青岛沃隆食品股份有限公司

Qingdao Wolong Food Co., Ltd.

（山东省青岛市城阳区抱虎山路 109 号）

首次公开发行股票招股说明书

（上会稿）

保荐机构（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

（广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座）

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
拟发行股数	本次公开发行新股数量不超过 2,500 万股，占本次发行后股份总数不低于 25%，本次发行不进行老股发售。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】
发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 10,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	本次发行前公司股东对所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺： （一）公司控股股东、实际控制人杨国庆承诺： “1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。 上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 4、在上述承诺的锁定期届满后，在本人任职期间内及任职期间届满后 6 个月内每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让所持有的发行人股份，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。 5、如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。” （二）公司股东杨靖、杨丹、杨国荣承诺： “1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

	上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本人未将违规减持所得交发行人，则本人愿依法承担相应责任。” （三）公司股东沃隆控股的承诺： “1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 2、本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。 上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 如本企业违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本企业未将违规减持所得交发行人，则本企业愿依法承担相应责任。” （四）除职工代表监事刘悦涛外，其他持有公司股份的董事、监事、高级管理人员承诺： “1、本人所持发行人股份自发行人首次公开发行股票并在上海证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人持有的股份。 2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。 上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 4、在上述承诺的锁定期届满后，在本人任职期间内及任职期间届满后 6 个月内每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让所持有的发行人股份，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。 5、如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。” （五）职工代表监事刘悦涛承诺： “1、本人所持发行人股份自发行人首次公开发行股票并在上海证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月或自本人获得发行人首次公开发行股票前已发行的股份之日起 36 个月内（以孰晚者为准）不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人持有的股份。 2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均

	低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。 上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 4、在上述承诺的锁定期届满后，在本人任职期间内及任职期间届满后 6 个月内每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让所持有的发行人股份，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。 5、如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。” （六）公司持股平台股东沃隆达资产承诺： “1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 2、本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。 上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 如本企业违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本企业未将违规减持所得交发行人，则本企业愿依法承担相应责任。” （七）公司持股平台股东隆璟达投资承诺： “1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 2、本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。 3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。 上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。 如本企业违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本企业未将违规减持所得交发行人，则本企业愿依法承担相应责任。”
保荐机构（主承销商）	中信证券股份有限公司
签署日期	2022 年【】月【】日

声 明

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

本公司提醒广大投资者注意以下重大事项：

一、本次发行前股东的股份锁定和持股意向的承诺

（一）公司控股股东、实际控制人杨国庆承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

4、在上述承诺的锁定期届满后，在本人任职期间内及任职期间届满后 6 个月内每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让所持有的发行人股份，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。

5、如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）公司股东杨靖、杨丹、杨国荣承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本人未将违规减持所得交发行人，则本人愿依法承担相应责任。

（三）公司股东沃隆控股承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

如本企业违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本企业未将违规减持所得交发行人，则本企业愿依法承担相应责任。

（四）除职工代表监事刘悦涛外，其他持有公司股份的董事、监事、高级管理人员承诺

1、本人所持发行人股份自发行人首次公开发行股票并在上海证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人持有的股份。

2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

4、在上述承诺的锁定期届满后，在本人任职期间内及任职期间届满后 6 个月内每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让所持有的发行人股份，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。

5、如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。

（五）职工代表监事刘悦涛承诺

1、本人所持发行人股份自发行人首次公开发行股票并在上海证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月或自本人获得发行人首次公开发行股票前已发行的股份之日起 36 个月内（以孰晚者为准）不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人持有的股份。

2、本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

4、在上述承诺的锁定期届满后，在本人任职期间内及任职期间届满后 6 个月内每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让所持有的发行人股份，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。

5、如本人违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。

（六）公司持股平台股东沃隆达资产承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

如本企业违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本企业未将违规减持所得交发行人，则本企业愿依法承担相应责任。

（七）公司持股平台股东隆璟达投资承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价。

3、发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

如本企业违反上述股份锁定承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得归发行人所有。如本企业未将违规减持所得交发行人，则本企业愿依法承担相应责任。

二、上市后三年内稳定公司股价的预案

为稳定公司股票上市后的股价，进一步保护投资者利益，根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告[2013]42 号）的相关要求，公司制定了上市后三年内稳定股价的预案：

（一）预警条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，当公司股票连续 5 个交易日的收盘价（若因公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，致使公司股票收盘价与最近一年经审计的每股净资产值不具有可比性的，公司股票收盘价应做相应的调整，下同）低于公司最近一年经审计的每股净资产值（每股净

资产值=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）的 120%，且非因不可抗力因素所致时，公司将在 10 个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

（二）启动条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司最近一年经审计的每股净资产，且非因不可抗力因素所致时，应当在 10 个交易日内召开董事会制定稳定公司股价的具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后 10 个交易日内启动实施，并按照上市公司信息披露要求予以公告。

（三）稳定股价具体措施

当公司触及稳定股价措施的启动条件时，将按以下顺序依次开展实施：

1、公司回购

在启动稳定股价措施的条件满足时，公司应启动向社会公众股回购股份的方案，具体如下：

（1）公司应在符合《上市公司股份回购规则》等相关法律、法规的规定且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，向社会公众股东回购股份。

（2）公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东及实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（3）公司为稳定公司股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项要求：

①公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金净额的 10%；

②公司单次用于回购股份的资金不得高于最近一年经审计的归属于母公司股东净利润的 30%；

③单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一年经审计的归属于母公司股东净利润的 50%，超过前述标准的，当年度不得继续实施公司回购；

④公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价格连续 20 个交易日超过最近一年经审计的每股净资产，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

2、控股股东、实际控制人增持

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施“1、公司回购”完成股份回购后 3 个月内再次触发稳定股价措施条件，或无法实施股价稳定措施“1、公司回购”时，控股股东及实际控制人应启动通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份的方案，具体如下：

（1）公司控股股东及实际控制人应在符合相关法律法规的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

（2）控股股东及实际控制人为稳定公司股价之目的进行股份增持的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

①单次用于增持股份的资金金额不低于自公司上市后累计所获得现金分红金额的 30%，且单次增持股份数量不超过公司总股本的 2%；

②连续 12 个月内用以稳定股价的增持资金不超过自公司上市后累计所获得现金分红金额的 50%，且连续 12 个月内增持股份数量累计不超过公司总股本的 5%。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持

公司启动股价稳定措施后，当公司控股股东及实际控制人根据股价稳定措施“2、控股股东、实际控制人增持”完成股份增持后 3 个月内再次触发稳定估价措施条件，或无法实施股价稳定措施“2、控股股东、实际控制人增持”时，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应启动通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份的方案：

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

（2）有义务增持的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺，单次用于购买股份的资金金额不低于其在担任董事或高级管理人员职务期间上一年度从公司领取的税后薪酬的 30%，连续 12 个月用以稳定股价所动用的资金应不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间最近一年从公司领取的税后薪酬的 50%。公司全体董事（独立董事除外）、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

（3）公司在首次公开发行股票并上市后三年内新聘任的在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事（独立董事除外）、高级管理人员的义务及责任的规定，公司、控股股东及实际控制人、现有董事、高级管理人员应当促成公司新聘任的该等董事（独立董事除外）、高级管理人员遵守本预案并签署相关承诺。

（四）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

（1）公司董事会应在公司回购的启动条件触发之日起的 10 个交易日内做出实施回购股份或不实施回购股份的决议。

（2）公司董事会应当在做出决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案（回购股份的预案至少包含以下内容：回购目的、回购方式、回购价格或价格区间、定价原则、拟回购股份的种类、数量及其占公司总股本的比例、拟用于回购股份的资金总额及资金来源、回购期限、预计回购股份后公司股权结构的变动情况、管理层对回购股份对公司经营、财务及未来发展的影响的分析报告等）或不回购股份的理由，并发布召开股东大会的通知。

（3）经股东大会决议决定实施回购的，公司应在公司股东大会决议做出之日起下一个交易日开始启动回购程序，公司应依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续，并在履行完必需的审批、备案和信息披露等法定程序后在 30 日内实施完毕。

（4）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东及实际控制人增持

（1）控股股东及实际控制人在增持的启动条件触发之日起 10 个交易日内，应将其增持公司股票的计划书面通知公司董事会，并由公司公告披露，增持计划包括但不限于拟增持的公司股票的数量范围、价格区间及完成期限等信息。

（2）控股股东及实际控制人自增持公告作出之日起 3 个交易日内开始启动增持，并应在 60 日内实施完毕。

（3）触发增持的启动条件之后，如果公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一年经审计的每股净资产，则可中止实施该次增持计划；如果连续 40 个交易日高于最近一年经审计的每股净资产，则可终止实施该次增持计划。

（4）控股股东及实际控制人增持公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批或者备案的，应履行相应的审批或者备案手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持

（1）董事（独立董事除外）、高级管理人员应在董事（独立董事除外）、高级管理人员增持的启动条件触发之日起 10 个交易日内，应就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司，并由公司进行公告，增持计划包括但不限于拟增持的公司股票的数量范围、价格区间及完成期限等信息。

（2）董事（独立董事除外）、高级管理人员应自增持公告作出之日起 3 个交易日后开始启动增持，并应在 30 日内实施完毕。

（3）董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批或者备案的，应履行相应的审批或者备案手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

（五）约束措施和责任追究机制

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

1、公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、自稳定股价措施的启动条件触发之日起，公司董事会应在 10 个交易日内召开董事会会议，并及时公告将采取的具体措施并履行后续法律程序。董事会不履行上述义务的，全体董事以最近一年薪酬为限对股东承担赔偿责任。

3、控股股东及实际控制人负有增持股票义务，但未按本预案的规定提出增持计划或未实际实施增持计划的，公司有权责令控股股东及实际控制人在限期内履行股票增持义务。控股股东及实际控制人据不履行，应向公司按如下公式支付现金补偿：控股股东及实际控制人最高增持金额—其实际增持股票金额（如有）。控股股东及实际控制人拒不支付现金补偿的，公司有权扣减其应向控股股东及实际控制人支付的现金分红，控股股东及实际控制人多次违反上述规定的，现金补偿金额累计计算。

4、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员负有增持股票义务，但未按本预案的规定提出增持计划或未实际实施增持计划的，公司有权责令董事（独立董事除外）、高级管理人员在限期内履行股票增持义务。董事（独立董事除外）、高级管理人员据不履行，应向公司按如下公式支付现金补偿：每名董事（独立董事除外）、高级管理人员最低增持金额—其实际增持股票金额（如有）。董事（独立董事除外）、高级管理拒不支付现金补偿的，公司有权扣减其应向董事（独立董事除外）、高级管理人员支付的薪酬。

5、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员拒不履行本预案规定的股票增持义务情节严重的，控股股东及实际控制人或董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会同意更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

（六）本预案的生效及调整

本预案在提交公司股东大会审议通过后，自公司完成首次公开发行股票并上市之日起生效，有效期为三年。

如因法律法规修订或政策变动等情形导致本预案与相关规定不符，公司董事会应对本预案进行调整的，需经出席股东大会的股东所持有表决权股份总数的三分之二以上同意通过。

（七）相关承诺

1、发行人承诺

（1）发行人认可股东大会审议通过的《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》。

（2）发行人将无条件遵守《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》中的相关规定，履行相关各项义务。

2、控股股东、实际控制人承诺

（1）本人认可发行人股东大会审议通过的《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》。

（2）根据《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》相关规定，在发行人就回购股份事宜召开的股东大会上，本人对回购股份的相关决议投赞成票。

（3）本人将无条件遵守《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》中的相关规定，履行相关各项义务。

3、发行人董事承诺（独立董事除外）

（1）本人认可发行人股东大会审议通过的《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》。

（2）若发行人触发需采取稳定股价的情形，本人承诺将督促发行人履行稳定股价事宜的决策程序，并在发行人召开董事会对稳定股价做出决议时，本人承诺就该等稳定股价事宜在董事会中投赞成票。

（3）本人将遵守《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》中的相关规定，履行相关各项义务。

4、发行人高级管理人员承诺

（1）本人认可发行人股东大会审议通过的《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》。

（2）本人将无条件遵守《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案》中的相关规定，履行相关各项义务。

三、关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺

公司于 2022 年 3 月 22 日召开第一届董事会第四次会议、2022 年 4 月 6 日召开 2022 年第三次临时股东大会，先后审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市的议案》《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市摊薄即期回报的风险及应对措施的议案》，公司、公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司首发填补回报措施得以切实履行均作出了承诺，具体如下：

（一）发行人承诺

1、积极实施募投项目，尽快实现预期效益

公司董事会已对本次募投项目进行了充分的项目可行性分析，本次募投项目系紧密结合公司主营业务，对提高公司竞争力有重要意义。公司将积极推进募投项目的实施，尽快实现预期效益，降低上市后即期回报被摊薄的风险。

2、完善内部控制，提升管理水平

公司将按照有关法律法规和有关部门的要求，进一步健全内部控制，提升管理水平，保证公司生产经营活动的正常运作，降低管理风险，加大成本控制力度，提升经营效率和盈利能力。同时，公司将努力提升人力资源管理水平，完善和改进公司的薪酬制度和员工培训体系，提升公司的持续经营能力，为公司的快速发展夯实基础。

3、加强募集资金管理

为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专款专用，公司已根据《公司法》《证券法》等法律法规和《上海证券交易所股票上市规则》等业务规划的要求制定了《青岛沃隆食品股份有限公司募集资金管理办法》。本次发行募集资金到位后，公司将严格按照制度规定，根据业务发展的具体需要加以使用。

4、完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制定了上市后适用的《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》，就利润分配政策研究论证程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的审议程序等事宜进行详细规定，并制定了《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行并上市后三年股东分红回报规划》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

公司完成首次公开发行股票上市后将严格按照《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》和《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行并上市后三年股东分红回报规划》的规定，完善对利润分配事项的决策机制，重视对投资者的合理回报，积极采取现金分红等方式分配股利，吸引投资者并提升公司投资价值。

如本公司未能履行上述承诺，本公司将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使公司填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。

（二）控股股东、实际控制人杨国庆承诺

1、作为控股股东及实际控制人，不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；

2、本人将根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使发行人填补回报措施能够得到有效的实施；

3、如本人未能履行上述承诺，本人将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使发行人填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。

（三）全体董事、高级管理人员承诺

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、承诺对个人的职务消费行为进行约束。

3、承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、承诺将积极促使由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

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

6、承诺本人将根据未来中国证监会、证券交易所等证券监督管理机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施。

7、本承诺出具后，如监管部门就填补回报措施及其承诺的相关规定作出其他要求的，且上述承诺不能满足监管部门的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。

本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和证券交易所等证券监督管理机构发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

四、公司利润分配政策及滚存利润分配

（一）利润分配政策

1、利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配机制，切实保护中小投资者的合法权益，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

2、利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或者二者相结合方式分配股利。在满足分红条件下，公司应当优先以现金分红的方式分配股利。采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司利润分配不得超过累计可供股东分配的利润范围，不得损害公司持续经营能力。

3、利润分配的期间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

4、现金、股票分红具体条件和比例

（1）公司现金分红应满足如下条件

1）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）；

2）公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

3）公司累计可供分配利润为正值；

4）公司无重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排发生；

5）法律法规、规范性文件规定的其他条件。

本条所述的“可供分配利润”是指母公司报表数。

（2）公司现金分红的比例

公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红，在满足现金分红的条件下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。

（3）公司发放股票股利应满足如下条件

1）公司经营情况良好；

2）公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益；

3）发放的现金股利与股票股利的比例符合《公司章程》的规定；

4）法律法规、规范性文件规定的其他条件。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

以上所述的重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 5%以上，且绝对值达到 5,000.00 万元。

（二）利润分配决策程序

1、公司利润分配政策的论证程序和决策机制

公司董事会拟定并审议通过利润分配方案。董事会在审议利润分配预案时，需经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方为通过。独立董事

应当对利润分配具体方案发表独立意见。董事会就利润分配预案形成决议后提交股东大会审议。

监事会应当对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事半数以上表决通过。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。如股东大会审议发放股票股利或以公积金转增股本的方案的，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

2、利润分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。因生产经营情况或外部经营环境发生变化，确需调整或变更利润分配政策的，公司须经董事会详细论证后向股东大会提出，股东大会审议利润分配政策的调整或变更时，应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

3、利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（三）上市前滚存利润的分配

根据公司 2022 年第三次临时股东大会，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润，由发行完成后的公司新老股东按各自持股比例共享。

（四）相关承诺

1、发行人承诺

发行人将严格按照经股东大会审议通过的《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行并上市后三年股东分红回

报规划》规定的利润分配政策向股东分配利润，严格履行利润分配方案的审议程序。

如发行人违反承诺给投资者造成损失的，发行人将向投资者依法承担责任。

2、控股股东、实际控制人杨国庆承诺

本人将督促发行人严格按照经股东大会审议通过的《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行并上市后三年股东分红回报规划》规定的利润分配政策向股东分配利润，履行利润分配方案的审议程序。

如本人违反承诺给投资者造成损失的，本人将向投资者依法承担责任。

3、全部董事和高级管理人员承诺

（1）同意公司董事会、股东大会审议通过的《公司首次公开发行股票并上市后三年内分红回报规划》的全部内容。

（2）本人将采取一切必要的合理措施，促使公司严格按照《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行并上市后三年股东分红回报规划》、届时适用的《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》、法律、法规、规范性文件等制度的规定进行利润分配，切实保障投资者收益权。

（3）本人将根据《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行并上市后三年股东分红回报规划》、届时适用的《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》、法律、法规、规范性文件等制度的规定，督促相关方提出利润分配预案。

（4）在审议公司利润分配预案的董事会或股东大会上，本人将对符合利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票。

（5）本人将督促公司根据股东大会相关决议实施利润分配。

（6）若本人违反上述承诺给公司或投资者造成损失的，本人将依法承担相应的责任。

五、相关当事人对招股说明书及申报文件的承诺

（一）发行人承诺

1、发行人为公开发行股票并上市制作的招股说明书如果存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在中国证监会对发行人作出行政处罚决定之日起一个月内，发行人将启动依法回购首次公开发行的全部新股的程序，发行人将通过上海证券交易所以发行价（如有派息、送股、资本公积转增股本、配股和股份拆细等除权除息事项，发行价作相应调整）并加算银行同期存款利息回购首次公开发行的全部新股。

2、若发行人首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将依法赔偿投资者损失。

3、上述承诺一经签署立即生效，除非相关法律法规或规定发生变更，否则不可变更或撤销。

（二）控股股东、实际控制人杨国庆承诺

1、发行人首次公开发行股票的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若发行人首次公开发行股票的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将依法购回已转让的原限售股股份，购回价格按照二级市场价格确定，并根据相关法律法规规定的程序实施。

3、若发行人首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

4、上述承诺一经签署立即生效，除非相关法律法规或规定发生变更，否则不可变更或撤销。

（三）董事、监事、高级管理人员承诺

1、若发行人首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将依法赔偿投资者损失。

2、上述承诺一经签署立即生效，除非相关法律法规或规定发生变更，否则不可变更或撤销。

（四）保荐机构、发行人会计师、发行人律师承诺

保荐机构承诺：本公司已对青岛沃隆食品股份有限公司招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本公司为青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，将依法先行赔偿投资者损失。

天健会计师承诺：因我们为青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

北京君合律师承诺：本所为发行人首次公开发行（A 股）股票并在上海证券交易所上市制作、出具的律师工作报告、法律意见书等申报文件的内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对该等文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。若因本所为发行人本次发行及上市制作、出具的律师工作报告、法律意见书等申报文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

六、未履行承诺的约束性措施

（一）发行人承诺

发行人将严格履行就本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如发行人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），发行人将采取以下措施：

（1）及时、充分披露发行人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）发行人将对相关责任人进行调减或停发薪酬或津贴、职务降级等形式处罚；同时，发行人将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至发行人履行相关承诺；

（5）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致发行人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，发行人将采取以下措施：

（1）及时、充分披露发行人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（二）控股股东、实际控制人杨国庆承诺

本人将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：

1）将本人应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失；

2）若本人在未完全履行承诺或赔偿完毕前进行股份减持，则需将减持所获资金交由发行人董事会监管并专项用于履行承诺或用于赔偿，直至本人承诺履行完毕或弥补完发行人、投资者的损失为止。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

（三）董事、监事、高级管理人员承诺

本人将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）如本人未能按照稳定股价预案所述提出具体增持计划，或未按披露的增持计划实施，则本人不可撤回的授权发行人将本人上年度从发行人领取的薪酬总额的10%予以扣留并代本人履行增持义务（独董和监事除外）；

（5）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：

本人若从发行人处领取薪酬的，则同意发行人停止向本人发放薪酬，并将此直接用于执行本人未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

七、关于股东信息披露的专项承诺

发行人就股东信息披露作出如下承诺：

“本公司及股东不存在如下情形：（一）法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份；（二）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有发行人股份；（三）以发行人股权进行不当利益输送。”

八、重大风险提示

本公司提醒投资者特别关注“第四节 风险因素”中的下列风险，并认真阅读前述章节中的全部内容。

（一）食品安全风险

公司主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，消费者对食品安全的要求不断提升，食品安全关系到消费者的切身利益，成为社会舆论和新闻媒体关注的重点，国家也相继出台了《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。公司在生产过程中，受原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免出现产品质量问题。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故等情形，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司生产经营和财务状况产生不利影响。

（二）品牌被侵害的风险

公司产品直接面向消费者，品牌是消费者选择购买休闲食品的重要影响因素。公司推出“每日坚果”产品，经过多年的经营积累，“沃隆”品牌在国内休闲食品市场上已具有较高的知名度和美誉度。基于公司已经形成的品牌效应，可能存在不法厂商采用与公司相同或相似的商标和外包装以生产或销售与公司相同或相似产品的情形。如果公司品牌和产品被大量仿冒，不仅会侵占公司的部分市场份额，影响公司业绩，更可能会对部分消费者产生误导，进而对公司的品牌形象、生产经营和盈利能力带来不利影响。

（三）国际贸易环境和政策变化的风险

受地理位置、土壤环境、气候条件以及品种等因素的影响，不同产区的坚果存在差异，优质坚果原料的原产地分散在世界各地。公司为了确保产品品质，原材料的采购以从优质坚果产地进口为主。若公司主要原材料进口国家或地区与我国产生贸易摩擦，继而导致该等原材料的关税大幅提升或受到贸易政策限制，将会对公司的业绩产生不利影响。

（四）市场竞争风险

近年来，随着居民收入水平的提高和消费理念的转变，我国休闲食品行业持续快速发展，市场空间较大，市场参与者亦不断增加，尤其是一些新兴的、区域性的休闲食品企业逐步涌现，加剧了行业竞争。如果公司不能继续保持自身在品

牌文化、产品质量等方面的差异化优势，可能会导致公司**市场占有率下滑**，从而影响公司的财务状况和经营业绩。

（五）新冠肺炎疫情导致业绩大幅下滑的风险

新冠肺炎疫情对行业和公司经营的影响主要包括对公司产品终端消费的影响、对公司产品物流配送的影响、对产业链原材料供应情况和价格的影响等。报告期内，公司在 2020 年度因受新冠肺炎疫情影响导致主营业务收入相较 2019 年度下降 24.23%；2022 年至今，青岛地区新冠肺炎疫情对公司产品发货产生了一定影响，全国其他地区新冠肺炎疫情对公司的线下销售产生了一定影响，受上述因素影响，**公司 2022 年上半年主营业务收入和净利润均出现相对明显下滑**。尽管我国疫情形势已得到有效控制，但全球新冠肺炎疫情的发展仍存在较大的不确定性，亦存在病毒变异、局部疫情发生及海外疫情的蔓延对国内造成输入性病例风险的可能性。全球新冠肺炎疫情的持续传播将可能对公司经营情况造成不利影响，导致公司业绩下滑超过 50%。

（六）产品结构单一的风险

公司产品体系围绕坚果类食品构建，虽然公司逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商发展，报告期内混合坚果类产品收入分别占主营业务收入的 92.14%、85.73%、75.74%和 69.62%，呈逐年下降趋势，但该类产品收入占比仍然较高。如果未来该类产品市场竞争加剧或消费者偏好发生改变，则可能会对公司的生产经营和业绩带来不利影响。

（七）财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

公司财务报告的审计基准日为 2022 年 6 月 30 日。财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司核心业务未发生重大不利变化，主要经营模式包括主要采购模式、生产模式和销售模式，均未发生重大不利变化；

经营环境方面，居民收入水平的提高和消费观念的转变推动休闲食品市场需求持续增长，当前我国坚果类休闲食品仍处于成长阶段，近年来我国坚果市场快速发展，坚果消费呈现出刚需高频、中高端化、持续创新、高成长性的发展特点，终端消费者消费需求的稳定增长保障了产业可持续发展；上游原材料供给端总体上保持着较为良好的发展势头，产品供应稳定，尽管近期人民币呈现贬值趋势，

公司已积极采取应对措施，一方面密切关注汇率走势，适度进行外汇套期保值业务，另一方面根据汇率波动情况选择有利的结汇时间点进行结汇，从而降低预期人民币贬值对公司经营业绩的影响，维持经营业绩的稳定。

此外，公司未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项；公司重大合同条款或实际执行情况未发生重大不利变化；公司未发生重大安全事故；公司主要客户及供应商、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大不利变化。

结合行业发展趋势及公司实际经营情况，公司 2022 年度预计实现营业收入区间为 10 亿元至 12 亿元，较上年同期减少 9.74%至增长 8.31%；预计实现归属于母公司股东的净利润区间为 0.90 亿元至 1.10 亿元，较上年同期减少 24.74%至 8.02%，预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润区间为 0.70 亿元至 0.90 亿元，较上年同期减少 40.43%至 23.41%。预计公司 2022 年营业收入、业绩水平与去年同期相比会出现下滑，主要系一方面新冠肺炎疫情影响，居民消费需求及意愿下降、各地疫情封控措施对物流和线下实体店铺销售产生影响，进而对公司线下渠道销售造成较大的冲击，另一方面，人民币相对美元贬值一定程度上增加了公司原材料采购成本，进而对公司毛利率产生负面影响。

公司上述 2022 年业绩预计情况不构成公司盈利预测或业绩承诺。

目 录

发行概况 ……1

声 明 ……4

重大事项提示 ……5

一、本次发行前股东的股份锁定和持股意向的承诺 ……5

二、上市后三年内稳定公司股价的预案 ……9

三、关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺 ……16

四、公司利润分配政策及滚存利润分配 ……18

五、相关当事人对招股说明书及申报文件的承诺 ……23

六、未履行承诺的约束性措施 ……24

七、关于股东信息披露的专项承诺 ……27

八、重大风险提示 ……27

目 录 ……31

第一节 释义 ……36

一、一般释义 ……36

二、专业释义 ……38

第二节 概览 ……41

一、发行人基本情况 ……41

二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人 ……41

三、发行人主要财务数据及主要财务指标 ……42

四、本次发行情况 ……44

五、募集资金用途 ……44

第三节 本次发行概况 ……45

一、本次发行的基本情况 ……45

二、本次发行的有关当事人 ……45

三、发行人与本次发行有关的保荐机构和证券服务机构的关系 ……47

四、有关本次发行并上市的重要日期 ……47

第四节 风险因素 ……48

一、经营风险 ……48

二、市场风险 ……49
三、财务风险 ……51
四、募集资金运用风险 ……51
五、其他风险 ……52
第五节 发行人基本情况 ……53
一、发行人基本信息 ……53
二、发行人改制重组情况 ……53
三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组情况 ……56
四、发行人历次验资情况 ……61
五、发行人组织结构 ……61
六、发行人子公司的简要情况 ……64
七、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况 67
八、发行人股本的有关情况 ……74
九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况 ……76
十、发行人员工及其社会保障情况 ……76
十一、持有 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况 ……86
第六节 业务与技术 ……87
一、发行人主营业务、主要产品及变化情况 ……87
二、发行人所处行业的基本情况 ……90
三、发行人在行业中的竞争地位 ……110
四、发行人主营业务的具体情况 ……116
五、主要固定资产及无形资产 ……143
六、发行人的特许经营情况 ……154
七、发行人技术水平与研发情况 ……154
八、发行人的质量管理情况 ……157
九、发行人境外经营情况 ……158
第七节 同业竞争及关联交易 ……159
一、独立运营情况 ……159

二、同业竞争情况 ……160
三、关联方与关联交易 ……162
四、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响 ……167
五、关联交易决策程序 ……167
六、发行人减少关联交易的措施 ……168
第八节 董事、监事、高级管理人员 ……170
一、董事、监事、高级管理人员简介 ……170
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况 ……174
三、董事、监事、高级管理人员的对外投资情况 ……174
四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况 ……175
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况 ……175
六、董事、监事、高级管理人员之间存在的关系情况 ……176
七、董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议及相关重要承诺 ……176
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格 ……177
九、董事、监事及高级管理人员报告期内的变动情况 ……177
第九节 公司治理 ……179
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度的建立健全及运行情况 ……179
二、发行人报告期内违法违规行为情况 ……185
三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况 ……186
四、发行人内部控制制度的自我评估意见 ……186
第十节 财务会计信息 ……188
一、合并财务报表 ……188
二、母公司财务报表 ……194
三、审计意见及关键审计事项 ……200
四、财务报表的编制基础与合并财务报表范围及其变化情况 ……202
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 ……203
六、主要税收政策及税收优惠 ……227
七、非经常性损益情况 ……228
八、最近一期末主要资产情况 ……230

九、最近一期末主要负债情况 ……231
十、股东权益情况 ……232
十一、现金流量情况、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响 233
十二、会计报表附注中的或有事项、承诺事项、资产负债表日后事项 …233
十三、主要财务指标 ……234
十四、资产评估及验资情况 ……235
十五、盈利预测情况 ……236
十六、最近一年收购兼并情况 ……236
第十一节 管理层讨论与分析 ……237
一、财务状况分析 ……237
二、盈利能力分析 ……259
三、现金流量表分析 ……280
四、资本性支出分析 ……284
五、重大或有事项和重大期后事项及其影响 ……284
六、主要优势、困难及未来盈利能力趋势分析 ……284
七、本次发行对即期回报摊薄的影响及填补措施 ……284
第十二节 未来发展与规划 ……287
一、发行人的战略发展目标 ……287
二、发行人未来三年发展规划 ……287
三、拟定上述计划所依据的假设条件 ……290
四、实施上述计划将面临的主要困难 ……290
五、实现上述规划和目标采用的方法或途径 ……291
六、业务发展计划与现有业务的关系 ……292
第十三节 募集资金运用 ……293
一、募集资金运用情况 ……293
二、募集资金投资项目具体情况 ……294
三、募集资金运用对公司主要财务状况及经营成果的影响 ……312
第十四节 股利分配政策 ……314
一、最近三年股利分配政策 ……314
二、报告期内股利分配情况 ……315

三、本次发行前滚存利润的分配政策 ……315
四、本次发行后的股利分配政策 ……315
第十五节 其他重要事项 ……320
一、信息披露和投资者服务计划 ……320
二、重大合同 ……321
三、对外担保情况 ……323
四、重大诉讼、仲裁事项 ……323
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构的声明 ……324
第十七节 备查文件 ……332
一、备查文件 ……332
二、文件查阅地址、时间 ……332
三、信息披露网址 ……333

第一节 释义

一、一般释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列缩略语和术语具有如下涵义：

公司/发行人/沃隆食品	指	青岛沃隆食品股份有限公司
沃隆有限	指	公司的前身，青岛沃隆食品有限公司
A 股	指	在中国境内发行、在境内证券交易所上市并以人民币认购和交易的普通股股票
本次发行	指	公司本次向证监会申请在境内首次公开发行不超过 2,500 万股人民币普通股（A 股）股票的行为
本次发行并上市	指	公司本次向中国证监会申请在境内首次公开发行不超过 2,500 万股人民币普通股（A 股）股票并于上交所上市的行为
招股说明书	指	青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书
保荐机构/中信证券/保荐人/主承销商	指	中信证券股份有限公司
北京君合律师	指	北京市君合律师事务所
天健会计师/申报会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙)
坤元资产	指	坤元资产评估有限公司
报告期/最近三年一期/近三年一期	指	2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月
沃隆控股	指	青岛沃隆控股有限公司
沃隆达资产/沃隆达	指	青岛沃隆达资产管理中心（有限合伙）
隆璟达投资/隆璟达	指	青岛隆璟达投资中心（有限合伙）
隆和通达	指	青岛隆和通达食品有限公司
隆海通达	指	青岛隆海通达国际贸易有限公司
盖亚食品	指	青岛盖亚食品有限公司
沃隆电子商务	指	青岛沃隆电子商务有限公司
隆森食品	指	青岛隆森食品有限公司
沃隆国际	指	青岛沃隆国际贸易有限公司
金沃投资	指	青岛金沃投资有限公司
欣沃农业	指	青岛欣沃农业科技有限公司
交行信用卡中心	指	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心
上海年旭	指	上海年旭食品有限公司
南通韦杰	指	南通韦杰经贸有限公司
上海钲沁	指	上海钲沁实业有限公司
隆森食品（越南）	指	公司越南供应商隆森食品股份有限公司（外文名：LONG SON

		JOINT STOCK COMPANY）
梅杜里（美国）	指	公司美国供应商梅杜里农场有限公司（外文名：MEDURI FARMS,INC.）
得尔口食品（美国）	指	公司美国供应商得尔口联合有限公司（外文名：DERCO ASSOCIATES, INC.）
克南农场（美国）	指	公司美国供应商克南农场有限公司（外文名：KEENAN FARMS, INC.）
亚武兹（土耳其）	指	公司土耳其供应商亚武兹食品有限公司（外文名：Yavuz Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş）
果瑞士（美国）	指	公司美国供应商果瑞士水果制品有限公司（外文名：GRACELAND FRUIT, INC.）
翱兰国际（新加坡）	指	公司新加坡供应商翱兰国际有限公司（外文名：OLAM INTERNATIONAL LTD）
安康食品（越南）	指	公司越南供应商安康食品有限公司（外文名：AN KHANG FOODS CO., LTD）
上皇食品（越南）	指	公司越南供应商上皇食品有限公司（外文名：THUONG HOANG FOODS CO., LTD）
杰诺特（美国）	指	公司美国供应商杰瑟普、诺里斯和特鲁尼克股份有限公司（外文名：JESSUP, NORRIS & TRUNICK., Inc）
股东大会	指	青岛沃隆食品股份有限公司股东大会
董事会	指	青岛沃隆食品股份有限公司董事会
监事会	指	青岛沃隆食品股份有限公司监事会
三会	指	青岛沃隆食品股份有限公司股东大会、董事会、监事会
《公司章程》	指	发行人现行有效的公司章程
《公司章程（草案）》	指	《青岛沃隆食品股份有限公司章程（草案）》（上市后适用）
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
全国人大	指	中华人民共和国全国人民代表大会
全国人大常委会	指	中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
海关总署	指	中华人民共和国海关总署
公安部	指	中华人民共和国公安部
国家工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
元、万元	指	除特别说明外，均指人民币元、人民币万元

二、专业释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列缩略语和术语具有如下涵义：

ISO9001	指	质量管理体系认证标准
HACCP	指	Hazard Analysis Critical Control Point，是国际公认的食品安全保证体系
BRC	指	英国零售商协会（British Retail Consortium），是国际性贸易协会
每日坚果	指	一般由榛子仁、腰果仁、扁桃仁、核桃仁、蓝莓干、蔓越莓干等果仁果干混合搭配而成的小包装坚果零食
每日果干	指	一般由蓝莓干、蔓越莓干等果干混合搭配而成的小包装果干零食，内含丰富的营养价值
烘焙	指	又称为烘烤、焙烤，是指在物料燃点之下通过干热的方式使物料脱水变干变硬的过程
互联网+服务	指	互联网融合传统商业服务并且将其改造成具备互联网属性的新商业服务模式
货损	指	货物在运输、装卸、保管过程中发生数量上的损失或质量上的损失
大数据	指	在获取、存储、管理、分析方面超出传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型等特征，需要新处理模式才能使对其的应用具有更强的决策力、洞察力和流程优化能力
智能+	指	智能机器、智能网络、智能交互技术推动的经济发展模式和社会生态系统
物联网	指	物联网（IoT，Internet of things）即“万物相连的互联网”，是互联网基础上的延伸和扩展的网络，将各种信息传感设备与网络结合起来而形成的一个巨大网络，实现任何时间、任何地点，人、机、物的互联互通
云计算	指	云计算（cloud computing）是分布式计算的一种，指的是通过网络“云”将巨大的数据计算处理程序分解成无数个小程序，然后，通过多部服务器组成的系统进行处理和分析这些小程序得到结果并返回给用户
移动互联网	指	移动互联网是 PC 互联网发展的必然产物，将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体
休闲食品	指	人们在闲暇、旅游、娱乐、休息时吃的主食之外的食品，即传统意义上的零食
亿滋国际	指	亿滋国际（MondelēzInternational）是巧克力、饼干、口香糖、糖果、咖啡及固体饮料食品商
The Harris Poll	指	哈里斯民意测验，是欧美公认的调查机构
艾瑞	指	艾瑞咨询是一家助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力的企业
全渠道	指	企业采取尽可能多的将线下线上各类型零售渠道进行组合和整合（跨渠道）销售的行为，以满足消费者购物、娱乐和社交的综合体验需求
新业态	指	基于不同产业间的组合、企业内部价值链和外部产业链环节的分化、融合、行业跨界整合以及嫁接信息及互联网技术所形成的新型企业、商业乃至产业的组织形态

信息化管理	指	企业信息化管理（Enterprise Informatization Management，简称 EIM）：是指对企业信息实施过程进行的管理。是信息技术由局部到全局、由战术层次到战略层次向企业全面渗透、运用于各个流程、支持企业经营管理的过程
商超渠道	指	指商场和超市销售渠道
自营旗舰店	指	商家以自有品牌或由权利人开具独占性授权入驻天猫等平台开设店铺的形式
电商平台	指	为企业或个人提供网上交易洽谈的平台
艾媒咨询	指	iiMedia Research（艾媒咨询）是新经济产业第三方数据挖掘和分析机构
代工模式	指	委托合作供应商进行生产
自主生产	指	自建工厂进行自主生产
B2B	指	Business-to-Business，企业与企业之间通过网络进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式
B2C	指	Business-to-Customer，电子商务的模式之一，即商户直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式
APP	指	英文 Application 的简称，指安装于智能手机或平板电脑等终端的应用程序
618	指	每年 6 月是京东的店庆月，其中 6 月 18 日是京东促销力度最大的一天
双十一	指	每年 11 月 11 日的网络购物促销日，最早源于淘宝商城（现天猫商城）于 2009 年 11 月 11 日举办的促销活动
双十二	指	继“双十一”后，每年 12 月 12 日的网络购物促销日
洽洽食品	指	洽洽食品股份有限公司
三只松鼠	指	三只松鼠股份有限公司
良品铺子	指	良品铺子股份有限公司
盐津铺子	指	盐津铺子食品股份有限公司
来伊份	指	上海来伊份股份有限公司
零售商超	指	商超卖场或其采购服务商直接向公司下单，公司将产品直接销售给商超渠道
团购大单	指	各类企事业单位因其自身需求而直接向公司下单采购，公司与相应企事业单位签订销售合同
散客直销	指	散客向公司及下属子公司直接购买，主要客户为普通个人消费者
沃尔玛	指	沃尔玛百货有限公司，即沃尔玛公司（WalMart Inc.），是一家美国的世界性连锁企业
利群集团	指	利群集团股份有限公司，是一家股份制商业企业集团，其经营范围涉及商业零售、物流配送、连锁便利店、药店、房地产、餐饮、酒店、娱乐、旅游等领域
旗舰店	指	指某一品牌在某城市中最大且最为丰富齐全的营业店，或拥有最快上市速度等特点为一体的专门店或专营店
唯品会	指	唯品会（中国）有限公司及其唯品会电子商城
平台代销模式（B2B2C）	指	电商平台（主要指天猫超市和京东超市）根据其仓储数据和库存情况向公司下达采购订单，公司根据生产周期组织备货并将货品运送至指定地点

ERP 系统	指	ERP（Enterprise Resource Planning），指企业资源计划，是一种针对物资资源管理、人力资源管理、财务资源管理、信息资源管理集成一体化的企业管理软件
D/P（Documents against Payment，银行交单）	指	付款交单（Documents against Payment），是指代收行必须在进口商付清货款后，才可将商业（货运）单据交给进口方的一种结算方式
CIF（Cost Insurance and Freight，成本费加保险费加运费）	指	到岸价指目的港船上交货，卖方必须负责运送到目的港船上为止，负责货物到港前的一切费用及风险，货物在船上交给买方处置，但不办理货物进口清关手续，卖方即完成交货
列巴	指	大面包，又叫大列巴（列巴是俄语面包的音译），由俄罗斯传来，现为哈尔滨一绝。这种大面包为圆形，有五斤重，味道具有传统的欧洲风味

特别说明：本招股说明书中所列出的数据可能因四舍五入原因与根据招股说明书中所列示的相关单项数据直接相加之和在尾数上略有差异。

第二节 概览

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

一、发行人基本情况

公司名称：青岛沃隆食品股份有限公司

法定代表人：杨国庆

注册资本：7,500 万元

注册地址：山东省青岛市城阳区抱虎山路 109 号

公司主营业务情况：公司是行业领先的以坚果相关产品为核心的休闲食品生产商，主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。公司产品体系围绕坚果类食品构建，主要产品包含混合坚果、单品坚果及含坚果烘焙食品等。公司在国内率先推出了“每日坚果”类产品，生产和销售小包装混合坚果产品；经过近年来持续发展，公司自有的“沃隆”品牌“每日坚果”已成为该品类最具代表性和知名度的产品之一，并拓展了单品坚果、坚果礼盒、含坚果烘焙食品等新的产品品类，逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商发展。

二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人

（一）发行人的股本结构

截至本招股说明书签署日，公司股本总额为 7,500.00 万股，具体情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	杨国庆	5,557.50	74.10%
2	沃隆控股	1,125.00	15.00%
3	沃隆达资产	451.50	6.02%
4	隆璟达投资	96.00	1.28%
5	杨丹	90.00	1.20%
6	杨国荣	90.00	1.20%
7	杨靖	90.00	1.20%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

（二）发行人的控股股东、实际控制人

公司的控股股东、实际控制人为杨国庆，现任公司董事长兼总经理，其直接持有公司 5,557.50 万股，占比 74.10%，通过沃隆控股间接控制公司 1,125.00 万股，占比 15.00%，合计控制公司 6,682.50 万股，占比 89.10%。

杨国庆，男，1974 年出生，中国国籍，身份证号 3702231974********，大专学历，无境外永久居留权。1998 年 11 月至 2005 年 10 月，任青岛琴牌乳业有限公司厂长；2005 年 11 月至 2007 年 3 月，任烟台欣和食品有限公司经理；2007 年 4 月至 2012 年 7 月，任青岛鲜品屋实业有限公司副总经理；2012 年 8 月至 2020 年 12 月，任青岛沃隆国际贸易有限公司执行董事兼总经理；2016 年 5 月至 2021 年 9 月，历任沃隆有限执行董事兼总经理；2021 年 9 月至今，担任发行人董事长、总经理。报告期内，公司控股股东及实际控制人未发生过变化。

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

本公司报告期内的财务报告已经天健会计师审计，并出具了标准无保留意见的审计报告。报告期内合并报表主要数据如下：

（一）合并资产负债表的主要数据

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
资产总计	57,345.56	66,811.09	48,243.61	45,704.40
负债合计	8,638.97	21,217.12	16,641.23	28,355.19
股东权益	48,706.59	45,593.97	31,602.38	17,349.21
归属于母公司股东权益	48,706.59	45,593.97	31,602.38	17,217.20

（二）合并利润表的主要数据

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	43,598.27	110,791.83	88,940.51	116,487.75
营业利润	3,743.41	16,723.08	12,554.34	17,425.86
利润总额	3,697.39	16,417.75	12,495.43	17,410.49
净利润	2,684.53	11,958.70	8,870.85	13,122.73
归属于母公司	2,684.53	11,958.70	8,892.48	13,140.72

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
所有者的净利润				
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,191.22	11,750.25	8,506.42	13,126.57

（三）合并现金流量表的主要数据

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,154.49	20,542.94	-1,303.27	17,400.31
投资活动产生的现金流量净额	1,986.57	-19,199.34	1,807.52	-19,990.37
筹资活动产生的现金流量净额	-120.90	878.70	-775.69	4,058.86
现金及现金等价物净增加额	3,023.96	2,220.40	-275.44	1,469.84

（四）主要财务指标

财务指标	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	4.41	2.11	2.05	1.23
速动比率（倍）	3.10	1.21	0.89	0.86
资产负债率（合并）（%）	15.06	31.76	34.49	62.04
资产负债率（母公司）（%）	36.61	44.21	37.59	60.95
财务指标	**2022 年 1-6 月**	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
应收账款周转率（次）	18.96	34.10	30.99	36.75
存货周转率（次）	1.93	3.60	3.77	7.65
息税折旧摊销前利润（万元）	4,392.01	17,683.48	13,511.23	18,070.17
利息保障倍数（倍）	2,108.38	3,067.96	124.49	167.70
每股经营活动现金流量（元）	0.15	2.74	-0.23	34.80
每股净现金流量（元）	0.40	0.30	-0.05	2.94

注：2022 年 1-6 月相关财务指标未作年化处理（下同）。

四、本次发行情况

股票类型：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	本次发行全部为新股股票，公开发行新股数量不超过 2,500 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%。本次发行原股东不公开发售老股
发行价格：	【】元/股
发行方式：	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证券监督管理委员会核准的其他方式
发行对象：	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立上海证券交易所股票账户的自然人、法人及其他机构（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）
承销方式：	余额包销
拟上市证券交易所：	上海证券交易所
保荐机构（主承销商）：	中信证券股份有限公司

五、募集资金用途

本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资金额
1	生产智能化改造及智能仓储物流中心建设项目	35,615.77	31,000.00
2	品牌形象及全渠道销售网络建设项目	26,412.00	21,000.00
3	补充流动资金	18,000.00	18,000.00
总计		**80,027.77**	**70,000.00**

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金不能满足拟投资项目资金需求，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分公司将通过自筹资金方式解决。若本次发行募集资金超过拟投资项目资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定，履行法定程序后作出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，公司将根据募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入，待募集资金到位后按照相关规定程序予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A 股）；

（二）每股面值：人民币 1.00 元；

（三）发行股数：本次公开发行新股数量不超过 2,500 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行原股东不公开发售老股；

（四）发行价格：【】元/股；

（五）发行市盈率：【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）；

（六）发行前每股净资产：【】元；

（七）发行后每股净资产：【】元；

（八）市净率：【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）；

（九）发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证券监督管理委员会核准的其他方式；

（十）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立上海证券交易所股票账户的自然人、法人及其他机构（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）；

（十一）承销方式：余额包销；

（十二）预计募集资金总额和净额：预计募集资金总额为【】万元；扣除发行费用后的净额为【】万元；

（十三）发行费用概算：发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元，审计及验资费【】万元，律师费用【】万元，发行上市手续费用【】万元，用于本次发行的信息披露费用【】万元。

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：青岛沃隆食品股份有限公司

法定代表人：杨国庆

住所：山东省青岛市城阳区抱虎山路 109 号

电话：0532-86795678

传真：0532-86795678

联系人：王国坚

（二）保荐机构（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：张佑君

住所：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

电话：021-20262396

传真：021-20262344

保荐代表人：牛振松、赵倩

项目协办人：李昶

经办人：陈健健、张刚、肖骁、苏琦峰、韩东辰、吴梓源、宁则宇

（三）律师事务所：北京市君合律师事务所

负责人：华晓军

住所：北京市东城区建国门北大街 8 号华润大厦 20 层

电话：0755-29395288

传真：0755-29395289

经办律师：张慧丽、梁颖

（四）审计机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙)

负责人：王国海

住所：浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办注册会计师：邓德祥、史钢伟、宿慧

（五）验资机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：王国海

住所：浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办注册会计师：邓德祥、宿慧

（六）资产评估机构：坤元资产评估有限公司

负责人：俞华开

住所：杭州市西溪路 128 号 901 室

电话：0571-88216830

传真：0571-87178826

经办资产评估师：周敏、李纪中

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：中国（上海）自由贸易试验区杨高南路 188 号

电话：021-68870587

（八）申请上市证券交易所：上海证券交易所

地址：上海市浦东南路 528 号证券大厦

电话：021-68808888

（九）主承销商收款银行：【】

地址：【】

电话：【】

三、发行人与本次发行有关的保荐机构和证券服务机构的关系

截至本招股说明书签署日，本公司与本次发行有关的保荐机构、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行并上市的重要日期

发行安排	日期
初步询价日期	【】
发行公告刊登日期	【】
网上、网下申购日期	【】
网上、网下缴款日期	【】
预计股票上市时间	【】

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股说明书中提供的其他各项资料外，应特别认真考虑本公司经营过程中面临的各项风险因素。下列风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小分类排序的，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）食品安全风险

公司主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，消费者对食品安全的要求不断提升，食品安全关系到消费者的切身利益，成为社会舆论和新闻媒体关注的重点，国家也相继出台了《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。公司在生产过程中，受原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免出现产品质量问题。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故等情形，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司生产经营和财务状况产生不利影响。

（二）品牌被侵害的风险

公司产品直接面向消费者，品牌是消费者选择购买休闲食品的重要影响因素。公司推出“每日坚果”产品，经过多年的经营积累，“沃隆”品牌在国内休闲食品市场上已具有较高的知名度和美誉度。基于公司已经形成的品牌效应，可能存在不法厂商采用与公司相同或相似的商标和外包装以生产或销售与公司相同或相似产品的情形。如果公司品牌和产品被大量仿冒，不仅会侵占公司的部分市场份额，影响公司业绩，更可能会对部分消费者产生误导，进而对公司的品牌形象、生产经营和盈利能力带来不利影响。

（三）产品结构单一的风险

公司产品体系围绕坚果类食品构建，虽然公司逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商发展，报告期内混合坚果类产品收入分别占主营业务收入的

92.14%、85.73%、75.74%和 69.62%，呈逐年下降趋势，但该类产品收入占比仍然较高。如果未来该类产品市场竞争加剧或消费者偏好发生改变，则可能会对公司的生产经营和业绩带来不利影响。

（四）经销模式引致的风险

公司建立了以经销为主、直销为辅，覆盖线上、线下的多渠道销售模式。报告期内，经销模式收入占主营业务收入的比例分别为 78.14%、62.94%、60.87%和 46.06%，经销商在公司销售网络的扩张、销售渠道的下沉中发挥着重要作用。若经销商怠于开拓和维护其所负责的市场区域，或违反经销协议约定，则可能会对公司的经营业绩造成不利影响。

二、市场风险

（一）原材料价格波动风险

公司所销售休闲食品的原材料主要为扁桃仁、榛子仁、腰果、核桃仁、蓝莓干、蔓越莓干等坚果和果干，受全球自然条件、市场供求、外汇汇率、关税政策等因素影响，原材料的价格存在一定的波动。若原材料价格出现大幅波动，则可能导致公司产品的毛利水平下降，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）市场竞争风险

近年来，随着居民收入水平的提高和消费理念的转变，我国休闲食品行业持续快速发展，市场空间较大，市场参与者亦不断增加，尤其是一些新兴的、区域性的休闲食品企业逐步涌现，加剧了行业竞争。如果公司不能继续保持自身在品牌文化、产品质量等方面的差异化优势，可能会导致公司市场占有率下滑，从而影响公司的财务状况和经营业绩。

（三）销售的季节性风险

公司主要产品为坚果类休闲食品，具有季节性的消费特点，公司的销售旺季通常在每年的第一和第四季度，尤其是传统节假日期间。如果在消费集中的旺季，公司不能准确把握市场节奏，提前组织安排采购、生产、配送等环节，公司将面临因备货不足或无法配送而流失市场份额或部分产品过剩造成产品积压的季节性经营风险。公司经销商客户为应对春节期间的销售，会提前一段时间向公司采

购备货，每年春节日期的波动会导致公司春节期间销售总额在当年和上一年度实现数产生波动，因此公司每年一季度、四季度销售业绩受到春节日期影响较大；未来公司各年度的半年度、年度经营业绩可能因受到春节日期的影响，而产生一定程度的波动。

（四）国际贸易环境和政策变化的风险

受地理位置、土壤环境、气候条件以及品种等因素的影响，不同产区的坚果存在差异，优质坚果原料的原产地分散在世界各地。公司为了确保产品品质，原材料的采购以从优质坚果产地进口为主。若公司主要原材料进口国家或地区与我国产生贸易摩擦，继而导致该等原材料的关税大幅提升或受到贸易政策限制，将会对公司的业绩产生不利影响。

（五）汇率波动的风险

报告期内，公司境外供应商在采购总额中占比较高，汇率波动对公司的采购成本具有一定影响。报告期内，人民币整体呈升值趋势，使公司的采购成本整体下降。未来若人民币明显贬值，则可能增加公司原材料的采购成本，降低公司的毛利率，进而对公司的净利润产生不利影响。

（六）新冠肺炎疫情导致业绩大幅下滑的风险

新冠肺炎疫情对行业和公司经营的影响主要包括对公司产品终端消费的影响、对公司产品物流配送的影响、对产业链原材料供应情况和价格的影响等。报告期内，公司在 2020 年度因受新冠肺炎疫情影响导致主营业务收入相较 2019 年度下降 24.23%；2022 年至今，青岛地区新冠肺炎疫情对公司产品发货产生了一定影响，全国其他地区新冠肺炎疫情对公司的线下销售产生了一定影响，受上述因素影响，公司 2022 年上半年主营业务收入和净利润均出现相对明显下滑。尽管我国疫情形势已得到有效控制，但全球新冠肺炎疫情的发展仍存在较大的不确定性，亦存在病毒变异、局部疫情发生及海外疫情的蔓延对国内造成输入性病例风险的可能性。全球新冠肺炎疫情的持续传播将可能对公司经营情况造成不利影响，导致公司业绩下滑超过 50%。

三、财务风险

（一）本次发行摊薄即期回报和净资产收益率下降的风险

在本次发行后随着募集资金到位，公司股本和净资产将会有所增加，由于募集资金拟用于投资的项目需要经过一定的建设时间和市场开拓期后才能建成达产并产生预期的经济效益。在尚未达产的情况下投资者即期回报和净资产收益率可能出现一定幅度的下降。为保障中小投资者利益，公司已承诺采取相应措施降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，但公司仍存在募集资金到位当年即期收益被摊薄和净资产收益率下降的风险。

（二）存货余额较大的风险

公司存货主要由原材料和库存商品构成，报告期各期末，公司存货账面价值占流动资产的比例处于较高水平。随着公司经营规模和业绩的不断扩大，未来公司存货余额可能会持续增加，若未能及时实现销售或者结算，公司的存货周转能力有可能会下降，且可能发生减值，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

四、募集资金运用风险

（一）募集资金投资项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金投资项目的可行性分析综合考虑了当前的经济形势、市场环境和消费者需求，并根据公司实际经营状况确定，公司已经对募集资金投资项目的经济效益进行了审慎测算。但由于宏观经济形势和行业市场环境存在不确定性，如果未来我国宏观经济运行出现较大波动，或休闲食品行业市场环境发生重大变化，将会对募投项目的投资回报和预期收益产生不利影响。

（二）募投项目完成后因固定资产折旧较高导致利润下滑的风险

由于募集资金将用于固定资产投资项目，募投项目完成后公司的折旧及摊销费用将随之增加。如果行业环境、产业政策发生变化导致行业竞争进一步加剧，使得募集资金投资项目在投产后没有产生预期效益，可能会带来营业利润降低的风险。

五、其他风险

（一）社会保险及住房公积金补缴风险

报告期内，公司存在未为少量员工缴纳社保及住房公积金的情况。截至本招股说明书签署日，公司不存在因社保及住房公积金欠缴问题受到相关主管部门的行政处罚。若未来社保和住房公积金政策出现变化，公司可能面临社保及住房公积金补缴或处罚的风险。

（二）股价波动风险

股票市场的投资收益与风险并存。未来公司股票价格不仅受宏观经济、公司盈利水平的影响，还受投资者心理、市场供求等多方面的影响。公司股票价格可能因上述因素而波动，直接或间接对投资者造成损失，投资者对此应有充分的认识，谨慎投资。

（三）实际控制人控制不当风险

公司的控股股东、实际控制人为杨国庆，现任公司董事长兼总经理，其直接持有公司 5,557.50 万股股份，占比 74.10%，通过沃隆控股间接控制公司 1,125.00 万股股份，占比 15.00%，合计控制公司 6,682.50 万股股份，占比 89.10%，对公司的经营决策具有重大影响。本次发行后，杨国庆先生实际控制的股份比例仍然较高，尽管本公司已经建立了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》《独立董事工作细则》等保护中小股东利益的相关制度。但是，如果实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司经营、财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利影响，可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

（四）业绩波动的风险

公司在经营过程中如若发生上述因素或其他未识别因素的不确定性变化，将使公司经营业绩面临波动的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称：青岛沃隆食品股份有限公司

英文名称：Qingdao Wolong Food Co., Ltd.

