



# 老娘舅餐饮股份有限公司

Laoniangjiu Catering Co., Ltd.

(浙江省湖州市吴兴区府路 1188 号东部新城总部自由港 B 幢 17 层)

## 首次公开发行股票并在主板上市

### 招股说明书

(申报稿)

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)

声明：本公司的发行申请尚需经上海证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书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作为投资决定的依据。

## 本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次发行股数不低于发行后总股本的 15%，发行股份数量不超过 6,100 万股，本次发行不涉及老股转让
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	上海证券交易所主板
发行后总股本	【】股
保荐人、主承销商	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

## 重要声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

# 目 录

本次发行概况 .....	1
重要声明 .....	2
第一节 释义 .....	6
一、基本术语 .....	6
二、专业术语 .....	8
第二节 概览 .....	10
一、重大事项提示 .....	10
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况 .....	12
三、本次发行概况 .....	13
四、发行人主营业务经营情况 .....	14
五、发行人板块定位情况 .....	15
六、发行人报告期主要财务数据和财务指标 .....	17
七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况 .....	18
八、发行人选择的具体上市标准 .....	18
九、发行人公司治理特殊安排 .....	19
十、募集资金运用与未来发展规划 .....	19
十一、其他对发行人有重大影响的事项 .....	20
第三节 风险因素 .....	21
一、与发行人相关的风险 .....	21
二、与行业相关的风险 .....	25
三、其他风险 .....	27
第四节 发行人基本情况 .....	29
一、发行人基本信息 .....	29
二、发行人设立及报告期内股本和股东变化等情况 .....	29
三、发行人股权结构 .....	38
四、发行人子公司及参股公司情况 .....	39
五、发行人控股股东、实际控制人及其他主要股东情况 .....	44
六、发行人股本情况 .....	46
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况 .....	52
八、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况 .....	59
九、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况 .....	59

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年变动情况 .....	61
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况 .....	62
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况 .....	63
十三、发行人已执行的股权激励及相关安排和执行情况 .....	65
十四、发行人员工情况 .....	66
<b>第五节 业务与技术 .....</b>	<b>74</b>
一、发行人主营业务、主要产品及变化情况 .....	74
二、发行人所处行业的基本情况 .....	100
三、发行人销售及主要客户情况 .....	127
四、发行人采购及主要供应商情况 .....	131
五、发行人主要固定资产、无形资产等资源要素的构成情况 .....	135
六、发行人技术水平与研发情况 .....	145
七、安全生产及环境保护情况 .....	148
八、境外经营情况 .....	152
九、餐饮业务信息 .....	153
<b>第六节 财务会计信息与管理层分析 .....</b>	<b>186</b>
一、财务报表 .....	186
二、审计意见、关键审计事项及与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准 .....	198
三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况 .....	200
四、重要会计政策及会计估计 .....	202
五、非经常性损益 .....	227
六、报告期内执行的主要税收政策及缴纳的主要税种 .....	228
七、主要财务指标 .....	230
八、经营成果分析 .....	231
九、资产质量分析 .....	251
十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析 .....	271
十一、重大资本性支出与资产业务重组分析 .....	279
十二、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项 .....	279
十三、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的应对措施 .....	280
十四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况 .....	282
<b>第七节 募集资金运用与未来发展规划 .....</b>	<b>284</b>
一、本次发行募集资金运用概况 .....	284
二、募集资金投资项目具体情况 .....	288
三、募集资金投资项目可行性分析意见 .....	306

四、募集资金运用对发行人财务状况和经营成果的影响 .....	308
五、未来发展规划 .....	308
<b>第八节 公司治理与独立性 .....</b>	<b>312</b>
一、发行人公司治理存在的缺陷及改进情况 .....	312
二、发行人内部控制的评估 .....	312
三、发行人报告期内的违法违规情况 .....	313
四、发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用及担保情况 .....	313
五、发行人独立经营情况 .....	313
六、同业竞争 .....	314
七、关联方及关联交易 .....	315
<b>第九节 投资者保护 .....</b>	<b>328</b>
一、本次发行前的滚存利润分配安排 .....	328
二、本次发行前后股利分配政策差异情况 .....	328
<b>第十节 其他重要事项 .....</b>	<b>333</b>
一、重要合同 .....	333
二、对外担保的有关情况 .....	334
三、重大诉讼或仲裁事项 .....	334
<b>第十一节 声明 .....</b>	<b>335</b>
<b>第十二节 附件 .....</b>	<b>345</b>
一、备查文件 .....	345
二、查阅地点及时间 .....	346
附件一：直营门店用工数量及薪酬情况 .....	347
附件二：直营门店地址、营业面积、开业时间、报告期内累计装修支出及租赁情况 .....	363
附件三：报告期内直营门店业绩指标 .....	384
附件四：加盟店基本情况 .....	397
附件五：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况 .....	399
附件六：相关承诺事项 .....	402
附件七：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度等的建立健全及运行情况 .....	429

## 第一节 释义

### 一、基本术语

在本招股说明书中，除非文意另有说明，下列简称和词语具有如下特定含义：

公司、本公司、发行人、老娘舅	指	老娘舅餐饮股份有限公司
老娘舅有限	指	公司前身老娘舅餐饮有限公司，曾用名包括湖州老娘舅餐饮有限公司、湖州老娘舅餐饮管理有限公司、浙江老娘舅餐饮有限公司
控股股东	指	杨国民
实际控制人	指	杨国民、杨峻琿
湖州恒亮	指	湖州恒亮食品贸易有限公司，系发行人全资子公司
湖州恒溢	指	湖州恒溢食品加工有限公司，系发行人全资子公司
湖州恒满	指	湖州恒满食品配送有限公司，系发行人全资子公司
宁波老娘舅	指	宁波老娘舅餐饮管理有限公司，系发行人全资子公司
上海策腾	指	上海策腾餐饮有限公司，系发行人全资子公司
上海策广	指	上海策广餐饮有限公司，系发行人全资子公司
上海策虹	指	上海策虹餐饮有限公司，系发行人全资子公司
上海策康	指	上海策康酒店管理有限公司，系发行人全资子公司
南京老娘舅	指	南京老娘舅餐饮有限公司，系发行人全资子公司
舅创科技	指	浙江舅创科技有限公司，系发行人全资子公司
江苏老娘舅	指	江苏老娘舅餐饮管理有限公司，系发行人全资子公司
南京杨太太	指	南京杨太太餐饮有限公司，系发行人全资子公司
湖州成舅	指	湖州成舅教育信息咨询有限公司，系发行人全资子公司
安徽恒满	指	安徽恒满食品科技有限公司，系发行人全资子公司
上海沪小鲜	指	上海沪小鲜食品有限公司，系湖州恒亮全资子公司
杭州杭小鲜	指	杭州杭小鲜食品配送有限公司，系湖州恒亮全资子公司
湖州湖小鲜	指	湖州湖小鲜食品配送有限公司，系湖州恒满全资子公司
湖州杨舅舅	指	湖州杨舅舅餐饮有限公司，系发行人控股子公司

杭州杨大	指	杭州杨大餐饮有限公司，系发行人控股子公司
浙江盈通	指	浙江盈通餐饮有限公司，系发行人参股公司、加盟商
劲邦投资	指	西藏劲邦劲达创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
合沁兴	指	深圳合沁兴企业管理合伙企业（有限合伙），系发行人股东
恒创合伙	指	湖州恒创投资咨询合伙企业（有限合伙），系发行人股东
小外甥合伙	指	湖州小外甥投资咨询合伙企业（有限合伙），系发行人股东
童子合伙	指	湖州童子投资咨询合伙企业（有限合伙），系发行人股东
基石投资	指	深圳市领汇基石股权投资基金合伙企业（有限合伙），系发行人股东
源钰投资	指	杭州源钰股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
瑾汇投资	指	丽水瑾汇股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
城霖投资	指	杭州城霖股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
城卓投资	指	杭州城卓创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
城锦投资	指	杭州城锦股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
上海劲邦	指	上海劲邦劲德股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人历史股东
达鑫投资	指	深圳市达鑫投资咨询有限公司，系发行人历史股东
复星投资	指	上海复星平耀投资管理有限公司，系发行人历史股东
湖州霖臻	指	湖州霖臻餐饮有限公司，系发行人加盟商
南浔清润	指	湖州南浔清润食品厂，系发行人供应商、关联方
疫情、新冠疫情	指	新型冠状病毒感染的肺炎疫情
保荐人、保荐机构、主承销商、中信证券	指	中信证券股份有限公司
发行人律师、竞天公诚律所	指	北京市竞天公诚律师事务所
审计机构、普华永道、普华永道会计师	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
万隆评估	指	万隆（上海）资产评估有限公司
报告期、最近三年一期	指	2019年、2020年、2021年和2022年1-6月
报告期各期末	指	2019年末、2020年末、2021年末和2022年6月末



《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》
《公司章程》	指	老娘舅餐饮股份有限公司现行有效的《公司章程》
《公司章程（草案）》	指	老娘舅餐饮股份有限公司上市后适用的章程
股东大会	指	老娘舅餐饮股份有限公司股东大会
董事会	指	老娘舅餐饮股份有限公司董事会
监事会	指	老娘舅餐饮股份有限公司监事会
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
国务院	指	中华人民共和国国务院
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
上交所	指	上海证券交易所
本次发行	指	公司本次向上交所申请在境内首次公开发行不超过 6,100 万股 A 股股票
本次发行上市、本次发行及上市	指	公司本次向上交所申请在境内首次公开发行不超过 6,100 万股 A 股股票并在上交所主板上市
A 股	指	每股面值 1.00 元人民币之普通股
本招股说明书	指	《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》
元、万元、亿元	指	除特别注明的币种外，均指人民币元、人民币万元、人民币亿元

## 二、专业术语

直营店	指	各连锁店均属于同一投资控制主体，经营同类商品或提供同类服务，在销售、采购、日常管理等方面受到统一管理。总部对该类门店拥有绝对控制权
加盟店	指	各门店不受公司控制，通过与公司签署授权加盟协议，在协议规定的区域内使用公司的商标、服务并销售公司产品。该类门店在统一的形象下进行产品销售与服务提供
快餐	指	以快速供应、即刻食用、价格合理为特征，满足人们日常生活需要的大众化餐饮
中式快餐	指	一种以中国人餐饮习惯为基础，结合快餐快速、方便、标准等元素的中国本土化餐饮形式。主要产品包括饭食、面食等

西式快餐	指	与中式快餐相对，可以迅速准备和供应食品的餐饮形式，最早出现于西方，于 20 世纪 80 年代引入中国，亦称为“洋快餐”。主要产品包括汉堡、薯条等
到店、到店取餐	指	餐饮门店的传统消费模式，由顾客自行至门店取餐，并根据具体就餐方式可区分为店内用餐（堂食）和打包外带
外卖、外卖送餐	指	餐饮门店近年的新型消费模式，顾客在商家自营平台或第三方平台等点餐后，由配送公司的外卖骑手即时配送至顾客指定地址
中央厨房	指	具备独立场地、设备，能够完成食品成品或者半成品的加工制作，后直接配送给直营店、加盟店等餐饮服务单位的食品加工配送模式
预制、预备	指	以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料进行预加工（如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味）并制成成品或半成品的食品制作方式，制成的成品或半成品经简单烹饪或加热后即可方便食用
冷链物流	指	冷藏、冷冻类食品，在生产、储藏运输直至销售前的各环节均处于规定的低温环境下，以保证食品质量、减少食品损耗的一项系统工程
HACCP	指	英文 Hazard Analysis and Critical Control Point 的简称，表示危害分析中的临界通知点。HACCP 是一种科学、合理、系统的进行危害识别、评价和控制的方法，能够确保食品在消费的生产、加工、制造、准备与食用等过程中的安全
ISO22000	指	食品安全管理体系，是一种全面分析食品状况、预防食品安全问题的控制体系，应用于从生产至消费的全过程中，对特定危害及其控制措施进行确认与评价，以确保食品安全

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作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文，并特别关注以下重要事项。

### 一、重大事项提示

#### （一）公司提醒投资者特别关注的重大风险

本公司提醒投资者特别关注“风险因素”中的下列重大风险，并认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”中的全部内容。

##### 1、新冠疫情致经营业绩下降的风险

自2020年初我国爆发新冠疫情以来，居民日常出行、工作起居、消费购物均受到了极大的负面影响，公司作为餐饮行业连锁经营企业，并目前主要服务于长三角地区，疫情发展所带来的出行人流下降、门店防控停业，对公司门店日常运营、经营业绩的不利影响尤为明显。

报告期内，公司2020年度受新冠疫情影响最为明显，尤其在上半年疫情爆发初期，较多门店应各地疫情防控要求出现了暂停营业的情况，虽在下半年实现了较快恢复并接近正常经营状态，但依然使得公司全年业绩出现了较大幅度的同比下降。2021年，我国疫情虽未出现大规模爆发，但长三角地区多地相继出现的点状式疫情，依然对门店经营带来了间歇性影响，使得全年经营业绩未能有效反映公司实际盈利能力。随着全球新冠疫情的持续发展，奥密克戎变异毒株的扩散传播导致2022年新一轮本土疫情在全国多地爆发，尤其2022年3月以来上海地区的疫情发展，致使公司2022年1-6月在上海及浙江、江苏地区的正常经营受到了较严重影响，当期业绩同比出现较大幅度下降。

报告期内，公司门店集中于长三角地区，浙江省、江苏省、上海市及安徽省的2022年6月末直营门店数量分别为203家、120家、39家和6家；其中，浙江省内门店主要集中于杭州、湖州、宁波和嘉兴四地，江苏省内门店主要集中于南京、苏州两地。若新冠疫情在公司主要销售区域发生持续、大规模爆发，或者因此出现原材料大幅涨价、物流无法正常运转等其他不利衍生状况，将对公司经营业绩产生较大不利影响，极端情况下或将发生发行当年经营业绩下降超过50%或亏损的风险。

## 2、产品未适应消费习惯变化的风险

公司目前已形成了标准化程度较高的“老娘舅”品牌特色餐饮服务，提供了“江南红烧鱼”“梅干菜烧肉”“鱼香肉丝”“香稻好米饭”“银鱼水蒸蛋”等十余款主打餐品、招牌米饭、汤羹配菜及套餐产品，赢得了长三角地区广大消费者的广泛认可青睐。未来，随着消费者饮食偏好的变化以及市场竞争的加剧，公司若未能持续推出适销对路的新餐品，餐品口味、品类滞后于消费者的需求变化，将对公司维持存量市场、拓展增量业务及经营业绩与盈利能力产生不利影响。

## 3、负面不实报道及其不利影响风险

公司作为中式快餐企业，品牌知名度与消费者的忠诚度对于公司的经营发展至关重要。自创立以来，公司十分注重品牌形象的维护，致力于为消费者提供优质的餐饮服务。随着公司经营规模的扩大以及品牌影响力的提升，公司被媒体报道的频率逐步增加，并借助互联网平台的推广，正从多方位、多维度为广大消费者所熟悉。未来，若公司受到负面不实的报道且无法进行良好的舆情管理，将对公司的品牌影响、顾客信任度造成损害，进而对公司的经营发展产生不利影响。

## 4、食品安全风险

随着我国经济的发展以及餐饮产品供应的日益丰富，消费者对于食品安全的诉求日益提升。与此同时，随着技术的进步以及跨地区交流的增多，以次充好、假冒伪劣等食品安全事件亦屡禁不止。公司高度重视食品安全工作，已建立了全流程的食品安全质量管控体系，切实保障了公司从原材料采购、产品预备预制到门店餐品服务全产业链的食品安全。但是，公司食品加工所处的产业链较长，部分工序仍保留了一定的人工操作，若因人为操作疏漏，使得原料把控、生产加工与冷链运输环节出现管控意外，将可能导致出现食品安全事故，进而对公司的品牌形象、经营业绩产生重大不利影响。

## 5、门店租赁风险

公司直营门店主要以租赁方式使用经营场所，且在装修后方可正式投入使用。为保证门店经营的稳定性，公司通常与出租方签订5年以上租赁协议，其中部分门店存在出租方未能提供产权证书、房产性质存在瑕疵等情况。如相关门店因产权瑕疵等问题，出现较大范围门店无法正常经营、租赁到期无法正常续租或门店租金大幅上涨等不利情况，公司将需要寻找其他经营场所进行替代，期间可能导致公司业绩出现短期下降，对公司

日常经营产生不利影响。

## 6、租赁代征地建设辅助设施的风险

截至报告期末，公司子公司湖州恒溢存在租赁 24.175 亩代征地并在该等代征地上建设有污水站、车棚及冷却塔等辅助设施的情形。相关辅助设施面积合计为 145 平方米，占公司自有房产面积的比例为 1.10%。虽然该等未取得权属证书的上盖建筑并非湖州恒溢的主要生产经营场所或设备，均为辅助设施，不构成生产线的重要组成部分，不能单独产生收入、毛利或利润，对湖州恒溢生产经营的重要程度较低，且具有较强的可替代性，但湖州恒溢仍存在因上述事项受到行政处罚的风险。

### （二）本次发行相关的重要承诺

公司提示投资者阅读公司、公司主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及本次发行的中介机构作出的与本次发行相关的重要承诺事项，具体详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六：相关承诺事项”相关内容。

### （三）本次发行完成前滚存利润的分配安排

公司首次公开发行并上市前的滚存未分配利润由发行后的全体新老股东按发行完成后的持股比例共同享有。

## 二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	老娘舅餐饮股份有限公司	成立时间	2000年5月12日
注册资本	34,000万元	法定代表人	杨国民
注册地址	浙江省湖州市吴兴区府路1188号湖州市东部新城总部自由港B幢17层	主要生产经营地址	浙江省湖州市吴兴区府路1188号湖州市东部新城总部自由港B幢17层
控股股东	杨国民	实际控制人	杨国民、杨峻琿
行业分类	餐饮业（H62）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	北京市竞天公诚律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	万隆（上海）资产评估有限公司

发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系	截至报告期末，保荐人（主承销商）中信证券通过自营业务账户、信用融券专户、资产管理业务账户或投资子公司间接持有发行人股份，该等投资行为系相关金融产品管理人或投资子公司所作出的独立投资决策，并非中信证券主动针对公司进行投资，相关持股比例较低。 除上述情形外，公司与本次发行有关的保荐人、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利益关系。		
<b>（三）本次发行其他有关机构</b>			
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	收款银行	中信银行北京瑞城中心支行
其他与本次发行有关的机构	无		

### 三、本次发行概况

<b>（一）本次发行的基本情况</b>			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	不超过6,100万股	占发行后总股本比例	不低于15%
其中：发行新股数量	不超过6,100万股	占发行后总股本比例	不低于15%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过40,100万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（每股收益按【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）		
预计净利润（如有）	不适用		
发行方式	本次发行采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会、上海证券交易所认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和已开立上海证券交易所股票账户的境内自然人、法人等投资者（法律、法规及上海证券交易所业务规则等禁止参与者除外）或中国证监会等监管部门规定的其他对象		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	连锁门店建设项目		
	供应链综合基地建设项目		

	信息化系统升级项目
	品牌推广项目
发行费用概算	【】万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况（如有）	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况（如有）	【】
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则（如有）	不适用
<b>（二）本次发行上市的重要日期</b>	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

#### 四、发行人主营业务经营情况

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务。以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，公司在深入研究中国传统饮食文化与烹饪技艺的基础上，通过科学标准、营养健康、卫生安全的产品开发、设备研制、工序设计及运营体系，对传统中式餐品进行了标准化、规模化的转型升级，逐步形成了以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食餐品的“老娘舅”品牌新中式餐饮服务。

公司借鉴国际连锁快餐的标准化套餐模式，创新性开发了以“招牌米饭+中餐主菜”为中心，辅以汤羹、蔬菜及小吃为营养搭配的堂食套餐与外卖简餐产品，实现了便捷、卫生、标准的快餐模式与纯正、营养、美味的中餐文化深度融合。公司在确保原材料安全纯正、菜肴优质卫生、口味地道稳定的同时，突破了传统中式餐饮连锁在标准化、稳定性、快捷化等方面的规模化发展难题，实现了以标准化、规范化、科学化为前提的门店出餐便捷操作模式，满足了顾客生活商务多场景、早中晚多时段的用餐需求，形成了具有“老娘舅”品牌特征的中式快餐新模式。

截至 2022 年 6 月末，公司在长三角区域共开设了 391 家“老娘舅”品牌连锁中式快餐门店，是该区域门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐品牌，形成了较高的品牌知名度和口碑美誉度。公司作为杭州 G20 峰会、上海世博会以及浙江省第十六届运动

会等大型活动的餐饮指定供应商，获得了由中国烹饪协会等主办评选的“2017 年度中国餐饮业十大快餐品牌”等荣誉。



公司拥有独立的开发、采购、生产、物流和销售体系，主要通过向客户提供中式连锁快餐服务实现盈利，公司在开发、采购、生产、物流和销售等方面的经营模式详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要经营模式”相关内容。

公司主要原材料包括禽鱼肉类、油米面类、包装类、生蔬类、调味品类、饮料类等，报告期内主要原材料采购及重要供应商情况详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”相关内容。

公司主要收入来自直营门店面向终端个人消费者提供中式快餐产品的收入，报告期内销售及主要客户情况详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”相关内容。

## 五、发行人板块定位情况

### （一）标准连锁经营，业务模式成熟

自 2000 年成立以来，公司深度总结国际连锁快餐发展经验，探索与创新中式连锁



快餐经营模式，逐步形成了以招牌米饭、中餐主菜为中心，辅以各式配菜的堂食套餐与外卖简餐产品，营养健康、出餐便捷，实现了现代标准快餐模式与传统纯正中餐文化有机融合，形成了成熟的业务模式。

在中式快餐连锁的成熟业务模式下，公司从原材料的严格筛选品控、到中央厨房的主菜预备预制、再到终端门店的专用设备标准化操作，实现了全产业链整合与创新，并通过标准化、规模化的连锁门店运营，向市场输出稳定一致、优质安全的中式快捷餐饮食品。截至报告期末，公司已分别拥有直营门店和加盟门店 368 家和 23 家，并主要开设于长三角区域，在该区域具有成熟、丰富、长期的经营发展经验，具有可持续发展能力。

## （二）经营业绩稳定，区域规模较大

凭借公司成熟的业务模式、稳健的发展战略，公司近年来经营业绩稳定，在中式餐饮市场中已具备较大的市场规模。

公司经营业绩稳定，抗疫情风险持续盈利能力突出。2019 年至 2021 年，公司分别实现销售收入 122,243.18 万元、120,658.73 万元和 152,487.19 万元，分别实现净利润 6,576.53 万元、2,175.54 万元和 6,384.70 万元。2022 年，公司预计实现营业收入 14 亿元至 15 亿元，预计实现归母净利润 3,500 万元至 4,000 万元。2020 年至 2022 年间，在新冠疫情的持续影响下，我国餐饮行业受到了严重影响，尤其以疫情爆发首年的 2020 年度、上海地区疫情大规模扩散的 2022 年 1-6 月影响最为明显。整体而言，作为受疫情影响最为严重的现代服务业企业，公司依靠标准化中式快餐的成熟业务模式、较好的品牌知名度与大众口碑，在多轮区域疫情的冲击影响下，依然表现出了持续的盈利能力、良好的现金流状况。随着 2022 年 12 月我国疫情防控政策的优化调整，公司 2023 年起门店经营状况已初步恢复至疫情前水平，预期 2023 年公司经营业绩将较疫情期间有显著提升。

公司品牌声誉与大众口碑在江浙沪区域市场具有较好的知名度与美誉度，是该区域规模较大的中式快餐企业，突破了西方品牌对快餐连锁业态的市场垄断。在公司所处江浙沪区域市场内，具有标准化先发优势的西式快餐品牌开店数量相较于中式快餐品牌的门店数量更多。中式快餐企业中，公司在江浙沪地区的门店数量处于领先地位，经营规模较大。

### （三）品牌知名度高，行业代表性强

公司市场地位突出，在长三角区域形成了较高的品牌知名度和市场影响力，具有较强的行业代表性。公司作为杭州 G20 峰会、上海世博会以及浙江省第十六届运动会等大型活动的餐饮指定供应商，获得了由中国烹饪协会等主办评选的“2017 年度中国餐饮业十大快餐品牌”以及上海市总工会授予的“工人先锋号”等荣誉，并在包括肯德基、麦当劳等国际连锁品牌在内的中国烹饪协会“2018 年度中国快餐企业 70 强”和“2019 年度中国快餐企业 50 强”榜单评选中位列前二十名，及先后被红餐网等行业第三方机构评选为“2020 中国中式快餐十大品牌”以及“2021 中国中式快餐十大品牌”。

经过二十余年的创业创新，公司已形成了良好的大众口碑与品牌声誉。公司从原材料选购、餐品生产、门店服务等多环节持续强化精细化管理，秉承“好吃讲究”品牌口碑，致力于向广大消费者提供营养、品质、平价的中式快餐服务。

同时，公司在餐饮服务业的标准化运营创新、数字化转型升级方面取得了代表性的行业成绩，在通过 ISO22000 食品安全管理体系、HACCP 体系等认证的同时，积累了丰富的餐品质量与安全管控经验。公司所承担的经国家标准化管理委员会审批的“数字化中式连锁快餐服务标准化试点”国家项目，于 2022 年 8 月正式通过考核评估，作为行业先行者促进了数字化、大数据技术在中式快餐连锁服务领域的探索应用、示范推广，具有较强的行业代表性。

综上，公司作为主要从事“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐经营的现代服务业企业，业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性。在中式快餐行业连锁化率提升、预制菜模式经营优势显现及数字化运营赋能产业升级的行业发展趋势下，中式快餐行业市场前景广阔，公司具有较强的市场增长潜力及较好的持续盈利能力。因此，公司符合《首次公开发行股票注册管理办法》《上海证券交易所股票发行上市审核规则》等法规规则的要求，符合主板定位要求。

## 六、发行人报告期主要财务数据和财务指标

项目	2022 年 1-6 月/ 2022.6.30	2021 年度/ 2021.12.31	2020 年度/ 2020.12.31	2019 年度/ 2019.12.31
资产总额（万元）	108,445.37	113,351.22	71,844.38	45,547.32
归属于母公司所有者权益（万元）	44,115.02	43,936.44	40,717.59	18,048.39
资产负债率（母公司）（%）	48.14	48.53	36.40	74.33

项目	2022年1-6月/ 2022.6.30	2021年度/ 2021.12.31	2020年度/ 2020.12.31	2019年度/ 2019.12.31
资产负债率（合并）（%）	59.20	61.12	43.23	60.40
营业收入（万元）	62,737.45	152,487.19	120,658.73	122,243.18
净利润（万元）	75.10	6,384.70	2,175.54	6,576.53
归属于母公司所有者的净利润（万元）	70.90	6,299.22	2,070.75	6,517.46
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	312.82	6,086.70	2,395.98	6,386.74
基本每股收益（元）	0.00	0.21	0.25	不适用
稀释每股收益（元）	0.00	0.21	0.25	不适用
加权平均净资产收益率（%）	0.16	15.40	9.09	44.46
经营活动产生的现金流量净额（万元）	8,195.34	31,786.50	8,691.70	14,750.44
现金分红（万元）	-	-	1,500.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	0.22	0.22	0.23	0.27

## 七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

随着上海及周边地区疫情得到较好控制，2022年下半年，公司门店经营业绩较上半年有较好恢复。公司预计2022年度实现营业收入14亿元至15亿元，较2021年度下降1.66%至8.92%，预计实现归属于母公司所有者的净利润3,500万元至4,000万元，较2021年度下降36.50%至44.44%，主要系上半年受上海及周边地区较严重疫情影响所致。公司该等经营业绩的预计情况系公司初步的评估预计结果，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

除业绩恢复外，财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司主要原材料采购情况、主要产品销售情况、主要客户及供应商的构成情况、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。

## 八、发行人选择的具体上市标准

根据普华永道会计师出具的《审计报告》（普华永道中天审字（2022）第11042号），2019年至2021年，公司扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润分别为6,386.74万元、2,070.75万元和6,086.70万元，最近三年净利润均为正且累计净利润不低于3,000万元；公司2019年至2021年经营活动产生的现金流量净额分别为14,750.44万元、8,691.70万元和31,786.50万元，最近三年经营活动产生的现金流量净

额累计超过 5,000 万元；公司 2019 年至 2021 年营业收入分别为 122,243.18 万元、120,658.73 万元和 152,487.19 万元，最近三个会计年度营业收入累计超过 3 亿元；报告期末公司无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例为 0.52%，未高于 20%；报告期末公司未分配利润为 7,401.92 万元，不存在未弥补亏损。同时公司发行前总股本为 34,000 万股。

根据中国证监会 2023 年 2 月 1 日发布的《关于全面实行股票发行注册制前后相关行政许可事项过渡期安排的通知》，全面实行注册制相关制度征求意见稿发布之日前，申请首次公开发行股票并在主板上市的企业，全面实行注册制后不符合注册制财务条件的，可适用原核准制财务条件，但其他方面仍须符合注册制发行上市条件。

公司于全面实行注册制相关制度征求意见稿发布之日前已申请首次公开发行股票并在主板上市，可适用原核准制财务条件，即《首次公开发行股票并上市管理办法》第 26 条规定的财务条件“发行人应当符合下列条件：（一）最近 3 个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币 3000 万元，净利润以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据；（二）最近 3 个会计年度经营活动产生的现金流量净额累计超过人民币 5000 万元；或者最近 3 个会计年度营业收入累计超过人民币 3 亿元；（三）发行前股本总额不少于人民币 3000 万元；（四）最近一期末无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例不高于 20%；（五）最近一期末不存在未弥补亏损”。

根据前述通知规定结合公司具体情况，公司选择适用原核准制财务条件。除未适用《上海证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条规定的财务条件外，公司在其他方面均符合《首次公开发行股票注册管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规规定的注册制发行上市条件。

## 九、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

## 十、募集资金运用与未来发展规划

### （一）募集资金运用

本次发行募集资金扣除发行费用后拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资额	拟投入募集资金额
1	连锁门店建设项目	42,075.68	42,075.68
2	供应链综合基地建设项目	30,695.00	30,695.00
3	信息化系统升级项目	4,447.80	4,447.80
4	品牌推广项目	5,980.00	5,980.00
合计		<b>83,198.48</b>	<b>83,198.48</b>

## （二）未来发展规划

自成立以来，公司聚焦发展中式连锁快餐行业，以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，从原材料溯原筛选出发，到中央厨房的标准化生产，再到终端门店的简易化操作，实现产业链的整合连通，为大众消费者提供以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食餐品的“老娘舅”品牌新中式餐饮服务。

未来，公司将坚持以米饭为代表的高品质食材及标准化运营，通过持续的门店开拓、产品创新与工艺改良，致力于成为现代化中式快餐第一品牌。公司将以终端门店开拓和标准化供应链建设为核心，专注于发展新中式连锁快餐的主营业务。

公司募集资金运用及未来发展规划的具体内容详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”的相关内容。

## 十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，其他对公司有重大影响的事项详见本招股说明书“第十节 其他重要事项”。

## 第三节 风险因素

投资者在评价公司本次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据风险类型、重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

### 一、与发行人相关的风险

#### （一）经营管理风险

##### 1、食品安全风险

随着我国经济的发展以及餐饮产品供应的日益丰富，消费者对于食品安全的诉求日益提升。与此同时，随着技术的进步以及跨地区交流的增多，以次充好、假冒伪劣等食品安全事件亦屡禁不止。公司高度重视食品安全工作，已建立了全流程的食品安全质量管控体系，切实保障了公司从原材料采购、产品预备预制到门店餐品服务全产业链的食品安全。但是，公司食品加工所处的产业链较长，部分工序仍保留了一定的人工操作，若因人为操作疏漏，使得原料把控、生产加工与冷链运输环节出现管控意外，将可能导致出现食品安全事故，进而对公司的品牌形象、经营业绩产生重大不利影响。

##### 2、门店租赁风险

公司直营门店主要以租赁方式使用经营场所，且在装修后方可正式投入使用。为保证门店经营的稳定性，公司通常与出租方签订5年以上租赁协议，其中部分门店存在出租方未能提供产权证书、房产性质存在瑕疵等情况。如相关门店因产权瑕疵等问题，出现较大范围门店无法正常经营、租赁到期无法正常续租或门店租金大幅上涨等不利情况，公司将需要寻找其他经营场所进行替代，期间可能导致公司业绩出现短期下降，对公司日常经营产生不利影响。

##### 3、人力成本风险

随着经济发展和人民生活水平的提高，餐饮行业的用工成本亦呈现上升态势。目前，公司经营门店均位于长三角区域，未来将进一步立足长三角发展中式快餐连锁门店，门店扩张及门店经营规模的提升将进一步促使公司用工量的增多，公司将进一步面对人力成本上升的压力。同时，公司为满足消费者情感式消费的需求，在餐饮门店员工培训方

面亦投入了大量成本。若公司无法通过门店业务的提升来化解人力成本上升的不利影响，将面临盈利能力下降的不利影响。

#### **4、门店选址风险**

报告期内公司主要通过门店经营触达客户并实现收入，新开门店选址对公司未来业绩及持续发展具有重要影响。公司在规划选址时需要根据城市背景及经济状况选择目标城市，并综合城市已有门店分布、商圈情况、渠道情况、商铺点位、价格成本等多种因素确定门店选址点位的合理性。门店选址失当将会导致开店前期产生的相关费用无法收回或门店业绩无法达到预期，进而影响公司未来业绩及持续发展。

#### **5、第三方物流风险**

公司已建立专业化的物流管理体系，通过仓库发往各门店的出库物流以及门店送至终端客户的外卖物流两方面的建设完善，最大程度保证原材料与餐品的质量稳定。同时，为保证运输的质量、保障餐品的品质，公司对出库物流的实时位置、车内温度情况以及外卖物流的时间进行了有力监控。但是，若公司物流管理体系因人为疏忽等发生公司无法控制的意外事项，将可能导致公司出现餐品供应延迟、餐品保管不善或者运行系统瘫痪等问题，影响公司餐品的正常销售，进而对公司的经营发展产生不利影响。

#### **6、规模扩张所带来的管理风险**

公司经营标准化、高品质的新中式连锁快餐门店，餐品品质的稳定性、送餐的及时性以及服务的专业性，是公司经营发展的关键要素。报告期内，公司门店数量持续增加，经营规模亦呈现增长态势，随着门店数量的增加、经营区域的扩张，公司在门店管理、人员培训、物流运输、服务监管等多方面均面临更大的管理压力。公司若无法对门店进行有效、及时管理，导致门店出现餐饮品质问题或客诉纠纷且无法有效解决，将对公司的经营发展产生不利影响。

#### **7、管理人才不足或流失的风险**

经过二十余年的发展，公司已建立了经验丰富、专业高效的管理团队，有力地保证了公司业务的持续增长。公司在股权激励、工作环境提升、提供发展机会、吸引外部优秀管理人员加入等多方面实行了一系列举措，以保证公司管理团队的人员稳定并进一步促进团队优化。但是，若竞争对手采取更强有力的策略吸引公司管理人才，而公司无法采取更加有效的措施维持团队稳定，将可能导致公司管理人才的流失或不足，进而对公

司未来的经营管理产生不利影响。

## 8、经营资质办理风险

《食品经营许可证》《食品生产许可证》等是公司日常经营所需的主要资质，且相关经营资质存在有效期，公司需在从事相关经营活动时取得该等资质并需在资质有效期满后接受相关监管机构的审查及评估，方可延续相关文件的有效期限。如公司无法办理该等经营资质或未能在有效期届满后对相关资质文件进行更新办理，将可能导致公司不能生产有关产品或经营相关业务，对公司的生产经营造成不利影响。

## 9、委托加工的风险

报告期内，公司采取自主生产为主，委外加工生产为辅的生产加工模式。报告期各期，公司向委外加工厂商采购的金额占公司各期采购总额的 7.76%、6.87%、6.42% 及 7.17%。公司主要将技术稳定、品质易控的部分餐品交由委外加工厂商加工生产。虽然委托加工厂商执行与公司自主生产相同的生产标准，且由公司驻厂人员把控生产全流程以保证餐品品质的稳定，但若委外加工厂商出现经营业绩下降、人员紧缺或其他突发意外状况，无法向公司稳定、及时地提供加工服务，公司将面临供货不足、产品质量瑕疵等问题，对公司的经营业务发展产生不利影响。

## 10、销售区域集中的风险

报告期内，公司 96% 以上收入来自直营门店的餐饮经营收入，公司直营门店主要分布在浙江、上海、江苏、安徽四个省份/直辖市，其中浙江区域收入占各期餐饮门店经营收入的比例分别为 54.08%、56.88%、57.13% 和 60.46%，占比最高。公司收入集中于长三角地区，存在销售区域较为集中的风险。如果长三角地区的经营环境出现重大不利变化，将对公司业务产生重大不利影响。

## （二）财务风险

### 1、毛利率下降的风险

报告期各期，公司综合毛利率分别为 17.76%、14.58%、16.40% 和 12.32%，公司毛利率受疫情防控、产品销售价格、销售方式、原材料采购价格、用工成本等多种因素的影响，若上述因素中的一项或多项发生不利变动，可能导致公司毛利率下降，进而影响公司的盈利能力和业绩表现。



## 2、现金管理的风险

由于公司经营的中式快餐连锁门店直接面向零售消费者，公司存在一定比例的现金收款情况。报告期各期，公司以现金方式结算的收入金额分别为 7,492.50 万元、3,258.25 万元、2,911.63 万元和 828.94 万元，占各期餐饮门店经营收入的比例分别为 6.29%、2.79%、1.97% 和 1.36%。如果公司现金管理内控制度不能严格、有效执行，在现金收取、保管和归集等环节出现员工个人疏忽、操作不当的情况，可能造成现金账实不符或资金损失，从而给公司业务运营带来不利影响。

## 3、业绩下降的风险

报告期各期，公司营业收入分别为 122,243.18 万元、120,658.73 万元、152,487.19 万元和 62,737.45 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 6,517.46 万元、2,070.75 万元、6,299.22 万元和 70.90 万元。2020 年度，公司营业收入较上年度下降，净利润较上年度大幅下降，主要系受上半年大规模疫情防控影响；随着疫情防控进入常态化，2021 年度净利润显著回升，但交通枢纽、展会类门店仍受到疫情较大影响，同时下半年亦有较多门店经营受到局部地区疫情点状爆发影响。2022 年 1-6 月，公司营业收入和净利润出现较大幅度下降，主要系受上海地区 3 月以来的疫情发展及其他长三角区域的点状式疫情的较大影响。未来若由于行业竞争加剧、下游市场波动等原因导致公司主要产品供需发生不利变化，可能对公司业务开展产生影响，并可能导致公司经营业绩发生下降。

## 4、税收优惠政策变化的风险

报告期内，公司部分分支机构作为生活性服务企业享受增值税加计抵减政策，部分子公司享受小微企业所得税税收优惠政策。报告期各期，公司享受的税收优惠金额分别为 56.91 万元、86.67 万元、66.36 万元和 5.49 万元。未来如果税收优惠政策发生变化，或公司相关主体不再符合税收优惠的享受条件，可能对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

### （三）法律风险

#### 1、对赌协议履行风险

2020 年 9 月至 10 月期间，公司实际控制人与投资机构源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资、瑾汇投资、合沁兴、基石投资签署了包含对赌条款的增资协议，就公司未能在约定期限内提交首次公开发行上市申报材料 and 完成 IPO 上市情形下，实际控

制人应回购投资者股权事宜进行了约定，截至本招股说明书签署日，实际控制人与合沁兴、源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资、瑾汇投资、基石投资签署的股权回购解除协议附带恢复条件。上述对赌条款仅限于股东之间，虽不涉及公司利益，但如投资机构的股份回购条款恢复后触发，实际控制人将需回购该等投资机构所持股份，从而导致公司现有股东持股比例发生变化。

## 2、实际控制人控制风险

公司实际控制人为杨国民、杨峻琿父子，两人合计直接及间接控制公司发行前股本总额的 53.09%。本次发行完成后，杨国民、杨峻琿父子仍为公司实际控制人。如果杨国民、杨峻琿父子利用其控制地位通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，可能会损害公司及中小股东的利益。

## 3、社会保险、住房公积金未全员缴纳风险

公司报告期内存在部分员工未参缴社会保险和住房公积金的情形。报告期内公司虽未因该等情形受到主管部门的行政处罚，但公司仍存在因未为员工全额缴纳社会保险或住房公积金而被有关主管部门要求补缴等的风险。

## 4、租赁代征地建设辅助设施的风险

截至报告期末，公司子公司湖州恒溢存在租赁 24.175 亩代征地并在该等代征地上建设有污水站、车棚及冷却塔等辅助设施的情形。相关辅助设施面积合计为 145 平方米，占公司自有房产面积的比例为 1.10%。虽然该等未取得权属证书的上盖建筑并非湖州恒溢的主要生产经营场所或设备，均为辅助设施，不构成生产线的重要组成部分，不能单独产生收入、毛利或利润，对湖州恒溢生产经营的重要程度较低，且具有较强的可替代性，但湖州恒溢仍存在因上述事项受到行政处罚的风险。

# 二、与行业相关的风险

## （一）新冠疫情致经营业绩下降的风险

自 2020 年初我国爆发新冠疫情以来，居民日常出行、工作起居、消费购物均受到了极大的负面影响，公司作为餐饮行业连锁经营企业，并目前主要服务于长三角地区，疫情发展所带来的出行人流下降、门店防控停业，对公司门店日常运营、经营业绩的不利影响尤为明显。

报告期内,公司 2020 年度受新冠疫情影响最为明显,尤其在上半年疫情爆发初期,较多门店应各地疫情防控要求出现了暂停营业的情况,虽在下半年实现了较快恢复并接近正常经营状态,但依然使得公司全年业绩出现了较大幅度的同比下降。2021 年,我国疫情虽未出现大规模爆发,但长三角地区多地相继出现的点状式疫情,依然对门店经营带来了间歇性影响,使得全年经营业绩未能有效反映公司实际盈利能力。随着全球新冠疫情的持续发展,奥密克戎变异毒株的扩散传播导致 2022 年新一轮本土疫情在全国多地爆发,尤其 2022 年 3 月以来上海地区的疫情发展,致使公司 2022 年 1-6 月在上海及浙江、江苏地区的正常经营受到了较严重影响,当期业绩同比出现较大幅度下降。

报告期内,公司门店集中于长三角地区,浙江省、江苏省、上海市及安徽省的 2022 年 6 月末直营门店数量分别为 203 家、120 家、39 家和 6 家;其中,浙江省内门店主要集中于杭州、湖州、宁波和嘉兴四地,江苏省内门店主要集中于南京、苏州两地。若新冠疫情在公司主要销售区域发生持续、大规模爆发,或者因此出现原材料大幅涨价、物流无法正常运转等其他不利衍生状况,将对公司经营业绩产生较大不利影响,极端情况下或将发生发行当年经营业绩下降超过 50%或亏损的风险。

## **(二) 市场竞争激烈的风险**

目前,快餐行业整体较为分散,规模以上连锁快餐企业数量占比较低。随着经济发展、消费者消费理念的变化以及冷链技术的发展,快餐行业的景气度正在逐步提升,规模以上连锁快餐企业的进入者亦在进一步增加,加剧了快餐行业的竞争程度。与此同时,在行业中具有先发优势的头部快餐企业随着经验的积累、技术的革新,逐步扩大销售规模并扩展销售地域,进而加剧了全国不同地区有代表性的头部快餐企业间的直接竞争。公司如果不能在技术、成本、品牌等方面保持竞争优势,将在市场份额和行业地位上面临挑战,进而对公司未来销售规模的拓展和销售市场的开发产生不利影响。

## **(三) 原材料价格波动风险**

公司采购的主要原材料包括禽鱼肉类、油米面类、包装类、生蔬类产品。公司主要原材料数量众多,原材料的供给受自然环境、灾害的影响较大,而采购价格会随着上游产量以及下游消费者的需求而变化。目前,公司对部分主要原材料产品已建立多元供应商体制,以防止单一区域原材料价格波动对公司生产销售产生较大影响。未来,若公司主要原材料采购区域发生全局性的自然灾害,或爆发大规模的疫情,仍将使公司上游

原材料的供应量大幅减少,公司将面临采购成本大幅上升或是无法获取符合公司要求的原材料的风险,进而对公司的经营发展产生不利影响。

#### **(四) 商标商号被侵害的风险**

经过多年的经营与发展,公司现已成为长三角区域门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐连锁企业,形成了较高的市场知名度和品牌影响力,近年来在中国烹饪协会发布的快餐榜单中均排名前列。品牌知名度与品牌影响力是公司持续经营与发展的重要支撑之一。随着公众消费者对餐饮安全的日益重视,餐饮品牌越发成为消费者进行消费的重要考量因素之一。随着公司品牌价值的逐步提升,若出现其他机构仿冒公司品牌、商标进行经营的情况,将对公司的市场拓展与品牌维护产生负面影响,进而对公司经营发展产生不利影响。

#### **(五) 产品未适应消费习惯变化的风险**

公司目前已形成了标准化程度较高的“老娘舅”品牌特色餐饮服务,提供了“江南红烧鱼”“梅干菜烧肉”“鱼香肉丝”“香稻好米饭”“银鱼水蒸蛋”等十余款主打餐品、招牌米饭、汤羹配菜及套餐产品,赢得了长三角地区广大消费者的广泛认可青睐。未来,随着消费者饮食偏好的变化以及市场竞争的加剧,公司若未能持续推出适销对路的新餐品,餐品口味、品类滞后于消费者的需求变化,将对公司维持存量市场、拓展增量业务及经营业绩与盈利能力产生不利影响。

#### **(六) 负面不实报道及其不利影响风险**

公司作为中式快餐企业,品牌知名度与消费者的忠诚度对于公司的经营发展至关重要。自创立以来,公司十分注重品牌形象的维护,致力于为消费者提供优质的餐饮服务。随着公司经营规模的扩大以及品牌影响力的提升,公司被媒体报道的频率逐步增加,并借助互联网平台的推广,正从多方位、多维度为广大消费者所熟悉。未来,若公司受到负面不实的报道且无法进行良好的舆情管理,将对公司的品牌影响、顾客信任度造成损害,进而对公司的经营发展产生不利影响。

### **三、其他风险**

#### **(一) 发行失败风险**

根据《证券发行与承销管理办法》第十条相关规定,“公开发行证券数量在四亿股

(份)以下的,有效报价投资者的数量不少于十家;公开发行证券数量超过四亿股(份)的,有效报价投资者的数量不少于二十家。剔除最高报价部分后有效报价投资者数量不足的,应当中止发行”。本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对公司本次发行方案的认可程度等多种内外部因素的影响,存在不能达到相关条件而导致发行失败的风险。

## **(二) 募集资金投资项目实际效益不达预期的风险**

本次募投项目经过了充分的可行性研究论证,预期能够产生良好的经济效益和社会效益,但募投项目的实施受市场环境、管理、技术、资金等综合因素的影响。若公司实施过程中市场环境等因素发生重大变化或由于市场开拓不力无法消化新增产能,或终端需求增长放缓,则有可能导致项目实际效益不达预期。

## **(三) 即期回报被摊薄与净资产收益率下降的风险**

本次发行募集资金到位后,公司净资产规模将显著增长,净资产收益率将被摊薄。同时,本次募集资金投资项目存在建设周期,新开门店需经历培育期才能达到成熟门店的盈利水平。因此,短期内公司将受募集资金到位导致净资产增加以及募集资金投资项目存在建设周期等因素影响,公司净资产收益率出现下降趋势,股东即期回报存在被摊薄的风险。

## **(四) 股票市场波动的风险**

股票市场的收益与风险紧密相连。公司首次公开发行股票并上市后,股票价格并非完全由公司经营业绩和发展趋势决定,还将受到国内外宏观经济形势、行业景气度、资本市场整体行情、投资者情绪及其他重大突发事件等多方面因素的影响。投资者在考虑投资公司股票时,应预计到前述各类因素可能带来的投资风险,并做出审慎判断。

## 第四节 发行人基本情况

### 一、发行人基本信息

中文名称：老娘舅餐饮股份有限公司

英文名称：Laoniangjiu Catering Co., Ltd.

注册资本：34,000.00万元

法定代表人：杨国民

有限公司成立日期：2000年5月12日

股份公司设立日期：2020年8月26日

住所：浙江省湖州市吴兴区府路1188号湖州市东部新城总部自由港B幢17层

邮政编码：313000

联系电话：0572-253 2122

传真号码：0572-253 2122

互联网网址：<https://www.chinauff.com/>

电子信箱：[dmb@chinauff.com](mailto:dmb@chinauff.com)

公司上市办负责信息披露与投资者关系事务，负责人为董事会秘书周光斌，联系电话 0572-253 2122。

### 二、发行人设立及报告期内股本和股东变化等情况

#### （一）有限公司的设立情况

2000年4月，杨国民、潘明英2名自然人股东共同设立湖州老娘舅餐饮有限公司（此后于2006年1月、2009年6月、2017年12月先后更名为“湖州老娘舅餐饮管理有限公司”“浙江老娘舅餐饮有限公司”和“老娘舅餐饮有限公司”，以下统称“老娘舅有限”）。老娘舅有限成立时注册资本58万元，其中杨国民出资50万元，潘明英出资8万元。

2000年5月10日，湖州恒生会计师事务所出具“HZHS（2000）No. 228”《验资

报告》，审验确认截至 2000 年 5 月 10 日，老娘舅有限已收到其股东投入的实收资本 58 万元，出资方式为货币资金。

2000 年 5 月 12 日，老娘舅有限在湖州市工商行政管理局注册成立。

## （二）股份公司的设立情况

2020 年 7 月 24 日，老娘舅有限召开股东会并作出决议，同意老娘舅有限由有限责任公司整体变更为股份有限公司，并以 2020 年 4 月 30 日为股改的审计基准日，同意聘请普华永道会计师为本次股份改制的审计机构，聘请万隆评估为本次股份改制的评估机构。

2020 年 7 月 23 日，普华永道会计师出具“普华永道中天特审字（2020）第 2879 号”《资产负债表及审计报告》，确认截至 2020 年 4 月 30 日，老娘舅有限净资产审计值为 145,860,700.98 元。

2020 年 7 月 23 日，万隆评估出具“万隆评报字（2020）第 10424 号”《资产评估报告》，确认截至 2020 年 4 月 30 日，老娘舅有限净资产市场价值评估值为 252,110,377.11 元。

2020 年 8 月 3 日，老娘舅有限召开股东会并作出决议，审议通过老娘舅有限由有限责任公司整体变更为股份有限公司的方案，同意以经审计的公司 2020 年 4 月 30 日的净资产中的 8,000 万元折成股份公司的股本，其余部分作为股本溢价，列入资本公积。2020 年 8 月 5 日，公司全体发起人共同签署了《发起人协议》。

2020 年 8 月 18 日，普华永道会计师出具“普华永道中天验字（2020）第 0749 号”《验资报告》，对上述出资进行了验证，确认公司各发起人投入的资产均已足额到位。

2020 年 8 月 20 日，公司召开创立大会暨 2020 年第一次股东大会和第一届董事会第一次会议，选举或聘任了公司的董事、股东代表监事、高级管理人员，并通过了公司章程等相关议案。

2020 年 8 月 26 日，公司在湖州市市场监督管理局完成本次变更登记手续，并领取统一社会信用代码为 91330502721045292J 的《营业执照》。

## （三）报告期内股本和股东变化情况

公司改制前身老娘舅有限成立于 2000 年 5 月，成立时的注册资本为 58 万元。截至

2018 年末，老娘舅有限注册资本为 8,000 万元，股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例	出资方式
1	杨国民	3,505.73	43.82%	货币、资本公积
2	杨峻琿	1,028.55	12.86%	货币、资本公积
3	潘培康	928.96	11.61%	货币、资本公积
4	蒋建琪	768.00	9.60%	货币、资本公积
5	劲邦投资	640.00	8.00%	货币、资本公积
6	恒创合伙	167.20	2.09%	货币、资本公积
7	潘华峰	160.00	2.00%	货币、资本公积
8	徐文辉	160.00	2.00%	货币、资本公积
9	吴剑霖	154.82	1.94%	货币、资本公积
10	上海劲邦	128.00	1.60%	货币、资本公积
11	小外甥合伙	116.40	1.46%	货币、资本公积
12	童子合伙	116.40	1.45%	货币、资本公积
13	吴志伟	64.00	0.80%	货币、资本公积
14	吴凡	61.94	0.77%	货币、资本公积
合计		<b>8,000.00</b>	<b>100.00%</b>	-

报告期内，公司的历次股本和股东变化情况具体如下：

### 1、2019 年 11 月，有限公司股权转让

2019 年 6 月 1 日，老娘舅有限股东会作出决议，同意杨国民将 0.1%（计 8 万元出资额）的股权转让给林宝才；杨峻琿将 3%（计 240 万元出资额）的股权转让给胡嘉怡；潘培康将 3%（计 240 万元出资额）的股权转让给胡嘉怡。

2019 年 8 月 10 日，杨国民与林宝才签署《股权转让协议》，同意以 50 万元作价将老娘舅有限 0.1%的股权转让予林宝才；同日，杨峻琿、潘培康分别与胡嘉怡签署《股权转让协议》，同意均以 1,500 万元的价格将各自持有的老娘舅有限 3%股权分别转让予胡嘉怡。

本次股权转让价格均为 6.25 元/注册资本，系参照 2016 年 2 月的增资价格对应的整体估值 5 亿元协商确定。

2019 年 11 月 19 日，老娘舅有限在湖州市吴兴区市场监督管理局完成本次变更登



记手续。本次股权转让完成后，老娘舅有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例	出资方式
1	杨国民	3,497.73	43.72%	货币、资本公积
2	杨峻琿	788.55	9.86%	货币、资本公积
3	蒋建琪	768.00	9.60%	货币、资本公积
4	潘培康	688.96	8.61%	货币、资本公积
5	劲邦投资	640.00	8.00%	货币、资本公积
6	胡嘉怡	480.00	6.00%	货币、资本公积
7	恒创合伙	167.20	2.09%	货币、资本公积
8	潘华峰	160.00	2.00%	货币、资本公积
9	徐文辉	160.00	2.00%	货币、资本公积
10	吴剑霖	154.82	1.94%	货币、资本公积
11	上海劲邦	128.00	1.60%	货币、资本公积
12	小外甥合伙	116.40	1.46%	货币、资本公积
13	童子合伙	116.40	1.45%	货币、资本公积
14	吴志伟	64.00	0.80%	货币、资本公积
15	吴凡	61.94	0.77%	货币、资本公积
16	林宝才	8.00	0.10%	货币、资本公积
合计		<b>8,000.00</b>	<b>100.00%</b>	-

## 2、2020年5月，有限公司股权转让

2020年1月31日，老娘舅有限股东会作出决议，同意杨国民将其所持有的0.18%（计14.4万元出资额）股权转让给王洋。

2020年4月，杨国民与王洋签署《股权转让协议》及补充协议，同意以26万元的价格将老娘舅有限0.18%的股权转让予王洋。

2020年5月7日，老娘舅有限在湖州市吴兴区市场监督管理局完成本次变更登记手续。本次股权转让完成后，老娘舅有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例	出资方式
1	杨国民	3,483.33	43.54%	货币、资本公积
2	杨峻琿	788.55	9.86%	货币、资本公积

序号	股东名称	出资额	出资比例	出资方式
3	蒋建琪	768.00	9.60%	货币、资本公积
4	潘培康	688.96	8.61%	货币、资本公积
5	劲邦投资	640.00	8.00%	货币、资本公积
6	胡嘉怡	480.00	6.00%	货币、资本公积
7	恒创合伙	167.20	2.09%	货币、资本公积
8	潘华峰	160.00	2.00%	货币、资本公积
9	徐文辉	160.00	2.00%	货币、资本公积
10	吴剑霖	154.82	1.94%	货币、资本公积
11	上海劲邦	128.00	1.60%	货币、资本公积
12	小外甥合伙	116.40	1.46%	货币、资本公积
13	童子合伙	116.40	1.45%	货币、资本公积
14	吴志伟	64.00	0.80%	货币、资本公积
15	吴凡	61.94	0.77%	货币、资本公积
16	王洋	14.40	0.18%	货币、资本公积
17	林宝才	8.00	0.10%	货币、资本公积
合计		<b>8,000.00</b>	<b>100.00%</b>	-

### 3、2020年8月，有限公司整体变更设立股份公司

2020年8月26日，老娘舅有限整体变更为老娘舅，注册资本为8,000万元。关于整体变更设立股份公司情况，请参见本节之“二、发行人设立及报告期内股本和股东变化等情况”之“（二）股份公司的设立情况”。

### 4、2020年9月，股份公司第一次增资

2020年9月19日，公司2020年第二次临时股东大会审议通过了《关于为公司引入投资人增资扩股及提请批准附生效条件的增资协议的议案》等议案，同意公司向源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资、瑾汇投资共5名投资者分别发行股份120万股、68万股、68万股、24万股、120万股，每股价格为25元，募集资金总额10,000万元。本次增资价格系外部投资机构按投前20亿估值协商确定。

2020年10月15日，普华永道会计师出具“普华永道中天验字（2020）第0905号”《验资报告》，经审验，截至2020年9月28日，公司已收到源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资、瑾汇投资以货币资金方式缴纳的新增出资合计10,000万元，其中股本为400万元，资本公积为9,600万元。

2020年9月22日，公司在湖州市市场监督管理局完成本次变更登记手续。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	杨国民	3,483.33	41.47%
2	杨峻琿	788.55	9.39%
3	蒋建琪	768.00	9.14%
4	潘培康	688.96	8.20%
5	劲邦投资	640.00	7.62%
6	胡嘉怡	480.00	5.71%
7	恒创合伙	167.20	1.99%
8	潘华峰	160.00	1.90%
9	徐文辉	160.00	1.90%
10	吴剑霖	154.82	1.84%
11	上海劲邦	128.00	1.52%
12	源钰投资	120.00	1.43%
13	瑾汇投资	120.00	1.43%
14	童子合伙	116.40	1.39%
15	小外甥合伙	116.40	1.39%
16	城霖投资	68.00	0.81%
17	城卓投资	68.00	0.81%
18	吴志伟	64.00	0.76%
19	吴凡	61.94	0.74%
20	城锦投资	24.00	0.29%
21	王洋	14.40	0.17%
22	林宝才	8.00	0.10%
合计		<b>8,400.00</b>	<b>100.00%</b>

#### 5、2020年11月，股份公司第二次增资

2020年11月13日，公司2020年第三次临时股东大会审议通过了《关于为公司引入投资人增资扩股及提请批准附生效条件的增资协议的议案》等议案，同意公司向合沁兴、基石投资共2名投资者分别发行股份240万股和160万股，每股价格为25元，募集资金总额10,000万元。本次增资的外部投资机构系与2020年9月入股的投资机构同时议价，因此入股价格相同。

2020年12月4日，普华永道会计师出具“普华永道中天验字（2020）第1072号”《验资报告》，经审验，截至2020年11月27日，公司已收到合沁兴和基石投资以货币资金方式缴纳的新增出资合计10,000万元，其中股本为400万元，资本公积为9,600万元。

2020年11月18日，公司在湖州市市场监督管理局完成本次变更登记手续。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	杨国民	3,483.33	39.58%
2	杨峻琿	788.55	8.96%
3	蒋建琪	768.00	8.73%
4	潘培康	688.96	7.83%
5	劲邦投资	640.00	7.27%
6	胡嘉怡	480.00	5.45%
7	合沁兴	240.00	2.73%
8	恒创合伙	167.20	1.90%
9	潘华峰	160.00	1.82%
10	徐文辉	160.00	1.82%
11	基石投资	160.00	1.82%
12	吴剑霖	154.82	1.76%
13	上海劲邦	128.00	1.45%
14	源钰投资	120.00	1.36%
15	瑾汇投资	120.00	1.36%
16	童子合伙	116.40	1.32%
17	小外甥合伙	116.40	1.32%
18	城霖投资	68.00	0.77%
19	城卓投资	68.00	0.77%
20	吴志伟	64.00	0.73%
21	吴凡	61.94	0.70%
22	城锦投资	24.00	0.27%
23	王洋	14.40	0.16%
24	林宝才	8.00	0.09%
合计		<b>8,800.00</b>	<b>100.00%</b>

## 6、2021年2月，股份公司第三次增资

2021年2月2日，公司2020年度股东大会审议通过了《关于公司以资本公积转增股本的议案》，同意公司按照各股东持股比例以资本公积转增股本，增加股本至34,000万元，发行新股合计25,200万股，每股金额1元。

2021年3月30日，普华永道会计师出具“普华永道中天验字（2021）第0353号”《验资报告》，经审验，截至2021年2月18日，公司全体出资者以资本公积转增股本（实收资本）25,200.00万元，变更后的注册资本和股本均为34,000.00万元。

2021年2月18日，公司在湖州市市场监督管理局完成本次变更登记手续。本次增资后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	杨国民	13,458.32	39.58%
2	杨峻琿	3,046.68	8.96%
3	蒋建琪	2,967.27	8.73%
4	潘培康	2,661.89	7.83%
5	劲邦投资	2,472.73	7.27%
6	胡嘉怡	1,854.55	5.45%
7	合沁兴	927.27	2.73%
8	恒创合伙	646.00	1.90%
9	潘华峰	618.18	1.82%
10	徐文辉	618.18	1.82%
11	基石投资	618.18	1.82%
12	吴剑霖	598.18	1.76%
13	上海劲邦	494.55	1.45%
14	源钰投资	463.64	1.36%
15	瑾汇投资	463.64	1.36%
16	童子合伙	449.73	1.32%
17	小外甥合伙	449.73	1.32%
18	城霖投资	262.73	0.77%
19	城卓投资	262.73	0.77%
20	吴志伟	247.27	0.73%
21	吴凡	239.30	0.70%
22	城锦投资	92.73	0.27%

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
23	王洋	55.64	0.16%
24	林宝才	30.91	0.09%
合计		<b>34,000.00</b>	<b>100.00%</b>

## 7、2021年11月，股份公司第一次股权转让

2021年11月30日，上海劲邦与劲邦投资签署股份转让协议，同意以3,200万元的价格向劲邦投资转让其所持有的公司1.4546%股份。

上海劲邦和劲邦投资均为上海劲邦股权投资管理有限公司直接或间接管理的私募基金，由于上海劲邦的合伙期限即将届满，为方便后续统一管理，上海劲邦将所持股份全部转让予劲邦投资。本次股权转让价格为6.47元/股，系参照公司2020年9月和2020年11月引入外部投资机构的入股价格定价。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	杨国民	13,458.32	39.58%
2	杨峻琿	3,046.68	8.96%
3	劲邦投资	2,967.27	8.73%
4	蒋建琪	2,967.27	8.73%
5	潘培康	2,661.89	7.83%
6	胡嘉怡	1,854.55	5.45%
7	合沁兴	927.27	2.73%
8	恒创合伙	646.00	1.90%
9	潘华峰	618.18	1.82%
10	徐文辉	618.18	1.82%
11	基石投资	618.18	1.82%
12	吴剑霖	598.18	1.76%
13	源钰投资	463.64	1.36%
14	瑾汇投资	463.64	1.36%
15	小外甥合伙	449.73	1.32%
16	童子合伙	449.73	1.32%
17	城霖投资	262.73	0.77%
18	城卓投资	262.73	0.77%

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
19	吴志伟	247.27	0.73%
20	吴凡	239.30	0.70%
21	城锦投资	92.73	0.27%
22	王洋	55.64	0.16%
23	林宝才	30.91	0.09%
合计		34,000.00	100.00%

#### （四）公司成立以来重要事件

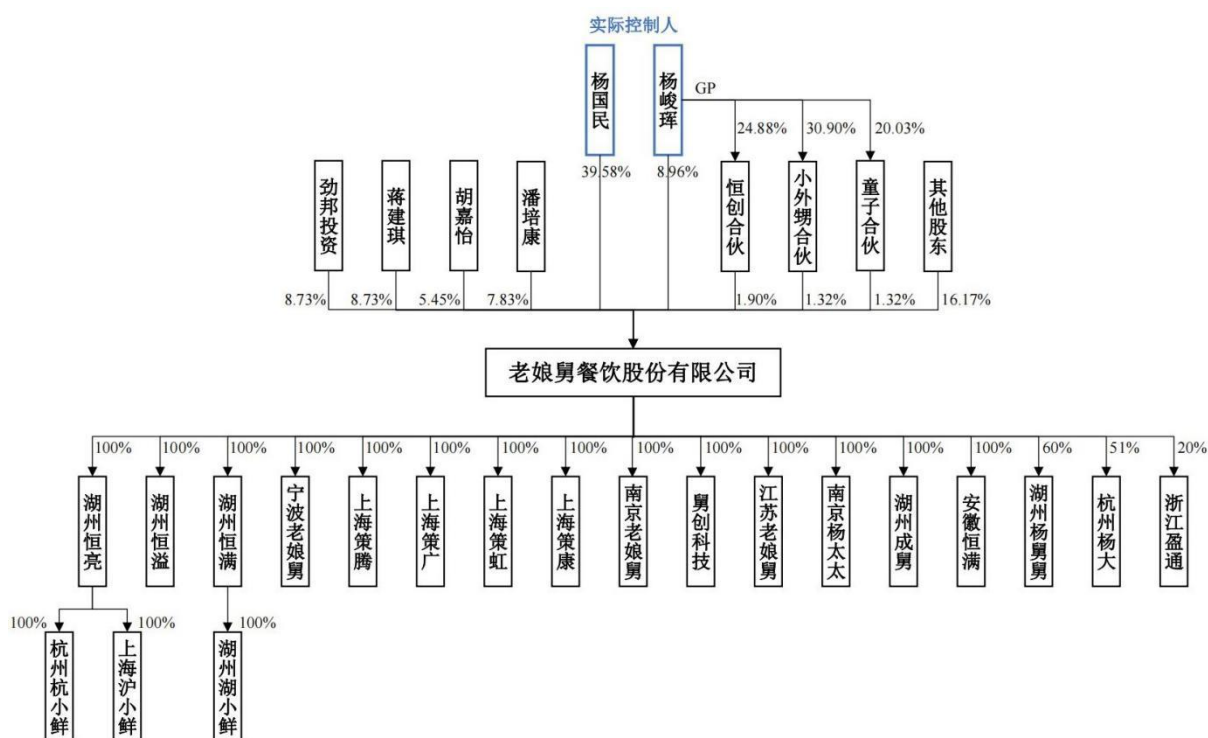
公司自成立以来未发生主营业务或实际控制人变更等重大事件，报告期内公司未发生重大资产重组行为。

#### （五）公司在其他证券市场的上市或挂牌情况

公司自成立以来不存在在其他证券市场上市或挂牌情况。

### 三、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构以及公司对下属子公司、参股公司的持股情况如下图所示：



截至报告期末，公司及下属子公司共开设分公司 373 家，主要经营各直营门店。

## 四、发行人子公司及参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 17 家全资子公司、2 家控股子公司和 1 家参股公司。具体情况如下：

### （一）重要子公司情况

#### 1、湖州恒亮食品贸易有限公司

湖州恒亮承担公司原材料的统一采购和向各门店的配送职能，其基本情况如下：

企业名称	湖州恒亮食品贸易有限公司		
成立时间	2010 年 1 月 12 日		
注册资本	500 万元		
实收资本	500 万元		
注册地和 主要生产经营地	浙江省湖州市吴兴区府路 1188 号湖州市东部新城总部自由港 B 幢 16 楼 204 室		
股东构成及控制情况	公司全资子公司		
主营业务	食品等原材料的采购、销售和配送		
财务数据 (万元)	项目	2022.6.30/2022 年 1-6 月	2021.12.31/2021 年度
	总资产	11,976.07	12,112.77
	净资产	2,393.69	2,039.35
	营业收入	25,534.33	61,868.46
	净利润	354.35	364.31

注：公司子公司的财务数据已包含在公司的合并财务报表中，该合并财务报表已由普华永道会计师事务所审计，下同。

#### 2、湖州恒溢食品加工有限公司

湖州恒溢承担公司食品原材料的加工职能，其基本情况如下：

企业名称	湖州恒溢食品加工有限公司		
成立时间	2009 年 3 月 31 日		
注册资本	100 万元		
实收资本	100 万元		
注册地和 主要生产经营地	浙江省湖州市南浔区双林镇三田洋村		
股东构成及控制情况	公司全资子公司		
主营业务	食品加工		
财务数据	项目	2022.6.30/2022 年 1-6 月	2021.12.31/2021 年度



(万元)	总资产	3,516.35	3,966.96
	净资产	818.45	779.85
	营业收入	2,355.40	7,091.90
	净利润	38.60	482.60

### 3、湖州恒满食品配送有限公司

湖州恒满承担公司食品原材料的加工职能，其基本情况如下：

企业名称	湖州恒满食品配送有限公司		
成立时间	2012年11月1日		
注册资本	518万元		
实收资本	518万元		
注册地和 主要生产经营地	浙江省湖州市龙溪街道创业大道777号1-9幢		
股东构成及控制情况	公司全资子公司		
主营业务	食品加工		
财务数据 (万元)	项目	2022.6.30/2022年1-6月	2021.12.31/2021年度
	总资产	2,684.04	2,477.65
	净资产	713.34	830.00
	营业收入	3,971.22	10,727.13
	净利润	-116.65	255.15

### 4、宁波老娘舅餐饮管理有限公司

宁波老娘舅承担公司在浙江省宁波市范围内部分餐饮服务职能，其基本情况如下：

企业名称	宁波老娘舅餐饮管理有限公司		
成立时间	2020年11月25日		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
注册地和 主要生产经营地	浙江省宁波市鄞州区东柳街道中兴路591弄9号-2		
股东构成及控制情况	公司全资子公司		
主营业务	餐饮服务		
财务数据 (万元)	项目	2022.6.30/2022年1-6月	2021.12.31/2021年度
	总资产	4,908.87	4,867.42
	净资产	906.91	843.96
	营业收入	3,490.99	4,222.30

	净利润	62.96	-144.52
--	-----	-------	---------

### 5、上海策康酒店管理有限公司

上海策康承担公司在上海市范围内的部分餐饮服务职能，其基本情况如下：

企业名称	上海策康酒店管理有限公司		
成立时间	2007年11月9日		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
注册地和 主要生产营地	上海市青浦区双联路158号1幢11层T区001室		
股东构成及控制情况	公司全资子公司		
主营业务	餐饮服务		
财务数据 (万元)	项目	2022.6.30/2022年1-6月	2021.12.31/2021年度
	总资产	10,340.56	11,544.42
	净资产	1,377.44	2,046.48
	营业收入	2,661.01	11,728.01
	净利润	-669.04	-312.55

### 6、江苏老娘舅餐饮管理有限公司

江苏老娘舅承担公司在江苏省范围内的餐饮服务职能，其基本情况如下：

企业名称	江苏老娘舅餐饮管理有限公司		
成立时间	2019年1月10日		
注册资本	5,000.00万元		
实收资本	4,307.76万元		
注册地和 主要生产营地	南京市雨花台区凤台南路138号3-303室		
股东构成及控制情况	公司全资子公司		
主营业务	餐饮服务		
财务数据 (万元)	项目	2022.6.30/2022年1-6月	2021.12.31/2021年度
	总资产	14,899.71	16,327.90
	净资产	2,686.39	2,276.36
	营业收入	13,993.77	27,880.07
	净利润	413.38	1,371.59

### 7、安徽恒满食品科技有限公司

安徽恒满拟承担公司的供应链综合基地职能，其基本情况如下：

企业名称	安徽恒满食品科技有限公司	
成立时间	2022年3月15日	
注册资本	3,000万元	
实收资本	1,700万元	
注册地和 主要生产经营地	宁国经济技术开发区港口生态园区朝阳路与海螺路交叉口东北侧	
股东构成及控制情况	公司全资子公司	
主营业务	筹建中，拟作为公司的供应链综合基地	
财务数据 (万元)	项目	2022.6.30/2022年1-6月
	总资产	1,722.66
	净资产	1,689.42
	营业收入	-
	净利润	-10.58

## (二) 其他子公司情况

除上述重要子公司外，公司其他子公司的基本情况如下：

序号	企业名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
1	上海策广餐饮有限公司	2010.5.21	200万元	老娘舅出资200万元，持股100%	餐饮服务
2	南京老娘舅餐饮有限公司	2011.12.28	200万元	老娘舅出资200万元，持股100%	无实际经营业务[注1]
3	南京杨太太餐饮有限公司	2015.11.13	100万元	老娘舅出资100万元，持股100%	餐饮服务
4	上海策腾餐饮有限公司	2016.9.8	200万元	老娘舅出资200万元，持股100%	餐饮服务
5	上海策虹餐饮有限公司	2016.9.8	200万元	老娘舅出资200万元，持股100%	餐饮服务
6	浙江舅创科技有限公司	2019.4.29	1,000万元	老娘舅出资1,000万元，持股100%	食材及食品的零售
7	湖州成舅教育信息咨询有限公司	2019.6.11	3万元	老娘舅出资3万元，持股100%	员工培训支持
8	杭州杭小鲜食品配送有限公司	2021.8.20	500万元	湖州恒亮出资500万元，持股100%	尚无业务经营[注2]
9	上海沪小鲜食品有限公司	2021.9.3	500万元	湖州恒亮出资500万元，持股100%	尚无业务经营[注2]
10	湖州湖小鲜食品配送有限公司	2022.10.10	500万元	湖州恒满出资500万元，持股100%	尚无业务经营[注2]
11	杭州杨大餐饮有限公司	2016.3.4	200万元	老娘舅出资102万元，持股51%；杭州睿哲玄览品	餐饮服务

序号	企业名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
				牌管理有限公司出资 98 万元，持股 49%	
12	湖州杨舅舅餐饮有限公司	2020.9.27	150 万元	老娘舅出资 90 万元，持股 60%；长兴惠西餐饮管理有限公司出资 60 万元，持股 40%	餐饮服务

注 1：南京老娘舅报告期内曾主营餐饮服务，后将业务逐步转移至江苏老娘舅，目前已无实际经营业务，拟注销；

注 2：杭州杭小鲜、上海沪小鲜、湖州湖小鲜拟分别承担公司杭州、上海、湖州地区的食材加工及配送职能，目前尚未开展实际业务。

### （三）参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司参股公司共 1 家，基本情况如下：

企业名称	浙江盈通餐饮有限公司		
成立时间	2019 年 3 月 19 日		
注册资本	3,000 万元		
实收资本	2,935 万元		
注册地和 主要生产经营地	浙江省杭州市上城区惠民路 56 号 5 幢 106 室		
主营业务	餐饮服务		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	浙江省商业集团有限公司	2,010.00	67.00%
	老娘舅	600.00	20.00%
	杭州众慧企业管理合伙企业（有限合伙）	390.00	13.00%
	合计	3,000.00	100.00%

公司于 2019 年 3 月浙江盈通成立时入股浙江盈通。截至本招股说明书签署日，浙江盈通的控股股东为浙江省商业集团有限公司。

### （四）报告期期初至今注销的控股子公司情况

报告期期初至本招股说明书签署日，公司曾拥有一家全资子公司湖州杨大餐饮有限公司（下称“湖州杨大”）。湖州杨大成立于 2018 年 6 月 5 日，原应场地出租方要求成立，拟承担公司在该场地内的餐饮服务职能，后因未投入使用，于 2019 年 8 月 22 日在湖州市吴兴区市场监督管理局完成工商注销手续。

截至注销完成日，湖州杨大的基本情况如下：

企业名称	湖州杨大餐饮有限公司
成立时间	2018年6月5日
注册资本	518万元
实收资本	0万元
注册地	浙江省湖州市吴兴区府路1188号湖州市东部新城总部自由港B幢16楼1602室
股东构成及控制情况	公司全资子公司

## 五、发行人控股股东、实际控制人及其他主要股东情况

### （一）控股股东及实际控制人的基本情况

公司控股股东为杨国民。截至本招股说明书签署日，杨国民直接持有公司 39.58% 股份。

公司实际控制人为杨国民、杨峻琿父子。截至本招股说明书签署日，杨国民和杨峻琿父子分别直接持有公司 39.58%、8.96% 的股份，杨峻琿并通过恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙三个员工持股平台间接控制公司共 4.55% 的股份，两人合计控制公司 53.09% 的股份；同时，杨国民担任公司董事长兼总经理，杨峻琿担任公司副董事长兼副总经理。

杨国民，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 330511196503\*\*\*\*\*。

杨峻琿，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 330501199008\*\*\*\*\*。

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公司的股份均不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

### （二）其他持有公司 5% 以上股份的主要股东情况

截至本招股说明书签署日，除公司实际控制人杨国民、杨峻琿之外，持股比例超过 5% 的其他主要股东为劲邦投资、蒋建琪、潘培康、胡嘉怡，具体情况如下：

#### 1、劲邦投资

截至本招股说明书签署日，劲邦投资持有公司 8.73% 股权，其基本情况如下：

企业名称	西藏劲邦劲达创业投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2013年6月25日
注册地	拉萨市金珠西路158号世通阳光新城21幢3单元4楼2号

截至本招股说明书签署日，劲邦投资的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人名称	出资额 (万元)	出资比例	合伙人类型
1	青岛劲邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	400.00	2.00%	普通合伙人
2	西藏劲达创业投资有限公司	9,000.00	45.00%	有限合伙人
3	洪金京	5,960.00	29.80%	有限合伙人
4	洪志勇	4,640.00	23.20%	有限合伙人
合计		20,000.00	100.00%	

## 2、蒋建琪

截至本招股说明书签署日，蒋建琪持有公司 8.73% 股权。

蒋建琪，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 330421196412\*\*\*\*\*。

## 3、潘培康

截至本招股说明书签署日，潘培康持有公司 7.83% 股权。

潘培康，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 330501196601\*\*\*\*\*。

## 4、胡嘉怡

截至本招股说明书签署日，胡嘉怡持有公司 5.45% 股权。

胡嘉怡，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 330501200102\*\*\*\*\*。

### （三）私募投资基金股东情况

截至本招股说明书签署日，公司股东中，劲邦投资、基石投资、源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资为已完成私募基金备案的私募投资基金，具体备案情况如下：

股东名称	基金备案时间	基金编号	基金管理人	管理人登记编号
劲邦投资	2015年4月29日	S34248	上海劲邦股权投资管理有限公司	P1000699
基石投资	2019年4月16日	SGJ103	深圳市领信基石股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	P1061138
源钰投资	2020年9月18日	SLW471	杭州延瑞资产管理有限公司	P1068165
城霖投资	2018年1月29日	SY1969	杭州城投富鼎投资管理有限公司	P1032767

股东名称	基金备案时间	基金编号	基金管理人	管理人登记编号
城卓投资	2019年1月11日	SEY132	杭州城投富鼎投资管理有限公司	P1032767
城锦投资	2020年3月11日	SJB263	杭州城投富鼎投资管理有限公司	P1032767

## 六、发行人股本情况

### （一）本次发行前后公司的股本情况

本次发行前，公司总股本为 34,000 万股。本次拟向社会公开发行股票数量不超过 6,100 万股，本次公开发行股份数量占发行后总股本的比例不低于 15%，本次发行不涉及转让老股。以本次发行 6,100 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	发行前		发行后	
	持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
杨国民	13,458.32	39.58%	13,458.32	33.56%
杨峻琿	3,046.68	8.96%	3,046.68	7.60%
劲邦投资	2,967.27	8.73%	2,967.27	7.40%
蒋建琪	2,967.27	8.73%	2,967.27	7.40%
潘培康	2,661.89	7.83%	2,661.89	6.64%
胡嘉怡	1,854.55	5.45%	1,854.55	4.62%
合沁兴	927.27	2.73%	927.27	2.31%
恒创合伙	646.00	1.90%	646.00	1.61%
潘华峰	618.18	1.82%	618.18	1.54%
徐文辉	618.18	1.82%	618.18	1.54%
基石投资	618.18	1.82%	618.18	1.54%
吴剑霖	598.18	1.76%	598.18	1.49%
源钰投资	463.64	1.36%	463.64	1.16%
瑾汇投资	463.64	1.36%	463.64	1.16%
小外甥合伙	449.73	1.32%	449.73	1.12%
童子合伙	449.73	1.32%	449.73	1.12%
城霖投资	262.73	0.77%	262.73	0.66%
城卓投资	262.73	0.77%	262.73	0.66%
吴志伟	247.27	0.73%	247.27	0.62%
吴凡	239.30	0.70%	239.30	0.60%
城锦投资	92.73	0.27%	92.73	0.23%

股东名称	发行前		发行后	
	持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
王洋	55.64	0.16%	55.64	0.14%
林宝才	30.91	0.09%	30.91	0.08%
社会公众股	-	-	6,100.00	15.21%
合计	<b>34,000.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>40,100.00</b>	<b>100.00%</b>

## （二）本次发行前的前十名股东

本次发行前，公司前十名股东具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	杨国民	13,458.32	39.58%
2	杨峻琿	3,046.68	8.96%
3	劲邦投资	2,967.27	8.73%
4	蒋建琪	2,967.27	8.73%
5	潘培康	2,661.89	7.83%
6	胡嘉怡	1,854.55	5.45%
7	合沁兴	927.27	2.73%
8	恒创合伙	646.00	1.90%
9-11	潘华峰	618.18	1.82%
	徐文辉	618.18	1.82%
	基石投资	618.18	1.82%
合计		<b>30,383.79</b>	<b>89.36%</b>

## （三）本次发行前的前十名自然人股东及其担任公司职务情况

本次发行前，公司前十名自然人股东在公司的任职情况如下：

股东姓名	公司职务	持股数量（万股）	持股比例
杨国民	董事长、总经理	13,458.32	39.58%
杨峻琿	副董事长、副总经理	3,046.68	8.96%
蒋建琪	董事	2,967.27	8.73%
潘培康	资本运审委主委	2,661.89	7.83%
胡嘉怡	无	1,854.55	5.45%
潘华峰	产品品牌经理	618.18	1.82%
徐文辉	董事	618.18	1.82%
吴剑霖	副总经理	598.18	1.76%



股东姓名	公司职务	持股数量（万股）	持股比例
吴志伟	无	247.27	0.73%
吴凡	无	239.30	0.70%

#### （四）公司股本中的国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司股本中无国有股份或外资股份。

#### （五）公司申报前十二个月新增股东情况

公司 2022 年 6 月首次申报前 12 个月不存在新增股东的情况，但公司原股东劲邦投资于 2021 年 11 月存在受让取得公司股份的情况，具体详见本节“二、发行人设立及报告期内股本和股东变化等情况”之“（三）报告期内股本和股东变化情况”之“7、2021 年 11 月，股份公司第一次股权转让”的相关内容。

劲邦投资与公司历史股东上海劲邦均为上海劲邦股权投资管理有限公司直接或间接管理的私募基金，公司自然人股东吴志伟曾于 2012 年 11 月至 2019 年 1 月期间担任与劲邦投资同受劲霸投资控股有限公司控制的上海诺伟其创业投资有限公司的投资总监，公司董事龚觉非系劲邦投资关联方上海劲邦股权投资管理有限公司的合伙人。

除上述关联关系外，劲邦投资与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在其他关联关系，劲邦投资与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员亦不存在关联关系。

劲邦投资持有的公司股份不存在代持情形。

#### （六）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，杨国民与杨峻琿为父子关系，二人分别直接持有公司 39.58%和 8.96%股份；恒创合伙、小外甥合伙和童子合伙为杨峻琿控制的员工持股平台，分别持有公司 1.90%、1.32%和 1.32%股份；潘华峰系杨国民妹妹杨明敏之子，持有公司 1.82%股份；城霖投资、城卓投资和城锦投资均为杭州城投富鼎投资管理有限公司担任执行事务合伙人的合伙企业，分别持有公司 0.77%、0.77%和 0.27%股份；吴志伟曾于 2012 年 11 月至 2019 年 1 月期间担任与劲邦投资同受劲霸投资控股有限公司控制的上海诺伟其创业投资有限公司的投资总监，吴志伟和劲邦投资分别持有公司 0.73%和 8.73%股份。

除上述关联关系外，公司本次发行前各股东间不存在其他关联关系。

### （七）发行人设立以来的股权代持情况

公司股东合沁兴曾存在间接股权代持的情况，现已还原解除，具体情况如下：

合沁兴成立于2020年10月13日，由有限合伙人刘玉梅和普通合伙人章海军共同设立，出资总额100万元，其中刘玉梅认缴出资90万元，章海军认缴出资10万元，均未实缴出资；2021年12月，合沁兴变更出资总额为6,001万元，其中刘玉梅认缴出资6,000万元，章海军认缴出资1万元。刘玉梅、章海军均为深圳市麦星投资管理有限公司（以下称“麦星投资”）的员工；其中，刘玉梅代深圳市灏兴商务咨询合伙企业（有限合伙）（以下称“灏兴咨询”）持有合沁兴出资份额，章海军系代私募管理人苏州麦星投资管理有限公司（以下称“苏州麦星”）持有合沁兴的普通合伙份额。

关于上述出资份额的代持原因，合沁兴为麦星投资就老娘舅项目设立的投资主体，对公司的出资款项实际来源于旗下灏兴咨询；当时考虑到未来可能会将合沁兴的出资份额调整转让给其他出资主体，故由员工刘玉梅暂代灏兴咨询持有有限合伙份额，章海军暂代苏州麦星持有普通合伙份额。其中，灏兴咨询和苏州麦星均为麦星投资实际控制的企业。灏兴咨询于2020年11月完成对合沁兴的6,000万元实际出资，合沁兴以此向老娘舅出资6,000万元，取得老娘舅240万股股份；此后，2021年2月，因老娘舅进行资本公积转增股本，合沁兴所持有老娘舅股份转增至927.2727万股。

2021年12月22日，苏州麦星、章海军、刘玉梅签署《财产份额转让暨解除代持协议书》，章海军同意将代苏州麦星持有的合伙企业出资额1万元（占合伙企业全部财产的0.02%，尚未实缴）以人民币0元价格转让给苏州麦星。苏州麦星、章海军同意自该协议生效之日起解除份额代持，还原由苏州麦星实际持有。苏州麦星、章海军确认，双方在代持关系的成立、履行、解除过程中不存在现实及潜在纠纷、争议。

