



宁夏晓鸣农牧股份有限公司

Ningxia Xiaoming Agriculture & Animal Husbandry Co.,Ltd.

(永宁县黄羊滩沿山公路 93 公里处向西 3 公里处)

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

保荐人（主承销商）



(四川省成都市高新区天府二街 198 号)

深圳证券交易所:

根据贵所 2020 年 9 月 22 日下发的《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》的要求，宁夏晓鸣农牧股份有限公司（以下简称“晓鸣农牧”、“发行人”、“公司”）已会同公司本次发行的保荐机构（主承销商）华西证券股份有限公司（以下简称“华西证券”、“保荐人”、“保荐机构”）、发行人律师北京海润天睿律师事务所（以下简称“发行人律师”）、发行人会计师信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核问询函所提问题逐条进行了认真核查及讨论，现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本审核问询函回复报告中的简称或名词的释义与招股说明书中的相同。

本审核问询函报告的字体：

审核问询函所列问题	黑体、加粗
对问题的回复	宋体
招股说明书原文	宋体
招股说明书的补充及修改	楷体、加粗

本问询回复中部分合计数与各数值直接相加之和若在尾数上存在差异的，为四舍五入所致。

问题一

关于祖代蛋种鸡供应和生产模式。根据申报文件，为了保证产品质量、市场认可度，公司引种扩繁的品种均从国外进口。发行人采取“集中养殖、分散孵化”的生产模式。请发行人补充披露：（1）国内外祖代蛋种鸡的主要区别，包括但不限于产品质量、生物安全、养殖孵化技术、市场占有率等；（2）行业竞争对手祖代蛋种鸡供应商情况，相关供应商与竞争对手之间是否有排他供应协议，发行人拓展品种来源是否存在障碍，国外祖代蛋种鸡供应情况是否对发行人持续经营能力产生重大影响；（3）“集中养殖、分散孵化”模式的原创性和可复制性，与行业主流生产模式是否存在实质差异。

回复：

一、国内外祖代蛋种鸡的主要区别，包括但不限于产品质量、生物安全、养殖孵化技术、市场占有率等

国内外祖代蛋种鸡的主要区别体现在其经扩繁后用于规模化推广的商品代雏鸡的区别上，包括产品质量、养殖孵化技术、市场占有率、疫病净化水平、市场服务及产业发展成熟程度。具体情况如下：

1、产品质量

国外育种公司资金和技术实力相对雄厚，遗传素材相对丰富，在育种工作中持续多年投入资源，使蛋鸡的生产性能不断提高。例如美国海兰国际公司和德国罗曼家禽育种公司培育的海兰蛋鸡和罗曼蛋鸡，是由四系配套的优良蛋鸡品种，蛋鸡的生产性能稳定、饲料报酬高、产蛋多、成活率高、适应性强，蛋品质良好。¹国内品种在多年发展之后，产蛋性能上也已经逐步接近国外品种。

2、市场占有率

报告期内国产祖代蛋种鸡品种占到国内祖代鸡总存栏量的比例维持在60-70%波动，但产能利用率比较低，导致商品代雏鸡的占比仍相对较低。根据中国畜牧业协会“全国种畜禽生产和价格动态监测项目”对信息监测企业的采集数据，2017年-2019年信息监测企业的商品代雏鸡销售量中，国外品种占比维持在60%-62%，国内品种占比维持在38%-40%。

¹ 《我国主要企业引进祖代蛋种鸡变动分析及预测》，薛凤蕊，秦富，2013年

3、养殖孵化技术

国内外企业多年来持续保持着良好的技术交流，均使用行业主流的养殖孵化技术和现代化智能孵化设备，故国内外品种在养殖孵化技术方面不存在区别。但在养殖孵化管理模式和细节方面，国内外企业会根据所处地域特点、市场需求、设备特点和企业生产实践经验，对所采用的具体养殖孵化管理模式和细节进行因地制宜的调整，故国内外蛋鸡品种在养殖孵化管理模式和细节方面存在不同。

4、生物安全

目前国内外品种均对生物安全领域极为重视，通过应用前沿生物安全技术、先进设施设备和严格生物安全体系建设，实现良种蛋鸡的高效繁育与疫病综合防控和净化。国外品种由于国外实施疫病净化计划和措施起步时间早，在祖代蛋种鸡疫病净化层面净化效果相对更高。国内由于养殖环境相对复杂，养殖畜禽数量庞大，疫病净化工作起步晚、难度大，我国动物疫病净化工作经过了多年的探索，目前也进入了科学实施的阶段且成果显著，因此在祖代蛋种鸡层面，国内品种疫病净化水平与国外仍有一定差距。

5、市场服务及产业发展成熟程度

我国从 20 世纪 80 年代引进海兰和罗曼系列祖代蛋种鸡，经过多次选育，形成了一套较为系统的养殖和培育经验。国内部分蛋鸡养殖企业受思维惯性和生产惯性的影响，短期内不会减少对国外蛋鸡品种的需求。^{错误!未定义书签。}同时国外育种公司凭借资金和人才上的优势，建立了庞大的国际性技术服务团队，在世界各地进行有关蛋鸡饲养管理、疫病防治、营养需要和设备使用及维护等方面的培训，提高蛋鸡饲养者的生产水平。²国外蛋鸡品种通过多年的引进历史和养殖管理实践积累，在国内形成了相对成熟完整的蛋鸡产业链。

国内蛋鸡品种随着国内育种水平的进步和相关产业的快速发展，也逐渐体现出自身优势和良好的发展态势。国内育种公司以打造适应性强、抗病力强、节约饲料、养殖环保、产蛋高、淘汰价值高等适合中国国情的蛋鸡品种为目标，先后培育了京白、京红、京粉、农大、新杨、大午等系列蛋鸡品种，形成了较为完整的曾祖代、祖代、父母代和商品代蛋鸡良种繁育体系，推广幅度和市场

² 《我国蛋鸡行业与国际蛋鸡行业的分析比较》，2009 年

认可度也逐渐提高。国内自主育种保证了中国蛋鸡产业健康可持续发展，更好地发挥了战略支撑作用，使蛋鸡产业摆脱了对进口品种的依赖。³未来当国外祖代蛋种鸡的供给受疫情等因素影响而波动时，稳定性能高、价格低廉的国内替代品种将会获得更大的市场空间。2020年9月27日国务院办公厅发布了《关于促进畜牧业高质量发展的意见》（国办发〔2020〕31号），明确提出“统筹利用好国际国内两个市场、两种资源；深化对外交流，加强先进设施装备、优良种质资源引进。”未来国产品种与国外品种仍将并存于国内市场，互相竞争互相促进，实现良性发展，共同促进国内蛋鸡供种安全和蛋鸡产业发展。

