



西安冰峰饮料股份有限公司

(住所：西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号)



首次公开发行股票招股说明书

(申报稿)

保荐机构（主承销商）



华创证券有限责任公司
HUA CHUANG SECURITIES CO., LTD.

(住所：贵州省贵阳市中华北路 216 号)

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 6,000 万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 24,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及期限、股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p>一、控股股东糖酒集团承诺如下： “1、自发行人的股票在深圳证券交易所主板上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司在本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让。 2、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司所持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。”</p> <p>二、实际控制人张军承诺如下： “1、自发行人的股票在深圳证券交易所主板上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让。 2、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。 3、前述锁定期满后，本人在发行人担任董事/监事/高级管理人员职务期间，将向发行人申报所直接或间接持有的发行人的股份及变动情况，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的百分之二十五；如本人在任期届满前离职，本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的百分之二十五；本人在离职后半年内，将不会转让所直接或间接持有的发行人股份。”</p> <p>三、除张军外，间接持有发行人股份的董事、监事及高级管理人员陈卫平、肖锋、谢晖、林劲峰、胡鹏博、段莉娜、刘天良、李寒、苏丹冰承诺如下： “1、自发行人的股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，</p>

	<p>上述股份可以上市流通和转让。</p> <p>2、前述锁定期满后，本人在发行人担任董事/监事/高级管理人员职务期间，将向发行人申报所直接或间接持有的发行人的股份及变动情况，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的百分之二十五；如本人在任期届满前离职，本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的百分之二十五；本人在离职后半年内，将不会转让所直接或间接持有的发行人股份。</p> <p>3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。”</p> <p>四、公司其他股东久悦酒业承诺如下： “1、自发行人的股票在深圳证券交易所主板上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司在本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让。</p> <p>2、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司所持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。”</p>
保荐人（主承销商）	华创证券有限责任公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

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

一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺

（一）控股股东糖酒集团承诺

“1、自发行人的股票在深圳证券交易所主板上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司在本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让。

2、发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本公司所持有发行人股票的锁定期限自动延长6个月。”

（二）实际控制人张军承诺

“1、自发行人的股票在深圳证券交易所主板上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让。

2、发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人所持有发行人股票的锁定期限自动延长6个月。

3、前述锁定期满后，本人在发行人担任董事/监事/高级管理人员职务期间，将向发行人申报所直接或间接持有的发行人的股份及变动情况，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的百分之二十五；如本人在任期届满前离职，本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的百分之二十五；本人在离职后半年内，将不会转让所直接或间接持有的发行人股份。”

二、股东持股及减持意向的承诺

“1、本公司拟长期持有发行人股票。如果在锁定期满后，本公司拟减持股票的，将认真遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等中国证监会、证券交易所的相关规定以及本公司已作出的相关承诺，审慎制定股票减持计划。

2、本公司在持有发行人股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，锁定期满后两年内合计减持数量不超过本公司持有发行人股票数量的 50%，减持价格将不低于发行人股票的发行价（若发行人股票在此期间发生派息、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）。

3、本公司减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4、本公司所持股票在锁定期满后实施减持时，将提前 3 个交易日予以公告，且计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，将在首次卖出的 15 个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划，由证券交易所予以备案，本公司将配合公司根据相关法律、规范性文件的规定及公司规章制度及时、充分履行股份减持的信息披露义务。

5、本公司所持股票在锁定期满后实施减持时，如证监会、证券交易所对股票减持存在新增规则 and 要求的，本公司将同时遵守该等规则和要求。

如本公司违反上述股份锁定及减持承诺的规定擅自减持发行人股份的，承诺违规减持发行人股票所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有，如未将违规所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本公司现金分红中与本公司应上交发行人的违规所得金额相等的部分；本公司将继续执行股份锁定承诺，或按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长股份锁定期。”

三、公司稳定股价的预案及相关承诺

（一）公司稳定股价的预案

公司稳定股价的具体措施包括公司回购公司股票、控股股东、实际控制人增持公司股票、公司董事（不含独立董事）及高级管理人员增持公司股票，当公司触发稳定股价预案的启动条件时，公司将依次采取下述具体措施直至触发稳定股价预案的条件消除。

1、公司回购股票

当触发稳定股价预案的启动条件时，公司启动通过二级市场以竞价交易方式回购社会公众股的方案：

公司应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行回购。公司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，公司控股股东及实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。此外，公司回购股份还应符合下列各项条件：

- （1）公司回购股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产；
- （2）公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；
- （3）公司单次用于回购股份的资金不得低于最近三年实现的年均可分配利润的 20%和人民币 1,000 万元之间的孰高者；
- （4）公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%，如上述第（3）项与本项冲突的，按照本项执行。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价连续 20 个交易日超过上一会计年度经审计的每股净资产，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。回购期间，如遇除权除息，回购价格作相应调整。

2、控股股东、实际控制人增持股票

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施“1”完成公司回购股票后，公司股票收盘价连续 20 个交易日仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“1”时，控股股东、实际控制人应启动通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份的方案：

控股股东、实际控制人应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。此外，控股股东、实际控制人增持股票还应符合下列各项：

- （1）增持股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产；
- （2）单次增持公司股票金额不应少于人民币 500 万元；
- （3）单次及/或连续 12 个月增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。如上述第（2）项与本项冲突的，按照本项执行；
- （4）通过增持获得的股票，在增持完成后 12 个月内不得转让。

3、董事（不含独立董事）、高级管理人员增持股票

公司启动股价稳定措施后，当控股股东及实际控制人根据股价稳定措施“2”完成增持股票后，公司股票收盘价连续 20 个交易日仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“2”时，董事、高级管理人员应启动通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份的方案：

（1）在公司领取薪酬的董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求，且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

（2）有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股票金额不少于该等董事、高级管理人员上一年度从公司领取的税后薪酬的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员上一年度税后薪酬总和。公司全体董事、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

（3）公司在首次公开发行股票上市后三年内新聘任的从公司领取薪酬的董事、高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事、高级管理人员的义务及责任的

规定，公司控股股东、现有董事、高级管理人员应当促成公司新聘任的该等董事、高级管理人员遵守本预案并签署相关承诺。

（二）发行人及控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）及高级管理人员稳定股价的承诺

1、发行人承诺

“自本公司股票正式挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日股票收盘价均低于公司上一会计年度经审计的每股净资产之情形，即触及启动股价稳定措施的条件。

当本公司触及稳定股价措施的启动条件时，本公司应当在 10 个交易日内召开董事会，审议稳定公司股价的具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

当本公司触及稳定股价措施的启动条件时，本公司、控股股东及实际控制人、董事和高级管理人员将按以下顺序依次开展实施：（1）公司回购；（2）控股股东及实际控制人增持；（3）非独立董事、高级管理人员增持。直至消除连续 20 个交易日收盘价低于上一会计年度经审计的每股净资产的情形为止。”

2、发行人控股股东、实际控制人的承诺

“1. 发行人上市之日起三年内，非因不可抗力因素导致发行人股票收盘价（最近一期审计基准日后，发行人如有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除权、除息行为，须按照深圳证券交易所的相关规定作相应调整，下同）连续 20 个交易日均低于发行人上一会计年度经审计的每股净资产，且同时满足相关回购、增持发行人股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定（“启动股价稳定措施的前提条件”），则触发本公司/本人增持发行人股份的义务（“触发稳定股价义务”）。

稳定股价措施的实施顺序如下：（1）发行人回购股票；（2）控股股东、实际控制人增持发行人股票；（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持发行人股票。

前述措施中的优先顺位相关主体如果未能按照预案履行规定的义务，或虽已履行相应义务但发行人股票收盘价连续 20 个交易日仍低于上一会计年度经审计的每股净资产时，则自动触发后一顺位相关主体实施稳定股价措施的义务。

2. 增持股份之措施

本公司/本人应在启动股价稳定措施的条件满足之日起 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持发行人股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行内部审议批准，以及证券监督管理部门、证券交易所等监管部门的审批手续；在获得上述所有应获得批准后的 3 个交易日内通知发行人；发行人应按照相关规定披露本公司/本人增持发行人股份的计划。在发行人披露本公司/本人增持发行人股份计划的 3 个交易日后，本公司/本人开始实施增持发行人股份的计划。

此外，本公司/本人增持发行人股票还应符合下列各项：

（1）增持股份的价格不高于发行人上一会计年度经审计的每股净资产；

（2）单次增持发行人股票的金额不应少于人民币 500 万元；

（3）单次及/或连续 12 个月增持发行人股份数量不超过发行人总股本的 2%。

如上述第（2）项与本项冲突的，按照本项执行；

（4）通过增持获得的股票，在增持完成后 12 个月内不得转让。

在实施上述股份增持过程中，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均高于上一会计年度经审计的每股净资产，则可中止实施股份增持计划。中止实施股份增持计划后，如再次出现发行人股票收盘价格连续 20 个交易日低于上一会计年度经审计的每股净资产的情况，则应继续实施上述股份增持计划。”

3、发行人董事（不含独立董事）及高级管理人员的承诺

“1、发行人上市之日起三年内，非因不可抗力因素导致发行人股票收盘价（最近一期审计基准日后，发行人如有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除权、除息行为，须按照深圳证券交易所的相关规定作相应调整，下同）连续 20 个交易日均低于发行人上一会计年度经审计的每股净资产，且同时满足相关回购、增持发行人股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定（“启动股

价稳定措施的前提条件”），则触发本人增持发行人股份的义务（“触发稳定股价义务”）。

稳定股价措施的实施顺序如下：（1）发行人回购股票；（2）控股股东、实际控制人增持发行人股票；（3）非独立董事、高级管理人员增持发行人股票。

前述措施中的优先顺位相关主体如果未能按照本预案履行规定的义务，或虽已履行相应义务但发行人股票收盘价连续 20 个交易日仍低于上一会计年度经审计的每股净资产时，则自动触发后一顺位相关主体实施稳定股价措施的义务。

2、增持股份之措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人依照与各方协商确定的股价稳定方案需采取股价稳定措施，则本人应采取二级市场竞价交易买入发行人股份的方式稳定发行人股价。本人应于稳定股价措施启动条件成就后 5 个工作日内提出增持发行人股份的方案（包括增持数量、价格区间、时间等），并在 3 个工作日内通知发行人，发行人应按照相关规定披露本人增持股份的计划。在发行人披露本人增持股份计划的 3 个交易日后，本人将按照增持计划实施增持。

本人增持发行人股份的价格不高于发行人上一会计年度经审计的每股净资产，年度内本人用于购买发行人股份的资金金额不低于本人在担任职务期间上一会计年度从发行人领取的税后薪酬累计额的 30%，但不超过本人上一年度税后薪酬总和。本人对发行人其他董事、高级管理人员的该等增持义务的履行承担连带责任。

本人买入发行人股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定，如果需要履行证券监督管理部门、证券交易所等监管机构审批的，应履行相应的审批手续。本人买入发行人股份后，发行人的股权分布应当符合上市条件。

在实施上述股份增持过程中，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均高于上一会计年度经审计的每股净资产，则可中止实施股份增持计划。中止实施股份增持计划后，如再次出现发行人股票收盘价格连续 20 个交易日低于上一会计年度经审计的每股净资产的情况，则应继续实施上述股份增持计划。”

四、发行人关于股东信息披露的承诺

发行人关于股东信息披露作出如下承诺：

- 1、本公司股东糖酒集团、久悦酒业不存在代他人持有本公司股份的情形，本公司已在申报文件中真实、准确、完整地披露了股东糖酒集团、久悦酒业信息；
- 2、本公司提交申请前 12 个月内不存在新增股东的情形；
- 3、本公司不存在自然人股东；
- 4、本公司股东糖酒集团、久悦酒业均不属于股权架构为两层以上且为无实际经营业务的公司，亦非有限合伙企业；
- 5、本公司股东糖酒集团、久悦酒业不属于私募投资基金等金融产品；
- 6、本公司不存在以下情形：（1）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；（2）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有本公司股份；（3）以本公司股权进行不当利益输送；
- 7、本公司已经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，依法履行了信息披露义务；
- 8、直接及间接持有本公司股份的股东中不存在证监会系统离职人员；
- 9、若本公司违反上述承诺，将承担由此引起的一切法律责任。

五、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人

发行人就《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺如下：

“如果本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。并将在中国证监会、证券交易所等证券监管机构或者司法机关认定有关违法事实之日起 10 个交易日内制订回购股份方案，按照有关法律法规和公司章程的规定提交董事会审议，审议通过后及时公告回购股份方案，

同时发出股东大会会议通知，将回购本公司股份的方案提交股东大会批准。

本公司回购首次公开发行的全部新股应符合证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的规定，并按照该等规定的要求履行有关回购股份的具体程序，并及时进行信息披露。回购股份的价格按照二级市场价格进行，且不低于发行价格并加算银行同期存款利息。如截至董事会审议通过有关回购议案之日本公司股份发生过除权除息等事项的，本公司的发行价格及新股数量的计算口径应相应调整。

本公司招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将根据证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件，以及最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的相关规定依法及时赔偿投资者损失。”

（二）发行人控股股东、实际控制人

公司控股股东、实际控制人就《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺如下：

“1、发行人首次公开发行股票招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本公司/本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质性影响的，本公司/本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，并且本公司/本人将依法购回发行人首次公开发行股票时本公司/本人公开发售的股份（如有）、回购已转让的原限售股份。本公司/本人将在中国证监会认定有关违法事实的当日通过公司进行公告，并在上述事实认定后3个交易日内启动购回事项，采用二级市场集中竞价交易、大宗交易、协议转让或要约收购等方式购回发行人首次公开发行股票时本公司/本人公开发售的股份（如有）。本公司/本人承诺按市场价格（且不低于发行价）进行购回。发行人上市后发生除权除息事项的，上述购回价格及购回股份数量应作相应调整。

3、若本公司/本人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定

报刊上公开就未履行上述购回或赔偿措施向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起，停止在发行人处领取股东分红，同时本公司/本人所持的发行人股份将不得转让，直至本公司/本人按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本公司/本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司/本人自愿无条件地遵从该等规定。”

（三）发行人董事、监事及高级管理人员

公司董事、监事和高级管理人员就《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺如下：

1、发行人首次公开发行股票招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若中国证监会或其他有权部门认定发行人招股说明书所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人承诺将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，并在发行人召开董事会、股东大会对回购股份做出决议时，本人承诺就该等回购事宜在董事会、股东大会中投赞成票（如有表决权）。

3、若发行人招股说明书所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细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，或中国证监会、司法机关认定的方式或金额确定。如违反上述承诺，则发行人有权将应付本人的薪酬、津贴予以暂时扣留，直至本人实际履行上述各项承诺事项为止。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

上述承诺不因本人职务的变更或离职等原因而改变或无效。”

（四）中介机构

1、发行人保荐机构华创证券有限责任公司承诺如下：

“一、华创证券严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整、及时。

二、华创证券为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将先行赔偿投资者损失。

三、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，华创证券将承担相应的法律责任。

四、本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。”

2、发行人会计师信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）承诺如下：

“本所承诺为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，其将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。”

3、发行人律师广东君言律师事务所承诺如下：

“如因本所律师未能依照法律、法规及行业准则的要求勤勉尽责、存在过错致使本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接损失的，本所律师将依生效的仲裁裁决书或司法判决书赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。”

4、发行人评估机构国众联资产评估土地房地产估价有限公司承诺如下：

“本公司承诺为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，其将依法赔偿投资者损失。”

六、未履行承诺事项的约束措施

（一）发行人

发行人就在首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺之履行事宜，承诺如下：

“1、如果公司未能履行相关承诺事项，公司将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定的报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、本公司将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护本公司及投资者的权益，并经本公司董事会将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议。

3、如果因本公司未履行相关承诺事项（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向公司股东和社会公众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。”

（二）发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员

发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员，就在首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺之履行事宜，承诺如下：

“1、相关责任主体将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、相关责任主体将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益，并经公司董事会将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议。

3、如果相关责任主体未履行相关承诺事项（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），致使投资者在证券交易中遭受损失的，相关责任主体将依法向投资者赔偿相关损失。

4、如果未承担前述赔偿责任，则相关责任主体持有的公司股份在相关责任主体履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。

5、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公司/本人无法控制的客观原因导致本公司/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司/本人将采取以下措施：

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

（2）向发行人的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。”

七、发行前滚存利润分配方案

根据公司第一届董事会第五次会议及 2020 年年度股东大会审议通过的决议，公司首次公开发行股票并上市前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由公司首次公开发行股票后的新老股东按照持股比例共同享有。

八、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划

根据公司第一届董事会第五次会议及 2020 年年度股东大会审议通过的《关于审议公司首次公开发行股票并上市后前三年股东分红回报规划的议案》，公司首次公开发行股票并上市后的股利分配政策和未来三年分红规划具体如下：

“一、股东分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷等情况，对利润分配作出制度性安排，从而建立对投资者持续、稳定、科学的分红回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。

二、股东分红回报规划制定原则

公司利润分配规划充分考虑和听取股东、独立董事和监事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则。公司当年利润分配完成后留存的未分配利润主要用于与主营业务相关的购买资产、对外投资等重大投资及现金支出，逐步扩大经营规模，优化财务结构，促进公司的快速发展，有计划有步骤的实现公司未来的发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

三、股利分配政策调整周期和相关决策机制

董事会应就制定或修改利润分配政策做出预案，该预案应经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。对于修改利润分配政策的，董事会还应在相关提案中详细论证和说明原因。

公司监事会应当对董事会制订和修改的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事表决通过，并发表意见。

股东大会审议制定或修改利润分配政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制定或修改提供便利。

四、公司上市后前三年股东分红回报具体规划

公司董事会应根据股东大会制定或修改的利润分配政策以及公司未来盈利和现金流预测情况每三年制定或修订一次利润分配规划和计划。若公司预测未来三年盈利能力和净现金流入将有大幅提高，可在利润分配政策规定的范围内向上修订利润分配规划和计划，例如提高现金分红的比例；反之，也可以在利润分配政策规定的范围内向下修订利润分配规划和计划，或保持原有利润分配规划和计划不变。董事会制定的利润分配规划和计划应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过。

1、公司的利润分配原则：公司实施积极的利润分配办法，确保投资者的合理投资回报；公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利

益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；公司优先采用现金分红的利润分配方式。

2、公司的利润分配形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，现金分红方式优先于股票股利的分配方式。

3、公司现金方式分红的具体条件和比例：

公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（1）现金分红的条件为：

公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

上述重大投资计划或重大现金支出等事项指以下情形之一：

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

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

（2）现金分红的比例及时间：

原则上公司每年实施一次利润分配，且优先采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现可分配利润的 10%，具体以公司董事会、股东大会审议议案为准。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，并按照章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

按照企业完整生命周期的四个阶段即初创期、成长期、成熟期与衰退期，公司目前所处发展阶段属于成长期。

4、股票股利分配的条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案。

5、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司主营业务。

6、利润分配应履行的审议程序：公司利润分配方案应由董事会审议通过后提交股东大会审议批准。公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。

7、利润分配政策的变更：公司应当严格执行章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确有必要需调整或变更利润分配政策（包括股东回报规划）的，应经详细论证，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，应由独立董事、监事会发表意见并应充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司董事会审议调整利润分配政策的议案后提交公司股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。审议利润分配政策的议案时，公司为股东提供网络投票方式”。

九、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

（一）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

“1、加强募集资金管理，保证募集资金规范、有效使用

本次发行募集资金到账后，公司董事会将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理办法》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续；明确各控制环节的相关责任，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部检查与考核。

2、加快募投项目建设

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景。公司已对募投项目可行性进行充分论证，结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身经营情况，最终确定募投项目规划。募集资金到位后，公司将加快募投项目建设进度。随着募投项目逐步完成，公司的盈利能力和经营业绩将会有效提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

3、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本提升盈利能力

公司将加强内部运营管理，提高战略分析能力、决策质量以及运营效率，完善产品生产和销售网络的全国布局，加强渠道建设，提升市场的精细化管理水平，持续提升市场份额，努力提高资金的使用效率，有效运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，严格控制各项成本费用支出，加强成本管理从而提升公司的盈利能力。

4、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等规定以及《上市公司章程指引》（2019年修订）的精神，公司制定了《西安冰峰饮料股份有限公司上市后前三年股东分红回报规划》，明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容。公司未来将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

5、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程规定履行职权，作出科学、谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，特别是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

以上填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。”

（二）发行人控股股东、实际控制人关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺

发行人控股股东、实际控制人承诺如下：

“不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。本公司/本人作为上述承诺的责任主体，如违反上述承诺，给发行人及投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。”

（三）发行人董事、高级管理人员关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺

发行人董事、高级管理人员承诺如下：

“一、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

二、对自身的职务消费行为进行约束；

三、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

四、将积极促使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；

五、如公司未来制定、修改股权激励方案，本人将积极促使未来股权激励方案的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

六、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失

的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任，并且同意中国证监会和证券交易所等证券监管机构按照其指定或发布的有关规定、规则，对本人作出处罚或采取有关管理措施。

如出现无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益等损害公司利益的行为，由具体决策该行为的董事、高级管理人员承担相应赔偿责任。对于被证券监管部门认定为怠于采取填补被摊薄即期回报措施的董事、高级管理人员，不能参与公司的股权激励计划。”

十、公司提请投资者特别关注的风险因素

（一）市场拓展风险

发行人冰峰饮料品牌存续七十多年，在西部区域具有很强的影响力和品牌优势，报告期内主营业务收入复合增长率为 7.74%，基础好，发展稳健，增长势头良好。由于饮料行业市场化程度高以及消费者口味变化等原因，竞争对手对市场区域和产品类别的相互渗透将长期持续，公司仍需要在品牌建设、营销网络等方面加大投入，加强市场拓展。若公司在战略决策、管理水平、技术研发和资金投入上未能同步提升，可能导致市场拓展的投入与产出不匹配，将对公司经营业绩产生一定不利影响。

（二）新产品延伸开发风险

公司坚持新产品延伸研发。报告期内，公司开发多项新产品，风味饮料上市销售快速增长，茯茶饮料处于发展期，后续将进一步丰富产品线。但因新产品延伸研发需要投入较多资源，且可能存在研发失败或市场不认可的风险，从而对公司业绩产生一定影响。

（三）销售区域集中风险

报告期内，公司销售收入主要来自陕西，占比分别为 87.44%、81.73% 和 80.23%，存在一定的销售区域集中风险，一定程度上制约了公司未来向外拓展业务的发展。如果公司不能有效开发陕西省外新市场，拓宽更广阔的产品市场区域，将对公司未来成长产生一定影响。

（四）食品安全风险

食品安全涉及大众健康，是企业的生命线。公司从事饮料行业多年，严格遵守国家食品安全及保健食品相关法律法规及标准，质量控制体系健全，实务运作有效，记录优良。但如果公司的采购、生产、仓储和运输环节出现纰漏且未能及时、妥善处理，将对公司的品牌声誉、产品销售和持续经营能力造成较大不利影响。

（五）业绩季节性波动风险

饮料消费具有季节性，发行人产品销售旺季为 5-9 月（夏、秋）高温季节，淡季为 12 月至次年 2 月，淡旺季的销售业绩差异较大。此外，季节性高低温气候转换时点的早到或迟来，会对公司季度业绩产生较大影响。

十一、公司财务报告审计截止日后的主要经营情况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日。公司截至 2021 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-3 月合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及相关季度财务报表附注未经审计，但已由信永中和会计师审阅，并出具了编号为“XYZH/2021NJAA30379”的审阅报告。公司财务报告审计截止日之后经审阅（未经审计）的主要财务信息及经营状况如下：

截至 2021 年 3 月 31 日，发行人的资产总额为 33,612.53 万元，负债总额 5,733.30 万元，归属于母公司所有者权益为 27,879.23 万元。2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 7,422.89 万元，较 2020 年 1-3 月增长 137.85%；归属于母公司股东的净利润为 1,869.33 万元，较 2020 年 1-3 月增长 303.61%。公司 2021 年 1-3 月业绩较去年同期增长，主要系 2020 年一季度受新冠疫情影响，销售终端不能正常经营所致。

公司预计 2021 年半年度营业收入 21,000.00 万元至 22,000.00 万元，同比增长 35.81%至 42.27%；归属于母公司股东的净利润 5,700.00 万元至 6,100.00 万元，同比增长 14.40%至 22.40%；扣非后归属于母公司股东的净利润 5,512.00 万元至 5,912.00 万元，同比增长 14.30%至 22.60%。

上述有关公司 2021 年半年度业绩的表述仅为公司对业绩的展望，并不构成公司的盈利预测或承诺。

公司财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司的整体经营环境未发生重大变化，公司经营状况良好。公司经营模式、主要客户及供应商的构成，税收政策等方面均未发生重大变化。财务报告审计截止日后，公司的主要原材料采购、技术研发、主要产品的生产及销售等业务运转正常。综合来看，审计报告基准日后未发生会对发行人持续经营能力及发行条件产生重大不利影响的情况。

目 录

本次发行概况	1
发行人声明	3
重大事项提示	4
一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺.....	4
二、股东持股及减持意向的承诺.....	5
三、公司稳定股价的预案及相关承诺.....	6
四、发行人关于股东信息披露的承诺.....	11
五、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺.....	11
六、未履行承诺事项的约束措施.....	15
七、发行前滚存利润分配方案.....	16
八、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划.....	16
九、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺.....	20
十、公司提请投资者特别关注的风险因素.....	22
十一、公司财务报告审计截止日后的主要经营情况.....	23
目 录.....	25
第一节 释义	30
一、一般释义.....	30
二、专业释义.....	31
第二节 概览	33
一、发行人概况.....	33
二、发行人股权结构、控股股东及实际控制人简介.....	33
三、发行人主营业务概述.....	34
四、发行人主要财务数据及主要财务指标.....	34
五、本次发行情况.....	35
六、募集资金用途.....	36
第三节 本次发行概况	37
一、本次发行的基本情况.....	37
二、本次发行有关机构.....	37

三、发行人与中介机构关系的说明.....	39
四、本次发行的重要日期.....	39
第四节 风险因素	40
一、经营风险.....	40
二、内控风险.....	41
三、财务风险.....	41
四、募投项目风险.....	42
五、发行失败风险.....	42
六、新冠疫情对公司经营情况的影响.....	42
第五节 发行人基本情况	43
一、发行人基本情况.....	43
二、发行人改制及设立情况.....	43
三、发行人股本的形成、变化及重大资产重组情况.....	47
四、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性.....	52
五、发行人组织结构.....	53
六、发行人子公司、参股公司情况.....	55
七、发起人、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况	57
八、发行人股本情况.....	71
九、发行人员工及其社会保障情况.....	74
十、持有 5% 以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况.....	78
第六节 业务和技术	80
一、公司的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....	80
二、发行人所属行业的基本情况.....	83
三、发行人在行业中的竞争地位.....	106
四、发行人主营业务的具体情况.....	110
五、发行人主要固定资产和无形资产.....	142
六、发行人拥有的特许经营权情况.....	149
七、发行人取得的资质认证和许可情况.....	149
八、发行人核心技术及研发情况.....	150

九、发行人境外经营情况.....	154
十、发行人产品质量控制情况.....	154
第七节 同业竞争与关联交易	157
一、独立性情况.....	157
二、同业竞争.....	158
三、关联方、关联关系和关联交易.....	160
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	178
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况.....	178
二、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有股份及其变动情况.....	184
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况.....	186
四、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....	188
五、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在外兼职情况.....	188
六、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系.....	190
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的相关协议及重要承诺.....	191
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	191
九、报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动情况.....	191
第九节 公司治理	194
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	194
二、董事会专门委员会的设置情况.....	200
三、报告期内违法违规情况.....	202
四、报告期内资金占用和对外担保情况.....	202
五、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见.....	202
六、注册会计师对公司内部控制的鉴证意见.....	203
第十节 财务会计信息	204
一、报告期内的财务报表.....	204
二、审计意见.....	225
三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	225

四、主要会计政策和会计估计情况.....	226
五、分部报告.....	250
六、税项.....	250
七、最近一年主要收购兼并情况.....	251
八、非经常性损益.....	251
九、主要资产情况.....	251
十、主要负债情况.....	251
十一、现金流量状况.....	251
十二、股东权益情况.....	252
十三、资产负债表期后事项、或有事项及其他重大事项.....	252
十四、主要财务指标.....	253
十五、设立时及报告期内资产评估情况.....	254
十六、历次验资情况.....	254
第十一节 管理层讨论与分析	255
一、财务状况分析.....	255
二、盈利能力分析.....	285
三、现金流量分析.....	314
四、重大资本性支出分析.....	317
五、发行人的重大会计政策或会计估计与可比上市公司的比较.....	317
六、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	317
七、对财务状况和盈利能力未来趋势的分析.....	318
八、摊薄即期回报分析.....	318
第十二节 业务发展目标	321
一、发行人的发展战略.....	321
二、公司整体经营目标及主要业务经营目标.....	321
三、发行人未来三年的业务发展计划.....	321
四、实施上述计划将面临的主要困难.....	324
第十三节 募集资金运用	325
一、募集资金投资项目概况.....	325
二、募集资金投资项目情况.....	327

三、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响.....	341
第十四节 股利分配政策	343
一、发行人的股利分配政策.....	343
二、最近三年公司股利分配情况.....	343
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	344
四、发行人上市后股利分配计划.....	344
第十五节 其他重要事项	348
一、信息披露与投资者关系.....	348
二、重大合同.....	348
三、对外担保情况.....	353
四、重大诉讼、仲裁事项.....	353
五、控股股东和董事、监事、高级管理人员涉及的重大诉讼、仲裁和行政处罚.....	353
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	355
全体董事、监事、高级管理人员声明.....	355
保荐机构（主承销商）声明.....	356
保荐机构（主承销商）董事长和总经理声明.....	357
发行人律师声明.....	358
资产评估机构声明.....	359
会计师事务所声明.....	360
验资机构声明.....	361
第十七节 备查文件	362
一、本招股说明书的备查文件.....	362
二、查阅地点.....	362
三、查询时间.....	362
四、查阅网址.....	362

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列缩略语和术语具有如下含义：

一、一般释义

冰峰饮料、发行人、公司	指	西安冰峰饮料股份有限公司
冰峰有限	指	西安冰峰饮料有限责任公司，系发行人前身
发起人	指	西安市糖酒集团有限公司和西安久悦酒业有限公司 2 名发起人股东
糖酒集团	指	西安市糖酒集团有限公司，系发行人控股股东
饮料分公司	指	西安市糖酒集团有限公司冰峰食品饮料分公司，现已注销
实际控制人	指	张军
久悦酒业	指	西安久悦酒业有限公司，系发行人股东
盈信国富	指	深圳市盈信国富实业有限公司，系糖酒集团股东
君悦糖酒	指	西安君悦糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系糖酒集团股东
共筑糖酒	指	西安共筑糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系糖酒集团股东
共益糖酒	指	西安共益糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系糖酒集团股东
荣益糖酒	指	西安荣益糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系糖酒集团股东
共载糖酒	指	西安共载糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系糖酒集团股东
冰峰网络	指	西安冰峰网络科技有限公司，系发行人全资子公司
东潭置业	指	西安东潭置业有限公司，系发行人曾经的子公司
西安特曲	指	西安特曲酒有限公司，系糖酒集团全资子公司
秦汉文化	指	西安秦汉酒文化产业园有限公司，系糖酒集团全资子公司
唐久文化	指	西安唐久文化传播有限公司，系糖酒集团全资子公司
唐久物业	指	西安唐久物业管理有限公司，系糖酒集团全资子公司
君悦餐饮	指	西安糖酒君悦餐饮服务有限责任公司，系糖酒集团全资子公司
西糖超市	指	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司，系糖酒集团全资子公司
冰峰物流	指	西安糖酒冰峰物流有限公司，系糖酒集团全资子公司
证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐人、保荐机构、主承销商、华创证券	指	华创证券有限责任公司

信永中和、申报会计师	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
君言律师、发行人律师	指	广东君言律师事务所
国众联、评估机构	指	国众联资产评估土地房地产估价有限公司
《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》
《食品安全法》	指	《中华人民共和国食品安全法》
《公司章程》	指	本公司现行有效的《西安冰峰饮料股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《西安冰峰饮料股份有限公司章程（草案）》，经发行人 2021 年 6 月 17 日召开的 2020 年年度股东大会通过的《西安冰峰饮料股份有限公司章程（草案）》，该《公司章程（草案）》将于本次发行上市完成后施行
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期	指	2018 年度、2019 年度和 2020 年度

二、专业释义

饮料	指	经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分数）不超过 0.5% 的制品
碳酸饮料	指	以食品原辅料和（或）食品添加剂为基础，经加工制成，在一定条件下充入一定量二氧化碳气体的液体饮料
植物饮料	指	以植物或植物提取物为原料，添加或不添加其他食品原辅料和（或）食品添加剂，经加工或发酵制成的液体饮料
风味饮料	指	以糖（包括食糖和淀粉糖）和（或）甜味剂、酸度调节剂、食用香精（料）等的一种或者多种作为调整风味的主要手段，经加工或发酵制成的液体饮料，如茶味饮料、果味饮料、乳味饮料、咖啡味饮料、风味水饮料、其他风味饮料等
茶（类）饮料	指	以茶叶或茶叶的水提取液或其浓缩液、茶粉（包括速溶茶粉、研磨茶粉）或直接以茶的鲜叶为原料，添加或不添加食品原辅料和（或）食品添加剂，经加工制成的液体饮料
植物蛋白饮料	指	用有一定蛋白质含量的植物果实、种子或果仁等为原料，经加工制得（可经乳酸菌发酵）的浆液中加水，或加入其他食品配料制成的饮料
特通渠道	指	除传统的流通、餐饮、商超渠道之外的销售渠道，如火车站、汽车站、展会、团购等
销售终端	指	在企业产品的销售渠道中，直接面对消费者的环节，一般包括专卖店、连锁店、零售便利店、商超、百货大楼等，属于企业销售渠道中最前沿的一环
铺货	指	对销售区域内的销售网点，集中进行大范围主动上门销售
堆头	指	为提高消费者对产品的关注度，在商超主要位置做的集中产品陈列，一般数量在 80 件以上；一般以卡板计量，单个卡板陈列面积按超市要求略有区别，在 0.8 米*0.6 米到 0.8 米*1.2 米之间
动销	指	在营销的渠道终端，通过一系列的营销组合手段，提高单店/单点的销售业绩，拉动销售

HACCP	指	HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point), 即危害分析关键控制点, 是一种以科学为依据, 旨在保证食品安全的系统性的加工流程控制系统。作为一种科学的、系统的方法, 应用在从初级生产至最终消费过程中, 对特定危害及其控制措施进行确定和评价, 从而确保食品的安全
ISO9001	指	ISO9001 是 ISO9000 族标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一, ISO9000 族标准是国际标准化组织 (ISO) 在 1994 年提出的概念, 是指“由 ISO/Tc176 (国际标准化组织质量管理和质量保证技术委员会) 制定的国际标准
“5S”现场管理法则	指	现代企业管理模式, 5S 即整理 (SEIRI)、整顿 (SEITON)、清扫 (SEISO)、清洁 (SEIKETSU)、素养 (SHITSUKE), 又被称为“五常法则”
OEM	指	Original Equipment Manufacturer 的缩写, 品牌生产者不直接生产产品, 而是利用掌握的核心技术负责设计和开发新产品, 控制销售渠道, 具体的加工任务通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产的生产模式
碳化糖	指	碳化糖是化学物质, 为白砂糖的一种, 纯度较硫化糖高, 因此质量更好, 保质期更长。碳化糖制作工艺所除去非糖物质比硫化糖多, 所制得的成品糖含硫少, 能久贮不致变色
三氯蔗糖	指	俗称蔗糖素, 是一种高倍甜味剂
经销	指	是企业或个人为另一个企业或个人按照双方所签订的经济合同销售商品的经济行为。在现阶段, 是批发、零售、个体户按照经济合同为生产企业或生产者销售商品; 各环节的商业企业之间按经济合同互相销售商品的经济行为。经销单位的经销商品按进货处理, 享受一定的倒扣率, 获取一定的进销差价, 作为经销单位获取利润的基础
直销	指	在固定零售店铺以外的地方 (例如个人住所、工作地点或者其他场所), 由独立的营销人员以面对面的方式, 通过讲解和示范方式将产品和服务直接介绍给消费者, 进行消费品的行销
三秦套餐	指	凉皮、肉夹馍和冰峰汽水三样陕西美食被冠以“三秦套餐”
ERP	指	企业资源计划即 ERP (Enterprise Resource Planning), 是一种主要面向制造行业进行物质资源、资金资源和信息资源集成一体化管理的企业信息管理系统。ERP 是一个以管理会计为核心可以提供跨地区、跨部门、甚至跨公司整合实时信息的企业管理软件
WMS	指	仓库管理系统, 是一款标准化、智能化过程导向管理的仓库管理软件, 它结合了众多知名企业的实际情况和管理经验, 能够准确、高效地管理跟踪客户订单、采购订单、以及仓库的综合管理
TMS	指	物流运输管理系统适用于运输公司、各企业下面的运输队等, 它主要包括订单管理、调度分配、行车管理、GPS 车辆定位系统、车辆管理、人员管理、数据报表、基本信息维护、系统管理等模块
APP	指	手机软件, 主要指安装在智能手机上的软件, 完善原始系统的不足与个性化。使手机完善其功能, 为用户提供更丰富的使用体验的主要手段

注: 1、本招股说明书中所列出的数据可能因四舍五入原因与根据招股说明书中所列出的相关单项数据计算得出的结果略有不同;

2、本招股说明书中涉及的我国、我国经济以及行业的事实、预测和统计, 包括公司的市场份额等信息, 来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。公司从上述来源转载或摘录信息时, 已保持了合理的谨慎, 但是由于编制方法可能存在潜在偏差, 或市场管理存在差异, 或基于其它原因, 此等信息可能与国内和国外所编制的其他资料不一致。

第二节 概览

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

一、发行人概况

注册名称	西安冰峰饮料股份有限公司
英文名称	Xi'an Ice Peak Beverage Co., Ltd.
法定代表人	张军
成立日期	2016年4月25日
整体变更日期	2019年11月25日
注册资本	18,000万元
注册地址	西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路189号
经营范围	预包装食品、保健食品的生产、销售；货物及技术的进出口业务；乳制品的销售；企业管理咨询；经济信息咨询；食品的技术研发及技术推广。（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）
邮政编码	710032
电话号码	029-62683923
传真号码	029-62683917
网站地址	http://www.worldbingfeng.com/
电子信箱	xianbingfeng@126.com

二、发行人股权结构、控股股东及实际控制人简介

（一）股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）
1	糖酒集团	17,820.00	99.00
2	久悦酒业	180.00	1.00
合计		18,000.00	100.00

（二）控股股东

报告期起始日至本招股说明书签署日，发行人控股股东为糖酒集团，未发生变动。

（三）实际控制人

报告期起始日至本招股说明书签署日，发行人实际控制人为张军，未发生变动。

三、发行人主营业务概述

公司主营业务为橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产和销售，主要产品为“冰峰”玻璃瓶橙味汽水、罐装橙味汽水、玻璃瓶酸梅汤、罐装酸梅汤等。

四、发行人主要财务数据及主要财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

科目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
资产总计	315,845,420.82	267,645,776.84	246,859,908.97
负债合计	55,746,297.64	46,344,552.94	47,772,157.89
归属于母公司股东权益合计	260,099,123.18	221,301,223.90	199,087,751.08
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	260,099,123.18	221,301,223.90	199,087,751.08

（二）合并利润表主要数据

单位：元

科目	2020年	2019年	2018年
营业收入	332,538,146.26	302,101,716.48	286,235,032.37
利润总额	76,805,163.78	92,662,111.82	92,967,471.28
净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
归属于母公司股东的净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54

（三）合并现金流量表主要数据

单位：元

科目	2020年	2019年	2018年
经营活动产生的现金流量净额	112,068,126.11	-8,898,072.52	58,871,959.32
投资活动产生的现金流量净额	39,263,869.70	-4,699,365.72	17,002,348.90
筹资活动产生的现金流量净额	-62,000,000.00	-55,457,321.04	49,396,841.30
现金及现金等价物净增加额	89,331,995.81	-69,054,759.28	125,271,149.52

（四）主要财务指标

财务指标	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
流动比率（倍）	5.43	5.36	4.78
速动比率（倍）	4.76	2.90	4.10
资产负债率（合并）	17.65%	17.32%	19.35%
资产负债率（母公司）	17.39%	17.20%	19.29%
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	0.04%	0.06%	0.01%
归属于公司普通股股东的每股净资产（元）	1.44	1.23	1.99
财务指标	2020年	2019年	2018年
应收账款周转率（次）	171.16	642.97	8,658.25
存货周转率（次）	2.36	2.05	4.68
息税折旧摊销前利润（万元）	7,902.44	9,459.19	9,486.98
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.62	-0.05	0.59
每股净现金流量（元）	0.50	-0.38	1.25

五、本次发行情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）
- 2、每股面值：1.00元
- 3、发行股数：不超过6,000.00万股
- 4、每股发行价格：【】元
- 5、预计发行日期：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
- 6、拟上市证券交易所：深圳证券交易所
- 7、发行方式：本次发行采用网下向投资者询价配售与网上资金申购发行相结合的方式或中国证监会规定的其他方式
- 8、发行对象：符合资格的网下投资者和在深交所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

六、募集资金用途

本次发行募集资金总额扣除发行费用后，将全部用于与发行人主营业务相关的以下三个项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟用募集资金投入金额
1	玻璃瓶装生产线改扩建项目	冰峰饮料	19,896.03	19,896.03
2	营销服务网络升级及品牌建设项目	冰峰饮料	42,985.27	42,985.27
3	信息化管理平台建设项目	冰峰饮料	4,032.99	4,032.99
合计		-	66,914.29	66,914.29

募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目的实际进度，以自筹资金先行投入。募集资金到位后，将用募集资金置换前期投入的自筹资金。若公司本次发行实际募集资金净额多于上述项目资金需求总额，则多出部分将在履行法定程序后用于补充流动资金或其他与主营业务相关的项目资金需求；若本次实际募集资金不能满足募投项目的资金需求，资金缺口由公司自筹解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 6,000 万股，发行完成后公开发行股份数占发行后总股本的比例不低于 25%
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍（每股收益按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于公司普通股股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（根据发行前一年经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（根据发行前一年经审计的净资产加上本次预计募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在深交所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
新股发行费用概算	新股发行费用总额为【】万元，主要包括： 保荐及承销费用：【】万元 审计及验资费用：【】万元 律师费用：【】万元 用于本次发行的信息披露费用：【】万元 发行上市手续费及其他：【】万元

二、本次发行有关机构

（一）发行人：西安冰峰饮料股份有限公司

法定代表人：张军
住 所：西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号
联系电话：029-62683923
传 真：029-62683917
联 系 人：谢晖

（二）保荐人/主承销商：华创证券有限责任公司

法定代表人：陶永泽
住 所：贵州省贵阳市云岩区中华北路 216 号
联系地址：深圳市福田区香梅路 1061 号中投国际商务中心 A 座 19 层
联系电话：0755-88309300
传 真：0755-21516715
保荐代表人：何永平、谢涛
项目经办人：李想、李和军、刘畅、左小文

（三）发行人律师：广东君言律师事务所

负 责 人：许泽杨
住 所：广东省深圳市南山区大冲国际中心 29 层
联系电话：0755-83023939
传 真：0755-83023230
经办律师：史柏海、孙转坤

（四）会计师事务所/验资机构：信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

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：010-65547190
经办会计师：朱永华、殷明

（五）资产评估机构：国众联资产评估土地房地产估价有限公司

负 责 人：黄西勤
住 所：广东省深圳市罗湖区深南东路 2019 号东乐大厦 1008 室
联系电话：13530306326
传 真：0755-25132260
经办评估师：邢贵祥、徐斌

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住 所：深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 层
联系电话：0755-25938000
传 真：0755-25988122

（七）申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

住 所： 深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话： 0755-88668888

传 真： 0755-82083164

三、发行人与中介机构关系的说明

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行的重要日期

询价推介时间	【】年【】月【】日—【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】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及作出投资决定时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地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不利影响。下述各项风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，并不表示会依次发生。

一、经营风险

（一）市场拓展风险

发行人冰峰饮料品牌存续七十多年，在西部区域具有很强的影响力和品牌优势，报告期内主营业务收入复合增长率为7.74%，基础好，发展稳健，增长势头良好。由于饮料行业市场化程度高以及消费者口味变化等原因，竞争对手对市场区域和产品类别的相互渗透将长期持续，公司仍需要在品牌建设、营销网络等方面加大投入，加强市场拓展。若公司在战略决策、管理水平、技术研发和资金投入上未能同步提升，可能导致市场拓展的投入与产出不匹配，将对公司经营业绩产生一定不利影响。

（二）新产品延伸开发风险

公司坚持新产品延伸研发。报告期内，公司开发多项新产品，风味饮料上市销售快速增长，茯茶饮料处于发展期，后续将进一步丰富产品线。但因新产品延伸研发需要投入较多资源，且可能存在研发失败或市场不认可的风险，从而对公司业绩产生一定影响。

（三）销售区域集中风险

报告期内，公司销售收入主要来自陕西，占比分别为87.44%、81.73%和80.23%，存在一定的销售区域集中风险，一定程度上制约了公司未来向外拓展业务的发展。如果公司不能有效开发陕西省外新市场，拓宽更广阔的产品市场区域，将对公司未来成长产生一定影响。

二、内控风险

（一）食品安全风险

食品安全涉及大众健康，是企业的生命线。公司从事饮料行业多年，严格遵守国家食品安全及保健食品相关法律法规及标准，质量控制体系健全，实务运作有效，记录优良。但如果公司的采购、生产、仓储和运输环节出现纰漏且未能及时、妥善处理，将对公司的品牌声誉、产品销售和持续经营能力造成较大不利影响。

（二）结算方式风险

发行人采取先款后货模式进行销售货款结算。由于饮料生产企业的客户多为私营个体性质或自然人，经营规模普遍较小，资金实力相对有限，容易因急于付款提货而出现现金支付或家人等第三方付款的情况。报告期内，第三方回款金额分别为 43,741,574.57 元、47,279,149.76 元、45,230,238.40 元，占当期主营业务收入的比例分别为 15.28%、15.65%、13.60%。虽然公司对此严格限制，包括采取对第三方回款限制发货等措施。但该等情况的出现，客观上可能导致发行人面临相关内部控制风险。

（三）实际控制人风险

公司按照《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件规定建立健全公司治理结构，并得以有效执行，但如果实际控制人利用其对公司的控制地位，对公司的发展战略、经营运作、利润分配、人事安排等重大事项的决策实施不当影响，将对公司发展产生不利影响。

三、财务风险

（一）业绩季节性波动风险

饮料消费具有季节性，发行人产品销售旺季为 5-9 月（夏、秋）高温季节，淡季为 12 月至次年 2 月，淡旺季的销售业绩差异较大。此外，季节性高低温气候转换时点的早到或迟来，会对公司季度业绩产生较大影响。

（二）净资产收益率下降风险

本次募集资金到位后，“玻璃瓶装生产线改扩建项目”“营销服务网络升级

及品牌建设项目”和“信息化管理平台建设项目”将陆续实施。一方面，公司净资产相应增加。另一方面，随着募投项目的实施，公司固定资产折旧或费用性支出相应增加。第三，募投项目建设需要一定周期，达产及实现收益滞后。以上情况使得募投项目收益实现滞后于净资产增加，从而导致公司本次发行后一定期间存在净资产收益率下降的风险。

四、募投项目风险

（一）募投项目实施风险

本次募投项目的实施，对公司内部组织协调、人员管理、资源配置、市场开拓、技术研发及财务管理等要求相应提高。虽然公司在饮料行业经验丰富，且对募投项目进行审慎的可行性研究论证，但若未来内外部环境出现重大不利变化，公司存在募投项目实施不及预期的风险。

（二）募投项目收益风险

公司对本次募投项目做了充分论证，投资计划及经济效益测算是建立在对公司战略规划、市场需求、营销网络、生产运营等因素进行谨慎分析的基础之上，并且针对新增产能消化配套营销网络升级、持续品牌推广、加强人才建设和市场拓展等一系列措施。但是，项目达产后，仍可能因为市场竞争格局发生变化、原材料价格波动等不可预测情况，出现产品价格下降、原材料价格上升、运营成本上升、市场需求下降等情况，导致募投项目出现收益不及预期的风险。

五、发行失败风险

根据《证券发行与承销管理办法》等相关规定，若本次发行过程中，发行人投资价值无法获得投资者的认可，导致发行认购不足，则发行人可能存在发行失败的风险。

六、新冠疫情对公司经营情况的影响

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司经营模式、主要客户及供应商保持稳定，新冠疫情对发行人生产经营和财务状况影响有限。若新冠疫情不能得到有效遏制、防控等级不断升级，可能对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

注册名称	西安冰峰饮料股份有限公司
英文名称	Xi'an Ice Peak Beverage Co., Ltd.
公司类型	其他股份有限公司（非上市）
法定代表人	张军
成立日期	2016年4月25日
注册资本	18,000万元
实收资本	18,000万元
公司住址	西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路189号
邮编	710032
统一社会信用代码	91610136MA6TXXE2X3
经营范围	预包装食品、保健食品的生产、销售；货物及技术的进出口业务；乳制品的销售；企业管理咨询；经济信息咨询；食品的技术研发及技术推广。（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）
电话	029-62683923
传真	029-62683917
公司网址	http://www.worldbingfeng.com/
电子信箱	xianbingfeng@126.com

二、发行人改制及设立情况

（一）设立方式

冰峰饮料系于2019年11月25日由冰峰有限整体变更设立的股份有限公司。

2019年9月30日，发起人糖酒集团、久悦酒业签署《发起人协议》。2019年10月15日，冰峰有限股东会作出决议，全体股东作为发起人，一致同意以截至2019年7月31日经审计的净资产作为出资，整体变更为股份有限公司，总股本为18,000万股。

2019年11月1日，公司召开创立大会暨2019年度第一次股东大会，审议通过《关于西安冰峰饮料股份有限公司筹备情况报告的议案》《关于对发起人用于抵作股款的财产的作价进行审核的议案》等议案，同意冰峰有限以经审计的净资产197,312,409.26元，按照1.09618:1的比例折合股本18,000万股，每股面值1

元，超出部分 17,312,409.26 元计入资本公积。

2019 年 11 月 25 日，西安市市场监督管理局向公司核发了统一社会信用代码为 91610136MA6TXXE2X3 的《营业执照》。

（二）发起人

公司的发起人股东及发起设立时的持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	糖酒集团	17,820.00	99.00
2	久悦酒业	180.00	1.00
合计		18,000.00	100.00

发行人控股股东糖酒集团在西安市人民政府国有资产监督管理委员会和西安市商业贸易局等主管部门指导下完成国有企业重组改制。本次改制为实现西安国有资本从商贸流通领域退出的目标，市商贸系统指定六个单位合并重组改制，适用并严格依照西安市商业贸易局《关于同意西安市糖业烟酒副食集团公司西安市食品工业公司等六个单位合并重组改制设立有限责任公司方案的批复》（市商发[2006]142 号）要求的审批程序和流程，相关股权转让在西安市产权交易中心按法定程序进行，具体情况如下：

2006 年 12 月 27 日，西安市商业贸易局出具《关于同意西安市糖业烟酒副食集团公司 西安市食品工业公司等六个单位合并重组改制设立有限责任公司方案的批复》（市商发[2006]142 号），同意西安市糖业烟酒副食集团公司、西安市食品工业公司、西安酒厂、西京食品商店、西安市食品厂、西安糖果厂等六个单位合并改制为有限责任公司，且该有限责任公司的出资人限于参与改制的企业的在册职工。针对西安市糖业烟酒副食集团公司、西安市食品工业公司于 2008 年 7 月 31 日向西安市商业贸易局提交的改制方案的补充方案，西安市商业贸易局 2008 年 8 月 7 日出具《关于西安市糖业烟酒副食集团公司 西安市食品工业公司等六个单位合并重组改制设立有限责任公司补充方案的批复》（市商发[2008]209 号），同意该补充方案。

《中共西安市委西安市人民政府关于进一步深化国有企业改革的实施意见》（市发[2003]24 号）对于国有企业改制和重组的审批权限规定如下：在全市国有

资产监督管理机构组建之前，企业主管部门和政府授权的资产管理（营运）公司负责审批评估后净资产（总资产减去总负债，下同）在 1000 万元以下的企业改制；各工作小组负责审批工作范围所属企业净资产在 1000 万元至 3000 万元的企业改制；净资产在 3000 万元以上的，报市放开搞活国有企业及大力发展非公有制经济领导小组审批。股份有限公司的设立，按规定程序，报市人民政府审批。在全市国有资产监督管理机构组建之后，各国有资产营运机构按其资产授权经营范围对其所投资企业的改制实施审批；对未纳入国有资产营运机构授权范围的企业改制，按原审批权限办理。

参与改制的西安市糖业烟酒副食集团公司、西安市食品工业公司等六家企业当时均为西安市商业贸易局主管的企业，六家企业改制前经审计的净资产账面价值合计为-2,464.15 万元，净资产评估价值合计为 69.24 万元。2006 年 4 月 28 日，西安市人民政府国有资产监督管理委员会（以下简称“西安国资委”）下发《关于对市糖业烟酒副食集团公司、市食品工业公司合并重组改制评估项目予以核准的批复》（市国资发[2006]74 号），核准前述评估结果。

2006 年 8 月 17 日，西安国资委下发《关于对西安市糖业烟酒副食集团公司、西安市食品工业公司核销不良资产损失及剥离非经营性资产的批复》（市国资发[2006]141 号），同意核销部分不良资产损失及剥离非经营性资产。2006 年 8 月 21 日西安国资委下发《关于对西安市糖业烟酒副食集团公司、西安市食品工业公司改制资产置换的批复》（市国资发[2006]142 号），载明职工安置方案已经市劳动和社会保障局（市劳发[2006]59 号）文件审核，按审核文件规定标准预留人员安置费用 4,244.77 万元。对于改制资产同意以零资产进行置换，转让应通过西安产权交易中心进行。

综上，本次改制已按相关规定履行评估核准、不良资产核销、职工安置费用计算、资产置换底价报西安国资委审定等程序。改制方案由西安市商业贸易局审批，符合《中共西安市委西安市人民政府关于进一步深化国有企业改革的实施意见》（市发[2003]24 号）的相关规定。

2020 年 4 月 21 日，西安市商务局出具《关于西安市糖酒集团有限公司国企改制情况的意见》，确认西安市糖酒集团有限公司改制、国有资产转让、职工安

置、产权交易相关事项履行了必要的审批和决策程序，符合当时的相关法律法规和政策规定，国企改革合法合规。

（三）发行人改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人的主要发起人为糖酒集团和久悦酒业。

发行人改制设立前，糖酒集团拥有的主要资产为冰峰有限的 99% 股权以及其他长期股权投资、房屋、土地，实际从事的主要业务为房屋租赁、物业管理及白酒的生产、销售；久悦酒业拥有的主要资产为冰峰有限 1% 的股权，实际从事的主要业务为白酒批发兼零售。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人系由冰峰有限整体变更设立，承继了冰峰有限的全部资产及业务。发行人设立时从事橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产与销售，所拥有的主要资产和实际从事的主要业务在公司改制设立前后没有发生变化。

（五）发行人成立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人系由有限责任公司整体变更设立的股份有限公司，变更设立股份公司前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

（六）发行人改制前的业务流程、改制后的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

发行人整体变更为股份有限公司时，承继了变更前的全部业务，整体变更前后业务流程未发生变化。公司的业务流程详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人自成立以来，在生产经营方面独立于发起人股东及其关联方，除股权关系以及本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易外，不存在从事相同或相似业务的情形，不存在依赖发起人及其关联方的情形。

报告期内关联交易具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交

易”之“三、关联方、关联关系和关联交易”的相关内容。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

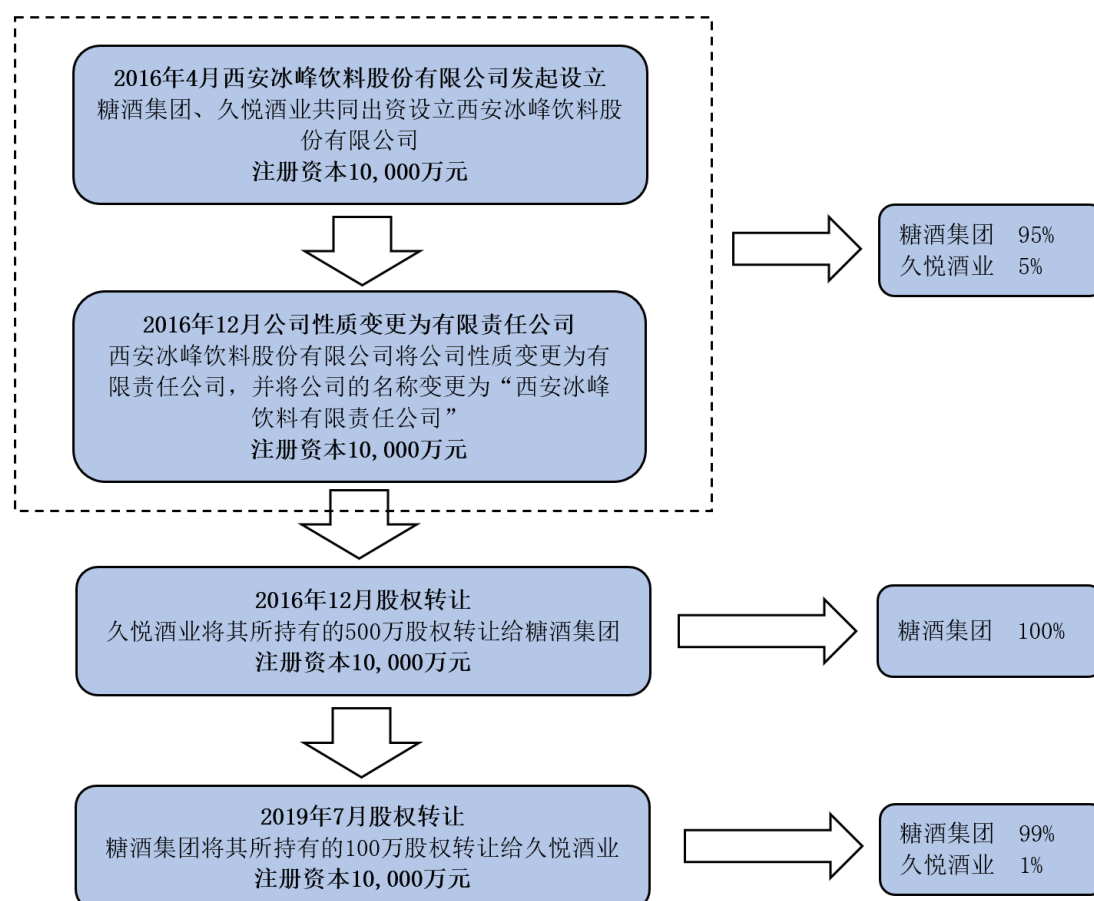
发行人系由冰峰有限整体变更设立，承继了原有限公司的资产、业务和债权、债务，相应的资产及权利证书由公司办理更名手续。发起人以其在有限公司的净资产占有份额出资，出资情况业经信永中和会计师事务所验证，不涉及主要股东出资资产的产权变更问题。

三、发行人股本的形成、变化及重大资产重组情况

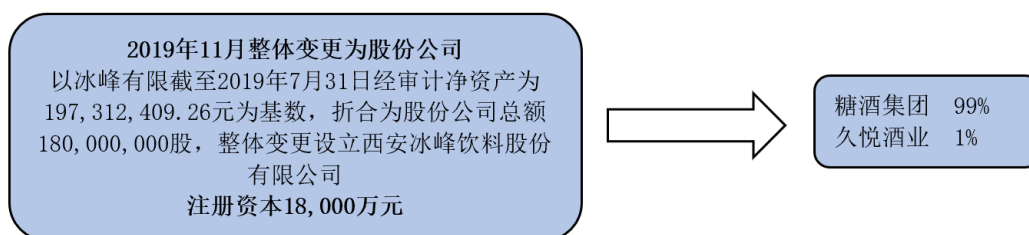
（一）发行人股本的形成及变化情况

1、股本演变情况

（1）整体变更前股权演变情况：



（2）整体变更后股权演变情况



2、公司股本形成及变化的具体情况

（1）2016年4月，西安冰峰饮料股份有限公司成立

2016年3月29日，糖酒集团与久悦酒业共同签署《西安冰峰饮料股份有限公司章程》，同意以货币方式出资设立西安冰峰饮料股份有限公司。设立时注册资本为1亿元，注册地址为陕西省西安市未央区东十里铺北酒十路189号，张军担任法定代表人、董事长及总经理。经营范围为“饮料的生产、销售；预包装食品的批发。”

2016年4月25日，西安冰峰饮料股份有限公司取得西安市工商行政管理局核发的统一社会信用代码为91610136MA6TXXE2X3的《营业执照》。

西安冰峰饮料股份有限公司成立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资形式	认缴股本（万元）	实缴股本（万元）	股权比例（%）
1	糖酒集团	货币	9,500	0	95
2	久悦酒业	货币	500	0	5
合计			10,000	0	100

（2）2016年12月公司性质变更为有限责任公司

2016年11月28日，西安冰峰饮料股份有限公司召开2016年第一次临时股东大会，审议通过了《西安冰峰饮料股份有限公司关于公司性质变更的议案》《西安冰峰饮料股份有限公司修改公司名称的议案》《西安冰峰饮料有限责任公司章程》等议案，决定将公司的性质从股份有限公司变更为有限责任公司，并将公司的名称变更为“西安冰峰饮料有限责任公司”。

2016年12月8日，就本次公司性质及名称变更事宜完成工商变更登记。

变更为有限责任公司后的股权结构为：

序号	股东名称	出资形式	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	股权比例（%）
1	糖酒集团	货币	9,500	0	95
2	久悦酒业	货币	500	0	5
合计			10,000	0	100

（3）2016年12月第一次股权转让

2016年12月9日，冰峰有限召开股东会并作出决议，同意股东久悦酒业将其持有的公司5%的股权转让给糖酒集团，转让价格500万元；同意公司类型变更为有限责任公司（法人独资）。同日，久悦酒业与糖酒集团签订《股权转让协议书》。因冰峰有限尚未开始运营、未实缴注册资本，故糖酒集团未向久悦酒业支付股权转让款。

2016年12月9日，冰峰有限就本次股权转让事宜完成工商变更登记。

本次股权转让后，冰峰有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资形式	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	股权比例（%）
1	糖酒集团	货币	10,000	0	100
合计			10,000	0	100

2018年10月15日，糖酒集团以货币资金实缴注册资本5,000万元；2018年12月29日，糖酒集团以货币资金实缴注册资本5,000万元，冰峰有限的注册资本已全部实缴到位。

序号	股东名称	出资形式	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	股权比例（%）
1	糖酒集团	货币	10,000	10,000	100
合计			10,000	10,000	100

（4）2019年7月第二次股权转让

2019年7月26日，冰峰有限召开股东会并作出决议，同意股东糖酒集团将其所持冰峰有限1%的股权转让给久悦酒业。同日，久悦酒业与糖酒集团签订《股权转让协议》，转让价格为100万元。

2019年7月29日，冰峰有限就本次股权转让事宜完成工商变更登记。

本次股权转让后，冰峰有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资形式	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	股权比例（%）
1	糖酒集团	货币	9,900	9,900	99
2	久悦酒业	货币	100	100	1
合计			10,000	10,000	100

（5）2019年11月整体变更为股份公司

2019年9月30日，德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“德师报（审）字（19）第S00426号”《审计报告》。根据该《审计报告》，截至2019年7月31日，冰峰有限的净资产为197,312,409.26元。

2019年9月30日，发起人糖酒集团、久悦酒业签署《发起人协议》，同意将冰峰有限整体变更为“西安冰峰饮料股份有限公司”，并对有限公司整体变更为股份公司、股份公司的名称与住所、经营期限、经营范围与目的、注册资本与股本结构、发起人的权利和义务、发起人组织机构的设置、发起人协议的变更和解除、违约责任和争议解决等内容作出明确约定。

2019年10月1日，国众联出具了《西安冰峰饮料有限责任公司拟进行股份制改制所涉及的西安冰峰饮料有限责任公司净资产价值资产评估报告》（国众联评报字（2019）第2-1140号）。本次评估采用资产基础法。经评估，截至2019年7月31日，冰峰有限净资产评估值为21,321.81万元，评估增值1,590.57万元，增值率8.06%。

2019年10月15日，冰峰有限召开股东会并作出决议，一致同意以截至2019年7月31日经审计的净资产作为出资，将冰峰有限整体变更为股份有限公司，整体变更后总股本18,000万股。

2019年11月1日，公司召开创立大会暨2019年度第一次股东大会，审议通过《关于西安冰峰饮料股份有限公司筹备情况报告的议案》《关于对发起人用于抵作股款的财产的作价进行审核的议案》等议案，同意冰峰有限以经审计的净资产197,312,409.26元，按照1.09618:1折合股份公司18,000万股，每股面值1元，股本总数为18,000万股，超出部分17,312,409.26元计入资本公积。

2019年11月25日，西安市市场监督管理局向公司核发了统一社会信用代码为91610136MA6TXXE2X3的《营业执照》，注册资本为18,000万元。

整体变更完成后，冰峰饮料的股权结构如下：

序号	股东名称	出资形式	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	糖酒集团	净资产折股	17,820	99
2	久悦酒业	净资产折股	180	1
合计			18,000	100

（二）公司重大资产重组情况

1、发行人报告期内重大资产重组及业务重组情况

报告期内，发行人未发生重大资产重组或业务重组。

2、发行人成立至报告期初资产重组及业务重组情况

为实现各业务独立运作、团队责权清晰，促进集团业务发展，2016年12月30日，糖酒集团召开2016年第三次股东会并作出决议，决定西安市糖酒集团有限公司冰峰食品饮料分公司自2017年1月1日起终止饮料经营，相关资产按原账面净值划转给冰峰有限，计入冰峰有限资本公积。具体内容及方式如下：

（1）按照财政部和国家税务总局相关规定进行资产划转

资产划转按照财政部和国家税务总局相关规定进行。

一、根据《财政部 国家税务总局关于促进企业重组有关企业所得税处理问题的通知》（财税〔2014〕109号，以下简称《通知》）规定，对100%直接控制的居民企业之间，以及受同一或相同多家居民企业100%直接控制的居民企业之间按账面净值划转股权或资产，凡具有合理商业目的、不以减少、免除或者推迟缴纳税款为主要目的，股权或资产划转后连续12个月内不改变被划转股权或资产原来实质性经营活动，且划出方企业和划入方企业均未在会计上确认损益的，可以选择按以下规定进行特殊性税务处理：1、划出方企业和划入方企业均不确认所得。2、划入方企业取得被划转股权或资产的计税基础，以被划转股权或资产的原账面净值确定。3、划入方企业取得的被划转资产，应按其原账面净值计算折旧扣除。

二、《国家税务总局关于资产（股权）划转企业所得税征管问题的公告》（国家税务总局公告2015年第40号）规定，《通知》第三条所称“100%直接控制的居民企业之间，以及受同一或相同多家居民企业100%直接控制的居民企业之

间按账面净值划转股权或资产”，限于以下情形：（一）100%直接控制的母子公司之间，母公司向子公司按账面净值划转其持有的股权或资产，母公司获得子公司100%的股权支付。母公司按增加长期股权投资处理，子公司按接受投资（包括资本公积，下同）处理。母公司获得子公司股权的计税基础以划转股权或资产的原计税基础确定。

（2）客户及供应商对接，债权债务处理及未完成合同、待履行合同处理

饮料业务相关的供应商和客户自2017年1月1日起与冰峰有限签约交易。饮料分公司随即停止经营。

本次资产划转不涉及债权债务转移，债权债务按照《公司法》的规定各自享有或承担。不存在未完成合同、待履行合同的情形。

（3）饮料分公司注销。2018年3月30日，西安市莲湖区国家税务局出具《清税证明》，饮料分公司所有税务事项均已结清。2018年5月24日，西安市莲湖区地方税务局出具《清税证明》，饮料分公司所有税务事项均已结清。2018年9月20日，糖酒集团决定注销饮料分公司。2018年9月27日，饮料分公司完成注销工商登记手续。

（4）资产划转对发行人业务模式和经营情况的影响

2017年1月1日起，饮料分公司停止经营，260名在册员工与冰峰有限签订劳动合同、获得聘用。迄今为止，未发生员工就资产划转及员工安置相关事宜提出异议的情形。截至本招股说明书签署之日，发行人作为资产划入方和员工聘任方，经营管理运行正常。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，糖酒集团本次资产划转冰峰有限之方案和实施过程符合法律法规及双方公司章程规定，不存在纠纷或争议。

四、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）发行人历次验资情况

发行人自设立以来进行过一次验资，具体情况如下：

2021年4月18日，信永中和对整体变更后的股份公司注册资本实收情况进行审计，并出具了《验资报告》（XYZH/2021NJAA30293）。截至2019年11

月 1 日，冰峰饮料（筹）已收到全体股东以其拥有的冰峰有限的净资产缴纳的出资，折合股本 18,000 万元。

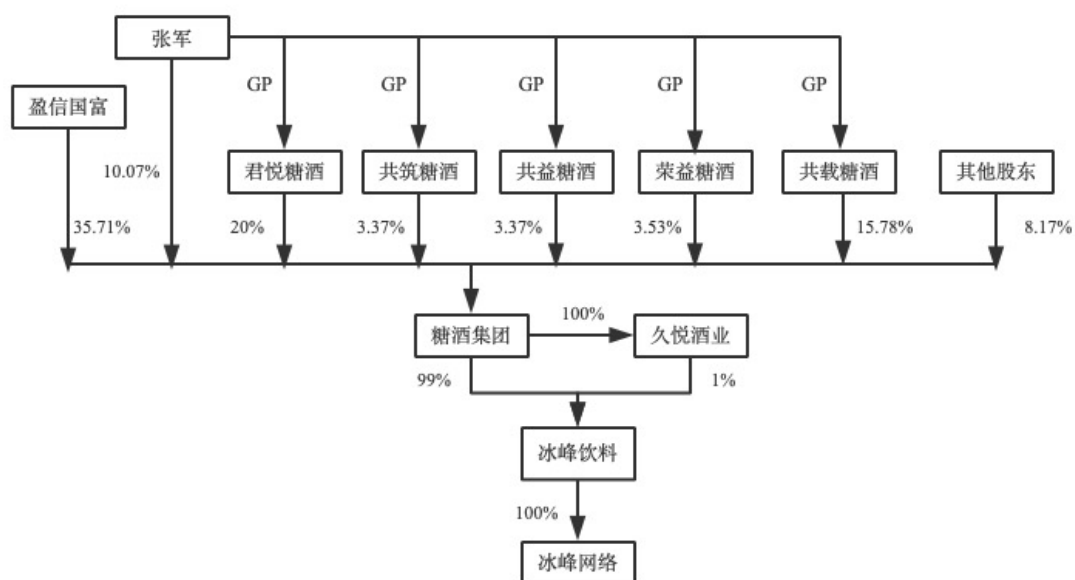
（二）发起人投入资产的计量属性

发行人系由冰峰有限整体变更设立，发起人以冰峰有限截至 2019 年 7 月 31 日经审计的净资产 197,312,409.26 元，按 1.09618:1 折合股本 18,000 万股，每股面值 1 元，超出部分 17,312,409.26 元计入资本公积。