2021年12月22日，灏兴咨询、刘玉梅、苏州麦星签署《财产份额转让暨解除代持协议书》，刘玉梅同意将其代灏兴咨询持有的合伙企业出资额6,000万元（占合伙企业全部财产的99.98%）以人民币0元价格转让给灏兴咨询。灏兴咨询、刘玉梅同意自该协议生效之日起解除份额代持，还原由灏兴咨询实际持有。灏兴咨询、刘玉梅确认，双方在代持关系的成立、履行、解除过程中不存在现实及潜在纠纷、争议。

2021年12月29日，深圳市市场监督管理局核准了上述合伙人变更，合沁兴的合伙份额代持得以解除。

综上，章海军、刘玉梅与苏州麦星、灏兴咨询之间合伙份额代持关系的形成和解除真实、有效，不存在现实及潜在纠纷，亦不存在因股权代持违反相关法律法规受到有关部门处罚的情况，该等已解除的合伙份额代持对公司本次发行不构成实质性障碍。

#### （八）股东间关于对赌等特殊权利安排及解除情况

公司现有股东蒋建琪、劲邦投资、吴志伟、源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资、瑾汇投资、合沁兴、基石投资在取得公司股份时，曾与公司及/或实际控制人签署了包含股权回购及其他股东特殊权利条款的协议，截至本招股说明书签署日，各方已就相关对赌及特殊权利条款的解除进行了补充约定，具体情况如下：

序号	投资方	义务方	股东特殊权利条款签署情况	解除情况
1	蒋建琪	杨峻琿、杨国民	2015年12月，各方分别签署股权转让协议之补充协议，约定义务方在未完成业绩承诺等情形下，投资方有权要求其进行股权回购，同时约定了投资方在公司治理结构、重大事项决策、再融资及反摊薄保护权、知情权和监督权、优先清算权、随售权等方面的其他股东特殊权利。	2018年3月，蒋建琪与义务方签署解除协议，确认对赌协议自签署日解除，对赌协议项下各方权利、义务终止。
2	劲邦投资、上海劲邦	杨峻琿、杨国民		2021年10月，劲邦投资、上海劲邦与义务方签署补充协议，确认对赌协议约定的包含股权回购在内的所有股东特殊权利条款彻底解除且自始无效。
3	吴志伟	杨峻琿、杨国民		2021年9月，吴志伟与义务方签署补充协议，确认对赌协议约定的包含股权回购在内的所有股东特殊权利条款彻底解除且自始无效。
4	源钰投资	杨国民、老娘舅	2020年9月，公司与各投资方签署增资协议，约定了反稀释条款、信息披露安排等条款。 2020年9月，杨国民与各投资方签署增资协议之补充协议，约定如公司未能在2022年底前提提交首次公开发行股票申报材料或2025年底完成IPO上市，投资方有权要求对赌义务人回购其股权，同时约定了保证和承诺、共同出售权等方面的其他股东特殊权利。	2022年4月，各方签署补充协议，确认反稀释条款、信息披露安排、保证和承诺、回购安排、共同出售权等股东特殊权利条款自公司提交首次公开发行股票申报文件之日起效力终止，如公司首发上市的申请被撤回、被驳回、被不予审核、不予核准的，回购安排将自动恢复效力。
5	瑾汇投资	杨国民、老娘舅		2022年4月，各方签署补充协议，确认反稀释条款、信息披露安排、保证和承诺、共同出售权等股东特殊权利条款彻底解除且自始无效，回购安排自公司提交首次公开发行股票申报文件之日起效力终止，如公司首发上市的申请被撤回、被驳回、被不予审核、不予核准的，回购安排将自动恢复效力。
6	城霖投资、城卓投资、城锦投资	杨国民、老娘舅		2022年3月，各方签署补充协议，确认反稀释条款、信息披露安排、保证和承诺、回购安排、共同出售权等股东特殊权利条款自公司提交首次

序号	投资方	义务方	股东特殊权利条款签署情况	解除情况
				公开发行股票申报文件之日起效力终止，当公司撤回上市申请、上市申请被否决、公司终止、放弃上市计划或其他原因导致公司未成功上市的，则视为回购安排终止之事项自始未发生，各方仍按原回购安排约定履行各自权利义务。
7	合沁兴	杨国民、杨峻琿、老娘舅	2020年10月，公司与投资方签署投资协议，约定知情权、检查监督权、优先了认购权等条款。2020年10月，杨国民、杨峻琿与投资方签署投资协议之补充协议，约定公司发生下列情形之一时，投资方有权要求公司或实际控制人回购股份：（1）公司未能在2025年底前完成IPO上市；（2）实际控制人违反离职限制或竞业限制义务；（3）公司或实际控制人违反重大协议义务或在协议作出的陈述与保证在重大方面不真实、或存在虚假或重大遗漏。补充协议同时约定了投资方在转让限制、随售权、反稀释权及优先认购权、优先清算权等方面的其他股东特殊权利。	2021年12月，各方签署补充协议，确认：（1）将回购义务人调整为杨国民、杨峻琿，公司的回购义务自始无效、彻底解除且未来不再恢复法律效力；（2）转让限制、随售权、反稀释权及优先认购权、优先清算权等股东特殊权利条款自该协议签署之日起自始无效、彻底解除；（3）知情权、检查监督权、优先认购权条款将自公司提交首次公开发行股票申报文件之日起终止。 2022年4月，各方签署补充协议，确认实际控制人的回购权及被监管要求认定影响首发上市的其他条款自公司提交首次公开发行股票申报文件之日起效力终止，如公司首发上市的应用被撤回、被驳回、被不予审核、不予核准的，回购权将自动恢复效力。
8	基石投资	杨国民、老娘舅	2020年10月，公司与投资方签署增资协议，约定了信息披露安排。 2020年10月，公司、杨国民与投资方签署自协议之补充协议，约定如公司决定终止上市计划且在公司盈利足够并经股东大会决议分红时，投资方有权要求杨国民以后续年度分红所得款回购其股份，直至投资方获得全部股份回购价款，股份回购价款为投资本金加上期间按同期银行利率计算的利息。补充协议同时约定了投资方在保证和承诺、共同出售权等方面的其他股东特殊权利。	2022年4月，各方签署补充协议，确认信息披露安排、共同出售权、回购权自公司提交首次公开发行股票申报文件之日起效力终止，如公司首发上市的应用被撤回、被驳回、被不予审核、不予核准的，前述所列示股东特殊权利条款将自动恢复效力。

截至本招股说明书签署日，公司已不存在作为对赌协议当事人的情形，公司实际控制人与源钰投资、城霖投资、城卓投资、城锦投资、瑾汇投资、合沁兴及基石投资的对赌解除协议附带恢复条件。

根据上述协议约定，如上述投资机构的股份回购条款恢复后触发，实际控制人将需

回购该等投资机构所持部分或全部股份，从而导致公司股权结构变化，但杨国民、杨峻琿仍为公司实际控制人，回购股份不会导致公司控制权发生变化。

此外，上述附恢复条件的股东特殊权利安排未与公司的盈利能力和业绩等与经营有关的条件挂钩；相关股份回购的对赌条款主要在公司不能成功上市时恢复，如公司成功实现上市，则不会对公司持续经营能力或投资者权益造成影响。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人投资机构存在虽于申报后解除但附恢复条件的对赌协议，该等协议满足以下条件：1、对赌当事人仅为相关投资机构及发行人实际控制人杨国民、杨峻琿，发行人未作为对赌协议当事人，未承担履约义务，仅作为合同第三方签署协议；2、相关股份回购条款要求实际控制人回购投资机构股份，不存在导致发行人控制权发生变化的约定；3、该等对赌协议中不存在挂钩发行人市值的相关条款；4、该等对赌协议不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。因此该等对赌协议符合《监管规则适用指引——发行类第4号》的相关规定。

## 七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

### （一）董事会成员

公司董事会由9名成员组成，其中包括3名独立董事，具体情况如下：

姓名	任职	本届任职期限	提名人	董事选聘会议
杨国民	董事长、总经理	2020年8月至 2023年8月	杨国民	创立大会暨2020年第一次股东大会
杨峻琿	副董事长、副总经理	2020年8月至 2023年8月	杨峻琿	创立大会暨2020年第一次股东大会
陈轶	董事	2021年10月至 2023年8月	董事会	2021年第三次临时股东大会
蒋建琪	董事	2020年8月至 2023年8月	蒋建琪	创立大会暨2020年第一次股东大会
龚觉非	董事	2020年8月至 2023年8月	劲邦投资、上海劲邦	创立大会暨2020年第一次股东大会
徐文辉	董事	2020年8月至 2023年8月	徐文辉	创立大会暨2020年第一次股东大会
杜晗	独立董事	2021年8月至 2023年8月	董事会	2021年第二次临时股东大会
顾敏旻	独立董事	2021年8月至 2023年8月	董事会	2021年第二次临时股东大会
张谦	独立董事	2022年2月至 2023年8月	董事会	2021年度股东大会

公司董事简历如下：

杨国民，男，1965年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，浙江大学高级研修班结业；1985年至2000年个体经营刺绣、绣花加工等业务；2000年创办老娘舅，2000年至今担任公司董事长兼总经理。

杨峻琿，男，1990年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于萨塞克斯大学工商管理专业，本科学历；2013年入职老娘舅，历任湖州恒满设备资产管理经理、新模式事业部总经理助理、供应链总经理、品牌营销副总裁、杭州门店运营、上海区域运营总经理，2015年3月至今担任公司董事，2020年8月至今担任公司董事兼副总经理，2021年9月起任公司副董事长。

陈轶，男，1982年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历；2005年入职老娘舅，历任公司门店见习经理、店长、区域督导、大区经理、市场发展部副总经理、营运事业部总经理，2020年1月至今任公司江苏经营发展事业部总经理，2021年10月起任公司董事。

蒋建琪，男，1964年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历；曾任职于上海铁路局，1999年12月创立湖州老顽童食品工业有限公司，1999年12月至2008年12月任湖州老顽童食品工业有限公司执行董事、经理；2007年3月创立湖州永辉食品工业有限公司，2007年3月至2009年6月任湖州永辉食品工业有限公司董事长；2005年8月创立香飘飘食品有限公司，2005年8月至2013年1月任执行董事兼经理，2013年2月至2013年6月任香飘飘食品有限公司董事长兼总经理；2013年6月至今任香飘飘董事长兼总经理，政协第七届湖州市委员会委员；2016年2月至今任老娘舅董事。

龚觉非，男，1975年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于同济大学工商管理专业，硕士研究生学历；1996年8月至2002年7月任江苏苏豪国际集团股份有限公司分公司财务经理、投资公司董事会秘书；2002年8月至2004年2月任Cathay Pigment Holding高级经理；2004年3月至2005年7月任上海绿谷（集团）有限公司投资总监；2005年8月至2007年3月任大亚科技集团有限公司战略投资经理；2007年3月至2012年8月历任罗莱生活投资总监、董事、董事会秘书；2012年8月至今为上海劲邦股权投资管理有限公司合伙人；2019年4月至今任老娘舅董事。

徐文辉，男，1969年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中欧国际

工商学院 EMBA，硕士研究生学历；1993 年 5 月至 1996 年 6 月任深圳蛇口信德会计师事务所审计项目经理；1996 年 6 月至 2004 年 1 月历任金蝶软件（中国）有限公司财务部经理、财务总监、董事副总裁；2006 年 6 月至今任深圳市达鑫投资咨询有限公司董事长、总经理；2008 年 3 月至今任老娘舅董事。

杜晗，男，1964 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中欧国际工商学院 EMBA，硕士研究生学历；1986 年 9 月至 1993 年 7 月任贵州省劳改局联合中学化学教师；1993 年 7 月至 1999 年 7 月任贵州汉方制药有限公司广西市场部经理；1999 年 7 月至今创立并经营“三品王”牛肉粉餐饮，现任广西三品王餐饮管理有限公司董事长；2021 年 8 月至今任老娘舅独立董事。

顾敏旻，男，1970 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中国地质大学法学专业，本科学历；1990 年至 1997 年任湖州市五金交电化工总公司销售；1997 年至 2002 年任浙江广诚律师事务所专职律师；2003 年至今历任浙江家本律师事务所专职律师、合伙人、副主任；2014 年至 2020 年任浙江鼎力机械股份有限公司独立董事；2021 年 8 月至今任老娘舅独立董事。

张谦，男，1990 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中南财经政法大学，硕士研究生学历；2017 年 8 月至今任湖州师范学院经济管理学院教师；2022 年 2 月至今任老娘舅独立董事。张谦先生持有非执业注册会计师证书，符合《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》关于会计专业人员的条件。

## （二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中包括 2 名职工代表监事，具体情况如下：

姓名	任职	本届任职期限	提名人	选聘会议
孙顺喜	监事会主席、 职工代表监事	2020 年 8 月至 2023 年 8 月	职工代表大会	老娘舅有限职工代表大会
杜萌	股东代表监事	2020 年 11 月至 2023 年 8 月	合沁兴	2020 年第三次临时股东大会
邱水莉	职工代表监事	2020 年 8 月至 2023 年 8 月	职工代表大会	老娘舅有限职工代表大会

公司监事简历如下：

孙顺喜，男，1980 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于东北财经大学会计学专业，本科学历；2001 年 7 月至 2009 年 9 月任江苏雨润食品产业集团有限公司

公司总经理助理；2009年8月至2013年7月任武汉中粮肉食品有限公司市场研发总监兼武汉分公司总经理；2013年9月入职老娘舅，历任产品中心总监、轮值总裁、O2O业务总经理、共厨经营发展事业部总经理；2015年6月至今担任老娘舅监事会主席。

杜萌，女，1993年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于清华大学经济学，本科学历；2015年至2016年任北京博达克咨询有限公司分析师；2016年至今历任深圳市麦星投资管理有限公司高级分析师、投资经理，深圳市麦星投资管理中心（有限合伙）副总裁；2020年11月至今担任老娘舅监事。

邱水莉，女，1986年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖州师范学院，本科学历；2008年1月入职老娘舅，历任门店见习经理、副店长、店长、上海子公司内控经理、公司副总裁秘书、总裁秘书、副董事长秘书、公司顾客价值监测部副总经理；2020年3月至2022年6月担任老娘舅上市办主任；2022年7月至今担任老娘舅证券事务代表；2020年8月至今担任老娘舅监事。

### （三）高级管理人员

公司高级管理人员由4名成员组成，具体情况如下：

姓名	任职	本届任职期限
杨国民	董事长、总经理	2020年8月至2023年8月
杨峻琿	副董事长、副总经理	2020年8月至2023年8月
吴剑霖	副总经理	2020年8月至2023年8月
周光斌	副总经理、董事会秘书、财务负责人	董事会秘书、财务负责人任期2020年8月至2023年8月， 副总经理任期2021年8月至2023年8月

公司高级管理人员简历如下：

杨国民简历参见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

杨峻琿简历参见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

吴剑霖，男，1966年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，浙江大学高级研修班结业；2000年11月入职老娘舅，为公司联合创始人之一，2000年11月至今担任老娘舅副总经理。

周光斌，男，1974年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于上海交通



大学会计学专业，硕士研究生学历；2001年4月至2003年1月任上海东福食品有限公司财务经理；2003年2月至2017年3月任大昌行集团有限公司财务总监；2017年4月至2017年6月任上海比瑞吉宠物用品股份有限公司财务总监；2017年10月至2020年8月任老娘舅财信总监，2020年8月至今任老娘舅董事会秘书兼财务负责人；2021年8月至今任老娘舅副总经理。

#### （四）其他核心人员

公司其他核心人员主要为核心技术人员，由3名成员组成，具体情况如下：

姓名	任职
杨国民	董事长、总经理
赵淼燊	战略原材料质量经理
欧阳炜	产品开发服务平台副总监

公司核心技术人员简历如下：

杨国民简历参见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

赵淼燊，男，1985年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历；2012年6月加入老娘舅宁波药行街餐厅任见习经理；2012年9月至2013年6月先后参与老娘舅宁波南部商务区、杭州印象城、织里童装城新店管理运营工作，担任二副职位；2013年6月任老娘舅湖州高铁站店店长；2013年12月至今任老娘舅战略原材料质量经理。

欧阳炜，女，1978年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历；2001年5月至2001年12月任老娘舅北街餐厅兼职服务员；2002年1月至2004年5月任老娘舅研发员；2004年6月至2005年1月任老娘舅杭州延安路餐厅见习经理；2005年2月至2021年5月历任老娘舅研发助理、系统研发项目组成员、系统研发项目组组长兼任发改委成员、品研部系统优化经理兼任创变助手、品研部总经理助理、品研部副总经理、研发精进规划部总经理、产品研发精进部总经理兼总监助理、产品研发中心总监助理及产品研发服务平台副总监；2021年5月至今任老娘舅产品开发服务平台副总监，持有中级营养师及中式面点师（中级）职业资格证书。

#### （五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职

单位、兼任职务及兼职单位与公司的关联关系情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与公司的 关联关系
杨国民	董事长、 总经理	上海策康	董事长	公司全资子公司
		湖州成舅	执行董事、 总经理	公司全资子公司
		湖州恒亮	执行董事、 总经理	公司全资子公司
		湖州恒溢	执行董事	公司全资子公司
		上海策广	执行董事	公司全资子公司
		杭州杨大	执行董事	公司控股子公司
杨峻琿	副董事长、 副总经理	上海策康	董事	公司全资子公司
		安徽恒满	执行董事	公司全资子公司
		湖州成舅	监事	公司全资子公司
陈轶	董事	上海策广	经理	公司全资子公司
蒋建琪	董事	香飘飘食品股份有限公司	董事长、总经理	-
		天津香飘飘食品工业有限公司	执行董事、经理	-
		兰芳园食品有限公司	执行董事、经理	-
		宁波同创亨达贸易有限公司	执行董事、经理	-
		天津兰芳园食品有限公司	执行董事、经理	-
		兰芳园（广东）食品有限公司	执行董事、经理	-
		天津香飘飘食品销售有限公司	执行董事、经理	-
		香飘飘展览有限公司	执行董事、经理	-
		香飘飘四川食品有限公司	执行董事	-
		杭州香飘飘食品销售有限公司	执行董事	-
		兰芳园食品制造四川有限公司	执行董事	-
		湖州经济开发区永信小额贷款股份有限公司	董事	-
龚觉非	董事	上海劲邦股权投资管理有限公司	合伙人	公司股东劲邦投资之 执行事务合伙人青岛 劲邦股权投资管理合 伙企业（有限合伙） 之执行事务合伙人
		拉萨劲邦伙伴企业管理有限公司	监事	公司股东劲邦投资之 执行事务合伙人青岛 劲邦股权投资管理合 伙企业（有限合伙） 之有限合伙人上海劲 邦投资管理合伙企业 （有限合伙）之执行

姓名	公司职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与公司的 关联关系
				事务合伙人
		上海宠幸宠物用品有限公司	监事	-
		上海达弗服饰有限公司	监事	-
		芜湖八公叔叔网络科技有限公司	监事	-
		爱思特水务科技有限公司	监事	-
徐文辉	董事	深圳市达鑫投资咨询有限公司	董事长、总经理	-
		西藏卓合创业投资管理有限公司	执行董事、经理	-
		广州市卓越里程教育科技有限公司	董事	-
		广州市卓学信息科技有限责任公司	董事	-
		四川长城软件科技股份有限公司	董事	-
		广州市卓业信息技术有限公司	董事	-
		China Beststudy Education (HK) Limited	董事	-
		China Beststudy Education Group	非执行董事	-
		深圳市盈富在线信息科技有限公司	监事	-
		霍尔果斯乐学创业投资有限公司	监事	-
杜晗	独立董事	广西三品王餐饮管理有限公司	董事长	-
		广西三品王米粉生产有限公司	董事长、经理	-
		深圳振华三品王餐饮管理有限公司	执行董事、总经理	-
		南宁聚焦优化食品有限公司	执行董事、总经理	-
		广西力漫投资咨询有限公司	执行董事、经理	-
		广西三品王三牛哥食品有限公司	执行董事、经理	-
		广西宗锴餐饮投资有限公司	执行董事、经理	-
		广州三品王餐饮管理有限公司	执行董事	-
顾敏旻	独立董事	浙江家本律师事务所	副主任	-
张谦	独立董事	湖州师范学院	教师	-
孙顺喜	监事	安徽恒满	监事	公司全资子公司
杜萌	监事	深圳市麦星投资管理中心（有限合伙）	副总裁	公司股东合沁兴之执行事务合伙人苏州麦星投资管理有限公司之股东
		广西手作幸村餐饮管理有限公司	监事	-
邱水莉	监事	杭州杨大	监事	公司控股子公司

姓名	公司职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与公司的关联关系
吴剑霖	副总经理	湖州恒满	执行董事、总经理	公司全资子公司
		上海策康	董事	公司全资子公司
		湖州恒溢	监事	公司全资子公司
周光斌	副总经理、 董事会秘书、 财务负责人	舅创科技	监事	公司全资子公司
		江苏老娘舅	监事	公司全资子公司
		浙江盈通	监事	公司参股公司

除上述情况以外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他兼职情况。

#### （六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系为：公司董事长兼总经理杨国民与副董事长兼副总经理杨峻琿为父子关系。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

#### （七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的行政处罚等情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查或被中国证监会立案调查的情况。

## 八、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况

公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签署了劳动合同或聘用合同。截至本招股说明书签署日，上述合同均正常履行，不存在违约情况。

## 九、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接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、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

姓名	直接持股数量 (万股)	持股比例	在本公司任职	亲属关系
杨国民	13,458.32	39.58%	董事长、总经理	系副董事长兼副总经理杨峻琿之父
杨峻琿	3,046.68	8.96%	副董事长、副总经理	系董事长兼总经理杨国民之子
蒋建琪	2,967.27	8.73%	董事	-
徐文辉	618.18	1.82%	董事	-
吴剑霖	598.18	1.76%	副总经理	-
潘华峰	618.18	1.82%	产品品牌经理	系董事长杨国民妹妹之子

上述人员直接持有的公司股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

## (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、其他核心人员及其近亲属中，杨峻琿、周光斌、孙顺喜、欧阳炜、陈轶、赵淼燊、邱水莉、张松（杨国民之妻弟）、陆莉华（赵淼燊之配偶）、范利东（邱水莉之配偶）通过公司员工持股平台恒创合伙、小外甥合伙或童子合伙间接持有公司股份，具体情况如下：

姓名	在本公司任职	持有恒创合伙出资情况		间接持有公司股份	
		出资额（万元）	比例	股份（万股）	比例
杨峻琿	副董事长、副总经理	77.99	24.88%	160.71	0.47%
周光斌	副总经理、董事会秘书、财务负责人	45.00	14.35%	92.73	0.27%
孙顺喜	监事会主席	15.00	4.78%	30.90	0.09%
欧阳炜	产品开发服务平台副总监	9.00	2.87%	18.55	0.05%
陈轶	董事	9.00	2.87%	18.55	0.05%
赵淼燊	战略原材料质量经理	4.50	1.43%	9.27	0.03%
邱水莉	监事	1.50	0.48%	3.09	0.01%
张松	新品开发厂总	0.01	0.002%	0.01	0.00004%
姓名	在本公司任职	持有小外甥合伙出资情况		间接持有公司股份	
		出资额（万元）	比例	股份（万股）	比例
杨峻琿	副董事长、副总经理	67.44	30.90%	138.97	0.41%
陈轶	董事	16.89	7.74%	34.80	0.10%
陆莉华	餐品开发经理	3.83	1.75%	7.88	0.02%
邱水莉	监事	3.00	1.37%	6.18	0.02%
范利东	省配供应链副总经理	3.00	1.37%	6.18	0.02%
赵淼燊	战略原材料质量经理	2.52	1.16%	5.20	0.02%

姓名	在本公司任职	持有子公司合伙出资情况		间接持有公司股份	
		出资额（万元）	比例	股份（万股）	比例
杨峻琿	副董事长、副总经理	43.71	20.03%	90.07	0.26%
孙顺喜	监事会主席	19.35	8.87%	39.88	0.12%
欧阳炜	产品开发服务平台副总监	10.50	4.81%	21.63	0.06%

除上述情形外，截至报告期末，公司董事龚觉非持有拉萨劲邦伙伴企业管理有限公司 40% 股权和上海劲邦投资管理合伙企业（有限合伙）16% 合伙份额，从而通过拉萨劲邦伙伴企业管理有限公司与上海劲邦投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司股份，其合计间接持有公司股份比例为 0.02%。

上述人员所间接持有的公司股份不存在任何质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

## 十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年变动情况

### （一）董事变动情况

2019 年 1 月至今，公司董事变动情况如下：

时间	董事会成员	变动原因
2019 年 1 月-2019 年 4 月	杨国民、杨峻琿、蒋建琪、潘培康、徐文辉、吴志伟	-
2019 年 4 月-2021 年 8 月	杨国民、杨峻琿、蒋建琪、潘培康、徐文辉、龚觉非	2019 年 4 月，老娘舅有限经 2019 年第一次股东会会议免去吴志伟原董事职务，选举龚觉非为新任董事
2021 年 8 月-2021 年 10 月	杨国民、杨峻琿、蒋建琪、潘培康、徐文辉、龚觉非、杜晗、顾敏旻、葛炳法	2021 年 8 月，公司召开 2021 年第二次临时股东大会聘任杜晗、顾敏旻、葛炳法为独立董事
2021 年 10 月-2022 年 2 月	杨国民、杨峻琿、蒋建琪、陈轶、徐文辉、龚觉非、杜晗、顾敏旻、葛炳法	2021 年 10 月，潘培康因个人原因辞去董事职务，同月公司召开 2021 年第三次临时股东大会选举陈轶为新任董事
2022 年 2 月至今	杨国民、杨峻琿、蒋建琪、陈轶、徐文辉、龚觉非、杜晗、顾敏旻、张谦	2022 年 2 月，葛炳法因个人原因辞去独立董事职务，同月公司召开 2021 年度股东大会聘任张谦为新任独立董事

### （二）监事变动情况

2019 年 1 月至今，公司监事变动情况如下：

时间	监事会成员	变动原因
2019 年 1 月-2019 年 4 月	孙顺喜、郑继芳、龚觉非	-
2019 年 4 月-2020 年 8 月	孙顺喜、郑继芳、封鹏辉	2019 年 4 月，老娘舅有限经 2019 年第一次股东会会议免去龚觉非原监事职务，选举封鹏辉为新任监事
2020 年 8 月	孙顺喜、封鹏	2020 年 8 月，公司创立大会暨 2020 年第一次股东大会选举封鹏

时间	监事会成员	变动原因
-2020年11月	辉、邱水莉	辉为股东代表监事，与公司职工代表大会选举的职工代表监事孙顺喜、邱水莉共同组成第一届监事会
2020年11月至今	孙顺喜、杜萌、邱水莉	2020年11月，因新引入的外部投资机构合沁兴提名新股东代表监事，公司召开2020年第三次临时股东大会选举杜萌为第一届监事会新任监事，封鹏辉不再担任监事职务

### （三）高级管理人员变动情况

2019年1月至今，公司高级管理人员变动情况如下：

时间	高级管理人员	变动原因
2019年1月-2020年8月	杨国民（总经理）	-
2020年8月-2021年8月	杨国民（总经理）、杨峻琿（副总经理）、吴剑霖（副总经理）、周光斌（董事会秘书、财务负责人）	2020年8月，公司经第一届董事会第一次会议聘任杨国民为总经理，杨峻琿、吴剑霖为副总经理，周光斌为董事会秘书兼财务负责人
2021年8月至今	杨国民（总经理）、杨峻琿（副总经理）、吴剑霖（副总经理）、周光斌（副总经理、董事会秘书、财务负责人）	2021年8月，根据公司战略发展规划及生产经营需求，公司经第一届董事会第六次会议聘任周光斌为副总经理

### （四）其他核心人员变动情况

公司核心技术人员为杨国民、赵淼燊、欧阳炜。公司其他核心人员近三年未发生变动。

公司董事、监事、高级管理人员近三年的变动主要是由于公司提升经营管理水平、完善治理结构的需要，或是相关人员个人原因导致。上述变动均履行了必要的法律程序，符合法律法规和规范性文件以及公司章程等有关规定，不存在相关人员离职或无法正常参与公司的生产经营导致对公司生产经营产生重大不利影响的情形。公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年均未发生重大变化，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

## 十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除直接或间接持有公司股权的对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司及餐饮服务业务相关的其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	对外投资企业	投资金额（万元）	持股比例
----	------	--------	----------	------

姓名	公司职务	对外投资企业	投资金额 (万元)	持股比例
蒋建琪	董事	杭州志周合道企业管理合伙企业（有限合伙）	2,569.45	70.40%
		香飘飘食品股份有限公司	23,594.65	56.42%
		上海诺伟其股权投资合伙企业（有限合伙）	5,000.00	16.67%
杜晗	独立董事	广西宗锴餐饮投资有限公司	198.00	99.00%
		广西力漫投资咨询有限公司	450.00	90.00%
杜萌	监事	南宁市手作佳族餐饮管理合伙企业（有限合伙）	0.08	0.13%

截至本招股说明书签署日，董事蒋建琪直接和间接通过杭州志周合道企业管理合伙企业（有限合伙）和上海诺伟其股权投资合伙企业（有限合伙）投资的香飘飘食品股份有限公司的主营业务为奶茶饮料产品的研发、生产和销售，与公司主营的中式连锁快餐业务存在显著差异；董事杜萌通过南宁市手作佳族餐饮管理合伙企业（有限合伙）投资广西手作幸村餐饮管理有限公司，后者主营茶饮品牌连锁业务，与公司主营业务存在显著差异。

独立董事杜晗通过广西宗锴餐饮投资有限公司和广西力漫投资咨询有限公司间接投资广西三品王餐饮管理有限公司，后者以经营“三品王”品牌米粉连锁餐饮为主营业务，主要经营区域位于广西地区，与公司以江南口味为特征、米饭套餐为代表的中式快餐定位及主要经营区域存在差异；杜晗已做出专项说明，确认其目前所从事的对外投资行为与公司不存在利益冲突，不违反有关竞业禁止的要求；如未来其对外投资企业或公司的主营业务或经营地域发生变化导致双方产生利益冲突的，杜晗承诺将辞去公司的独立董事职务。

## 十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

### （一）薪酬组成

在公司担任具体生产经营职务的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成包括工资和奖金。其中，工资部分由正常工资、绩效工资构成。正常工资是根据人员的基本工作时间、基本工资、岗位职务、知识技能、加班时间、工龄等因素确定的工作报酬。绩效工资是根据人员工作绩效确定的工资报酬。奖金主要为激励奖和特殊贡献奖，根据员工月度、季度和年度绩效表现情况和对公司经营的贡献情况发放。

此外，独立董事在公司领取津贴。独立董事津贴由公司参照资本市场中独立董事津



贴的一般水平予以确定。

## （二）确定依据

薪酬与考核委员会负责根据《公司章程》及法律法规规定制定公司董事、监事、高级管理人员的整体薪酬方案。

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬标准的制定以体现“按劳取酬”的分配原则，不断改善和提高工资分配上的公正与公平，达到激发人员工作积极性、提高工作效率、促进公司发展的目的。

## （三）履行的程序

为完善董事、监事和高级管理人员的薪酬管理，建立科学有效的激励与约束机制，提高经营管理效益，公司 2022 年第一次临时股东大会审议并通过了《关于制定<老娘舅餐饮股份有限公司董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度>的议案》，进一步明确董事、监事和高级管理人员的薪酬确定原则、薪酬标准构成等要素。

公司上市后将继续执行前述已制定的薪酬管理制度，并根据公司实际发展阶段和需求，不断完善公司薪酬管理制度体系。

## （四）薪酬占利润总额的比例

报告期各期，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占当期公司利润总额比例情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额（万元）	179.41	408.58	448.32	553.95
利润总额（万元）	170.44	8,650.03	3,144.88	8,868.55
占比	105.26%	4.72%	14.26%	6.25%

注：本表薪酬总额不包含各期所确认的股份支付费用。

## （五）最近一年从公司及其关联企业领取薪酬的情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2021 年度在公司的薪酬领取情况如下：

序号	姓名	职务	薪酬（万元）	是否在关联方领薪
1	杨国民	董事长、总经理	48.52	否

序号	姓名	职务	薪酬（万元）	是否在关联方领薪
2	杨峻琿	副董事长、副总经理	65.29	否
3	陈轶	董事	41.22	否
4	蒋建琪	董事	-	否
5	龚觉非	董事	-	否
6	徐文辉	董事	-	否
7	杜晗	独立董事	1.67	否
8	顾敏旻	独立董事	1.67	否
9	张谦	独立董事	-	否
10	孙顺喜	监事会主席	58.46	否
11	杜萌	监事	-	否
12	邱水莉	监事	18.79	否
13	吴剑霖	副总经理	40.17	否
14	周光斌	副总经理、董事会秘书、财务负责人	88.13	否
15	赵淼燊	战略原材料质量经理	17.66	否
16	欧阳炜	产品开发服务平台副总监	15.37	否
合计			<b>396.94</b>	-

注 1：“是否在关联企业领薪”不包括因担任公司董事、监事形成的其他关联方处领薪的情况；

注 2：张谦于 2022 年 2 月起担任独立董事，因此 2021 年尚未领薪。

### 十三、发行人已执行的股权激励及相关安排和执行情况

#### （一）股权激励的实施情况

公司的股权激励计划主要通过恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙三个员工持股平台实施，员工持股平台的普通合伙人杨峻琿将其部分合伙份额转让给参与股权激励计划的公司员工，从而使相关员工通过持股平台间接持有公司股权，享受公司未来上市及经营业绩提升带来的收益。

截至本招股说明书签署之日，恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙持有公司股份的比例分别为 1.90%、1.32%和 1.32%，三个员工持股平台的合伙人均为公司在职员工或根据约定可保留持股的已离职员工。

根据公司股权激励方案及各员工持股平台合伙协议约定，员工在获授激励股权后三

年内（含三年）在公司或其子公司主动辞职的，执行事务合伙人有权要求员工将其持有的财产份额转让给执行事务合伙人或其指定的其他人，转让价格为其原始出资成本；如员工因工伤丧失劳动能力而离职、自持股平台入伙日起在公司服务已满三年，则可选择继续持有平台财产份额或将所持份额转让。除上述约定外，员工在获授股权后三年内（含三年），不得全部或部分转让其获得的激励股权。

## （二）股权激励的相关影响

### 1、股权激励对公司经营状况的影响

通过实施股权激励，公司建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性。

### 2、股权激励对公司财务状况的影响

2019年至2022年1-6月，公司通过上述员工持股平台实施股权激励确认的股份支付费用分别为221.60万元、266.94万元、278.33万元和107.68万元。

### 3、股权激励对公司控制权变化的影响

股权激励实施前后，公司控制权未发生变化。

## （三）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，除前述已实施完毕的股权激励外，公司不存在尚未实施完毕的股权激励计划，亦不存在上市后的行权安排。

## 十四、发行人员工情况

### （一）员工基本情况

#### 1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司及下属公司的全日制员工人数情况如下：

时间	人数（人）
2019年12月31日	2,396
2020年12月31日	3,206
2021年12月31日	3,419
2022年6月30日	3,517

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，门店每

日营业高峰多分布于午餐或晚餐时段，部分服务岗位的技术要求较低、工作时段相对集中，相关就业人员常会以兼职形式应聘该类岗位工作，由此该类岗位通常实行非全日制用工方式。公司连锁门店以直营方式经营为主，报告期初至 2020 年 3 月，公司对营业高峰时段的该类服务岗位主要采取了劳务外包形式；2020 年 4 月起，为了加强该类岗位的服务质量与统一管理，公司将该类岗位的劳务外包全部调整为了由公司直接管理的非全日制用工方式。2019 年 12 月、2020 年 12 月、2021 年 12 月和 2022 年 6 月，公司劳务外包/非全日制用工的用工人数分别为 4,410 人、3,832 人、4,129 人和 3,538 人，主要用工岗位为门店服务人员。

公司报告期内主要用工方式为全日制用工，劳务外包/非全日制用工人员的日工作时间较短，且工作时间较为集中，故所涉及人次数量较多。报告期各期，公司各类用工形式所支出的薪酬费用中，全日制员工的薪酬支出占比在 70% 以上。

## 2、员工专业结构

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及下属公司的全日制员工专业结构情况如下：

专业构成	人数（人）	比例
行政管理人员	76	2.16%
研发营销人员	34	0.97%
门店运营及服务人员	2,977	84.65%
门店开发及资产运维人员	51	1.45%
供应链人员	316	8.98%
财务数信人员	63	1.79%
<b>合计</b>	<b>3,517</b>	<b>100.00%</b>

### （二）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

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，除与退休返聘人员签署劳务协议外，公司与其他全日制员工签署全日制劳动合同，与其他非全日制员工签署非全日制劳动合同。公司已按照国家法律、法规及地方有关规定，为全日制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员工社会保险，并建立了住房公积金制度，并为非全日制员工缴纳了工伤保险或商业保险，为退休返聘人员缴纳了商业保险。

报告期各期末，公司及下属公司共有全日制员工 2,396 人、3,206 人、3,419 人和 3,517

人，公司员工参缴社会保险与住房公积金的具体情况如下：

单位：人

缴纳情况	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	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
退休返聘无需缴纳人数	345	345	296	296	193	193	77	77
应缴纳人数	3,172	3,172	3,123	3,123	3,013	3,013	2,319	2,319
已缴纳人数	3,086	3,055	3,051	3,011	2,820	2,696	2,200	876
已缴纳人数占比	97.29%	96.31%	97.69%	96.41%	93.59%	89.48%	94.87%	37.77%
应缴未缴人数	86	117	72	112	193	317	119	1,443
未缴原因	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
已缴纳新农合、新农保	11	-	7	-	2	-	4	-
新员工入职尚未开缴	40	41	17	16	79	104	57	79
其他原因	35	76	48	96	112	213	58	1,364

注：退休返聘人员依法无需缴纳社会保险和住房公积金，由此，公司满足参缴条件的员工人数=全日制员工总数-退休返聘员工数；未参缴员工数=满足参缴条件员工人数-参缴员工人数。

报告期内，公司存在部分员工未参缴社会保险和住房公积金的情况，公司实际控制人杨国民、杨峻琿已作出承诺：“自本承诺函出具日至公司上市后三年内，如公司及/或其控股子公司被有权主管部门追缴、责令补缴或被其员工追偿上市前的相关社会保险和住房公积金费用及滞纳金，或公司及/或其控股子公司因未按规定缴纳社会保险费或住房公积金而承担任何罚款或损失，本人承诺愿意承担应补缴或被追偿的金额以及滞纳金和罚款等相关费用，并放弃向公司追索的权利。”

根据公司及子公司所属地人力资源和社会保障部门、住房公积金管理中心所出具的合规证明，报告期内，公司及子公司不存在受到社会保险和住房公积金主管部门行政处罚的情况。

### （三）发行人报告期内各直营店聘用员工的数量及薪酬，社会保险、住房公积金的缴纳情况

报告期内，公司各直营店的主要用工形式包括全日制员工、非全日制员工及劳务外包。其中，劳务外包人员的使用主要发生在报告期初至2020年3月。报告期内，公司各门店的用工数量及薪酬情况详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件一：直营

门店用工数量及薪酬情况”。

门店员工的社会保险、住房公积金缴纳情况参见本节之“十四、发行人员工情况”之“（二）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况”相关内容。

#### （四）报告期各期的员工流失情况

报告期各期，公司全日制员工、店长及中层管理人员的流失率情况如下：

年度	员工流失率	店长流失率	中层管理人员流失率
2019年	44.70%	15.60%	10.00%
2020年	39.68%	12.60%	6.72%
2021年	39.80%	11.03%	9.84%
2022年1-6月	18.87%	5.66%	1.45%

注：流失率=该岗位当期离职人数/（该岗位当期末人数+该岗位当期离职人数）。

报告期内，公司全日制员工年流失率在40%左右，主要系餐饮行业门店服务人员流动性相对较高所致。公司对直营门店店长实行考核制度，报告期内的店长年流失率在11%-16%之间。报告期内，公司中层管理人员流失率较低，各期均未超过10%。

#### （五）发行人针对员工实施的激励计划，员工培训及人才储备计划

##### 1、激励计划

公司针对在职人员实行了一系列的激励措施，如股权激励计划、绩效考核、提供晋升机会等。公司的股权激励情况详见本节之“十三、发行人已执行的股权激励及相关安排和执行情况”的相关内容。

##### 2、员工培训

公司积极打造学习型组织文化，通过设立“米饭大习”进行内部员工培训管理，使员工不断适应新形势的市场发展要求，同时培育及选拔经营管理型人才，使员工在本职岗位或拟任岗位上创造出更大的价值。

公司依据每年度的人员需求及岗位需求，制定年度培训计划，其中包括针对每一个员工进行的岗前培训和内部在职培训，帮助新员工快速胜任岗位，并持续提升老员工的岗位技能；公司还通过组织定期的外出培训，提升部门负责人及以上人员的管理技能与素质，并对参与外训的人员设立奖学金，在培训完成后的1-3个月内组织交流学习大会，就学以致用成果进行评价和给予奖励。

### 3、人才储备计划

公司一方面通过提高内部员工的素质和业务技能来储备人才，并通过设立储备管理岗位，对相关人才进行补贴；另一方面通过具有行业竞争力的薪酬待遇来吸引外部的优秀人才，作为公司人才储备的持续补充。

#### （六）发行人薪酬制度及员工工资情况

##### 1、公司薪酬制度

公司制定了《薪酬管理制度》等相关文件，明确员工薪酬构成等相关内容。具体而言，非全日制员工主要以小时计薪；全日制员工的薪酬主要包括基本工资、加班工资、绩效奖金、机制奖金及福利补贴等。基本工资结合外部市场水平并根据员工能力评估情况确定，与员工的职级等相挂钩；加班工资根据基本工资及加班情况予以发放；绩效奖金按月发放，主要基于员工考核结果评定；机制奖金分为项目成果机制奖金及业绩机制奖金，前者按项目发放，后者按季度或年度发放；福利补贴则主要包括通讯费及办公用品费补贴等。公司根据战略匹配性、竞争性、激励性、公平性及合法性等原则制定员工薪酬，相关薪酬结构合理，与员工劳动付出等相匹配。

##### 2、员工工资情况

###### （1）各级别员工收入水平

公司员工根据级别可分为高层管理人员、中层管理人员及普通员工三大类，其中普通员工包括全日制员工和非全日制员工。报告期内不同级别的全日制员工的平均薪酬如下：

单位：万元

类别	大致范围	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
高层管理人员	50-70万/年	25.75	50.48	51.68	68.67
中层管理人员	20-30万/年	10.80	25.29	22.71	26.83
普通员工	6-8万/年	3.83	7.29	6.34	7.01

注：人均薪酬=各级别员工薪酬合计金额/各级别员工人数合计；2022年1-6月平均薪酬未作年化处理；高层管理人员为董事、高级管理人员，不含未在公司领取薪酬的董事或外部董事，不含监事。

其中，2020年以来的高层管理人员和中层管理人员薪酬均低于2019年的主要原因系疫情发生以来公司业绩下降，中高层管理人员机制奖金等有所降低所致。

###### （2）各岗位员工收入水平

公司员工根据岗位可分为管理人员、销售人员、研发人员及生产人员。报告期内，不同岗位员工的收入水平如下：

单位：万元

类别	大致范围	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
管理人员	16-19万元/年	8.41	17.38	16.57	18.75
研发人员	12-15万元/年	5.83	14.91	12.57	14.04
销售人员	11-13万元/年	6.01	12.22	11.86	11.24
生产人员	5-8万元/年	3.72	7.04	5.98	6.64

注：人均薪酬=各级别员工薪酬合计金额/各级别员工人数合计；2022年1-6月平均薪酬未作年化处理。

### （3）员工薪酬与当地平均工资比较

报告期内，公司各地区员工薪酬与当地平均工资对比如下：

单位：万元/年

地区	人均薪酬	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
浙江省	公司人员薪酬	3.90	7.93	7.11	8.35
	当地平均薪酬	-	5.40	4.79	4.69
江苏省	公司人员薪酬	3.95	7.33	6.27	6.90
	当地平均薪酬	-	5.10	4.66	4.94
上海市	公司人员薪酬	5.78	9.42	8.03	8.14
	当地平均薪酬	-	6.27	5.52	4.97
安徽省	公司人员薪酬	3.26	6.36	5.70	5.98
	当地平均薪酬	-	4.40	3.86	3.69

注：当地平均薪酬为当地住宿和餐饮业私营单位就业人员年平均工资计算；2022年上半年工资未年化；上表数据不含非全日制员工薪酬，非全日制员工不存在地区平均工资数据。

### 3、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

报告期内，公司员工整体薪酬水平保持稳定增长。未来，公司将根据同行业企业员工薪酬情况及公司战略发展需求等持续完善薪酬管理制度及绩效考核制度等，建立健全兼具战略匹配性、竞争性、激励性、公平性及合法性的薪酬激励机制，激发员工工作热情，保障人才队伍稳定，为公司长期健康发展提供动力。

## （七）劳务外包情况

### 1、劳务外包基本情况



报告期初至 2020 年 3 月期间，公司存在劳务外包情形，涉及劳务外包公司 1 家，为马鞍山亿升企业管理有限公司。由于公司所需劳务外包服务系重复性较高且技术含量较低的工作，非特殊行业工作，劳务外包公司受托从事公司相关外包业务无需取得特定的业务资质。

2019 年和 2020 年，公司劳务外包采购金额分别为 6,557.82 万元和 995.60 万元，占当期职工薪酬费用与劳务外包费用总额的比例分别为 25.63% 和 3.77%。2021 年和 2022 年 1-6 月，公司不存在采购劳务外包情形。

报告期内，公司与马鞍山亿升企业管理有限公司在市场价格基础上协商确定劳务外包价格，定价方式符合行业惯例，报告期内定价方式未发生变化，相关定价具有公允性。

马鞍山亿升企业管理有限公司与公司及公司关联方之间不存在关联关系，亦不存在专为公司提供劳务外包服务而设立的情形。公司与马鞍山亿升企业管理有限公司之间的合作规模占其营业收入的比例较低，相关合作规模与其规模具备匹配性。

## 2、劳务外包定性准确

报告期内，公司劳务外包人员主要在终端门店提供餐品简单加热、收拾餐桌及餐品配送等基础性岗位，相关人员的具体工作时间及工作场所由劳务外包公司决定，公司向劳务外包公司提出相关门店所需的服务内容及服务时间等要求后，由劳务外包公司决定委派的具体人员提供相关服务；相关人员的工作成果由劳务外包公司委派的负责人进行直接管理，并由公司对最终服务成果进行监督检查；相关人员提供服务所需的工作场所、工具及原材料均由公司提供；报告期内公司的劳务外包公司均为马鞍山亿升企业管理有限公司，其经营范围中包含“以服务外包的方式从事人力资源服务外包、劳务外包和生产外包服务”，具备提供外包服务的经营资质。

根据《中华人民共和国民法典》《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定，劳务外包是指企业将其部分业务或职能工作发包给相关机构，由相关机构安排具体人员并根据企业要求完成相应的业务或工作；劳务派遣是指劳务派遣单位与被派遣劳动者建立劳动关系，并将劳动者派遣到用工单位，被派遣劳动者在用工单位的指挥、监督下从事劳动的用工形式，二者的外在核心区别在于劳动者的直接管理权的归属主体，劳务外包由外包公司进行直接管理，而劳务派遣则由用工主体进行直接管理。报告期内，向公司提供劳务外包服务的相关人员的具体工作时间、工作地点均由劳务外包公司决定，且相

关人员的管理均由劳务外包公司直接管理，因此相关关系认定为劳务外包关系而非劳务派遣关系依据充分，相关关系不符合《劳务派遣暂行规定》等规定中对于劳务派遣的认定，认定为劳务外包而非劳务派遣符合公司的实际情况，公司不存在以劳务外包形式规避劳务派遣的相关法律法规限制。正是基于劳务外包模式下公司无法对相关人员进行直接管理，公司在 2020 年以来陆续将劳务外包模式转为非全日制用工模式，以便加强终端门店的管理力度。

## 第五节 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、主要产品及主营业务收入构成情况

##### 1、主营业务

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务。以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，公司在深入研究中国传统饮食文化与烹饪技艺的基础上，通过科学标准、营养健康、卫生安全的产品开发、设备研制、工序设计及运营体系，对传统中式餐品进行了标准化、规模化的转型升级，逐步形成了以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食餐品的“老娘舅”品牌新中式餐饮服务。



公司借鉴国际连锁快餐的标准化套餐模式，创新性开发了以“招牌米饭+中餐主菜”为中心，辅以汤羹、蔬菜及小吃为营养搭配的堂食套餐与外卖简餐产品，实现了便捷、卫生、标准的快餐模式与纯正、营养、美味的中餐文化深度融合。其中，公司的代表餐品包括“江南红烧鱼”“梅干菜烧肉”“鱼香肉丝”“茶树菇老鸭”“鱼肉狮子头”“毛豆辣子鸡”等多款主菜，以及“银鱼水蒸蛋”“鲜炖鸡汤”“红豆汤”“杨梅汁”等汤羹饮品，“香稻好米饭”“新黄金蛋炒饭”“鸡汤小馄饨”“皮蛋瘦肉粥”等米面主食，

以及“蜜汁鸡翅”“蛋饺”“千张包”“雪菜毛豆肉丝”等小食配菜。



公司稳定一致、优质安全的各式餐饮食品，标准化、规模化的连锁门店运营，得益于公司在二十余年的创业创新过程中，从原材料的严格筛选品控、到中央厨房的主菜预备预制、再到终端门店的专用设备标准化操作，所实现的全产业链整合与创新。该运营体系下，公司在确保原材料安全纯正、菜肴优质卫生、口味地道稳定的同时，突破了传统中式餐饮连锁在标准化、稳定性、快捷化等方面的规模化发展难题，实现了以标准化、规范化、科学化为前提的门店出餐便捷操作模式，满足了顾客生活商务多场景、早中晚多时段的用餐需求，形成了具有“老娘舅”品牌特征的中式快餐新模式。

截至 2022 年 6 月末，公司在长三角区域共开设了 391 家“老娘舅”品牌连锁中式快餐门店，是该区域门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐品牌，形成了较高的品牌知名度和口碑美誉度。公司作为杭州 G20 峰会、上海世博会以及浙江省第十六届运动会等大型活动的餐饮指定供应商，获得了由中国烹饪协会等主办评选的“2017 年度中国餐饮业十大快餐品牌”以及上海市总工会授予的“工人先锋号”等荣誉，并在包括肯德基、麦当劳等国际连锁品牌在内的中国烹饪协会“2018 年度中国快餐企业 70 强”和“2019 年度中国快餐企业 50 强”榜单评选中位列前二十名，及先后被红餐网等行业第三方机构评选为“2020 中国中式快餐十大品牌”以及“2021 中国中式快餐十大品牌”。



门店外视



门店内视

## 2、主要产品

公司主要产品包括套餐、主菜、汤羹饮品、米面主食、小食配菜等，不同餐品根据烹饪制作的难易程度、时间长度以及食材保鲜度，采取“预备预制”与“现场制作”相结合等制作供应方式。公司各类产品的部分图示如下：

### (1) 套餐产品



江南红烧鱼套餐



梅干菜烧肉套餐



鱼肉狮子头套餐



茶树菇老鸭外卖套餐



鱼香肉丝外卖套餐



新黄金蛋炒饭外卖套餐

### (2) 其他主菜



茶树菇老鸭



鱼香肉丝



板栗焖鸡



毛豆辣子鸡



咖喱牛肉



鱼香茄子



舅家酸菜鱼



藤椒鸡



劲爆春笋

(3) 汤羹饮品



银鱼水蒸蛋



鲜炖鸡汤



红豆汤



橙汁



杨梅汁



醇香豆浆

(4) 米面主食



香稻好米饭



新黄金蛋炒饭



酸汤肉丝米粉



鸡汤小馄饨



玉米鲜肉蒸饺



皮蛋瘦肉粥

(5) 小食配菜



蜜汁鸡翅



西兰花



蛋饺



千张包



雪菜毛豆肉丝



鸡汁包菜

### (6) 零售产品



老娘舅大米



老娘舅梅干菜



老娘舅茶树菇

### 3、主营业务收入构成

报告期各期，公司主营业务收入分别为 121,957.29 万元、120,334.80 万元、152,098.05 万元以及 62,551.41 万元，按业务类别具体构成情况如下：

单位：万元

业务类别	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
门店餐饮	60,870.01	97.31%	148,011.85	97.31%	116,901.56	97.15%	119,034.56	97.60%
食材销售	1,681.41	2.69%	4,086.20	2.69%	3,433.24	2.85%	2,922.73	2.40%
<b>合计</b>	<b>62,551.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>152,098.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>120,334.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>121,957.29</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入以门店餐饮收入为主，业务构成总体保持稳定。

### 4、公司主营业务、主要产品变化情况

公司自设立以来主营业务及主要产品未发生重大变化。

#### (二) 发行人主要经营模式

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，拥有独立的开发、采购、生产、物流和销售体系，主要通过向客户提供中式连锁快餐服务实现盈利。公司在开发、采购、生产、物流和销售等方面的经营模式情况如下：

##### 1、产品开发模式

公司为达到餐饮服务的科学化、标准化与规范化，在餐品开发、设备开发、工艺开发与门店开发上，形成了一系列成体系的开发模式。具体情况如下：

###### (1) 餐品开发模式

公司餐品开发包括新品开发与存量优化两方面。

###### 1) 新品开发模式

对于新品开发，公司遵循“江南特色、家常特点、老娘舅属性”的品牌理念，新品开发过程围绕食材适用性、工艺标准化、市场欢迎度等三方面进行综合考量，致力于推出适销对路的标准化餐品。公司新品开发规则透明，流程严格，有效保障了推出新品的高品质。在食材选用上，公司重点考察原材料是否符合规模化种植或养殖、标准化加工以及持续供应等条件，确保原材料供应的稳定与安全；在工艺制定上，公司通过市场信息收集、自身精进研发、与第三方供应商合作等手段，输出稳定、标准、便捷的制作工艺，确保新品上市后，在不同门店每次制作输出标准的一致性；在市场评测上，公司通过小规模试推、顾客意见反馈改进、大规模推广、顾客意见持续精进等多轮反馈、精进过程，确保最终推出餐品具有较高的市场受欢迎程度。

公司在新品开发中秉承工匠精神，对单一新品的开发平均时长达 20 个月。公司目前主推的多款核心单品，其研发时长均以数年计。例如梅干菜烧肉餐品的开发，公司基于绍兴传统的干菜扣肉产品进行研究复刻，针对传统梅干菜制作周期长，依靠太阳暴晒的特点，为实现食材的标准化生产，公司专门研制了相应设备，使梅干菜能够在人工环境下快速、高还原度地实现量产。针对江南地区因天气、地形等原因无法大规模稳定种植梅干菜原材料雪里蕻的局限性，公司专门委托供应商开辟了自有无公害绿色基地进行雪里蕻的种植，在阳光充足、雨量充沛的环境下生产，使得原材料口感更加地道、香味更加浓郁。

经开发合格的餐品将进入公司的餐品库。公司已试推成功进入餐单或正在试推的部分新单品如下：



宝宝餐



亲亲餐



台式卤肉饭



红烧仔排



牛肉粉丝



藤椒鸡





番茄鸡蛋打卤面



梅干菜奇无霸大包



舅饼



核桃米露



橙桃淳



梅柚淳

## 2) 存量优化模式

对于存量餐品，公司持续进行市场调研，不断根据市场口味的变化，调整不同时段的餐品名单，保证公司餐品的高受欢迎度。其中，对于招牌餐品，公司重点根据市场调研结果持续进行餐品优化，以保持招牌餐品的竞争力；对于一般餐品，公司会进行整体评估，确认是否需要优化，同时根据市场受欢迎程度实行末位淘汰。

公司通过新品开发与存量优化，不断提升自身餐品的市场受欢迎度，不断增强市场竞争力。

### (2) 设备开发模式

为了保证餐品的标准化，公司同第三方机构合作，专门针对部分核心单品研制了相应设备。例如，能最大化提升米饭口感的蒸饭车、能保证蒸蛋呈现布丁状形态的炖蛋机、高度还原冷冻肉类肉质的静电解冻冰箱等。公司基于自身餐品的开发保存需要，面向市场选购符合公司基本需求的专业设备。在此基础上，为满足对餐品输出的标准化、稳定性、简洁化要求，公司不断调试设备的各类型参数并搭配个性化零件，经不断反馈改进，最终开发完成具备“老娘舅”属性的设备产品。

目前，公司门店使用的自主开发设备及定制设备主要如下：

## 保温冷藏类设备



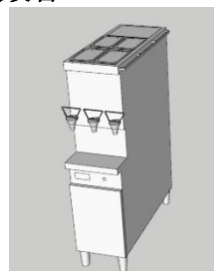
静电解冻冰箱

恒温恒湿条件下快速解冻，确保餐品品质保持原状



双门冰箱

具备餐品展示功能，便于补货与取货



三缸酱料台

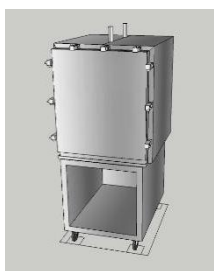
恒温存储液体类酱料，温度可调，容器可快速拆卸



鱼酱保温台

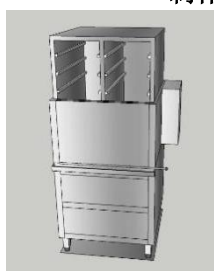
确保生鱼块保持新鲜状态，同时恒温保持鱼酱温度

## 制作餐品类设备



蒸饭车

确保米饭的口感、香味、糯性、Q弹度、色泽等达标



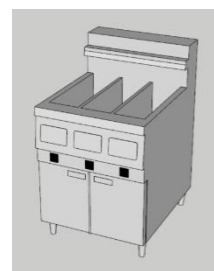
炖蛋机

温度、压力、湿度等指标有效结合，可使炖蛋鲜嫩不起泡



盖浇操作台

确保餐品在制作至出售过程中温度一致，操作便利



煮鱼操作台

精准控制工作温度与时间，让鱼肉口感达到最佳状态

为加强技术秘密的保护，保持自身竞争力，公司积极对设备产品进行专利申请。目前，公司的炖蛋机、煮鱼操作台已获得发明专利授权，静电解冻冰箱等设备已获得实用新型专利授权。

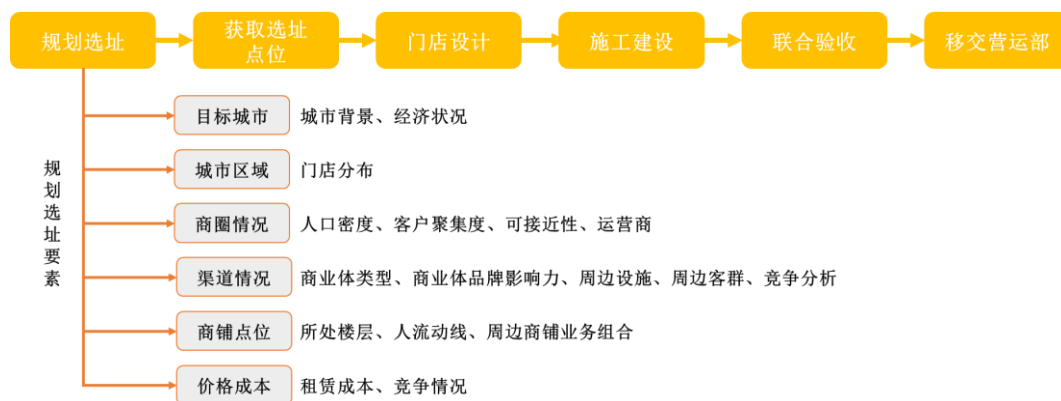
## (3) 工艺开发模式

针对餐饮市场消费者需求的变化，公司从制作工艺、消费口味两方面持续进行制作工艺的优化调整，不断保持并提升公司餐品的市场竞争力。在口味优化上，公司会在各门店实地考察各类餐品的吃剩率，并在参考第三方顾客调研机构就市场口味变化出具的研究报告基础上，调整公司餐品配方，优化餐品口味，提高餐品的市场受欢迎度；在工艺优化上，公司会通过自身研发或利用行业最新的工艺技术来升级公司现有工艺，达到简化餐品制作流程、提升公司餐品口感等多方面效果。

## (4) 门店开发模式

公司门店的开发选址及维护对于自身发展具有重大意义。在新店选址方面，公司设立了一系列严格的指标要素，用于评估门店选址位置的合理性，以保证门店具有较大的客流量以及较可观的预计盈利空间。为保证门店开发的顺畅与高效，公司专门设立了渠

道开发服务平台负责具体的门店拓展工作，并下设多个子部门分别负责门店规划选址、目标门店点位获取、新店装修与老店改造、门店持续经营维护以及门店设备资产维修保养等工作。公司门店规划选址的要素以及业务拓展的流程图情况如下：



## 2、采购模式

公司重视从源头把控餐品品质，对原材料的选取与供应商的选择建立了一整套科学化、规范化的管理制度。公司采购制度主要包括原材料选取与供应商准入等两方面。

### (1) 原材料选取

公司根据实际生产销售或餐品研发开发的需要，选定需采购的原材料类别。借助合适的渠道资源，公司先从拟采购原料的品种、产地、种植期、加工期、加工工艺流程等维度进行考察，初步筛选出合适的原材料品种；之后，公司将从“色、香、味、形、口感”以及“理化和微生物指标”等多方面去全面考察原材料的合适程度。公司对原材料考察的具体标准情况如下：

标准类型	评价指标
色	成熟原料的颜色
香	自然成熟原料的食材本身的香味
味	口味情况
形	测量所需食材的标准尺寸、含水率、失水率（自然失水率、煮制失水率）、复水率等
口感	食材本身的口感，其中针对肉类产品指不加任何调味品而直接煮制后的口感
理化和微生物指标	理化指标符合相关要求，微生物数不超过公司规定标准

### (2) 供应商准入

公司在考察原材料的同时，亦会对原材料供应商进行准入考核，确认原材料供应商的日常经营情况是否符合公司标准。公司对供应商的考察主要从价值观、公司运行体系

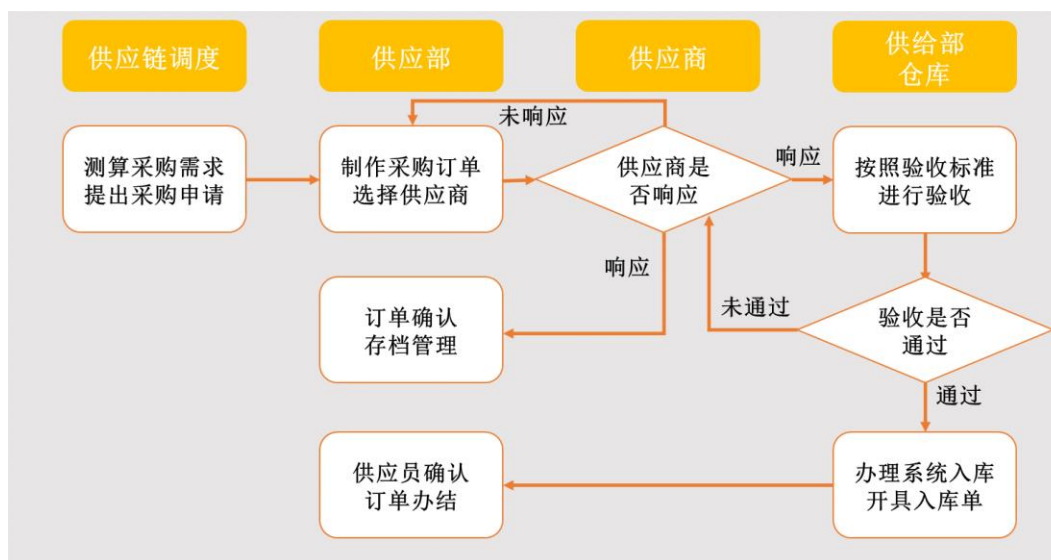
和硬件条件等三方面出发，具体的执行标准如下：

标准类型	评价内容
价值观	考察供应商的环境安全程度，对员工的关怀情况，若价值观不符合公司要求，直接否决该等供应商的准入资格
运行体系	调查供应商的内控相关文件，考察供应商整体运作流程和相应体系建设情况
硬件条件	考察供应商的功能设施是否齐全，有无持续稳定的原材料供应能力

在原材料与供应商日常经营两方面符合公司标准后，相应供应商将成为公司的合格供应商。公司在采购端采取向合格供应商集中采购的模式，不存在零散采购的情况。为增加公司原料选择的灵活性、保障食材购买渠道的稳定性，公司针对多数主要原材料，一般选定 2 至 3 家合格供应商。基于商业谈判，公司同主要供应商签订框架合同，并在合同指导下根据实际需求，以订单形式进行原材料购买。

### (3) 采购流程

公司在实际采购过程中，先由调度经理根据门店的实际销售情况和库存周转天数，拟定计划的采购订单并提出《采购申请》，《采购申请》审批通过后，由对应供应员将《采购申请》转化为《采购订单》，同时根据年度合同对象和数量情况，选择具体的供应商发送订单。供应商对订单响应并供货后，供给部和仓库检查供应商提供单据是否齐全，数量是否一致，并办理入库手续。具体采购流程情况如下：



### 3、加工生产模式

公司采取自主生产为主，委外加工生产为辅的生产加工模式。公司建立了标准化的中央厨房，为老娘舅旗下的所有直营店、加盟店供应标准化的食材。目前，在自主生产

环节，公司共有湖州恒满、湖州恒溢两家生产子公司，承担技术要求更高、品质管控要求更严的产品加工与生产；在委外加工环节，公司主要有湖州恒泰食品有限公司、湖州展旺食品科技有限公司等 OEM 厂商承担公司的食品加工生产任务，公司将技术稳定、品质易控的产品由 OEM 厂商进行加工，各家公司执行与公司一致的加工流程标准。

此外，公司存在部分食材直接采购的情况，该类食材主要由供应商自主开发加工，在相关原材料和加工标准符合公司要求的前提下，公司采购后可直接向门店配送。

#### （1）自主生产模式

公司自主生产采取中央厨房的模式。公司中央厨房自 2000 年设立以来，经过了 20 余年的发展和更新迭代，已形成了一整套完备的标准化、可复制、快捷化的规模化运行机制。公司中央厨房运作流程主要包括验收仓储、预处理、调理烧制、冷却包装、杀菌冷冻以及入库检验等六大流程。具体情况如下：

序号	步骤名称	流程内容介绍
1	验收仓储	原材料在满足色、香、味、形、口感等评价标准后，验收入库
2	预处理	对原材料的预处理包括解冻、分切、腌制/汆制和暂存等四大步骤
3	调理烧制	原材料通过调理烧制设备进行餐品制作，主要采取炒、煎（炸）、煮、焖、蒸等多种烹饪工艺以及复合烹饪工艺实现
4	冷却包装	餐品在调理烧制完成后，先进行冷却，后进行自动化包装，并对包装好的餐品进行金属探测
5	杀菌冷冻	根据餐品特性，采取不同的杀菌和冷冻工艺，兼顾餐品的安全性以及口味的高保鲜度
6	入库检验	对杀菌冷冻后的餐品进行随机抽检和留样检测

#### （2）委托加工生产模式

公司委托加工厂商承担梅干菜烧肉、茶树菇老鸭、鱼香肉丝等技术稳定、品质易控预制菜的加工任务。委托加工厂商执行与自主生产相同的标准，公司安排驻厂人员对委托加工厂商的生产加工过程进行全流程的监督把控。委外加工环节的原材料均由公司提供，加工厂商完成产品加工后，公司向其支付加工费用。

公司自主生产与委托加工生产后形成的预制菜，均入库至子公司湖州恒亮，由湖州恒亮统一配送至各门店。

### 4、物流模式

公司物流包括两方面，分别为仓库发往各门店的出库物流，以及门店送至终端客户的外卖物流。

就出库物流而言，公司采取冷链运输，委托专业的冷链物流公司进行食材运输，要求运输车辆全程配置 GPS 定位系统以及温度记录系统，公司可以随时随地查询每辆运输车辆的行驶路线及车内温度情况，确保运输质量；同时严格控制装卸货时间，到达门店后的装卸货时间严格控制在 1 小时以内；在装卸货前，门店会配合检查车厢内温度和卫生情况，由此最大程度保障食材的新鲜品质。公司出库物流的具体配送运作流程如下：



就外卖物流而言，公司主要与顺丰等配送公司合作，由相关配送公司负责外卖餐品的配送工作。为保证配送餐品的新鲜保质，公司建立了从接单、取货、配送至送达的时间管理体系，以进一步提升顾客的用餐体验，目前公司外卖餐品从骑手接单至送达的平均配送时长在 26 至 30 分钟之间。

## 5、销售模式

公司主要通过开设及运营门店的模式实现餐品的销售。公司门店分为直营门店和加盟门店，并以直营门店为主。报告期各期，公司门店数量及增减变化情况如下：

单位：家

时间	门店类型	期初	本期新开	本期关闭	期末
2022年1-6月	直营	364	11	7	368
	加盟	24	2	3	23
	合计	388	13	10	391
2021年	直营	317	62	15	364
	加盟	24	7	7	24

时间	门店类型	期初	本期新开	本期关闭	期末
	合计	341	69	22	388
2020年	直营	276	54	13	317
	加盟	19	8	3	24
	合计	295	62	16	341
2019年	直营	254	37	15	276
	加盟	14	5	0	19
	合计	268	42	15	295

注：开业时间及闭店时间以实际经营时间为准。

截至2022年6月末，公司处于经营状态的门店共计391家，其中直营门店368家，加盟门店23家。



门店外视



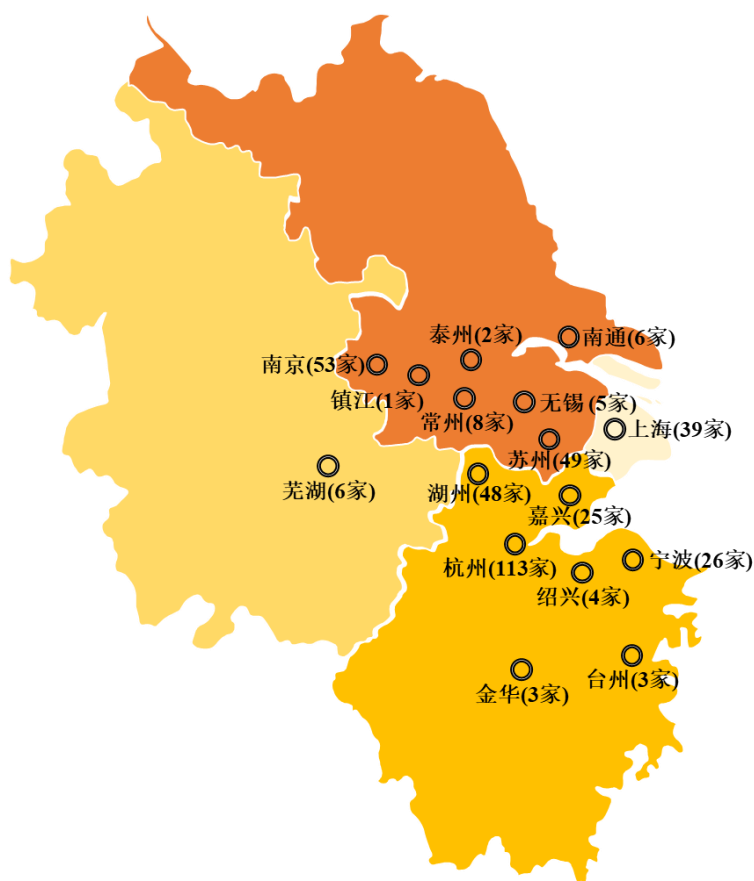
门店内视

报告期各期，公司门店的区域分布情况如下：

单位：家

城市线别	直营店				加盟店			
	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
一线	39	39	38	23	-	-	-	-
新一线	210	208	182	170	6	7	6	7
二线	72	72	57	46	7	8	8	2
三线及以下	47	45	40	37	10	9	10	10
总计	368	364	317	276	23	24	24	19

注：根据新一线城市研究所出具的《2020城市商业魅力排行榜》，对公司门店所处城市划分如下：一线城市：上海；新一线城市：杭州、苏州、南京；二线城市：宁波、无锡、常州、南通、绍兴、台州、嘉兴、金华；三线及以下城市：湖州、芜湖、镇江、泰州。



注：数据截至 2022 年 6 月 30 日，包含直营店和加盟店的数据。

## （1）直营门店销售模式

### 1) 门店运营模式

公司门店主要分布于社区商业体、商务商业体、交通枢纽、主流商业综合体、医院商业体、商业街、展会以及其他商圈，主要服务模式均包括到店业务以及外卖业务。其中，到店业务即为消费者到门店点餐并就餐或打包带走。外卖业务即为外卖订单，主要由消费者通过线上服务平台，例如美团、饿了么以及“老娘舅”自营小程序等平台进行外卖点餐，点餐后订单发送至门店，由门店专职负责线上外卖业务的人员进行配餐并转交配送人员外送。





自营小程序外卖点餐界面



“源头商场”购物界面

针对外卖业务，为提升顾客就餐体验，公司自行设计了六格外卖餐盒，可一次性放置主菜、米饭、小菜、蒸蛋等多样化餐品，相比一般单格外卖盒就餐更加方便快捷；同时外包装采用了“锁扣”设计，在保温防漏的同时，确保了餐品送达顾客前无二次拆封。

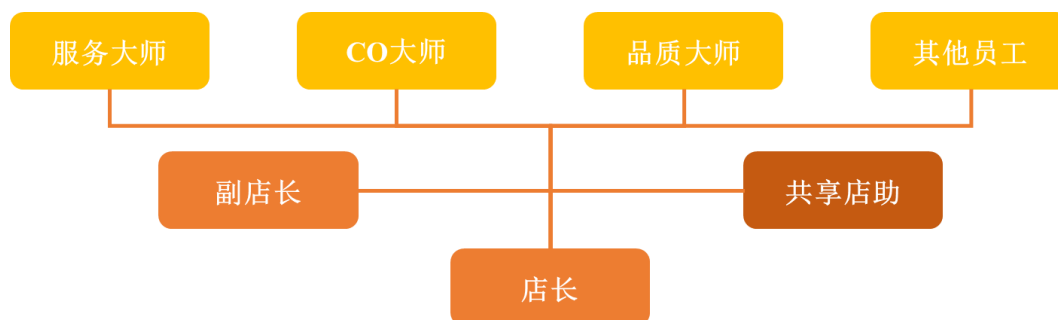


## 2) 门店管理模式

公司主要以直营模式进行门店扩张。公司餐品高度标准化，门店操作人员需要严格按照公司制定的操作标准进行餐品处理。公司门店以直营店为主，更便于统一管理、提高运营效率，可充分发挥公司自供应链采购端至门店销售端标准化的优势，保证公司餐品质量稳定，促进公司稳健发展。

公司在门店端建立了一整套标准化的服务分工体系，各门店配置店长、副店长、服务大师、CO大师、品质大师及其他员工等人员岗位。其中，店长负责门店整体运营管理。公司对店长实行授权制，获得授权的店长在自身门店运营过程中有较大的自主决策权，公司将店长的收入与门店业绩挂钩，充分提高店长的公司归属感和工作积极性；副店长负责门店的采购和仓储管理，对运送到店的各类原料进行品质验收；服务大师负责门店客户服务，包括顾客引导、送餐和收银等，对服务区内的服务质量负责；CO大师负责线上外卖业务及门店品牌形象管理，包括线上外卖业务配餐、门店工作人员仪容仪表、门店形象等；品质大师负责门店厨房品质管理，包括操作规范管理、餐品品质管理等；其他员工则主要对门店的日常经营各个环节提供协助。此外，公司还在每个城市设置了共享店助，对接处理各门店的诉求，统一协调不同门店的日常工作。

门店服务分工体系



### 3) 门店经营情况

从城市属性来看，公司以新一线城市为根基，积极向一线城市进军，向二线、三线城市下沉。各城市线直营店营业额的构成情况如下：

单位：万元、家

城市线别	2022年1-6月			2021年度		
	营业额	期末门店数量	平均单店营收	营业额	期末门店数量	平均单店营收
一线	3,747.55	39	107.40	16,208.24	39	399.93
新一线	37,303.41	209	181.78	87,015.45	208	425.25
二线	11,554.91	73	159.58	26,480.54	72	396.53
三线及以下	8,264.14	47	193.47	18,307.62	45	424.49
合计	<b>60,870.01</b>	<b>368</b>	<b>171.30</b>	<b>148,011.85</b>	<b>364</b>	<b>416.77</b>

(续)

城市线别	2020年度			2019年度		
	营业额	期末门店数量	平均单店营收	营业额	期末门店数量	平均单店营收

城市线别	2020 年度			2019 年度		
	营业额	期末门店数量	平均单店营收	营业额	期末门店数量	平均单店营收
一线	10,977.29	38	324.69	11,661.56	23	512.36
新一线	70,454.82	182	395.58	74,351.56	170	432.26
二线	20,153.32	57	381.06	17,558.79	46	408.88
三线及以下	15,316.13	37	413.06	15,462.65	37	405.26
<b>合计</b>	<b>116,901.56</b>	<b>314</b>	<b>386.18</b>	<b>119,034.56</b>	<b>276</b>	<b>431.41</b>

注：平均单店营收数据根据各门店月度经营数据加权得出；其中，2022 年 1-6 月平均单店营收为上半年的非年化数据。

2020 年度，在门店数量增长的情况下，公司门店营业额较 2019 年略有下降，平均单店营收同比下降约 10%，主要系上半年受疫情影响部分门店存在暂停营业或仅开放外卖业务所致；2021 年度，随着疫情防控进入常态化管理，公司门店数量逐步增长且运营良好，营业额同比增长 26.61%，平均单店营收较 2020 年增长约 8%，但仍未完全恢复至疫情前水平。此外，2020 年公司在一线城市的单店营收下降幅度较大，主要系 2020 年来公司在上海地区新开的门店以共厨店为主，共厨店专营外卖业务，店铺面积小，投资成本低，相应的单店营收规模也较小，由此导致公司一线城市单店营收产生较大幅度下降；2020 年，公司新一线和二线城市的单店营收低于三线及以下城市，一方面系前者新开门店相对较多、新开门店经营业绩存在爬坡期，另一方面系因三线及以下城市疫情确诊人数较少，经营业绩基本未受疫情影响。2022 年 1-6 月，受上海疫情及长三角其他地区点状式疫情影响，公司各城市线尤其是一线城市上海的门店营业额均有显著下降。

## (2) 加盟门店销售模式

公司业务开拓以直营模式为主，加盟店主要分为两类，一类是通过与浙江省交通投资集团实业发展有限公司合资设立的参股公司浙江盈通开设并经营的加盟门店，门店主要开设在高速服务区；另一类为加盟商湖州霖臻经营的门店。截至报告期末，浙江盈通和湖州霖臻经营中的加盟门店分别为 7 家和 16 家。

报告期各期，公司加盟业务相关收入及占营业收入的比例如下：

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
食材销售收入	1,381.76	2.20%	3,456.71	2.27%	2,832.24	2.35%	2,669.11	2.18%

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
食材配送及管理费	64.57	0.10%	153.27	0.10%	121.71	0.10%	109.50	0.09%
合计	<b>1,446.34</b>	<b>2.31%</b>	<b>3,609.98</b>	<b>2.37%</b>	<b>2,953.95</b>	<b>2.45%</b>	<b>2,778.61</b>	<b>2.27%</b>

公司以发展直营门店为主，加盟模式非公司主要经营模式，目前加盟店主要系为在特殊区域开设的门店或历史原因形成。

#### 1) 公司与加盟商的合作历史

##### ① 浙江盈通的成立背景与公司合作历史

浙江盈通成立的背景为，公司为开拓高速服务区内的业务机会，加强公司品牌宣传力度，计划在高速服务区开设老娘舅品牌门店。因浙江省交通投资集团实业发展有限公司（后变更为“浙江省商业集团有限公司”，以下简称为“浙江交投”）具有充足的高速服务区资源，方便门店开设，公司经与其协商，2019年3月，公司、浙江交投和杭州众慧企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称为“杭州众慧”）共同出资设立浙江盈通，公司并授权许可浙江盈通在高速服务区开设老娘舅品牌加盟店。

其中，浙江盈通的少数股东杭州众慧系其员工持股平台，杭州众慧的股东为曹富良、梁燕飞以及冯建华，分别持有杭州众慧 53.85%、23.08%以及 23.08%的股份，上述三人均为浙江盈通的管理人员。

公司与浙江盈通于 2019 年开始合作，截至 2022 年 6 月末，浙江盈通“老娘舅”品牌加盟店共计 7 家，均开设在浙江的高速公路服务区内。

##### ② 湖州霖臻的成立背景与发行人合作历史

湖州霖臻成立的背景为，公司历史上曾尝试由店长及其他管理层员工作为投资人开设门店的员工加盟模式，即由店长等员工认购加盟店的投资权益，由以陈水金控制的外部团队（以下简称“陈水金团队”）负责加盟店的具体财务和经营管理工作，同时对于员工出资不足的部分投资权益，亦由陈水金团队出资认购。后因该模式未实现良好效益，但陈水金仍看好公司的长期发展，2018 年陈水金以个人名义向各员工陆续收购其在各加盟店的投资权益，相关价格由陈水金与员工协商确定。2019 年底，陈水金和陈建荣共同设立湖州霖臻后，以湖州霖臻名义对各门店进行管理经营，后公司正式与湖州霖臻及相关加盟店签署加盟相关协议。

湖州霖臻成立后，公司即与其展开合作；截至 2022 年 6 月末，湖州霖臻加盟店共计 16 家，门店开设在江苏、浙江两省。

## 2) 加盟商基本情况

浙江盈通与湖州霖臻的注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数等基本信息如下：

公司名称	浙江盈通	湖州霖臻
注册资本	3,000 万元	500 万元
注册地址	浙江省杭州市上城区惠民路 56 号 5 幢 106 室	浙江省湖州市湖州经济技术开发区钮家庄路 308 号 1 幢第三层
成立时间	2019/3/19	2019/11/18
经营范围	许可项目：食品互联网销售；食品销售；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，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：餐饮管理；酒店管理；企业管理咨询；供应链管理服务；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；低温仓储（不含危险化学品等需许可审批的项目）；总质量 4.5 吨及以下普通货运车辆道路货物运输（除网络货运和危险货物）；日用品批发；日用杂品销售；日用百货销售；厨具卫具及日用杂品零售；厨具卫具及日用杂品批发；劳动保护用品销售；初级农产品收购；食用农产品批发；食用农产品零售；食用农产品初加工；互联网销售（除销售需要许可的商品）；新鲜水果零售；新鲜水果批发；农副产品销售；水产品批发；水产品零售；水产品收购；鲜肉批发；鲜肉零售；鲜蛋批发；鲜蛋零售；畜禽收购（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）。以下限分支机构经营：许可项目：餐饮服务（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，具体经营项目以审批结果为准）。	许可项目：餐饮服务；食品互联网销售；食品销售；酒类经营；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，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：新鲜水果零售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品销售（仅销售预包装食品）；餐饮管理；外卖递送服务；礼品花卉销售；玩具销售；日用杂品销售；食用农产品零售（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）。
股东	浙江交投持股 67%，老娘舅持股 20%，杭州众慧持股 13%	陈水金持股 82.50%，陈建荣持股 17.50%
董事、监事及核心管理人员	董事：郑勇（董事长/法定代表人）、吴娇娇、倪叶校、梁燕飞、申超、余学武、潘培康； 总经理：王博； 监事：舒肖玲（监事会主席）、周光斌、程胜	执行董事/法定代表人：陈水金； 总经理：陈建荣； 监事：尤利红
期末“老娘舅”品牌加盟店员工人数	30	289

## 3) 浙江盈通和湖州霖臻加盟的原因及商业合理性

### ① 公司允许浙江盈通加盟的原因及商业合理性

公司允许浙江盈通加盟，主要系出于自身发展战略考虑。公司在高速服务区开设老娘舅品牌门店，一方面可以扩大销售规模，另一方面可以在高速服务区进行老娘舅的品牌露出，有助于加强老娘舅的品牌宣传与推广力度。由于浙江交投具有丰富的高速服务区资源，方便门店开设，公司与其合资成立浙江盈通，并以浙江盈通的名义开设高速服务区加盟店。因此，综合考虑发展战略以及商业运营需求，公司允许浙江盈通加盟具有商业合理性。

截至 2022 年 6 月末，浙江盈通开设的“老娘舅”品牌加盟店共计 7 家，根据规划，预计未来三年浙江盈通新增的加盟店在 10 家左右，相关门店均将开设在浙江省的高速服务区内。

### ② 公司允许湖州霖臻加盟的原因及商业合理性

公司允许湖州霖臻加盟，主要系历史加盟战略调整所致。2013 年前后，公司曾尝试由店长及其他管理层员工作为投资人开设门店的员工加盟模式，即由店长等员工认购加盟店的投资权益，由陈水金团队负责加盟店的具体财务和经营管理工作，同时对于员工出资不足的部分投资权益，亦由陈水金团队出资认购。后因该模式未实现良好效益，但陈水金仍看好公司的长期发展，2018 年陈水金以个人名义向各员工陆续收购员工在各加盟店的投资权益，相关价格由陈水金与员工协商确定。截至 2018 年底，陈水金团队已实际取得了各员工加盟店的控制权。

考虑到员工加盟模式未实现良好效益，且陈水金在实际取得各员工加盟店的控制权的同时承担了各员工加盟店对公司的历史货物欠款等债务，公司允许陈水金团队继续经营所承接的该等历史上的员工加盟店。2019 年底，陈水金和陈建荣共同设立湖州霖臻后，开始以湖州霖臻名义对各门店进行管理经营；2020 年初，公司正式与湖州霖臻及相关加盟店签署加盟相关协议，将湖州霖臻作为公司加盟商统一进行管理。综上，综合考虑历史因素和公司发展实际，公司允许湖州霖臻加盟具有商业合理性。

截至 2022 年 6 月末，湖州霖臻加盟店共计 16 家。根据公司与湖州霖臻的约定，湖州霖臻在加盟合作关系有效期内（2020 年 1 月 1 日至 2034 年 12 月 31 日）开设的老娘舅加盟店总数不超过 17 家。