注册资本：人民币 7,500.00 万元

法定代表人：杨国庆

成立日期：2016 年 5 月 19 日

股份公司设立日期：2021 年 10 月 13 日

住所：山东省青岛市城阳区抱虎山路 109 号

邮政编码：266106

联系电话：0532-86795678

传真号码：0532-86795678

互联网网址：https://www.wolons.com/

电子信箱：wolons@wolons.com

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司是由杨国庆、青岛沃隆控股有限公司、青岛沃隆达资产管理中心（有限合伙）、青岛隆璟达投资中心（有限合伙）、杨丹、杨靖、杨国荣 7 名发起人共同发起设立的股份有限公司。2021 年 9 月 9 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具天健审[2021]4-54 号《审计报告》，审计报告载明，截止到 2021 年 5 月 31 日，沃隆有限经审计的净资产为 30,878.53 万元。2021 年 9 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致通过如下决议：以 2021 年 5 月 31 日为基准日，公司整体变更为股份有限公司，由有限公司的 7 名股东作为发起人，签署《发起人协议》，同意以经审计的净资产折合股份 7,500.00 万股，每

股面值人民币 1.00 元，净资产大于股本的部分计入公司的资本公积。同时，公司名称变更为青岛沃隆食品股份有限公司。

2021 年 10 月 13 日，公司取得青岛市行政审批服务局颁发的《营业执照》。

（二）发起人

股份公司设立时，公司的发起人及持股情况如下：

序号	发起人	认购股份数（万股）	认股比例
1	杨国庆	5,557.50	74.10%
2	沃隆控股	1,125.00	15.00%
3	沃隆达资产	451.50	6.02%
4	隆璟达投资	96.00	1.28%
5	杨丹	90.00	1.20%
6	杨国荣	90.00	1.20%
7	杨靖	90.00	1.20%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

上述发起人的具体情况参见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人的基本情况”相关内容。

（三）发行人发起设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

公司的发起人为杨国庆、沃隆控股、沃隆达资产、隆璟达投资、杨丹、杨靖、杨国荣。

杨国庆的具体情况请参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人”之“（二）发行人的控股股东、实际控制人”。

沃隆控股的主要情况详见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人的基本情况”相关内容。

沃隆达资产、隆璟达投资为公司的员工持股平台。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的业务

公司系由沃隆有限整体变更设立的股份有限公司，承继了沃隆有限的全部资产和业务。公司成立时拥有的主要资产包括经营所需的房屋建筑物、生产设备等

经营性资产以及子公司的股权，均为沃隆有限经营而形成。公司设立时主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。

关于公司资产的具体情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、主要固定资产及无形资产”。

（五）发行人设立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司系由沃隆有限以其截至 2021 年 5 月 31 日经审计的账面净资产折合股份、整体变更设立的股份有限公司。在整体变更为股份公司时，发起人以其在沃隆有限的权益出资，沃隆有限的资产、业务全部进入股份公司，沃隆有限的债权、债务关系也均由股份公司承继。在股份公司成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

（六）公司与改制前原企业的业务流程之间的联系

公司由有限公司整体变更为股份有限公司，改制前后公司的业务流程没有发生明显变化，公司的业务流程参见“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”相关内容。

（七）发行人成立以来在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

股份公司成立以来，公司在生产经营方面独立运行。报告期内，除股权关系以及本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易以外，公司在生产经营方面与主要发起人不存在其他的关联交易，也没有发生重大的变化，具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争及关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系有限公司整体变更设立的股份公司，沃隆有限的全部资产、负债和权益由公司承继，公司及下属子公司资产完整，合法拥有或使用与业务经营有关的资产。

三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组情况

（一）股份公司设立前注册资本的形成及变化情况

1、2016 年 5 月，沃隆有限成立

2016 年 5 月 12 日，青岛市城阳区市场监督管理局核发《企业名称预先核准通知书》，同意核准企业名称为“青岛沃隆食品有限公司”。

2016 年 5 月 18 日，杨国庆、黄绪锋、张立业签署《青岛沃隆食品有限公司章程》，约定沃隆有限注册资本为 500.00 万元，杨国庆、黄绪锋、张立业分别认缴出资 325.00 万元、100.00 万元、75.00 万元。天健会计师事务所对沃隆有限设立时的出资进行了审验，并出具了《验资报告》，验资结果显示，截至 2016 年 6 月 29 日，沃隆有限的认缴出资额均已实缴完毕，出资方式均为货币出资。

2016 年 5 月 19 日，青岛市城阳区市场监督管理局核准沃隆有限成立并核发《营业执照》。沃隆有限设立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	325.00	65.00%
2	黄绪锋	100.00	20.00%
3	张立业	75.00	15.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

2、2017 年 5 月，第一次增资

2017 年 5 月 11 日，沃隆有限召开股东会，会议决议同意沃隆有限注册资本由 500.00 万元增加至 1,000.00 万元，新增注册资本由原股东杨国庆、黄绪锋、张立业按原持股比例分别认缴 325.00 万元、100.00 万元、75.00 万元。

同日，沃隆有限法定代表人就上述决议内容签署《章程修正案》。

2017 年 5 月 16 日，青岛市城阳区市场监督管理局核准沃隆有限本次工商变更登记。

本次增资完成后，沃隆有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	认缴注册资本	认缴注册资本比例

序号	股东姓名	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	650.00	65.00%
2	黄绪锋	200.00	20.00%
3	张立业	150.00	15.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

3、2018 年 5 月，第二次增资

2018 年 5 月 10 日，沃隆有限召开股东会，会议决议同意沃隆有限注册资本由 1,000.00 万元增加至 1,064.1026 万元，新增注册资本 64.1026 万元由新股东沃隆达资产以货币方式认购。

同日，沃隆有限法定代表人就上述决议内容签署《章程修正案》。

2018 年 5 月 11 日，青岛市城阳区市场监督管理局核准沃隆有限本次工商变更登记。

本次增资完成后，沃隆有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	650.00	61.08%
2	黄绪锋	200.00	18.80%
3	张立业	150.00	14.10%
4	沃隆达资产	64.1026	6.02%
合计		**1,064.1026**	**100.00%**

4、2019 年 2 月，第一次股权转让

2019 年 2 月 14 日，沃隆有限召开股东会，决议同意股权转让事宜。

根据黄绪锋与杨国庆签署的《股权转让协议》及其补充协议，黄绪锋将其所持沃隆有限的 18.80%股权转让给杨国庆。

同日，沃隆有限法定代表人就上述决议内容签署《章程修正案》。

同日，青岛市城阳区行政审批服务局核准沃隆有限本次工商变更登记。

本次股权转让完成后，沃隆有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	850.00	79.88%
2	张立业	150.00	14.10%
3	沃隆达资产	64.1026	6.02%
合计		**1,064.1026**	**100.00%**

5、2020 年 6 月，第三次增资

2020 年 6 月 24 日，沃隆有限召开股东会，会议决议同意公司新增注册资本 4,935.8974 万元，全体股东按原持股比例同比例增资，其中杨国庆认缴增资 3,942.80 万元，张立业认缴增资 696.00 万元，沃隆达资产认缴增资 297.0974 万元，认缴方式为货币，增资完成后公司注册资本变更为 6,000.00 万元。天健会计师事务所对沃隆有限历史期间的三次增资进行了审验，并出具了《验资报告》，验资结果显示，截至 2021 年 5 月 31 日，沃隆有限的历次增资款均已到位。

2020 年 6 月 24 日，公司法定代表人签署了《章程修正案》。

2020 年 6 月 30 日，青岛市城阳区行政审批服务局核准沃隆有限本次工商变更登记。

本次增资完成后，沃隆有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	4,792.80	79.88%
2	张立业	846.00	14.10%
3	沃隆达资产	361.20	6.02%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

6、2020 年 11 月，第二次股权转让

2020 年 10 月 23 日，沃隆有限召开股东会，决议同意股权转让事宜。

同日，张立业与杨国庆签署《股权转让合同》，约定张立业将其所持沃隆有限的 14.10%股权转让给杨国庆。

同日，公司法定代表人签署了《章程修正案》。

2020 年 11 月 9 日，青岛市城阳区行政审批服务局核准沃隆有限本次工商变更登记。

本次股权转让完成后，沃隆有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	5,638.80	93.98%
2	沃隆达资产	361.20	6.02%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

7、2021 年 6 月，第三次股权转让

2021 年 5 月 28 日，沃隆有限召开股东会，会议审议同意股东变更事宜：同意吸收新股东隆璟达投资、沃隆控股、杨丹、杨靖、杨国荣。

同日，隆璟达投资、沃隆控股、杨丹、杨靖、杨国荣与杨国庆签署《股权转让协议》，约定杨国庆将其持有公司 1.28%的股权转让给隆璟达投资；杨国庆将其持有公司 15.00%的股权转让给沃隆控股；杨国庆将持有公司 1.20%的股权转让给杨丹；杨国庆将持有公司 1.20%的股权转让给杨靖；杨国庆将持有公司 1.20%的股权转让给杨国荣，上述转让中其他股东放弃优先购买权。

2021 年 5 月 28 日，公司法定代表人签署《章程修正案》。

2021 年 6 月 3 日，青岛市城阳区行政审批服务局核准沃隆有限本次工商变更登记。

本次股权转让完成后，沃隆有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	认缴注册资本	认缴注册资本比例
1	杨国庆	4,446.00	74.10%
2	沃隆控股	900.00	15.00%
3	沃隆达资产	361.20	6.02%
4	隆璟达投资	76.80	1.28%
5	杨靖	72.00	1.20%
6	杨国荣	72.00	1.20%
7	杨丹	72.00	1.20%

序号	股东姓名/名称	认缴注册资本	认缴注册资本比例
合计		**6,000.00**	**100.00%**

（二）整体变更设立股份公司情况

2021 年 9 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致通过如下决议：以 2021 年 5 月 31 日为基准日，公司整体变更为股份有限公司，由有限公司的 7 名股东作为发起人，签署《发起人协议》，同意以经审计的净资产折合股份 7,500.00 万股，每股面值人民币 1.00 元，净资产大于股本的部分计入公司的资本公积。同时，公司名称变更为青岛沃隆食品股份有限公司。

为本次整体变更，沃隆有限委托天健会计师和坤元资产对公司进行审计和资产评估。天健会计师出具天健审[2021]4-54 号《审计报告》，截至 2021 年 5 月 31 日的净资产为 30,878.53 万元。坤元资产出具坤元评报[2021]622 号《资产评估报告》，截至评估基准日 2021 年 5 月 31 日，公司净资产的评估值不低于上述经审计账面净资产值。

2021 年 9 月 13 日，全体发起人签署《关于设立青岛沃隆食品股份有限公司之发起人协议书》。本次整体变更由天健会计师验资并出具天健验[2021]4-11 号《验资报告》。

2021 年 10 月 13 日，青岛市行政审批服务局向公司核发了变更后的《营业执照》。

此次改制完成后，沃隆食品股本结构情况如下：

单位：万股

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
1	杨国庆	5,557.50	74.10%
2	沃隆控股	1,125.00	15.00%
3	沃隆达资产	451.50	6.02%
4	隆璟达投资	96.00	1.28%
5	杨靖	90.00	1.20%
6	杨国荣	90.00	1.20%
7	杨丹	90.00	1.20%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

（三）报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组行为。

（四）公司股本变化和资产重组对业务、管理层、实际控制人和经营业绩的影响

自设立以来，公司始终以自有品牌休闲食品的研发、生产和销售为主营业务。报告期内杨国庆先生的实际控制人地位没有发生变化，公司管理团队稳定。各次增资扩股为公司经营规模及业绩的持续成长提供了必要的资金支持。

四、发行人历次验资情况

（一）发行人历次验资情况

发行人自设立以来，历次验资情况如下：

时间	验资事由	出资方式	验资机构	验资报告号
2016 年 5 月	沃隆有限设立，注册资本和实收资本均为 500.00 万元	货币	天健会计师	天健验[2021]4-7 号
2017 年 5 月	第一次增资，增资后公司注册资本为 1,000.00 万元	货币	天健会计师	天健验[2021]4-8 号
2018 年 5 月	第二次增资，增资后公司注册资本为 1,064.1026 万元	货币		
2020 年 6 月	第三次增资，增资后公司注册资本为 6,000.00 万元	货币		
2021 年 10 月	整体变更为股份有限公司	净资产折股	天健会计师	天健验[2021]4-11 号

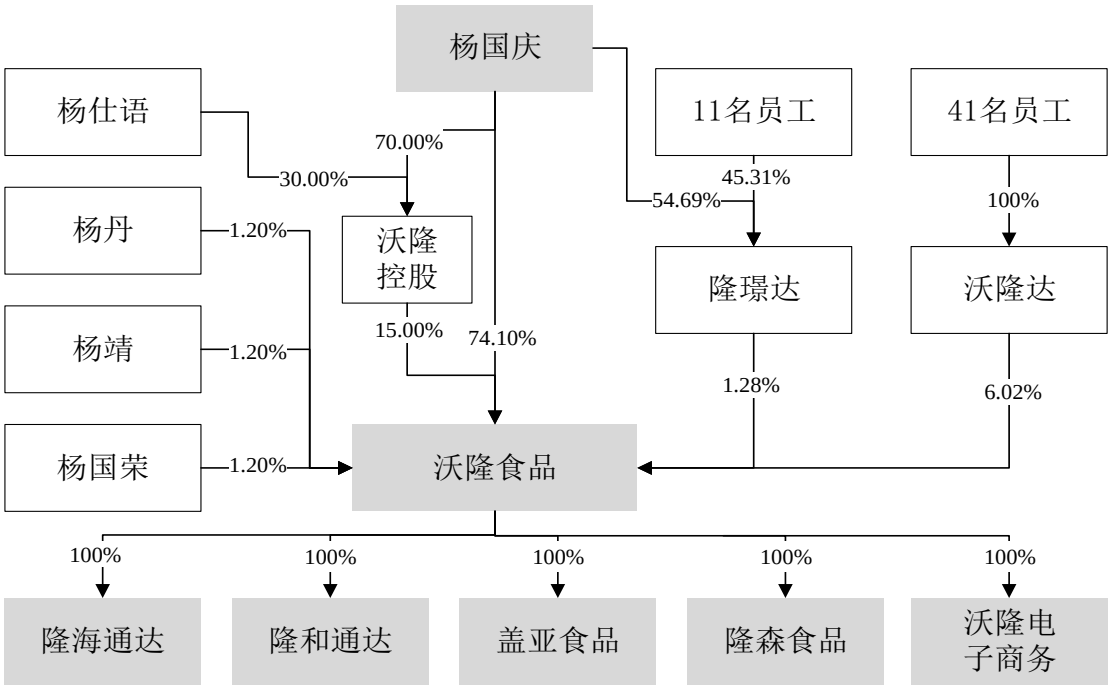
（二）设立时发起人投入资产的计量属性

公司设立时发起人为 1 家法人股东、2 家合伙企业股东、4 名自然人股东，全部以经审计的账面净资产折股方式出资。

五、发行人组织结构

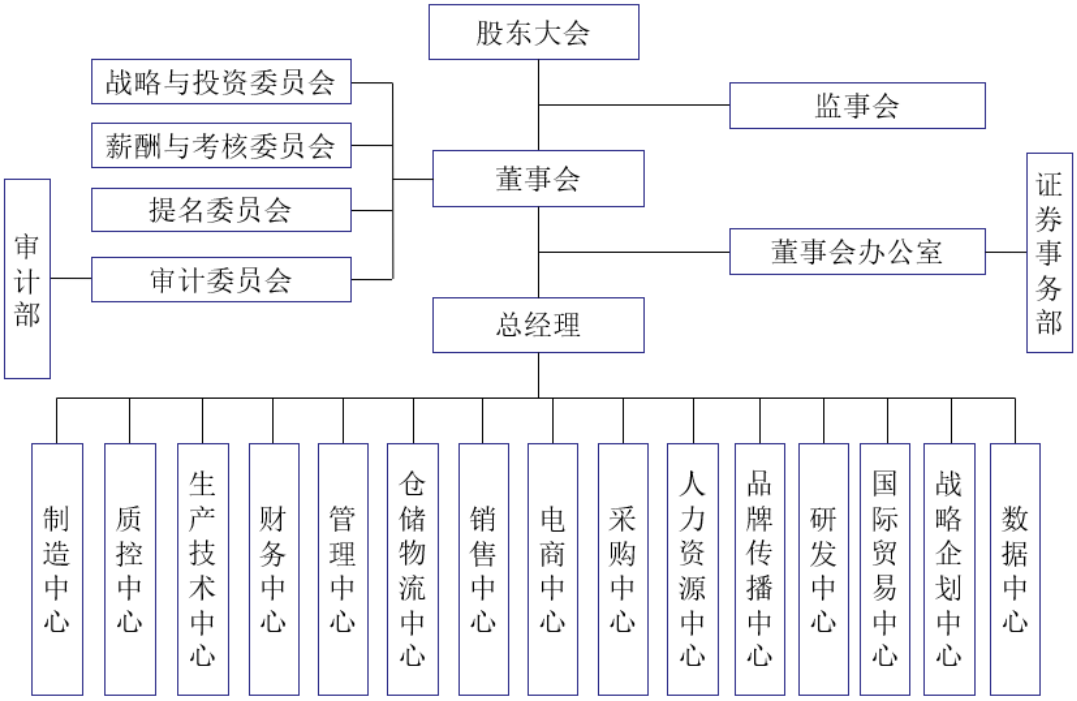
（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下图所示：


杨国庆
杨仕语
11名员工
41名员工
70.00%
30.00%
45.31%
54.69%
100%
杨丹
1.20%
沃隆
控股
隆璟达
沃隆达
杨靖
1.20%
15.00%
74.10%
1.28%
6.02%
杨国荣
1.20%
沃隆食品
100%
100%
100%
100%
100%
隆海通达
隆和通达
盖亚食品
隆森食品
沃隆电
子商务

（二）发行人内部组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下图所示：



（三）发行人内部组织机构的设置与运行情况

公司的法人治理结构由股东大会、董事会、监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的经营决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的生产经营情况进行监督。

公司职能中心的主要职能如下：

职能中心	主要职能
制造中心	负责落实公司生产计划、成本控制和生产安全管理。
质控中心	负责原材料入厂到成品出厂全过程的进货检验、工序检验、成品检验，对出厂的产品质量负责；质量异常处理和追踪，负责重大质量事故的调查分析，提出处理意见和改进措施。
生产技术中心	落实公司新产品从实验室到生产落地的大项目生产场所规划、设备规划；进行生产技术革新；建立设备台账，保障设备和电气等基础设施正常运转。
财务中心	负责组织公司财务体系建设、财务分析、预算管理、资金管理、资产管理、会计核算、成本管理、税务筹划等财务管理工作，保管合同、财务档案等。
管理中心	环境保护、公共关系管理、行政管理、安全保卫管理、物业管理、车辆管理、文宣管理、办公环境等后勤管理工作。
仓储物流中心	负责制定、执行和改进仓储管理制度及作业流程；负责物料管理、库存

职能中心	主要职能
	控制，保证账、物、卡一致；负责电商快递和线下物流调度、发货和跟踪。
销售中心	负责组织公司线下营销体系建设、市场开发、客户关系管理，制定市场规划、销售政策、销售计划并具体执行，制定产品定价，负责货款回收和客户维护。
电商中心	负责组织公司线上平台营销体系建设、渠道开发、平台关系管理，制定渠道规划、销售政策、销售计划并具体执行。
采购中心	负责国内原材料、辅助材料、包装材料等物资的采购；负责管理公司物资供应商，对供应商售后服务进行跟踪调查；负责供应商招标和考核工作。
人力资源中心	负责公司人力资源管理工作，根据公司战略制定人力资源战略和年度人力资源规划并达成，做好公司人才招聘配置、培训发展、薪酬绩效、员工关系的管理工作，负责企业文化建设。
品牌传播中心	负责公司品牌策划、设计、推广及管理工作；负责媒体对接，广告投放、效果评估；负责制定品牌传播推广策略。
研发中心	负责公司研发体系建设工作，负责公司新产品、新工艺、新技术的开发、创新、改善工作。
国际贸易中心	负责国外原材料的采购；负责管理供应商，对供应商售后服务进行跟踪调查；负责供应商招标和考核工作。
战略企划中心	负责主持公司战略发展工作；研究、制定、实施发展战略与规划；负责公司重大立项、扩大规模、产业拓展等方面的决策研究与推进。
数据中心	负责公司信息化建设、IT 资产的管理和维护、网络相关的软件和硬件的维护和升级。

六、发行人子公司的简要情况

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 5 家全资子公司，无其他控股子公司和参股公司，基本情况如下：

（一）青岛隆和通达食品有限公司

名称	青岛隆和通达食品有限公司
住所	山东省青岛市城阳区河套街道胶州湾综合保税区田海路 209-1 号
法定代表人	安宝征
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
经营范围	许可项目：食品生产；粮食加工食品生产；保税仓库经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食用农产品初加工；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；食品销售（仅销售预包装食品）；食品进出口；货物进出口；日用百货销售；平面设计；企业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	休闲食品生产
股权结构	沃隆食品持股 100.00%

成立日期	2021 年 4 月 19 日				
财务数据（万元）	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2022 年 1-6 月/2022.6.30	1,482.00	976.00	96.68	-21.95

（二）青岛隆海通达国际贸易有限公司

名称	青岛隆海通达国际贸易有限公司				
住所	中国（山东）自由贸易试验区青岛片区前湾保税港区北京路 45 号东办公楼一楼-4668（商务秘书公司托管地址）（A）				
法定代表人	林丹				
注册资本	1,000.00 万元				
实收资本	1,000.00 万元				
经营范围	一般项目：国际贸易、转口贸易、区内企业之间贸易及贸易项下加工整理；货物进出口；进出口代理；食品经营（销售预包装食品）；建筑装饰材料销售；电子元器件与机电组件设备销售；玩具销售；日用百货销售；办公用品销售；床上用品销售；服装服饰销售；网络技术服务；网页设计制作；电子办公设备销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
主营业务	原料进口、原料大宗销售及产品销售				
股权结构	沃隆食品持股 100.00%				
成立日期	2020 年 6 月 1 日				
财务数据（万元）	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2022 年 1-6 月/2022.6.30	17,712.14	12,897.18	20,077.74	1,742.24

（三）青岛盖亚食品有限公司

名称	青岛盖亚食品有限公司				
住所	山东省青岛市城阳区惜福镇街道禧鸿路 6 号				
法定代表人	李春丽				
注册资本	500.00 万元				
实收资本	500.00 万元				
经营范围	加工、制作、销售：食品、乳制品（不含婴儿配方奶粉）、饮料、农产品、茶叶、干果品；批发、零售：预包装食品、散装食品；食品技术开发及技术服务；货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主营业务	烘焙产品生产与销售				
股权结构	沃隆食品持股 100.00%				
成立日期	2019 年 6 月 13 日				
财务数据	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润

（万元）	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	1,785.71	658.41	1,204.87	67.78

（四）青岛沃隆电子商务有限公司

名称	青岛沃隆电子商务有限公司				
住所	山东省青岛市城阳区汇福路 90 号 2 号楼				
法定代表人	安宝征				
注册资本	200.00 万元				
实收资本	200.00 万元				
经营范围	电子商务平台的技术研发及技术服务；网络维护、网络设计；批发：预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方奶粉）、服装服饰、针纺织品、工艺品、日用百货、五金交电、金属制品、电子产品、装饰材料、电脑配件、玩具、机电设备、办公用品、床上用品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主营业务	线上销售				
股权结构	沃隆食品持股 100.00%				
成立日期	2016 年 12 月 9 日				
财务数据（万元）	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	4,954.92	3,664.58	17,485.55	44.97

（五）青岛隆森食品有限公司

名称	青岛隆森食品有限公司				
住所	山东省青岛市城阳区田海路 209 号				
法定代表人	孙孝鹏				
注册资本	1,000.00 万元				
实收资本	1,000.00 万元				
经营范围	许可项目：食品生产；粮食加工食品生产；保税仓库经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；食用农产品初加工；食品进出口；货物进出口；日用百货销售；平面设计；企业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
主营业务	食品生产				
股权结构	沃隆食品持股 100.00%				
成立日期	2022 年 7 月 12 日				
财务数据（万元）	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	-	-	-	-

注：以上各子公司财务数据已作为合并报表的一部分经申报会计师审计，未单独出具审计报告。

七、发起人、持有发行人5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人的基本情况

公司的发起人为杨国庆、沃隆控股、沃隆达资产、隆璟达投资、杨丹、杨靖、杨国荣。

1、杨国庆

杨国庆的具体情况请参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人”之“（二）发行人的控股股东、实际控制人”。

2、沃隆控股

截至本招股说明书签署日，沃隆控股持有公司 15.00%股权，其主要情况如下：

（1）基本情况

企业名称	青岛沃隆控股有限公司				
成立日期	2021 年 5 月 24 日				
注册资本	5,000 万元人民币				
实收资本	5,000 万元人民币				
注册地址	山东省青岛市市南区宁夏路 288 号 3 号楼 106 室 0290（集中办公区）				
经营范围	一般项目：自有资金投资的资产管理服务；以自有资金从事投资活动；企业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
财务数据（万元）	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2022 年 1-6 月/2022.6.30	5,018.70	5,018.70	-	10.48

注：沃隆控股的财务数据未经审计。

（2）股权结构

截至本招股说明书签署日，沃隆控股的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资比例
1	杨国庆	3,500.00	70.00%
2	杨仕语	1,500.00	30.00%
合计		**5,000.00**	**100.00%**

3、沃隆达资产

截至本招股说明书签署日，沃隆达资产直接持有公司 6.02%股权，其主要情况如下：

（1）基本情况

企业名称	青岛沃隆达资产管理中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91370214MA3MP25X6H
出资额	947.0974 万元人民币
执行事务合伙人	林丹
主要经营场所	山东省青岛市城阳区惜福镇街道抱虎山路 8 号
成立日期	2018 年 2 月 7 日
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动；企业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）出资结构

截至本招股说明书签署日，沃隆达资产的出资结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额（万元）	出资比例
1	林丹	普通合伙人	31.3273	3.31%
2	乔力伟	有限合伙人	110.1240	11.62%
3	王国坚	有限合伙人	72.8537	7.69%
4	安宝征	有限合伙人	52.1855	5.51%
5	王萍	有限合伙人	52.0908	5.50%
6	左克利	有限合伙人	51.5802	5.44%
7	力山	有限合伙人	43.7122	4.62%
8	宋东京	有限合伙人	43.7122	4.62%
9	孙孝鹏	有限合伙人	43.7122	4.62%
10	张勇	有限合伙人	43.7122	4.62%
11	江玲玉	有限合伙人	43.7122	4.62%
12	刘金栋	有限合伙人	36.4268	3.84%
13	张德泉	有限合伙人	31.4438	3.32%
14	李春丽	有限合伙人	21.8561	2.30%
15	崔玉玺	有限合伙人	15.7218	1.66%
16	高方方	有限合伙人	15.7218	1.66%
17	郝猛	有限合伙人	15.7218	1.66%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额（万元）	出资比例
18	顿甍甍	有限合伙人	15.7218	1.66%
19	杜颖超	有限合伙人	15.7218	1.66%
20	王志强	有限合伙人	15.7218	1.66%
21	刘悦涛	有限合伙人	15.7218	1.66%
22	周琮	有限合伙人	14.5707	1.54%
23	王奕惠	有限合伙人	14.5707	1.54%
24	王金伟	有限合伙人	14.5707	1.54%
25	陈雪娇	有限合伙人	7.8609	0.83%
26	宗瑞敏	有限合伙人	7.8609	0.83%
27	李冠儒	有限合伙人	7.8609	0.83%
28	陶元甲	有限合伙人	7.8609	0.83%
29	陈恒强	有限合伙人	7.8609	0.83%
30	李艳杰	有限合伙人	7.8609	0.83%
31	董勋青	有限合伙人	7.8609	0.83%
32	张绍武	有限合伙人	7.8609	0.83%
33	王增锋	有限合伙人	7.8609	0.83%
34	孙淑静	有限合伙人	7.8609	0.83%
35	张雁羽	有限合伙人	7.8609	0.83%
36	王梅晶	有限合伙人	4.7356	0.50%
37	姜涛	有限合伙人	4.7356	0.50%
38	王真	有限合伙人	4.7356	0.50%
39	李凌燕	有限合伙人	4.7356	0.50%
40	刘伟娜	有限合伙人	4.7356	0.50%
41	王瑭	有限合伙人	4.7356	0.50%
合计			**947.0974**	**100.00%**

4、隆璟达投资

截至本招股说明书签署日，隆璟达投资直接持有公司 1.28%股权，其主要情况如下：

（1）基本情况

企业名称	青岛隆璟达投资中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91370214MA946EAK5W

出资额	392.448 万元人民币
执行事务合伙人	于桂红
主要经营场所	山东省青岛市城阳区汇福路 90 号 1 号楼
成立日期	2021 年 5 月 26 日
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）出资结构

截至本招股说明书签署日，隆璟达投资的出资结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额（万元）	出资比例
1	于桂红	普通合伙人	45.9900	11.71%
2	杨国庆	有限合伙人	214.6206	54.69%
3	王炳涛	有限合伙人	15.3300	3.91%
4	董峻诚	有限合伙人	15.3300	3.91%
5	郭宗亮	有限合伙人	15.3300	3.91%
6	王天宇	有限合伙人	15.3300	3.91%
7	陈文彬	有限合伙人	15.3300	3.91%
8	隋立昂	有限合伙人	15.3300	3.91%
9	刘德城	有限合伙人	15.3292	3.90%
10	刘名月	有限合伙人	9.1982	2.34%
11	乌洪波	有限合伙人	9.1982	2.34%
12	王瑭	有限合伙人	6.1318	1.56%
合计			**392.4480**	**100.00%**

5、杨丹

杨丹，女，中国国籍，身份证号 3702231971********，无境外永久居留权，截至本招股说明书签署日，直接持有公司 1.20%的股份。

6、杨靖

杨靖，女，中国国籍，身份证号 3702231972********，无境外永久居留权，截至本招股说明书签署日，直接持有公司 1.20%的股份。

7、杨国荣

杨国荣，男，中国国籍，身份证号 3702841976********，无境外永久居留权，截至本招股说明书签署日，直接持有公司 1.20%的股份。

（二）控股股东、实际控制人基本情况

杨国庆直接持有本公司 74.10%的股份，通过沃隆控股间接控制公司 15.00%的股份，合计控制公司 89.10%股份，可对公司生产经营决策产生重大影响，是公司控股股东、实际控制人。

杨国庆的具体情况请参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人”之“（二）发行人的控股股东、实际控制人”。

（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业基本情况

1、青岛沃隆控股有限公司

青岛沃隆控股有限公司的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人的基本情况”。

2、青岛金沃投资有限公司

青岛金沃投资有限公司为杨国庆 100%持股的公司，其具体情况如下：

名称	青岛金沃投资有限公司
住所	山东省青岛市城阳区惜福镇街道抱虎山路 8 号
法定代表人	杨国庆
注册资本	10.00 万元
实收资本	-
经营范围	以自有资金进行股权投资、资产管理、创业投资、创业投资管理；以自有资金投资。（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务）；企业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	自有资金投资
股权结构	杨国庆持股 100.00%
成立日期	2018 年 1 月 30 日

3、青岛欣沃农业科技有限公司

青岛欣沃农业科技有限公司为杨国庆与史丽共同控制的公司，其具体情况如下：

名称	青岛欣沃农业科技有限公司

住所	山东省青岛市黄岛区张家楼镇画家村路 188 号
法定代表人	孙光辉
注册资本	3,000.00 万元
实收资本	3,000.00 万元
经营范围	从事农业种植领域内的技术研发、技术咨询、技术服务、技术转让；种植、加工、销售（不含冷库）：蔬菜、水果、花卉、苗木、谷类、中草药（国家禁止或限制的除外）；销售：化肥、机械设备、建材；旅游项目开发；会议会务服务，展览展示服务；园区管理服务；货物及技术进出口。经营其他无需行政审批即可经营的一般经营项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	农业种植
股权结构	史丽持股 100.00%
成立日期	2018 年 11 月 28 日

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

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

（五）提交发行申请文件前 12 个月内新增股东情况

发行人不存在提交发行申请文件前 12 个月内新增的直接股东。

发行人提交发行申请文件前 12 个月内新增的间接股东情况如下：

1、沃隆达资产

因发行人实施股权激励，沃隆达资产内部出资份额转让，转让价格系参考发行人截至 2021 年 4 月 30 日未经审计的净资产，定价为 5.11 元/1 元注册资本（折合沃隆达资产 1.95 元/1 元出资额），截至招股说明书签署日，新增间接股东名单如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额（万元）	获得份额时间
1	张德泉	有限合伙人	31.4438	2021.06.10
2	崔玉玺	有限合伙人	15.7218	2021.06.10
3	高方方	有限合伙人	15.7218	2021.06.10
4	顿甍甍	有限合伙人	15.7218	2021.06.10
5	杜颖超	有限合伙人	15.7218	2021.06.10

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额（万元）	获得份额时间
6	王志强	有限合伙人	15.7218	2021.06.10
7	刘悦涛	有限合伙人	15.7218	2021.06.10
8	郝猛	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
			7.8609	2022.01.17
9	陈雪娇	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
10	宗瑞敏	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
11	李冠儒	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
12	陶元甲	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
13	陈恒强	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
14	李艳杰	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
15	董勋青	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
16	张绍武	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
17	王增锋	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
18	孙淑静	有限合伙人	7.8609	2021.06.10
19	张雁羽	有限合伙人	7.8609	2022.01.17
20	王梅晶	有限合伙人	4.7356	2021.06.10
21	姜涛	有限合伙人	4.7356	2021.06.10
22	何治港	有限合伙人	4.7356	2021.06.10
23	王真	有限合伙人	4.7356	2021.06.10
24	李凌燕	有限合伙人	4.7356	2021.06.10
25	刘伟娜	有限合伙人	4.7356	2021.06.10
26	王瑭	有限合伙人	4.7356	2021.06.10

注：何治港因离职退伙，合伙份额已转给普通合伙人林丹。

2、隆璟达投资

因发行人实施股权激励，隆璟达投资内部出资份额转让，转让价格系参考发行人截至 2021 年 4 月 30 日未经审计的净资产，定价为 5.11 元/1 元注册资本（折合隆璟达投资 1.00 元/1 元出资额），截至招股说明书签署日，新增间接股东名单如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额（万元）	获得份额时间
1	董峻诚	有限合伙人	15.3300	2022.01.10
2	郭宗亮	有限合伙人	15.3300	2022.01.10

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额（万元）	获得份额时间
3	王天宇	有限合伙人	15.3300	2022.01.10
4	陈文彬	有限合伙人	15.3300	2022.01.10
5	李钊	有限合伙人	15.3300	2022.01.10
6	隋立昂	有限合伙人	15.3300	2022.01.10
7	王瑭	有限合伙人	6.1318	2022.01.10

注：李钊因离职退伙，合伙份额已转给有限合伙人杨国庆。

上述新增间接股东中，除刘悦涛为发行人职工代表监事外，其他新增间接股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员均不存在关联关系。

八、发行人股本的有关情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前，公司总股本为 7,500.00 万股。本次拟向社会公开发行股票数量不超过 2,500 万股，本次公开发行股份数量占发行后总股本的比例为不低于 25%。以本次发行 2,500 万股计算，本次发行前后，公司股本结构变化情况如下：

股东名称/姓名	发行前		发行后	
	持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
杨国庆	5,557.50	74.10%	5,557.50	55.58%
沃隆控股	1,125.00	15.00%	1,125.00	11.25%
沃隆达资产	451.50	6.02%	451.50	4.52%
隆璟达投资	96.00	1.28%	96.00	0.96%
杨丹	90.00	1.20%	90.00	0.90%
杨靖	90.00	1.20%	90.00	0.90%
杨国荣	90.00	1.20%	90.00	0.90%
社会公众股	-	-	2,500.00	25.00%
合计	**7,500.00**	**100.00%**	**10,000.00**	**100.00%**

（二）本次发行前发行人股东情况

本次发行前，公司共有 7 名股东，其持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	股权性质	持股数（万股）	持股比例

序号	股东名称/姓名	股权性质	持股数（万股）	持股比例
1	杨国庆	境内自然人	5,557.50	74.10%
2	沃隆控股	境内法人	1,125.00	15.00%
3	沃隆达资产	境内合伙企业	451.50	6.02%
4	隆璟达投资	境内合伙企业	96.00	1.28%
5	杨丹	境内自然人	90.00	1.20%
6	杨靖	境内自然人	90.00	1.20%
7	杨国荣	境内自然人	90.00	1.20%
合计			**7,500.00**	**100.00%**

（三）自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，公司自然人股东直接持股及在公司担任的职务情况如下：

股东姓名	直接持股数（万股）	直接持股比例	公司职务
杨国庆	5,557.50	74.10%	董事长、总经理

自然人股东杨丹、杨靖、杨国荣未在发行人处任职。

（四）国有股份、外资股份及战略投资者情况

截至本招股说明书签署日，发行人股本中无国有股份，无外资股份，股东中不存在战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司股东之间的关联关系如下：

1、杨国庆作为公司的控股股东、实际控制人，持有公司股东沃隆控股 70.00%的股权；杨国庆之子杨仕语持有沃隆控股 30.00%的股权。

2、杨国庆的姐姐杨丹、杨靖及弟弟杨国荣分别各自持有公司 1.20%的股权。

3、杨国庆在公司股东隆璟达中，以有限合伙人（LP）身份持有 54.69%的份额；杨国庆已出具承诺函，承诺其持有的该部分份额仅能用于发行人员工股权激励。

除上述情况之外，公司本次发行前其他股东之间不存在其他关联关系。

（六）本次发行前发行人及其实际控制人与股东的对赌条款

发行人及其控股股东、实际控制人与发行人其他股东之间不存在任何正在履行的对赌协议/条款安排，发行人的股权结构稳定。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东的股份锁定和持股意向的承诺”。

九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在发行内部职工股的情况，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司及子公司员工人数情况如下：

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
员工人数（人）	692	735	718	981

（二）员工的专业结构

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司在册员工专业结构情况如下：

专业构成	员工数量（人）	比例
生产人员	368	53.18%
销售人员	244	35.26%
管理及行政人员	56	8.09%
财务人员	15	2.17%
研发人员	9	1.30%
合计	**692**	**100.00%**

（三）员工受教育程度

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司在册员工受教育程度情况如下：

项目	员工数量（人）	比例
硕士及以上	15	2.17%
本科	164	23.70%
专科	166	23.99%
专科以下	347	50.14%
合计	**692**	**100.00%**

（四）员工年龄分布

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司在册员工年龄分布情况如下：

项目	员工数量（人）	员工占比
56 岁及以上	11	1.59%
41-55 岁	177	25.58%
31-40 岁	245	35.40%
30 岁及以下	259	37.43%
合计	**692**	**100.00%**

（五）发行人执行社会保障与住房公积金制度及其他合法合规情况的说明

公司实行劳动合同制，员工聘用按照《劳动法》《劳动合同法》及有关法律、法规和规范性文件的要求办理。公司已按照国家法律、法规及地方有关规定，为员工办理了包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险以及生育保险在内的各项社会保险，并建立了住房公积金制度。

1、社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人为员工承担社会保障责任以及住房公积金情况如下：

单位：人

日期	在册员工人数	社会保险		住房公积金	
		已缴纳人数	差异人数	已缴纳人数	差异人数
2022 年 6 月 30 日	692	554	138	554	138
2021 年 12 月 31 日	735	653	82	633	102
2020 年 12 月 31 日	718	539	179	528	190
2019 年 12 月 31 日	981	325	656	295	686

报告期各期，发行人未缴纳社保和公积金的原因、人数情况如下：

原因	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金
退休返聘员工无需缴纳	42	42	54	54	53	53	92	92
新员工入职尚未办理完成缴纳手续	34	34	6	6	2	2	25	25
已在其他单位缴纳而无法重复缴纳	2		2		3	3	8	8
个人已自行缴纳而无法重复缴纳	1		7					
部分员工自愿放弃缴纳（公司为其提供了免费员工宿舍）	59	62	13	42	121	132	531	561
合计	**138**	**138**	**82**	**102**	**179**	**190**	**656**	**686**

经测算，如全员补缴社保公积金，对发行人利润影响情况如下：

单位：万元

年份	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
补缴金额	53.02	112.77	166.19	620.17
净利润	2,684.53	11,958.70	8,870.85	13,122.73
占比	1.98%	0.94%	1.87%	4.73%

经测算，如全员补缴社保公积金，补缴金额占发行人当期净利润的比例较低，对发行人的生产经营不具有重大不利影响。

报告期末，公司因新入职尚未办理完成缴纳手续及因员工个人意愿而暂未缴纳社会保险的员工共 93 人，就该部分员工，公司积极与其沟通安排缴纳社保，截至 2022 年 9 月末，公司已为其中 43 人承担了社会保障费用，另有 23 人在该期间办理了离职，剩余因员工个人意愿而暂未缴纳 27 人；报告期末，公司因新入职尚未办理完成缴纳手续及因员工个人意愿而暂未缴纳公积金的员工共 96 人，就该部分员工，公司积极与其沟通安排缴纳公积金，截至 2022 年 9 月末，公司已为其中 43 人缴纳了公积金，另有 23 人在该期间办理了离职，剩余因员工个人意愿而暂未缴纳 30 人。

除上述情况外，公司已为符合条件的员工承担了社会保障费用和住房公积金费用；扣除上述存在客观原因的情况，截至报告期末，因员工个人意愿而未为其承担社会保障费用的比例为 8.53%，未为其承担住房公积金费用的比例为 8.96%。

2、社保及住房公积金的合法合规情况

根据公司及子公司管辖单位人力资源和社会保障局、社会保险事业中心、医疗保险事业中心及住房公积金管理中心出具的证明，证实报告期内，公司及子公司不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到行政处罚的情况。

3、控股股东和实际控制人的相关承诺

为避免报告期内部分员工未参缴社会保险与住房公积金可能对公司造成的不利影响，控股股东、实际控制人杨国庆已出具承诺：如发行人及子公司所在地有关社保主管部门及住房公积金主管部门要求发行人对其首次公开发行股票之前任何期间内应缴的员工社会保险费用或住房公积金进行补缴，或被任何政府主管部门处以行政处罚，或被任何政府部门、法院或仲裁机构决定、判决或裁定向任何员工或其他方支付补偿或赔偿，本人将无条件全额补偿发行人及子公司就此承担的全部支出、罚款、滞纳金、赔偿及费用，保证发行人及子公司不因此受到任何损失。

（六）劳务派遣、劳务外包情况

1、发行人劳务派遣的基本情况

报告期内，发行人劳务派遣人员数量及比例情况如下：

单位：人

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
劳务派遣员工总数	5	1	571	348
公司员工总数	692	735	718	981
用工总数	697	736	1,289	1,329
劳务派遣占用工总数比例	0.72%	0.14%	44.30%	26.19%

报告期内，发行人使用劳务派遣员工的岗位及生产环节主要为产品包装、打包、理货员等，属于替代性、辅助性岗位，主要合作的劳务派遣单位的基本情况如下：

（1）青岛智名劳务服务有限公司

名称	青岛智名劳务服务有限公司
住所	山东省青岛市高新区河东路 378 号中科研发城汇智园 1 号楼甲 1101 室
法定代表人	刘娟
注册资本	800.00 万元
成立日期	2013 年 5 月 9 日
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；职业中介活动；建筑劳务分包；道路货物运输（不含危险货物）；道路货物运输（网络货运）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：单位后勤管理服务；装卸搬运；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；包装服务；会议及展览服务；家政服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布；数字内容制作服务（不含出版发行）；专业保洁、清洗、消毒服务；劳务服务（不含劳务派遣）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；物业管理；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；商务代理代办服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；社会经济咨询服务；企业管理；生产线管理服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	刘娟持股 75.00%、马常龙持股 25.00%
主要管理人员	刘娟担任执行董事兼总经理、法定代表人，马常龙担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820150020

（2）青岛职通人力资源管理有限公司

名称	青岛职通人力资源管理有限公司
住所	山东省青岛市城阳区流亭工业园金谷园路 1 号
法定代表人	贾世起
注册资本	200.00 万元
成立日期	2012 年 6 月 21 日
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；建筑劳务分包；职业中介活动；道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：劳务服务（不含劳务派遣）；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；装卸搬运；企业管理咨询；社会经济咨询服务；企业形象策划；知识产权服务（专利代理服务除外）；租赁服务（不含许可类租赁服务）；小微型客车租赁经营服务；组织文化艺术交流活动；家政服务；广告发布；广告制作；广告设计、代理；物业管理；物业服务评估；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；电子元器件与机电组件设备制造；电子元器件制造；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备批发；酒店管理；办公服务；商务代理代办服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

股权结构	贾世起持股 91.75%、田少鹏持股 8.25%
主要管理人员	贾世起担任执行董事兼总经理、法定代表人，田少鹏担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820140024

（3）青岛志德工贸有限公司

名称	青岛志德工贸有限公司
住所	山东省青岛市黄岛区江山南路 666 号 2 栋 2101
法定代表人	阚云腾
注册资本	200.00 万元
成立日期	2015 年 11 月 9 日
经营范围	建筑劳务工程分包；劳务派遣（劳务派遣经营许可证有效期以许可证为准）；生产线承包；物业管理；人力资源信息咨询（不含职业介绍）；企业管理咨询；室内外装饰装潢工程设计及施工；玻璃幕墙工程施工；普通货物装卸服务；保洁服务（不含高处作业）；农作物种植；批发零售：初级农产品（仅限豆类、谷类、薯类）、建筑材料、装饰装潢材料、劳保用品；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的不得经营，法律、行政法规限制经营的，取得许可证后方可经营）；经营其它无需行政审批即可经营的一般经营项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	阚云腾持股 100.00%
主要管理人员	阚云腾担任执行董事兼总经理、法定代表人，田丛担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020720190003

（4）青岛人和劳务派遣有限公司

名称	青岛人和劳务派遣有限公司
住所	山东省青岛市城阳区流亭街道空港工业园
法定代表人	赵磊
注册资本	1,000.00 万元
成立日期	2012 年 10 月 17 日
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；职业中介活动；建设工程施工；建筑劳务分包。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；企业管理咨询；家政服务；建筑装饰、水暖管道零件及其他建筑用金属制品制造；园林绿化工程施工；国际货物运输代理；五金产品批发；日用百货销售；服装服饰批发；商务代理代办服务；装卸搬运；企业形象策划；财务咨询；专业设计服务；餐饮管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	赵磊持股 100.00%
主要管理人员	赵磊担任执行董事兼总经理、法定代表人，徐芹龙担任监事

劳务派遣经营许可证号	编号：37020820190038

（5） 青岛鑫汇佳诚人力资源服务有限公司（已注销）

名称	青岛鑫汇佳诚人力资源服务有限公司
住所	山东省青岛市城阳区棘洪滩街道风情蓝岸 15 号楼 1 单元 302 室
法定代表人	王培耀
注册资本	200.00 万元
成立日期	2019 年 8 月 9 日
经营范围	人力资源服务；国内劳务派遣；劳务服务；企业管理服务；商务服务；家政服务；物业管理；货物装卸；经济信息咨询；保洁服务；建筑安装工程施工；园林绿化工程施工；室内外装饰装潢工程；水电暖安装工程；上下水管道施工；市政工程施工；汽车装饰装潢；生产、加工（不在此处生产加工）：海产品。批发：电子产品、办公用品、日用百货、五金交电、农副产品；货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	王培耀持股 50.00%，马海哈日持股 50.00%
主要管理人员	王培耀担任执行董事兼总经理、法定代表人，马海哈日担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820190114

公司报告期前两年曾存在劳务派遣人员比例超过 10%情形，主要原因为 2019-2020 年每年的下半年为生产忙碌时间，用工需求较旺，自行招工无法满足用人需求，故采用派遣形式补充用工。上述劳务派遣人员比例超过 10%的形式不符合《劳务派遣暂行规定》的规定，存在被劳动行政部门责令限期改正的风险。

报告期内，发行人不存在因该等用工形式被劳动行政部门责令限期改正而逾期不改正的情况，也未因此受到行政处罚。根据青岛市城阳区人力资源和社会保障局出具的证明，公司自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 7 月 25 日期间能够遵守国家和地方有关社会保险、劳动保障法律法规和规范性文件的规定，不存在因违反有关劳动和社会保障方面法律、法规而受到处罚的情形，不存在尚未处结的劳动人事争议仲裁案件。

为避免因该等用工形式带来的合规风险，发行人已积极主动调整用工形式，截至 2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日，发行人劳务派遣用工比例已下降至 1%以下，符合《劳务派遣暂行规定》规定。同时，发行人实际控制人已出具承诺：“若发行人因报告期内或未来劳务派遣用工问题，而受到主管机关的任何强制措施、行政处罚、发生纠纷、履行任何其他法律程序或承担任何责任而造成

发行人的任何损失，本人将无条件给予发行人全额补偿并承担相关费用，保证发行人的业务不会因上述事宜受到不利影响”

2、发行人劳务外包的基本情况

为规范劳务派遣用工，公司自 2021 年开始采取劳务外包模式，将车间小袋装盒、装箱、上料、调料、配料、拖包服务等外包给劳务外包公司，前述外包生产工序需投入较大的人力，工艺较为简单，技术含量较低，非核心环节工序。

报告期内，发行人合作的主要劳务外包单位的基本情况如下：

（1）青岛职通人力资源管理有限公司

名称	青岛职通人力资源管理有限公司
住所	山东省青岛市城阳区流亭工业园金谷园路 1 号
法定代表人	贾世起
注册资本	200.00 万元
成立日期	2012 年 6 月 21 日
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；建筑劳务分包；职业中介活动；道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：劳务服务（不含劳务派遣）；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；装卸搬运；企业管理咨询；社会经济咨询服务；企业形象策划；知识产权服务（专利代理服务除外）；租赁服务（不含许可类租赁服务）；小微型客车租赁经营服务；组织文化艺术交流活动；家政服务；广告发布；广告制作；广告设计、代理；物业管理；物业服务评估；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；电子元器件与机电组件设备制造；电子元器件制造；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备批发；酒店管理；办公服务；商务代理代办服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	贾世起持股 91.75%、田少鹏持股 8.25%
主要管理人员	贾世起担任执行董事兼总经理、法定代表人，田少鹏担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820140024

（2）青岛智名劳务服务有限公司

名称	青岛智名劳务服务有限公司
住所	山东省青岛市高新区河东路 378 号中科研发城汇智园 1 号楼甲 1101 室
法定代表人	刘娟
注册资本	800.00 万元

成立日期	2013 年 5 月 9 日
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；职业中介活动；建筑劳务分包；道路货物运输（不含危险货物）；道路货物运输（网络货运）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：单位后勤管理服务；装卸搬运；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；包装服务；会议及展览服务；家政服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布；数字内容制作服务（不含出版发行）；专业保洁、清洗、消毒服务；劳务服务（不含劳务派遣）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；物业管理；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；商务代理代办服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；社会经济咨询服务；企业管理；生产线管理服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	刘娟持股 75.00%、马常龙持股 25.00%
主要管理人员	刘娟担任执行董事兼总经理、法定代表人，马常龙担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820150020

（3）青岛鑫炎人力资源有限公司

名称	青岛鑫炎人力资源有限公司
住所	山东省青岛市城阳区城阳街道正阳路 166 号 2 号楼商业 116 二层
法定代表人	李自亮
注册资本	200.00 万元
成立日期	2020 年 10 月 20 日
经营范围	一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；社会经济咨询服务；安全咨询服务；生产线管理服务；房地产咨询；会议及展览服务；物业管理；企业管理；家政服务；商务代理代办服务；市场营销策划；企业形象策划；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；餐饮管理；装卸搬运；洗车服务；代驾服务；化妆品批发；化妆品零售；家用电器销售；五金产品批发；五金产品零售；电子产品销售；建筑材料销售；非金属矿及制品销售；金属结构销售；金属材料销售；家具销售；劳动保护用品销售；日用百货销售；办公用品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：劳务派遣服务；职业中介活动；建筑劳务分包。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
股权结构	李自亮持股 50.00%、 斯都吉力持股 50.00%
主要管理人员	李自亮担任执行董事兼总经理、法定代表人，斯都吉力担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820200172

（4）青岛志德工贸有限公司

名称	青岛志德工贸有限公司
住所	山东省青岛市黄岛区江山南路 666 号 2 栋 2101
法定代表人	阚云腾
注册资本	200.00 万元
成立日期	2015 年 11 月 9 日
经营范围	建筑劳务工程分包；劳务派遣（劳务派遣经营许可证有效期以许可证为准）；生产线承包；物业管理；人力资源信息咨询（不含职业介绍）；企业管理咨询；室内外装饰装潢工程设计及施工；玻璃幕墙工程施工；普通货物装卸服务；保洁服务（不含高处作业）；农作物种植；批发零售：初级农产品（仅限豆类、谷类、薯类）、建筑材料、装饰装潢材料、劳保用品；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的不得经营，法律、行政法规限制经营的，取得许可证后方可经营）；经营其它无需行政审批即可经营的一般经营项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	阚云腾持股 100.00%
主要管理人员	阚云腾担任执行董事兼总经理、法定代表人，田丛担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020720190003

（5）青岛华夏星辰劳务服务有限公司

名称	青岛华夏星辰劳务服务有限公司
住所	山东省青岛市崂山区株洲路 20 号海信创智谷 A 座 502 室
法定代表人	徐兴华
注册资本	200.00 万元
成立日期	2013 年 12 月 4 日
经营范围	国内劳务派遣（依据人社部门核发的许可证经营），人力资源服务（依据人社部门核发的许可证经营），家政保洁服务，装卸服务（不含运输），劳动事务代理（不含中介服务），仓储服务（不含冷冻冷藏及危险品、违禁品），会务服务，档案管理服务，物业管理，酒店管理，经济信息咨询（不含金融、期货及证券业务），物流信息咨询，企业管理咨询，企业安全技术咨询，建筑劳务分包，园林绿化工程施工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	徐兴华持股 60.00%、刘艳艳持股 40.00%
主要管理人员	徐兴华担任执行董事兼总经理、法定代表人，刘艳艳担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：370212216002

（6）青岛裕盛泰物流有限公司

名称	青岛裕盛泰物流有限公司
住所	山东省青岛市城阳区春阳路 211-5 号
法定代表人	宫垂文

注册资本	200.00 万元
成立日期	2019 年 3 月 22 日
经营范围	物流信息咨询服务、国内货运代理、普通货运、货物装卸、仓储服务（不含危险品及国家违禁品）；批发：日用百货、建筑材料、五金交电；建筑工程施工；劳务服务;国内劳务派遣；人力资源服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	宫垂文持股 100.00%
主要管理人员	宫垂文担任执行董事兼总经理、法定代表人，陶晓慧担任监事
劳务派遣经营许可证号	编号：37020820190093

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

（一）关于股份锁定和持股意向、稳定股价、填补被摊薄即期回报措施、未履行承诺的约束性措施、招股书信息披露等的承诺

公司股东和董事、监事、高级管理人员等关于股份锁定和持股意向、稳定股价、填补被摊薄即期回报措施、未履行承诺的约束性措施、招股书信息披露等的承诺，参见本招股说明书“重大事项提示”。

（二）关于社会保险与公积金制度执行情况的承诺

公司控股股东、实际控制人杨国庆作出的关于社会保险费、住房公积金之承诺请参见本节“十、发行人员工及其社会保障情况”之“（五）发行人执行社会保障与住房公积金制度及其他合法合规情况的说明”之“3、控股股东和实际控制人的相关承诺”。

（三）关于避免同业竞争的承诺

截至本招股说明书签署日，公司主要股东及实际控制人未从事与公司构成同业竞争的业务。公司实际控制人及持股 5%以上的股东均已就避免同业竞争出具了承诺函，具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争及关联交易”之“二、同业竞争情况”之“（二）公司控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品及变化情况

（一）发行人主营业务及发展变化情况

公司是行业领先的以坚果相关产品为核心的休闲食品生产商，主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。公司产品体系围绕坚果类食品构建，主要产品包含混合坚果、单品坚果及含坚果烘焙食品等。公司在国内率先推出了“每日坚果”类产品，生产和销售小包装混合坚果产品。经过近年来持续发展，公司自有的“沃隆”品牌“每日坚果”已成为该品类最具代表性和知名度的产品之一，并拓展了单品坚果、坚果礼盒、含坚果烘焙食品等新的产品品类，逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商发展。

公司主营业务自成立以来始终围绕坚果类休闲食品的研发、生产和销售开展，报告期各期，公司主营业务收入占比分别为 99.53%、98.78%、98.92%和98.20%，主营业务突出且未发生变化。

（二）发行人主要产品及服务

公司的主要产品分为五大类，包括混合坚果、单品坚果、每日果干、烘焙食品、礼盒系列。

1、混合坚果

公司通过自主创新，在国内率先推出“每日坚果”系列产品。公司的“每日坚果”系列产品采取混合式包装，遵循科学膳食配比，装入多种坚果、果干，营养物质均衡全面。

2、单品坚果

公司从全球各原料优质产地选择高品质的坚果，推出了适合各类人群消费的单品坚果产品。单品坚果采用罐装或袋装的包装形式，满足特定人群对食用特定类别坚果的偏好。该系列的主要产品包括高方罐、风味坚果、口袋坚果等。

3、每日果干

每日果干延续了每日坚果的产品设计理念，选取果干原料，采用独立小包装形式，开袋即食。该系列的主要产品包括每日蔓越莓干、每日金提干、每日蓝莓干等。

4、烘焙食品

公司将坚果融入烘焙，推出坚果含量较高的烘焙产品系列，适用于早餐、下午茶等多种场景。该系列的主要产品包括坚果曲奇、坚果吐司等。

5、礼盒系列

基于消费者不同使用场景的需求，公司在保持坚果、果干较高品质的基础上，推出多价位段的礼盒产品。针对不同的节日属性及礼品需求，每个礼盒的包装样式和产品配比有差异化的设计。公司针对春节、中秋节等特定节假日设计了特定的节日礼盒。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业

公司是行业领先的以坚果类产品为核心的休闲食品生产商，主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为“制造业”之“食品制造业”（分类代码：C14）。根据《国民经济行业类标准》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“制造业”之“食品制造业”（分类代码：C14）。

（二）行业监管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业监管部门、监管体制和自律组织

坚果类休闲食品行业的行政主管部门包括国家市监局、发改委、商务部及各级商务主管部门。其中，市监局主要负责市场监督管理和行政执法、监督管理市场交易行为和网络商品交易及服务、起草食品安全等监督管理的法律法规草案，拟订政策规划和部门规章，推动建立落实食品安全企业主体责任，建立食品药品

重大信息直报制度，并组织实施和监督检查等；发改委的主要职责是拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、推进经济结构战略性调整、推进可持续发展战略；商务部及各级商务主管部门的主要职责是推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，推动物流配送、电子商务等现代流通方式的发展等。

行业相关的自律组织主要为中国食品工业协会，其主要职能是：研究分析食品安全、行业发展和产业安全问题；提出调整食物结构、增加食品门类、拓宽生产领域等一系列建议，为政府决策提供依据；推动食品工业科技进步、引导行业发展；与地方政府合作共建，推动食品工业特色园区发展；制订产品质量和食品安全相关标准；参与食品安全法律法规和标准体系建设；健全行业规范，加强行业自律等。

此外，公司的产品主要包括坚果等细分品类，所涉及的垂直领域行业自律组织主要为中国食品工业协会坚果炒货专业委员会，其主要职能包括促进我国坚果炒货行业发展，促进中国坚果炒货行业与国际接轨等。

2、行业主要法律法规政策

（1）法律法规

为推进坚果类休闲食品行业的规范化发展，结合该行业的具体情况，国家相继出台了若干行业管理规定，主要包括《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等，主要内容如下：

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
2022 年 1 月	海关总署	《中华人民共和国进出口食品安全管理办法》（2021 年修订）	进出口食品的检验检疫及监督管理
2021 年 4 月	全国人大常委会	《中华人民共和国食品安全法》（2021 年修订）	食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，保证食品安全，诚信自律，对社会和公众负责，接受社会监督，承担社会责任
2021 年 4 月	全国人大常委会	《中华人民共和国进出口商品检验法》（2021 年修订）	加强进出口商品检验工作，规范进出口商品检验行为，维护社会公共利益和进出口贸易有关各方的合法权益，促进对外经济贸易关系的顺利发展

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
2021 年 1 月	国家认证认可监督管理委员会	《食品安全管理体系认证实施规则》（2021 年修订）	完善食品安全管理体系认证制度，规范食品安全管理体系认证活动，保证认证活动的一致性和有效性等
2020 年 3 月	国家市场监督管理总局	《食品生产许可管理办法》（2020 年修订）	规范食品、食品添加剂生产许可活动，加强食品生产监督管理，保障食品安全等
2019 年 12 月	国务院	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019 年修订）	食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效措施预防和控制食品安全风险，保证食品安全
2019 年 10 月	国家市场监督管理总局	《食品安全抽样检验管理办法》	规范食品安全抽样检验工作，加强食品安全监督管理，保障公众身体健康和生命安全
2019 年 1 月	全国人大常委会	《中华人民共和国电子商务法》	明确了电商活动中的各个主体和类型，规定了电子商务经营者依法注册和纳税的合规义务，强化了电商平台经营者的法律责任承担，细化了电子商务交易与服务规范标准
2018 年 12 月	全国人大常委会	《中华人民共和国产品质量法》（2018 年修订）	规定了产品质量监督管理以及生产经营者对其生产经营的缺陷产品所致他人人身伤害或财产损失应承担的赔偿责任
2018 年 1 月	全国人大常委会	《中华人民共和国标准化法》（2017 年修订）	对标准的制定、实施及法律责任进行了说明，以加强标准化工作，提升产品和服务质量，促进科学技术进步，保障人身健康和生命财产安全，维护国家安全、生态环境安全，提高经济社会发展水平
2017 年 11 月	国家食品药品监督管理总局	《食品经营许可管理办法》（2017 年修订）	规范食品经营许可活动，加强食品经营监督管理，保障食品安全
2016 年 10 月	国家食品药品监督管理总局	《食品生产许可审查通则》	加强食品生产许可管理，规范食品生产许可审查工作
2014 年 3 月	全国人大常委会	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013 年修订）	针对市场交易中的消费者和经营者作出了一系列权利义务的规定，以保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展
2009 年 10 月	国家质量监督检验检疫总局	《食品标识管理规定》（2009 年修订）	加强对食品标识的监督管理，规范食品标识的标注和内容，并规定了相关人员违反该规定应负的法律责任
2007 年 7 月	国务院	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	对食品、食用农产品、药品等与人体健康和生命安全有关的产品安全进行规范
2006 年 11 月	商务部、国家发改委、公安部、国家税务总局、国家工	《零售商供应商公平交易管理办法》	规范零售商和供应商之间的交易行为，维护公平交易秩序，保障消费者的合法权益

