

广州神之水滴酒业股份有限公司、
华创证券有限责任公司
关于广州神之水滴酒业股份有限公司
挂牌申请文件的第二次反馈意见的回复



主办券商

华创证券有限责任公司



二〇一六年十一月

**广州神之水滴酒业股份有限公司、
华创证券有限责任公司
关于广州神之水滴酒业股份有限公司挂牌申请文件的
第二次反馈意见的回复**

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

华创证券有限责任公司（以下简称“主办券商”）已收悉贵公司于2016年11月7日出具的《关于广州神之水滴酒业股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见》（以下简称“反馈意见”）。广州神之水滴酒业股份有限公司（以下简称“神之水滴”或“公司”）、主办券商、北京大成（上海）律师事务所（以下简称“律师”）以及广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对贵公司提出的反馈意见进行了认真讨论与核查，并逐项落实后进行了书面说明。涉及对《广州神之水滴酒业股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“公开转让说明书”）进行修改或补充披露的部分，已按照反馈意见的要求对公开转让说明书进行了修改和补充，并已在《公开转让说明书》（反馈稿）中以楷体加粗显示，本回复中涉及的字体代表以下含义：

仿宋（加粗）	反馈意见所列问题
仿宋（不加粗）	反馈意见所列问题之回复
楷体（加粗）	对公开转让说明书等申报文件之修改或补充披露内容

本回复说明中的简称如未特殊说明，与《公开转让说明书》中的简称具有相同的含义。

现就《反馈意见》中提及的问题逐项说明如下：

一、关于持续经营能力。请公司：（一）结合行业状况、市场前景、核心资源要素、核心竞争力、业务发展规划、市场开发能力、新业务拓展情况、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入实现情况等评估公司的持续经营能力；（二）根据《全国中小企业股份转让系统挂牌业务问答-关于挂牌条件适用若干问题的解答（二）》，着重从以下方面充分论证说明公司是否存在负面清单所列情形：1、公司是否属于科技创新类公司；2、若属于科技创新类公司，且因新产品研发或新服务培育原因而营业收入少于1000万元，请论证说明“新产品研发或新服务培育”对公司经营的影响；3、若属于非科技创新类公司，请论证说明最近两年累计营业收入是否低于行业同期平均水平；4、若属于非科技创新类公司且最近两年及一期持续亏损，请论证说明“最近两年营业收入是否持续增长，且年均复合增长率超过50%”；5、公司最近一年及一期的主营业务中是否存在国家淘汰落后及过剩产能类产业。请主办券商和会计师针对以上问题以及公司经营模式是否可持续、公司是否具备核心资源要素和核心竞争力、是否符合“具有持续经营能力”的挂牌条件进行核查并发表明确核查意见。

（一）结合行业状况、市场前景、核心资源要素、核心竞争力、业务发展规划、市场开发能力、新业务拓展情况、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入实现情况等评估公司的持续经营能力；

【公司回复】：

1、公司所处行业状况及市场环境分析

目前，我国葡萄酒行业处于成长期。随着人均收入的提高，消费结构的升级，以及人们对葡萄酒营养价值的逐渐认知，大众消费者逐渐成为葡萄酒的消费主流，葡萄酒的行业容量随之扩大。

根据中国产业信息网发布的《2016-2022年中国葡萄酒市场运行态势及投资战略研究报告》：未来我国葡萄酒消费潜在人群有望超5.8亿人，葡萄酒消费量将持续增长，而中国的葡萄酒产量几乎无法满足国内市场持续增长的消费需求。公司主要从事进口葡萄酒的批发与零售，未来市场前景广阔。

2、核心资源要素及核心竞争力分析

公司的核心资源要素及核心竞争力主要体现在以下方面：

（1）成熟的一级代理渠道

传统的葡萄酒行业中，优质的上游供应商直接决定了企业商品的品质。目前，中国的酒类市场上，对高额利润的追逐导致市场上假酒泛滥。神之水滴一直致力于国外直接采购，大部分产品均由国外酒庄及其他国外一级代理直接采购，少部分因代理权等原因，由公司向国内葡萄酒进口商采购。通过多年的运作和积累，对供应商及产品的选择已形成了成熟的体系。公司已取得多家精品酒庄的一级代理权，从源头上保证了公司葡萄酒的品质。

