

关于宁夏晓鸣农牧股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件  
第二轮审核问询函的回复

索引

页码

第二轮审核问询函的回复

1-44

除非本文另有所指，下列简称具有如下含义：

普通术语		
晓鸣农牧、发行人、公司、本公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司
兰考研究院	指	兰考晓鸣家禽研究院
兰考晓鸣	指	兰考晓鸣禽业有限公司
阿拉善盟分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司阿拉善盟分公司
长春分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司长春分公司
昌吉分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司昌吉分公司
兰考分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司兰考分公司
青铜峡分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司青铜峡分公司
三原分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司三原分公司
银川分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司银川分公司
五家渠分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司五家渠分公司
永宁分公司	指	宁夏晓鸣农牧股份有限公司永宁分公司



信永中和会计师事务所

ShineWing  
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街  
8号富华大厦A座9层  
邮编：100027  
9/F, Block A, Fu Hua Mansion,  
No.8, Chaoyangmen Beidajie,  
Dongcheng District, Beijing,  
100027, P.R.China

联系电话: +86(010)65542288  
telephone +86(010)65542288  
:  
传真: +86(010)65547190  
facsimile: +86(010)65547190

关于宁夏晓鸣农牧股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件  
第二轮审核问询函的回复

深圳证券交易所:

根据贵所 2020 年 9 月 22 日出具的《关于宁夏晓鸣农牧股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“第二轮问询函”）的要求，我们认真核查，已逐条落实。现将第二轮问询函的落实情况逐条说明如下：

问题六

关于营业收入。报告期发行人商品代育成鸡经销收入分别为 16.69 万元、918.07 万元、125.97 万元、306.29 万元。

请发行人：

(1) 补充说明商品代育成鸡经销收入 2018 年显著增加的原因；

(2) 补充披露新收入准则下，控制权转移的具体时点，发行人承担运输费用是否构成单项履约义务，会计处理是否符合《企业会计准则》规定；

(3) 请按照《发行监管问答——关于申请首发企业执行新收入准则相关事项的问答》内容，补充披露适用新收入准则的相关信息。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、补充说明商品代育成鸡经销收入 2018 年显著增加的原因

报告期内，公司商品代育成鸡按直销、经销分类情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直销	1,239.55	1,971.71	1,639.07	1,530.46
经销	306.29	125.97	918.07	16.69

2018 年度，商品代育成鸡经销收入大幅增加，主要原因系公司于 2018 年曾尝试通过经销商推广商品代育成鸡为未来扩大产能培育市场，其后由于商品代育成鸡毛利率较

低，公司产能未继续扩张，公司销售人员即可完成大部分销售，因此未再向经销商大规模推广该类产品。

## **二、补充披露新收入准则下，控制权转移的具体时点，发行人承担运输费用是否构成单项履约义务，会计处理是否符合《企业会计准则》规定**

### **（一）控制权转移的具体时点**

公司销售商品代雏鸡、父母代种雏鸡、商品代育成鸡、副产品（公雏），在根据合同将产品交付给客户，经客户验收确认取得收货确认后，视同控制权转移至客户。

公司销售副产品（除公雏外），由客户在公司生产经营场所对副产品进行数量或重量验收，并取得收货确认后，视同控制权转移至客户。

### **（二）公司承担运输费用不构成单项履约义务**

公司商品代雏鸡、父母代种雏鸡、商品代育成鸡、副产品（公雏）的运输是在控制权转移给客户之前发生的，是公司为履行合同发生的必要活动，因此不构成单项履约义务。

## **三、请按照《发行监管问答—关于申请首发企业执行新收入准则相关事项的问答》内容，补充披露适用新收入准则的相关信息。**

### **（一）收入确认原则**

本公司的营业收入主要包括销售商品收入和提供劳务收入。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，具体内容如下：

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始时，按照单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。本公司确认的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。预期将退还给客户的款项作为负债不计入交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，本公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

满足下列条件之一时，本公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

- 1、客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

2、客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

3、在本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

- 1、本公司就该商品或服务享有现时收款权利。
- 2、本公司已将该商品的法定所有权转移给客户。
- 3、本公司已将该商品的实物转移给客户。
- 4、本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户。
- 5、客户已接受该商品或服务。

本公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利作为合同资产列示，合同资产以预期信用损失为基础计提减值。本公司拥有的无条件向客户收取对价的权利作为应收款项列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债列示。

本公司 2020 年 1 月 1 日以前执行原收入准则，具体内容如下：

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、本公司在劳务总收入和总成本能够可靠地计量、与劳务相关的经济利益很可能流入本公司、劳务的完成进度能够可靠地确定时，确认劳务收入的实现。在资产负债表日，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，按完工百分比法确认相关的劳务收入，完工百分比按已经发生的成本占估计总成本的比例确定；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的能够得到补偿的劳务成本金额确认提供劳务收入，并结转已经发生的劳务成本；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计全部不能得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、与交易相关的经济利益很可能流入公司、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。

## （二）收入确认具体政策

### 1、销售商品合同

公司主要包括商品代雏鸡、商品代育成鸡、父母代种雏鸡及副产品的销售业务，本公司与客户之间的销售商品合同通常仅包含转让商品的履约义务。本公司通常在综合考虑了下列因素的基础上，以客户接受商品控制权时点确认收入。公司考虑的因素包括：取得商品的现时收款权利、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、客户接受该商品。

公司商品代雏鸡、商品代育成鸡、父母代种雏鸡、副产品（公雏）采用直销模式和经销模式，副产品（除公雏外）采用直销模式。

（1）直销模式

①商品代雏鸡、商品代育成鸡、父母代种雏鸡、副产品（公雏）

公司将产品交由承运司机运输至约定的地点，通常为客户养殖场所，由客户或客户委托人对产品进行数量验收，验收通过后由客户或客户委托人填写收货确认单，由承运司机提交给公司，作为收入确认依据。

②副产品（除公雏外）

由客户或客户委托人在公司生产经营场所对副产品进行数量或重量验收，验收环节主要为数量或重量验收，并填写收货确认单作为收入确认依据，公司不承担运输责任。

（2）经销模式

公司将产品交由承运司机运输至约定的地点，通常为经销商最终客户养殖场所，由经销商或经销商委托人对产品进行数量验收，验收通过后由经销商或经销商委托人填写收货确认单，由承运司机提交给公司，作为收入确认依据。

（3）结算政策

公司制定了三种结算政策，分别为预收全款、预收定金发货前付清余款、供货后有账期。公司依据客户的合作情况、客户在市场影响力、区域市场的特点等各方面情况对客户执行不同的信用政策。

公司收入确认不以结算政策为依据。

（4）收入确认政策与同行业上市公司比较

报告期内，同行业上市公司类似业务收入确认政策与公司对比情况如下：

证券简称	收入确认具体方法
民和股份	收到货款、开具发票并发货后确认
益生股份	客户签字确认
立华股份	客户验收并签字确认
仙坛股份	客户签字确认
圣农发展	客户签字确认
湘佳股份	客户签字确认（活禽产品）
晓鸣农牧	客户验收并签字确认

公司的收入确认政策与同行业上市公司相比没有明显差异，公司收入确认政策合理。

## 2、提供服务合同

本公司与客户之间的提供服务合同通常包含技术服务等履约义务，由于本公司履约的同时客户即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收入款项，本公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。对于履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

## 3、新收入准则对公司收入确认政策的影响

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，公司收入确认的具体政策未发生变化，新收入准则未对公司的业务模式、合同条款等方面产生影响，对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标未产生影响。

## 四、核查过程和核查意见

### （一）核查过程

1、向发行人了解商品代育成鸡经销收入 2018 年显著增加的原因；

2、向发行人了解新收入准则下，控制权转移的具体时点，结合《企业会计准则》判断控制权转移时点的合理性以及发行人承担运输费用是否构成单项履约义务；

3、对比新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异以及实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响。

### （二）核查意见

经核查，我们认为：

1、2018 年度，商品代育成鸡经销收入大幅增加，主要原因系公司于 2018 年曾尝试通过经销商推广商品代育成鸡为未来扩大产能培育市场，其后由于商品代育成鸡毛利率较低，公司产能未继续扩张，公司销售人员即可完成大部分销售，因此未再向经销商大规模推广该类产品；

2、公司销售商品代雏鸡、父母代种雏鸡、商品代育成鸡、副产品（公雏），在根据合同将产品交付给客户，经客户验收确认取得收货确认单后，视同控制权转移至客户；公司销售副产品（除公雏外），由客户在公司生产经营场所对副产品进行数量或重量验收，并取得收货确认单后，视同控制权转移至客户。公司商品代雏鸡、父母代种雏鸡、商品代育成鸡、副产品（公雏）的运输是在控制权转移给客户之前发生的，是公司为履行合同发生的必要活动，因此不构成单项履约义务；

3、公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，公司收入确认的具体政策未发生变化，新收入准则未对公司的业务模式、合同条款等方面产生影响，对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标未产生影响。

## 问题七

关于销售客户。申报材料显示，同一年度发行人向不同客户销售的同种产品毛利率存在较大差异，如 2020 年 1-6 月前五大经销客户商品代雏鸡毛利率区间为 16.21% 至 45.32%；2020 年 1-6 月前五大直销客户商品代雏鸡毛利率区间为 10.75% 至 55.07%，其他年度亦存在毛利率差异较大情况，发行人称原因系“主要是由于公司产品销售价格随市场行情变化波动较为频繁，而单位成本较为稳定，公司向不同客户的销售时点不同导致毛利率存在差异。”

报告期发行人客户数量分别为 1,845 家、1,924 家、2,036 家、1,592 家，2020 年 1-6 月客户数量下降较快。经销收入占发行人收入比例在 40% 以上，公司通过经销商销售的产品主要为商品代雏鸡，公司未设置经销商层级，采用买断式经销模式，由于公司主要产品为生物资产，保质期较短，无法储存，公司商品代雏鸡直接运送至最终客户处，因此经销商几乎没有存货。

请发行人：

(1) 补充披露销售价格随市场行情变化波动幅度对毛利率的影响情况，报告期各月毛利率是否存在较大变动；

(2) 补充披露报告期向主要客户销售具体发生的时点，同一时点同一产品的客户毛利率是否与发行人当月整体毛利率水平一致，差异原因及合理性；

(3) 补充披露 2020 年 1-6 月客户数量下降较快的原因，和 2019 年同期相比是否存在较大差异，原因及合理性；

(4) 补充披露报告期直销客户和经销客户平均销售收入金额，直销客户金额是否大于经销客户，原因及合理性；

(5) 补充披露发行人直接将产品运送至经销商下游客户的原因，是否系行业惯例；经销商下游客户是否可绕过经销商向发行人直接采购，报告期是否存在经销商客户变为发行人直销客户的情形；经销商在销售过程中所扮演的角色，发行人如何维护经销商体系的稳定；经销商是否系代理人角色，发行人将经销商作为客户确认收入，而非经销商终端，是否符合《企业会计准则》相关规定；