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
	商总局		

（2）产业政策

随着经济的不断发展、人们生活水平的日益提高，坚果类休闲食品市场不断发展成熟，市场规模及覆盖消费者群体不断扩大。坚果类休闲食品乃至整个食品工业处于重要战略机遇期，面临市场空间持续扩大、高新技术应用加速、新兴食品行业孕育成长等重大机遇，国家也相继出台了多项产业政策，对坚果类休闲食品产业的健康有序发展起到重要指导作用。近年来推出的主要产业政策如下：

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
2022 年 3 月	中共中央办公厅、国务院	《关于加快建设全国统一大市场的意见》	建设全国统一市场是构建发展新格局的基础支撑和内在要求。优化商贸流通基础设施布局，加快数字化建设，推动线上线下融合发展，形成更多商贸流通新平台新业态新模式
2021 年 6 月	国家市场监督管理总局	《网络食品安全违法行为查处办法》（2021 年修改）	强化平台和入网食品生产经营者义务，明确了网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的食品生产经营者备案、保障网络食品交易数据和资料可靠性、安全性以及记录保存交易信息等义务等
2021 年 3 月	全国人民代表大会	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	深入实施食品安全战略，加强食品全链条质量安全监管，推进食品安全放心工程建设攻坚行动，加大重点领域食品安全问题联合整治力度
2020 年 9 月	国务院办公厅	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	经过 3—5 年努力，促进新型消费发展的体制机制和政策体系更加完善，到 2025 年，培育形成一批新型消费示范城市和领先企业，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重显著提高，“互联网+服务”等消费新业态新模式得到普及并趋于成熟
2020 年 7 月	国家发展改革委等 13 个部门	《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》	把支持线上线下融合的新业态新模式作为经济转型和促进改革创新的重要突破口，打破传统惯性思维。从问题出发深化改革、加强制度供给，更有效发挥数字化创新对实体经济提质增效的带动作用，推动“互联网＋”和大数据、平台经济等迈向新阶段
2020 年 2 月	国务院、国家发展改革委、商务部等 23	《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场	大力优化国内市场供给、重点推进文旅休闲消费提质升级、着力建设城乡融合消费网络、加快构建“智能+”消费生态

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
	部门	的实施意见》	体系、持续提升居民消费能力、全面营造放心消费环境
2019 年 5 月	中国共产党中央委员会、国务院	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	遵循最严谨标准、最严格监管、最严厉处罚、最严肃问责的“四个最严”要求，建立食品安全现代化治理体系，提高从农田到餐桌全过程监管能力，提升食品全链条质量安全保障水平，增强广大人民群众的获得感、幸福感、安全感
2018 年 12 月	国家市场监督管理总局	《市场监管总局关于做好电子商务经营者登记工作的意见》	为进一步深化商事制度改革，规范电子商务行为，促进电子商务持续健康发展，对各省、自治区、直辖市市场监督管理部门做好电子商务经营者的登记服务工作提出相关意见
2018 年 1 月	国务院办公厅	《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	提出针对电子商务全渠道、多平台、线上线下融合等特点，科学引导快递物流基础设施建设，构建适应电子商务发展的快递物流服务体系
2017 年 3 月	国家食品药品监督管理总局	《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	规定要求食品生产经营企业要建立食品安全追溯体系，客观、有效、真实地记录和保存食品质量安全信息，实现食品质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控，发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究，切实落实质量安全主体责任，保障食品质量安全。
2017 年 3 月	国家食品药品监督管理总局	《关于发布食品生产经营企业建立食品安全追溯体系若干规定的公告》	食品生产经营企业通过建立食品安全追溯体系，客观、有效、真实地记录和保存食品质量安全信息，实现食品质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控，发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究，切实落实质量安全主体责任，保障食品质量安全
2017 年 1 月	发改委、工业和信息化部	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	改善供给结构，提高供给质量，支持发展养生保健食品，进一步健全标准体系，提升产品品质，引导企业增强品牌意识，鼓励食品企业加强品牌建设，夯实品牌发展基础，提升产品附加值和软实力，打造百年食品品牌，加强与大型电商品牌对接，拓宽销售渠道等
2016 年 12 月	国务院办公厅	《国务院办公厅关于进一步促进农产品加工业发展的意见》	将农产品加工业纳入“互联网+”现代农业行动，利用大数据、物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术，培育发展网络化、智能化、精细化现代加工新模式等

（三）行业发展概况

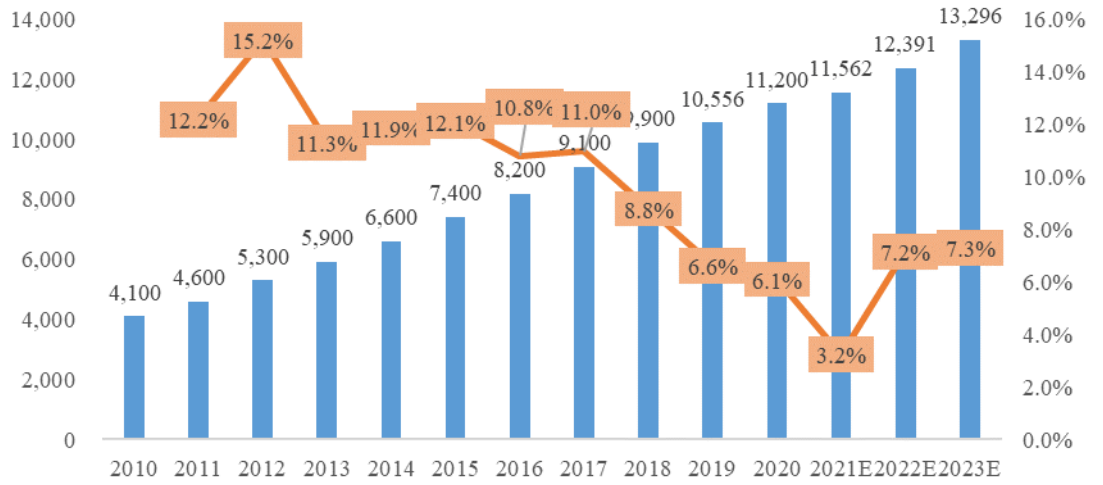
1、休闲食品行业发展概况

（1）消费升级的趋势下，休闲食品行业稳健增长

休闲食品俗称“零食”，是快消品的一类，系人们在主食之外闲暇、休息时所吃的食品。休闲食品种类多样、口味丰富，不仅美味可口，带来味觉上的享受，同时也能给消费者带来一定的情绪价值。亿滋国际在 2020 年发布的《零食现状报告》认为，消费者将吃零食视为获得舒适感、情感联系和归属感的重要源泉。随着中国经济的快速发展，消费升级趋势日渐显著，消费者对休闲食品的需求不断增长，人均消费额和人均消费量预计将持续提升，推动行业稳健增长。艾媒咨询数据显示，从 2010 年到 2021 年中国休闲食品行业市场规模持续增长，从 4,100 亿元增长至 11,562 亿元，期间复合增长率约 9.9%。预计 2022 年增速达 7.2%，市场规模达 12,391 亿元。

图：2010-2023 年中国休闲零食行业规模及预测

单位：亿元



数据来源：艾媒咨询

（2）消费需求转变升级，营养健康的休闲零食是选择趋势

在行业规模持续增长的同时，伴随着居民生活水平的提升、对健康食品的需求增长以及健康养生意识的增强，休闲食品的消费需求也显露出健康化趋势。麦肯锡发布的 2020 年中国消费者调查报告显示，约 60%的消费者购物时会习惯性查看食品的成分表，会购买更健康的食品，且在健康与生活方式相关的物品上增

加了开销。前瞻产业研究院援引 The Harris Poll 数据也显示，消费者在选择休闲零食时重点关注“健康”、“新鲜”、“营养”、“代餐功能”等因素。吃得安全、健康、营养已经日益成为休闲食品消费者的消费共识。低糖低卡、优质原料、健康功能等成为新的消费诉求。在以健康为导向的消费需求推动下，具有健康属性的休闲食品迅速发展壮大。

2、坚果类休闲食品行业发展概况

（1）坚果营养价值高，坚果消费渗透率低，需求潜力大

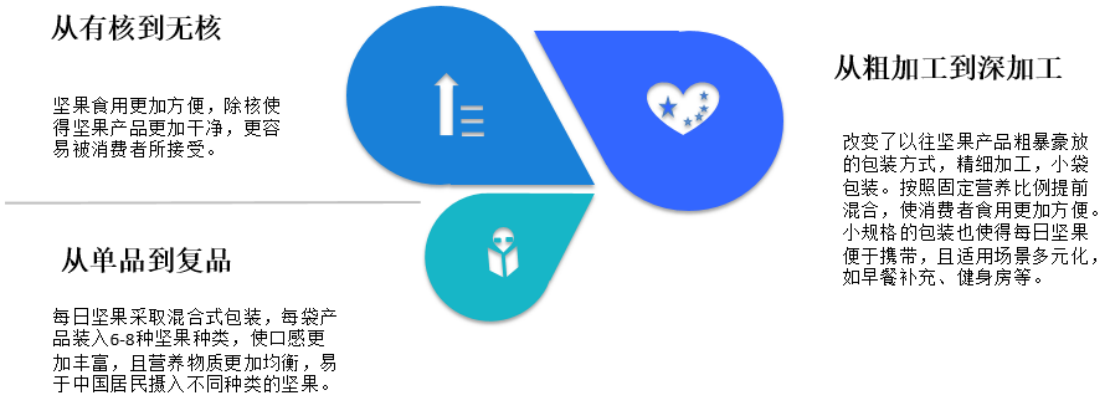
尽管居民收入水平的提高和消费观念的转变推动休闲食品市场需求持续增长，但当前我国坚果类休闲食品仍处于成长阶段。坚果具有丰富的营养价值，含有大量人体必需的脂肪酸、氨基酸及多种矿物质，具有全天然、高蛋白、低卡路里等特性。根据前瞻产业研究院的研究，和全球其他主要经济体对比来看，我国主要坚果品种的人均消费量显著低于美国、日本等国家以及全球平均水平，我国坚果的消费需求仍然有较大的上升潜力。随着国内消费能力的进一步提升及健康饮食理念的不断渗透，坚果类休闲食品的市场需求将不断释放，未来坚果消费渗透率将从一、二线城市进一步下沉至三、四线城市，国内坚果市场仍有较大增长空间。

（2）坚果市场向复合化发展，混合坚果备受青睐

伴随着健康消费的趋势，坚果消费正在从营养品形态向日常膳食消费品转变。由于坚果单日所需摄入量低，而品类丰富度高，混合多种口味及营养的混合坚果逐渐走向市场，备受消费者关注。根据前瞻产业研究院的调研，我国坚果消费人群更倾向于选择混合坚果类型。

我国混合坚果行业目前以坚果果仁和果干混合为小袋装的产品为主，其中以“每日坚果”系列为代表。“每日坚果”改变了以往坚果产品简单、单一的包装方式，精细加工，小袋包装，按照固定营养比例混合，使消费者食用更加方便。小规格的包装也使得每日坚果携带方便，适用于多元化场景，如早餐补充、下午茶、健身房等。

图：每日坚果商业模式分析

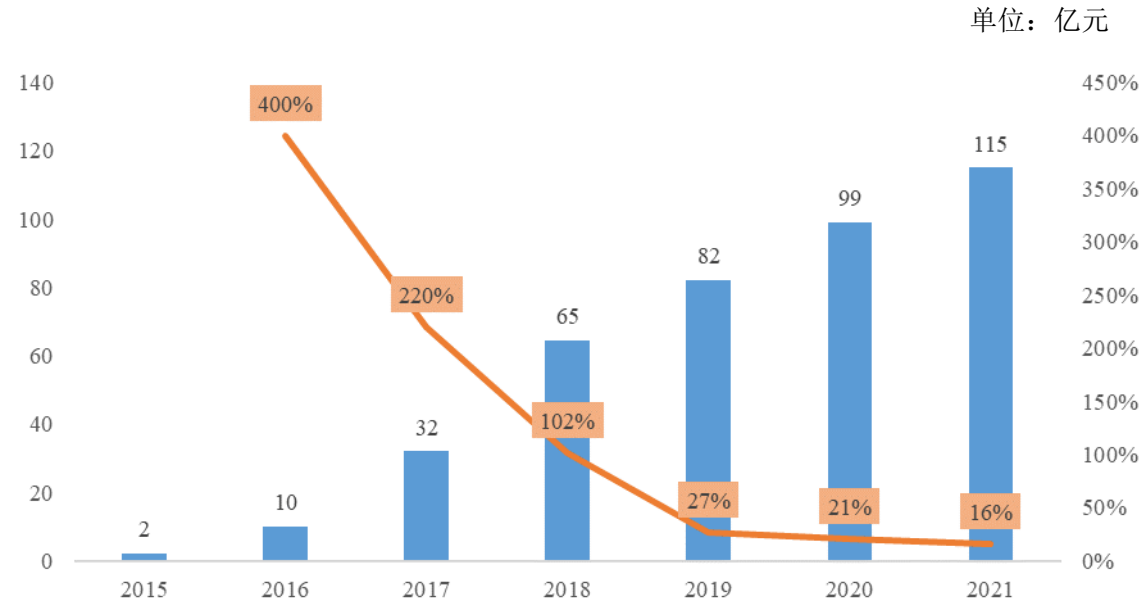


资料来源：前瞻产业研究院

根据第一财经商业数据中心（CBN Data）联合天猫发布的《2019 坚果炒货行业消费洞察趋势白皮书》显示，天猫每日坚果消费人群在天猫坚果人群的渗透率从 2017 年的 17%上升至 2019 年的 47%。

根据前瞻产业研究院的调研，我国混合坚果行业 2015-2021 年市场规模整体保持较快增长的态势；2020 年我国混合坚果行业市场规模约为 99 亿元，同比增长 21%；2021 年我国混合坚果行业市场规模约为 115 亿元，同比增长 16%。

图：2015-2021 年中国混合坚果行业市场规模及其同比增长



资料来源：前瞻产业研究院

（3）随着消费场景及消费人群愈发细分，坚果产品趋向精细化发展

随着居民的消费需求不断呈现出个性化、多元化的特点，消费需求的层级性、差异性以及消费者对于消费体验的不同追求促使坚果零食企业采取差异化竞争策略，趋向于朝垂直领域发展，深耕细分人群、细分品类和细分市场。艾瑞调查发现，不同的消费人群在坚果的口味选择、购买坚果时考虑的因素以及食用坚果的场合也不尽相同。以此为基础，场景切入点可以衍生出早餐代餐、健身代餐、下午茶、办公室充饥等，细分人群可以派生出孕妇、上班族、减肥群体等。选择不同场景和细分人群切入，针对性地开发产品，成为坚果零食企业重要的产品创新方向。

（4）线上线下全渠道融合趋势不断深化

目前，坚果零食企业中，线下渠道仍占据主导地位。线下渠道可直观地向消费者展现公司及产品形象，拉近与消费者的距离，更符合传统消费习惯。以线下渠道为主的坚果零食企业可借助经销商迅速完成商超铺货，并覆盖区别于网购客户的客群。线下渠道的搭建需要较长时间的培育和发展，但搭建成熟后拥有相对较高的竞争壁垒。线上渠道的优势在于不受地域限制，门槛较低，可借助互联网实现快速覆盖。此外，相较于线下渠道成百上千家经销商的合作量级，线上渠道的流量相对集中于几个主要的电商平台，销售渠道管理效率更高。借助扁平化的渠道结构，线上渠道能带来更具竞争力的价格优势。

在零售新业态、新模式快速迭代的背景下，坚果零食企业不再局限于单一零售渠道，线上线下协同一体化发展是必然趋势。随着坚果零食企业对全渠道布局的逐渐深化，线上线下将加速融合，品牌商在渠道打通和终端协同的实践走向完善成熟。

（5）供应链管控不断增强，促进产能及品质的双重提升

随着越来越多竞争者的涌入，坚果零食市场的竞争越来越激烈。坚果零食品牌商在不断开发新产品以满足多元化的消费需求的同时，也在加强供应链管控，通过原料直采、工艺优化、技术升级、信息化管理等多种手段，从供给端实现产能与品质的双重提升。

在原料采购方面，与全球范围内的优质农场合作进行原料直采逐步成为行业内优质企业的主流采购模式。该模式下，坚果零食企业能够实现对原材料品质和价格的直接管控，更好地发挥规模化采购谈判以及进口贸易等方面的经验优势。在工艺方面，坚果零食企业在营养保存等工艺上进行优化，在开发和保留营养成分的同时延长保质期。在技术方面，标准化、自动化的生产设备逐渐替代传统手工作坊式的生产方式。流水线的生产模式不仅能够显著提高生产效率，同时能够在生产全过程中进行安全生产和质量把控，保证产品品质达到相应的标准。在信息管理方面，通过信息系统平台，坚果零食企业能够实现仓储、物流和渠道的实时监控，获得有效反馈，从而形成精准化的供给并对后续产品研发、生产等各环节的改善提供方向指引。

（四）进入本行业的主要壁垒

1、供应链构建壁垒

坚果作为农产品，受地理位置、土壤环境、气候条件以及品种等因素影响，不同产区的坚果品质存在较大差异，优质坚果原料的原产地分散在世界各地。此外，境外部分地区坚果种植历史悠久，已经形成了成熟的产业链，而国内近些年坚果行业发展迅速、产量提升，但优质坚果的产量较国外相比仍然较少。因此，能否在全球范围内建立完善、稳定的供应链体系，及时、足量获取优质坚果货源是影响产业参与者市场竞争力的关键因素之一。

业内具备先发优势的龙头企业经过多年与境外供应商的沟通，一方面能有效地甄别优质供应商，另一方面可以在合作方的选择中取得一定话语权，从而在量、价、质三个层面保障原料采购的效率，有效控制采购成本并保障产品的交付能力。对于新进入行业的参与者，若不能迅速构建强大、完善、高效的全球供应链体系，将在产品质量、交付能力及成本层面处于劣势，较难与业内领军企业展开竞争。

2、品牌壁垒

随着居民收入和生活水平不断提升，消费升级的趋势愈发明显，消费者的食品健康安全意识也在不断增强，对休闲食品的质量、口味、营养、功能等方面提出了更高的要求。消费者通常倾向于选购品牌知名度更高的休闲食品品牌，具有

良好品牌形象的产品在市场进入、获取品牌溢价方面具有相对优势，休闲食品的品牌价值日益凸显。

品牌价值的塑造不仅取决于企业标准化能力、自动化水平以及相应的纵深全国的渠道搭建，还需要在品牌推广、产品设计、质控管理等多个环节投入大量人力、物力。此外，品牌形象一旦树立，消费者将会对品牌产生良好的忠诚度。新进入行业的企业，面对成熟企业的品牌优势，短期内难以获得市场的认可。

3、渠道壁垒

伴随消费需求及路径的变化，消费者的购物渠道逐渐从割裂走向融合，全渠道融合已经成为休闲食品行业发展的主要趋势。渠道的搭建需要大量的成本投入，并经历较长时间的培育和摸索，具有较高的壁垒。

在线下渠道方面，产品进入零售商超等终端渠道需前期投入较多的资源，且涉及较多的沟通谈判，进入成本较高；此外，零售商超产业存在区域性特征，产品在多区域覆盖过程中需要分别面对各地的零售商超终端，前期扩张成本偏高。在线上渠道方面，当前线上流量去中心化，流量入口增多使得线上流量重新分配，主流电商平台增速放缓，企业需加大新兴平台与渠道的资源投入进行引流，使得线上渠道获客成本增加，进一步提高行业的进入门槛。

未来休闲食品市场渠道竞争将更加多元化，新进入者若不能有效地建立完善而立体的渠道布局将较难以形成长期竞争优势。

4、政策监管壁垒

随着行业的发展，监管部门和民众对食品安全愈发重视，传统休闲食品行业的监管体系不断健全，行业标准日趋完善。《中华人民共和国食品安全法》《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》等法律、法规的相继出台，在质量标准、市场准入、生产许可制度等方面对休闲食品的产品生产和产品质量提出了更高的要求。同时，国家质检总局、卫生部、农业部、公安部等部门对食品安全具有一定的监管职责。食品生产许可证制度的实施，也使得一些规模小、实力弱、生产手段落后、产品质量差的小企业逐步被淘汰。越来越高的质量安全控制要求和愈加严格的行业监管体系，提高了行业进入的门槛。

（五）市场供求状况及变动原因

1、市场需求状况

休闲食品属于典型的快速消费品，行业下游直接面向终端消费者，消费者的购买力和消费偏好对行业需求状况有直接影响。随着国民经济的发展、居民收入水平的提升、消费结构的升级及营销渠道多元化发展，国内消费者对休闲食品的需求日益增长，这为我国休闲食品带来广阔的市场空间。目前，我国休闲食品市场需求呈良性上升态势。艾媒咨询数据显示，从 2010 年到 2021 年中国休闲食品行业市场规模持续增长，从 4,100 亿元增长至 11,562 亿元，期间复合增长率约 9.9%。预计 2022 年增速达 7.2%，市场规模达 12,391 亿元。

作为休闲食品行业的主力军，坚果类休闲食品的占比持续提升，市场发展前景明朗。得益于消费结构升级和购买力的持续提升，坚果类休闲食品市场需求呈现出高品质、重均衡的特点。一方面，高端化消费诉求促使企业从传统简单的粗加工模式逐步转向深加工和精加工模式，并通过产品服务升级、质量安全保障等对市场需求快速响应；另一方面，消费者愈加重视膳食的均衡和营养价值，坚果产品富含多种重要营养元素，可以作为日常营养平衡膳食的补充，各类个性化的混合类产品、功能性产品需求快速提升。

2、市场供给状况

过去十年，全球坚果产品保持稳步上升的趋势，据国际坚果和干果委员会（INC）数据显示，2020/2021 产季全球树坚果产量同比上升 15%，较十年前提升了 65%。在我国，坚果类休闲食品的市场规模不断提升，巨大的市场潜力吸引了越来越多的参与者。为了满足消费者多元化的需求，坚果零食生产厂商不断研发创新，根据第一财经商业数据中心发布的《2020 天猫坚果消费趋势报告》，2018 年至 2020 年，天猫市场坚果品类发展呈现多种新趋势，坚果口味不断丰富，多种新奇口味出现，功能性坚果销售增速明显高于市场整体。随着坚果类休闲食品的市场需求向高品质、营养化的方向发展，创新性、精细化、高品质产品的供给预计将持续提升。

近年来，在国家产业政策的鼓励和引导下，通过实施技术引进、自主发展、多元化投资等系列措施，休闲食品行业的产品质量、生产技术及管理水平均有较

大提高。在政策支持、自动化技术、物流及信息技术等配套产业日趋成熟的大背景下，坚果类休闲食品行业的产品服务质量、固定资产投资等都持续提升，形成了较为稳定的市场供给格局。

（六）行业利润水平的变动趋势及变动原因

休闲食品行业产品种类繁多，不同品种和不同规模的企业利润水平差别较大。行业内企业的利润水平主要受产品售价、原材料采购成本、生产模式、企业自身经营效率、技术水平及成本控制能力等因素共同影响。

近年来，行业利润水平呈现以下趋势：1、随着食品生产许可证制度的实施，食品安全监管进一步提高，一些规模小、生产手段落后、产品质量差的企业逐步被淘汰，剩下的此类企业也面临利润率水平逐渐走低的趋势。2、具备强大供应链管理能力、自主生产能力、技术工艺先进、拥有较高品牌知名度和完善质量管理体系的规模化企业，在食品安全、健康理念以及技术研发上投入程度更大，其品牌和产品品质更容易获得客户认同。此类企业一般具备良好的经营性现金流，具备较强的抗风险能力，拥有一定的定价权，利润水平良好。

（七）行业的经营模式、技术特点、周期性、区域性和季节性特点

1、行业经营模式

（1）采购模式

休闲食品行业企业通常采取“以产定购”的采购模式，即根据当期的生产计划制定相应的集中式采购计划，与供应商签订采购合同。在采购策略方面，由于农产品具有时令特点，对于生产收割季节性很强的农产品原材料，供应商企业通常一次性足量采购；对于市场供应充足的大宗农产品及辅料、包装物，企业通常根据生产计划、安全库存和到货周期，经过询价、比价、议价过程后，择优与合格供应商签订采购协议。

（2）生产模式

休闲食品行业的生产模式主要分为代工模式和自主生产两种。公司的生产模式很大程度上取决于公司的产品策略。专注少数品类的公司采取自主生产模式较多。公司自建工厂进行自主生产，对产品质量把控能力强，当规模做大后可产生

规模效应，提升利润率。发展多样化品类的平台型休闲食品企业，则更多采用代工模式。通过代工模式，休闲食品企业可以实现品类的多样化和产品的迅速上新，能灵活应对市场需求的变化，生产端资产较轻。

生产模式	自主生产	代工生产（委托加工）
概念	自建工厂进行自主生产	委托合作供应商进行生产
优点	1）可在生产各环节严格把控，并做到食品安全可追溯，确保产品质量 2）随着生产规模不断扩大、生产技术不断成熟，可采取多种措施以形成更好的成本控制，如引入先进设备，实现生产流程自动化 3）可以赚到生产端的利润，容易获得更高的毛利率	1）无需在生产环节进行大量投资，生产端资产较轻 2）可以选择与众多不同的供应商合作，迅速完成产品矩阵的扩充，实现多品类覆盖 3）公司的生产灵活度较高，可以依据市场反馈及时调整产品和生产策略，无需担心产能浪费
缺点	1）产品多样性不足 2）生产端资产较重，对需求巨大波动抵御能力较弱	1）产品品质把控难度更高 2）利润率受制于供应商，存在一定天花板

（3）销售模式

休闲食品行业的销售模式可依据线上渠道和线下渠道来划分。线上渠道有 B2B2C 和 B2C 两种模式，其中 B2B2C 指企业通过销售给第三方电商平台最终向消费者销售产品和服务，B2C 则是企业依靠自营平台或 APP，或通过第三方平台的自营旗舰店直接向消费者销售产品和服务。线下渠道主要包括零售商超（包括商超、便利店、小卖部、批发市场等）渠道和独立连锁门店两种模式。其中，独立连锁门店可分为直营模式和特许经营（加盟）模式。此外，线下渠道还包括企业直接向个人及企业事业单位销售的模式。目前，休闲食品企业中，线下渠道仍然占据主导地位。线上渠道和线下渠道各有优势，线上渠道可实现迅速覆盖，线下渠道抗风险能力强。对于休闲食品企业来说，建立完善而立体的销售渠道网络，充分发挥各渠道长处，更有利于把握长期竞争优势。

销售渠道	线上渠道	线下渠道
具体模式	1）B2B2C：通过销售给第三方电商平台（京东自营、天猫超市等）最终向消费者进行销售 2）B2C：通过在第三方电商平台开设的自营旗舰店或自营电商平台直接面向消费者进行销售	1）直营门店：公司直接运营 2）加盟门店：被许可人经特许加盟经营 3）零售商超渠道：通过自营或经销商进驻商超、便利店、小卖部、批发市场等终端零售渠道 4）个人及企事业单位：公司直接面向个体消费者或企事业单位进行销售
优点	1）覆盖客户广泛，迅速实现跨区域经营	1）可直观地向消费者展现公司形象，推广公司产品、形象和文化，拉近与

销售渠道	线上渠道	线下渠道
	2）轻资产运营，不需要建立实体门店所需的资产投入 3）通过商品评价获得消费者反馈	消费者的距离 2）可借助经销商之力迅速完成商超铺货，并覆盖区别于网购客户的客群 3）搭建成熟后抵御外来竞争能力更强
缺点	1）需支付平台服务费 2）流量去中心化趋势下，流量入口的增多使得流量重新分配，获客成本增加 3）渠道壁垒相对较小，抵御外来竞争的能力较弱	1）直营门店属于重资产运营，耗费大量人力物力财力，自担风险，短期内难以大规模扩张 2）加盟门店管理难度较大 3）零售商超渠道的搭建需前期投入较多资源，且涉及较多的沟通谈判 4）个人及企事业单位的消费需求不稳定，波动较大

2、行业技术特点及发展趋势

近年来，我国食品加工行业的技术装备和生产工艺取得了较大幅度的进步，在部分行业龙头企业的引领下，休闲食品行业正逐步朝工业化、标准化、自动化和规模化生产的方向发展，推动着行业的整体技术水平逐渐提高，具体体现在以下三个方面：

（1）生产设备机械化、自动化水平不断提高

作为传统中式工艺的代表，我国休闲食品长期是小作坊生产模式，在制作加工过程中的机械化、自动化水平普遍不高，限制了行业的生产效率。近年来，部分业内领先企业开始针对加工过程中人工操作较多的环节加大了技术改造力度，将机械化和自动化水平的提高与标准化、规范化的操作流程相结合，从而确保产品品质统一。

（2）食品质量监管逐渐完善

国家质检总局已对食品企业实施生产许可证制度，从厂址环境、厂房条件、车间布局、机械设备、生产工艺、储存设施、产品检验以及规章制度等方面制定了统一的标准。监管部门陆续对食品安全制定了严格的国家标准，比如：《食品安全国家标准坚果与籽类食品》《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》等，要求根据不同产品特性对原料进行清洗、制定不同的浸泡时间和清洗次数，添加食用级食品助剂，同时及时研究出相应的检测方法，检测食品添加剂的品种和使用量。

（3）行业标准化水平不断提升

行业标准不仅能强化产品的安全质量要求，规范产品市场，更能保护和促进产业的可持续发展。目前，我国针对坚果类休闲食品行业设定多项产品标准，比如：GB19300-2014《坚果与籽类食品》、B/T22165-2008《坚果炒货食品通则》等，上述标准对行业向规范化、专业化方向发展起到了积极的推动作用。

3、行业的周期性、区域性和季节性特征

国民经济和人均收入的周期性波动对休闲食品行业具有一定影响。随着我国经济水平持续上升，人均收入不断提高，消费结构逐渐升级，休闲食品需求持续提升，休闲食品的销售与经济周期的相关性逐渐降低。

休闲食品行业具有一定的区域性特征。在上游供给端，环境、气候条件差异会使原材料产量及品质等方面产生差异，从而影响休闲食品企业的布局；在下游需求端，消费者口味、居民购买能力差异也将导致休闲食品的需求产生区域性差异。但是，未来随着电商销售占比的不断提高、仓储物流配套设施的不断完善，无论是需求端还是供给端，休闲食品行业的区域性特征都将逐渐淡化。

休闲食品行业具有较强的季节性。在春节、中秋节、国庆节等假期，出于个人消费、旅游和赠礼的需要，休闲食品的销量会有较大幅度的增长。另外，居民的消费偏好受到季节时令的影响，不同品类的休闲食品消费量也会差别较大，如冬季休闲食品销量较大。此外，由于电商渠道的特殊运营模式，休闲食品行业会在某些时期呈现爆发式增长，如“6.18”、“双十一”、“双十二”等固定线上打折促销时期休闲食品的销量往往居于高位。

（八）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）法律规范及产业政策支持为行业发展构建良好环境

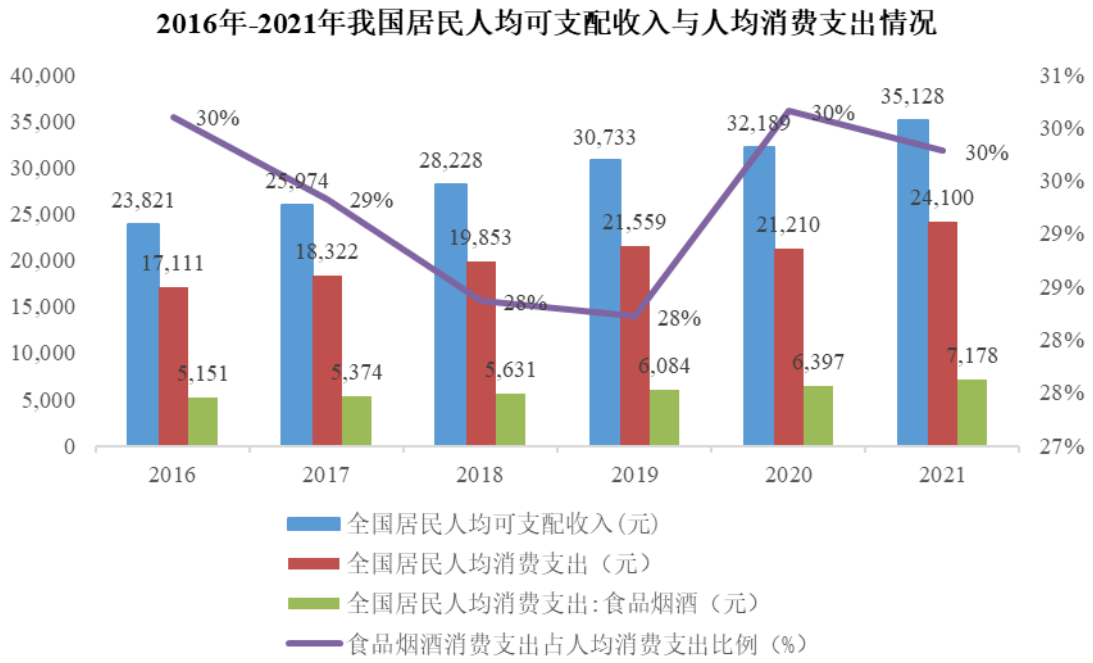
不稳定的国际经济环境与全球疫情影响，使得全面促进消费成为我国经济发展应对中长期挑战、保持经济韧性的必要之举。针对休闲食品领域，国家连续出台一系列扩大消费和支持休闲食品产业及零售业发展的政策措施，如《关于促进食品工业健康发展的指导意见》《关于促进流通业发展的若干意见》《关于做好

“十三五”时期消费促进工作的指导意见》等，要求继续发挥中央和地方财政对食品工业的引导和支持作用，同时这些政策法令也鼓励对休闲食品企业进行改革和升级。在食品质量安全领域，国家相继出台了《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等一系列法律法规，对食品的生产、加工、流通等各环节进行规范。2020 年，市场监管部门开展了多项专项行动严厉打击食品非法添加、虚假宣传等违法违规行为，推动食品产业高质量发展。

在法律法规和产业政策的引领下，休闲食品行业的发展环境和监管标准会日趋完善。随着产业结构调整、资源配置优化、生产技术升级，细分行业和区域的龙头企业将会不断发展壮大。

（2）购买力提升带来更广阔的市场空间

近年来，我国国民经济持续快速增长、人民消费水平不断提高。根据国家统计局数据，2021 年全国居民人均可支配收入为 35,128 元，较 2010 年翻一番。居民收入水平的增长为我国整体消费能力的提高创造了有利的环境，人均居民消费支出亦由 2016 年的 17,111 元增长至 2021 年的 24,100 元，复合增长率达 7.1%。收入水平和消费能力的持续增加，对我国居民的食品消费产生了深刻的影响。居民食品烟酒消费支出由 2016 年的 5,151 元增长至 2021 年的 7,178 元，复合增长率为 6.9%。休闲食品作为一种可选消费，随着生活水平的提高，市场规模稳步提升。不断增长的人均可支配收入和不断加快的城镇化进程将带来更广阔的消费市场，推动休闲食品行业规模的持续增长。



资料来源：国家统计局

（3）消费结构升级催生新的市场机会

随着收入快速增长，居民消费能力显著提升，消费升级趋势日益显著。消费结构的升级促进了休闲食品行业的不断变革，也催生了更多的市场机会。例如，消费者健康饮食的需求日益提升，越来越多的消费者开始关注食品的营养成分和健康属性，在休闲食品的选择上也愈加注重功能和品质，这给坚果、果干等细分品类的发展创造了机遇。

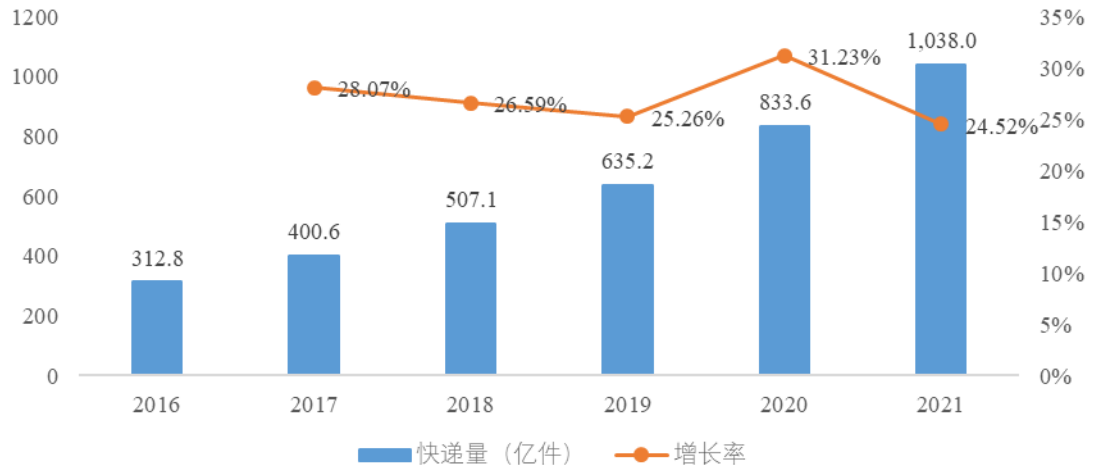
与此同时，年轻一代成为零食消费的主力，他们对品牌的认可度和忠诚度不断提高，对口味、品质有着更高要求，驱动着休闲食品行业从分散、无序的市场状态向品质及服务驱动的成熟市场发展。当下，80 后、90 后已成为零食消费的主力军，尤其是坚果行业，艾瑞调研数据显示，2019 年中国坚果消费人群中，26-35 岁消费人群占比达 56.3%，年轻一代已成为坚果的主要消费群体。在选择坚果零食时，年轻一代的口味选择更多元，产品的个性化包装更能引起他们的注意。除口味、品质及营养价值外，品牌知名度也是影响他们购买坚果的重要因素。因此，具有较高知名度的休闲零食品牌更容易受到年轻一代消费者的青睐。

（4）物流体系和信息技术不断成熟，为行业发展提供强有力的支持

近年来，随着国家对物流和互联网行业的重视，我国的快递物流效率和信息化水平得到了大幅提升，为休闲食品行业的快速发展提供了有力的保障。

一方面，我国快递物流体系日益完善，快递业务水平进一步提升，为休闲食品企业的规模化发展提供了保障。国家邮政总局统计数据显示，2021 年我国快递服务企业业务量累计完成 1,038.0 亿件，同比增长 24.5%，较 2016 年的 312.8 亿件净增长 725.2 亿件，复合年均增长率达 27.1%。全国物流配送体系的日益完善及物流配送成本的大幅降低，促进了休闲食品企业的规模化发展。

2016年-2021年中国快递业务发展情况



资料来源：国家邮政总局

另一方面，不断进步的信息技术也对休闲食品行业的经营带来了深远的影响。例如，在新零售技术不断迭代发展的背景下，门店日益数字化、智能化，人工智能分析日益精准。此外，社交媒体平台和电商购物渠道不断丰富，短视频推广、网络直播等新兴的营销方式和购物方式不断涌现，也为休闲食品企业进一步提高线上零售渗透率提供了有利支持。

2、不利因素

（1）食品安全问题频发，引发消费者担忧

近年来，随着国民收入水平的提高，我国民众的健康生活理念日益增强，政府和公众对食品安全问题的重视程度正在不断提高。一方面，监管部门相继出台《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等一系列法律法

规，对食品的生产、加工、流通等各环节进行规范。另一方面，媒体、消费者对产品质量、食品安全等问题也时刻在进行监督和关注。尽管如此，由于食品制造业生产链条长、管理环节多，部分行业经营者依旧存在因生产管控疏忽或不可预见原因导致产品质量问题发生。行业内频频发生的食品安全问题，不仅损害消费者对行业整体的信任度，引发公众担忧，也会对行业内各经营者的口碑和经营带来不利影响。

（2）产品同质化严重，质量参差不齐

休闲食品行业虽然有着巨大的市场容量，但随着越来越多竞争者的进入，产品同质化问题也日益严重。越来越多规模较小、品控能力较弱的企业开始模仿行业龙头的创新，经营同质化的产品，对消费者体验造成较大的负面影响。在激烈的竞争环境中，一些企业可能专注于以降低成本的方式来提高利润。由此带来的后果是，市场上开始出现质量参差不齐的产品，损害消费者的利益，进而破坏了行业整体的发展环境。为此，行业整体需要运营成熟、市场份额领先的休闲食品企业树立良好的品牌形象，提供高质量的产品，推动建立消费者对行业整体的信任度，营造健康有序的发展环境。

（九）发行人所处行业的上下游情况

1、上游行业发展对本行业的影响

本行业上游主要为坚果、果干等原料供应商和生产加工厂商，其价格波动受供求关系、国家宏观调控等因素影响，对本行业内企业生产成本有直接影响。目前，部分进口的农副产品还面临着国际贸易摩擦的风险，进口农副产品的价格波动会对行业内企业造成不利影响。

原材料收购价格不但受供求关系影响，也受气候条件和自然、病虫灾害等因素影响。近年来，主要原料种植区的政府为了优化农产品种植结构、提高农民收入，积极引导和鼓励农户种植上述农副产品。种植面积的不断扩大，优质原料品种的不断推广，对保证行业原料供应起到了积极的作用。

2、下游行业发展对本行业的影响

本行业下游面对广大终端消费者，位于整个产业链的末端。当地消费者的购买能力和消费偏好对休闲食品行业的经营具有直接影响。休闲食品企业需要不断

了解消费需求，通过产品品种创新和产品口味的不断提升，从而保证消费的粘性和市场覆盖。随着休闲食品逐步营养化、多样化的趋势，产品创新速度和品牌经营策略将成为企业保持竞争优势的关键。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）行业的竞争格局及发展趋势

休闲食品行业竞争格局较为分散，呈现“大市场、小企业”的特点。其中，部分细分赛道已被外资企业瓜分、集中度较高，而坚果类休闲食品行业则是国际化巨头尚未形成优势地位的蓝海区域，具有较大的发展空间。

在充分发掘国民对于坚果消费的潜在需求后，发行人推出以小包装为主、综合多种坚果材料的混合类“每日坚果”，该产品销量表现出色并引领了行业消费潮流。“每日坚果”系列产品的推出成为坚果零食行业发展的一大转折点，显著提高了坚果零食在居民消费中的渗透率，使得行业规模迅速提升。

与此同时，“每日坚果”系列产品所拓宽的巨大市场机遇也吸引了众多竞争者进入，市场竞争不断加剧，并呈现如下竞争特点。

坚果类休闲食品行业虽然整体规模不断扩大，但竞争格局却趋向分散。由于行业壁垒整体不高，且线上渠道流量去中心化的特点导致新品牌逐渐蚕食原有市场份额，叠加新冠肺炎疫情冲击导致线下客流量减少，头部企业市场份额有所减少、市场集中度进一步下降。

在消费升级的趋势下，消费者的需求更加多元化、个性化与健康化，驱动企业随之更改竞争策略。部分龙头企业采取差异化定位策略，推出了顺应市场需求的新产品，如满足特定人群增肌、减脂需要的蛋白坚果棒、代餐坚果、益生菌坚果等，同时在渠道、品牌与标准化生产等方面构筑行业壁垒，不断提高自身竞争优势，以提升市场地位。

行业准入门槛将不断提升。在品牌方面，消费者更加青睐高品质零食产品，因此倾向于选择知名品牌。在渠道方面，在新零售带动下，消费行为将通过线上、线下全渠道开展，对企业渠道建设的要求进一步提高。在生产质量及监管方面，随着政府对食品安全问题的关注不断升级，部分生产质量不佳、经营不规范的企

业将会被逐渐淘汰。在法律法规和产业政策的引导下，休闲食品行业的发展环境和监管标准会日趋完善。

因此，未来休闲食品行业的竞争将更加多元化，从单纯的价格竞争转向产品差异化竞争、品牌竞争与生产质量竞争，并呈现更加良性的发展特点。

（二）行业内的主要竞争对手

公司是国内率先开创“每日坚果”这一产品品类的企业之一，凭借先发优势在混合坚果品类的市场份额中保持前列。公司在行业内的主要竞争对手包括洽洽食品、三只松鼠、良品铺子、盐津铺子和来伊份，上述企业的基本情况如下：

1、洽洽食品

洽洽食品股份有限公司（股票代码：002557.SZ）成立于 2001 年 8 月 9 日，于 2011 年 3 月 2 日在深圳证券交易所挂牌上市。洽洽食品主要生产坚果炒货类休闲食品，主要产品包括产品有洽洽红袋香瓜子、洽洽蓝袋风味瓜子、洽洽小黄袋每日坚果、洽洽小蓝袋益生菌每日坚果、每日坚果燕麦片等。

2、三只松鼠

三只松鼠股份有限公司（股票代码：300783.SZ）成立于 2012 年 2 月 16 日，于 2019 年 7 月 12 日在深圳证券交易所挂牌上市。三只松鼠是一家覆盖主流渠道，以坚果为核心，基于健康化、数字化的多品牌公司，向消费者提供丰富可选的休闲食品与服务。包含聚焦坚果的主品牌“三只松鼠”、聚焦宝宝零食的子品牌“小鹿蓝蓝”。

3、良品铺子

良品铺子股份有限公司（股票代码：603719.SH）成立于 2010 年 8 月 4 日，于 2020 年 2 月 24 日在上海证券交易所挂牌上市。良品铺子主要从事休闲食品的研发、采购、销售、物流配送和运营业务，按照传统的物理属性分类，公司产品包括肉类零食、海味零食、素食山珍、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、花茶冲调、面包蛋糕、饼干、膨化、方便速食、礼品礼盒等 15 个品类。

4、盐津铺子

盐津铺子食品股份有限公司（股票代码：002847.SZ）成立于 2005 年 8 月 4 日，于 2017 年 2 月 8 日在深圳证券交易所挂牌上市。盐津铺子专业从事休闲食品的研发、生产和销售。目前盐津铺子销售的产品主要有：“盐津铺子”和“憨豆爸爸”系列休闲零食，主要包括深海零食（鱼豆腐、鱼肠、蟹柳等）、辣卤零食（休闲豆制品、休闲肉鱼产品等）、休闲烘焙点心（蛋糕、面包、沙琪玛等）、薯片、果干等五大类产品。

5、来伊份

上海来伊份股份有限公司（股票代码：603777.SH）成立于 2002 年 7 月 2 日，于 2016 年 10 月 12 日在上海证券交易所挂牌上市。来伊份是一家经营自主品牌的休闲食品全渠道运营商，其产品主要覆盖坚果炒货、肉类零食、糕点饼干、果干蜜饯、果蔬零食、豆干小食、海味即食、糖巧果冻、膨化食品、进口食品、冲调速食、礼文化等 12 大核心品类，约 900 余款产品。

（三）公司在细分行业的市场地位

公司的核心产品是以“每日坚果”系列为代表的混合坚果产品，报告期内收入占比分别为 92.14%、85.73%、75.74%和 69.62%。根据前瞻产业研究院的调研，2019 年及以前，公司在混合坚果行业的市场份额最高。从近三年我国混合坚果行业市场份额来看，TOP5 企业包括沃隆食品、三只松鼠、洽洽食品、良品铺子和百草味。2019 年，公司的市场份额达到 13.0%，位居行业第一。2019 年至 2021 年，公司的平均市场份额达到 9.3%，位居行业第二。

（四）公司的竞争优势

1、供应链优势

公司构建了高质、高效、稳定的全球供应链系统，从源头把控产品质量。

公司原材料作为农产品，因受生长环境、气候条件、品种差异的影响，全球不同产地之间的品质差异较大，公司在全球范围内寻找优质的原料坚果产地，并直接与当地原材料供应企业建立业务合作关系，以保障公司原材料的品质。截至目前，公司采购的原材料来自美国、土耳其、智利、越南、澳大利亚等全球多个

优质坚果产地，且与公司建立合作关系的供应商均属当地规模较大、知名度较高、交付能力强且具备 BRC、ISO、HACCP 等国际资质认证的供应商。

公司通过与优质原材料供应商的长期合作，建立了稳固的合作关系和商业信誉，保障了公司在全球范围内对优质原材料的供应链稳定性。

图：公司原材料的产地分布

2、质量优势

公司采用以自主生产为主的生产模式，生产过程安全可追溯，使产品质量得到严格把控。在自主生产模式下，公司可以对包括选料、烘烤、分装、称重、质检在内的各个环节进行严格把控，并利用信息化系统追溯、控制生产过程中可能出现的质量问题，做到食品安全可追溯、产品质量有保障。在生产工艺上，公司采用低温、慢烤、轻加工的国际最新工艺，保持原味。与此同时，公司通过一系列的电子化食品生产系统将生产信息电子化、平台化管理，利用 NC 辅助系统、ERP 信息技术系统、一物一码追溯系统协助公司追溯、控制生产过程中可能出现的质量问题，利用食品加工智能控制设备、食品自动化生产及封装设备减少人为错误，有效保证了公司食品安全生产的需求。此外，公司及自建工厂在生产标准与产品质量方面获得多项认证，通过了 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 质量体系认证和 BRC 食品安全全球标准体系认证，并获得由 BRC 认证的 A 级证书，得到了国际权威组织的认可。

在严格的生产管控下，公司的产品质量较高。公司的品牌及产品曾获得多项行业认证及荣誉称号，包括中国食品工业协会坚果炒货专业委员会颁发的“2021 新春我最喜爱的坚果炒货食品”、“2020 年度中国坚果炒货食品行业具有健康价值与创新价值品牌产品”、“2019 年度中国坚果炒货食品行业具有健康价值与创新价值品牌产品”，2019 年及 2020 年连续两年获得浙江日报报业集团与阿里巴巴集团旗下的淘宝天下颁布的食品饮料类品质类大奖“金麦奖”。

3、品牌优势

自成立以来，公司通过积极的品牌营销战略成功地树立了清晰正面的品牌形象，建立了较强的品牌优势。公司采用娱乐营销的营销战略，以更符合消费者审美需求的方式与消费者产生沟通互动。尤其在影视剧广告投放上，公司在近年来收视率较高的《都挺好》《小欢喜》《巡回检察组》《扫黑风暴》等诸多备受好评的影视作品中充分使用与场景深度融合的广告，使得“沃隆”品牌进一步走近大众视野。

报告期内，公司及“沃隆”品牌获得多个奖项和荣誉，包括中国品牌日青岛组委会颁布的“2021 年中国品牌日青岛最具成长品牌”、财联社联合鲸平台颁布的“2021 国潮新势力最具投资价值奖”、CNPP 十大品牌网评选的“2022 年每日坚果十大品牌”等。

获奖时间	获奖名称或荣誉称号	颁奖机构
2021 年	2021 新春我最喜爱的坚果炒货食品	中国食品工业协会坚果炒货专业委员会
	中国食品工业协会坚果炒货专业委员会副会长单位	中国食品工业协会坚果炒货专业委员会
	2021 年中国品牌日青岛最具成长品牌	中国品牌日青岛组委会
	2021 年度社会责任新锐企业	人民日报社《国际金融报》
	2021 广告主盛典年度整合营销金案	中国国际广告节 ADFair 组委会、广告主盛典组委会
	“鲸潮奖”2021 国潮新势力最具投资价值奖	财联社、鲸平台
2020 年	2020 年度中国坚果炒货食品行业具有健康价值与创新价值品牌产品	中国食品工业协会坚果炒货专业委员会
	孕婴童产业中国品牌日“公众推荐品牌”	孕婴童产业中国品牌专家委员会、京正孕婴展组委会
	食品饮料类 2020 年品质类大奖——“金麦奖”	浙江日报报业集团，阿里巴巴集团旗下淘宝天下

获奖时间	获奖名称或荣誉称号	颁奖机构
	“鲸潮奖”2020 国潮新势力最具投资价值奖	财联社、鲸平台
2019 年	2019 年度中国坚果炒货食品行业具有健康价值与创新价值品牌产品	中国食品工业协会坚果炒货专业委员会
	2019 经销商值得信赖年度十大创新品牌	纳食自媒体、味蕾财经
	食品饮料类 2019 年品质类大奖——“金麦奖”	浙江日报报业集团，阿里巴巴集团旗下淘宝天下
	2019 年中国创新榜样奖	《中国经济周刊》

4、渠道优势

公司自成立以来，一直重视探索适合自身业务模式的销售渠道。经过不断地拓展和完善，公司建立了“以经销为主、直销为辅，覆盖线上、线下”的全渠道、立体化销售体系，可充分覆盖潜在客户，顺应客户购买习惯，并提高产品销售效率与销售稳定性。

在线下渠道方面，公司采取经销与直销相结合的方式，既能保持来自经销商稳定的业务订单，又能通过对接零售商超等终端渠道，快速响应客户需求，加强客户黏性。公司与经销商形成了合作共赢的良性关系，建立了完善的销售网络和服务体系，按照不同区域划分进行市场开发及客户关系管理，具备较强的渠道管理能力。公司在全国各省级行政区设立了多个办事处。一方面，办事处制度保证了总部与驻地销售团队之间信息传递的速度及准确性，进而保证销售团队的效率与执行力。另一方面，办事处制度使得公司与属地经销商客户的沟通更高频、更直观，有效提高公司对渠道、终端的掌控能力。

除线下渠道外，公司敏锐识别并充分利用了电子商务消费的快速发展与巨大潜力，成立了专业化的电商团队，发展线上与线下相结合的新零售模式，通过平台代销与线上自营的方式提供更加便捷的商品服务，并快速响应消费者的痛点与需求。截至本招股说明书签署日，公司已覆盖天猫商城（及天猫超市）、京东（及京东自营）、拼多多、唯品会等主流电商平台，实现了对绝大多数网购消费者群体的覆盖。

（五）公司的竞争劣势

1、业务规模的不断增长对公司管理形成挑战

报告期内，公司业务规模持续增长，未来预计仍将以较快的增速持续增长。业务规模的不断增长对公司在战略规划、组织架构设置、企业文化建设、资源配置、运营管理，特别是资金管理、人才管理、内部控制等方面的管理水平提出了更高的要求。公司需要对其战略规划、管理方式、内控制度进行不断地完善，才能对未来业务的高速增长提供有力的支持。

2、融资渠道较少，资本实力不足

近年来，公司不断加大对产品研发、营销网络、供应链、信息管理系统等的投入，融资需求随着业务规模的扩大而提升。公司目前融资渠道较少，可能会对公司后续持续扩张构成束缚。公司如果不能开拓多种融资渠道，增强资本实力，便难以满足公司业务发展的资金需求，影响业务发展目标的实现。休闲食品行业集中度较低，公司经过多年发展，现已成为行业中规模较大的龙头企业，在未来的发展中，公司需要大规模的资金用于扩充产能、完善销售渠道、加大品牌宣传等。尽管公司已具备一定竞争优势，但资金实力不足可能将制约公司未来发展。

四、发行人主营业务的具体情况

（一）主要产品及服务

公司是行业领先的以坚果相关产品为核心的休闲食品生产商，主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。公司产品体系围绕坚果类食品构建，主要产品包含混合坚果、单品坚果及含坚果烘焙食品等。公司在国内率先推出了“每日坚果”类产品，生产和销售小包装混合坚果产品。经过近年来持续发展，公司自有的“沃隆”品牌“每日坚果”已成为该品类最具代表性和知名度的产品之一，并拓展了单品坚果、坚果礼盒、含坚果烘焙食品等新的产品品类，逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商发展。

报告期内，公司主营业务收入构成如下表所示：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
混合坚果	29,804.36	69.62	83,002.83	75.74	75,318.75	85.73	106,827.61	92.14
礼盒系列	8,432.40	19.70	19,104.24	17.43	7,741.00	8.81	5,591.92	4.82
单品坚果	3,467.50	8.10	4,536.57	4.14	3,107.51	3.54	1,651.17	1.42
烘焙食品	747.51	1.75	2,162.04	1.97	727.70	0.83	3.15	0.00
每日果干	360.74	0.84	789.51	0.72	956.52	1.09	1,871.65	1.61
合计	**42,812.51**	**100.00**	**109,595.20**	**100.00**	**87,851.48**	**100.00**	**115,945.50**	**100.00**

（二）发行人主要产品的工艺流程图

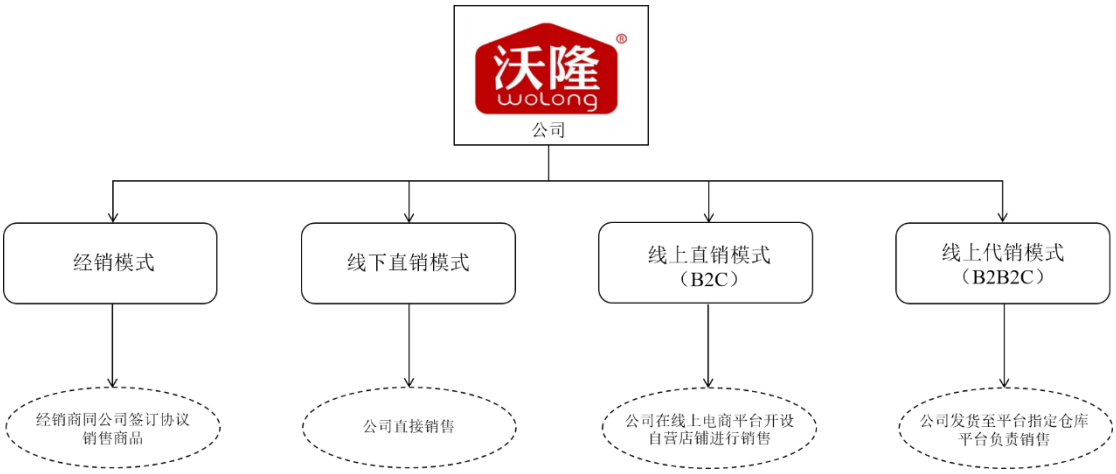
公司主要产品的工艺流程图可参见本节“四、发行人主营业务的具体情况”之“（三）发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“（2）公司主要产品的生产工艺流程”。

（三）发行人主要业务模式

1、销售模式

（1）销售模式

公司建立了以经销为主、直销为辅，覆盖线上、线下的多渠道销售模式。公司的主要销售模式如下图所示：



1）经销模式

经销模式是指公司与经销商签订协议，授权经销商在指定的销售区域和产品范围内利用自有的渠道销售公司的产品，此模式下公司面向的客户为经销商；在经销模式下，公司在已发货并获得经销商签收后确认收入。

公司经销模式的主要特征为买断式销售、高出货价、渠道层级单一、短保质期，具体如下：

①买断式销售，即公司对经销商原则上采用先款后货方式开展销售，产品一经签收，相关风险报酬及控制权即发生转移，且非质量问题不予退换货；

②高出货价，即公司主要产品对经销商的出货价与市场零售价相对接近，经销商毛利率偏低，因此经销商经营上需要通过快速周转提高利润水平；

③渠道层级单一，由于公司产品出货价高，在销售渠道中预留的利润空间小，导致发行人经销商层级单一，发行人只发展一级经销商，未搭建多级经销结构；

④短保质期，公司的主要产品保质期在 30 天至 12 个月不等，总体偏短且公司非质量问题不退货，因此经销商期末存货需尽快实现销售以避免超过保质期导致货损。

综上所述，在发行人的经销商模式下，经销商向发行人采购具有单次规模小、采购频次高的特征。顺应公司的经销模式特征，报告期内，公司制定了相适应的经销商管理政策并严格执行，主要情况如下：