（2）高采购标准，避开低价竞争

葡萄酒行业门槛低，市场低价同质产品较多。公司一直致力于销售精品优质的产品，寻找有特色的酒庄产品，这些高品质产品的进口价格亦高于全国平均进口价。如法国拉格雷泽庄园，2015年公司的进口值为426,495.66美元，占公司总进口额的26.25%，该庄园产品

平均进口价为 11.17 美元/升，比全国法国酒平均进口价 6.35 美元/升高出 75.9%；阿根廷的雷诺庄园，2015 年公司的进口值占公司总进口额的 14.8%，庄园产品平均进口价为 7.57 美元/升，比全国阿根廷酒平均进口价 4.01 美元/升高出 88.7%。通过代理这类精品酒庄的产品，神之水滴有效地避开低价同质产品的竞争，从而使公司品牌在消费者心目中的定位更为明确。

(3) 独家代理权，维持优质货源

公司经过近十年的发展，与上游供应商建立了良好而且可持续的合作关系，代理来自法国、西班牙、意大利、智利、阿根廷、澳洲、南非、新西兰、美国等九个国家近百款产品，目前公司已取得法国拉格雷泽庄园、法国劳伦卡巴庄园、法国 Lorgeril 集团白石庄园、阿根廷雷诺酒庄、西班牙美酒窖庄园、智利路加庄园等六个庄园为期 6 年的中国独家代理权。这六个庄园在 2015 年公司的进口额占比约 78%。神之水滴在上游渠道的控制方面，具有较为明显的优势。

(4) 高品质的物流优势，确保产品品质

公司的葡萄酒均从国外采购，进口葡萄酒运输到国内，需要经历较长时间和路程的运输。因葡萄酒属于易碎品，且对温度的要求较高，物流环节直接影响了葡萄酒的品质，因此在物流方面需要极为严格的控制。

公司在物流上花费了大量的精力和成本，在温度控制方面，公司采用了市面上效果最好成本最高的隔热膜，并放置温度计于葡萄酒箱中，全程监控温度。在到达口岸之前，安排好所有文件和手续，以便所运货品能在最短的时间内离开码头，尽量降低葡萄酒受损的可能性。

(5) 拥有香港子公司，与国际接轨

香港作为国际金融中心，在航运、金融方面有无可替代的优势。成立香港子公司，在业务方面与神之水滴的大陆进口业务互补且相互促进，香港子公司在境外专营高价知名葡萄酒，神之水滴在境内专营精品葡萄酒，公司的产品涵盖各个价格区间，满足不同消费者的需求，有效连接了境内外的销售体系。基于神之水滴的实际控制人林畅先生早期在境外律师事务所的从业经验，香港公司的运作及规划相对较成熟，拥有先天的优势，为公司在海外业务的拓展开辟了有效而可持续发展的道路。

3、业务发展规划

神之水滴在运作过程中，除不断发掘高品质的上游供应商外，还根据行业的整体趋势，对公司未来的发展进行了详尽、可实施的规划及准备。

(1) 收购上游酒庄的股份

公司经过近 10 年的发展，从进口产品进步到独家代理进口产品，下一步是收购上游酒庄的股份，对上游资源的收购与整合，能为公司带来以下优势与业务增长点：

①永久解决代理权的可持续问题；

②打通上游供应商和下游经销商的贸易壁垒，实现为经销商量身打造酒标及品牌；

③为高端客户提供海外酒庄为主题的旅游服务，为集团客户提供私人定制形象酒等个性化服务，增加客户黏性；

④由于公司成为庄园的股东，对于庄园的稀缺资源，如老酒、好年份的稀缺酒品，公司能直接把控。

通过并购上游酒庄，能打破原来上游酒庄与下游资源无法有效互

动的局面，使公司业务更立体、客户黏性更强，形成可持续扩大发展的商业闭环。

神之水滴计划在法国、意大利、西班牙、阿根廷、智利、澳洲这些知名的产区，寻找可参股或控股的庄园，形成一个国际化的酒庄网络。目前，神之水滴已分别于 2016 年 4 月 13 日和 2016 年 4 月 5 日与公司的两大主要供应商法国拉格雷泽庄园及阿根廷雷诺庄园的股东达成股份收购意向。

