四川天味食品集团股份有限公司

（成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号）

用心调味生活

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐机构（主承销商）

东兴证券股份有限公司
DONGXING SECURITIES CO.,LTD.

（住所：北京市西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 12、15 层）

本 次 发 行 概 况

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。

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	不超过 4,132 万股，且不低于本次公开发行后公司股份总数的 10%，全部为公开发行新股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 41,315.50 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	本公司实际控制人邓文和唐璐及股东邓聪、邓志宇承诺：自天味食品股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行股份，也不由天味食品回购该部分股份。 本公司股东唐鸣承诺：自天味食品股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人于 2017 年 9 月 22 日受让自邓聪的天味食品股份，也不由天味食品回购该部分股份；自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份，也不由天味食品回购该部分股份。 本公司股东江苏中韩晨晖朗姿股权投资基金（有限合伙）承诺：自天味食品股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理承诺人于 2017 年 9 月 22 日受让自邓志宇的天味食品股份，也不由天味食品回购该部分股份；自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份，也不由天味食品回购该部分股份。 本公司股东何丽平承诺：若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（含当日）之前刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司工商变更手续完成之日（即 2017 年 9 月 28 日）起三十六个月内，且自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份，也不由公司回购本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份。若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（不含当日）之后刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份，也不由公司回购本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份。

	自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份，也不由天味食品回购该部分股份。 本公司股东尹翊嫚承诺：就本人于 2018 年 3 月 16 日受让自朱万晨的天味食品股份，若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（含当日）之前刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自朱万晨取得公司股份的工商变更手续完成之日（即 2017 年 9 月 28 日）起三十六个月内，且自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有该部分股份，也不由公司回购本人持有的该部分股份。若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（不含当日）之后刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的该部分股份，也不由公司回购本人持有的该部分股份；自天味食品股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理，也不由天味食品回购除该部分股份外本人已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份。 由本公司 2017 年 9 月 8 日增资引入的其余 48 名股东承诺：若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（含当日）之前刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司工商变更手续完成之日（即 2017 年 9 月 28 日）起三十六个月内，且自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（不含当日）之后刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份。 本公司股东深圳市达晨财智创业投资管理有限公司、天津达晨盛世股权投资基金合伙企业（有限合伙）、天津达晨创世股权投资基金合伙企业（有限合伙）承诺：自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行股份，也不由天味食品回购该部分股份。 本公司股东卢小波、魏志红、冉薇、晏小平、杨渊和、于志勇、吴虹、陶应彬、刘加玉、何昌军、李栋钢、马麟、吴学军、邓昌伦承诺：自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行股份，也不由天味食品回购该部分股份。 担任公司董事、监事、高级管理人员的邓文、唐璐、于志勇、刘加玉、唐鸣、何昌军、吴学军、马麟、韩军承诺：在上述承诺的限售期届满后，在本人任职期间每年转让的股份不超过所持公司股份总数的百分之二十五，离职后半年内不转让其持有的公司股份。 本公司实际控制人邓文、唐璐以及担任公司董事、高级管理人员的于志勇、刘加玉、唐鸣、何昌军、吴学军承

	诺：所持股票在前述锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（若因除权除息等事项则相应调整发行价）；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长六个月，如天味食品发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整。
保荐机构（主承销商）	东兴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

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

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书全文，并特别注意下列重大事项：

一、关于股份锁定的承诺及约束措施

（一）发行人控股股东、实际控制人邓文和唐璐承诺

自天味食品股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行股份，也不由天味食品回购该部分股份。公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月，如天味食品发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整。

（二）机构投资者承诺

股东深圳市达晨财智创业投资管理有限公司、天津达晨盛世股权投资基金合伙企业（有限合伙）、天津达晨创世股权投资基金合伙企业（有限合伙）承诺：自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行股份，也不由天味食品回购该部分股份。

股东江苏中韩晨晖朗姿股权投资基金（有限合伙）承诺：自天味食品股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理承诺人于 2017 年 9 月 22 日受让自邓志宇的天味食品股份，也不由天味食品回购该部分股份；自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份，也不由天味食品回购该部分股份。

（三）股东唐鸣承诺

自天味食品股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人于

2017 年 9 月 22 日受让自邓聪的天味食品股份，也不由天味食品回购该部分股份；自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份，也不由天味食品回购该部分股份。

（四）股东何丽平承诺

若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（含当日）之前刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司工商变更手续完成之日（即 2017 年 9 月 28 日）起三十六个月内，且自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份，也不由公司回购本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份。若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（不含当日）之后刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份，也不由公司回购本人持有的 2017 年 9 月增资获得的股份。自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份，也不由天味食品回购该部分股份。

（五）股东尹翊嫚承诺

本人于 2018 年 3 月 16 日受让自朱万晨的天味食品股份，若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（含当日）之前刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自朱万晨取得公司股份的工商变更手续完成之日（即 2017 年 9 月 28 日）起三十六个月内，且自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有该部分股份，也不由公司回购本人持有的该部分股份。若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（不含当日）之后刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的该部分股份，也不由公司回购本人持有的该部分股份；自天味食品股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理，也不由天味食品回购除该部分股份外本人已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行的其他股份。

（六）2017 年 9 月 8 日增资引入的其余 48 名股东承诺

若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（含当日）之前刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司工商变更手续完成之日（即 2017 年 9 月 28 日）起三十六个月内，且自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。若天味食品在 2018 年 9 月 27 日（不含当日）之后刊登首次公开发行股票并上市招股说明书，本人自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份。

（七）股东卢小波、魏志红、冉薇、晏小平、杨渊和、于志勇、吴虹、陶应彬、刘加玉、何昌军、李栋钢、马麟、吴学军、邓昌伦承诺

自天味食品股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理已经直接和间接持有的天味食品首次公开发行股票前已发行股份，也不由天味食品回购该部分股份。

（八）持有发行人股份的董事、监事和高级管理人员承诺

担任公司董事、监事、高级管理人员的邓文、唐璐、于志勇、刘加玉、唐鸣、何昌军、吴学军、马麟、韩军承诺：在上述承诺的限售期届满后，在本人任职期间每年转让的股份不超过所持公司股份总数的百分之二十五，离职后半年内不转让其持有的公司股份。公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月，如天味食品发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整。

（九）约束措施

若承诺人未履行上述承诺，则将在股东大会及监管部门指定报刊上公开就未履行上述承诺向股东和社会公众投资者道歉，并依法回购违反本承诺卖出的股

票，且自回购完成之日起延长持有全部股份的锁定期 3 个月。若承诺人因未履行上述承诺而获得收入的，所有收入归天味食品所有，承诺人将在获得收入的五日内将前述收入全额支付至天味食品指定账户。若承诺人因未履行上述承诺而给天味食品或者其他投资者造成损失的，承诺人将向天味食品及其他投资者依法承担赔偿责任。

二、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向、减持意向及约束措施

邓文、唐璐为四川天味食品集团股份有限公司持股 5%以上的股东，就所持有的公司股份在锁定期满后两年内的持股意向及减持意向做出如下承诺：

所持公司股票锁定期满之日起两年内，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，减持价格不低于首次公开发行股票价格（如发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，将按照证券交易所的有关规定作除权除息价格调整）。

锁定期满后如进行减持，将按中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定通知公司减持事宜并予以公告后，再实施减持计划。减持将按照法律法规及证券交易所的相关规则要求进行，减持方式包括但不限于交易所集中竞价方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

若承诺人未履行上述承诺，则将在股东大会及监管部门指定报刊上公开就未履行上述承诺向股东和社会公众投资者道歉，并依法回购违反本承诺卖出的股票，且自回购完成之日起延长持有全部股份的锁定期 3 个月。若承诺人因未履行上述承诺而获得收入的，所有收入归天味食品所有，承诺人将在获得收入的五日内将前述收入全额支付至天味食品指定账户。若承诺人因未履行上述承诺而给天味食品或者其他投资者造成损失的，承诺人将向天味食品及其他投资者依法承担赔偿责任。

三、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案、承诺及约束措施

（一）启动稳定股价措施的条件

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期经审计的每股净资产不具可比性的，股票收盘价应作相应调整）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），非因不可抗力因素所致，公司及相关主体将根据《关于制定公司股票上市后三年内公司股价稳定预案的议案》（以下简称“股价稳定的预案”）规定采取有关措施稳定公司股价。

（二）稳定股价的程序和具体措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司应在三个交易日内，根据当时有效的法律法规和股价稳定预案，与控股股东、董事、高级管理人员协商一致，提出稳定公司股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕之日起两个交易日内，公司应将稳定股价措施实施情况予以公告。公司稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕后，如公司股票价格再度触发启动股价稳定措施的条件，则公司、控股股东、董事、高级管理人员等相关责任主体将继续按照上述承诺履行相关义务。

若需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：

1、实施利润分配或资本公积转增股本

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司决定通过利润分配或资本公积转增股本稳定公司股价，公司董事会将根据法律法规、《公司章程》的规定，在保证公司经营资金需求的前提下，提议公司实施利润分配方案或者资本公积转增股本方案。

公司将在 5 个交易日内召开董事会，讨论利润分配方案或资本公积转增股本方案，并提交股东大会审议。

公司将在股东大会审议通过利润分配方案或资本公积转增股本方案后的二个月内实施完毕。

公司利润分配或资本公积转增股本应符合相关法律法规、公司章程的规定。

2、公司以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施“1、实施利润分配或资本公积转增股本”完成利润分配或资本公积转增股本后，公司股票连续 10 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“1、实施利润分配或资本公积转增股本”时，公司应在 5 个交易日内召开董事会，讨论公司向社会公众股东回购公司股份的方案，并提交股东大会审议。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

1）回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产值（因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。

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人民币 3,000 万元。

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。

回购后公司的股权分布应当符合上市条件，回购行为及信息披露、回购后的股份处置应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律法规的规定。

3、公司控股股东增持公司股份

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施“2、公司以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份”完成公司回购股份后，公司股票连续10 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“2、公司以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份”时，公司控股股东应在 5 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的三个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露控股股东增持公司股份的计划。控股股东应在增持公告做出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

控股股东增持股份除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

1）增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产值（因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。

2）控股股东单次用于增持股份的资金不得低于人民币 2,000 万元。

3）控股股东单次增持股份不超过公司总股本的 1%，如上述第 2）项与本项冲突的，按照本项执行。

控股股东增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后公司的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获批准而未增持公司股份的，视同已履行股价稳定的预案及承诺。

触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司的控股股东不因控股股东的身份发生变更等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

4、公司董事、高级管理人员增持（买入）公司股票的具体安排

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施“3、公司控股股东增持公司股份”完成控股股东增持公司股份后，公司股票连续 10 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“3、公司控股股东增持公司股份”时，公司董事、高级管理人员应通过法律法规允许

的交易方式增持（买入）公司股票以稳定公司股价。公司董事、高级管理人员增持（买入）公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

每名董事、高级管理人员增持（买入）股份除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

1）增持（买入）股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产值（因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。

2）单次用于增持（买入）股份的资金不得低于其上一会计年度从公司领取税后薪酬金额的 30%，但不得超过其上一会计年度从公司领取税后薪酬总额。未在公司领薪的董事单次用于增持（买入）股份的资金不得低于上一会计年度董事从公司领取的税后薪酬平均金额的 30%，但不得超过上一会计年度董事从公司领取的税后平均薪酬。

3）单次增持（买入）股份不超过公司总股本的 1‰，如上述第 2）项与本项冲突的，按照本项执行。

董事、高级管理人员应在增持公告做出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

董事、高级管理人员增持（买入）股份计划完成后的六个月内将不出售其增持（买入）的股份，增持（买入）股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律法规的规定。公司董事、高级管理人员增持（买入）公司股份需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获批准而未增持（买入）公司股份的，视同已履行股价稳定的预案及承诺。

对于未来新聘的董事（独立董事除外）、高级管理人员，公司将在其作出承诺履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求后，方可聘任。

公司的董事、高级管理人员，不因其职务变更、离职等情形而拒绝履行上述稳定股价的承诺。

（三）未履行稳定公司股价措施的约束措施

1、公司未履行承诺的约束措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东未履行承诺的约束措施

控股股东负有增持股票义务，但未按股价稳定的预案的规定提出增持计划和/或未实际实施增持计划的，公司有权责令控股股东在限期内履行增持股票义务，控股股东仍不履行的，每违反一次，其应向公司按如下公式支付现金补偿：

现金补偿=控股股东单次最低增持金额（即人民币 2,000 万元）－其实际增持金额（如有），控股股东拒不支付现金补偿的，公司有权扣减其应向控股股东支付的分红及薪酬，同时，控股股东持有的公司股份不得转让，直至控股股东按照股价稳定的预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。作为公司的控股股东，违反在公司召开董事会、股东大会对稳定股价具体方案做出决议时投赞成票的承诺，给公司或其他投资者造成损失，将依法承担赔偿责任。

3、董事、高级管理人员未履行承诺的约束措施

公司董事、高级管理人员负有增持（买入）股份的义务，但未按股价稳定的预案的规定提出增持（买入）计划和/或未实际实施增持（买入）计划的，公司有权责令董事、高级管理人员在限期内履行增持股票义务，董事、高级管理人员仍不履行，每违反一次，其应向公司按如下公式支付现金补偿：

补偿金额=每名董事、高级管理人员上年度薪酬总和的 50%－其实际增持（买入）金额（如有），董事、高级管理人员拒不支付现金补偿的，公司有权扣减其应向董事、高级管理人员支付的薪酬，同时该等董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至该等董事、高级管理人员按照股价稳定的预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

同时，未在公司领取薪酬的董事违反承诺，每违反一次，其应向公司按如下公式支付现金补偿：

补偿金额=上年度董事薪酬平均金额的 50%－其实际增持（买入）金额（如有），其拒不支付现金补偿的，其持有的公司股份（若有）不得转让，直至其按照股价稳定的预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

公司董事、高级管理人员拒不履行股价稳定的预案规定的股票增持（买入）义务情节严重的，控股股东或董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

四、对招股说明书披露事项的承诺及约束措施

（一）发行人对招股说明书披露事项的承诺及约束措施

若公司的招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。公司将在监管部门认定的有关违法事实的当日进行公告，并在 5 个交易日内根据法律、法规及公司章程的规定召开董事会并发出召开临时股东大会的通知，在召开临时股东大会并经相关主管部门批准/核准/备案后启动股份回购措施，具体回购方案如下：

1、在监管部门认定的有关违法事实之日起 5 个交易日内，公司将召开董事会并作出决议，通过股份回购的具体方案，同时发出召开相关股东大会的会议通知，并进行公告；公司董事会对回购股份做出决议，须经全体董事二分之一以上表决通过，公司董事承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票；

2、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，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票；

3、回购数量：首次公开发行的全部新股；

4、回购价格：公司股票已发行但尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司股票已上市的，回购价格不低于相关董事会决议公告日前 10 个交易日公司股票交易均价及首次公开发行股票时的发行价格（公司发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整）。其中：前 10 个交易日公司股票交易均价计算公式为：相关董事会决议公告日前 10 个交

易日公司股票交易均价＝相关董事会决议公告日前 10 个交易日公司股票交易总额/相关董事会决议公告日前 10 个交易日公司股票交易总量。

如公司招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。公司将在该等违法事实被监管部门或有权机构认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

若本公司违反上述承诺，则将在股东大会及监管部门指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并按监管部门及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

（二）控股股东及实际控制人邓文、唐璐关于招股说明书披露事项的承诺及约束措施

天味食品首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如《招股说明书》及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法回购首次公开发行的全部新股，且将购回已转让的原限售股份，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。承诺人将在该等违法事实被监管部门或有权机构认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

若承诺人违反上述承诺，则将在股东大会及监管部门指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并按监管部门及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员关于招股说明书披露事项的承诺及约束措施

发行人董事承诺，如因《招股说明书》及其摘要存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断天味食品是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，并违法事实已由监管部门作出认定的，承诺人承诺将督促天味食品履行股份回购事宜的决策程序，并在天味食品召开董事会对回购股份做出决议时，承诺人承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

发行人董事、监事、高级管理人员承诺，如《招股说明书》及其摘要存在虚假记载、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，将依法赔偿投资者损失。承诺人将在该等违法事实被监管部门或有权机构认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

承诺人不因其职务变更、离职等情形而拒绝履行本承诺。

若承诺人违反上述承诺，则将在股东大会及监管部门指定报刊上公开就未履行上述承诺向股东和社会公众投资者道歉，并按监管部门及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

（四）相关中介关于招股说明书披露事项的承诺及赔偿措施

东兴证券股份有限公司作为四川天味食品集团股份有限公司首次公开发行股票并上市的保荐人，郑重承诺：“本公司为发行人本次发行上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因本公司为发行人本次发行上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，将依法先行赔偿投资者损失。”

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本次发行之目的特此承诺：“本所对发行人在招股说明书及其摘要中引用的本所出具的审计报告、内部控制审核报告及关于非经常性损益明细表专项报告的内容无异议，确认招股说明书不致因

上述所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述报告依法承担本所相关报告中所述之相应责任（包括依法赔偿投资者损失）。”

北京市中伦律师事务所为本次发行之目的特此承诺：“本所为发行人本次发行上市制作、出具的法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。”

北京中天华资产评估有限责任公司为本次发行之目的特此承诺：“因本公司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，本公司将依法赔偿投资者损失。”

五、公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺具体如下：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或个人输送利益，也不采取其他方式损害公司利益；

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺如公司未来实施股权激励，则股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

六、关于公司上市前滚存利润的分配及上市后公司股利分配政策

（一）上市前滚存利润的分配

经公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过，本公司首次公开发行人民币普通股（A 股）前的滚存利润分配方案如下：公司本次股票发行前的滚存利润由本次股票发行后的新老股东共享。

（二）本次发行上市后的公司股利分配政策及分红回报规划

公司本次发行后的股利分配政策及分红回报规划主要内容如下：

1、公司的利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司应注重现金分红。

2、公司的利润分配形式和比例：可以采取现金、股票或现金和股票二者相结合的方式分配股利，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

3、现金分红比例：原则上公司按年度将可供分配的利润进行分配，必要时公司也可以进行中期利润分配。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。每年具体的现金分红比例预案由董事会根据前述规定、结合公司经营状况及相关规定拟定，并提交股东大会表决。

4、利润分配的期间间隔：每年度进行一次分红，在有条件的情况下，公司可以进行中期分红。

公司还制定了《四川天味食品集团股份有限公司股东未来分红回报规划》，对上市后未来三年的股利分配规划作出了进一步安排。

关于公司股利分配政策的具体内容，请参见本招股说明书“第十四节 股利

分配政策”。

七、公司特别提醒投资者关注有关风险因素

请投资者对公司上述重大事项提示予以特别关注，并仔细阅读招股说明书中“第四节 风险因素”一节的全部内容。

目 录

本 次 发 行 概 况 1

声 明 4

重大事项提示 5

一、关于股份锁定的承诺及约束措施 5

二、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向、减持意向及约束措施 8

三、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案、承诺及约束措施 9

四、对招股说明书披露事项的承诺及约束措施 14

五、公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺 17

六、关于公司上市前滚存利润的分配及上市后公司股利分配政策 18

七、公司特别提醒投资者关注有关风险因素 19

目 录 20

第一节 释 义 26

一、基本术语 26

二、专业术语 27

第二节 概 览 30

一、发行人简介 30

二、发行人控股股东及实际控制人 31

三、发行人主要财务数据 32

四、本次发行的基本情况 34

五、募集资金运用 34

第三节 本次发行概况 36

一、本次发行的基本情况 36

二、本次发行的有关当事人 36

三、发行人与本次发行相关当事人之间的关系 38
四、发行上市的重要日期 38

第四节 风险因素 39

一、食品质量安全风险 39
二、行业风险 40
三、生产经营风险 41
四、经销商渠道管理的风险 43
五、技术风险 44
六、管理风险 44
七、税收优惠风险 45
八、募集资金投资项目的风险 46

第五节 发行人基本情况 47

一、发行人基本信息 47
二、改制重组情况 47
三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况 50
四、发行人历次验资情况和发起人投入资产的计量属性 76
五、发行人的股权结构和组织结构 76
六、发行人控股子公司、参股公司的基本情况 79
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的基本情况 83
八、发行人股本情况 92
九、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股和委托持股等情况 96
十、员工及其社会保障情况 96
十一、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况 102

第六节 业务和技术 103

一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况 103
二、发行人所处行业基本情况 107

三、发行人的竞争地位和竞争优势 123
四、发行人主营业务具体情况 128
五、主要固定资产及无形资产 173
六、发行人相关的生产许可情况 203
七、发行人技术和研发情况 204
八、发行人质量管理情况 209
第七节 同业竞争与关联交易 219
一、公司独立运营情况 219
二、同业竞争 220
三、关联交易 222
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 231
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况 231
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况 236
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 238
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况 238
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况 239
六、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情况 241
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议及作出的重要承诺 241
八、董事、监事和高级管理人员的任职资格 242
九、董事、监事、高级管理人员近三年内变动情况 242
第九节 公司治理 244
一、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，以及战略、审计、提名、薪酬与考核等各专门委员会的设置情况 244
二、发行人近三年违法违规行为情况 255
三、发行人最近三年内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用

的情况和对外担保情况 256
四、公司管理层对内部控制的自我评价意见及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见 256
第十节 财务会计信息 257
一、注册会计师审计意见及关键审计事项 257
二、财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明 258
三、财务会计报表 259
四、合并报表范围、主要会计政策和会计估计 270
五、主要税收政策及税收优惠 285
六、主要资产情况 288
七、主要负债情况 290
八、所有者权益情况 291
九、现金流量情况 292
十、分部信息 292
十一、最近一年收购兼并情况 293
十二、期后事项、或有事项及其他重要事项 293
十三、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 294
十四、主要财务指标 295
十五、盈利预测 298
十六、资产评估和验资情况 298
第十一节 管理层讨论与分析 300
一、财务状况分析 300
二、盈利能力分析 335
三、现金流量分析 378
四、资本性支出分析 381
五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项 382
六、财务状况和盈利能力的未来发展趋势 382
七、本次募集资金摊薄即期回报的影响及填补回报措施 383

第十二节 业务发展目标 389

一、战略发展目标 389

二、未来发展规划和目标 389

三、实现上述经营目标的假定条件及面临的主要困难 392

四、上述发展目标与现有业务的关系 393

五、本次发行对于发行人实现前述业务目标的重要意义 393

第十三节 募集资金运用 395

一、募集资金运用计划 395

二、募集资金投资项目与现有业务的关系 396

三、募集资金投资项目的具体情况 397

四、募集资金运用对公司经营及财务状况的影响 420

第十四节 股利分配政策 422

一、股利分配政策 422

二、报告期内的实际股利分配情况 427

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 428

第十五节 其他重要事项 429

一、信息披露相关事项 429

二、重大商务合同 429

三、发行人对外担保有关情况 433

四、对发行人可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项 433

五、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项 434

六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况 434

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 435

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明 435

二、保荐人（主承销商）声明 436

三、保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明 437

四、发行人律师声明 438
五、审计机构声明 439
六、评估机构声明 440
七、评估复核机构声明 441
八、验资机构声明 442
第十七节 备查文件 444
一、备查文件 444
二、查阅地点 444
三、查阅时间 445

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、基本术语

天味食品、发行人、本公司、股份公司、公司	指	四川天味食品集团股份有限公司（原四川天味食品股份有限公司，于 2013 年 11 月更名）
天味有限、有限公司	指	本公司前身四川天味实业有限公司
自贡天味	指	本公司全资子公司自贡市天味食品有限公司
天味商贸	指	本公司全资子公司成都天味商贸有限公司，已注销
天味家园	指	本公司全资子公司四川天味家园食品有限公司
瑞生投资	指	本公司全资子公司四川瑞生投资管理有限公司
成都天味	指	成都市天味食品有限公司，已注销
天味食品厂	指	成都市天味食品厂，已注销
达晨财智	指	本公司股东深圳市达晨财智创业投资管理有限公司
达晨盛世	指	本公司股东天津达晨盛世股权投资基金合伙企业（有限合伙）
达晨创世	指	本公司股东天津达晨创世股权投资基金合伙企业（有限合伙）
晨晖朗姿	指	本公司股东江苏中韩晨晖朗姿股权投资基金（有限合伙）
千禾味业	指	本公司供应商千禾味业食品股份有限公司
股东大会	指	四川天味食品集团股份有限公司股东大会
董事会	指	四川天味食品集团股份有限公司董事会
监事会	指	四川天味食品集团股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
农业部	指	中华人民共和国农业部
卫生部	指	中华人民共和国卫生部（现为国家卫生健康委员会）
国家卫计委，国家卫健委	指	国家卫生与计划生育委员会（现为国家卫生健康委员会）
食药总局	指	国家食品药品监督管理总局（2018 年 3 月，根据第十三届全国人民代表大会第一次会议批准的国务院机构改革方案，将食药总局的职能整合至国家市场监

		督管理总局）
质检总局	指	国家质量监督检验检疫总局（2018 年 3 月，根据第十三届全国人民代表大会第一次会议批准的国务院机构改革方案，将质检总局的职能整合至国家市场监督管理总局）
质监局	指	质量技术监督局
工商局	指	工商行政管理局
认监委	指	国家认证认可监督管理委员会（2018 年 3 月，根据第十三届全国人民代表大会第一次会议批准的国务院机构改革方案，将认监委的职能整合至国家市场监督管理总局）
东兴证券、保荐机构、保荐人、主承销商	指	东兴证券股份有限公司
中伦律师、发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
信永中和、发行人会计师	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
人民币普通股、A 股	指	用人民币标明面值且以人民币进行买卖的股票
本次发行	指	本次向社会公开发行不超过 4,132 万股人民币普通股
报告期、最近三年一期	指	2015 年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月
报告期各期末	指	2015 年期末、2016 年期末、2017 年期末和 2018 年 6 月 30 日
《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》
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语

ISO9001	指	ISO9000 族标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一，用于证实组织具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力
HACCP	指	英文“Hazard Analysis and Critical Control Point”的缩写，即“危害分析和关键控制点”，是国际上共同认可和接受的食品安全保证体系，主要是对食品中微生物、化学和物理危害的安全进行控制
ISO14001	指	国际标准化组织（ISO）制定的有关环境保护方面的相关标准
ISO22000	指	国际标准化组织（ISO）以 HACCP 原理为基础，吸收并融合了其他管理体系标准中的有益内容，形成的以 HACCP 为基础的食品安全管理体系
OHSAS	指	英文“Occupational Health and Safety Assessment Series” 的缩写，该标准是一个国际性职业安全卫生管理体系评审的系列标准，适用于各种行业及规模的

		公司
CNAS	指	中国合格评定国家认可委员会（英文名称为：China National Accreditation Service for Conformity Assessment），是根据《中华人民共和国认证认可条例》的规定，由国家认证认可监督管理委员会批准设立并授权的国家认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检查机构等相关机构的认可工作
QS	指	英文“Quality Safe”的缩写，意为质量安全。食品生产企业必须通过强制性的质量安全检验，产品经检验合格后，在最小销售单元的食品包装上标注食品生产许可证编号，并加印食品质量安全市场准入标志（“QS”标志）后方能出厂销售
SC	指	“生产”的汉语拼音字母缩写。食品生产企业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。食品生产许可证编号由 SC 和 14 位阿拉伯数字组成
KA	指	店营业面积 3,000 平方米以上、客流量大、经营状况良好的大型连锁超市，KA 为 Key Account 的缩写
BC	指	营业面积通常在 300—1000 平米的中型超市，大都以连锁形式为主，也有个体店，它分布范围较广，商品丰富，多以日常用品为主
ERP 系统	指	ERP 系统是企业资源计划(Enterprise Resource Planning)的简称，是指建立在信息技术基础上，集信息技术与先进管理思想于一身，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台
复合调味品	指	以两种或两种以上调味品为原料，添加或不添加油脂、天然香辛料及动植物等成分，采用物理的或生物的技术进行加工处理及包装，最终制成可供安全食用的一类定型调味料产品，又称复合调味料
川味复合调味料	指	具有四川地方风味的复合调味品，主要包括火锅底料和川菜调料两个系列的产品
火锅底料	指	是以动、植物油脂、辣椒、蔗糖、食盐、味精、香辛料、豆瓣酱等为主要原料，按一定配方和工艺加工制成的，用于调制火锅汤的调味料
川菜调料	指	专门针对四川特色菜肴和特色餐饮，研制开发而成的方便型复合调味料
香肠腊肉调料	指	集中于冬季使用，用于腌制香肠、腊肉的调料
香辣酱	指	以辣椒、芝麻、花椒、胡椒、植物油及香精等为主要原料的调味品
鸡精	指	以鸡肉、鸡骨粉或其浓缩抽提物、食用盐、谷氨酸钠、呈味核苷酸钠及其它辅料为原料，添加或不添加香辛料和食用香料等增香剂经混合加工而成，具有鸡的鲜味和香味的复合调味料
甜面酱	指	以面粉为主要原料，经制曲和保温发酵制成的一种酱状调味品，又称甜酱
全型火锅底料、手工火锅底料	指	以复原四川、重庆火锅发源地的口味为主要卖点，具有汤厚、香浓等特点，以满足目前消费市场兴起的追

		求地道火锅口味的潮流。与传统火锅底料相比，全型火锅底料除口味上的差异外，在生产工艺中需要加入一定的手工成型步骤，故全型火锅底料又称手工火锅底料
方便速食	指	经过预先加工处理,食用时只要冲上开水或汤,或者稍加烹调即可食用的食品，有着快速、便捷的特点
牛油	指	从牛脂肪层提炼出的油脂，是制作火锅底料的一种重要原料
鲜牛脂肪	指	经动物卫生监督机构检疫、检疫合格的的牛板油、肉膘、网膜或附着于内脏器官的纯脂肪组织
农贸市场	指	由开办者提供固定场地、设施，经营者进场进行集中和公开零售交易农副产品的交易场所
直营商超	指	厂家不通过经销商，直接向商超企业供货的方式，与其对应的是通过经销商向商超企业供货
传统渠道	指	经销商直接或通过更多层级的经销商将产品销售到农贸市场、餐饮的渠道
定制餐调	指	公司根据连锁餐饮客户需求进行定向开发的产品，产品风味特点根据客户要求制作，每个客户的产品仅供该客户单独使用
通用餐调	指	公司针对大众餐饮开发的通用调味料产品，产品风味特点适用于大众餐饮的普遍需求
先款后货	指	经销商下达订单并支付全部货款后，公司安排发货

注：本招股说明书中若出现总计数与所列数值总和不符，均为四舍五入所致。

第二节 概 览

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

一、发行人简介

（一）基本信息

中文名称	四川天味食品集团股份有限公司
英文名称	Sichuan Teway Food Group Co. ,Ltd
注册资本	37,183.50万元
法定代表人	邓文
成立日期	2007年3月2日（2010年7月9日整体变更设立股份有限公司）
住所	成都市双流区西航港街道腾飞一路333号
经营范围	生产、销售：调味料；仓储服务；销售机械设备；软件设计、开发和销售；农产品初加工；食品检验及咨询服务；第二类增值电信业务中的信息服务业务；餐饮服务；预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售；从事货物进出口与技术进出口的对外贸易经营。（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）。
电话	028-82808166
传真	028-82808111
电子信箱	dsh@teway.cn

（二）发行人主营业务概况

公司秉承“用心调味生活”的经营理念，自设立以来一直专注于川味复合调味料的研发、生产和销售，现已发展成以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，公司致力于为家庭及餐饮消费者提供安全、便捷、美味的高品质产品，公司核心品牌“大红袍”及“好人家”产品畅销全国并远销海外。

公司先后荣获农业产业化国家重点龙头企业、四川省企业技术中心等 40 多项荣誉称号，是中国调味品协会理事单位，是火锅底料、辣椒酱国家标准及食品安全地方标准火锅底料、食品安全地方标准半固态复合调味料等地方标准的起草

单位之一。公司拥有的“大红袍”、“好人家”商标被认定为“中国驰名商标”，“大红袍”、“好人家”牌川味复合调味料被认定为“四川名牌产品称号”，“天车”商标被商务部认定为“中华老字号”。

公司建立了覆盖全国的市场营销体系，形成了以经销商为主，定制餐调、电商、直营商超为辅的营销架构。2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市，销售网络覆盖约 30.8 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.1 万家餐饮连锁单店。同时，公司产品已连续 11 年出口到美国、澳大利亚、加拿大、日本、比利时等国家。

公司始终坚持“以质量求生存、以品质求发展”的方针，将食品质量安全工作放在首要位置。公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证和 HACCP 等体系认证，构建了完善的质量控制体系。公司实验室获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书，检测设备及检测技术在行业内处于领先水平。公司通过对原料采购、生产过程、储存及销售的全过程进行监控，以保证各环节间可相互追查为原则，实现源头可追溯、流向可跟踪、信息可查询、过程可控制、产品可召回为目标，有力保障了公司产品的食品质量安全。2017 年，公司被四川省质量协会评定为“四川省 2016 年度实施卓越绩效模式先进企业”，被中国质量协会评定为“2017 年全国实施卓越绩效模式先进企业”，并在 2017 年中国食品安全年会中被授予“2017 年度中国食品安全年会百家诚信示范单位”。

二、发行人控股股东及实际控制人

发行人控股股东为邓文，实际控制人为邓文和唐璐，二人系夫妻关系。截至本招股说明书签署日，邓文、唐璐分别持有发行人 28,030 万股、4,500 万股股份，持股比例分别为 75.38%、12.10%，两人合计控制发行人 87.48%的股份。邓文、唐璐的基本情况，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、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

三、发行人主要财务数据

根据信永中和出具的 XYZH/2018CDA40198 号《审计报告》，发行人最近三年一期主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动资产	76,246.09	80,634.47	75,265.32	60,870.22
非流动资产	38,040.39	38,630.37	39,885.36	40,490.41
资产总计	**114,286.48**	**119,264.83**	**115,150.68**	**101,360.64**
流动负债	19,053.30	25,169.52	19,834.02	23,191.88
非流动负债	783.89	980.22	760.57	901.88
负债合计	**19,837.19**	**26,149.74**	**20,594.60**	**24,093.76**
归属于母公司股东权益	**94,449.30**	**93,115.09**	**94,556.08**	**77,266.87**
股东权益合计	**94,449.30**	**93,115.09**	**94,556.08**	**77,266.87**

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	47,718.34	106,605.46	98,403.23	86,860.46
营业总成本	40,059.22	87,596.92	78,870.83	73,575.28
营业利润	8,731.95	20,257.18	20,346.26	14,019.84
利润总额	8,601.32	21,491.04	23,718.59	15,978.45
净利润	7,283.56	18,380.61	20,333.24	14,237.09
归属于母公司所有者的净利润	**7,283.56**	**18,380.61**	**20,333.24**	**14,237.09**
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**6,482.63**	**18,604.50**	**16,774.97**	**11,947.80**

从上表可见，报告期内公司实现净利润分别为 14,237.09 万元、20,333.24 万元、18,380.61 万元和 7,283.56 万元，2017 年度净利润较上年有所下降，剔除 2017 年公司实施股权激励确认 2,745.90 万元股份支付费用影响后，报告期公司实际实现净利润分别为 14,237.09 万元、20,333.24 万元、20,714.63 万元和 7,283.56 万元。

发行人营业收入季节性特征比较明显，下半年为销售旺季，2018 年 1-6 月发行人营业收入及净利润同比有所增长。

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,903.53	22,466.09	16,527.00	22,708.84
投资活动产生的现金流量净额	-4,807.60	-10,165.53	-6,256.80	-29,088.09
筹资活动产生的现金流量净额	-9,471.41	-19,045.45	-3,044.03	-7,888.25
现金及现金等价物净增加额	-10,375.48	-6,744.89	7,226.17	-14,267.50

（四）主要财务指标

1、基本财务指标

财务指标	2018-6-30 /2018 年 1-6 月	2017-12-31 /2017 年度	2016-12-31 /2016 年度	2015-12-31 /2015 年度
流动比率（次）	4.00	3.20	3.79	2.62
速动比率（次）	3.43	2.81	3.38	2.36
资产负债率（母公司）	14.82%	17.06%	14.27%	19.73%
资产负债率（合并报表）	17.36%	21.93%	17.88%	23.77%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	0.19%	0.24%	0.32%	0.43%
每股净资产（元）	2.54	2.50	2.58	2.11
每股经营活动的现金净流量（元）	0.10	0.60	0.45	0.62
每股净现金流量（元）	-0.28	-0.18	0.20	-0.39
应收账款周转率（次）	165.65	253.25	187.91	167.80
存货周转率（次）	3.17	8.10	9.35	7.94
资产周转率（次）	0.41	0.91	0.91	0.90
息税折旧摊销前利润（万元）	9,730.88	23,821.24	25,988.68	18,455.81
利息保障倍数（倍）	-	-	-	76.74

注：2016 年度、2017 年度、2018 年上半年本公司无借款费用，无利息支出。

2、每股收益和净资产收益率

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
归属于母公司股东的净利润	2018 年 1-6 月	7.61%	0.1959	0.1959
	2017 年度	18.60%	0.4994	0.4994
	2016 年度	23.81%	0.5544	0.5544
	2015 年度	20.10%	0.3882	0.3882
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2018 年 1-6 月	6.77%	0.1743	0.1743
	2017 年度	18.83%	0.5055	0.5055
	2016 年度	19.64%	0.4574	0.4574
	2015 年度	16.87%	0.3258	0.3258

四、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4,132万股，占发行后股本总额的比例不低于10%，公司股东不公开发售股份
发行方式	网下向询价对象询价配售与网上向公众投资者定价发行相结合的方式或根据监管部门规定确定的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规、规章及政策禁止者除外）
承销方式	余额包销

五、募集资金运用

根据发行人 2018 年第一次临时股东大会审议通过，发行人拟公开发行不超过 4,132 万股人民币普通股，本次发行募集资金扣除发行费用后，拟按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额	审批备案情况
1	家园生产基地改扩建建设项目	33,011.00	33,011.00	川投资备【2018-510124-14-03-242529】JXQB-0022 号
2	双流生产基地改扩建建设项目	7,159.56	7,159.56	川投资备【2018-510122-14-03-242374】JXQB-0029 号

3	营销服务体系和信息化综合配套建设项目	12,845.90	12,845.90	川投资备【2018-510122-14-03-255928】JXQB-0143 号
合 计		**53,016.46**	**53,016.46**	-

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

本次募集资金运用详细情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

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	公开发行新股不超过 4,132 万股，占发行后股本总额的比例不低于 10%；最终发行数量以中国证监会核准的数量为准
公开发行新股数量	4,132万股
每股发行价格	【】元（通过向询价对象询价确定发行价格）
发行市盈率	【】倍（每股收益按照经发行人会计师审核的【】年度扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行后每股收益	【】元（同发行市盈率口径）
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的合并财务报表归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（根据本次发行后归属于母公司股东的权益除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司股东的权益按发行人【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的权益和本次募集资金净额之和计算）
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	网下向询价对象询价配售与网上向公众投资者定价发行相结合的方式或根据监管部门规定确定的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规、规章及政策禁止者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【】万元
预计募集资金净额	【】万元
发行费用概算	保荐和承销费用【】万元 审计费用【】万元 律师费用【】万元 发行手续费【】万元 信息披露费【】万元 路演推介费【】万元
拟上市的证券交易所	上海证券交易所

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：四川天味食品集团股份有限公司

法定代表人	邓文

注册地址	成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号
办公地址	成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号
电话	028-82808166
传真	028-82808111
联系人	何昌军、李燕桥、吴兰

（二）保荐人（主承销商）：东兴证券股份有限公司

法定代表人	魏庆华
住所	北京市西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 12、15 层
电话	010-66555196
传真	010-66555103
保荐代表人	丁淑洪、曾冠
项目协办人	胡孔威
其他项目组成员	曹阳、方妍红、刘鹏、李浩麒、曾波文、张仕兵

（三）律师事务所：北京市中伦律师事务所

负责人	张学兵
住所	北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 36/37 层
电话	010-59572288
传真	010-65681838
经办律师	陈益文、韩晶晶

（四）会计师事务所：信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人	叶韶勋
住所	北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 8 层
电话	010-65542288
传真	010-65547190
签字会计师	何勇、谢芳

（五）资产评估机构：北京中天华资产评估有限责任公司

法定代表人	李晓红
住所	北京市西城区车公庄大街 9 号院五栋大楼 B1 栋 13 层
电话	010-88395166
传真	010-88395661

签字评估师	赵俊斌、孙彦君

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地址	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼
电话	021-58708888
传真	021-58899400

（七）申请上市证券交易所：上海证券交易所

地址	上海市浦东南路 528 号证券大厦
电话	021-68808888
传真	021-68804868

（八）保荐机构（主承销商）收款银行：中国民生银行股份有限公司北京金融街支行

户名	东兴证券股份有限公司
账号	604050806

三、发行人与本次发行相关当事人之间的关系

上述与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员与发行人不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、发行上市的重要日期

刊登发行公告日期：【】年【】月【】日

询价推介时间：【】年【】月【】日

定价公告刊登日期：【】年【】月【】日

申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、食品质量安全风险

食品质量安全与消费者身体健康息息相关。近年来，国家对食品安全日趋重视，消费者食品安全和权益保护意识也不断增强，食品制造业已经成为国家推行各项安全标准和质量检验的重点行业之一，质量安全控制已经成为食品加工企业的重中之重。作为食品生产销售企业，发行人建立了严格的质量控制体系，并通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证和 HACCP 等体系认证。公司建立了从原材料采购、检验、生产、成品质量检测等全过程的食品安全和质量控制体系认证，并将影响产品质量的重要环节作为关键工序和特殊工序进行重点监控。但公司仍面临与食品质量安全有关的以下风险：

（一）原材料采购质量安全控制的风险

公司所用原材料品种较多，包括油脂类原料、辣椒、花椒等农产品，盐、味精等基础调味品，食品添加剂等原辅料，上述原辅料采购涉及多个供应商，同时供应商亦有可能向其上游采购原材料，采购链条较长，涉及面广，而原材料质量直接关系到公司产品的质量安全，公司面临因原材料质量安全出现问题而导致公司产品质量不合格的风险。

（二）产品生产、销售环节的质量安全控制风险

公司产品生产过程中的质量控制包括生产领料、生产现场监测、生产人员卫生管理、工艺控制、上下工序交接、产品检验等诸多关键控制环节，任一环节发生疏漏都有可能对产品质量产生不利影响；从产品销售来看，由于公司的下游经销商、商超和销售终端分布于全国各地，若经销商、商超或销售终端在销售过程中未按规定保存产品，亦会导致食品安全问题发生，从而对公司造成不利影响。

（三）消费者不当使用公司产品的风险

公司产品中含有辣椒、花椒等辛辣原辅料和按国家规定添加的食品添加剂，若消费者过量使用，消费者可能感觉身体不适，继而对公司产品品牌形象产生不利影响。

若公司出现食品质量安全问题，一方面公司将面临被相关行政主管部门处理或处罚的可能，有权部门可根据情况对公司采取责令限期改正、处以罚款、责令停业、限期整顿以及吊销营业执照等处罚措施；同时，公司还可能面临消费者投诉及索赔的风险，直接影响公司业绩。另一方面，食品质量安全事故还将直接影响公司信誉和品牌形象，继而影响公司生产经营和产品销售，可能对公司财务状况、经营业绩产生重大不利影响。

二、行业风险

（一）行业政策变化的风险

随着国家对食品安全的日益重视，存在由于国家颁布新的法律法规或产品标准，要求扩大或新增产品安全认证范围、限制使用某种食品原料及添加物或其最大使用量的可能，从而导致公司面临需要根据新规定、新标准快速取得相关认证、修订相关产品企业质量标准，调整产品配方、工艺和生产设备，并清理已生产但未销售存货的风险。

（二）行业声誉风险

在整个食品工业中，川味复合调味料行业起步较晚，但发展较为迅速。随着国家对食品加工企业的监管日益严格，川味复合调味料行业的市场秩序趋于规范。《中华人民共和国食品安全法》为食品行业健康持续发展提供了法律保障。但是，川味复合调味料行业发展时间不长，行业规范需要较长的过程，如果业内个别企业采取不规范的竞争手段，出现严重的产品卫生、质量问题，所产生的负面影响都将会波及整个行业，对行业形象造成较大损害，并将对发行人在内的川味复合调味料行业内其他企业的产品销售产生不良影响。

（三）市场竞争风险

川味复合调味料行业的快速发展和巨大市场潜力不断吸引新企业进入，原有企业也可能继续扩大生产规模，进而加剧市场竞争。与业内其他企业相比，发行人在营销、品牌、产品、研发等方面具有较强的竞争优势，但若市场竞争进一步加剧，而公司不能尽快通过增加投入、改善管理、加强市场推广等方式继续保持竞争优势，公司的产品销售和盈利水平将受到不利影响。

三、生产经营风险

（一）主要原材料价格波动的风险

发行人生产所需主要原材料为油脂、辣椒等农副产品，这些原材料占产品成本的比重较大。报告期内，公司直接材料（不包含包装物）成本占主营业务成本的比例分别为 75.38%、76.95%和 76.12%和 75.21%。

由于农副产品价格受到天气、产量、市场状况等因素的影响较大，价格波动较为频繁。受此影响，报告期内公司原材料采购价格存在不同程度的波动。虽然公司具有较强的产品定价权，可以根据原材料价格变动适时调整产品价格，适当转移原材料价格波动风险。但是，如果公司主要原材料供求情况发生变化或者价格产生异常波动，而公司产品价格不能及时做出调整，将直接影响公司产品的毛利率水平和盈利能力。

（二）商标等权利被侵害的风险

发行人主要商标“好人家”、“大红袍”为中国驰名商标，上述商标和产品在市场中有较高的知名度和美誉度，得到了广大消费者的认可。为防止不法企业仿制、冒用和盗用商标，公司建立了《维权打假管理制度》，由营销中心与法务部联合进行维权打假。公司在进行市场调查、维权和诉讼方面投入较多人力和费用，若上述侵权行为继续存在，将会加大公司维权成本，损害公司品牌形象，影响公司产品销售和经营业绩。

（三）产品销售季节性风险

报告期内，公司主营业务收入按季节分布情况如下：

单位：万元

期间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
2018年1-6月	金额	24,353.61	23,060.16	-	-	47,413.77
	比重	51.36%	48.64%	-	-	100.00%
2017年度	金额	16,436.17	18,383.38	28,253.14	43,027.58	106,100.27
	比重	15.49%	17.33%	26.63%	40.55%	100.00%
2016年度	金额	15,656.54	13,195.05	26,076.86	43,072.72	98,001.18
	比重	15.98%	13.46%	26.61%	43.95%	100.00%
2015年度	金额	13,704.43	15,551.93	20,649.08	36,836.75	86,742.19
	比重	15.80%	17.93%	23.81%	42.47%	100.00%

公司产品销售具有比较明显的季节性，每年下半年为销售旺季，其他时期收入相对较低。2015年、2016年、2017年，公司下半年收入占比分别为66.28%、70.56%和67.18%。发行人产品主要以火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料等产品系列构成，其中，火锅底料主要以麻辣口味为主，根据人们饮食习惯，冬季天气寒冷，食用火锅较多。同样，川菜调料也因其以麻辣口味为主而具有季节性，但销售的季节性不如火锅底料明显。香肠腊肉调料主要系用于冬季制作香肠腊肉，因此销售主要集中在冬季。

由于公司营业收入季节性特征比较明显，所以会出现单季度的利润较少甚至可能发生亏损的情况。鉴于公司生产经营的季节性特点，发行人提醒投资者不能简单地以公司某季度或中期的财务数据来推算全年的经营成果及财务状况。

（四）配方改进和新产品开发的风险

为满足我国居民饮食习惯多样化的需求，发行人不断改进现有产品配方并进行新产品研发，以丰富产品结构，保持产品竞争力。报告期内，公司在传统火锅底料的基础上通过调整配方，针对消费者口味的变化持续推出改进后的火锅底料，并针对市场需求推出了速食火锅和全型（手工）火锅；同时，公司推出的酸萝卜老鸭汤、青花椒鱼、麻辣香锅等新产品也受到了消费者的喜爱，取得较好的

销售业绩。虽然公司具有较强的技术储备和研发能力，积累了丰富的产品开发经验，但现有产品配方改进和新产品开发取得消费者认可需要一定的时间，同时亦对公司市场营销能力提出了更高的要求，是否能达到预期效果具有一定的不确定性。

（五）营业外收入波动对公司经营业绩影响的风险

为了保障发行人与经销商双方共同利益，维护良好的市场秩序，杜绝经销商扰乱市场的行为，对经销商进行切实有效的管理，确保市场销售渠道的稳定和畅通，公司建立了《市场秩序保证金管理办法》，并与经销商在《产品销售合同》附件中约定了市场秩序保证金的收取标准及返还办法。对达成考核标准的经销商，根据返还办法计算返还金额；对未达成考核标准，且公司不再给予补充考核机会的，没收其市场秩序保证金，公司每两年清理一次市场秩序保证金。报告期内，各期不予返还的经销商保证金金额及对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
对利润总额影响的金额	0.00	4.20	1,965.26	45.74
对净利润影响金额	0.00	3.57	1,670.47	38.88
其中：计入非经常性损益的净额	0.00	3.57	1,670.47	38.88
占净利润的比例	0.00%	0.02%	8.22%	0.27%

报告期内，不予返还的经销商市场秩序保证金增加当年净利润金额分别为38.88万元、1,670.47万元、3.57万元和0.00万元，分别占当期净利润总额的0.27%、8.22%、0.02%和0.00%；上述金额均计入了营业外收入及非经常性损益，不会对公司营业利润造成影响，但因市场秩序保证金每两年清理一次，年度不予返还金额具有较大的波动性，会对发行人的净利润造成一定的波动性影响。

四、经销商渠道管理的风险

发行人已经建立了以经销商为主、定制餐调、电商、直营商超为辅的销售渠道。报告期内，经销商渠道销售收入占主营业务收入比重分别为 95.26%、91.83%、88.17%和 84.55%。发行人已经建立了覆盖全国的销售网络，2018 年 1-6 月合作经销商数量达到 751 家，公司合作的经销商的范围延伸至市县一级。公司与经销

商建立了长期稳固的合作关系，同时建立了较为完善的经销商管理制度和体系，公司通过对经销商进行严格考核、系统培训和规范管理，提高了经销商的自身经营能力。但是，由于公司的经销商数量较多、分布较广，如果公司经销商出现经营不善或管理不规范，将对公司产品在该地区的销售产生负面影响。

五、技术风险

公司长期注重生产工艺、技术和产品配方等方面的研究，目前已经形成了较强的技术创新能力和技术应用能力，技术人才储备丰富，形成了较强的技术优势。同时，公司建立了严格的技术保密机制，对产品生产工艺、配方、技术等均采取了严密的保密措施，对关键生产环节实行工序隔离，产品核心配方的构成仅由核心技术人员掌握，有效避免了核心技术失密。但生产工艺改进是一个长期持续的过程，技术创新能力的提升具有较多不确定因素，因此公司面临生产工艺改进和技术创新失败的技术风险。

六、管理风险

（一）实际控制人控制不当的风险

本次公开发行股票前，公司实际控制人邓文与唐璐夫妇合计持有的公司股份占公司发行前股份比例为 87.48%。按 4,132 万股发行后，公司实际控制人持股比例将降至 78.74%，仍居于绝对控制地位。

公司已根据《公司法》、《上市公司章程指引》等法律法规，制定了三会议事规则、独立董事工作制度、董事会专门委员会工作细则、关联交易管理制度等内部规范性文件且执行效果良好。上述措施从制度安排上有效地避免了控股股东操纵公司或损害公司利益情况的发生。但控股股东、实际控制人仍可凭借其控制地位通过行使表决权等方式对公司的人事任免、经营决策等进行影响，从而可能损害公司利益及中小股东权益。

（二）规模扩张引发的管理风险

本次公开发行股票后，公司总资产与净资产将大幅增加，公司原料采购、产

销规模等将相应扩大，生产和管理人员亦将相应增加，从而对公司组织结构和管理体系提出了更高的要求。如果公司在高速发展过程中，组织结构、管理模式、管理人员素质和数量等未能跟上业务规模扩大的步伐，将对公司的生产经营产生不利影响。

七、税收优惠风险

根据 2011 年 7 月 27 日财政部、海关总署、国家税务总局发布的《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号），自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15%的税率征收企业所得税。

经四川省经济和信息化委员会和自贡市经济和信息化委员会确认，发行人及子公司自贡天味、天味家园的主营业务属于《产业结构调整指导目录（2011 年本）》（国家发改委第 9 号令）中的鼓励类产业，享受西部大开发优惠。此外，公司还享受“技术开发费税前加计扣除”、“安置残疾人员就业实际支付工资加计扣除”和“购置专用设备投资抵免企业所得税”等税收优惠，报告期公司所得税优惠的具体情况及对利润占比情况如下：

单位：万元

优惠项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
西部大开发	1,016.91	2,135.67	2,270.92	1,434.59
企业技术开发费税前加计扣除	-	147.89	164.31	149.83
安置残疾人员就业实际支付工资加计扣除	-	15.99	13.53	11.97
购置专用设备投资抵免企业所得税	-	6.41	14.11	-
税收优惠合计金额	1,016.91	2,305.96	2,462.87	1,596.38
占利润总额的比例	11.82%	10.73%	10.38%	9.99%

注：2018 年 1-6 月尚未进行所得税汇算清缴，因此未享受加计扣除等税收优惠。

报告期公司及子公司主要享受的所得税优惠为西部大开发税收优惠、企业技术开发费税前加计扣除、安置残疾人员就业实际支付工资加计扣除、购置专用设备投资抵免企业所得税优惠。2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司享受上述所得税税收优惠金额分别为 1,596.38 万元、2,462.87 万元、2,305.96 万

元和 1,016.91 万元，占同期公司利润总额的比例分别为 9.99%、10.38%、10.73%和 11.82%。税收优惠占利润总额的比例较低，发行人对所得税税收优惠不存在重大依赖。但是若未来西部大开发税收优惠鼓励范围调整或所得税政策到期后不推出新的优惠政策，致使公司及子公司自贡天味、天味家园不能享受相关税收优惠，公司税后经营业绩仍将受到一定程度影响。

八、募集资金投资项目的风险

（一）募投项目的实施风险

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务、战略发展目标进行，项目经过了充分的可行性论证分析，项目建成后将大大提高公司的核心竞争力。但是，如果出现项目实施的组织管理不力、项目不能按计划开工或完工等情况，可能影响募集资金投资项目的实施效果。

（二）募投项目的市场风险

募集资金投资项目实施并全部达产后，按规划每年将新增产能3.80万吨，尽管川味复合调味料行业发展势头良好，本次募投项目也经过了详细的分析和科学论证，但由于市场开拓效果具有一定的滞后性，同时，竞争对手的发展、宏观经济形势的变动以及销售渠道、营销力量的配套措施是否有效等因素也会对项目的投资回报和公司的预期收益产生影响。

（三）经济效益不能达到预期的风险

本次募集资金投资项目建成后，公司将新增部分固定资产，并新增部分折旧费用。募集资金到位后，各募投项目的投资将在一至三年内完成，若市场出现变化或募集资金投资项目涉及的产品预测价格下降，投资项目的预期收益将难以实现，公司存在募投项目经济效益不能达到预期以及因折旧增加导致利润下滑的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称	四川天味食品集团股份有限公司
英文名称	Sichuan Teway Food Group Co.,Ltd
注册资本	37,183.50 万元
法定代表人	邓文
有限公司成立日期	2007 年 3 月 2 日
整体变更为股份公司日期	2010 年 7 月 9 日
住所	成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号
邮政编码	610200
电话	028-82808166
传真	028-82808111
互联网网址	http://www.teway.cn
电子信箱	dsh@teway.cn
经营范围	生产、销售：调味料；仓储服务；销售机械设备；软件设计、开发和销售；农产品初加工；食品检验及咨询服务；第二类增值电信业务中的信息服务业务；餐饮服务；预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售；从事货物进出口与技术进出口的对外贸易经营。（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）。

二、改制重组情况

（一）设立方式

发行人系由四川天味实业有限公司以截至 2010 年 3 月 31 日经审计的净资产值折股整体变更设立的股份有限公司。2010 年 6 月 10 日，信永中和出具 XYZH/2009CDA4052-1 号《验资报告》，对有限公司整体变更为股份公司时各发起人的出资情况进行了审验。

2010 年 7 月 9 日，公司在成都市工商行政管理局办理了工商注册登记手续，领取了注册号为 510122000037573 的《企业法人营业执照》，公司名称变更为四川天味食品股份有限公司，注册资本 11,625 万元，法定代表人邓文。

（二）发起人

公司的发起人为邓文、唐璐等 20 名自然人，整体变更设立股份公司时各发起人的持股情况如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
1	邓文	93,400,000	80.34%
2	唐璐	15,000,000	12.90%
3	卢小波	3,000,000	2.58%
4	张艳红	750,000	0.65%
5	于志勇	500,000	0.43%
6	陶应彬	500,000	0.43%
7	刘加玉	500,000	0.43%
8	唐鸣	500,000	0.43%
9	何昌军	250,000	0.22%
10	李栋钢	250,000	0.22%
11	马麟	250,000	0.22%
12	吴学军	250,000	0.22%
13	邓志宇	250,000	0.22%
14	邓聪	250,000	0.22%
15	何丽平	125,000	0.11%
16	冉龙丰	125,000	0.11%
17	杨渊和	125,000	0.11%
18	吴虹	75,000	0.06%
19	邓昌伦	75,000	0.06%
20	尹翊嫚	75,000	0.06%
合　计		**116,250,000**	**100.00%**

公司发起人的具体情况详见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东和实际控制人的基本情况”的相关内容。

（三）本公司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

公司主要发起人为邓文和唐璐夫妇。在改制设立股份公司前，邓文、唐璐除

持有发行人股权外，还分别持有成都天味 90%和 10%的股权，公司改制设立前后，成都天味未从事实际经营业务并已于 2011 年 5 月注销。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司系由天味有限整体变更设立，承继了天味有限的全部资产、负债和权益。发行人成立时的主要资产包括生产经营所需的房屋所有权、土地使用权、机械设备、商标、专利等。

公司成立时，主营业务是川味复合调味料的研发、生产和销售。公司自成立以来主营业务未发生重大变化。

（五）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

公司设立之后，主要发起人邓文和唐璐夫妇合计持有 100%股权的成都天味于 2011 年 5 月注销。邓文除持有发行人股权外，曾持有成都市瑞景峰酒业有限公司 60%的股权，该公司已于 2014 年 12 月完成工商注销。唐璐除持有发行人股权外，未拥有其他公司股权。邓文和唐璐夫妇均在发行人任职，从事公司经营等相关方面业务。

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

公司系由天味有限整体变更设立，改制前后业务流程未发生变化。具体业务流程图详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务具体情况”之“（二）主要产品工艺流程”。

（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

公司自成立以来，在生产经营方面与主要发起人邓文和唐璐夫妇相互独立，与主要发起人邓文和唐璐夫妇曾控制的成都天味之间存在股权和资产受让等关

联交易，具体情况详见本节“三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“（二）发行人重大资产重组情况”。

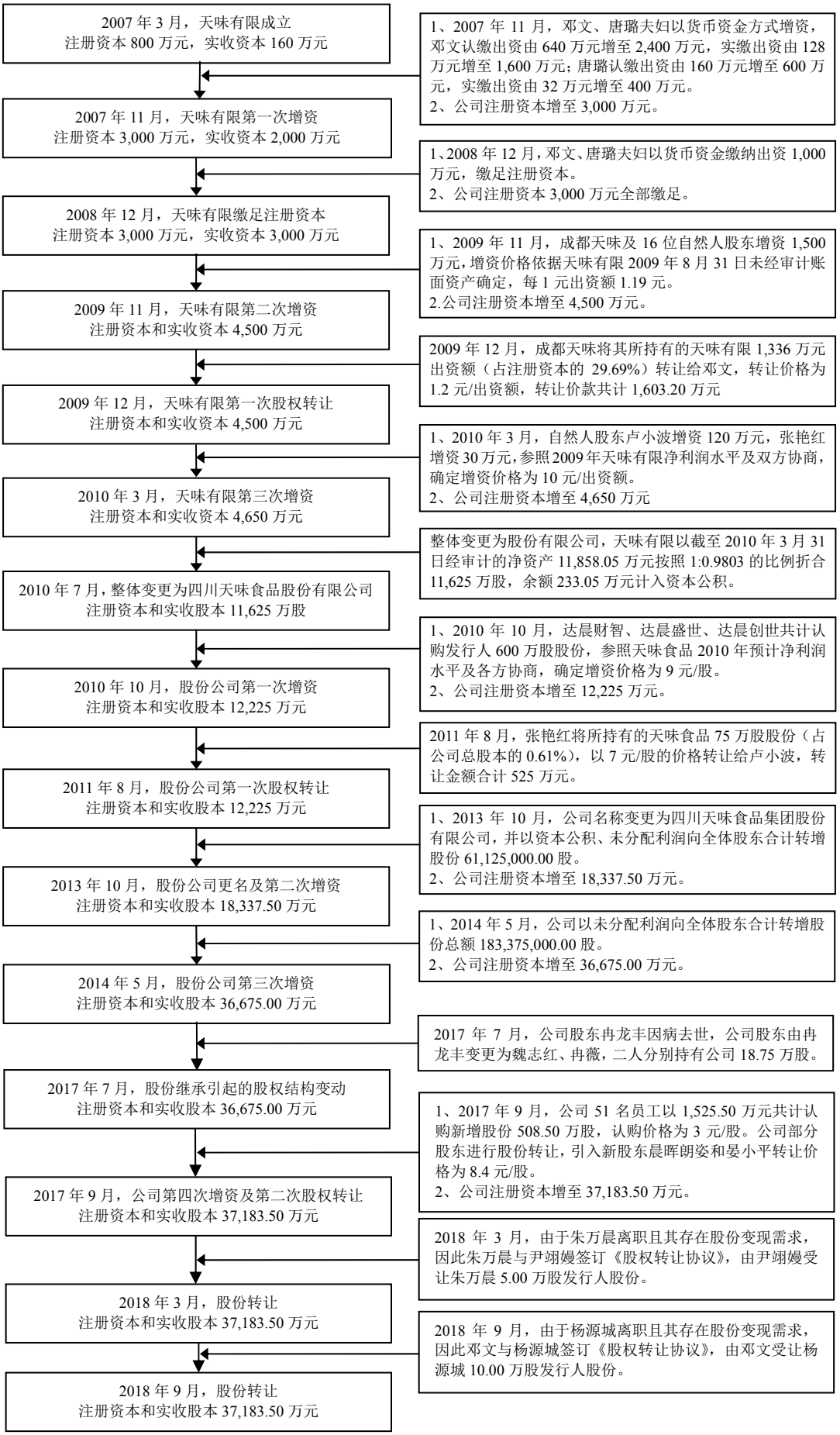
（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人是由天味有限整体变更设立，整体变更时未进行任何业务和资产的剥离，天味有限的全部资产及负债均由发行人承继，相关资产的产权变更手续均已办理完毕。

三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人股本的形成及其变化情况

发行人系由天味有限于 2010 年 7 月 9 日整体变更设立，天味有限于 2007 年 3 月 2 日成立，发行人自天味有限成立以来的股权及股本变动情况如下：


2007 年 3 月，天味有限成立
注册资本 800 万元，实收资本 160 万元
1、2007 年 11 月，邓文、唐璐夫妇以货币资金方式增资，邓文认缴出资由 640 万元增至 2,400 万元，实缴出资由 128 万元增至 1,600 万元；唐璐认缴出资由 160 万元增至 600 万元，实缴出资由 32 万元增至 400 万元。
2、公司注册资本增至 3,000 万元。
2007 年 11 月，天味有限第一次增资
注册资本 3,000 万元，实收资本 2,000 万元
1、2008 年 12 月，邓文、唐璐夫妇以货币资金缴纳出资 1,000 万元，缴足注册资本。
2、公司注册资本 3,000 万元全部缴足。
2008 年 12 月，天味有限缴足注册资本
注册资本 3,000 万元，实收资本 3,000 万元
1、2009 年 11 月，成都天味及 16 位自然人股东增资 1,500 万元，增资价格依据天味有限 2009 年 8 月 31 日未经审计账面资产确定，每 1 元出资额 1.19 元。
2.公司注册资本增至 4,500 万元。
2009 年 11 月，天味有限第二次增资
注册资本和实收资本 4,500 万元
2009 年 12 月，成都天味将其所持有的天味有限 1,336 万元出资额（占注册资本的 29.69%）转让给邓文，转让价格为 1.2 元/出资额，转让价款共计 1,603.20 万元
2009 年 12 月，天味有限第一次股权转让
注册资本和实收资本 4,500 万元
1、2010 年 3 月，自然人股东卢小波增资 120 万元，张艳红增资 30 万元，参照 2009 年天味有限净利润水平及双方协商，确定增资价格为 10 元/出资额。
2、公司注册资本增至 4,650 万元
2010 年 3 月，天味有限第三次增资
注册资本和实收资本 4,650 万元
整体变更为股份有限公司，天味有限以截至 2010 年 3 月 31 日经审计的净资产 11,858.05 万元按照 1:0.9803 的比例折合 11,625 万股，余额 233.05 万元计入资本公积。
2010 年 7 月，整体变更为四川天味食品股份有限公司
注册资本和实收股本 11,625 万股
1、2010 年 10 月，达晨财智、达晨盛世、达晨创世共计认购发行人 600 万股股份，参照天味食品 2010 年预计净利润水平及各方协商，确定增资价格为 9 元/股。
2、公司注册资本增至 12,225 万元。
2010 年 10 月，股份公司第一次增资
注册资本和实收股本 12,225 万元
2011 年 8 月，张艳红将所持有的天味食品 75 万股股份（占公司总股本的 0.61%），以 7 元/股的价格转让给卢小波，转让金额合计 525 万元。
2011 年 8 月，股份公司第一次股权转让
注册资本和实收股本 12,225 万元
1、2013 年 10 月，公司名称变更为四川天味食品集团股份有限公司，并以资本公积、未分配利润向全体股东合计转增股份 61,125,000.00 股。
2、公司注册资本增至 18,337.50 万元。
2013 年 10 月，股份公司更名及第二次增资
注册资本和实收股本 18,337.50 万元
1、2014 年 5 月，公司以未分配利润向全体股东合计转增股份总额 183,375,000.00 股。
2、公司注册资本增至 36,675.00 万元。
2014 年 5 月，股份公司第三次增资
注册资本和实收股本 36,675.00 万元
2017 年 7 月，公司股东冉龙丰因病去世，公司股东由冉龙丰变更为魏志红、冉薇，二人分别持有公司 18.75 万股。
2017 年 7 月，股份继承引起的股权结构变动
注册资本和实收股本 36,675.00 万元
1、2017 年 9 月，公司 51 名员工以 1,525.50 万元共计认购新增股份 508.50 万股，认购价格为 3 元/股。公司部分股东进行股份转让，引入新股东晨晖朗姿和晏小平转让价格为 8.4 元/股。
2、公司注册资本增至 37,183.50 万元。
2017 年 9 月，公司第四次增资及第二次股权转让
注册资本和实收股本 37,183.50 万元
2018 年 3 月，由于朱万晨离职且其存在股份变现需求，因此朱万晨与尹翊嫚签订《股权转让协议》，由尹翊嫚受让朱万晨 5.00 万股发行人股份。
2018 年 3 月，股份转让
注册资本和实收股本 37,183.50 万元
2018 年 9 月，由于杨源城离职且其存在股份变现需求，因此邓文与杨源城签订《股权转让协议》，由邓文受让杨源城 10.00 万股发行人股份。
2018 年 9 月，股份转让
注册资本和实收股本 37,183.50 万元

1、2007年3月，天味有限成立

公司前身四川天味实业有限公司系由邓文和唐璐投资设立的有限公司。天味有限设立时注册资本 800 万元，首期实收资本 160 万元，其中股东邓文以货币和非货币方式认缴出资 640 万元，占注册资本的 80%；股东唐璐以货币方式认缴出资 160 万元，占注册资本的 20%。2007 年 2 月 14 日，四川德维会计师事务所有限责任公司出具“川德验（2007）字第 013 号”《验资报告》，经审验，截至 2007 年 2 月 13 日，天味有限已收到邓文、唐璐首次缴纳的货币出资合计 160 万元，其中邓文缴纳出资 128 万元，唐璐缴纳出资 32 万元。

2007 年 3 月 2 日，天味有限取得成都市双流县工商行政管理局核发注册号为 5101222803016 的《企业法人营业执照》。天味有限成立时的股权结构如下：

股东姓名	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	实缴出资方式	出资比例
邓文	640.00	128.00	货币资金	80.00%
唐璐	160.00	32.00	货币资金	20.00%
合计	**800.00**	**160.00**	**-**	**100.00%**

2、2007年11月，天味有限第一次增资

2007 年 11 月 26 日，天味有限召开股东会会议，一致同意注册资本由 800 万元增加至 3,000 万元，实收资本由 160 万元增加至 2,000 万元，其中：邓文认缴出资由 640 万元增加至 2,400 万元（出资方式为货币、非货币），实缴出资由 128 万元增加至 1,600 万元；唐璐认缴出资由 160 万元增至 600 万元（出资方式为货币），实缴出资由 32 万元增至 400 万元。

2007 年 11 月 27 日，四川良建会计师事务所有限责任公司出具“川良建会验字（2007）第 191 号”《验资报告》，经审验，截至 2007 年 11 月 27 日，天味有限已收到邓文、唐璐缴纳的货币出资 1,840 万元，其中邓文缴纳出资 1,472 万元、唐璐缴纳出资 368 万元。

2007 年 12 月 3 日，天味有限在成都市双流工商行政管理局完成了本次注册资本和实收资本增加的变更登记手续。本次增资及实缴出资完成后，天味有限的股权结构如下：

股东姓名	认缴出资额（万元）	累计实缴出资额（万元）	实缴出资方式	出资比例
邓文	2,400.00	1,600.00	货币资金	80.00%
唐璐	600.00	400.00	货币资金	20.00%
合计	**3,000.00**	**2,000.00**	**-**	**100.00%**

3、2008年12月，天味有限缴足注册资本

2008 年 12 月 24 日，天味有限召开股东会会议，一致同意邓文和唐璐以货币资金实缴出资 1,000 万元，天味有限实收资本从 2,000 万元增加至 3,000 万元，并同意将邓文的出资方式由货币、非货币出资变更为货币出资。

2008 年 12 月 23 日，四川君和会计师事务所有限责任公司出具“君和验字（2008）第 2024 号”《验资报告》，经审验，截至 2008 年 12 月 23 日，公司已收到邓文、唐璐实缴的货币出资 1,000 万元。2008 年 12 月 30 日，天味有限在成都市双流工商行政管理局完成了本次实收资本增加的变更登记手续。本次注册资本缴足后，天味有限的股权结构如下：

股东姓名	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资方式	出资比例
邓文	2,400.00	2,400.00	货币资金	80.00%
唐璐	600.00	600.00	货币资金	20.00%
合计	**3,000.00**	**3,000.00**	**-**	**100.00%**

4、2009年11月，天味有限第二次增资

2009 年 11 月 18 日，天味有限召开股东会会议，一致同意天味有限注册资本由 3,000 万元增加至 4,500 万元，新增的注册资本 1,500 万元由成都天味和于志勇、唐鸣等 16 名自然人认缴，增资价格依据天味有限截至 2009 年 8 月 31 日未经审计的账面净资产值为依据确定为 1.19 元/注册资本。具体认缴出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资方式	入股时职务
1	成都天味	1,336.00	货币资金、房屋建筑物、土地使用权	-
2	于志勇	20.00	货币资金	行政总监
3	陶应彬	20.00	货币资金	自贡天味总经理
4	刘加玉	20.00	货币资金	天味商贸总经理

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资方式	入股时职务
5	唐鸣	20.00	货币资金	财务总监
6	何昌军	10.00	货币资金	总经理助理
7	李栋钢	10.00	货币资金	技术中心主任
8	马麟	10.00	货币资金	天味商贸副总经理
9	吴学军	10.00	货币资金	天味商贸总经理助理
10	邓志宇	10.00	货币资金	无
11	邓聪	10.00	货币资金	无
12	何丽平	5.00	货币资金	财务部经理
13	冉龙丰	5.00	货币资金	天味商贸销售经理
14	杨渊和	5.00	货币资金	天味商贸销售经理
15	吴虹	3.00	货币资金	自贡天味生产部经理
16	尹翊嫚	3.00	货币资金	自贡天味财务部主管
17	邓昌伦	3.00	货币资金	区域销售人员
合　计		**1,500.00**	-	

本次增资的自然人股东中，邓志宇、邓聪均系公司控股股东邓文的哥哥，其余 14 名自然人股东均为天味有限高级管理人员和骨干员工，天味有限本次增资的主要目的是实现对高级管理人员和骨干员工的激励，增强公司主要经营管理人员的积极性和稳定性，确保公司发展战略的贯彻实施。

2009 年 11 月 10 日，四川中天华资产评估有限公司出具“川中天华评字 2009 第 046 号”《资产评估报告书》，以 2009 年 11 月 6 日为评估基准日，以成本法为评估方法，成都天味拟用于出资的位于双流县西航港工业集中区黄甲大道三段的土地使用权、房屋建筑物（包括生产车间、库房、办公楼、食堂、构筑物和管道）的评估值为 1,520.54 万元，因此，成都天味以该等土地使用权、房屋建筑物作价 1,520.54 万元，同时现金出资 69.30 万元，认缴天味有限 1,336 万元出资额。由于四川中天华资产评估有限公司不具备证券期货相关业务评估资格，2010 年 11 月，北京中天华资产评估有限公司对上述评估报告进行复核并出具了“中天华资评报字（2010）第 1274 号”《成都市天味食品有限公司拟投资入股项目资产评估复核报告书》，根据该复核评估书，原评估报告评估程序合规、原报告结论合理。

2009 年 11 月 25 日，信永中和出具 XYZH/2009CDA7051 号《验资报告》，经审验，截至 2009 年 11 月 25 日，天味有限已收到成都天味等股东缴纳的 1,785 万元出资，包括土地使用权、房屋建筑物出资 1,520.54 万元，货币出资 264.46 万元；其中 1,500 万元计入实收资本，285 万元计入资本公积。2009 年 11 月 27 日，天味有限在成都市双流工商行政管理局完成了本次增资的变更登记手续。本次增资完成后，天味有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例
1	邓文	2,400.00	货币资金	53.33%
2	成都天味	1,336.00	货币资金、房屋建筑物、土地使用权	29.69%
3	唐璐	600.00	货币资金	13.33%
4	于志勇	20.00	货币资金	0.44%
5	陶应彬	20.00	货币资金	0.44%
6	刘加玉	20.00	货币资金	0.44%
7	唐鸣	20.00	货币资金	0.44%
8	何昌军	10.00	货币资金	0.22%
9	李栋钢	10.00	货币资金	0.22%
10	马麟	10.00	货币资金	0.22%
11	吴学军	10.00	货币资金	0.22%
12	邓志宇	10.00	货币资金	0.22%
13	邓聪	10.00	货币资金	0.22%
14	何丽平	5.00	货币资金	0.11%
15	冉龙丰	5.00	货币资金	0.11%
16	杨渊和	5.00	货币资金	0.11%
17	吴虹	3.00	货币资金	0.07%
18	邓昌伦	3.00	货币资金	0.07%
19	尹翊嫚	3.00	货币资金	0.07%
合计		**4,500.00**	**-**	**100.00%**

5、2009年12月，天味有限股权转让

2009 年 12 月 5 日，天味有限召开股东会会议，一致同意成都天味将其持有的天味有限 1,336 万元出资额转让给邓文，转让价格依据天味有限截至 2009 年 8 月 31 日未经审计的账面净资产值为依据确定为 1.2 元/注册资本，即转让价款合

计为 1,603.20 万元。2009 年 12 月 3 日，成都天味与邓文签署《股权转让协议》，约定了上述股权转让事宜。

2009 年 12 月 9 日，天味有限在成都市双流工商行政管理局完成了本次股权转让的变更登记手续。本次股权转让完成后，天味有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例
1	邓文	3,736.00	货币资金、房屋建筑物、土地使用权	83.02%
2	唐璐	600.00	货币资金	13.33%
3	于志勇	20.00	货币资金	0.44%
4	陶应彬	20.00	货币资金	0.44%
5	刘加玉	20.00	货币资金	0.44%
6	唐鸣	20.00	货币资金	0.44%
7	何昌军	10.00	货币资金	0.22%
8	李栋钢	10.00	货币资金	0.22%
9	马麟	10.00	货币资金	0.22%
10	吴学军	10.00	货币资金	0.22%
11	邓志宇	10.00	货币资金	0.22%
12	邓聪	10.00	货币资金	0.22%
13	何丽平	5.00	货币资金	0.11%
14	冉龙丰	5.00	货币资金	0.11%
15	杨渊和	5.00	货币资金	0.11%
16	吴虹	3.00	货币资金	0.07%
17	邓昌伦	3.00	货币资金	0.07%
18	尹翊嫚	3.00	货币资金	0.07%
合 计		**4,500.00**	**-**	**100.00%**

6、2010年3月，天味有限第三次增资

2010 年 2 月 24 日，天味有限召开股东会会议，一致同意注册资本由 4,500 万元增加至 4,650 万元，增加的 150 万元注册资本分别由新股东卢小波认缴 120 万元、张艳红认缴 30 万元，增资价格参照天味有限 2009 年的净利润水平并经协商一致确定为 10 元/注册资本。

2010 年 3 月 9 日，信永中和出具 XYZH/2009CDA4040 号《验资报告》，经

审验，截至 2010 年 3 月 5 日，天味有限已经收到卢小波、张艳红缴纳的货币出资 1,500 万元，其中 150 万元计入实收资本、1,350 万元计入资本公积。

2010 年 3 月 16 日，天味有限在成都市双流工商行政管理局完成了本次增资的变更登记手续，换领了注册号为 510122000037573 的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，天味有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例
1	邓文	3,736.00	货币资金、房屋建筑物、土地使用权	80.34%
2	唐璐	600.00	货币资金	12.90%
3	卢小波	120.00	货币资金	2.58%
4	张艳红	30.00	货币资金	0.65%
5	于志勇	20.00	货币资金	0.43%
6	陶应彬	20.00	货币资金	0.43%
7	刘加玉	20.00	货币资金	0.43%
8	唐鸣	20.00	货币资金	0.43%
9	何昌军	10.00	货币资金	0.22%
10	李栋钢	10.00	货币资金	0.22%
11	马麟	10.00	货币资金	0.22%
12	吴学军	10.00	货币资金	0.22%
13	邓志宇	10.00	货币资金	0.22%
14	邓聪	10.00	货币资金	0.22%
15	何丽平	5.00	货币资金	0.11%
16	冉龙丰	5.00	货币资金	0.11%
17	杨渊和	5.00	货币资金	0.11%
18	吴虹	3.00	货币资金	0.06%
19	邓昌伦	3.00	货币资金	0.06%
20	尹翊嫚	3.00	货币资金	0.06%
合计		**4,650.00**	**-**	**100.00%**

7、2010年7月，天味有限整体变更设立股份公司

2010 年 5 月 15 日，信永中和出具 XYZH/2009CDA4052 号《审计报告》，以 2010 年 3 月 31 日为基准日，天味有限经审计的净资产为 13,251.31 万元。2010 年 5 月 20 日，北京中天华资产评估有限责任公司出具“中天华资评报字（2010）

第 1075 号”《资产评估报告书》，以 2010 年 3 月 31 日为评估基准日，天味有限评估净资产值为 13,843.10 万元，增值额为 591.79 万元，增值率 4.47%。

2010 年 5 月 21 日，天味有限召开股东会会议，一致同意天味有限整体变更为四川天味食品股份有限公司。同日，天味有限全体股东作为发起人签署《发起人协议》，以经信永中和审计的天味有限净资产 13,251.31 万元在扣除因折股应代扣代缴的个人所得税 1,393.26 万元后的剩余净资产 11,858.05 万元为基数，折合股本 11,625 万元，每股面值 1 元，剩余 233.05 万元计入股份公司的资本公积。

2010 年 6 月 10 日，信永中和出具 XYZH/2009CDA4052-1 号《验资报告》，经审验，截至 2010 年 6 月 10 日，天味食品已收到四川天味实业有限公司扣除因折股应代扣代缴的个人所得税 1,393.26 万元后的剩余净资产 11,858.05 万元，其中 11,625 万元计入股本，剩余 233.05 万元计入资本公积。

2010 年 7 月 9 日，天味食品在成都市工商行政管理局完成了整体变更为股份公司的登记手续，领取了注册号为 510122000037573《企业法人营业执照》，公司名称变更为四川天味食品股份有限公司，公司注册资本变更为 11,625 万元。本次整体变更完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	邓文	9,340.00	80.34%
2	唐璐	1,500.00	12.90%
3	卢小波	300.00	2.58%
4	张艳红	75.00	0.65%
5	于志勇	50.00	0.43%
6	陶应彬	50.00	0.43%
7	刘加玉	50.00	0.43%
8	唐鸣	50.00	0.43%
9	何昌军	25.00	0.22%
10	李栋钢	25.00	0.22%
11	马麟	25.00	0.22%
12	吴学军	25.00	0.22%
13	邓志宇	25.00	0.22%
14	邓聪	25.00	0.22%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
15	何丽平	12.50	0.11%
16	冉龙丰	12.50	0.11%
17	杨渊和	12.50	0.11%
18	吴虹	7.50	0.06%
19	邓昌伦	7.50	0.06%
20	尹翊嫚	7.50	0.06%
合　计		**11,625.00**	**100.00%**

8、2010年10月，股份公司第一次增资

2010 年 10 月 31 日，天味食品召开 2010 年第一次临时股东大会，一致同意公司增加股本 600 万股，总股本增加至 12,225 万股，由新股东达晨财智、达晨盛世和达晨创世分别认购 60 万股、251 万股和 289 万股，认购价格参照公司 2010 年预计净利润水平并经公司与新股东协商确定为 9 元/股。

2010 年 11 月 17 日，信永中和出具 XYZH/2010CDA4031 号《验资报告》，经审验，截至 2010 年 11 月 10 日，天味食品已收到上述新股东缴纳的货币出资 5,400 万元，其中 600 万元计入实收资本，4800 万元计入资本公积。

2010 年 11 月 29 日，公司在成都市工商行政管理局完成了本次增资的变更登记手续。本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	邓文	9,340.00	76.40%
2	唐璐	1,500.00	12.27%
3	卢小波	300.00	2.45%
4	达晨创世	289.00	2.36%
5	达晨盛世	251.00	2.05%
6	达晨财智	60.00	0.49%
7	张艳红	75.00	0.61%
8	于志勇	50.00	0.41%
9	陶应彬	50.00	0.41%
10	刘加玉	50.00	0.41%
11	唐鸣	50.00	0.41%
12	何昌军	25.00	0.20%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
13	李栋钢	25.00	0.20%
14	马麟	25.00	0.20%
15	吴学军	25.00	0.20%
16	邓志宇	25.00	0.20%
17	邓聪	25.00	0.20%
18	何丽平	12.50	0.10%
19	冉龙丰	12.50	0.10%
20	杨渊和	12.50	0.10%
21	吴虹	7.50	0.06%
22	邓昌伦	7.50	0.06%
23	尹翊嫚	7.50	0.06%
合 计		**12,225.00**	**100.00%**

9、2011年8月，股份公司第一次股份转让

2011 年 8 月，公司股东张艳红和卢小波签订《股权转让协议》，张艳红因个人资金需求，将其持有的公司 75 万股股份转让给卢小波，转让价格经双方协商确定为 7 元/股。本次股份转让完成后，天味食品的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	邓文	9,340.00	76.40%
2	唐璐	1,500.00	12.27%
3	卢小波	375.00	3.07%
4	达晨创世	289.00	2.36%
5	达晨盛世	251.00	2.05%
6	达晨财智	60.00	0.49%
7	于志勇	50.00	0.41%
8	陶应彬	50.00	0.41%
9	刘加玉	50.00	0.41%
10	唐鸣	50.00	0.41%
11	何昌军	25.00	0.20%
12	李栋钢	25.00	0.20%
13	马麟	25.00	0.20%
14	吴学军	25.00	0.20%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
15	邓志宇	25.00	0.20%
16	邓聪	25.00	0.20%
17	何丽平	12.50	0.10%
18	冉龙丰	12.50	0.10%
19	杨渊和	12.50	0.10%
20	吴虹	7.50	0.06%
21	邓昌伦	7.50	0.06%
22	尹翊嫚	7.50	0.06%
合计		**12,225.00**	**100.00%**

10、2013年10月，股份公司更名及第二次增资

2013 年 10 月 19 日，天味食品召开 2013 年第四次临时股东大会，一致同意公司名称由“四川天味食品股份有限公司”变更为“四川天味食品集团股份有限公司”。同时，以截至 2013 年 6 月 30 日经审计的资本公积、未分配利润向全体股东每 10 股转增 5 股，合计转增股份 6,112.50 万股，其中：由资本公积转增 47,677,500.00 股，由未分配利润转增 13,447,500.00 股，公司股本增加至 18,337.50 万股。发行人已为自然人股东代扣代缴个人所得税。

2013 年 10 月 28 日，信永中和出具 XYZH/2013CDA4023 号《验资报告》，经审验，截至 2013 年 10 月 28 日，公司已将资本公积 47,677,500.00 元、未分配利润 13,447,500.00 元转增股本 61,125,000.00 股。

2013 年 11 月 8 日，公司在成都市工商行政管理局完成了本次更名及增资的变更登记手续。本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	邓文	14,010.00	76.40%
2	唐璐	2,250.00	12.27%
3	卢小波	562.50	3.07%
4	达晨创世	433.50	2.36%
5	达晨盛世	376.50	2.05%
6	达晨财智	90.00	0.49%
7	于志勇	75.00	0.41%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
8	陶应彬	75.00	0.41%
9	刘加玉	75.00	0.41%
10	唐鸣	75.00	0.41%
11	何昌军	37.50	0.20%
12	李栋钢	37.50	0.20%
13	马麟	37.50	0.20%
14	吴学军	37.50	0.20%
15	邓志宇	37.50	0.20%
16	邓聪	37.50	0.20%
17	何丽平	18.75	0.10%
18	冉龙丰	18.75	0.10%
19	杨渊和	18.75	0.10%
20	吴虹	11.25	0.06%
21	邓昌伦	11.25	0.06%
22	尹翊嫚	11.25	0.06%
合计		**18,337.50**	**100.00%**

11、2014年5月，股份公司第三次增资

2014 年 5 月 19 日，天味食品召开 2013 年度股东大会，一致同意公司以截至 2013 年 12 月 31 日经审计的未分配利润按 1:1 的比例向全体股东转增股份 18,337.50 万股，公司股本增加至 36,675.00 万股。发行人已为自然人股东代扣代缴个人所得税。

2014 年 5 月 19 日，信永中和出具 XYZH/2013CDA4048-6 号《验资报告》，经审验，截至 2014 年 5 月 19 日，公司已将未分配利润转增股本 18,337.50 万股。

2014 年 5 月 20 日，公司在成都市工商行政管理局完成了本次增资的变更登记手续。本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	邓文	28,020.00	76.40%
2	唐璐	4,500.00	12.27%
3	卢小波	1,125.00	3.07%
4	达晨创世	867.00	2.36%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
5	达晨盛世	753.00	2.05%
6	达晨财智	180.00	0.49%
7	于志勇	150.00	0.41%
8	陶应彬	150.00	0.41%
9	刘加玉	150.00	0.41%
10	唐鸣	150.00	0.41%
11	何昌军	75.00	0.20%
12	李栋钢	75.00	0.20%
13	马麟	75.00	0.20%
14	吴学军	75.00	0.20%
15	邓志宇	75.00	0.20%
16	邓聪	75.00	0.20%
17	何丽平	37.50	0.10%
18	冉龙丰	37.50	0.10%
19	杨渊和	37.50	0.10%
20	吴虹	22.50	0.06%
21	邓昌伦	22.50	0.06%
22	尹翊嫚	22.50	0.06%
合 计		**36,675.00**	**100.00%**

12、2017年7月，股份继承引起的股权结构变动

2017 年 7 月，公司股东冉龙丰因病去世，其生前持有的天味食品 37.50 万股股份由其配偶魏志红、女儿冉薇各继承 18.75 万股。

13、2017年9月，股份公司第四次增资及第二次股份转让

（1）增加注册资本

2017 年 9 月 8 日，天味食品召开 2017 年度第四次临时股东大会，一致同意公司新增股本 508.50 万股，全部由 51 名公司中层管理人员认购，认购价格为 3 元/股，略高于公司截至 2016 年末每股净资产，低于同一时期的晨晖朗姿等外部投资者入股价格；本次增资系公司对部分中层管理人员实施股权激励，具备商业合理性。本次增资的具体认购情况如下：

序号	股东名称	股份数量（万股）	认购金额（万元）	比例	公司职务
1	何丽平	37.50	112.50	7.37%	财务中心主任
2	付晓岚	20.00	60.00	3.93%	审计监察部经理
3	韩军	20.00	60.00	3.93%	定制餐调事业部总监
4	胡涛	20.00	60.00	3.93%	质量管理部经理
5	雷鸿	20.00	60.00	3.93%	通用餐调事业部总监兼销售经理
6	粟立萍	20.00	60.00	3.93%	人力资源部经理
7	涂志国	20.00	60.00	3.93%	销售经理
8	席章太	20.00	60.00	3.93%	销售经理
9	姚成	20.00	60.00	3.93%	天味家园副总经理
10	叶昆成	20.00	60.00	3.93%	采购部经理
11	敖应洪	10.00	30.00	1.97%	双流生产基地物资供应部兼仓储部经理
12	龚金辉	10.00	30.00	1.97%	工程项目部经理
13	龚树林	10.00	30.00	1.97%	配送中心副主任
14	贵用义	10.00	30.00	1.97%	双流生产基地风味品评部经理
15	兰兰	10.00	30.00	1.97%	天味家园行政人事部经理
16	李燕桥	10.00	30.00	1.97%	证券经理
17	梁金燕	10.00	30.00	1.97%	法务部经理
18	刘凤英	10.00	30.00	1.97%	天味家园财务部经理
19	刘薇	10.00	30.00	1.97%	营销中心品牌部产品推广经理
20	刘有林	10.00	30.00	1.97%	川渝大区川西办事处主任
21	彭茂竹	10.00	30.00	1.97%	财务中心副主任
22	苏红	10.00	30.00	1.97%	天味家园物资供应部经理
23	夏中军	10.00	30.00	1.97%	南方大区广州办事处主任
24	熊峰	10.00	30.00	1.97%	双流生产基地生产部经理
25	杨源城	10.00	30.00	1.97%	总经办主任
26	张德武	10.00	30.00	1.97%	西北大区新疆办事处主任
27	周立	10.00	30.00	1.97%	设备管理部经理
28	左骥	10.00	30.00	1.97%	营销中心客服部经理
29	杨峰伟	9.00	27.00	1.77%	南方大区上海办事处主任
30	兰宏彬	8.00	24.00	1.57%	电商事业部运营部经理
31	贵用献	5.00	15.00	0.98%	定制餐调事业部重点客户经理
32	郭忠良	5.00	15.00	0.98%	川渝大区川南办事处主任

序号	股东名称	股份数量（万股）	认购金额（万元）	比例	公司职务
33	蒋煜	5.00	15.00	0.98%	天味家园品控技术部经理
34	景柯岚	5.00	15.00	0.98%	董事会办公室安全顾问
35	李春江	5.00	15.00	0.98%	中原大区济南办事处主任
36	刘娟	5.00	15.00	0.98%	自贡配送部经理
37	吕朝康	5.00	15.00	0.98%	自贡生产部经理
38	王传明	5.00	15.00	0.98%	产品研发中心研发支持部经理
39	席章国	5.00	15.00	0.98%	南方大区武汉办事处主任
40	肖大刚	5.00	15.00	0.98%	总经办安全环保部主管
41	肖永全	5.00	15.00	0.98%	设备管理部高级设备管理工程师
42	杨宁	5.00	15.00	0.98%	川渝大区重庆区域经理
43	杨宗厚	5.00	15.00	0.98%	定制餐调事业部重点客户经理
44	周容	5.00	15.00	0.98%	川渝大区大成都办事处区域经理
45	周玉平	5.00	15.00	0.98%	双流生产基地品控技术部经理
46	朱万晨	5.00	15.00	0.98%	原中原豫西北办经理，已离职
47	左楞	5.00	15.00	0.98%	东北大区黑龙江区域经理
48	栗亚杰	4.00	12.00	0.79%	中原大区豫中办事处主任
49	段泽谋	2.00	6.00	0.39%	定制餐调事业部重点客户经理
50	李盼盼	2.00	6.00	0.39%	东北大区北京办事处主任
51	谢文林	1.00	3.00	0.20%	信息部经理
总计		**508.50**	**1,525.50**	**100.00%**	**-**

公司本次新增股东所持发行人股份不存在股份代持，新增股东中除刘有林为公司董事、副总经理刘加玉的侄子外，公司新增股东与公司董事、监事、高级管理人员、公司本次发行上市相关中介机构及签字人员不存在亲属、商业合作等关联关系。发行人按会计准则相关要求确认了本次股份支付费用，本次股份的公允价值为 8.4 元/股，为 2016 年度每股收益的 15 倍。发行人本次股权激励的股份数为 508.50 万股，每股授予价为 3 元/股，发行人因此确认股份支付费用 2,745.90 万元，其中 1,665.90 万元计入管理费用（包含 27.00 万元研发支出），1,080.00 万元计入销售费用。

2017 年 9 月 28 日，公司在成都市工商行政管理局完成了本次增资的变更登记手续。

2018 年 5 月 10 日，信永中和出具 XYZH/2018CDA40158 号《验资报告》验证，天味食品公司 2017 年 9 月份增资时增加的注册资本已足额到位。

