日起执行“新金融工具准则”，应收账款及其他应收款对应的坏账损失在信用减值损失科目核算。

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度
应收账款坏账损失	86.57	97.33
其他应收款坏账损失	46.35	-7.58
合 计	132.92	89.75

报告期内公司资产减值损失和信用减值损失发生额较小，其内容主要为应收账款计提减值准备所产生的资产减值损失和信用减值损失。

（七）其他收益

报告期内，公司发生的其他收益情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	164.66	157.53	152.88
合 计	164.66	157.53	152.88

报告期内，公司计入其他收益的政府补助分别为 152.88 万元、157.53 万元和 164.66 万元。具体情况如下：

单位：万元

补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/ 与收益相关
桃舟基地建设项目补助	13.30	27.04	36.63	与资产相关
农民创业园重点建设项目补助	32.06	24.88	41.33	与资产相关
一县一特设备补助	22.68	22.68	20.86	与资产相关
创业园省级专项资金补助	9.84	17.96	12.98	与资产相关

补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/ 与收益相关
现代农业示范区项目补助	2.32	5.34	36.11	与资产相关
建设企业服务中心项目补助	4.97	4.97	4.97	与资产相关
鼓励总部经济企业新购买自用办公用房补贴	79.50	54.66	-	与资产相关
合 计	164.66	157.53	152.88	

报告期内，公司确认其他收益金额占当期利润总额分别为 2.17%、1.26%和 1.01%，占比较低。

（八）资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益分别为 2.86 万元、-0.21 万元和 45.61 万元，金额较小。上述资产处置收益均已全额认定为当期非经常性损益。

（九）营业外收支

1、营业外收入

报告期内，公司发生的营业外收入情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	685.19	514.25	326.07
其他	156.61	90.10	44.45
合 计	841.81	604.35	370.52

报告期内，公司营业外收入分别为 370.52 万元、604.35 万元和 841.81 万元，金额较小，占当期营业收入比例分别为 0.52%、0.59%和 0.68%，对公司盈利能力影响较小。上述营业外收入均已全额认定为当期非经常性损益。

报告期内，公司计入营业外收入的政府补助明细情况如下所示：

（1）2020 年度

单位：万元

补助项目	金额	性质
广东省人力资源和社会保障厅广东省财政厅关于做好以工代训工作的通知	135.45	与收益相关
深圳市罗湖区稳企援助补贴	122.19	与收益相关
企业稳岗补贴	121.25	与收益相关

补助项目	金额	性质
罗湖区工业和信息化局关于产业转型升级专项资金 2020 年第三次联席会议拟扶持项目	85.59	与收益相关
安溪县农业农村局关于印发安溪县 2019 年茶叶有机肥替代化肥示范续建县项目实施方案的通知	58.46	与收益相关
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2020 年第一批拟扶持项目（疫情防控补贴）	32.60	与收益相关
安溪县财政局、农业与茶果局现代农业（茶业）省级资金加工设备项目资金补助	28.20	与收益相关
安溪县新冠肺炎疫情防控保障企业用工优惠政策就业补贴	25.50	与收益相关
安溪县农业农村局第二届中国茶产业 T20 峰会暨中国茶产业创新模式高峰论坛承办经费补助	20.00	与收益相关
安溪县农业农村局 2019 年度省级优质农产品标准化示范基地项目补助资金	20.00	与收益相关
国家茶叶产业技术体系之泉州综合实验站研发补贴	18.75	与收益相关
其他	17.21	与收益相关
合 计	685.19	

(2) 2019 年度

单位：万元

补助项目	金额	性质
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2019 年第一批拟扶持项目（品牌连锁总部企业新设实体门店）	50.00	与收益相关
中共安溪县龙门镇委员会党建经费补助	50.00	与收益相关
福建省农业厅、林业厅、海洋与渔业厅 2017 年度福建省著名农业品牌宣传补助	50.00	与收益相关
深圳市商务局 2019 年消费提升扶持计划奖励类第一批资助	50.00	与收益相关
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2018 年第八批拟扶持项目（时尚氛围宣传及活动支持）	35.09	与收益相关
国家茶叶产业技术体系之泉州综合实验站研发补贴	30.00	与收益相关
深圳市中小企业新三板挂牌补贴	30.00	与收益相关
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2019 年第一批拟扶持项目（商业增长扶持）	23.79	与收益相关
深圳市市场监督管理局款 2019 年度市农业发展专项资金农业产业化项目龙头企业奖励资助	20.00	与收益相关
安溪县农业农村局现代农业产业园中央财政奖补资金	18.08	与收益相关
安溪县工业信息化和商务局、财政局工业用地资金奖励	16.54	与收益相关
安溪县 2017 年企业研发经费补助	15.14	与收益相关
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2019 年第四批拟扶持项目（礼享罗湖促消费稳增长活动）	14.40	与收益相关
安溪县农业农村局 2018 年第一批茶叶有机肥替代化肥示范推广补助资金	14.10	与收益相关
安溪县农业农村局 2018 年第二批茶叶有机肥替代化肥示范	12.90	与收益相关

补助项目	金额	性质
推广补助资金		
企业稳岗补贴	11.50	与收益相关
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2019 年第一批拟扶持项目（品牌荣誉扶持）	10.00	与收益相关
中共安溪县委组织部 2019 年度部分人才专项资金（第九期安溪铁观音大师沙龙活动补助经费）	10.00	与收益相关
其他	52.71	与收益相关
合 计	514.25	

(3) 2018 年度

单位：万元

补助项目	金额	性质
国家茶叶产业技术体系之泉州综合实验站研发补贴	50.00	与收益相关
安溪县农业与茶果局 2017 年第二批茶叶有机肥替代化肥示范推广资金补助	45.00	与收益相关
福建省品牌农业专项资金补助及泉州市农产品质量安全监管补助	32.00	与收益相关
安溪县茶业管理委员会关于参与《茶界中国》拍摄经费补助	30.00	与收益相关
入驻安溪县金融行政中心优惠补助	23.49	与收益相关
福建省财政厅、农业厅省现代农业产业技术体系建设专项补助（市县）	20.00	与收益相关
安溪县 2018 年度绿色防控与统防统治专项资金补助	20.00	与收益相关
安溪县农业与茶果局 2018 年度农产品质量安全与监管专项资金补助	20.00	与收益相关
企业稳岗补贴	14.86	与收益相关
泉州市及安溪县用电增产奖励资金	12.12	与收益相关
深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2018 年第八批拟扶持项目（品牌荣誉扶持）	10.00	与收益相关
福建省科学技术厅、财政厅 2018 年度科技计划项目经费补助（乌龙茶连续化智能化精加工技术集成研究与应用）	10.00	与收益相关
其他	38.60	与收益相关
合 计	326.07	

2、营业外支出

报告期内，公司发生的营业外支出情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外捐赠	245.10	116.60	12.60
非流动资产毁损报废损失	39.57	200.01	38.27

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他	25.92	46.81	72.97
合 计	310.59	363.42	123.85

报告期内，公司营业外支出分别为 123.85 万元、363.42 万元和 310.59 万元，占当期营业成本比例分别为 0.37%、0.77%和 0.55%，均已全额认定为当期非经常性损益。公司营业外支出金额较小，对公司盈利能力影响较小。

（十）投资收益

报告期内，公司发生的投资收益情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
理财产品投资收益	106.54	274.62	235.78
合 计	106.54	274.62	235.78

报告期内，公司投资收益主要为理财产品投资收益，均已全额认定为当期非经常性损益。公司投资收益金额较小，对公司盈利能力影响较小。

（十一）所得税费用

报告期内，公司所得税费用具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	4,900.01	3,578.75	2,242.33
递延所得税费用	-229.37	-190.90	-0.01
合 计	4,670.64	3,387.85	2,242.32

报告期内，公司及子公司享受的企业所得税政策及税收优惠见本节“八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠”。

（十二）报告期公司缴纳的税项及税额

报告期内，公司主要税项为企业所得税和增值税。

1、增值税缴纳情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交	867.56	322.39	104.71

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本期应交	6,084.10	5,536.15	4,779.89
本期已交	6,194.27	4,990.97	4,562.21
期末未交	757.39	867.56	322.39

2、所得税缴纳情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交	1,698.16	887.03	545.17
本期应交	4,900.01	3,578.75	2,242.33
本期已交	3,652.68	2,767.62	1,900.47
期末未交	2,945.49	1,698.16	887.03

报告期内，公司不存在重大税收政策变化，公司遵守国家及地方的税收法律、法规，依法缴纳各种税金，所执行的税种、税率均符合相关税收法律、法规的规定。

（十三）利润来源分析

1、报告期内公司利润的主要来源

报告期内公司营业收入、营业利润、利润总额、净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	123,716.73	101,272.85	71,350.78
营业收入合计	124,681.76	102,254.98	71,864.22
主营业务收入占比	99.23%	99.04%	99.29%
营业利润	15,783.52	12,234.53	6,805.99
利润总额	16,314.73	12,475.46	7,052.67
营业利润占利润总额比例	96.74%	98.07%	96.50%
净利润	11,644.09	9,087.61	4,810.35

报告期内，公司主营业务突出，公司营业收入主要来自主营业务收入，利润总额主要来自营业利润。

报告期内，对公司净利润影响较大的因素如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	124,681.76	21.93%	102,254.98	42.29%	71,864.22
投资收益	106.54	-61.20%	274.62	16.47%	235.78
营业利润	15,783.52	29.01%	12,234.53	79.76%	6,805.99
营业外收入	841.81	39.29%	604.35	63.11%	370.52
营业外支出	310.59	-14.54%	363.42	193.44%	123.85
利润总额	16,314.73	30.77%	12,475.46	76.89%	7,052.67
净利润	11,644.09	28.13%	9,087.61	88.92%	4,810.35

由上表可知，报告期内，随着公司经营规模的扩大，营业收入、营业利润、利润总额和净利润同步增长。营业利润、利润总额、净利润变动趋同度较高，公司净利润增长的主要来源为营业利润，而营业利润的增长来自营业收入的增长。

2、非经常性损益

报告期内，公司非经常性损益净额分别为 499.72 万元、524.67 万元和 663.59 万元，主要构成如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	6.04	-200.22	-35.41
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	849.86	671.77	478.95
委托他人投资或管理资产的损益	106.54	274.62	235.78
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-114.41	-73.31	-41.12
所得税影响额	-183.52	-148.47	-138.48
少数股东权益影响额	-0.92	0.27	-
合 计	663.59	524.67	499.72
归属于母公司股东的净利润	11,646.99	9,188.16	4,882.35
考虑所得税影响后非经常性损益占归属于母公司净利润比重	5.70%	5.71%	10.24%
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	10,983.40	8,663.49	4,382.64

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助、银行保本理财产品产生的投资收益等构成，非经常性损益占归母净利润比例分别为 10.24%、5.71%和 5.70%，占比较小，公司扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润仍保持增长趋势。

(十四) 对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

报告期内，公司经营状况良好，销售收入和盈利水平保持增长态势，不存在下列对持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

1、公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、公司的行业地位或所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

4、公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

5、公司最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

综上，公司所处领域发展前景良好，市场开拓具有可持续性，产品结构不断优化，技术及研发能力较强，内部管理和业务运行规范，企业发展目标清晰，公司不存在对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，且已披露了影响未来持续盈利能力的风险因素，公司具备持续盈利能力。

十三、资产质量分析

(一) 资产构成分析

1、资产总体变动及构成分析

报告期各期末，公司的资产结构如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	59,050.69	65.38%	48,093.72	63.99%	38,681.75	66.02%
非流动资产	31,272.51	34.62%	27,065.26	36.01%	19,910.04	33.98%
总资产	90,323.20	100.00%	75,158.98	100.00%	58,591.79	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 58,591.79 万元、75,158.98 万元和 90,323.20 万元。2019 和 2020 年度，资产总额较上年度分别增长 16,567.19 万元、15,164.22 万元，增速分别为 28.28%、20.18%。报告期内，公司经营业绩良好，业务规模快速增长，资产规模随之增长。

2、流动资产构成及变化情况分析

报告期各期末，公司流动资产的主要构成如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	17,268.02	29.24%	20,617.68	42.87%	17,374.09	44.92%
交易性金融资产	500.00	0.85%	-	-	-	-
应收账款	3,334.71	5.65%	1,990.85	4.14%	1,537.43	3.97%
预付款项	1,937.68	3.28%	1,991.49	4.14%	2,183.17	5.64%
其他应收款	3,175.42	5.38%	2,305.81	4.79%	2,178.98	5.63%
存货	32,046.13	54.27%	20,899.69	43.46%	15,052.34	38.91%
其他流动资产	788.74	1.34%	288.19	0.60%	355.74	0.92%
流动资产合计	59,050.69	100.00%	48,093.72	100.00%	38,681.75	100.00%

公司流动资产主要由货币资金和存货构成。报告期各期末，上述两项资产合计占流动资产的比例分别为 83.83%、86.33%和 83.51%。

(1) 货币资金

报告期各期末，货币资金余额如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
库存现金	-	-	3.05
银行存款	16,977.67	20,530.26	17,284.43
其他货币资金	290.35	87.42	86.60
合 计	17,268.02	20,617.68	17,374.09

公司货币资金主要系银行存款，其他货币资金主要为销售预付卡并预收款项后，根据相关管理规定产生的少量冻结资金。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 17,374.09 万元、20,617.68 万元和 17,268.02 万元，占流动资产的比例分别为 44.92%、42.87%和 29.24%。

2019年末,公司货币资金余额较上年末增长3,243.59万元,增幅为18.67%,主要系:公司经营情况良好,经营规模扩大,经营活动现金流入增长较快,经营活动产生的现金流量净额达14,515.67万元,较上年度增长5,742.95万元,增幅为65.46%。

2020年末,公司货币资金余额较上年末降低3,349.66万元,降幅为16.25%,主要系:1)公司加大了普洱茶采购储备力度,建立普洱茶战略库存,对部分普洱茶单品进行战略性储备;2)随着公司品牌知名度的提升、经营规模的逐渐扩大和综合实力的逐渐增强,公司保持的必要库存商品规模有所增长。上述两个原因导致公司经营活动现金流出增长较快,2020年度公司经营活动产生的现金流量净额为6,946.25万元,较上年度有所减少;3)2019年度公司经营情况良好,2020年实施的公司分红规模较上年度增长1,145.94万元。

(2) 应收账款

1) 应收账款余额

报告期各期末,公司应收账款余额占当期营业收入的比例如下表所示:

单位:万元

项 目	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度
应收账款余额	3,514.55	2,124.33	1,737.64
营业收入	124,681.76	102,254.98	71,864.22
应收账款余额占营业收入比例	2.82%	2.08%	2.42%

公司历来重视应收账款回款管理工作,销售收现比率较高,应收账款期末余额保持在较低的水平。报告期各期末,公司应收账款账面余额分别为1,737.64万元、2,124.33万元和3,514.55万元,应收账款账面余额占同期营业收入的比例分别为2.42%、2.08%和2.82%,占比较低。报告期内,公司应收账款余额呈增长趋势,2019和2020年末应收账款余额较上年末分别增长22.25%和65.44%,主要系:公司电商平台入仓、商场联营模式销售收入持续增长,该等销售模式存在一定结算周期,使得应收账款规模同步增长。

2) 应收账款账龄分析

报告期各期末,公司应收账款余额的账龄分布如下:

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	3,496.66	99.49%	2,054.08	96.69%	1,525.11	87.77%
1 至 2 年	13.66	0.39%	46.96	2.21%	61.25	3.52%
2 至 3 年	3.91	0.11%	3.82	0.18%	79.15	4.56%
3 年以上	0.32	0.01%	19.47	0.92%	72.13	4.15%
余额合计	3,514.55	100.00%	2,124.33	100.00%	1,737.64	100.00%

报告期各期末，公司应收账款账龄主要处于 1 年以内，各期末 1 年以内应收账款余额占比分别为 87.77%、96.69%和 99.49%，公司账龄结构较为合理。

在商场联营和电商平台入仓两种销售模式下，公司每月与合作方进行月度对账后结算，故产生了一定的应收账款，其实际账期大多在 1 个月左右。公司应收账款涉及的客户群体主要为大型商超、大型电商平台等资质优良客户，该类客户具备较强的资金实力、良好的资信状况和较高的信誉度，与公司保持长期稳定的合作关系，公司应收账款的回收有较好的保障。

3) 坏账准备计提情况

报告期各期末，账龄 1 年以内、1-2 年、2-3 年、3 年以上的应收账款坏账准备的计提比例分别为 5.00%、20.00%、50.00%、100.00%。报告期各期末，公司已计提的坏账准备占应收账款账面余额的比例分别为 11.52%、6.28%、5.12%，公司应收账款坏账准备计提充分、谨慎，符合稳健性原则，坏账准备计提充分、合理。

报告期内，公司应收账款回收情况正常，应收账款质量良好、风险可控。

4) 应收账款金额前五名单位情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名的明细情况如下：

单位：万元

单位名称	2020.12.31		
	应收账款	占应收账款余额比例	坏账准备
北京京东世纪信息技术有限公司	1,335.47	38.00%	66.77
天虹商场股份有限公司	576.39	16.40%	28.82

华润万家有限公司	299.89	8.53%	14.99
唯品会（中国）有限公司	163.32	4.65%	8.17
恒大农牧集团有限公司	136.86	3.89%	6.84
合 计	2,511.94	71.47%	125.60
单位名称	2019.12.31		
	应收账款	占应收账款余额比例	坏账准备
北京京东世纪信息技术有 限公司	543.13	25.57%	27.16
天虹商场股份有限公司	289.45	13.63%	14.47
上海益余鲜食品有限公司	249.15	11.73%	12.46
华润万家有限公司	203.42	9.58%	10.17
恒大农牧集团有限公司	193.77	9.12%	9.69
合 计	1,478.92	69.63%	73.95
单位名称	2018.12.31		
	应收账款	占应收账款余额比例	坏账准备
北京京东世纪信息技术有 限公司	356.12	20.49%	17.81
天虹商场股份有限公司	247.49	14.24%	12.37
华润万家有限公司	195.96	11.28%	9.80
恒大农牧集团有限公司	63.11	3.63%	3.16
上海汇饮食品有限公司	51.21	2.95%	2.56
合 计	913.89	52.59%	45.69