（2）发展互联网+业务

随着中国电子商务二十几年的发展，截至 2015 年底，中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 12.7%。随着科技的进步，酒类产品销售渠道也不断拓宽。根据中国电子商务发展中心的数据显示，2012 年酒类电子商务规模达到 30 多亿元，占酒类行业销售收入的 0.5%左右，到 2016 年酒类电商交易规模预计将迅速达到 500 亿元。线上销售平台呈多元化发展趋势，B2C、O2O 等线上经销平台不断涌现，改变了传统葡萄酒行业线下销售的单一局面。

公司原有的零售业务主要系通过两个门店来实现，在互联网+时代，公司对实体店投资持更为谨慎的态度。对于现时的垂直电商及 O2O 模式，公司将从中取优，探索“互联网+”的新道路，更注重移动互联网的传播与分享，将国内业务与国外资源（包括并购的上游国外酒庄）进行整合，构建销售、体验、酒庄旅游与收藏投资的业务闭环，形成新的业务增长点。

2016 年 3 月 26 日，公司与广州西鹿网络科技有限公司签订了《神之水滴微信商城项目开发协议》，聘请后者为公司进行微信商城二次开发，并为公司构建和培训有关技术团队。双方亦约定在项目验收完

毕后，再启动 APP 的开发。电商平台目前已经规划完成在进入平台开发阶段，此电商平台以独特视角切入 B2C 领域，整合上下游资源结合跨界合作模式，线上电商线下 O2O。

公司目前筹划的电商平台主要有 HTML5 端、APP 端和 Web 端，根据公司未来发展的方向设计了一系列功能模块，在 HTML5 端和 APP 端，公司设计了用户商城，在 Web 端设计了管理后台、内部体系对接模块：

终端类型	功能模块	功能点
HTML5 端、APP 端	用户商城端	立即下单
		精选推荐
		会员中心
Web 端	管理后台	商品管理
		活动管理
		营销管理
		订单管理
		数据管理
		核销体系
		多客服体系
	内部体系对接	ERP 系统对接

发展互联网+业务，与传统线下零售、电商及 O2O 模式三种模式相比，有更丰富的场景内涵；与拥有大量门店的 O2O 模式相比，刚开始获客能力较弱，但由于不用支付高昂的门店费用，公司便可将资源集中于用户体验，有利于长期发展。

(3) 拓展新的业务模式

在波尔多产区，每年 9 月是葡萄采摘的季节，经过榨汁发酵，葡萄酒酿成后在当年 11 月或 12 月装入橡木桶陈酿，到第二年 5 至 6 月份，波尔多庄园会通过批发商（即 Negociant）邀请买家从橡木桶中取出样酒进行品尝，如对样酒满意，买家可直接下单购买。到第三

年的7月份，庄园会把葡萄酒从橡木桶中抽出灌到玻璃瓶中，并按庄园的时间表交货。从买卖到交货，需经过十八个月的时间跨度。

据统计数据表明，通常在这种交易制度下，特别是对那些年产量不超过25,000-30,000箱（约30万瓶）的著名庄园，买家提前购进葡萄酒的成本价会低于交货时市场平均成本价，形成一种稳健而可持续的盈利模式。

参与该业务的关键在于买家与庄园以及批发商的合作关系。后者一般都是集团化运作，旗下有热门产品，亦有不知名的精品酒庄。由于公司有推广精品葡萄酒的经验，有能力帮助庄园或批发商消化这类产品，酒庄及批发商乐于给予公司提前购买热门产品的配额。

公司已设立香港子公司，完成大陆业务与香港业务的构建，形成可持续经营的法律结构。公司期望能不断扩大波尔多的业务，超越传统的英国和香港酒商，更好地服务大陆日益成熟的高端葡萄酒市场。

（4）酒类产品多元化拓展

随着行业规模的不断扩大及公司原有客户群体偏好需求的反馈，酒类产品细分市场的需求不断提升，公司探索到市场对精品啤酒及精品威士忌等产品的需求也日益增长。公司将审慎研究并充分论证，在近年内将精品啤酒及精品威士忌纳入公司的产品序列，在多元化公司产品的时候，满足各种客户的需求。

4、市场开发能力分析

公司客户销售模式分为批发业务模式、终端销售业务模式。

(1) 批发业务模式

公司立足于全国市场，经销商是公司打通全国市场的重要渠道。目前公司通过与全国各地经销商客户合作，让代理的产品进入各区域市场，通过经销商的各种渠道进行销售。公司每年参加全国行业展会，提高公司品牌知名度、寻找合作伙伴，也通过支持经销商举行酒会、周年庆等活动对代理产品进行宣传，促进产品销售。