五、发行人组织结构

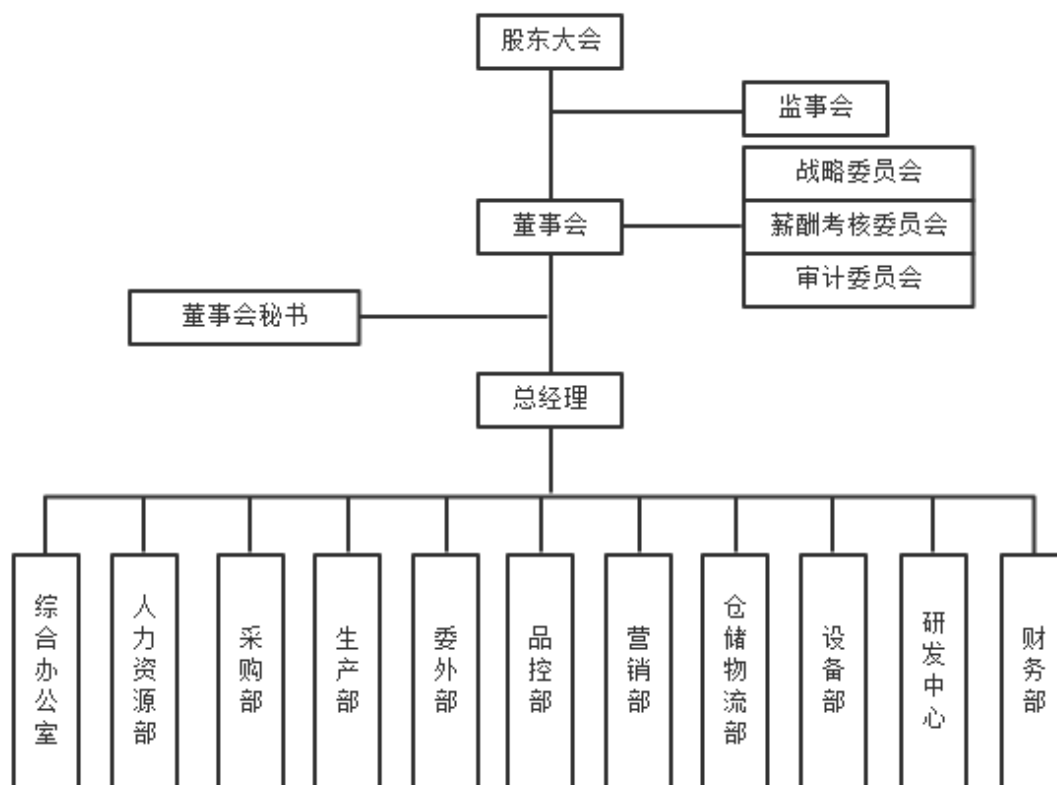
（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



（二）发行人组织架构图

截至本招股说明书签署日，公司组织架构如下：



（三）发行人主要职能部门

发行人主要职能部门及具体职责如下：

部门名称	部门职责
综合办公室	负责公司党政文件、行政事务、后勤、车辆、证照公章、办公用品等管理
人力资源部	负责公司人员招聘、薪酬、五险、培训及人事档案管理等
采购部	负责公司原辅料采购体系管理、工艺文件、生产许可、经营许可申办
生产部	负责公司玻璃瓶全年生产任务实施，生产体系管理
委外部	负责公司代工产品生产安排、质量监管
品控部	负责公司产品质量管理，生产工艺、标准修订、产品管控、原辅料检验
营销部	负责全国各省区产品的销售、经销商管理、开发、渠道维护、售后及品牌宣传策划推广
仓储物流部	负责公司产品的出入库管理、安全储存及箱瓶回收管理
设备部	负责公司生产设备、辅助设备维护保养、更新、革新
研发中心	负责公司未来业务发展预研、新产品开发、立项、设计、改进
财务部	负责公司财务管理、财务核算、公积金、资产盘点等管理

六、发行人子公司、参股公司情况

（一）发行人子公司

1、截至本招股说明书签署日，发行人有 1 家全资子公司。

公司名称	西安冰峰网络科技有限公司
法定代表人	张军
统一社会信用代码	91610138MA6UQQN98B
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地址	陕西省西安市国家民用航天产业基地东长安街 501 号运维国际总部大厦 B 座 2-1
主要生产经营地	陕西省西安市国家民用航天产业基地东长安街 501 号运维国际总部大厦 B 座 2-1
经营范围	计算机软硬件开发、销售、维修；电子商务技术服务；网络交易平台的建设与维护；预包装食品、酒水饮料、保健食品、农副产品、土特产品、花卉、服装、玩具、工艺美术品、文具用品、日用品、电子产品、金银珠宝首饰、装饰装修材料的销售；仓储服务（不含易燃易爆危险品、监控、易制毒化学品）；普通货物运输；动漫设计；室内装饰设计；图文设计；广告的设计、制作、代理、发布；文化艺术交流活动策划；企业营销策划；公关活动组织策划；展览展示服务；会务服务；摄影摄像服务；票务代理；企业管理咨询；货物及技术的进出口业务（国家禁止或限制进出口的货物和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	预包装产品销售、电子商务
成立日期	2018-02-11
股东	发行人持有 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，冰峰网络总资产为 3,453,401.02 元，净资产为 2,613,789.07 元，2020 年度净利润为-1,280,438.82 元，以上财务数据已经信永中和审计。

2、报告期内，发行人无子公司注销。

（二）发行人参股公司

截至报告期末，发行人有 1 家参股公司。

公司名称	西安东潭置业有限公司
法定代表人	高俊
统一社会信用代码	91610136MA6X3JD33W

注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地址	陕西省西安市浐灞生态区酒十路 190 号院内
主要生产经营地	陕西省西安市浐灞生态区酒十路 190 号院内
经营范围	房地产开发；房屋销售；房屋租赁；场地租赁；物业管理；房地产营销策划；园林绿化养护；房地产信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	房地产开发
成立日期	2019-08-26
股东	发行人持 48% 股权，陕西高力投资（集团）有限公司持 52% 股权

2020 年 9 月，陕西高力投资（集团）有限公司（甲方）、西安冰峰饮料股份有限公司（乙方）、西安东潭置业有限公司（丙方）、陕西高力房地产开发有限公司（丁方）等四家公司签署了“关于西安东潭置业有限公司【西安市浐灞生态区十里铺北路以东、广宁路以北 10.955 亩商务金融用地】项目之股权转让合作协议”。将冰峰饮料持有的西安东潭置业有限公司 100% 股权转让给陕西高力投资（集团）有限公司，陕西高力投资（集团）有限公司以“承债式收购”方式收购，交易价款采取分步方式进行。

交易价款构成如下：（1）股权转让对价 1000 万元。系乙方向丙方的实缴出资资本，现 1000 万元存于丙方银行账户内，未用于经营支出。（2）丙方对乙方的债务本金 7620.594766 万元。该债务系乙方对丙方的无息借款，全部用于丙方缴纳土地出让金、各类税费及前期其他费用。（3）股权转让溢价。该部分由甲方以实物形式支付，即甲方按本协议约定向乙方交付目标地块开发后建成的项目物业面积为 3200 平方米的商业建筑及 42 个地下机械车位。

股权转让对价 1,000.00 万元于 2020 年 9 月收到，根据协议约定的交易安排，陕西高力投资（集团）有限公司代东潭置业偿还借款 4,000 万元，公司于 2020 年 10 月 14 日进行了第一次股权转让变更登记，将东潭置业的 52% 股权变更至陕西高力投资（集团）有限公司。截止 2020 年 12 月 31 日，公司持有东潭置业的股权比例为 48%。根据股权转让合同条款约定，公司已不再参与东潭置业公司的实际管理，不享有股东权益。

由于 2020 年 9 月 30 日本公司已转让西安东潭置业有限公司股权，对其不能进行控制，故 2020 年 12 月 31 日合并资产负债表仅包括西安冰峰网络科技有限

公司，不包括西安东潭置业有限公司，2020 年度合并利润表和合并现金流量表包括西安冰峰网络科技有限公司和 2020 年 1-9 月份西安东潭置业有限公司财务数据。

截至 2020 年 12 月 31 日，东潭置业总资产为 83,954,264.54 元，净资产为 9,940,100.88 元，2020 年度净利润为-30,292.78 元，以上财务数据未经审计。

截至本招股说明书签署日，发行人已完成东潭置业剩余 48% 股权过户的工商变更登记手续。

七、发起人、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）发起人情况

公司发起人为糖酒集团和久悦酒业，基本情况如下：

1、糖酒集团

名称	西安市糖酒集团有限公司
统一社会信用代码	916101042206001981
注册资本	13,100.8880 万元
实收资本	13,100.8880 万元
法定代表人	张军
注册地址	西安市莲湖区西关南小巷 112 号
主要生产经营地	西安市莲湖区西关南小巷 112 号
成立日期	1989-05-30
经营范围	一般项目：预包装食品批发；物业管理；以下项目限分支机构经营：白酒、饮料的生产、销售；市场管理；卷烟、雪茄烟零售；房屋租赁；会展服务；停车场服务
主营业务	房屋租赁、物业管理、白酒的生产和销售

截至本招股说明书签署日，糖酒集团股东构成及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	股权比例
1	盈信国富	4,678.89	35.71%
2	君悦糖酒	2,620.18	20.00%
3	共载糖酒	2,067.32	15.78%
4	张军	1,319.46	10.07%

序号	股东姓名	出资额（万元）	股权比例
5	荣益糖酒	461.971	3.53%
6	共益糖酒	441.172	3.37%
7	共筑糖酒	441.172	3.37%
8	陈卫平	95.152	0.73%
9	袁琳	95.152	0.73%
10	王海明	95.152	0.73%
11	肖锋	81.553	0.62%
12	段莉娜	81.553	0.62%
13	李少荣	81.553	0.62%
14	任晓敏	81.553	0.62%
15	王军	81.553	0.62%
16	贺军强	81.553	0.62%
17	张彦谊	81.553	0.62%
18	迟克俭	81.553	0.62%
19	郑江	81.553	0.62%
20	姚军锋	12.822	0.10%
21	朱军昌	12.822	0.10%
22	李哲	12.822	0.10%
23	王铁柱	12.822	0.10%
合计		13,100.8880	100.00%

截至本招股说明书签署日，徐振兴、李震两名隐名股东，分别拥有的糖酒集团 0.7263%、0.0979% 股权仍由张军代持，张军、徐振兴、李震对于该等代持股权的权属无争议。除此之外，代持股权均已还原，糖酒集团股东所持糖酒集团股权清晰，无争议或潜在纠纷。

截至 2020 年 12 月 31 日，糖酒集团总资产为 118,208.01 万元，净资产为 77,028.12 万元，2020 年度净利润为 7,015.44 万元，以上财务数据经陕西裕文会计师事务所有限公司审计。

2、久悦酒业

名称	西安久悦酒业有限公司
统一社会信用代码	916101366732946486

注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	贺军强
注册地址	西安市未央区东十里铺酒十路北 189 号综合办公楼 504 室
主要生产经营地	西安市未央区东十里铺酒十路北 189 号综合办公楼 504 室
成立日期	2008-07-18
经营范围	一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；市场营销策划；包装材料及制品销售。（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）许可项目：食品互联网销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；酒类经营；食品经营（销售预包装食品）；食品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）
主营业务	白酒批发兼零售
股东	糖酒集团持有久悦酒业 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，久悦酒业总资产为 2,704,548.03 元，净资产为 962,305.30 元，2020 年度净利润为 1,063,133.23 元，以上财务数据经陕西裕文会计师事务所有限公司审计。

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，持有发行人 5%以上股份的股东为糖酒集团，基本情况参见招股说明书本节之“七、（一）发起人情况”。

（三）控股股东及实际控制人

糖酒集团直接持有公司 178,200,000 股即 99% 股份，为公司的控股股东。

在糖酒集团的持股构成中，张军本人实际持有糖酒集团 9.25% 的股权，张军受托（徐振兴、李震两名隐名股东）持有糖酒集团 0.82% 的股权，张军作为执行事务合伙人的君悦糖酒、共筑糖酒、共益糖酒、荣益糖酒、共载糖酒分别持有糖酒集团 20%、3.37%、3.37%、3.53% 和 15.78% 的股权，三项合计，张军控制糖酒集团 56.12% 股权。此外，2017 年 1 月 1 日，盈信国富签署《授权委托书》，委托张军代为行使其持有的糖酒集团全部 35.71% 股权的相关股东权利，包括股东会股东表决权、董事及监事提名权、提案权、召集临时股东大会的权利，有效期两年。期满后，盈信国富于 2019 年 1 月 1 日续签授权内容和期限相同的《授权委托书》。2021 年 1 月 1 日，张军与盈信国富签订《股东表决权委托协议》，盈信国富继续委托张军代为行使其所持糖酒集团 35.71% 股权的相关股东权利，

具体包括股东会表决权、董事及监事提名权、提案权、召集临时股东会的权利，委托期限自协议签署生效之日起 36 个月内有效，若在前述委托期限内冰峰饮料完成中国境内或境外首次公开发行股票并上市的受理文件的，则委托期限自动延长至冰峰饮料在境内或境外市场成功首次公开发行股票并上市之日起满 36 个月时终止。委托期限届满前一个月内，任何一方有权书面通知（书面通知包括但不限于通过本协议文首所载的联系电子邮箱发送通知）对方终止本协议，如任何一方未书面明确提出终止本协议，则表决权委托安排自届满之日起自动延期三年。

综合上述情况，张军通过直接持股、担任其他股东执行事务合伙人以及受托其他股东表决权等合计控制糖酒集团 91.83% 的表决权，通过糖酒集团和久悦酒业控制冰峰饮料 100% 的表决权，张军为发行人实际控制人。

报告期起始日至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人未发生变化。

张军的简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、（一）董事会成员”。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

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

（五）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人及其控股子公司外，控股股东糖酒集团和实际控制人张军控制其他 13 家企业，基本情况如下：

1、冰峰物流

名称	西安糖酒冰峰物流有限公司
统一社会信用代码	916101333336263785
注册资本	1,500 万元
实收资本	1,500 万元
法定代表人	张军
注册地址	西安市未央区太元路 12 号 4 幢 1 层

主要生产经营地	西安市未央区太元路 12 号 4 幢 1 层
成立日期	2015-02-07
经营范围	许可经营项目：普通货物运输，冷链运输，仓储服务，汽车维修（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）；一般经营项目：物流信息咨询，停车场服务，国内货运代理，房屋租赁，货物装卸服务，仓储物流设备销售及租赁，汽车配件销售。（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	普通货物运输、房屋租赁、仓储服务、停车场服务、货物装卸服务
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，冰峰物流总资产为 20,929,460.91 元，净资产为 18,363,488.93 元，2020 年度净利润为 1,312,053.49 元，以上财务数据未经审计。

2、西糖超市

名称	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司
统一社会信用代码	91610104556997504F
注册资本	400 万元
实收资本	400 万元
法定代表人	张彦谊
注册地址	西安市莲湖区西关南小巷 112 号
主要生产经营地	西安市莲湖区西关南小巷 112 号
成立日期	2010-08-20
经营范围	预包装食品、散装食品、婴幼儿配方乳粉、保健食品的批发兼零售；卷烟、雪茄烟的零售；茶具、烟具的销售；货物与技术的进出口业务；五金交电、日杂用品、针纺织品、照相器材、办公用品、劳保用品、体育用品、文具、服装鞋帽、日用百货、工艺品、鲜花、洗涤用品、化妆品（除分装）、计生用品、生鲜肉制品的销售；水果、蔬菜、土特产品、农副产品的销售；会议会展服务；市场推广服务。（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）
主营业务	白糖的批发兼零售、茅台、五粮液、剑南春、国窖、西凤等各类名烟酒批发兼零售、劳保、日化、办公用品、洗涤用品、生活用品等连锁超市经营
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，西糖超市总资产为 40,687,560.44 元，净资产为 6,803,993.32 元，2020 年度净利润为 2,132,213.79 元，以上财务数据未经审计。

3、唐久文化

名称	西安唐久文化传播有限公司
统一社会信用代码	91610104757826170G

注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	姚军锋
注册地址	西安市莲湖区西关南小巷 112 号
主要生产经营地	西安市莲湖区西关南小巷 112 号
成立日期	2004-07-02
经营范围	室内外装饰装修工程的设计、施工；文化艺术交流活动的组织、策划；展览展示服务；会务服务；礼仪庆典服务；平面、网页、服装设计；舞台搭建；摄影服务；票务服务；服装、影视器材的出租、销售；计算机领域内的技术服务、技术咨询；计算机系统集成；网络系统工程设计、施工；广告的设计、制作、代理、发布；企业形象设计；市场营销策划；企业管理咨询；商务信息咨询服务；企业内部员工培训；财务咨询。（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）
主营业务	微信公众号运营
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，唐久文化总资产为 74,896,751.90 元，净资产为 72,895,565.65 元，2020 年度净利润为 55,882.78 元，以上财务数据未经审计。

4、唐久物业

名称	西安唐久物业管理有限公司
统一社会信用代码	91610104073444913K
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
法定代表人	朱军昌
注册地址	西安市莲湖区西关南小巷 112 号 1 幢 1 单元 10201 室
主要生产经营地	西安市莲湖区西关南小巷 112 号 1 幢 1 单元 10201 室
成立日期	2013-09-22
经营范围	物业管理；停车场服务；房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	物业管理、停车服务、房屋租赁
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，唐久物业总资产为 13,835,280.56 元，净资产为 11,659,464.64 元，2020 年度净利润为 640,943.54 元，以上财务数据未经审计。

5、君悦餐饮

名称	西安糖酒君悦餐饮服务有限责任公司
统一社会信用代码	91610103MA6WJGYP5H
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	朱军昌
注册地址	陕西省西安市碑林区朱雀大街北段 72 号 2 号楼一层
主要生产经营地	陕西省西安市碑林区朱雀大街北段 72 号 2 号楼一层
成立日期	2019-03-19
经营范围	餐饮服务；餐饮管理；散装食品、预包装食品、餐饮用品、酒店用品、劳保用品的销售；卷烟、雪茄烟的零售。（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	餐饮服务
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，君悦餐饮总资产为 328,748.03 元，净资产为 -1,385,611.87 元，2020 年度净利润为-687,063.48 元，以上财务数据未经审计。

6、久悦酒业

久悦酒业的基本情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、（一）发起人情况”。

7、君悦糖酒

名称	西安君悦糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91610104MA710UU54X
注册资本	311.1112 万元
实收资本	0 万元
执行事务合伙人	张军
注册地址	陕西省西安市莲湖区西关南小巷 112 号冰峰大厦 510 室
主要生产经营地	陕西省西安市莲湖区西关南小巷 112 号冰峰大厦 510 室
成立日期	2020-01-22
经营范围	一般项目：企业管理；财务咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	管理咨询

截至本招股说明书签署日，君悦糖酒合伙人如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张军	112.0000	36.00
2	袁琳	10.6667	3.43
3	姚军锋	10.6667	3.43
4	肖锋	10.6667	3.43
5	王铁柱	10.6667	3.43
6	陈卫平	10.6667	3.43
7	张彦谊	10.6667	3.43
8	贺军强	10.6667	3.43
9	董颖	6.6548	2.14
10	张明丽	6.6548	2.14
11	刘天良	6.6548	2.14
12	李小琳	6.6548	2.14
13	朱军昌	6.6548	2.14
14	谢晖	6.6548	2.14
15	王海明	6.6548	2.14
16	冯永革	6.6548	2.14
17	王军	6.6548	2.14
18	李哲	6.6548	2.14
19	段莉娜	6.6548	2.14
20	胡鹏博	4.6584	1.50
21	苏丹冰	4.6584	1.50
22	郑江	4.6584	1.50
23	王译唯	4.6584	1.50
24	马选举	4.6584	1.50
25	陈兰婷	4.6584	1.50
26	迟克俭	4.6584	1.50
27	牛海丽	3.9928	1.28
28	刘军	1.3309	0.43
29	李广红	1.3309	0.43
30	安德平	1.3309	0.43
31	张军锋	1.3309	0.43
32	李寒	1.3309	0.43
33	刘乐	1.3309	0.43

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
34	闫建军	1.3309	0.43
35	汉红利	1.3309	0.43
36	李少荣	1.3309	0.43
37	李列中	1.3309	0.43
38	李文斌	1.3309	0.43
合计		311.1112	100.00

君悦糖酒为持股平台，除持有糖酒集团股权外，未进行其他经营活动。截至2020年12月31日，君悦糖酒的总资产为3,111,112元，净资产为0元，2020年度净利润为0元，以上财务数据未经审计。

8、共筑糖酒

名称	西安共筑糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91610136MA6U5G4877
注册资本	52.3833 万元
实收资本	0 万元
执行事务合伙人	张军
注册地址	陕西省西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号
主要生产经营地	陕西省西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号
成立日期	2017-06-09
经营范围	企业管理咨询；企业财务咨询。（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）
主营业务	管理咨询

截至本招股说明书签署日，共筑糖酒合伙人如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张军	5.1858	9.90
2	李钢	1.5225	2.91
3	王建平	1.5225	2.91
4	张小红	1.5225	2.91
5	张国庆	1.5225	2.91
6	李改艳	1.5225	2.91
7	马晓艳	1.5225	2.91
8	张宏民	1.5225	2.91

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
9	王家骏	1.5225	2.91
10	李新平	1.5225	2.91
11	李孝忠	1.5225	2.91
12	谢永强	1.5225	2.91
13	董保玉	1.5225	2.91
14	李寒	1.5225	2.91
15	何玉娟	1.5225	2.91
16	张军锋	1.5225	2.91
17	郑春	1.5225	2.91
18	白国红	1.5225	2.91
19	王育敏	1.5225	2.91
20	孟爱武	1.5225	2.91
21	侯新立	1.5225	2.91
22	朱广斌	1.5225	2.91
23	王树恩	1.5225	2.91
24	高富安	1.5225	2.91
25	李建都	1.5225	2.91
26	崔俊安	1.5225	2.91
27	曹均强	1.5225	2.91
28	景学立	1.5225	2.91
29	王小儒	1.5225	2.91
30	酒建伟	1.5225	2.91
31	李列中	1.5225	2.91
32	田西哲	1.5225	2.91
合计		52.3833	100.00

共筑糖酒为持股平台，除持有糖酒集团股权外，未进行其他经营活动。截至2020年12月31日，共筑糖酒的总资产为523,914.55元，净资产为52.83元，2020年度净利润为5.09元，以上财务数据未经审计。

9、共益糖酒

名称	西安共益糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91610136MA6U7D56XQ

注册资本	52.3833 万元
实收资本	0 万元
执行事务合伙人	张军
注册地址	陕西省西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号
主要生产经营地	陕西省西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号
成立日期	2017-08-24
经营范围	企业管理咨询服务；企业财务咨询服务（涉及许可经营项目的除外）。 （依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	管理咨询

截至本招股说明书签署日，共益糖酒合伙人如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张军	5.1858	9.90
2	杨华	1.5225	2.91
3	张行梅	1.5225	2.91
4	郭契	1.5225	2.91
5	陈莉红	1.5225	2.91
6	陈杰	1.5225	2.91
7	庞炬飞	1.5225	2.91
8	田纪兰	1.5225	2.91
9	梁美宁	1.5225	2.91
10	温剑	1.5225	2.91
11	龚丞	1.5225	2.91
12	王文波	1.5225	2.91
13	杨国良	1.5225	2.91
14	岳新永	1.5225	2.91
15	郭帮群	1.5225	2.91
16	杨春	1.5225	2.91
17	刘向阳	1.5225	2.91
18	沈宏	1.5225	2.91
19	李小虎	1.5225	2.91
20	刘社	1.5225	2.91
21	晏政文	1.5225	2.91
22	王西安	1.5225	2.91

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
23	周莲香	1.5225	2.91
24	张长安	1.5225	2.91
25	刑巧荣	1.5225	2.91
26	蔡燕玲	1.5225	2.91
27	丁丽萍	1.5225	2.91
28	郭西军	1.5225	2.91
29	叶小卫	1.5225	2.91
30	姜广新	1.5225	2.91
31	郭珍	1.5225	2.91
32	买青梅	1.5225	2.91
合计		52.3833	100.00

共益糖酒为持股平台，除持有糖酒集团股权外，未进行其他经营活动。截至2020年12月31日，共益糖酒的总资产为523,888.65元，净资产为26.93元，2020年度净利润为4.40元，以上财务数据未经审计。

10、荣益糖酒

名称	西安荣益糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91610104MA6U98W42M
注册资本	54.8528 万元
实收资本	0 万元
执行事务合伙人	张军
注册地址	西安市莲湖区西关南小巷 112 号冰峰大厦 510 室
主要生产经营地	西安市莲湖区西关南小巷 112 号冰峰大厦 510 室
成立日期	2017-10-27
经营范围	企业管理咨询；企业财务咨询。（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）
主营业务	管理咨询

截至本招股说明书签署日，荣益糖酒合伙人如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张军	5.1855	9.45
2	李小琳	11.2980	20.60
3	冯永革	11.2980	20.60

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
4	高欢欢	11.2980	20.60
5	万凤英	9.6833	17.65
6	马选举	1.5225	2.78
7	刘军	1.5225	2.78
8	谢晖	1.5225	2.78
9	王保安	1.5225	2.78
合计		54.8528	100.00

荣益糖酒为持股平台，除持有糖酒集团股权外，未进行其他经营活动。截至2020年12月31日，荣益糖酒的总资产为322,610.12元，净资产为16.26元，2020年度净利润为2.17元，以上财务数据未经审计。

11、共载糖酒

名称	西安共载糖酒企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91610104MAB0W9P99P
注册资本	206.7322 万元
实收资本	0 万元
执行事务合伙人	张军
注册地址	陕西省西安市莲湖区西关正街南小巷112号冰峰大厦1幢1单元510室
主要生产经营地	陕西省西安市莲湖区西关正街南小巷112号冰峰大厦1幢1单元510室
成立日期	2021-5-19
经营范围	一般项目：财务咨询；企业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	管理咨询

截至本招股说明书签署日，共载糖酒合伙人如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张军	24.7224	11.96
2	陈卫平	1.7828	0.86
3	袁琳	1.7828	0.86
4	王海明	1.7828	0.86
5	肖锋	1.5280	0.74
6	段莉娜	1.5280	0.74

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
7	李少荣	1.5280	0.74
8	任晓敏	1.5280	0.74
9	王军	1.5280	0.74
10	贺军强	1.5280	0.74
11	张彦谊	1.5280	0.74
12	迟克俭	1.5280	0.74
13	郑江	1.5280	0.74
14	姚军锋	0.2403	0.12
15	盈信国富	87.6669	42.41
16	共益糖酒	8.2661	4.00
17	共筑糖酒	8.2661	4.00
18	荣益糖酒	8.6557	4.19
19	君悦糖酒	49.0934	23.75
20	朱军昌	0.2403	0.12
21	李哲	0.2403	0.12
22	王铁柱	0.2403	0.12
合计		206.7322	100.00

共载糖酒为持股平台，除持有糖酒集团股权外，未进行其他经营活动。

12、秦汉文化

名称	西安秦汉酒文化产业园有限公司
统一社会信用代码	91610136MAB0NTXF48
注册资本	1,000 万元
实收资本	0 万元
法定代表人	贺军强
注册地址	陕西省西安市浐灞生态区酒十路北端 189 号
主要生产经营地	陕西省西安市浐灞生态区酒十路北端 189 号
成立日期	2020 年 12 月 16 日
经营范围	一般项目：游览景区管理；文化场馆管理服务；停车场服务；礼仪服务；信息技术咨询服务；项目策划与公关服务；会议及展览服务；包装服务；专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；国内贸易代理；柜台、摊位出租；商业综合体管理服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）。（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）许可项目：旅游业务；餐饮服务；互联网信息服务；食品经营（销售预包装食品）；

	食品互联网销售；食品经营；互联网直播服务（不含新闻信息服务、网络表演、网络视听节目）。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)
主营业务	旅游业务，餐饮服务
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

截至 2020 年 12 月 31 日，秦汉文化总资产为 0 元，净资产为 0 元，2020 年度净利润为 0 元，以上财务数据未经审计。

13、西安特曲

名称	西安特曲酒有限公司
统一社会信用代码	91610136MAB0RTMP8N
注册资本	1,500 万元
实收资本	0 万元
法定代表人	贺军强
注册地址	陕西省西安市浐灞生态区酒十路 189 号
主要生产经营地	陕西省西安市浐灞生态区酒十路 189 号
成立日期	2021 年 3 月 18 日
经营范围	许可项目：酒类经营；酒制品生产。(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)
主营业务	白酒生产兼批发
股东	糖酒集团持有其 100% 股权

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

发行人本次发行前总股本为 18,000 万股，本次拟公开发行不超过 6,000 万股，发行后总股本不超过 24,000 万股，发行完成后公开发行股份数占发行后总股数的比例不低于 25%。发行前后公司的股本结构变化情况如下：

序号	股东	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
1	糖酒集团	17,820	99.00	17,820	74.25
2	久悦酒业	180	1.00	180	0.75
	公开发行股份	-	-	6,000	25.00
	合计	18,000	100.00	24,000	100.00

（二）发行人前十名股东

截至本招股说明书签署日，发行人共有 2 名股东，持股情况如下：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）	股权性质
1	糖酒集团	17,820	99.00	境内非国有法人
2	久悦酒业	180	1.00	境内非国有法人
合计		18,000	100.00	-

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人不存在自然人股东。

（四）发行人股本中的国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人股本中不存在国有股份或外资股份。

（五）发行人股东中的战略投资者持股及其简况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中不存在战略投资者。

（六）本次发行前各股东之间的关联关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，糖酒集团持有发行人 99% 股份，久悦酒业持有发行人 1% 股份，同时糖酒集团持有久悦酒业 100% 股权。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、股东持股及减持意向的承诺”。

（八）发行人内部职工股的情况

截至本招股说明书签署日，发行人未发行过内部职工股，不存在内部职工股的情况。

（九）发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股和股东数量超过二百人的情况

截至本招股说明书签署日，公司现有股东不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况，且公司股东数量始终未超过二百人。

（十）关于公司股东信息披露的专项核查情况

根据证监会发布的《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》规定，保荐机构和发行人律师对发行人股东信息披露情况作出专项核查。

保荐机构和发行人律师收集并核查了发行人历次股权变更工商资料、验资报告、评估报告、入股协议、缴款证明、交易对价、资金来源等文件，对发行人实际控制人等进行了走访或访谈。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人股东为糖酒集团和久悦酒业，所持股份为其真实持有，不存在股份代持及纠纷或潜在纠纷的情形。发行人已在申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息；

2、发行人提交申请前 12 个月内不存在新增股东的情形；

3、发行人不存在自然人股东；

4、发行人股东为糖酒集团和久悦酒业。其中，糖酒集团性质为有限责任公司，主营业务为以自有房产进行出租、物业管理、白酒的生产和销售；久悦酒业性质为有限责任公司，主营业务为白酒批发兼零售。发行人股东糖酒集团、久悦酒业均不属于股权架构为两层以上且为无实际经营业务的公司，亦非有限合伙企业。发行人不存在其股东的股权架构为两层以上且为无实际经营业务的公司或有限合伙企业的情形；

5、发行人股东中不存在私募投资基金等金融产品；

6、直接及间接持有发行人股份的股东中不存在证监会系统离职人员；

7、发行人已根据《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》要求出具了专项承诺且在相关文件进行披露。

综上，保荐机构和发行人律师认为，发行人已在首次公开发行股票并上市申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，符合《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》的规定。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

1、员工人数及变化情况

公司近三年员工变动情况如下：

项目/时点	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
员工总数（人）	291	286	280

2、员工结构

截至2020年12月31日，公司员工的结构情况如下：

（1）员工专业结构

岗位类别	人数	占总人数比例（%）
研发人员	34	11.68
管理与后勤人员	50	17.18
仓储物流部	10	3.44
车间人员	95	32.65
销售人员	102	35.05
合计	291	100.00

（2）员工学历结构

学历	人数	占员工比例（%）
本科及以上	51	17.53
大专及以下	240	82.47
合计	291	100.00

（3）员工年龄分布

年龄	人数	占员工比例（%）
30岁以下	129	44.33
31-40岁	103	35.40
41-50岁	21	7.22
51岁以上	38	13.06
合计	291	100.00

（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、社会保险及住房公积金缴纳情况

（1）报告期内，发行人及下属子公司缴纳社会保险费的情况如下：

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	
员工人数	291	286	280	
缴费员工人数	287	285	278	
未缴纳原因及人数	1名退休返聘人员；5名新入职员工后续办理社会保险	1名退休返聘人员	1名退休返聘人员；1名新入职员工后续办理社会保险	
其中	新入职后续办理社会保险	5	0	1
	退休返聘	1	1	1

注：2020年期末有2名员工12月离职，但12月公司仍为其缴纳社会保险；由于历史遗留问题，公司为其中一名内退人员缴纳养老保险；为其中另一名内退人员缴纳医疗、生育、工伤、失业保险，未缴纳养老保险。

（2）报告期内，发行人及下属子公司为员工缴纳住房公积金的情况如下：

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	
员工人数	291	286	280	
住房公积金缴纳人数	279	275	266	
未缴纳原因及人数	1名退休返聘人员；8名内退人员；5名新入职员工后续办理	1名退休返聘人员；8名内退人员；2名退休人员（办结时间延迟）	1名退休返聘人员；8名内退人员；4名退休人员（办结时间延迟）；1名新入职员工后续办理	
其中：	退休返聘	1	1	1
	内退人员	8	8	8
	新入职后续办理	5	0	1
	退休（办结时间延迟）	0	2	4

注：2020年期末有2名员工12月离职，但12月公司仍为其缴纳住房公积金。

2、主管部门出具的证明和控股股东、实际控制人的承诺

2021年4月19日，西安市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明发行人自2018年1月1日至2021年3月参加并缴纳了养老、失业和工伤保险，未发生因违反劳动保障法律法规而被该局行政处罚的情况。

2021年4月20日，西安市医疗保障局出具《证明》，证明冰峰饮料报告期内医疗、生育保险参保正常。

2021年3月22日，西安市住房公积金管理中心出具《住房公积金单位缴存证明》：“冰峰饮料没有因违反住房公积金相关的法律、法规而受到过处罚。”

2021年3月23日，西安国家民用航天产业基地社会保险基金管理中心出具《证明》：“冰峰网络自2018年8月1日起至该证明出具之日止一直按国家有关社会保险法的法律、法规规定为员工按时、足额缴纳养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险，不存在欠缴、漏缴、迟缴情形，也不存在因违反相关法律、法规或者规定而受到任何行政处罚的情形。”

2021年3月22日，西安市住房公积金管理中心出具《住房公积金单位缴存证明》：“冰峰网络没有因违反住房公积金相关的法律、法规而受到过处罚。”

发行人控股股东、实际控制人出具《关于发行人及子公司社保和住房公积金的承诺函》：“若公司及其子公司因社会保险和住房公积金缴纳不规范，经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险或住房公积金、或因社会保险和住房公积金事宜受到主管部门处罚、或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，本人/本公司将无条件全额承担相关补缴、处罚款项和对利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司因此所支付的相关费用。”

（三）非全日制用工情况

1、公司非全日制用工情况

发行人主营业务为橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产、销售，部分工作岗位技术含量较低，为保障发行人经营用工需求及更好的控制成本，对于流动性较大、技术含量较低、每日平均工作时间较短的岗位，发行人采用非全日制用工作为劳动用工的补充，包括普工、拔吸管工、搬运工、其他后勤人员。

报告期内，发行人的非全日制员工情况如下所示：

项目		2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
员工总数		291	286	280
非全日制员工总数		48	42	43
其中：	普工	11	7	10
	拔吸管工	6	5	6
	搬运工	25	24	22

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
其他后勤人员	6	6	5
非全日制员工人数占比	16.49%	14.69%	15.36%

发行人非全日制用工符合辅助性、临时性岗位的用工需求，用工方式灵活、高效，上述非全日制用工岗位可替代性强，非全日制用工不会对发行人的正常业务经营产生不利影响。

2、公司非全日制用工的合法合规性

（1）非全日制用工的工作时间

《非全日制用工合同》约定，非全日制员工每日工作时间不超过4小时，每周工作时间不超过24小时。符合《劳动合同法》第六十八条的规定。

（2）非全日制用工的工资支付

《非全日制用工合同》约定，非全日制员工的薪资按小时计算，不低于当地最低工资标准，每小时22.5元，每15日支付一次。符合《劳动合同法》第七十二条的规定。

（3）非全日制用工的合同必备条款

《非全日制用工合同》分别约定了工作期限、工作内容、工作时间、劳动报酬、劳动保护和工作条件，且未规定试用期条款，符合《关于非全日制用工若干问题的意见》（劳社部发〔2003〕12号）第一条第三款的规定。

（四）非全日制用工的备案

根据《关于非全日制用工若干问题的意见》（劳社部发〔2003〕12号）、《陕西省劳动和社会保障厅关于陕西省非全日制用工若干问题的意见》（陕劳社发〔2006〕57号）的相关规定，用人单位招用劳动者从事非全日制工作，应当在录用后到当地劳动保障行政部门办理录用备案手续。发行人就录用非全日制员工到当地劳动保障行政部门沟通备案事宜，当地劳动保障行政部门回复无需办理。

（五）非全日制员工工伤保险的缴纳

发行人为非全日制员工缴纳了工伤保险，符合《关于非全日制用工若干问题的意见》（劳社部发〔2003〕12号）第三条第十二款的规定。

综上，发行人已按照《劳动合同法》《关于非全日制用工若干问题的意见》（劳社部发〔2003〕12号）等相关规定规范非全日制用工。

十、持有 5%以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况

（一）股份锁定承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺”。

（二）稳定股价承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、公司稳定股价的预案及相关承诺”。

（三）持股 5%以上股东持股意向及减持意向承诺

持股 5%以上股东已出具了关于持有及减持公司股份意向的承诺函，详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、股东持股及减持意向的承诺”。

（四）避免同业竞争承诺

公司控股股东、实际控制人已出具了关于避免同业竞争的承诺函，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争（二）避免同业竞争的承诺”。

（五）避免或减少关联交易承诺

公司控股股东、实际控制人已出具了关于避免或减少关联交易的承诺函，详见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“三、关联方、关联关系和关联交易（三）公司减少和规范关联交易的主要措施”。

（六）避免违规担保和资金占用的承诺

公司控股股东、实际控制人出具了《关于无违规担保和资金占用的承诺函》，

承诺如下：

1、无违规担保

本人/本公司承诺将严格遵守发行人关联交易管理制度，在任何情况下，不要求发行人向本人/本公司提供任何形式的担保。

2、无资金占用

（1）本人/本公司及控制的其他企业严格遵守法律、法规、规范性文件以及发行人相关规章制度的规定。截至本承诺函出具之日，本人/本公司及控制的其他企业不存在占用发行人及其子公司资金的情况；且本人/本公司承诺，本人/本公司及控制的其他企业未来不以任何方式占用发行人及其子公司的资金。

（2）本人/本公司及控制的其他企业不得要求发行人为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得互相代为承担成本和其他支出。

（3）本人/本公司及控制的其他企业不会要求且不会促使发行人通过下列方式将资金直接或间接地提供给本人/本公司及控制的其他企业使用：

- ①有偿或无偿地拆借资金给本人/本公司及关联方使用；
- ②通过银行或非银行金融机构向本人/本公司及关联方提供委托贷款；
- ③委托本人/本公司及关联方进行投资活动；
- ④为本人/本公司及关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；
- ⑤代本人/本公司及关联方偿还债务。

（4）上述承诺在本人/本公司为发行人的控股股东、实际控制人期间持续有效。若本人/本公司违反前述承诺并给发行人及其投资者造成损失的，本人/本公司将对上述损失承担赔偿责任。

第六节 业务和技术

一、公司的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）发行人主营业务

公司主营业务为橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产与销售。

冰峰汽水起源于 1948 年，一位商人从天津引进一套汽水制造设备前往新疆，受阻大雪留在西安，于 1951 年建成西北汽水厂，后并入西安食品厂。日后又一场大雪，为生产汽水打水的井辘轳被冻，积雪结冰若小山峰，因此得名“冰峰”。发行人作为我国碳酸饮料的先行者，以“传承陕味文化，振兴民族品牌”为己任，秉承传统、品质至上、口味一贯。“冰峰”作为历史悠久的汽水民族品牌之一，先后获得“西安老字号”“陕西老字号”“陕西食品行业最佳人气品牌”等荣誉。历经七十余年，“冰峰”品牌积淀深厚，区域基础牢固，在西部地区拥有较高的品牌知名度、美誉度和忠诚度，“凉皮、肉夹馍、再来一瓶冰峰”在民间被誉为“三秦套餐”，“这味儿很西安”“从小就喝它”的品牌形象深入人心。

发行人拥有自有生产体系、委外生产体系、产品检测体系和质量管理体系，用制度保障食品安全，严格执行“5S”现场管理法则，并通过 HACCP 管理体系、ISO9001 质量管理体系、出口食品资质认定的认证，是中国饮料工业协会常务理事单位。2021 年 4 月 2 日，发行人经西安市工业和信息化局、西安市财政局、西安市发展和改革委员会、西安市科学技术局、国家税务总局西安市税务局列入市级企业技术中心名单。

发行人销售网络以陕西市场为中心，由西北、华北等地区向外推广，目前已覆盖全国 200 多个大中城市。产品从碳酸饮料延伸至植物饮品、风味饮料和茶饮料等，近年先后推出多款新产品，如含气果汁饮料、玻璃瓶酸梅汤、白桃味汽水、苹果味汽水、无糖橙味汽水、低糖酸梅汤以及原味茯茶、西柚茉莉茯茶和玫瑰荔枝茯茶。

公司与国内知名高校西北大学建立“产、学、研”平台，助推企业在人才、研发等方面迈上新高度。

（二）主要产品



报告期内，公司产品品类包括碳酸饮料、植物饮料、风味饮料和茶饮料等，主要产品有“冰峰”玻璃瓶橙味汽水、罐装橙味汽水、玻璃瓶酸梅汤、罐装酸梅汤等，具体情况如下：

产品种类		包装	产品品类
碳酸饮料	有糖	玻璃瓶	橙味汽水、苹果味汽水、苹果、水蜜桃及金桔柠檬果汁汽水
		易拉罐	冰峰橙味汽水、苹果味汽水
	无糖	易拉罐	无糖橙味汽水
植物饮料	有糖	易拉罐	酸梅汤
	低糖	易拉罐	低糖酸梅汤
风味饮料	有糖	玻璃瓶	酸梅汤
茶（类）饮料	无糖	易拉罐	原味茯茶饮料、西柚茉莉味茯茶饮料、玫瑰荔枝味茯茶饮料

1.碳酸饮料

	
玻璃瓶装橙味汽水	玻璃瓶装苹果味汽水
	
罐装橙味汽水	罐装苹果味汽水
	
罐装无糖橙味汽水	玻璃瓶装苹果、水蜜桃及金桔柠檬果汁汽水



2.植物饮料

	
罐装酸梅汤	罐装低糖酸梅汤

3.风味饮料及茶饮料

	
玻璃瓶装酸梅汤	罐装原味茯茶
	
罐装西柚茉莉味茯茶	罐装玫瑰荔枝味茯茶

2021年，公司推出易拉罐白桃味汽水、PET瓶橙味汽水，市场反应效果良好，新产品情况如下：

	
罐装白桃味汽水	PET瓶装橙味汽水

（三）公司主营业务变化情况

报告期内，发行人经营橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产与销售，主营业务未发生重大变化。

二、发行人所属行业的基本情况

（一）发行人所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司属于“制造业”之“酒、饮料和精制茶制造业”（行业分类代码 C15）；根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），公司属于“制造业”之“酒、饮料和精制茶制造业”之“饮料制造”行业（行业分类代码 C152）。

根据《饮料通则》（GB/T10789—2015），饮料指经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分数）不超过 0.5% 的制品，也可为饮料浓浆或固体形态。按原料和产品性状，饮料划分为包装饮用水、果蔬汁类及其饮料、蛋白饮料、碳酸饮料（汽水）、特殊用途饮料、风味饮料、茶（类）饮料、咖啡（类）饮料、植物饮料、固体饮料，以及其他类饮料等 11 个类别，每一类别又包括若干种类。其中：

碳酸饮料（汽水）。以食品原辅料和（或）食品添加剂为基础，经加工制成，在一定条件下充入一定量二氧化碳气体的液体饮料，如果汁型碳酸饮料、果味型碳酸饮料、可乐型碳酸饮料、其他型碳酸饮料等，不包括由发酵自身产生二氧化碳气体的饮料。

植物饮料。以植物或植物提取物为原料，添加或不添加其他食品原辅料和（或）食品添加剂，经加工或发酵制成的液体饮料。如可可饮料、谷物类饮料、草本（本草）饮料、食用菌饮料、藻类饮料、其他类植物饮料，不包括果蔬汁类及其饮料、茶（类）饮料和咖啡（类）饮料。

风味饮料。以糖（包括食糖和淀粉糖）和（或）甜味剂、酸度调节剂、食用香精（料）等的一种或者多种作为调整风味的主要手段，经加工或发酵制成的液体饮料，如茶味饮料、果味饮料、乳味饮料、咖啡味饮料、风味水饮料、其他风味饮料等。注：不经调色处理、不添加糖（包括食糖和淀粉）的风味饮料为风味水饮料，如苏打水饮料、薄荷水饮料、玫瑰水饮料等。

茶（类）饮料。以茶叶或茶叶的水提取液或其浓缩液、茶粉（包括速溶茶粉、研磨茶粉）或直接以茶的鲜叶为原料，添加或不添加食品原辅料和（或）食品添加剂，经加工制成的液体饮料，如原茶汁（茶汤）/纯茶饮料、茶浓缩液、茶饮

料、果汁茶饮料、奶茶饮料、复（混）合茶饮料、其他茶饮料等。

（二）行业主管部门、监管体制及主要法律法规和政策

1、行业主管部门与监管体制

目前国内饮料行业遵循市场化发展模式，自主经营。监管主要分为以政府部门为主导的强制监管以及以行业协会为主导的自律监管。饮料行业监管部门主要由国务院食品安全委员会、国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会等共同构成。饮料加工行业自律组织为中国食品工业协会及中国饮料工业协会。行业监管体制具体如下：

（1）国务院食品安全委员会：统筹指导、提出政策、督促落实

2010年2月6日，国务院设立食品安全委员会，作为国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，其主要职责是分析食品安全形势，研究部署、统筹指导食品安全工作；提出食品安全监管的重大政策措施；督促落实食品安全监管责任。2013年3月14日，经十二届全国人大一次会议表决通过，保留国务院食品安全委员会，其具体工作由国家食药监总局（职能现已整合至国家市场监督管理总局）承担。

（2）国家市场监督管理总局：负责食品安全监督管理及综合协调

国家市场监督管理总局为国务院直属机构，下设食品安全协调司、食品生产安全监督管理司、食品经营安全监督管理司、特殊食品安全监督管理司、食品安全抽检监测司等多个食品安全监管机构，其主要职责包括：

①负责食品安全监督管理综合协调。组织制定食品安全重大政策并组织实施。负责食品安全应急体系建设，组织指导重大食品安全事件应急处置和调查处理工作。建立健全食品安全重要信息直报制度。承担国务院食品安全委员会日常工作。

②负责食品安全监督管理。建立覆盖食品生产、流通、消费全过程的监督检查制度和隐患排查治理机制并组织实施，防范区域性、系统性食品安全风险。推动建立食品生产经营者落实主体责任的机制，健全食品安全追溯体系。组织开展食品安全监督抽检、风险监测、核查处置和风险预警、风险交流工作。组织实施

特殊食品注册、备案和监督管理。

（3）国家卫生健康委员会：负责检查和评估食品安全风险，制定食品安全国家标准

国家卫生健康委员会为国务院组成部门，下设食品安全标准与监测评估司，其主要职责是组织拟订食品安全国家标准，开展食品安全风险监测、评估和交流，承担新食品原料、食品添加剂新品种、食品相关产品新品种的安全性审查。

（4）中国食品工业协会、中国饮料工业协会：行业自律

全国性行业自律性组织包括中国食品工业协会、中国饮料工业协会。

中国食品工业协会于 1981 年经国务院批准成立，是全国食品工业的行业组织，其主要职责包括：协助政府在食品工业领域开展统筹、规划、协调工作，加强对食品工业企业的指导和服务，促进交流与合作，推动行业标准化，推动科技发展与应用，约束行业行为，帮助企业成长，推动全民营养，发展公益事业，推动中国食品工业持续健康发展。

中国饮料工业协会成立于 1993 年，是饮料行业及相关企业、事业单位自愿参加的非营利性、全国性社团组织，是经民政部批准的国家一级协会。其主要职责是：对饮料行业基础资料进行调查、统计，掌握行业全面情况，开展市场调查和行业研究；提出饮料行业发展规划、经济技术政策、扶优限劣政策及经济立法等方面的建议；组织和参与制（修）订饮料行业的国家食品安全标准和产品的国家标准、行业标准；组织制定社团标准；围绕产品质量与安全开展行业自律和质量评价工作等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）行业主要法律法规

法律法规名称	颁布单位	文号	实施时间
《食品生产许可管理办法》	国家市场监督管理总局	总局令第 24 号	2020 年
《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019 年修订）	国务院	国务院令 第 721 号	2019 年
《食品安全抽样检验管理办法》	国家市场监督管理总局	总局令第 15 号	2019 年

法律法规名称	颁布单位	文号	实施时间
《中华人民共和国食品安全法》（2018 修正）	全国人大常委会	主席令第 22 号	2018 年
《中华人民共和国产品质量法》（2018 修正）	全国人大常委会	主席令第 22 号	2018 年
《中华人民共和国广告法》（2018 年修订）	全国人大常委会	主席令第 22 号	2018 年
《国家食品安全监督抽检实施细则》（2018 年版）	国家食品药品监督管理总局	食药监办食监三（2018）14 号	2018 年
《饮料生产许可审查细则》（2017 年版）	国家食品药品监督管理总局	总局公告 2017 年第 166 号	2017 年
《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	国家食品药品监督管理总局	总局公告 2017 年第 39 号	2017 年
《食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治方案》	国务院食品安全办等 9 部门	食安办（2017）20 号	2017 年
《关于贯彻实施〈食品生产许可管理办法〉有关问题的通知》	国家食品药品监督管理总局	食药监食监一（2017）53 号	2017 年
《食品安全工作评议考核办法》	国务院	国办发（2016）65 号	2016 年
《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	总局令第 23 号	2016 年
《网络食品安全违法行为查处办法》	国家食品药品监督管理总局	总局令第 27 号	2016 年
《食品药品投诉举报管理办法》	国家食品药品监督管理总局	总局令第 21 号	2016 年
《食品经营许可审查通则（试行）》	国家食品药品监督管理总局	食药监食监二（2015）228 号	2015 年
《关于贯彻落实〈食品召回管理办法〉的实施意见》	国家食品药品监督管理总局	食药监法（2015）227 号	2015 年
《食品召回管理办法》	国家食品药品监督管理总局	总局令第 12 号	2015 年
《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013 年修订）	全国人大常委会	主席令第 7 号	2014 年
《食品标识管理规定》（2009 年修订）	国家质检总局	总局令第 123 号	2009 年
《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人大常委会	主席令第 49 号	2006 年
《定量包装商品计量监督管理办法》	国家质检总局	总局令第 75 号	2006 年

（2）行业主要标准

行业标准名称	颁布单位	文号	实施时间
《食品安全国家标准食品中农药最大残留限量》	农业农村部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局	GB2763-2019	2020 年

行业标准名称	颁布单位	文号	实施时间
《食品安全国家标准饮料生产卫生规范》	国家卫计委、国家食品药品监督管理总局	GB12695-2016	2017年
《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》	国家卫计委、国家食品药品监督管理总局	GB2761-2017	2017年
《食品安全国家标准食品中污染物限量》	国家卫计委、国家食品药品监督管理总局	GB2762-2017	2017年
《食品安全国家标准饮料》	国家卫计委	GB7101-2015	2016年
《饮料通则》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T10789-2015	2016年
《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》	国家卫计委	GB2760-2014	2015年
《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》	国家卫计委	GB14881-2013	2014年
《食品安全国家标准食品中致病菌限量》	国家卫计委	GB29921-2013	2014年
《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》	卫生部	GB28050-2011	2013年
《食品安全国家标准预包装食品标签通则》	卫生部	GB7718-2011	2012年

（3）行业主要政策

2016年3月，十二届全国人大四次会议、全国政协十二届四次会议发布了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》（2016-2020年），该纲要指出：“实施食品安全战略。完善食品安全法规制度，提高食品安全标准，强化源头治理，全面落实企业主体责任，实施网格化监管，提高监督检查频次和抽检监测覆盖面，实行全产业链可追溯管理。”

2016年5月，国务院办公厅发布《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》（国办发[2016]40号），该意见指出：要开展消费品工业“三品”专项行动，要增品种、提品质、创品牌，并提出了“到2020年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，市场环境进一步优化，“三品”专项行动取得积极进展，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，产品和服务对消费升级的适应能力显著增强”的主要目标。

2016年11月，国家卫计委发布《食品安全标准与监测评估“十三五”规划》，该规划指出要不断健全食品安全标准体系，提升标准实用性；提高风险监测工作质量，提升监测科学性；夯实风险评估工作基础，保障风险评估权威性；加强食源性疾病监测报告，提高通报及时性；加强营养与食品安全知识科普宣传，防控

食品安全引发的营养健康问题等。

2017年1月，国家发改委和工业和信息化部联合发布《关于促进食品工业健康发展的指导意见》（发改产业[2017]19号），提出了到2020年的主要目标，即食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化，规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长7%左右等。

2017年2月，国务院发布《“十三五”国家食品安全规划》，该规划指出要全面落实企业主体责任，加快食品安全标准与国际接轨，完善法律法规制度，严格源头治理，严格过程监管，强化抽样检验，严厉处罚违法违规行为，提升技术支撑能力，加快建立职业化检查员队伍，加快形成社会共治格局。

2017年5月，科技部发布《“十三五”食品科技创新专项规划》（国科发农[2017]143号），明确“十三五”时期食品科技创新的发展思路与目标，细化重点任务与措施，全面推进食品科技创新工作和产业化发展。

2019年5月，中共中央、国务院发布《关于深化改革加强食品安全工作的意见》，该意见提出要推动食品产业高质量发展：推动食品产业转型升级，调整优化食品产业布局，鼓励企业获得认证认可，实施增品种、提品质、创品牌行动。引导食品企业延伸产业链条，建立优质原料生产基地及配套设施，加强与电商平台深度融合，打造有影响力的百年品牌。

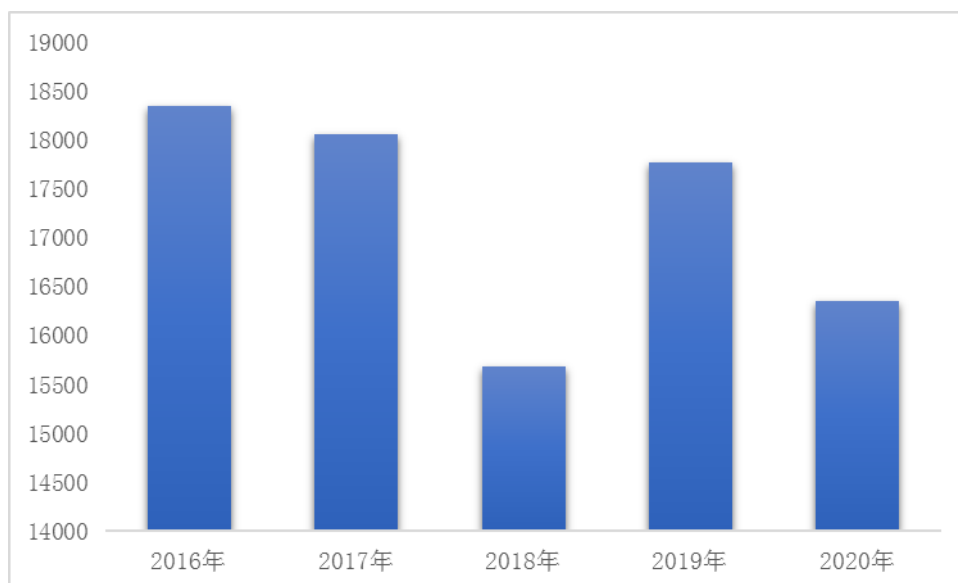
（三）行业概况及发展趋势

1、我国饮料行业概况

随着居民收入增长及生活水平提高，饮料需求稳定性增强，消费者口味多样化，国际国内品牌展开差异化竞争。2018年，国家实施更加严格的监管标准，部分不符合生产标准的产能被淘汰，当年饮料产量相应减少。我国饮料产业2016年至2020年产量变动趋势如下图：

2016-2020 年我国饮料产量

单位：万吨

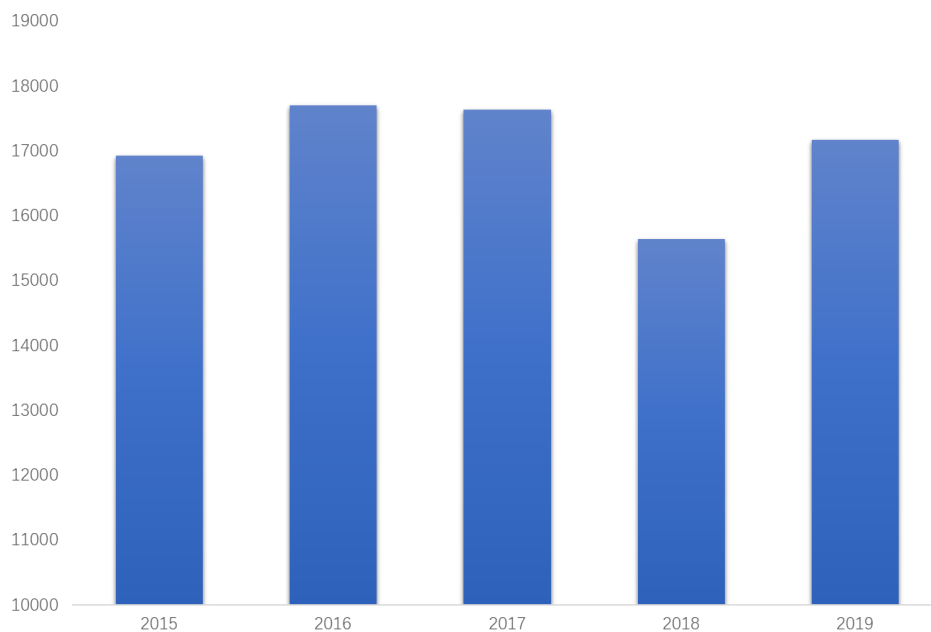


数据来源：国家统计局

我国饮料销量从 2015 年的 16,920.5 万吨增长至 2019 年的 17,164.6 万吨，变动趋势如下图：

2015-2019 年我国饮料销量

单位：万吨

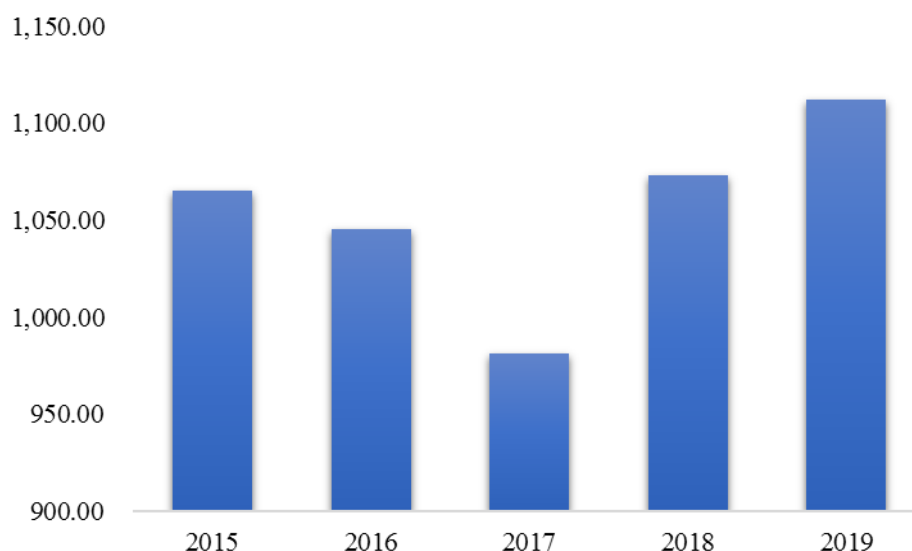


数据来源：国家统计局

我国饮料（亿元以上商品交易市场摊位）成交额呈波动形态，变动趋势如下图所示：

2015-2019 年我国饮料（亿元以上商品交易市场摊位）成交额

单位：亿元



数据来源：国家统计局

2、我国碳酸饮料制造行业概况

碳酸饮料（汽水）是以食品原辅料和（或）食品添加剂为基础，在一定条件下充入一定量二氧化碳气体加工制成的液体饮料。

按照中华人民共和国国家标准分类，我国碳酸饮料分为：果汁型碳酸饮料、果味型碳酸饮料、可乐型碳酸饮料和其他型碳酸饮料。

随着我国居民健康消费意识的提升，消费者消费趋势逐渐向无糖型、功能性健康类新型饮品转移，我国碳酸饮料产量变动趋势如下图：

2013-2020 年中国碳酸饮料产量及增长速度

单位：万吨，%

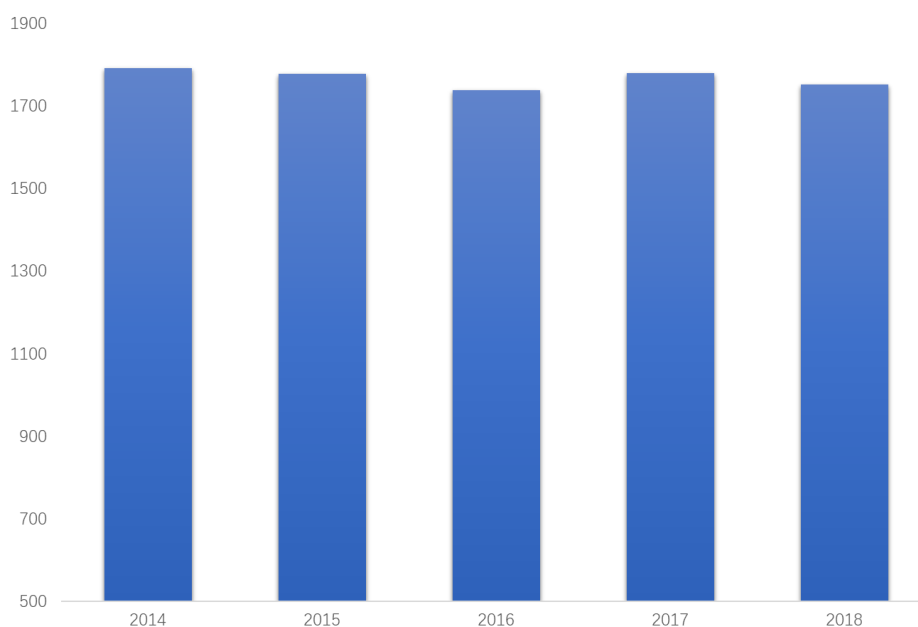


数据来源：前瞻产业研究院

我国碳酸饮料产业 2014 年至 2018 年销量变动趋势如下图：

2014-2018 年中国碳酸饮料销量

单位：万吨

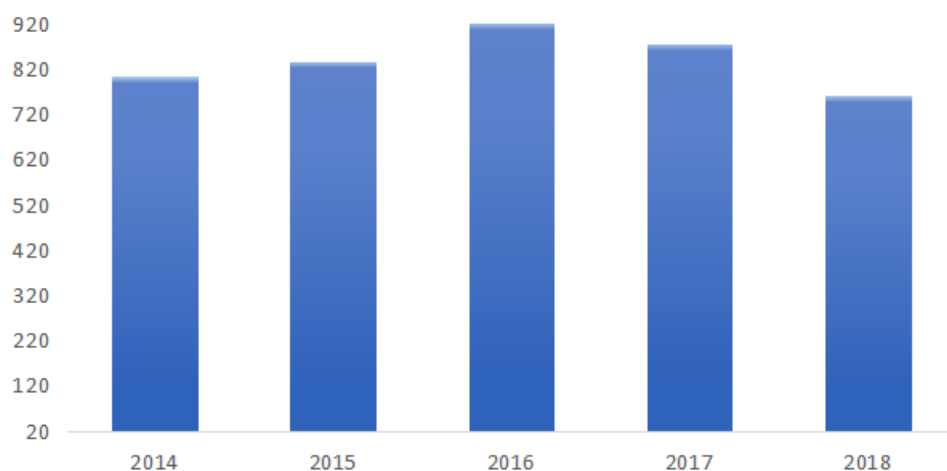


数据来源：前瞻产业研究院

2014 年至 2018 年我国碳酸饮料行业规模以上企业营收趋势如下图：

2014-2018 年中国碳酸饮料行业规模以上企业营收

单位：亿元



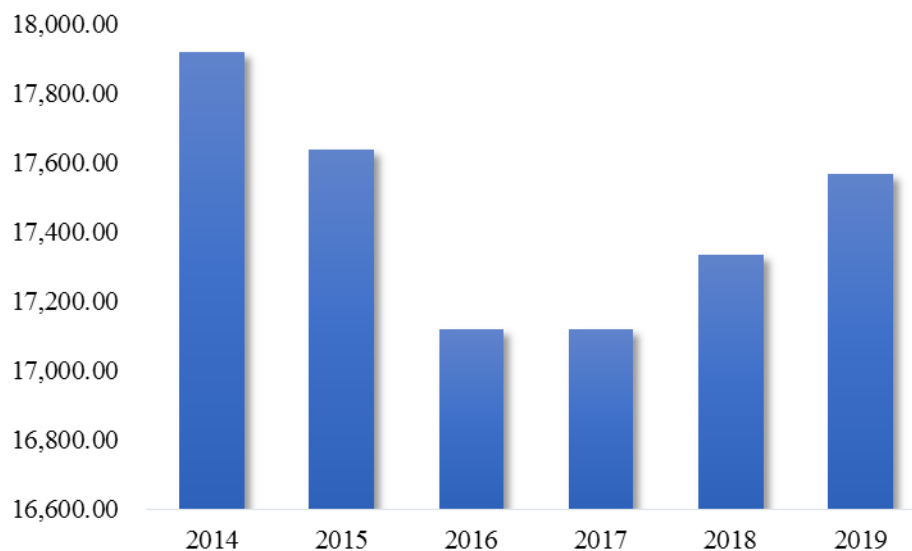
数据来源：前瞻产业研究院

3、茶饮料及其他饮料制造业行业概况

2014 年至 2019 年我国茶饮料及其他饮料制造销量趋势如下图：

2014-2019 年我国茶饮料及其他饮料制造销量

单位：百万升

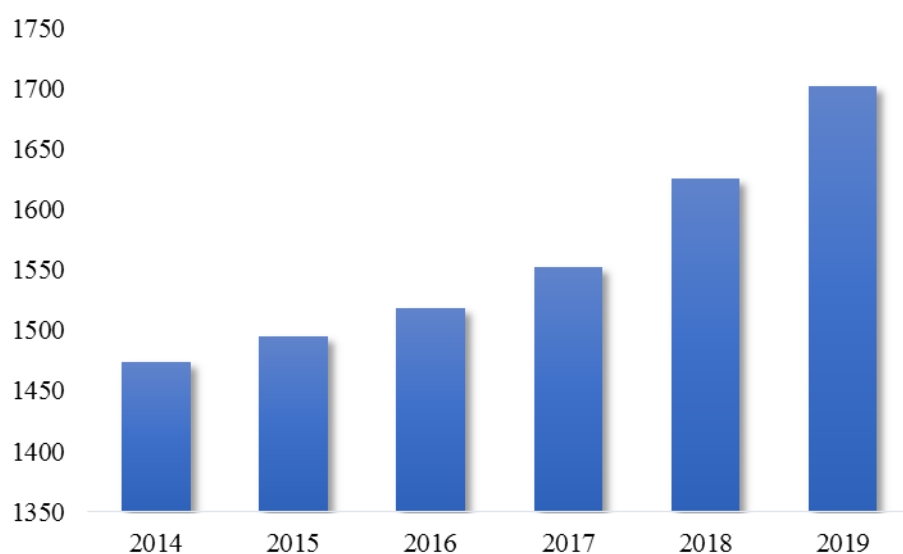


数据来源：Euromonitor International

2014-2019 年我国茶饮料及其他饮料制造成交额变动趋势如下图：

2014-2019 年我国茶饮料及其他饮料制造成交额

单位：亿元



数据来源：Euromonitor International

4、我国饮料行业发展趋势

（1）食品安全监督管理升级

近年来，国家不断加强食品质量和安全管理，相应加大对不合格企业和产品的打击力度。饮料企业逐步建立健全质量控制体系，安全预警、风险防控、检验检测、过程管控得到加强，提升了行业的产品安全和产品质量水平。

（2）饮料产品多元化发展

随着国家陆续颁布《“健康中国 2030”规划纲要》《国民营养计划（2017-2030 年）》《2017 年消费品工业“三品”专项行动计划》，饮料企业相应加大研发力度，积极研发运用新技术，饮料产品更加营养、健康、多元，适应不同人群、不同区域、不同场景消费，饮料产品呈现多元化发展趋势。