(6) 结合前五大客户中主要销售副产品的客户，请补充披露各年度该客户销售规模占副产品销售收入的比例情况，是否存在较大波动或异常情形，原因及合理性；

(7) 请以表格形式补充说明中介机构走访和函证程序的核查数量、金额、覆盖比例，对发行人收入真实性的核查是否充分、有效。

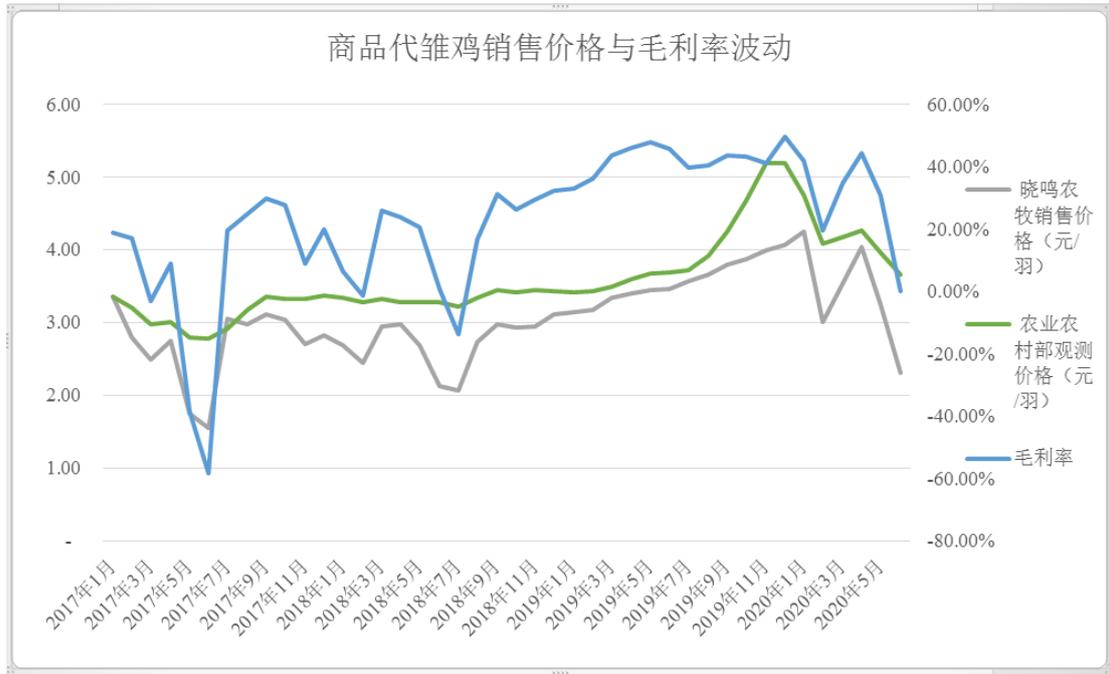
请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

### 【发行人回复】

一、补充披露销售价格随市场行情变化波动幅度对毛利率的影响情况，报告期各月毛利率是否存在较大变动

公司产品具有较为明显的农产品属性，销售价格对市场行情的变化较为敏感，毛利率波动明显。

报告期各月内，公司商品代雏鸡销售毛利率随市场行情变化情况如下：



公司商品代雏鸡销售毛利率的变动趋势与销售价格变动趋势基本一致，随市场行情变化波动。

## 二、补充披露报告期向主要客户销售具体发生的时点，同一时点同一产品的客户毛利率是否与发行人当月整体毛利率水平一致，差异原因及合理性

报告期各期内，公司向前五大经销客户销售的具体时点及销售毛利率与公司当月整体毛利率水平比较情况如下：

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率
2020年 1-6月	1	潍坊市坊子区瑞祥 养殖专业合作社	副产品(商品 代公雏)	322.38	1月	18.09%	18.00%
					2月	16.04%	18.00%
					3月	14.45%	18.00%
					4月	15.10%	18.00%
					5月	15.72%	18.00%
					6月	15.47%	18.00%
	2	王恒林	商品代雏鸡	276.36	1月	39.87%	41.93%
					2月	-0.49%	19.49%
					3月	31.89%	34.78%
					4月	43.02%	44.52%
					5月	10.71%	30.94%

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率
	3	刘彭	商品代雏鸡	275.28	6月	-11.68%	0.33%
					1月	41.06%	41.93%
					2月	-19.40%	19.49%
					3月	32.51%	34.78%
					4月	46.45%	44.52%
					5月	20.78%	30.94%
					6月	-17.27%	0.33%
	4	郭尚骏	商品代雏鸡	269.94	1月	40.58%	41.93%
					2月	42.28%	19.49%
					3月	44.74%	34.78%
					4月	45.06%	44.52%
					5月	43.07%	30.94%
					6月	4.64%	0.33%
	5	张福峰	商品代雏鸡	244.29	1月	36.85%	41.93%
					2月	1.05%	19.49%
					3月	31.05%	34.78%
					4月	42.06%	44.52%
					5月	23.44%	30.94%
6月					-14.19%	0.33%	
2019年 度	1	王恒林	商品代雏鸡	668.71	1月	32.71%	33.17%
					2月	34.70%	36.13%
					3月	44.84%	43.72%
					4月	46.57%	46.05%
					5月	47.73%	47.85%
					6月	44.81%	45.42%
					7月	34.46%	39.74%
					8月	37.60%	40.68%
					9月	45.38%	43.64%
					10月	44.27%	43.53%
					11月	42.13%	41.14%
					12月	50.43%	49.86%
	2	刘彭	商品代雏鸡	479.36	1月	32.70%	33.17%
					2月	35.71%	36.13%
					3月	44.25%	43.72%
					4月	46.15%	46.05%

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率				
					5月	45.55%	47.85%				
					6月	44.69%	45.42%				
					7月	35.09%	39.74%				
					8月	40.45%	40.68%				
					9月	41.56%	43.64%				
					10月	40.35%	43.53%				
					11月	40.84%	41.14%				
					12月	47.75%	51.23%				
					3	张福峰	商品代雏鸡	353.64	1月	33.23%	33.17%
									2月	32.30%	36.13%
									3月	41.85%	43.72%
									4月	44.09%	46.05%
	5月	46.42%	47.85%								
	6月	45.13%	45.42%								
	7月	38.22%	39.74%								
	8月	37.74%	40.68%								
	9月	42.33%	43.64%								
	10月	40.67%	43.53%								
	11月	39.89%	41.14%								
	12月	48.55%	51.23%								
	4	杨服	副产品(商品代公雏)	343.00	7月	13.15%	18.00%				
					8月	10.83%	18.00%				
					9月	12.68%	18.00%				
					10月	12.22%	18.00%				
					11月	12.13%	18.00%				
					12月	13.22%	18.00%				
	5	王万琴	商品代雏鸡	19.72	8月	42.96%	40.68%				
					9月	44.01%	43.64%				
					11月	40.89%	41.14%				
			副产品(淘汰鸡)	298.60	8月	42.74%	41.85%				
					9月	40.28%	47.80%				
					12月	37.76%	24.47%				
	2018年度	1	王恒林	商品代雏鸡	330.25	1月	12.84%	6.70%			
2月						-7.09%	-1.18%				
3月						26.04%	25.99%				

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率				
					4月	26.77%	23.79%				
					5月	18.17%	20.73%				
					6月	-24.21%	0.89%				
					7月	-14.08%	-13.55%				
					8月	21.09%	16.69%				
					9月	30.85%	31.20%				
					10月	28.76%	26.52%				
					11月	33.38%	29.72%				
					12月	32.05%	32.52%				
					2	刘彭	商品代雏鸡	275.50	1月	2.09%	6.70%
									2月	-2.37%	-1.18%
									3月	25.35%	25.99%
	4月	13.97%	23.79%								
	5月	8.94%	20.73%								
	6月	-25.19%	0.89%								
	7月	-55.17%	-13.55%								
	8月	14.97%	16.69%								
	9月	27.75%	31.20%								
	10月	23.49%	26.52%								
	11月	28.87%	29.72%								
	12月	28.28%	32.52%								
	3	何姜涛	商品代雏鸡	248.81	1月	-20.89%	6.70%				
					2月	8.68%	-1.18%				
					3月	27.43%	25.99%				
					4月	22.36%	23.79%				
					5月	21.32%	20.73%				
					6月	-14.37%	0.89%				
					7月	-47.11%	-13.55%				
					8月	6.99%	16.69%				
					9月	30.02%	31.20%				
					10月	28.40%	26.52%				
					11月	26.35%	29.72%				
					12月	30.36%	32.52%				
	4	张国春	商品代雏鸡	220.06	1月	11.36%	6.70%				
					2月	-15.11%	-1.18%				

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率				
2017年 度					3月	32.21%	25.99%				
					4月	27.19%	23.79%				
					5月	24.94%	20.73%				
					6月	13.72%	0.89%				
					7月	-0.15%	-13.55%				
					8月	9.31%	16.69%				
					9月	34.23%	31.20%				
					10月	25.30%	26.52%				
					11月	27.75%	29.72%				
					12月	32.08%	32.52%				
					5	曹转荣	商品代雏鸡	216.75	1月	21.24%	6.70%
									2月	9.02%	-1.18%
	4月	22.84%	23.79%								
	5月	31.76%	20.73%								
	7月	9.18%	-13.55%								
	8月	26.96%	16.69%								
	10月	39.25%	26.52%								
	11月	37.18%	29.72%								
	1	王恒林	商品代雏鸡	233.81					1月	13.90%	19.08%
									2月	16.10%	17.05%
									3月	-31.49%	-2.82%
					4月	-28.58%	8.91%				
					5月	-89.94%	-38.24%				
6月					-40.05%	-58.36%					
7月					26.19%	19.68%					
8月					32.97%	24.88%					
9月					32.45%	29.80%					
10月					22.62%	27.72%					
11月					19.90%	8.88%					
12月					26.48%	20.09%					
2	刘彭	商品代雏鸡	179.42	1月	18.09%	19.08%					
				2月	-7.72%	17.05%					
				3月	-25.55%	-2.82%					
				4月	2.48%	8.91%					
				5月	-189.63%	-38.24%					

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率				
					6月	-8.07%	-58.36%				
					7月	16.58%	19.68%				
					8月	27.05%	24.88%				
					9月	28.17%	29.80%				
					10月	26.29%	27.72%				
					11月	-14.20%	8.88%				
					12月	7.28%	20.09%				
					3	何姜涛	商品代雏鸡	170.97	1月	11.07%	19.08%
									2月	15.43%	17.05%
									3月	-0.73%	-2.82%
									4月	4.77%	8.91%
									5月	2.31%	-38.24%
	7月	-19.39%	19.68%								
	8月	19.31%	24.88%								
	9月	28.06%	29.80%								
	10月	31.21%	27.72%								
	11月	10.93%	8.88%								
	12月	-5.77%	20.09%								
	4	唐汇龙	商品代雏鸡	165.66					1月	16.24%	19.08%
					2月	23.28%	17.05%				
					3月	11.82%	-2.82%				
					4月	9.40%	8.91%				
					5月	-23.14%	-38.24%				
					6月	-33.34%	-58.36%				
					7月	23.68%	19.68%				
					8月	27.62%	24.88%				
					9月	32.64%	29.80%				
					10月	28.28%	27.72%				
					11月	2.03%	8.88%				
					12月	33.16%	20.09%				
	5	郭清红	商品代雏鸡	164.24	1月	18.74%	19.08%				
					2月	20.63%	17.05%				
					3月	-9.63%	-2.82%				
					4月	17.05%	8.91%				
					5月	-43.12%	-38.24%				

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率
					6月	-61.74%	-58.36%
					7月	32.26%	19.68%
					8月	33.83%	24.88%
					9月	34.03%	29.80%
					10月	35.15%	27.72%
					11月	21.06%	8.88%
					12月	27.15%	20.09%