公司对业务员进行属地化管理，由业务员开发区域市场，对区域市场产品布局进行规划，筛选出符合公司要求的经销商客户，通过考察后进行合作，签订销售协议，确定合作相关细节，并开始合作。

业务员通过拜访客户，了解客户需求，并推荐合适的产品给客户，通过销售业务洽谈并促成订单的成交，确定批发业务订单后，进入批发销售流程。

(2) 终端销售业务模式

零售业务管理主要是通过规范门店针对零售类别客户的销售，目前公司拥有天河北分公司和天河南分公司两个直营门店，由直营店具体负责公司的零售业务。

公司具有一定的市场开拓能力。

5、资金筹资能力分析

截至2016年4月30日，公司的资产负债率（母公司）为61.96%的，资产负债率较低，控股股东个人资金实力雄厚，能为公司向银行借款提供担保，债务融资能力强；公司目前主营业务发展向好，净利润逐年上升，外部股权投资者对公司前景看好，股权融资能力强。

6、新业务拓展情况、期后签订合同、期后收入实现情况

(1) 报告期后，公司积极开拓业务，2016年5月1日-2016年

9月30日，公司新签订的重要销售合同主要有：

单位：元

序号	合同主体	交易内容	合同金额	签订日期	履行情况
1	广州楠琼贸易有限公司	葡萄酒	1,711,327.00	2016.09.02	正在履行
2	广州酿德贸易有限公司	葡萄酒	1,388,997.00	2016.09.07	正在履行
3	广东美虹贸易有限公司	葡萄酒	823,191.00	2016.08.31	正在履行
4	广州汇悦文化发展有限公司	葡萄酒	757,500.00	2016.05.31	履行完毕
5	湖南酒易购商业连锁管理有限公司	葡萄酒	680,934.00	2016.09.13	正在履行
6	广州玖歌网络科技有限公司	葡萄酒	356,105.00	2016.06.30	正在履行
7	广州玖歌网络科技有限公司	葡萄酒	328,465.00	2016.07.30	正在履行
8	广州市宝醇丽贸易有限公司	葡萄酒	246,624.00	2016.08.25	正在履行
9	广州市鸣皋文化传播有限公司	葡萄酒	210,753.00	2016.07.30	正在履行
10	浙江睿合汇贸易有限公司	葡萄酒	135,000.00	2016.05.31	履行完毕
11	广州名庄贸易有限公司	葡萄酒	133,614.00	2016.06.03	正在履行
12	河北藏酒轩商贸有限公司	葡萄酒	100,200.00	2016.07.26	正在履行
13	百汇酒窖	葡萄酒	72,960.00	2016.08.22	履行完毕
14	成都市远鸥酒业	葡萄酒	67,800.00	2016.08.08	履行完毕
15	厦门文昌成商贸有限公司	葡萄酒	65,340.00	2016.08.04	履行完毕
16	河北藏酒轩商贸有限公司	葡萄酒	57,240.00	2016.06.14	履行完毕
17	哈尔滨吉源隆商贸有限公司	葡萄酒	53,986.00	2016.09.18	履行完毕
18	广州名庄贸易有限公司	葡萄酒	51,600.00	2016.09.18	履行完毕
19	河北保定市盛古商贸有限公司	葡萄酒	51,540.00	2016.07.05	履行完毕
20	浙江睿合汇贸易有限公司	葡萄酒	50,700.00	2016.09.20	履行完毕
21	湖南欧亚得美酒业葡萄酒销售有限公司	葡萄酒	50,550.00	2016.08.23	履行完毕
22	北京普华翔睿商贸有限公司	葡萄酒	50,232.00	2016.07.20	履行完毕
合计			7,444,658.00	-	-

(2) 期后收入同期对比情况

单位：元

项目	2016年5月至9月	2015年5月至9月	2014年5月至9月
主营业务收入	12,050,037.80	6,029,465.66	5,768,349.05

公司期后业务开拓情况良好，公司期后收入增长明显，2015年9月至12月实现销售收入6,029,465.66，与上年同期相比增长4.53%，2016年5月至9月实现销售收入12,050,037.80元，与上年同期相