二、行业竞争对手祖代蛋种鸡供应商情况，相关供应商与竞争对手之间是否有排他供应协议，发行人拓展品种来源是否存在障碍，国外祖代蛋种鸡供应情况是否对发行人持续经营能力产生重大影响

（一）行业竞争对手祖代蛋种鸡供应商情况，相关供应商与竞争对手之间是否有排他供应协议

报告期内，行业内其他祖代蛋种鸡养殖企业的祖代蛋种鸡供应商情况如下：

序号	竞争对手名称	饲养品种	祖代蛋种鸡主要供应商
1	北京市华都峪口禽业有限责任公司	京红1号、京粉1号、京粉2号，京白1号、京粉6号	自主培育
2	北京中农榜样蛋鸡育种有限责任公司	农大三号、农大五号	自主培育
3	上海家禽育种有限公司	新杨蛋鸡系列	自主培育
4	河北省大午农牧集团种禽有限公司	大午粉1号、大午金凤、京白939	自主培育
5	北京农效种禽繁育有限公司	罗曼褐、罗曼灰、伊莎粉褐	德国罗曼家禽育种公司、荷兰汉德克集团
6	华裕农业科技有限公司	海兰褐、海兰灰、罗曼灰	美国海兰国际公司、德国罗曼家禽育种公司
7	沈阳华美畜禽有限公司	海兰褐	美国海兰国际公司
8	四川圣瑞达禽业有限公司	罗曼粉	德国罗曼家禽育种公司
9	正大禽业（河南）有限公司	罗曼褐	德国罗曼家禽育种公司
10	山东益生种畜禽股份有限公司	伊莎褐、伊莎粉	荷兰汉德克集团
11	河南今明家禽育种中心	巴布考克B-380	荷兰汉德克集团

数据来源：中国畜牧业协会

上表中1-4号竞争对手祖代蛋种鸡为自主培育，5-11号竞争对手祖代蛋种

³ 《打通产学研协同创新通道——“中国蛋鸡十年”杨宁专访》，2018年

鸡全部为国外引进，供应商为美国海兰国际公司、德国罗曼家禽育种公司及荷兰汉德克集团。由竞争对手祖代蛋种鸡来源可见，每家国外祖代蛋种鸡供应商均同时向国内多家客户供应祖代蛋种鸡，不存在排他供应情况。

（二）发行人拓展品种来源是否存在障碍，国外祖代蛋种鸡供应情况是否对发行人持续经营能力产生重大影响

发行人在已引进养殖海兰褐、海兰粉、海兰白、罗曼褐、罗曼粉品种祖代或父母代的情况下，于2020年9月完成新一批的海兰褐、海兰白及海兰灰祖代蛋种鸡的引进工作，补充了公司祖代蛋种鸡的同时，拓展了新的海兰灰品种。另一方面，其他公司存在同时引进养殖多种祖代蛋种鸡情况，例如华裕农业科技有限公司同时引进养殖海兰系列及罗曼系列祖代蛋种鸡，北京农效种禽繁育有限公司同时引进养殖罗曼系列及伊莎系列祖代蛋种鸡。故发行人在拓展品种来源方面不存在障碍。

如国外祖代蛋种鸡供应出现问题导致公司无法获得国外祖代蛋种鸡，公司将开发和利用国内蛋鸡遗传资源，更替公司养殖的蛋种鸡品种，并借助自身在蛋鸡制种领域多年的积累，保持稳定良好的经营状态和发展趋势，促进国内蛋鸡产业进步和供种安全提升。但由于公司在更替蛋鸡品种过程中，更替的蛋鸡品种在养殖孵化技术、管理经验、市场推广等方面均需要额外耗费时间及成本，会对公司生产经营产生影响。发行人专注于蛋鸡制种领域，在生物安全、养殖孵化管理、先进设备技术应用等领域持续投入资源，实现现代化制种生产运营，以此建立自身核心竞争力，并以良好的产品品质和技术服务，不断获得客户认可，持续扩大市场份额和行业影响力，公司的竞争优势不依赖于养殖销售的蛋鸡品种，如无法继续获得国外祖代蛋种鸡，公司将转向养殖其他品种蛋种鸡，继续发挥在生物安全、养殖孵化管理、先进设备技术应用等领域的优势，稳步推动公司业务发展。故国外祖代蛋种鸡供应情况对公司持续经营能力不构成重大影响。

（三）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、（三）祖代蛋种鸡、原材料及能源供应、采购情况”之“1、祖代蛋种鸡供应情况”部分进行了补充披露。

三、“集中养殖、分散孵化”模式的原创性和可复制性，与行业主流生产模式是否存在实质差异

(一)“集中养殖、分散孵化”模式的原创性和可复制性

1、“集中养殖、分散孵化”模式的原创性

“集中养殖、分散孵化”模式是发行人立足于西北地区，充分利用西北地区丰富的土地资源、良好独特的气候环境、地广人稀的自然条件，以多年养殖孵化生产的实践探索、技术积累及管理经验为基础，严格遵循高标准现代化制种生产要求，凭借公司统筹管理及各部门资源高效调配协作，综合多种有利因素及发展成果，最终形成了独创的“集中养殖、分散孵化”蛋鸡制种经营模式。目前国内外蛋鸡制种行业主流生产模式为养殖孵化一体化小区的生产模式，未有使用“集中养殖、分散孵化”模式的蛋鸡制种企业。

2、“集中养殖、分散孵化”模式的可复制性

“集中养殖、分散孵化”模式理论上可以被同行业其他企业复制，但是由于发行人立足所处地域特点，历经多年实践探索、技术经验积累和持续投资建设才得以形成良好的运作效率和经济效益，故其他企业复制的过程中可能会面临下列问题及障碍：

(1)“集中养殖”需要充足且合适的土地资源，并重新探索新的养殖管理及技术经验

“集中养殖、分散孵化”模式是在最适合养殖的区域养殖。养殖场的布局需考虑多方面因素，例如为保证良好的生物安全倾向于地广人稀、气候干燥的区域，而为保证原料及种蛋种鸡的运输需选择物流条件良好的区域。因此养殖场的布局需在生物安全与物流条件等方面取得平衡，并为大规模养殖取得足够数量的土地资源。发行人养殖场分散集中于贺兰山东麓洪积扇的荒地及贺兰山西麓的内蒙古阿拉善荒漠草原地区等地，这些地区同时拥有良好的生物安全等自然条件及良好的物流运输条件，并且发行人已取得数量充足的土地并逐步建成规模化养殖场。行业内其他公司如复制“集中养殖、分散孵化”模式，需寻找数量充足且同时满足良好的生物安全等自然条件及物流运输条件的土地资源，将面临较高的时间及资金成本。而且，更换养殖区域后，需根据当地的气候及环境条件，重新探索积累新的养殖管理及技术细节，短时间内难以形成良好的