报告期各期内，公司向前五大直销客户销售的具体时点及销售毛利率与公司当月整体毛利率水平比较情况如下：

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率
2020年 1-6月	1	武威德青源农业科技有限公司、渭源德青源农业科技有限公司、宕昌德青源农业科技有限公司、古浪德青源农业科技有限公司、天祝德青源农业科技有限公司、洛宁德青源农业科技有限公司、卓资德青源农业科技有限公司、榆中德青源农业科技有限公司、林西德青源农业科技有限公司	商品代雏鸡	919.08	1月	49.44%	41.93%
					2月	47.52%	19.49%
					4月	34.43%	44.52%
					5月	36.60%	30.94%
					6月	19.42%	0.33%
					2	北京正大蛋业有限公司、新疆正大食品有限公司、内蒙古卜蜂畜牧业有限公司、兰州正大畜禽有限公司、四川	商品代雏鸡
	2月	29.26%	19.49%				
	3月	23.00%	34.78%				
	4月	40.07%	44.52%				
	5月	38.93%	30.94%				
	6月	18.66%	0.33%				

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率	
		正大蛋业有限公司、正大禽业（河南）有限公司南阳分公司、正大投资股份有限公司	副产品（商品代公雏）	0.02	5月	48.71%	18.00%	
	3	兰考凤林饲料有限公司	副产品（蛋及孵化副产品）	621.86	1月	21.83%	16.27%	
					2月	16.85%	12.57%	
					3月	-5.97%	5.96%	
					4月	24.84%	19.06%	
					5月	21.43%	15.85%	
					6月	14.62%	14.62%	
	4	日照众诚益民禽业有限公司	商品代雏鸡	223.03	1月	47.39%	41.93%	
					2月	12.64%	19.49%	
					3月	32.49%	34.78%	
					4月	42.63%	44.52%	
					5月	23.52%	30.94%	
					6月	-17.53%	0.33%	
			副产品（商品代公雏）		2.08	3月	20.76%	18.00%
						6月	16.05%	18.00%
	5	朱军	副产品（蛋及孵化副产品）	196.20	1月	-0.79%	16.27%	
					2月	4.05%	12.57%	
					3月	16.52%	5.96%	
					5月	12.30%	15.85%	
					6月	-5.69%	14.62%	
					2019年度	1	银川市金凤区凤林饲料加工厂、兰考凤林饲料有限公司	副产品（蛋及孵化副产品）
	2月	21.54%	17.93%					
	3月	22.40%	18.04%					
4月	21.65%	17.98%						
5月	22.05%	17.90%						
6月	23.07%	17.94%						
7月	21.54%	17.90%						
8月	18.87%	17.98%						
9月	18.43%	18.01%						
10月	22.68%	17.95%						
11月	21.63%	21.88%						

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率	
	2	北京正大蛋业有限公司、兰州正大畜禽有限公司、慈溪正大蛋业有限公司、新疆正大食品有限公司、四川正大蛋业有限公司、内蒙古卜蜂畜牧业有限公司	商品代雏鸡	1,465.56	12月	21.01%	17.67%	
					1月	34.63%	33.17%	
					2月	37.33%	36.13%	
					3月	41.68%	43.72%	
					4月	46.27%	46.05%	
					5月	47.23%	47.85%	
					6月	48.19%	45.42%	
					7月	36.88%	39.74%	
					8月	37.83%	40.68%	
					9月	39.49%	43.64%	
					10月	38.89%	43.53%	
					11月	31.79%	41.14%	
					12月	50.42%	51.23%	
			商品代育成鸡	490.15	3月	0.67%	-1.83%	
			副产品(父母代种蛋)	82.76	11月	43.23%	43.23%	
		3	潍坊市坊子区瑞祥养殖专业合作社	副产品(商品代公雏)	840.50	1月	15.68%	18.00%
	2月					11.90%	18.00%	
	3月					13.06%	18.00%	
	4月					12.73%	18.00%	
	5月					13.77%	18.00%	
	6月					15.44%	18.00%	
	7月					15.01%	18.00%	
	8月					15.95%	18.00%	
9月	15.64%					18.00%		
10月	17.17%					18.00%		
11月	15.89%					18.00%		
12月	16.38%					18.00%		
	4	平山县西柏坡五丰蛋鸡养殖专业合作社	商品代雏鸡	120.48	2月	36.99%	36.13%	
7月					39.60%	39.74%		
			商品代育成鸡	518.18	9月	19.15%	19.33%	
	5	临沂元先禽业有限公司	副产品(商品代公雏)	607.77	1月	28.12%	18.00%	
2月					23.16%	18.00%		

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率					
					3月	22.95%	18.00%					
					4月	23.30%	18.00%					
					5月	24.00%	18.00%					
					6月	25.27%	18.00%					
					7月	22.99%	18.00%					
					8月	22.82%	18.00%					
					9月	21.43%	18.00%					
					10月	18.49%	18.00%					
					11月	21.03%	18.00%					
					12月	20.22%	18.00%					
					2018年 度	1	周凤林	副产品(蛋及 孵化副产品)	1,369.98	1月	21.09%	18.45%
										2月	20.57%	17.97%
3月	20.55%	19.45%										
4月	21.13%	20.03%										
5月	17.94%	17.95%										
6月	20.56%	17.99%										
7月	19.68%	17.67%										
8月	14.69%	17.69%										
9月	18.86%	17.67%										
10月	18.86%	17.69%										
11月	19.21%	17.69%										
12月	19.86%	18.02%										
2	北京正大蛋业有限 公司、内蒙古卜蜂 畜牧业有限公司、 慈溪正大蛋业有限 公司、四川正大蛋 业有限公司、内蒙 古正大食品有限公 司	商品代雏鸡	1,075.17	1月		16.85%	6.70%					
				3月		30.06%	25.99%					
				4月		26.25%	23.79%					
				5月		26.13%	20.73%					
				6月		26.47%	0.89%					
				7月		24.43%	-13.55%					
				8月		19.90%	16.69%					
				9月		36.09%	31.20%					
				10月		29.69%	26.52%					
				11月		36.42%	29.72%					
				12月		34.05%	32.52%					
				3		江苏牧青农牧科技 有限公司	商品代育成 鸡	457.23	1月	7.11%	7.54%	

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率				
	4	仇付录	副产品(淘汰鸡)	395.64	1月	62.25%	-3.87%				
					2月	69.72%	63.37%				
					3月	76.60%	6.26%				
					4月	72.21%	16.58%				
					6月	62.05%	25.57%				
					7月	75.47%	25.57%				
					8月	77.51%	36.03%				
					11月	73.86%	71.31%				
					12月	80.38%	37.81%				
					5	韩恒元	副产品(蛋及孵化副产品)	384.58	1月	19.77%	18.45%
									2月	18.05%	17.97%
									3月	18.86%	19.45%
	4月	25.51%	20.03%								
	5月	16.46%	17.95%								
	6月	22.27%	17.99%								
	7月	35.42%	17.67%								
	8月	22.60%	17.69%								
	9月	-20.71%	17.67%								
	10月	4.66%	17.69%								
	11月	22.90%	17.69%								
	12月	17.10%	18.02%								
	2017年度	1	阳泉壹号食品有限公司	商品代育成鸡	693.11	8月	13.29%	16.94%			
						9月	16.82%	16.69%			
		2	周凤林	副产品(蛋及孵化副产品)	669.52	1月	18.36%	17.86%			
2月						19.50%	21.13%				
3月						19.81%	17.52%				
4月						20.58%	17.77%				
5月						20.58%	20.02%				
6月						21.61%	17.57%				
7月						23.17%	18.39%				
8月						22.75%	18.86%				
9月						22.96%	18.86%				
10月						23.26%	18.74%				
11月						22.42%	18.84%				
12月						22.30%	18.82%				

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率
	3	北京正大蛋业有限公司、慈溪正大蛋业有限公司、安徽卜蜂畜禽有限公司、开封正大畜禽有限公司、内蒙古正大食品有限公司、北京正大畜牧有限公司、河南正大畜禽有限公司南阳分公司、正大禽业(河南)有限公司、四川正大蛋业有限公司、正大(中国)投资有限公司渭南分公司	商品代雏鸡	638.21	1月	21.28%	19.08%
					2月	13.05%	17.05%
					3月	16.43%	-2.82%
					4月	-9.78%	8.91%
					6月	10.20%	-58.36%
					7月	35.00%	19.68%
					8月	29.65%	24.88%
					9月	22.26%	29.80%
					11月	21.28%	8.88%
					4	黄增亮	副产品(蛋及孵化副产品)
	3月	27.93%	17.52%				
	4月	24.41%	17.77%				
	6月	35.38%	17.57%				
	7月	22.63%	18.39%				
	8月	32.23%	18.86%				
	9月	26.71%	18.86%				
	10月	11.82%	18.74%				
	11月	20.55%	18.84%				
	12月	20.81%	18.82%				
	5	袁桂芳	副产品(蛋及孵化副产品)	318.57	1月	-9.88%	17.86%
					2月	2.85%	21.13%
					3月	23.35%	17.52%
					5月	10.26%	20.02%
					6月	18.11%	17.57%
					7月	21.88%	18.39%
					8月	26.42%	18.86%
					9月	17.52%	18.86%
					10月	19.78%	18.74%

期间	序号	客户名称	交易产品	交易金额 (万元)	交易 月份	毛利率	同类产品 当月平均 毛利率
					11月	15.83%	18.84%
					12月	20.13%	18.82%

注：月毛利率=当月平均销售价格/当月平均成本，题目中毛利率系年毛利率，年毛利率=全年平均销售价格/全年平均成本，计算口径存在差异

报告期各月内，公司向主要客户销售的毛利率变动趋势与公司同类产品整体毛利率变动趋势基本一致。其中，公司向前五大直销客户销售商品代雏鸡的毛利率较各月平均水平更为稳定，主要系由于大规模蛋鸡养殖企业的采购计划通常提前1个半月左右制订，公司向其销售价格更多参考长期价格水平，且部分客户与公司签订框架协议约定未来一段时间的采购价格以降低价格波动风险，因此其销售毛利率受短期市场波动影响较小；公司向仇付录销售淘汰鸡的毛利率显著高于平均水平，主要系由于仇付录向公司采购的全部为公鸡，公鸡体重较母鸡重，且每公斤的价格要高于母鸡，由此导致公鸡的毛利率高于母鸡；公司部分月份向前五大客户销售的毛利率与平均毛利率差异较大，一方面是由于公司产品的市场价格月内波动较为明显，公司会根据市场价格和销售情况对产品价格进行调整，客户的订货时间、发货时间均会对其价格产生影响，另一方面公司雏鸡产品无法储存，部分月份孵化率较高超出了公司的销售计划，则会低价进行销售；公司产品销售单价较低，公司向不同客户销售价格发生微小波动都可能对毛利率产生重大影响。

综上，公司同一时点同一产品的客户毛利率与公司当月整体毛利率水平基本一致，差异具备合理性。

### 三、补充披露 2020 年 1-6 月客户数量下降较快的原因，和 2019 年同期相比是否存在较大差异，原因及合理性

公司客户中存在较多中小规模养殖场（户），通常仅能饲养一个批次的蛋鸡，其采购一次雏鸡后，饲养周期在1年半左右，与公司的交易频率较低，因此会形成半年度的客户数量与全年相比下降较快的情形。

2020年1-6月客户数量与2019年同期对比情况如下：

单位：个

项目	2020年1-6月	2019年度	2019年1-6月	2018年度
客户数量	1,592	2,036	1,326	1,924

2020年1-6月及2019年1-6月，公司客户数量与上一年度相比均有较大幅度下降，符合公司实际经营情况。随着公司生产经营规模的扩大，2020年1-6月公司客户数量较2019年1-6月有一定程度的上升，具备合理性。