比增长 99.85%。

公司 2014 年实现营业收入 12,790,563.89 元、2015 年实现营业收入 20,227,267.22 元，2016 年 1-9 月实现营业收入 22,112,622.30 元；其中 2016 年 1-9 月的营业收入已超出 2015 年全年营业收入的 5.9%，第四季度是葡萄酒的传统销售旺季，公司预计 2016 年全年营业收入增长将超过 2015 年全年的 50%，从而近三年公司营业收入复合增长率将超过 50%。

【主办券商回复】：

综上，主办券商认为，结合公司行业状况、市场前景、核心资源要素、核心竞争力、业务发展规划、市场开发能力、新业务拓展情况、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入实现情况来看，公司所处行业前景广阔公司市场开发能力较强、具有较强的竞争优势和竞争力，具有持续经营能力。

会计师的回复意见详见《广州神之水滴酒业股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见中有关问题核查情况的说明》

(二) 根据《全国中小企业股份转让系统挂牌业务问答-关于挂牌条件适用若干问题的解答(二)》，着重从以下方面充分论证说明公司是否存在负面清单所列情形：

1、公司是否属于科技创新类公司；

【公司回复】：

根据国家发改委《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》，

公司经营业务不属于战略性新兴产业，公司属于非科技创新公司。

2、若属于科技创新类公司，且因新产品研发或新服务培育原因而营业收入少于 1000 万元，请论证说明“新产品研发或新服务培育”对公司经营的影响；

【公司回复】：

根据国家发改委《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》，公司经营业务不属于战略性新兴产业，公司属于非科技创新公司。

3、若属于非科技创新类公司，请论证说明最近两年累计营业收入是否低于行业同期平均水平；

【公司回复】：

(1) 行业分类：

根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业为 F51. 批发业。根据国家统计局 2011 年 8 月颁布实施的《国民经济行业分类》国家标准(GB/T4754-2011)，公司所处行业为 F5127. 食品饮料批发。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为 F5127. 酒、饮料及茶叶批发。

(2) 行业平均营业收入水平测算：

①由于公司所处行业大类批发业（F51），公开市场数据涵盖各类产品细分批发行业，各产品之间高低附加值及规模差异较大，可参考

性低，因此不纳入测算标准。

②在参考上市公司可比公司中，上市公司全部为酒类生产企业，由于神之水滴只从事葡萄酒产品批发，本身不涉及生产，因此上市公司没有可比公司样本。

同时剔除的还有区域股权市场中的生产类企业。

③根据 Wind 数据，可比细分行业（F5127. 食品饮料批发）在新三板挂牌的企业共计 6 家，情况如下：

单位：元

序号	公司简称及代码	年度营业收入		两年平均营业收入	主要产品
		2014 年度	2015 年度		
1	金易久大 832965.OC	50,599,966.49	40,376,338.40	90,976,304.89	葡萄酒、白酒及其他酒类的批发
2	农商通 835021.OC	13,589,757.71	3 8,291,341.02	51,881,098.73	农村电子商务平台及快消品代理销售（液态奶、啤酒）
3	名品世家 835961.OC	84,156,030.93	207,691,142.14	291,847,173.07	基于覆盖全国大部分地区的线下加盟店以及线上的移动互联网平台，为客户提供综合的酒类产品和酒类服务（白酒、葡萄酒、白兰地）
4	玖悦股份 837538.OC	852,966.74	41,387,067.18	42,240,033.92	从事酒类销售和玖悦美酒美食生活馆的经营（葡萄酒、烈酒）
5	乐汇电商 837989.OC	20,965,617.46	95,354,408.29	116,320,025.75	从事电子商务经销服务
6	链酒科技 838713.OC	1,992,268.70	10,561,375.65	12,553,644.35	从事酒类批发业务（葡萄酒、白酒）
累计两年营业收入平均数				100,969,713.45	

(3) 主办券商项目组取得的可比细分行业公开市场数据如下：

单位：元

行业	数据来源	市场类别	2014年		2015年		两年平均之和
			行业平均营业收入	样本数	行业平均营业收入	样本数	
可比细分行业（Wind白酒与葡萄酒）	公开市场数据	上市公司	-	-	-	-	-
可比细分行业（F5127）		新三板挂牌公司	28,692,768.01	6	72,276,945.45	6	100,969,713.45
可比细分行业（Wind白酒与葡萄酒）		区域股权市场	15,119,554.43	7	2,791,688.13	5	17,911,242.56
		三类市场综合	21,384,114.54	13	40,692,737.58	11	62,076,852.12
葡萄酒流通行业	国内宏观数据		约6,250,000.00	约8,000	约7,500,000.00	不低于8,000	不高于13,750,000.00
挂牌公司情况			2014年营业收入	-	2015年营业收入	-	两年平均之和
神之水滴			12,790,563.89	-	20,227,267.22	-	33,017,831.11