（2）股份转让

2017 年 9 月 22 日，因公司部分股东存在股权变现需求，公司股东邓聪与唐鸣签订《股权转让协议》，股东陶应彬与新股东晏小平签订《股权转让协议》，股东于志勇、邓志宇等 10 人与新股东晨晖朗姿签订《股权转让协议》，约定上述股东以 8.4 元/股的价格进行相应股权转让，上述股东均只转让其持有的部分股权，本次转让具体情况如下：

序号	转让方姓名	受让方名称	转让股份数量（万股）	转让价款（万元）	定价依据及商业合理性
1	于志勇	晨晖朗姿	37.00	310.80	以发行人 2016 年度净利润为基础，综合考虑发行人所处行业、整体盈利能力、成长性等因素，按照 15 倍静态市盈率确定每股转让价格为 8.4 元，具备商业合理性
2	邓志宇		35.00	294.00	
3	刘加玉		30.00	252.00	
4	何昌军		18.00	151.20	
5	李栋钢		18.00	151.20	
6	杨渊和		10.00	84.00	
7	吴学军		5.00	42.00	
8	马麟		5.00	42.00	
9	吴虹		2.50	21.00	
10	尹翊嫚		2.50	21.00	
11	陶应彬	晏小平	50.00	420.00	晏小平系晨晖朗姿基金管理人宁波晨晖创新投资管理有限公司的实际控制人，基于对天味食品未来发展前景的认可而进行个人跟投，定价依据同晨晖朗姿，具备商业合理性
12	邓聪	唐鸣	30.00	252.00	邓聪系因个人资金需求将部分发行人股份进行转让，定价依据同外部投资人晨晖朗姿，具备商业合理性
总　计			243.00	2,041.20	-

受让方除唐鸣为公司董事、财务总监之外，其余受让方与公司董事、监事、高级管理人员、本次公司上市相关中介机构及签字人员不存在亲属、商业合作等关联关系；公司新增股东不存在股权代持行为。

（3）增资及股权转让完成后的股权结构

本次增资及股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（万股）	比例	序号	股东名称	股份数量（万股）	比例
1	邓文	28,020.00	75.36%	39	兰兰	10.00	0.03%
2	唐璐	4,500.00	12.10%	40	李燕桥	10.00	0.03%
3	卢小波	1,125.00	3.03%	41	梁金燕	10.00	0.03%
4	达晨创世	867.00	2.33%	42	刘凤英	10.00	0.03%
5	达晨盛世	753.00	2.03%	43	刘薇	10.00	0.03%
6	达晨财智	180.00	0.48%	44	刘有林	10.00	0.03%
7	唐鸣	180.00	0.48%	45	彭茂竹	10.00	0.03%
8	晨晖朗姿	163.00	0.44%	46	苏红	10.00	0.03%
9	刘加玉	120.00	0.32%	47	夏中军	10.00	0.03%
10	于志勇	113.00	0.30%	48	熊峰	10.00	0.03%
11	陶应彬	100.00	0.27%	49	杨源城	10.00	0.03%
12	何丽平	75.00	0.20%	50	张德武	10.00	0.03%
13	马麟	70.00	0.19%	51	周立	10.00	0.03%
14	吴学军	70.00	0.19%	52	左骥	10.00	0.03%
15	何昌军	57.00	0.15%	53	杨峰伟	9.00	0.024%
16	李栋钢	57.00	0.15%	54	兰宏彬	8.00	0.022%
17	晏小平	50.00	0.13%	55	贵用献	5.00	0.013%
18	邓聪	45.00	0.12%	56	郭忠良	5.00	0.013%
19	邓志宇	40.00	0.11%	57	蒋煜	5.00	0.013%
20	杨渊和	27.50	0.07%	58	景柯岚	5.00	0.013%
21	邓昌伦	22.50	0.06%	59	李春江	5.00	0.013%
22	吴虹	20.00	0.05%	60	刘娟	5.00	0.013%
23	尹翊嫚	20.00	0.05%	61	吕朝康	5.00	0.013%
24	付晓岚	20.00	0.05%	62	王传明	5.00	0.013%
25	韩军	20.00	0.05%	63	席章国	5.00	0.013%
26	胡涛	20.00	0.05%	64	肖大刚	5.00	0.013%
27	雷鸿	20.00	0.05%	65	肖永全	5.00	0.013%
28	粟立萍	20.00	0.05%	66	杨宁	5.00	0.013%
29	涂志国	20.00	0.05%	67	杨宗厚	5.00	0.013%

序号	股东名称	股份数量（万股）	比例	序号	股东名称	股份数量（万股）	比例
30	席章太	20.00	0.05%	68	周容	5.00	0.013%
31	姚成	20.00	0.05%	69	周玉平	5.00	0.013%
32	叶昆成	20.00	0.05%	70	朱万晨	5.00	0.013%
33	魏志红	18.75	0.05%	71	左楞	5.00	0.013%
34	冉薇	18.75	0.05%	72	栗亚杰	4.00	0.011%
35	敖应洪	10.00	0.03%	73	段泽谋	2.00	0.005%
36	龚金辉	10.00	0.03%	74	李盼盼	2.00	0.005%
37	龚树林	10.00	0.03%	75	谢文林	1.00	0.003%
38	贵用义	10.00	0.03%	**总计**		**37,183.50**	**100.00%**

14、2018年3月股份转让

2018 年 3 月 16 日，由于朱万晨离职且其存在股份变现需求，因此朱万晨与尹翊嫚签订《股权转让协议》，由尹翊嫚受让朱万晨 5.00 万股发行人股份，转让价格为每股 3 元。朱万晨为发行人 2017 年 9 月实施股权激励的激励对象之一，其于 2018 年 3 月从发行人处离职，将所持发行人股份按增资时的价格转让给了其他激励对象尹翊嫚，尹翊嫚系发行人子公司自贡天味的财务经理，转让具备商业合理性。

上述股份转让完成后，发行人股本结构变更为：

序号	股东名称	股份数量（万股）	比例	序号	股东名称	股份数量（万股）	比例
1	邓文	28,020.00	75.36%	39	兰兰	10.00	0.03%
2	唐璐	4,500.00	12.10%	40	李燕桥	10.00	0.03%
3	卢小波	1,125.00	3.03%	41	梁金燕	10.00	0.03%
4	达晨创世	867.00	2.33%	42	刘凤英	10.00	0.03%
5	达晨盛世	753.00	2.03%	43	刘薇	10.00	0.03%
6	达晨财智	180.00	0.48%	44	刘有林	10.00	0.03%
7	唐鸣	180.00	0.48%	45	彭茂竹	10.00	0.03%
8	晨晖朗姿	163.00	0.44%	46	苏红	10.00	0.03%
9	刘加玉	120.00	0.32%	47	夏中军	10.00	0.03%
10	于志勇	113.00	0.30%	48	熊峰	10.00	0.03%
11	陶应彬	100.00	0.27%	49	杨源城	10.00	0.03%

序号	股东名称	股份数量（万股）	比例	序号	股东名称	股份数量（万股）	比例
12	何丽平	75.00	0.20%	50	张德武	10.00	0.03%
13	马麟	70.00	0.19%	51	周立	10.00	0.03%
14	吴学军	70.00	0.19%	52	左骥	10.00	0.03%
15	何昌军	57.00	0.15%	53	杨峰伟	9.00	0.024%
16	李栋钢	57.00	0.15%	54	兰宏彬	8.00	0.022%
17	晏小平	50.00	0.13%	55	贵用献	5.00	0.013%
18	邓聪	45.00	0.12%	56	郭忠良	5.00	0.013%
19	邓志宇	40.00	0.11%	57	蒋煜	5.00	0.013%
20	杨渊和	27.50	0.07%	58	景柯岚	5.00	0.013%
21	尹翊嫚	25.00	0.07%	59	李春江	5.00	0.013%
22	邓昌伦	22.50	0.06%	60	刘娟	5.00	0.013%
23	吴虹	20.00	0.05%	61	吕朝康	5.00	0.013%
24	付晓岚	20.00	0.05%	62	王传明	5.00	0.013%
25	韩军	20.00	0.05%	63	席章国	5.00	0.013%
26	胡涛	20.00	0.05%	64	肖大刚	5.00	0.013%
27	雷鸿	20.00	0.05%	65	肖永全	5.00	0.013%
28	粟立萍	20.00	0.05%	66	杨宁	5.00	0.013%
29	涂志国	20.00	0.05%	67	杨宗厚	5.00	0.013%
30	席章太	20.00	0.05%	68	周容	5.00	0.013%
31	姚成	20.00	0.05%	69	周玉平	5.00	0.013%
32	叶昆成	20.00	0.05%	70	左楞	5.00	0.013%
33	魏志红	18.75	0.05%	71	栗亚杰	4.00	0.011%
34	冉薇	18.75	0.05%	72	段泽谋	2.00	0.005%
35	敖应洪	10.00	0.03%	73	李盼盼	2.00	0.005%
36	龚金辉	10.00	0.03%	74	谢文林	1.00	0.003%
37	龚树林	10.00	0.03%	-	-	-	-
38	贵用义	10.00	0.03%	**总计**		**37,183.50**	**100.00%**

15、2018年9月股份转让

2018 年 9 月 28 日，由于杨源城离职且其存在股份变现需求，因此杨源城与邓文签订《股权转让协议》，由邓文受让杨源城 10.00 万股发行人股份，转让价格为每股 3 元。杨源城为发行人 2017 年 9 月实施股权激励的激励对象之一，其

于 2018 年 9 月从发行人处离职，将所持发行人股份按增资时的价格转让给了公司实际控制人之一的邓文，转让具备商业合理性。

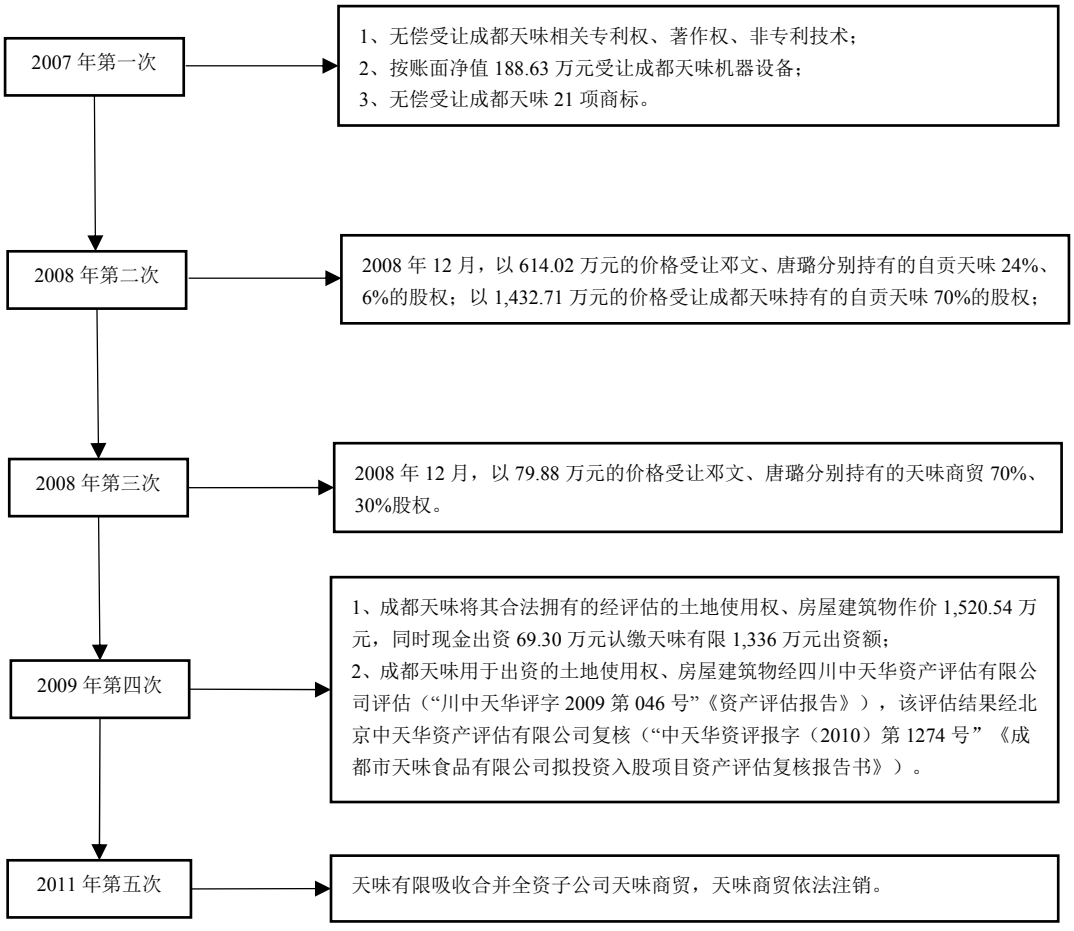
上述股份转让完成后，发行人股本结构变更为：

序号	股东名称	股份数量（万股）	比例	序号	股东名称	股份数量（万股）	比例
1	邓文	28,030.00	75.38%	39	兰兰	10	0.03%
2	唐璐	4,500.00	12.10%	40	李燕桥	10	0.03%
3	卢小波	1,125.00	3.03%	41	梁金燕	10	0.03%
4	达晨创世	867	2.33%	42	刘凤英	10	0.03%
5	达晨盛世	753	2.03%	43	刘薇	10	0.03%
6	达晨财智	180	0.48%	44	刘有林	10	0.03%
7	唐鸣	180	0.48%	45	彭茂竹	10	0.03%
8	晨晖朗姿	163	0.44%	46	苏红	10	0.03%
9	刘加玉	120	0.32%	47	夏中军	10	0.03%
10	于志勇	113	0.30%	48	熊峰	10	0.03%
11	陶应彬	100	0.27%	49	张德武	10	0.03%
12	何丽平	75	0.20%	50	周立	10	0.03%
13	马麟	70	0.19%	51	左骥	10	0.03%
14	吴学军	70	0.19%	52	杨峰伟	9	0.02%
15	何昌军	57	0.15%	53	兰宏彬	8	0.02%
16	李栋钢	57	0.15%	54	贵用献	5	0.01%
17	晏小平	50	0.13%	55	郭忠良	5	0.01%
18	邓聪	45	0.12%	56	蒋煜	5	0.01%
19	邓志宇	40	0.11%	57	景柯岚	5	0.01%
20	杨渊和	27.5	0.07%	58	李春江	5	0.01%
21	尹翊嫚	25	0.07%	59	刘娟	5	0.01%
22	邓昌伦	22.5	0.06%	60	吕朝康	5	0.01%
23	吴虹	20	0.05%	61	王传明	5	0.01%
24	付晓岚	20	0.05%	62	席章国	5	0.01%
25	韩军	20	0.05%	63	肖大刚	5	0.01%
26	胡涛	20	0.05%	64	肖永全	5	0.01%
27	雷鸿	20	0.05%	65	杨宁	5	0.01%
28	粟立萍	20	0.05%	66	杨宗厚	5	0.01%

29	涂志国	20	0.05%	67	周容	5	0.01%
30	席章太	20	0.05%	68	周玉平	5	0.01%
31	姚成	20	0.05%	69	左楞	5	0.01%
32	叶昆成	20	0.05%	70	栗亚杰	4	0.01%
33	魏志红	18.75	0.05%	71	段泽谋	2	0.01%
34	冉薇	18.75	0.05%	72	李盼盼	2	0.01%
35	敖应洪	10	0.03%	73	谢文林	1	0.00%
36	龚金辉	10	0.03%	-	-	-	-
37	龚树林	10	0.03%	-	-	-	-
38	贵用义	10	0.03%	**总计**		**37,183.50**	**100.00%**

（二）发行人重大资产重组情况

公司自设立以来不存在重大资产重组情况，但存在以下五次资产或股权收购情形：



2007 年天味有限设立后，收购了实际控制人控制的成都天味相关资产；2009 年，成都天味将其拥有的土地、房屋通过增资方式注入天味有限。此外，为实现调味品业务的整体上市，构建完整的调味品业务产业链，减少关联交易，公司于 2008 年对同一实际控制人下的关联企业——自贡天味、天味商贸进行了收购整合。其中，自贡天味主要生产香辣酱、甜面酱，与公司同属于复合调味品行业；天味商贸主要从事天味有限、自贡天味调味品的销售，2011 年 12 月，天味有限吸收合并天味商贸，天味商贸完成注销。

1、2007年收购成都天味相关资产

（1）收购成都天味资产基本情况

成都天味成立于 2000 年 5 月 5 日，股东为发行人实际控制人邓文及唐璐，自 2007 年 3 月发行人前身天味有限设立后，成都天味停止生产经营活动，2011 年 5 月，根据双流县工商局出具《准予注销登记通知书》（（双流）登记内销字 2011 第 000063 号），成都天味完成清算注销程序。2007 年 3 月，天味有限设立后无偿受让了成都天味的专利权（该专利权已于 2008 年变更登记到发行人名下，但因未缴纳专利年费，已于 2009 年失效）、著作权、非专利技术；按照账面净值 188.63 万元受让了成都天味的机器设备，并先后从成都天味无偿受让了 21 项商标，具体参见“第六节 业务和技术”之“五、主要固定资产及无形资产”。成都天味上述专利权、著作权和非专利技术均为原始取得；商标 “仁人欢”（商标注册号：719622）、“好人家”（商标注册号：1501986）、“大红袍”（商标注册号：1447884）系自天味食品厂受让取得，商标“小红袍”（商标注册号：942595）系自郫县中山豆办厂受让取得，除上述商标外其他均系成都天味以申请方式原始取得；非专利技术由成都天味以自主研发方式原始取得，机器设备、车辆由成都天味以自制、购买等方式取得。上述资产取得方式合法、合规，且产权不存在瑕疵。

（2）本次收购的成都天味自天味食品厂受让的三项商标基本情况

成都市天味食品厂成立于 1993 年 5 月，由成都市金牛区人民政府财贸办公室划拨商业网点建设资金款项 20 万元组建。1996 年 8 月，成都市金牛区人民政府财贸办公室被撤销，天味食品厂的主管部门变更为成都市金牛区供销合作社联

合社，出资人变更为成都市金牛区商业贸易委员会，2001 年 9 月，成都市金牛区商业贸易委员会撤销，成立金牛区经济贸易局。2005 年 7 月，成都市金牛区经济贸易局更名为成都市金牛区商务局并承继对天味食品厂的出资人权益。

由于天味食品厂经营情况不佳，1999 年下半年，天味食品厂停业。经主管部门同意，天味食品厂停业期间对资产进行处置，资产处置完毕后，天味食品厂剩余的有效资产仅有已注册的“仁人欢”商标和当时尚在申请注册的“好人家”、“大红袍”商标。成都天味实际控制人邓文以代天味食品厂归还其设立时金牛区人民政府财贸办公室（当时该部门已被撤销，其职能由金牛区商业贸易委员承接）拨付的商业网点建设资金 14 万元为对价，受让了“仁人欢”和当时正在申请注册的“好人家”、“大红袍”等三个商标。2001 年 4 月，邓文通过成都天味向成都市金牛区商业贸易委员会支付了首期 4 万元，后陆续将该 14 万元以及相关资金占用费全部归还，但该项资产转让时未履行评估、审批程序。

北京六合正旭资产评估有限责任公司以 2001 年 6 月 30 日为评估基准日，以成本法为评估方法，对“仁人欢”、“好人家”及“大红袍”三个商标进行了评估，并于 2010 年 12 月 16 日出具“六合正旭评报字[2010]第 369 号”《成都市天味食品厂拟转让商标所有权项目资产评估报告书》，上述三项商标评估价值为 98,600 元。

2010 年 11 月 29 日，成都市金牛区商务局出具《成都市金牛区商务局关于对成都市天味食品厂有关事宜予以确认的函》（金商务发[2010]71 号），确认：“1、食品厂将‘仁人欢’、‘好人家’、‘大红袍’等三个商标转让给成都天味、并由邓文先生代食品厂归还 14 万元商业网点建设资金的事宜已取得我局同意，邓文先生已代食品厂全部归还 14 万元商业网点建设资金及 50,400 元资金占用费；2、食品厂将已注册的‘仁人欢’及当时正在申请注册的‘好人家’、‘大红袍’商标转让给成都天味真实、合法、有效，不存在国有资产流失的情形。我局承担由此产生的相关责任”。2010 年 12 月 17 日，成都市金牛区人民政府出具《成都市金牛区人民政府关于区商务局请求对成都市天味食品厂有关事宜予以确认的请示的批复》（金牛府发[2010]49 号），明确“经区政府研究，同意对成都市天味食品厂有关事宜予以确认，请你局按照有关法律法规依程序办理相关确认事宜”。2010 年 12 月，成都市金牛区工商行政管理局出具“（金牛）登记内销字 2010

第 000602 号”《准予注销登记通知书》，准予天味食品厂注销登记。

2013 年 5 月 9 日，成都市人民政府出具《成都市人民政府关于对四川天味食品股份有限公司历史沿革有关事项予以确认的请示》（成府[2013]24 号），确认：除了“仁人欢”、“好人家”和“大红袍”等三个商标，成都天味其他资产没有来源于天味食品厂，且天味食品厂将已注册的“仁人欢”及当时正在申请注册的“好人家”、“大红袍”商标转让给成都天味事宜合法合规，未造成国有资产流失，不存在纠纷或潜在纠纷。四川省人民政府国有资产监督管理委员会于 2013 年 6 月出具《关于省政府办公厅办文 B[2013]1362-1 号有关意见的函》（川国资函[2013]61 号），对成都市人民政府的上述请示做出批复，明确“按照现行有关企业国有资产监管法律法规规定，我委主要是根据省政府授权，对省属企业国有资产履行监管职责，并依法对市州企业国有资产管理进行指导和监督。从成都市政府请示文件看，成都市政府认为四川天味食品股份有限公司历史沿革中涉及的成都市天味食品厂为金牛区非城镇集体企业，因此该企业资产管理不属我委指导和监管的职责范围”。

因此，发行人受让“仁人欢”、“好人家”、“大红袍”商标已取得了必要的有权部门的确认，并履行了有关的商标转让变更登记程序，不存在国有资产流失的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、2008年收购自贡天味100%股权

2008 年 12 月 18 日，邓文、唐璐与天味有限签订《股权转让协议》，分别将其持有的自贡天味 24%、6%的股权以合计 614.02 万元的价格转让给天味有限；同日，成都天味与天味有限签订《股权转让协议》，成都天味将其持有的自贡天味 70%的股权以 1,432.71 万元的价格转让给天味有限。本次股权转让的价格以经四川君和会计师事务所有限责任公司出具的“君和审（2008）第 2216 号”《审计报告》所确认的自贡天味截至 2008 年 10 月 31 日的净资产值为依据确定。自贡天味依法完成了股权变动的工商变更登记手续并领取了新的《企业法人营业执照》。股权转让完成后，天味有限直接持有自贡天味 100%的股权。

3、2008年收购天味商贸100%股权

2008 年 12 月 16 日，邓文、唐璐与天味有限签订《股权转让协议》，分别将

其持有的天味商贸 70%、30%的股权以合计 79.88 万元的价格转让给天味有限。本次股权转让的价格以经四川君和会计师事务所有限责任公司出具的“君和审（2008）第 2215 号”《审计报告》所确认的天味商贸截至 2008 年 10 月 31 日的净资产值为依据确定。天味商贸依法办理了本次股权变动的工商变更登记手续并领取了新的《企业法人营业执照》。股权转让完成后，天味有限直接持有天味商贸 100%的股权。

4、2009年11月，成都天味将土地使用权、房屋建筑物通过增资注入天味有限

成都天味以土地使用权、房屋建筑物对天味有限进行增资的详细情况参见本节“三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“（一）发行人股本的形成及其变化情况”。该等房屋建筑物均为成都天味通过自建方式原始取得，并取得了相应的权属证书，土地使用权均为成都天味通过出让方式原始取得，并取得了相应的土地权属证书，该等土地使用权和房屋建筑物取得方式合法、合规，且产权不存在瑕疵。

5、2011年12月，天味食品吸收合并天味商贸

为进一步加强公司营销体系建设，减少管理层级，2011 年 10 月 29 日，发行人召开 2011 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于吸收合并全资子公司成都天味商贸有限公司的议案》，同意发行人吸收合并其全资子公司天味商贸。发行人与天味商贸签订了《吸收合并协议》，双方约定由发行人吸收合并天味商贸，并在吸收合并完成后依法注销天味商贸。天味商贸已履行完毕注销登记手续，天味商贸全部资产、负债、业务和人员等均由发行人承接。

6、资产重组对发行人业务、经营业绩、管理层及实际控制人的影响

成都天味、自贡天味、天味商贸原均系发行人实际控制人控制的其他企业，通过将成都天味相关资产、自贡天味和天味商贸股权置入发行人，有利于消除发行人与该等企业的同业竞争，减少关联交易，同时可以提高发行人资产质量，构建完整的川味复合调味料产业链，丰富产品结构，提升经营业绩；发行人 2011 年吸收合并全资子公司天味商贸有利于加强公司营销体系建设，减少管理层级，优化公司治理机制。上述重组未导致公司的主营业务、管理层及实际控制人发生

变化。

四、发行人历次验资情况和发起人投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

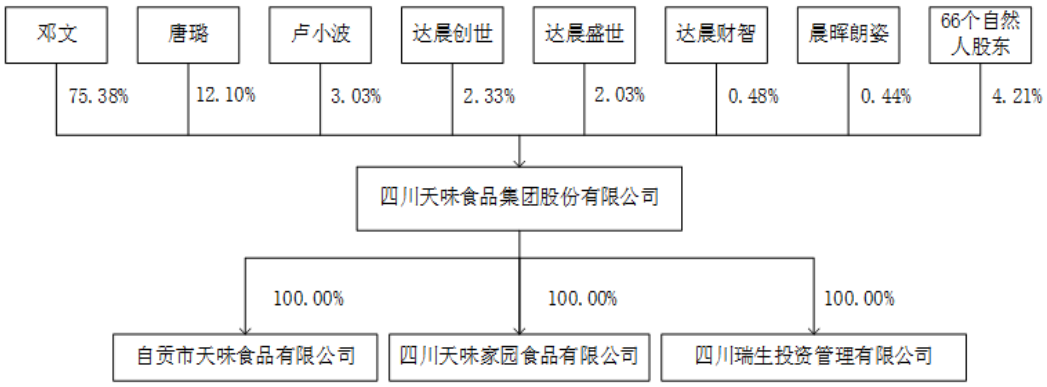
序号	报告日期	验资事项	验资机构	验资报告号
1	2007 年 2 月14日	注册资本800万元，实缴出资160万元	四川德维会计师事务所有限责任公司	川德验（2007）第013号
2	2007 年 11 月27日	注册资本从800万元增加至3,000万元，实缴出资从160万元增加至2,000万元	四川良建会计师事务所有限责任公司	川良建会验字（2007）第191号
3	2008 年 12 月23日	实缴出资从2,000万元增加至3,000万元	四川君和会计师事务所有限责任公司	君和验字（2008）第2024号
4	2009 年 11 月25日	注册资本和实收资本从3,000万元增加至4,500万元	信永中和	XYZH/2009CDA7051号
5	2010 年 3 月9日	注册资本和实收资本从4,500万元增加至4,650万元	信永中和	XYZH/2009CDA4040号
6	2010 年 6 月10日	整体变更为股份公司，注册资本变更为11,625万元	信永中和	XYZH/2009CDA4052-1号
7	2010 年 11 月17日	注册资本和实收股本从11,625万元增加至12,225万元	信永中和	XYZH/2010CDA4031号
8	2013 年 10 月28日	注册资本和实收股本从12,225万元增加至18,337.50万元	信永中和	XYZH/2013CDA4023号
9	2014 年 5 月19日	注册资本和实收股本从18,337.50万元增加至36,675万元	信永中和	XYZH/2013CDA4048-6号
10	2018 年 5 月10日	注册资本和实收股本从36,675万元增加至37,183.50万元	信永中和	XYZH/2018CDA40158号

（二）股份公司设立时发起人投入资产的计量属性

公司系以天味有限截至 2010 年 3 月 31 日经审计的净资产折股整体变更设立的股份有限公司，投入资产的计量属性为历史成本，公司未按评估值调账。

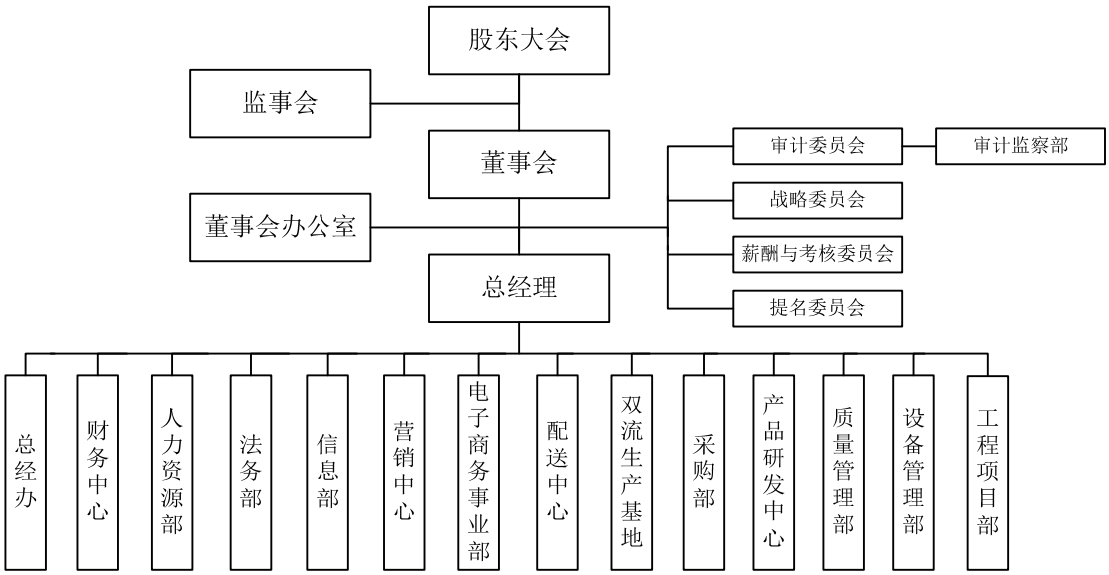
五、发行人的股权结构和组织结构

（一）股权结构图



（二）组织结构

截至本招股说明书签署日，发行人内部组织结构如下：



发行人上述各部门的主要职责如下：

部门名称	部门职责
董事会办公室	董事会常设机构，负责公司股权资本融资、对外信息披露、投资者关系管理；负责董事会、股东大会的组织及文件、资料准备；负责与证券监管机构、证券交易所和中介机构的联络工作；负责媒体沟通事务；协助董事会依法行使职权，督办董事会相关决议的执行和落实。
总经办	检查、督促各部门贯彻执行公司领导安排的工作；协调公司各部门之间的工作关系；负责公司文件的发文和公文处理；负责公司的机要、保密文件、档案、印章印鉴管理工作等。
法务部	参与起草、审核公司重要的规章制度；制定标准的合同文本，审核各类技术、经济服务合同，参与重大合同的起草、谈判工作，监督、检查合同的履行情况；负责公司知识产权事务、日常法律风险把控、对内法律制度建设及公司产品维权工作。

人力资源部	负责公司人力招聘、引进高级人才；负责员工培训、绩效考核，完善员工发展通道，提升员工技能等岗位管理工作；负责劳动合同、人事档案、考勤、人员变动、薪酬等劳资管理工作；建立健全公司人力资源管理体系等。
财务中心	负责企业内部财务管理制度的制定；公司财务预决算、财务核算、会计监督和财务管理；负责公司资金调度与管理，筹集公司发展所需资金；负责组织公司资产盘点和管理；组织协调、指导监督公司、子公司财务日常管理工作，监督执行财务计划，完成公司财务目标。
信息部	负责全公司信息化建设的组织、实施、协调、管理工作；组织公司和业务系统流程的梳理、优化、创新，推动信息化管理系统的持续改进；负责信息化项目建设方案制定和上报工作；负责公司网络建设和维护，建立健全信息化平台，提高公司全面信息化运用能力；负责信息化配套的网络、服务器等核心硬件架构的规划、建设，运维及管理工作，保证公司信息安全。
营销中心	根据公司战略制定并实施公司品牌战略、产品开发推广策略及渠道规划维护开发策略；负责进行销售渠道开发，制定销售政策和营销策划；负责市场调研、市场数据分析、市场产品开发及产品品牌维护；负责公司市场推广活动的策划执行及产品在终端市场表现的维护；对各地区销售人员进行全面管理。
电子商务事业部	负责构建公司网络销售渠道，同时在线销售公司产品；负责全品种的网络推广策划、执行；负责对在线平台的规划、搭建与营运。
配送中心	负责仓库货物的安全进出工作；保证公司货物运输的安全、数据精准；负责公司的物流管理及成品库房的管理。
采购部	负责根据生产计划实施物资采购与管理工作，确保生产物资保质保量地及时供应；负责供应商的评价、选择、管理；负责采购成本控制；收集主要原材料的市场价格并发现采购机会；建立和健全采购部管理制度和流程。
双流生产基地	负责双流工厂生产计划与调度管理；负责生产现场、生产设备维护管理；负责产品质量控制、节能降耗、现场管理和安全工作；负责制定生产技术管理规定和生产管理制度，并监督落实执行。
质量管理部	负责公司质量管理体系建立、运行、监督与改进；负责食品安全管控、原材料基地的管理；负责原材料及产品品质检测、检验，按计划和规定对产品进行抽查送检；负责对不合格产品的管理与控制、质量事故的处理等；负责对供应商的产品质量进行严格的审核；负责协同业务部门到供应商实地审核；协助体系管理部门对公司质量管理体系运行等情况进行监督、核查；
设备管理部	全面负责集团公司的设备开发、引进等设备管理工作；负责生产设备的安装、调试；负责生产设备的维修、保养，并制定相对应的定期保养计划；负责建立和完善设备档案；根据设备使用情况提出改进方案。
产品研发中心	负责公司新产品的研发及优化、改良现有产品配方等相关产品研发工作；优化工艺流程，提高生产效率；通过技术创新，降低成本；负责产品品质控制及食品安全规划管理体系的建设及执行。
工程项目部	负责编制并审核工程预决算，工程成本控制工作；负责项目建设、工程维修，并检查监督工程施工现场等事务。
审计监察部	负责对公司及子公司财务收支及会计核算的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计；负责对公司内部控制的完整性、合理性及其实施的有效性进行检查和评估；协助审计委员会开展工作。

六、发行人控股子公司、参股公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有自贡市天味食品有限公司、四川天味家园食品有限公司、四川瑞生投资管理有限公司三个全资子公司，无其他控股、参股公司。

（一）自贡市天味食品有限公司

1、基本情况

统一社会信用代码	91510300MA6201GK8L
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
成立日期	2006 年 2 月 7 日
法定代表人	邓文
注册地	四川省自贡市自流井区光大街双牌坊 3 巷 2 号
主要生产经营地	四川省自贡市自流井区
经营范围	生产、销售：调味料（半固态）、酱：酿造酱油。（以上经营范围不含法律、法规及国务院决定需要办理前置审批和许可证的项目，依法须经批准的后置项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、历史沿革

（1）2006 年 2 月，自贡天味设立

自贡天味成立于 2006 年 2 月 7 日，成立时注册资本 10 万元，由邓文、唐璐分别以货币资金出资 9 万元和 1 万元组建，出资比例分别为 90%、10%。四川方圆联合会计师事务所于 2006 年 1 月 16 日出具“川方会验[2006]字 062 号”《验资报告》，对上述出资情况进行了审验。自贡天味依法在自贡市工商局完成了工商注册登记，领取了注册号为 5103002302224 的《企业法人营业执照》。

（2）2006 年 5 月，自贡天味第一次股权转让

2006 年 3 月 27 日，经自贡天味股东会决议，邓文、唐璐与成都天味签署《股份转让协议》，将其持有的自贡天味 90%、10%的股权分别以 9 万元、1 万元转让给成都天味。2006 年 5 月，自贡天味依法在自贡市工商局完成了工商变更登记手续，换领了新的《企业法人营业执照》。

（3）2008 年 1 月，自贡天味增资

①增资履行的程序

2007 年 12 月 19 日，经自贡天味股东会决议，自贡天味注册资本由 10 万元增加至 2,000 万元，新增 1,990 万元注册资本中，成都天味以实物资产认缴出资 1,390 万元，邓文和唐璐分别以货币资金认缴出资 480 万元和 120 万元。增资完成后，成都天味、邓文和唐璐分别持有自贡天味 70%、24%和 6%的股权。

四川良建资产评估有限公司对成都天味用于出资的实物资产进行评估，并于 2007 年 11 月 8 日出具了“川良建评报字[2007]第 077 号”《资产评估报告书》，成都天味用于出资的实物资产评估值为 1,749.30 万元，其中房屋机器设备等固定资产的评估值为 1,292.22 万元，知识产权（商标）评估值为 46.50 万元，土地使用权评估值为 410.58 万元。四川良建会计师事务所有限公司于 2007 年 12 月 28 日出具“川良建会验字[2007]字第 210 号”《验资报告》，对本次增资进行了审验。2008 年 1 月，自贡天味依法在自贡市工商局完成了工商登记手续，领取了注册号为 510300000009128 的《企业法人营业执照》。

②成都天味用于增资的实物资产情况

成都天味用于本次增资的实物资产系其通过司法拍卖方式从自贡天车酿造有限公司破产清算组取得。2005 年 6 月 9 日，四川省自贡市自流井区人民法院以（2005）自流民破字第 1 号《民事裁定书》裁定自贡天车酿造有限公司破产。2005 年 11 月 29 日，成都天味经过公开竞价以 1,250 万元购买位于自流井区光大街双牌坊 3 巷 2 号的生产、办公用房、土地及设备等资产，并由自贡市金圣拍卖有限公司金圣拍成字（2005）第 8 号《拍卖成交确认》予以确认。

2006 年 2 月 20 日，自贡天味与自贡天车酿造有限公司破产清算组签署《资产转让协议》，明确根据破产财产买受人成都天味的要求，将成都天味竞买的破产财产直接过户给自贡天味。2006 年 4 月 29 日，四川省自贡市自流井区人民法院核发（2005）自流民破字第 1 号-2 号《民事裁定书》，认为自贡天车酿造有限公司破产清算组清算工作合法，破产财产现已分配完毕，清算组的终结破产程序申请合法，裁定终结自贡天车酿造有限公司破产程序。

（4）2008 年 12 月，自贡天味第二次股权转让

2008 年 12 月 18 日，经自贡天味股东会审议通过，成都天味、邓文、唐璐分别将其所持自贡天味 70%、24%、6%的股权转让给天味有限，转让价格以经四川君和会计师事务所有限责任公司审计（“君和审（2008）第 2216 号”《审计报告》）的自贡天味截至 2008 年 10 月 31 日的净资产值为依据确定。同日，天味有限与邓文、唐璐、成都天味签署《股权转让协议》。自贡天味依法在自贡市工商局完成了工商变更登记手续，换领了新的《企业法人营业执照》。股权转让完成后，自贡天味成为天味有限的全资子公司。

截至本招股说明书签署日，自贡天味的股权结构及注册资本未再发生变化。

3、主要财务数据

截至 2018 年 6 月 30 日，自贡天味经信永中和审计的资产总额为 2,747.37 万元，净资产为 2,396.44 万元，2018 年 1-6 月净利润为-78.04 万元。

（二）四川天味家园食品有限公司

1、基本情况

统一社会信用代码	915101245671568828
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
成立日期	2010 年 12 月 14 日
法定代表人	邓文
注册地	成都市郫都区中国川菜产业化园区永安路 555 号
主要生产经营地	郫都区中国川菜产业化园区
经营范围	生产、销售：调味品，蔬菜制品；农产品初加工；调味品研发；预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售（以上范围不含国家法律、行政法规、国务院决定限制或禁止的项目，依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

2、历史沿革

天味家园成立于 2010 年 12 月 14 日，注册资本为 2,000 万元，公司持有其 100%的股权。信永中和于 2010 年 12 月 6 日出具了 XYZH/2010CDA4034 号《验资报告》，对天味家园设立出资情况进行了审验。天味家园依法在成都市郫县工商局办理了工商注册登记，领取了注册号为 510124000039969 的《企业法人营业

执照》。

天味家园自成立以来股权结构未发生变化。

3、主要财务数据

截至 2018 年 6 月 30 日，天味家园经信永中和审计的资产总额为 32,832.54 万元，净资产为 12,175.13 万元，2018 年 1-6 月净利润为 7,305.20 万元。

（三）四川瑞生投资管理有限公司

1、基本情况

统一社会信用代码	91510122080620049R
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
成立日期	2013 年 10 月 18 日
法定代表人	邓文
注册地	成都市双流区西南航空港经济开发区腾飞一路 333 号
主要生产经营地	成都市双流区西南航空港经济开发区腾飞一路 333 号
经营范围	项目投资管理、资产管理（不得从事非法集资、吸收公众资金等金融活动）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

2、历史沿革

瑞生投资成立于 2013 年 10 月 18 日，注册资本为 100 万元，公司持有其 100%的股权。四川道恒会计师事务所有限公司于 2013 年 10 月 14 日出具了“川道恒会验字[2013]第 10-04 号”《验资报告》，对瑞生投资设立出资情况进行了审验。瑞生投资依法在成都市双流工商行政管理局办理了工商注册登记，并领取了注册号 510122000170133 的《企业法人营业执照》。

瑞生投资自成立以来未实际开展业务，股权结构未发生变化。

3、主要财务数据

截至 2018 年 6 月 30 日，瑞生投资经信永中和审计的资产总额为 99.61 万元，净资产为 98.99 万元，2018 年 1-6 月净利润为 0.29 万元。

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的基本情况

（一）发起人

发行人发起人为邓文、唐璐、卢小波、张艳红、于志勇、陶应彬、刘加玉、唐鸣、何昌军、李栋钢、马麟、吴学军、邓志宇、邓聪、何丽平、冉龙丰、杨渊和、吴虹、邓昌伦、尹翊嫚。股份公司设立时，发起人的基本情况如下：

发起人名称	国籍	境外永久居留权	身份证号码	住所
邓文	中国	美国	51031119680317XXXX	成都市武侯区望江路 XX 号
唐璐	中国	美国	51310119700721XXXX	成都市武侯区望江路 XX 号
卢小波	中国	无	51250119650224XXXX	成都市武侯区一环路南一段 XX 号
张艳红	中国	无	11010219691011XXXX	北京市西城区新明胡同甲 XX 号
于志勇	中国	无	51072319710414XXXX	成都市青羊区石人南路 XX 号
陶应彬	中国	无	51031119650105XXXX	四川省内江市市中区象鼻嘴村
刘加玉	中国	无	51112119650811XXXX	成都市武侯区簇锦横街 XX 号
唐鸣	中国	无	51082419641008XXXX	成都市锦江区翠柳湾支路 XX 号
何昌军	中国	无	51312619741111XXXX	成都市金牛区五里墩支路 XX 号
李栋钢	中国	无	51031119780115XXXX	四川省双流县华阳滨河路二段 XX 号
马麟	中国	无	51062219770808XXXX	成都市成华区猛追湾东街 XX 号
吴学军	中国	无	51101119780717XXXX	成都市青羊区金阳路 XX 号
邓志宇	中国	无	51010219621006XXXX	成都市成华区新鸿南路 XX 号
邓聪	中国	无	51010219640302XXXX	成都市武侯区共和村 XX 号
何丽平	中国	无	51102819730914XXXX	成都市武侯区高升桥北街 XX 号
冉龙丰	中国	无	51222419760825XXXX	已故，股权由其妻子及女儿继承
杨渊和	中国	无	51030419780712XXXX	四川省双流县东升航都大街四段 XX 号
吴虹	中国	无	51102419710715XXXX	四川省自贡市自流井区芦厂坝 XX 号
邓昌伦	中国	无	51112919800525XXXX	四川省沐川县底堡乡莺歌村
尹翊嫚	中国	无	51030219700331XXXX	四川省自贡市自流井区火井沱 XX 号

（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%以上股份的股东为邓文、唐璐，

其基本情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

（三）实际控制人

发行人实际控制人为邓文和唐璐，二人系夫妻关系。截至本招股说明书签署日，邓文、唐璐分别持有发行人 28,030 万股、4,500 万股股份，持股比例分别为 75.38%、12.10%，合计持有天味食品 87.48%的股份。邓文、唐璐的基本情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

（四）控股股东和实际控制人所控制的其他企业的基本情况

截至本招股说明书签署日，实际控制人邓文和唐璐夫妇除持有发行人股份外，未持有其他公司股权，除发行人三家全资子公司外，未直接或间接控制其他企业。

（五）控股股东、实际控制人及其他股东直接或间接持有发行人的股份质押或其他争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人邓文、唐璐及其他股东持有的发行人的股份不存在质押或其他争议的情况。

（六）机构投资者的具体情况

1、达晨财智

（1）达晨财智的基本情况

统一社会信用代码	91440300682017028L
企业类型	有限责任公司
住所	深圳市福田区深南大道特区报业大楼2303
法定代表人	刘昼

成立日期	2008年12月15日
经营期限	2008年12月15日至2028年12月15日
经营范围	受托管理创业投资企业创业资本；创业投资咨询；为创业企业提供创业管理服务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；股权投资；财务咨询、企业管理咨询、受托资产管理（不含证券、保险、基金、金融业务、人才中介服务及其它限制项目）。

（2）股权结构等相关情况

截至本招股书签署日，达晨财智的股权结构如下表所示：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例
1	深圳市达晨创业投资有限公司	6,534.0000	35.00%
2	刘　昼	1,866.8571	10.00%
3	肖　冰	1,866.8571	10.00%
4	邵红霞	1,250.7943	6.70%
5	熊人杰	1,045.4400	5.60%
6	龙秋云	653.4000	3.50%
7	胡德华	504.0514	2.70%
8	袁楚贤	466.7143	2.50%
9	刘旭峰	448.0457	2.40%
10	齐　慎	392.0400	2.10%
11	彭　益	373.3714	2.00%
12	傅忠红	373.3714	2.00%
13	廖朝晖	373.3714	2.00%
14	尹志科	373.3714	2.00%
15	毛小平	280.0286	1.50%
16	梁国智	280.0286	1.50%
17	熊维云	205.3543	1.10%
18	唐绪兵	186.6857	1.00%
19	冯　硕	186.6857	1.00%
20	曾介忠	186.6857	1.00%
21	刘沙白	186.6857	1.00%
22	熊云开	186.6857	1.00%
23	文啸龙	186.6857	1.00%

24	于志宏	93.3429	0.50%
25	汤振羽	93.3429	0.50%
26	黄　琨	74.6743	0.40%
合　计		**18,668.5714**	**100.00%**

经核查，达晨财智系私募基金管理人，其已于 2014 年 4 月 22 日在中国证券投资基金业协会办理了私募基金管理人登记（登记编号：P1000900），符合《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定。

2、达晨盛世

（1）达晨盛世的基本情况

统一社会信用代码	911201165503979380
企业类型	有限合伙企业
住所	天津空港经济区环河南路88号2-3353室
执行事务合伙人	达晨财智
成立日期	2010年3月22日
合伙期限	2010年3月22日至2020年3月21日
经营范围	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务（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）

（2）合伙人出资等相关情况

截至本招股书签署日，达晨盛世的合伙人出资情况如下表所示：

序号	合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	达晨财智	2,000	3.12%	普通合伙人
2	天津歌斐鑫股权投资基金合伙企业（有限合伙）	10,900	17.00%	有限合伙人
3	苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	5,000	7.80%	有限合伙人
4	湖南电广传媒股份有限公司	3,700	5.77%	有限合伙人
5	支文珏	2,600	4.06%	有限合伙人
6	严世平	2,500	3.90%	有限合伙人
7	高江波	2,500	3.90%	有限合伙人
8	葛和平	2,100	3.28%	有限合伙人

序号	合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
9	钱　利	2,000	3.12%	有限合伙人
10	蔡家其	2,000	3.12%	有限合伙人
11	李立文	1,600	2.50%	有限合伙人
12	左　晔	1,500	2.34%	有限合伙人
13	朱　军	1,300	2.03%	有限合伙人
14	梁　悦	1,200	1.87%	有限合伙人
15	黄福明	1,100	1.72%	有限合伙人
16	吴锐文	1,100	1.72%	有限合伙人
17	冯济国	1,000	1.56%	有限合伙人
18	高建珍	1,000	1.56%	有限合伙人
19	季　虹	1,000	1.56%	有限合伙人
20	贾全剑	1,000	1.56%	有限合伙人
21	李宝婵	1,000	1.56%	有限合伙人
22	李立群	1,000	1.56%	有限合伙人
23	李旭宏	1,000	1.56%	有限合伙人
24	李耀原	1,000	1.56%	有限合伙人
25	陆小萍	1,000	1.56%	有限合伙人
26	湖北世纪英才文化发展有限公司	1,000	1.56%	有限合伙人
27	沈华宏	1,000	1.56%	有限合伙人
28	苏铁蕾	1,000	1.56%	有限合伙人
29	蔡玉兰	1,000	1.56%	有限合伙人
30	严明硕	1,000	1.56%	有限合伙人
31	晏　丽	1,000	1.56%	有限合伙人
32	于　飞	1,000	1.56%	有限合伙人
33	洪凤仙	1,000	1.56%	有限合伙人
34	郑雪峰	1,000	1.56%	有限合伙人
35	周金坤	1,000	1.56%	有限合伙人
36	朱艳红	1,000	1.56%	有限合伙人
37	竺纯喜	1,000	1.56%	有限合伙人
合　计		**64,100**	**100.00%**	**-**

经核查，达晨盛世系以投资为目的设立的合伙企业型私募投资基金，已于2014年4月22日在中国证券投资基金业协会办理了基金备案，其基金管理人为

达晨财智，符合《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定。

3、达晨创世

（1）达晨创世的基本情况

统一社会信用代码	91120116550397 92X0
企业类型	有限合伙企业
住所	天津自贸区（空港经济区）环河南路88号2-3403室
执行事务合伙人	达晨财智
成立日期	2010年3月22日
合伙期限	2010年3月22日至2020年3月21日
经营范围	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务（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）

（2）合伙人出资等相关情况

截至本招股书签署日，达晨创世的合伙人出资情况如下表所示：

序号	合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	达晨财智	2,300.00	3.22%	普通合伙人
2	四川泰基地产有限责任公司	5,000.00	7.00%	有限合伙人
3	上海叁陆伍投资管理有限公司	4,000.00	5.60%	有限合伙人
4	陈洪湖	3,200.00	4.48%	有限合伙人
5	胡建宏	3,100.00	4.34%	有限合伙人
6	苏州海竞信息科技集团有限公司	3,000.00	4.20%	有限合伙人
7	吴世忠	3,000.00	4.20%	有限合伙人
8	陆祥元	2,100.00	2.94%	有限合伙人
9	佛山市诺晨投资服务有限公司	2,000.00	2.80%	有限合伙人
10	义乌市鑫达彩印包装有限公司	2,000.00	2.80%	有限合伙人
11	上海歌斐信熙投资中心（有限合伙）	2,000.00	2.80%	有限合伙人
12	上海歌斐惟勤股权投资中心（有限合伙）	2,000.00	2.80%	有限合伙人
13	陈永娟	2,000.00	2.80%	有限合伙人
14	陈志杰	2,000.00	2.80%	有限合伙人

序号	合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
15	侯　斌	2,000.00	2.80%	有限合伙人
16	胡朝晖	2,000.00	2.80%	有限合伙人
17	胡浩亮	2,000.00	2.80%	有限合伙人
18	仓叶东	2,000.00	2.80%	有限合伙人
19	李俊杰	2,000.00	2.80%	有限合伙人
20	李智慧	2,000.00	2.80%	有限合伙人
21	戚国强	2,000.00	2.80%	有限合伙人
22	沈晓恒	2,000.00	2.80%	有限合伙人
23	吴菊明	2,000.00	2.80%	有限合伙人
24	於祥军	2,000.00	2.80%	有限合伙人
25	朱云舫	2,000.00	2.80%	有限合伙人
26	王卫平	1,300.00	1.82%	有限合伙人
27	吴笑女	1,200.00	1.68%	有限合伙人
28	邵浩南	1,100.00	1.54%	有限合伙人
29	张叶铠	1,100.00	1.54%	有限合伙人
30	苏州港口张家港港务有限公司	1,000.00	1.40%	有限合伙人
31	傅　皓	1,000.00	1.40%	有限合伙人
32	何海明	1,000.00	1.40%	有限合伙人
33	李虹静	1,000.00	1.40%	有限合伙人
34	林建军	1,000.00	1.40%	有限合伙人
35	杨加群	1,000.00	1.40%	有限合伙人
36	杨伟潮	1,000.00	1.40%	有限合伙人
合　计		**71,400.00**	**100.00%**	**-**

经核查，达晨创世系以投资为目的设立的合伙企业型私募投资基金，已于2014年4月22日在中国证券投资基金业协会办理了基金备案，其基金管理人为达晨财智，符合《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定。

4、晨晖朗姿

（1）晨晖朗姿的基本情况

统一社会信用代码	91320900MA1N8JBU0T
企业类型	有限合伙企业

住所	江苏省盐城市城南新区世纪大道5号
执行事务合伙人	宁波晨晖创新投资管理有限公司
成立日期	2016年12月30日
合伙期限	2016年12月30日至2026年12月29日
经营范围	实业投资、资产管理、投资咨询。（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）

（2）合伙人出资等相关情况

截至本招股书签署日，晨晖朗姿的合伙人出资情况如下表所示：

序号	合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波晨晖创新投资管理有限公司	387.78	1.00%	普通合伙人
2	朗姿股份有限公司	5,500.00	14.18%	有限合伙人
3	江苏中韩盐城产业园投资有限公司	5,000.00	12.89%	有限合伙人
4	宁波梅山保税港区博进投资中心（有限合伙）	1,000.00	2.58%	有限合伙人
5	伊廷雷	2,000.00	5.16%	有限合伙人
6	问泽鸿	1,000.00	2.58%	有限合伙人
7	厦门瑞极投资有限公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
8	庞村	1,000.00	2.58%	有限合伙人
9	拉萨亚祥兴泰投资有限公司	1,500.00	3.87%	有限合伙人
10	王智敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
11	深圳市盘古拾陆号股权投资中心（有限合伙）	790.00	2.04%	有限合伙人
12	深圳小辣椒科技有限责任公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
13	李旭	1,000.00	2.58%	有限合伙人
14	刘智敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
15	宁波梅山保税港区鸿文投资管理合伙企业（有限合伙）	4,500.00	11.60%	有限合伙人
16	苏秋湘	1,100.00	2.84%	有限合伙人
17	陈永洲	500.00	1.29%	有限合伙人
18	宁波梅山保税港区磐阳股权投资合伙企业（有限合伙）	6,500.00	16.76%	有限合伙人

序号	合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
19	江苏汇鸿国际集团资产管理有限公司	3,000.00	7.74%	有限合伙人
合　计		**38,777.78**	**100.00%**	-

经核查，晨晖朗姿系以投资为目的设立的合伙企业型私募投资基金，已于2017 年 5 月 9 日在中国证券投资基金业协会办理了基金备案，其基金管理人为宁波晨晖创新投资管理有限公司，符合《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定。宁波晨晖创新投资管理有限公司已于 2017 年 3 月 31 日在中国证券投资基金业协会办理了私募基金管理人登记，登记编号为 P1062121。

（七）间接持有发行人股权的自然人与发行人的其他关系

达晨财智、达晨盛世、达晨创世、晨晖朗姿四家机构投资者的股东和合伙人，除黄琨在发行人处担任董事外，其他人未在发行人担任职务，与发行人、控股股东、实际控制人、董监高、核心技术人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系、其他关联关系或利益关系。

（八）发行人的直接和间接股东及其他相关人员与发行人的其他关系

发行人的直接股东和达晨财智、达晨盛世、达晨创世、晨晖朗姿四家机构投资者的股东和合伙人不存在以委托持股或信托持股等形式代他人间接持有发行人股份的行为，亦不存在其他利益输送安排。

保荐机构、其他中介机构及其负责人、工作人员未直接或间接持有发行人股份。

（九）发行人股东的合法情况

经核查，发行人现有股东均具有法律、法规和规范性文件规定的担任股份公司股东的主体资格，不存在违法违规情形。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前及发行后的股本情况

本次发行前，公司总股本为 37,183.50 万股，本次拟发行不超过 4,132 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%。按 4,132 万股发行数量计算，本次发行后，公司总股本为 41,315.50 万股，本次发行不存在老股转让的情形，发行前后公司股本结构如下：

股东名称	本次发行前		本次发行后	
	持股数量（万股）	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
邓文	28,030.00	75.38%	28,030.00	67.84%
唐璐	4,500.00	12.10%	4,500.00	10.89%
卢小波	1,125.00	3.03%	1,125.00	2.72%
达晨创世	867.00	2.33%	867.00	2.10%
达晨盛世	753.00	2.03%	753.00	1.82%
达晨财智	180.00	0.48%	180.00	0.44%
唐鸣	180.00	0.48%	180.00	0.44%
晨晖朗姿	163.00	0.44%	163.00	0.39%
刘加玉	120.00	0.32%	120.00	0.29%
于志勇	113.00	0.30%	113.00	0.27%
陶应彬	100.00	0.27%	100.00	0.24%
何丽平	75.00	0.20%	75.00	0.18%
马麟	70.00	0.19%	70.00	0.17%
吴学军	70.00	0.19%	70.00	0.17%
何昌军	57.00	0.15%	57.00	0.14%
李栋钢	57.00	0.15%	57.00	0.14%
晏小平	50.00	0.13%	50.00	0.12%
邓聪	45.00	0.12%	45.00	0.11%
邓志宇	40.00	0.11%	40.00	0.10%
杨渊和	27.50	0.07%	27.50	0.067%
尹翊嫚	25.00	0.07%	25.00	0.061%
邓昌伦	22.50	0.06%	22.50	0.055%

股东名称	本次发行前		本次发行后	
	持股数量（万股）	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
吴虹	20.00	0.05%	20.00	0.048%
付晓岚	20.00	0.05%	20.00	0.048%
韩军	20.00	0.05%	20.00	0.048%
胡涛	20.00	0.05%	20.00	0.048%
雷鸿	20.00	0.05%	20.00	0.048%
粟立萍	20.00	0.05%	20.00	0.048%
涂志国	20.00	0.05%	20.00	0.048%
席章太	20.00	0.05%	20.00	0.048%
姚成	20.00	0.05%	20.00	0.048%
叶昆成	20.00	0.05%	20.00	0.048%
魏志红	18.75	0.05%	18.85	0.046%
冉薇	18.75	0.05%	18.85	0.046%
敖应洪	10.00	0.03%	10.00	0.024%
龚金辉	10.00	0.03%	10.00	0.024%
龚树林	10.00	0.03%	10.00	0.024%
贵用义	10.00	0.03%	10.00	0.024%
兰兰	10.00	0.03%	10.00	0.024%
李燕桥	10.00	0.03%	10.00	0.024%
梁金燕	10.00	0.03%	10.00	0.024%
刘凤英	10.00	0.03%	10.00	0.024%
刘薇	10.00	0.03%	10.00	0.024%
刘有林	10.00	0.03%	10.00	0.024%
彭茂竹	10.00	0.03%	10.00	0.024%
苏红	10.00	0.03%	10.00	0.024%
夏中军	10.00	0.03%	10.00	0.024%
熊峰	10.00	0.03%	10.00	0.024%
张德武	10.00	0.03%	10.00	0.024%
周立	10.00	0.03%	10.00	0.024%
左骥	10.00	0.03%	10.00	0.024%
杨峰伟	9.00	0.024%	9.00	0.022%
兰宏彬	8.00	0.022%	8.00	0.019%

股东名称	本次发行前		本次发行后	
	持股数量（万股）	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
贵用献	5.00	0.013%	5.00	0.012%
郭忠良	5.00	0.013%	5.00	0.012%
蒋煜	5.00	0.013%	5.00	0.012%
景柯岚	5.00	0.013%	5.00	0.012%
李春江	5.00	0.013%	5.00	0.012%
刘娟	5.00	0.013%	5.00	0.012%
吕朝康	5.00	0.013%	5.00	0.012%
王传明	5.00	0.013%	5.00	0.012%
席章国	5.00	0.013%	5.00	0.012%
肖大刚	5.00	0.013%	5.00	0.012%
肖永全	5.00	0.013%	5.00	0.012%
杨宁	5.00	0.013%	5.00	0.012%
杨宗厚	5.00	0.013%	5.00	0.012%
周容	5.00	0.013%	5.00	0.012%
周玉平	5.00	0.013%	5.00	0.012%
左楞	5.00	0.013%	5.00	0.012%
栗亚杰	4.00	0.011%	4.00	0.010%
段泽谋	2.00	0.005%	2.00	0.0048%
李盼盼	2.00	0.005%	2.00	0.0048%
谢文林	1.00	0.003%	1.00	0.0024%
本次拟公开发行的新股	-	-	4,132.00	10.00%
合计	**37,183.50**	**100.00%**	**41,315.50**	**100.00%**

（二）前十名股东持股情况

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	邓文	28,030.00	75.38%
2	唐璐	4,500.00	12.10%
3	卢小波	1,125.00	3.03%
4	达晨创世	867.00	2.33%
5	达晨盛世	753.00	2.03%
6	达晨财智	180.00	0.48%

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例
7	唐鸣	180.00	0.48%
8	晨晖朗姿	163.00	0.44%
9	刘加玉	120.00	0.32%
10	于志勇	113.00	0.30%
合计		36,031.00	96.89%

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

公司前十名自然人股东及其在公司任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	在发行人任职情况
1	邓文	28,030.00	75.38%	董事长、总经理、自贡天味执行董事、天味家园执行董事、瑞生投资执行董事兼总经理
2	唐璐	4,500.00	12.10%	副董事长
3	卢小波	1,125.00	3.03%	无
4	唐鸣	180.00	0.48%	董事、副总经理、财务总监
5	刘加玉	120.00	0.32%	董事、副总经理、天味家园总经理
6	于志勇	113.00	0.30%	董事、副总经理
7	陶应彬	100.00	0.27%	自贡天味总经理
8	何丽平	75.00	0.20%	财务中心主任
9	马麟	70.00	0.19%	监事会主席、营销中心副总经理、电商事业部总经理、自贡天味监事
10	吴学军	70.00	0.19%	副总经理、营销中心总经理

（四）国有股份和外资股份、股东中战略投资者情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股份和外资股份，公司股东中不存在战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东邓文与唐璐为夫妻关系；邓文与邓志宇、邓聪为兄弟关系；邓昌伦为邓文、邓志宇、邓聪的堂侄；尹翊嫚为邓文、邓志宇、邓聪的表妹。邓文、唐璐、邓志宇、邓聪、邓昌伦、尹翊嫚分别持有公司 75.38%、12.10%、0.11%、0.12%、0.06%和 0.07%的股权。

刘加玉为刘有林的叔叔，分别持有公司 0.32%和 0.03%的股权。席章太为席章国的堂兄，分别持有公司 0.048%和 0.012%的股权。贵用义和贵用献是兄弟关系，分别持有公司 0.03%和 0.013%。公司股东魏志红系冉薇的母亲，冉薇系未成年人，魏志红系冉薇之法定代理人，魏志红、冉薇分别持有公司 0.05%、0.05%的股权。

公司股东达晨创世、达晨盛世为有限合伙企业，按照其《有限合伙协议》，由唯一普通合伙人达晨财智担任执行事务合伙人。达晨创世、达晨盛世和达晨财智受同一控制人控制，因此，达晨创世、达晨盛世和达晨财智存在关联关系。达晨创世、达晨盛世、达晨财智分别持有公司 2.33%、2.03%和 0.48%的股权，合计持有发行人股份占发行人股本总额的比例为 4.84%。

公司股东晏小平系晨晖朗姿执行事务合伙人宁波晨晖创新投资管理有限公司的实际控制人，因此晏小平与晨晖朗姿存在关联关系。晏小平、晨晖朗姿分别持有公司 0.13%、0.44%的股权。

除上述情形外，本次发行前各股东之间不存在其他关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、关于股份锁定的承诺及约束措施”及 “公开发行前持股 5%以上股东的持股意向、减持意向及约束措施”。

九、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股和委托持股等情况

发行人自成立以来未发行过内部职工股，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情形。

十、员工及其社会保障情况

（一）员工结构情况

1、员工人数及变化情况

报告期内，公司员工人数及变化情况如下：

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
员工总人数	**1,497**	**1,475**	**1,442**	**1,505**
其中：母公司	928	882	874	828
自贡天味	125	130	131	139
天味家园	444	463	437	538

2、员工专业结构

截至 2018 年 6 月 30 日，公司员工按专业结构划分情况如下：

岗位划分	人数	比例
生产人员	685	45.76%
销售人员	338	22.58%
管理人员	362	24.18%
技术及研发人员	112	7.48%
合计	1,497	100.00%

3、员工受教育程度

截至 2018 年 6 月 30 日，公司员工受教育程度情况如下：

学历	人数（人）	比例
大学本科及以上	153	10.22%
大学专科	299	19.97%
中专及以下	1045	69.81%
合计	1,497	100.0%

4、员工年龄分布

截至 2018 年 6 月 30 日，公司员工的年龄结构情况如下

年龄	人数（人）	比例
29 岁以下	285	19.04%
30－49 岁	1086	72.55%
50 岁以上	126	8.41%
合计	1,497	100.0%

（二）执行社会保障制度的情况

公司实行劳动合同制度，员工的聘用均依据《中华人民共和国劳动法》及相关劳动法规和政策性文件的规定办理。报告期内，公司按照国家有关社会保障的政策和属地化管理的要求，为员工开立了社会保险账户，为与公司签订劳动合同的员工缴纳养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险和住房公积金。

报告期内，发行人母公司及天味家园均在成都市缴纳社会保险和住房公积金，自贡天味在自贡市缴纳社会保险和住房公积金，因此缴费比例根据当地社保政策存在差异。

1、社会保险缴纳情况

报告期内，发行人及其子公司为员工缴纳社会保险的情况如下：

公司名称	保险类别	时间	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
		类别	缴纳比例		缴纳比例		缴纳比例		缴纳比例	
			公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人
天味食品	养老保险	一类	19%	8%	19%	8%	19%	8%	20%	8%
		二类	12%	8%	12%	8%	12%	8%	12%	8%
		三类	12%	8%	12%	8%	12%	8%	12%	8%
	失业保险	一类	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.5%	0.5%
		二类	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.5%	0.5%
		三类	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.5%	0.5%
	工伤保险	一类	0.392%	-	0.392%	-	0.49%	-	0.7%	-
		二类	0.392%	-	0.392%	-	0.49%	-	0.7%	-
		三类	0.392%	-	0.392%	-	0.49%	-	0.7%	-
	医疗保险	一类	6.5%	2%	6.5%	2%	6.5%	2%	6.5%	2%
		二类	6.5%	2%	6.5%	2%	6.5%	2%	6.5%	2%
		三类	2.5%	-	2.5%	-	2.5%	-	2.5%	-
	生育保险	一类	0.8%	-	0.6%	-	0.5%	-	0.5%	-
		二类	0.8%	-	0.6%	-	0.5%	-	0.5%	-
		三类	0.8%	-	0.6%	-	0.5%	-	0.5%	-
自贡天味	养老保险		19%	8%	19%	8%	19%	8%	20%	8%
	失业保险		0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.5%	0.5%
	工伤保险		1.4%	-	1.12%	-	1.4%	-	1.12%	-
	医疗保险		7.5%	2%	7.5%	2%	7.5%	2%	7.5%	2%
	生育保险		0.5%	-	0.5%	-	0.5%	-	0.5%	-

公司名称	保险类别	时间	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
		类别	缴纳比例		缴纳比例		缴纳比例		缴纳比例	
			公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人
天味家园	养老保险	一类	19%	8%	19%	8.0%	19%	8.0%	20%	8%
		二类	-	-	-	-	-	-	-	-
		三类	12%	8%	12%	8.0%	12%	8.0%	12%	8%
	失业保险	一类	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.5%	0.5%
		二类	-	-	-	-	-	-	-	-
		三类	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.5%	0.5%
	工伤保险	一类	0.49%	-	0.49%	-	0.49%	-	0.7%	-
		二类	-	-	-	-	-	-	-	-
		三类	0.49%	-	0.49%	-	0.49%	-	0.7%	-
	医疗保险	一类	6.5%	2%	6.5%	2%	6.5%	2%	6.5%	2%
		二类	-	-	-	-	-	-	-	-
		三类	2.5%	-	0.49%	-	2.5%	-	2.5%	-
	生育保险	一类	0.8%	-	0.5%	-	0.5%	-	0.5%	-
		二类	-	-	-	-	-	-	-	-
		三类	0.8%	-	-	-	0.5%	-	0.5%	-

注：根据《关于非城镇户籍从业人员综合社会保险并轨城镇职工社会保险有关问题的通知》（成府发[2011]5 号）、《关于统一我市失业保险待遇标准有关问题的通知》（成办发[2011]31 号）、《关于非城镇户籍从业人员综合社会保险接续参加城镇职工社会保险有关问题的通知》（成办发[2011]32 号）及《关于非本市户籍农民工接续参加城镇职工基本医疗保险有关问题的通知》（成办发[2011]33 号）的规定，2011 年 4 月 1 日起综合社会保险并轨城镇职工社会保险，各险种按不同人员类别缴费。一类是指成都市城镇职工及 2011 年 4 月 1 日以后新招用的本市农业户籍劳动者，二类是指成都市原综合保险的本市户籍劳动者，三类是指非本市户籍农户劳动者。

报告期内，发行人已办理社会保险的员工人数及未缴纳的员工人数情况如下：

公司名称	险种	2018-6-30			2017-12-31			2016-12-31			2015-12-31		
		员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
天味食品	养老保险	928	935	13	882	912	3	874	927	3	828	827	8
	失业保险		935	13		912	3		927	3		826	9
	工伤保险		936	13		914	3		929	3		829	8

公司名称	险种	2018-6-30			2017-12-31			2016-12-31			2015-12-31		
		员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
	医疗保险		935	13		912	3		927	3		829	6
	生育保险		935	13		912	3		927	3		826	9
自贡天味	养老保险	125	126	0	130	130	1	131	131	0	139	135	4
	失业保险		126	0		130	1		131	0		135	4
	工伤保险		126	0		130	1		131	0		135	4
	生育保险		122	0		130	1		131	0		135	4
	医疗保险		126	0		124	7		124	7		128	11
天味家园	养老保险	444	428	16	463	451	12	437	429	8	538	529	9
	失业保险		428	16		451	12		429	8		529	9
	工伤保险		431	13		453	10		431	6		531	7
	生育保险		428	16		451	12		429	8		529	9
	医疗保险		428	16		451	12		429	8		529	9

注 1：2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 6 月缴纳社会保险人数大于在册员工人数的原因系部分员工离职时点处于当月社会保险部门规定的统计在册员工人数的时间点之后，即该部分员工离职后，公司仍为其缴纳了社会保险。

注 2：因缴纳社会保险的人数每月皆存在变化，表中 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年半年度皆按照相应期末的缴纳情况披露。

报告期各期末，部分员工未缴纳社会保险的原因主要如下：（1）新入职的员工暂未办理社保增员手续；（2）部分为退休返聘人员，无需缴纳社会保险。

2、住房公积金情况

报告期内，发行人及子公司已根据四川省有关规定为员工缴存住房公积金。具体缴纳情况如下：

公司名称	2018-6-30			2017-12-31			2016-12-31			2015-12-31		
	员工	缴纳	未缴	员工	缴纳	未缴	员工	缴纳	未缴	员工	缴纳	未缴

	人数	人数	纳人数	人数	人数	纳人数	人数	人数	纳人数	人数	人数	纳人数
天味食品	928	915	13	882	879	3	874	871	3	828	808	20
自贡天味	125	124	2	130	130	1	131	129	2	139	135	4
天味家园	444	430	14	463	453	10	437	430	7	538	532	6

注：因缴纳住房公积金的人数每月皆存在变化，表中 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年半年度皆按照相应期末的缴纳情况披露。

报告期各期末，部分员工未缴纳住房公积金的原因主要如下：（1）新入职的员工暂未缴纳住房公积金；（2）部分为退休返聘人员，无需缴纳住房公积金。

3、社保及住房公积金主管部门出具的证明情况

（1）天味食品社保及住房公积金的证明情况

根据双流区人力资源与社会保障局出具的证明文件，自 2007 年 3 月至今，公司严格遵守有关社保法律法规的规定，依法进行社会保险登记，为员工及时缴纳了各项社会保险费用。未发现该公司与员工发生劳资纠纷等诉讼。

根据成都市公积金管理中心出具的证明文件，按照《住房公积金管理条例》，天味食品在成都住房公积金管理中心缴存住房公积金。

（2）天味家园社保及住房公积金的证明情况

根据成都市郫都区人力资源和社会保障监察执法大队出具的说明，未发现天味家园有因违反国家劳动保障法律、法规而受到重大行政处罚的情形。根据成都市住房公积金管理中心出具的证明，2014 年 6 月至 2018 年 6 月，天味家园在此期间缴存了住房公积金。

（3）自贡天味社保及住房公积金证明情况

根据自贡市住房公积金管理中心出具的证明，自贡天味自 2015 年 1 月 1 日起至 2018 年 6 月 30 日止统一为员工办理并缴纳住房公积金，符合国家关于职工住房公积金缴纳规定，并依法全面、足额、及时为公司员工缴纳了住房公积金，无漏缴或拖欠情形，亦无因违反有关住房公积金管理规定被投诉或受到行政处罚的情形。

根据自贡市自流井区劳动监察大队出具的证明，自 2015 年 1 月 1 日至今，自贡天味严格遵守劳动法、劳动合同法和其他有关劳动法律法规的规定，没有因

违反有关劳动法律、法规而被投诉或收到行政处罚的情形。

十一、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况参见本招股说明书“重大事项提示”及“第七节 同业竞争与关联交易”的具体内容。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况

（一）发行人的主营业务

公司秉承“用心调味生活”的经营理念，自设立以来一直专注于川味复合调味料的研发、生产和销售，现已发展成以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业。公司致力于为家庭及餐饮消费者提供安全、便捷、美味的高品质产品，公司核心品牌“大红袍”及“好人家”产品畅销全国并远销海外。

公司先后荣获“农业产业化国家重点龙头企业”、“四川省企业技术中心”等 40 多项荣誉称号，是中国调味品协会理事单位，是火锅底料、辣椒酱国家标准及食品安全地方标准火锅底料、食品安全地方标准半固态复合调味料等地方标准的起草单位之一。公司拥有的“大红袍”、 “好人家”商标被认定为“中国驰名商标”， “大红袍”、“好人家”牌川味复合调味料被认定为“四川名牌产品”称号，“天车”商标被商务部认定为“中华老字号”。

公司建立了覆盖全国的市场营销体系，形成了以经销商为主，定制餐调、电商、直营商超为辅的营销架构。2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市，销售网络覆盖约 30.8 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.1 万家餐饮连锁单店。同时，本公司产品已连续 11 年出口到美国、澳大利亚、加拿大、日本、比利时等国家。

公司始终坚持“以质量求生存、以品质求发展”的方针，将食品质量安全工作放在首要位置。公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证和 HACCP 等体系认证，构建了完善的质量控制体系。公司实验室获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书，检测设备及检测技术在行业内处于领先水平。公司通过对原料采购、生产过程、储存及销售的全过程进行监控，以保证各环节间可相互追查为原则，实现源头可追溯、流向可跟踪、信息可查询、过程可控制、产品可召回为目标，有力保障了公司产品的

食品质量安全。2017 年，公司被四川省质量协会评定为“四川省 2016 年度实施卓越绩效模式先进企业”，被中国质量协会评定为“2017 年全国实施卓越绩效模式先进企业”，并在 2017 年中国食品安全年会中被授予“2017 年度中国食品安全年会百家诚信示范单位”。

（二）发行人的主要产品

公司自设立以来一直专注于川味复合调味料的研发、生产和销售，现已发展成以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，公司主要品牌包括“大红袍”、“好人家”、“天车”及“有点火”。公司产品包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料、香辣酱等 9 大类 100 多品种（不包含定制餐调产品），主要用于家庭、餐饮的烹调，满足消费者对烹调风味多样性和便捷性的追求；同时公司充分利用自身研发优势为国内连锁餐饮企业提供定制餐调产品，满足连锁餐饮客户对产品标准化、食品安全性及口味稳定性的需求。

（三）发行人的主营业务、主要产品变化情况

自成立以来，公司主要产品和主营业务均未发生重大变化。

随着居民生活水平的日益提高，餐饮及家庭消费者对调味品口味的需求也日趋多样化，各种调味品新品层出不穷。为满足消费者不同的烹饪需求，公司紧密跟踪消费者口味的发展趋势，不断研发新产品和持续进行产品迭代，并以市场为

导向不断推出新产品，以稳固公司在川味复合调味料市场的优势地位。目前，公司已实现以川味复合调味料为核心，以其他地区特色调味品、基础调味品、定制产品为补充的丰富产品线，在售产品种类多达 100 多种（不包含定制餐调产品），并保持每年一定的新品推出速度。

近十年来，公司每年度向市场推出的主要产品及其变化情况如下：

2008 年

“好人家”鸡精、味精系列上市，该系列产品的上市是公司开拓餐饮市场的第一步。

2009 年

“天车”旗下升级产品 1906 香辣酱上市，该产品延展了酱类产品的新口味。

2010 年

“好人家”老坛酸菜鱼调料上市，作为鱼调料的新型口味，老坛酸菜鱼调料以酸爽的特色赢得消费者的好评，为后期升级成为战略大单品打下坚实的基础。

2011 年

“好人家”青花椒鱼调料上市，上市当年引起了一股青花椒风潮，该产品于 2012 年获得四川省调味品行业“新产品”奖。

2012 年

“好人家”系列推出包括泡凤爪泡制料、香辣虾调料等新派川菜、特色川菜调料；同时，“大红袍”推出四川火锅牛油系列产品，进行产品口味提升。

2013 年

“大红袍”四川火锅系列新增麻辣清油口味及麻辣香锅等单品。

2014 年

“大红袍”四川印象系列火锅底料上市，该系列采用牛皮纸袋包装形式并将火锅底料由单料包升级为含有干料、汤料等的多料包形式，作为公司高端产品推向市场。

2015 年

“好人家”老坛酸菜鱼调料产品升级推出多种口味，川菜调料推出回锅肉调料、宫保鸡丁调料等四川名菜中的代表作调料。

2016 年

“好人家”青花椒沸腾鱼调料、水煮沸腾鱼调料等新品上市。

2017 年

重点推出“好人家”全型（手工）火锅底料和“有点火”速食火锅，同时推出麻辣小龙虾调料、香辣烧肉调料、重庆小面调料等多样化的川菜调料产品，进一步丰富了公司的产品品类。

二、发行人所处行业基本情况

（一）公司行业分类

根据本公司主营产品工艺和用途，按照中国证券监督管理委员会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），本公司属于“C14”之“食品制造业”。根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2011），公司属于调味品、发酵制品制造行业。

（二）行业主管部门及监管体制

公司的主营业务属于调味品制造业，行业监管部门主要包括国家食品药品监督管理总局、国家卫生健康委员会（原国家卫生和计划生育委员会）、国家质量监督检验检疫总局、国家工商行政管理总局等。其中，食品、质量监督部门主要负责对企业生产过程进行监管；卫生部门负责食品安全综合协调、组织查处食品安全重大事故，组织制定食品安全标准；工商行政管理部门主要负责监管流通环节食品安全。调味品行业自律组织为中国调味品协会，调味品行业的行业自律管理主要由该协会负责。

（三）行业主要法律、法规及政策

1、行业主要法律法规及标准规范

名称	颁布单位	颁布时间
《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人大常委会	2006 年
《中华人民共和国产品质量法》（2009 年修订）	全国人大常委会	2009 年
《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2015 年
《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	国务院	2007 年
《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	质检总局	2005 年
《食品安全管理体系认证实施规则》	认监委	2010 年
《食品召回管理办法》	食药总局	2015 年
《食品药品投诉举报管理办法》	食药总局	2016 年
《食品安全信用信息管理办法》	食药总局	2016 年
《食品生产许可审查通则》	食药总局	2016 年
《食品生产经营日常监督检查管理办法》	食药总局	2016 年

名称	颁布单位	颁布时间
《食品生产许可管理办法》	食药总局	2017 年
《食品经营许可管理办法》	食药总局	2017 年
《预包装食品标签通则》（GB7718-2011）	卫生部	2011 年
《预包装食品营养标签通则》（GB28050-2011）	卫生部	2011 年
《食品生产通用卫生规范》（GB14881-2013）	国家卫计委	2013 年
《食品添加剂使用标准》（GB2760-2014）	国家卫计委	2014 年
《食品安全国家标准复合调味料》（GB31644-2018）	国家卫健委	2018 年
《四川省食品安全地方标准 火锅底料》（DBS 51_001-2016）	四川省卫计委	2016 年
《四川省食品安全地方标准 酸菜类调料》（DBS 51_002-2016）	四川省卫计委	2016 年
《四川省食品安全地方标准 半固态复合调味料》（DBS 51_003-2016）	四川省卫计委	2016 年

2、行业发展政策

2016 年 11 月 17 日，农业部下发《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划（2016-2020）》，指出：“要牢固树立节约集约循环利用的资源观，通过绿色加工、综合利用，实现节能降耗、环境友好，形成“资源—加工—产品—资源”模式，发展营养安全、绿色生态、美味健康、方便实惠的食品产业；遵循生产生活生态并重，发展培育新业态；坚持绿色富国、绿色惠民，推动形成产业融合的绿色发展方式。”并计划“农产品加工业产业布局进一步优化，产业集聚程度明显提高，科技创新能力不断增强，质量品牌建设迈上新台阶，节能减排成效显著。到 2020 年，力争规模以上农产品加工业主营业务收入达到 26 万亿元，年均增长 6%左右，农产品加工业与农业总产值比达到 2.4:1。”

2016 年 12 月 6 日，国务院办公厅发布《关于完善支持政策促进农民持续增收的若干意见》指出：“推进农业标准化生产、品牌化营销，支持新型农业经营主体发展“三品一标”农产品，积极培育知名农业品牌，形成优质优价的正向激励机制。”

2017 年 1 月 5 日，国家发改委和工信部联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》指出：“坚持‘创新、协调、绿色、开放、共享’的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足人民群众日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创

新驱动为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善，满足小康社会城乡居民更高层次的食品需求。”

2017 年 2 月 14 日国务院颁布《“十三五”国家食品安全规划》指出：“在原料资源丰富地区，选择一批地方特色突出的食品产业园区，以知名品牌和龙头企业为引领，开展集食品研发创新、检测认证、包装印刷、冷链物流、人才培训、工业旅游、集中供热、污水集中处理等于一体的现代食品工业基地建设示范，提高基础设施和公共服务水平，开展集中监管，发挥示范引领作用，带动食品产业转型升级和食品质量安全管理水平整体提升。”

此外，农业部在《2016 年农产品加工工作要点》中同样明确指出：“大力实施农产品加工业转型升级工程，加强规划引导，促进主产区农产品加工业加快发展，拓展主要农产品加工转化增值空间，支持粮食主产区发展粮食深加工，形成一批优势产业集群”；国务院办公厅 2016 年发布的《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》进一步指出“完善农产品加工产业和政策扶持体系，促进农产品加工业持续稳定健康发展”，“支持符合条件的农产品加工企业上市融资、发行债券。”

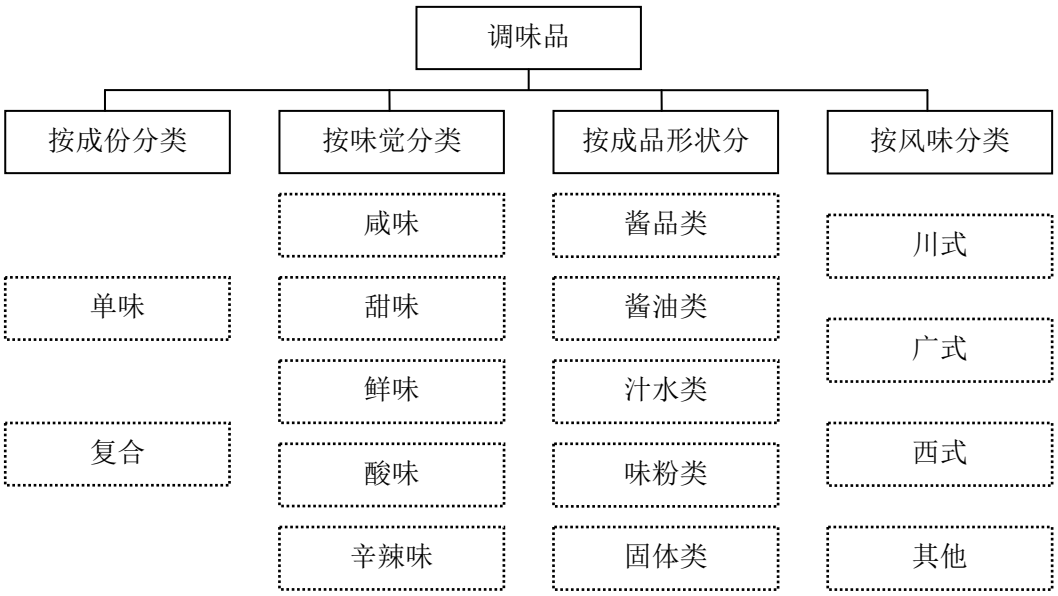
公司作为农业产业化国家重点龙头企业和食品加工企业，中央和地方不断出台的产业支持政策对公司持续提升产品品质、进一步巩固行业地位、继续推动“标准化、规模化、品牌化”建设提供了保障。

（四）川味复合调味料行业概况

1、调味品及其分类情况

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。

调味品按不同分类方式，可以分成不同类别。调味品按产品成份分类，可被分为单味调味品（基础调味品）和复合调味品；按味觉感受分类，可被分为咸味调味品、甜味调味品、鲜味调味品、酸味调味品、辛辣调味品等类别；按成品形状分类，可被分为酱品类、酱油类、汁水类、味粉类、固体类等；按地方风味分类，可被分为川式、广式、西式及其他地方风味等。具体如下图所示：



2、川味复合调味料分类情况

公司主要产品为川味复合调味料，川味复合调味料按用途又可以分为火锅底料和川菜调料两大类：

（1）火锅底料

火锅底料是以动、植物油脂、辣椒、花椒、食盐、味精、香辛料、豆瓣酱等为主要原料，按一定配方和工艺加工制成的，用于调制火锅汤的调味料。火锅底料按照原料的不同分为动物油型火锅底料和植物油型火锅底料。按照感官的不同分为辣汤型火锅底料和清汤型火锅底料。

动物油型火锅底料：是四川传统的火锅底料，油脂成分主要是牛油，加入后火锅汤呈醒目的红色，表面可见少量红色浮油。

植物油型火锅底料：指油脂成分主要是植物油，经特殊技术处理，加入后火锅汤清澈透明。

辣汤型火锅底料：以具有辣椒特征色泽的褐红色为主，风味香辣的一类火锅的总称。

清汤型火锅底料：主要指三鲜、番茄类、菌类等火锅底料，颜色呈乳白色或浅黄色。

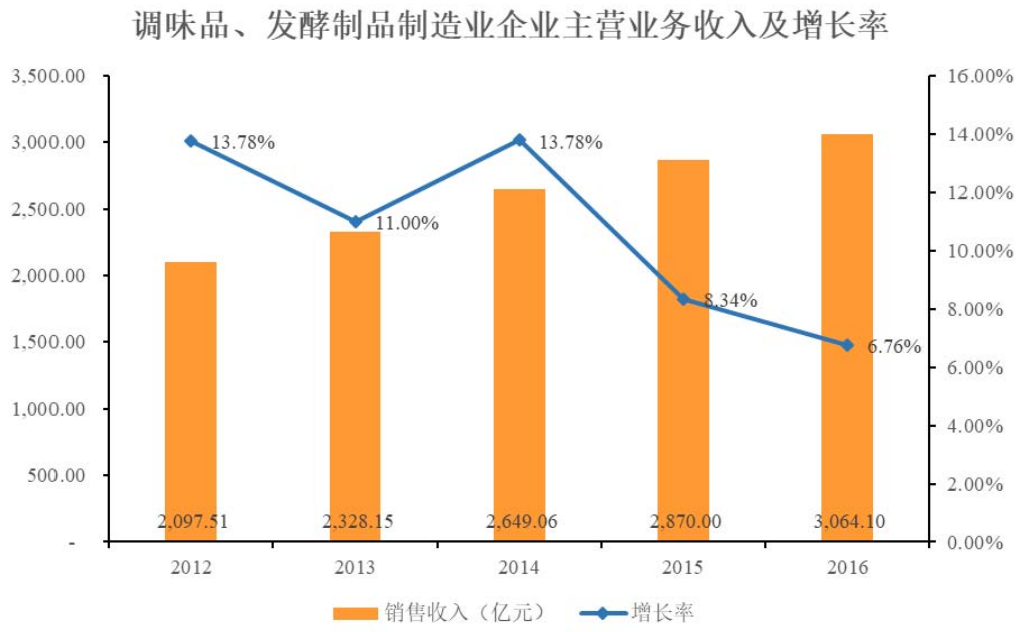
（2）川菜调料

川菜调料是专门针对四川特色菜肴和特色餐饮，研制开发而成的方便型复合调味料。其产品品种较多，主要包括：鱼系列调味料，如水煮鱼、酸菜鱼、麻辣鱼等菜肴的专用调味料；炒菜系列调味料，如毛血旺、回锅肉、烧鸡公、麻婆豆腐、鱼香肉丝、红烧牛羊兔、烧肉王、啤酒鸭等菜肴的专用调味料；汤系列调料，如酸菜汤、酸辣汤、酸萝卜老鸭汤等汤类的专用调味料；川式香肠腊肉调味料，集中于冬季使用。

3、调味品行业供求状况

（1）调味品行业需求持续增长

近二十年来，随着 GDP 持续增长，我国已步入了消费结构升级、实物消费与服务消费并重的发展轨道，消费者更加关注自身生活品质的提升。近几年，我国调味品行业取得了突破性的发展，产量销量迅速增长，品种日益丰富，调味品行业已成为我国食品工业的重要组成部分。根据国家统计局数据，2012-2016 年调味品、发酵制品制造行业销售收入年复合增长率达到 9.94%，2016 年我国调味品、发酵制品制造行业累计实现产品销售收入 3,064.10 亿元，同比增长 6.76%。调味品业的发展对提高人们生活质量，满足人民群众日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求，扩大内需，促进国民经济增长具有积极作用。



数据来源：国家统计局

（2）复合化是调味品行业发展的主要趋势

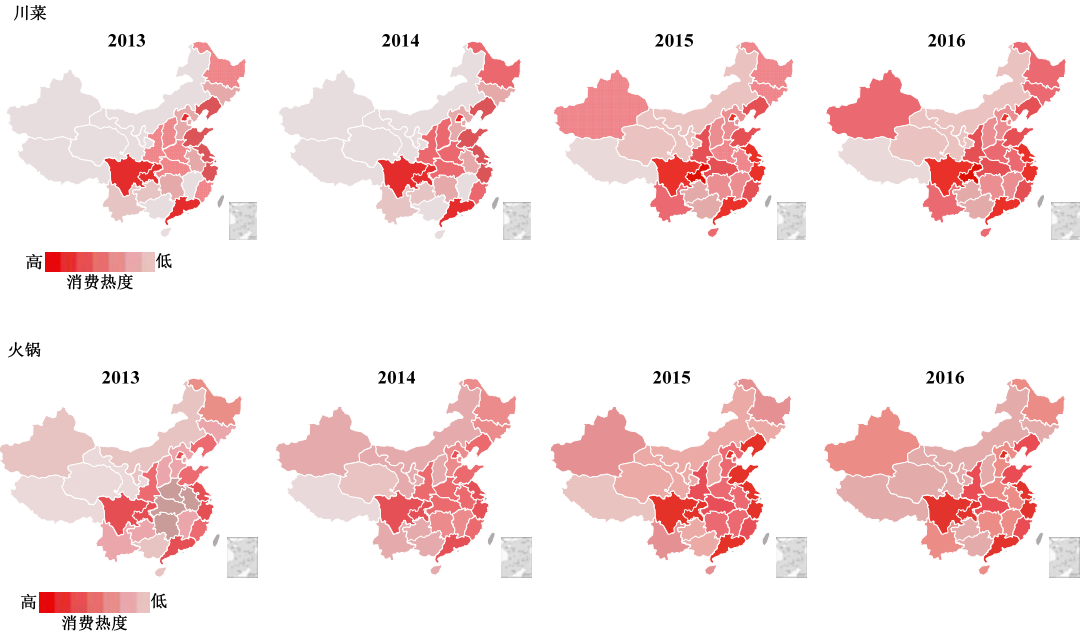
我国每年调味品营业额约占食品工业额的10%左右，是典型的“小产品、大市场”。目前，调味品在我国的整体渗透率相对较高，尤其是消费占比较大的酱油、味精、食醋、酱类等，调味品行业的整体营收增长趋势逐年放缓。调味品的行业发展机遇将更多出现在由于消费升级推动的对于复合调味料及小品类调味品的需求上。根据中国调味品协会资料显示，传统的单味调味品（基础调味品）虽然仍占据调味品市场的绝大部分市场份额，但增长趋势在放缓，而以复合调味料、火锅调味料等为代表的复合调味品虽然占据调味品市场较小的市场份额，但增长趋势较快。此外，根据《中国食品工业年鉴（2016）》显示，复合调味品的快速发展是大趋势，欧美等发达国家的调味品市场中复合调味料的占有量非常之高，而我国复合调味料的占比仅34%，说明我国复合调味料市场还有非常大的发展空间与潜力。

随着我国居民收入水平的提高，饮食习惯的改变，消费者已不满足于过去简单的油、盐、酱、醋单一调味品的需求，用复合调味料替代糖、酱油、味精等已成为更多家庭和餐饮企业的重要选择，复合调味料作为新兴的调味品子行业，近年来取得了突飞猛进的发展。未来，复合化依旧是调味料行业的主要发展趋势，一方面调味品复合化可以让年轻的家庭消费者方便快捷的烹饪美味，解决其不会做、没时间做的消费痛点；另一方面，餐饮行业需求日益增大，规范化和连锁化经营带来了对标准化复合调味料需求的快速增长。