### 四、补充披露报告期直销客户和经销客户平均销售收入金额，直销客户金额是否大于经销客户，原因及合理性

报告期内，公司分层统计的经销客户和直销客户的平均收入情况如下：

单位：万元

客户类型	期间	100万元以上	10-100万元	10万元以下
经销商	2020年1-6月	165.46	27.85	3.91
	2019年度	200.78	29.18	4.02
	2018年度	163.21	29.26	3.99
	2017年度	143.31	28.69	3.79
直销客户	2020年1-6月	157.88	25.99	3.70
	2019年度	231.78	28.69	4.12
	2018年度	234.51	28.80	3.57
	2017年度	223.16	27.90	3.45

由于公司经销商以自然人为主，销售半径和销售能力有限，其下游客户主要为周边地区的小规模养殖户，因此其经销规模上限较低，全年平均经销金额难以达到大规模养殖企业的采购水平，而大规模养殖企业通常直接与公司发生交易，由此导致交易金额在100万元以上的客户中，直销客户的采购规模整体上高于经销客户。

交易金额在10-100万元及10万元以下的客户中，直销客户与经销商的规模较为接近。

综上，公司交易金额在100万元以上的客户中，直销客户的规模大于经销客户，交易金额在10-100万元及10万元以下的客户中，直销客户与经销商的规模较为接近，具备合理性。

**五、补充披露发行人直接将产品运送至经销商下游客户的原因，是否系行业惯例；经销商下游客户是否可绕过经销商向发行人直接采购，报告期是否存在经销商客户变为发行人直销客户的情形；经销商在销售过程中所扮演的角色，发行人如何维护经销商体系的稳定；经销商是否系代理人角色，发行人将经销商作为客户确认收入，而非经销商终端，是否符合《企业会计准则》相关规定**

（一）公司直接将产品运送至经销商下游客户经营场所的原因

公司将产品直接运送至经销商下游客户经营场所，主要有如下考量因素：

1、公司经销商以自然人为主，销售区域通常为其住所周边地区，产品运输至经销商和运输至最终客户对于公司运输费用影响较小，而如果运送至经销商处再由经销商转运，则会增加卸货、装车、运输等多个中间环节，经销商销售成本增加会影响其销售积极性并压缩公司与经销商的利润空间；

2、公司产品系生物资产，运输、装卸过程中有一定的损耗，并存在感染疫病的风险，减少运输过程中的中间环节是保障公司产品质量的必要手段；

3、将雏鸡直接运送至经销商终端客户系行业惯例，提供与竞争对手同样或更优质的服务是公司经营的实际需求。

综上，公司直接将产品运送至经销商下游客户经营场所，符合行业惯例，具备合理性。

#### （二）经销商下游客户直接向发行人采购的情形

公司于各主要销售地区均设有经销商和销售人员，客户可以选择通过经销商进行采购或直接向公司销售人员进行采购，公司不要求经销商提供最终客户的名单。

公司经销商主要拓展其住所周边小规模养殖户，其普遍特征为养殖数量少、采购金额小，从维护经销商利益及开发成本等方面考虑，公司销售人员不会主动拓展已被经销商覆盖的小规模养殖户，但存在客户经由经销商推广采购公司产品，对公司产品质量认可后主动联系公司销售人员希望直接向公司进行采购的情形。对于该类客户，公司按照直销客户进行划分并安排发货计划。

#### （三）经销商客户变为发行人直销客户的情形

公司经销商以自然人为主，其经营行为可能因自身年龄、经济状况等发生改变。报告期内，公司存在部分经销商退出经销，并转变为直销客户直接从事蛋鸡养殖的情形，具体情况如下：

单位：个

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销商转变为直销客户	23	6	29	9

报告期各期内，公司经销商转变为直销客户的数量较少，与报告期各期客户数量的比例为0.49%、1.51%、0.29%及1.44%。

#### （四）经销商在销售过程中所扮演的角色，发行人维护经销商体系的方式

经销是畜牧、饲料、化肥、动物疫苗等农业相关产业普遍存在的销售模式，其存在原因主要系我国农业生产者存在着分布范围广、单体生产规模小、数量众多等特点，全部依赖自有销售人员难以实现全面的覆盖，农业企业需要依靠经销商将其产品销售给更广、更小、更多的生产者。

公司经销商在公司销售过程中，主要承担如下职能：

1、协助公司拓展区域市场。公司经销商大部分为在当地经营饲料、兽药、疫苗等业务的自然人，拥有成熟的销售网络、客户资源和良好的信誉度，公司利用经销商的销售网络，与客户快速建立信任感，使自身产品覆盖更广泛的客户群体，并扩大公司在区域内的影响力，以拓展更大的市场份额；

2、协助公司进行售后服务。公司经销商通常拥有多年的相关从业经验，具备一定的饲养、用药、疫苗接种等专业知识，可以协助公司对客户的养殖过程进行指导，并对售后问题进行及时反馈。

公司在维护经销商体系的稳定方面，主要采取如下措施：

1、建立经销商准入机制。公司制定了经销商准入制度，对经销商的知名度、信誉度等进行考评，并评估经销商与公司市场策略的匹配性等方面。经销商准入机制的建立使得公司可以筛选出相对优质的经销商进行合作，维持公司良好的市场形象，并一定程度上提高经销商的稳定性；

2、给予经销商一定的利润空间。公司给予经销商每羽商品代雏鸡一定的利润空间，由于经销商不必承担运输、仓储、囤货等工作，除了雏鸡的采购成本外，其销售商品代雏鸡的其他成本极低。充足的利润空间保证了经销商有持续的动力与公司合作；

3、保护经销商的销售渠道。公司经销商经过多年发展，通常拥有完善成熟的销售渠道，公司对于经销商的销售渠道给予充分的尊重，不要求经销商提供最终客户的名单，也不会主动拓展已被经销商覆盖的最终客户。

**（五）经销商是否系代理人角色，发行人将经销商作为客户确认收入，而非经销商终端，是否符合《企业会计准则》相关规定**

根据《企业会计准则第 14 号-收入》（财会[2017]22 号）第三十四条：“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。”“企业向客户转让商品（或提供服务）前能够控制相关商品（或服务）的情形主要有：（一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。”

公司在根据合同将产品交付给经销商，经经销商验收确认取得收货确认单后，视同控制权转移至经销商。虽然交货地点在最终客户的养殖场所，但交付产品的对象系经销商或经销商的委托对象，公司与最终客户间并无其他协议或其他书面约定，不存在向最终客户交付产品的义务。经销商在取得产品的控制权后，向最终客户进行转让。

综上，公司的经销商不是代理人角色，公司将经销商作为客户确认收入，而非经销商终端，符合《企业会计准则》相关规定。

**（六）结合前五大客户中主要销售副产品的客户，请补充披露各年度该客户销售规模占副产品销售收入的比例情况，是否存在较大波动或异常情形，原因及合理性**

报告期内，前五大客户中主要销售副产品的客户，各年度销售规模及其占副产品销售收入比例的情况如下：

单位：万元

序号	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	兰考凤林饲料有限公司、银川市金凤区凤林饲料加工厂、周凤林	621.86	21.51%	2,058.46	27.07%	1,369.98	21.03%	669.52	16.94%
2	潍坊市坊子区瑞祥养殖专业合作社	322.38	11.15%	840.50	11.05%	219.38	3.37%	-	-
3	仇付录	51.14	1.77%	85.47	1.12%	395.64	6.07%	100.15	2.53%
4	韩恒元	-	-	46.73	0.61%	384.58	5.90%	87.17	2.21%
5	黄增亮	-	-	3.92	0.05%	264.90	4.07%	361.80	9.15%
6	袁桂芳	-	-	13.72	0.18%	247.26	3.80%	318.57	8.06%
	<b>合计</b>	<b>995.38</b>	<b>34.44%</b>	<b>3,048.80</b>	<b>40.10%</b>	<b>2,881.74</b>	<b>44.25%</b>	<b>1,537.21</b>	<b>38.89%</b>

黄增亮、袁桂芳、韩恒元、周凤林等均曾经为公司二等母雏、鲜蛋、无精蛋、死胎蛋、毛蛋等蛋及副产品的客户，该类产品不是公司主要产品，单价较低，但产量较大，公司不对其进行零售，仅选取实力较强、历史合作情况良好的客户签订长期协议，客户定期取货，按月进行结算。黄增亮、袁桂芳及韩恒元主要向公司采购鲜蛋作为食用鸡蛋销售至相关客户，周凤林主要向公司采购二等母雏、无精蛋、毛蛋等作为饲料原料。周凤林将业务拓展至鲜蛋领域，公司基于客户实力、历史合作情况、销售管理等因素考虑，将鲜蛋优先销售给周凤林及其控制的银川市金凤区凤林饲料加工厂和兰考凤林饲料有限公司，因此黄增亮、袁桂芳和韩恒元向公司采购的比例减少，周凤林及其控制的企业向公司的采购比例上升。

仇付录为公司淘汰鸡客户，公司在每批鸡淘汰前与客户进行谈判，根据客户报价、资金实力等情况综合选择客户。由于淘汰鸡的价格与鸡肉价格相关，随市场行情波动较为频繁，因此客户在各批次淘汰鸡的报价中如果低于其他竞争企业，则无法获取该笔订单，由此导致其向公司各期的采购比例存在较大波动。

潍坊市坊子区瑞祥养殖专业合作社向公司采购商品代公雏。商品代公雏系近年来出现的副产品种类，客户采购后作为肉用鸡饲养，在此之前，孵化出的公雏主要作为饲料原料销售，单位价值较低。潍坊市坊子区瑞祥养殖专业合作社自2018年开始向公司采购商品代公雏，其采购比例在2019年及2020年1-6月保持稳定。

综上，公司前五大客户中主要销售副产品的客户，各年度销售规模及其占副产品销售收入比例的波动原因具备合理性。

(七) 请以表格形式补充说明中介机构走访和函证程序的核查数量、金额、覆盖比例，对发行人收入真实性的核查是否充分、有效。

我们对发行人各报告期客户走访和函证的具体情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
已走访客户数量(个)	196	372	409	391
已走访客户交易金额(万元)	14,742.56	34,989.32	27,067.82	19,596.29
走访覆盖比例	52.52%	64.91%	70.62%	69.18%
回函份数	745	819	392	371
回函收入金额(万元)	25,131.10	45,525.18	26,446.46	19,657.46
回函收入占比	89.47%	84.40%	68.93%	69.36%

如上表所示，我们对发行人各报告期收入的走访覆盖比例在50%以上，已回函收入占比在65%以上，对发行人收入真实性的核查充分、有效。

## 六、核查过程和核查意见

### (一) 核查过程

- 1、取得发行人各月毛利率数据，分析其波动原因；
- 2、取得发行人向前五大客户销售的具体发生时间和毛利率，分析其与当月同类产品毛利率是否存在较大差异；
- 3、取得发行人报告期各期销售明细，分析2020年1-6月客户数量下降较快的原因；
- 4、取得发行人报告期各期销售明细，计算发行人直销客户和经销客户的平均销售收入情况，分析其差异原因；
- 5、对发行人经销商进行走访，了解其与发行人的交易情况，并向发行人了解经销商的管理和维护机制；
- 6、获取发行人与经销商签订的经销协议，了解销售业务实质，根据《企业会计准则》判断发行人经销商是否为代理人。