项目	经销商管理政策
经销商选取	公司对经销商的选取满足以下标准：有较强的合作意向；具有良好的资信能力和商业信誉，符合公司的资信要求，不存在违法违规行为和处罚记录；具有良好的销售能力和销售渠道；具备经营所必需的资质、证照。 此外，公司选取的经销商需具有一定的资金实力，能满足日常采购需要，以保证其具备先款后货模式下对公司预付货款的能力。
日常管理	公司建立了完善的销售网络和服务体系，按照不同区域划分进行市场开发及客户关系管理，与众多线下经销商客户建立了密切的合作关系。 公司主要通过制定《经销商授权管理规定》《经销商开关户管理规定》《销售费用管理规定》等对经销商进行管理、约束，主要约定经销商的销售区域、销售渠道、收货管理、履约保证金管理、价格体系管理、奖励政策、考核管理等事项。
定价机制	发行人制定了标准经销商价格，经销商按照标准价格提货。 发行人参考产品成本和市场竞争产品的零售价，保留一定的经销商利润空间进行核算定价；发行人向经销商发货时提供终端市场建议零售价以及最低活动限价，经销商参考市场指导价格销售。

信用政策及结算制度	原则上，公司对经销商均采用先款后货的方式进行结算，发行人在收到足额货款后才安排发货，不存在对经销商的应收款项。 公司仅对个别长期合作的重点经销商客户授予临时信用限额，在销售旺季时，重点经销商需要向下游商超渠道铺货，资金压力大，经公司审批后发行人可对其进行赊销，经销商在限额额度内提货，并在约定账期前足额回款。
返利政策	公司与经销商在合同中约定月度、季度销售目标，经销商完成销售目标的可根据合同约定享受一定的返利奖励。公司对经销商的销售返利为货补（以公司产品抵偿现金返利）。
退换货政策	经销商验收产品之后，除产品质量问题外，经销商不得退换货。

按照经销商性质划分，公司经销商中法人单位和非法人单位的具体情况如下：

单位：家、万元

类型	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
法人单位	655	19,386.61	98.31%	770	65,467.68	98.14%
非法人单位	4	333.07	1.69%	5	1,243.54	1.86%
合计	**659**	**19,719.68**	**100.00%**	**775**	**66,711.22**	**100.00%**
类型	2020 年度			2019 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
法人单位	743	54,482.45	98.53%	710	89,248.48	98.51%
非法人单位	7	811.31	1.47%	8	1,352.43	1.49%
合计	**750**	**55,293.77**	**100.00%**	**718**	**90,600.92**	**100.00%**

如上表所示，报告期内，公司经销商以法人单位为主，各期销售占比均为98%以上。

报告期内，发行人新增的前五名经销商情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占当期经销收入比例	毛利率
2022 年 1-6 月				
1	深圳市天然健贸易有限公司	80.25	0.41%	16.53%
2	优粤慧采（佛山）贸易有限公司	43.15	0.22%	26.11%
3	佛山市顺德区陈四食品商贸有限公司	29.53	0.15%	29.40%
4	杭州好越莱贸易有限公司	23.06	0.12%	33.42%
5	重庆卓宏商贸有限公司	21.02	0.11%	29.44%

序号	客户名称	收入金额	占当期经销收入比例	毛利率
合计		**197.01**	**1.00%**	**23.91%**
2021 年度				
1	沈阳英煌雨商贸有限公司	368.36	0.55%	35.52%
2	上海颐声生物科技有限公司	332.24	0.50%	25.15%
3	深圳市新润汇贸易有限公司	272.08	0.41%	36.06%
4	广东省粤食进口商品有限公司	166.37	0.25%	33.69%
5	物美南方发展有限责任公司	157.38	0.24%	43.34%
合计		**1,296.42**	**1.94%**	**33.69%**
2020 年度				
1	南京嘉能食品有限公司	658.82	1.19%	40.35%
2	广州市联吉吉科技有限公司	388.73	0.70%	31.70%
3	上海初恋贸易有限公司	167.43	0.30%	36.47%
4	宁波知轩商贸有限公司	166.30	0.30%	38.15%
5	无锡德信峰商贸有限公司	156.41	0.28%	39.12%
合计		**1,537.69**	**2.78%**	**37.38%**
2019 年度				
1	上海红波工贸有限公司	901.41	0.99%	33.51%
2	江西国磊供应链集团有限公司	773.16	0.85%	27.85%
3	嘉兴祥中如贸易有限公司	503.50	0.56%	32.21%
4	广州风行商贸有限公司	487.58	0.54%	32.91%
5	北京塁煜电子商务有限公司	477.90	0.53%	34.32%
合计		**3,143.54**	**3.47%**	**31.94%**

报告期内，发行人退出的前五名经销商情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占上期经销收入比例	毛利率
2022 年 1-6 月				
1	上海好食贸易有限公司	405.65	0.61%	33.47%
2	广州御满行贸易有限公司	244.20	0.37%	37.49%
3	湖南佳惠百货有限责任公司	165.26	0.25%	41.95%
4	湖南璞丽商贸有限公司	137.56	0.21%	32.74%
5	台州市小师电子商务有限公司	90.02	0.13%	33.12%

序号	客户名称	收入金额	占上期经销收入比例	毛利率
合计		**1,042.69**	**1.56%**	**35.63%**
2021 年度				
1	广州市联吉吉科技有限公司	388.73	0.70%	31.70%
2	北京塑煜电子商务有限公司	321.97	0.58%	35.99%
3	日照米青商贸有限公司	172.80	0.31%	34.48%
4	上海甄会选电子商务有限公司	104.81	0.19%	34.92%
5	北京弘武商贸有限公司	90.33	0.16%	38.60%
合计		**1,078.64**	**1.95%**	**34.32%**
2020 年度				
1	江西国磊供应链集团有限公司	773.16	0.85%	27.85%
2	四川安吉物流集团有限公司成都分公司	413.38	0.46%	30.42%
3	济南皖盟商贸有限公司	199.18	0.22%	31.32%
4	北京鑫璐达商贸有限公司	151.65	0.17%	34.06%
5	北京和润昉商贸有限责任公司	141.38	0.16%	34.13%
合计		**1,678.74**	**1.85%**	**29.99%**

经销商新增主要原因包括：1）公司加大经销商拓展力度，经销商对当地市场情况更为熟悉，拥有资源优势，可以帮助公司更快地在当地打开销售市场，报告期内，公司为扩大产品在全国范围内的销售覆盖，不断拓展经销商数量；2）原有渠道切换经销商，对于达不到公司业绩要求的经销商，公司会主动切换更具有经济实力和规模的经销商；3）经销商主动寻求合作，通过多年的经营，公司在业内积累了较好的口碑，树立了一定品牌的知名度，越来越低的经销商主动寻求合作。

经销商退出主要原因包括：1）经销商达不到公司业绩要求，公司主动切换经销商；2）经销商自身无力经营，与公司协商后，主动退出；3）经销商自身资金不足或改变经营方向，不再从事零食批发行业。

报告期内，发行人新增及退出经销商的数量以及对当期收入、利润的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初经销商数量（家）	775	750	718	712

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期末经销商数量（家）	659	775	750	718
本期新增经销商情况[注1]				
新增经销商数量（家）	71	170	210	252
本期新增经销商收入	555.22	4,403.99	4,365.56	10,639.91
本期新增经销商收入占比	1.30%	4.02%	4.97%	9.18%
本期新增经销商毛利	152.92	1,476.44	1,680.16	3,656.27
本期新增经销商毛利占比	2.29%	6.16%	8.36%	12.70%
本期退出经销商情况[注2]				
退出经销商数量（家）	187	145	178	246
本期退出经销商上期收入	2,825.87	2,478.70	4,655.58	-
本期退出经销商上期收入占比	2.58%	2.82%	4.02%	-
本期退出经销商上期毛利	1,020.81	878.37	1,498.97	-
本期退出经销商上期毛利占比	4.26%	4.37%	5.21%	-

注 1：本期新增经销商收入占比=本期新增经销商当期销售金额/本期主营收入；本期新增经销商毛利占比=本期新增经销商毛利/本期经销商毛利
注 2：本期退出经销商上期收入占比=本期退出经销商上期销售金额/上期主营收入；本期退出经销商上期毛利占比=本期退出经销商上期毛利/上期经销商毛利

报告期内，公司新增及退出的经销商销售占比均较低，经销商与公司的合作关系稳定，2019 年至 2021 年，公司进一步拓宽销售渠道网络，各期新增经销商数量均高于当期退出数量，相关新增经销商当期贡献收入占当期经销收入的比例分别为 9.18%、4.97%和 4.02%，占比相对较低。2022 年 1-6 月，公司逐步加强了销售网络的优化，停止与部分业务规模较小或经营不善的经销商合作，导致本期退出经销商数量多于新增数量，但本期退出经销商上期主营收入贡献占比为 2.58%，对公司经销收入的整体影响相对较低。

2）线下直销模式

线下直销模式指公司通过线下渠道将产品直接销售给从事零售业务的商户或直接消费公司产品的终端客户，如零售商超、企事业单位等终端形式。

零售商超是指超市、便利店、大卖场等渠道，公司将产品直接销售给商超客户，典型客户为沃尔玛、利群、步步高等知名商超集团；部分企事业单位因发放福利、奖品等原因也会直接向公司下单采购，公司与相应企事业单位签订销售合同。

在线下直销模式下，公司在已发货并获得客户签收后确认收入。

3）线上直销模式

在线上直销模式（B2C）下，公司通过在天猫、京东、拼多多、唯品会等电商平台上开设线上店铺向终端消费者销售产品，该模式下公司运用电商平台提供的商城运营工具及用户引流工具自行销售产品。

此模式下公司面对的客户为终端消费者。终端消费者在电商平台确认收货后，公司确认收入。

公司在电商平台开设的主要店铺情况如下：

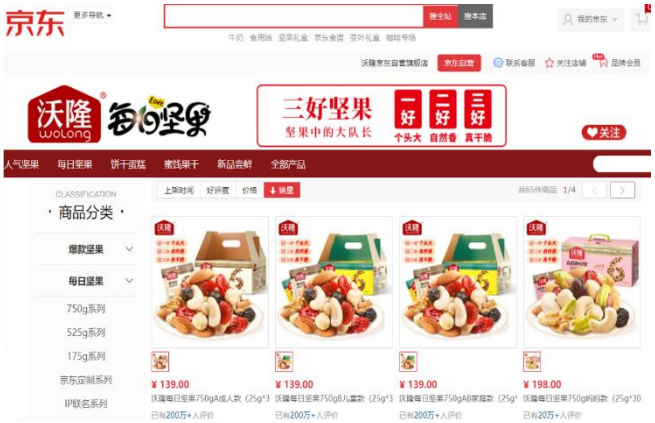
线上直销	PC 界面	手机界面
天猫平台：沃隆旗舰店		
天猫平台：沃隆食品专卖店		
京东平台：沃隆官方旗舰店		

4）线上代销模式

在线上代销模式下，电商平台根据其仓储数据和库存情况向公司下达采购订单，公司根据生产周期组织备货并将货品运送至指定地点。

此模式下公司在已经发货并获取电商平台结算对账单后确认销售收入。

电商平台在代销模式下展示公司产品的页面情况如下：

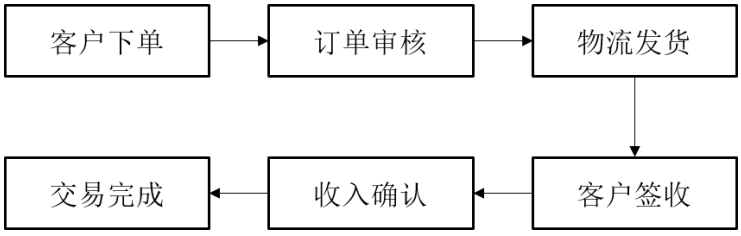
平台代销	PC 界面	手机界面
天猫平台：沃隆商品示例		
京东平台：沃隆商品示例		

（2）销售流程

公司各销售模式下的销售流程具体如下：

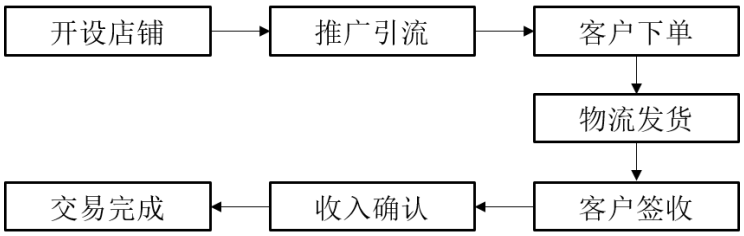
1）经销及线下直销

经销及线下直销的具体流程为：公司根据客户销售合同或订单，按约定时间及约定方式发货，客户签收货物后公司确认收入。



2）线上直销

线上直销的具体流程为：公司在线上平台开设店铺并发布产品，利用平台提供的营销工具进行推广引流，吸引消费者购买，促成交易。客户下单后，公司对订单进行集中处理，并安排第三方物流公司将货物送至指定地点，客户签收后公司确认收入。



3）线上代销

线上代销模式销售具体流程为：公司首先与电商平台建立合作关系，签订合同。依照合同约定，平台方向公司下达采购订单，公司负责生产并按约定时间及约定方式发货至平台方指定仓库，由平台方负责后续面向终端消费者的销售及配送，公司定期与平台方对账后确认收入，平台方在对账后向公司回款。

2、生产模式

（1）公司的生产模式

报告期内，公司采取自主生产为主、委托加工为辅的生产模式。具体而言，公司根据上一年度的销售情况，结合生产能力和市场需求，制定下一年度的销售计划，根据销售计划确定年度生产总量，并将生产总量计划分解到车间，制定月度生产计划。公司每月根据市场销售和客户反馈情况，及时调整生产计划，生产部门按计划均衡生产，以减少产能浪费。

公司采用以自主生产为主的生产模式。在生产过程中，公司可以对包括选料、烘烤、分装、称重、质检在内的各个环节进行把控，并利用信息化系统追溯、控制生产过程中可能出现的质量问题，做到食品安全可追溯，产品质量有保障。近年来，公司陆续引入智能化、自动化设备，实现了更高的生产效率和更好的成本控制。

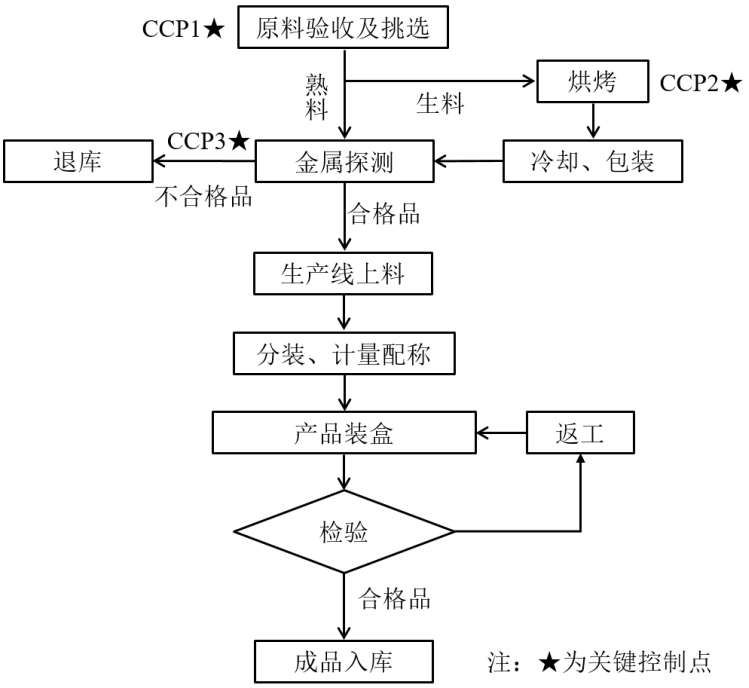
出于设备投入、产能、订单季节性变动等因素的考虑，公司在报告期内存在少量委托加工的情况。公司的委托加工涉及的产品主要为烘焙类食品。委托加工的原因主要为：1）生产所需的相关设备前期投入较大，基于投入产出效益的考虑，公司在该类新产品上市初期选择委托加工；2）部分烘焙类产品在需求旺盛时存在产能不足的情况，公司在订单密集时选择委托加工。在委托加工模式下，公司提供部分原料、包材等，委托符合资质的加工供应商根据公司要求按质、按时生产，完工后移交公司，公司根据产品验收要求进行入库，并根据合同要求开具发票及支付货款。

（2）公司主要产品的生产工艺流程

1）坚果果干类产品生产流程

公司坚果果干类产品的加工流程大致可分为两道工序，第一步是将原料烘烤形成散装熟料，第二步是将散装熟料分装为成品。公司在完成原料挑选后，将生料进入烘烤工序，烘烤后的原料在自然风中冷却至室温。熟料不需进行烘烤冷却等工序。烘烤后的原料在经过检测后将直接包装入袋，以免原料中再掺杂其他的异物。包装完毕后，生产人员将包装的原料送到各个生产线上料，根据产品配方对产品进行分装、计量配称并装盒，并对装盒后的产品进行重量检测，不达标的产品将被重新分装。完成上述步骤后，装箱后的产品交由化验员按照企业标准要求进行取样分析，合格的产品方可入库储存。

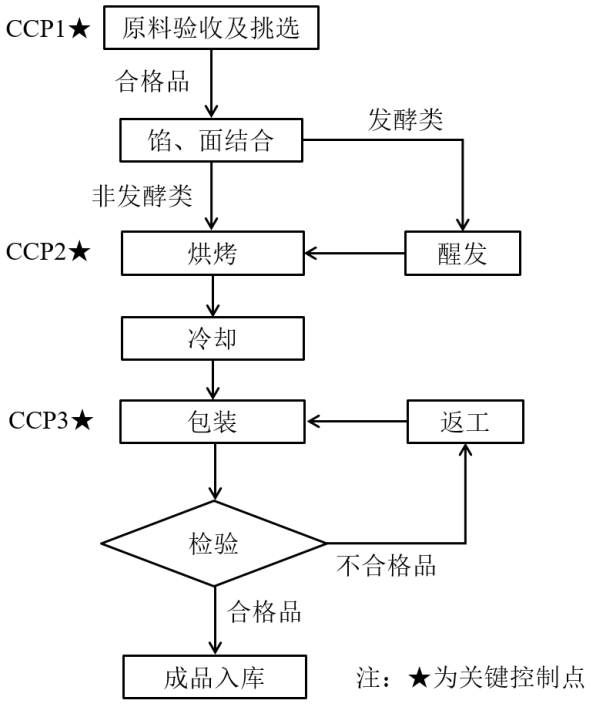
坚果果干类产品的主要生产工艺流程如图所示：



2）烘焙类产品生产过程

公司首先筛选符合标准的原料，随后将准备好的面团和馅料，按照规定要求进行包馅。包裹馅料后，合格品按照标准重量成型。成型后，发酵类产品先进行醒发，醒发后进入烘烤程序，非发酵类产品则在成型后直接烘烤。产品烘烤完毕出炉后，进行冷却包装并经检验入库。

烘焙类产品的主要生产工艺流程如图所示：



3、采购模式

（1）公司的采购模式

在采购方面，公司根据年度销售计划制定采购计划；公司会在每年的 12 月末根据当年度的销售情况总结，结合对下一年度的市场需求判断，制定下一年度的销售计划，并从销售计划出发，制定相应的生产计划和采购计划，对采购规模、采购频率、采购预算等进行估计。在经营过程中，公司会对销量、产品的日度数据进行跟踪，并按月度、季度进行汇总分析，根据市场需求和生产情况的变动，及时调整采购计划。

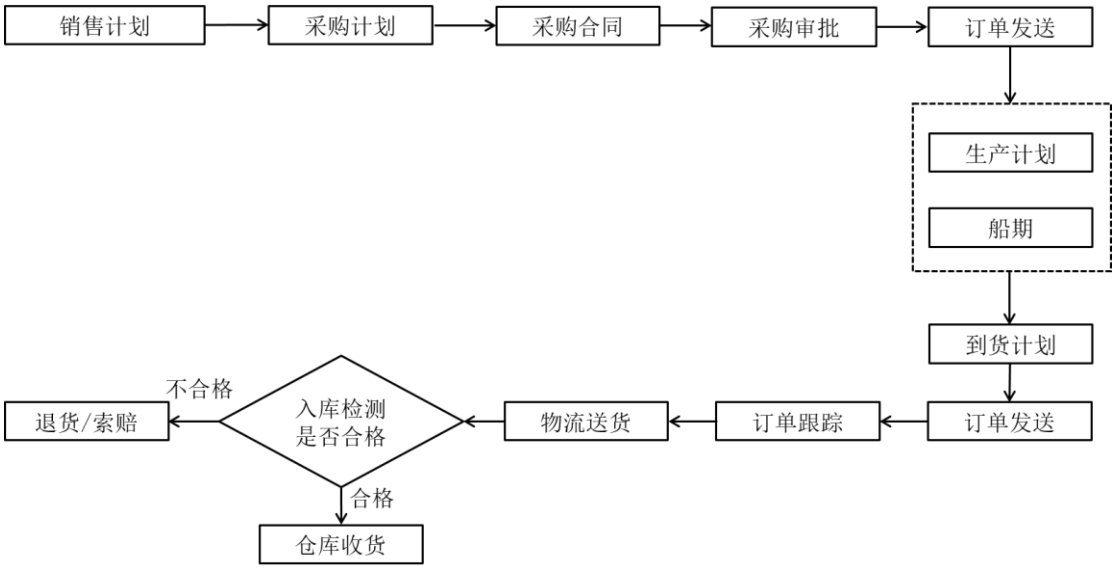
依照采购区域的不同，公司采购模式的具体执行情况可分为境外采购和境内采购两种。

（2）境外采购的基本情况

公司从境外采购的主要为生产所需的各类原料，如榛子仁、扁桃仁、蔓越莓干、腰果、蓝莓干等。由于农产品具有时令特点，价格波动较大，且境外采购涉及到关税、汇率等问题，公司通常综合考虑各项因素在价格相对较优时下达采购订单锁定价格，再安排供应商根据公司生产需要分批发货的方式进行采购。

公司与境外供应商的合同签订主要采用框架合同和订单方式。合同主要约定的付款方式为 D/P（Documents against Payment，银行交单），主要约定的运输方式为 CIF（Cost Insurance and Freight，成本费加保险费加运费）。D/P 模式下，供应商安排发货后，会将全套单据寄送银行，公司根据到单情况安排付款赎单，在货物到达境内港口后，公司凭赎单进行清关提货。CIF 模式下，供应商负责货物到达指定港口前的运输，从装运港至约定目的地港的运费和约定的保险费包含在货物价格中。

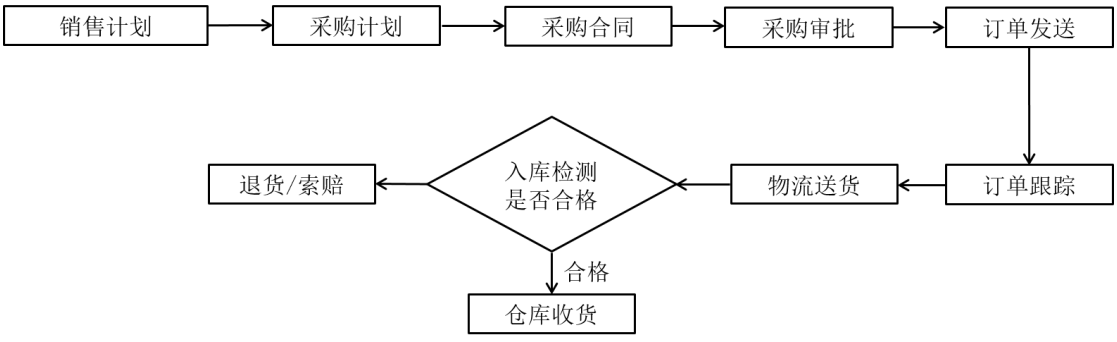
境外采购基本流程为：公司根据年销售预算制定季度销售计划，采购部门基于销售计划和库存情况制定季度、月度采购计划。采购部门与供应商拟定采购合同，经审批后发送订单至供应商。供应商根据公司通知的要货计划，结合船期及自身的生产计划来安排发货，货品清关后通过物流送达公司，公司质量控制部门进行入库检测，若货品合格则入库，若货品不合格则办理退货或索赔手续。



（3）境内采购的基本情况

公司从境内采购的主要为生产所需的部分原材料、辅料及包材。公司依据《采购管理制度》，在经过询价、比价、议价过程后，选择合格供应商签订协议，依据生产计划、安全库存和到货周期确定采购频率和数量。

境内采购基本流程为：公司根据年销售预算制定季度销售计划，采购部门基于销售计划和库存情况制定季度、月度采购计划。采购部门依照采购计划，与供应商拟定采购合同，合同审批通过后发送订单至供应商。货品在约定时间送达后，公司质量控制部门进行入库检测，若货品合格则入库，若货品不合格则办理退货或索赔手续。



（4）供应商的选择与评价

公司在选择供应商时，遵循“质优、价廉”的基本原则，同时要求供应商满足以下基本条件：具备生产经营所需的经营资质；具备相应生产能力及合作意愿；具有保证产品质量的技术、设备、管理能力和检测手段；具备持续供货能力。

在供应商的评价和管理上，公司建立了合格供应商档案，依据《采购管理制度》和《质量控制制度》记录进货情况、质量情况，保存评价记录。采购部门会定期对供应商进行质保能力和供货能力的考察。当供应商的供货质量不达标时，公司会选择更换供应商。

（四）主要产品及服务的产量、销量情况

1、报告期内主要产品的生产情况

报告期内，公司主要产品的产能、产量、销量、产销率、产能利用率的情况如下：

单位：吨

产品类型	产能	产量	产能利用率	销量	产销率
2022 年 1-6 月					
坚果类	3,560.00	2,944.95	82.72%	3,146.54	106.85%
礼盒类	1,192.00	1,067.81	89.58%	1,204.43	112.80%
烘焙类	74.00	23.72	32.05%	233.06	982.56%
合计	**4,826.00**	**4,036.48**	**83.64%**	**4,584.03**	**113.57%**
2021 年度					
坚果类	8,900.00	8,366.91	94.01%	8,147.28	97.38%
礼盒类	2,980.00	2,915.17	97.82%	3,050.80	104.65%
烘焙类	185.00	177.89	96.16%	635.54	357.27%
合计	**12,065.00**	**11,459.96**	**94.99%**	**11,833.62**	**103.26%**
2020 年度					
坚果类	8,900.00	8,360.73	93.94%	7,294.82	87.25%
礼盒类	1,590.00	1,548.94	97.42%	1,023.89	66.10%
烘焙类	118.00	106.42	90.19%	190.02	178.55%
合计	**10,608.00**	**10,016.10**	**94.42%**	**8,508.73**	**84.95%**
2019 年度					

产品类型	产能	产量	产能利用率	销量	产销率
坚果类	10,700.00	10,360.74	96.83%	10,132.41	97.80%
礼盒类	740.00	718.43	97.08%	751.00	104.53%
烘焙类	1.00	0.83	82.63%	0.17	21.06%
合计	**11,441.00**	**11,079.99**	**96.84%**	**10,883.58**	**98.23%**

注 1：产销率=销量/产量；产能利用率=产量/年产能；
注 2：产销率超过 100%系因存在本期销售上期未实现销售的产成品情况，以及外购外协厂商产成品后包装销售的情况。
注 3：2022 年 1-6 月烘焙类产品委托加工产量 214.10 吨，剔除委托加工入库，公司自主生产的烘焙类产品产销率为 146.67%。
注 4：公司产能受制于人力投入，由于生产及销售存在季节性，依照正常生产计划，上半年产能为全年的 40%。

公司生产模式系劳动密集型生产，公司产能主要受人力投入情况约束，因此公司各期分类产能系基于人力投放情况计算，存在一定波动。

坚果类产品生产设备和礼盒类产品的部分生产设备可通用，公司会根据实际业务需求而在不同产品间调配设备和人力使用情况，因此也会导致各类别产能存在一定波动。

烘焙类产品主要包括坚果曲奇、列巴、吐司等多种产品。各类产品的生产复杂度差异较大，单位产品的人力消耗差别较大；此外公司烘焙类产品淡旺季波动较大，因此日常只投入较少常备生产人力，在旺季会通过外协生产方式补充产能；综上，公司烘焙类产品产能波动相对较大。其中，2019 年公司烘焙类产能偏小，系当年 12 月公司才投产该类产品，且只生产工序最复杂的坚果曲奇，因此产能偏小。

报告期内，公司产能利用率情况相对良好，总体处于较高水平。

2、报告期内主要产品的价格变动情况

报告期内，公司各类型产品的平均价格变动情况如下：

单位：万元/吨、%

产品种类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均售价	增长率	平均售价	增长率	平均售价	增长率	平均售价
混合坚果	10.77	-1.18	10.90	-0.04	10.90	-0.94	11.01
礼盒系列	7.00	11.80	6.26	-17.17	7.56	1.54	7.45
单品坚果	10.40	-1.17	10.52	-8.95	11.56	29.18	8.95

产品种类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均售价	增长率	平均售价	增长率	平均售价	增长率	平均售价
烘焙食品	3.21	-5.72	3.40	-11.17	3.83	-78.84	18.10
每日果干	7.80	0.20	7.78	-3.48	8.07	4.76	7.70

报告期内，公司主要产品混合坚果销售均价总体保持稳定。报告期内，公司烘焙食品、单品坚果的价格变动主要是由产品结构的变化所导致；2021 年度礼盒系列产品单价下降，主要系公司为了推广该类产品而降价促销，2022 年 1-6 月礼盒系列产品单价上涨主要系公司适当提升了单价且有部分高单价产品销量增加所致。

3、公司前五名客户销售情况

报告期内，公司向前五名客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
1	北京京东世纪信息技术有限公司	4,646.01	10.66%
2	浙江昊超网络科技有限公司[注 2]	2,399.97	5.50%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	1,279.40	2.93%
4	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	837.26	1.92%
5	上海年旭食品有限公司	619.78	1.42%
合计		**9,782.42**	**22.44%**
2021 年			
序号	**客户名称**	**销售金额**	**占营业收入比例**
1	北京京东世纪信息技术有限公司	8,083.95	7.30%
2	浙江昊超网络科技有限公司	5,666.44	5.11%
3	南通韦杰经贸有限公司	3,689.35	3.33%
4	沃尔玛（中国）投资有限公司	2,723.03	2.46%
5	上海钲沁实业有限公司	2,279.00	2.06%
合计		**22,441.76**	**20.26%**
2020 年			
序号	**客户名称**	**销售金额**	**占营业收入比例**
1	浙江昊超网络科技有限公司	3,902.96	4.39%

2	北京望煜供应链管理有限公司[注1]	3,275.85	3.68%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	2,914.69	3.28%
4	南通韦杰经贸有限公司	2,320.81	2.61%
5	北京京东世纪信息技术有限公司	2,043.20	2.30%
合计		**14,457.50**	**16.26%**
2019 年			
序号	**客户名称**	**销售金额**	**占营业收入比例**
1	北京望煜供应链管理有限公司	7,541.85	6.47%
2	上海凤舞九天贸易有限公司	7,415.96	6.37%
3	广东智盟食品营销有限公司	3,385.60	2.91%
4	南通韦杰经贸有限公司	2,268.12	1.95%
5	上海钲沁实业有限公司	2,067.63	1.77%
合计		**22,679.16**	**19.47%**

注 1：北京望煜供应链管理有限公司为同一控制下合并口径，包括北京望煜供应链管理有限公司、广州市联吉吉科技有限公司和北京望煜电子商务有限公司，下同。
注 2：浙江昊超网络科技有限公司曾用名为浙江天猫网络科技有限公司，为天猫超市运营主体。

公司起初通过经销商北京望煜供应链管理有限公司、上海凤舞九天贸易有限公司进入京东自营及天猫超市两个网络销售渠道；其后随着公司电商业务发展，公司将京东自营及天猫超市两个重要的线上销售渠道收回直接管控，以提升经营效率。因此，公司在 2020 年将与天猫超市、京东自营的合作模式从通过经销商的间接供货转变为直接供货，销售模式从经销商买断式销售改变为电商平台代销模式。

公司起初通过经销商广东智盟食品营销有限公司（以下简称“广东智盟”）服务沃尔玛。其后沃尔玛出于精简供应商链条的目的选择与产品厂家直接合作，因此公司与沃尔玛的合作由经销商买断式销售改变为线下直销模式，此类业务不再通过广东智盟开展。目前，公司与广东智盟仍存在其他渠道的经销业务，但因规模下降，2020 年起广东智盟不再进入公司前五大客户之列。

2022 年上半年，受华东地区疫情影响，公司与主要经营华东地区商超渠道的经销商南通韦杰和上海钲沁交易额下降，故南通韦杰和上海钲沁未进入前五大客户。新进入的前五大客户中，交行信用卡中心与公司在 2021 年 5 月起开始合作，公司向其供应的品类逐渐增多，交易规模逐渐上升，因此进入前五大客户；

上海年旭为 2021 年前十大客户，2022 年上半年因其开拓了部分电商业务，销售渠道拓宽，下游采购需求增加，所以上海年旭规模上升，进入前五大客户。

（五）主要原材料及能源供应情况

1、主要原材料采购情况

公司的原材料主要为腰果、扁桃仁、核桃仁、蓝莓干、开心果、榛子仁、蔓越莓干、金提干等坚果和果干，另有少量包材。

报告期内公司主要原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
腰果	2,401.64	13.12%	8,427.77	13.08%	9,715.74	15.26%	11,190.97	14.80%
扁桃仁	3,248.64	17.75%	7,991.66	12.40%	10,410.89	16.35%	17,073.48	22.58%
核桃仁	2,661.82	14.54%	7,348.70	11.40%	8,679.69	13.63%	10,730.11	14.19%
蓝莓干	1,077.56	5.89%	5,815.78	9.02%	6,701.61	10.53%	9,356.09	12.38%
开心果	1,237.75	6.76%	5,174.90	8.03%	3,340.60	5.25%	1,032.62	1.37%
榛子仁	1,000.91	5.47%	4,891.11	7.59%	4,973.90	7.81%	6,987.67	9.24%
蔓越莓干	876.86	4.79%	3,504.93	5.44%	3,278.70	5.15%	4,373.18	5.78%
金提干	379.36	2.11%	1,402.23	2.18%	1,050.52	1.65%	837.11	1.11%
礼盒	1,054.18	5.86%	3,287.24	5.10%	2,423.83	3.81%	2,695.63	3.57%
包装袋	1,041.85	5.79%	2,866.74	4.45%	2,890.41	4.54%	3,306.38	4.37%
合计	**14,980.57**	**83.09%**	**50,711.06**	**78.69%**	**53,465.88**	**83.97%**	**67,583.24**	**89.40%**

报告期内，公司原材料采购规模变动的主要原因系：（1）2020 年，受疫情影响，公司主要产品的市场需求较 2019 年有所下滑，故公司 2020 年采购规模整体下降；（2）报告期内，公司礼盒系列产品销量快速增长，而礼盒系列产品中金提干、开心果用量较大，故金提干、开心果以及礼盒的采购规模持续上升；（3）2020 年 2 月，国务院关税税则委员会发布《关于开展对美加征关税商品市场化采购排除工作的公告》，公司依照相关政策对扁桃仁、蔓越莓、蓝莓干产品申请了关税减免，相关原料的采购金额自 2020 年起有所下降；（4）2022 年 1-6 月公司采购规模较低主要原因系公司主要产品的销售存在季节性，生产及销售主要集中在下半年，故上半年的采购规模较低。

2、主要供应商情况

报告期内，公司的前五大供应商具体采购情况如下：

单位：万元

序号	2022 年 1-6 月主要供应商	主要采购产品及服务	金额	占采购总额比例
1	保定大正食品有限公司[注1]	核桃仁	2,445.66	13.21%
2	隆森食品（越南）	腰果	2,047.24	11.06%
3	得尔口食品（美国）	扁桃仁、榛子仁	1,472.80	7.95%
4	梅杜里（美国）	蓝莓干	1,077.56	5.82%
5	杰诺特（美国）	扁桃仁	985.95	5.33%
合　计			**8,029.21**	**43.37%**
序号	**2021 年主要供应商**	**主要采购产品及服务**	**金额**	**占采购总额比例**
1	隆森食品（越南）	腰果	7,796.81	12.06%
2	梅杜里（美国）	蓝莓干	5,838.09	9.03%
3	保定大正食品有限公司	核桃仁、带壳核桃加工	4,768.09	7.37%
4	得尔口食品（美国）	扁桃仁、带壳核桃、榛子仁	4,365.18	6.75%
5	克南农场（美国）	开心果	4,173.96	6.46%
合　计			**26,942.13**	**41.67%**
序号	**2020 年主要供应商**	**主要采购产品及服务**	**金额**	**占采购总额比例**
1	梅杜里（美国）	蓝莓干	6,699.69	10.50%
2	隆森食品（越南）	腰果	5,362.54	8.41%
3	汾阳市瑞优食品有限公司	核桃仁、带壳核桃加工	4,596.57	7.21%
4	得尔口食品（美国）	扁桃仁、带壳核桃、榛子仁	4,278.23	6.71%
5	保定大正食品有限公司	核桃仁	4,098.33	6.42%
合　计			**25,035.36**	**39.25%**
序号	**2019 年主要供应商**	**主要采购产品及服务**	**金额**	**占采购总额比例**
1	梅杜里（美国）	蓝莓干	8,965.04	11.84%
2	得尔口食品（美国）	扁桃仁、榛子仁	6,055.86	8.00%
3	安康食品（越南）[注2]	腰果	5,417.18	7.15%
4	保定大正食品有限公司	核桃仁	5,395.90	7.13%
5	果瑞士（美国）	蔓越莓	4,328.03	5.72%

合　计	**30,162.01**	**39.84%**

注 1：保定大正食品有限公司为同一控制下合并口径，包括保定大正食品有限公司和河北大正食品有限公司，下同。
注 2：安康食品（越南）为同一控制下合并口径，包括安康食品（越南）及其前身上皇食品（越南），下同。

报告期内，公司前五大供应商总体稳定，主要变动情况如下：

1）2019 年的第三大供应商为安康食品（越南），主要为公司供应烘烤过后的熟腰果，但随着公司业务规模扩大，出于成本及生产链控制力度的考虑，自建了烘烤车间，具备了生腰果加工能力，因此减少了熟腰果的采购需求，增加了生腰果的采购需求，与安康食品（越南）的合作减少，因而不再进入公司前五大供应商，生腰果供应商隆森食品（越南）进入公司前五大供应商。

2）2021 年由于开心果相关的单品坚果产品销售增长，故公司 2021 年从开心果供应商克南农场（美国）的采购金额较大，使得克南农场（美国）成为前五大供应商，2019 和 2020 年的前五大供应商汾阳市瑞优食品有限公司依然在与公司合作，但其合作规模未能达到进入公司 2021 年的前五大供应商的规模。

3）2022 年上半年，由于公司对于开心果的采购主要集中在下半年，因此 2022 年上半年开心果供应商克南农场（美国）未进入前五大供应商；另一方面，由于杰诺特（美国）供货质量良好，公司对其采购规模上升，杰诺特（美国）成为 2022 年上半年的第五大供应商。

报告期内，公司主要供应商注册地、注册资本、实际控制人、股权结构、业务内容及规模、相关材料来源、与公司的合作历史等情况如下表所示：

序号	公司名称	注册地	注册资本	实际控制人	股权结构	业务内容	销售给公司的材料来源地	合作历史	经营规模			
									2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
1	保定大正食品有限公司	中国河北省保定市	156 万人民币	郑立文	阜平县天润农副产品有限公司 57.69%；美国万润国际有限公司 42.31%	坚果的收购、加工和销售	智利	2016 年至 2021 年	4,385 万人民币	1.3 亿人民币	9,869 万人民币	9,587 万人民币
	河北大正食品有限公司	中国河北省保定市	1,000 万人民币		郑立文 60%；郑秋来 30%；郑立红 10%			2021 年合作至今				
2	隆森食品（越南）	越南胡志明市	1,820 亿越南盾	Vu Thai Son	Vu Thai Son 100%	腰果的加工和销售	越南	2017 年合作至今	-	1.86 亿美元	1.85 亿美元	1.95 亿美元
3	得尔口食品（美国）	美国加州	-	Ago Dermenjian	Ago Dermenjian 50%; Leon Dermenjian 50%	坚果的出口与销售	美国、土耳其	2018 年合作至今	1.4 亿美元	3.5 亿美元	3.25 亿美元	3 亿美元
4	梅杜里（美国）	美国俄勒冈州达拉斯	-	梅杜里家族	Joe&Cindy Meduri 40%; Dominic Meduri 12%; Justin Meduri 12%; Mario Meduri 12%; Vincenzo Meduri 12%; Tianna Meduri 12%	干果的加工与销售	美国	2016 年合作至今	4,400 万美元	7,400 万美元	7,200 万美元	7,800 万美元
5	杰诺特（美	美国加	-	Mark	Mark Jessup 30%;	坚果销售	美国	2017 年	6 亿美元	14.6 亿	14.8 亿	15 亿

序号	公司名称	注册地	注册资本	实际控制人	股权结构	业务内容	销售给公司的材料来源地	合作历史	经营规模			
									2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
	国）	州		Jessup	David Norris 30%; Jim Trunick 30%; Li wang 10%			合作至今		美元	美元	美元
6	果瑞士（美国）	美国密歇根	-	Beth Pacurari	Cranberry Creek 15.27%; Kulhavi, John 12.67%; 持股 5%以下的股东合计 72.06%	干果的加工与销售	美国	2017 年合作至今	4,643 万美元	1 亿美元	1 亿美元	1 亿美元
7	克南农场（美国）	美国加州	-	Robert Keenan	Robert Keenan 50%;Charles Keenan III 50%	开心果加工与销售	美国	2018 年合作至今	5,500 万美元	9,600 万美元	1.12 亿美元	1.2 亿美元
8	汾阳市瑞优食品有限公司	山西省汾阳市	1,000 万人民币	武彦虎	武彦虎 90%；李冠超 10%	农副产品、干鲜果品的收购、加工和销售	智利	2018 年合作至今	3,626 万人民币	1.85 亿人民币	1.75 亿人民币	1.81 亿人民币
9	安康食品（越南）	越南平阳	200 亿越南盾	Luu Tri Vinh	Luu Tri Vinh 46%; Tran Thi My Dung 27%；Lang Le Mai 27%	腰果的加工与销售	越南	2019 年至 2021 年	-	3,300 万美元	2,300 万美元	1,600 万美元

3、委托加工供应商情况

报告期内，公司的生产模式以自主加工为主，委托加工为辅，公司外协加工金额占比逐年提高，但是总体金额不大，占比不超过 2%，对发行人的产能及产品交付能力影响较小。

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外协加工金额	310.84	645.35	242.92	203.74
采购占比	1.68%	1.00%	0.38%	0.27%

公司外协加工的原因主要系：（1）新生产线所需的相关设备前期投入较大，基于投入产出效益的考虑，公司在新产品系列上市初期选择委托加工；（2）部分烘焙类产品在需求旺盛时存在产能不足的情况，公司在订单密集时选择委托加工。

报告期内，公司外协加工涉及的产品主要为烘焙类食品，如坚果大列巴和坚果吐司等。为迎合市场需求及消费者对公司烘焙类食品的认可，公司自 2020 年起逐步加大烘焙类食品的生产规模，故公司外协加工金额占比整体呈现逐年提高的趋势。

报告期内，公司采购坚果吐司和坚果大列巴外协加工服务以及销售烘焙类产品坚果吐司和坚果大列巴的情况如下：

单位：万元

项目	产品	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购-外协加工服务	坚果吐司	194.23	260.54	62.78	-
	坚果大列巴	90.35	248.81	24.55	-
销售	坚果吐司	384.21	555.08	140.31	-
	坚果大列巴	275.97	840.29	104.13	-

报告期内，公司前五大委托加工供应商及向其采购的产品及服务的具体情况如下：

单位：万元

序号	2022 年 1-6 月	采购产品及服务	金额	占采购总额比例
1	青岛和泉食品有限公司[注3]	坚果吐司、列巴加工	211.01	1.14%

2	青岛冬禾生物科技有限公司	手撕面包、坚果吐司加工	87.61	0.47%
3	青岛华琨食品集团有限公司	扁桃仁碎、扁桃仁粉加工	6.74	0.04%
4	青岛盛信嘉禾食品有限公司	扁桃仁粉加工	2.77	0.01%
5	青岛西微雅食品有限公司	提子干加工	1.69	0.01%
合计			**309.82**	**1.67%**
序号	**2021 年度**	**采购产品及服务**	**金额**	**占采购总额比例**
1	青岛和泉食品有限公司	坚果吐司、列巴加工	488.50	0.76%
2	河北大正食品有限公司	带壳核桃加工	56.70	0.09%
3	青岛冬禾生物科技有限公司	手撕面包、坚果吐司加工	32.64	0.05%
4	青岛东仁贸易发展有限公司	燕麦脆加工	30.19	0.05%
5	青岛盛信嘉禾食品有限公司	扁桃仁碎、扁桃仁粉加工	19.97	0.03%
合计			**627.99**	**0.97%**
序号	**2020 年度**	**采购产品及服务**	**金额**	**占采购总额比例**
1	安徽省诚信食品有限责任公司	坚果酥加工	103.36	0.16%
2	青岛和泉食品有限公司	坚果吐司、列巴加工	87.50	0.14%
3	青岛东仁贸易发展有限公司[注1]	燕麦脆加工	35.76	0.06%
4	汾阳市瑞优食品有限公司	带壳核桃加工	14.93	0.02%
5	青岛盛信嘉禾食品有限公司	扁桃仁粉加工	1.14	0.00%
合计			**242.70**	**0.38%**
序号	**2019 年度**	**采购产品及服务**	**金额**	**占采购总额比例**
1	威海百富得食品有限公司	扁桃仁烘烤	79.62	0.11%
2	安徽省诚信食品有限责任公司	坚果酥加工	67.73	0.09%
3	青岛荷娜食品有限公司	腰果烘烤	56.11	0.07%
4	青岛盛信嘉禾食品有限公司	扁桃仁烘烤	0.29	0.00%
合计[注2]			**203.74**	**0.27%**

注 1：2021 年 7 月，青岛东仁贸易发展有限公司已更名为山东三昌控股有限公司。
注 2：2019 年度发行人共 4 个委托加工供应商。
注 3：青岛和泉食品有限公司为同一控制下合并口径，包括青岛和泉食品有限公司、青岛元泉食品有限公司。

4、主要能源供应情况

公司的生产经营使用的能源主要包括电和燃气，供应情况如下：

能源	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电	用电量（万度）	121.24	288.83	253.47	183.99
	金额（万元）	112.75	236.19	213.81	181.97
	平均电价（元/度）	0.93	0.82	0.84	0.99
燃气	用气量（万立方米）	3.72	11.14	10.82	11.94
	金额（万元）	14.98	38.00	33.49	40.33
	平均价格（元/立方米）	4.03	3.41	3.10	3.38

2019 年至 2021 年，公司的电力支出整体呈上升趋势，主要原因系公司生产自动化水平提高，设备逐渐替代人工，公司耗电量整体呈上升趋势。

公司每年的电费支出包含固定费用和浮动费用两部分，每年因使用变压器需支付固定费用 63.50 万元，浮动费用根据用电量结算。报告期内，公司电费单价呈下降趋势，主要原因系公司用电总量上升，平均单价中固定费用部分被摊薄所致；剔除固定费用部分，报告期内公司电费支出为 118.47 万元、150.30 万元、172.68 万元、81.00 万元，平均电价为 0.64 元/度、0.59 元/度、0.60 元/度、0.67 元/度，基本稳定；报告期内电费单价存在小幅波动的原因系：1）发行人当地实施峰谷分时电价政策，用电量峰谷分布的波动会导致平均单价略有波动；2）山东省发展和改革委员会出台政策自 2019 年 7 月 1 日起下调了一般工商业企业用电价格。

报告期内，公司的燃气消耗量与公司产销情况相匹配。2020 年公司用气量较低，主要系由于 2020 年受疫情影响，公司销量下滑，生产活动减少；2022 年 1-6 月公司用气量较低，主要系上半年非忙季，产量较低。2020 年燃气单价较低，主要系由于当地天然气的市场价格阶段性下降；2022 年 1-6 月燃气单价较高主要系当地天然气的市场价格上涨所致，电费单价较高主要系当地电费政策调整所致。

公司生产环节无用水需求，只有少量生活用水，消耗量较小。

（六）发行人董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述供应商或客户中拥有的权益的情况

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东与上述供应商或客户不存在关联关系，未在上述供应商或客户处以直接或间接方式拥有任何权益。

（七）安全生产和环境保护情况

1、安全生产情况

公司属于一般制造企业，不属于高危险行业。

公司在生产经营中重视安全生产工作，严格遵照安全生产相关的法律法规，专门制定《安全生产管理制度》，并严格执行。公司根据要求设置了安全生产相关设施、配备了安全生产和职业卫生管理人员、并定期开展安全风险评估和安全生产培训教育。公司已通过主管机关审核，取得了青岛市应急管理局颁发的编号为鲁 AQB3702QGIII202112037 的《安全生产标准化证书》，证书载明公司属于安全生产标准化三级企业（轻工）。

公司报告期内不存在因安全生产事项违反国家安全法律、法规而被行政处罚的情形。

2、环境保护情况

（1）公司不属于重污染行业

根据《企业环境信用评价办法》的规定，重污染行业包括：火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业 16 类行业。

公司主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为“制造业”之“食品制造业”（分类代码：C14）；根据《国民经济行业类标准》（GB/T4754-2017），公司属于“C 制造业”大类中的“C14 食品制造业”，公司所处行业不属于上述 16 类重污染行业。

（2）公司符合国家和地方环保要求

发行人及子公司盖亚食品生产环节所产生的一般固体废弃物主要为生产过程中的原材料边角料、包装废料，均以回收利用的方式出售给周边农户或废品回收者进行处理。生活污水通过市政排水管网接入污水处理厂集中处理。发行人其余子公司不涉及生产及污染物排放。

根据青岛市生态环境局城阳分局于 2022 年 2 月 9 日出具的《情况说明》，报告期内，发行人及其子公司盖亚食品在城阳辖区无重大环保事故，未被该局作出环境行政处罚。

五、主要固定资产及无形资产

（一）固定资产

1、主要固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 7,595.71 万元、11,119.81 万元、11,104.13 万元和 16,659.02 万元，公司的固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备。

公司 2020 年末固定资产较 2019 年末显著增加，主要原因是 2020 年公司为提高生产效率，在当年实施了技术改造，增加了自动化设备，导致机器设备增长较多。2022 年 6 月末固定资产较 2021 年末显著增加，主要原因是 2022 年上半年五厂竣工验收，在建工程转固导致固定资产增加。

报告期各期末，公司固定资产明细情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	11,697.81	70.22	5,977.22	53.83	6,222.22	55.96	5,435.70	71.56
通用设备	144.84	0.87	157.82	1.42	117.91	1.06	151.25	1.99
专用设备	4,640.15	27.85	4,804.00	43.26	4,704.43	42.31	1,907.20	25.11
运输工具	176.23	1.06	165.08	1.49	75.25	0.68	101.56	1.34
合计	**16,659.02**	**100.00**	**11,104.13**	**100.00**	**11,119.81**	**100.00**	**7,595.71**	**100.00**

报告期内，公司不存在因大额固定资产减值等原因导致生产经营不能正常进行的情况。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要生产设备如下：

单位：台、万元

序号	名称	数量	原值	账面价值	成新率
1	给袋式自动包装机	27	1,696.46	1,407.96	82.99%
2	数粒灌装机	34	1,188.50	1,007.72	84.79%
3	给袋式混合坚果包装机	34	1,131.86	848.19	74.94%
4	开心果烘烤机	1	320.00	304.80	95.25%
5	扁桃仁烘烤机	2	170.08	141.84	83.40%
6	布勒谷物棒生产机	1	139.75	124.26	88.92%

2、房屋所有权

（1）自有房产

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有房产的具体情况如下：

序号	权利人	座落位置	权利性质	土地面积（m^2）	建筑面积（m^2）	产权证号	使用期限	用途	他项权利
1	发行人	城阳区汇福路 90 号 2 号楼	出让/存量房	24,745	17,849.47	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027099 号	2061 年 10 月 13 日	办公、厂房	无
2	发行人	城阳区抱虎山路 109 号 1 号楼	出让/存量房	16,204	8,151.03	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027100 号	2061 年 6 月 2 日	办公、厂房	无
3	发行人	城阳区汇福路 90 号 1 号楼	出让/存量房	21,973	18,898.22	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027096 号	2060 年 10 月 24 日	办公、厂房	无
4	发行人	北京市朝阳区朝阳门外大街 18 号 10 层 1013	出让/商品房	10,682.89	309.13	京（2021）朝不动产权第 0110006 号	2044 年 2 月 2 日	办公	无
5	发行人	城阳区正阳东路 67 号 5 号楼 3 单元 602 户	出让/商品房	54,113（共用土地使用权面积）	136.95	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0026772 号	2086 年 8 月 7 日	员工宿舍	无
6	发行人	城阳区正阳东路 67	出让/商品房		136.95	鲁（2021）青岛市城阳区		员工宿舍	无

序号	权利人	座落位置	权利性质	土地面积（m^2）	建筑面积（m^2）	产权证号	使用期限	用途	他项权利
		号 5 号楼 1 单元 601 户				不动产权第 0026773 号			
7	发行人	城阳区正阳东路 67 号 16 号楼 2 单元 302 户	出让/商品房		95.52	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0026774 号		员工宿舍	无
8	发行人	城阳区正阳东路 67 号 5 号楼 3 单元 702 户	出让/商品房		136.95	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0026775 号		员工宿舍	无
9	发行人	城阳区正阳东路 67 号 5 号楼 1 单元 701 户	出让/商品房		136.95	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0026776 号		员工宿舍	无
10	发行人	城阳区正阳东路 67 号 5 号楼 1 单元 1001 户	出让/商品房		136.95	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0026778 号		员工宿舍	无
11	发行人	城阳区田海路 209 号	出让/自建房	29,852.00	26,314.27	鲁（2022）青岛市城阳区不动产权第 0017662 号	2060 年 10 月 12 日	办公、厂房	无

截至招股说明书签署日，上述房屋及建筑物使用状况良好，均已办理了房产证。发行人上述房产均未设置抵押权。

（2）租赁房产

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司正在承租房屋的具体情况如下：

序号	承租方	出租方	用途	租赁地址	租赁面积（m^2）	租赁期间
1	发行人	青岛全通塑印有限公司	生产厂房	青岛市城阳区青虹路 8 号	4,168	2021.1.1-2022.12.31
2	发行人	王惠玲	员工宿舍	广州市番禺区洛浦街广州碧桂园华苑 12 座 G08	102.5	2021.9.3-2022.9.2
3	发行人	李凡庭	员工宿舍	武汉市东西湖区五环路 8 号亿达华庭 2 栋 1 单元 27 层 2 室	91.81	2021.8.1-2022.7.31
4	发行人	李沈菊	员工宿舍	沈阳市大东区和睦北	107.63	2021.7.17-2022.7.16

序号	承租方	出租方	用途	租赁地址	租赁面积（m^2）	租赁期间
				一路 12 号 1 单元 1 楼 1 室		
5	发行人	阎明方	员工宿舍	郑州市二七区齐礼阎 2 号院 1 号楼 D 座 1 单元 28 层 04 室	111.63	2021.7.16-2022.7.15
6	发行人	赵刚	员工宿舍	天津市河东区紫乐广场 2 号楼-3-904	59.87	2021.7.12-2022.7.11
7	发行人	周锋	员工宿舍	济南市历下区开元东二区省棉麻 1 号	125.67	2021.7.12-2022.7.11
8	发行人	吴娟	员工宿舍	福州市闽侯县上街镇源通东路 77 号福晟钱隆公馆 3#楼 1903 单元	77.67	2021.7.12-2022.7.11
9	发行人	周金	员工宿舍	长沙市岳麓区富洲滨江雅苑 1 栋 2507	100	2021.7.8-2022.7.7
10	发行人	李旭辉	员工宿舍	西安市大兴新区纬二十六街东段北侧梨园公馆 2-1-3106	140	2021.7.8-2022.7.7
11	发行人	张日晔	员工宿舍	哈尔滨市太平区南通大街润达国际小区 C 栋 1 单元 9 楼 7 号	64.88	2021.7.4-2022.7.3
12	发行人	马德洋	员工宿舍	重庆市江北区观音桥 COSMO 大厦 A 座 25-4	70.54	2021.6.1-2023.5.31
13	发行人	苏朝平	员工宿舍	成都市金牛区蜀汉路 426 号 1 栋 2 单元 1105	95.88	2021.5.18-2023.5.19
14	发行人	梁桂花	员工宿舍	深圳市宝安区新安街道新城大道富通好旺角 B 栋 B2 座 803	89.64	2021.7.8-2022.7.7
15	发行人	杨仕语	办公用房	青岛市李沧区东山路四路 36-74 号	275.57	2019.10.1-2039.9.30
16	盖亚食品	青岛三丰电子有限公司	生产厂房	青岛市城阳区青岛三丰电子有限公司院内厂房北部二楼	3,000	2019.10.6-2025.10.5
17	隆海通达	牛宁	员工宿舍	合肥市和地蓝湾 7 号楼 1 单元 2 层 201	113	2021.10.1-2022.9.30
18	隆海通达	陈倩	员工宿舍	上海市福泉路 225 弄 36 号 201 室	83.23	2021.8.7-2022.8.6
19	隆海通达	向龙军	员工宿舍	杭州市余杭区南苑街道艺华年佳苑东区 17 幢 1 单元 1304 室	88.72	2021.7.12-2022.7.11
20	隆海通达	陈莉	员工宿舍	南京市秦淮区石门坎 119 号 7 幢 1403 室	99.63	2021.7.5-2022.7.4

序号 10 位于西安市的租赁房产为村民回迁房，无权属证明文件且出租方未能提供有权出租证明文件；序号 9 位于长沙市的租赁房产所占用土地为集体建设用地。上述房产系公司租赁以供派驻当地销售人员临时住宿使用，不属于公司核

心生产经营场所，如有必要发行人可及时找到替代性的合法场所，对发行人生产经营无实质性重大不利影响。

截至 2022 年 6 月 30 日，序号 2、4 至 7、9 至 11、13、15、16 的租赁房产尚未办理租赁登记备案手续。

发行人实际控制人已作出承诺：如果发行人或其控股子公司因承租房产存在权属瑕疵或程序瑕疵而导致该等租赁房产被拆除或拆迁，或相关房屋租赁合同被认定无效或任何因该等租赁房产引发的纠纷，发行人或其控股子公司无法继续按既有租赁合同约定使用该等租赁房产，因此造成发行人或其控股子公司任何损失，或因拆迁可能产生的搬迁费用等，或被有关主管部门按照法律法规及规范性文件的规定处罚，或被有关权利人追索而支付赔偿等，由其承担全部损失并承担无限连带赔偿责任。

（二）无形资产

1、土地使用权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有土地使用权的具体情况如下：

序号	所有权人	座落位置	权利性质	土地面积（m^2）	权证编号	使用期限	用途	他项权利
1	发行人	城阳区田海路 209 号[注]	出让	29,852.00	鲁（2022）青岛市城阳区不动产权第 0017662 号	2060 年 10 月 12 日	工业用地	无
2	发行人	城阳区汇福路 90 号 2 号楼	出让	24,745.00	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027099 号	2061 年 10 月 13 日	工业用地	无
3	发行人	城阳区抱虎山路 109 号 1 号楼	出让	16,204.00	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027100 号	2061 年 6 月 2 日	工业用地	无
4	发行人	城阳区汇福路 90 号 1 号楼	出让	21,973.00	鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027096 号	2060 年 10 月 24 日	工业用地	无