（3）创新技术持续应用

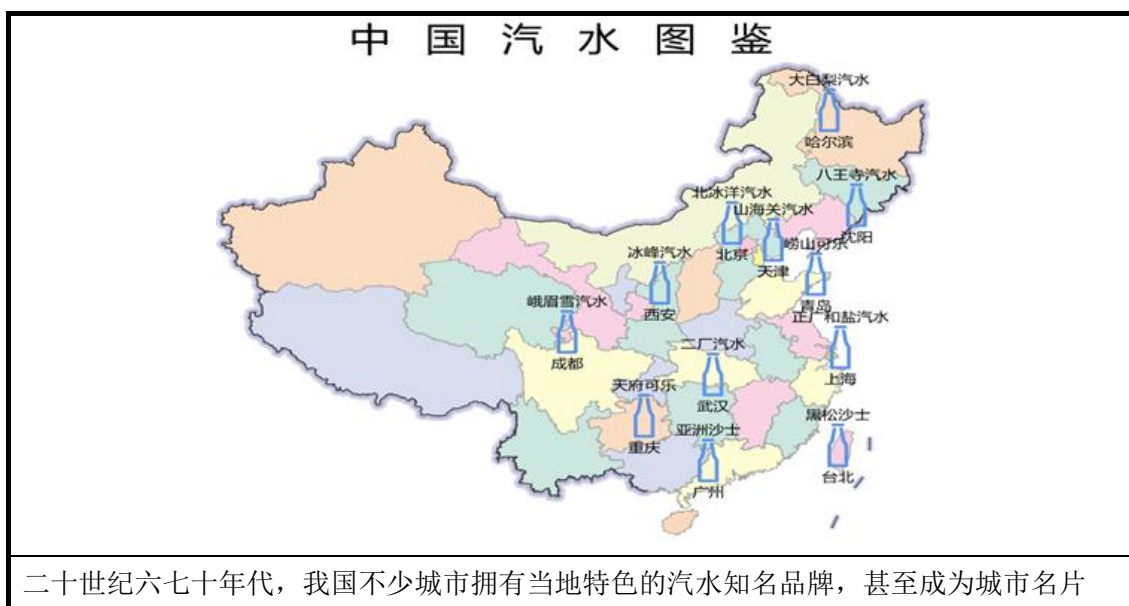
在我国大力提倡技术创新的大环境下，饮料行业更加重视研发有益膳食平衡、降低营养损失、消除有毒残留的饮料加工新技术，以及先进的质量保障技术、营养保持技术、风味保存技术和全食材加工技术，推动自动化、智能化、信息化的饮料新装备、新检测技术、新零售模式，持续提升中国饮料工业的整体竞争力。

（4）绿色可持续发展

为落实绿色发展理念，饮料行业不断推行清洁生产工艺，有效降低生产环节能耗物耗，积极研发符合生态环保、清洁卫生、安全可靠、质量保障要求的生产新工艺，同时加强末端治理、减排治污、综合利用和节约用水，促进饮料行业绿色可持续发展。

（四）行业竞争和供求情况

二十世纪六七十年代，我国不少城市拥有当地特色的汽水知名品牌，甚至成为城市名片。七十年代末，国际饮料巨头可口可乐和百事可乐进入中国市场，利用其强大的营销能力和资金实力在我国强势扩张。进入九十年代，国产“老汽水”或合资后品牌被停用，或被冲击陆续停产，少数勉强维持经营，规模亦大幅收缩。随着我国经济实力显著增强，被打压 20 年的中国老汽水品牌陆续恢复启用，八王寺汽水 2003 年回归，崂山可乐 2004 年复产，北冰洋汽水 2011 年复出，山海关汽水 2014 年重启，天府可乐也于 2016 年 1 月宣布品牌复出。



	
<p>汽水民族品牌记忆</p>	<p>国际饮料巨头冲击</p>
	
<p>武汉二厂汽水</p>	<p>正广和汽水</p>
	
<p>山海关汽水</p>	<p>沈阳八王寺汽水</p>
 <p>桔汁汽水</p> <p>配料：纯净水、蔗糖、白砂糖、浓缩桔汁、食品添加剂（二氧化碳、柠檬酸、苯甲酸钠、甜蜜素、桔精油、再视环境而定、山梨酸钾、维生素C）、天然香精！ 原果汁含量≥2.2%</p>	
<p>北京北冰洋汽水</p>	<p>亚洲汽水</p>

	
崂山可乐	重庆天府可乐
	
冰峰汽水	三秦套餐

碳酸饮料由于其独特的消暑解渴作用，是其他饮料无法取代的，尽管在饮料中的比例有所减少，但其总量依然庞大，属于长线发展品类。中国饮料市场容量巨大，民族品牌如果能够有效总结经验教训，把握消费需求变化，产品品类精准细分，契合市场需求，未来发展空间很大。

1、市场竞争格局

（1）碳酸饮料市场

经过多年的优胜劣汰与市场竞争，碳酸饮料市场形成了以国际品牌可口可乐、百事可乐为主，国产品牌北冰洋、健力宝、冰峰等为辅的寡头市场。我国碳酸饮料市场格局已基本稳定，可口可乐、百事可乐占据中国碳酸饮料市场 80% 的市场份额。

（2）植物饮料市场

随着社会经济的不断发展，人们生活水平的提高，植物饮料市场将拥有越来越大的消费需求与消费空间，随着相关法律法规逐渐完善，植物饮料的功能将更加明确，品质也将更值得信赖。

目前传统草本饮品已经在中国市场占据重要位置。得益于我国中医药文化的深厚积累和健康中国的战略指导，植物饮料未来仍具备巨大的发展潜力、发展活力和地域优势。在饮料企业转型升级的今天，要学会挖掘植物饮料在健康养生方面的潜力，增强产品附加值，依靠先进的提取工艺和技术，充分释放植物力量，充分发挥饮料是营养素良好载体的优势，是饮料企业难得的重要发展机遇。

在中国企业转型升级和中国品牌拥抱世界的今天，传统草本饮品依托其健康属性快速发展。中国消费者对食品的选择日益成熟和理性，推动了对营养健康饮品的新需求。未来，植物饮料产品中将会出现走出中国，走向世界的大品牌。

酸梅汤作为植物饮料的主要品类，市场处于成长期，行业集中度较小，竞争格局较为分散，尚未出现占据大量市场份额的寡头企业。市场中的主要商家有康师傅酸梅汤、王老吉、信远斋、九龙斋等众多品牌。

2、市场化程度

我国饮料市场是在改革开放后逐步发展起来的新兴市场，国家职能部门对于饮料市场起到宏观调控和指导的作用，未对市场中企业数量及产品价格进行管控，因此我国饮料行业是一个市场竞争程度高的开放大行业。我国饮料市场属于完全竞争市场，行业竞争激烈，消费者对产品品牌及产品价格较为敏感。总体来说，我国饮料行业已形成若干国际与国产品牌主导市场的局面。

3、进入本行业的主要障碍

（1）品牌壁垒

随着国民生活水平的提升，消费者对于饮料的选择更加注重消费品牌所表达的价值、文化、理念与产品质量在其内心的认同感。饮料作为休闲消费饮品，其主要功能为在人们闲暇之余提升对于生活的满足感与喜悦感，品牌影响力对其选择的决定性作用愈加明显。

企业塑造、营销、维护一个知名产品品牌形象需要建立严格的产品质量体系、强大的产品研发体系、完善的营销体系、大量的广告运营投入。知名的快速消费品品牌都是经过长时间的发展和市场考验后形成的，后期进入饮料行业的企业会面临较高的品牌壁垒。

此外，品牌形象一旦树立，消费者会形成良好的品牌忠诚度，习惯性消费自己信任的产品，对行业内其他同类型产品品牌形成品牌壁垒。

（2）营销渠道网络与运营能力壁垒

营销渠道的建设对于快速消费品企业可持续发展起到至关重要的作用，而营销网络的开拓、建设和维护是一个复杂而艰难的过程，不可一蹴而就。新的市场参与者试图在该行业有所发展，需要制定有效的销售策略，投入大量资金、人力和物力，并需要较长时间去建立完善的销售渠道和经验丰富的销售团队。

随着行业竞争日趋激烈，行业内大型企业已经基本上完成全国销售网点的布局，在市场预测、方案推广、人才培养等方面投入了大量资源，积累了丰富的实践经验，因此市场营销及运营综合能力的提升和积累是市场中新进企业在短期内难以获取的。

（3）规模化经营壁垒

规模化生产能力使得行业领先企业具有多方面优势。首先，具备大规模生产能力的企业更加容易获得产业链上游供应商及下游销售渠道认同，并逐渐形成上下游互惠互利的长期战略合作关系。其次，规模化生产带来的长期稳定采购需求给企业提供较强的上游议价能力，在降低采购及生产成本的同时提升产品质量，形成多方面的竞争优势。

由于行业新进入者短期内难以形成规模、成本、效率等多方面协同效应，因此难以在激烈的市场竞争中处于优势位置。

（4）产品质量控制及食品安全壁垒

随着国家对食品安全的重视，国家颁布了《中华人民共和国产品质量法》《食品生产加工企业质量安全监督管理办法》《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则》《食品卫生许可证管理办法》《食品安全企业标准备案方法》《食品质量安全市场准入审查通则》等一系列政策法规，同时随着消费者消费理念逐步得到提升、食品安全消费意识越来越强，饮料工业准入标准也越来越高。

产品质量的保障取决于原材料采购、生产工艺和仓储流通等多环节的系统控制，一般企业和新进入者较难在短期内达到较高的质量标准。随着国家相关部门

监督力度的加强，对食品添加剂、防腐剂的使用也有严格的限制。日趋严格的食品安全及品质管理条例对新进入企业提出了更高的要求，新进入者需要经过长时间的技术和经验积累，并需要经过职能部门严格的验证管理程序。因此，食品安全及质量控制要求的提升为新进入者设置了较高的壁垒。

4、市场供求状况及变动原因

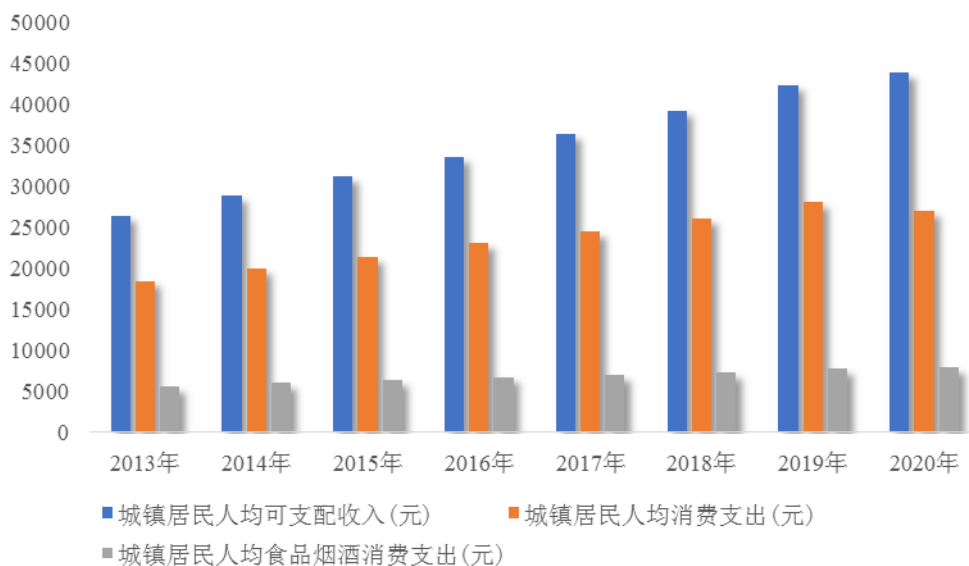
（1）消费驱动饮料行业的发展

中国经济进入新常态，由原本投资拉动带来的增长模式切换至由消费驱动为核心的增长模式，消费正在成为中国经济的主引擎。国家统计局数据显示，2020年全年，我国社会消费品零售总额累计 39.2 万亿元，同比下降 3.93%，低于固定资产投资（不含农户）5.91%的下降速度。2020 年第一、二、三产业增加值占中国 GDP 的比例分别为 9.5%、43.3%、47.3%。消费在经济增长中的重要性日益凸显。我国的消费结构也在发生变化。2020 年末中国常住人口城镇化率超过 60%；城镇化率的逐年增加通过提升居民消费能力、改变消费习惯和扩展消费领域等方面提高总体消费水平。同时，随着中国人均可支配收入持续快速增长，中产及富裕阶层扩大，中高收入人群成为消费主流；新生代包括 80 后、90 后、00 后成为消费主力。消费总量的提升及消费结构高端化、年轻化对促进饮料工业的发展起着关键支撑作用。

（2）随着收入水平的提高，我国居民消费持续增长

自 2013 年以来，我国城镇居民的人均可支配收入基本以每年 8%-9% 的速度增长，至 2020 年人均可支配收入达 42,834 元，而人均消费支出占收入的 65%-70%，其中对食品烟酒的支出约占总支出的 29%，随着城镇居民消费结构升级，该比例略有下降，但对食品烟酒的支出金额仍呈增长趋势，至 2020 年人均食品烟酒的支出达 7,881 元。

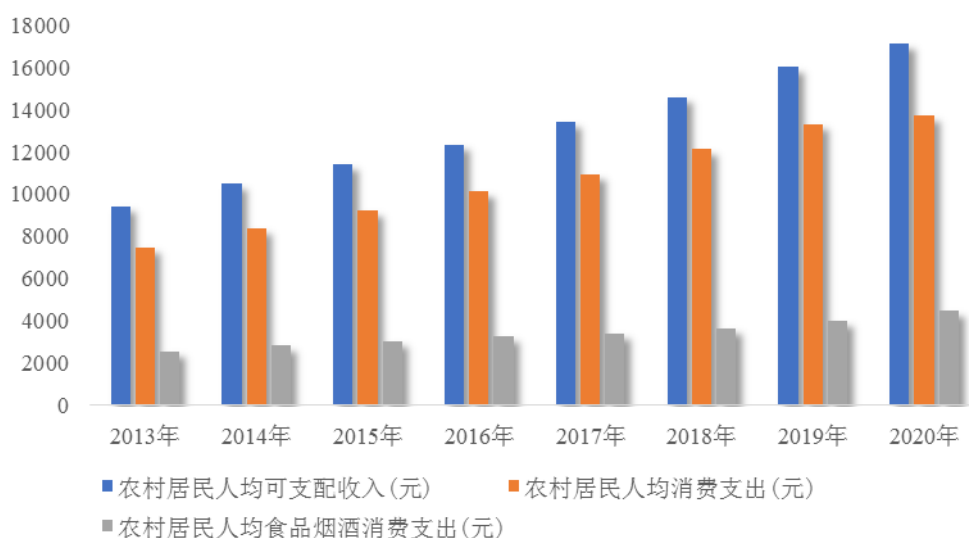
城镇居民收入与支出情况



数据来源：国家统计局

2013年以来，我国农村居民的人均可支配收入基本以每年9%-11%的速度增长，增速略高于城镇居民，至2020年人均可支配收入达17,131元，而人均消费支出约占收入的80%，其中对食品烟酒的支出约占总支出的30%-35%，随着农村居民消费结构升级，该比例略有下降，但对食品烟酒的支出金额仍呈增长趋势，至2020年人均食品烟酒的支出达4,479元。

农村居民收入与支出情况



数据来源：国家统计局

5、行业利润水平的变动趋势及变动原因

随着我国经济的持续发展、居民收入水平及消费水平的提升，居民饮料消费结构逐渐向休闲型消费转型升级。碳酸饮料、植物饮料和风味饮料因其口感、健康、安全等多元素优势，愈加得到消费者的认同和青睐。随着市场份额向优势企业集中，企业规模化、自动化不断提高，其生产成本得以有效降低。

消费者的需求因饮食、文化、地理区域的不同而有差异，同时消费者的消费习惯随着社会环境、收入、消费意识而变化。对于消费者购买能力和意识的掌握将成为增长的重要途径。

同时，随着消费者食品安全意识越来越强及消费理念的逐步提升，品牌产品逐渐成为消费者的首要选择，行业集中度进一步提升，大型企业向供应链上游的议价能力及向消费者转移原材料上涨压力的能力越来越强。龙头企业成本控制能力、规模化生产能力带来的效应逐渐显现。由于国内饮料行业市场化程度较高，竞争较为激烈，因此综合而言国内饮料行业利润基本稳定。

（五）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家政策支持及行业逐渐规范化发展

2018年的《食品安全法》指出：国家鼓励和支持开展与食品安全有关的基础研究和应用研究，鼓励和支持食品生产经营者为提高食品安全水平采用先进技术和先进管理规范；鼓励社会组织、基层群众性自治组织、食品生产经营者开展食品安全法律法规以及食品安全标准和知识的普及工作，倡导健康的饮食方式，增强消费者食品安全意识和自我保护能力；食品行业协会应当加强行业自律，按照章程建立健全行业规范和奖惩机制，提供食品安全信息、技术等服务，引导和督促食品生产经营者依法生产经营，推动行业诚信建设，推广、普及食品安全知识。《“十三五”国家食品安全规划》也明确指出：以提升食品安全治理能力、食品安全水平、食品产业发展水平和人民群众满意度为目标，全面落实企业主体责任，建立严谨的食品安全标准体系，与国际接轨。

随着食品安全相关领域认知水平的提高，特别是检测技术和现代医学的发展，残留农药、成长激素、抗生素以及各种非法添加物等物质的危害性不断被认

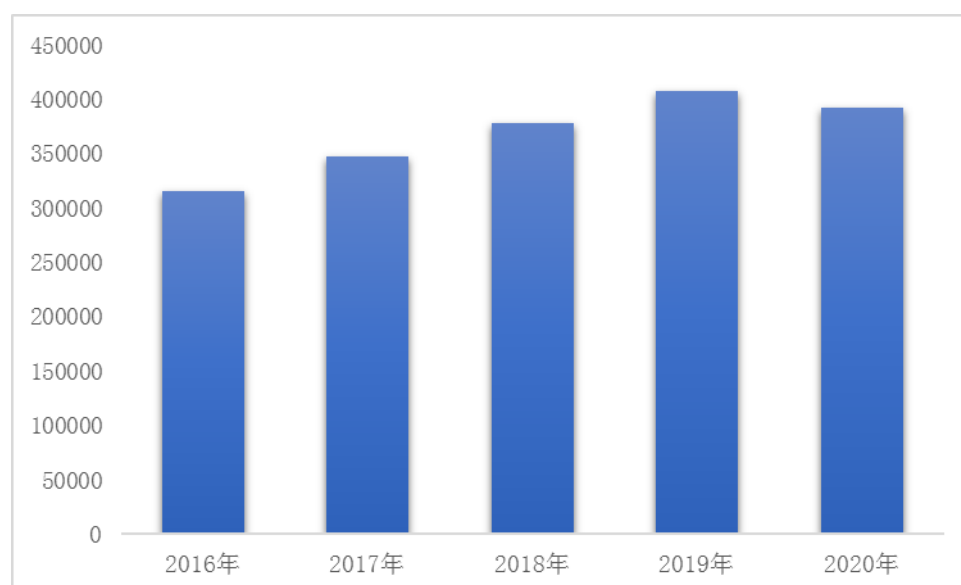
知，食品安全成为所有消费者共同关心的重要话题。我国政府高度重视食品质量和食品安全，目前，我国已基本形成了以《食品安全法》为核心的监管体系，明确各部门监管职责，督促企业增加原材料检验、生产过程动态检测、产品出厂检测等质量控制程序，加强相关部门的检验检测能力，确保食品的安全与健康。

（2）市场需求增长

随着国际经济持续增长，社会零售消费总额不断扩大。2016年至2020年，我国社会零售品零售总额增长趋势如下图所示：

2016-2020年我国社会零售品零售总额

单位：亿元

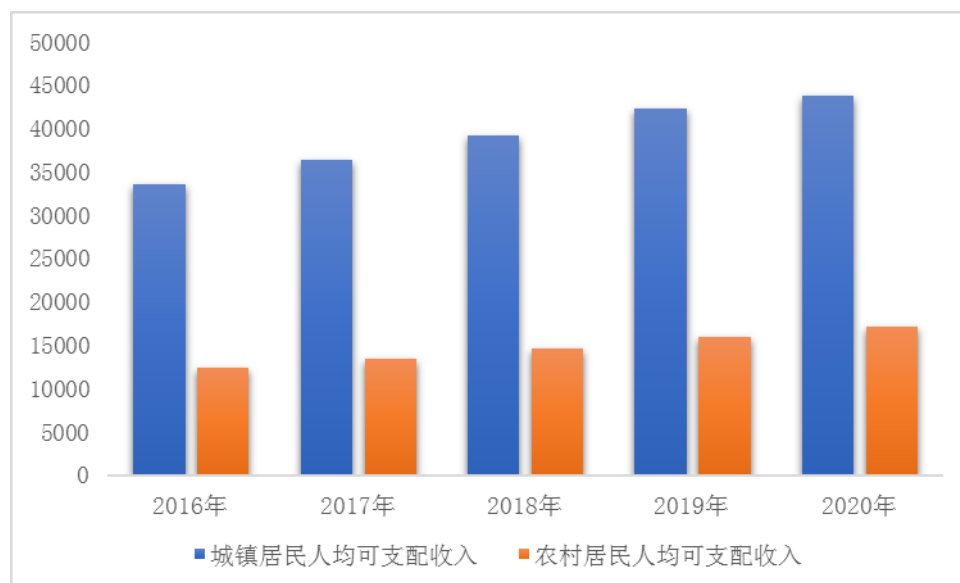


来源：国家统计局

我国饮料行业的产品主要面向国内消费市场。国家《“十三五”国家食品安全规划》将扩大内需作为重大政策导向，提出“坚持需求引领、供给创新，提高供给质量和效率，激活和释放有效需求，形成消费与投资良性互动、需求升级与供给升级协调共进的高效循环，增强发展新动能；以消费环境改善释放消费潜力，以供给改善和创新更好满足、创造消费需求，不断增强消费拉动经济的基础作用”。饮料行业的发展对我国社会零售总额的增长、拉动内需有着积极的作用。2016年至2020年，我国城镇居民及农村居民人均可支配收入增长趋势如下图所示：

2016-2020年我国城镇居民及农村居民人均可支配收入

单位：元



来源：国家统计局

随着市场经济的持续发展，生活节奏越来越快，人们更多地选择购买快捷消费饮料来丰富自己的饮食。碳酸饮料的方便快捷与植物饮料的营养健康特点正符合现代快捷健康生活的需求。

（3）技术的进步与信息化的运用加快了行业的升级

随着饮料行业不断向前发展，更多的新技术、新设备被运用到生产过程中，自动化水平显著提高，不仅提高了生产效率，减少了人工成本，还提高了产品质量，使产品呈现出更佳的色、香、味。同时，信息化的大量运用使产品销售过程更加清晰透明，有助于公司将产品的生产与销售紧密结合，根据销售情况指定生产计划，根据生产状态完善销售计划，实现生产资源与社会资源的合理分配与利用，加快行业的升级。

2、不利因素

（1）地区差异对行业的营销能力提出更高要求

我国各地区饮食口味习惯与文化差异较大，单一饮料产品难以同时满足各地区消费者的口味需求，因此各地区消费者对产品的接受度很大程度取决于企业的营销能力。饮料生产企业需深入了解各地饮食文化与消费特点，制定相应的营销策略，才能打动新的消费群体，成功开拓新的市场领域。我国各地区饮食差异对

企业营销能力提出了更高要求，对企业综合实力提出了挑战。

（2）市场竞争秩序尚待规范

目前，饮料市场参与者生产加工水平参差不齐，中小型饮料市场参与者具有资金少、规模小和生产水平低等特点，往往依靠模仿市场中流行的产品盈利，对于产品营养、口味、创新研发等深层次功能缺乏研究，导致市场中产品质量参差不齐，抄袭现象严重，严重影响了消费者对饮料产品的消费体验，市场竞争秩序尚待规范。

（六）行业特点

1、技术水平及技术特点

饮料相关技术主要包括配方设计、原材料研发、生产工艺技术改进和包装创新等方面。经过多年的积累，我国能量饮料的配方、原材料更加多样化；高温瞬时杀菌、热灌装等工艺技术日渐成熟并广泛应用，同时近年来，行业兴起了无菌冷灌装技术，产品品质更优异和稳定；产品包装根据消费者审美需求，设计日益丰富，视觉效果升级，同时考虑包装的环保、便携等。经过不断的探索，我国能量饮料产品类型更加丰富，安全性和功能稳定性提高，口感适应性更强，包装更加多元化。

目前，饮料产业处于相对成熟的阶段，行业内企业多具备自动及半自动机械设备生产线进行加工生产。近年来，日本、欧洲的食品工业器械逐渐在国内得到普及，基于日本、欧洲食品工业设备机械化与自动化程度较高，具有统一化、标准化和规范化等特征，国内少数竞争实力较强的企业开始逐渐通过引进国外先进的自动化食品工业设备用于饮料生产加工流程的核心环节，实现饮料产品的全自动化生产。

2、行业的周期性、区域性和季节性特征

（1）行业的周期性

经过多年的市场培育，碳酸饮料产品已成为市场中主流休闲消费饮品之一，植物饮料也通过其健康性特征逐渐成为主流消费饮品，消费需求稳定性较强，因此行业周期性特征不明显。

（2）行业的区域性

从消费需求的角度而言，碳酸饮料与植物饮料定位为清凉休闲饮料，主要适宜在中高温气候条件下饮用，因此不同区域的温度气候变化的时间长短对碳酸饮料和植物饮料的消费需求有较大影响。同时植物饮料产品消费需求还受经济发展水平、居民消费水平及消费习惯等因素影响。因此植物饮料消费区域性特征较为明显。

从企业生产角度而言，各个区域生产碳酸饮料与植物饮料所需原材料供应充足，考虑到产品物流运输成本，大型企业均会在不同区域设立生产工厂，以满足当地市场需求，因此，对单一生产基地而言，产品覆盖通常具有一定区域性。

（3）行业的季节性

碳酸饮料与植物饮料一般为冷饮，夏、秋生产及销售旺季，冬天为淡季，淡旺季消费量存在较大差异，具有明显的季节性特征。

（七）与上、下游行业的关联性及其影响

汽水与酸梅汤生产企业的供应商主要包括白砂糖、乌梅、三氯蔗糖、瓶盖以及包装材料等供应商。

本行业的下游为食品、饮料批发、零售行业。

1、上游行业与本行业的关联性及其影响

本行业的上游行业主要包括农副产品加工业以及包装制造业等。本行业向上述行业采购原材料，原材料成本为本行业生产成本的主要组成部分。

近年来国家对农业的扶持力度持续加强，农副产品的价格基本保持稳定。主要原材料供应充足，市场竞争充分。随着国家监管部门对食品安全及质量控制管理要求日益严格，同时消费者对食品安全要求的提高，饮料生产企业对采购原材料的质量保证是重中之重。原材料的质量控制成为饮料制造企业销售核心竞争力之一。

包装物供应商所处行业为塑料制品业、造纸业、金属包装业，市场参与者众多，市场竞争充分，供应充足。

2、下游行业与本行业的关联性及其影响

本行业的下游为食品、饮料批发、零售行业。汽水和酸梅汤饮料作为快消品，主要通过经销渠道抵达消费者。经销渠道具有经销商数量多、零售终端网点多的特点，因此本行业对单一经销商或网点没有依赖性。

汽水和酸梅汤饮料通过零售终端网点销售给消费者，消费者需求的稳定增长是本行业的生存与发展的基础，是行业长期可持续发展的保障。

橙味汽水产品具有甘甜、口感清爽等特点，尤其符合年轻消费人群口感、安全、方便、快捷的消费需求及消费理念。以碳酸饮料、植物饮料为代表的大众休闲型消费已成为消费者的主要消费诉求之一。

酸梅汤产品具有营养、健康、甘甜等特点，符合全年龄段消费人群健康、方便、安全、快捷的消费需求及消费理念。随着居民消费水平的提升及消费结构升级，酸梅汤行业将迎来更为广阔的发展空间。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人行业地位

发行人作为我国碳酸饮料的先行者，以“传承陕味文化，振兴民族品牌”为己任，秉承传统、品质至上、口味一贯，“冰峰”作为历史悠久的汽水民族品牌之一，先后获得“西安老字号”“陕西老字号”“陕西食品行业最佳人气品牌”等荣誉。历经七十余年，“冰峰”汽水品牌积淀深厚，区域基础牢固，在西部地区拥有较高的品牌知名度、美誉度和忠诚度，“凉皮、肉夹馍、再来一瓶冰峰”在民间被誉为“三秦套餐”，“这味儿很西安”“从小就喝它”的品牌形象深入人心。

（二）发行人的竞争优势与劣势

1、发行人竞争优势

（1）公司治理优势

一是公司决策层和管理层长期从事企业经营、规范意识强、管理经验丰富。通过长期磨炼和积累，公司拥有一支价值观趋同、忠诚度高、有着共同理想的稳定团队，也是公司凝聚核心竞争力的最重要资源。骨干成员敬业进取、勇于创新，

综合素质高，执行力强，具备有效实施公司战略的能力，保障公司健康高效运作。二是公司建立符合公司长远发展的股权结构，中高层管理人员、经营骨干持有公司股份，保证企业经营目标与员工目标一致，有利于公司核心团队的稳定和保障公司的长远发展。三是公司三会制度健全、执行有效，治理结构规范，决策机制和执行流程科学有效。四是公司坚持营造和谐企业文化，为公司的持续稳定发展奠定了坚实的基础。

（2）战略稳健优势

结合所在饮料行业竞争特点，发行人着眼长远，保持定力，积累实力，长期坚守稳扎稳打战略，沉稳面对寡头冲击，确保企业行稳致远，具体措施包括：一是严格执行食品安全和品质管理制度流程，防范食品安全风险。二是选择与经验丰富、管理规范、综合实力强的委外厂商合作，有效控制经营风险。三是结合自身能力和实际需求，合理配置自产和委外资源，实行适度轻资产运营模式，切实降低财务风险。四是坚持先款后货，保障现金流。五是合理利用既有资源，集中有限的人力、财力和物力，在深耕本地市场的基础上稳步拓展市场，保障销售费用投入产出率。六是结合公司资源分配和销售能力，稳妥安排新品开发和上市节奏。七是立足长远，尊重市场规律，稳步实施产品营销。

战略稳定优势体现在风险把控、产品延伸、市场拓展和财务成果等方面，具体表现在“五稳”：保持发展战略稳定、经营团队稳定，稳步拓宽销售半径、稳步推出新产品、稳步实施产品营销。

（3）品牌积淀深厚、区域基础牢固、较好的品牌美誉度

公司扎根于陕西市场，长期专注于橙味汽水、酸梅汤等产品细分领域，持续进行品牌推广，提高消费者对冰峰产品的认知度，为经销商提供强大的营销支持。经过多年积累，“冰峰”已形成区域及细分行业强势品牌，公司广告推广费用主要用于一线卫视、杂志、互联网、户外等渠道的广告投放或冠名。报告期内，公司助力央视“脱贫攻坚”线上带货，参与李佳琦、罗永浩及薇娅的线上直播带货，将“冰峰”作为陕西名片推向全国；通过小红书、抖音、朋友圈、公众号等线上渠道同步投放；与支付宝、中银联、云闪付、西安咸阳国际机场、华商报合作，全方位提升公司品牌影响力和知名度。

公司坚持质量第一，口味一贯和“小时候的味道”。公司通过传统纸媒、电视与网络媒体进行大力推广，扩大了品牌知名度，先后推出“周秦汉唐”“十二生肖”等营销理念，通过多年的努力，逐步塑造了良好的“冰峰”品牌形象。

（4）产品品质优势

为确保产品优势，公司注重采购原产地、高品质原材料，使用高成本碳化糖，保障产品品质及口感。根据制糖工艺的不同，白砂糖分为硫化糖和碳化糖。相较于硫化糖，碳化糖质量较好，生产成本相对较高，市场价格较为昂贵。公司践行原材料产区实地挑选真材实料，确保了“冰峰”系列饮料长期以来稳定的品质。

对于食品企业来说，食品安全控制及质量管理始终是可持续发展的基础和核心。公司高度重视食品安全问题，积极引进与借鉴国内外先进食品安全与质量管理的办法，不断提高产品质量。公司建立起了严格的质量安全控制体系，在供应商准入评审、采购、生产、产品出场检测等环节严格把控质量安全，强化原材料质量控制，严格遵循产品生产过程中的质量控制、质量检测措施。公司成立至今陆续通过了 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 食品安全保证体系认证。

（5）产品研发创新优势

公司不断推出符合市场大众口味的新产品，产品研发创新能力较强。2015 年，公司推出“冰峰”牌酸梅汤，革新酸梅汤配方；2016 年，公司推出“冰峰果果”果汁汽水，推出了苹果、水蜜桃与金桔柠檬三种口味；2018 年，公司推出“冰峰”摩登罐汽水酸梅汤，对酸梅汤产品进行包装革新；2019 年，公司推出“冰峰一把”牌花生露，开辟植物蛋白饮料市场；2020 年，公司推出无糖橙味汽水、低糖酸梅汤以及三大茯茶（原味茯茶、西柚茉莉茯茶，玫瑰荔枝茯茶）系列，提倡无糖解腻，有“茯”共享。2021 年，公司推出罐装白桃味汽水、PET 瓶橙味汽水。目前，公司的饮料产品种类不断丰富，满足不同消费群体的个性化消费需求。

公司自创立以来，高度重视新产品的研发及创新，制定严格规范的新品推出流程及制度。公司营销部及研发中心根据消费者口味偏好及消费心理、消费诉求变化趋势的调查，提出新产品的开发建议；公司研发中心负责研发新产品配方；新产品小范围进行试销后，由营销部负责消费者市场调研及消费者反馈；经过反

复市场测试及多方论证，正式推出新品。通过这种贴近大众消费者需求的制度，公司得以不断推出新产品，推进饮料市场的消费潮流。

2、发行人竞争劣势

第一，公司依赖经营积累，向省外市场开发的人财物资源相对不足，导致市场拓展能力受限。第二，尽管在陕西和周边地区，“冰峰”品牌基础深厚，知名度和美誉度高，但全国覆盖面不足。第三，与国内外寡头等竞争对手相比，公司竞争力不足，市场拓宽和产品延伸任务繁重。随着上市的逐步推进，公司及产品的曝光率有望快速上升，提升品牌知名度和美誉度，提高营销推广效率，逐步增强公司综合竞争力。

（三）发行人主要竞争对手

报告期内，公司在碳酸饮料市场的主要竞争对手包括百事公司、可口可乐、北冰洋和健力宝，在植物饮料市场的主要竞争对手包括康师傅、王老吉、信远斋、九龙斋。

（1）碳酸饮料市场

①百事公司。百事公司于 1919 年在特拉华州注册成立，是全球领先的食物和饮料公司，拥有“百事可乐”“美年达”“七喜”“佳得乐”“纯果乐果缤纷”“激浪”“草本乐”与“鲜果粒”等多个知名品牌。2020 年营业收入 703.72 亿美元，净利润 71.75 亿美元。

②可口可乐。可口可乐成立于 1886 年 5 月 8 日，并且在 1919 年 9 月于美国特拉华州注册。可口可乐是全球最大的饮料公司之一，拥有“可口可乐”“芬达”“雪碧”“冰露”“美汁源”等多个知名品牌。2020 年营业收入 330.14 亿美元，净利润 77.68 亿美元。

③北京北冰洋食品有限公司。公司 1980 年成立于中国北京市，是国内大型饮料企业，主要生产和销售“北冰洋”品牌饮料（未公开有关销售规模、经营状况等情况）。

④广东健力宝集团有限公司。公司成立于 1985 年，总部位于广东省佛山市，

是一家以饮料生产销售为主导产业，并涉足塑料容器制造、自贩机等相关领域的企业，拥有“健力宝”“第5季”“爱运动”“妙泡”“元动力”“爆果汽”等一系列知名品牌（未公开有关销售规模、经营状况等情况）。

（2）植物饮料市场

①康师傅控股有限公司。公司是主要从事方便面、饮品及方便食品生产及销售的中国香港投资控股公司。公司在中国从事百事非酒精饮料的制造、装罐、包装、销售及分销业务。公司的产品包括红烧牛肉面、香辣牛肉面、冰红茶、绿茶、酸梅汤及夹心饼干等。2020年营业收入676.18亿元，净利润45.74亿元。

②广州王老吉健康产业有限公司。公司成立于2012年，总部位于广东省广州市，是一家大型饮料快消企业，2012年公司经授权使用“王老吉”品牌，主要经营王老吉红罐、红瓶系列凉茶产品以及刺柠吉复合果汁饮料、椰肉椰汁、大寨核桃露等产品，2019年12月经审核认定为高新技术企业（未公开销售规模、经营状况等情况）。

③北京信远斋饮料有限公司。公司成立于1986年，总部位于北京市，为国内著名的饮料企业，主要生产和销售酸梅汤饮料产品，公司拥有“信远斋”品牌酸梅汤（未公开有关销售规模、经营状况等情况）。

④北京九龙斋饮料有限公司。公司成立于2007年，总部位于北京市，为国内著名饮料企业，主要生产和销售酸梅汤饮料产品，公司拥有“九龙斋”品牌酸梅汤（未公开销售规模、经营状况等情况）。

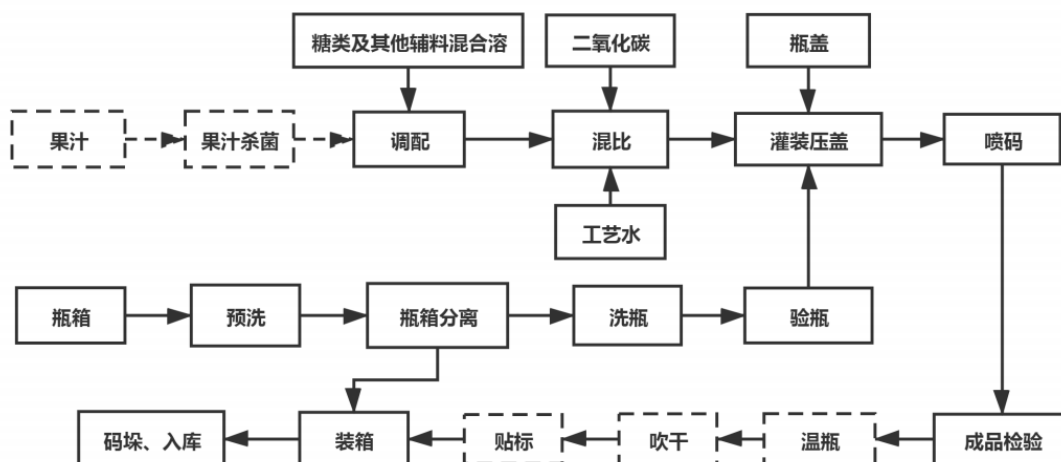
四、发行人主营业务的具体情况

（一）公司的主要产品及其用途

公司的主要产品及其用途请参见本说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况”。

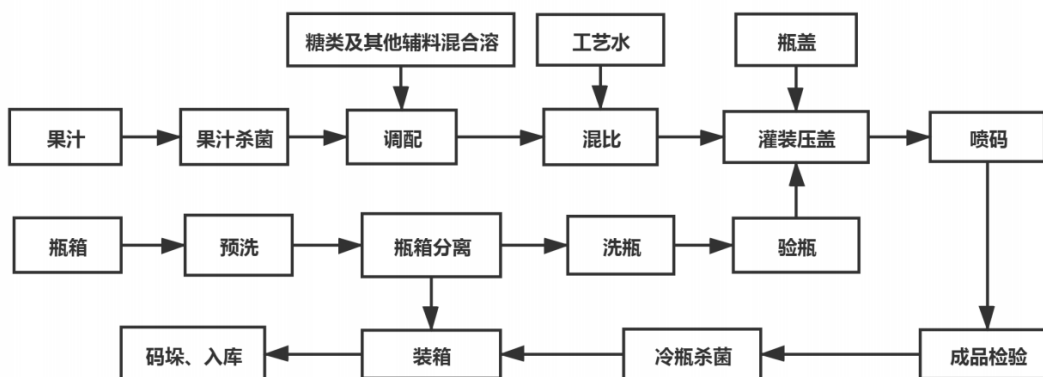
（二）主要产品的工艺流程图

1、玻璃瓶汽水工艺流程图

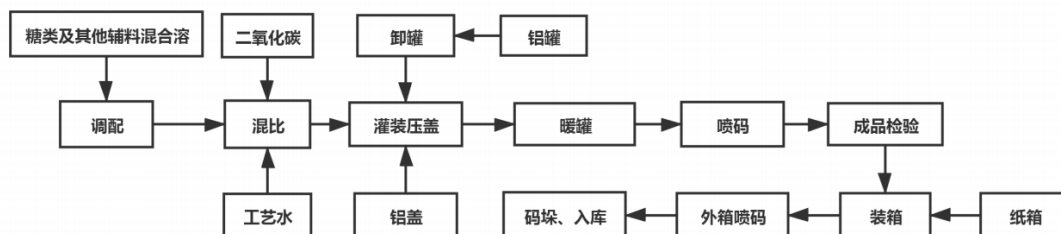


备注：虚线部分适用于玻璃瓶果汁汽水

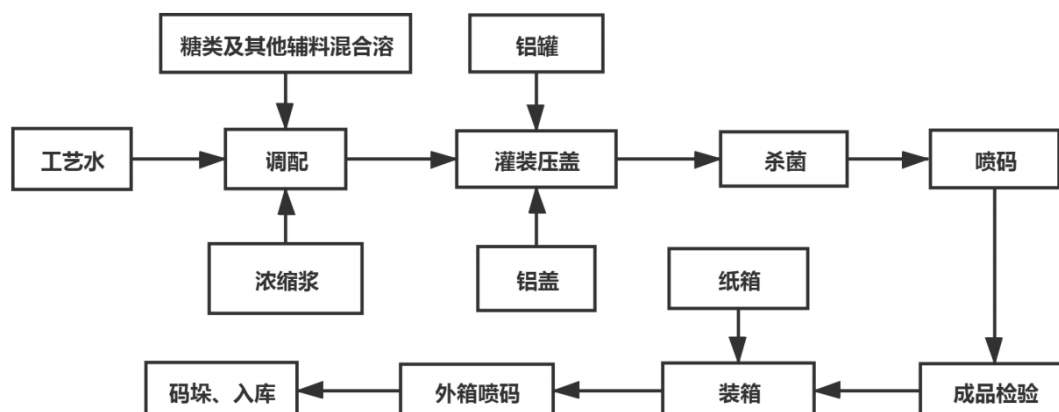
2、玻璃瓶酸梅汤工艺流程图



3、罐装汽水工艺流程图



4、罐装酸梅汤工艺流程图



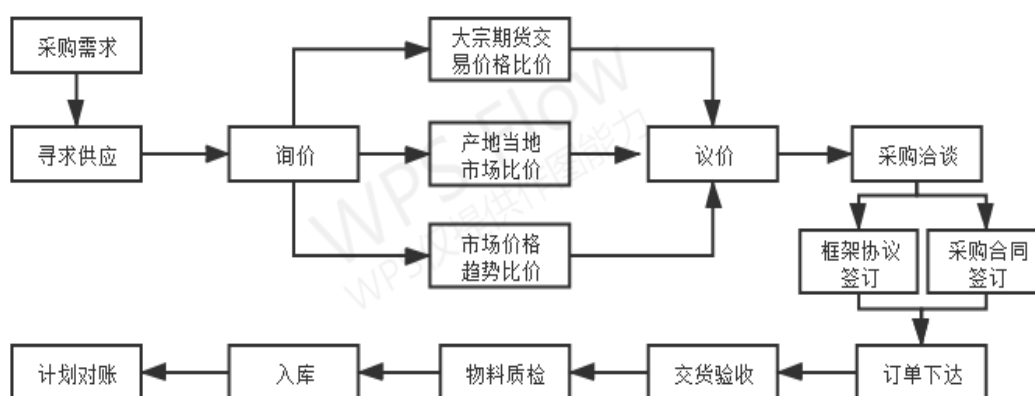
（三）公司经营模式

1、采购模式

公司采取“以销定产、以产定购”采购模式。采购部根据生产计划编制采购计划，实行批量集中采购，分别交自产及委外使用。

公司制定《采购流程管理制度》《供应商选择管理制度》《供应商评价准则》及相应流程，执行合格供应商制度，根据其综合实力、履约记录、产品质量、供货价格等，持续跟踪、更新合格供应商备选库。

具体采购流程如下：



依照公司采购制度和流程，生产部根据生产计划填报采购申请，采购部编制采购计划和合格供应商询价、比价、谈判定价、签订框架协议或采购合同；供应

商按照订单交货，采购部组织质检、验收；仓储物流部进行签收，财务部按照合同结算货款。

公司与主要供应商合作稳定，一般签署购销框架合同，明确定价方法和调价机制：一是铝铁纸玻璃制品，如易拉罐体、易拉罐盖、玻璃瓶盖、纸箱、玻璃瓶等。双方签署框架协议或采购合同，定价方法为：以铝、铁、瓦楞纸、玻璃期货价格为基础，结合加工费确定采购价，期货价格波动超过 25%-30%则调整采购价。二是干果，如乌梅、山楂、甘草等。双方签订框架协议或采购合同，定价办法为：以产区鲜果市场价为基础，结合干果加工费确定采购价。三是白砂糖及其他材料。双方签订框架协议或采购合同，适用市场价。

类别	供应商选择	采购数量的确定	合同签订	采购价格的确定
铝罐、铝盖、铁盖等金属类，纸箱，玻璃瓶	至少对比两家合格供应商	根据生产计划编制采购计划，实行批量集中采购	每年签订框架协议或采购合同	以铝、瓦楞纸、铁期货价格为基础，结合加工费确定采购价，期货价格波动超过 25%-30%则调整采购价
干果类，如乌梅、山楂、甘草等	首选产地加工商或贸易商	长期备货	每年签订框架协议或采购合同	以产区鲜果市场价为基础，结合干果加工费确定采购价
白砂糖及其他材料	主要选定行业内品牌供应商	根据生产计划编制采购计划，实行批量集中采购	每年签订框架协议或采购合同	市场价

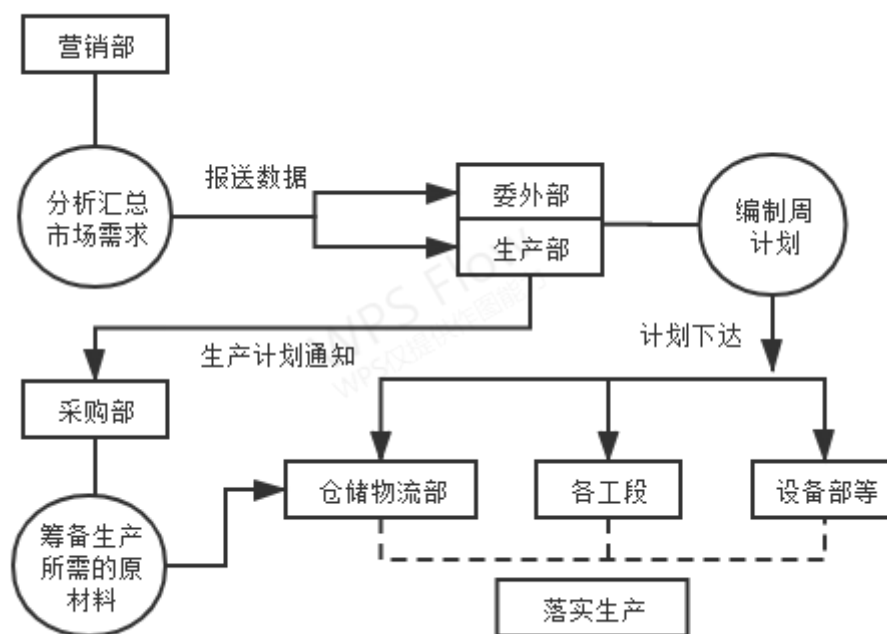
2、生产模式

(1) 自产与委外生产模式

公司“以销定产”，实行自产与委外相结合的生产模式，玻璃瓶装产品由公司自产，罐装产品委外生产。

报告期内，公司基于及时供货和控制库存原则制订生产计划。营销部根据业绩目标、月度 4 周+预计未来 2-3 月的销售需求、库存情况、订单情况，综合促销推广活动等情况，与客户经理及经销商商议，制订月度销售计划。生产部和委外部根据公司年度经营目标预备年度自产和委外产能，根据销售计划制定具体自产计划和委外计划，在周计划执行过程中，通过“1+1”周计划滚动排产及时调整进度。

委外生产用主要原材料由公司采购发往委外厂商，公司驻厂代表与委外厂商按照公司标准进行检测、验收，委外厂商负责保管，专料专用，所有权不发生转移。委外厂商按照要求完成生产后，按公司营销部要求发货。



(2) 委外加工费情况

报告期内，公司前五名委外加工厂商采购情况如下：

年度	名称	金额（元）	采购内容	占采购总额比例	是否关联方
2020年	珠海中富实业股份有限公司	18,359,623.85	罐装产品加工	12.54%	否
	陕西盛华药业有限责任公司	4,252,035.39	酸梅汤浓缩汁加工	2.90%	否
	嘉美食品包装（滁州）股份有限公司	1,439,503.22	无糖罐装产品加工	0.98%	否
	西安水务（集团）有限责任公司	58,335.94	矿泉水加工	0.04%	否
	合计	24,109,498.40		16.47%	
2019年	珠海中富实业股份有限公司	16,373,915.29	罐装产品加工	11.34%	否
	陕西盛华药业有限责任公司	6,096,156.24	酸梅汤浓缩汁加工	4.22%	否
	西安水务（集团）有限责任公司	276,480.74	矿泉水加工	0.19%	否
	湖南景湘源食品饮料有限公司	99,146.58	花生露产品加工	0.07%	否
	嘉美食品包装（滁州）股份有限公司	82,067.26	无糖罐装产品加工	0.06%	否
	合计	22,927,766.11		15.88%	

年度	名称	金额（元）	采购内容	占采购总额比例	是否关联方
2018年	珠海中富实业股份有限公司	14,303,272.22	罐装产品加工	10.47%	否
	陕西盛华药业有限责任公司	7,589,371.26	酸梅汤浓缩汁加工	5.56%	否
	嘉美食品包装（滁州）股份有限公司	1,349,693.21	无糖罐装产品加工	0.99%	否
	珠海得力道食品有限公司	546,325.88	罐装产品加工	0.40%	否
	西安水务（集团）有限责任公司	330,902.51	矿泉水加工	0.24%	否
	合计	24,119,565.08		17.65%	

注：1、西安富田食品有限公司、西安中富包装饮料有限公司均为珠海中富实业股份有限公司控制的下属全资子公司，合并披露为珠海中富实业股份有限公司。

2、孝感华冠饮料有限公司、滁州华冠饮料有限公司均为嘉美食品包装（滁州）股份有限公司控制的下属全资子公司，合并披露为嘉美食品包装（滁州）股份有限公司。

3、西安市华宝黑河源饮料食品有限责任公司、陕西禹源饮品制造有限公司均为西安水务（集团）有限责任公司控制的下属公司，合并披露为西安水务（集团）有限责任公司。

（3）委外厂商情况

报告期内，公司前五大委外加工厂商共涉及 6 家经营主体，基本情况如下：

供应商名称	注册地	股东及报告期历史股东	法定代表人	主要人员	经营范围	注册资本（万元）	成立时间
珠海中富实业股份有限公司	珠海市香洲区联峰路 780 号 3 栋	上市公司代码 000659：陕西新丝路进取一号投资合伙企业(有限合伙)（15.71%）、深圳市国青科技有限公司（11.39%）	刘锦钟	刘锦钟(董事长)、张海滨（董事、总经理）、秦弘毅（董事会秘书）、叶彩霞（财务总监）	生产和销售自产的饮料容器、瓶胚、PET 高级饮料瓶、纸杯、防冒瓶盖、纸箱、非织造布标签；上述产品同类商品及塑料及生产技术的研发；上述产品同类商品及塑料制品、化工原料（不含危险化学品）、预包装食品（非酒精饮料）、饮料包装设备及配套设备、灌装设备及配套设备、上述产品同类商品相关模具的批发、零售及进出口业务（不设店铺，不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）；自有厂房、仓库及上述产品生产设备、饮料包装设备及配套设备、灌装设备及配套设备的出租；上述产品生产设备的上门维修服务；国内货物运输代理服务；企业管理信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	128,570.25	1985/12/18
陕西盛华药业有限责任公司	陕西省韩城市西庄镇柳枝村	高民权（34%）、强会芳（34%）、程林兴、薛安潮、薛掌生、邱选民各 8%	高民权	高民权(董事长、总经理)、强会芳(副董事长)；监事：程林兴、邱选民、薛掌生	软胶囊剂的研制、开发、生产、销售（药品生产许可证有效期至 2020 年 12 月 31 日）；中草药种植；饮料（其他饮料类）的生产；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定或禁止公司经营的商品和技术除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	1,000	2001/12/6
嘉美食品包装（滁州）股份有限公司	安徽省滁州市苏州北路 258 号	上市公司代码 002969；中国食品包装有限公司（48.53%）、富新投资有限公司（12.67%）、东创投资有限公司（9.29%）	陈民	陈民（董事长、总经理）、陈强（副总经理、董事会秘书）、季中华（财务负责人）	生产金属容器、易拉罐制品，包装装潢印刷品印刷，销售本公司产品及提供售后服务。（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）	96,033.35	2011/1/26
西安水务（集团）有限责任公司	西安市曲江新区雁南路 300-9 号 A 座	西安市人民政府国有资产监督管理委员会（65.6%）、西安城市基础设施建设投资集团有限公司（34.4%）	石卫平	石卫平（董事长）、赵敏（副董事长、总经理）	一般经营项目：投资、建设和经营管理原水、自来水、污水处理及中水回用；涉水土土地储备开发；水产养殖；水利旅游；水利、热力发电；房地产开发；供水工程、污水处理工程、原水工程；中水深度加工。（未取得专项许可的项目除外）	320,089.31	2010/1/29
湖南景湘源食品饮料有限公司	湖南省郴州市桂阳县工业园芙蓉食品项目区	宁伯凤（51%）、胡继敏（49%）	宁伯凤	欧阳政（经理）、宁伯凤（执行董事）、胡继敏（监事）	茶饮料及其他饮料制造；食品饮料生产、销售及相关配套包装生产；豆类、水稻、玉米种植、豆制品加工及销售；农业技术推广；农产品收购；收购农副产品；农产品初加工活动；农产品研发；农产品、农副产品、预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售；农产品配送；鲜肉、冷却肉配送；冷链运营；冷链管理；冷链仓储；中央厨房。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	3,000	2014/3/19
珠海得力道食品有限公司	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-1643(集中办公区)	左力（28.2258%）、董国庆（21.5054%）、珠海易衡科技有限公司（13.9785%）、罗君（12.9919%）、欧阳彦（8.9624%）、胡勋（8.9597%）、何峰（5.3763%）	左力	左力（经理,执行董事）、董国庆（监事）	章程记载的经营范围：加工预包装食品（方便面，非酒精饮料）；批发兼零售：预包装食品（方便面，非酒精饮料）。（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）	3720	2013/1/14

（4）委外质量控制

A、委外厂商考核标准。公司设委外部，对委外厂商硬件、地理、产能、质量管理、储运、生产环节等进行评审，部门负责人审核，分管副总经理确认，委外部与委外厂商根据合同审批程序签订委外合同。

B、合同明确生产规范。委外合同明确双方的执行规范和标准，包括设备改造与加工、制作工艺标准及质量标准、加工订单及生产流程、原辅材料的供应、加工方式、加工损耗及核算、品质控制与品质保证、产品交付等。

C、加工订单。委外部根据销售计划和生产调配，向委外厂商发出《加工订单》，明确生产产品规格、计划数量、包装要求、生产及交货日期、交货地点等。

D、日常管理及监控。公司派遣驻厂人员落实生产计划的进度，以保证包装生产的完成时间与完成质量，对委外厂商进行日常巡检，及时报告委外部。公司驻厂人员每月对委外厂商仓库归属于公司的原辅料、包装物和成品进行核对形成核对表，双方签字。日常委外生产现场检查维度包括但不限于包材、生产现场环境卫生、设备（清洁、CIP 清洁）、配料（铺料点检、调配等）、产品罐身检查、工艺水检查、生产异动情况等。

E、投诉及质量监控。公司设立质量投诉反馈制度，如出现客户或销售端异常投诉，公司将对投诉批次产品进行查验考核，出现问题的产品将会被隔离待检。待检验产品如出现不良率大于 0.01% 则全部翻检，如出现重大质量事故，委外厂商按合同承担责任。委外厂商按照“先进先出”使用原材料和安排成品出仓。

（5）委外生产用料和成品管理

A、流程。委外主要原辅材料和全部包装材料由公司统一提供；根据与委外厂商签订的合同，公司将委外生产用料于生产日前 3 日内送至委外厂商仓库，委外厂商仓库进行核查验收。委外生产用料所有权均属于公司。

B、委外原材料、产成品的管理情况。公司派遣驻厂人员对物料进行监控，关注各生产物料数量是否能够满足生产需要，与委外厂商仓管人员核对数量，监控物料状态，核对包材版面，督促物料及时入库。如遇有特殊储存要求的物料，驻场人员必须落实该物料的仓储条件。在原、辅物料和包装材料更换时，驻厂人员需做好记录，并留样；发生异常情况时，要先进行评估并及时上报。此外，驻

场人员必须不定期检查委外厂商库房的储存环境，要求洁净、干燥、通风，跟进落实对蚊虫、老鼠等有害动物的防护措施。生产结束后次日，驻厂人员会同委外厂商库管对公司的物料盘点，确认库存数量。

（6）委外加工的业务模式不涉及关键技术，对委托加工企业不存在依赖

公司部分产品委外生产按照公司提供的质量标准、检验方法进行检验，公司对其检验过程进行驻厂监控。产品配方是公司核心技术。公司在委托加工企业生产的过程中，自行采购主要原材料，按产品配方配比后提供至委外厂商进行生产，产品配方保密。同时，公司与委外厂商签署的合同中就知识产权保护和保密的相关内容进行了明确约定。报告期内，公司与委托加工企业不存在知识产权方面的重大问题或纠纷。

（7）委外加工不影响公司资产、技术的完整性和业务的独立性

公司产品部分自产、部分委外加工，其中，委外加工主要内容为灌装工序，完工后由公司收货进行销售。我国饮料灌装领域竞争充分、产能充足，委外加工不影响公司资产、技术的完整性和业务的独立性。

3、销售模式

（1）销售模式

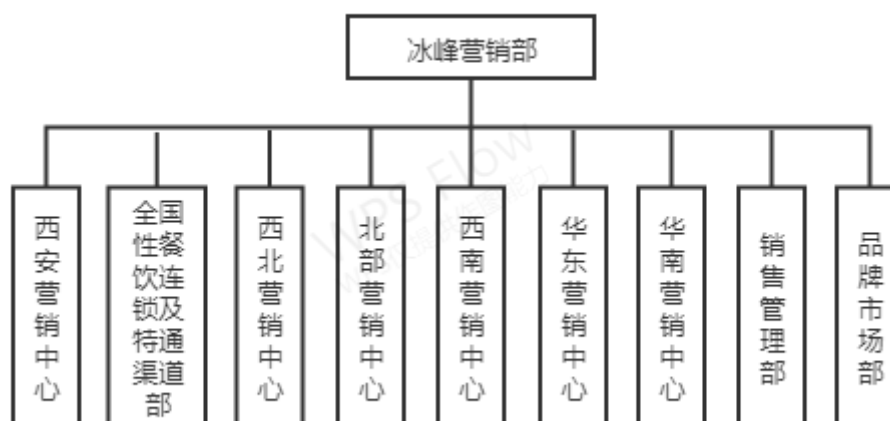
公司销售模式包括经销模式和直销模式。经销模式下，公司将产品销售给经销商，再由经销商销售给零售终端商，最后由零售终端商销售给消费者。直销模式下，公司通过全国性餐饮连锁及特通渠道、电商平台渠道、零星销售进行直销。公司销售以经销模式为主，直销收入金额比例较小。公司销售渠道体现“下沉、小额、分散”特征，销售模式稳定、有效。

（2）销售管理架构

在公司的发展过程中，逐渐形成以西安、西北、北部、西南、华东、华南六大区域为代表的营销中心，以全国连锁型餐厅特殊渠道、网络销售平台为代表的业务部。其中西安营销中心同时兼任了总部销售管理与区域销售管理的职责，总部销售管理除了对各区域进行统筹管理外，还在合同签订、市场管理、绩效、订

单等方面进行制订与推行。各区域销售中心主要与辖区内经销商进行商务谈判、销售渠道建设、产品追踪及后续服务。

公司销售管理部门组织架构



(3) 经销网络

公司制订经销商分级标准如下：

经销商分级	分级标准
A 级	年采购额 1000 万元以上，经营冰峰系列全品项产品，拥有库容不低于 5000 箱库房面积等。
B 级	年采购额 500 万元以上，经营冰峰系列全品项产品，拥有库容不低于 3000 箱库房面积等。
C 级	年采购额 200 万元以上，经营冰峰系列全品项产品，拥有库容不低于 2000 箱库房面积等。
D 级	年采购额 200 万元以下，经营冰峰系列全品项产品，拥有库容不低于 1500 箱库房面积等。

报告期各期末，经销商分级情况如下：

经销商分级	2020 年	2019 年	2018 年
A 级	4 家	2 家	4 家
B 级	8 家	7 家	6 家
C 级	28 家	28 家	22 家
D 级	329 家	245 家	220 家

(4) 报告期内经销商变动情况

项目	2020 年	2019 年	2018 年
期初（家）	282	252	230

项目	2020年	2019年	2018年
新增（家）	95	86	45
退出（家）	8	56	23
期末（家）	369	282	252

报告期内，发行人对经销商的平均销售额及可比公司情况如下：

单位：家、万元

项目	2020年	2019年	2018年
经销商数量	369	282	252
发行人平均销售额	81.63	99.93	107.72
东鹏饮料平均销售额	300.38	329.99	262.49
养元饮品平均销售额	215.32	378.55	422.15
均瑶健康平均销售额	63.24	95.03	91.25

注：均瑶健康平均销售额计算口径为：2020年为经销收入/经销商数量，2018-2019年为招股说明书披露的主要产品经销商的平均销售收入。以上数据均来自公开资料及计算所得。

报告期内，2019年度和2020年度，经销商家数较上年增加22.91%和11.54%的情况下，经销商平均销售额只较上年减少15.54%和4.17%，即新进经销商家数增长率较高，拉低了经销商平均销售额。经销商的经营业绩，同样需要多年积累逐步提升。与此同时，公司持续坚持稳健经营，积极拓展经销网络，经营业绩稳步提升。

由上表可见，报告期内，发行人与上述可比公司的经销商年均销售额变动趋势不存在异常情况。

新增、退出和持续合作经销商采购情况如下：

单位：元、%

项目	2020年度	2019年度	2018年度
新增经销商采购额	14,178,479.77	11,636,588.18	5,572,832.30
占比	4.71	4.13	2.05
退出经销商采购额	2,040,379.28	4,894,359.61	2,398,453.93
占比	0.68	1.74	0.88
持续合作的经销商采购额	285,035,755.64	266,607,248.80	263,739,595.73
占比	94.63	94.61	97.15

注1：持续合作是指报告期内一直存在业务往来交易的情形；

注2：2018年度新增且当年退出的经销商为13家，采购金额236,763.56元。2019年度

新增且当年退出的经销商为 31 家，采购金额 1,327,285.43 元。2020 年度新增且当年退出的经销商为 1 家，采购金额 28,960.18 元。

报告期内，持续合作的经销商采购额占比均达 95% 左右，经销商与公司合作持续性良好，经销模式具有稳定性。

（5）报告期内前十大客户及变化情况

A、经销模式下各期前十大客户

年份	客户名称	采购额（元）	占经销收入比例
2020 年	西安创亿达商贸有限公司（注 1）	16,156,546.02	5.36%
	西安羊腾商贸有限公司	13,603,638.76	4.52%
	西安美翔商贸有限公司（注 2）	12,494,540.88	4.15%
	咸阳金盛禾商贸有限公司	12,280,942.04	4.08%
	西安市未央区荣欣欣百货商店（注 3）	10,815,570.95	3.59%
	渭南市秦羹源商贸有限公司	10,521,732.03	3.49%
	西安白马饮料销售有限公司（注 4）	10,089,038.58	3.35%
	西安市莲湖区超超饮料批发部	8,321,907.04	2.76%
	陕西西果商贸有限责任公司	5,797,580.57	1.92%
	西安市阎良区思祺商行	5,632,225.89	1.87%
	合计	105,713,722.76	35.09%
2019 年	渭南市秦羹源商贸有限公司	14,045,397.43	4.98%
	西安创亿达商贸有限公司（注 1）	13,858,024.46	4.92%
	西安羊腾商贸有限公司	11,020,599.12	3.91%
	西安美翔商贸有限公司（注 2）	10,745,307.25	3.81%
	西安市未央区荣欣欣百货商店（注 3）	9,605,611.68	3.41%
	西安市莲湖区超超饮料批发部	6,657,379.83	2.36%
	西安白马饮料销售有限公司（注 4）	6,079,749.35	2.16%
	西安德欣商贸有限公司	5,791,195.03	2.05%
	陕西西果商贸有限责任公司	5,409,130.47	1.92%
	陕西天天向上商贸有限公司	4,449,331.75	1.58%
	合计	87,661,726.37	31.11%
2018 年	西安创亿达商贸有限公司（注 1）	16,642,266.67	6.13%
	西安美翔商贸有限公司（注 2）	12,633,969.49	4.65%
	渭南市秦羹源商贸有限公司	12,573,333.85	4.63%

年份	客户名称	采购额（元）	占经销收入比例
	西安白马饮料销售有限公司（注4）	11,467,624.31	4.22%
	西安羊腾商贸有限公司	11,397,673.01	4.20%
	西安市未央区荣欣欣百货商店（注3）	8,859,263.49	3.26%
	西安市莲湖区超超饮料批发部	7,539,256.86	2.78%
	陕西万事兴糖酒有限公司	6,438,299.20	2.37%
	西安市莲湖区惠洋烟酒商店	5,679,693.95	2.09%
	汉中市汉台区宏桥商贸有限公司	4,964,559.91	1.83%
	合计	98,195,940.74	36.17%

注1：西安创亿达商贸有限公司、西安市雁塔区奇鑫酒水饮料副食批发部为同一实际控制人控制，合并披露为西安创亿达商贸有限公司；

注2：西安美翔商贸有限公司、陕西蜀利商贸有限公司、西安市未央区荣士杰百货商店为同一实际控制人控制，合并披露为西安美翔商贸有限公司；

注3：西安市未央区荣欣欣百货商店、鲁秦经销部为同一实际控制人控制，合并披露为西安市未央区荣欣欣百货商店。

注4：西安白马饮料销售有限公司、陕西感谢有你商贸有限公司为同一实际控制人控制，合并披露为西安白马饮料销售有限公司。

B、直销模式下各期前十大客户

报告期内，公司直销收入约占主营业务收入的3%，其中，前十大直销客户合计金额分别为445.66万元、313.74万元和359.13万元，占主营业务收入比例分别为1.56%、1.04%和1.09%，份额极小。

(6) 经销模式运行方式

A、交易流程

公司与经销商签订经销合同，主要采用先款后货方式进行结算。经销商支付货款、提交订单，公司审核确认后开销售单安排自提或委外发货。玻璃瓶装产品以自提为主，经销商承担运费；罐装产品由公司负责送货，承担运费。

B、选择标准

发行人选择经销商主要考虑以下因素：一是实力优先原则。发行人选择有实力、熟悉当地情况、有长期合作前景的公司、个体工商户或个人作为经销商。二是优胜劣汰原则。经销商未按经销合同完成最低销售指标或严重违反合同义务，公司可按合同约定取消其代理资格。

C、区域管理

一是发行人与经销商签订区域独家代理合同，发行人承诺在特定区域内不再授予第三方特定品牌产品经销代理权，经销商承诺不在授权以外的区域销售代理产品。二是公司实施监督，对窜货经销商发函警告、停货甚至取消代理权。

D、经销管理

公司经销管理主要包括：

a.开户管理。公司设立经销商评估和开户制度。对经销商资质和条件充分核查及签订经销合同后，按照《开户流程表》《撤户流程》为其开启销售专项户。

分类	分类标准
新开用户	签订公司销售合同不足半年，销售网点未达到合同约定。
常态用户	签订公司销售合同，连续经营公司产品3年以上，铺货率90%以上，销售网络稳定，库房、车辆、人员等无异常状况。
滞长客户	经营公司产品3年以上，销量无明显增长，客户逐渐减少等。
清户	放弃公司经营或经营中未通过公司考核。

b.对账管理。营销部内设营业室，专门对各销售区域实施经销商履约管理。营业室定期汇总经销商往来账明细提供给销售服务专员，由渠道及区域经理与销售服务部专员核对经销商往来账明细并查找异议。大区经理每月定期检查与经销商的往来账目。区域及渠道经理与经销商通过多种形式核对往来账明细，所有往来对账单要求经销商以书面签字盖章或短信、微信等形式确认，预防呆账、坏账或返利、销售费用核销不到位的情形出现。

c.库存管理。公司业务经理每月定期对经销商进行走访，掌握产品动销、流转和库存情况，针对问题与大区经理商讨动销措施，或提请公司分管销售领导采取措施。动销措施包括对产品的分类及库存管理、促销、陈列、地推活动等。

d.价格管理。经销商按照公司报价表进行经销，督促零售商按照零售指导价进行销售。公司的电商及自营平台售价与线下终端的指导价格一致，防止倒货、跨区域窜货。代销电商收取代销佣金。

E、推广支持

a.广告支持。公司持续进行品牌推广，提高消费者对“冰峰”产品的认知度，

为经销商提供强大的营销支持。公司的广告推广费用主要用于一线卫视、杂志、互联网、户外等渠道的广告投放或冠名。

b.辅导支持。经销商开业之初，公司安排专人进行辅助，协助经销商掌握铺货、促销活动推广、业务技巧。通过开展不定期的走访、座谈会、经销商会、商品发布会及乡镇行活动，指导经销商优化店面布置、了解客情、产品陈列及库存盘点等，督促经销商遵守价格体系，避免出现窜货、倒货、砸价等。

c.销售激励。公司对经销商进行考核返利、附带销售赠品奖励和陈列奖励。

报告期内，各区域经销商返利情况如下：

单位：元

区域	2020年	2019年	2018年
陕西	7,624,757.96	11,284,582.69	2,616,627.42
华南地区	228,923.90	498,784.96	102,413.79
华北地区	244,877.87	519,560.18	202,362.06
华中地区	146,372.11	369,899.12	108,100.00
华东地区	257,075.66	505,515.05	128,448.28
西北地区	153,832.84	692,161.94	164,744.80
西南地区	31,603.09	337,082.31	15,000.00
东北地区	20,750.00	83,767.25	19,137.93
合计	8,708,193.43	14,291,353.50	3,356,834.28

公司返利包括季度返利和年度返利，分别按季度业绩和年度业绩考核发放。报告期内，发行人的返利金额存在一定的波动，主要原因是：2018年经销商年度销售规模未达预期，不存在年度返利，返利总额较小。2019年度销售情况良好，季度返利和年度返利均正常发放。在形成良好销售形势的基础上，公司适当微调返利政策，2020年返利总额较2019年有所减少。