经济效益。

(2) 实现良好的经济效益需要大量且充分的实践探索和经验积累

行业内其他企业目前全部使用行业主流的养殖孵化一体化模式，其养殖孵化生产管理与“集中养殖、分散孵化”模式存在较大的不同，例如由于“集中养殖、分散孵化”模式将养殖与孵化环节在地理层面分离，原料及种蛋种鸡需通过物流系统运输至各部门和厂区，对公司各部门协作、物流运输及资源调配提出较高的要求。如更改为“集中养殖、分散孵化”模式，需要通过大量的实践积累管理运营经验，付出较大的时间及资源成本，其他企业复制后无法保证能够取得良好的经济效益。

(3) 养殖及孵化环节存在大规模改建的资金门槛

“集中养殖、分散孵化”模式需要足够的养殖孵化生产规模才能更好的发挥各部门各环节资源高效调配的效率优势。行业内其他公司如复制该种模式，需要投入大额资金新建规模化养殖场与孵化厂，或者对已有养殖孵化一体化小区进行大规模改建，存在较大的资金门槛。

故“集中养殖、分散孵化”模式理论上可以被同行业其他企业复制，但是存在较大的时间成本、资金和技术门槛，难以短期内复制，且复制后无法保证实现良好的经济效益。

(二) 与行业主流生产模式是否存在实质差异

目前行业主流生产经营模式为养殖孵化一体化模式。与之相比，发行人使用的“集中养殖、分散孵化”模式在主要生产环节和工艺流程方面基本相同，但在运营管理、部门协作、生物安全、生产布局等方面存在不同。

1、两种模式具体情况

(1) “集中养殖、分散孵化”模式

“集中养殖、分散孵化”经营模式是指，在最适合养殖的区域养殖，在最贴近客户需求的地方孵化，以“集中养殖”优化产品品质，以“分散孵化”贴近市场需求。具体运作方式为：选择贺兰山东麓洪积扇的荒地及贺兰山西麓的内蒙阿拉善荒漠草原地区等地作为集中养殖区，利用贺兰山脉作为天然屏障可阻挡强对流空气及飞禽携带疫病传播的特性，将祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡养殖基地布局于贺兰山东、西麓的闽宁、青铜峡、阿拉善等广袤的地区，实现

了在相同生态条件下的蛋种鸡集中养殖；选择在宁夏闽宁、新疆昌吉、河南兰考、吉林长春等接近商品代蛋鸡养殖集中的区域布局公司种蛋孵化基地。借助现代物流运输系统及大数据分析体系，将集中养殖基地生产的种蛋按照分散孵化的产能需要进行配送，各孵化基地按照工厂化生产模式进行种蛋孵化后，利用专业化雏鸡运送车辆，就近将雏鸡送达客户蛋鸡养殖场完成公司产品的销售。

“集中养殖、分散孵化”模式将两个主要生产环节分离，对企业长期的生产布局和各地区协作能力要求较高。借助两个环节的分离布局，一方面能够避免种鸡养殖环节和孵化环节疫病的相互交叉传染；另一方面种鸡在同一地理和气候环境下饲养，更容易实现标准化管理，孵化厂靠近销售市场，节约运输成本的同时也降低了运输过程对雏鸡产品质量的影响。

（2）养殖孵化一体化模式

养殖孵化一体化模式一般以养殖小区为布局单位，每个养殖小区包括了蛋种鸡养殖及种蛋孵化两个主要部分，小区内养殖蛋种鸡生产的种蛋由该小区内的孵化设备进行孵化。养殖孵化一体化模式将养殖与孵化环节设置于同一场区内，节省了运输费用和时间成本，同时由于每个小区生产相对独立，企业可以根据市场变化、客户群体特征进行相对灵活的生产布局。并且通过养殖小区的按序建立，实现企业生产规模的平稳发展，减轻运营风险和资金压力。

2、两种模式具体区别

（1）运营管理

“集中养殖、分散孵化”模式中全部的养殖场与孵化厂均作为公司整体运营的组成部分，以公司整体层面进行运营，涉及各单位战略规划、生产计划调整、原材料采购、产品销售、投资建设等方面，需严格服从公司总部的统一管理。养殖孵化一体化模式中每个生产小区的运营管理相对独立，虽然也需配合公司整体发展战略和经营安排，但在日常经营如原材料采购、养殖孵化计划、产品销售等方面具有更多的自主性。

（2）部门协作

“集中养殖、分散孵化”模式中将养殖与孵化环节分离，对企业各部门、各地区协作能力提出较高要求。养殖部门需根据总体销售情况，及时反馈调整种蛋生产能力和调拨计划，并按照各地区销售计划将种蛋运输至各市场区域的

孵化厂，而孵化部门需根据销售情况及时调整孵化生产安排。整个过程需企业各部门、各地区同时参与，并充分考虑路况气候等物流运输情况，实现各部门设备设施的高效运作。养殖孵化一体化模式的生产小区具备完整的养殖孵化生产环节，其采购、生产及销售相对独立，无需公司层面的严格配合协作即可完成日常经营工作。

（3）生物安全

“集中养殖、分散孵化”模式中，发行人选择贺兰山东麓洪积扇的荒地及贺兰山西麓的内蒙古阿拉善荒漠草原地区等地作为集中养殖区，利用当地丰富的土地资源、良好独特的气候环境、地广人稀的自然条件，集中养殖祖代及父母代蛋种鸡，实现养殖环节良好的生物安全。同时养殖与孵化环节的分离布局，各场区功能相对独立，避免种鸡养殖环节和孵化环节疫病的相互交叉传染，节省生物安全体系建设资源，保证商品代雏鸡的产品品质。养殖孵化一体化模式的生产小区因雏鸡的运输需要，无法远离销售市场，且由于同时进行养殖和孵化工作，需要就养殖与孵化环节进行严格隔离和疫病防治。

（4）生产布局

“集中养殖、分散孵化”模式中养殖与孵化环节的分离，使养殖的种鸡在同一地理和气候环境下饲养，更容易实现养殖场标准化管理和规模化建造推广。并且孵化厂可以更加靠近销售市场，节约运输成本也降低了运输过程对雏鸡产品质量的影响。同时养殖与孵化环节严格按照公司发展战略和产能匹配进行有序的投资建设，实现设施设备的高效充分使用。养殖孵化一体化模式的生产小区同时具备养殖与孵化环节，需要同时考虑各地区不同的养殖环境和市场条件，就防疫需求、土地成本、市场距离等因素综合考虑权衡，因地制宜的进行生产布局。