5) 应收账款坏账计提政策的同行业比较

报告期各期末，可比公司平均坏账计提情况如下：

分 类	公 司	6 个月以内	6-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上
基于主营业 务及主要 产品所 选取的可 比公司	天福	-	-	-	-	-
	澜沧古茶		5.00%	20.00%	50.00%	100.00%
	中国茶叶		5.00%	30.00%	50.00%	100.00%
	平均		5.00%	25.00%	50.00%	100.00%
基于经营 模式及销 售渠道所 选取的可 比公司	良品铺子	5.00%	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%
	三只松鼠	0.00% (3 个月以内)	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%
	品渥食品		5.00%	10.00%	20.00%	100.00%
	来伊份		5.00%	10.00%	50.00%	100.00%
	平均	2.50%	5.00%	10.00%	42.50%	100.00%

分类	公司	6个月以内	6-12个月	1-2年	2-3年	3年以上
公司	八马茶业	5.00%		20.00%	50.00%	100.00%

注1：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为wind。

注2：天福适用《香港财务报告准则》，未列入比较。

与两类可比公司相比，八马茶业的坏账准备计提比例均不存在重大差异。

公司坏账准备计提政策符合行业惯例及公司实际情况，坏账计提比例符合谨慎性原则，已足额计提坏账准备。

(3) 预付款项

报告期各期末，公司的预付款项账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄结构	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	1,906.95	98.41%	1,934.84	97.16%	2,182.76	99.98%
1至2年	3.86	0.20%	56.65	2.84%	-	-
2至3年	26.87	1.39%	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	0.41	0.02%
合计	1,937.68	100.00%	1,991.49	100.00%	2,183.17	100.00%

公司预付款项主要包括向供应商支付的货款、店面租金费和广告推广费等。报告期各期末，预付款项金额波动较小，基本保持稳定。

报告期各期末，公司预付款项占流动资产比例分别为5.64%、4.14%和3.28%，占比较低。公司预付款项账龄主要在一年以内，风险较小。

截至2020年末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	金额	占比	账龄
深圳二十四文化创意有限公司	无关联关系	403.15	20.81%	1年以内
深圳市东来设计有限公司	无关联关系	218.44	11.27%	1年以内
福鼎梅相靖白茶有限公司	无关联关系	153.16	7.90%	1年以内
武夷山市鸿雁通信设备有限公司	无关联关系	95.24	4.92%	1年以内
华为软件技术有限公司	无关联关系	56.86	2.93%	1年以内
合计		926.85	47.83%	

公司不存在预付款项占总资产比例较大的情况，亦不存在对单个供应商预付

金额较大的情形。

(4) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款的分类情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
保证金、押金	2,679.67	1,766.04	1,628.55
在途资金	485.84	512.06	387.97
第三方支付账户余额	138.34	114.28	159.66
其他	5.82	1.82	98.79
其他应收款账面余额合计	3,309.67	2,394.21	2,274.96
减：坏账准备	134.25	88.40	95.98
其他应收款账面价值	3,175.42	2,305.81	2,178.98

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 2,178.98 万元、2,305.81 万元和 3,175.42 万元，占流动资产的比例分别为 5.63%、4.79%和 5.38%。

保证金、押金主要为公司向合作商超缴纳的保证金、押金。在商场联营模式下，公司与商超合作，开设商场联营门店，部分情况下公司根据合约要求需向商场缴纳一定的保证金或押金。

在途资金主要为直营门店 POS 机刷卡、二维码收款等尚在银联、拉卡拉等第三方支付公司暂存的资金。在途资金一般将于 T+1 日自动划转至公司账户。

第三方支付账户余额为公司支付宝、微信、京东钱包等账户余额，以上账户为公司自有账户，无需额外管理，其中支付宝和微信已设置 T+1 自动提现至公司账户，京东钱包由公司自行提现，因支付宝等公信力不及传统金融机构，暂时纳入其他应收款核算。

2019 年末，公司其他应收款余额较上年末增长 5.24%，增幅较小，基本稳定。

2020 年末，公司其他应收款余额较上年末增长 38.24%，主要系：1) 公司业务规模扩大，合作商场数量增长，所缴纳保证金、押金同步增长；2) 公司与广州市想象文化传媒有限公司签订直播推广合同，缴纳保证金 400.00 万元。

(5) 存货

1) 存货构成分析

报告期各期末，存货（账面价值）分类的明细如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
原材料	4,717.54	14.72%	933.36	4.47%	1,657.44	11.01%
在途物资	-	0.00%	12.73	0.06%	20.68	0.14%
包装材料及周转材料	1,363.06	4.25%	1,265.40	6.05%	1,414.94	9.40%
库存商品	20,917.12	65.27%	14,137.88	67.65%	8,677.14	57.65%
发出商品	1,479.90	4.62%	996.88	4.77%	1,100.85	7.31%
半成品	2,764.51	8.63%	2,790.03	13.35%	2,062.86	13.70%
在产品	803.99	2.51%	763.42	3.65%	118.42	0.79%
合 计	32,046.13	100.00%	20,899.69	100.00%	15,052.34	100.00%

公司存货主要由库存商品、半成品、包装材料及周转材料、发出商品和原材料组成。报告期各期末，存货账面价值分别为 15,052.34 万元、20,899.69 万元和 32,046.13 万元，占流动资产的比例分别为 38.91%、43.46%和 54.27%。

报告期各期末，公司存货账面价值呈逐年增长趋势，2019 和 2020 年末，存货账面价值较上年末分别增长 38.85%和 53.33%。报告期内，存货各明细科目金额变动情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31	
	变动金额	增长贡献度	变动金额	增长贡献度
原材料	3,784.19	33.95%	-724.08	-12.38%
在途物资	-12.73	-0.11%	-7.95	-0.14%
包装材料及周转材料	97.66	0.88%	-149.54	-2.56%
库存商品	6,779.25	60.82%	5,460.74	93.39%
发出商品	483.02	4.33%	-103.97	-1.78%
半成品	-25.52	-0.23%	727.17	12.44%
在产品	40.57	0.36%	645.00	11.03%

项 目	2020.12.31		2019.12.31	
	变动金额	增长贡献度	变动金额	增长贡献度
合 计	11,146.43	100.00%	5,847.35	100.00%

由上表可知，存货的增长主要来自库存商品的增长。2019 和 2020 年末，库存商品账面价值分别较上年末增长 93.39%和 60.82%，主要系：1) 随着公司产品知名度的提升、经营规模的逐渐扩大和综合实力的逐渐增强，公司保持的必要库存商品规模有所增长；2) 公司加大了普洱茶采购储备力度。在普洱茶产品战略上，公司持续丰富和完善普洱茶产品线，并启动普洱茶战略库存的建设，对个别普洱茶单品进行战略性地集中采购和储备，通过逐年控制销量的方式进行销售，最终打造出由不同陈化年份产品组成的“普洱年份茶”存货体系。这一产品战略使得公司普洱茶库存商品规模出现了一定幅度的增长。

2) 存货跌价准备计提情况

公司制定了合理谨慎的存货跌价准备计提政策，公司存货跌价准备的计提方法系以存货成本与可变现净值孰低计提或调整，以预计售价扣减进一步加工成本（如有）和预计销售费用以及相关税费后的金额，确定其可变现净值。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
存货账面余额	32,190.55	20,977.82	15,177.38
存货跌价准备	144.42	78.12	125.04
其中：			
包装材料及周转材料	-	-	-
库存商品	144.42	78.12	125.04
存货账面价值	32,046.13	20,899.69	15,052.34

报告期各期末，公司存货跌价准备金额分别为 125.04 万元、78.12 万元和 144.42 万元，主要为库存商品的跌价准备。

3) 存货周转率可比公司对比

报告期内，各可比公司存货周转率情况如下所示：

分类	公司名称	存货周转率		
		2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
基于主营业务及 主要产品所选取 的可比公司	天福	0.80	1.03	1.09
	澜沧古茶	未披露	0.36	0.32
	中国茶叶	未披露	1.10	1.24
	平均	0.80	0.83	0.88
基于经营模式及 销售渠道所选取 的可比公司	良品铺子	6.91	6.25	6.73
	三只松鼠	3.85	3.95	4.32
	品渥食品	未披露	3.88	2.77
	来伊份	未披露	5.54	5.44
	平均	5.38	4.91	4.82
公司	八马茶业	2.13	2.62	2.19

注：1、澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。2、八马茶业存货周转率=营业成本÷[(期初存货余额+期末存货余额)÷2]，其中 2018 年存货期初金额采用期末金额替代。

① 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，八马茶业存货周转率高于该类可比公司平均水平。分别来看：

A、八马茶业存货周转率高于澜沧古茶，主要系：a、八马茶业生产模式区别于澜沧古茶，使得八马茶业支持一定经营规模所需维持的存货规模更小。澜沧古茶生产模式以自主生产为主，存货结构中原材料、在产品、半成品规模相对较大。八马茶业除铁观音及部分岩茶涉及自主生产外，其余产品以定制采购为主，使得公司存货结构中原材料、在产品、半成品规模相对较小。b、澜沧古茶主要经营普洱茶产品，普洱茶的市场特点及产品属性使得普洱茶企业需要持有一定规模的存货以满足经营需求，普洱茶企业普遍存货周转率较低。而八马茶业经营全茶类产品，产品结构的差异使得八马茶业存货周转率高于澜沧古茶。

B、八马茶业存货周转率高于中国茶叶，主要系：八马茶业生产模式区别于中国茶叶，使得八马茶业支持一定经营规模所需维持的存货规模更小。中国茶叶生产模式以自主生产为主，存货结构中原材料、在产品、半成品规模相对较大，使得其存货占总资产比例更高。

C、八马茶业存货周转率高于天福。报告期内，天福未披露其销售模式、生产模式情况。

② 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业存货周转率低于该类可比公司平均水平，主要系：A、从生产模式来看，该类可比公司均基本不涉及自产，而八马茶业铁观音及部分岩茶为自主生产，公司存货中原材料、半成品、在产品占比较该类可比公司更高，使得公司存货占总资产比例高于该类可比公司。B、该类可比公司主要销售产品均为零食、饮料类产品，终端客户消费频次高于茶叶类产品，使得该类可比公司存货周转率较高。

（6）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
待抵扣进项税及预缴税金	788.74	288.19	355.74
合 计	788.74	288.19	355.74

公司的其他流动资产为待抵扣进项税及预缴税金，报告期各期末占流动资产的比例分别为 0.92%、0.60%和 1.34%，占比较低。

3、非流动资产构成及变化情况分析

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	3,405.58	10.89%	3,502.86	12.94%	752.17	3.78%
固定资产	16,010.66	51.20%	12,979.23	47.96%	12,723.45	63.90%
在建工程	5.44	0.02%	330.84	1.22%	0.00	0.00%
生产性生物资产	275.01	0.88%	317.04	1.17%	359.07	1.80%
无形资产	1,825.09	5.84%	1,654.57	6.11%	1,463.57	7.35%
长期待摊费用	7,154.49	22.88%	4,777.30	17.65%	3,916.29	19.67%
递延所得税资产	1,085.95	3.47%	856.58	3.16%	665.68	3.34%
其他非流动资产	1,510.29	4.83%	2,646.84	9.78%	29.81	0.15%
非流动资产合计	31,272.51	100.00%	27,065.26	100.00%	19,910.04	100.00%

公司非流动资产主要为投资性房地产、固定资产和长期待摊费用。报告期各期末，三者合计占非流动资产的比例分别为 87.35%、78.55%和 84.97%。

(1) 投资性房地产

报告期各期末，公司的投资性房地产的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
账面原值	3,720.70	3,720.70	893.55
累计折旧	315.12	217.84	141.38
账面价值	3,405.58	3,502.86	752.17

公司投资性房地产系公司用于出租的房屋、建筑物。

2019年末，公司投资性房地产较上年末增长2,750.69万元，增幅为365.70%，主要系：公司子公司福建八马于2019年在安溪龙门通过法院拍卖购置了3处产权，根据《合同法》第二百二十九条规定：“租赁物在租赁期间发生所有权变动的，不影响租赁合同的效力”，在法院移交后，公司与原承租方福建省大成智能科技有限公司重新签订租赁合同，上述出租房产列入投资性房地产，按成本法核算。

2020年末，公司投资性房地产账面价值较上年末基本持平，波动较小。

(2) 固定资产

1) 固定资产构成情况

报告期各期末，公司固定资产（账面价值）构成如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
房屋及建筑物	13,254.79	82.79%	11,040.52	85.06%	10,857.58	85.34%
机器设备	1,113.82	6.96%	1,037.09	7.99%	1,062.30	8.35%
运输设备	413.76	2.58%	206.59	1.59%	255.39	2.01%
电子设备及其他	1,228.30	7.67%	695.03	5.35%	548.18	4.31%
合 计	16,010.66	100.00%	12,979.23	100.00%	12,723.45	100.00%

公司固定资产主要由房屋及建筑物和机器设备构成。报告期各期末，二者合计占固定资产账面价值的比例分别为93.68%、93.05%和89.74%。

2019年末，公司固定资产较上年末波动较小。

2020年末，公司固定资产较上年末增长3,031.43万元，增幅23.36%，主要系：公司持续加码仓储系统建设，子公司福建八马于年内投资建设“智能仓建设项目”，导致固定资产规模增长。

2) 固定资产原值、累计折旧、减值准备增减变动情况

报告期各期末，公司固定资产原值、累计折旧、减值准备、账面价值、成新率增减变动情况如下：

单位：万元

固定资产分类	2020.12.31				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	15,216.80	1,962.01	-	13,254.79	87.11%
机器设备	2,561.22	1,326.02	121.39	1,113.82	43.49%
运输工具	806.96	393.20	-	413.76	51.27%
电子设备及其他	3,147.22	1,918.92	-	1,228.30	39.03%
合计	21,732.20	5,600.15	121.39	16,010.66	73.67%
固定资产分类	2019.12.31				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	12,542.55	1,502.04	-	11,040.52	88.02%
机器设备	2,239.92	1,104.93	97.90	1,037.09	46.30%
运输工具	613.35	406.76	-	206.59	33.68%
电子设备及其他	2,401.75	1,706.72	-	695.03	28.94%
合计	17,797.58	4,720.44	97.90	12,979.23	72.93%
固定资产分类	2018.12.31				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	11,944.70	1,087.12	-	10,857.58	90.90%
机器设备	2,093.64	933.43	97.90	1,062.30	50.74%
运输工具	631.17	375.79	-	255.39	40.46%
电子设备及其他	2,261.44	1,713.26	-	548.18	24.24%
合计	16,930.96	4,109.60	97.90	12,723.45	75.15%

报告期内，机器设备存在减值准备的情况，主要系：因铁观音生产工艺改进，导致原有少量设备闲置，公司已对相关资产进行了单项减值测试，并将相关资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失。

3) 固定资产折旧年限与可比公司比较情况

公司的固定资产折旧年限与可比公司比较情况如下：

分类	类别	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子设备及其他
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天福	20年	10年	5-10年	3-10年
	澜沧古茶	20-30年	10年	3-5年	3-5年
	中国茶叶	10-25年	5-8年	5年	5年
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	20年	10年	4年	3年
	三只松鼠	20年	3-10年	5年	3-10年
	品渥食品	30年	5年	5年	3年
	来伊份	20-40年	10年	4年	3年
公司	八马茶业	20-40年	3-15年	5-10年	3-10年

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

由上表可见，公司各类固定资产折旧年限处于合理水平。与两类可比公司相比，公司固定资产折旧年限均不存在重大差异。

(3) 在建工程

报告期各期末，公司在建工程构成如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
16楼展厅装修工程	-	27.20	-
龙门新仓储中心改造工程	-	103.74	-
龙门消防管道改造工程	-	199.90	-
武夷山厂区建设项目	5.44	-	-
合 计	5.44	330.84	-

公司在建工程包括展厅装修、仓储中心改造工程和消防管道改造工程。报告期各期末，公司在建工程没有减值迹象，未计提减值准备。2020年末，公司在建工程较上年末减少 325.40 万元，主要系：龙门新仓储中心改造工程、龙门消防管道改造工程项目完工后转入固定资产列示。

(4) 生产性生物资产

报告期各期末，公司生产性生物资产具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
原值合计	421.53	421.53	421.53
成熟生产性	421.53	421.53	421.53
未成熟生产性	-	-	-
累计折旧合计	146.52	104.49	62.46
成熟生产性	146.52	104.49	62.46
未成熟生产性	-	-	-
账面价值合计	275.01	317.04	359.07
成熟生产性	275.01	317.04	359.07
未成熟生产性	-	-	-

公司的生产性生物资产为子公司现代农业所持有的茶树资产，根据持有目的及经济利益实现方式，划分为生产性生物资产。

报告各期末，生产性生物资产的账面价值分别为 359.07 万元、317.04 万元和 275.01 万元，占非流动资产的比例分别为 1.80%、1.17%和 0.88%，占比较低。

(5) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
原值合计	3,108.36	2,672.44	2,378.48
土地使用权	259.47	259.47	259.47
软件	2,842.17	2,406.25	2,112.29
专利权	6.72	6.72	6.72
累计摊销额合计	1,283.27	1,017.87	914.90
土地使用权	58.58	52.77	46.96
软件	1,219.75	960.43	863.53
专利权	4.93	4.67	4.41
账面价值合计	1,825.09	1,654.57	1,463.57
土地使用权	200.88	206.69	212.50
软件	1,622.42	1,445.83	1,248.76
专利权	1.79	2.05	2.31