（四）主要产品的生产和销售情况

1、公司主要产品的产能产量情况

报告期内，主要产品为“冰峰”玻璃瓶橙味汽水、罐装橙味汽水、玻璃瓶酸梅汤、罐装酸梅汤。其中，罐装饮料由委外厂商生产，市场产能供应充足；玻璃瓶装饮料自产，存在产能瓶颈。

饮料适宜即产即销即饮，公司避免淡季生产囤积于旺季销售。报告期内，发行人拥有 24000 瓶/小时、18000 瓶/小时两条生产线，2020 年旺季（5-9 月）产能利用率达 101.26%（扣除生产线维修保养用时后每天 24 小时运行），产能瓶颈现象突出，生产设备、工人均处于高负荷工作状态，旺季经常出现供不应求的情况。公司自产产能利用率如下：

	项目	2020 年	2019 年	2018 年
全年（1-12 月）	设计产能（瓶）	278,208,000	278,208,000	278,208,000
	实际产量（瓶）	167,517,844	154,798,900.00	158,141,700.00
	产能利用率（%）	60.21	55.64	56.84
旺季（5-9 月）	设计产能（瓶）	115,920,000	115,920,000	115,920,000
	实际产量（瓶）	117,394,664	95,689,100	101,182,196
	产能利用率（%）	101.26	82.55	87.29

2、公司主要产品的产销率情况

主要产品	项目	2020 年	2019 年	2018 年
瓶装橙味汽水	实际产量（瓶）	133,977,192.00	146,279,448.00	154,681,344.00
	销量（瓶）	134,208,696.00	146,231,184.00	155,323,224.00
	产销率（%）	100.17	99.97	100.41
瓶装酸梅汤	实际产量（瓶）	26,031,336.00	1,651,656.00	-
	销量（瓶）	25,394,448.00	1,417,584.00	-
	产销率（%）	97.55	85.83	-
罐装橙味汽水	实际产量（罐）	120,078,408.00	106,087,704.00	99,080,832.00
	销量（罐）	117,230,392.00	105,164,184.00	98,601,462.00
	产销率（%）	97.63	99.13	99.52
罐装酸梅汤	实际产量（罐）	15,746,880.00	15,571,848.00	15,176,568.00
	销量（罐）	14,728,236.00	16,093,740.00	15,609,642.00
	产销率（%）	93.53	103.35	102.85

报告期内，公司实行“以销定产”，保持产销平衡。

3、公司主要产品的销售收入情况

报告期内，公司销售收入按销售渠道、区域构成情况详见第十一节“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”的相关内容。

4、主要产品销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品销售价格变动情况如下。

项目	2020年	2019年	2018年
玻璃瓶橙味汽水	19元/箱(24*200ml)	18元/箱(24*200ml)	17元/箱(24*200ml)
罐装橙味汽水	50元/箱(24*330ml)	50元/箱(24*330ml)	50元/箱(24*330ml)
罐装酸梅汤	75元/箱(24*310ml)	75元/箱(24*310ml)	72元/箱(24*310ml)

报告期内，发行人主要产品的出厂价格稳定。

5、前五名客户的销售情况

报告期内，公司前五名客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	销售收入（元）	占主营业务收入比例
2020	1	西安创亿达商贸有限公司（注1）	16,156,546.02	4.88%
	2	西安羊腾商贸有限公司	13,603,638.76	4.11%
	3	西安美翔商贸有限公司（注2）	12,494,540.88	3.78%
	4	咸阳金盛禾商贸有限公司	12,280,942.04	3.71%
	5	西安市未央区荣欣欣百货商店（注3）	10,815,570.95	3.27%
			合计	65,351,238.65
2019	1	渭南市秦羹源商贸有限公司	14,045,397.43	4.68%
	2	西安创亿达商贸有限公司（注1）	13,858,024.46	4.62%
	3	西安羊腾商贸有限公司	11,020,599.12	3.67%
	4	西安美翔商贸有限公司（注2）	10,745,307.25	3.58%
	5	西安市未央区荣欣欣百货商店（注3）	9,605,611.68	3.20%
			合计	59,274,939.94
2018	1	西安创亿达商贸有限公司（注1）	16,642,266.67	5.84%
	2	西安美翔商贸有限公司（注2）	12,633,969.49	4.43%
	3	渭南市秦羹源商贸有限公司	12,573,333.85	4.41%
	4	西安白马饮料销售有限公司	11,467,624.31	4.02%
	5	西安羊腾商贸有限公司	11,397,673.01	4.00%
			合计	64,714,867.33

注1：西安创亿达商贸有限公司、西安市雁塔区奇鑫酒水饮料副食批发部为同一实际控制人控制，合并披露为西安创亿达商贸有限公司；

注2：西安美翔商贸有限公司、陕西蜀利商贸有限公司、西安市未央区荣士杰百货商店为同一实际控制人控制，合并披露为西安美翔商贸有限公司；

注3：西安市未央区荣欣欣百货商店、鲁秦经销部为同一实际控制人控制，合并披露为

西安市未央区荣欣欣百货商店。

报告期内，公司主要采取经销方式，根据多项标准甄选经销商，销售收入前五大的客户均为经销商，亦未发生较大变化。公司主要经销商基本稳定，不存在客户过于集中的情形。

公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东未在上述客户中拥有权益，不存在关联关系和重大关联交易的情况以及其他利益安排。

报告期内，公司前五大销售客户相对稳定，具体情况如下：

(1) 渭南市秦羹源商贸有限公司

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	法定代表人	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
许可经营项目：一般经营项目：日用百货、预包装食品、冷饮、瓶装酒的销售及网上销售；商品陈列展览服务，举办会展，承接会议。（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）	销售	冰峰系列产品	2014/08/15	100 万元	张军 (6121281969 *****)	陕西省渭南市高新技术产业开发区万国商城商业街 8 号	张军	监事：朱军波 经理：张军

注：此张军与发行人实际控制人张军非同一人。

(2) 西安创亿达商贸有限公司

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	法定代表人	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
食品、日用百货的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	销售	冰峰系列产品	2017/05/08	100 万元	祝奇	陕西省西安市雁塔区东仪路 173 号锦江木器厂院内	祝奇	执行董事：祝奇 监事：祝全忠 总经理：陈欢

(3) 西安羊腾商贸有限公司

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	法定代表人	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
许可经营项目：预包装食品的 sales。（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）一般经营项目：建筑材料（除木材）的销售。（以上经营范围除国家规定的专控及前置许可项目）	销售	冰峰系列产品	2015/05/29	50 万元	郭云峰	西安市高新区甘家寨东一排 17 号楼 4 单元门面	郭云峰	执行董事兼总经理：郭云峰 监事：田军

(4) 西安白马饮料销售有限公司

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	法定代表人	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
许可经营项目：预包装食品的批发及零售；普通货物运输。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营	销售	冰峰系列产品	2015/10/19	50 万元	解江平	西安市灞桥区席王街办何家街村村委会办公楼	解江平	执行董事兼总经理：解江平 监事：李小娟

(5) 咸阳金盛禾商贸有限公司

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	法定代表人	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
预包装食品兼散装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）、日用品的批发兼零售；劳保用品、五金交电、电子产品、通讯设备、电线电缆、装潢材料、文体用品、办公用品、办公设备、服装服饰、鞋帽、玩具的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	销售	冰峰系列产品	2016/11/23	300 万元	王秋香	陕西省咸阳市渭城区抗战南路西侧双保御水苑 3 幢 1 单元 21 层 12102 号	王秋香（100%）； （范郑辛曾持股 30%，2021 年 5 月退出）	执行董事兼总经理：王秋香 监事：张乐 （范郑辛曾任监事，2021 年 5 月退出）

(6) 西安市未央区荣欣欣百货商店

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	经营者	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
许可经营项目：预包装食品销售。一般经营项目：日用百货零售。（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营）	销售	冰峰系列产品	2012/02/13	1 万元	王军梅	西安市未央区汉城街办店子村 108 号副 1 号	王军梅	经营者：王军梅

(7) 西安美翔商贸有限公司

经营范围	购买货物用途	销售的主要产品	成立时间	注册资本	法定代表人	注册地	股东及报告期历史股东	董监高及报告期历史董监高
一般项目：劳动保护用品销售；食用农产品零售；新鲜水果零售；新鲜蔬菜零售；鲜肉零售；鲜蛋零售；谷物销售；豆及薯类销售；针纺织品及原料销售；化妆品零售；日用品销售；家用电器销售；个人卫生用品销售；厨具卫具及日用杂品零售；电线、电缆经营；文具用品零售；建筑装饰材料销售；五金产品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；皮革销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；医用口罩零售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；医护人员防护用品零售；母婴用品销售；网络技术服务；餐饮管理；酒店管理；市场营销策划；企业形象策划；会议及展览服务；信息技术咨询服务；集装箱租赁服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；工程管理服务；工程和技术研究和试验发展。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：食品经营（销售预包装食品）；食品经营；保健食品销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；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）	销售	冰峰系列产品	2011/04/20	60万元	赵彩霞	西安市莲湖区大白杨南路4号西楼3单元3层	赵彩霞（66.67%）； 余曼丽（33.33%）	执行董事兼总经理：赵彩霞 监事：余曼丽

（五）主要产品的原材料和能源及其供应情况

报告期内，公司耗用主要原材料包括易拉罐体、白砂糖、易拉罐盖、乌梅和纸箱等，能源包括水、电和天然气。

1、主要原材料及能源耗用占成本的比例

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	耗用金额	成本占比	耗用金额	成本占比	耗用金额	成本占比
易拉罐体	40,366,366.40	22.95	35,600,499.38	24.26	33,399,428.66	23.43
白砂糖	30,190,357.34	17.16	27,713,687.58	18.89	30,246,087.82	21.21
浓缩汁	12,679,539.52	7.21	13,026,399.77	8.88	13,037,138.33	9.14
易拉罐盖	11,468,576.73	6.52	10,136,108.46	6.91	9,623,680.66	6.75
纸箱	7,997,021.78	4.55	7,990,208.92	5.45	8,342,753.72	5.85
水	1,196,923.08	0.68	1,105,942.59	0.75	915,783.06	0.64
电	1,723,745.29	0.98	1,721,644.12	1.17	1,606,366.58	1.13
天然气	2,214,985.87	1.26	1,625,080.95	1.11	1,263,046.71	0.89
合计	107,837,516.01	61.30	98,919,571.77	67.41	98,434,285.54	69.04
主营业务成本	175,923,821.98		146,738,544.02		142,579,089.82	

注：浓缩汁是由发行人采购乌梅、山楂、甘草委外加工制成。

2、主要原材料及能源采购情况

单位：元

采购项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
易拉罐（个）	138,137,299.00	38,523,720.67	127,098,796.00	36,584,285.13	117,279,630.00	33,546,665.34
白砂糖（kg）	5,063,850.00	26,628,833.54	6,556,000.00	34,218,707.55	6,108,448.00	32,764,073.19
易拉罐盖（个）	139,415,398.00	13,064,934.83	127,135,380.00	10,418,792.60	115,758,406.00	9,508,581.97
纸箱（个）	6,032,590.00	8,019,930.82	5,542,752.00	8,129,136.15	5,105,533.00	8,496,900.27
乌梅（kg）	149,600.00	4,881,284.42	207,707.00	5,786,978.38	210,350.00	6,420,376.37
水（吨）	210,230.00	1,196,923.08	194,250.00	1,105,942.59	160,850.00	915,783.06
电（度）	3,101,160.00	1,723,745.29	2,974,695.00	1,721,644.12	2,807,535.00	1,606,366.58
天然气（m ³ ）	1,051,706.10	2,214,985.87	845,000.00	1,625,080.95	600,000.00	1,263,046.71
合计		96,254,358.52		99,590,567.47		94,521,793.49

2020 年度，公司白砂糖、乌梅采购金额有所减少，主要是部分耗用上年末库存所致。

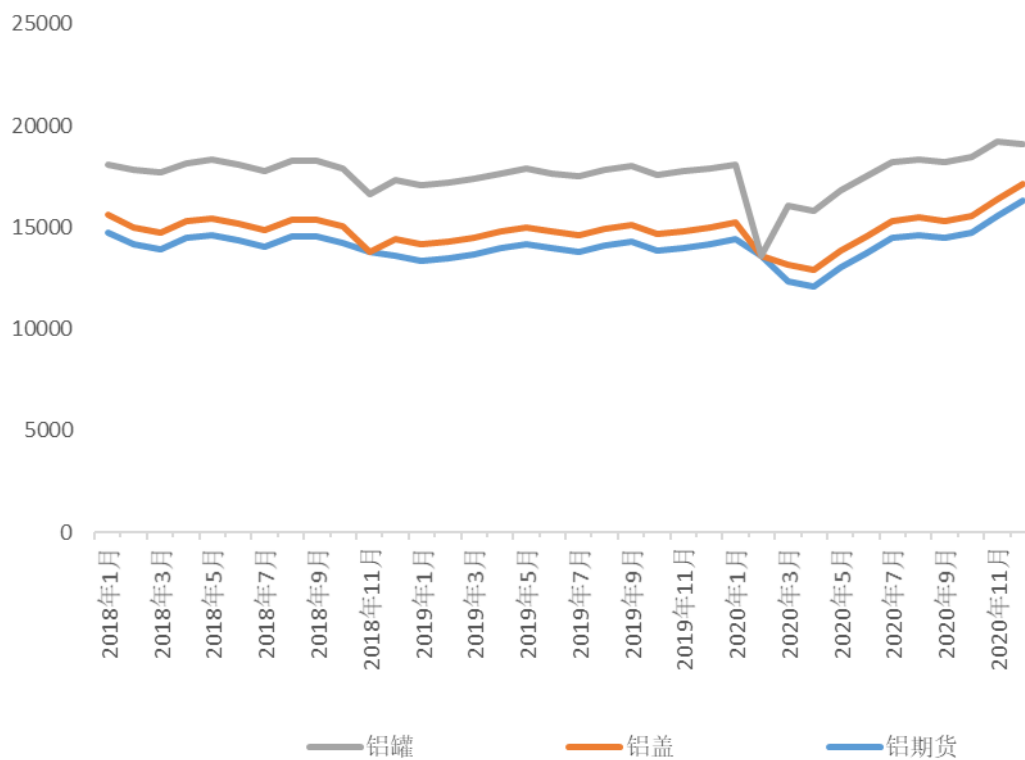
3、主要原材料及能源价格波动情况

类别	2020 年		2019 年		2018 年
	采购均价	变动率%	采购均价	变动率%	采购均价
易拉罐（元/个）	0.28	-3.45	0.29	-	0.29
白砂糖（元/kg）	5.26	0.77	5.22	-2.61	5.36
易拉罐盖（元/个）	0.09	12.50	0.08	-	0.08
纸箱（元/个）	1.33	-9.52	1.47	-11.45	1.66
乌梅（元/kg）	32.63	17.12	27.86	-8.72	30.52
水（元/吨）	5.69	-	5.69	-	5.69
电（元/度）	0.56	-3.45	0.58	1.75	0.57
天然气（m ³ ）	2.11	9.90	1.92	-9.00	2.11

报告期内，公司水、电、天然气由市政部门提供，价格波动是用电峰谷或新冠疫情期间政府优惠政策所致。其他主要原材料价格波动情况及原因如下：

（1）易拉罐体、易拉罐盖

易拉罐体、易拉罐盖均为铝制品，其市场定价基础为铝锭期货价。报告期内，铝锭期货与公司采购铝制品价格对比走势图如下：

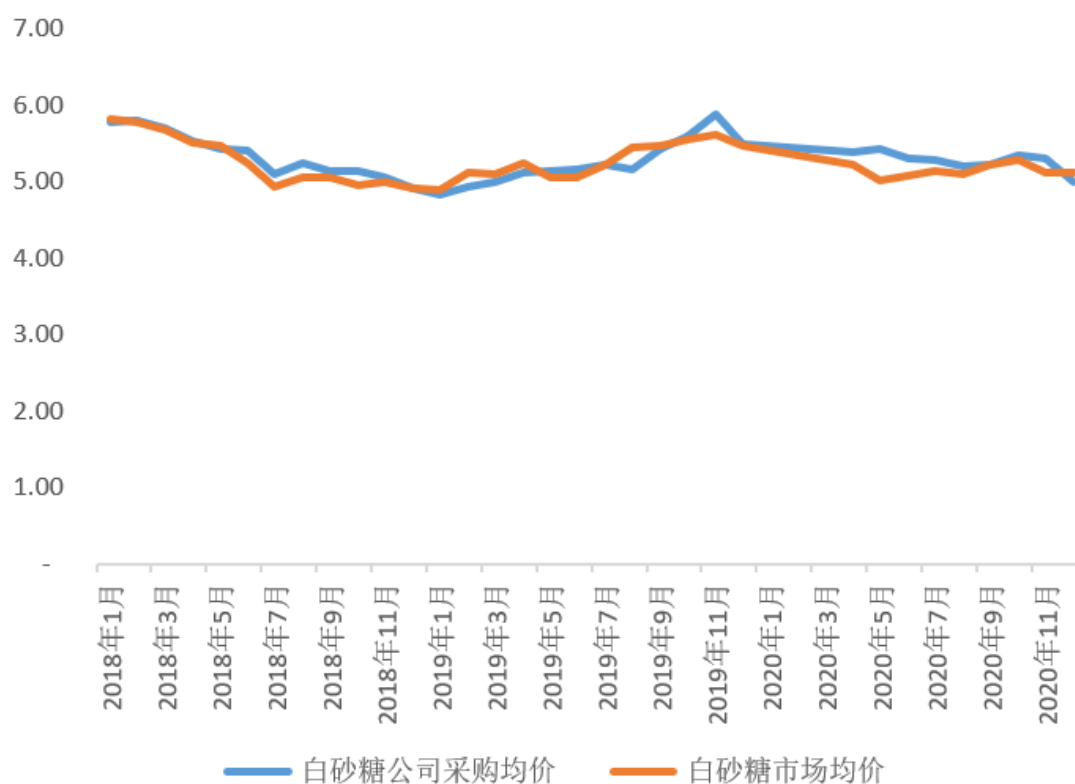


数据来源：公司内部数据、世铝网

（2）白砂糖

白砂糖行业具有明显的周期波动规律，具有“增产—降价—减产—涨价—增产”的周期性特点。公司采购白砂糖的均价走势与市场均价走势相符。报告期内，公司白砂糖采购价与市场均价对比走势图如下：

单位：元/公斤

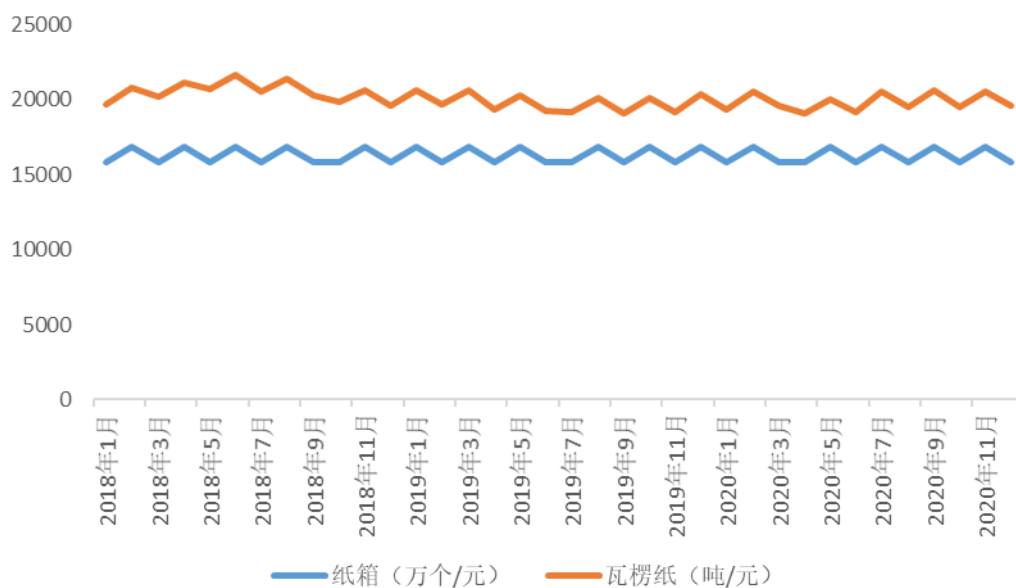


数据来源：公司内部数据、中国糖业协会、沫甜科技数据中心

目前，白砂糖市场供给充足，能较好地满足饮料等下游用糖行业对白砂糖的需求。

（3）纸箱

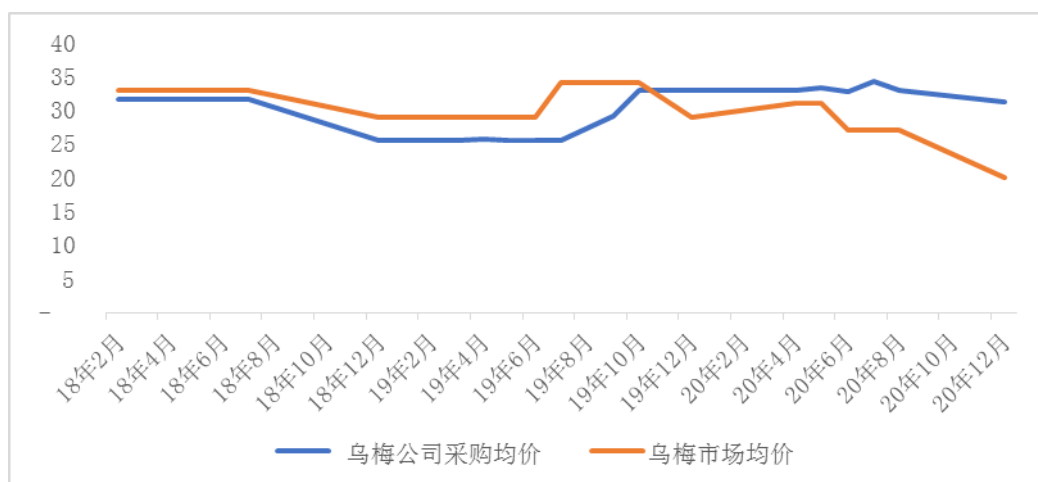
公司所用包装纸箱均为瓦楞纸，其市场定价基础为瓦楞纸期货价。报告期内，公司包装纸箱采购价与瓦楞纸市场均价对比走势图如下：



数据来源：公司内部数据、国家统计局

（4）乌梅

发行人所用乌梅，是经实地考察、筛选，以市场收购价为基础，根据自身对产品的质量要求，再与商家确定最终的采购价格。报告期内，发行人乌梅采购价与市场价格对比走势图如下：



数据来源：康美中药网

4、主要产品的原材料及能源供应情况

报告期内，公司主要原材料市场供应充足，不存在对个别供应商的重大依赖。能源则由市政单位供应。

5、前五名原材料供应商的采购情况

报告期内公司前五名原材料供应商采购情况如下：

单位：元

年度	名称	金额	采购内容	占采购总额比例	是否关联方
2020年	奥瑞金科技股份有限公司	50,061,885.73	铝罐、盖等	34.20%	否
	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	20,556,408.68	白砂糖	14.04%	是
	陕西嘉星化工有限公司	6,575,309.56	甜味剂、香精、氢氧化钠等	4.49%	否
	烟台新中萃玻璃包装有限公司	6,209,123.68	玻璃瓶	4.24%	否
	西安御草药业有限公司	5,914,091.77	乌梅、山楂等	4.04%	否
合计		89,316,819.42		61.02%	
2019年	奥瑞金科技股份有限公司	46,979,437.38	铝罐、盖等	32.54%	否
	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	31,199,315.43	白砂糖	21.61%	是
	西安御草药业有限公司	7,056,885.40	乌梅、山楂等	4.89%	否
	陕西嘉星化工有限公司	6,542,919.77	甜味剂、香精、氢氧化钠等	4.53%	否
	西安秉信环保包装有限公司	6,187,952.42	纸箱	4.29%	否
合计		97,966,510.40		67.85%	
2018年	奥瑞金科技股份有限公司	40,870,276.24	铝罐、盖等	29.92%	否
	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	27,720,374.90	白砂糖	20.29%	是
	西安御草药业有限公司	7,467,041.59	乌梅、山楂等	5.47%	否
	西安秉信纸业纸业有限公司	6,780,291.60	纸箱	4.96%	否
	陕西嘉星化工有限公司	5,905,197.61	甜味剂、香精、氢氧化钠等	4.32%	否
合计		88,743,181.94		64.96%	

注：陕西奥瑞金包装有限公司、奥瑞金（湖北）销售有限公司、湖北奥瑞金饮料工业有限公司、波尔亚太（佛山）金属容器有限公司、广东奥瑞金包装有限公司、山东奥瑞金包装有限公司均为上市公司奥瑞金科技股份有限公司（002701）控制的下属公司，故合并披露为奥瑞金科技股份有限公司。

报告期内，公司主要原材料供应商未发生较大变化，不存在向单个供应商采购额超过总采购额 50% 以上的情况。

报告期内，公司前五大原材料供应商共涉及 6 家经营主体，基本情况如下：

供应商名称	注册地	股东及报告期历史股东	法定代表人	主要人员	经营范围	注册资本 (万元)	成立时间
奥瑞金科技股份有限公司	北京市怀柔区雁栖工业开发区	上市公司，代码 002701；控股股东为上海原龙投资控股（集团）有限公司（38.60%）	周云杰	周云杰（董事长）、沈陶（董事、总经理）、王冬（董事、副总经理、财务总监）、高树军（副总经理、董事会秘书）	金属包装容器的设计、制造及销售	235,080.753	1997-05-14
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	西安市莲湖区西关南小巷 112 号	西安市糖酒集团有限公司（100%）	张彦谊	张军（董事长）、张彦谊（董事、总经理）、王海明（董事）、陈兰婷（监事）	预包装食品、散装食品、婴幼儿配方乳粉、保健食品的批发兼零售；卷烟、雪茄烟的零售；茶具、烟具的销售；货物与技术的进出口业务；五金交电、日杂用品、针纺织品、照相器材、办公用品、劳保用品、体育用品、文具、服装鞋帽、日用百货、工艺品、鲜花、洗涤用品、化妆品（除分装）、计生用品、生鲜肉制品的销售；水果、蔬菜、土特产品、农副产品的销售；会议会展服务；市场推广服务。（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）	400	2010-08-20
烟台新中萃玻璃包装有限公司	中国（山东）自贸区烟台开发区无锡路 11 号	王强（51.6667%）、王云波（15.00%）、王平（10.50%）、王松华（9.50%）、王京涛（7.83%）、刘玉美（5.50%）	王强	王强（董事长兼总经理）、王云波（副董事长）、王松华（董事）、王京涛（董事）、刘玉美（董事）、王平（监事）	加工：玻璃制品、印花瓶、印花用玻璃色釉、玻璃机械设备及机械模具、化工原料（不含危险品）；包装玻璃制品（不含印刷品）；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务（但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	9,000	2003-11-05
陕西嘉星化工有限公司	陕西省西安市莲湖区大兴新区大兴东路 2 号 2 幢 1 单元 11612 室	于尊敬（80%） 于艳（20%）	于尊敬	于尊敬（执行董事）于艳（监事）	一般项目：饲料添加剂销售；饲料原料销售；包装材料及制品销售；农副产品销售。（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）许可项目：食品经营（销售预包装食品）；食品经营；道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）	300	2006-09-13

供应商名称	注册地	股东及报告期历史股东	法定代表人	主要人员	经营范围	注册资本 (万元)	成立时间
西安御草药业有限公司	西安市灞桥区 纺一路东段西安 宇通汽车配件厂 11号8号库	董法亮（100%）	董法亮	董法亮(执行董事兼总 经理)、刘娟（监事）	中药材种植，中药材初加工；中药提取物、生物制品、农副产品的加工、收购、销售；花茶、袋泡茶、调味料、固体饮料、压片糖果、预包装食品、散装食品的生产与销售等；货物及技术进出口业务（国家禁止和限制的货物和技术除外）；汽车租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	500	2017-10-17
西安秉信环保包装有限公司	西安经济技术 开发区草滩生 态产业园尚稷 路 11666 号	MARINE VISION INVESTMENT INC (100%)	花志翔	花志翔（董事长兼总 经理）、汤海莉（董 事）、李正民（董 事）、黄添全（ 监事）	一般项目：生产、销售纸制品及其他包装、缓冲材料；包装装潢印刷品印刷（国家有专项规定的除外）；机械 设备租赁及自有厂房租赁。（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）	655 (美元)	2004-09-01

6、主要广告商情况

报告期内，公司与广告商合作情况如下：

单位：元，%

序号	媒体类别	广告形式	主要载体	2020年广告费支出		2019年广告费支出		2018年广告费支出	
				金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	电子媒体	电子形式传播	电视、朋友圈、公众号、自媒体、购物网站推广	1,048,951.05	18.51	1,258,741.28	20.53	2,307,692.29	24.51
2	户外媒体	户外平面印刷、LED屏播放	楼宇、电梯显示屏、公交站牌、车体、门头	671,504.22	11.85	673,511.99	10.98	273,983.21	2.91
3	代言推广	明星代言	不适用	1,509,029.59	26.63	2,397,865.37	39.10	2,582,798.58	27.43
4	平面媒体	平面印刷广告	刊物、招贴、服装、其他配件	2,346,140.50	41.40	1,401,579.34	22.86	4,218,339.73	44.79
5	直接推广	现场进行产品呈现	货架陈列等	90,241.97	1.59	59,760.94	0.97	12,427.18	0.13
6	其他	其他	策划类	506.74	0.01	340,467.14	5.55	21,971.65	0.23
合计				5,666,374.07	100.00	6,131,926.06	100.00	9,417,212.64	100.00

报告期内，公司前五名广告商情况如下：

期间	序号	广告商名称	金额（元）	占广告费比例（%）	是否为关联方
2020年	1	上海万合天宜影视文化有限公司	1,048,951.05	18.51	是
	2	北京雅迪广告有限公司	884,377.36	15.61	否
	3	广州市和合共赢广告有限公司	754,716.98	13.32	否
	4	陕西新浪互联信息服务有限公司	348,301.88	6.15	否
	5	西安广利天下互联网信息服务有限公司	339,622.64	5.99	否
	合计			3,375,969.91	59.58
2019年	1	上海万合天宜影视文化有限公司	1,258,741.28	20.53	是
	2	霍尔果斯贰零壹陆影视传媒有限公司	735,849.06	12.00	否
	3	陕西广电都市青春传媒有限公司	660,377.36	10.77	否
	4	北京迪岸天空广告有限公司	532,226.42	8.68	否
	5	陕西天行文化传播有限公司	471,226.40	7.68	否
	合计			3,658,420.52	59.66
2018年	1	陕西广电都市青春传媒有限公司	2,830,188.69	30.05	否
	2	上海万合天宜影视文化有限公司	2,307,692.29	24.51	是
	3	陕西苞米文化传媒有限责任公司	1,262,135.92	13.40	否
	4	西安星恒广告文化传播有限公司	726,037.72	7.71	否

期间	序号	广告商名称	金额（元）	占广告费比例（%）	是否为关联方
	5	西安市振兴公交广告有限责任公司	633,962.25	6.73	否
		合计	7,760,016.87	82.40	

注：1、为扩大产品推广，糖酒集团冰峰饮料分公司与上海万合天宜影视文化有限公司签约广告代言服务合约，期限为2017年10月始至2019年12月，2019年签署补充协议，服务期限延长至2020年12月。

2、糖酒集团冰峰饮料分公司该合约交易属于关联交易，发行人于2018年股东大会审议议案中确认了该关联交易。

3、2018年3月，糖酒集团、上海万合天宜影视文化有限公司、发行人确认，由发行人承继该合约，相关费用自2017年10月计入发行人长期待摊费用，按期摊入销售费用。

报告期内，公司广告投放地区主要在陕西、西北、华北地区，主要投放渠道为电视媒体、新媒体、户外媒体等。

（六）安全生产和环境保护情况

1、安全生产

为加强安全生产，公司制定《安全生产管理制度》，明确安全生产方面部门和岗位职责，对消防、安全事故处理等方面做出明确规定。报告期内，公司及子公司、委外生产未发生重大安全事故，未受到任何安全生产处罚。

2021年3月31日，西安市灞灞生态区应急管理局出具《证明》，自2018年1月1日起至该《证明》出具之日，未发现公司有安全生产事故，没有因违反安全生产法的处罚记录。

2、环境保护

（1）公司生产经营主要排放污染物及排放量、环保设施处理能力与实际运行情况

公司的主营业务是主要以水、白砂糖、食用香精为原料的橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产和销售。公司在饮料生产环节主要排放污染物及其处理情况如下表：

类型	排放源	污染物名称	处理前产生浓度及产生量（单位）	排放浓度及排放量效果（单位）
大气污染物	天然气锅炉	废气	462 万立方米	462 万立方米
		SO ₂	7.77mg/m ³ 0.035t/a	7.77mg/m ³ 0.035t/a
		NO _x	28mg/m ³ 0.126t/a	28mg/m ³ 0.126t/a

类型	排放源	污染物名称	处理前产生浓度及产生量 (单位)	排放浓度及排放量效果 (单位)
		烟尘	1.21mg/m ³ 0.005t/a	1.21mg/m ³ 0.05t/a
		氨	0.07t/a	0.07t/a
	污水处理站	硫化氢	0.0027t/a	0.0027t/a
水污染物	生产废水、办公废水	废水量	74825t/a	74825t/a
		COD	1048mg/L 78.4t/a	69.5mg/L 5.2t/a
		BOD ₅	323mg/L 24.2t/a	19.2mg/L 1.4t/a
		SS	78mg/L 5.8t/a	39.5mg/L 3.0t/a
		氨氮	6.1mg/L 0.5t/a	4.6mg/L 0.3t/a
		总氮	15mg/L 1.1t/a	11.4mg/L 0.84t/a
		总磷	0.01mg/L 0.0007t/a	0.01mg/L 0.0007t/a
固体废物	办公	生活垃圾	9t/a	环卫清运
	生产	废包材	50t/a	综合利用
	纯水制备	废滤料	2.8t/a	合理处置
	纯水制备	废RO膜	0.72t/a	合理处置
	污水站	污泥	2t/a	合理处置
噪声	项目主要噪声源为卸箱机、装箱机等生产设备及水泵、空压机、冷却塔等辅助设备。源强在 70-95dB (A) 左右。			

(2) 报告期，公司环保投入与排污费用情况如下：

单位：万元

公司	环保费用	2020年	2019年	2018年
发行人	环保工程及设施购置	14.44	164.26	34.05
	排污费及其他支出	8.89	10.36	33.51
	合计	23.33	174.62	67.57

(3) 公司生产经营符合国家环境保护的有关规定

公司在西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路东北角的两条生产线，已经取得竣工环境保护验收通过的审批文件，并取得排污许可证。

2018年3月9日，公司取得西安市环境保护局未央分局出具的关于西安冰峰饮料有限责任公司冰峰饮料生产项目环境影响报告表的批复（市环未批复[2018]6号），环保主管单位同意项目通过环保验收，可正式投入生产。

2019年11月12日，公司取得西安市灞灞生态区行政审批服务局核发的《排污许可证》，编号91610136MA6TXXE2X3001U，有效期至2022年11月11日。

2021年3月26日，依据西安市生态环境局灞灞生态区分局出具的《环保证明》，西安冰峰饮料股份有限公司自2017年1月1日起至该证明出具之日，西安东潭置业有限公司自2019年8月26日起至该证明出具之日，遵守相关环保法律法规，在我局无违法记录。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

1、固定资产情况

截至2020年12月31日，发行人固定资产情况如下：

单位：元

固定资产类别	原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	8,398,428.57	7,684,954.83	713,473.74	8.50%
机器设备	25,528,272.29	15,825,474.19	9,702,798.10	38.01%
运输设备	2,539,624.67	2,287,146.85	252,477.82	9.94%
电子设备	30,676.11	5,010.02	25,666.09	83.67%
办公设备	1,731,258.11	992,463.66	738,794.45	42.67%
合计	38,228,259.75	26,795,049.55	11,433,210.20	29.91%

截至2020年12月31日，发行人固定资产使用状态良好，不存在影响生产的重大不利情况。

2、房屋及建筑物情况

截至2020年12月31日，发行人房屋及建筑物具体情况如下：

不动产权证号	坐落	用途	权利人	权利类型	权利性质	面积(m ²)	使用期限
陕[2019]西安市不动产权第0461867号	西安灞灞生态区酒十路以东、广安路以南24幢10101室	工业	冰峰饮料	房屋所有权	出让	5,214.9	至2055年4月29日

公司拥有上述房产所有权的不动产权证书，不存在房产产权受限、纠纷及潜在纠纷。

3、主要机器设备情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人机器设备主要为公司汽水生产线及相关配套设备，具体情况如下：

单位：元

序号	设备名称	数量	账面原值	账面净值	成新率
1	汽水生产线	1	5,510,000.00	220,400.00	4.00%
2	污水处理系统	1	3,237,292.56	654,836.74	20.23%
3	汽水生产线（小）	1	2,984,615.40	217,127.74	7.27%
4	杀菌冷瓶机	1	1,724,137.93	1,613,793.13	93.60%
5	玻璃瓶空瓶在线检测设备	1	1,427,350.42	1,198,974.42	84.00%
6	8T 天然气锅炉	1	1,283,620.30	1,222,006.54	95.20%
7	超声波预洗机	1	1,198,540.12	815,007.32	68.00%
8	CIP 清洗系统	1	975,948.27	921,295.14	94.40%
9	贴标机	1	863,247.86	600,820.62	69.60%
10	温瓶机	1	700,854.70	487,794.78	69.60%
11	空气净化设备	1	561,000.01	363,528.01	64.80%
12	纸箱包装机	1	512,820.52	356,923.24	69.60%
13	混合机	1	315,248.00	12,609.92	4.00%
14	吹干机	1	42,735.04	29,743.60	69.60%

（二）无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的土地使用权情况如下：

不动产权证号	坐落	用途	权利人	权利类型	权利性质	面积（m ² ）	使用期限
陕[2020]西安市不动产权第 0006254 号	西安浐灞生态区酒十路以东、广安路以南	工业用地	冰峰饮料	国有建设用地使用权	出让	13,616.24	2005 年 4 月 30 日至 2055 年 4 月 29 日

公司拥有上述土地使用权，不存在权利受限、纠纷及潜在纠纷。

2、专利技术

截至 2021 年 5 月 31 日，公司拥有实用新型专利 54 项，外观设计专利 1 项，该等专利不存在设置质押或者其他权利限制的情形，具体情况如下：

序号	申请人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式
1	冰峰有限	分流输送装置	实用新型	201821609491X	2018/9/29	原始取得
2	冰峰有限	一种饮料玻璃瓶清洗装置	实用新型	2018216068366	2018/9/29	原始取得
3	冰峰有限	一种物料提升机	实用新型	2018216065279	2018/9/29	原始取得
4	冰峰有限	一种高效刷瓶机	实用新型	2018216065300	2018/9/29	原始取得
5	冰峰有限	多功能灯检台	实用新型	2018216063803	2018/9/29	原始取得
6	冰峰有限	一种取瓶装置	实用新型	2018216093993	2018/9/29	原始取得
7	冰峰有限	一种化糖罐的进料装置	实用新型	2018216119264	2018/9/29	原始取得
8	冰峰有限	一种饮料瓶预清洗喷淋系统	实用新型	2018216093989	2018/9/29	原始取得
9	冰峰有限	一种喷码机	实用新型	2018216118651	2018/9/29	原始取得
10	冰峰有限	饮料瓶预清洗用推箱机构	实用新型	2018216064702	2018/9/29	原始取得
11	冰峰有限	饮料瓶流水化预清洗用定量系统	实用新型	201821606162X	2018/9/29	原始取得
12	冰峰有限	饮料瓶预清洗用超声波清洗系统	实用新型	2018216058909	2018/9/29	原始取得
13	冰峰有限	饮料瓶用预清洗系统	实用新型	2018216058881	2018/9/29	原始取得
14	冰峰有限	引导环流的乳化搅拌机	实用新型	2018216064670	2018/9/29	原始取得
15	冰峰有限	洗瓶机喷淋管的可拆卸结构	实用新型	2018216065298	2018/9/29	原始取得
16	冰峰有限	一种带有饮料箱止位机构的开箱机	实用新型	2018216243596	2018/9/30	原始取得
17	冰峰有限	一种洗瓶机	实用新型	2018216118401	2018/9/30	原始取得
18	冰峰有限	一种验瓶机	实用新型	2018216224843	2018/9/30	原始取得
19	冰峰有限	一种验瓶机用自动化防堵系统	实用新型	2018216243577	2018/9/30	原始取得
20	冰峰有限	一种灌装机用自动化防堵平台	实用新型	2018216118399	2018/9/30	原始取得
21	冰峰有限	一种拼接式输送轨道	实用新型	2018216235975	2018/9/30	原始取得
22	冰峰有限	一种洗瓶机用供水系统	实用新型	2018216200567	2018/9/30	原始取得
23	冰峰有限	一种洗瓶水用前消毒系统	实用新型	2018216243609	2018/9/30	原始取得
24	冰峰有限	一种调配罐用供水系统	实用新型	2018216241069	2018/9/30	原始取得
25	冰峰有限	一种蒸汽清洁的炭滤罐	实用新型	2018216200571	2018/9/30	原始取得
26	冰峰有限	二氧化碳供应系统	实用新型	2018216241088	2018/9/30	原始取得
27	冰峰有限	循环搅拌式储料罐	实用新型	2018216226374	2018/9/30	原始取得
28	冰峰有限	化糖系统用板框式压滤机	实用新型	2018216241073	2018/9/30	原始取得
29	冰峰有限	cip 清洗系统	实用新型	2018216243581	2018/9/30	原始取得
30	冰峰有限	输送带用润滑系统	实用新型	2018216241092	2018/9/30	原始取得
31	发行人	一种封盖气密性测定仪	实用新型	2020208880123	2020/5/23	原始取得
32	发行人	电子天平底座水平调平机构	实用新型	2020208887781	2020/5/23	原始取得

序号	申请人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式
33	发行人	一种计量泵降温装置	实用新型	2020208890356	2020/5/22	原始取得
34	发行人	一种灌装头	实用新型	2020208715361	2020/5/21	原始取得
35	发行人	一种无压力输送系统	实用新型	2020208709163	2020/5/21	原始取得
36	发行人	一种饮料瓶传送分流装置	实用新型	2020208691140	2020/5/21	原始取得
37	发行人	一种饮料瓶输送防倒装置	实用新型	2020208584878	2020/5/21	原始取得
38	发行人	一种箱体换向输送线	实用新型	202020871681X	2020/5/21	原始取得
39	发行人	一种电热鼓风干燥箱	实用新型	2020208601356	2020/5/21	原始取得
40	发行人	一种包装材料边压强度测定仪	实用新型	2020208880119	2020/5/22	原始取得
41	发行人	一种运输箱箱体定位装置	实用新型	2020208891471	2020/5/23	原始取得
42	发行人	一种包装箱印刷装置	实用新型	2020208876999	2020/5/22	原始取得
43	发行人	一种玻璃瓶吸瓶装置	实用新型	2020208843270	2020/5/23	原始取得
44	发行人	一种高压均质机	实用新型	2020208839398	2020/5/22	原始取得
45	发行人	一种二氧化碳高效溶解装置	实用新型	2020208839383	2020/5/22	原始取得
46	发行人	一种风味饮料配料罐	实用新型	2020208839379	2020/5/22	原始取得
47	发行人	一种灌装机进瓶系统	实用新型	2020208835039	2020/5/22	原始取得
48	发行人	一种双端洗瓶机推瓶机构	实用新型	2020208716434	2020/5/21	原始取得
49	发行人	一种饮料瓶输送装置	实用新型	2020208712359	2020/5/21	原始取得
50	发行人	一种双端洗瓶机进料机构	实用新型	2020208691155	2020/5/21	原始取得
51	发行人	一种灌装机瓶身冲洗装置	实用新型	2020208584882	2020/5/21	原始取得
52	发行人	标贴	外观设计	2020304342127	2020/8/3	原始取得
53	发行人	一种瓶装风味饮料杀菌冷却系统	实用新型	202020888556X	2020/05/22	原始取得
54	发行人	一种预处理化糖系统	实用新型	2020208890341	2020/05/22	原始取得
55	发行人	一种果汁杀菌处理系统	实用新型	2020208885574	2020/05/22	原始取得

注：部分专利权人正在办理更名手续，相关变更办理不存在实质性障碍。

3、注册商标

截至 2021 年 5 月 31 日，公司拥有注册商标 27 项，该等商标不存在设置质押或者其他权利限制的情形，具体情况如下：

序号	权利人	商标	注册证号	国际分类	有效日期	取得方式
1	冰峰饮料		1739270	第 32 类	2002/3/28-2022/03/27	受让取得

序号	权利人	商标	注册证号	国际分类	有效日期	取得方式
2	冰峰饮料		1215192	第 30 类	2018/10/14-2028/10/13	受让取得
3	冰峰饮料		883143	第 32 类	1996/10/14-2026/10/13	受让取得
4	冰峰饮料		12302183	第 32 类	2015/03/21-2025/03/20	受让取得
5	冰峰饮料		17853037	第 32 类	2016/10/21-2026/10/20	受让取得
6	冰峰饮料		17853036	第 32 类	2016/10/21-2026/10/20	受让取得
7	冰峰饮料		17853035	第 32 类	2016/10/21-2026/10/20	受让取得
8	冰峰饮料	冰峰果果	19279753	第 32 类	2017/04/21-2027/04/20	受让取得
9	冰峰饮料		17853038	第 32 类	2016/12/21-2026/12/20	受让取得
10	冰峰饮料	Ice Peak	43225344	第 30 类	2020/11/28-2030/11/27	原始取得
11	冰峰饮料	冰峰侠	37333867	第 29 类	2020/01/28-2030/01/27	原始取得
12	冰峰饮料	冰峰侠	37327554	第 30 类	2020/01/28-2030/01/27	原始取得
13	冰峰饮料	冰峰把	36789522	第 29 类	2019/10/28-2029/10/27	原始取得
14	冰峰饮料	冰峰把	36778504	第 32 类	2019/10/28-2029/10/27	原始取得
15	冰峰饮料	星冰峰	36697348	第 29 类	2020/01/14-2030/01/13	原始取得
16	冰峰饮料	冰峰果果	36697075	第 32 类	2019/12/21-2029/12/20	原始取得
17	冰峰饮料	星冰峰	36685062	第 32 类	2020/02/07-2030/02/06	原始取得

序号	权利人	商标	注册证号	国际分类	有效日期	取得方式
18	冰峰饮料	冰峰果果	36212389	第 29 类	2019/12/14-2029/12/13	原始取得
19	冰峰饮料	冰峰一把	36184275	第 29 类	2019/09/21-2029/09/20	原始取得
20	冰峰饮料	冰峰一把	36182293	第 32 类	2019/09/21-2029/09/20	原始取得
21	冰峰饮料		35698331	第 30 类	2020/01/28-2030/01/27	原始取得
22	冰峰饮料	秦俑侠	35486486	第 32 类	2019/12/14-2029/12/13	原始取得
23	冰峰饮料	秦俑侠	35479997	第 29 类	2019/12/14-2029/12/13	原始取得
24	冰峰饮料	秦俑侠	35479492	第 30 类	2020/01/07-2030/01/06	原始取得
25	冰峰饮料	秦俑侠	35477935	第 33 类	2019/09/07-2029/09/06	原始取得
26	冰峰饮料	秦俑侠	35404895	第 32 类	2019/08/21-2029/08/20	原始取得
27	冰峰饮料	冰峰果果	36202695	第 33 类	2019/10/07-2029/10/06	原始取得

发行人受让取得的商标共计 9 项，均从控股股东糖酒集团处受让。相关商标转让不存在任何纠纷或潜在纠纷。

4、著作权

截至 2021 年 5 月 31 日，公司拥有 1 项作品著作权和 10 项计算机软件著作权，该等著作权不存在设置质押或者其他权利限制的情形，具体情况如下：

（1）作品著作权

著作权人	登记号	作品名称	类别	创作完成日期	登记日期
冰峰有限	国作登字-2019-F-00803962	冰峰一把花生露	美术作品	2019/03/01	2019/06/14

注：著作权人正在办理更名手续，相关变更办理不存在实质性障碍。

(2) 计算机著作权

序号	所有人	软件名称	登记号	证书号	首次发表日期	登记日期
1	冰峰有限	冰峰饮料配料精准化智能防呆系统软件 V1.0	2018SR944254	软著登字第 3273349 号	2018/06/22	2018/11/26
2	冰峰有限	冰峰饮料智能灌装机无尘净化系统控制软件 V1.0	2018SR937036	软著登字第 3266131 号	2018/07/28	2018/11/22
3	冰峰有限	冰峰基于规避瓶损耗的防护传送监控系统软件 V1.0	2018SR937020	软著登字第 3266115 号	2018/09/03	2018/11/22
4	冰峰有限	冰峰罐装饮料在线内压检测远程控制软件 V1.0	2018SR944328	软著登字第 3273423 号	2018/04/26	2018/11/26
5	冰峰有限	冰峰罐装饮料自动化分箱作业系统控制软件 V1.0	2018SR943464	软著登字第 3272559 号	2018/02/05	2018/11/26
6	冰峰有限	冰峰洗瓶机智能触发刷瓶装置辅助系统软件 V1.0	2018SR943461	软著登字第 3272556 号	2017/11/09	2018/11/26
7	冰峰有限	冰峰饮料 UHT 高温瞬时杀菌控制系统软件 V1.0	2018SR943458	软著登字第 3272553 号	2017/10/11	2018/11/26
8	冰峰有限	冰峰智能喷码检测系统软件 V1.0	2018SR943651	软著登字第 3272746 号	2017/07/30	2018/11/26
9	冰峰有限	冰峰玻璃瓶批量化超声波清洗远程控制软件 V1.0	2018SR943647	软著登字第 3272742 号	2017/04/12	2018/11/26
10	冰峰有限	冰峰罐装饮料自动化生产线智能控制系统软件 V1.0	2018SR943641	软著登字第 3272736 号	2017/03/22	2018/11/26

注：著作权人正在办理更名手续，相关变更办理不存在实质性障碍。

(三) 租赁土地及房屋

报告期内，发行人租赁土地及房屋的具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落地址	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途
1	冰峰有限	糖酒集团	西安市浐灞生态区酒十里铺酒十路北 189 号	15,483	2018 年 1 月 1 日 -2018 年 12 月 31 日	仓储、办公、员工宿舍等
2	冰峰有限	糖酒集团	西安市浐灞生态区酒十里铺酒十路北 189 号	15,483	2019 年 1 月 1 日 -2019 年 12 月 31 日	仓储、办公、员工宿舍等
3	冰峰饮料	糖酒集团	西安市浐灞生态区酒十里铺酒十路北 189 号	15,483	2020 年 1 月 1 日 -2020 年 12 月 31 日	仓储、办公、员工宿舍等
4	冰峰饮料	糖酒集团	西安市浐灞生态区酒十里铺酒十路北 189 号	15,483	2021 年 1 月 1 日 -2021 年 12 月 31 日	仓储、办公、员工宿舍等
5	冰峰有限	唐久物业	西安市莲湖区西关南小巷 112 号冰峰大厦一层东和 403 室	274	2018 年 1 月 1 日 -2019 年 12 月 31 日	办公
6	冰峰饮料	唐久物业	西安市莲湖区西关南小巷 112 号冰峰大厦一层东和 403 室	274	2020 年 1 月 1 日 -2021 年 12 月 31 日	办公

截至本招股说明书出具日，发行人就前述房屋的租赁均已与相关权利人签署租赁协议。但相关出租方均未办理登记备案手续。另外，公司所租赁的糖酒集团的房产未取得房产证书。

前述所租赁房产主要用于仓储、办公及员工宿舍，公司对于该等房产并无特殊要求，在当地类似地段寻找新的租赁房产不存在实质性障碍，并且搬迁不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

针对租赁房产存在瑕疵情形，公司实际控制人及控股股东已经出具相应承诺：“若因公司租赁房产未取得房产证书或租赁的房产未办理租赁备案，导致上述租赁房产及其附属场地、附属设施、设备被相关主管部门要求拆除或搬迁，或者租赁合同被认定为无效导致无法租赁或产生其他纠纷，由此给公司造成的经济损失由本人/本公司完全承担。”

（四）资产使用许可情况

发行人不存在允许他人使用自己所有的资产，或作为被许可方使用他人资产的情形。

六、发行人拥有的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，发行人无特许经营权。

七、发行人取得的资质认证和许可情况

（一）生产经营许可证

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司已按照相关法律法规的要求取得食品生产和销售活动所必需的许可，相关情况如下：

持证主体	许可证名称	证书编号	食品类别	有效期至	发证机构
冰峰饮料	食品生产许可证	SC10661011204471	饮料	2021年12月22日	西安市市场监督管理局
冰峰饮料	食品经营许可证	JY16101120015008	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售	2021年10月09日	西安市未央区市场监督管理局
冰峰饮料	中国商品条形码系统成员证书	物编注字第 2016 号		2022年7月31日	中国物品编码中心
冰峰网络	食品经营许可证	JY16101160128608	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	2024年7月28日	西安市长安区市场监督管理局

根据《中华人民共和国食品安全法》（2018年修正）及《食品生产许可管理办法》（2020年），在中华人民共和国境内，从事食品生产活动，应当依法取得食品生产许可。根据《食品经营许可管理办法》（2017年修正），从事食品销售的经营者需依法取得食品经营许可。

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司已按照法律法规要求取得了生产经营所必要的全部业务资质，相关资质续期不存在障碍。

（二）食品安全管理体系认证情况

截至本招股说明书签署日，公司持有如下《HACCP体系认证证书》：

持证主体	证书编号	范围	有效期至	认证机构
冰峰饮料	001HACCP1900113	果汁型碳酸饮料（苹果汁汽水、金桔柠檬果汁汽水、酸梅汤果汁汽水）、果味型碳酸饮料（橙味汽水、苹果味汽水）的生产	2022/01/29	中国质量认证中心

注：相关资质续期不存在障碍。

八、发行人核心技术及研发情况

（一）主要产品生产技术及所处阶段

公司拥有各产品配方技术等核心技术，核心技术保护内部控制制度覆盖公司产品的生产环节和主要产品的包装环节，专利及非专利保护体系形成了对公司全部产品的保护。公司主要核心技术具体情况如下：

工艺技术	技术特点	技术来源	相关技术证明编号	所处阶段	应用于主要产品
各产品配方技术	配方是饮料产品差异化的核心。公司各产品配方是根据目标人群的消费需求和消费感受产生机制，结合产品差异化定位，添加安全营养成分，搭配个性差异风味开发而成，保证产品安全健康，口感稳定一致。公司持续跟进消费趋势变化及市场反馈进行配方改进，增强产品适应性。如冰峰碳酸橙味饮料，清新的柑橘属香气搭配刺激的气泡，冰爽刺激，清新可口。酸梅汤产品使用原果熬制，入口顺滑而不涩，甘酸回味。	自主研发	非专利技术	批量生产阶段	公司各产品
酸梅汤原果的熬制	（1）对乌梅、山楂、甘草果或者根茎进行分选、清洁、脱水、切片或者不切片等预加工步骤后，制成原料干果；（2）对原料干果预清洁清洗后，在已清洗消毒的提取设备中，加入一定倍数的水对按照一定比例混合后的原料干果浸泡，浸泡一定的时间；（3）在一定温度和压力下，进行热循环提取；（4）对（3）中的水提液减压浓缩；（5）对前述浓缩液进行12小时以上的沉淀分离；（6）分离出上清液继续减压浓缩，回收底浆得浓缩	自主研发	专利申请号 ZL201910090536.X	批量生产阶段	罐装酸梅汤

工艺技术	技术特点	技术来源	相关技术证明编号	所处阶段	应用于主要产品
	汁。				
酸梅汤产品灭菌工艺	产品在连续喷淋式杀菌冷却隧道中采用分段式升温-保温-降温的杀菌工艺，且最高杀菌温度在 90℃以下，在保证产品安全的前提下，减少因时间较长而产生的蒸煮味道，且最大程度保护了产品的营养成分。	自主研发	专利申请号 202020888556X	批量生产阶段	罐装酸梅汤
热灌装技术	热灌装技术：80-90℃热灌装，根据料液温度查表设定在此灌装温度下灌装最高液面距离瓶口的距离，防止后续灭菌凸盖。	自主研发	专利授权号 ZL202020883939.8	批量生产阶段	玻璃瓶酸梅汤
一种酸梅汤生产系统	（1）通过采用加工装置、检测装置以及杀菌装置一体化设计，实现整个生产过程零污染排放，整体实现全自动化，生产效率高，各装置配合连接，运行可靠，整个生产过程结构简单，且便于操作，酸梅汤生产质量高； （2）通过设置搅拌组件以及回流组件，实现两个调配罐内的原料进行持续循环，对调配罐内的原料搅拌更加均匀，防止调配罐内的原料分层或发生沉淀，从而提高调配原料的质量；（3）通过以上的工艺技术手段，提高了酸梅汤风味饮料的生产效率和质量。	自主研发	专利申请号 202010866313.0	批量生产阶段	玻璃瓶酸梅汤
一种茯茶原茶汤萃取工艺、原味茯茶饮料及其生产工艺	（1）一种茯茶原茶汤萃取工艺：①本工艺控制浸泡、加热和保温的时间，既可以提高茶多酚的提取率，还可以降低对口感和茶香的影响；既增强口感，还可以提取更多的茶多酚等营养物质，提高饮料中茶多酚含量；②在生产过程中，通过本工艺可以大大的缩短测试的时间，提高生产效率。（2）原味茯茶饮料及其生产工艺：生产中根据原味茯茶饮料的生产体积和可溶性固形物含量的要求，利用折光计法测定原茶汤的可溶性固形物含量，根据公式准确的得出原茶汤用量，原茶汤的可溶性固形物含量相较茶多酚含量的测量更加方便，缩短测试的时间，提高生产效率。	自主研发	专利申请号 202011073807.X	批量生产阶段	茯茶系列产品
橙味碳酸饮料及其自动化生产工艺	（1）橙味碳酸饮料中加入的一水柠檬酸主要用作酸味剂、调味剂、防腐剂和保鲜剂使用，加入后一方面改善了碳酸饮料的口感，另一方面能够增加碳酸饮料的保质期限。甜味剂的加入能够产生甜味的口感，增加了食用的广泛性，且不加入白砂糖降低了成本且不含热量，食用后不易产生肥胖的情况。加入的食用香精能够作为赋香剂提供给碳酸饮料以天然水果的香味，既满足了具有果味的口感又在食用时比较安全。最后 CO ₂ 的加入能够一方面起到防腐的作用延长饮料的保质期，另外一方面形成碳酸的效果，增加食用口感。 （2）在碳酸饮料的生产工艺中，首先进行水处理的过程能够使得用于生产碳酸饮料的水符合食用水的要求。然后依次经调配-过滤-混比-灌装-封盖-检测-温瓶-后处理的过程就完成了碳酸饮料的加工过程。在混比的过程先将水与 CO ₂ 混合，然后溶解有 CO ₂ 的水与半成品混合，改善了饮料的口感，且 CO ₂ 的添加量保持在该范围内能够改善饮品的储存时间，有效减少由于 CO ₂ 的添加量不够导致饮品容易变质的情况。	自主研发	专利申请号 ZL201910090522.8	批量生产阶段	玻璃瓶橙味汽水

（二）在研项目进展情况及拟达到的目标

报告期末，公司在研项目情况如下：

序号	工艺技术	技术特点	研发方式	拟达到的目标	进展情况
1	茯茶原汤保鲜萃取工艺的研发	（1）茯茶原汤萃取技术：通过改变工艺或者改变萃取设备的构造，在萃取的过程中提升萃取的纯度，降低杂质，提高萃取效率和萃取质量。 （2）原味茯茶饮料结合生产技术：通过将茯茶原汤和饮料的风味进行有机的结合，通过理化生化等试验手段排除食品安全影响，搭配出风味俱佳的饮料，同时能够提升生产效率。	自主研发	提高冰峰茯茶系列产品的原茶利用率、生产效率及产品质量的稳定性	项目已立项，正在进行中
2	玻璃瓶装饮料瓶体输送防护技术的研发	（1）玻璃饮料瓶体输送防护技术：主要是通过结构调整外置设置的添加，在不影响生产效率的前提下，通过外围的保护和设备本身的构造方面进行创新调整，确保能够有效地提升玻璃瓶的磕碰，主要预防的方向在瓶身间的碰撞、与设备的碰撞、摩擦损耗等方面。 （2）瓶壁保护换向输送技术：主要针对在瓶体输送过程中，在瓶体进行换向或者变化传送带过程中产生的缓冲碰撞方面进行研发和创新，主要通过结构调整、路径调整等方式进行，调整后的目标在于降低瓶体的耗损率，提高生产效率、降低生产成本。	自主研发	降低玻璃瓶瓶体的损耗率、提高生产效率降低成本	项目已立项，正在进行中
3	玻璃瓶双端高效清洗技术的研发	（1）玻璃瓶体双端推进清洗技术：通过增加单位时间进瓶清洗的效率，或者增加路数，在现有的条件下，扩大单位时间的瓶体清洗量，以此提升效率，同时确保不会影响到清洗质量，对此应该在清洗的结构方面做出调整，以确保在同样的条件下，清洗方式能够覆盖所有瓶体，最终达到再不降低质量的前提下提高效率，降本增效。 （2）玻璃瓶体高效进瓶技术：重要大的方向在设备的外部结构调整，通过设备的的外部结构调整以及结构思路创新，使得在玻璃瓶清洗的过程中能够更加快速的进行清洗，同时也会防止波动性堵塞的情况出现，提高生产效率。	自主研发	在不降低质量的前提下提升玻璃瓶清洗效率，降本增效	项目已立项，正在进行中
4	糖配料溶解预处理技术的研发	通过预处理的方式对糖类原料进行提前处理，包括进行打碎、杂质清理过滤、充分溶解等方面进行方案设计或者对设备进行外置创新添加或者现有结构的创新改造，通过技术的工艺的结合和组合，形成一套新的可进行原料前期预处理的设备或者工艺，使产品品质和生产效率得到提升。	自主研发	通过预处理糖类原料，提升产品品质和生产效率	项目已立项，正在进行中
5	二氧化碳高效溶解技术的研发	通过理化、生化方面的分析和试验以及通过口味研发等多种途径，结合理论知识研发出二氧化碳高效溶解或提升溶解度的相关影响条件，针对相应条件通过外部设备的组合和试验创造高溶解性的环境，并试验投产，提升产品的质量和品种多样化程度。	自主研发	提升产品的质量和产品品种的多样化	项目已立项，正在进行中

（三）与其他单位合作研发情况

报告期末，公司合作研发情况如下：

序号	合作方	合作项目	合作协议的主要内容	合作期间	项目进展
1	西北大学	开展冰峰酸梅汤产品特征性指标联合分析	1、开展冰峰酸梅汤系列产品的营养价值和特征性指标的联合分析； 2、对冰峰酸梅汤系列中含有的乌梅、甘草、山楂等原料进行定性定量分析等。	2021年	正在进行

序号	合作方	合作项目	合作协议的主要内容	合作期间	项目进展
2	西北大学	运动饮料及能量饮料的营养功能研究	1、开展冰峰运动饮料及能量饮料的营养成分联合分析； 2、对冰峰运动饮料及能量饮料现有配方进行优化和再提升。	2021年	正在进行

合作研发协议的委托人为西安冰峰饮料股份有限公司，受托人为西北大学，实际承担研发工作的主体为西北大学食品科学与工程学院，因项目开展实际发生的经费，由双方协商解决。研发内容围绕西安冰峰饮料股份有限公司的战略性新技术、新产品及全产业链食品安全等全面发展的科学研究，并在饮料创新开发、饮料技术研究及技术难点攻关、食品安全控制等方面建立联合开发机制，西北大学应优先将与西安冰峰饮料股份有限公司相关的科研成果转让给公司。

（四）研发投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下表：

项目	2020年	2019年	2018年
研发支出（元）	10,079,300.79	9,602,536.04	9,293,068.32
营业收入（元）	332,538,146.26	302,101,716.48	286,235,032.37
占营业收入比例	3.03%	3.18%	3.25%

公司研发投入相关情况包括：一是原辅料选择。公司重视对原辅材料的感官特性、物理特性、功能性、营养成份及包装储存等方面的研究，采购的原辅材料均来自能提供三证的有资质企业，结合成本预算和原料本身特性，通过多家对比和实验室验证选择出一种最适合的原料。二是公司拥有一套先进、齐全的实验设备，能够做到实验和生产自然衔接。三是研发团队配置合理，各方面人才齐备，如原辅材料、包装包材、配方技术、检测检验、知识产权等方面的研究人员，形成了一支系统的产品开发技术团队。公司多年饮料行业的资深经验积累了包括研发与生产的最新技术，使公司从产品定位到技术开发再到生产指导均有强大的技术支撑。四是工艺及配方方面，公司研发团队根据原辅材料的研究结果对产品进行配方和工艺研发，保障产品的风味稳定性和质量稳定性的同时要保证食品安全性。

（五）技术创新机制及技术创新制度安排

为进一步促进新产品、新技术的开发，调动研发人员的积极性和创新性，提

高产品质量和公司的创新能力，公司采取了一系列的措施，具体如下：

1、加强技术人员的储备与培养

人才是企业经营的核心竞争力，公司较为重视对研发人员的引入及培养。公司通过社招及校招等活动吸取有行业经验的人才，增强研发力量，提高公司技术研发水平。同时，公司制定研发人员奖励规则，对于研发成功项目，根据项目大小，对项目主导人给予晋升、奖励或评优等奖励。

2、建立并完善产品开发制度

公司已建立新产品设计开发的详细流程，对相关产品开发流程实施管理和控制。未来，公司将继续优化相关流程，对新产品开发过程实施更好的管理和监控。

3、对外加强技术交流合作

公司建立产、学、研联合形式的技术创新支持体系，大力推进与各高校及科研单位的合作，充分运用外部力量与内部研发人员相结合的方式，不断提高公司的创新能力。公司与西北大学建立产学研合作关系，承担行业核心关键共性技术研究，结合高校科研教学的优势和公司技术优势，解决生产管理上的技术问题和企业发展的技术攻关问题。

九、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，发行人无境外经营。

十、发行人产品质量控制情况

（一）产品执行的标准

公司产品执行的国家标准如下：

序号	标准号	标准名称
1	GB7101-2015	食品安全国家标准饮料
2	GB19298-2014	食品安全国家标准包装饮用水
3	GB/T10792-2008	碳酸饮料（汽水）
4	GB/T21733-2008	茶饮料

除执行上述国家标准外，公司还制定并执行了如下企业标准：

序号	标准号	标准名称
1	Q/XABF0002S-2019	冰峰植物蛋白饮料
2	Q/XABF0003S-2020	冰峰酸梅汤浓缩浆
3	Q/XABF0004S-2019	冰峰酸梅汤风味饮料
4	Q/XABF0005S-2020	冰峰牌酸梅汤植物饮料
5	Q/XABF0006S-2020	冰峰®酸梅汤植物饮料

（二）公司质量控制体系

截至本招股说明书签署日，公司持有如下《质量管理体系认证证书》：

持证主体	证书编号	范围	有效期至	认证机构
冰峰饮料	00218Q24743R1M	“冰峰”牌果味型碳酸饮料的生产和服务	2021年06月17日	方圆标志认证集团有限公司

注：2021年6月4日-5日，认证机构到发行人现场完成换证审核，符合标准的全部要求。

经认证，公司质量管理体系符合 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 的标准要求。

公司品控部负责产品质量管理，严格执行相关制度，包括自产、委外加工和产供销全流程质量控制。在采购环节制定《进货查验记录制度》《食品添加剂使用与管理制度》和《原物料验收标准》；自产环节《质量检验管理制度》《生产过程质量管理体系》《出厂检验记录制度》《食品安全自查制度》《食品安全防范措施》及《产品质量安全风险管理制度》；委外环节的各产品《技术手册》及《冰峰 OEM 产品回厂内控标准》《不合格品管理制度》及《食品安全事故处置方案及措施》；仓储环节《原辅料库房管理制度》《成品库房管理制度》；流通环节《产品标识和可追溯性管理制度》《紧急放行制度》以及《不合格品召回制度》。

（三）产品质量纠纷

公司产品作为居民日常消费品，产品质量与居民身体健康息息相关。公司自投产以来始终注重产品质量的严格控制，报告期内未发生重大产品质量纠纷，亦不存在因产品质量问题受到质量技术监督部门处罚的情况。

根据西安市未央区市场监督管理局于 2020 年 12 月 31 日出具的证明，公司报告期内，不存在因食品安全问题受该局行政处罚的情形。

（四）食品添加剂使用情况

截至本招股说明书签署日，公司严格遵守 HACCP 管理体系标准，所生产产品食品添加剂均未超标。

（1）公司对于食品添加剂的控制程序如下：

CCP 序号	行业关键 限值	操作限值 (每缸浓浆使用量)	监控				纠偏 行动	记录	验证
			对象	方法	频率	人员			
CCP2: 限量添加剂 称量	苯甲酸钠 < 0.2g/kg	橙味汽水 1.875kg; 苹果汁汽水 3kg; 金桔柠檬果汁汽水 3kg; 苹果味汽水 1.572kg。	限量 添加 剂用 量	双人 复核 称量	每批 称料 投料	配料 人员	重新 称料	1.溶糖 记录; 2.配料 记录。	1.检查溶 糖、配料 记录; 2.每年送 第三方机 构检验限 量添加剂 含量; 3.配料秤 的校验记 录。
	三氯蔗糖 < 0.25g/kg	橙味汽水 1.548kg; 苹果汁汽水 0.75kg; 金桔柠檬果汁汽水 0.9438kg; 苹果味汽水 0.2067kg。							
	六偏磷酸钠 < 5.0g/kg	橙味汽水 0kg; 苹果汁汽水 2.8kg; 金桔柠檬果汁汽水 2.8kg; 苹果味汽水 1.572kg。							
	安赛蜜 < 0.3g/kg	橙味汽水 0kg; 苹果汁汽水 1.5kg; 金桔柠檬果汁汽水 1.46kg; 苹果味汽水 1.554kg。							
	阿斯巴甜 < 0.6g/kg	橙味汽水 0kg; 苹果汁汽水 0kg; 金桔柠檬果汁汽水 0kg; 苹果味汽水 1.032kg。							
	亮蓝 < 0.025g/kg	橙味汽水 0kg; 苹果汁汽水 0.0075kg; 金桔柠檬果汁汽水 0kg; 苹果味汽水 0.0063kg。							
	柠檬黄 < 0.1g/kg	橙味汽水 0kg; 苹果汁汽水 0.14kg; 金桔柠檬果汁汽水 0.15kg; 苹果味汽水 0.1179kg。							
	日落黄 < 0.025g/kg	橙味汽水 0kg; 苹果汁汽水 0kg; 金桔柠檬果汁汽水 0.0075kg; 苹果味汽水 0kg。							