### (二) 核查意见

经核查，我们认为：

- 1、公司产品具有较为明显的农产品属性，销售价格对市场行情的变化较为敏感，毛利率波动明显，具备合理性；
- 2、公司同一时间点同一产品的客户毛利率与公司当月整体毛利率水平基本一致，差异具备合理性；

3、公司客户中存在较多中小规模养殖场（户），通常仅能饲养一个批次的蛋鸡，其采购一次雏鸡后，饲养周期在1年半左右，与公司的交易频率较低，因此会形成半年度的客户数量与全年相比下降较快的情形，具备合理性；

4、公司交易金额在100万元以上的客户中，直销客户的规模大于经销客户，交易金额在10-100万元及10万元以下的客户中，直销客户与经销商的规模较为接近，具备合理性；

5、发行人直接将产品运送至经销商下游客户经营场所的原因合理，符合行业惯例，具备合理性；

6、发行人销售人员不会主动拓展已被经销商覆盖的小规模养殖户，但存在客户经由经销商推广采购公司产品，对公司产品质量认可后主动联系公司销售人员希望直接向公司进行采购的情形，具备合理性；

7、报告期各期内，存在部分经销商退出经销，并转变为直销客户直接从事蛋鸡养殖的情形，数量较少；

8、发行人经销商协助发行人拓展区域市场、售后服务，发行人通过建立经销商准入机制、给予经销商一定的利润空间、保护经销商的销售渠道等方式维护经销商体系的稳定性，具备合理性；

9、发行人经销商不属于代理人角色，发行人将经销商作为客户确认收入，而非经销商终端，符合《企业会计准则》相关规定；

10、发行人前五大客户中主要销售副产品的客户，各年度销售规模及其占副产品销售收入比例的波动原因具备合理性。

#### 问题八

关于淘汰鸡。申报材料显示，对外销售的淘汰鸡通常为生产性能下降，超过折旧年限的种鸡。淘汰鸡销售给客户进行屠宰加工后，作为食材用于家庭及餐饮行业消费。由于淘汰鸡的价格与鸡肉价格相关，随市场行情波动较为频繁。淘汰鸡单价较高，按批次淘汰，通常每批淘汰鸡选取1个客户，因此单个客户采购金额较高。报告期淘汰鸡营业收入分别为1,189.61万元、2,110.46万元、1,761.53万元、459.79万元，单价分别为13.05元/羽、18.16元/羽、22.91元/羽、12.58元/羽。

请发行人补充说明：

(1) 淘汰鸡价格与肉鸡价格的比较情况，其变动趋势是否存在显著差异，淘汰鸡销售价格的公允性；

(2) 淘汰鸡销售成本和肉鸡上市公司销售成本的比较情况，发行人淘汰鸡毛利率与肉鸡上市公司毛利率差异是否合理。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

**【发行人回复】**

**一、淘汰鸡价格与肉鸡价格的比较情况，其变动趋势是否存在显著差异，淘汰鸡销售价格的公允性**

肉鸡分为白羽肉鸡、黄羽肉鸡、淘汰蛋鸡等品类，公司淘汰鸡属于淘汰蛋鸡，有单独的市场价格统计。报告期内，公司淘汰鸡销售价格与市场价格比较情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
公司淘汰鸡销售价格（元/羽）	12.58	22.91	18.16	13.05
公司淘汰鸡销售价格（元/千克）	6.27	11.27	9.00	6.46
淘汰鸡市场平均价格（元/千克）	7.54	12.17	8.69	8.02

数据来源：wind

公司淘汰鸡销售价格变动趋势与市场平均价格基本一致，公司淘汰鸡销售价格与市场平均价格上下浮动，不存在显著差异。公司淘汰鸡销售价格公允。

**二、淘汰鸡销售成本和肉鸡上市公司销售成本的比较情况，发行人淘汰鸡毛利率与肉鸡上市公司毛利率差异是否合理**

报告期内，公司淘汰鸡销售成本与同行业上市公司肉鸡销售成本比较情况如下：

证券简称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
民和股份（鸡肉，元/千克）	未披露	8.41	8.19	未披露
益生股份	未披露	未披露	未披露	未披露
立华股份（商品鸡，元/羽）	未披露	19.25	17.78	16.20
仙坛股份（鸡产品，元/千克）	未披露	7.72	7.23	7.17
圣农发展（鸡肉，元/千克）	未披露	7.16	7.56	7.81
湘佳股份（活禽，元/千克）	未披露	9.94	9.60	9.15
晓鸣农牧（元/羽）	12.97	14.51	13.20	14.04
晓鸣农牧（元/千克）	6.46	7.14	6.54	6.96

淘汰鸡系公司副产品，成本主要为生产性生物资产折旧后的净值，单位金额较低；同行业上市公司肉鸡或鸡肉为主产品，成本为消耗性生物资产资本化后的余额，单位金额较高。

公司淘汰鸡毛利率与同行业上市公司肉鸡或鸡肉产品的毛利率比较情况如下：

证券简称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
民和股份（鸡肉）	12.96%	29.96%	18.22%	4.94%
益生股份（鸡类产品）	24.08%	68.34%	39.08%	-21.71%
立华股份（商品鸡）	未披露	30.01%	25.45%	16.47%

证券简称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
仙坛股份（鸡产品）	17.19%	28.19%	15.61%	5.23%
圣农发展（鸡肉）	24.23%	33.55%	18.85%	6.49%
湘佳股份（活禽）	-7.91%	20.94%	18.44%	10.01%
平均毛利率	14.11%	35.16%	22.61%	3.57%
晓鸣农牧	-3.09%	36.65%	27.31%	-7.63%

不同公司毛利率存在差异，主要原因为：同行业上市公司多为白羽肉鸡、黄羽肉鸡等品种，公司淘汰鸡为周龄较大的蛋鸡，不同品种间存在价格差异；同行业上市公司成本为消耗性生物资产资本化后的余额，公司淘汰鸡成本为生产性生物资产折旧后的净值，成本的核算方式不同；部分上市公司如民和股份、益生股份、圣农发展等包含鸡肉加工环节，公司淘汰鸡为活禽销售，产品类型不同。

公司淘汰鸡毛利率与同行业上市公司肉鸡或鸡肉产品的毛利率变动趋势基本一致。

### 三、核查过程和核查意见

#### （一）核查过程

- 1、查询淘汰鸡市场价格，对比发行人淘汰鸡价格与市场价格的差异；
- 2、查询同行业上市公司公开披露信息，对比发行人淘汰鸡单位成本及毛利率与同行业的差异，核实差异原因是否合理。

#### （二）核查意见

经核查，我们认为：

- 1、发行人淘汰鸡销售价格与市场价格基本一致，价格公允；
- 2、淘汰鸡系发行人的副产品，与同行业上市公司的主产品肉鸡或鸡肉的成本核算方式不一致，差异具备合理性；公司淘汰鸡毛利率与同行业上市公司肉鸡或鸡肉产品的毛利率的差异具备合理性，变动趋势基本一致。

#### 问题九

关于存货。申报材料显示，报告期发行人在产品商品代种蛋期末单位成本分别是0.73元/枚、0.69元/枚、0.81元/枚、0.61元/枚，其中2019年期末单位成本较高；进销存显示，在产品商品代种蛋单位成本2019年期初是0.69元/枚、本期增加0.71元/枚、本期减少0.70元/枚；发行人对2019年末存货监盘金额占比为88.51%。

请发行人：

- （1）在“在产品种类、金额、数量的进销存”表格中补充披露单位成本金额情况，补充说明表格中在产品种蛋“期初、本期增加、本期减少、期末”具体核算的内容；
- （2）补充说明2019年末商品代种蛋期末单位成本0.81元/枚高于其他年度的原因，期末金额与本期期初、增加、减少单位成本勾稽的合理性；

(3) 补充说明对报告期各年末生产性、消耗性生物资产、种蛋的监盘数量、监盘金额、覆盖比例情况；结合发行人对各类种鸡、雏鸡、种蛋的饲养、储存方式，针对其特点，说明具体的盘点方法，该盘点方法、覆盖比例是否可有效核实各期末存货的真实性、准确性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

**【发行人回复】**

一、在“在产品种类、金额、数量的进销存”表格中补充披露单位成本金额情况，补充说明表格中在产品种蛋“期初、本期增加、本期减少、期末”具体核算的内容

报告期内，公司在产品种类、金额、数量的进销存情况如下：

单位：万枚、万吨、万元、元/枚、元/吨

期间	类别	期初			本期增加			本期减少			期末		
		数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本
2020年 1-6月	父母代种蛋	65.56	91.92	1.40	425.92	806.60	1.89	368.87	641.06	1.74	122.61	257.45	2.10
	商品代种蛋	2,136.60	1,740.38	0.81	19,435.21	13,985.46	0.72	18,535.86	13,863.83	0.75	3,035.95	1,862.01	0.61
	自制饲料	1,661.19	419.13	2,523.08	38,704.29	9,727.43	2,513.27	38,803.82	9,760.64	2,515.38	1,561.67	385.93	2,471.27
	合计		2,251.44			24,519.49			24,265.53			2,505.39	
2019年 度	父母代种蛋	73.92	211.03	2.85	1,071.27	2,195.44	2.05	1,079.63	2,314.55	2.14	65.56	91.92	1.40
	商品代种蛋	2,663.42	1,840.16	0.69	30,900.48	21,879.88	0.71	31,427.30	21,979.66	0.70	2,136.60	1,740.38	0.81
	自制饲料	922.64	247.08	2,677.94	64,547.39	16,047.54	2,486.16	63,808.84	15,875.49	2,487.98	1,661.19	419.13	2,523.08
	合计		2,298.27			40,122.87			40,169.70			2,251.44	
2018年 度	父母代种蛋	52.59	105.76	2.01	691.94	1,071.13	1.55	670.61	965.86	1.44	73.92	211.03	2.85
	商品代种蛋	1,596.85	1,163.10	0.73	29,618.03	20,237.46	0.68	28,551.46	19,645.23	0.69	2,663.42	1,840.16	0.69
	自制饲料	648.32	167.56	2,584.57	55,615.01	14,311.36	2,573.29	55,340.69	14,231.85	2,571.68	922.64	247.08	2,677.94
	合计		1,436.42			35,619.95			34,842.94			2,298.27	
2017年 度	父母代种蛋	119.31	220.15	1.85	1,195.84	2,220.88	1.86	1,262.56	2,335.27	1.85	52.59	105.76	2.01
	商品代种蛋	1,623.04	1,284.70	0.79	22,119.46	15,243.02	0.69	22,145.65	15,364.63	0.69	1,596.85	1,163.10	0.73
	自制饲料	476.84	119.17	2,499.16	50,131.95	12,290.60	2,451.65	49,960.47	12,242.20	2,450.38	648.32	167.56	2,584.57
	合计		1,624.02			29,754.49			29,942.09			1,436.42	

如上表所示，公司产品分为父母代种蛋、商品代种蛋及自制饲料。其中，父母代种蛋为祖代蛋种鸡所产、用于生产父母代种雏鸡的合格种蛋；商品代种蛋为父母代蛋种鸡所产、用于生产商品代雏鸡的合格种蛋；自制饲料为公司自产的饲料。

“期初”在产品种蛋指报告期各期初库存、已入孵但尚未出雏的合格种蛋数量及金额；在产品种蛋“本期增加”核算各报告期合格种蛋生产及外购数量及金额；在产品种蛋“本期减少”核算各报告期合格种蛋领用数量；“期末”在产品种蛋为报告期各期末库存、已入孵但尚未出雏的合格种蛋数量及金额。