报告期各期末，公司无形资产主要为软件。

报告期各期末，公司无形资产没有减值迹象，未计提减值准备。

报告期各期末，公司无形资产中通过内部研发形成的无形资产占无形资产余额的比例 0%。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
装修设计费	7,071.59	4,675.43	3,795.44
承包经营权	54.88	56.34	57.79
茶园基地建设	28.02	45.54	63.06
合 计	7,154.49	4,777.30	3,916.29

公司的长期待摊费用主要为装修设计费，为门店及办公场所装修费。报告期各期末，随着公司直营门店的增长及办公场所面积增加，装修设计费逐年增长。

（7）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产明细如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	679.87	169.97	497.86	124.46	619.13	154.78
内部交易未实现利润	3,125.19	781.30	2,111.41	527.85	1,305.20	326.30
可抵扣亏损	253.92	63.48	287.57	71.89	405.88	101.47
递延收益	-	-	330.45	82.61	-	-
合同负债	284.82	71.21	-	-	-	-
跨期调整	-	-	199.03	49.76	332.49	83.12
合 计	4,343.80	1,085.95	3,426.31	856.58	2,662.70	665.68

报告期各期末，递延所得税资产占非流动资产比重分别为 3.34%、3.16%和 3.47%，占比较低。公司递延所得税资产主要由资产减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损构成。

(8) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产为预付与购建长期资产相关的款项，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预付与购建长期资产相关的款项	1,510.29	2,646.84	29.81
合 计	1,510.29	2,646.84	29.81

2019 年末，公司其他非流动资产金额较上年末增幅较大，主要系：福建八马于 2019 年 12 月在安溪龙门通过法院拍卖获得土地及厂房，预付共计 2,628.30 万元，划入其他非流动资产列示。

2020 年末，公司其他非流动资产金额较上年末降幅较大，主要系：上期福建八马预付的土地及厂房款，本期建成“智能仓建设项目”后转入固定资产列示。此外，公司于当期新增购买软件、生产设备、土地预付款 862.00 万元。

(二) 负债构成分析

1、负债总体变动及构成分析

报告期各期末，公司负债主要构成如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	38,881.29	97.09%	32,523.43	96.04%	24,136.54	97.07%
非流动负债	1,163.88	2.91%	1,341.61	3.96%	728.92	2.93%
负债合计	40,045.17	100.00%	33,865.04	100.00%	24,865.46	100.00%

报告期各期末，公司负债以流动负债为主。

2、流动负债构成及变化

报告期各期末，公司流动负债及构成情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	16,051.99	41.28%	14,749.30	45.35%	11,665.94	48.33%
预收款项	-	-	4,793.04	14.74%	4,721.63	19.56%

项 目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合同负债	6,850.54	17.62%	-	-	-	-
应付职工薪酬	4,811.95	12.38%	3,722.15	11.44%	2,195.54	9.10%
应交税费	4,447.29	11.44%	3,142.92	9.66%	1,396.95	5.79%
其他应付款	6,719.52	17.28%	6,116.02	18.80%	4,156.49	17.22%
合 计	38,881.29	100.00%	32,523.43	100.00%	24,136.54	100.00%

(1) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付货款	16,051.99	14,749.30	11,665.94
合 计	16,051.99	14,749.30	11,665.94

公司应付账款为应付供应商的货款。公司与主要供应商的结算模式存在一定的信用期，一般为 30 天或 60 天。报告期内，公司经营状况稳健，与主要供应商合作稳定。

报告期各期末，公司应付账款账面价值呈增长趋势，2019 和 2020 年末较上年末分别增长 26.43%和 8.83%，主要系：公司根据市场需求的预测情况及原材料的紧缺程度制定相应的采购计划，期末应付账款账面价值的变化主要受各期采购规模的影响。随着公司经营规模的扩大，公司的采购规模同步增长，导致各期末应付账款账面价值逐年增加。

报告期各期末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

2020.12.31			
单位名称	账面余额	占比	账龄
勐海县杨聘号茶叶有限公司	1,600.41	9.97%	1 年以内
福建省中闽华源茶业有限公司	670.33	4.18%	1 年以内
东莞市荣誉五金制品有限公司	657.99	4.10%	1 年以内
双江自治县勐库镇冰岛山茶叶精制厂	615.17	3.83%	1 年以内
福建广林福茶业有限责任公司	555.97	3.46%	1 年以内
合 计	4,099.88	25.54%	-

2019.12.31			
单位名称	账面余额	占比	账龄
福建武记茶业有限公司	1,443.34	9.79%	1年以内
勐海县杨聘号茶叶有限公司	1,250.44	8.48%	1年以内
福建省中闽华源茶业有限公司	823.25	5.58%	1年以内
福建广林福茶业有限责任公司	796.91	5.40%	1年以内
勐海云泰号茶业有限公司	660.12	4.48%	1年以内
合计	4,974.06	33.72%	-
2018.12.31			
单位名称	账面余额	占比	账龄
福建省中闽华源茶业有限公司	746.60	6.40%	1年以内
福建广林福茶业有限责任公司	573.17	4.91%	1年以内
勐海县杨聘号茶叶有限公司	561.59	4.81%	1年以内
福建武记茶业有限公司	528.92	4.53%	1年以内
勐海云泰号茶业有限公司	474.60	4.07%	1年以内
合计	2,884.88	24.73%	-

报告期各期末，公司应付账款前五名单位与公司主要供应商基本一致，且应付账款账龄均在一年以内。

(2) 预收款项

报告期内，公司预收款项主要为预收货款，具体如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31
预收货款	4,793.04	4,721.63
合计	4,793.04	4,721.63

公司的预收款项主要为公司销售预付卡形成的预收款。2018年末及2019年末，预收账款分别为4,721.63万元、4,793.04万元，占流动负债比例分别为19.56%、14.74%。

自2020年1月1日起公司开始适用新收入准则。根据新收入准则的相关规定，公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债列示。因此从部分销售合同中收取的预收款项列示为合同负债。

(3) 合同负债

2020 年末，公司合同负债 6,850.54 万元，占流动负债比例为 17.62%，主要为公司销售预付卡形成的预收款。

(4) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
短期薪酬	4,811.95	3,718.94	2,192.02
离职后福利-设定提存计划	-	3.21	3.51
合 计	4,811.95	3,722.15	2,195.54

报告期各期末，公司应付职工薪酬账面价值逐年增加，2019 和 2020 年末较上年末分别增长 69.53%和 29.28%，主要系：公司经营情况良好，经营规模增长，公司员工人数、人均薪酬呈增长趋势。

(5) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

税 项	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
企业所得税	2,945.49	1,698.16	887.03
增值税	757.39	867.56	322.39
个人所得税	649.60	450.53	131.81
城市维护建设税	36.49	56.24	24.95
房产税	9.33	19.01	5.02
教育费附加	21.43	25.71	11.41
地方教育费附加	14.29	17.14	7.59
土地使用税	2.87	2.54	2.25
其他	10.39	6.04	4.50
合 计	4,447.29	3,142.92	1,396.95

公司应交税费主要由增值税、企业所得税及个人所得税构成。

报告期各期末，公司应交税费保持增长趋势，2019 和 2020 年末，公司应交税费账面价值较上年末分别增长 124.98%和 41.50%，主要系：公司经营情况良

好，销售规模增长，盈利能力增强，员工薪酬增长，使得各期末节点的各项应交税费全面增长。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分类如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付股利	0.73	0.73	0.89
其他	6,718.79	6,115.29	4,155.60
合 计	6,719.52	6,116.02	4,156.49

其中，其他按款项性质列示如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
保证金、意向金	5,090.67	4,619.34	3,390.00
预提费用	432.56	991.76	340.53
应付长期资产款项	1,123.93	447.20	393.91
其他	71.62	56.99	31.15
合 计	6,718.79	6,115.29	4,155.60

报告期内，公司其他应付款主要为加盟商保证金、应付门店租金和待支付的装修费等款项。2019 和 2020 年末，公司其他应付款较上年末分别增长 47.14% 和 9.87%，主要系：1）公司加盟商数量增长，对应收取加盟商保证金增长；2）公司持续投入线下直营渠道建设，直营门店数量、经营面积增长，应付直营门店租金、待支付的装修费增长。

3、非流动负债构成及变化

报告期内，公司的非流动负债均为递延收益，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
递延收益	1,163.88	1,341.61	728.92
合 计	1,163.88	1,341.61	728.92

报告期各期末，公司的递延收益主要是尚未摊销完毕的政府补助，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
政府补助	1,163.88	1,011.16	728.92
积分兑换	-	330.45	-
合 计	1,163.88	1,341.61	728.92

自 2019 年起，公司在直营门店中采用积分奖励制度，根据企业会计准则的相关规定，将销售商品取得的货款或应收账款在本次商品销售产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将后者确认为“递延收益”，差额部分方可确认为当期收入。

自 2020 年 1 月 1 日起，公司开始适用新收入准则。根据新收入准则的相关规定，积分兑换以合同负债列式，故 2020 年 12 月末递延收益科目下不含积分兑换，导致 2020 年末递延收益较上年末有所下降。

（三）资产周转能力分析

1、应收账款周转率比较分析

报告期内，公司应收账款周转率与可比公司比较情况如下：

单位：次

分 类	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天福	5.59	6.64	6.64
	澜沧古茶	未披露	28.07	25.75
	中国茶叶	未披露	21.94	19.54
	平均	5.59	18.88	17.31
基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	25.52	44.74	68.24
	三只松鼠	40.94	36.08	31.55
	品渥食品	未披露	9.36	9.23
	来伊份	未披露	107.54	115.34
	平均	33.23	49.43	56.09
发行人	八马茶业	44.22	52.95	41.36

注 1：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

注 2：八马茶业应收账款周转率=营业收入÷[(期初应收账款余额+期末应收账款余额)÷2]，其中 2018 年应收账款期初金额采用期末金额替代。

公司与各可比公司在渠道建设、销售信用政策上不尽相同。公司与可比公司

相比、可比公司之间相比，应收账款周转率均存在一定差异。

(1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，八马茶业应收账款周转率高于该类可比公司平均水平。分别来看：

1) 八马茶业应收账款周转率高于中国茶叶，主要系：① 八马茶业线下直营门店和电商零售收入占比较中国茶叶更高，该种业务模式下应收账款较少。② 中国茶叶主营业务收入构成中约有 20%左右为原料茶业务，该部分业务存在一定账期。③ 中国茶叶主营业务收入构成中约有 15%左右为境外收入，该部分业务存在一定账期。

2) 八马茶业应收账款周转率高于澜沧古茶，主要系：澜沧古茶销售渠道以经销渠道为主，对经销商给予一定信用额度，且未于年尾结清，其应收账款余额主要为经销商应收账款。而对八马茶业而言，除特殊情况外，公司于各年末基本不存在经销商应收账款。

3) 报告期内，天福未披露其销售信用政策明细。

(2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业应收账款周转率与平均水平较为接近。分别来看：

1) 八马茶业应收账款周转率与良品铺子较为接近，主要系：八马茶业与良品铺子在渠道建设较为相近。

2) 八马茶业应收账款周转率高于三只松鼠，主要系：三只松鼠和八马茶业在销售渠道上存在一定差异。具体而言，三只松鼠主要通过线上渠道进行销售，电商入仓模式下的应收账款为其应收账款的主要来源。2018 年度，三只松鼠电商入仓模式收入占比为 26.56%。八马茶业主要产生应收账款的渠道为商场联营和电商平台入仓，二者合计收入占比在 12%左右，因此八马茶业应收账款规模较三只松鼠更小，应收账款周转率更高。

3) 八马茶业应收账款周转率高于品渥食品，主要系：品渥食品和八马茶业在销售渠道上存在一定差异。具体而言，品渥食品主要通过线下商超和线上统一入仓模式进行销售，两种模式均存在一定结算周期，应收账款规模相对较大。八马茶业商场联营和电商平台入仓收入占比合计约在 12%左右，其余渠道包括独立门店、线上自营零售、加盟渠道等，而该等渠道所产生的应收账款规模较小。

4) 八马茶业应收账款周转率低于来伊份，主要系：来伊份直营门店渠道收入占主导地位，截至 2019 年末，来伊份直营门店 2,429 家，特许经营门店 363 家。直营门店渠道下收现比例较高，导致来伊份应收账款规模较小。

2、存货周转率比较分析

详见本节“十三、（一）、2、（5）存货”。

十四、负债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、主要债项情况

报告期各期末，公司主要债项为应付账款、预收款项、应付职工薪酬和其他应付款。

应付账款情况见本节“十四、（二）、2、（1）应付账款”；预收账款情况见本节“十四、（二）、2、（2）预收账款”；应付职工薪酬情况见本节“十四、（二）、2、（4）应付职工薪酬”；其他应付款情况见本节“十四、（二）、2、（6）其他应付款”。

报告期各期末，公司不存在逾期未偿还债项，不存在借款费用资本化情形。

2、偿债能力与资本结构指标

报告期内，公司各期主要偿债能力指标如下：

项 目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
流动比率（倍）	1.52	1.48	1.60
速动比率（倍）	0.69	0.84	0.98
资产负债率（合并）	44.34%	45.06%	42.44%
资产负债率（母公司）	58.55%	61.17%	55.64%
息税折旧摊销前利润（万元）	20,216.28	15,435.02	9,243.97
归属于发行人股东的净利润（万元）	11,646.99	9,188.16	4,882.35
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	10,983.40	8,663.49	4,382.64
利息保障倍数（倍）	343.90	298.18	-
归属于发行人股东的每股净资产（元）	6.62	5.42	4.41

项 目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.91	1.91	1.15

注：利息保障倍数=（税前利润+利息支出）÷利息支出。因 2018 年度公司无利息支出，故无法计算利息保障倍数。

（1）短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.60、1.48 和 1.52；速动比率分别为 0.98、0.84 和 0.69。报告期内，公司注重资产流动性管理，流动比率、速动比率虽略有下降但仍保持在较高水平，符合公司生产经营情况。公司短期偿债能力较强，公司流动性风险较低。

（2）长期偿债能力分析

报告期各期末，公司资产负债率分别为 42.44%、45.06%和 44.34%，基本保持稳定。报告期内，得益于公司主营业务规模的持续扩张、经营业绩的持续增长，公司息税折旧摊销前利润不断增长。公司利息保障倍数较高，税前利润较为充足，长期偿债能力处于较好水平。

3、与可比公司偿债能力指标的对比情况

财务指标	分类标准	公司名称	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
流动比率 （倍）	基于主营业务 及主要产品所 选取的可比公 司	天福	1.58	1.42	2.28
		澜沧古茶	未披露	3.57	2.60
		中国茶叶	未披露	2.36	2.96
		平均	1.58	2.45	2.61
	基于经营模式 及销售渠道所 选取的可比公 司	良品铺子	1.61	1.28	1.16
		三只松鼠	1.69	1.54	1.46
		品渥食品	未披露	1.65	1.46
		来伊份	未披露	1.81	2.05
		平均	1.65	1.57	1.53
	发行人	八马茶业	1.52	1.48	1.60
速动比率 （倍）	基于主营业务 及主要产品所 选取的可比公 司	天福	0.72	0.67	1.41
		澜沧古茶	未披露	1.07	0.35
		中国茶叶	未披露	0.93	1.38
		平均	0.72	0.89	1.05

财务指标	分类标准	公司名称	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
	基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	1.31	0.87	0.81
		三只松鼠	1.01	0.60	0.73
		品渥食品	未披露	1.02	0.83
		来伊份	未披露	1.41	1.65
		平均	1.16	0.98	1.01
	发行人	八马茶业	0.69	0.84	0.98
资产负债率（合并）	基于主营业务及主要产品所选取的可比公司	天福	40.98%	41.64%	28.19%
		澜沧古茶	未披露	34.31%	41.26%
		中国茶叶	未披露	35.28%	29.28%
		平均	40.98%	37.08%	32.91%
	基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司	良品铺子	50.15%	61.76%	64.85%
		三只松鼠	52.37%	60.85%	64.10%
		品渥食品	未披露	56.94%	63.59%
		来伊份	未披露	38.48%	34.77%
		平均	51.26%	54.51%	56.83%
	发行人	八马茶业	44.34%	45.06%	42.44%

注：澜沧古茶、中国茶叶、品渥食品数据来自其招股说明书，其余数据来源为 wind。

(1) 与基于主营业务及主要产品所选取的可比公司相比，报告期各期末，八马茶业的流动比率、速动比率低于该类可比公司平均水平，资产负债率高于该类可比公司平均水平，分别来看：

1) 流动比率、速动比率可比公司情况分析

八马茶业流动比率、速动比率低于澜沧古茶、中国茶叶，与天福较为接近。

① 八马茶业流动比率较澜沧古茶、中国茶叶更低，主要系：A、澜沧古茶、中国茶叶生产模式以自主生产为主，对应采购以茶叶原料、包装材料等为主；八马茶业除铁观音、部分岩茶为自主生产外，其余产品以定制成品采购为主。同一产品，定制成品茶的采购单价包括了产品生产过程中的各项制造费用、人工成本等，相较直接采购原材料后自行加工的采购单价更高。故在相同的经营规模下及信用政策下，八马茶业采购金额较澜沧古茶、中国茶叶更大，应付账款占总资产比例更高。B.澜沧古茶、中国茶叶存货结构中原材料、在产品、半成品规模较八马茶业更大，导致二者存货规模更大，进而使得其流动资产占总资产比例更高。

综合原因 A、B，使得八马茶业流动比率较澜沧古茶、中国茶叶更低。

② 八马茶业速动比率较澜沧古茶、中国茶叶更低，主要系：八马茶业流动负债规模较澜沧古茶、中国茶叶更大。具体分析见上文①之 A。

③ 八马茶业流动比率、速动比率与天福较为接近。2019 年末，天福流动比率、速动比率较上年末下降较为明显，主要因当期新增短期借款规模较大，流动负债增幅较大所致。报告期内天福未披露其主要生产模式及采购模式情况。