(4) 数据来源说明：

新三板以挂牌公司数据及区域股权市场挂牌公司数据来源于Wind数据库，数据下载日期为2016年11月22日。

国内宏观数据根据中国酒类流通协会所出具的说明中提供的数据计算得出，国内宏观数据两年平均之和为不高于13,750,000元。

(5) 营业收入对标

①神之水滴报告期营业收入情况其中2014年营业收入1,279.06万元，2015年营业收入2,022.73万元，两年合计3,301.78万元。

②在结合了上市公司、新三板挂牌公司、区域股权市场的三类市场综合数据之后，神之水滴未有超过其两年平均之和，主要由于上述市场中部分企业为电商销售平台和主要销售的产品不同，因此造成神之水滴与上述等企业在营业收入指标上造成较大差异。

因此神之水滴虽未高于目前公开市场数据三类市场综合两年平均收入之和，但高于其中区域股权市场数据两年收入之和及国内宏观数据两年平均收入之和，公司符合“报告期两个完成会计年度营业收入高于同期行业平均水平”的挂牌条件。

4、若属于非科技创新类公司且最近两年及一期持续亏损，请论证说明“最近两年营业收入是否持续增长，且年均复合增长率超过 50%”；

【公司回复】：

公司属于非科技创新类公司，最近两年及一期不存在持续亏损的情况。根据广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告（广会审字[2016]G15044170019号），最近两年及一期的经营情况如下：

单位：元

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	10,062,584.50	20,227,267.22	12,790,563.89
净利润	1,180,765.17	1,363,631.83	39,136.26

5、公司最近一年及一期的主营业务中是否存在国家淘汰落后及过剩产能类产业。请主办券商和会计师针对以上问题以及公司经营模式是否可持续、公司是否具备核心资源要素和核心竞争力、是否符合“具有持续经营能力”的挂牌条件进行核查并发表明确核查意见。

【公司回复】:

公司最近一年及一期的主营业务是葡萄酒产品销售，根据(国发(2010)7号)《国务院关于进一步加强对淘汰落后产能工作的通知》、(中华人民共和国国家发展和改革委员会令第21号)《国家发展改革委关于修改〈产业结构调整指导目录(2011年本)〉有关条款的决定》以及《产业结构调整指导目录(2011年本)(修正)》，公司所从事的葡萄酒产品批发不是国家淘汰落后及过剩产能类产业。

【主办券商回复】:

综上，主办券商认为，结合公司行业状况、市场前景、核心资源要素、核心竞争力、业务发展规划、市场开发能力、新业务拓展情况、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入实现情况来看，公司的经营模式是可持续的、公司具备了核心资源要素和核心竞争力、符合“具有持续经营能力”的挂牌条件。

会计师的回复意见详见《广州神之水滴酒业股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见中有关问题核查情况的说明》

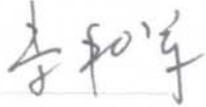
（本页无正文，为广州神之水滴酒业股份有限公司关于《广州神之水滴酒业股份有限公司、华创证券有限责任公司关于广州神之水滴酒业股份有限公司挂牌申请文件第二次反馈回复》之签署页）

广州神之水滴酒业股份有限公司



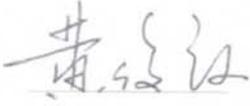
(本页无正文，为广州神之水滴酒业股份有限公司、华创证券有限责任公司关于
广州神之水滴酒业股份有限公司挂牌申请文件第二次反馈意见回复之签署页)

内核专员：



李和军

项目负责人签名：

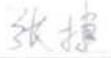


黄俊毅

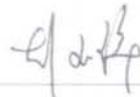
项目小组签名：



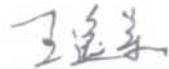
黄少华



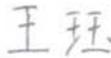
张捷



彭玉璋



王逸燊



王珏



2016 年 11 月 23 日