备注：橙味汽水的色素是复合在香精里面，柠檬黄添加量为：0.02909kg/缸；日落黄添加量为 0.27989kg/缸；胭脂红添加量为：0.01833kg/缸。

（2）关键工艺控制点如下：

CCP 序号	关键限值	监控				纠偏行动	记录	验证
		对象	方法	频率	人员			
CCP3: 果汁 杀菌	果果系列果汁： 85℃，15min; 乌梅浓缩汁： 82℃，10min。	果汁杀菌 机面板显 示温度和 时间	观察、记 录、核对	每批果 汁杀菌	配料 人员	杀菌时间不足：延 长杀菌时间至标 准要求。 杀菌温度不足：提 升杀菌温度至标 准要求。	配料 记录	1.检测终糖浆微生物 指标；2.检测成品微 生物指标； 3.每年送第三方机构 检验微生物指标； 4.检查配料记录； 5.温度计和计时器的 校验记录。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性情况

（一）资产完整

发行人具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、房产、机器设备以及商标、专利的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司的资产独立完整。

（二）人员独立

发行人的总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。发行人财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

发行人设有独立的财务会计部门，配备了专职的财务人员，并建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；发行人依法办理税务登记，在银行开立了独立账户，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形。公司的财务独立。

（四）机构独立

发行人依法设置了股东大会、董事会、监事会，按照《公司章程》的规定聘任了高级管理人员，同时根据公司业务发展的需要设置了各职能部门，建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权；公司各组织机构的设置、运行和管理均完全独立，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

发行人具备经营所需的相应资质，拥有从事经营业务所必须的独立完整的业务体系、信息系统和管理体系等，并具备独立完整的研发、生产能力以及采购、销售业务体系。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，

不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情况，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间亦不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人资产完整，人员、财务、机构及业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人在本招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整，符合独立性相关要求。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

发行人的主营业务为橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产、销售。发行人控股股东为糖酒集团，实际控制人为张军，截至本招股说明书签署日，除本公司外，公司控股股东及实际控制人控制的其他企业基本情况如下：

序号	企业名称	控制关系	主营业务
1	糖酒集团	张军控制 91.83%表决权	房屋租赁、物业管理、白酒的生产和销售
2	冰峰物流	糖酒集团持有 100% 股权	普通货物运输、房屋租赁、仓储服务、停车场服务、货物装卸服务
3	西糖超市	糖酒集团持有 100% 股权	白糖的批发兼零售、烟酒批发兼零售、生活用品等连锁超市经营
4	唐久文化	糖酒集团持有 100% 股权	微信公众号运营
5	唐久物业	糖酒集团持有 100% 股权	物业管理、停车服务、房屋租赁
6	君悦餐饮	糖酒集团持有 100% 股权	餐饮服务
7	久悦酒业	糖酒集团持有 100% 股权	白酒批发兼零售
8	君悦糖酒	张军任执行事务合伙人	管理咨询
9	共筑糖酒	张军任执行事务合伙人	管理咨询
10	共益糖酒	张军任执行事务合伙人	管理咨询
11	荣益糖酒	张军任执行事务合伙人	管理咨询
12	共载糖酒	张军任执行事务合伙人	管理咨询
13	秦汉文化	糖酒集团持有其 100% 股权	旅游业务、餐饮服务
14	西安特曲	糖酒集团持有其 100% 股权	白酒生产兼批发

上述企业实际从事的主营业务与发行人不存在相同或相似的情形。糖酒集团经营范围包括“以下项目限分支机构经营：白酒、饮料的生产、销售”，主要是 2017 年之前，“冰峰”饮料业务原是由糖酒集团饮料分公司经营，饮料分公司

是糖酒集团的分支机构，经营饮料业务，与糖酒集团工商登记经营范围相符。饮料分公司注销之后，“冰峰”饮料业务由发行人经营，糖酒集团及其分支机构不再从事饮料业务，同时，糖酒集团出具《关于避免同业竞争的承诺》，承诺未来不从事与发行人形成竞争的业务。

综上，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在与发行人从事相同、相似业务的情况，不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免未来可能出现同业竞争，公司控股股东糖酒集团、实际控制人张军出具《关于避免同业竞争的承诺》，承诺内容如下：

“1、本公司/本人目前没有控制其他对发行人构成直接或间接竞争的企业，也未从事任何在商业上对发行人构成直接或间接竞争的业务或活动。

2、本人关系密切的家庭成员目前没有投资或控制其他对发行人构成直接或间接竞争的企业，也未从事任何在商业上对发行人构成直接或间接竞争的业务或活动。

3、自本承诺函出具之日起，本公司/本人不会、并保证不从事与发行人生产经营有相同或类似业务的投资，今后不会新设或收购从事与发行人有相同或类似业务的公司或经营实体，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与发行人业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对发行人的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

如发行人进一步拓展其业务范围，本公司/本人承诺将不与发行人拓展后的业务相竞争；若出现可能与发行人拓展后的业务产生竞争的情形，本公司/本人将按照包括但不限于以下方式退出与发行人的竞争：

- （1）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；
- （2）将相竞争的资产或业务以合法方式置入发行人；
- （3）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；
- （4）采取其他对维护发行人权益有利的行动以消除同业竞争。

如因本公司/本人未履行在本承诺函中所作的承诺给发行人或其他股东造成

损失的，本公司/本人将赔偿发行人或其他股东的实际损失。”

三、关联方、关联关系和关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所颁布的相关业务规则等相关规定，截至 2021 年 3 月 31 日，公司的关联方包括：

1、关联自然人

（1）实际控制人

发行人实际控制人为张军，其基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七（三）控股股东及实际控制人”。

（2）直接或者间接持有发行人 5%以上股份的自然人

间接持有发行人 5%以上股份的自然人包括张军、林劲峰。

（3）公司董事、监事及高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员的具体情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”。

（4）发行人控股股东的董事、监事及高级管理人员

发行人控股股东糖酒集团的董事为张军、姚军锋、林朝虹、林劲峰、陈卫平、王铁柱，其中张军兼任总经理，王铁柱兼任副总经理、财务负责人，姚军锋兼任副总经理，监事为张彦谊、贺军强、袁琳。

（5）与上述人员关系密切的家庭成员

与上述关联自然人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。

2、关联法人或其他关联组织

(1) 持有发行人 5%以上股份的法人或其他组织

序号	企业名称	关联关系
1	糖酒集团	持有公司 99% 股份

(2) 控股股东、实际控制人控制的其他企业

序号	企业名称	关联关系
1	冰峰物流	糖酒集团持有其 100% 股权
2	西糖超市	糖酒集团持有其 100% 股权
3	唐久文化	糖酒集团持有其 100% 股权
4	唐久物业	糖酒集团持有其 100% 股权
5	君悦餐饮	糖酒集团持有其 100% 股权
6	久悦酒业	糖酒集团持有其 100% 股权
7	秦汉文化	糖酒集团持有其 100% 股权
8	西安特曲	糖酒集团持有其 100% 股权
9	君悦糖酒	实际控制人张军任执行事务合伙人，持有 36% 合伙份额
10	共筑糖酒	实际控制人张军任执行事务合伙人，持有 9.9% 合伙份额
11	共益糖酒	实际控制人张军任执行事务合伙人，持有 9.9% 合伙份额
12	荣益糖酒	实际控制人张军任执行事务合伙人，持有 9.45% 合伙份额
13	共载糖酒	实际控制人张军任执行事务合伙人，持有 11.96% 合伙份额

(3) 关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的除公司及其控股子公司以外的法人

序号	企业名称	关联关系
1	深圳盈信资本一期投资合伙企业(有限合伙)	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
2	深圳市盈信国富实业有限公司	公司董事林劲峰直接控制的公司，林劲峰任董事长兼总经理。林朝虹任董事
3	深圳市对酒当歌科技有限公司	公司董事林劲峰直接控制的公司
4	盈信投资集团股份有限公司	公司董事林劲峰直接控制的公司，林劲峰任董事长兼总经理、林波峰任董事
5	深圳前海几何金融控股有限公司	公司董事林劲峰直接控制的公司，林劲峰任执行董事、林朝虹任总经理
6	深圳杰凯七号资本投资合伙企业(有限合伙)	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
7	深圳前海几何创业投资企业(有限合伙)	公司董事林劲峰直接控制的合伙企业

序号	企业名称	关联关系
8	四川省表方实业有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任董事长、林朝虹任董事
9	深圳盈信十九期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
10	深圳几何十五期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
11	深圳盈信二十二期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
12	深圳盈信二十一期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
13	深圳盈信十六期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
14	深圳盈信十期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
15	深圳盈信十八期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
16	深圳盈信二十三期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
17	深圳盈信十七期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
18	深圳盈信十一期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
19	深圳盈信二十期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
20	深圳盈信十三期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
21	深圳盈信九期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
22	深圳盈信四期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
23	深圳盈信三期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
24	深圳盈信五期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
25	深圳盈信七期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
26	深圳盈信六期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
27	深圳盈信八期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
28	深圳市盈信德诚一号投资管理企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
29	深圳市盈信德诚资产管理有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
30	西藏盈信投资管理有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
31	深圳市鸿基泰和投资有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
32	深圳市华信宏业贸易有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司

序号	企业名称	关联关系
33	深圳前海金莎电子商务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
34	深圳前海国富小额贷款有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
35	徽酒集团股份有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任董事长兼总经理、林朝虹任董事
36	安徽艾可豪生物科技有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
37	涡阳县汇海商贸有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
38	徽酒集团电子商务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任执行董事兼总经理
39	安徽徽酒文化传播有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任执行董事兼总经理
40	安徽高炉酒类销售有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
41	涡阳和信商贸有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
42	安徽徽酒酒业有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
43	安徽双轮酒业有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任董事长兼总经理
44	深圳市希望田投资发展有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
45	中欧天然食品股份有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任董事
46	迎客松徽酒有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司，林劲峰任执行董事兼总经理
47	深圳前海国富家族管理咨询有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
48	深圳市杰凯资产管理有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
49	深圳杰凯八号资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
50	深圳杰凯九号资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
51	深圳杰凯六号资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
52	合肥耀亘企业管理合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰直接控制的合伙企业
53	东莞市基业房地产开发有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
54	广东旗帜商贸发展有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
55	深圳市大笨钟电子商务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
56	深圳盈信十四期资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
57	安徽抱朴酒业贸易有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
58	安徽爱去旅游管理有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
59	合肥华贵润龙不动产管理服务服务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
60	安徽心花路放景观工程有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司

序号	企业名称	关联关系
61	安徽永源酒业有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
62	涡阳图强企业管理有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
63	安徽广和酒业有限责任公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
64	合肥市云衫物业管理有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
65	深圳杰凯五号资本投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
66	江苏盈诚信资产管理有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
67	赛信（南京江北新区）金融科技研究院有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
68	四川省表方孵化器管理有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
69	四川省表方后勤管理服务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
70	四川省表方餐饮服务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
71	四川省表方通讯服务有限公司	公司董事林劲峰间接控制的公司
72	深圳盈信国富投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的合伙企业
73	深圳市励峰投资有限公司	公司董事林劲峰之弟之配偶李莉珊控制的公司，李莉珊任总经理兼执行董事
74	鼎泰长盈资产管理（深圳）有限公司	公司董事林劲峰之弟林波峰控制的企业，林波峰任总经理
75	深圳市鼎泰资本投资有限公司	公司董事林劲峰之弟林波峰控制的企业，林波峰任总经理兼执行董事
76	上海朗绿建筑科技股份有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
77	北京万合天宜影视文化有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
	上海万合天宜影视文化有限公司	北京万合天宜影视文化有限公司的全资子公司
78	上海兆坤实业有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
79	上坤企业集团股份有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
80	朗诗集团股份有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
81	深圳市护家生物科技有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
82	深圳互娱网络科技有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
83	深圳前海产业互联网股份有限公司	公司董事林劲峰担任董事的公司
84	上坤地产集团有限公司（一家注册于香港的公司）	公司董事林劲峰担任非执行董事、公司独立董事周喆人担任非执行董事、糖酒集团董事长林朝虹任非执行董事
85	西安掌购快饮信息技术有限公司	董事、总经理陈卫平之子陈扬控制的公司，陈扬任执行董事兼总经理
86	辽宁北方金融资产交易中心有限公司（注1）	独立董事周喆人担任董事的公司
87	华信信托股份有限公司（注2）	独立董事周喆人担任董事的公司

序号	企业名称	关联关系
88	深圳前海翡钰实业有限公司	糖酒集团董事林朝虹控制的公司，林朝虹任执行董事兼总经理
89	深圳市杰凯人力资源服务有限公司	糖酒集团董事林朝虹控制的公司
90	深圳市杰凯方晟贸易有限公司	糖酒集团董事林朝虹控制的公司
91	深圳市君安物业有限公司	糖酒集团董事林朝虹控制的公司
92	深圳市辉鸿胜贸易有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事兼总经理的公司
93	深圳前海共盈企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	糖酒集团董事林朝虹控制的合伙企业
94	北京请他教互联科技有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
95	广州茶里集团有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
96	深圳市思贝克工业科技有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
97	深圳市因尚网络科技股份有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
98	深圳市思贝克集团有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
99	深圳市思贝克工业智联有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
100	深圳市阿卡索资讯股份有限公司	糖酒集团董事林朝虹担任董事的公司
101	陕西西凤酒股份有限公司	独立董事岳田利任董事的公司
102	陕西九方信管理咨询有限公司	独立董事云虹担任执行董事兼总经理的公司
103	深圳市巨万实业股份有限公司	林劲峰之弟林波峰担任董事的公司
104	安徽双轮印务有限责任公司	林劲峰间接控制的公司
105	深圳市盈嘉福管理咨询合伙企业（有限合伙）	林劲峰和黄毅共同担任执行事务合伙人的企业
106	南京扬子赛客数字科技创业投资基金（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的企业
107	江苏惠泉临港产业发展并购投资基金（有限合伙）	公司董事林劲峰间接控制的企业
108	西安东潭置业有限公司（注3）	发行人持股48%的公司

注1：周喆人于2018年1月辞去该公司董事职务，但未办理工商变更登记。

注2：周喆人于2020年7月辞去该公司董事职务，但未办理工商变更登记

注3：报告期内，发行人已转让西安东潭置业有限公司52%的股权，虽已丧失控制权，但谨慎起见，仍作为关联方披露。

（4）曾经的关联方

序号	企业名称	关联关系
1	深圳市猪小特科技有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年2月28日注销
2	深圳市喝美科技有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年3月12日注销
3	深圳市家常便饭互联网有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年3月12日注销

序号	企业名称	关联关系
4	深圳市猪猪海外互联网有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年3月12日注销
5	深圳市大掌柜商业智能有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年2月28日注销
6	深圳市猪猪送水网络科技有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年2月24日注销
7	深圳市猪猪集市科技有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年2月24日注销
8	深圳市猪猪快购科技有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年11月12日注销
9	深圳市银杏壹号投资企业（有限合伙）	公司董事林劲峰曾间接控制的企业，于2020年4月17日注销
10	北京缤歌网络科技有限公司	公司董事林劲峰曾担任该公司董事，于2020年11月辞任
11	深圳市红秀盈信成长壹号企业管理企业（有限合伙）	公司董事林劲峰曾间接控制的企业，于2020年7月将间接控制的合伙份额转让
12	深圳市前海盈信国富贸易有限公司	公司董事林劲峰曾间接控制的公司，于2020年9月将间接控制的股权转让。林朝虹曾任总经理兼执行董事，截至2020年9月
13	陕西大地生物科技开发有限公司	岳田利控制的公司，于2020年8月7日注销
14	深圳箐雅投资中心（有限合伙）	林劲峰间接控制的公司担任执行事务合伙人的企业，于2021年1月5日注销
15	南充高坪盈信先进制造业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	林劲峰间接控制的公司担任执行事务合伙人的企业，于2021年1月29日注销
16	深圳市露桑达资产管理有限公司	林劲峰间接控制的公司，于2021年1月15日将100%股权转让，目前已不存在关联关系
17	西安百事可乐饮料有限公司	张军曾任副董事长，于2021年3月11日不再担任

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）采购商品

报告期内，公司向关联方采购商品的关联交易情况如下：

单位：元

关联方	关联交易类型	2020年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	采购货品	20,556,408.68	77.20%	11.60%
西安糖酒冰峰物流有限公司	运费及仓储服务	6,216,944.44	48.56%	3.51%
上海万合天宜影视文化有限公司	代言服务	1,048,951.05	100.00%	0.59%
西安唐久物业管理有限公司	服务费	40,723.24	100.00%	0.02%

关联方	关联交易类型	2020年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
合计		27,863,027.41	-	15.73%

续上表

关联方	关联交易类型	2019年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	采购货品	31,199,315.43	91.18%	20.94%
西安糖酒冰峰物流有限公司	运费及仓储服务	6,762,507.77	63.70%	4.54%
上海万合天宜影视文化有限公司	代言服务	1,258,741.28	100.00%	0.84%
西安唐久物业管理有限公司	服务费	47,577.50	100.00%	0.03%
合计		39,268,141.98	-	26.35%

续上表

关联方	关联交易类型	2018年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	采购货品	27,720,374.90	84.61%	19.30%
西安糖酒冰峰物流有限公司	运费及仓储服务	8,218,094.78	98.68%	5.72%
上海万合天宜影视文化有限公司	代言服务	2,307,692.29	100.00%	1.61%
西安唐久物业管理有限公司	服务费	33,451.82	100.00%	0.02%
合计		38,279,613.79	-	26.65%

报告期内，公司与关联方上海万合天宜影视文化有限公司的交易是摊销2017年签署的代言服务。公司向关联方西安市西糖烟酒连锁超市有限公司采购白砂糖等原材料，向关联方西安糖酒冰峰物流有限公司采购物流运输服务及仓储服务，西安唐久物业管理有限公司采购物业、停车等管理服务，交易价格系双方参照市场价格协商确定，对公司业务不构成重大影响。

（2）销售商品

报告期内，公司向关联方销售商品的关联交易情况如下：

单位：元

关联方	关联交易类型	2020年		
		金额	占同类交易比例	占营业收入比例
西安市糖酒集团有限公司	销售商品	75,221.92	0.02%	0.02%
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	销售商品	393,015.42	0.12%	0.12%
安徽高炉酒类销售有限公司	销售商品	8,849.56	0.00%	0.00%
西安唐久物业管理有限公司	销售商品	1,327.14	0.00%	0.00%
西安糖酒冰峰物流有限公司	销售商品	14,463.61	0.00%	0.00%
西安糖酒君悦餐饮服务有限责任公司	销售商品	6,472.52	0.00%	0.00%
合计		499,350.17	0.15%	0.15%

续上表

关联方	关联交易类型	2019年		
		金额	占同类交易比例	占营业收入比例
西安市糖酒集团有限公司	销售商品	414,642.46	0.14%	0.13%
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	销售商品	266,948.08	0.09%	0.09%
安徽高炉酒类销售有限公司	销售商品	1,471,085.75	0.49%	0.49%
西安唐久物业管理有限公司	销售商品	4,884.96	0.00%	0.00%
西安糖酒冰峰物流有限公司	销售商品	1,061.95	0.00%	0.00%
合计		2,158,623.20	0.72%	0.71%

续上表

关联方	关联交易类型	2018年		
		金额	占同类交易比例	占营业收入比例
西安市糖酒集团有限公司	销售商品	33,965.52	0.01%	0.01%
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	销售商品	476,749.19	0.17%	0.17%
安徽高炉酒类销售有限公司	销售商品	240,948.27	0.08%	0.08%
西安唐久物业管理有限公司	销售商品	6,017.10	0.00%	0.00%
西安唐久文化传播有限公司	销售商品	2,926.93	0.00%	0.00%
合计		760,607.01	0.27%	0.27%

报告期内，公司向关联方西安市糖酒集团有限公司及西安市西糖烟酒连锁超市有限公司等销售饮料产品，交易价格系双方参照市场价格协商确定，交易金额较小，对公司业务不构成重大影响。

(3) 租赁

报告期内，公司作为承租方向关联方租赁的关联交易情况如下：

单位：元

关联方	关联交易类型	2020 年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
西安市糖酒集团有限公司	办公楼、职工宿舍	1,759,028.58	95.31%	0.99%
西安唐久物业管理有限公司	办公室	86,642.20	4.69%	0.05%
合计		1,845,670.78	100.00%	1.04%

续上表

关联方	关联交易类型	2019 年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
西安市糖酒集团有限公司	办公楼、职工宿舍	2,339,771.44	96.43%	1.57%
西安唐久物业管理有限公司	办公室	86,642.20	3.57%	0.06%
合计		2,426,413.64	100.00%	1.63%

续上表

关联方	关联交易类型	2018 年		
		金额	占同类交易比例	占营业成本比例
西安市糖酒集团有限公司	办公楼、职工宿舍	2,328,571.44	96.44%	1.62%
西安唐久物业管理有限公司	办公室	85,854.55	3.56%	0.06%
合计		2,414,425.99	100.00%	1.68%

报告期内，公司作为承租人向关联方西安市糖酒集团有限公司租赁位于西安市东十里铺酒十路北 189 号的厂房、办公楼、仓库等及其配套场地、设施；向关联方西安唐久物业管理有限公司租赁办公室，租金系参照市场价格由双方协商确定，且交易金额较小，对公司运营不构成重大影响。

(4) 关键管理人员薪酬

报告期内，公司关键管理人员薪酬情况如下：

单位：元

项目名称	2020年度	2019年度	2018年度
薪酬合计	1,928,127.90	2,000,478.03	1,584,958.91

2、偶发性关联交易

单位：元

关联方	关联交易类型	2020年	2019年	2018年
		金额	金额	金额
西安唐久文化传播有限公司	信息服务	-	21,226.42	56,603.76
西安糖酒君悦餐饮服务有限公司	零星采购	22,563.00	13,803.00	-
西安久悦酒业有限公司	零星采购	10,368.00	102,083.90	24,423.00
西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	零星采购	373,837.53	976,126.32	285,940.11
合计		406,768.53	1,113,239.64	366,966.87

报告期内，公司与关联方的偶发性关联交易是零星采购，交易价格系双方参照市场价格协商确定，且交易金额较小，对公司业务不构成重大影响。

3、关联方往来余额

单位：元

项目名称	关联方	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
其他应收款	西安唐久物业管理有限公司	7,870.00	7,870.00	7,870.00
其他应收款	西安市糖酒集团有限公司	-	-	1,712,568.00
其他应收款	西安东潭置业有限公司	34,005,947.66	-	-
应收账款	西安市糖酒集团有限公司	33,820.78	13,700.00	-
应收账款	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	-	2,727.50	-
预付款项	西安唐久物业管理有限公司	4,500.00	4,500.00	2,700.00
应付账款	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	1,073,776.80	-	-
应付账款	西安市糖酒集团有限公司	390,895.24	-	203,750.00
应付账款	西安糖酒冰峰物流有限公司	632,554.06	446,532.88	201,081.58

报告期内，发行人关联交易的波动符合经营所需，类似交易后续仍将继续发生，为了满足规范治理及监管要求，将逐步降低关联交易比例；关联方往来余额与关联交易金额相匹配，东潭置业款项详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“主要资产分析”之“（4）其他应收款”。

（三）关联交易的必要性、公允性

西糖超市是发行人所在地最大的食糖批发企业，其控股股东糖酒集团是西安市市级重要商品（食用糖）承储单位，协同政府实施食糖战略保障和平抑市场，拥有完善的储备、资金和直通铁路专线等保障条件。西糖超市前身系西安市最早成立的国有老字号“西安市糖业烟酒公司”，具有 50 余年糖烟酒专业经营历史，渠道稳定、信誉优良、熟悉行情、贸易量大，有较强的采购和议价能力，积累了西安智诚生物科技有限公司、安徽众维轻化有限公司等长期合作客户。西糖超市对其他客户及发行人的白糖售价不存在重大差异。报告期内，发行人向西糖超市白糖采购价与向其他供应商的采购价不存在重大差异，交易价格公允。

发行人生产场地有限，且无办公楼，因此在办公、研发方面，有相应的场地租赁需求；糖酒集团在西安物业、房产较多，可供对外出租使用。经与 58 同城网站周边 10 公里以内厂房租赁价格有一定差异，主要是发行人所处浐灞生态区，生产企业较少，可租赁场所有限，同时有场地租赁需求生产的企业亦较少，场所租赁在浐灞生态区不具有活跃市场，存在差异是正常的。

发行人是区域性大型饮料生产企业，销售范围遍布全国各大区域，采购物流运输是必不可少的；冰峰物流专注于物流运输及管理服务，会根据承运货物内容、运输形式、运输距离、运输量、配送范围等具体情况，对外招标选择合作的伙伴。冰峰物流为冰峰饮料提供产品运输及物流运输商管理服务：1）产品运输服务：冰峰物流以自有车辆为冰峰饮料提供产品运输服务，运输价格与冰峰饮料招标运输服务单位的中标价格一致；2）运输服务商的管理服务：为冰峰饮料管理中标运输单位，包括服务质量考核、时效考核、客户满意度考核等，本着覆盖冰峰物流实际耗用的人力、物力成本结算管理服务费。

唐久物业在莲湖区糖酒集团所在地拥有独立的物业、停车场，提供房产租赁、停车场及物业管理服务；发行人在莲湖区糖酒集团所在地无独立的办公区域，为方便糖酒集团的管理以及销售业务的拓展，发行人在莲湖区租赁唐久物业的办公场所 274 m²，年租金 94,400 元，约 29 元/m²/月，与唐久物业租赁给其他客户及周边房屋租赁价格不存在差异。同时，唐久物业按照其他客户同样的价格，收取停车服务费、物业管理费，不存在差异情形。

万合天宜是范钧、柏忠春和叫兽易小星于 2012 年共同成立的新媒体影视公司。旗下签约艺人叫兽易小星、白客、老湿、刘循子墨、葛布等。2012 年出品的迷你剧《万万没想到》《报告老板》点击量破 20 亿，脱口秀《不吐不快》也大受欢迎，一举奠定了其作为中国新媒体影视界内容领头人的地位；发行人品牌正在逐步向全国市场推广，明星代言是比较常见的推广手段，因此发行人与万合天宜签署了广告代言服务合同，合同价格 500 万元，服务期限 36 个月。由于明星知名度、产品个性化等差异，代言价格不具有可比性。林劲峰为万合天宜、发行人的董事，不参与实际经营，双方就代言服务谈判协商与独立第三方谈判不存在差异，最终以双方协商结果确定价格。

安徽高炉酒类销售有限公司是专业的酒类销售公司，渠道多样、销售面广；发行人是饮料生产企业，饮料与酒具有协同性，发行人希望借助安徽高炉的酒类销售渠道、销售面，拓宽冰峰饮料的销售市场。因此，安徽高炉成为发行人经销商，所有产品的销售价格与其他经销商不存在明显差异，搭赠、返利政策均按公司统一制度执行。

除安徽高炉外，其他关联单位采购发行人的商品均用于公司福利或招待，其零星采购商品的价格与给予经销商的产品价格一致，不存在重大差异。

综上，公司关联采购、销售交易具有合理性、必要性，交易价格公允。不存在关联方利益输送或转嫁成本的情形。

（四）公司减少和规范关联交易的主要措施

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。为减少和规范关联交易，公司采取的措施如下：

1、《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》对关联交易的决策权限、表决程序、关联方回避等作出详细的规定，公司将严格遵照执行。

2、公司建立《独立董事工作制度》，将充分发挥独立董事的监督作用，减少和规范关联交易，确保关联交易的公允性、批准程序的合规性，保护中小股东的合法权益。

3、对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行关联交易基本原则、决策

程序、回避制度及信息披露制度，遵循公平、公正、公开以及等价有偿的基本商业原则，切实履行信息披露的有关规定，避免关联交易损害本公司及股东（尤其是中小股东）利益。

4、为了减少和规范未来可能发生的关联交易，保护投资者的权益，公司控股股东糖酒集团、实际控制人张军出具了《避免或减少关联交易的承诺函》，承诺如下：

“（1）截至本承诺函出具之日，除已经披露的情形外，本公司/本人及本公司/本人控制或可实施重大影响的其他企业与发行人之间不存在其他关联交易。

（2）本公司/本人将履行作为发行人股东的义务，不利用股东地位影响发行人的独立性、故意促使发行人对与本公司/本人及本公司/本人控制或可实施重大影响的其他企业的任何关联交易采取任何行动、故意促使发行人的股东大会或董事会做出侵犯其他股东合法权益的决议。

（3）如果发行人必须与本公司/本人及本公司/本人控制或可实施重大影响的其他企业发生任何关联交易，则本公司/本人承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行，并按相关法律法规、规范性文件、交易所规则、《公司章程》和《关联交易管理制度》的规定履行交易程序及信息披露义务。

（4）本公司/本人承诺、并确保本公司/本人控制或可实施重大影响的其他企业不通过与发行人之间的关联交易谋求特殊的利益，不会进行有损发行人及其中小股东利益的关联交易。如出现因本公司/本人违反上述承诺与保证而导致发行人或其他股东的权益受到损害，本公司/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或其他股东造成的实际损失。

上述承诺为本公司/本人真实意思表示，本公司/本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司/本人将依法承担相应责任。”

（五）规范关联交易的制度安排

为规范公司关联交易，维护公司股东特别是中小股东的合法权益，保证公司与关联方之间的关联交易符合公开、公平、公正的原则，根据国家有关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件的相关规定，公司在《公司章程》《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等公司制度中对关联方及关联交易的类型、

关联方的回避措施、关联交易决策权力与程序等做了明确规定。

1、《公司章程》的规定

（1）《公司章程》第三十七条：“公司提供下列担保（含对子公司担保）行为，须经股东大会审议通过：……（四）对股东、实际控制人及其关联方或其他关联方提供的担保。……股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人或其他关联方提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东审议通过”。

（2）《公司章程》第七十六条：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数”。

（3）《公司章程》第一百零二条：“董事会行使下列职权：……（十）审议公司本年度除需提交股东大会审议批准之外的，已预计类别范围内、超过公司当年已预计总金额的经常性关联交易事项；（十一）审议公司本年度除需提交股东大会审议批准之外的，未曾预计的新增类别的经常性关联交易事项；（十二）在公司股东大会的授权范围内，审议除需经公司股东大会审议批准以外的公司对外担保事项，公司为关联方提供担保的，不论数额大小，均应在董事会审议后提交股东大会审议”。

（4）《公司章程》第一百一十四条：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议”。

2、《关联交易管理制度》的规定

（1）《关联交易管理制度》第十条：“本公司关联交易是指本公司或其控股子公司与关联人之间发生的转移资源或义务的事项，包括但不限于下列事项：

（一）购买或出售资产；（二）对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司、合营企业、联营企业投资，投资交易性金融资产、可供出售金融资产、持有至到期投资等）；（三）提供财务资助；（四）提供担保；（五）租入或租出资产；

（六）签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）；（七）赠与或受赠资产；（八）债权或债务重组；（九）研究与开发项目的转移；（十）签订许可使用协议；（十一）购买原材料、燃料、动力；（十二）销售产品、商品；（十三）提供或接受劳务；（十四）委托或受托销售；（十五）关联双方共同投资；（十六）其他通过约定可能造成资源或义务转移的事项；（十七）中国证监会、证券交易所认为应当属于关联交易的其他事项”。

（2）《关联交易管理制度》第十四条：“董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，本公司应当将该交易提交股东大会审议。

前款所称关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：（一）交易对方；（二）在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人或者其他组织、该交易对方直接或间接控制的法人或其他组织任职的；（三）拥有交易对方的直接或间接控制权的；（四）交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员（具体范围参见第六条第（四）项的规定）；（五）交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员（具体范围参见第六条第（四）项的规定）；（六）中国证监会、证券交易所或本公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士”。

（3）《关联交易管理制度》第十五条：“股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：（一）交易对方；（二）拥有交易对方直接或间接控制权的；（三）被交易对方直接或间接控制的；（四）与交易对方受同一机构或自然人直接或间接控制的；（五）交易对方或者其直接或者间接控制人的关系密切的家庭成员（具体范围参见第六条第（四）项的规定）；（六）在交易对方任职，或者在能直接或间接控制该交易对方的机构或者该交易对方直接或间接控制的机构任职的（适用于股东为自然人的）；（七）因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；（八）中国证监会或证券交易所认定的可能造成本公司对其利益倾斜的机构或自然人”。

（4）《关联交易管理制度》第十七条：“关联交易决策权限：（一）由董事长批准决定的关联交易：公司与关联自然人达成的关联交易总额低于 30 万元、公司与关联法人达成的关联交易总额低于 100 万元或低于公司最近一期经审计净资产值 0.5% 的交易，董事长可以批准决定，但董事长本人或其近亲属为关联交易对方的除外。

（二）由董事会批准决定的关联交易：1、公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外），需经公司董事会批准。2、公司与关联法人发生的金额在 100 万元（含 100 万元）至 1000 万元（含 1000 万元）之间，且占公司最近一期经审计净资产值 0.5%（含 0.5%）至 5%（含 5%）之间的关联交易；对本公司拟与关联人达成的交易总额在 100 万元以上且占本公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 的关联交易（包括经董事会审议通过后还需要提交公司股东大会审议决定的关联交易），应由公司半数以上独立董事认可后，提交董事会讨论。3、公司与关联人发生的金额在 1000 万元以上（不含 1000 万元），且占公司最近一期经审计净资产值 5% 以上（不含 5%）的关联交易，由董事会审议批准后，还应提交股东大会批准。

（三）由股东大会批准决定的关联交易：1、公司与关联人发生的关联交易（公司提供担保、获赠现金资产除外）总额在 1000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，需经公司股东大会批准。2、公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后，并提交股东大会审议。3、公司为持股 5% 以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决”。

3、《独立董事工作制度》的相关规定

《独立董事工作制度》第二十一条：“独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还拥有以下特别职权：（一）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据”。

（六）报告期内发行人关联交易制度的执行情况及独立董事意见

公司报告期内的关联交易是因公司正常生产经营业务需要而按照市场化定价原则进行的交易，交易条款内容真实、公平、合理、有效，定价公允、合理，不存在利益转移，不会对公司独立性构成不利影响，均已履行必要的法定程序，关联董事或关联股东在审议相关关联交易议案时回避表决，关联交易的决策程序符合当时法律、法规、规范性文件及《公司章程》等其他公司制度的相关规定，不存在损害公司和所有股东利益的行为。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况

（一）董事会成员

根据《公司章程》，公司共设9名董事，其中独立董事3名。公司董事由公司股东大会选举产生，任期3年。公司现任董事如下：

姓名	在公司任职	本届董事会任职期限
张军	董事长	2019/11/1~2022/10/31
陈卫平	董事兼总经理	2019/11/1~2022/10/31
肖锋	董事兼副总经理	2019/11/1~2022/10/31
谢晖	董事、财务负责人	2019/11/1~2022/10/31
林劲峰	董事	2019/11/1~2022/10/31
胡鹏博	董事	2020/2/29~2022/10/31
岳田利	独立董事	2020/2/29~2022/10/31
云虹	独立董事	2020/2/29~2022/10/31
周喆人	独立董事	2020/2/29~2022/10/31

公司现任董事简历如下：

张军，男，1964年出生，中国国籍，无永久境外居留权，中共党员，本科，高级政工师。历任西安市糖业烟酒副食集团公司党委书记和总经理、西安市食品工业公司总经理、西安市食品厂厂长、糖酒集团党委书记、董事长和总经理、唐久文化执行董事、西安百事可乐饮料有限责任公司副董事长、冰峰物流总经理、唐久物业董事长、冰峰有限董事长，现任糖酒集团董事长兼总经理、共筑糖酒执行事务合伙人、共益糖酒执行事务合伙人、荣益糖酒执行事务合伙人、君悦糖酒执行事务合伙人、共载糖酒执行事务合伙人、西糖超市董事长、冰峰物流董事长、久悦酒业董事长、西安特曲董事长、冰峰网络董事长、发行人董事长。

陈卫平，男，1963年出生，中国国籍，无永久境外居留权，中共党员，1986年毕业于哈尔滨商业大学食品机械专业，本科，工程师。历任西安市食品厂技术员、西安市食品厂汽水分厂副厂长、糖酒集团经营策划部经理、总经理办公室主任以及饮料分公司书记、常务副厂长和总经理、冰峰有限董事兼总经理；现任糖酒集团董事、冰峰网络董事、冰峰物流董事、发行人董事及总经理。长期带领研

发团队进行新项目研究和新产品开发，主持或参与“冰峰橙味易拉罐”“冰峰酸梅汤”“冰峰茯苓茶饮料”等项目，研发新品先后多次获奖，主导与西北大学等深入开展产学研合作。系发行人已获得授权的 30 项实用新型专利及 4 项发明专利申请权的主要发明人。

肖锋，男，1967 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，中共党员，大专，助理会计师、助理经济师。历任西安市食品厂汽水分厂销售部员工、西安市食品厂汽水分厂财务部员工、糖酒集团财务部副经理、饮料分公司副总经理、冰峰有限副总经理，现任发行人董事、副总经理。

谢晖，男，1971 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，大专，助理会计师、管理会计师。历任西安市糖酒集团有限公司西安酒厂会计主管、冰峰有限董事、财务负责人，现任发行人董事、财务负责人、董事会秘书。

林劲峰，男，1971 年出生，中国国籍，有香港居留权，工商管理硕士。历任深圳市君安证券有限公司投资银行部投资经理、深圳市巨万投资发展有限公司董事长兼总经理，现任朗诗集团股份有限公司董事、徽酒集团股份有限公司董事、安徽双轮酒业有限责任公司董事长兼总经理、深圳市盈信国富实业有限公司董事长兼总经理、徽酒集团电子商务有限公司执行董事兼总经理、盈信投资集团股份有限公司董事长兼总经理、北京万合天宜影视文化有限公司董事、中欧天然食品股份有限公司董事、合肥耀巨企业管理合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、上海朗绿建筑科技股份有限公司董事、深圳前海几何创业投资企业（有限合伙）执行事务合伙人、深圳市护家生物科技有限公司董事、安徽徽酒文化传播有限公司执行董事兼总经理、糖酒集团董事、深圳前海几何金融控股有限公司执行董事、四川省表方实业有限公司董事长、深圳前海产业互联网股份有限公司董事、上海复客科技集团有限公司监事、上海兆坤实业有限公司董事、深圳对酒当歌影视影业有限公司监事、深圳互娱网络科技有限公司董事、深圳市盈嘉福管理咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、迎客松徽酒有限责任公司执行董事兼总经理、上坤地产集团有限公司（香港公司）非执行董事、上坤企业集团股份有限公司董事、北京二商食品股份有限公司监事、发行人董事。

胡鹏博，男，1984 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科。历任西安施扬商贸有限公司市场经理、唐久文化业务主管、糖酒集团总经理办公室行政

主管、饮料分公司市场部经理、糖酒集团总经理办公室副主任、冰峰网络总经理，现任冰峰网络董事兼总经理、唐久文化总经理、发行人董事。

岳田利，男，1965年生，中国国籍，无永久境外居留权，博士，教授、博士生导师、享受国务院政府特殊津贴专家。历任西北农业大学食品科学系助教、讲师、副教授、西北农林科技大学食品科学与工程学院副教授、教授、副院长、院长，现任西北大学食品科学与工程学院院长和教授、陕西西凤酒股份有限公司独立董事、发行人独立董事。

云虹，女，1965年生，中国国籍，无永久境外居留权，博士。1987年7月至今，历任长安大学经济与管理学院财务会计系助教、讲师、副教授、教授，现任陕西九方信管理咨询有限公司执行董事兼总经理、长安大学教授、发行人独立董事。

周喆人，男，1977年生，中国国籍，无永久境外居留权，硕士。历任上海市国茂律师事务所律师助理、律师、合伙人、沈阳合金投资股份有限公司董事、总经理、上海天禧嘉福璞缇客酒店有限公司执行董事、上海市共同综合律师事务所合伙人、大中华集团有限公司董事会主席，现任华信信托股份有限公司董事、国浩律师（上海）事务所律师合伙人、辽宁北方金融资产交易中心有限公司董事、上坤地产集团有限公司独立非执行董事、发行人独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，包括1名职工代表监事。公司职工代表监事由公司职工代表大会选举产生。公司监事任期3年。公司现任监事如下：

姓名	监事类型	本届任期
段莉娜	监事会主席	2019/11/1~2022/10/31
李寒	职工代表监事	2019/11/1~2022/10/31
刘天良	监事	2019/11/1~2022/10/31

公司现任监事简历如下：

段莉娜，女，1980年生，中国国籍，无永久境外居留权，大专。历任西安市糖业烟酒副食集团公司锦华商场微机管理员、西安市糖业烟酒副食集团公司综合办公室党务干部、糖酒集团党委办公室副主任、糖酒集团唐久物业服务分公司

副经理、饮料分公司副经理、冰峰有限副总经理、党支部副书记、工会主席、监事，现任发行人党支部副书记、工会主席、监事会主席。

李寒，女，1983年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科。历任饮料分公司灯检员、开票员、业务员、销售主管、办公室主任助理、冰峰有限办公室副主任，现任发行人办公室副主任和监事。

刘天良，男，1981年生，中国国籍，无永久境外居留权，2006年毕业于西安工程大学生物工程专业，本科。历任健力宝（西安）饮料有限公司品控及委外专员、饮料分公司销售业务员、行政后勤专员、新产品开发小组核心组员、新品开发部经理和总经理助理、冰峰有限总经理助理，现任发行人技术总监、监事。主持或参与“易拉罐装橙味汽水”“酸梅汤植物饮料”“PET瓶装饮用水”“玻璃瓶装果汁汽水”“玻璃瓶装和无菌纸盒装植物蛋白饮料”“茶饮料”等项目；研发新品先后获西安国际美食之都西安老字号创新成就奖等多项奖项。长期带领研发团队主导多项新项目研究和新产品开发，规划构建冰峰研发检测中心，参与制定6项冰峰产品企业标准。

（三）高级管理人员

公司的高级管理人员为公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书。公司现有高级管理人员4名，由公司董事会聘任，任期3年。公司现任高级管理人员如下：

姓名	职务	本届任期
陈卫平	董事、总经理	2019/11/1~2022/10/31
肖锋	董事、副总经理	2019/11/1~2022/10/31
苏丹冰	副总经理	2019/11/1~2022/10/31
谢晖	董事、财务负责人	2019/11/1~2022/10/31
	董事会秘书	2020/2/10~2022/10/31

公司现任高级管理人员简历如下：

陈卫平，详细简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

肖锋，详细简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概

况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

谢晖，详细简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

苏丹冰，男，1977年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科，助理经济师。历任西安顶益食品有限公司企划部产品经理、锦丰食品有限公司企划经理、白象食品股份有限公司企划中心产品经理、安徽新锦丰企业投资集团有限公司企划中心总监、河南斯美特食品有限公司企划中心高级经理、北京天策行互动科技有限公司项目总监、冰峰有限总经理助理、品牌总监，现任发行人副总经理。

（四）核心技术人员

陈卫平，详细简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

刘天良，详细简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”之“（二）监事会成员”的相关内容。

安德平，男，1962年9月生，现任发行人研发中心副经理，先后毕业于西安市卫生学校检验专业、西安电子科技大学夜大无线电专业、西安电子科技大学夜大应用电子技术专业，本科学历。曾就职西安市周至县卫生防疫站、西安市食品工业研究所、西安市食品厂等。作为研发负责人，主持或参与“易拉罐装橙味汽水”“酸梅汤植物饮料”“PET瓶装饮用水”“玻璃瓶装果汁汽水”“玻璃瓶装和无菌纸盒装植物蛋白饮料”“茶饮料”等项目；研发新品先后荣获最受百姓喜爱品牌、陕西糖酒副食流通协会市场调查畅销品牌等多个奖项。

袁庆军，男，1977年8月生，现任发行人研发中心副经理，2000年毕业于西安人民广播电视大学工商管理专业，大专学历。曾就职陕西（西安）健力宝饮料有限公司、陕西乐百氏（达能）饮料有限公司，参与爆果汽饮料、第五季系列饮料、欢廷系列饮料和脉动系列饮料等项目开发，以及“冰峰易拉罐橙味汽水”“苹果味易拉罐汽水”“冰峰一把花生植物蛋白饮料”“冰峰包装饮用水”“酸梅汤风味饮料”“茯茶系列产品”等项目。

吕高鹏，男，1988年6月生，现任发行人研发中心副经理，2011年毕业于陕西理工大学生物工程专业，本科学历。曾就职内蒙古伊利集团冷饮质管部、广

东海川食品科技有限公司河源基地食品质检部。荣获 2020 年度糖酒集团创新奖（集体奖）。参与制定 6 项冰峰产品企业标准和“易拉罐装橙味汽水”“酸梅汤植物饮料”“PET 瓶装饮用水”“玻璃瓶装果汁汽水”“玻璃瓶装和无菌纸盒装植物蛋白饮料”“茶饮料”等项目，研发新品先后荣获食品行业最佳人气奖等。

孙佩妮，女，1987 年 9 月生，现任发行人研发中心专员，毕业于杨凌职业技术学院生物工程系和陕西师范大学成人教育，本科学历。曾就职西安殷荣饮品有限公司研发岗、上海十花汤饮品有限公司研发专员，主持或参与其公司多坚果植物蛋白饮料、NFC 系列产品、低果系列、“十花汤”等项目开发。参与制定 6 项冰峰产品企业标准和“苹果味汽水”“冰峰一把花生植物蛋白饮料”“酸梅汤汽水”“酸梅汤风味饮料”“茯茶系列产品”等项目，研发新品先后荣获中国食品行业创新十佳品牌、2016 年西安商务局年度品牌、2017 年最受百姓喜爱品牌、2018-2019 年度陕西糖酒副食流通协会市场调查畅销品牌等。

胡颖，女，1988 年 7 月生，现任发行人研发中心专员，毕业于陕西理工学院食品质量与安全专业，本科学历，食品质量与安全助理工程师。曾就职临沂新程金锣肉制品集团有限公司化验员。参与“易拉罐酸梅汤植物饮料”项目的研发，研发新品先后荣获 2016 年度中国食品行业创新十佳品牌、2016 年西安商务局年度品牌、2017 年最受百姓喜爱品牌等。

成文乐，女，1994 年 2 月生，现任发行人研发中心专员，毕业于哈尔滨商业大学包装工程专业，本科学历，参与前期开发实验验证和立项工作，“冰峰玻璃瓶不含气酸梅汤”“茯茶饮品”项目，研发新品先后获陕西糖酒副食流通协会市场调查畅销品牌、陕西影响力领航品牌奖、西安国际美食之都西安老字号创新成就奖等多项殊荣。参与的“冰峰运动饮料”开发项目成功试产，储备项目“柠檬茶饮料”“含蔗糖的桃味汽水”“四种口味苏打气泡水”等研发取得明显突破。

（五）董事、监事提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

2019 年 11 月 1 日，公司召开创立大会暨 2019 年度第一次股东大会，选举张军、林劲峰、陈卫平、肖锋、谢晖为公司第一届董事会董事，董事任期自各候选人被正式选举为董事之日起三年。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，

选举张军为董事长。2020年2月29日，公司召开2020年第一次临时股东大会，选举岳田利、云虹、周喆人为独立董事，胡鹏博为董事，任期与第一届董事会董事任期一致。

2、监事提名和选聘情况

2019年11月1日，公司召开创立大会暨2019年度第一次股东大会，选举段莉娜、刘天良为公司第一届监事会监事，监事任期自各候选人被正式选举为监事之日起三年；经公司职工代表会议，选举李寒为公司第一届监事会职工代表监事，任期三年；同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举段莉娜为监事会主席，任期三年。

二、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有股份及其变动情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在直接持有公司股份的情况。

（二）公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有公司股份的情况如下：

姓名	公司职务/亲属关系	间接持股公司	持股数（股）	持股比例
张军	董事长	糖酒集团	16,645,140	9.25%
		君悦糖酒	15,388,542	8.55%
		共筑糖酒	713,014	0.40%
		共益糖酒	713,014	0.40%
		荣益糖酒	712,920	0.40%
		共载糖酒	3,118,759	1.73%
林劲峰	董事	盈信国富	69,717,672	38.73%

姓名	公司职务/亲属关系	间接持股公司	持股数（股）	持股比例
陈卫平	董事、总经理	糖酒集团	1,314,000	0.73%
		君悦糖酒	1,466,186	0.81%
		共载糖酒	244,274	0.14%
庞炬飞	陈卫平之妻	共益糖酒	209,583	0.12%
肖锋	董事、副总经理	糖酒集团	1,116,000	0.62%
		君悦糖酒	1,466,186	0.81%
		共载糖酒	210,190	0.12%
谢晖	董事、财务负责人、 董事会秘书	荣益糖酒	209,727	0.12%
		君悦糖酒	914,763	0.51%
胡鹏博	董事	君悦糖酒	641,189	0.36%
岳田利	独立董事	无		
云虹	独立董事	无		
周喆人	独立董事	无		
段莉娜	监事会主席	糖酒集团	1,116,000	0.62%
		君悦糖酒	914,763	0.51%
		共载糖酒	210,190	0.12%
刘天良	技术总监、监事	君悦糖酒	914,763	0.51%
李寒	职工代表监事	共筑糖酒	209,583	0.12%
		君悦糖酒	183,808	0.10%
苏丹冰	副总经理	君悦糖酒	641,189	0.36%
安德平	核心技术人员、研发 中心副经理	君悦糖酒	183,808	0.10%

（三）近三年所持股份增减变动情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有的公司股份近三年增减变动情况如下：

姓名	公司职务/亲属关系	2020年 12月31日		2019年 12月31日		2018年 12月31日	
		持股比例（%）	情况说明	持股比例（%）	情况说明	持股比例（%）	情况说明
张军	董事长	17.44	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	10.24	-	10.24	-
林劲峰	董事	28.39	-	28.39	-	28.39	-
陈卫平	董事、总经理	1.42	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	0.73	-	0.73	-
庞炬飞	陈卫平之妻	0.10	-	0.10	-	0.10	-

姓名	公司职务/亲属关系	2020年 12月31日		2019年 12月31日		2018年 12月31日	
		持股比例（%）	情况说明	持股比例（%）	情况说明	持股比例（%）	情况说明
肖锋	董事、副总经理	1.31	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	0.62	-	0.62	-
谢晖	董事、财务负责人、董事会秘书	0.53	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	0.10	-	0.10	-
胡鹏博	董事	0.30	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	无	-	无	-
岳田利	独立董事	无	-	无	-	无	-
云虹	独立董事	无	-	无	-	无	-
周喆人	独立董事	无	-	无	-	无	-
段莉娜	监事会主席	1.05	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	0.62	-	0.62	-
刘天良	监事	0.43	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	无	-	无	-
李寒	职工代表监事	0.19	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	0.10	-	0.10	-
苏丹冰	副总经理	0.30	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	无	-	无	-
安德平	研发中心副经理	0.09	新增通过君悦糖酒间接持有的股份	无	-	无	-

（四）近三年所持股份的质押或冻结情况

2017年6月，盈信国富与江苏省国际信托有限责任公司签署《股权质押合同》，将其持有糖酒集团35.71%的股权予以质押，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有的公司股份在近三年不存在质押或冻结情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况

截至2021年3月31日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他直接对外投资情况如下表所示：

序号	姓名	担任冰峰饮料职务	对外投资单位名称	持股比例（%）	主营业务
1	张军	董事长	糖酒集团	9.25	房屋租赁、物业管理、白酒的生产和销售
2			共筑糖酒	9.90	管理咨询
3			君悦糖酒	36.00	管理咨询
4			荣益糖酒	9.45	管理咨询
5			共益糖酒	9.90	管理咨询

序号	姓名	担任冰峰饮料职务	对外投资单位名称	持股比例 (%)	主营业务
6	林劲峰	董事	深圳市盈信国富实业有限公司	91.34	投资兴办实业；企业管理咨询、信息咨询；国内贸易。
7			深圳前海几何创业投资企业（有限合伙）	50.00	创业投资
8			盈信投资集团股份有限公司	71.54	投资科技型企业和项目，为所投资的创业企业提供管理服务
9			深圳市对酒当歌科技有限公司	82.68	计算机、互联网技术开发；广告业务、预包装食品、酒类的销售
10			深圳杰凯七号资本投资合伙企业（有限合伙）	58.24	企业管理策划；企业管理咨询
11			深圳前海几何金融控股有限公司	65.00	投资管理、投资顾问、投资咨询、企业管理咨询、经济信息咨询；受托管理股权投资基金；受托资产管理股权投资；市场营销策划
12			深圳市盈嘉福管理咨询合伙企业（有限合伙）	40.00	企业管理咨询、商务信息咨询、信息咨询；市场调研
13			合肥耀巨企业管理合伙企业（有限合伙）	1.14	股权投资
14	陈卫平	董事兼总经理	糖酒集团	0.73	房屋租赁、物业管理、白酒的生产和销售
15			君悦糖酒	3.43	管理咨询
16	谢晖	董事、财务负责人、董事会秘书	荣益糖酒	2.78	管理咨询
17			君悦糖酒	2.14	管理咨询
18	肖锋	董事兼副总经理	糖酒集团	0.62	房屋租赁、物业管理、白酒的生产和销售
19			君悦糖酒	3.43	管理咨询
20	云虹	独立董事	陕西九方信管理咨询有限公司	40.00	财税策划、企业管理咨询、绩效管理体系设计
21	胡鹏博	董事	君悦糖酒	1.50	管理咨询
22	李寒	监事	共筑糖酒	2.91	管理咨询
23			君悦糖酒	0.43	管理咨询
24	刘天良	监事	君悦糖酒	2.14	管理咨询
25	段莉娜	监事会主席	糖酒集团	0.62	房屋租赁、物业管理、白酒的生产和销售
26			君悦糖酒	2.14	管理咨询
27	苏丹冰	副总经理	君悦糖酒	1.50	管理咨询
28	安德平	研发中心副经理	君悦糖酒	0.43	管理咨询

除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无其他对外投资情况，上述人员的对外投资均不与发行人业务产生利益冲突。

四、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员于 2020 年在发行人领取薪酬情况如下：

姓名	现任公司职务	2020 年自发行人领薪 (万元)	2020 年是否在实际控制人 控制的其他企业领薪
张军	董事长	—	是
陈卫平	董事兼总经理	27.45	否
肖锋	董事兼副总经理	33.05	否
谢晖	董事、财务负责人、 董事会秘书	21.96	否
林劲峰	董事	—	否
胡鹏博	董事	14.14	否
岳田利	独立董事	6.00	否
云虹	独立董事	6.00	否
周喆人	独立董事	6.00	否
段莉娜	监事会主席	23.87	否
李寒	职工代表监事	10.72	否
刘天良	技术总监、监事	21.91	否
苏丹冰	副总经理	21.72	否
安德平	研发中心副经理	9.25	否
袁庆军	研发中心副经理	8.43	否
吕高鹏	研发中心副经理	7.25	否
孙佩妮	研发中心专员	6.85	否
胡颖	研发中心专员	7.23	否
成文乐	研发中心专员	6.85	否

五、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在外兼职情况

截至 2021 年 3 月 31 日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员除冰峰饮料及其下属公司以外的其他单位的兼职情况如下：

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联 关系
1	张军	董事长	糖酒集团	董事长兼总经理	公司控股股东

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
2			冰峰物流	董事长	公司控股股东糖酒集团持有其 100% 股权
3			西糖超市	董事长	公司控股股东糖酒集团持有其 100% 股权
4			久悦酒业	董事长	公司控股股东糖酒集团持有其 100% 股权
5			君悦糖酒	执行事务合伙人	间接控制公司 20% 股权，且与公司受同一实际控制人控制
6			共筑糖酒	执行事务合伙人	与公司受同一实际控制人控制
7			共益糖酒	执行事务合伙人	与公司受同一实际控制人控制
8			荣益糖酒	执行事务合伙人	与公司受同一实际控制人控制
9			西安特曲	董事长	公司控股股东糖酒集团持有其 100% 股权
10			陈卫平	董事兼总经理	糖酒集团
11	冰峰物流	董事			公司控股股东糖酒集团持有其 100% 股权
12	林劲峰	董事	朗诗集团股份有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
13			徽酒集团股份有限公司	董事	林劲峰间接控制的公司
14			安徽双轮酒业有限责任公司	董事长兼总经理	林劲峰间接控制的公司
15			深圳市盈信国富实业有限公司	董事长兼总经理	间接控制公司 35.71% 股份，且林劲峰间接控制的公司
16			迎客松徽酒有限责任公司	执行董事兼总经理	林劲峰间接控制的公司
17			深圳前海几何创业投资企业（有限合伙）	执行事务合伙人	林劲峰控制的企业
18			盈信投资集团股份有限公司	董事长兼总经理	林劲峰控制的公司
19			上坤企业集团股份有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
20			上海兆坤实业有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
21			上海朗绿建筑科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
22			徽酒集团电子商务有限公司	执行董事兼总经理	林劲峰间接控制的公司
23			安徽徽酒文化传播有限公司	执行董事兼总经理	林劲峰间接控制的公司
24			中欧天然食品股份有限公司	董事	林劲峰间接控制的公司
25			上海复客科技集团有限公司	监事	无关联关系
26			深圳互娱网络科技有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
27			深圳前海产业互联网股份有限公司	董事	公司董事担任董事的公司

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
28			糖酒集团	董事	公司控股股东
29			深圳市护家生物科技有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
30			深圳前海几何金融控股有限公司	执行董事	林劲峰控制的公司
31			北京万合天宜影视文化有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
32			四川省表方实业有限公司	董事长	林劲峰间接控制的公司
33			深圳对酒当歌影视影业有限公司	监事	无关联关系
34			上坤地产集团有限公司	非执行董事	公司董事担任董事的公司
35			深圳市盈嘉福管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	林劲峰和黄毅共同担任执行事务合伙人的企业
36			云虹	独立董事	陕西九方信管理咨询有限公司
37	长安大学	教授			无关联关系
38	周喆人	独立董事	华信信托股份有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
39			辽宁北方金融资产交易中心有限公司	董事	公司董事担任董事的公司
40			国浩律师（上海）事务所	合伙人	无关联关系
41			上坤地产集团有限公司	独立非执行董事	公司董事担任董事的公司
42	胡鹏博	董事	唐久文化	总经理	与公司受同一实际控制人控制
43	岳田利	独立董事	陕西西凤酒股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的公司
44			西北大学	教授、食品科学与工程学院院长	无关联关系
45	李寒	职工代表 监事	东潭置业	监事	发行人持股 48% 的公司

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均无其他兼职情况。

六、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的有关协议及重要承诺

（一）公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所签署的协议及履行情况

在公司任职并领薪的董事、监事和高级管理人员与公司签署相应劳动合同。截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

（二）公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所作出的重要承诺及履行情况

持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员作出的相关承诺详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、持有 5%以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况”。

八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合《公司法》《证券法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，且不存在中国证监会规定的其他不允许担任上市公司董事、监事、高级管理人员的情形。

九、报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动情况

（一）董事报告期内的变动情况

报告期内，发行人董事变动情况如下：

时间	成员	职位	董事会人数	变动原因
报告期初	张军	董事长	5	无
	林劲峰	副董事长		
	陈卫平	董事		
	肖锋	董事		
	谢晖	董事		
2019年11月1日	张军	董事长	5	公司创立大会暨2019年度第一次股东大会选举张军、林劲峰、陈卫平、肖锋、谢晖为第一届
	林劲峰	董事		

时间	成员	职位	董事会人数	变动原因
	陈卫平	董事		董事会成员，第一届董事会第一次会议选举张军为董事长
	肖锋	董事		
	谢晖	董事		
2020年2月29日	张军	董事长	9	规范公司治理结构，公司2020年第一次临时股东大会决议增补岳田利、云虹、周喆人为独立董事，增补胡鹏博为董事
	林劲峰	董事		
	陈卫平	董事		
	肖锋	董事		
	谢晖	董事		
	胡鹏博	董事		
	岳田利	独立董事		
	云虹	独立董事		
	周喆人	独立董事		

（二）监事报告期内的变动情况

报告期内，发行人监事变动情况如下：

时间	成员	职位	监事人数	变动原因
报告期初	王谦	监事会主席	3	无
	刘天良	监事		
	段莉娜	监事		
2019年11月1日	段莉娜	监事会主席	3	公司创立大会暨2019年度第一次股东大会选举段莉娜、刘天良为第一届监事会监事，第一届监事会第一次会议选举段莉娜为监事会主席
	刘天良	监事		
	李寒	职工代表监事		

（三）高级管理人员报告期内的变动情况

报告期内，发行人高级管理人员变动情况如下：

时间	成员	职位	高管人数	变动原因
报告期初	陈卫平	总经理、董事会秘书	6	无
	王谦	副总经理		
	肖锋	副总经理		
	段莉娜	副总经理		
	谢晖	财务负责人		

时间	成员	职位	高管人数	变动原因
	刘天良	副总经理		
2019年9月3日	陈卫平	总经理、董事会秘书	4	段莉娜、刘天良工作岗位调整申请辞去副总经理职务
	王谦	副总经理		
	肖锋	副总经理		
	谢晖	财务负责人		
2019年11月1日	陈卫平	总经理	4	公司第一届董事会第一次会议决议聘任陈卫平为总经理，聘任肖锋、苏丹冰为副总经理，聘任谢晖为财务负责人
	肖锋	副总经理		
	苏丹冰	副总经理		
	谢晖	财务负责人		
2020年2月10日	陈卫平	总经理	4	规范公司治理结构，第一届董事会第二次会议决议聘任谢晖为董事会秘书
	肖锋	副总经理		
	苏丹冰	副总经理		
	谢晖	财务负责人、董事会秘书		

第九节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》及其他相关法律、法规、规范性文件，制定《公司章程》《股东大会议事规则》，建立规范的股东大会制度。

1、股东大会的职权

根据《公司章程》的规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会的报告；
- （4）审议批准监事会报告；
- （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （8）对发行公司债券作出决议；
- （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （10）修改本章程；
- （11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （12）审议批准第三十七条规定的担保事项；
- （13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；
- （14）按照《关联交易管理制度》的规定需要股东大会审议的关联交易；

（15）审议公司的股份回购方案；

（16）审议股权激励计划；

（17）审议法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会运行情况

报告期内，公司股东大会规范运作，对公司章程进行修订，对公司董事、监事进行任免，审议批准利润分配方案，对公司主要管理制度的制订、关联交易、首次公开发行股票并上市的决策、募集资金投向、聘请财务审计机构等重大事宜进行审议并作出有效决议。截至本招股说明书签署日，发行人共召开6次股东大会，全体股东均按时出席了股东大会，严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利，履行义务。

公司依照有关法律、法规和《公司章程》《股东大会议事规则》的规定执行股东大会制度。公司股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。报告期内，股东大会的召集、召开及表决程序合法、决议合法有效。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥积极的作用。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》《公司章程》的规定，公司制定《董事会议事规则》。报告期内，公司董事会规范运行。公司董事严格按照《公司章程》《董事会议事规则》的规定行使权利和承担义务。

公司董事会对股东大会负责。董事由股东大会选举或更换，并可在任期届满前由股东大会解除其职务。董事任期三年，任期届满可连选连任。公司董事会由9名董事组成，其中包括3名独立董事。董事会设董事长1名，由董事会以全体董事的过半数选举产生。

1、董事会的职权

根据《公司章程》的规定，董事会对股东大会负责，主要行使下列职权：

（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总经理；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人、董事会秘书等公司高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订本章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

2、董事会运行情况

报告期内，公司董事会运行规范，依据《公司法》《公司章程》规定，除执行股东大会决议之外，就决定公司经营计划及投资方案、管理人员任命、内部机构设置、基本管理制度的制定、关联交易等事项进行审议并作出有效决议；此外，公司董事会对需要股东大会审议的事项进行决议并提交股东大会审议。截至本招股说明书签署日，发行人共召开 5 次董事会会议，全体董事均按时出席或委托其他董事出席了董事会，严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利，履行义务，公司董事会的召集、召开及表决程序合法、决议合法有效，公

司董事有效履行其职责，提高了规范运作水平和内部决策效率。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》《公司章程》的规定制定《监事会议事规则》，报告期内，公司监事会规范运行，并按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利和承担责任。

公司监事会由3名监事组成，包括股东代表和公司职工代表，其中职工代表的比例不低于三分之一。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会选举产生。公司设监事会主席1名，由全体监事过半数选举产生。

1、监事会的职权

根据《公司章程》的规定，监事会主要行使下列职权：

- （1）对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- （5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6）向股东大会提出提案；
- （7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

2、监事会的运行情况

公司依照有关法律、法规和《公司章程》《监事会议事规则》的规定执行监事会制度，监事依法履行其职责。报告期内，公司监事会对董事会和高级管理人

员的工作，包括对公司重大生产经营决策的制定及执行、关联交易的实施等重大事宜实施了有效监督。截至本招股说明书签署日，发行人共召开 5 次监事会会议，全体监事均按时出席了监事会，严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利，履行义务。监事会的召集、召开及表决程序合法、决议合法有效。监事会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥积极的作用。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《公司章程》以及其他相关规定，公司建立独立董事制度，制定《独立董事工作制度》。

公司第一届董事会成员中共有 3 名独立董事，报告期内，公司独立董事严格按照《公司章程》《独立董事工作制度》的规定行使相关职权。

1、独立董事的职权

根据《独立董事工作制度》的规定，独立董事除具有《公司法》及其他有关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

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

（2）向董事会提议对利润分配政策和长期回报规划进行修改或变更；

（3）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（4）向董事会提请召开临时股东大会；

（5）提议召开董事会；

（6）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（7）在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意，如上述

提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。

根据《独立董事工作制度》的规定，独立董事除履行上述职责外，还应对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- （1）提名、任免董事；
- （2）聘任、解聘高级管理人员；
- （3）董事、高级管理人员的薪酬；
- （4）公司现金分红政策及现金分红具体方案；

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

- （6）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；
- （7）公司章程规定的其他事项。

2、独立董事制度运行情况

公司制定独立董事制度并逐步完善独立董事制度，加强了公司独立董事的独立性。报告期内，公司的独立董事依据有关法律、法规及公司章程谨慎、认真、勤勉地履行权利和义务。独立董事制度对公司完善治理结构起到重要作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立健全情况

公司根据《公司法》等法律、行政法规和规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定《董事会秘书工作制度》。董事会聘请了董事会秘书，董事会秘书是公司的高级管理人员，对董事会负责，享有《公司法》《公司章程》规定的权利，承担相应的义务。

依据《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定，董事会秘书主要行使下列职责：

（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

(2) 负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

(3) 组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；

(4) 负责公司信息披露的保密工作；

(5) 关注公共媒体报道并主动求证真实情况；

(6) 组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、上市规则及证券交易所其他相关规定的培训；

(7) 督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、上市规则、证券交易所其他相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；

(8) 履行董事会授予的其他职权；

(9) 有关法律、行政法规、规范性文件和公司章程规定的其他职责。

2、董事会秘书制度的运行情况

自公司董事会聘请董事会秘书以来，董事会秘书按照相关规定筹备公司股东大会和董事会会议，为董事会、股东大会正常行使职权以及公司治理结构的完善发挥重要的作用。

二、董事会专门委员会的设置情况

公司董事会设立战略、审计、薪酬与考核等三个专门委员会并通过了各专门委员会的工作制度。公司第一届董事会专门委员会组成如下：

名称	主任委员	委员
战略委员会	张军	张军、陈卫平、周喆人
审计委员会	云虹	云虹、岳田利、谢晖
薪酬与考核委员会	岳田利	岳田利、云虹、陈卫平

截至本招股说明书签署日，各专门委员会均召开过一次会议，相关专门委员会的委员均按时出席了专门委员会，严格按照《公司章程》等规定行使权利，履行义务。各专门委员会依据其各自的职责权限履行相应职责，能够正常发挥专门委员会的作用。

（一）战略委员会

1、战略委员会构成

根据《董事会战略委员会工作细则》的规定，战略委员会由3名董事组成，设主任委员一名，战略委员会主任委员负责召集和主持战略委员会会议。

2、战略委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会战略委员会工作细则》的规定，战略委员会主要职责权限如下：

- （1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；
- （2）对公司重大投资、融资方案进行研究并提出建议；
- （3）对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；
- （4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；
- （5）对以上事项的实施进行检查；
- （6）董事会授权的其他事项。

（二）审计委员会

1、审计委员会构成

根据《董事会审计委员会工作细则》的规定，审计委员会由3名董事组成，其中独立董事2名，独立董事中至少有1名会计专业人士，并由该会计专业人士担任主任委员。

2、审计委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会审计委员会工作细则》的规定，审计委员会主要职责是：

- （1）监督及评估外部审计机构工作；
- （2）指导内部审计工作；
- （3）审阅公司的财务报告并对其发表意见；
- （4）评估内部控制的有效性；

- (5) 协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；
- (6) 公司董事会授予的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

（三）薪酬与考核委员会

1、薪酬与考核委员会人员构成

根据《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定，薪酬与考核委员会由3名董事组成，其中独立董事2名，并由独立董事担任主任委员。

2、薪酬与考核委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定，薪酬与考核委员会对董事会负责，依法行使下列职权：

(1) 根据董事及高级管理人员的工作分工、职责及绩效情况，并参考相关行业薪酬水平，制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

(2) 审查公司董事及高级管理人员的职责履行情况；

(3) 负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

(4) 董事会授权的其他事项。

三、报告期内违法违规为情况

报告期内，公司按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为。

四、报告期内资金占用和对外担保情况

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以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式违规占用的情形。

报告期及截至本招股说明书签署日，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

五、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：

公司成立以来，根据财务管理工作的需要，建立公司和财务报表相关的内部控制体系，制定一系列管理制度，并且在公司经营活动的各个环节落实这些制度。公司经营的实际证明，这些和财务报表相关的内部控制管理制度在公司生产、经营活动中发挥应有的作用，促进了公司规范化运行。

公司管理层确认，公司于 2020 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

六、注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

信永中和接受委托，在审核公司董事会对 2020 年 12 月 31 日与财务报表相关的内部控制有效性的认定后，出具了内部控制审核报告（XYZH/2021NJAA30372），信永中和认为：公司于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照《企业内部控制基本规范》标准建立的与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本节中，非经特别说明，均引自发行人由信永中和出具的审计报告（XYZH/2021NJAA30362）。本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了发行人2018年12月31日、2019年12月31日、2020年12月31日的财务状况以及2018年度、2019年度、2020年度的经营成果和现金流量。