二、补充说明 2019 年末商品代种蛋期末单位成本 0.81 元/枚高于其他年度的原因，期末金额与本期期初、增加、减少单位成本勾稽的合理性

公司 2019 年各月商品代种蛋进销存情况如下：

单位：万枚、万元、元/枚

期间	期初			本期增加			本期减少			期末		
	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本
2019.01	2,663.42	1,840.16	0.69	2,609.33	1,888.51	0.72	3,027.13	2,147.36	0.71	2,245.62	1,581.31	0.70
2019.02	2,245.62	1,581.31	0.70	2,211.29	1,478.47	0.67	2,275.60	1,558.21	0.68	2,181.31	1,501.57	0.69
2019.03	2,181.31	1,501.57	0.69	2,276.69	1,451.79	0.64	2,477.90	1,641.25	0.66	1,980.10	1,312.12	0.66
2019.04	1,980.10	1,312.12	0.66	2,162.79	1,325.51	0.61	2,241.69	1,423.53	0.64	1,901.21	1,214.10	0.64
2019.05	1,901.21	1,214.10	0.64	2,215.75	1,298.77	0.59	2,270.73	1,420.06	0.63	1,846.23	1,092.82	0.59
2019.06	1,846.23	1,092.82	0.59	2,482.33	1,596.50	0.64	2,199.06	1,344.14	0.61	2,129.50	1,345.19	0.63
2019.07	2,129.50	1,345.19	0.63	2,922.64	1,926.72	0.66	2,561.79	1,652.93	0.65	2,490.35	1,618.97	0.65
2019.08	2,490.35	1,618.97	0.65	3,016.26	2,017.78	0.67	2,984.44	1,990.43	0.67	2,522.17	1,646.32	0.65
2019.09	2,522.17	1,646.32	0.65	2,758.69	2,091.77	0.76	2,867.01	2,030.17	0.71	2,413.85	1,707.91	0.71
2019.10	2,413.85	1,707.91	0.71	2,920.42	2,381.09	0.82	2,943.70	2,248.81	0.76	2,390.57	1,840.19	0.77
2019.11	2,390.57	1,840.19	0.77	2,759.34	2,250.61	0.82	2,671.59	2,127.30	0.80	2,478.32	1,963.50	0.79
2019.12	2,478.32	1,963.50	0.79	2,564.95	2,172.36	0.85	2,906.67	2,395.47	0.82	2,136.60	1,740.38	0.81
总计	2,663.42	1,840.16	0.69	30,900.48	21,879.88	0.71	31,427.30	21,979.66	0.70	2,136.60	1,740.38	0.81

由上表所示，2019年10-12月商品代种蛋入库单位成本较高，主要原因为：2019年度，公司商品代雏鸡销售价格大幅上涨。公司为响应市场需求，适当延长了部分种鸡的饲养周期，2019年10-12月种鸡平均周龄较大，饲料消耗量大但产蛋率相对较低，商品代种蛋生产成本较高，因而导致2019年末商品代种蛋成本高于其他各报告期期末。

三、补充说明对报告期各年末生产性、消耗性生物资产、种蛋的监盘数量、监盘金额、覆盖比例情况；结合发行人对各类种鸡、雏鸡、种蛋的饲养、储存方式，针对其特点，说明具体的盘点方法，该盘点方法、覆盖比例是否可有效核实各期末存货的真实性、准确性。

(一) 报告期各期末生产性、消耗性生物资产、种蛋监盘情况

单位：万套、万枚、万元

报告期各期末	项目	数量	监盘数量	监盘数量占比	原值/金额	监盘原值/金额	监盘原值/金额占比
2020年6月30日	生产性生物资产	193.61	28.46	14.70%	11,063.23	1,731.64	15.65%
	消耗性生物资产	41.19	17.39	42.22%	265.87	124.15	46.70%
	种蛋	3,158.56	3,054.96	96.72%	2,119.46	2,031.49	95.85%
2019年12月31日	生产性生物资产	188.88	58.63	31.04%	10,739.90	3,176.61	29.58%
	消耗性生物资产	29.07		0.00%	450.40		0.00%
	种蛋	2,202.16	2,132.51	96.84%	1,832.30	1,727.33	94.27%
2018年12月31日	生产性生物资产	128.77	28.98	22.50%	8,291.43	2,741.96	33.07%
	消耗性生物资产	40.62	32.90	80.99%	252.74	237.26	93.88%
	种蛋	2,737.34	2,422.85	88.51%	2,051.19	1,831.44	89.29%
2017年12月31日	生产性生物资产	138.44	69.08	49.90%	7,262.77	3,712.97	51.12%
	消耗性生物资产	46.02	24.56	53.37%	670.13	500.79	74.73%
	种蛋	1,649.44	1,649.44	100.00%	1,268.86	1,268.86	100.00%

(二) 盘点方法

1、生产性生物资产

种鸡作为生物资产，存在数量多、流动性强的特点，公司根据其多年的种鸡饲养和管理经验，设计了有效的控制措施以监控存栏种鸡的数量。每一批种鸡除了年终盘点，会至少三次清点鸡数：入舍前、开产前（125日龄）、淘鸡时，同时设置了将鸡数与饲养员考核指标挂钩的管理制度，严格监控种鸡数量，饲养员每日清理的死淘鸡，均有专人进行无害化处理并签字，有效保证了种鸡数量的准确性。

公司种鸡主要采用高床平养的方式，每栋鸡舍内用网隔出多个面积相等的养殖小区，每个养殖小区初始投放相等数量的鸡只，饲养过程中，因种鸡死亡、移动等原因，每个

养殖小区的种鸡数量逐步发生变化，但总体而言，养殖密度较为均匀。报告期内，各年采用的盘点方法如下：

2017年末、2018年末：按养殖场随机抽取该养殖场内3-5栋鸡舍，通过逐个抓捕点数的方式，对所抽取鸡舍内一定养殖区域的鸡数进行清点，以盘点鸡数除以所抽取养殖区域面积计算出平均养殖密度，进而以鸡舍内总养殖面积乘以平均养殖密度推算出整个鸡舍的鸡数，最后与饲养日报表数据进行核对。经抽盘，该方法的差异率在1%-5%之间，日报表种鸡数量可以确认。对其他未抽盘的鸡舍，采取实地查看、录像、拍照、检查淘鸡或销售出库记录等方式，并复核生产记录的方法予以确认。

2019年末、2020年6月底：按养殖场随机抽取该养殖场内2-3栋鸡舍，通过逐个抓捕点数的方式，对所抽取鸡舍内全部种鸡进行清点，与饲养日报表数据进行核对。经抽盘，差异率基本在1%以内，日报表种鸡数量可以确认。对其他未抽盘的鸡舍，采取实地查看、录像、拍照、检查淘鸡或销售出库记录等方式，并复核生产记录的方法予以确认。

## 2、消耗性生物资产

公司消耗性生物资产主要包括商品代育成鸡、商品代雏鸡、父母代种雏鸡、公雏等。根据公司生产特点，商品代雏鸡、父母代种雏鸡、公雏出雏后一日龄即销售，一般最晚第二天全部发出，库存数量极少，因此年末主要对育成鸡存栏数量进行盘点。2019年育成鸡监盘比例为零，主要原因为截止2019年末，2019年9月饲养批次陆续出栏，于2020年1月全部销售完毕，因而未再组织盘点，主要以销售出库单以及经客户确认的收货确认单确认2019年末育成鸡数量。

公司育成鸡采用笼养方式，每栋鸡舍鸡笼数量固定，每个鸡笼初始投放鸡苗数量均相同，在养殖过程中由于死亡等原因导致部分鸡笼鸡只数量略有差异。盘点时，随机抽取部分鸡笼清点鸡数，计算单个鸡笼鸡数平均值，以此推算整栋鸡舍的育成鸡数量。

## 3、种蛋

报告期各期末，公司种蛋按照存放地点，主要分为养殖场库存种蛋、孵化厂库存及在孵种蛋。公司对种蛋管理规范，库存种蛋采用标准蛋托、蛋车进行储存，盘点时，逐个确认种蛋数量；孵化器中的在孵种蛋，置于固定蛋位，有生产日志准确记录每台孵化器中种蛋数量，盘点时采取随机抽取孵化器开箱查看的方式确认种蛋数量。

## 四、核查过程和核查意见

### （一）核查过程

1、取得并复核发行人报告期内在产品进销存情况，分析各类在产品数量及单位成本变动原因是否合理；

2、取得报告期内种蛋成本计算表，分析各月种蛋单位成本构成差异及变动原因是否合理；

3、了解发行人各类种鸡、雏鸡、种蛋的饲养、储存方式及特点，评价发行人对各类种鸡、雏鸡、种蛋的盘点方法是否有效；

4、于报告期各期末，对发行人生产性生物资产、消耗性生物资产、种蛋进行监盘，以确认其期末数量真实存在；

5、根据各期末最后一天采食量测算 1-80 周存栏数量，分别选取期末存栏数量占比 98.43%、99.55%、90.80%、95.29%的养殖厂区进行测算，经测算，应有存栏数与实际存栏量的差异率分别为-2.15%、-0.63%、3.53%、0.84%，差异率较小，侧面验证期末种鸡存栏数量较为准确；

6、了解、测试与生产性生物资产相关的内部控制制度设计和执行的情况。

## （二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人报告期内在产品数量及单位成本变动与其养殖规模相匹配，变动合理；

2、2019 年度，商品代雏鸡销售价格大幅上涨。公司为响应市场需求，适当延长了部分种鸡的饲养周期，2019 年 10-12 月种鸡平均周龄较大，饲料消耗量大但产蛋率确相对较低，商品代种蛋生产成本较高，因而导致 2019 年末商品代种蛋成本高于其他各报告期期末；

3、发行人对各类种鸡、雏鸡、种蛋数量设置的控制措施均运行有效，盘点方法合理，各期盘点覆盖范围较大，盘点差异率均在可接受范围内，可有效核实各期末生物资产及存货的真实性、准确性；

## 问题十

关于成本核算。发行人生物资产包括祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代蛋种鸡。其中祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡主要以生产种蛋为主，部分种雏鸡作为商品对外出售，部分种鸡作为淘汰鸡对外出售；多数商品代蛋种鸡作为雏鸡出售、部分商品代蛋种鸡育成后出售。按照鸡的生长阶段，发行人生产环节可分为孵化期、成长期、产蛋期。各个期间发生的成本包括材料成本、人工成本、制造费用、燃料动力等；23 周前发生的上述费用资本化，祖代种鸡 55 周后（父母代种鸡 65 周后）停止折旧。

请发行人以文字和表格相结合的方式说明下述事项：

（1）不同类别的种鸡在各个生长阶段的会计核算方法，包括所在会计科目，包含的成本内容及其核算方法，成本向下一个环节的流向，成本结转或分摊方法等；

（2）种蛋的成本核算方法，包括所在会计科目，包含的成本内容及其核算方法，成本向下一个环节的流向，成本结转或分摊方法等；

（3）关于 23 周前发生的费用资本化，之后费用化，祖代种鸡 55 周后（父母代种鸡 65 周后）停止折旧，上述政策与同行业可比公司比较是否存在较大差异，上述政策的执行是否保持稳定；

(4) 结合发行人生产运营及财务核算相关内部控制流程, 说明发行人如何在不同种鸡、不同鸡群、不同生产阶段有效区分核算各自发生的成本费用, 如何将上一代种鸡发生的各项成本传导和分摊至下一代种鸡。

请保荐人、申报会计师对上述成本核算方法是否符合《企业会计准则》相关规定、处理方法是否与同行业存在较大差异、实际执行是否与上述内容保持一致、上述内容报告期是否发生变化发表明确核查意见。