（3）川味复合调味料优势明显

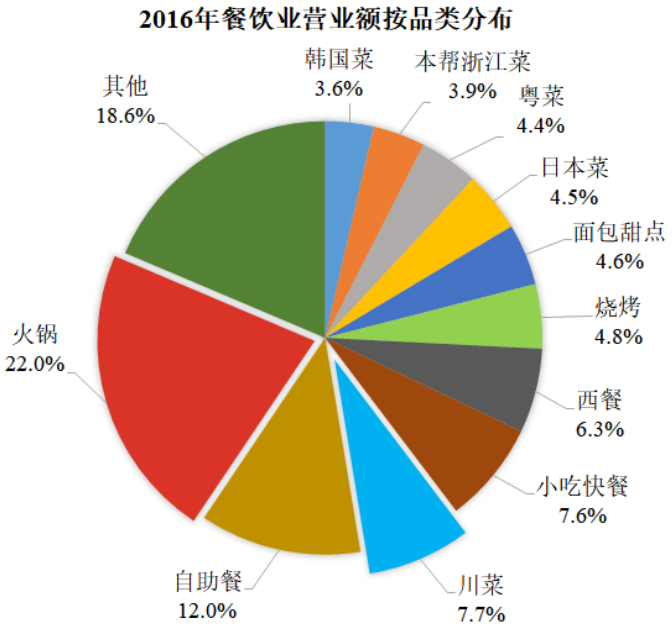
不同于单一调味料市场，复合调味料市场品类繁多，新品层出不穷。川味复合调味料的出现与居民消费水平逐年提高有较大关系，其作为调味品的一个新兴子行业，起步产生相对较晚，发展不过数十年的时间。从上世纪80年代起大致可以分为行业起步阶段、快速成长阶段以及高速发展阶段，经过2006年至今多年的高速发展，行业内大型优势企业开始确立竞争地位，全国性销售渠道开始形成，涌现出“海底捞”、“好人家”、“大红袍”、“红99”等一批具有全国影响力的产品品牌。主要优势企业纷纷加大新工艺和新产品的研发投入，生产工艺向自动化和机械化演进，产品线日益丰富，产品品质不断提高，质量安全得到保障，消费者消费习惯和消费能力得到释放。

受益于在中国“八大菜系”中的重要地位和影响，川菜以其极具特色的口味以及品类繁多的特征得到了国内市场的普遍欢迎。根据美团点评研究院-餐饮研究中心发布的《2017 年中国餐饮业供给侧发展报告》，川菜近几年以四川、重庆为中心向其他区域不断辐射，在全国的受欢迎程度居所有八大菜系之首，川菜作为全国门店数量最多的菜系，在全国各地都保有相当数量的门店。同时，在所有餐饮品类中，火锅是第一大品类，对餐饮行业营业额贡献高达 20%以上，消费区域遍布全国。近年来，川菜和火锅在国内消费热度演进情况如下图：



资料来源：美团点评研究院-餐饮研究中心

此外，根据美团点评研究院及餐饮老板内参舌尖数据研究院联合发布的《中国餐饮报告（白皮书 2017）》显示，火锅和川菜合计占餐饮行业消费比重已高达 29.7%，已成餐饮行业最重要的菜系与品类。



数据来源：美团点评研究院、餐饮老板内参舌尖数据研究院

川菜和火锅的迅速普及也带动了川味复合调味料行业的发展，在我国调味品行业中的地位不断提高，已经成为具有浓郁地域特色且具有广阔发展前景的调味品细分市场。

4、行业内企业竞争格局及分布格局

我国川味复合调味料行业属于完全竞争的市场，行业发展具有“小产品、大市场”的特征，业内生产企业众多，企业整体加工规模较小，业内大型企业较少，中小型企业数量众多。但近年来随着《中华人民共和国食品卫生法》、《中华人民共和国农产品质量安全法》、《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规相继出台，以及川菜在全国范围内传播、调味品流通渠道不断完善以及部分优势企业采用新技术新工艺等因素，川味复合调味料行业发展并已形成了若干全国性品牌为主导、部分区域品牌作为补充的市场竞争格局，行业集中度逐渐提高。

同时，由于川味复合调味料具有明显的地域文化特征，主要生产企业基本集中在四川和重庆地区，地域集中度较高。

5、行业技术水平、经营模式、周期性、区域性和季节性

（1）行业技术水平

川味复合调味料的生产过程和工艺涉及到微波处理技术、热反应增香技术、

自动炒制技术、冷却干燥技术以及自动包装技术等多项高新技术工艺，其工艺研制难度较高，且业内缺乏通用设备。业内优势企业利用其研发能力自行研制工艺设备，提高生产技术的自动化和机械化，而众多中小企业仍停留在生产设备小型化、生产工艺手工化阶段，行业技术水平参差不齐，整体水平不高。

（2）经营模式

视企业规模大小不同，业内主要大型企业都建立了从采购、生产、销售全过程的生产经营模式，主要生产工序实现了半自动化或自动化，在销售环节上普遍采用经销和直销相结合的模式，销售网络分布较广，并逐渐建立了自己的品牌；众多中小企业受规模的限制，生产还更多停留在手工作坊阶段，没有建立规模化的销售网络，产品品牌影响力较弱。

（3）行业周期性

川味复合调味料行业属于日常消费品行业，稳定性强，没有明显的周期性。近年来，川味复合调味料需求越来越大，行业发展迅速。

（4）行业的区域性

我国地域宽广、民族较多，人们的饮食习惯存在着一定的差异，餐饮品种及风味需求也存在着一定差异。虽然川味复合调味料的主要生产企业集中在四川和重庆地区，但随着人们生活水平的提高，区域间人员流动的增多，消费者饮食口味的多样化，各地群众对川味接受程度越来越广泛，川味复合调味料逐渐受到全国各地消费者的喜爱。

（5）季节性

川味复合调味料中，火锅底料主要以麻辣口味为主，根据人们饮食习惯，冬季天气寒冷，食用火锅较多。因此，火锅底料销售具有明显的季节性，每年下半年是销售旺季，其他时期是销售淡季。相对火锅底料而言，川菜调料虽有一定季节性，但销售的季节性不如火锅底料明显。

（五）行业发展趋势

1、行业整合加速，市场集中度将提高

在川味复合调味料行业的快速发展过程中，随着社会对食品安全日益重视以及国家对企业环保监管力度不断加大，部分规模较小、经营不规范的企业将逐渐被淘汰，优势企业发展将更加迅速，行业整合将进一步加速，市场集中度将不断提高，企业规模化经营成为行业发展的必然趋势。市场集中度的提高有利于规范市场竞争秩序，维护行业形象，保障食品安全，同时也有利于规模企业有效降低固定成本和管理成本，加大在食品安全、品牌、研发、营销等方面的投入力度，进一步提高企业经营效益。

2、市场竞争由单纯价格竞争转向品牌、质量和营销等综合实力竞争

随着居民消费水平的日益提高，作为快速消费品的川味复合调味料，价格已不再成为消费者关心的最重要因素。企业要在众多的市场竞争者中脱颖而出，赢得消费者的信任和喜爱，必须在市场上树立良好的品牌形象，建立独特的产品特色以及切实可行的销售策略，来满足消费者不断增长和变化的需求。川味复合调味料行业在经历了模仿、同质竞争和价格竞争阶段后，开始逐步走向以品牌、质量和营销等综合实力为基础的多层次竞争。

3、生产工艺持续改进，新产品和新配方推出速度加快

川味复合调味料的发展是伴随着人们生活水平的提高，对饮食消费结构的不断升级而发展的。人们对饮食的要求已从过去的吃饱向吃好转变，由单一向多元化转变，健康、营养、快捷的饮食将成为消费者追求的目标。饮食习惯的改变将要求行业内企业不断改进生产工艺，加强研发投入，持续不断推出新产品和新配方，满足和引导消费者多层次需求，并加快从研发到市场的进程，精益求精、快速响应将成为市场的趋势。

4、快速消费品应用日益广泛，居民接受程度越来越高

随着当今社会生活节奏越来越快，快速消费品以其便利性得到消费者的广泛使用。在食品领域，由于中国传统烹调工序复杂、用料繁多，越来越不适于现代生活的节奏，家庭烹调有逐渐向快速化和简单化演变的趋势，食品类快速消费品也日益受到老百姓的青睐。川式复合调味料产品，例如火锅底料和川菜调料，将众多基础调味品融合到一起，避免了菜肴烹饪过程中的复杂和繁琐。因此，越来越多的消费者在烹饪过程中开始使用复合调味料替代部分基础调味料，产品接受

程度越来越高。

5、餐饮行业连锁化趋势带动调味品行业定制化需求

连锁化是目前餐饮行业发展的一个重要趋势，连锁经营不仅可以提高效率、降低成本，更能帮助餐企突破发展中的管理瓶颈。与此同时，大型连锁餐饮企业对产品标准化、食品安全性及和口味稳定性的需求也推动了复合调味料行业的发展，尤其是对于具有一定口味特色要求的连锁餐饮企业，口味的标准化和稳定性是其快速扩张所需具备的重要条件。对于复合调味料行业而言，具有较强的口味还原能力、产品研发能力以及产品标准化能力的生产企业将有较大竞争优势。

6、行业利润水平的变动趋势

近年来，我国川味复合调味料产品市场需求呈现快速增长的趋势，行业市场销售规模和利润水平逐步提升。在国家对食品行业监管日益严格和行业竞争日益加剧的背景下，行业进入门槛不断提高，企业优胜劣汰和行业整合速度进一步加快，市场竞争将由单一的价格竞争逐渐转向技术、品质、品牌和营销等全方位的综合实力竞争，利润率水平较高的品牌类产品及高档产品的销售比重将逐步增加。行业集中度与规范化程度将不断提高，规模效益逐步显现，有利于业内优势企业继续维持较高的盈利水平，市场份额将进一步向优势企业集中。

（六）行业的主要壁垒

1、食品质量安全壁垒

国家对食品质量安全问题日益重视，近年来，不断出台一系列关于食品安全方面的政策法规，加强对行业的监管，使一批不符合国家法律法规和相关标准要求的企业退出市场。2015 年 10 月 1 日修订后正式实施的《食品安全法》对食品安全提出了更高的要求，扩大了食品安全监管范围，建立了食品安全追溯体系，对于损害消费者权益的食品生产企业的处罚力度更大。而构建完善的质量控制体系是一项长期的系统性工程，对企业提出了很高的管理、技术、人才、资金等方面的要求。因此，严格的质量控制要求和行业监管体系提高了本行业的进入门槛。

2、营销网络壁垒

作为快速消费品行业，“小食品、大流通”的特征使得营销网络的建设相当

重要。川味复合调味料的销售渠道和零售商非常多，渠道维护和控制难度较大，投入和维护成本较高，且需要具备很强的销售和管理经验。新企业要想进入本行业，不仅需要在销售渠道建设上投入巨额资金，而且还需要较长的渠道和销售队伍建设周期，难以在短时间内搭建起完善的营销网络体系。

3、品牌壁垒

随着国内居民生活水平的提升和食品消费要求的提高，消费者更加关注产品的质量、口味、营养、功能等特质，而品牌正是产品上述诸多特性的综合体现。随着行业集中度提高，行业内优势企业已经建立了一定的品牌优势，取得了较高的市场认知度和影响力。新进入企业难以在短时间内塑造并维护一个知名品牌，从而在市场竞争中将处于不利地位。

4、技术与研发壁垒

我国消费者由温饱型饮食向健康型饮食迈进的步伐逐渐加快，消费心理日臻成熟，对产品的健康性、天然性、营养性提出了更高的要求，传统加工工艺和产品配方难以满足市场长期需求。因此，业内大型企业纷纷改善生产工艺，提高自动化生产水平，提高生产效率，保障产品质量，同时持续不断进行新产品和新配方的技术研究和开发，及时开发出符合客户需求变化的新产品、差异化产品，相对新进入者积累了丰富的技术和研发优势，也建立了进入本行业的技术和研发壁垒。

（七）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家政策大力支持

农业部在《关于实施“九大行动”的意见》中明确提出：“加快发展农产品加工业，提高农业产业化经营水平”，“扶持壮大农业产业化龙头企业”；农业部在《2016 年农产品加工工作要点》中同样明确指出：“大力实施农产品加工业转型升级工程，加强规划引导，促进主产区农产品加工业加快发展，拓展主要农产品加工转化增值空间，支持粮食主产区发展粮食深加工，形成一批优势产业集群”；国务院办公厅发布的《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》进

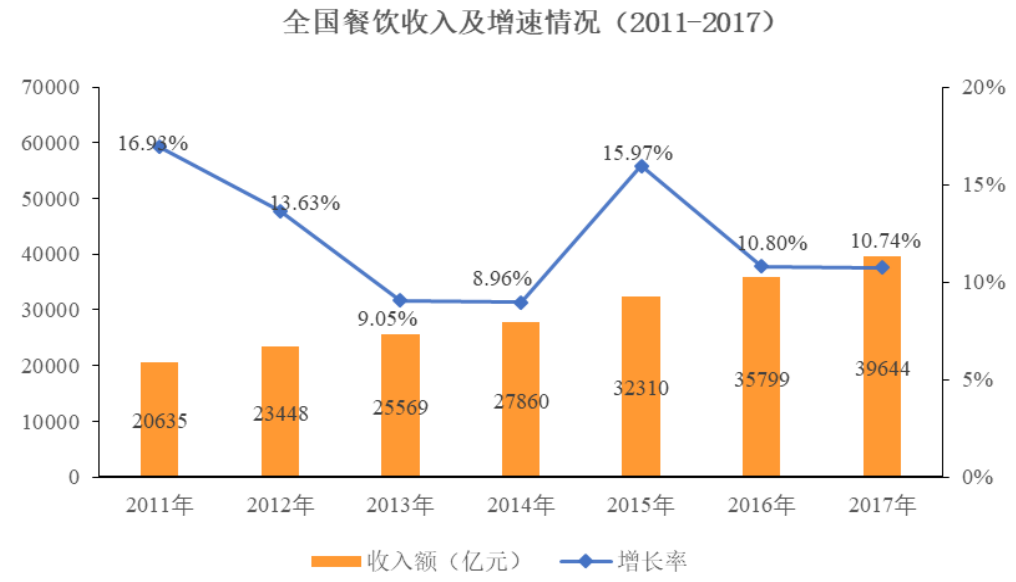
一步指出“完善农产品加工产业和政策扶持体系，促进农产品加工业持续稳定健康发展”，“支持符合条件的农产品加工企业上市融资、发行债券”。

此外，国家发改委和工信部联合印发的《关于促进食品工业健康发展的指导意见》指出：“坚持‘创新、协调、绿色、开放、共享’的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足人民群众日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善，满足小康社会城乡居民更高层次的食品需求。”

我国为农业大国，“三农”问题为我国经济社会发展的重中之重，近年来，中央和地方政府不断推出了针对农业的优惠政策，特别在推动农业产业化的发展方面，给予了很多的优惠，持续密集出台的多方位、多层次的产业扶持政策为本行业的持续、快速、稳健发展提供了良好的政策保障。同时，食品安全和消费升级方面政策的不断出台，也为规模化食品企业的健康发展提供了有力的支持。

（2）市场空间广阔，需求将保持高速增长

我国调味品有三大消费渠道：餐饮采购、家庭消费和食品加工。其中，餐饮采购和家庭消费是复合调味料的主要消费渠道。据国家统计局数据，2017 年全年，我国餐饮收入 39,644 亿元，比 2016 年增长 10.74%，餐饮行业快速发展带动了整个调味品行业的共同增长，同时餐饮行业的巨大市场空间，为调味品行业未来的增长提供了有力支撑。

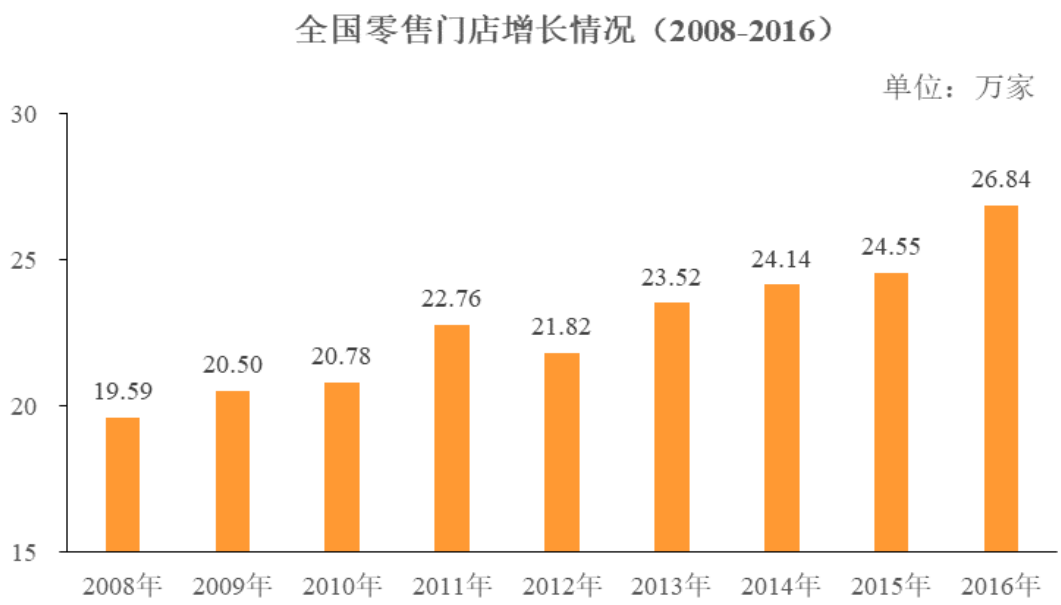


数据来源：国家统计局

另外，根据国家统计局数据，2013 年至 2016 年，全国居民人均食品烟酒消费支出分别为 4,127 元、4,494 元、4,814 元和 5,151 元，平均增长率为 7.67%。居民收入的增长和饮食结构的变化带来调味品渗透率的提升和单次用量的增加，使得行业收入规模不断增长；同时居民生活水平的提升推动调味品产品结构持续升级，是行业收入和盈利能力持续提升的主要动力。未来调味品行业市场空间将更加广阔。

（3）商业零售渠道的迅速发展为行业的发展提供了渠道支撑

在零售业迅速发展的支撑下，近年来我国商品零售行业呈现出高速发展的态势，随着城市社区大型化的发展，农贸市场、大型连锁超市、社区便利店和仓储会员店取得了长足发展，根据国家统计局统计数据，自 2007 年以来，我国连锁零售企业门店总数以年均 4.66%的速度递增，2016 年底已经达到 26.84 万家。随着国内零售业的发展，流通体系的逐步完善，节省了产品的中间流通成本，增强了产品终端消费的便利，为本行业的发展奠定了渠道基础。



数据来源：国家统计局

此外，电子商务在我国的迅速发展为企业减少中间流通成本、增加直销业务收入提供了良好的机会。根据国家统计局数据，2017 年全年，全国网上零售额 71,751 亿元，比上年增长 32.2%。其中，实物商品网上零售额 54,806 亿元，增长 28.0%，占社会消费品零售总额的比重为 15.0%；在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 28.6%、20.3%和 30.8%。网上销售渠道的良好发展为企业未来在销售渠道方面提供了更多选择。

（4）《食品安全法》实施有利于促进行业长期持续规范发展

2009 年 6 月 1 日《食品安全法》正式实施，与之相配套的《食品安全法实施条例》、《食品生产许可证管理办法》等一系列法规规定陆续颁布实施，国家对食品安全工作日益重视，消费者对食品质量安全日趋关注，对优质名牌产品的消费意识普遍增强，信任度和依赖度进一步提高。2015 年 10 月 1 日修订后的《食品安全法》正式实施，对食品安全提出了更高的要求，扩大了食品安全监管范围，建立了食品安全追溯体系，对于损害消费者权益的食品生产企业的处罚力度更大。上述法律法规的实施极大提高了川味复合调味料行业的进入门槛，加速淘汰业内不规范、生产技术落后、产品质量差的企业，有利于行业竞争的规范性和业内企业的优胜劣汰，为行业长期健康发展奠定了制度保障。

（5）消费升级和消费习惯的改变为行业发展奠定客户基础

随着国民经济的发展、城市化进程的提高，居民日常生活正由温饱型逐步向营养型、健康型和便捷型过渡，居民饮食结构与习惯逐渐发生变化，广大居民对特色、绿色农产品加工产品如川式复合调味料等的喜爱程度与日俱增。居民收入水平的提高、消费升级和消费习惯的改变为包括本行业在内的食品工业的发展奠定了消费基础。

2、不利因素

由于行业进入门槛相对较低，造成业内企业整体规模偏小，管理水平和技术水平不高，是当前制约行业发展的主要不利因素。

（1）行业集中度较低，竞争秩序有待规范，管理水平有待提高

目前川味复合调味料行业中小型企业数量较多，部分企业的技术水平较低，生产管理水平不高，影响了本行业的健康发展，行业竞争秩序有待进一步规范，整体管理水平有待提高。

（2）生产设备自动化程度较低

目前业内拥有机械化、规模化、自动化生产线的企业为数不多，众多小型企业以作坊式和手工生产为主，加工设备简陋，不仅效率低下，且不利于保障产品质量，行业生产自动化水平有待进一步提高。

（八）行业与上下游的关联性

1、与上游行业的关系

川味复合调味料行业的主要原材料为农副产品，关联的上游行业主要为畜牧业、农产品种植业。畜牧业及农产品种植业的健康稳定发展有利于川味复合调味料行业保证原料供应，降低生产成本，提高产品质量。

川味复合调味料行业的发展也充分带动了畜牧业和农产品种植业的发展，加快了农产品优质化、多样化、标准化的精深加工进程，有助于增加农民收入，推动农业产业化进程。

2、与下游行业的关系

本行业的下游主要是终端消费者以及餐饮企业，通过农贸市场、商超、零售

商等渠道进入居民消费及餐饮领域。零售、餐饮行业的健康、稳定发展，以及消费者饮食习惯向绿色、健康、多样化的转变，对川味复合调味料的市场容量有积极的促进作用。

三、发行人的竞争地位和竞争优势

（一）发行人行业地位

公司是以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，是农业产业化国家重点龙头企业。近年来，本公司通过不断提高品牌知名度、改进生产工艺、研制新产品以及拓展营销渠道等措施，产量和营业收入均稳步增长。根据中国调味品协会发布的《中国调味品品牌企业 100 强 2017 年度数据统计汇总分析》，2017 年百强企业火锅调料产量排名中公司位列第 3 名；2017 年百强企业复合调味料产量排名中公司位列第 5 名，前 4 名企业非以生产川味复合调料为主，公司在川味复合调味料行业处领先地位。

（二）发行人的核心竞争优势

1、品牌优势

为适应川味复合调味料的快速消费品属性，本公司非常重视品牌建设，营销中心下设品牌部负责品牌策划、推广和维护。通过多年的品牌建设，本公司在行业内确立了稳固的品牌优势，公司“大红袍”、“好人家”商标被认定为“中国驰名商标”；“大红袍”、“好人家”牌川味复合调味料被认定为“四川名牌产品称号”；“天车”商标获得了中华人民共和国商务部颁发“中华老字号”商标认证，公司的品牌和产品已经在消费者中树立了广泛的知名度和美誉度。

2、营销优势

（1）覆盖全国的营销网络优势

经过多年的建设和发展，公司建立了覆盖全国的市场营销体系，形成了以经销商为主，定制餐调、电商、直营商超为辅的营销架构。公司拥有一批长期合作、信誉良好、销售能力强的经销商客户，2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，

销售网络覆盖约30.8万个零售终端、5.86万个商超卖场和4.1万家餐饮连锁单店，公司市场网络已经覆盖全国31个省、自治区及直辖市，形成了四川、河南、东北三省、江苏、陕西、甘肃、新疆、天津、北京、上海等多个优势省市以及由浙江、江西、云南等组成的快速增长区域。完善的市场营销网络为公司巩固和提高市场占有率、迅速切入潜在市场、推出新产品发挥着重要作用。

（2）业内领先的顾问式营销模式

公司建立了一整套符合市场特点的营销管理体系，拥有一支经验丰富、执行力强、忠诚度高的专业化营销队伍。公司的营销管理模式以顾问式为核心，营销团队同时也是经销商的管理咨询顾问团队，通过组织培训课程，对业务人员、经销商开展系统培训，持续提升销售人员和经销商的营销技巧。同时，公司建立并使用了ERP（企业资源计划系统）等现代电子管理体系及平台，充分运用现代电子信息技术收集市场信息和经销商反馈，通过对铺市率、库存数、上架数等指标的分析制定适合各个经销商的个性化销售策略和考核指标，并派驻业务代表对经销商进行指导、督促。

（3）差异化、多层次的销售策略

公司针对不同地区饮食习惯、不同市场竞争状况，结合新产品研发和不同渠道特点，实行差异化销售策略，同时推行涵盖服务营销、品牌营销、产品营销、市场推广以及终端促销的综合多层次销售策略。上述策略有利于公司争取市场主动权，调动业务人员和经销商的积极性，使市场反应机制更加灵活，从而增强了公司的市场营销综合竞争力。

3、食品质量安全优势

公司始终坚持“以质量求生存、以品质求发展”的方针，将食品质量安全工作放在首要位置。公司先后通过了ISO9001质量管理体系认证、ISO22000食品安全管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、OHSAS18001职业健康安全管理体系认证和HACCP体系认证，构建了完善的质量控制体系，制定并实施了系统严密的质量控制措施和环境作业规范。公司被四川省质量协会评定为“四川省2016年度实施卓越绩效模式先进企业”，被中国质量协会评定为“2017年全国实施卓越绩效模式先进企业”，并在2017年中国食品安全年会中被授予“2017

年度中国食品安全年会百家诚信示范单位”。

公司通过对原料采购、生产过程、储存及销售的全过程进行监控，公司以保证各环节间可相互追查为原则，建立健全食品企业原辅料和食品添加剂登记备案监控体系，实现源头可追溯、流向可跟踪、信息可查询、过程可控制、产品可召回。公司质量控制以实现“三化”管理为目标，即流程程序化、作业标准化、管理规范化的全面质量管理体系。

为确保公司产品质量安全可靠，公司为实验室配置了高效液相色谱仪（HPLC）、高效气相色谱仪、气相色谱-质谱联用仪、原子吸收分光光度仪、万级洁净级别的微生物检验室及致病菌检验室等一批先进的检化验设备设施，具备溶剂残留、农兽药残留、重金属、塑化剂、防腐剂、苏丹红、罗丹明 B、二氧化硫、黄曲霉素等全面的食品安全检测能力。公司实验室获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书，检测设备及检测技术在行业内处于领先水平，有力保障了公司产品的食品质量安全。

4、技术和生产工艺优势

（1）技术优势

本公司组建了专业齐备、年龄结构合理、具有开拓精神的科研队伍，主要核心技术人员长期从事调味品的生产和研发工作，配备了先进的研发、检测设备，能够综合运用食品工程、食品安全与营养、食品分析与检验等基础工艺技术进行研发。公司产品研发中心于 2010 年 10 月被评为四川省企业技术中心，取得了“火锅底料灌装自动化技术及装备”等科技成果。此外，公司还是火锅底料、辣椒酱国家标准的起草单位之一，也参与了食品安全地方标准火锅底料、食品安全地方标准半固态复合调味料等地方标准的起草。

（2）生产工艺优势

目前，川味复合调味料行业整体生产技术装备水平较低，部分企业还停留在以手工或半自动形式进行生产、包装阶段，生产效率较低且不利于保障产品品质。本公司致力于采用现代技术改造传统食品工业，积极进行复合调味料自动化生产技术和关键生产设备的自主研发，并在复合调味料全自动炒制技术、全自动输送灌装技术、火锅底料称量和冷却成型技术、全自动外包装技术等方面实现技术突

破。公司研发的火锅底料冷却成型生产系统、牛油火锅底料全自动包装生产线等已获得国家专利，火锅底料灌装工序自动化技术及装备获得了中国调味品协会“新工艺”奖，公司的生产工艺在行业内处于领先水平。

5、产品配方优势

风味是食品的基础特征，最易为消费者所感知和认识，也是食品企业之间竞争的重要环节。我国居民历来对于饮食风味尤为重视，而口感的优劣主要来源于配方的差异，基于人的生理特性，消费者一旦对特定口味形成味觉偏好，将对该产品产生持久的消费习惯，具备较高的客户忠诚度。为适应和引导消费者饮食习惯，公司一直注重新产品的开发研制，并根据我国各地区地理气候差别造成的农作物生长和品味特性，研制出了风味独特、留香浓郁、持久性好、消费者认可度高的多种产品配方。近年来陆续开发出手工火锅底料、酸萝卜老鸭汤调料、老坛酸菜鱼调料、青花椒鱼调料、新疆大盘鸡调料等新配方和新产品。公司开发的新配方均经过严谨的试验、充分的市场调研，获得了消费者的喜爱和市场的认可。

6、管理优势

公司管理层和业务骨干具有长期从事川味复合调味料研发、生产和销售的经历，具有丰富的企业管理经验。公司管理团队经验丰富、整体素质较高，对我国川味复合调味料市场具有深刻的认识，对行业发展趋势具有敏锐的洞察力和把握能力，并具有较强的战略规划能力和执行力。同时，在消化吸收众多先进企业管理经验的基础上，公司建立了一整套适应企业和行业发展的管理制度和严密的内部控制制度，培养出一支经验丰富、善于应用现代经营管理方法的高水平管理人才队伍。

（三）竞争劣势

1、公司是以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，是农业产业化国家重点龙头企业，产品品质及口味在同类产品中有较强的竞争实力，公司产品在四川、华北、东北等优势区域市场口碑及品牌知名度较高，但是从全国范围来看，公司的产品知名度与与调味品行业的“海天”、“恒顺”、“海底捞”等品牌相比，仍有较大的提升空间。

2、公司融资渠道单一，仅凭借自有资金积累和银行贷款将难以满足公司业务快速扩张的需要，需要拓展新的融资渠道，增强资金实力，从而抓住行业发展的机遇，进一步增强公司的优势地位。

（四）其他主要竞争对手情况

我国川味复合调味料行业属于完全竞争的市场，业内生产企业众多，从公司生产、销售的主要产品类型以及营业规模综合来看，颐海国际控股有限公司、重庆红九九食品有限公司、重庆周君记火锅食品有限公司和重庆德庄农产品开发有限公司是公司的主要竞争对手，上述公司简要情况如下：

1、颐海国际控股有限公司

颐海国际控股有限公司成立于 2013 年，注册地为开曼群岛， 2016 年 7 月在香港上市，股票代码 1579.HK。主要从事火锅底料、火锅蘸料及中式复合调味品的研发、生产及销售，是中国海底捞集团的火锅底料产品的独家内部供应商，同时以“海底捞”品牌向无关联第三方（海底捞集团及联属公司以外的客户）销售其各产品系列的调味品。2017 年主营业务收入为 164,622.10 万元，其中对无关联第三方的销售收入为 73,031.00 万元。

2、重庆红九九食品有限公司

重庆红九九食品有限公司成立于 1993 年，注册地为重庆市。主要从事浓缩火锅底料及浓缩调味品的生产销售，主要产品包括火锅底料、水煮鱼调料、麻辣烧鸡调料、回锅肉调料等，主要品牌为“红 99”。

3、重庆周君记火锅食品有限公司

重庆周君记火锅食品有限公司前身为重庆三九火锅底料厂，成立于 1993 年，注册地为重庆市。主要以生产和销售重庆火锅底料系列、麻辣香水鱼调料系列、拌菜香佐料系列、药膳滋补炖汤料系列、超浓缩火锅底料系列、川味菜调料、川味面佐料等复合调料，免烧中国菜及休闲食品系列产品为主，主要品牌为“周君记”。

4、重庆德庄农产品开发有限公司

重庆德庄农产品开发有限公司成立于 2003 年，是重庆德庄实业集团有限公司下属的以农业产业开发和农副产品精深加工的企业，注册地为重庆市。拥有重庆火锅底料、火锅毛肚及各类火锅菜品、调味品、酒及饮料等加工生产线，年设计食品生产加工能力为 6.5 万吨，主要品牌为“德庄”。

四、发行人主营业务具体情况

（一）发行人主营产品情况

公司自设立以来一直专注于川味复合调味料的研发、生产和销售，现已发展成以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，公司主要品牌包括“大红袍”、“好人家”、“天车”及“有点火”，公司产品包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料、香辣酱等 9 大类 100 多品种（不包含定制餐调产品），主要用于家庭、餐饮消费，满足消费者对烹调风味多样性和便捷性的追求；同时公司利用自身研发优势为国内连锁餐饮企业提供定制餐调产品，满足连锁餐饮客户对产品标准化和口味稳定性的需求。

公司主要产品描述及用途如下：

产品分类	产品图样	产品用途描述
火锅底料		火锅底料主要用于调制火锅底汤，也可用于制作炒菜、面食等。
川菜调料		川菜调料可用于制作各类川式菜肴，例如水煮鱼、辣子鸡、宫保鸡丁等。

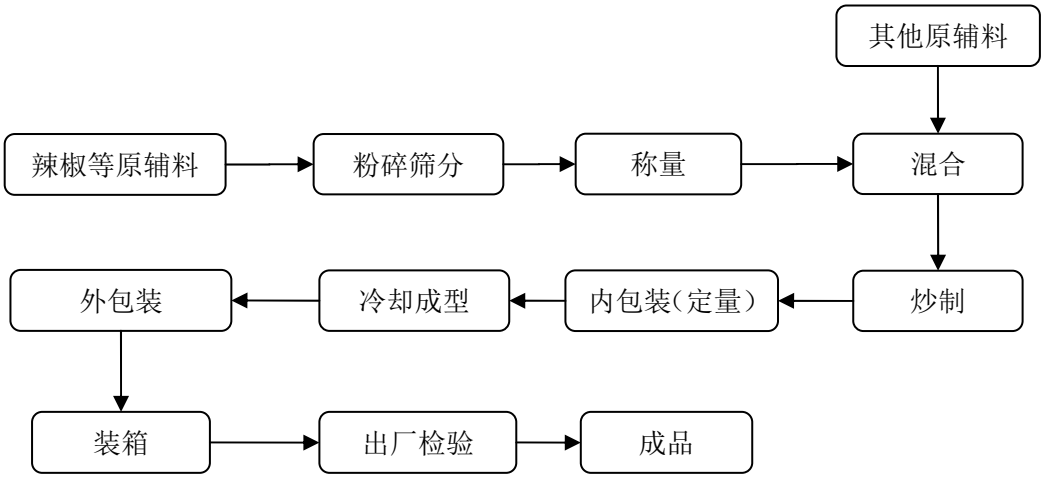
香肠腊肉调料		香肠腊肉调味料可用于家庭、食堂、餐厅制作香肠、腊肉。
鸡精		鸡精主要用于家庭烹饪、食品制造领域。
香辣酱、甜面酱		香辣酱是烹调各种川菜及各种凉菜、面食的调料。甜面酱可用于烹饪酱爆和酱烧菜，还可蘸食大葱、黄瓜、烤鸭等菜品。
方便速食		方便速食主要是指经过预先加工处理，食用时只要冲上开水或汤，或者稍加烹调即可食用的食品，具有快速、便捷的特点。

（二）主要产品工艺流程

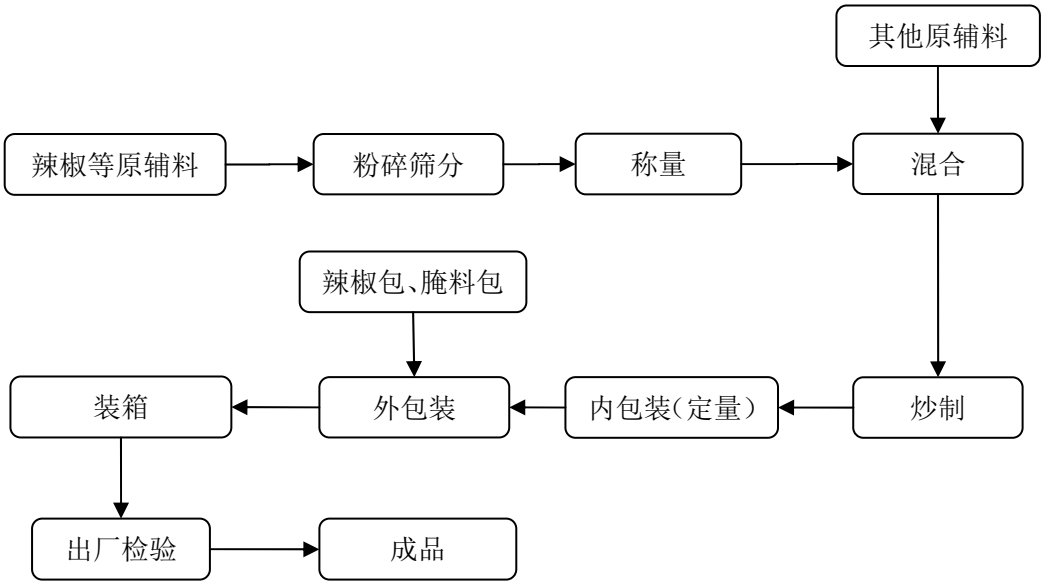
报告期内，公司不断推进生产的自动化和机械化，主要生产工序的生产效率大幅提高，同时也有力地保证了产品品质和食品安全，减少了人为因素对产品品质的影响，切实保护了广大消费者的利益。

公司主要产品工艺流程图如下所示：

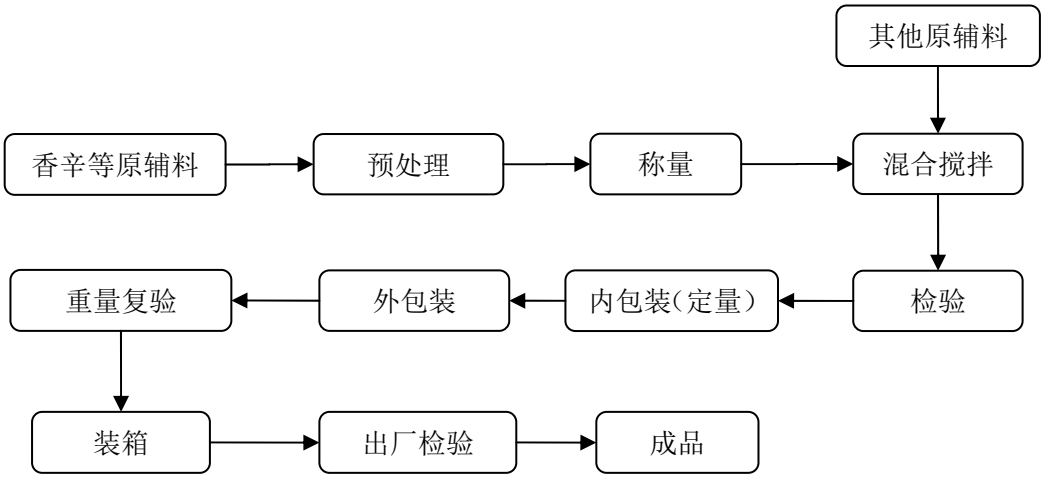
1、火锅底料工艺流程



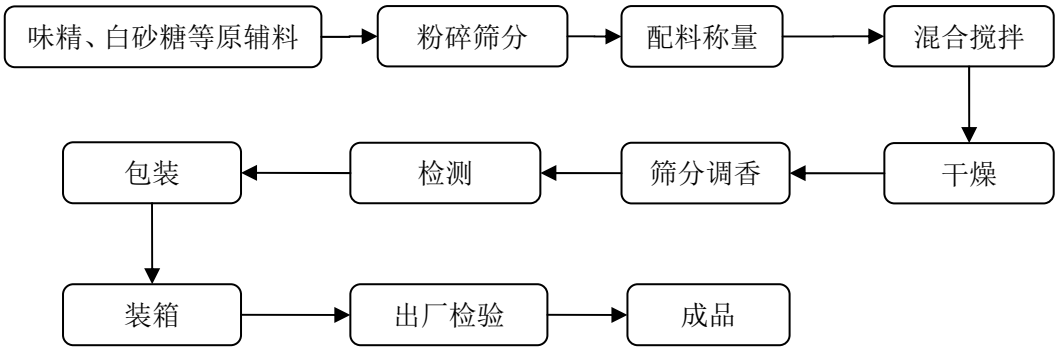
2、川菜调料工艺流程



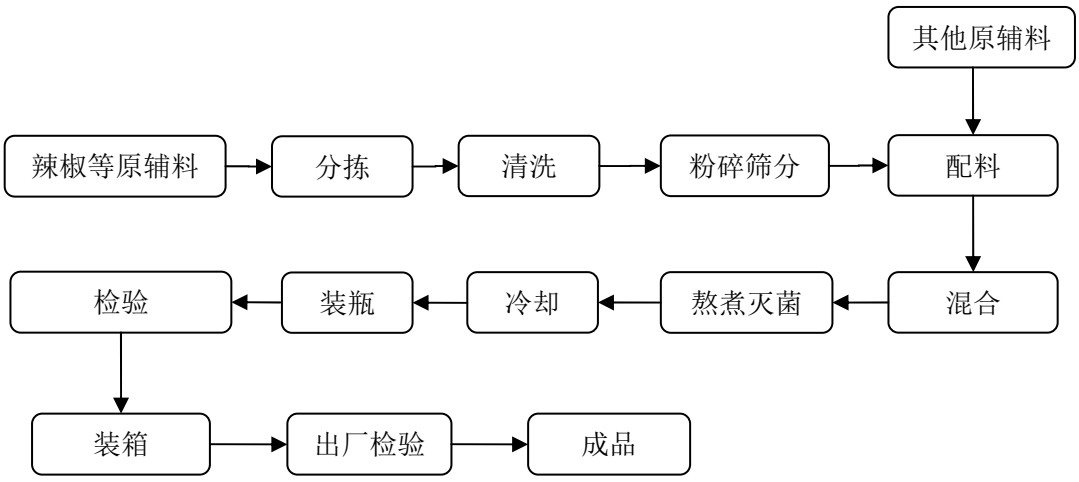
3、香肠腊肉调料工艺流程



4、鸡精工艺流程



5、香辣酱工艺流程



（三）采购模式

采购部与物资供应部是公司采购的主要责任部门，采购部负责公司生产所需主要原辅材料、大额物资的价格管理、预算编制、招标管理以及采购订单的审核等工作；物资供应部主要负责原辅材料的具体采购实施以及小额物资的采购管理工作。

为了严格控制生产所用原材料的质量，保障原材料采购的有序开展，公司制定了《采购管理程序》、《采购招标管理制度》、《网络采购管理办法》、《供应商管理制度》等较为完善的采购内控制度，制定了原材料的质量控制标准，细化了采购流程，明确了采购的授权与审批制度，规定了采购、财务、质检、仓储等相关部门和岗位的权限与职责。

1、采购流程

（1）采购计划和预算

物资供应部每年年末根据次年生产计划编制原辅料、包装物、促销品、大额物资年度采购计划报采购部，采购部根据物资供应部报送的年度采购计划，编制年度采购预算报公司财务中心，年度采购预算经过公司采购部经理、财务中心主任以及财务总监审批后生效，并开始按照计划执行采购工作。

（2）采购计划实施

每年 1 月，采购部依据年度采购计划以及上年度各供应商供应情况拟定各合格供应商《年度供应商供应比例表》、《年度供应商资金结算表》，并依据上述表格拟定原辅料、包装物、促销品各合格供应商年度采购合同。年度采购合同需经采购部经理、质检部经理、法务部经理、财务中心主任、审计监察部负责人审核，技术总监、子公司总经理、财务总监审批，报公司总经理批准。

物资供应部在已签订年度采购合同的范围内，由公司 ERP 系统根据生产计划、原辅料库存量、安全库存量、在途订单量等信息，自动计算出各原辅料的采购需求量并提出采购申请，采购计划员根据采购申请，制订原辅料采购订单，报经采购经理批准、财务中心审核后向供应商发出采购订单，采购计划员实时跟踪在途订单交货情况。

（3）采购付款

物资供应部负责合约采购付款的请款工作，物资供应部根据采购合同双方约定的付款条件，每月按财务部付款时间点核对超额或到期应付款项，填写付款申请并按公司《资金授权审批制度》交相应授权审批人逐一审批付款。

（4）原材料入库和管理

原料库房按照采购订单规定的时间、数量进行收货、报验、入库，主要原料每批由公司质量管理部门进行严格检验。原料库房按照生产计划需求情况进行发货，收发货过程中必须开具规范票据并及时入账，同时做好原料库存期间的管理工作。

2、采购定价方式

公司根据采购生产使用的材料的不同确定不同的定价方式，具体如下：

（1）包装类、大宗通用香精、促销物料类原材料

公司采取招标的方式确定包装类、大宗通用香精、促销物料类原材料的采购价格，采购部每年定期组织全年包装类、大宗通用香精类、促销物料类等的招标工作，各供应商按照标准的技术要求及商务要求，在规定的时间以密封标书的方式交公司开标，开标在公司审计监察部监督的情况下进行开标，并由技术组、商务组分别评标后报领导小组综合评审，最终由领导小组确认中标供应商。

（2）农产品等原材料

公司大部分原料均为农产品原料，这类原料日常价格波动较频繁，公司采取“随行就市”的方式确定原料采购价格时，公司一方面通过现有供应商进行询价，另一方面，采购人员不定期走访批发市场进行价格跟踪，将每次订单价格控制在合理范围。

3、采购结算方式

公司对生产原材料供应商采购结算分为四类结算方式：①铺底结算：年初根据供应商当年预计供货金额，设定该供应商供货铺底金额，在约定的结算时间，对超过铺底资金部分的供货金额才予以支付结算；②账期结算：与供应商约定1-3 个月账期，在约定的结算时间对账期已满的货款进行支付结算；③货到付款：

针对部分紧缺原材料，约定供应商货物送达公司，公司验收合格后即进行支付结算；④预付款结算：针对部分价格波动较大或紧缺原材料，根据市场情况采取预付款的方式，锁定采购价格，保障生产供应。

4、采购管理控制制度

为了控制生产所用原材料的质量，公司对原材料采购环节十分重视，通过加强对供应商管理、对供应商所用原料进行源头控制以及实施全面的质量检验制度相结合的方式，保障公司用料安全。

（1）合格供应商管理制度

公司现已建立起《合格供应商目录》，所有原材料均通过名录中供应商采购，并与合格供应商签订年度采购合同。采购部根据原辅材料需求计划情况，多渠道收集供应商信息，供应商开发调查小组初评，并对初评合格的供应商进行现场考察，对于符合公司要求的供应商进入《合格供应商名录》，并及时根据公司对供应商的日常管理考核、资质完备性及产品质量等情况，进行动态调整。

（2）供应商日常管理制度

1）供应商分级管理制度

为保障公司原辅料质量，以便从源头保障公司产品的食品安全，公司对供应商实行严格的分级管理制度。首先，公司根据物料对产品带来的食品安全风险从大到小，将物料分为高风险、中风险和低风险三个级别；其次根据供应商现场审核情况及供应商年度评鉴情况，按照风险高低将合格供应商质量安全保障能力分为 A、B、C 三级；最后，公司结合供应商所供应的物料风险级别以及供应商本身的质量安全保障能力将供应商分为Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ（Ⅰ为最高风险分级）三个等级，具体分级方式如下：

质量安全保障能力 物料风险	C	B	A
低风险	Ⅱ	Ⅲ	Ⅲ
中风险	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ
高风险	Ⅰ	Ⅰ	Ⅱ

高风险物料是指对公司产品构成较高风险的物料，主要包括油脂类、发酵原料类、食品添加剂类等；中风险物料是指对公司产品构成中等风险的物料，主要

包括豆瓣酱、酱腌菜、食用调味料类以及与产品直接接触的包装材料等；低风险物料是指对公司产品构成较低风险的物料，主要包括农副干料类、农副湿料类等。

2）定期与抽查相结合的现场评审制度

公司深入供应商生产现场，对供应商卫生、设备、管理等各方面情况深入考察并作出相应的评审意见，据此提请供应商改进或调整供应商名目。公司对不同等级的供应商公司采取了不同程度的评审制度：

对于Ⅰ类供应商，公司从供应商的资质、人员管理、卫生管理、生产设备、食品生产风险控制措施等多个维度进行年度现场评审，同时采取不定期不事先通知的现场飞行审查，如出现供应商故意阻挠、拖延导致 30 分钟内仍未进入生产现场时由检查组人员根据情况对供应商处以调高风险级别或者取消（暂停）合格供应商资格的处罚。

对于Ⅱ类供应商，公司每两年对其进行一次现场评审，对供应商的仓库管理、质量控制管理、供应商管理等维度进行综合评定。

对于Ⅲ类供应商，由于风险等级较低，公司仅在必要时对供应商进行现场评审。

3）供应商评鉴制度

采购部组织供应商评鉴小组，对原辅料、包装材料供应商按照《季度供应商评鉴表》进行评鉴，对供应商每季度的质量、价格、交期、服务等进行打分。采购部综合各部门评分情况后向各供应商发出评鉴通知函，对评价优秀的供应商进行鼓励，对存在问题的供应商要求整改，对于低于公司标准的供应商将终止合作。对于全年总评分排名靠前的供应商，公司将在来年的供应品种、比例、付款条件等方面进行优先考虑。

4）供应商关键生产环节管控制度

公司对核心原料供应商生产流程关键环节进行管控，以牛油供应商为例，公司通过对供应商投料环节、炼制环节、半成品与成品的储存环节、运输环节等进行管控，包括牛油混合最长不超过 7 天，供应公司的半成品与成品要专罐储存、专罐运输等具体要求，以保障原材料的质量安全。

5）供应商资质管理制度

公司将合格供应商的生产资质有效期纳入公司管理范围，通过建立《供应商资质有效期跟踪表》，详细登记合格供应商所有必备资质的有效期信息，对供应商资质进行跟踪并反馈。

（3）供应商所用原材料的源头控制制度

公司产品用料均有严格的标准，为确保公司原材料的品质，公司强化对原材料进行源头控制，对主要原材料牛油、农副产品等均采取了相应的源头控制措施，具体控制措施如下：

①牛油产品的源头控制措施

为保证公司所采购牛油的原料可追溯性，公司明确将牛油供应商的牛油加工原料限制为“鲜牛脂肪”，公司要求牛油供应商对牛油原料生产中采购、加工、贮存、检验、销售等环节详细记录，对牛油供应商采购鲜牛脂肪的“动物检疫合格证明”信息进行查验记录，从源头把控牛油质量。

②农副产品的源头控制措施

公司实地查看各农副产品原料种植基地，对主要原料产区的种植品种、面积、总产量和质量水平进行详细了解分析，根据天气、产品长势、产品质量等因素综合选择农副产品的原产地，在农副产品收购季节，公司派采购部、原料技术部等部门相关人员进驻农副产品原产地，对重点原料采收环节进行深入跟进及驻厂监控，以保障农副产品原材料质量。

（4）全面的质量检验制度

公司在采购过程中建立了全面的监控体系以严格控制原辅材料的质量安全。每一批次原材料送达公司，供应商须随货提交其出厂检测报告（按照原辅材料出厂检验要求检测感官指标、理化指标等）。公司根据原辅材料执行标准制定了内控标准，由品控技术部对每一批次原辅材料按照内控标准进行检验，进厂检验合格后方能验收入库。此外，公司要求供应商每半年度或年度提交一次第三方检测机构出具的型式检测报告，保证供应商产品持续符合公司标准。

（四）生产模式

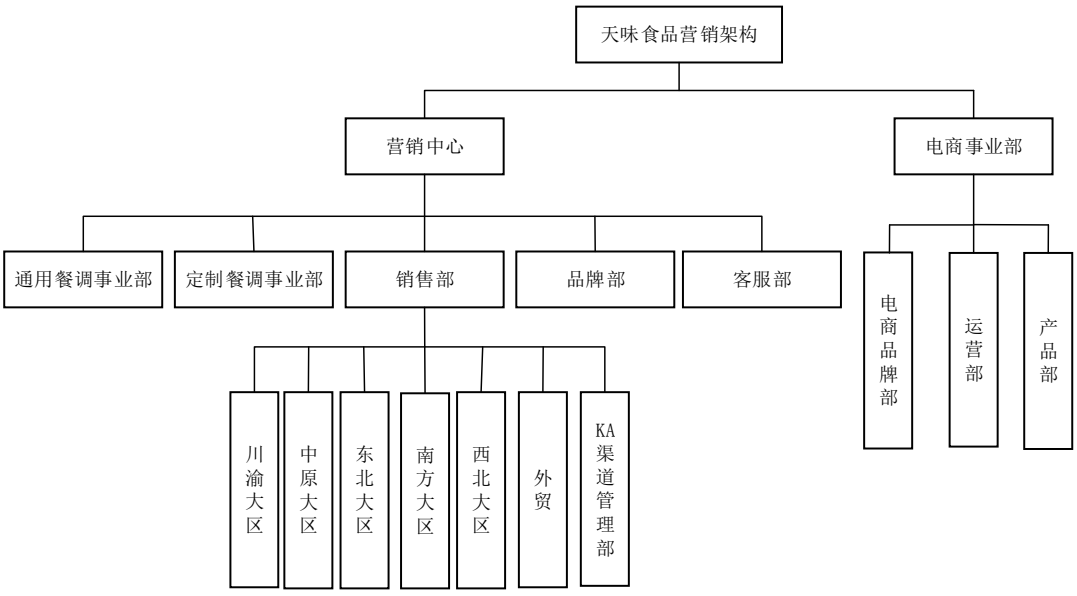
公司目前主要有双流天味食品、郫县天味家园和自贡天味三大生产基地，其中双流天味食品生产基地主要负责公司火锅底料的生产，郫县天味家园生产基地负责川菜调料、香肠腊肉调料、火锅底料、鸡精等产品的生产，自贡天味负责香辣酱、甜面酱等产品的生产。

公司采用以销定产的生产模式。生产部门根据销售计划和市场销售预测信息，并结合往年同期的实际生产情况制定年度生产预算；根据全年生产预算并结合往年同期的实际生产情况制定月度生产计划，经公司分管副总经理批准后，将计划抄送物料、财务、质检、采购等相关部门，最后由各生产基地落实具体生产工作。

（五）销售模式

1、营销组织架构

公司目前营销中心架构如下：



公司已经建立起一套完善的营销管理体系，营销中心下设销售部、定制餐调事业部和通用餐调事业部，分别负责传统渠道、定制餐调以及通用餐调业务的销售管理工作。其中，销售部下设川渝大区、中原大区、东北大区、南方大区和西北大区五个大区分别负责国内各区域市场的开拓及维护，外贸部、KA 渠道管理

部分别负责外贸市场以及 KA 大卖场的开拓以及维护。除上述业务部门外，营销中心还设立了客服部和品牌部两个营销支持部门负责日常的营销支持工作。为了适应未来的营销发展趋势以及公司的战略规划，公司自 2017 年开始重点加大对电商渠道的资源投入，将原营销中心下属的电子商务事业部作为独立的一级业务部门进行管理。目前，公司电子商务事业部下设独立的电商品牌部、运营部以及产品部，专门负责电商渠道的产品、品牌的管理及运营。

2、销售渠道

根据产品及行业消费特点，公司采取了以经销模式为主，其他销售模式为辅的复合型销售模式。

按照销售渠道划分，报告期内，公司主营业务不同销售渠道收入情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商	40,086.26	84.55%	93,552.78	88.17%	89,998.91	91.83%	82,633.18	95.26%
定制餐调	4,885.53	10.30%	8,847.70	8.34%	5,241.65	5.35%	1,842.52	2.12%
电商	1,588.90	3.35%	2,349.33	2.21%	1,403.18	1.43%	893.77	1.03%
直营商超	707.57	1.49%	959.11	0.90%	1,052.12	1.07%	982.19	1.13%
外贸	125.36	0.26%	300.27	0.28%	269.90	0.28%	294.23	0.34%
其他	20.14	0.04%	91.09	0.09%	35.40	0.04%	96.30	0.11%
合计	**47,413.77**	**100.00%**	**106,100.27**	**100.00%**	**98,001.18**	**100.00%**	**86,742.19**	**100.00%**

（1）经销商渠道

2018年1-6月公司合作的经销商有751家，销售网络覆盖约30.8万个零售终端、5.86万个商超卖场和4.1万家餐饮连锁单店，覆盖全国31个省自治区及直辖市，形成了四川、河南、东北三省、江苏、陕西、甘肃、新疆、天津、北京、上海等多个优势省市以及由浙江、江西、云南等组成的快速增长区域。

报告期内，公司经销商增减变动情况如下：

单位：万元

年度	新增经销商				减少经销商			
	家数	公司对其当年销售金额	占当年主营业务收入比例	平均单家销售金额	家数	公司对其上年销售金额	占上年主营业务收入比例	平均单家销售金额
2018 年 1-6 月	67	703.82	1.48%	10.50	85	1,485.68	1.40%	17.48
2017 年	71	2,964.25	2.79%	41.75	88	2,616.92	2.67%	29.74
2016 年	117	4,611.04	4.71%	39.41	83	1,444.58	1.67%	17.40
2015 年	135	6,253.55	7.21%	46.32	85	2,101.39	2.35%	24.72

注：经销商首次签订协议并采购产品的当年被统计为当年新增的合作经销商；经销商未继续与公司签订协议并且未采购产品的当年被统计为当年减少的合作经销商。

报告期内，公司主要经销商基本保持稳定，未发生重大变化。新增经销商主要来自于市场空白区域开发以及新经销商替代原终止合作的经销商等；减少经销商主要系原经销商经营转型等原因放弃合作以及原经销商自身经营能力较弱无法达到公司要求而被新经销商替代等原因。在经销商的变动影响方面，新增的经销商由于刚开始合作通常会有一段时间的试单阶段，因此销售金额不会太大；减少的经销商通常由于经营能力较弱或者其他原因导致销售金额较小，因此每年增加和减少的经销商销售金额占公司总销售收入比例较低，经销商的增减变动对公司当年销售收入影响不大。

1）经销商的开发选择条件

2017 年度发行人合作的经销商有 769 家，销售网络覆盖约 30.8 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.1 万家餐饮连锁单店，覆盖全国 31 个省自治区及直辖市，形成了四川、河南、东北三省、江苏、陕西、甘肃、新疆、天津、北京、上海等多个优势省市以及由浙江、江西、云南等省份组成的快速增长区域。

发行人在进行经销商区域选择时首先需要考虑当地市场对公司产品是否有足够需求，在有足够需求的前提下，发行人根据当地是否已经有公司经销商覆盖或者该地区经销商覆盖是否全面、已有经销商表现是否优秀等情况决定是否需要在该区域选择经销商。

当发行人决定有必要重新选择经销商时，主要通过考察对方的合作意愿、资金实力、渠道能力、仓储配送能力、管理能力、信誉等因素决定，具体如下①经销商是否与发行人有较强的合作意向；②经销商是否需要通过经营发行人产品来

丰富其产品线，是否经营与发行人有直接竞争关系的产品，经销商营业额情况，是否具备充足的资金；③经销商经营覆盖区域如何，是否有能力掌握下游分销商，与当地商超的合作情况；④经销商是否已经建立稳定的业务运作系统并配备人员和运输车辆；⑤经销商对员工的管理能力，是否建立进销存管理；⑥经销商在当地的口碑情况。

发行人在综合考虑上述地域及经销商自身情况的前提下进行新增经销商的选择。

2）经销商的合作年限及收入规模分布情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人经销商合作年限分布及收入规模情况分布如下：

经销商合作年限分布		
合作年限	数量（个）	占比
1 年以内（含 1 年）	76	9.88%
1-3 年（含 3 年）	172	22.37%
3-5 年（含 5 年）	117	15.21%
5 年以上	404	52.54%
合计	769	100%
经销商收入规模分布		
收入规模	数量（个）	占比
50 万元以内（含 50 万元）	327	42.52%
50-100 万元（含 100 万元）	144	18.73%
100-500 万元（含 500 万元）	271	35.24%
500-1000 万元（含 1000 万元）	23	2.99%
1000 万元以上	4	0.52%
合计	769	100%

注：经销商收入规模系指经销商向发行人采购产品的规模

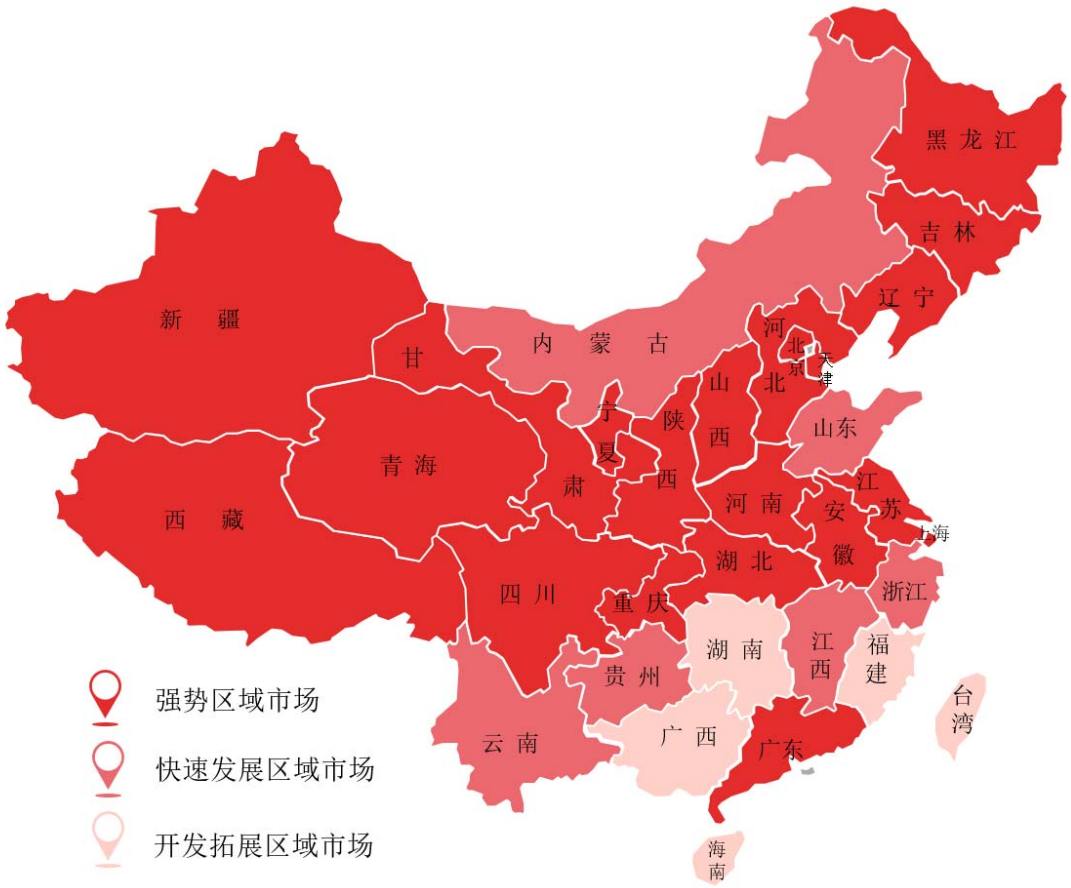
3）经销商分布情况

公司目前销售网络已经覆盖全国31个省自治区及直辖市，全国80%以上地级市均有天味经销商覆盖，报告期内各年度与公司合作的经销商分布及数量情况如下：

单位：个

区　域	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
西南地区	174	191	195	186
华中地区	164	171	172	161
华东地区	123	122	125	132
华北地区	90	85	93	88
东北地区	79	80	79	74
西北地区	79	74	79	75
华南地区	42	46	43	36
合　计	**751**	**769**	**786**	**752**

公司目前销售区域分布如下：



公司在全国多个中心城市设置了大区办公中心或区域办事处，负责统一协调区域内销售策略，制定市场推广计划并监督执行情况；省区办事处负责本区域内市场推广计划等工作；在没有设置区域办事处的省份和地区，公司也专门设置了区域经理，管理所在区域的销售事宜。目前，公司组建了 338 人的销售队伍，负

责具体实施市场推广计划，保持与客户沟通，指导经销商具体销售策略，掌握市场信息，快速响应客户需求。

目前，公司设置的大区办公中心或区域办事处情况如下：

名称	下设办事处	主要管辖区域
川渝大区	大成都办事处	成都市区及郊县（不含简阳）、阿坝州
	川东区域	遂宁、南充、广安、达州
	川北区域	绵阳、德阳、巴中、广元
	川西办事处	眉山、乐山、雅安、攀枝花、西昌、甘孜州
	川南办事处	内江、资阳、成都简阳、泸州、自贡、宜宾
	重庆区域	重庆
中原大区	豫北区域	新乡、焦作、济源、鹤壁、安阳、濮阳
	济南办事处	山东
	豫中办事处	郑州、洛阳、三门峡、许昌、商丘、开封、周口、漯河
	豫南办事处	驻马店、信阳、南阳、平顶山
	安徽区域	安徽
	晋蒙区域	山西、呼和浩特、乌兰察布、巴彦淖尔、包头、鄂尔多斯
南方大区	上海办事处	上海、江苏
	武汉办事处	湖北、湖南
	广州办事处	广东、广西、海南
	浙闽区域	浙江、福建
	云贵区域	云南、贵州
	江西区域	江西
东北大区	北京办事处	北京、天津
	河北区域	河北
	辽宁区域	辽宁、赤峰
	吉林区域	吉林省、通辽、乌兰浩特
	黑龙江区域	黑龙江、呼伦贝尔
西北大区	甘肃区域	甘肃（除西峰、平凉）、宁夏、内蒙（左旗、乌海）
	新疆办事处	新疆行政区域
	陕西区域	陕西、甘肃（西峰、平凉）
	青藏区域	青海、西藏

4）经销商管控情况

在公司的销售体系中，经销模式一直都是最重要的组成部分。经过多年的发展，公司已经阶段性地完成了全国经销网络的布局，培养了一批经验丰富的销售管理人员并且建立起一套完善的经销管理体系，公司对经销商的具体管控情况如下：

① 销售目标管理

公司按照发展规划每年制定年度销售目标。年度销售目标制定完成后，公司将年度销售目标层层分解，分解到每个经销商、每个月、每个单品，并在与每个经销商签订年度销售合同时结合不同经销商的实际情况共同协商确定每年的具体销售指标。在具体执行过程中，公司每月检查指标完成情况，针对完成情况进行分析总结，按区域、月度销售目标及既定方案由区域销售人员督促、指导经销商推进发货、分销、终端展示等相关工作，确保销售目标的实现。

② 经销商信息和订单管理

公司通过ERP系统，实现信息发布、在线沟通、在线订货、在线订单查询、在线对账等功能，并可根据反馈信息掌握经销商的收货情况，便于公司对销售环节的业务控制。

③ 经销商库存管理

公司对经销商实行先款后货的结算方式，故公司不会对经销商提供铺底货品；但是为保证经销商在指定区域能良性发展，及时满足市场的货品需求，公司要求经销商需保证有合理的库存量，并在销售合同中规定经销商的最低库存量，该最低库存量根据区域市场情况、历史销售情况来规定。同时，公司为确保经销商的库龄合理，每月要求经销商提报库存量及库龄，根据经销商的库存库龄情况，公司和经销商商讨消化库存的办法，指导经销商以促销活动、免费品尝、市场推广等方式消化临期和滞销品库存。

④ 市场指标管理

公司根据不同市场每月设置铺市率、库存数、上架率、终端视觉表现等市场指标，通过多部门不定期进行市场检查，如发现不达标，即向经销商发出市场整改通知，并派业务代表提供顾问咨询服务，如在规定时间仍然不能达标，将对区域营销人员和经销商进行考核扣分处理，以达到对市场指标的严格控制。

⑤ 终端零售价管理

公司在销售合同中明确规定经销商应按照合同的附件价格表中列示的终端执行价进行销售，公司可根据市场变化对价格体系进行调整，经销商需严格控制价格体系，遵循公司提供市场指导价进行销售，确保分销网络不出现乱降价和涨价的现象。

⑥ 经销商促销管理

发行人对经销商无返利政策。对经销商的折扣，由营销中心根据年初的预算规划，进行分批次的促销方案提报，由公司批签后予以执行，公司的促销主要以实物搭赠形式，并在日常订单中予以执行。

该种促销方式下，录入销售订单时，订单数量为正常产品与促销产品总数量，售价为正常产品总价格，即实际摊薄了单位产品销售单价。配送发货时，按照实际出库产品（含促销产品）生成销售出库单，财务据此生成销售发票。对于上述折扣促销，公司按正常产品总价借记应收（预收）账款，贷记销售收入及应交税费；同时按实际出库产品（含促销产品）成本，借记营业成本，贷记存货。

报告期内，公司对经销商的折扣促销金额如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
折扣促销金额	6,657.45	15,921.50	17,306.71	12,439.55
经销商营业收入	46,763.93	109,456.75	105,298.72	96,680.82
折扣促销比	12.46%	12.70%	14.12%	11.40%

注：1、以上金额均为含税金额；
2、折扣促销比=折扣促销金额/（经销商营业收入+折扣促销金额）

⑦ 经销商信用管理

公司对经销商实行先款后货的结算方式，公司每年度对经销商进行全面信用评估，只有极少数信用良好的经销商在特殊情况下经申请同意后才可享受一定的信用期。

⑧ 营销能力培训

提升经销商营销能力是公司一直持续进行的重要工作，主要通过培训、经销商会议、市场观摩等方式开展工作。公司不定期开展不同主题的培训课程、经销

商观摩研讨会，组织经销商进行互动学习；不断推出样板市场，以提高经销商的经营管理能力和市场推广能力。公司还对过去一年合作较好且表现突出的经销商进行评奖，鼓励经销商向公司引导的方向发展。

公司通过经销商考核以确保以上各个方面的管控措施得以有效实施。公司对每个经销商都设定不同的各项考核指标，根据综合表现来评定经销商的等级，并根据考核结果来制定不同的激励方案。

5）保证金政策

为了保障公司与经销商双方共同利益，维护良好的销售秩序，有效实施公司对经销商的各项管控措施，公司制定了市场秩序保证金政策和品牌保证金政策。

① 市场秩序保证金政策

公司要求经销商在每次订货时，除按照合同价格付给公司货款外，还须根据各系列产品的市场情况缴纳一定金额的市场秩序保证金。公司在收到市场秩序保证金后，计入其他应付款科目。发行人根据《市场秩序保证金管理办法》从销售达成率、经销商市场表现等方面对经销商进行考核，根据考评结果退还经销商市场秩序保证金，对于不予返还部分，发行人每两年经清算审核后将市场秩序保证金转为营业外收入。

公司市场秩序保证金以每箱产品为单位收取，公司根据各类产品的单位产品价值、市场运作模式、市场管理难度等因素设置了相应的市场秩序保证金收取标准，具体如下：

单位：元/箱

产品系列	明细产品	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
火锅底料	火锅底料	5.00	5.00	5.00	5.00
川菜调料	川菜调料	5.00	5.00	5.00	5.00
香肠腊肉调料	香肠腊肉调料	10.00	10.00	10.00	10.00
鸡精	常规装	10.00	10.00	10.00	10.00
	餐饮装	30.00	30.00	30.00	30.00
香辣酱	香辣酱	5.00	5.00	5.00	5.00
其他	甜面酱	2.50	2.50	2.50	2.50
	味精	5.00	5.00	5.00	5.00

② 品牌保证金

为了保障公司品牌形象，公司要求各经销商缴纳一定金额的品牌保证金，如经销商在合同期内严格维护公司产品品牌形象，未违背协议条款之相关约定，则合同期满，公司相应退还该部分款项或者转为下一合同期的保证金款项。

公司根据市场成熟度差异对经销商收取品牌保证金，针对发展较为成熟市场，品牌保证金收取标准为单个经销商 0.5-10 万元；针对新兴市场，公司根据部分经销商实际情况可免收品牌保证金。

（2）定制餐调渠道

定制餐调是指公司根据客户需求进行定向开发的产品，产品风味特点根据客户要求制作，每个客户的产品仅供该客户单独使用，定制餐调的主要客户为对产品口味稳定性有较高要求的中大型餐饮连锁企业。报告期内，公司定制餐调渠道主要合作客户稳定，未发生退出情况，但存在部分客户因自身经营状况不佳或合作意向不强等原因未选择与公司继续合作的情形。报告期内，发行人向前五名定制餐调渠道客户的销售情况如下：

单位：万元

年份	序号	定制餐调客户	销售量（kg）	销售金额	主要产品
2018年1-6月	1	洛阳市涧西区李想大虾火锅店等5家采购主体	950,537.26	1,817.83	李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料
	2	哈尔滨市道外区宇顺调味品销售部	622,860.00	1,327.16	张亮-麻辣烫调料
	3	河南省熙康食品有限公司	182,127.60	314.60	姐弟俩-土豆粉底料
	4	大连喜家德水饺餐饮管理有限公司及餐饮门店等116家采购主体	39,721.44	85.12	喜家德-肚丝红油调味油、红油辣椒
	5	高新区小院大坝坝餐厅	35,156.00	67.17	三不摆-火锅底料、蘸料
	合计		1,830,402.30	3,611.88	-
2017年	1	洛阳李想餐饮管理有限公司及餐饮门店等3个主体	1,705,735.07	3,571.81	李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料
	2	上海盖志商贸有限公司	411,883.44	1,055.13	小龙坎、盖志商贸-火锅底料
	3	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	550,862.51	944.83	姐弟俩-土豆粉底料
	4	洛阳锅底香餐饮服务	143,714.83	289.35	朱氏锅底香-专用调

年份	序号	定制餐调客户	销售量（kg）	销售金额	主要产品
		有限公司、重庆渝妹子餐饮管理有限公司			料
	5	天津市一家和科技有限公司	66,811.09	142.42	无名缘-专用调味料、调味粉
	合计		2,879,006.94	6,003.54	-
2016年	1	洛阳李想餐饮管理有限公司、洛阳市涧西区李想大虾火锅店	1,067,494.74	2,307.16	李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料
	2	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	1,122,946.40	1,942.94	姐弟俩-土豆粉底料
	3	洛阳锅底香餐饮服务有限公司	114,378.20	219.69	朱氏锅底香-专用调料
	4	高新区小院大坝坝餐厅、成都小院大坝坝餐饮管理有限公司	67,179.21	109.81	小院大坝坝-冷锅串串底料
	5	泗洪泗洲龙门餐饮管理有限公司	60,000.00	70.00	泗洪泗洲龙门-香辣酱
	合　计		2,431,998.55	4,649.60	-
2015年	1	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	873,956.00	1,507.50	姐弟俩-专用底料
	2	洛阳锅底香餐饮服务有限公司	81,807.60	142.34	朱氏锅底香-专用调料
	3	洛阳李想餐饮管理有限公司	64,817.58	140.33	李想餐饮-专用火锅底料
	4	武汉群福里餐饮管理有限公司	17,364.00	29.93	武汉群福里-裸包装系列调料
	5	张进	5,988.00	10.24	天味-裸包装系列红汤配方
	合　计		1,043,933.18	1,830.34	-

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司定制餐调客户数量为10家、77家、190家和148家，定制餐调渠道的客户数量增加明显，2018年1-6月合作的客户数量减少，主要是因为2017年部分试单客户尚未转化为长期合作客户，2018年1-6月仅为半年时间不能反映全年情况。报告期内公司定制餐调渠道的客户增减变动情况如下：

单位：万元

年度	新增定制餐调客户				减少定制餐调客户			
	家数	公司对其当年销售金额	占当年主营业务收入比例	平均单家销售金额	家数	公司对其上年销售金额	占上年主营业务收入比例	平均单家销售金额
2018 年 1-6 月	38	127.95	0.27%	3.37	80	463.77	0.44%	5.80
2017 年	131	3,954.66	3.71%	30.19	18	76.96	0.08%	4.28
2016 年	67	1,102.78	1.13%	16.46	0	0	0	0
2015 年	7	294.85	0.34%	42.12	4	11.45	0.01%	2.86

2016 年以来，定制餐调渠道客户数量及业务规模增长幅度均较大，主要原因系公司自 2016 年开始将定制餐调业务作为公司重点项目开发，从研发、生产、营销等各个环节都予以高度的跟进落实。随着公司不断的资源支持，未来定制餐调业务仍将继续增长。

（3）电商渠道

电商渠道方面，公司通过建立自营销售平台和网络经销商结合的模式，逐步建立起一套完整的电商销售体系。其中，公司自营销售平台包括天猫四川天味食品专营店、京东天味食品旗舰店等。此外，公司也与部分网络经销商签订销售合同，网络经销商享有公司产品在网络渠道的经销许可权，且不得跨渠道销售，同时公司对网络经销商的公司产品规定统一指导价，并对销售价格进行监控，维护公司产品线上销售价格稳定。电商销售渠道中，销售收入主要来自于自营销售平台，报告期内公司自营线上销售平台收入为 605.62 万元、954.39 万元、2,050.51 万元和 1,458.76 万元，占电商销售收入比例为 67.76%、67.95%、87.28%和 91.81%。

为了将公司产品和品牌传播给更具消费潜力的年轻群体以及覆盖更广阔的市场，近三年，公司对电商渠道的发展支持力度逐年增加，逐步加强电商业务的配套建设，公司将一部分双流老厂区改造为电商仓储库房，加强电商销售物流效率，完善线上客服与售后服务管理流程，改善顾客用户体验。根据对天猫四川天味食品专营店消费者的统计，截至 2018 年 6 月 30 日，专营店有购买记录的用户数量累计为 933,733 人，2018 年 1-6 月新增购买用户 325,941 人。

报告期内，电商收入分别为 893.77 万元、1,403.18 万元、2,349.33 万元及 1,588.90 万元，占发行人主营业务收入比例分别为 1.03%、1.43%、2.21%及 3.35%。

公司电商渠道收入分为电商自营收入、电商商超收入、电商专营收入。电商自营系指发行人通过电商平台展示产品信息并对外销售；电商商超系指天猫商城、京东商城等电商通过其自营平台对外销售；电商专营收入为专营网络渠道的经销商向公司购买产品，再通过其网络店铺销售。发行人的电商渠道收入以电商自营收入为主。

报告期内，公司电商渠道具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	合作平台	网店名称	网址	销售类型	销售金额
2018年1-6月	1	天猫商城	四川天味食品专营店	https://sctwsp.tmall.com/	电商自营	1,152.78
	2	京东商城	天味食品旗舰店	https://mall.jd.com/index-56004.html	电商自营	129.38
	3	淘宝集市	四川天味食品官方店	https://teway.taobao.com/	电商自营	112.94
	4	京东商城	好人家京东自营旗舰店	https://mall.jd.com/index-1000091814.html	电商商超	68.83
	5	微商城	有点火有赞店	微信公众号 好人家餐饮调料	电商自营	60.72
			天味粉丝福利社	微信公众号 天味美食家	电商自营	
	6	天猫商城	正鸿食品专营店	https://zhenghongsp.tmall.com/	电商专营	30.83
	7	淘宝集市	1 可欣佳	https://shop162928741.taobao.com/	电商专营	4.78
	8	天猫超市	天猫超市	https://chaoshi.tmall.com/	电商商超	4.77
	9	天猫商城	川味坊食品专营店	https://cwfsp.tmall.com/	电商专营	3.89
	10	天猫商城	百霖猴食品专营店	https://bailinhousp.tmall.com/	电商专营	3.74
	11	淘宝集市	川香百味 调味	https://77731420.taobao.com/	电商专营	3.24
	12	天猫商城	豪优食品专营店	https://haoyousp.tmall.com/	电商专营	3.10
	13	拼多多	好人家食品旗舰店	拼多多 APP	电商自营	2.94
	14	天猫商城	盈棚食品专营店	https://yingpengsp.tmall.com	电商专营	2.54
	15	京东掌柜宝	无	京东掌柜宝 APP	电商专营	2.44
	16	天猫商城	舒好食品专营店	https://shuhaosp.tmall.com/	电商专营	0.93
	17	天猫商城	禾茵食品专营店	https://heyinsp.tmall.com/	电商专营	0.61
	18	天猫商城	三锅演义食品专营店	https://sgyysp.tmall.com/	电商专营	0.46
	合计					1,588.90

年份	序号	合作平台	网店名称	网址	销售类型	销售金额
2017年	1	天猫商城	四川天味食品专营店	https://sctwsp.tmall.com/	电商自营	1,542.41
	2	京东商城	天味食品旗舰店	https://mall.jd.com/index-56004.html	电商自营	198.28
	3	微商城	有点火有赞店	微信公众号 好人家餐饮调料	电商自营	139.82
			天味粉丝福利社	微信公众号 天味美食家	电商自营	
	4	淘宝集市	四川天味食品官方店	https://teway.taobao.com/	电商自营	135.47
	5	天猫商城	川味坊食品专营店	https://cwfsp.tmall.com/	电商专营	71.41
	6	京东商城	京东超市	https://mall.jd.com/index-1000091814.html	电商商超	59.77
	7	公司自行开发APP	有点火	有点火 APP，已停止运营	电商自营	34.46
	8	天猫商城	盈棚食品专营店	https://yingpengsp.tmall.com	电商专营	32.51
	9	天猫商城	豪优食品专营店	https://haoyousp.tmall.com/	电商专营	25.87
	10	天猫商城	正鸿食品专营店	https://zhenghongsp.tmall.com/	电商专营	22.97
	11	天猫商城	四季常青调味品专营店	https://sijichangqingtwp.tmall.com/	电商专营	20.29
	12	天猫商城	织田食品专营店	https://zhitiansp.tmall.com/	电商专营	19.57
	13	天猫商城	三锅演义食品专营店	https://sgyysp.tmall.com/	电商专营	12.23
	14	天猫商城	禾茵食品专营店	https://heyinsp.tmall.com/	电商专营	4.75
	15	京东掌柜宝	无	京东掌柜宝 APP	电商专营	4.66
	16	天猫商城	凯润食品专营	https://kairunshipin.tmall.com/	电商专营	3.93
	17	天猫商城	小景调味品专营店	https://xiaojingtwp.tmall.com/	电商专营	3.90
	18	天猫商城	颖柴食品专营店	https://yingchaisp.tmall.com/	电商专营	3.88
	19	天猫商城	百霖猴食品专营店	https://bailinhousp.tmall.com/	电商专营	3.70
	20	淘宝集市	1 可欣佳	https://shop162928741.taobao.com/	电商专营	3.53
	21	天猫超市	天猫超市	https://chaoshi.tmall.com/	电商商超	3.06
	22	淘宝集市	川香百味 调味	https://77731420.taobao.com/	电商专营	1.13
	23	天猫商城	齐家食品专营店	https://qijiasp.tmall.com/	电商专营	1.11
	24	天猫商城	得利轩食品专营店	https://dlxsp.tmall.com/	电商专营	0.54
	25	阿里巴巴	四川天味食品集团股份有限公司	https://shop677941n37m440.1688.com/	电商自营	0.06

年份	序号	合作平台	网店名称	网址	销售类型	销售金额
	合计					2,349.33
2016年	1	天猫商城	四川天味食品专营店	https://sctwsp.tmall.com/	电商自营	768.49
	2	天猫商城	川味坊食品专营店	https://cwfsp.tmall.com/	电商专营	235.33
	3	天猫商城	盈棚食品专营店	https://yingpengsp.tmall.com/	电商专营	95.59
	4	京东商城	天味食品旗舰店	https://mall.jd.com/index-56004.html	电商自营	89.78
	5	公司自行开发APP	有点火	有点火APP，已停止运营	电商自营	86.09
	6	天猫商城	三锅演义食品专营店	https://sgyysp.tmall.com/	电商专营	76.56
	7	天猫商城	豪优食品专营店	https://haoyousp.tmall.com/	电商专营	40.29
	8	淘宝集市	四川天味食品官方店	https://teway.taobao.com/	电商自营	8.55
	9	微商城	天味粉丝福利社	微信公众号 天味美食家	电商自营	1.18
	10	天猫商城	禾茵食品专营店	https://heyinsp.tmall.com	电商专营	1.02
	11	一号店商城	天味食品旗舰店	https://mall.yhd.com/index-56004.html	电商自营	0.31
	合 计					1,403.18
2015年	1	天猫商城	四川天味食品专营店	https://sctwsp.tmall.com/	电商自营	525.85
	2	天猫商城	盈棚食品专营店	https://yingpengsp.tmall.com/	电商专营	135.45
	3	天猫商城	川味坊食品专营店	https://cwfsp.tmall.com/	电商专营	97.57
	4	淘宝集市	四川天味食品官方店	https://teway.taobao.com/	电商自营	39.10
	5	天猫商城	豪优食品专营店	https://haoyousp.tmall.com/	电商专营	39.09
	6	京东商城	天味食品旗舰店	https://mall.jd.com/index-56004.html	电商自营	35.30
	7	天猫商城	三锅演义食品专营店	https://sgyysp.tmall.com/	电商专营	16.04
	8	一号店商城	天味食品旗舰店	https://mall.yhd.com/index-56004.html	电商自营	4.81
	9	微商城	天味粉丝福利社	微信公众号 天味美食家	电商自营	0.57
	合 计					893.77

发行人自营线上销售平台主要包括天猫天味食品专营店、淘宝官方店、京东天味食品旗舰店、官方微信微店等，直营电商渠道管控包括商品管理和促销管理两大部分，由电商部运营团队负责日常界面维护、商品上下架、产品生产发货协

调、促销申报实施等日常工作。

发行人网络经销商渠道采用合约授权的方式进行管控，公司和网络经销商每年签订《产品销售合同》，合同约定网络经销商只能通过网络渠道进行销售，同时对其销售的产品及销售价格、销售目标、促销安排、产品储存条件等方面进行了约定，同时明确不得销售假冒产品及必须在公司指导价范围内进行销售，违反约定公司有权终止合同、取消经销权，并保留追究其法律责任的权利。

（4）直营商超渠道

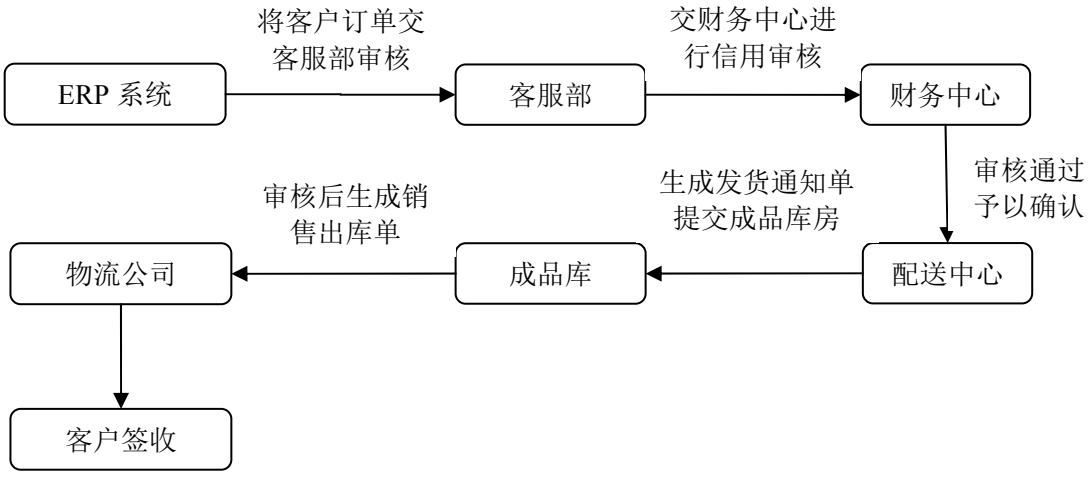
为了降低经营及管理成本，商超渠道客户主要通过公司各区域经销商进行覆盖，目前仅有成都红旗连锁股份有限公司、家家悦集团股份有限公司等少部分商超客户由公司通过直营渠道经营管理。

3、销售流程

公司主要销售渠道包括经销商、定制餐调和电商渠道，上述三类渠道的销售流程情况如下：

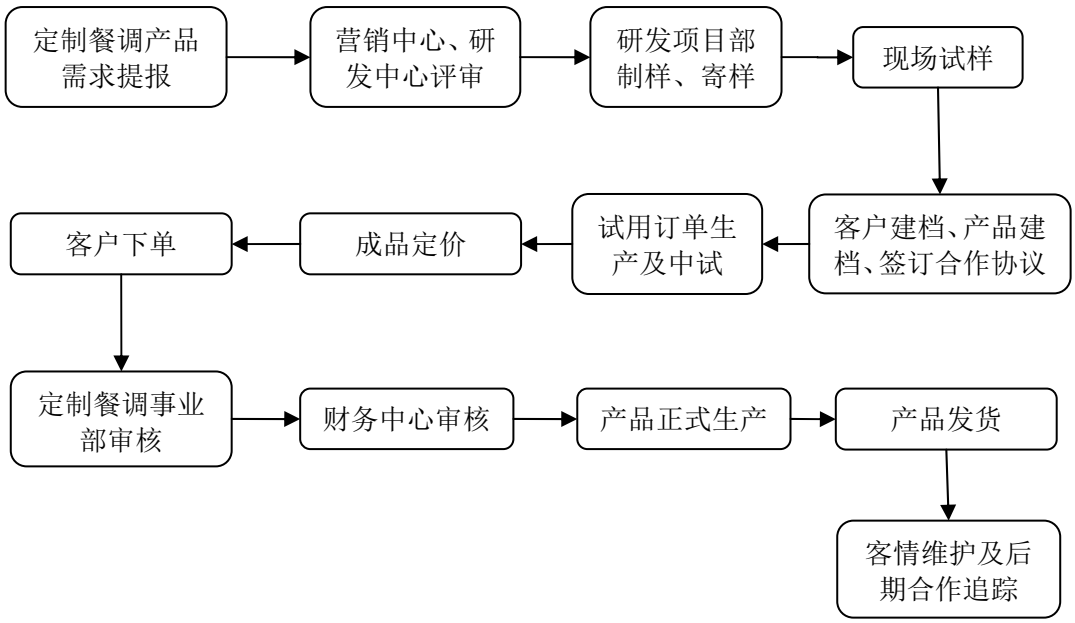
（1）经销商渠道销售流程

公司的经销商销售流程依托ERP系统，使得整个销售流程方便、快捷和便于管理：客户可以通过ERP系统在线下单、查询和对账；公司可以利用ERP系统管理订单、收集信息、分析数据。销售流程在各个环节均有相关负责人员把关，真正做到了对销售流程的控制和管理。经销商渠道销售流程图如下所示：



（2）定制餐调渠道销售流程

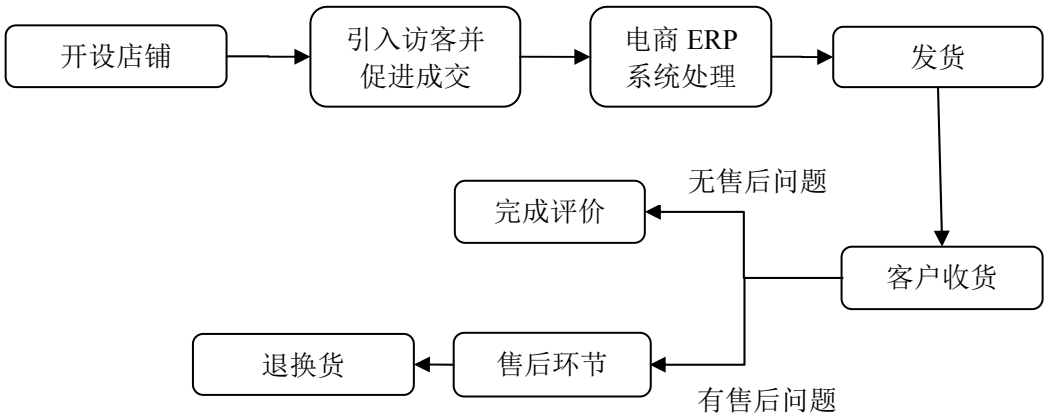
定制餐调是指公司根据客户需求进行定向开发的产品，产品风味特点根据客户要求制作，每个客户的产品仅供该客户单独使用，定制餐调的主要客户为对产品口味稳定性有较高要求的中大型餐饮连锁企业。定制餐调产品销售流程图如下所示：



（3）电商渠道直营销售流程

公司电商渠道主要通过在第三方平台开设直营店铺的形式进行销售，公司在淘宝、天猫、京东等主流平台开设直营店铺，通过品牌推广、占据搜索资源位、老顾客回购、官方活动为店铺引入访客，并通过品牌活动、客服推荐等促进上述访客下单，形成购买行为。

电商渠道直营销售流程图如下所示：



4、销售结算方式

（1）发行人的回款情况

发行人系以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，根据公司产品及所处调味料行业特点，发行人客户以个体工商户为主，为规范客户回款行为，为规范客户回款，发行人通过销售合同与客户约定客户具体的回款账户及发行人的收款账户，要求销售回款从约定的回款账户直接汇入约定的发行人的收款账户。约定的回款账户包括客户的对公账户，个体工商户经营者或其直系亲属的账户，以及客户（法人客户）的法定代表人、客户（个体工商户客户）的经营者的兄弟姐妹、客户的高管或员工等其他与客户相关的回款账户。

报告期内，发行人回款均来自客户或其相关方，不存在来自无关第三方回款的情形。发行人具体回款情况如下表所示：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户自身对公账户回款	15,690.99	29.00%	30,081.56	24.43%	23,881.36	21.49%	20,754.42	20.65%
个体工商户的经营者及其直系亲属回款	36,005.61	66.53%	81,881.80	66.50%	73,823.97	66.44%	65,121.18	64.81%
其中：经营者账户回款	18,544.91	34.27%	46,334.42	37.63%	42,873.04	38.58%	37,322.66	37.14%
经营者配偶账户回款	7,782.09	14.38%	16,628.21	13.50%	13,973.59	12.58%	13,025.23	12.96%
经营者父母账户回款	6,677.79	12.34%	12,046.79	9.78%	11,335.58	10.20%	9,923.31	9.88%