注：发行人在该处土地上建设了五厂厂区，截至目前因该处厂区已经办理完成不动产权证，因此原土地证已被不动产中心收回，土地和房产统一为不动产权证，地址和权证编号更新为不动产权证。

截至 2022 年 6 月 30 日，本公司上述土地使用权没有设定他项权利，也不存在产权纠纷或潜在纠纷。

2、注册商标

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有 37 项商标，具体情况如下：

序号	商标标识	注册人	注册号	核定使用类别	有效日期	取得方式
1	沃隆三好坚果	发行人	51800927	30	2021.12.14-2031.12.13	原始取得
2	三好坚果	发行人	51810323	30	2021.12.14-2031.12.13	原始取得
3	坚果大队长	发行人	51811341	29	2021.11.28-2031.11.27	原始取得
4	坚果大队长	发行人	51823809	30	2021.10.21-2031.10.20	原始取得
5	大队长坚果	发行人	51798146	29	2021.10.14-2031.10.13	原始取得
6	真喜屋	发行人	43623046	31	2020.11.28-2030.11.27	原始取得
7	真喜屋	发行人	42310059	31	2020.10.28-2030.10.27	原始取得
8	坚果星球	发行人	42997280	32	2020.9.21-2030.9.20	原始取得
9	坚果星球	发行人	42997300	42	2020.9.21-2030.9.20	原始取得
10	坚果星球	发行人	42988078	35	2020.9.14-2030.9.13	原始取得
11	坚果星球	发行人	42995130	29	2020.9.14-2030.9.13	原始取得
12	坚果星球	发行人	42983396	30	2020.9.14-2030.9.13	原始取得
13	真喜国	发行人	7089409	30	2020.7.7-2030.7.6	受让取得

序号	商标标识	注册人	注册号	核定使用类别	有效日期	取得方式
14	沃隆 wolong	发行人	37830810	32	2020.3.28-2030.3.27	原始取得
15	沃隆 wolong	发行人	37834081	42	2020.3.28-2030.3.27	原始取得
16	沃隆 wolong	发行人	37820302	29	2020.1.7-2030.1.6	原始取得
17	沃隆 wolong	发行人	37820311	30	2019.12.14-2029.12.13	原始取得
18	沃隆 wolong	发行人	35670238	32	2019.12.14-2029.12.13	原始取得
19	坚果星球	发行人	37660403	30	2019.12.7-2029.12.6	原始取得
20	坚果星球	发行人	37646109	32	2019.12.7-2029.12.6	原始取得
21	坚果星球	发行人	37657983	35	2019.12.7-2029.12.6	原始取得
22	坚果星球	发行人	37651410	42	2019.12.7-2029.12.6	原始取得
23		发行人	26579894	42	2018.9.14-2028.9.13	原始取得
24		发行人	26560579	29	2018.9.14-2028.9.13	原始取得
25		发行人	26569147	30	2018.9.14-2028.9.13	原始取得
26		发行人	26576348	35	2018.9.14-2028.9.13	原始取得
27	沃隆 wolong	发行人	22541053	29	2018.4.7-2028.4.6	受让取得

序号	商标标识	注册人	注册号	核定使用类别	有效日期	取得方式
28		发行人	22541253	30	2018.2.14-2028.2.13	受让取得
29		发行人	21213160	30	2017.11.7-2027.11.6	受让取得
30		发行人	21213344	29	2017.11.7-2027.11.6	受让取得
31	坚果队长	发行人	19389868	29	2017.4.28-2027.4.27	受让取得
32	沃隆	发行人	18432693	30	2017.3.7-2027.3.6	受让取得
33		发行人	18634529	29	2017.1.28-2027.1.27	受让取得
34	沃隆	发行人	18270829	42	2016.12.14-2026.12.13	受让取得
35	沃隆	发行人	11692438	29	2014.4.28-2024.4.27	受让取得
36	沃隆三好坚果	发行人	51807107	29	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
37		发行人	51823756	30	2022.1.7-2032.1.6	原始取得

截至 2022 年 6 月 30 日，本公司已取得的商标权不存在产权纠纷或潜在产权纠纷。

3、专利

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有 17 项专利权，具体情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	取得方式
1	电商仓库专用移动式分拣墙	发行人	ZL202022303316.1	实用新型	2020.10.15	原始取得
2	成品装车发货设备	发行人	ZL202022275702.4	实用新型	2020.10.13	原始取得

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	取得方式
3	一种坚果烘烤入味装置	发行人	ZL201920856630.7	实用新型	2019.6.10	原始取得
4	一种坚果烘干箱	发行人	ZL201920856656.1	实用新型	2019.6.10	原始取得
5	一种便于包装的坚果包装结构	发行人	ZL201920855211.1	实用新型	2019.6.9	原始取得
6	一种防烫坚果包装袋	发行人	ZL201920855205.6	实用新型	2019.6.9	原始取得
7	一种滚筒式圆形坚果分拣机	发行人	ZL201920855204.1	实用新型	2019.6.9	原始取得
8	一种用于坚果销售的输送装置	发行人	ZL201920714589.X	实用新型	2019.5.19	原始取得
9	一种效率高的坚果加工用包装装置	发行人	ZL201920714590.2	实用新型	2019.5.19	原始取得
10	一种坚果加工用的分装装置	发行人	ZL201920707179.2	实用新型	2019.5.17	原始取得
11	一种坚果分装用的筛选装置	发行人	ZL201920707180.5	实用新型	2019.5.17	原始取得
12	一种坚果销售用的货品展示装置	发行人	ZL201920711582.2	实用新型	2019.5.17	原始取得
13	包装袋	发行人	ZL202130018633.6	外观设计	2021.1.12	原始取得
14	包装盒	发行人	ZL202030745803.6	外观设计	2020.12.4	原始取得
15	饼干包装盒	发行人	ZL201930611369.X	外观设计	2019.11.7	原始取得
16	坚果包装盒	发行人	ZL201730524217.7	外观设计	2017.10.30	原始取得
17	坚果包装袋	发行人	ZL201530361709.X	外观设计	2015.9.18	受让取得

注：根据《中华人民共和国专利法》，发明专利权的期限为二十年，实用新型专利权的期限为十年，外观设计专利权的期限为十年，均自申请日起计算。

4、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有 4 个域名，具体情况如下：

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
1	www.qdwolong.cn	发行人	2020.7.15	2024.7.15
2	www.qdwolong.com	发行人	2020.7.14	2024.7.14

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
3	www.wolons.com	发行人	2012.10.7	2024.10.7
4	www.wolong-ec.com	沃隆电子商务	2019.9.12	2023.9.12

5、软件著作权/作品著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有 15 项软件著作权/作品著作权，具体情况如下：

序号	权利人	计算机软件名称/作品名称	登记号	登记日期	取得方式
1	发行人	坚果食品生产数据管控软件 v1.0	2019SR1012516	2019.9.30	原始取得
2	发行人	休闲食品包装自动化控制系统 v1.0	2019SR1012513	2019.9.30	原始取得
3	发行人	休闲食品自动化封装管理系统 v1.0	2019SR1012507	2019.9.30	原始取得
4	发行人	食品加工智能控制系统 v1.0	2019SR1111159	2019.11.1	原始取得
5	发行人	食品质量数据管理软件 v1.0	2019SR1088147	2019.10.28	原始取得
6	发行人	沃隆每日坚果	国作登字-2018-F-00554168	2018.5.25	原始取得
7	发行人	沃隆每日坚果	国作登字-2018-F-00560612	2018.6.13	受让取得
8	发行人	小健仁	国作登字-2017-F-00411591	2017.11.29	原始取得
9	发行人	“沃隆坚果星球”曲奇包装盒	国作登字-2020-F-00979025	2020.1.15	原始取得
10	发行人	沃隆三好坚果包装袋	国作登字-2021-F-00058634	2021.3.12	原始取得
11	发行人	沃隆三好坚果包装盒	国作登字-2021-F-00058635	2021.3.12	原始取得
12	沃隆电子商务	沃小侠	国作登字-2019-F-00730936	2019.02.26	原始取得
13	发行人	沃隆大坚果	国作登字-2022-B-10019757	2022.1.26	原始取得
14	发行人	沃隆大坚果	国作登字-2022-A-10014836	2022.1.20	原始取得
15	发行人	小隆人	国作登字-2022-F-10014837	2022.1.20	原始取得

6、公司被许可或许可使用资产情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在作为被许可方使用他人资产或作为许可方允许他人使用公司资产的情况。

（三）发行人的主要经营资质

目前，公司已根据《中华人民共和国食品安全法》《食品生产许可管理办法》等法律法规的要求，并遵照所在地主管部门规定，取得了从事主营业务所需的全部相应资质或认证。报告期内，公司持续拥有该等资质，不存在无证或超出许可范围生产经营的情形。

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司获得的主要生产经营资质如下：

序号	认证名称	持有人	证书编号	发证机关	有效期至
1	食品生产许可证	发行人	SC11737021401064	青岛市城阳区行政审批服务局	2024年6月16日
2	对外贸易经营者备案登记表	发行人	04685032	对外贸易经营者备案登记机关	长期
3	海关进出口货物收发货人备案回执	发行人	海关注册编码：3702967BL6 检验检疫备案号：3701625644	中华人民共和国海关（青岛大港）	长期
4	出口食品生产企业备案证明	发行人	3700/13245	中华人民共和国青岛大港海关	长期
5	安全生产标准化证书（安全生产标准化三级企业（轻工））	发行人	鲁AQB3702QGIII202112037	青岛市应急管理局	2024年12月
6	质量管理体系认证证书	发行人	00121Q32951R1M/3700	中国质量认证中心	2024年4月2日
7	HACCP体系认证证书	发行人	001HACCP1800297	中国质量认证中心	2024年4月2日
8	食品经营许可证	沃隆电子商务	JY13702140086339	青岛市城阳区行政审批服务局	2023年5月23日
9	食品生产许可证	盖亚食品	SC11837021403498	青岛市城阳区行政审批服务局	2024年11月14日
10	仅销售预包装食品备案证明	盖亚食品	YB1370214000605	青岛市城阳区行政审批服务局	长期
11	仅销售预包装食品备案证明	隆海通达	-	青岛市黄岛区行政审批服务局	长期
12	海关进出口货物收发货人备案回执	隆海通达	海关注册编码：370266016A 检验检疫备案号：3752300541	中华人民共和国海关（青岛前湾保税港区保税功能区）	长期
13	对外贸易经营者备案登记表	隆和通达	02973336	对外贸易经营者备案登记机关	长期
14	食品生产许可证	隆森食品	SC11837021405000	青岛市城阳区行政审批服务局	2027年10月12日

六、发行人的特许经营情况

发行人及其子公司所处行业不属于特许经营行业，截至本招股说明书签署日，公司不存在已经取得的特许经营权。

七、发行人技术水平与研发情况

（一）发行人主要产品生产技术情况

公司致力于为消费者提供健康安全、品类丰富的休闲食品，以及更加便捷周到的服务体验，因此十分重视产品开发、供应链管理、质量控制以及信息系统的研发。

1、产品开发技术

序号	核心技术名称	技术优点及先进性	技术来源
1	坚果低温烘烤技术	保留坚果最大营养价值的烘烤技术参数，设定不同的加工工艺技术	自主研发
2	坚果筛选、分装、包装技术	坚果原料筛选装置、自动分装技术、自动称重和包装技术，提高生产效率，确保克重准确度及包装美观程度	自主研发

公司具有独立执行项目研发的能力，制定了成熟的新品开发流程，从开发立项、实验室试制、内部测试、市场投放等各个阶段提升产品开发效率和产出质量。

2、供应链管理技术

公司通过应用现代物流技术，以供应计划为调控枢纽，以物流管理为供应保障，以质量管理为安全保障，使公司在对产品的采购、仓储、物流、交付等方面能够合理规划、协调安排。在产品供应方面，公司销售管理部会根据各渠道的销售历史与趋势预测，分期间对商品的销售和供应进行分解预测，制定采购计划，提升采购效率。在仓储物流环节，公司通过将 NC 辅助系统与各渠道的销售系统进行全面联通，实现了在接受订单后，在就近仓库以更优方式进行订单物流交付的功能。此外，公司与各物流承运商系统进行了数据共享，从而使公司能实时监控订单当前的状态并对订单进行时效和异常管控，进一步提升了公司的物流管理能力。

3、质量控制管理技术

公司成立质控中心，从事制定公司质量管理标准、建立质量控制管理体系、对货品进行检测、供应商资质审查和管理等工作。该中心下设有体系管理部和品控部。体系管理部负责拟定质量控制制度，对产品质量进行源头管理。品控部配备了一系列的专业检测设备，具备了对产品感官、理化等方面的质量检测能力，形成了一支技术扎实、经验丰富的专业化产品质量监督团队。

4、信息技术系统

报告期内，公司为提高生产效率和质量，目前公司使用 ERP 信息技术系统，通过该系统对公司资源进行有效的共享与利用，通过信息系统对公司信息进行充分整理、有效传递，使公司的资源在购、存、产、销、人、财、物等各个方面能够得到合理地配置与利用，从而实现企业经营效率的提高，加强信息化管理。

截至招股书签署之日，公司未与客户及他方签署专利或技术授权协议，不存在对第三方的技术依赖。

（二）发行人研究开发情况

1、研发人员情况

公司高度重视技术创新和新产品研发工作，现有团队具备丰富的研发经验和深厚的技术积累，公司已形成新老结合、层次全面的研发人员架构。截至 2022 年 6 月 30 日，公司研发人员 9 人，其中硕士研究生 6 人，本科学历 3 人。公司通过建立完善的人才政策及激励机制，加强研发团队的稳定性，报告期内公司研发团队无重大变动。

2、正在研发的项目

基于产品结构、技术实力及市场需求，公司正在研发的项目如下：

序号	项目名称	项目内容	目前进展
1	脆皮风味坚果	增加脆皮裹衣类坚果产品，扩大风味坚果产品品类	试验阶段
2	儿童坚果棒	增加儿童坚果棒产品，扩大坚果棒产品品类	试验阶段
3	雪融黑芝麻丸	改变口感和外形，扩大休闲零食产品品类	试验阶段
4	土耳其杏干	增加土耳其杏干产品，扩大果干品类	试验阶段

5	黑胡椒腰果	通过工艺增加融合坚果与黑胡椒的风味，扩大风味坚果产品品类	试验阶段
6	坚果奶糕	将坚果与乳粉相结合，扩大休闲零食产品品类	试验阶段

3、研发费用构成情况

报告期内，公司研究开发费用的投入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	91.72	188.45	157.61	37.63
营业收入	43,598.27	110,791.83	88,940.51	116,487.75
占营业收入比重	0.21%	0.17%	0.18%	0.03%

公司于 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月的研发费用分别为 37.63 万元、157.61 万元、188.45 万元和 91.72 万元，占营业收入比重分别为 0.03%、0.18%、0.17%和 0.21%。公司 2019 年度研发费用较低的主要原因是研发部门处于成立初期，对产品研发费用需求较少。

（三）产品研发机制与技术创新安排

1、产品研发机制

公司以市场需求为导向，围绕“只做好坚果”的核心理念，采取“自主研发、合作实验”的研发模式，对坚果食品相关技术进行深入研发。

依托公司内外部研发团队，根据国家政策导向、根据市场信息以及自身发展规划进行相关技术的研发和升级维护，积极参与各大食品展览会，紧抓市场动向，使公司的研发成果更具有适用性、时效性等潜在的经济效益和社会效益。同时，通过对整个研发工作进行总结及归档，促进公司技术创新优势得以保持并不断提升。与此同时，为加快研发速度、指导研发工作、提高技术人员素质、防止技术人才的流失等，公司还制定了多项制度，有效为公司提供良好的技术创新环境，充分调动研发人员的积极性，有利于形成公司科技创新优势。

2、研发激励机制

绩效考核方面，公司主要从项目难易程度、项目目标实现情况、项目执行情况、项目进度、成本控制情况及项目团队协作情况等方面对研发项目进行评价，

对不同研发项目制定了不同的激励标准。项目开发奖励方面，公司制定了一整套奖励体系，对加快项目开发做出重要贡献的员工，给予经济奖励和荣誉奖励。

3、人才发展机制

公司为建立和完善人才职业发展通道，促进技术人才的挖掘、开发与培养，制定了人才引进及培养制度，通过吸引和聘用外来技术人才参与企业的技术创新，将企业自主研发与引进技术相结合，大力推进技术创新及成果产业化。

（四）合作研发情况

公司主要核心技术来源于自主研发，同时，公司也积极开展与当地研究院、大学等科研单位的技术合作，与行业协会保持密切交流，并聘请了大学教授和专家担任技术顾问，有效地提升公司的产品研发、市场技术服务和产品应用水平。公司积极参与产学研合作，与青岛特种食品研究院合作进行坚果研发相关合作。

八、发行人的质量管理情况

（一）质量控制体系

为确保产品长期、合格、稳定、安全，公司依据国家相关法律法规和产业政策，结合生产实际，构建了完善的质量控制体系，建立了严格的质量控制标准。公司及自建工厂通过了 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 质量体系认证和 BRC 食品安全全球标准体系认证，并获得由 BRC 认证的 A 级证书，得到了国际权威组织的认可。同时，公司制定了一系列的质量控制制度和标准，贯穿采购到销售的整个业务流程，明确了原料采购、生产加工、物流运输等各自的质量责任以及应对措施。

1、原材料和采购流程的质量控制

公司制定了《采购管理制度》，严格按照《采购管理制度》的要求，通过订单采购的方式从供应商处取得原材料、辅料、包材等，采购区域可大致分为境内采购与境外采购。对于供应商的选择，公司对合作供应商和委外加工厂商进行资质和现场生产环境的评估审核，并提出整改建议，保证纳入供应链的所有合作伙伴具有持续稳定提供高品质产品的能力。公司只选择合格的原料供应商，禁止采购三无或标识不全的产品进厂。通过原料的检验和供应商提供的检验报告或相应

的资格证明，查验原料是否符合相关产品标准的规定，若有不合格品则拒收，必要时发送到相关权威机构检测确认。

2、生产加工过程的质量控制

公司通过一系列的电子化食品生产系统将生产信息电子化、平台化管理，利用 NC 辅助系统、ERP 信息技术系统、一物一码追溯系统协助公司追溯、控制生产过程中可能出现的质量问题，利用食品加工智能控制设备、食品自动化生产及封装设备减少人为错误，有效保证了公司食品安全生产的需求。

3、成品的质量控制

公司根据检验标准对成品进行严格的入库、出厂检验。公司制定严格的成品入库流程，成品将被喷码、装盒并且电子记录，化验员按照企业标准要求进行取样并进行化验分析，检核合格方可入库，检验结果不合格按照《不合格处理程序》处理；并且为保证公司质检部门检验的准确性，公司定期抽取成品向第三方检测机构送样进行型式检验，验证重要指标如添加剂、重金属、微生物等安全性。为保证产品质量安全的持续改进，公司建立了质量安全体系定期滚动内审、生产工艺定期评审、产品配方定期评审制度以及开展质量控制小组定期交流工作会。

报告期内，公司未发生食品安全突发事件。

（二）质量纠纷及处罚情况

报告期内，公司不存在重大产品质量纠纷，不存在因产品质量问题导致的重大诉讼或大额赔偿。

九、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在境外经营的情况。

第七节 同业竞争及关联交易

一、独立运营情况

公司具有独立、完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（一）资产独立

公司作为休闲食品生产企业，具备与生产、经营有关的业务体系及主要相关资产，包括拥有完整的与经营业务有关的营运管理系统和配套设施，合法拥有与经营有关的办公场所、机器设备、商标、专利和非专利技术的所有权或者使用权，该等资产不存在法律纠纷或潜在纠纷，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资产产权界定明晰。

（二）人员独立

公司建立了独立的劳动、人事和薪酬管理体系。公司的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门，并配备了专职的财务人员。公司已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司独立在银行开立账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业合并纳税的情况。

（四）机构独立

公司已建立、健全了内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司拥有独立的采购、生产、销售队伍，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公允的关联交易。

经保荐机构核查，发行人已达到发行监管对公司独立性的基本要求，以上关于公司独立性的披露内容真实、准确、完整。

二、同业竞争情况

（一）关于同业竞争情况的说明

1、截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人均未持有其他任何与公司经营相同或相似业务的企业股权，未开展任何与公司相同或相似的生产经营活动，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司之间不存在同业竞争的情况。

2、截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的企业、主营业务情况如下：

序号	名称	关联关系	营业范围	是否构成同业竞争
1	沃隆控股	实际控制人控股企业	一般项目：自有资金投资的资产管理服务；以自有资金从事投资活动；企业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	否
2	金沃投资	实际控制人控股企业	以自有资金进行股权投资、资产管理、创业投资、创业投资管理；以自有资金投资。（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务）；企业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	否
3	欣沃农业	实际控制人与史丽共同控制的企业	从事农业种植领域内的技术研发、技术咨询、技术服务、技术转让；种植、加工、销售（不含冷库）：蔬菜、水果、花卉、苗木、谷类、中草药（国家禁止或限制的除外）；销售：化肥、机械设备、建材；旅游项目开发；会议会务服务，展览展示服务；园区管理服务；货物及技术进出口。经营其他无需行政审	否

序号	名称	关联关系	营业范围	是否构成同业竞争
			批即可经营的一般经营项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	

（二）公司控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为保护公司及公司其他股东利益，公司控股股东、实际控制人杨国庆已签署《避免同业竞争承诺函》，作出如下承诺：

“1、本人确认，截至本承诺函出具之日，本人及下属企业（沃隆食品及其下属企业除外；下同）未直接或间接投资于任何与沃隆食品及下属企业存在有相同或类似业务的企业或经济实体，未经营且没有为他人经营与沃隆食品及下属企业相同或类似的业务；本人及下属企业与沃隆食品及其下属企业不存在同业竞争。

2、本人承诺，未来本人及下属企业将不从事任何与沃隆食品及其下属企业的业务构成或可能构成直接或间接竞争的业务或活动，且不会新设或收购与沃隆食品及其下属企业从事相同或类似业务的企业、实体。

3、如本人及下属企业发现任何与沃隆食品及其下属企业的主营业务构成竞争关系的新业务机会，本人/本企业将立即书面通知沃隆食品及其下属企业，并尽力促使该业务机会按合理和公平的条款和条件首先提供给沃隆食品及其下属企业。

4、下属企业：就本承诺函的任何一方而言，指由该方直接或者间接控制的企业。

5、本人促使本人的下属企业遵守上述承诺。如本人及下属企业违反上述承诺而导致沃隆食品或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。

6、本承诺函一经签署立即生效，在沃隆食品的首发上市申请在中国证监会或其授权的相关部门审核期间（包括已获批准进行公开发行但成为上市公司前的期间）和沃隆食品作为上市公司存续期间持续有效，但自下列较早时间起不再有效：（1）沃隆食品不再是上市公司；（2）依据沃隆食品所应遵守的相关规则，本人不再是沃隆食品的实际控制人。”

三、关联方与关联交易

（一）关联方及其关联关系

根据《公司法》《上海证券交易所股票上市规则》和《企业会计准则第 36 号——关联方的披露》等法律、法规及规范性文件的有关规定，截至 2022 年 6 月 30 日，公司关联方及关联关系如下：

1、发行人的控股股东、实际控制人

杨国庆为发行人的控股股东、实际控制人，直接持有发行人 74.10%的股权，通过沃隆控股间接控制发行人 15.00%的股权，合计控制公司 89.10%的股权。

2、发行人的董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员

发行人的董事、监事和高级管理人员情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”。

上述关联自然人关系密切的家庭成员（包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母）也属于公司的关联方。

3、除控股股东、实际控制人以外，直接持有发行人 5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	沃隆控股	持有发行人 15%股份的股东；发行人控股股东、实际控制人杨国庆控制的企业
2	沃隆达资产	持有发行人 6.02%股份的股东

4、发行人控股股东、实际控制人及其关系密切家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的其他企业

序号	关联方名称	关联关系
1	沃隆控股	持有发行人 15%股份的股东；发行人控股股东、实际控制人杨国庆控制的企业
2	金沃投资	实际控制人杨国庆控制的企业
3	欣沃农业	实际控制人与史丽共同控制、实际控制人姐夫孙光辉担任执行董事、总经理的企业
4	光辉贸易	实际控制人姐姐杨丹、姐夫孙光辉控制的企业

5、除前述披露的关联方外，前述关联自然人直接或者间接控制的或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的除上市公司、控股子公司及控制的其他主体以外的法人（或者其他组织）

序号	关联方名称	关联关系
1	青岛鼎瑞商贸有限公司	发行人监事王金伟之母王会凤持股 90.00%并担任执行董事和经理、王金伟之妻韩春梅持股 10.00%的企业
2	青岛瑞联家用纺织品有限公司	发行人独立董事孙建强配偶之弟李刚持股 20.00%并担任总经理的企业

6、发行人直接或间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
1	青岛沃隆电子商务有限公司	发行人全资子公司
2	青岛盖亚食品有限公司	发行人全资子公司
3	青岛隆海通达国际贸易有限公司	发行人全资子公司
4	青岛隆和通达食品有限公司	发行人全资子公司

7、根据实质重于形式的原则认定的其他关联方

序号	关联方姓名	关联关系
1	史丽	发行人控股股东、实际控制人杨国庆之前妻，基于实际重于形式原则认定为公司关联方

除前述已披露的关联方外，过去 12 个月内具有前述 1-6 项所列情形之一的法人、其他组织或自然人，也构成发行人的关联方。

8、报告期内曾存在且与发行人发生关联往来的重要关联方

报告期内，曾存在且与发行人发生关联往来的其他关联方情况如下：

序号	关联方姓名/名称	关联关系
1	张立业	报告期内其曾持有沃隆有限 5.00%以上股权并曾担任沃隆有限监事
2	黄绪锋	报告期内其曾持有沃隆有限 5.00%以上股权并曾担任沃隆有限总经理
3	沃隆国际	发行人控股股东、实际控制人杨国庆曾持股 60.00%并担任执行董事兼总经理的企业，该企业已于 2020 年 12 月 16 日注销

（二）经常性关联交易

1、出售商品

单位：万元

关联方	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
光辉贸易	坚果类产品销售	-	-	21.62	330.30

2、关联租赁

2019 年 10 月 1 日，杨仕语与公司签订《房屋租赁协议》，约定无偿提供位于青岛市李沧区东山路四路 36-74 号，面积 275.57 平方米的房屋供公司使用，使用期限共 20 年，自 2019 年 10 月 1 日至 2039 年 9 月 30 日。

杨仕语将该处房产租给发行人使用，不收取租金。发行人参考同地段房租的公允价格情况，经测算而确认了相关租赁费用，并同时按照杨仕语提供等额捐赠而调整资本公积。

（1）2021 年-2022 年 6 月

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，在首次执行日确认使用权资产 409.31 万元，同时确认因杨仕语捐赠而形成的资本公积。

（2）2019 年-2020 年

单位：万元

关联方	租赁资产种类	2020 年度	2019 年度
杨仕语	房屋建筑物	32.83	8.21

公司在 2019 年-2020 年执行旧准则，按照相应房产参考同地段房租的公允价格确认的租金确认相关费用，同时确认因杨仕语捐赠而形成的资本公积。

3、关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员薪酬	152.47	274.96	224.58	204.83

（三）偶发性关联交易

1、关联方资金拆借

报告期内，公司因日常经营需要，向两位股东进行资金拆借，并约定年化利率 4.35%，相关资金拆借情况如下：

单位：万元

年度	关联方	期初余额	新增借款	本年利息	本年本息偿还	期末余额
2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-
2021 年度	杨国庆	31.40	-	1.03	32.43	-
2020 年度	杨国庆	3,591.53	31.40	69.13	3,660.66	31.40
	张立业	1,721.78	-	32.05	1,753.83	-
2019 年度	杨国庆	-	4,761.00	32.67	1,202.14	3,591.53
	张立业	1,650.00	-	71.78	-	1,721.78

2、关联方资产转让

报告期内，公司从欣沃农业处收购盖亚食品 70.00%的股权：

单位：万元

关联方	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
欣沃农业	盖亚食品股权	-	-	350.00	-

（1）盖亚食品的基本情况

2019 年，随着发行人原有坚果类产品逐渐成熟，品牌知名度不断提升，为进一步提高公司的市场竞争力，公司拟围绕坚果产品扩展产品品类，并降低对单一品类的依赖度；陈孟淳曾有过烘焙食品的经营管理经验，且作为发行人罐类包装产品的供应商，与发行人实际控制人杨国庆较为熟络，经双方协商，拟合作推出“坚果曲奇”类新品。由于对该新产品的市场预判尚不明朗，出于谨慎性考虑，通过杨国庆与家庭成员史丽共同控制的青岛欣沃农业科技有限公司出资，与陈孟淳共同设立盖亚食品。由于盖亚食品与发行人业务重合度较高，且在发行人的战略规划范畴内，故盖亚食品实际由杨国庆进行经营管理。

盖亚食品成立于 2019 年 6 月 13 日，成立之初由欣沃农业持股 70%、陈孟淳持股 30%。

（2）发行人收购盖亚食品的必要性及过程

盖亚食品成立后，一直从事烘焙产品的生产与销售，且与发行人之间存在业务往来。发行人为规范关联交易，提高资产和业务的独立性、完整性，于 2020 年初开始筹划收购盖亚食品 100%股权事宜，本次收购具有合理性和必要性。

考虑到盖亚食品 2019 年 12 月才正式投产，且经营状态尚未达预期，因此经相关各方协商，决定由发行人收购盖亚食品的全部股权，并分别在 2020 年 6 月和 8 月通过股权转让的方式分别受让欣沃农业持有的 70%的股权和陈孟淳持有的 30%的股权。

（3）收购价格确认方式及其公允性

经相关各方协商，本次收购按照原出资额定价。本次收购实施时，发行人聘请了青岛茂生会计师事务所（普通合伙）、坤元资产评估有限公司、天健会计师对盖亚食品的资产情况进行审计和评估；并出具《审计报告》（青茂会审字〔2020〕第 8-2515 号）、《审计报告》（天健审[2022]9764 号）和《评估报告》（坤元评报[2021]840 号），截至 2020 年 5 月 31 日，盖亚食品经审计的净资产为 325.62 万元，股东全部权益的评估值为 524.60 万元。

因此，本次收购系在审计、评估的基础上，由各方协商一致定价，定价依据合理，具有公允性。

3、关联方无偿替发行人支付房产购置相关税费等费用

2019 年 9 月，实际控制人杨国庆为公司购置的房产无偿支付相关税费共计 79.53 万元。

（四）关联方应收应付款项

1、预收账款

单位：万元

关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
光辉贸易	-	-	-	215.99

2、应付账款

单位：万元

关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
沃隆国际	-	-	-	5,969.12

3、其他应付款

单位：万元

关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
杨国庆	-	-	31.40	3,591.53
张立业	-	-	-	1,721.78

四、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司向光辉贸易销售商品、支付关键管理人员薪酬、向杨仕语租赁房产及与关联方之间资金拆借事项，具备必要性、合理性、公允性，并已按照《公司章程》的规定履行了关联交易决策程序，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果不会产生重大不利影响。

五、关联交易决策程序

（一）关联交易决策程序的主要规定

为了规范关联交易行为，公司已在《公司章程》《关联交易管理制度》中明确了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。其中《公司章程》中规定股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。《关联交易管理制度》对关联交易的决策权限、程序等事项做出了严格规定，股东大会、董事会表决关联交易事项时，关联股东、关联董事对关联交易应执行回避制度，以保证关联交易决策的公允性。公司在报告期内的关联交易，均已经公司股东大会确认。

（二）关联交易决策程序的履行情况

公司第一届董事会第四次会议和 2022 年第三次临时股东大会分别审议通过《关于确认公司最近三年关联交易事项的议案》，对公司在 2019 年度、2020 年度和 2021 年度与关联方发生的关联交易予以确认。其中，关联董事、关联股东在上述审议关联交易时履行了回避程序。

公司独立董事就报告期内的关联交易发表了独立董事意见，认为公司报告期内的关联交易均基于真实意愿发生，具有合理性、必要性。报告期内的关联交易已按照法律、法规及当时有效的公司章程，履行了内部决策程序和相关批准手续，交易价格定价公允。报告期内不存在通过关联交易操纵利润、损害公司和公司股东特别是中小股东利益等情形。

六、发行人减少关联交易的措施

（一）减少和规范关联交易的措施

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。《公司章程》及《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作细则》和《关联交易管理制度》等对关联交易的决策权力和程序，以及股东大会及董事会关联股东的回避和表决程序均作出了详细的规定，公司将严格遵照执行。

公司董事会目前聘任了三名独立董事，独立董事人数超过董事会总人数的 1/3，并建立了相应的独立董事工作细则。

对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度以及信息披露制度，并进一步完善公司独立董事工作制度，加强独立董事对关联交易的监督，保证关联交易的公平、公正、公开，避免关联交易损害本公司及股东利益。

（二）发行人控股股东、实际控制人关于减少关联交易的承诺

为规范和减少关联交易，确保公司独立规范运作，公司控股股东、实际控制人出具了《关于青岛沃隆食品股份有限公司规范关联交易的承诺函》，作出如下承诺：

“1、本人及下属企业以及本人担任董事、高级管理人员的经济实体（以下简称“任职企业”）（沃隆食品及其下属企业均除外；下同）将尽可能地避免和减少与沃隆食品及下属企业之间的关联交易。

2、本人承诺不利用本人的地位及影响谋求与沃隆食品及其下属企业达成交易的优先权利。

3、对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本人承诺将遵循公平合理、价格公允的原则，按照相关法律、法规、规章及其他规范性文件以及沃隆食品公司章程及其他内部治理制度的规定履行相关程序和信息披露义务，切实保护沃隆食品及其中小股东的利益。

4、本人将促使本人的下属企业及任职企业遵守上述承诺。如本人或本人的下属企业及任职企业违反上述承诺而导致沃隆食品及其下属企业或股东的权益受到损害，本人将促使下属企业将依法承担相应的法律责任。

5、下属企业：就本承诺函的任何一方而言，指由该方直接或者间接控制的企业。

6、本承诺函一经签署立即生效，在沃隆食品的首发上市申请在中国证监会或其授权的相关部门审核期间（包括已获批准进行公开发行但成为上市公司前的期间）和沃隆食品作为上市公司存续期间持续有效，但自下列较早时间起不再有效：（1）沃隆食品不再是上市公司；（2）依据沃隆食品所应遵守的相关规则，本人不再是沃隆食品的实际控制人。”

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事、高级管理人员简介

（一）董事会成员

公司董事会由 7 名成员组成，其中包括 3 名独立董事。依据《公司章程》《青岛沃隆食品股份有限公司独立董事工作细则》，本公司董事由股东大会选举产生，任期三年，并可连选连任，独立董事连任时间不超过六年。董事任期自就任之日起，至本届董事会任期届满为止。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

公司现任董事会成员组成情况如下：

姓名	任职	提名人	本届任职期限
杨国庆	董事长、总经理	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
王国坚	董事、财务总监、董事会秘书	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
王萍	董事	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
安宝征	董事	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
房立棠	独立董事	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
孙建强	独立董事	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
权锡鉴	独立董事	股东提名	2022 年 2 月-2024 年 9 月

公司董事简历如下：

杨国庆的具体情况请参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人”之“（二）发行人的控股股东、实际控制人”。

王国坚，男，1974 年出生，中国国籍，身份证号 4306261974********，本科学历，无境外永久居留权。1999 年 7 月至 2007 年 6 月，历任得利斯集团有限公司统计科长、审计科长、成本处长、财务处长；2007 年 6 月至 2011 年 8 月，历任山东得利斯食品股份有限公司财务经理、财务副总监；2011 年 8 月至 2016 年 3 月，任青岛波尼亚食品有限公司财务副总经理；2016 年 10 月至 2017 年 10 月，任海鲜盛宴海产资源有限公司财务副总经理；2017 年 10 月至 2021 年 9 月，任沃隆有限财务副总经理；2021 年 9 月至今，担任发行人董事、财务总监、董事会秘书。

王萍，女，1991 年出生，中国国籍，身份证号 3702131991********，本科学历，无境外永久居留权。2014 年 6 月至 2016 年 5 月，任青岛海尔文化产业发展有限公司策划专员；2016 年 5 月至 2017 年 7 月，任青岛鲁诺企业管理有限公司策划主管；2017 年 8 月至 2021 年 9 月，历任沃隆有限新媒体运营职员、总经理助理、品牌总监；2021 年 9 月至今，担任发行人董事、品牌总监。

安宝征，男，1985 年出生，中国国籍，身份证号 3711021985********，本科学历，无境外永久居留权。2008 年 7 月至 2015 年 6 月，任青岛/天津顶益食品有限公司财务科长；2015 年 7 月至 2016 年 8 月，任青岛道格拉斯洋酒有限公司财务经理；2016 年 9 月至 2017 年 11 月，任青岛波尼亚食品有限公司财务经理；2017 年 12 月至 2021 年 9 月，历任沃隆有限财务总监、销售总监；2021 年 9 月至今，担任发行人董事、销售总监。

房立棠，男，1968 年出生，中国国籍，身份证号 3728291968********，硕士，无境外永久居留权。1994 年 7 月至 1996 年 2 月，任青岛纺联集团技术员；1996 年 2 月至 2012 年 5 月，历任山东德衡律师事务所律师、合伙人、高级合伙人；2012 年 5 月至今，历任北京德和衡律师事务所高级合伙人、副总裁。2021 年 9 月至今，担任发行人独立董事。

孙建强，男，1964 年出生，中国国籍，身份证号 3702021964********，博士，无境外永久居留权，中国海洋大学管理学院会计学系三级教授。1985 年 7 月至 1987 年 9 月，任山东海洋学院助教；1990 年 7 月至 1995 年 12 月，历任青岛海洋大学助教、讲师；1995 年 12 月至今，历任中国海洋大学副教授、教授、三级教授；2008 年 2 月至今，兼任中国海洋大学会计硕士（MPAcc）教育中心副主任。2021 年 9 月至今，担任发行人独立董事。

权锡鉴，男，1961 年出生，中国国籍，身份证号 3702021961********，博士，无境外永久居留权，中国海洋大学教授。1983 年 8 月至 1985 年 5 月，任曲阜师范大学教师；1987 年 6 月至今，历任中国海洋大学助教、讲师、副教授、教授。2022 年 2 月至今，担任发行人独立董事。

（二）监事会成员

发行人监事会由 3 名监事组成，其中包括 1 名职工代表监事。依据《公司章程》，监事每届任期届满可连选连任。

公司监事会成员组成情况如下：

姓名	任职	提名人	本届任职期限
刘金栋	监事会主席	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月
刘悦涛	职工代表监事	职工代表大会	2021 年 9 月-2024 年 9 月
王金伟	监事	股东提名	2021 年 9 月-2024 年 9 月

公司监事简历如下：

刘金栋，男，1981 年出生，中国国籍，身份证号 3702841981********，本科学历，无境外永久居留权。2003 年 8 月至 2008 年 6 月，任海信集团有限公司人力资源主管；2008 年 6 月至 2010 年 2 月，任烟台欣和企业食品有限公司人力资源总助；2010 年 2 月至 2011 年 8 月，任青岛鲜品屋实业有限公司人力资源经理、生产总监；2011 年 8 月至 2017 年 11 月，任山东和实集团有限公司人力资源总经理；2017 年 11 月至 2021 年 9 月，任沃隆有限人力资源总监、审计总监；2021 年 9 月至 2022 年 2 月，任发行人监事会主席、审计总监；2022 年 2 月至今，任发行人监事会主席、采购总监。

刘悦涛，男，1981 年出生，中国国籍，身份证号 3702851981********，专科学历，无境外永久居留权。2006 年 9 月至 2016 年 9 月，任莱西市建筑总公司科员；2014 年 9 月至 2016 年 11 月，任青岛品润园林绿化有限公司执行董事兼法定代表人；2015 年 5 月至 2022 年 4 月，任青岛天樱纺织品有限公司监事；2017 年 7 月至 2021 年 9 月，历任沃隆有限行政部主管、行政部经理、监事；2021 年 9 月至今，任发行人职工代表监事、行政部经理。

王金伟，男，1982 年出生，中国国籍，身份证号 3706851982********，本科学历，无境外永久居留权。2005 年 9 月至 2006 年 10 月，任青岛德宝花园大酒店前台接待员；2006 年 10 月至 2008 年 5 月，任青岛俊锋国际物流有限公司海运操作员；2008 年 5 月至 2010 年 3 月，任青岛锐贸工贸有限公司外贸业务员；2010 年 3 月至 2011 年 4 月，任青岛奈普秋恩服装有限公司网销主管；2011 年 8

月至 2014 年 11 月，任青岛鲜品屋实业有限公司网销主管；2015 年 4 月至 2019 年 1 月，任青岛沃隆国际贸易有限公司网销经理；2019 年 1 月至 2020 年 11 月，历任青岛沃隆电子商务有限公司产品管理经理、分销经理；2020 年 11 月至 2021 年 9 月，历任沃隆有限市场中心客户管理经理、销售管理部渠道管理经理；2021 年 9 月至今，担任发行人监事、采购经理。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员由 3 名成员组成，包括总经理 1 名、副总经理 1 名、财务总监兼董事会秘书 1 名，基本情况如下：

姓名	任职	本届任职期限
杨国庆	董事长、总经理	2021 年 9 月-2024 年 9 月
王国坚	董事、财务总监、董事会秘书	2021 年 9 月-2024 年 9 月
左克利	副总经理	2021 年 9 月-2024 年 9 月

公司高级管理人员简历如下：

杨国庆，男，简历参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”相关内容。

王国坚，男，简历参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”相关内容。

左克利，男，1986 年出生，中国国籍，身份证号 3702851986********，硕士，无境外永久居留权。2013 年 7 月至 2016 年 7 月，任正大食品企业（青岛）有限公司生产计划专员；2016 年 8 月至 2021 年 9 月，历任沃隆有限生产主管、生产副经理、生产总监、副总经理；2021 年 9 月至今，担任发行人副总经理。

（四）董监高与他方的竞业禁止、保密协议情况

公司董监高皆未与原单位等其他方签署竞业禁止协议、保密协议。截至本招股说明书签署日，不存在纠纷或潜在纠纷。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长、总经理杨国庆直接持有公司 74.10%的股份，杨国庆近亲属杨丹、杨靖、杨国荣分别直接持有公司 1.20%的股份；除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属均未直接持有公司股份。

上述人员直接持有的公司股份不存在质押或冻结及其他权利限制的情况。

（二）间接持股情况

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

姓名	在本公司任职/亲属关系	间接持股主体	在间接持股主体所占权益比例	折算后间接持有公司权益比例
杨国庆	董事长、总经理	沃隆控股	70.00%	10.50%
		隆璟达投资	54.69%	0.70%
王国坚	董事、财务总监、董事会秘书	沃隆达资产	7.69%	0.46%
王萍	董事	沃隆达资产	5.50%	0.33%
安宝征	董事	沃隆达资产	5.51%	0.33%
刘金栋	监事会主席	沃隆达资产	3.85%	0.23%
刘悦涛	职工代表监事	沃隆达资产	1.66%	0.10%
王金伟	监事	沃隆达资产	1.54%	0.09%
左克利	副总经理	沃隆达资产	5.45%	0.33%
杨仕语	杨国庆之子	沃隆控股	30.00%	4.50%

上述人员所持有沃隆控股、沃隆达资产、隆璟达投资的出资及间接持有的本公司股份不存在任何质押、冻结及其他权利限制的情况。

三、董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除本招股书“第七节 同业竞争及关联交易”之“三、关联方与其关联关系”之“（一）关联方及其关联关系”所披露的公司外，发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员不存在对外投资的情况。

四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

公司现任董事、监事、高级管理人员 2021 年从公司领取的薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	薪酬情况
1	杨国庆	董事长、总经理	44.64
2	王国坚	董事、财务总监、董事会秘书	40.44
3	王萍	董事	36.64
4	安宝征	董事	46.94
5	房立棠	独立董事	2.00
6	权锡鉴	独立董事	0.00
7	孙建强	独立董事	2.00
8	刘金栋	监事会主席	32.74
9	刘悦涛	职工代表监事	10.58
10	王金伟	监事	21.37
11	左克利	副总经理	35.61

注：权锡鉴于 2022 年 2 月就任发行人独立董事，故 2021 年未领取薪酬。

五、董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员除在本公司担任职务外，在其他单位所担任职务情况如下：

姓名	公司职务	主要兼职单位	兼职职务	与公司的关系
杨国庆	董事长、总经理	沃隆控股	执行董事	法人股东
		金沃投资	执行董事兼总经理	实际控制人控制的其他企业
安宝征	董事	沃隆电子商务	总经理	子公司
		隆和通达	执行董事兼总经理	子公司
		隆森食品	财务负责人	子公司
王金伟	监事	沃隆电子商务	监事	子公司
刘悦涛	职工代表监事	沃隆控股	监事	法人股东
		盖亚食品	监事	子公司
房立棠	独立董事	青岛威奥轨道股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		山东索力得焊材股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业

姓名	公司职务	主要兼职单位	兼职职务	与公司的关系
		青岛恒信服饰有限公司	监事	无关联关系
		北京德和衡律师事务所	高级合伙人、副总裁	无关联关系
孙建强	独立董事	青岛中资中程集团股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		利群商业集团股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		青岛酷特智能股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		海利尔药业集团股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		青岛正望新材料股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		山东同成医药股份有限公司	独立董事	独立董事任独立董事的企业
		中国海洋大学	教授	无关联关系
权锡鉴	独立董事	青岛东方铁塔股份有限公司	独立董事	无关联关系
		青岛双星股份有限公司	独立董事	无关联关系
		青岛高测科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
		青岛金王应用化学股份有限公司	独立董事	无关联关系
		中国海洋大学	教授	无关联关系

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他兼职情况。该等人员兼职情况不影响其在公司处履职，不存在利益冲突。

六、董事、监事、高级管理人员之间存在的关系情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议及相关重要承诺

（一）发行人与董事、监事、高级管理人员签订的协议

公司已与非独立董事、监事、高级管理人员签订了《劳动合同》《保密协议》和《竞业禁止协议》，与独立董事签订了《聘任协议》，截至本招股说明书签署日，上述合同或协议均正常履行。

（二）发行人董事、监事及高级管理人员作出的重要承诺

公司董事、监事及高级管理人员关于股份锁定和持股意向、稳定股价、被摊薄即期回报填补措施、招股说明书信息披露、未履行承诺的约束性措施等的承诺，请参见本招股说明书之“重大事项提示”。

八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员由公司股东大会、董事会、职工代表大会选举产生和聘任，符合《证券法》《公司法》《公司章程》规定的任职资格，不存在被中国证监会认定为市场禁入者的情形，不存在因违反相关法律法规而受到刑事处罚或曾经涉及刑事诉讼的情形。

发行人现任独立董事任职符合中组部以及教育部关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题的相关规定的情形。

公司非独立董事、监事、高级管理人员均与公司签署了竞业禁止协议，除此之外，前述人员均不存在与其他单位签署竞业禁止协议的情况，不存在就此产生纠纷或者潜在纠纷的情况。

报告期内公司董事、监事及高级管理人员不存在重大违法违规行为，不存在因违法违规而受到行政处罚的情形，不存在其他不得担任董监高的情形。

九、董事、监事及高级管理人员报告期内的变动情况

报告期内，公司董事、监事与高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。

（一）董事成员变动情况

2021 年 9 月 28 日，发行人召开股份公司创立大会，选举杨国庆、王国坚、安宝征、王萍、房立棠、孙建强、孙宗军为公司董事，其中房立棠、孙建强、孙宗军为独立董事。同日，发行人召开第一届董事会第一次会议，选举杨国庆为公司董事长。

2022 年 2 月 24 日，发行人召开 2022 年第一次临时股东大会，会议同意孙宗军因个人原因辞去公司独立董事的职务，同意选举权锡鉴为公司独立董事。

（二）监事成员变动情况

2020 年 8 月 28 日，沃隆有限召开股东会议同意免去张立业监事职务，选举刘悦涛为公司监事。

2021 年 9 月 28 日，发行人召开股份公司创立大会，选举刘金栋、王金伟为公司监事；同日，发行人召开职工代表大会，选举刘悦涛为职工代表监事。同日，发行人召开第一届监事会第一次会议，选举刘金栋为监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2019 年 2 月 14 日，沃隆有限执行董事决定解聘黄绪锋公司经理职务，聘任杨国庆为公司经理。

2021 年 9 月 28 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，聘任杨国庆为公司总经理，聘任王国坚为公司财务总监兼任董事会秘书，聘任左克利为公司副总经理。

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员的调整符合法律法规和规范性文件以及公司章程等有关规定。公司董事、监事及高级管理人员在报告期内未发生重大不利变化。

第九节 公司治理

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理结构，以及股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，并建立了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略与投资委员会等董事会专门委员会。上述机构和人员能够切实履行应尽的职责和义务。

上述人员和机构能够按照国家法律法规和公司章程的规定，履行各自的权利和义务，公司重大生产经营决策、关联交易决策、投资决策和财务决策能严格按照公司章程规定的程序和规则进行，能够切实保护中小股东的利益，未出现重大违法违规行为。

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规的要求，并参照上市公司治理规则的要求，公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理结构，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》《董事会秘书工作制度》等公司治理制度，明确了股东大会、董事会、监事会及管理层之间的权责范围和工作程序。通过对上述规章制度的制定和执行，公司已逐步建立健全了符合上市公司治理要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会的建立健全

公司根据《公司章程》《证券法》和《上市公司股东大会规则》的规定，并参照上市公司的要求，结合公司实际情况，制定了《股东大会议事规则》。公司股东大会是公司最高权力机构，由全体股东组成，股东大会按照《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定履行职责、行使职权。

2、股东大会的运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了四次股东大会。公司股东大会已根据《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》等规定规范运作。公司定期召开年度股东大会，并在需要时召开临时股东大会。

公司股东大会对公司董事、监事和独立董事的选举、《公司章程》及其他主要管理制度的规定、本次发行的决策和募集资金投向等议案作出了有效决议。

公司依照有关法律、法规及《公司章程》的规定建立股东大会制度，股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极作用。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会的建立健全

公司根据《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》及其他有关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，结合公司的实际情况，制定了《董事会议事规则》。董事会按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》的规定履行职责、行使职权。公司董事会由 7 名董事组成，其中非独立董事 4 名，独立董事 3 名，独立董事包括会计专业人士。董事会设董事长 1 名。董事任期 3 年，任期届满，可连选连任。

公司董事会下设战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，各委员会均有 3 名委员。除战略与投资委员会外，独立董事在各委员会成员中占有二分之一以上比例。各专门委员会均已制定工作制度，并按照工作制度的规定履行职责，行使职权。

2、董事会及下设专门委员会的运行情况

（1）董事会运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了七次董事会会议。公司董事会已根据《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等规定规范运作。董事会定期召开董事会会议，并在需要时召开临时董事会会议。各董事按照《公司法》《公司章程》等规定切实行使权利并履行职责、义务。

（2）专门委员会运行情况

公司董事会下设战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。公司的专门委员会全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中有一名独立董事是会计专业人士。

1）战略与投资委员会

战略与投资委员会的主要职责为：对公司长期发展战略规划和重大投资决策进行研究，并向董事会提出建议；评估公司各类业务的总体发展状况，并向董事会及时提出发展战略规划调整建议；审议公司的经营计划、投资和融资方案，并向董事会提出建议；审议年度财务预算、决算方案，并向董事会提出建议；监督、检查公司经营计划和投资方案的执行情况；评估公司的治理状况，并向董事会提出建议；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

战略与投资委员会自成立以来，严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《战略与投资委员会工作制度》等相关规定规范运作。

公司本届战略与投资委员会委员为杨国庆、王萍、孙宗军，由公司第一届董事会第一次会议选举产生，其中杨国庆担任主任委员。

2022 年 2 月 9 日，公司第一届董事会第二次会议同意孙宗军由于个人原因辞去独立董事、提名委员会主席、战略与投资委员会委员的职务，同意选举权锡鉴作为公司独立董事并担任董事会提名委员会主席、战略与投资委员会委员。

2）审计委员会

审计委员会的主要职责为：监督及评估外部审计机构工作，提议聘请或者更换外部审计机构；监督及指导内部审计工作，负责内部审计与外部审计的协调；审核公司的财务信息，审阅公司财务报告并发表意见；监督及评估公司的内部控制，评估内部控制的有效性；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构与的沟通；公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

审计委员会自成立以来，严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《审计委员会工作制度》等相关规定规范运作。

公司本届审计委员会委员为孙建强、王国坚、房立棠，由公司第一届董事会第一次会议选举产生，其中孙建强担任主任委员。

3）提名委员会

提名委员会的主要职责为：研究董事、高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；遴选合格的董事人选和高级管理人员人选；对董事人选和高级管理人员人选进行审核并提出建议；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

提名委员会自成立以来，严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《提名委员会工作制度》等相关规定规范运作。

公司本届提名委员会委员为孙宗军、杨国庆、房立棠，由公司第一届董事会第一次会议选举产生，其中孙宗军担任主任委员。

2022 年 2 月 9 日，公司第一届董事会第二次会议同意孙宗军由于个人原因辞去独立董事、提名委员会主席、战略与投资委员会委员的职务，同意选举权锡鉴作为公司独立董事并担任董事会提名委员会主席、战略与投资委员会委员。

4）薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会的主要职责为：研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案；拟订董事的履职评价办法，董事、监事的薪酬方案（其中监事的薪酬方案征询监事会意见），报经董事会同意后提交股东大会决定；组织董事的履职评价，提出对董事薪酬分配的建议，报经董事会同意后提交股东大会决定；根据监事会对监事的履职评价，提出对监事薪酬分配的建议，报经董事会同意后提交股东大会决定；拟订和审查高级管理人员的考核办法、薪酬方案，并对高级管理人员的业绩和行为进行评估，报董事会批准，涉及股东大会职权的应报股东大会批准；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

提名委员会自成立以来，严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《薪酬与考核委员会工作制度》等相关规定规范运作。

公司本届薪酬与考核委员会委员为房立棠、安宝征、孙建强，由公司第一届董事会第一次会议选举产生，其中房立棠担任主任委员。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的建立健全

公司根据《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》及其他有关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，结合公司的实际情况，制定了《监事会议事规则》。监事会按照《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》的规定履行职责、行使职权。公司监事会由 3 名监事组成，包括 1 名职工代表监事。监事任期 3 年，任期届满，连选可以连任。监事会设主席一位。

2、监事会的运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了七次监事会会议。公司监事会已根据《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》等规定规范运作。监事会每年定期召开监事会会议，并在需要时召开临时监事会会议。各监事按照《公司法》《公司章程》等规定切实行使权利并履行职责、义务。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全

公司根据《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》及其他有关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，结合公司的实际情况，制定了《独立董事工作细则》。独立董事按照《公司法》《公司章程》《独立董事工作细则》的规定履行职责、行使职权。

公司聘有房立棠、权锡鉴、孙建强 3 名独立董事，占公司董事会成员的比例超过三分之一，且有一名为会计专业人士，符合中国证监会对上市公司治理结构的相关要求。独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，可以连选连任，但任期最多不可超过 6 年。

公司根据《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》及其他有关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，目前独立董事在公司董事会专门委员会的人员组成符合相关规定，具体情况如下：

董事会专门委员会	委员
战略与投资委员会	主任委员：杨国庆 委　　员：王萍、权锡鉴
审计委员会	主任委员：孙建强 委　　员：王国坚、房立棠
提名委员会	主任委员：权锡鉴 委　　员：杨国庆、房立棠
薪酬与考核委员会	主任委员：房立棠 委　　员：安宝征、孙建强

2、独立董事制度的运行情况

公司独立董事分别担任了战略与投资、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会的委员。自公司设立独立董事以来，公司独立董事根据《公司章程》出席有关董事会和股东大会，不存在缺席或应亲自出席而未能亲自出席会议的情况，不存在独立董事对有关决策事项提出异议的情形。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立健全

公司根据《公司法》《证券法》及其他有关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，结合公司的实际情况，制定了《董事会秘书工作制度》。董事会秘书按照《公司法》《公司章程》《董事会秘书工作制度》的规定履行职责、行使职权。

公司董事会设立董事会秘书。董事会秘书由公司董事长提名、董事会聘任和解聘。董事会秘书为公司高级管理人员，对公司和董事会负责，承担法律、法规及《公司章程》对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应报酬。

2、董事会秘书制度的运行情况

公司第一届董事会第一次会议审议通过《关于聘任青岛沃隆食品股份有限公司高级管理人员的议案》，该次会议聘任王国坚先生为公司董事会秘书。

董事会秘书任职以来依照有关法律、法规和《公司章程》《董事会秘书工作制度》勤勉尽责，亲自出席了公司历次董事会、股东大会，并按照《公司章程》的有关规定完成历次会议记录。董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，认真履行了相关职责。

二、发行人报告期内违法违规行为情况

报告期内，发行人违法违规情况如下：

（一）消防相关处罚

发行人在 2019 年度因车间与仓库未进行防火分离，影响防火分区，消防设施设置不符合标准，违反了《消防法》第 16 条第一款第二项，被青岛市公安消防支队城阳区大队出具了《行政处罚决定书》（青城公（消）行罚决字（2019）0006 号），对公司处以 0.5 万元罚款；因未进行消防设计备案，违反了《消防法》第 10 条，被青岛市公安消防支队城阳区大队出具了《行政处罚决定书》（青城公（消）行罚决字（2019）0007 号），对公司处以 0.3 万元罚款。

发行人已取得了青岛市城阳区消防救援大队就前述处罚出具的《守法证明的复函》，证明发行人已在规定期限内足额缴纳前述两项行政处罚所涉罚款，消防隐患已完成整改，不构成重大违法违规。

（二）税务相关处罚

发行人因 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间的房产税未按期进行申报，被北京市朝阳区税务局第一税务所出具了京朝一税简罚[2020]5060 号、京朝一税简罚[2020]5061 号处罚决定书，对公司分别处以 0.02 万元和 0.08 万元罚款。截至本招股说明书签署日，发行人已缴纳全部罚款并进行了认真和深刻的整改。根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定，“纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款”。上述行政处罚涉及罚款数额较小，系按照前述处罚依据条款中较低

处罚标准处罚，且相关处罚依据未认定该等行为属于情节严重，不构成重大违法违规行为。

（三）工商行政管理相关处罚

发行人在 2021 年度因违反广告法行为，被青岛市市场监督管理局出具了青市监处[2021]03023 号、青市监处罚[2021]03111 号处罚决定书，对公司分别处以 36 万元和 30 万元罚款。截至本招股说明书签署日，发行人已缴纳全部罚款并进行了认真和深刻的整改。发行人已取得了青岛市市场监督管理局就前述处罚出具的专项《证明》，证明发行人已在规定期限内足额缴纳前述两项行政处罚所涉罚款，前述违法违规行为不属于产品质量及食品安全问题，不属于性质恶劣、情节严重、社会危害较大的情形，不属于重大违法行为且所作出的前述处罚不属于重大行政处罚。

报告期内，发行人及子公司不存在重大违法违规情形。

三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人或其他关联方占用的情况；存在公司关联方向公司提供资金拆借的情况。公司与关联方之间的资金拆借情况请详见本招股说明书“第七节 同业竞争及关联交易”之“三、关联方与关联交易”之“（三）偶发性关联交易”。

（二）对外担保情况

报告期内，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

四、发行人内部控制制度的自我评估意见

（一）发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司董事会认为：不存在财务报告内部控制重大缺陷，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制；公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷，自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

公司董事会第一届第七次会议审议通过《关于公司内部控制评价报告的议案》，对公司内部控制的合理性、有效性进行了合理的评估，认为根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司内部控制于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的。