截至 2022 年 6 月末，公司处于经营状态的门店共计 391 家，其中直营门店 368 家，

加盟门店 23 家，以直营店模式为主。未来三年，根据公司发展规划以及与加盟商的相关协议约定，公司拟利用募集资金和自有资金新建约 300 家直营门店，并计划拓展 10 家左右加盟店，仍将以直营店模式为主。因此，公司允许浙江盈通和湖州霖臻加盟，对公司以直营店模式为主的经营模式不会造成重大变化。

#### 4) 加盟商与公司的关联关系

截至本招股说明书签署日，公司持有浙江盈通 20% 股权，并因此提名公司 5% 以上股东潘培康和公司南高经营发展事业部总经理余学武担任浙江盈通董事，提名公司副总经理、董事会秘书、财务负责人周光斌担任浙江盈通监事；除该等情形外，浙江盈通与公司不存在其他关联关系，湖州霖臻与公司不存在关联关系。

浙江盈通与湖州霖臻与公司之间不存在商业贿赂或利益输送，公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与浙江盈通和湖州霖臻不存在非经营性资金往来，且不存在对浙江盈通和湖州霖臻提供借款、担保等资金支持等情形。

#### 5) 公司与加盟商的交易情况

报告期内，公司对于加盟门店采用“统一餐品种类、标准及定价，统一装修，统一采购管理”模式，加盟门店销售的餐品所需食材均由公司统一供应。报告期内，公司向浙江盈通、湖州霖臻销售食材的收入、毛利及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	收入	毛利	毛利占比	收入	毛利	毛利占比
浙江盈通	119.81	8.99	0.12%	541.40	17.90	0.07%
湖州霖臻	1,261.95	109.00	1.41%	2,915.31	201.08	0.80%
<b>合计</b>	<b>1,381.76</b>	<b>117.98</b>	<b>1.53%</b>	<b>3,456.71</b>	<b>218.98</b>	<b>0.88%</b>
项目	2020 年度			2019 年度		
	收入	毛利	毛利占比	收入	毛利	毛利占比
浙江盈通	371.37	24.55	0.14%	228.42	16.87	0.08%
湖州霖臻	2,460.87	189.93	1.08%	2,440.69	202.05	0.93%
<b>合计</b>	<b>2,832.24</b>	<b>214.48</b>	<b>1.22%</b>	<b>2,669.11</b>	<b>218.92</b>	<b>1.01%</b>

注：毛利占比系指相关毛利占公司营业毛利额的比例。

如上表所示，报告期内公司向浙江盈通、湖州霖臻销售食材的收入及毛利相对较低，毛利占比在 2% 以内。

报告期内，公司向浙江盈通、湖州霖臻销售食材的销售价格与向直营门店的销售价格一致；公司向浙江盈通、湖州霖臻及直营门店销售食材的综合毛利率存在的差异主要系不同门店根据经营情况所采购的食材结构存在差异所致，相关差异具有合理性。

## 6、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素及发展趋势

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，为保证产业链的安全、可控、高效，以及出餐品质的标准、稳定、快捷，公司进行持续的创新开发与深入的经验总结，通过二十余年的专业经营形成了现有的“老娘舅”特色经营模式。

影响公司经营模式的关键因素主要包括餐饮行业的发展环境、主要原材料价格和用工成本的波动、终端消费市场的需求变化等，公司经营模式的发展趋势将随上述因素的变化发展进行相应的变动调整，以实现公司经营的稳定性以及持久的市场竞争力。

### （三）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务。截至报告期末，公司分别拥有直营门店和加盟门店 368 家和 23 家。自成立以来，公司经营中式快餐连锁门店总共经过了以下四个阶段：

#### 1、起步积累阶段

在前期充分调研与规划的基础上，公司创始人杨国民于 2000 年注册了老娘舅商标并开设了第一家试验店。自 2000 年至 2010 年为期公司的起步积累阶段，在该阶段，公司重点探索并总结中式快餐连锁门店的科学化、标准化与规范化的经营经验，实现了从第一产业的种植养殖，到第二产业的生产加工，再到第三产业的服务消费的研发参与和全流程监管，形成了具有“老娘舅”属性的标准化、可复制的连锁门店经营模式。

在该阶段，为提升餐品的品质、出餐的标准化程度以及门店运行的科学化水平，公司广泛与浙江大学等进行项目合作。同时，公司参与成为上海世博会供餐企业，进一步积累了公司标准化经营运作的经验。

#### 2、重点布局阶段



2010 年底至 2013 年为公司“重点布局阶段”。在该阶段，公司总结向上海世博会供餐的成功经验，以布局有影响力的店铺为导向，向市场主流消费群体以及有影响力的人群推广“老娘舅”餐饮服务。针对该阶段城市人口在步行街、交通枢纽、展会等地区集聚的特点，公司重点面向步行街、交通枢纽以及展会进行布局，借助上述区位的人流量提升公司品牌知名度。

### 3、创新变革阶段

2014 年来，随着城市商圈的变动以及人流量集聚区的变化，公司转变了经营发展战略，迎来“创新变革阶段”。在该阶段，公司将门店布局转向了城市主流商业综合体以及社区商业综合体，门店面积亦有较大幅度的缩减。门店布局的转变以及门店布局的变化为公司经营发展提出了更高要求，在经营探索中，公司的技术进一步升级，门店经营模式进一步得到优化。

### 4、全面开拓阶段

2016 年来，随着互联网餐饮时代的到来，公司进入“全面开拓阶段”。公司在门店线下经营的基础上，广泛探索线上经营模式，借助美团、饿了么等第三方外卖平台进行外卖销售，实现了线上线下渠道的顺畅打通。2019 年来，公司经营销售模式进一步优化，推出了“老娘舅”自营小程序进行外卖销售，且在原有门店经营基础上突出“情感式消费”理念，在出餐模式以及服务方式方面作出革新，进一步提升公司市场竞争力。

#### （四）发行人主要业务经营情况和核心技术产业化情况

2019 年至 2022 年 1-6 月，公司分别实现营业收入 122,243.18 万元、120,658.73 万元、152,487.19 万元和 62,737.45 万元，分别实现净利润 6,576.53 万元、2,175.54 万元、6,384.70 万元和 75.10 万元。

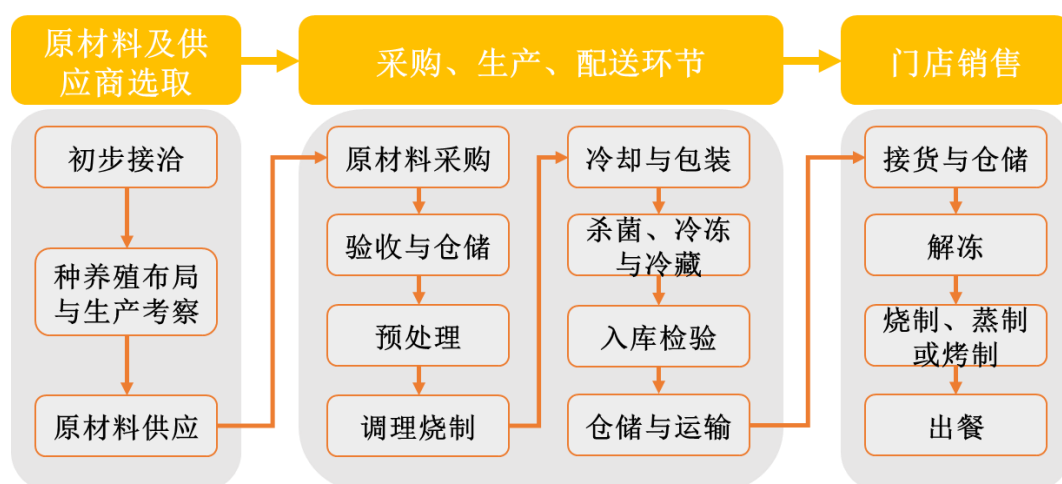
2020 年以来，公司经营业绩受新冠疫情影响较为明显。2020 年上半年疫情爆发初期，公司较多门店应各地疫情防控要求出现了暂停营业的情况，虽在下半年实现了较快恢复并接近正常经营状态，但依然使得公司当年度营业收入低于上年度，利润规模亦较上年度有较大幅度的下降。2021 年度，我国疫情虽未出现大规模爆发，但公司所在长三角区域相继出现点状式疫情，依然对各地门店经营带来了间歇性影响。2022 年 1-6 月，公司业绩受到上海地区 3 月以来的疫情发展及其他长三角区域的点状式疫情的较大影响，当期实现小幅盈利。自 2022 年 12 月我国疫情防控政策优化调整以来，公司 2023

年以来的门店经营业绩已恢复至疫情前水平。整体而言，作为经营业绩受疫情影响较大的餐饮行业内企业，公司自 2020 年以来依然保持了相对稳定的收入规模和展现了持续的盈利能力和经营能力。

公司共有餐品开发技术、设备生产技术、工艺制作技术以及门店优化技术等四大类核心技术，上述技术广泛应用于公司的产品开发、加工生产及销售各环节，已实现了良好的产业化。上述核心技术的具体情况详见本节之“六、发行人技术水平与研发情况”之“（一）主要产品的技术情况”。

### （五）发行人主要产品的工艺或服务的流程图

公司的工艺流程主要有原材料选取、采购生产配送以及门店销售等环节。在顾客下单后，公司主要以“预备预制”以及“现场制作”相结合等制作供应方式形成餐品，向下游顾客销售。主要产品的工艺流程图如下：



公司餐品开发技术主要应用于原材料及供应商选取环节以及采购环节，公司需严格遵照餐品开发需要选择合适的供应商以及对应的原材料。在餐品开发技术的指导下，公司实现了良好的原材料品控效果，保障了餐品输出的标准、规范与稳定。

公司设备生产技术主要应用于采购环节。公司基于生产与制作需要进行持续性的设备研发，进而形成“老娘舅”特色的设备采购需求。公司采购部门基于公司设备开发成果进行针对性的固定资产采购并应用于各门店的实际经营，保障了各门店餐品的标准化、一致性，提升了出餐速度，实现了良好效果。

公司工艺制作技术主要应用于生产环节。基于自有工艺制作技术，公司形成了特色餐品配方以及餐品的生产制作流程，对外输出遵循“江南特色、家常特点、老娘舅属性”

品牌理念的特色餐品，品牌特点突出。

公司门店优化技术主要应用于门店销售环节。在门店优化技术的指导下，公司形成了一整套完善的门店运营与维护流程体系，提升了门店运营的标准化和快捷性，扩大了公司品牌的影响力，取得了良好的运营效果。

#### **（六）发行人报告期各期具有代表性的业务指标情况**

公司主要通过开设及运营直营门店的模式实现餐品的销售，报告期各期具有代表性的业务指标主要为门店数量及门店经营业绩，该等业务指标及其变动情况和原因详见本节之“九、餐饮业务信息”之“（一）发行人餐饮业务发展状况”之“2、发行人报告期内直营店及加盟店的数量及变动原因”及“3、发行人直营店经营情况”的相关内容。

#### **（七）发行人符合产业政策和国家经济发展战略情况**

2014年，商务部发布《商务部关于加快发展大众化餐饮的指导意见》，鼓励餐饮企业建设中央厨房，完善统一采购、统一加工、统一配送体系。支持企业建立原材料生产基地和采购基地，做好农餐对接。支持企业建设、改造食品加工车间和流水生产线，实现餐饮加工工业化和产品生产标准化等。2015年，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》，提出以推进餐饮服务品牌化、特色化、标准化、信息化、国际化、连锁化发展。积极发展快餐团餐、有机餐饮、健康养生、中医药膳、绿色餐饮等特色餐饮。2023年，中央一号文件指出要提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业。公司积极响应国家产业政策，已形成了中央厨房生产模式，高标准进行预制菜生产，并进行统一采购、统一加工与统一配送，对于大米等主要原材料建立了原材料生产或采购基地，建立了标准化、规模化的生产加工和连锁门店运营模式，符合产业政策的相关要求。

2022年，国务院办公厅发布《“十四五”国民健康规划》，指出要实施国民营养计划和合理膳食行动，倡导树立珍惜食物的意识和养成平衡膳食的习惯，推进食品营养标准体系建设。公司通过科学标准、营养健康、卫生安全的餐品开发，主打的标准化套餐产品重点突出了“米饭+主菜”的中式饮食文化特征，具备荤素食材的科学搭配、平衡适量特征，符合国家经济发展战略，有助于从饮食健康层面满足人民日益增长的美好生活需要。

## （八）发行人的业务发展过程和模式成熟度、经营稳定性和行业地位

### 1、公司业务发展过程

公司业务发展过程参见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（三）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况”。

### 2、公司业务模式成熟度

在二十多年的发展过程中，公司深度总结国际连锁快餐发展经验，探索与创新中式连锁快餐经营模式，逐步形成了以招牌米饭、中餐主菜为中心，辅以各式配菜的堂食套餐与外卖简餐产品，实现了现代标准快餐模式与传统纯正中餐文化深度融合，业务模式成熟度较高。

凭借高成熟度的中式快餐连锁业务模式，公司从原材料的严格筛选品控、到中央厨房的主菜预备预制、再到终端门店的专用设备标准化操作，实现了全产业链整合与创新，并通过标准化、规模化的连锁门店运营，向市场输出稳定一致、优质安全的中式快捷餐饮食品。截至报告期末，公司已在长三角区域开设门店 391 家，在该区域具有成熟、丰富、长期的经营发展经验，具有可持续发展能力。

### 3、公司经营稳定性

公司经营业绩稳定，抗疫情风险持续盈利能力突出。2019 年至 2021 年，公司分别实现销售收入 122,243.18 万元、120,658.73 万元和 152,487.19 万元，分别实现净利润 6,576.53 万元、2,175.54 万元和 6,384.70 万元。2020 年至 2022 年间，在新冠疫情的持续影响下，我国餐饮行业受到了严重影响，作为受疫情影响最为严重的现代服务业企业，公司依靠标准化中式快餐的成熟业务模式、较好的品牌知名度与大众口碑，在多层区域疫情的冲击影响下，依然表现出了持续的盈利能力、良好的现金流状况。公司预计 2022 年实现营业收入 14 亿元至 15 亿元，实现归母净利润 3,500 万元至 4,000 万元。同时，随着 2022 年 12 月我国疫情防控政策的优化调整，公司 2023 年起门店经营状况已初步恢复至疫情前水平，预期 2023 年公司经营业绩将较疫情期间有显著提升。

### 4、公司行业地位

餐饮行业为完全竞争的市场，市场化程度较高，头部餐饮企业的市场占有率较低。公司是门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐连锁企业，并在长三角区域形成了较

高的市场知名度和品牌影响力。公司行业地位的具体内容详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（四）行业竞争格局及发行人市场地位”之“2、公司产品或服务的市场地位”。

## 二、发行人所处行业的基本情况

### （一）所属行业及确定所属行业的依据

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“H62 餐饮业”中的“H6220 快餐服务”。

### （二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策

#### 1、行业主管部门及监管体制

在市场经济体制下，各餐饮企业均面向市场进行自主经营，政府职能部门进行产业宏观调控，行业协会进行自律管理。

餐饮业的主管部门为商务部，其对餐饮行业实施宏观管理，由各地市场监督管理局等进行直接管理。餐饮业的行业自律组织主要为中国烹饪协会、中国饭店协会、中国连锁经营协会等，其主要职能是参与国家标准、行业标准的制定和修订工作，参与本行业市场准入、从业资质、服务准则、卫生管理、环保要求等有关法律、法规及管理制度的制定工作，健全行业规范，加强行业自律等。

餐饮主管部门与行业自律组织的具体职责如下：

部门	与餐饮行业相关的主要职责
商务部	负责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，提出促进商贸中小企业发展的政策建议，推动流通标准化和连锁经营、商业特许经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展；承担组织实施重要消费品市场调控和重要生产资料流通管理的责任，负责建立健全生活必需品市场供应应急管理机制，监测分析市场运行、商品供求状况，调查分析商品价格信息，进行预测预警和信息引导，按分工负责重要消费品储备管理和市场调控工作。
中国烹饪协会	开展行业服务，积极参与制定餐饮业相关的国家标准、行业标准，团体标准，关注行业发展形势，积极发挥引导作用；开展培训服务，组织开展各级各类继续教育、职业技能专项培训、餐饮企业内训、国际交流互访、热点高峰论坛及相关业务咨询等活动等；开展技术服务，开展多类型专业技能竞赛、技艺交流、菜品研发活动；开展信息服务，为会员、为行业提供最及时和全面的信息交流服务；开展对外交流服务，引进国外先进的餐饮管理经验与烹饪技术，提高国内餐饮企业的竞争力，不断弘扬中华烹饪文化，提高中餐在世界的地位和影响，为中国餐饮

部门	与餐饮行业相关的主要职责
	业的国际化和现代化进程而努力。
中国饭店协会	提供政府事务服务，参与制定行业国家标准、行业标准与行业自律规则；提供品牌服务，帮助优秀会员企业境内外上市、申请中国驰名商标、中华老字号等；提供培训服务，诸如饭店职业经理人、客房、餐饮、财务、工程、星厨、人力资源、市场营销等培训等；提供信息服务，方便会员单位及时掌握国内外饭店与餐饮业的最新动态；提供国际交流服务，帮助企业扩大国内、国际的交流合作，引进先进的管理经验和技術，开拓国内、国际市场；提供社会服务，制定绿色餐饮国家标准，开展“节约、环保、放心、健康”行动、光盘行动。
中国连锁经营协会	参与政策制定与协调，维护行业和会员权益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台，致力于推进连锁经营事业的发展。

## 2、行业主要法律法规和政策

为规范、支持餐饮业等相关行业的发展，国家相继出台了一系列法律法规与部门规章，具体如下：

序号	文件名称	颁布单位	实施年份	主要内容
1	《中共中央、国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	中共中央、国务院	2023年	提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业。
2	《关于印发“十四五”国民健康规划的通知》	国务院	2022年	制止餐饮浪费行为，推广公餐公筷、垃圾分类投放等生活习惯。
3	《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》	国务院	2022年	鼓励有条件地区对零售、餐饮等行业企业免费开展员工定期核酸检测，对企业防疫、消杀支出给予补贴。落实好餐饮、零售等特困行业纾困扶持措施。
4	《市场监管总局关于仅销售预包装食品备案有关事项的公告》	国家市场监督管理总局	2021年	从事仅销售预包装食品的食品经营者在办理市场主体登记注册时，同步提交《仅销售预包装食品经营者备案信息采集表》，一并办理仅销售预包装食品备案；已经取得食品经营许可证的，在食品经营许可证有效期届满前无需办理备案。
5	《中华人民共和国食品安全法》（2021年修改）	全国人大常委会	2021年	对国家食品安全的标准、损害食品安全行为的处理情况进行了规定，增加了“仅销售预包装食品的，不需要取得许可”的规定。
6	《中华人民共和国反食品浪费法》	全国人大常委会	2021年	明确规定了反食品浪费的原则和要求、政府及其部门职责、各类主体责任、监管措施、法律责任等。餐饮服务经营者应当采取相应的措施，防止食品浪费。
7	《食品生产许可管理办法》（2020年修订）	国家市场监督管理总局	2020年	为规范食品、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，就申请与受理、审查与决定、许可证管理、变更延续与

序号	文件名称	颁布单位	实施年份	主要内容
				注销、监督检查、法律责任等事项进行了规定。
8	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》(2020年修订)	国家市场监督管理总局	2020年	为加强网络餐饮服务食品安全监督管理,规范网络餐饮服务经营行为,保证餐饮食品安全,保障公众身体健康进行了相关条款规定。
9	《中华人民共和国食品安全法实施条例》(2019年修订)	国务院	2019年	强化了食品安全监管,要求县级以上人民政府建立统一权威的监管体制;对食品安全风险监测、食品检测等进一步细化规定;落实生产经营者的食品安全主体责任,完善食品安全违法行为的法律责任。
10	《食品安全抽样检验管理办法》	国家市场监督管理总局	2019年	规范食品安全抽样检验工作,规定了食品安全抽样检验的原则、计划、抽样、检验、处理及法律责任等内容。
11	《中华人民共和国反不正当竞争法》(2019年修订)	全国人大常委会	2019年	为了促进社会主义市场经济健康发展,鼓励和保护公平竞争,制止不正当竞争行为,保护经营者和消费者的合法权益,就不正当竞争行为、对涉嫌不正当竞争行为的调查及法律责任进行了规定。
12	《食品经营许可证管理办法》(2017年修订)	国家食品药品监督管理总局	2017年	明确了食品流通许可证的申请与受理、审查与批准、许可的变更及注销、许可证的管理、监督检查等具体标准和管理方法及措施。
13	《食品生产许可审查通则》	国家食品药品监督管理总局	2016年	落实《中华人民共和国食品安全法》和《食品生产许可管理办法》的有关规定,严格划分了许可审查的方式,对工艺流程、主要生产设备设施、食品类别发生变化的,必须进行现场核查等。
14	《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》	国务院办公厅	2015年	提出以推进餐饮服务品牌化、特色化、标准化、信息化、国际化、连锁化发展。积极发展快餐团餐、有机餐饮、健康养生、中医药膳、绿色餐饮等特色餐饮。
15	《商务部关于加快发展大众化餐饮的指导意见》	商务部	2014年	鼓励餐饮企业建设中央厨房,完善统一采购、统一加工、统一配送体系。支持企业建立原材料生产基地和采购基地,做好农餐对接。支持企业建设、改造食品加工车间和流水生产线,实现餐饮加工工业化和产品生产标准化等。
16	《餐饮业经营管理办法(试行)》	商务部、国家发展和改革委员会	2014年	为了规范餐饮服务经营活动,引导和促进餐饮行业健康有序发展,维护消费者和经营者的合法权益,就餐饮经营者权利义务、制度建设等进行规定。

序号	文件名称	颁布单位	实施年份	主要内容
17	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年修订）	全国人民代表大会常务委员会	2013年	为了保护消费者权益，就消费者的权利，经营者的义务，国家对消费者合法权益的保护，消费者组织，争议的解决，法律责任等事项进行了规定。
18	《国务院关于加强食品安全工作的决定》	国务院	2012年	为进一步加强食品安全工作，从明确指导思想、进一步健全食品安全监管体系、加大食品安全监管力度、落实食品生产经营单位的主体责任、加强食品安全监管能力和技术支撑体系建设、完善相关保障措施、动员全社会广泛参与等方面提出指导。
19	《关于加强食品添加剂监督管理工作的通知》	卫生部、工业和信息化部、监察部等	2009年	明确了对食品添加剂的监督管理工作，就食品添加剂的生产许可和监督管理，复合食品添加剂的生产，食品添加剂经营活动的监督管理，食品添加剂标签、说明书等各环节进行了规范。

### 3、行业主要法律法规和政策对公司经营发展的影响

近年以来，为进一步规范餐饮行业的发展，有关部门相继出台了《食品生产许可管理办法》（2020年修订）、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》（2020年修订）、《中华人民共和国食品安全法》（2021年修改）等法律法规和政策，进一步规范了行业的经营资质和运营模式、严格了餐饮业的准入门槛、影响了整个行业的竞争格局，对行业的健康发展提供了良好的保障，同时为公司经营发展提供了有力的支持，对公司的经营发展带来积极影响。

具体而言，从经营资质来看，相关法律法规和政策对食品生产许可进行了严格规范，同时增加了“仅销售预包装食品，不需要取得许可”的规定，对于公司及其供应商未来经营资质的续期提供了更加明确规范的指导；从准入门槛与竞争格局来看，相关法律法规和政策对食品的质量控制和添加剂的使用等进行了更加明确的规范，有助于改善餐饮经营环境、减少餐饮业的低价无序竞争、优化市场竞争格局，对公司的经营发展起到了正向积极作用；从运营模式来看，相关法律法规和政策鼓励餐饮企业建设中央厨房，支持餐饮企业的连锁化、标准化发展，加强网络餐饮的监管管理力度，给公司标准化、高品质的新中式连锁快餐业务开展提供了进一步的法律依据与政策支持。



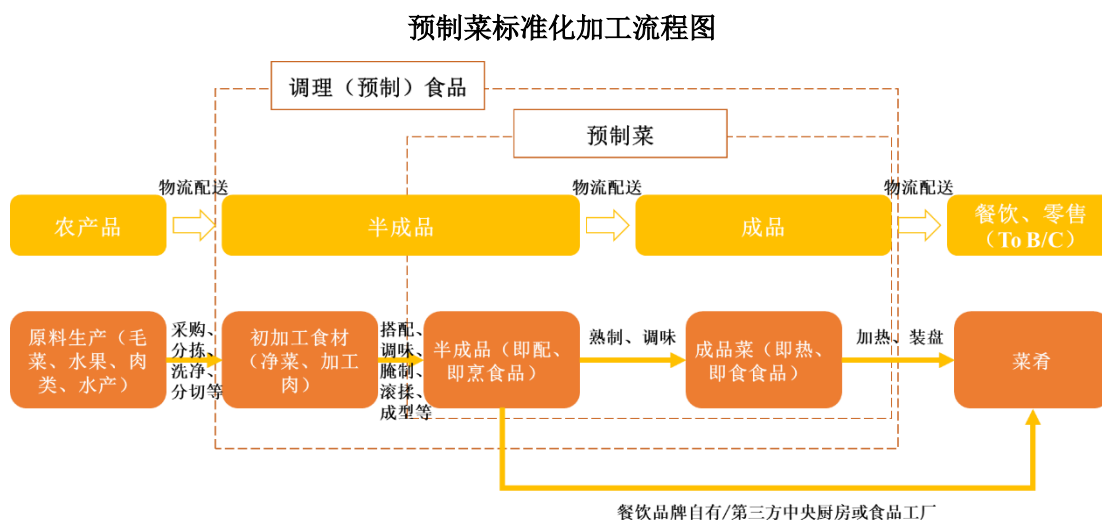
### （三）行业发展概况及发展趋势

#### 1、行业技术水平及特点

餐饮行业历史悠久,经过上千年的演化、传承与改进,目前典型的烹饪工艺包括炒、烧、煎、炸、煮、蒸等共计二十四种。

近年来,随着我国餐饮行业现代化的发展以及装备水平的持续提高,在食品非热加工、包装材料、在线监控等诸多领域突破了一批关键共性技术,餐饮行业的自主创新能力明显增强,对传统烹饪工艺的现代化复刻方法日趋完善,行业的标准化、科学化、规范化程度逐步提升。

近年来,为适应快节奏的生活方式,同时出于规模化销售考虑,餐饮行业的连锁化经营模式持续发展,餐饮连锁企业积极建设中央厨房,构筑从原辅料采集、到产品统一生产、统一配送的预制菜产业链,逐渐形成了生产工业化和标准化、产品与服务标准化的技术特点。



数据来源：国金证券研究所。

#### 2、行业进入壁垒

目前,我国餐饮行业正处于多层次、多档次、多业态的发展阶段。虽然低端的小规模餐饮市场对资金、技术与人才要求不高,但普通投资者若要进入到具有一定规模、品牌的餐饮市场,则存在品牌、人才、管理以及资金上的进入门槛。

##### （1）标准化运营壁垒

餐饮企业在进入规模化、标准化发展阶段后,即面临着中式餐饮连锁的标准化、可

复制、快捷化等规模化运营难题，如何做到不同门店在食品、卫生、服务及就餐环境等要素上的一致性，是中式快餐持续快速扩大的关键。已步入连锁化发展的企业往往积累了丰富的标准化运营知识与经验，而新进入者往往缺乏进行标准化的能力，难以实现规模化经营。

### （2）品牌知名度壁垒

品牌是消费者选择消费对象的一大重要考量因素。而餐饮企业要建立起一个为社会大众所认可的品牌，往往需要大量的资金、人力、物力投入，并通过较长时间的稳定经营去积累稳定的客户群。因此，如何树立良好的品牌形象，并在激烈的产品竞争中取得明显优势，将是普通投资者进入具有一定规模以上餐饮市场的一大挑战。

### （3）人才及管理壁垒

随着经济水平的发展与人民消费水平的提升，餐饮消费者对食品安全、口味、营养等的要求愈发突出，使得餐饮业对烹饪、服务、管理人才的要求逐步提高。目前，餐饮行业对服务与管理人才的培养重视程度尚不够，多数餐饮业服务人员尚缺乏系统正规的培训。此外，经过多年发展，我国很多餐饮企业通过连锁化经营而迅速扩大规模、提升实力，而要建立起行之有效的标准化连锁经营模式，需要文化传承、流程设计、人员培训、市场推广、品牌建设等多方面的人才提供支持。因此，如何培养并建立起专业、高效的餐饮团队，将是新进入投资者面对的另一大壁垒。

同时，随着用工成本的提高，员工流动率高成为了餐饮行业的普遍现象。如何保证骨干员工对公司的忠诚度和工作积极性，亦是新进入者面临的一大难题。

### （4）质量管控壁垒

食品安全保障是餐饮行业发展过程中的首要关键问题。为保证食品安全，政府部门和行业协会颁发了一系列法律法规和政策。已步入连锁化发展的企业往往通过总结经验教训以及日常与监管机构沟通交流等，建立健全了餐饮行业质量管理体系，并能对偶发、突发的食品安全事故进行及时、稳妥的处理。新进入者往往缺乏系统的质量管控经验，难以跟进所有法律规定，面临着较大的经营风险。

### （5）资金壁垒

发展到一定规模的品牌餐饮企业，往往通过标准化的连锁经营来进一步打开市场，

提升实力。而要建立起行之有效的连锁经营网络,需要餐饮企业在市场推广、门店选择、人员培训、菜式研发、设备投入与资金流转等方面加大投入力度,这需要雄厚的资金实力作支撑。因此,新进入投资者也面临现实的资金壁垒压力。

### 3、行业发展态势

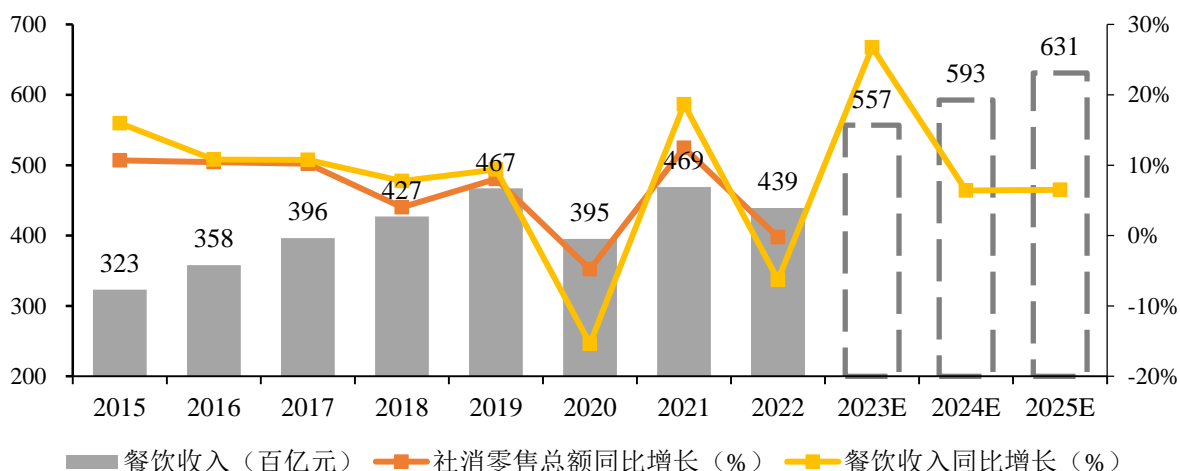
#### (1) 餐饮行业概述

##### 1) 餐饮行业市场概况

餐饮行业是与人民日常生活密切相关的民生产业,是人民追求美好生活的关键领域之一。随着我国经济的发展、现代化进程的加快,消费者对餐饮产品及服务的需求也正呈现出多样化的发展趋势。

近年来,我国餐饮行业总体规模呈现增长态势。国家统计局数据显示,2015年至2019年,我国餐饮收入的同比增速一直高于社会消费品零售总额的同比增速。2019年,我国餐饮行业收入达46,720.70亿元,同比增长9.38%,占社会消费品零售总额的11.35%。2020年,随着新冠疫情的爆发,餐饮行业日常经营受到限制,年度餐饮收入相比2019年下降15%左右。2021年,随着新冠疫情逐步得到控制,我国餐饮行业已恢复至疫情前水平,行业收入增幅再次领先社会消费品零售总额增幅达6.1个百分点。2022年,受疫情影响,我国餐饮行业收入为43,941亿元,相比去年同期略有下降。

2015年以来我国餐饮行业收入增长情况



数据来源:国家统计局、招行研究院。

未来,随着我国居民可支配收入的持续增长与恩格尔系数的下降,以及新冠疫情及其影响逐步减弱,餐饮行业将获得进一步的发展空间。根据招行研究院的数据显示,我国餐饮行业收入预计 2025 年将超过 6.3 万亿元。其中,面向大众的平民化餐饮,如中式快餐、平价正餐、快时尚餐饮等,将获得更大的市场机会。

## 2) 餐饮行业分类

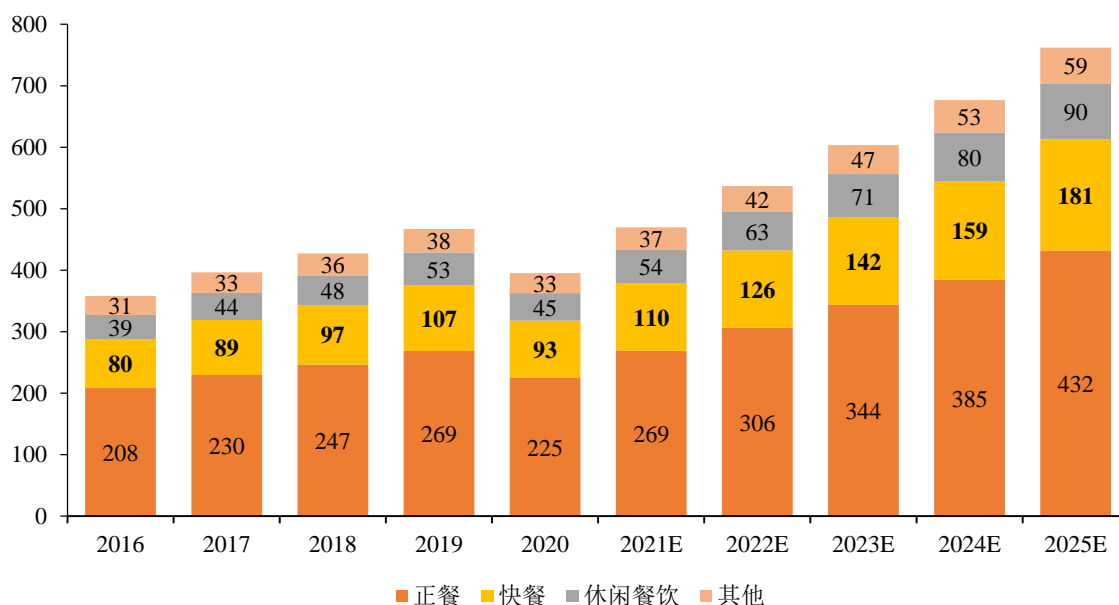
餐饮行业按照餐饮业态来区分,可分为正餐、快餐、休闲餐饮及其他等四大类,各类业态的基本情况如下:

餐饮类别	具体定义
正餐	是一种重服务、消费时间较长的全服务餐饮业态,一般只在固定的午餐及晚餐时段供应而非全日供应
快餐	是一种轻服务、消费时间较短的有限服务餐饮业态,提供快捷及款式一致的食品及服务,通常设有专为快速及高效点餐、烹调及出餐而设的定制平台
休闲餐饮	是在休闲环境中提供价格适中食品的餐饮业态,一般提供休闲餐饮的餐厅营业时间较长,供应餐饮时间亦更具弹性,典型的经营单位包括咖啡屋、茶室、酒吧等
其他	主要包括外卖店、小贩摊档、路边摊及活动餐饮等业态

近年来,随着城市化进程与生活节奏的加快,我国快餐行业正迎来快速发展期。其中,快餐行业在门店开拓、收入增长等两方面,均呈现出快速增长的良好发展态势。根据招商证券报告显示,2016 年至 2019 年,我国快餐行业的市场规模复合增长率达到 10.4%,预计到 2025 年,快餐行业市场规模将达到 1.8 万亿规模。

单位:百万亿人民币

2016年来中国各类餐饮市场规模情况(含预测)



数据来源：招商证券研究所。

我国餐饮行业按照菜式类型来区分，可分为中餐、西餐以及其他等三类，其中的中餐占最大市场份额。根据行业数据显示，2021年中国中餐市场规模为3.6万亿元，占2021年中国餐饮市场总额的八成左右。

## （2）快餐行业概述

### 1）市场概况

快餐是一种轻服务、消费时间较短的有限服务餐饮业态，为广大消费者提供快捷、平价、款式一致的食品及服务。根据行业数据显示，我国快餐市场规模从2016年的7,952亿元增长至2019年的10,692亿元，呈持续、快速发展良好态势。2020年，因新冠疫情影响，我国快餐市场经历了暂时性短期短时间下降；2021年，在疫情多点零星散发的情况下，我国快餐市场已恢复增长至10,994亿元人民币。

### 2）行业分类

我国快餐行业按照菜式类型区分，可分为中式快餐、西式快餐以及其他等三类。其中，中式快餐是其中最大的餐饮类别，在我国快餐行业中占据主导地位。根据行业数据显示，我国中式快餐市场规模从2016年的5,648亿元增长至2019年的7,557亿元，2020年因新冠疫情经历短暂下降后，2021年恢复增长至7,744亿元人民币，占快餐行业市场规模的70%以上。预计2025年，我国中式快餐行业市场规模将接近1.3万亿人民币。

## （3）快餐行业发展趋势

### 1）头部效应与连锁化率提升

随着人民生活水平逐步提高，餐饮消费需求正逐渐从以满足温饱为主，向追求品质体验与情感文化相结合的新消费诉求转变。在人民物质与精神追求日益丰富的当代，品牌化、连锁化餐饮企业正迎来新的发展机遇，凭借产品、模式及供应链的持续创新，行业资源和市场客户将进一步向头部餐饮企业集聚。

根据国联证券研究所报告，以收入口径计，2020年中式快餐连锁化率为25.9%。在头部餐饮企业的带领下，中式快餐门店运营、原材料采购、烹饪制作工序的标准化程度正逐步提升。随着中央厨房和供应链的配套完善，智能化生产设备的应用引入，头部餐饮企业的经营规模将逐步扩大，行业连锁化率将进一步提升。

## 2) 预制菜模式经营优势显现

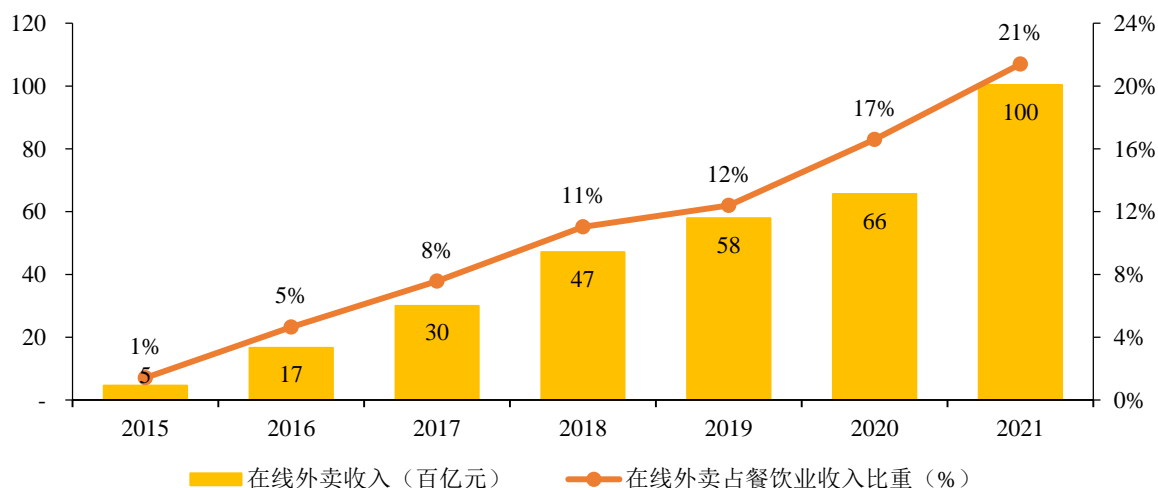
随着劳动力成本的上升、商业社区的集聚，人力、租金成本已成为餐饮企业日常运营中占比上升最快的成本开支。同时，为提升餐饮产品的标准化、稳定性，预制菜模式已成为餐饮行业企业的重要发展趋势之一。其中，预制菜通常是经预加工而制成的成品或半成品菜肴，经简单烹饪或加热后即可食用。根据中国连锁经营协会数据，餐厅使用预制菜后原料采购成本增加 5%，而人工、能源成本降幅分别可达 10%和 2%，有效推动了餐厅运营效率、盈利状况的提升；同时，预制菜的使用比例到达一定程度之后，后厨面积可得到节约，可进一步降低门店运营成本。目前，部分大众连锁餐饮品牌的预制菜占比已达 80%以上。在需求端追求实效便捷、供给端追求降本增效情况下，预制菜模式在快餐行业的应用普及将具有广阔的发展空间。

近年来，预制菜市场规模逐步扩大，据行业数据显示，2021 年中国预制菜市场规模超过 3,000 亿元，预计到 2025 年将突破 8,300 亿元，届时将极大提升餐饮行业的服务效率与标准化程度。

## 3) 数字化运营赋能产业升级

面对日益多样化的下游消费需求，快餐行业企业正积极布局数字化运营、产业链一体化、跨界新产品融合、线上营销外卖与直播带货等新兴模式。以线上外卖为例，随着互联网技术的不断渗透，传统快餐商家的外卖占比正不断提升。国家信息中心数据显示，我国在线外卖营业额不断攀升，占全国餐饮业比重越来越高，2021 年在线外卖占餐饮业收入比例已达 20%以上。

2015至2021年线上外卖收入及占比变化



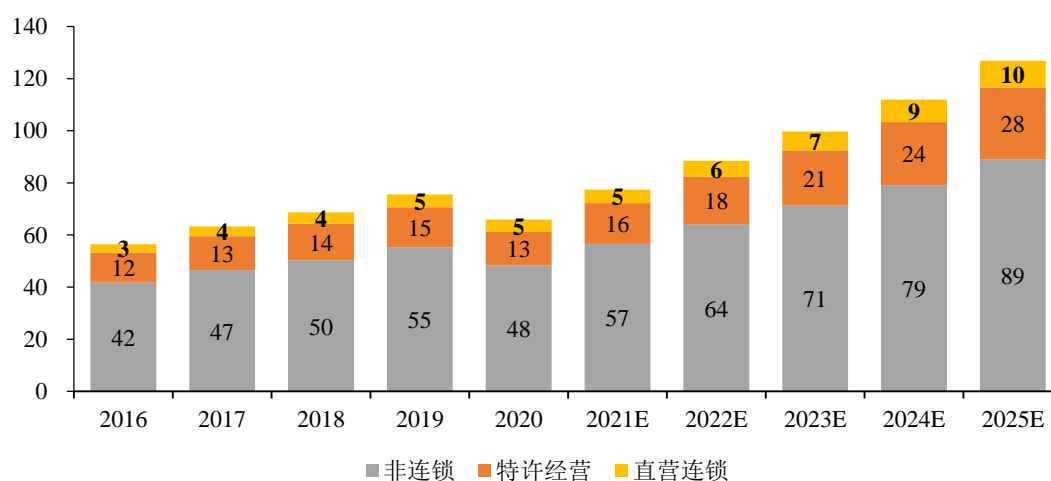
数据来源：国家信息中心。

#### （4）行业经营模式

中式快餐市场的经营模式可分为直营连锁、特许经营以及非连锁等三类。由于中式快餐面临标准化、可复制、快捷化等规模化运营难题，根据招商证券报告，直营连锁模式仅占中式快餐市场的小部分，但中式快餐直营连锁模式的市场规模自 2016 年至 2019 年保持年均 15% 左右的复合增长率，并预计 2020 年至 2025 年将保持 16.93% 的复合增长率高速发展。随着技术与管理水平的提升，中餐的标准化程度将持续加深。预计到 2025 年，中式快餐直营连锁模式的市场规模将达 1,023 亿元。

单位：百亿人民币

2016年来中国各类中式快餐市场规模情况（含预测）



数据来源：招商证券研究所。

中式快餐按照取餐方式，可分为套餐点选模式以及横排自取模式等两种。其中套餐点选模式下，顾客根据快餐店给定的餐单或点餐小程序，进行套餐或单品的选择，并由店员备完餐后提供给顾客。套餐点选模式的套餐产品往往具有合理的营养搭配，同时店员备餐也提升了餐品制作的标准化程度和卫生水平，但对公司餐品搭配以及店员主动服务水平提出了较高要求；横排自取模式下，顾客可直接选择餐品并结算就餐，虽然因需排队取餐而使取餐时间较长，但排队候餐的形式也提升了门店取餐区的人流量，有助于营造热闹的就餐氛围。

## 4、面临机遇与风险

### （1）行业发展面临的机遇

### 1) 国家扩大内需的需要，拓展行业发展空间

党的十八大以来，“发展现代服务业”与“扩大内需”逐步成为我国经济发展方式转变的两大重要抓手，而餐饮服务业作为“现代服务业”的重要组成部分以及“扩大内需”的重点领域之一，在国家发展大方向下将迎来更广阔的发展空间。《商务部关于加快发展大众化餐饮的指导意见》《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》等一系列法规政策的出台，亦为餐饮服务业的发展与市场空间拓展提供了坚实保障。

### 2) 经济发展与消费升级，拉动餐饮市场需求

随着经济发展与人们生活水平的日益提高，餐饮行业的发展正面临着更广阔的市场空间。第七次全国人口普查数据显示，我国人口规模已达 14.12 亿，其中城镇人口为 9.02 亿，城镇人口占比为 63.89%，相比于第六次人口普查占比提升 14.21 个百分点。《2021 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2021 年我国全年实现国内生产总值达 114.4 万亿元，同比增长 8.1%；我国城镇居民人均可支配收入达 47,412 元，比上年增长 8.2%。国家统计局数据显示，2021 年，我国餐饮收入为 46,895 亿元。根据招行研究院的数据显示，预计到 2025 年，我国餐饮收入将达 6.3 万亿元。

### 3) 经济全球化趋势深化，餐饮发展迎新契机

随着经济全球化的进一步深入，国际知名餐饮服务企业纷纷进入中国市场，并与中国本土餐饮企业开展竞争与合作。在相互竞争、合作过程中，国内餐饮业逐步吸收国外先进经营理念、管理经验、运作模式，呈现出多元化、集团化、品牌化的发展态势。随着餐饮品类的多样化、经营模式的多元化、经营形式的多态化，餐饮业正迎来新契机。

## (2) 行业发展面临的挑战

### 1) 标准化程度较低，尚未形成显著品牌效应与规模效应

现阶段，我国餐饮行业依旧呈现出“多、小、散、低”等行业特点，相比美国、日本等发达国家，我国餐饮行业的基础食材品牌化、预制菜工业化以及餐饮行业连锁化程度均较低。在基础食材领域，供应仍旧以超市散装为主，食品的品牌效应仍不明显；在预制菜领域，作为预制菜解决方案的复合调味品仍处于发展起步阶段；在餐饮行业连锁化领域，目前中国餐饮企业的连锁化率低于美国与日本，仍有广阔的提升空间。



## 2) 餐饮行业整体素质参差不齐, 业内企业两级分化严重

目前, 我国餐饮行业整体上仍旧缺乏先进的管理技术与标准化的运作体系。就从业人员来看, 餐饮行业从业者的文化水平相对较低, 餐饮的职业教育与专业培训工作相对滞后, 研发创新能力低。从门店运作模式来看, 很大一部分传统餐饮企业仍旧以手工随意性生产、单店作坊式经营和人为经验型管理的经营模式为主, 因不适应市场发展需求而快速衰亡。在餐饮行业升级的大背景下, 采用现代化连锁餐饮经营模式的企业, 逐步凸显出在统一采购、统一加工、统一配送、统一制作标准和服务标准、信息系统建设等方面的优势, 具有广阔的发展前景。

## 5、行业周期性等特征

### (1) 周期性

餐饮消费是居民生活之必需。随着我国经济水平的提升以及人口规模的持续增长, 消费者对餐饮消费的要求也在逐步提高。餐饮行业整体处于增长态势, 不存在明显的周期性。

### (2) 季节性

受益于大棚技术以及冷链保鲜技术的发展, 餐饮行业各类餐品可实现常年供应, 全年市场需求稳定, 不存在较为明显的季节性。同时, 部分时令产品因受到习俗、消费习惯等的影响, 均存在一定的销售旺季, 全年销售呈现出一定的波动。

### (3) 区域性

我国幅员辽阔, 饮食文化博大精深, 各地区人民受所处地理环境以及地域文化的影响, 在主食、食材选择、口味、切配手法、烹饪工艺等方面均有所差异。目前, 我国已形成了“八大菜系”的主流菜肴流派, 同时又有各地方小吃、各民族食品, 各地方饮食具有显著的区域性。近年来, 随着人口流动的日益频繁和中外交流的逐步深化, 不同地域人民对于餐品选择和口味追求的差异性在逐步降低, 产品的区域性特点在逐渐减弱。

## 6、行业变动趋势及变动原因

### (1) 行业变动趋势总结

报告期内及在未来可预见的区间内, 公司所属细分行业技术水平及特点、进入本行业主要壁垒、行业发展态势、面临机遇与风险、行业周期性特征的情况的变化, 对公司

不存在重大不利影响。

### (2) 行业利润水平的变动趋势

国家统计局数据显示，2019年与2020年，我国限额以上餐饮业的利润总额分别为251.21亿元和100.93亿元，分别占当期限额以上企业餐饮收入的2.66%和1.23%。2020年，我国限额以上餐饮业利润总额呈现下降趋势，主要系受新冠疫情影响以及原材料成本上升、用工成本上升等因素所致，2021年，随着我国新冠疫情逐步得到有效控制，加之国家宏观调整对餐饮原材料市场进一步规范整治，我国限额以上餐饮业的利润总额达到123.70亿元，行业利润总额有所回升，占当期限额以上企业餐饮收入的1.19%。

### (3) 行业利润水平的变动原因

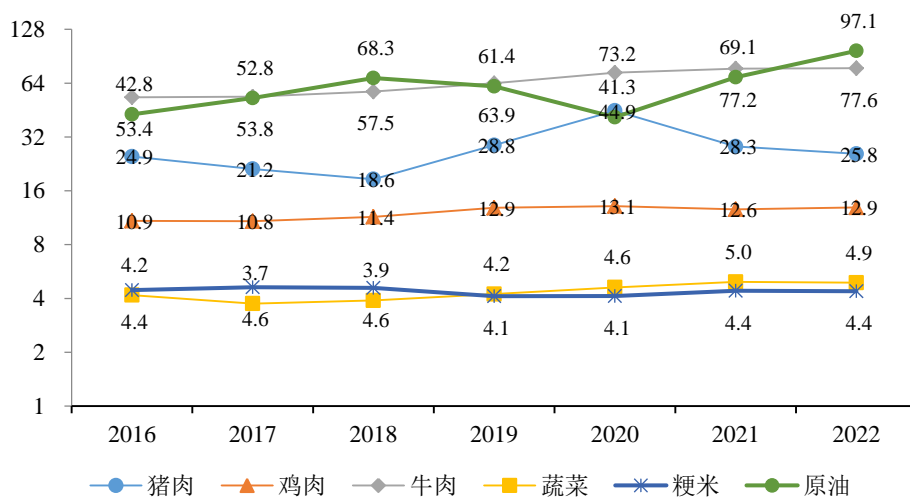
2020年，餐饮行业利润水平的变动原因主要系新冠疫情影响以及行业原材料成本、用工成本上升等因素所致。

#### 1) 近年来原材料价格波动情况

餐饮业的主要原材料包括猪肉、鸡肉、牛肉、蔬菜、大米和包材等。原材料成本构成了门店很大比例的餐饮成本及开支。近年来，以肉类为代表的部分原材料平均价格出现了较大幅度的波动。原材料往往因供需关系呈现周期性的波动，给餐饮企业的平稳经营带来了一定挑战。未来，随着人民收入水平的提升，以及对食品安全和食材质量要求的进一步提升，预计原材料价格将整体保持增长态势。餐饮企业将通过优化成本管理、调整市场销售策略等手段，保持日常经营的稳定。

单位：元/公斤，美元/桶

2016至2022年中国部分原材料平均价格情况



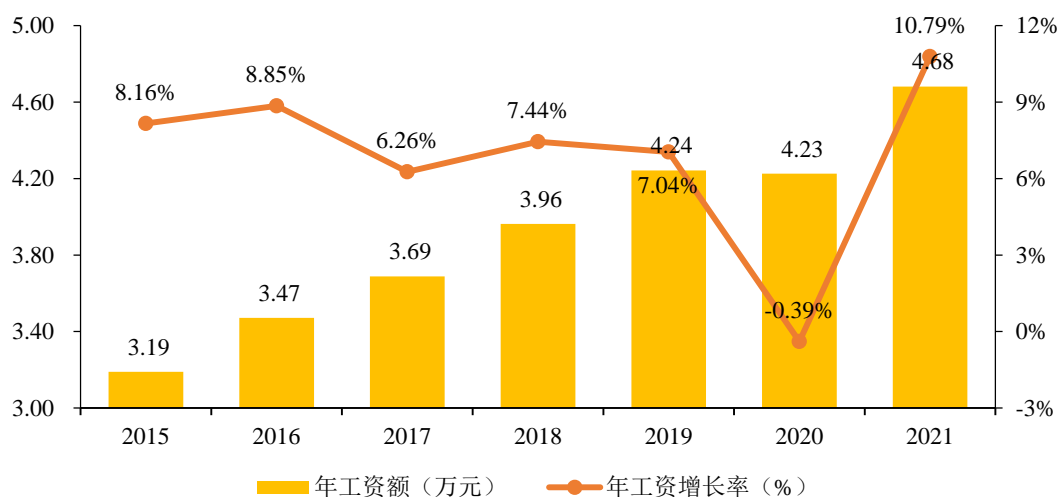
注 1: 数据来源为 Wind 摘录的中国农业部、国家粮油信息中心、国家发改委、世界银行等相关数据, 各年原材料平均价格按照全年各日数据取平均数计算得出;

注 2: 原油价格在一定程度上反映包材的市场价格变动情况。

## 2) 近年来用工成本波动情况

随着我国经济的发展以及产业结构的优化, 我国劳动力成本逐步提升。国家统计局数据显示, 我国住宿与餐饮业私营单位年工资已从 2015 年的 3.19 万元增长至 2021 年的 4.68 万元, 年均复合增长率为 6.61%。未来, 随着我国经济的进一步发展, 居民可支配收入的稳步提升以及通货膨胀的影响, 我国劳动力成本将持续上升。餐饮企业将通过优化人员配置、调整市场销售策略等手段, 保持日常经营的稳定。

2015至2021年住宿与餐饮业私营单位人员工资



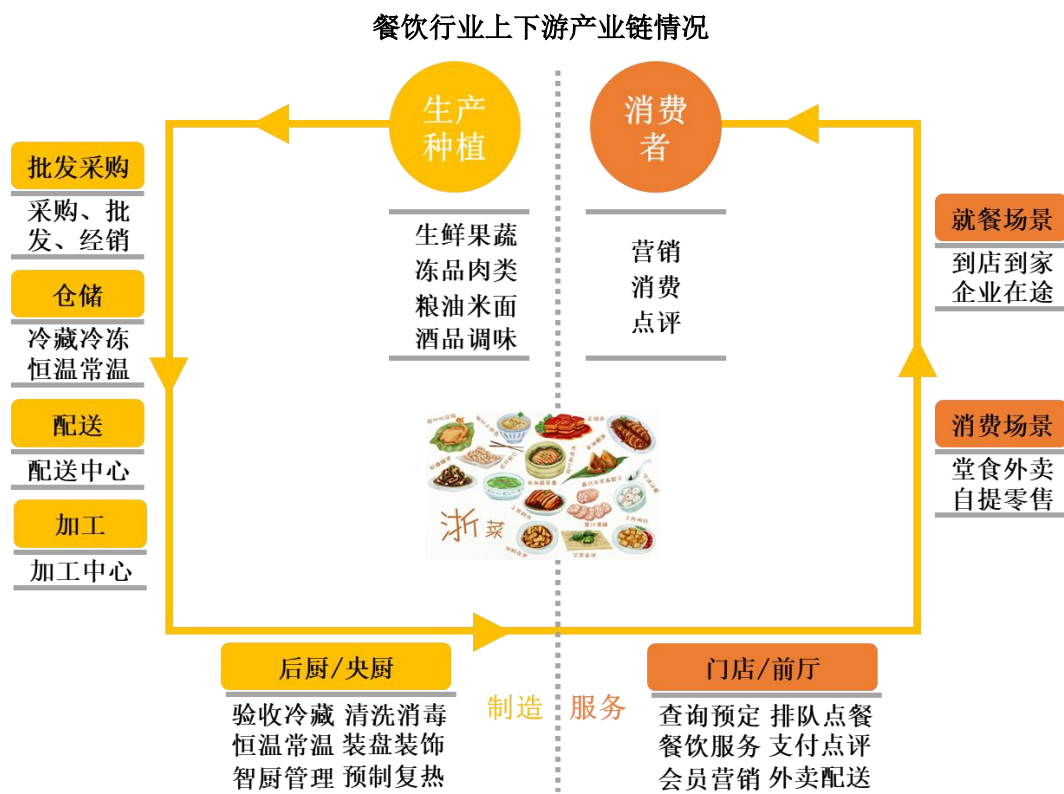
数据来源: 国家统计局。

## 7、发行人所属行业在产业链中的地位和作用, 与上、下游行业之间的关联性

餐饮业是活跃经济、繁荣市场、促进相关行业发展的重要行业。餐饮业的发展, 需要国民经济在基础设施、生产技术设备、物资用品以及各类食品原材料上提供支持, 进而能够带动、促进相关产业发展, 在产业链中居于重要地位。

公司所处餐饮行业的上游主要为原材料供应商、物流供应商以及食材加工供应商等, 关联的上游行业为农副产品的种植、养殖行业, 粮油加工、酒水饮料、农副产品加工和零售行业以及物流配送行业。餐饮行业关联的上游行业以第一产业为主, 同时第二、第三产业相配套, 上游行业的行情价格波动, 对餐饮业的产能供应、成本管控和盈利能力有着直接影响。同时, 餐饮业的快速发展和模式创新, 亦对上游关联行业的科学化、标准化、规范化提出了更高的要求。

餐饮行业直接面向消费者，随着下游消费者对产品质量、性价比、餐品口味和服务上的要求进一步提高，餐饮行业的服务效率和质量需适应更高标准，客观上加速了餐饮行业连锁化、工业化的发展步伐。



数据来源：国联证券研究所。

#### （四）行业竞争格局及发行人市场地位

##### 1、行业竞争格局及市场化程度

###### （1）行业竞争格局

###### 1) 头部餐饮企业仍以外资餐饮品牌为主

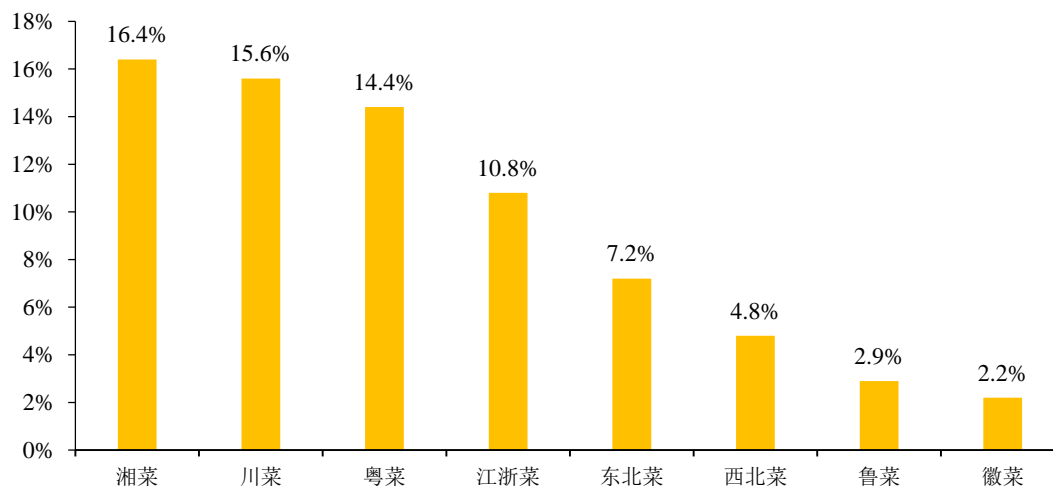
国际餐饮连锁品牌在进入中国市场前，已经历长期发展，其运营模式较为成熟。相比于国内连锁餐饮企业，国际餐饮品牌连锁门店的经营规模更大、工业化程度更高，门店管理亦更加精细。以 2021 年为例，经中国连锁经营协会统计，我国前五大特许经营餐饮公司中，西式餐饮品牌占据其中四席，国内餐饮企业仍具有较大的本土化提升空间。

###### 2) 中餐中湘菜、川菜、粤菜和江浙菜居于前列

中餐经过上千年的发展，不同菜系通常具备显著的地域特色。目前，中餐市场按餐品来源地可进一步区分为川菜、粤菜、江浙菜、京菜、湘菜等众多品类。据行业数据统

计，以正餐为例，湘菜、川菜、粤菜与江浙菜为门店数量最多的菜系，其中江浙菜的门店数量占比为 10.8%。2021 年，我国中式正餐菜品构成情况如下：

2021年中式正餐市场门店数量按来源地划分情况



注：数据来源于红餐网，江浙菜包含本帮菜。

## (2) 市场化程度

餐饮行业的市场化程度较高，行业竞争较为充分。其中，中式快餐的行业竞争主要体现在出餐及时性、餐品标准化、性价比、环境与服务、地点选择、高质量食材供应等多方面。据中国连锁经营协会数据，2021 年，前五大中式快餐特许经营企业的合计市场份额约 2.4%。

## 2、公司产品或服务的市场地位

餐饮行业为完全竞争的市场，市场化程度较高，头部餐饮企业的市场占有率较低。公司 2019 年至 2021 年占中国餐饮市场以及中式快餐市场的比例情况如下：

单位：亿元

时间	公司营业收入	餐饮行业市场 规模	餐饮行业市场 规模 占比	中式快餐市场 规模	中式快餐市场 规模 占比
2019 年	12.22	46,720.70	0.0262%	7,557	0.1618%
2020 年	12.07	39,527.30	0.0305%	6,590	0.1831%
2021 年	15.25	46,894.90	0.0325%	7,744	0.1969%

数据来源：餐饮行业市场规模来自于 WIND 资讯摘录的国家统计局发布的餐饮收入数据，中式快餐市场规模来自于招商证券研究所统计数据。

2019 年至 2021 年，公司营业收入分别为 12.22 亿元、12.07 亿元以及 15.25 亿元，分别占中国餐饮行业总市场规模的 0.0262%、0.0305% 以及 0.0325%，以及分别占中式

快餐市场规模的 0.1618%、0.1831%以及 0.1969%，公司市场占有率在逐年提升。2022 年 1-6 月，受江浙沪地区疫情影响，公司实现营业收入 6.27 亿元，占中国餐饮行业总市场规模的 0.0313%，占有率略有下降。2022 年下半年来，随着上海及周边地区疫情得到较好控制，公司门店逐步恢复正常运转，预计营业收入市场占有率将有进一步提升。

报告期内，公司主要面向长三角区域提供“老娘舅”品牌中式快餐服务，餐品以江南口味为特征、米饭套餐为代表，同时兼顾多元美食餐品。2019 年至 2022 年 1-6 月，公司分别实现销售收入 122,243.18 万元、120,658.73 万元、152,487.19 万元和 62,737.45 万元；截至 2022 年 6 月末，共建立了 391 家“老娘舅”品牌连锁门店。

公司市场地位突出，是门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐连锁企业，并在长三角区域形成了较高的市场知名度和品牌影响力。近年来，公司在行业中获得的主要荣誉情况如下：

序号	荣誉	年度	授予单位
1	工人先锋号	2010 年	上海市总工会
2	上海世博会世博园区服务保障先进集体	2010 年	上海市总工会、上海世博会事务协调局、共青团上海市委员会、上海市妇女联合会
3	中国 2010 年上海世博会园区青年文明号	2010 年	共青团上海世博会事务协调局工作委员会、世博园区团建联建联席会议办公室
4	“十一五”浙江省商贸百强企业	2011 年	浙江省商贸业联合会、浙江省餐饮协会
5	中餐科技进步奖	2011 年	中国烹饪协会
6	浙江省服务业重点企业	2014 年	浙江省人民政府
7	G20 杭州峰会指定快餐供应企业	2016 年	国际峰会杭州市筹备工作领导小组
8	浙江名牌产品证书	2016 年	浙江省质量技术监督局
9	中餐科技进步奖	2017 年	中国烹饪协会
10	浙江省知名商号	2017 年	浙江省工商行政管理局
11	浙江省著名商标证书	2017 年	浙江省工商行政管理局
12	餐饮业质量安全提升工程示范企业	2017 年	中国烹饪协会
13	浙江省科技型中小企业证书	2017 年	浙江省科学技术厅
14	2017 年度中国餐饮业十大快餐品牌	2018 年	中国烹饪协会、中经网传媒有限公司、《北京商报》社
15	浙江省第十六届运动会指定快餐服务商	2018 年	浙江省第十六届运动会组委会
16	浙江省防控新冠疫情市场保供贡献突出企业	2020 年	浙江省商务厅
17	江苏餐饮业放心消费创建示范单位	2020 年	江苏省餐饮行业协会
18	农业产业化国家重点龙头企业	2021 年	中华人民共和国农业农村部

未来，公司将进一步坚持“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，遵循“江南特色、家常特点、老娘舅属性”的品牌理念，持续性推出新餐品，并将以长三角为起点，继而面向全国多区域持续性进行门店拓展。公司的销售规模和经营门店数预计将进一步扩张。

### 3、主要竞争对手及同行业上市公司情况

公司的行业竞争对手及同行业上市公司主要为境内提供餐饮服务的连锁门店经营企业。在餐饮服务行业，国内 A 股主要上市公司包括西安饮食、全聚德、同庆楼和广州酒家，该等公司主要经营中式正餐和速食食品销售；港股主要上市公司包括百胜中国、味千（中国）、大家乐集团，该等公司主要经营西式快餐或粤式快餐；主要非上市公司包括金拱门（中国）有限公司（以下简称“麦当劳”）、乡村基快餐连锁控股有限公司（以下简称“乡村基”）、安徽老乡鸡餐饮股份有限公司（以下简称“老乡鸡”）、真功夫餐饮管理有限公司（以下简称“真功夫”）、快乐蜂（中国）餐饮管理有限公司（以下简称“永和大王”）、宁波市来必堡餐饮管理有限公司及其关联方（以下简称“来必堡”）、宁波市海曙顺旺基餐饮经营管理有限公司（以下简称“顺旺基”），该等公司均为区域知名中式连锁快餐公司。此外，公司为实现标准化门店运营，开发和生产预制菜亦是公司重要的经营环节之一，国内 A 股上市公司中味知香、千味央厨主要从事预制菜产品的生产和销售，与公司存在一定可比性。

上述行业竞争对手或同行业上市公司的主要情况如下：

#### （1）境内上市餐饮公司

公司名称	主要业务介绍
同庆楼 (605108.SH)	该公司成立于 2005 年，采用连锁直营模式从事大众聚餐和宴会服务。公司的主营餐品包括“黄山臭鳜鱼”、“金牌红烧肉”、同庆楼小笼汤包等。截至 2021 年末，公司共拥有直营门店 59 家。2021 年度，公司实现营业收入 16.08 亿元，同比上升 24.11%；实现归属于母公司股东的净利润 1.44 亿元，同比下降 22.17%。2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 7.45 亿元，同比下降 5.91%；实现归属于母公司股东的净利润 0.21 亿元，同比下降 70.29%。
广州酒家 (603043.SH)	公司是始创于 1935 年的中华老字号企业，是华南地区岭南特色的大型食品制造及餐饮服务集团。公司旗下拥有“广州酒家”、“陶陶居”、“利口福”、“秋之风”、“粮丰园”等多个知名品牌，致力于研发、生产和销售月饼系列产品、速冻食品、腊味、饼酥、西点等多种品类。公司依托“广州酒家”、“陶陶居”、“天极品”、“星樾城”等品牌，旗下拥有 39 家餐饮门店。2021 年度，公司实现营业收入 38.90 亿元，同比增长 18.33%；实现归属于母公司股东的净利润 5.58 亿元，同比增长 20.28%。2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 14.24 亿元，同比增长 15.54%；实现归属于母公司股东的净利润 0.54 亿元，同比增长 45.33%。

公司名称	主要业务介绍
全聚德 (002186.SZ)	该公司成立于1994年,主营业务是餐饮服务及食品加工、销售业务,旗下拥有“全聚德”、“仿膳”、“丰泽园”、“四川饭店”等品牌。截至2021年末,公司在北京、上海、杭州、长春等地开设餐饮门店共计109家,其中全聚德品牌门店99家,仿膳品牌门店1家,丰泽园品牌门店5家,四川饭店品牌门店4家。2021年度,公司实现营业收入9.48亿元,同比增长20.99%;实现归属于母公司股东的净利润-1.57亿元。2022年1-6月,公司实现营业收入3.27亿元,同比下降31.72%;实现归属于母公司股东的净利润-1.53亿元,同比下降259.32%。
西安饮食 (000721.SZ)	该公司成立于1996年,是以餐饮服务和食品工业为两大支柱产业的餐饮上市公司。公司拥有21家分公司、18家子公司,11家餐饮品牌被国家商务部认定的“中华老字号”,供应凉菜、热菜、牛羊肉泡馍、葫芦头泡馍、水饺、烤鸭、涮锅等地方特色菜肴、精品陕菜、小吃、清真食品,以及粤菜、川菜、淮扬菜、苏锡菜等。2021年度,公司实现营业收入5.19亿元,同比增长26.39%;实现归属于母公司股东的净利润-1.69亿元。2022年1-6月,公司实现营业收入2.36亿元,同比下降7.29%;实现归属于母公司股东的净利润-0.96亿元,同比下降55.63%。

## (2) 港股上市快餐公司

公司名称	主要业务介绍
百胜中国 (9987.HK)	该公司于1987年开设了第一家门店,截至2021年12月底,百胜中国在中国大陆共经营门店11,788家。该公司拥有、特约经营的品牌包括肯德基、必胜客、小肥羊、黄记煌、COFFi & JOY、东方既白、塔可贝尔及Lavazza等。2021年度,百胜中国实现营业收入628.20亿元,同比增长19.24%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润23.08亿元,同比下降33.94%。2022年1-6月,公司实现营业收入321.88亿元,同比下降4.23%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润12.28亿元,同比下降55.47%。
味千(中国) (0538.HK)	该公司成立于1996年,是在中国香港和中国内地以“味千”品牌销售日本面食(拉面)和日式菜式的快速便利餐厅连锁经营商。截至2021年末,共拥有737家门店,是中国烹饪协会认可的国内规模最大日式快速便利餐厅连锁企业。2021年度,味千(中国)分别实现营业收入20.46亿元,同比增长9.50%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润0.35亿元,同比增长135.73%。2022年1-6月,公司实现营业收入6.95亿元,同比下降33.24%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润-0.97亿元,同比下降349.89%。
大家乐集团 (0341.HK)	该公司始创于1968年,主要提供港式快餐。截至2022年3月底,公司共拥有500家门店,主要分布在中国香港、广州、惠州、深圳、东莞、中国澳门等地。2021年4月至2022年3月,大家乐集团实现营业收入60.90亿元,同比增长11.82%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润-0.79亿元。

## (3) 区域知名快餐公司

公司名称	主要业务介绍
麦当劳	该品牌创立于1955年,为世界知名快餐品牌,主要售卖汉堡包,以及薯条、炸鸡、汽水、冰品、沙拉、水果等快餐食品。麦当劳于1990年在深圳开设了第一家中国内地的餐厅,目前在中国内地已有3,500多家餐厅。
乡村基	该公司成立于1996年,主营“乡村基”品牌和“大米先生”品牌中式快餐,截至2021年9月30日,公司共经营直营餐厅1,145家。受新冠疫情影响,2020年度,乡村基实现营业收入31.63亿元,同比下降2.95%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润-0.49亿元,同比下降159.58%。2022年1月,乡村基已向港交所递表,拟申请港股上市。2021年度,乡村基实现营业收入46.23亿元,同比增长46.17%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润1.02亿元,同比增长309.45%。2022年1-5月,乡村基实现营



公司名称	主要业务介绍
	业收入 17.93 亿元，同比增长 3.4%；实现利润-0.22 亿元。
老乡鸡	该公司前身为“肥西老母鸡”品牌中式快餐，2003 年第一家快餐店创立于合肥，2012 年将品牌升级为“老乡鸡”，主要提供中式快餐服务。截至 2021 年底，老乡鸡共拥有直营门店 991 家，加盟门店 82 家，多数门店分布于安徽、江苏、湖北等地。2021 年度，老乡鸡实现营业收入 43.93 亿元，同比增长 27.18%；实现归属于母公司的净利润 1.35 亿元，同比增长 28.12%。2022 年 5 月，老乡鸡已向中国证监会报送申请文件，拟申请上交所主板上市。
真功夫	该公司于 1990 年创立，主营以蒸品为特色的中式快餐，发源于东莞。自 1999 年来，该公司先后进驻广州、深圳、北京、上海、杭州、沈阳、天津、武汉、长沙、福州、郑州等数十个城市，成为全国连锁发展的中式快餐企业。真功夫在全国拥有华南、华东、华北三大后勤中心，分别建立在广东东莞、浙江嘉兴、北京通州，负责所有餐厅的采购、加工与配送。
永和大王	该公司于 1995 年于上海开设第一家门店，是源自中国台湾的知名中式美食快餐品牌。截至 2020 年底，永和大王已在全国近 50 个城市，开设约 350 家餐厅，其主要产品包括现磨豆浆、卤肉饭、酥嫩鸡腿排和番茄牛肉面等。
来必堡	该公司成立于 1999 年，主营中式餐饮连锁经营。目前已在金华、舟山、宁波、上海、绍兴、杭州等城市设立了分店。
顺旺基	该公司于 1998 年创立，主营中式快餐的连锁经营，门店覆盖浙江、江苏、四川、重庆、上海等省市。

#### (4) 境内预制菜上市公司

公司名称	主要业务介绍
味知香 (605089.SH)	该公司成立于 2008 年，专业从事预制菜的研发、生产和销售，是行业领先预制菜生产企业之一，主要通过线下经销和线上方式销售“味知香”品牌产品。2021 年度，味知香实现营业收入 7.65 亿元，同比增长 22.84%；实现归属于母公司股东的净利润 1.33 亿元，同比增长 6.06%。2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 3.78 亿元，同比增长 3.47%；实现归属于母公司股东的净利润 0.70 亿元，同比增长 14.58%。
千味央厨 (001215.SZ)	该公司成立于 2012 年，主要为餐饮企业提供定制化、标准化的预制半成品，主要销售模式包括直营模式和经销模式，直营模式客户主要是全国性的品牌连锁餐饮企业，如百胜中国、海底捞、华莱士、真功夫、九毛九等，经销模式为通过经销商作为渠道向中小餐饮企业、团餐、酒店等实现产品供应的模式。2021 年度，千味央厨实现营业收入 12.74 亿元，同比增长 34.89%；实现归属于母公司股东的净利润 0.88 亿元，同比增长 15.51%。2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 6.49 亿元，同比增长 14.23%；实现归属于母公司股东的净利润 0.46 亿元，同比增长 25.43%。

## 4、公司的竞争优势

### (1) 高标准的全流程质量安全管理优势

公司致力于为消费者提供高品质与稳定的“老娘舅”品牌餐品，从食材选择、供应链管理至餐品操作流程，均执行高标准的质量安全管理规范。

一方面，公司严格把控食材选择。公司对每一款餐品食材原料的选用标准均做了严格的限定，以最大程度地保证餐品品质的稳定性和出餐餐品的标准化。例如公司主食

“米饭”产品，选取江南的非转基因稻米米种，软糯香黏，小巧圆胖，富含蛋白质，种植于环境好水源足的江苏大米产区，一年只产一季，产量少而口感好；公司核心产品“梅干菜烧肉”在选材上严格杜绝“瘦肉精”，所选择的猪肉肥而不腻，实现了口感与安全性的统一；又如公司茶树菇产品，原料种植于武夷山原产地，品质一级且富含营养素，通过低温保存技术最大程度保证了其自然风味。

另一方面，在供应链环节，为保证食材安全，公司对各个环节进行了专业把控，建立了四道防线体系，具体如下：

供应链环节	具体业务介绍
原材料供应端 (第一道防线)	对供应商从“硬件、体系运行以及企业价值观”等三个维度进行考核，对物料从“色、香、味、形、口感、理化指标”等标准进行鉴定挑选，确保源头原料的稳定安全
生产加工环节 (第二道防线)	采取双认证模式运行，自产以及委外生产部门均需通过 ISO22000 体系认证并根据 SC 标准组织生产，同时公司控制核心关键设备的质量，保证加工食材的口味
物流仓储环节 (第三道防线)	对食材进行 24 小时在线温度监控，对不标准的餐品一律作报损处理，同时全程冷链监控运输，实施 GPS 追踪在线运输轨迹，确保食材运输安全稳定
门店销售环节 (第四道防线)	对到货食材进行品质验收，验收通过后经仓储、解冻、烧制蒸制与烤制、包装储存后形成可销售餐品。公司对门店自顾客点餐至出餐的时间间隔有着严格限制，并对出餐餐品的“色、香、味、形、温度”进行监督和控制，全方位为顾客提供一流餐品及一流服务

此外，公司为保证餐品推出的高品质、一致性以及稳定性，建立了一整套完备的科学化、规范化和标准化的餐品操作流程体系。公司选取的各类食材，从预处理阶段开始严格记录时间，以确保食材的高新鲜度和餐品的高品质；在食材加工环节，公司对烹饪的时间、温度和颜色等指标均精细把控，实现各批次出餐餐品“色、香、味、形、口感”的高度统一；在门店销售环节，在餐品售出前的加热阶段，各餐品根据标准要求，配有各自的“时间牌”，以记录餐品的最佳尝味期。公司通过从食材采购至餐饮门店的全流程严格把控，确保了出餐餐品的高质量。

经过多年的发展，公司已积累了丰富的餐品质量以及安全管控经验，已通过了 ISO22000 食品安全管理体系、HACCP 体系等认证。公司并于 2018 年经国家标准化管理委员会审批成为“数字化中式连锁快餐服务标准化试点”国家项目的承担单位，该项目主要以数字化、大数据为依托，建立健全数字化中式连锁快餐服务的标准化体系，推动中式连锁快餐的发展与服务提升；2022 年 8 月，该项目已经国家标准化管理委员会确认考核评估合格。

## (2) 科学化的餐品与专用设备开发优势

在餐品研发过程中，公司餐品研发团队遵循一系列严格的执行流程。首先，研发团队会深入各地调研，寻找拟开发的目标餐品并进行细致化的研究，致力于将餐品的烹饪艺术转化为现代化门店经营所需的可操作化技术，进而进行小批量试验。在最终试验成功后，公司将进一步寻找更合适的原材料品种以及供应商。公司每一款新餐品的研发过程平均历时 20 个月。在研发成功后，新餐品将进入公司的餐品库。公司将根据市场需求，从餐品库中适时选取新的餐品向市场进行推广。持续性的餐品研发以及成果展现，为公司适应市场需求提供了强大保障。

为提升门店操作的标准化与简易化程度，公司为煮饭、蒸蛋、肉类解冻、肉类烤制等烹饪过程，开发了多项具有自主知识产权的烹饪专用设备，截至 2022 年 6 月末公司拥有 2 项发明专利以及 11 项实用新型专利。例如，通过使用具有发明专利的专用蒸蛋机，门店员工只需要将蛋液和配料注入固定容器当中并放入蒸蛋机内部，按动开关按钮，便能一次性最多制成 54 份品质统一的蒸蛋产品；公司具有实用新型专利的静电解冻冰箱，可在恒温恒湿条件下进行快速解冻的同时确保餐品品质保持原状，同时抑制细菌的滋生；借助静电解冻冰箱，门店在零下 18 度环境下保存的大部分食材均能在 4 小时内完成解冻，同时能高度还原冷冻肉类肉质。

### （3）可复制的标准化门店运营模式优势

公司门店运营模式充分借鉴了国际龙头快餐企业的标准化运营经验，突破了传统中式餐饮连锁在标准化、稳定性、快捷化等方面的规模化发展难题。为实现中式快餐的标准化、一致性及快捷性，公司最大限度降低门店端烹饪技艺的个性化成分，通过集中化的中央厨房生产模式、自主开发门店制备餐操作设备，实现了标准化的门店运营模式。公司将大部分餐品的操作过程放在了加工环节，门店只需要进行最简单的设备操作即可，在最大程度提升了餐品标准化和出餐速度的同时，也使得公司能够进入更多的经营场所，拓宽了公司未来发展空间。

同时，公司为员工配备了“企业网络学院”网络课程资源，门店店员可以随时随地查阅最新的设备操作指南以及门店管理运营规范。公司定期就操作规范以及门店运营等内容组织线上考试，考查员工的学习情况，以此进一步保障各门店操作运营的标准化、一致性及快捷性。

### （4）注重品牌塑造的顾客服务理念优势

公司在创立伊始即使用了“老娘舅”品牌，“老娘舅”是江南一带民间对具有公信力、受人信赖的长者尊称，以表示公司从事餐饮经营所坚守的诚信态度与品牌理念，进而提出了“米饭要讲究、就吃老娘舅”的品牌口号，以突出公司对食材、工艺、品质的严谨态度。同时，公司将持续提升顾客体验作为快餐服务企业立身与发展的核心价值观，并在各经营环节落实该经营理念。在原材料选购环节，公司甄选健康、原味食材，关注农药残留问题，切实保障食材的安全性和新鲜度；在餐品生产环节，公司从色、香、味、形、口感、温度、菌落等各方面关注成品品质，确保餐品质量的持续稳定；在门店服务环节，公司关注顾客的情感消费需求，推行微笑服务，旨在为顾客提供最诚挚的服务。此外，为提升服务质量，公司推行神秘顾客制度，在社会招募粉丝顾客，就餐品口味、服务质量、门店环境等各方面对各门店进行打分，以帮助公司更好地提升自身服务水平。公司持续性注重品牌塑造，目前已形成了“好吃讲究”的品牌形象。

同时，公司注重品牌培育与企业社会责任相连接，积极承担社会责任。在疫情期间，公司累计向各经营地的二十余家医院捐赠大米 130 余万元，并多次为医院医护人员以及高铁、车站、高速等地的防疫志愿者们提供免费工作餐以及其他防疫物资；2020 年 5 月，公司获得了浙江省商务厅授予的“浙江省防控新冠疫情市场保供贡献突出企业”荣誉称号；2022 年 6 月，上海市商务委员会向公司发送了感谢信，就公司在新冠肺炎疫情中为保障上海人民基本生活物资供应所作出的贡献表示了感谢。此外，在日常门店经营过程中，公司免费为就餐顾客提供口罩等防疫物资，助力常态化疫情防控政策；在台风等自然灾害期间，公司设置了紧急联系人制度并向社会公布信息，为门店周边的居民提供及时帮助，努力践行企业社会责任。

#### （5）线上线下协调发展的渠道资源优势

随着互联网、大数据时代的到来，公司顺应时代发展趋势，构建了全方面的营销网络，目前已形成了“线上”与“线下”协调发展的销售格局。

从“线下”销售来看，公司已构建了遍布长三角 16 个城市的门店经营网络。截至 2022 年 6 月末，公司处于经营状态的门店共计 391 家，其中直营门店 368 家，加盟门店 23 家。未来，公司将立足长三角，放眼全国，持续性进行门店扩张。

从“线上”销售来看，公司门店积极与美团、饿了么合作，大力发展线上外卖业务，进一步提高对终端客户的渗透率。公司利用微信、支付宝业态，构建了“老娘舅点餐”

小程序、“老娘舅源头商城”小程序并推广企业订餐模式，从扫码点餐、外卖送餐、食材销售、大客户服务等多样化维度，为广大消费者提供多方面的服务选择，进一步扩大对终端客户的覆盖广度。2019年至2021年，公司餐饮门店收入中，外卖金额分别为49,252.62万元、57,400.94万元以及70,004.89万元，呈现逐年快速上升态势，外卖金额占比从2019年的41.38%增长至2021年的47.30%。同时，公司2019年至2021年的自营外卖平台收入分别为37.63万元、4,170.60万元以及7,035.95万元，呈现快速增长态势。未来，公司将继续通过与第三方合作、创新品牌定位、加快品牌升级等多种手段，进一步优化线上销售布局，充分发挥公司的渠道资源优势。

同时，公司“线下”日常门店经营业务以及“线上”外卖、零售业务的开展离不开信息化体系的支持。公司一直以来高度重视内部信息化工作，始终将信息化建设放在重要位置，不断加大建设投入力度，以业务与管理诉求为驱动力，推动实现办公、管理及业务服务的一体化。目前依托前台系统（POS收银系统、在线点餐和CRM会员系统等）的全面覆盖、中台系统（业务中台和数据中台等）的高效赋能、后台系统（财务和供应链系统、人力资源系统和办公协同系统等）的稳健支撑，实现了传统行业与现代化产业模式的成功接轨，增强公司在日益竞争激烈环境中的竞争能力，进一步助力公司“线上”与“线下”业务的全面协调发展。