经营者子女账户回款	3,000.81	5.55%	6,872.39	5.58%	5,641.76	5.08%	4,849.97	4.83%
第三方账户回款	2,419.38	4.47%	11,171.58	9.07%	13,410.42	12.07%	14,610.94	14.54%
其中：法定代表人账户回款	1,451.14	2.68%	5,238.89	4.25%	7,768.78	6.99%	7,369.34	7.33%
经营者除直系亲属外其他亲属账户回款	675.15	1.25%	2,859.20	2.32%	2,474.80	2.23%	3,449.58	3.43%
法定代表人或控股股东配偶账户回款	15.45	0.03%	1,614.28	1.31%	1,079.65	0.97%	1,449.75	1.44%
法定代表人或控股股东除配偶外其他亲属账户回款	183.91	0.34%	824.69	0.67%	400.80	0.36%	891.99	0.89%
客户股东、高管或员工等其他账户回款	93.74	0.17%	634.53	0.52%	1,686.40	1.52%	1,450.28	1.44%
合 计	**54,115.97**	**100.00%**	**123,134.94**	**100.00%**	**111,115.75**	**100.00%**	**100,486.54**	**100.00%**

由上表可知，第三方回款账户的账户类型由客户的法定代表人账户、客户法定代表人或客户控股股东的配偶账户、客户法定代表人或客户控股股东的除配偶外其他亲属账户，个人工商户客户的经营者除其直系亲属外的其他亲属账户等账户类型构成，其中以客户的法定代表人账户为主。付款方中不存在发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方的情形。

（2）发行人回款的内部控制措施

为了有效防控风险，确保销售收入的真实性及可核查性，发行人对销售回款建立了较为严格的内控程序，发行人每年会要求与经销商客户签订《产品销售合同》，合同主要条款均为制式内容，根据《产品销售合同》约定，客户需要在合同签订时指定付款账户，客户须通过其指定的付款账户支付货款，发行人收到货款后会将订单信息与付款信息进行匹配，若出现付款账户与合同约定不一致的情形，发行人会及时予以核实确认，以保证所有回款均来自客户或其相关方。

报告期内，发行人不断强化规范客户的回款情况，发行人对报告期内的回款账户进行了全面的梳理，确定回款账户与客户的关系，并要求各业务员对客户进行宣导，要求客户尽量以自身账户回款。

2018 年初，发行人进一步向全部客户明确，法人客户的回款账户必须为其自身对公账户，个体工商户客户的回款账户必须为其经营者或其直系亲属客户，

并将回款情况作为公司业务员的考核指标，以此激发业务员督促客户回款行为，保证该项政策执行到位，经过发行人的不断努力沟通，有效降低了客户第三方回款情况。

（3）发行人的账期情况

发行人经销商客户及定制餐调客户采用先款后货的结算模式，只有极少数信用良好的经销商及定制餐调客户在特殊情况下经申请同意后才可享受一定的信用期。公司直营商超的销售采用账期结算，视超市不同而账期长短不同。公司的电商销售渠道目前主要通过第三方支付平台进行收款，包括支付宝、京东钱包等。消费者在下单购买并付款后，相应产品购买款项会先存入支付平台，待客户点击确认收货（或超过一定时间未确认，系统自动确认交易完成）后，支付平台再将该款项划拨给公司。

（六）主要产品的生产销售情况

1、报告期内主要产品生产、销售及变动情况

（1）主要产品产能、产量和销售情况

产品		2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
火锅底料	产能（吨）	19,652.85	39,305.70	39,305.70	39,305.70
	产量（吨）	11,091.97	25,546.48	24,664.25	19,030.06
	产能利用率	56.44%	64.99%	62.75%	48.42%
	销量（吨）	10,375.50	25,138.45	24,784.98	19,248.45
	产销率	93.54%	98.40%	100.49%	101.15%
川菜调料	产能（吨）	15,264.00	30,528.00	30,528.00	24,844.80
	产量（吨）	12,270.12	22,360.28	21,203.65	17,760.10
	产能利用率	80.39%	73.25%	69.46%	71.48%
	销量（吨）	11,732.91	22,037.93	21,312.07	18,465.70
	产销率	95.62%	98.56%	100.51%	103.97%
香肠腊肉调料	产能（吨）注	-	5,610.00	5,610.00	5,610.00
	产量（吨）	17.17	3,689.69	3,576.30	3,993.68
	产能利用率	-	65.77%	63.75%	71.19%
	销量（吨）	39.44	3,628.44	3,448.86	4,214.28

产品		2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
	产销率	229.82%	98.34%	96.44%	105.52%
鸡精	产能（吨）	3,000.00	6,000.00	6,000.00	3,000.00
	产量（吨）	1,093.59	1,876.49	2,306.94	2,279.85
	产能利用率	36.45%	31.27%	38.45%	76.00%
	销量（吨）	1,019.63	1,893.42	2,260.46	2,260.44
	产销率	93.24%	100.90%	97.99%	99.15%
香辣酱	产能（吨）	2,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
	产量（吨）	727.47	2,709.36	2,980.41	2,706.76
	产能利用率	36.37%	67.73%	74.51%	67.67%
	销量（吨）	665.86	2,753.07	2,972.91	2,755.66
	产销率	91.53%	101.61%	99.75%	101.81%
其他	产能（吨）	2,274.00	4,548.00	4,548.00	4,548.00
	产量（吨）	1,143.24	2,336.18	2,109.07	2,548.48
	产能利用率	50.27%	51.37%	46.37%	56.04%
	销量（吨）	1,101.29	2,299.24	2,124.68	2,114.56
	产销率	96.33%	98.42%	100.74%	82.97%
合 计	**产能（吨）**	**42,190.85**	**89,991.70**	**89,991.70**	**81,308.50**
	产量（吨）	**26,343.56**	**58,518.50**	**56,840.62**	**48,318.93**
	产能利用率	**62.44%**	**65.03%**	**63.16%**	**59.43%**
	销量（吨）	**24,934.63**	**57,750.55**	**56,903.96**	**49,059.09**
	产销率	**94.65%**	**98.69%**	**100.11%**	**101.53%**

注：香肠腊肉主要集中在第四季度销售，因此发行人未设计香肠腊肉调料上半年的产能。

公司现有产能按照各生产线满负荷运转情况下理论生产能力进行计算，而公司主要产品火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料等生产销售具有较强的季节性，每年下半年为销售旺季。因此，虽然全年来看公司产能利用率尚未达到满负荷状态，但在应对销售旺季的时候，即每年的三、四季度公司的产能利用率较高，一般都在90%左右。

（2）主要产品销售价格情况

单位：元/千克

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	单价	变化	单价	变化	单价	变化	单价

火锅底料	20.74	4.64%	19.82	6.16%	18.67	-4.31%	19.51
川菜调料	18.31	4.57%	17.51	4.72%	16.72	-2.39%	17.13
香肠腊肉调料	24.82	5.08%	23.62	19.66%	19.74	2.81%	19.20
鸡精	18.43	-0.55%	18.53	4.93%	17.66	-7.20%	19.03
香辣酱	14.33	9.97%	13.03	7.24%	12.15	-1.22%	12.30
其他产品	13.41	53.56%	8.73	10.65%	7.89	-5.28%	8.33
主营业务	19.02	3.50%	18.37	6.68%	17.22	-2.60%	17.68

发行人平均销售单价主要是由公司定价政策、搭赠比率和产品结构决定，发行人根据产品的成本、市场状况和竞争对手的定价等因素综合考虑确定价格；发行人通常以产品搭赠的形式进行销售，搭赠比率越高，产品平均价格越低。2016年度单价下降主要系当年搭赠率提升所致；2017年度单价上涨主要系发行人调高部分产品售价及搭赠率回落所致；2018年1-6月单价上涨主要系产品结构及搭赠率变化所致。

2、主营业务收入的构成

单位：万元

主营业务收入	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
火锅底料	21,520.26	45.39%	49,835.46	46.97%	46,272.96	47.22%	37,561.30	43.30%
川菜调料	21,485.36	45.31%	38,590.29	36.37%	35,637.63	36.36%	31,635.69	36.47%
香肠腊肉调料	97.90	0.21%	8,570.51	8.08%	6,807.65	6.95%	8,091.59	9.33%
鸡精	1,879.19	3.96%	3,508.78	3.31%	3,992.25	4.07%	4,301.49	4.96%
香辣酱	954.14	2.01%	3,587.23	3.38%	3,613.27	3.69%	3,390.65	3.91%
其他	1,476.92	3.11%	2,008.01	1.89%	1,677.42	1.71%	1,761.47	2.03%
合　计	**47,413.77**	**100.00%**	**106,100.27**	**100.00%**	**98,001.18**	**100.00%**	**86,742.19**	**100.00%**

注：公司其他产品主要包括甜面酱、酱油、味精、方便速食等，所占比例较低。

公司主营产品主要为火锅底料、川菜调料和香肠腊肉调料，上述三类产品占公司主营业务收入比例较高。川味复合调味料行业是我国调味品行业的新兴分支，既具有浓厚的地域和文化特色，同时也与国民经济发展水平密切相关，是伴随居民收入和消费水平的提高而逐渐发展起来的。川味复合调味料行业虽然起步较晚，但随着居民消费水平的提高和饮食习惯的多元化，近年来取得了良好的发展。

公司不断提升产品品质、积极拓展和完善营销渠道、开发新产品和新客户，综合运用营销、品牌、质量、技术、规模等方面的竞争优势，牢固树立了在川味复合调味料行业的优势地位，报告期内营业收入实现了稳定增长。

3、主营业务收入的区域分布情况

报告期内，公司各销售区域包含的具体省份及出口的主要国家如下：

销售区域	具体销售省/市/自治区/国家
西南地区	四川省、贵州省、云南省、西藏自治区、重庆市
华中地区	河南省、湖北省、湖南省、江西省
华东地区	安徽省、江苏省、山东省、浙江省、上海市
西北地区	甘肃省、青海省、陕西省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区
华北地区	河北省、山西省、内蒙古自治区、北京市、天津市
东北地区	黑龙江省、吉林省、辽宁省
华南地区	广东省、海南省、福建省、广西壮族自治区
出口	美国、日本、澳大利亚、英国、比利时、德国等 15 个国家

从地域分布分析，公司的销售区域已经遍布全国大部分地区，在华中、西南地区销售收入占比较高，合计超过 50%。报告期内，公司主营业务收入分地区构成情况如下：

单位：万元

销售区域	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
西南地区	14,965.96	31.56%	32,728.93	30.85%	30,741.75	31.36%	28,815.85	33.22%
华中地区	10,151.45	21.41%	24,622.46	23.21%	23,370.87	23.85%	19,576.27	22.57%
华东地区	6,643.42	14.01%	15,015.52	14.15%	14,083.82	14.37%	13,134.65	15.14%
西北地区	3,706.61	7.82%	9,459.54	8.92%	8,540.94	8.72%	7,436.56	8.57%
华北地区	4,579.79	9.66%	9,530.89	8.98%	8,486.23	8.66%	7,196.31	8.30%
东北地区	4,757.19	10.03%	8,080.54	7.62%	6,763.35	6.90%	5,663.58	6.53%
华南地区	2,484.00	5.24%	6,362.12	6.00%	5,744.31	5.86%	4,624.74	5.33%
出口	125.36	0.26%	300.27	0.28%	269.90	0.28%	294.23	0.34%
合 计	**47,413.77**	**100.00%**	**106,100.27**	**100.00%**	**98,001.18**	**100.00%**	**86,742.19**	**100.00%**

4、主要销售客户情况

公司报告期内向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比
2018年1-6	1	洛阳市涧西区李想大虾火锅店等5家主体	1,817.83	3.83%
	2	哈尔滨市道外区宇顺调味品销售部	1,327.16	2.80%
	3	天津市永君商贸有限公司、天津市北辰区永君川调食品调料批发中心	608.07	1.28%
	4	成都红旗连锁批发有限公司	541.87	1.14%
	5	鑫鑫直销配送中心	494.64	1.04%
	合计		**4,789.57**	**10.09%**
2017年	1	洛阳市涧西区今天李想大虾火锅店、洛阳市涧西区李想大虾火锅店、洛阳李想餐饮管理有限公司	3,571.81	3.37%
	2	兰州市七里河鑫顺调味品批发部	1,264.41	1.19%
	3	长春市永鹏经贸有限公司	1,122.52	1.06%
	4	天津市永君商贸有限公司	1,102.48	1.04%
	5	南京豪贵调味食品有限公司	1,069.45	1.01%
	合计		**8,130.67**	**7.66%**
2016年	1	洛阳李想餐饮管理有限公司、洛阳市涧西区李想大虾火锅店	2,307.16	2.35%
	2	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	1,942.94	1.98%
	3	天津市永君商贸有限公司	1,175.44	1.20%
	4	兰州市七里河鑫顺调味品批发部	1,114.75	1.14%
	5	南京豪贵调味食品有限公司	1,061.65	1.08%
	合　计		**7,601.94**	**7.76%**
2015年	1	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	1,507.50	1.74%
	2	南京豪贵调味食品有限公司	1,163.72	1.34%
	3	上海旭弘供应链股份有限公司	870.04	1.00%
	4	简阳市简城镇好人家调味副食店	846.86	0.98%
	5	天津市永君商贸有限公司	806.37	0.93%
	合　计		**5,194.49**	**5.99%**

注：1、洛阳市涧西区李想大虾火锅店、洛阳市涧西区今天李想大虾火锅店、洛阳市瀍河区根阳调味品商行、临渭区光光调料批发部、西安市高陵区阿才调料店向公司采购“李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料”系列产品，实际控制人为李浩杰及其家族成员；

2、天津市永君商贸有限公司、天津市北辰区永君川调食品调料批发中心为同一控制人朱永控制，因此合并统计。

公司报告期内向前五名经销商渠道客户的销售情况如下：

单位：万元

年份	序号	经销商客户名称	销售金额	主要产品	占主营业务收入比
2018年1-6月	1	天津市永君商贸有限公司、天津市北辰区永君川调食品调料批发中心	608.07	川菜调料、火锅底料、鸡精、香肠腊肉调料	1.28%
	2	鑫鑫直销配送中心	494.65	川菜调料、火锅底料、鸡精、甜面酱、香辣酱	1.04%
	3	长春市永鹏经贸有限公司	426.01	川菜调料、火锅底料、鸡精、甜面酱、香辣酱	0.90%
	4	郑州市惠济区调味食品城九口天鸿精品调味商行	424.68	川菜调料、火锅底料	0.90%
	5	四川省和众联行商贸有限公司	389.42	川菜调料、火锅底料、鸡精、味精、香辣酱	0.82%
	合计		**2,342.83**		4.94%
2017年	1	兰州市七里河鑫顺调味品批发部	1,264.41	川菜调料、火锅底料、鸡精、甜面酱、香肠腊肉调料、香辣酱	1.19%
	2	长春市永鹏经贸有限公司	1,122.52	川菜调料、火锅底料	1.06%
	3	天津市永君商贸有限公司	1,102.48	川菜调料、火锅底料、鸡精、香肠腊肉调料	1.04%
	4	南京豪贵调味食品有限公司	1,069.45	川菜调料、火锅底料、甜面酱、香肠腊肉调料、香辣酱	1.01%
	5	哈尔滨市南岗区好人家食品经销部	870.21	川菜调料、火锅底料	0.82%
	合计		**5,429.07**		5.12%
2016年	1	天津市永君商贸有限公司	1,175.44	川菜调料、火锅底料、香肠腊肉调料	1.20%
	2	兰州市七里河鑫顺调味品批发部	1,114.75	川菜调料、火锅底料、鸡精、甜面	1.14%

				酱、香肠腊肉调料、香辣酱	
	3	南京豪贵调味食品有限公司	1,061.65	川菜调料、火锅底料、甜面酱、香肠腊肉调料、香辣酱	1.08%
	4	郑州市惠济区调味食品城九口天鸿精品调味商行	913.01	川菜调料、火锅底料、鸡精、香肠腊肉调料、香辣酱	0.93%
	5	上海旭弘供应链股份有限公司	902.41	川菜调料、火锅底料、甜面酱、香辣酱	0.92%
	合 计		**5,167.26**		5.27%
2015年	1	南京豪贵调味食品有限公司	1,163.72	川菜调料、火锅底料、甜面酱、香肠腊肉调料、香辣酱	1.34%
	2	上海旭弘供应链股份有限公司	870.04	川菜调料、火锅底料	1.00%
	3	简阳市简城镇好人家调味副食店	846.86	川菜调料、火锅底料、鸡精、甜面酱、味精、香肠腊肉调料、香辣酱	0.98%
	4	天津市永君商贸有限公司	806.37	川菜调料、火锅底料、香肠腊肉调料	0.93%
	5	佛山市亿康贸易有限公司	765.10	川菜调料、火锅底料、香肠腊肉调料、香辣酱	0.88%
	合 计		**4,452.09**		**5.13%**

注：天津市永君商贸有限公司、天津市北辰区永君川调食品调料批发中心为同一控制人朱永控制，因此合并统计。

公司报告期内向前五名定制餐调渠道客户的销售情况如下：

单位：万元

年份	序号	定制餐调客户	销售金额	主要产品	占主营业务收入比
2018 年	1	洛阳市涧西区李想大虾火锅	1,817.83	李想餐饮-	3.83%

		店等 5 家主体		虾火锅底料、火锅底料	
	2	哈尔滨市道外区宇顺调味品销售部	1,327.16	张亮-麻辣烫调料	2.80%
	3	河南省熙康食品有限公司	314.60	姐弟俩-土豆粉底料	0.66%
1-6 月	4	大连喜家德水饺餐饮管理有限公司及餐饮门店等 116 家主体	85.12	喜家德-肚丝红油调味油、红油辣椒	0.18%
	5	高新区小院大坝坝餐厅	67.17	三不摆-火锅底料、蘸料	0.14%
	合计		**3,611.88**		7.62%
	1	洛阳李想餐饮管理有限公司及餐饮门店等 3 个主体	3,571.81	李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料	3.37%
	2	上海盖志商贸有限公司	1,055.13	小龙坎、盖志商贸-火锅底料	0.99%
2017 年	3	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	944.83	姐弟俩-土豆粉底料	0.89%
	4	洛阳锅底香餐饮服务有限公司、重庆渝妹子餐饮管理有限公司	289.35	朱氏锅底香-专用调料	0.27%
	5	天津市一家和科技有限公司	142.42	无名缘-专用调味料、调味粉	0.13%
	合计		**6,003.54**		5.66%
	1	洛阳李想餐饮管理有限公司、洛阳市涧西区李想大虾火锅店	2,307.16	李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料	2.35%
	2	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	1,942.94	姐弟俩-土豆粉底料	1.98%
2016 年	3	洛阳锅底香餐饮服务有限公司	219.69	朱氏锅底香-专用调料	0.22%
	4	高新区小院大坝坝餐厅、成都小院大坝坝餐饮管理有限公司	109.81	小院大坝坝冷锅串串底料	0.11%
	5	泗洪泗洲龙门餐饮管理有限公司	70.00	泗洪泗洲龙门-香辣酱	0.07%
	合 计		**4,649.60**		4.74%
2015 年	1	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	1,507.50	姐弟俩-专用底料	1.74%

	2	洛阳锅底香餐饮服务有限公司	142.34	朱氏锅底香-专用调料	0.16%
	3	洛阳李想餐饮管理有限公司	140.33	李想餐饮-专用火锅底料	0.16%
	4	武汉群福里餐饮管理有限公司	29.93	武汉群福里-裸包装系列调料	0.03%
	5	张进	10.24	天味-裸包装系列红汤配方	0.01%
	合 计		**1,830.34**		**2.11%**

注：由于定制客户自身管理需要，会安排不同的采购主体向公司采购产品，因此将采购同一定制产品的客户的合并统计。郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司、河南省熙康食品有限公司向公司采购“姐弟俩-土豆粉底料”系列产品，实际控制人为宋宝民；洛阳市涧西区李想大虾火锅店、洛阳市涧西区今天李想大虾火锅店、洛阳市瀍河区根阳调味品商行、临渭区光光调料批发部、西安市高陵区阿才调料店向公司采购“李想餐饮-虾火锅底料、火锅底料”系列产品，实际控制人为李浩杰及其家族成员；大连喜家德水饺餐饮管理有限公司及餐饮门店等116家主体向公司采购“喜家德-肚丝红油调味油、红油辣椒”系列产品，实际控制人为高德福；洛阳锅底香餐饮服务有限公司、重庆渝妹子餐饮管理有限公司向公司采购“朱氏锅底香-专用调料”系列产品，实际控制人为朱心广；高新区小院大坝坝餐厅、成都小院大坝坝餐饮管理有限公司向公司采购“小院大坝坝-冷锅串串底料”、“三不摆-火锅底料、蘸料”系列产品，实际控制人为张家豪。

郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司于2018年起更换由河南省熙康食品有限公司向公司采购“姐弟俩-土豆粉底料”系列产品。

公司报告期内不存在单个客户销售收入占总销售收入比例超过50%的情况。截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在前五大客户中拥有权益。

（七）主要原材料和能源及其供应情况

1、主要原材料产地、能源供应情况

项目	原材料	主要产地
主要原材料	牛油	四川、山东
	起酥油	广东、江苏
	菜籽油	四川、广西
	三樱 8 号辣椒	河南、山东
	转红青花椒、南花椒	云南、四川
	青花椒	云南
	白胡椒	海南

项目	原材料	主要产地
	姜	四川
	蒜	山东、河南
	粉体味精	新疆、陕西、内蒙古
	豆瓣	甘肃
	酸菜包	四川
包装物	纸箱、包装袋、玻璃瓶	四川成都、河北石家庄、四川犍为
能源	水	市政用水
	电	地方电力公司供电
	气	市政天然气

2、主要原材料价格变化情况

报告期内，主要原材料及价格变化情况如下：

单位：元/公斤

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
牛油-液态	10.41	3.38%	10.07	-2.23%	10.30	-6.28%	10.99
起酥油	7.07	-12.06%	8.04	7.20%	7.00	10.58%	6.33
一级菜籽油	7.81	-0.89%	7.88	4.65%	7.53	3.86%	7.25
三樱 8 号辣椒	14.48	-9.50%	16.00	5.06%	15.23	-4.33%	15.92
转红青花椒-特选	115.49	10.32%	104.69	2.81%	101.83	6.49%	95.62
酸菜包-260g	1.42	12.70%	1.26	3.28%	1.22	3.39%	1.18
细豆瓣	4.63	-0.22%	4.64	-7.39%	5.01	-7.05%	5.39
粉体味精	7.11	0.42%	7.08	-1.12%	7.16	-13.42%	8.27
青花椒-特选	113.17	1.80%	111.17	-1.15%	112.46	4.73%	107.38
南花椒	140.08	11.30%	125.86	18.01%	106.65	-6.37%	113.90
白胡椒	50.17	-37.31%	80.03	-0.56%	80.48	-15.51%	95.25
蒜	5.90	-46.80%	11.09	-30.69%	16.00	83.28%	8.73
姜	6.97	-16.43%	8.34	37.17%	6.08	-38.27%	9.85

注：1、2018 年 1-6 月系与 2017 年比较。以上价格均为含税价。2、酸菜包-260g 单位为“元/包”。

发行人主要原材料价格存在一定波动，其中白胡椒、蒜、姜的价格波动较大，但由于发行人所用原材料种类繁多，各细类原材料占成本比例不高，且原材料价

格变动有增有减，因此总体上对发行人主营业务成本不构成重大影响。

公司采购定价系市场询价、比价或招投标的结果，具有合理性。发行人与供应商自愿公平交易，采购价格公允。

3、主要原、辅材料及能源消耗占成本的比重

报告期内，主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	25,767.96	88.19%	55,737.41	88.20%	52,190.05	88.15%	47,725.95	87.64%
制造费用	2,016.03	6.90%	4,490.43	7.11%	4,432.52	7.49%	4,113.92	7.55%
直接人工	1,436.11	4.91%	2,966.29	4.69%	2,580.91	4.36%	2,619.48	4.81%
合 计	**29,220.09**	**100.00%**	**63,194.13**	**100.00%**	**59,203.48**	**100.00%**	**54,459.35**	**100.00%**

报告期内，公司的主要成本为直接材料成本，占比分别为 87.64%、88.15%、88.20%及 88.19%，直接材料主要由油脂、辣椒、花椒、包装物等构成。

报告期内，公司水、电、气能源耗用金额及占主营业务成本比重情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
水	21.31	0.07%	40.33	0.06%	50.85	0.09%	45.01	0.08%
电	234.96	0.80%	462.32	0.73%	571.49	0.97%	637.07	1.17%
气	304.20	1.04%	579.82	0.92%	624.15	1.05%	708.35	1.30%
能源合计	**560.47**	**1.91%**	**1,082.47**	**1.71%**	**1,246.49**	**2.11%**	**1,390.43**	**2.55%**

报告期内，公司能源消耗占主营业务成本的比重分别为2.55%、2.11%、1.71%和1.91%，占比总体较小，能源消耗中，水的耗用金额及占主营业务成本的比例均极小。能源耗用金额呈下降趋势，主要系公司推行能源管控措施节约能耗所致。

4、主要供应商情况

(1) 报告期内供应商构成情况

报告期内，公司供应商（不包括物流供应商）数量分别为 336 家、281 家、303 家和 233 家，构成情况如下：

类别	2018 年度 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	数量	占采购总额比例	数量	占采购总额比例	数量	占采购总额比例	数量	占采购总额比例
公司法人	197	97.46%	251	98.45%	237	96.70%	210	91.71%
个体工商户	18	0.30%	31	0.63%	24	0.33%	18	0.51%
农民专业合作社	1	1.57%	1	0.18%	3	2.36%	5	6.04%
农户	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	85	0.27%
其他	17	0.67%	20	0.74%	17	0.60%	18	1.46%
合计	233	100.00%	303	100.00%	281	100.00%	336	100.00%

注：其他类型包括个人独资企业、集体所有制企业、股份合作制企业、普通合伙企业等。

发行人的供应商主要以法人供应商为主，报告期发行人向法人供应商的采购金额占采购总额的比重均在 90%以上。

(2)公司报告期内向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称		采购内容	采购金额	占总采购额比
2018 年 1-6 月	1	周德林及其家族成员	四川味觉食品有限公司	白胡椒、干料包、辣椒粉等	2,887.09	8.68%
			成都味觉贸易有限公司	花椒	1,977.15	5.95%
			成都施味农副产品有限公司	香料、辣椒、花椒等	1,867.47	5.62%
		小计			6,731.71	20.24%
	2	广汉市迈德乐食品有限公司		牛油	2,503.13	7.53%
	3	陈英富及其家族成员	成都市绿生源食品有限公司	姜及泡制品等	2,012.16	6.05%
			成都市绿荣农产品有限公司	姜及鲜农产品	471.56	1.42%
		小计			2,483.71	7.47%
	4	四川省鑫恒星食品有限公司		泡制品、豆瓣等	1,518.59	4.57%
	5	成都聚美嘉食品有限公司		菜籽油、起酥油	1,225.11	3.68%
	合计				**14,462.25**	**43.49%**
2017 年	1	周德林及其家族成员	四川味觉食品有限公司	花椒粉、辣椒粉、料包等	7,922.79	11.42%
			成都味觉贸易有限公司	花椒	3,050.03	4.40%
			成都施味农副产品有限公司	香料、辣椒等	4,589.02	6.61%
			成都满山红调味品有限公司	泡制品	494.03	0.71%
		小计			16,055.87	23.14%

年度	序号	供应商名称		采购内容	采购金额	占总采购额比
	2	广汉市迈德乐食品有限公司		牛油	3,733.29	5.38%
	3	四川省鑫恒星食品有限公司		姜及泡制品等	3,606.46	5.20%
	4	陈英富及其家族成员	成都市绿生源食品有限公司	姜及泡制品等	2,287.20	3.30%
			成都市绿荣农产品有限公司	姜及鲜农产品	1,242.58	1.79%
		小计			3,529.78	5.09%
	5	成都山海油脂有限公司		菜籽油、大豆油等	2,195.34	3.16%
	合计				**29,120.74**	**41.97%**
2016年	1	周德林及其家族成员	四川味觉食品有限公司	花椒、辣椒、料包等	6,926.46	10.44%
			成都味觉贸易有限公司	花椒	4,893.90	7.37%
			成都施味农副产品有限公司	辣椒、香料等	3,637.50	5.48%
			金乡县桓丰辣椒专业合作社	辣椒	938.02	1.41%
			成都满山红调味品有限公司	泡制品	438.98	0.66%
		小 计			16,834.86	25.36%
	2	陈英富及其家族成员	成都市绿生源食品有限公司	姜及泡制品等	2,560.08	3.86%
			成都市绿荣农产品有限公司	姜及鲜农产品	1,433.17	2.16%
		小 计			3,993.25	6.02%
	3	四川省鑫恒星食品有限公司		姜及泡制品等	3,631.23	5.47%
	4	广汉市迈德乐食品有限公司		牛油等	2,655.51	4.00%
	5	成都山海油脂有限公司		菜籽油、大豆油等	2,316.44	3.49%
	合 计				**29,431.29**	**44.34%**
2015年	1	周德林及其家族成员	成都味觉贸易有限公司	花椒	4,702.91	8.64%
			成都施味农副产品有限公司	香料	2,317.94	4.26%
			四川味觉食品有限公司	胡椒等	1,906.68	3.50%
			唐河县新农辣椒专业合作社	辣椒	1,367.66	2.51%
			成都满山红调味品有限公司	泡制品	1,085.04	1.99%
			金乡县桓丰辣椒专业合作社	辣椒	561.54	1.03%
		小 计			11,941.77	21.93%
	2	陈英富及其家族成员	成都市绿生源食品有限公司	姜及泡制品等	2,604.04	4.78%
			成都市绿荣农产品有限公司	姜及鲜农产品	1,098.18	2.02%
		小 计			3,702.22	6.80%
	3	成都山海油脂有限公司		菜籽油、大豆油等	2,711.08	4.98%
	4	广汉市迈德乐食品有限公司		牛油等	2,427.12	4.46%

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占总采购额比
	5	成都众博食品有限公司	糖及味精等	2,098.94	3.85%
	合 计			**22,881.13**	**42.02%**

注：1、周德林及其家族成员系四川味觉食品有限公司、成都味觉贸易有限公司、成都施味农副产品有限公司、成都满山红调味品有限公司的实际控制人，系唐河县新农辣椒专业合作社、金乡县桓丰辣椒专业合作社的直接联系人。2015 年度及 2016 年度供应商唐河县新农辣椒专业合作社、金乡县桓丰辣椒专业合作社系周德林为发行人寻求的三樱 8 号辣椒供应商，发行人采购三樱 8 号辣椒时实际由周德林负责对接具体采购工作，由其根据发行人订单需求组织产品供应。为更好体现发行人与供应商的关系，将上述供应商采购情况合并统计；

2、陈英富及其家族成员系成都市绿生源食品有限公司、成都市绿荣农产品有限公司的实际控制人，为更好体现发行人与供应商的关系，将上述供应商采购情况合并统计。

(3) 报告期内主要供应商基本情况

报告期内主要供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	注册时间	注册资本（万元）	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史（起始时间）	如何成为发行人供应商
1	成都味觉贸易有限公司	农产品销售	2013 年 5 月 15 日	100	成都市郫县	周薛文：95%；陈淑琳：5%	周薛文、陈淑琳	2013 年 7 月至今	自主开发
2	成都施味农副产品有限公司	蔬菜的种植、销售；散装食品销售	2009 年 12 月 22 日	50	成都市郫县	周薛文：95%；陈淑琳：5%	周薛文、陈淑琳	2010 年 1 月至今	自主开发
3	四川味觉食品有限公司	种植、收购、加工、销售香辛料	2015 年 1 月 8 日	1000	四川省德阳市广汉市	周薛文 95%；陈淑琳 5%	周薛文、陈淑琳	2015 年 8 月至今	自主开发
4	唐河县新农辣椒专业合作社	组织采购、供应成员种植辣椒所需的生产资料；组织收购销售成员种植的辣椒	2008 年 9 月 19 日	200	河南省唐河县	贾群成出资 160 万元；刘文田等八人出资 40 万元	贾群成	2010 年 1 月至 2015 年 11 月	自主开发
5	成都满山红调味品有限公司	蔬菜制品生产、销售；水果、蔬菜、农产品、水产品销售	2006 年 8 月 21 日	58	成都市郫县	方利强：55%；周宪忠：45%	方利强、周宪忠	2007 年 11 月至 2017 年 12 月	自主开发
6	金乡县桓丰辣椒专业合作社	组织采购、供应成员种植辣椒所需的生产资料；组织收购、销售成员种植的辣椒	2015 年 5 月 14 日	1060	山东省济宁市金乡县	李金玉等 106 人，每人出资 10 万元	李金玉等 106 人	2015 年 11 月至 2016 年 4 月	自主开发
7	成都市绿生源食品有限公司	生产、销售蔬菜制品	2006 年 9 月 26 日	20	成都市新都区	陈英富：90%；钟雷英：10%	陈英富、钟雷英	2007 年 5 月至今	自主开发
8	成都市绿荣农产品有限公司	蔬菜的种植、加工和销售	2008 年 11 月 19 日	50	成都市新都区	钟雷英：90%；陈英富：10%	陈英富、钟雷英	2008 年 12 月至今	自主开发
9	成都山海油脂有限公	生产销售：食用植物油、食	2007 年 4	1000	成都市郫	张玥：50%；刘	张玥、	2010 年 9 月至	自主开发

序号	供应商名称	主营业务	注册时间	注册资本（万元）	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史（起始时间）	如何成为发行人供应商
	司	用动物油脂、酥油、化工产品	月 6 日		县	伟：50%	刘伟	今	
10	广汉市迈德乐食品有限公司	生产：食用动物油脂（牛油）	2011 年 7 月 27 日	1000	四川省广汉市	杨礼学持股 67%；杨礼明持股 33%	杨礼学、杨礼明	2013 年 12 月至今	自主开发
11	成都众博食品有限公司	批发兼零售：预包装食品兼散装食品，乳制品、食品添加剂、食品专用设备、五金产品、家庭产品、蔬菜	2012 年 10 月 8 日	100	成都市金牛区	黄正超：65%；邹文：35%	黄正超、邹文	2013 年 1 月至今	自主开发
12	四川省鑫恒星食品有限公司	生产、销售：酱、蔬菜制品（酱腌菜）	2013 年 1 月 11 日	300	四川省广汉市	余授伦：70%；彭艳：30%	余授伦、彭艳	2015 年 8 月至今	自主开发

公司报告期内不存在单个供应商采购额占总采购额比例超过50%的情况。截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在前五大供应商中拥有权益。

（八）安全生产及环保情况

1、安全生产

为避免安全事故的发生并确保职工的人身安全，公司坚持“安全第一、预防为主”的原则，从培养职工安全意识入手，针对不同岗位的安全特点，采取岗位安全培训、配备劳动保护用品等安全防范措施，以保证职工的人身安全。公司还制定了全面的《生产管理制度》、《安全环保生产责任制管理制度》和《车间安全应急预案》、《火灾事故应急预案》、《电气、天然气、供水能源应急预案》、《水灾应急预案》等安全生产应急预案。公司已通过了OHSAS18001职业健康安全管理体系认证，安全生产工作从部门到车间、从管理人员到各岗位操作工人逐级落实，以防范潜在安全隐患的发生。

公司高度重视安全生产工作，认真贯彻执行国家有关安全生产的法律法规，报告期内，公司未发生重大安全生产事故。公司及子公司经营所在地安全生产管理部门均已出具证明，本公司及子公司报告期内一直遵守生产安全法律法规和规范性文件，未发生重大安全事故，未发生因安全生产违法行为而受到处罚的情况。

2、环保情况

公司及其子公司拥有有效的排放污染物许可证。公司生产过程产生的污染物主要是生产废水、锅炉废气、炒制油烟、生活垃圾及炉渣等废弃物。对此公司采取了有效措施进行处理，如引进了静电除味除尘设备，对油烟进行处理；建设了小型污水处理站对污水进行处理，达标后排放。公司的污水监测设备与当地环保部门联网，实时上传污水监测数据。

公司制定了严格的环境管理规章制度和环境作业规范，落实了环保机构和人员职责，主要环境管理规章制度包括：《环保管理工作制度》、《环保监督管理制度》、《环境污染事故管理制度》、《废气管理规定》、《固体废物及危险固体废物管理规定》、《噪声管理办法》、《污水处理运行应急预案管理办法》等。

公司历年均能严格执行国家有关环境保护的法律法规，各项治理设施运行良好，废气、废水排放和噪音均符合国家环保标准，并顺利通过了各级环保部门组织的环境检测。此外公司还会委托第三方机构针对环保情况每年出一次检测报

告，公司生产工艺符合环境保护相关法规，符合国家标准，公司通过了ISO14001环境管理体系认证。报告期内，公司未发生因环保问题而被环保有关部门处罚的情况。

公司报告期内环保投入情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
环保硬件投入资金	65.89	42.83	435.78	137.48
环保相关费用	85.87	111.08	80.17	87.41
合　计	**151.76**	**153.91**	**515.95**	**224.89**

2016年度，公司的环保投入较高，主要系公司对污水处理站进行升级改造所采购的设备金额较高所致。2017年度，公司环保投入有所下降，主要系2016年度和2015年度公司逐步引进新设备或对旧污水处理站升级改造完成，导致环保硬件投入下降所致。

五、主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

截至 2018 年 6 月 30 日，公司固定资产净值为 34,138.88 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值
房屋及建筑物	30,149.02	3,893.83	26,255.19
机器设备	12,178.40	5,014.28	7,164.12
运输设备	825.98	395.79	430.19
办公设备及其他	1,271.43	982.05	289.38
合　计	44,424.83	10,285.95	34,138.88

（二）发行人主要生产设备情况

截至 2018 年 6 月 30 日，公司账面原值在 20 万以上的主要设备明细如下：

单位：万元

所有人	名称	数量（台/条）	账面原	账面净	成新率

			值	值	
天味食品	一、生产设备				
	多列式酱料包装机	1	23.76	16.78	70.64%
	多列自动充填包装机	1	26.50	23.77	89.71%
	富尔顿卧式燃油燃气蒸汽锅炉	1	31.62	14.35	45.38%
	给袋式包装机	1	21.95	18.30	83.37%
	康明斯发电机组	2	74.02	33.00	44.58%
	冷库设备	1	434.02	289.66	66.74%
	螺杆式空压机	2	55.38	25.89	46.74%
	欧式箱变	2	52.79	14.08	26.67%
	气相色谱仪	1	27.34	4.29	15.69%
	前段管路系统	1	110.25	72.72	65.96%
	输料管道系统	1	32.81	19.04	58.04%
	天然气蒸汽锅炉	1	27.32	4.18	15.29%
	液相色谱仪	1	43.60	6.84	15.69%
	预处理系统成套设备	1	29.04	27.66	95.25%
	制冷系统及冷房	1	20.00	13.51	67.54%
	冷却输送系统	7	815.65	431.45	52.90%
	装外袋系统	7	398.10	207.07	52.01%
	中央空调系统	1	35.50	16.11	45.37%
	冷却线输送系统	1	116.80	73.41	62.85%
	整线系统控制柜	1	67.94	45.89	67.54%
	给袋式自动内包机	1	31.20	23.84	76.40%
	动力中心配电工程	1	422.20	313.57	74.27%
	全自动给袋式包装机	1	21.37	21.20	99.21%
	自动电位滴定仪	1	20.51	20.19	98.42%
	连续式煮椒机	1	30.77	30.77	100.00%
	冷却线	1	50.43	50.43	100.00%
	二、环保设备				
	高负荷厌氧 EGSB 反应器	1	86.49	82.38	95.25%
	污水处理系统	1	274.90	124.73	45.37%
	污水处理站	1	41.36	2.07	5.00%
天味家	一、生产设备				

园	柴油发电机组	2	58.12	37.41	64.37%
	电控柜	1	22.80	16.84	73.88%
	豆腐包装机	1	26.50	18.05	68.12%
	反切式旋转细格栅	1	21.97	18.31	83.38%
	酱料生产线	3	70.82	36.41	51.41%
	冷却塔制冷机组	1	20.51	7.36	35.89%
	流化床	1	33.88	11.45	33.79%
	螺杆式空压机	2	47.18	31.12	65.96%
	麻辣生产线	5	132.27	62.29	47.09%
	燃油、气蒸汽锅炉	1	48.72	30.62	62.85%
	弱电设备	1	186.34	115.04	61.74%
	三菱电瓶叉车	1	22.05	7.57	34.32%
	三效蒸发器	1	24.85	18.36	73.88%
	双级流化床	1	52.24	40.47	77.46%
	压力管道	1	111.97	70.79	63.22%
	煮椒机一套	1	24.85	17.96	72.29%
	组合气浮机	1	37.86	31.57	83.37%
	香水内包机	12	278.65	231.39	83.04%
	鸡精包装机	1	25.28	20.68	81.79%
	给袋式包装机及上料系统	1	36.07	34.36	95.25%
	香水给袋式包装机	2	43.08	40.69	94.45%
	10KV 变配电项目	1	290.60	170.36	58.63%
	全自动静音节能型炒锅	3	62.43	59.96	96.04%
	高速油料分离机	1	22.14	21.61	97.63%
	二、环保设备				
	高负荷厌氧 EGSB 反应器	1	142.48	118.79	83.37%
	污泥浓缩脱水一体机	1	43.86	36.57	83.37%
	污水处理工程	1	150.00	125.06	83.38%
	污水处理站系统	1	281.57	211.69	75.18%
自贡天味	一、生产设备				
	醋醅坛子	1	31.20	1.56	5.00%
	酱油消毒器	1	32.00	1.60	5.00%
	燃气锅炉	1	67.66	44.63	65.96%
	石缸及蓬盖	1	40.80	2.04	5.00%

	微波灭菌生产线	1	21.76	8.32	38.25%
	香辣酱三合一工程	1	21.54	6.53	30.33%
	二、环保设备				
	60 吨污水处理工程	1	40.50	13.22	32.64%
	合计	101	5,998.16	3,747.85	62.48%

注：固定资产成新率=账面净值/账面原值*100%

（三）房产、土地和其他无形资产情况

1、房产

（1）自有房产情况

截至本招股说明书签署日，本公司及子公司拥有的房屋所有权情况如下：

序号	房屋所有权证号	建筑面积（m^2）	规划用途	房屋坐落	所有人
1	双房权证监证字第 1292883 号	547.35	工业食堂、工业厕所	西航港街道黄甲大道双华段 618 号	天味食品
2	双房权证监证字第 1292879 号	3,364.52	工业仓储	西航港街道黄甲大道双华段 618 号	天味食品
3	双房权证监证字第 1292880 号	5,248.97	工业厂房	西航港街道黄甲大道双华段 618 号	天味食品
4	双房权证监证字第 1292882 号	1,992.21	工业办公、工业倒班房	西航港街道黄甲大道双华段 618 号	天味食品
5	双房权证监证字第 1292881 号	565.44	工业厂房	西航港街道黄甲大道双华段 618 号	天味食品
6	双房权证监证字第 1292884 号	41,685.36	工业厂房	西航港街道腾飞一路 333 号	天味食品
7	自房权证市交字第 00120599 号	224.46	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 组 2 号	自贡天味
8	自房权证市交字第 00120605 号	137.97	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 号	自贡天味
9	自房权证市交字第 00121003 号	737.31	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会三巷 2 号	自贡天味
10	自房权证市交字第 00120013 号	262.61	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊 2 号	自贡天味
11	自房权证市交字第 00120563 号	102.30	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 号	自贡天味
12	自房权证市交字第 00120015 号	96.60	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 6 组	自贡天味
13	自房权证市交字	125.93	其他非住宅	自流井区郭家坳街	自贡

序号	房屋所有权证号	建筑面积（m^2）	规划用途	房屋坐落	所有人
	第 00120603 号			双牌坊居委会 2 号	天味
14	自房权证市交字第 00120567 号	1,232.05	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 巷 1 号	自贡天味
15	自房权证市交字第 00121005 号	231.29	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 号	自贡天味
16	自房权证市交字第 00121009 号	2,989.00	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊 6 组 3 巷 2 号	自贡天味
17	自房权证市交字第 00120553 号	1,972.17	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 巷 1 号	自贡天味
18	自房权证市交字第 00120561 号	54.52	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 号	自贡天味
19	自房权证市交字第 00121011 号	1,716.76	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 号	自贡天味
20	自房权证市交字第 00120011 号	90.64	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊 2 号	自贡天味
21	自房权证市交字第 00120559 号	1,008.02	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会	自贡天味
22	自房权证市交字第 00121001 号	1,507.18	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会三巷 2 号	自贡天味
23	自房权证市交字第 00120555 号	1,120.8	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 组 2 号	自贡天味
24	自房权证市交字第 00120017 号	48.79	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊 2 号	自贡天味
25	自房权证市交字第 00120557 号	1,512.91	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 组 2 号	自贡天味
26	自房权证市交字第 00120601 号	41.25	营业用房	自流井区东兴寺街中华路居委会 2 组	自贡天味
27	自房权证市交字第 00120019 号	162.18	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 组 2 号	自贡天味
28	自房权证市交字第 00120551 号	1,089.82	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 号	自贡天味
29	自房权证市交字第 00120021 号	64.62	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊 2 号	自贡天味
30	自房权证市交字第 00120565 号	304.95	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 组 2 号	自贡天味
31	自房权证市交字	104.33	其他非住宅	自流井区郭家坳街	自贡

序号	房屋所有权证号	建筑面积（m^2）	规划用途	房屋坐落	所有人
	第 00120569 号			双牌坊居委会 2 组 2 号	天味
32	自房权证市交字第 00120609 号	564.02	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊居委会 2 组 2 号	自贡天味
33	自房权证市交字第 00120545 号	73.81	其他非住宅	自流井区郭家坳街双牌坊 2 号	自贡天味
34	郫房权证监证字第 0489430 号	74,650.62	办公；动力中心；库房；门卫室；生产车间；食堂宿舍活动房	安德镇永安路 555 号	天味家园
合 计		**145,630.76**			

上述序号1-4的房屋建筑系成都天味向天味食品增资取得，序号5-6号为自建方式取得。上述序号7-33房屋建筑系成都天味向自贡天味增资而取得。序号34的房屋建筑系天味家园自建方式取得。

截至本招股说明书签署日，自贡天味尚有修建于其拥有使用权的国有土地之上的 8 处房屋，未办理权属证书，自贡天味未取得权属证书的房屋建筑明细及实际用途如下：

序号	建筑物名称	建筑面积（m^2）	实际用途
1	甜面酱库房	103.00	甜面酱包材库
2	车库	58.14	盐仓
3	门卫室	22.24	后门门卫室
4	新车库	84.28	车库
5	老车库	175.00	暂存库
6	老木工房	83.72	木工房
7	浴室	90.46	浴室
8	电工房偏房	18.29	发电机房
合 计		**635.13**	-

上述未取得权属证书的房屋均建于自贡天味拥有使用权的国有土地，系通过拍卖方式从自贡天车酿造有限公司破产清算组取得，面积共计635.13平米，占发行人及其子公司目前已取得房屋所有权证书的全部房屋面积总和的比例约为0.44%，上述未取得权属证书的房屋不存在产权纠纷或争议，且并非自贡天味主要生产经营场所，对自贡天味的生产经营无重大影响。

发行人的控股股东（实际控制人）邓文、唐璐夫妇已出具了《承诺函》，承诺若因上述8处房产未办理产权证书而致使天味食品及自贡天味遭受损失，本人将无条件、全额、连带的向天味食品及自贡天味赔偿该等损失。同时，若本人违反前述承诺，天味食品有权扣减其应向本人支付的红利及薪酬，作为本人对天味食品及自贡天味的赔偿。

（2）租赁房屋情况

根据经营需要，公司在成都和全国几个主要的中心城市租赁房屋，用于公司下属区域办事处的日常办公、住宿，截至本招股说明书签署日租赁房屋情况如下：

序号	出租方	承租方	建筑面积（m^2）	租赁地址	到期日
1	孙珂	天味食品	109.35	济南市天桥区堤口路 96 号齐鲁花园 1 号楼四单元 703 室	2019 年 3 月 18 日
2	李来钦	天味食品	149.43	郑州市二七区政通路与交通路交叉口建中街办事处小李庄升龙世纪花园 2 区 3 号楼 1 单元 1902 室	2018 年 10 月 31 日
3	陈彬	天味食品	150.86	佛山市南海区大沥镇黄岐建设大道 1 号	2019 年 1 月 15 日
4	宋秀环	天味食品	96.70	乌鲁木齐市高新区长春南路西二巷 83 号	2019 年 3 月 7 日
5	扎西平措	天味食品	148.45	成都市武侯区高升桥路 16 号四季花城 2 栋 3 单元 14 楼 5 号	2019 年 6 月 30 日
6	郑勇	天味食品	150.00	沈阳市沈河区奉天街 348 号	2018 年 12 月 4 日
7	周玉强	天味食品	95.98	北京市丰台区西局欣园南区 2 号楼 1704（西局村七里庄地铁站）	2019 年 5 月 29 日
8	上海立同投资管理有限公司	天味食品	110.00	上海市松江区九亭镇九杜路 349 号 1 幢 5 楼 505	2019 年 5 月 6 日
9	魏晶晶	天味食品	143.55	武汉市江汉区唐家墩路 13 号武汉菱角湖万达广场 C 区 6 栋 2 单元 25 层 D 室	2019 年 4 月 30 日

上述第2、6、7处租赁房产出租方未提供房屋产权证书，同时上述租赁的房屋均未办理租赁合同备案登记。公司租赁上述办公用房主要用于业务人员处理与经销商的日常事务等，并非用于产品生产。若因产权、规划用途等原因导致不能继续承租，公司将能在较短的时间内找到合适的房屋用于办公，不会对公司的生产经营带来重大不利影响。

公司控股股东、实际控制人邓文、唐璐已出具《承诺函》，承诺若房屋租赁

事宜因前述法律瑕疵给公司造成任何损害，将无条件、连带、全额向公司承担赔偿责任；若其违反前述承诺，公司有权扣减公司应向其支付的红利及薪酬，作为对公司的赔偿。

2、土地

截至本招股说明书签署日，公司及子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	土地使用权证号	坐落	使用权面积（m^2）	土地用途	终止日期	所有权人
1	双国用（2014）第 3444 号	双流县西航港街道黄甲大道双华段 618 号	8,539.48	工业用地	2055 年 7 月 12 日	天味食品
2	双国用（2014）第 3442 号	双流县西航港街道黄甲大道双华段 618 号	9,218.20	工业用地	2059 年 4 月 29 日	天味食品
3	双国用（2014）第 3440 号	双流县西航港经济开发区腾飞一路 333 号	38,789.89	工业用地	2061 年 12 月 26 日	天味食品
4	自国用（2007）第 024269 号	自流井区郭街双牌坊居委会	282.50	工业用地	2028 年 10 月 11 日	自贡天味
5	自国用（2007）第 024270 号	自流井区郭街双牌坊居委会	19,322.08	工业用地	2028 年 10 月 11 日	自贡天味
6	自国用（2007）第 024271 号	自流井区东兴寺街中华路居委会 2 组	12.071	商服用地	2047 年 10 月 28 日	自贡天味
7	郫国用（2011）第 103 号	郫县安德镇园田村八社	53,132.076	工业用地	2061 年 4 月 29 日	天味家园
8	郫国用（2011）第 107 号	郫县安德镇园田村 13 社	39,278.724	工业用地	2061 年 6 月 24 日	天味家园
合 计			**168,575.02**			

上述土地使用权来源、取得时间、入账价值、摊销等情况如下表所示：

单位：万元

序号	土地使用权证号	土地使用权来源	取得时间	入账价值	摊销年限	累计摊销
1	双国用（2014）第 3444 号	成都天味向天味食品增资取得	2010-10-19	157.48	45.50	27.71
2	双国用（2014）第 3442 号		2010-10-19	172.76	49.50	28.79
3	双国用（2014）第 3440 号	以出让方式取得	2012-1-16	1,028.30	50	133.68
4	自国用（2007）第 024269 号	其中 19,253.11 平方米土地系成都天	2007-11-14	217.83	20	105.29

序号	土地使用权证号	土地使用权来源	取得时间	入账价值	摊销年限	累计摊销
5	自国用（2007）第 024270 号	味向自贡天味增资取得；351.47 平方米土地系自贡天味以出让方式原始取得	2007-11-14			
6	自国用（2007）第 024271 号	成都天味向自贡天味增资取得	2007-11-14	3.10	40	0.83
7	郫国用（2011）第 103 号	以出让方式原始取得	2011-6-16	1,326.21	50	190.09
8	郫国用（2011）第 107 号	以出让方式原始取得	2011-6-28	980.43	50	137.26
合 计				3,886.12	-	623.64

注：公司土地使用权从出让起始日起，按其出让年限平均摊销。

3、商标

（1）公司在中国大陆拥有的商标

公司高度重视品牌建设，针对“大红袍”、“好人家”、“天车”，公司注册了多项保护性商标；公司为了未来业务的拓展、产品品类的丰富，注册了多项储备性商标。截至本招股说明书签署日，公司拥有的商标如下：

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
1		第 30 类	564083	2011 年 9 月 10 日至 2021 年 9 月 9 日	天味食品	继受取得，受让自自然人张泽群
2		第 29 类	1346710	2009 年 12 月 21 日至 2019 年 12 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自自然人张泽群
3		第 29 类	1284088	2009 年 6 月 14 日至 2019 年 6 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自自然人张泽群
4	天味	第 1 类	9541187	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
5	天味	第 2 类	9541186	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
				日		
6	天味	第 3 类	9541185	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
7	天味	第 5 类	9541184	2012 年 9 月 14 日至 2022 年 9 月 13 日	天味食品	原始取得
8	天味	第 6 类	9541183	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
9	天味	第 7 类	9541182	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
10	天味	第 10 类	9541181	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
11	天味	第 12 类	9541180	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
12	天味	第 16 类	9541179	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
13	天味	第 21 类	9541178	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
14	天味	第 30 类	6288308	2010 年 2 月 21 日至 2020 年 2 月 20 日	天味食品	原始取得
15	天味	第 30 类	8578879	2012 年 1 月 28 日至 2022 年 1 月 27 日	天味食品	原始取得
16	天味	第 31 类	9541177	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
17	天味	第 35 类	9541176	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
18	天味	第 40 类	9541175	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
				日		
19	天味	第 41 类	9541188	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
20	天味	第 30 类	8578869	2012 年 1 月 28 日至 2022 年 1 月 27 日	天味食品	原始取得
21	TEWAY	第 30 类	8578852	2011 年 8 月 28 日至 2021 年 8 月 27 日	天味食品	原始取得
22	Teway	第 30 类	8578854	2011 年 8 月 28 日至 2021 年 8 月 27 日	天味食品	原始取得
23	天车	第 2 类	9541147	2012 年 9 月 7 日至 2022 年 9 月 6 日	天味食品	原始取得
24	天车	第 3 类	9541148	2012 年 9 月 7 日至 2022 年 9 月 6 日	天味食品	原始取得
25	天车	第 5 类	9541149	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
26	天车	第 7 类	9541150	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
27	天车	第 10 类	9541151	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
28	天车	第 11 类	9541152	2012 年 7 月 28 日至 2022 年 7 月 27 日	天味食品	原始取得
29	天车	第 20 类	9541144	2012 年 8 月 28 日至 2022 年 8 月 27 日	天味食品	原始取得
30	天车	第 21 类	9541143	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
31	天车	第 29 类	9541142	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
32	天车	第 31 类	9541141	2012 年 10 月 28 日至 2022 年 10 月 27 日	天味食品	原始取得
33	天车	第 33 类	9541139	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
34	天车	第 40 类	9541137	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
35	天车	第 43 类	9541136	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
36	天车	第 44 类	9541135	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
37	天车	第 45 类	9541134	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
38	好人家	第 2 类	9541170	2012 年 10 月 7 日至 2022 年 10 月 6 日	天味食品	原始取得
39	好人家	第 3 类	9541169	2013 年 1 月 28 日至 2023 年 1 月 27 日	天味食品	原始取得
40	好人家	第 4 类	9541168	2012 年 9 月 7 日至 2022 年 9 月 6 日	天味食品	原始取得
41	好人家	第 8 类	9541167	2012 年 7 月 28 日至 2022 年 7 月 27 日	天味食品	原始取得
42	好人家	第 10 类	9541166	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
43	好人家	第 12 类	9541165	2012 年 8 月 21 日至 2022 年 8 月 20 日	天味食品	原始取得
44	好人家	第 13 类	9541164	2012 年 8 月 14 日至 2022 年 8 月 13 日	天味食品	原始取得

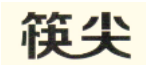
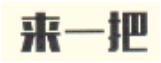
序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
45	好人家	第 14 类	9541163	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
46	好人家	第 15 类	9541162	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
47	好人家	第 22 类	9541161	2012 年 7 月 21 日至 2022 年 7 月 20 日	天味食品	原始取得
48	好人家	第 23 类	9541160	2012 年 7 月 21 日至 2022 年 7 月 20 日	天味食品	原始取得
49	好人家	第 26 类	9541159	2012 年 7 月 21 日至 2022 年 7 月 20 日	天味食品	原始取得
50	好人家	第 28 类	9541158	2012 年 11 月 28 日至 2022 年 11 月 27 日	天味食品	原始取得
51	好人家	第 30 类	1501986	2011 年 1 月 7 日至 2021 年 1 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
52	好人家	第 34 类	9541157	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
53	好人家	第 36 类	9541156	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
54	好人家	第 37 类	9541155	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
55	好人家	第 38 类	9541154	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
56	好人家	第 40 类	9541153	2012 年 10 月 21 日至 2022 年 10 月 20 日	天味食品	原始取得
57	好人家	第 43 类	6804568	2012 年 1 月 14 日至 2022 年 1 月 13	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
				日		
58	好人家	第 44 类	9541145	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
59	好人家	第 45 类	9541146	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
60	好人家	第 30 类	3091846	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
61	好人家	第 30 类	7278514	2011 年 1 月 28 日至 2021 年 1 月 27 日	天味食品	原始取得
62	好人家	第 30 类	8756431	2012 年 7 月 7 日至 2022 年 7 月 6 日	天味食品	原始取得
63	好人家 HAORENJIA	第 30 类	11031166	2013 年 10 月 14 日至 2023 年 10 月 13 日	天味食品	原始取得
64	好人家	第 30 类	11071871	2013 年 10 月 28 日至 2023 年 10 月 27 日	天味食品	原始取得
65	好人家香水	第 30 类	4793387	2018 年 4 月 7 日至 2028 年 4 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
66	好人家麻婆豆腐	第 30 类	4793388	2018 年 4 月 7 日至 2028 年 4 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
67	好人家	第 30 类	6960455	2012 年 7 月 14 日至 2022 年 7 月 13 日	天味食品	原始取得
68	大红袍	第 10 类	9541174	2012 年 06 月 28 日至 2022 年 06 月 27 日	天味食品	原始取得
69	大红袍	第 22 类	9541173	2012 年 8 月 7 日至 2022 年 8 月 6 日	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
70	大红袍	第 23 类	9541172	2012 年 8 月 7 日至 2022 年 8 月 6 日	天味食品	原始取得
71	大红袍	第 29 类	1447884	2010 年 9 月 21 日至 2020 年 9 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
72	大红袍	第 29 类	4627510	2018 年 2 月 28 日至 2028 年 2 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
73	大红袍	第 30 类	3751140	2006 年 4 月 7 日至 2026 年 4 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
74	大红袍	第 44 类	9541171	2012 年 6 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日	天味食品	原始取得
75	大红袍	第 30 类	4087972	2006 年 7 月 14 日至 2026 年 7 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
76	大红袍	第 30 类	4369682	2011 年 4 月 21 日至 2021 年 4 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
77	红袍	第 30 类	3709376	2010 年 11 月 14 日至 2020 年 11 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
78	红袍王	第 30 类	4954116	2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
79	小红袍	第 30 类	942595	2017 年 2 月 7 日至 2027 年 2 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
80	小红袍	第 30 类	3035747	2013 年 2 月 7 日至 2023 年 2 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
81	小红袍	第 30 类	3751080	2005 年 6 月 21 日至 2025 年 6 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
82	大红袍	第 30 类	3841784	2006 年 1 月 21 日至 2026 年 1 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
83	红照壁	第 29 类	4485124	2017 年 10 月 28 日至 2027 年 10 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
84	红照壁	第 30 类	4485123	2017 年 10 月 28 日至 2027 年 10 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
85	红照壁	第 32 类	4485122	2017 年 8 月 28 日至 2027 年 8 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
86	天味金塔	第 35 类	9966484	2012 年 11 月 21 日至 2022 年 11 月 20 日	天味食品	原始取得
87	天味金塔	第 41 类	9966516	2012 年 11 月 21 日至 2022 年 11 月 20 日	天味食品	原始取得
88	味	第 30 类	7139197	2011 年 1 月 28 日至 2021 年 1 月 27 日	天味食品	原始取得
89	人欢	第 29 类	719622	2004 年 12 月 14 日至 2024 年 12 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
90	笨笨羊 BENBEN YANG	第 30 类	3464669	2004 年 10 月 21 日至 2024 年 10 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
91	笨笨笨	第 30 类	4382129	2017 年 7 月 14 日至 2027 年 7 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
92	啵啵羊	第 30 类	4382136	2017 年 6 月 7 日至 2027 年 6 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自成都天味
93		第 30 类	8578835	2011 年 12 月 28 日至 2021 年 12 月 27 日	天味食品	原始取得
94		第 30 类	8578839	2011 年 11 月 21 日至 2021 年 11 月 20 日	天味食品	原始取得
95	羊羊羊	第 30 类	8578831	2011 年 11 月 21 日至 2021 年 11 月 20 日	天味食品	原始取得
96	好入家	第 30 类	8756428	2014 年 7 月 7 日至 2024 年 7 月 6 日	天味食品	原始取得
97	头三灶	第 30 类	12783771	2014 年 10 月 28 日至 2024 年 10 月 27 日	天味食品	原始取得
98	大红袍	第 30 类	6299153	2010 年 2 月 14 日至 2020 年 2 月 13 日	天味食品	原始取得
99	好人家麻辣王府	第 30 类	14127759	2015 年 4 月 14 日至 2025 年 4 月 13 日	天味食品	原始取得
100	好人家香水	第 30 类	14223731	2015 年 5 月 7 日至 2025 年 5 月 6 日	天味食品	原始取得
101	好人家香水	第 30 类	14223754	2015 年 5 月 7 日至 2025 年 5 月 6 日	天味食品	原始取得
102	功夫大红袍	第 30 类	14834155	2015 年 9 月 14 日至 2025 年 9 月 13 日	天味食品	原始取得
103	红炮	第 30 类	15841740	2016 年 6 月 14 日至 2026 年 6 月 13 日	天味食品	原始取得
104	洋葱街	第 30 类	18026845	2016 年 11 月 14 日至 2026 年 11 月 13 日	天味食品	原始取得
105	HAOZAN 好赞	第 30 类	7446560	2010 年 9 月 7 日至 2020 年 9 月 6 日	天味食品	继受取得，受让

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
						自四川一桶金餐饮管理有限公司
106		第 43 类	7111136	2010 年 8 月 14 日至 2020 年 8 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司
107		第 43 类	4485963	2008 年 9 月 21 日至 2018 年 9 月 20 日	天味食品	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司
108		第 30 类	17268355	2016 年 8 月 28 日至 2026 年 8 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司
109		第 43 类	17268387	2016 年 8 月 28 日至 2026 年 8 月 27 日	天味食品	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司
110		第 30 类	17324145	2016 年 9 月 7 日至 2026 年 9 月 6 日	天味食品	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司
111		第 43 类	17324203	2016 年 8 月 14 日至 2026 年 8 月 13 日	天味食品	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司
112		第 30 类	18163397	2016 年 12 月 7 日至 2026 年 12 月 6 日	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
113	有点火	第 35 类	18163398	2016 年 12 月 7 日至 2026 年 12 月 6 日	天味食品	原始取得
114	有点火	第 42 类	18163396	2016 年 12 月 7 日至 2026 年 12 月 6 日	天味食品	原始取得
115	点火	第 30 类	18026659	2017 年 01 月 28 日至 2027 年 01 月 27 日	天味食品	原始取得
116	点火	第 42 类	18207525	2017 年 02 月 14 日至 2027 年 02 月 13 日	天味食品	原始取得
117	点火	第 35 类	18207484	2017 年 02 月 14 日至 2027 年 02 月 13 日	天味食品	原始取得
118	有点火	第 9 类	19411729	2017 年 05 月 07 日至 2027 年 05 月 06 日	天味食品	原始取得
119	有点火	第 43 类	19411802	2017 年 05 月 07 日至 2027 年 05 月 06 日	天味食品	原始取得
120	天味	第 9 类	19411436	2017 年 05 月 07 日至 2027 年 05 月 06 日	天味食品	原始取得
121	天味	第 42 类	19411617	2017 年 05 月 07 日至 2027 年 05 月 06 日	天味食品	原始取得
122	味小火	第 42 类	19571777	2017 年 05 月 28 日至 2027 年 05 月 27 日	天味食品	原始取得
123	味小火	第 9 类	19571619	2017 年 05 月 28 日至 2027 年 05 月 27 日	天味食品	原始取得
124	味小火	第 30 类	19571813	2017 年 05 月 28 日至 2027 年 05 月 27 日	天味食品	原始取得
125	味小火	第 35 类	19571917	2017 年 05 月 28 日至 2027 年 05 月 27 日	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
126	味小火	第 43 类	19571655	2017 年 05 月 28 日至 2027 年 05 月 27 日	天味食品	原始取得
127	天味	第 35 类	19411543	2017 年 07 月 28 日至 2027 年 07 月 27 日	天味食品	原始取得
128	好人家	第 29 类	19411285	2017 年 07 月 28 日至 2027 年 07 月 27 日	天味食品	原始取得
129	大红袍	第 29 类	19411127	2017 年 07 月 28 日至 2027 年 07 月 27 日	天味食品	原始取得
130	好人家	第 30 类	19411353	2017 年 10 月 14 日至 2027 年 10 月 13 日	天味食品	原始取得
131	天味	第 30 类	19571622	2017 年 8 月 28 日至 2027 年 8 月 27 日	天味食品	原始取得
132	有点火	第 1 类	21918329	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
133	有点火	第 2 类	21918327	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
134	有点火	第 3 类	21918326	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
135	有点火	第 4 类	21918325	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
136	有点火	第 7 类	21918323	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
137	有点火	第 8 类	21918322	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
138	有点火	第 11 类	21918321	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
139	有点火	第 16 类	21918320	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
140	有点火	第 17 类	21918319	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
141	有点火	第 18	21918318	2018 年 1 月 7 日至	天味	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
		类		2028 年 1 月 6 日	食品	
142	有点火	第 20 类	21918317	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
143	有点火	第 21 类	21918316	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
144	有点火	第 22 类	21918315	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
145	有点火	第 23 类	21918314	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
146	有点火	第 24 类	21918313	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
147	有点火	第 25 类	21918312	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
148	有点火	第 30 类	21918310	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
149	有点火	第 31 类	21918309	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
150	有点火	第 32 类	21918308	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
151	有点火	第 34 类	21918305	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
152	有点火	第 37 类	21918304	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
153	有点火	第 38 类	21918303	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
154	有点火	第 39 类	21918302	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
155	有点火	第 40 类	21918301	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
156	有点火	第 41 类	21918300	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
157	有点火	第 42 类	21918299	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得
158	有点火	第 44 类	21918298	2018 年 1 月 7 日至 2028 年 1 月 6 日	天味食品	原始取得

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
159	有点火	第 5 类	21918324	2018 年 2 月 7 日至 2028 年 2 月 6 日	天味食品	原始取得
160	有点火	第 29 类	21918311	2018 年 2 月 7 日至 2028 年 2 月 6 日	天味食品	原始取得
161	敲门砖	第 30 类	22838220	2018 年 2 月 21 日至 2028 年 2 月 20 日	天味食品	原始取得
162	敲门砖	第 43 类	22838218	2018 年 2 月 21 日至 2028 年 2 月 20 日	天味食品	原始取得
163	天车 TIANCHE	第 30 类	149621	2013 年 3 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日	自贡天味	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司
164	天东	第 30 类	1611149	2011 年 7 月 28 日至 2021 年 7 月 27 日	自贡天味	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司
165	TIANCHE	第 29 类	571725	2011 年 11 月 20 日至 2021 年 11 月 19 日	自贡天味	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司
166	TIANCHE	第 29 类	573023	2011 年 11 月 30 日至 2021 年 11 月 29 日	自贡天味	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司
167	天车	第 30 类	1611150	2011 年 7 月 28 日至 2021 年 7 月 27 日	自贡天味	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司
168	天车牌 天车 TIANCHE	第 29、30 类	340060	2009 年 2 月 20 日至 2019 年 2 月 19 日	自贡天味	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司

序号	商标名称	类别	注册号	注册有效期限	所有人	取得方式
169	天车	第 30 类	7370296	2010 年 8 月 28 日至 2020 年 8 月 27 日	自贡天味	原始取得
170	有点味	第 30 类	24882554	2018 年 6 月 21 日至 2028 年 6 月 20 日	天味食品	原始取得
171	有点味	第 21 类	24882555	2018 年 6 月 21 日至 2028 年 6 月 20 日	天味食品	原始取得
172	有点味	第 11 类	24882556	2018 年 6 月 21 日至 2028 年 6 月 20 日	天味食品	原始取得
173	天味	第 21 类	24882549	2018 年 6 月 21 日至 2028 年 6 月 20 日	天味食品	原始取得
174	小红袍	第 11 类	24882553	2018 年 6 月 21 日至 2028 年 6 月 20 日	天味食品	原始取得
175	小红袍	第 21 类	24882551	2018 年 6 月 21 日至 2028 年 6 月 20 日	天味食品	原始取得

上述商标在发行人及其子公司之间相互无偿许可使用情况如下：

序号	商标名称	注册号	所有人	被许可使用人	许可期限截止日
51	好人家	1501986	天味食品	天味家园 自贡天味	2021 年 1 月 6 日
73	大红袍	3751140			2026 年 4 月 6 日
15	天味	8578879		天味家园	2022 年 1 月 27 日
20	天味	8578869			2022 年 1 月 27 日
62	好人家	8756431			2022 年 7 月 6 日
65	好人家香水	4793387			2028 年 4 月 6 日

序号	商标名称	注册号	所有人	被许可使用人	许可期限截止日
66	好人家麻婆豆腐	4793388			2028 年 4 月 6 日
93		8578835			2021 年 12 月 27 日
95	羊羊羊	8578831			2021 年 11 月 20 日
167	天车	1611150	自贡天味	天味食品 天味家园	2021 年 7 月 27 日
168		340060			2019 年 2 月 19 日
169	天 车	7370296			2020 年 8 月 27 日

公司已办理完毕上述列表中的商标许可合同备案手续。

（2）公司在中国大陆以外拥有的商标

除国内商标外，公司有9个商标在海外注册，具体情况如下：

序号	商标名称	类别	注册号/申请号	有效期	注册地
1	好人家	第 30 类	TMA753,589	2009 年 11 月 20 日至 2024 年 11 月 20 日	加拿大
2	好人家	第 30 类	3515731	2008 年 10 月 14 日至 2018 年 10 月 14 日	美国
3	大红袍	第 30 类	4076233	2011 年 12 月 27 日至 2021 年 12 月 27 日	美国
4	大红袍	第 30 类	1070566	2011 年 3 月 1 日至 2021 年 3 月 1 日	马德里（协定国：俄罗斯联邦；议定国：欧盟）
5	大红袍	第 30 类	1392936	2010 年 11 月 5 日至 2020 年 11 月 5 日	澳大利亚
6	大红袍	第 30 类	11993/2011	2011 年 8 月 5 日至 2021 年 8 月 5 日	毛里求斯
7	好人家	第 30 类	11994/2011	2011 年 8 月 5 日至 2021 年 8 月 5 日	毛里求斯
8	大红袍	第 30 类	TMA818546	2012 年 2 月 28 日至 2027 年 2 月 28 日	加拿大
9	大红袍	第 30 类	T1109173B	2011 年 7 月 8 日至 2021 年 7 月 8 日	新加坡

公司在中国大陆以外拥有9项商标专用权，其中通过《商标国际注册马德里协定》和《商标国际注册马德里协定有关议定书》取得的国际注册商标，已经获得指定国家法律的保护；公司拥有的其他途径注册的国外商标的法律状态应当以

当地的法律规定判定。

公司注册了多项保护性商标和储备性商标，公司注册的保护性和储备性商标未确认入账价值，公司有入账价值的商标以受让的商标为主，具体情况如下：

序号	商标名称	注册号	取得来源	取得时间	入账价值	摊销年限	累计摊销
1		564083	继受取得，受让自自然人张泽群	2010-7-20	15.00	10	12.00
2		1346710					
3		1284088					
4	好人家	1501986	继受取得，受让自成都天味	2007-11-14	4.30	10	4.30
5	好人家香水	4793387		2007-10-9			
6	好人家麻辣豆腐	4793388		2007-10-9			
7	大红袍	1447884		2007-11-14			
8	好人家	3091846		2007-10-9			
9	大红袍	4627510		2007-10-9			
10	大红袍	3751140		2007-10-9			
11	大红袍	4087972		2007-10-9			
12	大红烧	4369682		2011-4-21			
13	红袍	3709376		2007-10-9			
14	红袍王	4954116		2007-10-9			
15		942595		2007-11-14			
16		3035747		2007-11-14			
17	小红袍	3751080		2007-11-14			
18	大红袍	3841784		2007-11-14			
19		719622		2007-11-14			
20	笨笨羊	3464669		2007-11-14			
21	嗷嗷羊	4382136		2007-11-14			
22		7446560	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司	2017-1-13	13.46	10	2.02
23		7111136		2017-1-13			
24		4485963		2017-1-13			

序号	商标名称	注册号	取得来源	取得时间	入账价值	摊销年限	累计摊销
25	筷尖	17268355	继受取得，受让自四川一桶金餐饮管理有限公司	2017-1-13	1.21	10	0.18
26	筷尖	17268387		2017-1-13			
27	来一把	17324145		2017-1-13			
28	来一把	17324203		2017-1-13			
29	TIANCHE	149621	继受取得，受让自自贡天车酿造有限公司	2006-8-7	46.50	10	46.50
30	天东	1611149		2006-8-7			
31	TIANCHE	571725		2006-8-7			
32	TIANCHE	573023		2006-8-7			
33	天车	1611150		2006-8-7			
34	TIANCHE	340060		2006-8-7			
35	有点火	21918329	原始取得	2008-1-7	2.01	10	0.10
36	有点火	21918327		2008-1-7			
37	有点火	21918326		2008-1-7			
38	有点火	21918325		2008-1-7			
39	有点火	21918323		2008-1-7			
40	有点火	21918322		2008-1-7			
41	有点火	21918321		2008-1-7			
42	有点火	21918320		2008-1-7			
43	有点火	21918319		2008-1-7			
44	有点火	21918318		2008-1-7			
45	有点火	21918317		2008-1-7			
46	有点火	21918316		2008-1-7			
47	有点火	21918315		2008-1-7			
48	有点火	21918314		2008-1-7			
49	有点火	21918313		2008-1-7			
50	有点火	21918312		2008-1-7			
51	有点火	21918310		2008-1-7			
52	有点火	21918309		2008-1-7			
53	有点火	21918308		2008-1-7			
54	有点火	21918305		2008-1-7			

序号	商标名称	注册号	取得来源	取得时间	入账价值	摊销年限	累计摊销
55	有点火	21918304		2008-1-7			
56	有点火	21918303		2008-1-7			
57	有点火	21918302		2008-1-7			
58	有点火	21918301		2008-1-7			
59	有点火	21918300		2008-1-7			
60	有点火	21918299		2008-1-7			
61	有点火	21918298		2008-1-7			
62	好人家	TMA753,589		2009-11-20			
63	好人家	3515731		2008-10-14			
64	大红袍	4076233		2011-12-27			
65	大红袍	1070566	原始取得	2011-3-1	6.50	10	6.50
66	大红袍	1392936		2010-11-5			
67	大红袍	11993/2011		2011-8-5			
68	好人家	11994/2011		2011-8-5			
合计					88.99	-	71.61

4、软件

公司所使用的软件包括微软软件、财务软件等，具体情况如下：

单位：万元

序号	软件名称	终止日期	所有权人	取得方式	取得时间	入账价值	摊销年限（年）	累计摊销
1	金蝶财务软件	长期	四川佰特科技咨询有限公司	授权许可	2011 年 8 月	21.29	5	21.29
2	用友财务软件	长期	用友软件股份有限公司四川分公司	授权许可	2015 年 12 月	318.67	5	209.32
3	旧版财务软件	长期	成都维圣科技有限公司	授权许可	2007 年 5 月	32.47	5	32.47
4	旺店通 ERP（电商订单处理）	长期	北京掌上先机网络有限公司	授权许可	2016 年 7 月	83.56	5	30.48
5	OA 办公软件	长期	成都良坤科技有限公司	授权许可	2013 年 9 月	22.52	5	21.39
6	旧版 OA 办公软件	长期	四川佰特科技咨询有限公司	授权许可	2009 年 1 月	5.00	5	5.00
7	客道 CRM（电子商务客户关系管理专家系统）	长期	厦门南讯软件科技有限公司	授权许可	2018 年 5 月	2.56	5	0.09
合　　计						486.07	-	320.04

5、专利

截至本招股说明书签署日，公司已经获得授权的专利如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	有效期
1	牛油火锅底料全自动包装生产线	发明专利	ZL200810177035.7	2008 年 11 月 12 日	20 年
2	红焖牛羊肉调味料及其制备方法	发明专利	ZL201010193470.6	2010 年 6 月 4 日	20 年
3	辣子鸡调味料及其制备方法	发明专利	ZL201010193478.2	2010 年 6 月 4 日	20 年
4	火锅底料冷却成型生产系统	发明专利	ZL201010157723.4	2010 年 4 月 28 日	20 年
5	一种制作烧鸡公的调味料及其制备方法	发明专利	ZL201110260291.4	2011 年 9 月 5 日	20 年
6	一种制作香辣兔的调味料及其制备方法	发明专利	ZL201110260341.9	2011 年 9 月 5 日	20 年
7	一种水煮肉片调料及其制备方法	发明专利	ZL201210436290.5	2012 年 11 月 5 日	20 年
8	一种麻辣烫火锅底料及其制备方法	发明专利	ZL201210436020.4	2012 年 11 月 5 日	20 年
9	香辣虾调味料及制作方法	发明专利	ZL201310349249.9	2013 年 8 月 12 日	20 年
10	一种魔芋烧鸭调料及其制备方法	发明专利	ZL201410341902.1	2014 年 7 月 17 日	20 年
11	一种新疆大盘鸡调料及其制备方法	发明专利	ZL201410341932.2	2014 年 7 月 17 日	20 年
12	一种三鲜火锅底料及其制备方法	发明专利	ZL201510427655.1	2015 年 7 月 20 日	20 年
13	调味料炒制智能监控系统	实用新型	ZL201620770435.9	2016 年 7 月 21 日	10 年
14	包装纸（好人家鸡精）	外观设计	ZL200830075884.2	2008 年 7 月 1 日	10 年
15	包装纸(好人家纯味精)	外观设计	ZL200830075885.7	2008 年 7 月 1 日	10 年
16	包装纸（麻辣鱼）	外观设计	ZL200830265308.4	2008 年 11 月 7 日	10 年
17	包装袋（好人家 1）	外观设计	ZL200930106904.2	2009 年 4 月 15 日	10 年
18	包装袋（好人家 2）	外观设计	ZL200930106905.7	2009 年 4 月 15 日	10 年
19	包装袋（好人家经典 2000 水煮鱼调料）	外观设计	ZL201130121680.X	2011 年 5 月 16 日	10 年
20	包装袋（好人家老坛酸菜鱼调料）	外观设计	ZL201130121677.8	2011 年 5 月 16 日	10 年
21	包装袋（大红袍红汤火锅底料）	外观设计	ZL201130121694.1	2011 年 5 月 16 日	10 年
22	包装袋（羊羊羊涮羊肉	外观设计	ZL201130121696.0	2011 年 5 月 16 日	10 年

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	有效期
	调料）				
23	包装袋（好人家泡时蔬泡制料）	外观设计	ZL201230431061.5	2012 年 9 月 10 日	10 年
24	包装袋（好人家泡凤爪泡制料）	外观设计	ZL201230431270.X	2012 年 9 月 10 日	10 年
25	包装袋	外观设计	ZL201430386152.0	2014 年 10 月 14 日	10 年
26	包装袋（好人家）青花椒鱼	外观设计	ZL201530255744.3	2015 年 7 月 16 日	10 年
27	包装瓶（有点火）红油辣椒	外观设计	ZL201630182173.X	2016 年 5 月 16 日	10 年
28	包装瓶（有点火）热拌调味油	外观设计	ZL201630182170.6	2016 年 5 月 16 日	10 年
29	包装袋（有点火）精选青花椒	外观设计	ZL201630182169.3	2016 年 5 月 16 日	10 年
30	包装袋（有点火）成都担担面	外观设计	ZL201630182168.9	2016 年 5 月 16 日	10 年
31	包装袋	外观设计	ZL201730418406.6	2017 年 9 月 4 日	10 年
32	包装袋	外观设计	ZL201730415860.6	2017 年 9 月 4 日	10 年
33	包装袋	外观设计	ZL201730414387.X	2017 年 9 月 4 日	10 年
34	包装袋	外观设计	ZL201730414386.5	2017 年 9 月 4 日	10 年

上述序号 1-34 的专利权均系天味食品以原始取得方式取得。

6、著作权

（1）截至本招股说明书签署日，本公司拥有著作权具体情况如下：

序号	作品名称	作品类型	著作权人	作者	登记日期	登记号
1	天味	美术作品	天味食品	王涛	2014年4月3日	21-2005-F(1470)-0287
2	羊羊羊LOGO标识	美术作品	天味食品	邓文	2014年4月3日	21-2011-F(8127)-0340
3	TEWAY Relish your life标识	美术作品	天味食品	邓文	2014年4月3日	21-2011-F(8128)-0341
4	天味用心调味生活标识	美术作品	天味食品	邓文	2014年4月3日	21-2011-F(8129)-0342
5	大红袍四川印象全系列包装设计	其他	天味食品	天味食品	2014年11月27日	国作登字-2014-L-00159410
6	大红袍（中国红）	其他	天味食品	天味食品	2015年5月25日	国作登字-2015-L-00205055
7	有点火	美术作品	天味食品	天味食品	2016年6月22日	国作登字-2016-F-00272225

序号	作品名称	作品类型	著作权人	作者	登记日期	登记号
8	有点火系列	美术作品	天味食品	天味食品	2016年6月22日	国作登字-2016-F-00272226

上述第 1 项著作权系天味食品从成都天味处受让取得，第 2 至第 8 项著作权系天味食品原始取得。

（2）截至本招股说明书签署日，公司取得著作权许可的情况如下：

作品登记号	名称	类型	登记日期	作者
10S-2008-F-005	叶根友毛笔行书字体	美术作品（书法）	2008 年 1 月 3 日	叶根友
10S-2008-F-006	叶根友毛笔行书（繁）	美术作品（书法）	2008 年 1 月 3 日	叶根友

上述两项著作权系叶根友许可给公司及其子公司使用，公司为上述著作权许可向叶根友支付了5万元人民币的价款，许可期限为永久。叶根友与公司实际控制人、董监高之间不存在关联关系。

序号	作品登记号	名称	类型	登记日期	作者
1	2009-F-020560	汉仪菱心体（简）	美术作品	2009 年 9 月 9 日	北京汉仪科印信息技术有限公司
2	2009-F-020858	汉仪书魏体（简）	美术作品	2009 年 9 月 25 日	
3	2009-F-020548	汉仪秀英体（简、繁）	美术作品	2009 年 9 月 9 日	
4	2010-F-031161	汉仪综艺体（简、繁）	美术作品	2010 年 9 月 9 日	
5	2010-F-031158	汉仪中黑（简、繁）	美术作品	2010 年 9 月 9 日	
6	2010-F-031160	汉仪中圆（简、繁）	美术作品	2010 年 9 月 9 日	
7	2010-F-031159	汉仪中隶书（简、繁）	美术作品	2010 年 9 月 9 日	
8	2010-F-031953	汉仪大宋（简、繁）	美术作品	2010 年 10 月 22 日	
9	2010-F-031948	汉仪楷体（简、繁）	美术作品	2010 年 10 月 22 日	
10	2010-F-031954	汉仪粗黑（简、繁）	美术作品	2010 年 10 月 22 日	
11	2010-F-031961	汉仪魏碑（简、繁）	美术作品	2010 年 10 月 22 日	
12	2010-F-031960	汉仪长美黑（简、繁）	美术作品	2010 年 10 月 22 日	

上述12项著作权系北京汉仪科印信息技术有限公司许可公司及其子公司使用，公司为上述著作权许可向北京汉仪科印信息技术有限公司支付了10万元人民

币的价款，许可期限为永久。根据北京汉仪科印信息技术有限公司出具的承诺，北京汉仪科印信息技术有限公司股东、董监高与公司实际控制人、董监高不存在关联关系。

六、发行人相关的生产许可情况

（一）经营资质

截至本招股说明书签署日，本公司及控股子公司拥有的业务资质如下：

名称	编号	有效期至	许可范围	持有人
食品生产许可证	SC10351011600847	2022 年 10 月 30 日	调味品	天味食品
	SC10351012400025	2022 年 4 月 23 日	调味品（原 QS 证：QS510103040080） 调味品（原 QS 证：QS510103050115、QS510103070807） 蔬菜制品（原 QS 证：QS510116010987)	天味家园
	SC10351030200028	2021 年 6 月 11 日	调味品（酱类：甜面酱，原 QS 证：QS510303060003） 调味品（酱油：酿造酱油，原 QS 证：QS510003013752) 调味品（调味料：半固态（酱）调味料，原 QS 证：QS510303070039)	自贡天味
食品经营许可证	JY35101160013742	2021 年 11 月 10 日	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，热食类食品制售	天味食品
	JY35101240025444	2022 年 5 月 23 日	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售	天味家园
中国商品条码系统成员证书	物编注字第 21394 号	2019 年 12 月 11 日	-	天味食品
	物编注字第 384251 号	2020 年 6 月 14 日	-	天味家园
	物编注字第 1509 号	2020 年 6 月 3 日	-	自贡天味
成都市清真食品登记证	5101220003	2019 年 10 月 31 日	生产、销售清真调味品	天味食品
	5101240005	2019 年 6 月 30 日	调味料（固态、半固态、调味油）、酱腌菜系列	天味家园
清真监制证书	QGW075119	2019 年 1 月 2 日	-	天味食品

名称	编号	有效期至	许可范围	持有人
	QGW075150	2019 年 6 月 22 日	-	天味家园
增值电信业务经营许可证	B2-20160787	2021 年 6 月 28 日	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）	天味食品
	川 B2-20160285	2021 年 8 月 24 日	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	天味食品
出口食品生产企业备案证明	5100/17034	2021 年 6 月 8 日	火锅底料	天味食品
	5100/17051	2018 年 8 月 31 日	复合调味料	天味家园
对外贸易经营者备案登记表	02064266	-	-	天味食品
进出口货物收发货人报关注册登记证书	5101965606	长期	-	天味食品
自理报检单位备案登记证明书	5100603950	2019 日年 6 月 25	-	天味食品

（二）排放污染物许可证

本公司持有川环许A双7579号《排放污染物许可证》，有效期至2020年12月31日；自贡天味现持有川环许C00001号《排放污染物许可证》，有效期至2019年1月21日；天味家园现持有川环许A郫0104号《排放污染物许可证》，有效期至2019年1月10日。

七、发行人技术和研发情况

（一）研发模式

1、研发机构设置

本公司设立了产品研发中心负责技术和产品研发工作，产品研发中心下设研发项目部、研发支持部和原料技术部。

2、研发流程

公司已经建立了比较完善的研发流程，制定了《传统及通用产品研发工作程序》、《定制餐调产品开发管理办法》等相关制度，形成了一套从项目建议、信息

收集、项目立项到产品研发、项目评审、生产实施的完整的技术创新管理体系。在此流程中，公司营销中心品牌部、研发中心、设备管理部、质量管理部等相关部门均参与到产品研发的不同环节，以确保产品研发项目顺畅进行。产品经过试验期和定型期后，确定最终产品配方和工艺设备，并制定产品质量标准、产品特性及生产技术规范，经批准后，最终进入产业化批量生产阶段。

3、技术储备情况

截至2018年6月30日，公司拥有技术及研发人员112人，主要专业领域涉及食品科学与技术、生物工程与技术、营养食品检验与管理等学科。

公司经过多年的经营，形成了具有自主知识产权的产品配方；在火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料等产品的原料预处理、配料、炒制等环节积累了丰富的生产经验；公司率先致力于复合调味品生产自动化技术及装备的研发，突破了复合调味品全自动炒制技术、复合调味品全自动输送灌装技术、火锅底料称量及冷却成型技术及复合调味品全自动外包装技术等。其中，火锅底料冷却成型生产系统、牛油火锅底料全自动包装生产线等研发成果均获得了国家发明专利；火锅底料灌装工序自动化技术及装备获得了中国调味品协会“新工艺”奖。

公司拥有调味品炒制、灌装、冷却成型、包装四大工艺的完整生产设备，掌握了生产过程所需的核心技术和生产工艺。本公司依靠其研发和技术能力，不断研制新工艺和新技术，极大提高了公司生产效率，保障了公司产品质量。公司目前所采用的主要生产技术及用途如下：

序号	技术名称	技术所处阶段	主要用途
1	原料煮制预处理技术	大批量生产	主要用于干辣椒的煮制漂烫。
2	原料微波杀菌技术	大批量生产	主要用于处理辣椒、花椒等干料包微生物杀菌。
3	原料用油炼化预处理技术	大批量生产	主要用于牛油、起酥油的熔化预处理工序。
4	火锅底料调配、炒制技术	大批量生产	主要用于火锅底料的全自动称量、炒制工序。
5	全自动炒锅炒制技术	大批量生产	主要用于火锅底料的全自动炒制工序。
6	火锅底料自动输送技术	大批量生产	主要用于火锅底料管道输送工序。
7	火锅底料自动灌装技术	大批量生产	主要用于火锅底料自动灌装工序。
8	火锅底料全自动称量冷却成	大批量生产	主要用于火锅底料全自动复称、冷

序号	技术名称	技术所处阶段	主要用途
	型技术		却、成型工序。
9	鸡精提鲜调味技术	大批量生产	主要用于鸡精生产的配方优化，以提升鲜味。
10	鸡精抗吸潮技术	大批量生产	主要解决鸡精开袋后易吸潮溶解的问题。
11	原料用油的自动计量技术	大批量生产	主要用于高温牛油、色拉油的自动计量输送工序。
12	油料自动分离技术	大批量生产	主要用于火锅底料的油、料自动分离工序。
13	不规则物料自动灌装技术	大批量生产	主要用于不规则物料的自动灌装。
14	液态物料自动灌装技术	大批量生产	主要用于高温液态物料的自动灌装。
15	粉状物料自动灌装技术	大批量生产	主要用于粉状物料的自动灌装。
16	自动组合包装技术	大批量生产	主要用于多料包产品的自动组合外袋包装。

4、研发投入情况

2015年度、2016年度、2017年度和2018年1-6月，公司研发投入分别为2,324.02万元、2,450.27万元、2,276.68万元和949.56万元，研发投入占主营业务收入的比例分别为2.68%、2.50%、2.15%、和2.00%。

（二）主要研发成果和正在研发的主要项目

1、公司研发成果

公司具有较强的新产品、新工艺等自主开发能力，技术水平在川味复合调味料行业处于领先水平。公司产品研发中心每年持续进行新产品开发、新工艺、新技术及基础研究。报告期内，公司完成的新产品、新工艺、基础研究等项目具体如下：

（1）新产品研发成果

年度	新产品研发成果
2018年1-6月	新品手工牛油火锅底料、新品手工清油火锅底料、椒麻鱼调料、新品藤椒鱼调料、招牌大盘鸡调料、麻辣牛肉方便火锅底料
2017年	番茄鱼调料、金汤酸菜鱼调料、小龙虾调料、番茄虾火锅底料、蒜香排骨调料、方便自热火锅、鲜花椒鱼调料、辣卤调料、甲鱼调料、香辣牛肉饭调料、黄焖调料
2016年	鱼火锅、烧烤调料、番茄火锅底料、冬阴功火锅底料、老火锅风味火锅底料、腌码调味粉、手工火锅底料

2015 年	特色川菜系列、麻辣酱调料、藤椒鱼调料、新品酸菜鱼系列、冒菜调料、串串调料、米线调料、面调料、菌汤火锅底料、烤鱼调料、红油调料、火锅蘸料、麻辣清油火锅底料

（2）基础研究、新工艺研究成果

序号	项目名称	项目类型	说明
1	产品提色、提辣研究	基础研究	对产品的色泽、辣度进行研究，通过原料选择与工艺调整，对产品品质进行改良
2	产品提麻、提香研究	基础研究	对产品的麻味、香味进行研究，通过原料选择与工艺调整，对产品品质进行改良
3	产品及菜品适宜盐分研究	基础研究	对产品和将烹饪出的菜品盐分进行研究，为产品开发和改良提供依据
4	香水产品包装合格率研究	基础研究	对产品料液比、物料温度等因素进行研究，为提高包装合格率提供支持
5	研究如何提升干料包风味及特点	基础研究	主要从辣椒和花椒的处理工艺，以及品种的选择优化上入手，为提升产品品质提供支持
6	焖锅工艺	新工艺	让复合调味料中各种风味物质更好融合，提升产品风味
7	利用栅栏技术控制微生物的研究	基础研究	解决粉状调料杀菌不稳定的难题
8	香辛料品种及呈味研究	基础研究	对不同香辛料的风味特征进行研究，为产品开发和改良提供支持