请投资者关注与本招股说明书同时披露的相关经审计财务报告全文，以获取更详细的财务资料。

一、报告期内的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
流动资产：			
货币资金	211,692,760.09	122,360,764.28	191,415,523.56
应收账款	2,955,698.16	930,003.75	9,702.17
预付款项	3,154,097.72	2,193,634.55	1,216,217.70
其他应收款	36,017,230.53	298,021.23	2,819,233.08
存货	36,806,583.68	113,110,438.56	32,603,464.50
持有待售资产	4,800,000.00	-	-
其他流动资产	3,092,052.61	7,936,125.69	305,061.46
流动资产合计	298,518,422.79	246,828,988.06	228,369,202.47
非流动资产：			
长期股权投资	-	-	-
固定资产	11,433,210.20	13,297,714.90	8,103,858.35
在建工程	114,160.00	-	1,940,880.58
无形资产	4,798,691.71	4,976,967.67	5,022,719.36
长期待摊费用	732,197.03	2,484,882.32	3,371,601.67
递延所得税资产	248,739.09	57,223.89	51,646.54
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	17,326,998.03	20,816,788.78	18,490,706.50
资产总计	315,845,420.82	267,645,776.84	246,859,908.97
流动负债：			

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应付账款	6,536,820.72	7,111,701.55	1,353,771.83
预收款项	-	10,457,174.41	594,632.42
合同负债	7,725,811.23	-	-
应付职工薪酬	3,605,390.23	4,029,473.79	4,041,531.79
应交税费	2,514,897.80	81,342.49	20,738,190.53
其他应付款	33,558,563.87	24,369,435.70	21,044,031.32
其他流动负债	1,004,355.46	-	-
流动负债合计	54,945,839.31	46,049,127.94	47,772,157.89
非流动负债：			
递延收益	800,458.33	295,425.00	-
非流动负债合计	800,458.33	295,425.00	-
负债合计	55,746,297.64	46,344,552.94	47,772,157.89
股东权益：			
股本	180,000,000.00	180,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	52,858,803.59	17,312,409.26	23,039,883.82
盈余公积	9,329,177.67	2,642,903.87	12,755,495.31
未分配利润	17,911,141.92	21,345,910.77	63,292,371.95
归属于母公司股东权益合计	260,099,123.18	221,301,223.90	199,087,751.08
少数股东权益			
股东权益合计	260,099,123.18	221,301,223.90	199,087,751.08
负债和股东权益总计	315,845,420.82	267,645,776.84	246,859,908.97

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
一、营业收入	332,538,146.26	302,101,716.48	286,235,032.37
减：营业成本	177,137,808.74	149,016,331.79	143,664,581.02
税金及附加	3,227,112.58	2,739,240.94	3,151,068.75
销售费用	29,043,255.05	43,194,705.11	30,774,174.68
管理费用	45,058,275.92	10,804,987.39	8,823,595.10
研发费用	10,079,300.79	9,602,536.04	9,293,068.32
财务费用	-4,869,558.61	-2,678,645.21	-697,986.97
其中：利息费用	-	-	-

项目	2020年	2019年	2018年
利息收入	-4,886,475.23	-2,698,058.64	-711,277.81
加：其他收益	4,675,267.28	2,903,977.24	1,202,149.09
投资收益	191,937.59	958,826.57	1,028,821.90
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-794,815.25	112,639.77	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-107,053.41
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
二、营业利润	76,934,341.41	93,398,004.00	93,350,449.05
加：营业外收入	108,417.81	68,688.78	114,176.37
减：营业外支出	237,595.44	804,580.96	497,154.14
三、利润总额	76,805,163.78	92,662,111.82	92,967,471.28
减：所得税费用	11,553,658.83	14,991,317.96	23,276,551.74
四、净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
（一）按经营持续性分类	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
1.持续经营净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
2.终止经营净利润			
（二）按所有权归属分类	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
1.归属于母公司股东的净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
2.少数股东损益			
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
归属于母公司所有者的综合收益总额	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
归属于少数股东的综合收益总额			
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.3625	0.7282	0.6534
（二）稀释每股收益	0.3625	0.7282	0.6534

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
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	362,396,538.16	342,465,457.00	334,078,394.05

项目	2020年	2019年	2018年
收到的税费返还	8,934,029.40	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	15,741,980.19	8,170,141.83	4,602,906.91
经营活动现金流入小计	387,072,547.75	350,635,598.83	338,681,300.96
购买商品、接受劳务支付的现金	187,980,191.14	234,664,179.32	177,760,958.10
支付给职工以及为职工支付的现金	26,436,896.78	28,348,292.54	27,458,789.94
支付的各项税费	38,742,227.27	66,331,314.41	42,127,729.98
支付其他与经营活动有关的现金	21,845,106.45	30,189,885.08	32,461,863.62
经营活动现金流出小计	275,004,421.64	359,533,671.35	279,809,341.64
经营活动产生的现金流量净额	112,068,126.11	-8,898,072.52	58,871,959.32
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	30,000,000.00	115,000,000.00	150,000,000.00
取得投资收益收到的现金	136,986.30	958,826.57	1,028,821.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,225.00	5,135.50	19,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	40,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	70,138,211.30	115,963,962.07	151,047,821.90
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	874,340.50	5,663,327.79	4,045,473.00
投资支付的现金	30,000,000.00	115,000,000.00	130,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	1.10	-	-
投资活动现金流出小计	30,874,341.60	120,663,327.79	134,045,473.00
投资活动产生的现金流量净额	39,263,869.70	-4,699,365.72	17,002,348.90
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	100,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	100,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	62,000,000.00	55,457,321.04	50,603,158.70
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	62,000,000.00	55,457,321.04	50,603,158.70
筹资活动产生的现金流量净额	-62,000,000.00	-55,457,321.04	49,396,841.30
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			

项目	2020 年	2019 年	2018 年
五、现金及现金等价物净增加（减少）额	89,331,995.81	-69,054,759.28	125,271,149.52
加：年初现金及现金等价物余额	122,360,764.28	191,415,523.56	66,144,374.04
六、年末现金及现金等价物余额	211,692,760.09	122,360,764.28	191,415,523.56

（四）合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2020 年度					少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益				未分配利润		
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	180,000,000.00	17,312,409.26	2,642,903.87	21,345,910.77	-	221,301,223.90	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	
其他	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	180,000,000.00	17,312,409.26	2,642,903.87	21,345,910.77	-	221,301,223.90	
三、本年增减变动金额(减少以“－”号填列)	-	35,546,394.33	6,686,273.80	-3,434,768.85	-	38,797,899.28	
（一）综合收益总额	-	-	-	65,251,504.95	-	65,251,504.95	
（二）股东投入和减少资本	-	35,546,394.33	-	-	-	35,546,394.33	
1.股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	
3.股份支付计入股东权益的金额	-	35,546,394.33	-	-	-	35,546,394.33	
4.其他	-	-	-	-	-	-	
（三）利润分配	-	-	6,686,273.80	-68,686,273.80	-	-62,000,000.00	
1.提取盈余公积	-	-	6,686,273.80	-6,686,273.80	-	-	

项目	2020 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3.对股东的分配	-	-	-	-62,000,000.00	-	-62,000,000.00
4.其他	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	180,000,000.00	52,858,803.59	9,329,177.67	17,911,141.92	-	260,099,123.18

（续上表）

项目	2019 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	100,000,000.00	23,039,883.82	12,755,495.31	63,292,371.95	-	199,087,751.08
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	23,039,883.82	12,755,495.31	63,292,371.95	-	199,087,751.08
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	80,000,000.00	-5,727,474.56	-10,112,591.44	-41,946,461.18	-	22,213,472.82
（一）综合收益总额	-	-	-	77,670,793.86	-	77,670,793.86
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	2,535,233.93	-57,992,554.97	-	-55,457,321.04
1.提取盈余公积	-	-	2,535,233.93	-2,535,233.93	-	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3.对股东的分配	-	-	-	-55,457,321.04	-	-55,457,321.04

项目	2019 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
4.其他	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	80,000,000.00	-5,727,474.56	-12,647,825.37	-61,624,700.07	-	-
1.资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5.其他	80,000,000.00	-5,727,474.56	-12,647,825.37	-61,624,700.07	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	180,000,000.00	17,312,409.26	2,642,903.87	21,345,910.77	-	221,301,223.90

(续上表)

项目	2018 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	-	23,039,883.82	5,729,549.19	51,230,557.23	-	79,999,990.24
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	-	23,039,883.82	5,729,549.19	51,230,557.23	-	79,999,990.24
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	100,000,000.00	-	7,025,946.12	12,061,814.72	-	119,087,760.84
（一）综合收益总额	-	-	-	69,690,919.54	-	69,690,919.54
（二）股东投入和减少资本	100,000,000.00	-	-	-	-	100,000,000.00
1.股东投入的普通股	100,000,000.00	-	-	-	-	100,000,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	7,025,946.12	-57,629,104.82	-	-50,603,158.70
1.提取盈余公积	-	-	7,025,946.12	-7,025,946.12	-	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3.对股东的分配	-	-	-	-50,603,158.70	-	-50,603,158.70

项目	2018 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
4.其他	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	100,000,000.00	23,039,883.82	12,755,495.31	63,292,371.95	-	199,087,751.08

（五）母公司资产负债表

单位：元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
流动资产：			
货币资金	211,158,412.47	119,644,540.77	189,676,368.42
应收账款	2,468,699.44	607,374.73	9,702.17
预付款项	3,036,324.84	1,938,823.07	1,209,529.70
其他应收款	35,709,502.23	74,074,037.08	2,698,752.81
存货	35,855,290.79	38,906,319.05	31,300,215.84
持有待售资产	4,800,000.00	-	-
其他流动资产	3,092,052.61	7,931,975.42	-
流动资产合计	296,120,282.38	243,103,070.12	224,894,568.94
非流动资产：			
长期股权投资	5,000,000.00	5,000,000.00	4,000,000.00
固定资产	11,433,210.20	13,297,714.90	8,103,858.35
在建工程	114,160.00	-	1,940,880.58
无形资产	4,798,691.71	4,976,967.67	5,022,719.36
长期待摊费用	732,197.03	2,484,882.32	3,371,601.67
递延所得税资产	238,309.88	53,718.87	51,012.43
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	22,316,568.82	25,813,283.76	22,490,072.39
资产总计	318,436,851.20	268,916,353.88	247,384,641.33
流动负债：			
应付账款	6,372,674.75	7,089,616.98	1,344,597.42
预收款项	-	10,457,174.41	581,589.02
合同负债	7,716,331.41	-	-
应付职工薪酬	3,512,779.43	3,964,815.79	4,041,531.79
应交税费	2,418,041.15	72,673.04	20,716,602.72
其他应付款	33,537,096.96	24,369,434.86	21,044,027.65
其他流动负债	1,003,123.08	-	-
流动负债合计	54,560,046.78	45,953,715.08	47,728,348.60
非流动负债：			
递延收益	800,458.33	295,425.00	-

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
非流动负债合计	800,458.33	295,425.00	-
负债合计	55,360,505.11	46,249,140.08	47,728,348.60
股东权益：			
股本	180,000,000.00	180,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	52,858,803.59	17,312,409.26	23,039,883.82
盈余公积	9,329,177.67	2,642,903.87	12,755,495.31
未分配利润	20,888,364.83	22,711,900.67	63,860,913.60
股东权益合计	263,076,346.09	222,667,213.80	199,656,292.73
负债和股东权益总计	318,436,851.20	268,916,353.88	247,384,641.33

（六）母公司利润表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
一、营业收入	327,316,307.54	298,710,983.12	287,777,846.92
减：营业成本	174,347,267.45	147,590,357.52	144,967,129.66
税金及附加	3,153,788.90	2,692,112.61	3,139,084.12
销售费用	25,870,075.72	41,587,336.63	30,619,023.50
管理费用	44,187,550.91	10,087,850.31	8,687,959.03
研发费用	10,079,300.79	9,602,536.04	9,293,068.32
财务费用	-4,868,270.40	-2,672,916.01	-696,211.96
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	-4,881,144.41	-2,690,551.24	-708,735.80
加：其他收益	4,654,257.32	2,903,744.24	1,202,149.09
投资收益	136,986.30	958,826.57	1,028,821.90
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-725,573.34	141,348.90	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-100,712.34
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
二、营业利润	78,612,264.45	93,827,625.73	93,898,052.90
加：营业外收入	45,524.16	68,687.57	114,175.32

项目	2020年	2019年	2018年
减：营业外支出	234,467.63	433,882.32	497,154.14
三、利润总额	78,423,320.98	93,462,430.98	93,515,074.08
减：所得税费用	11,560,583.02	14,994,188.87	23,255,612.89
四、净利润	66,862,737.96	78,468,242.11	70,259,461.19
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	66,862,737.96	78,468,242.11	70,259,461.19

（七）母公司现金流量表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
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	358,447,934.88	339,218,930.13	327,408,691.39
收到的税费返还	8,934,029.40	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	15,615,308.87	8,151,962.48	4,600,357.50
经营活动现金流入小计	382,997,273.15	347,370,892.61	332,009,048.89
购买商品、接受劳务支付的现金	184,589,886.86	162,034,768.61	169,211,595.46
支付给职工以及为职工支付的现金	25,664,250.82	27,728,328.13	27,334,778.30
支付的各项税费	38,451,918.95	64,117,419.45	42,071,483.30
支付其他与经营活动有关的现金	20,028,608.71	28,372,176.56	32,258,387.65
经营活动现金流出小计	268,734,665.34	282,252,692.75	270,876,244.71
经营活动产生的现金流量净额	114,262,607.81	65,118,199.86	61,132,804.18
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	40,000,000.00	115,000,000.00	150,000,000.00
取得投资收益收到的现金	136,986.30	958,826.57	1,028,821.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,225.00	5,135.50	19,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	40,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	80,138,211.30	115,963,962.07	151,047,821.90
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	874,340.50	5,663,327.79	4,045,473.00
投资支付的现金	40,000,000.00	116,000,000.00	134,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-

项目	2020年	2019年	2018年
支付其他与投资活动有关的现金	12,606.91	73,993,340.75	-
投资活动现金流出小计	40,886,947.41	195,656,668.54	138,045,473.00
投资活动产生的现金流量净额	39,251,263.89	-79,692,706.47	13,002,348.90
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	100,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	100,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	62,000,000.00	55,457,321.04	50,603,158.70
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	62,000,000.00	55,457,321.04	50,603,158.70
筹资活动产生的现金流量净额	-62,000,000.00	-55,457,321.04	49,396,841.30
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（减少）额	91,513,871.70	-70,031,827.65	123,531,994.38
加：年初现金及现金等价物余额	119,644,540.77	189,676,368.42	66,144,374.04
六、年末现金及现金等价物余额	211,158,412.47	119,644,540.77	189,676,368.42

（八）母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2020 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	180,000,000.00	17,312,409.26	2,642,903.87	22,711,900.67	222,667,213.80
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年初余额	180,000,000.00	17,312,409.26	2,642,903.87	22,711,900.67	222,667,213.80
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	35,546,394.33	6,686,273.80	-1,823,535.84	40,409,132.29
（一）综合收益总额	-	-	-	66,862,737.96	66,862,737.96
（二）股东投入和减少资本	-	35,546,394.33	-	-	35,546,394.33
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	35,546,394.33	-	-	35,546,394.33
4. 其他	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	6,686,273.80	-68,686,273.80	-62,000,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	6,686,273.80	-6,686,273.80	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-62,000,000.00	-62,000,000.00

项目	2020 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
3.其他	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1.资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4.设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	180,000,000.00	52,858,803.59	9,329,177.67	20,888,364.83	263,076,346.09

(续上表)

项目	2019 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	23,039,883.82	12,755,495.31	63,860,913.60	199,656,292.73
加：会计政策变更	-	-	-	-	-

项目	2019 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	23,039,883.82	12,755,495.31	63,860,913.60	199,656,292.73
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	80,000,000.00	-5,727,474.56	-10,112,591.44	-41,149,012.93	23,010,921.07
（一）综合收益总额	-	-	-	78,468,242.11	78,468,242.11
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1.股东投入的普通股	-	-	-	-	-
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	2,535,233.93	-57,992,554.97	-55,457,321.04
1.提取盈余公积	-	-	2,535,233.93	-2,535,233.93	-
2.对股东的分配	-	-	-	-55,457,321.04	-55,457,321.04
3.其他	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	80,000,000.00	-5,727,474.56	-12,647,825.37	-61,624,700.07	-
1.资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-

项目	2019 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
4.设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-
5.其他	80,000,000.00	-5,727,474.56	-12,647,825.37	-61,624,700.07	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	180,000,000.00	17,312,409.26	2,642,903.87	22,711,900.67	222,667,213.80

(续上表)

项目	2018 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	-	23,039,883.82	5,729,549.19	51,230,557.23	79,999,990.24
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	-	23,039,883.82	5,729,549.19	51,230,557.23	79,999,990.24
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）	100,000,000.00	-	7,025,946.12	12,630,356.37	119,656,302.49
（一）综合收益总额	-	-	-	70,259,461.19	70,259,461.19

项目	2018 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
（二）股东投入和减少资本	100,000,000.00	-	-	-	100,000,000.00
1. 股东投入的普通股	100,000,000.00	-	-	-	100,000,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	7,025,946.12	-57,629,104.82	-50,603,158.70
1. 提取盈余公积	-	-	7,025,946.12	-7,025,946.12	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-50,603,158.70	-50,603,158.70
3. 其他	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-
2. 本年使用	-	-	-	-	-

项目	2018 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
(六) 其他	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	100,000,000.00	23,039,883.82	12,755,495.31	63,860,913.60	199,656,292.73

二、 审计意见

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审计了西安冰峰饮料股份有限公司财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表，以及相关财务报表附注。

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了冰峰饮料 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、 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

以下发行人包含子公司时统称“本集团”。

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，并基于本附注“三、重要会计政策及会计估计”所述会计政策和会计估计编制。

本集团有近期获利经营的历史且有财务资源支持，以持续经营为基础编制财务报表。

（二） 合并报表范围及变化情况

本集团合并财务报表范围包括母公司西安冰峰饮料股份有限公司、子公司西安冰峰网络科技有限公司、西安东潭置业有限公司。

子公司西安冰峰网络科技有限公司 2018 年新设成立，西安东潭置业有限公司 2019 年新设成立，故 2018 年度合并财务报表仅包括西安冰峰网络科技有限公司一家子公司；2019 年度合并范围包括西安冰峰网络科技有限公司和西安东潭置业有限公司两家子公司；由于 2020 年 9 月 30 日本公司已转让西安东潭置业有限公司股权，对其不能进行控制，故 2020 年 12 月 31 日合并资产负债表仅包括

西安冰峰网络科技有限公司，不包括西安东潭置业有限公司，2020年度合并利润表和合并现金流量表包括西安冰峰网络科技有限公司和2020年1-9月份西安东潭置业有限公司财务数据。

四、主要会计政策和会计估计情况

本公司及各子公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对应收款项坏账计提、固定资产折旧、收入确认等交易和事项制定若干具体会计政策和会计估计。

（一）金融工具（自2019年1月1日起适用）

本集团成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

（1）金融资产

1) 金融资产分类、确认依据和计量方法

本集团根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流特征，将金融资产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、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本集团将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标。②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；以摊余成本进行后续计量。除被指定为被套期项目的，按照实际利率法摊销初始金额与到期金额之间的差额，其摊销、减值、汇兑损益以及终止确认时产生的利得或损失，计入当期损益。

本集团将同时符合下列条件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：①管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。除被指定为被套期项目的，此类金融资产，除信用减值损失或利得、汇兑损益和按照实

际利率法计算的该金融资产利息之外，所产生的其他利得或损失，均计入其他综合收益；金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失应当从其他综合收益中转出，计入当期损益。

本集团按照实际利率法确认利息收入。利息收入根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定，但下列情况除外：①对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。②对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。

本集团将非交易性权益工具投资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。该指定一经作出，不得撤销。本集团指定的以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资，按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；除了获得股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益外，其他相关的利得和损失（包括汇兑损益）均计入其他综合收益，且后续不得转入当期损益。当其终止确认时，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。

除上述分类为以摊余成本计量的金融资产和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之外的金融资产。本公司将其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。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用直接计入当期损益。此类金融资产的利得或损失，计入当期损益。在初始确认时，如果能消除或减少会计错配，本公司可以将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。

本集团在非同一控制下的企业合并中确认的或有对价构成金融资产的，该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。

2) 金融资产转移的确认依据和计量方法

本集团将满足下列条件之一的金融资产予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②金融资产发生转移，本集团转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬；③金融资产发生转移，本集团既没有转移也没有保留金融

资产所有权上几乎所有风险和报酬，且未保留对该金融资产控制的。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值，与因转移而收到的对价及原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付）之和的差额计入当期损益。

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，并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付）之和，与分摊的前述金融资产整体账面价值的差额计入当期损益。

（2）金融负债

1) 金融负债分类、确认依据和计量方法

本集团的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。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。除下列各项外，本公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债：①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（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。②不符合终止确认条件的金融资产转移或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债。③不属于以上①或②情形的财务担保合同，以及不属于以上①情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

本集团将在非同一控制下的企业合并中作为购买方确认的或有对价形成金融负债的，按照以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理。

2) 金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。本集团与债权人之间签订协议，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，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。本集团对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，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。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

(3) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

本集团以主要市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，不存在主要市场的，以最有利市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，并且采用当时适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。公允价值计量所使用的输入值分为三个层次，即第一层次输入值是计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。本集团优先使用第一层次输入值，最后再使用第三层次输入值，公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重大意义的输入值所属的最低层次决定。

本集团对权益工具的投资以公允价值计量。但在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

(4) 金融资产和金融负债的抵销

本集团的金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件时，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：（1）本集团具

有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；（2）本集团计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（5）金融负债与权益工具的区分及相关处理方法

本集团按照以下原则区分金融负债与权益工具：（1）如果本集团不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。（2）如果一项金融工具须用或可用本集团自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本集团自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本集团须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本集团自身权益工具的市场价格以外的变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

本集团在合并报表中对金融工具（或其组成部分）进行分类时，考虑了集团成员和金融工具持有方之间达成的所有条款和条件。如果集团作为一个整体由于该工具而承担了交付现金、其他金融资产或者以其他导致该工具成为金融负债的方式进行结算的义务，则该工具应当分类为金融负债。

金融工具或其组成部分属于金融负债的，相关利息、股利（或股息）、利得或损失，以及赎回或再融资产生的利得或损失等，本公司计入当期损益。

金融工具或其组成部分属于权益工具的，其发行（含再融资）、回购、出售或注销时，本集团作为权益的变动处理，不确认权益工具的公允价值变动。

（6）应收票据及应收账款

本集团对于《企业会计准则第 14 号-收入》规范的交易形成的应收款项，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。

信用风险自初始确认后是否显著增加的判断。本集团通过比较金融工具在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率和该工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率，来判定金融工具信用风险是否显著增加。但是，如果本集团确定金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险的，可以假设该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。通常情况下，如果逾期超过 30 日，则表明金融工具的信用风险已经显著增加。除非本集团在无须付出不必要的额外成本或努力的情况下即可获得合理且有依据的信息，证明即使逾期超过 30 日，信用风险自初始确认后仍未显著增加。在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本集团考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。

以组合为基础的评估。对于应收票据及应收账款，本集团在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行，所以本集团按照金融工具类型、信用风险评级、担保物类型、初始确认日期、剩余合同期限、借款人所处的行业、借款人所在的地理位置、担保率为共同风险特征，对应收票据及应收账款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。

预期信用损失计量。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本集团按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本集团在资产负债表日计算应收票据及应收账款预期信用损失，如果该预期信用损失大于当前应收票据及应收账款减值准备的账面金额，本集团将其差额确认为应收票据及应收账款减值损失，借记“信用减值损失”，贷记“坏账准备”。相反，本集团将差额确认为减值利得，做相反的会计记录。

本集团实际发生信用损失，认定相关应收票据及应收账款无法收回，经批准予以核销的，根据批准的核销金额，借记“坏账准备”，贷记“应收票据”或“应收账款”。若核销金额大于已计提的损失准备，按其差额借记“信用减值损失”。

本集团根据以前年度的实际信用损失，并考虑本年的前瞻性信息，计量预期信用损失的会计估计政策为：本集团对信用风险显著不同的应收票据及应收账款单项确定预期信用损失率；除了单项确定预期信用损失率的应收票据及应收账款外，本集团采用以账龄特征为基础的预期信用损失模型，通过违约风险敞口和预期信用损失率计算预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。

（7）其他应收款

其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法。

本集团按照下列情形计量其他应收款损失准备：①信用风险自初始确认后未显著增加的金融资产，本集团按照未来 12 个月的预期信用损失的金额计量损失准备；②信用风险自初始确认后已显著增加的金融资产，本集团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损失准备；③购买或源生已发生信用减值的金融资产，本集团按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

以组合为基础的评估。对于其他应收款，本集团在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行，所以本集团按照金融工具类型、信用风险评级、担保物类型、初始确认日期、剩余合同期限、借款人所处的行业、借款人所在的地理位置、担保率为共同风险特征，对其他应收款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。

预期信用损失计量。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本集团按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本集团在资产负债表日计算其他应收款预期信用损失，如果该预期信用损失大于当前其他应收款减值准备的账面金额，本集团将其差额确认为其他应收款减值损失，借记“信用减值损失”，贷记“坏账准备”。相反，本集团将差额确认为减值利得，做相反的会计记录。

本集团实际发生信用损失，认定相关其他应收款无法收回，经批准予以核销的，根据批准的核销金额，借记“坏账准备”，贷记“其他应收款”。若核销金额大于已计提的损失准备，按其差额借记“信用减值损失”。本集团根据以前年度的实际信用损失，并考虑本年的前瞻性信息，计量预期信用损失的会计估计政策为：本集团参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

（二）金融资产和金融负债（适用 2018 年度）

本集团成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

（1）金融资产

1) 金融资产分类、确认依据和计量方法

本公司按投资目的和经济实质对拥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、持有至到期投资、应收款项及可供出售金融资产。

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和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。本公司将满足下列条件之一的金融资产归类为交易性金融资产：取得该金融资产的目的是为了在短期内出售；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。本公司将只有符合下列条件之一的金融工具，才可在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：该指定可以消除或明显减少由于该金融工具的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融工具组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中

分拆；包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。对此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。公允价值变动计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资损益，同时调整公允价值变动损益。

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值以及终止确认产生的利得或损失，均计入当期损益。

应收款项，是指在活跃市场中没有报价，回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值以及终止确认产生的利得或损失，均计入当期损益。

可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及未被划分为其他类的金融资产。这类资产中，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，按成本进行后续计量；其他存在活跃市场报价或虽没有活跃市场报价但公允价值能够可靠计量的，按公允价值计量，公允价值变动计入其他综合收益。对于此类金融资产采用公允价值进行后续计量，除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外，可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，以及被投资单位宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利，作为投资收益计入当期损益。对于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，按成本计量。

2) 金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且本公司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该金融资产已转移，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，但是放弃了对该金融资产控制。

企业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，且未放弃对该金融资产控制的，则按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值，与因转移而收到的对价及原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

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，并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和，与分摊的前述账面金额的差额计入当期损益。

3) 金融资产减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对其他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。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

(2) 金融负债

1) 金融负债分类、确认依据和计量方法

本公司的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其他金融负债。

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和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。按照公允

价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

2) 金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。公司与债权人之间签订协议，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，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。公司对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，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。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

(3) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

本公司以主要市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，不存在主要市场的，以最有利市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，并且采用当时适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。公允价值计量所使用的输入值分为三个层次，即第一层次输入值是计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。本公司优先使用第一层次输入值，最后再使用第三层次输入值。公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重大意义的输入值所属的最低层次决定。

(3) 应收票据及应收款项坏账准备

公司将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：因债务人破产或死亡，以其破产财产或遗产清偿后，仍然不能收回的应收款项；因债务人逾期未能履行偿债义务，且具有明显特征表明无法收回的应收款项。

对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，年末单独或按组合进行减值测试，计提坏账准备，计入当期损益。对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，

经公司按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

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	将单项应收款项占期末应收款项余额比例超过 10% 且金额超过 100 万元的应收款项视为重大应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	本集团对单项金额重大的应收款项逐项进行减值测试，如有客观依据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备。单项测试未发生减值的应收款项，将其纳入相应组合计提应收款项坏账准备

2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备
无风险组合	按债务单位的信用风险特征划分，主要为应收合并范围内的关联方应收款项等，预计存续期内此类款项发生坏账损失的可能性较小，不计提坏账准备。

①采用账龄分析法的应收款项坏账准备计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年（含 2 年）	10	10
2-3 年（含 3 年）	30	30
3 年以上	100	100

应收票据组合 1：银行承兑票据，银行承兑票据通常不确认坏账损失。

应收票据组合 2：商业承兑汇票，类比应收账款确认坏账损失。

②单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项的判断依据：单项金额不重大，但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的需要计提特别坏账的款项
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

（三）存货

本公司存货主要包括原材料、周转材料、在产品、库存商品等。

存货实行永续盘存制，存货在取得时按实际成本计价；领用或发出存货，采

用加权平均法确定其实际成本。

库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，当其可变现净值低于成本是，提取存货跌价准备，存货跌价准备通常按照该类存货的成本高于其可变现净值的差额提取。

计提存货坏账准备后，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。

（四）长期股权投资

本公司长期股权投资主要是对子公司的投资、对联营企业的投资和对合营企业的投资。

本公司对共同控制的判断依据是所有参与方或参与方组合集体控制该安排，并且该安排相关活动的政策必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。

本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含）以上但低于 50% 的表决权时，通常认为对被投资单位具有重大影响。持有被投资单位 20% 以下表决权的，还需要综合考虑在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表、或参与被投资单位财务和经营政策制定过程、或与被投资单位之间发生重要交易、或向被投资单位派出管理人员、或向被投资单位提供关键技术资料等事实和情况判断对被投资单位具有重大影响。

对被投资单位形成控制的，为本公司的子公司。通过同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方在最终控制方合并报表中净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。被合并方在合并日的净资产账面价值为负数的，长期股权投资成本按零确定。

通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并

的，应在取得控制权的报告期，补充披露在母公司财务报表中的长期股权投资的处理方法。例如：通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于一揽子交易的，在合并日，根据合并后享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以合并成本作为初始投资成本。

通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并的，应在取得控制权的报告期，补充披露在母公司财务报表中的长期股权投资成本处理方法。例如：通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于一揽子交易的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。购买日之前持有的股权采用权益法核算的，原权益法核算的相关其他综合收益暂不做调整，在处置该项投资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。购买日之前持有的股权在可供出售金融资产中采用公允价值核算的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在合并日转入当期投资损益。

除上述通过企业合并取得的长期股权投资外，以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本；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投资成本；投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为投资成本；公司如有以债务重组、非货币性资产交换等方式取得的长期股权投资，应根据相关企业会计准则的规定并结合公司的实际情况披露确定投资成本的方法。

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资在本公司个别财务报表中采用成本法核算。对合营企业及联营企业投资采用权益法核算。

后续计量采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资应当调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，应当确认为当期投资收益。

后续计量采用权益法核算的长期股权投资，随着被投资单位所有者权益的变动相应调整增加或减少长期股权投资的账面价值。其中在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照本集团的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因处置部分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，处置后的剩余股权计入其他相关金融资产，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

投资方因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，应当改按权益法核算，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；处置后的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，计入其他相关金融资产，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。

本公司对于分步处置股权至丧失控股权的各项交易不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理，但是，在丧失控制权之前每一次交易处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，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。

（五）固定资产

本集团固定资产是指同时具有以下特征，即为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年的有形资产。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入本集团、且其成本能够可靠计量

时予以确认。本集团固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、电子设备、运输设备、办公设备等。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，本集团对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。本集团固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

序号	类别	折旧年限（年）	预计残值率（%）	年折旧率（%）
1	房屋及建筑物	20	4	4.80
2	机器设备	10	4	9.60
3	运输设备	4	4	24.00
4	电子设备	3	4	32.00
5	办公设备	5	4	19.20

本集团于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

（六）无形资产

（1）无形资产

本集团无形资产包括土地使用权、软件使用权等，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

土地使用权自出让起始日起，按其出让年限平均摊销；软件使用权自开始使用日起，按预计使用年限平均摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。

（2）研究与开发支出

本集团内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确定为无形资产，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有可行性；

②具有完成该无形资产并使用出售的意图；

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的计量。

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。

（3）无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法详见“（七）长期资产减值”。

（七）长期资产减值

本集团于每一资产负债表日对固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等项目进行检查，当存在减值迹象时，本公司进行减值测试。

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，资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。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。

减值测试后，若该资产的账面价值超过其可收回金额，其差额确认为减值损失，上述资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（八）长期待摊费用

本集团的长期待摊费用为已经发生但应在报告期及以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

（九）合同负债（自 2020 年 1 月 1 日执行）

合同负债反映本集团已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务。本集团在向客户转让商品之前，客户已经支付了合同对价或本公司已经取得无条件收取合同对价权利的，在客户实际支付款项与到期应支付款项孰早时点，按照已收或应收的金额确认合同负债。

（十）预计负债

当与对外担保、商业承兑汇票贴现、未决诉讼或仲裁等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，本集团将其确认为负债：该义务是本集团承担的现时义务；该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；该义务的金额能够可靠地计量。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（十一）收入确认原则和计量方法

（1）收入确认原则

自 2020 年 1 月 1 日起执行如下收入确认原则：

本集团与客户之间的合同在同时满足以下条件时，在客户取得相关商品控制权时确认收入：

合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；该合同明确了合同各方与所

转让商品或劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

本集团于合同开始日，对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。对于在某一时段内履行的履约义务，本集团在该段时间内按照履约进度确认收入；对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。

2018 年度和 2019 年度执行如下收入确认原则：

销售商品在同时满足商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；本集团不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

（2）收入确认的具体方法

按收入类型具体的收入确认方法为：

本集团的饮料销售一般为客户自提、包送及线上销售三类。

1) 对于客户工厂提货类型的销售，根据销售合同的约定，在客户将销售单交付仓库并取走货物时确认收入；

2) 对于包送类型的销售，根据销售合同的约定，在货物送达客户指定地点时确认收入；

3) 对于通过电商平台实施的线上销售，根据客户在电商平台页面提交的采购订单通知仓库发货，平台完成销售后，按月提供结算单，公司在取得电商平台发出的线上结算单后进行确认，并向电商平台开具销售发票，确认收入。

（十二）政府补助

（1）确认

本集团将能够满足政府补助所附条件并且能够收到的政府补助确认为政府

补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。本集团将根据政府相关文件来判断收到的政府补助是与资产相关还是与收益相关，如政府相关文件未明确规定补助对象或无政府相关文件，则以其他相关资料综合判定。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

（2）与资产相关的政府补助

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，应当将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（3）与收益相关的政府补助

与收益相关的政府补助，分别以下两种情况处理：

1) 用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益或冲减相关成本；

2) 用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益或冲减当期成本。

（十三）股份支付

本公司的股份支付分为以现金结算的股份支付和以权益结算的股份支付。

（1）以现金结算的股份支付

1) 以现金结算的股份支付，按照企业承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。

2) 授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，在授予日以企业承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。

3) 完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的

股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照企业承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。

（2）以权益结算的股份支付

1) 以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。

2) 授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

3) 存在等待期的以权益结算的股份支付，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

本集团采用资产负债表债务法进行所得税会计处理

（1）递延所得税资产的确认

1) 本集团以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

①该项交易不是企业合并；

②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

2) 本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

②未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

3) 本集团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。

（2）递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，本集团确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

①商誉的初始确认；

②同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该项交易不是企业合并；交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

③本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（十五）其他重要的会计政策和会计估计

编制财务报表时，本集团管理层需要运用估计和假设，这些估计和假设会对会计政策的应用及资产、负债、收入及费用的金额产生影响。实际情况可能与这些估计不同。公司管理层对估计涉及的关键假设和不确定性因素的判断进行持续评估。会计估计变更的影响在变更当期和未来期间予以确认。下列会计估计及关键假设存在导致未来期间的资产及负债账面值发生重大调整的重要风险。

（1）应收款项减值

本集团在资产负债表日按摊余成本计量的应收款项，以评估是否出现减值情况，并在出现减值情况时评估减值损失的具体金额。减值的客观证据包括显示个别或组合应收款项预计未来现金流量出现大幅下降的可判断数据，显示个别或组合应收款项中债务人的财务状况出现重大负面的可判断数据等事项。如果有证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，则将原确认的减值损失予以转回。

（2）存货减值准备

本集团定期估计存货的可变现净值，并对存货成本高于可变现净值的差额确

认存货跌价损失。本集团在估计存货的可变现净值时，以同类货物的预计售价减去完工时将要发生的成本、销售费用以及相关税费后的金额确定。当实际售价或成本费用与以前估计不同时，管理层将会对可变现净值进行相应的调整。因此根据现有经验进行估计的结果可能会与之后实际结果有所不同，可能导致对资产负债表中的存货账面价值的调整。因此存货跌价准备的金额可能会随上述原因而发生变化。对存货跌价准备的调整将影响估计变更当期的损益。

（3）固定资产减值准备的会计估计

本集团在资产负债表日对存在减值迹象的房屋建筑物、机器设备等固定资产进行减值测试。固定资产的可收回金额为其预计未来现金流量的现值和资产的公允价值减去处置费用后的净额中较高者，其计算需要采用会计估计。

如果管理层对资产组和资产组组合未来现金流量计算中采用的毛利率进行修订，修订后的毛利率低于目前采用的毛利率，本集团需对固定资产增加计提减值准备。

如果管理层对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订，修订后的税前折现率高于目前采用的折现率，需对固定资产增加计提减值准备。

如果实际毛利率或税前折现率高于或低于管理层估计，本集团不能转回原已计提的固定资产减值准备。

（4）递延所得税资产确认的会计估计

递延所得税资产的估计需要对未来各个年度的应纳税所得额及适用的税率进行估计，递延所得税资产的实现取决于公司未来是否很可能获得足够的应纳税所得额。未来税率的变化和暂时性差异的转回时间也可能影响所得税费用（收益）以及递延所得税的余额。上述估计的变化可能导致对递延所得税的重要调整。

（5）固定资产的可使用年限

本集团至少于每年年度终了，对固定资产和无形资产的预计使用寿命进行复核。预计使用寿命是管理层基于同类资产历史经验、参考同行业普遍所应用的估计并结合预期技术更新而决定的。当以往的估计发生重大变化时，则相应调整未来期间的折旧费用和摊销费用。

（十六）重要会计政策和会计估计变更

（1）重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	备注
财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会（2017）7 号）、《企业会计准则第 23 号-金融资产转移（2017 年修订）》（财会（2017）8 号）、《企业会计准则第 24 号-套期会计（2017 年修订）》（财会（2017）9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号-金融工具列报（2017 年）修订》（财会（2017）14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”），自 2019 年 1 月 1 日起执行	注 1
财政部于 2019 年 5 月 9 日发布《关于印发修订<企业会计准则第 7 号-非货币性资产交换>的通知》（财会（2019）8 号，以下简称“新非货币性资产交换准则”），自 2019 年 6 月 10 日起执行	注 2
财政部于 2019 年 5 月 16 日发布《关于印发修订<企业会计准则第 12 号-债务重组>的通知》（财会（2019）9 号，以下简称“新债务重组准则”），自 2019 年 6 月 17 日起执行	注 3
财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《关于修订印发<企业会计准则第 14 号-收入>的通知》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），自 2020 年 1 月 1 日起执行	注 4

注 1：新金融工具准则改变了原准则下金融资产的分类和计量方式，将金融资产分为三类：按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益、按公允价值计量且其变动计入当期损益。本公司考虑金融资产的合同现金流量特征和自身管理金融资产的业务模式进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但对非交易性权益类投资，在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益，该等金融资产终止确认时累计利得或损失从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。新金融工具准则将金融资产减值计量由原准则下的“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款及财务担保合同。

本集团按照新金融工具准则的相关规定，对比较期间财务报表不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益或其他综合收益。本集团于 2019 年 1 月 1 日采用新金融工具准则对本集团报表无影响。

注 2：新非货币性资产交换准则规定对 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，不需要进行追溯调整。本公司按照规定自 2019 年 6 月 10 日起执行新非货币性资产交换准则，对 2019 年 1 月 1 日存在的非货币性资产交换采用未来适用法处理，执行此项政策变更对变更当期及以后期间财务数据无影响。

注 3：新债务重组准则规定对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组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，不需要进行追溯调整。本公司按照规定自 2019 年 6 月 17 日起执行新债务重组准则，对 2019 年 1 月 1 日存在的债务重组采用未来适用法处理，执行此项政策变更对变更当期及以后期间财务数据无影响。

注 4：新收入准则以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准，新收入准则要求企业在履行合同中的履约义务，即客户取得相关商品（或服务）控制权时确认收入。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，按照新收入准则的要求，本公司将根据首次执行新收入准则的累计影响数，调整本期期初财务报表相关项目金额，对可比期间信息不

予调整。本公司采用新收入准则对财务报表的影响如下：

受影响的项目	2020年1月1日		
	调整前金额	调整金额	调整后金额
预收款项	10,457,174.41	-10,457,174.41	
合同负债		9,254,136.65	9,254,136.65
其他流动负债		1,203,037.76	1,203,037.76

（2）重要会计估计变更

本公司报告期内无重要会计估计变更事项。

五、分部报告

报告期内发行人主要从事橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产和销售，发行人各公司的业务属于发行人统一管理下的一个经营分部，无需编制分部信息。

六、税项

（一）发行人适用的主要税种及其税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	17%、16%、13%
城市维护建设税	应缴流转税额	7%
教育费附加	应缴流转税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、10%

（二）税收优惠

1) 2019年11月7日，公司通过高新技术企业审核，取得陕西省科学技术厅、陕西省财政厅、国家税务总局陕西省税务局联合颁发的“GR201961000688”号高新技术企业证书，有效期为3年。根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条以及《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题公告》（国家税务总局公告2017年第24号）有关规定，2019年度至2020年度公司适用的企业所得税率为15%。

2) 本公司子公司西安冰峰网络科技有限公司为应纳税所得额低于100万元的小型微利企业，享受10%的所得税优惠税率。

七、最近一年主要收购兼并情况

发行人最近一年内无收购兼并情况。

八、非经常性损益

按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益（2008）》的规定，报告期内发行人非经常性损益如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	55,502.55	-37,532.73	14,175.32
计入当期损益的政府补助	4,674,121.96	2,903,977.24	1,302,149.09
委托他人投资或管理资产的损益	136,986.30	958,826.57	1,028,821.90
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-128,583.57	-698,359.45	-497,153.09
其他符合非经常性损益定义的损益项目（注）	-35,546,394.33		
小计	-30,808,367.09	3,126,911.63	1,847,993.22
所得税影响额	4,625,293.85	-487,559.97	-461,998.15
合计	-26,183,073.24	2,639,351.66	1,385,995.07

注：2020 年其他符合非经常性损益定义的损益项目是当期确认的股份支付费用。

九、主要资产情况

详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“（一）主要资产分析”相关内容。

十、主要负债情况

详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“（二）主要负债分析”相关内容。

十一、现金流量状况

详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“一、报告期内的财务报表”之“（三）合并现金流量表”相关内容。

十二、股东权益情况

详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“一、报告期内的财务报表”之“（四）合并所有者权益变动表”相关内容。

十三、资产负债表期后事项、或有事项及其他重大事项

（一）资产负债表期后事项

2020年7月22日，本公司与杭州财库数字科技有限公司（以下简称“杭州财库”）签署《茯茶产品直播电商营销推广服务合同》，委托杭州财库在其电商推广平台为“冰峰”品牌的“茯茶”产品进行营销推广。本公司按合同约定向杭州财库支付了125万元推广费用，但杭州财库未能按照合同约定履行义务，至今尚未退回本公司已支付的125万元推广费用，本公司已于2021年1月20日向西安市莲湖区人民法院起诉，要求杭州财库返还125万元推广费用及相应利息、律师费，该起诉当日获莲湖区人民法院受理。截至财务报告报出之日，此案尚未开庭。

（二）或有事项

截止2020年12月31日，本公司无需要披露的重大或有事项。

（三）承诺事项

截止2020年12月31日，本公司无需要披露的重大承诺事项。

（四）其他重大事项

股份支付事项

2019年12月25日，糖酒集团召开第四届董事会第五次会议，2020年1月8日，糖酒集团召开2020年第一次股东会，审议通过《西安市糖酒集团有限公司股权激励方案及实施办法（草）》。

糖酒集团已在2020年度实施完毕本次股权激励，本次股权激励涉及在公司实际任职人员16人，涉及股份625,927股，公司在糖酒集团2019年度实现净利润基础上参考同行业9倍市盈率，计算确定本次股权激励的公允价值，2020年

确认股份支付费用为 3,554.64 万元，同时增加资本公积 3,554.64 万元。

十四、主要财务指标

（一）基本财务指标

报告期内，发行人基本财务指标情况如下：

财务指标	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	5.43	5.36	4.78
速动比率（倍）	4.76	2.90	4.10
资产负债率（母公司）	17.39%	17.20%	19.29%
资产负债率（合并）	17.65%	17.32%	19.35%
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	0.04%	0.06%	0.01%
归属于公司普通股股东的每股净资产（元）	1.44	1.23	1.99
财务指标	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款周转率（次）	171.16	642.97	8,658.25
存货周转率（次）	2.36	2.05	4.68
息税折旧摊销前利润（万元）	7,902.44	9,459.19	9,486.98
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	9,143.46	7,503.14	6,830.49
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.62	-0.05	0.59
每股净现金流量（元）	0.50	-0.38	1.25

上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额*100%
- 4、无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权）/净资产*100%
- 5、归属于公司普通股股东的每股净资产（元）=归属于母公司股东权益合计/股本
- 6、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值
- 7、存货周转率=营业成本/存货平均账面价值
- 8、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+费用化利息支出+折旧+摊销
- 9、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润=归属于公司普通股股东的净利润-归属于母公司的非经常性损益
- 10、利息保障倍数=(利润总额+费用化利息支出)/利息支出

11、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股份总数

12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》的规定，本公司加权平均净资产收益率、基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期利润	报告期	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2020年度	26.21	0.3625	0.3625
	2019年度	40.09	0.7282	0.7282
	2018年度	77.92	0.6534	0.6534
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2020年度	34.90	0.5080	0.5080
	2019年度	38.99	0.7034	0.7034
	2018年度	76.96	0.6404	0.6404

注：由于2018年公司尚未整体变更为股份有限公司，上表披露的2018年度净资产收益率及每股收益为模拟数据。

十五、设立时及报告期内资产评估情况

2019年10月1日，国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具“国众联评报字（2019）第2-1140号”《资产评估报告》，以2019年7月31日为基准日，对冰峰饮料设立进行了评估，评估后的净资产评估值为21,321.81万元。

十六、历次验资情况

发行人设立以来的历次验资情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司管理层以 2018 年度、2019 年度及 2020 年度经审计的财务报表为基础，对报告期内财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出进行讨论和分析。

本节内容可能含有前瞻性描述。该类前瞻性描述包含了部分不确定事项，可能与公司的最终经营结果不一致。投资者阅读本节内容时，应同时参考本招股说明书“第十节 财务会计信息”中的相关内容，以及本次发行经信永中和审计的财务报表及其附注。

本节讨论与分析所指的数据，除非特别说明，均指合并口径数据。

一、财务状况分析

（一）主要资产分析

1、资产构成及其变化分析

报告期各期末，公司资产的构成及变化情况如下：

单位：元，%

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	298,518,422.79	94.51	246,828,988.06	92.22	228,369,202.47	92.51
非流动资产	17,326,998.03	5.49	20,816,788.78	7.78	18,490,706.50	7.49
合计	315,845,420.82	100.00	267,645,776.84	100.00	246,859,908.97	100.00

（1）资产规模分析

报告期各期末，公司资产规模持续增长，复合增长率 13.11%。主要原因系报告期内，公司不断开拓市场、推出新产品、加大品牌推广，使公司的业务规模保持上升态势，公司资产总额随着业务规模的增长而持续增长。

（2）资产结构分析

报告期各期末，流动资产占比均为 90%以上，流动性良好。主要原因系：1) 公司实行自产与委外相结合的生产模式，厂房、生产机器设备等固定资产的投资规模较小；2) 公司对经销商主要采用“先款后货”的销售结算方式，保障公司

现金充裕，资产流动性良好。

2、流动资产构成及其变化分析

报告期各期末，公司流动资产构成如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产：						
货币资金	211,692,760.09	70.91	122,360,764.28	49.57	191,415,523.56	83.82
应收账款	2,955,698.16	0.99	930,003.75	0.38	9,702.17	0.00
预付款项	3,154,097.72	1.06	2,193,634.55	0.89	1,216,217.70	0.53
其他应收款	36,017,230.53	12.07	298,021.23	0.12	2,819,233.08	1.23
存货	36,806,583.68	12.33	113,110,438.56	45.83	32,603,464.50	14.28
持有待售资产	4,800,000.00	1.61		-		-
其他流动资产	3,092,052.61	1.04	7,936,125.69	3.22	305,061.46	0.13
流动资产合计	298,518,422.79	100.00	246,828,988.06	100.00	228,369,202.47	100.00

报告期各期末，公司的流动资产中货币资金和存货占比较大，流动性较好。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金的构成如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	1,289.49	0.00	1,029.00	0.00	1,949.05	0.00
银行存款	211,218,400.50	99.78	121,769,670.83	99.52	190,892,559.45	99.73
其他货币资金	473,070.10	0.22	590,064.45	0.48	521,015.06	0.27
合计	211,692,760.09	100.00	122,360,764.28	100.00	191,415,523.56	100.00

报告期各期末，公司货币资金的变化主要系随着销售规模的扩大，销售商品收到的现金不断增加。2019年期末货币资金变化较大，主要是当期支付约7400万元购买一宗土地所致。

报告期各期末无抵押、质押或冻结等对使用有限制、以及存放在境外且资金

汇回受到限制的款项。

（2）应收账款

1) 应收账款余额分析

报告期各期末，应收账款情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
应收账款账面余额	3,109,651.99	978,086.71	10,212.81
应收账款坏账准备	153,953.83	48,082.96	510.64
应收账款账面价值	2,955,698.16	930,003.75	9,702.17
流动资产	298,518,422.79	246,828,988.06	228,369,202.47
应收账款账面价值占流动资产的比例	0.99	0.38	0.00
当期营业收入	332,538,146.26	302,101,716.48	286,235,032.37
应收账款账面余额占当期营业收入的比例	0.94	0.32	0.00

报告期各期末，公司应收账款余额较小，且账龄集中在1年以内，主要原因系发行人对经销商主要采用“先款后货”的销售结算方式。

2019年、2020年应收账款余额较大，主要原因系：1) 电商平台的销售模式为跨月度结算，导致期末存在应收电商平台款项；2) 对于合作时间长、履约能力好、无不良欠款且交易金额较大的大客户，发行人给予一定的临时信用额度，省内经销商信用额度不超过70万；省外经销商信用额度不超过35万，可次月结清货款。

2) 应收账款账龄及坏账准备分析

①公司应收账款按组合分类情况如下：

单位：元

类别	2020年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例	金额	预期信用损失率	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	预期信用损失率	
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	3,109,651.99	100.00%	153,953.83	4.95%	2,955,698.16
其中：账龄组合	3,075,831.21	98.91%	153,953.83	5.01%	2,921,877.38
合并范围外关联方组合（注）	33,820.78	1.09%			33,820.78
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款					
合计	3,109,651.99	100.00%	153,953.83	4.95%	2,955,698.16

注：合并范围外关联方主要是指糖酒集团控制的其他公司，是零星销售形成，金额较小，且属于集团内部关联应收款项，基本不会发生损失，故不考虑计提坏账。

（续上表）

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	预期信用损失率	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	978,086.71	100.00%	48,082.96	4.92%	930,003.75
其中：账龄组合	961,659.21	98.32%	48,082.96	5.00%	913,576.25
合并范围外关联方组合	16,427.50	1.68%			16,427.50
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款					
合计	978,086.71	100.00%	48,082.96	4.92%	930,003.75

（续上表）

类别	2018年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
按信用风险特征组合计提坏账	10,212.81	100.00%	510.64	5.00%	9,702.17

类别	2018年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
准备的应收账款					
其中：账龄组合	10,212.81	100.00%	510.64	5.00%	9,702.17
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款					
合计	10,212.81	100.00%	510.64	5.00%	9,702.17

④组合中按账龄组合计提坏账准备的应收账款

单位：元，%

账龄	2020年12月31日			
	应收账款	占比	坏账准备	计提比例
1年以内	3,072,585.81	99.89	153,629.29	5.00
1-2年	3,245.40	0.11	324.54	10.00
2-3年				30.00
3年以上				100.00
合计	3,075,831.21	100.00	153,953.83	

（续上表）

账龄	2019年12月31日			
	应收账款	占比	坏账准备	计提比例
1年以内	961,659.21	100.00	48,082.96	5.00
1-2年				10.00
2-3年				30.00
3年以上				100.00
合计	961,659.21	100.00	48,082.96	

（续上表）

账龄	2018年12月31日			
	应收账款	占比	坏账准备	计提比例
1年以内	10,212.81	100.00	510.64	5.00
1-2年				10.00
2-3年				30.00
3年以上				100.00

账龄	2018年12月31日			
	应收账款	占比	坏账准备	计提比例
合计	10,212.81	100.00	510.64	

3) 主要应收账款客户情况

按欠款方归集的报告期各期末余额前五名的应收账款情况

单位：元，%

单位名称	2020年12月31日	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
渭南市秦羹源商贸有限公司	631,880.00	1年以内	20.32	31,594.00
北京京东世纪信息技术有限公司	355,345.85	1年以内	11.43	17,767.29
隆基绿能科技股份有限公司	223,584.22	1年以内	7.19	11,179.21
陕西万事兴糖酒有限公司	214,968.00	1年以内	6.91	10,748.40
西安创亿达商贸有限公司	131,947.18	1年以内	4.24	6,597.36
合计	1,557,725.25		50.09	77,886.26

(续上表)

单位名称	2019年12月31日	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
北京京东世纪信息技术有限公司	339,609.49	1年以内	34.72	16,980.47
陕西西果商贸有限责任公司	310,956.02	1年以内	31.79	15,547.80
西安市高陵区东岗商店	150,000.00	1年以内	15.34	7,500.00
渭南市秦羹源商贸有限公司	50,280.00	1年以内	5.14	2,514.00
西安班马家酒店管理有限公司	24,920.00	1年以内	2.55	1,246.00
合计	875,765.51		89.54	43,788.27

(续上表)

单位名称	2018年12月31日	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
陕西双维铁路工贸有限责任公司西铁双维超市	10,212.81	1年以内	100.00	510.64

单位名称	2018年12月31日	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
合计	10,212.81		100.00	510.64

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付款项及其账龄情况如下：

单位：元，%

账龄	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	2,663,731.91	84.45	2,193,634.55	100.00	1,216,217.70	100.00
1-2年	490,365.81	15.55				
合计	3,154,097.72	100.00	2,193,634.55	100.00	1,216,217.70	100.00

报告期各期末，公司的预付款项余额主要为向供应商预付的加工费、购货款、知识产权代理服务费用、广告费用、设备货款等。2019、2020年末，公司预付款项有所增加，主要原因系随着公司业务规模的扩大，向委外加工厂商预付加工费，保障产品产量及时供应。

2020年12月31日，预付款项中账龄超过1年的预付款主要系预付北京山天大蓄知识产权顾问股份有限公司的商标注册等知识产权代理服务费用。

截至报告期末，公司预付款项前五名客户的情况如下：

单位：元，%

单位名称	2020年12月31日	账龄	占预付款项期末余额合计数的比例
西安富田食品有限公司	960,474.48	1年以内	30.40
北京山天大蓄知识产权顾问股份有限公司	500,000.00	2年以内	15.82
西安梓宸食品有限公司	330,000.00	1年以内	10.44
西安秦华燃气集团有限公司	309,136.70	1年以内	9.78
烟台新中萃玻璃包装有限公司	297,984.00	1年以内	9.43
合计	2,397,595.18		75.87

（续上表）

单位名称	2019年12月31日	账龄	占预付款项期末余额合计数的比例
西安富田食品有限公司	791,322.69	1年以内	36.07
北京山天大蓄知识产权顾问股份有限公司	500,000.00	1年以内	22.79
西安梓宸食品有限公司	259,433.96	1年以内	11.83
北京京东世纪信息技术有限公司（京准通）	234,801.00	1年以内	10.70
西安秦华燃气集团有限公司	232,012.48	1年以内	10.58
合计	2,017,570.13		91.97

（续上表）

单位名称	2018年12月31日	账龄	占预付款项期末余额合计数的比例
陕西广电都市青春传媒有限公司	660,377.36	1年以内	54.30
西安秦华燃气集团有限公司	182,563.00	1年以内	15.01
西安邦宝实验室设备有限公司	170,000.00	1年以内	13.98
西安欣达辉建设工程有限公司	73,909.09	1年以内	6.08
锦泰财产保险股份有限公司陕西分公司	31,920.64	1年以内	2.62
合计	1,118,770.09		91.99

报告期各期末，公司预付款项余额中金额前五名合计数占比分别为 91.99%、91.97% 及 75.87%，占总额的比例较高。

（4）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款按性质分类的构成情况如下：

单位：元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
保证金及押金	374,773.67	243,873.67	134,870.00
个人往来	11,000.00	1,064.25	15,564.00
单位往来	36,370,069.31	102,751.38	2,878,679.24
其他应收款账面余额	36,755,842.98	347,689.30	3,029,113.24
坏账准备	738,612.45	49,668.07	209,880.16
其他应收款账面价值	36,017,230.53	298,021.23	2,819,233.08

2020年末公司其他应收款余额较大，主要系发行人转让子公司东潭置业 52% 的股权，失去控制权，合并报表时往来不能抵消，使发行人其他应收款存在应收

东潭置业的款项 34,005,947.66 元。

2) 其他应收款账龄及坏账准备分析

2019 年度及 2020 年度采用新金融工具准则，公司其他应收款的坏账计提准备情况如下：

单位：元、%

2020 年

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月 预期信用损失	整个存续期预期 信用损失 (未发生信用减 值)	整个存续期预期 信用损失 (已发生信用减值)	
2019-12-31 余额	49,668.07			49,668.07
2019-12-31 余额 在本期转入				
转入第二阶段				
转入第三阶段				
转回第二阶段				
转回第一阶段				
本期计提	688,944.38			688,944.38
本期转回				
本期转销				
本期核销				
其他变动				
2020-12-31 余额	738,612.45			738,612.45

2019 年

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月 预期信用损失	整个存续期预期 信用损失 (未发生信用减值)	整个存续期预期 信用损失 (已发生信用减 值)	
2018-12-31 余额	209,880.16			209,880.16
2018-12-31 余额 在本期转入				
转入第二阶段				

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月 预期信用损失	整个存续期预期 信用损失 (未发生信用减值)	整个存续期预期 信用损失 (已发生信用减 值)	
转入第三阶段				
转回第二阶段				
转回第一阶段				
本期计提	-160,212.09			-160,212.09
本期转回				
本期转销				
本期核销				
其他变动				
2019-12-31 余额	49,668.07			49,668.07

2018 年

类别	2018-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
单项金额重大并单 项计提坏账准备					
按组合计提坏账准 备	3,029,113.24	100.00	209,880.16	6.93	2,819,233.08
其中：账龄组合	3,029,113.24	100.00	209,880.16	6.93	2,819,233.08
合计	3,029,113.24	100.00	209,880.16	6.93	2,819,233.08

按账龄组合计提坏账准备：

账龄	2018-12-31		
	其他应收款	坏账准备	计提比例
1 年以内	1,860,623.34	93,031.17	5.00
1-2 年	1,168,489.90	116,848.99	10.00
2-3 年			30.00
3 年以上			100.00
合计	3,029,113.24	209,880.16	—

3) 主要其他应收款单位情况

截至报告期各期末，公司其他应收款单位前五名情况如下：

单位：元，%

2020-12-31

单位名称	款项性质	年末余额	账龄	占年末余额比例	坏账准备年末余额
西安东潭置业有限公司（注1）	借款	34,005,947.66	1-2年	92.52	
杭州财库数字科技有限公司（注2）	营销推广费	1,250,000.00	1年以内	3.40	625,000.00
霍尔果斯贰零壹陆影视传媒有限公司	广告费	735,849.06	1年以内	2.00	36,792.45
广东君言律师事务所	中介费	377,358.48	1年以内	1.03	18,867.92
支付宝（中国）网络技术有限公司	保证金	100,000.00	1年以内 50,000,1-2年 50,000	0.27	7,500.00
合计	—	36,469,155.20	—	99.22	688,160.37

注1：西安东潭置业有限公司原为发行人全资子公司，借款购买土地。2020年9月，发行人转让东潭置业控制权，其剩余借款计入其他应收款，该笔款项已于2021年5月底全部收回。2020年底，根据预期信用减值损失情形，未对该笔借款计提坏账准备。

注2：杭州财库数字科技有限公司未按照合同履行义务，发行人作为原告向法院提起诉讼，目前该案尚未开庭。因已提起诉讼，故未按照账龄法计提坏账，结合诉讼起因以及与代理律师沟通，发行人胜诉可能性很大，因此按照50%的比例计提坏账，是谨慎、充分的。

2019-12-31

单位名称	款项性质	年末余额	账龄	占年末余额的比例	坏账准备年末余额
西安市养老保险经办处	养老保险	102,360.42	2-3年	29.44	30,708.13
北京京东世纪信息技术有限公司	保证金	100,000.00	1-2年	28.76	10,000.00
支付宝（中国）网络技术有限公司	保证金	55,003.67	1年以内 50,003.67,1-2年 5,000	15.82	3,000.18
网银在线（北京）科技有限公司	保证金	20,000.00	1-2年	5.75	2,000.00
西安唐久物业管理有限公司	房租押金	7,870.00	1-2年	2.26	787.00
合计	—	285,234.09	—	82.03	46,495.31

2018-12-31

单位名称	款项性质	年末余额	账龄	占年末余额的比例	坏账准备年末余额
西安市糖酒集团有限公司	租赁费	1,712,568.00	1年以内	56.54	85,628.40

单位名称	款项性质	年末余额	账龄	占年末余额的比例	坏账准备年末余额
西安市养老保险经办处	养老保险	1,050,902.90	1-2年	34.69	105,090.29
重庆京东海嘉电子商务有限公司	技术服务费	112,587.00	1-2年	3.72	11,258.70
北京京东世纪信息技术有限公司	保证金	100,000.00	1年以内	3.30	5,000.00
网银在线（北京）科技有限公司	保证金	20,000.00	1年以内	0.66	1,000.00
合计	—	2,996,057.90	—	98.91	207,977.39

（5）存货

①报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	6,632,019.41	18.02	10,483,630.79	9.27	5,133,832.37	15.75
库存商品	6,690,433.89	18.18	3,449,514.87	3.05	5,789,423.64	17.76
在产品	5,896,010.17	16.02	8,995,589.28	7.95	8,929,551.57	27.39
周转材料	17,510,261.49	47.57	16,074,643.93	14.21	12,750,656.92	39.11
发出商品	77,858.72	0.21	153,059.69	0.14		-
开发成本			73,954,000.00	65.38		-
合计	36,806,583.68	100.00	113,110,438.56	100.00	32,603,464.50	100.00

报告期各期末，公司的存货主要由开发成本、周转材料、库存商品、原材料和在产品构成。

2019年存货的期末余额较高主要是因为包含了发行人子公司东潭置业的开发成本7,395.40万元，系东潭置业于2019年购买坐落于西安浐灞生态区十里铺北路以东、广宁路以北的陕(2020)西安市不动产权第0098963号国有建设用地使用权缴纳的土地出让金及相应税金。由于2020年9月30日发行人已转让东潭置业52%股权，对其不能进行控制，故2020年12月31日合并资产负债表不包括东潭置业，存货余额中无开发成本。

周转材料主要包括包装物和低值易耗品，包装物主要是指易拉罐、易拉盖、纸箱等；低值易耗品主要是指发行人可循环使用的玻璃瓶和塑料周转箱，已按五五摊销法进行摊销，周转材料的具体构成如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
汽水玻璃瓶	9,093,005.93	51.93	8,033,483.09	49.98	7,146,918.68	56.05
冰峰塑料箱	6,680,473.13	38.15	6,002,850.44	37.34	5,229,268.82	41.01
包装物	1,682,193.68	9.61	1,985,679.85	12.35	345,944.38	2.71
其他低值易耗品	54,588.75	0.31	52,630.55	0.33	28,525.04	0.22
合计	17,510,261.49	100.00	16,074,643.93	100.00	12,750,656.92	100.00

报告期各期末，发行人库存商品包括瓶装、罐装产品，2020年产成品库存量大于2018、2019年，主要是避免出现2020年初因疫情停工的情况，发行人加大了罐装产品的储备，以应对元旦、春节等传统节日的销售。库存商品的具体构成如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
罐装橙味汽水	2,686,240.56	40.15	642,303.70	18.62	1,342,358.91	23.19
玻璃瓶橙味汽水	364,371.83	5.45	840,791.34	24.37	489,249.80	8.45
罐装酸梅汤	2,867,852.73	42.86	1,393,917.62	40.41	3,847,745.99	66.46
玻璃瓶酸梅汤	271,651.45	4.06	81,595.16	2.37	-	-
其他	500,317.31	7.48	490,907.05	14.23	110,068.94	1.90
合计	6,690,433.89	100.00	3,449,514.87	100.00	5,789,423.64	100.00

报告期各期末，发行人原材料主要是白砂糖，2019年期末白砂糖储备大于2018、2020年，主要是考虑白砂糖期货价格的预期上涨以及下一年度产品销量增加等因素，储备了较多的白砂糖原材料。原材料的具体构成如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
白砂糖	4,888,795.12	73.72	9,294,965.78	88.66	4,444,029.96	86.56

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
瓶盖	483,488.77	7.29	249,234.11	2.38	394,524.85	7.68
乌梅	470,722.58	7.10	201,523.15	1.92	33,963.73	0.66
甜味剂	289,172.99	4.36	378,875.93	3.61	109,686.15	2.14
香精	272,519.07	4.11	210,421.55	2.01	76,231.62	1.48
其他	227,320.88	3.43	148,610.27	1.42	75,396.06	1.47
合计	6,632,019.41	100.00	10,483,630.79	100.00	5,133,832.37	100.00

报告期各期末，发行人在产品系用乌梅、山楂和甘草熬制而成的酸梅汤浓缩汁，报告期结存数量分别为 81,159.50 kg、80,163.80 kg、51,603.10 kg。2020 年在产品库存量小于 2018、2019 年，主要是结合原材料市场预期以及罐装酸梅汤产品的市场销售情况，合理安排采购及库存结余。

②报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

资产负债表日，发行人的存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，具体情况如下：

项目	可变现净值确定的方法	减值测试的方法
库存商品	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	按照可变现净值测试减值
原材料	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、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	分析原材料的用途，按照可变现净值测试减值
在产品	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、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	分析在产品的用途，按照可变现净值测试减值
周转材料	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、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	分析周转材料的用途，按照可变现净值测试减值

公司各项存货不存在成本高于可变现净值的情况，故各期期末未计提存货跌价准备。

同行业公司存货跌价准备计提政策如下：

公司名称	存货跌价准备计提政策
东鹏饮料	存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以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。
均瑶健康	期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。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

公司名称	存货跌价准备计提政策
	<p>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。</p> <p>期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。</p> <p>以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p>
养元饮品	<p>存货可变现净值是按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。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。</p> <p>资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。</p> <p>资产负债表日，公司各项存货按照成本与可变现净值孰低计量。可变现净值，是指在日常活动中，存货的预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。为生产而持有的原材料，其可变现净值根据其生产的产成品的可变现净值为基础确定。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。当持有存货的数量多于相关合同订购数量的，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。各项存货按照单个存货项目计算的金额高于其可变现净值的差额，计提存货跌价准备，计入当期损益。公司库存商品的估计售价为年末各品种的平均售价，预计销售税费率使用当年度的销售税费率。</p>

发行人存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在重大差异。

（6）持有待售资产

报告期各期末，公司持有待售资产的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
西安东潭置业有限公司	4,800,000.00	100.00				
合计	4,800,000.00	100.00				

截至2020年12月31日，公司持有东潭置业股权比例为48%。根据股权转让合同条款约定，公司已不再参与东潭置业公司的实际管理，不享有股东权益，故公司将持有的对东潭置业剩余48%股权投资在“持有待售资产”科目列报。详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司情况”之“（二）发行人参股公司”。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预缴企业所得税	3,092,052.61	100.00	7,507,635.80	94.60		-
待抵扣进项税		-	428,489.89	5.40	305,061.46	100.00
合计	3,092,052.61	100.00	7,936,125.69	100.00	305,061.46	100.00

报告期各期末，公司的其他流动资产主要为预缴的企业所得税。2018年度预缴企业所得税金额为0，主要是因为2018年经审计的利润总额为92,967,471.28元，适用企业所得税税率25%，应交企业所得税金额为23,302,363.93元，扣除当年已交所得税金额，期末应交企业所得税余额为20,491,657.88元。2019年和2020年末存在预缴企业所得税的主要原因是：发行人2019年11月取得高新技术企业证书，2019年、2020年适用企业所得税税率为15%，而2019年按25%预缴企业所得税，2020年受确认股份支付费用影响。

3、非流动资产构成及其变化分析

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动资产：						
固定资产	11,433,210.20	65.98	13,297,714.90	63.88	8,103,858.35	43.83
在建工程	114,160.00	0.66	-	-	1,940,880.58	10.50
无形资产	4,798,691.71	27.69	4,976,967.67	23.91	5,022,719.36	27.16
长期待摊费用	732,197.03	4.23	2,484,882.32	11.94	3,371,601.67	18.23
递延所得税资产	248,739.09	1.44	57,223.89	0.27	51,646.54	0.28
合计	17,326,998.03	100.00	20,816,788.78	100.00	18,490,706.50	100.00

报告期各期末，非流动资产主要由固定资产、无形资产和长期待摊费用构成，三者合计占非流动资产的比例近90%或以上。

（1）固定资产

①资产明细及变动情况分析

报告期各期末，公司固定资产原值、累计折旧、计提的减值准备及固定资产账面价值的具体构成如下：

单位：元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
一、账面原值合计：	38,228,259.75	38,082,086.59	32,231,614.93
其中：房屋建筑物	8,398,428.57	8,398,428.57	7,632,898.79
机器设备	25,528,272.29	25,481,116.96	20,995,778.53
运输设备	2,539,624.67	2,539,624.67	2,604,124.67
办公设备	30,676.11	12,389.38	-
电子设备	1,731,258.11	1,650,527.01	998,812.94
二、累计折旧合计：	26,795,049.55	24,784,371.69	24,127,756.58
其中：房屋建筑物	7,684,954.83	7,648,209.39	7,632,898.79
机器设备	15,825,474.19	14,432,820.92	13,928,775.92
运输设备	2,287,146.85	1,967,575.57	1,698,537.37
办公设备	5,010.02	594.69	-
电子设备	992,463.66	735,171.12	867,544.50
三、减值准备：			
其中：房屋建筑物			
机器设备			
运输设备			
办公设备			
电子设备			
四、固定资产账面价值合计	11,433,210.20	13,297,714.90	8,103,858.35
其中：房屋建筑物	713,473.74	750,219.18	-
机器设备	9,702,798.10	11,048,296.04	7,067,002.61
运输设备	252,477.82	572,049.10	905,587.30
办公设备	25,666.09	11,794.69	-
电子设备	738,794.45	915,355.89	131,268.44