2) 资产负债率可比公司情况分析

八马茶业资产负债率高于澜沧古茶、中国茶叶，与天福较为接近。

① 八马茶业资产负债率较澜沧古茶、中国茶叶更高，主要如前文所述：公司外采产品占比更高，使得流动负债规模较澜沧古茶、中国茶叶更大。

② 八马茶业资产负债率与天福较为接近。2019 年末，天福资产负债率较上年末明显上升，主要因当期新增短期借款规模较大，流动负债增幅较大所致。

(2) 与基于经营模式及销售渠道所选取的可比公司相比，八马茶业的流动比率、速动比率与该类可比公司平均水平较为接近，资产负债率低于该类可比公司平均水平。

1) 流动比率、速动比率可比公司情况分析

2018 和 2019 年末，八马茶业流动比率、速动比率与该类可比公司较为接近。

2) 资产负债率可比公司情况分析

① 八马茶业资产负债率低于良品铺子、三只松鼠、品渥食品，主要系：上述三家可比公司均以外协生产为主。在相同的经营规模下，该类可比公司的采购金额较八马茶业更大，应付账款及应付票据账面价值占总资产比例更高。以 2019 年末为例，当期末良品铺子、三只松鼠、品渥食品应付账款及应付票据占总资产比例均高于八马茶业，使得其资产负债率较高。

② 八马茶业资产负债率高于来伊份，具体来看，八马茶业预收款项及合同负债、应付职工薪酬、应交税费占总资产比例高于来伊份，使得八马茶业流动负债占总资产比例高于来伊份，进而使得八马茶业资产负债率更高。

（二）报告期内股利分配的实施情况

报告期内，公司分配现金股利分别为 1,596.00 万元、1,520.00 万元和 2,660.00 万元。

1、2018 年 5 月 18 日，公司召开 2017 年年度股东大会，审议通过了《关于 2017 年年度利润分配方案的议案》，以实施权益分派的股权登记日公司的股本总数为基数，以截至 2017 年年末未分配利润向全体股东（股权登记日的在册股东）每 10 股派 2.10 元现金（含税），共计拟派发现金股利 15,960,000 元。上述利润分配系通过银行转账方式派送，截至本招股说明书签署之日，除有 1 名自然人股东、1 名投资机构股东因无法联系未进行派发外，其余均派发完毕。

2、2019 年 4 月 22 日，公司召开 2018 年年度股东大会，审议通过了《关于 2018 年年度利润分配方案的议案》，以实施权益分派的股权登记日公司的股本总数为基数，以截至 2018 年年末未分配利润向全体股东（股权登记日的在册股东）每 10 股派 2.00 元现金（含税），共计拟派发现金股利 15,200,000 元。上述利润分配系通过银行转账方式派送，截至本招股说明书签署之日，除有 1 名自然人股东、1 名投资机构股东因无法联系未进行派发外，其余均派发完毕。

3、2020 年 5 月 20 日，公司召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于 2019 年年度利润分配方案的议案》，以实施权益分派的股权登记日公司的股本总数为基数，以截至 2019 年年末未分配利润向全体股东（股权登记日的在册股东）每 10 股派 3.50 元现金（含税），共计拟派发现金股利 26,600,000 元。上述利润分配系通过银行转账方式派送，截至本招股说明书签署之日，除有 1 名自然人股东、1 名投资机构股东因无法联系未进行派发外，其余均派发完毕。

（三）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	6,946.25	14,515.67	8,772.72
投资活动产生的现金流量净额	-8,491.61	-10,141.99	-7,137.52
筹资活动产生的现金流量净额	-2,007.23	-1,130.90	-1,320.11
现金及现金等价物净增加额	-3,552.59	3,242.78	315.09

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	11,644.09	9,087.61	4,810.35

1、经营活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	136,372.01	112,187.18	82,153.28
收到其他与经营活动有关的现金	3,824.62	2,447.27	1,502.35
经营活动现金流入小计	140,196.63	114,634.45	83,655.63
购买商品、接受劳务支付的现金	74,624.09	55,772.96	39,051.45
支付给职工以及为职工支付的现金	21,327.14	17,306.13	14,104.49
支付的各项税费	10,962.85	8,427.70	7,277.33
支付其他与经营活动有关的现金	26,336.29	18,611.98	14,449.64
经营活动现金流出小计	133,250.38	100,118.78	74,882.91
经营活动产生的现金流量净额	6,946.25	14,515.67	8,772.72

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 8,772.72 万元、14,515.67 万元及 6,946.25 万元，公司营业收入和经营业绩持续增长，公司经营活动产生的现金流量净额情况良好。公司收到的其他与经营活动相关的现金主要系向经销商收取的履约保证金，支付的其他与经营活动有关的现金主要为支付的各项保证金、押金及费用类支出。

报告期内，公司净利润分别为 4,810.35 万元、9,087.61 万元和 11,644.09 万元，公司经营现金流量净额占净利润的比例分别为 182.37%、159.73%和 59.65%。将净利润调节为经营活动现金流量的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	11,644.09	9,087.61	4,810.35
加：信用减值损失	132.92	89.75	0.00
资产减值准备	89.78	-46.92	192.48
固定资产及投资性房地产折旧	1,266.51	980.52	798.80
生产性生物资产折旧	42.03	42.03	42.03
无形资产摊销	265.40	237.81	166.40
长期待摊费用摊销	2,280.03	1,657.23	1,184.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”	-45.61	0.21	-2.86

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
号填列)			
固定资产报废损失 (收益以“—”号填列)	39.57	200.01	38.27
财务费用 (收益以“—”号填列)	47.58	41.98	0.00
投资损失 (收益以“—”号填列)	-106.54	-274.62	-235.78
递延所得税资产减少 (增加以“—”号填列)	-229.37	-190.90	-0.01
存货的减少 (增加以“—”号填列)	-11,212.73	-5,800.44	-3,983.30
经营性应收项目的减少 (增加以“—”号填列)	-784.00	-425.66	779.75
经营性应付项目的增加 (减少以“—”号填列)	3,719.53	8,917.88	4,988.06
其他	-202.93	-0.81	-5.53
经营活动产生的现金流量净额	6,946.25	14,515.67	8,772.72

2018 年度, 公司经营活动产生的现金流量净额为 8,772.72 万元, 净利润为 4,810.35 万元; 2019 年度, 公司经营活动产生的现金流量净额为 14,515.67 万元, 净利润为 9,087.61 万元; 2020 年度, 公司经营活动产生的现金流量净额为 6,946.25 万元, 净利润为 11,644.09 万元。

2018 和 2019 年度, 经营活动产生的现金流量净额大于当期净利润, 主要系:

(1) 随着公司经营规模持续扩大, 直营门店、办公场所经营面积增长, 各期所带来的折旧、摊销较多; (2) 在公司现有采购模式、销售模式下, 公司采购端在向主要供应商采购过程中存在一定账期, 而销售端收现比率较高, 导致各期经营性应收项目的增加小于经营性应付项目增加, 反映出公司在采购端、销售端较强的议价能力和流动性管理能力。

2020 年度, 经营活动产生的现金流量净额小于当期净利润, 主要系: 公司加大了存货采购储备力度, 存货账面价值增长较大。公司加大存货采购储备力度, 主要系: (1) 随着公司品牌知名度的提升、经营规模的逐渐扩大和综合实力的逐渐增强, 公司日常经营所需的必要库存商品规模有所增长; (2) 公司启动普洱茶战略库存的建设, 加大了普洱茶采购储备力度。

2、投资活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
取得投资收益收到的现金	106.54	274.62	235.78
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	48.07	6.87	127.01
收到其他与投资活动有关的现金	26,000.00	39,610.00	23,900.00
投资活动现金流入小计	26,154.61	39,891.49	24,262.79
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,754.23	10,423.48	7,500.32
投资支付的现金	392.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	26,500.00	39,610.00	23,900.00
投资活动现金流出小计	34,646.23	50,033.48	31,400.32
投资活动产生的现金流量净额	-8,491.61	-10,141.99	-7,137.52

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,137.52 万元、-10,141.99 万元及-8,491.61 万元。公司持续加码建设“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金规模较大。收到其他与投资活动有关的现金、支付其他与投资活动有关的现金主要为理财产品赎回和购买。

3、筹资活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	392.00	-	-
其中： 子公司吸收少数股东投资收到的现金	392.00	-	-
取得借款收到的现金	4,000.00	7,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	317.38	439.77	275.00
筹资活动现金流入小计	4,709.38	7,439.77	275.00
偿还债务支付的现金	4,000.00	7,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,716.61	1,570.67	1,595.11
筹资活动现金流出小计	6,716.61	8,570.67	1,595.11
筹资活动产生的现金流量净额	-2,007.23	-1,130.90	-1,320.11

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,320.11 万元、

-1,130.90 万元及-2,007.23 万元。报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额持续为负，主要系：公司经营状况良好，历年均进行了现金分红。

（四）资本性支出分析

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 7,500.32 万元、10,423.48 万元和 7,754.23 万元。报告期内，公司资本性支出主要用于公司的全渠道销售体系的建设。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至报告期末，公司未来可预见的重大资本性支出情况主要为：

（1）2020 年 9 月 28 日，公司子公司武夷山王信记与武夷山市自然资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，受让坐落于武夷山生态创业园区二期面积 27,381.82 平方米宗地。截至本招股说明书签署之日，前述土地已完成交付及产权登记。未来，公司拟使用该地块建设“八马茶业武夷山产学研体验园”。公司将严格遵守各项法律法规、内控制度，结合市场需求及公司经营情况等因素进行投资。

（2）2020 年 10 月 22 日，公司与深圳市罗湖区人民政府签署《合作框架协议》，公司通过参与罗湖区重点产业项目遴选的方式参与清水河重点片区土地招拍挂事宜，建设联合总部大楼。截至本招股说明书签署之日，前述土地尚未进行国有土地使用权挂牌程序。未来，如公司能顺利取得上述土地使用权，公司拟使用该地块建设“联合总部大楼项目”。公司将严格遵守各项法律法规、内控制度，结合市场需求及公司经营情况等因素进行投资。

除上述重大资本性支出（1）、（2）外，截至本招股说明书签署之日，公司未来可预见的重大资本性支出情况主要为：

2021 年 2 月 18 日，公司子公司福建八马与安溪县自然资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，受让坐落于安溪县南翼新城榜寨片区 BM-1 地块面积 17,600.25 平方米宗地。截至本招股说明书签署之日，前述土地已完成交付及产权登记。未来，公司拟使用该地块扩建福建八马厂区。公司将严格遵守各项法律

法规、内控制度，结合市场需求及公司经营情况等因素进行投资。

除前述项目外，根据公司的发展规划，公司未来两年资本性支出项目主要为募集资金投资项目，具体内容详见“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（五）流动性风险分析

公司目前盈利能力良好，经营活动产生的现金流量净额持续为正；但融资渠道较为单一。未来，公司拟通过公开发行股票等方式降低财务杠杆、优化债务结构，以提升公司应对流动性风险的能力。

同时，为应对行业市场不利变化以及公司运营过程中所可能发生的极端事件所可能带来的流动性风险，公司将积极加强财务及资金管理，密切跟踪行业市场动态，加强对客户信用的管理，提高应收账款的回款效率，为公司持续发展提供有效的资金保障。

（六）持续经营能力分析

1、持续经营能力方面存在的重大不利变化或风险因素

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于创新风险、经营风险、管理风险、财务风险等，详见“第四节 风险因素”中披露的相关内容。

2、管理层自我评判的依据

报告期内，公司经营规模不断扩大，公司资产质量、财务状况和盈利能力良好，公司的经营模式、产品或服务的品种结构未发生重大变化；公司的行业地位及所处行业的经营环境未发生重大变化；公司在用的商标等重要资产或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化；公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户不存在重大依赖；公司最近一年的净利润不是来自于合并财务报表范围以外的投资收益。综上，公司具有持续经营能力，不存在持续经营能力方面的重大不利变化或风险因素。

截至本招股说明书签署日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化，公司认为自身不存在重大持续经营风险。

十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

（1）2020年9月28日，公司子公司福建武夷山王信记茶业有限公司与武夷山市自然资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，受让坐落于武夷山生态创业园区二期面积27,381.82平方米宗地。截至本招股书说明书签署之日，前述土地已完成交付及产权登记。

（2）2021年2月18日，公司子公司福建八马茶业有限公司与安溪县自然资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，受让坐落于安溪县南翼新城榜寨片区BM-1地块面积17,600.25平方米宗地。截至本招股书说明书签署之日，前述土地已完成交付及产权登记。

（二）或有事项

报告期内，本公司无需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

2020年10月22日，公司与深圳市罗湖区人民政府签署《合作框架协议》，公司通过参与罗湖区重点产业项目遴选的方式参与清水河重点片区土地招拍挂事宜，建设联合总部大楼。截至本招股书说明书签署之日，前述土地尚未进行国有土地使用权挂牌程序。

十六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）首次公开发行股票摊薄即期回报对公司每股收益的影响

本次公开发行募集资金将用于本公司主营业务发展，募集资金使用计划已经本公司管理层的详细论证，符合本公司的发展规划。由于募集资金投资项目需要一定的建设期，对本公司的经济效益需要一定时间才能显现，同时募集资金到位当年本公司的股本将有所增加，因此预计募集资金到位当年扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益将可能存在下降趋势。为降低本次发行摊薄即期回报的影响、充分保障中小股东的利益，公司承诺将采取如下措施实现主营业务的可持续发展。

(二) 填补被摊薄即期回报的措施

1、扩大公司业务规模，提高公司运营效率，提升公司整体实力

公司将进一步积极探索有利于公司持续发展的业务开展模式，进一步拓展全渠道销售网络，优化运营管理效率，以提高营业收入，降低成本费用，提升利润水平。公司首次公开发行股票并上市完成后，公司的总资产规模将得到进一步提升，抗风险能力和综合实力明显增强。公司将借助资本市场和良好的发展机遇，不断拓展公司主营业务规模，充分发挥公司在茶产品生产、销售及推广领域的优势地位，提升公司产品核心竞争力和整体综合服务实力，推动公司持续、健康、稳定的发展。

2、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕本公司主营业务展开，其实施有利于提升本公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将根据《公司章程（草案）》《募集资金管理制度》等相关要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。同时，本公司将加快推进募投项目实施，以确保募投项目早日实现预期收益。

3、完善利润分配政策，强化投资者回报

为了进一步规范公司利润分配政策，公司按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的要求，并结合公司实际情况，经公司股东大会审议通过了公司上市后适用的《公司章程（草案）》和《关于上市后前三年的股东分红回报规划》。公司的利润分配政策和未来利润分配规划重视对投资者的合理、稳定投资回报，公司将严格按照其要求进行利润分配。

(三) 公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、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、承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。

2、承诺不得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。

3、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

4、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

5、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、如公司未来实施股权激励方案，本人承诺拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

7、若违反上述承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任及监管机构的相应处罚。

（四）公司控股股东、实际控制人作出的承诺

公司控股股东及实际控制人王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁作出如下承诺：

1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2、承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。

3、承诺不得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。

4、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

5、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

6、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

7、如公司未来实施股权激励方案，本人承诺拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

8、若违反上述承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任及监管机构的相应处罚。

十七、盈利预测报告

本公司未制作盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次发行募集资金投资概况

经公司第三届董事会第二次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行不超过 2,580 万股人民币普通股，占发行后总股本的比例不低于 25%，最终募集资金数据将根据实际发行股数和询价情况予以确定。

（一）募集资金投向及使用计划

本次公开发行新股的募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金使用金额	建设期	备案编号	环评批复
1	八马茶业营销网络建设项目	30,287.32	30,287.32	36 个月	深罗湖发改备案[2020]0122 号	不适用
2	福建八马物流配送中心建设项目	14,984.16	14,984.16	12 个月	闽发改备[2019]C090365 号	20203505 24000008 67
3	八马茶业信息化建设项目	8,007.30	8,007.30	24 个月	深罗湖发改备案[2019] 0137 号	不适用
4	补充流动资金	15,000.00	15,000.00	-	-	-
合计		68,278.78	68,278.78	-	-	-

公司将严格按照相关管理制度合理使用募集资金，本次发行募集资金到位后，如实际募集资金净额超出上述项目拟使用的募集资金金额，超出部分将继续用于补充公司主营业务所需的营运资金。如本次实际募集资金不能满足拟投资项目所需的资金需求，缺口部分由公司自筹方式解决；如项目以公司自筹资金已经作了先期投资，公司将用募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金。

（二）募集资金管理制度

公司已制定了《募集资金管理制度》并经 2020 年第二次临时股东大会审议通过。根据上述制度，公司募集资金应当存放于董事会决定的专户集中管理。该制度明确了募集资金使用的申请、分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露程序，对募集资金存储、使用、变更、监督和责任追究等内容进行了明确规定。

（三）募投项目与现有业务之间的关系

本次募集资金拟投入的“八马茶业营销网络建设项目”、“福建八马物流配送中心建设项目”、“八马茶业信息化建设项目”及“补充流动资金”均围绕公司的主营业务所开展，符合公司的战略发展规划。公司通过实施上述募集资金投资项目可以提升运营效率，增强市场竞争力并扩大品牌影响力，促进可持续发展。

本次募集资金投资项目与现有业务之间的关系如下表所示：

项目名称	与现有业务之间的关系
八马茶业营销网络建设项目	本项目能进一步完善公司的营销网络体系，扩大公司销售规模，提升产品市场形象和品牌知名度。项目的建设将有利于提高企业经济效益，保证公司的可持续发展，提高营销能力和抗风险能力。
福建八马物流配送中心建设项目	本项目通过仓储改造、冷库建设，并配备一系列仓储物流设备和运输车辆等设备设施，进一步扩大仓储、运输、装卸及其他配套服务能力，提升公司的仓储物流配送能力，以保障公司未来连锁门店迅速扩张的需求。
八马茶业信息化建设项目	本项目通过对公司现有信息化系统的整合和升级，实现公司各部门之间、公司与上下游合作伙伴之间信息传输、交换和处理的无缝衔接，强化信息透明度，增强对上下游资源的管理力度，从而实现采购、物流、销售之间的快速反应，全面提升公司对主营业务数据的集成管理与科学应用能力。
补充流动资金	通过补充与主营业务相关的营运资金，有利于缓解公司面临的营运资金压力，保证公司稳定、健康地发展。