2、正在进行的研发项目及进展情况

公司正在进行的研发项目具体如下：

序号	研发项目	类型	进展状况	用途
1	泡制品新原料呈味研究	基础研究	研发阶段	对新的泡制品原料进行研究，为产品开发和改良提供支持
2	产品保质期论证试验研究	基础研究	研发阶段	系统研究产品的加速试验，论证产品在不同贮存条件下的保质期状况
3	香辛料复配及呈味研究	基础研究	研发阶段	对香辛料复配后的呈味特征进行研究，为产品开发和改良提供支持
4	泡萝卜防褐变研究	基础研究	研发阶段	减缓泡萝卜褐变速度，提升产品货架期
5	青花椒护色保鲜研究	基础研究	研发阶段	延长青花椒的存储期
6	酱、腊肉调料给袋式包装研究	新工艺	试验阶段	提高产品包装合格率，降低损耗

序号	研发项目	类型	进展状况	用途
7	新品小龙虾系列调料	新产品	研发阶段	新产品开发
8	新品调味汁	新产品	研发阶段	新产品开发
9	新品火锅底料	新产品	研发阶段	新产品开发

（三）研发人才激励制度和技术保密措施

1、研发人才激励制度

本公司为确保研发人才的高素质和研发人员科研能力的持续提高，建立了《奖励管理办法》、《研发定制餐调项目激励办法》等一系列研发激励制度。针对新产品、新工艺以及发明专利等不同研发项目，按项目的经济效益和社会效益等指标综合评定，给予研发人员奖金、晋升以及加薪等奖励，有效的激励了研发人员的工作热情。

2、技术保密措施

公司已对核心技术采取了严密的保密措施并加以严格执行。同时，公司对关键生产环节实行工序隔离，产品核心配方的构成仅由少数核心技术人员掌握，制备时需由其单独秘密制成；产业化生产时，车间人员无需掌握配方制作工艺，仅根据每一批次产量投入固定比例的配方料包即可，有效避免了配方外流的可能。此外，公司与核心技术人员均签订了《知识产权保护、保密暨竞业限制协议》，明确了相关人员的保密义务和责任、需要保密的内容、违约责任以及竞业限制。

（四）创新机制

1、坚持创新发展战略

公司本着可持续、稳定、健康发展的思路，重视对产品开发的投入和自身技术综合实力的提高。公司每年均会建立合理、完善的产品开发战略计划，并制定与之相配套的研发人员绩效考核制度、项目研发奖励制度等。

2、技术创新的组织和制度保障

公司产品研发中心为四川省企业技术中心，是专门负责产品研发及工艺、技术研究的部门，构建完善了技术开发组织体系，并建立了符合企业实际的研发管

理制度、人才管理和激励制度，产学研结合紧密，为公司的持续创新打下了坚实的基础。

3、重视研发的投入

公司将产品研发工作作为公司发展的和提升核心竞争力的重要保证。公司始终重视新产品、新技术、新工艺、新设备的开发与创新，在人力、物力、财力上不断加大对研发工作的投入。

4、加强研发技术人才的培养和储备

公司制定了人才的短期和长期发展计划，建立了内外培训、多岗锻炼的人才机制，积极为研发人员学习新知识、掌握新技术创造条件。经过多年的努力，公司通过培养、引进等渠道储备了各类优秀专业人才，形成了一支敢于创新、积极奉献的年轻技术队伍，有力的提升了公司的自主创新能力。

八、发行人质量管理情况

（一）取得的管理体系认证认可情况

本公司通过了ISO9001质量管理体系认证、ISO22000食品安全管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、OHSAS18001职业健康安全管理体系认证和HACCP体系认证，公司实验室获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书。公司质量控制以实现“三化”管理为目标，即流程程序化、作业标准化、管理规范化，软硬件结合的全面质量管理体系以确保公司产品质量稳定且安全可靠。公司取得的管理体系认证认可情况具体如下：

名称	编号	有效期至	持有人
中国合格评定国家认可委员会实验室认可证书	CNAS L10651	2024.01.15	天味食品
ISO9001 质量管理体系认证	00116Q35261R2M/5100	2019.06.08	天味食品
	00117Q311474R1M/5100	2020.12.21	天味家园
	02616Q30973R2M	2020.01.03	自贡天味
ISO22000 食品安全管理体系认证	001FSMS1300683	2019.06.25	天味食品
	001FSMS1401105	2020.12.21	天味家园

名称	编号	有效期至	持有人
HACCP 体系认证	001HACCP1600603	2019.10.20	天味食品
	001HACCP1500542	2018.12.28	天味家园
OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证	00116S21008R3M/5100	2019.06.16	天味食品
	00118S20099R1M/5100	2020.12.22	天味家园
ISO14001 环境管理体系认证	00116E31560R3M/5100	2019.06.05	天味食品
	00115E33724R0M/5100	2018.12.29	天味家园

2017年，公司被四川省质量协会评定为“四川省2016年度实施卓越绩效模式先进企业”，被中国质量协会评定为“2017年全国实施卓越绩效模式先进企业”，并在2017年中国食品安全年会中被授予“2017年度中国食品安全年会百家诚信示范单位”。

（二）质量标准

1、严格的标准化生产

公司作为食品加工企业，遵循中国国家标准化管理委员会制定的国家标准有：《企业标准体系要求》（GB/T 15496-2003）、《企业标准体系技术标准体系》（GB/T 15497-2003）、《预包装食品标签通则》（GB7718-2011）、《食品添加剂使用标准》（GB2760-2014）等。同时，本公司根据国家有关规定，结合市场和消费者的需求，对不同种类、不同口味的产品制定了产品企业标准。

公司执行的主要质量标准情况如下所示：

序号	产品类别	标准代号	四川省卫生厅备案号	标准类别
1	火锅调料	Q/TWS0001S-2018	51010453S-2018	企业标准
2	半固态复合调味料	Q/TWS0002S-2018	51010454S-2018	企业标准
3	酱腌（卤）肉调味料	Q/TWS0004S-2018	51010451S-2018	企业标准
4	香肠调料	Q/TWS0005S-2018	51010452S-2018	企业标准
5	腌制调味料	Q/TWS0009S-2018	51010374S-2018	企业标准
6	香辣酱	DBS 51/003-2016	51030020S-2015	企业标准
7	粉蒸肉调料	Q/TWS0006S-2016	51010250S-2016	企业标准
8	腌制蔬菜类调料	Q/TWS0003S-2016	51010416S-2016	企业标准
9	固态复合调味料	Q/TWS0007S-2015	51002134S-2015	企业标准

序号	产品类别	标准代号	四川省卫生厅备案号	标准类别
10	食用调味油	Q/TWS0008S-2017	51010133S-2017	企业标准
11	液态复合调味料	Q/TWS0010S-2016	51003666S-2016	企业标准
12	风味火锅底料	Q/TWS0011S-2017	51000078S-2017	企业标准
13	风味半固态复合调味料	Q/TWS0012S-2017	51000079S-2017	企业标准
14	鸡精调味料	SB/T10371-2003	-	行业标准
15	甜面酱	SB/T10296-2009	-	行业标准
16	辣椒酱	NY/T1070-2006	-	行业标准
17	酱腌菜	SB/T10439-2007	-	行业标准
18	谷氨酸钠（味精）	GB/T8967-2007	-	国家标准
19	酿造酱油	GB18186-2000	-	国家标准
20	油辣椒	GB/T20293-2006	-	国家标准
21	地理标志产品郫县豆瓣	GB/T20560-2006	-	国家标准
22	香辛料调味品通用技术条件	GB/T15691-2008	-	国家标准

2、积极参与产品质量标准的制定工作

本公司积极参与多种川味复合调味料产品国家或地方质量标准的制定工作。通过参与此项工作，公司可以随时了解产品质量标准变动或发展的最新情况，使公司产品始终达到或高于产品质量标准。

公司参与的标准制订工作具体如下：

序号	标准名称	标准类型	备注
1	火锅底料	国家标准	正在制订
2	辣椒酱	国家标准	正在制订
3	川式复合调味料	四川省地方标准	正在制订
4	川式佐餐调味料	四川省地方标准	正在制订
5	火锅底料生产企业 HACCP 应用指南	四川省地方标准	已颁布
6	食品安全地方标准火锅底料	四川省地方标准	已颁布
7	食品安全地方标准半固态复合调味料	四川省地方标准	已颁布
8	酱腌肉调料技术要求	四川省地方标准	已颁布
9	川式甜面酱技术要求	四川省地方标准	已颁布
10	香肠调料技术要求	四川省地方标准	已颁布

11	食品安全地方标准酸菜类调料	四川省地方标准	已颁布

（三）质量控制措施

1、质量控制机构

公司专门成立了以总经理为组长的食品质量安全小组，该小组主要负责提出加强产品质量和食品安全的工作要求，总体把控食品质量安全，督查各部门食品安全及质量控制落实情况，以及开展有关食品安全的调查研究等。该小组的设立体现了公司将食品安全放在公司日常经营的首要位置。

同时，公司设立了质量管理部，全面负责公司的质量管理工作，包括制定和修订采购质量、生产质量和服务质量等规范性文件，定期组织员工参加质量控制培训，定期或不定期收集质量数据和用户满意度数据，组织原辅料、半成品、成品质量检测等。目前，公司已经建立起以集团质量管理部及各子公司品控技术部为核心的食品安全管理团队共计 130 余人。

2、食品安全及质量控制制度建设

公司在质量管理部设立了法规团队，负责对与公司产品质量、食品安全相关的法律、法规、标准及其他相关要求进行检索、收集、评估。公司质量管理部设专人检索、收集公司适用的法律法规信息，并评估其对公司生产、服务过程产生的影响，评价其有效性、适用性以及适用条款的合规性，对公司有重大影响的法规由质量管理部通过组织召开专项合规性评价会议或专项核查等形式开展专项合规性评价。

结合相关行业法规，公司制定了从原材料采购到产品生产、产品销售、产品售后等一系列质量控制制度及规范性文件，确保公司食品安全及质量控制工作有章可循、有法可依。公司有关食品安全及质量控制的制度及文件主要有：

序号	名称
1	《管理手册》
2	《食品安全小组工作制度》
3	《HACCP 计划》
4	《供应商管理制度》

序号	名称
5	《传统及通用产品研发工作程序》
6	《中试及试生产管理制度》
7	《标识和可追溯性控制程序》
8	《合规性评价控制程序》
9	《食品安全巡查管理办法》
10	《原辅材料加工监督管理制度》
11	《原辅料内控标准》
12	《质量异常处理办法》
13	《食品添加剂使用监督管理办法》
14	《质量控制规程》
15	《半成品、成品质量标准》
16	《原料、半成品及成品放行制度》
17	《流通领域食品质量安全保障管理办法》
18	《产品退货管理办法》
19	《产品召回管理办法》
20	《油脂类原料监督管理办法》
21	《食品防护计划》
22	《食品安全事故应急预案》

上述制度及规范性文件主要由公司质量管理部负责组织各部门实施，公司食品质量安全小组负责督查各个环节的具体实施情况。

3、原辅材料质量控制

公司选用多种原辅料进行川味复合调味料的生产，对所选用的原辅材料，要求供应商严格按照已有的国家、行业或地方标准执行，公司主要原辅材料执行标准情况如下：

序号	名称	执行标准
1	牛油	GB10146-2015
2	菜籽油一级	GB/T1536-2004、GB2716-2005
3	起酥油	LS/T 3218-1992、GB15196-2015
4	大蒜	GH/T1194-2017
5	生姜	NY/T1193-2006

序号	名称	执行标准
6	味精	GB/T8967-2007、GB2720-2015
7	食用盐	GB/T5461-2000、GB2721-2015
8	白砂糖	GB/T317-2006、GB13014-2014
9	辣椒	SB/T10967-2013
10	花椒	GB/T 15691-2008
11	豆瓣	Q/XHX0001S-2017、GB/T20560-2006
12	豆粕	GB/T 13382-2008 、GB14932-2016
13	麦麸	Q/SRJ0001S-2017
14	小麦粉	GB/T1355-1986

同时，为了严格把控原辅材料质量，公司采取了严格的供应商管控措施，根据供应商供应物料的风险级别及供应商的质量管理水平建立了供应商分级管理制度，针对高风险类供应商公司每年进行现场审核；公司还建立了原料食品安全风险监测计划，对原料食品安全风险指标进行监督抽检，防止原料引入风险；针对农产品干料类、泡制品类核心原料，公司实施关键过程管理，对重点原料采收环节进行深入跟进以及由原料技术部专职原料技术员进行驻厂监控。此外，公司还与食品伙伴网合作，建立供应商食品安全抽检风险信息预警机制，供应商一旦发生国内监督抽检不合格，将第一时间获得信息并采取相关措施。

对于食品添加剂的质量控制，公司质量管理部作为公司使用食品添加剂等原辅料的内部监督管理部门，对添加剂的采购、进厂验收、库房贮存、生产使用记录等各个方面进行监督管理，确保公司添加剂的使用严格按照《食品添加剂使用标准》（GB2760-2014）执行，保证公司食品添加剂的使用安全。

4、生产过程质量控制

公司生产车间品管人员对产品生产和出厂实行一票否决制，实行相应的奖惩制度，同时抽调技术水平高、经验丰富的人员对各环节实施严格且严谨的抽检程序，确保生产过程中质量控制无盲区，严格实行产品生产过程中质量安全的全面控制。生产过程质量控制具体情况如下：

（1）生产现场质量保证组织

公司以目标管理、过程监控、阶段考核、持续改进为核心，建立由管理人员、

技术人员、操作人员、监控人员等组成的质量保证组织，层层落实质量责任，细化措施、规范行为。

（2）过程质量控制依据和流程

公司在生产过程中严格遵照相关法律、法规、业内标准及相关体系要求，建立了完善的生产产品质量控制程序，制定了各环节的具体操作标准，加强现场管理，严格按照配方、工艺、标准进行生产，上下工序交接时，必须通过严格的自检、互检、专检等检验流程，做到上不清、下不接，有效保证了各工序质量。

（3）关键控制点监控

公司对生产现场的空气、水源、食品接触表面微生物进行定期监测，制定有效控制措施并严格执行；就各类产品的生产环节制定了详尽的危害分析工作单，就每一工序的潜在危害物质、潜在危害的显著性、对危害的判断依据、预防措施、监控人员、监控频率进行了详细分析与规定。

（4）质量稳定性分析

公司采用统计技术、控制图表及时了解生产质量波动趋势，分析工序能力指数和工艺控制参数波动趋势，策划纠偏措施和应急预案，做好质量控制的受控和应急处理。

（5）执行质量目标的定期考核

公司每年对质量总目标和各部门质量目标进行修订，同时将质量目标层层分解到各岗位、各环节并组织实施；坚持为质量目标的实现做到了月月统计、季度检查、年终考核。公司还建立健全了各级质量责任制，制定了各部门（或岗位）的工作标准和考核细则，通过开展质量评比、质量分析、质量考核等活动，全面落实质量责任。

（6）定期会议，持续改进

公司品控技术部每月召开质量月例会，对当月质量目标达成情况、主要质量信息、新的法律法规及标准等情况，与质量管理、采购、销售、研发中心等部门共同讨论解决产品质量问题或隐患的措施，持续改善提高产品质量。

5、产品质量控制

公司坚持每年修订完善产品检验标准，督促各生产现场严格按产品检验标准实施检测和质量判定，做到按批次对每批入库或出厂产品的感官指标、理化指标、微生物指标等实施检测；并定期按规定要求对每个品种的产品开展型式检验和质量评比。公司质量管理部还通过比对试验检查各生产现场检测数据的准确性，提高自身的检测水平。通过对产品的检验和测量过程的控制，确保公司产品质量的符合性和稳定性。

为确保公司产品质量安全可靠，公司为实验室配置了高效液相色谱仪（HPLC）、高效气相色谱仪、气相色谱-质谱联用仪、原子吸收分光光度仪、万级洁净级别的微生物检验室及致病菌检验室等一批先进的检化验设备设施，具备溶剂残留、农兽药残留、重金属、塑化剂、防腐剂、苏丹红、罗丹明 B、二氧化硫、黄曲霉素等全面的食品安全检测能力。公司实验室获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书，检测设备及检测技术在行业内处于领先水平，有力保障了公司产品的食品质量安全。

为了判断自身检测和化验结果的准确性，公司还定期将主要原辅料、包装材料、产成品等送样到相关第三方权威检测部门进行检测，送检频率为每个产品单品每半年一次。

6、流通领域质量安全控制

公司针对流通领域的质量安全，已经制定了《流通领域食品质量安全保障管理办法》、《产品退货管理办法》、《产品召回管理办法》等内部管理制度，切实从产品交付的终端环节考虑如何保障产品质量，避免公司已售产品存在潜在质量隐患，明确了一旦发生产品召回事件的具体处理措施。

7、食品安全可追溯控制

为了保证产品在原料、生产及销售流通过程中的可追溯，公司把可追溯性作为供应商质量管理的基本要求，并作为供应商审核的必备条款，保证原料向前端全过程的追溯性，依靠公司 ERP 系统，辅助必要的纸质生产记录实现了产品生产过程原辅料使用、重点工艺参数、关键设备、操作人员的可追溯。

（四）产品质量纠纷情况

公司质量控制体系健全，质量控制措施有效，报告期内未出现因违反有关法律、法规而被有关部门处罚的情况，也未出现因产品质量问题而与顾客发生重大法律诉讼的情况。同时，为防止假冒产品对公司品牌形象构成危害，公司对产品包装申请了专利，并采取了外袋喷印流水码、包装箱加喷物流码、区域码等防伪措施，以维护公司品牌形象。

成都市双流区市场和质量监督管理局于2018年1月3日出具了《情况说明》，经 “金信工程”公平交易执法子系统查询，四川瑞生投资管理有限公司、四川天味食品集团股份有限公司，从2015年1月1日至2017年12月31日，在成都市双流区市场和质量监督管理局无查处信息。

成都市双流区市场和质量监督管理局于2018年7月18日出具了《证明》，经 “金信工程”公平交易执法子系统查询，四川天味食品集团股份有限公司从成立之日起至今、四川瑞生投资管理有限公司从2018年1月1日起至今，在成都市双流区市场和质量监督管理局无查处信息。

成都市郫都区市场和质量监督管理局于2018年1月15日出具《证明》，经查询，四川天味家园食品有限公司2015年1月1日至2017年12月31日，在辖区内无违反工商、质监、食品相关法律法规和行政处罚。

成都市郫都区市场和质量监督管理局于2018年7月16日出具《证明》，经查询，四川天味家园食品有限公司2018年1月1日至2018年6月30日，在辖区内无违反工商、质监、食品相关法律法规和行政处罚。

自贡市自流井区食品药品监督管理局分别于2016年1月11日、2017年1月12日和2018年1月15日出具《证明》，自贡市天味食品有限公司于2015年1月1日至2017年12月31日期间，严格遵守《食品安全法》等相关法律法规及规范性文件，未发生违反食品药品监督管理部门相关食品安全法律法规的行为。

自贡市自流井区食品药品监督管理局于2018年7月10日出具《证明》，自贡市天味食品有限公司于2018年1月1日至今，严格遵守《食品安全法》等相关法律法规及规范性文件，未发生违反食品药品监督管理部门相关食品安全法律

法规的行为。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立运营情况

发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在资产、人员、财务、机构和业务等方面相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产独立

发行人拥有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主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的资产产权关系清晰，发行人的资产完全独立于控股股东及其控制的其他企业。发行人目前没有以资产或权益为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在资产、资金被控股股东及其控制的其他企业违规占用而损害发行人利益的情形。

（二）人员独立

发行人独立进行人员招聘，与员工签订劳动合同，并设有独立的劳动、人事和薪酬管理体系。发行人的董事、监事和高级管理人员均按照《公司法》和《公司章程》的规定程序产生。发行人的高级管理人员在发行人专职工作并领取薪酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事之外的职务的情况。发行人的财务人员在发行人专职工作并领取薪酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情况。

（三）财务独立

发行人建立了独立的财务会计部门、独立的会计核算体系和财务管理制度，公司的控股子公司与公司执行统一的财务核算和管理制度。公司根据有关会计制度的要求，独立进行财务决策。

公司拥有独立的银行账户，不与股东单位或其他任何单位或人士共用银行账

户。公司财务人员未在控股股东及其控制的其他企业任职。

公司依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务，不存在为控股股东及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在将公司的借款转借给股东单位使用的情况。

（四）机构独立

发行人按照《公司法》、《公司章程》及其他相关法律法规、规范性文件的规定，建立了股东大会、董事会及其下属各专业委员会、监事会、经营管理层等权力、决策、监督及经营管理机构，明确了各自的职权范围，建立了有效的法人治理结构。发行人已建立起了一套适应公司发展需要的组织结构，各部门及子公司组成了一个有机的整体，组织机构健全完整，运作正常有序，能独立行使经营管理职权。发行人的生产经营、办公机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开，不存在混合经营、合署办公的状况。

（五）业务独立

发行人具有独立完整的业务以及面向市场的自主经营能力。公司具有独立完整的供应、生产和销售系统，建立了健全的组织机构，原材料的采购和产品的销售不依赖于控股股东及其控制的其他企业，独立开展川味复合调味料的研发、生产和销售业务。

截至本招股说明书签署日，发行人在资产、人员、财务、机构、业务等方面均具有独立性，已达到发行监管对公司独立性的基本要求，发行人披露的公司独立性内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

公司控股股东为邓文，实际控制人为邓文、唐璐夫妇。截至本招股说明书签署日，公司实际控制人邓文、唐璐夫妇除持有发行人的股份外，未持有其他公司

股权。发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

公司实际控制人邓文、唐璐已向发行人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“（1）截止本承诺函出具之日，本人或本人控股或实际控制的公司没有、将来也不会以任何方式在中国境内外直接或间接参与任何导致或可能导致与天味食品主营业务直接或间接产生竞争的业务或活动，亦不生产任何与天味食品产品相同或相似的产品。

（2）若天味食品认为本人或本人控股或实际控制的公司从事了对天味食品业务构成竞争的业务，本人将及时转让或者终止、或促成本人控股或实际控制的公司转让或终止该等业务。若天味食品提出受让请求，本人将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让或促成本人控股或实际控制的公司将该等业务优先转让给天味食品。

（3）如果本人或本人控股或实际控制的企业将来可能获得任何与天味食品产生直接或者间接竞争的业务机会，本人将立即通知天味食品并尽力促成该等业务机会按照天味食品能够接受的合理条款和条件首先提供给天味食品。

（4）本人将保证合法、合理地运用股东权利，不采取任何限制或影响天味食品正常经营的行为。

（5）若本人违反上述承诺，本人承诺：在有关监管机构及天味食品认可的媒体上向社会公众道歉；由此所得收益归天味食品所有，本人将向天味食品董事会上缴该等收益；给天味食品及其他股东造成损失的，在有关的损失金额确定后，本人将在天味食品董事会及其他股东通知的时限内赔偿天味食品及其他股东因此遭受的损失，若本人未及时、全额赔偿天味食品及其他股东遭受的相关损失，天味食品有权扣减天味食品应向本人支付的红利，作为本人对天味食品及其他股东的赔偿；本人将在接到公司董事会通知之日起 10 日内启动有关消除同业竞争的相关措施，包括但不限于依法终止有关投资、转让有关投资股权或业务等。”

三、关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》和《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规和规范性文件对于关联方的披露要求，发行人报告期内的主要关联方如下：

1、控股股东、实际控制人

发行人控股股东是邓文，实际控制人为邓文和唐璐夫妇。本次发行前，邓文、唐璐夫妇合计持有发行人 87.48%的股份，其中：邓文持有发行人 75.38%的股份，唐璐持有发行人 12.10%的股份。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

发行人控股股东、实际控制人控制的除发行人外的其他企业为发行人关联方。截至本招股说明书签署日，公司实际控制人邓文、唐璐夫妇除持有发行人的股份外，未持有其他公司股权。

3、除控股股东外，直接或间接持有发行人 5%以上的股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，除控股股东、实际控制人外，不存在单独持有公司 5%以上股份的其他股东。

4、子公司、合营企业和联营企业

发行人拥有 3 家全资子公司，分别为自贡市天味食品有限公司、四川天味家园食品有限公司、四川瑞生投资管理有限公司，均为发行人的关联方。

5、董事、监事和高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

发行人董事、监事和高级管理人员及与其关系密切的家庭成员为发行人的关联方。根据《企业会计准则第 36 号——关联方披露》，与其关系密切的家庭成员是指在处理与发行人的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员。

发行人董事、监事和高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

6、董事、监事和高级管理人员及与其关系密切的家庭成员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或者其他组织企业

董事、监事和高级管理人员及与其关系密切的家庭成员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或者其他组织企业为公司的关联方。董事、监事和高级管理人员及与其关系密切的家庭成员直接或者间接控制企业的基本情况如下：

序号	名称	经营范围	与公司关联关系
1	四川国康药业有限公司	生产片剂、硬胶囊剂、颗粒剂、中药前处理提取（共用）；医药技术咨询、技术服务（国家有专项规定除外）；生物基因药物、医药的研究、开发与技术转让。	控股股东邓文的哥哥邓聪担任四川国康药业有限公司董事、总经理
2	自贡市恩雅养殖有限公司[注]	养殖、销售：种鸭、商品鸭。（以上经营范围涉及前置许可的，须取得许可证并在有效期内方可经营）	原监事李栋钢的妻子陈志英持有该公司 60%的股权

注：自贡市恩雅养殖有限公司已于 2015 年 1 月注销。

发行人董事、监事和高级管理人员担任董事、高级管理人员的其他企业参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

7、过去十二个月内曾被认定为关联法人或关联自然人的关联方

首次招股说明书申报前十二个月内，发行人原监事李栋钢因个人原因于 2018 年 4 月起不再担任公司监事，李栋钢及其关系密切的家庭成员为发行人的关联自然人，上述关联自然人直接或者间接控制的或者担任董事、高级管理人员的除上市公司及其控股子公司以外的法人或其他组织为发行人的关联法人，具体情况如下：

企业名称	经营范围	关系
成都市清峰农产品有限公司	茶叶的加工及销售	李栋钢及其妻子控制的企业

首次招股说明书申报前，发行人董事黄兴旺曾担任独立董事的成都天奥电子股份有限公司、四川双马水泥股份有限公司；独立董事冯渊曾担任独立董事的四川净土医养股份有限公司、泸州老窖智同商贸股份有限公司为发行人的关联法人。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

2018 年 4 月 12 日，发行人独立董事车振明通过千禾味业食品股份有限公司（股票代码：603027）股东大会决议选举为独立董事，千禾味业食品股份有限公司自此成为公司关联方。报告期内，发行人向千禾味业的采购情况（不含税）如下：

单位：万元

关联方	采购内容	关联交易	非关联交易			
		2018 年 4-6 月	2018 年 1-3 月	2017 年	2016 年	2015 年
千禾味业	老抽、食醋等原材料	6.96	9.54	23.53	18.53	17.96

报告期内，公司向千禾味业采购金额稳定，总体采购金额较小，采购价格公允。

2、偶发性关联交易

报告期内，发行人发生的偶发性关联交易主要为接受关联方担保，具体如下：

（1）2014 年 8 月 22 日，公司控股股东邓文与中国农业银行股份有限公司成都高新技术产业开发区支行签署了《保证合同》（编号：51010120140005146-1 号），为公司与农业银行签署的《流动资金借款合同》（编号：51010120140005146 号）所涉及的借款提供无偿担保。上述《流动资金借款合同》借款金额为 1,500 万元，借款期限为一年。上述担保已经履行完毕。

（2）2014 年 9 月 11 日，公司控股股东邓文与中国农业银行股份有限公司成都高新技术产业开发区支行签署了《保证合同》（编号：51010120140005576-1 号），为公司与农业银行签署的《流动资金借款合同》（编号：51010120140005576 号）所涉及的借款提供无偿担保。上述《流动资金借款合同》借款金额为 500 万元，借款期限为一年。上述担保已经履行完毕。

（3）2014 年 9 月 22 日，公司控股股东邓文与中国民生银行股份有限公司成都分行签订了《最高额担保合同》（编号：个高保字第 DB1400000062760 号），为公司与民生银行签订的《综合授信合同》（编号：公授信字第 ZH1400000071122 号）自 2014 年 5 月 13 日至 2015 年 5 月 12 日之间签署的汇票贴现等业务无偿提供担保，最高担保债权额为 3,000 万元。上述担保已经履行完毕。

（4）2015 年 11 月 13 日，公司控股股东邓文与中国民生银行股份有限公司

成都分行签订了《最高额担保合同》（编号：个高保字第 DB1500000151788 号），为公司与民生银行签订的《综合授信合同》（编号：公授信字第 ZH11500000151788 号）自 2015 年 11 月 25 日至 2016 年 11 月 24 日之间签署的汇票贴现等业务无偿提供担保，最高担保债权额为 5,000 万元。上述担保已经履行完毕。

（5）2017 年 3 月 1 日，公司控股股东邓文与中国民生银行股份有限公司成都分行签订了《最高额担保合同》（编号：个高保字第 DB1700000013390 号），为公司与民生银行签订的《综合授信合同》（编号：公授信字第 ZH1700000019390 号）自 2017 年 3 月 1 日至 2018 年 2 月 28 日之间签署的汇票贴现等业务无偿提供担保，最高担保债权额为 5,000 万元。上述担保已经履行完毕。

3、报告期末关联交易相关应收应付款项余额

报告期末，除 2018 年 6 月 30 日，发行人应付千禾味业 32,526.80 元应付账款外，发行人不存在其他与关联方的往来余额。

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

发行人与关联方之间发生的关联交易主要为关联方与公司之间的偶发性关联交易。总体来看，公司与关联方之间发生的关联交易对发行人的财务状况和经营成果无重大不利影响。

（四）对关联交易决策权力和程序的规定

1、《公司章程》的相关规定

《公司章程》对规范公司关联交易的决策权力和程序做出如下安排：

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；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会决议有关关联交易事项时，关联股东应当主动回避，不参与投票表决；关联股东未主动回避表决的，参加会议的其他股东有权要求关联股东回避表决。

董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托

理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序。

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、《股东大会议事规则》的相关规定

股东大会审议有关关联交易事项时，与该关联交易事项有关联关系的股东（包括股东代理人）可以出席股东大会，但应主动向股东大会主持人提出并由主持人向股东大会说明此种关联关系；如该股东未主动提出的，其他知情股东有权向股东大会的主持人提出并由主持人向股东大会说明此种关联关系并要求该股东回避。该股东认为自己与股东大会审议事项无关联关系的，应当提供充分的证据并向大会做说明。

关联股东可以依照会议程序向到会股东阐明其观点，但在投票表决时应回避而不参与表决。

股东大会对关联交易事项进行审议表决时，关联股东所持股份数量不计入该审议事项的表决权总数。股东大会决议中应当充分说明非关联股东的表决情况。

3、《关联交易管理制度》的相关规定

为规范公司的关联交易行为，保护公司及全体投资者的合法权益，发行人制定了《关联交易管理制度》，对规范关联交易做出如下安排：

关联交易应遵循以下基本原则：

（1）符合诚实信用的原则；

（2）尽量避免、减少并规范关联交易原则。对于无法回避的关联交易之审议、审批，必须遵循公开、公平、公正的原则；

（3）股东大会、董事会、监事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利。董事会、股东大会对关联交易进行表决时应执行回避制度；

（4）关联交易定价应不明显偏离市场独立第三方的公允标准，必须坚持依据公开及市场公允原则。对于难以比较市场价格或定价受到限制的关联交易，应

通过合同或协议明确有关成本和利润的标准。

关联交易的审议权限如下：

（1）下列关联交易由公司董事会审议决定：

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），由独立董事认可后提交董事会批准并及时披露。

公司与其关联法人达成的关联交易总额在人民币 300 万元以上且占公司最近经审计净资产值的 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），由独立董事认可后提交董事会批准并及时披露。

（2）下列关联交易由公司董事会审议通过后，提交股东大会，由股东大会审议决定：

公司拟与关联人达成的关联交易（公司提供担保、受赠现金资产除外）总额在人民币 3,000 万元以上且占公司最近经审计净资产值的 5%以上的，对于此类关联交易，除应当及时披露外，公司董事会应当对该交易是否对公司有利发表意见，独立董事应对关联交易的公允性以及是否履行法定批准程序发表意见。公司可以聘请独立财务顾问就该关联交易对全体股东是否公平、合理发表意见，并说明理由、主要假设及考虑因素。同时，公司应聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估，并将该交易提交股东大会审议。该关联交易在获得公司股东大会批准后方可实施，任何与该关联交易有利益关系的关联人在股东大会上应当放弃对该议案的投票权。

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及时披露，并提交股东大会审议。

（3）不属于董事会或股东大会批准范围内的关联交易事项由公司总经理办公会决策实施。

（五）发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事对关联交易的意见

1、关联交易履行程序情况

报告期内关联交易已按照公司关联交易决策程序经分别经董事会和股东大会审议通过，审议时，关联股东已回避表决。

2、独立董事对关联交易的意见

发行人独立董事对控股股东邓文准备为公司贷款借款提供个人担保的关联交易进行了审核并认为，上述关联交易不存在损害公司和非关联股东利益的情况，不会对公司独立性产生影响。

（六）实际控制人关于规范关联交易事项出具的承诺

为保护发行人中小股东利益，实际控制人邓文、唐璐就规范关联交易事项出具承诺，具体承诺内容如下：

“1.本人和（或）关联方将尽最大可能避免与天味食品发生关联交易。

2.如果在今后的经营活动中，天味食品确需与本人或关联方发生任何关联交易的，则本人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，并且严格按照国家有关法律法规、公司章程的规定履行有关程序；涉及需要回避表决的，本人及关联方将严格执行回避表决制度，并不会干涉其他董事和（或）股东对关联交易的审议。关联交易价格在国家物价部门有规定时，执行国家价格；在国家物价部门无相关规定时，按照不高于同类交易的市场价格、市场条件，由交易双方协商确定，以维护公司及其他股东的合法权益。本人及关联方还将严格和善意的履行与天味食品签订的各种关联交易协议。本人承诺将不会向天味食品谋求或给予任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

3.本人将严格遵守《公司法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《公司章程》、《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等法规或公司制度中关于关联交易的相关规定，自觉维护天味食品及全体股东的利益，不会利用关联交易损害公司或公司其他股东的合法权益。

4.若本人违反上述承诺，本人承诺：在有关监管机构及天味食品认可的媒体上向社会公众道歉；给天味食品及其他股东造成损失的，在有关的损失金额确定后，本人将在天味食品董事会及其他股东通知的时限内赔偿天味食品及其他股东因此遭受的损失，若本人未及时、全额赔偿天味食品及其他股东遭受的相关损失，

天味食品有权扣减天味食品应向本人支付的红利，作为本人对天味食品及其他股东的赔偿；本人将配合天味食品消除及规范有关关联交易，包括但不限于依法终止关联交易，采用市场公允价格等。”

同时，为规范及控制实际控制人及其控制的其他企业与发行人之间的资金往来，发行人的实际控制人邓文、唐璐夫妇出具了《承诺函》，承诺：

“（一）严格限制本人及其控制的其他关联方与天味食品及其控股子公司在发生经营性资金往来中占用天味食品及其控股子公司资金，不要求天味食品及其控股子公司为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出。

（二）不利用控股股东及实际控制人身份要求天味食品及其控股子公司以下列方式将资金直接或间接地提供给本人及其控制的其他关联方使用：1、有偿或无偿地拆借天味食品及其控股子公司的资金给本人及其控制的其他关联方使用；2、通过银行或非银行金融机构向本人及其控制的其他关联方提供委托贷款；3、委托本人及其控制的其他关联方进行投资活动；4、为本人及其控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；5、代本人及其控制的其他关联方偿还债务。

（三）如公司董事会发现本人及其控制的其他关联方有侵占天味食品及其控股子公司资产行为时，本人及其控制的其他关联方无条件同意公司董事会根据天味食品章程相关规定，立即启动对本人所持公司股份‘占有即冻结’的机制，即按占用金额申请司法冻结本人所持天味食品相应市值的股份，凡侵占资产不能以现金清偿的，通过变现股份偿还。

同时，若本人违反前述承诺，则本人将在有关监管机构及公司认可的媒体上向社会公众道歉；若给公司及投资者造成损失的，本人将予以全额赔偿。”

（七）减少关联交易的措施

公司在人员、资产、机构、财务、业务等方面均独立于控股股东和实际控制人，具备独立经营的必备条件。公司已采取一系列措施以保证公司在生产经营过程中减少关联交易，保持良好的独立性。

1、设立独立董事制度，增强独立董事在关联交易管理制度上的作用

为完善法人治理结构，维护公司利益，避免发生可能导致损害公司及股东利益的关联交易发生，公司设立了独立董事制度且执行效果良好。目前公司独立董事 3 名，占公司董事总数的三分之一。

2、完善法人治理结构和关联交易制度

公司进一步在《公司章程》以及《股东大会议事规则》、《关联交易制度》等制度中规定了更为细化的关联交易决策程序并严格执行。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况

（一）董事

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 9 名成员组成，其中独立董事 3 名。董事由股东大会选举或更换，任期三年，任期届满可连选连任。公司现任董事选聘情况如下：

姓名	职务	提名人	选聘情况	任职期间
邓文	董事长	邓文	2016 年第二次临时股东大会被选举为董事、第三届董事会第一次会议被选举为董事长	董事：2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日 董事长：2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 7 日
唐璐	副董事长	邓文	2016 年第二次临时股东大会被选举为董事、第三届董事会第一次会议被选举为副董事长	董事：2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日 副董事长：2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 7 日
于志勇	董事	邓文	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日
唐鸣	董事	邓文	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日
刘加玉	董事	邓文	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日
黄琨	董事	达晨财智、达晨盛世、达晨创世	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日
黄兴旺	独立董事	邓文	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日
冯渊	独立董事	邓文	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日
车振明	独立董事	邓文	2016 年第二次临时股东大会选举	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日

上述各位董事简历如下：

邓文，男，1968 年 3 月出生，中国国籍，拥有美国永久居留权，大学本科学历。历任成都市粮油食品厂技术员、成都东风面粉厂助理工程师、成都市金牛区财贸办主任科员、成都市金牛区供销合作社联合社管理人员、成都市天味食品

厂法人代表、成都天味执行董事兼总经理、天味商贸监事、天味有限执行董事兼总经理。现任发行人董事长、总经理、自贡天味执行董事、天味家园执行董事、瑞生投资执行董事兼总经理。

邓文于 1993 年进入食品领域，先后参与了《半固态复合调味料技术要求》、《火锅调料（底料）技术要求》、《酱腌肉调料技术要求》、《川式甜面酱技术要求》、《香肠调料技术要求》等地方标准及《火锅底料》、《辣椒酱》国家标准的起草工作。

唐璐，女，1970 年 7 月出生，中国国籍，拥有美国永久居留权，大学专科学历。历任成都市军通通信公司文员、成都军星实业有限公司主管、西南网景信息服务中心主管、西南网景印务制版公司总经理、成都天味监事、天味商贸执行董事及总经理、天味有限监事。现任发行人副董事长。

于志勇，男，1971 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。历任成都无缝钢管厂技术员、成都市委办公厅秘书、成都金泉网络信息技术有限公司常务副总经理、成都市新时代经济文化发展有限公司总经理助理、成都天味行政总监、天味有限副总经理、行政总监。现任发行人董事、副总经理。

唐鸣，男，1964 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。中国注册税务师（非执业），高级会计师。历任四川嘉美纺织企业集团财务科长、海南信海会计师事务所审计师、海南鲁电建设实业公司财务总监、四川万生圆税务师事务所有限公司副总经理，天味有限副总经理、财务总监。现任发行人董事、副总经理、财务总监。

刘加玉，男，1965 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。历任成都市第一农业科学研究所下属加工厂员工、成都市天味食品厂销售员、成都天味销售经理、天味有限副总经理。现任发行人董事、副总经理、天味家园总经理。

黄琨，男，1978 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。历任深圳中兴通讯本部事业部员工、广州市科技创业投资有限公司投资经理、广州海汇投资管理公司合伙人。现任深圳市达晨创业投资有限公司投资总监、西安万德能源化学股份有限公司、陕西凯星电子科技有限公司、西安华晶电子技

术股份有限公司、西安沃泰科技有限公司、星展测控科技股份有限公司、陕西沃泰科技股份有限公司、新疆喀纳斯旅游股份有限公司、重庆鹰谷光电股份有限公司董事及发行人董事。

黄兴旺，男，1969 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，历任浙江省人民检察院书记员、四川省社会科学院法学研究所实习研究员、中豪律师集团（四川）事务所律师、合伙人、四川所负责人。现任北京国枫律师事务所合伙人、成都分所负责人，兼任宜宾纸业股份有限公司（600793.SH）、依米康科技集团股份有限公司（300249.SZ）、四川中光防雷科技股份有限公司（300414.SZ）、成都智明达电子股份有限公司、成都天箭科技股份有限公司独立董事，成都锦城祥投资有限公司、成都鼎兴量子投资管理有限公司、成都市顺驰通汽车租赁有限公司监事、成都吾同蜀下网络科技股份有限公司董事，成都锦城至信企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人，发行人独立董事。

冯渊，女，1971 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾任四川华信（集团）会计师事务所审计员、项目经理、部门经理、副总经理、合伙人。现任四川华信（集团）会计师事务所合伙人、南京圣和药业股份有限公司、成都市兴蓉环境股份有限公司（000598.SZ）、四川水井坊股份有限公司（600779.SH）、成都唐源电气股份有限公司、威马农机股份有限公司独立董事，发行人独立董事。

车振明，男，1960 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，教授。2002 年 2 月至今任西华大学食品与生物工程学院教授。现任四川省食品安全专家委员会委员、四川省川味调味品工程技术研究中心主任、四川省食品科学技术学会理事兼专委会主任、教育部高等学校食品科学与工程类专业教学指导委员会委员、四川省食品生产安全协会副会长、千禾味业食品股份有限公司独立董事，发行人独立董事。

（二）监事会成员

公司现有监事 3 名，其中股东代表监事 2 名，职工代表监事 1 名。股东代表监事由公司股东大会选举产生，职工代表监事由公司职工代表大会选举产生。监事任期 3 年，任期届满连选可以连任。公司监事选聘情况如下：

姓名	职务	提名人	选聘情况	任职期间
马 麟	监事会主席	邓文	2016年第二次临时股东大会选举 第三届监事会第七次会议选举为监事会主席	2016 年 5 月 8 日至 2019 年 5 月 7 日 监事会主席：2018 年 4 月 28 日至 2019 年 5 月 7 日
韩 军	监事	邓文	2018年第二次临时股东大会选举	2018 年 4 月 18 日至 2019 年 5 月 7 日
张志强	职工代表监事	职工代表大会	职工代表大会选举	2017 年 8 月 23 日至 2019 年 5 月 7 日

上述各位监事简历如下：

马麟，男，1977 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。历任德阳市天池集团公司统计员、四川星科广告公司业务代表、四川中川国际广告公司策划经理、北京唐宁广告公司策划经理、成都九十九度公关策划公司策划总监、天味商贸副总经理、品牌推广部经理。现任发行人监事会主席、营销中心副总经理、电商事业部总经理、自贡天味监事。

韩军，男，1980 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。历任成都市天味食品有限公司区域经理，办事处主任；成都天味商贸有限公司办事处主任，大区经理；四川天味食品集团股份有限公司大区经理。现任四川天味食品集团股份有限公司监事、定制餐调事业部总监。

张志强，男，1974 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。历任国营八一二厂主办科员、北京利安达会计师事务所主办审计员。现任发行人监事、财务中心主管、瑞生投资监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括公司总经理、副总经理、董事会秘书与财务总监，公司现有高级管理人员 6 名，均由董事会聘任，聘期三年，可以连聘连任。公司高级管理人员选聘情况如下：

姓名	职务	提名人	任职期间
邓文	总经理	邓文	2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 18 日
于志勇	副总经理	邓文	2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 18 日
唐鸣	副总经理、财务总监	邓文	2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 18 日

姓名	职务	提名人	任职期间
刘加玉	副总经理	邓文	2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 18 日
何昌军	副总经理、董事会秘书	邓文	2016 年 5 月 19 日至 2019 年 5 月 18 日
吴学军	副总经理	邓文	2017 年 8 月 23 日至 2019 年 5 月 18 日

邓文、于志勇、唐鸣和刘加玉的简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

何昌军，男，1974 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，经济师。历任托普集团科技发展有限责任公司法律部主管、监督部总监，江苏炎黄在线物流股份有限公司监事，四川托普软件投资股份有限公司董事会秘书、副总裁、总裁，天味有限总经理助理。现任发行人副总经理、董事会秘书、四川托普软件投资股份有限公司董事。

吴学军，男，1978 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历。历任成都旺旺食品有限公司重庆分公司区域主管、产品专员、四川百事可乐饮料有限公司渠道专员、成都六里店连锁便民超市市场督导、天味有限大区销售经理、营销中心总经理助理、销售总监。现任发行人副总经理、营销中心总经理。

（四）核心技术人员

发行人共有核心技术人员 3 名，分别为邓文、李栋钢、吴虹。

邓文，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

李栋钢，男，1978 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历，高级工程师。历任成都市天味食品厂技术员、成都天味研发主管、天味有限技术中心主任。现任发行人技术总监兼产品研发中心主任，兼任天味家园监事、成都市清峰农产品有限公司监事。

李栋钢先后在《四川食品与发酵》、《食品科学》上发表多篇文章；2008 年作为主要研发人员研发的“火锅底料全自动灌装技术及装备”通过四川省科技成果鉴定；先后参与《火锅底料》、《辣椒酱》国家标准的起草工作。现任全国调

味品标准化技术委员会委员、四川省食品科学技术学会调味品专业委员会主任，拥有食品专业教授级高级工程师职称。

吴虹，男，1971 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，食品工程师。历任自贡天车酿造有限公司生产部副部长、副总经理、乐百氏（成都）食品饮料有限公司质量工程师。现任自贡天味品控技术部经理。

吴虹的《植酸质对米曲霉蛋白酶活力影响的研究》一文获自贡市科技局三等奖，先后在学术期刊《中国调味品》、《中国酿造》发表论文 5 篇；首创甜面酱分阶段“先保温后晒制”的发酵方法，缩短发酵时间 4-6 个月，大大提高企业生产能力。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接和间接持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接和间接持有公司股份情况如下：

姓名	公司任职或亲属关系	直接持股（万股）	间接持股（万股）	持股比例
邓文	董事长、总经理、核心技术人员	28,030.00	-	75.38%
唐璐	副董事长	4,500.00	-	12.10%
唐鸣	董事、副总经理、财务总监	180.00	-	0.48%
刘加玉	董事、副总经理	120.00	-	0.32%
于志勇	董事、副总经理	113.00	-	0.30%
黄琨	董事	-	0.72	0.002%
马麟	监事会主席	70.00	-	0.19%
韩军	监事	20.00	-	0.05%
吴学军	副总经理	70.00	-	0.19%
何昌军	副总经理、董事会秘书	57.00	-	0.15%
李栋钢	核心技术人员	57.00	-	0.15%
吴虹	核心技术人员	20.00	-	0.05%

姓名	公司任职或亲属关系	直接持股（万股）	间接持股(万股）	持股比例
邓志宇	邓文之兄	40.00	-	0.11%
邓聪	邓文之兄	45.00	-	0.12%
邓昌伦	邓文之堂侄	22.50	-	0.06%
尹翊嫚	邓文之表妹	25.00	-	0.07%
刘有林	刘加玉之侄	10.00	-	0.03%

注：董事黄琨持有达晨财智 0.4%的股权，其间接持有的发行人股份以其在达晨财智的股权比例计算。

（二）近三年持股变动情况

发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属的近三年持股比例变动情况如下：

姓名	2014-5-20	2017-9-22	2018-3-16	2018-9-28
邓文	76.40%	75.36%	75.36%	75.38%
唐璐	12.27%	12.10%	12.10%	12.10%
唐鸣	0.41%	0.48%	0.48%	0.48%
刘加玉	0.41%	0.32%	0.32%	0.32%
于志勇	0.41%	0.30%	0.30%	0.30%
黄琨	-	0.002%	0.002%	0.002%
马麟	0.20%	0.19%	0.19%	0.19%
韩军	-	0.05%	0.05%	0.05%
吴学军	0.20%	0.19%	0.19%	0.19%
何昌军	0.20%	0.15%	0.15%	0.15%
李栋钢	0.20%	0.15%	0.15%	0.15%
吴虹	0.06%	0.05%	0.05%	0.05%
邓志宇	0.20%	0.11%	0.11%	0.11%
邓聪	0.20%	0.12%	0.12%	0.12%
邓昌伦	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%
尹翊嫚	0.06%	0.05%	0.07%	0.07%
刘有林	-	0.03%	0.03%	0.03%

注：董事黄琨持有达晨财智 0.4%的股权，其间接持有的发行人股份以其在达晨财智的股权比例计算。

除上述人员外，公司不存在其他董事、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发行人股份的情况。公司上述董事、监事、高级管理

人员、核心技术人员及其近亲属所持公司股份不存在被质押或冻结情形。

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

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	对外投资企业名称	出资额（万元）	出资比例
于志勇	董事、副总经理	四川变型体科技有限公司	20.00	20.00%
黄琨	董事	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	74.6743	0.40%
		深圳市达晨鲲鹏一号股权投资企业（有限合伙）	200.00	2.00%
黄兴旺	独立董事	成都亚商富易投资有限公司	170.00	1.00%
		成都锦城祥投资有限公司	60.00	2.00%
		成都吾同蜀下网络股份科技有限公司	60.00	12.00%
		宁波丰源合壹投资合伙企业（有限合伙）	50.00	2.78%
		成都市顺驰通汽车租赁有限公司	150.00	5.00%
		重庆洋玩易国际贸易有限公司	4.00	2.00%
车振明	独立董事	成都市蜀西川菜调味品技术研究院有限公司	10.00	10.00%
李栋钢	核心技术人员	成都清峰农产品有限公司	25.00	50.00%

除上述情形外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他重大对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

2017 年度，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从公司及关联企业领取收入的情况如下表所示：

姓名	公司职务	2017 年薪酬（万元）	领薪单位
邓文	董事长、总经理、核心技术人员	47.75	发行人

姓名	公司职务	2017 年薪酬（万元）	领薪单位
唐璐	董事	16.58	发行人
于志勇	董事、副总经理	35.18	发行人
唐鸣	董事、副总经理、财务总监	33.53	发行人
刘加玉	董事、副总经理	38.06	发行人
何昌军	副总经理、董事会秘书	35.40	发行人
吴学军	副总经理、营销中心总经理	51.59	发行人
黄兴旺	独立董事	6.00	发行人
冯渊	独立董事	6.00	发行人
车振明	独立董事	6.00	发行人
马麟	监事会主席、营销中心副总经理	37.51	发行人
韩军	监事、定制餐调事业部总监	81.56	发行人
张志强	监事、财务中心主管	12.59	发行人
李栋钢	技术总监、核心技术人员	40.91	发行人
吴虹	核心技术人员	11.69	自贡天味

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外兼职情况如下：

姓名	发行人职务	兼职单位	兼职职务	与发行人关联关系
邓文	董事长、总经理	自贡市天味食品有限公司	执行董事	发行人之全资子公司
		四川天味家园食品有限公司	执行董事	发行人之全资子公司
		四川瑞生投资管理有限公司	执行董事兼总经理	发行人之全资子公司
刘加玉	董事、副总经理	四川天味家园食品有限公司	总经理	发行人之全资子公司
黄琨	董事	深圳市达晨创业投资有限公司	投资总监	无关联关系
		西安万德能源化学股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		陕西凯星电子科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		西安华晶电子技术股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		西安沃泰科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业

姓名	发行人职务	兼职单位	兼职职务	与发行人关联关系
		星展测控科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		陕西沃泰科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		新疆喀纳斯旅游发展股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		重庆鹰谷光电股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
黄兴旺	独立董事	宜宾纸业股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		依米康科技集团股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		四川中光防雷科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		成都智明达电子股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		成都锦城祥投资有限公司	监事	无关联关系
		成都吾同蜀下网络科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		成都鼎兴量子投资管理有限公司	监事	无关联关系
		成都锦城至信企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	公司董事担任执行事务合伙人的企业
		成都市顺驰通汽车租赁有限公司	监事	无关联关系
		成都天箭科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
冯渊	独立董事	威马农机股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		成都唐源电气股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		成都市兴蓉环境股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		南京圣和药业股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		四川水井坊股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		四川华信（集团）会计师事务所	合伙人	无关联关系
车振明	独立董事	西华大学	教师	无关联关系
		四川省食品安全专家委员会	委员	无关联关系
		四川省川菜调味品工程技术研究中心	主任	无关联关系
		千禾味业食品股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		四川省食品科学技术学会	理事兼专委会主任	无关联关系

姓名	发行人职务	兼职单位	兼职职务	与发行人关联关系
何昌军	董事会秘书、副总经理	四川托普软件投资股份有限公司	董事	公司高管担任董事的企业
马麟	监事会主席	自贡市天味食品有限公司	监事	发行人之全资子公司
李栋钢	核心技术人员	四川天味家园食品有限公司	监事	发行人之全资子公司
		成都市清峰农产品有限公司	监事	公司监事及其配偶共同控制的企业

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他兼职情况。

六、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情况

公司董事邓文、唐璐系夫妻关系，除此之外，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议及作出的重要承诺

（一）签订的协议

公司与董事（不含独立董事、外部董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员均签订了《劳动合同》。截至本招股说明书签署日，该等协议的履行未发生争议或违约情形。其中邓文、李栋钢、吴虹作为核心技术人员与发行人或其子公司签订了《知识产权保护、保密暨竞业限制协议》。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未与公司签订其他协议。

（二）做出的重要承诺

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员做出的重要承诺及履行情况，详见本招股说明书“重大事项提示”及“第七节 同业竞争与关联交易”的具体内容。

八、董事、监事和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、高级管理人员均不存在《公司法》、《证券法》等相关法律、法规及规范性文件规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形，其聘任均符合公司章程所规定的程序，符合法律法规规定的任职资格。

九、董事、监事、高级管理人员近三年内变动情况

（一）董事变动情况

报告期初，公司董事会由邓文、唐璐、于志勇、唐鸣、刘加玉、黄琨、卢晓黎、左仁淑、牟文 9 名董事组成，其中邓文任董事长、唐璐任副董事长，卢晓黎、左仁淑、牟文任公司独立董事。

2016 年 5 月 8 日，公司 2016 年第二次临时股东大会审议并通过《关于选举第三届董事会董事的议案》，选举并产生了发行人第三届董事会董事成员，第三届董事会成员中独立董事变更为黄兴旺、冯渊和车振明，其余成员未发生变化。本次独立董事变化系原独立董事任期届满，公司根据经营管理需要和董事个人职业规划所作出的正常调整。

此后，公司董事会成员未发生变动。

（二）监事变动情况

报告期初，公司监事会由李栋钢、马麟、刘凤英 3 名监事组成，其中李栋钢、马麟为股东代表监事，刘凤英系由职工代表大会选举产生的职工代表监事，李栋钢任监事会主席。

2017 年 8 月，原监事刘凤英请求辞去公司监事职务。2017 年 8 月 23 日，公司职工代表大会选举张志强担任公司职工代表监事。

2018 年 3 月，原监事李栋钢请求辞去公司监事职务。2018 年 4 月 18 日，公司 2018 年第二次临时股东大会选举韩军为公司监事。

2018 年 4 月 28 日，公司第三届监事会第七次会议，选举马麟为公司监事会主席。

此后，公司监事会成员未发生变动。

（三）高级管理人员变动情况

报告期初，公司高级管理人员 5 名，其中邓文任总经理，于志勇、唐鸣、刘加玉、何昌军任副总经理，同时唐鸣任公司财务总监，何昌军任董事会秘书。

2017 年 8 月 23 日，公司经董事会聘任吴学军为公司副总经理。

综上，公司最近三年董事、监事、高级管理人员未发生重大变化。

第九节 公司治理

根据《公司法》、《证券法》等有关法律、行政法规和规范性文件的规定，发行人建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书等制度。公司董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会 4 个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会议事、决策的专业化和高效化。

一、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，以及战略、审计、提名、薪酬与考核等各专门委员会的设置情况

2010 年 6 月 10 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，建立了公司股东大会、董事会、监事会制度，并对股东大会、董事会、监事会的职责和运作程序做了具体规定。2010 年 6 月 10 日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过了《董事会秘书工作细则》，建立了董事会秘书制度，并对董事会秘书的职责进行了详细规定。2010 年 12 月 21 日，公司召开 2010 年第二次临时股东大会，审议通过了《董事会议事规则（修正案）》、《公司章程（修正案）》、《独立董事制度》等议案，建立了独立董事制度，并对独立董事的职权进行了详细规定。

公司现行有效的《股东大会议事规则》对发行人股东大会的职权、召集、提案与通知、出席与登记、会议签到、议事与表决、股东大会纪律、记录、决议的执行方面的内容作出了具体规定；公司现行有效的《董事会议事规则》对发行人董事会的构成及职权、董事会会议的召开程序、会议记录、表决程序、董事会决议的信息披露、董事长的职权等方面内容作了详细规定；公司现行有效的《监事会议事规则》对发行人监事会的构成及职权、监事会的召开程序、监事会的表决及决议、监事会会议记录、信息披露、监事会决议的执行等事项作了详细的规定；公司现行有效的《独立董事制度》对发行人独立董事的任职条件、独立董事的独

立性、独立董事的提名、选举和更换、独立董事的职权、独立董事年报工作制度、独立董事的工作条件等内容作了详细规定；公司现行有效的《董事会秘书工作细则》对发行人董事会秘书的任职资格和任免程序、董事会秘书的职责等内容作了详细规定。

公司现行公司治理相关制度明确了股东大会、董事会、监事会及高级管理人员的职责，建立了民主、透明的议事规则和决策程序；公司已依法建立健全了公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度；股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书的职权范围符合有关规定。上述制度符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件要求，不存在差异。

公司成立以来，股东大会、董事会、监事会均能够按照有关法律、法规和《公司章程》规定依法规范运作，会议召开、决议内容及签署符合公司内部议事规则和相关法律法规的规定要求，不存在管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，依据《公司法》、《公司章程》规定规范运作，行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换董事和非由职工代表担任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准公司单笔超过3000万元、或连续十二个月内累计超过5000万元的融资方案（限于间接融资）；（4）审议批准董事会的报告；（5）审议批准监事会报告；（6）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（8）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（9）对发行公司债券作出决议；（10）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（11）修改本章程；（12）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（13）审议批准本章程第三十九条规定的担保事项；（14）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；（15）审议公司在一年内对外投资超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；（16）审议批准变更募集资金用途事项；（17）审议股权激励计划；（18）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定

应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。自股份公司成立以来，公司严格按照相关法律、法规和《公司章程》规定，充分发挥股东大会在公司治理中的作用，切实保障公司及全体股东的利益。报告期内，公司共召开 17 次股东大会，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。同时，公司股东大会严格履行职责，对公司董事、监事的任免、《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改，首次公开发行股票的决策和募集资金投向等重大事宜均作出了有效决议。报告期内公司股东大会具体召开情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席会议情况
1	2015 年第一次临时股东大会	2015 年 1 月 26 日	全体股东或其授权代表
2	2014 年度股东大会	2015 年 3 月 19 日	全体股东或其授权代表
3	2015 年第二次临时股东大会	2015 年 6 月 26 日	全体股东或其授权代表
4	2016 年第一次临时股东大会	2016 年 1 月 25 日	全体股东或其授权代表
5	2015 年度股东大会	2016 年 4 月 16 日	全体股东或其授权代表
6	2016 年第二次临时股东大会	2016 年 5 月 8 日	全体股东或其授权代表
7	2016 年第三次临时股东大会	2016 年 9 月 18 日	全体股东或其授权代表
8	2017 年第一次临时股东大会	2017 年 1 月 22 日	全体股东或其授权代表
9	2017 年第二次临时股东大会	2017 年 3 月 1 日	全体股东或其授权代表
10	2016 年度股东大会	2017 年 3 月 26 日	全体股东或其授权代表
11	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 4 月 19 日	全体股东或其授权代表
12	2017 年第四次临时股东大会	2017 年 9 月 8 日	全体股东或其授权代表
13	2017 年第五次临时股东大会	2017 年 11 月 18 日	全体股东或其授权代表
14	2017 年第六次临时股东大会	2017 年 11 月 27 日	全体股东或其授权代表
15	2018 年第一次临时股东大会	2018 年 1 月 31 日	全体股东或其授权代表
16	2018 年第二次临时股东大会	2018 年 4 月 18 日	全体股东或其授权代表
17	2017 年年度股东大会	2018 年 5 月 22 日	全体股东或其授权代表

（二）董事会制度的建立健全和运行情况

根据《公司章程》和《董事会议事规则》规定，公司设董事会，对股东大会负责。截至本招股说明书签署日，公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事三

名。公司设董事长 1 人，副董事长 1 人，董事长、副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事任期三年，任期届满，连选可以连任，但独立董事连续任职不超过六年。董事会下设审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会。根据《公司章程》规定，董事会依法行使下列职权：

（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、收购发行人股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）制订公司投资计划；（9）制订公司的融资方案，并决定 3000 万元以内的融资方案（限于间接融资）；（10）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；（11）决定公司内部管理机构的设置；（12）决定聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书及其报酬等事项；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（13）制定公司的基本管理制度；（14）制订本章程的修改方案；（15）管理公司信息披露事项；（16）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（17）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（18）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

发行人自 2010 年整体变更为股份公司起即由创立大会暨首次股东大会选举了第一届董事会，并根据经营管理需要或董事个人职业安排相继进行了补选或更换，同时股东大会每三年对董事会进行一次换届选举。报告期内，发行人共召开了 25 次董事会会议，历次会议严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司各项事务进行讨论决策，会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合相关法律、法规和《公司章程》的规定，会议记录完整规范。公司董事会除审议日程事项外，在高级管理人员任免、重大投资、一般性规章制度的制定均作出了有效决议。报告期内，公司董事会具体召开情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席会议情况
1	第二届董事会第十四次会议	2015 年 1 月 10 日	全体董事
2	第二届董事会第十五次会议	2015 年 1 月 30 日	全体董事

序号	会议名称	召开时间	出席会议情况
3	第二届董事会第十六次会议	2015 年 2 月 26 日	全体董事
4	第二届董事会第十七次会议	2015 年 6 月 10 日	全体董事
5	第二届董事会第十八次会议	2015 年 8 月 21 日	全体董事
6	第二届董事会第十九次会议	2016 年 1 月 9 日	全体董事
7	第二届董事会第二十次会议	2016 年 3 月 10 日	全体董事
8	第二届董事会第二十一次会议	2016 年 3 月 26 日	全体董事
9	第二届董事会第二十二次会议	2016 年 4 月 22 日	全体董事
10	第三届董事会第一次会议	2016 年 5 月 19 日	全体董事
11	第三届董事会第二次会议	2016 年 8 月 17 日	全体董事
12	第三届董事会第三次会议	2016 年 9 月 2 日	全体董事
13	第三届董事会第四次会议	2017 年 1 月 6 日	全体董事
14	第三届董事会第五次会议	2017 年 2 月 13 日	全体董事
15	第三届董事会第六次会议	2017 年 3 月 5 日	全体董事
16	第三届董事会第七次会议	2017 年 3 月 16 日	全体董事
17	第三届董事会第八次会议	2017 年 4 月 3 日	全体董事
18	第三届董事会第九次会议	2017 年 8 月 23 日	全体董事
19	第三届董事会第十次会议	2017 年 11 月 2 日	全体董事
20	第三届董事会第十一次会议	2017 年 11 月 11 日	全体董事
21	第三届董事会第十二次会议	2017 年 12 月 1 日	全体董事
22	第三届董事会第十三次会议	2018 年 1 月 15 日	全体董事
23	第三届董事会第十四次会议	2018 年 4 月 3 日	全体董事
24	第三届董事会第十五次会议	2018 年 4 月 18 日	全体董事
25	第三届董事会第十六次会议	2018 年 8 月 26 日	全体董事

（三）监事会制度的建立健全和运行情况

根据《公司章程》和《监事会议事规则》规定，公司设监事会，监事会对全体股东负责，维护公司及股东的合法权益。监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，监事会设主席 1 人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。职工代表监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。根据《公司章程》规定，监事会依法行使下列职权：

（1）检查公司财务，查阅财务报表、资料（包括下属企业、控股公司）；（2）

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；（3）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；（4）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；（5）向股东大会提出提案；（6）列席董事会会议。经全体监事的三分之二以上表决同意，对公司董事会的决议有权提出异议。董事会不予采纳的，监事会有权提议召开临时股东大会解决；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，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；（9）法律法规及股东大会授予的其他职权。

报告期内，发行人共召开了 13 次监事会会议，历次会议严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督，会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合法律、法规和《公司章程》的规定，会议记录完整规范。报告期内公司监事会具体召开情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席会议情况
1	第二届监事会第七次会议	2015 年 1 月 30 日	全体监事
2	第二届监事会第八次会议	2015 年 2 月 26 日	全体监事
3	第二届监事会第九次会议	2015 年 8 月 21 日	全体监事
4	第二届监事会第十次会议	2016 年 3 月 10 日	全体监事
5	第二届监事会第十一次会议	2016 年 3 月 26 日	全体监事
6	第二届监事会第十二次会议	2016 年 4 月 22 日	全体监事
7	第三届监事会第一次会议	2016 年 5 月 19 日	全体监事
8	第三届监事会第二次会议	2016 年 8 月 17 日	全体监事
9	第三届监事会第三次会议	2017 年 3 月 5 日	全体监事
10	第三届监事会第四次会议	2017 年 3 月 16 日	全体监事
11	第三届监事会第五次会议	2017 年 9 月 1 日	全体监事
12	第三届监事会第六次会议	2018 年 4 月 3 日	全体监事
13	第三届监事会第七次会议	2018 年 4 月 28 日	全体监事

（四）独立董事制度的建立、健全及履行情况

发行人根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、

《上市公司治理准则》以及《公司章程》的有关规定，制定了《独立董事制度》。

公司现任董事会成员包括 3 名独立董事，占董事会全体成员的三分之一，符合中国证监会关于上市公司独立董事应达到董事人数三分之一以上的监管要求。为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：

（1）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上，公司拟与关联法人达成的总额高于 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，提交董事会审议；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会会议；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事二分之一以上同意。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。

独立董事除认真履行董事的一般职权和上述特别职权外，还应当对以下事项发表独立意见：

（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司董事会未作出现金利润分配预案；（5）公司的股东、实际控制人及其关联企业对本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利益的事项；（7）公司章程规定的其他事项。

独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

公司自 2010 年 12 月 21 日召开 2010 年第二次临时股东大会建立了独立董事制度以来，不存在独立董事对有关决策事项提出异议的情况，亦不存在投反对票或弃权票的情形。

（五）董事会秘书制度的建立和运行

1、董事会秘书制度的建立情况

公司自 2010 年整体变更为股份公司后即建立了董事会秘书制度，董事会聘请了董事会秘书 1 名，董事会秘书是公司的高级管理人员，享有《中华人民共和国公司法》、《公司章程》规定的权利，承担相应的义务。公司董事会秘书的职责如下：

（1）负责公司信息的对外公布，组织和协调公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露事务管理制度；（2）负责投资者关系管理工作，协调公司与证券监管机构、投资者、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；关注媒体报道并主动求证报道的真实性；（3）负责公司信息披露的保密工作，在内幕信息泄露时，及时采取补救措施并向证券监管机构和证券交易所报告；（4）保证公司有完整的组织文件和记录、公司的股东名册妥善设立、以及有权得到公司有关记录和文件的人及时得到有关记录和文件；（5）负责公司与证券监管机构及交易所的联系，确保公司依法准备和递交相关有权机构所要求的文件和报告，督促董事会及时回复证券监管机构及交易所的问询；（6）按照法定程序组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议及高级管理人员相关会议；（7）组织公司董事、监事和高级管理人员进行相关法律、法规等的培训，并为其了解有关信息披露规定提供意见和协助；（8）在知悉董事、监事和高级管理人员违反相关法律、法规和公司章程的规定，或公司作出或可能作出违反相关规定的决策时，应当提醒相关人员，并按规定及时向证券监管机构和交易所报告；（9）《公司法》、证券监管机构和交易所以及公司章程要求履行的其他职责。

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，董事会秘书严格按照《公司章程》有关规定筹备公司股东大会和董事会会议，并积极配合公司独立董事履行职责。报告期内，公司董事会秘书筹备了 25 次董事会会议和 17 次股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，与股东建立了良好的关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）董事会专门委员会的设置情况

经公司 2010 年第二次临时股东大会审议通过，公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等 4 个专门委员会，由公司第一届董事会第四次会议审议通过《董事会战略委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》和《董事会薪酬和考核委员会工作细则》。各专门委员会对董事会负责，在董事会的统一领导下，为董事会决策提供建议和咨询意见。截至本招股说明书签署日，公司董事会各专门委员会构成情况如下：

委员会名称	主任委员（召集人）	委员
审计委员会	冯渊（独立董事、会计专业人士）	唐鸣、黄兴旺（独立董事）
战略委员会	邓文	车振明、黄兴旺（独立董事）
薪酬与考核委员会	车振明（独立董事）	邓文、冯渊（独立董事）
提名委员会	黄兴旺（独立董事）	邓文、车振明（独立董事）

1、战略委员会

（1）战略委员会的组成

公司于 2010 年 12 月 21 日召开的 2010 年第二次临时股东大会审议并通过了成立战略委员会的议案，于 2011 年 1 月 3 日召开的第一届董事会第四次会议审议通过了《战略委员会工作细则》和《关于选举战略委员会成员的议案》，并于 2013 年 5 月 20 日召开的第二届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举战略委员会成员的议案》，选举并产生第二届战略委员会成员，成立了战略委员会。战略委员会由三名董事组成，委员为邓文、牟文、卢晓黎，其中牟文、卢晓黎为独立董事，邓文担任召集人。公司于 2016 年 5 月 19 日召开的第三届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举战略委员会成员的议案》，选举并产生第三届战略委员会成员，成立了战略委员会。战略委员会由三名董事组成，目前委员为邓文、车振明、黄兴旺，其中车振明、黄兴旺为独立董事，邓文担任召集人。

（2）战略委员会的职责

战略委员会的主要职责包括：①对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；②对须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；③对须经董

事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；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宜。

（3）战略委员会的运行情况

战略委员会自设立以来，依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，在协助公司制定发展战略、投融资方案、重大项目资本运作等方面发挥了积极的作用。

2、审计委员会

（1）审计委员会的组成

公司于2010年12月21日召开的2010年第二次临时股东大会审议并通过了成立审计委员会的议案，于2011年1月3日召开的第一届董事会第四次会议审议通过了《审计委员会工作细则》和《关于选举审计委员会成员的议案》，并于2013年5月20日召开的第二届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举审计委员会成员的议案》，选举并产生第二届审计委员会成员，成立了审计委员会。审计委员会由三名董事组成，委员为牟文、唐鸣、左仁淑，其中牟文、左仁淑为独立董事，牟文担任召集人。公司于2016年5月19日召开的第三届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举审计委员会成员的议案》，选举并产生第三届审计委员会成员，成立了审计委员会。审计委员会由三名董事组成，目前委员为冯渊、唐鸣、黄兴旺，其中冯渊、黄兴旺为独立董事，冯渊担任召集人。

（2）审计委员会的职责

审计委员会的主要职责包括：①提议聘请或更换外部审计机构；②监督公司的内部审计制度及其实施；③负责内部审计与外部审计之间的沟通；④审核公司的财务信息及其披露；⑤审查公司内控制度；⑥公司董事会授予的其他事宜。

（3）审计委员会的运行情况

审计委员会自设立以来，依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《公司章程》相关规定要求，积极履行了职责，包括提议聘请或更换外部审计机构、监督公司的内部审计制度及其实施、负责内部审计与外部审计之间的沟通、审核公司的财

务信息及其披露、审查公司的内控制度，对公司的内控制度的健全和完善提出意见和建议等，对公司的风险控制及规范管理起到了积极的作用。

3、提名委员会

（1）提名委员会的组成

公司于2010年12月21日召开的2010年第二次临时股东大会审议并通过了成立提名委员会的议案，并于2011年1月3日召开的第一届董事会第四次会议审议通过了《提名委员会工作细则》和《关于选举提名委员会成员的议案》，并再次于2013年5月20日召开的第二届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举提名委员会成员的议案》，选举并产生第二届提名委员会成员，成立了提名委员会。提名委员会由三名董事组成，委员为邓文、卢晓黎、左仁淑，其中卢晓黎、左仁淑为独立董事，左仁淑担任召集人。公司于2016年5月19日召开的第三届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举提名委员会成员的议案》，选举并产生第三届提名委员会成员，成立了提名委员会。提名委员会由三名董事组成，目前委员为邓文、车振明、黄兴旺，其中车振明、黄兴旺为独立董事，黄兴旺担任召集人。

（2）提名委员会的职责

提名委员会的主要职责包括：

①根据公司经营活动、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；②研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；③广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；④对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；⑤在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；⑥公司董事会授权的其他事宜。

（3）提名委员会的运行情况

提名委员会自设立以来，依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，在对董事候选人及高级管理人员的人选审议等方面发挥了重要的作用。

4、薪酬与考核委员会

（1）薪酬与考核委员会的组成

公司于2010年12月21日召开的2010年第二次临时股东大会审议并通过了成立薪酬与考核委员会的议案，并于2011年1月3日召开的第一届董事会第四次会议审议通过了《薪酬与考核委员会工作细则》和《关于选举薪酬与考核委员会成员的议案》，并再次于2013年5月20日召开的第二届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举提名委员会成员的议案》，选举并产生第二届提名委员会成员，成立了提名委员会。提名委员会由三名董事组成，委员为邓文、卢晓黎、左仁淑，其中卢晓黎、左仁淑为独立董事，左仁淑担任召集人。公司于2016年5月19日召开的第三届董事会第一次会议审议并通过了《关于选举薪酬与考核委员会成员的议案》，选举并产生第三届薪酬与考核委员会成员，成立了薪酬与考核委员会。薪酬与考核委员会由三名董事组成，目前委员为邓文、冯渊、车振明，其中冯渊、车振明为独立董事，车振明担任召集人。

（2）薪酬与考核委员会职责

薪酬与考核委员会的主要职责包括：①根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业、相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；②薪酬计划或方案包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；③审查公司董事及其他高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；④负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；⑤董事会授权的其他事宜。

（3）薪酬与考核委员会的运行情况

薪酬与考核委员会自设立以来，依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，在审议董事、高级管理人员的薪酬等方面发挥了重要的作用。

二、发行人近三年违法违规行为情况

自公司设立至今，发行人严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，最近三年不存在重大违法违规的行为。

三、发行人最近三年内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况和对外担保情况

报告期内，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占用的情形。发行人的《公司章程》、《股东大会议事规则》已经明确对外担保的审批权限和审议程序，从制度上保证了公司对外担保行为的规范性。报告期内发行人不存在为控股股东、实际控制人及其所控制的企业提供担保的情况。

四、公司管理层对内部控制的自我评价意见及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评价意见

公司管理层对内部控制制度合理性、完整性及有效性进行了评估，认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定建立健全了完整的、合理的内部控制制度，总体上保证了公司生产经营活动的正常运作，在一定程度上降低了管理风险，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。

（二）会计师对公司内部控制制度的评价

信永中和对公司的内部控制制度进行审核，并出具了 XYZH/2018CDA40200 号《内部控制鉴证报告》，鉴证意见认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自公司经审计的财务报表。投资者如需详细了解公司的财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读本招股说明书所附财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、注册会计师审计意见及关键审计事项

（一）注册会计师审计意见

信永中和依据中国注册会计师审计准则对公司截至 2018 年 6 月 30 日、2017 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年 1-6 月、2017 年度、2016 年度、2015 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司股东权益变动表和合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审计。信永中和对上述财务报表出具了 XYZH/2018CDA40198 号标准无保留意见的《审计报告》，认为公司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，公允反映了天味食品公司 2018 年 6 月 30 日、2017 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年 1-6 月、2017 年度、2016 年度、2015 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是注册会计师根据职业判断，认为对财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，注册会计师不对这些事项单独发表意见。注册会计师将收入确认事项确定为公司的关键审计事项。

关键审计事项	审计中的应对
（一）收入确认	
相关信息披露详见本节“四、合并报表范围、主要会计政策和会计估计之（三）主要会计政策和会计估计之 15、收入确认原则”，第十一节管理层讨论与分析“二、盈利能力分析之	报告期的财务报表审计中，执行了以下程序： 1、了解、评估了管理层对天味食品自销售订单下单、预收货款、信用审核、配送发货、

（一）营业收入”。 2018 年 1-6 月、2017 年度、2016 年度和 2015 年度，公司营业收入分别为 4.77 亿元、10.66 亿元、9.84 亿元和 8.69 亿元，其中产品销售收入占总销售收入的比例超过 99%。 天味食品 2018 年 1-6 月、2017 年度、2016 年度和 2015 年度盈利能力良好，利润总额分别为 0.86 亿元、2.15 亿元、2.37 亿元、1.60 亿元，利润主要来源于经营收益。因此将公司产品销售收入的确认识别为关键审计事项。	开票结算、销售收入入账的销售流程中的内部控制的设计，并测试了关键控制执行的有效性。 2、通过抽样检查销售合同及与管理层的访谈，对与产品销售收入确认有关的重大风险及报酬转移时点进行了分析评估，进而评估天味食品产品销售收入的确认政策。 3、实施了以下分析程序： （1）对公司报告期各年末应收账款余额及账龄进行分析，分析是否与公司销售政策及实际经营情况相符。 （2）对报告期各年度主要客户的增减变动家数、收入金额及占总收入的比例，向公司了解客户增减变动的背景原因及获取相关支持性文件，分析评估主要客户变动是否真实、合理。 4、实施了以下实质性检查程序： （1）抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、产品运输单、客户签收单等。 （2）对主要客户的交易金额及期末应收（预收）余额实施函证程序。 （3）对天味食品银行资金收款流水进行检查，关注主要客户回款是否存在异常。 （4）针对资产负债表日前后确认的销售收入进行截止测试，以评估销售收入是否在恰当的期间确认。 5、对报告期各年度的主要客户进行了实地走访和访谈。

二、财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定，并基于重要会计政策、会计估计编制。

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

三、财务会计报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资　产	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动资产：				
货币资金	140,881,547.57	244,636,371.41	312,085,269.45	239,823,581.08
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	2,931,720.72	2,829,461.19	5,589,457.61	4,883,902.75
预付款项	7,573,261.43	14,288,073.12	7,997,800.66	6,569,997.33
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	4,489,984.39	3,293,321.10	3,299,295.87	3,532,156.96
存货	102,284,289.52	83,595,376.54	73,626,677.69	53,892,567.95
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	504,300,104.61	457,702,049.82	350,054,708.46	300,000,000.00
流动资产合计	**762,460,908.24**	**806,344,653.18**	**752,653,209.74**	**608,702,206.07**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	341,388,787.71	348,935,152.83	360,596,708.86	365,852,054.94
在建工程	-	-	-	-
工程物资	-	-	55,641.03	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	34,460,098.57	35,079,098.02	36,778,441.29	37,857,675.20
开发支出	-	-	-	-

商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	4,555,054.34	2,289,413.47	1,422,777.41	1,194,415.25
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	**380,403,940.62**	**386,303,664.32**	**398,853,568.59**	**404,904,145.39**
资产总计	**1,142,864,848.86**	**1,192,648,317.50**	**1,151,506,778.33**	**1,013,606,351.46**

合并资产负债表（续）

单位：元

负债及股东权益	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	78,043,055.65	86,180,605.38	88,403,963.79	85,794,260.92
预收款项	48,064,436.31	29,176,400.11	24,518,277.53	49,478,068.40
应付职工薪酬	8,079,545.43	15,874,311.40	16,426,870.91	12,467,050.03
应交税费	13,332,358.42	66,527,778.90	24,850,799.59	23,615,907.54
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	43,013,582.91	53,936,077.22	44,140,312.71	60,563,539.71
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**190,532,978.72**	**251,695,173.01**	**198,340,224.53**	**231,918,826.60**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	750,000.00	750,000.00	-	-
预计负债	2,364,332.14	3,811,954.44	3,134,078.29	3,792,869.10
递延收益	4,724,573.20	5,240,270.86	4,471,666.21	5,225,952.01
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**7,838,905.34**	**9,802,225.30**	**7,605,744.50**	**9,018,821.11**

负债合计	198,371,884.06	261,497,398.31	205,945,969.03	240,937,647.71
股东权益：				
股本	371,835,000.00	371,835,000.00	366,750,000.00	366,750,000.00
资本公积	38,165,335.91	38,165,335.91	536,335.91	536,335.91
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	109,492,450.80	109,492,450.80	91,119,734.40	72,052,941.44
未分配利润	425,000,178.09	411,658,132.48	487,154,738.99	333,329,426.40
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	**944,492,964.80**	**931,150,919.19**	**945,560,809.30**	**772,668,703.75**
少数股东权益				-
股东权益合计	**944,492,964.80**	**931,150,919.19**	**945,560,809.30**	**772,668,703.75**
负债和股东权益合计	**1,142,864,848.86**	**1,192,648,317.50**	**1,151,506,778.33**	**1,013,606,351.46**

（二）合并利润表

单位：元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业总收入	**477,183,408.52**	**1,066,054,647.98**	**984,032,301.88**	**868,604,584.24**
其中：营业收入	477,183,408.52	1,066,054,647.98	984,032,301.88	868,604,584.24
二、营业总成本	**400,592,210.70**	**875,969,247.71**	**788,708,285.79**	**735,752,845.53**
其中：营业成本	294,493,938.82	636,585,549.27	595,838,273.29	545,749,680.10
税金及附加	5,538,619.98	14,885,121.23	11,290,754.14	6,632,997.23
销售费用	65,047,636.99	137,969,636.17	116,363,455.62	113,695,119.48
管理费用	36,166,906.89	87,837,226.27	66,463,046.39	69,114,540.03
财务费用	-821,144.99	-2,099,574.40	-1,677,127.31	388,012.93
资产减值损失	166,253.01	791,289.17	429,883.66	172,495.76
加：公允价值变动收益				
投资收益（损失以“-”填列）	9,052,218.13	11,341,667.76	8,135,978.78	7,383,045.69
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		-	-	-

资产处置收益（损失以“-”填列）	-	-249,617.65	2,651.34	-36,384.75
其他收益	1,676,097.66	1,394,380.40	-	-
三、营业利润（损失以“-”填列）	**87,319,513.61**	**202,571,830.78**	**203,462,646.21**	**140,198,399.65**
加：营业外收入	51,392.19	13,306,951.88	34,514,947.92	20,192,412.07
减：营业外支出	1,357,687.63	968,427.42	791,676.18	606,262.53
四、利润总额（亏损总额以“-”填列）	**86,013,218.17**	**214,910,355.24**	**237,185,917.95**	**159,784,549.19**
减：所得税费用	13,177,572.56	31,104,245.35	33,853,562.40	17,413,696.91
五、净利润（净亏损以“-”填列）	**72,835,645.61**	**183,806,109.89**	**203,332,355.55**	**142,370,852.28**
（一）归属于母公司股东的净利润	72,835,645.61	183,806,109.89	203,332,355.55	142,370,852.28
（二）少数股东损益	-	-	-	-
六、其他综合收益				
七、综合收益总额	**72,835,645.61**	**183,806,109.89**	**203,332,355.55**	**142,370,852.28**
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	72,835,645.61	183,806,109.89	203,332,355.55	142,370,852.28
（二）归属于少数股东的综合收益总额			-	-
八、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.1959	0.4994	0.5544	0.3882
（二）稀释每股收益	0.1959	0.4994	0.5544	0.3882

（三）合并现金流量表

单位：元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	543,472,037.17	1,237,683,353.34	1,112,391,994.36	992,413,403.38
收到的税费返还	-	-	-	3,581,090.00
收到其他与经营活动有关的现金	2,046,325.07	26,659,441.46	15,831,132.36	21,997,535.95

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动现金流入小计	**545,518,362.24**	**1,264,342,794.80**	**1,128,223,126.72**	**1,017,992,029.33**
购买商品、接受劳务支付的现金	359,668,224.17	757,348,962.07	716,143,303.42	580,644,127.06
支付给职工以及为职工支付的现金	60,132,973.52	111,177,349.05	99,862,488.57	94,946,749.09
支付的各项税费	67,261,794.64	124,145,269.39	116,263,562.14	80,264,397.75
支付其他与经营活动有关的现金	19,420,060.45	47,010,297.82	30,683,784.88	35,048,376.23
经营活动现金流出小计	**506,483,052.78**	**1,039,681,878.33**	**962,953,139.01**	**790,903,650.13**
经营活动产生的现金流量净额	**39,035,309.46**	**224,660,916.47**	**165,269,987.71**	**227,088,379.20**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	350,900,000.00	750,000,000.00	500,000,000.00	400,000,000.00
取得投资收益收到的现金	9,052,218.13	11,341,667.76	8,135,978.78	7,383,045.69
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	13,146.72	1,066,650.00	890,238.00	102,306.77
收到其他与投资活动有关的现金	-	1,800,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	**359,965,364.85**	**764,208,317.76**	**509,026,216.78**	**407,485,352.46**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	7,141,398.15	13,644,960.58	16,171,964.93	42,121,822.66
投资支付的现金	400,900,000.00	850,900,000.00	550,000,000.00	650,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,318,671.69	5,422,301.19	6,244,420.57
投资活动现金流出小计	**408,041,398.15**	**865,863,632.27**	**571,594,266.12**	**698,366,243.23**
投资活动产生的现金流量净额	**-48,076,033.30**	**-101,655,314.51**	**-62,568,049.34**	**-290,880,890.77**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	15,255,000.00	-	-

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
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	-	**15,255,000.00**	-	-
偿还债务支付的现金		-	-	50,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	94,714,100.00	205,709,500.00	30,440,250.00	28,882,474.98
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**94,714,100.00**	**205,709,500.00**	**30,440,250.00**	**78,882,474.98**
筹资活动产生的现金流量净额	**-94,714,100.00**	**-190,454,500.00**	**-30,440,250.00**	**-78,882,474.98**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-103,754,823.84**	**-67,448,898.04**	**72,261,688.37**	**-142,674,986.55**
加：期初现金及现金等价物余额	244,636,371.41	312,085,269.45	239,823,581.08	382,498,567.63
六、期末现金及现金等价物余额	**140,881,547.57**	**244,636,371.41**	**312,085,269.45**	**239,823,581.08**

（四）母公司资产负债表

单位：元

资　产	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动资产：				
货币资金	99,942,948.03	156,435,874.86	244,392,032.08	197,178,805.40
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	2,931,074.93	2,808,977.91	5,589,457.61	4,627,671.90
预付款项	8,812,859.04	112,913,732.61	214,958,906.45	192,261,400.57
应收利息	-	-	-	-
应收股利	150,000,000.00	150,000,000.00	50,000,000.00	56,000,000.00
其他应收款	4,038,117.60	2,992,128.37	3,036,350.72	3,089,535.91

资　产	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
存货	83,872,135.86	63,290,760.45	50,568,507.34	31,962,063.09
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	453,388,419.02	406,763,748.98	300,054,708.46	250,000,000.00
流动资产合计	**802,985,554.48**	**895,205,223.18**	**868,599,962.66**	**735,119,476.87**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	43,185,817.38	43,185,817.38	43,185,817.38	43,185,817.38
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	137,103,271.71	140,403,520.52	147,451,523.27	154,167,629.56
在建工程	-		-	-
工程物资	-	-	55,641.03	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
无形资产	13,519,045.08	14,007,929.20	15,111,160.19	15,572,100.82
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	2,960,111.78	1,369,968.24	1,098,666.59	942,854.06
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	**196,768,245.95**	**198,967,235.34**	**206,902,808.46**	**213,868,401.82**
资产总计	**999,753,800.43**	**1,094,172,458.52**	**1,075,502,771.12**	**948,987,878.69**

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债及股东权益	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	44,603,954.23	38,034,003.14	49,326,688.27	47,557,155.56

预收款项	48,064,436.31	29,176,400.11	24,518,277.53	49,457,601.14
应付职工薪酬	5,322,882.28	11,347,786.28	12,278,270.07	8,411,009.70
应交税费	1,907,672.87	46,830,434.10	17,218,071.08	18,343,358.33
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	41,260,772.61	52,367,098.84	42,554,937.04	54,426,829.78
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**141,159,718.30**	**177,755,722.47**	**145,896,243.99**	**178,195,954.51**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	750,000.00	750,000.00	-	-
预计负债	2,364,332.14	3,811,954.44	3,134,078.29	3,792,869.10
递延收益	3,878,419.36	4,342,834.96	4,471,666.21	5,225,952.01
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**6,992,751.50**	**8,904,789.40**	**7,605,744.50**	**9,018,821.11**
负债合计	**148,152,469.80**	**186,660,511.87**	**153,501,988.49**	**187,214,775.62**
股东权益：				
股本	371,835,000.00	371,835,000.00	366,750,000.00	366,750,000.00
资本公积	40,282,009.30	40,282,009.30	2,653,009.30	2,653,009.30
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	110,438,336.70	110,438,336.70	92,065,620.30	72,998,827.34
未分配利润	329,045,984.63	384,956,600.65	460,532,153.03	319,371,266.43
股东权益合计	**851,601,330.63**	**907,511,946.65**	**922,000,782.63**	**761,773,103.07**
负债和股东权益合计	**999,753,800.43**	**1,094,172,458.52**	**1,075,502,771.12**	**948,987,878.69**

（五）母公司利润表

单位：元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	**478,594,387.81**	**1,079,504,888.41**	**986,274,225.72**	**888,944,927.06**
减：营业成本	393,236,671.31	848,864,091.37	695,079,193.16	624,753,968.89
税金及附加	1,692,778.89	7,076,414.92	6,890,330.61	4,311,391.37
销售费用	65,047,636.99	137,969,636.17	116,363,455.62	113,695,119.48
管理费用	24,228,354.86	64,332,856.26	43,699,620.10	42,937,638.34
财务费用	-460,987.80	-1,208,086.40	-1,309,622.12	777,064.68
资产减值损失	159,366.88	677,829.65	445,457.69	151,118.09
加：公允价值变动收益（损失以“-”填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”填列）	8,035,060.87	159,722,900.64	56,450,767.59	62,264,375.60
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”填列）	-	-54,334.87	-	-
其他收益	1,624,815.60	1,156,363.61	-	-
二、营业利润（损失以“-”列示）	**4,350,443.15**	**182,617,075.82**	**181,556,558.25**	**164,583,001.81**
加：营业外收入	12,370.18	6,499,268.89	33,332,214.05	19,480,551.67
减：营业外支出	47,474.24	157,918.58	426,495.74	157,643.81
三、利润总额（亏损总额以“-”列示）	**4,315,339.09**	**188,958,426.13**	**214,462,276.56**	**183,905,909.67**
减：所得税费用	732,355.11	5,231,262.11	23,794,347.00	18,023,221.78
四、净利润（净亏损以“-”列示）	**3,582,983.98**	**183,727,164.02**	**190,667,929.56**	**165,882,687.89**
(一)持续经营损益（净亏损以“-”号填列）	3,582,983.98	183,727,164.02	190,667,929.56	165,882,687.89
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	**3,582,983.98**	**183,727,164.02**	**190,667,929.56**	**165,882,687.89**
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	-	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-	-

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	542,019,784.92	1,231,997,268.56	1,107,847,361.90	992,232,549.67
收到其他与经营活动有关的现金	1,640,189.84	18,747,920.96	14,247,033.01	20,891,591.48
经营活动现金流入小计	**543,659,974.76**	**1,250,745,189.52**	**1,122,094,394.91**	**1,013,124,141.15**
购买商品、接受劳务支付的现金	378,213,817.38	922,488,847.38	880,279,887.53	678,077,666.44
支付给职工以及为职工支付的现金	40,847,313.05	75,944,302.13	64,608,480.36	58,062,515.44
支付的各项税费	21,960,102.16	59,882,870.19	79,117,449.17	52,733,431.27
支付其他与经营活动有关的现金	18,695,152.71	42,928,321.81	26,245,418.94	29,358,825.43
经营活动现金流出小计	**459,716,385.30**	**1,101,244,341.51**	**1,050,251,236.00**	**818,232,438.58**
经营活动产生的现金流量净额	**83,943,589.46**	**149,500,848.01**	**71,843,158.91**	**194,891,702.57**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	300,000,000.00	650,000,000.00	400,000,000.00	350,000,000.00
取得投资收益收到的现金	8,035,060.87	59,722,900.64	62,450,767.59	6,264,375.60
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	780,650.00	268,400.00	20,464.52
收到其他与投资活动有关的现金	-	800,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	**308,035,060.87**	**711,303,550.64**	**462,719,167.59**	**356,284,840.12**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	3,757,477.16	7,635,912.47	4,890,887.87	16,189,725.84
投资所支付的现金	350,000,000.00	750,000,000.00	450,000,000.00	550,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	670,143.40	2,017,961.95	1,720,247.58

投资活动现金流出小计	**353,757,477.16**	**758,306,055.87**	**456,908,849.82**	**567,909,973.42**
投资活动产生的现金流量净额	**-45,722,416.29**	**-47,002,505.23**	**5,810,317.77**	**-211,625,133.30**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资所收到的现金	-	15,255,000.00	-	-
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	-	**15,255,000.00**	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	50,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	94,714,100.00	205,709,500.00	30,440,250.00	28,882,474.98
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**94,714,100.00**	**205,709,500.00**	**30,440,250.00**	**78,882,474.98**
筹资活动产生的现金流量净额	**-94,714,100.00**	**-190,454,500.00**	**-30,440,250.00**	**-78,882,474.98**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-56,492,926.83**	**-87,956,157.22**	**47,213,226.68**	**-95,615,905.71**
加：期初现金及现金等价物余额	156,435,874.86	244,392,032.08	197,178,805.40	292,794,711.11
六、期末现金及现金等价物余额	**99,942,948.03**	**156,435,874.86**	**244,392,032.08**	**197,178,805.40**