## 5、公司的竞争劣势

### （1）标准化模式下餐品种类相对较少

公司从餐品加工处理到门店的简易制作，整个过程实现较高程度的标准化、稳定性。标准化的食品生产过程虽然保证了公司餐品品质与口味，但也增大了公司餐品拓展的难度。公司每推出一个新餐品，既需要精选优质食材，同时需要专业的门店餐饮设备作支撑，甚至需要增添新的加工设备，给公司造成一定的成本压力，并可能会对门店后厨面积提出更高要求，而新推餐品的受欢迎程度也存在一定不确定性。因此，所能提供的餐饮品种相对较少，是标准化连锁餐饮企业面临的一大共同难题。目前，公司已形成了“江南红烧鱼”、“梅干菜烧肉”、“鱼香肉丝”等十余种主打餐品，并可通过自由搭配的形式为顾客提供主菜、汤羹饮品、米面主食、小食配菜等几十种个性化选择。如何在现有标准化产品模式的基础上最大化提升餐品的多样性，是公司未来发展的一大要点。

### （2）面向全国布局经营战略尚待验证

公司各门店主要位于以杭州、上海和南京为中心的长三角地区，尚未面向全国其他地区布局经营门店。根据公司发展战略，未来将形成立足长三角，面向全国的经营格局。目前，公司距离实现发展战略尚存在一定距离，还需要资金、人力等各类资源的进一步投入，以支持公司的进一步对外扩展；同时，公司面向长三角以外地区经营拓展的能力，尚待进一步验证。

## 6、公司与同行业可比公司的比较情况

### (1) 同行业可比公司的选择依据

公司主要竞争对手和同行业上市公司中，同行业可比公司为同庆楼、广州酒家、全聚德、西安饮食等四家 A 股餐饮类上市公司，老乡鸡等 1 家 A 股中式快餐类拟上市公司，味知香、千味央厨等 2 家 A 股预制菜类上市公司，共计 7 家可比公司。公司同行业可比公司的选择标准为：出于财务与业务数据的可比性并结合公司业务性质，选取餐饮类与预制菜类 A 股上市公司，以及与公司业务重叠度最高的中式快餐类 A 股拟上市公司作为同行业可比公司。具体选取情况如下：

#### 1) 选取餐饮类与预制菜类 A 股上市公司

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务。目前，A 股上市公司中从事餐饮业务的主要为同庆楼、广州酒家、全聚德、西安饮食等四家公司，故选为同行业可比公司。

同时，公司建立了标准化的中央厨房，向门店配送的产品以预制产品为主。基于公司业务实际情况，出于可比公司选取的全面性考虑，公司选取了味知香、千味央厨等 2 家 A 股预制菜类上市公司作为同行业可比公司。

#### 2) 选取中式快餐类 A 股拟上市公司

公司主要经营中式连锁快餐，目前 A 股上市公司均以经营正餐或预制菜为主，尚未有经营中式快餐的上市公司。因此，公司选取了 A 股拟上市中式快餐连锁企业老乡鸡作为同行业可比公司。老乡鸡主营“老乡鸡”品牌中式快餐，其经营门店主要位于以安徽、江苏、上海为主的华东地区以及湖北地区，具有较强可比性。

综上，公司选取同庆楼、广州酒家、全聚德、西安饮食、老乡鸡、味知香、千味央厨 7 家公司作为可比公司，同行业可比公司基于公司“以中式快餐为主进行销售并以中

央厨房模式为主进行生产”的特点进行全面选取，具有合理性。

(2) 公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力等方面的比较情况

公司所选取的7家可比公司中，同庆楼采用连锁直营模式从事大众聚餐和宴会服务，主营中式正餐；广州酒家是华南地区岭南特色的大型食品制造及餐饮服务集团，主营食品销售与中式正餐；全聚德主营业务是餐饮服务及食品加工、销售业务，以中式正餐为主；西安饮食是以餐饮服务和食品工业为两大支柱产业的餐饮上市公司，主营中式正餐与食品销售；味知香专业从事预制菜的研发、生产和销售，是行业领先预制菜生产企业之一；千味央厨主要为餐饮企业提供定制化、标准化的预制半成品，以预制菜销售为主；老乡鸡主要提供“老乡鸡”品牌中式快餐服务。公司与各可比公司在经营战略有具有不同的侧重点，因此在经营情况、市场地位、技术实力等方面存在一定差异。

(3) 公司与同行业可比公司在关键业务数据、指标等方面的比较情况

餐饮行业企业的关键业务数据主要为产品销售收入和经营业绩，报告期各期公司营业收入、净利润与同行业上市公司的比较情况如下：

单位：万元

项目	名称	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
营业收入	同庆楼	74,524.79	-5.91%	160,836.89	24.11%	129,592.05	-11.41%	146,279.00
	广州酒家	142,362.27	15.54%	388,992.44	18.33%	328,748.62	8.54%	302,869.97
	全聚德	32,733.46	-31.72%	94,774.58	20.99%	78,331.79	-49.99%	156,631.89
	西安饮食	23,648.23	-7.29%	51,929.12	26.39%	41,086.52	-17.90%	50,045.75
	老乡鸡	201,131.61	-	439,267.02	27.18%	345,388.82	20.80%	285,923.13
	味知香	37,800.18	3.47%	76,464.64	22.84%	62,246.85	14.76%	54,242.45
	千味央厨	64,881.01	14.23%	127,389.67	34.89%	94,437.42	6.20%	88,928.29
	公司	<b>62,737.45</b>	<b>-15.93%</b>	<b>152,487.19</b>	<b>26.38%</b>	<b>120,658.73</b>	<b>-1.30%</b>	<b>122,243.18</b>
归属于母公司的净利润	同庆楼	2,111.67	-70.29%	14,406.48	-22.17%	18,510.96	-6.32%	19,759.35
	广州酒家	5,445.69	45.33%	55,763.46	20.28%	46,359.85	20.69%	38,413.37
	全聚德	-15,254.11	259.32%	-15,692.84	-40.07%	-26,186.14	-686.77%	4,462.79
	西安饮食	-9,614.94	55.63%	-16,868.60	-1971.71%	901.24	-119.11%	-4,715.08
	老乡鸡	7,611.69	-	13,484.23	28.12%	10,524.68	-33.91%	15,924.00
	味知香	7,037.79	14.58%	13,263.57	6.06%	12,505.27	45.00%	8,624.33
	千味央厨	4,575.15	25.43%	8,846.41	15.51%	7,658.83	3.33%	7,412.13

项目	名称	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
	公司	70.90	-97.54%	6,299.22	204.20%	2,070.75	-68.23%	6,517.46

同行业上市公司数据来源：Wind；公司2022年1-6月增长率数据未经审计。

2020年，受疫情影响，公司营业收入有一定幅度下降，归属于母公司的净利润有较大幅度的下降，上述情况与同行业可比公司同庆楼、全聚德、西安饮食等相似；此外，2020年同行业可比公司老乡鸡归属于母公司的净利润亦有较大幅度下降。2021年，因疫情得到缓解，公司通过门店布局与销售产品的优化迭代，市场销售情况良好，营业收入与归属于母公司的净利润有较大幅度的增长，营业收入增速高于同庆楼、广州酒家、全聚德、味知香等公司，归属于母公司的净利润增速高于各同行业可比公司。2022年上半年，全国多地陆续爆发疫情，各地均采取了更加严格的防控措施，尤其是2022年3-6月上海地区的疫情发展及因此扩散至江浙地区的疫情形势，致使公司正常经营受到较严重影响，由此公司2022年上半年营业收入和利润规模均较上年度有所下降。其中营业收入规模大体与千味央厨相当，低于同庆楼、广州酒家、老乡鸡等可比公司，高于全聚德、西安饮食、味知香等可比公司；归属于母公司的净利润高于全聚德、西安饮食等可比公司，低于其他同行业可比公司。

### 三、发行人销售及主要客户情况

#### （一）主要产品及服务的产量、销量情况

##### 1、主要产品的生产情况

公司中央厨房自产产品主要为按包计量的预制类产品，并由子公司湖州恒溢和湖州恒满负责加工生产，其中湖州恒满加工产品以鱼肉为主，具体加工产品包括江南红烧鱼、鱼肉狮子头、剁椒鱼块、小狮子头、雪菜毛豆肉丝、鲜炖鸡汤、白米粥、皮蛋瘦肉粥等，湖州恒溢加工产品以鸡肉类、小吃类产品为主，具体加工产品包括毛豆辣子鸡、板栗焖鸡、罗宋汤、千张包等。报告期内，公司自产产品的产能、产量与产能利用率情况如下：

单位：万包

公司	2022年1-6月			2021年度		
	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率
湖州恒溢	900.00	583.19	64.80%	1,800.00	1,701.84	94.55%
湖州恒满	1,200.00	850.00	70.83%	2,550.00	2,254.46	88.41%



(续)

公司	2020 年度			2019 年度		
	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率
湖州恒溢	1,440.00	1,335.16	92.72%	1,440.00	1,399.33	97.18%
湖州恒满	2,580.00	1,739.39	67.42%	2,580.00	1,999.05	77.48%

注：各类产品的产能与产量均换算为包数进行列示。

报告期各期，公司中央厨房自产产品的产能利用率总体处于较高水平。2020 年，受新冠疫情影响，公司自产产品的产能利用率有一定程度的下降。2021 年，随着新冠疫情逐步得到控制、公司销售规模的逐步扩大，公司中央厨房自产产品的产能利用率大幅提高。2022 年 1-6 月，受新一轮本土疫情在长三角地区的发展，公司自产产品的产能利用率出现一定程度的下降。

## 2、主要产品的销售情况

报告期各期，公司直营门店前五大套餐及前五大主菜的合计收入占比达 50% 以上，且前五大套餐对应的主菜与前五大单点主菜一致，该等套餐或主菜的合计销量情况如下：

单位：万份

餐品名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
鱼香肉丝	347.14	861.18	698.81	827.82
鱼肉狮子头	260.87	619.65	516.44	505.52
梅干菜烧肉	302.78	671.99	527.38	521.12
茶树菇老鸭	237.25	585.68	489.40	506.55
江南红烧鱼	206.22	503.42	406.36	520.48

注 1：鱼肉狮子头的销量统计包含鱼肉狮子头套餐销量、鱼肉狮子头主菜单品销量及小吃配菜中的“鱼肉狮子头单个”和“鱼肉狮子头双个”，由于套餐和主菜单品中的鱼肉狮子头每份均有 3 个狮子头，因此小吃配菜中的“鱼肉狮子头单个”和“鱼肉狮子头双个”的销量分别按 1/3 份和 2/3 份统计；

注 2：其他餐品的销量统计包含主菜单点销量及以该主菜为主的套餐销量；

注 3：多人份套餐的数量根据其具体包含的主菜数量进行统计。

## (二) 主要产品及服务销售收入情况

### 1、销售收入产品构成情况

报告期内，公司主营业务收入按业务分类构成情况如下：

单位：万元

业务类型	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
餐饮门店收入	60,870.01	97.31%	148,011.85	97.31%	116,901.56	97.15%	119,034.56	97.60%
食材销售收入	1,681.41	2.69%	4,086.20	2.69%	3,433.24	2.85%	2,922.73	2.40%
合计	<b>62,551.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>152,098.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>120,334.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>121,957.29</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入主要来自直营门店的门店经营收入以及对加盟商的食材销售收入。其中，2020年和2022年1-6月，受新冠疫情影响，公司主营业务收入有所下降。

## 2、销售价格的总体变动情况

### (1) 套餐

报告期内，公司主要套餐的平均单价变动情况如下：

单位：元/份

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	单价	变动值	单价	变动值	单价	变动值	单价
江南红烧鱼套餐	34.65	1.67	32.98	0.71	32.27	0.92	31.35
梅干菜烧肉套餐	32.21	-0.35	32.56	1.33	31.23	-0.42	31.65
茶树菇老鸭套餐	28.05	-0.20	28.25	1.11	27.14	-0.01	27.15
鱼肉狮子头套餐	25.76	-	25.76	1.48	24.28	0.35	23.93
鱼香肉丝套餐	21.62	0.13	21.49	0.96	20.53	1.44	19.09

注：单价均为不含税金额，下同。

报告期内，公司主要套餐产品平均单价区间在19-35元之间，符合公司套餐的定价标准。报告期内，公司套餐单价的波动主要系受套餐配菜搭配、调价、营销活动等因素影响。其中，2021年，由于原材料和人工成本上涨，公司对主要套餐进行了一轮价格调整，使得各套餐平均单价上升1元左右；2022年，公司江南红烧鱼套餐中的“年年有鱼”套餐销量较高，该套餐因配菜较多单价高于常规套餐，使得江南红烧鱼套餐平均单价有所上升。

### (2) 主菜单品

报告期内，公司主要主菜单品的平均单价变动情况如下：

单位：元/份

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	-----------	--------	--------	--------

	单价	变动值	单价	变动值	单价	变动值	单价
江南红烧鱼	15.39	0.13	15.26	0.73	14.53	1.71	12.82
梅干菜烧肉	13.09	-0.05	13.14	0.57	12.57	-0.73	13.30
茶树菇老鸭	11.05	-	11.05	0.56	10.49	-0.68	11.17
鱼肉狮子头	9.32	0.04	9.28	0.27	9.01	0.05	8.96
鱼香肉丝	8.07	-	8.07	0.13	7.94	1.28	6.66

报告期内，公司主菜单品的平均单价在 6-16 元范围区间内，符合公司各类主菜单品的定价标准。其中，2020 年公司对部分地区的江南红烧鱼与鱼香肉丝单品调价 1 元左右，其他单品略有波动主要系受营销活动等因素影响。

### （三）公司的主要客户群体

公司主要收入来自直营门店面向终端个人消费者提供中式快餐产品的收入，该类收入的客户群体分散且收入较为平均，不存在对收入影响较大的主要客户。除此之外，公司亦有部分面向单位客户的销售收入，主要为来自加盟商的食材销售收入以及出售给零星企业客户的食材收入等。

### （四）前五名客户的销售情况

报告期各期，公司主营业务收入前五名客户情况如下：

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额 (万元)	占营业收入 的比例
2022 年 1-6 月	1	湖州霖臻	预制食品及其他 原辅材料等	1,309.27	2.09%
	2	苏州市姑苏区人民政府吴门桥街道办事处	餐品	339.32	0.54%
	3	苏州市姑苏区白洋湾街道	餐品	183.09	0.29%
	4	浙江盈通	预制食品及其他 原辅材料等	137.07	0.22%
	5	苏州市工业园区管理委员会	餐品	133.59	0.21%
	合计			<b>2,102.34</b>	<b>3.35%</b>
2021 年度	1	湖州霖臻	预制食品及其他 原辅材料等	3,013.98	1.98%
	2	浙江盈通	预制食品及其他 原辅材料等	596.00	0.39%
	3	吴兴区机关事务管理局	餐品	83.62	0.05%
	4	湖州师范学院	餐品	70.54	0.05%
	5	湖州中心医院	餐品	50.93	0.03%
	合计			<b>3,815.07</b>	<b>2.50%</b>

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额 (万元)	占营业收入 的比例
2020 年度	1	湖州霖臻	预制食品及其他原辅材料等	2,543.16	2.11%
	2	浙江盈通	预制食品及其他原辅材料等	410.79	0.34%
	3	徐州新中健康产业园有限公司	预制食品	160.82	0.13%
	4	湖州中心医院	餐品	121.28	0.10%
	5	吴兴区机关事务管理局	餐品	120.36	0.10%
	合计			<b>3,356.41</b>	<b>2.78%</b>
2019 年度	1	湖州霖臻	预制食品及其他原辅材料等	2,521.60	2.06%
	2	浙江盈通	预制食品及其他原辅材料等	257.01	0.21%
	3	湖州中心医院	餐品	153.88	0.13%
	4	湖州师范学院	餐品	59.08	0.05%
	5	宋城演艺发展股份有限公司	餐品	51.96	0.04%
	合计			<b>3,043.53</b>	<b>2.49%</b>

注：2019 年，公司对湖州霖臻的销售收入包含来自其股东陈水金团队的销售收入；2022 年 1-6 月，公司对湖州霖臻的销售收入包含对其子公司湖州霖臻食品贸易有限公司的销售收入。

报告期内，公司主要客户以终端个人消费者为主，客户结构未发生重大变化，各期对单个客户的销售比例均未超过当期销售总额的 3%，不存在严重依赖于少数客户的情况。

报告期内的主要单位客户中，浙江盈通为公司持股 20% 的参股公司，具体情况详见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易”。除此之外，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述客户中均未占有权益。

## 四、发行人采购及主要供应商情况

### （一）主要原材料、能源和服务采购情况

#### 1、主要原材料采购情况

公司原材料主要包括禽鱼肉类、油米面类、包装类、生蔬类、调味品类、饮料类等。公司基于未来销售市场的预测，原材料价格变动情况以及库存能力等，动态调整对原材料的采购数量。报告期内，公司主要原材料的采购金额及占采购总额的比例情况如下：

单位：万元

采购项目	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
禽鱼肉类	6,767.88	32.32%	18,515.42	35.44%	14,886.29	35.95%	12,641.35	30.91%
油米面类	4,856.04	23.19%	11,790.39	22.56%	9,033.31	21.82%	9,712.01	23.75%
包装类	3,756.36	17.94%	8,517.52	16.30%	6,477.51	15.64%	5,809.17	14.20%
生蔬类	2,183.93	10.43%	5,229.87	10.01%	4,477.28	10.81%	4,614.81	11.28%
调味品类	1,191.52	5.69%	3,214.03	6.15%	2,450.28	5.92%	2,557.71	6.25%
饮料类	423.64	2.02%	1,392.34	2.66%	1,274.74	3.08%	1,465.24	3.58%
<b>合计</b>	<b>19,179.37</b>	<b>91.59%</b>	<b>48,659.57</b>	<b>93.12%</b>	<b>38,599.40</b>	<b>93.22%</b>	<b>36,800.29</b>	<b>89.98%</b>

注：各采购项目的采购金额，按照各供应商性质进行加总计算。

报告期内，公司主要原材料均根据市场行情，与供应商协商定价。公司一般与主要供应商签署框架协议，并基于协议约定，确定未来一定期限内的采购价格。

公司采购的原材料多为初加工产品，供应商基于公司要求进行切割、速冻、初级调制等基础加工后，再销售给公司。报告期内，公司餐品主要原材料包括大米、进口鱼片、西兰花、带骨中方肉、蛋液以及打包袋等，上述六大类原材料采购金额占各期采购总额的比例分别为 29.32%、26.78%、25.11% 以及 24.34%，上述采购原材料的单价情况如下：

单位：元/KG，元/个

采购项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
大米	4.10	4.04	4.04	4.58
进口鱼片	20.98	20.96	21.49	25.02
西兰花	8.37	7.53	7.39	7.01
带骨中方肉	34.13	49.25	41.75	31.48
蛋液	12.36	11.83	11.77	11.71
打包袋	0.54	0.41	0.13	0.12

报告期内，公司主要原材料采购价格随市场价格波动而变动。报告期内，大米和进口鱼片价格于 2020 年有所下降，主要系市场价格有所下调以及公司随采购量增加而议价能力增强所致；西兰花的采购价格在报告期内有所增长；2019 年和 2020 年，公司主要采购进口带骨中方肉，采购价格随市场价格上涨；2021 年较 2020 年进一步上涨，主要系 2021 年初受非洲猪瘟和新冠疫情影响，公司转为采购国产带骨中方肉，而国内猪

肉市场价显著高于进口所致，2022 年上半年，受市场行情影响带骨中方肉价格下降较多；蛋液价格在 2019 年至 2021 年保持稳定，2022 年上半年有所上涨；公司打包袋价格在 2021 年有大幅上涨，主要系公司当年使用的打包袋由塑料材质升级为无纺布材质所致，2022 年上半年，受市场行情以及打包袋材质升级的影响价格有进一步上涨。

## 2、主要能源采购情况

报告期内，公司中央厨房生产使用的主要能源包括电、燃气、蒸汽和水，具体采购情况如下：

单位：元/度、元/吨、元/立方米、万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	均价	金额	均价	金额	均价	金额	均价	金额
电	0.88	182.17	0.72	361.59	0.72	325.77	0.77	334.82
燃气	4.30	68.79	2.91	107.82	2.70	89.73	2.62	104.99
蒸汽	442.75	49.71	402.41	118.53	284.89	66.56	263.99	59.74
水	2.79	12.77	2.90	40.37	2.68	29.67	2.83	32.86

报告期内，公司所用能源均按照公用事业单位价格进行结算、支付。

## 3、主要服务采购情况

报告期内公司主要委托专业冷链物流公司进行物料运输，相关供应商主要为公司提供工厂间运输、工厂到仓库运输以及仓库到门店的运输配送服务。2019 年度至 2022 年 1-6 月，公司采购的冷链物流运输费分别为 1,177.42 万元、1,301.40 万元、1,726.70 万元和 760.46 万元。

此外，公司主要委托配送公司提供门店外卖配送服务，配送公司根据公司外卖订单情况分配外卖骑手完成订单向客户指定地址的即时配送。2019 年度至 2022 年 1-6 月，公司采购的骑手配送费分别为 8,454.35 万元、8,597.37 万元、10,294.13 万元和 4,098.05 万元。

### （二）报告期内主要供应商情况

报告期各期，公司对前五大原材料供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	主要采购产品	采购金额 (万元)	占采购总额 比例
----	----	-------	--------	--------------	-------------

年度	序号	供应商名称	主要采购产品	采购金额 (万元)	占采购总额 比例
2022年 1-6月	1	江苏省农垦米业集团淮海有限公司	大米	1,618.50	7.73%
	2	苏州溢之伦餐具股份有限公司	餐具、打包盒等	1,181.95	5.64%
	3	湖州恒泰食品有限公司	预制菜加工	917.26	4.38%
	4	湖州顺晨食品有限公司	精肉、猪油等	861.83	4.12%
	5	安徽荣达食品有限公司	蛋液	819.36	3.91%
	合计			<b>5,398.90</b>	<b>25.78%</b>
2021 年度	1	江苏省农垦米业集团淮海有限公司	大米	3,821.45	7.31%
	2	湖州顺晨食品有限公司	精肉、猪油等	3,420.88	6.55%
	3	苏州溢之伦餐具股份有限公司	餐具、打包盒等	3,310.60	6.34%
	4	湖州恒泰食品有限公司	预制菜加工	2,182.19	4.18%
	5	安徽荣达食品有限公司	蛋液	1,687.81	3.23%
	合计			<b>14,422.93</b>	<b>27.60%</b>
2020 年度	1	江苏省农垦米业集团淮海有限公司	大米	3,187.23	7.70%
	2	湖州顺晨食品有限公司	精肉、猪油等	3,118.01	7.53%
	3	苏州溢之伦餐具股份有限公司	餐具、打包盒等	3,003.21	7.25%
	4	湖州恒泰食品有限公司	预制菜加工	1,752.11	4.23%
	5	湖州南浔清润食品厂	蛋饺等	1,381.97	3.34%
	合计			<b>12,442.53</b>	<b>30.05%</b>
2019 年度	1	江苏省农垦米业集团淮海有限公司	大米	3,264.47	7.98%
	2	苏州溢之伦餐具股份有限公司	餐具、打包盒等	2,907.52	7.11%
	3	湖州顺晨食品有限公司	精肉、猪油等	2,337.25	5.71%
	4	上海信豚实业有限公司	进口鱼片	2,328.14	5.69%
	5	湖州恒泰食品有限公司	预制菜加工	2,117.51	5.18%
	合计			<b>12,954.89</b>	<b>31.68%</b>

注：2021年和2022年1-6月湖州恒泰食品有限公司采购金额包含同控下主体湖州祖燕食品有限公司的采购金额。

报告期内，公司主要供应商未发生重大变化，各期对单个供应商的采购比例均未超过当期采购总额的10%，不存在严重依赖少数供应商的情况。

上述供应商中，南浔清润为公司实际控制人杨峻琿舅舅潘明轩控制的企业，具体情况详见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易”。除此之外，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东均未在上述供应商中占有权益。

## 五、发行人主要固定资产、无形资产等资源要素的构成情况

### （一）固定资产

#### 1、固定资产整体情况

截至报告期末，公司固定资产主要包括生产房屋及建筑物、餐饮设备、机器设备、运输工具、电子及办公设备，公司固定资产均与公司日常经营活动直接相关。截至本招股说明书签署日，公司主要固定资产不存在瑕疵、纠纷或潜在纠纷。公司各项固定资产目前使用状况良好。报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	固定资产原值	固定资产净值	成新率
房屋及建筑物	1,467.77	1,014.74	69.13%
餐饮设备	19,313.70	7,116.43	36.85%
机器设备	2,668.50	800.08	29.98%
运输工具	343.71	61.06	17.77%
电子及办公设备	2,332.79	455.75	19.54%
<b>合计</b>	<b>26,126.47</b>	<b>9,448.06</b>	<b>36.16%</b>

公司固定资产以餐饮设备、机器设备、电子及办公设备为主，整体运行情况良好。其中，公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，门店经营场所主要系租赁场所，因此房屋及建筑物、机器设备等价值相对较低，上述房屋及建筑物、机器设备主要系公司中央厨房的餐品生产场所和设备；餐饮设备作为公司终端门店提供餐品的主要设备，金额相对较大，以报告期末门店数量计算平均单店餐饮设备原值在 50 万元左右，单店金额较为合理；公司餐品运输主要由第三方物流公司提供，因此运输工具原值相对较低；电子及办公设备主要系公司中后台部门等日常办公所需相关设备。

公司固定资产对公司日常生产经营具有重要作用，可满足日常生产使用需要，各类固定资产搭配适当合理，相关设备产能的利用程度较高。

#### 2、房产及建筑物

##### （1）自有房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房屋及建筑物情况如下：



所有权人	证书编号	坐落	登记日期	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	规划用途	他项权利
湖州恒溢	浙(2018)湖州市(南浔)不动产权第0009283号	湖州市南浔区双林镇三田洋村高家兜68号	2018.2.2	13,188.20	工业	无

上述房屋建筑物作为公司食品原材料加工基地之一，对公司生产经营具有重要作用。

除依法使用上述已取得不动产权证书的房屋建筑物外，公司子公司湖州恒溢除还存在使用周边 24.175 亩代征地上相关辅助设施的情形，湖州恒溢已就相关代征土地的使用与当地村委签订《代征地使用协议》。根据湖州市南浔区东迁街道三田洋村村民委员会出具的证明，上述坐落于湖州市南浔区双林镇三田洋村高家兜 68 号周围池塘的 24.175 亩边缘土地的土地性质为农转未供代征地，权属人为湖州市南浔区东迁街道三田洋村村民委员会，村民委员会有权根据相关法律法规规定，对该等土地进行开发、利用。村民委员会已按照《中华人民共和国土地管理法》履行相应的村民同意程序，该等协议的履行不存在任何争议、纠纷或潜在的争议、诉讼。根据湖州市自然资源和规划局南浔分局以及湖州市南浔区住房和城乡建设局出具的证明，湖州恒溢不存在因违反土地管理和规划管理相关的法律、法规以及其他规范性文件而受到行政处罚的情形。

上述代征地上所建辅助设施为污水站、车棚及冷却塔等，湖州恒溢使用上述代征地已履行相应的审批核准程序，符合《土地管理法》等相关土地法规，上述土地不属于基本农田，公司不存在将集体用地改为非农业用地的情况，相关事项已履行了村委会或村集体大会通过等必备的法律程序。相关代征地上自建房产和搭建物面积合计为 145 平方米，占公司自有房产面积的比例为 1.10%。未取得相关权属证书的上盖建筑并非湖州恒溢的主要生产经营场所或设备，均为辅助设施，不构成生产线的重要组成部分，不能单独产生收入、毛利或利润，对湖州恒溢生产经营的重要程度较低，且具有较强的可替代性，不会对公司生产经营构成重大不利影响，不构成发行上市障碍。未来如因该等土地及辅助设施问题被处罚，或相关辅助设施需搬迁，相关损失和费用将由公司控股股东、实际控制人承担。

## (2) 租赁房屋情况

截至本招股说明书签署日，公司生产及办公场所等存在租赁房屋情形，主要租赁房屋情况如下：

序号	出租方	承租方	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途
1	湖州吴兴兴德投资发展有限公司	老娘舅	湖州市区府路总部自由港 B 幢 15-17 层	4,850.10	2022.1.1-2026.12.31	办公

序号	出租方	承租方	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途
2	湖州吴兴兴德投资发展有限公司	老娘舅	湖州市吴兴区银晨国际(总部自由港) B幢4层	664.00	2022.7.15-2027.7.14	商业
3	湖州景乐保洁服务有限公司	湖州恒满	湖州开发区成业路1138号3号楼厂房及附属	2,955.47	2022.4.1-2032.3.31	工业
4	湖州健民龙凤食品有限公司	湖州恒满	湖州经济开发区创业大道777号	9,390.00	2013.9.8-2023.9.7	工业
5	湖州吴兴区科技发展有限公司	舅创科技	湖州市戴山路1888号吴兴科技创业园园区内30幢北面楼一层	650.00	2022.6.1-2023.5.31	仓库
6	上海百仕达供应链管理有限公司[注1]	湖州恒亮	上海市松江区新飞路961号5幢四层401室	1,426.36	2021.7.22-2031.7.21	工业
7	杭州捷美特食品有限公司	杭州杭小鲜	杭州市萧山区红山农场红山大道355号厂区南侧	1,190.00	2022.8.16-2031.7.14	工业
8	湖州方路茶业有限公司	湖州恒溢	浙江省湖州市吴兴区南郊施家桥1001号	12,721.92	2022.7.1-2032.6.30 [注2]	工业

注1：第6项租赁房屋系作为湖州恒亮子公司上海沪小鲜的生产经营场地之用，在该家子公司设立前由湖州恒亮租入，报告期内上海沪小鲜尚未实际开展生产经营；

注2：合同原约定交付时间为2022年7月1日，因出租方原因目前尚未达到可交付状态。根据合同约定，租赁期限将由2022年7月1日顺延至交付之日起算。

公司直营门店租赁信息详见本节之“九、餐饮业务信息”之“（一）发行人餐饮业务发展状况”之“4、发行人直营店的店面租赁情况”。

## （二）无形资产

### 1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司及子公司的土地使用权情况如下：








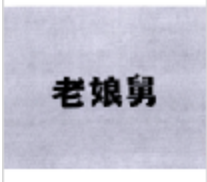
产权人	证号	土地面积 (m <sup>2</sup> )	坐落	用途	终止日期	他项权利
湖州恒溢	浙(2018)湖州市(南浔)不动产权第0009283号	20,957.40	湖州市南浔区双林镇三田洋村高家兜68号	工业用地	2061.1.25	无
安徽恒满	皖(2022)宁国市不动产权第0009684号	58,993.00	港口园区海螺路北侧	工业用地	2072.6.19	无
安徽恒满	皖(2023)宁国市不动产权第0001401号	6,136.00	朝阳路与海螺路交叉口东北侧	工业用地	2073.1.3	无

公司拥有的上述土地使用权权属清晰、不存在纠纷。公司土地使用权的取得、使用符合《土地管理法》等相关法律法规的规定，已依法办理必要的审批手续。

### 2、注册商标

截至报告期末，公司共拥有注册商标163项，均为境内商标，其中主要商标情况如

下：

序号	商标图像	注册号	类别	注册时间	取得方式	他项权利	权利人
1		35793543	43	2019.8.28	原始取得	无	老娘舅
2		35793540	21	2019.11.14	原始取得	无	老娘舅
3		35793540	29	2019.11.14	原始取得	无	老娘舅
4		35793540	30	2019.11.14	原始取得	无	老娘舅
5		35793540	32	2019.11.14	原始取得	无	老娘舅
6		35793540	11	2019.11.14	原始取得	无	老娘舅
7		35793540	43	2019.11.14	原始取得	无	老娘舅
8		35793538A	21	2019.11.21	原始取得	无	老娘舅

序号	商标图像	注册号	类别	注册时间	取得方式	他项权利	权利人
9		35793538A	30	2019.11.21	原始取得	无	老娘舅
10		35793538A	43	2019.11.21	原始取得	无	老娘舅
11		37848184	43	2019.12.21	原始取得	无	老娘舅
12		37852611	43	2019.12.21	原始取得	无	老娘舅
13		37858918	43	2019.12.21	原始取得	无	老娘舅
14		41848447	21	2020.6.28	原始取得	无	老娘舅
15		41848447	29	2020.6.28	原始取得	无	老娘舅
16		41848447	30	2020.6.28	原始取得	无	老娘舅
17		41848447	43	2020.6.28	原始取得	无	老娘舅
18		42404025	30	2020.11.7	原始取得	无	老娘舅
19		45166942	31	2020.11.14	原始取得	无	老娘舅
20		45156645	11	2020.11.14	原始取得	无	老娘舅
21		45154082	30	2020.11.14	原始取得	无	老娘舅
22		45145241	40	2020.11.14	原始取得	无	老娘舅
23		45171463	35	2020.11.21	原始取得	无	老娘舅
24		45162303	42	2020.11.21	原始取得	无	老娘舅
25		45025180	42	2020.11.21	原始取得	无	老娘舅
26		45012044	42	2020.11.21	原始取得	无	老娘舅
27		45000790	40	2020.11.21	原始取得	无	老娘舅
28		45171450	32	2020.11.28	原始取得	无	老娘舅
29		45001573	35	2021.1.14	原始取得	无	老娘舅

序号	商标图像	注册号	类别	注册时间	取得方式	他项权利	权利人
30		44999603	29	2021.2.21	原始取得	无	老娘舅
31		45547708	30	2021.7.7	原始取得	无	老娘舅

截至报告期末，在餐饮服务领域，不存在其他企业使用与公司相同或类似的商标、商号，易导致投资者产生混淆的情形；在大米销售领域，“老娘舅”商标存在被淮安海纳百川饮品有限公司、江苏老娘舅供应链有限公司等申请注册的情况，同时市场上存在江苏万家福米业有限公司、南通季和米业有限责任公司等公司生产的以“老娘舅”为标识的大米产品。为防止消费者及投资者产生混淆，公司已调整大米产品包装，新包装使用公司在大米类已注册的“舅地道”商标，辅以“老娘舅餐厅专用”及“米饭要讲究 就吃老娘舅”等相关标识，以显著区分其他公司的大米商品。报告期内，公司主要收入来自餐饮门店收入，大米销售规模较小，公司在大米销售领域的该等情况对公司生产经营不构成重大影响。

公司针对使用的核心商标及商号已登记注册并制定相应的保护措施，报告期内未因商标、商号使用发生重大纠纷，相关商标未认定为国家驰名商标。

### 3、专利

截至报告期末，公司拥有 20 项已授权专利，其中，发明专利 2 项，实用新型专利 11 项，外观设计专利 7 项，均系原始取得，公司已取得相关专利证书或权属证明文件。具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	申请日期	权利期限	他项权利
1	一种炖蛋机	发明专利	ZL200910097037.X	老娘舅	2009.3.27	20 年	无
2	煮鱼操作台及其使用方法	发明专利	ZL201610491582.7	老娘舅	2016.6.29	20 年	无
3	饭耙	实用新型	ZL201420112175.7	老娘舅	2014.3.13	10 年	无
4	一种汤保温台	实用新型	ZL201620663709.4	老娘舅	2016.6.29	10 年	无

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	申请日期	权利期限	他项权利
5	煮鱼操作台	实用新型	ZL201620663180.6	老娘舅	2016.6.29	10年	无
6	一种立式饭保温柜	实用新型	ZL201620663178.9	老娘舅	2016.6.29	10年	无
7	一种汤、饭一体保温台	实用新型	ZL201620663708.X	老娘舅	2016.6.29	10年	无
8	一种饭保温台	实用新型	ZL201620663177.4	老娘舅	2016.6.29	10年	无
9	一体式盖浇饭保温工作柜	实用新型	ZL201620663707.5	老娘舅	2016.6.29	10年	无
10	一种静电解冻冰箱	实用新型	ZL201720870662.3	老娘舅	2017.7.18	10年	无
11	一种适用于食品生产的多功能加工设备	实用新型	ZL201821055838.0	老娘舅	2018.7.5	10年	无
12	一种节水型炖蛋机	实用新型	ZL201821320111.0	老娘舅	2018.8.16	10年	无
13	一种循环式冷却罐	实用新型	ZL201821320026.4	老娘舅	2018.8.16	10年	无
14	玩偶（米粒玩偶）	外观设计	ZL201830069633.7	老娘舅	2018.2.13	15年	无
15	餐盒	外观设计	ZL202030010735.9	老娘舅	2020.1.8	15年	无
16	砂锅	外观设计	ZL202030127106.4	老娘舅	2020.4.3	15年	无
17	砂锅（大号全套）	外观设计	ZL202030208019.1	舅创科技	2020.5.9	15年	无
18	砂锅（中号小号全套）	外观设计	ZL202030208042.0	舅创科技	2020.5.9	15年	无
19	米饭碗	外观设计	ZL202030249014.3	舅创科技	2020.5.26	15年	无
20	主菜锅	外观设计	ZL202030249017.7	舅创科技	2020.5.26	15年	无

#### 4、域名

截至报告期末，公司已注册并拥有 3 项域名，基本情况如下：

序号	域名	备案号	主办单位	注册时间	到期时间
1	cnuff.com	不适用	老娘舅	2009.1.13	2023.1.13
2	chinauff.com	浙 ICP 备 17014438 号-2	老娘舅	2009.1.13	2023.1.13
3	olduncle.com	不适用	老娘舅	2002.8.5	2023.8.5

#### 5、软件著作权

截至报告期末，公司拥有 3 项软件著作权，均为原始取得，基本情况如下：

序号	软件著作权名称	著作权人	登记号	创作完成日期	首次发表日期	他项权利
1	POS 收银系统软件[简称: POS 系统]V1.0	老娘舅	2014SR05410	2013.5.8	2013.12.8	无
2	老娘舅石头剪刀布线上小游戏互动平台[简称: 石头剪刀布线上小游戏]V1.0	老娘舅	2021SR1213311	2021.5.29	2021.5.29	无
3	舅舅家 APP 软件[简称: 舅舅家]V1.0.0	老娘舅	2021SR2229385	2021.11.15	2021.11.25	无

## 6、作品著作权

截至报告期末，公司拥有 16 项作品著作权，均为原始取得，基本情况如下：

序号	作品名称	著作权人	登记号	创作完成日期	首次发表日期	他项权利
1	幸福舅在你身边	老娘舅	国作登字-2017-B-00439471	2012.9.25	2012.9.27	无
2	鱼米乡	老娘舅	国作登字-2017-B-00439469	2017.3.18	2017.3.20	无
3	我最爱的老娘舅	老娘舅	国作登字-2017-B-00439470	2017.4.30	2017.5.1	无
4	忆江南	老娘舅	国作登字-2017-B-00439472	2017.4.30	2017.5.1	无
5	来之不易的鱼	老娘舅	浙作登字 11-2018-F-3671	2017.8.12	2017.9.2	无
6	香稻好米饭	老娘舅	浙作登字 11-2018-F-3672	2017.8.12	2017.9.2	无
7	米粒玩偶	老娘舅	浙作登字 11-2018-F-6497	2017.12.25	未发表	无
8	老娘舅碗舅舅玩偶	老娘舅	浙作登字 11-2019-F-11595	2019.5.9	2019.5.9	无
9	舅喜欢自作饭设计图	老娘舅	浙作登字 11-2020-F-1877	2020.1.5	未发表	无
10	工艺大有讲究 宣传画	老娘舅	浙作登字 11-2020-F-3172	2020.2.28	未发表	无
11	产地大有讲究 宣传画	老娘舅	浙作登字 11-2020-F-3170	2020.2.28	未发表	无
12	储存大有讲究 宣传画	老娘舅	浙作登字 11-2020-F-3171	2020.2.28	未发表	无
13	米种大有讲究 宣传画	老娘舅	浙作登字 11-2020-F-3173	2020.2.28	未发表	无
14	宝宝舅舅抱抱	老娘舅	浙作登字 11-2020-B-9767	2020.5.15	2020.5.15	无
15	“石头剪刀布 舅舅送礼物”小程序游戏图册	老娘舅	浙作登字 11-2021-L-18970	2021.5.28	2021.5.29	无
16	《舅家果粒淳》歌曲	老娘舅	浙作登字 11-2021-B-29882	2021.7.19	2021.7.20	无

截至报告期末，公司无形资产主要包括土地使用权、注册商标、专利、域名、软件著作权与作品著作权等，公司无形资产均与公司日常经营活动直接相关，对公司日常生产经营具有重要作用。截至本招股说明书签署日，上述无形资产不存在瑕疵、纠纷或潜在纠纷。

### （三）公司的主要经营资质

截至本招股说明书签署日，公司及各子公司生产经营所需的主要资质取得情况如下：

序号	公司名称	许可证类型	证书编号	有效期至	许可范围
1	老娘舅	单用途商业预付卡发卡企业备案登记证	330000BBE0022	2027.5.17	住宿和餐饮业/餐饮业
		商业特许经营备案	0330500211300007	-	-
		食品经营许可证	JY33305030184917	2027.3.21	热食类食品制售
2	上海策腾	食品经营许可证	JY23101180015120	2024.9.15	食品销售经营者；预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；餐饮服务经营者；热食类食品制售
3	上海策虹	食品经营许可证	JY23101180012814	2024.9.15	食品销售经营者；预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；餐饮服务经营者；热食类食品制售
4	舅创科技	食品经营许可证	JY23305080002716	2025.1.19	热食类食品制售；糕点类食品制售（简单加工制作）；自制饮品制售（简单加工制作）
5	湖州恒溢	排污许可证	91330503686694253Y001U	2023.5.31	-
		食品经营许可证	JY23305030118748	2027.7.13	其他食品制售
		食品生产许可证	SC11633050302654	2024.6.11	蔬菜制品
6	湖州恒满	排污许可证	91330501056855083W001Q	2027.11.14	-
		食品生产许可证	SC12233050500503	2027.5.4	肉制品；速冻食品；水产制品
		食品经营许可证	JY23305050112841	2023.7.26	热食类食品制售
		食品经营许可证	JY33305050119886	2024.7.9	热食类食品制售
		食品经营许可证	JY23305050101709	2026.12.16	热食类食品制售
7	湖州恒亮	预包装食品备案 <sup>注</sup>	YB13305030004294	-	预包装食品
8	南京老娘舅	食品经营许可证	JY23201020134832	2026.11.2	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）
9	南京杨太太	食品经营许可证	JY23201050087488	2023.11.11	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售，热食类食品制售，冷食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含



序号	公司名称	许可证类型	证书编号	有效期至	许可范围
					自酿白酒)
10	湖州杨舅舅	食品经营许可证	JY23305220016219	2025.9.29	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售;热食类食品制售;自制饮品制售(简单加工制作)
11	杭州杨大	食品经营许可证	JY23301980009517	2027.11.2	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售;散装食品(含冷藏冷冻食品)销售;热食类食品制售
12	杭州杭小鲜	食品经营许可证	JY23301810248785	2027.5.30	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售;热食类食品制售;冷食类食品制售

截至报告期末,公司所有直营门店均已取得《食品经营许可证》,可以依法从事餐饮服务。

公司门店经营涉及污水排入城镇排水设施的,根据《城镇排水与污水处理条例》《城镇污水排入排水管网许可管理办法》等法律法规规定应自行或由产权单位(或其委托的物业服务企业)申请领取《城镇污水排入排水管网许可证》(以下简称“排水许可证”);截至本招股说明书签署日,公司期末存续门店中有3家直营门店存在可独立办理排水许可证但未取得排水许可证的情形,其中1家系原有排水许可证过期待续期。此外,公司经营面积达到一定标准的直营门店应在开业前根据《中华人民共和国消防法》《消防监督检查规定》(2012修订)等法律法规及门店所涉地区消防主管部门规定向主管消防救援机构申请消防安全检查并领取《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》(以下简称“消防开业检”);截至本招股说明书签署日,公司期末存续门店中有3家直营门店存在应办理消防开业检但未取得消防开业检的情形,3家门店均位于高铁站内且已取得铁路公安出具的合规证明文件。

报告期内,公司及各子公司、分公司不存在因污水排放或消防工作相关问题受到主管部门行政处罚的情形。2022年上半年,上述瑕疵门店的合计营业收入和合计净利润占公司门店整体营业收入及净利润的比例分别为1.82%和1.15%,占比较低,不会对公司的业务经营造成重大不利影响,公司将继续推进相关许可文件的补办工作。

同时,公司实际控制人已出具承诺函,承诺:“针对公司部分门店未办理的消防、排水许可等事项,如消防、水务(住房与城乡建设局)等有权部门认定相关门店未及时办理该等手续不符合消防、排水相关规定等情形,由此而发生的诉讼、仲裁及有权部门

的行政处罚等事宜，或者因前述相关问题而致使该等门店停止营业、被搬迁或者出现任何纠纷的，本人愿意无条件代公司及/或相关门店承担上述所有损失赔偿责任、搬迁费用及/或行政处罚责任、代公司及/或相关门店承担上述所有经济损失，且自愿放弃向公司及/或相关门店追偿的权利，保证公司及/或相关门店的业务经营不会因上述消防、排水许可瑕疵事宜受到重大不利影响。”

综上所述，公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，在原材料及供应商选取环节无需特殊经营资质，在采购、生产及销售环节需取得《单用途商业预付卡发卡企业备案登记证》《商业特许经营备案》《食品经营许可证》《食品生产许可证》《排污许可证》《预包装食品备案》等核心资质及许可，在终端门店需取得《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》及《城镇污水排入排水管网许可证》等其他资质及许可。报告期内，公司已取得生产经营所需的全部核心资质，不存在超资质范围经营的情形，相关重要资质和许可的维持或再次取得不存在法律风险或障碍；部分直营门店未取得《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》及《城镇污水排入排水管网许可证》的情形不会对公司的业务经营造成重大不利影响。

#### （四）公司的特许经营权情况

截至报告期末，公司不存在被他人授权特许经营的情况。

报告期内，公司与各加盟门店签署了《老娘舅特许加盟合同》，授权加盟门店在指定区域、指定期限内使用“老娘舅”商号及“老娘舅”品牌注册商标、服务标志。公司已在商务主管部门就其拥有的特许经营权进行了商业特许经营备案，备案号为0330500211300007。

## 六、发行人技术水平与研发情况

### （一）主要产品的技术情况

#### 1、公司主要生产技术

公司专注于产品开发环节，通过团队的持续研发投入，在餐品、设备、工艺以及门店等四方面持续进行开发升级，形成了系列公司生产技术。具体情况如下：

##### （1）餐品开发技术

在餐品开发环节，公司坚持研发以江浙菜为主，同时兼顾其他地域的餐品特色的餐

品开发精神，在食材选用、工艺制定、市场评测等环节建立了科学合理的研发体系。目前，公司已在米饭、红烧鱼、梅干菜、蒸蛋等多类特色餐品上，形成了区别于市场同类餐品的特色口味以及营养搭配，具有较强的市场竞争力。公司将餐品开发的成功经验进行总结提炼，已形成了专属于老娘舅的特色餐品开发技术。公司将餐品开发技术用于后续餐品的持续开发之中，并借助新餐品的成功开发经验，进一步补充完善餐品开发技术。

## （2）设备生产技术

公司门店众多，为满足各门店餐品输出的高标准以及高度统一性的要求，公司持续性进行设备研发，将餐品制作所需的烹饪工艺借助设备实现，并保证餐品“色、香、味、形、口感”的高水平输出。通过不断调试设备的各类型参数并搭配个性化零件，深度总结经验，公司已在餐品制作、餐品保温、餐品解冻等方面形成了特色老娘舅设备生产技术，技术产出的各类设备布局于老娘舅各门店，持续为广大消费者提供高度统一的优质中式快餐服务。

## （3）工艺制作技术

公司在餐品推出市场后，根据市场消费者的反馈以及餐饮消费理念的变化，持续从制作工艺、消费口味两方面对餐品进行调整优化。通过二十余年的经验积累，公司在市场销售口味调研、餐品配方优化、制作工艺调整等方面已建立了体系化的运营架构，在深度总结概括的基础上，已形成了特色工艺制作技术。公司对工艺制作技术坚持持续性的更新迭代，保证了公司餐品紧跟消费市场，在市场上具有较强的市场竞争力。

## （4）门店优化技术

门店是公司提供餐饮服务、实现销售的直接场所，除餐品本身的好坏以外，门店所处的内外部环境、对消费者的服务能力以及店面的持续运营能力，都将影响到公司餐品最终实现销售的好坏。公司高度重视门店的选址、开发、运营以及维护等全方位管理，坚持进行持续性门店优化。二十多年来，随着市场消费观念的改变以及城市人流集聚区的变化，公司及时调整门店开发布局方向，目前已将门店开发迭代至第六代，并建立了一整套完善的门店运营与维护流程体系，已形成了特色门店优化技术。未来，随着我国经济发展、技术变革以及城市化进程的深入，公司将努力顺应中式餐饮发展方向，持续性开展门店优化工作。

## 2、生产技术来源

公司生产技术均来源于自主研发，其中设备生产技术已取得相关专利。截至报告期末，公司共拥有 20 项专利技术，其中发明专利 2 项，实用新型专利 11 项，外观设计专利 7 项；拥有 3 项软件著作权，16 项作品著作权。

## 3、合作研发情况

报告期内，公司不存在与第三方进行合作研发的情况。

### （二）主要研发方向

未来公司主要研发方向包括餐品开发、设备开发、工艺开发、门店开发等四方面。在餐品开发方面，公司致力于新品开发以及存量优化等两方面，持续丰富门店的餐品种类，进一步提升餐品的市场受欢迎程度；在设备开发方面，公司将积极通过现代化技术的升级，增强设备功能，提升设备使用效率；在工艺开发方面，公司将持续优化餐品制作工艺，增强对传统烹饪工艺的总结提升能力，提升公司餐品规模化生产的能力；在门店开发方面，公司一方面将努力提升单店营收能力，另一方面将致力于提升门店跨区域经营能力。

### （三）在研项目及进展情况

公司目前主要在研项目及进展情况如下：

序号	项目名称	拟达到的目标	所处阶段
1	第六代多类型门店开发	针对不同主流消费群体，开发第六代主力店型、旗舰店型、社区小店以及外卖小店等多类型门店，实现城市多层次群体的全覆盖	开发/推广阶段
2	餐品开发升级	在中央厨房预制菜模式的基础上开发城市仓和前置仓预处理和锁鲜装模式，在最大程度保障餐品品质稳定的同时提升餐品吸引力	开发阶段
3	平台鲜品开发	运用物联网技术并发挥老娘舅产品优势，快速导入新零售业务，建立小鲜米、低温鲜奶、当季农产品等平台鲜品开发与销售平台	开发阶段
4	智能生产设备开发	提升生产设备的智能化水平，降低门店员工操作强度，提高门店餐品制作的稳定性并提升员工工作效率	开发阶段
5	智能存储设备开发	提高存储设备的智能化水平，通过保存、预制到出品三大环节的精准把控，实现餐品在-18°C到 85°C的温度期间内的安全稳定和输出的高标准，同时进一步提升出餐速度	开发阶段

#### （四）研发费用情况

报告期内，公司研发费用及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
研发费用	137.09	332.02	272.88	327.01
营业收入	62,737.45	152,487.19	120,658.73	122,243.18
研发费用占比	0.22%	0.22%	0.23%	0.27%

#### （五）技术创新机制、技术储备与技术创新安排

关于公司产品的研发机制情况，参见本节“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要经营模式”之“1、产品开发模式”。

### 七、安全生产及环境保护情况

#### （一）发行人环境保护情况

##### 1、生产过程中涉及的主要环境污染物治理情况

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，所开展业务的所属行业不属于高危险、高排放、重污染行业。公司在日常生产经营过程中产生的主要废弃物较少，主要为废气、废水、固体废弃物及噪声等。公司主要采取以下环防治措施：

##### （1）废水

公司废水主要为日常生产形成的废水和日常办公产生的生活污水，整体对环境污染影响较小。其中生产废水通过污水处理站集中处理达标后对外排放；生活污水经内部预处理后排入市政污水管网。

##### （2）废气

公司废气主要为调理烧制过程中形成的油烟、锅炉废气，整体对环境污染影响较小。公司废气排放符合《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）等国家规定的规定。

##### （3）固体废弃物

公司固体废弃物主要为生产过程中的废料残渣以及员工办公中产生的生活垃圾等，上述固体废弃物均交由环卫部门或有资质的单位处理。

#### (4) 噪声

公司构建了自动化的中央厨房，自身生产线形成的噪声较少。公司厂区噪声符合相关标准的要求，可达标排放。

#### (5) 主要环保设施运行情况

报告期内，公司生产经营涉及环境污染的各具体环节的主要处理设施及实际运行情况如下：

生产主体	主要污染物	产污环节	主要环保设施及运行情况
湖州恒满	废水：CODcr、氨氮、动植物油、总磷等	食材解冻、清洗高温杀菌及冷却等	自建污水站处理；有效运行
	废气：油烟废气、燃烧废气等	食材烧制等	经油烟净化装置处理后统一排放；有效运行
	固废：餐厨及生活垃圾等	食材分切等	生活垃圾由环卫部门清运，其余固废出售给相关公司回收利用
	噪声	设备运行等	墙体隔声、距离衰减
湖州恒溢	废水：CODcr、氨氮、动植物油、SS等	食材解冻、清洗等	自建污水站处理；有效运行
	废气：油烟废气、燃烧废气等	食材烧制、燃烧供热等	经集气罩收集后通过油烟净化装置处理；有效运行
	固废：餐厨及生活垃圾等	食材分切等	生活垃圾由环卫部门清运，其余固废出售给相关公司回收利用
	噪声	设备运行等	墙体隔声、距离衰减

公司终端门店对食材进行包装拆除、加热等处理后直接销售，产生的主要污染物为处理过程中产生的油烟等废气、生活污水等废水、餐厨垃圾等固废，油烟经油烟净化器处理后排放，废水经由隔油池处理后排入城市污水处理管网，餐厨垃圾等固废分类后由环卫部门清运。

### 2、公司生产过程符合国家环境保护的有关规定

报告期内，公司未发生环保事故或重大群体性环保事件，不存在涉及公司环保方面的重大负面媒体报道。

根据公司环境保护主管部门的行政处罚公示信息和环保部门出具的证明，报告期内，公司及其子公司的日常生产活动不存在重大环境污染事故及因违反环境保护方面的法律法规而受到重大处罚的情形。

### 3、环保投资及支出情况

报告期内，公司环保投资和相关费用成本支出情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
环保设备投资支出	318.23	25.98	62.51	25.38
日常环保费用支出	92.84	153.77	149.34	138.84

公司的环保设备主要为处理废气的油烟净化器、风机净化器及活性炭除味器等，处理废水的污水站及相关排污设备、水质检测仪等监测设备等。其中，2020年环保设备投资支出金额相对较高的主要原因系雨污管道改造及新增污染源自动监测系统所致；2022年环保设备投资支出金额相对较大主要系湖州恒满为减少氨氮排放量，新建使用环保型制冷剂的氨改氟系统所致。

公司的日常环保费用支出主要为污水站处理污水使用的试剂及维护费、固废处理时支付第三方机构的垃圾处理费及消杀服务等。

报告期内，公司环保设施正常有效运行，不存在因环保问题受到重大行政处罚的情形。

综上，报告期内公司环保设施运行良好，公司的环保投入、环保相关成本费用能够与公司处理生产经营所产生的污染相匹配。

#### 4、募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额等

公司本次募集资金投资项目包括连锁门店建设项目、供应链综合基地建设项目、信息化系统升级项目以及品牌推广项目，其中信息化系统升级项目和品牌推广项目不涉及污染物排放，连锁门店建设项目和供应链综合基地建设项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额情况具体如下：

##### （1）连锁门店建设项目

连锁门店建设项目中新增终端门店的日常经营中会产生油烟等废气、生活污水等废水以及餐厨垃圾等固废，油烟经油烟净化器处理后排放，相关废水经所在商场或门店自建的隔油池处理后排放至城市污水处理管网，相关固废经分类归集后由环卫部门予以清运。预计单店环保投资金额在1.5万元左右，相关环保资金来源于公司本次发行募集资金及公司自有资金。

##### （2）供应链综合基地建设项目

供应链综合基地建设项目预期产生的主要污染物及相应的环保措施如下：

1) 废气：项目废气主要为烧制过程中产生的油烟废气、面粉投料搅拌过程中产生的颗粒物及污水处理站产生的氨等。相关废气经油烟净化器、布袋除尘器、低氮燃烧器、碱喷淋及生物除臭塔等相关环保设施处理后排放。

2) 废水：项目废水主要为生活污水及生产过程中产生的 COD、BOD5、SS、氨氮及动植物油等。其中，生活污水经化粪池预处理，食堂含油废水经隔油池与处理后一并通过市政污水管网排入港口污水处理厂。

3) 噪声：项目噪声主要为生产过程中机器设备运行产生的噪声。噪声采取的环保措施主要为选择低噪声设备、高噪声设备安装减震设施及合理布置车间内各设备。

4) 固废：项目固废主要为生产过程中产生的清洗废渣、废油脂、废油渣及餐厨垃圾等。相关固废由第三方机构统一处理。

本项目公司拟投入约 100 万元购置环保设备，资金来源为公司本次发行募集资金。

## 5、公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求

### (1) 公司生产经营符合国家和地方环保要求

截至报告期末，公司已建成并投入使用的主要生产项目共计 3 个，均已取得环评批复并完成了环评验收，具体情况如下：

项目名称	项目实施主体	环评批复/备案编号	环评验收
年产 160 吨快餐盖浇项目	湖州恒满	湖环开建[2012]41 号	湖环开建验[2014]06 号
年产 6720 吨快餐盖浇项目	湖州恒满	湖环开建[2013]59 号	自主验收
零土地技术改造项目	湖州恒溢	2017001	自主验收

公司及子公司在生产经营过程中严格遵守国家及地方的环保要求，湖州恒溢和湖州恒满已分别取得 91330503686694253Y001U 排污许可证和 91330501056855083W001Q 排污许可证。同时，公司、湖州恒溢和湖州恒满已分别取得湖州市生态环境局吴兴分局、湖州市生态环境局南浔分局、湖州市生态环境局南太湖新区分局出具的合规证明。

此外，杭州杭小鲜拟从事餐饮企业农副产品预处理配送，已完成环评登记表备案事宜。

根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》，餐饮门店未纳入名录管理，餐饮门



店无需办理环评手续。

## （2）公司募集资金投资项目符合国家和地方环保要求

本次募集资金投资项目中，涉及生产的供应链综合基地建设项目已取得编号为“宁环审批[2022]54号”的环评批复，相关污染物已提出明确处理措施，符合国家和地方环保要求。连锁门店建设项目、信息化系统升级项目以及品牌推广项目无需办理环评批复，公司已取得相关部门出具的关于无需环评批复的说明文件。

综上所述，公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求。

## （二）发行人安全生产情况

报告期内，除子公司湖州恒溢、湖州恒满从事食品加工相关业务，杭州杭小鲜拟从事农副产品预处理业务外，公司及其他控股子公司的主营业务主要为餐饮服务、食品等配套原辅材料的采购、销售、配送、食材及食品零售以及员工培训支持等，不涉及生产环节；公司及湖州恒溢、湖州恒满在报告期内不存在违反安全生产相关法律法规的重大违法行为，不存在因此而受到相关安全生产主管部门予以处罚的情形。

报告期内，公司及其控股子公司的各项主要安全生产设施运行正常，公司及湖州恒溢、湖州恒满报告期内未发生过安全生产责任事故。

公司制定并建立了完善的安全生产管理制度，规范公司消防等多方面的安全工作，保障公司的正常工作秩序。目前，公司安全生产管理制度有效且得到严格执行，生产经营不存在重大安全隐患。

综上，公司严格遵守国家有关劳动安全及安全生产管理的法律、法规，根据国家相关部门出具的证明，公司及其子公司报告期内未发生重大安全生产事故，无安全生产违法违规的不良记录，且未受到安全生产监督管理部门的处罚，在安全生产方面不存在构成本次发行上市法律障碍的情况。

同时，公司及子公司报告期内遵守国家及地方消防管理相关法律法规，不存在违反国家及地方消防管理相关法律法规的重大违法违规行为，亦不存在因此被相关主管部门调查或处罚的情形。

## 八、境外经营情况

报告期内，公司未在境外拥有分支机构、子公司和资产，不存在境外生产经营业务。

## 九、餐饮业务信息

### （一）发行人餐饮业务发展状况

#### 1、发行人设立以来的业务拓展总体情况

发行人设立以来的业务拓展总体情况详见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（三）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况”。

#### 2、发行人报告期内直营店及加盟店的数量及变动原因

报告期内，公司直营店和加盟店的数量变动情况如下：

单位：家

门店类型	报告期	期初门店数量	新增门店数量	减少门店数量	期末门店数量
直营门店	2019年	254	37	15	276
	2020年	276	54	13	317
	2021年	317	62	15	364
	2022年1-6月	364	11	7	368
加盟门店	2019年	14	5	0	19
	2020年	19	8	3	24
	2021年	24	7	7	24
	2022年1-6月	24	2	3	23

报告期内，随着公司业务规模的扩张，公司进一步开拓上海、浙江及江苏等地区市场，直营门店和加盟门店数量分别新增 164 家和 22 家。同时，受城市发展导致人流密集区域变化等因素影响，报告期内直营门店和加盟门店数量分别减少 50 家和 13 家，闭店数量相对较少，对公司业绩经营影响有限。

#### 3、发行人直营店经营情况

截至报告期末，公司拥有直营门店 368 家，各直营门店地址、营业面积、开业时间及报告期内累计装修支出详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二：直营门店地址、营业面积、开业时间、报告期内累计装修支出及租赁情况”。

公司直营门店的装修费用按预计受益期间分期平均摊销，具体摊销期限按 5 年或装修后的剩余租赁期孰短确定。

报告期内，公司各直营门店的相关经营指标详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件三：报告期内直营门店业绩指标”。

报告期内，公司各直营门店使用公司商标以及商号进行日常经营。

#### 4、发行人直营店的店面租赁情况

公司直营门店均使用租赁房产，截至报告期末的各门店租赁情况详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二：直营门店地址、营业面积、开业时间、报告期内累计装修支出及租赁情况”。

公司部分直营门店的租赁合同约定了在租赁期限届满后公司享有同等条件下的优先承租权。对于未进行续租权利约定的门店租赁，根据 2021 年 1 月 1 日起实施的《中华人民共和国民法典》第 734 条第 2 款规定及《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民法典〉时间效力的若干规定》第 21 条相关规定，租赁期限在民法典施行后届满的，房屋承租人享有以同等条件优先承租的权利。由此，自 2021 年起，公司所有直营门店在租赁期限届满时均享有优先承租权。

截至报告期末，公司 368 家直营门店的租赁房产中，存在 9 项租赁房产的出租方未提供权属证书或其他证明材料，已明确产权主体/运营经营主体的直营门店租赁房产中存在 8 项租赁房产出租方为转租方但未提供转租授权证明文件，11 项租赁房产存在实际用途与证载规划用途不一致的情形，上述门店实际使用面积合计 4,483.70 m<sup>2</sup>，占期末门店实际使用面积的 7.16%。其中，16 家门店的租赁房产已明确约定如因非承租方原因导致门店无法继续租赁使用的，相关责任由出租方承担，涉及面积 2,519.33 m<sup>2</sup>。

根据公司实际控制人出具的承诺函，如因租赁物业权属等瑕疵问题导致公司遭受经济损失、被有权部门给予行政处罚、或者被有关当事人追索的，实际控制人愿意无条件代公司承担上述所有损失赔偿责任、搬迁费用及/或行政处罚责任、代公司承担上述所有经济损失。

公司前述瑕疵租赁房产占比较低，如因相关瑕疵问题导致门店无法继续使用相关租赁房产时，公司可以短期内在周边区域找到替代性的租赁场所，该等搬迁不会对公司的业务经营产生重大不利影响，亦不会对本次发行上市造成实质性障碍。

#### 5、发行人加盟店的基本情况

截至报告期末，公司拥有加盟门店 23 家。公司合作加盟商共 2 家，分别为湖州霖臻和浙江盈通（湖州霖臻和浙江盈通的加盟门店以下分别简称为“霖臻加盟店”和“盈通加盟店”），期末霖臻加盟店和盈通加盟店数量分别为 16 家和 7 家。公司加盟门店的控制人、门店名称、地址、营业面积、开业时间等情况详见本招股说明书“第十二节附件”之“附件四：加盟店基本情况”。

报告期前，公司曾存在由员工共同投资设立的门店，后主要于 2018 年由陈水金作为代表收购该等历史员工门店的权益；2019 年 11 月陈水金与其合作伙伴陈建荣合资设立湖州霖臻，其后相关加盟店转由湖州霖臻负责经营管理。公司与湖州霖臻约定自签署门店加盟协议起的第 1-3 年不收取特许经营使用费，第 4-5 年按营业收入的 2% 收取特许经营使用费，第 6-15 年按营业收入的 5% 收取特许经营使用费。报告期内，公司尚未就霖臻加盟店收取特许经营使用费。

公司与浙江盈通约定合作第 1 年由浙江盈通委托公司进行门店管理，公司按照门店不含税销售额的 3% 收取经营管理费；合作第 2 年起由浙江盈通自行管理，公司对门店运营和顾客 QSC 体验进行监测并按照门店不含税销售额的 1% 收取监测服务费，并不再收取品牌加盟费等其他任何费用。报告期各期，公司向浙江盈通收取的经营管理费/监测服务费分别为 25.00 万元、13.92 万元、17.18 万元和 3.59 万元。

## 6、发行人与加盟店的商业合作安排

报告期内，公司授权加盟商及其所属加盟门店在合同有效期内使用“老娘舅”商号及“老娘舅”品牌注册商标、服务标志。

公司与湖州霖臻之间采用“一店一许可”模式，根据具体门店逐店签署特许加盟合同，协议有效期为 15 年。特许加盟合同期满前 3 个月，湖州霖臻可向公司申请继续合作加盟，经公司审核同意后，双方另行签署协议。特许加盟合同期满、解除或终止后，湖州霖臻应在期满、解除或终止之日起立即停止相关加盟店的业务活动和任何形式的广告宣传，停止使用公司商标、商名、标志等，在 20 个工作日内注销加盟店的所有证照，在 5 日内归还公司商业技术秘密资料以及带有公司商标、标识等商业标志的招牌和其他资料。

浙江盈通是公司、浙江省交通投资集团实业发展有限公司（后变更为“浙江省商业集团有限公司”）及杭州众慧企业管理合伙企业（有限合伙）共同出资设立的合资公司，

主要在浙江省内的高速公路服务区发展餐饮业务，合资公司经营期限为 20 年。公司在浙江盈通经营期限内授权其使用“老娘舅”商标并经营相关业务，并通过向浙江盈通委派董事等方式参与其管理。公司与浙江盈通之间同样采用“一店一许可”模式，根据具体门店逐店签署特许加盟合同，协议有效期为 5 年。在特许加盟合同的续期及期满、解除或终止等方面，公司与浙江盈通的约定与湖州霖臻相同。

截至报告期末，公司存续加盟门店的加盟期限均未到期，不存在到期不予续约的情形。截至报告期末，公司与现有加盟店相关利益主体不存在纠纷。

## （二）发行人餐饮业务的主要经营模式及持续发展能力

公司经营模式以“连锁直营为主，授权加盟为辅”，餐饮服务领域主要面向大众餐饮。随着我国经济水平的提高、城镇化率的提升以及消费观念的改变，公司的未来市场销售空间广阔。

### 1、发行人市场定位、定价政策及与竞争对手的差异

#### （1）市场定位

公司餐饮服务定位为大众餐饮，面向消费者提供中高端的中式快餐服务。首先，从产品定位上，公司主要提供系列中式快餐产品，主要提供江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食的系列餐品；其次，从顾客定位上，公司餐品面向大众消费者，门店主要布局在社区商业体、商务商业体、交通枢纽、主流商业综合体、医院商业体、商业街、展会以及其他商圈；其三，从品牌定位上，公司以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为特色定位，致力于发展成为领先的民族品牌。

#### （2）定价政策

公司建立了严格的产品定价体系，门店销售产品的定价会综合考虑原材料成本、门店所处区位的经济发展水平和消费者消费能力、市场竞争情况以及市场行情等因素。

公司坚持面向大众消费者提供平价中式快餐产品，主菜的单价通常在 10 元至 20 元之间，套餐的单价通常在 20 至 40 元之间，可满足不同消费者的差异化就餐需求。

#### （3）与竞争对手的差异

公司主营中式快餐业务，报告期内以及未来三年门店经营的所在区域及目标区域仍聚焦于长三角地区，长三角地区快餐品牌连锁门店众多，市场竞争较为激烈，公司在区

域内的主要竞争对手包括肯德基、麦当劳等西式快餐连锁企业，老乡鸡、乡村基/大米先生、真功夫、味千（中国）、永和大王、来必堡、顺旺基等中式快餐连锁企业。

公司与上述竞争对手的差异主要为：

一方面是餐品差异。肯德基、麦当劳等西式快餐连锁企业餐品主要为薯条、炸鸡、汽水、冰品等西式快餐餐品；老乡鸡餐品主要为以鸡肉为原材料的鸡汤和特色餐品；乡村基和大米先生餐品分别主要为以四川口味为主的中式快餐以及以经营地本土风味的中式快餐；真功夫餐品主要为各种蒸制米饭套餐；味千（中国）餐品为日式拉面为主的中式快餐；永和大王餐品主要为台湾风味的中式快餐；来必堡与顺旺基餐品为浙江口味为主的中式快餐；老娘舅餐品主要为以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食餐品的中式快餐。

另一方面是经营区域差异。肯德基、麦当劳等西式快餐连锁企业门店分布在国内大部分城市；老乡鸡经营门店主要位于以安徽、江苏、上海为主的华东地区以及湖北地区；乡村基经营门店主要分布在川渝地区；大米先生经营门店主要分布在湖南、湖北、川渝和上海地区；真功夫经营门店主要分布在广东地区；味千（中国）在国内大部分省份均有门店经营；永和大王经营门店主要分布在江浙沪、广东和北京地区；来必堡、顺旺基经营门店主要分布在浙江地区；老娘舅经营门店主要位于以江浙沪为主的华东地区。

## 2、发行人主要市场推广模式及各门店在资产、人员、财务、机构、业务等方面的管理方式

### （1）发行人主要市场推广方式

公司主要的市场推广方式为媒体营销推广、门店品牌推广、市场拓展推广等三部分。

#### 1) 媒体营销推广

公司顺应互联网经济发展的趋势，积极进行媒体营销推广，主要推广方式包括广告投放、自媒体运营以及事件营销等。广告投放方式下，公司会基于门店区位、广告投放点人流量等因素考虑，在楼宇电梯、灯箱、电台等地区或媒介进行广告投放，助力门店增加客流；自媒体运营方式下，公司会借助微信、抖音等平台，介绍老娘舅产品以及各类活动，并分享食品类生活小知识，在产品介绍与知识宣传的同时，进一步提升老娘舅品牌形象；事件营销方式下，公司会根据时下热点进行针对性营销宣传或承担社会责任，比如在疫情期间为就餐人员免费提供口罩、为防疫人员免费提供工作餐等，进一步发扬

老娘舅“服务式餐饮”的精神，增强公司的社会影响力。

媒体营销推广方式	
 <p>广告投放方式</p>	 <p>自媒体运营方式</p>

### 2) 门店品牌推广

门店是消费者接触公司品牌的最直接方式，门店的开发以及日常服务，将直接影响到公司的品牌形象以及市场竞争力。公司门店品牌推广的主要方式包括门店店面开发以及门店活动营销等两方面。在门店店面开发方式下，公司通过门店点位寻找以及门店营建，最大程度展现公司门店形象，通过超级符号和品牌口号的宣传，进一步提升公司形象的感知度；在门店活动营销环节，公司会举行专属于公司的节日活动，如春节“年年有鱼”、六一“舅宝节”、九九“舅舅节”、深秋“新米节”等，通过特定组合套餐、周边、游戏等形象要素的搭配，进一步提升消费者在门店的消费热度和对品牌的喜爱度，增强公司的市场竞争力。

门店品牌推广方式	
 <p>公司店面展示</p>	 <p>门店活动营销情况</p>

### 3) 市场拓展推广

公司坚持以长三角为起点，继而面向全国多区域持续性进行门店拓展的市场推广方式，基于各区域的经济水平以及市场竞争状况，采取在多城市开设门店的方式来提

升公司的市场占有率。截至报告期末，公司已在以杭州、上海、南京、苏州、湖州等地为主的长三角地区开设了 391 家门店，未来将持续增加门店数量，丰富门店类型，进一步增强公司在长三角地区乃至全国的市场竞争力。

### （2）各门店在资产、人员、财务、机构、业务等方面的管理方式

公司通过统一的 ERP 系统，对各直营门店的采购、销售、品质及食品安全、人力资源、财务数据以及日常经营等情况进行统一管理。公司直营门店的 ERP 系统与公司对接门店端销售的 POS 系统、对接外卖的软件系统、对接公司的财务系统间实现了互联共享，保证了各业务系统中数据的一致性。同时，公司对相关人员在系统中的操作权限进行了合理设置并进行操作留痕，确保了数据真实性。公司高度重视各直营门店经营的标准化、一致性，并通过信息系统的搭建，实现了对各直营门店资产、人员、财务、机构以及业务的统一管理。同时，公司正基于日常实践经验并不断引入新的方式方法，持续对各门店在资产、人员、财务、机构、业务等方面的管理方式进行优化升级，进一步提升公司门店管理能力，增强门店的市场竞争力，从而为公司带来更大的经济效益。

此外，公司对于各加盟门店，亦在采购、销售、品质及食品安全以及日常经营等方面进行统一管理，以确保公司门店高水平的服务能力，维护公司品牌形象，保障公司品牌的持久竞争力。

### （3）发行人门店运营模式

关于公司门店的运营模式，参见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要经营模式”之“5、销售模式”。

### （4）门店运营对发行人品牌和日常经营的影响

公司各门店均能遵守公司内部管理规范进行日常经营。公司借助信息化系统，高效、便捷地与门店及时沟通，对各门店日常经营情况进行及时了解，有效防止了门店出现重大经营问题。

经实地走访发行人直营和加盟门店，访谈了解门店的日常经营管理情况，并查询门店的行政处罚、诉讼等情况，保荐机构认为，报告期内，发行人直营店和加盟店经营规范，未发生导致发行人品牌和日常经营产生不利影响的情况。

## 3、发行人选择新店地址的条件，以及防范新店与现有门店竞争的措施



### （1）发行人选择新店地址遵循的原则

关于公司选择新店地址所遵循的原则，参见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要经营模式”之“1、产品开发模式”之“（4）门店开发模式”。

### （2）防范新店与现有门店竞争的措施

公司在选择开设新店时，会考虑现有门店的布局情况，并重点分析现有门店所覆盖销售区域的市场饱和情况，尽量避免在单店辐射区域内重复开店。同时，在部分人流量较大的商务区、商业区或社区，若单店难以满足消费需求，公司会在合理审慎评估预估的基础上，开设新的门店以进一步满足市场消费需求。

针对新店的布局与开设，公司在门店开发部门审慎评估的基础上，会集结内部不同部门的相关人员召开投资决策委员会进行集中决策，以最大程度提升开店效率，尽量规避新店与现有门店间的现实或潜在竞争关系。

## 4、新店达到收支平衡所需的时间

根据公司历史经营情况，在正常经营情况下，公司门店自开业至达到收支平衡通常需 3-12 个月。

## 5、发行人未来扩张计划

### （1）未来三年拟新设门店数量、收购计划、预期投资成本、资金来源

未来三年，公司将继续立足长三角，在目前已开设老娘舅门店的 16 大城市持续性进行门店拓展，并进一步开设位于其他长三角地区的门店。公司预计未来三年累计新设门店数量在 300 家左右，将进一步扩大经营规模，同时将优化门店布局。公司新设门店的投入成本包括设备投入费用、装修投入、租赁物业费等，开设门店的资金来源主要为募集资金，少部分使用自筹资金。

公司未来拓展直营门店均计划采取新设方式，暂无收购计划。同时，公司未来将继续以发展直营门店为主，加盟店将保持小幅度增长态势，未来三年内加盟店的增长数量预计在 10 家左右，新增的加盟店预计亦将集中在长三角地区。

### （2）发行人跨区域经营的不利影响

目前，公司经营区域主要集中于以杭州、上海、南京等地为主的长三角 16 大城市，

未来若向其他长三角城市进行门店拓展或者进一步向全国其他地区拓展门店，主要的不利影响包括外部环境、消费习惯等。

### 1) 外部环境

公司通过经营“老娘舅”品牌连锁门店的方式在长三角地区已持续经营二十余年，在浙江、上海、江苏和安徽等地已形成了较高的品牌知名度和行业影响力。未来，若公司继续向未开设老娘舅门店的其他长三角地区或者全国其他地区进行门店拓展，公司将面对当地餐饮品牌的竞争，同时亦需要投入人力、财力与物力进行品牌宣传与市场推广，在持续性对外拓展的过程中，将面临一定的市场风险，可能会对公司的经营发展产生不利影响。

### 2) 消费习惯

受地理环境以及历史文化等因素的影响，中国不同地区的饮食差异较大。目前，公司提供以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食的系列餐品。未来，公司在向尚未开设门店的地区进行拓展时，因不同地区对餐品口味以及种类选择等均有一定差异，公司需要持续性进行餐品的开发创新，以契合不同地区消费者的饮食消费习惯。公司餐品开发并推向市场后，市场的接受认可程度高低具有一定的不确定性，将可能会公司的经营发展产生不利影响。

### (3) 发行人跨区域发展餐饮业务的能力、跨区域经营风险分析

报告期内，公司连锁门店的覆盖城市已从期初的 14 个拓展至 16 个，报告期内新拓展的城市为浙江省台州市与江苏省镇江市。公司在上述两大城市新设门店的经营情况如下：

序号	门店法人主体	门店性质	所处地区	开业年份	盈利年度
1	老娘舅餐饮股份有限公司 临海紫阳街分公司	直营店	浙江台州	2019 年	2021 年
2	湖州霖臻餐饮有限公司丹 阳欧尚分公司	加盟店	江苏镇江	2020 年	尚未盈利
3	浙江盈通餐饮有限公司临 海服务区南区分公司	加盟店	浙江台州	2020 年	2021 年
4	浙江盈通餐饮有限公司临 海服务区北区分公司				

注：湖州霖臻餐饮有限公司丹阳欧尚分公司尚未盈利主要系所选择的商场人流量不及预估以及受疫情影响等因素所致。

报告期内，公司所开设门店主要聚焦于原先已覆盖的城市，在新覆盖城市所开设的

门店较少,且新覆盖城市亦位于长三角地区,上述城市与公司原先覆盖地区在外部环境、消费习惯、税收政策、经济发展水平等方面无明显的差异,新增门店的经营状况总体亦符合公司预期。

截至报告期末,公司已在长三角地区 16 个城市布局了 368 家直营店以及 23 家加盟店,初步构建了系统的门店经营体系。报告期各期,公司分别实现营业收入 122,243.18 万元、120,658.73 万元、152,487.19 万元和 62,737.45 万元,各期实现归属于母公司的净利润分别为 6,517.46 万元、2,070.75 万元、6,299.22 万元和 70.90 万元。未来三年,公司基于自身发展战略以及募集资金投资项目规划,将继续聚焦于长三角地区进行门店拓展,并在继续发展新一线城市门店的基础上,大力拓展一线、二线、三线及以下的门店数量,以进一步优化公司门店布局,提升公司门店的规模化经营能力与经营效益。

长三角地区经济水平较为发达,地区内部的跨城市交通便利,城市间的交流亦较为顺畅,同时,在《长江三角洲城市群发展规划》《长江三角洲地区交通运输更高质量一体化发展规划》等政策的支持促进下,基本实现了地区的一体化发展。根据第七次人口普查公报数据测算,截至 2020 年末,长三角常住人口总量已达 2.35 亿人,发展餐饮的市场容量广阔。公司面向大众消费者提供中高端的中式快餐服务,并重点面向社区商业体、商务商业体、交通枢纽、主流商业综合体、医院商业体、商业街、展会以及其他商圈的消费人群。长三角地区人口众多,地区内的人口流动频繁,不同城市间在外部环境、消费习惯、税收政策、经济发展水平等方面无显著差异,公司在长三角地区内跨城市拓展预计不存在明显的经营门槛。但同时,公司未来在跨城市经营或面向全国经营过程中,因无当地开设门店的成功经验,且对新地区的外部环境、消费习惯以及税收政策等方面相对现存门店地区,亦没有丰富的调研经验积累,故仍存在一定跨区经营风险。

因此,经实地走访发行人直营和加盟门店,访谈了解门店的日常经营管理情况,并了解发行人的业务发展目标及业务扩张计划,保荐机构认为,发行人经营现状良好,企业定位清晰,所面对的消费人群市场广阔,门店布局合理,经营业绩呈现增长态势,募投项目规划合理。报告期内,发行人新开设的直营店和加盟店主要位于原先已覆盖的城市,在新地区开设的门店较少,同时,在新地区开设的直营店和加盟店经营状况总体亦符合发行人预期。未来,发行人在长三角地区内跨城市拓展预计不存在明显的经营门槛,但是发行人在向长三角乃至全国新地区拓展门店的过程中,预计仍面临新地区在外部环境、消费习惯等方面的差异并需要快速、准确、高效地进行调整与适应,因此存在一定

的跨区域经营风险。

## 6、发行人餐饮行业的市场竞争状况

### (1) 所在区域、目标区域及同类品牌餐饮门店的情况

#### 1) 市场规模情况

餐饮行业竞争激烈，根据国家统计局餐饮市场规模数据计算，2021 年面向国内销售的公司主要竞争对手及同行业上市公司的市场份额均在 2% 以下，市场较为分散。2019 年至 2021 年，公司营业收入分别为 12.22 亿元、12.07 亿元以及 15.25 亿元，分别占中国餐饮行业总市场规模的 0.0262%、0.0305% 以及 0.0325%，以及分别占中式快餐市场规模的 0.1618%、0.1831% 以及 0.1969%，公司市场占有率在逐年提升。

此外，餐饮行业市场化程度高，竞争较为充分，随着中央厨房和供应链的逐步普及，餐饮行业的连锁化率正逐步提升，公司作为中式快餐连锁经营企业，具有较大的市场发展空间及机遇。

#### 2) 市场竞争情况

公司主要竞争对手与公司在江浙沪区域的门店数量比较情况如下：

单位：家

公司名称	浙江	江苏	上海	合计
肯德基	933	1,130	485	2,548
麦当劳	362	371	386	1,119
老乡鸡	26	170	95	291
乡村基	22	19	-	41
大米先生	1	-	126	127
真功夫	9	3	17	29
味千拉面	72	73	98	243
永和大王	71	58	92	221
来必堡	25	1	5	31
顺旺基	115	54	3	172
<b>老娘舅</b>	<b>222</b>	<b>124</b>	<b>39</b>	<b>385</b>

注 1：老娘舅数据为截至 2022 年 6 月 30 日的门店数据，其余餐饮品牌数据来源于 2023 年 2 月 8 日“窄门餐眼”检索得到的门店数；

注 2：百胜中国门店数量以“肯德基”门店数量为例进行列示，乡村基门店数量以其旗下“乡村基”

“大米先生”两大品牌门店数量分别列示，味千（中国）以其旗下“味千拉面”品牌门店数量进行列示；

注3：全聚德以正餐为主，在江浙沪地区开设店铺数较少，故未列示。

目前，公司经营地区的知名品牌快餐连锁门店中，西式快餐开店数量相较于中式快餐数量更多。在中式快餐企业中，公司在江浙沪地区开设的门店数量领先。因此，公司目前在江浙沪的中式快餐连锁品牌中具有行业领先地位。

## （2）发行人与主要竞争对手的比较情况

经公开渠道信息数据可知，目前在公司门店开设地区亦从事经营的主要竞争对手主要有全聚德、百胜中国、麦当劳、老乡鸡、乡村基、真功夫、味千（中国）、永和大王、来必堡、顺旺基等。公司与上述竞争对手均为行业内的头部餐饮公司；同时，因餐饮市场容量广阔，公司与上述竞争对手在餐饮行业的市场占比均较低。公司与上述竞争对手在品牌、特征、经营环境上的比较如下：

公司名称	品牌	特征	经营环境
全聚德	拥有“全聚德”、“仿膳”、“丰泽园”、“四川饭店”等品牌	兼有直营与加盟模式	以正餐为主，主要采取点餐模式
百胜中国	拥有、特约经营的品牌包括肯德基、必胜客、小肥羊、黄记煌、COFFi & JOY、东方既白、塔可贝尔及 Lavazza 等	以直营为主，加盟为辅	以快餐为主，主要采取点餐模式
麦当劳	金拱门（中国）有限公司主要经营“麦当劳”品牌餐品	兼有直营与加盟模式	以快餐为主，主要采取点餐模式
味千（中国）	以“味千”品牌销售日本面食（拉面）和日式菜式	均为直营模式经营	以快餐为主，主要采取点餐模式
乡村基	主营“乡村基”品牌和“大米先生”品牌中式快餐	均为直营模式经营	以快餐为主，兼有点餐或自取模式
老乡鸡	主营“老乡鸡”品牌中式快餐	以直营为主，加盟为辅	以快餐为主，主要采取自取模式
真功夫	主营“真功夫”品牌中式快餐	兼有直营与加盟模式	以快餐为主，主要采取点餐模式
永和大王	主营“永和大王”品牌中式快餐	兼有直营与加盟模式	以快餐为主，主要采取点餐模式
来必堡	主营“来必堡”品牌中式快餐	未披露	以快餐为主，主要采取自取模式
顺旺基	主营“顺旺基”品牌中式快餐	兼有直营与加盟模式	以快餐为主，主要采取自取模式
老娘舅	主营“老娘舅”品牌中式快餐	以直营为主，加盟为辅	以快餐为主，主要采取点餐模式

公司与区域内的主要竞争对手采取单品牌或多品牌的经营方式，且主要以直营的模式开展经营，在经营环境上，公司与主要竞争对手多数提供快餐服务，且采取自助点餐或柜台点餐的形式。

公司在经营品牌数量、经营模式以及经营环境上,与主要竞争对手不存在显著差异。公司凭借自身在全流程质量安全管理优势、餐品与专用设备开发、标准化门店运营模式、顾客服务理念以及渠道资源等方面的竞争优势,进一步提升了门店服务水平,保证了公司较强的竞争力以及可持续性的发展能力。