（四）本次募投对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施主体均为本公司或本公司的全资子公司，不涉及关联交易，募集资金投资项目实施后，不会与控股股东或实际控制人之间产生同业竞争，对本公司的独立性也不会产生不利影响。

二、募集资金投资项目的具体安排

（一）八马茶业营销网络建设项目

1、项目概况

本项目的计划总投资为 30,287.32 万元，将在全国 15 个城市新增 308 家直营店铺，其中购物中心店 44 家、临街专卖店 168 家、商超店 96 家；新增门店营业面积合计 26,898 平方米。其中购物中心店 1,848 平方米，临街专卖店 22,170 平方米；商超店 2,880 平方米。以上店铺全部采用租赁方式取得。

2、项目的必要性

(1) 满足茶叶市场快速增长的需求，提高公司市场份额

茶叶是一种天然的健康饮品，在我国具有悠久的消费历史。随着人们生活水平的提高，对健康的日益重视，饮茶作为一种有利于身体健康、可提高生活品质的习惯，逐渐成为健康生活方式的潮流。因此，我国茶叶市场需求不断增长，规模不断扩大，根据中国茶叶流通协会统计数据，我国茶叶内销总量从 2010 年的 98.81 万吨快速增长至 2019 年的 202.56 万吨，年复合增长率约为 8.30%。

近年来，伴随着茶叶市场需求的快速增长，公司的营销网络体系也一直在不断建设和完善当中。为了更好地满足茶叶市场的快速增长，进一步提升公司的市场份额，公司必须继续加大营销网络体系建设，在确保产品品质的同时，为广大茶叶消费者提供更大的消费便利和更好的消费体验。

(2) 完善公司营销网络布局，提升品牌形象的需要

作为茶类企业的主要销售渠道，营销网络体系的建设直接关系到企业的产品销售能力，是商品流通类企业发展的重中之重。直营模式一直以来都是公司整体营销网络体系当中的重要一环，开设直营店能够通过有效的人员培训，对店铺形象和服务标准进行统一管理，确保产品品质和消费者的服务感受，树立良好的品牌形象。

经过多年的快速发展，公司已形成了基本覆盖全国主要市场的营销网络体系，涵盖了临街专卖、商超、购物中心、机场等多种形态的业务场景。截至 2020 年 12 月 31 日，公司已经拥有直营店面 366 家，但仍需从广度和深度两个方面不断拓展和延伸。

本项目将增设 308 家直营门店，通过不断扩大的市场终端规模，进一步为消费者提供购买茶类产品的便利条件，更好地满足市场对茶类产品的需求，并向社会展示规范的八马连锁品牌形象，增强公司影响力。通过开设直营店铺，扩大直营网络，改善消费者的消费体验，提升消费者对八马品牌的认知度和忠诚度。

(3) 扩充专业营销团队，提升客户服务水平的需要

公司作为一家全茶类消费品的服务商，近年来在激烈的市场竞争中，通过实

施积极的营销服务策略,不断加强营销团队建设,使公司具备了完善的营销网络,取得了良好的销售业绩。但随着公司业务规模的不断扩张,公司对营销服务人员数量与质量提出了更高的要求。公司迫切需要进一步完善营销体系建设,扩充专业市场营销团队,适应不断扩大的市场需求,面对新的竞争与挑战。

通过本项目的建设,公司将在新增直营门店的同时,聘请更多业内高级营销人才,大力进行营销服务团队建设,并对营销服务人员进行专门的业务技能培训,进一步提高公司开拓新市场及服务新客户的能力。

3、项目的可行性

(1) 国家产业政策扶持茶行业的发展

目前我国进入经济发展新常态,新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化将成为全国经济发展新的增长点,推进供给侧结构性改革成为适应和引领经济发展新常态的重大创新和必然要求。国家出台加快服务业发展、增强金融服务实体经济能力、推进消费扩大和升级等一系列政策措施,经济增长由依靠工业、投资向依靠服务业、消费转变,增长的协调性、稳定性和可持续性将进一步提高。茶叶产业作为现代农业的重要组成部分、新农村特色支柱产业和重要富民产业,也将在国家方针政策指引下步入新的发展阶段。同时,各级地方政府也将继续高度重视和支持当地茶叶产业的建设发展,通过制定发展战略规划,确立发展目标和思路,配套政策推进措施,推动茶叶产业的稳步发展。

(2) 公司品牌知名度高

自成立以来,公司一直非常注重品牌的建设与维护。公司设立了品牌中心,制定品牌战略,实施相应的市场营销计划,形成了一套涵盖广告传播、公关传播、销售活动传播及人际传播等多种途径的成熟、可持续的品牌运作体系。在多维度、多渠道的立体宣传和推广下,“八马”已成为国内茶叶知名品牌,拥有中国驰名商标,具有较高的辨识度,是公司极具价值的无形资产。此外公司还在不断培育“信记号”、“掌门茶”、“小马茶趣”等子品牌并将最终形成品牌矩阵,进一步提高公司的市场影响力及行业地位。公司优质的品牌有助于营销网络的顺利铺设以及营销活动的开展。

(3) 公司积累了丰富的门店管理经验

公司营销网络遍布全国，在长期的经营过程中，积累了丰富的直营店运营经验与加盟店管理经验。针对直营门店，公司实行统一的区域管理制度，通过完善的培训、督导，密切关注市场动向，迅速反应市场需求，不断提高售后服务，维护客户忠诚度。因此，公司可以通过对新开设的直营店的培训与引导，迅速提高门店运营能力，避免新店开张时产生效益下降的问题；同时，公司还有能力对新增直营店进行统一管理，避免由于门店数量过多而导致的服务、运营水平不一致的问题，进而保障公司线下渠道口碑。

(4) 公司拥有结构完善的专业团队

公司拥有一支经验丰富且稳定的技术及管理团队。公司董事长王文礼先生是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人，公司管理层均为多年从事茶行业的专业人士，具有丰富的茶类产品专业知识和管理经验。

除了拥有强大的技术和管理团队以外，公司还拥有充足的销售人才储备。截至2020年12月31日，公司拥有销售人员1,508人，占公司员工总数的77.21%。公司每年对销售人员进行专业技能培训，并结合销售实践不断培养，使其具备市场开拓经验和客户维护能力。经验丰富的销售团队是公司营销网络建设的基础，有利于门店业绩保持稳定。

4、项目投资概算

本项目的投资总额为人民币30,287.32万元，拟使用募集资金30,287.32万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总投资比例
1	场地租赁费	12,575.92	41.52%
2	场地装修费	11,277.60	37.24%
3	设备购置及安装费	1,497.04	4.94%
4	其他实施费用	811.00	2.68%
4.1	店铺转让费	107.00	0.35%
4.2	市场调研费	52.00	0.17%

序号	投资项目	投资金额	占项目总投资比例
4.3	人员培训费	652.00	2.15%
5	预备费	679.28	2.24%
6	铺底流动资金	3,446.48	11.38%
项目总投资		30,287.32	100.00%

5、项目周期和进度安排

项目的装修施工与设备安装必须按照国家的专业技术规范和标准执行，项目单店建设期约为 3-4 个月，全部 308 家门店将在 36 个月内分批建设完成。具体建设进度安排如下：

进度阶段（月数）	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
门店选址市场调研												
签订合同租赁门店												
设备采购												
门店装修												
设备安装												
人员培训												
竣工验收并试营业												

6、项目环境保护情况

本项目建设内容主要为商业流通环节的建设，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的有关规定，本项目不需要进行环境影响评价。

7、项目经济效益分析

根据项目可行性研究报告，本项目的预计内部收益率（税后）为 25.84%，静态投资回收期（税后，含建设期）为 5.61 年，财务效益良好。

（二）福建八马物流配送中心建设项目

1、项目概况

本项目的计划总投资为 14,984.16 万元，拟在福建八马现有厂区空地内新建一栋仓储中心大楼，规划建筑面积约为 12,000 平方米；同时计划利用公司现已在福建省泉州市安溪县经济开发区购买的两栋工业厂房，进行仓储改造、冷库建

设，并配备一系列运输车辆等物流设施，提升公司的仓储物流配送能力。

针对本项目建设所需的土地及厂房，公司已经取得相应的产权证明，具体情况如下：

序号	不动产权证编号	宗地面积 (m ²)	房屋建筑面积(m ²)	用途	使用期限	权利人	坐落
1	闽 2019 安溪县不动产权第 0008048 号	6,454.72	10,905.41	工业用地 / 工业厂房	2005.11.15 - 2055.11.14	福建八马	安溪县经济开发区龙桥园龙榜路 3 号
2	闽 2019 安溪县不动产权第 0008050 号	7,324.86	10,983.90				安溪县龙门镇榜寨村龙榜路 1 号
3	闽 2019 安溪县不动产权第 0014723 号	48,208	48,768.62	工业用地	2005.03.29 - 2055.03.28		

2、项目的必要性

1、提高物流配送能力，满足业务快速增长需求

经过多年的发展，公司的营销网络布局已经相对完善，在全国各大城市的直营与加盟门店超过 2,000 家。目前公司总部对直营和加盟门店实行统一采购配送模式，由于现有物流配送中心建成时间较早，存在库存面积小、仓储容量有限等制约因素，其仓储能力已逐渐达到饱和，难以满足日益增长的跨区域采购需求。随着公司全国业务的持续拓展和扩大，未来连锁加盟门店数量将继续增加，公司必须建立与业务规模相适应的现代化物流配送中心。建设专门的物流配送中心，有利于公司迅速安排配送中心组织配送运输作业，在规定的时间内将茶叶送到目的地，及时满足客户需求，提高经营效率，进而提升公司的市场竞争力。

2、建立标准仓储环境，保证产品质量与品质

公司不同茶叶品类需要在相应适宜的储存环境下存放，因此除了优质的毛茶原料及科学的加工工艺外，合理、标准和智能化的仓储环境也是保证产品品质和口味的重要保障。标准的仓储环境，不仅能为生产提供稳定优质的原料，同时为拼配环节提供更科学有效的支持，有益于保证产品质量和品质。此外，充足和稳定的仓储储备也是新品研发的前提条件。

目前公司的茶叶仓库严格按照相关茶叶存储标准的要求建设和管理，根据不同茶叶品类的特性分类存放。随着未来业务规模进一步增长，公司需要更丰富的

原料储备，标准的仓储环境是公司发展的重要支撑环节。未来，公司将进一步研究和建设更为智能化、自动化及可视化的茶叶智能仓库，以满足未来的制造升级和消费者的个性化需求。

3、项目的可行性

1、公司积累了丰富的物流体系运营和管理经验

自成立以来，公司一直积极构建并不断完善产品物流体系，经过多年发展，公司在物流体系建设、运营及管理方面已经积累了丰富的经验，制定了完善的物流配送管理制度并，形成了标准化的物流配送流程。丰富的物流运营管理经验以及成熟的业务模式可有效保障物流配送中心建设完成后快速投入使用和运营。

2、公司为本项目做了充足的资源规划

为了保障本项目的顺利实施，公司已经购买了相应的场地进行项目建设；规划招聘物流配送领域专业人才 70 名，其中收货入库员 6 名、转库运货员（大货仓转分拣仓员）6 名、拣货/复核员 40 名、仓储物流管理人员 4 名、发货员 4 名、市内直营配送员 10 名；另外拟购进电动平衡重叉车、站驾式电动托盘搬运叉车、手动托盘搬运车、蓄电池前移式叉车、运输车辆、货架、货梯、冷库-风冷、流水线、传送带等设备配套实施。

4、项目投资概算

本项目计划投资总额为人民币 14,984.16 万元，拟使用募集资金 14,984.16 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总投资比例
1	建筑工程费	9,615.65	64.17%
2	设备购置费	4,193.00	27.98%
3	安装工程费	209.65	1.40%
4	工程建设其他费用	252.33	1.68%
5	预备费	713.53	4.76%
项目总投资		14,984.16	100.00%

在本项目建设过程中，公司将引进一批高性能运输车辆及其他软硬件设备，以进一步提升公司运输、装卸及其他配套服务能力。项目计划引进的主要设备选

型方案如下：

序号	设备名称	拟采购地	数量（台/套）
1	2吨电动平衡重叉车	德国	4
2	3吨电动平衡重叉车	德国	2
3	2吨电动牵引车	德国	4
4	2吨手动液压车	德国	4
5	蓄电池前移式叉车	德国	2
6	运输车辆（12m）	国产	5
7	重型货架	国产	200
8	高位货架	国产	1,200
9	货梯	国产	4
10	冷库-风冷	国产	4,000
11	流水线、传送带	国产	92
12	自动立体化仓库（5000 m ² ）	国产	1
13	无人叉车	国产	4
14	AGV	国产	18
15	标准托盘	国产	1,000
16	RFID	国产	1,000
17	KIVA 货到人搬运机器人	国产	1
18	自动分拣机	国产	1
19	链式输送机	国产	35
20	辊筒输送机	国产	1
21	顶升移载提升机构	国产	16
22	升降机	国产	2
23	袖口式膜包机	国产	1
24	动态称重	国产	1
25	分拣机器人	国产	1
合 计		-	7,599

5、项目周期和进度安排

本项目的建设期为1年（12个月），项目的装修施工与设备安装必须按照国家的专业技术规范和标准执行，项目具体建设进度安排如下：

进度阶段（月数）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
购买及清理场地	■											
工程勘察与设计		■	■									
工程及设备招标			■	■								
装修施工工程				■	■	■	■	■	■			
设备采购及安装调试										■	■	
验收竣工												■

6、项目环境保护情况

本项目建设内容主要集中在仓储和物流运输环节，无生产型排污。项目运营过程产生的废水主要为运输车辆清洗污水和员工生活污水，与厂区地表水一起以暗管系统直接排到厂外的工业区市政雨水管网，经污水处理设备处理后，达到清水排放标准。项目运营过程中的废气排放主要为汽车尾气排放，公司将通过采购排放达标合格的汽车进行控制，并严格按照车辆报废制度对达到报废年限的车辆进行处理。本项目运营过程中除边角塑料、支架、废弃包装物外并无其他特别的废渣及固体废物，相关废弃材料与生活垃圾由工业园环卫公司统一收集运往堆填区填埋处理，符合国家相关环保标准和要求。

公司已经根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的有关规定填写并提交环境影响登记表并完成备案，备案号为 202035052400000867。

7、项目经济效益分析

本物流配送中心项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。本项目建设将提高公司管理水平与运营能力、降低运营成本、完善客户服务水平，为公司快速可持续性发展提供有力支撑。

（三）八马茶业信息化建设项目

1、项目概况

本项目的计划总投资为 8,007.30 万元，将用于公司信息化系统的建设。本项目将通过对公司现有信息化系统的整合和升级，实现公司各部门之间、公司与上下游合作伙伴之间信息传输、交换和处理的无缝衔接，强化信息透明度，增强对

上下游资源的管理力度，从而实现采购、物流、销售之间的快速反应，全面提升公司对主营业务数据的集成管理与科学应用能力。通过搭建集企业资源计划系统（ERP）、大数据系统、客户关系管理系统（CRM）、IPOS 系统、供应链协同管理系统、系统监控平台、产品生命周期管理（PLM）、财务共享系统、办公自动化系统（OA）、在线培训系统、知识库管理系统、运维系统等功能于一体的信息系统，实现物流、资金流、信息流在各功能模块间的实时交换与共享，提高信息传递的有效性，增强企业市场反应速度，优化公司资源配置，建立科学决策体系，为公司长期、可持续发展提供有力支撑。

本项目的建设包括“硬件建设”和“软件建设”两个部分，其主要内容如下：

（1）完善机房配建基础设施。在推进公司信息化的过程中，原有的服务器和数据存储等基础设施已经难以满足信息化全面升级的需要，公司拟购买和安装新的 ERP 服务器、数据存储设备、网络交换机、UPS 电源等为公司的信息化系统建设奠定基础；

（2）建设和升级软件信息系统，包括：企业资源管理系统（ERP）、大数据分析系统、智慧门店系统（阿里）、客户关系管理系统（CRM）、导购应用系统（智能导购）、工业互联网平台、柔性定制中心（C2M）、EHR 人力资源系统、财务共享系统、渠道平台系统（销售中台）、国家标准知识体系、全渠道 OMS 系统（中台）、集团 WMS 系统、供应链协同管理系统、产品周期管理系统等；

（3）完善终端门店信息系统。公司拟向各个终端门店配备相应的软硬件设备，将公司的信息化系统下沉至各个终端门店，使其更好地纳入公司的信息化网络，充分发挥数据与信息流在企业经营中的巨大作用；

（4）随着信息化的硬件设备和软件产品落地，公司需要购买和安装杀毒软件，构建数据安全架构，防止潜在的网络安全隐患，保护公司的数据安全。

2、项目的必要性

（1）顺应行业及时代发展趋势，满足企业现代化需求

茶行业属大众消费品行业，具有采购量大、生产环节复杂、销售地域广、最终消费者众多等经营特点，这些特征要求公司在项目研发、生产计划、产品制造、终端物流等环节建设高度智能的信息化系统，以适应业务规模的增长；同时，近

年随着企业转型升级、劳动力成本不断上升，越来越多的企业认识到智能化、信息化管理对降低成本、提高经营效率的重要作用。在行业及时代背景下，公司亟需整合目前的生产、销售、管理流程，加快部门之间、部门内部的沟通与合作，实现整体协同。