四、合并报表范围、主要会计政策和会计估计

（一）合并财务报表的编制方法

1、合并范围的确定原则

发行人将所有控制的子公司纳入合并财务报表范围。

2、合并财务报表所采用的会计方法

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

合并范围内的所有重大内部交易、往来余额及未实现利润在合并报表编制时予以抵销。子公司的所有者权益中不属于母公司的份额以及当期净损益、其他综合收益及综合收益总额中属于少数股东权益的份额，分别在合并财务报表“少数股东权益、少数股东损益、归属于少数股东的其他综合收益及归属于少数股东的综合收益总额”项目列示。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，其经营成果和现金流量自合并当期期初纳入合并财务报表。编制比较合并财务报表时，对上年财务报表的相关项目进行调整，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

对于非同一控制下企业合并取得子公司，经营成果和现金流量自本公司取得控制权之日起纳入合并财务报表。在编制合并财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整。

（二）合并财务报表范围

报告期内，纳入合并报表范围的子公司为：

序号	名称	注册资本（万元）	主营业务	持股比例
1	自贡天味	2,000.00	复合调味料的生产、销售	100%
2	天味家园	2,000.00	复合调味料的生产、销售	100%
3	瑞生投资	100.00	项目投资管理、资产管理	100%

（三）主要会计政策和会计估计

1、现金及现金等价物的确定标准

本公司现金流量表之现金指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金流量表之现金等价物指持有期限不超过 3 个月、流动性强、易于转换为已知金额现金且价值变动风险很小的投资。

2、外币业务和外币财务报表折算

本公司外币交易按业务发生当日中国人民银行公布的市场汇价（中间价）折合人民币记账。于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额除了为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额按资本化的原则处理外，直接计入当期损益。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额，作为公允价值变动直接计入当期损益或其他综合收益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额。

3、金融资产和金融负债

本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

（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。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。

（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。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。

4、应收款项坏账准备

本公司将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：债务单位撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重自然灾害等导致停产而在可预见的时间内无法偿付债务等；债务单位逾期未履行偿债义务超过 3 年；其他确凿证据表明确实无法收回或收回的可能性不大。

对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，期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，经本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）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	将单项金额超过 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	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
合并范围内关联方交易组合	以应收对象为合并报表范围内的关联方划分组合
按账龄组合计提坏账准备的计提方法：账龄分析法	
按合并范围内关联方交易组合坏账准备的计提方法：先按（1）和（3）进行个别认定，个别认定后不存在回收风险的，不计提坏账准备	

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	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3-4 年	50	50
4-5 年	80	80
5 年以上	100	100

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

5、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。周转材料采用一次转销法进行摊销。

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。

6、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。

本公司对子公司投资采用成本法核算。

后续计量采用成本法核算的长期股权投资，在追加投资时，按照追加投资支付的成本额公允价值及发生的相关交易费用增加长期股权投资成本的账面价值。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，按照应享有的金额确认为当期投资收益。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期投资收益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期投资损益。

7、固定资产

本公司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，单位价值超过 2,000 元的有形资产。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入本公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。本公司固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公设备和其他等。

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，本公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。本公司固定资产的分类、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	房屋建筑物	20-45	5	2.11-4.75
2	机器设备	5-10	5	9.5-19
3	运输设备	5-10	5	9.5-19
4	办公设备及其他	4-8	5	11.88-23.75

本公司于每年年度终了，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。

8、在建工程

在建工程在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧，待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异进行调整，但已计提的折旧金额不再调整。

9、借款费用

发生的可直接归属于需要经过 1 年以上的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；当购建或生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

专门借款当期实际发生的利息费用，扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

10、无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、商标权、软件及其他，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；对非同一控制下合并中取得被购买方拥有的但在其财务报表中未确认的无形资产，在对被购买方资产进行初始确认时，按公允价值确认为无形资产。

土地使用权从出让起始日起，按其出让年限平均摊销；商标权、软件和其他无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

11、长期资产减值

本公司于每一资产负债表日对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等项目进行检查，当存在减值迹象时，本公司进行减值测试。

对商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年末均进行减值测试。

本公司在资产负债表日对存在减值迹象的长期资产进行减值测试。长期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。

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。

12、职工薪酬

本公司职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利和辞退福利。

短期薪酬主要包括职工工资、奖金、津贴和补贴、福利费、医疗保险、生育保险、工伤保险、住房公积金、工会经费和职工教育经费等，在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险费等，按照公司承担的风险和义务，分类为设定提存计划。对于设定提存计划在根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而向单独主体缴存的提存金确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

辞退福利是由于辞退员工产生，在办理离职手续日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

13、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、产品质量保证等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，本公司将其确认为负债：该义务是本公司承担的现时义务；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。

本公司预计负债主要为预计产品退货金额，本公司根据当年实际退货金额占上年度总销售收入的比例作为预计退货率，预计本年度退货相关负债。

14、股份支付

用以换取职工提供服务的以权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司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，相应调整负债。

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。

本公司在等待期内取消所授予权益工具的（因未满足可行权条件而被取消的除外），作为加速可行权处理，即视同剩余等待期内的股权支付计划已经全部满足可行权条件，在取消所授予权益工具的当期确认剩余等待期内的所有费用。

15、收入确认原则

本公司的营业收入主要包括销售商品收入、让渡资产使用权收入，收入确认原则如下：

（1）本公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方、本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权、也没有对已售出的商品实施有效控制、收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入企业、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认销售商品收入的实现。

（2）与交易相关的经济利益很可能流入本公司、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权收入的实现。

（3）各类销售渠道下收入确认的具体方法

公司主要有经销商、定制餐调、电商、直营商超、外贸及其他销售渠道，各销售渠道的收入确认政策具体如下：

①经销商、定制餐调、外贸及其他渠道

公司根据销售订单信息，将商品发运到指定地点，客户签收确认，此时商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入，因此本公司在发货并取得客户书面签收文件时确认收入。

②直营商超渠道

公司与直营商超为委托代销关系，公司在产品发出时，其商品所有权上的主要风险和报酬尚未转移。公司的产品实现最终销售并收到商超开具的代销清单，此时商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入，因此公司在收到直营商超盖章签字的代销清单时确认收入的实现。

③电商渠道

本公司电商渠道收入分为电商自营收入、电商专营收入、电商商超收入；电商自营收入系主要通过在第三方销售平台开设直营店铺的形式进行销售，公司通过电商平台展示产品信息，消费者通过平台选购商品，提交订单，公司根据订单信息将商品发运到指定地点，由指定人员签收，待其签收确认后，平台将相关款项支付给公司，此时商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入，因此本公司在发货并取得相应货款时确认收入。电商专营收入为专营网络渠道的经销商向本公司购买产品，再通过其网络店铺销售；电商商超收入系指天猫商城、京东商城等电商通过其自营平台对外销售。公司对电商专营收入确认政策与经销商、定制餐调及其他渠道一致，电商商超收入确认政策与直营商超渠道一致。

④外贸渠道

本公司外贸渠道销售收入根据报关出口的主体分为客户出口和公司自营出口两类。客户出口系指本公司将产品销售给第三方进出口贸易公司等客户后由客户通过自身渠道将产品销售至境外，公司对客户出口的收入确认政策与国内经销商、定制餐调及其他渠道一致。公司自营出口由公司与客户签订销售合同，主要采取 FOB 及 CIF 报价，TT 付款方式。公司于货物在装运港上船后或离境货交承

运人时确认收入。

16、政府补助

本公司的政府补助包括项目补助、贷款贴息补助、各项奖励基金。其中，与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。如果政府文件中未明确规定补助对象，本公司按照上述区分原则进行判断，难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照实际收到的金额计量，对于按照固定的定额标准拨付的补助，或对年末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按照应收的金额计量；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。

项目补助为与资产相关的政府补助，确认为递延收益，确认为递延收益的与资产相关的政府补助，在相关资产使用寿命内按照直线法分期计入当期损益。

相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

各项奖励基金为与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间计入当期损益。与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

本公司取得政策性优惠贷款贴息的，区分财政将贴息资金拨付给贷款银行和财政将贴息资金直接拨付给本公司两种情况，分别按照以下原则进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本集团提供贷款的，本集团以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

本公司已确认的政府补助需要退回的，在需要退回的当期分情况按照以下规定进行会计处理：

（1）存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益。

（2）属于其他情况的，直接计入当期损益。

17、递延所得税资产和递延所得税负债

本公司递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认递延所得税资产。

18、持有待售的非流动资产或处置组

本公司将同时符合下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的需要获得相关批准。本公司将非流动资产或处置组首次划分为持有待售类别前，按照相关会计准则规定计量非流动资产或处置组中各项资产和负债的账面价值。初始计量或在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

本公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将

在一年内完成”的规定条件，且短期（通常为 3 个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。在初始计量时，比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。

本公司因出售对子公司的投资等原因导致丧失对子公司控制权的，无论出售后本公司是否保留部分权益性投资，在拟出售的对子公司投资满足持有待售类别划分条件时，在母公司个别财务报表中将对子公司投资整体划分为持有待售类别，在合并财务报表中将子公司所有资产和负债划分为持有待售类别。

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额应当予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不得转回。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额应当予以恢复，并在划分为持有待售类别后适用相关计量规定的非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不得转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外，各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

持有待售的非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件，而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：（1）划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持

有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；（2） 可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

19、终止经营

终止经营，是指本公司满足下列条件之一的、能够单独区分的组成部分，且该组成部分已经处置或划分为持有待售类别：（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区；（2）该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分；（3）该组成部分是专为转售而取得的子公司。

20、会计政策和会计估计变更以及会计差错

报告期内会计政策和会计估计变更情况如下：

（1）重要会计政策变更

2017 年 12 月，公司第三届董事会第十二次会议审议了如下会计政策变更：

会计政策变更的内容和原因	变更影响
2017 年，财政部修订了《企业会计准则第 16 号—政府补助》会计准则，本公司在编制 2017 年度财务报表时，执行了相关会计准则，并按照有关的衔接规定进行了处理。	政府补助会计政策变更采用未来适用法，受影响的报表项目为其他收益及营业外收入，原在营业外收入中反映的与经营相关的政府补助调整至其他收益项目列报，对净利润不构成影响。2017 年计入其他收益的政府补助金额为 1,394,380.40 元，2017 年末在递延收益中列示的与资产相关的政府补助 5,240,270.86 元将在未来期间分期计入其他收益。
2017 年，财政部发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》会计准则，本公司在编制 2017 年度财务报表时，执行了相关会计准则。	注 1
2017 年，本公司对员工进行了股权激励，本公司按照《企业会计准则第 11 号—股份支付》及相关规定，制定股份支付会计政策。	本公司 2017 年实施了股权激励并制定股份支付会计政策，受影响的报表项目为销售费用、管理费用及资本公积，2017 年确认股份支付费用合计 27,459,000.00 元，其中：计入销售费用 10,800,000.00 元，计入管理费用 16,659,000.00 元，

会计政策变更的内容和原因	变更影响
	同时增加资本公积 27,459,000.00 元。

注 1：持有待售及终止经营会计政策变更采用未来适用法，但根据《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30 号）、《关于持有待售准则有关问题的解读》，资产处置收益按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据按照《通知》进行调整。在编制 2017 年年报时，对于利润表的“持续经营净利润”和“终止经营净利润”项目，公司应当根据《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》的规定，列报可比会计期间的相应数据。根据财会〔2017〕30 号及解读规定，2015 年度、2016 年度比较报表已重新表述，该变更对资产负债表不构成影响，对合并利润表的具体情况如下：

单位：元

受影响的项目	2016 年度			2015 年度		
	调整前	调整金额	调整后	调整前	调整金额	调整后
资产处置收益	-	2,651.34	2,651.34	-	-36,384.75	-36,384.75
营业外收入	34,527,433.64	-12,485.72	34,514,947.92	-	-	-
营业外支出	801,510.56	-9,834.38	791,676.18	642,647.28	-36,384.75	606,262.53
持续经营净利润	-	203,332,355.55	203,332,355.55	-	142,370,852.28	142,370,852.28

（2）重要会计估计变更

2017 年 12 月，公司第三届董事会第十二次会议审议了如下会计估计变更：

会计估计变更的内容和原因	开始适用的时点
坏账计提政策账龄分析 3 年以上 50%变更为：3-4 年：50%；4-5 年：80%；5 年以上 100%	会计估计变更采用未来适用法，2017 年按照新坏账计提政策计提坏账准备，受影响的报表项目为应收款项及资产减值损失，2017 年因会计估计变更增加资产减值损失 57,450.00 元，减少其他应收款 57,450.00 元。

五、主要税收政策及税收优惠

（一）主要税收政策

发行人及子公司适用主要税种包括增值税、城市维护建设税、教育费附加、企业所得税等，具体如下：

1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或者提供加工、修理修配劳务的增值额	17%、16%、13%、11%、10%、6%
城市维护建设税	应缴流转税额	7%、5%
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	15%、25%
其他	按国家有关税法计缴	-

根据《财政部税务总局关于简并增值税税率有关政策的通知》（财税[2017]37号），从2017年7月1日起，简并增值税税率结构，取消13%的增值税税率，将农产品等货物税率调整为11%；根据《财政部国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32号），从2018年5月1日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用17%和11%税率的，税率分别调整为16%、10%；发行人发生增值税应税劳务适用税率为6%。综上，发行人报告期内适用的增值税税率情形较多，其中主要适用的增值税税率为17%，现已从2018年5月1调整为16%。

根据《四川省郫县地方税务局关于郫县“撤县建区”后城市维护建设税适用税率的通告》，子公司天味家园自2017年4月1日起城市维护建设税由原来的5%调整按照7%缴纳，除此外，其他公司报告期均按7%缴纳。

2、不同企业所得税税率纳税主体说明：

纳税主体名称	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
四川天味食品集团股份有限公司	15%	15%	15%	15%
自贡市天味食品有限公司	15%	15%	15%	15%
四川天味家园食品有限公司	15%	15%	15%	15%
四川瑞生投资管理有限公司	25%	25%	25%	25%

（二）税收优惠

根据2011年7月27日财政部、海关总署、国家税务总局发布的《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58号），自2011年1月1日至2020年12月31日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税。

1、天味食品享受西部大开发战略所得税优惠情况

2012 年 6 月 8 日，四川省经济和信息化委员会下发《关于确认四川川港燃气有限责任公司等 22 户企业主营业务为国家鼓励类产业项目的批复》（川经信产业函[2012]749 号），确认发行人的主营业务属于《产业结构调整指导目录（2011 年本）》（国家发改委第 9 号令）中的鼓励类产业第一类第 32 项农林牧渔产品储运、保险、加工及综合利用。经主管税务机关审核，公司减按 15%的税率征收企业所得税。

2015 年度、2016 年度和 2017 年度的公司享受的税收优惠均已备案，并取得双流县地方税务局税务事项通知书（双地税八所税通[2016]3690 号、双地税八所税通[2017]2115 号、双地税八所税通[2018]586 号）。

2、自贡天味享受西部大开发战略所得税优惠情况

2012 年 3 月 14 日，自贡市经济和信息化委员会下发《自贡市经济和信息化委员会关于企业执行国家西部大开发政策有关产业确认的证明》确认自贡天味所生产产品仍属《产业结构调整指导目录（2011 年本）》鼓励类范围。经主管税务机关审核，自贡天味减按 15%的税率征收企业所得税。

2015 年度、2016 年度和 2017 年度的自贡天味享受的税收优惠均已备案，并取得自流井区国家税务局税务事项通知书（自井国税通用[2014]093 号、自井国税通用[2016]644 号、自井国税通[2017]561 号）。

3、天味家园享受西部大开发战略所得税优惠情况

2015 年 3 月 16 日，四川省经济和信息化委员会下发《关于确认四川省成都市蜀都公证处等 20 户企业主营业务为国家鼓励类产业项目的批复》（川经信产业函[2015]185 号），确认天味家园的主营业务属于《产业结构调整指导目录（2011 年本）》（国家发改委第 9 号令）中的鼓励类产业第一类第 32 项农林牧渔产品储运、保险、加工及综合利用。经主管税务机关审核，减按 15%的税率征收企业所得税。

2015 年度、2016 年度和 2017 年度的天味家园享受的税收优惠均已备案，并取得四川省郫县国家税务局税务事项通知书（郫国税通用[2016]3321 号、郫国税通[2017]771 号、郫国税通[2018]924 号）。

除上述税收优惠之外，发行人及子公司天味家园、自贡天味还享受了技术开发费加计扣除、残疾人税收优惠、专用设备投资抵免企业所得税等优惠政策。

六、主要资产情况

（一）固定资产

截至 2018 年 6 月 30 日，发行人固定资产账面价值为 34,138.88 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	折旧年限（年）	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	30,149.02	20-45	3,893.83	-	26,255.19
机器设备	12,178.40	5-10	5,014.28	-	7,164.12
运输设备	825.98	5-10	395.79	-	430.19
办公设备及其他	1,271.43	4-8	982.05	-	289.38
合　计	44,424.83	-	10,285.95	-	34,138.88

1、公司固定资产折旧政策、折旧年限

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，发行人对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。公司固定资产的分类、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	房屋建筑物	20-45	5	2.11-4.75
2	机器设备	5-10	5	9.5-19
3	运输设备	5-10	5	9.5-19
4	办公设备及其他	4-8	5	11.88-23.75

发行人于每年年度终了，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。

2、同行业上市公司折旧政策

项　目	折旧政策	折旧年限(年)			
		房屋建筑物	机器设备	运输设备	办公设备及其他

项　目	折旧政策	折旧年限(年)			
		房屋建筑物	机器设备	运输设备	办公设备及其他
佳隆股份（002495）	平均年限法	5-40	10	9	5
安记食品（603696）	平均年限法	20-35	10	5	3-5
梅花生物（600873）	平均年限法	房屋建筑物 20-40/构筑物 10-20	5-20	5	5
恒顺醋业（600305）	平均年限法	30-35	10	10	8
海天味业（603288）	平均年限法	20	10	5	3-5
颐海国际(1579HK)	平均年限法	20	5-10	5	3-5
天味食品	平均年限法	20-45	5-10	5-10	4-8

发行人房屋建筑物的折旧年限为 20-45 年，其中 45 年折旧年限的房屋及建筑物账面原值占房屋及建筑物账面原值总额的 92.16%。发行人房屋及建筑物的折旧年限是根据其所在土地的产权使用年限，扣除一定的修建期和持有期确定，由于发行人的大部分房屋建筑物均在其新购买的土地上新建而成，因此折旧年限相对较长。发行人固定资产折旧政策与同行业上市公司折旧政策无显著差异。

3、固定资产减值情况

公司报告期各期盈利能力良好，且固定资产运行情况良好，总体成新率较高，无闲置或损坏固定资产，固定资产不存在减值迹象。根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》相关规定，无需对固定资产进行减值测试。

（二）对外投资

报告期内，发行人不存在合并报表范围之外的投资情况，截至 2018 年 6 月 30 日，母公司报表中列示的对子公司投资情况如下：

单位：万元

投资项目	投资期限	初始投资额	期末投资额	占被投资方的股权比例	核算方法
自贡天味	长期	2,046.73	2,046.73	100%	成本法
天味家园	长期	2,000.00	2,000.00	100%	成本法
瑞生投资	长期	100.00	100.00	100%	成本法
合　计		**4,146.73**	**4,146.73**	-	-

公司合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司的财务报表为基础，根据有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资，在抵销母公司权益性资本投资与子公司所有者权益中母公司所持有的份额和公司内部之间重大交易及内部往来后编制而成。公司持有各子公司 100%股权，因此合并报表不存在少数股东权益。

（三）无形资产

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无形资产账面价值为 3,446.01 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	3,886.12	623.64	-	3,262.48
商标权	88.99	71.61	-	17.39
软件	486.08	320.04	-	166.04
其他	175.18	175.08	-	0.11
合　计	4,636.37	1,190.36	-	3,446.01

2018 年 6 月 30 日，无形资产不存在减值情形，故未计提减值准备。

七、主要负债情况

（一）应付账款

截至 2018 年 6 月 30 日，公司应付账款的账面余额为 7,804.31 万元，主要为原材料采购款，无应付持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位或关联方的款项。

（二）预收款项

截至 2018 年 6 月 30 日，公司预收款项账面余额为 4,806.44 万元，主要为预收经销商货款，无预收持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位或关联方的款项。

（三）应付职工薪酬

截至 2018 年 6 月 30 日，公司应付职工薪酬为 807.95 万元，主要为正常的待支付职工工资。

（四）其他应付款

截至 2018 年 6 月 30 日，公司其他应付款账面余额为 4,301.36 万元，主要为经销商市场秩序保证金、品牌保证金等，无其他持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位或关联方的款项。

（五）对内部人员和关联方负债

截至 2018 年 6 月 30 日，公司应付职工薪酬 807.95 万元，除发行人应付千禾味业 32,526.80 元应付账款外，公司不存在其他对关联方的负债。

（六）未偿还的逾期债务

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无未偿还的逾期债务。

八、所有者权益情况

报告期内，公司的所有者权益情况如下：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
股本	37,183.50	37,183.50	36,675.00	36,675.00
资本公积	3,816.53	3,816.53	53.63	53.63
盈余公积	10,949.25	10,949.25	9,111.97	7,205.29
未分配利润	42,500.02	41,165.81	48,715.47	33,332.94
归属于母公司股东权益	94,449.30	93,115.09	94,556.08	77,266.87
股东权益	**94,449.30**	**93,115.09**	**94,556.08**	**77,266.87**

（一）股本

2017 年 9 月 8 日，发行人召开 2017 年第 4 次临时股东大会，决议以 3 元/

股的价格向 51 名公司员工非公开发行 508.50 万股，注册资本增至 37,183.50 万元。

（二）资本公积

2017 年 9 月 8 日，发行人召开 2017 年第 4 次临时股东大会，决议以 3 元/股的价格向 51 名公司员工非公开发行 508.50 万股，新增资本公积 1,017.00 万元。

本次向 51 名公司员工非公开发行股份，公司根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》及相关解释规定，按照权益工具在授予日的公允价值 8.4 元/股，于 2017 年度确认 2,745.90 万元费用，并同时增加资本公积。

（三）盈余公积

报告期内，发行人盈余公积变动主要为依据公司章程按各期实现净利润提取的法定公积金。

九、现金流量情况

报告期内，发行人现金流量情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,903.53	22,466.09	16,527.00	22,708.84
投资活动产生的现金流量净额	-4,807.60	-10,165.53	-6,256.80	-29,088.09
筹资活动产生的现金流量净额	-9,471.41	-19,045.45	-3,044.03	-7,888.25
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	-10,375.48	-6,744.89	7,226.17	-14,267.50

十、分部信息

分部信息详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”相关内容。

十一、最近一年收购兼并情况

最近一年，发行人无收购兼并情况。

十二、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无需要披露的重要或有事项。

（二）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，发行人无资产负债表日后事项。

（三）所有权受到限制的资产

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无所有权受到限制的资产。

（四）会计差错更正

公司根据《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》及相关规定，并结合近年监管机构对理财产品的监管意见，对报告期内购买的结构性存款的性质进行了复核及审慎认定，本公司结构性存款与银行存款及其他货币资金仅承担银行信用风险不同，还承担投资风险，故本公司将原计入货币资金列示的结构性存款重新划分为可供出售金融资产，财务报表列表时按照其流动性在其他流动资产中列示；同时，由于结构性存款属于浮动收益型，且存在投资风险，基于谨慎性原则，将原在报告期各期按照持有期间确认的预计可能取得的利息收入冲回，调整为结构性存款到期实际获取利息收入时确认投资收益。基于上述原因，公司对申报财务报表进行了追溯调整。

主要涉及的调整科目如下：

单位:万元

受影响的项目	2016 年度	2015 年度

	调整前	调整金额	调整后	调整前	调整金额	调整后
货币资金	66,208.53	-35,000.00	31,208.53	53,982.36	-30,000.00	23,982.36
其他流动资产	5.47	35,000.00	35,005.47	-	30,000.00	30,000.00
应收利息	375.33	-375.33	-	266.74	-266.74	-
递延所得税资产	85.98	56.30	142.28	79.43	40.01	119.44
财务费用	-1,089.90	922.19	-167.71	-966.24	1,005.04	38.80
投资收益	-	813.60	813.60	-	738.30	738.30
所得税	3,401.65	-16.29	3,385.36	1,781.38	-40.01	1,741.37

十三、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

发行人会计师对公司报告期内非经常损益表进行了核验并出具了XYZH/2018CDA40199 号《非经常性损益明细表的专项说明》，经核验的发行人非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益	-133.69	-120.72	-69.36	-64.26
计入当期损益的政府补助	167.61	1,463.89	1,473.27	1,970.73
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	905.22	1,134.17	813.60	738.30
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	3.06	5.16	1,968.69	48.51
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-2,745.90	-	-
小计	942.20	-263.40	4,186.19	2,693.28
减：所得税影响额	141.27	-39.51	627.93	403.99
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-	-
非经常性净损益合计	**800.94**	**-223.89**	**3,558.26**	**2,289.29**

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
归属于母公司股东净利润	7,283.56	18,380.61	20,333.24	14,237.09
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,482.63	18,604.50	16,774.97	11,947.80
非经常性损益占比	11.00%	-1.22%	17.50%	16.08%

2017 年度非经常性损益金额为负数，主要系因为 2017 年度发行人实施股权激励确认股份支付费用较大所致。

上述非经常性损益中投资收益主要系报告期各期计入当期损益的结构性存款等理财产品的投资收益；其他营业外收入支出主要为报告期各期不予返还的市场秩序保证金，以及其他零星的营业外收支。

十四、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2018-6-30/2018 年 1-6 月	2017-12-31/2017 年度	2016-12-31/2016 年度	2015-12-31/2015年度
流动比率（次）	4.00	3.20	3.79	2.62
速动比率（次）	3.43	2.81	3.38	2.36
资产负债率（母公司）	14.82%	17.06%	14.27%	19.73%
资产负债率（合并报表）	17.36%	21.93%	17.88%	23.77%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	0.19%	0.24%	0.32%	0.43%
每股净资产（元）	2.54	2.50	2.58	2.11
每股经营活动的现金净流量（元）	0.10	0.60	0.45	0.62
每股净现金流量（元）	-0.28	-0.18	0.20	-0.39
应收账款周转率（次）	165.65	253.25	187.91	167.80
存货周转率（次）	3.17	8.10	9.35	7.94
资产周转率（次）	0.41	0.91	0.91	0.90
息税折旧摊销前利润（万元）	9,730.88	23,821.24	25,988.68	18,455.81
利息保障倍数（倍）	-	-	-	76.74

指标计算方法：

流动比率 = 流动资产÷流动负债

速动比率 =（流动资产-存货-预付账款）÷流动负债

资产负债率 = 期末负债总额÷资产总额×100%

无形资产占净资产的比例 = 无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）÷期末净资产×100%

每股净资产 = 期末归属母公司所有者权益÷股本

每股经营活动产生的现金流量 = 经营活动的现金流量净额÷股本

每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额÷股本

应收账款周转率 = 营业收入÷期初期末应收账款平均账面价值

存货周转率 = 营业成本÷期初期末存货平均账面价值

资产周转率 = 营业收入÷期初期末平均资产总额

息税折旧摊销前利润 = 利润总额+利息支出+折旧+摊销

利息保障倍数 =（利润总额+利息支出）÷利息支出

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则（第 9 号）》（2010 修订），报告期内，发行人净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于母公司股东的净利润	2018 年 1-6 月	7.61%	0.1959	0.1959
	2017 年度	18.60%	0.4994	0.4994
	2016 年度	23.81%	0.5544	0.5544
	2015 年度	20.10%	0.3882	0.3882
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2018 年 1-6 月	6.77%	0.1743	0.1743
	2017 年度	18.83%	0.5055	0.5055
	2016 年度	19.64%	0.4574	0.4574
	2015 年度	16.87%	0.3258	0.3258

1、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率

= P0/(E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、每股收益的计算公式如下：

基本每股收益 = P0÷S

S = S0＋S1＋Si×Mi÷M0– Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

稀释每股收益=P1/(S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十五、盈利预测

报告期内，发行人未编制盈利预测报告。

十六、资产评估和验资情况

（一）资产评估情况

天味有限于 2010 年整体变更设立股份公司时，为整体变更提供作价参考，委托北京中天华资产评估有限责任公司以 2010 年 3 月 31 日为评估基准日，对公司整体资产进行评估，北京中天华资产评估有限责任公司于 2010 年 5 月 20 日出具了《资产评估报告书》（中天华资评报字（2010）第 1075 号）。

本次评估采用资产基础法，评估结果如下：

单位：万元

项 目		账面价值	评估价值	增减值	增值率(%)
		A	C	D=C-B	E=(C-B)/B×100%
1	流动资产	11,890.65	11,890.66	0.01	0.00%
2	非流动资产	4,968.43	5,560.21	591.78	11.91%
3	其中：长期股权投资	2,344.26	2,803.11	458.85	19.57%
4	固定资产	2,026.12	2,148.63	122.51	6.05%
5	在建工程	235.97	235.97	0	0
6	无形资产	361.64	372.06	10.42	2.88%
7	递延所得税资产	0.45	0.45	0	0
8	资产总计	16,859.09	17,450.88	591.79	3.51%
9	流动负债	3,587.77	3,587.77	0	0
10	非流动负债	20.00	20.00	0	0
11	负债总计	3,607.77	3,607.77	0	0
12	净资产（所有者权益）	13,251.31	13,843.10	591.79	4.47%

本次评估长期股权投资增值额 458.85 万元，增值率 19.57%，主要是对自贡天味、天味商贸股权评估增值；固定资产增值额 122.51 万元，增值率 6.05%，主要是房屋建（构）筑物及机器设备评估增值，增值原因为建筑材料及人工费上涨、

机器设备的会计折旧年限短于其经济使用年限；无形资产增值额 10.42 万元，增值率 2.88%，主要是土地使用权市场价值上涨。

本次评估仅为天味有限整体变更为股份公司进行作价参考，发行人未因此进行账务调整。

（二）验资情况

发行人历次验资情况请详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、历次验资情况和发起人投入资产的计量属性”的相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

发行人管理层依据 2018 年 1-6 月、2017 年度、2016 年度、2015 年度经审计的财务报表，对公司的财务状况、盈利能力和现金流量等进行分析。除非特别说明，本节财务数据均指合并财务报表数据。投资者阅读本章内容时，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。

一、财务状况分析

（一）资产分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	14,088.15	12.33%	24,463.64	20.51%	31,208.53	27.10%	23,982.36	23.66%
应收账款	293.17	0.26%	282.95	0.24%	558.95	0.49%	488.39	0.48%
预付款项	757.33	0.66%	1,428.81	1.20%	799.78	0.69%	657.00	0.65%
其他应收款	449.00	0.39%	329.33	0.28%	329.93	0.29%	353.22	0.35%
存货	10,228.43	8.95%	8,359.54	7.01%	7,362.67	6.39%	5,389.26	5.32%
其他流动资产	50,430.01	44.13%	45,770.20	38.38%	35,005.47	30.40%	30,000.00	29.60%
流动资产合计	**76,246.09**	**66.71%**	**80,634.47**	**67.61%**	**75,265.32**	**65.36%**	**60,870.22**	**60.05%**
固定资产	34,138.88	29.87%	34,893.52	29.26%	36,059.67	31.32%	36,585.21	36.09%
工程物资	-	-	-	-	5.56	0.00%	-	-
无形资产	3,446.01	3.02%	3,507.91	2.94%	3,677.84	3.19%	3,785.77	3.73%
递延所得税资产	455.51	0.40%	228.94	0.19%	142.28	0.12%	119.44	0.12%
非流动资产合计	**38,040.39**	**33.29%**	**38,630.37**	**32.39%**	**39,885.36**	**34.64%**	**40,490.41**	**39.95%**
资产总计	**114,286.48**	**100.00%**	**119,264.83**	**100.00%**	**115,150.68**	**100.00%**	**101,360.64**	**100.00%**

报告期各期末，公司资产总额分别为 101,360.64 万元、115,150.68 万元、119,264.83 万元和 114,286.48 万元，2016 年末、2017 年末比上期末分别增长 13.60%、3.57%。公司资产总额上升主要系由于公司盈利能力较强，2016 年度和 2017 年度，公司营业收入分别为 98,403.23 万元和 106,605.46 万元，净利润分别

为 20,333.24 万元和 18,380.61 万元，相应带动了资产的增加；此外 2017 年度公司向 51 名员工非公开发行股份筹集资金 1,525.50 万元进一步提高了公司资产规模。

从资产构成分析，公司流动资产占比较高，报告期各期末，公司流动资产分别为 60,870.22 万元、75,265.32 万元、80,634.47 万元和 76,246.09 万元，占各期期末资产总额的比例分别为 60.05%、65.36%、67.61%和 66.71%。公司流动资产主要由货币资金、存货和其他流动资产组成，三者合计分别占各期期末资产总额的 58.57%、63.90%、65.90%和 65.40%；公司非流动资产主要由固定资产和无形资产构成。报告期内，公司资产结构保持相对稳定，与行业特点和公司经营模式相适应。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项　目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
现金	3.00	2.01	1.64	1.89
银行存款	14,058.57	24,449.86	31,171.93	23,980.47
其他货币资金	26.59	11.77	34.96	-
合　计	**14,088.15**	**24,463.64**	**31,208.53**	**23,982.36**

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 23,982.36 万元、31,208.53 万元、24,463.64 万元和 14,088.15 万元，占总资产的比重分别为 23.66%、27.10%、20.51%和 12.33%。公司作为快速消费品生产经营企业，盈利能力较强，其销售模式和采购模式决定了期末货币资金占资产比重较高。

公司产品主要通过经销商销售，并且对经销商主要采取先收款、后发货的销售政策，向经销商赊销的情况较少，一般只对客户信用很好并且有特殊需求的客户提供较低的赊销额度，并且有严格的审批程序。2018 年 6 月 30 日，公司预收账款余额为 4,806.44 万元。除对经销商的预收账款外，公司还对经销商收取市场秩序保证金和品牌保证金，以保证公司销售渠道的稳定和畅通，截至 2018 年 6 月 30 日，以经销商保证金为主要构成的其他应付款余额达到 4,301.36 万元。

公司采购主要通过供应商集中采购，除个别供应比较紧张的原材料外，公司

和供应商的结算方式主要采用铺底结算和账期结算。截至 2018 年 6 月 30 日，公司应付账款余额达到 7,804.31 万元。

公司上述销售和采购模式较好地运用了与经销商和供应商之间的良好信用关系，对经销商主要采取预收款方式，对供应商主要采取应付款方式，采购支出相对销售收款有一定的滞后性，因此公司的货币资金余额占总资产比例相对较高。

公司已经制定了严格的货币资金管理制度，对货币资金的使用遵循授权审批和不相容岗位分离制度。同时，随着公司生产销售规模的不断扩大，相应投资建设、铺底流动资金等方面的资金需求也将进一步增大。

2、应收账款

报告期各期末，应收账款余额按类别列示如下：

单位：万元

类 别	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	308.65	100.00%	298.00	100%	588.37	100%	514.10	100%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
合 计	**308.65**	**100.00%**	**298.00**	**100%**	**588.37**	**100%**	**514.10**	**100%**

（1）应收账款账龄分析

公司应收账款以及坏账准备的计提情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1 年以内	307.65	15.38	294.87	14.74	588.25	29.41	514.10	25.70
1-2 年	1.00	0.10	3.13	0.31	0.12	0.01	-	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-

合计	**308.65**	**15.48**	**298.00**	**15.06**	**588.37**	**29.42**	**514.10**	**25.70**

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 488.39 万元、558.95 万元、282.95 万元及 293.17 万元，占各期期末资产总额的比例分别为 0.48%、0.49%、0.24%和 0.26%，各期末应收账款与当期营业收入的比例分别为 0.56%、0.57%、0.27%和 0.61%，比例较低。公司各期末应收账款净额较小，与公司主要采取预收款方式销售有关，各期期末的应收账款主要为对部分经销商、直营商超的待结算款项。2017 年度应收账款净额有所降低主要系公司对苏果超市有限公司等超市的销售模式从直营商超模式转变为由经销商向其供货模式，因此公司对直营商超的应收账款金额降低。

公司应收账款主要账期在一年以内，报告期各期末，一年以内应收账款余额占比分别为 100.00%、99.98%、98.95%和 99.68%，公司应收账款账龄较短，不存在大额逾期时间较长情况，发生坏账损失的可能性较低。

（2）应收账款主要客户分析

报告期各期末公司应收账款前五大客户如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	应收账款余额	占总应收比例
2018/6/30	1	成都红旗连锁批发有限公司	166.73	54.02%
	2	家家悦集团股份有限公司	48.57	15.74%
	3	双流区月华食品经营部	29.97	9.71%
	4	领驰食品发展（上海）有限公司	8.32	2.70%
		东莞领驰食品有限公司	4.82	1.56%
		味千食品发展（天津）有限公司	3.78	1.22%
		味千食品发展（成都）有限公司	1.86	0.60%
		小计	18.78	6.08%
	5	北京龙爪商贸有限公司	17.68	5.73%
	总计		281.73	91.28%
2017/12/31	1	成都红旗连锁批发有限公司	163.48	54.86%
	2	家家悦集团股份有限公司	38.46	12.91%
	3	武侯区星旺原调味品经营部	29.83	10.01%
	4	领驰食品发展（上海）有限公司	14.94	5.01%

		东莞领驰食品有限公司	3.44	1.15%
		武汉领驰食品发展有限公司	1.52	0.51%
		味千食品发展（天津）有限公司	3.08	1.03%
		小计	22.97	7.71%
	5	北京龙爪商贸有限公司	15.65	5.25%
	总 计		270.39	90.73%
2016/12/31	1	成都红旗连锁批发有限公司	122.48	20.82%
		红光配送中心	49.55	8.42%
		小 计	172.03	29.24%
	2	苏果超市有限公司	96.57	16.41%
	3	家家悦集团股份有限公司	48.88	8.31%
	4	领驰食品发展（上海）有限公司	17.75	3.02%
		东莞领驰食品有限公司	14.06	2.39%
		味千食品发展（天津）有限公司	8.76	1.49%
		味千食品发展（成都）有限公司	6.44	1.09%
		小 计	47.01	7.99%
	5	武侯区星旺原调味品经营部	32.49	5.52%
	总 计		396.98	67.47%
2015/12/31	1	苏果超市有限公司	164.28	31.95%
	2	成都红旗连锁批发有限公司	101.84	19.81%
		红光配送中心	2.73	0.53%
		小 计	104.57	20.34%
	3	山东银座配送有限公司	57.85	11.25%
	4	家家悦集团股份有限公司	49.64	9.66%
	5	四川味觉食品有限公司	21.05	4.09%
	总 计		397.39	77.30%

注：领驰食品发展（上海）有限公司、东莞领驰食品有限公司、味千食品发展（天津）有限公司、味千食品发展（成都）有限公司、武汉领驰食品发展有限公司为外资企业味千中国集团管理有限公司同一控制下主体，因此合并披露；成都红旗连锁批发有限公司和红光配送中心均为成都红旗连锁股份有限公司（002697.SZ）控制下主体，因此合并披露。

公司已制订了严格的客户赊销管理办法，通过对客户进行信用评级，控制赊销规模，并加强对应收账款的期限和风险分析，跟踪重点赊销客户信用状况，提前做好催收准备等方式，控制应收账款规模和坏账损失风险。

报告期各期末，应收账款余额中无应收持公司 5%以上（含 5%）表决权股

份的股东单位及其他关联方的款项。

3、预付款项

公司预付账款主要为预付原材料采购款和设备款。报告期各期末，公司预付账款账龄分布如下：

单位：万元

账　龄	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	718.19	94.83%	1,428.81	100.00%	626.20	78.29%	559.31	85.13%
1-2 年	39.14	5.17%	-	-	80.00	10.00%	39.10	5.95%
2-3 年以上	-	-	-	-	35.00	4.38%	58.58	8.92%
3 年以上	-	-	-	-	58.58	7.33%	-	-
合　计	**757.33**	**100.00%**	**1,428.81**	**100.00%**	**799.78**	**100.00%**	**657.00**	**100.00%**

报告期各期末，预付账款余额分别为 657.00 万元、799.78 万元、1,428.81 万元和 757.33 万元，占各期末总资产的比例分别为 0.65%、0.69%、1.20%和 0.66%。

报告期各期末，预付账款按预付内容分类情况如下：

单位：万元

预付内容	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料预付款	107.94	14.25%	956.17	66.92%	370.69	46.35%	0.05	0.01%
固定资产购建预付款	566.20	74.76%	387.54	27.12%	93.46	11.69%	397.45	60.49%
其他	83.19	10.98%	85.10	5.96%	335.63	41.96%	259.50	39.50%
合　计	**757.33**	**100.00%**	**1,428.81**	**100.00%**	**799.78**	**100.00%**	**657.00**	**100.00%**

报告期内，公司采购物资主要包括农副产品、包装物等原材料。公司对供应商采取合格供应商目录管理，只有符合公司条件、产品质量有保障的供应商经评审后才能纳入公司采购范围。公司每年年初与供应商签订全年定购合同，根据销售和生产计划，按需下达采购订单，由供应商供货，经检验合格后入库。

公司在采购及付款过程中，综合考虑原材料价格、生产需求、付款的时间成本、市场供求、经济订货批量等因素采用最有利的采购付款方式，对大部分原材

料采购采取铺底和账期结算方式，即先采购收货后付款，对部分价格波动较大或供应较为紧俏的原材料，公司也视市场情况采取预付款的方式，以锁定采购价格，保障生产供应。2017 年年末，预付账款金额较高主要系花椒等农副产品价格上升，公司通过预付账款的方式以锁定价格。

截至 2018 年 6 月 30 日，公司预付账款前五大单位如下：

单位：万元

单位名称	预付款类型	金额	占比	账龄
四川世德华行进出口贸易有限公司	固定资产购建预付款	125.00	16.51%	1 年以内
四川味觉食品有限公司	原材料预付款	101.53	13.41%	1 年以内
四川味兴邦科技有限公司	固定资产购建预付款	60.93	8.05%	1 年以内、1-2 年
四川崮宁建设工程有限公司	固定资产购建预付款	52.50	6.93%	1 年以内
成都恒德信科技有限公司	固定资产购建预付款	37.59	4.96%	1 年以内、1-2 年
合 计	-	377.55	49.86%	-

2018 年 6 月 30 日，公司预付账款前五大单位合计为 377.55 万元，占预付账款金额的 49.86%。

4、其他应收款

（1）其他应收款明细情况

报告期各期末，其他应收款余额分别为 399.35 万元、410.43 万元、374.96 万元及 490.03 万元，公司其他应收款具体明细情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
终止合作供应商预付货款转入	-	-	-	-	111.35	27.13%	111.35	27.88%
保证金、押金等	216.57	44.20%	179.32	47.82%	138.34	33.71%	78.34	19.62%
代垫职工社保及公积金	54.04	11.03%	74.12	19.77%	48.64	11.85%	69.44	17.39%
备用金	189.57	38.69%	75.95	20.26%	68.50	16.69%	100.32	25.12%
其他	29.84	6.09%	45.57	12.15%	43.60	10.62%	39.91	9.99%
合计	**490.03**	**100.00%**	**374.96**	**100.00%**	**410.43**	**100.00%**	**399.35**	**100.00%**

公司各期末其他应收款余额较小，主要为保证金、押金及备用金款项等。2017年度，由于转入其他应收款的终止合作供应商预付货款 111.35 万元预计无法收回，公司根据内部控制制度，经总经理审批后将其核销。

（2）其他应收款账龄及坏账准备计提情况

公司其他应收款主要在账期一年以内，具体情况如下：

单位：万元

账　龄	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1 年以内	458.13	22.91	323.45	16.17	245.04	12.25	226.23	11.31
1-2 年	8.93	0.89	1.00	0.10	7.01	0.70	45.60	4.56
2-3 年	1.20	0.24	5.48	1.10	38.80	7.76	111.65	22.33
3-4 年	2.60	1.30	27.07	13.53	111.20	55.60	7.48	3.74
4-5 年	17.40	13.92	16.20	12.96	2.00	1.00	4.61	2.31
5 年以上	1.77	1.77	1.77	1.77	6.38	3.19	3.77	1.89
合　计	**490.03**	**41.03**	**374.96**	**45.63**	**410.43**	**80.50**	**399.35**	**46.13**

注：2015 年度及 2016 年度其他应收款 3 年以上的坏账计提比例为 50%，2017 年度公司对坏账计提比例进行了会计估计变更，变更后 3-4 年的坏账计提比例为 50%，4-5 年的坏账计提比例为 80%，5 年以上的坏账计提比例为 100%。

公司其他应收款主要账期在一年以内，报告期各期末，一年以内其他应收款余额占比分别为 56.65%、59.70%、86.26%及 93.49%。

（3）其他应收款前五名客户情况

截至 2018 年 6 月 30 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	余额	账龄	占其他应收款余额的比例
天味天猫商城	预存活动推广费押金	60.48	1 年以内	12.34%
职工社会保险	代扣职工社保	50.51	1 年以内	10.31%
成都奇新科技有限公司	预存服务费押金	49.76	1 年以内	10.15%
涂志国	备用金	29.75	1 年以内	6.07%
景柯岚	备用金	20.00	1 年以内	4.08%
合 计	-	210.49		42.95%

2018 年 6 月 30 日，其他应收款余额中无应收持公司 5%以上（含 5%）表决

权股份的股东单位款项。

5、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产余额为 30,000.00 万元、35,005.47 万元、45,770.20 万元及 50,430.01 万元，主要为结构性存款。

发行人作为快速消费品生产经营企业，盈利能力较强，其销售和采购模式决定了期末货币资金占资产比重较高。为提高资金使用效率，发行人部分货币资金以结构性存款的方式予以存放，存款期限一般为 6 月或 1 年，具体情况如下：

单位：万元

期 间	产品名称	产品类型	期初余额	本期购买	本期收回	期末余额	本期购买产品期限
2018 年 1-6 月	中国民生银行结构性存款	保本浮动收益型	40,000.00	35,000.00	30,000.00	45,000.00	6 个月的 1 亿，1 年的 2.5 亿
	中国民生银行非凡资产管理半年增利同业理财产品	非保本浮动收益	90	-	90	-	-
	中国民生银行非凡资产管理 125 天增利第 336 期对公款	非保本浮动收益	-	90	-	90	125 天
	招商银行结构性存款	保本浮动收益型	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	1 年
	合计		45,090.00	40,090.00	35,090.00	50,090.00	-
2017 年度	中国民生银行结构性存款	保本浮动收益型	30,000.00	75,000.00	65,000.00	40,000.00	3 个月的 1 亿，6 个月的 4 亿，1 年的 2.5 亿
	中国民生银行非凡资产管理半年增利同业理财产品	非保本浮动收益	-	90	-	90	6 个月
	招商银行结构性存款	保本浮动收益型	5,000.00	10,000.00	10,000.00	5,000.00	6 个月
	合计		35,000.00	85,090.00	75,000.00	45,090.00	-
2016 年度	中国民生银行结构性存款	保本浮动收益型	25,000.00	45,000.00	40,000.00	30,000.00	6 个月
	招商银行结构性存款	保本浮动收益型	5,000.00	10,000.00	10,000.00	5,000.00	6 个月
	合计		30,000.00	55,000.00	50,000.00	35,000.00	
2015 年度	中国农业银行“汇利丰”2015 年第 4346 期对公定制人民币结构性存款产品	保本浮动收益型	-	10,000.00	10,000.00	-	3 个月内
	中国民生银行结构性存款	保本浮动收益型	5,000.00	45,000.00	25,000.00	25,000.00	6 个月
	招商银行结构	保本浮动		10,000.00	5,000.00	5,000.00	6 个月

	性存款	收益型					
	合计		5,000.00	65,000.00	40,000.00	30,000.00	

注：上述结构性存款均不能提前终止。

根据上表，发行人主要购买的结构性存款为中国民生银行结构性存款，招商银行结构性存款、中国农业银行结构性存款及中国民生银行同业理财产品。结构性存款由于购买的时间不同，在期限和利率约定上会有所不同。上述结构性存款主要合同条款如下：

产品名称	产品收益类型	期限	提前支取	挂钩标的	利率约定
中国民生银行人民币结构性存款	保本浮动收益型	90 天-365 天（不同时间购买的期限有所不同）	提前支取，则自动提前终止，不计付任何收益，且违约金为本金的 2.5%-5%。（不同时间购买，违约金约定有所不同）	USD3M-LIBOR	根据现行 USD 3mlibor 远期曲线和定价模型测算，产品 95%的可能性收益率等于 2.7%-5.2%（年利率）（不同时间购买，可能性收益率有所不同） 其中，计算公式举其中一合同为例如下：本产品存续期间，每日观察挂钩标的；产品收益=3.30%*n1/N+3.20%*n2/N，其中 n1 为 USD3M-LIBOR 落在 0-0.04%区间（大于等于 0 并且小于 0.04%）的天数，n2 为 USD3M-LIBOR 落在 0.04%-3.00%区间（大于等于 0.04%并且小于等于 3.00%）的天数，N 为成立日至到期日或提前终止日之间（算头不算尾）的实际天数。 USD3M-LIBOR 按当个伦敦工作日水平确定。对于非伦敦工作日，USD3M-LIBOR 按其上一个伦敦工作日执行的水平确定。到期日或提前终止日前第 5 个轮动工作日的 USD3M-LIBOR 水平作为到期日或提前终止日前剩余天数的 USD3M-LIBOR 水平。
招商银行结构性存款	保本浮动收益型	181 天-364 天（不同时间购买的期限有所不同）	存款存续期内，存款人与招商银行均无权提前终止本存款	伦敦金市下午定盘价	保本并提供保底利息，保底利率为 1.55 %-1.755（年化）（不同时间购买，保底利率有所不同），浮动利率范围：0.00%或 1.30%-2.95%（年化）；存款人利息=存款本金×(保底利率+浮动利率) 实际存款天数÷365，实际存款天数是指存款成立日（含当日）至到期日（不含当日）期间的天数

中国农业银行“汇利丰”2015 年第 4346 期对公定制人民币结构性存款产品	保本浮动收益型	48 天	投资者无权提前终止。	欧元/美元汇率	（1）如在观察期内，欧元/美元汇率始终位于参考区间内，则到期预期可实现的投资年化收益率为 4.70%/年，扣除中国农业银行收取的管理费 0.3/年后，实际支付给投资者的净收益率为 4.40%/年。 （2）如在观察期内，欧元/美元汇率突破了参考区间内，则到期预期可实现的投资年化收益率为 2.90%/年，扣除中国农业银行收取的管理费 0.3/年后，实际支付给投资者的净收益率为 2.60%/年。 投资人收益=结构性存款产品本金*实际支付给投资者的净年化收益率*结构性存款实际天数/365，精确到小数点后 2 位，具体以中国农业银行股份有限公司实际派为准。
中国民生银行非凡资产管理半年增利同业理财产品	非保本浮动收益	182 天	-	-	预期收益率：4.80%
中国民生银行非凡资产管理 125 天增利第 336 期对公款	非保本浮动收益	125 天	-	-	预期收益率：5.15%

6、存货

报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 5,389.26 万元、7,362.67 万元、8,359.54 万元和 10,228.43 万元，占总资产的比例分别为 5.32%、6.39%、7.01%和 8.95%。发行人存货主要由原材料、在产品和库存商品构成。原材料主要包括牛油、起酥油、菜籽油、辣椒等，在产品和库存商品主要包括火锅底料、川菜调料等产品。

报告期各期末原材料、在产品、库存商品项下各明细项目账面余额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2018/6/30		2017/12/31		2016/12/31		2015/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	5,741.06	56.01%	5,675.62	67.76%	5,638.23	76.53%	3,083.89	57.22%
其中：牛油-液态	81.46	0.79%	-	0.00%	35.28	0.48%	0.09	0.00%

项目	2018/6/30		2017/12/31		2016/12/31		2015/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
牛油—固态	119.24	1.16%	55.12	0.66%	35.30	0.48%	34.70	0.64%
起酥油	751.61	7.33%	380.77	4.55%	112.37	1.53%	44.66	0.83%
一级菜籽油	51.84	0.51%	19.45	0.23%	26.78	0.36%	19.83	0.37%
南花椒	48.60	0.47%	55.06	0.66%	57.56	0.78%	51.30	0.95%
青花椒-特选	38.17	0.37%	30.56	0.36%	39.47	0.54%	22.69	0.42%
转红青花椒-特选	381.77	3.72%	963.18	11.50%	1,816.67	24.66%	38.94	0.72%
三樱 8 号辣椒	1,251.56	12.21%	637.89	7.62%	642.34	8.72%	563.89	10.46%
细豆瓣	10.56	0.10%	6.43	0.08%	9.15	0.12%	7.48	0.14%
姜	0.50	0.00%	-	0.00%	0.19	0.00%	0.66	0.01%
蒜	0.45	0.00%	-	0.00%	0.50	0.01%	0.77	0.01%
酸菜包-260g	12.40	0.12%	14.80	0.18%	23.49	0.32%	26.56	0.49%
白胡椒	0.31	0.00%	0.35	0.00%	30.25	0.41%	27.61	0.51%
5’-呈味核苷酸二钠	254.37	2.48%	250.53	2.99%	132.03	1.79%	77.78	1.44%
乙基麦芽酚	40.95	0.40%	103.34	1.23%	23.05	0.31%	14.76	0.27%
粉体味精	71.78	0.70%	117.19	1.40%	38.72	0.53%	86.03	1.60%
白砂糖-普通	68.14	0.66%	71.52	0.85%	50.59	0.69%	43.27	0.80%
包装材料	1,067.89	10.42%	1,196.66	14.29%	908.24	12.33%	677.70	12.58%
周转材料	123.57	1.21%	122.23	1.46%	119.43	1.62%	124.46	2.31%
在产品	954.66	9.31%	771.74	9.21%	691.44	9.38%	849.17	15.76%
库存商品	3,429.94	33.47%	1,806.97	21.57%	918.46	12.47%	1,331.74	24.71%
其中：火锅底料	1,920.79	18.74%	1,060.89	12.66%	444.55	6.03%	594.30	11.03%
川菜调料	1,284.37	12.53%	590.09	7.04%	331.93	4.51%	476.51	8.84%
香肠腊肉调料	-	-	32.47	0.39%	5.13	0.07%	81.51	1.51%
合计	**10,249.23**	**100.00%**	**8,376.56**	**100.00%**	**7,367.57**	**100.00%**	**5,389.26**	**100.00%**

如上表，发行人库存中原材料在报告期各期末占比均超过 55%，发行人原材料主要为农副产品，随市场行情波动较大，发行人采取按生产计划定期按批采购的原则，通过设定安全库存，保障生产的正常进行，同时，发行人实时监测原材料的价格波动情况，根据价格趋势动态调整采购量以控制采购成本。在产品主要为正在生产或尚未完成检验的产品，占存货比例较小，报告期各期末金额变动不大，2015 年末在产品占存货余额的比例较高，主要系 2015 年末库存原材料金额较小。库存商品占比在报告期各期末波动主要系每年春节为发行人产品消费的高

峰期，各年度春节时间的早晚对发行人客户的备货安排造成一定影响。

1、原材料存货余额的变动分析

报告期各期末，发行人原材料金额分别为 3,083.89 万元、5,638.23 万元、5,675.62 万元及 5,741.06 万元，占发行人存货余额的比例为 57.22%、76.53%、67.76%及 56.01%，原材料中包装材料金额分别为 677.70 万元、908.24 万元、1,196.66 万元及 1,067.89 万元，占发行人存货余额的比例为 12.58%、12.33%、14.29%及 10.42%，包装材料主要包括纸箱、内袋、外袋、内膜、外膜等包装材料。2015 年度包装材料库存金额较低，主要系当年生产因素导致原材料金额总体较低。

剔除包装物材料后的原材料主要系生产用原材料，包括牛油、起酥油、菜籽油、辣椒等，原材料种类繁多，各类材料库存金额较低。为方便分析，将发行人属于同一类别的各细分种类的原材料合并统计。报告期内，发行人库存中主要原材料的数量和单价情况如下：

单位：数量（吨）、单价（元/kg）、金额（万元）

原材料项目	2018 年 6 月 30 日				2017 年 12 月 31 日			
	数量	单价	金额	金额占比	数量	单价	金额	金额占比
油脂类	1,596.77	7.30	1,170.89	11.42%	598.01	7.70	461.07	5.50%
花椒	55.45	101.80	564.24	5.51%	117.64	94.60	1,112.71	13.28%
辣椒	1,017.53	12.90	1,311.48	12.80%	617.07	13.30	818.67	9.77%
辅料包类	129.32	12.90	167.27	1.63%	111.00	21.60	240.07	2.87%
香辛料	15.88	27.60	43.80	0.43%	13.84	28.30	39.20	0.47%
其他主要材料	710.88	3.80	268.44	2.62%	802.08	4.30	341.36	4.08%
合计	-	-	3,526.12	34.41%	-	-	3,013.08	35.97%

续：

原材料项目	2016 年 12 月 31 日				2015 年 12 月 31 日			
	数量	单价	金额	金额占比	数量	单价	金额	金额占比
油脂类	354.29	8.60	303.65	4.12%	212.53	8.40	178.95	3.32%
花椒	212.70	92.20	1,960.39	26.61%	15.03	98.40	147.86	2.74%
辣椒	571.83	14.00	799.12	10.85%	481.81	12.30	593.74	11.02%
辅料包类	162.07	14.20	229.98	3.12%	127.22	8.10	102.89	1.91%
香辛料	17.29	39.90	69.01	0.94%	18.53	34.20	63.33	1.18%

原材料项目	2016 年 12 月 31 日				2015 年 12 月 31 日			
	数量	单价	金额	金额占比	数量	单价	金额	金额占比
其他主要材料	550.28	4.40	240.40	3.26%	619.05	4.40	269.61	5.00%
合计	-	-	3,602.55	48.90%	-	-	1,356.38	25.17%

上表中主要原材料金额占存货比例分别为 25.17%、48.90%、35.97%及 34.41%，占剔除包装物后的原料料金额的比例分别为 56.37%、76.16%、67.27%及 75.45%。原材料金额受各类原材料的数量或者单价变动引起的，报告期内，原材料数量和单价的变动率情况如下表所示：

原材料项目	2018 年 6 月末相比 2017 年末		2017 年末相比 2016 年末		2016 年末相比 2015 年末	
	数量变动率	单价变动率	数量变动率	单价变动率	数量变动率	单价变动率
油脂类	167.02%	-5.19%	68.79%	-10.47%	66.70%	2.38%
花椒	-52.87%	7.61%	-44.69%	2.60%	1315.04%	-6.30%
辣椒	64.90%	-3.01%	7.91%	-5.00%	18.68%	13.82%
辅料包类	16.50%	-40.28%	-31.51%	52.11%	27.39%	75.31%
香辛料	14.75%	-2.47%	-19.92%	-29.07%	-6.70%	16.67%
其他主要材料	-11.37%	-11.63%	45.76%	-2.27%	-11.11%	0.00%

由上表可知，报告期各期末油脂类原材料金额分别为 178.95 万元、303.65 万元、461.07 万元及 1,170.89 万元，库存金额有所上升，主要系库存数量上升所致。2018 年 1-6 月油脂类原材料金额上涨较快，主要系因为手工火锅产量增加，手工火锅使用固态牛油生产，由于固态牛油相较液态牛油便于保存，因此发行人牛油库存数量上升。

报告期各期末，花椒类原材料金额分别为 147.86 万元、1,960.39 万元、1,112.71 万元、564.24 万元，花椒类原材料库存金额变动主要受库存数量影响，2016 年末花椒类原材料库存金额从 147.86 万元上涨至 1,960.39 万元，主要系发行人根据价格走势判断，加大花椒囤货，导致花椒库存数量上升。随着发行人对花椒的使用，2017 年末、2018 年 6 月 30 日，花椒的库存数量逐步降低。

报告期各期末，辣椒类原材料金额分别为 593.74 万元、799.12 万元、818.67 万元及 1,311.48 万元，辣椒类原材料的库存金额相对稳定，金额变动亦主要受数量影响，2018 年 6 月 30 日辣椒金额有所上升主要系 2018 年 1 月发行人对三樱 8 号辣椒进行囤货所致。

报告期各期末，辅料包类原材料金额分别为 102.89 万元、229.98 万元、240.07 万元及 167.27 万元；香辛料原材金额分别为 63.33 万元、69.01 万元、39.20 万元、43.80 万元；其他主要原材料金额分别为 269.61 万元、240.40 万元、341.36 万元及 268.44 万元，金额较小且变动不大。辅料包类的单价变动较大，主要系因为辅料包种类变化引起的。

综上，发行人原材料金额变动主要系不同类别的原材料数量变动所引起。

2、库存商品存货余额变动分析

报告期各期末，库存商品金额分别为 1,331.74 万元、918.46 万元、1,806.96 万元及 3,429.94 万元，占发行人存货余额的比例为 24.71%、12.47%、21.57%及 33.47%。库存商品主要包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料等。报告期内，发行人主要库存商品的数量和单价情况如下：

单位：数量（吨）、单价（元/kg）、金额（万元）

原材料项目	2018 年 6 月 30 日				2017 年 12 月 31 日			
	数量	单价	金额	金额占比	数量	单价	金额	金额占比
火锅底料	1,420.06	13.50	1,920.79	18.74%	697.81	15.20	1,060.89	12.66%
川菜调料	1,093.81	11.70	1,284.37	12.53%	536.52	11.00	590.09	7.04%
香肠腊肉调料	-	-	-	-	21.98	14.80	32.47	0.39%

（续表）

原材料项目	2016 年 12 月 31 日				2015 年 12 月 31 日			
	数量	单价	金额	金额占比	数量	单价	金额	金额占比
火锅底料	346.62	12.80	444.55	6.03%	508.21	11.70	594.30	11.03%
川菜调料	279.56	11.90	331.93	4.51%	406.60	11.70	476.51	8.84%
香肠腊肉调料	4.80	10.70	5.13	0.07%	65.12	12.50	81.51	1.51%

由上表可知，库存商品金额变动主要是受各类库存商品的数量或者单价变动引起的，报告期内，库存商品的数量和单价的变动率情况如下表所示：

库存商品项目	2018 年 6 月末相比 2017 年末		2017 年末相比 2016 年末		2016 年末相比 2015 年末	
	数量变动率	单价变动率	数量变动率	单价变动率	数量变动率	单价变动率
火锅底料	103.50%	-11.18%	101.32%	18.75%	-31.80%	9.40%
川菜调料	103.87%	6.36%	91.91%	-7.56%	-31.24%	1.71%
香肠腊肉调料	-100.00%	-	357.47%	38.32%	-92.62%	-14.40%

由上表可知，库存商品金额变化总体上主要受数量因素影响，库存商品数量变化主要受客户预定情况、节前备货等因素影响。库存商品单价变动主要系期末结存的产品结构不同所致。报告期内，库存商品金额分别为 1,331.74 万元、918.46 万元、1,806.96 万元及 3,429.94 万元，2016 年末，期末库存商品金额较低，主要系 2017 年春节假期在 1 月下旬，比其他年度要早， 2016 年客户集中备货大部分在当年 12 月完成，因此 2016 年末发行人库存商品余额较低。2018 年 6 月 30 日，库存商品金额较高主要系下半年为发行人的旺季，为应对销售旺季到来，根据销售计划和生产计划，所备产品较多。

报告期各期末，发行人已有订单金额分别为 2,494.60 万元、963.73 万元、687.60 万元及 1,307.11 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
已有订单金额	1,307.11	687.60	963.73	2,494.60
已有订单金额占库存商品比例	38.11%	38.05%	104.93%	187.32%
已有订单金额占存货比例	12.75%	8.21%	13.08%	46.29%

2015 年有订单支持存货占发行人库存商品比其他年度高，主要系 2015 年度为发行人子公司天味家园生产基地全面运行第一年，由于生产磨合问题导致生产相对不能满足旺季需求，部分客户所需产品未能及时发货所致。2017 年末、2018 年 6 月 30 日，发行人有订单支持的金额占发行人库存商品的余额为 38.05%、38.11%，比例相对较低，考虑到部分客户已支付款项但暂未下订单的情形，2017 年末、2018 年 6 月 30 日，发行人库存商品余额中有订单及潜在订单支持的比例实际均超过 80%，比例较高。

（2）存货库龄及有效期分析

发行人所处食品行业，对库存商品的保质期要求较高，发行人高度重视库存商品的库龄和有效期的管理。公司主要原材料包括油脂类、辣椒、花椒等农副产品类及包装材料等。在日常经营管理中，发行人将原材料分为干料类、油脂类、湿鲜类、发酵类等类别进行管理，干料类常温下保质期为 3-12 个月，冷冻下保质期为 18-36 个月，油脂类保质期为 12-18 个月， 湿鲜类保质期为 3-15 天，发酵类保质期为 5 天-36 个月不等。发行人产品中火锅底料、川菜调料、香肠腊肉

调料系列产品保质期为 12-18 个月、鸡精保质期为 20 个月、味精保质期为 3 年、香辣酱及其他产品保质期为 12 个月。

公司报告期各期末存货账龄均较短，主要存货库龄在 3 个月以内，库龄超过 1 年的存货主要为周转材料（低值易耗品）、包装材料以及酿制品、泡制品等发酵原材料，上述存货均在安全使用期或正常保质期内。公司不存在过期或无使用价值的存货。

（3）存货计提存货跌价准备的情况

公司报告期生产经营正常，盈利能力强，存货周转快，各期末存货账龄较短，公司不存在过期或无使用价值的存货。公司 2015 年末存货无减值迹象，因而未计提存货跌价准备，2016 年末、2017 年末、2018 上半年末因少量正在进行折扣推广的产品预计未来可变现净值低于账面价值，分别计提了存货跌价准备 4.90 万元、17.02 万元、20.80 万元。

同行业可比上市公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

可比公司	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	存货跌价准备	实际计提比例	存货跌价准备	实际计提比例	存货跌价准备	实际计提比例	存货跌价准备	实际计提比例
佳隆股份（002495）			-	-	-	-	-	-
安记食品（603696）	-	-	-	-	-	-	-	-
梅花生物（600873）	-	-	1,657.38	1.64%	3,028.13	3.51%	2,367.93	1.82%
恒顺醋业（600305）	-	-	4,734.33	13.43%	5,702.98	15.55%	5,905.37	15.38%
海天味业（603288）	-	-	-	-	-	-	-	-
颐海国际(1579HK)	2.40	0.01%	27.90	0.19%	15.20	0.12%	-	-
天味食品	20.80	0.20%	17.02	0.20%	4.90	0.07%	-	-

注：恒顺醋业存货账面余额中包含与发行人所经营业务不一致的开发产品（房地产业务），其存货所计提的跌价准备为其开发产品计提，其他同类型存货未计提减值准备

发行人存货跌价准备计提比例与同行业公司相比不存在显著差异，发行人存货跌价准备计提充分。

7、固定资产

报告期各期末，公司固定资产原值和净值情况如下：

单位：万元

项　目		2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
房屋建筑物	原值	30,149.02	30,149.02	30,067.16	29,918.03
	净值	26,255.19	26,596.33	27,193.73	27,792.02
机器设备	原值	12,178.40	12,074.38	11,412.05	10,356.35
	净值	7,164.12	7,472.46	7,733.29	7,599.42
运输设备	原值	825.98	825.98	1,051.94	1,026.11
	净值	430.19	468.87	596.85	543.07
办公设备及其他	原值	1,271.43	1,244.03	1,245.15	1,160.03
	净值	289.38	355.86	535.80	650.69
合　计	**原值**	**44,424.83**	**44,293.41**	**43,776.30**	**42,460.51**
	净值	**34,138.88**	**34,893.52**	**36,059.67**	**36,585.21**

报告期内，公司固定资产净值金额分别为 36,585.21 万元、36,059.67 万元、34,893.52 万元和 34,138.88 万元，固定资产主要以房屋建筑物及机器设备构成。公司处于相对稳定发展时期，销售规模保持相对稳定，固定资产规模也保持相对稳定，少量的固定资产投资主要系安全环保设备投入，生产设备的升级投入，上述投入为公司业务的可持续发展奠定了坚实基础。

发行人固定资产情况详见“第六节 业务和技术”之“五、主要固定资产及无形资产”及“第十节 财务会计信息”之“六、主要资产情况”之“（一）固定资产”的相关内容

公司拥有的固定资产主要为与生产经营密切相关的机器设备及房屋建筑物等，上述资产运行情况良好，总体成新率较高，不存在减值情形。

8、无形资产

报告期各期末，公司无形资产的明细情况如下：

单位：万元

项　目		2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
土地使用权	原值	3,886.12	3,886.12	3,886.12	3,886.12

	净值	3,262.48	3,287.77	3,372.12	3,456.47
商标权	原值	88.99	88.99	87.36	72.30
	净值	17.39	18.47	23.28	16.57
软件	原值	486.08	479.21	467.29	372.45
	净值	166.04	201.37	272.05	250.24
其他	原值	175.18	175.18	175.18	175.01
	净值	0.11	0.30	10.39	62.49
合 计	**原值**	**4,636.37**	**4,629.50**	**4,615.95**	**4,505.89**
	净值	**3,446.01**	**3,507.91**	**3,677.84**	**3,785.77**

报告期各期末，公司无形资产净值金额分别为 3,785.77 万元、3,677.84 万元 3,507.91 万元和 3,446.01 万元，主要为土地使用权。

发行人无形资产情况详见“第六节 业务和技术”之“五、主要固定资产及无形资产”的相关内容。

9、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 119.44 万元、142.28 万元、228.94 万元和 455.51 万元，主要系公司计提坏账准备、预计产品退货损失、内部未实现利润抵销、尚未支付费用等暂时性差异事项确认的递延所得税资产。具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日余额		2017 年 12 月 31 日余额	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	77.31	11.60	77.71	11.66
预计产品退货损失	236.43	35.46	381.20	57.18
内部未实现利润	955.21	143.28	596.87	89.53
尚未支付费用等其他时间性差异	1,676.44	251.47	470.50	70.57
可抵扣亏损	91.30	13.70	-	-
合计	**3,036.70**	**455.51**	**1,526.28**	**228.94**

续上表：

项目	2016 年 12 月 31 日余额	2015 年 12 月 31 日余额

	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	114.83	17.22	71.84	10.78
预计产品退货损失	313.41	47.01	379.29	56.89
内部未实现利润	144.96	21.74	78.42	11.76
尚未支付费用等其他时间性差异	375.33	56.30	266.74	40.01
可抵扣亏损	-	-	-	-
合计	**948.52**	**142.28**	**796.28**	**119.44**

报告期内，公司及子公司自贡天味、天味家园主营业务均属于鼓励类范围，符合西部大开发税收优惠政策条件，报告期按照 15%缴纳所得税，同时按照 15%确认递延所得税。若未来西部大开发税收优惠鼓励范围调整或所得税政策到期后不推出新的优惠政策，致使公司及子公司自贡天味、天味家园不能享受西部大开发税收优惠，公司该按 25%缴纳所得税，同时因税率变更将导致对递延所得税的调整。以 2018 年 6 月 30 日暂时性差异 3,036.70 万元为基础计算，在税率变更的当期将增加确认递延所得税资产 303.67 万元，减少当期所得税费用 303.67 万元。

（二）负债分析

报告期各期末，公司主要负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	7,804.31	39.34%	8,618.06	32.96%	8,840.40	42.93%	8,579.43	35.61%
预收款项	4,806.44	24.23%	2,917.64	11.16%	2,451.83	11.91%	4,947.81	20.54%
应付职工薪酬	807.95	4.07%	1,587.43	6.07%	1,642.69	7.98%	1,246.71	5.17%
应交税费	1,333.24	6.72%	6,652.78	25.44%	2,485.08	12.07%	2,361.59	9.80%
其他应付款	4,301.36	21.68%	5,393.61	20.63%	4,414.03	21.43%	6,056.35	25.14%
流动负债合计	**19,053.30**	**96.05%**	**25,169.52**	**96.25%**	**19,834.02**	**96.31%**	**23,191.88**	**96.26%**
专项应付款	75.00	0.38%	75.00	0.29%	-	-	-	-
预计负债	236.43	1.19%	381.20	1.46%	313.41	1.52%	379.29	1.57%
递延收益	472.46	2.38%	524.03	2.00%	447.17	2.17%	522.60	2.17%
非流动负债合计	**783.89**	**3.95%**	**980.22**	**3.75%**	**760.57**	**3.69%**	**901.88**	**3.74%**

负债合计	19,837.19	100.00%	26,149.74	100.00%	20,594.60	100.00%	24,093.76	100.00%

公司负债主要由流动负债构成。报告期各期末，流动负债占负债总额的比重分别为 96.26%、96.31%、96.25%和 96.05%。

1、应付账款

报告期各期末，公司应付账款金额分别为 8,579.43 万元、8,840.40 万元、8,618.06 万元和 7,804.31 万元，占各期末负债总额的比例分别为 35.61%、42.93%、32.96%和 39.34%。报告期内公司应付账款主要为应付供应商原材料采购款，各期末应付账款前五名情况如下：

单位：万元

项目	序号	供应商名称	采购内容	应付账款余额	占应付账款总额的比例
2018年1-6月	1	四川省成都市雄州彩印有限责任公司	外袋	483.52	6.20%
	2	成都优尼可贸易发展有限公司	香精、添加剂	452.76	5.80%
	3	四川省新都永志印务有限公司	内袋、内膜、外袋	450.85	5.78%
	4	成都聚美嘉食品有限公司	菜籽油、起酥油	369.12	4.73%
	5	成都味觉贸易有限公司	花椒类	170.96	2.19%
		成都施味农副产品有限公司	香料、辣椒、花椒等	143.32	1.84%
		四川味觉食品有限公司	香料、干料包、白胡椒、辣椒粉、其他	51.55	0.66%
		小计		365.84	4.69%
	总计			**2,122.09**	**27.20%**
2017年	1	成都施味农副产品有限公司	香料、辣椒、花椒等	547.7	6.36%
		成都味觉贸易有限公司	花椒类	123.69	1.44%
		成都满山红调味品有限公司	辣椒类、泡制品	81.39	0.94%
		四川味觉食品有限公司	花椒、干料包、白胡椒粉、新一代辣椒节等	23.18	0.27%
		小计		775.97	9.01%
	2	成都优尼可贸易发展有限公司	香精、添加剂	699.56	8.12%
	3	四川省成都市雄州彩印有限责任公司	内膜、内袋、外袋	581.31	6.75%
	4	四川省新都永志印务有限公司	内膜、内袋、外袋	408.13	4.74%
	5	成都金百利包装用品有限公司	纸箱	387.13	4.49%
	总计			**2,852.11**	**33.09%**

2016年	1	成都施味农副产品有限公司	香料、白芝麻、辣椒等	406.24	4.60%
		成都味觉贸易有限公司	花椒类	353.98	4.00%
		四川味觉食品有限公司	白胡椒、干料包、花椒类等	248.2	2.81%
		成都满山红调味品有限公司	泡制品	60.59	0.69%
		小计		1,069.01	12.09%
	2	四川省成都市雄州彩印有限责任公司	标签、内膜、内袋、外袋	681.61	7.71%
	3	成都优尼可贸易发展有限公司	香精、添加剂	574.21	6.50%
	4	四川省新都永志印务有限公司	内膜、内袋、外袋	528.2	5.97%
	5	成都清洋宝柏包装有限公司	内膜、内袋、外袋	483.97	5.47%
	总计			**3,336.99**	**37.75%**
2015年	1	成都味觉贸易有限公司	花椒类	334.35	3.90%
		成都施味农副产品有限公司	香料、白胡椒、花椒、辣椒等	486.3	5.67%
		四川味觉食品有限公司	白胡椒、干料包	239.87	2.80%
		金乡县桓丰辣椒专业合作社	辣椒类	265.33	3.09%
		小计		1,325.85	15.45%
	2	四川省成都市雄州彩印有限责任公司	标签、内膜、内袋、外袋	612.68	7.14%
	3	成都市绿生源食品有限公司	泡制品、湿料包、辣椒类等	245.43	2.86%
		成都市绿荣农产品有限公司	姜、蒜、其他蔬菜	208.63	2.43%
		小计		454.06	5.29%
	4	四川省新都永志印务有限公司	内膜、内袋、外袋	413.26	4.82%
	5	成都优尼可贸易发展有限公司	香精、添加剂	394.55	4.60%
	总计			**3,200.40**	**37.30%**

报告期各期末应付账款账龄情况如下：

单位：万元

应付账款	2018 年		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	7,794.29	99.87%	8,536.67	99.05%	8,833.87	99.93%	8,571.09	99.90%
1-2 年	8.04	0.10%	77.28	0.90%	6.38	0.07%	2.19	0.03%
2-3 年	1.83	0.02%	3.97	0.05%	0.15	0.00%	-	-
3-4 年	-	-	0.15	0.00%	-	-	-	-
4-5 年	0.15	0.00%	-	-	-	-	-	-

5 年以上	-	-	-	-	-	-	6.15	0.07%
总计	**7,804.31**	**100.00%**	**8,618.06**	**100.00%**	**8,840.40**	**100.00%**	**8,579.43**	**100.00%**

2、预收账款

报告期各期末，公司预收账款金额及构成如下：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
预收客户购货款	4,806.44	2,917.64	2,451.83	4,947.81

公司预收账款为预收客户购货款，预收账款占各期末负债总额的比例分别为20.54%、11.91%、11.16%和 24.23%。

公司对经销商的销售政策一般为先收款后发货的方式，因此，报告期内预收款金额相对较大。2015 年末，公司预收金额较大，主要系发行人 2015 年度为子公司天味家园郫县新厂全面运行第一年，由于生产磨合问题导致生产相对不能满足旺季需求，部分客户所需产品未能及时配送所致。2018 年 6 月末预收金额较大主要系客户为下半年的销售旺季备货所致。

报告期各期末预收款项前五名客户如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	金额	占比
2018 年 6 月末	1	兰州市七里河鑫顺调味品批发部	130.08	2.71%
	2	南京豪贵调味食品有限公司	42.61	0.89%
		南京市江宁区浩洋调味品经营部	49.83	1.03%
		小计	92.44	1.92%
	3	四川省和众联行商贸有限公司	84.88	1.77%
	4	焦作市林帆商贸有限公司	81.29	1.69%
	5	乌鲁木齐市泽龙糖酒副食品有限公司	76.17	1.58%
	-	**合计**	**443.67**	**9.23%**
2017 年末	1	哈尔滨市道外区宇顺调味品销售部	150.00	5.14%
	2	郑州市惠济区调味食品城九口天鸿精品调味商行	81.87	2.81%
	3	四川省和众联行商贸有限公司	61.31	2.10%
	4	杭州奥翔食品有限公司	56.44	1.94%
	5	南京豪贵调味食品有限公司	49.98	1.71%

	-	**合计**	**399.60**	**13.70%**
2016 年末	1	郑州市姐弟俩餐饮管理有限公司	194.18	7.92%
	2	上海旭弘供应链股份有限公司	165.13	6.74%
	3	郑州市惠济区信基调味食品城惠捷调味商行	138.70	5.66%
	4	哈尔滨市南岗区好人家食品经销部	123.17	5.02%
	5	南京豪贵调味食品有限公司	112.99	4.61%
	-	**合 计**	**734.17**	**29.95%**
2015 年末	1	洛阳李想餐饮管理有限公司	273.02	5.52%
	2	郑州市天一水产食品有限公司	213.16	4.31%
	3	大同市兴隆食品有限责任公司	101.67	2.05%
	4	乌鲁木齐市泽龙糖酒副食品有限公司	98.82	2.00%
	5	洛阳市瀍河区万顺干调商行	96.26	1.95%
		合 计	**782.92**	**15.82%**

注：南京豪贵调味食品有限公司、南京市江宁区浩洋调味品经营部为同一实际控制人控制，因此合并统计。

3、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,246.71 万元、1,642.69 万元、1,587.43 万元和 807.95 万元，应付职工薪酬构成如下：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
短期薪酬	807.95	1,587.43	1,627.00	1,246.71
离职后福利-设定提存计划	-	-	15.69	-
合计	**807.95**	**1,587.43**	**1,642.69**	**1,246.71**

其中短期薪酬明细如下：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
工资、奖金、津贴和补贴	739.30	1,526.29	1,555.84	1,195.59
职工福利费	-	-	-	-
社会保险费	-	-	8.26	-
其中：医疗保险费	-	-	7.02	-
工伤保险费	-	-	0.62	-
生育保险费	-	-	0.63	-
住房公积金	27.67	-	4.27	-

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
工会经费和职工教育经费	40.98	61.14	58.63	51.11
合计	**807.95**	**1,587.43**	**1,627.00**	**1,246.71**

其中设定提存计划明细如下：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
基本养老保险	-	-	14.94	-
失业保险费	-	-	0.75	-
合计	**-**	**-**	**15.69**	**-**

各期期末应付职工薪酬均为正常的待支付职工薪酬，2016 年 12 月 31 日应付职工薪酬比 2015 年 12 月 31 日增加 31.76%，主要系 2016 年经营效益提高，员工绩效奖金相应上涨所致。2018 年 6 月 30 日应付职工薪酬较低，主要系应付职工薪酬中所包含的已计提尚未支付的奖金较少所致。

4、应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 2,361.59 万元、2,485.08 万元、6,652.78 万元和 1,333.24 万元。应交税费的具体明细如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
增值税	553.39	1,476.42	782.09	1,044.34
所得税	694.21	1,375.06	1,592.54	1,143.40
城建税	38.74	103.57	49.93	53.04
教育附加	16.60	44.39	23.59	31.33
地方教育附加	11.07	29.59	15.73	20.89
房产税	-	55.10	-	-
土地使用税	-	22.62	13.62	-
个人所得税	12.02	3,536.79	-	8.86
其他税费	7.21	9.24	7.58	59.72
合计	**1,333.24**	**6,652.78**	**2,485.08**	**2,361.59**

注：截至 2018 年 6 月 30 日应交税费期末余额中发行人和子公司自贡天味预缴企业所得税合计 206.87 万元，财务报表重分类至其他流动资产列示。

上述各期末应交税费为正常待缴的税款，2017 年末公司应交税费的金额较高主要系 2017 年底分红导致需代扣代缴的个人所得税金额较高所致。2017 年 11

月 18 日，发行人召开 2017 年第五次临时股东大会，决议通过公司以 2017 年 9 月 30 日总股本 37,183.5 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税），合计共派发现金红利 18,591.75 万元，需代扣代缴个人所得税金额为 3,536.79 万元，相应个人所得税金额已于 2018 年度缴纳。

（1）发行人各项税费的基本情况

报告期各项税费的计税范围、计提金额、实际缴纳金额如下表所示：

单位：万元

项　目	计税范围	税率	2018 年 1-6 月		2017 年	
			本年计提	本年缴纳	本年计提	本年缴纳
增值税	销售商品增值额	17%、16%、13%、11%、10%、6%	2,569.87	3,492.90	8,387.88	7,693.55
所得税	应纳税所得额	15%、25%	1,544.32	2,432.04	3,197.09	3,414.57
城建税	应交流转税	7%、5%	179.93	244.76	574.70	521.05
教育附加	应交流转税	3%	77.11	104.90	251.39	230.60
地方教育附加	应交流转税	2%	51.41	69.93	167.60	153.73
房产税	房产原值减除 30%损耗	1.2%	143.13	198.22	285.94	230.85
土地使用税	土地面积	4-15 元/m^2	65.05	87.67	130.11	107.49
个人所得税	职工薪酬、股东分红	累计税率	1,272.99	4,797.75	4,815.20	1,292.03
其他税费	按照税法规定计征	-	35.97	38.01	77.01	75.35
合　　计			**5,939.78**	**11,466.18**	**17,886.92**	**13,719.22**

续上表：

项　目	计税范围	税率	2016 年		2015 年	
			本年计提	本年缴纳	本年计提	本年缴纳
增值税	销售商品增值额	17%、16%、13%、11%、10%、6%	7,056.74	7,318.99	5,667.48	5,108.70
所得税	应纳税所得额	15%、25%	3,408.19	2,959.05	1,681.74	1,472.96
城建税	应交流转税	7%、5%	451.08	454.20	288.43	260.80
教育附加	应交流转税	3%	211.75	219.49	170.08	153.32
地方教育附加	应交流转税	2%	141.16	146.32	113.39	102.22
房产税	房产原值减除 30%损耗	1.2%	284.13	284.13	283.44	283.44
土地使用税	土地面积	4-15 元/m^2	130.11	130.11	130.11	130.11
个人所得税	职工薪酬、股东分红	累进税率	729.87	725.11	634.04	636.25

项　目	计税范围	税率	2016 年		2015 年	
			本年计提	本年缴纳	本年计提	本年缴纳
其他税费	按照税法规定计征	-	62.69	114.82	145.14	156.78
合　计			**12,475.72**	**12,352.22**	**9,113.85**	**8,304.58**

根据《财政部税务总局关于简并增值税税率有关政策的通知》（财税[2017]37号），从 2017 年 7 月 1 日起，简并增值税税率结构，取消 13%的增值税税率，将农产品等货物税率调整为 11%；根据《财政部国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）， 从 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%；发行人发生增值税应税劳务适用税率为 6%。综上，发行人报告期内适用的增值税税率情形较多，其中主要适用的增值税税率为 17%，现已从 2018 年 5 月 1 调整为 16%。

发行人及子公司天味家园、自贡天味均享受西部大开发所得税税收优惠政策，适用税率为 15%；子公司瑞生投资适用税率为 25%，报告期内瑞生投资净利润极低，因此，发行人主要适用的所得税税率为 15%。

（2）发行人增值税、所得税与相关收入成本的匹配关系

①发行人增值税与收入、成本的匹配关系

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
增值税销项税额	7,919.62	17,969.76	17,009.98	14,642.83
营业收入	47,718.34	106,605.46	98,403.23	86,860.46
销项税占营业收入比	16.60%	16.86%	17.29%	16.86%
增值税进项税额	5,360.27	9,613.59	9,992.72	8,993.22
营业成本	29,449.39	63,658.55	59,583.83	54,574.97
进项税占营业成本比	18.20%	15.10%	16.77%	16.48%

注：因营业收入、营业成本系合并抵消后金额，为准确体现增值税与营业收入、营业成本的匹配关系，表格列示数据为扣除内部购销后的增值税销项金额及进项金额。

报告期内发行人营业收入、营业成本与增值税勾稽较为平稳，2016 年增值税销项税额占比较高主要系 2016 年公司清理了市场秩序保证金不予返还的金额，对该部分收入计提增值税销项税，故其占比超过发行人增值税最高税率。2017

年增值税进项税额占营业成本比较低，2018 年 1-6 月增值税进项税额占营业成本比较高，主要系发行人存在约 680 万进项税在 2018 年进行认证抵扣。

②发行人所得税与收入、成本的匹配关系

发行人所得税主要依据利润总额缴纳，发行人所得税计提额与利润总额的配比关系如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
所得税计提额	1,544.32	3,197.09	3,408.19	1,681.74
利润总额	8,601.32	21,491.04	23,718.59	15,978.45
所得税计提额与利润总额比	17.95%	14.88%	14.37%	10.53%

发行人主要适用的所得税税率为 15%，发行人所得税计提额与利润总额比与 15%存在偏差，主要系受未实现内部收益、纳税调整事项等因素影响，2015 年度所得税计提额与利润总额比远低于 15%主要系子公司天味家园自 2014 年度开始享受西部大开发所得税优惠，2015 年度收到退回 2014 年度多交所得税，因此 2015 年所得税计提额冲减上述金额后相对较低。

5、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 6,056.35 万元、4,414.03 万元、5,393.61 万元和 4,301.36 万元，占各期末负债总额的比例分别为 25.14%、21.43%、20.63%和 21.68%。报告期各期末，其他应付款构成如下：

单位：万元

款项性质	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
市场秩序保证金	3,111.33	4,206.74	3,201.12	4,275.23
工程设备质保金	333.87	294.56	340.81	962.20
品牌保证金	642.00	654.00	638.50	593.10
运输保证金	115.00	90.00	65.00	60.00
其他	99.15	148.31	168.60	165.82
合计	**4,301.36**	**5,393.61**	**4,414.03**	**6,056.35**

其他应付款主要为经销商的市场秩序保证金和品牌保证金。报告期各期末，经销商市场秩序保证金和品牌保证金合计分别为 4,868.33 万元、3,839.62 万元、

4,860.74 万元和 3,753.33 万元。保证金收取政策详见“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务具体情况”之“（五）销售模式”的相关内容。

2016 年末其他应付款金额较低，主要系 2016 年公司根据经销商考核结果，对考评不达标的经销商的部分市场秩序保证金不予退还，将该部分保证金由其他应付款转入营业外收入。具体详见本节之“盈利能力分析”之“（九）营业外收支”的相关内容。

6、专项应付款

2017 年末、2018 年 6 月 30 日，发行人专项应付款金额为 75 万元，根据《成都市财政局、成都市科学技术局关于下达 2017 年第一批省级科技计划项目资金预算的通知》（成财教[2017]78 号），发行人作为 2017 年第一批省级科技计划—重点研发项目的申报单位，以“蔬菜复合调味品精深加工技术集成研究与产业化示范”项目申请经费 150 万元，该项目由发行人牵头，联合成都大学、西华大学、成都市绿荣农产品有限公司及眉山市东坡区季季新蔬菜专业合作社签订名称为“关于联合申报四川省农村领域重点研发项目的产学研协议（2017 年度）”的协议，本年度发行人收到项目经费拨款 1,500,000.00 元，其中发行人享受金额为 750,000.00 元。因该项目实施期满需达到相应的年产值及品牌目标，故项目经费需目标达成验收后方可确认，因此发行人暂将其计入专项应付款科目。

7、预计负债

报告期各期末，公司预计负债金额及构成如下：

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
预计产品退货损失	236.43	381.20	313.41	379.29
合计	**236.43**	**381.20**	**313.41**	**379.29**

公司预计负债为预计产品退货金额，发行人根据当年实际退货金额占上年度总销售收入的比例作为预计退货率，根据本年销售金额预计本年度退货相关负债。

（1）发行人退换货政策

发行人主要生产及销售川味复合调味料，该类调味料均有相应的保质期限。为保障公司产品的食品安全，保护消费者切实利益，防止部分销售终端销售过期

产品，避免公司品牌和信誉受到损害，发行人根据食品安全要求及发行人的市场情况，针对不同的产品以及市场经营环境制定了如下销售退货政策：

1）发行人针对质量问题产品退货，需客户提供该批产品的样品，邮寄回公司，经公司质量管理部检验其真伪，如鉴定确系公司产品发生质量问题，在包装标识保质期内公司无条件退回。退回产品按照产品销售日期当期价格扣除当期促销折扣后核算，并由公司承担退回的运输费用。

2）发行人针对非质量问题的产品，由于发行人产品属于快消品，销售体现的总体原则为“勤进快销”，如发生非质量问题产品退货，发行人根据产品线不同以及市场经营环境不同设置退货限制条件，主要包括以下四种情况：①常规成熟产品退货：主要指产品在成熟区域销售的成熟产品，该类产品不允许退货；②非成熟产品及开发区域产品退货：针对非成熟产品及开发区产品，产品及区域销售都需要一定的培育期，客户在终端的推广难免会出现少量的滞销品，为维护产品的正常流通销售，针对该部分产品在临近保质期满业务人员和客户积极做好产品的消化工作，如确系消化不了的滞销品，发行人本着厂商共同开发、共担风险的经营原则，客户可以提出书面退货申请，在申请批复后按一定的折价予以退货，运输费用由客户承担；③新品退货：针对新开发产品，由于产品处于开发阶段，为不影响产品的正常上市销售，解决经销商的后顾之忧，保质期内产品处于滞销状态的，经销商可以向公司提出等价退货申请，但需由客户承担运输费用；④香肠腊肉调料的退货（季节性产品）：针对冬季销售的香肠腊肉调料系列产品，由于其产品使用加工及季节的特殊性，发行人允许其按《冬季调料销售协议》（冬季调料为香肠腊肉调料）约定的退货率及退货价格予以退货和核算。

（2）发行人报告期内实际退货情况

报告期内，各期退货的主要产品金额、占比如下：

单位：万元

产品系列	2018 年 1-6 月			2017 年度		
	金额	占比	退货率	金额	占比	退货率
火锅底料	96.86	50.93%	0.19%	79.64	25.10%	0.17%
川菜调料	19.79	10.40%	0.05%	50.52	15.92%	0.14%
香肠腊肉调料	58.36	30.69%	0.68%	126.53	39.88%	1.86%

鸡精	4.76	2.50%	0.14%	55.98	17.65%	1.40%
香辣酱	1.49	0.78%	0.04%	0.75	0.24%	0.02%
其他	8.93	4.69%	0.44%	3.84	1.21%	0.23%
合计	**190.18**	**100.00%**	**0.18%**	**317.25**	**100.00%**	**0.32%**

接上表：

产品系列	2016 年度			2015 年度		
	金额	占比	退货率	金额	占比	退货率
火锅底料	35.91	9.91%	0.10%	65.17	17.74%	0.16%
川菜调料	12.85	3.55%	0.04%	57.63	15.69%	0.18%
香肠腊肉调料	285.76	78.84%	3.53%	232.13	63.19%	3.25%
鸡精	21.14	5.83%	0.49%	9.18	2.50%	0.24%
香辣酱	6.76	1.87%	0.20%	3.01	0.82%	0.09%
其他	0.06	0.02%	0.00%	0.23	0.06%	0.01%
合计	**362.48**	**100.00%**	**0.42%**	**367.35**	**100.00%**	**0.41%**

报告期内，各年度退回产品主要为上年度销售产品，退货金额占比较大的产品为香肠腊肉调料、火锅底料等，退货原因主要为客户根据公司退货政策对临近保质期满的产品退货，退货产品主要属于新开发产品、非成熟产品及新开发区域产品以及季节性强的产品；其中香肠腊肉调料相对其他产品因季节性强、销售周期短从而退货率较高。