## 7、发行人采用特许经营方式合作经营情况

### (1) 品牌加盟政策介绍

公司业务开拓以直营模式为主,加盟店主要分为霖臻加盟店以及盈通加盟店等两类,具体介绍参见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“(二)发行人主要经营模式”之“5、销售模式”之“(2)加盟门店销售模式”。

特许经营模式下的品牌加盟策略非公司主要经营模式,未来三年,公司霖臻加盟店数量预计不会增长,盈通加盟店数量预计新增 10 家左右,整体加盟店数量预计将达到 34 家左右。

### (2) 加盟店管理以及合作方式

公司对加盟门店在采购、销售、品质及食品安全以及日常经营等方面进行统一管理,以保证公司“老娘舅”品牌门店的高水平运行,维护公司品牌形象。

公司与上述加盟店的主要权利和义务关系情况如下:

加盟商	甲乙双方主要权利关系	甲乙双方主要义务关系
盈通加盟店	1、盈通加盟店所有的原辅材料及包装等,由老娘舅公司负责配送,按照市场化原则定价;供应给盈通加盟店的产品原辅材料及包装等,配送价格享受老娘舅品牌直营连锁店同等的配送定价政策;供应给盈通加盟店的原辅材料及包装的价格,通过市场对比,成本不得高于中餐行业平均进货价; 2、老娘舅公司整体的品牌建设、品牌营销及广告宣传投入由老娘舅承担;盈通加盟店因餐品推广和营销活动所产生的 POP 海报、吊旗、宣传单页、优惠券等宣传物料费用由盈通加盟店承担;盈通加盟店开业及日常经营中,老娘舅为支持其单店进行营销所产生的广告宣传费用由盈通加盟店承担;针对性为盈通加盟店所投入的指引牌和户外广告费用由盈通加盟店承担; 3、盈通加盟店对符合质量标准的货物不得拒收,对存在质量问题或不符合双方约定的货物,有权要求在单日更换货物或退货。	
霖臻加盟店	<b>甲方(老娘舅):</b> 1、有权以各种形式随时对加盟店进行检查、督导、鉴定和考核; 2、加盟店经营所需之设备、产品(食材)、原辅材料、物品等,由甲方或甲方指定供应商供应;	<b>甲方(老娘舅):</b> 1、提供开办加盟店所需的证明材料; 2、为加盟店提供骨干人员上岗前的专业培训,并根据需要定期或不定期进行培训; 3、协助乙方开展店铺租赁之前期勘查、洽谈工作; 4、负责加盟店的店铺装修; 5、负责品牌的维护,品牌宣传,组织促销活动。 <b>乙方(霖臻加盟店):</b>

加盟商	甲乙双方主要权利关系	甲乙双方主要义务关系
	3、有权对加盟店的经营状况、货品销售、库存、执行价格、财务状况等进行检查和审核； 4、有权对加盟店的财务状况委托专业机构进行审计，审计费用由乙方承担。 <b>乙方（霖臻加盟店）：</b> 1、自行负责办理取得加盟店开办所需的相关手续。 2、对符合质量标准的货物不得拒收，对质量不合格的产品，有权退货。	1、遵循甲方指定的统一运营操作规范，自愿接受甲方的监督和指导； 2、自筹资金，自负盈亏，独立承担一切民事法律责任； 3、乙方在加盟店开业前必须派送其相关人员接受甲方规定的培训和考核； 4、严格按甲方提供的价格和展示方式进行销售； 5、只生产、销售和使用甲方和甲方指定供应商提供的产品和服务； 6、在未经甲方同意情况下，绝不向其他第三方订购同类的食品原料、食品调料和设备用具； 7、统一安装甲方指定的监控设备，连接网络并开放查看端口至甲方总部，将营业数据全部录入收银系统，以方便甲方统一监督管理； 8、甲方为支持乙方进行营销所产生的广告宣传物料费用等，由乙方承担。

公司与上述加盟店关于加盟费的收入原则情况参见本节之“（一）发行人餐饮业务发展状况”之“5、发行人加盟店的基本情况”。

### （3）发行人相关人员持有加盟店股份的情况

截至报告期末，霖臻加盟店中存在2家以公司员工作为名义经营者的门店，具体情况如下：

序号	门店名称	成立时间	登记经营者	经营者职务
1	杭州市西湖区叶强小吃店	2011.12.27	叶强	产品交付师
2	杭州之江度假区李坤快餐店	2014.1.21	李柳珍	职能支撑经营发展政委、人资行政服务平台副总监

上述门店设立之初系由公司多名员工共同出资经营，并以其中一名员工作为登记经营者办理门店营业执照。2018年起陈水金陆续收购各员工在该等门店的投资份额，自2019年起，该等门店已由陈水金团队实际经营管理，并自湖州霖臻设立后转由湖州霖臻经营管理。由于租赁合同未到期无法变更营业执照、区域改造暂停办理证照等原因，截至报告期末，湖州霖臻尚未就上述2家门店重新办理营业执照。湖州霖臻已分别与叶强、李柳珍签署说明文件，确认相关员工仅为门店的登记经营者，不享有门店任何资产或权益、亦不参与该等门店的实际运营及管理，相关门店的运营管理权及资产权属均归属湖州霖臻，双方就该等事项不存在任何争议纠纷或潜在争议纠纷。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员及其直系亲属、公司员工均未持有霖臻加盟店的权益。

对于盈通加盟店，公司直接持有其法人主体浙江盈通20%股权；除此之外，公司控

股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员及其直系亲属、公司员工均未持有盈通加盟店的权益。

#### (4) 加盟店经营情况

报告期内，公司加盟业务收入及利润及其占比情况，参见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要经营模式”之“5、销售模式”之“（2）加盟门店销售模式”。

报告期内，公司加盟业务收入占比及利润占比较低，加盟业务对公司整体经营发展的影响较低。

#### (5) 发行人确保加盟店根据发行人的标准经营的措施

为确保加盟店按照公司标准经营，公司与加盟商就门店的具体管理方式进行了明确约定，具体详见本小节之“（四）发行人主要管理制度及执行情况”之“5、餐饮业务连锁经营的管理模式和组织管理方法”之“（2）餐饮业务连锁经营的组织管理方法”。

### (三) 发行人食品安全卫生情况

#### 1、公司的食品安全控制体系及管理措施

##### (1) 食品安全质量控制标准及措施

公司严格执行国家及行业的通用标准，并相应制定了内部质量控制标准和制度。在日常生产加工过程中，公司严格执行 ISO22000 的食品管理体系，同时建立了 HACCP 食品安全卫生预防控制体系、GMP 良好操作规范以及 SSOP 卫生标准操作程序，以此保障公司食品安全和质量。

公司已建立了全流程的食品安全质量控制措施，且在报告期内得到有效执行。全流程各环节的内控措施如下：

环节/阶段	内控措施
原材料采购	公司自产餐品的原材料与外协加工餐品的主要原材料均由公司统一采购，公司在采购原材料时，会全面考察拟采购原料的品种、产地、种植期、加工期、加工工艺流程等原料信息，并从“色、香、味、形、口感”以及“理化和微生物指标”等方面去评价拟购原料的合适程度
门店直配食材采购	公司基于“食品安全和 GMP 审核系统”，对门店直配食材供应商进行“食品安全操作和执行”、“良好的生产操作及习惯”、“厂房、仓库、生产设备现场审核”等包含生产流程、食品存储等多方面的评估，评估合格后相关供应商进入公司供



环节/阶段	内控措施
	应体系；在具体食材采购时，公司首先考察相关食材的品种、产地、制作工艺等基本信息，再从“色、香、味、形、口感”以及“理化和微生物指标”上对食材进行检验，以此保障餐品质量
自产环节食材制作流程	公司自产食材制作流程具有统一的制作规范，具体包含验收、预处理、调理烧制、包装、杀菌/冷冻、入库检验等六大步骤
委托加工食材制作流程	公司将部分技术稳定、品质易控的餐品交由委托加工厂商进行加工，其需执行与自有工厂相同的制作规范，公司定期对委托加工工厂进行食品安全和 GMP 审核，具体生产流程和仓储环节由公司驻场人员进行监督
物流配送环节	公司在运输至门店的出库物流环节与外卖物流环节都执行严格的配送标准。在出库物流环节，公司采取冷链运输，委托专业的冷链物流公司进行物料运输；在外卖物流环节，公司与顺丰等配送公司合作，由相关专业单位负责外卖配送工作
店面陈列/销售环节	公司门店店面陈列由营销委下属渠道开发服务平台统一进行指导实施；在销售环节，门店吧台从顾客点餐到出餐有严格的时间限制。门店配置品质大师对出餐餐品进行“色、香、味、形、温度”全方位的监督和控制，严格禁止将不符合标准的餐品出售给顾客

### (2) 公司负责食品安全以及质量监控人员情况

公司高度重视食品安全工作，由公司总经理杨国民统筹负责公司的食品安全管理以及质量监控工作。在供应商的采购、生产加工以及日常运营等三大上下游环节，分别由供应链副总经理把控原辅材料采购环节的食品安全问题，由供应链总经理把控生产加工环节的食品安全工作，由杭州、南京、苏州、上海、湖州、嘉宁、共厨、南高等各区域事业部的总经理负责门店端运营环节的食品安全工作。在门店端，公司亦建立了完善的质量控制体系，门店各店员均参与到质量控制工作中来，从具体岗位分工来看，店长负责统筹门店的质量监控工作；副店长专门负责对运送到店的各类原料进行品质验收；公司专设品质大师，负责门店厨房品质管理，包括操作规范管理、餐品品质管理等；其余员工基于公司操作规范进行门店日常工作，并就接触到的质量监控事宜进行及时处理。

### (3) 门店从事质量监控的员工情况

公司门店从事质量监控的岗位主要为店长、副店长以及品质大师。2022年6月末，公司直营门店中，上述职位的员工人数、入职时间以及年龄、教育背景情况如下：

单位：人，%

项目	分类	店长		副店长		品质大师	
		人数	比例	人数	比例	人数	比例
入职时间	1年及以下	1	0.27	55	14.25	58	14.57

项目	分类	店长		副店长		品质大师	
		人数	比例	人数	比例	人数	比例
	2-3 年	117	31.88	208	53.89	132	33.17
	4-5 年	85	23.16	60	15.54	116	29.15
	5 年以上	164	44.69	63	16.32	92	23.12
	合计	<b>367</b>	<b>100.00</b>	<b>386</b>	<b>100.00</b>	<b>398</b>	<b>100.00</b>
年龄背景	25 岁及以下	45	12.26	132	34.20	14	3.52
	25-30 岁	171	46.59	134	34.72	37	9.30
	30-40 岁	142	38.69	101	26.17	121	30.40
	40-50 岁	9	2.45	18	4.66	196	49.25
	50 岁以上	-	-	1	0.26	30	7.54
	合计	<b>367</b>	<b>100.00</b>	<b>386</b>	<b>100.00</b>	<b>398</b>	<b>100.00</b>
教育背景	大学本科及以上	62	16.89	49	12.69	1	0.25
	大学专科	219	59.67	205	53.11	12	3.02
	高中及以下（包括中专、技校）	86	23.43	132	34.20	385	96.73
	合计	<b>367</b>	<b>100.00</b>	<b>386</b>	<b>100.00</b>	<b>398</b>	<b>100.00</b>

#### （4）公司对供应商进行检测的方式、次数及标准

公司对于原材料供应商以及门店直配的成品供应商，采取各批次产品抽检的方式把控食品安全；对于外协加工供应商，公司除进行各批次产品抽检外，会派驻厂人员对其生产加工过程进行全流程的监督把控，进一步保证采购食品的安全性。

公司对于食品检测的标准包括“色、香、味、形、口感”以及“理化和微生物指标”等指标，具体内容详见本节之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要经营模式”之“2、采购模式”之“（1）原材料选取”。

#### （5）公司报告期内受到相关部门对食品或餐厅卫生的调查情况

报告期内，公司门店受到各自所在地区或城市的食品药品监督管理部门的日常例行检查或抽查，未被发现在食品或门店卫生上存在重大问题。

## 2、发行人及各直营店报告期内在食品安全、卫生、环保、消防等方面受到相关部门处罚的情况

报告期内，公司及下属公司受到的罚款金额在 1,000 元以上的行政处罚共 7 项，具体如下：

(1) 2019年3月29日,南京市秦淮区市场监督管理局向老娘舅南京第一分公司(该分公司已于2021年6月依法注销,以下简称“南京分公司”)下发《南京市秦淮区市场监督管理局行政处罚决定书》(秦市监行罚字[2019]第0206号),认定南京分公司在其经营场所使用含有“德清源鸡蛋,专供中南海领导人和奥运健儿,不含激素、抗生素”字样的餐盘垫纸的行为违反《中华人民共和国广告法》《奥林匹克标志保护条例》的有关规定,并处以罚款25万元的行政处罚。南京分公司已于2019年4月17日缴纳该等罚款。

2021年9月6日,南京市秦淮区市场监督管理局出具《证明》,认为上述行为不属于重大违法行为,该处罚不属于较重的行政处罚,且目前已执行完毕并于2021年7月14日完成信用修复;此外,在国家企业信用信息公示系统(江苏)、原江苏省工商系统市场主体信用数据库、江苏省市场监管信息平台中无其他行政处罚记录。

(2) 2021年7月16日,湖州市市场监督管理局收到苏州市姑苏区市场监督管理局案件移送函(姑苏市监移函字[2021]14010号),函称浙江老娘舅餐饮有限公司苏州广济路餐厅在饿了么、美团等平台上线“庆建党100周年”正红套餐涉嫌违反《特殊标志管理条例》第十六条的相关规定。湖州市市场监督管理局向公司下发《湖州市市场监督管理局行政处罚决定书》((湖)市监经处字[2021]11号),认定公司通过直营店在饿了么、美团外卖平台上的店铺使用“庆建党100周年”对商品分类目录进行命名,进行线上销售正红套餐的行为构成了使用与“中国共产党成立100周年庆祝活动标识”近似文字的违法行为。该局依据《中华人民共和国广告法》第八条和《特殊标志管理条例》第十六条的相关规定,对公司作出没收6.51万元违法所得并处6.51万元罚款的行政处罚,合计罚没款13.01万元。公司已于2021年9月9日缴纳该等罚没款。

2021年9月13日,湖州市市场监督管理局出具《情况说明》,认为该处罚相关处罚依据未认定上述行为属于情节严重,同时根据《湖州市市场监督管理局复杂或重大行政处罚案件负责人集体讨论工作规则》第二条关于“复杂或重大行政处罚案件”范围的规定,该案件不属于重大行政处罚案件。

(3) 2019年7月9日,慈溪市市场监督管理局向老娘舅慈溪青少年宫路餐厅(现已更名为“老娘舅餐饮股份有限公司湖州府路第二分公司”,以下简称“第二分公司”)下发《行政处罚决定书》(慈市监处[2019]723号),第二分公司因未按要求对餐具进行清洗消毒,违反食品安全管理相关规定,被处以罚款2,500元。第二分公司已缴纳罚

款 2,500 元，并整改完毕。

根据浙江省人民政府于 2014 年 6 月 12 日发布的《浙江省人民政府法制办公室关于明确实施行政处罚适用听证程序较大数额罚款标准的函》（浙府法发[2014]10 号），就组织/经营性活动，工商行政管理系统处以 3 万元属于较大数额的行政处罚。鉴此，上述罚款不属于较大数额的罚款，相关违法行为不构成重大违法行为。

（4）2021 年 1 月 12 日，苏州昆山市城市管理行政执法局向江苏老娘舅昆山人民南路分公司（以下简称“昆山人民南路分公司”）下发《行政处罚决定书》（昆综执罚字[2021]第 2ZH220210016 号），因昆山人民南路分公司未经许可擅自在主要道路两侧建筑物上开门、开窗、进行立面装修、或者悬挂店招店牌，影响城市景观被处以罚款 1,000 元。昆山人民南路分公司已缴纳罚款 1,000 元，并整改完毕。

根据江苏省人民政府于 2021 年 10 月 25 日颁布的《江苏省政府关于印发江苏省行政处罚听证程序规定的通知》（苏政发[2021]68 号）第七条第二款之规定，较大数额罚款是指对公民的违法行为处以五千元以上罚款，对法人或者其他组织的违法行为处以五万元以上罚款。鉴此，上述罚款不属于较大数额的罚款，相关违法行为不构成重大违法行为。

（5）2019 年 8 月 30 日，湖州市南浔区综合行政执法局向老娘舅南浔分公司（以下简称“南浔分公司”）下发《行政处罚决定书》（浔综执法罚决字（2019）第 1911 号），南浔分公司因未按规定进行垃圾分类而违反《湖州市市容和环境卫生管理条例》第三十五条第二款被处以罚款 1,500 元，南浔分公司已缴纳罚款 1,500 元，并整改完毕。

根据浙江省人民政府于 2014 年 6 月 12 日发布的《浙江省人民政府法制办公室关于明确实施行政处罚适用听证程序较大数额罚款标准的函》（浙府法发[2014]10 号），就组织/经营性活动，环境保护系统及卫生和计划生育系统之卫生管理处 5 万元属于较大数额的行政处罚。鉴此，上述罚款不属于较大数额的罚款，相关违法行为不构成重大违法行为。

（6）2021 年 11 月 22 日，上海市静安区人民政府曹家渡街道办事处向上海策康酒店管理有限公司万航渡路分公司（以下简称“万航渡路分公司”）下发《行政处罚决定书》（普 2102180070 号），万航渡路分公司因未按照要求设置收集容器而违反《上海市生活垃圾管理条例》有关规定被处以罚款 1,000 元，万航渡路分公司已缴纳罚款 1,000

元，并整改完毕。

根据上海市人民政府于 2015 年 11 月 16 日发布的《上海市行政处罚听证程序规定》（上海市人民政府令第 35 号）第四条第一款规定，较大数额对法人或者其他组织是指 5 万元以上（或者等值物品价值）。鉴此，上述罚款不属于较大数额的罚款，相关违法行为不构成重大违法行为。

（7）2022 年 3 月 22 日，上海市闵行区市场监督管理局向上海策康酒店管理有限公司虹桥分公司（以下简称“虹桥分公司”）下发《行政处罚决定书》（沪市监闵处（2022）122022000307 号），虹桥分公司因在销售一次性打包盒和一次性餐具时，未向消费者公示价格，违反了《中华人民共和国价格法》第十三条第一款，被处以罚款 1,000 元。虹桥分公司已缴纳罚款 1,000 元，并整改完毕。

根据上海市人民政府于 2015 年 11 月 16 日发布的《上海市行政处罚听证程序规定》（上海市人民政府令第 35 号）第四条第一款规定，较大数额对法人或者其他组织是指 5 万元以上（或者等值物品价值）。鉴此，上述罚款不属于较大数额的罚款，相关违法行为不构成重大违法行为。

除上述行政处罚外，公司及下属公司报告期内受到的 1,000 元以下的行政处罚共计 58 项，主要涉及市场监督、税务部门、城市管理/综合执法部门及流动人口监管等方面，相关行政处罚金额合计 1.70 万元，公司及下属公司已按时缴纳罚款并及时进行了整改，相关违法违规行根据当地法律法规均不属于重大违法违规行为。

综上，公司及下属公司的上述违法行为不构成重大违法行为，上述事项对公司本次发行上市不构成实质法律障碍。

### **3、报告期内发行人受到的有关其所提供食品及服务的投诉情况及发生的食物中毒等安全事故**

公司坚持提供有情感的餐饮服务，高度重视广大消费者对公司所提供食品及服务的反馈情况，并基于反馈进一步调整优化公司的产品及服务，不断提升公司的餐饮服务能力。

根据湖州市消费者权益保护委员会于 2022 年 1 月 10 日出具的《证明》以及于 2022 年 7 月 4 日出具的《证明》，2019 年 1 月 1 日至 2022 年 7 月 4 日，老娘舅和湖州杨舅舅不存在因服务质量等因素被投诉的情形。

根据钱塘新区消费者协会于 2022 年 1 月 15 日出具的《证明》以及于 2022 年 8 月 2 日出具的《证明》，2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日，杭州杨大未发生重大消费维权纠纷等问题。

根据宁波市鄞州区消费者权益保护委员会于 2022 年 1 月 10 日出具的《证明》以及宁波市消费者权益保护委员会于 2022 年 7 月 4 日出具的《证明》，自宁波老娘舅成立之日起至 2022 年 6 月 30 日，未收到宁波老娘舅因服务质量等因素被投诉的情形。

此外，公司门店未发生过食物中毒等安全事故。

#### **4、临期或过期食材处理方法及执行情况**

公司基于科学化测试与评估，对于门店销售的每项食材均设定了保质期、保鲜期或最佳尝味期。在实际门店运营过程中，由品质大师严格监督把控食材品质，及时识别临期或过期食材并进行相应处理。

对于过期食材，各门店将直接进行报损销毁处理。具体流程为，先由店员在系统上填写报损申请单，后遵循营业地的卫生要求，将相关食材进行垃圾分类后作无害化处理。特别对于未开封的过期食材，门店员工将其进行破包处理，以防止相关过期食材重新流入市场。

报告期内，公司对过期食材的处理严格遵照公司规章制度执行。

公司要求加盟店严格遵照公司门店规章制度进行门店日常经营与管理。加盟店食材由公司统一进行配送，加盟店的过期食材处理方法与公司直营门店的相应要求相一致。在日常经营过程中，公司通过门店日常监控、例行检查以及神秘顾客制度等方式对加盟门店的产品质量与服务水平进行监督。

#### **5、公司及加盟商的生产经营合规情况**

公司已根据《食品安全法》等法律法规规定，取得了《食品经营许可证》《食品生产许可证》等必要的食品生产经营许可资质，并遵照相关国家、行业及地方标准，建立健全了涵盖食品生产、流通、原材料采购及添加添加剂等各个环节的内控制度，在日常生产经营过程中严格遵照执行。同时，公司加盟商湖州霖臻与浙江盈通相关加盟门店也均取得了《食品经营许可证》，其食材主要由公司提供并配送，在日常经营过程中参照公司直营门店标准进行门店运营。

报告期内，公司及加盟商不存在重大产品质量问题或食品安全事故，不存在因重大产品质量问题或食品安全事故受到重大行政处罚、媒体报道或消费者关注投诉情形；公司及加盟商不存在因产品质量问题引发的纠纷或诉讼，不存在损害消费者健康的重大产品质量问题，亦不存在对公司生产经营产生重大不利影响的产品质量问题。由此，公司不存在对本次发行构成实质法律障碍的产品质量问题，公司相关信息披露真实、准确、完整。

报告期内，公司及加盟商的生产经营符合《食品安全法》等法律、行政法规的相关规定，不存在重大违法违规行为。

## 6、公司供应商的资质证照与食品安全情况

### （1）资质证照情况

报告期内，公司主要物流提供商和主要供应商均合法持有开展业务所需全部资质及证照，相关资质的有效期完整覆盖报告期内其与公司开展业务合作的期间。

报告期内，公司建立了严格的供应商审核制度，公司对物流提供商和供应商的相关要求清晰合理，筛选过程严格透明，日常控制过程有效，能够有效保证食品安全。

### （2）食品安全情况

报告期内，公司主要物流提供商和主要供应商未发生食品安全事故，且不存在因食品安全问题受到诉讼的情况。报告期内，公司主要供应商因食品安全问题受到的行政处罚共计 2 项，相关行政处罚不属于较大数额以上处罚，相关供应商已进行整改并加强内部食品安全管理，后续未再发生食品安全相关行政处罚。

## （四）发行人主要管理制度及执行情况

### 1、发行人报告期内在采购、付款等方面的内控制度建设及运行情况

#### （1）制度建设情况

公司建立了完善的供应商采购、付款管理体系。在日常供应商采购管理环节，制定了《年度供应商审核计划表》《价值观评估表》《食品安全和供应保障审核体系表》《供应商发展规划评估表》《供应商审核反馈表》《供应商等级鉴定表》等制度文件规范日常的采购事项；在付款管理环节，制定了付款的预算流程以及排款支付流程，保障付款的准确性、及时性与安全性。

## （2）采购与配送情况

公司各门店的原辅材料主要由公司负责统一采购和配送，以保证门店食材供应商以及产品、服务输出的一致性；同时，公司也存在门店零星采购桶装水、调味料等原材料的情况。

报告期内，公司门店原辅材料统一配送、门店零星采购的覆盖比率如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
统一配送	20,915.69	99.88%	52,219.50	99.94%	41,397.87	99.98%	40,898.46	99.998%
门店自采	25.50	0.12%	32.16	0.06%	7.56	0.02%	0.70	0.002%
合计	<b>20,941.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>52,251.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,405.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>40,899.17</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期，公司上述统一采购和配送的原辅材料金额占各期营业成本的比例分别为40.68%、40.16%、40.96%以及38.07%。

报告期内，公司主要原材料的采购情况及主要供应商情况详见本节之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要原材料、能源和服务采购情况”。

## 2、发行人报告期内在销售、收款、资金管理等方面的内控制度建设及运行情况

### （1）内控制度建设及运行的整体情况

公司已制定并执行包括《财务核算管理制度》《门店销售收入核算管理制度》《内部控制制度》《应收账款管理制度》《资金管理制度》及《备用金管理制度》等关于销售、收款、资金管理方面的各项内控制度，详细规定了销售收入核算、收款，资金管理的各项工作，包括直营门店销售收入核算、加盟业务收入核算、加盟商应收账款管理、外卖平台应收账款管理、大客户应收账款管理、银行账户管理、现金管理、备用金管理等相关内容。

公司对资金进行集中管理，由公司统一调度、管理和运营，公司直营门店销售收入款项全部进入公司或子公司账户，费用由公司财务部对外结算。针对门店收款，每日打烊后，门店店长将当日销售汇总数据上传财务共享系统，并将现金日报表发送给门店对接的财务人员，门店店长定期将现金存入公司账户，并提交现金存入回单作为财务部记账凭证。微信、支付宝等第三方支付工具收取的款项，交易次日即可提现至公司银行账



户；美团、饿了么等外卖平台收取的款项于交易后三天转至公司银行账户。

报告期内，公司销售、收款、资金管理等方面的内控制度均得到有效执行。

## （2）集中监控系统的主要功能及运行情况

### 1）集中监控系统

为便于公司对门店的出品质量、服务质量的监督，加强内控管理、保障现金的安全，并能对门店内部的突发事件能及时发现并进行有效处理，公司各门店均在门店大堂重点区域、收银台、后厨操作区及主要出入口安装了视频监控。视频资料可在门店内部、公司相关事业部管理中心电脑端以及负责人员手机 APP 上进行实时与回访查看。公司配有专属存储设备，定期循环保存，保存期限一般为 20 天，在保存期内可进行事后下载追溯。

同时，公司集中监控系统还配有 4G 无线对讲系统进行协同管理，各门店均配有独立的 4G 无线对讲机，能够实时联系各门店区域相关值班人员，帮助进行疑难问题处理。此外，各事业部每月定期安排专项培训课程，通过对讲系统对店长进行赋能培训，不断提升店长自主经营管理能力。

### 2）阳光厨房监控系统

公司在不断提高自身管理标准的同时，对门店操作区的环境卫生亦越发重视。为规范门店内部人员的操作行为，维护公司品牌形象，公司于 2021 年开始按照统一标准在新开设门店的后厨安装监控系统，并在门店大堂搭配大屏同步显示后厨实时情况，供公司各事业部、门店管理人员以及顾客随时监督。

公司集中监控系统以及阳光厨房监控系统运行良好，公司能够有效使用上述系统进行日常经营管理。上述系统在客观上加强了公司门店的管理，加强了门店与客户的互动以及门店与总部的协调沟通，有效提升了门店日常运营水平。

## （3）交易结算系统的主要功能及运行情况

公司成立以来，始终高度重视信息化系统的建设。经过多年的信息化建设与升级改进，公司已构建业务中台、数据中台和技术中台三大中台系统，通过中台系统连通直接面向客户的收银系统、点餐系统等前台系统和进销存管理系统、供应链管理系统以及财务系统等后台系统。公司各主要系统的功能情况如下：

类别	系统	功能介绍
前台系统	POS 收银系统	可实现点餐收银、核销卡券、堂食接单、订单管理、收银交班、日结打烊、数据同步等功能
	自助点餐系统	可实现扫码点餐、到店取餐、外卖点餐、营销支持、会员连通、业务管理、数据同步等功能
中台系统	业务中台系统	主要包括组织中心、门店中心、商品中心、菜单中心、订单中心等功能，其中重要子系统包括聚合外卖系统和会员管理系统
	数据中台系统	主要包括数据湖中心、实时计算中心、离线计算中心、数据服务中心、数据应用与展示中心、数据管控中心等功能
后台系统	门店进销存系统	可实现门店订货、收货、退货、调拨、盘点、核算等功能
	供应链系统	可实现仓配一体化管理、质量追溯管理等功能
	财务共享系统	可实现预算编制、费控管理、资金管理、资产管理、总账管理等功能
其他支持	云应用	主要包括技术应用以及信息安全等功能

### 1) POS 收银系统

公司各门店统一使用的 POS 收银系统的主要功能介绍如下：

① 点餐收银。公司采取套餐点选模式，可在柜台为顾客提供点餐下单服务，接受顾客以现金、线上支付、刷卡支付等各种支付方式进行支付，其中线上支付对接聚合支付平台统一实现微信、支付宝、云闪付等各类支付方式；

② 核销卡券。可支持核销各类会员优惠卡券，也支持核销第三方平台的优惠卡券；

③ 到店接单。对于 POS 收银系统所下的订单以及桌面小程序所点的到店订单，可显示在配餐区消单屏上，点击屏幕上的订单可接单打印小票，按需为顾客配餐；

④ 订单管理。收银系统可对到店订单进行管理，除接单外，还可对订单实现退单退款、重打小票等功能，亦可查询到店订单流水的详情信息；

⑤ 收银交班。可支持不同营业时段切换不同的收银员班次，支持对现金、票据、收银账单等进行及时交接，顺利完成交班；

⑥ 日结打烊。可支持堂食日结打烊，确认当日各收银员账户的收银记录，盘点当日营业收入并上传数据；

⑦ 数据同步。通过 POS 收银结账的订单会同步到中台系统供数据分析使用。

### 2) 自助点餐系统

公司自助点餐系统是公司为顾客所提供的小程序点餐服务系统，顾客可通过微信或

支付宝进入该小程序，自助完成点餐下单。主要功能介绍如下：

① 扫码点餐。顾客到店后，可以通过扫描餐桌上的二维码进入点餐小程序，完成到店订单下单。顾客可选择“店内用餐”或“打包外带”，点餐完成后订单会推送到POS收银系统完成接单打印，门店在完成配餐后，为顾客提供送餐到桌服务；

② 到店取餐。顾客在尚未到店时，亦可直接访问点餐小程序，选择对应的门店并提前完成预约下单，顾客在到店后凭取餐码到柜台取餐；

③ 外卖点餐。顾客通过点餐小程序可进行外卖点餐，先选择收餐地址，选择对应的门店后进行外卖点餐，下单后订单会推送至聚合外卖平台完成接单打印和派单配送工作，并将顾客所需的产品送至顾客选定的收餐地址；

④ 营销活动。点餐小程序系统可为门店日常线上运营提供较为丰富的营销互动，诸如满减、限时折扣、弹窗发券等；

⑤ 会员连通。点餐小程序与公司会员系统打通，顾客可在小程序完成会员注册，之后可使用会员充值、会员优惠券、会员积分等权益；

⑥ 业务管理。门店可在点餐小程序管理后台自行设置门店的到店、外卖业务是否开启、具体营业时间、菜单餐品等信息，也可以查询门店小程序订单信息；

⑦ 数据同步。点餐小程序的订单数据会同步到中台系统供数据分析使用。

### 3) 业务中台系统

公司基于现有业务现状以及未来发展规划，将各个前台业务系统的共用功能模块和服务能力进行抽象，在业务中台开发出不同的服务中心，形成了业务中台系统，各服务中心的主要功能介绍如下：

① 组织中心。统一管理公司的组织和人员数据，满足前后台业务系统对组织管理、人员授权等方面的数据需求；

② 门店中心。管理门店的主档数据，维护门店的基础信息和经营方案，为前后台业务系统提供标准一致的门店主档数据；

③ 商品中心。统一管理维护餐品及其他商品的主档信息，满足价格维护、餐品搭配、可售禁售等方面的配置，输出一致的商品数据给前后台业务系统；

④ 菜单中心。统一管理各前台业务系统的门店菜单，通过商品直接生成或模板生成等方式，灵活维护前台系统菜单；

⑤ 订单中心。发挥各业务系统订单数据的流转作用，前台业务系统订单上传至订单中心，订单中心进行校验后将数据下发至相关系统，如数据中台、ERP、财务系统、会员系统等。

#### 4) 聚合外卖系统

公司聚合外卖系统为业务中台系统中的一个重要子系统，可为顾客提供多个平台的外卖点餐送餐服务。公司所有的外卖订单，均通过该系统进行接单、派单、配送等业务管理。主要功能介绍如下：

① 接单派单。美团、饿了么、自平台、话务及其他外卖平台订单，均通过该系统完成接单，并打印配餐小票，分配外卖骑手送餐，可同步更新骑手送餐进程信息，以及更新订单状态；

② 营业管理。管理门店第三方外卖平台的营业状态；

③ 菜单管理。管理各第三方外卖平台的餐品菜单数据，可操作实现餐品的上/下架、售罄、置满等功能；

④ 订单管理。各平台外卖订单均可通过该系统操作处理未完成订单的退单。

#### 5) 会员管理系统

公司会员管理系统为业务中台系统中的另一重要子系统，主要功能介绍如下：

① 会员管理中心。将会员档案信息与卡券业务相互打通，实现卡券的统一管理、统一核销，给顾客带来较好的消费体验，并真正实现全渠道会员运营；

② 卡券资产中心。通过发行各类会员优惠券、储值卡、礼品卡等，增加会员复购率，同时与多家第三方平台打通，如：点评、美团、抖音等渠道，实现卡券一体化核销，给公司提供更便捷的卡券使用管理流程；

③ 消息触达中心。为公司与顾客提供了高效的沟通枢纽，基于既定策略，对不同用户采用不同触达方式，减少对用户骚扰，加强消息精准推送，全面增强公司个性化全域营销能力；

④ 会员数据中心。通过多维度的数据计算对数据进行二次加工，形成专业的数据分析，通过数据价值的挖掘提高用户的消费体验。

#### 6) 数据中台系统

公司数据中台系统涵盖了从数据采集到数据使用的全过程，全方位支撑门店、事业部的整体经营与管理工作的，并能提供部分智能分析建议，辅助门店及事业部的决策。主要功能介绍如下：

① 数据湖中心。在公司层面采集多种数据源并汇总到数据湖，包括公司基础数据、业务数据、门店进销存数据、工厂进销存数据、公共及公开信息等数据，方便进行数据关联使用及元数据管理；

② 离线计算中心。通过数据模型设计以及数据分层策略实施，计算各种原生及派生指标，为数据标签管理、数据资产管理、数据服务中心等模块提供正确及时的数据；

③ 实时计算中心。实现秒级的数据计算及同步，亦能通过数据质量管理，及时发现实时数据中的不准确信息并快速修正，保障业务系统的高可靠性；

④ 数据服务中心。通过统一的数据输出服务，将公司层面数据资产进行互融互通，为应用开发提供即时全面的数据来源，降低开发难度、成本及周期；

⑤ 数据应用与展示中心。通过传统 BI 报表、管理驾驶舱等功能来展示数据，亦可以通过新型的数据应用开发平台，快速开发出各种数据应用，为公司的管理和决策提供数据支撑及预判；

⑥ 数据管控中心。负责整个数据产生的全链路管控，保障数据完整性、正确性、及时性，亦可实现标签、指标、算法的定义和继承，以及数据资产的保存及固化等功能。

#### 7) 门店进销存系统

公司门店进销存系统可实现门店进销存管理，建立公司的管理体系及运作规范，实现业务财务一体化。主要功能介绍如下：

首先，门店可根据预估营业额及门店库存直接在该系统实现订货，后端配送中心接收门店订货需求进行总分仓统一调度配送；

其次，该系统可实现包括门店收货退货、门店食品材料耗用扣减、门店之间调拨、门店报损、门店盘点功能等功能在内的门店全方位库存进销存管理；

其三，门店销售数据通过 POS 收银系统、自助点餐系统、外卖系统等传至业务中台系统再传入该系统，完成财务周报月报核算。

#### 8) 供应链系统

公司供应链系统可实现仓配一体化管理、质量追溯管理等功能。一方面，该系统可实现扫码自动出入库管理、先进先出管理，实现各仓库的仓配一体化管理；另一方面，该系统可实现原物料的检验报告查询、批次追溯和物料风险评估，从而实现食安报告透明、原料数据溯源、在线合规信任、食安风险预警等功能。

#### 9) 财务共享系统

公司财务共享系统可实现业务财务融合管理，主要功能介绍如下：

① 预算管理。实现公司费用预算及资金预算的编制、月度管控、累计管控；

② 费控报销及对公付款。实现公司所有员工日常费用报销，负责公司所有对公付款业务，与第三方识别验真系统对接，实现发票 OCR 识别、查重、验真，并与财务总账模块对接，实现业财融合；

③ 资金管理。集成资金管理系统后实现所有付款单的一键付款集成，实现资金预算与实际支出管控；

④ 财务管理。对数据进行合规真实核查，保证数据的准确、完整、及时、可追溯。

#### 10) 云应用

公司云应用主要用于技术应用和信息安全方面。在技术应用方面，公司利用云计算、智能终端、物联网等技术提高运营效率、提升消费者体验，使公司朝着智能化方向不断发展，也实现了公司各业务之间高效协同，较好实现了降本增效。在信息安全方面，公司依托云上架构及原生技术（如多方灾备、安全组访问控制、云监控等），高效确保了数据安全以及数据可靠性。

### 3、发行人餐饮收入相关的主要会计政策

#### (1) 门店经营收入的确认

公司营业收入主要为门店经营收入，门店经营收入的具体核算方法为：①对于到店收入，根据菜单定价对应的收费标准，于门店出餐至客户时确认收入；②对于外卖收入，

根据定价对应的收费标准,由外送骑手将餐品送至顾客指定收餐地址后,公司确认收入。

同时公司实施奖励积分计划,顾客因购买餐饮食品而获得的奖励积分,可在未来12个月内兑换代金券或餐品,代金券可在购买餐饮食品时抵减购买价款;公司根据销售产品和奖励积分各自单独售价的相对比例,将销售取得的货款在产品销售收入与奖励积分之间进行分配,与奖励积分相关的部分先确认为合同负债,待顾客兑换奖励积分或奖励积分失效时,结转计入收入。

## (2) 食材销售、配送等收入

公司给加盟商和零售客户销售食材并提供配送服务,将食材运送至客户指定地址并取得收款权利时,确认收入。公司提供加盟管理服务和品牌服务,于提供服务时确认服务收入。

## (3) 折扣的会计核算方法

根据不同时期市场营销的策略,公司向客户提供折扣的主要方式包括:直接折扣、优惠券和会员积分。

### 1) 直接折扣

公司针对大客户或会员客户可提供直接折扣,在客户下单出餐后,按折扣后的消费金额确认收入。

### 2) 优惠券

公司的优惠券获取方式主要有两种:免费赠送和积分兑换。促销期或特定营销活动时,公司会向客户赠送优惠券,客户可在一定条件下消费使用,客户获取优惠券时,公司不做核算;此外,会员客户可使用会员积分兑换优惠券,客户兑换时不单独进行核算,待月底根据留存的会员积分统一核算。客户持券消费时,公司以消费总额扣除优惠券折扣金额后的消费金额确认收入。

### 3) 会员积分

公司已建立会员积分体系,会员客户消费付款时,可获取相应的会员奖励积分,积分自发放之日起365天后过期,会员客户可使用积分兑换优惠券、餐品。公司根据销售餐品和奖励积分各自单独售价的相对比例,将销售取得的货款在餐品销售收入与获取的积分之间进行分配,与积分相关的部分先确认为合同负债或递延收益,待客户兑换积分

或积分失效时，结转计入收入。每月末，公司根据尚未使用的结存积分数量、积分预估使用率确认和转回合同负债或递延收益。

#### (4) 储值卡的会计核算方法

公司向客户发售会员储值卡，包括实体卡和电子卡两种形式，可重复充值和使用。客户在充值会员储值卡时，公司将充值金额计入预收账款或合同负债；客户用会员储值卡消费结算时，公司直接冲减预收账款或合同负债，同时确认销售收入。

#### 4、发行人报告期各期对个人客户销售收入占全部销售收入的比例，以现金、刷卡方式进行结算的比例

##### (1) 报告期各期个人客户销售收入占全部销售收入的比例情况

报告期各期，公司来自直营门店的销售收入占全部销售收入的比例分别为 97.38%、96.89%、97.07%和 97.02%，公司直营门店客户主要为个人客户，由此公司收入主要来自个人客户的情况与公司经营模式具有匹配性。

##### (2) 报告期各期直营门店销售以现金、刷卡等方式进行结算的比例

报告期各期，公司直营门店销售中各类支付方式进行结算的收入金额及其占比情况如下：

单位：万元

支付方式	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
微信	22,069.73	36.26%	56,997.65	38.51%	39,258.07	33.58%	34,503.73	28.99%
支付宝	7,633.69	12.54%	21,196.01	14.32%	18,588.17	15.90%	23,955.50	20.12%
美团	16,563.96	27.21%	37,678.50	25.46%	30,077.13	25.73%	28,941.08	24.31%
饿了么	9,448.92	15.52%	23,116.35	15.62%	21,141.99	18.09%	17,967.53	15.09%
现金	828.94	1.36%	2,911.63	1.97%	3,258.25	2.79%	7,492.50	6.29%
其他	4,324.76	7.10%	6,111.71	4.13%	4,577.95	3.92%	6,174.23	5.19%
<b>合计</b>	<b>60,870.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,011.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>116,901.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>119,034.56</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期，公司直营门店销售主要的收款方式为微信、支付宝、美团、饿了么，以上述四类方式收款收入占直营门店收入的比例分别为 88.52%、93.30%、93.90%和 91.53%。现金收款收入占各期直营门店收入的比例分别为 6.29%、2.79%、1.97%和 1.36%，随着移动支付的普及和外卖收入占比的提升，现金支付的金额和占比逐年降低。



其他收款方式的收入金额较小，主要包括银联、开店宝等第三方支付和外卖工具。

## 5、餐饮业务连锁经营的管理模式和组织管理方法

### (1) 餐饮业务连锁经营的管理模式

报告期内，公司餐饮业务连锁经营的管理模式为“直营门店为主，加盟门店为辅”模式，报告期末公司拥有直营门店和加盟门店分别为 368 家和 23 家。

为便于统一管理、提高运营效率，充分发挥自供应链采购端至门店销售端标准化的优势，公司未来将继续以直营模式为主的方式进行门店扩张。

### (2) 餐饮业务连锁经营的组织管理方法

公司对直营门店采用“统一餐品种类、标准及定价，统一装修，统一采购管理，统一人事管理，统一财务管理”模式。具体情况如下：

序号	项目	管理方式
1	餐品种类、标准及定价	制定《年度营销日历》等相关文件；由公司统一制定门店菜单及产品售价等相关内容，门店根据统一菜单具体执行。
2	装修标准	制定《建店手册》《门店装修指导手册》及《工程项目验收手册》等文件；由公司确定供应商并对门店实施统一装修。
3	采购管理	制定《供应管理体系》等供应链管理制度文件；由全资子公司湖州恒亮根据相关制度文件，统一采购并向门店销售。
4	人事管理	制定《老娘舅员工手册》《店长经营授权制度》等文件；采用“店长制”模式，由公司决定店长的任免及考核，店长决定门店全职/兼职人员的任免及考核，公司对门店全职/兼职人员拥有监督考核权。
5	财务管理	制定《财务核算管理制度》《门店收入核算管理制度》等文件；公司财务部门下设财务管理部及共享会计部等子部门，财务管理部在事业部层面设立财务区域经理，协助事业部进行管理分析；共享会计部负责区域门店的会计核算工作，目前每名会计人员平均负责 20 家左右门店。

公司对加盟门店采用“统一餐品种类、标准及定价，统一装修，统一采购管理”模式，人事管理及财务管理主要由加盟商自行管理，具体管理方式如下：

序号	项目	门店类型	管理方式
1	餐品种类、标准及定价	霖臻加盟店	同直营门店，必须严格按照公司提供的价格和展示方式进行销售，积极参与公司安排的全国统一促销及其他活动。
		盈通加盟店	
2	装修标准	霖臻加盟店	公司根据统一装修标准对门店进行装修，经加盟主体验收合格后交付使用，店铺装修费用由加盟主体承担。
		盈通加盟店	
3	采购管理	霖臻加盟店	公司或公司指定供应商为加盟门店提供经营所需的设备、产品（食材）、原辅材料及包装材料等相关物品。
		盈通加盟店	
4	人事管理	霖臻加盟店	人事任免：由湖州霖臻餐饮有限公司自行决策； 培训考核：公司为加盟门店提供骨干人员上岗前的专业培

序号	项目	门店类型	管理方式
			训考核，考核通过方可上岗。
		盈通加盟店	人事任免：人事任免由浙江盈通餐饮有限公司自行决策； 培训考核：经浙江盈通申请且经公司同意，公司为加盟门店提供骨干人员上岗前的专业培训。
5	财务管理	霖臻加盟店	日常管理：由加盟主体自行核算，但需安装公司指定监控设备，连接网络并开放查看端口至公司总部；营业数据需全部录入收银系统，且应在每月 2 号前向公司递交上月的总营业收入及财务报表、货品库存报表等； 监督审核：公司有权对加盟店的经营状况、货品销售、库存、执行价格、财务状况等进行检查和审核，有权对加盟店的财务状况委托专业机构进行审计且审计费用由加盟主体承担。
		盈通加盟店	

### （五）发行人公司治理

公司治理的有关情况详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件七：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度等的建立健全及运行情况”的相关内容。

### （六）发行人商标及商号

公司商标和商号的相关情况详见本节之“五、发行人的主要固定资产、无形资产等资源要素的构成情况”之“（二）无形资产”。

### （七）发行人员工及其社会保障情况

公司员工及其社会保障相关情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十四、发行人员工情况”。

## 第六节 财务会计信息与管理层分析

普华永道会计师对公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 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 年度及 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进行了审计，并出具了无保留意见的“普华永道中天审字（2022）第 11042 号”《审计报告》。

本节引用的财务会计数据及相关财务信息，若非经特别说明，均引自于经审计的财务报告。公司提示投资者阅读本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

除另有注明外，公司财务数据和财务指标等均以合并财务报表的数据为基础进行列示或计算。

### 一、财务报表

#### （一）合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	256,754,611.97	270,766,241.69	274,950,020.96	64,365,716.46
交易性金融资产	-	-	30,180,199.00	-
应收账款	22,052,985.53	8,397,126.65	16,062,136.15	17,925,871.77
预付款项	13,641,516.08	12,405,403.18	36,925,844.57	36,370,170.91
其他应收款	15,339,402.17	14,349,305.72	12,469,085.00	10,369,798.84
存货	33,813,122.49	37,700,868.96	33,016,542.30	30,604,627.84
其他流动资产	76,802,933.32	84,037,983.76	91,568,481.27	83,046,452.28
<b>流动资产合计</b>	<b>418,404,571.56</b>	<b>427,656,929.96</b>	<b>495,172,309.25</b>	<b>242,682,638.10</b>
<b>非流动资产：</b>				
长期应收款	27,964,395.97	28,310,522.76	28,300,375.06	24,008,911.41

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
长期股权投资	2,037,251.51	4,085,375.20	3,374,988.69	2,878,261.47
固定资产	94,480,593.16	96,266,228.30	91,981,059.35	93,450,428.32
在建工程	546,535.50	1,956,162.01	-	-
使用权资产	427,692,548.73	467,057,493.63	-	-
无形资产	20,994,408.28	10,837,512.62	9,821,571.27	10,949,230.53
长期待摊费用	68,267,742.41	72,974,991.82	73,776,457.29	70,808,710.95
递延所得税资产	22,098,776.24	21,506,856.54	12,692,081.15	9,557,030.99
其他非流动资产	1,966,894.51	2,860,142.42	3,324,924.79	1,137,944.64
<b>非流动资产合计</b>	<b>666,049,146.31</b>	<b>705,855,285.30</b>	<b>223,271,457.60</b>	<b>212,790,518.31</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,084,453,717.87</b>	<b>1,133,512,215.26</b>	<b>718,443,766.85</b>	<b>455,473,156.41</b>
<b>流动负债：</b>				
短期借款	30,503,969.02	31,765,866.30	109,865,968.16	49,062,467.19
应付账款	91,430,885.87	99,894,834.28	96,863,229.42	94,991,907.45
预收款项	114,976.60	421,183.41	311,714.43	11,475,043.90
合同负债	18,406,450.03	16,716,651.64	13,309,292.25	-
应付职工薪酬	29,039,785.84	28,287,924.29	27,640,487.86	23,936,238.91
应交税费	4,260,817.49	10,310,059.95	7,825,671.00	3,176,853.70
其他应付款	14,260,789.66	20,070,304.84	46,804,325.77	36,005,456.95
一年内到期的非流动负债	142,981,467.90	141,937,249.70	1,378,000.00	11,040,000.00
其他流动负债	983,315.86	852,719.61	711,594.94	-
<b>流动负债合计</b>	<b>331,982,458.27</b>	<b>350,256,794.02</b>	<b>304,710,283.83</b>	<b>229,687,968.10</b>
<b>非流动负债：</b>				
长期借款	-	-	-	40,070,275.48
租赁负债	303,518,758.51	336,136,950.91	-	-
预计负债	6,485,695.66	6,353,299.63	5,714,252.66	5,157,887.77
递延收益	-	-	183,260.64	191,397.64
<b>非流动负债合计</b>	<b>310,004,454.17</b>	<b>342,490,250.54</b>	<b>5,897,513.30</b>	<b>45,419,560.89</b>
<b>负债合计</b>	<b>641,986,912.44</b>	<b>692,747,044.56</b>	<b>310,607,797.13</b>	<b>275,107,528.99</b>

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
<b>股东权益：</b>				
实收资本（或股本）	340,000,000.00	340,000,000.00	88,000,000.00	80,000,000.00
资本公积	16,229,712.25	15,152,908.69	264,369,619.92	11,638,089.98
盈余公积	10,901,311.39	10,901,311.39	6,919,960.08	11,474,775.01
未分配利润	74,019,168.00	73,310,150.10	47,886,363.89	77,371,012.99
归属于母公司所有者权益合计	441,150,191.64	439,364,370.18	407,175,943.89	180,483,877.98
少数股东权益	1,316,613.79	1,400,800.52	660,025.83	-118,250.56
<b>股东权益合计</b>	<b>442,466,805.43</b>	<b>440,765,170.70</b>	<b>407,835,969.72</b>	<b>180,365,627.42</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>1,084,453,717.87</b>	<b>1,133,512,215.26</b>	<b>718,443,766.85</b>	<b>455,473,156.41</b>

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、营业总收入</b>	<b>627,374,482.22</b>	<b>1,524,871,859.23</b>	<b>1,206,587,298.52</b>	<b>1,222,431,800.94</b>
其中：营业收入	627,374,482.22	1,524,871,859.23	1,206,587,298.52	1,222,431,800.94
<b>二、营业总成本</b>	<b>628,190,757.87</b>	<b>1,443,169,889.93</b>	<b>1,179,902,466.21</b>	<b>1,133,866,278.00</b>
其中：营业成本	550,111,136.88	1,274,741,440.15	1,030,699,255.80	1,005,303,412.27
税金及附加	790,881.75	1,941,736.95	1,696,683.05	1,938,911.25
销售费用	38,069,446.45	86,909,581.43	86,449,025.71	62,412,655.31
管理费用	27,561,460.85	57,501,087.77	54,096,718.09	54,852,435.77
研发费用	1,370,872.22	3,320,199.01	2,728,752.04	3,270,058.27
财务费用	10,286,959.72	18,755,844.62	4,232,031.52	6,088,805.13
其中：利息费用	11,550,137.32	23,381,754.07	3,548,098.24	6,759,023.37
利息收入	838,982.84	1,717,348.01	1,241,795.27	1,109,498.95
加：其他收益	3,876,634.99	1,586,109.65	9,301,604.79	1,604,050.66
投资收益（损失以“-”号填列，下同）	557,651.61	3,752,961.38	1,729,368.71	103,929.97
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-2,048,123.69	-1,914,348.50	496,727.22	-121,738.53
公允价值变动收益	-	-	180,199.00	-
信用减值损失	-1,086,345.10	-275,450.40	-873,066.88	350,080.78

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
资产减值损失	-1,200,595.40	-346,549.32	-3,780,039.54	-843,342.46
资产处置收益	604,091.79	748,092.77	33,505.28	32,343.38
<b>三、营业利润</b>	<b>1,935,162.24</b>	<b>87,167,133.38</b>	<b>33,276,403.67</b>	<b>89,812,585.27</b>
加：营业外收入	47,014.32	668,819.32	897,403.69	327,931.61
减：营业外支出	277,795.03	1,335,655.89	2,725,044.93	1,455,034.13
<b>四、利润总额</b>	<b>1,704,381.53</b>	<b>86,500,296.81</b>	<b>31,448,762.43</b>	<b>88,685,482.75</b>
减：所得税费用	953,399.93	22,653,272.35	9,693,369.12	22,920,168.40
<b>五、净利润</b>	<b>750,981.60</b>	<b>63,847,024.46</b>	<b>21,755,393.31</b>	<b>65,765,314.35</b>
归属于母公司股东的净利润	709,017.90	62,992,205.02	20,707,490.05	65,174,590.12
少数股东损益	41,963.70	854,819.44	1,047,903.26	590,724.23
<b>六、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-	-
<b>七、综合收益总额</b>	<b>750,981.60</b>	<b>63,847,024.46</b>	<b>21,755,393.31</b>	<b>65,765,314.35</b>
归属于母公司股东的综合收益总额	709,017.90	62,992,205.02	20,707,490.05	65,174,590.12
归属于少数股东的综合收益总额	41,963.70	854,819.44	1,047,903.26	590,724.23
<b>八、每股收益：</b>				
（一）基本每股收益（元/股）	0.00	0.21	0.25	-
（二）稀释每股收益（元/股）	0.00	0.21	0.25	-

### 3、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
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	637,286,051.85	1,599,210,428.35	1,259,968,900.70	1,282,943,207.46
收到的税费返还	16,831,218.86	22,855,934.95	5,439,920.44	424,151.48
收到其他与经营活动有关的现金	5,843,535.59	4,693,546.93	13,625,441.76	4,606,789.91
经营活动现金流入小计	659,960,806.30	1,626,759,910.23	1,279,034,262.90	1,287,974,148.85
购买商品、接受劳务支付的现金	306,523,463.70	739,243,915.47	605,145,741.92	624,738,389.27
支付给职工以及为职工支付的现金	172,665,917.71	353,872,988.15	250,753,271.28	186,864,687.19

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付的各项税费	12,915,836.76	38,936,432.73	21,272,006.26	33,874,528.30
支付其他与经营活动有关的现金	85,902,227.01	176,841,602.26	314,946,290.33	294,992,106.07
经营活动现金流出小计	578,007,445.18	1,308,894,938.61	1,192,117,309.79	1,140,469,710.83
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>81,953,361.12</b>	<b>317,864,971.62</b>	<b>86,916,953.11</b>	<b>147,504,438.02</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>				
取得投资收益收到的现金	2,605,775.30	6,222,773.87	1,232,641.49	225,668.51
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	104,157.83	999,404.08	733,692.90	1,210,439.58
收到其他与投资活动有关的现金	768,000,000.00	2,090,000,100.00	451,500,000.00	180,530,000.00
投资活动现金流入小计	770,709,933.13	2,097,222,277.95	453,466,334.39	181,966,108.09
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	37,407,913.11	95,553,502.31	53,651,835.90	62,105,797.34
投资支付的现金	-	3,000,000.00	-	3,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	768,000,000.00	2,060,000,100.00	481,500,000.00	166,000,000.00
投资活动现金流出小计	805,407,913.11	2,158,553,602.31	535,151,835.90	231,105,797.34
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-34,697,979.98</b>	<b>-61,331,324.36</b>	<b>-81,685,501.51</b>	<b>-49,139,689.25</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>				
吸收投资收到的现金	-	735,000.00	200,400,000.00	-
取得借款收到的现金	30,843,000.00	35,848,250.00	148,661,460.00	181,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	31,000,000.00	35,000,000.00	62,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动现金流入小计	61,843,000.00	71,583,250.00	411,061,460.00	191,000,000.00
偿还债务支付的现金	30,843,000.00	110,738,250.00	139,000,000.00	256,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	754,903.45	16,563,515.99	5,197,123.83	22,293,844.51
支付其他与筹资活动有关的现金	92,949,226.29	205,575,513.55	62,371,704.70	10,000,000.00
筹资活动现金流出小计	124,547,129.74	332,877,279.54	206,568,828.53	288,293,844.51
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-62,704,129.74</b>	<b>-261,294,029.54</b>	<b>204,492,631.47</b>	<b>-97,293,844.51</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>				
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-15,448,748.60</b>	<b>-4,760,382.28</b>	<b>209,724,083.07</b>	<b>1,070,904.26</b>
加：期初现金及现金等价物余额	269,853,118.96	274,613,501.24	64,889,418.17	63,818,513.91
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>254,404,370.36</b>	<b>269,853,118.96</b>	<b>274,613,501.24</b>	<b>64,889,418.17</b>

## (二) 母公司财务报表

## 1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	248,203,109.66	261,742,158.47	267,843,029.55	12,586,566.68
交易性金融资产	-	-	30,180,199.00	-
应收账款	10,777,006.02	3,311,690.86	5,070,664.52	5,080,231.50
预付款项	8,323,907.86	7,077,365.51	24,606,357.96	28,382,478.85
其他应收款	59,136,986.86	44,542,890.15	31,324,952.50	98,876,680.28
存货	6,417,285.46	7,011,905.20	8,040,493.77	8,084,164.64
其他流动资产	60,776,041.73	60,989,676.09	66,481,620.47	71,870,324.48
<b>流动资产合计</b>	<b>393,634,337.59</b>	<b>384,675,686.28</b>	<b>433,547,317.77</b>	<b>224,880,446.43</b>
<b>非流动资产：</b>				
长期应收款	14,147,873.66	15,892,701.93	16,718,059.00	18,316,992.86
长期股权投资	81,167,251.51	66,215,375.20	49,589,988.69	28,463,261.47
固定资产	41,291,536.10	44,110,656.62	49,803,784.28	64,118,757.20
使用权资产	229,605,893.40	247,857,510.81	-	-
无形资产	2,292,158.80	2,956,158.62	1,738,131.27	2,663,704.53
长期待摊费用	33,468,731.61	37,832,512.95	46,524,884.26	58,879,103.64
递延所得税资产	10,666,820.41	11,516,092.92	6,650,058.29	6,739,357.88
其他非流动资产	174,943.39	672,637.19	2,639,922.85	682,089.71
<b>非流动资产合计</b>	<b>412,815,208.88</b>	<b>427,053,646.24</b>	<b>173,664,828.64</b>	<b>179,863,267.29</b>
<b>资产总计</b>	<b>806,449,546.47</b>	<b>811,729,332.52</b>	<b>607,212,146.41</b>	<b>404,743,713.72</b>
<b>流动负债：</b>				
短期借款	30,503,969.02	31,765,866.30	104,861,372.27	49,062,467.19
应付账款	41,233,475.26	20,574,236.01	22,691,108.97	124,704,604.13
预收款项	114,976.60	427,264.76	311,714.43	10,700,537.34
合同负债	17,975,630.00	16,572,075.69	12,939,756.05	-
应付职工薪酬	18,203,761.93	17,575,016.63	19,718,483.66	17,536,853.87



项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应交税费	75,692.32	3,226,325.90	3,473,810.94	1,698,255.74
其他应付款	30,559,584.20	42,467,489.42	51,112,367.29	41,409,326.06
一年内到期的非流动负债	78,044,632.40	72,957,576.42	1,092,000.00	10,962,000.00
其他流动负债	957,466.65	844,045.05	689,422.75	-
<b>流动负债合计</b>	<b>217,669,188.38</b>	<b>206,409,896.18</b>	<b>216,890,036.36</b>	<b>256,074,044.33</b>
<b>非流动负债:</b>				
长期借款	-	-	-	40,070,275.48
租赁负债	166,780,194.39	183,804,498.18	-	-
预计负债	3,745,891.77	3,706,024.35	3,943,910.92	4,494,576.26
递延收益	-	-	171,247.49	191,397.64
<b>非流动负债合计</b>	<b>170,526,086.16</b>	<b>187,510,522.53</b>	<b>4,115,158.41</b>	<b>44,756,249.38</b>
<b>负债合计</b>	<b>388,195,274.54</b>	<b>393,920,418.71</b>	<b>221,005,194.77</b>	<b>300,830,293.71</b>
<b>股东权益:</b>				
实收资本(或股本)	340,000,000.00	340,000,000.00	88,000,000.00	80,000,000.00
资本公积	16,254,547.10	15,177,743.54	264,394,454.77	11,638,089.98
盈余公积	10,901,311.39	10,901,311.39	6,919,960.08	11,474,775.01
未分配利润	51,098,413.44	51,729,858.88	26,892,536.79	800,555.02
<b>股东权益合计</b>	<b>418,254,271.93</b>	<b>417,808,913.81</b>	<b>386,206,951.64</b>	<b>103,913,420.01</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>806,449,546.47</b>	<b>811,729,332.52</b>	<b>607,212,146.41</b>	<b>404,743,713.72</b>

## 2、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
<b>一、营业总收入</b>	<b>389,484,189.27</b>	<b>982,493,779.86</b>	<b>971,279,282.23</b>	<b>1,068,632,828.78</b>
其中：营业收入	389,484,189.27	982,493,779.86	971,279,282.23	1,068,632,828.78
<b>二、营业总成本</b>	<b>392,268,441.28</b>	<b>929,529,723.76</b>	<b>950,508,860.45</b>	<b>1,009,804,250.50</b>
其中：营业成本	333,149,309.25	801,435,519.97	823,802,830.81	900,103,404.01
税金及附加	75,626.15	98,281.44	135,433.91	79,602.88
销售费用	28,238,893.89	64,069,219.53	72,292,960.62	52,440,923.63

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
管理费用	25,299,295.91	53,895,051.19	49,581,673.55	50,766,909.15
研发费用	196,014.86	330,664.85	370,523.06	259,594.85
财务费用	5,309,301.22	9,700,986.78	4,325,438.50	6,153,815.98
其中：利息费用	6,383,711.64	13,993,524.84	3,482,547.57	6,759,023.37
利息收入	582,231.85	1,173,644.22	964,320.51	904,810.71
加：其他收益	3,414,237.35	1,171,753.62	8,340,913.36	246,671.73
投资收益（损失以“-”号填列，下同）	688,951.03	15,705,410.47	57,411,275.01	1,740,445.15
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-2,048,123.69	-1,914,348.50	496,727.22	-121,738.53
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	180,199.00	-
信用减值损失	-536,112.17	-212,412.54	-69,288.78	547,253.66
资产减值损失	-557,391.53	-	-1,399,631.78	-537,613.89
资产处置收益	124,151.00	2,691,397.32	2,894,624.01	32,343.38
<b>三、营业利润</b>	<b>349,583.67</b>	<b>72,320,204.97</b>	<b>88,128,512.60</b>	<b>60,857,678.31</b>
加：营业外收入	33,172.66	595,333.38	162,138.73	105,001.94
减：营业外支出	164,929.26	784,507.30	2,146,376.08	864,059.18
<b>四、利润总额</b>	<b>217,827.07</b>	<b>72,131,031.05</b>	<b>86,144,275.25</b>	<b>60,098,621.07</b>
减：所得税费用	849,272.51	16,296,876.72	9,860,154.33	15,705,091.23
<b>五、净利润</b>	<b>-631,445.44</b>	<b>55,834,154.33</b>	<b>76,284,120.92</b>	<b>44,393,529.84</b>
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
<b>七、综合收益总额</b>	<b>-631,445.44</b>	<b>55,834,154.33</b>	<b>76,284,120.92</b>	<b>44,393,529.84</b>

### 3、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
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	398,335,923.20	1,026,275,145.56	1,009,929,082.06	1,121,005,068.68
收到的税费返还	6,686,849.96	9,413,004.80	3,935,364.62	-
收到其他与经营活动有关的现金	5,081,903.57	3,284,797.26	11,390,329.85	2,584,033.49

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动现金流入小计	410,104,676.73	1,038,972,947.62	1,025,254,776.53	1,123,589,102.17
购买商品、接受劳务支付的现金	179,740,653.07	505,860,671.67	628,120,996.70	534,854,434.17
支付给职工以及为职工支付的现金	104,176,317.60	222,936,645.01	188,181,230.67	148,216,155.05
支付的各项税费	3,226,299.27	17,519,817.16	8,143,840.84	7,275,638.09
支付其他与经营活动有关的现金	55,244,091.98	120,121,701.02	212,444,921.25	254,777,821.78
经营活动现金流出小计	342,387,361.92	866,438,834.86	1,036,890,989.46	945,124,049.09
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>67,717,314.81</b>	<b>172,534,112.76</b>	<b>-11,636,212.93</b>	<b>178,465,053.08</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>				
取得投资收益收到的现金	2,737,074.72	18,175,222.96	56,914,547.79	1,862,183.69
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	349,312.96	13,505,278.58	19,838,459.83	2,147,442.34
收到其他与投资活动有关的现金	801,785,053.26	2,203,852,981.07	524,913,425.23	253,996,106.73
投资活动现金流入小计	804,871,440.94	2,235,533,482.61	601,666,432.85	258,005,732.76
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	11,598,854.30	47,277,829.35	32,410,506.61	50,137,555.82
投资支付的现金	17,000,000.00	18,915,000.00	20,630,000.00	15,180,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	823,550,244.00	2,176,394,900.00	483,168,260.58	302,838,430.84
投资活动现金流出小计	852,149,098.30	2,242,587,729.35	536,208,767.19	368,155,986.66
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-47,277,657.36</b>	<b>-7,054,246.74</b>	<b>65,457,665.66</b>	<b>-110,150,253.90</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>				
吸收投资收到的现金	-	-	200,000,000.00	-
取得借款收到的现金	30,843,000.00	35,848,250.00	143,661,460.00	181,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	31,000,000.00	35,000,000.00	62,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动现金流入小计	61,843,000.00	70,848,250.00	405,661,460.00	191,000,000.00
偿还债务支付的现金	30,843,000.00	105,738,250.00	139,000,000.00	256,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	628,753.02	15,653,928.04	4,378,120.48	21,626,280.71
支付其他与筹资活动有关的现金	65,749,471.33	121,885,219.95	62,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动现金流出小计	97,221,224.35	243,277,397.99	205,378,120.48	287,626,280.71
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-35,378,224.35</b>	<b>-172,429,147.99</b>	<b>200,283,339.52</b>	<b>-96,626,280.71</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价</b>			-	-

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	-14,938,566.90	-6,949,281.97	254,104,792.25	-28,311,481.53
加：期初现金及现金等价物余额	260,115,673.65	267,064,955.62	12,960,163.37	41,271,644.90
六、期末现金及现金等价物余额	245,177,106.75	260,115,673.65	267,064,955.62	12,960,163.37

### (三) 合并财务报表项目比较数据变动幅度达 30% 以上的情况及原因

#### 1、2022 年 1-6 月较 2021 年度变动幅度达 30% 以上的合并财务报表项目

单位：万元

资产负债表项目	2022.6.30	2021.12.31	变动幅度	变动原因说明
应收账款	2,205.30	839.71	162.63%	主要系 2022 年上半年公司提供疫情保供餐所致
长期股权投资	203.73	408.54	-50.13%	主要系 2022 年上半年公司参股公司浙江盈通亏损较大所致
在建工程	54.65	195.62	-72.06%	主要系公司 2022 年上半年在建工程转固所致
无形资产	2,099.44	1,083.75	93.72%	主要系 2022 上半年安徽恒满新购置土地使用权所致
其他非流动资产	196.69	286.01	-31.23%	主要系公司 2022 年 6 月末公司预付装修款和设备采购款减少所致
预收款项	11.50	42.12	-72.70%	主要系公司 2022 年 6 月末公司预收房租减少所致
应交税费	426.08	1,031.01	-58.67%	主要系 2022 年 6 月末公司应交企业所得税减少所致

#### 2、2021 年度较 2020 年度变动幅度达 30% 以上的合并财务报表项目

单位：万元

资产负债表项目	2021.12.31	2020.12.31	变动幅度	变动原因说明
交易性金融资产	-	3,018.02	-100.00%	主要系 2021 年公司赎回银行理财产品所致
应收账款	839.71	1,606.21	-47.72%	主要系公司对湖州霖臻的历史应收账款因陆续收回而减少所致
预付款项	1,240.54	3,692.58	-66.40%	主要系公司 2021 年适用新租赁准则，部分租赁房产以使用权资产科目核算，导致预付款项金额减少
在建工程	195.62	-	100.00%	主要系 2021 年湖州恒满生产车间的制冷系统氨改氟项目投入增加所致
使用权资产	46,705.75	0.00	100.00%	主要系公司 2021 年适用新租赁准则，新增“使用权资产”科目所致
递延所得税资产	2,150.69	1,269.21	69.45%	主要系公司 2021 年适用新租赁准则，租赁负债产生的可抵扣暂时性差异大于使用权资产形成的应纳税暂时性差异所致
短期借款	3,176.59	10,986.60	-71.09%	主要系 2021 年银行借款减少所致

资产负债表项目	2021.12.31	2020.12.31	变动幅度	变动原因说明
预收款项	42.12	31.17	35.12%	主要系 2021 年末预收房租增加所致
应交税费	1,031.01	782.57	31.75%	主要系 2021 年末应交企业所得税和未交增值税增加所致
其他应付款	2,007.03	4,680.43	-57.12%	主要系 2021 年末应付装修款、房租和物业费以及设备款减少所致
一年内到期的非流动负债	14,193.72	137.80	10,200.24%	主要系公司 2021 年适用新租赁准则，确认了应于一年内支付的相关租赁负债所致
租赁负债	33,613.70	-	100.00%	主要系公司 2021 年适用新租赁准则，新增“租赁负债”科目所致
递延收益	-	18.33	-100.00%	主要系 2020 年计入递延收益的贷款贴息政府补助于本年冲减财务费用所致
实收资本（或股本）	34,000.00	8,800.00	286.36%	主要系 2021 年 2 月公司按照各股东持股比例以资本公积转增股本所致
资本公积	1,515.29	26,436.96	-94.27%	主要系 2021 年 2 月公司按照各股东持股比例以资本公积转增股本所致
盈余公积	1,090.13	692.00	57.53%	主要系 2021 年度按净利润的 10% 提取法定盈余公积所致
未分配利润	7,331.02	4,788.64	53.09%	主要系 2021 年度公司滚存利润增加所致
少数股东权益	140.08	66.00	112.23%	主要系公司控股子公司杭州杨大和湖州杨舅舅所有者权益增加所致
利润表项目	2021 年度	2020 年度	变动幅度	变动原因说明
财务费用	1,875.58	423.20	343.19%	主要系 2021 年适用新租赁准则，租赁负债利息支出增加所致
其他收益	158.61	930.16	-82.95%	主要系 2021 年政府补助减少所致
投资收益	375.30	172.94	117.01%	主要系 2021 年银行理财产品投资收益增加所致
公允价值变动收益	-	18.02	-100.00%	主要系 2021 年公司已不持有交易性金融资产所致
信用减值损失	-27.55	-87.31	-68.45%	主要系 2021 年长期应收款坏账损失减少所致
资产减值损失	-34.65	-378.00	-90.83%	主要系 2021 年固定资产减值损失以及长期待摊费用减值损失减少所致
资产处置收益	74.81	3.35	2,132.76%	主要系 2021 年适用新租赁准则，门店提前撤店退租产生的使用权资产处置收益增加所致
营业外支出	133.57	272.50	-50.99%	主要系 2021 年对外捐赠减少所致
所得税费用	2,265.33	969.34	133.70%	主要系 2021 年公司经营业绩恢复，利润总额增加，所得税费用相应增加所致

### 3、2020 年度较 2019 年度变动幅度达 30% 以上的合并财务报表项目

单位：万元

资产负债表项目	2020.12.31	2019.12.31	变动幅度	变动原因说明
货币资金	27,495.00	6,436.57	327.17%	主要系 2020 年收到股东增资款所致
交易性金融资产	3,018.02	-	100.00%	主要系 2020 年购买银行理财产品所致

资产负债表项目	2020.12.31	2019.12.31	变动幅度	变动原因说明
递延所得税资产	1,269.21	955.70	32.80%	主要系 2020 年租金税会差异和可抵扣亏损增加所致
其他非流动资产	332.49	113.79	192.19%	主要系 2020 年末预付装修款及设备采购款增加所致
短期借款	10,986.60	4,906.25	123.93%	主要系本期公司为补充流动资金增加银行贷款所致
预收款项	31.17	1,147.50	-97.28%	主要系 2020 年度根据新收入准则的相关规定,将预收充值款从预收账款转入合同负债列报所致
应交税费	782.57	317.69	146.33%	主要系 2020 年末应交企业所得税增加所致
一年内到期的非流动负债	137.80	1,104.00	-87.52%	主要系 2019 年末一年内到期的长期借款到期偿还所致
其他流动负债	71.16	-	100.00%	主要系 2020 年预收款相关待转销项税额增加所致
长期借款	-	4,007.03	-100.00%	主要系公司 2020 年提前偿还长期借款所致
资本公积	26,436.96	1,163.81	2,171.59%	主要系公司 2020 年 8 月以净资产折股整体变更为股份有限公司,将盈余公积和未分配利润转入资本公积,同时收到股东增资款将溢价部分计入资本公积所致
盈余公积	692.00	1,147.48	-39.69%	主要系公司 2020 年 8 月以净资产折股整体变更为股份有限公司,将盈余公积转出所致
未分配利润	4,788.64	7,737.10	-38.11%	主要系公司 2020 年 8 月以净资产折股整体变更为股份有限公司,将未分配利润转出所致
少数股东权益	66.00	-11.83	-658.16%	主要系公司控股子公司杭州杨大和湖州杨舅舅所有者权益增加所致
利润表项目	2020 年度	2019 年度	变动幅度	变动原因说明
销售费用	8,644.90	6,241.27	38.51%	主要系 2020 年平台服务费和促销推广费增加所致
财务费用	423.20	608.88	-30.49%	主要系 2020 年利息支出减少所致
其他收益	930.16	160.41	479.88%	主要系 2020 年政府补助增加所致
投资收益	172.94	10.39	1,563.97%	主要系 2020 年银行理财产品投资收益以及权益法核算的长期股权投资收益增加所致
公允价值变动收益	18.02	-	100.00%	主要系 2020 年交易性金融资产公允价值变动收益增加所致
信用减值损失	-87.31	35.01	-349.39%	主要系 2020 年长期应收账款损失增加所致
资产减值损失	-378.00	-84.33	348.22%	主要系 2020 年固定资产减值损失以及长期待摊费用减值损失增加所致
营业外收入	89.74	32.79	173.66%	主要系 2020 年撤店相关赔偿款增加所致
营业外支出	272.50	145.50	87.28%	主要系 2020 年对外捐赠增加所致

资产负债表项目	2020.12.31	2019.12.31	变动幅度	变动原因说明
所得税费用	969.34	2,292.02	-57.71%	主要系 2020 年公司受疫情影响盈利下降，相应计提缴纳的所得税减少所致

## 二、审计意见、关键审计事项及与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

### （一）审计意见

公司聘请普华永道会计师对报告期财务报表进行审计，普华永道会计师出具了无保留意见的审计报告，摘录如下：

“我们认为，后附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，公允反映了老娘舅公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日的合并及公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间的合并及公司经营成果和现金流量。”

### （二）关键审计事项

关键审计事项是普华永道会计师根据职业判断，认为对 2019 年度、2020 年度、2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间的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，普华永道会计师不对这些事项单独发表意见。

普华永道会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

#### 1、销售收入的确认

#### 2、固定资产、长期待摊费用及使用权资产的减值准备

关键审计事项	在审计中如何应对关键审计事项
<p><b>（1）销售收入的确认</b></p> <p>相关会计年度：2019 年度、2020 年度、2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间</p> <p>公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月合并财务报表中营业收入分别为 122,243 万元、120,659 万元、152,487 万元、62,737 万元，其中销售收入(主营业务收入)分别为 121,957 万元、120,335 万元、152,098 万元、62,551 万元。</p> <p>公司主要有三种销售渠道：</p> <p>①到店销售通过对外提供门店餐饮食品销售业务，根据菜单定价对应的收费标准，于门店出餐至客户时确认收入；</p>	<p>普华永道会计师对销售收入的确认实施的审计程序主要包括：</p> <p>了解、评估并测试了与销售收入相关的内部控制，包括从确定销售价格、商品出库、收入确认直至销售收款的业务流程中的相关控制。</p> <p>在内部信息系统审计专家的协助下了解、评估并测试了收入确认相关的信息系统整体控制环境、关键信息技术一般控制和信息技术应用控制。</p> <p>分析及评估了公司销售收入确认的会计政策的合理性。</p> <p><b>对于到店销售收入：</b></p> <p>一、在内部信息系统审计专家的协助下，利用</p>

关键审计事项	在审计中如何应对关键审计事项
<p>②外卖销售通过第三方外卖平台及应用程序向顾客提供餐饮服务销售业务，根据定价对应的收费标准，由外送骑手将餐品送至顾客指定收餐地址后确认收入；</p> <p>③食材销售系给加盟商和零售客户销售食材并提供配送服务，将食材运送至客户指定地址并取得收款权利时确认收入。</p> <p>由于公司庞大的收入交易量、多样的销售渠道以及销售收入对财务报表影响重大，普华永道会计师在审计中投入了大量的时间及资源，因此将其作为一项关键审计事项。</p>	<p>计算机辅助审计技术，将从业务系统中提取的订单总额与财务系统中的销售收入总额进行核对。</p> <p>二、对到店销售收入抽样检查收入确认相关的支持性文件，包括第三方支付平台的交易流水、出餐记录和现金存入回单等。</p> <p><b>对于外卖销售收入：</b></p> <p>三、针对通过外卖平台完成的销售，对于销售收入交易金额和应收账款余额进行抽样函证；</p> <p>四、针对通过自营平台完成的销售，将第三方支付平台账单中的收款总额与外卖销售收入总额进行核对，并抽样检查收入确认相关的支持性文件，包括订单详情。</p> <p>五、针对月结客户，对于销售收入交易金额和应收账款余额进行抽样函证。</p> <p><b>对于食材销售收入：</b></p> <p>六、对于销售收入交易金额和应收账款余额进行抽样函证。</p> <p>对用户真实性与收入变动合理性、用户行为合理性、平均订单收入变动趋势合理性进行了数据分析，并实施月度和年度收入及毛利的变动分析。</p> <p>此外，普华永道会计师还实施了针对销售收入确认相关的其他核查程序，包括门店走访，对主要客户进行实地走访、电话访谈、背景调查等。</p> <p>基于已执行的审计工作，普华永道会计师获取的审计证据可以支持公司销售收入的确认。</p>
<p><b>(2) 固定资产、长期待摊费用及使用权资产的减值准备</b></p> <p>相关会计年度：2019 年度、2020 年度、2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间</p> <p>于 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日，老娘舅公司合并资产负债表中固定资产、长期待摊费用及使用权资产合计账面净值为 16,426 万元、16,576 万元、63,630 万元及 59,044 万元。固定资产、长期待摊费用及使用权资产减值准备余额分别为 261 万元、382 万元、270 万元及 260 万元。</p> <p>公司门店的经营情况受到当地经济状况及类似餐饮门店的竞争程度影响，特别是新型冠状病毒疫情对门店经营表现产生负面影响。因此部分门店的固定资产、长期待摊费用以及使用权资产存在减值风险。</p> <p>管理层将每间门店识别为一个现金产生单位，对于存在减值迹象餐饮门店的资产的可收回金额于各资产负债表日予以评估。管理层在确定可收回金额时涉及重大估计，主要包括确定未来现金流量的现值时采用的关键假设，包括收入增长率、毛利率及税前折现率。</p> <p>由于固定资产、长期待摊费用以及使用权资产对合并财务报表的影响重大，管理层确定资产未来现金流量的现值时涉及重大估计，因此普华永道会计师将固定资产、长期待摊费用及使用权资产的减值准备作为一项关键审计事项。</p>	<p>普华永道会计师对固定资产、长期待摊费用及使用权资产的减值准备实施的审计程序主要包括：</p> <p>了解了管理层与固定资产、长期待摊费用及使用权资产的减值准备相关的内部控制和评估流程，并通过考虑估计不确定性的程度和其他固有风险因素的水平，评估了重大错报的固有风险。</p> <p>评估并测试了关于固定资产、长期待摊费用及使用权资产减值准备的关键控制。</p> <p>与管理层讨论并评估了确定资产的可收回金额所使用的方法的适当性，并检查了计算的准确性。</p> <p>取得管理层经审批的关店计划，确认针对该部分餐厅均已纳入管理层减值测试的范围内。</p> <p>通过比较餐厅实际经营表现与管理层在以前年度作出的现金流量预测，以评估历来管理层现金流量预测的可靠性，并分析评估管理层是否在本年度的预测中考虑了识别的重大差异原因及相关因素。</p> <p>将在现金流量预测过程中使用的营业收入、营业成本及费用等数据与历史数据和经过审批的预测数据进行了对比；</p> <p>比较现金流量预测中的关键假设与可取得的行业统计数据，以评估管理层在编制现金流量预测时采用的关键假设的合理性。</p> <p>在内部评估专家的协助下，参照同行业公司的资本结构并考虑公司特定风险溢价，评估现金流量预测中使用的折现率的合理性。</p> <p>进行收入增长率、毛利率及税前折现率敏感度分析并考虑其对年度减值费用的影响以及是否存在</p>



关键审计事项	在审计中如何应对关键审计事项
	任何管理层偏向的迹象。 基于已执行的审计工作，普华永道会计师获取的审计证据能够支持公司管理层计提固定资产、长期待摊费用以及使用权资产的减值准备时所作的重大判断和估计。

### （三）与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据所处行业 and 实际经营情况，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否会对公司的财务状况、经营成果和现金流量构成重大影响等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司主要考虑该项目金额占相关会计期间利润总额绝对值的比重是否超过 5%。公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项标准为金额超过相关会计期间利润总额绝对值的 5%，或金额虽未达到前述水平但公司认为较为重要的相关事项。

## 三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

### （一）编制基础

公司财务报表按照财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《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”），以及中国证监会《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》的相关规定编制。

### （二）持续经营

公司财务报表以持续经营为基础编制。

### （三）合并报表范围

报告期内，公司合并财务报表范围内公司如下：

公司名称	注册地	主要经营地	业务性质	取得方式	取得时间	持股比例
湖州恒亮	浙江湖州	浙江湖州	食品采购、销售	设立	2010.1.12	100%
湖州恒溢	浙江湖州	浙江湖州	食品加工	设立	2009.3.31	100%
湖州恒满	浙江湖州	浙江湖州	食品加工	设立	2012.11.1	100%
上海策腾	上海	上海	餐饮服务	设立	2016.9.8	100%
上海策广	上海	上海	餐饮服务	设立	2010.5.21	100%
上海策虹	上海	上海	餐饮服务	设立	2016.9.8	100%

公司名称	注册地	主要经营地	业务性质	取得方式	取得时间	持股比例
上海策康	上海	上海	餐饮服务	设立	2007.11.9	100%
南京老娘舅	江苏南京	江苏南京	餐饮服务	设立	2011.12.28	100%
杭州杨大	浙江杭州	浙江杭州	餐饮服务	设立	2016.3.4	51%
湖州杨大	浙江湖州	浙江湖州	餐饮服务	设立	2018.6.5	100%
南京杨太太（注1）	江苏南京	江苏南京	餐饮服务	设立	2015.11.13	100%
舅创科技	浙江湖州	浙江湖州	餐饮服务	设立	2019.4.29	100%
江苏老娘舅	江苏南京	江苏南京	餐饮服务	设立	2019.1.10	100%
湖州成舅（注2）	浙江湖州	浙江湖州	信息咨询	同一控制下企业合并	2020.7.20	100%
湖州杨舅舅	浙江湖州	浙江湖州	餐饮服务	设立	2020.9.27	60%
宁波老娘舅	浙江宁波	浙江宁波	餐饮服务	设立	2020.11.25	100%
上海沪小鲜	上海	上海	加工、配送服务	设立	2021.9.3	100%
杭州杭小鲜	浙江杭州	浙江杭州	加工、配送服务	设立	2021.8.20	100%
安徽恒满	安徽宣城	安徽宣城	加工、配送服务	设立	2022.3.15	100%

注1：2020年12月11日，公司向子公司南京杨太太的少数股东收购了其拥有的南京杨太太35%的股权；

注2：2020年7月20日，公司向实际控制人杨国民、杨峻琿父子收购了其拥有的湖州成舅100%的股权。

#### （四）报告期内合并报表范围变化情况

##### 1、同一控制下企业合并

子公司名称	股权取得时点	取得股权比例	取得方式	股权取得对价	被购买方购买日账面净资产（元）
湖州成舅	2020.7.20	100%	受让未出资股权	-	202.05

##### 2、其他合并范围增加情况

年度	公司名称	股权取得方式	股权取得时点	持股比例
2022年1-6月	安徽恒满	设立	2022.3.15	100%
2021年度	上海沪小鲜	设立	2021.9.3	100%
	杭州杭小鲜	设立	2021.8.20	100%
2020年度	湖州杨舅舅	设立	2020.9.27	100%
	宁波老娘舅	设立	2020.11.25	100%
2019年度	舅创科技	设立	2019.4.29	100%
	江苏老娘舅	设立	2019.1.10	100%

### 3、合并范围减少情况

年度	公司名称	股权处置方式	股权处置时点	处置比例
2019 年度	湖州杨大	注销	2019.8.22	100%

## 四、重要会计政策及会计估计

### （一）遵循企业会计准则的声明

公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 6 月 30 日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 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 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 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间的合并及母公司经营成果和现金流量等有关信息。