综上，发行人采用的“集中养殖、分散孵化”模式与行业主流的养殖孵化一体化模式相比，主要在运营管理、部门协作、生物安全、生产布局方面存在实质差异。

（三）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）模式的创新性及持续创新机制”之“1、（1）独创‘集中养殖、分散孵化’的经营模式”

部分进行了补充披露。

四、核查过程和核查意见

（一）核查过程

保荐机构访谈了发行人养殖、孵化、采购、销售等部门业务人员，获取了2020年发行人引进祖代蛋种鸡资料，查询了2013年-2019年《中国禽业发展报告》，查询了中国蛋鸡行业发展相关的学术论文及期刊，访问了中国畜牧业信息网，获取了近年来全国主要企业引进祖代蛋种鸡相关信息。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、国外蛋鸡品种相比于国内品种在产品质量、市场占有率、疫病净化水平、市场服务及产业发展成熟程度方面存在区别；

2、行业竞争对手祖代蛋种鸡来源包括自主育种及国外引进，相关供应商与竞争对手之间不存在排他供应情况，发行人拓展品种来源不存在障碍，国外祖代蛋种鸡供应情况对发行人持续经营能力不构成重大影响；

3、“集中养殖、分散孵化”模式为发行人利用西北地区资源及环境优势，历经多年发展形成的独创生产经营模式，理论上可以被其他企业复制，但存在较大的时间、资金和技术门槛，且复制后无法保证实现良好的经济效益，与行业主流生产模式相比主要在运营管理、部门协作、生物安全、生产布局方面存在实质差异。

问题二

关于行业周期。请发行人补充披露：（1）影响商品代雏鸡行业周期的主要因素，是否存在较为固定的行业周期；（2）在行业周期上行和下行过程中，发行人采取的生产经营计划和具体实施措施，相关措施对存栏量、出栏量、孵化率、淘汰率等经营指标的影响，发行人应对行业周期波动风险的有效性。请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、影响商品代雏鸡行业周期的主要因素，是否存在较为固定的行业周期

（一）影响商品代雏鸡行业周期的主要因素

商品代雏鸡行业周期由供求关系决定，其影响因素可分为行业本身因素及外部突发因素。

行业本身因素主要在于蛋鸡自身的生物学规律的特点及农牧业产能调整的滞后性，行业供应端无法根据需求端的变化及时调整自身供应能力，使行业整体呈周期性波动。基本过程为鸡蛋供应小于需求时，鸡蛋价格上涨，养殖户盈利，养殖者购买雏鸡养殖的积极性增加，五个月后产能逐渐加大，鸡群持续利用一年时间。在这大约一年半时间里，鸡蛋由供不应求到基本平衡，再到供过于求，造成鸡蛋价格下跌，养殖户开始亏损，导致养殖者购进雏鸡减少，进入下半个周期，形成一次行业周期。⁴

外部突发因素则主要为禽流感、非洲猪瘟及其他公共卫生事件等突发因素，对供应端或者需求端造成较大影响，甚至导致原有的供需关系发生剧烈变化。例如：2017年上半年受禽流感疫情爆发影响，鸡蛋价格大幅下跌，蛋鸡行业遭受重创，至下半年疫情得到控制后，蛋鸡行业才开始回暖；2018年下半年开始爆发非洲猪瘟疫情，导致猪肉供给严重不足，鸡肉及鸡蛋作为替代品，市场需求快速上升，大幅推高商品代雏鸡需求量和价格，其影响一直持续至2020年。

（二）是否存在较为固定的行业周期

由于蛋鸡自身的生物学规律的特点及农牧业产能调整的滞后性，国内蛋鸡行业近十年来一直呈现周期性波动的规律，波动周期大致为2-3年。但受禽流感、非洲猪瘟等各种突发事件影响，故每次波动周期持续时间并不稳定，不存在较为固定的行业周期。

（三）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、（二）行业发展情况”之“7、（1）行业的周期性和季节性特征”部分进行了补充披露。

二、在行业周期上行和下行过程中，发行人采取的生产经营计划和具体实施措施，相关措施对存栏量、出栏量、孵化率、淘汰率等经营指标的影响，发行人应对行业周期波动风险的有效性

（一）在行业周期上行和下行过程中，发行人采取的生产经营计划和具体实施措施，相关措施对存栏量、出栏量、孵化率、淘汰率等经营指标的影响

⁴ 《蛋鸡市场三年一个周期的成因及走势分析》，周宝贵，2013年

在行业周期上行过程中，商品代雏鸡需求旺盛，价格较高，发行人采取适度扩大现阶段商品代雏鸡生产能力的经营计划，具体措施为延后部分父母蛋代种鸡的淘汰时间，适度延长其养殖周期，以增加现阶段商品代种蛋的生产能力，并且受行业周期上行影响，商品代雏鸡销售数量增速提高。

在行业周期下行过程中，商品代雏鸡需求萎缩，价格下降，发行人采取适度减少现阶段商品代雏鸡生产能力的经营计划，具体措施为提前部分父母代蛋种鸡的淘汰时间，适度缩短其养殖周期，以减少现阶段商品代种蛋的生产能力；同时淘汰后开始新一批父母代种雏鸡的育雏育成工作，为未来行业回暖提前储备产能；另一方面，将部分符合孵化标准的种蛋转为商品蛋，从而减少合格种蛋的筛选数量。上述措施可能会提高当年淘汰鸡中 65 周前淘汰的占比并且受行业周期下行影响，商品代雏鸡销售数量增速下降。

以 2015 年-2019 年为例，2016 年为行业高点，之后 2017 年行业进入下行周期，市场需求大幅下降，公司提前部分父母代蛋种鸡的淘汰时间，适度减少其养殖周期，并开始新一批父母代种雏鸡的育雏育成工作，当年淘汰鸡中 65 周前淘汰数量占比达到 23.53%，明显高于其他年份。同时将部分符合孵化标准的种蛋转为商品蛋，当年合格种蛋数占产蛋数的比例略低于其他年份，而商品代雏鸡销售数量增速受行业影响有所减缓。2018-2019 年行业进入上行周期，公司延后部分父母代蛋种鸡的淘汰时间，适度延长其养殖周期。当年淘汰鸡中 65 周前淘汰数量占比下降，而商品代雏鸡销售数量增速受行业影响有所提高。

公司在每栋鸡舍养殖的蛋种鸡淘汰后，经清理及空场（舍），即开始新一批蛋种鸡的育雏育成及养殖工作，保持鸡舍的持续充分使用，故父母代蛋种鸡平均存栏量不受相关经营计划及措施影响，随公司养殖场建设及业务发展逐年稳步扩大。