(2) 为建立创新型企业提供有力支撑

研发设计处于产品生命周期的前端，关系到产品的款式、质地与成本，影响到产品全生命周期的各环节。信息化系统可以快速整合公司内、外部数据，进行一站式分析处理，掌控市场动向。借助信息化的技术手段，集成的数据信息，公司的研发设计团队可以直观地分析产品在市场中的销售情况，更加迅速、准确地把握市场走向，为公司新产品的开发提供重要数据支持，设计出新颖、引领市场发展的产品，保持市场地位，扩大市场份额。

(3) 有利于提高公司的科学决策能力

随着现代科技的发展，信息技术已经不仅局限于操作与解决特定事务的层面。通过构建高度集成的信息系统，可以实现快速收集和实时传递信息，同时利用其强大的数据处理能力，对内、外部数据进行深度挖掘，使数据变为可用的信息，有效地拓展决策所依附的资源边界。公司可以通过信息化平台强大的数据分析和处理能力，深度挖掘数据中蕴含的内在信息，使得公司能够及时了解自身运营状况和市场需求趋势，为公司管理层决策提供准确及时的分析数据，更加科学地做出有效决策，从而实现对市场变化的追踪预测，增强企业的抗风险能力与盈利能力。

3、项目的可行性

(1) 公司拥有信息化建设的专业人才团队

具有一支高素质的信息化人才队伍是企业信息化建设的前提。随着计算机技术发展和电子商务的兴起，公司成立了信息技术部，建立了既懂得茶叶经营又熟悉电子商务、信息化技术的复合型人才团队，负责系统档案的设置，为终端门店提供技术支持，跟进系统项目及提供实施培训，保障机房安全等。整个团队拥有扎实的计算机操作技术和电子商务知识，能够顺利完善信息化建设工作，同时该团队对企业内部经营状况十分了解，非常熟悉茶叶生产和经营的特性，能够有效

推动信息化建设发展。

(2) 公司积累了丰富的信息化建设的经验

目前，公司已经初步实现了信息化服务，公司拥有的用友 NC ERP，实现了供应链、生产制造、财务中心与人力资源中心的互联互通，同时外挂 OA 办公、仓储管理、供应商平台、加盟商平台、移动端公众化、CRM、线下门店 IPOS、电商单独集成管理等各系统，整个信息化建设取得了初步成效，大大助力了公司提高经营管理水平。本项目计划实施的内容与公司多年来进行的信息化建设无重大差异，项目建成后，公司可以沿用现有的技术和管理平台，继续完善建设企业的信息化体系，现有的信息技术基础和信息化建设经验为项目的顺利进行提供了有力的支持。

4、项目投资概算

本项目投资总额为人民币 8,007.30 万元，拟使用募集资金 8,007.30 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	机房建设费	170.00	2.12%
2	硬件设备购置	2,438.00	30.45%
3	软件投入	5,018.00	62.67%
4	预备费	381.30	4.76%
项目总投资		8,007.30	100.00%

5、项目周期和进度安排

本项目的建设期为 2 年（24 个月）。项目的装修施工与设备安装必须按照国家的专业技术规范和标准执行，项目建设进度具体安排如下：

进度阶段（月数）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
机房设备	■											
企业资源计划系统(ERP)		■	■									
大数据系统			■	■								
客户关系管理系统(CRM)				■	■	■	■	■				
工业互联网平台										■	■	

进度阶段（月数）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
全渠道供应链系统												
财务共享系统												
其他系统												

6、项目环境保护情况

本项目为公司信息化系统的建设,无生产型排污,对周围环境基本没有影响。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的有关规定,本项目不需要进行环境影响评价。

7、项目经济效益分析

本项目投入运行后不直接产生经济效益,但本项目实施后产生的间接效益将在公司的利润中体现。本项目的实施将改进公司现有信息系统,提高公司综合管理水平,从而在整体上提高公司的盈利能力,增强公司在行业中的竞争力。

（四）补充流动资金

1、项目概况

随着公司经营规模的不断扩大以及门店数量的增加,公司在人员工资、门店租赁费及广告宣传等费用上的支出也不断增加,因此,公司将需要更多的流动资金用于主营业务。为了保证稳定、健康的发展,缓解经营方面的资金压力,公司拟使用本次募集资金 15,000.00 万元用于补充流动资金。

2、补充流动资金的必要性

公司是一家知名的全茶类全国连锁品牌企业,在产品采购、品牌推广、营销渠道拓展以及物流配送等方面均需要投入大量的资金以保持公司的正常运营。此外,报告期内,公司的经营规模增速明显,2018、2019 及 2020 年度公司的营业收入分别为 71,864.22 万元、102,254.98 万元、124,681.76 万元,年复合增长率达 31.72%,伴随公司主营业务收入的增长,公司在人员工资、门店租赁费及广告宣传等费用上的支出总额也呈上升态势。未来随着公司的快速发展,对营运性资金的需求亦将持续提升。

（五）战略规划及发展目标

1、公司的整体战略规划及发展目标

公司秉承“责任、卓越、突破、共荣”的企业价值观，立志于弘扬中国传统茶文化，为广大消费者提供优质健康的茶及相关产品。公司顺应时代和行业发展趋势，在传承和发扬中国传统制茶技艺的基础上，坚持研发投入，融合传统文化与科技创新，不断完善和提升茶叶生产加工技艺；同时通过整合渠道、品牌、上游茶厂及各类资源，加强信息化建设，努力提高企业管理水平和运营效率，力争将公司打造成为具有行业影响力的优秀民族企业。

2、报告期内的实施效果及未来规划措施

（1）继续拓展和深化全渠道销售体系

自设立以来，公司不断拓展和完善销售渠道，目前已经初步形成了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，并持续进行拓展和深化。

未来，公司还将基于现有渠道做进一步的强化建设：线下直营方面，公司拟以广东和福建为基础进一步开设直营店面，为消费者提供购买的便利条件，更好地满足市场对茶及相关产品的需求，同时向社会展示规范的八马连锁品牌形象，通过改善消费者的消费体验，提升消费者对八马品牌的认知度和忠诚度。网络销售方面，公司将积极利用各种新兴渠道充分发挥互联网在销售方面所带来的能量，同时通过微商城电子会员制打通线上线下消费者的融合体验，进一步增强消费者粘性。线下加盟方面，公司未来仍将大力发展加盟业务，通过加强运营管理及深化引导服务，充分调动加盟商群体的积极性，统一思维、深耕市场及客户，最终实现公司与加盟商之间的互利共赢。

（2）加强品牌宣传、提升品牌内在价值

公司坚信品牌的市场竞争力、影响力和发展潜力是维持可持续发展的重要条件，因此非常重视品牌建设的工作。公司设立了品牌中心，主要职责即协助公司制定品牌战略，建立消费者对品牌的差异化认知，提供相对应的市场营销计划并实施。经过多年的摸索与积累，公司已经形成了一套涵盖广告传播、公关传播、销售活动传播及人际传播等多种途径的成熟、可持续的品牌运作体系。

未来，公司仍将延续对于品牌的一贯重视，在充分利用现有资源进行推广和增值、让品牌认知达到广泛覆盖度的同时，也将通过不断提高产品品质营造良好的市场口碑，实现产品及品牌的良性互动发展。此外，公司也将孕育并孵化多个子品牌，建立起品牌矩阵，精准匹配相应的消费群体，从而占领更多细分市场。

(3) 加强信息化建设、提高管理水平及运营效率

报告期内，公司已经上线并运行了较为全面的 IT 信息技术系统，主要包括企业资源计划系统（ERP）、门店终端管理系统（IPOS）及移动端导购工具（业绩宝 APP）、电商仓储管理系统及订单管理系统、加盟商订货平台等，有效提升了企业的管理水平及各项业务的运营效率。

未来，公司将沿用现有的技术和管理平台，继续完善建设企业的信息化体系，进一步推进供应端、销售端及日常管理运营的信息化建设，加快公司的信息化建设步伐，实现销售、仓储、物流、人员等各个要素的集成化信息管理，提升公司的数据处理能力，为公司运营决策提供方便快捷、安全可靠的信息化服务，提高公司的整体协作水平和运营效率，增强公司的市场竞争力。

(4) 新产品的开发与创新

公司自成立以来一直致力于为广大消费者提供优质、健康的茶及相关产品，目前的产品范围已经覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。未来，公司将继续加大新产品的开发力度，不断完善市场调研、原料遴选、精制加工、新品开发的相关机制，在发扬传统制茶技艺的同时，积极引入现代科学技术，不断提升产品的品质和口感。此外，公司仍将继续在全国范围内甄选各类优质好茶，与具有地理标志的茶叶原产地优质供应商开展深入合作，在生产和销售过程中综合运用现代化的生产设备、大数据、精准营销等技术手段输出和执行公司的质量控制标准，为消费者提供丰富、健康、正宗、优质的高品质茶及相关产品。

(5) 加强团队建设、完善人才引进机制

报告期内，公司已经拥有了一支行业经验丰富且稳定的管理和销售团队，公司董事长王文礼先生是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人，核心管理层均为多年从事茶行业的专业人士，具有丰富的

茶类产品专业知识和管理经验。但随着公司业务规模的进一步扩大，公司也将面临专业人才缺乏的状况，需要进一步加强团队建设并完善人才引入机制。本次通过公开发行股票并在创业板上市，公司的知名度和社会影响力也将得以进一步提升，同时也增加了公司员工的凝聚力和对优秀人才的吸引力。未来公司将继续坚持企业文化建设，把提高员工素质和引进高层次人才作为企业发展的重中之重，以良好的工作环境与发展机遇吸引并留住人才。

第十节 投资者保护

一、公司投资者权益保护的情况

（一）公司建立了健全的内部信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等的有关规定，公司制定《重大信息内部报告制度》《信息披露管理制度》《投资者关系管理办法》。该等制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道

公司已按照上市公司的要求在公司章程中规定了基本的信息披露制度，并制订了《信息披露管理办法》。公司由董事会秘书担任投资者关系管理负责人；董事会办公室是本公司投资者关系管理职能部门，由董事会秘书领导，负责本公司投资者关系管理日常事务。董事会办公室有专用的场地及设施，设置了联系电话、网站、电子邮箱等投资者沟通渠道。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》等相关法律、法规、规章和规则及《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、股利分配政策

（一）公司本次发行前的股利分配政策

公司利润分配政策为如下：

公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报和有利于公司长远发展；董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑公众投资者的利益；存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式进行利润分配，利润分配不得超过累积可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（二）公司本次发行后的股利分配政策

1、利润分配原则

公司实行稳定持续的利润分配政策，公司的股利分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配形式

公司采用现金、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股利，具备现金分红条件的，优先采用现金分红的利润分配方式。

3、利润分配具体政策

（1）现金分红的具体条件和比例

① 现金分红的条件

A、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

B、公司累计可供分配利润为正值；

C、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；

D、公司不存在重大投资计划或重大现金支出等特殊事项。重大投资计划或重大现金支出是指：

a、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 3,000 万元（运用募集资金进行项目投资除外）；

b、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%（运用募集资金进行项目投资除外）；

c、中国证监会或深圳证券交易所规定的其他情形。

② 现金分红的比例

在满足上述现金分红条件下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

同时，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：

A、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

B、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

C、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

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

（2）股票股利分配

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分红的条件下，提出实施股票股利分配预案。

4、利润分配期间间隔

在满足上述现金分红条件的情况下，原则上每年度进行一次现金分红，公司

董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、利润分配方案的制定

公司的利润分配方案由董事会制订并交由股东大会审议批准，独立董事及监事会应就利润分配方案发表意见。公司应当在发布召开股东大会的通知时，公告独立董事和监事会意见。同时，公司应当根据证券交易所的有关规定提供网络或其他方式为公众投资者参加股东大会提供便利。

公司股东大会对利润分配方案做出决议后，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。

6、利润分配政策的调整

（1）董事会应每三年重新审阅一次股东回报规划，确保股东回报规划内容不违反公司章程确定的利润分配政策。

（2）公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要调整或变更章程规定的利润分配政策的，应从保护股东权益出发，由董事会进行详细论证并做出预案，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。该预案经全体董事过半数且独立董事1/2以上表决通过方可提交股东大会审议，股东大会审议上述事项时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。独立董事、监事会须对利润分配政策的制订或修改发表意见。

（三）本次发行前后股利分配政策的差异情况

根据中国证监会、深交所相关法律法规的规定，本次发行后，公司股利分配政策在利润分配条件、现金分红比例、利润分配期间间隔、利润分配方案制定及调整等方面进行了补充和完善。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司2021年第二次临时股东大会决议，本次发行上市完成前滚存未分配利润由本次发行上市完成后的新老股东按发行后的持股比例共享。

四、股东投票机制

公司通过采用累积投票、网络投票、征集投票等方式，保障投资者尤其是中

小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

1、累积投票制度

根据《公司章程》《股东大会议事规则》相关规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

2、提供股东大会网络投票方式

根据《公司章程》《股东大会议事规则》相关规定，公司应当在公司住所地或《公司章程》规定的地点召开股东大会。股东大会应当设置会场，以现场会议形式召开。在保证股东大会合法、有效的前提下，公司可以采用安全、经济、便捷的网络或者其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

3、征集投票权的相关安排

根据《公司章程》《股东大会议事规则》相关规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

本公司已签署但尚未履行完毕的，且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所示：

（一）销售合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大产品销售合同如下：

1、重大商业特许经营合同

发行人与加盟商签订的《商业特许经营合同》并附配套供货合同，截至 2020 年 12 月 31 日，正在履行的、年度累积销售金额 1,000.00 万元及以上加盟商《商业特许经营合同》，具体情况如下：

序号	供应商	客户	合同编号	合同名称	合同有效期
1	八马茶业	武汉浙水湾商贸发展有限公司	加盟营运中心南区2020204	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2021.01.01-2021.12.31
2	八马茶业	河南瑞之茗商贸有限公司	加盟营运中心华北区2020109	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2021.01.01-2021.12.31
3	八马茶业	福州凤翎茶业有限公司	加盟营运中心东南区2020150	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2021.01.01-2021.12.31
4	八马茶业	西安嘉登祥之秦商贸有限公司	加盟营运中心西区2019052	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2019.10.1-2021.12.31
5	八马茶业	山西惠茗商贸有限责任公司	加盟营运中心华北区HT000146	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2019.1.1-2021.12.31
6	八马茶业	河北振淇堂茶叶贸易有限公司	加盟营运中心华北区2020011	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2020.1.1-2022.12.31
7	八马茶业	山西华茶堂商贸有限公司	加盟营运中心华北区2020122	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2021.1.1-2022.12.31
8	八马茶业	南宁市九云茶业有限公司	加盟营运中心南区HT000536	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2019.1.1-2021.12.31
9	八马茶业	厦门骏茗鑫茶业有限公司	加盟营运中心东南区2020022	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2020.01.01-2021.12.31
10	八马茶业	南京久韵缘茶业有限公司	加盟营运中心东南区	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2019.03.01-2021.12.31

序号	供应商	客户	合同编号	合同名称	合同有效期
			HT000135		
11	八马茶业	济南悠运商贸有限公司	加盟运营中心 华北区 HT000172	《商业特许经营合同（区域复合特许）》及补充协议	2019.1.1-2021.12.31

上述商业特许经营合同的主要条款相同，均对特许经营授权、期限、特许区域与营业、特许经营费、信息披露及商业秘密保护、加盟店的开业、特许产品的提供和配送、加盟店的统一运营、合同的变更和解除、违约责任等事项予以约定，并且附有《供货合同》，该等约定不违反现行法律、法规和规范性文件的规定。

2、主要商超联营销售合同

报告期内与公司存在重要合作关系的商场超市为天虹数科商业股份有限公司（以下简称“天虹股份”）、华润万家有限公司（以下简称“华润万家”），具体内容如下：

（1）天虹股份

八马茶业与天虹股份或其子公司就八马茶业在天虹股份下属商场设立的每家门店均签订了《专柜经营合同》并根据各家门店具体情况签订《专柜经营合同商务条款》。根据上述《专柜经营合同》，天虹股份负责商场的整体经营管理并对专柜商品或服务的质量、价格、专柜设计、装修、商品陈列、标识、商品流转、促销等专柜经营事项进行管理，八马茶业负责按照规定的范围提供专柜经营所需的商品或服务。双方的结算方式为每月结算，天虹股份从八马茶业营业款中提取分成及其他合同约定费用后，剩余营业款结算给八马茶业。

截至2020年12月31日，八马茶业已在天虹股份体系内开设46家分店设立专柜销售产品并分别签署《专柜经营合同》，其中2020年度累计金额前五大《专柜经营合同》如下：

序号	签约主体	专柜地址	合同期限
1	天虹股份	广东省深圳市深圳常兴天虹商场二楼2060号	2020.1.1-2021.12.31
2	天虹股份	广东省深圳市深圳西丽天虹商场二楼2005号	2020.1.1-2021.12.31
3	天虹股份	广东省深圳市深圳前进天虹商场二楼2017号	2020.1.1-2021.12.31
4	天虹股份	广东省深圳市深圳福民天虹商场二楼2011号	2020.1.1-2021.12.31
5	天虹股份	广东省深圳市深圳创业天虹商场二楼2244号	2020.1.1-2021.12.31

(2) 华润万家

八马茶业与华润万家有限公司签订了《合作经营合同》框架合同，合同期限为2019年1月1日至2020年12月31日。《合作经营合同》框架合同就合作经营方式、结算方式与结算票据、商品销售形式基本码、费用、双方权利义务等重要方面进行约定，合同附件就供应商服务体系使用守则、消防安全守则、业务伙伴行为守则、供应商基本合作条款等方面进行约定。

截至2020年12月31日，八马茶业已在华润万家开设44家分店设立专柜销售产品。

3、重要的电商服务销售合同

报告期内，与公司存在合作关系的主要电商平台为天猫商城、京东商城。

(1) 天猫商城

① 天猫平台入驻协议

八马茶业自2011年与天猫商城合作以来，每年均通过天猫平台以线上确认的方式与阿里巴巴（深圳）技术有限公司、阿里巴巴（海南）技术有限公司（以下简称“阿里巴巴”）、浙江天猫技术有限公司（以下简称“天猫技术”）、浙江天猫网络有限公司（以下简称“天猫网络”）签订《天猫商户服务协议》。