### （二）会计期间

会计年度为公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

### （三）营业周期

公司营业周期为 12 个月。

### （四）记账本位币

公司采用人民币为记账本位币。

### （五）同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：公司支付的合并对价及取得的净资产均按账面价值计量。公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

### （六）合并财务报表的编制方法

编制合并资产负债表时，合并范围包括公司及全部子公司。

从取得子公司的实际控制权之日起，公司开始将其纳入合并范围；从失去实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于同一控制下企业合并取得的子公司，自其与公司同受

最终控制方控制之日起纳入公司合并范围，并将其在合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

在取得对子公司的控制权之后，自子公司的少数股东处取得少数股东拥有的对该子公司全部或部分少数股权，在合并财务报表中，子公司的资产、负债以购买日或合并日开始持续计算的金额反映。因购买少数股权新增加的长期股权投资与按照新增持股比例计算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，资本公积（资本溢价或股本溢价）的金额不足冲减的，调整留存收益。

在编制合并资产负债表时，子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司与子公司、子公司相互之间所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并资产负债表编制时予以抵销。子公司的股东权益、当期净损益及综合收益中不属于公司所拥有的部分分别作为少数股东权益、少数股东损益及归属于少数股东的综合收益总额在合并资产负债表中股东权益、净利润及综合收益总额项下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初股东权益中所享有的份额的，其余额冲减少数股东权益。公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，全额抵销归属于母公司股东的净利润；子公司向公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，按公司对子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对出售方子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。

如果以合并范围内所有公司为会计主体与以公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从合并范围内所有公司的角度对该交易予以调整。

### **（七）现金及现金等价物**

现金及现金等价物是指库存现金，可随时用于支付的存款，以及持有的期限短、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）外币交易和外币报表折算**

外币交易按交易发生日的即期汇率将外币金额折算为记账本位币入账。

于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为记账本位币。为购建符合借款费用资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额在资本化期间内予以资本化；其他汇兑差额直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，于资产负债表日采用交易发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

## （九）金融工具

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。当公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

### 1、金融资产

#### （1）分类和计量

公司根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为：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。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，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，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

#### ①债务工具

公司持有的债务工具是指从发行方角度分析符合金融负债定义的工具，分别采用以下三种方式进行计量：

#### 以摊余成本计量：

公司管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致，即在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。公司对于此类金融资产按照实际利率法确认利息收入。此类金融资产主要包括货币资金、应收票据、应收账款、其他应收款、债权投资和长期应收款等。公司将自资产负债表日起一年内（含一年）到期的债权投资和长期应收款，列示为一年内到期的非流动资产；取得时期限在一年内（含一年）的债权

投资列示为其他流动资产。

#### **以公允价值计量且其变动计入其他综合收益：**

公司管理此类金融资产的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致。此类金融资产按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益，但减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的利息收入计入当期损益。此类金融资产主要包括应收款项融资、其他债权投资等。公司自资产负债表日起一年内（含一年）到期的其他债权投资，列示为一年内到期的非流动资产；取得时期限在一年内（含一年）的其他债权投资列示为其他流动资产。

#### **以公允价值计量且其变动计入当期损益：**

公司将持有的未划分为以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具，以公允价值计量且其变动计入当期损益。在初始确认时，公司为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产，其余列示为交易性金融资产。

#### **②权益工具**

公司将对其没有控制、共同控制和重大影响的权益工具投资按照公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产；自资产负债表日起预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产。

此外，公司将部分非交易性权益工具投资于初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列示为其他权益工具投资。该类金融资产的相关股利收入计入当期损益。

#### **（2）减值**

公司对于以摊余成本计量的金融资产等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

于每个资产负债表日，公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行

计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，认定为处于第一阶段的金融工具，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

公司对于处于第一阶段和第二阶段的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收账款无论是否存在重大融资成分，公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据和计提方法如下：

组合 1	外卖平台
组合 2	加盟商
组合 3	物业公司押金及保证金
组合 4	个人房东押金及保证金
组合 5	第三方支付平台
组合 6	其他

对于划分为组合的应收账款，公司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，编制应收账款逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。除此以外的划分为组合的其他应收款，公司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。

公司将计提或转回的损失准备计入当期损益。

### (3) 终止确认

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；③该金融资产已转移，虽然公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

金融资产终止确认时，其账面价值与收到的对价以及原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额，计入当期损益。

## 2、金融负债

金融负债于初始确认时分类为以摊余成本计量的金融负债和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

公司的金融负债主要为以摊余成本计量的金融负债，包括应付账款、其他应付款、借款等。该类金融负债按其公允价值扣除交易费用后的金额进行初始计量，并采用实际利率法进行后续计量。期限在一年以下（含一年）的，列示为流动负债；期限在一年以上但自资产负债表日起一年内（含一年）到期的，列示为一年内到期的非流动负债；其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，公司终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

## 3、权益工具

权益工具，是指能证明拥有某一方在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。

## 4、金融工具的公允价值确定

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，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，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。



## （十）存货

### 1、存货的分类

存货包括原材料、库存商品、委托加工物资和周转材料等，按成本与可变现净值孰低计量。

### 2、发出存货的计价方法

存货发出时的成本按加权平均法核算，库存商品和在产品成本包括原材料、直接人工以及在正常生产能力下按系统的方法分配的制造费用。

### 3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

### 4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

### 5、低值易耗品和包装物的摊销方法

周转材料包括低值易耗品和包装物等，低值易耗品、包装物采用一次转销法进行摊销。

## （十一）长期股权投资

长期股权投资包括：公司对子公司的长期股权投资；公司对联营企业的长期股权投资。

子公司为公司能够对其实施控制的被投资单位。联营企业为公司能够对其财务和经营决策具有重大影响的被投资单位。

对子公司的投资，在公司财务报表中按照成本法确定的金额列示，在编制合并财务报表时按权益法调整后进行合并；对联营企业投资采用权益法核算。

### 1、投资成本确定

同一控制下企业合并形成的长期股权投资，在合并日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的份额作为投资成本；非同一控制下企业合并形成

的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于以企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资，以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；以发行权益性证券取得的长期股权投资，按发行权益性证券的公允价值确认为初始投资成本。

## **2、后续计量及损益确认方法**

采用成本法核算的长期股权投资，按照初始投资成本计量，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，以初始投资成本作为长期股权投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，并相应调增长期股权投资成本。

采用权益法核算的长期股权投资，公司按应享有或应分担的被投资单位的净损益份额确认当期投资损益。确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，但公司负有承担额外损失义务且符合预计负债确认条件的，继续确认预计将承担的损失金额。被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。被投资单位分派的利润或现金股利于宣告分派时按照公司应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。公司与被投资单位之间未实现的内部交易损益按照持股比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的内部交易损失，其中属于资产减值损失的部分，相应的未实现损失不予抵销。

## **3、确定对被投资单位具有控制、共同控制、重大影响的依据**

控制是指拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。

共同控制是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过公司及分享控制权的其他参与方一致同意后才能决策。

重大影响是指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。

#### 4、长期股权投资减值

对子公司、联营企业的长期股权投资，当其可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

### (十二) 固定资产

#### 1、固定资产的确认和初始计量

固定资产包括房屋及建筑物、餐饮设备、机器设备、运输工具、电子及办公设备等。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。购置或新建的固定资产按取得时的成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

#### 2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下：

类别	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20 年	5%	4.75%
餐饮设备	5 年	2%	19.60%
机器设备	10 年	0%	10.00%
运输工具	4 年	5%	23.75%
电子及办公设备	3 年至 5 年	0%	20.00%-33.33%

对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

### **3、当固定资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额**

#### **4、固定资产的处置**

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

### **(十三) 在建工程**

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。当在建工程的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

### **(十四) 无形资产**

无形资产包括土地使用权、软件及商标权，以成本计量。

#### **1、土地使用权**

土地使用权按使用年限 50 年平均摊销。

#### **2、商标权**

商标权按使用年限 5 年平均摊销。

#### **3、软件**

软件按使用年限按 3 年至 5 年平均摊销。

#### **4、定期复核使用寿命和摊销方法**

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

#### **5、研究与开发**

根据内部研究开发项目支出的性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，

予以资本化：

- (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) 管理层具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- (3) 能够证明该无形资产将如何产生经济利益；
- (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；以及
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

## 6、无形资产减值

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

### (十五) 长期待摊费用

长期待摊费用包括经营租入固定资产改良及其他已经发生但应由本年和以后各期负担的、分摊期限在一年以上的各项费用，按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

### (十六) 长期资产减值

固定资产、在建工程、长期待摊费用、使用权资产、使用寿命有限的无形资产及对子公司、联营企业的长期股权投资等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试；尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入资产减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

## （十七）职工薪酬

职工薪酬是公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿，包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利等。

### 1、短期薪酬

短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金、工会和教育经费、短期带薪缺勤等。公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

### 2、离职后福利

公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。设定提存计划是公司向独立的基金缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划是除设定提存计划以外的离职后福利计划。于报告期内，公司的离职后福利主要是为员工缴纳的基本养老保险和失业保险，均属于设定提存计划。

公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

### 3、辞退福利

公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

预期在资产负债表日起一年内需支付的辞退福利，列示为应付职工薪酬。

## （十八）股利/利润分配

拟发放的利润于股东会/董事会批准的当期，确认为负债。

## （十九）预计负债

因解除门店租赁合同等形成的现时义务，当履行该义务很可能导致经济利益的流出，且其金额能够可靠计量时，确认为预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数；因随着时间推移所进行的折现还原而导致的预计负债账面价值的增加金额，确认为利息费用。

于资产负债表日，对预计负债的账面价值进行复核并作适当调整，以反映当前的最佳估计数。

预期在资产负债表日起一年内需支付的预计负债，列报为流动负债。

## （二十）收入确认

### 1、自 2020 年 1 月 1 日起适用的会计政策

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，主要的会计政策及会计估计如下：

公司在客户取得相关商品或服务的控制权时，按预期有权收取的对价金额确认收入。

公司实施奖励积分计划，顾客因购买餐饮食品而获得的奖励积分，可在未来 12 个月内兑换代金券或餐品，代金券可在购买餐饮食品时抵减购买价款。公司根据销售产品和奖励积分各自单独售价的相对比例，将销售取得的货款在产品销售收入与奖励积分之间进行分配，与奖励积分相关的部分先确认为合同负债，待顾客兑换奖励积分或奖励积分失效时，结转计入收入。

#### （1）到店收入

公司对外提供门店餐饮食品销售业务，根据菜单定价对应的收费标准，于门店出餐至客户时确认收入。

#### （2）外卖收入

公司通过第三方外卖平台及应用程序向顾客提供餐饮食品销售业务，根据定价对应

的收费标准，由外送骑手将餐品送至顾客指定收餐地址后，公司确认收入。

### （3）食材销售及配送收入等

公司给加盟商和零售客户销售食材并提供配送服务，将食材运送至客户指定地址并取得收款权利时，确认收入。公司提供管理服务和品牌服务，于提供服务时确认服务收入。

## 2、于 2019 年 12 月 31 日（含）之前适用的会计政策

公司于 2019 年度仍执行财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 14 号——收入》。主要会计政策及会计估计如下：

收入的金额按照公司在日常经营活动中销售商品和提供劳务时，已收或应收合同或协议价款的公允价值确定。收入按扣除销售折让及销售退回的净额列示。

与交易相关的经济利益很可能流入公司，相关的收入能够可靠计量且满足下列各项经营活动的特定收入确认标准时，确认相关的收入。公司主要从事餐饮食品销售及服务业，公司将商品所有权上的主要风险和报酬转移给终端或平台消费者，并且不再对该产品和商品实施继续管理和控制，相关的收入和成本能够可靠计量时，确认销售收入的实现。具体各种模式下的收入确认方法如下。

### （1）到店收入

公司对外提供门店餐饮食品销售及服务业，根据菜单定价对应的收费标准，于门店出餐至客户时确认收入。

### （2）外卖收入

公司通过第三方外卖平台及应用程序向顾客提供餐饮食品销售及外送服务，根据定价对应的收费标准，由外送骑手将餐品送至顾客指定收餐地址后公司确认收入。

### （3）食材销售及配送收入等

公司给加盟商和零售客户销售食材并提供配送服务，将食材运送至客户指定地址并取得收款权利时，确认收入。公司提供管理服务和品牌服务，于提供服务时确认服务收入。



## （二十一）政府补助

政府补助为公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，包括税费返还、财政补贴等。

政府补助在公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。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。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

与资产相关的政府补助冲减相关资产的账面价值，或确认为递延收益并在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分摊计入损益。

与收益相关的政府补助，若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，并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；若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。

公司对同类政府补助采用相同的列报方式。

与日常活动相关的政府补助纳入营业利润，与日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

公司收到的政策性优惠利率贷款，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。公司直接收取的财政贴息，冲减相关借款费用。

## （二十二）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

同时满足下列条件的递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示：

- 1、递延所得税资产和递延所得税负债与同一税收征管部门对公司内同一纳税主体征收的所得税相关；
- 2、公司内该纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利。

### （二十三）租赁

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

#### 1、自 2021 年 1 月 1 日起适用的会计政策

财政部于 2018 年颁布了修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”）。公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，主要的会计政策及会计估计如下：

##### （1）公司作为承租人

公司于租赁期开始日确认使用权资产，并按尚未支付的租赁付款额的现值确认租赁负债。租赁付款额包括固定付款额，以及在合理确定将行使购买选择权或终止租赁选择权的情况下需支付的款项等。按销售额的一定比例确定的可变租金不纳入租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。公司将自资产负债表日起一年内（含一年）支付的租赁负债，列示为一年内到期的非流动负债。

公司的使用权资产包括租入的房屋建筑物及设备。使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括租赁负债的初始计量金额、租赁期开始日或之前已支付的租赁付款额、初始直接费用再加上初始估计的复原成本等，并扣除已收到的租赁激励。公司能够合理

确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；若无法合理确定租赁期届满时是否能够取得租赁资产所有权，则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。当可收回金额低于使用权资产的账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额。对于租赁期不超过 12 个月的短期租赁和单项资产全新时价值较低的低价值资产租赁，公司选择不确认使用权资产和租赁负债，将相关租金支出在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。

租赁发生变更且同时符合下列条件时，公司将其作为一项单独租赁进行会计处理：①该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

当租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理时，除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，公司在租赁变更生效日重新确定租赁期，并采用修订后的折现率对变更后的租赁付款额进行折现，重新计量租赁负债。租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，公司相应调整使用权资产的账面价值。

对于由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免，公司选择采用简化方法，在达成协议解除原支付义务时将未折现的减免金额计入当期损益，并相应调整租赁负债。

## （2）公司作为出租人

实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

公司经营租出的房屋建筑物，经营租赁的租金收入在租赁期内按照直线法确认。

## 2、于 2020 年 12 月 31 日（含）之前适用的会计政策

公司于 2019 年度及 2020 年度仍执行财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 21 号——租赁》。主要会计政策及会计估计如下：

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。经营租

赁的租金收入在租赁期内按照直线法确认收入。

对于由新冠肺炎疫情直接引发且仅针对 2021 年 6 月 30 日之前的租金减免，公司选择采用简化方法，在减免期间将减免金额计入当期损益。

#### （二十四）股份支付

股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。公司实施的股权激励计划作为以权益结算的股份支付进行核算。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入当期损益，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，并以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入当期损益。

对于最终未能达到可行权条件的股份支付，公司不确认成本或费用，除非该可行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

公司修改股份支付计划条款时，如果修改增加了所授予权益工具的公允价值，公司根据修改前后的权益工具在修改日公允价值之间的差额相应确认取得服务的增加。如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司按照修改后的可行权条件核算；如果公司以不利于职工的方式修改可行权条件，核算时不予以考虑，除非公司取消了部分或全部已授予的权益工具。如果公司取消了所授予的权益工具，则于取消日作为加速行权处理，将原本应在剩余等待期内确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。

#### （二十五）分部信息

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部，以经营分部为基础确定报告分部并披露分部信息。

经营分部是指公司内同时满足下列条件的组成部分：（1）该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；（2）公司管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；（3）公司能够取得该组成部分的财务状况、经营

成果和现金流量等有关会计信息。如果两个或多个经营分部具有相似的经济特征，并且满足一定条件的，则可合并为一个经营分部。

公司主要经营中式连锁快餐。公司在内部组织结构和管理要求方面并未对上述业务进行区分，管理层在复核内部报告、决定资源分配及业绩评价时，亦认为无需对上述业务的经营成果进行区分。故公司未区分不同的经营分部，无需列示分部信息。

## （二十六）重要会计估计和判断

公司根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键判断进行持续的评价。

### 1、重要会计估计及其关键假设

下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险：

#### （1）预期信用损失的计量

公司通过违约风险敞口和预期信用损失率计算预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。

在考虑前瞻性信息时，公司考虑了“基准”、“不利”及“有利”三种不同的宏观经济情景，于2022年1-6月、2021年度、2020年度及2019年度使用这三种宏观经济参数的权重列示如下：

项目	经济情景		
	基准	不利	有利
2022年1-6月	50.00%	25.00%	25.00%
2021年度	50.00%	25.00%	25.00%
2020年度	50.00%	25.00%	25.00%
2019年度	50.00%	25.00%	25.00%

公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的重要宏观经济假设和参数，包括经济下降的风险、外部市场环境、客户情况的变化、国内生产总值和消费者物价指数等。公司已考虑了新冠肺炎疫情引发的不确定性，并相应更新了相关假设和参数，各情景中所使用的关键宏观经济参数列示如下：

于 2022 年 1-6 月各情景中所使用的关键宏观经济参数列示如下：

项目	经济情景		
	基准	不利	有利
国内生产总值	4.65%	3.40%	5.90%
消费者物价指数	2.25%	1.25%	3.20%
生产价格指数	3.68%	1.00%	6.02%

于 2021 年度各情景中所使用的关键宏观经济参数列示如下：

项目	经济情景		
	基准	不利	有利
国内生产总值	5.20%	3.00%	6.60%
消费者物价指数	2.20%	1.10%	3.00%
生产价格指数	4.00%	1.00%	7.97%

于 2020 年度各情景中所使用的关键宏观经济参数列示如下：

项目	经济情景		
	基准	不利	有利
国内生产总值	6.00%	4.80%	8.20%
消费者物价指数	1.60%	0.10%	3.40%
生产价格指数	1.20%	0.50%	3.50%

于 2019 年度各情景中所使用的关键宏观经济参数列示如下：

项目	经济情景		
	基准	不利	有利
国内生产总值	5.90%	5.60%	6.60%
消费者物价指数	3.10%	1.50%	3.80%
生产价格指数	-0.15%	-2.50%	1.20%

## (2) 资产减值准备的会计估计

公司对存在减值迹象的固定资产、长期待摊费用 and 使用权资产进行减值测试时，当减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入资产减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者，其计算需要采用会计估计。

如果无法估计一项单独资产的可回收金额，公司估计资产所属现金产生单位资产组的可收回金额，并考虑能够建立合理一致的分配基础时对总部资产的分配。变更假设及

估计（包括现金流量预测计算中采用的增长率及税前折现率）可能对可回收金额产生重大影响。此外，由于新冠肺炎疫情的发展和防控存在不确定性，预计未来现金流量的现值计算中所采用的收入增长率、毛利率及税前折现率亦存在不确定性。

如果管理层对资产组未来现金流量计算中采用的收入增长率进行修订，修订后的收入增长率低于目前采用的收入增长率，公司需对资产增加计提减值准备。

如果管理层对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订，修订后的税前折现率高于目前采用的折现率，公司需对资产增加计提减值准备。

如果实际收入增长率和毛利率高于或实际税前折现率低于管理层的估计，公司不能转回原已计提的资产减值损失。

### （3）所得税和递延所得税

公司在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中，部分交易和事项的最终税务处理存在不确定性。在计提各个地区的所得税费用时，公司需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损，公司以未来期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。未来期间取得的应纳税所得额包括公司通过正常的生产经营活动能够实现的应纳税所得额，以及以前期间产生的应纳税暂时性差异在未来期间转回时将增加的应纳税所得额。公司在确定未来期间应纳税所得额取得的时间和金额时，需要运用估计和判断。如果实际情况与估计存在差异，可能导致对递延所得税资产的账面价值进行调整。

### （4）股份支付

公司的股份支付计划为以权益结算的股份支付，权益工具为本公司持股平台发行的限制性股权。公司根据不同情况，采用现金流量折现模型评估的结果与实施股权激励获得的对价之间的差额确定所授予权益工具的公允价值。其计算需要采用会计估计。

员工获得限制性股权后的每个资产负债表日，公司根据预计离职率、取得的可行权的员工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可解除限制性的权益工具数量和对应期间内需摊销的费用金额。

## （二十七）重要会计政策变更

### 1、租赁

财政部于 2018 年颁布了修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”），于 2020 年颁布了《关于印发<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>的通知》（财会[2020]10 号），于 2021 年颁布了《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》（财会[2021]9 号）。

财政部于 2021 年颁布了《关于印发<企业会计准则解释第 14 号>的通知》（财会[2021]1 号）及《企业会计准则实施问答》，公司已采用上述准则、通知和实施问答编制 2021 年度财务报表，对公司合并范围内财务报表的影响列示如下：

公司于 2021 年 1 月 1 日首次执行新租赁准则，根据相关规定，本公司对首次执行日前已存在的合同选择不再重新评估。公司对于该准则的累积影响数调整 2021 年年初留存收益以及财务报表相关项目金额，2020 年度及 2019 年度的比较财务报表未重列。

#### （1）会计政策变更的内容和原因

对于首次执行新租赁准则前已存在的经营租赁合同，公司按照剩余租赁期区分不同的衔接方法：

剩余租赁期超过 12 个月的，公司根据 2021 年 1 月 1 日的剩余租赁付款额和增量借款利率确认租赁负债，并假设自租赁期开始日即采用新租赁准则，并根据 2021 年 1 月 1 日增量借款利率确定使用权资产的账面价值。公司采用简化方法评估首次执行日使用权资产是否存在减值，由于在首次执行日不存在租赁亏损合同，对财务报表无显著影响。

对于首次执行新租赁准则前已存在的低价值资产的经营租赁合同以及剩余租赁期不超过 12 个月的，公司采用简化方法，不确认使用权资产和租赁负债，对财务报表无显著影响。

因执行新租赁准则，承租人为拆除及移除租赁资产、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，以及租赁保证金折现差额计入使用权资产的初始计量成本。

因执行新租赁准则，除与简化处理的短期租赁和低价值资产租赁相关的预付租金和租赁保证金支出仍计入经营活动现金流出外，其他的预付租金和租赁保证金支出计入筹



资活动现金流出。

受影响的报表项目	影响金额（元）	
	2021年1月1日	
	合并	母公司
使用权资产	470,483,841.43	282,555,906.46
租赁负债	353,383,182.86	215,529,429.68
一年内到期的非流动负债	126,539,112.08	74,650,363.06
预付账款	-20,404,486.19	-13,631,779.06
其他应付款	-11,404,491.05	-8,772,018.11
盈余公积	-1,602,064.12	-1,602,064.12
未分配利润	-16,985,003.38	-10,413,416.81
递延所得税资产	6,185,392.36	4,005,160.31
长期待摊费用	-6,303,120.78	-3,536,994.01
少数股东权益	30,890.43	-

(2) 对于由新冠肺炎疫情直接引发且仅针对 2022 年 6 月 30 日之前的租金减免，公司选择采用简化方法，在达成协议解除原支付义务时将未折现的减免金额计入当期损益，并相应调整租赁负债。

(3) 2021 年 1 月 1 日，公司在计量租赁负债时，对于具有相似特征的租赁合同采用同一折现率，所采用的增量借款利率为 5% 至 5.15%。

(4) 2021 年 1 月 1 日，公司将原租赁准则下披露的尚未支付的最低经营租赁付款额调整为新租赁准则下确认的租赁负债的调节表如下：

单位：元

项目	合并	母公司
于 2020 年 12 月 31 日披露的未来最低经营租赁付款额	544,493,136.57	331,353,341.19
按增量借款利率折现计算的上述最低经营租赁付款额的现值	489,123,925.20	297,944,736.87
减：不超过 12 个月的租赁合同付款额的现值	9,201,630.26	7,764,944.13
于 2021 年 1 月 1 日确认的租赁负债（含一年内到期的非流动负债）	479,922,294.94	290,179,792.74

注：公司于 2020 年 12 月 31 日披露尚未支付最低经营租赁付款额的口径未包括续约选择权的因素。在首次执行日确定租赁负债时，对于合理确定将行使续约选择权的租赁，公司将续约期的租赁付款额纳入租赁负债的计算。

## 2、基准利率改革导致金融资产或金融负债合同现金流量的确定基础发生变更的会计处理

公司在编制 2021 年度财务报表时，已采用《企业会计准则解释第 14 号》有关基准利率改革导致金融资产或金融负债合同现金流量的确定基础发生变更的会计处理。截至 2021 年 12 月 31 日，公司尚未完成参考基准利率替换。

## 3、金融工具

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等（以下合称“新金融工具准则”），公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。

根据新金融工具准则的相关规定，公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2019 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表未重列。

(1) 于 2019 年 1 月 1 日，公司合并财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比表：

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	77,119,047.61	货币资金	摊余成本	77,119,047.61
应收账款	摊余成本	22,138,092.68	应收账款	摊余成本	22,138,092.68
其他应收款	摊余成本	10,677,645.48	其他应收款	摊余成本	10,677,645.48
长期应收款	摊余成本	22,233,938.28	长期应收款	摊余成本	22,233,938.28

于 2019 年 1 月 1 日，母公司财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比表：

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	53,050,538.02	货币资金	摊余成本	53,050,538.02
应收账款	摊余成本	8,638,033.26	应收账款	摊余成本	8,638,033.26
其他应收款	摊余成本	89,997,389.58	其他应收款	摊余成本	89,997,389.58
长期应收款	摊余成本	18,428,163.77	长期应收款	摊余成本	18,428,163.77

(2) 于 2019 年 1 月 1 日, 公司根据新金融工具准则下的计量类别, 将原金融资产账面价值调整为新金融工具准则下的账面价值的调节表:

单位: 元

新金融工具准则下以摊余成本计量的金融资产	账面价值	
	合并	公司
<b>货币资金:</b>		
2018 年 12 月 31 日	77,119,047.61	53,050,538.02
减: 转出至以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产 (新金融工具准则)	-	-
2019 年 1 月 1 日	77,119,047.61	53,050,538.02
<b>应收款项 (注):</b>		
2018 年 12 月 31 日	55,049,676.44	117,063,586.61
减: 转出至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产 (新金融工具准则)	-	-
重新计量: 预期信用损失合计	-	-
2019 年 1 月 1 日	55,049,676.44	117,063,586.61
<b>以摊余成本计量的金融资产合计 (新金融工具准则)</b>	<b>132,168,724.05</b>	<b>170,114,124.63</b>

注: 于 2018 年 12 月 31 日和 2019 年 1 月 1 日, 应收款项余额包括应收账款、其他应收款和长期应收款等报表项目。

(3) 于 2019 年 1 月 1 日, 公司将原金融资产减值准备调整为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表:

单位: 元

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产				
应收账款减值准备-合并	2,071,264.07	-	-	2,071,264.07
应收账款减值准备-母公司	1,466,254.52			1,466,254.52

#### 4、新收入准则

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)(以下简称“新收入准则”), 公司已采用上述准则、通知和实施问答编制 2020 年度财务报表, 对公司财务报表的影响列示如下:

根据新收入准则的相关规定, 公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2020 年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额, 2019 年度的比较财务报表未重列。

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额（元）	
		2020年1月1日	
		合并	公司
因执行新收入准则，公司根据销售产品和奖励积分各自单独售价的相对比例对销售取得的货款进行分配，并将顾客未使用的奖励积分的余额重分类至合同负债。	合同负债	180,563.81	180,563.81
	递延收益	-191,397.64	-191,397.64
	其他流动负债	10,833.83	10,833.83
因执行新收入准则，公司将与提供餐饮服务销售及相关的预收款项重分类至合同负债。	合同负债	10,254,472.18	10,094,846.55
	预收款项	-10,869,740.51	-10,700,537.34
	其他流动负债	615,268.33	605,690.79

与原收入准则相比，执行新收入准则对2020年度财务报表主要项目的影晌如下：

受影响的资产负债表项目	影响金额（元）	
	2020年12月31日	
	合并	公司
合同负债	13,309,292.25	12,939,756.05
预收款项	-14,020,887.19	-13,629,178.80
其他流动负债	711,594.94	689,422.75

## 五、非经常性损益

根据普华永道会计师出具的《老娘舅餐饮股份有限公司2019年度、2020年度、2021年度及截至2022年6月30日止6个月期间非经常性损益明细表专项报告》，公司报告期内非经常性损益情况如下：

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	60.41	74.81	3.35	3.23
计入当期损益的政府补助	404.25	191.79	981.66	288.54
理财产品取得的投资收益	260.58	566.73	141.28	22.57
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收益	-	-	0.02	0.04
一次性股份支付费用	-	-	-334.00	-20.53
停工损失	-1,024.71	-483.29	-931.87	-
其他营业外收支净额	-23.08	-66.68	-182.76	-112.71
<b>小计</b>	<b>-322.55</b>	<b>283.36</b>	<b>-322.31</b>	<b>181.14</b>
所得税影响额	-80.64	70.84	2.92	50.42

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
少数股东损益	-	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	-241.91	212.52	-325.23	130.72
归属于母公司所有者的净利润	70.90	6,299.22	2,070.75	6,517.46
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	312.82	6,086.70	2,395.98	6,386.74

报告期内，对公司非经常性损益影响较大的项目主要是政府补助及理财产品投资收益。其中，2020年度、2021年度和2022年1-6月，公司将各门店因疫情防控影响暂停营业期间的门店租金、人工、折旧摊销等固定开支作为损失计入非经常性损益。报告期各期，公司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2.01%、-15.71%、3.37%和-341.19%。2022年1-6月，由于受疫情影响的停工损失，导致非经常性损益对公司的净利润影响较大。

## 六、报告期内执行的主要税收政策及缴纳的主要税种

### （一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
企业所得税	应纳税所得额	25%及20%
增值税	应纳税额为按应税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税额后的余额	2019年4月1日前，6%、10%及16%； 2019年4月1日后，6%、9%及13%
城市维护建设税	缴纳的增值税税额	7%
教育费附加	缴纳的增值税税额	3%
地方教育费附加	缴纳的增值税税额	2%
房产税	房产的计税余值或租金收入	1.2%及12%

根据财政部、国家税务总局及海关总署颁布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告[2019]39号）及相关规定，自2019年4月1日起，公司的销售业务收入适用的增值税税率为6%、9%及13%，2019年4月1日前各业务适用的增值税税率为6%、10%及16%。

公司存在不同企业所得税税率纳税主体的，披露情况说明：

纳税主体名称	所得税税率（%）			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度

上海策腾、上海策广、上海策虹、南京老娘舅、杭州杨大、南京杨太太	适用于小型微利企业税率			
湖州成舅、湖州杨舅舅	适用于小型微利企业税率			-
湖州恒满	适用于小型微利企业税率			25
宁波老娘舅	25	适用于小型微利企业税率		-
杭州杭小鲜	适用于小型微利企业税率		-	-
安徽恒满	适用于小型微利企业税率		-	
老娘舅及其他子公司	25	25	25	25

## （二）税收优惠

报告期内，公司享受的主要税收优惠政策如下：

1、根据财政部、税务总局及海关总署颁布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告[2019]39号）以及财政部和税务总局颁布的《关于明确生活性服务业增值税加计抵减政策的公告》（财政部税务总局公告[2019]87号）的相关规定，公司部分分支机构作为生活性服务企业，自2019年4月1日至2019年9月30日，按照当期可抵扣进项税额加计10%，抵减增值税应纳税额；自2019年10月1日至2022年12月31日，按照当期可抵扣进项税额加计15%，抵减增值税应纳税额。

2、根据国家税务总局公告2019年第2号《关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》的第一条及《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：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。2019年度、2020年度、2021年度及2022年1-6月，子公司上海策腾、上海策广、上海策虹、南京老娘舅、杭州杨大、南京杨太太、湖州成舅、湖州杨舅舅、杭州杭小鲜、安徽恒满符合小微企业认定条件，可以按照规定享受所得税优惠。宁波老娘舅于2020年度与2021年度符合小微企业认定条件，可以按照规定享受所得税优惠。湖州恒满于2020年度、2021年度及2022年1-6月符合小微企业认定条件，可以按照规定享受所得税优惠。根据国家税务总局公告2021年第12号《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》的第一条：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，执行期限为 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

报告期各期，公司所享受的税收优惠金额占各期利润总额的比例较低，相关税收优惠政策对公司经营业绩和财务状况未产生重大影响，公司对该等税收优惠不构成重大依赖。

## 七、主要财务指标

### （一）公司主要财务指标

项目	2022 年 1-6 月/ 2022.6.30	2021 年度/ 2021.12.31	2020 年度/ 2020.12.31	2019 年度/ 2019.12.31
流动比率（倍）	1.26	1.22	1.63	1.06
速动比率（倍）	1.16	1.11	1.52	0.92
资产负债率（母公司）	48.14%	48.53%	36.40%	74.33%
资产负债率（合并）	59.20%	61.12%	43.23%	60.40%
利息保障倍数	1.15	4.70	9.86	14.12
应收账款周转率（次）	41.21	124.69	71.00	61.72
存货周转率（次）	15.38	36.05	32.40	35.66
息税折旧摊销前利润（万元）	4,315.67	17,216.82	9,672.17	14,668.14
归属于母公司股东的净利润（万元）	70.90	6,299.22	2,070.75	6,517.46
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	312.82	6,086.70	2,395.98	6,386.74
研发投入占营业收入的比例	0.22%	0.22%	0.23%	0.27%
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.24	0.93	0.99	不适用
每股净现金流量（元）	-0.05	-0.01	2.38	不适用
归属于母公司股东的每股净资产（元）	8.71	8.41	7.09	不适用

注：上述财务指标计算公式如下：

- （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）×100%
- （4）利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/（利息支出+资本化利息支出）
- （5）应收账款周转率=营业收入/（期初应收账款净额+期末应收账款净额）/2
- （6）存货周转率=营业成本/（期初存货净额+期末存货净额）/2

(7) 息税折旧摊销前利润=净利润 + 企业所得税 + (利息支出 - 利息收入) + 固定资产折旧费用 + 无形资产摊销 + 长期待摊费用摊销

(8) 研发投入占营业收入的比例=(研发费用/营业收入) ×100%

(9) 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/期末总股本

(10) 每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末总股本

(11) 归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东的净资产/期末总股本

## (二) 净资产收益率与每股收益

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)的规定,公司加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下:

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益(元)	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于母公司股东的净利润	2022年1-6月	0.16%	0.00	0.00
	2021年度	15.40%	0.21	0.21
	2020年度	9.09%	0.25	0.25
	2019年度	44.46%	不适用	不适用
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2022年1-6月	0.71%	0.01	0.01
	2021年度	14.88%	0.20	0.20
	2020年度	10.52%	0.29	0.29
	2019年度	43.57%	不适用	不适用

## 八、经营成果分析

### (一) 营业收入分析

#### 1、营业收入分析

报告期内,公司营业收入构成情况如下:

单位:万元

科目	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	62,551.41	99.70%	152,098.05	99.74%	120,334.80	99.73%	121,957.29	99.77%
其他业务收入	186.03	0.30%	389.14	0.26%	323.93	0.27%	285.89	0.23%
<b>合计</b>	<b>62,737.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>152,487.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>120,658.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>122,243.18</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期,公司营业收入分别为122,243.18万元、120,658.73万元、152,487.19



万元和 62,737.45 万元，主要来源于直营门店经营收入等主营业务收入。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重均在 99% 以上。公司其他业务收入主要为房屋转租收入等。

## 2、主营业务收入构成

### (1) 按业务类型分类

报告期内，公司主营业务收入按业务分类构成情况如下：

单位：万元

业务类型	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
餐饮门店收入	60,870.01	97.31%	148,011.85	97.31%	116,901.56	97.15%	119,034.56	97.60%
食材销售收入	1,681.41	2.69%	4,086.20	2.69%	3,433.24	2.85%	2,922.73	2.40%
合计	<b>62,551.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>152,098.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>120,334.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>121,957.29</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入主要来自直营门店的门店经营收入以及对加盟商的食材销售收入。其中，2020 年和 2022 年 1-6 月，受新冠疫情影响，公司主营业务收入有所下降。

### (2) 按地区分类

报告期内，公司餐饮门店经营在不同销售区域的收入情况如下：

单位：万元

省/直辖市	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
浙江	36,801.65	60.46%	84,553.21	57.13%	66,488.15	56.88%	64,373.72	54.08%
上海	3,747.55	6.16%	16,208.24	10.95%	10,976.47	9.39%	11,645.32	9.78%
江苏	19,166.90	31.49%	44,585.91	30.12%	37,235.43	31.85%	40,703.78	34.19%
安徽	1,153.91	1.90%	2,664.49	1.80%	2,201.50	1.88%	2,311.73	1.94%
总计	<b>60,870.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,011.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>116,901.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>119,034.56</b>	<b>100.00%</b>

公司的餐饮门店销售收入主要来源于江浙沪地区，报告期各期各区域餐饮门店经营收入占比相对稳定，其中，浙江区域收入占餐饮门店经营收入的比例分别为 54.08%、56.88%、57.13% 和 60.46%，占比最高。

### (3) 按门店商圈分类

报告期内，公司开设在不同商圈类型的餐饮门店经营收入情况如下：

单位：万元

商圈类型	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
社区商业体	28,584.39	46.96%	62,792.00	42.42%	45,717.50	39.11%	40,036.02	33.63%
商务商业体	13,824.43	22.71%	33,153.45	22.40%	26,693.67	22.83%	26,340.17	22.13%
交通枢纽	4,169.26	6.85%	14,997.00	10.13%	13,000.40	11.12%	18,767.93	15.77%
主流商业综合体	5,507.58	9.05%	14,403.28	9.73%	12,957.82	11.08%	14,404.41	12.10%
医院商业体	3,283.67	5.39%	8,096.90	5.47%	6,602.89	5.65%	6,230.22	5.23%
商业街	2,991.27	4.91%	6,745.44	4.56%	6,249.76	5.35%	6,524.51	5.48%
展会	-	-	1,440.83	0.97%	1,224.38	1.05%	2,156.84	1.81%
其他	2,509.41	4.12%	6,382.94	4.31%	4,455.13	3.81%	4,574.45	3.84%
<b>总计</b>	<b>60,870.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,011.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>116,901.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>119,034.56</b>	<b>100.00%</b>

公司门店主要开设于城市的各类商业体周边，其中来自社区商业体和商务商业体类门店的收入占比最高，且随着门店数量的扩张，报告期内该两类门店经营收入亦逐年增长。2019年至2021年，公司超过10%的门店经营收入来自高铁、机场、高速服务区、地铁等交通枢纽类门店，2020年起受疫情防控影响，该类门店收入和占比均较2019年有显著下降，2022年1-6月受疫情防控影响，该类门店收入占比进一步下滑。展会类门店主要为三家位于上海大型展会场所的门店，单店收入较高，但2020年起亦受疫情防控影响导致收入下降，2022年1-6月，受上海疫情管控影响，展会类门店未发生收入。

#### (4) 到店和外卖收入变动分析

报告期内，公司餐饮门店收入中，到店和外卖收入金额和占比情况如下：

单位：万元

类型	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
到店	29,155.05	47.90%	78,006.96	52.70%	59,500.62	50.90%	69,781.94	58.62%
外卖	31,714.96	52.10%	70,004.89	47.30%	57,400.94	49.10%	49,252.62	41.38%
<b>总计</b>	<b>60,870.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,011.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>116,901.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>119,034.56</b>	<b>100.00%</b>

2020年，受新冠疫情影响，餐饮企业线下经营业绩受到较大影响，公司到店收入金额显著下降，但得益于国内移动互联网较高的普及度和公司对线上业务的重视，公司外卖收入金额和占比大幅增加。

2022年1-6月，由于到店业务受到疫情防控较大影响，公司外卖收入占比进一步提升。

### 3、营业收入季节性波动

报告期内，公司按季度的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
第一季度	33,429.32	53.28%	34,453.54	22.59%	20,472.83	16.97%	27,354.81	22.38%
第二季度	29,308.13	46.72%	40,122.84	26.31%	26,883.80	22.28%	28,128.16	23.01%
第三季度	-	-	40,768.17	26.74%	37,606.45	31.17%	33,514.93	27.42%
第四季度	-	-	37,142.63	24.36%	35,695.65	29.58%	33,245.28	27.20%
合计	<b>62,737.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>152,487.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>120,658.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>122,243.18</b>	<b>100.00%</b>

总体而言，公司营业收入的季节性特征不明显，其中，第三季度相对略高于其他季度，主要系第三季度包含人流量较大的暑假，经营业绩相对较好。

2020年第一季度营业收入占比低于2019年和2021年同期，主要系当期受新冠疫情防控影响门店经营业绩较差所致。2020年第二季度起，公司经营情况开始逐渐恢复，至第三季度起基本恢复至疫情前的经营业绩。

2021年第三季度和第四季度，公司收入同比增长，但由于期间浙江、江苏等地相继爆发局部聚集性疫情，公司经营业绩仍然受到疫情的不利影响。

2022年第一季度，公司受杭州和苏州疫情影响，经营业绩略有下滑。2022年第二季度，公司收入同比有较大幅下降，主要系2022年3月以来，公司上海及浙江、江苏地区的正常经营受到了疫情管控较为严重的影响。

## （二）营业成本分析

### 1、营业成本分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

科目	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	54,966.19	99.92%	127,392.89	99.94%	102,988.27	99.92%	100,466.81	99.94%

科目	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
其他业务成本	44.92	0.08%	81.25	0.06%	81.66	0.08%	63.54	0.06%
<b>合计</b>	<b>55,011.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>127,474.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>103,069.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,530.34</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期，公司的营业成本分别为 100,530.34 万元、103,069.93 万元、127,474.14 万元和 55,011.11 万元，其中主营业务成本占比均在 99% 以上，与公司主营业务收入占比相匹配。

## 2、主营业务成本构成及变动趋势分析

报告期内，公司主营业务成本按业务类型分类的构成情况如下：

单位：万元

业务类型	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
餐饮门店成本	53,471.35	97.28%	123,731.10	97.13%	100,011.21	97.11%	97,900.18	97.45%
食材销售成本	1,494.84	2.72%	3,661.79	2.87%	2,977.05	2.89%	2,566.62	2.55%
<b>合计</b>	<b>54,966.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>127,392.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>102,988.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,466.81</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本的结构与主营业务收入基本一致。

## 3、主营业务成本具体构成分析

报告期内，公司主营业务成本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	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	21,037.41	38.27%	51,839.41	40.69%	41,205.06	40.01%	40,470.78	40.28%
人工成本	14,600.80	26.56%	29,670.51	23.29%	21,246.22	20.63%	20,492.64	20.40%
租金及使用权资产折旧	7,215.01	13.13%	18,459.41	14.49%	16,519.12	16.04%	16,960.51	16.88%
骑手配送费与运输费	4,962.43	9.03%	12,217.06	9.59%	10,044.73	9.75%	9,769.55	9.72%
水电燃气费	2,659.49	4.84%	5,834.78	4.58%	4,632.25	4.50%	4,667.03	4.65%
其他	4,491.05	8.17%	9,371.72	7.36%	9,340.89	9.07%	8,106.29	8.07%
<b>合计</b>	<b>54,966.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>127,392.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>102,988.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,466.81</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本逐年增长，料工费构成保持相对稳定。其中，直接材

料主要为食材原材料、外购食材及包装材料等；人工成本包括工厂生产加工过程中发生的生产人员、生产管理人员以及门店人员薪酬；骑手配送费与运输费包括门店外卖业务的配送费成本和工厂配送至门店的运输费成本；水电燃气费为工厂及门店支出的水费、电费、燃气费等能源费用；其他成本主要为折旧摊销费、装修费摊销、设备维修保养费、清洁费用等相关成本。

此外，2020年度、2021年度和2022年1-6月，公司直营门店因疫情防控影响暂停营业期间的停工损失与成本相关，在主营业务成本中列示，相关明细如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度
门店使用权资产折旧费/租赁与物业管理费	271.36	200.34	391.46
门店折旧费和摊销费用	169.69	63.57	170.91
门店人工成本	583.66	219.37	369.50
<b>合计</b>	<b>1,024.71</b>	<b>483.29</b>	<b>931.87</b>

### （三）毛利及毛利率分析

#### 1、毛利结构分析

报告期内，公司毛利构成如下：

单位：万元

类别	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
餐饮门店毛利	7,398.66	95.76%	24,280.75	97.07%	16,890.35	96.03%	21,134.37	97.34%
食材销售毛利	186.57	2.41%	424.41	1.70%	456.18	2.59%	356.11	1.64%
<b>主营业务毛利合计</b>	<b>7,585.22</b>	<b>98.17%</b>	<b>24,705.16</b>	<b>98.77%</b>	<b>17,346.53</b>	<b>98.62%</b>	<b>21,490.48</b>	<b>98.98%</b>
其他业务毛利	141.11	1.83%	307.88	1.23%	242.27	1.38%	222.36	1.02%
<b>营业毛利合计</b>	<b>7,726.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>25,013.04</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,588.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,712.84</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司利润主要来源于主营业务中的餐饮门店销售毛利，公司主营业务突出，盈利能力良好，2020年受新冠疫情防控影响，主营业务毛利略有下降，2021年疫情防控进入常态化，毛利增加。2022年1-6月，受上海、浙江及江苏地区疫情发展影响，公司毛利有所下降。

## 2、毛利率分析

报告期内，公司按业务类型分类的主营业务毛利率和综合毛利率情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
餐饮门店经营	12.15%	16.40%	14.45%	17.75%
食材销售	11.10%	10.39%	13.29%	12.18%
<b>主营业务毛利率</b>	<b>12.13%</b>	<b>16.24%</b>	<b>14.42%</b>	<b>17.62%</b>
<b>综合毛利率</b>	<b>12.32%</b>	<b>16.40%</b>	<b>14.58%</b>	<b>17.76%</b>

### (1) 餐饮门店经营

公司2020年和2021年餐饮门店经营毛利率低于2019年，主要是到店毛利率下降较多所致。公司餐饮门店经营业务分为到店业务和外卖业务，报告期各期，到店业务毛利率分别为16.42%、8.43%、13.60%和7.58%。其中，2020年以来的到店毛利率水平低于2019年主要系2020年以来门店收入受到疫情防控影响较2019年有所下降，但门店租金等固定成本金额随门店数量的增加而增加所致，而2020年和2022年1-6月受疫情影响的情况尤为显著。

报告期各期，公司外卖毛利率分别为19.65%、20.69%、19.53%和16.36%，外卖毛利率高于到店毛利率且未受疫情较大影响，主要系门店堂食区域的租金均计入到店业务成本，未计入外卖成本，该部分成本金额较大，导致外卖毛利率相对较高。2020年，公司外卖毛利率上升，主要系因公司为应对疫情推广外卖业务，推出了多人份套餐，外卖订单均价有所提升，以订单单数计价的骑手配送费成本占比有所下降所致；2021年，公司外卖毛利率下降，主要系外卖包装物升级导致成本上涨和员工涨薪等所致。2022年1-6月，公司外卖收入受疫情影响有所下降，但人工成本和折旧摊销费等固定成本等并未同步下降，致使公司外卖毛利率有所下滑。

### (2) 食材销售

2020年，公司食材销售的毛利率上升，主要系2020年公司线上零售商城销售增加，线上商城客户主要为个人消费者，毛利率高于线下食材零售。2021年食材销售毛利率下降，主要系原材料价格上涨，但公司销售给加盟商的食材价格未作调整所致，新冠疫情爆发以来，考虑餐饮门店受疫情影响较大，为了维系加盟业务，公司未提高销售给加盟商的食材价格，因此2021年对加盟商的食材销售毛利率下降。2022年1-6月，公司食材销售毛利率未有较大变化。

### 3、同行业公司毛利率比较分析

公司主要从事餐饮服务。公司选取以从事餐饮服务为主的境内公司作为同行业公司，包括西安饮食、全聚德、同庆楼、广州酒家、味知香、千味央厨和老乡鸡。

#### 1) 公司与同行业公司主营业务特点比较

公司简称	主营业务
西安饮食	餐饮服务及食品加工、销售业务
全聚德	餐饮服务和食品工业
同庆楼	连锁直营模式从事大众聚餐和宴会服务
广州酒家	食品制造及餐饮服务
味知香	半成品菜的研发、生产和销售
千味央厨	速冻米面制品的研发、生产和销售
老乡鸡	餐饮服务及食品加工、销售业务

注：同行业公司资料及数据来自于其招股说明书、定期报告或公开披露资料（下同）。

#### 2) 报告期内公司与同行业公司毛利率比较

公司简称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
西安饮食	15.97%	19.87%	28.67%	32.23%
全聚德	-17.34%	2.60%	-9.24%	58.48%
同庆楼	13.30%	21.09%	23.94%	55.09%
广州酒家	27.62%	37.83%	39.33%	52.75%
味知香	24.40%	25.11%	29.46%	24.97%
千味央厨	22.47%	22.36%	21.71%	24.50%
老乡鸡	16.47%	16.56%	17.28%	19.02%
<b>平均值</b>	<b>14.70%</b>	<b>20.77%</b>	<b>21.59%</b>	<b>38.15%</b>
<b>公司</b>	<b>12.32%</b>	<b>16.40%</b>	<b>14.58%</b>	<b>17.76%</b>

报告期内，公司主营中式快餐业务，产品定价较为亲民，因此毛利率低于以中式正餐为主营业务的同庆楼等餐饮企业，同时由于门店端的租金和薪酬等成本较高，毛利率亦低于味知香和千味央厨等预制菜企业。老乡鸡主营中式快餐业务，报告期内毛利率略高于公司，主要系公司营业成本中包含外卖业务相关的骑手配送费，而老乡鸡则将包含配送服务的外卖服务费统一在销售费用中核算所致。

#### （四）期间费用分析

报告期内，公司的期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	3,806.94	6.07%	8,690.96	5.70%	8,644.90	7.16%	6,241.27	5.11%
管理费用	2,756.15	4.39%	5,750.11	3.77%	5,409.67	4.48%	5,485.24	4.49%
研发费用	137.09	0.22%	332.02	0.22%	272.88	0.23%	327.01	0.27%
财务费用	1,028.70	1.64%	1,875.58	1.23%	423.20	0.35%	608.88	0.50%
<b>合计</b>	<b>7,728.87</b>	<b>12.32%</b>	<b>16,648.67</b>	<b>10.92%</b>	<b>14,750.65</b>	<b>12.23%</b>	<b>12,662.40</b>	<b>10.36%</b>

2019年至2022年6月末，公司期间费用合计分别为12,662.40万元、14,750.65万元、16,648.67万元和7,728.87万元，占营业收入的比重分别为10.36%、12.23%、10.92%和12.32%。

报告期内，公司期间费用的变动情况具体分析如下：

### 1、销售费用分析

#### (1) 销售费用变动分析

报告期内，公司销售费用具体情况如下：

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
平台服务费	1,551.95	40.77%	3,222.48	37.08%	2,616.19	30.26%	2,378.75	38.11%
促销推广费	1,000.61	26.28%	2,945.88	33.90%	3,340.05	38.64%	1,952.77	31.29%
职工薪酬费用	819.19	21.52%	1,629.64	18.75%	1,477.79	17.09%	1,186.88	19.02%
办公、差旅及邮电通讯费	356.36	9.36%	749.67	8.63%	682.59	7.90%	566.06	9.07%
股权激励费用	-	-	-	-	334.00	3.86%	-	-
使用权资产折旧费	44.01	1.16%	87.60	1.01%	-	-	-	-
租赁与物业管理费	-	-	-	-	93.15	1.08%	90.56	1.45%
其他费用	34.82	0.91%	55.70	0.64%	101.13	1.17%	66.23	1.06%
<b>合计</b>	<b>3,806.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,690.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,644.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,241.27</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司销售费用占营业收入的比例分别为5.11%、7.16%、5.70%和6.07%，主要为外卖平台服务费、促销推广费、销售部门职工薪酬等。2020年公司销售费用占营业收入的比例提高，主要系2020年受疫情防控影响公司业绩较差，为促销提高业绩，



公司新推出了客户柔性化服务，门店招待顾客的促销类服务费用增加；此外，2020年起因外卖收入逐年提高，导致平台服务费亦逐年增长。

## （2）销售费用率和同行业公司比较

报告期内，公司销售费用占营业收入的比例与同行业公司比较如下：

公司简称	销售费用占营业收入比例			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
西安饮食	45.52%	42.08%	41.35%	33.39%
全聚德	5.66%	4.65%	8.16%	42.99%
同庆楼	1.86%	3.18%	1.87%	34.19%
广州酒家	11.07%	9.33%	9.23%	25.71%
味知香	3.73%	4.73%	5.23%	5.28%
千味央厨	3.14%	3.33%	3.28%	5.00%
老乡鸡	6.41%	6.64%	7.70%	6.73%
平均值	11.06%	10.56%	10.97%	21.90%
老娘舅	6.07%	5.70%	7.16%	5.11%

2019年度，公司销售费用率显著低于行业平均水平，主要系同行业公司当期均未执行新收入准则，门店相关成本均在销售费用中列示所致。2020年起，除西安饮食外，全聚德、同庆楼和广州酒家均将门店相关履约成本计入营业成本，由此公司销售费用率与行业平均水平差异大幅减少。

## 2、管理费用分析

### （1）管理费用变动分析

报告期内，公司的管理费用具体情况如下：

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
职工薪酬费用	1,845.94	66.98%	3,944.42	68.60%	3,567.56	65.95%	3,732.58	68.05%
办公、差旅及邮电通讯费	241.09	8.75%	465.50	8.10%	477.51	8.83%	577.38	10.53%
专业服务费	187.73	6.81%	390.12	6.78%	452.41	8.36%	279.23	5.09%
股权激励费用	85.55	3.10%	222.95	3.88%	202.16	3.74%	204.19	3.72%
折旧费和摊销费用	111.44	4.04%	210.21	3.66%	215.73	3.99%	184.34	3.36%

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
其他费用	284.39	10.32%	516.92	8.99%	494.30	9.14%	507.52	9.25%
合计	<b>2,756.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,750.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,409.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,485.24</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司管理费用总体较为稳定，占营业收入的比例分别为 4.49%、4.48%、3.77%和 4.39%，主要系管理人员薪酬、办公差旅费用、咨询服务费、股权激励费用、折旧摊销等。

## (2) 管理费用率和同行业公司比较

报告期内，公司管理费用占营业收入的比例与同行业公司比较如下：

公司简称	管理费用率			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
西安饮食	6.01%	6.18%	10.19%	5.95%
全聚德	24.03%	19.43%	22.01%	13.11%
同庆楼	7.21%	6.48%	5.28%	4.98%
广州酒家	10.09%	11.74%	12.96%	11.93%
味知香	3.61%	4.79%	3.42%	3.48%
千味央厨	9.67%	9.14%	9.15%	7.76%
老乡鸡	5.00%	5.33%	5.30%	4.32%
平均值	<b>9.37%</b>	<b>9.01%</b>	<b>9.76%</b>	<b>7.36%</b>
老娘舅	<b>4.39%</b>	<b>3.77%</b>	<b>4.48%</b>	<b>4.49%</b>

报告期内，公司管理费用率总体低于行业平均水平，主要系因公司通过部门结构调整和费用支出控制，提高了管理效率所致。

## 3、研发费用分析

### (1) 研发费用变动分析

报告期内，公司研发费用的构成情况如下：

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
职工薪酬费用	75.84	55.32%	207.47	62.49%	149.78	54.89%	176.71	54.04%
耗用材料和存货	38.59	28.15%	67.16	20.23%	62.62	22.95%	81.65	24.97%

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
股权激励费用	11.31	8.25%	27.01	8.13%	28.64	10.50%	13.17	4.03%
其他费用	11.36	8.28%	30.38	9.15%	31.83	11.66%	55.48	16.97%
<b>合计</b>	<b>137.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>332.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>272.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>327.01</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司研发费用主要由研发人员薪酬、研发耗用材料等构成，公司研发项目主要包括外卖产品研发项目、常规菜品开发项目、社区门店开发项目和产品设备开发项目。2020年公司研发费用略有减少，主要系2020年受新冠疫情防控影响，公司研发活动材料耗用、差旅费用、研发人员薪酬均略有减少所致。

## (2) 研发费用率和同行业公司比较

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例与同行业公司比较如下：

公司简称	研发费用率			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
西安饮食	-	-	-	-
全聚德	0.56%	0.31%	0.19%	0.07%
同庆楼	0.12%	0.12%	0.03%	0.07%
广州酒家	2.46%	1.99%	2.35%	2.03%
味知香	0.44%	0.29%	0.20%	0.17%
千味央厨	0.92%	0.71%	0.76%	0.60%
老乡鸡	0.14%	0.21%	0.42%	0.25%
<b>平均值</b>	<b>0.77%</b>	<b>0.61%</b>	<b>0.66%</b>	<b>0.53%</b>
<b>老娘舅</b>	<b>0.22%</b>	<b>0.22%</b>	<b>0.23%</b>	<b>0.27%</b>

报告期内，公司研发费用率与同行业上市公司不存在重大差异，公司研发费用支出情况符合餐饮企业低研发费用占比的行业特征。

## 4、财务费用分析

### (1) 财务费用变动分析

报告期内，公司的财务费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
借款利息支出	28.18	96.04	449.76	675.90

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
加：租赁负债利息支出	1,126.84	2,260.46	-	-
减：政府补助	0.00	18.33	94.95	-
利息费用	1,155.01	2,338.18	354.81	675.90
减：利息收入	83.90	171.73	124.18	110.95
汇兑损失	-91.49	-348.69	107.68	-
手续费	30.37	57.84	47.72	43.93
保函手续费	18.70	-	37.17	-
<b>合计</b>	<b>1,028.70</b>	<b>1,875.58</b>	<b>423.20</b>	<b>608.88</b>

2021年和2022年1-6月，公司财务费用大幅提高，主要系因2021年起公司适用新租赁准则，因门店租赁分别确认了财务费用2,260.46万元和1,126.84万元所致。

## (2) 财务费用率和同行业公司比较

公司简称	财务费用率			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
西安饮食	6.69%	5.08%	2.10%	0.95%
全聚德	1.65%	1.02%	-0.12%	-0.01%
同庆楼	1.70%	1.18%	-0.48%	-0.28%
广州酒家	-1.21%	-0.62%	-0.52%	-0.86%
味知香	-1.39%	-1.86%	-0.34%	-0.51%
千味央厨	-0.04%	0.38%	0.36%	0.08%
老乡鸡	0.72%	0.32%	-0.33%	0.00%
<b>平均值</b>	<b>1.16%</b>	<b>0.79%</b>	<b>0.10%</b>	<b>-0.09%</b>
<b>老娘舅</b>	<b>1.64%</b>	<b>1.23%</b>	<b>0.35%</b>	<b>0.50%</b>

报告期内，公司财务费用率总体略高于行业平均水平，主要系同行业公司广州酒家和味知香财务费用中利息收入较高，其财务费用率偏低所致。

## (五) 其他经营成果变化情况分析

### 1、其他收益

报告期内，公司其他收益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
政府补助	387.14	152.64	923.82	159.39

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
增值税进项加计抵减	0.53	5.97	6.34	1.02
<b>合计</b>	<b>387.66</b>	<b>158.61</b>	<b>930.16</b>	<b>160.41</b>

报告期内，公司其他收益中的政府补助主要为与收益相关的政府补助，具体如下：

单位：万元

序号	项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
1	企业上市培育补助	210.00	-	-	-
2	稳岗补贴	56.33	4.70	77.23	-
3	农业龙头企业政府补贴	50.00	-	-	-
4	市本级服务业发展专项资金	32.00	30.00	-	-
5	代扣代缴个人所得税手续费返还	26.50	-	-	-
6	2021年度市本级供应链创新与应用专项激励资金补助	10.00	-	-	-
7	以工代训补贴	-	52.61	2.93	-
8	培训补贴	-	16.33	16.80	-
9	2020年区质量标准品牌专项资金	-	30.00	-	-
10	失业补贴	-	7.70	29.31	39.50
11	小升规补贴	-	4.04	6.80	-
12	疫情期间伙伴留湖补贴	-	3.00	-	-
13	社保补贴	-	0.86	4.37	23.54
14	专利补贴	-	0.48	26.75	0.76
15	湖州市自由港政策资金补助	-	-	518.53	-
16	电子商务专项资金	-	-	120.00	5.00
17	上海市崇明区财政局扶持补贴	-	-	35.37	71.36
18	吴兴区服务业发展财政引导专项资金	-	-	20.00	-
19	工业企业结构调整专项奖补资金	-	-	19.19	-
20	产业发展扶持经费	-	-	15.00	-
21	吴兴区财政专项资金（19年服务业补助）	-	-	11.50	-
22	2019年度服务业“十佳企业”	-	-	10.00	-
23	政府质量奖	-	-	-	10.00
24	新经济新业态区级专项补助	-	-	5.00	-
25	市名牌产品奖金	-	-	-	3.00
26	其他	2.31	2.92	5.05	6.23
	<b>合计</b>	<b>387.14</b>	<b>152.64</b>	<b>923.82</b>	<b>159.39</b>

## 2、信用减值损失及资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失、资产减值损失的构成情况如下：

单位：万元

信用减值损失	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
长期应收款坏账损失（转回为“-”）	41.15	35.48	97.60	-38.80
其他应收款坏账损失（转回为“-”）	41.38	22.70	20.73	-1.98
应收账款坏账损失（转回为“-”）	26.11	-30.63	-31.02	5.77
<b>合计</b>	<b>108.63</b>	<b>27.55</b>	<b>87.31</b>	<b>-35.01</b>
资产减值损失	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
固定资产减值损失	43.75	20.39	130.07	5.29
长期待摊费用减值损失	76.31	14.27	211.14	55.06
其他流动资产减值损失	-	-	36.79	23.98
<b>合计</b>	<b>120.06</b>	<b>34.65</b>	<b>378.00</b>	<b>84.33</b>

报告期各期，公司的信用减值损失分别为-35.01 万元、87.31 万元、27.55 万元和 108.63 万元，主要为其他应收款和长期应收款计提的坏账损失。

报告期内，公司的资产减值损失主要为长期待摊费用减值损失、固定资产减值损失、其他流动资产减值损失等。

## 3、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
租赁终止利得	60.41	74.81	-	-
固定资产处置利得	-	-	3.35	3.23
<b>合计</b>	<b>60.41</b>	<b>74.81</b>	<b>3.35</b>	<b>3.23</b>

报告期各期，公司的资产处置收益分别为 3.23 万元、3.35 万元、74.81 万元和 60.41 万元，金额较小。2019 年和 2020 年主要系固定资产处置取得的收益，2021 年和 2022 年 1-6 月系适用新租赁准则后，门店提前撤店退租产生的使用权资产处置收益。

## 4、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
非保本浮动收益银行理财产品取得的投资收益	260.58	566.73	123.26	22.57
权益法核算的长期股权投资（损失）/收益	-204.81	-191.43	49.67	-12.17
<b>合计</b>	<b>55.77</b>	<b>375.30</b>	<b>172.94</b>	<b>10.39</b>

报告期内，公司投资收益主要为理财产品投资收益和权益法核算的长期股权投资收益。2020年公司为提高临时闲置资金的使用效率，将部分闲置资金购买了一定规模的理财产品，因此2020年和2021年理财产品投资收益大幅提高。2021年和2022年1-6月长期股权投资收益为负，主要系按权益法核算的联营公司浙江盈通亏损，分别确认了191.43万和204.81万元的长期股权投资损失。

## 5、营业外收入

报告期内，公司营业外收入金额整体较小，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
撤店相关赔偿款	0.30	32.45	81.68	7.00
固定资产报废收益	3.32	29.51	0.85	15.56
保险赔偿款	-	-	-	6.40
其他	1.08	4.93	7.21	3.84
<b>合计</b>	<b>4.70</b>	<b>66.88</b>	<b>89.74</b>	<b>32.79</b>

报告期各期，公司的营业外收入分别为32.79万元、89.74万元、66.88万元和4.70万元，金额较小，主要为门店租赁物业出租方违约而取得的相关赔偿，以及少量固定资产报废收益。

## 6、营业外支出

报告期内，公司营业外支出具体的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
固定资产报废损失	13.68	39.81	87.14	56.02
补偿支出	7.28	35.49	34.76	44.28
撤店违约金	-	25.42	-	-
罚款及滞纳金	0.31	13.63	2.30	26.21
对外捐赠	4.50	7.41	137.49	11.50

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
其他	2.01	11.81	10.82	7.50
合计	27.78	133.57	272.50	145.50

报告期各期，公司的营业外支出分别为 145.50 万元、272.50 万元、133.57 万元和 27.78 万元，主要系固定资产报废损失、罚款及滞纳金、客户投诉和员工补偿等补偿款以及对外捐赠。2020 年营业外支出相对较高，主要系 2020 年新冠疫情期间，公司对医护人员和一线抗疫人员进行定向捐赠较多。

#### （六）报告期内非经常性损益情况

报告期各期，公司归属于母公司股东的非经常性损益金额分别为 130.72 万元、-325.23 万元、212.52 万元和-241.91 万元，具体详见本节“五、非经常性损益”。

#### （七）纳税情况分析

##### 1、缴纳税款情况

报告期内，公司主要缴纳增值税和企业所得税。

公司增值税的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期/年初待抵扣数（A）[注]	7,788.23	8,842.24	8,230.57	6,493.56
本期/年销项税（B）	7,569.51	18,795.16	15,032.95	15,600.78
本期/年进项税（C）	7,687.74	18,924.33	15,205.43	16,230.67
本期/年进项税额转出（D）	57.59	160.75	107.26	118.93
本期/年减免（E）	0.85	2.47	5.34	7.09
本期/年缴纳数（F）	495.68	1,260.69	1,121.89	1,285.36
留抵退税（G）	1,683.12	2,285.59	543.99	42.42
本期/年减值（H）	-	-	36.79	23.98
期/年末待抵扣数 （A-B+C-D+E+F-G-H）	6,662.27	7,788.23	8,842.24	8,230.57

注：本表中的期/年初和期/年末待抵扣数是应交增值税和待抵扣增值税进项税额合并列示的净额。

公司企业所得税的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	-----------	--------	--------	--------



项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期/年初未交数[注]	646.85	618.60	233.31	726.45
本期/年计提数	154.53	2,528.27	1,282.84	1,395.93
本期/年缴纳数	826.10	2,500.02	897.55	1,889.07
期/年末(预缴)/未交数[注]	-24.72	646.85	618.60	233.31

注：期/年初未交数和期/年末（预缴）/未交数是应交所得税和预缴所得税额合并列示的净额。

## 2、税金及附加

报告期内，公司税金及附加情况如下：

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	22.58	28.55%	69.82	35.96%	64.10	37.78%	74.01	38.17%
教育费附加	21.14	26.73%	61.10	31.46%	56.90	33.53%	63.75	32.88%
印花税	15.48	19.57%	23.42	12.06%	22.35	13.17%	16.44	8.48%
房产税	11.33	14.33%	22.66	11.67%	22.66	13.36%	22.62	11.67%
土地使用税	8.38	10.60%	16.77	8.63%	3.35	1.98%	16.77	8.65%
其他	0.18	0.22%	0.41	0.21%	0.30	0.18%	0.31	0.16%
<b>合计</b>	<b>79.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>194.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>169.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>193.89</b>	<b>100.00%</b>

## 3、所得税费用

报告期内，公司的所得税费用情况如下：

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	154.53	2,528.27	1,282.84	1,395.93
递延所得税	-59.19	-262.94	-313.51	896.09
<b>合计</b>	<b>95.34</b>	<b>2,265.33</b>	<b>969.34</b>	<b>2,292.02</b>

报告期各期，公司所得税费用分别为 2,292.02 万元、969.34 万元、2,265.33 万元和 95.34 万元。2020 年公司的所得税费用较 2019 年减少较多，主要系受新冠疫情防控影响，公司 2020 年盈利下降，相应计提缴纳的所得税减少。2021 年公司经营业绩有较好恢复，利润总额增加，因此所得税费用也相应增加。2022 年 1-6 月，受新冠疫情防控影响，公司盈利水平降低，因此所得税费用较低。

## （八）疫情影响分析

2020 年以来，公司经营业绩均因新冠疫情受到不同程度的影响。具体分析如下：

### 1、新冠疫情对公司 2020 年度经营情况的影响

2020 年 1 月下旬春节前夕，我国爆发新冠疫情，各地均启动了严格的疫情防控措施。受此影响，在 2020 年上半年的疫情爆发初期，公司生产工厂出现短期停工及复工后产能利用率较低的情形，原材料和各类产品因各地交通管制及供应商停工等受到较大影响，同时公司较多门店应各地疫情防控要求出现了暂停营业或暂停堂食业务的情况。

由此，2020 年上半年，公司实现营业收入 47,356.63 万元，同比下降 14.65%，同时受门店及人员规模的增长及固定费用的支出影响，2020 年上半年公司净利润为负，具体至各月业绩，2020 年 2 月亏损最大，随着门店经营的逐步恢复，亏损逐月减少，至 2020 年 6 月方实现盈利。

2020 年下半年，公司门店经营基本恢复至疫情前状态，下半年实现营业收入 73,302.10 万元，同比增长 9.80%，但受上半年影响，2020 年度营业收入仍较 2019 年度下降 1.30%，2020 年度归属于母公司股东的净利润 2,070.75 万元，较 2019 年度下降 68.23%。

### 2、新冠疫情对公司 2021 年度经营情况的影响

2021 年，我国疫情虽未出现大规模爆发，但公司主要经营地区相继出现的点状式疫情，依然对公司相关区域的门店经营带来了间歇性影响。

2020 年下半年至 2021 年，公司门店经营地区浙江、江苏、上海和安徽的新增新冠肺炎确诊病例及占全国同期新增确诊人数的比例情况如下：

项目	浙江		江苏		上海		安徽	
	新增确诊人数	占比	新增确诊人数	占比	新增确诊人数	占比	新增确诊人数	占比
2020 年下半年	37	1.05%	30	0.85%	804	22.72%	2	0.06%
2021 年上半年	80	1.69%	58	1.23%	688	14.57%	15	0.32%
2021 年下半年	630	5.99%	883	8.39%	899	8.54%	1	0.01%

数据来源：WIND 资讯，下同。

由上表可见，公司主要经营地区上海在 2021 年全年均受到局部爆发疫情的较大影响，浙江和江苏在 2021 年下半年亦属于受局部爆发疫情影响较严重的部分地区。同时，

受疫情防控影响，公司位于高铁、机场及展会场所的门店自 2020 年以来始终受到较大影响。由此，公司 2021 年度的门店经营情况在当地及周边疫情形势严峻期间受到不同程度影响。2021 年度，公司在期末门店数量较 2019 年末增长 31.19%的情况下，整体营业收入较 2019 年增长了 24.74%，由于收入增长幅度未及门店增长速度，2021 年公司实现归属于母公司股东的净利润 6,299.22 万元，较 2019 年降低了 3.35%，全年经营业绩尚未能有效反映公司实际盈利能力。

### 3、新冠疫情对公司 2022 年经营情况的影响

2022 年 1-6 月，全国多地陆续发生境外输入引致的疫情，且相关感染病毒均为传播性较强的奥密克戎病毒，由此各疫情爆发地区均采取了更加严格的防控措施。公司主要门店所在地区浙江、上海和江苏多地出现点状疫情爆发，尤其是 2022 年 3 月以来上海地区的疫情发展以及因此扩散至江浙地区的疫情形势，致使公司 2022 年 1-6 月在上海及浙江、江苏地区的正常经营受到了较严重影响，当期营业收入同比下降 15.87%，当期实现归属于母公司股东的净利润仅 70.90 万元。

其中，公司上海地区门店收入受疫情影响同比下降 43.66%，浙江和江苏地区门店收入亦因疫情防控存在一定幅度的下降。公司位于高铁、机场等地的交通枢纽类门店及展会类门店均受疫情影响较为严重，2022 年 1-6 月交通枢纽类门店收入占公司餐饮门店经营收入比例由 10.13%降至 6.85%，展会类店受疫情管控影响均未营业，未产生收入。

随着上海及周边地区疫情得到较好控制，2022 年下半年，公司门店业绩已得到较好恢复，但于 2022 年 12 月，在我国疫情防控政策优化调整初期，公司经营地区陆续发生群体感染，期间部分门店因员工不足而调整营业时间或暂停营业，门店业绩亦因人流减少而受到不利影响。公司预计 2022 年度实现营业收入 14 亿元至 15 亿元，预计实现归属于母公司所有者的净利润 3,500 万元至 4,000 万元，下半年整体业绩已得到较好恢复。

2023 年 1 月以来，群体感染所致的暂时性不利影响已基本消除，公司经营情况已恢复至疫情前水平。

## 九、资产质量分析

### （一）资产构成分析

#### 1、资产主要构成

报告期内，公司资产主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	41,840.46	38.58%	42,765.69	37.73%	49,517.23	68.92%	24,268.26	53.28%
非流动资产	66,604.91	61.42%	70,585.53	62.27%	22,327.15	31.08%	21,279.05	46.72%
<b>资产合计</b>	<b>108,445.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>113,351.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>71,844.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,547.32</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，随着公司经营规模的扩大、门店数量的增加以及持续盈利积累，公司资产总额稳步增长。由于公司产品主要为中式快餐餐品，产品销售周转较快，存货与应收账款占比较低，因此资产结构中非流动资产占比较高。

2021年，公司资产增加较快，主要系适用新租赁准则导致使用权资产大幅增加所致。

#### 2、流动资产主要构成及变动分析

报告期内，公司主要流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	25,675.46	61.37%	27,076.62	63.31%	27,495.00	55.53%	6,436.57	26.52%
交易性金融资产	-	-	-	-	3,018.02	6.09%	-	-
应收账款	2,205.30	5.27%	839.71	1.96%	1,606.21	3.24%	1,792.59	7.39%
预付款项	1,364.15	3.26%	1,240.54	2.90%	3,692.58	7.46%	3,637.02	14.99%
其他应收款	1,533.94	3.67%	1,434.93	3.36%	1,246.91	2.52%	1,036.98	4.27%
存货	3,381.31	8.08%	3,770.09	8.82%	3,301.65	6.67%	3,060.46	12.61%
其他流动资产	7,680.29	18.36%	8,403.80	19.65%	9,156.85	18.49%	8,304.65	34.22%
<b>流动资产合计</b>	<b>41,840.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>42,765.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>49,517.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>24,268.26</b>	<b>100.00%</b>

公司的流动资产主要由货币资金、预付账款、存货、其他非流动资产构成，公司主要通过门店提供餐饮服务，销售回款较好，因此货币资金占比较高。其他流动资产主要为待抵扣进项税额等。

### (1) 货币资金

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
货币资金余额	25,675.46	27,076.62	27,495.00	6,436.57
其中：库存现金	105.80	129.53	118.07	142.09
银行存款	25,118.14	26,687.05	27,179.50	6,113.72
其他货币资金	451.52	260.05	197.43	180.76
占总资产比例	23.68%	23.89%	38.27%	14.13%

公司的货币资金主要包括库存现金、银行存款和其他货币资金，其中，其他货币资金为公司根据《单用途商业预付卡管理办法（试行）》（商务部令 2012 年第 9 号）规定缴存的单用途商业预付卡之资金存管金。2020 年末公司银行存款较 2019 年末增加较多，主要系 2020 年公司收到股东增资款 20,000 万元。

### (2) 交易性金融资产

2020 年末，公司交易性金融资产余额 3,018.02 万元，系公司收到股东增资款后因现金管理所购买的银行理财产品期末余额。公司已于 2021 年 1 月收回该笔理财产品本金及收益。

### (3) 应收账款

报告期内，公司应收账款余额、账面价值及占当期营业收入、总资产比例情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额	2,246.37	855.05	1,652.19	1,869.58
占营业收入比例	3.58%	0.56%	1.37%	1.53%
应收账款账面价值	2,205.30	839.71	1,606.21	1,792.59
占总资产比例	2.02%	0.74%	2.24%	3.94%

公司主要客户为直营门店零售客户、加盟商及其他食材零售客户等，报告期各期末的应收账款主要来自加盟商、第三方外卖平台及食材零售客户，应收账款余额规模较小，符合公司的经营模式。

## 1) 应收账款账龄分布

报告期各期末，公司应收账款余额的账龄分布情况如下：

单位：万元

期间	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	2,246.37	100%	855.05	100.00%	1,061.25	64.23%	1,869.58	100.00%
1到2年	-	-	-	-	590.94	35.77%	-	-
合计	<b>2,246.37</b>	<b>100%</b>	<b>855.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,652.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,869.58</b>	<b>100.00%</b>

公司日常应收账款账龄基本在1年以内，应收账款质量较高，坏账风险较低，公司已按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

2020年底公司存在账龄1到2年的应收账款590.94万元，主要系2020年1月，加盟商湖州霖臻大股东陈水金与公司签署《偿还所欠货款协议书》，确认名下各门店截至2019年末所欠公司货款将于2020年和2021年分两年清偿，每年各清偿50%，截至2021年末，该等历史货款已全部清偿完毕。

2022年6月末，公司应收账款余额较大，主要系公司在疫情期间履行保供餐而对街道办事处或基层政府等所形成的应收账款余额增长所致。

## 2) 应收账款坏账准备计提情况

报告期各期末，公司应收账款无论是否存在重大融资成分，均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，公司及同行业上市公司均执行新金融工具准则，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，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。

报告期各期末，公司按渠道类型组合计提坏账准备的应收账款分析如下：

单位：万元

组合	项目	2022年6月30日			2021年12月31日		
		账面余额	坏账准备		账面余额	坏账准备	
		金额	整个存续期预期信用损失率	金额	金额	整个存续期预期信用损失率	金额
组合-外卖平台	未逾期	520.64	0.39%	2.04	371.53	0.45%	1.69

组合	项目	2022年6月30日			2021年12月31日		
		账面余额	坏账准备		账面余额	坏账准备	
		金额	整个存续期预期信用损失率	金额	金额	整个存续期预期信用损失率	金额
	逾期 1-30 天	0.63	23.25%	0.15	1.23	26.15%	0.32
	逾期 31-60 天	0.44	60.73%	0.26	0.01	63.24%	0.01
	逾期超过 60 天	0.65	100.00%	0.65	0.01	100.00%	0.01
	合计	<b>522.35</b>	-	<b>3.10</b>	<b>372.77</b>	-	<b>2.03</b>
组合-加盟商	未逾期	165.12	0.83%	1.36	166.84	0.77%	1.29
	合计	<b>165.12</b>	-	<b>1.36</b>	<b>166.84</b>	-	<b>1.29</b>
组合-疫情供餐	未逾期	1,163.00	0.07%	0.80	-	-	-
	合计	<b>1,163.00</b>	-	<b>0.80</b>	-	-	-
组合-其他	未逾期	169.12	1.79%	3.03	208.09	1.65%	3.43
	逾期 1-30 天	121.04	3.56%	4.31	68.84	3.29%	2.27
	逾期 31-60 天	52.12	7.78%	4.06	26.41	7.39%	1.95
	逾期超过 60 天	53.62	45.52%	24.41	12.09	36.19%	4.38
	合计	<b>395.89</b>	-	<b>35.80</b>	<b>315.44</b>	-	<b>12.02</b>

(续)

组合	项目	2020年12月31日			2019年12月31日		
		账面余额	坏账准备		账面余额	坏账准备	
		金额	整个存续期预期信用损失率	金额	金额	整个存续期预期信用损失率	金额
组合-外卖平台	未逾期	531.75	0.38%	2.04	449.60	0.50%	2.26
	逾期 1-30 天	0.17	25.45%	0.04	1.82	33.63%	0.61
	逾期 31-60 天	0.06	62.66%	0.04	18.28	65.68%	12.00
	逾期超过 60 天	-	-	-	32.24	100.00%	32.24
	合计	<b>531.98</b>	-	<b>2.12</b>	<b>501.94</b>	-	<b>47.12</b>
组合-加盟商	未逾期	893.72	3.79%	33.86	1,225.20	1.85%	22.67
	合计	<b>893.72</b>	-	<b>33.86</b>	<b>1,225.20</b>	-	<b>22.67</b>
组合-其他	未逾期	152.92	1.60%	2.45	113.29	3.09%	3.50
	逾期 1-30 天	40.18	3.20%	1.29	17.39	6.16%	1.07
	逾期 31-60 天	11.96	7.18%	0.86	6.57	13.19%	0.87
	逾期超过 60 天	21.44	25.18%	5.40	5.18	34.05%	1.76
	合计	<b>226.49</b>	-	<b>9.99</b>	<b>142.44</b>	-	<b>7.20</b>

报告期内，公司与同行业公司均执行新金融工具准则，按照整个存续期的预期信用

损失计量损失准备，相关坏账计提政策与同行业公司不存在重大差异。

### 3) 应收账款主要债务人

报告期内，公司应收账款债务人主要为政府单位、加盟方湖州霖臻、浙江盈通，以及美团、饿了么等知名外卖平台，具备良好的商业信誉及偿付能力。

报告期各期末，公司应收账款余额前五名单位如下：

单位：万元

时间	序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例
2022.6.30	1	苏州市姑苏区人民政府吴门桥街道办事处	300.29	13.37%
	2	北京三快在线科技有限公司	287.81	12.81%
	3	拉扎斯网络科技（上海）有限公司	204.49	9.10%
	4	湖州市吴兴区织里镇人民政府	130.85	5.82%
	5	湖州霖臻	126.84	5.65%
			<b>合计</b>	<b>1,050.28</b>
2021.12.31	1	拉扎斯网络科技（上海）有限公司	189.63	22.18%
	2	北京三快在线科技有限公司	139.94	16.37%
	3	湖州霖臻	125.60	14.69%
	4	浙江盈通	41.24	4.82%
	5	上海新上铁实业发展有限公司	34.57	4.04%
			<b>合计</b>	<b>530.98</b>
2020.12.31	1	湖州霖臻	855.57	51.78%
	2	拉扎斯网络科技（上海）有限公司	251.10	15.20%
	3	北京三快在线科技有限公司	258.64	15.65%
	4	徐州新中健康产业园有限公司	54.81	3.32%
	5	浙江盈通	38.15	2.31%
			<b>合计</b>	<b>1,458.27</b>
2019.12.31	1	湖州霖臻	1,181.88	63.22%
	2	拉扎斯网络科技（上海）有限公司	207.57	11.10%
	3	北京三快在线科技有限公司	180.94	9.68%
	4	上海盒马网络科技有限公司	58.30	3.12%
	5	浙江盈通	43.32	2.32%
			<b>合计</b>	<b>1,672.01</b>

注：公司对湖州霖臻的应收账款统计包含对其股东陈水金团队的应收账款。



公司主要应收账款单位中，湖州霖臻为公司加盟商。2020年1月，湖州霖臻大股东陈水金与公司签署《偿还所欠货款协议书》，确认名下各门店截至2019年末所欠公司货款将于2020年和2021年分两年清偿，每年各清偿50%。2020年起，陈水金下属相关加盟店转由以陈水金控制的湖州霖臻为主体进行运营，相关应收账款亦转由湖州霖臻进行偿还；截至2021年末，该等历史货款已全部清偿完毕，公司对湖州霖臻的应收账款余额为日常加盟店食材销售所产生的货款。由此，报告期各期末，公司对湖州霖臻的应收账款余额逐年下降。

公司其他主要应收账款单位中，拉扎斯网络科技（上海）有限公司和北京三快在线科技有限公司分别为公司合作的外卖平台饿了么和美团的运营主体，上海新上铁实业发展有限公司系12306外卖平台及部分高铁门店的运营主体，徐州新中健康产业园有限公司为公司预制菜销售客户，上海盒马网络科技有限公司为公司曾在盒马门店销售餐品的代收主体，苏州市姑苏区人民政府吴门桥街道办事处和湖州市吴兴区织里镇人民政府为公司疫情保供餐客户，相关餐品主要供防疫人员和隔离人员。

#### 4) 应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

时点	账面余额	期后回款金额	期后回款占比
2022.6.30	2,246.37	1,675.57	74.59%
2021.12.31	855.05	855.05	100.00%
2020.12.31	1,652.19	1,652.19	100.00%
2019.12.31	1,869.58	1,869.58	100.00%

注：期后回款截止时间为2023年1月31日。

公司报告期各期末的期后回款情况较好，期后未回款单位主要为尚在陆续回款中的疫情保供餐客户。公司已制定较为谨慎的坏账准备计提政策，应收账款不存在较大的坏账风险。

#### (4) 预付款项

报告期各期末，公司预付账款余额分别为3,637.02万元、3,692.58万元、1,240.54万元和1,364.15万元，账龄均在1年以内。公司预付账款余额总体规模较小，主要是房租物业费、货物采购款、水电燃气费、广告费等所支付的少量预付款。2021年末起公

司预付款项减少较多，主要系公司 2021 年适用新租赁准则，部分租赁房产以使用权资产科目核算，导致预付款项金额减少。

### (5) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款的基本情况如下：

单位：万元

账龄	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
门店房租押金	1,162.47	1,201.96	850.13	658.93
第三方支付平台资金	216.50	168.74	163.78	233.13
应收撤店房东赔偿款	-	-	81.58	-
应收关联方款项	-	-	89.71	89.71
供应链综合基地开工保证金	100.00	-	-	-
其他	133.61	110.10	90.44	72.41
减：坏账准备	78.64	45.87	28.73	17.20
<b>合计</b>	<b>1,533.94</b>	<b>1,434.93</b>	<b>1,246.91</b>	<b>1,036.98</b>

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 1,036.98 万元、1,246.91 万元、1,434.93 万元以及 1,533.94 万元，占各期末总资产的比例分别 2.28%、1.74%、1.27% 和 1.41%，占比较小，主要为门店房租押金、第三方支付平台资金等。2019 年和 2020 年存在应收关联方款项，主要系公司为参股公司、加盟商浙江盈通代垫门店营建款而产生，浙江盈通设立初期缺乏门店筹建经验，公司代浙江盈通筹建了 4 家加盟门店，相关装修、设备等营建款由公司代垫，浙江盈通向公司转付。