单位：万套，万羽，万枚

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
父母代蛋种鸡平均存栏	210.14	184.71	155.91	149.40	103.36	88.42
商品代雏鸡销售数量	7,117.68	11,980.09	10,660.24	8,139.67	7,928.66	6,669.53
商品代雏鸡销售数量增长速度	-	12.38%	30.97%	2.66%	18.88%	14.10%
父母代蛋种鸡淘汰数量	51.34	108.83	118.25	106.91	70.95	85.11
其中，65 周前淘汰数量	2.47	9.59	2.18	25.15	1.55	3.70

65周前淘汰占比	4.82%	8.81%	1.85%	23.53%	2.19%	4.35%
父母代蛋种鸡产蛋期产蛋数量	19,724.78	31,814.51	31,915.49	24,206.34	21,197.44	17,823.17
其中合格种蛋数	18,910.31	30,503.57	29,410.53	21,639.15	20,389.25	17,097.84
合格种蛋数/产蛋数	95.87%	95.88%	92.15%	89.39%	96.19%	95.93%

注：2019年因提前淘汰了一批产蛋性能较弱的寡产鸡，导致当年65周前淘汰数量相对较高。

（二）发行人应对行业周期波动风险的有效性

公司在近年的行业周期中灵活调整短期生产经营计划，持续保持稳定的生产经营。行业周期下行过程中，经营适度收缩，避免了行业周期波动对公司造成重大损失甚至生产经营中断的情况，并稳步扩大生产销售规模，实现市场占有率的逆势上升；行业周期上行过程中，抓住发展机遇，充分释放生产能力，实现营业收入和销售数量的快速提升。在蛋鸡行业长期波动和各种突发因素影响下，仍实现稳健的持续生产经营，稳步而高效的推进公司发展战略和投资建设计划，迅速扩大业务规模，商品代雏鸡销售数量及市场占有率不断提高，营业收入呈整体稳步上升趋势，行业影响力持续扩大。

（三）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、（八）行业周期对公司的影响及应对措施”之“2、发行人就保障经营稳定性采取的应对措施及其有效性”部分进行了补充披露。

三、核查过程和核查意见

（一）核查过程

保荐机构访谈了发行人养殖、孵化、采购、销售等部门业务人员，获取了近年来发行人生产经营数据，查询了2013年-2019年《中国禽业发展报告》，查询了中国蛋鸡行业发展相关的学术论文及期刊。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、影响商品代雏鸡行业周期的主要因素包括以蛋鸡自身生物学规律特点及农牧业产能调整滞后性为代表的行业本身因素，及以禽流感、非洲猪瘟等突发事件为代表的外部突发因素，行业周期受多种因素共同影响，不存在较为固定的行业周期；

2、在行业周期上行和下行过程中，发行人采取的生产经营计划和具体实施措施主要为调整父母代蛋种鸡养殖周期及减少合格种蛋筛选数量，相关措施主要对合格种蛋数占产蛋数比例、父母代蛋种鸡 65 周前淘汰占比产生影响，通过灵活调整短期生产经营计划，避免了行业波动对公司造成重大损失甚至生产经营中断的情况，持续保持稳定的生产经营。

问题三

关于存栏量。根据申报文件，截至报告期末，公司祖代蛋种鸡存栏约 5.56 万套，父母代蛋种鸡存栏约 188 万套，年可向市场推广商品代育成鸡约 96 万羽、商品代雏鸡约 15,000 万羽。

请发行人补充披露：

(1) 报告期各期末，公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏数量，行业可比公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏数量情况；

(2) 祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡、商品代雏鸡存栏和出栏数量之间是否应具有固定匹配关系，发行人相关数据是否匹配；

(3) 公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏数量对发行人持续经营能力的影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、报告期各期末，公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏数量，行业可比公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏数量情况

报告期各期末，公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏或库存情况如下：

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
祖代蛋种鸡（万套）	5.56	6.50	4.21	4.88
父母代蛋种鸡（万套）	188.04	182.38	124.56	132.81
商品代育成鸡（万羽）	34.80	27.08	32.90	32.46
商品代雏鸡（万羽）	5.82	1.78	7.50	1.09

公司商品代雏鸡孵化后，在 1 日龄装车销售，没有存栏，仅在各期末有少量当日孵化尚未完成销售的库存。

同行业可比上市公司未披露相关数据。

二、祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡、商品代雏鸡存栏和出栏数量之间是否应具有固定匹配关系，发行人相关数据是否匹配

公司种鸡与雏鸡的匹配关系主要体现在种鸡存栏量影响雏鸡生产数量。报告期内，公司产蛋期父母代蛋种鸡平均存栏与商品代雏鸡生产、销售数量的匹配关系如下：

阶段	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
产蛋期	产蛋期种鸡平均存栏（万套）	137.03	109.47	103.89	82.83
	产蛋期产蛋数量（万枚）	19,724.78	31,814.51	31,915.49	24,206.34
	产蛋率	78.87%	79.62%	84.17%	80.07%
	合格种蛋数（万枚）	18,910.31	30,503.57	29,410.53	21,639.15
	合格率	95.87%	95.88%	92.15%	89.39%
商品代雏鸡生产数量（万羽）		7,297.52	12,051.99	10,755.15	8,225.07
商品代雏鸡生产数量/合格种蛋数		38.59%	39.51%	36.57%	38.01%
商品代雏鸡销售数量（万羽）		7,117.68	11,980.09	10,660.24	8,139.67

注：合格种蛋生产后需根据公司销售计划运输至各孵化厂，并经过 3 周左右孵化成雏鸡，因此雏鸡生产与合格种蛋生产存在时间差，不具有精确的匹配性

公司产蛋期祖代蛋种鸡平均存栏与父母代种雏鸡生产、销售数量的匹配关系如下：

阶段	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
产蛋期	产蛋期种鸡平均存栏（万套）	3.36	3.30	2.85	3.68
	产蛋期产蛋数量（万枚）	434.85	1,134.49	812.07	1,253.42
	产蛋率	70.88%	94.06%	78.04%	93.27%
	合格种蛋数（万枚）	404.53	1,059.25	657.37	1,141.57
	合格率	93.03%	93.37%	80.95%	91.08%
父母代种雏鸡生产数量（万羽）		84.96	330.01	144.88	322.11
父母代种雏鸡生产数量/合格种蛋数		21.00%	31.16%	22.04%	28.22%
父母代种雏鸡销售数量（万羽）		27.96	165.10	34.87	196.31

合格种蛋理想状态下最多有 50% 可以孵化成母雏，但孵化过程中会有部分种蛋因为未受精、停止发育等原因终止孵化，因此实际孵化比例无法达到 50%。报告期内，公司商品代雏鸡生产数量与合格种蛋数的比例基本保持稳定，商品代雏鸡生产数量与父母代蛋种鸡存栏数量基本匹配。2017 年，市场行情低迷，