**【发行人回复】**

一、不同类别的种鸡在各个生长阶段的会计核算方法, 包括所在会计科目, 包含的成本内容及其核算方法, 成本向下一个环节的流向, 成本结转或分摊方法等

公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代雏鸡各生长阶段的会计核算方法如下:

(一) 祖代蛋种鸡

项目	孵化期	成长期	产蛋期
主要成本核算内容	不适用	主要包含祖代蛋种鸡达到预定生产经营目的(成龄)前发生的种鸡苗成本、人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出	主要包含祖代蛋种鸡达到预定生产经营目的后发生的人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出, 以及祖代蛋种鸡折旧费用
会计处理方法	不适用	资本化	计入父母代种蛋成本
主要会计科目	不适用	生产性生物资产-成长期(祖代蛋种鸡)	存货-自制半成品-父母代种蛋
成本向下一环节的流向	不适用	结转至“生产性生物资产-产蛋期(祖代蛋种鸡)”	通过父母代种蛋的领用, 成本结转至父母代蛋种雏鸡

公司祖代蛋种鸡种鸡苗全部为外购, 不存在孵化期。

(二) 父母代蛋种鸡

项目	孵化期	成长期	产蛋期
主要成本核算内容	主要包含父母代种蛋成本、种蛋孵化期发生的人工费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出	主要包含父母代蛋种鸡达到预定生产经营目的(成龄)前发生的种鸡苗成本、人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出	主要包含父母代蛋种鸡达到预定生产经营目的后发生的人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出, 以及父母代蛋种鸡折旧费用
会计处理方法	计入父母代蛋种雏鸡成本	资本化	计入商品代种蛋成本

项目	孵化期	成长期	产蛋期
主要会计科目	存货-消耗性生物资产-父母代蛋种雏鸡	生产性生物资产-成长期(父母代蛋种鸡)	存货-自制半成品-商品代种蛋
成本向下一环节的流向	继续饲养用于生产种蛋的,通过父母代蛋种雏鸡的领用,成本计入“生产性生物资产-成长期(父母代蛋种鸡)” ;部分出售的,结转至“主营业务成本-父母代蛋雏鸡”	结转至“生产性生物资产-产蛋期(父母代蛋种鸡)”	通过商品代种蛋的领用,成本结转至商品代雏鸡

(三) 商品代雏鸡及商品代育成鸡

项目	孵化期(商品代雏鸡)	成长期(商品代育成鸡)	产蛋期
主要成本内容	主要包含商品代种蛋成本、种蛋孵化期发生的人工费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出	主要包含商品代育成鸡到预定生产经营目的(销售)前发生的鸡苗成本、人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出	不适用
会计处理方法	计入商品代雏鸡成本	计入商品代育成鸡成本	不适用
主要会计科目	存货-消耗性生物资产-商品代雏鸡	存货-消耗性生物资产-商品代育成鸡	不适用
成本向下一环节的流向	出售,结转至“主营业务成本-商品代雏鸡”;继续饲养待育成后出售的,成本计入“存货-消耗性生物资产-商品代育成鸡”	出售,结转至“主营业务成本-商品代育成鸡”	不适用

二、种蛋的成本核算方法,包括所在会计科目,包含的成本内容及其核算方法,成本向下一个环节的流向,成本结转或分摊方法等

项目	父母代种蛋	商品代种蛋
主要成本内容	主要包含祖代蛋种鸡达到预定生产经营目的后发生的人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出,以及祖代蛋种鸡折旧费用	主要包含父母代蛋种鸡达到预定生产经营目的后发生的人工费用、饲料费用、固定资产折旧、分摊的间接费用等支出,以及父母代蛋种鸡折旧费用
会计处理方法	计入父母代种蛋成本	计入商品代种蛋成本
成本分摊方法	种鸡所产蛋分为合格种蛋和商品蛋,商品蛋按当月售价乘以固定毛利率 18%	

项目	父母代种蛋	商品代种蛋
	核算入库成本，以当月产蛋期总养殖成本减去商品蛋成本作为合格种蛋成本	
主要会计科目	存货-自制半成品-父母代种蛋	存货-自制半成品-商品代种蛋
成本向下一环节的流向	通过父母代种蛋的领用，成本结转至父母代蛋种雏鸡	通过商品代种蛋的领用，成本结转至商品代雏鸡

三、关于 23 周前发生的费用资本化，之后费用化，祖代种鸡 55 周后（父母代种鸡 65 周后）停止折旧，上述政策与同行业可比公司比较是否存在较大差异，上述政策的执行是否保持稳定

公司种鸡 1-22 周为成长期，发生的费用予以资本化，23 周转入产蛋期后发生的费用予以费用化。公司与同行业上市公司种鸡进入产蛋期周龄、停止计提折旧周龄及折旧政策对比情况如下：

同行业上市公司	进入产蛋期的周龄	停止计提折旧的周龄	折旧政策
立华股份	25 周	60 周	公司生产性生物资产包括未成熟种禽、成熟种禽。未达产、转入产蛋舍之前的种禽统称为未成熟种禽，达产的种禽称为成熟种禽。达产是指种禽进入正常生产期，可以连续稳定生产合格种蛋。未成熟种鸡饲养周期约为 25 周，成熟种鸡饲养周期约为 35 周，按 35 周采用年限平均法计提折旧。
仙坛股份	未披露	未披露	公司生产性生物资产为外购父母代种鸡鸡苗并自行养殖至成龄的父母代种鸡。公司根据是否达到预定生产经营目的（成龄）将生产性生物资产分为未成熟种鸡和成熟产蛋种鸡。未成熟种鸡达到预定生产经营目的时，将其归集的成本转入成熟产蛋种鸡核算。成熟产蛋种鸡按 28-32 周采用年限平均法计提折旧。
圣农发展	未披露	未披露	公司生产性生物资产包括非成熟种鸡（青年种鸡）及成熟产蛋种鸡。成熟产蛋种鸡发生的支出归集计入标准种蛋成本中核算。成熟产蛋种鸡按 36 周采用年限平均法计提折旧。
湘佳股份	23 周左右	47 周	外购鸡苗入库后，成本计入“未成熟生产性生物资产”，相关的饲料耗用、直接工资以及分摊的制造费用资本化；在达到成熟性生物资产标准后，相关支出停止资本化，计入当

同行业上市公司	进入产蛋期的周龄	停止计提折旧的周龄	折旧政策
			期所产种蛋成本中。种鸡按 24 周采用年限平均法计提折旧。
益生股份	24 周	60-88 周	公司生产性生物资产主要为外购曾祖代种鸡鸡苗及祖代种鸡鸡苗、父母代种鸡。公司根据是否达到预定生产经营目的（成龄）分为未成熟种鸡和成熟产蛋种鸡。未成熟种鸡达到预定生产经营目的时，将其归集的成本转入成熟产蛋种鸡核算。种鸡根据经济使用折旧年限 36-44 周按照产出能力计提折旧，预计残值率为零。
民和股份	23 周	69 周	公司肉种鸡养殖周期分育雏期、育成期和产蛋期三个阶段。种鸡 1-5 周龄为育雏期，6-22 周龄为育成期，23-69 周龄为产蛋期，种鸡在饲养 69 周后被淘汰。存栏种鸡在“消耗性生物资产”科目核算。
晓鸣农牧	23 周	55-65 周	公司生产性生物资产为祖代鸡和父母代鸡，按周计提折旧，预计净残值为每只 13 元，自 23 周起开始计提折旧，祖代鸡至 55 周计提完毕、父母代鸡至 65 周计提完毕。

公司种鸡会计处理上于 23 周转入产蛋期，与民和股份、立华股份、湘佳股份、益生股份接近，停止计提折旧的周龄 55-65 周，与立华股份基本接近。同行业公司种鸡转入产蛋期前发生的费用根据《企业会计准则第 5 号—生物资产》均予以资本化，转入产蛋期后发生的费用予以费用化。报告期内，公司种鸡 23 周前发生的费用资本化，之后费用化，祖代种鸡 55 周后（父母代种鸡 65 周后）停止折旧的政策一贯执行。

**四、结合发行人生产运营及财务核算相关内部控制流程，说明发行人如何在不同种鸡、不同鸡群、不同生产阶段有效区分核算各自发生的成本费用，如何将上一代种鸡发生的各项成本传导和分摊至下一代种鸡。**

#### （一）生产模式

生产工作包括引种后育雏、养殖、孵化及饲料生产。主管人员及部门负责有关的生产管理、技术管理、生产计划的制订实施等相关工作。

##### 1、蛋种鸡养殖孵化生产模式

公司蛋种鸡养殖生产由生产副总经理负责管理，采用自主生产模式。主要生产环节分为祖代引种饲养、父母代种蛋孵化、父母代蛋种鸡饲养、商品代种蛋孵化 4 个生产环节，养殖环节、孵化环节全程独立自主完成。养殖环节，公司生产副总下辖 6 个养殖事

业部，根据区域位置管理下属各分场。公司鸡群周转实行“全进全出、单日龄农场”的管理模式，以养殖事业部下各个分场为饲养单元，安排日龄最相近鸡只同时进入养殖场饲养，并在饲养期满时同时出场。具体生产采用“夫妻包栋、场长包场”的组织形式，养殖场中每一栋鸡舍的生产由一对夫妻员工负责，公司为夫妻员工提供生产设施设备、蛋鸡、饲料、药品等所有生产资料，夫妻员工严格按照统一的生产流程、防疫标准进行养殖，场长负责生产流程、防疫标准的现场指导与监督及各项生产数据统计汇报工作。

孵化环节，公司孵化生产由孵化副总经理负责管理，采用独立孵化的方式。公司通过制定生产管理制度，使各生产环节在强化专业化分工的基础上前后衔接，完善整个雏鸡生产链条和相关配套服务。

具体蛋鸡养殖孵化生产流程为：总经办生产统计员根据销售订单情况、各养殖分场生产产能等情况，制定《种蛋调拨计划》。各孵化厂依据种蛋调拨情况、在孵种蛋孵化周期及孵化箱情况，安排每日的生产管理。商品代种蛋调拨至各孵化厂蛋库，经再次挑选送至各孵化车间孵化，生产商品代雏鸡。

## 2、饲料生产模式

公司饲料生产采用自主生产模式，由公司自有饲料加工厂完成，饲料及生产服务部负责管理，主要流程为：养殖生产部门根据种群周转变动情况，编制《送料计划》，饲料加工厂根据各养殖分场报送的《送料计划》，计算原料采购需求，将采购需求交由采购部实施，生产原料运至饲料加工厂后，按照《送料计划》安排饲料生产，产出的饲料运输至各养殖事业部使用。

### （二）财务核算

根据公司生产经营特点，财务核算分为种鸡育成、种蛋生产、鸡苗孵化和饲料生产四个阶段，其最终产品是商品代雏鸡。

#### 1、种鸡育成

①种鸡育成是指种鸡苗进栏后的第1—23周：这一阶段是种鸡的育成过程和生产费用的积聚过程，其副产品为鸡粪和淘汰种鸡，还有少量的鸡蛋产出；

②种鸡育成阶段按照生产批次（进鸡时间）分场区核算。耗料按实际耗用量和成本单价结转计入成长期种鸡成本，工资性薪酬按实际发生额计入成长期种鸡成本，折旧按公司制定的统一折旧政策计入成长期种鸡成本。