由于发行人产品属于快消品，发行人销售体现的总体原则是“勤进快销”，以避免市场上出现大量滞销品。发行人的业务人员积极为客户做好顾问式营销服务，协助客户做好销售工作，因此发行人退货率较低。发行人退回货品由于货品保质期等因素，一般会将退回货品销毁，只有少量因客户自身下错订单等特殊原因导致退货并经检测合格后才会继续销售。

8、递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 522.60 万元、447.17 万元、524.03 万元和 472.46 万元，主要为公司收到的与资产相关的尚未摊销完毕的政府补助资金。报告期内，发行人有 5 项政府补助被认定为与资产相关并计入递延收益科目，项目的具体情况及认定依据如下：

单位：万元

序号	项目名称	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
1	新建厂房的项目补助资金	7.86	8.57	10.00	11.43
2	调味品自动化生产技术及设备项目研发补助资金	255.00	285.00	345.00	405.00
3	建设食品安全监测中心项目补助资金	71.17	78.17	92.17	106.17
4	复合调味品自动化生产线及污水治理综合技术改造项目	84.62	89.74	-	-
5	中国制造及四川行动第一批专项	53.82	62.55	-	-
-	**合计**	**472.46**	**524.03**	**447.17**	**522.60**

（1）根据成都市财政局、成都市经济委员会于 2009 年 8 月 27 日下发的成财企[2009]69 号《成都市财政局、成都市经济委员会关于下发 2009 年“小巨人”资金的通知》，公司于 2009 年 11 月 30 日收到新建厂房的项目补助资金 20 万元。因该补助与资本支出相关，公司将其计入递延收益科目并在厂房使用年限内分期计入其他收益。

（2）根据双流县科学技术局于 2012 年 8 月 17 日下发的双科技发[2012]46 号《双流县科学技术局关于下达 2012 年度第一批科技攻关计划项目的通知》，公司于 2012 年 6 月 27 日收到调味品自动化生产技术及设备项目研发补助资金 600 万元。因该补助与资本支出相关，公司将其计入递延收益科目并在设备使用年限内计入其他收益。

（3）根据成都市发展和改革委员会于 2012 年 2 月 16 日下发的成发改投资[2012]147 号《成都市发展和改革委员会关于转下达工业中小企业技术改造项目 2011 年中央预算内投资计划的通知》，公司于 2012 年 12 月 19 日、2013 年 8 月 1 日、2014 年 9 月 9 月分别收到建设食品安全检测中心项目补助资金 100 万元、20 万元、20 万元。因该补助与资本支出相关，公司将其计入递延收益科目并在相关资产使用年限内分期计入其他收益。

（4）根据成都市财政局和成都市经济和信息化委员会 2017 年 5 月 16 日下达的成财企（2017）36 号文件关于拨付 2017 年第一批成都市中小企业发展专项资金的通知，子公司天味家园于 2017 年 10 月 23 日收到的复合调味品自动化生产线及污水治理综合技术改造项目 100 万元的补助资金。因该补助与资本支出相关，子公司天味家园将其计入递延收益科目并在相关资产使用年限内分期计入其

他收益。

（5）根据成都市财政局及成都市经济和信息化委员会 2017 年 6 月 1 日下发的成财企[2017]55 号关于下达 2017 年省市专项资金的通知，公司于 2017 年 12 月 25 日收到中国制造及四川行动第一批专项补助资金 80 万元，因该补助与资本支出相关，公司将其计入递延收益科目并在相关资产使用年限内分期计入其他收益。

除上述政府补助之外，发行人其他政府补助根据文件判断均不属于与资产相关，其中发行人于 2015 年、2016 年分别收到 1,476.00 万元、1,169.77 万元两笔大额政府补助，中介机构已向西南航空港管委会、双流县金融工作办公室发函进行了专项函证，函证内容包括发文时间、补助金额、补助内容、是否属于政府资本性投入、是否指定用于具体资产购建、是否存在使用限制、是否附加收回条件等。经西南航空港管委会、双流县金融工作办公室回函确认，上述政府补助不属于政府资本性投入，且未指定用于具体资产购建、不存在使用限制及附加收回条件。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司与偿债能力相关的主要财务指标如下：

财务指标	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动比率（次）	4.00	3.20	3.79	2.62
速动比率（次）	3.43	2.81	3.38	2.36
资产负债率（母公司）	14.82%	17.06%	14.27%	19.73%
资产负债率（合并报表）	17.36%	21.93%	17.88%	23.77%
财务指标	**2018 年 1-6 月**	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	9,730.88	23,821.24	25,988.68	18,455.81
利息保障倍数（倍）	-	-	-	76.74

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.62、3.79、3.20 和 4.00，速动比率分别为 2.36、3.38、2.81 和 3.43，公司资产流动性较好，流动比率和速动比率处于良好水平，偿债能力较强，为公司稳健经营奠定了良好的基础。

报告期内，发行人流动比率与同行业公司对比如下：

证券简称	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
佳隆股份（002495）	5.25	6.23	7.47	5.29
安记食品（603696）	11.99	11.89	11.38	16.34
梅花生物（600873）	0.83	1.12	1.00	0.78
恒顺醋业（600305）	1.71	1.74	1.21	1.16
海天味业（603288）	3.31	2.61	2.59	2.65
颐海国际(1579HK)	6.83	5.05	7.99	1.74
行业平均值	**4.99**	**4.77**	**5.27**	**4.66**
天味食品	**4.00**	**3.20**	**3.79**	**2.62**

数据来源：WIND

调味品行业上市公司流动比率相对较高，发行人流动比率处于行业中等水平。

报告期内，公司销售规模持续增长，报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 23.77%、17.88%、21.93%和 17.36%，公司偿债能力较强。报告期内，发行人合并资产负债率与同行业可比公司对比如下：

证券简称	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
佳隆股份（002495）	6.97%	7.28%	5.09%	7.23%
安记食品（603696）	5.71%	5.78%	6.25%	4.36%
梅花生物（600873）	53.97%	45.27%	45.26%	52.89%
恒顺醋业（600305）	28.14%	26.91%	26.83%	31.18%
海天味业（603288）	22.25%	27.97%	25.62%	23.89%
颐海国际(1579HK)	11.70%	16.65%	11.06%	75.92%
行业平均值	**21.46%**	**21.64%**	**20.02%**	**32.58%**
天味食品	**17.36%**	**21.93%**	**17.88%**	**23.77%**

数据来源:WIND

调味品行业资产负债率普遍较低，目前发行人资产负债率与同行业其他可比上市公司均值基本一致，资产负债率处于合理的水平，偿债能力较强。梅花生物的资产负债率较高，梅花生物是我国最大的味精生产企业之一，由于其已发展成为研、产、销一条龙的综合型生物发酵产业集团，所需资金较多，相应银行借款金额较多，因此梅花生物的资产负债率较高。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司与资产周转能力相关的主要财务指标如下：

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率（次）	165.65	253.25	187.91	167.80
存货周转率（次）	3.17	8.10	9.35	7.94
总资产周转率（次）	0.41	0.91	0.91	0.90

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款管理较好，应收账款周转率较高。应收账款周转率较高主要与公司销售模式和收入增长相关。公司销售大部分采取预收款方式，各期末应收账款余额相对较小，同时公司品牌影响力逐年增强，营销渠道逐年完善，在行业稳步成长的背景下，公司销售收入取得了持续增长，因而公司应收账款周转率逐年上升。

公司应收账款周转率与同行业公司对比情况如下：

证券简称	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
佳隆股份（002495）	19.27	30.41	32.94	14.80
安记食品（603696）	16.38	34.88	44.69	41.57
梅花生物（600873）	13.40	26.30	31.9	33.45
恒顺醋业（600305）	6.79	13.16	14.63	13.53
海天味业（603288）	3,497.00	5,912.61	-	-
颐海国际(1579HK)	7.37	16.58	16.62	22.67
行业平均值	**12.64**	**24.27**	**28.16**	**25.20**
天味食品	**165.65**	**253.25**	**187.91**	**167.80**

数据来源:WIND，由于海天味业几乎无应收账款，计算行业平均值时剔除海天味业

调味品行业普遍采用以预收货款为主的方式进行结算，海天味业几乎完全以先款后货方式销售，所以基本无应收账款，恒顺醋业和颐海国际应收关联方的款项较多，因此周转率相对较低。发行人销售绝大部分采取预收款方式结算，因此公司的应收账款较小，应收账款周转率较高。

2、存货周转率

发行人存货周转率与同行业可比上市公司对比如下：

证券简称	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
佳隆股份（002495）	2.92	5.91	6.19	4.69
安记食品（603696）	2.71	3.87	3.44	3.68
梅花生物（600873）	4.85	9.04	7.86	5.92
恒顺醋业（600305）	1.50	2.98	2.68	2.33
海天味业（603288）	5.58	7.80	7.20	6.09
颐海国际(1579HK)	3.56	7.44	5.75	5.94
行业平均值	**3.52**	**6.17**	**5.52**	**4.78**
天味食品	**3.17**	**8.10**	**9.35**	**7.94**

数据来源:WIND

报告期内，公司存货周转率高于同行业可比上市公司均值，体现了公司良好的存货管理能力。公司主要采用以销定产的生产模式，产品销售状况良好，在收入逐年增长的同时合理控制存货金额，减少存货资金占用，有效防止库存商品积压风险。

二、盈利能力分析

川味复合调味料行业作为我国食品工业的新兴子行业，随着居民消费水平的提高、饮食习惯的多元化，近年来取得了快速的发展。作为大型川味复合调味料生产企业，公司具有较强的品牌、营销、技术、规模等方面的优势，建立了全国性的销售网络，拥有“好人家”、“大红袍”、“天车”、“有点火”等全国知名品牌。报告期内公司营业收入分别为 86,860.46 万元、98,403.23 万元、106,605.46 万元及 47,718.34 万元，实现归属母公司净利润 14,237.09 万元、20,333.24 万元、18,380.61 万元及 7,283.56 万元，2017 年度净利润较上年有所下降。剔除 2017 年公司实施股权激励确认 2,745.90 万元股份支付费用影响，报告期公司实际实现净利润分别为 14,237.09 万元、20,333.24 万元、20,714.63 万元及 7,283.56 万元，公司营业收入和净利润逐年稳定增长。

（一）营业收入

1、营业收入结构分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	47,413.77	99.36%	106,100.27	99.53%	98,001.18	99.59%	86,742.19	99.86%
其他业务收入	304.57	0.64%	505.19	0.47%	402.05	0.41%	118.27	0.14%
合　计	**47,718.34**	**100.00%**	**106,605.46**	**100.00%**	**98,403.23**	**100.00%**	**86,860.46**	**100.00%**

报告期内，公司收入逐年增长，公司主营业务收入分别为 86,742.19 万元、98,001.18 万元、106,100.27 万元和 47,413.77 万元，占营业收入的比重分别为 99.86%、99.59%、99.53%和 99.36%；公司其他业务收入分别为 118.27 万元、402.05 万元、505.19 万元和 304.57 万元，占公司营业收入的比重为 0.14%、0.41%、0.47%和 0.64%，公司其他业务收入主要为物料销售收入。

报告期内，公司主营业务收入分产品构成情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
火锅底料	21,520.26	45.39%	49,835.46	46.97%	46,272.96	47.22%	37,561.30	43.30%
川菜调料	21,485.36	45.31%	38,590.29	36.37%	35,637.63	36.36%	31,635.69	36.47%
香肠腊肉调料	97.90	0.21%	8,570.51	8.08%	6,807.65	6.95%	8,091.59	9.33%
鸡精	1,879.19	3.96%	3,508.78	3.31%	3,992.25	4.07%	4,301.49	4.96%
香辣酱	954.14	2.01%	3,587.23	3.38%	3,613.27	3.69%	3,390.65	3.91%
其他	1,476.92	3.11%	2,008.01	1.89%	1,677.42	1.71%	1,761.47	2.03%
合　计	**47,413.77**	**100.00%**	**106,100.27**	**100.00%**	**98,001.18**	**100.00%**	**86,742.19**	**100.00%**

注：公司其他产品主要包括甜面酱、酱油、味精、方便速食等，所占比例较低。

报告期内，公司主营产品为川味复合调味料，火锅底料、川菜调料和香肠腊肉调料三类产品占公司主营业务收入比例较高。川味复合调味料行业是我国调味品行业的新兴分支，既具有浓厚的地域和文化特色，同时也与国民经济发展水平密切相关，伴随居民收入的增长和消费水平的提高而不断发展。川味复合调味料行业虽然起步较晚，但随着居民消费水平的提高和饮食习惯的多元化，近年来取

得了良好的发展。

报告期内，公司不断提升产品品质、积极拓展和完善营销渠道、开发新产品和新客户，综合运用营销、品牌、技术、规模等方面的竞争优势，牢固树立了在川味复合调味料行业的优势地位，报告期内营业收入稳定增长。

2、主营业务收入按区域分布

从地域分布分析，公司的销售区域已经遍布全国大部分地区，在华中、西南地区销售收入占比较高，合计超 50%。报告期内，公司主营业务收入分地区构成情况如下：

单位：万元

销售区域	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
西南地区	14,965.96	31.56%	32,728.93	30.85%	30,741.75	31.36%	28,815.85	33.22%
华中地区	10,151.45	21.41%	24,622.46	23.21%	23,370.87	23.85%	19,576.27	22.57%
华东地区	6,643.42	14.01%	15,015.52	14.15%	14,083.82	14.37%	13,134.65	15.14%
西北地区	3,706.61	7.82%	9,459.54	8.92%	8,540.94	8.72%	7,436.56	8.57%
华北地区	4,579.79	9.66%	9,530.89	8.98%	8,486.23	8.66%	7,196.31	8.30%
东北地区	4,757.19	10.03%	8,080.54	7.62%	6,763.35	6.90%	5,663.58	6.53%
华南地区	2,484.00	5.24%	6,362.12	6.00%	5,744.31	5.86%	4,624.74	5.33%
出口	125.36	0.26%	300.27	0.28%	269.90	0.28%	294.23	0.34%
合 计	**47,413.77**	**100.00%**	**106,100.27**	**100.00%**	**98,001.18**	**100.00%**	**86,742.19**	**100.00%**

报告期内，公司在不同地区实行差异化营销策略。在河南、四川等成熟和高成长地区，公司拓展经销渠道的深度和广度，加大对终端的管控，将经销商拓展到县级，完善销售网络覆盖面，加大公司各种产品的铺市率，协助经销商建立和完善分销网络，充分利用公司在当地市场品牌、渠道等方面的优势，不断扩大销售规模，提高市场占有率，确立区域领先地位。在东北、西北等重点开发区域派驻专业开发小组，加大在区域中心城市的宣传和拓展，通过区域中心城市的辐射作用带动周边地区市场。

同时，公司大力发展和扶持核心经销商队伍，以火锅底料和特色川菜调料为产品核心，提高产品铺货率和可见性，加快网络覆盖速度，在核心区域投入临时铺市组和推广组，加强终端执行力，形成较强的品牌影响力，迅速打开和占领市

场。在新进入和开发市场，通过重点宣传、重点营销等方式，寻找优质经销商进行合作，结合当地饮食习惯，重点推广公司的主打特色产品，有针对性投入广告宣传，快速进入当地农贸市场、商超等主要销售网点，形成了良好的销售局面。

3、主营业务收入按销售渠道分布

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道分布情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商	40,086.26	84.55%	93,552.78	88.17%	89,998.91	91.83%	82,633.18	95.26%
定制餐调	4,885.53	10.30%	8,847.70	8.34%	5,241.65	5.35%	1,842.52	2.12%
电商	1,588.90	3.35%	2,349.33	2.21%	1,403.18	1.43%	893.77	1.03%
直营商超	707.57	1.49%	959.11	0.90%	1,052.12	1.07%	982.19	1.13%
外贸	125.36	0.26%	300.27	0.28%	269.90	0.28%	294.23	0.34%
其他	20.14	0.04%	91.09	0.09%	35.40	0.04%	96.30	0.11%
合计	**47,413.77**	**100.00%**	**106,100.27**	**100.00%**	**98,001.18**	**100.00%**	**86,742.19**	**100.00%**

报告期内公司不断完善营销网络，强化传统经销商渠道，积极拓展定制餐调和电商渠道，营销网络深度与广度都得到了扩张，为收入稳步增长提供了有力的支撑。

报告期内，公司大部分销售通过经销商渠道完成，公司通过实施营销网络下沉战略，设立区域办事处，指导辖区内业务员的市场推广和经销商拓展管理，不断优化经销商的结构，提升经销商整体竞争力。报告期内，公司合作的经销商数量分别为 752 家、786 家、769 家和 751 家，经销商渠道收入分别达到 82,633.18 万元、89,998.91 万元、93,552.78 万元和 40,086.26 万元，公司经销商渠道收入占主营业务收入比重分别为 95.26%、91.83%、88.17%和 84.55%。

在经销商渠道之外，公司还积极拓展其他销售渠道，建设包括定制餐调、电商等多层次的销售网络，网络覆盖面进一步扩大，公司定制餐调、电商拓展已经初见成效，并已成为公司收入来源的重要补充。报告期内定制餐调的收入分别为 1,842.52 万元、5,241.65 万元、8,847.70 万元和 4,885.53 万元，年度复合增长率为 119.13%；电商收入分别为 893.77 万元、1,403.18 万元、2,349.33 万元和 1,588.90 万元，年度复合增长率为 62.13%。

针对商超渠道的投入较大、回报较为持续稳定但渠道管理难度较大的特点，公司主要通过经销商与商超建立合作，因此报告期内，直营商超的收入较小。

4、主营业务收入按季节分布

（1）主营业务收入的季节分布情况

报告期内，公司主营业务收入按季节分布情况如下：

单位：万元

期　间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
2018年1-6月	金额	24,353.61	23,060.16	-	-	47,413.77
	比重	51.36%	48.64%	-	-	100.00%
2015年度	金额	13,704.43	15,551.93	20,649.08	36,836.75	86,742.19
	比重	15.80%	17.93%	23.81%	42.47%	100.00%
2016年度	金额	15,656.54	13,195.05	26,076.86	43,072.72	98,001.18
	比重	15.98%	13.46%	26.61%	43.95%	100.00%
2017年度	金额	16,436.17	18,383.38	28,253.14	43,027.58	106,100.27
	比重	15.49%	17.33%	26.63%	40.55%	100.00%

公司产品销售具有比较明显的季节性，每年下半年为销售旺季，其他时期收入相对较低。2015 年、2016 年、2017 年，公司下半年收入占比分别为 66.28%、70.56%和 67.18%。发行人产品主要以火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料等产品系列构成，其中，火锅底料主要以麻辣口味为主，根据人们饮食习惯，冬季天气寒冷，食用火锅较多。同样，川菜调料也因其以麻辣口味为主而具有季节性，但销售的季节性不如火锅底料明显。香肠腊肉调料主要用于冬季制作香肠腊肉，因此销售主要集中在冬季。

（2）不同产品的季节分布情况

① 火锅底料的季节性分布情况

报告期内发行人火锅底料产品的销量、销售额季节分布情况如下:

单位：万元

期间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
2018 年 1-6月	销售额	12,251.36	9,268.90	-	-	21,520.26
	销售额占比	56.93%	43.07%	-	-	100.00%

期间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
	销量（吨）	5,886.89	4,488.60	-	-	10,375.50
	销量占比	56.74%	43.26%	-	-	100.00%
2017年度	销售额	5,979.49	8,296.40	17,063.91	18,495.66	49,835.46
	销售额占比	12.00%	16.65%	34.24%	37.11%	100.00%
	销量（吨）	3,181.33	4,445.51	8,417.64	9,093.97	25,138.45
	销量占比	12.66%	17.68%	33.49%	36.18%	100.00%
2016年度	销售额	6,802.20	4,879.81	13,339.42	21,251.54	46,272.96
	销售额占比	14.70%	10.55%	28.83%	45.93%	100.00%
	销量（吨）	3,594.25	2,703.96	7,267.83	11,218.94	24,784.98
	销量占比	14.50%	10.91%	29.32%	45.27%	100.00%
2015年	销售额	5,439.84	5,462.67	9,797.18	16,861.60	37,561.30
	销售额占比	14.48%	14.54%	26.08%	44.89%	100.00%
	销量（吨）	2,702.30	2,908.73	4,934.80	8,702.62	19,248.45
	销量占比	14.04%	15.11%	25.64%	45.21%	100.00%

火锅底料主要以麻辣口味为主，根据人们饮食习惯，冬季天气寒冷，食用火锅较多，因此下半年销售占比较高。

②川菜调料的季节性分布情况

报告期内发行人川菜调料产品的销量、销售额季节分布情况如下:

单位：万元

期间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
2018 年1-6月	销售额	9,954.56	11,530.80	-	-	21,485.36
	销售额占比	46.33%	53.67%	-	-	100.00%
	销量（吨）	5,365.84	6,367.07	-	-	11,732.91
	销量占比	45.73%	54.27%	-	-	100.00%
2017年度	销售额	8,419.55	7,710.56	9,517.15	12,943.02	38,590.29
	销售额占比	21.82%	19.98%	24.66%	33.54%	100.00%
	销量（吨）	4,807.01	4,547.40	5,219.60	7,463.91	22,037.93
	销量占比	21.81%	20.63%	23.68%	33.87%	100.00%
2016年度	销售额	6,761.38	6,485.03	10,311.66	12,079.56	35,637.63
	销售额占比	18.97%	18.20%	28.93%	33.90%	100.00%
	销量（吨）	4,115.14	4,101.57	6,265.27	6,830.09	21,312.07

期间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
	销量占比	19.31%	19.25%	29.40%	32.05%	100.00%
2015年	销售额	5,561.71	7,223.64	8,135.87	10,714.47	31,635.69
	销售额占比	17.58%	22.83%	25.72%	33.87%	100.00%
	销量（吨）	3,330.50	4,158.60	4,719.94	6,256.65	18,465.70
	销量占比	18.04%	22.52%	25.56%	33.88%	100.00%

川菜调料也因其以麻辣口味为主而具有季节性，但销售的季节性不如火锅底料明显。

③香肠腊肉调料的季节性分布情况

报告期内发行人香肠腊肉调料产品的销量、销售额季节分布情况如下:

单位：万元

期间		第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
2018 年1-6月	销售额	97.88	0.03	-	-	97.90
	销售额占比	99.97%	0.03%	-	-	100.00%
	销量（吨）	39.44	0.01	-	-	39.44
	销量占比	99.98%	0.02%	-	-	100.00%
2017年度	销售额	17.25	19.47	93.04	8,440.74	8,570.51
	销售额占比	0.20%	0.23%	1.09%	98.49%	100.00%
	销量（吨）	4.72	11.88	36.99	3,574.85	3,628.44
	销量占比	0.13%	0.33%	1.02%	98.52%	100.00%
2016年度	销售额	134.84	63.82	248.82	6,360.18	6,807.65
	销售额占比	1.98%	0.94%	3.65%	93.43%	100.00%
	销量（吨）	68.98	9.79	122.61	3,247.47	3,448.86
	销量占比	2.00%	0.28%	3.56%	94.16%	100.00%
2015年	销售额	278.75	13.71	1,121.74	6,677.39	8,091.59
	销售额占比	3.44%	0.17%	13.86%	82.52%	100.00%
	销量（吨）	130.25	18.38	558.73	3,506.93	4,214.28
	销量占比	3.09%	0.44%	13.26%	83.22%	100.00%

香肠腊肉调料主要系用于春节制作香肠腊肉，因此销售主要集中在第四季度。

综上，发行人主要产品的季节性分布与其产品特性相吻合。

5、报告期主营业务收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入分别为 86,742.19 万元、98,001.18 万元、106,100.27 万元和 47,413.77 万元，收入稳中有升。

随着我国经济发展和人民生活水平提高，现代消费者越来越追求食品风味的天然化和多样化及烹饪过程的便捷化，在消费升级的背景下，复合型调味品的优势越来越明显。根据中国调味品协会数据，我国每年调味品营业额约占食品工业额的 10%左右，是典型的“小产品、大市场”。近年来调味品行业保持了稳健的发展趋势，2017 年调味品行业规模达 3,097.40 亿元，2015-2017 年复合增长 2.57%。根据调味品协会数据，2017 年调味品品牌企业 100 强中复合调味料总产量达到 49.50 万吨，2015-2017 年产量复合增长 6.03%。

作为复合调味料行业的龙头企业，得益于复合调味料行业的发展，公司业务规模不断扩大。2017 年营业收入为 106,605.46 万元，同比增长 8.34%，2015-2017 收入年复合增长 7.07%；2017 年公司产量 58,518.50 吨，同比增长 2.95%，2015-2017 年产量年复合增长 6.59%，与细分行业增长趋势基本一致。

报告期内，公司主要产品收入变动情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	收入	增长率	收入	增长率	收入	增长率	收入
火锅底料	21,520.26	50.54%	49,835.46	7.70%	46,272.96	23.19%	37,561.30
川菜调料	21,485.36	33.04%	38,590.29	8.29%	35,637.63	12.65%	31,635.69
香肠腊肉调料	97.90	162.59%	8,570.51	25.90%	6,807.65	-15.87%	8,091.59
鸡精	1,879.19	14.58%	3,508.78	-12.11%	3,992.25	-7.19%	4,301.49
香辣酱	954.14	-52.80%	3,587.23	-0.72%	3,613.27	6.57%	3,390.65
其他	1,476.92	98.76%	2,008.01	19.71%	1,677.42	-4.77%	1,761.47
合　计	**47,413.77**	**35.91%**	**106,100.27**	**8.26%**	**98,001.18**	**12.98%**	**86,742.19**

注：2018 年 1-6 月系与去年同期比较，去年同期数据未经审计，下同。

公司产品销售收入变动主要受销量和单价两方面因素影响，公司主要产品报告期内的销量和销售价格变动情况如下：

单价单位：元/千克
销量单位：吨

项目	2018 年 1-6 月				2017 年度			
	销量	销量变化率	单价	价格变化率	销量	销量变化率	单价	单价变化率
火锅底料	10,375.50	35.90%	20.74	4.64%	25,138.45	1.43%	19.82	6.16%
川菜调料	11,732.91	25.28%	18.31	4.57%	22,037.93	3.41%	17.51	4.72%
香肠腊肉调料	39.44	134.01%	24.82	5.08%	3,628.44	5.21%	23.62	19.66%
鸡精	1,019.63	13.94%	18.43	-0.55%	1,893.42	-16.24%	18.53	4.93%
香辣酱	665.86	-59.62%	14.33	9.97%	2,753.07	-7.39%	13.03	7.24%
其他产品	1,101.29	16.92%	13.41	53.56%	2,299.24	8.22%	8.73	10.65%
主营业务	24,934.62	21.62%	19.02	3.50%	57,750.55	1.49%	18.37	6.68%

（续表）

项目	2016 年度				2015 年度	
	销量	销量变化率	单价	销量变化率	销量	单价变化率
火锅底料	24,784.98	28.76%	18.67	-4.31%	19,248.45	19.51
川菜调料	21,312.07	15.41%	16.72	-2.39%	18,465.70	17.13
香肠腊肉调料	3,448.86	-18.16%	19.74	2.81%	4,214.28	19.2
鸡精	2,260.46	0.00%	17.66	-7.20%	2,260.44	19.03
香辣酱	2,972.91	7.88%	12.15	-1.22%	2,755.66	12.3
其他产品	2,124.68	0.48%	7.89	-5.28%	2,114.56	8.33
主营业务	56,903.96	15.99%	17.22	-2.60%	49,059.09	17.68

① 火锅底料、川菜调料的收入变动分析

报告期内，火锅底料收入分别为 37,561.30 万元、46,272.96 万元、49,835.46 万元和 21,520.26 万元，2016 年度火锅底料收入较 2015 年度增长 23.19%，2017 年度火锅底料收入较 2016 年度增长 7.70%，2018 年 1-6 月火锅底料收入相比去年同期增长 50.54%；川菜调料收入分别为 31,635.69 万元、35,637.63 万元、38,590.29 万元和 21,485.36 万元，2016 年度川菜调料收入较 2015 年度增长 12.65%，2017 年度川菜调料收入较 2016 年度增长 8.29%，2018 年 1-6 月川菜调料收入相比去年同期增长 33.04%。2016 年度火锅底料、川菜调料收入增长主要是受益于销量增长，公司通过加强营销策略、开发新产品、积极发展定制餐调客户等方式使得火锅底料、川菜调料的销量逐步上升。2017 年度火锅底料、川菜调料收入增长除受益于销量增长外，产品提价起到了主要作用。

② 香肠腊肉调料的收入变动分析

报告期内，香肠腊肉调料产品收入分别为 8,091.59 万元、6,807.65 万元、8,570.51 万元和 97.90 万元，2016 年度香肠腊肉调料产品收入较 2015 年度降低 15.87%，2017 年度香肠腊肉调料产品收入较 2016 年度增长 25.90%。2016 年公司香肠腊肉调料产品销售收入及销量较 2015 年下滑主要系香肠腊肉调料产品季节性强，销售周期较短，2017 年春节提前，销售期间缩短；此外 2016 年冬季气温偏高，消费者需求相对减少。2017 年度公司香肠腊肉调料产品销售收入上升主要系发行人提高销售价格影响。2018 年 1-6 月香肠腊肉调料销售收入较低主要系因为香肠腊肉调料系季节性产品，主要集中在每年的第四季度销售。

③ 鸡精、香辣酱及其他产品收入变动分析

报告期内，鸡精产品收入分别为 4,301.49 万元、3,992.25 万元、3,508.78 万元和 1,879.19 万元；香辣酱收入分别为 3,390.65 万元、3,613.27 万元、3,587.27 万元和 954.14 万元；其他产品收入分别为 1,761.47 万元、1,677.42 万元、2,008.01 万元和 1,476.92 万元，上述产品收入较为平稳，且占公司主营业务收入比重相对较低。鸡精、香辣酱及其他产品丰富了公司产品系列，提升了公司主营业务收入。

（二）营业成本

1、营业成本结构分析

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元

项 目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	29,220.09	99.22%	63,194.13	99.27%	59,203.48	99.36%	54,459.35	99.79%
其他业务成本	229.30	0.78%	464.42	0.73%	380.35	0.64%	115.62	0.21%
合 计	**29,449.39**	**100.00%**	**63,658.55**	**100.00%**	**59,583.83**	**100.00%**	**54,574.97**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本随着营业收入的增长而增长，公司主营业务成本分别为 54,459.35 万元、59,203.48 万元、63,194.13 万元和 29,220.09 万元，占营业成本的比重分别为 99.79%、99.36%、99.27%和 99.22%；公司其他业务成本分别为 115.62 万元、380.35 万元、464.42 万元和 229.30 万元，占公司营业成本的比重为

0.21%、0.64%、0.73%和 0.78%，公司其他业务成本主要为销售物料成本等。公司营业成本的构成和营业收入的构成比例基本吻合。

2、主营业务成本结构分析

报告期内，主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	25,767.96	88.19%	55,737.41	88.20%	52,190.05	88.15%	47,725.95	87.64%
制造费用	2,016.03	6.90%	4,490.43	7.11%	4,432.52	7.49%	4,113.92	7.55%
直接人工	1,436.11	4.91%	2,966.29	4.69%	2,580.91	4.36%	2,619.48	4.81%
合　计	**29,220.09**	**100.00%**	**63,194.13**	**100.00%**	**59,203.48**	**100.00%**	**54,459.35**	**100.00%**

报告期内，发行人的主营业务成本主要为直接材料成本，直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 87.64%、88.15%、88.20%和 88.19%，直接材料主要由油脂、辣椒、花椒、包装物等材料构成。

报告期内，火锅底料、川菜调料和香肠腊肉调料三类产品是发行人的主要产品，占公司主营业务收入 90%左右。三类产品的成本结构及变动情况如下:

（1）火锅底料成本结构

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	11,982.34	88.33%	26,987.88	88.48%	24,407.58	89.03%	20,106.64	88.23%
制造费用	930.58	6.86%	2,239.91	7.34%	2,068.93	7.55%	1,868.02	8.20%
直接人工	652.44	4.81%	1,275.19	4.18%	938.86	3.42%	813.04	3.57%
合计	**13,565.36**	**100.00%**	**30,502.98**	**100.00%**	**27,415.37**	**100.00%**	**22,787.69**	**100.00%**

公司火锅底料系列产品成本中直接材料占比较为稳定，制造费用金额 2016 年相比 2015 年增加系折旧费用增加和间接人工及福利保险金增加所致，2017 年相比 2016 年增加系间接人工及福利保险、机物料消耗增加所致，制造费用在成本中占比逐年下降主要系制造费用相对固定，随着产量增加幅度小于直接材料和直接人工增加幅度所致。

直接人工逐年增加主要系生产工人增加及工资改善所致，直接人工占比成本

在报告期整体呈上升趋势，主要系公司产量以及小批量生产的定制餐调类产品增加所致。

（2）川菜调料成本构成

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	11,257.34	88.48%	19,584.63	87.95%	18,860.59	87.83%	16,688.47	85.86%
制造费用	840.04	6.60%	1,512.83	6.79%	1,522.48	7.09%	1,507.13	7.75%
直接人工	625.41	4.92%	1,169.63	5.25%	1,089.91	5.08%	1,240.88	6.38%
合计	**12,722.79**	**100.00%**	**22,267.09**	**100.00%**	**21,472.98**	**100.00%**	**19,436.49**	**100.00%**

川菜调料系列产品成本构成中直接材料占比自 2016 年以来相对平稳，2016 年相比 2015 年直接材料占比上升较多主要系家园生产基地由自制料包等半成品改为对外采购，因此相应降低了直接人工比重，增加了直接材料占比。

制造费用金额变动较小，在成本中占比逐年下降主要系制造费用相对固定，费用构成中主要随产量变动的能源（水电气）消耗在 2016 年家园生产基地积极实施节能减排、管控成本的措施中得到有效降低，从而使制造费用占比略有下降。

直接人工在成本中占比在 2016 年出现明显下降主要系家园生产基地由自制料包等半成品改为对外采购，有效降低了人工消耗。2016 年以来，公司直接人工在成本中占比相对稳定。

（3）香肠腊肉调料成本构成

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	58.25	93.82%	4,531.43	92.04%	4,114.69	92.92%	5,632.96	91.63%
制造费用	2.20	3.54%	197.85	4.02%	165.81	3.74%	270.78	4.40%
直接人工	1.63	2.63%	194.13	3.94%	147.73	3.34%	243.74	3.96%
合计	**62.09**	**100.00%**	**4,923.42**	**100.00%**	**4,428.23**	**100.00%**	**6,147.49**	**100.00%**

香肠腊肉调料系列产品成本构成中的直接材料占比相对稳定，制造费用和直接人工占比在报告期内变动主要系受产品结构、产量大小及分摊比例等因素影响。

综上，发行人报告期内各产品营业成本中直接材料占比相对稳定，直接人工和制造费用受生产工艺调整、成本管控、分摊比例等因素影响而小幅波动。报告期内发行人各产品成本的归集分配准确，不存在异常变动。

3、主要直接材料对成本影响分析

发行人主营业务成本中直接材料主要由生产类原材料（农副产品类、油脂类、等）和包装材料等构成，具体情况如下：

单位：元/kg

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
单位产品直接材料成本	10.33	7.05%	9.65	5.23%	9.17	-5.72%	9.73
其中：单位产品生产类原材料	8.81	5.76%	8.33	4.04%	8.00	-4.31%	8.37
单位产品包装物材料	1.52	15.15%	1.32	13.45%	1.17	-14.39%	1.36

注：2018 年 1-6 月系与 2017 年比较。

公司产品包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料、香辣酱等 9 大类 100 多个品种（不包含定制餐调产品），每种产品由于产品性质和配方不同，所使用的原材料有所差异，因此单位产品的原材料成本受原材料价格及产品品种影响会存在一定波动。2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年上半年，单位产品直接材料成本为 9.73 元/kg、9.17 元/kg、9.65 元/kg 和 10.33 元/kg，波动幅度较小，处于合理水平。

2016 年度单位产品直接材料成本有所降低，主要系发行人推行招投标方式采购，通过招标有效降低了包装物等部分原材料的采购价格。2017 年度单位产品直接材料成本有所上升主要系原材料市场价格有所上升导致。2018 年 1-6 月单位产品直接材料成本上升主要系产品结构变动导致的原材料耗用类别和比例发生变动所致。

（1）生产类原材料的价格变动情况

报告期内，发行人主要原材料（代表性品种）的价格波动情况如下：

单位：元/kg

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	价格	变动率	价格	变动率	价格	变动率	价格

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	价格	变动率	价格	变动率	价格	变动率	价格
牛油-液态	10.41	3.38%	10.07	-2.23%	10.30	-6.28%	10.99
起酥油	7.07	-12.06%	8.04	7.20%	7.00	10.58%	6.33
一级菜籽油	7.81	-0.89%	7.88	4.65%	7.53	3.86%	7.25
三樱 8 号辣椒	14.48	-9.50%	16.00	5.06%	15.23	-4.33%	15.92
转红青花椒-特选	115.49	10.32%	104.69	2.81%	101.83	6.49%	95.62
酸菜包-260g	1.42	12.70%	1.26	3.28%	1.22	3.39%	1.18
细豆瓣	4.63	-0.22%	4.64	-7.39%	5.01	-7.05%	5.39
粉体味精	7.11	0.42%	7.08	-1.12%	7.16	-13.42%	8.27
青花椒-特选	113.17	1.80%	111.17	-1.15%	112.46	4.73%	107.38
南花椒	140.08	11.30%	125.86	18.01%	106.65	-6.37%	113.90
白胡椒	50.17	-37.31%	80.03	-0.56%	80.48	-15.51%	95.25
蒜	5.90	-46.80%	11.09	-30.69%	16.00	83.28%	8.73
姜	6.97	-16.43%	8.34	37.17%	6.08	-38.27%	9.85

注：2018 年 1-6 月系与 2017 年比较。以上价格均为含税价。

2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年上半年，单位产品生产类原材料成本为 8.37 元/kg、8.00 元/kg、8.33 元/kg 和 8.81 元/kg，公司生产类原材料主要包括油脂类，辣椒、花椒等农副产品类原材料，发行人每一种类的原材料包含各种不同的品种，且各个品种的日常价格波动较频繁，因此发行人单位产品生产类原材料成本受各原材料价格变化的综合影响。

（2）包装物材料的价格变动情况

报告期内，单位产品包装物材料成本为 1.36 元/kg、1.17 元/kg、1.32 元/kg 和 1.52 元/kg，单位产品包装物材料成本存在一定波动主要受包装物材料价格变动影响。报告期内，发行人包装材料的平均采购价格如下：

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
纸箱（元/个）	3.54	1.14%	3.50	44.63%	2.42	-9.36%	2.67
内膜（元/千克）	20.23	-0.59%	20.35	0.84%	20.18	-9.06%	22.19
外膜（元/千克）	21.87	-12.24%	24.92	11.10%	22.43	-7.35%	24.21

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
内袋（元/根）	0.10	11.11%	0.09	0.00%	0.09	-10.00%	0.10
外袋（元/根）	0.21	16.67%	0.18	12.50%	0.16	-11.11%	0.18

注：2018 年 1-6 月系与 2017 年比较。以上价格均为含税价。

2016 年度，发行人单位包装物材料成本有所下降，主要系发行人包装材料的采购价格有所下降，发行人通过招投标的方式采购包装物，有效降低了采购价格；2017 年度发行人单位包装物材料成本有所上涨，主要系纸箱等包装材料市场价格上涨所致。2018 年 1-6 月发行人包装物材料成本有所上升，主要系内袋、外袋等包装材料市场价格上涨所致。

4、制造费用和直接人工对成本的影响分析

报告期内，公司单位产品制造费用和直接人工构成情况如下：

单位：元/kg

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
直接人工	0.58	13.73%	0.51	13.25%	0.45	-15.06%	0.53
制造费用	0.81	3.85%	0.78	-0.18%	0.78	-7.11%	0.84

（1）直接人工对成本影响分析

报告期内，单位直接人工为 0.53 元/kg、0.45 元/kg、0.51 元/kg 和 0.58 元/kg，2016 年单位产品直接人工相比 2015 年有所降低主要系发行人不再自制料包等半成品，同时生产班次调整使得生产效率提高等因素所致。2017 年单位直接人工相比 2016 年度有所上升主要系发行人小批量生产的、人工占比相对较高的定制餐调类产品增加所致。2018 年 1-6 月单位直接人工上升主要系上半年产量相对较小，单位产量分摊的直接人工相对较大。

（2）制造费用对成本影响分析

报告期内，单位制造费用为 0.84 元/kg、0.78 元/kg、0.78 元/kg 和 0.81 元/kg，制造费用主要由能源费用和折旧费用等构成，2016 和 2017 年单位制造费用下降主要受单位能耗下降影响，2018 年 1-6 月单位制造费用上升主要系上半年产量相对较小，单位产量分摊的制造费用相对较大。其中报告期内能源费用金额和单价

情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
水（元/吨）	21.31	2.41	40.33	2.29	50.85	2.41	45.01	2.12
电（元/度）	234.96	0.79	462.32	0.74	571.49	0.83	637.07	0.91
气（元/立方米）	304.20	2.35	579.82	2.33	624.15	2.31	708.35	2.55
合计	**560.47**	-	**1,082.47**	-	**1,246.49**	-	**1,390.43**	-

由上表可知，报告期内水单价和气单价略有波动，电单价有所降低。报告期内能源金额呈下降趋势，能源金额下降主要受单耗下降影响，发行人能源单耗情况如下：

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
产量（吨）	26,343.56	58,518.50	56,840.62	48,318.93
水（吨）	88,576.90	176,178.41	210,566.35	211,812.98
电（度）	2,962,422.25	6,236,391.40	6,875,896.32	7,037,268.24
气（立方）	1,292,273.76	2,485,322.37	2,706,916.98	2,776,627.63
水单耗（吨/吨）	3.36	3.01	3.70	4.38
电单耗（度/吨）	112.45	106.57	120.97	145.64
气单耗（立方/吨）	49.05	42.47	47.62	57.46

2015 年至 2017 年，发行人单位能耗逐年降低，主要系发行人积极响应节能减排、绿色环保政策，加强成本管控所致，发行人在 2016 年度大力开展成本管控项目，在物料管控、能源管控等方面设立专门项目组，采取各项措施降低能耗，具体包括调整生产模式；升级炒锅、炼油锅等生产设备；实施 LED 灯和开关改造；安装蒸汽水回收利用装置等各项能源节约及管控措施。2018 年 1-6 月，发行人单位能耗有所上升，主要系上半年发行人产能利用率相对较低所致。

（三）营业毛利和毛利率

1、营业毛利构成及变化情况

报告期内，公司主营业务毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	毛利金额	占比	毛利金额	占比	毛利金额	占比	毛利金额	占比
火锅底料	7,954.90	43.72%	19,332.48	45.06%	18,857.59	48.60%	14,773.61	45.76%
川菜调料	8,762.57	48.16%	16,323.19	38.04%	14,164.65	36.51%	12,199.20	37.79%
香肠腊肉调料	35.82	0.20%	3,647.09	8.50%	2,379.43	6.13%	1,944.10	6.02%
鸡精	841.23	4.62%	1,667.86	3.89%	1,745.80	4.50%	1,771.46	5.49%
香辣酱	329.80	1.81%	1,197.10	2.79%	995.62	2.57%	931.17	2.89%
其他	269.37	1.48%	738.40	1.72%	654.61	1.69%	663.30	2.05%
合 计	**18,193.68**	**100.00%**	**42,906.14**	**100.00**	**38,797.70**	**100.00%**	**32,282.84**	**100.00%**

公司毛利主要来源于火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料等主要产品，报告期内，上述三种产品毛利合计分别为 28,916.91 万元、35,401.67 万元、39,302.77 万元和 16,753.28 万元，占各期主营业务毛利的 89.57%、91.24%、91.60%和 92.08%。

报告期内，公司主营业务毛利逐步增长，毛利增长主要得益于公司主营业务收入的增长。具体情况如下：

单位：万元

期间		2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度
收入增长对毛利的影响	收入增长额	12,527.91	8,099.10	11,258.99
	上期毛利率	38.06%	39.59%	37.22%
	对毛利的影响	4,768.05	3,206.35	4,190.26
	占毛利增长额比例	96.98%	78.04%	64.32%
毛利率增长对毛利的影响	收入金额	47,413.77	106,100.27	98,001.18
	毛利率增长额	0.31%	0.85%	2.37%
	对毛利的影响	148.25	902.09	2,324.60
	占毛利增长额比例	3.02%	21.96%	35.68%
影响金额合计		**4,916.31**	**4,108.44**	**6,514.86**

注：2018 年 1-6 月系与去年同期比较。

2、毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率为 37.17%、39.45%、40.29%和 38.28%，主营业务毛利率分别为 37.22%、39.59%、40.44%和 38.37%，毛利率稳中有升。公司 99%以上的收入为主营业务收入，公司产品包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料、

鸡精、香辣酱及其他，公司销售渠道包括经销商、定制餐调、电商、直营商超等，公司毛利率的小幅上升主要是受产品结构、产品单位售价和成本变动、销售渠道结构等因素影响。

（1）报告期分产品毛利率变化情况

报告期内，公司主营业务分产品毛利率如下：

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
火锅底料	36.96%	-1.83%	38.79%	-1.96%	40.75%	1.42%	39.33%
川菜调料	40.78%	-1.52%	42.30%	2.55%	39.75%	1.18%	38.56%
香肠腊肉调料	36.58%	-5.97%	42.55%	7.60%	34.95%	10.93%	24.03%
鸡精	44.77%	-2.76%	47.53%	3.80%	43.73%	2.55%	41.18%
香辣酱	34.57%	1.20%	33.37%	5.82%	27.55%	0.09%	27.46%
其他产品	18.24%	-18.53%	36.77%	-2.25%	39.02%	1.37%	37.66%
主营业务毛利率	38.37%	-2.07%	40.44%	0.85%	39.59%	2.37%	37.22%

注：2018 年 1-6 月系与 2017 年比较。

报告期内，公司主要产品火锅底料和川菜调料毛利率相对稳定，香肠腊肉调料毛利率逐年上升，根据收入占比情况，各产品对主营业务毛利率影响如下：

项　目	2018 年 1-6 月较 2017 年			2017 年较 2016 年			2016 年较 2015 年		
	收入比重影响	毛利率变化影响	综合影响	收入比重影响	毛利率变化影响	综合影响	收入比重影响	毛利率变化影响	综合影响
火锅底料	-0.61%	-0.83%	-1.44%	-0.10%	-0.92%	-1.02%	1.54%	0.67%	2.21%
川菜调料	3.78%	-0.69%	3.10%	0.00%	0.93%	0.93%	-0.04%	0.43%	0.39%
香肠腊肉调料	-3.35%	-0.01%	-3.36%	0.39%	0.61%	1.01%	-0.57%	0.76%	0.19%
鸡精	0.31%	-0.11%	0.20%	-0.33%	0.13%	-0.21%	-0.36%	0.10%	-0.26%
香辣酱	-0.46%	0.02%	-0.43%	-0.09%	0.20%	0.11%	-0.06%	0.00%	-0.06%
其他产品	0.45%	-0.58%	-0.13%	0.07%	-0.04%	0.03%	-0.12%	0.02%	-0.10%
主营业务	-	-2.07%	-2.07%	-	0.85%	0.85%	-	2.37%	2.37%

注：收入比重影响=（本年度收入比重-上年度收入比重）×上年度毛利率

毛利率变化影响=（本年度毛利率-上年度毛利率）×本年度收入比重

综合影响=收入比重影响＋毛利率变化影响

由上表可知，2016 年度毛利率水平相对较高的火锅底料产品在 2016 年度收

入占比提升是导致 2016 年度主营业务毛利率提高的主要因素，2015 年度火锅底料的毛利率为 39.33%，占主营业务收入的比重为 43.30%，2016 年度火锅底料的毛利率为 40.75%，占主营业务收入的比重为 47.22%。

2017 年度主营业务毛利率小幅提升主要受益于川菜调料和香肠腊肉调料的毛利率有所提升，川菜调料毛利率从 2016 年度的 39.75%上升至 42.30%，香肠腊肉调料毛利率从 2016 年度的 34.95%上升至 42.55%。但由于火锅底料的毛利率有所下降，因此最终主营业务毛利率仅上升 0.85%，火锅底料毛利率下降主要系毛利率较低的定制餐调客户增加所致。

2018 年 1-6 月主营业务毛利率相比 2017 年下降主要系火锅底料和川菜调料的毛利率下降所致，火锅底料调料毛利率从 2017 年度的 38.79%下降至 36.96%，川菜调料毛利率从 2017 年度的 42.30%下降至 40.78%，毛利率下降主要系毛利率较低的定制餐调产品收入增加及因产品结构变动导致的部分原材料耗用量增加所致。

（2）报告期内分产品单位售价和成本变动分析

影响公司各类产品毛利率的因素为单位销售价格和单位成本，报告期内，对公司毛利率贡献较大的主要产品火锅底料、川菜调料及香肠腊肉调料平均销售单价和单位成本变化情况如下：

单位：元/公斤

项　　目		2018 年 1-6 月	变化率/变动值	2017 年度	变化率/变动值	2016 年度	变化率/变动值	2015 年度
火锅底料	单价	20.74	4.64%	19.82	6.16%	18.67	-4.31%	19.51
	单位成本	13.07	7.79%	12.13	9.67%	11.06	-6.59%	11.84
	毛利率	36.96%	-1.83%	38.79%	-1.96%	40.75%	1.42%	39.33%
川菜调料	单价	18.31	4.57%	17.51	4.72%	16.72	-2.39%	17.13
	单位成本	10.84	7.36%	10.10	0.20%	10.08	-4.27%	10.53
	毛利率	40.78%	-1.52%	42.30%	2.55%	39.75%	1.18%	38.56%
香肠腊肉调料	单价	24.82	5.08%	23.62	19.66%	19.74	2.81%	19.20
	单位成本	15.74	15.99%	13.57	5.69%	12.84	-11.99%	14.59
	毛利率	36.58%	-5.97%	42.55%	7.60%	34.95%	10.93%	24.03%

注：2018 年 1-6 月系与 2017 年比较。

发行人平均销售单价主要是由公司定价政策、搭赠比率和产品结构决定，发行人根据产品的成本、市场状况和竞争对手的定价等因素综合考虑确定价格；发行人通常以产品搭赠的形式进行销售，搭赠比率越高，产品平均价格越低。产品单位成本则取决于公司原材料价格、产品用料配方以及公司的成本管控措施，原材料价格主要受农副产品市场价格、公司采购政策等方面的影响，产品用料配方则取决于公司根据市场调研和研发情况对配方的微调以及新产品的推出，公司成本管控措施主要系公司响应节能减排政策而实施各项节约成本的举措。报告期内，发行人严格控制材料采购价格，有效降低单位生产能耗，根据市场需求确定销售定价及搭赠比率，不断推出新产品并适时调整产品配方，保障收入稳步增长的同时维持相对稳定的毛利率。主要产品平均销售单价和单位成本的变动情况具体如下：

① 火锅底料毛利率波动分析

报告期内，火锅底料的毛利率分别为 39.33%、40.75%、38.79%和 36.96%，单价分别为 19.51 元、18.67 元、19.82 元和 20.74 元。2016 年度火锅底料价格下降主要系 2016 年度公司搭赠比率较高所致，2017 年火锅底料价格上升主要系部分产品调高价格及搭赠比率回落所致，2018 年 1-6 月火锅价格上升主要系售价相对较高的手工火锅系列产品销售占比提升所致。

报告期内，火锅底料成本分别为 11.84 元、11.06 元、12.13 元和 13.07 元，2016 年度火锅底料成本比 2015 年度下降 0.78 元，主要系 2016 年度原材料采购价格下降及发行人推行成本管控措施有效降低生产成本所致。2017 年度火锅底料成本比 2016 年上升 0.29 元，主要系原材料价格上升以及成本较高的定制餐调产品占比提升所致。2018 年 1-6 月火锅底料成本比 2017 年上升 0.94 元，主要系成本较高的定制餐调产品占比提升及价格相对较高的部分原材料耗用量增加所致。

② 川菜调料毛利率波动分析

报告期内，川菜调料毛利率分别为 38.56%、39.75%、42.30%和 40.78%，单价分别为 17.13 元、16.72 元、17.51 元和 18.31 元。2016 年度川菜调料价格比 2015 年度下降 0.41 元，主要系公司加大了川菜调料产品的搭赠比率降低平均价格，

2017 年川菜调料的价格有所上升主要系发行人上调产品销售价格所致，2018 年 1-6 月川菜调料价格上升主要系产品结构变化及搭赠比率有所降低所致。

报告期内，川菜调料成本分别为 10.53 元、10.08 元、10.10 元和 10.84 元。2015 年度川菜调料成本较高，川菜调料主要由子公司天味家园生产，天味家园 2014 年 5 月投入生产，在生产初期损耗成本较大以及 2015 年度单位能源成本较高所致，2016 年度公司大力开展成本管控项目，在物料管控、能源管控、降低人工成本等方面设立专门项目组，对降低生产成本起到了积极作用。2018 年 1-6 月川菜调料成本上升主要系成本相对较高的定制餐调产品销售占比提升、产品结构变动导致的部分价格较高的原材料耗用量增加所致。

③ 香肠腊肉调料毛利率波动

报告期内，香肠腊肉调料的毛利率分别为 24.03%、34.95%、42.55%和 36.58%，平均单价分别为 19.20 元、19.74 元、23.62 元和 24.82 元。2017 年香肠腊肉调料平均单价上升主要系发行人上调产品价格所致。2018 年 1-6 月香肠腊肉调料平均单价上升主要系 2018 年上半年销售金额较小，价格相对较高的麻辣味香肠销售占比提升所致。

报告期内，香肠腊肉调料的成本分别为 14.59 元、12.84 元、13.57 元和 15.74 元。2016 年度香肠腊肉的成本下降主要系生产香肠腊肉主要用原材料成本辣椒、花椒、胡椒及包装材料的价格下降所致；此外发行人在 2016 年度大力开展成本管控项目，有效降低了生产成本。2017 年度成本有所上升主要系原材料市场价格有所上升所致。2018 年 1-6 月成本上升主要系成本较高的麻辣味香肠销售占比较高所致。

（3）报告期内各销售渠道毛利率变化情况

报告期内，同种产品不同渠道下毛利率情况如下：

项目	渠道类型	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
火锅底料	经销商	39.04%	40.93%	41.73%	39.12%
	直营商超	52.56%	57.36%	61.29%	60.15%
	外贸渠道	56.35%	54.10%	52.68%	51.52%
	电商	48.59%	46.41%	30.42%	60.74%
	定制餐调	20.85%	25.27%	32.07%	34.74%

	合计	36.96%	38.79%	40.75%	39.33%
川菜调料	经销商	42.34%	42.17%	39.14%	38.12%
	直营商超	60.16%	61.90%	61.39%	61.24%
	外贸渠道	54.37%	55.95%	54.68%	54.59%
	电商	54.59%	49.50%	57.35%	52.85%
	定制餐调	18.53%	29.58%	-	-
	合计	40.78%	42.30%	39.75%	38.56%
香肠腊肉调料	经销商	37.24%	42.12%	34.59%	23.77%
	直营商超	-	-	40.66%	48.16%
	电商	36.01%	49.92%	39.06%	23.95%
	定制餐调	-	24.98%	-	-
	合计	36.58%	42.55%	34.95%	24.03%
香辣酱	经销商	34.31%	33.61%	27.07%	27.17%
	直营商超	58.28%	48.53%	55.34%	45.64%
	定制餐调	40.14%	23.43%	23.87%	-
	合计	34.57%	33.37%	27.55%	27.46%
鸡精	经销商	44.09%	46.92%	43.30%	40.83%
	直营商超	63.84%	71.91%	63.74%	61.27%
	电商	49.39%	56.83%	-	53.44%
	定制餐调	-	19.33%	-	-
	合计	44.77%	47.53%	43.73%	41.18%
其他	经销商	42.78%	39.00%	38.92%	37.45%
	直营商超	50.89%	47.66%	42.75%	45.60%
	电商	-16.05%	-10.71%	-	-
	合计	18.24%	36.77%	39.02%	37.66%

如上表，报告期内公司各产品不同渠道下的毛利率呈现的差异情况为：直营商超、外贸和电商渠道毛利率较高，经销商渠道相对较低，定制餐调渠道毛利率最低。定制餐调渠道毛利率低于经销商渠道毛利率，主要系定制餐调渠道是针对大型餐饮企业定制开发产品，为加强定制餐调业务的市场开拓、提升该市场的占有率，定制餐调渠道的定价策略对毛利的要求略低于经销商渠道，同时该渠道产品多为小批量定制生产，成本也会略高。电商渠道、直营商超毛利率高于经销商渠道，主要系电商渠道和直营商超均是面对终端客户，一个是线上销售，一个是

线下销售，因此定价高于经销商。外贸渠道由于面对国外客户，定价相比经销商渠道也较高。

报告期内，各产品的经销商渠道和定制餐调渠道收入合计占比超过 90%，其他渠道（直营商超、电商、外贸）合计不超过 10%。各产品经销商渠道报告期内毛利率变化与各产品毛利率变化基本一致，主要受产品结构变动、价格变动和单位直接材料变动影响；定制餐调业务系公司正大力拓展的业务，报告期内定制餐调渠道毛利率呈不断下降趋势，主要系公司定制餐调业务规模增长较快，公司给予新进入的定制餐调客户定价较低，同时定制餐调产品多为小批量定制生产，成本也略高。其他渠道中，火锅底料的商超直营渠道毛利率不断下降主要系 2017 年度和 2018 年 1-6 月毛利率相对较低的手工火锅底料销售占比不断提升所致；火锅底料的电商渠道 2016 年毛利率相比 2015 年大幅下降主要系为拓展通用餐调业务，自营平台低价销售通用餐调类产品拉低了电商业务毛利率，2017 年以来毛利率上升主要系通用餐调类产品大幅减少，同时相比 2015 年增加了较多火锅底料品类；川菜调料的商超直营渠道和电商渠道毛利率波动主要系受产品种类变化和促销影响。其他产品的其他渠道（直营商超、电商）销售收入较小，毛利率变化主要受价格变动影响。

（4）与可比上市公司的毛利率比较

报告期内，公司与同行业可比上市公司的毛利率的对比情况如下：

项　目	主要产品	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
佳隆股份（002495）	“佳隆”鸡精、鸡粉	45.06%	41.42%	39.47%	36.34%
安记食品（603696）	“安记”调味料	30.45%	36.08%	35.71%	38.95%
梅花生物（600873）	“梅花”味精	23.96%	25.81%	25.35%	20.33%
恒顺醋业（600305）	“恒顺”醋	41.85%	40.56%	41.25%	39.72%
海天味业（603288）	“海天”酱油	47.11%	45.69%	43.95%	41.94%
颐海国际(1579HK)	“海底捞”火锅底料	36.14%	37.16%	38.32%	34.72%
行业平均值	-	**37.43%**	**37.79%**	**37.34%**	**35.33%**
天味食品	“大红袍”“好人家”火锅底料、川菜调料等	**38.28%**	**40.29%**	**39.45%**	**37.17%**

数据来源：WIND

调味品行业上市公司的毛利率因产品不同而不同，除味精以外，其他调味品的毛利率相对较高。发行人的毛利率处于调味品行业的合理水平。可比公司中颐海国际火锅底料产品与发行人的火锅底料产品相似，发行人所生产的火锅底料产品与颐海国际火锅底料产品的毛利率对比情况如下：

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
颐海国际（火锅底料）	34.92%	36.20%	37.60%	34.10%
颐海国际（火锅底料对无关联方销售）	56.12%	53.00%	56.00%	51.60%
发行人（火锅底料）	36.96%	38.79%	40.75%	39.33%

如上表，发行人火锅底料毛利率略高于颐海国际火锅底料的综合毛利率，主要系颐海国际所生产的海底捞火锅底料大部分用于海底捞火锅店，2017 年度关联销售占比为 67%。受益于海底捞品牌的知名度，颐海国际的产品售价高于发行人，其对无关联第三方的销售毛利率高于发行人的销售毛利率。

（四）期间费用

报告期内，公司期间费用分别为 18,319.76 万元、18,114.94 万元、22,370.72 万元和 10,039.34 万元，分别占各期营业收入的 21.09%、18.41%、20.98%和 21.04%。2017 年度，期间费用有所上升主要系发行人实施股权激励确认股份支付费用所致，本次股权激励的股份的公允价值为 8.4 元/股，为 2016 年度每股收益的 15 倍。发行人本次股权激励的股份数为 508.50 万股，每股授予价为 3 元/股，发行人因此确认股份支付费用 2,745.90 万元，其中 1,665.90 万元计入管理费用（包含 27.00 万元研发支出），1,080.00 万元计入销售费用。

报告期内公司期间费用的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	6,504.76	13.63%	13,796.96	12.94%	11,636.35	11.83%	11,369.51	13.09%

管理费用	3,616.69	7.58%	8,783.72	8.24%	6,646.30	6.75%	6,911.45	7.96%
财务费用	-82.11	-0.17%	-209.96	-0.20%	-167.71	-0.17%	38.80	0.04%
合 计	**10,039.34**	**21.04%**	**22,370.72**	**20.98%**	**18,114.94**	**18.41%**	**18,319.76**	**21.09%**

1、销售费用

报告期内，公司销售费用随着销售规模的扩大有所增长，但占营业收入的比例较为稳定，公司销售费用占营业收入的比例分别为 13.09%、11.83%、12.94%和 13.63%。公司销售费用主要包括员工薪酬、运费、广告费、差旅费、商品促销费和业务宣传费等，其主要构成变化情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪酬	1,723.89	3,399.53	3,431.84	2,632.77
商品损失	7.64	311.15	357.34	48.83
运输费	1,385.70	2,854.39	2,505.27	2,065.95
差旅费	328.36	868.40	942.85	885.35
广告费	90.31	363.45	184.89	383.53
业务宣传费	1,471.96	2,597.72	2,287.32	2,370.32
促销费	1,197.59	2,027.28	1,641.43	2,698.01
租赁费	24.57	52.44	51.00	42.37
股份支付	-	1,080.00	-	-
其他	274.75	242.60	234.40	242.38
合 计	**6,504.76**	**13,796.96**	**11,636.35**	**11,369.51**

（1）薪酬费用

公司薪酬费用主要包括工资、奖金、福利费、社保保险费、住房公积金等费用，报告期内，公司销售人员薪酬费用占销售费用分别为 23.16%、29.49%、24.64%和 26.50%，金额分别为 2,632.77 万元、3,431.84 万元、3,399.53 万元和 1,723.89 万元，2016 年度薪酬费用上升，主要系公司销售人员增加且销售人员当年绩效工资有所提升所致。报告期内，发行人销售系统人员薪酬、人员变动及人均薪酬情况如下：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪酬（万元）	1,723.89	3,399.53	3,431.84	2,632.77

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售人员（人）	449	417	419	373
平均薪酬（万元/人）	3.84	8.15	8.19	7.06

注：销售人员包含直接销售人员及客服、电商等后台销售行政管理类人员。

（2）商品损失分析

商品损失的具体内容包含预估退货产品的成本、报废产品处置费（报废产品的运费及垃圾处理费）及其他商品损失。报告期商品损失构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
预估退货产品成本	-	279.21	343.87	32.60
报废产品处置费	7.64	16.80	13.47	16.22
其他商品损失	-	15.14	-	-
商品损失合计	7.64	311.15	357.34	48.83

预估退货产品成本系根据公司预估退货损失的核算政策计提的预计退货产品损失。报废产品的运费及垃圾处理费于发生时计入商品损失。其他商品损失为发生的其他商品损失款。

报告期内商品损失金额分别为 48.83 万元、357.34 万元、311.15 万元和 7.64 万元。2015 年度商品损失金额较低，主要系 2015 年度实际退货金额较预估退货金额低，年底预计负债尚余 339.18 万元未冲抵完毕，而 2015 年底实际预估退货金额为 379.29 万元，扣除当年预计负债余额后补计提了 40.11 万元的预计负债，相应地计入商品损失部分的金额为 32.60 万元。

（3）运费

根据销售合同，公司主要承担销售产品的运输费用。发行人合作的运输公司包括湖南九裕物流有限公司、成都恩和物流有限公司、成都市万通鹏翔物流有限公司等，货物以汽车运输的方式为主。报告期内，运输费为 2,065.95 万元、2,505.27 万元、2,854.39 万元和 1,385.70 万元，运输费随产品销量的上升而上升，公司单位运输成本情况如下表所示：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
运输费（万元）	1,385.70	2,854.39	2,505.27	2,065.95
销量（吨）	24,934.63	57,750.55	56,903.96	49,059.09
单位运输成本（元/吨）	555.73	494.26	440.26	421.11

报告期内，单位运输成本呈上升趋势，一方面由于油价上升、公路治超新政等因素导致运输成本上升，另一方面因为公司电商收入规模增加，但电商的运输成本较高。

报告期内，公司区分电商和其他渠道的运费分析如下：

项目		2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
电商渠道	运输费（万元）	270.73	271.48	127.07	67.28
	销量（吨）	546.12	796.65	395.96	232.11
	单位运输成本（元/吨）	4,957.37	3,407.79	3,209.17	2,898.57
其他渠道	运输费（万元）	1,114.97	2,582.91	2,378.21	2,065.95
	销量（吨）	24,388.51	56,953.90	56,508.00	48,826.98
	单位运输成本（元/吨）	457.17	453.51	420.86	423.12

注：由于公司仅电商自营采取快递运输形式，因此上述电商渠道仅统计电商自营。除电商自营以外的渠道均统计在其他渠道中。2015 年度电商快递费因金额较小归入销售费用中的快递费核算，未在运输费中体现。

上表中其他渠道运输成本主要为汽运，报告期内单位运输成本上升主要受油价上升、公路治超新政等因素影响。电商渠道运输费用与包裹量有直接相关关系，与销量无明显对应关系，按包裹数计算的单位包裹运输成本如下：

项 目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
电商运费（万元）	270.73	271.48	127.07	67.28
包裹数（万个）	49.74	51.50	24.00	12.36
单位包裹运费（元/个）	5.44	5.28	5.29	5.44
单位包裹运量（kg/个）	1.10	1.55	1.65	1.88

可见，报告期内单位包裹运费相对稳定，略有波动主要受运输距离及单位包裹重量影响。2017 年以来单位包裹运量逐年下降主要系体积较大的方便速食火锅产品销量快速增长，包裹数量增长较快所致。

发行人根据客户的订单，通过物流公司将订单产品配送到客户的仓库或者客户所在地的火车站或者物流公司仓库。产品销售运输费用主要由公司承担。

报告期内，公司前五大物流服务提供方及相应信息如下：

单位:万元

物流公司名称	2018 年 1-6 月		
	运费支出	合作年限	占比
湖南九裕物流有限公司	247.45	5 年以上	17.86%
成都金诚航空货运有限公司	158.96	1-3 年	11.47%
成都恩和物流有限公司	93.66	5 年以上	6.76%
辽宁宽道物流有限公司	79.29	5 年以上	5.72%
成都中商易物流有限公司	74.81	5 年以上	5.40%
合计	654.17	-	47.21%
物流公司名称	2017 年度		
	运费支出	合作年限	占比
湖南九裕物流有限公司	611.15	5 年以上	21.41%
成都金诚航空货运有限公司	285.48	1-3 年	10.00%
成都恩和物流有限公司	238.34	5 年以上	8.35%
成都市万通鹏翔物流有限公司	232.08	5 年以上	8.13%
四川远成物流发展有限公司	191.75	5 年以上	6.72%
合计	1,558.80		54.61%
物流公司名称	2016 年度		
	运费支出	合作年限	占比
湖南九裕物流有限公司	531.50	5 年以上	21.22%
成都恩和物流有限公司	244.91	3-5 年	9.78%
成都市万通鹏翔物流有限公司	226.71	3-5 年	9.05%
成都金诚航空货运有限公司	208.05	1 年以内	8.30%
四川远成物流发展有限公司	193.52	5 年以上	7.72%
合计	1,404.69	-	56.07%
物流公司名称	2015 年度		
	运费支出	合作年限	占比
湖南九裕物流有限公司	452.93	3-5 年	21.92%
四川远成物流发展有限公司	247.56	3-5 年	11.98%
成都恩和物流有限公司	218.21	3-5 年	10.56%
成都市万通鹏翔物流有限公司	204.22	3-5 年	9.88%
辽宁宽道物流有限公司	136.10	3-5 年	6.59%

合计	1,259.02	-	60.94%

（4）业务宣传费、促销费、广告费分析

公司业务宣传费是针对市场消费者群体，为提高市场接受度及产品知名度而发生的推广费，具体包括品尝费、订货会费、主题活动费等推广费。促销费是针对公司客户发生的促销活动费用以及商超进场费等费用。广告费主要是通过媒介推广的广告发布费和广告设计制作费以及会展费。

报告期内，业务宣传费、促销费、广告费金额如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度		2016 年度		2015 年
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
广告费	90.31	363.45	96.58%	184.89	-51.79%	383.53
业务宣传费	1,471.96	2,597.72	13.57%	2,287.32	-3.50%	2,370.32
促销费	1,197.59	2,027.28	23.51%	1,641.43	-39.16%	2,698.01
合计	**2,759.85**	**4,988.45**	**21.27%**	**4,113.65**	**-24.55%**	**5,451.86**

报告期内公司广告费分别为 383.53 万元、184.89 万元、363.45 万元和 90.31 万元，公司主要通过网络广告、会展等形式进行媒体推广，2016 年广告费较低主要系公司在 2016 年新建“有点火”自营电商平台进行宣传推广，减少了在其他第三方平台的网络推广。2017 年广告费回升主要系自建平台推广效果有限，公司又加大第三方平台的网络推广，同时，公司将电商、定制餐调作为重点拓展渠道，2017 年度加大展会渠道的推广，寻找开发定制餐调客户。

业务宣传费和促销费主要与公司的促销政策相关，公司促销政策受公司的推广策略、市场需求状况、重点推广产品情况等因素影响，2016 年度，公司促销费较低主要系 2016 年进入商超销售的新品较少因此相应的进场费较低以及 2016 年度举办的具体促销活动较少所致。

（5）公司与同行业可比上市公司销售费用占营业收入比例对比情况

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
佳隆股份（002495）	13.46%	14.82%	13.02%	12.72%
安记食品（603696）	8.60%	11.48%	9.47%	7.16%
梅花生物（600873）	7.66%	7.90%	7.47%	7.44%

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
恒顺醋业（600305）	14.51%	15.16%	15.30%	14.77%
海天味业（603288）	13.49%	13.42%	12.52%	10.87%
颐海国际(1579HK)	8.70%	9.87%	11.65%	11.07%
行业平均值	**11.07%**	**12.11%**	**11.57%**	**10.67%**
天味食品	**13.63%**	**12.94%**	**11.83%**	**13.09%**

数据来源:WIND

经对比，同行业可比公司除梅花生物外，其他公司的销售费用占营业收入比例均较为接近。天味食品 2015 年度销售费用占营业收入比例较同行业可比上市公司略高，主要系公司 2015 年度促销力度较大导致促销费用较高所致。

2、管理费用

报告期内，公司的管理费用明细如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪金	1,015.63	2,284.92	2,184.96	1,970.98
研究开发费	949.56	2,276.68	2,450.27	2,324.02
折旧及摊销	368.51	800.58	779.30	867.15
差旅费	96.79	126.97	69.01	103.84
汽车费	23.86	64.11	78.62	111.97
业务招待费	125.00	52.48	43.85	44.39
咨询、服务费	406.15	631.96	122.01	162.83
股份支付	-	1,638.90	-	-
办公费及其他	631.19	907.12	918.29	1,326.27
合　计	**3,616.69**	**8,783.72**	**6,646.30**	**6,911.45**

公司管理费用随着销售规模的扩大基本稳定，报告期内，公司管理费用占营业收入的比例分别为 7.96%、6.75%、8.24%和 7.58%。公司管理费用主要包括管理人员工资薪酬、研究开发费、折旧及摊销费用等。2017 年度管理费用增加，主要系 2017 年实施股权激励确认股份支付费用以及咨询、服务费较高所致。

（1）薪酬

报告期管理人员薪酬构成情况如下：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪酬（万元）	1,015.63	2,284.92	2,184.96	1,970.98
管理人员（人）	224	227	238	229
平均薪酬（万元/人）	4.53	10.08	9.17	8.59

注：上述管理人员包含除销售管理和生产管理以外的其他行政管理人员。

报告期管理费用中薪酬总额分别为 1,970.98 万元、2,184.96 万元、2,284.92 万元、1,015.63 万元，除 2018 年仅为半年，尚不能完整反映薪酬情况外，报告期内薪酬呈现逐年增长状态。报告期内，发行人管理人员基本保持稳定，薪酬变动主要系管理人员薪酬平均水平增长所致。

（2）研究开发费

报告期发行人研发费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	494.66	52.09%	1,207.42	53.03%	1,336.77	54.56%	733.65	31.57%
直接人工	412.82	43.48%	970.90	42.65%	989.80	40.40%	1,439.65	61.95%
制造费用	42.08	4.43%	98.36	4.32%	123.70	5.05%	150.72	6.49%
合计	949.56	100.00%	2,276.68	100.00%	2,450.27	100.00%	2,324.02	100.00%

报告期内，发行人研发费用主要为直接材料以及直接人工。相较于 2015 年，2016 年发行人研发费用中直接人工占比降低，主要系 2016 年对研发人员按照分工和职能进行了部门调整，将部分研发参与人员调整至生产车间，致 2016 年起研发直接人工相应减少。

（3）股份支付

2017 年 9 月 8 日，发行人股东大会审议通过《非公开发行新股的议案》，发行人拟向 51 名员工非公开发行 508.50 万股。51 名员工以 3 元/股认购本次发行人非公开发行的 508.50 万股人民币普通股。2017 年 9 月 22 日，发行人原股东于志勇等 10 人向江苏中韩晨晖朗姿股权投资基金（有限合伙）转让所持公司股权 163 万股，转让价格为 8.4 元/股，为 2016 年度每股收益的 15 倍。上述老股转让价格为交易双方根据谈判协商价格，且新股东与发行人及老股东不存在关联关系

及其他利益关系。因此发行人以授予日相邻日期的市场交易价格 8.4 元/股为基础确定权益工具公允价值为 5.4 元/股。因此共确认股份支付费用 2,745.90 万元，其中 1,665.90 万元计入管理费用（包含 27.00 万元研发支出），1,080.00 万元计入销售费用。

（4）办公费用及其他

报告期办公费及其他主要包括税金、维修费、劳务费等，办公费及其他的具体构成如下：

单位：万元

构成项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
税金			151.97	467.29
维修费	271.85	324.83	180.53	112.11
劳务费	82.88	190.66	182.56	191.60
办公费	51.58	70.12	80.62	93.15
水电气费	36.27	73.12	85.48	88.50
安全环保费	64.65	85.37	67.52	87.41
企业文化费	5.80	40.61	30.77	66.57
会务费	38.22	4.84	18.78	47.27
通讯费	12.94	21.13	25.58	34.86
人力资源费	14.37	10.88	23.49	18.12
其他零星费用合计	52.63	85.57	70.98	119.40
办公费用及其他合计	631.19	907.12	918.29	1,326.27

发行人管理费用中办公费用及其他的具体构成主要为税金、维修费、劳务费、办公费、水电气、安全环保费等费用。根据财政部颁发的《关于印发<增值税会计处理规定>的通知》(财会[2016]22 号)中关于《增值税会计处理规定》的规定，自 2016 年 5 月 1 日起房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费计入税金及附加科目，故报告期内各年度税金金额变动较大。维修费逐年增长，主要系随着公司生产线投入使用年限的增加，相应的设备检修维护费用增加。报告期内，发行人加强了管理费用的控制管理，2016 年各项日常办公费用较 2015 年有所下降，2017 年与 2016 年保持基本稳定。

（5）同行业对比情况

发行人与同行业可比上市公司管理费用占营业收入比例对比情况：

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
佳隆股份（002495）	13.09%	16.30%	13.46%	10.75%
安记食品（603696）	8.88%	9.89%	10.03%	9.93%
梅花生物（600873）	3.92%	3.88%	5.06%	4.61%
恒顺醋业（600305）	9.93%	9.59%	10.73%	10.80%
海天味业（603288）	4.16%	4.16%	4.17%	4.74%
颐海国际(1579HK)	5.52%	4.58%	4.90%	4.51%
行业平均值	**7.58%**	**8.07%**	**8.06%**	**7.56%**
天味食品	**7.58%**	**8.24%**	**6.75%**	**7.96%**

数据来源:WIND

经对比，公司和同行业可比上市公司管理费用占比较为接近，2017 年度，发行人管理费用占营业收入的比例较高主要系确认股份支付费用合计 1,665.90 万元所致。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用构成如下：

单位：万元

类别	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息支出	-	-	-	210.97
减：利息收入	83.60	211.61	169.47	173.34
加：汇兑净损失	0.03	0.09	0.14	-0.28
加：其他	1.45	1.57	1.61	1.45
合　计	**-82.11**	**-209.96**	**-167.71**	**38.80**

2015 年度利息支出 210.97 万元，主要系发行人于 2014 年分别向农业银行成都高新区支行、民生银行成都分行借款 2,000 万元、3,000 万元所产生的利息，上述借款发行人已于 2015 年度归还。利息收入主要系银行存款产生的利息收入，其他主要系手续费支出。

（五）税金及附加

报告期内，公司税金及附加金额情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业税	-	-	-	0.64
城建税	179.93	574.70	451.08	288.43
教育附加	77.11	251.39	211.75	170.08
地方教育附加	51.41	167.60	141.16	113.39
车船使用税	1.26	1.77	0.51	-
土地使用税	65.05	130.11	86.74	-
房产税	143.13	285.94	188.81	-
其他税项	35.97	77.01	49.02	90.76
合计	**553.86**	**1,488.51**	**1,129.08**	**663.30**

报告期内，公司税金及附加金额分别为 663.30 万元、1,129.08 万元、1,488.51 万元和 553.86 万元，占营业收入的比重分别为 0.76%、1.15%、1.40%和 1.16%，税金及附加金额随着收入的增长而增长。

报告期内，公司税金及附加占营业收入的比重有所上升，主要系根据财政部颁发的《关于印发<增值税会计处理规定>的通知》（财会[2016]22 号）中关于《增值税会计处理规定》的规定：全面试行营业税改征增值税后，“营业税金及附加”科目名称调整为“税金及附加”科目，该科目核算企业经营活动发生的消费税、城市维护建设税、资源税、教育费附加及房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费；利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。根据上述规定自 2016 年 5 月 1 日起，将原在管理费用中核算的房产税、印花税、土地使用税、车船使用税、残疾人就业保证金等调整至本科目。

（六）资产减值损失

报告期内，公司的资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账准备	-4.18	62.11	38.09	17.25
存货跌价损失	20.80	17.02	4.90	
合计	**16.63**	**79.13**	**42.99**	**17.25**

公司资产减值损失为坏账准备损失及存货跌价损失，报告期内，公司资产减值损失金额分别为 17.25 万元、42.99 万元、79.13 万元和 16.63 万元，公司主要

资产运行情况良好，不存在大幅减值的可能。

（七）投资收益

报告期内，公司的投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
理财产品利息收入	905.22	1,134.17	813.60	738.30
合计	**905.22**	**1,134.17**	**813.60**	**738.30**

公司投资收益为存放结构性存款所产生的收益，报告期内，公司投资收益金额分别为 738.30 万元、813.60 万元、1,134.17 万元和 905.22 万元。公司存放的结构性存款风险较低，期限通常为 6 月或 1 年。发行人购买的结构性存款的具体情况详见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“5、其他流动资产”。

（八）其他收益

按照 2017 年修订后的《企业会计准则第 16 号—政府补助》，将与日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，2017 年度金额为 139.44 万元、2018 年 1-6 月金额为 167.61 万元。计入其他收益的政府项目具体如下：

序号	项目名称	2018 年 1-6 月	2017 年度	与资产相关/与收益相关	取得时间	对应文号
1	社保付稳岗补贴款	-	36.30	与收益相关	2017 年 7 月 19 日/2017 年 10 月 26 日/2017 年 12 月 15 日	成就发[2017]66 号、成就发[2017]29 号
2	中国制造及四川行动第一批专项	8.73	17.45	与资产相关	2017 年 12 月 25 日	成财企[2017]55 号
3	小巨人项目补助	0.71	1.43	与资产相关	2009 年 11 月 30 日	成财企[2009]69 号
4	调味品自动化生产技术及设备项目研发补助	30.00	60.00	与资产相关	2012 年 6 月 27 日	双科技发[2012]46 号
5	食品安全检测中心项目补助	7.00	14.00	与资产相关	2012 年 12 月 19 日/2013 年 8 月 1 日/2014 年 9 月 9 日	成发改投资[2012]147 号
6	复合调味品自动化生产线及污水治理综合技术改造项目	5.13	10.26	与资产相关	2017 年 10 月 23 日	成财企[2017]36 号
7	2017 年度农业农村电子商务	14.76	-	与收益相关	2018 年 6 月 27 日	成农办[2017]132 号

	企业销售奖励					
8	2017 年农业标准化品牌化建设奖补合格项目	101.28	-	与收益相关	2018 年 6 月 27 日	成农办[2017]136 号
合 计		**167.61**	**139.44**	-	-	-

上表中，与收益相关的政府补助主要用于发行人的成本费用补贴，与资产相关的政府补助的用途详见招股说明书本节之“一、财务状况分析”之“（二）负债分析”之“8、递延收益”。

（九）营业外收支

报告期内，公司营业外收支情况如下：

单位：万元

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016 年	2015 年度
营业外收入	5.14	1,330.70	3,451.49	2,019.24
营业外支出	135.77	96.84	79.17	60.63
营业外收支净额	**-130.63**	**1,233.86**	**3,372.32**	**1,958.61**

1、营业外收入

报告期内，公司营业外收入金额分别为 2,019.24 万元、3,451.49 万元、1,330.70 万元和 5.14 万元，主要为政府补助及根据对经销商考核结果而无需返还的市场秩序保证金。

① 政府补助情况

报告期内，计入营业外收入的政府补助分别为 1,970.73 万元、1,473.27 万元、1,324.45 万元和 0 万元，其中 20 万元以上的计入营业外收入的政府补助具体情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度	文号	取得时间	用途
双流县农村发展款	-	-	83.63	成办发[2012]15 号	2015 年 2 月 9 日	奖励补助
2012 年行业“单打冠军”奖励资金	-	-	30.00	双财经[2014]133 号	2015 年 2 月 4 日	奖励补助
双流科技和经济发展局奖励 2014 年专利转化实施项目	-	-	20.00	双科技发[2014]96 号	2015 年 10 月 21 日	研发奖励补助

项　目	2017 年度	2016 年度	2015 年度	文号	取得时间	用途
西南航空港管委会 2012 年、2013 年工业企业扶持资金补贴	-	-	1,476.00	双财经[2015]325 号	2015 年 12 月 25 日	奖励补助
双流科技局奖励 2013 年科技创新补贴	-	-	100.00	双科经[2015]154 号	2015 年 12 月 23 日	成本费用补贴
双流工商局奖励推进品牌战略先进奖	-	-	70.00	双品联办[2015]2 号	2015 年 12 月 17 日	奖励补助
双流质监局奖励质量和标准建设先进单位	-	-	20.00	双质强县办[2015]12 号	2015 年 12 月 28 日	奖励补助
郫县财政局 2014 年工业稳增长奖励资金	-	-	50.00	成财企[2015]125 号	2015 年 12 月 28 日	奖励补助
双流县金融工作办公室转上市补贴款	-	1,169.77	-	双金[2014]36 号、双府发[2015]16 号	2016 年 2 月 24 日	奖励补助
成都市双流社会保险事业管理局稳岗补贴	-	77.64	-	成就发[2016]85 号	2016 年 11 月 29 日/2016 年 12 月 20 日	成本费用补贴
成都双流科技和经济发展局转 2014 年工业扶持资金款	-	22.50	-	双办发[2014]21 号	2016 年 12 月 27 日	奖励补助
郫县农业、林业局拨付的现代农业奖	-	20.00	-	郫府发[2013]90 号	2016 年 8 月 23 日	奖励补助
2016 年成都市中小企业成长工程培育企业项目补助资金	-	31.10	-	成财企[2016]36 号	2016 年 11 月 21 日	奖励补助
成都市清洁生产政府补助	-	20.00	-	川经信环函[2016]556 号	2016 年 12 月 14 日	奖励补助
郫县就业服务管理局拨稳岗补贴	-	30.19	-	成就发[2016]85 号	2016 年 7 月 8 日/2016 年 12 月 19 日	成本费用补贴
调味品自动化生产技术及设备项目研发补助资金	-	60.00	60.00	双科技发[2012]46 号	2012 年 6 月 27 日	与资产相关
建设食品安全监测中心项目补助资金	-	14.00	14.00	成发改投资[2012]147 号	2012 年 12 月 19 日/2013 年 8 月 1 日/2014 年 9 月 9 日	与资产相关
郫县经科局企业重点科技项目款	425.00	-	-	郫县经济局文件	2017 年 1 月 22 日	奖励补助
郫都区经科局拨付 2015 年工业财政扶持资金	237.18	-	-	成都市郫都区经济和科学技术局 2015 年工业财政扶持资金	2017 年 12 月 26 日	奖励补助
双流区科技和经济发展局项目资金	637.60	-	-	成都市双流区科技和经济发展局关于拨付省、市、区级项目	2017 年 5 月 10 日	奖励补助

项　目	2017 年度	2016 年度	2015 年度	文号	取得时间	用途
				资金的通知		

其中发行人获得的 500 万以上的政府补助的具体情况如下：

2015 年 12 月 20 日，根据双流县科技和经济发展局通知，根据双财经[2015]325 号文精神，发行人获得 2012 年、2013 年工业企业扶持资金共计 1,476 万元。

根据双金[2014]36 号关于印发《双流县拟上市（挂牌）企业扶持规程》的通知，及双府发[2015]16 号双流县人民政府关于印发《双流县稳定经济增长的若干意见（试行）》的通知，“企业改制上市过程中将盈余公积、未分配利润转增股本的，按当次盈余公积及未分配利润金额的 5%给予奖励。”发行人获得上市补贴资金为 1,169.77 万元。

2017 年 4 月 25 日，根据成都市双流区科技和经济发展局关于拨付省、市、区级项目资金的通知，根据双财经[2017]65 号文精神，发行人获得 2014 年度工业扶持资金 637.60 万元。

② 不予返还的市场秩序保证金情况

报告期内，各期不予返还的经销商市场秩序保证金金额分别为 45.74 万元、1,965.26 万元、4.20 万元和 0 万元。不予返还的市场秩序保证金主要系经销商市场秩序指标考核不达标及未实现目标箱数而不予返还。

公司制定了市场秩序保证金管理办法，并在销售合同中约定市场秩序保证金返还办法。市场秩序保证金考核指标包括年度销售指标、车辆指标、人员支持指标、专营指标等指标，年度销售指标根据实际销量达成率考核，其余指标根据综合考评分考核。

基于与经销商共同发展的方针，体现激励和压力并存的管理策略，公司设置了每两年清理一次市场秩序保证金的政策，第一年公司会根据市场实际情况和公司考核政策给予不达标的经销商年度补充考核机会，适当延长对部分经销商的考核期限，调动经销商的积极性。第二年公司则不再给予未达标经销商年度补充考核机会，公司将按照市场秩序保证金考核办法，在次年对未达标的经销商不予以返还的市场秩序保证金进行清算，并经审核后转营业外收入。在公司市场秩序保

证金制度执行过程中形成了偶数年度清算，奇数年度不清算的情况。根据公司市场秩序保证金管理办法，政策体现激励和压力并存的管理策略，充分调动经销商的积极性，但也会导致公司不予返还的市场秩序保证金金额存在一定波动。

2015 年和 2017 年不予返还市场秩序保证金的金额较小主要系：根据公司市场秩序保证金管理办法，2015 年和 2017 年暂不清算，少量不予返还的市场秩序保证金主要是针对当年终止合作且未达标的经销商，将其市场秩序保证金结转营业外收入。

2016 年不予返还市场秩序保证金的金额较大主要系：2016 年度公司对 2014 年经补充考核未完成考核指标的经销商和 2015 年未完成考核指标的经销商进行市场秩序保证金的清算，将两年不予返还市场秩序保证金金额结转至营业外收入。

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产毁损报废损失合计	133.69	95.84	71.79	60.63
其中：固定资产毁损报废损失	133.69	95.84	71.79	60.63
其他	2.08	1.00	7.38	-
合　计	**135.77**	**96.84**	**79.17**	**60.63**

报告期内，公司营业外支出金额分别为 60.63 万元、79.17 万元、96.84 万元和 135.77 万元，金额较小，主要为非流动资产毁损报废损失。

（十）所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	1,544.32	3,197.09	3,408.19	1,681.74
递延所得税调整	-226.56	-86.66	-22.84	59.63

合　计	1,317.76	3,110.42	3,385.36	1,741.37

报告期内，公司所得税费用分别为 1,741.37 万元、3,385.36 万元、3,110.42 万元和 1,317.76 万元。2015 年由于子公司天味家园自 2014 年度开始享受西部大开发所得税优惠而收到退回 2014 年度多交所得税，2015 年所得税费用冲减上述金额后相对较低。

报告期内，会计利润与所得税的调整过程如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
本期合并利润总额	8,601.32	21,491.04	23,718.59	15,978.45
按法定/适用税率计算的所得税费用	1,290.20	3,223.66	3,557.79	2,396.77
子公司适用不同税率的影响	0.03	0.04	-0.03	-0.06
调整以前期间所得税的影响	18.96	56.30	16.74	-469.17
非应税收入的影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	8.65	0.85	2.74	-23.55
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-0.07	-0.10	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	0.07	0.14
税法规定的额外可扣除费用	-	-170.32	-191.95	-162.76
所得税费用	1,317.76	3,110.42	3,385.36	1,741.37

（十一）非经常性损益分析

发行人非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益	-133.69	-120.72	-69.36	-64.26
计入当期损益的政府补助	167.61	1,463.89	1,473.27	1,970.73
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处	905.22	1,134.17	813.60	738.30

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	3.06	5.16	1,968.69	48.51
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-2,745.90	-	-
小计	942.20	-263.40	4,186.19	2,693.28
减：所得税影响额	141.27	-39.51	627.93	403.99
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-	-
非经常性净损益合计	800.94	-223.89	3,558.26	2,289.29
归属于母公司股东净利润	7,283.56	18,380.61	20,333.24	14,237.09
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,482.63	18,604.50	16,774.97	11,947.80
非经常性损益占比	11.00%	-1.22%	17.50%	16.08%

报告期内，公司非经常性损益合计分别为 2,289.29 万元、3,558.26 万元、-223.89 万元和 800.94 万元，占公司当期归属母公司股东净利润的比重分别为 16.08%、17.50%、-1.22%和 11.00%。公司非经常性损益主要为政府补助、结构性存款收益、股权激励费用及根据经销商考核结果不予退还的市场秩序保证金等。2017 年度非经常性损益金额为负数，主要系因为 2017 年度发行人实施股权激励确认股份支付费用较大。公司盈利能力对非经常性损益不存在依赖性。

（十二）报告期内公司收入、利润变动的综合分析

1、公司利润来源及主要变动

报告期内，公司净利润主要来源构成情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	增长幅度	2016 年度	增长幅度	2015 年度
营业收入	47,718.34	106,605.46	8.34%	98,403.23	13.29%	86,860.46
营业成本	29,449.39	63,658.55	6.84%	59,583.83	9.18%	54,574.97
营业毛利	18,268.95	42,946.91	10.63%	38,819.40	20.24%	32,285.49
期间费用	10,039.34	22,370.72	23.49%	18,114.94	-1.12%	18,319.76
营业利润	8,731.95	20,257.18	-0.44%	20,346.26	45.12%	14,019.84

项　目	2018年1-6月	2017年度	增长幅度	2016年度	增长幅度	2015年度
利润总额	8,601.32	21,491.04	-9.39%	23,718.59	48.44%	15,978.45
净利润（归属母公司股东）	7,283.56	18,380.61	-9.60%	20,333.24	42.82%	14,237.09
净利率（归属母公司股东）	15.26%	17.24%	-16.57%	20.66%	26.07%	16.39%

2016年，公司收入较上年同期增长13.29%，营业毛利增长20.24%；公司期间费用比上年同期减少 204.82 万元，降幅 1.12%；当期营业利润同比增加了45.12%，当年归属母公司股东净利润比上年同期增加 6,096.15 万元，增幅为42.82%，净利率为20.66%。

2017年，公司收入较上年同期增长8.34%，营业毛利增长10.63%；公司期间费用比上年同期增长 23.49%；当期营业利润同比降低了 0.44%，当年归属母公司股东净利润比上年同期降低9.60%，净利率为17.24%。2017年度期间费用上升，净利润下降主要受股权激励股份支付费用金额较大影响，不考虑股份支付因素，发行人净利润仍有所增长。

2、影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

（1）行业的增长空间和发展速度

川味复合调味料行业为调味料业中的新兴子行业，川味复合调味料的发展较好地满足了人们不断丰富的饮食需求，近几年取得了快速增长。行业持续的快速增长和广阔的市场前景既为公司过去几年的成长提供了有力支撑，同时也为未来几年扩大产能、继续提升盈利能力奠定了基础。

（2）行业整合的加速和行业集中度提高

《食品安全法》实行后，国家对食品调味品行业的监管日趋严格，消费者对食品安全日益重视，包括川味复合调味料在内的食品行业优胜劣汰整合速度加快。目前，川味复合调味料行业生产企业仍然较多，企业整体加工规模较小，业内大型企业较少，中小型企业数量众多，甚至还存在部分家庭式生产作坊，不符合我国食品卫生安全日益严格的趋势，行业整合势在必行，一大批规模较小、市场竞争力较弱的企业将淘汰，市场竞争逐渐规范，市场秩序将得到优化，市场集中度将不断提高，有利于包括公司在内的业内优势企业继续扩大市场份额，增加