公司降低了种蛋入孵比例，因此合格率较低；2018年，市场需求回升缓慢，公司父母代种鸡饲养周期较短，周龄较小，因此产蛋率高。

公司祖代蛋种鸡养殖数量较少，受单批次祖代蛋种鸡养殖周龄影响较大，2018年及2020年1-6月，公司处于产蛋期的祖代蛋种鸡周龄较大，生产性能下降，由此导致产蛋率与合格种蛋率的下降。由于公司对父母代种雏鸡的筛选标准更为严格，因此父母代种雏鸡生产数量与合格种蛋数的比例要低于商品代雏鸡。

综上，公司产蛋期祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡的存栏数量与各年度产雏数量匹配，波动具备合理性。

公司商品代育成鸡存栏和生产、销售情况如下：

单位：万羽

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
期末存栏数量	34.80	27.08	32.90	32.46
生产数量	60.97	74.15	95.72	64.04
销售数量	61.43	73.46	95.51	63.99

公司商品代育成鸡按批次饲养，单批可存栏33.34万羽，每年可生产商品代育成鸡2-3个批次。2017-2018年，兰考晓鸣分别生产销售商品代育成鸡2个批次和3个批次，2019年生产销售2个完整批次，并于年末销售第3个批次，2020年1-6月，将2019年末的存栏商品代育成鸡销售完成，并又生产1个批次，因此生产、销售数量呈波动趋势。

三、公司祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡存栏数量对发行人持续经营能力的影响

祖代蛋种鸡是公司父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡的源头，祖代蛋种鸡存栏数量长期不足可能会导致公司无法扩繁足够数量的父母代蛋种鸡，从而对公司生产经营产生影响。为确保基础种源的数量和供种安全，公司会适当多引进祖代蛋种鸡，超出自身需求的父母代种雏鸡会向市场销售，同时，公司可采取延长已有祖代蛋种鸡养殖周期、调整引种渠道等手段应对疫情封关等特殊情形，因此短期内祖代蛋种鸡的数量波动不会对公司持续经营能力产生重大影响。报告期内，公司未发生祖代蛋种鸡存栏不足的情形，持续经营能力良好。

父母代蛋种鸡的存栏量直接决定公司商品代雏鸡的产能，对公司持续经营能力具有较大影响。报告期内，公司商品代雏鸡产能为 9,445.49 万羽、11,815.93 万羽、12,470.24 万羽及 7,890.96 万羽，随父母代蛋种鸡的存栏量逐年增长。父母代蛋种鸡的存栏数量一方面与公司父母代养殖场的规模相关，一方面与父母代种雏鸡的供给和养殖情况相关，报告期内，公司固定资产投资持续增加，父母代养殖场的规模逐步扩大，而父母代种雏鸡的供给始终超过自用需求，养殖情况良好，未发生重大禽类疫情，各父母代养殖场接近满负荷生产，公司父母代蛋种鸡的存栏数量始终满足生产计划的需求，持续经营能力良好。

公司商品代育成鸡的养殖规模较小，对公司持续经营能力影响较小。报告期内，公司未发生商品代育成鸡存栏不足的情形，持续经营能力良好。

库存商品代雏鸡系期末当日孵化出来尚未完成销售的部分，对公司持续经营能力不产生影响。

四、核查过程和核查意见

（一）核查过程

- 1、取得公司各年度种鸡存栏、期末库存与产雏数量明细，分析存栏与生产、销售数量的匹配性；
- 2、对各厂区生物资产进行实地监盘，检查生物资产的数量及状况；
- 3、查阅同行业上市公司公开披露信息，查询可比存栏数据；
- 4、向发行人了解祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡的存栏或库存对其持续经营能力的影响，并分析合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人报告期各期末祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡和商品代雏鸡的存栏或库存数量准确，同行业上市公司未披露相关数据；
- 2、发行人产蛋期祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡的存栏数量与各年度产雏及销售数量匹配，波动具备合理性，商品代育成鸡存栏与生产、销售数量匹配；
- 3、发行人祖代蛋种鸡、父母代蛋种鸡、商品代育成鸡均未发生过存栏不足的情形，持续经营能力良好，商品代雏鸡库存数量对发行人持续经营能力不产

生影响。

问题四

关于优先股。根据申报文件，发行人优先股赎回事项正在推进。请发行人补充披露优先股赎回和实际控制人股权质押担保解除进展情况，是否对实际控制人控制权稳定造成重大影响。

回复：

一、赎回和实际控制人股权质押担保解除进展情况，是否对实际控制人控制权稳定造成重大影响

截至本回复出具日，公司优先股已完成注销，公司实际控制人的股权质押担保义务已解除。相关股份解质押手续正在办理中，预计于 2020 年 10 月中旬办理完毕，不存在对实际控制人控制权稳定造成重大影响的情形。

优先股赎回和实际控制人股权质押担保解除进展具体如下：

1、2020 年 8 月 14 日，公司召开第四届董事会第二次会议，审议通过《关于公司提前赎回全部优先股并申请注销的议案》，同意公司赎回并注销全部优先股。

2、2020 年 8 月 17 日，公司在全国股转系统指定信息平台（<http://www.neeq.com.cn>）披露《关于优先股赎回的第一次提示性公告》（公告编号：2020-093）。

3、2020 年 9 月 1 日，公司召开 2020 年第五次临时股东大会会议，审议通过《关于公司提前赎回全部优先股并申请注销的议案》，并于同日在全国股转系统指定信息平台（<http://www.neeq.com.cn>）披露《关于优先股赎回的第二次提示性公告》（公告编号：2020-100）。

4、2020 年 9 月 3 日，晓鸣农牧及主办券商华西证券分别向全国中小企业股份转让系统有限责任公司提交了《宁夏晓鸣农牧股份有限公司关于赎回并注销优先股的申请》《华西证券股份有限公司关于宁夏晓鸣农牧股份有限公司优先股赎回事项的合法合规意见》。

5、2020 年 9 月 10 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具《关于同意宁夏晓鸣农牧股份有限公司优先股赎回并注销的函》（股转系统函【2020】

3010号), 同意晓鸣农牧优先股注销事宜。

6、2020年9月15日, 公司在全国股转系统指定信息平台(<http://www.neeq.com.cn>)披露《关于优先股赎回的第三次提示性公告》(公告编号: 2020-101)。

7、2020年9月16日, 晓鸣农牧向中国证券登记结算有限责任公司北京分公司就赎回及注销优先股提出业务申请。

8、2020年9月27日, 公司划转足额资金至中国证券登记结算有限责任公司北京分公司。

9、2020年9月30日, 中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具《优先股赎回结果反馈表》, 其于2020年9月29日完成了公司优先股的赎回, 并对相关股份进行了注销。同日, 公司在全国股转系统指定信息平台(<http://www.neeq.com.cn>)披露《关于优先股全部赎回结果公告》(公告编号: 2020-102)。