#### 2、种蛋生产

①种蛋生产阶段是指种鸡开始产蛋至整批淘汰，一般为第23—65周/55周，即产蛋期，是种蛋的生产过程，也是主产品的原料形成过程，其副产品有鸡粪、商品蛋（包括小蛋、鲜蛋、双黄蛋和破损蛋等）和淘汰种鸡；

②种鸡进入产蛋阶段后，原归集在“生产性生物资产-成长期”科目的成本一次性转入“生产性生物资产-产蛋期”科目核算，并在产蛋期间按照工作量法分摊计入当期

种蛋成本。产蛋期发生的耗料、鸡舍等折旧、工资性薪酬等费用计入当期种蛋成本。种蛋完工入库，转入“自制半成品”管理。

### 3、鸡苗孵化

①鸡苗孵化阶段是指种蛋入孵至鸡苗出壳，一般需要 21 天；这一阶段既是鸡苗孵化过程，同时也是主产品成本的形成过程；其副产品有入孵前后拣出的公雏、鉴别雏、毛蛋、无精蛋、死胎蛋和破损蛋；

②鸡苗孵化阶段按照入孵时间分批次核算：孵化领用自制半成品（种蛋）按领用数量和实际单价计入该批次产品的材料成本，当月实际发生的直接人工、制造费用均计入完工产品，在产品只承担种蛋成本。

### 4、饲料生产

①对自产饲料按品种进行核算，直接材料（玉米、豆粕等饲料原料）采用领用数量和材料单价计入饲料生产成本；燃料动力、人工费用、制造费用等按照当月饲料实际产量进行分配和归集；

②饲料完工入库，转入自制半成品管理，账务处理为借记：自制半成品-自制饲料，贷记：生产成本-各明细。

综上，公司种鸡养殖按照进鸡时间分批次、按场区核算成本，不同生产阶段按照实际成本分步结转，不同代次的种鸡所采用的成本核算方法一致。上一代种鸡成本通过所产种蛋及种雏鸡的领用传导至下一代种鸡，具体的成本分摊方式为种鸡折旧费用的计提。

## 五、核查过程和核查意见

### （一）核查过程

1、了解公司生产流程及成本核算过程，取得并复核公司成本核算方法是否符合《企业会计准则》的相关规定；

2、检查生物资产的后续计量是否与所确定的会计政策一致，并在各报告期保持一致；

3、对发行人各月归集的饲料费用、人工费用等成本进行检查，同时复核各月成本在未成熟生物资产和成熟生物资产之间的分配是否正确；

4、对比同行业上市公司生物资产的成本计量方法，分析是否存在重大差异；

### （二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，公司成本核算方法符合《企业会计准则》规定，且一贯执行；

2、报告期内，公司生产性生物资产进入正常产蛋期的周龄、停止计提折旧的周龄、残值与同行业上市公司接近；折旧政策与大部分同行业可比上市公司一致，且一贯执行；公司折旧分摊方式符合《企业会计准则》规定。

## 问题十一

关于产蛋期种鸡存栏数量与产出数量的匹配情况。申报材料显示，发行人披露了父母代蛋种鸡和祖代蛋种鸡的产蛋率、合格率、商品代雏鸡和父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”。

请发行人补充说明：

(1) 上述比率的具体含义及计算方法；

(2) 影响上述比率变动的因素和原因，发行人是否调节上述比率，如是，请说明调节原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 【发行人回复】

一、产蛋率、合格率、商品代雏鸡和父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”的具体含义及计算方法

父母代蛋种鸡和祖代蛋种鸡的产蛋率、合格率、商品代雏鸡和父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”的具体含义及计算方法如下表：

项 目	含 义	计算方法
产蛋率	每套蛋种鸡平均每日的产蛋百分率，表示蛋鸡群体的产蛋强度。	=产蛋期产蛋数量/产蛋期种鸡平均存栏/365
合格率	外观检验符合入孵条件的种蛋数量占产蛋数量的比率	=产蛋期合格种蛋数量/产蛋期产蛋数量
商品代雏鸡或父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”	商品代或父母代合格母雏生产数量与合格种蛋生产数量的比率	=商品代或父母代合格母雏生产数量/合格种蛋生产数量

二、影响上述比率变动的因素和原因，发行人是否调节上述比率，如是，请说明调节原因及合理性。

项 目	比率变动影响因素
产蛋率	主要受种鸡群周龄结构影响，周龄 25-35 周为产蛋高峰期
合格率	主要受种鸡群的生产性能影响，种鸡群的生产性能越好，合格率越高
商品代雏鸡或父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”	主要受种鸡群的生产性能及孵化技术影响，种鸡群的生产性能越好，种蛋的受精率、活胚率越高，该比率越高；孵化技术越好，该比率越高

产蛋率主要受种鸡群的周龄结构影响，商品代雏鸡或父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”受种鸡群的生产性能及孵化技术影响，公司不存在调节情形。

合格率主要受种鸡群的生产性能影响，也与公司生产计划相关，在商品代雏鸡价格下降周期，公司会根据市场行情适当将部分符合孵化标准的种蛋转为商品蛋，导致合格种蛋的数量减少，计算出的合格率降低。

### 三、核查过程和核查意见

#### （一）核查过程

- 1、了解上述比率的计算方法和含义；
- 2、了解影响上述比率的主要因素及发行人调节上述比率的情形。

#### （二）核查意见

经核查，我们认为：

产蛋率主要受种鸡群的周龄结构影响，商品代雏鸡或父母代种雏鸡的“生产数量/合格种蛋数”受种鸡群的生产性能及孵化技术影响，公司不存在调节情形。

合格率主要受种鸡群的生产性能影响，也与公司生产计划相关，在商品代雏鸡价格下降周期，公司会根据市场行情适当将部分符合孵化标准的种蛋转为商品蛋，导致合格种蛋的数量减少，计算出的合格率降低。

#### 问题十二

关于固定资产、生产人员。申报材料显示，截至 2020 年 6 月 30 日发行人自有鸡舍及其附属设施 375,473.42 平方米；截至 2020 年 6 月 30 日生产人员 1,102 人。

请发行人补充说明：

（1）报告期各期鸡舍、网床面积，孵化器产能的相关情况，其与发行人鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量是否匹配；

（2）报告期各期生产人员平均数量，该数量与发行人鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量是否匹配；

（3）上述数据与同行业可比公司的比较情况，是否存在显著差异及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【发行人回复】

一、报告期各期鸡舍、网床面积，孵化器产能的相关情况，其与发行人鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量是否匹配

报告期各期末鸡舍、网床面积与种鸡存栏量的匹配情况如下：

报告期	鸡舍面积 (m <sup>2</sup> )	网床面积 (m <sup>2</sup> )	期末种鸡 存栏(万 套)	每平米鸡 舍养殖密 度(m <sup>2</sup> /套)	每平米网 床养殖密 度(m <sup>2</sup> /套)
2020年6月30日	333,500	278,260	193.61	5.81	6.96

报告期	鸡舍面积 (m <sup>2</sup> )	网床面积 (m <sup>2</sup> )	期末种鸡 存栏(万 套)	每平米鸡 舍养殖密 度(m <sup>2</sup> /套)	每平米网 床养殖密 度(m <sup>2</sup> /套)
2019年12月31日	296,060	247,284	188.88	6.38	7.64
2018年12月31日	254,012	213,044	128.77	5.07	6.04
2017年12月31日	240,188	203,252	137.69	5.73	6.77

注：不包括育成鸡场鸡舍面积 7,012 m<sup>2</sup>，网床面积 9,856 m<sup>2</sup>

报告期各期末，公司鸡舍、网床面积与种鸡存栏数量基本匹配，公司于每批次种鸡淘汰后需要空舍 2 个月进行清扫和消毒，各期末空舍数量不同导致养殖密度存在波动。

报告期内，公司孵化产能与雏鸡生产的匹配情况如下：

报告期	孵化产能 (万羽/年)	父母代种雏鸡生 产数量(万羽)	商品代雏鸡生 产数量(万羽)	孵化产能利用 率
2020年1-6月	8,737.56	84.96	7,297.52	84.49%
2019年度	15,300.24	330.01	12,051.99	80.93%
2018年度	13,679.54	144.88	10,755.15	79.68%
2017年度	12,058.84	322.11	8,225.07	70.88%

注：孵化产能利用率=(父母代种雏鸡生产数量+商品代雏鸡生产数量)/孵化产能

报告期内，公司孵化产能利用率呈上升趋势。为保障生产出来的种蛋能够按时孵化，公司会在建设养殖场前先扩张孵化产能，并始终保持孵化产能有一定的富余。2017 年市场行情低迷，公司降低了种蛋入孵比例，孵化产能利用率较低，2018 年开始，随着市场行情的回暖，公司孵化产能利用率逐年上升。

**二、报告期各期生产人员平均数量，该数量与发行人鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量是否匹配**

报告期	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
产蛋期种鸡平均存栏 (万套)	140.40	112.78	106.74	86.51
成长期种鸡平均存栏 (万套)	76.49	75.76	54.53	68.59
养殖人员平均人数 (人)	588	506	421	409
养殖人员人均养殖能 力(套/人·年)	3,689	3,726	3,831	3,792
商品代母雏孵化数量 (万羽)	7,297.52	12,051.99	10,755.15	8,225.07

报告期	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
孵化人员平均人数 (人)	439	336	286	245
孵化人员每月人均孵化数量 (万羽/人·月)	2.77	2.99	3.13	2.80

由上表可知，报告期各期生产人员基本与公司鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量相匹配。2020年上半年人均效率有所降低是因为公司为保障新增产能而提前招工进行培训所致。

### 三、上述数据与同行业可比公司的比较情况，是否存在显著差异及合理性

根据民和股份招股说明书，其报告期内理论养殖密度情况如下：

报告期	房屋面积 (m <sup>2</sup> )	可存栏 (套)	每平方米房屋饲养种鸡数量 (套)
2007年12月31日	222,274.75	1,763,148	7.93
2006年12月31日	203,622.23	1,387,018	6.81
2005年12月31日	173,919.84	1,156,046	6.65

公司种鸡采用全网面高床平养方式，较民和股份的笼养方式养殖密度要低，由于民和股份计算养殖密度时采用养殖场房屋面积，要远大于鸡舍面积，因此公司的养殖密度实际要远低于民和股份，符合公司实际经营情况，具备合理性。

### 四、核查过程和核查意见

#### (一) 核查过程

1、获取报告期各期鸡舍、网床面积，孵化器产能，计算孵化器产能利用率，分析产能是否与种鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量相匹配；

2、获取报告期各期养殖人员、孵化人员平均人数，计算养殖人员人均养殖能力、孵化人员每月人均孵化数量，分析养殖人员、孵化人员是否与种鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量相匹配；

3、查询同行业上市公司鸡舍面积、养殖密度等信息，并与发行人养殖密度进行对比，分析差异原因是否合理。

#### (二) 核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期各期鸡舍、网床面积，孵化器产能基本与种鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量相匹配；

2、报告期各期生产人员基本与公司鸡存栏数量、出栏数量、孵化数量相匹配；

3、公司种鸡采用全网面高床平养方式，较民和股份的笼养方式养殖密度要低，由于民和股份计算养殖密度时采用养殖场房屋面积，要远大于鸡舍面积，因此公司的养殖密度实际要远低于民和股份，符合公司经营情况，具备合理性。

（本页无正文，为信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对深圳证券交易所《关于宁夏晓鸣农牧股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》的回复之签章页）

信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)

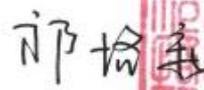


中国 北京

中国注册会计师：


中国注册会计师：


二〇二〇年十月九日