报告期各期末，公司的固定资产变动较小，主要原因系公司将非玻璃瓶装饮料委外生产，厂房、生产机器设备等固定资产的投资规模相对较小。2019年末

固定资产账面价值较 2018 年末增长，主要原因系 2019 年度增加 8T 燃气锅炉和锅炉房等固定资产。

②固定资产折旧

公司根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命和预计净残值。公司综合考虑固定资产的预计生产能力或实物数量、预计有形损耗和无形损耗，确定各类固定资产的折旧年限。公司根据固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，预计从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额确定残值率。

公司固定资产折旧年限、残值率与同行业可比上市公司比较如下：

公司简称	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子及办公设备	预计残值率
发行人	20 年	10 年	4 年	3-5 年	4%
东鹏饮料	20 年	10 年	5 年	3-5 年	5%
养元饮品	20-30 年	10 年	4 年	3-5 年	5%
均瑶健康	10-30 年	5-10 年	4 年	3-10 年	5%

发行人房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及办公设备的折旧年限范围、残值率与同行业可比上市公司不存在显著差异。

③减值准备

报告期各期末，公司各类固定资产状态良好，使用正常，不存在减值迹象，不需计提减值准备。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程的账面价值构成情况如下：

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
在建工程	114,160.00		1,940,880.58
合计	114,160.00		1,940,880.58

重要在建工程项目报告期各期变动情况

2020 年

工程名称	2019-12-31 余额	本年增加	本年减少		2020-12-31 余额
			转入固定资产	其他减少	
配料房化糖锅改造		114,160.00			114,160.00
门禁系统		26,522.12	26,522.12		
音响设备系统		9,294.06	9,294.06		
合计		149,976.18	35,816.18		114,160.00

2019 年

工程名称	2018-12-31 余额	本年增加	本年减少		2019-12-31 余额
			转入固定资产	其他减少	
天然气工程	49,680.58	265,181.01	314,861.59		
锅炉房工程	700,000.00	65,529.78	765,529.78		
8T 天然气锅炉	1,191,200.00		1,191,200.00		
OA 办公系统		135,922.33	135,922.33		
合计	1,940,880.58	466,633.12	2,407,513.70		

2018 年

工程名称	2017-12-31 余额	本年增加	本年减少		2018-12-31 余额
			转入固定资产	其他减少	
天然气工程		49,680.58			49,680.58
不锈钢风淋室 (1570*1500*2150)		15,654.55	15,654.55		
不锈钢风淋室 (1580*900*2050)		31,309.09	31,309.09		
锅炉房工程		700,000.00			700,000.00
8T 天然气锅炉		1,191,200.00			1,191,200.00
合计		1,987,844.22	46,963.64		1,940,880.58

报告期各期末，公司的在建工程账面价值较小。为应对随着业务规模持续扩大，带来的产能扩大和管理规范的需求，2018、2019 年间，公司投入 8T 天然气锅炉、锅炉房等生产线配套工程和 OA 办公系统，使在建工程期末余额增加。上述在建工程已于 2019 年度达到预定可使用状态转入固定资产。

报告期各期末，上述资产不存在减值迹象，无需计提在建工程减值准备。

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产的构成情况如下：

单位：元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
一、账面原值合计：	6,413,845.18	6,413,845.18	6,287,631.59
土地使用权	6,251,289.58	6,251,289.58	6,251,289.58
软件	162,555.60	162,555.60	36,342.01
二、累计摊销合计：	1,615,153.47	1,436,877.51	1,264,912.23
土地使用权	1,566,542.12	1,404,521.72	1,242,501.32
软件	48,611.35	32,355.79	22,410.91
三、减值准备：			
土地使用权			
软件			
四、无形资产账面价值合计	4,798,691.71	4,976,967.67	5,022,719.36
土地使用权	4,684,747.46	4,846,767.86	5,008,788.26
软件	113,944.25	130,199.81	13,931.10

报告期各期末，公司的无形资产主要系土地使用权。

公司及其子公司拥有的土地使用权，具体情况如下：

序号	产权证书	位置	面积 (m ²)	取得方式 及用途	权利期限	所有人
1	陕（2020）西安市不动产权第0006254号	西安市浐灞生态区酒十路以东、广安路以南	13616.24	出让/工业用地	2055.04.29	冰峰饮料

报告期各期末，公司土地使用权不存在减值迹象，无需计提无形资产减值准备。

（4）长期待摊费用

报告期各期末，公司的长期待摊费用具体情况如下：

单位：元

项目	2019-12-31	本年增加	本年摊销	本年其他减少	2020-12-31
装修改造费	1,435,931.27		703,734.24		732,197.03
广告费	1,048,951.05		1,048,951.05		
合计	2,484,882.32		1,752,685.29		732,197.03

（续上表）

项目	2018-12-31	本年增加	本年摊销	本年其他减少	2019-12-31
装修改造费	1,063,909.34	985,576.19	613,554.26		1,435,931.27
广告费	2,307,692.33		1,258,741.28		1,048,951.05
合计	3,371,601.67	985,576.19	1,872,295.54		2,484,882.32

（续上表）

项目	2017-12-31	本年增加	本年摊销	本年其他减少	2018-12-31
装修改造费		1,125,627.22	61,717.88		1,063,909.34
广告费	4,615,384.62		2,307,692.29		2,307,692.33
合计	4,615,384.62	1,125,627.22	2,369,410.17		3,371,601.67

报告期各期末，公司的长期待摊费用主要为广告费、装修改造费摊销。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损及其产生的递延所得税资产的构成情况如下：

单位：元

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产
坏账准备及资产减值准备	892,566.28	128,670.34	97,751.03	12,910.14	210,390.80	51,646.54
递延收益	800,458.33	120,068.75	295,425.00	44,313.75		
合计	1,693,024.61	248,739.09	393,176.03	57,223.89	210,390.80	51,646.54

报告期各期末，公司的递延所得税资产系坏账损失、递延收益形成的会计与税法上的暂时性差异。

报告期各期末，公司上述可抵扣暂时性差异所隐含的潜在可抵扣税收利益预计均可以实现，递延所得税资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（二）主要负债分析

1、负债构成及其变化分析

报告期各期末，公司负债的构成及变化情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	54,945,839.31	98.56	46,049,127.94	99.36	47,772,157.89	100.00
非流动负债	800,458.33	1.44	295,425.00	0.64		
合计	55,746,297.64	100.00	46,344,552.94	100.00	47,772,157.89	100.00

（1）负债规模分析

报告期各期末，公司负债变化情况与公司经营规模稳步增长相匹配。2019年末公司负债较2018年减少，主要系应交税费减少所致；2020年末公司负债较2019年增加，主要系其他应付款增加。

（2）负债结构分析

报告期各期末，公司负债主要为流动负债。非流动负债占比相对较小，均为递延收益，系公司收到未满足收益确认条件的政府补助。

2、流动负债构成及其变化分析

报告期各期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债：						
应付账款	6,536,820.72	11.90	7,111,701.55	15.44	1,353,771.83	2.83
预收款项		-	10,457,174.41	22.71	594,632.42	1.24
合同负债	7,725,811.23	14.06		-		-
应付职工薪酬	3,605,390.23	6.56	4,029,473.79	8.75	4,041,531.79	8.46
应交税费	2,514,897.80	4.58	81,342.49	0.18	20,738,190.53	43.41
其他应付款	33,558,563.87	61.08	24,369,435.70	52.92	21,044,031.32	44.05
其他流动负债	1,004,355.46	1.83		-		-
合计	54,945,839.31	100.00	46,049,127.94	100.00	47,772,157.89	100.00

报告期各期末，公司的流动负债主要由应付账款、预收款项、合同负债、应交税费和其他应付款构成。2019年末公司流动负债较2018年减少，主要系应交税费减少所致。2020年末流动负债较2019年增加，主要系其他应付款增加。

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款主要为供应商货款，随着公司业务规模的扩大，应付账款整体呈上升趋势。

报告期各期末，公司应付账款账龄明细情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	6,528,417.06	99.87	7,100,382.55	99.84	1,171,490.73	86.54
1-2年	7,553.66	0.12	7,377.00	0.10	182,281.10	13.46
2-3年		-	3,942.00	0.06		
3年以上	850.00	0.01		-		
合计	6,536,820.72	100.00	7,111,701.55	100.00	1,353,771.83	100.00

从账龄结构来看，公司应付账款的账龄基本在1年以内，账龄超过1年的应付账款金额较小。

报告期各期末，公司应付账款余额的前五名情况如下：

单位：元，%

年度	单位名称	款项性质	金额	占比	账龄
2020年度	奥瑞金（湖北）销售有限公司	采购款	2,904,227.22	45.31%	1年以内
	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司	白砂糖采购款	1,073,776.80	16.75%	1年以内
	西安糖酒冰峰物流有限公司	物流费及仓储服务费	632,394.86	9.87%	1年以内
	西安秉信环保包装有限公司	采购款	434,653.72	6.78%	1年以内
	西安市糖酒集团有限公司	租赁费	390,895.24	6.10%	1年以内
	合计		5,435,947.84	83.16%	
2019年度	陕西奥瑞金包装有限公司	包装物采购款	4,183,455.34	58.82%	1年以内
	陕西盛华药业有限责任公司	加工费	1,509,200.00	21.22%	1年以内
	西安糖酒冰峰物流有限公司	物流费及仓储服务费	446,532.88	6.28%	1年以内
	西安天信物流有限公司	物流费	142,410.54	2.00%	1年以内
	陕西亮装印刷包装有限公司	礼盒采购款	106,711.10	1.50%	1年以内
	合计		6,388,309.86	89.83%	

年度	单位名称	款项性质	金额	占比	账龄
2018 年 度	西安市糖酒集团有限公司	租赁费	203,750.00	15.05%	1 年以内
	西安糖酒冰峰物流有限公司	物流费及仓储服务费	199,897.64	14.77%	1 年以内
	山东明佳科技有限公司	验瓶机款	167,000.00	12.34%	1 年以内
	西安华净净化工程有限公司	设备安装费	131,540.00	9.72%	1 年以内
	武汉欣业包装有限公司	质保金	100,000.00	7.39%	1-2 年
		合计		802,187.64	59.26%

（2）预收款项

报告期各期末，公司的预收账款明细情况如下：

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1 年以内		10,453,411.41	592,182.42
1 年以上		3,763.00	2,450.00
合计		10,457,174.41	594,632.42

报告期各期末，公司预收账款主要是计提的应支付给经销商的销售返利，2020 年根据新会计准则的规定，该类款项在“合同负债”列报。

公司预收账款 2019 年末余额较 2018 年增长，主要系 2019 年销售完成情况较好，致使应支付的销售返利增加。。

（3）合同负债

报告期各期末，公司的合同负债明细情况如下：

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
预收货款不含税部分	7,725,811.23		
合计	7,725,811.23		

公司的合同负债是计提的应支付给经销商的销售返利，2018、2019 年该类款项在“预收账款”列报。

（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：元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
短期薪酬	3,605,390.23	4,029,473.79	4,041,531.79
离职后福利-设定提存计划			
合计	3,605,390.23	4,029,473.79	4,041,531.79

报告期各期末，公司应付职工薪酬主要为应付职工的工资、奖金、津贴和补贴以及职工福利费。2020年末应付职工薪酬有所下降，主要是因为2020年未完成当年既定工作目标年终奖减少所致。

截至2020年末，公司应付职工薪酬中不存在拖欠性质的款项。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	2,166,723.05	86.16		-	148,923.18	0.72
企业所得税		-		-	20,491,657.88	98.81
城市维护建设税	146,897.67	5.84		-	13,498.06	0.07
教育费附加	62,956.14	2.50		-	5,784.88	0.03
个人所得税	2,738.90	0.11	4,948.78	6.08	4,148.54	0.02
土地使用税	30,636.54	1.22	38,852.54	47.76	30,636.54	0.15
印花税	11,439.93	0.45	7,602.42	9.35	15,992.60	0.08
地方教育附加	41,970.76	1.67		-	3,856.59	0.02
房产税	32,045.00	1.27	20,156.23	24.78	18,318.96	0.09
环境保护税	5,500.00	0.22		-		-
水利建设基金	13,989.81	0.56	9,782.52	12.03	5,373.30	0.03
合计	2,514,897.80	100.00	81,342.49	100.00	20,738,190.53	100.00

2018年末应交税费余额较大，主要是公司适用25%的企业所得税税率，详见本节“其他流动资产”分析。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金及保证金	28,641,383.00	85.35	24,344,550.54	99.90	21,014,965.91	99.86
股权转让款	4,800,000.00	14.30		-		-
社保	88,600.96	0.26	10,946.71	0.04	20,620.02	0.10
其他	28,579.91	0.09	13,938.45	0.06	8,445.39	0.04
合计	33,558,563.87	100.00	24,369,435.70	100.00	21,044,031.32	100.00

报告期各期末，公司的其他应付款主要为经销商交付的箱瓶押金及保证金，随着公司业务规模扩大，公司合作的经销商数量增加，收取的箱瓶押金及保证金随之增加。2020年，公司转让东潭置业股权，根据合同约定，暂未满足办理48%股权变更登记的要求，已收取的480万元股权转让款计入其他应付款。截至本招股说明书签署日，发行人已完成东潭置业剩余48%股权过户的工商变更登记手续。

3、非流动负债构成及其变化分析

报告期各期末，公司非流动负债的构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动负债：						
递延收益	800,458.33	100.00	295,425.00	100.00	-	-
合计	800,458.33	100.00	295,425.00	100.00	-	-

报告期各期末，公司的非流动负债系递延收益，包括西安浐灞生态区管理委员会2018年天然气锅炉低氮改造奖补资金和西安市财政局关于拨付2019年度陕西省中小企业技术改造专项资金。根据《企业会计准则》，该款项系与资产相关的政府补助，计入递延收益科目，按相关资产的预计使用年限摊销计入当期损益。明细情况如下：

单位：元

政府补助项目	2019年12月31日	本期新增补助金额	本期计入其他收益	2020年12月31日	与资产相关/与收益相关
西安浐灞生态区管理委员会2018年天然气锅炉	295,425.00		30,300.00	265,125.00	与资产相关

政府补助项目	2019年12月31日	本期新增补助金额	本期计入其他收益	2020年12月31日	与资产相关/与收益相关
低氮改造奖补资金					
西安市财政局2019年度陕西省中小企业技术改造专项资金		584,000.00	48,666.67	535,333.33	与资产相关
合计	295,425.00	584,000.00	78,966.67	800,458.33	

（续上表）

政府补助项目	2018年12月31日	本期新增补助金额	本期计入其他收益	2019年12月31日	与资产相关/与收益相关
西安浐灞生态区管理委员会2018年天然气锅炉低氮改造奖补资金		303,000.00	7,575.00	295,425.00	与资产相关
合计		303,000.00	7,575.00	295,425.00	

（三）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力指标情况如下：

财务指标	2020年12月31日/2020年	2019年12月31日/2019年	2018年12月31日/2018年
流动比率（倍）	5.43	5.36	4.78
速动比率（倍）	4.76	2.90	4.10
资产负债率（母公司）	17.39%	17.20%	19.29%
资产负债率（合并）	17.65%	17.32%	19.35%
息税折旧摊销前利润（万元）	7,902.44	9,459.19	9,486.98
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用

上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额*100%
- 4、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+费用化利息支出+折旧+摊销
- 5、利息保障倍数=(利润总额+费用化利息支出)/利息支出

（1）流动比率和速动比率

报告期各期末，公司短期偿债能力良好，持续稳定的盈利能力为公司短期偿债能力提供了根本保障。

2020年末流动比率与2019年末相当，2019年末流动比率较2018年末有所

上升，主要系公司销售规模持续扩大，销售商品收到的货币资金增加，使得流动资产增加，相应的流动比率上升。

2020年末速动比率高于2019年末，2019年末速动比率低于2018年末，主要系2019年新设子公司东潭置业，用货币资金购买陕(2020)西安市不动产权第0098963号国有建设用地使用权缴纳土地出让金及相应税金73,954,000.00元，计入存货-开发成本所致；而2020年公司已出售东潭置业52%的股权，不具有控制权，东潭置业不再纳入合并报表，相应的存货-开发成本减少，另外销售规模持续扩大，收到的货币资金增加。

（2）资产负债率

公司资产负债率总体稳中有降，长期偿债能力较强。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧摊销前利润情况良好，主要得益于业务规模的不断扩大，盈利能力不断增强。2020年息税折旧摊销前利润有所下降，主要是因为确认股份支付费用所致。

报告期各期末，公司无有息负债，未发生利息费用支出。

2、偿债能力指标同行业比较

公司与可比上市公司的偿债能力指标对比如下：

财务指标	公司	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
流动比率（倍）	养元饮品	3.70	4.86	4.09
	东鹏饮料	0.92	1.00	0.71
	均瑶健康	8.37	2.94	2.59
	行业均值	4.33	2.93	2.46
	本公司	5.43	5.36	4.78
速动比率（倍）	养元饮品	3.46	4.57	3.85
	东鹏饮料	0.79	0.85	0.59
	均瑶健康	8.19	2.77	2.43
	行业均值	4.15	2.73	2.29

财务指标	公司	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
	本公司	4.76	2.90	4.10
资产负债率（合并）	养元饮品	21.43%	17.85%	21.72%
	东鹏饮料	56.13%	51.05%	48.43%
	均瑶健康	11.07%	29.92%	32.81%
	行业均值	29.54%	32.94%	34.32%
	本公司	17.65%	17.32%	19.35%

注1：数据来源于可比公司定期报告。

报告期内，公司业务规模逐步扩张，净利润不断累积，公司主要偿债能力指标逐步增强，略优于同行业上市公司。

（四）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标分析

公司的资产周转能力指标如下表所示：

财务指标	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	171.16	642.97	8,658.25
存货周转率（次）	2.36	2.05	4.68

上述指标的计算公式如下：

- 1、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值
- 2、存货周转率=营业成本/存货平均账面价值

（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率较高，主要原因系公司在饮料行业深耕多年，受益于公司良好的品牌效应和领先的市场地位，产品深受下游经销商认同，公司对经销商主要采用“先款后货”的销售结算方式，公司期末应收账款余额较小，同时公司业务规模持续扩张，营业收入金额逐年上升，因此应收账款周转率处于较高水平。

2019年、2020年，公司积极开展电商销售业务，而电商平台销售为跨月结算，同时给予优质的经销商一定的临时信用额度，使得2019年、2020年的应收账款期末余额有所增长，虽然应收账款期末余额绝对值较小，但会对应收账款周转率产生一定的波动。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率下降，主要系 2019 年新设子公司东潭置业，其购买陕(2020)西安市不动产权第 0098963 号国有建设用地使用权缴纳土地出让金及相应税金 73,954,000.00 元，计入存货-开发成本所致，而 2020 年公司已出售东潭置业 52%的股权，不具有控制权，东潭置业不再纳入合并报表，相应的存货-开发成本减少。

2、资产周转能力指标同行业比较

公司与可比上市公司的资产周转能力指标对比如下：

财务指标	公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率	养元饮品	118.46	183.95	294.83
	东鹏饮料	258.10	129.27	113.29
	均瑶健康	935.81	3,752.06	8,155.05
	行业均值	437.46	1,355.09	2,854.39
	本公司	171.16	642.97	8,658.25
存货周转率	养元饮品	3.12	4.72	4.96
	东鹏饮料	10.88	13.43	12.90
	均瑶健康	8.69	9.78	12.11
	行业均值	7.56	9.31	9.99
	公司	2.36	2.05	4.68

注 1：数据来源于可比公司定期报告。

（1）应收账款周转率

报告期各期末，公司应收账款周转率低于均瑶健康，高于养元饮品、东鹏饮料，2020 年亦低于东鹏饮料，主要原因：一是同行业上市公司的销售规模大于发行人；二是发行人对经销商主要采用“先款后货”的销售结算方式，仅对少量优质经销商给予一定的临时信用额度以及电商平台销售的跨月结算，使得发行人期末应收账款金额较小，周转率较高。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率低于东鹏饮料、均瑶健康，与养元饮品相当，主要原因：一是同行业上市公司的销售规模大于发行人；二是发行人子公司购地增

加存货-开发成本的金额，导致存货周转率较低。

二、盈利能力分析

报告期内，公司主要经营业绩数据如下：

单位：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	332,538,146.26	10.07	302,101,716.48	5.54	286,235,032.37
毛利润	155,400,337.52	1.51	153,085,384.69	7.38	142,570,451.35
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	91,434,578.19	21.86	75,031,442.20	9.85	68,304,924.47

报告期内，公司营业收入、毛利润和扣非后净利润复合增长率分别为 7.79%、4.40% 和 15.70%，呈稳定增长态势。

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入稳定增长，主要原因系：1）公司加大产品营销、品牌推广力度，树立良好的品牌形象，“这味儿很西安”“从小就喝它”深入人心；2）公司不断扩大和完善营销网络的全国覆盖率，拓展新市场；3）公司不断推出新口味、新包装产品，完善产品结构，以满足不同消费群体的需求。

1、营业收入构成及变动总体分析

报告期内，公司营业收入构成及变动情况如下：

单位：元，%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	330,939,821.78	99.52	300,238,039.15	99.38	285,118,281.04	99.61
其他业务收入	1,598,324.48	0.48	1,863,677.33	0.62	1,116,751.33	0.39
合计	332,538,146.26	100.00	302,101,716.48	100.00	286,235,032.37	100.00

报告期内，公司主营业务突出，营业收入主要来自于主营业务收入。

2、营业收入构成及变动分析—按主要产品

报告期内，公司主营业务收入产品构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
玻璃瓶橙味汽水	92,025,029.24	27.81	93,908,513.97	31.28	96,715,925.44	33.92
罐装橙味汽水	177,628,632.40	53.67	159,428,203.17	53.10	149,575,913.60	52.46
玻璃瓶酸梅汤	14,258,618.86	4.31	1,143,049.71	0.38	-	-
罐装酸梅汤	34,664,427.42	10.47	38,376,637.15	12.78	35,392,335.22	12.41
其他	12,363,113.86	3.74	7,381,635.15	2.46	3,434,106.78	1.20
合计	330,939,821.78	100.00	300,238,039.15	100.00	285,118,281.04	100.00

报告期内，公司业务收入持续增长，其中，玻璃瓶酸梅汤和其他产品如茶饮料增长幅度较大，但其尚处于市场开拓阶段，销售规模仍然较小。

3、营业收入构成及变动分析—按销售渠道

报告期内，公司的销售模式主要为经销模式，经销收入占公司主营业务收入的比例超过 93%；同时公司存在少量的电商销售和直接销售。报告期内公司各销售模式下主营业务收入情况如下：

单位：元，%

分类	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	301,225,654.51	91.02	281,810,911.16	93.86	271,474,118.40	95.21
直销	9,566,288.55	2.89	7,439,453.60	2.48	9,577,993.01	3.36
电商：	20,147,878.72	6.09	10,987,674.39	3.66	4,066,169.63	1.43
线上经销	9,023,331.81	2.73	8,453,323.86	2.82	3,411,359.25	1.20
线上直销	11,124,546.91	3.36	2,534,350.53	0.84	654,810.38	0.23
总计	330,939,821.78	100.00	300,238,039.15	100.00	285,118,281.04	100.00

4、营业收入构成及变动分析—按客户区域

报告期内公司主营业务收入区域分布如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
陕西	265,508,295.15	80.23	245,387,057.48	81.73	249,299,472.90	87.44

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	6,275,154.79	1.90	4,851,612.68	1.62	3,313,014.37	1.16
华北地区	9,766,396.54	2.95	7,632,820.42	2.54	6,098,920.78	2.14
华中地区	8,004,355.39	2.42	6,360,144.48	2.12	4,337,431.50	1.52
华东地区	7,234,019.16	2.19	7,972,151.89	2.66	6,101,964.73	2.14
西北地区	8,512,240.62	2.57	11,728,267.47	3.91	10,019,278.09	3.51
西南地区	4,448,275.66	1.34	3,904,669.13	1.30	872,633.63	0.31
东北地区	1,043,205.75	0.32	1,413,641.21	0.47	1,009,395.41	0.35
电商	20,147,878.72	6.09	10,987,674.39	3.66	4,066,169.63	1.43
合计	330,939,821.78	100.00	300,238,039.15	100.00	285,118,281.04	100.00

注：表中西北地区不包含陕西。

报告期内，公司主要的销售区域为陕西省，陕西省为公司起源地，下沉时间长，渗透力度大、经销商布局广，经过多年的深耕培育，在陕西的品牌影响力及市场竞争优势突出。2018年2月，公司成立子公司冰峰网络，利用电商平台，持续推进全国化战略，目前，业绩已初显成效，销售增长势头良好。

公司以陕西市场为销售网络中心，由西北、华北、华中等地区向外推广，增加市场份额，保障业务规模稳步上升。

5、营业收入构成及变动分析—按季节分布

报告期内公司主营业务收入的季节性分布情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	31,208,551.24	9.43	60,029,801.26	19.99	52,752,324.01	18.50
二季度	123,424,817.75	37.30	91,645,221.98	30.52	97,866,346.29	34.32
三季度	121,203,242.88	36.62	109,943,310.25	36.62	102,306,562.25	35.88
四季度	55,103,209.91	16.65	38,619,705.66	12.86	32,193,048.48	11.29
合计	330,939,821.78	100.00	300,238,039.15	100.00	285,118,281.04	100.00

公司主要产品适于消暑解渴，销售具有季节性特征。冬季属于购销淡季，5-9月则为购销旺季，酸梅汤亦与碳酸饮料基本同步。2020年一季度收入金额显著

低于往年，主要是新冠疫情导致居民外出及消费减少所致。

6、销售回款情况

报告期内，公司回款和营业收入匹配情况如下：

项目	回款支付方	2020年			2019年			2018年			客户组织形式
		金额（元）	占比	占主营业务收入的比例	金额（元）	占比	占主营业务收入的比例	金额（元）	占比	占主营业务收入的比例	
1、现金回款	个体工商户或自然人&公司	18,436,764.50	5.09%	5.54%	24,197,546.60	7.07%	8.01%	48,096,302.20	14.40%	16.80%	个体工商户或自然人&公司
2、POS机&微信支付宝&柜面存款	个体工商户或自然人&公司	104,496,323.47	28.83%	31.42%	102,602,656.05	29.96%	33.96%	118,248,577.74	35.40%	41.31%	
3、第三方回款	法定代表人/经营者亲属	21,656,865.80	5.98%	6.51%	18,096,618.50	5.28%	5.99%	14,688,222.50	4.40%	5.13%	公司
	法定代表人/经营者非直系亲属	2,336,488.00	0.64%	0.70%	1,900,797.00	0.56%	0.63%	684,120.20	0.20%	0.24%	个体工商户或自然人
	分销商	5,198,776.50	1.43%	1.56%	11,144,864.00	3.25%	3.69%	8,255,663.00	2.47%	2.88%	个体工商户或自然人&公司
	员工	2,980,194.00	0.82%	0.90%	4,247,737.00	1.24%	1.41%	5,560,245.77	1.66%	1.94%	个体工商户或自然人&公司
	其他	13,057,914.10	3.60%	3.93%	11,889,133.26	3.47%	3.94%	14,553,323.10	4.36%	5.08%	个体工商户或自然人&公司
	小计	45,230,238.40	12.48%	13.60%	47,279,149.76	13.81%	15.65%	43,741,574.57	13.09%	15.28%	
4、非第三方回款	对公账户	95,548,276.30	26.37%	28.73%	87,330,235.94	25.50%	28.91%	53,226,556.49	15.93%	18.60%	个体工商户或自然人&公司
	法定代表人/经营者	43,635,754.96	12.04%	13.12%	25,766,048.20	7.52%	8.53%	33,336,451.45	9.98%	11.65%	公司
	法定代表人/经营者	37,461,143.25	10.34%	11.27%	31,506,993.00	9.20%	10.43%	17,672,045.20	5.29%	6.17%	个体工商户或自然人

项目	回款支付方	2020年			2019年			2018年			客户组织形式
		金额（元）	占比	占主营业务收入的比例	金额（元）	占比	占主营业务收入的比例	金额（元）	占比	占主营业务收入的比例	
											人
	法定代表人/经营者直系亲属	17,588,037.28	4.85%	5.29%	23,782,827.45	6.94%	7.87%	19,756,886.40	5.91%	6.90%	个体工商户或自然人
	小计	194,233,211.79	53.60%	58.41%	168,386,104.59	49.17%	55.74%	123,991,939.54	37.11%	43.32%	
合计		362,396,538.16	100.00%	108.98%	342,465,457.00	100.00%	113.36%	334,078,394.05	100.00%	116.71%	
合并营业收入		332,538,146.26			302,101,716.48			286,235,032.37			

注：上表比照上市公司均瑶健康关于第三方回款、非第三方回款统计口径如下：1、对于组织形式为“公司”的经销商，经销商对公银行账户和自然人控制的经销商以其法定代表人个人账户支付货款纳入“非第三方回款”统计，除此之外，其他方式支付货款均纳入“第三方回款”统计；2、对于组织形式为“个体工商户或自然人”的经销商，经销商对公银行账户（含自然人经销商以其个人银行账户）、经销商法定代表人个人银行账户以及事前约定的经销商法定代表人直系亲属个人银行账户支付货款纳入“非第三方回款”统计，除此之外，其他方式支付货款均纳入“第三方回款”统计。

1) 情况及原因

与饮料行业可比公司情况类似，公司客户除使用银行转账和银行柜面存款方式外，存在微信、支付宝、POS机、现金回款和第三方回款情况，主要原因系：一是公司主要采取“先款后货”结算方式。二是西安本地及附近客户多，距离近，提货方便，无须囤货。公司存在销售次数多，单次金额小的情况。报告期各年，玻璃瓶装饮料销售笔数分别为17,111笔、17,482笔和18,987笔，单笔销售金额分别为5,797.78元、5,788.80元和5,908.27元；易拉罐装饮料销售笔数分别为8,763笔、8,306笔和7,650笔，单笔销售金额分别为21,107.87元、23,814.69元和28,580.09元。三是客户主要为个体工商户、自然人或小微商贸公司，个体特征显著，多为家庭共同经营，存在个体经营者、法定代表人、实际控制人的配偶、子女、父母、兄弟等家庭成员第三方代转账的情况。四是客户受其组织形式、经营方式、财务管理方式所限，力求付款简单、方便，方式相应多样化。如微信、支付宝、POS机、就近银行柜面存款或现金等。五是我国手机支付技术、设施、场景和使用频率领先世界，国民使用微信、支付宝、POS机非常普及和常见，支付方式多样化，促进了我国消费和经济发展。

以上情况与公司经营模式相关，符合行业实际情况和行业惯例。

单位：万元、%

项目	第三方回款		
	报告期第3年	报告期第2年	报告期第1年
东鹏饮料	4,036.21	68,246.47	157,687.88
占营业收入比例	0.96%	22.47%	55.45%
占销售商品、提供劳务收到的现金比例	0.78%	19.78%	46.78%
养元饮品	332,681.61	333,449.54	360,970.92
占营业收入比例	37.38%	36.57%	43.69%
占销售商品、提供劳务收到的现金比例	33.57%	33.53%	33.63%
均瑶健康	-	21,002.64	47,557.25
占营业收入比例	0.00%	16.32%	41.50%
占销售商品、提供劳务收到的现金比例	0.00%	13.66%	33.54%

项目	第三方回款		
	报告期第3年	报告期第2年	报告期第1年
发行人	4,523.02	4,727.91	4,374.16
占营业收入比例	13.60%	15.65%	15.28%
占销售商品、提供劳务收到的现金比例	12.48%	13.81%	13.09%

注：1、东鹏饮料第三方回款为：公司制客户以非自身对公账户回款，个体工商户以非自身对公账户、经营者账户或经营者直系亲属（父母、配偶、子女）账户回款。

2、养元饮品的数据是其披露的第三方账户回款金额减掉实际控制人或控股股东账户回款金额。

2) 相关内部控制建立及运行情况

公司主要实行“先款后货”结算方式，实行销售与财务审核确认机制。公司开单、收款、发货过程如下：一是付款人出示银行转账凭证或柜面存款凭证，收款员确认；或收款员对照财务部确认的该客户账余进行冲减，挂账则需销售经理当场确认；或付款人刷微信、支付宝、POS机，收款员打印付款小票；或收款员当场收取现金，当日或次日缴存银行；二是开单员开具销售单；三是提货人在销售单上签名；四是提货人凭单提货。与此同时，第一、公司制定资金管理制度，明确了现金管理规范，定期现金盘点，确保账实相符和账账相符。第二、严格核实第三方回款信息。经销商出示预付货款凭证，经销售、财务经办人员确认货款到账，鉴别每一笔回款资金的归属，确保与销售客户一一对应，并及时入账将回款资金归入相关客户名下，经确认无误方可开出销售提货单，客户据以提货。第三、公司饮料产品销售单笔金额较小，相关审核确认机制执行有效，避免不必要的差错。报告期内，公司未曾发生过任何与客户付款相关的纠纷。

截至本招股说明书签署日，公司进一步严控现金回款，对第三方付款，则予以退回，不予发货。

3) 针对报告期内公司客户回款的情况，保荐机构及会计师主要实施了如下核查程序，取得相关证据，确认其回款及销售的可验证性。

1.访谈公司相关人员，走访公司客户和供应商，了解公司经营模式和经营特点，了解多种回款方式形成的原因、必要性、合理性，是否存在虚构交易或调节账龄情形。

2.查阅行业可比公司公开资料，了解同行业企业回款情况，进行比对分析，考察其是否符合行业惯例。

3.审查资金管理制度和客户签约、付款、下单、开单、提货流程，现场查看发行人营业室作业过程，询问现场提货客户和作业人员，了解回款方式与发行人经营模式的相关性和合理性。

4.取得报告期内发行人回款明细表，抽查相关回款单据，核查汇总表的准确性。调取公司销售收入数据和销售回款数据，进行分析比对，考察上述数据的匹配性。

5.对报告期内的销售金额、预收账款等进行了函证确认。通过客户函证，核查收入占比分别为 85.66%、87.37%、92.72%。

6.访谈客户及付款人，对回款和销售进行确认。通过客户走访，核查收入占比分别为 68.83%、69.48%、76.44%。

7、查阅客户公开资料、公司关联方清单，结合访谈情况，核实其与发行人是否存在关联关系。

8、取得董监高等关联方的银行流水，对 10 万以上的大额资金进行逐笔核查，与客户或供应商的资金往来情况。取得关联方出具的声明函，查阅关联方资料及客户清单，通过天眼查等工具查询，核实发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排。核查公司是否存在体外循环或虚构业务的情形。

9、通过销售与收款循环穿行测试，结合客户访谈（客户、实际付款人签字），核实资金流、实物流与合同约定及商业实质的一致性。随机抽查销售与回款业务穿行资料，包括销售日报表、销售单、回款单，逐一核对，确认回款与销售收入的可验证性、匹配性和真实性。实施控制测试，抽查核对日报表、销售单、回款单、POS 机回单，验证公司开单、收款和发货内控制度运行的有效性。如属第三方回款，则结合实地走访，核查经销商基本情况等，了解合同签约方和付款方存在不一致情形的合理原因，确认经销商是否与公司存在关联关系以及付款方与经销商的关系。取得客户与实际付款人关系证明，如结婚证、户口本等，核实第三方付款的真实性、代付金额的准确性以及确认对应收入的完整性、准确性。查阅

裁判文书网、法院执行网等网站，结合客户访谈，核查发行人报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。如属微信、支付宝、POS 机刷卡，通过收款单上的商户订单号、唯一流水号或参考号、银行卡号，核对收款单、银行资金流水记录是否一致，并与发货单进行逐笔核对。如属现金回款，查阅公司现金日记账和销售报表，核实公司现金交易的发生与相关业务发生的一致性及分布情况，取得发行人现金交易的相关管理制度，核查公司现金交易的内控制度的完备性、合理性以及执行有效性。

完善开单、收款、发货流程如下：一、营业室当场核实客户转账及柜面存款到账情况开单发货：一是开单员开具销售单；二是付款人出示转账凭证或柜面存款凭证，收款员确认，非对公账户或经营者账户汇款，予以退回；或收款员对照财务部确认的该客户账余进行冲减，挂账则需获销售经理和收款员当场确认；三是提货人凭单提货。四是尽可能减少使用微信、支付宝、POS 机刷卡和现金。

4) 核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司客户使用银行转账、微信、支付宝、POS 机、银行柜面存款、现金回款和第三方回款支付货款，符合公司经营情况。公司建立《销售与收款管理制度》《现金管理制度》《货币资金管理制度》等相关管理制度，经长期反复运作、完善至今，执行成熟、有效。客户回款情况与公司自身经营模式相关，符合行业实际情况和行业惯例，未违反相关法律法规。第三方回款的付款方不是发行人的关联方。公司未曾发生过任何与客户付款相关的纠纷。公司回款与销售具有可验证性，回款情况良好，营业收入真实。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本构成及变动情况如下：

单位：元，%

产品	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	175,923,821.98	99.31	146,738,544.02	98.47	142,579,089.82	99.24
其他业务成本	1,213,986.76	0.69	2,277,787.77	1.53	1,085,491.20	0.76
合计	177,137,808.74	100.00	149,016,331.79	100.00	143,664,581.02	100.00

报告期内，公司营业成本基本为主营业务成本，与营业收入构成相匹配。

2020 年度，根据新收入准则，将与合同履行相关的运输及装卸费 12,803,270.00 元从“销售费用”调整至“主营业务成本”核算。下述分析内容均已剔除该调整因素。

2、主要产品业务成本构成及变动分析

单位：元，%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
玻璃瓶橙味汽水	39,023,575.01	23.92	40,224,197.27	27.41	40,153,443.29	28.16
罐装橙味汽水	87,166,674.95	53.44	75,583,568.02	51.51	74,569,835.93	52.30
玻璃瓶酸梅汤	7,244,292.31	4.44	426,890.36	0.29	-	-
罐装酸梅汤	23,691,313.60	14.52	26,450,063.84	18.03	25,486,669.97	17.88
其他	5,994,696.11	3.68	4,053,824.53	2.76	2,369,140.63	1.66
合计	163,120,551.98	100.00	146,738,544.02	100.00	142,579,089.82	100.00

报告期内，公司主要产品成本占总成本的比例均在 95% 以上。其中玻璃瓶酸梅汤成本金额及占比随其销售规模同步增长。

3、各生产模式业务成本构成及变动分析

单位：元，%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自产产品业务成本						
直接材料	26,190,432.71	16.06	23,248,496.80	15.84	25,120,375.80	17.62
直接人工	4,973,331.81	3.05	5,098,783.39	3.47	5,086,482.56	3.57
制造费用	17,930,676.46	10.99	14,988,792.34	10.21	11,518,484.22	8.08
小计	49,094,440.99	30.10	43,336,072.54	29.53	41,725,342.58	29.26
委外产品业务成本						
直接材料	94,320,769.65	57.82	86,659,799.95	59.06	82,971,900.61	58.19
加工费	19,417,465.38	11.90	16,550,568.09	11.28	15,667,158.56	10.99
运费	276,483.73	0.17	166,452.15	0.11	2,166,851.80	1.52
其他	11,392.22	0.01	25,651.29	0.02	47,836.28	0.03
小计	114,026,110.99	69.90	103,402,471.48	70.47	100,853,747.24	70.74

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	163,120,551.98	100.00	146,738,544.02	100.00	142,579,089.82	100.00

报告期内，公司自产产品业务成本、委外产品业务成本的构成比较稳定，不存在结构异常变动的情形。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率

报告期内，公司综合毛利润及毛利率情况如下：

单位：元，%

2020年		2019年		2018年	
毛利润	毛利率	毛利润	毛利率	毛利润	毛利率
155,400,337.52	46.73	153,085,384.69	50.67	142,570,451.35	49.81

报告期内，公司综合毛利润主要来自于主营业务，毛利润随着营业收入增长相应提升。2020年，公司综合毛利率下降，主要是根据新收入准则，将运输费及装卸费调整至主营业务成本，若剔除该因素，2020年综合毛利率为50.58%，与2018年、2019年基本一致。下述分析内容均已剔除该调整因素。

2、主要产品毛利率

报告期内，公司主要产品毛利率情况如下：

单位：元，%

项目	2020年			2019年			2018年	
	收入	毛利率	变动率	收入	毛利率	变动率	收入	毛利率
玻璃瓶橙味汽水	92,025,029.24	57.59	0.75	93,908,513.97	57.17	-2.25	96,715,925.44	58.48
罐装橙味汽水	177,628,632.40	50.93	-3.16	159,428,203.17	52.59	4.88	149,575,913.60	50.15
玻璃瓶酸梅汤	14,258,618.86	49.19	-21.48	1,143,049.71	62.65			
罐装酸梅汤	34,664,427.42	31.66	1.86	38,376,637.15	31.08	11.04	35,392,335.22	27.99
合计	318,576,707.92	50.68	-1.17	292,856,404.00	51.28	2.10	281,684,174.26	50.22

3、不同销售渠道毛利率

单位：元，%

项目	2020年			2019年			2018年	
	收入	毛利率	变动率	收入	毛利率	变动率	收入	毛利率
经销	301,225,654.51	48.56	-2.67	281,810,911.16	49.90	1.09	271,474,118.40	49.36
直销	9,566,288.55	66.31	2.61	7,439,453.60	64.62	9.20	9,577,993.01	59.17
电商	20,147,878.72	75.41	2.56	10,987,674.39	73.52	3.73	4,066,169.63	70.88
合计	330,939,821.78	50.71	-1.02	300,238,039.15	51.23	1.19	285,118,281.04	50.63

报告期内，公司各类渠道年度毛利率波动情况较小。报告期内，公司电商毛利率高于直销、直销毛利率高于经销，主要是因为：1）经销模式下，公司给予经销商返利和搭赠、促销等支持；2）直销模式下，公司给予一定搭赠；3）电商模式下则无返利和搭赠。

4、同行业上市公司毛利率对比

报告期内，公司与可比上市公司东鹏饮料、均瑶健康、养元饮品、毛利率比较情况如下表所示：

股票代码	公司简称	2020年	2019年	2018年
605499.SH	东鹏饮料	46.60%	46.74%	45.97%
605388.SH	均瑶健康	46.58%	52.68%	51.36%
603156.SH	养元饮品	47.82%	52.83%	49.96%
平均值		47.20%	47.00%	50.75%
中位值		47.20%	46.60%	52.68%
发行人		46.73%	50.67%	49.81%

注1：同行业上市公司财务数据来源于年报及招股说明书等公开数据。

报告期内，上述三家可比公司均从事饮料的研发、生产和销售，其中东鹏饮料主营能量饮料的研发、生产和销售，均瑶健康主营含乳饮料中的常温乳酸菌系列饮品的研发、生产和销售，养元饮品主要从事以核桃仁为原料的植物蛋白饮料核桃乳的研发、生产和销售。报告期内发行人与上述三家可比公司毛利率相当。

（四）税金及附加分析

报告期内，公司税金及附加构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
城市维护建设税	1,513,835.86	46.91	1,276,248.72	46.59	1,554,845.34	49.34
教育费附加	648,786.79	20.10	546,963.75	19.97	666,362.29	21.15
地方教育费附加	432,524.53	13.40	364,642.48	13.31	444,241.53	14.10
印花税	141,553.81	4.39	164,855.87	6.02	144,476.55	4.59
环保税	19,562.88	0.61		-		-
水利基金	171,318.17	5.31	165,224.13	6.03	178,298.96	5.66
车船税	3,600.00	0.11	3,660.00	0.13	3,660.00	0.12
土地使用税	116,557.62	3.61	136,239.49	4.97	122,546.16	3.89
房产税	179,356.41	5.56	76,337.96	2.79	36,637.92	1.16
文化事业建设费	16.51	0.00	5,068.54	0.19		-
合计	3,227,112.58	100.00	2,739,240.94	100.00	3,151,068.75	100.00

报告期内，公司按税收法规和当地主管税务机关要求依法纳税。

（五）期间费用分析

1、期间费用构成分析

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	29,043,255.05	8.73	43,194,705.11	14.30	30,774,174.68	10.75
管理费用	45,058,275.92	13.55	10,804,987.39	3.58	8,823,595.10	3.08
研发费用	10,079,300.79	3.03	9,602,536.04	3.18	9,293,068.32	3.25
财务费用	-4,869,558.61	-1.46	-2,678,645.21	-0.89	-697,986.97	-0.24
期间费用合计	79,311,273.15	23.85	60,923,583.33	20.17	48,192,851.13	16.84

注：费用率系指各项期间费用占当期销售收入的比例。

报告期内，公司2020年期间费用金额较大，主要是当年列支股份支付费用所致。

2、销售费用

报告期内，公司销售费用构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	7,749,901.47	26.68	9,495,407.39	21.98	8,299,441.42	26.97
汽车费用	145,510.48	0.50	66,560.02	0.15	500.00	0.00
折旧费	39,164.52	0.13	38,030.76	0.09	88,410.63	0.29
广告费及业务宣传费	7,181,777.68	24.73	6,951,404.24	16.09	9,417,212.64	30.60
促销费用	11,380,306.12	39.18	14,795,967.99	34.25	3,371,221.99	10.95
差旅费	605,710.28	2.09	443,764.78	1.03	274,004.79	0.89
运输及装卸费		-	10,616,082.46	24.58	8,328,391.34	27.06
办公费	35,943.82	0.12	21,085.69	0.05	23,677.86	0.08
租赁费	127,883.50	0.44	139,247.86	0.32	113,954.55	0.37
线上平台服务费	1,076,135.01	3.71	97,087.38	0.22		-
其他费用	700,922.17	2.41	530,066.54	1.23	857,359.46	2.79
合计	29,043,255.05	100.00	43,194,705.11	100.00	30,774,174.68	100.00

报告期内，公司销售费用（包含运输及装卸费用）总支出呈现上升趋势，主要系随着公司规模的提升，公司逐步增大在广告、渠道、人员等方面的投入，同时由于产品销量的扩大，导致运输费相应增加。

报告期内，公司销售费用占当期营业收入的比例分别为 10.75%、14.30% 及 8.73%，存在一定波动。销售费用主要为运输及装卸费、促销费用、职工薪酬和广告费及业务推广费等费用，该四项合计占比分别为 95.59%、96.91% 及 90.60%。

（1）运输及装卸费

运输及装卸费主要为公司向客户销售产品时，由公司承担的将货物运送至客户指定地点期间发生的费用。运输及装卸费与不同公司仓库与经销商的距离远近、与承运单位协议价格的高低等直接相关。因公司主营产品形态为瓶装或罐装，每笔订单数量较多，订单产品体积较大，且公司销售辐射全国，整体产品运输距离较长，因此随着公司业务规模的扩大，运输及装卸费将随之增长。2020 年度运输及装卸费为零，主要是根据新收入准则，将与合同履行相关的运输及装卸费 12,803,270.00 元调整至“主营业务成本”核算所致。

（2）促销费用

公司促销费用主要包括各终端渠道的堆头、陈列、商超进场费以及其他包括捆绑、特价活动等推广促销费用。报告期内，发行人促销费用占比有所波动，主要原因是各年促销费用投入力度差异所致。2018年，公司促销费用率较低，促销力度不足。结合市场反馈情况，着力扩大品牌知名度和影响力，公司增加2019年促销投入，加大促销力度，促销费用率相应上升。结合前期投放情况和市场基础，公司2020年着力优化费用投入结构，促销费用率较2019年有所下降。

（3）工资、福利及五险一金

报告期内，公司销售费用中的人工成本主要为销售人员的工资薪酬及五险一金。2019年公司销售人员人工成本总体上较2018年呈增长趋势，主要原因为随业务规模扩大，公司逐年吸纳销售人员，同时提高销售人员整体工资待遇水平。2020年人工成本较2019年有所下降，主要原因系政府因新冠疫情减免五险一金，同时，2020年度未完成当年的销售目标，员工绩效减少。

报告期内，发行人销售人员平均薪酬与可比公司比较情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
	平均薪酬	平均薪酬	平均薪酬
发行人	7.60	8.96	8.47
同行业平均值	14.33	14.17	11.79
东鹏饮料	8.64	9.72	7.84
养元饮品	20.28	20.47	16.12
均瑶健康	14.07	12.31	11.40

注1：同行业上市公司财务数据来源于年报及招股说明书等公开数据。

报告期内，发行人销售人员平均薪酬与东鹏饮料接近，低于其他可比公司，主要是发行人处于发展阶段，实力规模有别于同行业上市公司。

报告期内，发行人销售人员人均营业收入与可比公司比较情况如下：

单位：万元/年

报告期	销售人员人均营业收入			
	发行人	东鹏饮料	养元饮品	均瑶健康
2020 年度	326.02	104.41	833.73	385.47
2019 年度	285.00	108.47	1,249.46	508.53
2018 年度	292.08	75.67	1,286.61	621.64

报告期内，发行人销售人员人均营业收入处于可比公司中等水平。

发行人的员工薪酬基本结构主要为基本工资+职级工资+绩效工资（完成指标发放，未完成指标扣绩效），对比同行业上市公司养元饮品披露的员工薪酬制度，员工薪酬的基本结构为基本工资+职级工资+绩效工资。与发行人现行的薪酬制度基本一致，未存在显著差异。

（4）广告费及业务推广费

报告期内公司广告推广投入主要包括电视广告、新媒体广告、户外广告、车体广告及专题活动费用等支出。报告期内，公司结合市场反馈、销量情况，综合考虑相关投入情况，使得相关费用支出存在一定的波动，符合公司的经营战略及管理现状。公司通过一系列新型营销模式，迅速吸引年轻消费群体的目光，提升冰峰品牌知名度。

推广方式	定价方式	合同价格的确认流程
代言推广	招标、重点沟通议价	根据公司的产品定位和具体需求，了解代言人的个人形象，彼此符合要求之后，首选独家资源公司，确定合作期限以及合作内容，再通过不少于3轮议价，最终会商确定价格签订合同。
影视植入	招标、重点沟通比价、议价	根据公司的实际需求，确定影视整体的制作团队和主演团队，对此进行评估之后，优选独家资源方，确定植入方式，然后通过不少于3轮的价格比较，会商后确定价格签署合同。
新媒体	招标、重点沟通议价	首选目前用户和活跃用户多，目标人群符合的线上媒体平台，首选省市级一级代理公司，然后通过了解具体的推广方式，选择符合的推广的形式，再进行议价最终会商确定价格签订合同。
户外媒体	招标、重点比价及议价	根据公司的具体需求，优选高曝光且符合品牌形象的媒体，通过招标的形式，选择独家运营公司，再通过价格比较，最终会商确定价格签订合同。
活动赛事赞助	招标、重点沟通议价	首先了解活动主办方等信息，确定活动资源独家公司，通过重点沟通议价，确定资源，多方价格比较，最终会商确定价格签订合同。
广宣品	招标、重点比价及议价	根据公司需求，不同种类物料均筛选几家资质较好的公司，进行正式招标，最终确定一个质量、价格都过关的，最终会商确定合作价格，签订合同。

3、管理费用

报告期内，公司管理费用构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	3,695,433.64	8.20	4,048,985.87	37.47	3,792,462.28	42.98
业务招待费	578,144.61	1.28	343,734.25	3.18	171,004.97	1.94
办公费	165,070.06	0.37	221,462.12	2.05	218,280.11	2.47
车辆费用	336,382.05	0.75	292,277.94	2.71	372,642.56	4.22
差旅费	148,958.24	0.33	53,002.45	0.49	77,300.72	0.88
固定资产折旧	286,580.11	0.64	271,418.29	2.51	257,138.59	2.91
咨询费	939,964.85	2.09	1,299,731.81	12.03	417,826.87	4.74
其他费用	542,903.97	1.20	548,779.70	5.08	565,088.74	6.40
会议费	12,500.00	0.03	182,880.99	1.69	42,785.26	0.48
修理费	1,310,525.38	2.91	1,544,550.33	14.29	441,255.46	5.00
污水处理站费用	990.10	0.00	5,592.20	0.05	475,238.10	5.39
租赁费	1,494,428.58	3.32	1,992,571.44	18.44	1,992,571.44	22.58
股权激励费用	35,546,394.33	78.89		-		-
合计	45,058,275.92	100.00	10,804,987.39	100.00	8,823,595.10	100.00

报告期内，公司 2020 年管理费用金额较大，主要系糖酒集团于 2020 年 1 月对核心骨干人员进行股权激励，其中涉及发行人部分员工，应开支 35,546,394.33 元股份支付费用计入管理费用。详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十三、资产负债表期后事项、或有事项及其他重大事项”之“（四）其他重大事项”的相关内容。

管理费用 2020 年职工薪酬金额有所下降，主要原因系政府因新冠疫情减免五险一金，同时，2020 年度未完成当年的销售目标，员工绩效减少。

管理费用 2020 年租赁费用有所下降，主要系因新冠疫情影响，响应国家政策号召，出租方给予减免三个月的房屋租赁费用。

4、研发费用

报告期内，公司研发费用构成情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员人工费用	3,686,456.09	36.57	4,126,067.51	42.97	4,292,891.22	46.19
直接投入费用	5,628,827.39	55.85	4,961,646.81	51.67	4,593,716.12	49.43
折旧费用与长期待摊费用	396,508.99	3.93	161,857.55	1.69	120,268.63	1.29
其他费用	367,508.32	3.65	352,964.17	3.68	286,192.35	3.08
合计	10,079,300.79	100.00	9,602,536.04	100.00	9,293,068.32	100.00

报告期内，公司研发费用主要由人工费用、直接投入费用和折旧费用等构成，前述三者合计占各期研发费用比例分别为 96.92%、96.32%和 96.35%，符合企业自身情况和实际需求。

报告期内，发行人均为自主研发立项，各研发项目的基本信息、研发投入、费用构成情况如下：

单位：万元，%

所属期间	项目名称	立项时间	项目执行期	经费预算	已获取知识产权	费用结构分析								
						人工费用	占比	直接投入费用	占比	折旧与摊销费	占比	其他费用	占比	合计
2018年	饮料罐高速在线自动喷码技术的研发	2017/11/1	2017.11-2018.03	145.00	冰峰智能喷码检测系统软件	15.18	48.86	15.77	50.74	0.12	0.40	-	-	31.07
	罐装饮料在线内压检测自动化控制技术的研发	2017/12/1	2017.12-2018.05	100.00	冰峰罐装饮料在线内压检测远程控制软件	27.66	40.48	38.23	55.94	0.44	0.64	2.01	2.94	68.33
	罐装饮料自动化分箱输送技术的研发	2018/1/1	2018.01-2018.05	70.00	冰峰罐装饮料自动化分箱作业系统控制软件；一种拼接式输送轨道	26.77	42.84	35.28	56.46	0.44	0.70	-	-	62.48
	瓶体外部一体化消毒清洗技术的研发	2018/1/1	2018.01-2018.06	85.00	一种饮料玻璃瓶清洗装置	42.49	56.47	31.53	41.90	0.71	0.95	0.52	0.69	75.25
	节能环保型化糖系统的设计与开发	2018/1/1	2018.01-2018.06	110.00	一种物料提升机	34.40	33.83	64.77	63.69	0.71	0.70	1.80	1.77	101.69
	蒸发结晶全自动 CIP 清洗系统的设计与开发	2018/4/1	2018.04-2018.09	120.00	CIP 清洗系统	51.99	46.79	57.41	51.67	1.42	1.28	0.30	0.27	111.12
	全自动 UHT 高温瞬时杀菌技术的研发	2018/6/1	2018.06-2018.12	120.00	冰峰饮料 UHT 高温瞬时杀菌控制系统软件	54.90	49.58	37.03	33.44	1.97	1.78	16.83	15.20	110.73
	用于饮料生产的原水清洁化处理技术的研发	2018/6/1	2018.06-2018.12	115.00	一种蒸汽清洁的炭滤罐	56.76	53.54	46.15	43.54	1.97	1.86	1.13	1.07	106.01
	无尘无菌式饮料智能化灌装工艺的研发	2018/7/1	2018.07-2018.12	105.00	冰峰饮料智能罐装机无尘净化系统控制软件	47.26	47.21	50.97	50.91	1.69	1.69	0.19	0.19	100.11
	基于全自动控制技术的高效超声波清洗工艺研发	2018/7/1	2018.07-2019.01	110.00	饮料瓶预清洗用超声波清洗系统；冰峰玻璃瓶批量化超声波清洗远程控制软件	54.22	52.07	42.78	41.08	1.69	1.62	5.45	5.23	104.14
	碳酸饮料二氧化碳混合工艺的研发	2018/10/1	2018.10-2019.03	65.00	二氧化碳供应系统	17.66	30.25	39.46	67.60	0.86	1.47	0.40	0.68	58.38
合计				1,145.00		429.29	46.19	459.37	49.43	12.03	1.29	28.62	3.08	929.31
2019年	低糖型饮料配料技术的研发	2019/1/1	2019.01-2019.06	110.00	一种预处理化糖系统	49.64	49.87	43.06	43.26	1.62	1.63	5.22	5.24	99.53
	高容错性罐装缓冲技术的研发	2019/1/1	2019.01-2019.06	100.00	一种风味饮料配料罐	41.14	45.20	43.06	47.29	1.62	1.78	5.22	5.73	91.04
	集成式瓶体消杀清洗技术的研发	2019/1/1	2019.01-2019.12	130.00	一种瓶装风味饮料杀菌冷却系统	75.14	40.69	99.23	53.74	3.24	1.75	7.06	3.82	184.67

所属期间	项目名称	立项时间	项目执行期	经费预算	已获取知识产权	费用结构分析									
						人工费用	占比	直接投入费用	占比	折旧与摊销费	占比	其他费用	占比	合计	
2019年	饮料式样自动化检测工艺的研发	2019/1/1	2019.01-2019.12	110.00	一种封盖气密性测定仪	72.47	39.82	99.23	54.52	3.24	1.78	7.06	3.88	182.00	
	饱和碳酸融注调平技术的研发	2019/1/1	2019.01-2019.12	115.00	一种二氧化碳高效溶解装置	79.30	42.00	99.23	52.55	3.24	1.71	7.06	3.74	188.83	
	汽水无菌隔离传送工艺的研发	2019/7/1	2019.07-2019.12	120.00	一种果汁杀菌处理系统	53.21	47.15	56.18	49.78	1.62	1.43	1.84	1.63	112.85	
	瓶体多级同步清洗技术的研发	2019/7/1	2019.07-2019.12	125.00	一种双端洗瓶机推瓶机构； 一种双端洗瓶机进料机构	41.71	41.15	56.18	55.43	1.62	1.60	1.84	1.82	101.34	
	合计				810.00		412.61	42.97	496.16	51.67	16.19	1.69	35.30	3.68	960.27
	2020年	玻璃瓶精细化密封技术的研发	2020/1/1	2020.01-2020.12	240.00	一种封盖气密性测定仪 一种玻璃瓶吸瓶装置	72.32	31.78	125.94	55.34	7.93	3.48	21.37	9.39	227.56
高压均质搅拌工艺的研发		2020/1/1	2020.01-2020.12	165.00	一种高压均质机 一种灌装机进瓶系统	72.08	56.16	47.56	37.06	7.93	6.18	0.77	0.60	128.34	
无菌线性热风干技术的研发		2020/1/1	2020.01-2020.12	180.00	一种电热鼓风干燥箱	71.48	42.28	81.86	48.42	7.93	4.69	7.80	4.61	169.07	
原料零压平衡输送技术的研发		2020/1/1	2020.01-2020.08	140.00	一种无压力输送系统	33.26	22.41	107.93	72.73	2.65	1.78	4.56	3.08	148.41	
饮料流量精确计量技术的研发		2020/1/1	2020.01-2020.12	220.00	一种计量泵降温装置	92.88	43.29	111.97	52.19	7.93	3.70	1.76	0.82	214.54	
循环瓶体安全防护技术的研发		2020/9/1	2020.09-2020.12	155.00	一种饮料瓶输送防倒装置	26.61	22.17	87.62	73.01	5.28	4.40	0.50	0.41	120.01	
合计				1,100.00		368.65	36.57	562.88	55.85	39.65	3.93	36.75	3.65	1,007.93	

5、财务费用

报告期内，公司财务费用情况如下：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
利息支出						
减：利息收入	4,886,475.23	-100.35	2,698,058.64	-100.72	711,277.81	-101.90
加：汇兑损失		-		-		-
加：其他支出	16,916.62	-0.35	19,413.43	-0.72	13,290.84	-1.90
合计	-4,869,558.61	100.00	-2,678,645.21	100.00	-697,986.97	100.00

报告期内，公司的利息收入主要为银行理财收益。报告期内公司财务费用整体呈下降趋势，主要系公司销售回款情况良好，银行存款金额增加，利息收入增长。

6、与同行业上市公司期间费用对比情况

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示：

股票代码	股票简称	销售费用率		
		2020年	2019年	2018年
605499.SH	东鹏饮料	20.98%	23.37%	31.92%
605388.SH	均瑶健康	14.77%	21.36%	22.67%
603156.SH	养元饮品	13.64%	14.40%	12.67%
平均值		16.46%	19.71%	22.42%
中位值		14.77%	21.36%	22.67%
发行人		8.73%	14.30%	10.75%

注：1、销售费用率=销售费用/营业收入。

报告期内，公司销售费用率与养元饮品接近，低于同行业可比公司的平均值和中位值，主要原因系公司长期坚持稳健经营、稳步拓展，谨慎开支销售费用。

（2）管理费用

报告期内，公司管理费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示：

股票代码	股票简称	管理费用率		
		2020年	2019年	2018年
605499.SH	东鹏饮料	3.71%	4.78%	4.01%
605388.SH	均瑶健康	5.52%	4.42%	4.91%
603156.SH	养元饮品	2.10%	0.86%	0.85%
平均值		3.78%	3.35%	3.26%
中位值		3.71%	4.42%	4.01%
发行人		13.55%	3.58%	3.08%

注：1、管理费用率=管理费用/营业收入。

2018年及2019年，公司管理费用率与同行业上市公司水平基本一致，2020年管理费用率上升，主要系公司实施股权激励开支股份支付费用35,546,394.33元所致，若剔除该因素影响，发行人2020年管理费用率为2.86%。

（3）研发费用

报告期内，公司研发费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示：

股票代码	股票简称	研发费用率		
		2020年	2019年	2018年
605499.SH	东鹏饮料	0.72%	0.67%	0.72%
605388.SH	均瑶健康	0.24%	0.18%	0.12%
603156.SH	养元饮品	1.34%	0.76%	0.26%
平均值		0.76%	0.53%	0.37%
中位值		0.72%	0.67%	0.26%
发行人		3.03%	3.18%	3.25%

注：1、研发费用率=研发费用/营业收入；

2、东鹏饮料研发费用率相对较高，其中其全资子公司于2019年12月经审核认定为高新技术企业。

报告期内，公司研发费用率高于同行业上市公司，主要原因系：1）“冰峰”产品市场覆盖率较低，拟向全国市场推广，需要研发适合陕西省外消费者口味的新产品，研发投入相对更高；2）“冰峰”老产品种类相对较少，推出新品比例较高，研发强度较大；3）发行人规模相对小、收入基数小，使得研发费用率较大。

（4）财务费用

报告期内，公司财务费用率与同行业上市公司对比情况如下：

股票代码	股票简称	财务费用率		
		2020年	2019年	2018年
605499.SH	东鹏饮料	-0.32%	-0.33%	0.17%
605388.SH	均瑶健康	-3.29%	-1.76%	-1.21%
603156.SH	养元饮品	-0.80%	-0.86%	-1.31%
平均值		-1.47%	-0.98%	-0.78%
中位值		-0.80%	-0.86%	-1.21%
发行人		-1.46%	-0.89%	-0.24%

注：1、财务费用率=财务费用/营业收入。

报告期内，发行人现金流量、资产状况较好，不存在有息负债，财务费用主要为利息收入，与同行业上市公司不存在重大差异。

（六）其他收益

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
政府补助	4,664,059.96	99.76	2,903,977.24	100.00	1,202,149.09	100.00
个税手续费返还	11,207.32	0.24				
合计	4,675,267.28	100.00	2,903,977.24	100.00	1,202,149.09	100.00

报告期内，公司其他收益主要为政府补助，明细如下：

单位：元

2020年度政府补助项目	发放主体	计入其他收益金额	来源和依据	与收益相关/与资产相关
高新技术企业奖励补助	陕西省科学技术厅	50,000.00	陕科区函[2020]40号	与收益相关
表彰2019年度优秀企业	西安浐灞生态区管理委员会	500,000.00	西浐灞党发[2020]2号	与收益相关
稳岗补贴	西安市社会保险管理中心	100,079.00	《人力资源社会保障部财政部国家发展改革委工业和信息化部关于失业保险支持企业稳定就业岗位的通知》	与收益相关

2020年度 政府补助项目	发放主体	计入其他收益 金额	来源和依据	与收益相关/与 资产相关
西安浐灞生态区总部经济发展奖励专项资金	西安浐灞生态区管理委员会	3,760,914.29	西浐灞发 [2015]152号	与收益相关
高新技术企业奖励补助	西安市科学技术局	100,000.00		与收益相关
职业技能提升行动线上培训 工作奖励	西安市人力资源和 社会保障局	74,100.00	陕人社函 [2020]31号	与收益相关
中小企业技术改造专项资金 递延收益摊销	西安市财政局	48,666.67	市财函 [2020]163号	与资产相关
燃气锅炉低氮改造奖补资金 递延收益摊销	西安市环境保护局	30,300.00	市环发 [2018]53号	与资产相关
合计	—	4,664,059.96	—	—

(续上表)

2019年度 政府补助项目	发放主体	计入其他收益金额	来源和依据	与收益相关/与 资产相关
西安浐灞生态区总部经济 发展奖励专项资金	西安浐灞生态区管 理委员会	2,774,967.24	西浐灞发 [2015]152号	与收益相关
外经贸发展专项	西安市财政局	3,000.00		与收益相关
稳岗补贴	西安市社会保险管 理中心	118,435.00	《人力资源社 会保障部财政 部国家发展改 革委工业和信 息化部关于失 业保险支持企 业稳定就业岗 位的通知》	与收益相关
燃气锅炉低氮改造奖补 资金递延收益摊销	西安市环境保护局	7,575.00	市环发[2018]53 号	与资产相关
合计	—	2,903,977.24	—	—

(续上表)

2018年度 政府补助项目	发放主体	计入其他收益 金额	来源和依据	与收益相关/与 资产相关
西安浐灞生态区总部经济发 展奖励专项资金	西安浐灞生态区 管理委员会	1,138,449.09	西浐灞发 [2015]152号	与收益相关
收财政局开拓市场奖励金	西安市财政局	63,700.00		与收益相关
合计	—	1,202,149.09	—	—

(七) 投资收益

报告期内，公司投资收益构成情况如下表所示：

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
理财产品投资收益	136,986.30	71.37	958,826.57	100.00	1,028,821.90	100.00

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
处置长期股权投资取得的投资收益	54,951.29	28.63				
合计	191,937.59	100.00	958,826.57	100.00	1,028,821.90	100.00

报告期内，公司投资收益主要为公司使用暂时性闲置资金进行现金管理，购买理财产品获得的投资收益。报告期内，公司投资收益逐年下降，主要是因为购买理财产品的金额减少。

（八）信用减值损失

单位：元，%

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
坏账损失	-794,815.25	100.00	112,639.77	100.00		
合计	-794,815.25	100.00	112,639.77	100.00		

公司自 2019 年 1 月起执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》，应收款项及其他应收款项坏账准备通过“信用减值损失”科目核算。

（九）资产减值损失

单位：元，%

项目	2020年度	2019年度	2018年度
坏账损失	-		-107,053.41
合计	-		-107,053.41

报告期内，公司资产减值损失主要为应收款项计提的坏账准备，金额较小，对公司利润影响较小。

（十）营业外收入

报告期内，公司营业外收入构成情况如下表所示：

单位：元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
政府补助	10,062.00		100,000.00
非流动资产毁损报废损益	1,036.49	2,287.57	14,175.32
其他	97,319.32	66,401.21	1.05
合计	108,417.81	68,688.78	114,176.37

（续上表）

项目	其中：计入当期非经常性损益的金额		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	10,062.00		100,000.00
非流动资产毁损报废损益	1,036.49	2,287.57	14,175.32
其他	97,319.32	66,401.21	1.05
合计	108,417.81	68,688.78	114,176.37

其中，政府补助明细如下：

单位：元

项目	2020 年度	来源和依据	与资产或收益相关
防疫物资补助	8,062.00	市工信发[2020]171 号	与收益相关
杭州老字号博览会运输补贴	2,000.00		与收益相关
合计	10,062.00		

（续上表）

项目	2018 年度	来源和依据	与资产或收益相关
中国特色旅游商品大赛奖金	100,000.00	旅协发[2018]30 号	与收益相关
合计	100,000.00		

报告期内，公司营业外收入金额极小，主要为政府补助及处置固定资产利得，对利润总额影响较小。

（十一）营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成情况如下表所示：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产毁损报废损失	485.23	39,820.30	
捐赠支出	151,919.14	310,527.02	497,154.14
其他	85,191.07	454,233.64	
合计	237,595.44	804,580.96	497,154.14

（续上表）

项目	其中：计入当期非经常性损益的金额		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产毁损报废损失	485.23	39,820.30	
捐赠支出	151,919.14	310,527.02	497,154.14
其他	85,191.07	454,233.64	
合计	237,595.44	804,580.96	497,154.14

报告期内，公司营业外支出主要为捐赠支出。2019 年其他支出较多，主要是发展电商业务，赞助平台活动的支出增加。

（十二）所得税费用

（1）所得税费用

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	11,745,174.03	14,996,895.31	23,302,363.93
递延所得税费用	-191,515.20	-5,577.35	-25,812.19
合计	11,553,658.83	14,991,317.96	23,276,551.74

（2）会计利润与所得税费用调整过程

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本年利润总额	76,805,163.78	92,662,111.82	92,967,471.28
税率	15%	15%	25%
按法定/适用税率计算的所得税费用	11,520,774.57	13,899,316.77	23,241,867.82
子公司适用不同税率的影响	-61,833.66	-61,435.28	-30,032.12
调整以前期间所得税的影响			
非应税收入的影响			
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	1,216,590.25	1,654,816.07	369,276.04
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响			
本年未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	196,906.19	197,628.70	
研发费用加计扣除的影响	-1,127,263.32	-693,430.95	-278,747.81
当期确认的递延所得税的影响	-191,515.20	-5,577.35	-25,812.19
所得税费用	11,553,658.83	14,991,317.96	23,276,551.74

（十三）利润主要来源及影响盈利能力的因素分析

报告期内，公司营业外收支金额较小，利润基本来源于主营业务。2020 年度公司净利润较上年减少，主要是公司对核心骨干人员进行股权激励列支 35,546,394.33 元股份支付费用所致。