根据《天猫商户服务协议》，八马茶业入驻天猫平台需要遵守天猫已发布或将来发布并依法通知商户的各类规则，所有天猫公布的规则均与本协议正文具有同等法律效力。协议约定了阿里巴巴、天猫技术及天猫网络为八马茶业提供相关互联网信息服务，包括商品搜索、生成订单、管理交易和完成支付等软件系统服务、与积分系统相关的软件服务、二级域名服务等，并约定了上述服务的收费标准。2020年11月19日，公司与阿里巴巴、天猫技术、天猫网络签订的《天猫商户服务协议》服务有效期至2021年12月31日。

② 天猫超市商家合作协议

2020年1月1日，八马茶业与浙江天猫供应链管理有限公司（以下简称“天猫供应链”）签订了《天猫超市商家合作协议》，协议约定八马茶业与天猫超市的合作模式为代销模式，由八马茶业通过系统进行商品信息维护和商品管理并在天

猫超市上架销售，天猫供应链负责向消费者销售商品。结算账期为每月结算，天猫供应链将在八马茶业的货款中扣除协议约定的费用后支付至八马茶业。协议有效期自 2020 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日。

(2) 京东商城

① 京东平台入驻协议

八马茶业自 2013 年与京东商城合作以来，每年均通过商家后台管理系统网上平台与京东网站所有者北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、京东网站技术服务提供者江苏京东旭科信息技术有限公司（以下统称“京东”）签订《“京东 JD.COM”开放平台在线服务协议》。

根据《“京东 JD.COM”开放平台在线服务协议》，约定了京东为公司提供电子商务交易平台及相应技术服务支持，并在现有技术可实现的基础上维护“京东平台”的政策稳定运行及相应服务的收费方式。商家在京东的监管下独立开店经营，京东有权单方更新、调整京东平台规则，若商家不同意接受京东平台规则，应终止本协议并停止在京东平台的经营，相关规则经公告后即成为本协议的组成部分。

② 京东直营店采购合同

2020 年 1 月 1 日，八马茶业与北京京东世纪信息技术有限公司（以下简称“京东信息”）签订了《食品购销合同》，合同约定八马茶业负责依照京东信息订单列明的产品通过京东信息的仓储预约系统按照约定的时间及运输方式送至京东信息的指定地点，并接受京东信息因库存过剩或滞销品、残次品及七日内无理由退货产品的退货。货款结算方式为实销实结，账期为 30 天，结算金额为京东信息应付款扣除八马茶业逾期未付的降价款、退货款、商业折扣款、退残款以及其他八马茶业应支付的款项后的余额。合同有效期自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

(二) 采购合同

截至 2020 年 12 月 31 日，八马茶业正在履行的、年度累积采购金额 1,000.00 万元及以上的供应商，具体情况如下：

序号	供应商	客户	合同编号	合同名称	合同有效期	采购内容
1	勐海县杨聘号茶叶有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-87号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.4.1-2021.3.31	茶叶
2	福建广林福茶业有限责任公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-96号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.4.1-2021.3.31	茶叶
3	深圳市麦轩食品有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-195号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.7.1-2021.6.30	月饼
4	福建省中闽华源茶业有限公司	福建八马	综合茶类事业部2020023	年度采购合同	2020.7.15-2021.7.14	茶叶
5	东莞市荣誉五金制品有限公司	福建八马	RY2020030602	年度采购合同	2020.4.1-2021.12.31	茶叶盒、茶叶包材
6	勐海县信记茶业有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-135号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.5.1-2021.4.30	茶叶
7	勐海恒康茶厂	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-130号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.04.16-2021.04.15	茶叶
8	福建武记茶业有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-69号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.4.1-2021.3.31	茶叶
9	双江自治县勐库镇冰岛山茶叶精制厂	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-211号	年度采购合同	2020.8.1-2021.7.31	茶叶
10	武夷山古道香茗茶业有限公司	王信记	WXJGD2020080803	年度采购合同	2020.8.1-2021.8.9	茶叶
11	深圳市品尚品包装制品有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2021-3号	年度采购合同	2021.1.1-2021.12.31	茶叶盒、茶叶包材
12	江门市新会区合益生态农业有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2020-71号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.4.1-2021.3.31	茶叶
13	杭州正一心茶业有限公司	八马茶业	综合茶类事业部2021012	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2021.3.1-2022.2.28	茶叶
14	深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司	八马茶业	茶器具事业部2020065	年度合同（茶具/包装物成品）	2020.12.10-2021.12.9	茶器具
15	武夷山市元孚茶业有限公司	八马茶业	深圳八马合同[产品中心]2019-238号	年度合同（茶叶/茶食品成品）	2020.8.1-2021.7.31	茶叶

（三）授信合同

截至2020年12月31日，发行人共有2份正在履行的、授信金额在1,000.00万元及以上的银行授信合同，王文彬、王文超、王文礼、吴清标为该笔银行授信

提供了担保，具体情况如下：

序号	合同编号	被授信人	授信人	授信额度 (万元)	授信期限	授信用途
1	755XY2020011190	八马茶业	招商银行股份有限公司深圳分行	10,000.00	2020.4.28-2021.4.27	授信额度项下授信业务品种包括但不限于贷款/订单贷、贸易融资、票据贴现、商业汇票承兑、商业承兑汇票保贴、国际/国内保函、海关税费支付担保、法人账户透支、衍生交易、黄金租赁等
2	HTZ442008028 QTLX20200026	八马茶业	中国建设银行股份有限公司深圳市分行	2,000.00	2020.11.5-2021.5.15	公司日常经营周转

(四) 其他合同

截至本招股说明书签署日，八马茶业正在履行的、合同金额为 1,000.00 万元以上，或者金额虽未达到人民币 1,000.00 万元但对公司的生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的其他重大合同，具体内容如下：

1、公司于 2018 年与云南中茶茶业有限公司签署《战略合作协议》及《普洱茶产品合作开发合同》，基于普洱茶的市场前景，八马茶业未来在普洱茶市场布局，双方拟在 5 年内在全国范围内开展广泛、深入、持久的深度合作，共同合作开发普洱茶。

2、2020 年 4 月 29 日，八马茶业与广州市想象文化传媒有限公司签订《“交个朋友”直播推广服务合同》，广州市想象文化传媒有限公司为八马茶业提供营销推广服务，合同期限 2020 年 5 月 1 日至 2021 年 5 月 1 日，合同金额 2,200.00 万元。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司存在应沃尔玛要求为租赁其物业的加盟商门店提供租赁担保的情形，具体情况如下：

序号	被担保人	与公司关系	主债务情况	履行期限	担保方式	担保范围	担保期间	租赁物业	反担保事项
1	朱浪静 (湛江市霞山区恒绅茶叶店)	无关联关系	租金 4,175.00 元/月、 履约保证金 14,325.00 元、 管理费 600.00 元/月等费用	每月的 15 日前 按月缴纳租金及 上月实际产生的 相关费用	连带责任保证	支付租金、管理费及履约保证金,对物业进行维护、修缮和改善、支付违约金	自保证函签署之日起至被担保人在《租赁协议》终止或者其与八马茶业签署《商业特许经营权》终止	湛江市遂溪县遂城镇遂海路 36 号的全丰中央广场地下第一层 2377B1F0002 号铺位	被担保人与八马茶业签署了《补充协议》,为担保事项提供了反担保
2	南宁市鼎与恒商贸有限公司	无关联关系	租金 11,847.00 元/月、 履约保证金 38,679.00 元、 管理费 690.00 元/月等费用	每月的 15 日前 按月缴纳租金及 上月实际产生的 相关费用	连带责任保证	支付租金、管理费及履约保证金,对物业进行维护、修缮和改善、支付违约金	自保证函签署之日起至被担保人在租赁协议项下所有义务被履行完毕或责任得到清偿	南宁市民族大道 131 号航洋国际购物中心地下第一层 1088B1F0012 号铺位	被担保人与八马茶业签署了《反担保协议》,为担保事项提供了反担保
3	刘翠 (北京好韵茶庄)	无关联关系	租金 15,355.00 元/月、 履约保证金 48,765.00 元、 管理费 900.00 元/月等费用	每月的 15 日前 按月缴纳租金及 上月实际产生的 相关费用	连带责任保证	支付租金、管理费及履约保证金,对物业进行维护、修缮和改善、支付违约金	自保证函签署之日起至被担保人在租赁协议项下所有义务被履行完毕或责任得到清偿	北京市延庆县妫水北街 39 号金锣湾商业中心地下第一层 2068B1F0001-B 号铺位	被担保人与八马茶业签署了《反担保协议》,为担保事项提供了反担保
4	武汉浙水湾商贸发展有限公司	无关联关系	租金 22,022.00 元/月、 履约保证金 70,566.00 元、 管理费 1,500.00 元/月等费用	每月的 15 日前 按月缴纳租金及 上月实际产生的 相关费用	连带责任保证	支付租金、管理费及履约保证金,对物业进行维护、修缮和改善、支付违约金	自保证函签署之日起至被担保人在租赁协议项下所有义务被履行完毕或责任得到清偿	武汉市东湖开发区关山一路光谷坐标城地上第三层 2156F3F0002 号铺位	被担保人与八马茶业签署了《补充协议》,为担保事项提供了反担保
5	武汉浙水湾商贸发展有限公司经开分公司	无关联关系	租金 10,240.00 元/月、 履约保证金 33,600.00 元、 管理费 960.00 元/月等费用	每月的 15 日前 按月缴纳租金及 上月实际产生的 相关费用	连带责任保证	支付租金、管理费及履约保证金,对物业进行维护、修缮和改善、支付违约金	自保证函签署之日起至被担保人在租赁协议项下所有义务被履行完毕或责任得到清偿	武汉市经济开发区东风大道 111 号经开万达广场室内步行街负一层内第 B1 层 2420B1F0017,2420B1F0018 号铺位	被担保人与八马茶业签署了《反担保协议》,为担保事项提供了反担保
6	武汉浙水湾商贸发展有限公司	无关联关系	租金 4,671.00 元/月、 履约保证金 16,443.00 元、 管理费 810.00 元/月等费用	每月的 15 日前 按月缴纳租金及 上月实际产生的 相关费用	连带责任保证	支付租金、管理费及履约保证金,对物业进行维护、修缮和改善、支付违约金	自保证函签署之日起至被担保人在租赁协议项下所有义务被履行完毕或责任得到清偿	武汉市硚口区解放大道 201 号大武汉家装 G 栋地上第三层 2041F3F0024 号铺位	被担保人与八马茶业签署了《补充协议》,为担保事项提供了反担保

发行人就本公司的对外担保及资金占用事宜，声明及承诺如下：

截至本声明出具之日，本公司及子公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况，也不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

（二）公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术其他核心人员涉及重大诉讼或仲裁的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

四、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年不涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

五、公司控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为



公司控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

第十二节 声 明

一、公司及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

 _____ 王文彬	 _____ 王文礼	 _____ 王文超
 _____ 吴清标	 _____ 吴庆祥	 _____ 何 磊
 _____ 刘仲华	 _____ 张清伟	 _____ 童娜琼

全体监事签名：

 _____ 张永坚	 _____ 苏丽敏	 _____ 李小毅
---	---	---

全体高级管理人员签名：

 _____ 吴清标	 _____ 吴庆祥	 _____ 黄光秀
 _____ 龚 政		



八马茶业股份有限公司

2021年 4月 5 日

二、公司控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名：



王文彬



王文礼



王文超



陈雅静



吴小宁



三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：




许 阳



史松祥

项目协办人：



肖 骁

法定代表人：




张佑君


中信证券股份有限公司
2021年 4月 5 日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读八马茶业股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：

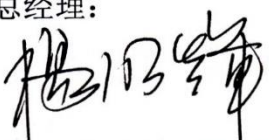

张佑君



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读八马茶业股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：




杨明辉





四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读八马茶业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师：


赵永刚


何瑞


黄丰

律师事务所负责人：


王丽



五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

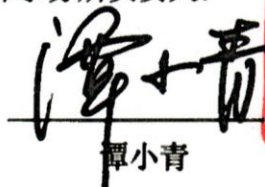


肖铁青



李文茜

会计师事务所负责人：



谭小青

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



2021年9月5日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



杨建平



张萍

资产评估机构负责人：

梅惠民

银信资产评估有限公司

2021年4月5日

七、验资机构声明

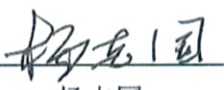
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。


签字注册会计师：


陈 琼

钟 宇（已离职）

会计师事务所负责人：


杨志国



立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年4月5日



关于签字注册会计师离职的说明

本所于 2014 年 8 月 27 日曾经为八马茶业股份有限公司出具了《八马茶业股份有限公司（筹）验资报告》（信会师报字[2014]第 310519 号），钟宇先生为该次验资报告的注册会计师之一，钟宇先生已于 2020 年离职，现已不在本机构执业。

会计师事务所负责人：


杨志国



立信会计师事务所（特殊普通合伙）



2021 年 4 月 5 日

八、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

签字注册会计师:

肖铁青

李文茜

验资机构负责人:

谭小青

信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)



2021年4月5日

第十三节 附件

一、备查文件目录

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报告及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；
- (七) 内部控制鉴证报告；
- (八) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间及地点

上述备查文件将置备于下列场所，投资者可于发行期间的周一至周五上午9:00—11:00、下午3:00—5:00前往查阅。

发行人：八马茶业股份有限公司

住所：深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦7楼

电话：0755-82389378

传真：0755-82242331

联系人：龚政

保荐机构（主承销商）：中信证券股份有限公司

住所：广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

电话：0755-23835338

传真：0755-23835201

联系人：肖骁

三、本次发行相关主要承诺事项

（一）关于股份锁定期及减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁就所持发行人股份的锁定和减持事宜承诺如下：

（1）本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持股份公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

（2）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人持有的上述股份。

（3）若本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格应不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价（指复权价格，下同）均低于发行价，或者发行人上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）股票收盘价低于发行价，本人持有发行人股份的锁定期自动延长 6 个月。在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购本人持有的股份。若发行人股票在上述期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整。此项承诺不因本人职务变更、离职等原因而终止履行。

（4）本人如作为发行人董事、监事、高级管理人员期间，在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有的公司股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让持有的公司股份。本人在任期届满前辞职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍适用《公司法》对董监高股份转让的规定。

（5）若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

（6）锁定期满后股东持股意向和减持意向

① 减持前提

若在锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

② 减持方式

本人将根据需要通过集中竞价、大宗交易、协议转让或其他合法方式进行。但不会因转让发行人股票影响本人的控股股东地位。

③ 减持程序

如本人减持公司股份，将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所有关法律法规的相关规定进行，包括但不限于提前将减持意向即拟减持数量等信息通知公司，由公司及时予以公告，自公告之日起三个交易日后方可减持股份。

④ 减持价格

锁定期届满后两年内减持股份公司股票的，减持价格不低于股份公司首次公开发行股票的发价（如股份公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，发行价格应相应调整）。锁定期届满后减持依据中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规则进行减持。

⑤ 约束措施

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

2、一致行动人承诺

发行人控股股东、实际控制人的一致行动人王小萍就所持发行人股份的锁定和减持事宜承诺如下：

(1) 本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

(2) 自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人持有的上述股份。

(3) 本人如作为发行人董事、监事、高级管理人员期间，在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有的公司股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让持有的公司股份。本人在任期届满前辞职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍适用《公司法》对董监高股份转让的规定。

(4) 若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

(5) 本人将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

(6) 本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

3、除王文彬、王文礼及王文超外，持有发行人股份的董事、高级管理人员承诺

发行人的董事、高级管理人员就所持发行人股份的锁定和减持事宜承诺如下：

(1) 本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

(2) 自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起十二个月内，不转

让或者委托他人管理本人直接或间接持有的本次发行前的公司股份，也不由公司回购本人持有的上述股份。

(3) 若本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格应不低于发行价；公司上市后6个月内如其股票连续20个交易日的收盘价（指复权价格，下同）均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则本人持有股票的锁定期自动延长6个月。在延长或另行锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购本公司持有的股份。如公司上市后利润分配或送配股份等除权、除息行为，上述价格根据除权除息情况相应调整。本项承诺不因本人任职变动、离职等原因而终止履行。

(4) 本人作为发行人董事、高级管理人员，在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有的公司股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让持有的公司股份。本人在任期届满前辞职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后6个月内，仍适用《公司法》对董监高股份转让的规定。

(5) 若相关监管机构对本公司锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

(6) 本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

(7) 本人将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

4、持有发行人股份的监事承诺

发行人的股东、监事就所持发行人股份的锁定和减持事宜承诺如下：

(1) 本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

(2) 自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的本次发行前的公司股份，也不由公司回购本人持有的上述股份。

(3) 本人作为发行人的监事，在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有的公司股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让持有的公司股份。本人在任期届满前辞职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍适用《公司法》对董监高股份转让的规定。

(4) 若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

(5) 本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

(6) 本人将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

5、持股 5%以上股东天津长峰承诺

发行人持股 5%以上的股东天津长峰所持发行人股份的锁定和减持事宜承诺如下：

(1) 本企业目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本企业所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

(2) 自发行人股票上市之日起十二个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本企业持有的上述股份。

(3) 若相关监管机构对本企业锁定期有更严格的要求，本企业将按照相关

监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

(4) 本企业如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本企业未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本企业现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本企业履行上述承诺。

(5) 锁定期满后股东持股意向和减持意向

① 减持前提

本企业如确因自身经济需求，可以在锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后，视自身实际情况进行股份减持。