（二）申报会计师的鉴证意见

天健会计师审核了公司管理层按照《企业内部控制基本规范》及相关规定对 2022 年 6 月 30 日与财务报表相关的内部控制有效性作出的认定，并出具了“天健审〔2022〕10179 号”的内部控制鉴证报告，认为公司于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本节财务数据和相关分析说明反映了发行人报告期经审计的财务状况、经营成果和现金流量。本节引用的财务数据非经特别说明均引自经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告（天健审〔2022〕10178 号）。非经特别说明，本节引用数据均为合并报表口径。

本公司提醒投资者，除阅读本节所披露的财务会计信息外，还应关注审计报告全文，以获取完全的财务资料和相关信息。

一、合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	74,618,431.00	42,377,258.18	20,173,242.29	22,927,617.17
交易性金融资产	134,800,000.00	162,300,000.00	60,900,000.00	167,000,000.00
衍生金融资产	686,428.99			
应收票据				
应收账款	18,260,949.07	27,739,081.40	37,248,241.25	20,145,642.35
应收款项融资	170,000.00	400,000.00	400,000.00	
预付款项	11,300,739.93	15,908,176.68	23,841,181.87	30,223,267.47
其他应收款	757,179.27	1,013,179.36	841,811.62	602,061.39
存货	103,488,382.41	188,935,440.11	192,705,715.66	104,067,312.56
合同资产				
持有待售资产				
一年内到期的非流动资产				
其他流动资产	5,187,467.74	3,753,051.51	5,023,115.64	3,581,618.23
流动资产合计	349,269,578.41	**442,426,187.24**	**341,133,308.33**	**348,547,519.17**
非流动资产：				
债权投资				
其他债权投资				
长期应收款				

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
长期股权投资				
其他权益工具投资				
其他非流动金融资产				
投资性房地产				
固定资产	166,590,213.95	111,041,277.14	111,198,088.28	75,957,115.05
在建工程		57,700,918.74		619,823.01
生产性生物资产				
油气资产				
使用权资产	4,570,791.98	4,803,807.92		
无形资产	44,793,895.23	45,606,145.14	24,827,607.58	25,061,216.21
开发支出				
商誉				
长期待摊费用	6,487,449.21	2,223,480.90	2,671,734.50	3,294,421.48
递延所得税资产	1,582,972.52	3,158,441.13	1,882,052.21	2,269,776.38
其他非流动资产	160,714.89	1,150,676.08	723,330.00	1,294,102.39
非流动资产合计	**224,186,037.78**	**225,684,747.05**	**141,302,812.57**	**108,496,454.52**
资产总计	**573,455,616.19**	**668,110,934.29**	**482,436,120.90**	**457,043,973.69**
流动负债：				
短期借款				
交易性金融负债				
衍生金融负债				
应付票据				
应付账款	32,820,584.16	67,082,516.63	55,936,279.77	110,466,942.45
预收款项				54,889,627.10
合同负债	12,689,576.29	63,887,899.62	52,428,569.09	
应付职工薪酬	5,687,353.87	6,905,504.85	6,054,857.90	7,385,068.61
应交税费	6,374,452.60	28,964,322.30	23,865,369.55	35,131,113.44
其他应付款	19,613,112.21	37,353,033.28	22,459,546.97	75,497,202.56
持有待售负债				
一年内到期的非流动负债	254,783.46	248,939.73		
其他流动负债	1,821,861.37	5,637,096.66	5,513,543.68	8,509.15
流动负债合计	79,261,723.96	**210,079,313.07**	**166,258,166.96**	**283,378,463.31**

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
非流动负债：				
长期借款				
应付债券				
其中：优先股				
永续债				
租赁负债	510,268.95	498,567.72		
长期应付款				
长期应付职工薪酬				
预计负债				
递延收益	6,617,707.59	1,593,328.08	154,133.28	173,400.00
递延所得税负债				
其他非流动负债				
非流动负债合计	**7,127,976.54**	**2,091,895.80**	**154,133.28**	**173,400.00**
负债合计	**86,389,700.50**	**212,171,208.87**	**166,412,300.24**	**283,551,863.31**
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	75,000,000.00	75,000,000.00	56,388,000.00	5,000,000.00
其他权益工具				
其中：优先股				
永续债				
资本公积	242,310,607.23	238,029,756.65	8,344,350.52	4,805,374.28
减：库存股				
其他综合收益				
专项储备				
盈余公积	749,121.69	749,121.69	22,533,770.39	17,267,027.57
一般风险准备				
未分配利润	169,006,186.77	142,160,847.08	228,757,699.75	145,099,624.54
归属于母公司所有者权益合计	487,065,915.69	455,939,725.42	316,023,820.66	172,172,026.39
少数股东权益				1,320,083.99
所有者权益合计	**487,065,915.69**	**455,939,725.42**	**316,023,820.66**	**173,492,110.38**
负债和所有者权益总计	**573,455,616.19**	**668,110,934.29**	**482,436,120.90**	**457,043,973.69**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**435,982,689.70**	**1,107,918,348.18**	**889,405,102.31**	**1,164,877,470.81**
减：营业成本	282,826,615.29	686,781,759.02	558,904,384.83	774,299,717.93
税金及附加	4,907,079.54	9,818,680.27	6,512,322.05	8,043,763.57
销售费用	99,907,052.65	216,003,954.58	178,791,653.22	190,319,701.73
管理费用	16,673,773.07	31,332,307.02	24,469,151.35	16,051,384.16
研发费用	917,190.37	1,884,542.07	1,576,099.07	376,299.81
财务费用	7,552.99	242,559.08	1,307,609.62	1,453,410.94
其中：利息费用	17,544.96	53,530.94	1,011,854.60	1,044,410.03
利息收入	58,765.98	100,064.05	72,335.57	43,544.56
加：其他收益	5,204,750.63	3,330,968.11	5,594,058.74	42,230.90
投资收益（损失以“-”号填列）	2,072,391.34	2,956,101.38	3,795,373.73	728,198.77
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益				
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）				
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	395,011.74	359,012.04	-999,061.68	-236,124.08
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-981,494.73	-1,269,876.06	-726,280.04	-608,940.88
资产处置收益（损失以“-”号填列）			35,389.81	
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**37,434,084.77**	**167,230,751.61**	**125,543,362.73**	**174,258,557.38**
加：营业外收入	66,917.82	419,296.39	715,027.56	81,962.99
减：营业外支出	527,134.77	3,472,572.97	1,304,078.39	235,665.82
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**36,973,867.82**	**164,177,475.03**	**124,954,311.90**	**174,104,854.55**
减：所得税费用	10,128,528.13	44,590,467.45	36,245,796.42	42,877,594.09
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**26,845,339.69**	**119,587,007.58**	**88,708,515.48**	**131,227,260.46**
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	26,845,339.69	119,587,007.58	88,708,515.48	131,227,260.46

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）				
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	26,845,339.69	119,587,007.58	88,924,818.03	131,407,176.47
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）			-216,302.55	-179,916.01
五、其他综合收益的税后净额				
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额				
（一）不能重分类进损益的其他综合收益				
1.重新计量设定受益计划变动额				
2.权益法下不能转损益的其他综合收益				
3.其他权益工具投资公允价值变动				
4.企业自身信用风险公允价值变动				
5.其他				
（二）将重分类进损益的其他综合收益				
1.权益法下可转损益的其他综合收益				
2.其他债权投资公允价值变动				
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额				
4.其他债权投资信用减值准备				
5.现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）				
6.外币财务报表折算差额				
7.其他				
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额				
六、综合收益总额	**26,845,339.69**	**119,587,007.58**	**88,708,515.48**	**131,227,260.46**
归属于母公司所有者的综合收益总额	26,845,339.69	119,587,007.58	88,924,818.03	131,407,176.47

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于少数股东的综合收益总额			-216,302.55	-179,916.01
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.36	1.59		
（二）稀释每股收益	0.36	1.59		

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	418,662,656.18	1,228,522,861.76	958,085,735.85	1,313,320,367.39
收到其他与经营活动有关的现金	10,416,586.34	8,587,445.29	7,622,654.22	435,765.07
经营活动现金流入小计	**429,079,242.52**	**1,237,110,307.05**	**965,708,390.07**	**1,313,756,132.46**
购买商品、接受劳务支付的现金	261,013,231.45	751,282,549.51	715,369,876.62	871,335,310.53
支付给职工以及为职工支付的现金	38,563,634.20	72,721,012.59	75,601,171.81	81,490,245.10
支付的各项税费	68,167,098.07	119,331,357.84	95,982,803.62	74,504,741.80
支付其他与经营活动有关的现金	49,790,332.88	88,346,005.15	91,787,263.14	112,422,727.05
经营活动现金流出小计	**417,534,296.60**	**1,031,680,925.09**	**978,741,115.19**	**1,139,753,024.48**
经营活动产生的现金流量净额	**11,544,945.92**	**205,429,381.96**	**-13,032,725.12**	**174,003,107.98**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	398,200,000.00	938,200,000.00	878,800,000.00	254,000,000.00
取得投资收益收到的现金	2,072,391.34	2,956,101.38	3,795,373.73	728,198.77
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			115,000.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金				
投资活动现金流入小计	**400,272,391.34**	**941,156,101.38**	**882,710,373.73**	**254,728,198.77**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,706,688.60	93,549,473.60	91,935,126.94	33,631,890.55
投资支付的现金	371,700,000.00	1,039,600,000.00	772,700,000.00	421,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金				
投资活动现金流出小计	**380,406,688.60**	**1,133,149,473.60**	**864,635,126.94**	**454,631,890.55**
投资活动产生的现金流量净额	**19,865,702.74**	**-191,993,372.22**	**18,075,246.79**	**-199,903,691.78**

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		9,381,234.00	51,388,000.00	5,000,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金				1,500,000.00
取得借款收到的现金				
收到其他与筹资活动有关的现金				47,610,000.00
筹资活动现金流入小计		**9,381,234.00**	**51,388,000.00**	**52,610,000.00**
偿还债务支付的现金				
分配股利、利润或偿付利息支付的现金				
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润				
支付其他与筹资活动有关的现金	1,209,000.00	594,253.61	59,144,857.40	12,021,407.23
筹资活动现金流出小计	**1,209,000.00**	**594,253.61**	**59,144,857.40**	**12,021,407.23**
筹资活动产生的现金流量净额	**-1,209,000.00**	**8,786,980.39**	**-7,756,857.40**	**40,588,592.77**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**37,940.78**	**-18,974.24**	**-40,039.15**	**10,370.93**
五、现金及现金等价物净增加额	**30,239,589.45**	**22,204,015.89**	**-2,754,374.88**	**14,698,379.90**
加：期初现金及现金等价物余额	42,377,258.18	20,173,242.29	22,927,617.17	8,229,237.27
六、期末现金及现金等价物余额	**72,616,847.63**	**42,377,258.18**	**20,173,242.29**	**22,927,617.17**

二、母公司财务报表

（一）母公司资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	23,795,090.38	13,013,839.79	9,788,923.94	16,150,845.70
交易性金融资产	113,000,000.00	125,000,000.00	52,900,000.00	160,000,000.00
衍生金融资产				
应收票据				
应收账款	48,033,669.15	31,711,886.40	63,676,255.54	56,674,114.38
应收款项融资	170,000.00	400,000.00	400,000.00	
预付款项	8,576,862.42	10,416,553.96	13,404,348.10	30,220,900.89
其他应收款	5,267,735.82	5,323,156.02	1,699,437.62	890,167.09
存货	81,536,362.27	152,850,936.56	169,836,527.69	93,754,293.23

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
合同资产				
持有待售资产				
一年内到期的非流动资产				
其他流动资产	1,601,007.54	224,084.22	1,513,817.57	223,963.85
流动资产合计	**281,980,727.58**	**338,940,456.95**	**313,219,310.46**	**357,914,285.14**
非流动资产：				
债权投资				
其他债权投资				
长期应收款				
长期股权投资	26,162,327.56	26,162,327.56	16,162,327.56	700.00
其他权益工具投资				
其他非流动金融资产				
投资性房地产				
固定资产	165,592,181.11	109,993,101.35	110,360,366.95	75,428,509.79
在建工程		57,700,918.74		619,823.01
生产性生物资产				
油气资产				
使用权资产	3,765,660.88	3,874,810.48		
无形资产	44,793,895.23	45,606,145.14	24,827,607.58	25,061,216.21
开发支出				
商誉				
长期待摊费用	4,559,761.35	565,948.94	462,158.86	506,100.92
递延所得税资产	310,112.35	410,612.73	159,064.57	323,471.79
其他非流动资产	157,014.89	550,443.58	166,230.00	508,958.19
非流动资产合计	**245,340,953.37**	**244,864,308.52**	**152,137,755.52**	**102,448,779.91**
资产总计	**527,321,680.95**	**583,804,765.47**	**465,357,065.98**	**460,363,065.05**
流动负债：		-	-	-
短期借款				
交易性金融负债				
衍生金融负债				
应付票据				
应付账款	154,911,346.72	162,420,837.98	83,860,322.06	110,045,963.43

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预收款项				54,691,920.70
合同负债	9,936,973.68	46,970,832.62	51,988,494.17	
应付职工薪酬	4,891,739.74	6,144,727.81	5,481,391.39	6,693,348.74
应交税费	1,905,738.57	8,563,541.39	8,100,481.88	35,024,754.48
其他应付款	14,111,250.45	27,947,844.43	19,928,255.83	73,970,789.37
持有待售负债				
一年内到期的非流动负债				
其他流动负债	670,021.84	4,472,805.12	5,429,587.73	739.21
流动负债合计	**186,427,071.00**	**256,520,589.35**	**174,788,533.06**	**280,427,515.93**
非流动负债：				
长期借款				
应付债券				
其中：优先股				
永续债				
租赁负债				
长期应付款				
长期应付职工薪酬				
预计负债				
递延收益	6,617,707.59	1,593,328.08	154,133.28	173,400.00
递延所得税负债				
其他非流动负债				
非流动负债合计	**6,617,707.59**	**1,593,328.08**	**154,133.28**	**173,400.00**
负债合计	**193,044,778.59**	**258,113,917.43**	**174,942,666.34**	**280,600,915.93**
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	75,000,000.00	75,000,000.00	56,388,000.00	5,000,000.00
其他权益工具				
其中：优先股				
永续债				
资本公积	241,868,453.35	237,587,602.77	7,902,196.64	1,305,374.28
减：库存股				
其他综合收益				
专项储备				

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
盈余公积	749,121.69	749,121.69	22,533,770.39	17,267,027.57
一般风险准备				
未分配利润	16,659,327.32	12,354,123.58	203,590,432.61	156,189,747.27
归属于母公司所有者权益合计				
少数股东权益				
所有者权益合计	**334,276,902.36**	**325,690,848.04**	**290,414,399.64**	**179,762,149.12**
负债和所有者权益总计	**527,321,680.95**	**583,804,765.47**	**465,357,065.98**	**460,363,065.05**

（二）母公司利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**354,650,942.08**	**936,986,378.74**	**794,839,910.31**	**1,106,323,964.86**
减：营业成本	283,152,344.13	750,714,160.92	590,473,067.56	781,989,409.04
税金及附加	3,498,445.26	6,194,970.73	5,359,185.55	7,349,310.30
销售费用	45,554,039.51	126,112,909.57	108,180,456.47	121,374,194.31
管理费用	15,985,566.35	30,635,892.74	23,644,009.74	15,249,392.09
研发费用	917,190.37	1,884,542.07	1,576,099.07	376,299.81
财务费用	-38,637.30	55,269.49	1,188,484.93	1,461,170.22
其中：利息费用	-	10,253.61	1,011,854.60	1,044,410.03
利息收入	36,572.44	59,945.77	58,171.25	31,939.18
加：其他收益	406,554.75	2,810,335.10	5,327,168.33	42,230.90
投资收益（损失以“-”号填列）	1,867,119.29	2,369,399.86	3,577,891.52	431,591.88
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益				
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）				
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	287,434.75	-350,187.62	396,733.17	-162,629.10
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-639,663.53	-754,230.30	-98,225.33	-359,121.00
资产处置收益（损失以“-”号填列）			35,389.81	

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**7,503,439.02**	**25,463,950.26**	**73,657,564.49**	**178,476,261.77**
加：营业外收入	49,668.07	301,927.40	708,621.11	81,925.86
减：营业外支出	516,404.17	2,931,334.53	1,303,975.52	235,665.82
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**7,036,702.92**	**22,834,543.13**	**73,062,210.08**	**178,322,521.81**
减：所得税费用	2,731,499.18	7,886,991.91	20,394,781.92	43,678,560.64
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**4,305,203.74**	**14,947,551.22**	**52,667,428.16**	**134,643,961.17**
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	4,305,203.74	14,947,551.22	52,667,428.16	134,643,961.17
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）				
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）				
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）				
五、其他综合收益的税后净额				
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额				
（一）不能重分类进损益的其他综合收益				
1.重新计量设定受益计划变动额				
2.权益法下不能转损益的其他综合收益				
3.其他权益工具投资公允价值变动				
4.企业自身信用风险公允价值变动				
5.其他				
（二）将重分类进损益的其他综合收益				
1.权益法下可转损益的其他综合收益				
2.其他债权投资公允价值变动				
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额				
4.其他债权投资信用减值准备				

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
5.现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）				
6.外币财务报表折算差额				
7.其他				
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额				
六、综合收益总额	**4,305,203.74**	**14,947,551.22**	**52,667,428.16**	**134,643,961.17**
归属于母公司所有者的综合收益总额				
归属于少数股东的综合收益总额				
七、每股收益：				
（一）基本每股收益				
（二）稀释每股收益				

（三）母公司现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	343,611,561.31	1,071,209,885.55	888,495,061.63	1,247,042,794.22
收到其他与经营活动有关的现金	5,517,174.77	8,914,843.24	7,882,466.03	431,966.47
经营活动现金流入小计	**349,128,736.08**	**1,080,124,728.79**	**896,377,527.66**	**1,247,474,760.69**
购买商品、接受劳务支付的现金	246,676,152.61	746,279,507.65	702,942,681.42	844,157,062.44
支付给职工以及为职工支付的现金	34,626,873.11	66,110,990.83	69,280,113.93	78,094,852.92
支付的各项税费	35,224,268.41	54,504,598.31	86,051,388.11	68,628,188.16
支付其他与经营活动有关的现金	25,897,386.43	46,968,944.11	44,189,438.65	90,795,934.51
经营活动现金流出小计	**342,424,680.56**	**913,864,040.90**	**902,463,622.11**	**1,081,676,038.03**
经营活动产生的现金流量净额	**6,704,055.52**	**166,260,687.89**	**-6,086,094.45**	**165,798,722.66**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	364,500,000.00	659,400,000.00	793,600,000.00	147,000,000.00
取得投资收益收到的现金	1,867,119.29	2,369,399.86	3,577,891.52	431,591.88
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			115,000.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金				

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动现金流入小计	366,367,119.29	661,769,399.86	797,292,891.52	147,431,591.88
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,619,536.08	92,345,797.72	91,271,822.28	29,573,420.26
投资支付的现金	352,500,000.00	741,500,000.00	698,500,000.00	307,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金			5,000,000.00	
投资活动现金流出小计	**361,119,536.08**	**833,845,797.72**	**794,771,822.28**	**336,573,420.26**
投资活动产生的现金流量净额	**5,247,583.21**	**-172,076,397.86**	**2,521,069.24**	**-189,141,828.38**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		9,381,234.00	51,388,000.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金				
取得借款收到的现金				
收到其他与筹资活动有关的现金				47,610,000.00
筹资活动现金流入小计		9,381,234.00	51,388,000.00	47,610,000.00
偿还债务支付的现金				
分配股利、利润或偿付利息支付的现金				
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润				
支付其他与筹资活动有关的现金	1,209,000.00	324,253.61	54,144,857.40	12,021,407.23
筹资活动现金流出小计	**1,209,000.00**	**324,253.61**	**54,144,857.40**	**12,021,407.23**
筹资活动产生的现金流量净额	**-1,209,000.00**	**9,056,980.39**	**-2,756,857.40**	**35,588,592.77**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**38,611.86**	**-16,354.57**	**-40,039.15**	**10,370.93**
五、现金及现金等价物净增加额	**10,781,250.59**	**3,224,915.85**	**-6,361,921.76**	**12,255,857.98**
加：期初现金及现金等价物余额	13,013,839.79	9,788,923.94	16,150,845.70	3,894,987.72
六、期末现金及现金等价物余额	**23,795,090.38**	**13,013,839.79**	**9,788,923.94**	**16,150,845.70**

三、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

天健会计师审计了青岛沃隆食品股份有限公司财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及母

公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注。

天健会计师认为，公司的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了沃隆食品 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况，以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是天健会计师根据职业判断，认为对 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，天健会计师不对这些事项单独发表意见。天健会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

1、收入确认

公司采用线上与线下相结合的销售模式，销售渠道广泛，具有客户众多且销售模式多样化的特点。公司业务类型分为经销模式、线下直销模式、线上直销模式（B2C）和线上代销模式（B2B2C），不同模式下的具体收入确认的会计政策，详见“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二十二）收入”。

由于营业收入是公司关键业绩指标之一，可能存在公司管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。因此，天健会计师将收入确认确定为关键审计事项。

2、存货可变现净值

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。管理层在考虑持有存货目的的基础上，根据历史售价、实际售价、合同约定售价、相同或类似产品的市场售价、未来市场趋势等确定估计售价，并按照估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定存货的可变现净值。

由于存货金额重大，且确定存货可变现净值涉及重大管理层判断，天健会计师将存货可变现净值确定为关键审计事项。

四、财务报表的编制基础与合并财务报表范围及其变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

2、持续经营能力评价

发行人不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围

截至 2022 年 6 月 30 日，公司纳入合并报表的子公司情况如下：

子公司名称	子公司类型	注册地	持股比例
青岛沃隆电子商务有限公司	全资子公司	山东省青岛市	100%
青岛盖亚食品有限公司	全资子公司	山东省青岛市	100%
青岛隆海通达国际贸易有限公司	全资子公司	山东省青岛市	100%
青岛隆和通达食品有限公司	全资子公司	山东省青岛市	100%

（三）报告期内合并财务报表范围变化情况

报告期内，公司纳入合并财务报表范围的子公司变化情况如下：

子公司名称	变更事项	变更原因	纳入合并报表的年份
青岛盖亚食品有限公司	新增	收购	2020 年
青岛隆海通达国际贸易有限公司	新增	设立	2020 年
青岛隆和通达食品有限公司	新增	设立	2021 年

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

公司及各子公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对收入确认、应收款项坏账准备计提、固定资产折旧以及无形资产摊销等交易或事项制定了若干项具体会计政策和会计估计，详见本条的各项描述。

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2019 年 1 月 1 日起至 2022 年 6 月 30 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的

公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

（九）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；（2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；（3）不属于上述（1）或（2）的财务担保合同，以及不属于上述（1）并以低于市场利率贷款的贷款承诺；（4）以摊余成本计量的金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

（1）金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

（2）金融资产的后续计量方法

1）以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入)计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

（3）金融负债的后续计量方法

1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

3）不属于上述 1）或 2）的财务担保合同，以及不属于上述 1)并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

4）以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

（4）金融资产和金融负债的终止确认

1）当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

①收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

②金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

2）当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；（2）保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产在终止确认日的账面价值；（2）因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融工具减值

（1）金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、合同资产、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认

后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（2）按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	

（3）按组合计量预期信用损失的应收款项及合同资产

1）具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收商业承兑汇票		
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
		的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

2）应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1 年以内（含，下同）	5.00
1-2 年	10.00
2-3 年	50.00
3 年以上	100.00

6、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：（1）公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；（2）公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

（十）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、存货的计价方法

存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（十一）合同成本

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。如果合同取得成本的摊销期限不超过一年，在发生时直接计入当期损益。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2、该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（十二）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始

投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

1）在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

2）在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

1）通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的情况

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

2）通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的情况

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十三）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
通用设备	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67
专用设备	年限平均法	5-10	5.00	9.5-19.00
运输工具	年限平均法	4	5.00	23.75

（十四）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十五）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：1）资产支出已经发生；2）借款费用已经发生；3）为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十六）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	38.92-44.83
车位使用权	20.00
软件使用权	3.00

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，

以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十七）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十八）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十九）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

1）根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

2）设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

3）期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（二十）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（二十一）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（二十二）收入

1、2020 年至 2022 年 6 月

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，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）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；2）客户能够控制公司履约过程中在建商品；3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且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，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，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，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控制权时，公司考虑下列迹象：1）公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；3）公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；5）客户已接受该商品；6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入计量原则

1）公司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以及预期将退还给客户的款项。

2）合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，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。

3）合同中存在重大融资成分的，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，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。

4）合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品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。

（3）收入确认的具体方法

本公司主要业务为生产和销售坚果类产品，属于在某一时点履行的履约义务。销售模式分为经销模式、线下直销模式、线上直销模式（B2C）和线上代销模式（B2B2C），各类销售模式收入确认的具体方法如下：

1）经销模式

收入在公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接收、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

2）线下直销模式

内销收入在公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接收、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

3）线上直销模式（B2C）

公司的直接客户是商品的最终消费者，消费者通过线上电商平台下单，公司收到客户订单后发货，消费者确认收货时确认收入。

4）线上代销模式（B2B2C）

公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接收，取得客户确认的对账单时确认收入。

2、2019 年度

（1）收入确认原则

1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并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的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相

同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

本公司主要业务为生产和销售坚果类产品，销售模式分为经销模式、线下直销模式、线上直销模式（B2C）和线上代销模式（B2B2C），各类销售模式收入确认的具体方法如下：

1）经销模式

产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

2）线下直销模式

内销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

3）线上直销模式（B2C）

公司的直接客户是商品的最终消费者，消费者通过线上电商平台下单，公司收到客户订单后发货，消费者确认收货时确认收入。

4）线上代销模式（B2B2C）

公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接收，取得客户确认的对账单时确认收入。

（二十三）政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助所附的条件；（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（二十四）合同资产、合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

（二十五）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十六）租赁

1、2021 年-2022 年 6 月

（1）公司作为承租人

在租赁期开始日，公司将租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁认定为低价值资产租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不认定为低价值资产租赁。

对于所有短期租赁和低价值资产租赁，公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁付款额计入相关资产成本或当期损益。

除上述采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，在租赁期开始日，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

1）使用权资产

使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：①租赁负债的初始计量金额；②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；③承租人发生的初始直接费用；④承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

公司按照直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

2）租赁负债

在租赁开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值，如使用权资产账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将剩余金额计入当期损益。

2、2019-2020 年度

（1）经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

六、主要税收政策及税收优惠

（一）主要税种和税率

税种	计税依据	具体税率情况
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	9%、13%、16%
房产税	从价计征，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴	1.2%
土地使用税	实际占用的土地面积	6.4 元/平方米
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育附加	实际缴纳的流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%

公司及子公司的所得税税率情况如下：

纳税主体	具体税率情况			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
青岛沃隆食品股份有限公司	25%	25%	25%	25%
青岛盖亚食品有限公司	20%	20%	20%	20%
青岛沃隆电子商务有限公司	25%	25%	25%	20%
青岛隆海通达国际贸易有限公司	25%	25%	25%	-
青岛隆和通达食品有限公司	20%	20%	-	-

（二）税收优惠

根据《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按

20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据《财政部 税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 12 号）规定，自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

报告期内，子公司盖亚食品 2019 年度至 2022 年 6 月、隆和通达 2021 年度至 2022 年 6 月以及沃隆电子商务 2019 年度均属于小型微利企业，享受上述税收优惠政策。

七、非经常性损益情况

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（2008）（证监会公告[2008]43 号）的规定，公司编制了最近三年及一期非经常性损益明细表，并由天健会计师出具了鉴证报告（天健审〔2022〕10181 号）。根据上述报告，公司最近三年及一期的非经常性损益明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-0.30	-73.29	3.18	-0.61
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	514.26	331.60	558.14	4.06
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	207.24	295.61	379.54	72.82
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-59.80	-59.97
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-45.72	-232.04	-58.54	-14.76
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-18.12	-13.11	-241.67	0.17
小计	657.36	308.78	580.84	1.70
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	164.05	100.33	209.13	1.95
少数股东损益	-	-	-14.35	-14.39
归属于母公司股东的非经常性损益净额	493.32	208.45	386.06	14.15
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	18.38%	1.74%	4.34%	0.11%

报告期内，公司非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助、委托他人投资或管理资产的损益等。报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 0.11%、4.34%、1.74%和 18.38%。受疫情因素影响，公司 2022 年上半年度经营业绩有所下滑，此外公司收到的政府补助金额相对较大，导致当期归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例相对较高。上述非经常性损益对公司经营成果不存在重大影响，不会影响公司的持续经营能力。

八、最近一期末主要资产情况

（一）固定资产

截至 2022 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	固定资产原值	累计折旧	固定资产账面净值
房屋及建筑物	12,847.52	1,149.71	11,697.81
通用设备	358.14	213.31	144.84
专用设备	5,946.25	1,306.10	4,640.15
运输工具	352.36	176.14	176.23
合计	**19,504.27**	**2,845.25**	**16,659.02**

（二）无形资产

截至 2022 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

类别	无形资产原值	累计摊销	无形资产账面净值
土地使用权	4,656.65	271.46	4,385.18
软件使用权	229.01	210.30	18.71
车位使用权	81.98	6.49	75.49
合计	**4,967.64**	**488.25**	**4,479.39**

（三）货币资金

截至 2022 年 6 月 30 日，公司货币资金情况如下：

单位：万元、%

类别	账面价值	占比
库存现金	1.00	0.01
银行存款	5,525.78	74.05
其他货币资金	1,935.06	25.93
合计	**7,461.84**	**100.00**

（四）交易性金融资产

截至 2022 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产情况如下：

单位：万元、%

类别	账面价值	占比
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	13,480.00	100.00
其中：理财产品	13,480.00	100.00
合计	**13,480.00**	**100.00**

（五）存货

截至 2022 年 6 月 30 日，公司存货情况如下：

单位：万元

类别	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	5,585.05	32.88	5,552.16
库存商品	2,056.47	29.64	2,026.83
发出商品	2,764.56	35.63	2,728.93
委托加工物资	40.91	-	40.91
合计	**10,446.99**	**98.15**	**10,348.84**

九、最近一期末主要负债情况

（一）应付账款

截至 2022 年 6 月 30 日，公司应付账款情况如下：

单位：万元、%

类别	账面价值	占比
货款及劳务费	2,724.31	83.01
长期资产购置款	508.43	15.49
运费	49.32	1.50
合计	**3,282.06**	**100.00**

（二）合同负债

截至 2022 年 6 月 30 日，公司合同负债情况如下：

单位：万元、%

类别	账面价值	占比
货款	1,268.96	100.00
合计	**1,268.96**	**100.00**

（三）应交税费

截至 2022 年 6 月 30 日，公司应交税费情况如下：

单位：万元、%

类别	账面价值	占比
增值税	228.15	35.79
企业所得税	331.84	52.06
代扣代缴个人所得税	7.26	1.14
城市维护建设税	23.89	3.75
房产税	11.21	1.76
土地使用税	14.50	2.28
教育费附加	10.24	1.61
地方教育附加	6.83	1.07
印花税	3.52	0.55
合计	**637.45**	**100.00**

（四）其他应付款

截至 2022 年 6 月 30 日，公司其他应付款情况如下：

单位：万元、%

类别	账面价值	占比
押金保证金	815.40	41.57
宣传推广费	866.86	44.20
电商平台费	179.90	9.17
其他	99.15	5.06
合计	**1,961.31**	**100.00**

十、股东权益情况

报告期各期末，公司股东权益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
股本	7,500.00	7,500.00	5,638.80	500.00
资本公积	24,231.06	23,802.98	834.44	480.54
盈余公积	74.91	74.91	2,253.38	1,726.70
未分配利润	16,900.62	14,216.08	22,875.77	14,509.96

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
归属于母公司所有者权益合计	48,706.59	45,593.97	31,602.38	17,217.20
少数股东权益	-	-	-	132.01
所有者权益合计	48,706.59	**45,593.97**	**31,602.38**	**17,349.21**

十一、现金流量情况、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响

（一）简要现金流量情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,154.49	20,542.94	-1,303.27	17,400.31
投资活动产生的现金流量净额	1,986.57	-19,199.34	1,807.52	-19,990.37
筹资活动产生的现金流量净额	-120.90	878.70	-775.69	4,058.86
汇率变动对现金及现金等价物的影响	3.79	-1.90	-4.00	1.04
现金及现金等价物净增加额	3,023.96	2,220.40	-275.44	1,469.84
期末现金及现金等价物余额	7,261.68	4,237.73	2,017.32	2,292.76

（二）不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十二、会计报表附注中的或有事项、承诺事项、资产负债表日后事项

（一）承诺及或有事项

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在需要披露的重要承诺事项或重要或有事项。

（二）资产负债表日后事项

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在需要披露的重要资产负债表日后事项。

十三、主要财务指标

（一）基本财务指标

指标	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
流动比率（倍）	4.41	2.11	2.05	1.23
速动比率（倍）	3.10	1.21	0.89	0.86
资产负债率（合并）（%）	15.06	31.76	34.49	62.04
资产负债率(母公司)(%)	36.61	44.21	37.59	60.95
应收账款周转率（次）	18.96	34.10	30.99	36.75
存货周转率（次）	1.93	3.60	3.77	7.65
息税折旧摊销前利润（万元）	4,392.01	17,683.48	13,511.23	18,070.17
利息保障倍数（倍）	2,108.38	3,067.96	124.49	167.70
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.15	2.74	-0.23	34.80
每股净现金流量（元）	0.40	0.30	-0.05	2.94
归属于母公司股东的净利润（万元）	2,684.53	11,958.70	8,892.48	13,140.72
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	2,191.22	11,750.25	8,506.42	13,126.57
归属于母公司普通股股东的每股净资产（元）	6.49	6.08	5.60	34.43
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产的比例（%）	0.19	0.26	0.70	1.10

注：上述财务指标的计算公式如下，且半年度数据未做年化处理：
（1）流动比率=流动资产/流动负债
（2）速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
（3）资产负债率=总负债/总资产
（4）应收账款周转率=当期营业收入/应收账款账面价值平均值
（5）存货周转率=当期营业成本/存货账面价值平均值
（6）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+计提折旧+计提摊销
（7）利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出
（8）每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
（9）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额
（10）归属于母公司普通股股东的每股净资产=归属于母公司普通股股东权益/期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 修订）》及《公开发行证券的公司信息披露解

释性公告第 1 号一非经常性损益（2008 年修订）》的规定，报告期内公司净资产收益率及每股收益如下：

期间	项目	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2022 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	5.69	0.36	0.36
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	4.65	0.29	0.29
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	30.76	1.59	1.59
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.22	1.57	1.57
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	37.07	-	-
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	36.16	-	-
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	126.27	-	-
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	125.88	-	-

注：2022 年半年度数据未做年化处理。

十四、资产评估及验资情况

（一）验资情况

公司历次验资情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

（二）资产评估情况

2021 年 10 月，沃隆有限以经审计的净资产折股整体变更为股份公司，相关出资资产经过评估。

坤元资产评估有限公司对公司截至评估基准日 2021 年 5 月 31 日的净资产进行了评估，出具坤元评报（2021）622 号《资产评估报告》。

本次评估采用资产基础法（成本法）进行评估。在评估基准日，公司（母公司报表口径）资产、负债、净资产的账面价值分别为 41,032.49 万元、10,153.96 万元和 30,878.53 万元，评估值分别为 52,874.31 万元、10,153.96 万元和 42,720.35 万元，增值率分别为 28.86%、0%和 38.35%。本次评估仅作为折股参考依据，公司未根据评估结果进行账务处理。

十五、盈利预测情况

公司未制作盈利预测报告。

十六、最近一年收购兼并情况

最近一年，公司无收购兼并其他企业资产（或股权）。

第十一节 管理层讨论与分析

公司管理层结合 2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月经审计的合并财务报表，对报告期内公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况、资本性支出以及股东分红回报等情况进行了如下分析和讨论。

本节财务数据和相关分析说明反映了发行人报告期经审计的财务状况、经营成果和现金流量。本节引用的财务数据非经特别说明均引自经天健会计师审计的财务报告。非经特别说明，本节引用数据均为合并报表口径。

一、财务状况分析

（一）资产主要构成分析

报告期内，公司资产的主要构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	34,926.96	60.91	44,242.62	66.22	34,113.33	70.71	34,854.75	76.26
非流动资产	22,418.60	39.09	22,568.47	33.78	14,130.28	29.29	10,849.65	23.74
资产总计	**57,345.56**	**100.00**	**66,811.09**	**100.00**	**48,243.61**	**100.00**	**45,704.40**	**100.00**

报告期各期末，公司资产总额分别为 45,704.40 万元、48,243.61 万元、66,811.09 万元和 57,345.56 万元，公司的资产总额规模随着公司业务规模扩大和经营利润累积总体呈增长趋势。报告期内，公司积极实施厂房及生产线升级改造等措施，固定资产、在建工程等非流动资产金额及占比逐渐提升；同时随着公司经营利润的累积，公司货币资金和交易性金融资产也相应增加。2022 年 6 月末，公司资产总额与 2021 年末相比有所下降，主要原因是与年末相比，公司业务在 6 月末相对处于淡季，存货备货量相对较少。

1、主要流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产的主要构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	7,461.84	21.36	4,237.73	9.58	2,017.32	5.91	2,292.76	6.58
交易性金融资产	13,480.00	38.59	16,230.00	36.68	6,090.00	17.85	16,700.00	47.91
衍生金融资产	68.64	0.20	-	-	-	-	-	-
应收账款	1,826.09	5.23	2,773.91	6.27	3,724.82	10.92	2,014.56	5.78
应收款项融资	17.00	0.05	40.00	0.09	40.00	0.12	-	-
预付款项	1,130.07	3.24	1,590.82	3.60	2,384.12	6.99	3,022.33	8.67
其他应收款	75.72	0.22	101.32	0.23	84.18	0.25	60.21	0.17
存货	10,348.84	29.63	18,893.54	42.70	19,270.57	56.49	10,406.73	29.86
其他流动资产	518.75	1.49	375.31	0.85	502.31	1.47	358.16	1.03
流动资产合计	**34,926.96**	**100.00**	**44,242.62**	**100.00**	**34,113.33**	**100.00**	**34,854.75**	**100.00**

公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、应收账款、预付款项、存货、其他流动资产构成，报告期各期末，上述项目合计占流动资产的比例分别为 99.83%、99.64%、99.68%和 99.54%，流动资产结构相对稳定。

（1）货币资金

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	1.00	0.01	1.02	0.02	0.53	0.03	1.56	0.07
银行存款	5,525.78	74.05	2,083.98	49.18	1,083.28	53.70	1,644.02	71.70
其他货币资金	1,935.06	25.93	2,152.73	50.80	933.52	46.28	647.18	28.23
合计	**7,461.84**	**100.00**	**4,237.73**	**100.00**	**2,017.32**	**100.00**	**2,292.76**	**100.00**

报告期各期末，公司货币资金分别为 2,292.76 万元、2,017.32 万元、4,237.73 万元和 7,461.84 万元，占流动资产的比例分别为 6.58%、5.91%、9.58%和 21.36%。公司的其他货币资金主要为公司线上销售收到的已存放到电商平台账户但尚未提款到公司银行账户的的销售货款资金。

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产分别为 16,700.00 万元、6,090.00 万元、16,230.00 万元和 13,480.00 万元，占流动资产的比例分别为 47.91%、17.85%、

36.68%和 38.59%。公司交易性金融资产均为在银行购买的短期、低风险理财产品。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 2,014.56 万元、3,724.82 万元、2,773.91 万元和 1,826.09 万元，占流动资产的比例分别为 5.78%、10.92%、6.27%和 5.23%。报告期内，公司应收账款余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收账款余额	1,922.21	2,920.00	3,923.26	2,120.59
坏账准备	96.11	146.09	198.43	106.03
应收账款账面价值	1,826.09	2,773.91	3,724.82	2,014.56
应收账款余额/营业收入	4.41%	2.64%	4.41%	1.82%

报告期各期末，公司应收账款总体规模较小，占当期营业收入的比例较低，公司应收账款的构成主要为：1）对京东、天猫等大型电商平台和对沃尔玛等大型直销客户的销售所形成的应收账款；2）对于经销商客户，公司原则上采用先款后货方式开展销售，公司收取经销商预付账款后安排发货；对少数规模较大的经销商，在销售旺季，出于各方业务长远合作和互利互惠的商业基础，可由对方提出申请，并经公司审批同意后，在限定时间内授予一定额度内的赊销权限，由此形成少量的应收账款。

2020 年末，公司应收账款余额同比增加 85.01%，原因系公司在 2019 年度主要通过经销商与京东自营、天猫超市、沃尔玛等客户开展业务，公司对经销商主要采用先款后货模式，因此应收账款余额较少，2020 年起公司直接与前述客户开展业务，公司对此类客户存在账期，因此期末应收账款余额有所增加。

1）坏账准备情况

报告期各期末，公司应收账款计提坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
组合计提	1,922.21	96.11	2,920.00	146.09	3,923.26	198.43	2,120.59	106.03

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
单项计提	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**1,922.21**	**96.11**	**2,920.00**	**146.09**	**3,923.26**	**198.43**	**2,120.59**	**106.03**

注：组合计提指按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，单项计提指单独计提坏账准备的应收账款

2）应收账款账龄情况

报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内（含 1 年）	1,922.21	100.00	2,918.23	99.94	3,877.85	98.84	2,120.59	100.00
1-2 年	-	-	1.77	0.06	45.41	1.16	-	-
小计	**1,922.21**	**100.00**	**2,920.00**	**100.00**	**3,923.26**	**100.00**	**2,120.59**	**100.00**
减：坏账准备		96.11		146.09		198.43		106.03
合计		**1,826.09**		**2,773.91**		**3,724.82**		**2,014.56**

报告期内，公司 1 年以内的应收账款占比较高，不存在账龄较长的大额应收账款。公司严格按照会计政策计提应收账款坏账准备，坏账准备计提较为充分，报告期内，公司未发生过无法收回应收账款的情况。

3）应收账款坏账准备计提情况

公司应收账款的坏账准备政策与同行业公司不存在重大差异，具体对比情况如下：

账龄	沃隆食品	三只松鼠	良品铺子	洽洽食品	来伊份	盐津铺子
1 年以内	5%	3 个月以内：0%；3 个月-1 年：5%	5%	5%	5%	5%
1-2 年	10%	10%	10%	10%	10%	10%
2-3 年	50%	50%	50%	20%	50%	30%
3-4 年	100%	100%	100%	40%	100%	50%
4-5 年	100%	100%	100%	80%	100%	80%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%

4）应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款前五名的具体情况如下：

①截至 2022 年 6 月 30 日前五大应收客户情况

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	坏账准备
1	北京京东世纪信息技术有限公司	832.76	43.32	41.64
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	674.63	35.10	33.73
3	上海钰沁实业有限公司	129.01	6.71	6.45
4	家家悦集团股份有限公司	69.27	3.60	3.46
5	浙江昊超网络科技有限公司[注]	47.80	2.49	2.39
合计		**1,753.47**	**91.22**	**87.67**

注：浙江昊超网络科技有限公司曾用名为浙江天猫网络科技有限公司，为天猫超市运营主体。

②截至 2021 年 12 月 31 日前五大应收客户情况

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	坏账准备
1	北京京东世纪信息技术有限公司	1,213.95	41.57	60.70
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	747.36	25.59	37.37
3	上海钰沁实业有限公司	251.17	8.60	12.56
4	南通韦杰经贸有限公司	208.56	7.14	10.43
5	沈阳睿鹏程商贸有限公司	149.16	5.11	7.46
合计		**2,570.20**	**88.01**	**128.51**

③截至 2020 年 12 月 31 日前五大应收客户情况

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	坏账准备
1	北京京东世纪信息技术有限公司	1,735.12	44.23	86.76
2	浙江昊超网络科技有限公司[注]	1,006.12	25.65	50.31
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	973.65	24.82	48.68
4	广州唯品会电子商务有限公司	50.34	1.28	2.52
5	青岛拜肯国际贸易有限公司	45.41	1.16	4.54
合计		**3,810.64**	**97.14**	**192.80**

注：浙江昊超网络科技有限公司曾用名为浙江天猫网络科技有限公司，为天猫超市运营主体。

④截至 2019 年 12 月 31 日前五大应收客户情况

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	坏账准备
1	北京望煜供应链管理有限公司[注]	999.93	47.15	50.00
2	上海凤舞九天贸易有限公司	399.37	18.83	19.97
3	南通韦杰经贸有限公司	216.56	10.21	10.83
4	北京京东世纪信息技术有限公司	176.84	8.34	8.84
5	沃尔玛（中国）投资有限公司	138.87	6.55	6.94
合计		**1,931.57**	**91.08**	**96.58**

注：北京望煜供应链管理有限公司为同一控制下合并口径，包括北京望煜供应链管理有限公司、广州市联吉吉科技有限公司和北京望煜电子商务有限公司，下同。

（4）应收款项融资

2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，公司应收款项融资分别为 40 万元、40 万元和 17 万元，均为公司收到的未到期银行承兑汇票。

（5）预付款项

报告期各期末，公司预付款项分别为 3,022.33 万元、2,384.12 万元、1,590.82 万元和 1,130.07 万元，占流动资产的比例分别为 8.67%、6.99%、3.60%和 3.24%。公司的预付款项主要为预付广告费用以及预付货款，其中公司境外原材料采购主要采用 D/P 模式进行结算，货物到达中国港口后，公司根据到单情况安排付款赎单，赎单之后进行清关提货。由于付款至清关提货存在一定的周期，因此形成对供应商的预付款项。

1）预付款项账龄情况

报告期各期末，公司预付款项账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内（含 1 年）	835.45	73.93	958.93	60.28	2,025.63	84.96	2,833.65	93.76
1-2 年	200.47	17.74	391.32	24.60	358.49	15.04	188.68	6.24
2-3 年	94.15	8.33	240.57	15.12			-	-
小计	**1,130.07**	**100.00**	**1,590.82**	**100.00**	**2,384.12**	**100.00**	**3,022.33**	**100.00**

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
减：坏账准备		-		-		-		-
合计		**1,130.07**		**1,590.82**		**2,384.12**		**3,022.33**

公司通过在影视剧中对“沃隆”进行品牌推广，在影视剧制作初期即深度参与，并按照合同约定支付广告费用，由于影视剧制作周期较长，在影视剧尚未实际上映前，公司已支付的相关广告费用确认为预付账款，因此公司存在较长账龄的预付广告费用。根据合同约定，如影视剧未能如期播出，广告公司将退还公司已支付的广告费用，因此公司未对长账龄的预付款项进行坏账计提。

2）预付款项前五名情况

①截至 2022 年 6 月 30 日，公司前五大预付供应商情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例	款项性质
1	上海剧星传媒股份有限公司	315.85	27.95	广告费
2	北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司	275.94	24.42	广告费
3	北京光影动力文化传播有限公司	160.38	14.19	广告费
4	得尔口食品（美国）	141.74	12.54	货款
5	中华人民共和国青岛海关	74.77	6.62	关税
合计		**968.69**	**85.72**	

②截至 2021 年 12 月 31 日，公司前五大预付供应商情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例	款项性质
1	鹤山市紫迅商贸有限公司	331.11	20.81	货款
2	北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司	275.94	17.35	广告费
3	上海剧星传媒股份有限公司	254.53	16.00	广告费
4	北京光影动力文化传播有限公司	169.81	10.67	广告费
5	深圳市中汇影视文化传播股份有限公司	132.08	8.30	广告费
合计		**1,163.47**	**73.13**	

③截至 2020 年 12 月 31 日，公司前五大预付供应商情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例	款项性质
1	北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司[注]	297.17	12.46	广告费
	霍尔果斯鱼昆朋鸟影视传媒有限公司	212.26	8.90	广告费
2	上海剧星传媒股份有限公司	235.66	9.88	广告费
3	梅杜里（美国）	220.54	9.25	货款
4	亚武兹（土耳其）	216.50	9.08	货款
5	翱兰国际（新加坡）	203.84	8.55	货款
合计		**1,385.97**	**58.12**	

注：北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司、霍尔果斯鱼昆朋鸟影视传媒有限公司均为天津世纪鲲鹏新媒体有限公司的全资子公司

④截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五大预付供应商情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例	款项性质
1	霍尔果斯鱼昆朋鸟影视传媒有限公司	306.60	10.14	广告费
	北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司	250.00	8.27	广告费
	天津世纪鲲鹏新媒体有限公司	94.34	3.12	广告费
2	梅杜里（美国）	589.49	19.50	货款
3	亚武兹（土耳其）	356.00	11.78	货款
4	安康食品（越南）	275.43	9.11	货款
5	北京光影动力文化传播有限公司	221.70	7.34	广告费
合计		**2,093.56**	**69.26**	

（6）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 60.21 万元、84.18 万元、101.32 万元和 75.72 万元，占公司流动资产的比例较小，公司其他应收款主要为押金保证金及备用金。

（7）存货

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 10,406.73 万元、19,270.57 万元、18,893.54 万元和 10,348.84 万元，占流动资产的比例分别为 29.86%、56.49%、42.70%和 29.63%。公司存货构成情况如下：

单位：万元、%

项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占比
2022 年 6 月 30 日				
原材料	5,585.05	32.88	5,552.16	53.65
库存商品	2,056.47	29.64	2,026.83	19.59
发出商品	2,764.56	35.63	2,728.93	26.37
委托加工物资	40.91	0.00	40.91	0.40
合计	**10,446.99**	**98.15**	**10,348.84**	**100.00**
2021 年 12 月 31 日				
原材料	9,584.42	10.75	9,573.67	50.67
库存商品	5,590.23	23.70	5,566.53	29.46
发出商品	3,766.36	43.45	3,722.91	19.70
委托加工物资	79.52	49.08	30.44	0.16
合计	**19,020.53**	**126.99**	**18,893.54**	**100.00**
2020 年 12 月 31 日				
原材料	7,463.23	-	7,463.23	38.73
库存商品	9,131.27	40.12	9,091.15	47.18
发出商品	2,676.63	32.51	2,644.13	13.72
委托加工物资	72.06	-	72.06	0.37
合计	**19,343.20**	**72.63**	**19,270.57**	**100.00**
2019 年 12 月 31 日				
原材料	5,118.91	-	5,118.91	49.19
库存商品	4,207.72	53.30	4,154.42	39.92
发出商品	1,084.51	7.59	1,076.92	10.35
委托加工物资	56.49	-	56.49	0.54
合计	**10,467.63**	**60.89**	**10,406.73**	**100.00**

公司 2020 年末存货相较 2019 年末有较为明显的增加，主要系 2021 年春节处于 2 月份，相较 2020 年春节明显偏晚，公司在 2020 年末为 2021 年春节备货的产品尚处于密集生产和发货期间，因此原材料、库存商品、发出商品等在 2020 年末的账面余额相较 2019 年末均较多。

2021 年末，公司存货账面余额仍处于较高水平，原因系：一方面 2022 年春节虽相较 2021 年有所提前，但仍相对较晚，部分发出商品尚未被客户签收，导致期末发出商品的账面余额较高；另一方面公司综合考虑境外新冠肺炎疫情对原

材料交期的影响，以及人民币汇率波动等因素，提前储备了部分生产所需原材料，导致期末原材料的账面余额较高。

2022 年 6 月末，公司存货余额较 2021 年末有所下降，主要原因是与年末相比，公司业务在 6 月末相对处于淡季，存货备货量相对较少。

报告期内，公司存在极少量存货临期、过期的情形，公司对于临期的产品主要采用打折促销的方式进行处理，对于过期存货公司进行报废处理后按照废品处置。

（8）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 358.16 万元、502.31 万元、375.31 万元和 518.75 万元，占流动资产的比例分别为 1.03%、1.47%、0.85%和 1.49%，构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
店铺充值款	179.70	34.64	333.21	88.78	232.59	46.30	189.10	52.80
预付租赁费	21.96	4.23	37.03	9.87	38.87	7.74	42.65	11.91
预缴税金	110.68	21.34	3.88	1.03	220.59	43.92	89.55	25.00
应收退货成本	1.11	0.21	1.18	0.31	1.81	0.36	-	-
留抵增值税	91.18	17.58	-	-	8.45	1.68	36.86	10.29
支付上市费用	114.11	22.00	-	-	-	-	-	-
合计	**518.75**	**100.00**	**375.31**	**100.00**	**502.31**	**100.00**	**358.16**	**100.00**

报告期各期末，发行人店铺充值款期末余额如下：

单位：万元

平台	充值项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
天猫	直通车	59.62	102.35	91.45	53.96
	万相台	18.04	15.62	-	-
	品销宝	17.37	12.96	12.75	13.00
	引力魔方	1.66	12.30	28.16	59.93
京东	京准通	79.84	174.14	100.24	62.20
	品牌会员卡费	-	5.00	-	-

平台	充值项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
其他平台	推广费	3.18	10.85	-	-
合计		**179.70**	**333.21**	**232.59**	**189.10**

上述平台的充值项目、扣费方式及 形成原因的具体情况如下：

平台	充值项目	扣费方式	形成原因
天猫	直通车	平台采用按次收费	网上直接下订单，用户点击时直接扣费
	万相台	平台采用按次收费	网上直接下订单，用户点击时直接扣费
	品销宝	平台采用按次收费	网上直接下订单，用户点击时直接扣费
	引力魔方	根据选择服务，按照点击计费或按照曝光计费	网上直接下订单，用户点击时或者曝光时直接扣费
京东	京准通	推广引流，按单次单击计费；联合开卡、京任务等，属于账单扣费，确定采买资源位费用后，后台出扣款账单，缴费后执行。	公司预付充值款，网上直接下订单选取服务类型，平台提供服务时直接扣款
	品牌会员卡费	预充值按月扣费	预充值，按月定时扣费
其他平台	推广费	根据选择服务，按照点击计费或按照曝光计费	网上直接下订单，用户点击时或者曝光时直接扣费

注：天猫平台的引力魔方包含钻展和超级推荐

报告期内公司店铺充值款期末余额分别为 189.10 万元、232.59 万元、333.21 万元和 179.70 万元，主要由天猫平台和京东平台的充值款构成，两者占总充值款比例分别为 100.00%、100.00%、96.74%和 98.23%。天猫平台充值款为直通车、品销宝等按次扣费的宣传推广费，公司开通服务后会根据未来 1-2 月预计使用金额进行预充值；京东平台充值款主要为京准通按次计费和提供服务时直接扣费的宣传推广费，公司开通服务后根据未来 1-2 月使用金额以及特殊资源购买进行充值。店铺充值款直接支付给平台服务公司，不存在第三方代理充值情况。

报告期内，发行人对店铺充值款相关财务处符合《企业会计准则》的相关规定，合法合规，具体情况如下：

项目	账务处理
①公司进行店铺充值时，确认对应店铺的其他应收款	借：其他应收款-店铺充值费 贷：银行存款
②公司各月根据平台实际发生，确认费用，同时确认其他应付款-预提费用	借：销售费用-电商平台费用 贷：其他应付款-预提费用
③公司月末根据向平台申请的开票金额核销	借：其他应付款-预提费用

项目	账务处理
店铺充值费	贷：其他应收款-店铺充值费
④收到增值税发票后，根据发票金额调整销售费用金额	借：应交增值税-应交增值税-进项税 贷：销售费用-电商平台费用
⑤资产负债表日，将未使用部分充值款重分类至其他流动资产	借：其他流动资产 贷：其他应收款-店铺充值费

（9）衍生金融资产

2022 年 6 月末，公司衍生金融资产为 68.64 万元，为公司与中国银行签订的美元远期结售汇交易在资产负债表日确定的公允价值变动金额，公司原材料采购主要以美元进行结算，购买远期结售汇产品的目的在于对冲汇率波动风险，具有业务合理性。

2、主要非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产的主要构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	16,659.02	74.31	11,104.13	49.20	11,119.81	78.69	7,595.71	70.01
在建工程	-	-	5,770.09	25.57	-	-	61.98	0.57
使用权资产	457.08	2.04	480.38	2.13	-	-	-	-
无形资产	4,479.39	19.98	4,560.61	20.21	2,482.76	17.57	2,506.12	23.10
长期待摊费用	648.74	2.89	222.35	0.99	267.17	1.89	329.44	3.04
递延所得税资产	158.30	0.71	315.84	1.40	188.21	1.33	226.98	2.09
其他非流动资产	16.07	0.07	115.07	0.51	72.33	0.51	129.41	1.19
非流动资产合计	**22,418.60**	**100.00**	**22,568.47**	**100.00**	**14,130.28**	**100.00**	**10,849.65**	**100.00**

公司非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产构成，报告期各期末，上述项目合计占非流动资产的比例分别为 93.68%、96.26%、94.98%和 94.29%，非流动资产结构相对稳定。

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 7,595.71 万元、11,119.81 万元、11,104.13 万元和 16,659.02 万元，占非流动资产的比例分别为 70.01%、78.69%、49.20%和 74.31%，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	11,697.81	70.22	5,977.22	53.83	6,222.22	55.96	5,435.70	71.56
通用设备	144.84	0.87	157.82	1.42	117.91	1.06	151.25	1.99
专用设备	4,640.15	27.85	4,804.00	43.26	4,704.43	42.31	1,907.20	25.11
运输工具	176.23	1.06	165.08	1.49	75.25	0.68	101.56	1.34
合计	**16,659.02**	**100.00**	**11,104.13**	**100.00**	**11,119.81**	**100.00**	**7,595.71**	**100.00**

报告期各期末，公司固定资产的整体结构基本保持稳定，主要是与公司生产经营密切相关的房屋及建筑物、机器设备。

2020 年末公司专用设备较 2019 年末增长较快，主要原因是 2020 年公司为提高生产效率，在当年实施了技术改造，增加了自动化设备，导致机器设备增长较多。

2022 年 6 月末房屋建筑物较 2021 年末显著增加，主要原因是 2022 年上半年五厂竣工验收，在建工程转固导致房屋建筑物增加。

公司固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
专用设备	年限平均法	5-10	5.00	9.5-19.00
通用设备	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67
运输工具	年限平均法	4	5.00	23.75

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 61.98 万元、0 万元、5,770.09 万元和 0 万元，占非流动资产的比例分别为 0.57%、0%、25.57%和 0%，其中 2019 年末的在建工程为待安装设备，已于 2020 年转入固定资产；2021 年末在建工程为公司新厂房和生产线的建设项目，截至 2022 年 6 月末已完成竣工验收并转入固定资产。

（3）使用权资产

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行经修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》，将长期租赁的房屋及建筑物列入使用权资产科目进行列示。2021 年末和 2022 年 6 月末，公司使用权资产分别为 480.38 万元和 457.08 万元，占公司非流动资产的比例较小。

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 2,506.12 万元、2,482.76 万元、4,560.61 万元和 4,479.39 万元，占非流动资产的比例分别为 23.10%、17.57%、20.21%和 19.98%，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	4,385.18	97.90	4,442.03	97.40	2,260.79	91.06	2,316.88	92.45
软件使用权	18.71	0.42	41.04	0.90	140.32	5.65	189.24	7.55
车位使用权	75.49	1.69	77.54	1.70	81.65	3.29	-	-
合计	**4,479.39**	**100.00**	**4,560.61**	**100.00**	**2,482.76**	**100.00**	**2,506.12**	**100.00**

2021 年，公司购置新土地，以新建生产厂房和生产线，导致期末无形资产显著增加。报告期各期末，公司无形资产均不存在减值的情形。

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 329.44 万元、267.17 万元、222.35 万元和 648.74 万元，占非流动资产的比例较小。公司长期待摊费用主要为装修费用及软件服务实施费。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 226.98 万元、188.21 万元、315.84 万元和 158.30 万元，占非流动资产的比例较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	232.46	57.96	300.80	75.18	282.34	70.58	170.70	40.61
内部交易未实现利润	401.37	100.34	962.66	240.67	409.23	102.31	120.78	30.19
可抵扣亏损	-	-	-	-	76.57	15.31	780.86	156.17
合计	**633.83**	**158.30**	**1,263.46**	**315.84**	**768.14**	**188.21**	**1,072.35**	**226.98**