10、截至本回复出具日, 公司优先股已注销, 公司实际控制人的股权质押担保义务已解除, 相关股份解质押手续正在办理中, 预计于2020年10月中旬办理完毕。

二、补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、(三) 报告期内发行人优先股情况”之“1、(5) 本次优先股的赎回情况”部分进行了补充披露。

三、核查过程和核查意见

(一) 核查过程

保荐机构查阅了公司优先股发行签署的认购协议、相关股权质押协议、赎回协议以及宁夏产业引导基金关于本次优先股认购的相关资料, 核查了董事会、股东大会关于优先股发行相关决议, 核查了公司办理赎回、注销的业务申请记录及优先股本金、利息支付凭证。

(二) 核查意见

经核查, 保荐机构和发行人律师认为:

公司优先股已完成赎回并注销，公司实际控制人的股权质押担保义务已解除。相关股份解质押手续正在办理中，截至本回复出具日，不存在对实际控制人控制权稳定造成重大影响的情形。

问题五

关于员工离职率。根据申报文件，报告期内，发行人员工离职率分别为 35.45%、43.94%、40.12%和 24.39%。请发行人补充披露：（1）员工离职率与同行业可比公司情况是否一致；（2）是否存在薪资拖欠、劳务纠纷、劳动仲裁、诉讼或其他潜在法律风险。请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、员工离职率对比情况

（一）离职率对比情况

发行人报告期内员工离职情况如下：

报告期	期末人数	本期离职人数（人）		离职率（%）	
		离职总人数	其中饲养员人数	全体员工离职率	剔除饲养员后离职率
2017年	974	535	291	35.45	20.03
2018年	999	783	370	43.94	29.25
2019年	1,245	834	398	40.12	25.94
2020年1-6月	1,432	462	204	24.39	15.27

报告期内，发行人员工离职率分别为 35.45%、43.94%、40.12%和 24.39%，主要原因为“夫妻包栋”饲养员的流动性较高。公司因防疫需求，养殖场区实行封闭式管理，养殖周期内（一批鸡的养殖周期一般为 68-72 周）饲养员必须驻场，不得随意离开养殖场区。鉴于上述严格的管理要求，部分饲养员在一个养殖周期结束后即离职。饲养员的工作对从业人员的文化素质和技术水平要求不高，可替代性强，在进行培训后即能上岗，保证养殖工作的持续进行。报告期内，饲养员的流动性未对公司的生产经营造成不利影响。

发行人所处蛋鸡行业无上市公司，无法取得相关离职率信息，进一步扩大比较范围至农、林、牧、渔业后，经查沪深市场农、林、牧、渔业全部 38 家上市公司，上述公司亦未披露离职率信息。

根据发行人“夫妻包栋”模式对从业人员的文化素质和技术水平要求不高、

可替代性强、生产具有周期性等特点，检索了具有类似特点的其他行业 5 家公司的离职率信息，具体情况如下：

单位：%

序号	公司简称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	奥雅设计	28.99	35.25	38.93
2	朗特智能	40.79	33.10	35.39
3	特发服务	36.25	35.47	32.70
4	均瑶健康	52.53	64.21	60.17
5	晓鸣农牧	40.12	43.94	35.45
序号	公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
6	玉禾田	48.13	52.17	45.73

根据上述公司披露的信息，离职率较高的原因可概括为：员工负责的工作内容相对简单；对从业人员的文化素质和技术水平要求不高，可替代性强；基层一线员工流动性较高等。上述各公司员工离职的原因和实际情况与发行人“夫妻包栋”模式下从业人员素质要求、岗位可替代性、生产周期性等特点类似，具备可比性。

上述公司报告期各年度的最高离职率为 64.21%，最低为 28.99%。发行人报告期内的最高离职率为 43.94%，最低为 35.45%，与上述可比公司的离职率水平相比，处于合理区间。

（二）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十七、（二）员工构成情况”之“6、报告期内员工流动情况、离职率等”部分进行了补充披露。

二、发行人是否存在薪资拖欠、劳务纠纷、劳动仲裁、诉讼或其他潜在法律风险

（一）发行人薪资拖欠、劳务纠纷、劳动仲裁、诉讼或其他潜在法律风险

报告期内，发行人发生 1 起劳动仲裁，基本情况为：公司员工在劳动过程中受伤，经认定为工伤后，于 2020 年 8 月 12 日就赔偿金额申请劳动仲裁，后经双方协商达成和解，申请人于 2020 年 9 月 24 日撤回劳动仲裁申请。除此之外，发行人不存在薪资拖欠和劳务纠纷，不存在其他劳动仲裁、诉讼情况，亦不存在其他潜在风险。

（二）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十七、（七）发行人薪资拖欠、劳务纠纷、劳动仲裁、诉讼或其他潜在法律风险”部分进行了补充披露。

三、核查过程和核查意见

（一）核查过程

- 1、核查沪深市场农、林、牧、渔业上市公司离职信息披露情况；
- 2、核查近期披露招股书公司的离职率情况及离职原因；
- 3、取得公司提供的离职率测算资料、仲裁资料；
- 4、取得相关主管部门的证明文件；
- 5、进行网络检索，核查是否存在劳动纠纷导致的仲裁和诉讼情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、与相关公司对比，发行人的离职率合理，与其所处行业和业务模式相符，不存在因员工离职影响公司正常经营的情况；
- 2、发行人不存在薪资拖欠情况，除发生一起已经撤回申请的劳动仲裁外，报告期内不存在其他劳务纠纷、劳动仲裁、诉讼，也不存在其他潜在法律风险。

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。

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。

（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）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、（二十三）收入确认原则和计量方法”部分进行了补充披露。

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。**

（三）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、（二十三）收入确认原则和计量方法”部分进行了补充披露。

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，保荐机构和申报会计师认为：

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），根据合同将产品交付给客户，经客户验收确认取得客户的收货确认单后，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。