生产销售规模。

（3）公司竞争优势的不断扩大

作为快速消费品，企业的销售渠道、品牌和品质在市场竞争中至关重要。公司作为川味复合调味料行业的领先企业，具有领先的市场地位，在营销网络、品牌、技术、产品质量和管理等方面具有明显的综合竞争优势。公司主要商标“好人家”、“大红袍”为中国驰名商标，“天车”为中华老字号。2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市，销售网络覆盖约 30.80 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.10 万家餐饮连锁单店，已经建立了覆盖全国的销售网络。随着行业的不断发展和规范，未来行业的竞争将围绕以渠道、品牌和品质等为核心的企业综合实力展开，有利于公司不断巩固和提高核心竞争力，进一步提高盈利能力。

（4）原材料采购成本变化

公司主营业务成本构成的主要部分为辣椒、油脂等农副产品原材料。报告期内，公司原材料成本（不含包装物）分别占主营业务成本的 75.38%、76.95%、76.12%和 75.21%。公司与主要原材料供应商签订全年合同，按照生产计划分批次采购采购，不仅减少了原材料库存占地，同时也节约了仓储费用和流动资金占用。经过多年的合作，公司与供应商之间已经建立了良好的合作关系，并且公司对主要原材料的生长特性、产地和品质建立了较为完善的跟踪机制，日常生产经营中采取经济订货量方式，在预计主要原材料价格可能上涨时及时大量采购，有效降低了原材料价格波动对公司的影响。但报告期内，姜、蒜等部分农副产品价格波动较大，而农副产品价格波动将对公司主营业务成本产生一定影响，从而在一定程度上影响公司盈利能力的稳定性。

（5）产品价格的变化

公司作为行业领先企业，在产品定价方面具有较强的主动权，终端产品销售价格处于同行业产品的较高水平。随着居民收入水平的提高，消费者对食品的销售价格敏感程度将逐渐降低，而对食品的口味、质量安全、购买和消费的便利性等方面的要求将不断提高，品牌和品质的附加值将逐渐显现，居民购买和消费特点的变化也将有利于公司保持较高的产品销售价格和产品毛利率水平。

三、现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，投资活动产生的现金流量净额和筹资活动产生的现金流量净额则均为负数，这与公司生产经营状况良好、企业规模不断扩大、融资需求不断增长的现状相吻合。

报告期内公司现金流量情况良好，财务安全、稳健，风险较小。公司近三年现金流量情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,903.53	22,466.09	16,527.00	22,708.84
投资活动产生的现金流量净额	-4,807.60	-10,165.53	-6,256.80	-29,088.09
筹资活动产生的现金流量净额	-9,471.41	-19,045.45	-3,044.03	-7,888.25
现金及现金等价物净增加额	-10,375.48	-6,744.89	7,226.17	-14,267.50
期末现金及现金等价物余额	14,088.15	24,463.64	31,208.53	23,982.36

（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主要构成如下：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	54,347.20	123,768.34	111,239.20	99,241.34
收到的税费返还	-	-	-	358.11
收到其他与经营活动有关的现金	204.63	2,665.94	1,583.11	2,199.75
经营活动现金流入小计	**54,551.84**	**126,434.28**	**112,822.31**	**101,799.20**
经营活动现金流入与营业收入比	1.14	1.19	1.15	1.17
购买商品、接受劳务支付的现金	35,966.82	75,734.90	71,614.33	58,064.41
支付给职工以及为职工支付的现金	6,013.30	11,117.73	9,986.25	9,494.67
支付的各项税费	6,726.18	12,414.53	11,626.36	8,026.44
支付其他与经营活动有关的现金	1,942.01	4,701.03	3,068.38	3,504.84
经营活动现金流出小计	**50,648.31**	**103,968.19**	**96,295.31**	**79,090.37**
经营活动现金流出与营业成本比	1.73	1.63	1.62	1.45
经营活动产生的现金流量净额	**3,903.53**	**22,466.09**	**16,527.00**	**22,708.84**

报告期内，公司经营性现金流量净额分别为 22,708.84 万元、16,527.00 万元、22,466.09 万元和 3,903.53 万元，经营性现金流量净额持续为正。

报告期内，经营活动现金流入与营业收入的比值分别为 1.17、1.15、1.19 和 1.14，基本保持稳定，其中销售商品、提供劳务收到的现金分别占经营活动现金流入的 97.49%、98.60%、97.89%和 99.62%，与公司销售模式保持一致。公司产品大部分通过经销商进行销售，与经销商结算基本采取先收款后发货方式，赊销销售所占比例较低，同时期限也较短，公司应收账款基本在一年以内，因此公司销售获取现金的能力较强。

报告期内，经营活动现金流出与营业成本的比值分别为 1.45、1.62、1.63 和 1.73，比值相对稳定。经营活动现金流出主要系购买商品、接受劳务支付的现金金额较大，支付给职工以及为职工支付的现金和支付的各项税费支付的现金逐年小幅增长，和营业收入增长幅度基本可比。

报告期内，公司经营性现金流量净额和净利润之间的影响因素具体如下表所示：

单位：万元

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
净利润	7,283.56	18,380.61	20,333.24	14,237.09
加：资产减值准备	16.63	79.13	42.99	17.25
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,060.78	2,146.62	2,052.11	1,950.02
无形资产摊销	68.77	183.48	217.98	211.36
长期待摊费用摊销	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-	24.96	-0.27	3.64
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	133.69	95.76	69.63	60.63
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-	0
财务费用（收益以“-”号填列）	-	-	-	210.97
投资损失（收益以“-”号填列）	-905.22	-1,134.17	-813.60	-738.30
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-226.56	-86.66	-22.84	59.63
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-	0
存货的减少（增加以“-”号填列）	-1,872.67	-1,009.00	-1,978.31	2,968.79

项　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	627.59	-141.90	-487.29	1,392.60
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,214.30	1,320.17	-2,886.64	2,335.17
其他	-68.74	2,607.08	0	0
经营活动产生的现金流量净额	3,903.53	22,466.09	16,527.00	22,708.84

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为 22,708.84 万元、16,527.00 万元、22,466.09 万元和 3,903.53 万元，净利润分别为 14,237.09 万元、20,333.24 万元、18,380.61 万元和 7,283.56 万元。经营活动现金流量净额与净利润的差异主要受折旧非付现成本费用、投资收益非经营性现金流量以及存货和经营性应付项目的增减变动影响。

（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情况如下：

单位：万元

项　目	2018年1-6月	2017年度	2016 年度	2015 年度
收回投资收到的现金	35,090.00	75,000.00	50,000.00	40,000.00
取得投资收益收到的现金	905.22	1,134.17	813.60	738.30
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.31	106.67	89.02	10.23
收到其他与投资活动有关的现金	-	180.00	-	-
投资活动现金流入小计	**35,996.54**	**76,420.84**	**50,902.62**	**40,748.53**
投资支付的现金	40,090.00	85,090.00	55,000.00	65,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	714.14	1,364.50	1,617.20	4,212.18
支付其他与投资活动有关的现金	-	131.87	542.23	624.44
投资活动现金流出小计	**40,804.14**	**86,586.36**	**57,159.43**	**69,836.62**
投资活动产生的现金流量净额	**-4,807.60**	**-10,165.53**	**-6,256.80**	**-29,088.09**

报告期内，公司投资活动现金流量净额分别为-29,088.09 万元、-6,256.80 万元、-10,165.53 万元和-4,807.60 万元，各期投资活动现金流量净额为负主要系公司每年购建固定资产等长期资产支付现金以及购买结构性存款金额较大所致。

报告期内各期收回投资收到的现金均为理财产品（结构性存款）到期收回的本金。投资支付的现金为购买理财产品（结构性存款）支付的现金。

报告期内，发行人用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 4,212.18 万元、1,617.20 万元、1,364.50 万元、714.14 万元，发行人固定资产及长期资产的增加额分别为 4,795.14 万元、1,791.71 万元、1,217.49 万元、448.02 万元，与现金流量表相匹配。2015 年度现金支出金额较大，主要系发行人川味复合调味料生产基地建设项目投入金额较大所致。川味复合调味料生产基地建设项目主要系子公司天味家园在成都现代工业港安德中国川菜产业化园区进行产能扩建，发行人于 2012 开始建设，2014 年度建成投产，2015 年度支付该项目尾款。

（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情况如下：

单位：万元

项　目	2018年1-6月	2017年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	-	1,525.00	-	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**1,525.00**	**-**	**-**
偿还债务支付的现金	-	-	-	5,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	9,471.41	20,570.95	3,044.03	2,888.25
筹资活动现金流出小计	**9,471.41**	**20,570.45**	**3,044.03**	**7,888.25**
筹资活动产生的现金流量净额	**-9,471.41**	**-19,045.45**	**-3,044.03**	**-7,888.25**

报告期内，公司筹资现金流量净额分别为-7,888.25 万元、-3,044.03 万元、-19,045.45 万元和-9,471.41 万元，筹资活动产生的现金流量净额为负主要系现金分红及偿还银行借款现金流出的金额较大所致。发行人分配股利的具体情况详见“第十四节　股利分配政策”之“二、报告期内的实际股利分配情况”。

四、资本性支出分析

（一）报告期重大资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出主要围绕做大做强公司主业，进行固定资产改进

更新、川味复合调味料生产基地项目建设，这些资本性支出进一步扩大了公司的经营规模，增强了公司的综合实力和可持续发展能力。报告期内，公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产的现金支出分别为 4,212.18 万元、1,617.20 万元、1,364.50 万元和 714.14 万元。2015 年度支出金额较大，主要系因为发行人川味复合调味料生产基地建设项目投入金额较大所致。川味复合调味料生产基地建设项目主要系子公司天味家园在成都现代工业港安德中国川菜产业化园区进行产能扩建，发行人于 2012 开始建设，2014 年度建成投产，2015 年度支付该项目尾款。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

公司未来两年可预见的重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资项目，项目总投资为 53,016.46 万元。本次发行募集资金投资项目情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”的有关内容。

五、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，公司不存在重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

六、财务状况和盈利能力的未来发展趋势

（一）财务状况未来趋势

报告期内，公司资产规模不断增长，资产质量良好，主要资产运行情况正常，资产结构相对合理，偿债能力较强。同时，公司主营业务收入保持相对稳定，盈利能力较强，经营性现金流量充足。本次发行后，公司资本结构进一步优化，资金实力极大增强。同时，本次募集资金投资项目将带动公司固定资产金额进一步增加，相关配套流动资金以及新增的产销量将促进存货及预收、应收项目金额的增加，公司在生产经营规模逐渐扩大的同时将继续优化财务状况。

（二）盈利能力未来趋势

报告期内，公司生产规模不断扩大、产品品质持续改进、品牌知名度逐渐提高推动了公司收入增长和保持较好盈利水平，规模扩张与盈利提升形成了良好的互动关系。未来几年，随着居民消费水平的不断提高、非传统消费区域对于公司产品的接受和适应，越来越多的消费者会选择川味复合调味料等产品，公司所在的川味复合调味料行业仍将继续保持快速增长趋势。本次募集资金投资项目建成投产后，公司将继续凭借在行业的优势地位和品牌、营销、技术等方面的竞争优势，抓住行业发展的有利机会，扩大生产规模，优化产品结构，加强成本费用控制，提高市场占有率，继续保持和提高盈利能力，经济效益将持续增长。

七、本次募集资金摊薄即期回报的影响及填补回报措施

（一）本次募集资金后即期回报分析

本次发行前，公司总股本为 37,183.50 万股。本次拟发行股票不超过 4,132.00 万股。本次发行后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产均将大幅增加。本次发行募集资金拟分别用于家园生产基地改扩建建设项目、双流生产基地改扩建建设项目、营销服务体系和信息化综合配套建设项目，由于募集资金到位后难以在短期内转化为公司的生产、营销优势，因此本次募集资金到位当年公司每股收益相对上年度每股收益将会出现下降，存在即期回报摊薄风险。

1、测算假设及前提

（1）假设本次发行于 2018 年 11 月 30 日实施完毕。该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准。

（2）假设本次公开发行新股数量为 4,132.00 万股，本次发行不存在老股转让的情形，发行完成后公司总股本将增至 41,315.50 万股，该发行股数以经中国证监会核准发行的股份数量为准。

（3）假设 2018 年扣非前/后归属于母公司所有者净利润分别存在较 2017 年下降 10%、与 2017 年持平、较 2017 年增长 10%三种情形。

（4）宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面没有发生重大变化。

以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次发行

摊薄即期回报对公司每股收益的影响，不代表公司对 2018 年度经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对主要财务指标的影响

项　目	2017 年度/2017 年 12 月 31 日	2018年度/2018年12月31日	
		本次发行前	本次发行后
股本（万股）	37,183.50	37,183.50	41,315.50
情景 1：2018 年扣非前/后归属于母公司股东净利润与 2017 年持平			
扣非前归属于母公司股东净利润（万元）	18,380.61	18,380.61	18,380.61
扣非后归属于母公司股东净利润（万元）	18,604.50	18,604.50	18,604.50
扣非前基本每股收益（元）	0.4994	0.4943	0.4898
扣非后基本每股收益（元）	0.5055	0.5003	0.4957
情景 2：2018 年扣非前/后归属于母公司股东净利润同比增长 10%			
扣非前归属于母公司股东净利润（万元）	18,380.61	20,218.67	20,218.67
扣非后归属于母公司股东净利润（万元）	18,604.50	20,464.95	20,464.95
扣非前基本每股收益（元）	0.4994	0.5438	0.5388
扣非后基本每股收益（元）	0.5055	0.5503	0.5453
情景 3：2018 年扣非前/后归属于母公司股东净利润同比下降 10%			
扣非前归属于母公司股东净利润（万元）	18,380.61	16,542.55	16,542.55
扣非后归属于母公司股东净利润（万元）	18,604.50	16,744.05	16,744.05
扣非前基本每股收益（元）	0.4994	0.4449	0.4408
扣非后基本每股收益（元）	0.5055	0.4503	0.4461

注：1、本次发行前基本每股收益=当期归属于母公司的净利润÷发行前总股本；

2、本次发行后基本每股收益=当期归属于母公司的净利润÷（发行前总股本+本次新增发行股份数×发行月份次月至年末的月份数÷12）。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	备案情况
1	家园生产基地改扩建建设项目	33,011.00	33,011.00	川投资备【2018-510124-14-03-242529】JXQB-0022 号

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	备案情况
2	双流生产基地改扩建建设项目	7,159.56	7,159.56	川投资备【2018-510122-14-03-242374】JXQB-0029 号
3	营销服务体系和信息化综合配套建设项目	12,845.90	12,845.90	川投资备【2018-510122-14-03-255928】JXQB-0143 号
合 计		**53,016.46**	**53,016.46**	-

选择本次融资的必要性和合理性分析详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”有关内容。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司自成立以来，一直致力于川味复合调味料的研发、生产和销售。本次发行募集资金投资项目全部围绕公司的主营业务和发展战略展开，用于扩大公司川味复合调味料产品的产能，完善产品结构，拓展产品销售网络、提升公司信息化管理水平，全面增强公司综合竞争力。

1、人员储备

公司管理层和业务骨干具有长期从事川味复合调味料生产、研发和销售的经历，具有丰富的企业管理经验。公司管理团队经验丰富、整体素质较高，对我国川味复合调味料市场具有深刻的认识，对行业发展趋势具有敏锐的洞察力和把握能力，并具有较强的战略规划能力和执行力。同时，公司在消化吸收众多先进企业管理经验的基础上建立了一整套适应企业和行业发展的管理制度和严密的内部控制制度，培养出一支经验丰富、善于应用现代经营管理方法的高水平管理人才队伍。

2、技术储备

发行人组建了专业齐备、年龄结构合理、具有开拓精神的科研队伍，主要核心技术人员长期从事调味品的生产和研发工作，配备了先进的研发、检测设备，能够综合运用食品工程、食品安全与营养、食品分析与检验等基础工艺技术进行研发。公司产品研发中心于2010年10月被评为四川省企业技术中心，取得了“火

锅底料灌装自动化技术及装备”等科技成果。截至本招股说明书签署日，发行人共拥有授权专利 34 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 1 项，外观设计 21 项。发行人还是《火锅底料》、《辣椒酱》国家标准的起草单位之一。

3、市场储备

经过多年的建设和发展，发行人基本构建起覆盖全国的市场销售网络，建立了以经销商渠道为主，定制餐调、直营商超等为补充的多渠道立体营销架构。报告期，公司在郑州、西安等优势市场区域建立了多个大区办公中心或区域办事处，拥有一批长期合作、信誉良好、销售能力强的经销商客户。2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，销售网络覆盖约 30.80 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.10 万家餐饮连锁单店，公司市场网络已经覆盖 31 个省、自治区及直辖市，形成了四川、河南、东北三省、江苏、陕西、甘肃、新疆、天津、北京、上海等多个优势省市以及由浙江、江西、云南等组成的快速增长区域。完善的市场营销网络为公司巩固和提高市场占有率、迅速切入潜在市场、推出新产品发挥着重要作用。

（四）公司填补回报的具体措施

公司对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，采取以下措施保证此次募集资金有效使用，有效防范即期回报被摊薄风险，提高未来回报能力：

1、巩固并拓展公司业务，提升公司持续盈利能力

本次发行完成后,公司资产负债率及财务风险将有所降低，公司资本实力和抗风险能力将进一步加强，从而保障公司稳定运营和长远发展,符合股东利益。随着本次发行完成后公司资金实力的进一步提升,公司将大力拓展生产能力和市场营销网络，提升公司产品的市场占有率，提升公司盈利能力，为股东带来持续回报。

2、加快募集资金投资项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次公开发行股票募集资金主要用于家园生产基地改扩建建设项目、双流生产基地改扩建建设项目、营销服务体系和信息化综合配套建设项目。本次募集资金投资项目符合公司整体战略发展方向，符合公司的长远发展战略和全体股东的

利益。本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司已在用自有资金积极推进募集资金投资项目的各项工作。

3、加强对募集资金投资项目管理，保证募集资金使用合规

根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法（2013 年修订）》等法律、法规和规范性文件的规定，为规范公司募集资金的使用与管理，提高募集资金使用效率，公司制定了《募集资金管理制度》等内控管理制度。公司将定期检查和披露募集资金使用情况，保证募集资金使用合规。

4、加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司将进一步加强内控体系建设，完善并强化投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道控制资金成本，提高资金使用效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管理风险。加强集团化管理，从战略高度加强对各子公司在发展规划、资源整合、要素共享等方面的统筹，发挥企业集团化具有的战略协同优势；加强质量管理，进一步完善质量管理体系；加强安全管理，持续推进安全标准化体系的建设，严格执行各种安全生产规章制度。

5、完善现金分红政策，优化投资回报机制

为切实保护中小股东利益，根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（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》等相关法律法规，公司已对公司章程中的利润分配政策进行了修订，进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序以及利润分配政策的调整原则，并制定了未来三年股东回报规划，建立了健全有效的股东回报机制，强化了中小投资者权益保障机制。本次公开发行股票完成后，公司将严格执行《公司章程》等相关规定，积极落实对股东的利润分配，努力提升股东回报水平。

发行人特别提醒投资者注意：发行人制定填补回报措施不等于对发行人未来利润做出保证。

（五）公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履

行作出的承诺

公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺具体如下：

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

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

董事会对公司本次融资摊薄即期回报事项的分析及填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺等事项已经公司第三届董事会第十三次会议、公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过。

经核查，保荐机构认为，公司所预计的即期回报摊薄情况具有合理性、填补即期回报的措施及相关承诺主体的承诺事项符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的精神。

第十二节 业务发展目标

一、战略发展目标

公司将持续秉承“诚信、务实、创新、领先”的企业精神，以“用心调味生活”为经营理念，紧紧把握行业高速发展的机遇，以现有品牌、渠道、技术优势为依托，通过进一步整合上下游资源，扩大产能，加大研发投入，积极开发新配方新产品；通过持续不断的品牌建设，提升品牌影响力，进一步引导消费；通过强化经销渠道管理，做深做细现有营销渠道，并积极拓展定制餐调、电商销售渠道，完善营销网络。公司将持续提升核心竞争能力，致力于为消费者提供健康、营养、美味、便捷的复合调味料，不断巩固和提高行业领先地位，引领复合调味料行业的发展，成为国内复合调味料领军企业，并推动四川饮食文化向全国乃至世界各地传播。

二、未来发展规划和目标

1、加强技术创新，继续加大研发投入

公司将继续在技术创新上加大投入，全面开展复合调味料生产技术的机械化、自动化、智能化等领域的研究，持续研发出行业领先的生产工艺技术，全面革新复合调味料生产技术，提升公司技术创新能力。公司还将结合餐饮行业技术和消费者口味的发展趋势，积极研发新产品和持续进行产品迭代，为公司的战略发展提供强大的技术和研发支撑。

2、优化产品结构，丰富产品种类

公司将以市场为导向不断优化产品结构，对产品的市场空间、利润率、竞争格局等多个方面进行评估，同时把握市场机会，推出新产品，稳固川味复合调味料市场领先地位，实现以川味复合调味料为核心，以其他地区特色调味品、基础调味品、定制产品为补充的合理产品线，不断丰富和完善产品结构以充分满足家庭消费、餐饮消费及餐饮连锁定制消费的市场需求，创造新的盈利增长点。

3、营销网络建设与完善

公司将继续加强经销商网络建设，增设区域销售办事处，发展和壮大经销商队伍，并且根据业务发展需要，配套扩充营销队伍，加强对销售人员的培训，促进销售人员营销技能和综合素质的不断提升，争取在全国各大中城市都设立经销网点和业务触角，同时做好对经销商的管理、服务、指导和维护工作，巩固现有的营销优势。

此外，在巩固和增强传统经销商渠道的同时，通过产品结构调整以及推广模式创新等方式，重点突破定制餐调渠道和电商渠道。目前公司已在淘宝、天猫、京东等国内主流电商平台搭建自营销售渠道并发展了部分网络经销商，随着公司对电商渠道的资源投入，公司产品的电商销售额也逐年快速增长，未来公司将继续在资金、人力、品牌等方面继续加大对电商渠道的投入。定制餐调方面，公司自 2016 年开始作为重点项目进行开发，从研发、生产、营销各个环节都予以了高度的跟进落实。下一步，公司计划在北京、上海等城市陆续开设餐调体验中心，负责定制餐调业务的本地化开发，进行意向大客户的跟踪和管理，负责客户商务洽谈、需求挖掘、产品试制、品尝及反馈等日常事务，从而加强定制餐调渠道的建设。

4、稳步提升品牌知名度和影响力

公司将进一步树立现代品牌战略意识，以“好人家”、“大红袍”和“天车”三大品牌为核心，开展差异化品牌营销，充分展示品牌形象，实施系统化的品牌战略，稳步提升品牌的知名度和影响力。

①在优势区域迅速建立品牌壁垒，在发展区域加快品牌建设的速度，同时，链接各个品类在各个区域的品牌优势，打造各个品牌在全国市场的品牌势能，分别给予“大红袍”、“好人家”、“天车”、“有点火”明确的品牌定位，并以具有冲击力和传播性的创意表现方式进行呈现，运用整合传播的方式全面进行品牌建设。

②根据公司产品线发展的需求，明确品牌策略及现有品牌的定位，将“大红袍”品牌打造成为中国火锅底料专业品牌；将“好人家”品牌打造成为为对生活品质有要求的家庭提供高品质的调味产品的品牌，赋予现代、优质、讲究的品牌性格；将“天车”品牌打造成为酱系列专业品牌，成功包装及传播“百年酱园”

的核心优势，实现、确保及提升其在品类中的品牌地位；将“有点火”品牌打造成为面向年轻消费群体的方便速食品牌。同时，适时进行品牌延展，确保新品在品牌策略、定位上的正确性及在推广传播上的精准性。

③用互联网思维推动品牌建设，强化网络传播，不断进行品牌关键词优化，提升搜索信息量及排名。建立官方微信、微博，通过互动活动、信息推送等方式系统地开展微信、微博营销，同时，强化网络品牌传播的计划性和实效性，持续有效地通过网络传播或互动提升品牌力。

5、牢抓食品安全底线不放松

2017 年 2 月 14 日，国务院发布了《“十三五”国家食品安全规划》，要求坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，全面实施食品安全战略，推动食品安全现代化治理体系建设，促进食品行业发展，食品生产企业正面临着最严格的监管环境。加上消费者的食品安全意识越来越强，食品安全已成为所有食品生产企业不容忽视的生命线。目前，虽然公司已经从内控制度、原材料采购、产品生产、产品销售等环节建立了一整套严格的质量控制标准与措施，但未来仍需继续牢牢抓住食品安全的底线不放松，坚持更高标准的食品安全要求。

6、加强信息化建设，达到现代企业管理水平

信息化程度是衡量企业是否达到现代化管理水平的重要标准，推动实现财务、供应链、客户管理、研发、数据管理等方面的信息化，有利于全方面提升公司的核心竞争力。公司未来将从战略层面以及业务层面逐步完善信息化建设程度，通过提高公司的管理效率和生产效率最终实现公司整体竞争力的提升。

7、加强人才梯队建设、完善激励机制

建立合理的企业多层次人才梯队，通过内部轮岗培训和定岗培训等多种形式培养复合型人才和专业岗位人才，既重视对中高级管理、研发人才的培养，也注重一线营销、生产技术等人员的技能培训和综合素质提升，从而不断提升各层次各类型岗位人员的整体能力。贯彻“以人为本”的人才战略理念，通过引进合理竞争机制和绩效考核体系，建立市场导向型企业文化，并通过后续学习培训、职业规划咨询、企业内部活动等多种方式，增强企业员工凝聚力，为员工提供理想、

舒适的工作生活环境。同时，推进员工招聘、考核、录用、选拔、奖惩、培训、竞争上岗制度，为员工提供良好的成长环境和广阔的发展空间，培养出团结、敬业、忠诚、开拓、创新的高素质员工队伍。

8、丰富融资渠道，为企业快速发展提供资金保障

公司将采取多渠道融资方式以满足公司发展计划对资金的需求，并继而完善资本结构和公司治理结构。在未来 2-3 年内，公司将重点运用好本次募集资金，建设好本次募集资金的投资项目；同时，公司将以本次首次公开发行并上市为契机，提高自身资本运作的能力，根据经营需要，利用资本市场的多种融资方式，进一步改善公司资本结构，提高资金运用水平，确保股东利益最大化。

三、实现上述经营目标的假定条件及面临的主要困难

（一）实现上述经营目标的假定条件

1、本次发行能顺利完成，募集资金能够及时足额到位；

2、公司所处行业正常发展，没有出现重大不利因素；

3、公司遵循的现行法律、法规和行业政策无重大不利变化；

4、公司目前执行的主要税收政策无重大调整，税负水平无大幅上升；

5、公司所处的宏观经济环境、政治、法律和社会环境处于正常状态，没有对公司经营产生重大不利影响的不可抗力事件发生；

6、原材料价格供应和产品价格处于正常变动范围内。

（二）实现上述经营目标可能面临的主要困难

1、资金方面。实施固定资产投资、技术改造、扩大生产、提高市场份额等发展规划需要大量资金。本次发行将为公司上述业务目标的实现提供资金保证。

2、人才方面。公司战略计划的实施必须引进大量的研发、生产、营销和管理人才，但相关高端人才较为紧缺，因此能否稳定公司现有专业团队并及时根据业务的发展聘用合适人才对公司上述计划的实施至关重要。

3、管理方面。随着公司规模的逐步扩大，公司在战略规划、组织设计、机制建立、资源配置、人才管理、资金管理和内部控制等方面将面临更大挑战。

四、上述发展目标与现有业务的关系

公司上述业务目标和规划以公司现有业务为基础，充分考虑了市场实际情况和未来发展方向、公司的竞争优势、行业市场竞争状况等诸多因素，适应了行业快速发展的需求。

公司现有业务是发展计划的基础和前提，发展计划是公司现有业务的发展和延伸，是对公司现有规模、产品、技术、市场、管理、人才等方面的升级，是公司实现可持续发展的必经阶段。上述发展计划紧紧围绕公司现有主营业务，旨在进一步扩大生产规模，并提升研发、人才、营销、管理等各方面的能力，抓住行业发展的机遇，提高公司的核心竞争能力，与现有业务具有十分紧密的一致性和延续性。

五、本次发行对于发行人实现前述业务目标的重要意义

本次发行成功后，公司资本和资金实力大幅提高，有力地保障了公司生产经营和业务的进一步拓展，增强公司的盈利能力和抗风险能力，实现股东价值最大化，对公司实现上述业务目标，具有极为重要的作用。

（一）本次首次公开发行股票将为实现业务目标提供充足的资金保障，本次募集资金投资的项目也经过了充分市场调研和论证，具有良好的市场前景。本次发行将进一步强化公司在主营业务方面的投资能力，有利于扩大生产经营规模，迅速提高产能产量，增强核心竞争力，并继而巩固和提高公司的川味复合调味料领先地位，为实现公司业务发展目标奠定扎实的基础。

（二）本次发行后公司将成为公众公司，有利于进一步完善法人治理结构，实现公司经营管理水平的升级，为实现公司业务发展目标提供制度保障。

（三）本次发行有利于公司吸引和培养发展所需的优秀人才，树立公司的人才竞争优势，为实现公司业务发展目标提供人力资源保障。

（四）本次发行有利于提高公司知名度，进一步增强市场影响力，持续树立

良好的市场形象，增强消费者对公司产品的信赖度和忠诚度，有利于加快公司业务目标的实现。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

（一）募集资金投资项目概况

公司本次拟公开发行人民币普通股（A 股）4,132 万股（最终数量以中国证监会核准的发行数量为准），占发行后总股本的比例不低于 10%。本次募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金投资方向	投资总额	拟使用募集资金投资金额	实施主体
1	家园生产基地改扩建建设项目	33,011.00	33,011.00	天味家园
2	双流生产基地改扩建建设项目	7,159.56	7,159.56	发行人
3	营销服务体系和信息化综合配套建设项目	12,845.90	12,845.90	发行人
	合计	**53,016.46**	**53,016.46**	-

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

（二）本次募投项目备案及环评情况

各募集资金投资项目获得有关部门的批复情况如下：

序号	募集资金投资项目	项目备案情况	项目环保批情况
1	家园生产基地改扩建建设项目	川投资备[2018-510124-14-03-242529]JXQB-0022 号	郫环建[2018]66 号
2	双流生产基地改扩建建设项目	川投资备[2018-510122-14-03-242374]JXQB-0029 号	双环建[2018]73 号
3	营销服务体系和信息化综合配套建设项目	川投资备[2018-510122-14-03-255928]JXQB-0143 号	不适用

（三）募集资金专户安排

根据公司《募集资金管理制度》，公司募集资金实行专户存储制度，本公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其他用途。募集资金专户数量不超过募集资金投资项目的个数。公司在募集资金到位后与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（四）募集资金投资项目的合规性

公司募集资金投资项目已在相关部门备案，取得环评批复以及土地使用权证书，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。

经核查，保荐机构及律师认为，发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（五）募集资金投资项目实施对发行人独立性的影响

公司募集资金投资项目均由发行人及其子公司自主实施，项目实施后不会产生同业竞争，对公司的独立性不会产生不利影响。

二、募集资金投资项目与现有业务的关系

公司自成立以来，一直致力于川味复合调味料的研发、生产和销售。本次发行股票募集资金投资项目全部围绕公司的主营业务和发展战略展开，家园生产基地改扩建建设项目是公司建设高标准智能生产基地、提升峰值产能缓解旺季生产压力、布局新型业务和产品的产业化，同时满足食品安全监管升级的重要举措。双流生产基地改扩建建设项目旨在打造高标准作业环境、替换滞后设备提高生产效率，同时满足食品安全监管升级的要求。营销服务体系和信息化综合配套建设项目可强化公司的业务扩展和服务能力，构建 B2B 和 B2C 双向共促营销架构，并提升公司信息化管理水平，全面增强公司综合竞争力。

募集资金投资项目实施的关键技术为公司现有核心技术，或在现有核心技术基础上的延伸、拓展或升级。项目实施不会导致公司主营业务发生变化。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）家园生产基地改扩建建设项目

1、项目概况

本项目拟对公司郫县天味家园生产基地进行扩建，并同步开展现有 A、B、C、D 四个生产车间以及原料库房等的技改工作。项目建设期 2 年，总投资 33,011.00 万元，其中：建筑及装修工程投资 18,194.47 万元、设备购置及安装费 9,816.53 万元、铺底流动资金 5,000.00 万元。项目达产后，预计可新增各系产品产能共计 3.2 万吨/年，其中：定制餐调新增产能 1.2 万吨/年、全型火锅底料新增产能 0.8 万吨/年、方便速食新增产能 0.4 万吨/年、其他川菜调料新增产能 0.8 万吨/年。

2、项目建设的必要性

（1）紧跟消费趋势，积极开展新产品与新业务布局

终端消费者偏好的改变推动行业的不断发展，全型火锅底料、方便速食等新产品不断涌现。全型火锅底料是以复原四川、重庆火锅发源地的口味为主要卖点，具有汤厚、香浓等特点，以满足目前消费市场兴起的追求地道火锅口味的潮流。与传统火锅底料相比，全型火锅底料除口味上的差异外，在生产工艺中需要加入一定的手工成型步骤，故全型火锅底料又称手工火锅底料。

以自发热火锅为代表的方便速食系列产品，食用方便卫生，口感良好，抓住了年轻人烹饪习惯的改变趋势，是近两年方便食品行业内涌现的新热点。公司一直密切关注行业内出现的新风口、新趋势，积极进行新产品的布局，于 2016 年完成了对全型火锅底料的项目立项，并进行了产品的开发；在 2017 年，公司开始布局方便速食市场，进行了产品设计开发和电商等营销资源的匹配。目前，公司的这些新业务、新产品均已完成初步市场导入，取得了良好的市场反馈，初步具备产业化扩展的基础。但是新型产品对生产设备和工艺提出了新的要求，需要引入适应性更强的专业设备进行批量化生产。

定制餐调业务主要面向下游大型餐饮连锁企业进行调味品的定制开发和生产，是伴随近几年餐饮服务行业标准化、快速复制和连锁经营而产生的一种新型

业务，代表了调味品行业未来重要的发展方向之一。公司于 2015 年开始了定制餐调市场调研、分析，并进行了专业团队组建以及工作体系构建等工作，2015 年、2016 年、2017 年，公司定制餐调业务收入分别为 1,842.52 万元、5,241.65 万元和 8,847.70 万元，年均复合增长率达到 119.13%。随着公司定制餐调业务的迅速增长，公司现有生产设备难以满足定制餐调产品多样化及规模化的需求，因此需要引进部分多规格、定制化生产的专用生产设备。

对郫县天味家园生产基地进行改扩建，引入适应性更强的专业装备，使其具备布局新型业务和产品的基础条件，是公司紧跟市场需求的必要举措。

（2）提升公司总体产能，缓解销售旺季生产压力

报告期内，公司总产量分别为 4.83 万吨、5.68 万吨和 5.85 万吨，年均复合增长率为 10.05%。在公司各类产品中，火锅底料和川菜调料的合计产量分别为 3.7 万吨、4.6 万吨和 4.8 万吨，占公司总产量比重分别为 76%、81%和 82%，是公司主要产品。由于火锅底料和川菜调料以麻辣口味为主，根据人们饮食习惯，冬季天气寒冷，食用麻辣食品（尤其是火锅）较多，因此，每年下半年是公司产品的销售旺季。此外，公司产品属于快速消费品，产品保质期较短，且产品从生产入库到最终销售需要消耗一定时间，为了保证公司在售产品以及流通至最终消费者使用时产品的新鲜度，公司加强了对产品生产日期的管控，在生产时按照实际市场需求按月组织生产。报告期内，公司主要产品火锅底料和川菜调料分季度的产能利用率情况如下：

年份	2015 年				2016 年				2017 年			
	一季度	二季度	三季度	四季度	一季度	二季度	三季度	四季度	一季度	二季度	三季度	四季度
火锅底料	24%	33%	51%	86%	36%	33%	72%	110%	35%	45%	88%	92%
川菜调料	46%	75%	74%	98%	56%	55%	80%	87%	66%	65%	65%	96%

每年销售旺季，公司的主要产品火锅底料、川菜调料的产能利用率较高，此时，公司一般会采取加排生产班次、增加生产人员等措施保证订单正常生产。随着消费者对产品生产货龄要求的提升以及公司产品销量逐年增长，公司峰值产能逐渐成为影响公司旺季销售的瓶颈因素，且在公司旺季高负荷运转状态下，也带

来生产设备加速磨损、一线工人管理等问题。通过对家园生产基地进行改扩建，可提升公司总体产能，有效缓解公司旺季时的生产压力。

（3）优化现有工艺条件，达到更高标准的食品安全要求

2017 年 2 月国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》指出：要坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，全面实施食品安全战略；要严格过程监管、全面加强食品安全现场检查，加快食品安全标准与国际接轨，建立最严谨的食品安全标准体系，确保人民群众“舌尖上的安全”。

郫县天味家园生产基地于 2014 年建成投产，经过多年连续使用，部分设施设备存在老化情况，为了进一步优化公司生产环境，同时适应更高标准的食品安全要求，本募投项目计划从加强原材料质量控制、提升生产效率等方面对家园生产基地进行改造升级，包括：对普通生产车间进行高清洁改造，以满足即食类产品对生产环境的高洁净要求；通过“超临界萃取系统”的引进，公司将直接获得花椒、辣椒等香辛料油脂的萃取能力，不仅带来原材料成本的节约，更可从源头上保障食品安全；通过选用“智能立体库房系统”，可显著降低人工成本，提升仓储空间的利用效率；通过引入“自动装箱防窜货追溯系统”，可以实现装箱的自动化，显著提高装箱效率，并且通过使用二维码标记防止窜货风险；通过引入电磁炒制系统，在保障炒制环节更加安全、卫生的同时，显著提高炒制过程中对工艺条件的精准控制，这对定制餐调这类对工艺参数控制要求非常高的业务十分必要；X 光机检测系统等质检设备的引入，可以扩大对包装中异物的检查范围，进一步加强公司对产品质量管控。上述改扩建项目及新设备的引进，能在显著提高生产效率的同时进一步加强公司的质量控制能力，从而达到更高标准的食品安全要求。

3、项目产品方案

本项目由发行人全资子公司四川天味家园食品有限公司负责组织实施。项目达产年预计可新增各系产品产能 3.2 万吨/年。项目完全达产后产品方案如下：

单位：万吨/年

序号	产品	募投项目设计产能	销售渠道
1	全型火锅底料	0.8	全渠道

序号	产品	募投项目设计产能	销售渠道
2	方便速食	0.4	全渠道
3	其他川菜调料	0.8	全渠道
4	定制餐调产品	1.2	定制餐调渠道
	合计	**3.2**	-

4、项目建设可行性

（1）宏观政策为项目的实施提供基础支持

2015 年 4 月 24 日，全国人大常务委员会通过了新修订的《中华人民共和国食品安全法》指出食品生产经营者要对食品安全负责，并针对近年来突出的转基因食品、网购食品等问题都做了详细规定，同时加大了违法处罚力度。2017 年 1 月 5 日，国家发改委和工信部联合发布了《关于促进食品工业健康发展的指导意见》指出:要加快食品行业发展，推动食品工业转型升级；鼓励食品企业加强品牌建设，推动中华老字号及地方老字号食品传承升级，开发适应市场需求变化的新产品；支持重点行业企业建设数字化车间，开展食品制造智能工厂建设试点示范，提高智能化水平。2017 年 2 月 14 日，国务院发布了《“十三五”国家食品安全规划》，要求坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，全面实施食品安全战略，推动食品安全现代化治理体系建设，促进食品行业发展。国家对食品行业、食品安全的高度重视，将加速淘汰落后企业，利于行业良性竞争和持续发展，并将促进食品行业转型升级，打造出一批具有品牌、口味、食品安全等方面综合竞争力的食品领军企业。

（2）复合调味料行业发展趋势良好，川味复合调味料市场前景广阔

作为全球最大的调味品消费国，近年来我国调味品销售实现了强劲增长。根据国家统计局数据，2012-2016 年调味品、发酵制品制造行业销售收入年复合增长率达到 9.94%，2016 年我国调味品、发酵制品制造行业累计实现产品销售收入 3,064.10 亿元，同比增长 6.76%。调味品业的发展对提高人们生活质量，扩大内需，促进我国经济增长具有积极作用。

随着我国居民收入水平的提高、饮食习惯的改变，消费者已不满足于过去简单的油、盐、酱、醋单一调味品的需求，用复合调味料替代糖、酱油、味精等已成为更多家庭和餐饮企业的重要选择，复合调味料作为新兴的调味品子行业，近

年来取得了突飞猛进的发展。未来，复合化依旧是调味料行业的主要发展趋势，一方面调味品复合化可以让年轻的家庭消费者方便快捷的烹饪美味，解决其不会做、没时间做的消费痛点；另一方面，餐饮行业需求日益增大，规范化和连锁化带来了对标准化复合调味料需求的快速增长。

受益于在中国“八大菜系”中的重要地位和影响，川菜以其极具特色的口味以及品类繁多的特征得到了国内市场的普遍欢迎。根据美团点评研究院-餐饮研究中心发布的《2017年中国餐饮业供给侧发展报告》，川菜近几年以四川重庆为中心向其他区域不断辐射，在全国的受欢迎程度居所有八大菜系之首，川菜作为全国门店数量最多的菜系，在全国各地都保有相当数量的门店。川菜的迅速普及也带动了川味复合调味料行业的发展，在我国调味品行业中的地位不断提高，已经成为具有浓郁地域特色且具有广阔发展前景的调味品细分市场。

（3）公司良好的品牌形象、强大的研发实力以及高效的市场营销水平为募投项目的顺利实施提供有力保障

公司秉承“用心调味生活”的经营理念，自设立以来一直专注于川味复合调味料的研发、生产和销售，现已发展成以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产企业，公司致力于为家庭及餐饮消费者提供安全、便捷、美味的高品质产品，公司核心品牌“大红袍”及“好人家”产品畅销全国并远销海外。

公司先后荣获农业产业化国家重点龙头企业、四川省企业技术中心等 40 多项荣誉称号，是中国调味品协会理事单位，是火锅底料、辣椒酱国家标准及食品安全地方标准火锅底料、食品安全地方标准半固态复合调味料等地方标准的起草单位之一。公司拥有的“大红袍”、“好人家”商标被认定为“中国驰名商标”，“大红袍”、“好人家”牌川味复合调味料被认定为“四川名牌产品称号”，“天车”商标被商务部认定为“中华老字号”。

公司建立了覆盖全国的市场营销体系，形成了以经销商为主，定制餐调、电商、直营商超为辅的营销架构。2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市，销售网络覆盖约 30.8 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.1 万家餐饮连锁单店。同时，本公司产品已连续 11 年出口到美国、澳大利亚、加拿大、日本、比利时等国家。

公司良好的品牌形象、强大的研发实力以及高效的营销水平可有力保障本次募投项目的顺利实施。

5、项目投资估算

（1）项目总投资概算

家园生产基地改扩建建设项目主要分为两部分，一部分是对郫县天味家园生产基地进行扩建，另一部分是对生产基地现有 A、B、C、D 四个生产车间以及原料库房等进行技术改造。项目建设总投资 33,011.00 万元，其中：建筑及装修工程投资 18,194.47 万元、设备购置及安装投资 9,816.53 万元、铺底流动资金 5,000.00 万元，具体如下：

单位：万元

投资内容		投资额度		
		第一年	第二年	合计
项目建设投资	建筑及装修工程费	12,930.97	5,263.50	**18,194.47**
	设备购置及安装费	4,847.14	4,969.39	**9,816.53**
铺底流动资金		-	5,000.00	**5,000.00**
合计		**17,778.11**	**15,232.89**	**33,011.00**

（2）建筑及装修工程费

本项目建筑及装修工程投资 18,194.47 万元，分扩建和技改两部分，具体情况如下：

序号	项目名称	建筑面积（平方米）	单位造价（元/平方米）	投资估算总值（万元）
扩建部分				
1	主体工程建设			
1.1	1#生产车间	23,112.00	1,800.00	4,160.16
1.2	2#智能立体库房	7,778.00	2,000.00	1,555.60
2	其它费用			
2.1	前期工作费	19,600.00	25.00	49.00
2.2	地勘及相关费用	19,600.00	12.00	23.52
2.3	建筑设计费	30,890.00	23.00	71.05
2.4	建筑监理费	30,890.00	15.00	46.34
2.5	强电工程	30,890.00	180.00	556.02

序号	项目名称	建筑面积（平方米）	单位造价（元/平方米）	投资估算总值（万元）
2.6	弱电工程	30,890.00	30.00	92.67
2.7	消防工程	30,890.00	150.00	463.35
2.8	工业空调工程	30,890.00	30.00	92.67
	小计	-	-	**7,110.37**
3	扩建装饰费用			
3.1	基础装修工程	30,890.00	1,500.00	4,633.50
3.2	特殊装修费用（冻库）	4,200.00	1,500.00	630.00
	小计	-	-	**5,263.50**
技改部分				
4	A、B、C、D 栋车间改造			
4.1	10 万级高清洁车间	14,800.00	3,800.00	5,624.00
5	原料库房改造	-	-	46.60
6	化验室改造	-	-	150.00
	小计	-	-	**5,820.60**
	合计	-	-	**18,194.47**

（3）设备购置及安装费

根据项目所确定的产品方案、生产规模和工艺流程，为确保食品安全、增强产品在市场上的竞争能力，本项目拟新增系列生产设备，包括部分国际高端设备以及国产先进设备。项目设备购置及安装投资 9,816.53 万元，分扩建和技改两部分，新增设备清单如下：

序号	设备用途	设备名称	数量（台/套）	单价（万元）	总金额（万元）	品牌
扩建部分						
1	初加工环节	输送系统	1	117.42	117.42	非标定制
2		预处理系统	2	77.15	154.30	
3		浸泡设备	1	9.20	9.20	邯郸双贝
4		存储设备	1	5.30	5.30	
5		脱水设备	1	6.00	6.00	
6		搅拌设备	1	6.40	6.40	
7		超临界萃取系统	2	548.00	1,096.00	贵州航天乌江机电设备
8	精加工	燃气炒制系统	6	31.34	188.04	邯郸双贝

序号	设备用途	设备名称	数量（台/套）	单价（万元）	总金额（万元）	品牌
9	环节	电磁炒制系统	6	37.00	222.00	成都味兴邦
10		保温系统	1	12.00	12.00	邯郸双贝
11		油料分离平台	3	46.00	138.00	上海锦岸
12		卤制系统	1	32.00	32.00	成都经纬
13		真空滚揉系统	1	26.00	26.00	邯郸双贝
14		杀菌设备	1	20.00	20.00	
15		烘干设备	1	22.00	22.00	
16		拌料系统	1	25.50	25.50	
17		纯油提取系统	2	52.00	104.00	成都海科
18		冷却系统	2	145.62	291.24	成都经纬
19	包装环节	灌装系统	12	38.60	463.20	
20		储存系统	1	26.00	26.00	邯郸双贝
21		包装机	12	17.00	204.00	成都经纬
22		自动装箱防窜货追溯系统	3	180.00	540.00	ABB
23		全自动码垛系统	3	30.00	90.00	
24		喷码机	6	13.00	78.00	依玛士
25		全自动覆膜、切膜系统	2	30.62	61.24	青岛中一
26		全自动热缩系统	2	26.80	53.60	
27		真空包装设备	1	133.80	133.80	日本古川自动机械
28	质检环节	高速在线重量选别机	6	14.00	84.00	成都经纬
29		检化验成套设备	1	185.00	185.00	美国安捷伦、海能、梅特勒
30		质量检测设备	3	20.00	60.00	成都经纬
31		X 光机检测系统	1	250.00	250.00	德国双仕（Sesotec)
32	仓储环节	智能立体库房系统	1	680.00	680.00	沈阳新松
33		冷库设备	若干	-	510.00	四川锐孚制冷工程
34	辅助系统	控制系统	2	45.00	90.00	西门子
35		燃气锅炉	1	67.65	67.65	富尔顿
36		螺杆式空压机	1	29.24	29.24	乐机（ELGI）
37		工器具	若干		80.00	非标定制

序号	设备用途	设备名称	数量（台/套）	单价（万元）	总金额（万元）	品牌
-	小计	-	-	-	**6,161.13**	-
技改部分						
38	A、B、C栋车间	香辛料粉碎机	2	12.50	25.00	成都经纬
39		定量包装机	2	14.00	28.00	成都味兴邦
40		粉料包装机	2	15.00	30.00	成都经纬
41		搅拌混合设备	2	20.00	40.00	成都味兴邦
42		叉车	2	3.50	7.00	江淮
43		速食火锅生产设备	2	15.00	30.00	启洲
44		包装机	3	17.00	51.00	成都经纬
45		工业提升机	3	15.00	45.00	河南东圣
46		半固态调料生产线	1	225.40	225.40	邯郸双贝
47		油烟净化设备	12	25.00	300.00	金标
48		给袋式包装机（10-100g）	2	20.00	40.00	成都味兴邦
49		冬调铸铁包装机整改	10	2.00	20.00	非标定制
50		工业提升机	3	16.70	50.10	河南东圣
51		平台通道及物料自动输送线	1	15.00	15.00	邯郸双贝
52		自动装箱防窜货追溯系统	1	180.00	180.00	ABB
53		全自动码垛设备	1	30.00	30.00	
54	D栋车间	燃气炒制系统	22	31.34	689.48	成都海科
55		炼油锅	4	30.00	120.00	邯郸双贝
56		灌装系统	15	38.60	579.00	成都味兴邦
57		包装机	8	17.00	136.00	青岛义龙
58		在线重量选别机	15	6.32	94.80	成都经纬
59		冷却系统	2	145.62	291.24	
60		预处理设备	2	77.15	154.30	非标定制
61		螺杆式空压机	1	29.24	29.24	乐机（ELGI）
62		辅助工器具	若干	-	205.00	非标定制
63		工业提升机	3	16.70	50.10	河南东圣
64		小料配料设备	1	25.74	25.74	邯郸双贝
65		喷码机	4	16.00	64.00	依玛士
66		金属探测仪	5	20.00	100.00	宏昇

序号	设备用途	设备名称	数量（台/套）	单价（万元）	总金额（万元）	品牌
-	小计	-	-	-	**3,655.40**	-
-	合计	-		-	**9,816.53**	-

6、项目实施计划

本项目计划建设期为 24 个月，建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用。截至本招股说明书签署日，本项目已完成前期的考察论证、可行性研究报告编制及备案、环评等工作，并已启动部分生产设备的订购工作。项目计划实施进度安排如下：

序号	项目	时间（季度）							
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	初步设计、规划报建	▲							
2	施工图设计	▲	▲						
3	土建工程施工		▲	▲	▲	▲			
4	设备采购和制造		▲	▲	▲	▲	▲		
5	设备安装调试			▲	▲	▲	▲	▲	
6	试生产				▲			▲	▲
7	竣工验收								▲

7、项目环境保护情况

本项目主要为公司现有产品产能的扩充以及新产品线的投产，生产工艺与污染排放与现有产品无较大差异，主要为生产废水、锅炉废气、炒制油烟、生活垃圾及炉渣等废弃物。2018 年 4 月 16 日，成都市郫都区环境保护局已出具《关于四川天味家园食品有限公司家园生产基地改扩建建设项目环境影响报告表的批复》郫环建[2018]66 号，审批意见为：《建设项目环境影响评价表》提出的各项环保措施能够满足该项目的污染防治要求，可作为执行环保“三同时”制度的依据，从环境保护角度同意按审查的设计方案进行建设。

8、项目经济指标

项目主要经济指标如下：

经济效益指标	单位	预期值
达产年营业收入	万元/年	56,809.67

经济效益指标	单位	预期值
达产年净利润	万元/年	8,213.85
投资回收期（税后，含建设期）	年	6.00
内部收益率（税后）	-	21.15%

本项目具有明确的市场前景，项目投资收益较好，切实可行，能够给公司带来良好回报。

（二）双流生产基地改扩建建设项目

1、项目概况

本项目拟对公司双流天味食品生产基地开展技术改造工作，主要内容包括推进普通车间的高清洁升级、生产场地的地坪改造、仓库二次规划扩建增容、设备更新替换等工作。项目建设期 2 年，建设总投资 7,159.56 万元，其中：改造装修工程投资 3,787.96 万元、设备购置及安装投资 3,371.60 万元。项目达产后，由于装备效率的整体提升，可新增火锅底料产品产能 0.6 万吨/年。

2、项目建设的必要性

（1）优化现有工艺条件，达到更高标准的食品安全要求

2017 年 2 月国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》指出：要坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，全面实施食品安全战略；要严格过程监管、全面加强食品安全现场检查，加快食品安全标准与国际接轨，建立最严谨的食品安全标准体系，确保人民群众“舌尖上的安全”。

公司双流生产基地于 2012 年建成投产，按照国家对食品生产企业的最新要求，食品卫生生产现场标准需要向药品生产标准靠拢的安全监管趋势，双流生产基地经过数年的连续使用，部分设施设备存在老化情况，为了进一步优化公司生产环境，同时适应更高标准的食品安全要求对传统普通生产车间进行高清洁改造，以满足即食类产品对生产环境的高洁净要求。对车间核心工艺区域进行高清洁度改造是公司充分保障食品安全、满足监管要求提升的首要任务，也是未来公司可持续发展的重要保障。

（2）提高精益生产能力，提升公司总体产能

火锅底料产品具有较为特殊的工艺制备特点，生产过程长期处于高盐、高酸、高腐蚀环境，关键设备的磨损、老化、滞后不仅会带来设备精度的下降、造成产品稳定性的波动，还会造成能耗的上升，以及维修时间、成本的增加，对公司的正常生产运转产生一定影响。通过引进新的冷却系统，可以显著提高牛油类火锅底料产品的冷却效率，并提高产能；引进新多头立式包装机，可以提高灌装效率，打破包装效率瓶颈，从而提升产能；引入电磁炒制系统，在保障炒制环节更加安全、卫生的同时，显著提高炒制过程中对工艺条件的精准控制；引入“自动装箱防窜货追溯系统”，可以实现装箱的自动化，显著提高装箱效率，并且通过使用二维码标记防止窜货风险。

由于双流生产基地整体投产时间较早，随着行业内多年来经历技术革新产生的较为先进的生产设备投向市场，公司部分早期投入设备亟待更新。因此，通过本次募投项目的实施，可以实现对双流生产基地磨损、老化、滞后设备的全面替换，提高公司的精益生产管理水平，并提升公司总体产能。

3、项目产品方案

本项目由发行人自行实施。项目达产年预计可新增火锅底料产品产能 0.6 万吨/年。项目完全达产后产品方案如下：

单位：万吨/年

序号	产品	募投项目设计产能	销售渠道
1	火锅底料	0.6	全渠道
	合计	**0.6**	-

4、项目投资估算

（1）项目总投资概算

项目计划总投资 7,159.56 万元，其中：建筑及装修工程投资 3,787.96 万元、设备购置及安装投资 3,371.60 万元。具体如下：

投资内容		投资额度(万元)		
		第一年	第二年	合计
项目建设投资	建筑及装修工程费	3,787.96	-	**3,787.96**
	设备购置及安装费	289.60	3,082.00	**3,371.60**

合计	**4,077.56**	**3,082.00**	**7,159.56**

（2）建筑及装修工程费

项目建筑及装修工程费 3,787.96 万元，具体如下：

序号	项目名称	建筑面积（平方米）	单位造价（元/平方米）	投资估算总值（万元）
1	10 万级高清洁车间改造	8,000.00	3,800.00	3,040.00
2	原料库、成品装卸雨棚改造	2,100.00	1,450.00	304.50
3	车间地坪整改	3,660.00	310.00	113.46
4	车间其它整改	-	-	330.00
合计		-	-	**3,787.96**

（3）设备购置及安装费

双流天味家园生产基地技术改造工作除全面替换磨损、老化、滞后设备外，也会新增少量炒制、粉碎类设备，项目设备购置及安装费 3,371.60 万元。具体如下：

序号	项目/设备名称	数量（台/套）	单价（万元）	总金额（万元）	品牌
1	冷却系统	8	80	640	上海锦岸
2	油料分离平台整改	8	30	240	邯郸双贝
3	前段自动配料装置	3	134	402	成都海科
4	小型物料立体货架	2	213	426	沈阳新松
5	自动装箱防窜货追溯系统	4	180	720	成都经纬
6	多头立式包装机	3	21	63	上海锦岸
7	冷却线推包装置整改	7	11	77	成都经纬
8	落料罐	16	3.6	57.6	邯郸双贝
9	电磁炒制系统	10	37	370	
10	不锈钢粉碎机	4	23	92	
11	翻包系统	7	12	84	成都经纬
12	其它小型设备	若干	-	200	非标定制
-	**合计**	-	-	**3,371.60**	-

5、项目实施计划

本项目计划建设期为 24 个月。建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用。截至本招股说明书签署日止，本项目已完成前期的考察论证、可行

性研究报告编制及备案、环评等工作。项目计划实施进度安排如下：

序号	项目	时间（季度）							
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	改造装饰工程	▲	▲	▲	▲				
2	设备采购和制造				▲	▲	▲		
3	设备安装调试				▲	▲	▲	▲	
4	试运行					▲		▲	▲
5	竣工验收								▲

6、项目环保情况

本项目主要为公司现有产品产能的扩充，生产工艺与污染排放与现有产品相同，主要为生产废水、锅炉废气、炒制油烟、生活垃圾及炉渣等废弃物。2018年3月30日，成都市双流区环境保护局已出具《关于四川天味食品集团股份有限公司双流生产基地改扩建建设项目环境影响报告表的审查批复》双环建[2018]73号。批复内容为：项目严格按照《建设项目环境影响评价表》中所列建设项目的性质、规模、地点、生产工艺和拟采取的环境保护措施建设和运行，对环境的不利影响能够得到缓解和控制。因此，原则同意环境影响报告表结论。

7、项目经济指标

项目主要经济指标如下：

经济效益指标	单位	预期值
达产年营业收入	万元/年	7,980.00
达产年净利润	万元/年	1,205.41
投资回收期（税后，含建设期）	年	6.54
内部收益率（税后）	-	16.71%

本项目具有明确的市场前景，项目投资收益较好，切实可行，能够给公司带来良好回报。

（三）营销服务体系和信息化综合配套建设项目

1、项目概况

项目拟对公司营销服务体系和信息化系统进行全面升级。项目建设期3年，

总投资 12,845.90 万元，其中：营销服务体系升级投资 8,748.90 万元，信息化系统升级建设投资 4,097.00 万元。项目具体建设内容包括：

（1）营销服务体系升级

通过全面升级网点职能、增加连锁 KA 卖场和 BC 连锁超市渠道终端，提高营销服务网络覆盖的广度和深度。同时，通过新设餐调体验中心，并加大在户外、综艺、电商平台的投入，强化品牌建设和宣传，提高产品在终端消费者中的品牌知名度和影响力，搭建 B2C 和 B2B 联动互促的立体营销服务架构。

（2）信息化建设

着力公司整体信息化水平的提升，升级机房中心的同时，全面导入预算系统、商务智能系统、研发系统、全渠道产品追溯系统、生产执行系统、仓库管理系统、营销费用控制系统、运输管理系统等，全方位提升公司战略和业务层面的信息化水平。

2、项目建设的必要性

（1）深耕现有营销渠道，巩固自身营销优势

报告期内公司主要通过经销商模式进行产品销售。公司成功开拓了一批信誉良好、销售能力突出且可持续合作的优质经销商客户。2018 年 1-6 月公司合作的经销商 751 家，覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市，销售网络覆盖约 30.8 万个零售终端、5.86 万个商超卖场和 4.1 万家餐饮连锁单店，基本构建起覆盖全国的营销网络。尽管如此，公司目前仍然存在大区中心和省区办事处设置过于简单、对大型的国际、国内连锁 KA 卖场、连锁 BC 超市进店数量少、进店品类不足等问题。因此，对现有营销办事处进行升级改造，同时加强 KA 和 BC 渠道的拓展有利于公司巩固现有优势，进一步加强营销网络的覆盖程度。

此外，通过在国内一线城市核心区域建设餐调体验中心，配合意向大型连锁餐饮企业客户的现场接洽、试制、品尝和反馈，可帮助公司快速实现定制餐调在北京、上海等一线城市的本地化开发，为公司定制餐调业务的进一步发展提供支持。

（2）面向目标消费群推广，全面提升品牌整体实力

随着行业的深度发展，年轻一代消费者的购物习惯正在发生转变，竞争对手营销服务方式的创新也正悄然改变行业格局，行业内以经销商渠道为主的销售模式必然需要转型、升级、创新，以高度适应行业发展的下一步趋势。公司当前主要借助经销商模式进行市场开发和维护，与消费品类知名企业相比，公司在直接面向消费者方面的广告宣传、品牌推广投入明显偏低。随着 80 后、90 后新兴消费群体的形成和消费习惯的转变，直接面向消费者的品牌推广是对目前通过经销商推广模式的提升。加大对综艺、新媒体、电商渠道的投入，可直接提升公司产品在终端消费者中的知名度和品牌影响力。紧抓经销商拓展和消费者引导培育两条主线，建立从线上到线下、销售和服务并举、标准品和定制服务结合的多层次立体化互促架构，是公司自身发展壮大和应对外部竞争的重要举措。

（3）全方位提升公司信息化水平，增强企业综合实力

近年来国家大力提倡工业化和信息化两化融合，并提出了中国制造 2025、工业 4.0 等顶层设计规划和战略，信息化建设对传统制造业生产和管理效率的提升已成为各界共识，从战略和业务层面提升公司信息化水平有利于全方位增强公司综合实力。

战略层面，通过引入全面预算系统，进一步加强公司对各业务单元的管控和协调，提高公司的精细化管理能力；同时导入商务智能系统，通过对公司内、外部数据的整合、挖掘，建立内部管理大数据、终端消费者特征库等，以追求高效执行、快速反应的组织效率。

业务层面，通过引入研发系统、产品追溯系统、生产执行系统、仓库管理系统等，显著提高从研发、采购、生产、仓储到销售等各环节数据的准确度和及时性，解决数据落地问题，降低生产成本、提升运营效率；同步导入营销费用控制系统、运输管理系统等，实现产品从出厂到销售的全流程监控，并通过对各营销渠道市场信息的整合、分析，强化公司对经销商客户、终端客户的全面了解和分类管理，提高客户的满意度，增强公司与客户之间的粘性。

3、项目建设内容

（1）营销服务体系升级

营销服务体系升级主要从营销办事处升级、营销渠道终端建设以及品牌推广

三个方面开展。

1）营销办事处升级

公司拟升级现有的南方、西北、川渝、中原、东北 5 个大区中心，为每个大区中心单独设立办公场所，改变现有大区中心普遍与省区办事处经营场所混用的现状，强化各大区中心的营销服务管理职能；在现有的省区营销办事处（区域）营销层级上，增设 22 处省区办事处，通过营销网点布局的优化，实现营销资源的充分覆盖，达到对市场的进一步细分和精耕细作；同时，在北京、上海两地新建 2 处餐调体验中心，满足定制餐调业务的本地化开发诉求。具体如下：

大区	现有营销网点布局	募投项目完成后营销网点布局	升级/新增网点数
川渝大区	-	***川渝大区办公中心（成都市）***	1
	大成都办事处	大成都办事处	1
	川东区域	川东区域	
	川北区域	川北区域	
	川西办事处	川西办事处	
	川南办事处	川南办事处	
	重庆区域	***重庆办事处***	
中原大区	-	***中原大区办公中心（郑州市）***	1
	豫北区域	***豫北办事处***	5
	济南办事处	济南办事处	
	豫中办事处	豫中办事处	
	豫南办事处	***豫南办事处***	
	安徽区域	***安徽办事处***	
	晋蒙区域	***太原办事处***	
		呼和浩特办事处	
南方大区	-	***南方大区办公中心（武汉市）***	1
	上海办事处	上海办事处	9
		南京办事处	
	武汉办事处	武汉办事处	
		长沙办事处	
	广州办事处	广州办事处	
		海口办事处	
		南宁办事处	

大区	现有营销网点布局	募投项目完成后营销网点布局	升级/新增网点数
	浙闽区域	***杭州办事处***	
		福州办事处	
	云贵区域	***昆明办事处***	
		贵阳办事处	
	江西区域	***南昌办事处***	
东北大区	-	***东北大区办公中心（沈阳市）***	1
	北京办事处	北京办事处	3
	河北区域	***石家庄办事处***	
	辽宁区域	辽宁区域	
	吉林区域	***长春办事处***	
	黑龙江区域	***哈尔滨办事处***	
西北大区	-	***西北大区办公中心（西安市）***	1
	甘肃区域	***兰州办事处***	4
		银川办事处	
	新疆办事处	新疆办事处	
	陕西区域	陕西区域	
	青藏区域	***西宁办事处***	
		拉萨办事处	
小计			**27**
餐调体验中心		***北京餐调体验中心***	2
		上海餐调体验中心	
合计			**29**

注：表格中斜体加粗部分即为本次募投项目计划升级/新增的办公中心、办事处或餐调体验中心。

营销服务体系升级完成后，各营销服务网点将形成以下功能定位：

序号	网点定位	职能定位
1	总部营销中心	负责整个营销服务体系的制度建设、总控管理和高效协调运作；汇总各网点客户订单、协助生产部门制定生产计划；负责经销商客户、定制餐调客户的接待和考察工作，进行全局性的营销服务支持工作；指定集团层面的品牌建设、推广以及产品宣传计划等。
2	大区营销中心	主要负责各归口省区办事处的日常考核、沟通协调等管理工作；制定并监督营销计划执行情况；保持与科研院校、主管部门等外部机构的联系，紧密跟踪区域复合调味品产业动向，收集调研产业信息。
3	省区营销办事处	负责所辖区域内经销商客户的开拓、维护、培训和管理；收集和调研市场信息、经销商信息，制定适宜的经销商考核指标和区域

序号	网点定位	职能定位
		销售计划；配合经销商进行终端渠道建设、产品宣传以及品牌推广等日常营销事务。
4	餐调体验中心	负责定制餐调业务的本地化开发，进行意向大客户的跟踪和管理，负责客户商务洽谈、需求挖掘、产品试制、品尝及反馈等日常事务，同时兼具定制餐调产品展示和品牌推广等功能。

2）营销渠道终端建设

加强营销渠道终端建设投入，按照公司拟定的战略级大单品大型国际/国内 KA 卖场 95%以上、BC 连锁超市 80%以上的覆盖目标，通过增加大型国际、国内 KA 连锁卖场和 BC 连锁超市的进店数量，实现公司未来新增产品系列的有效铺货和销售。具体规划如下：

序号	营销大区中心	市场区域	大型国际 KA 连锁商场	大型国内 KA 连锁商场	BC 连锁超市
1	川渝大区	重庆市、四川省	90	40	500
2	中原大区	河南省、山东省、山西省、内蒙古自治区、安徽省	130	90	900
3	南方大区	上海市、江苏省、浙江省、福建省、江西省、贵州省、云南省、湖北省、湖南省、广东省、海南省、广西壮族自治区	320	130	1,300
4	东北大区	北京市、天津市、河北省、辽宁省、吉林省、黑龙江省	180	180	1,700
5	西北大区	陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区、西藏自治区	60	60	600
	合计		**780**	**500**	**5,000**

3）品牌推广

公司拟从户外推广、品牌广告宣传、电商数字推广三个方向开展品牌推广，通过在多渠道、多层面的广告投放，提升公司品牌在全国范围内的知名度和影响力，将公司司营销工作从现有的“渠道推动为主”向“渠道推动和品牌拉动并重”的新格局转变。

① 户外推广

户外推广方面，公司拟选取客流量较大的高铁、机场枢纽进行屏幕广告投放。

② 品牌广告宣传

品牌广告宣传方面，公司拟在未来加大在主流媒体的广告投放力度，除了传统的电视广告、影视剧植入等形式外，结合复合调味料行业特点和同行业的品牌宣传经验，公司还计划通过美食类综艺节目赞助、晚会节目赞助、主题活动赞助等方式加强品牌曝光度，增加品牌的知名度。

③ 电商数字推广

电商数字推广方面，为配合公司发力电商、全网布局等线上营销策略的实施，公司主要选取电商平台站内广告、移动端新闻媒体广告、网络电视剧/综艺节目广告等形式进行品牌推广，通过推广增加品牌知名度并进行电商流量导入。

（2）信息化综合配套建设

信息化综合配套建设项目拟从战略层面和业务层面对公司信息系统进行升级，搭建公司整体信息化平台系统。项目建设各软件系统的具体功能情况介绍如下：

序号	软件类型	软件名称	简介
1	战略层面	预算系统	针对企业尤其是企业集团全面预算管理而使用的一个技术平台，其工作机制可以快速高效地实现企业对全面预算管理的需求，确保公司管理的思想从计划、执行、总结以及调整的全闭环过程管理。
2		商务智能系统（BI）	一套完整的解决方案，用来将企业中现有的数据进行有效的整合，快速准确地提供报表并提出决策依据，帮助企业做出明智的业务经营决策。
3	业务层面	研发系统	在研发体系结构设计和各种管理理论基础之上，对研发过程中的需求分析与甄别、一体化的研发数据管理、产成品指标的区域合规性、研发过程管理等一系列活动进行综合管理的信息平台。
4		全渠道产品追溯系统	是指通过一维或者二维码的方式对产成品、半成品以及原料进行赋码管理，通过对码实现对产成品及半成品的物流进行追踪，同时可以通过追溯系统实现用户互动，从而达到产品质量端对端的管理。
5		生产执行系统（MES）	MES 可以为企业提供包括制造数据管理、计划排产管理、生产调度管理、库存管理、质量管理、工作中心/设备管理、工具工装管理、采购管理、成本管理、生产过程控制、底层数据集成分析、上层数据集成分解等管理模块，为企业打造一个扎实、可靠、全面、可行的制造协同管理平台。
6		仓库管理系统（WMS）	对批次管理、物料对应、库存盘点、质检管理、空仓管理和即时库存管理等功能综合运用的管理系统，可以有效控制并跟踪仓库业务的物流和成本管理全过程，实现

序号	软件类型	软件名称	简介
			或完善的企业仓储信息管理。
7		营销费用控制系统	对产品或服务的市场开发和销售过程中所发生的费用和投入进行控制，在保证赢得市场份额、方便客户购买和使用的前提下，降低投入，减少浪费，以达到降低营销费用，提升销售利润的目的。
8		运输管理系统（TMS）	通过多种方法和其他相关的操作一起提高物流的管理能力；包括管理装运单位，指定企业内、国内和国外的发货计划，管理运输模型、基准和费用，维护运输数据，生成提单，审计和支付货运账单，处理货损索赔和管理第三方物流。
9		OA 升级	办公自动化（简称 OA）是基于工作流的概念，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，使企业内部人员方便快捷地共享信息，高效地协同工作。

（3）项目实施计划

营销服务体系升级建设周期 3 年，根据营销服务网点建设的紧迫性，拟优先完善大区中心、省区办事处、餐调体验中心的建设，硬件配置与之同步；营销渠道终端建设分三年平均投入；品牌推广按 4:4:2 的比例进行投入。具体如下：

序号	网点定位	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	大区营销中心	全部	-	-
2	省区营销办事处	全部	-	-
3	餐调体验中心	全部	-	-
4	营销渠道终端建设	总投资的 1/3	总投资的 1/3	总投资的 1/3
5	品牌推广	总投资的 40%	总投资的 40%	总投资的 20%

信息化系统升级项目建设期三年，第一年优先引入“营销费用控制系统”、“运输管理系统（TMS）”、“生产执行系统（MES）”三大营销、生产业务层面的信息系统，后续在按照计划进行其他部分信息化建设。

4、项目投资概算

项目建设总投资 12,845.90 万元，其中：营销服务体系升级建设投资 8,748.90 万元，信息化系统升级建设投资 4,097.00 万元。具体如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资额度(万元)			合计
		第一年	第二年	第三年	

1	营销服务体系建设	5,025.57	2,361.67	1,361.67	**8,748.90**
2	信息化建设	1,222.33	1,947.33	927.33	**4,097.00**
合计		**6,247.90**	**4,309.00**	**2,289.00**	**12,845.90**

（1）营销服务体系升级

1）营销办事处升级费用

营销办事处升级主要涉及到办公室的租赁（场地租赁费用以 3 年租金进行计算）与装修以及后续的软硬件设备投入。具体如下：

① 营销办公室租赁及装修费用

序号	营销办公室租赁费用	网点数量	面积（平米）	单价（元/天/平方米）	总投资额（万元）
1	大区中心办公室（升级）	5	200	2.00	219.00
2	省区办事处办公室（新增+升级）	22	150	2.00	722.70
3	餐调体验中心（新增）	2	300	7.00	459.90
	小计	-	-	-	**1,401.60**
序号	**营销办公室装修费用**	**网点数量**	**面积（平米）**	**单价（元/平方米）**	**总投资额（万元）**
1	大区中心办公室（升级）	5	200	1500	150.00
2	省区办事处办公室（新增+升级）	22	150	1000	330.00
3	餐调体验中心（新增）	2	300	2000	120.00
-	**小计**	-	-	-	**600.00**
-	**合计**	-	-	-	**2,001.6**

② 营销办公室设备投入

序号	营销办公室设备购置	设备名称	单价（万元）	数量	投资总额（万元）
1	大区中心办公室（升级）	台式电脑	0.4	15	6.00
2		笔记本电脑	0.5	5	2.50
3		复印打印扫描一体机	1	5	5.00
4		会议系统	1.5	5	7.50
5		办公家具	3	5	15.00
6		营销车辆	20	10	200.00
-	**小计**	-	-	-	**236.00**
1	省区办事处办公室（新增+	台式电脑	0.4	44	17.60

序号	营销办公室设备购置	设备名称	单价（万元）	数量	投资总额（万元）
2	升级）	笔记本电脑	0.5	22	11.00
3		复印打印扫描一体机	0.5	22	11.00
4		会议系统	1	22	22.00
5		办公家具	1.5	22	33.00
6		营销车辆	10	22	220.00
-	**小计**	-	-	-	**314.60**
1	餐调体验中心（新增）	应用推广设备一套	50	2	100.00
2		会议系统	2.85	2	5.70
3		办公家具	3	2	6.00
-	**小计**	-	-	-	**111.70**
-	**合计**	-	-	-	**662.30**

2）营销渠道终端建设费用

营销渠道终端建设投资 1,085.00 万元，主要包括大型国际、国内 KA 连锁商场、BC 连锁超市的渠道租赁费，具体如下：

序号	营销渠道终端建设费用	累计进场单店数	单店平均单品数	渠道租赁费用（元/单品）	投资总额（万元）
1	大型国际 KA 连锁商场	780	5	1,500	**585.00**
2	大型国内 KA 连锁商场	500	5	1,000	**250.00**
3	BC 连锁超市	5,000	5	100	**250.00**
-	**合计**	-	-	-	**1,085.00**

3）品牌推广费用

品牌推广建设费用 5,000.00 万元，重点投向户外、综艺和电商数字平台三个方向，具体如下：

序号	品牌推广	单价	数量	投资总额（万元）
1	户外推广	-		500.00
2	品牌广告宣传	-		2,500.00
3	电商数字推广	1 元/次	20,000,000 个 CPC	2,000.00
-	**合计**	-		**5,000.00**

（2）信息化综合配套建设

信息化综合配套建设投资 4,097.00 万元，具体如下：

序号	设备类型	设备名称	投资总额（万元）	品牌
1	软件	预算系统	655.00	海波龙
2		商务智能系统（BI）	237.00	qlikview
3		研发系统	409.00	希乐仑
4		全渠道产品追溯系统	401.00	爱创
5		生产执行系统（MES）	920.00	湖南视拓 MES
6		仓库管理系统（WMS）	312.00	尚廷/伍强
7		营销费用控制系统	616.00	甲骨文 siebel
8		运输管理系统（TMS）	228.00	维智
9		OA 升级	104.00	泛微
10	硬件	服务器	215.00	阿里云
合计			**4,097.00**	

5、项目效益测算

项目建设重点是对公司营销服务体系和信息化系统进行全面升级。项目本身不直接产生经济效益，但本项目建成后，将大大提升公司营销网络实力、品牌知名度以及信息化水平，对于提高公司长期核心竞争力和盈利能力具有重要的促进作用。

四、募集资金运用对公司经营及财务状况的影响

（一）对公司经营的影响

本次募集资金投资项目建成后，公司装备实力、生产规模、产品结构、信息化水平、营销服务网点和渠道建设以及品牌推广方面都将得到显著完善。各项目建设符合公司未来战略布局，既抓住了复合调味品行业未来发展趋势，利于公司新型产品的产业化，也可帮助公司通过产能的提升，缓解旺季生产压力。项目实施利于公司继续保持和巩固在行业中的各项优势，增强公司的综合市场竞争力。

（二）对公司财务状况的影响

募集资金到位后，假设其他条件不发生变化，公司的净资产预计将有较大增

加，不考虑此期间公司利润的增长，公司净资产总额和摊薄计算的每股净资产预计将大幅增加，净资产的增加将增强本公司后续持续融资能力和抗风险能力。但鉴于项目资金投入的阶段性，短期内公司的净资产收益率也会有所降低。随着募投项目的陆续投产，公司营业收入与利润水平将有大幅增长，盈利能力和净资产收益率随之也会有很大提高。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策

（一）股份公司设立后的利润分配政策

最近三年公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。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%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）发行后的股利分配政策

根据发行人 2018 年 1 月 18 日召开的 2018 年度第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，发行后股利分配政策为：

1、公司的利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司应注重现金分红。

2、公司的利润分配形式和比例：可以采取现金、股票或现金和股票二者相

结合的方式分配股利，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

3、利润分配的具体条件：公司在当年度盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分红；采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；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，并按照本章程规定的程序，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，按照前项规定处理。

重大资金支出指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备等的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的百分之三十。

4、现金分红条件

公司采取现金方式分配股利，应符合下述条件：

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕,实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（4）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资

产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 30%。

上述现金分红条件中的第（1）-（3）项系公司实施现金分红条件的必备条件；经股东大会审议通过，上述现金分红条件中的第（4）项应不影响公司实施现金分红。

5、现金分红比例：原则上公司按年度将可供分配的利润进行分配，必要时公司也可以进行中期利润分配。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。每年具体的现金分红比例预案由董事会根据前述规定、结合公司经营状况及相关规定拟定，并提交股东大会表决。

6、利润分配的期间间隔：每年度进行一次分红，在有条件的情况下，公司可以进行中期分红。

7、利润分配政策的决策程序：

公司董事会拟定现金股利分配方案的，由股东大会经普通决议的方式表决通过；公司董事会拟定股票股利分配方案的，由股东大会经特别决议的方式表决通过。公司监事会应当对董事会编制的股利分配方案进行审核并提出书面审核意见。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司在上一个会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未提出现金利润分配预案的，应当在定期报告中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见。

公司若当年不进行或低于本章程规定的现金分红比例进行利润分配的，公司董事会应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见，有关利润

分配的议案需经公司董事会审议后提交股东大会批准，并在股东大会提案中详细论证说明原因及留存资金的具体用途，且公司需提供网络投票的方式，由股东大会以特别决议的方式表决通过。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，独立董事应当对此发表独立意见，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并在股东大会提案中详细论证和说明原因，且公司需提供网络投票的方式，由股东大会以特别决议的方式表决通过。

8、公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（三）未来股东分红回报规划

为了保证股东利益，明确公司首发上市后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度、可预见性和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，特制订《四川天味食品集团股份有限公司上市后前三年股东分红回报规划》，对上市后未来三年的股利分配作出了进一步安排，具体要点如下：

1、公司制订规划考虑的因素

公司发行上市后，将着眼于长远和可持续发展，以股东利益最大化为公司价值目标，持续采取积极的现金及股票股利分配政策，注重对投资者回报，切实履行上市公司社会责任，严格按照《公司法》、《证券法》以及中国证监会、上交所有关规定，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制。

2、规划的制订原则

规划将在符合国家相关法律法规及《公司章程》（草案）的前提下，充分考虑对投资者的回报；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。公司在利润分配政策的研究论证和决策过程中，应充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

3、公司未来三年的具体股东回报规划

未来三年，利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式。根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%；公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。为了回报股东，同时考虑募集资金投资项目建设及公司业务发展需要，公司在进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、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，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

5、股东回报规划的决策机制

（1）公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划提出合理的分红建议和预案，并由董事会制订年度利润分配方案和中期利润分配方案，公司独立董事应对利润分配方案发表独立意见并公开披露。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

董事会在决策和形成分红预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

（2）股东大会应根据《公司章程》（草案）的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。股东大会在对现金分红具体方案进行审议时，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（3）监事会应对董事会和管理层执行公司分红政策的情况及决策程序进行监督。

6、股东回报规划的制订周期和调整机制

（1）公司应以三年为一个周期，制订股东回报规划。公司应当在总结之前三年股东回报规划执行情况的基础上，充分考虑公司所面临的各项因素，以及股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，确定是否需对公司利润分配政策及未来三年的股东回报规划予以调整。

（2）如遇到战争、自然灾害等不可抗力，或者公司外部经营环境发生重大变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化，或现行的具体股东回报规划影响公司的可持续经营，确有必要对股东回报规划进行调整的，公司可以根据本规划所确定的基本原则，重新制订股东回报规划。

二、报告期内的实际股利分配情况

2015 年 3 月 19 日，天味食品召开 2014 年度股东大会，决议通过公司以 2014 年 12 月 31 日总股本 36,675 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 0.73 元（含税），合计共派发现金红利 2,677.275 万元。上述股利分配已实施完毕。

2016 年 4 月 16 日，天味食品召开 2015 年度股东大会，决议通过公司以 2015 年 12 月 31 日总股本 36,675 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 0.83 元（含税），合计共派发现金红利 3,044.025 万元。上述股利分配已实施完毕。

2017 年 3 月 26 日，天味食品召开 2016 年度股东大会，决议通过公司以 2016 年 12 月 31 日总股本 36,675 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 1.50 元（含税），合计共派发现金红利 5,501.25 万元。上述股利分配已实施完毕。

2017 年 11 月 18 日，天味食品召开 2017 年第五次临时股东大会，决议通过公司以 2017 年 9 月 30 日总股本 37,183.5 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税），合计共派发现金红利 18,591.75 万元。上述股利分配已实施完毕。

2018 年 5 月 22 日，天味食品召开 2017 年年度股东大会，决议通过公司以 2017 年 12 月 31 日总股本 37,183.5 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 1.6 元（含税），合计共派发现金红利 5,949.36 万元。上述股利分配已实施完毕。

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

根据发行人 2018 年 1 月 18 日召开的 2018 年度第一次临时股东大会决议，公司首次公开发行人民币普通股（A 股）前的滚存未分配利润，由本次股票发行后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露相关事项

（一）信息披露制度

本次首次公开发行股票完成并在上海证券交易所上市后，发行人将按照《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》及其他相关法律、法规和政策性文件的规定，严格遵守发行人制定的《信息披露管理办法》，认真履行信息披露义务，真实、准确、完整、及时地披露公司在生产经营、对外投资、财务决策等方面的重要事项。

（二）信息披露部门及负责人

发行人设立董事会办公室，专门负责公司信息披露事务。董事会办公室的负责人为发行人的董事会秘书。

信息披露负责人：何昌军

电话：028-82808166

传真：028-82808111

电子邮箱：dsh@teway.cn

地址：成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号

办公地址：成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号

邮编：610200

二、重大商务合同

发行人的重大商务合同是指截至本招股说明书签署日正在执行的金额超过 500 万元的商务合同或者虽未达到前述标准但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的商务合同。

（一）销售合同

序号	客户名称	合同类别	合同内容	合同有效期
1	洛阳李想餐饮管理有限公司	定制产品销售协议	协议对销售方式、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成基本任务量 1,700 吨，目标任务量 2,300 吨	2018-1-1 至 2018-12-31
2	哈尔滨市道外区宇顺调味品销售部	定制产品销售协议	协议对销售方式、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成基本任务量 1,000 吨，目标任务量 1,500 吨	2017-12-22 至 2018-12-31
3	南京豪贵调味食品有限公司	销售合同	授权对方享有江苏省南京市南京区流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 129,300 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
4	天津市永君商贸有限公司	销售合同	授权对方享有天津市流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 84,000 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
5	长春市永鹏经贸有限公司	销售合同	授权对方享有吉林省长春市商超、流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 70,000 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
6	兰州市七里河鑫顺调味品批发部	销售合同	授权对方享有甘肃省兰州市流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 61,215 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
7	哈尔滨市南岗区好人家食品经销部	销售合同	授权对方享有黑龙江省哈尔滨市流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 57,000 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
8	上海旭弘供应链股份有限公司	销售合同	授权对方享有上海现代渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 56,000 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
9	鑫鑫直销配送中心	销售合同	授权对方享有西藏省流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 53,295 箱	2018-1-1 至 2018-12-31
10	佛山市亿康贸易有限公司	销售合同	授权对方享有广东省佛山市除容桂、大良区流通渠道的经销许可权，协议对销售区域、价格、付款、销售目标等进行了全面约定，需方在协议期内需完成目标任务量 49,000 箱	2018-1-1 至 2018-12-31

注：上述销售合同为公司正在执行的，预计 2018 年度销售金额排名前十的合同。

（二）采购合同

序号	供应商	合同类别	签署日期	合同有效期
1	四川味觉食品有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
2	成都味觉贸易有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
3	成都施味农副产品有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
4	广汉市迈德乐食品有限公司	采购合同	2018-4-16	2018-4-1 至 2019-3-31
5	四川省鑫恒星食品有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
6	成都市绿生源食品有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
7	成都市绿荣农产品有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
8	成都山海油脂有限公司	采购合同	2018-4-16	2018-4-1 至 2019-3-31
9	四川皇承记食品有限公司	采购合同	2018-4-10	2018-4-1 至 2019-3-31
10	四川裕峰食品有限公司	采购合同	2018-4-9	2018-4-1 至 2019-3-31

注：上述采购合同为公司正在执行的，预计 2018 年度采购金额排名前十的合同。

1、2018 年 4 月 10 日，发行人与四川味觉食品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180047）。协议约定发行人向其采购特选白胡椒、花椒包和辣椒包等原料，产品价格的执行方式为合同价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

2、2018 年 4 月 10 日，发行人与成都味觉贸易有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180029）。协议约定发行人向其采购红花椒、特选青花椒等原料，产品价格的执行方式为合同价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

3、2018 年 4 月 10 日，发行人与成都施味农副产品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180048）。协议约定发行人向其采购三樱 8 号辣椒、无把天宇辣椒等原料，产品价格的执行方式为合同价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

4、2018 年 4 月 16 日，发行人与广汉市迈德乐食品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180040）。协议约定发行人向其采购液态牛油与固态牛油原料等牛油，产品价格为招标定价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

5、2018 年 4 月 10 日，发行人与四川省鑫恒星食品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180059）。协议约定发行人向其采购细豆瓣、泡榨菜、

泡姜等原料，产品价格的执行方式为一单一价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

6、2018 年 4 月 10 日，发行人与成都市绿生源食品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180016）。协议约定发行人向其采购特选小米辣椒胚、泡椒、泡姜等原料，产品价格的执行方式为一单一价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

7、2018 年 4 月 10 日，发行人与成都市绿荣农产品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180014）。协议约定发行人向其采购姜、蒜、番茄等原料，产品价格的执行方式分为一单一价、合同价两种，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

8、2018 年 4 月 16 日，发行人与成都山海油脂有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180038）。协议约定发行人向其采购一级菜籽油-浸出、一级大豆油-浸出，产品价格的执行方式为一单一价，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

9、2018 年 4 月 10 日，发行人与四川皇承记食品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180012）。协议约定发行人向其采购姜、蒜、泡姜，产品价格的执行方式分为一单一价、合同价两种，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

10、2018 年 4 月 9 日，发行人与四川裕峰食品有限公司签订《采购合同》（编号：TW-合-C1-20180025）。协议约定发行人向其采购一级食用玉米淀粉、番茄酱等原料，产品价格的执行方式分为一单一价、合同价两种，由双方于报价、议价中商定或另行签订协议约定；本协议有效期为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日。

（三）其他重要合同

2018 年 4 月 18 日，发行人与东兴证券股份有限公司签订了《保荐协议》和《承销协议》，由东兴证券股份有限公司作为发行人首次公开发行并在上市的保荐人，协议就发行人首次公开发行股票并上市的保荐事宜做出了约定。

三、发行人对外担保有关情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保事项。

四、对发行人可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司未涉及或面临对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，发行人及其下属公司存在如下尚未了结的诉讼或仲裁案件：

（一）发行人与上海管易云计算软件有限公司合同纠纷

发行人与上海管易云计算软件有限公司于 2016 年 2 月 26 日签订《软件销售合同》，约定上海管易向发行人提供 EC-OMS、EC-WMS 标准版软件一套及相关实施服务。合同履行过程中，发行人依约向上海管易支付预付款 140,000.00 元，并向京东、天猫预付服务费共计 4,000 元；后上海管易未能按约定完成相关服务。发行人分别于 2016 年 4 月 22 日、4 月 25 日先后两次向上海管易邮寄了《关于解除<软件销售合同>的函》，现该《软件销售合同》已实际终止履行。

2016 年 7 月，发行人就与上海管易之间《软件销售合同》纠纷向成都市中级人民法院起诉，认为上海管易逾期提供相关软件及相关服务导致合同目的不能如期实现，要求确认与上海管易签订的《软件销售合同》已合法解除，要求上海管易退还发行人预付款 14 万元、软件服务费 0.4 万元及支付违约金 6.8 万元、律师服务费 1.896 万元。上海管易于本诉开庭前向成都市中级人民法院提起反诉，认为上述合同纠纷系由于发行人未履行全力配合义务导致其工作开展困难所致，要求发行人支付合同款 5.6 万元、违约金 6.44 万元、律师费 1.6 万元。2016 年 11 月 18 日，该案与反诉合并由成都市中级人民法院开庭审理。该案尚在审理过程中。

（二）发行人与安顺开发区金安食品开发有限责任公司之间的买卖合同纠纷

因安顺开发区金安食品开发有限责任公司无法按照双方合同约定交付部分货物，2014 年 10 月 20 日，发行人向双流县人民法院提起民事诉讼，要求安顺

开发区金安食品开发有限责任公司退还发行人预付货款 1,109,998.04 元并支付违约金 286,934.50 元。

2015 年 5 月 6 日，双流县人民法院出具（2015）双流民初字第 378 号《民事判决书》，判决如下：（1）安顺开发区金安食品开发有限责任公司于判决生效后 10 日内返还发行人预付货款 1,109,998.04 元并向发行人支付违约金；（2）案件受理费 17,372 元，由安顺开发区金安食品开发有限责任公司负担。目前，该案件已由双流区人民法院裁定中止执行。

五、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均无作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、发行人全体董事、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、及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

邓文	唐璐	于志勇
唐鸣	刘加玉	黄琨
黄兴旺	冯渊	车振明

全体监事签名：

马麟	韩军	张志强

其他不担任董事的高级管理人员签名：

何昌军	吴学军

四川天味食品集团股份有限公司

2018年10月8日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：_____
胡孔威

保荐代表人：_____ _____
丁淑洪 曾 冠

法定代表人：_____
魏庆华

东兴证券股份有限公司

2018 年 10 月 8 日

三、保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读四川天味食品集团股份有限公司首次公开发行股票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、准确性和完整性承担相应法律责任。

董事长、总经理：

魏庆华

东兴证券股份有限公司

2018年12月8日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

陈益文　　韩晶晶

律师事务所负责人：

张学兵

北京市中伦律师事务所

2018 年 10 月 8 日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读四川天味食品集团股份有限公司招股说明书及其摘要，确认四川天味食品集团股份有限公司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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

何 勇　　谢 芳

会计师事务所负责人：

叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2018年1月8日

评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读四川天味食品集团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资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

资产评估师 赵俊斌 14030104

赵俊斌

资产评估师 孙彦君 13050073

孙彦君

评估机构负责人：

李晓红

北京中天华资产评估有限责任公司

2018年10月8日

评估复核机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读四川天味食品集团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资产评估复核报告中天华资评报字（2010）第 1274 号无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

资产评估师 赵俊斌 14030104

资产评估师 孙彦君 13050073

赵俊斌　　孙彦君

评估机构负责人：

李晓红

北京中天华资产评估有限责任公司

2018 年 10 月 8 日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读四川天味食品集团股份有限公司招股说明书及其摘要，确认四川天味食品集团股份有限公司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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

何 勇 蒋洪庆

谢 芳

验资机构负责人：

叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2018年 10月 8 日

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

关于蒋洪庆离职的说明

蒋洪庆于 2009 年 7 月至 2011 年 11 月期间在我所工作。报告期内，先后于 2010 年 3 月 9 日、2010 年 6 月 10 日和 2010 年 11 月 17 日出具了 XYZH/2009CDA4040 号、XYZH/2009CDA4052-1 号和 XYZH/2010CDA4031 号《验资报告》。2011 年 12 月 9 日，蒋洪庆由于个人原因从我所离职。

特此说明。

会计师事务所负责人：

叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2011 年 12 月 8 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）发行保荐工作报告；

（三）财务报表及审计报告；

（四）内部控制鉴证报告；

（五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（六）法律意见书及律师工作报告；

（七）公司章程（草案）；

（八）中国证监会核准本次发行的文件。

二、查阅地点

投资者可于本次发行承销期间，到本公司和保荐人（主承销商）的办公地点查阅。

（一）四川天味食品集团股份有限公司

地址：成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号

办公地址：成都市双流区西航港街道腾飞一路 333 号

联系电话：028-82808166

传真：028-82808111

联系人：何昌军、李燕桥、吴兰

（二）东兴证券股份有限公司

地址：北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层

联系电话：010-6655 5253

传真：010-6655 5103

联系人：丁淑洪、曾冠、胡孔威

除以上查阅地点外，投资者可以登录上海证券交易所指定网站查阅。

三、查阅时间

工作日上午 9:00-12:00，下午 2:00-5:00。