② 减持方式

本企业将根据需要通过集中竞价、大宗交易、协议转让或其他合法方式进行。

③ 减持数量及减持价格

如本企业拟转让本次发行前直接或间接持有的公司股票，则在锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后 2 年内，本企业将根据公司经营、资本市场及本企业资金需求等情况综合分析并决定减持数量。本企业将根据市场情况自主决定减持价格。

④ 减持程序

如本企业减持公司股份，将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所有关法律法規的相关规定进行，包括但不限于提前将减持意向即拟减持数量等信息通知公司，由公司及时予以公告，自公告之日起三个交易日后方可减持股份。

⑤ 约束措施

本企业将严格按照法律法規、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法規、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本企业将认真遵守相关新规定。

如本企业违反上述承诺，违规操作收益将归公司所有。如本企业未将违规操作收益上交公司，则公司有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交公司的

违规操作收益金额相等的部分。

6、发行人提交申请前 12 个月内新增股东静远壹叁承诺

发行人提交首次公开发行 A 股股票并在创业板上市申请前 12 个月内的新增股东静远壹叁对其所持发行人股份的锁定和减持事宜承诺如下：

(1) 本企业目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本企业所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

(2) 本企业承诺自取得发行人股份之日起三十六个月内，并自发行人股票上市之日起十二个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本企业持有的上述股份。

(3) 若相关监管机构对本企业锁定期有更严格的要求，本企业将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

(4) 本企业将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本企业将认真遵守相关新规定。

(5) 本企业将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本企业如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本企业未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本企业现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

(二) 关于稳定股价的措施与承诺

1、稳定股价的措施

为保护投资者利益，进一步明确发行人上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的措施，按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关要求，公司制订了《八马茶业股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》，并经股东大会审议通过，有关预案的具体内容如下：

“一、启动股价稳定措施的具体条件

1、启动条件：上市后三年内，如非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股、送股、缩股、股份拆分等除权除息情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），应当开始实施相关稳定股价的方案，并应提前公告具体实施方案；

2、停止条件：（1）在下述第 2 项稳定股价具体方案的实施期间内或是实施前，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于最近一期经审计的每股净资产时，将停止实施股价稳定措施；（2）继续实施股价稳定措施将导致股权分布不符合上市条件；（3）各相关主体在连续 12 个月内购买股份的数量或用于购买股份的金量的金额已达到上限；（4）继续回购或增持公司股份将导致触发控股股东、实际控制人等的要约收购义务（符合免于发生要约情形的除外）。

上述稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次发生上述第 1 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

二、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件达成时，将依次开展公司自愿回购、控股股东、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持等工作以稳定公司股价，增持或回购价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。控股股东、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员在公司出现需稳定股价的情形时，必须履行所承诺的增持义务，在履行完强制增持义务后，可选择自愿增持。如该等方案、措施需要提交董事会、股东大会审议的，则控股股东以及其他担任董事、高级管理人员的股东应予以支持。

1、由公司回购股票

如公司出现连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时，则公司可自愿采取回购股票的措施以稳定公司股价。

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合当时有效的法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

(2) 公司对股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；

(3) 公司用于股份回购的资金来源为公司自有资金，回购股份数量不超过公司股份总数的 2%，回购后公司的股权分布应当符合上市条件。

2、控股股东增持

在公司 12 个月内回购股份数量达到最大限额（即公司股本总额的 2%）后，如出现连续 20 个交易日的收盘价仍低于最近一期经审计的每股净资产时，则启动公司控股股东增持股票：

(1) 公司控股股东应在符合当时有效的法律、法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

(2) 控股股东增持股份的金额不超过上一年度获得的公司分红税后金额的 50%；

3、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

在公司控股股东 12 个月内用于增持公司股份的总金额达到其上一年度从公司取得的分红税后金额 50%以后，如出现连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时，则启动公司董事、高级管理人员增持：

(1) 公司董事（不含独立董事）、高级管理人员应在公司符合当时有效的法律、法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

(2) 有增持义务的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺，其用于增持公司股份的货币资金不低于该董事、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 30%。

(3) 公司将要求新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

4、稳定股价措施的启动程序

(1) 公司回购

A、如公司出现连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产

产时，则公司可自愿采取回购股票的措施以稳定公司股价；

B、公司董事会应当在做出是否回购股份决议后的2个工作日内公告董事会决议，如不回购需公告理由，如回购还需公告回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

C、公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次一交易日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后，30个交易日内实施完毕；

D、公司回购方案实施完毕后，应在2个工作日内公告公司股份变动报告，并在10日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

(2) 控股股东及董事、高级管理人员增持

A、公司董事会应在控股股东及董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起2个交易日内做出增持公告；

B、控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告做出之日起次一交易日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的30个交易日内实施完毕。

5、约束性措施

(1) 在公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司回购公司股票的情况下，如公司未能履行稳定股价的承诺并实际实施回购计划的，公司将：A 在股东大会及中国证监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；B 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；C 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；以及 D 因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

(2) 在公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司控股股东增持公司股票的情况下，如公司控股股东未能履行稳定股价的承诺并实际实施增持计划的，则公司将责令控股股东：A 在股东大会及中国证监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；B 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；C 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；以及 D 因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

(3) 在公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司董事（不含独立董事）、高

级管理人员增持公司股票的情况下，如董事（不含独立董事）、高级管理人员未能履行稳定股价的承诺并实际实施增持计划的，则公司将责令相关董事（不含独立董事）、高级管理人员：**A** 在股东大会及中国证监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；**B** 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；**C** 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；以及 **D** 因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

6、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对公司、控股股东、董事（不含独立董事）、高级管理人员因违反上述措施而应承担的相关责任及后果有不同规定的，公司将自愿无条件地遵从并将督促控股股东、董事（不含独立董事）、高级管理人员自愿无条件地遵从该等规定。”

2、发行人及控股股东、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺

发行人及控股股东、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员关于稳定公司股价事项的承诺如下：

公司股票上市后三年内，如果公司股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产，本人/公司将根据公司股东大会审议通过的《八马茶业股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》中的相关规定，履行增持股票及其他义务。如本人/公司未履行上述承诺，将按照股东大会审议通过的《八马茶业股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》中约定的措施予以约束。

（三）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺

1、发行人承诺

公司就欺诈发行上市的股份回购和股份买回事项作出的承诺如下：

（1）本公司保证本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形；

（2）本公司首次公开发行股票并在创业板上市后，如本公司因存在欺诈发行被证券监管机构或司法部门认定不符合发行上市条件、以欺骗手段骗取发行注

册的，本公司承诺在上述违法违规行为被证券监管机构等有权机构确认后 5 个工作日内启动股份回购程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。回购价格按照中国证监会、深圳证券交易所颁布的规范性文件依法确定，且不低于回购时的股票市场价格，证券监管机构或深圳证券交易所另有规定的，本公司将根据届时有效的相关法律法规的要求履行相应股份回购义务。

2、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人就欺诈发行上市的股份回购和股份买回事项作出的承诺如下：

(1) 本人保证公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形；

(2) 本人首次公开发行股票并在创业板上市后，如公司因存在欺诈发行被证券监管机构或司法部门认定不符合发行上市条件、以欺骗手段骗取发行注册的，本人承诺在上述违法违规行为被证券监管机构等有权机构确认后 5 个工作日内启动股份回购程序，购回公司本次公开发行的全部新股，且购回本人已转让的原限售股份（如有）。回购价格按照中国证监会、深圳证券交易所颁布的规范性文件依法确定，且不低于回购时的股票市场价格，证券监管机构或深圳证券交易所另有规定的，本人将根据届时有效的相关法律法规的要求履行相应股份回购义务。

(四) 关于履行公开承诺的约束措施的承诺

1、发行人承诺

发行人就履行公开承诺的约束措施事项的承诺如下：

(1) 本公司将严格履行招股说明书披露的相关公开承诺。

(2) 如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，将视情况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。

(3) 如果因不可抗力原因导致公司未能履行公开承诺事项或者未能按期履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需符合法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并将接受如下约束措施，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具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

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。

(4) 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, 赔偿金额通过与投资者协商确定或由有权机关根据相关法律法规进行认定, 本公司自愿按相应的赔偿金额冻结自有资金以提供赔偿保障。

(5) 承诺确已无法履行或者履行承诺不利于维护公司股东和社会公众投资者权益的, 将变更承诺或提出新承诺或者提出豁免履行承诺义务, 并经公司股东大会审议通过, 股东大会应向股东提供网络投票方式。

2、控股股东、实际控制人承诺

发行人的控股股东、实际控制人就履行公开承诺的约束措施事项的承诺如下:

(1) 本人将严格履行发行人招股说明书等文件作出的公开承诺。

(2) 如发生未实际履行公开承诺事项的情形, 将视情况通过发行人股东大会、证券监督管理机构、交易所指定途径披露未履行的具体原因。

(3) 如因相关法律法规、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本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的, 本人将向投资者提出补充承诺或替代承诺(相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序), 以尽可能保护投资者的权益。

(4) 如因本人未实际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。

(5) 自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前, 本人不得以任何方式要求公司增加薪资或津贴, 且亦不得以任何形式接受公司增加支付的薪资或津贴。

(6) 如本人违反上述承诺, 发行人有权将应付本人的现金分红予以暂时扣

留，直至本人实际履行上述各项承诺义务为止。

3、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

发行人的董事、监事、高级管理人员就履行公开承诺的约束措施事项的承诺如下：

(1) 本人将严格履行招股说明书等文件公开作出的承诺。

(2) 如发生未履行公开承诺事项的情形，将视情况通过发行人股东大会、证券监督管理机构、交易所指定途径披露未履行的具体原因。

(3) 如果因相关法律法规、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本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将向投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

(4) 如果因本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。

(5) 自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式要求公司增加薪资或津贴，且亦不得以任何形式接受公司增加支付的薪资或津贴。

(6) 本人如违反上述承诺，在证券监管部门或有关政府机构认定承诺未实际履行 30 日内，或司法机关认定因前述承诺未得到实际履行而致使投资者在证券交易中遭受损失起 30 日内，依法对投资者进行赔偿。

4、一致行动人承诺

发行人的控股股东、实际控制人的一致行动人就履行公开承诺的约束措施事项的承诺如下：

(1) 本人将严格履行发行人招股说明书等文件作出的公开承诺。

(2) 如发生未实际履行公开承诺事项的情形，将视情况通过发行人股东大会、证券监督管理机构、交易所指定途径披露未履行的具体原因。

(3) 如因相关法律法规、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本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的, 本人将向投资者提出补充承诺或替代承诺(相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序), 以尽可能保护投资者的权益。

(4) 如因本人未实际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。

(5) 自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前, 本人不得以任何方式要求公司增加薪资或津贴, 且亦不得以任何形式接受公司增加支付的薪资或津贴。

(6) 如本人违反上述承诺, 发行人有权将应付本人的现金分红予以暂时扣留, 直至本人实际履行上述各项承诺义务为止。

(五) 关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺内容详见本招股说明书“第八节、十六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

(六) 关于利润分配的承诺

1、发行人承诺

发行人就利润分配事项的承诺如下:

本公司在上市后将严格依照《公司法》《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律、法规、监管机构的规定、《公司章程(草案)》、本公司股东大会审议通过的《八马茶业股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内股东分红回报规划》以及公司治理制度的规定执行利润分配政策。如遇相关法律、法规及规范性文件修订的, 公司将及时根据该等修订调整公司利润分配政策并严格执行。如本公司未能依照本承诺严格执行利润分配政策的, 本公司将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。

2、控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人就利润分配事项的承诺如下:

本人将督促公司在上市后严格依照《公司法》《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律、法规、监管机构的规定、《公司章程（草案）》、本公司股东大会审议通过的《八马茶业股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内股东分红回报规划》以及公司治理制度的规定执行利润分配政策。如遇相关法律、法规及规范性文件修订的，本人将督促公司及时根据该等修订调整公司利润分配政策并严格执行。如本人违反承诺的，本人将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。

（七）关于无虚假性记载、误导性陈述及重大遗漏的承诺

1、发行人承诺

发行人就本次首次公开发行并在创业板上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假性记载、误导性陈述及重大遗漏事项的承诺如下：

（1）本公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性和完整性承担全部法律责任。

（2）若证券监管部门、证券交易所或司法机关等有权机关认定本公司首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在该等违法事实被证券监督管理机构、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定之日起5个工作日内，根据相关法律、法规及公司章程规定制定股份回购方案，并提交公司股东大会审议，在履行完毕相关审批手续后，启动本次公开发行的全部新股回购程序，回购价格不低于本公司股票发行价加上股票发行后至回购期间银行同期活期存款利息。如本公司上市后有送配股份、利润分配等除权、除息行为，上述价格根据除权除息情况相应调整。

（3）本公司同时承诺，若证券监管部门、证券交易所或司法机关等有权机关认定本公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将在证券监督管理机构、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定后，依照相关法律、法规的规定赔偿投资者能举证证实的因本次交易遭受的直接损失。该等损失的金

额以经人民法院认定或与本公司协商确定的金额为准。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。如本公司非因不可抗力原因导致未能履行上述承诺，本公司将按相应的赔偿金额冻结自有资金提供赔偿保障。

(4) 若因本公司提供虚假记载资料、误导性陈述或对相关信息进行刻意隐瞒等原因导致保荐机构、会计师事务所、律师事务所等证券服务机构为本公司首次公开发行制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形的，上述机构因此对投资者承担赔偿责任的，本公司将依法赔偿上述机构损失。

(5) 如本公司未能履行上述公开承诺事项，本公司将：

1) 立即停止制定或实施现金分红计划、停止发放公司董事、监事和高级管理人员的薪酬、津贴，直至本公司履行相关承诺；

2) 立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至公司履行相关承诺；

3) 在上述违法事实被认定 5 个工作日内自动冻结根据上述承诺初步测算的货币资金以用于本公司履行相关承诺。

2、控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人就本次首次公开发行并在创业板上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假性记载、误导性陈述及重大遗漏事项的承诺如下：

(1) 发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性和完整性承担全部法律责任。

(2) 若证券监管部门、证券交易所或司法机关等有权机关认定发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致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，本人将在该等违法事实被证券监督管理机构、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定之日起 5 个工作日内根据相关法律法规及公司章程

规定制定股份购回方案，采用二级市场集中竞价交易、大宗交易、协议转让、要约收购以及证券监督管理机构认可的其它方式购回已转让的原限售股份。购回价格为首次公开发行股票的发行价格加上同期银行活期存款利息，如果因利润分配、配股、资本公积转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作相应调整。若本人购回已转让的原限售股份触发要约收购条件的，本人将依法履行相应程序，并履行相应信息披露义务。同时本人将督促发行人依法回购其在首次公开发行股票时发行的全部新股。

(3) 若证券监管部门、证券交易所或司法机关等有权机关认定发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在证券监督管理机构、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定后，依照相关法律、法规的规定赔偿投资者能举证证实的因本次交易遭受的直接损失。该等损失的金额以经人民法院认定或与本人协商确定的金额为准。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。

如本人非因不可抗力原因导致未能履行上述承诺，本人将按相应的赔偿金额冻结自有资金提供赔偿保障。

3、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

发行人董事、监事、高级管理人员就本次首次公开发行并在创业板上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假性记载、误导性陈述及重大遗漏事项的承诺如下：

(1) 发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

(2) 若证券监管部门、证券交易所或司法机关等有权机关认定发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在证券监督管理机构、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定后，依照相关法律、法规的规定赔偿投资者能举证证实的因本次交易遭受的直接损失。该等损失的金额以经人民法院认定

或与本公司协商确定的金额为准。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。

如本人违反以上承诺，发行人将有权暂扣本人在发行人处应领取的薪酬或津贴对投资者进行赔偿。

(3) 上述承诺不会因为本人职务的变更或离职等原因而改变或无效。

(八) 关于规范及减少关联交易的承诺

关于规范及减少关联交易的承诺内容详见本招股说明书“第七节、七、(四)关于规范及减少关联交易的承诺”。

(九) 关于避免同业竞争的承诺

关于避免同业竞争的承诺内容详见本招股说明书“第七节、六、(二)关于避免同业竞争的承诺”。

(十) 关于股东信息披露的承诺

根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求，发行人就股东信息披露事项的承诺如下：

1、除无法取得联系的机构股东深圳前海徽财投资管理有限公司（持股比例0.0013%、股转系统挂牌期间入股）、自然人股东钱祥丰（0.0276%、股转系统挂牌期间入股）未经确认外，本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。

2、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或者其他权益的情形。

3、除无法取得联系的机构股东深圳前海徽财投资管理有限公司（持股比例0.0013%、股转系统挂牌期间入股）、自然人股东钱祥丰（0.0276%、股转系统挂牌期间入股）未经确认外，本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

4、除无法取得联系的机构股东深圳前海徽财投资管理有限公司（持股比例0.0013%、股转系统挂牌期间入股）、自然人股东钱祥丰（0.0276%、股转系统挂牌期间入股）未经确认外，本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提

供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

(十一) 关于社保及公积金缴纳事项的承诺

关于社保及公积金缴纳事项的承诺内容详见本招股说明书“第五节、十七、(五) 关于社保及公积金缴纳事项的承诺”。

(十二) 关于房屋租赁的承诺

关于房屋租赁事项的承诺内容详见本招股说明书“第六节、五、(一)、2、租赁房屋”。

(十三) 关于对外担保及资金占用的承诺

关于对外担保及资金占用的承诺内容详见本招股说明书“第十一节、二、对外担保情况”。

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

1、保荐机构承诺

发行人保荐机构中信证券承诺：

本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。若因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、发行人律师承诺

发行人律师北京德恒律师事务所承诺：

本所为发行人本次发行上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

若因本所在本次发行上市期间未勤勉尽责，导致本所为发行人本次发行上市

制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致发行人不符合法律规定的发行条件，造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被有权主管部门认定后，本所将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式，依法进行赔偿。

本所保证遵守以上承诺，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。

3、审计、验资复核机构承诺

发行人审计、验资复核机构信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

因信永中和为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、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。