#### 1) 其他应收款账龄分布

报告期各期末，公司其他应收款的账龄分布情况如下：

单位：万元

期间	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	账面余额	余额占比	账面余额	余额占比	账面余额	余额占比	账面余额	余额占比
1 年以内	449.60	27.88%	297.94	20.12%	438.52	34.38%	380.64	36.11%
1-2 年	38.62	2.40%	77.16	5.21%	151.88	11.91%	31.20	2.96%
2-3 年	22.62	1.40%	98.42	6.65%	78.02	6.12%	64.82	6.15%
3 年以上	1,101.74	68.32%	1,007.27	68.02%	607.21	47.60%	577.51	54.78%
<b>合计</b>	<b>1,612.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,480.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,275.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,054.18</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司长账龄其他应收款主要为门店房租押金。

报告期内，公司其他应收款的坏账准备计提政策与应收账款一致。

## 2) 其他应收款余额前五名

报告期末，公司其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	款项性质	账龄	占其他应收款余额的比例	坏账准备
宁国经济技术开发区管理委员会	100.00	开工保证金	一年以内	6.20%	0.07
上海新上铁实业发展集团有限公司	88.24	门店房租押金	三年以上	5.47%	3.54
上海深喜企业（集团）有限公司	80.45	门店房租押金	三年以上	4.99%	3.23
杭州龙瀚餐饮有限公司	50.00	门店房租押金	三年以上	3.10%	2.01
国家会展中心（上海）有限责任公司	46.20	门店房租押金	三年以上	2.87%	1.85
<b>合计</b>	<b>364.89</b>			<b>22.63%</b>	<b>10.70</b>

## (6) 存货

报告期各期末，公司存货的基本情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	2,003.78	59.26%	2,252.93	59.76%	1,780.29	53.92%	1,789.30	58.46%
周转材料	812.72	24.04%	803.41	21.31%	674.26	20.42%	630.57	20.60%
原材料	504.13	14.91%	584.59	15.51%	700.49	21.22%	516.97	16.89%
委托加工物资	60.68	1.79%	129.16	3.43%	146.61	4.44%	123.62	4.04%
<b>合计</b>	<b>3,381.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,770.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,301.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,060.46</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司存货主要包括原材料、库存商品、周转材料以及少量委托加工物资，存货规模随门店扩张而逐年有所增长。

公司属于餐饮行业，存货消耗快、周转率高，同时，公司对不符合质量要求的存货及时报损，不存在长库龄存货。报告期各期末，公司均无需计提存货跌价准备。

## (7) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
待抵扣进项税额	6,866.69	8,036.02	8,932.69	8,304.65
中介机构上市费用	612.83	279.25	179.25	-
预缴所得税	200.77	88.53	44.91	-
<b>合计</b>	<b>7,680.29</b>	<b>8,403.80</b>	<b>9,156.85</b>	<b>8,304.65</b>

公司其他流动资产主要由待抵扣进项税额、中介机构上市费用和预缴税款构成。报告期末，公司存在待抵扣进项税额 6,866.69 万元，截至本招股说明书签署日，公司已全额收到该等退税款。

### 3、非流动资产主要构成及变动分析

报告期内，公司主要非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期应收款	2,796.44	4.20%	2,831.05	4.01%	2,830.04	12.68%	2,400.89	11.28%
长期股权投资	203.73	0.31%	408.54	0.58%	337.50	1.51%	287.83	1.35%
固定资产	9,448.06	14.19%	9,626.62	13.64%	9,198.11	41.20%	9,345.04	43.92%
在建工程	54.65	0.08%	195.62	0.28%	-	-	-	-
使用权资产	42,769.25	64.21%	46,705.75	66.17%	-	-	-	-
无形资产	2,099.44	3.15%	1,083.75	1.54%	982.16	4.40%	1,094.92	5.15%
长期待摊费用	6,826.77	10.25%	7,297.50	10.34%	7,377.65	33.04%	7,080.87	33.28%
递延所得税资产	2,209.88	3.32%	2,150.69	3.05%	1,269.21	5.68%	955.70	4.49%
其他非流动资产	196.69	0.30%	286.01	0.41%	332.49	1.49%	113.79	0.53%
<b>非流动资产合计</b>	<b>66,604.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>70,585.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,327.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,279.05</b>	<b>100.00%</b>

公司的非流动资产主要由长期应收款、固定资产、使用权资产、长期待摊费用等构成，其中，2021 年起因适用新租赁准则，门店租赁物业开始以使用权资产科目核算，导致非流动资产金额较过去年度显著增长。

#### (1) 长期应收款

报告期各期末，公司长期应收款具体构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
门店房租押金	2,973.52	2,966.98	3,001.17	2,475.18
减：坏账准备	177.08	135.93	171.14	74.29
<b>长期应收款账面价值</b>	<b>2,796.44</b>	<b>2,831.05</b>	<b>2,830.04</b>	<b>2,400.89</b>

报告期内，公司长期应收款均为门店房租押金，公司已按组合对长期应收款计提坏账准备。

## (2) 长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资具体构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
联营企业	203.73	408.54	337.50	287.83
减：长期股权投资减值准备	-	-	-	-
<b>长期股权投资</b>	<b>203.73</b>	<b>408.54</b>	<b>337.50</b>	<b>287.83</b>

公司的长期股权投资主要系对浙江盈通的投资。公司对浙江盈通的持股比例为 20%，按照权益法核算。公司于 2019 年投资浙江盈通 300 万元，根据 2019 年、2020 年浙江盈通经营亏损或盈利情况，公司按权益法分别确认投资损益-12.17 万元和 49.67 万元。2021 年，公司收到联营企业分红 37.53 万元，并向浙江盈通追加投资 300 万元，当年按权益法确认投资损益-191.43 万元。2022 年 1-6 月，公司按权益法确认投资损益-204.81 万元。

## (3) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产具体构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	1,467.77	5.62%	1,467.77	5.84%	1,467.77	6.51%	1,467.77	6.98%
餐饮设备	19,313.70	73.92%	18,710.00	74.47%	16,193.91	71.78%	14,623.49	69.56%
机器设备	2,668.50	10.21%	2,322.47	9.24%	2,252.37	9.98%	2,294.64	10.92%
运输工具	343.71	1.32%	345.16	1.37%	356.58	1.58%	341.01	1.62%
电子及办公设备	2,332.79	8.93%	2,278.03	9.07%	2,288.86	10.15%	2,294.56	10.92%

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原值合计	26,126.47	100.00%	25,123.42	100.00%	22,559.48	100.00%	21,021.47	100.00%
累计折旧	16,550.98	63.35%	15,395.39	61.28%	13,237.15	58.68%	11,571.32	55.05%
减值准备	127.43	0.49%	101.41	0.40%	124.23	0.55%	105.10	0.50%
净额合计	9,448.06	36.16%	9,626.62	38.32%	9,198.11	40.77%	9,345.04	44.45%

公司固定资产主要为餐饮设备、机器设备、电子及办公设备和房屋建筑物。报告期各期末，固定资产规模总体较为稳定，公司固定资产账面价值占资产总额比例分别为20.52%、12.80%、8.49%和8.71%，主要是随着经营规模扩大，公司总资产规模增大，固定资产占比下降。

根据《企业会计准则第8号——资产减值》的相关规定，报告期内，公司对存在减值迹象的固定资产充分计提减值准备。

公司主要固定资产的折旧年限情况与同行业上市公司相比不存在重大差异，具体情况如下：

单位：年

类别	公司	西安饮食	全聚德	同庆楼	广州酒家	味知香	千味央厨	老乡鸡
房屋及建筑物	20	30-40	10-50	20-40	20-40	10-20	20-35	5-40
餐饮设备	5	-	5	5	-	-	-	3
机器设备	10	5-20	10	5-8	10	10	10	5-10
运输工具	4	5-8	8	5-8	5	4	4	5-10
电子及办公设备	3-5	5-8	5	3-5	5	3-5	3	3

报告期内，公司餐饮设备原值与直营门店数量、机器设备原值与产量的对应关系如下：

类别	项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
餐饮设备	原值（万元）	19,313.70	18,710.00	16,193.91	14,623.49
	直营门店期末数量（家）	368	364	317	276
	单位门店餐饮设备原值（万元/家）	52.48	51.40	51.08	52.98
机器设备	原值（万元）	2,668.50	2,322.47	2,252.37	2,294.64
	产量（万包）	1,433.19	3,956.30	3,074.55	3,398.38
	单位产量机器设备原	0.93	0.59	0.73	0.68

类别	项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
	值（万元/包）				

注：为保持可比性，2022年1-6月单位产量机器设备原值为将当期产量\*2后计算所得的年化数据

报告期内，公司单位门店餐饮设备原值总体较为稳定。报告期内，公司单位产量机器设备原值有所波动，其中2020年和2022年1-6月的单位产量机器设备原值较高系因公司相应期间受疫情影响产能利用率偏低所致。

#### （4）在建工程

2019年末和2020年末，公司无在建工程余额；2021年末，公司在建工程余额195.62万元，系湖州恒满生产车间的制冷系统氨改氟项目。2022年6月末，公司在建工程余额54.65万元，系安徽恒满供应链综合基地建设项目。

报告期末公司在建工程安徽恒满供应链综合基地建设项目为公司本次发行募集资金投资项目之一，项目建设期24个月，预计将于2024年完工并结转至固定资产。

报告期各期末，公司在建工程不存在重大减值因素，未计提减值准备。

#### （5）使用权资产

《企业会计准则第21号——租赁》（财会[2018]35号）新增了“使用权资产”科目，公司自2021年1月1日起执行新租赁准则，2019年至2020年的财务报表不做调整。报告期内，公司使用权资产构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
办公室租赁	529.91	639.66	-	-
门店租赁	84,461.40	86,215.83	-	-
仓库租赁	1,790.89	1,940.15	-	-
设备租赁	206.47	206.47	-	-
<b>原值合计</b>	<b>86,988.67</b>	<b>89,002.12</b>	-	-
累计折旧	44,219.41	42,296.37		
<b>账面价值</b>	<b>42,769.25</b>	<b>46,705.75</b>	-	-

#### （6）无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	2,104.45	61.53%	1,010.43	43.93%	1,010.43	50.26%	1,010.43	52.47%
软件	1,301.95	38.07%	1,275.97	55.48%	986.14	49.06%	901.80	46.82%
商标	13.68	0.40%	13.68	0.59%	13.68	0.68%	13.68	0.71%
<b>原值合计</b>	<b>3,420.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,300.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,010.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,925.90</b>	<b>100.00%</b>
累计摊销	1,320.63	38.61%	1,216.33	52.88%	1,028.09	51.14%	830.98	43.15%
<b>净额合计</b>	<b>2,099.44</b>	<b>61.39%</b>	<b>1,083.75</b>	<b>47.12%</b>	<b>982.16</b>	<b>48.86%</b>	<b>1,094.92</b>	<b>56.85%</b>

报告期内，公司无形资产主要为土地使用权和软件；其中 2022 年 6 月末无形资产余额有较大幅增长，主要系安徽恒满新增土地使用权购置所致。

公司无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“四、重要会计政策及会计估计”之“（十六）长期资产减值”。报告期各期末，公司无形资产不存在重大减值因素，未计提减值准备。

#### （7）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
租赁保证金折现差额	-	-	503.94	440.05
撤店复原成本	-	-	126.37	128.27
使用权资产/经营租入固定资产改良	6,959.02	7,466.53	7,004.98	6,668.53
减：减值准备	132.25	169.03	257.65	155.99
<b>长期待摊费用</b>	<b>6,826.77</b>	<b>7,297.50</b>	<b>7,377.65</b>	<b>7,080.87</b>

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 7,080.87 万元、7,377.65 万元、7,297.50 万元和 6,826.77 万元，主要为门店装修费用、撤店复原成本和租赁保证金折现差额。

#### （8）递延所得税资产

报告期各期末，公司未经抵消的递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产减值准备	125.55	103.90	150.75	111.10



项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
租金税会差异	-	-	590.88	477.30
与资产相关的政府补助	45.62	49.76	58.06	66.35
预提撤店复原成本	171.25	149.64	145.47	122.91
会员积分	50.45	62.62	36.23	4.78
递延收益		-	4.58	-
可抵扣亏损	821.52	347.13	234.73	132.85
未实现毛利	42.46	59.17	53.00	40.40
租赁负债	11,451.23	12,893.77	0.00	0.00
<b>合计</b>	<b>12,708.07</b>	<b>13,665.98</b>	<b>1,273.71</b>	<b>955.70</b>

报告期各期末，公司递延所得税资产主要由各项资产减值准备、可抵扣亏损、租金等暂时性纳税差异所产生。2021年起，公司因执行新租赁准则，增加了租赁负债科目，因此递延所得税资产增加较多。

报告期各期末，公司未经抵销的递延所得税负债情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
使用权资产	10,498.19	11,515.30	-	-
理财产品公允价值变动	-	-	4.50	-
<b>合计</b>	<b>10,498.19</b>	<b>11,515.30</b>	<b>4.50</b>	<b>-</b>

抵销后的递延所得税资产和递延所得税负债净额情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	互抵金额	抵销后余额	互抵金额	抵销后余额	互抵金额	抵销后余额	互抵金额	抵销后余额
递延所得税资产	10,498.19	2,209.88	11,515.30	2,150.69	4.50	1,269.21	-	955.70
递延所得税负债	10,498.19	-	11,515.30	-	4.50	-	-	-

#### (9) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 113.79 万元、332.49 万元、286.01 万元和 196.69 万元，系预付的装修款、设备采购款及软件购置款项。

#### 4、资产减值准备计提情况

报告期内，公司资产减值准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
坏账准备	296.79	53.33%	197.14	42.16%	245.84	37.46%	168.48	34.46%
其中：应收账款	41.07	7.38%	15.34	3.28%	45.97	7.00%	76.99	15.75%
其他应收款	78.64	14.13%	45.87	9.81%	28.73	4.38%	17.20	3.52%
长期应收款	177.08	31.82%	135.93	29.07%	171.14	26.07%	74.29	15.19%
固定资产减值准备	127.43	22.90%	101.41	21.69%	124.23	18.93%	105.10	21.50%
长期待摊费用减值	132.25	23.77%	169.03	36.15%	257.65	39.25%	155.99	31.90%
其他流动资产减值准备	-	-	-	-	28.63	4.36%	59.39	12.15%
<b>合计</b>	<b>556.47</b>	<b>100.00%</b>	<b>467.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>656.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>488.96</b>	<b>100.00%</b>

公司已依据资产情况制定了合理的资产减值准备计提政策，并于各期末对各项资产减值情况进行测试，相应减值准备已足额计提。

## （二）负债构成分析

### 1、负债主要构成

报告期内，公司负债以流动负债为主，随着经营规模的扩大，负债总额逐年增长。公司负债的基本构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	33,198.25	51.71%	35,025.68	50.56%	30,471.03	98.10%	22,968.80	83.49%
非流动负债	31,000.45	48.29%	34,249.03	49.44%	589.75	1.90%	4,541.96	16.51%
<b>负债总计</b>	<b>64,198.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>69,274.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,060.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,510.75</b>	<b>100.00%</b>

### 2、流动负债主要构成及变动分析

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	3,050.40	9.19%	3,176.59	9.07%	10,986.60	36.06%	4,906.25	21.36%
应付账款	9,143.09	27.54%	9,989.48	28.52%	9,686.32	31.79%	9,499.19	41.36%
预收款项	11.50	0.03%	42.12	0.12%	31.17	0.10%	1,147.50	5.00%
合同负债	1,840.65	5.54%	1,671.67	4.77%	1,330.93	4.37%	-	-

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付职工薪酬	2,903.98	8.75%	2,828.79	8.08%	2,764.05	9.07%	2,393.62	10.42%
应交税费	426.08	1.28%	1,031.01	2.94%	782.57	2.57%	317.69	1.38%
其他应付款	1,426.08	4.30%	2,007.03	5.73%	4,680.43	15.36%	3,600.55	15.68%
一年内到期的非流动负债	14,298.15	43.07%	14,193.72	40.52%	137.80	0.45%	1,104.00	4.81%
其他流动负债	98.33	0.30%	85.27	0.24%	71.16	0.23%	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>33,198.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,025.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,471.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,968.80</b>	<b>100.00%</b>

公司流动负债主要由应付账款、短期借款、应付职工薪酬、其他应付款、一年内到期的非流动负债等构成。

#### (1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
抵押借款	-	-	-	2,500.00
质押借款	-	-	2,000.00	-
担保借款	-	3,136.13	8,973.83	2,400.00
信用借款	3,044.64	-	-	-
借款利息	5.76	40.46	12.77	6.25
<b>合计</b>	<b>3,050.40</b>	<b>3,176.59</b>	<b>10,986.60</b>	<b>4,906.25</b>

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 4,906.25 万元、10,986.60 万元、3,176.59 万元和 3,050.40 万元。其中，2020 年末短期借款余额增加较多，主要系受新冠疫情影响，公司为补充流动资金增加了贷款。

#### (2) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付食材款	5,791.84	6,268.55	6,056.75	5,600.04
应付包装物款	1,070.11	1,509.47	1,386.79	1,421.05
应付运输配送费	932.29	954.18	969.19	1,025.62

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付加工费	554.83	549.39	648.11	705.23
应付水电费	507.01	464.89	486.89	464.72
其他	287.01	243.00	138.60	282.54
<b>合计</b>	<b>9,143.09</b>	<b>9,989.48</b>	<b>9,686.32</b>	<b>9,499.19</b>

报告期内公司应付账款主要是应付原材料供应商采购款、应付运输商运输费、应付外协厂商的外协加工费等，金额总体稳定增长。

### (3) 预收款项和合同负债

报告期各期末，公司预收账款分别为 1,147.50 万元、31.17 万元、42.12 万元和 11.50 万元，主要为预收充值款和预收房租，2020 年末和 2021 年末预收款项金额较 2019 年末大幅降低，主要系预收充值款改为在合同负债列报。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），新增了“合同负债”科目，将符合合同负债确认条件的预收款项在该科目披露，2019 年的财务报表不做调整。2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，公司合同负债余额分别为 1,330.93 万元、1,671.67 万元和 1,840.65 万元，为预收充值款和少量会员积分。

### (4) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 2,393.62 万元、2,764.05 万元、2,828.79 万元和 2,903.98 万元，主要为计提但尚未支付的员工工资、奖金、津贴和补贴等。2020 年应付职工薪酬增加较多，主要系报告期初至 2020 年 3 月，公司门店的主要非全日制用工及少量全职人员采用劳务外包方式，相关人员薪酬以外包劳务费结算，2020 年起为便于人员管理，公司转为主要使用非全日制用工方式，与员工直接签订劳动合同，因此应付职工薪酬增加。

### (5) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应交企业所得税	176.05	735.38	663.52	233.31

未交增值税	204.42	247.80	90.45	74.08
应交房产税	7.59	14.43	14.43	0.75
应交城市维护建设税	9.36	13.91	5.29	4.77
应交教育费附加	4.84	8.03	2.70	2.23
应交地方教育费附加	3.23	5.35	1.80	1.49
其他	20.60	6.11	4.39	1.06
<b>合计</b>	<b>426.08</b>	<b>1,031.01</b>	<b>782.57</b>	<b>317.69</b>

报告期内，公司不存在欠缴税款受到重大行政处罚的情形。

#### (6) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付装修费	301.19	600.97	2,056.60	966.80
应付房租及物业费	486.49	547.99	1,437.16	1,183.72
应付设备款	134.16	207.70	615.58	333.06
应付广告服务费	93.43	188.11	148.60	172.90
应付质保金押金	125.84	144.06	138.22	152.99
应付子公司少数股东款项	-	-	73.50	73.50
应付外包劳务费	-	-	-	439.53
应付其他款项	284.97	318.20	210.77	278.05
<b>合计</b>	<b>1,426.08</b>	<b>2,007.03</b>	<b>4,680.43</b>	<b>3,600.55</b>

报告期各期末，公司其他应付款项主要是应付房租及物业费、应付门店装修费和设备款、应付广告服务费、应付质保金押金等。

#### (7) 一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一年内到期的租赁负债	14,113.55	14,019.52	-	-
将于一年内支付的预计负债	184.60	174.20	137.80	104.00
一年内到期的长期借款	-	-	-	1,000.00
<b>合计</b>	<b>14,298.15</b>	<b>14,193.72</b>	<b>137.80</b>	<b>1,104.00</b>

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债分别为 1,104.00 万元、137.80 万元、14,193.72 万元和 14,298.15 万元。2021 年末及 2022 年 6 月末，公司一年内到期的非流动负债的金额较高，系因执行新租赁准则在确认使用权资产同时确认了应于一年内支付的相关租赁负债。

#### (8) 其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 0 万元、71.16 万元、85.27 万元和 98.33 万元，主要为预收款相关待转销项税额。

### 3、非流动负债主要构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债主要由预计负债、长期借款、租赁负债构成，主要情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	-	-	-	-	-	-	4,007.03	88.22%
租赁负债	30,351.88	97.91%	33,613.70	98.14%	-	-	-	-
预计负债	648.57	2.09%	635.33	1.86%	571.43	96.89%	515.79	11.36%
递延收益	-	-	-	-	18.33	3.11%	19.14	0.42%
<b>合计</b>	<b>31,000.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>34,249.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>589.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,541.96</b>	<b>100.00%</b>

#### (1) 长期借款

2019 年末，公司长期借款余额 4,007.03 万元，相关借款已于 2020 年清偿；2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，公司已无长期借款余额。

#### (2) 租赁负债

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》（财会[2018]35 号），新增了“租赁负债”科目，2019 年至 2020 年的财务报表不做调整。2021 年末及 2022 年 6 月末，公司租赁负债分别为 33,613.70 万元和 30,351.88 万元，主要是公司因租赁门店、办公楼而产生的相关债务。

#### (3) 预计负债

报告期各期末，公司预计负债分别为 515.79 万元、571.43 万元、635.33 万元和 648.57

万元，均为预提的撤店复原成本。

#### (4) 递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 19.14 万元、18.33 万元、0 万元和 0 万元，主要为政府补助和会员积分。

### (三) 资产周转能力分析

#### 1、资产周转能力情况

报告期内，公司资产周转能力指标情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次/年）	41.21	124.69	71.00	61.72
存货周转率（次/年）	15.38	36.05	32.40	35.66

注 1：应收账款周转率=营业收入/（期初应收账款净额+期末应收账款净额）/2）；

注 2：存货周转率=营业成本/（期初存货净额+期末存货净额）/2）。

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率较高，原因是公司主要经营连锁门店餐饮业务，除少量加盟商外，客户多为直营门店零售客户，回款较好，应收账款相对较少，资产周转速度较快。

2022 年 1-6 月，公司销售规模有所下降，同时疫情保供餐导致应收账款有所增加，故应收账款周转率有所降低。

#### 2、公司资产周转能力与公司比较情况

##### (1) 应收账款周转率

报告期内，公司与同行业公司的应收账款周转率比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
西安饮食	4.99	15.22	18.55	21.84
全聚德	8.63	23.74	14.61	22.07
同庆楼	48.71	219.98	234.42	353.84
广州酒家	9.66	28.85	25.88	32.38
味知香	67.16	192.20	303.01	1,337.41
千味央厨	9.63	22.25	19.51	20.54
老乡鸡	76.30	229.96	364.31	805.94
行业平均	<b>32.15</b>	<b>104.60</b>	<b>140.04</b>	<b>370.57</b>

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
公司	41.21	124.69	71.00	61.72

报告期内，公司应收账款周转率较高，除同庆楼外、味知香和老乡鸡外，高于其他同行业上市公司。同庆楼因全部采取连锁直营餐厅模式，仅有部分签单客户和团购客户存在少量应收账款，因此其应收账款周转率较高；味知香主营业务为半成品菜的研发、生产、销售，销售模式以经销为主，大多采用款到发货的结算模式，因此应收账款余额较少，应收账款周转率较高；老乡鸡采取连锁直营为主的经营模式，以销售中式快餐为主，回款及时，因此应收账款周转率较高。

## （2）存货周转率

报告期内，公司与同行业公司的存货周转率比较情况如下：

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
西安饮食	5.53	12.85	9.27	10.49
全聚德	6.13	16.13	11.82	7.74
同庆楼	7.99	12.64	6.12	8.45
广州酒家	2.79	9.26	8.96	7.20
味知香	6.38	12.82	10.09	8.31
千味央厨	3.21	7.11	6.87	8.68
老乡鸡	11.87	27.53	24.90	28.34
行业平均	6.27	14.05	11.15	11.32
公司	15.38	36.05	32.40	35.66

报告期内，公司存货周转率高于同行业公司的平均水平，主要原因系公司与同行业公司存在一定的差异，不同于同行业公司经营的中式正餐或预制菜销售，公司提供中式快餐餐品，销售的产品标准化程度较高，易于管理，同时公司通过门店动销分析，适当缩短了门店的备货周期，加快了存货流转。

## 十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

### （一）偿债能力分析

#### 1、最近一期末主要债项情况

报告期末，公司主要债项为应付账款、应付职工薪酬以及银行借款。应付账款、应付职工薪酬的情况见本节之“九、资产质量分析”之“（二）负债构成分析”之“2、



流动负债主要构成及变动分析”。

截至报告期末，公司的银行借款情况如下：

贷款人	借款人	借款本金余额	借款期限	利率
工商银行湖州分行	老娘舅	10 万元	2022.3.29-2023.3.29	4.30%
中国信托商业银行股份有限公司	老娘舅	433 万欧元	2022.4.27-2023.3.15	1.10%

报告期内，公司不存在利息资本化的情况。

截至报告期末，公司不存在逾期未偿还的银行借款或其他债项。

## 2、未来偿还债务及利息金额与偿债能力分析

截至报告期末，公司可预见的未来需偿还的负债主要为应付账款、应付职工薪酬以及银行借款。其中，公司期后 12 个月内可预见需支付的应付账款和应付职工薪酬合计 12,047.07 万元，期后 12 个月内可预见需偿还的借款本金及利息费用合计约 3,074.33 万元。

公司盈利能力稳定，经营活动现金流较好，同时公司银行资信状况良好，与大部分供应商保持了良好的合作关系，预计未来不存在可预见负债无法偿还的风险。

## 3、偿债能力分析

### （1）偿债能力与资本结构情况

报告期内，公司主要短期偿债能力及资本结构指标如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	1.26	1.22	1.63	1.06
速动比率（倍）	1.16	1.11	1.52	0.92
资产负债率（母公司）	48.14%	48.53%	36.40%	74.33%
资产负债率（合并）	59.20%	61.12%	43.23%	60.40%
项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润	4,315.67	17,216.82	9,672.17	14,668.14
利息保障倍数（倍）	1.15	4.70	9.86	14.12
经营活动现金流量净额	8,195.34	31,786.50	8,691.70	14,750.44
归属于母公司股东的净利润	70.90	6,299.22	2,070.75	6,517.46

注：计算公式详见本节之“七、主要财务指标”之“（一）公司主要财务指标”之注释。

报告期内，公司流动比率、速动比率相对稳定。2020年末公司资产负债率较2019年末大幅下降，主要系公司在2020年进行了股权融资。2021年起公司资产负债率上升，主要原因为公司在2021年实行新租赁准则，增加了使用权资产和租赁负债等资产列报科目。

2020年，公司息税折旧摊销前利润较2019年低，主要系2020年公司受新冠疫情防控影响导致业绩下降所致。2021年息税折旧摊销前利润增加较多，主要系2021年公司经营业绩恢复，此外公司在2021年实行新租赁准则，导致确认的利息费用增加较多。2022年1-6月，受上海疫情发展影响，公司息税折旧摊销前利润有所下滑。

报告期内，公司经营现金流情况较好，显示出公司拥有较强的盈利能力和偿债能力。2021年，经营活动现金流量净额大幅增加，主要系公司实行新租赁准则后，主要租赁房产的租金支出由经营活动现金流出变更为筹资活动现金流出所致。

## (2) 公司偿债能力及资本结构与同行业上市公司比较情况

报告期内，公司与同行业公司的流动比率、速动比率、资产负债率比较情况如下：

项目	公司名称	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率	西安饮食	0.40	0.21	0.69	0.73
	全聚德	0.79	1.05	1.53	2.18
	同庆楼	1.89	2.44	3.63	1.33
	广州酒家	2.14	2.32	1.94	2.65
	味知香	18.80	24.05	10.98	7.47
	千味央厨	2.33	1.82	1.09	0.80
	老乡鸡	0.69	0.72	1.12	1.00
	<b>平均值</b>	<b>3.86</b>	<b>4.66</b>	<b>3.00</b>	<b>2.31</b>
	<b>公司</b>	<b>1.26</b>	<b>1.22</b>	<b>1.63</b>	<b>1.06</b>
速动比率	西安饮食	0.32	0.17	0.64	0.64
	全聚德	0.60	0.92	1.41	1.96
	同庆楼	1.56	2.20	3.34	1.07
	广州酒家	1.70	2.04	1.76	2.29
	味知香	17.58	22.89	9.96	6.11
	千味央厨	1.63	1.32	0.71	0.50
	老乡鸡	0.58	0.60	0.95	0.75
	<b>平均值</b>	<b>3.42</b>	<b>4.31</b>	<b>2.68</b>	<b>1.90</b>

项目	公司名称	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	公司	1.16	1.11	1.52	0.92
资产负债率	西安饮食	58.89%	70.31%	49.89%	43.78%
	全聚德	42.78%	40.45%	27.27%	21.19%
	同庆楼	32.10%	30.75%	15.32%	25.91%
	广州酒家	35.28%	33.91%	33.32%	24.57%
	味知香	5.16%	4.40%	8.34%	12.30%
	千味央厨	30.32%	28.91%	39.06%	51.59%
	老乡鸡	64.26%	66.02%	46.24%	36.04%
	平均值	38.40%	39.25%	31.35%	30.77%
	公司	59.20%	61.12%	43.23%	60.40%

报告期内，因同行业公司经营模式、细分产品上存在差异，流动比率、速动比率差异较大。除味知香外，公司的流动比率、速动比率与同行业公司差异不大，不存在短期偿债风险。

公司资产负债率总体高于同行业公司平均水平，主要原因是公司尚未上市、权益融资能力相对较弱。

## （二）报告期内股利分配的实施情况

报告期内，公司股利分配情况如下：

2021年2月，公司召开2020年度股东大会，审议通过了《关于老娘舅餐饮股份有限公司2020年度利润分配的议案》，决定以现金方式向全体股东分配利润共计1,500.00万元。

截至本招股说明书签署日，上述现金分红已支付完毕，涉及的个人所得税已代扣代缴。

## （三）现金流量分析

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	8,195.34	31,786.50	8,691.70	14,750.44
投资活动产生的现金流量净额	-3,469.80	-6,133.13	-8,168.55	-4,913.97

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
筹资活动产生的现金流量净额	-6,270.41	-26,129.40	20,449.26	-9,729.38
现金及现金等价物净增加额	-1,544.87	-476.04	20,972.41	107.09
期末现金及现金等价物余额	25,440.44	26,985.31	27,461.35	6,488.94

### 1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量的主要情况如下：

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	63,728.61	159,921.04	125,996.89	128,294.32
收到的税费返还	1,683.12	2,285.59	543.99	42.42
收到其他与经营活动有关的现金	584.35	469.35	1,362.54	460.68
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>65,996.08</b>	<b>162,675.99</b>	<b>127,903.43</b>	<b>128,797.41</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	30,652.35	73,924.39	60,514.57	62,473.84
支付给职工以及为职工支付的现金	17,266.59	35,387.30	25,075.33	18,686.47
支付的各项税费	1,291.58	3,893.64	2,127.20	3,387.45
支付其他与经营活动有关的现金	8,590.22	17,684.16	31,494.63	29,499.21
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>57,800.74</b>	<b>130,889.49</b>	<b>119,211.73</b>	<b>114,046.97</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>8,195.34</b>	<b>31,786.50</b>	<b>8,691.70</b>	<b>14,750.44</b>

#### (1) 公司经营活动净现金流量净额变动分析

公司主营产品为中式快餐餐品，主要通过老娘舅门店销售，产品销售周转与回款周期较快。2020年受疫情影响，公司营业收入略有下降，但员工薪酬、租金等支出随门店的增加而增加，因此导致经营活动现金流净额减少。2021年，经营活动现金流量净额大幅增加，主要系公司实行新租赁准则后，主要租赁房产的租金支出由经营活动现金流出变更为筹资活动现金流出所致。

#### (2) 销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入匹配关系分析

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	63,728.61	159,921.04	125,996.89	128,294.32
营业收入	62,737.45	152,487.19	120,658.73	122,243.18
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	1.02	1.05	1.04	1.05

报告期内，公司销售商品收到的现金与营业收入的变动趋势一致，销售商品收到的现金占营业收入的比重超过 100%，主要是增值税销项税影响。

### (3) 经营活动现金流量净额与净利润匹配关系分析

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动现金流量净额	8,195.34	31,786.50	8,691.70	14,750.44
净利润	75.10	6,384.70	2,175.54	6,576.53
经营活动现金流量净额/净利润	109.13	4.98	4.00	2.24

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额高于同期净利润，主要原因为：一方面，净利润受到使用权资产折旧、固定资产折旧、无形资产摊销、长期待摊费用等非现金费用的影响；另一方面，公司产品生产与销售周期较短，销售回款较好，各期存货增加额处于较低规模；此外，公司各期经营性应付项目的增加大于经营性应收项目，主要为公司各期应付货款和费用款、预售储值款项等增加所致。因此各期经营活动现金流量净额均高于同期净利润。

### (4) 间接法下经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
<b>一、将净利润调节为经营活动现金流量</b>				
净利润	75.10	6,384.70	2,175.54	6,576.53
加：资产减值损失	120.06	34.65	378.00	84.33
信用减值损失/(转回以“-”号填列)	108.63	27.55	87.31	-35.01
使用权资产折旧	5,762.21	13,641.69	-	-
固定资产折旧	1,565.35	3,302.69	2,900.64	2,527.25
无形资产摊销	104.31	188.24	197.11	178.34
长期待摊费用摊销	1,404.46	2,909.41	3,198.92	2,529.06
财务费用	1,093.89	2,007.81	594.61	675.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的收益(损失以“-”号填列,下同)	-50.05	-64.51	82.94	37.23
公允价值变动收益	-	-	-18.02	-
投资损失(收益以“-”填列)	-55.77	-375.30	-172.94	-10.39

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
递延所得税资产见减少（增加以“-”填列）	-59.19	-881.48	-313.51	896.09
递延收益摊销	-	-18.33	-94.95	-
存货的增加	388.77	-468.43	-241.19	-482.40
经营性应收项目的减少	-946.94	3,636.90	-1,719.14	-1,404.74
经营性应付项目的增加	-1,315.51	1,460.89	1,636.37	3,178.26
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>8,195.34</b>	<b>31,786.50</b>	<b>8,691.70</b>	<b>14,750.44</b>

## 2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
取得投资收益收到的现金	260.58	622.28	123.26	22.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10.42	99.94	73.37	121.04
收到其他与投资活动有关的现金	76,800.00	209,000.01	45,150.00	18,053.00
投资活动现金流入小计	77,070.99	209,722.23	45,346.63	18,196.61
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,740.79	9,555.35	5,365.18	6,210.58
投资支付的现金	-	300.00	-	300.00
支付其他与投资活动有关的现金	76,800.00	206,000.01	48,150.00	16,600.00
投资活动现金流出小计	80,540.79	215,855.36	53,515.18	23,110.58
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,469.80</b>	<b>-6,133.13</b>	<b>-8,168.55</b>	<b>-4,913.97</b>

2019年至2022年6月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-4,913.97万元、-8,168.55万元、-6,133.13万元和-3,469.80万元。公司投资活动现金流入主要为收到的到期银行理财产品、定期存款，公司投资活动现金流出主要为循环购买银行理财支付的款项及筹建门店相关的投资支出。

## 3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	-----------	--------	--------	--------

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	-	73.50	20,040.00	-
取得借款收到的现金	3,084.30	3,584.83	14,866.15	18,100.00
收到其他与筹资活动有关的现金	3,100.00	3,500.00	6,200.00	1,000.00
筹资活动现金流入小计	6,184.30	7,158.33	41,106.15	19,100.00
偿还债务支付的现金	3,084.30	11,073.83	13,900.00	25,600.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	75.49	1,656.35	519.71	2,229.38
支付其他与筹资活动有关的现金	9,294.92	20,557.55	6,237.17	1,000.00
筹资活动现金流出小计	12,454.71	33,287.73	20,656.88	28,829.38
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-6,270.41</b>	<b>-26,129.40</b>	<b>20,449.26</b>	<b>-9,729.38</b>

2019年至2022年1-6月,公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-9,729.38万元、20,449.26万元、-26,129.40万元和-6,270.41万元。2020年筹资活动产生的现金流量净额较高,主要是公司取得股东投资款20,000万元所致。2021年筹资活动产生的现金流量净额较低,一方面系因2021年公司偿还了7,500万元银行借款且分红支出1,500万元,另一方面,本期因适用新租赁准则,门店租赁费用支出填列为筹资活动有关的现金支出导致当期筹资活动现金流出金额较高。

#### (四) 重大资本性支出计划及资金需求量

截至报告期末,公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目投入,具体参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

#### (五) 流动性风险分析

报告期内,公司负债以流动负债为主,流动比率和速动比率保持在较优水平,应收账款周转率和存货周转率较高,公司非流动负债主要为租赁负债,系公司因租赁门店、办公楼而产生的相关债务。报告期内,公司银行借款占比较低,财务费用可控,经营活动现金流较为充足、稳定,流动性风险较低。随着本次募集资金的到位和未来公司业务的进一步发展,公司财务状况和盈利能力将得到进一步提升。

#### (六) 持续经营能力

报告期内,公司主营业务门店销售呈稳健发展态势,资产质量优良,经营规模2020年受疫情影响略有下降,2021年恢复增长,盈利质量较高。2022年上半年上海及周边

地区疫情使得公司的经营规模和盈利受到较大的影响；期后公司经营情况已得到较好恢复。本次发行募集资金到位后，公司未来三至五年将主要围绕募投项目继续扩大业务规模、完善业务结构。同时，公司营运资金和流动资产将进一步增长，资产规模将进一步增加，盈利能力有望得到增强。

截至本招股说明书签署日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化。基于公司报告期内的业绩及餐饮行业的发展状况，公司认为自身不存在重大的持续经营风险。

## 十一、重大资本性支出与资产业务重组分析

报告期内，公司不存在重大资产业务重组或股权收购合并事项，公司的重大投资或资本性支出事项如下：

1、2022年5月，子公司安徽恒满与宁国市自然资源和规划局签署《国有建设用地使用权出让合同》，以1,061.87万元的出让价款购买取得位于宁国港口园区朝阳路与海螺路交叉口东北侧的一处工业用地的土地使用权。公司募集资金投资项目中的“供应链综合基地建设项目”将主要在该地块上实施。

2、截至报告期末，基于前项土地开展的供应链综合基地建设项目已开工建设，预计总投资为30,695.00万元，期末累计已投入54.65万元。项目建成后将成为公司最大的食品加工场所。

公司的上述投资有利于公司未来生产经营的稳定性和产能的扩充，对公司未来盈利能力的提升具有积极意义。

## 十二、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项

### （一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重大资产负债表日后事项。

### （二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重大或有事项。

### （三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他重要事项。



#### （四）重大担保、诉讼等事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大对外担保和诉讼事项。

### 十三、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的应对措施

#### （一）本次发行募集资金到位当年公司每股收益的变动趋势

本次发行后，公司资本实力将得到增强，但由于募集资金投资项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，因此，公司在发行当年每股收益将有所下降，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。具体测算过程如下：

##### 1、假设条件

（1）假设公司本次发行于 2023 年 12 月 31 日前实施完毕，本次发行股票数量 6,100 万股，发行后公司总股本为 40,100 万股，不考虑扣除发行费用等因素影响。

前述关于本次发行完成时间、发行股份数量和募集资金总额仅为公司假设，最终应以中国证监会核准发行的股份数量和实际募集资金总额、实际完成时间为准；

（2）2019 年度、2020 年度及 2021 年度，公司实现归属于母公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润分别为 6,386.74 万元、2,395.98 万元及 6,086.70 万元。考虑 2022 年受疫情影响较为严重，2023 年以来经营情况基本恢复至疫情前状态，假设公司 2022 年度和 2023 年度归属于母公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润分别为 3,500 万元和 6,300 万元。该假设仅为测算本次发行对公司即期回报的影响，不代表对公司 2022 年度和 2023 年度经营情况的判断，亦不构成盈利预测；

（3）在预测公司总股本时，仅考虑本次发行股数上限的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

（4）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

##### 2、对每股收益的影响

基于上述假设情况，本次发行对公司每股收益的影响如下：

项目	2021 年度 /2021-12-31	2022 年度 /2022-12-31	2023 年度/2023-12-31	
			发行前	发行后

项目	2021 年度 /2021-12-31	2022 年度 /2022-12-31	2023 年度/2023-12-31	
			发行前	发行后
普通股股数（万股）	34,000.00	34,000.00	34,000.00	40,100.00
稀释性潜在普通股股数	-	-	-	-
当年实现的归属于母公司普通股股东的净利润（扣除非经常性损益后，万元）	6,086.70	3,500.00	3,500.00	3,500.00
发行在外的普通股加权平均数（万股，基本）	29,800.00	34,000.00	34,000.00	34508.33
发行在外的普通股加权平均数（万股，稀释）	29,800.00	34,000.00	34,000.00	34508.33
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.20	0.10	0.10	0.10
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.20	0.10	0.10	0.10

经测算，假如公司在 2023 年 12 月完成本次发行，由于本次募集资金从资金投入到产生效益需要一定的时间，预计将导致当年每股收益低于上年度，公司即期回报出现被摊薄的情况。

## （二）本次发行融资的必要性及合理性

本次发行融资的必要性和合理性详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

## （三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场方面的储备情况

### 1.本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募投项目均围绕公司现有主营业务展开，其中连锁门店建设项目将在长三角地带主要城市新增门店 260 家并升级改造 25 家门店，拓宽公司市场渠道，巩固和提升公司品牌影响力和市场占有率；供应链综合基地建设项目将扩大公司产品产能，优化现有生产线工艺流程，提高生产线自动化程度，提升公司整体盈利能力；信息化系统升级项目将在现有业务中台、数据中台及技术中台系统的基础上，进一步完善中台系统，提高部门之间的协同效率，整合分析客户意见及数据，优化公司产品追溯处理流程，提高公司及终端门店生产经营的标准化程度；品牌推广项目将通过线上线下结合的方式全方位提升公司品牌的社会影响力。

上述项目的建设均围绕着主营业务开展，旨在提升主营业务产品竞争力及扩大公司

业务规模。本次募集资金投资项目与公司现有主营业务相适应，有助于巩固和提升公司的品牌影响力和市场占有率，提高公司运营效率，强化公司市场竞争力。

## 2.公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场方面的储备情况

截至报告期末，公司在长三角区域已拥有 391 家“老娘舅”品牌连锁中式快餐门店，是该区域门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐品牌，形成了较高的市场知名度和品牌影响力，为公司募集资金投资项目的实施奠定了坚实的市场基础。同时，公司在二十余年的生产经营过程中积累了丰富的门店开拓经验，并培养了一批具备丰富经验的门店开拓、餐品生产及管理运营等相关人员，开拓标准化餐品十余种，并在餐品开发技术、设备生产技术、工艺制作技术和门店优化技术四个方面持续开发升级，为本次募集资金投资项目的实施奠定了人员及技术基础。

### （四）填补被摊薄即期回报的措施

公司将采用多种措施防范即期回报被摊薄的风险，提高未来的回报能力，并充分保护中小投资者的利益，具体措施详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六：相关承诺事项”之“（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“1、发行人关于摊薄即期回报的填补措施”。

### （五）董事和高级管理人员的相关承诺

为保障本次发行填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司董事和高级管理人员出具了相关承诺，具体内容详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六：相关承诺事项”之“（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“3、董事和高级管理人员的相关承诺”。

## 十四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

随着上海及周边地区疫情得到较好控制，2022 年下半年，公司门店经营业绩较上半年有较好恢复。公司预计 2022 年度实现营业收入 14 亿元至 15 亿元，较 2021 年度下降 1.66%至 8.92%，预计实现归属于母公司所有者的净利润 3,500 万元至 4,000 万元，较 2021 年度下降 36.50%至 44.44%，主要系上半年受上海及周边地区较严重疫情影响所致。公司该等经营业绩的预计情况系公司初步的评估预计结果，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

除业绩恢复外，财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司主要原材料采购情况、主要产品销售情况、主要客户及供应商的构成情况、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。

## 第七节 募集资金运用与未来发展规划

### 一、本次发行募集资金运用概况

#### （一）募集资金投向

根据公司第一届董事会第九次会议和 2022 年第一次临时股东大会，本次发行及上市的募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投资金额
1	连锁门店建设项目	42,075.68	42,075.68
2	供应链综合基地建设项目	30,695.00	30,695.00
3	信息化系统升级项目	4,447.80	4,447.80
4	品牌推广项目	5,980.00	5,980.00
	合计	<b>83,198.48</b>	<b>83,198.48</b>

注：受募集资金未能及时到位影响，本次募集资金投资项目的计划投资进度与实际情况可能会存在一定差异。

#### （二）募集资金使用管理制度

2022 年 3 月 25 日，公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《老娘舅餐饮股份有限公司募集资金管理制度》，明确规定公司募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。在使用募集资金时，公司将严格按照《老娘舅餐饮股份有限公司募集资金管理制度》的要求使用。

募集资金将按照公司建立的募集资金管理制度存放于募集资金专户集中管理。其使用、变更、管理与监督将根据公司募集资金管理制度进行。公司将根据实际经营活动及发展规划合理投入募集资金。

#### （三）募集资金对公司主营业务发展的贡献及未来经营战略的影响

本次募投项目均围绕公司现有主营业务展开，其中连锁门店建设项目将在长三角地带主要城市新增门店 260 家并升级改造 25 家门店，拓宽公司市场渠道，巩固和提升公司品牌影响力和市场占有率；供应链综合基地建设项目将扩大公司产品产能，优化现有生产线工艺流程，提高生产线自动化程度，提升公司整体盈利能力；信息化系统升级项目将在现有业务中台、数据中台及技术中台系统的基础上，进一步完善中台系统，提高

部门之间的协同效率，整合分析客户意见及数据，优化公司产品追溯处理流程，提高公司及终端门店生产经营的标准化程度；品牌推广项目将通过线上线下相结合的方式全方位提升公司品牌的社会影响力。上述项目的建设均围绕着主营业务开展，旨在提升主营业务产品竞争力及扩大公司业务规模。本次募集资金投资项目与公司现有主营业务相适应，有助于巩固和提升公司的品牌影响力和市场占有率，提高公司运营效率，强化公司市场竞争力。

#### **（四）募集资金投资项目的确定依据**

##### **1、主营业务方面**

本次募投项目均围绕公司的主营业务开展，其中连锁门店建设项目将在长三角地带主要城市新增门店 260 家并升级改造门店 25 家，拓宽公司市场渠道，巩固和提升公司品牌影响力和市场占有率；供应链综合基地建设项目将扩大公司产品产能，优化现有生产线工艺流程，提高生产线自动化程度，提升公司整体盈利能力；信息化系统升级项目将在现有业务中台、数据中台及技术中台系统的基础上，进一步完善中台系统建设，提高部门之间的协同效率，整合分析客户意见及数据，优化公司产品追溯处理流程；品牌推广项目将通过线上线下相结合的方式全方位提升公司品牌的社会影响力。上述项目的建设均围绕着主营业务开展，旨在提升主营业务产品竞争力及扩大公司业务规模。

因此，本次募集资金投资项目与公司现有主营业务相适应，有助于巩固和扩大公司的品牌影响力和市场占有率，提高公司运营效率，强化公司市场竞争力。

##### **2、生产经营规模方面**

报告期内，公司持续开拓终端门店市场，提高生产工厂的产能利用率，扩大公司生产经营规模。通过前期的积累，公司已经具备将强的品牌影响力，积累了丰富的门店开拓经验。截至报告期末，公司已拥有终端门店 391 家，本次募投项目连锁门店建设项目将新增 260 家终端门店并升级改造 25 家门店，新增门店及升级改造门店的数量与公司未来发展规划匹配，具备可行性。同时，为满足公司的业务发展需求，本次募投项目供应链综合基地建设项目将新增鱼制品及预制调理食品合计年产 50,000 吨左右的产能，新增产能与公司门店开拓规划匹配，具备可行性。

##### **3、财务状况方面**

缺少高效的融资渠道制约了公司的发展，公司需要充足的资金用于拓宽公司营销网

络并提高产能，从而保持持续盈利能力。本次募集资金到位后，公司的总资产和净资产都将大幅提高，资产流动性将大幅改善，募集资金将有效解决公司在扩张过程中面临的资金难题。本次募投项目与公司财务状况相适应，有助于进一步解决公司的融资难题。

#### 4、技术水平及管理能力方面

公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务，以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，从原材料溯原筛选出发，到中央厨房的标准化生产，再到终端门店的简易化操作，实现了产业链的整合连通，形成了较高的市场知名度和品牌影响力。截至报告期末，公司拥有终端门店 391 家，具备丰富的门店开拓经验；拥有鱼制品及预制调理食品年产能 4,000 余吨，全日制员工 3,000 余人，开拓标准化餐品十余种，积累了丰富的运营管理能力和餐品研发能力，为本次募集资金投资项目奠定了坚实基础。本次募集资金投资项目与公司技术水平及管理能力相适应，有助于进一步巩固公司核心竞争力。

#### 5、发展目标方面

未来，公司将以长三角地区为立足点，走向全国，坚持“米饭要讲究，就吃老娘舅”的品牌定位，在提升门店布局的深度与广度的同时，配套提升公司的餐饮配送服务体系，致力于实现从区域领导品牌向全国领先品牌进军的经营目标。

公司将充分利用本次发行募集的资金和自有资金，通过连锁门店建设项目和品牌推广项目提升门店布局的深度与广度，通过供应链综合基地建设及信息化系统升级项目的建设及实施，建设省级、市级等多层次城市区域供应中心，在确保“原料安全纯正、菜肴稳定地道”的同时，提高终端门店的标准化、可复制性及快捷化程度。

#### （五）募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

本次募集资金投资项目是公司在原有的业务基础上，拓宽公司业务覆盖范围，扩大现有业务规模以及提高营运效率，相关项目实施后不会新增构成重大不利影响的同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

具体而言，本次募投项目中，连锁门店建设项目将在长三角地带主要城市新增门店 260 家并升级改造 25 家门店，相关门店均为直营门店，募投项目的实施不会新增同业竞争；新增门店的主要食材由公司全资子公司湖州恒亮负责采购和供应，其中蛋饺类食材将可能向关联方南浔清润采购。本次募投项目新增门店不会新增关联方或关联交易

品类，但将可能新增由于业务规模扩张带来的蛋饺类食材采购的关联交易金额，相关关联交易金额占营业成本的比例预计不会显著扩大，不会对公司独立性产生重大不利影响。

供应链综合基地建设项目将扩大公司产品产能，优化现有生产线工艺流程，提高生产线自动化程度；信息化系统升级项目将进一步完善中台系统，提高部门之间的协同效率，整合分析客户意见及数据，优化公司产品追溯处理流程，提高公司及终端门店生产经营的标准化程度；品牌推广项目将通过线上线下结合的方式全方位提升公司品牌的社会影响力。该等募投项目的实施不会新增同业竞争或关联交易，不会对公司独立性产生不利影响。

综上所述，募投项目的实施不会新增同业竞争；除连锁门店建设项目将可能新增因公司业务规模扩张带来的关联采购金额外，不会新增其他关联交易，不会对公司独立性产生重大不利影响。

#### （六）募集资金的运用和管理安排

本次募投项目的实际资金需要量为 83,198.48 万元。若实际募集资金量不能满足拟投资项目资金需求，公司将通过自筹资金方式解决资金需求。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，履行法定程序后适当使用。在本次募集资金到位前，公司可根据项目实际情况使用自筹资金先行投入，待募集资金到位后，按募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

#### （七）募集资金投资项目审批情况

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	投资备案	环评批复
1	连锁门店建设项目	2203-330502-04-02-827911	-
2	供应链综合基地建设项目	2203-341862-04-01-699145	宁环审批[2022]54号
3	信息化系统升级项目	2203-330502-04-04-586865	-
4	品牌推广项目	-	-

公司本次募集资金运用的建设投资项目均已完成项目主管机构的投资备案程序并已取得环境保护主管部门的审批同意。募投项目用地符合土地政策、城市规划、募投用地落实不存在不确定性风险。因此，保荐机构与发行人律师认为，公司募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。



## 二、募集资金投资项目具体情况

### （一）连锁门店建设项目

#### 1、项目概况及建设方案

公司拟在长三角地带主要城市进行连锁门店建设。公司将基于发展战略，对公司终端门店进行渠道布局和规划，以落实拓展产品销售渠道的发展目标，提高公司在相应区域的品牌知名度。本项目的建设将有助于公司拓宽市场渠道，巩固市场地位，扩大经营优势，巩固和提升公司的品牌影响力和市场占有率，进而保障业绩的稳定增长，为加强公司的市场竞争力奠定坚实基础。

本项目将由公司及各地区下设的公司通过租赁方式开拓终端门店，进行店铺装修、设备购置及运营铺底流动资金等项目投资，建设期为36个月，总投资为42,075.68万元。项目建设完成后，公司将在长三角地带主要城市新增门店260家并升级改造门店25家。

#### 2、项目必要性与可行性

##### （1）项目建设的必要性

##### 1) 项目的实施有利于加强市场渠道建设，巩固市场地位

随着快餐连锁行业的快速发展，快餐业态已经成为中国餐饮市场的重要组成部分，快餐连锁业占整体餐饮市场的市场份额不断扩大，区域集中度呈现逐步提升态势，尤其是经济更为发达的长三角地带。公司自2015年开始积极拓展门店，顺应行业发展态势，在商务商业体、社区商业综合体、医院商业体、主流商业综合体、社区商业体及旅游景区等商圈不断深化布局，取得了优异的经营成果。本次募集资金投资项目的实施，将进一步加强公司直营销销售渠道的建设力度，形成多层次的销售网络，完善公司在各线城市的战略布局，提高公司在中式快餐领域的市场占有率和区域覆盖率，巩固市场地位，为公司发展壮大提供有力保障。

##### 2) 项目的实施有利于塑造品牌形象，进一步提升品牌知名度

品牌是产品宣传推广的基础，是公司核心竞争力的体现。作为连锁餐饮企业，终端门店是公司展示品牌形象重要的窗口，是品牌推广的重要抓手，同时也是最终消费者认识公司最直观的途径，消费者通过终端门店了解公司的产品风格、品牌内涵及企业文化，从而认可并认同公司品牌。随着国内消费转型升级以及人们生活方式的转变，众多餐饮

企业在保持原有的产品、渠道、价格优势的基础上,不断加大终端门店装修和推广投入,提升自身品牌形象和影响力。公司定位为中高端快餐品牌,通过“老娘舅”品牌连锁门店,向消费者提供以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食餐品的“老娘舅”品牌新中式餐饮服务。经过近二十年的发展,公司在长三角地区已经具有较高的品牌知名度与市场认可度。尽管如此,公司仍需在重点销售区域进一步加强公司的品牌建设和宣传力度,以强化公司品牌在消费者心中的良好形象,为公司产品的推广奠定坚实的基础。本次募集资金投资项目的实施,公司将采用全面升级的新一代品牌形象,提升顾客舒适度和满意度,加强消费者对公司品牌的认识 and 产品的认同,促进公司业务增长。

## (2) 项目建设的可行性

### 1) 良好的品牌形象

公司创立以来,始终坚持以“打造一流品牌,振兴民族快餐”为己任。历经 20 余年的市场耕耘,公司已成为多项世界级活动的餐饮服务品牌。公司曾服务 2010 年上海世博会和 2016 年杭州 G20 峰会等,在长三角地区建立了良好的品牌形象,培育了一批具有较高品牌忠诚度的消费群体,形成了较强的品牌影响力,区域市场优势地位明显。公司良好的品牌形象为本次项目的实施提供有效保障。

### 2) 成熟的门店拓展制度和运营体系

公司在实践中积累了丰富的门店开拓经验,建立了完善的管理体系和运营体系。在门店开拓方面,公司针对营销网点地区的布局做了详细的实地调查和市场机会评估,精准到地理位置、消费群体、消费水平、客流组成等,对收集的信息进行分类整理和提炼总结,形成最终的结论与建议。在管理体系和运营体系方面,总公司负责品牌营销、人力资源、财务及渠道等统一管理;中央厨房负责食品采购、加工存储及物流配送,为规模化发展提供了强劲的动力;终端门店提供快速亲切的供餐服务,构建幸福就餐体验,展现中式快餐新形象。成熟的门店拓展制度、完善的管理体系和运营体系,为公司高速发展保驾护航,为本次项目的顺利实施提供保障。

### 3) 丰富的人才储备和完善的培训机制

稳定的人才储备和完善的培训机制是公司长远发展的重要基础。经过多年的发展,公司已经构建了完善的人才储备制度和完善的培训机制,培养了一批专业背景深厚、市场经验丰富的经营团队。同时,公司设立了“米饭大习”并建立了“三位一体”的培训

模式，营造传帮带和教练式的育人氛围，旨在从特质和技能双轨道培养职业化管理人才。公司丰富的人才储备和完善的培训机制为本次项目的实施提供保障。

### 3、项目投资概算

本项目将结合公司现阶段发展状况以及未来发展规划，在长三角主要城市开设直营门店 260 家并升级改造现有门店 25 家，通过购置设备和增加相关服务人员等措施，增强品牌推广力度和拓展销售渠道。项目总投资为 42,075.68 万元，其中，建筑工程费为 15,271.80 万元，占比 36.30%；设备购置费 18,866.70 万元，占比 44.84%；基本预备费 1,706.93 万元，占比 4.06%；铺底流动资金 6,230.25 万元，占比 14.81%。具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占总投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
一	<b>建设投资</b>	<b>8,155.41</b>	<b>11,965.59</b>	<b>15,724.42</b>	<b>35,845.43</b>	<b>85.19%</b>
1	建筑工程费	3,464.10	5,106.90	6,700.80	15,271.80	36.30%
1.1	店铺装修费	3,464.10	5,106.90	6,700.80	15,271.80	36.30%
2	设备购置费	4,302.96	6,288.90	8,274.84	18,866.70	44.84%
3	基本预备费	388.35	569.79	748.78	1,706.93	4.06%
二	<b>铺底流动资金</b>	<b>1,422.75</b>	<b>2,129.40</b>	<b>2,678.10</b>	<b>6,230.25</b>	<b>14.81%</b>
1	店铺启动租金费	1,422.75	2,129.40	2,678.10	6,230.25	14.81%
三	<b>项目总投资</b>	<b>9,578.16</b>	<b>14,094.99</b>	<b>18,402.52</b>	<b>42,075.68</b>	<b>100.00%</b>

#### (1) 建筑工程费

建筑工程费系新增门店及升级改造门店的店铺装修费，根据项目实施地一般建筑价格水平，根据不同城市级别、不同门店类型对门店装修费用等进行预估，店铺装修费合计 15,271.80 万元。其中，一线城市的社区商圈门店和交通枢纽门店的单店装修费预估金额分别为 58.50 万元/家和 71.40 万元/家，其他线城市的社区商圈门店和交通枢纽门店的单店装修费预估金额分别为 52.50 万元/家和 66.30 万元/家。

#### (2) 设备购置款

项目设备包括快速烤箱、四门冷冻冰箱等厨房设备，一体机、台式主机及 POS 机等 IT 设备、空调系统、通风排热系统、广告机及配电系统等，合计金额 18,866.70 万元，平均单店设备投入 66.20 万元。上述设备的投入系公司根据门店规划评估所需设备，结

合相关设备的市场行情做出的估计金额。

### （3）基本预备费

基本预备费系针对项目实施过程中可能发生的未事先预料到的事项的支出，根据建筑工程费及设备购置费合计金额的百分之五预估。

### （4）铺底流动资金

铺底流动资金系根据门店所在城市级别及类型进行预估的店铺启动租金费，合计6,230.25万元。

## 4、项目实施进度

本项目预计建设期为36个月，项目实施进度划分为以下六个阶段：可行性研究、初步规划和设计、店铺装修、设备采购及安装、人员招聘及培训和试运营6个阶段，项目的装修施工与设备安装将按照国家的专业技术规范和标准执行。其中，公司单家终端门店的建设流程与项目整体阶段相似，包括前期店铺选址等的可行性研究、门店地区整体规划及门店设计、店铺装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营6大阶段，整体单店开业时间在3个月左右。

## 5、环境保护情况

主要污染源和污染物可分为施工期污染源和污染物以及运营期污染源和污染物。其中，运营期基本不产生污染，只有少量的生活污水和生活垃圾等，相关生活污水将通过隔油池等预处理后，排入污水站进行预处理，并将处理后废水经市政管网最终排入污水处理厂处理；生活垃圾将置于垃圾箱内，定期消毒、杀虫及除臭，由市政环卫部门统一收集清运后卫生填埋。

施工期的污染源和污染物主要为装修过程中产生的噪声、废弃物及废水等。公司将严格落实施工期污染防治措施，按照国家及项目实施所在地的相关规定，通过合理安排施工时间、合理布局施工场地并建立临时声障等措施，确保施工噪声排放符合《建筑施工场界环境噪声排放限值》（GB12523—2011）的要求。同时，公司将采取密闭施工、定点堆放及定期清理等措施，以减少对周边环境的不利影响。

## 6、项目选址

项目选址为长三角地带主要城市，在公司现有门店尚未覆盖或覆盖不充分的区域开

设新店，并在公司现有门店范围内选择升级改造门店，上述门店选址主要选择客源充足且交通便利区域。

## 7、项目经济效益分析

项目总投资为 42,075.68 万元，项目达产后年均营业收入 130,750.00 万元，项目投资财务内部收益率（税后）为 34.58%，项目投资回收期（税后，含建设期）为 4.39 年。

### （1）项目效益分析各项指标的确定依据及计算过程

#### 1) 营业收入

营业收入数据主要以公司历史经营数据为基础，区分不同城市级别及门店类型，并结合门店扩张节奏进行估算。其中，社区商圈门店不同城市级别的单店收入预计金额在 420 万元/年至 510 万元/年，交通枢纽门店不同城市级别的单店收入预计金额在 450 万元/年至 1,200 万元/年。

#### 2) 税金

增值税进项税率为 6%，城市维护建设费和教育经费附加分别为 7% 和 5%。

#### 3) 成本费用

成本费用包括营业成本与销售费用，其中营业成本包含食品成本、人员工资、门店租赁及物业费、运输/送货/接货成本、其他成本等，成本费用以公司历史经营数据为基础估算。其中，社区商圈门店不同城市级别的单店成本费用预计金额在 370 万元/年至 510 万元/年，交通枢纽门店的单店成本预计金额在 410 万元/年至 940 万元/年。

（2）项目效益分析与现有市场容量、公司产品需求度、公司现有技术水平相匹配，符合谨慎性原则

连锁门店建设项目以长三角地带核心，共计新增门店 260 家并升级改造门店 25 家，面向终端消费者提供餐饮服务。长三角作为全国经济发达程度较高的地区，人口总量及人均可支配收入较高，对高品质的餐饮服务需求较高。历经 20 余年的市场耕耘，公司在长三角地区建立了良好的品牌形象，培育了一批具有较高品牌忠诚度的消费群体，形成了较强的品牌影响力，区域市场优势地位明显，为本项目的实施提供了坚实保障。同时，本项目的实施主要依赖于公司现有的成熟技术，现有技术水平满足本项目的实施需求。

本项目的效益预测主要基于报告期内相关门店的经营情况，效益预测符合谨慎性原则。本次募投项目效益预测的单店平均营业收入、毛利率及净利率数据与报告期内门店相关指标的对比情况如下：

单位：万元

项目	营业收入	毛利率	净利率
募投项目效益预测数据	429.44	13.18%	6.87%
报告期内平均经营数据	394.24	12.84%	7.13%
2019年经营数据	431.41	13.62%	8.25%

注：募投项目效益预测数据以项目计算期内相关指标合计数/募投项目每年经营门店合计数；报告期内平均经营数据及2019年经营数据为各门店月度经营数据加权得出。

如上表所示，募投项目效益预测的营业收入、毛利率略高于报告期内平均经营数据，略低于2019年经营数据较为接近，主要系2020年度至2022年1-6月期间疫情因素影响导致相关指标有所下降；募投项目效益预测的净利率略低于报告期内平均经营数据及2019年经营数据，主要系新增门店的单店投入较传统门店略高所致。

综上所述，本项目的效益分析与现有市场容量、公司产品需求度、公司现有技术水平相匹配，符合谨慎性原则。

## （二）供应链综合基地建设项目

### 1、项目概况及建设方案

公司拟在宁国市新建供应链综合基地，通过建设鱼制品生产车间、预制调理生产车间、米面制品车间和复合酱料生产车间等，购置先进的生产设备及相应配套设施，扩大公司预制食品的供应能力，有效突破公司现有的产能瓶颈，满足公司终端门店快速扩张的供应需求，提升盈利水平，以增强公司在连锁餐饮行业的整体竞争力。

本项目实施主体为公司全资子公司安徽恒满，建设期为24个月，总投资为30,695.00万元，项目建成后预计加工类产品将实现年产50,000吨左右产能，包括直配类产品在内，每年营业收入将达到131,562.46万元。

### 2、项目必要性与可行性

#### （1）项目建设的必要性

1) 项目建设有助于扩大公司产能，为公司持续发展提供生产保障

目前，公司自有的标准化中央厨房已基本满足现有门店需求，但未来随着公司门店的进一步扩张，业务持续拓展，若中央厨房的生产规模不能随之增加，产能的限制将会在一定程度上阻碍公司开拓新的市场，在未来的市场竞争中削弱公司的竞争力。因此，公司计划建设新的中央厨房，增加生产设备投入，以此加大对现有生产线产能的扩充，提高生产能力，满足未来公司业务规模的增长。本次募集资金投资项目，公司将在宁国市新建供应链综合基地，并投入自动化生产设备及其他配套设施，扩大公司现有生产规模，大幅度提高产品的生产和供应能力，巩固市场占有率，为公司未来进一步拓展餐饮市场提供持续发展的生产保障。

## 2) 项目建设有助于提高生产效率，提升公司市场竞争力

公司自成立以来，持续对生产设备进行改进改良和研发创新。设备不断的升级迭代提高自动化和智能化水平，减少人工干预，提升生产效率和产品品质。经过长期的设备改造和改良，公司在预处理、调理烧制、包装、杀菌冷冻等生产环节采用自动化多功能分切机、自动化调制烧制设备、FD 速冻和液氮等自动化及智能化设备，已基本实现自动化或半自动化加工生产。未来，随着业务规模的不断壮大，公司的生产规模也将进一步增加，公司的快速发展对生产效率及产品品质提出了更高要求。本次募集资金投资项目实施后，公司将对生产设备进行升级改造，投入更先进的自动化生产设备，降低人工参与比例，有效避免因人为操作而导致的误差，确保产品质量，提升生产效率，满足当下日益增长的市场需求。本次项目的建设将有效保障产品质量的一致性和稳定性，实现产品品质与生产效率的同步提升，进一步提升公司的市场竞争力。

### (2) 项目建设的可行性

#### 1) 成熟工艺、丰富经验及完善制度

食品制造行业具有种类繁多、工艺水平要求高、产品周期短、更新换代快的特点。公司通过多年餐饮行业运作模式的研究及改革，突破传统中式快餐的经营模式，成功建立了中央厨房模式，并不断改善工艺流程，提高生产效率，保障公司产品质量和口味的一致性。同时，公司还建立了严格的管理制度和操作规范，在食材的验收、预处理、调理烧制、包装到杀菌冷冻、入库检验等环节均已形成较为完善的生产质量控制体系，并获得了 ISO2200 食品安全管理体系认证等权威资质认证，实现了原材料、生产及销售的全过程质量控制。成熟的生产工艺、丰富的管理经验以及完善的质量管理体系，为本

次项目的良好实施提供了坚实基础。

## 2) 良好的销售渠道和品牌优势

随着社会经济的不断发展，人们的可支配收入不断提高，餐饮市场需求旺盛，其中连锁餐饮模式因其采购、加工、存储和物流方面的标准化，可有效控制所提供服务和食品的质量，逐渐受到消费群体的热爱。公司抓住连锁餐饮市场的发展趋势，成立了“老娘舅”中式连锁餐饮品牌，主打“江南口味”，并秉承着“低热量、无公害、平衡饮食”的食品理念，坚持为消费者提供“健康、安全、放心”的饮食，并经过多年的发展经营在长三角地区开设了近 400 家终端门店，积累了良好的市场口碑和知名度。目前公司已与多家大型企业建立了长期的良好合作关系，合作对象包括上海铁路局、国家会展中心、浙江商业集团、中粮集团、江苏农垦集团、海天味业、太太乐、万达广场、银泰城、印象城等。

公司现有的渠道和品牌优势，将为本次项目的新增产能消化提供强有力的保障。同时，为巩固目前的市场竞争力，本次募集资金部分将用于渠道建设和品牌推广，有利于进一步加强公司产能消化能力。

## 3、项目投资概算

项目投资包括场地投入、设备投入、基本预备费和铺底流动资金，总投资 30,695.00 万元。其中，建筑工程费 24,939.13 万元，占比 81.25%；设备投入 4,637.87 万元，占比 15.11%；基本预备费 591.54 万元，占比 1.93%；铺底流动资金 526.46 万元，占比 1.72%。具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算			占总投资比例
		T+12	T+24	总计	
一	<b>建设投资</b>	<b>15,083.42</b>	<b>15,085.12</b>	<b>30,168.54</b>	<b>98.28%</b>
1	建筑工程费	14,787.66	10,151.46	24,939.13	81.25%
1.1	工程建设费	11,938.10	7,301.90	19,240.00	62.68%
1.2	配套设施建设费	2,849.56	2,849.56	5,699.13	18.57%
2	设备投入	-	4,637.87	4,637.87	15.11%
3	基本预备费	295.75	295.79	591.54	1.93%
二	<b>铺底流动资金</b>	-	<b>526.46</b>	<b>526.46</b>	<b>1.72%</b>
三	<b>项目投资总额</b>	<b>15,083.42</b>	<b>15,611.58</b>	<b>30,695.00</b>	<b>100.00%</b>



### (1) 建筑工程费

本项目新增厂房及配套设施共计建筑面积 89,225 平方米左右，建设内容主要包括生产车间、原料仓库、成品库及相关配套设施等，投资总额 24,939.13 万元。其中，生产车间、原料仓库及成品库等工程建设费 19,240.00 万元，空调、电梯、照明等设备安装工程、电力供应及配套设施等配套设施建设费 5,699.13 万元。

### (2) 设备投入

本项目新增设备投入 4,637.87 万元，包括鱼制品车间、预制调理车间、米面制品车间、复合酱料生产车间等使用的生产办公设备及配套设施。具体构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资总额
1	生产设备及相关设施	4,529.87
1.1	鱼制品车间	1,037.60
1.2	预制调理车间	1,683.40
1.3	米面制品车间	387.30
1.4	复合酱料生产车间	37.30
1.5	其他设备设施（冷库、污水、空压机等）	1,384.27
2	办公设备及其他	108.00
<b>合计</b>		<b>4,637.87</b>

### (3) 基本预备费

基本预备费以建筑工程费及设备投入合计金额的百分之二计算。

### (4) 铺底流动资金

流动资金估算采用分项详细估算法，按建设项目投产后流动资产和流动负债各项构成分别详细估算，本项目铺底流动资金为 526.46 万元。

## 4、项目实施进度

本项目计划建设期 24 个月，计划分六个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步规划及设计、房屋建筑及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目的装修施工与设备安装将按照国家的专业技术规范和标准执行，项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24

阶段/时间（月）	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究												
初步规划、设计												
房屋建筑及装修												
设备采购及安装												
人员招聘及培训												
试运营												

注：T为募集资金到位日。

## 5、环境保护情况

主要污染源和污染物可分为施工期污染源和污染物以及运营期污染源和污染物。其中，施工期产生的污染物主要为建设装修过程中产生的噪声、废弃物及废水等。公司将严格落实施工期污染防治措施，按照国家及项目实施所在地的相关规定，通过建筑材料封闭运输、设置沉淀池、分类收集固体废物、合理安排施工时间以及制定并落实严格施工作业制度等方式，减少对周边环境的不利影响。

运营期产生的污染物主要为生产过程中产生的油烟废气及天然气燃烧废气、生产废水及生活污水、设备噪声以及食品残渣等固体废弃物。公司将通过油烟收集系统及净化装置、自建“SBR 臭氧”工艺循环水池及污水处理站、委托相应处理回收公司处置等方式，减少对周边环境的不利影响。

## 6、项目选址

项目选址为安徽省宁国市。项目计划用地 63,000 m<sup>2</sup>，截至本招股说明书签署日，实施主体安徽恒满已就相关土地取得证号为“皖（2022）宁国市不动产权第 0009684 号”和“皖（2023）宁国市不动产权第 0001401 号”的不动产权证书。

## 7、项目经济效益分析

项目总投资为 30,695.00 万元，项目达产后年均营业收入 131,562.46 万元，项目投资财务内部收益率（税后）为 19.30%，项目投资回收期（税后，含建设期）为 7.34 年。

（1）项目效益分析各项指标的确定依据及计算过程

### 1) 营业收入

项目营业收入根据历史经营数据及未来预期，并区分不同餐品进行预估，包括冷冻鱼片、狮子头、板栗焖鸡等主菜类食材，雪菜毛豆肉丝等辅菜类食材，原味鸡汤、罗宋汤等汤品类食材，葱香油等复合调料，冰镇红豆汤等甜品类食材以及千张包等小吃类食材。其中，满负荷生产状态下主菜类收入为 109,896.36 万元/年、辅菜类收入为 6,804.16 万元/年、汤品类收入为 7,709.42 万元/年、复合调料类收入为 1,685.08 万元/年、甜品类收入为 2,492.50 万元/年、小吃类收入为 2,974.94 万元/年，合计收入 131,562.46 万元/年。

## 2) 税金

普通增值税进销项税率为 13%，部分原材料、水费、蒸汽费、天然气增值税税率为 9%，城市维护建设费和教育经费附加分别为 7%和 5%，项目满负荷生产状态下税金及附加金额为 887.18 万元/年。

## 3) 成本费用

成本费用包括生产成本、管理费用及销售费用，项目满负荷生产状态下的生产成本、管理费用和销售费用分别为 115,186.10 万元/年、2,186.51 万元/年和 657.81 万元/年。

(2) 项目效益分析与现有市场容量、公司产品需求度、公司现有技术水平相匹配，符合谨慎性原则

本项目产能主要用于满足公司现有及未来门店的餐品需求，效益分析的现有市场容量及产品需求度取决于公司未来门店开拓情况。本项目效益分析时预估公司未来 3 年门店数量将由 2021 年末的 388 家增长至 2024 年末的 708 家，未来 3 年合计新增门店 320 家；同时考虑了部分外购产品和委外加工产品将在本项目达产后实现自产。鉴于公司当前门店数量少于可比公司老乡鸡、乡村基等千家门店规模，公司还存在较大的门店拓展空间。同时，本项目使用的相关技术为公司现有成熟技术，与公司现有技术水平相匹配。

此外，本项目产能主要用于满足公司现有及未来门店的餐品需求，效益分析系根据门店扩张速度预估产能利用率，并报告期内实际经营情况预估单位产品售价。本项目效益分析采用的单店募投项目相关食材耗用金额为 65 万元/年左右，报告期内实际单店募投项目相关食材耗用金额为 62 万元/年左右，二者不存在较大差异。

综上所述，本项目效益分析与现有市场容量、公司产品需求度、公司现有技术水平相匹配，符合谨慎性原则。

### （三）信息化系统升级项目

#### 1、项目概况及建设方案

公司拟招募优秀的信息行业人才，并在现有业务中台、数据中台及技术中台系统的基础上，开发增设库存同步、在线服务、深度 BI 设计开发、RPA 机器人业务自动化系统模块等功能模块，并进一步优化升级现有信息化系统，推进完善中台系统的建设，为公司的发展壮大打造一套适应力强，创新力强，产业链条全覆盖的信息化系统，不断迭代系统及软件产品功能，提升公司核心竞争力。

本项目实施主体是老娘舅餐饮股份有限公司，建设期 24 个月，项目投资总额为 4,447.80 万元。项目建设完成后，公司业务流程管理将进一步完善，进一步打通公司各部门信息交互的壁垒，实现各部门和岗位之间工作的协同运作，提高集团运营效率；及时有效地对客户意见和数据进行整合分析，为公司的管理决策的制定提供精准支持，提高营销效率。同时，本项目的建设将进一步优化公司产品追溯处理流程，健全完善食品安全体系，在各个经营环节建立更有力的管理和监督。

#### 2、项目必要性与可行性

##### （1）项目建设的必要性

##### 1) 项目建设有利于优化信息系统流程，提高运营管理效率

信息化是企业经营管理的一种手段，良好的信息系统可以对业务过程与经营决策起到重要的辅助作用，实现公司集约化与效益化管理的总体目标。公司成立以来，始终高度重视信息化系统的建设，建设与公司经营管理相匹配的信息管理系统。经过多年的信息化建设与升级改进，公司已构建了前端销售系统、SAP 业务中台、自主数据技术中台、门店营运 BOH、供应链与研发体系、人力资源体系、协同办公体系、财务共享平台等一系列信息化系统管理平台，在公司业务经营的主要环节实现了信息化及智能化。随着公司发展战略的实施和开展，公司的终端门店数量与销售规模将进一步增长，信息化系统便捷、高效的功能需要将进一步增加。为了进一步提高公司的经营管理效率及终端门店运营的标准化程度，公司需要增加在信息化建设方面的投入，通过不断优化现有的业务中台、数据中台及技术中台，打通经营决策平台与门店消费者、大客户、供应商、物流配送等之间的信息接口，实现数据及时共享，进一步提高决策的效率与准确性。本次募集资金投资项目中，公司将对现有的业务中台、数据中台及技术中台进行升级改造，

开发增设库存同步、在线服务、深度 BI 设计开发、RPA 机器人业务自动化系统模块等业务功能模块，进一步打通公司各部门信息交互的壁垒，实现各部门和岗位之间工作的协同运作，提高集团运营效率，提升数据共享的便捷性，为公司管理层业务决策提供更直观细致的支持。

## 2) 项目建设有利于建立完善的可追溯平台，保障食品安全

食品安全关系着广大人民群众身体健康安全，是重大的民生工程，食品安全也是企业长久发展的重要保障。公司自成立以来，高度重视食品安全管理，已建立了必要的食品追溯平台，通过信息管理系统对采购、物流、生产、销售等环节严格管理，保障了公司产品的安全。随着业务规模的增加，公司的供应商数量将进一步增加，物流、库管等环节的管理压力也将不断增加，因此公司有必要通过本次募集资金投资项目的建设，优化公司产品追溯处理流程，进一步健全完善食品安全体系，在各个经营环节实施更有力的管理和监督。

## 3) 项目建设有利于公司实施精准营销提供数据支持，提高营销效率

公司作为一家连锁餐饮企业，直接面对的客户对象是广大消费者。及时、快速地接收到消费者的建议和反馈，并据此对产品类型、营销理念进行调整是公司保持竞争优势的重要条件。近些年，大数据、云计算、物联网等技术相继出现，建立个性化的顾客沟通体系、接收消费者的反馈和意见已经越来越便捷、高效和全面。如今，各大零售服务企业已逐渐意识到通过信息技术手段建立精准营销管理平台，提高营销效率，并为管理决策提供支持的重要。因此，公司拟通过本次募集资金投资项目的建设，对现有的 CRM 会员管理、营销管理平台、企微营销运营平台等信息化系统进行升级改造，并构建更深度的门店管理、营销管理、稽查巡查管理平台等，进一步打通终端门店、营销管理、生产计划等与中台系统的数据链条，实现意见反馈、数据收集和信息的及时共享，并对有效数据和信息进行整合和分析，为公司的管理决策的制定提供精准支持，提高营销效率，从而提升公司市场竞争力。

## (2) 项目建设的可行性

### 1) 符合国家产业政策

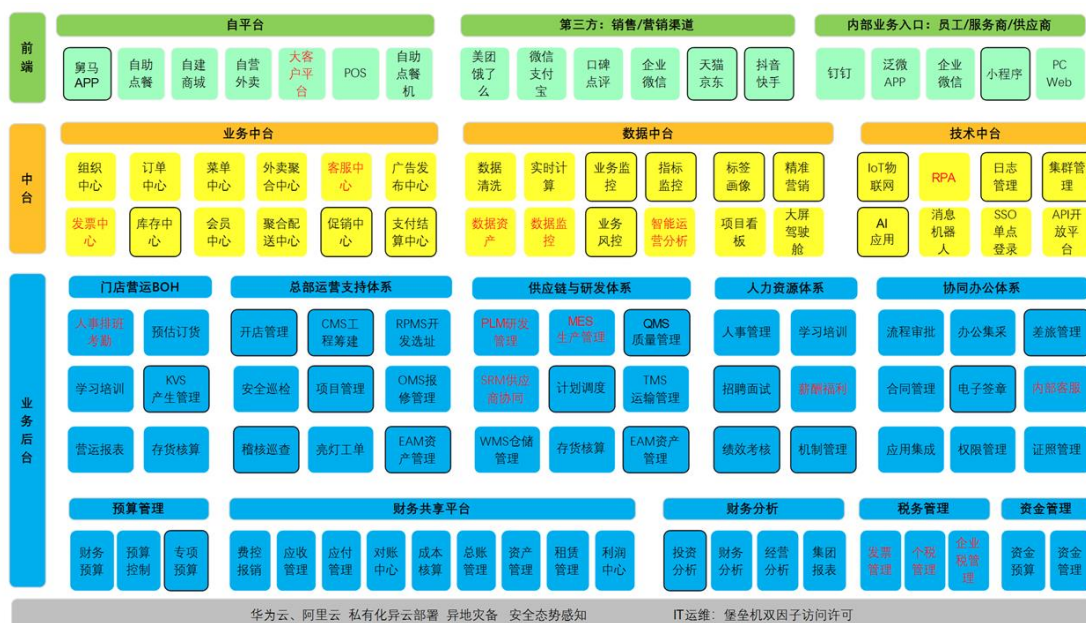
在全球经济一体化的格局之下，信息技术成为了公司的重要竞争力，越来越多的公司意识到信息化建设在生产经营过程中的重要性。同时，为加快推进餐饮信息化体系建

设，国家陆续出台了一系列政策和法规，鼓励企业积极应用信息化技术提升整体运营效率，提升自身实力。2015 年国务院发布《中国制造 2025》，推进信息化与工业化深度融合；2017 年国家发展改革委、工业和信息化部联合发布《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，推进食品业“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；2020 年商务部等 12 部门联合印发《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》，鼓励各地因地制宜开展线上线下餐饮促销活动，鼓励餐饮企业丰富提升餐品，加快创新经营模式，加强与网络平台合作，推动“互联网+餐饮”发展。因此，公司本次募集资金投资项目符合国家政策和行业导向，契合国家支持企业现代化、数字化发展的长期目标，相关产业政策的出台为本项目营造了良好的发展环境。

2) 丰富的信息化系统实践经验和完善的人才引进及培育制度

公司成立以来，始终高度重视信息化系统的建设。经过多年的信息化建设与升级改进，公司已构建业务中台、数据中台和技术中台三大中台系统，并在其上搭建了订单中心模块、菜单管理模块、数仓存储模块、数据清洗模块、实时计算模块、BI 智能数据分析模块等相应功能模块，进一步提高公司总部及终端门店在生产经营过程中的信息化、智能化及标准化程度。

老娘舅信息化系统架构图



注：无边框黑色字体模块为公司已搭建的功能模块，无边框红色字体模块为公司正在搭建的功能模块

块，带边框黑色字体模块为公司未来拟搭建的功能模块。

公司在长期不断的更新和完善信息化系统的过程中积累了丰富的项目管理、软件设计、系统维护等方面的运营管理经验，对各部门、各业务流程的信息化建设现状和需求认识深刻，充分了解公司信息化系统改进的方向和所需的设备及技术。同时，针对未来业务发展规划目标，公司已经建立了与之相配套的信息化人才引进及培养体系，通过不断引进信息化领域的专业人员并实施配套培养，提高公司信息化团队实力，营造以人为本的管理环境，形成人才的良性循环从而保证公司整体战略的有序推行。丰富的信息化系统实践经验、完善的人才引进及培育制度为本项目的实施奠定了坚实基础。

### 3、项目投资概算

项目投资包括设备投入、软件投入、基本预备费和实施费用，总投资 4,447.80 万元，其中，设备投入 1,000.00 万元，占比 22.48%；软件投入 2,810.00 万元，占比 63.18%；基本预备费 190.50 万元，占比 4.28%；实施费用 447.30 万元，占比 10.06%。具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算			占募集资金比例
		T+12	T+24	总计	
一	<b>建设投资</b>	<b>2,147.25</b>	<b>1,853.25</b>	<b>4,000.50</b>	<b>89.94%</b>
1	设备投入	535.00	465.00	1,000.00	22.48%
2	软件投入	1,510.00	1,300.00	2,810.00	63.18%
3	基本预备费	102.25	88.25	190.50	4.28%
二	<b>实施费用</b>	<b>108.50</b>	<b>338.80</b>	<b>447.30</b>	<b>10.06%</b>
1	人员工资	108.50	338.80	447.30	10.06%
<b>项目投资总额</b>		<b>2,255.75</b>	<b>2,192.05</b>	<b>4,447.80</b>	<b>100.00%</b>