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流资产分别为 129.41 万元、72.33 万元、115.07 万元和 16.07 万元，占非流动资产的比例较小，公司其他非流动资产均为预付长期资产购置款。

3、资产减值准备计提情况

报告期各期末，公司资产减值准备余额分别为 170.70 万元、282.34 万元、300.80 万元和 232.46 万元，各期余额均较小，主要系应收账款、其他应收款所计提的坏账准备和公司的存货跌价准备，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
坏账准备	134.31	57.78	173.81	57.78	209.72	74.28	109.81	64.33
其中：应收账款	96.11	41.34	146.09	48.57	198.43	70.28	106.03	62.11
其他应收款	38.20	16.43	27.73	9.22	11.28	4.00	3.78	2.21
存货跌价准备	98.15	42.22	126.99	42.22	72.63	25.72	60.89	35.67
合计	**232.46**	**100.00**	**300.80**	**100.00**	**282.34**	**100.00**	**170.70**	**100.00**

公司已经根据实际经营情况、各项资产实际状况足额计提了相关减值准备，各项资产减值计提充分。

（二）负债主要构成分析

报告期内，公司负债的主要构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	7,926.17	91.75	21,007.93	99.01	16,625.82	99.91	28,337.85	99.94
非流动负债	712.80	8.25	209.19	0.99	15.41	0.09	17.34	0.06
负债总计	**8,638.97**	**100.00**	**21,217.12**	**100.00**	**16,641.23**	**100.00**	**28,355.19**	**100.00**

1、主要流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	3,282.06	41.41	6,708.25	31.93	5,593.63	33.64	11,046.69	38.98
预收款项	-	-	-	-	-	-	5,488.96	19.37
合同负债	1,268.96	16.01	6,388.79	30.41	5,242.86	31.53	-	-
应付职工薪酬	568.74	7.18	690.55	3.29	605.49	3.64	738.51	2.61
应交税费	637.45	8.04	2,896.43	13.79	2,386.54	14.35	3,513.11	12.40
其他应付款	1,961.31	24.74	3,735.30	17.78	2,245.95	13.51	7,549.72	26.64
一年内到期的非流动负债	25.48	0.32	24.89	0.12	-	-	-	-
其他流动负债	182.19	2.30	563.71	2.68	551.35	3.32	0.85	-
流动负债合计	**7,926.17**	**100.00**	**21,007.93**	**100.00**	**16,625.82**	**100.00**	**28,337.85**	**100.00**

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款分别为 11,046.69 万元、5,593.63 万元、6,708.25 万元和 3,282.06 万元，占流动负债的比例分别为 38.98%、33.64%、31.93%和 41.41%，具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货款及劳务费	2,724.31	83.01	6,145.94	91.62	4,989.25	89.20	5,886.77	53.29
长期资产购置款	508.43	15.49	258.75	3.86	370.59	6.63	4,915.77	44.50
运费	49.32	1.50	303.56	4.53	233.79	4.18	244.16	2.21
合计	**3,282.06**	**100.00**	**6,708.25**	**100.00**	**5,593.63**	**100.00**	**11,046.69**	**100.00**

报告期各期末，公司应付货款主要针对境内供应商，公司采用赊购的方式进行结算，公司每月月末与供应商进行对账并在次月月末进行付款；对于境外主要供应商，公司主要采用 D/P 模式进行结算，不形成应付货款。

2019 年末，公司应付长期资产购置款较高，主要系 2018 年及以前公司向关联方购置设备及房屋建筑所形成应付账款，报告期初公司营运资金紧张，暂未偿还应付关联方款项。2020 年公司以经营利润偿还了大部分前述款项后，应付长期资产购置款大幅下降。2022 年 6 月末，公司应付账款中货款金额显著下降，主要系 6 月末为公司销售和生产的淡季，根据生产计划安排，减少了赊购原材料备货所致。

（2）预收款项、合同负债及其他流动负债

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，2020 年预收款项调整为合同负债及其他流动负债科目核算。2020 年末及 2021 年末的合同负债为不含税的货款金额，其他流动负债为待转销项税额以及应付退货款。

报告期各期末，公司预收款项、合同负债及其他流动负债金额分别为 5,489.81 万元、5,794.21 万元、6,952.50 万元和 1,451.14 万元，占流动负债的比例为 19.37%、34.85%、33.09%和 18.31%。公司的预收款均为收取的客户预付货款，期末无账龄超过 1 年的重要预收款项。2022 年 6 月末，公司该部分金额显著下降，主要系 6 月末为公司销售的淡季，公司预收客户采购货款较少所致。

（3）应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要为短期薪酬。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 738.51 万元、605.49 万元、690.55 万元和 568.74 万元，占流动负债的比例分别为 2.61%、3.64%、3.29%和 7.18%。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额中不存在属于拖欠性质的款项。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 3,513.11 万元、2,386.54 万元、2,896.43 万元和 637.45 万元，占流动负债的比例分别为 12.40%、14.35%、13.79%和 8.04%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
增值税	228.15	965.08	194.51	1,217.36
企业所得税	331.84	1,782.17	2,128.43	2,069.58
代扣代缴个人所得税	7.26	12.52	8.41	8.28
城市维护建设税	23.89	56.80	9.18	96.82
房产税	11.21	14.60	17.97	14.74
土地使用税	14.50	14.97	13.09	10.30
教育费附加	10.24	24.34	3.93	41.49
地方教育附加	6.83	16.23	2.62	27.66
印花税	3.52	9.71	7.74	19.96
地方水利建设基金	-	-	0.66	6.92
合计	**637.45**	**2,896.43**	**2,386.54**	**3,513.11**

（5）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 7,549.72 万元、2,245.95 万元、3,735.30 万元和 1,961.31 万元，占流动负债的比例分别为 26.64%、13.51%、17.78%和 24.74%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	1,961.31	3,735.30	2,245.95	7,549.72
合计	**1,961.31**	**3,735.30**	**2,245.95**	**7,549.72**

其中，其他应付款项按款项性质分类如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
押金保证金	815.40	831.12	465.08	318.40
宣传推广费	866.86	2,205.54	1,383.72	1,574.07
电商平台费	179.90	521.05	193.17	146.06
拆借款	-	-	31.40	5,313.30
其他	99.15	177.59	172.58	197.89
合计	**1,961.31**	**3,735.30**	**2,245.95**	**7,549.72**

公司 2019 年末的其他应付款金额较大，主要系报告期初公司营运资金紧张，公司主要股东向公司拆借了部分资金以支持公司经营，在期末形成了较大额度的拆借款，2020 年公司以经营利润偿还了大部分拆借款，因而当年其他应付款金额显著下降。

（6）一年内到期的非流动负债

2021 年末和 2022 年 6 月末，公司一年内到期的非流动负债分别为 24.89 万元和 25.48 万元，占流动负债的比例较低，均为租赁负债。

2、主要非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	51.03	7.16	49.86	23.83	-	-	-	-
递延收益	661.77	92.84	159.33	76.17	15.41	100.00	17.34	100.00
非流动负债合计	**712.80**	**100.00**	**209.19**	**100.00**	**15.41**	**100.00**	**17.34**	**100.00**

（1）租赁负债

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行经修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》，将长期租赁的房屋及建筑物所对应的应付租金列入租赁负债列示。2021 年末和 2022 年 6 月末，公司租赁负债分别为 49.86 万元和 51.03 万元，其中 2021 年末租赁付款额为 54.00 万元，未确认融资费用为 4.14 万元；2022 年 6 月末租赁付款额为 54.00 万元，未确认融资费用为 2.97 万元。

（2）递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 17.34 万元、15.41 万元、159.33 万元和 661.77 万元，公司递延收益均为与资产相关的政府补助。

（三）偿债能力分析

1、偿债能力相关财务指标分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

指标	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
流动比率（倍）	4.41	2.11	2.05	1.23
速动比率（倍）	3.10	1.21	0.89	0.86
资产负债率（合并）%	15.06	31.76	34.49	62.04
资产负债率（母公司）%	36.61	44.21	37.59	60.95
息税折旧摊销前利润（万元）	4,392.01	17,683.48	13,511.23	18,070.17
利息保障倍数（倍）	2,108.38	3,067.96	124.49	167.70

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.23、2.05、2.11 和 4.41，速动比率分别为 0.86、0.89、1.21 和 3.10，资产负债率（合并）分别为 62.04%、34.49%、31.76%和 15.06%。报告期内，公司的偿债能力呈优化趋势。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 18,070.17 万元、13,511.23 万元、17,683.48 万元和 4,392.01 万元，利息保障倍数分别为 167.70 倍、124.49 倍、3,067.96 倍和 2,108.38 倍，公司的偿债风险较小。

报告期内，公司经营状况良好，营业收入和盈利水平持续增长，公司经营活动现金流量持续为正，为公司生产经营提供了良好保证；同时公司与多家银行建立了良好的合作关系，总体偿债能力较强，不存在较大风险。

2、与同业可比公司比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司偿债能力指标的对比情况如下：

公司名称	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率				
三只松鼠	2.48	1.60	1.69	1.54
良品铺子	1.53	1.32	1.61	1.28
洽洽食品	3.92	3.04	3.50	2.17
来伊份	1.42	1.30	1.74	1.81
盐津铺子	0.63	0.58	0.78	0.77
算术平均值	**2.00**	**1.57**	**1.87**	**1.51**
沃隆食品	4.41	2.11	2.05	1.23
速动比率				
三只松鼠	2.02	0.91	1.01	0.60

公司名称	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
良品铺子	1.29	0.95	1.31	0.87
洽洽食品	3.02	2.28	2.34	1.35
来伊份	1.21	1.07	1.43	1.41
盐津铺子	0.42	0.36	0.43	0.43
算术平均值	**1.59**	**1.11**	**1.30**	**0.93**
沃隆食品	3.10	1.21	0.89	0.86
资产负债率				
三只松鼠	37.00%	55.14%	52.37%	60.85%
良品铺子	49.50%	60.33%	50.15%	61.76%
洽洽食品	36.62%	40.58%	39.71%	32.42%
来伊份	46.27%	49.90%	38.50%	38.48%
盐津铺子	54.41%	57.56%	57.19%	53.04%
算术平均值	**44.76%**	**52.70%**	**47.58%**	**49.31%**
沃隆食品	15.06%	31.76%	34.49%	62.04%

2019 年，公司流动比率、速动比率相较同行业情况偏低，资产负债率相较同行业情况较高，主要系报告期期初公司资金相对紧张，向公司主要股东拆入了部分短期借款，导致其他应付款较多，另外暂未偿还部分关联方应付账款，导致应付账款较多，2020 年公司以经营利润偿还了前述流动负债后，公司偿债能力得到显著改善。

（四）资产周转能力分析

1、资产周转能力相关财务指标分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

指标	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
应收账款周转率（次）	18.96	34.10	30.99	36.75
应收账款周转天数（年化天数）	18.99	10.56	11.62	9.80
存货周转率（次）	1.93	3.60	3.77	7.65
存货周转天数（年化天数）	186.53	100.00	95.49	47.06
总资产周转率（次）	0.70	1.93	1.89	3.06

注：上述财务指标的计算公式如下，2022 年 1-6 月的相应指标未做年化处理：
（1）应收账款周转率=当期营业收入/应收账款账面价值平均值

（2）应收账款周转天数=360 天/应收账款周转率
（3）存货周转率=当期营业成本/存货账面价值平均值
（4）存货周转天数=360 天/存货周转率
（5）总资产周转率=当期营业收入/总资产账面价值平均值

（1）应收账款周转率

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 36.75 次、30.99 次、34.10 次和 18.96 次，2020 年公司应收账款周转率同比下降明显，主要系 2020 年度公司因与京东自营、天猫超市等大型电商平台和沃尔玛等大型直销客户直接开展业务，公司对该等客户存在账期，导致当年应收账款显著增加，且 2020 年度受新冠肺炎疫情影响，公司营业收入同比下降，综合导致公司应收账款周转率下降。2021 年公司期末应收账款与 2020 年末相比稳定，但 2021 年公司销售规模实现了明显增长，导致当年应收账款周转率数值提升。

（2）存货周转率

报告期各期，公司存货周转率分别为 7.65 次、3.77 次、3.60 次和 1.93 次，2020 年公司存货周转率相较 2019 年末显著下降，主要系 2020 年末期末存货余额较高所致，其原因为：2021 年春节处于 2 月份，相较 2020 年春节明显偏晚，公司在 2020 年末为 2021 年春节备货的产品尚处于密集生产和发货期间，因此原材料、库存商品、发出商品等在 2020 年末的账面余额相较 2019 年末均较多。2021 年公司存货周转率同比保持稳定。

（3）总资产周转率

报告期各期，公司总资产周转率分别为 3.06 次、1.89 次、1.93 次和 0.70 次，2020 年公司总资产周转率相较 2019 年末有所下降，主要系 2020 年度受新冠肺炎疫情影响，公司营业收入同比下降所致。2021 年公司销售规模增长明显，期末资产规模较 2020 年末有所提升，因此 2021 年总资产周转率与 2020 年基本持平。

2、与同业可比公司比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司资产周转能力指标的对比情况如下：

公司名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
应收账款周转率（次）				

公司名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
三只松鼠	26.64	47.55	40.94	36.08
良品铺子	9.47	18.28	25.52	44.74
洽洽食品	11.49	22.28	23.93	23.93
来伊份	34.67	109.16	125.33	107.54
盐津铺子	7.08	12.88	13.73	12.83
算术平均值	**17.87**	**42.03**	**45.89**	**45.02**
沃隆食品	18.96	34.10	30.99	36.75
存货周转率（次）				
三只松鼠	2.77	4.51	3.85	3.95
良品铺子	4.38	7.80	6.91	6.25
洽洽食品	1.42	2.59	2.34	2.48
来伊份	4.10	7.14	6.21	5.54
盐津铺子	3.10	4.80	3.42	3.27
算术平均值	**3.16**	**5.37**	**4.55**	**4.30**
沃隆食品	1.93	3.60	3.77	7.65
总资产周转率（次）				
三只松鼠	0.95	2.07	2.12	2.56
良品铺子	0.99	1.94	1.97	2.20
洽洽食品	0.35	0.80	0.85	0.92
来伊份	0.68	1.37	1.44	1.40
盐津铺子	0.58	1.11	1.06	0.99
算术平均值	**0.71**	**1.46**	**1.49**	**1.62**
沃隆食品	0.70	1.93	1.89	3.06

报告期内，公司各期末应收账款周转率、存货周转率、总资产周转率均处于行业可比水平，不存在明显异于行业总体水平的情况。

二、盈利能力分析

报告期内，公司主要经营成果列示如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变化幅度	金额	变化幅度	金额	变化幅度	金额
营业收入	43,598.27	-	110,791.83	24.57	88,940.51	-23.65	116,487.75

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变化幅度	金额	变化幅度	金额	变化幅度	金额
营业毛利	15,315.61	-	42,113.66	27.42	33,050.07	-15.38	39,057.78
营业利润	3,743.41	-	16,723.08	33.21	12,554.34	-27.96	17,425.86
利润总额	3,697.39	-	16,417.75	31.39	12,495.43	-28.23	17,410.49
净利润	2,684.53	-	11,958.70	34.81	8,870.85	-32.40	13,122.73

注：营业毛利=营业收入-营业成本

（一）营业收入分析

1、营业收入结构分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	42,812.51	98.20	109,595.20	98.92	87,851.48	98.78	115,945.50	99.53
其他业务收入	785.76	1.80	1,196.64	1.08	1,089.04	1.22	542.25	0.47
合计	**43,598.27**	**100.00**	**110,791.83**	**100.00**	**88,940.51**	**100.00**	**116,487.75**	**100.00**

公司自成立以来致力于以坚果相关产品为核心的休闲食品业务，主营业务突出，报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比例均超过 98%，公司主营业务收入为混合坚果、礼盒系列、单品坚果、烘焙食品、每日果干的销售收入，公司其他业务收入主要系销售原材料及生产尾料所形成的收入。

2、主营业务收入分产品种类分析

报告期内，公司主营业务收入分产品种类情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
混合坚果	29,804.36	69.62	83,002.83	75.74	75,318.75	85.73	106,827.61	92.14
礼盒系列	8,432.40	19.70	19,104.24	17.43	7,741.00	8.81	5,591.92	4.82
单品坚果	3,467.50	8.10	4,536.57	4.14	3,107.51	3.54	1,651.17	1.42
烘焙食品	747.51	1.75	2,162.04	1.97	727.70	0.83	3.15	0.00
每日果干	360.74	0.84	789.51	0.72	956.52	1.09	1,871.65	1.61

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	42,812.51	100.00	109,595.20	100.00	87,851.48	100.00	115,945.50	100.00

公司在国内率先推出了“每日坚果”类产品，生产和销售小包装混合坚果产品，报告期内混合坚果占公司主营业务收入的比例较高。除混合坚果外，公司积极进行产品品类的研发及拓展，报告期内，礼盒系列、单品坚果、烘焙食品的收入规模及占比逐渐提升，公司逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商发展。

报告期内，公司各种类产品的收入变化情况如下：

单位：万元、%

产品种类	2022 年 1-6 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
混合坚果	29,804.36	83,002.83	10.20	75,318.75	-29.50	106,827.61
礼盒系列	8,432.40	19,104.24	146.79	7,741.00	38.43	5,591.92
单品坚果	3,467.50	4,536.57	45.99	3,107.51	88.20	1,651.17
烘焙食品	747.51	2,162.04	197.11	727.70	23,011.79	3.15
每日果干	360.74	789.51	-17.46	956.52	-48.89	1,871.65
合计	**42,812.51**	**109,595.20**	**24.75**	**87,851.48**	**-24.23**	**115,945.50**

报告期内，公司分别实现主营业务收入 115,945.50 万元、87,851.48 万元、109,595.20 万元和 42,812.51 万元；2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司主营业务收入出现一定下滑；2021 年度，公司主营业务收入实现了快速恢复；2022 年度 1-6 月，青岛地区新冠肺炎疫情对公司产品发货产生了一定影响，全国其他地区新冠肺炎疫情对公司的线下销售产生了一定影响，受上述因素影响，公司 2022 年上半年主营业务收入出现一定程度下滑。

公司主要销售渠道为商超、便利店、批发部等线下渠道，2020 年受新冠肺炎疫情影响，线下渠道总体销售规模下滑明显，对公司混合坚果冲击较大，导致当年度公司主营业务收入同比下滑 24.23%，其中混合坚果收入规模同比下降 29.50%。

2021 年，随着公司对销售模式的不断优化，线上销售渠道逐步完善，线上销售收入快速增长，且新冠肺炎疫情趋于稳定，线下渠道经营情况逐渐恢复，混

合坚果收入规模得到有效提升，当年公司混合坚果实现 10.20%的同比增长；同时公司销售渠道的拓展和品牌影响力的逐步提升，也带动了公司礼盒系列、单品坚果、烘焙食品在 2021 年度分别实现了 146.79%、45.99%和 197.11%的增长；上述因素综合导致了公司 2021 年度主营业务收入同比增长 24.75%，实现了快速恢复。

2022 年度 1-6 月，青岛地区新冠肺炎疫情对公司产品发货产生了一定影响，全国其他地区新冠肺炎疫情对公司的线下销售产生了一定影响，受上述因素影响，公司 2022 年上半年主营业务收入出现一定程度下滑。

3、主营业务收入按渠道划分情况

报告期内，公司主营业务收入按渠道划分情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	19,140.61	44.71	**35,882.38**	**32.74**	**26,535.67**	**30.21**	**20,234.56**	**17.45**
线上直销	11,076.97	25.87	20,979.89	19.14	20,589.02	23.44	20,234.56	17.45
线上代销	8,063.64	18.83	14,902.49	13.60	5,946.65	6.77	-	-
线下渠道	23,671.90	55.29	**73,712.82**	**67.26**	**61,315.80**	**69.79**	**95,710.94**	**82.55**
经销	19,719.68	46.06	66,711.22	60.87	55,293.77	62.94	90,600.92	78.14
线下直销	3,952.22	9.23	7,001.60	6.39	6,022.04	6.85	5,110.02	4.41
合计	**42,812.51**	**100.00**	**109,595.20**	**100.00**	**87,851.48**	**100.00**	**115,945.50**	**100.00**

报告期内，公司线上渠道主营业务收入分别为 20,234.56 万元、26,535.67 万元、35,882.38 万元和 19,140.61 万元，2019 年至 2021 年的复合增长率为 33.17%。公司线上渠道业务的增长，一方面是面对新冠肺炎疫情对线下销售的影响，公司主动加大线上推广，在报告期内保持了线上直销渠道业务的稳定；另一方面是公司报告期内实现了线上代销业务的持续增长，其中 2019 年公司依托经销商开展京东自营、天猫超市等线上平台的代销业务，2020 年起公司直接与该等线上平台开展业务，并在 2021 年实现了线上代销业务的显著增长。

报告期内，公司线下渠道主营业务收入分别为 95,710.94 万元、61,315.80 万元、73,712.82 万元和 23,671.90 万元，其中 2020 年度受新冠肺炎疫情影响，公司线下渠道收入下降明显，同比减少 34,395.14 万元，降幅为 35.94%，从而导致

公司营收规模下降明显。2021 年度，新冠肺炎疫情趋于稳定，公司线下渠道经营情况逐渐恢复，主营业务收入同比增加 12,397.01 万元，增幅为 20.22%。

2022 年度 1-6 月，青岛地区新冠肺炎疫情对公司产品发货产生了一定影响，全国其他地区新冠肺炎疫情对公司的线下销售产生了一定影响；受上述因素影响，公司 2022 年上半年线下销售相较往年同期下滑明显，但公司线上销售相较往年同期有所增长，因此公司 2022 年上半年营业收入相较往年同期相对稳定，略有下滑。

4、主营业务收入按地域分布情况

报告期内，公司主营业务收入按地域分布情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	19,140.61	44.71	35,882.38	32.74	26,535.67	30.21	20,234.56	17.45
华东	10,243.26	23.93	34,761.91	31.72	25,877.66	29.46	44,046.59	37.99
华南	4,098.89	9.57	9,591.91	8.75	8,544.61	9.73	11,294.28	9.74
华中	2,559.43	5.98	8,346.91	7.62	5,625.03	6.40	7,315.34	6.31
华北	2,328.69	5.44	7,355.33	6.71	9,103.50	10.36	15,843.50	13.66
西南	1,998.73	4.67	6,416.82	5.86	6,223.40	7.08	7,946.98	6.85
东北	1,798.76	4.20	4,849.98	4.43	4,273.72	4.86	6,621.72	5.71
西北	644.14	1.50	2,379.60	2.17	1,618.07	1.84	2,608.83	2.25
海外	-	-	10.38	0.01	49.82	0.06	33.69	0.03
合计	**42,812.51**	**100.00**	**109,595.20**	**100.00**	**87,851.48**	**100.00**	**115,945.50**	**100.00**

报告期内，公司线上渠道销售持续增长；线下渠道销售格局总体稳定，以华东地区为核心、各区域总体分布相对均匀。2022 年上半年，公司线下销售受到全国各地频繁爆发的新冠肺炎疫情影响，出现了较为明显的下滑，尤其受到上半年上海地区新冠肺炎疫情影响，公司在华东地区的线下销售下滑较为明显；随着上海地区新冠肺炎疫情的有效控制，公司华东地区的销售已从 7 月起出现较好恢复。

5、主营业务收入按季度分布情况

报告期内，公司主营业务收入按季度分布情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	28,979.81	67.69	33,466.48	30.54	19,665.50	22.38	24,502.50	21.13
第二季度	13,832.69	32.31	15,620.42	14.25	14,652.78	16.68	22,534.12	19.44
第三季度	-	-	22,773.83	20.78	22,764.75	25.91	31,566.22	27.23
第四季度	-	-	37,734.48	34.43	30,768.45	35.02	37,342.67	32.21
合计	**42,812.51**	**100.00**	**109,595.20**	**100.00**	**87,851.48**	**100.00**	**115,945.50**	**100.00**

公司报告期内，主营业务收入的季节性分布相对稳定；2019 年至 2021 年度，上半年占全年主营业务收入的比例分别为 40.57%、39.06%和 44.79%，占比总体稳定。2022 年上半年，公司主营业务收入受到新冠肺炎疫情影响，在第二季度相较往年同期出现了显著下滑；随着公司主要生产经营地青岛和主要销售区域华东地区的新冠肺炎疫情在 6 月末得到有效控制，公司主营业务收入已在 7 月份开始得到恢复。

6、第三方回款情况

2019 年至 2021 年，公司存在少量第三方回款的情形，公司涉及第三方回款的回款金额分别为 177.23 万元、55.91 万元和 26.46 万元，占发行人当期营业收入的比例分别为 0.15%、0.06%和 0.02%。2022 年起，公司不再存在第三方回款情况。

公司销售采用先款后货的方式进行，报告期内，公司发生第三方回款的主要原因为：1）部分个体工商户户主或老板规范意识不强，在急需订货时通过个人卡或关联公司的账户向公司打款；2）部分经销商在销售旺季，为加快业务周转速度，在其向公司下达采购订单后，通知其下游客户向公司支付货款，并请公司直接将货物发送给经销商的下游客户，通过减少物流程序加快业务周转速度。

报告期内，公司涉及第三方回款的回款金额占公司营业收入的比例极低，风险较小，公司第三方回款形成的原因具备必要性及商业合理性，不存在虚构交易或调节账龄情形；第三方回款事项由经销商内部或经销商与其客户决定，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方未在第三方回款的支付方中持股或者担任高管等职位，与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

报告期内，经整改，公司建立了对第三方回款的严格内控制度，严格要求客户使用对公账户进行打款，付款方与合同签订方必须一致，杜绝发生第三方回款的情形。

7、其他业务收入情况

报告期内，发行人其他业务收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
出售残渣	78.80	123.99	124.33	304.30
出售原料	633.37	904.77	823.36	0.00
出售废弃包装物、坚果残沫等	73.59	167.88	141.34	237.94
合计	**785.76**	**1,196.64**	**1,089.04**	**542.25**

报告期内，发行人其他业务收入主要来源于出售原料、残渣、废弃包装物等的收入，原料主要为公司采购海外原材料直接向客户出售，残渣主要为生产过程中筛选出来的不满足产品品项要求、颗粒完整度不高的原材料，废弃包装物主要为发行人生产销售涉及的各类纸质包材等的废弃物，坚果残沫主要为生产过程产生的废料残沫。

其他业务收入属于在某一时点履行的履约义务，在公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接收、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

其他业务销售收入确认时点：（1）原料销售和残渣销售,公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户签收后确认收入；（2）废弃包装物收入为相应收购人员定期向公司报价，择优选择后，按约定的市场价格计算货款并开具发票或收据，当场签收结算确认收入，由废料的回收商支付货款并自行负责废料运输。

（二）营业成本分析

1、营业成本结构分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	27,541.03	97.38	67,409.82	98.15	54,765.51	97.99	76,637.94	98.98
其他业务成本	741.64	2.62	1,268.36	1.85	1,124.92	2.01	792.03	1.02
合计	**28,282.66**	**100.00**	**68,678.18**	**100.00**	**55,890.44**	**100.00**	**77,429.97**	**100.00**

报告期内，公司营业成本主要为主营业务成本，与公司营业收入的构成相匹配。

2、主营业务成本分析

（1）主营业务成本构成情况

报告期内，公司主营业务成本分产品种类情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
混合坚果	18,318.76	66.51	48,369.47	71.75	46,587.52	85.07	69,662.23	90.90
礼盒系列	5,959.84	21.64	14,122.63	20.95	5,118.80	9.35	4,295.92	5.61
单品坚果	2,487.89	9.03	2,880.64	4.27	1,952.42	3.57	1,230.64	1.61
烘焙食品	548.78	1.99	1,556.53	2.31	501.37	0.92	1.64	0.00
每日果干	225.76	0.82	480.54	0.71	605.40	1.11	1,447.51	1.89
合计	**27,541.03**	**100.00**	**67,409.82**	**100.00**	**54,765.51**	**100.00**	**76,637.94**	**100.00**

报告期内，混合坚果的成本占公司主营业务成本的比例均在 70%以上，礼盒系列、单品坚果、烘焙食品的成本规模及占比呈现上升趋势，主营业务成本与主营业务收入的构成及变动趋势相匹配。

（2）主营业务成本要素构成情况

报告期内，公司主营业务成本要素构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	24,166.52	91.46	57,696.68	88.66	47,107.61	89.85	71,102.74	92.78
直接人工	1,776.39	6.72	6,188.90	9.51	4,538.99	8.66	4,893.93	6.39
制造费用	480.70	1.82	1,190.82	1.83	785.09	1.50	641.27	0.84
小计	26,423.61	100.00	**65,076.39**	**100.00**	**52,431.70**	**100.00**	**76,637.94**	**100.00**
仓储物流费用	1,117.42		2,333.42		2,333.82		-	
主营业务成本	**27,541.03**		**67,409.82**		**54,765.51**		**76,637.94**	

报告期内，公司直接材料成本分别为 71,102.74 万元、47,107.61 万元、57,696.68 万元和 24,166.52 万元，占主营业务成本（扣除仓储物流费用）的比重分别为 92.78%、89.85%、88.66%和 91.46%，公司主营业务成本主要为产品的直接材料成本。

报告期内，公司主要产品的成本构成中，直接材料、直接人工、制造费用占比基本保持稳定，无异常波动，其中直接材料的占比 2019 至 2021 年呈略微下降的趋势，2022 年 1-6 月有所提高，主要系原材料采购价格受到汇率和关税影响波动所致。

（3）仓储物流费用变动分析

报告期内，公司主营业务对应的仓储物流费用分别为 2,292.75 万元、2,333.82 万元、2,333.42 万元和 1,117.42 万元，公司仓储物流费用与销售收入的匹配关系如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
仓储物流费用（万元）	1,117.42	2,333.42	2,333.82	2,292.75
主营业务收入（万元）	42,812.51	109,595.20	87,851.48	115,945.50
每万元收入对应运费金额（单位运费）	261.00	212.91	265.65	197.74

2020 年度公司单位运费偏高，主要原因系：1）公司线上渠道的平均运费显著高于线下渠道，2020 年受新冠肺炎疫情影响，发行人线下渠道收入同比下滑明显，线上渠道销售占比上升，综合导致公司单位运费上升；2）公司在 2020 年度为改善物流的时效性和货品完整性，引入了顺丰等物流服务商，其用户体验较好但运费单价较高，使得公司快递费用同比有所上升；3）2020 年度，公司礼盒

产品的销售占比有所提升，礼盒产品体积相对较大，且单位售价相对较低，导致单位运费有所上升。

2021 年，公司对运输费用实施了精细化管理，根据订单的运输需求综合分配使用不同物流服务商，在保证运输时效性和货品完整性基础上，总体降低了顺丰等运费单价较高的物流服务商的使用频次，实现单位运费相对下降，此外，公司 2021 年线下渠道有所恢复，销售占比提升导致单位运费同比下降。

2022 年 1-6 月，公司单位运费又略有提升，主要系当期公司受到全国各地新冠肺炎疫情影响，线下渠道销售同比有明显下滑，而线上渠道销售同比又实现了增长，线上渠道的平均运费显著高于线下渠道，导致综合单位运费有所提升。

（三）毛利及毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	43,598.27	110,791.83	88,940.51	116,487.75
营业成本	28,282.66	68,678.18	55,890.44	77,429.97
综合毛利	15,315.61	42,113.66	33,050.07	39,057.78
其中：主营业务毛利	15,271.48	42,185.38	33,085.96	39,307.56
综合毛利率	35.13%	38.01%	37.16%	33.53%

报告期内，公司综合毛利主要由主营业务毛利贡献，综合毛利率呈现持续上升趋势，主要系主营业务中混合坚果的毛利率逐年提升所致，其他业务毛利影响较小。

2、主营业务毛利构成及毛利率分析

报告期内，公司按产品分类的主营业务毛利情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
混合坚果	11,485.60	75.21	34,633.36	82.10	28,731.23	86.84	37,165.38	94.55
礼盒系列	2,472.56	16.19	4,981.61	11.81	2,622.20	7.93	1,296.00	3.30
单品坚果	979.61	6.41	1,655.93	3.93	1,155.09	3.49	420.53	1.07

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
烘焙食品	198.73	1.30	605.51	1.44	226.33	0.68	1.51	0.00
每日果干	134.98	0.88	308.97	0.73	351.12	1.06	424.14	1.08
合计	**15,271.48**	**100.00**	**42,185.38**	**100.00**	**33,085.96**	**100.00**	**39,307.56**	**100.00**

报告期内，公司按产品分类的主营业务毛利率及变动情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
混合坚果	38.54	-3.19	41.73	3.58	38.15	3.36	34.79
礼盒系列	29.32	3.25	26.08	-7.80	33.87	10.70	23.18
单品坚果	28.25	-8.25	36.50	-0.67	37.17	11.70	25.47
烘焙食品	26.59	-1.42	28.01	-3.10	31.10	-16.81	47.91
每日果干	37.42	-1.72	39.13	2.43	36.71	14.05	22.66
主营业务毛利率	**35.67**	**-2.82**	**38.49**	**0.83**	**37.66**	**3.76**	**33.90**

报告期内，公司混合坚果的毛利占比较高，与混合坚果的收入占比基本一致，混合坚果毛利率的波动是导致公司主营业务毛利率变动的主要原因。2020 年和 2021 年，公司混合坚果的毛利率分别较去年同期提升了 3.36 个百分点和 3.58 个百分点，是导致公司毛利率逐步上升的主要原因。2022 年 1-6 月，公司混合坚果的毛利率较 2021 年下降 3.19 个百分点，是导致公司当期主营业务毛利率下降的主要原因。

混合坚果报告期内的平均售价、平均成本及变动幅度情况如下：

单位：万元/吨、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
混合坚果平均售价	10.77	-1.18	10.90	-0.04	10.90	-0.94	11.01
混合坚果平均成本	6.62	4.23	6.35	-5.82	6.74	-6.04	7.18

报告期内，混合坚果的平均售价分别同比下降 0.94%、0.04%和 1.18%，基本保持稳定。

2019 年至 2021 年，混合坚果的平均成本分别同比下降 6.04%、5.82%，2022 年 1-6 月，混合坚果的平均成本较 2021 年度上升 4.23%。报告期内，公司成本

结构中，直接材料占比较高，是影响成本变动的主要因素，因此公司平均成本的变动主要由原材料采购价格波动导致，公司主要原材料报告期内的采购价格如下：

单位：元/千克、%

原材料种类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
腰果	51.34	2.13	50.27	-6.98	54.04	-11.42	61.01
扁桃仁	36.93	4.56	35.32	-14.52	41.32	-19.50	51.33
核桃仁	55.01	-0.40	55.23	-4.25	57.68	0.21	57.56
蓝莓干	55.88	2.55	54.49	-6.02	57.98	-8.71	63.51
榛子仁	50.32	-2.46	51.59	-5.46	54.57	-8.07	59.36
蔓越莓干	26.29	6.01	24.80	-3.73	25.76	-1.60	26.18

公司混合坚果生产所需的主要原材料最终均来自于进口，主要以美元进行结算，2019 年至 2021 年，美元兑人民币汇率呈逐渐下降的趋势，导致公司 2019 年至 2021 年的对外采购价格下降。此外，2020 年 2 月，国务院关税税则委员会发布《关于开展对美加征关税商品市场化采购排除工作的公告》，公司对扁桃仁、蓝莓干、蔓越莓干产品申请了关税减免，使得公司原材料采购价格下降。

2022 年 1-6 月，公司混合坚果生产所需的主要原材料较 2021 年总体呈上涨趋势，主要原因系 2022 年上半年美元升值所致。

3、同行业公司毛利率对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司相关毛利率比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三只松鼠	27.86%	29.38%	23.90%	27.80%
良品铺子	27.47%	26.77%	30.47%	31.87%
洽洽食品	29.29%	31.96%	31.89%	33.26%
来伊份	44.33%	43.54%	42.37%	43.85%
盐津铺子	37.50%	35.71%	43.83%	42.87%
算术平均值	**33.29%**	**33.47%**	**34.49%**	**35.93%**
沃隆食品	35.13%	38.01%	37.16%	33.53%

公司毛利率水平与同行业公司基本一致，不存在明显异于行业总体水平的情况。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入比例的情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	9,990.71	22.92	21,600.40	19.50	17,879.17	20.10	19,031.97	16.34
管理费用	1,667.38	3.82	3,133.23	2.83	2,446.92	2.75	1,605.14	1.38
研发费用	91.72	0.21	188.45	0.17	157.61	0.18	37.63	0.03
财务费用	0.76	0.00	24.26	0.02	130.76	0.15	145.34	0.12
合计	**11,750.56**	**26.95**	**24,946.34**	**22.52**	**20,614.45**	**23.18**	**20,820.08**	**17.87**

1、销售费用

报告期内，公司销售费用分别为 19,031.97 万元、17,879.17 万元、21,600.40 万元和 9,990.71 万元，销售费用占当期营业收入的比例分别为 16.34%、20.10%、19.50%和 22.92%，占比基本保持稳定。

报告期内，公司销售费用的具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宣传推广费	3,370.23	33.73	9,648.18	44.67	8,190.90	45.81	8,329.56	43.77
电商平台费用	4,394.76	43.99	7,572.05	35.06	6,517.19	36.45	5,354.40	28.13
职工薪酬	1,730.78	17.32	3,122.82	14.46	2,554.08	14.29	2,399.38	12.61
办公、差旅及业务招待费	267.11	2.67	730.90	3.38	391.89	2.19	448.44	2.36
折旧与摊销	49.55	0.50	123.14	0.57	117.22	0.66	71.55	0.38
仓储物流费	-	-	-	-	-	-	2,295.41	12.06
其他	178.29	1.78	403.32	1.87	107.89	0.60	133.23	0.70
合计	**9,990.71**	**100.00**	**21,600.40**	**100.00**	**17,879.17**	**100.00**	**19,031.97**	**100.00**

报告期内，公司销售费用主要由宣传推广费、电商平台费用和职工薪酬构成。

宣传推广费主要包括广告费费用、对经销商的促销及陈列支持等费用。由于近年来公司产品的竞品增多，公司在报告期内逐步加强了线下渠道建设和推广力度，总体上增加了对宣传推广费的支出。报告期内，发行人市场推广费明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
渠道支持费	3,025.58	6,291.12	4,871.95	3,270.64
广告费	294.60	3,200.97	3,233.07	4,961.64
样品费	50.05	156.08	85.88	97.29
合计	**3,370.23**	**9,648.18**	**8,190.90**	**8,329.56**

报告期内各期，公司市场推广费发生额分别为 8,329.56 万元、8,190.90 万元、9,648.18 万元、3,349.89 万元，主要是由渠道支持费、广告费和样品费构成。

电商平台费用主要为公司在天猫、京东等电商平台上的推广费用，报告期内公司逐步加强对电商平台的资源投入，电商平台费用持续增长，线上渠道的收入规模亦同步增长。2022 年 1-6 月，公司电商平台费用同比增长较快，主要系当期公司线上渠道销售同比增长较快所致。

职工薪酬主要系公司在当期为销售人员发放的薪酬，报告期内总体稳定。

同行业可比公司销售费用率情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三只松鼠	23.15%	21.21%	17.48%	22.59%
良品铺子	18.40%	17.94%	19.89%	20.50%
洽洽食品	8.91%	10.10%	9.76%	13.77%
来伊份	25.90%	32.53%	32.52%	32.63%
盐津铺子	18.83%	22.15%	24.06%	24.57%
算术平均值	19.04%	20.78%	20.74%	22.81%
沃隆食品	22.92%	19.50%	20.10%	16.34%
差异	3.88%	-1.29%	-0.64%	-6.47%

数据来源：同行业上市公司年度报告和半年度报告

报告期各期，公司销售费用率逐年上升，其中 2020 年度提升明显主要原因为 2020 年受新冠肺炎疫情影响公司销售规模有所下滑，但公司为了保持产品的竞争力度，维护市场地位，持续增加对宣传推广费、电商平台费用的投入，使得销售费用率提升明显；2021 年，公司销售费用率同比持平。2022 年 1-6 月，公司销售费用率较 2021 年有所上升，主要系当期公司电商平台费用同比增长较快，系因当期公司线上渠道销售同比增长较快所致。

公司的销售费用主要包括电商平台费用、宣传推广费、职工薪酬、办公差旅及业务招待费和折旧与摊销等，同行业公司的销售费用主要包括平台服务及推广费、职工薪酬、折旧与摊销、仓储服务费、办公差旅及业务招待费等，两者口径一致。

公司 2020 年度及 2021 年度的销售费用率较同行业水平差异不大，2019 年度低于同行业水平，主要原因系公司的运输费用占比较小原因导致。2022 年 1-6 月销售费用率较同行业高，主要原因系 2022 年上半年公司所在地青岛受疫情影响较为严重，销售量下降幅度比较大，同行业 2022 年 1-6 月平均销售收入占 2021 年度的 48%，公司 2022 年 1-6 月销售收入占 2021 年度的 39%。

总体而言，公司的销售费用率处于同行业平均水平，公司为保持产品竞争力度持续投入销售费用存在合理性。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用分别为 1,605.14 万元、2,446.92 万元、3,133.23 万元和 1,667.38 万元，管理费用占当期营业收入的比例分别为 1.38%、2.75%、2.83%和 3.82%，占比呈逐年升高的趋势，主要系报告期内公司对员工实施股权激励确认了股份支付费用，且部分员工因离职退股将股份回售给实控人而再次确认了股份支付费用，此外公司提升了管理人员薪酬，上述原因导致公司管理费用有所增加。

报告期内，公司管理费用的具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	691.75	41.49	1,046.07	33.39	729.61	29.82	788.14	49.10
办公、差旅及业务招待费	90.58	5.43	375.94	12.00	220.30	9.00	185.24	11.54
中介服务费	94.46	5.67	385.34	12.30	131.37	5.37	65.53	4.08
折旧与摊销	247.70	14.86	384.89	12.28	258.47	10.56	251.98	15.70
股份支付	428.09	25.67	685.46	21.88	710.69	29.04	42.80	2.67
其他	114.81	6.89	255.54	8.16	396.47	16.20	271.46	16.91
合计	**1,667.38**	**100.00**	**3,133.23**	**100.00**	**2,446.92**	**100.00**	**1,605.14**	**100.00**

公司管理费用主要系当期为管理人员发放的职工薪酬、股份支付费用，其他科目总体规模较小，且相对稳定。

同行业可比公司管理费用率情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三只松鼠	3.21%	2.90%	2.26%	1.72%
良品铺子	5.24%	5.12%	4.77%	5.33%
洽洽食品	5.44%	4.44%	4.60%	5.14%
来伊份	12.15%	11.51%	11.33%	10.51%
盐津铺子	5.26%	5.21%	4.90%	6.51%
算术平均值	6.26%	5.84%	5.57%	5.84%
沃隆食品	3.82%	2.83%	2.75%	1.38%
差异	-2.44%	-3.01%	-2.82%	-4.46%

数据来源：同行业上市公司年度报告和半年度报告

公司的管理费用主要包括职工薪酬、办公差旅及业务招待费、中介服务费、折旧与摊销和股份支付等，同行业公司的管理费用主要包括职工薪酬、办公差旅及业务招待费、会议费、中介服务费、折旧与摊销、股份支付及存货盘亏报废损失等，两者口径一致。

报告期内公司管理费用率低于同行业平均水平，主要原因系上市公司的规模比较大，子公司较多且遍布全国各地，公司报告期内仅有 4 个子公司，且有两个子公司于 2020 年 6 月和 2021 年成立，成立也是为公司的境外原材料采购服务的，且与其同在山东省青岛市，管理结构相对简单，管理支出相对较少；另外公司高管人员的薪酬没有上市公司的高管薪酬高，综上所述，公司的管理费用率较同行业水平低。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为 37.63 万元、157.61 万元、188.45 万元和 91.72 万元，研发费用占当期营业收入的比例分别为 0.03%、0.18%、0.17%和 0.21%，2020 年起，公司逐渐注重研发投入，导致研发费用支出及占比提升明显。

报告期内，公司研发费用的具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	72.51	79.06	141.55	75.11	76.32	48.42	23.43	62.27
委外研发费	7.80	8.50	17.42	9.24	64.65	41.02	10.51	27.94
直接投入	4.93	5.38	12.32	6.54	6.45	4.09	1.11	2.95
折旧与摊销	2.80	3.05	5.01	2.66	4.76	3.02	0.23	0.61
其他	3.68	4.01	12.15	6.45	5.44	3.45	2.34	6.23
合计	**91.72**	**100.00**	**188.45**	**100.00**	**157.61**	**100.00**	**37.63**	**100.00**

公司研发费用主要由职工薪酬及委外研发费构成。报告期内，公司为加强研发力量，扩充了研发队伍，职工薪酬总额随之增加。此外，在研发过程中，公司根据研发项目实际需要委托外部机构青岛海军食品与营养创新研究院进行新品的研发活动，由此产生委外研发费用。

同行业可比公司研发费用率情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三只松鼠	0.56%	0.59%	0.54%	0.49%
良品铺子	0.52%	0.43%	0.43%	0.35%
洽洽食品	0.73%	0.75%	0.69%	0.63%
来伊份	0.30%	0.12%	0.39%	0.60%
盐津铺子	2.44%	2.42%	2.63%	1.92%
算术平均值	0.91%	0.86%	0.93%	0.80%
沃隆食品	0.21%	0.17%	0.18%	0.03%
差异	-0.70%	-0.69%	-0.76%	-0.77%

数据来源：同行业上市公司年度报告和半年度报告

公司的研发费用主要包括职工薪酬、委外研发费、直接投入、折旧与摊销等，同行业公司的研发费用主要包括职工薪酬、租赁费、委托开发费用、折旧与摊销、服务费、制版费、材料及能源投入等，两者口径一致。

公司研发费用率较同行业平均水平低，主要原因系可比上市公司的产品种类对，研发项目多，公司产品相对单一，主打坚果系列产品，发生的研发费用低。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用分别为 145.34 万元、130.76 万元、24.26 万元和 0.76 万元，具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
利息支出	1.75	232.29	5.35	22.07	101.19	77.38	104.44	71.86
减：利息收入	5.88	778.05	10.01	41.25	7.23	5.53	4.35	3.00
汇兑损益	-6.64	-879.07	-7.85	-32.37	-2.12	-1.62	-5.57	-3.83
手续费	11.52	1,524.83	36.76	151.55	38.93	29.77	50.82	34.97
合计	**0.76**	**100.00**	**24.26**	**100.00**	**130.76**	**100.00**	**145.34**	**100.00**

报告期内，公司不存在银行借款，利息支出为公司向股东拆借款所形成的利息费用以及根据新《租赁》准则就租赁负债所测算确认的利息费用。

同行业可比公司财务费用率情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三只松鼠	0.06%	0.10%	-0.10%	-0.14%
良品铺子	-0.34%	-0.42%	-0.31%	-0.13%
洽洽食品	-0.23%	-0.51%	-0.48%	-0.33%
来伊份	0.53%	0.92%	0.30%	0.96%
盐津铺子	0.25%	0.45%	-0.07%	0.00%
算术平均值	0.05%	0.11%	-0.13%	0.07%
沃隆食品	0.00%	0.02%	0.15%	0.12%

数据来源：同行业上市公司年度报告和半年度报告

公司的财务费用主要包括利息支出、利息收入、汇兑损益、手续费支出等，同行业公司的财务费用主要包括利息支出、利息收入、汇兑损益、手续费支出、未确认融资费用、未实现融资收益、租赁负债利息支出等，两者口径一致。

2019 年和 2020 年度公司的财务费用率高于可比上市公司，主要原因系公司将闲置资金购买理财产品，产生的收益在投资收益中核算，故利息收入发生额较小，但是可比公司的银行存款规模较大，利息收入高，导致公司的财务费用率高于可比上市公司；2021 年度及 2022 年 1-6 月份公司的财务费用率低于可比上市公司，主要原因系公司的资金状况较好，基本没有财务利息支出，三只松鼠、盐津铺子借款力度增加，导致公司的财务费用率低于同行业水平。

（五）其他项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加主要由城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加、印花税等构成，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
城市维护建设税	236.46	48.19	475.42	48.42	281.66	43.25	376.14	46.76
教育费附加	101.34	20.65	203.75	20.75	120.71	18.54	161.20	20.04
地方教育附加	67.56	13.77	135.84	13.83	80.47	12.36	107.47	13.36
印花税	21.70	4.42	66.19	6.74	47.76	7.33	38.97	4.84
房产税	32.61	6.64	56.95	5.80	58.97	9.05	53.05	6.59

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用税	30.40	6.20	43.24	4.40	41.20	6.33	40.50	5.04
环境保护税	0.39	0.08	-	-	-	-	-	-
车船税	0.25	0.05	0.45	0.05	0.34	0.05	0.19	0.02
地方水利建设基金	-	-	0.03	0.00	20.12	3.09	26.87	3.34
合计	**490.71**	**100.00**	**981.87**	**100.00**	**651.23**	**100.00**	**804.38**	**100.00**

2、其他收益

报告期内，公司其他收益分别为 4.22 万元、559.41 万元、333.10 万元和 520.48 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
与资产相关的政府补助	14.56	14.08	1.93	-
与收益相关的政府补助	499.70	317.52	556.31	4.06
代扣个人所得税手续费返还	6.21	1.49	1.17	0.17
合计	**520.48**	**333.10**	**559.41**	**4.22**

3、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为 72.82 万元、379.54 万元、295.61 万元和 207.24 万元，公司的投资收益均为公司利用资金购买银行理财产品产生的收入。

4、信用减值损失/资产减值损失

报告期内，信用减值损失和资产减值损失系根据公司会计政策和会计估计合理计提的坏账准备。

（1）信用减值损失

报告期内，公司的信用减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
坏账损失	39.50	35.90	-99.91	-23.61
合计	**39.50**	**35.90**	**-99.91**	**-23.61**

注：损失以负数列示

（2）资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货跌价损失	-98.15	-126.99	-72.63	-60.89
合计	**-98.15**	**-126.99**	**-72.63**	**-60.89**

注：损失以负数列示

5、资产处置收益

报告期内，公司于 2020 年处置了一批机器设备由此产生资产处置收益 3.54 万元。

6、营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 8.20 万元、71.50 万元、41.93 万元和 6.69 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
罚（赔）款收入	5.87	41.27	71.44	7.93
无法支付的款项	-	0.33	0.02	0.12
其他	0.82	0.33	0.04	0.14
合计	**6.69**	**41.93**	**71.50**	**8.20**

报告期内，公司营业外收入主要由罚（赔）款收入构成，主要包括收到的商业赔偿、原料质量索赔、物流破损赔付、经销商违约金赔付等。

7、营业外支出

报告期内，公司营业外支出分别为 23.57 万元、130.41 万元、347.26 万元和 52.71 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
对外捐赠支出	51.97	205.00	125.16	15.00
罚（赔）款支出	0.44	67.37	4.89	7.95
非流动资产毁损报废损失	0.30	73.29	0.36	0.61

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其他	-	1.60	-	-
合计	**52.71**	**347.26**	**130.41**	**23.57**

2019 年至 2021 年，公司营业外支出呈现上升趋势，主要系对外捐赠支出增多及 2021 年罚款支出和非流动资产毁损报废损失增加所致。其中，公司对外捐赠支出主要为2020年新冠肺炎疫情期间的抗疫物资捐赠和2021年援助西藏发展的资金捐助；罚（赔）款支出主要系 2021 年支付青岛市市场监督管理局的罚款费用，相关罚款不构成重大违法违规行为，具体情况见本招股说明书“第九节公司治理”之“二、发行人报告期内违法违规行为情况”部分的相关内容。2022 年 1-6 月，公司营业外支出主要为对外捐赠支出。

8、所得税费用

报告期内，公司所得税费用分别为 4,287.76 万元、3,624.58 万元、4,459.05 万元和 1,012.85 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	855.31	4,586.69	3,585.81	4,380.05
递延所得税费用	157.55	-127.64	38.77	-92.29
合计	**1,012.85**	**4,459.05**	**3,624.58**	**4,287.76**

三、现金流量表分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,154.49	20,542.94	-1,303.27	17,400.31
投资活动产生的现金流量净额	1,986.57	-19,199.34	1,807.52	-19,990.37
筹资活动产生的现金流量净额	-120.90	878.70	-775.69	4,058.86
汇率变动对现金及现金等价物的影响	3.79	-1.90	-4.00	1.04
现金及现金等价物净增加额	3,023.96	2,220.40	-275.44	1,469.84
期末现金及现金等价物余额	7,261.68	4,237.73	2,017.32	2,292.76

（一）经营活动产生的现金流量

报告期内，公司经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	41,866.27	122,852.29	95,808.57	131,332.04
收到其他与经营活动有关的现金	1,041.66	858.74	762.27	43.58
经营活动现金流入小计	**42,907.92**	**123,711.03**	**96,570.84**	**131,375.61**
购买商品、接受劳务支付的现金	26,101.32	75,128.25	71,536.99	87,133.53
支付给职工以及为职工支付的现金	3,856.36	7,272.10	7,560.12	8,149.02
支付的各项税费	6,816.71	11,933.14	9,598.28	7,450.47
支付其他与经营活动有关的现金	4,979.03	8,834.60	9,178.73	11,242.27
经营活动现金流出小计	**41,753.43**	**103,168.09**	**97,874.11**	**113,975.30**
经营活动产生的现金流量净额	**1,154.49**	**20,542.94**	**-1,303.27**	**17,400.31**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 17,400.31 万元、-1,303.27 万元、20,542.94 万元和 1,154.49 万元，2020 年度，公司经营活动现金流量为负数，主要原因为年末备货式生产及提前储备部分处于价格低位的原材料，导致当期支出现金较大所致。

报告期内，公司的结算模式以先款后货为主，销售回款情况良好。公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业总收入的关系如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入（A）	43,598.27	110,791.83	88,940.51	116,487.75
销售商品、提供劳务收到的现金（B）	41,866.27	122,852.29	95,808.57	131,332.04
销售收现比率（C=B/A）	0.96	1.11	1.08	1.13

报告期各期，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入基本匹配，公司现金流较好。

采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量净额情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	**2,684.53**	**11,958.70**	**8,870.85**	**13,122.73**
加：资产减值准备	58.65	91.09	172.53	84.51
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	539.31	990.12	701.23	437.57
使用权资产折旧	23.30	46.60	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
无形资产摊销	81.22	146.44	143.99	106.28
长期待摊费用摊销	49.03	77.22	69.40	11.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-	-3.54	-
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	0.30	73.29	0.36	0.61
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	-	-0.60	103.07	97.84
投资损失（收益以“－”号填列）	-207.24	-295.61	-379.54	-72.82
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	157.55	-127.64	38.77	-92.29
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	8,446.56	322.67	-8,875.57	-632.61
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	1,353.22	1,854.09	-1,280.18	6,339.95
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-12,460.02	4,721.12	-1,608.17	-2,053.86
其他	428.09	685.46	743.52	51.01
经营活动产生的现金流量净额	**1,154.49**	**20,542.94**	**-1,303.27**	**17,400.31**

根据上表，公司报告期内经营活动产生的现金流量净额与当期净利润不存在重大差异，其中 2019 年度经营活动产生的现金流量净额略高于当期净利润主要系 2019 年由于境外采购付款模式导致期初预付款项较多，2019 年收到货物使得期末预付款项减少所致；2020 年度经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润且为负数，主要系 2020 年末公司为 2021 年春节备货的产品尚处于密集生产和发货期间且公司提前储备了部分价格处于低位的原材料，期末存货余额上涨较多所致；2021 年经营活动产生的现金流量净额高于当期净利润，主要系公司应付账款及合同负债同比有所增加所致；2022 年 1-6 月，经营活动产生的现金流量净额略低于净利润，主要系 6 月末为公司销售和生产的淡季，公司向客户预收的货款较少，且公司期内未大量采购存货而主要在消耗期初存货，导致期内经营性应付项目和存货都有显著减少，因公司预收客户货款的减少量超过了消耗期初存货的量，导致经营活动产生的现金流量净额略低于净利润。

（二）投资活动产生的现金流量

报告期内，公司投资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	39,820.00	93,820.00	87,880.00	25,400.00
取得投资收益收到的现金	207.24	295.61	379.54	72.82
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	11.50	-
投资活动现金流入小计	**40,027.24**	**94,115.61**	**88,271.04**	**25,472.82**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	870.67	9,354.95	9,193.51	3,363.19
投资支付的现金	37,170.00	103,960.00	77,270.00	42,100.00
投资活动现金流出小计	**38,040.67**	**113,314.95**	**86,463.51**	**45,463.19**
投资活动产生的现金流量净额	**1,986.57**	**-19,199.34**	**1,807.52**	**-19,990.37**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-19,990.37 万元、1,807.52 万元、-19,199.34 万元和 1,986.57 万元。报告期内，公司投资活动主要为利用闲置资金购买理财产品以及赎回理财产品，因此收回投资所收到的现金和投资所支付的现金金额较大。固定及无形资产投入方面，报告期内公司持续对生产线及生产厂房进行升级改造，并偿还了部分应付固定资产购置款，报告期内购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 3,363.19 万元、9,193.51 万元、9,354.95 万元和 870.67 万元。

（三）筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	938.12	5,138.80	500.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	4,761.00
筹资活动现金流入小计	**-**	**938.12**	**5,138.80**	**5,261.00**
支付其他与筹资活动有关的现金	120.90	59.43	5,914.49	1,202.14
筹资活动现金流出小计	**120.90**	**59.43**	**5,914.49**	**1,202.14**
筹资活动产生的现金流量净额	**-120.90**	**878.70**	**-775.69**	**4,058.86**

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 4,058.86 万元、-775.69 万元、878.70 万元和-120.90 万元。报告期内，公司吸收投资收到的现金为公司

股东增资扩股以及收到实缴投资款；收到以及支付的其他与筹资活动有关的现金系向股东借入拆借款以及归还股东借款，以及支付 IPO 发行相关的中介费用。

四、资本性支出分析

（一）重大资本性支出情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大资本性支出情况。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出详见本招股说明书“第十三节募集资金运用”的相关内容。

五、重大或有事项和重大期后事项及其影响

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重要承诺事项或重要或有事项，亦不存在需要披露的重要资产负债表日后事项。

六、主要优势、困难及未来盈利能力趋势分析

（一）发行人的主要优势和困难分析

公司的主要优势和困难情况详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”。

（二）对发行人未来盈利能力趋势的分析

报告期内，公司财务结构稳定，资产状况良好，盈利能力持续提升。本次募集资金投资项目具有良好的市场发展前景和经济效益，随着募投项目经济效益的逐步实现，公司盈利能力有望进一步提升。

七、本次发行对即期回报摊薄的影响及填补措施

（一）首次公开发行股票摊薄即期回报对公司每股收益指标的影响

1、每股收益指标计算主要假设和前提条件

（1）公司 2021 年度归属于母公司所有者的净利润为 11,958.70 万元，2021 年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 11,750.25 万元。假设 2022 年归属于母公司所有者的净利润与 2021 年持平。

（2）假设公司首次公开发行股票于 2022 年内完成发行，该时间仅用于计算本次发行摊薄即期回报的影响。

（3）公司首次公开发行股票数量不超过 2,500 万股，此处财务指标计算假设最终发行数量按本次预计发行数量上限计算，即 2,500 万股。发行完成前公司总股本为 7,500 万股，发行完成后公司总股本为 10,000 万股。

上述假设仅为测算公司首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对 2022 年盈利情况的承诺，亦不代表公司对 2022 年经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对公司每股收益指标的影响