单位：元，%

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	332,538,146.26	10.07	302,101,716.48	5.54	286,235,032.37
营业毛利	155,400,337.52	1.51	153,085,384.69	7.38	142,570,451.35
营业外收入	108,417.81	57.84	68,688.78	-39.84	114,176.37
营业外支出	237,595.44	-70.47	804,580.96	61.84	497,154.14
归属于母公司股东的净利润	65,251,504.95	-15.99	77,670,793.86	11.45	69,690,919.54

报告期内，公司主营业务持续发展，产品、品牌优势、经营活动现金流情况良好，呈现较强的发展态势及盈利能力。影响公司盈利能力的主要因素包括：

（1）食品质量安全风险的控制

当前我国政府对食品安全日益重视，消费者的食品安全意识和权益保护意识亦逐渐增强。公司为饮料生产企业，公司产品从原材料采购、生产以及到消费者手中均需要严格按照相关食品安全标准执行。若公司未来无法有效控制原材料采购、生产工艺和流通等环节，出现食品质量安全问题，则对公司品牌、声誉造成影响，进而可能对公司盈利能力产生不利影响。

（2）行业的发展空间

公司主营业务为橙味汽水、酸梅汤等饮料的研发、生产和销售，销量受到居民消费水平及消费者消费习惯的影响，随着我国宏观经济环境的向好，居民消费水平的不断提高，饮料市场空间广阔。但随着消费者对食品诉求的日益提高，企业需要不断跟踪市场，推出新产品，关注消费者爱好，培养消费习惯，才能维持竞争力。若公司研发能力、营销能力跟不上消费需求和消费习惯，或者消费者消费需求和习惯改变，则可能对公司盈利能力产生不利影响。

（3）主要原材料价格的稳定性

公司生产所需的主要原材料为白砂糖和铝制罐盖，公司生产所用的白砂糖价格受到季节的影响存在一定的波动，所用铝制罐盖受大宗期货价格的影响。原材料价格波动将直接影响公司利润，如果未来相关原材料的采购价格出现大幅度上涨，将可能对公司盈利能力产生不利影响。

（4）市场竞争的风险

我国饮料行业市场化程度较高，竞争比较激烈。虽然公司在品牌建设、消费者口碑、营销网络、产品质量、技术研发等方面建立了一定的优势，但未来公司若不能保持上述优势，或竞争对手实力增强，将可能对公司盈利能力产生不利影响。

三、现金流量分析

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量如下：

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	362,396,538.16	342,465,457.00	334,078,394.05
收到的税费返还	8,934,029.40		
收到其他与经营活动有关的现金	15,741,980.19	8,170,141.83	4,602,906.91
经营活动现金流入小计	387,072,547.75	350,635,598.83	338,681,300.96
购买商品、接受劳务支付的现金	187,980,191.14	234,664,179.32	177,760,958.10
支付给职工以及为职工支付的现金	26,436,896.78	28,348,292.54	27,458,789.94
支付的各项税费	38,742,227.27	66,331,314.41	42,127,729.98
支付其他与经营活动有关的现金	21,845,106.45	30,189,885.08	32,461,863.62
经营活动现金流出小计	275,004,421.64	359,533,671.35	279,809,341.64
经营活动产生的现金流量净额	112,068,126.11	-8,898,072.52	58,871,959.32
净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值（%）	171.75	-11.46	84.48

报告期内，公司主要采取“先款后货”结算方式，销售回款良好。

1、收到的其他与经营活动有关的现金情况如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
押金、保证金、备用金等	5,643,131.81	2,256,678.00	1,048,668.06
往来款	21,466.91	15,564.00	1,540,804.55
政府补贴款	5,190,362.73	3,199,402.24	1,302,149.09
利息收入	4,886,475.23	2,698,058.64	711,277.81
其他	543.51	438.95	7.40
合计	15,741,980.19	8,170,141.83	4,602,906.91

2、2019 年购买商品、接受劳务支付的现金金额较大，主要原因系公司为东潭置业支付土地转让款 73,954,000.00 元，作为开发成本记入存货。

3、报告期内支付的各项税费波动较大，主要原因系预交部分税款所致。

4、支付的其他与经营活动有关的现金

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
押金、保证金、备用金等	1,149,133.60	1,509,352.00	428,399.60
往来款	1,250,000.00		5,003,100.00
付现费用	19,445,972.85	28,680,533.08	27,030,364.02
合计	21,845,106.45	30,189,885.08	32,461,863.62

支付的其他与经营活动有关的现金中付现费用，主要为广告及宣传费、促销费用及差旅费等。

5、经营活动产生的现金流量净额与净利润差异情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	65,251,504.95	77,670,793.86	69,690,919.54
加：资产减值准备	794,815.25	-112,639.77	107,053.41
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,040,948.98	1,757,861.68	1,736,657.55
无形资产摊销	178,275.96	171,965.28	165,654.60
长期待摊费用摊销	1,752,685.29	1,872,295.54	2,369,410.17
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”填列）			
固定资产报废损失（收益以“-”填列）	-551.26	37,532.73	-14,175.32

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公允价值变动损益（收益以“-”填列）			
财务费用（收益以“-”填列）			
投资损失（收益以“-”填列）	-191,937.59	-958,826.57	-1,028,821.90
递延所得税资产的减少（增加以“-”填列）	-191,515.20	-5,577.35	-25,812.19
递延所得税负债的增加（减少以“-”填列）			
存货的减少（增加以“-”填列）	2,345,707.88	-80,506,974.06	-3,748,638.70
经营性应收项目的减少（增加以“-”填列）	-621,108.90	-6,894,931.04	-216,876.81
经营性应付项目的增加（减少以“-”填列）	5,162,906.42	-1,929,572.82	-10,163,411.03
其他	35,546,394.33		
经营活动产生的现金流量净额	112,068,126.11	-8,898,072.52	58,871,959.32

报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的主要原因：一是 2019 年发行人全资子公司东潭置业购买一块商用土地支付 73,954,000.00 元，作为开发成本导致存货增加；二是 2020 年确认股权激励费用 35,546,394.33 元。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量如下：

单位：元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	30,000,000.00	115,000,000.00	150,000,000.00
取得投资收益所收到的现金	136,986.30	958,826.57	1,028,821.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,225.00	5,135.50	19,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	40,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	70,138,211.30	115,963,962.07	151,047,821.90
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	874,340.50	5,663,327.79	4,045,473.00
投资支付的现金	30,000,000.00	115,000,000.00	130,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	1.10	-	-
投资活动现金流出小计	30,874,341.60	120,663,327.79	134,045,473.00
投资活动产生的现金流量净额	39,263,869.70	-4,699,365.72	17,002,348.90

报告期内，公司收回投资收到的现金和投资支付的现金分别为银行理财产品

的购买和赎回；收到其他与投资活动有关的现金 4,000 万元系收回东潭置业借款。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量如下：

单位：元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	100,000,000.00
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
筹资活动现金流入小计	-	-	100,000,000.00
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	62,000,000.00	55,457,321.04	50,603,158.70
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计	62,000,000.00	55,457,321.04	50,603,158.70
筹资活动产生的现金流量净额	-62,000,000.00	-55,457,321.04	49,396,841.30

报告期内，公司筹资活动产生的现金流出为每年向股东分派现金股利。2018 年流入 1 亿元为公司收到股东现金出资。

四、重大资本性支出分析

（一）报告期重大资本性支出

报告期内，公司未发生重大资本性支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次公开发行募集资金投资项目的投入，具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”相关内容。

五、发行人的重大会计政策或会计估计与可比上市公司的比较

报告期内，公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司不存在较大差异。

六、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保、其他或有事项或重大期后事项。

公司重大诉讼事项详见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、重大诉讼、仲裁事项”。

七、对财务状况和盈利能力未来趋势的分析

报告期内，公司生产经营情况良好，应收账款周转率、存货周转率等营运能力指标稳定，资产负债率、流动比率、速动比率等偿债能力指标正常，财务状况良好，毛利率、净利率、净资产收益率等盈利能力指标较好，盈利能力较强。

未来，公司将继续坚持稳健经营战略，加强规范运作，防范财务风险，稳妥推进市场拓展和产品延伸，继续保持良好的财务状况和盈利能力，保障公司持续健康发展。随着本次募集资金到位及投资项目建成投产，公司生产能力、市场布局、和品牌形象将相应提升，财务状况将继续优化，盈利能力有望进一步增强。

八、摊薄即期回报分析

（一）本次发行对即期回报摊薄的影响

根据本次发行方案，公司拟向社会公众公开发行不超过 6000 万股人民币普通股股票，公开发行股份数量不低于发行后总股本比例的 25%。本次公开发行完成后，公司净资产及股本规模均得到提升，本次募集资金使用计划已通过发行人详细论证，符合公司战略规划，有利于推动公司未来业务发展。但由于募集资金投资项目具有一定的建设周期，产生收益需要一定的时间，在上述项目产生收益之前，公司盈利主要依赖于现有主营业务。如果募集资金到位当年，公司盈利增长幅度低于股本扩张幅度，预计本次发行完成当年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的每股收益将被摊薄。公司特提请广大投资者注意公司即期回报被摊薄的风险。

（二）本次发行的必要性和合理性

公司本次发行募集资金扣除发行费用后，将用于“玻璃瓶装生产线改扩建项目”“营销服务网络升级及品牌建设项目”和“信息化管理平台建设项目”，有利于公司解决产能瓶颈、提升品牌知名度、完善营销渠道、逐步由区域品牌向全国品牌发展、提高信息化运作和管理能力。本次发行的必要性和合理性参见本招股说明书“第十三节募集资金运用”之“二、募集资金投资项目情况”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目围绕主营业务进行建设，分别为产能提升、市场拓展和品牌提升以及公司信息化平台建设，是对公司现有主营业务体系的继承、巩固、深化及完善，有利于全面提升公司主营业务盈利能力。

（四）本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员储备。自设立以来，公司一直重视销售、管理研发等各方面人才的培养。销售人员方面，经过多年的市场精耕，公司目前已拥有一支熟悉公司产品、贴近市场线、了解消费者需求的销售队伍；管理人员方面，公司组建了一支优秀、稳定的管理团队，在公司经营管理、业务发展、营销、财务等方面具备丰富的从业经验和职业素养。研发人员方面，截至 2020 年末，公司共有研发人员 34 人，专业化的研发团队是公司应对市场变化与挑战，创造新的盈利点的重要推动力。

2、技术储备。公司高度重视饮料研发技术的投入及储备。公司研发管理中心持续研究探索产品风味、生产工艺技术、安全性、产品检测等方面的技术改进。公司技术储备充足，多个在研项目正在有序推进。

3、市场储备。经过长期积累，公司基础较好、辐射较强的销售网络，以陕西及周边区域为基础的市场拓展有序推进，近年主营业务收入持续增长，盈利能力持续增强，具有较好的市场储备。

（五）本次发行摊薄即期回报的填补措施

1、加强募集资金管理，确保规范有效使用。本次发行募集资金到账后，公司董事会将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理办法》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续，明确各控制环节的相关责任，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部检查与考核。

2、加快募投项目建设，扩大公司盈利基础。公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司发展战略，具有良好的市场前景。公司已对募投项目可行性进行充分论证，结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身经营情况，最终确定募投项目规划。募集资金到位后，公司将稳步推进募投项目建

设进度。随着募投项目逐步完成，公司的盈利能力和经营业绩将会有效提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

3、提高公司日常运营效率，提升盈利能力。公司加强内部运营管理，提高战略分析能力、决策质量以及运营效率，完善产品生产和销售网络布局，加强渠道建设，提升精细化管理水平，持续提升市场份额，努力提高资金的使用效率，有效运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，严格控制各项成本费用支出，加强成本管理从而提升公司的盈利能力。

4、完善利润分配政策，建立投资者回报机制。根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等规定以及《上市公司章程指引》（2019年修订）的精神，公司明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容。公司未来将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

5、不断完善公司治理，保障投资者合法权益。公司将严格遵循《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程规定履行职权，作出科学、谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，特别是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

公司提醒投资者，以上填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

（六）相关责任主体关于填补回报措施的承诺

为使公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，发行人及其控股股东、实际控制人、董事和高级管理人员已作出相关承诺，承诺内容参见本招股说明书“重大事项提示”之“九、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺”。

第十二节 业务发展目标

一、发行人的发展战略

公司以“引领民族品牌，打造百年民企”为目标，以“传承陕味文化，振兴民族企业”为己任，以“成为备受尊重的国产饮料龙头企业”为发展愿景。公司将继续巩固和加强在陕西及周边市场的优势地位，加快对全国重点城市的市场布局，不断开辟新增量市场，做强做大市场体量，同时利用研发平台和营销网络，丰富产品类别，拓展市场布局，扩大冰峰品牌影响力和市场占有率，把冰峰打造成为优秀的民族品牌饮料企业。

二、公司整体经营目标及主要业务经营目标

（一）整体经营目标

坚持长远发展战略，以产品创新、技术进步为动力，以品牌战略、营销网络为支撑，以质量控制为保障，通过资金、技术、人才的持续投入，不断满足、引导消费者的消费需求，进一步提高公司在碳酸饮料及植物饮料行业的市场份额，同时积极发展其他健康功效饮品，努力将公司打造为优秀的民族品牌饮料企业。

（二）主要业务经营目标

公司将充分利用品牌基础，进一步完善新产品延伸和销售网络的全国布局，加强渠道建设，促进销售渠道进一步下沉，提高市场的精细化管理水平，持续提升公司饮料市场份额，并积极研制、发展其他健康饮品，满足消费者的多元化需求，为公司业绩创造新的增长点。

三、发行人未来三年的业务发展计划

未来三年公司将继续专注做大做强陕西及周边地区的产品市场，不断加强产品开发、品牌建设、市场拓展能力。通过完善管理制度、丰富营销渠道、吸纳高层次人才、引入现代化经销和管理系统等措施，巩固公司核心竞争优势，并进一步夯实公司长远发展的基础。

（一）渠道建设计划

公司精耕饮料行业多年，已建立起以经销为主，直营、线上等多种销售模式

相结合的销售体系，覆盖商超、流通及餐饮等众多销售终端，形成了较为完善的营销网络。公司将持续升级营销网络，提升渠道管理效率，提高营销服务质量，完善全国市场布局，扩大公司销售网络的覆盖范围。

（二）品牌建设计划

公司将通过强化在一线城市的品牌形象，带动二、三线城市的品牌建立及推广。包括在电视、电影、一线杂志、报刊、户外媒体等传统媒介渠道上展示公司的品牌标语，同时在各大门户网站、电商销售平台、自媒体等互联网及移动互联网媒体上进行品牌推广。做到全渠道推广，达到精准营销目标人群全年龄段覆盖的效果。

公司将通过“冰峰”品牌的市场影响力，持续推进“品牌全国化”战略，开展电视、户外、互联网、影视植入、线上直播等多维度、全方位的品牌推广，不断提升公司品牌在市场上的知名度，巩固公司良好的品牌形象，实现公司从区域知名品牌到全国知名品牌的战略目标。

（三）信息化系统升级计划

随着公司业务规模扩展迅速，现有的信息化管理平台已经不能满足公司现有业务的需要。通过加强信息化建设，对业务进行数字化升级，挖掘消费者更深层次的潜在需求，深化消费者体验、互动等粘性建设，进行精准营销，并完善会员系统、社交平台、云商城系统等工具的管理与运用。同时，公司拟通过建设强大的数据中台，提高公司各部门、公司与上下游的数据共享程度和业务配合程度，进一步规范管理模式、整合业务体系、优化业务流程、降低运营成本，为公司的长期、快速发展提供有力支撑。

（四）产品开发计划

报告期内，公司已经开发适应不同价格档次、消费人群、流通渠道的多线产品，包括：（1）以玻璃瓶冰峰橙味汽水、冰峰酸梅汤、苹果味汽水为代表的当地特色饮料；（2）以罐装冰峰橙味汽水、冰峰酸梅汤为代表的易于携带产品；

（3）以玻璃瓶苹果味果汁汽水、玻璃瓶水蜜桃味果汁汽水、玻璃瓶金桔柠檬味果汁汽水为代表的符合年轻口味产品；（4）以蛋白饮料、茯茶饮料、无糖饮料等为代表的国潮网红产品。公司将持续关注市场动态，契合不同消费者的需求，

继续加大研发投入，丰富产品组合。

（五）产能扩充计划

公司生产线已使用十年以上，在生产效率、生产工艺、设备维修上都已经落后于现有市场上的设备，旺季产能瓶颈问题突出。公司将对现有生产线进行升级改造，通过引入最新技术设备，加强智能化水平，提高生产效率。

（六）管理提升计划

继续完善管理制度，规范岗位及业务流程，形成标准化的管理体系：（1）继续完善法人治理结构，建立科学有效的决策机制和内部管理机制，实现决策科学化、运营规范化；（2）继续完善日常管理制度，优化奖罚、培训、技能评定、人事、质量控制管理，提高员工素质，夯实企业发展基础。

继续完善信息化建设：（1）通过建立 ERP 系统，提高公司信息化管理水平，提高总部的资源管理职能地位，并以此为基础建立与各区域分公司的扁平化管理模式；（2）通过建立 MES 系统，建立生产车间信息化管理，完成生产调度管理、库存管理、质量管理、人力资源管理和成本管理；（3）通过建立 SCM 供应链管理系统，整合和优化公司从制造、库存到供应商的业务数据，从而减少公司在供应链中产生的费用，降低整体运营成本；（4）构建现代化管理体系，借助现代化财务及 OA 办公系统，加强办公规范化和自动化，提高效率。

（七）人力资源计划

根据未来发展规划，公司将吸引大量人才：（1）加强高层次人才引进，优化人员结构，重点吸纳饮料行业生产、销售、研发、推广及管理方面的人才。聘请国内重点学研机构专家型高级人才，推动公司发展进步；（2）优化绩效考核制度，完善工作考核指标认证，并落实到个人薪酬及岗位升降，做到有奖有罚、奖罚有据、无差别对待；（3）完善人员培训计划，优化入职、岗位、通用技能、管理技能及针对性培训，促进员工全面发展，保证人力资源稳定，确保竞争力。

（八）融资计划

推进公司公开发行上市。本次公开发行股票募集资金到位后，公司业务将得到进一步扩展。公司按照计划实施募集资金投资项目，加快建设投产，实现预期

效益。此外，公司将根据产品销售、项目投产、市场需求变化，结合公司发展战略规划，利用自有资金、银行借款等方式募集资金，使公司资本结构保持在合理水平，保障公司可持续发展。

四、实施上述计划将面临的主要困难

1、实施上述计划需要足够的资源保障。经过多年发展积累，公司有了一定的资源积累。但饮料行业竞争较为激烈，业务拓展、产品延伸、人力引进和优化管理任务繁重。迄今为止，公司业务发展依赖自身积累，对公司跨越式发展形成制约。因此，借助资本市场助力，提升公司品牌形象和融资能力，将对公司实施上述业务发展规划、完成业务发展目标发挥重要作用。

2、随着公司业务成长和市场拓展，公司对人员管理、资金管理、运营管理和内部控制等方面都提出了更高的要求，现代信息化、科技化、智能化企业建设需加大投入，不断升级强化。

3、公司将在全国设立更多区域中心，对各类高层次人才的需求更为迫切，需要引入具备现代管理理念的高级管理人才、较强市场开拓能力的营销人才、核心技术创新的研发人员、财务经验丰富的财务人才、丰富人力资源管理经验的行政人才、丰富媒体推广经验的媒体运营人才。公司的人力资源管理面临更大挑战。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金投资项目概况

（一）募集资金投资项目

2021年6月17日，公司2020年年度股东大会审议通过了关于募集资金用途的决议，公司本次公开发行新股不超过6,000万股，占发行后总股本的比例不低于25%。募集资金总量根据实际发行股数和询价情况确定。按照投资项目的轻重缓急，本次发行募集资金扣除发行费用后用于以下项目：

序号	项目名称	预计投资总额 (万元)	预计投入募集资金 (万元)	项目备案代码
1	玻璃瓶装生产线改扩建项目	19,896.03	19,896.03	2103-610158-04-02-716863
2	营销服务网络升级及品牌建设项目	42,985.27	42,985.27	-
3	信息化管理平台建设项目	4,032.99	4,032.99	2103-610158-04-04-503224
合计		66,914.29	66,914.29	-

募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目的实际进度，以自筹资金先行投入。募集资金到位后，将用募集资金置换前期投入的自筹资金。若公司本次发行实际募集资金净额多于上述项目资金需求总额，则多出部分将在履行法定程序后用于补充流动资金或其他与主营业务相关的项目资金需求；若本次实际募集资金不能满足募投项目的资金需求，资金缺口由公司自筹解决。

（二）发行人募集资金专项存储制度的建立及执行情况

为规范公司募集资金的存放、使用和管理，保证募集资金的安全，提高募集资金的使用效率，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《首次公开发行股票并上市管理办法》《上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等法律、法规及规范性文件的规定，公司股东大会审议通过了《募集资金管理制度》。

对于公司募集资金专项存储，该制度做了明确规定：公司募集资金应当存放于经董事会批准设立的专项账户（以下简称“募集资金专户”）集中管理。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其他用途。募集资金到位后，公司应及时办

理验资手续，由具有证券从业资格的会计师事务所出具验资报告。公司应将募集资金及时、完整地存放在募集资金专户内。

（三）保荐人及发行人律师关于募集资金投资项目是否符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律法规和规章规定的意见

保荐人华创证券认为，发行人募集资金投资项目属于《产业结构调整指导目录（2019年本）》（国家发改委令第29号）“允许类”产业，以及生态环境部《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理。本次发行募集资金投资项目备案情况符合相关法律法规及规范性文件的规定。

发行人律师广东君言律师事务所认为，本次募集资金投资项目已经取得公司股东大会的授权，并已取得政府有关部门的备案，履行了相关法律手续。

（四）发行人董事会对募集资金投资项目的可行性分析

发行人根据外部环境和自身优势制定中长期战略，继续专注主业，以巩固和提升公司品牌为目标，持续强化自身核心竞争力。公司本次募集资金投资项目是公司实施发展战略的重要举措。

经过多年积累，公司目前拥有2.4万瓶每小时和1.8万瓶每小时两条自产玻璃瓶生产线，以及可靠、高效的委外合作资源和体系，财务状况稳健，盈利能力较强，技术和研发体系完善，具备较好的发展基础。与此同时，我国饮料市场经历国际巨头的冲击和洗礼，饮料产品已经成为国民日常生活不可或缺的一部分，民族饮料品牌重新崛起的势头强劲，发展空间较大。在此基础上，发行人将继续坚持稳健经营战略，抓住发展机遇，完善区域布局、增加销售终端、提升品牌影响力、增强与跨国公司竞争的能力，致力于将冰峰品牌推向全国，促进民族品牌发展壮大。

从项目实施的可行性看，公司长期从事饮料生产和销售，充分了解和掌握自身产品的生产、营销和品牌状况，“玻璃瓶装生产线改扩建项目”是基于公司产能瓶颈和长期生产运作经验，具备可行性。“营销服务网络升级及品牌建设项目”在公司现有业务模式下进行，依据具体可行的实施计划，实施不存在障碍。“信

息化管理平台建设项目”基于成熟的信息技术、完善的配套体系，可优化公司管理模式，提升管理效率，具备可行性。

饮料行业竞争较为激烈，公司业务拓展、产品延伸、人力引进和优化管理任务繁重，尤其是品牌提升。迄今为止，公司业务发展依赖自身积累，对公司跨越式发展形成制约。因此，借助资本市场助力，提升公司品牌形象和融资能力，逐步实施品牌建设计划、信息化系统升级计划、产品开发计划、产能扩充计划等，强化在一线城市的品牌形象，带动二、三线城市的品牌建立及推广，是进一步夯实公司长远发展的基础，是“冰峰”由区域品牌走向全国品牌的必由之路。

综上所述，募集资金投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，与市场增长空间及公司发展战略相匹配。

公司实施募集资金投资项目，不会产生同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目情况

（一）玻璃瓶装生产线改扩建项目

1、项目建设内容

本项目拟在西安市浐灞生态区广兴路与十里铺北路十字东北角实施，对玻璃瓶装生产线进行改扩建，解决设备老旧及产能瓶颈问题。新建建筑将用于玻璃瓶装产品生产、产品前处理、原料储存、包材和成品储存。具体内容包括：旧有生产线拆除工程；厂房、仓库等场地基础建设；生产设备的选型、采购及安装调试；完善相应的水、电、气、环保、消防等公用辅助工程设施。

本项目建设包括建设期与达产期。先对原 18000 瓶/小时生产线进行拆除、新建 36000 瓶/小时生产线，后对 24000 瓶/小时生产线进行智能化改造升级，以适应多品类、多规格产品生产，两条生产线先后改造，公司不停产。建设期内，先后对旧有生产线进行拆除，进行生产基地及仓库的建设，购置安装生产设备和调试设备，同时通过内部调拨和外部招聘配置、培训生产人员。达产期内，加强设备维护和人员操作管理，努力尽早实现满产。

本次玻璃瓶装产品线扩建，将有效缓解公司旺季产能不足的困难，更好满足市场对玻璃瓶装产品的需求。与此同时，公司从以下方面预备产能消化措施：一是加强对现有客户的服务，改善供货效率，缩短供货时间，帮助客户提升销售能力；二是加强渠道推广，积极开发新客户，开拓陕西以外的市场，适度扩大玻璃瓶装产品销售半径，推动瓶装带动罐装产品销售。三是加强营销队伍建设，强化销售考核，提高销售效率和效果。四是加大市场推广力度，通过品牌建设升级来增加产品知名度，由陕西知名品牌发展为全国知名品牌。

2、项目实施的必要性

（1）提升生产机械化、智能化程度，提高公司整体效益

公司专注冰峰汽水，产品口味与品质长期得到保证。一方面，冰峰汽水在陕西及周边地区的地位得到巩固和加强，并逐渐被陕西以外的消费者接触及接受，产品销量持续增长。另一方面，现有生产线建成时间早，设备、设施较为陈旧，装卸、洗瓶、调配、灌装及仓储物流等关键环节机械化、智能化低，明显落后于市场新技术设备。第三，现行两条生产线均运行使用十年以上，成新率分别为4%和12%，维修保养的经济成本和时间成本高企，急需更新换代。

（2）突破产能瓶颈，满足市场需求

饮料属于快消品，为了让消费者消费享受，产品不宜淡季生产囤积于旺季销售，适宜即产即销即饮，所以衡量饮料企业产能是否足够的标准是旺季产能利用率。报告期内，发行人2020年旺季（5-9月）产能利用率达101.26%（每天24小时运行），现有生产设备、工人均处于高负荷工作状态，产能存在瓶颈。详见第六节“四、发行人主营业务的具体情况”之“（四）主要产品的生产和销售情况”关于产能利用率的相关内容。

（3）顺应智能制造趋势，实现可持续发展

党中央和国务院高度重视制造装备智能化发展，国家先后发布了《智能制造发展规划（2016-2020年）》等发展规划和相关产业政策，强调从中低端制造向高端制造的战略意义，为智能制造的推广及应用带来了良好的发展机遇。本项目拟对公司现有老旧落后的生产线进行技术升级改造，提升公司机械化、智能化制造水平，推动公司迈向中高端制造水平，为公司建设数字化车间和智能工厂奠定

基础。

3、项目投资概算

本项目投资总额为 19,896.03 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资概算（万元）		占投资比例
		T+1 年	合计	
一	建设投资	18,096.03	18,096.03	90.95%
1	建筑工程费	2,464.47	2,464.47	12.39%
2	设备购置费	12,300.00	12,300.00	61.82%
3	安装工程费	2,460.00	2,460.00	12.36%
4	其他建设费	344.49	344.49	1.73%
5	预备费	527.07	527.07	2.65%
二	铺底流动资金	1,800.00	1,800.00	9.05%
三	项目总投资	19,896.03	19,896.03	100.00%

场地投入明细如下：

序号	投资内容	投资总额（万元）
1	车间（GMP 十万级）	1,564.47
2	仓库	900.00
合计		2,464.47

设备投入明细如下：

序号	投资内容	数量	投资总额（万元）
1	饮料调配制备系统	1	1,280.00
2	产品杀菌系统	1	300.00
3	自动化系统	1	250.00
4	前处理系统服务	1	370.00
5	空瓶处理系统	1	1,500.00
6	灌装封盖系统	1	2,335.00
7	装箱码垛系统	1	715.00
8	输送带系统	1	1,250.00
9	多功能柔性线	1	800.00
10	仓储系统	1	2,000.00

序号	投资内容	数量	投资总额（万元）
11	公共系统	1	1,500.00
合计			12,300.00

本项目安装工程费由设备购置费乘以安装工程费率 20% 得出，为 2,464.47 万元；工程建设其他建设费由建筑工程费、设备购置费以及设备安装费总价值之和，乘以工程建设其他建设费率 2% 得出，为 344.49 万元；预备费由建筑工程费、设备购置费、设备安装费以及工程建设其他建设费总价值之和，乘以预备费率 3% 得出，为 527.07 万元；铺底流动资金用分项详细估算法进行估算，铺底流动资金按所需流动资金的 14.3% 测算，铺底流动资金经过测算后为 1800 万元。

4、项目的环保措施

根据生态环境部《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》“26 饮料制造 152*（单纯勾兑）”，属于本名录未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理。发行人技术升级改造建设项目所涉及的如酸梅汤原汁生产，将延续报告期模式，即委托“有发酵工艺、原汁生产”资质和条件的企业进行生产。

5、项目实施进度

序号	阶段	T+1 年											
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
1	项目立项及前期准备	■											
2	建筑工程		■										
3	装修工程		■	■				■	■				
4	设备采购		■	■	■								
5	时产 3.6 万瓶设备安装及调试				■	■	■						
6	时产 3.6 万瓶人员招聘及培训						■						
7	时产 3.6 万瓶运营投产							■	■	■	■	■	■
8	时产 2.4 万瓶设备安装及调试									■	■	■	
9	时产 2.4 万瓶人员招聘及培训												■
10	时产 2.4 万瓶运营投产												■

6、项目经济效益分析

技术升级改造建设项目建设期 1 年，达产期 4 年，达产期销售收入达到 18,816

万元，税后内部收益率 22.99%，税后静态投资回收期（含建设期）5.44 年，本项目具有良好的经济效益。

（二）营销服务网络升级及品牌建设项目

1、项目建设内容

本项目的建设内容包括区域营销中心建设、渠道建设和品牌建设三个方面，具体情况如下：

（1）区域营销中心建设

为了提高公司营销管理的效率，公司拟选择六大区域 16 个国内主要城市进行办公场所购置或租赁、办公设备及交通车辆购置等建设项目。根据营销中心的职能，营销中心主要划分为两个部分：

1) 西安营销总部建设。西安总部的建设将为公司提供一个现代化的营销运营中心，在给员工提供良好办公环境的同时，为公司开展品牌和市场活动提供更好的条件，从而提升公司的整体形象和市场影响力。西安营销总部包括产品展示中心、营销中心、运营中心、特殊渠道部及电商事业部，旨在加强公司对全国营销、渠道、媒介、人力资源、IT 等事业板块系统化管理。

2) 全国其他区域营销中心建设。为保障市场拓展，本项目选择在 9 个城市（兰州、成都、重庆、北京、郑州、上海、合肥、武汉及广州）建设办事处，其中 8 处办事处以购置方式获得办公场所，1 处（重庆）暂以租赁方式获得。

（2）渠道建设

1) 商超渠道建设。公司将加大对全国性连锁商超（比如：华润万家、大润发、物美、麦德龙、中石化易结、中石油昆仑好客、7-11、全家便利店等其他连锁商超）货架陈列推广投入，通过重点门店特殊陈列形象推广、加强人员队伍建设、增加优质系统条码销售品种等方式，强化商超渠道营销。

2) 经销商渠道建设。公司继续支持区域总经销商，重点发展经销渠道核心店的布局与开发，做好经销渠道核心店的开渠和护流。

3) 餐饮渠道建设。公司结合产品文化属性及始终如一的产品品质，加大餐饮渠道投入力度，与全国大型知名连锁餐饮企业（比如海底捞、西贝莜面、全聚

德、大龙燄、小龙坎、谭鸭血、真功夫、张亮麻辣烫、杨国福麻辣烫及正新鸡排等）及部分区域性的餐饮品牌（比如魏家凉皮、火宫殿、大蓉和、蔡林记、广州酒家、兰州拉面等）建立长期合作伙伴关系。

（3）品牌建设

1) 线上推广。公司将加强线上推广，包括新媒体与自媒体广告投放（微博、微信、抖音、快手等自媒体渠道推广）、大型门户网站及天猫等大型电商平台站内广告投放及流量导入等，借助多种营销方式促进品牌和消费者之间的双向互动和情感传递，将品牌精神及品牌内涵传播给消费者，实现精准化营销，提高品牌的知名度及影响力。

2) 线下推广。公司持续优化线下推广，完善线下渠道架构，保证线下渠道竞争力。优先选取月均销量 20 件以上的店面、大型知名连锁店面（魏家凉皮、真功夫、张亮麻辣烫、杨国福麻辣烫及正新鸡排等）、社区连锁便超（7-11、永辉 MINI、苏果、唐久、红旗便利等）进行合作推广，同时通过电视、电影、杂志、品牌形象广告投入（聘请明星代言人、广告植入网络电视剧、综艺节目等）、户外媒体等方式，推广品牌理念，强化品牌形象。

2、项目实施的必要性

本项目实施，有利于完善区域布局、增加销售终端、提升品牌影响力、增强与跨国公司竞争的能力，是公司逐步由区域品牌向全国品牌发展的战略举措。

（1）完善区域布局

公司以陕西及周边地区为基地，逐步辐射甘肃、宁夏、青海、新疆、云南、西藏、四川、贵州、湖北、广东、广西、福建、北京、河南、山西、山东、黑龙江、辽宁、天津、河北、上海、浙江和江苏等省份，但渗透率仍然不足。营销服务网络升级及品牌建设项目实施，将继续巩固公司在陕西及周边地区的优势地位，进一步提升在其他国内重点省份的市场辐射能力。

（2）增加销售终端

公司销售以经销模式为主，经销商采购商品后再对外销售，由于大型商超的进场成本较高，经销商大部分会选择中小型商超、便利店作为销售终端。本次募

集资金到位后，将逐步扩大大型商超布局，增加销售终端，增大消费者接触冰峰产品的频次，提高销售业绩，提升公司市场占有率。

（3）提升品牌影响力

公司拟通过本项目的顺利实施，逐步增强冰峰在全国范围的品牌影响力。第一，各经销商终端及餐饮门店缺乏统一的形象管理，影响公司品牌在顾客心目中的形象，以及公司的市场拓展战略规划。通过实施本项目，公司通过对一线城市的品牌塑造带动二、三线城市的品牌建立及推广。第二，通过实施本项目，公司将加强品牌建设力度，以冰峰橙味汽水、冰峰酸梅汤、冰峰果果等产品为基础，在继续提升产品品质的前提下，通过提升产品的形象、定位、广告推广等，建立起各品牌群体，将每个品牌的形象清晰地传递给消费者，以进一步提升公众形象，提高品牌竞争力和品牌美誉度。

（4）增强与跨国公司竞争的能力

冰峰公司是最具历史的中国民族品牌饮料企业之一。中国品牌一定程度上反映中国实力，民族品牌建设任重道远。本项目的实施，有利于增强公司的整体实力，提升公司知名度，强化民族品牌形象，增加与跨国公司竞争的能力。

3、项目投资概算

本项目预计投资总额为 42,985.27 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	投资概算	占投资比例
1	区域营销中心建设	7,950.12	3,603.63	2,470.58	14,024.33	32.6%
2	渠道建设	1,839.60	3,632.80	5,438.54	10,910.94	25.4%
3	品牌建设	4,550.00	5,950.00	7,550.00	18,050.00	42.0%
4	项目总投资	14,339.72	13,186.43	15,459.12	42,985.27	100.0%

（1）区域营销中心建设费

区域营销中心建设费由三个部分组成，详情如下：

单位：万元

序号	分类	T+1 年	T+2 年	T+3 年	小计
1	场地投入	7,078.20	982.20	352.20	8,412.60

序号	分类	T+1年	T+2年	T+3年	小计
2	人员投入	715.25	2,017.50	2,118.38	4,851.13
3	设备购置	156.67	603.93		760.60
总计		7,950.12	3,603.63	2,470.58	14,024.33

（2）渠道建设费

渠道建设费主要用于拓宽产品销售渠道，包括商超系统费用、流通渠道费用、餐饮渠道费用。具体投资概算如下表：

单位：万元

序号	项目名称	T+1年	T+2年	T+3年	小计
1	商超系统费用	329.60	1,052.80	1,958.54	3,340.94
2	流通渠道费用	770.00	1,140.00	1,560.00	3,470.00
3	餐饮渠道费用	740.00	1,440.00	1,920.00	4,100.00
合计		1,839.60	3,632.80	5,438.54	10,910.94

（3）品牌建设费

品牌建设费主要用于品牌推广，包括传统媒体推广费、互联网及移动互联网推广费、形象广告费。具体投资概算如下表所示：

单位：万元

序号	项目	T+1年	T+2年	T+3年	小计
1	传统媒体推广费	1,450.00	1,750.00	2,350.00	5,550.00
2	互联网及移动互联网推广费	1,200.00	1,900.00	2,600.00	5,700.00
3	形象广告推广费	1,900.00	2,300.00	2,600.00	6,800.00
合计		4,550.00	5,950.00	7,550.00	18,050.00

4、项目实施进度

序号	内容	T+1年				T+2年				T+3年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地租赁/购置	■				■							
2	场地装修		■				■						
3	设备购置		■				■						
4	人员招聘			■	■			■	■				
5	渠道建设			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	品牌建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

（三）信息化管理平台建设项目

1、项目建设内容

（1）企业资源计划系统。基于企业资源计划系统，对订单处理、采购管理、生产与计划管理、库存管理、销售管理、经销商管理、供应链管理、售后管理等子系统进行流程整合优化及系统升级改造，搭建一个数字精准营销与管理一体化的集成平台，提升各子系统之间业务系统集成化水平和数据传输时效性，解决企业资源管理和信息共享的难题，从根本上提升企业运营效率，为消费者提供更具针对性的产品及服务。

（2）商业智能决策系统。商业智能决策系统通过整合各业务体系系统，对企业各板块的实时业务和财务数据进行汇总分析、实时监控，改善内外部信息沟通流畅性问题，实现部分核心业务智能决策支持的功能，为企业高层决策提供数据支持及风险预警。

（3）办公协同对接统一平台。采用一系列现代化的办公设备和先进的通信技术，广泛、全面、迅速地收集、整理、加工、存储和使用信息，使企业内部人员畅通无阻地沟通交流信息，提高企业信息化水平。

（4）客户关系管理系统。客户关系管理系统通过对各产品线所有客户的基本情况、消费习惯、购买情况、喜好状况等数据进行全面信息化管理，通过对大数据收集分析，生成会员大数据分析，有效提高公司对客户的管理水平和服务水平，全面提升企业品牌形象影响力和客户满意度。

（5）供应链协同管理系统。通过供应链协同管理系统建设，对于采购订单管理、专业物流配送管理（WMS&TMS）、采购追溯、供应商结算、核价管理等面向供应链的业务整合，确保各部门数据实时性及准确性，提高生产计划和调度能力，提高采购流程的标准化和自动化水平，达到优化整体系统的信息流、物流和资金流的目标。对批次管理、物料对应、库存盘点、保质期管理、质量检验管理、空仓管理和即时库存管理等功能综合运用的管理系统，可以有效管控并跟踪仓库业务的物料和成本管理全过程，完善企业仓储配送综合管理，提高库存周转率和送达及时率，提升仓储物流运营效益。

（6）产品开发管理系统。通过对产品开发活动全生命周期管理和开发产品

成分明细表等技术文档数据归集管理，将新产品研发需求与 ERP、客户关系管理系统、供应链协同管理系统等相关数据高度糅合，缩短研发项目的时间周期，有效管理研发产品质量、成本及范围。

（7）信息化营销系统。通过建立信息化营销系统，对前端消费者（2C）、粉丝（2C2B）、渠道代理商（2B）、渠道服务商（2B）等数字信息有效截取，通过 POS、电商、微商城、小程序、APP、短视频、直播、抖音、快手等新媒体，实施信息化精准营销服务，提升企业经营效益及客户满意度，有效提高企业在互联网+时代背景下，全域消费场景的信息化核心竞争力。

（8）智能制造管理系统。通过智能制造系统建设，提高研发设计、生产计划、生产制造、一物一码防伪追溯等智能化水平，对产品开发活动全生命周期管理和开发产品成分明细表等技术文档数据归集管理，将新产品研发需求与 ERP、客户关系管理系统、供应链协同管理系统等相关数据高度糅合，缩短研发项目的时间周期，有效管理研发产品质量、成本及范围，提高生产效率。对于生产流程中的物料跟踪、物料投入产出比、生产设备状态、质量指标、制造进度指标、生产数据采集等数据指标监控及分析，优化决策生产，提高生产效率，实现精细化管理目标。对原料、半成品及产成品进行赋码管理，通过对码可实现对任意商品、任意批次的产成品从原材料采购、生产制造、质检、产成品入库、产品流通环节的所有信息进行全流程追踪，实现供应商、生产商、经销商和客户全过程管理和控制，提升产品质量管控能力，提高客户信任度和满意度。

（9）物流管理平台。对批次管理、物料对应、库存盘点、保质期管理、质量检验管理、空仓管理和即时库存管理等功能综合运用的管理系统，可以有效管控并跟踪仓库业务的物料和成本管理全过程，完善企业仓储配送综合管理，提高库存周转率和送达及时率，提升仓储物流运营效益。

2、项目实施的必要性

（1）信息化管理平台是公司战略发展的需要

随着业务持续发展，公司信息化管理要求相应提高，对现有系统进行优化升级，有利于提高公司的运营效率和决策分析能力。

随着业务规模不断扩大，公司越来越依赖信息化手段提升公司管理水平、协

同作业水平和核心竞争力。项目的实施将在现有信息化系统基础上改造升级，有效解决公司各部门之间信息传导不充分、各销售平台信息系统对接不及时、营销信息滞后、客户信息未能有效利用等问题，提高公司各业务部门、全国各经销商、各分支机构之间的信息共享程度和处理能力，全面提升公司对业务数据的集成、管理和应用能力，为客户提供个性化、精准化的营销服务，进一步健全决策体系，规范管理模式、整合业务体系、优化业务流程、降低运营成本，有效推动各部门、各分支机构之间的业务配合，提升运作效率，为公司实现战略目标奠定坚实的信息化基础。

（2）信息化管理平台是公司应对市场变化的要求

科学有效的管理是现代企业赖以生存发展的重要基础。信息化管理的最终目的是核算手段及分析手段的现代化，为企业管理的现代化提供基础，实现企业资源合理有效配置。

一方面，随着公司营销服务网络的不断完善，企业的业务人员和市场服务将遍布全国，而复杂多变的市场环境和转瞬即逝的市场机遇，要求企业快速反应和决策。为此，企业必须建立一套既符合企业自身情况又能有效应对市场变化的信息化管理平台，利用现代化信息技术手段克服地理距离对沟通和决策的不利影响。

另一方面，随着企业规模的扩大，业务形态也逐渐增多。在此情况下，管理层更需要及时掌握各个层面的信息，实时了解企业的运营情况，并对市场和客户提出的各种要求做出快速分析和反馈。因此，公司必须尽快建立高效、科学的信息化管理平台，充分利用信息技术服务行业的新技术、新手段来优化管理系统。

（3）信息化管理平台建设有助于提高公司经营管理效率和提升公司竞争力

公司业务具有点多、面广、分散的特点，委外厂商、供应商、客户和员工属地分散，地域跨度较大，对来自市场营销、财务、物流和管理数据采集成本提升，数据的错漏将进而导致公司总部对市场的动态的判断力削弱，则可能造成决策失误。信息化管理平台建设可以突破现行管控模式限制，最大限度地实现扁平化管理，从而在业务扩张的同时保证企业管理效率。

公司将利用客户关系管理系统、商业智能决策系统、信息化营销系统和物流

管理系统，实现产品从出厂到销售的全流程监控，进一步对各大销售渠道、终端用户数据的整合、挖掘和分析，分类管理大数据、终端消费者特征库等，提高公司对客户的管理水平和服务水平，全面提升企业品牌形象影响力和客户满意度。

综上，信息化管理平台建设有助于提高公司经营管理效率，降低经营风险，全面提高公司竞争力。

3、项目投资概算

本项目预计投资总额为 4,032.99 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	合计	占比
一	建设投资	2,492.04	1,248.36	51.50	3,791.90	94.02%
1.1	建筑工程费	60.00			60.00	1.49%
1.2	数据中心建设费	275.00			275.00	6.82%
1.3	硬件购置费	1,044.46	608.00		1,652.46	40.97%
1.4	软件购置费	1,040.00	604.00	50.00	1,694.00	42.00%
1.5	预备费	72.58	36.36	1.50	110.44	2.74%
二	人员投入	78.00	80.34	82.75	241.09	5.98%
项目总投资		2,570.04	1,328.70	134.25	4,032.99	100.00%

(1) 项目建筑工程投资明细如下：

序号	项目	建筑面积 (平方米)	装修单价 (万元)	T+1 (万元)	合计 (万元)
1	数据中心建设	200.00	0.30	60.00	60.00
合计				60.00	60.00

(2) 数据中心建设投资明细如下：

序号	子项名称	数量 (台套)	合计 (万元)
1	屏蔽壳体系统	1	20.00
2	UPS 主机 (含电池)	1	60.00
3	强弱电桥架	1	5.00
4	门禁系统	1	2.00
5	空调暖通系统	1	50.00
6	消防系统	1	10.00
7	防雷接地系统	1	5.00

序号	子项名称	数量（台套）	合计（万元）
8	防静电系统	1	5.00
小计			175.00
9	骨干网络	1	100.00
小计			100.00
合计			275.00

(3) 项目硬件设备购置明细如下：

类别	设备名称	品牌及型号	数量（台套）	合计（万元）
网络 硬件	BI&AI 计算服务器		1	100.00
	ERP 企业资源管理服务器	IBMP750X2	1	150.00
	一物一码溯源服务器		2	100.00
	智能制造管理服务器		1	100.00
	供应商管理服务器		1	40.00
	PLM 产品生命周期管理服务器		1	60.00
	代理分销系统服务器		1	20.00
	SCRM 系统主机服务器		1	20.00
	数字化指挥中心主机服务器		1	20.00
	备份服务器	IBMSystemX3650M5	1	4.00
	融合服务器	RH2288HV3 服务器	3	18.00
	HR 服务器		1	5.00
	OA 服务器		1	5.00
	数据备份容灾服务器		2	120.00
	系统容灾服务器		1	150.00
	系统容灾存储设备		1	230.00
	磁盘阵列	V7000	6	120.00
	机架服务器	华为 RH5885HV3	2	60.00
	万兆网卡	华为 RH5885HV3 光模块	4	2.40
	千兆交换机	华为 S5720-52X-LI-AC	1	0.80
千兆光模块		10	0.26	
上网行为管理	DPtechUAG3000-MA-X AC 主机,协议库 1 年,病毒库 1 年	1	11.00	
WAF	DPtechWAF3000-GC-X 双电源 AC 主机,WAF	1	18.00	

类别	设备名称	品牌及型号	数量 (台套)	合计 (万元)
		库 1 年		
	负载均衡	DPtechADX3000-GC-X E 双电源 AC 主机	2	24.00
	数据中心安全网关	DPtechDPX8000-A5 主 机/主控模块/适配器,业 务模块等,特征库升级 1 年,病毒库升级 1 年	1	42.00
	认证网关	DPtechINAC-X 自安全 网络控制器（集成管理 平台）	1	10.00
	备份软件	TSMD56FELL	5	50.00
	数字化中台云服务器租赁		5	150.00
办公 设备	办公桌椅		15	15.00
	笔记本电脑	华为笔记本 MateBookXPro2020	2	2.00
	台式电脑	联想（Lenovo）天逸 510Pro	10	5.00
合计				1,652.46

(4) 软件设备购置明细如下：

系统	子系统	数量 (台套)	合计 (万元)
企业资源管理系统（ERP）	企业资源管理系统	1	550.00
	财务协作平台	1	55.00
	资金管理系统	1	77.00
	合并报表系统	1	22.00
	内控及审计系统	1	22.00
	人力资源管理系统（HR）	1	66.00
商业智能决策系统（BI&AI）	商业智能决策系统（BI&AI）	1	110.00
	信息化指挥中心	1	55.00
办公协同对接统一平台（OA）	办公协同对接统一平台（OA）	1	44.00
客户关系管理系统（SCRM）	客户关系管理系统（SCRM）	1	55.00
供应链协同管理系统（SCM）	供应链协同管理系统（SCM）	1	55.00
产品开发管理系统（PLM）	产品开发管理系统（PLM）	1	55.00
数字化营销系统	代销分销系统	1	110.00
	一物一码防伪追溯系统	1	88.00
智能制造管理系（MES）	智能制造管理系（MES）	1	220.00

系统	子系统	数量 (台套)	合计 (万元)
物流管理平台（WMS）	物流管理平台（WMS）	1	110.00
合计			1,694.00

(5) 预备费为上述四项金额的 3%。

(6) 人员投入明细如下：

序号	职各或岗位	定员	人均工资 (万元/年)	T+1 年	T+2 年	T+3 年	合计
1	直接人工	7		78.00	80.34	82.75	241.09
1.1	信息主管	1	18.00	18.00	18.54	19.10	55.64
1.2	系统维护人员	6	10.00	60.00	61.80	63.65	185.45

4、项目建设进度

序号	阶段/时间	T+1 年				T+2 年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	机房装修								
2	设备采购及安装								
3	人员培训及招聘								
4	信息中心运行								

三、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响

(一) 对财务状况的影响

1、对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司净资产及每股净资产将有所增长，对公司长远发展具有战略性意义。

2、对资本负债率和资本结构的影响

本次募集资金到位后，公司资金增加，资产负债率相应下降，流动比率和速动比率将大大提高，将进一步增强公司财务实力和抗风险能力。

3、对净资产收益率和盈利能力的影响

募集资金投资项目需要一定的建设期，一定期间内，净资产收益率会有所降低。但从中长期看，随着募集资金投资项目的顺利实施，公司综合实力得到增强，

营业收入与利润水平将进一步增长，盈利能力和净资产收益率将相应提高。

（二）对经营成果的影响

本次募集资金到位后，“玻璃瓶装生产线改扩建项目”“营销服务网络升级及品牌建设项目”和“信息化管理平台建设项目”将陆续实施。一方面，公司净资产相应增加。另一方面，募投项目实施阶段，固定资产折旧上升或费用性支出相应增加。第三，募投项目建设需要一定周期，实现收益滞后。以上情况的出现，使得募投项目收益实现滞后于净资产增加，从而导致本次发行后公司实施期间净资产收益率存在下降的风险。

第十四节 股利分配政策

一、发行人的股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》的规定，公司报告期内股利分配政策的一般规定如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前述规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前述规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司的利润分配方案由股东大会审议批准。公司可以采取现金或者股票方式分配股利，按股东在公司注册资本中各自所占的比例分配给各方。

二、最近三年公司股利分配情况

2018 年 3 月 5 日，冰峰有限股东会作出决议，向全体股东分配现金股利 50,603,158.70 元。

2019 年 1 月 9 日，冰峰有限股东会作出决议，向全体股东分配现金股利 55,457,321.04 元。

2020 年 7 月 9 日，冰峰饮料召开 2020 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于冰峰饮料股份有限公司 2019 年度利润分配方案的议案》，向全体股东分配现金股利 1200 万元。

2020年12月18日，冰峰饮料召开2020年第三次临时股东大会，审议通过了《关于冰峰饮料股份有限公司2020年1月至9月利润分配方案的议案》，向全体股东分配现金股利5000万元。

截至本招股说明书签署日，上述股利已全部发放。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司2020年年度股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配政策的议案》，对于公司首次公开发行股票前实现的滚存利润，由首次公开发行股票后的新老股东按照持股比例共同享有。

四、发行人上市后股利分配计划

根据公司2020年年度股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行上市后的股利分配政策如下：

（一）利润分配原则

- 1、公司实施积极的利润分配办法，确保投资者的合理投资回报；
- 2、公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；
- 3、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）利润分配具体政策

1、公司可以采取现金、股票或者二者相结合的方式进行股利分配，但以现金分红为主。公司的股利分配应当重视对投资者的合理投资回报，股利分配政策应当保持连续性和稳定性；在公司盈利能力、现金流等满足公司正常的生产经营和长期发展的前提下，公司将实施积极的现金股利分配政策。

2、公司原则进行年度利润分配，在有条件的情况下，公司董事会可以根据公司的资金状况提议进行中期现金分配。

3、公司若无重大资金支出安排，公司每个会计年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润（指公司弥补亏损、扣除法定公积金后所余税后利润）的百分之十。

4、根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证足额现金分红及公司股本规模合理的前提下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分配比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。在保证公司股本规模和公司股权结构合理的前提下，基于对回报投资者和分享公司价值的考虑，当公司股票估值处于合理范围内，公司可以发放股票股利，具体方案需经公司董事会审议通过后提交公司股东大会审议批准。

5、董事会未按照利润分配政策作出利润分配预案的或者满足分红条件而不进行分红的，应当在定期报告中披露无法确定利润分配预案的原因、未现金分红的原因、未用于现金分红的资金留存公司的用途，公司独立董事应当对此发表独立意见。

6、公司股东大会对公司的利润分配方案作出决议后，公司董事会须在公司股东大会召开后二个月内完成股利（或者股份）的派发事项。

7、公司董事会应当综合考虑所处的行业特点、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，并且按照《公司章程》、本章程规定的程序，提出差异化的现金分配政策：

（1）公司发展阶段属于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的比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属于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的比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属于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的比例最低应达到 20%；

（4）公司发展阶段不易区分且有重大资金支出安排的，可以参照前项规定处理。

（三）公司利润分配方案的审议程序

1、公司在每个会计年度结束后，由公司董事会根据经营需要，充分考虑公司盈利规模、现金流量、发展资金需求、融资成本、外部融资环境等因素，科学拟定公司的利润分配方案，独立董事和监事会发表意见后，董事会提交股东大会

审议。

2、公司因特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

3、董事会、监事会及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东均有权向公司提出利润分配政策相关的提案。公司董事会、监事会及股东大会在公司利润分配政策的研究论证和决策过程中，应当充分听取和考虑股东，特别是中小投资者、独立董事的意见。董事会、独立董事和持有 1%以上有表决权股份的股东等主体可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

（四）利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，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。监事会应对董事会利润分配执行进行监督。

（五）利润分配政策的调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整公司利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的相关规定。公司应当通过修改《公司章程》中关于利润分配的相关条款进行利润分配政策的调整，决策程序为：

1、公司调整利润分配政策应当以保护股东利益和公司整体利益为出发点，公司应当充分听取中小股东的意见，通过网络、电话、邮件等方式收集中小股东的意见，并且由公司投资者关系管理相关部门将中小股东的意见汇总后提交公司董事会，公司董事会应当在充分考虑中小股东的意见后制订调整公司利润分配政策的方案，并且作出关于修改《公司章程》的议案。

2、公司独立董事应当对上述议案进行独立审核并且发表独立董事意见；公司监事会应当对上述议案进行审核并且发表审核意见。

3、公司董事会审议通过上述议案后提交公司股东大会审议批准，公司董事会决议公告时应当同时披露公司独立董事和公司监事会的审核意见。

4、公司股东大会审议上述议案时，公司可以提供网络投票等方式以方便中

小股东参与表决，该事项应当由公司股东大会以特别决议审议通过。

5、公司股东大会批准上述议案后，公司应当相应的修改《公司章程》并且执行调整后的利润分配政策。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者关系

公司的信息披露及投资者服务工作由董事会统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露及投资者服务事宜，相关人员的联系方式如下：

负责信息披露和投资者关系的部门：

联系人：谢晖

联系地址：西安市浐灞生态区东十里铺北酒十路 189 号

邮政编码：710032

联系电话：029-62683923

传真号码：029-62683917

电子邮箱：827002106@qq.com

二、重大合同

（一）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司与最近一期前五大供应商已签署且正在履行的重大采购合同如下：

序号	供应商及住所	采购产品	合同期限	数量	价款及结算方式	履行方式	争议处理约定	违约责任
1	陕西嘉星化工有限公司，住所：陕西省西安市莲湖区大兴新区大兴东路2号2幢1单元11612室	乳化香精、苹果香精等	2021年1月4日至2021年12月31日	以交易订单为准	每月25日前以实际到货合格数量按商定价格进行结算	发行人提供订单，供应商根据订单自担运费将货送至指定地点，发行人再验收	如有争议双方协商解决，协商不成可依《中华人民共和国民法典》和相关法律法规起诉	1.供应商如未按期如数交货，需按本批货值总额20%向发行人支付违约金及承担直接经济损失；2.供应商逾期交付货物，每逾期一天，发行人有权要求其按逾期交付部分价款总额的0.3%偿付违约金；3. 供应商产品如出现质量问题，须向发行人承担赔偿责任
2	西安市西糖烟酒连锁超市有限公司，住所：西安市莲湖区西关南小巷112号	白砂糖	2021年1月4日至2021年12月31日	以交易订单为准	每月25日前以实际到货合格数量按商定价格进行结算	发行人提供订单，供应商根据订单自担运费将货送至指定地点，发行人再验收	如有争议双方友好协商解决，解决不成，任何一方有权向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	1.供应商如未按期如数交货，需按本批货值总额20%向发行人支付违约金及承担直接经济损失；2.供应商逾期交付货物，每逾期一天，发行人有权要求其按逾期交付部分价款总额的0.3%偿付违约金；3. 供应商产品如出现质量问题，须向发行人承担赔偿责任
3	西安富田食品有限公司，住所：西安市经济技术开发区凤城二路39号；珠海中富实业股份有限公司，住所：广东省珠海市保税区联峰路	冰峰橙味汽水、冰峰酸梅汤加工服务	2018年1月1日至2022年12月31日	以加工订单为准	加工费用按阶梯单价执行。每月生产开始前发行人预付加工订单的加工费30%给供应商，合同产品检验合格后，成品提货前或每月末根据实际完成的合格成品入库数量支付剩余部分加工费	发行人于每月25号前提供次月的加工订单，并自行提供产品配方所需原辅料，供应商按约提供加工服务，产品经检验合格后，发行人至供应商成品仓库提货	如有争议应友好协商解决，协商不成的，应向甲方所在地人民法院起诉	任何一方未能按合同的规定履行义务，或作出任何虚假的声明、陈述或保证，则视为违约。违约方应按合同约定及有关法律法规承担违约责任。守约方有权追究违约方的违约责任，解除合同，并要求违约方赔偿守约方因此造成的一切损失
4	奥瑞金（湖北）销售有限公司，住所：咸宁市高新技术产业园龟山路69号（奥瑞金）9幢办公楼	橙味易拉罐、刻字大口盖、酸梅汤易拉罐、高温环保小口盖、高温磨砂罐、印刷高温环保盖、易拉罐	2021年1月4日至2021年12月31日	以交易订单为准	每月25日前以实际到货合格数量按商定价格进行结算	发行人提供订单，供应商根据订单自担运费将货送至指定地点，发行人再检验	如有争议双方友好协商解决，解决不成，任何一方有权向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	1.供应商如未按期如数交货，需按本批货值总额20%向发行人支付违约金及承担直接经济损失；2.供应商逾期交付货物，每逾期一天，发行人有权要求其按逾期交付部分价款总额的0.3%偿付违约金；3. 供应商产品如出现质量问题，须向发行人承担赔偿责任；4.如供应商侵犯发行人知识产权，需承担赔偿责任
5	烟台新中萃玻璃包装有限公司，住所：	冰峰饮料瓶	2021年1月4日至	500万只	总价款585万元，结算方式为电汇。生产前预	供应商自担费用将货运至发行人仓	如有争议双方协商解决，协商	1.供应商如未按期如数交货，需按本批货值总额20%向发行人支付违约金及承担直接

序号	供应商及住所	采购产品	合同期限	数量	价款及结算方式	履行方式	争议处理约定	违约责任
	中国（山东）自贸区烟台开发区无锡路11号		2021年12月31日		付货款60%即351万元，尾款待生产完毕按到货后的实际数量付清	库，如货物质量存在问题，发行人在货到仓库十五日内提出	不成可依法向发行人或供应商所在地法院起诉	经济损失；2.供应商逾期交付货物，每逾期一天，发行人有权要求其按逾期交付部分价款总额的0.3%偿付违约金；3. 供应商产品如出现质量问题，须向发行人承担赔偿责任；4.如供应商侵犯发行人知识产权，需承担赔偿责任

（二）销售合同

截至本招股说明书签署日，公司与最近一期前五大客户已签署且正在履行的重大销售合同如下：

序号	客户名称及住所	销售产品	合同期限	数量	货款结算及履行方式	争议处理约定	违约责任
1	西安创亿达商贸有限公司，住所：陕西省西安市雁塔区东仪路173号锦江木器厂院内	“冰峰”牌系列产品（冰峰易拉罐橙味汽水、冰峰易拉罐酸梅汤、冰峰包装饮用水、冰峰果果、冰峰 SLEEK、冰梅 SLEEK，茯茶 SLEEK）	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	款到发货，付款方式为现金或者银行转账。发行人在收到客户货款3日内，确认订货数量，免费送货至客户指定库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	如客户存在销售过期产品、未按照发行人同意的价格进行销售、未按合同约定区域、渠道销售、未经同意向任何第三方泄漏在经销过程中知悉的发行人商业信息等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同等
2-1	西安市雁塔区郭云锋酒水经销部，住所：西安市雁塔区太白南路68号	“冰峰”牌系列产品（冰峰易拉罐橙味汽水、冰峰易拉罐酸梅汤、冰峰包装饮用水、冰峰果果、冰峰 SLEEK、冰梅 SLEEK，茯茶 SLEEK）	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	款到发货，付款方式为现金或者银行转账。发行人在收到客户货款3日内，确认订货数量，免费送货至客户指定库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	如客户存在销售过期产品、未按照发行人同意的价格进行销售、未按合同约定区域、渠道销售、未经同意向任何第三方泄漏在经销过程中知悉的发行人商业信息等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同等
2-2	西安市雁塔区郭云锋酒水经销部，住所：西安市雁塔区太白南路68号	冰峰瓶装橙味汽水，冰峰瓶装酸梅汤，冰峰瓶装苹果味汽水，冰峰包装饮用水	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	客户根据经营备货情况向发行人先行交纳预付款，货物分期分批自提或由发行人送达客户库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	如客户存在未按照发行人同意的价格进行销售、未经发行人同意转让合同项下权利义务等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同

序号	客户名称及住所	销售产品	合同期限	数量	货款结算及履行方式	争议处理约定	违约责任
3-1	西安市汉长城保护区蜀都酒水经销部，住所：西安市未央区新北城市市场蔬菜配送区33号	“冰峰”牌系列产品（冰峰易拉罐橙味汽水、冰峰酸易拉罐梅汤、冰峰包装饮用水、冰峰果果、冰峰 SLEEK、冰梅 SLEEK，茯茶 SLEEK）	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	款到发货，付款方式为现金或者银行转账。发行人在收到客户货款3日内，确认订货数量，免费送货至客户指定库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	如客户存在销售过期产品、未按照发行人同意的价格进行销售、未按合同约定区域、渠道销售、未经同意向任何第三方泄漏在经销过程中知悉的发行人商业信息等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同等
3-2	西安市汉长城保护区蜀都酒水经销部，住所：西安市未央区新北城市市场蔬菜配送区33号	冰峰瓶装橙味汽水，冰峰瓶装酸梅汤，冰峰瓶装苹果味汽水，冰峰包装饮用水	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	客户根据经营备货情况向发行人先行交纳预付款，货物分期分批自提或由发行人送达客户库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	如客户存在未按照发行人同意的价格进行销售、未经发行人同意转让合同项下权利义务等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同
4-1	咸阳金盛禾商贸有限公司，住所：陕西省咸阳市渭城区抗战南路西侧双保御水苑3幢1单元21层12102号	“冰峰”牌系列产品（冰峰易拉罐橙味汽水、冰峰易拉罐酸梅汤、冰峰包装饮用水、冰峰果果、冰峰 SLEEK、冰梅 SLEEK，茯茶 SLEEK）	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	款到发货，付款方式为现金或者银行转账。发行人在收到客户货款3日内，确认订货数量，免费送货至客户指定库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	客户存在销售过期产品、未按照发行人同意的价格进行销售、未按合同约定区域、渠道销售、未经同意向任何第三方泄漏在经销过程中知悉的发行人商业信息等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同等
4-2	咸阳金盛禾商贸有限公司，住所：陕西省咸阳市渭城区抗战南路西侧双保御水苑3幢1单元21层12102号	冰峰瓶装橙味汽水，冰峰瓶装酸梅汤，冰峰瓶装苹果味汽水，冰峰包装饮用水	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	客户根据经营备货情况向发行人先行交纳预付款，货物分期分批自提或由发行人送达客户库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉。	如客户存在未按照发行人同意的价格进行销售、未经发行人同意转让合同项下权利义务等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同
5-1	西安市未央区荣欣欣百货商店，住所：西安市未央区汉城街办店子村108号副1号	“冰峰”牌系列产品（冰峰易拉罐橙味汽水、易拉罐冰峰酸梅汤、冰峰包装饮用水、冰峰果果、冰峰 SLEEK、冰梅 SLEEK，茯茶 SLEEK）	2021年1月1日至2021年12月31日	以交易订单为准	款到发货，付款方式为现金或者银行转账。发行人在收到客户货款3日内，确认订货数量，免费送货至客户指定库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉	客户存在销售过期产品、未按照发行人同意的价格进行销售、未按合同约定区域、渠道销售、未经同意向任何第三方泄漏在经销过程中知悉的发行人商业信息等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同等

序号	客户名称及住所	销售产品	合同期限	数量	货款结算及履行方式	争议处理约定	违约责任
5-2	西安市未央区荣欣欣百货商店，住所：西安市未央区汉城街办店子村 108 号副 1 号	冰峰瓶装橙味汽水，冰峰瓶装酸梅汤，冰峰瓶装苹果味汽水，冰峰包装饮用水	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	以交易订单为准	客户根据经营备货情况向发行人先行交纳预付款，货物分期分批自提或由发行人送达客户库房	如有争议双方应友好协商解决，如协商不成，应向合同签订地有管辖权的人民法院起诉。	如客户存在未按照发行人同意的价格进行销售、未经发行人同意转让合同项下权利义务等情形的，发行人有权要求客户承担相关法律责任，并有权解除合同

（三）授信及担保合同

截至本招股说明书签署日，公司不存在正在履行的授信及担保合同。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保情况。

四、重大诉讼、仲裁事项

2020年7月22日，冰峰饮料与杭州财库数字科技有限公司（以下简称“杭州财库”）签署《茯茶产品直播电商营销推广服务合同》，冰峰饮料委托杭州财库在其电商推广平台为“冰峰”品牌的“茯茶”产品进行营销推广。冰峰饮料按约定向杭州财库支付了125万元推广费用，但杭州财库未能按照合同约定履行义务，且拒不退回冰峰饮料已支付的125万元推广费用，冰峰饮料遂于2021年1月20日向西安市莲湖区人民法院起诉，要求杭州财库返还125万元推广费用及相应利息、律师费，该起诉当日获莲湖区人民法院受理。截至本招股说明书出具日，此案尚未开庭。

鉴于本案标的额较小，且冰峰饮料为原告，该等诉讼不会对冰峰饮料的生产经营造成实质性影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

除上述诉讼外，公司及子公司不存在其他尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

五、控股股东和董事、监事、高级管理人员涉及的重大诉讼、仲裁和行政处罚

2020年6月，徐振兴向西安市莲湖区人民法院起诉糖酒集团和公司实际控制人张军，要求解除其与张军之间的委托持股关系。2021年6月4日，西安市莲湖区人民法院作出编号为“（2020）陕0104民初6603号”《民事判决书》，认为徐振兴与张军之间委托持股关系的形成是基于糖酒集团股东会通过的公司章程补充规定，系履行该章程补充规定的要求，徐振兴要求解除委托持股关系与该章程补充规定不符，驳回其诉讼请求。

糖酒集团为解决股权代持问题，于 2017 年 4 月 9 日召开了股东会，一致同意以隐名股东为合伙人设立三个合伙企业作为持股平台，隐名股东将其实际拥有的糖酒集团股权全部转让给持股平台，通过持股平台间接持有糖酒集团股权，徐振兴拒绝入伙持股平台、拒绝将其所持糖酒集团股权转让给持股平台。

鉴于本案所涉糖酒集团股权较小，且各方均认同案涉股权归属于徐振兴，该等诉讼不构成本次发行上市的法律障碍。

截至本招股说明书签署日，除上述诉讼外，公司控股股东糖酒集团和董事、监事、高级管理人员不存在其他未决重大诉讼、仲裁和行政处罚。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

全体董事、监事、高级管理人员声明

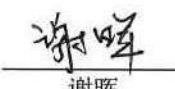
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名


张军


陈卫平

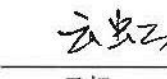

肖锋

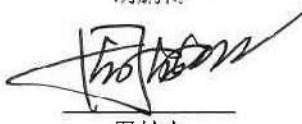

谢晖


林劲峰

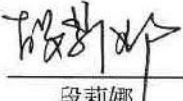

胡鹏博


岳田利


云虹


周喆人

全体监事签名：


段莉娜


李寒


刘天良

高级管理人员签名：


陈卫平


肖锋


苏丹冰


谢晖

西安冰峰饮料股份有限公司

2021年6月18日



保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人： 
陶永泽

保荐代表人： 
何永平


谢涛



保荐机构（主承销商）董事长和总经理声明

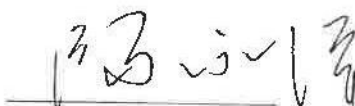
本人已认真阅读西安冰峰饮料股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



陈强

保荐机构董事长：



陶永泽



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：



许泽杨

经办律师：



史柏海



孙转坤



评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读西安冰峰饮料股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：



黄西勤

签字资产评估师：



邢贵祥



徐斌

国众联资产评估土地房地产估价有限公司



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及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：




谭小青

签字注册会计师：



殷明



朱永华

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



2021年6月18日

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及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：




谭小青

签字注册会计师：



殷明



朱永华

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



第十七节 备查文件

一、本招股说明书的备查文件

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制审核报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点

投资者可于本次发行承销期间，到本公司或保荐人（主承销商）的办公地点查阅。

三、查询时间

本次发行承销期间，除法定节假日以外的每日 9:00-11:00，14:00-17:00。

四、查阅网址

巨潮资讯网站：www.cninfo.com.cn