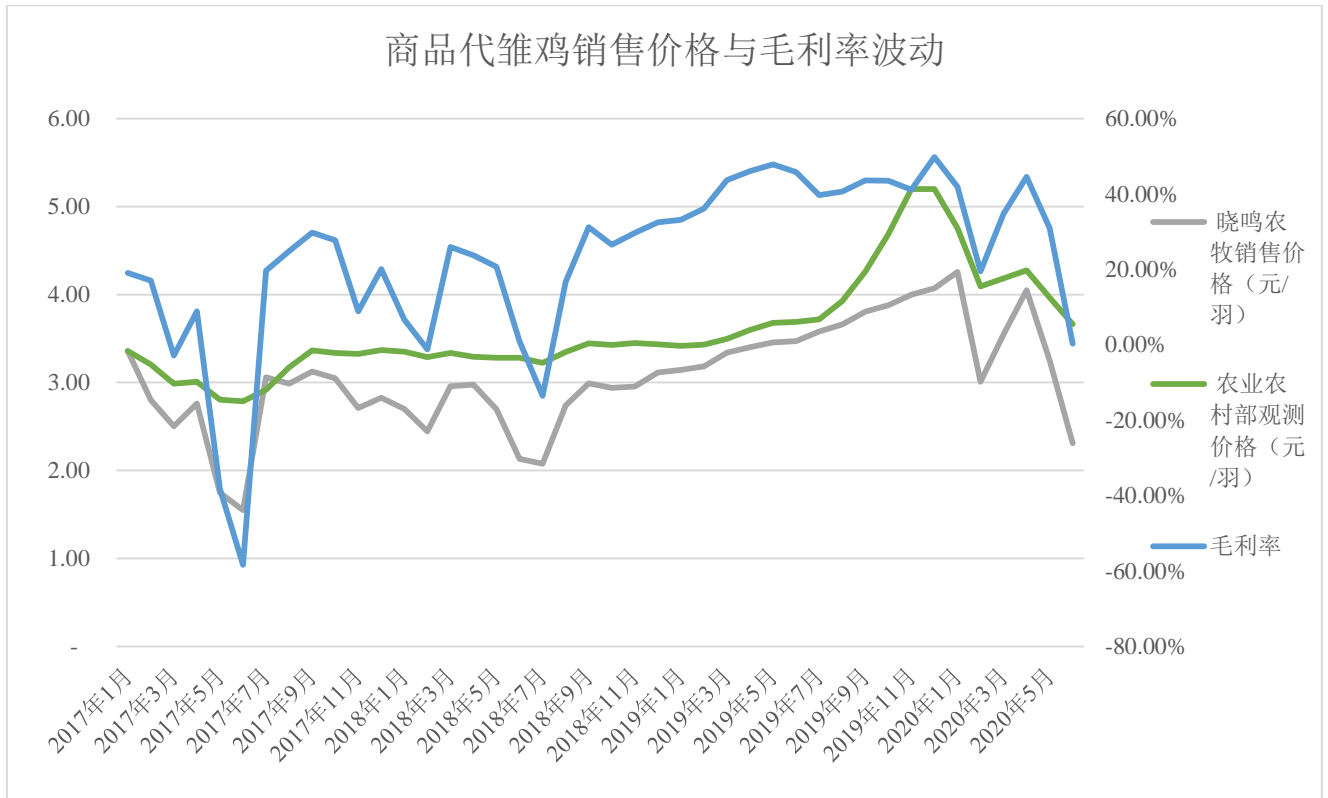
请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

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%

2019 年度	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%
	4	郭尚骏	商品代雏鸡	269.94	6月	-17.27%	0.33%
					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%
	5	张福峰	商品代雏鸡	244.29	6月	4.64%	0.33%
					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%
2019 年度	1	王恒林	商品代雏鸡	668.71	6月	-14.19%	0.33%
					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%
	2	刘彭	商品代雏鸡	479.36	12月	50.43%	49.86%
					1月	32.70%	33.17%
					2月	35.71%	36.13%
					3月	44.25%	43.72%
					4月	46.15%	46.05%
					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%					

	3	张福峰	商品代雏鸡	353.64	10月	40.35%	43.53%
					11月	40.84%	41.14%
					12月	47.75%	51.23%
					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%
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%
					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	275.50	1月	2.09%	6.70%

			鸡		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
	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%
					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%
2017 年度	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%
					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
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%
					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、	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%

		林西德青源农业科技有 限公司					
	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	商品代雏 鸡	842.88	1月	48.65%	41.93%
					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%
			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）	2,058.46	1月	21.35%	18.36%
					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%		
				12月	21.01%	17.67%		
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	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
				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%		
		商品代育成鸡	518.18	7月	39.60%	39.74%		
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%		
				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
	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%

2017 年度	5	韩恒元	副产品 (蛋及孵 化副产 品)	384.58	12月	80.38%	37.81%
					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%					
2017 年度	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	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%

		国)投资有限公司 渭南分公司								
4	黄增亮	副产品 (蛋及孵 化副产 品)	361.80	2月	37.11%	21.13%				
				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%								
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%
	合计	995.38	34.44%	3,048.80	40.10%	2,881.74	44.25%	1,537.21	38.89%

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。

保荐机构对发行人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
已走访客户交易金额（万元）	14,742.56	34,989.32	27,067.82	19,596.29
已走访客户数量（个）	196	372	409	391
走访覆盖比例	52.52%	64.91%	70.62%	69.18%
回函收入金额（万元）	24,397.29	37,157.18	26,275.60	19,237.29
已收回的函证数量（个）	775	719	382	361
回函收入比例	86.91%	68.93%	68.55%	67.91%

保荐机构通过走访和函证，对发行人收入真实性的核查真实、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，保荐机构和申报会计师认为：

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。

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%
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。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

- 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。

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，公司在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%

保荐机构未参与2018年末的监盘，获取了发行人2018年末的盘点记录。

（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、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，保荐机构和申报会计师：

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，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。

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
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-产蛋期(父母代蛋种鸡)”	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

	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”		
--	---	--	--

(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%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，与立华股份和民和股份基本接近。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—22 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，保荐机构和申报会计师认为：

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。

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

（一）上述指标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）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（一）资产构成分析”之“2、（1）固定资产”之“⑤产蛋期种鸡存栏数量与产出数量的匹配情况”进行了补充披露。

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

（一）公司对上述指标的调节情况

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。

（二）补充披露情况

相关内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（一）资产构成分析”之“2、（1）固定资产”之“⑥公司对产蛋率、合格率及“生产数量/合格种蛋数”的调节情况”进行了补充披露。

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，保荐机构和申报会计师认为：

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。

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 ²)	网床面积 (m ²)	期末种鸡存 栏(万套)	每平米鸡舍 养殖密度 (m ² /套)	每平米网床 养殖密度 (m ² /套)
2020年6月30日	333,500	278,260	193.61	5.81	6.96
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 m²，网床面积 9,856 m²

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
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 ² ）	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，保荐机构和申报会计师认为：

- 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，为宁夏晓鸣农牧股份有限公司关于《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）

宁夏晓鸣农牧股份有限公司
2020年10月9日



（本页无正文，为华西证券股份有限公司关于《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）

保荐代表人：


袁宗


杜国文



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读宁夏晓鸣农牧股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函报告回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



蔡秋全