基于上述假设与前提，公司测算了首次公开发行股票对公司每股收益指标的影响：

项目	2022 年度
总股本（万股）	10,000.00
归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,958.70
扣非后归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,750.25
基本每股收益（元）	1.20
稀释每股收益（元）	1.20
扣非后基本每股收益（元）	1.18
扣非后稀释每股收益（元）	1.18

（二）发行人应对即期回报摊薄采取的措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险和提高公司未来的持续回报能力，公司拟采取的具体措施如下：

1、加快募集资金投资项目建设进度

目前，公司已经开始积极调配各项资源，开始实施募集资金投资项目的前期建设工作。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目的建设工作，保证募集资金使用效率，争取募集资金投资项目早日实现预期收益，以更好地回报股东。

2、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本

公司将提高公司资产运营效率，加强成本管理和预算管理。同时，公司将完善薪酬和激励机制，在保持成本弹性的同时，通过建立有市场竞争力的薪酬体系，引进市场优秀人才，激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，提升公司的运营效率，降低成本，并提升公司的经营业绩。

3、强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

公司已按照《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定制定了《募集资金管理制度》，规范募集资金的使用。根据《募集资金管理制度》和公司董事会的决议，本次募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中。本次募集资金到账后，公司将有序推进募集资金投资项目建设，争取募集资金投资项目早日达产并实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

4、严格执行公司的分红政策，保障公司股东回报

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的要求，公司进一步完善和细化了利润分配政策并制订了分红回报规划。公司将严格执行上述分红政策，回报投资者。

（三）控股股东、实际控制人的相关承诺

有关于控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺”。

（四）董事、高级管理人员的相关承诺

有关于董事、高级管理人员关于公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺”。

第十二节 未来发展与规划

未来发展与规划是公司在目前经济形势和市场环境条件下，对可预见的未来作出的发展计划和安排。投资者不应排除公司根据经济形势变化和实际经营状况对本发展目标进行调整和完善的可能性。

一、发行人的战略发展目标

公司是行业领先的以坚果相关产品为核心的休闲食品生产商，始终以“只做好坚果”为理念，向消费者提供味美质优、营养健康的坚果类食品，致力于成为“有态度、有担当、有温度”的国民坚果食品品牌和具有持续创新力的全球性坚果企业。

在产品端，公司将通过募投项目的实施扩充产能，并进一步提高生产自动化、智能化水平及仓储物流配套能力。同时，公司将始终以市场为导向，针对消费者潜在需求进行自主研发，在紧密围绕自有的“沃隆”品牌“每日坚果”产品发展的同时，不断拓展产品矩阵，加快产品迭代，从而全面满足消费者每日营养需求和生活品质提升的需要。在销售端，公司将继续推进线上线下全渠道销售网络建设，通过在主要城市设置办事处与经销商实现更加深入的合作，不断拓宽销售渠道覆盖的广度与深度。同时，公司将持续开展广告传播、公关活动、主题推广、内容营销等活动，加强针对年轻消费者群体的精准营销能力，持续提升公司的品牌影响力。在品控端，公司将持续加大产品质量控制投入，完善质量风险预防机制，持续提升全流程信息化水平，确保供货的及时性和产品的优质性。

二、发行人未来三年发展规划

（一）实施生产智能化改造以扩充产能，建设智能仓储物流中心

目前公司多种产品产能已接近上限，报告期内公司主营产品坚果类产能利用率已接近设计产能，其他产品产能利用率也已趋于饱和，产能不足已成为影响公司业绩持续增长的重要因素。

公司计划实施生产智能化改造项目，升级改造现有仓库及车间，扩大生产作业面积，并配套购置相关先进生产设备，提高生产自动化、智能化水平，并实现坚果类产品生产线的柔性生产能力，应对公司坚果类、烘焙类、礼盒类等多品种、

多规格、多批次的生产需求，有效突破因现有产能不足造成的发展瓶颈，进一步完善产品线，扩大公司业务规模。

同时，公司计划实施智能仓储物流中心建设项目。伴随公司生产规模的持续扩大，现有物流仓储配套能力已不能满足业务需要，尤其是“双 11”、“双 12”、元旦、春节等特定购物高峰期。通过本项目的实施公司将新建智能化立体仓储物流中心，实现产品在入库时自动分捡、码垛、贮存；产品自动出库、拆垛、产品信息附码、自动进入物流车厢等功能，项目建成后公司仓储物流配套能力将得到大幅提升，为公司业务规模的持续扩张奠定坚实基础。此外，仓储物流中心还可以将位于厂区不同车间生产的产品通过智能传输系统自动入库，实现对公司全系列产品的集中仓储、配货管理。

（二）精准布局蓝海市场，依托创新能力拓宽产品矩阵

公司产品体系围绕坚果类食品构建，主要产品包含混合坚果、单品坚果及含坚果烘焙食品等。

随着烘焙食品在人们日常饮食结构中的占比逐渐增加，近年来我国烘焙食品行业发展迅速，市场需求不断扩大。公司拥有前瞻性的市场需求分析能力和专业的研发团队，致力于坚果烘焙、坚果酱等新产品系列的研发，未来将大力培育国内新型坚果烘培食品的消费市场。此外，国内烘焙产品行业对坚果相关原材料的深加工产品需求近年来逐渐增大，公司计划购置相关深加工设备，充分抓住市场机遇，抢占烘焙产品相关的坚果深加工用料市场。未来，公司将逐步向多品类、多层次的综合型休闲食品生产商转型，夯实行业领先地位。

（三）丰富线上线下全销售渠道能力

目前公司产品的线上销售占比持续提升，同时线下销售区域主要集中在华东地区，其他各区域销售份额在公司主营业务收入中的占比较低。未来公司将在现有营销体系基础上，推进全渠道销售建设，以全方面覆盖销售市场，进一步巩固和提高市场份额。

线上渠道方面，公司把线上渠道作为销售跨级式增长的新窗口，在原有的“平台代销+自营店铺”的销售模式上新增“社交电商”布局，通过达人带货、店铺直播、人群运营、新媒体投放、平台资源采买、站内流量投放等线上营销渠道，

提升公司线上销售能力、产品信息传播以及新品推广速度，不断巩固市场规模、提高市场占有率。

线下渠道方面，公司已将现有的七百余个经销商以分区设立办事处的方式深度管理，实行办事处责任制，加强渠道及价格管控，解决实际销售问题。未来公司将对线下渠道的深度和广度作进一步延伸。在深度上，公司将与下沉市场的社区电商平台展开深度合作，使营销网络深入至三、四线城市，在广度上，公司将在华东、华南、华西、华北等区域办事处通过线下 MINI 店投放，扩大受众群体，提升市场营销灵活性，直接面向客户全面展示公司全品类产品，为线下消费者提供全面的线下产品与购物服务体验。

公司将扩大产品覆盖区域，完善销售网络布局，同时实现线上线下的双向引流，持续扩大公司产品的市场占有率。

（四）强化公司品牌建设与口碑塑造，提升品牌知名度

公司此前推出的“每日坚果”系列一经上市迅速受到消费者的青睐，成为畅销单品，为公司的品牌建设提供了一定的可借鉴成功经验。

未来，公司将通过开展广告传播、公关活动、主题推广、内容营销等活动，提升公司品牌知名度及行业影响力，进一步完善公司品牌形象建设。公司通过在楼宇电梯广告、互联网视频媒体等渠道投放广告，提升品牌在全国市场的知名度，扩大“沃隆”品牌的市场影响力，进一步提升公司品牌价值，促进公司持续健康发展。

（五）加强针对年轻消费者群体的精准营销能力

公司近年来高度重视通过影视剧渠道进行品牌宣传和推广，实现品牌传播最大化和吸引年轻用户群体。公司在《扫黑风暴》《山河令》《谁是凶手》《都挺好》等多部热播影视剧中，以沉浸式情节推广公司品牌和产品，在各大社交媒体中形成热烈反响。未来，公司将会针对客户群体进一步增强娱乐营销能力，关注内容营销，拉进与用户的距离，提高用户互动口碑，加强流量变现能力。

（六）增进对产品品质及食品安全的把控

作为坚果类休闲食品的知名品牌，公司采用以自主生产为主的生产模式，严格控制原料进厂、生产包装、成品发货等多个环节，全方位保障食品安全。公司自建工厂获得了 BRC 体系 A 级认证；未来公司将在品控方面持续加大投入，完善质量风险预防机制，加强质量监控预警管理和售后质量问题追溯管理，从源头进行食品安全把控，同时继续优化质量管理流程，降低人为因素对质量管控工作的影响。

（七）持续提升全流程信息化水平

利用信息系统提高企业生产力、销售能力、供应链效率已成为休闲食品行业企业的核心竞争力之一。未来公司将进一步推进供应端、销售端及日常管理运营的信息化建设，并逐步从传统信息化向数据科技化转型，对线上业务、终端门店、商品、用户、人力资源等 IT 模块进行全面升级，保障信息系统为日益扩展的业务内容提供全流程支持，提升公司现有信息系统各模块的同步性，提高公司的整体协作水平和运营效率，打造一套以用户为导向的零售生态系统，为企业在复杂多变的市场环境下提供准确的决策依据。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

国内外政治、经济、法律和社会环境处于正常发展状态，所在领域的法律法规和国家政策没有发生不利于公司经营活动的重大变化；公司所在行业的市场容量、市场竞争状况处于正常发展状态，上下游行业均未出现影响行业发展的重大不利情况；公司股票发行与上市工作进展顺利，股票如期发行，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；公司的经营管理水平能够充分适应公司业务规模及业务量的快速增长，不会发生重大经营决策失误，公司管理层人员和核心技术人员稳定，未发生严重影响公司正常运转的人事变化；公司预期的风险得到有效控制，无其他不可抗力因素或突发事件对公司造成重大不利影响。

四、实施上述计划将面临的主要困难

公司上述的发展计划是基于公司现有业务规模、市场地位及本行业的发展趋势等各方面因素综合制定的，上述计划的拟定依据了一定的假设条件和可能出现的一些困难。

（一）资本规模制约

根据未来业务发展计划，公司将进一步扩大业务规模，相应需要较多的资金投入。虽然公司目前已具有较强的盈利能力，但依靠自身经营积累难以满足公司规模快速扩张的资金需要。因此，能否进一步拓宽公司的融资渠道，获得充足的发展资金，将成为公司能否保持快速发展的必要条件。如果为维持公司快速发展所需的资金来源得不到充分保障，将影响到上述目标的实现。

（二）人力资源制约

随着公司业务规模高速扩张以及市场竞争加剧，公司所需要的人才数量和质量也迅速增加。能否有序地根据公司未来的发展规划补充相应的人才将会影响到公司发展目标的实现。

（三）管理水平制约

同时，公司业务规模的扩大，对公司机制建立、战略规划、组织设计、信息系统建设、运营管理、资金管理、内部控制等方面，特别是高级管理人员、研发和营销人员的能力提出了更高的要求。

如果资金供给、人才需求以及公司各方面的管理配套跟不上业务发展的速度，将影响公司未来业务发展计划的实施。

五、实现上述规划和目标采用的方法或途径

为了保证上述规划目标的实现，本公司需要通过各方面的努力，营造各种必要的条件，具体措施如下：

（1）严格遵守相关法律法规，紧密围绕国家经济政策及产业政策方向发展业务；

（2）通过加大对产业链上下游的布局和投入，不断优化产品及服务；

（3）通过薪酬、福利、公司文化、员工股权计划等激励机制吸引优秀的销售人才、管理人才和技术人才，提高公司员工的整体专业水平；

（4）积极研发并推出新品类产品，开拓如二、三线城市等新的市场领域，提高公司的品牌知名度和潜在市场规模；

（5）进一步拓宽公司的融资渠道，在间接融资的基础上，充分利用资本市场的多种直接融资功能，增强直接融资的能力，以满足公司业务发展对资金的需要。

六、业务发展计划与现有业务的关系

公司是以坚果相关产品为核心的休闲食品生产商，主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售。其中混合坚果收入金额占主营业务收入的比重占 80%以上。

上述业务发展计划以公司现有的业务状况和市场情况为前提，在充分研究国家法律、法规、产业政策以及行业发展态势的基础上，结合公司自身的市场定位与发展战略制定而成，将有利于公司扩大产能，提升仓储物流效率，完善全渠道营销网络，强化品牌建设，加强产品品控，提升全环节信息化水平等，从而有助于公司继续保持行业领先地位和持续高速增长。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用情况

（一）募集资金确定依据

经公司 2022 年第三次临时股东大会审议通过，公司拟首次公开发行不超过 2,500 万股人民币普通股（A 股），募集资金总额将由实际发行股数和根据询价结果确定的发行价格确定。

（二）募集资金运用计划

本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资金额
1	生产智能化改造及智能仓储物流中心建设项目	35,615.77	31,000.00
2	品牌形象及全渠道销售网络建设项目	26,412.00	21,000.00
3	补充流动资金	18,000.00	18,000.00
总计		**80,027.77**	**70,000.00**

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金不能满足拟投资项目资金需求，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分公司将通过自筹资金方式解决。若本次发行募集资金超过拟投资项目资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定，履行法定程序后作出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，公司将根据募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入，待募集资金到位后按照相关规定程序予以置换。

（三）募集资金投资项目履行的审批、核准或备案情况

公司本次发行的募集资金投资项目审批情况如下：

序号	项目名称	项目投资备案 编号/代码	项目环评 批复/备案
1	生产智能化改造及智能仓储物流中心建设项目	2203-370214-04-01-562452	青环城审（2022）48 号
2	品牌形象及全渠道销售网络建设项目	-	-
3	补充流动资金	-	-

除上述第 2、第 3 项无需办理项目备案及环境影响评价批复手续外，本次募集资金投资项目已取得主管部门的投资项目备案及环境影响评价批复。公司的募集资金投资项目均符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

（四）募集资金的管理与运用及专户存储安排

公司制定了《募集资金管理制度》，该制度对公司募集资金使用原则、专项账户的设立、使用方向及变更、使用监管以及超募资金的使用等作了详尽规定。

公司上市后建立募集资金专项存储制度，将本次募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理，并与保荐机构及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

公司将严格按照《募集资金管理制度》对募集资金进行管理，从而保证高效使用募集资金以及有效控制募集资金安全。

（五）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了审慎分析，认为本次募集资金投资项目切实可行，符合国家产业政策，具有良好的市场前景。本次募集资金投资项目是在公司现有的业务基础上，对公司现有业务结构进行补充以及对业务规模进行扩大，与企业现有经营规模、管理能力、技术水平和财务状况等相匹配。

（六）募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

公司的募集资金投资项目实施后，将不会产生同业竞争，也不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）生产智能化改造及智能仓储物流中心建设项目

1、项目概况

本项目总投资 35,615.77 万元，其中：建设投资 33,841.22 万元，铺底流动资金为 1,774.55 万元。本项目拟使用募集资金 31,000.00 万元。本项目建设地址为

山东省青岛市城阳区惜福镇街道汇福路 90 号，为公司既有土地，项目用地已取得不动产权证书（鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027099 号）。项目建设周期为 36 个月。

2、项目建设的必要性

（1）本项目有利于突破公司产能瓶颈，提高公司盈利能力

公司自成立以来专注于坚果及相关产品的生产和销售，首创“沃隆”品牌“每日坚果”已成为该品类最具代表性和知名度的产品之一，拥有良好的口碑和品牌美誉度。凭借对产品品质的坚持与对市场需求敏锐的洞察，公司近年来经营业绩发展良好，产品品类和生产规模持续扩大，目前公司多种产品产能已接近上限，产能不足已成为影响公司业绩持续增长的重要因素因此公司亟需通过本项目的实施，对现有场地进行适应性改造，并引入先进智能生产设备，提高公司产能规模，满足不断增长的市场需求，提高公司盈利水平。

（2）优化公司生产布局，提升生产车间的智能化水平

公司自成立以来始终重视品牌发展和培育，以品牌力量推动产品销售。得益于公司优异的产品品质和开发能力，以及良好的市场口碑和品牌美誉度，公司客户数量及销售渠道日益广泛，经营业绩也实现了快速增长。

公司产品的生产工艺主要涉及到原材料清理、烘烤加工、冷却、精选、包装等多种工序。公司现有生产场地及生产设备均为公司在不同发展阶段分批次购置及规划设计实施的，近年来伴随公司业务的持续增长，原有厂房设计、生产线布局以及生产加工设备已经不能很好的匹配现有业务快速发展的趋势。本项目将通过对现有厂区的部分仓库及车间进行升级改造、扩大现有生产作业面积，优化公司生产布局，并配套购置相关先进设备，提升公司生产线自动化、智能化水平，实现坚果类产品生产线的柔性生产能力，应对公司坚果类、烘焙类、礼盒类等多品种、多规格、多批次的生产需求。

此外，生产线自动化水平的提高也将有效缓解公司分拣、称重、包装等工序的用工压力，在提升生产效率的同时，减少人为因素导致的质量问题，进一步提升坚果类产品的品质稳定性，提升公司的市场竞争能力。

（3）新建现代化仓储设施，提升仓储物流效率

目前公司厂房均为分批购入、规划并投入使用的，各生产车间位置较为分散，原料库房和各成品库房也较为分散，产品入库距离较长，物流车辆为配货需在不同厂区、不同地点进行周转，使得公司物流及仓库难以实现高效的集中化管理。产品出入库目前全部采用人工转运+机动叉车的方式操作运行，整体流程自动化水平不高，不仅影响工作效率，还存在产品损坏及人员安全风险，使得公司物流及仓库难以实现高效的集中化、自动化管理，不利于公司提高精细化管理和运营效率。未来公司新增自动化、智能化程度较高的坚果类产品生产线投产后，还将带来新增的仓库存储及周转需求，目前的仓储空间及布局已经远远不能满足公司对仓储能力的需求。

与此同时，公司近年来线上销售占比逐步提升，由于线上的电商订单具有高度离散性、个性化以及高时效性等特征，对公司的订单响应速度、仓储物流效率和质量等全方面综合物流服务能力提出了更高要求，目前的仓储物流体系已不能满足公司业务结构的变化对仓储服务能力的更加严格的需求。

通过本项目的实施，公司将新建配备先进仓储物流信息管理系统的现代化仓储物流中心，将有效缓解现有仓库面积不足的问题，大幅提升公司仓储能力。同时，自动化仓储物流中心将利用先进的物流管理系统及全自动装卸、配送设备代替原有人工+转运叉车的方式进行操作，提升成品库房的自动化水平，实现产品在入库时自动分捡、码垛、贮存；产品自动出库、拆垛、产品信息附码、自动进入物流车厢等功能，在有效提高工作效率的同时，也将减少因人工操作造成的产品损坏与人员安全风险。此外，仓储物流中心还可以将位于厂区不同地方的生产车间产品通过传输带方式统一自动入库，实现对公司全系列产品的集中仓储、配货管理，以减少原有各生产车间产品因入库距离长造成的效率低下与成本浪费，进一步提升公司产品管理效率。

项目建成后，全新的现代化仓储设施将对原材料和成品进行集中物流配货管理，利用先进的物流管理系统、全自动装卸和配送设备提高成品库房的装配货效率和智能化程度。同时，大幅节约公司原来在仓储服务环节的人工成本，提升公司在市场竞争中的成本优势，有效应对市场环境变化，有效提高公司市场竞争力。

3、项目建设的可行性

（1）本项目的实施符合国家产业政策导向

食品行业是关系人民群众切身需求与经济社会和谐稳定的民生行业，因此行业的发展受到国家高度重视，我国相关部门先后推出相关政策鼓励支持食品行业健康持续发展，包括《“十三五”食品科创新专项规划》《关于促进食品工业健康发展的指导意见》以及《“十三五”国家食品安全规划》等，上述文件提出既要加强食品行业品牌建设，企业增强品牌意识，鼓励食品企业加强品牌建设，夯实品牌发展基础，提升产品附加值和软实力，打造百年食品品牌；也要在生产方面推进“两化”深度融合，加快工业云、大数据、物联网等新一代信息技术在食品工业研发设计、生产制造、流通消费等领域的应用，加快推进个性化定制和柔性化制造，鼓励重点行业企业建设数字化车间，开展食品制造智能工厂建设试点示范，提高智能化水平。

本项目的建设旨在通过对现有场地和设备进行改造升级，同时新建智能化立体物流仓储中心，进一步提升公司现有生产作业自动化、智能化水平，提升公司生产规模和运行效率，促进公司健康快速发展。项目建设符合相关国家政策规划及宏观环境，为本项目的实施提供有力保障。

（2）居民人均可支配收入及消费能力持续增长，为本项目的实施创造了广阔的下游市场空间

食品、饮料等行业作为快速消费品，是我国居民日常消费的重要支出项，消费水平与居民收入水平直接相关。近年来，伴随我国宏观经济的稳步增长，我国居民人均可支配收入水平也逐步提升，根据我国《2021 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2021 年全国居民人均可支配收入达 35,128 元，较上年增长 9.1%。居民人均可支配收入的增长带动了整个消费市场规模的扩大，2021 年我国居民人均消费支出 24,100 元，其中食品烟酒消费支出为 7,178 元，占比达到 29.8%，在各项消费支出中位居第一。

坚果类产品因富含多种营养物质，可以有效的预防疾病、提高免疫力，且坚果类产品品类繁多，可以满足不同消费者的个性化营养需求。近年来受到越来越多消费者的喜爱，总体市场规模不断提升。未来，受益于我国人均可支配收入的

提高、消费结构的升级及电商红利发展等因素的影响，伴随着消费者对食品的品质、健康性的要求不断提升，坚果类休闲食品行业将持续保持强劲的发展势头。因此，我国庞大的消费群体和消费结构升级的趋势，为本项目的实施创造了广阔的下游市场空间。

（3）科学的生产过程管理和完善的质量管理体系保障本项目的顺利实施

公司形成了严格且科学的生产过程管理制度。公司自成立以来，始终将产品质量的管控置于生产经营的核心地位，执行严格的质量控制制度，为确保产品质量的稳定可靠，供应商的选择、原材料质量检测、生产环节质量控制、成品入库检测等关键环节均进行严格的质量检测检验。从原料采购环节开始，沃隆严苛把控产品的质量，甄选来自美国、澳大利亚、越南、土耳其等地的优质原料，并构建可靠可控、强大稳定、高质高效的供应链系统，保证企业质量、采购质量和供货安全，原料可追溯到农场地。

公司拥有稳定的上游供应商和健全的供应商管控机制，公司评选小组每年会对供应商进行评审考核并确定是否合作。目前，公司已与多家供应商建立长期稳定的合作关系，形成了良好的信用体系，能够满足公司对原材料的高标准的需求。公司多年的生产经验和长期对质量的坚守为该项目的实施奠定了基础。

（4）公司良好的品牌形象和丰富的销售渠道保障本项目的顺利实施

品牌形象是公司长期经营结果的反映，也是一个企业区别于行业竞争对手的主要标志，尤其对食品行业企业而言，品牌形象是企业市场竞争力的核心要素之一。公司一直重视品牌形象建设，通过严格控制产品质量，不断提高工艺水平，强化服务意识，产品的品质和形象深受广大消费者认可，并获得“2018 年全国坚果炒货行业综合经济 20 强企业”、“2019 年天猫大食品消费者运营奖”、“青岛市民营企业 100 强”等多项行业荣誉，在坚果细分市场拥有较强的品牌影响力。与此同时，公司拥有经验丰富的专业化营销队伍，构建了包括经销、线上直销、平台代销、线下直销等线上线下全方位营销渠道。公司良好的品牌形象和丰富的销售渠道将为本项目新增产能的消化提供有力支撑，保障项目顺利实施。

4、投资概况

本项目计划总投资额为 35,615.77 万元，投资项目主要有建筑工程、设备购置及安装、基本预备费、铺底流动资金等项目建设必要的投资，资金来源拟全部由公司通过本次募集资金方式取得。

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	占总投资额的比例
1	建筑工程投资	15,792.74	44.34%
2	设备购置及安装	16,437.00	46.15%
3	基本预备费	1,611.49	4.52%
4	铺底流动资金	1,774.55	4.98%
合计		**35,615.77**	**100.00%**

（1）建筑工程投资明细

本项目建筑工程总投资为 15,792.74 万元，主要包括仓库建筑工程、厂房装修改造、冷库建造等建筑工程投资及安装工程投资、建筑工程其他费用。建筑工程费根据项目建设内容按当地造价水平进行估算。

单位：（平方米）/（元/平方米）/（万元）

序号	投资明细	厂区	建筑面积	单位造价	投资金额
一	建筑工程费用				13,580.01
1	生产车间建设装修	六厂	15,000.00	3,000.00	4,500.00
2	智能物流仓储场地建设装修	六厂	7,000.00	5,000.00	3,500.00
3	恒温仓储场地建设装修	六厂	3,000.00	2,500.00	750.00
4	厂区道路改善	新建仓库	3,000.00	1,000.00	300.00
5	厂房装修改造	三厂	6,767.00	1,000.00	676.70
6	厂房装修改造	四厂（二层）	2,706.00	100.00	27.06
7	厂房装修改造	四厂（四层）	4,125.00	500.00	206.25
8	厂房装修改造	其他厂房	18,000.00	900.00	1,620.00
9	冷库建造	其他厂房	4,000.00	5,000.00	2,000.00
二	安装工程费用	-	-	-	1,358.00
三	建筑工程其他费用	-	-	-	854.73
小计			**63,598.00**	-	**15,792.74**

（2）设备选型依据及投资明细

本项目设备投资 16,437.00 万元，包括生产所需的硬件设备及软件设备等。各项设备是生产过程中必不可少的物质基础，科学地进行设备选型、论证和合理配置，可减少盲目采购，使设备的使用价值最大化，对提高企业的整体实力意义重大。上述设备的购置具体考虑适用性、先进性原则以及性价比原则。

1）硬件设备

单位：台、万元/台、万元

序号	厂区	设备名称	数量	单价	总金额
1	三厂	自动称量设备	20	60.00	1,200.00
2	三厂	提升机	20	5.00	100.00
3	三厂	自动装盒机	5	100.00	500.00
4	三厂	自动码垛机	2	50.00	100.00
5	四厂	提升机	31	5.00	155.00
6	四厂	自动装盒机	7	100.00	700.00
7	四厂	自动码垛机	2	50.00	100.00
8	四厂	自动称量设备	31	60.00	1,860.00
11	三厂	多头秤	26	20.00	520.00
12	三厂	灌装机	16	10.00	160.00
13	三厂	旋盖机	16	8.00	128.00
14	三厂	贴标机	16	10.00	160.00
15	三厂	铝箔封口机	16	2.50	40.00
16	三厂	全自动封罐机	5	6.00	30.00
17	三厂	立式包装机	10	12.00	120.00
18	三厂	给袋式包装机	10	25.00	250.00
19	三厂	检重机	26	3.00	78.00
20	三厂	定制蜘蛛手装盒机	8	45.00	360.00
21	三厂	码垛机器人	2	35.00	70.00
22	三厂	检重机（外包）	4	5.00	20.00
23	三厂	喷码机	4	4.00	16.00
24	三厂	装箱机	4	30.00	120.00
25	三厂	开箱机	4	15.00	60.00
26	三厂	臭氧机	1	10.00	10.00

序号	厂区	设备名称	数量	单价	总金额
27	三厂	振动筛	8	2.00	16.00
28	三厂	中央空调组	1	52.00	52.00
29	三厂	空压机组	2	25.00	50.00
30	三厂	自动化信息采集系统	1	100.00	100.00
31	三厂	智能螺旋升降机	2	20.00	40.00
32	三厂	输送、提升、架构等配套设备	1	400.00	400.00
33	六厂	自动称量设备	10	60.00	600.00
34	六厂	提升机	10	5.00	50.00
35	六厂	自动装盒机	3	100.00	300.00
36	六厂	自动码垛机	1	50.00	50.00
37	新建仓库	货架	15,000	0.15	2,250.00
38	新建仓库	安全隔离网、检修梯及维修平台	2,000	0.05	100.00
39	新建仓库	智能四向穿梭车	20	35.00	700.00
40	新建仓库	充电系统	20	2.00	40.00
41	新建仓库	定位系统	15,000	0.001	15.00
42	新建仓库	提升机	10	40.00	400.00
43	新建仓库	输送机	30	2.00	60.00
44	新建仓库	外形检测装置	20	2.00	40.00
45	新建仓库	条码阅读器	20	2.00	40.00
46	新建仓库	称重模块	20	1.50	30.00
47	新建仓库	小件分拣线体	20	10.00	200.00
48	新建仓库	AGV 托盘搬运车	30	15.00	450.00
49	新建仓库	大件分拣线体	10	6.00	60.00
50	新建仓库	大件输送提升机	10	25.00	250.00
51	新建仓库	码垛机	8	30.00	240.00
52	新建仓库	连接线	1	400.00	400.00
53	新建仓库	电控及强电系统	1	50.00	50.00
54	新建仓库	服务器及控制台相关	1	7.00	7.00
55	新建仓库	弱电及无线相关	1	25.00	25.00
56	新建仓库	集成及实施服务	1	300.00	300.00
合计			**32,548**	**-**	**14,172.00**

2）软件设备

单位：个、万元/个、万元

序号	设备类型	数量	单价	总金额
1	WCS	1	150.00	150.00
2	WMS 及 ERP 接口	1	80.00	80.00
3	硬件软件接口	1	10.00	10.00
4	操作系统及三维监控系统	1	20.00	20.00
5	数据库系统	1	5.00	5.00
6	物流追溯及电子签收	1	2,000.00	2,000.00
合计		**6**	**-**	**2,265.00**

5、项目环境保护情况

项目的施工主要涉及到现有场地装修，施工期主要污染包括：噪声、扬尘、废水及固体废弃物。治理措施如下：

（1）施工扬尘

1）采取分段施工，合理安排施工工期，尽量减少同一时间的挖土量；

2）采取洒水湿法抑尘，利用洒水车及时对施工现场和进出道路洒水，保持地面湿度；

3）利用清扫车对道路和施工区域进行清扫，以减少粉尘和二次扬尘的产生。

（2）施工噪声

1）采取低噪声的施工机械和先进的施工技术；

2）严格遵守《中华人民共和国环境噪声污染防治法》的有关要求。

（3）施工废水

1）对于施工人员生活污水，修建临时化粪池和生活污水排放渠道，生活污水集中处理后纳入城市污水管网体系，禁止随意排放。

2）对于施工废水和车辆冲洗废水，由于悬浮物浓度较大，应设置简易的两级串联废水沉淀池，废水经沉淀后排入城市排污管网，禁止废水乱排放。

本项目运营期主要污染物为项目废水、固体废弃物。防治措施如下：

项目废水主要为生活废水，通过城市污水管道进行排放。

项目噪声控制主要采用高效低噪声设备、建筑隔声、消音等措施以确保厂界噪声达标排放。

项目固体废弃物主要包括生活垃圾、废包装材料，其中生活垃圾由环卫部门统一收集处理，废包装材料通过废品回收单位处理。

建设项目上述的各项污染防治措施及技术和经济可行，各类污染物均可做到稳定达标排放。

6、项目实施进展情况

本项目实施进度表如下所示：

建设进度												
项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程前期工作												
工程建设												
设备购置及安装调试												
系统运行												
竣工验收												

注：T 代表建设初始年 1、2、3 数字代表年数，Q1、Q2、Q3、Q4 为当年第一、二、三、四季度。

7、项目的立项批文和环评批复

本项目已经获得青岛市城阳区发展和改革局出具的“2203-370214-04-01-562452 号”《企业投资项目备案证明》。

本项目已经获得青岛市生态环境局城阳分局出具的“青环城审[2022]48 号”《环境影响报告表暨生态环境影响专项报告的批复》。

8、项目经济效益分析

本项目主要财务指标测算如下：

财务评价指标	预期值
项目总投资（万元）	35,615.77
项目年均销售收入（万元）	58,772.67

财务评价指标	预期值
项目年均净利润（万元）	4,890.13
投资内部收益率（所得税后）（%）	17.87
税后静态投资回收期（含建设期）（年）	6.90

（二）品牌形象及全渠道销售网络建设项目

1、项目概况

本项目总投资 26,412.00 万元。本项目拟使用募集资金 21,000.00 万元。本项目建设地址为山东省青岛市城阳区惜福镇街道汇福路 90 号，为公司既有土地，已取得不动产权证书（鲁（2021）青岛市城阳区不动产权第 0027099 号）。项目建设周期为 36 个月。

2、项目建设的必要性

（1）本项目的建设有利于提升公司品牌形象，进一步增强市场竞争力

随着我国居民消费水平的提升以及消费理念的转变，以坚果为代表的健康、品质休闲食品的市场需求持续增长，消费者在关注产品价格的同时，也逐步开始关注产品质量、消费体验、产品形象等多方面因素。其中，品牌形象作为公司产品品质、企业文化以及企业价值的综合表现，是消费者对公司长期经营结果的综合评价。良好的品牌形象有利于扩大公司产品认知度，提高消费者对企业的忠诚度，促进消费者重复购买公司产品和服务。伴随消费能力的提升，人们在购买食品时更加倾向于选择规模型、经过长期市场检验并具有良好品牌形象企业的产品，以确保产品品质的安全可靠。在此背景下，面对不断加剧的市场竞争环境和持续升级的客户消费需求，加大品牌建设投入，增强品牌影响力是巩固和强化公司市场竞争力的重要举措，也是公司实现持续健康发展的必然举措。

公司作为以坚果相关产品为核心的休闲食品生产商，凭借多年行业经验，自主创新研发的“沃隆”品牌“每日坚果”系列产品，已成为最具代表性和知名度的产品之一，积累了良好的口碑和较高的知名度。为进一步提升公司产品形象，增强品牌影响力，公司拟通过本项目的建设，在全国范围内展开广告传播、公关活动、主题推广、内容营销等活动，提升品牌在全国市场的知名度，扩大“沃隆”品牌的市场影响力，进一步提升公司品牌价值，促进公司持续健康发展。

（2）本项目是丰富公司营销体系，扩大市场份额的必要途径

近年来，互联网基础设施不断完善，普及率不断提升，线上购物模式已经深入人们的日常生活。与此同时，消费者与企业之间的互动需求增加，对线下产品质量与服务体验要求日益提高。未来，线上线下融合的全渠道营销网络的布局逐步成为企业巩固客户，增强客户粘性，并提升市场份额的必要途径。目前公司产品的线上销售占比持续提升，同时线下销售区域主要集中在华东地区，其他各区域销售份额在公司主营业务收入中的占比较低，未来公司将加大各区域的营销推广力度，推进业务全面发展。故此，公司有必要在现有营销体系基础上，推进全渠道销售建设，以全方面覆盖销售市场，进一步巩固和提高市场份额。

本项目一方面将通过达人带货、店铺直播、人群运营、流量投放等线上营销渠道，提升公司线上销售能力、产品信息传播以及新品推广速度；另一方面，公司将在华东、华南、华西、华北等区域办事处通过线下 MINI 店投放，直接面向客户全面展示公司全品类产品，为线下消费者提供全面的线下产品与购物服务体验。通过本项目的建设，公司将扩大产品覆盖区域，完善销售网络布局，同时实现线上线下的双向引流，持续扩大公司产品的市场占有率。

（3）本项目的建设有利于公司消化新增产能，持续强化盈利能力

本次生产智能化改造及智能仓储物流建设项目达产后，公司坚果类产品生产线自动化、智能化水平将得到大幅提升，同时产能规模也将实现大幅增长。新增产能的消化吸收对公司营销推广能力提出了更高要求，公司需要搭建与之匹配的营销管理体系。此外，消费者对消费体验与品牌形象重视程度的不断提高，也对公司品牌建设和营销服务提出了更高的要求。因此，公司亟需对现有的销售体系进行优化和升级，强化各销售渠道建设，以带动产品的销售，助力新增产能的消化。

本项目将同步推荐线上线下融合的全渠道销售建设，在推进公关活动、内容营销、新媒体投放等线上推广的同时，加强线下 MINI 店的布局，将有助于公司在全国范围内进行市场开拓，为客户提供全渠道的优质服务。同时，公司将进一步实现产品新增产能的有效消化，提升整体运营管理水平，持续强化综合竞争能力，并进一步提升盈利能力。

3、项目建设的可行性

（1）本项目的实施符合国家政策规划，顺应行业发展趋势

食品行业是关系人民群众切身需求与经济社会和谐稳定的民生行业，因此行业的发展受到国家高度重视，我国相关部门先后推出相关政策鼓励支持食品行业健康持续发展。其中，《“十三五”食品科创新专项规划》《关于促进食品工业健康发展的指导意见》以及《“十三五”国家食品安全规划》等，均提出要优化产业结构和区域布局，推动食品工业转型升级，满足城乡居民安全、多样、健康、营养、方便的食品消费需求，培育食品新业态和新兴产业，强化食品品牌建设，同时鼓励食品企业夯实品牌发展基础，提升产品附加值和软实力，并加强与大型电商品牌对接，拓宽销售渠道。

本项目的建设顺应食品行业健康快速发展的趋势，有效驱动公司销售模式与运营模式的创新。本项目旨在优化公司销售网络体系，增强公司品牌影响力，推动公司线上线下协同发展，促进公司持续健康发展。项目建设符合相关国家政策规划，宏观环境为本项目的实施提供有力保障。

（2）公司良好的品牌形象及产品质量口碑是本项目顺利实施的基础

经过多年的发展，公司自主创新研发的“沃隆”品牌“每日坚果”系列产品已成为最具代表性和知名度的产品之一。同时公司高度重视产品质量管控，拥有稳定的上游供应商和健全的供应商管控机制，从原材料环节开始严格把控产品的质量，并构建了可靠可控、强大稳定、高质高效的供应链体系，确保产品品质。目前公司已经通过了 HACCP、GB\T19001-2006、ISO9001:2015、BRC（食品安全全球标准）等质量管理体系认证，并获得由 BRC 认证的 A 级证书，得到了国际权威组织的认可。此外，公司先后获得了“2020 年度品质类大奖（食品饮料类）”、“第六届全国坚果炒货食品科学技术进步奖”、“2019 中国坚果炒货行业具有健康价值与创新价值品牌产品”、“青岛市农业产业化重点龙头企业”等多项殊荣。

本项目将进一步完善公司品牌形象，提升公司的产品知名度和市场影响力，公司良好的品牌形象基础以及产品质量口碑是未来公司品牌形象持续建设的重要基础，为开拓市场、丰富营销体系提供了重要支撑。

（3）公司丰富的销售渠道和客户基础为本项目的实施提供有力保障

公司深耕坚果食品行业多年，积累了丰富的行业销售经验，当前，公司的销售模式以经销为主，同时涵盖了线上直销、平台代销、线下直销、零售商超等，同时公司拥有经验丰富的专业化营销队伍，并构建了线上线下全方位销售渠道，覆盖了消费者绝大多数消费路径。在各销售模式中，公司已经分别拥有稳定、优质的客户群体，形成了长久持续的合作关系，其中主要客户包括南通韦杰经贸有限公司、上海钰沁实业有限公司、京东自营、天猫超市、沃尔玛、利群集团等，为公司带了稳定持续的收益。未来，公司将不断开拓销售渠道，覆盖线上线下全渠道销售网络，进一步推进业务的快速增长。本次品牌形象及全渠道销售网络建设项目是在公司现有销售网络基础上的拓展与延伸，同步推进线上线下的销售体系拓展。故此，公司现有丰富的销售渠道以及稳定的客户基础将为本项目的实施提供有力的支持。

4、投资概况

本项目计划总投资为 26,412.00 万元。投资内容主要包括品牌形象建设费用、线下销售网络建设、线上销售网络建设等。项目主要投资明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	占总投资额的比例
1	线上销售网络建设	12,099.50	45.81%
2	线下销售网络建设	8,972.50	33.97%
3	品牌形象建设费用	5,340.00	20.22%
合计		**26,412.00**	**100.00%**

（1）线上销售网络建设

线上销售网络建设拟投入共计 12,099.50 万元，投资内容包括线上设备投资、线上人员投资及线上营销费用。

线上设备投资拟投入共计 47.50 万元。具体投资明细如下表：

序号	设备名称	品牌型号	数量（台）	单价（万元/台）	总价（万元）
1	台式电脑	Dell 戴尔 XPS	20	0.90	18.00
2	笔记本	华为 i7-11370H	20	0.80	16.00

3	手机（社群）	红米 note9	12	0.10	1.20
4	手机（视频拍摄）	iPhone13pro	1	0.90	0.90
5	摄像头	索尼	2	1.50	3.00
6	摄像机	佳能 canon90d	2	1.20	2.40
7	补光灯	金贝 LR-480C（18 寸）	2	0.04	0.08
8	摄影灯	金贝 150W 双灯	2	0.35	0.70
9	声卡	威斯汀 TK100	2	0.05	0.10
10	货架（6 层 80*40*194）	柏莱帝尼 80*40*194	50	0.04	2.00
11	背景板+背景架	摄影怪兵器 2.6*3M 背景架+3*3M 白色背景布	2	0.04	0.08
12	摄像头支架	云腾	2	0.02	0.04
13	电视	索尼 XR-55X09J	6	0.50	3.00
合计			**123**	**-**	**47.50**

项目需要花费 2,040.00 万元进行线上人员的招募。具体人员的招募成本估算情况如下表所示：

单位：万元

序号	人员岗位	T+1	T+2	T+3	投资合计
1	产品经理	30.00	90.00	180.00	300.00
2	渠道运营	200.00	400.00	500.00	1,100.00
3	短视频专员	20.00	40.00	60.00	120.00
4	内容专员	20.00	40.00	60.00	120.00
5	会员粉丝运营	20.00	50.00	90.00	160.00
6	新媒体专员	20.00	40.00	60.00	120.00
7	数据分析师	20.00	40.00	60.00	120.00
合计		**330.00**	**700.00**	**1,010.00**	**2,040.00**

线上营销费用投资金额 10,012.00 万元。具体投资情况如下表所示：

单位：万元

序号	投资明细	T+1	T+2	T+3	投资合计
1	达人带货	400.00	600.00	600.00	1,600.00
2	店铺自播	306.00	306.00	389.00	1,001.00

序号	投资明细	T+1	T+2	T+3	投资合计
3	人群运营	222.00	382.00	412.00	1,016.00
4	新媒体投放	495.00	605.00	790.00	1,890.00
5	平台资源采买	205.00	300.00	400.00	905.00
6	站内流量投放	1,000.00	1,200.00	1,400.00	3,600.00
总计		**2,628.00**	**3,393.00**	**3,991.00**	**10,012.00**

（2）线下销售网络建设

线下销售网络建设拟投入共计 8,972.50 万元，投资内容包括线下区域营销网点投资及线下渠道设备投资。

线下区域营销网点拟投入共计 2,972.50 万元。具体投资明细如下表：

单位：万元

序号	所在城市	面积（㎡）	单价（元/㎡）	装修单价（元/㎡）	合计
1	上海	210.00	40,000.00	1,500.00	871.50
2	深圳	220.00	40,000.00	1,500.00	913.00
3	杭州	240.00	15,000.00	1,500.00	396.00
4	成都	240.00	12,000.00	1,500.00	324.00
5	青岛	240.00	18,000.00	1,500.00	468.00
合计		**1,150.00**			**2,972.50**

线下渠道设备投资拟投入共计 6,000.00 万元。具体设备购置清单如下：

序号	区域		设备名称	数量（套）	单价（万元/套）	总价（万元）
1	华东	江苏办事处	MINI 店	720	0.80	576.00
		浙江办事处	MINI 店	720	0.80	576.00
		上海办事处	MINI 店	150	0.80	120.00
		安徽办事处	MINI 店	210	0.80	168.00
2	华南	广东办事处	MINI 店	480	0.80	384.00
		深圳办事处	MINI 店	150	0.80	120.00
		湖南办事处	MINI 店	390	0.80	312.00
		湖北办事处	MINI 店	330	0.80	264.00

序号	区域		设备名称	数量（套）	单价（万元/套）	总价（万元）
		福建办事处	MINI 店	480	0.80	384.00
3	华北	黑龙江办事处	MINI 店	480	0.80	384.00
		辽宁办事处	MINI 店	270	0.80	216.00
		山东办事处	MINI 店	720	0.80	576.00
		河南办事处	MINI 店	480	0.80	384.00
		河北办事处	MINI 店	330	0.80	264.00
4	华西	四川办事处	MINI 店	270	0.80	216.00
		重庆办事处	MINI 店	270	0.80	216.00
		云贵办事处	MINI 店	210	0.80	168.00
		陕西办事处	MINI 店	210	0.80	168.00
		甘肃办事处	MINI 店	180	0.80	144.00
5	北京	北京办事处	MINI 店	150	0.80	120.00
6	大客户	大客户部	门店	300	0.80	240.00
合计			-	**7500**	-	**6,000.00**

（3）品牌形象建设费用

公司将投资 5,340.00 万元用于品牌形象建设，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	第一年	第二年	第三年	合计
1	广告传播	1,090.00	1,250.00	1,510.00	3,850.00
2	内容营销	480.00	280.00	480.00	1,240.00
3	公关活动	30.00	110.00	110.00	250.00
合计		**1,600.00**	**1,640.00**	**2,100.00**	**5,340.00**

5、项目环境保护情况

本项目为品牌形象及全渠道销售网络建设项目，不属于重度污染行业。公司经营符合环保要求，公司在经营发展过程中十分重视环境保护工作。公司在项目设计、建设和经营中贯彻可持续发展战略，采取有效的防治措施。

6、项目实施进展情况

本项目实施进度表如下所示：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
品牌形象建设投资	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
人员的招聘及培训工作	■	■			■	■			■	■		
固定资产采购		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
营销费用	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

注：T 代表建设初始年 1、2、3 数字代表年数，Q1、Q2、Q3、Q4 为当年第一、二、三、四季度。

7、项目的立项批文和环评批复

本项目已经获得青岛市城阳区发展和改革局出具的不需要办理备案的说明。

本项目已经获得青岛市生态环境局城阳分局出具的不需要办理环评手续的说明。

8、项目经济效益分析

本项目为品牌形象及全渠道销售网络建设，不产生直接的经济效益，本项目投资的效益和价值将通过增强品牌影响力及客户知名度、提升全渠道销售能力展现出来，并最终实现促进公司销售规模的增长和新增产能消化。

（三）补充流动资金

1、项目概况

公司计划将本次募集资金中的 18,000.00 万元用于补充流动资金，满足经营规模持续增长带来的资金需求，降低财务风险。

2、补充流动资金的必要性

在行业持续发展的背景下，随着公司经营规模持续增长，营运资金需求逐步增长。而随着本次募投项目的实施，公司业务规模将进一步扩大，公司经营需要的货币资金、应收账款等流动资金需求将增加。采用以营业收入占比测算和以收入增速测算其他指标两种方式，计算得出 2023 年和 2024 年营运资金缺口至少有 17,606.32 万元和 21,127.59 万元，充分证明未来 3 年公司存在较大理论营运资金

缺口。经充分考虑公司经营积累、银行贷款等因素后，拟用本次募集资金补充流动资金 18,000.00 万元，实际缺口部分将通过公司自筹资金解决，用于保障公司持续健康发展。

3、补充流动资金的运营管理安排

公司本次补充流动资金到位后，将严格按照《募集资金管理制度》的规定，存放于董事会批准设立的专项账户集中管理，由公司董事会负责制定资金使用计划和具体实施方式，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有关部门的监督。

4、补充流动资金对公司的影响

财务状况方面，通过本次发行补充流动资金，公司资产流动性将得到提升，从而有效增加公司的营运资金，降低财务费用，提高公司财务稳健性和抗风险能力，提升公司的利润水平。

经营成果和核心竞争力方面，当前公司产能利用率已经维持较高水平，伴随着智能化改造及仓储物流中心建设项目的实施，业务规模不断扩张。补充流动资金将提高公司应对短期流动性压力的能力，有利于公司扩大业务规模，巩固和发展主要产品的市场地位，并提升研发能力，从而提高公司的长期盈利能力和核心竞争力。

三、募集资金运用对公司主要财务状况及经营成果的影响

（一）对发行人持续经营的影响

通过实施生产智能化改造及智能仓储物流中心建设项目，公司将进一步提升生产自动化、智能化水平，突破产能瓶颈，满足下游不断增长的市场需求，同时智能化立体仓库物流中心的建设将大幅提高公司物料和产成品流通效率，具有降本增效的意义，有利于促进公司健康持续发展。

通过实施品牌形象及全渠道销售网络建设项目，在原有销售体系的基础上，进一步加大线上线下渠道建设，增强公司整体业务推广和销售能力，扩大产品市场占有率。此外，项目也将加大品牌宣传力度，巩固和提升公司品牌影响力，促进公司持续健康发展。

（二）对发行人财务状况的影响

本次发行后，公司资本实力将得到增强，公司的总资产和净资产将得到显著提升，公司的资产负债率将会有较大幅度下降，公司自有的资金实力和偿债能力均得到有效提升。由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此，公司在当年净资产收益率将有所下降，但长期来看公司的整体盈利将有进一步提升。

第十四节 股利分配政策

一、最近三年股利分配政策

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司利润分配政策如下：（一）利润分配的形式：公司可以采取现金、股票或者二者相结合方式分配股利。在满足分红条件下，公司应当优先以现金分红的方式分配股利。采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。公司利润分配不得超过累计可供股东分配的利润范围，不得损害公司持续经营能力。（二）利润分配的期间间隔：在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。（三）现金分红条件和比例：审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审

计报告；公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值、现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；公司累计可供分配利润为正值；公司无重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排发生，在满足以上条件的情况下，依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，公司应当进行现金分红。在满足现金分红的条件下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。（四）股票股利的具体条件：若公司经营情况良好，发放的现金股利与股票股利的比例符合《公司章程》的规定，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配方案。

二、报告期内股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

三、本次发行前滚存利润的分配政策

2022 年 3 月 22 日和 2022 年 4 月 6 日，公司分别召开第一届董事会第四次会议和 2022 年第三次临时股东大会，审议通过《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市前滚存利润分配方案的议案》，同意公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润，由发行完成后的公司新老股东按各自持股比例共享。

四、本次发行后的股利分配政策

根据公司第一届董事会第四次会议、公司 2022 年第三次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》《青岛沃隆食品股份有限公司利润分配管理制度》，本次发行后的股利分配政策如下：

（一）利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配机制，切实保护中小投资者的合法权益，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

（二）利润分配顺序

公司应当重视投资者特别是中小投资者的合理投资回报，制定持续、稳定的利润分配政策。

根据相关法律法规和《公司章程》，公司税后利润按下列顺序分配：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取；

2、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

3、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金；

4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外；

5、股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司；

6、公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%

（三）利润分配政策

1、公司的利润分配政策

（1）利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或者二者相结合方式分配股利。在满足分红条件下，公司应当优先以现金分红的方式分配股利。采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司利润分配不得超过累计可供股东分配的利润范围，不得损害公司持续经营能力。

（2）利润分配的期间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

（3）现金、股票分红具体条件和比例

1）公司现金分红应满足如下条件：

①审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）；

②公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

③公司累计可供分配利润为正值；

④公司无重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排发生；

⑤法律法规、规范性文件规定的其他条件。

本条所述的“可供分配利润”是指母公司报表数。

2）公司现金分红的比例：

公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红，在满足现金分红的条件下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。

3）公司发放股票股利应满足如下条件：

①公司经营情况良好；

②公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益；

③发放的现金股利与股票股利的比例符合《公司章程》的规定；

④法律法规、规范性文件规定的其他条件。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

以上所述的重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 5%以上，且绝对值达到 5,000.00 万元。

2、利润分配方案的审议程序

董事会在制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，利润分配方案需经董事会过半数以上表决通过。独立董事应当对利润分配方案进行审核并发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

公司应当在年度报告“董事会报告”部分中详细披露现金分红政策的制定及执行情况。

3、利润分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。因生产经营情况或外部经营环境发生变化，确需调整或变更利润分配政策的，公司须经董事会详细论证后向股东大会提出，股东大会审议利润分配政策的调整或变更时，应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（四）利润分配监督约束机制

董事会和管理层执行公司利润分配政策的情况及决策程序接受监事会的监督。

董事会在决策和形成利润分配预案时，应详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

（五）利润分配的执行及信息披露

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司应严格按照有关规定在年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况，说明是否符合《公司章程》的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备。对现金分红政策进行调整或变更的，需详细说明调整或变更的条件和程序是否合规、透明。

公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，并说明未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司有权扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者服务计划

为切实保护广大投资者的利益，本公司将严格按照证监会、上交所相关法律法规的要求，遵照信息披露充分性、完整性、真实性、准确性和及时性的原则，认真做好信息披露工作。

（一）为投资者服务计划及信息披露的相关人员

1、公司将利用互联网、报纸等媒体及时、准确地公布招股说明书、上市公告书、定期报告、临时报告等信息，确保股东的知情权。

2、公司将通过定期举办推介会、邀请投资者来访及定期会晤等方式，实现与投资者多层次、多形式的沟通。

3、公司管理层将有计划地参加大型国际、国内研讨会，向投资者介绍公司的经营情况和发展战略。

4、公司将通过面对面会谈、电子邮件、电话、传真等多种渠道，及时回答投资者的咨询、提问。

5、公司董事会办公室具体负责接待投资者、回复投资者咨询等工作。

公司信息披露负责人：王国坚

联系电话：0532-86795678

传真号码：0532-86795678

电子信箱：wolons@wolons.com

（二）信息披露制度

1、根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等有关法律、法规和《上海证券交易所股票上市规则》等公司上市地监管规定以及公司章程的规定，本公司制定了《信息披露事务管理制度》。本公司将严格按照有关规定披露信息，确保信息披露的及时性、公平性、准确性和完整性，不发生虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、公司将严格遵守法律、行政法规、部门规章、上市地监管规定的相关要求履行信息披露义务，同时向所有投资者公开披露信息，确保所有投资者可以平等地获取同一信息，不向单个或部分投资者透露或泄露信息。

3、公司依法披露信息时，将公告文稿和相关备查文件报送上交所登记，并在证监会指定的媒体发布。本公司在公司网站及其他媒体发布信息的时间将不会先于指定媒体，不会以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义务，不会以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务。

4、公司及董事、监事、高级管理人员及其他负有信息披露义务的机构及人员将忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平，不发生虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。本公司董事会领导和管理信息披露工作，董事会秘书为信息披露工作的主要责任人，负责管理具体信息披露工作，证券事务代表对董事会秘书进行协助。

5、公司将信息披露公告文稿和相关备查文件，置备于公司住所供社会公众查阅。公司公开披露的信息将在第一时间以法定形式报送上交所。

二、重大合同

（一）借款合同

截至本招股说明书签署日，发行人无正在履行的借款合同。

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司与重要供应商签订且正在履行的重大采购合同情况如下：

1、原料采购

公司通常与供应商签署年度框架协议，框架协议中对供货方式、交货周期、产品质量要求、交货及付款方式等进行约定。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司与报告期内重要供应商签署且正在履行的重大原料采购合同情况如下：

序号	供应商名称	交易标的	有效期始	有效期至
1	隆森食品（越南）	腰果	2022.3	2023.3

序号	供应商名称	交易标的	有效期始	有效期至
2	梅杜里（美国）	散装蓝莓干	2022.1	2022.12
3	河北大正食品有限公司	核桃仁	2022.8	2023.8

2、包材采购

序号	供应商名称	交易标的	有效期始	有效期至
1	青岛日之容塑料制品有限公司	包装袋	2021.6	-
2	青岛海德包装有限公司	包材	2022.3	2023.3

3、运输采购

序号	供应商名称	签订主体	交易标的	有效期始	有效期至
1	青岛航之迅货运代理有限公司	沃隆食品	托运服务	2022.5	2023.4
2	青岛航之迅货运代理有限公司	沃隆电子商务	托运服务	2022.8	2023.7

4、广告服务

单位：万元

序号	供应商名称	交易标的	合同金额	有效期始	有效期至
1	上海剧星传媒股份有限公司	广告植入服务	200.00	2021.5	至项目完成
2	北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司	广告植入服务	200.00	2022.6	至项目完成

（三）销售合同

公司通常与经销商签署年度框架协议，框架协议中对销售的产品品类、经销商的销售区域、运费、货款结算等进行约定。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司与报告期内重要客户签署且正在履行的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同标的	有效期始	有效期至
1	浙江天猫网络科技有限公司[注1]	沃隆系列产品	2022.4	2023.3
2	沃尔玛（中国）投资有限公司[注2]	沃隆系列产品	2022.9	-
3	上海年旭食品有限公司	沃隆系列产品	2022.1	2022.12
4	北京京东世纪信息技术有限公司	沃隆系列产品	2022.4	2023.3

注 1：浙江天猫网络科技有限公司已更名为浙江昊超网络科技有限公司，其与发行人签署该合同时仍使用浙江天猫网络科技有限公司之名。

注 2：发行人与沃尔玛的合同于 2018 年 9 月签署，有效期 1 年，到期前如双方未提前 30 日通知终止，期限届满之时自动展期 1 年；合同规定展期可连续多次续展。

（四）重大关联交易合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的重大关联方合同如下：

序号	供应商姓名	交易标的	有效期始	有效期至
1	杨仕语	租赁房屋	2019.10	2039.9

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，发行人无对外担保情况。

四、重大诉讼、仲裁事项

（一）本公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的未决诉讼或仲裁事项。

（二）涉及关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，不存在公司控股股东或实际控制人、子公司，公司董事、监事、高级管理人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构的声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

本公司全体董事签名：

杨国庆　　王国坚　　王萍

安宝征　　房立棠　　孙建强

权锡鉴

本公司全体监事签名：

刘金栋　　刘悦涛　　王金伟

本公司除董事以外的全体高级管理人员签名：

左克利

青岛沃隆食品股份有限公司

2022 年 11 月 21 日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

牛振松　　赵　倩

项目协办人：

李　昶

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2022 年 11 月 21 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读青岛沃隆食品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

总经理：

杨明辉

中信证券股份有限公司

2022年11月21日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读青岛沃隆食品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2022 年 11 月 21 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

华晓军

经办律师：

张慧丽　　梁颖

北京市君合律师事务所

2022年 11月 21日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审〔2022〕10178 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2022〕10179 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对青岛沃隆食品股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

邓德祥 史钢伟 宿慧

天健会计师事务所负责人：

王国海

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二二年 十一月二十日

评估机构声明

本公司及签字评估师已阅读《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本公司出具的《评估报告》（坤元评报〔2021〕622 号）的内容无矛盾之处。本公司及签字评估师对青岛沃隆食品股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述评估报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字评估师：

周 敏 资产评估师 周敏 33050007

李纪中 资产评估师 李纪中 33100008

公司负责人：

俞华开

坤元资产评估有限公司

2022年 11月21日

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《青岛沃隆食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《验资报告》（天健验〔2021〕4-7 号、天健验〔2021〕4-8 号、天健验〔2021〕4-11 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对青岛沃隆食品股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

邓德祥

宿　慧

天健会计师事务所负责人：

王国海

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二二年十一月二十一日

第十七节 备查文件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）发行保荐工作报告；

（三）财务报表及审计报告；

（四）内部控制鉴证报告；

（五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（六）法律意见书及律师工作报告；

（七）公司章程（草案）；

（八）中国证监会核准本次发行的文件；

（九）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地址、时间

投资者可于本次发行期间到本公司及保荐机构（主承销商）办公地查阅备查文件，该等文件也在指定网站披露。

（一）发行人：青岛沃隆食品股份有限公司

地址：山东省青岛市城阳区抱虎山路 109 号

电话：0532-86795678

联系人：王国坚

（二）保荐机构：中信证券股份有限公司

地址：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

电话：021-20262396

联系人：牛振松、赵倩

（三）查阅时间

每周一至周五 9:30-11:30，13:30-17:00，法定节假日除外。

三、信息披露网址

上海证券交易所网站：http://www.sse.com.cn