#### (1) 设备投入

本项目设备投入包括大数据服务中心、网络机房、监控机房及公有云平台投入，合计金额 1,000.00 万元。

#### (2) 软件投入

本项目软件投入包括升级软件和购置软件，涵盖前端、业务中台、数据中台、门店营运 BOH、供应链与研发体系、技术中台等各个环节，合计金额 2,810.00 万元。

#### (3) 基本预备费

基本预备费以设备投入及软件投入金额合计的百分之五计算。

#### (4) 实施费用

实施费用主要为人员工资投入，合计金额为 447.30 万元。

#### 4、项目实施进度

本项目计划建设期 24 个月，计划分五个阶段实施完成，包括可行性研究、初步规划与设计、软硬件购置及安装、人员招聘及培训、系统升级与开发。项目的装修施工与设备安装将按照国家的专业技术规范和标准执行，项目建设进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究	■											
初步规划与设计	■											
软硬件购置及安装		■	■	■	■	■	■	■	■	■		
人员招聘及培训			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
系统升级与开发			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

注：T 为募集资金到位日。

#### 5、环境保护情况

本项目为信息化系统升级项目，不涉及环境污染源及污染物。

#### 6、项目选址

项目选址为浙江省湖州市。

#### 7、项目经济效益分析

项目不直接产生经济效益，其效益将从提升运营及营销效率、提高管理决策精准性等方面间接体现。

#### (四) 品牌推广项目

##### 1、项目概况及建设方案

公司拟通过线上线下媒体宣传推广及客户服务活动等多种方式，全方位提升公司品牌的社会影响力。本项目的实施主体是老娘舅餐饮股份有限公司，建设期 36 个月，项目投资总额为 5,980.00 万元。项目建成后，将进一步丰富公司品牌宣传渠道，提升公司



品牌知名度和社会影响力，有效满足公司业务拓展需求。

## 2、项目必要性与可行性

### （1）项目建设的必要性

随着餐饮企业队伍的逐渐壮大和企业竞争的日益激烈，公司有必要通过品牌宣传推广树立良好的品牌形象，促进消费者充分了解公司从原材料采购到门店销售全流程的高品质要求，提高消费者的用餐意愿以及对餐品质量的放心程度，通过传递品牌核心价值，在消费者群体中建立品牌影响力。因此，通过持续地进行广告宣传、开展门店活动等方式促进市场销售对巩固和提升公司品牌影响力和市场地位具有长远的战略意义。

### （2）项目建设的可行性

#### 1) 具备丰富的品牌推广经验

自成立以来，公司在品牌渠道建设方面持续投入，已分别通过线上 APP、小程序、订阅号等渠道推送推广，线下传统广告媒介渠道进行品牌宣传，以及开展门店促销等各类形式对公司品牌进行多元化的广告投放和品牌推广宣传，很大程度上提升了公司品牌的知名度和社会影响力，拉近了品牌与顾客之间的距离，有效满足公司业务发展需求。同时，公司紧跟时代潮流，打造了“老娘舅”的品牌 IP 形象，通过 IP 形象传递“回舅舅家吃饭”的体验感，给消费者留下深刻的品牌记忆点，在连锁餐饮行业内迅速建立起具有代表性的品牌标识，实现公司品牌的差异化市场定位。同时，公司还通过积极参与各类公益活动等方式，增加公司品牌和产品的曝光度。公司已与上海铁路局、国家会展中心、浙江商业集团、中粮集团、江苏农垦集团、海天味业、太太乐、万达广场、银泰城、印象城等建立合作关系。高效且精准的渠道投放，不仅促进了公司的业绩增长，还推动“老娘舅”的品牌知名度和美誉度不断提升。

公司多年的品牌推广和渠道建设经验、丰富的合作渠道、完善的市场推广机制为本项目的顺利实施提供了有效保障。

#### 2) 高品质的产品及服务

“老娘舅”品牌之所以能够被消费者认可，与公司高度重视产品质量密切相关。公司一直秉承“低热量、无公害、平衡饮食”的食品理念，经历层层筛选，与质量较高且稳定的食材供应商达成合作，不断推进统一养殖管理、统一收割仓储、统一物流配送

的完整供应链建设。高质量的食材源头保障餐品健康安全，标准化生产保证餐食的口感稳定，独创的保温防漏外卖打包盒以及高效的顺丰同城专送，确保配送及时和餐品卫生安全。同时，公司的营销团队通过深入市场进行调研，对客户需求进行准确定位，有针对性地改良和更新餐品，满足客户的口味需求。除此之外，高质量的服务也是公司树立品牌形象的基础。公司会定期组织门店内部员工的培训和交流，促进各个岗位的工作人员相互协同，取长补短，进而提高门店的工作效率和服务质量。

始于品质，重于服务，忠于品牌。公司对食材品质的严格管控，门店服务质量的较高要求和客户需求的精准把握，体现出公司对主营业务的专注，为公司赢得市场的认可并形成稳固的消费群体提供保障，也将为本项目的顺利实施奠定基础。

### 3、项目投资概算

项目投资包括品牌媒介投资及品牌形象打造投资，总投资 5,980.00 万元，其中，品牌媒介投资 4,800.00 万元，占比 80.27%；品牌形象打造投资为 1,180 万元，占比 19.73%。具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占募集资金比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
一	品牌媒介投资	1,220.00	1,600.00	1,980.00	4,800.00	80.27%
二	品牌形象打造投资	320.00	380.00	480.00	1,180.00	19.73%
<b>项目投资总额</b>		<b>1,540.00</b>	<b>1,980.00</b>	<b>2,460.00</b>	<b>5,980.00</b>	<b>100.00%</b>

品牌媒介投资主要包括电台广告、电视广告、外卖平台线上推广等，品牌形象打造主要包括广告设计及客户服务活动等相关费用。

### 4、环境保护情况

本项目为品牌推广项目，不涉及环境污染源及污染物。

### 5、项目经济效益分析

项目不直接产生经济效益，其效益将从提升品牌知名度、提高营销效率等方面间接体现。

### 三、募集资金投资项目可行性分析意见

#### (一) 董事会对募集资金投资项目可行性分析意见

公司董事会认为：本次募集资金投资项目符合国家产业规划和政策导向，与公司现有生产经营规模、技术水平、财务状况和管理能力等相匹配，投资项目市场前景和盈利能力较好，有利于公司扩充产品产能，提升营运能力，增强公司核心竞争力。

#### (二) 募集资金数额和投资项目与公司主营业务、生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应情况

本次募集资金投资金额合计 83,198.48 万元，其中连锁门店建设项目募集资金投资金额 42,075.68 万元、供应链综合基地建设项目募集资金投资金额 30,695.00 万元、信息化系统升级项目募集资金投资金额 4,447.80 万元、品牌推广项目募集资金投资金额 5,980.00 万元。若实际募集资金量不能满足拟投资项目资金需求，公司将通过自筹资金方式解决资金需求。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，履行法定程序后适当使用。

##### (1) 连锁门店建设项目

连锁门店建设项目将在未来 3 年共计新增门店 260 家并升级改造门店 25 家，新增门店数量占报告期末公司门店数量的 66.50%，年均新增门店 86 家左右，与 2020 年及 2021 年公司年均新增门店 65 家左右的扩张速度较为接近，与公司现有生产经营规模及财务状况相匹配，不存在门店扩张速度过快的情形；公司在 20 余年的经营过程中已积累了新增门店所需的相关技术、人才储备及管理能力，相关技术水平、管理能力等与公司相适应。

同时，公司主要通过连锁门店触达终端消费者，门店扩张将推动公司业绩增长，巩固市场地位，进一步提升公司品牌知名度。因此，项目的建设具备必要性，符合成本效益原则。

##### (2) 供应链综合基地建设项目

供应链综合基地建设项目根据未来门店扩张速度及单店需求，计划新增产能 49,994 吨/年，相关新增产能将主要用于满足公司现有及未来门店的餐品需求。鉴于公司当前门店数量少于可比公司老乡鸡、乡村基等千家门店规模，公司还存在较大的门店拓展空

间，产能扩张速度与公司现有生产经营规模、财务状况相匹配，项目使用的相关技术及管理能力与公司现有技术及管理不存在重大差异，技术水平和管理能力与公司相适应。

报告期内，公司主要生产场所湖州恒溢和湖州恒满的产能利用率分别在 90% 和 75% 左右，主要系公司门店所需食材来源渠道包括自主生产及外购直配（含委外生产）两大类，且由于自产产能较小的因素以直接外购为主。报告期内，公司外购直配（含委外生产）的食材占比在 70% 以上，公司拟在供应链综合基地建设项目完成建设后将部分直接外购的食材转为自主生产。

供应链综合基地建设项目的实施，一方面有助于扩大公司产能、为公司持续发展提供生产保障，另一方面有助于提高生产效率、提升公司市场竞争力，项目建设具备必要性。同时，将部分直接外购食材转为自主生产，不仅能够保障食材供应的稳定性，更能进一步保障食材品质。公司以提供稳定一致、优质安全的餐饮食品为核心，在 20 余年的经营过程中始终坚持原材料的严格筛选品控，确保原材料安全纯正、菜肴优质卫生。因此，通过将部分直接外购的食材转为自主生产，符合公司一以贯之的经营理念，符合成本效益原则。

综上所述，供应链综合基地建设项目的产能规划一方面需满足公司现有及未来新增门店的餐品需求，另一方面将满足公司将部分直接外购食材转为自主生产的产能需求，产能规划与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，项目建设具有必要性，符合成本效益原则。

### （3）信息化系统升级项目及品牌推广项目

信息化系统升级项目及品牌推广项目将分别提高公司经营管理效率及提升公司产品影响力，增强公司的持续经营能力及运营效率，扩大公司业务规模。相关项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力系等相适应。

信息化系统升级项目的建设有利于优化信息系统流程、提高运营管理效率，有利于建立完善的可追溯平台、保障食品安全，有利于公司实施精准营销提供数据支持、提高营销效率，项目建设具备必要性；虽然项目建设不直接产生经济效益，但将通过提升运营及营销效率、提高管理决策精准性等方面增强公司市场竞争力，符合成本效益原则。

品牌推广项目的建设将通过品牌宣传推广树立良好的品牌形象，促进消费者充分了

解公司从原材料采购到门店销售全流程的高品质要求，提高消费者的用餐意愿以及对餐品质的放心程度，通过传递品牌核心价值，在消费者群体中建立品牌影响力，项目建设具备必要性；虽然项目建设不直接产生经济效益，但将通过提升品牌知名度、提高营销效率等巩固公司核心竞争力，符合成本效益原则。

## 四、募集资金运用对发行人财务状况和经营成果的影响

### （一）本次募集资金投资项目对公司财务状况的影响

募集资金的到位将进一步增加公司净资产，在负债没有增加的情况下，降低公司资产负债率，提高公司提高融资能力，解决业务扩张时遇到的资金难题，进一步增强公司抗风险能力。

本次募集资金投资项目达产需要 24-36 个月左右的建设时间，公司的盈利能力在项目在建设过程中将由于募投项目的前期资金投入受到一定程度的影响，股东即期回报将被摊薄；项目建成后，公司连锁门店建设、供应链综合基地建设、信息化系统升级以及品牌推广带来的渠道扩张、产能提升、管理效率提升及品牌效应加强，将帮助公司有效降低生产营运成本，增强公司盈利能力，提升公司净资产收益率。

### （二）本次募集资金投资项目对公司经营成果的影响

本次募集的资金将全部用于围绕公司主营业务开展的募集资金投资项目的建设。项目建成后，公司经营模式不会发生重大变化，门店规模、生产规模、运营管理能力、研发能力及资金实力将进一步提升。

## 五、未来发展规划

### （一）战略规划

自成立以来，公司聚焦发展中式连锁快餐行业，以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，从原材料溯原筛选出发，到中央厨房的标准化生产，再到终端门店的简易化操作，实现产业链的整合连通，为大众消费者提供以江南口味为特征、米饭套餐为代表、兼顾多元美食餐品的“老娘舅”品牌新中式餐饮服务。

未来，公司将继续坚持以米饭为代表的高品质食材及标准化运营，通过持续的门店开拓、产品创新与工艺改良，致力于成为现代化中式快餐第一品牌。公司将以长三角地区为立足点，走向全国，坚持“米饭要讲究，就吃老娘舅”的品牌定位，在提升门店布

局的深度与广度的同时，配套提升公司的餐饮配送服务体系，致力于实现从区域领导品牌向全国领先品牌进军的经营目标。此外，公司将充分利用本次发行募集的资金和自有资金，通过供应链综合基地建设等项目的建设及实施，建设省级、市级等多层次城市区域供应中心，在确保“原料安全纯正、菜肴稳定地道”的同时，提高终端门店的标准化、可复制性及快捷化程度。

## （二）报告期内实施效果及未来规划措施

报告期内，公司围绕发展战略积极布局，坚持“米饭要讲究，就吃老娘舅”的品牌定位，在长三角地区共计拥有门店 391 家，建立了标准化、可复制性强及便捷化程度高的终端门店经营模式。在未来，公司将以终端门店开拓和标准化供应链建设为核心，专注于发展新中式连锁快餐的主营业务。为了实现发展目标，公司将实施下列各项业务发展规划：

### 1、终端门店开拓计划

自开设第一家现代中式餐饮门店以来，公司始终致力于为广大顾客提供“原料安全纯正、菜肴稳定地道”的高品质标准餐饮服务。经过十余年发展，截至报告期末公司共有 368 家直营门店与 23 家加盟门店，门店涵盖江浙沪皖四省十六市。

未来，公司将进一步提升门店布局的深度与广度，以长三角地区为立足点，向全国地区开拓终端门店。在未来三年，公司拟利用募集资金和自有资金新建约 300 家直营门店，在已有门店覆盖的城市进一步精细布局，在新城市通过严格的门店选址规划与论证开拓市场，并同步配套提升公司的餐饮配送服务体系，拓宽终端门店覆盖范围。

同时，公司将进一步完善总部、区域与门店的多层管理体系，加强以客户为中心的营销管理，完善对门店绩效的考核及提升制度。在终端门店环节，公司推行神秘顾客制度，在社会招募试吃顾客，就产品口味、服务质量、门店环境等方面对门店进行打分，以帮助公司更好地提升自身服务水平。

### 2、供应链建设计划

公司通过“中央厨房标准化生产，终端门店简易化操作”模式提高终端门店的标准化、可复制性及快捷化。随着公司业务规模的增长，终端门店数量快速增加且覆盖范围迅速扩大，公司中央厨房的产能提升及配送体系的持续完善迫在眉睫。

未来三年，公司将致力于增加产品产能，提高自动化及智能化程度，提升产品品质及生产效率，建设完善省市两级物流配送体系。其中，公司将充分利用募集资金实施供应链综合基地建设项目，扩大公司现有生产规模，提高生产设备自动化及智能化程度，实现产品品质稳定性及生产效率的同步提升。同时，公司将利用自有资金配套建设省级、市级物流配送体系，完善省市两级物流配送的整体布局，以“中央厨房标准化生产、省市两级物流及时配送”的方式，进一步降低终端门店操作的复杂程度，提高终端门店的标准化、可复制性及快捷化。

### 3、品牌建设计划

随着餐饮行业参与者不断增加，企业竞争日益激烈，公司需通过品牌宣传推广树立良好的品牌形象，通过传递品牌核心价值，在消费者群体中建立品牌影响力。公司作为杭州 G20 峰会、上海世博会以及浙江省第十六届运动会等大型活动的餐饮指定供应商，获得由中国烹饪协会等主办评选的“2017 年度中国餐饮业十大快餐品牌”以及上海市总工会授予的“工人先锋号”等荣誉，并在包括肯德基、麦当劳等国际品牌在内的中国烹饪协会“2018 年度中国快餐企业 70 强”和“2019 年度中国快餐企业 50 强”榜单中位列前二十名，及先后被红餐网等行业第三方机构评选为“2020 中国中式快餐十大品牌”以及“2021 中国中式快餐十大品牌”。

未来，公司将进一步加大品牌建设力度，以“原料安全纯正、菜肴稳定地道”的高品质餐品为立足点，通过线下线上多种渠道进行品牌推广，包括加强交通枢纽及核心商圈的广告投放力度、积极为国内外大型知名活动供应餐品、加大抖音及小红书等新媒体渠道开拓力度等措施，进一步提高公司品牌的市场知名度及认可度。

### 4、产品开发及优化计划

丰富的餐品种类及受消费者喜爱的餐品口味是开拓新客户及提高老客户复购率的重点。未来，为满足不同地域、不同时期的顾客用餐需求，公司将以“江南特色”、“家常特色”及“老娘舅属性”为品牌理念，通过“全新餐品不断推出、现有餐品持续优化”两个维度对公司餐品进行开发及优化，保持并提升公司餐品的竞争力与受欢迎程度。其中，对于全新餐品，公司将围绕食材适用性、工艺标准化、市场欢迎度等多方面进行综合考量，致力于推出适销对路的标准化餐品；对于现有餐品，公司将持续进行市场调研，不断根据市场口味的变化，调整不同时段的餐品名单，保障公司餐品的受欢迎度。

## 5、人力资源发展计划

标准化及快捷化的终端门店模式为公司快速扩张奠定了坚实基础,但也对公司总部及终端门店的管理人才储备提出了更高的要求。未来,公司将坚持“以人为本”的人力资源管理理念,结合实际情况持续优化岗位设置及人员配置,平衡内部人才培养提拔及外部人才招聘引进,强化系统培训并提高员工综合素质,建立长效激励机制并完善晋升渠道,激发员工主观能动性。



## 第八节 公司治理与独立性

### 一、发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司自整体变更为股份公司以来，已根据《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委员会等董事会下属委员会。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。

报告期内，公司治理不存在重大缺陷。

### 二、发行人内部控制的评估

#### （一）公司管理层的自我评估意见

公司已经建立了财务报告内部控制体系，制定了一系列管理制度，并且在公司相关经营活动环节落实这些制度。公司业已对于 2022 年 6 月 30 日与财务报告内部控制设计的合理性进行了评价。基于前述评价，公司确认于 2022 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

#### （二）注册会计师的鉴证意见

普华永道会计师就公司内部控制出具的“普华永道中天特审字（2022）第 4527 号”《老娘舅餐饮股份有限公司截至 2022 年 6 月 30 日止的内部控制审核报告》认为：老娘舅于 2022 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

经核查，普华永道会计师认为：报告期内，公司内部控制制度的设计及运行健全有效，公司在采购、付款、销售、收款及资金管理等环节所采取的内控措施合理，执行有效，申报报表和原始报表存在的差异原因具有合理性。

### 三、发行人报告期内的违法违规情况

公司报告期内违法违规情况详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“九、餐饮业务信息”之“（三）发行人食品安全卫生情况”之“2、发行人及各直营店报告期内在食品安全、卫生、环保、消防等方面受到相关部门处罚的情况”。

### 四、发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用及担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

### 五、发行人独立经营情况

自设立以来，公司按照《公司法》和《公司章程》的有关规定规范运作，建立健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立持续经营的能力。

#### （一）资产完整方面

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统。

#### （二）人员独立方面

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。

#### （三）财务独立方面

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分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

#### （四）机构独立方面

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

#### （五）业务独立方面

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不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

#### （六）其他方面

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；公司的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近三年实际控制人没有发生变更。

公司不存在主要资产、核心技术、商标有重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

## 六、同业竞争

### （一）关于同业竞争情况的说明

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的除公司及其子公司以外的其他企业共 6 家，分别为湖州市织里天鹏电脑刺绣厂、湖州恒爱投资咨询合伙企业（有限合伙）、湖州恒果投资咨询合伙企业（有限合伙）、恒创合伙、小外甥合伙和童子合伙。其中，湖州市织里天鹏电脑刺绣厂、湖州恒爱投资咨询合伙企业（有限合伙）和湖州恒果投资咨询合伙企业（有限合伙）均无业务经营，恒创合伙、小外甥合伙和童子合伙为公司股东，除投资公司外，无其他经营业务和对外投资。

除上述情况外，公司控股股东、实际控制人未控制其他企业，不存在与公司从事相同或相似业务的情况，不存在同业竞争。

公司具有独立的研发、生产、采购、销售业务体系，独立签署各项与生产经营有关的合同，独立开展各项生产经营活动，公司采购销售渠道、客户和供应商均独立于公司控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的关联企业，相关关联企业不存在为

公司代垫成本和费用的情形，亦不存在利益输送的情形。

## （二）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、实际控制人已作出关于避免同业竞争的承诺，具体内容参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六：相关承诺事项”之“（九）关于避免同业竞争的承诺”。

## 七、关联方及关联交易

### （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——关联方披露》等法律、法规及规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司关联方及关联关系情况如下：

#### 1、控股股东、实际控制人以及持有公司 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人以及持有公司 5%以上股份的股东如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	杨国民	公司控股股东、实际控制人，持有公司 5%以上股份的股东
2	杨峻琿	公司实际控制人，持有公司 5%以上股份的股东
3	劲邦投资	持有公司 5%以上股份的股东
4	蒋建琪	持有公司 5%以上股份的股东
5	潘培康	持有公司 5%以上股份的股东
6	胡嘉怡	持有公司 5%以上股份的股东

#### 2、子公司

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 17 家全资子公司、2 家控股子公司，具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人子公司及参股公司情况”之“（一）重要子公司情况”及“（二）其他子公司情况”相关内容。

此外，公司报告期内存在一家已注销的子公司湖州杨大，具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人子公司及参股公司情况”之“（四）报告期期初至今注销的控股子公司情况”相关内容。

#### 3、合营企业及联营企业

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 1 家联营企业浙江盈通，无合营企业，浙江盈通的具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人子公司及参股公司情况”之“（三）参股公司情况”相关内容。

#### 4、董事、监事、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员如下：

序号	姓名	任职
1	杨国民	董事长、总经理
2	杨峻琿	副董事长、副总经理
3	陈轶	董事
4	蒋建琪	董事
5	龚觉非	董事
6	徐文辉	董事
7	杜晗	独立董事
8	顾敏旻	独立董事
9	张谦	独立董事
10	孙顺喜	监事会主席
11	杜萌	监事
12	邱水莉	监事
13	吴剑霖	副总经理
14	周光斌	副总经理、董事会秘书、财务负责人

此外，公司原董事吴志伟于 2019 年 4 月离任；原董事潘培康于 2021 年 10 月辞任董事职务；原独立董事葛炳法于 2022 年 2 月辞任独立董事职务；原监事郑继芳于 2020 年 8 月离任；原监事封鹏辉于 2020 年 11 月离任。

#### 5、其他关联自然人

除前述关联自然人外，与持有公司 5%以上股份的自然人、公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员亦为公司关联自然人。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。其中，张经景为公司实际控制人杨国民的配偶，胡建良、颜蒙分别为持有公司 5%以上股份的自然人股东胡嘉怡的父母。

#### 6、其他关联企业

## (1) 关联自然人控制的除公司及其控股子公司以外的企业

## 1) 控股股东、实际控制人以及持有公司 5% 以上股份的自然人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人以及持有公司 5% 以上股份的自然人控制的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	湖州市织里天鹏电脑刺绣厂	控股股东、实际控制人杨国民控制的企业
2	湖州恒爱投资咨询合伙企业（有限合伙）	实际控制人杨峻琿控制的企业
3	湖州恒果投资咨询合伙企业（有限合伙）	实际控制人杨峻琿控制的企业
4	恒创合伙	实际控制人杨峻琿控制的企业
5	小外甥合伙	实际控制人杨峻琿控制的企业
6	童子合伙	实际控制人杨峻琿控制的企业
7	香飘飘食品股份有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪控制的企业
8	杭州志周合道企业管理合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪及其配偶陆家华共同控制的企业

此外，控股股东、实际控制人以及持有公司 5% 以上股份的自然人报告期内曾经控制的主要企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	杭州市滨江区易蓝贸易商行	实际控制人杨峻琿设立的个体工商户，已于 2020 年 4 月注销
2	福建大田道合商贸合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪及其配偶陆家华共同控制的企业，已于 2022 年 6 月注销
3	福建大田志合商贸合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪及其配偶陆家华共同控制的企业，已于 2022 年 6 月注销

## 2) 董事、监事、高级管理人员控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除前述企业外，公司董事、监事、高级管理人员控制的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	Commqua Holding Co. Ltd.	公司董事徐文辉控制的企业
2	三亚红树林投资合伙企业（有限合伙）	公司董事徐文辉控制的企业
3	广西宗锴餐饮投资有限公司	公司独立董事杜晗控制的企业
4	广西力漫投资咨询有限公司	公司独立董事杜晗控制的企业

此外，公司董事、监事、高级管理人员报告期内曾经控制的其他主要企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
----	-------	------

序号	关联方名称	关联关系
1	湖州吴兴杨师傅中式快餐店	公司副总经理吴剑霖出资设立的个体工商户，已于2020年7月注销

注：湖州吴兴杨师傅中式快餐店系公司早年开设的直营门店，以公司副总经理吴剑霖名义登记注册，该门店的实际经营者和所有者均为公司，已于2020年闭店。

3) 与持有公司5%以上股份的自然人、公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除前述企业外，与持有公司5%以上股份的自然人、公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	湖州市织里大鹏电脑绣花服务部	公司实际控制人杨国民父亲杨惠林控制的个体工商户
2	安吉天人果蔬专业合作社	公司实际控制人杨国民配偶的兄弟张松控制的企业
3	南浔清润	公司实际控制人杨峻琿的舅父潘明轩控制的企业
4	上海可莹企业管理咨询有限公司	持有公司5%以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华持股30%、女儿蒋晓莹持股70%的企业
5	上海佳欧企业管理咨询服务中心（有限合伙）	持有公司5%以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华持有30%份额、女儿蒋晓莹持有70%份额的企业
6	上海维谷企业管理咨询有限公司	持有公司5%以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华持股45%、女儿蒋晓莹持股55%的企业
7	湖州佳莹企业管理咨询有限公司	持有公司5%以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹持股49%、配偶陆家华持股51%的企业
8	杭州海淼建设有限公司	持有公司5%以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹控制的企业
9	湖州嘉辉置业有限公司	持有公司5%以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华控制的企业
10	上海盐岛贸易有限公司	持有公司5%以上股份的股东潘培康的女儿潘怡持股49%、女婿吴旻凡持股51%的企业
11	湖州星盛餐饮管理有限公司	持有公司5%以上股份的股东潘培康的兄弟潘炳康持股50%的企业
12	长兴明和市场管理有限公司	持有公司5%以上股份的股东潘培康配偶的兄弟卫培明控制的企业
13	长兴明峰门窗加工厂	持有公司5%以上股份的股东潘培康配偶的兄弟卫培明控制的企业
14	长兴芬莱企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	持有公司5%以上股份的股东胡嘉怡的父亲胡建良控制的企业
15	山东陆源化工有限公司	公司监事杜萌配偶的父亲周平涛控制的企业
16	湖州织里亮尚服饰有限公司	公司副总经理吴剑霖配偶的兄弟宋正兴控制的企业
17	吴兴织里成利木制品加工厂	公司实际控制人杨国民的妹妹杨明敏出资设立的个体工商户
18	梁溪区星星与猫米线店	持有公司5%以上股份的股东潘培康的兄弟潘炳康出资设立的个体工商户
19	苏州工业园区捞金主义麻辣烫店	持有公司5%以上股份的股东潘培康的兄弟潘炳康出资

序号	关联方名称	关联关系
		设立的个体工商户
20	南京市秦淮区星与猫餐饮店	持有公司 5% 以上股份的股东潘培康的兄弟潘炳康出资设立的个体工商户
21	吴兴织里周静金小吃店	持有公司 5% 以上股份的股东潘培康的兄弟潘炳康的配偶周静金出资设立的个体工商户
22	吴兴玉林饭馆	公司监事邱水莉的父亲邱玉林出资设立的个体工商户

此外，与持有公司 5% 以上股份的自然人的、公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员报告期内曾经控制的其他主要企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	杭州余杭区仓前街道峰威贸易商行	实际控制人杨峻珲配偶的母亲俞晓峰出资设立的个体工商户，已于 2021 年 3 月注销
2	福建大田道同商贸合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华控制的企业，已于 2022 年 6 月注销
3	山东宁远化工贸易有限公司	公司监事杜萌配偶的父亲控制的企业，已于 2019 年 4 月注销

(2) 关联自然人担任董事、高级管理人员的除公司及其控股子公司以外的企业

1) 控股股东、实际控制人以及持有公司 5% 以上股份的自然人的担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，除前述企业外，公司控股股东、实际控制人以及持有公司 5% 以上股份的自然人的担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	天津香飘飘食品工业有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
2	兰芳园食品有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
3	宁波同创亨达贸易有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
4	天津兰芳园食品有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
5	兰芳园（广东）食品有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
6	天津香飘飘食品销售有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
7	香飘飘展览有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事、经理的企业
8	香飘飘四川食品有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事的企业
9	杭州香飘飘食品销售有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事的企业
10	兰芳园食品制造四川有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事的企业



序号	关联方名称	关联关系
11	湖州经济开发区永信小额贷款股份有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任董事的企业

此外，报告期内控股股东、实际控制人以及持有公司 5% 以上股份的自然人在曾经担任董事、高级管理人员的其他主要企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	宁波众合通益贸易有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事的企业，已于 2019 年 8 月注销

## 2) 董事、监事、高级管理人员担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员担任董事、高级管理人员的其他企业情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”相关内容。

此外，报告期内董事、监事、高级管理人员曾经担任董事、高级管理人员的其他主要企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	深圳绿楹创业投资有限公司	公司董事徐文辉 2020 年 6 月前担任总经理的公司
2	北京金蝶软件系统技术有限公司	公司董事徐文辉担任总经理的企业，已于 2022 年 6 月注销
3	杭州金蝶电脑软件有限公司	公司董事徐文辉担任董事/高管的企业，已于 2020 年 11 月注销

3) 与持有公司 5% 以上股份的自然人在公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，除前述企业外，与持有公司 5% 以上股份的自然人在公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	杭州中环维港餐饮管理有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华担任执行董事、总经理的企业
2	湖州全都来了网络科技有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹担任副董事长的企业
3	浙江虹大建设集团有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹担任执行董事、总经理的企业
4	浙江三垣建设集团有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹担任执行董事、总经理的企业

序号	关联方名称	关联关系
5	浙江传辰建设集团有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹担任执行董事、总经理的企业
6	杭州蜜谷小茶仙餐饮管理有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹担任执行董事、总经理的企业
7	浙江青领信息科技有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的女儿蒋晓莹担任经理的企业
8	金飘飘（上海）食品科技有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的兄弟蒋建斌担任执行董事的企业
9	杭州安赛生物科技有限公司（曾用名：浙江安赛生物科技股份有限公司）	持有公司 5% 以上股份的股东胡嘉怡的父亲胡建良担任经理的企业，2019 年曾为胡建良控制的企业
10	山东沾化陆源化工研究院有限公司	公司监事杜萌配偶的父亲周平涛担任执行董事、总经理的企业

### （3）持有曾对公司具有重要影响的控股子公司 10% 以上股份的企业

截至本招股说明书签署日，持有曾对公司具有重要影响的控股子公司 10% 以上股份的企业共 1 家，为杭州睿哲玄览品牌管理有限公司。该企业自 2019 年 7 月起持有公司控股子公司杭州杨大 49% 的股权。此外，2019 年 7 月前，黄云持有杭州杨大 49% 的股权，黄云曾为公司的关联方。

## 7、报告期内注销的关联企业情况

公司报告期内注销的关联企业的具体情况如下：

序号	关联企业名称	注销前关联关系	注销前实际经营业务	注销原因	注销时间
1	湖州杨大	原为公司全资子公司	餐饮服务	原应场地出租方要求成立，拟承担公司在该场地内的餐饮服务职能，后因未投入使用而注销。	2019.8
2	杭州市滨江区易蓝贸易商行	公司实际控制人杨峻琿设立的个体工商户	未开始经营业务	设立后一直未开展实际经营而注销。	2020.4
3	杭州余杭区仓前街道峰威贸易商行	公司实际控制人杨峻琿配偶的母亲俞晓峰出资设立的个体工商户	未开展经营业务	设立后一直未开展实际经营而注销。	2021.3
4	宁波众合通益贸易有限公司	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪担任执行董事的企业	从事香飘飘上市主体内公司的原物料采购业务	因公司业务调整而注销。	2019.8
5	福建大田道同商贸合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪的配偶陆家华控制的企业	未开展经营业务	设立后未实际投入使用且策略调整而决定注销。	2022.6

序号	关联企业名称	注销前关联关系	注销前实际经营业务	注销原因	注销时间
6	福建大田道合商贸合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪及其配偶陆家华共同控制的企业	未开展经营业务	设立后未实际投入使用且策略调整而决定注销。	2022.7
7	福建大田志合商贸合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东蒋建琪及其配偶陆家华共同控制的企业	未开展经营业务	设立后未实际投入使用且策略调整而决定注销。	2022.7
8	北京金蝶软件系统技术有限公司	公司董事徐文辉担任总经理的企业	注 1		2022.6
9	杭州金蝶电脑软件有限公司	公司董事徐文辉担任董事/高管的企业			2020.11
10	山东宁远化工贸易有限公司	公司监事杜萌配偶的父亲控制的企业	货物运输	经营不善，持续亏损而决定注销。	2019.4
11	湖州吴兴杨师傅中式快餐店[注 2]	公司副总经理吴剑霖出资设立的个体工商户	餐饮服务	商圈变化，决定注销。	2020.7

注 1：公司董事徐文辉已从北京金蝶软件系统技术有限公司、杭州金蝶电脑软件有限公司离职多年，其在报告期内担前述两家企业董事或高管系因对方未及时办理工商变更手续所致，其经营业务与公司主营业务不存在相同或相似的情形；

注 2：湖州吴兴杨师傅中式快餐店系公司早年开设的直营门店，以公司副总经理吴剑霖名义登记注册，该门店的实际经营者和所有者均为公司，已于 2020 年闭店；其经营期间的财务数据已纳入公司合并范围。

公司报告期内已被注销的关联方的注销原因具有合理性，相关企业不存在违法违规行为，不存在为公司代为承担成本费用等情况；相关企业实际经营的业务内容不曾与公司存在同业竞争或者关联交易。

## （二）报告期内关联交易情况

### 1、关联交易的总体情况及重大关联交易的判断标准和依据

报告期内，公司关联交易的总体情况汇总如下：

交易性质	关联方	关联交易内容	是否属于重大关联交易
经常性关联交易	浙江盈通	公司向其销售加盟店食材并收取配送费及管理服务费	是
	南浔清润	公司向其销售大米及原材料	否
	杭州安赛生物科技有限公司	公司向其销售大米	否
	南浔清润	公司向其采购蛋饺类食材	是

交易性质	关联方	关联交易内容	是否属于重大关联交易
	香飘飘食品股份有限公司	公司向其采购奶茶类产品	否
	关键管理人员	公司向关键管理人员支付薪酬	是
偶发性关联交易	浙江盈通	公司协助筹建门店代垫营建款	是
	杨国民、张经景、杨峻琿、胡建良、颜蒙	关联方为公司银行借款提供担保	是
	吴剑霖	公司向其销售旧车	否
	杨国民、杨峻琿	公司向其收购湖州成舅未实缴的100%股权	否

参照《上海证券交易所股票上市规则》第 6.3.6 条规定的上市应当及时披露的关联交易标准及公司制定的《关联交易管理制度》中规定的应提交董事会审议的关联交易标准，公司将达到以下标准之一的关联交易界定为重大关联交易：

(1) 与关联自然人发生的交易金额（含同一标的或同一关联人在连续十二个月内达成的关联交易累计金额）在 30 万元以上的交易；

(2) 与关联法人（或者其他组织）发生的交易金额（含同一标的或同一关联人在连续十二个月内达成的关联交易累计金额）在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的交易。

## 2、重大经常性关联交易

(1) 与浙江盈通的关联销售

报告期内，公司与浙江盈通的关联交易情况如下：

单位：万元

关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品	119.81	541.40	371.37	228.42
配送及管理服务费	17.26	54.60	39.42	28.59
<b>合计</b>	<b>137.07</b>	<b>596.00</b>	<b>410.79</b>	<b>257.01</b>
占各期营业收入比例	0.22%	0.39%	0.34%	0.21%
占加盟业务收入比例	9.48%	16.51%	13.91%	9.25%

浙江盈通系公司参股企业，在获得公司授权后于浙江高速服务区开设老娘舅加盟店。公司按协商约定价格向浙江盈通销售其加盟店所用食材，同时收取配送费及管理服务费，相关加盟业务定价与公司向另一加盟商湖州霖臻一致。该等关联交易预计将持续发生。

公司向浙江盈通销售商品的价格系双方协商确定，与公司向非关联方的同类商品销

售价格不存在重大差异，交易价格具有公允性，不存在对公司或关联方的利益输送。

## （2）与南浔清润的关联采购

报告期内，公司与南浔清润的关联交易情况如下：

单位：万元

关联交易内容	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
蛋饺类食材	522.34	1,335.84	1,381.97	1,121.75
占各期营业成本比例	0.95%	1.05%	1.34%	1.12%
占禽鱼肉类原材料的采购比例	7.72%	7.21%	9.28%	8.87%

公司主要向南浔清润采购蛋饺类食材以供门店加工成配菜销售，双方根据成本加成原则协商定价。该等关联交易预计将持续发生。

公司向南浔清润采购产品的价格系双方协商确定，与公司向非关联方的同类商品采购价格不存在重大差异，交易价格具有公允性，不存在对公司或关联方的利益输送。

## （3）关键管理人员薪酬

2019年至2022年1-6月，公司董事、监事及高级管理人员的各期薪酬总额（含股份支付金额）分别为585.93万元、523.15万元、487.06万元和226.91万元。公司董事、监事及高级管理人员薪酬的确定方法参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况”的相关内容。

## 3、重大偶发性关联交易

### （1）代垫营建款

2019年，由于浙江盈通设立初期缺乏门店筹建经验，公司代浙江盈通筹建了4家加盟门店，相关装修、设备等营建款由公司代垫，浙江盈通向公司转付。相关代垫营建款金额合计474.53万元，浙江盈通分别于2019年和2021年支付384.82万元和89.71万元。该等代垫行为对公司不产生利润，系公司为协助加盟商开设门店所致，不存在对公司或关联方的利益输送，对公司报告期内的经营成果和主营业务未造成重大影响。

### （2）关联担保

报告期内，公司作为被担保方的关联担保情况如下：

单位：万元

序号	担保方	担保类型	担保金额	担保期限	是否履行完毕
1	杨国民、张经景	最高额抵押	697	2017.3.24-2020.3.23	是
2	胡建良、颜蒙	最高额抵押	1,111	2017.3.24-2020.3.23	是
3	杨国民、张经景	最高额保证	8,500	2017.7.21-2019.7.21	是
4	杨国民	最高额质押	6,220	2017.8.7-2019.8.7	是
5	杨国民、张经景	最高额保证	5,000	2018.5.23-2019.5.23	是
6	杨国民、张经景	最高额保证	5,000	2019.6.13-2020.6.13	是
7	杨国民、张经景	最高额保证	8,800	2019.7.22-2021.7.21	是
8	杨国民	最高额质押	7,520	2019.8.8-2021.8.7	是
9	杨国民	最高额保证	3,000	2019.10.28-2021.10.27	是
10	杨国民	质押	7,500	2019.11.27-2021.11.26	是
11	杨国民、张经景	最高额保证	550	2020.2.27-2023.2.26	否
12	杨国民、张经景	最高额保证	15,000	2020.3.17-2022.3.16	是
13	杨国民	保证	4,500	2020.3.19-2021.3.19	是
14	杨峻琿	保证	4,500	2020.3.19-2021.3.19	是
15	杨国民、张经景	最高额抵押	697	2020.3.24-2023.3.23	否（已解除）
16	胡建良、颜蒙	最高额抵押	1,111	2020.3.24-2023.3.23	否（已解除）
17	杨国民	最高额保证	4,000	2020.5.15-2023.5.30	否
18	张经景	最高额保证	4,000	2020.5.15-2023.5.30	否

注1：截至报告期末主债务已到期且已履行完毕的，担保义务视为履行完毕；

注2：截至报告期末，第11、15、16、17和18项担保的银行借款余额为0。

报告期内，公司关联方为公司银行借款提供关联担保主要系公司正常融资需求中根据融资交易惯例所致，有助于公司取得生产经营所需资金，且提供上述担保不收取任何费用，亦无其他附加条件，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

#### 4、一般关联交易

报告期内，公司一般关联交易简要汇总表如下：

单位：万元

交易性质	关联方	关联交易内容	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经常性关联交易	南浔清润	公司向其销售大米及原材料	-	0.17	0.66	-
	杭州安赛生物科技有限公司	公司向其销售大米	-	-	-	2.47
	香飘飘食品股	公司向其采购	-	-	23.75	-

交易性质	关联方	关联交易内容	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
	份有限公司	奶茶类产品				
偶发性关联交易	吴剑霖	公司向其销售旧车	-	1.46	-	-
	杨国民、杨峻琿	公司向其收购湖州成舅未实缴的100%股权	-	-	0.00	-

### (三) 关联方应收应付款项

报告期各期末，公司与关联方之间的往来余额情况如下：

单位：万元

项目	关联方名称	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款	浙江盈通	38.28	41.24	34.57	43.32
应收账款	杭州安赛生物科技有限公司	-	-	-	0.30
应收账款	南浔清润	-	0.01	0.11	-
其他应收款	浙江盈通	-	-	89.71	89.71
应付账款	南浔清润	203.69	223.22	186.52	270.47
其他应付款	黄云	-	-	73.50	73.50

报告期各期末，公司与浙江盈通、杭州安赛生物科技有限公司及南浔清润的应收应付款项余额与前述关联交易具有匹配性，不存在异常变动情况。

### (四) 关联交易决策程序

#### 1、关联交易履行的决策程序

报告期内，公司关联交易的相关决策过程与《公司章程》相符，关联股东和董事在审议相关交易时均已履行回避义务，独立董事和监事会成员不存在发表不同意见的情形，具体情况如下：

审议内容	决策程序	涉及回避的关联方	独立董事是否发表不同意见	监事会成员是否发表不同意见
关于2022年日常性关联交易预计的议案	第一届董事会第八次会议	杨峻琿	否	不涉及
	第一届监事会第五次会议	不涉及	不涉及	否
	2021年度股东大会审议	杨峻琿、恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙	不涉及	不涉及
关于公司最近三年关联交易的议案	第一届董事会第九次会议	杨国民、杨峻琿、蒋建琪	否	不涉及
	第一届监事会第六次会议	不涉及	不涉及	否
	2022年第一次临时股东大会	杨国民、杨峻琿、蒋建琪、胡嘉怡、恒创合伙、	不涉及	不涉及

审议内容	决策程序	涉及回避的关联方	独立董事是否发表不同意见	监事会成员是否发表不同意见
		吴剑霖、小外甥合伙、童子合伙		

报告期内，公司与关联方发生的关联交易均履行了相关决策程序。

## 2、独立董事意见

2022年1月17日，公司独立董事就公司第一届董事会第八次会议相关议案发表了独立意见，同意《关于2022年度日常性关联交易预计的议案》，并同意将该议案提交公司2021年度股东大会审议。

2022年3月8日，公司独立董事作出《老娘舅餐饮股份有限公司独立董事关于公司第一届董事会第九次会议相关议案的独立意见》，就公司2019年度、2020年度和2021年度的关联交易发表了独立董事意见，认为公司最近三年关联交易事项遵循了市场公正、公开、公平的原则，关联交易定价公允，关联方按照相关规定享有其权利、履行其义务；公司不存在通过关联交易操纵利润的情形，亦不存在损害公司及公司股东利益的情形。

## 3、规范和减少关联交易的措施

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》和《关联交易管理制度》等对关联交易的决策权限和程序，以及关联股东和关联董事在股东大会及董事会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。

对不可避免的关联交易，公司将严格执行《公司章程》和《关联交易管理制度》中规定的回避制度、决策权限、决策程序、信息披露制度，并在实际工作中充分发挥独立董事的作用，以确保关联交易的公开、公允、合理，避免关联交易损害公司及股东利益。

## 4、规范和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、持股5%以上的股东及董事、监事、高级管理人员均已作出关于规范和减少关联交易的承诺，具体内容参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六：相关承诺事项”之“（十）关于规范和减少关联交易的承诺”。



## 第九节 投资者保护

### 一、本次发行前的滚存利润分配安排

根据公司 2022 年 3 月 25 日召开的 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行上市前的滚存未分配利润由本次发行后登记在册的新老股东按发行后的持股比例共享。

### 二、本次发行前后股利分配政策差异情况

#### （一）本次发行前的股利分配政策

根据公司现行《公司章程》规定，公司利润分配按照股东出资比例分配，公司可采取现金或者股票方式分配股利，并优先采用现金分红方式回报股东。具体股利分配政策如下：

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，但本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；

7、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；

8、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%；

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

## （二）本次发行后的股利分配政策

2022 年 3 月 25 日，公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于<老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划>的议案》和《关于公司上市后适用的<老娘舅餐饮股份有限公司章程（草案）>的议案》，对本次发行上市后的股利分配政策作出了相应规定，公司的股利分配政策如下：

### 1、利润分配原则

公司实施积极的利润分配政策，重视对股东的合理投资回报，并保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的持续发展。公司可以采取现金或股票等方式分配利润，优先采用现金分红方式，公司的利润分配不得超过累计可分配的范围，不得损害公司的持续经营能力。公司董事会、监事会及股东大会在利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

### 2、利润分配形式

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润。在保障现金股利分配的条件下，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

### 3、利润分配的时间间隔

公司经营所得利润首先满足公司经营的需要，在满足公司正常经营资金需求、符合利润分配原则和分配条件的前提下，公司一般进行年度分红，董事会可以根据公司的资金状况提议公司进行中期利润分配。

### 4、利润分配条件及比例

#### （1）利润分配现金分红的条件及比例

公司在当年度盈利、累计未分配利润为正，且不存在影响利润分配的重大支出事项的情况下，可以采取现金方式分配股利。在满足公司正常生产经营的资金需求的情况下，公司单一年度以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

## （2）现金分红条件

公司拟实施现金分红时应至少同时满足以下条件：

- 1) 公司在该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；
- 2) 审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 3) 公司无重大投资计划或重大现金支出事项发生；
- 4) 公司现金分红不会违反法律、法规、规章、政府规范性文件、可适用的规则及公司或子公司受约束力的协议、文件。

公司出现以下情形之一的，可以不实施现金分红：

- 1) 公司当年度未实现盈利；
- 2) 公司当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数；
- 3) 公司期末资产负债率超过 70%；
- 4) 公司未来可预见一定时期内存在重大投资或现金支出计划，进行现金分红将可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要。

## （3）差异化的现金分红政策

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化的现金分红政策：

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，提出差异化现金分红政策：

- 1) 公司发展阶段属于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) 公司发展阶段属于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) 公司发展阶段属于成长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 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。

(4) 上述重大投资或现金支出计划、重大资金支出安排指以下情形之一：

1) 公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，或超过 3000 万元；

2) 公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%；

3) 中国证监会、上交所规定的其他情形。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、经营模式、盈利水平及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。

## 5、发放股利的条件

在公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，采用发放股票股利方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债务融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

## 6、利润分配履行的决策和监督程序

公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求，合理提出利润分配建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需要与独立董事、监事充分讨论，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上形成利润分配预案。董事会在审议利润分配预案时，须经全体董事过半数表决同意，且经公司二分之一以上独立董事表决同意并发表明确独立意见；监事会在审议利润分配预案时，须经全体监事过半数表决同意。经董事会、监事会审议通过后，方能提交股东大会审议。

独立董事可以征集中小股东意见提出分红提案，并直接提交董事会审议。

董事会审议现金分红具体预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

公司应切实保障中小股东参与股东大会的权利，董事会、独立董事和符合条件的股

东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

监事会应对董事会和管理层执行公司分红政策和股东回报计划的情况及决策程序进行监督。

股东大会对每年利润分配预案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于电话、传真、邮件、公司网站、互动平台等），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。公司利润分配方案应由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表决通过。

### **7、公司调整利润分配政策的程序**

公司的利润分配政策不得随意变更。公司重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性，如现行的政策和公司生产经营情况、投资规划和长期发展需要确实产生冲突的，可以调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上交所的有关规定。公司利润分配政策的修改须经全体董事过半数同意，并分别经公司二分之一以上独立董事、二分之一以上监事同意，方能提交股东大会审议。

公司利润分配政策的修改需提交股东大会审议，应当由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表决通过，股东大会表决时，应安排网络投票。

## 第十节 其他重要事项

### 一、重要合同

本节所指重要合同是指本公司已经签署、正在履行或将要履行的，对本公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。公司已经签署、正在履行的或将要履行的重要合同情况如下：

#### （一）销售合同

报告期内，公司与主要客户签署的销售合同以“框架协议+订单”的方式为主。该方式中的框架协议就合作方式、质量、包装及运输、定价、结算等情况进行约定。当客户发生具体需求时，客户以系统订单方式向公司下达采购需求，约定具体的采购产品种类、数量、单价等信息。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在履行的与主要客户的销售合同如下：

序号	客户名称	销售内容	合同期限
1	湖州霖臻	公司向湖州霖臻控制的老娘舅加盟门店提供自有产品以及通用商品供货，以及提供冷链物流运输服务。	2020.1.1-2034.12.31
2	浙江盈通	公司向浙江盈通控制的老娘舅加盟门店提供自有产品以及通用商品供货，以及提供冷链物流运输服务。	2022.1.1-2022.12.31

#### （二）采购合同

报告期内，公司一般与主要供应商签署的采购合同以“框架协议+订单”的方式为主。该方式中的框架协议就采购种类、产品质量、订单情况、交货方式、结算方式等情况进行约定。当公司具体向供应商采购时，再以订单方式确认采购数量、交货日期和地点等信息。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在履行的与主要供应商的框架协议如下：

序号	供应商名称	主要采购内容	合同期限
1	江苏省农垦米业集团淮海有限公司	大米	2022.1.1-2022.12.31
2	苏州溢之伦餐具股份有限公司	餐具、打包盒	2021.9.1-2022.8.31
3	湖州顺晨食品有限公司	肉类、猪油等	2022.4.1-2023.3.31
4	安徽荣达食品有限公司	蛋液	2022.1.1-2022.12.31

#### （三）银行借款

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在履行的主要借款合同如下：

序号	借款主体	银行	款项性质	期限	期末借款余额
1	老娘舅	工商银行湖州分行	流动资金借款	2022.3.29-2023.3.29	10 万元
2	老娘舅	中国信托商业银行股份有限公司	流动资金借款	2022.3.15-2023.3.15	433 万欧元

截至报告期末，公司重要合同的履行情况良好，重要合同履行过程中公司不存在较大风险。

## 二、对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在为合并报表范围外的主体进行对外担保的情况。

## 三、重大诉讼或仲裁事项

### （一）本公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未了结或可预见的重大诉讼或仲裁事项。

### （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，公司控股股东、实际控制人、子公司、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项的情形。

## 第十一节 声明

### 一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

本公司全体董事签名：

杨国民

杨峻珩

陈轶

蒋建琪

龚觉非

徐文辉

杜晗

顾敏旻

张谦





## 一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

本公司全体监事签名：

  
孙顺喜

  
杜萌

  
邱水莉

本公司除董事、监事以外的全体高级管理人员签名：

  
吴剑霖

  
周光斌



## 二、发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

发行人实际控制人：

  
杨国民

  
杨峻珲

发行人控股股东：

  
杨国民

2023年2月24日

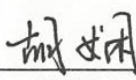
### 三、保荐人（主承销商）声明

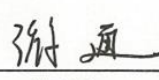
本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人：

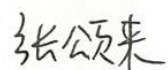
  
张佑君

保荐代表人：

  
胡妍

  
游通

项目协办人：

  
张颂来



## 保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读老娘舅餐饮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、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

  
张佑君



## 保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读老娘舅餐饮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、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



杨明辉



#### 四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，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，并承担相应的法律责任。



负责人:   
赵洋

经办律师:   
周璇

经办律师:   
李峰

经办律师:   
陈皆喜

签署日期: 2023 年 2 月 24 日



普华永道

## 关于老娘舅餐饮股份有限公司 招股说明书的 会计师事务所声明

老娘舅餐饮股份有限公司董事会：

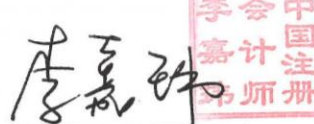
本所及签字注册会计师已阅读老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书，确认招股说明书中引用的有关经审计的 2019 年度、2020 年度及 2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间申报财务报表、内部控制审核报告所针对的于 2022 年 6 月 30 日的财务报告内部控制及经核对的 2019 年度、2020 年度及 2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月期间非经常性损益明细表的内容，与本所出具的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师

  
潘振翔

潘振翔

签字注册会计师

  
李嘉玮

李嘉玮

会计师事务所负责人

  
李丹

李丹

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

2023 年 2 月 24 日

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)  
中国上海市黄浦区湖滨路202号领展企业广场2座普华永道中心11楼 邮编200021  
总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com

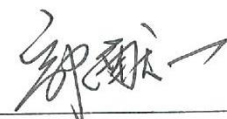
## 六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

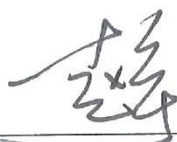


董明慧



郭献一

资产评估机构负责人：



赵宇

万隆（上海）资产评估有限公司

2023年2月24日





普华永道

## 关于老娘舅餐饮股份有限公司 招股说明书的 验资机构声明

老娘舅餐饮股份有限公司董事会：

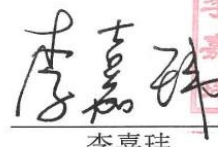
本所及签字注册会计师已阅读老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书，确认招股说明书中引用的本所对老娘舅餐饮股份有限公司设立时第一期出资情况及设立后第一、二、三次增资情况出具的验资报告的内容，与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师

  
邵云飞



签字注册会计师

  
李嘉玮



会计师事务所负责人

  
李丹



普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2023年2月24日



普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)  
中国上海市黄浦区湖滨路202号领展企业广场2座普华永道中心11楼 邮编200021  
总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com

## 第十二节 附件

### 一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况（详见本节附件五）；
- （七）与投资者保护相关的承诺（详见本节附件六）；
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项（详见本节附件六）；
- （九）内部控制鉴证报告；
- （十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十一）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明（详见本节附件七）；
- （十二）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明（详见本节附件七）；
- （十三）募集资金具体运用情况（详见第七节相关内容）；
- （十四）子公司、参股公司简要情况（详见第四节相关内容）。

## 二、查阅地点及时间

### (一) 发行人：老娘舅餐饮股份有限公司

地址：浙江省湖州市吴兴区府路 1188 号湖州市东部新城总部自由港 B 幢 17 层

联系人：周光斌

电话：0572-253 2122

查阅时间：工作日上午 9:00~11:30；下午 13:30~17:00

### (二) 保荐机构：中信证券股份有限公司

地址：浙江省杭州市解放东路 29 号迪凯银座 17 层

联系人：胡娴

电话：0571-8578 3757

查阅时间：工作日上午 9:00~11:30；下午 13:30~17:00

## 附件一：直营门店用工数量及薪酬情况

单位：人；万小时；万元

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
1	004	湖州市	2004/04	2020/02	-	-	-	-	-	-	9	0.12	10.90	8	0.93	67.77
2	005	嘉兴市	2005/07	-	11	0.35	39.50	9	0.86	80.36	9	0.91	66.21	8	1.51	77.23
3	006	杭州市	2002/08	-	5	0.61	32.43	7	1.67	92.67	6	1.30	63.87	6	2.03	81.22
4	007	苏州市	2005/08	-	10	0.36	43.64	12	1.21	105.87	12	1.21	95.37	11	2.26	117.98
5	010	上海市	2007/12	2019/12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	1.00	85.88
6	014	嘉兴市	2008/07	-	8	0.11	26.81	8	0.32	58.41	8	0.60	52.99	9	1.03	66.25
7	015	嘉兴市	2008/09	2019/08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	0.65	37.06
8	016	常州市	2008/11	-	10	0.11	45.97	10	0.74	90.42	9	0.59	67.52	8	0.71	68.51
9	017	杭州市	2008/10	-	9	0.61	42.56	9	1.25	91.09	8	1.16	77.50	6	1.17	73.24
10	019	芜湖市	2008/11	-	10	0.54	43.22	13	1.45	96.91	11	0.68	70.49	11	1.33	87.22
11	020	芜湖市	2008/11	-	7	0.58	36.56	9	1.11	78.47	9	0.92	65.47	7	1.50	73.09
12	021	宁波市	2008/12	-	10	0.43	40.02	10	1.03	88.64	10	0.80	68.46	8	1.60	79.25
13	027	苏州市	2009/09	2020/12	-	-	-	-	-	-	7	1.19	59.74	7	1.29	70.85
14	028	金华市	2009/09	-	10	0.34	37.40	11	1.62	117.37	12	1.24	89.34	12	1.59	107.33
15	030	绍兴市	2009/10	-	10	0.25	36.79	12	0.32	76.64	13	0.30	64.46	11	1.45	83.60
16	037	上海市	2010/02	-	12	0.23	63.92	15	1.55	182.95	15	0.84	128.65	11	2.04	125.94
17	039	上海市	2010/03	2019/08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0.48	49.73
18	040	宁波市	2010/03	-	10	0.21	38.68	10	0.56	77.49	12	0.63	80.67	10	1.35	93.80
19	042	杭州市	2010/04	2022/04	1	-	2.76	5	0.38	42.45	7	1.13	60.03	6	2.83	96.44
20	043	湖州市	2010/07	-	12	0.38	39.57	12	0.84	80.41	8	0.57	49.19	7	1.23	55.07
21	047	杭州市	2010/07	-	11	0.68	55.90	12	1.52	123.25	10	1.39	87.24	9	2.81	118.95
22	048	上海市	2010/07	-	14	0.07	71.37	22	1.22	209.84	21	1.03	156.24	17	3.24	200.45
23	049	上海市	2010/08	2020/04	-	-	-	-	-	-	6	0.06	17.37	8	0.52	66.86
24	052	杭州市	2010/09	-	12	0.68	55.42	13	1.57	118.09	12	1.60	103.12	10	3.25	128.09

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
25	053	湖州市	2010/12	2021/09	-	-	-	9	0.19	40.95	8	0.49	50.74	5	1.21	55.34
26	054	南京市	2010/12	-	10	0.29	45.55	11	0.77	97.42	10	1.07	83.89	9	1.82	93.16
27	055	南京市	2010/12	2021/05	-	-	-	8	0.22	23.54	8	0.82	62.06	8	0.90	68.25
28	058	嘉兴市	2011/05	-	10	0.26	39.26	9	0.66	82.94	8	0.92	67.82	5	1.99	69.55
29	059	南京市	2011/07	-	12	0.18	46.45	10	0.74	92.60	11	0.92	84.59	12	2.01	114.06
30	061	杭州市	2011/07	-	10	0.64	48.45	8	1.27	79.58	11	1.66	99.32	6	2.84	95.38
31	062	上海市	2011/08	2021/08	-	-	-	8	0.60	62.34	10	0.82	87.42	12	1.61	127.52
32	063	南京市	2011/08	-	9	0.19	35.37	9	0.60	83.51	9	0.87	72.98	10	1.20	91.69
33	065	苏州市	2011/10	2021/11	-	-	-	7	1.00	70.07	7	0.72	57.26	7	1.38	69.58
34	068	南通市	2011/11	-	7	0.43	33.40	7	1.22	70.92	8	0.96	60.41	8	0.96	65.03
35	070	杭州市	2011/12	2019/05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.29	19.18
36	071	湖州市	2012/09	2022/05	7	0.07	26.20	10	0.28	63.13	10	0.24	60.08	10	0.25	61.68
37	072	上海市	2012/01	-	10	0.01	50.88	18	0.66	152.47	14	1.01	118.65	10	4.46	172.08
38	074	苏州市	2012/06	-	9	0.43	41.49	9	1.47	94.33	8	1.16	65.06	7	1.93	82.89
39	075	苏州市	2011/12	-	8	0.29	35.76	9	1.38	80.78	6	1.18	62.42	7	1.32	65.96
40	077	南通市	2012/07	-	10	0.40	51.60	12	1.01	105.10	11	0.71	78.00	10	0.60	71.23
41	078	杭州市	2012/07	-	7	0.55	35.77	8	1.12	84.00	7	0.82	64.60	6	1.53	73.51
42	079	苏州市	2012/08	2021/09	-	-	-	8	0.41	45.16	8	0.66	56.31	10	0.96	68.69
43	081	南京市	2012/10	-	11	0.23	45.77	11	0.81	101.98	9	1.06	75.87	7	2.10	89.46
44	082	宁波市	2012/10	-	8	0.39	40.80	10	0.70	90.90	13	0.70	89.02	10	1.10	89.79
45	086	金华市	2012/10	-	8	0.11	34.61	9	0.51	64.61	7	0.28	44.25	7	0.78	58.76
46	087	杭州市	2012/11	-	5	0.42	29.72	7	0.94	69.40	7	1.08	64.54	7	1.73	76.93
47	088	苏州市	2012/10	-	7	0.30	32.39	5	1.33	72.70	6	0.94	58.55	6	0.87	55.38
48	089	苏州市	2012/09	-	9	0.33	37.18	8	1.33	83.45	7	0.54	48.53	7	0.68	54.58
49	090	湖州市	2012/09	-	12	0.40	40.24	12	0.67	83.02	12	0.64	78.94	9	1.46	77.57
50	091	湖州市	2012/11	-	9	0.55	34.54	11	1.18	74.40	12	0.57	62.99	12	1.38	82.52
51	093	杭州市	2012/12	-	9	0.73	47.32	8	1.58	87.23	8	1.45	75.82	5	2.84	101.28
52	094	南通市	2013/01	2019/04	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.22	14.49

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
53	095	杭州市	2013/09	-	10	0.30	40.08	9	0.71	80.52	7	0.69	64.89	4	1.73	69.77
54	097	湖州市	2013/02	-	10	0.20	32.13	12	1.18	98.84	12	1.18	80.29	10	1.34	80.29
55	098	上海市	2012/05	-	11	-	53.97	15	0.54	149.14	19	0.27	128.26	20	1.34	176.28
56	100	芜湖市	2013/04	-	12	0.33	41.88	11	1.08	89.52	9	0.89	64.80	7	0.94	59.16
57	102	湖州市	2013/07	-	5	0.00	14.66	8	0.58	56.91	7	0.28	40.36	6	0.67	45.05
58	103	杭州市	2013/04	2022/01	-	-	-	6	0.64	68.33	6	0.66	53.29	5	0.83	50.32
59	105	湖州市	2012/05	-	9	0.39	31.04	9	0.81	69.11	9	0.68	57.38	8	0.92	57.96
60	111	南京市	2013/07	-	10	0.31	44.58	12	1.14	108.28	12	0.91	90.59	11	2.21	115.92
61	112	杭州市	2013/05	-	21	0.59	82.63	21	2.21	194.62	17	1.77	144.08	14	4.20	172.96
62	113	无锡市	2013/06	-	7	0.53	41.23	8	1.27	88.49	8	1.05	67.52	6	1.08	60.80
63	114	金华市	2013/08	-	10	0.76	49.35	13	1.39	113.31	11	1.36	92.85	7	2.49	87.59
64	116	南京市	2013/09	-	7	0.48	36.76	9	1.41	87.87	10	1.21	83.29	9	1.54	92.76
65	125	宁波市	2013/12	-	9	0.61	37.32	9	1.08	77.05	9	0.76	63.44	8	1.26	72.18
66	127	嘉兴市	2013/12	-	9	0.52	35.88	10	1.31	83.95	10	1.36	69.58	9	1.65	77.08
67	129	宁波市	2013/12	-	8	0.43	38.86	9	1.48	90.06	9	0.85	74.45	10	1.40	100.33
68	141	南京市	2014/07	2022/04	9	0.04	23.42	12	0.36	93.80	12	0.41	71.85	11	1.64	97.36
69	142	南京市	2014/02	2019/11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.47	23.14
70	144	金华市	2014/12	2019/12	-	-	-	-	-	-	4	-	1.23	7	0.75	54.80
71	145	湖州市	2015/04	-	7	0.67	40.08	11	1.38	105.44	11	0.86	76.40	8	1.24	69.30
72	147	杭州市	2015/08	-	6	0.54	31.61	8	1.26	80.59	10	1.17	82.58	4	2.79	84.80
73	149	苏州市	2015/08	-	7	0.19	29.89	7	1.04	66.48	7	1.11	64.81	7	1.23	70.10
74	150	湖州市	2015/09	-	7	0.20	27.30	8	0.49	57.25	9	0.44	50.71	7	0.66	53.17
75	151	杭州市	2015/11	-	7	0.27	33.00	7	0.79	68.34	6	0.82	54.80	7	1.55	75.01
76	152	杭州市	2015/11	-	11	0.70	51.37	8	1.54	94.20	10	1.04	75.60	7	2.47	91.96
77	153	南京市	2015/12	-	8	0.26	34.31	9	0.72	79.79	10	0.76	80.94	6	1.11	74.09
78	154	芜湖市	2015/11	-	9	0.07	32.03	9	0.54	65.12	7	0.57	49.45	9	0.63	62.44
79	158	无锡市	2016/01	2021/08	-	-	-	6	0.72	53.93	6	0.52	47.10	6	0.63	47.24
80	159	杭州市	2016/01	-	9	0.55	45.52	9	1.44	106.74	8	1.40	83.23	9	1.94	92.27

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
81	162	杭州市	2015/12	-	5	0.53	29.11	7	1.07	69.92	7	0.89	58.10	6	2.11	79.43
82	163	杭州市	2016/01	2021/06	-	-	-	7	0.53	40.98	8	0.70	60.19	6	1.35	68.29
83	164	杭州市	2016/01	-	9	0.30	39.05	11	0.84	88.91	9	0.81	67.45	10	1.42	97.40
84	165	湖州市	2016/01	-	-	-	-	-	-	-	10	1.30	69.43	8	2.04	90.01
85	166	杭州市	2016/03	-	9	0.26	40.75	11	0.57	106.78	13	0.56	92.44	11	1.27	103.50
86	167	南京市	2016/03	-	6	0.13	23.21	4	0.50	39.76	6	0.38	38.23	4	0.56	40.87
87	168	杭州市	2016/04	-	5	0.36	26.27	7	0.79	67.35	6	0.97	53.82	5	1.27	62.48
88	169	杭州市	2016/04	-	9	0.39	42.31	9	1.36	93.37	9	1.53	82.06	7	2.92	102.34
89	170	苏州市	2016/04	-	8	0.35	44.30	9	0.53	76.80	9	0.46	61.58	8	0.53	60.43
90	171	杭州市	2016/04	-	10	0.41	49.98	12	0.93	116.59	10	1.42	90.16	5	3.48	102.99
91	172	湖州市	2016/05	-	8	0.26	33.70	11	0.47	70.94	10	0.27	59.64	9	0.66	65.87
92	173	杭州市	2016/06	-	8	0.32	37.10	7	0.67	70.85	7	0.64	57.09	4	1.15	52.63
93	174	杭州市	2016/05	-	4	0.60	31.91	4	1.41	64.19	5	1.57	65.25	5	1.90	72.89
94	175	杭州市	2016/12	-	7	0.32	34.74	7	0.88	68.14	7	0.66	53.25	6	0.84	57.48
95	176	杭州市	2016/06	-	8	0.71	50.67	7	2.02	101.41	9	1.24	78.95	6	2.51	88.87
96	177	南京市	2016/05	2021/05	-	-	-	11	0.37	34.05	9	1.16	74.23	8	1.43	80.01
97	178	湖州市	2016/05	-	7	0.43	31.15	8	1.02	71.32	9	0.74	61.39	8	1.15	67.73
98	179	上海市	2016/09	-	3	0.09	22.72	4	0.58	55.24	7	0.28	54.40	6	0.32	51.87
99	180	上海市	2016/08	-	3	0.12	21.43	6	0.59	69.74	8	0.54	73.32	8	0.96	83.30
100	181	杭州市	2016/06	-	14	0.21	55.63	11	0.75	98.09	10	0.94	76.27	8	1.32	78.64
101	182	南京市	2016/08	2019/01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0.03	3.59
102	183	杭州市	2016/06	-	12	0.62	57.68	13	1.46	129.20	12	1.22	98.18	7	2.95	106.09
103	184	杭州市	2016/07	2022/06	11	0.19	35.39	10	0.34	82.17	8	0.60	64.32	5	1.91	71.39
104	185	嘉兴市	2016/07	-	8	0.27	30.65	9	0.65	67.17	8	0.91	58.16	6	1.16	54.62
105	186	上海市	2016/10	-	5	-	28.12	8	0.00	61.08	9	0.01	55.07	10	0.45	66.56
106	187	南京市	2016/08	2020/06	-	-	-	-	-	-	7	0.37	26.06	6	1.10	59.64
107	188	苏州市	2016/08	-	7	0.38	34.32	6	1.20	70.23	6	1.00	54.65	6	0.99	59.94
108	189	湖州市	2016/08	-	7	0.25	32.30	10	0.83	66.84	9	0.68	55.63	7	1.09	63.74

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
109	190	苏州市	2016/09	-	7	0.14	30.02	6	0.70	60.66	7	0.51	48.05	6	0.63	52.13
110	193	杭州市	2016/08	-	6	0.45	40.41	7	0.93	89.59	8	0.71	76.98	6	1.11	69.94
111	195	上海市	2016/12	-	8	-	47.00	13	0.04	105.54	12	0.03	94.37	14	0.67	107.97
112	197	苏州市	2016/10	-	7	0.19	31.59	6	0.86	61.39	6	0.64	51.09	7	0.70	53.46
113	198	南京市	2016/11	-	5	0.30	31.21	6	0.73	59.84	5	0.81	52.81	4	1.17	53.47
114	199	南京市	2016/09	-	6	0.48	36.34	7	1.11	71.58	8	0.82	67.53	4	1.80	63.02
115	200	南通市	2016/09	-	11	0.03	36.93	10	0.28	77.89	12	0.71	83.31	8	1.97	87.81
116	201	南通市	2016/09	-	7	0.10	25.97	7	0.32	60.59	9	0.55	63.77	9	1.95	88.99
117	202	苏州市	2016/09	-	8	0.29	40.86	8	1.11	86.28	7	1.05	60.69	7	0.96	58.50
118	203	湖州市	2016/10	-	9	0.31	35.46	11	0.77	79.98	12	1.28	91.77	7	2.18	87.28
119	204	苏州市	2016/09	-	7	0.27	32.51	6	1.42	73.99	7	0.90	55.41	6	0.68	51.56
120	205	苏州市	2016/12	-	5	0.19	25.53	6	0.48	52.17	6	0.25	42.80	7	0.48	53.32
121	207	湖州市	2016/09	2019/01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	0.00	2.00
122	208	湖州市	2016/11	-	10	0.05	39.76	10	0.23	69.16	8	0.39	50.50	7	0.34	50.27
123	209	南京市	2016/10	-	5	0.26	27.50	6	0.61	54.38	6	0.67	48.96	5	0.76	52.38
124	210	杭州市	2017/01	-	8	0.54	37.04	7	1.41	78.22	6	1.06	55.32	4	1.72	59.70
125	211	南京市	2016/10	2021/09	-	-	-	7	0.51	47.58	7	1.21	63.05	6	1.37	64.29
126	212	湖州市	2016/10	-	8	0.22	32.00	8	0.56	63.45	8	0.54	51.60	6	1.11	57.75
127	213	湖州市	2016/10	-	14	0.29	46.60	14	0.84	89.35	10	1.11	74.86	8	1.10	70.46
128	214	湖州市	2016/10	-	14	0.14	43.57	13	0.45	87.01	14	0.36	83.70	9	1.45	82.88
129	215	杭州市	2016/10	-	5	0.58	30.87	4	1.63	68.11	4	0.98	50.09	4	1.99	66.95
130	216	杭州市	2016/11	-	12	0.19	45.50	13	0.43	102.75	12	0.50	78.70	10	1.01	86.05
131	217	苏州市	2016/10	-	6	0.28	34.26	7	0.86	69.35	6	0.60	47.46	6	0.87	52.06
132	218	杭州市	2016/11	-	7	0.34	32.16	5	1.15	58.22	7	0.81	61.46	5	1.80	66.63
133	219	南京市	2016/11	-	8	0.55	46.75	9	1.44	94.73	7	1.71	77.74	4	2.06	76.02
134	220	苏州市	2016/11	-	6	0.17	28.32	5	0.96	55.02	6	0.63	47.99	6	0.83	51.11
135	221	杭州市	2017/02	-	7	0.50	35.05	9	0.96	81.15	8	0.79	64.95	4	1.97	68.09
136	222	杭州市	2016/11	-	8	0.47	42.47	11	0.95	101.57	12	0.73	89.63	9	2.12	102.63



序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
137	223	苏州市	2016/10	-	5	0.18	24.00	7	0.51	51.20	7	0.23	42.92	5	0.90	45.60
138	224	南京市	2016/12	-	5	0.49	29.90	4	0.99	53.91	6	0.89	55.37	5	1.30	63.79
139	225	嘉兴市	2016/11	2019/01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.01	3.54
140	227	南京市	2016/11	-	6	0.15	26.92	7	0.25	56.50	7	0.43	51.00	6	0.50	55.77
141	228	南京市	2016/12	-	8	0.38	36.01	8	0.99	77.46	7	0.94	62.33	7	0.79	60.36
142	229	南京市	2016/11	-	7	0.40	36.64	8	0.72	74.26	8	0.65	62.92	5	1.77	76.07
143	230	杭州市	2016/11	-	9	0.76	50.49	10	1.57	111.91	10	1.24	91.49	6	0.99	63.74
144	231	杭州市	2016/11	-	5	0.28	23.79	6	0.56	56.67	4	0.81	52.34	4	0.96	57.00
145	232	杭州市	2016/12	-	9	0.31	33.28	7	0.56	57.91	6	0.38	45.52	4	1.02	47.85
146	233	湖州市	2016/11	-	10	0.23	39.22	9	0.64	72.63	9	0.82	66.19	6	1.25	59.85
147	234	湖州市	2016/11	-	11	0.40	42.46	13	0.92	99.65	13	0.97	88.73	12	1.25	85.60
148	235	杭州市	2016/11	-	9	0.45	47.56	8	1.05	81.83	5	0.72	50.08	4	1.20	54.19
149	237	苏州市	2016/11	-	8	0.42	38.41	7	1.25	76.43	9	0.77	64.76	8	1.08	66.54
150	238	宁波市	2016/12	-	10	0.56	38.13	9	1.40	77.55	9	1.05	67.53	9	1.35	79.75
151	239	湖州市	2016/12	-	6	0.36	27.42	7	0.69	53.56	6	0.53	44.40	6	0.91	52.28
152	240	杭州市	2016/12	-	10	0.24	40.05	10	0.61	91.46	10	0.89	77.02	6	1.81	76.75
153	241	宁波市	2016/11	-	8	0.35	35.31	8	1.12	76.22	8	1.03	67.84	7	1.19	68.44
154	242	南京市	2016/12	2021/11	-	-	-	7	0.61	51.46	5	1.06	51.90	4	1.87	62.64
155	243	苏州市	2017/01	-	8	0.10	30.96	8	0.39	60.18	7	0.46	51.52	6	0.74	56.55
156	245	杭州市	2016/12	-	9	0.45	41.16	8	1.14	82.78	7	0.99	64.06	6	1.08	73.38
157	246	嘉兴市	2016/12	-	9	0.27	34.12	8	0.72	68.35	7	0.48	48.23	5	0.79	43.73
158	248	湖州市	2016/12	-	11	0.29	35.97	11	0.67	72.49	11	0.44	64.05	8	1.19	69.26
159	249	南京市	2016/12	-	7	0.26	31.43	8	0.48	63.96	8	0.42	59.09	7	0.68	67.20
160	250	南京市	2016/12	-	7	0.34	31.50	7	0.67	66.51	8	0.44	56.44	6	1.15	63.15
161	251	苏州市	2016/12	-	8	0.31	40.07	8	0.83	76.75	8	0.90	68.62	7	1.13	65.60
162	252	南京市	2016/12	-	7	0.52	41.63	6	1.24	70.57	6	1.18	60.83	7	0.97	66.64
163	254	湖州市	2016/12	-	6	0.14	26.67	7	0.59	59.70	6	0.76	49.03	5	0.77	45.50
164	255	南京市	2016/12	2019/06	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.21	19.93

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
165	256	苏州市	2016/12	2020/01	-	-	-	-	-	-	-	-	0.03	4	1.19	42.88
166	259	杭州市	2016/12	-	9	0.22	35.95	12	0.48	105.78	10	0.50	73.42	8	1.06	71.97
167	260	杭州市	2016/12	-	7	0.35	31.10	7	0.85	67.85	7	0.44	51.22	7	0.85	63.32
168	261	杭州市	2016/12	-	5	0.48	28.94	7	0.85	64.02	7	0.97	60.62	6	1.65	72.86
169	262	湖州市	2016/12	-	7	0.22	28.99	7	0.54	55.63	6	0.37	41.79	7	0.66	56.30
170	263	湖州市	2016/12	-	8	0.25	31.61	8	0.44	59.06	8	0.43	50.65	7	0.83	57.51
171	264	苏州市	2016/12	-	7	0.29	34.94	7	0.82	67.64	7	0.75	57.57	7	0.89	62.85
172	265	苏州市	2016/12	-	6	0.20	30.02	7	1.06	63.18	7	0.73	56.01	7	1.18	65.06
173	266	南京市	2017/01	-	7	0.39	32.86	7	0.60	61.66	7	0.59	53.59	6	0.84	55.45
174	267	杭州市	2016/12	-	12	0.59	55.30	13	1.52	129.26	14	1.30	113.61	10	2.32	122.07
175	268	南京市	2017/03	-	7	0.23	34.69	8	0.74	76.22	9	0.75	64.95	7	0.85	59.77
176	269	杭州市	2017/03	2020/04	-	-	-	-	-	-	5	0.29	18.84	4	2.40	75.20
177	270	南京市	2018/07	-	6	0.37	38.06	6	0.79	71.06	7	0.75	55.18	6	0.59	47.53
178	271	南京市	2017/03	2020/09	-	-	-	-	-	-	6	0.40	35.59	6	1.61	70.82
179	272	杭州市	2017/02	-	9	0.75	47.43	10	1.52	115.97	10	1.33	91.57	6	2.73	98.11
180	273	杭州市	2017/04	2019/07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.38	19.91
181	274	南京市	2017/09	-	7	0.40	35.64	7	0.99	69.73	7	1.08	64.41	5	1.47	65.21
182	275	南京市	2017/05	-	7	0.09	32.21	7	0.55	60.79	8	0.76	60.62	6	0.70	54.88
183	276	苏州市	2017/05	2019/01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.02	2.34
184	277	南京市	2017/05	-	6	0.32	30.74	7	0.72	60.24	7	0.87	56.79	6	1.41	69.11
185	278	杭州市	2017/06	-	6	0.23	27.83	7	0.52	58.72	6	0.59	47.05	4	1.00	46.28
186	279	杭州市	2017/05	-	11	0.17	37.28	8	0.83	69.83	9	1.04	69.44	7	1.39	73.86
187	280	杭州市	2017/05	-	8	0.38	32.79	9	0.74	71.77	8	0.74	60.94	4	2.18	69.94
188	281	苏州市	2017/05	-	8	0.36	42.82	9	0.97	82.98	8	0.75	58.55	8	0.63	57.20
189	282	杭州市	2017/05	-	9	0.28	36.57	8	0.67	64.59	7	0.49	51.44	6	1.08	61.40
190	283	南京市	2017/05	2021/10	-	-	-	6	0.83	49.55	7	0.96	59.71	5	1.49	66.85
191	284	苏州市	2017/05	-	7	0.50	35.99	6	1.25	67.66	6	0.87	50.03	6	1.26	59.68
192	285	嘉兴市	2017/06	-	6	0.06	23.95	7	0.18	47.34	7	0.18	39.81	6	0.28	49.40

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
193	286	苏州市	2017/05	-	7	0.47	54.70	8	1.15	94.71	8	0.66	67.93	7	0.74	63.21
194	287	南京市	2017/08	-	9	0.40	41.63	10	1.23	96.61	8	1.68	79.17	8	1.73	83.94
195	288	南京市	2017/07	-	7	0.36	34.15	7	0.69	60.83	5	0.69	50.01	4	0.80	47.75
196	289	杭州市	2017/09	-	10	0.44	42.36	10	1.21	88.18	9	1.04	74.36	7	1.64	82.04
197	290	杭州市	2017/08	-	7	0.46	33.73	6	0.89	66.93	7	1.01	66.38	5	1.86	76.46
198	291	南京市	2017/06	-	5	0.45	30.67	6	1.11	61.57	7	0.69	59.12	6	0.86	59.26
199	292	上海市	2017/12	2022/05	5	0.12	30.30	10	0.80	99.61	9	0.55	77.38	8	1.03	79.20
200	293	宁波市	2017/06	-	9	0.21	35.61	10	0.77	76.49	8	0.93	54.81	8	1.14	64.07
201	294	杭州市	2017/06	-	7	0.42	36.72	8	0.91	72.26	7	0.81	58.11	4	1.63	60.42
202	295	杭州市	2017/06	-	7	0.43	31.83	7	0.78	62.67	7	0.90	55.85	6	1.00	59.33
203	296	嘉兴市	2017/06	-	9	0.43	38.53	9	1.65	103.00	9	1.35	82.68	7	1.48	79.68
204	297	苏州市	2018/04	-	8	0.15	42.41	7	0.50	73.88	6	0.39	58.17	6	0.56	55.19
205	298	杭州市	2017/07	-	5	0.55	34.45	4	1.51	69.09	4	1.23	52.58	4	1.42	59.50
206	299	南京市	2017/06	-	7	0.37	39.99	7	0.57	62.50	7	0.52	52.45	6	0.60	48.81
207	301	南京市	2017/09	-	8	0.33	35.07	7	1.03	71.27	6	1.22	59.76	4	1.36	56.19
208	302	南京市	2017/09	-	9	0.42	45.62	9	1.04	82.84	8	0.91	65.15	7	1.29	72.59
209	304	湖州市	2017/08	-	12	0.19	38.82	11	0.44	73.87	11	0.47	66.48	10	0.47	66.92
210	306	南京市	2017/09	-	7	0.42	37.42	6	0.99	71.07	6	0.86	62.50	6	1.30	66.65
211	307	苏州市	2017/09	-	8	0.07	30.30	8	0.64	73.63	8	0.64	61.54	7	0.59	57.12
212	308	南京市	2017/09	-	9	0.34	42.85	7	0.98	71.34	8	0.81	58.82	7	0.77	60.51
213	309	上海市	2017/12	-	4	0.19	26.56	6	1.02	83.65	9	0.77	84.30	8	0.91	78.41
214	310	杭州市	2017/12	-	7	0.30	29.85	8	1.04	69.42	7	0.94	60.77	4	1.65	61.59
215	311	南京市	2017/12	-	5	0.35	28.09	5	0.79	57.99	8	0.68	59.21	5	0.96	50.68
216	312	苏州市	2017/11	-	7	0.31	29.16	8	1.01	76.20	7	0.75	57.77	6	0.89	54.01
217	313	杭州市	2017/10	-	10	0.38	42.79	10	0.66	85.56	10	0.77	70.93	9	0.84	69.68
218	314	杭州市	2017/12	-	7	0.15	25.60	9	0.57	74.05	9	0.66	65.01	8	1.07	73.70
219	315	杭州市	2017/12	-	6	0.09	24.05	6	0.48	61.48	6	0.46	50.45	5	1.05	55.82
220	316	苏州市	2018/04	-	6	0.39	34.17	5	1.14	73.60	6	0.63	58.93	7	0.41	52.85

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
221	317	杭州市	2018/01	-	6	-	23.24	7	0.00	49.57	7	0.29	41.32	7	2.30	95.30
222	319	杭州市	2017/12	-	7	0.63	37.39	8	1.26	87.55	8	0.84	56.71	5	0.76	51.50
223	320	杭州市	2017/12	-	7	0.27	29.35	7	0.64	64.93	7	0.71	59.17	4	1.45	57.20
224	321	杭州市	2017/12	-	7	0.71	42.53	9	0.94	84.71	10	0.77	74.93	8	1.32	81.62
225	322	杭州市	2017/12	-	8	0.33	34.00	7	0.69	68.41	8	0.76	56.91	5	1.18	58.20
226	323	苏州市	2017/12	-	8	0.43	41.73	7	1.01	78.12	6	0.66	52.64	6	0.80	55.19
227	324	杭州市	2018/03	-	5	0.68	38.15	6	1.24	79.40	6	1.16	63.94	3	1.65	60.31
228	325	苏州市	2018/02	2020/04	-	-	-	-	-	-	4	0.26	14.70	5	0.72	50.84
229	326	苏州市	2018/04	-	5	0.03	17.85	6	0.29	44.03	6	0.34	39.39	6	0.96	52.61
230	327	杭州市	2018/04	-	7	0.42	37.02	8	0.95	78.53	7	0.87	62.80	5	1.93	74.05
231	328	苏州市	2018/03	-	9	0.32	42.02	9	1.04	88.84	9	0.78	71.64	8	0.97	70.24
232	329	杭州市	2018/03	-	8	0.40	36.09	9	0.70	73.86	7	0.66	59.03	3	2.12	64.69
233	330	南京市	2018/04	-	5	0.65	37.90	6	1.35	74.65	8	1.12	69.11	6	1.33	63.33
234	331	湖州市	2018/02	-	8	0.13	29.05	10	0.44	66.58	8	0.36	51.24	8	0.53	58.51
235	332	常州市	2018/02	-	5	0.22	24.22	6	0.78	62.05	6	0.38	45.57	6	0.47	47.16
236	333	无锡市	2018/06	-	9	0.15	40.77	9	0.41	79.78	9	0.51	63.41	8	0.86	67.43
237	334	泰州市	2018/07	-	6	0.01	21.21	8	0.10	46.40	7	0.16	42.05	8	0.12	48.59
238	335	泰州市	2018/07	-	6	-	23.57	7	0.07	45.40	7	0.07	41.67	8	0.05	43.60
239	336	苏州市	2018/06	-	6	0.24	26.87	6	0.84	58.43	7	0.72	53.18	6	0.90	51.85
240	337	苏州市	2018/08	-	6	0.33	28.55	6	1.26	68.42	5	1.01	52.25	6	0.99	59.98
241	338	湖州市	2018/08	-	12	0.20	40.31	12	0.53	72.37	14	0.52	74.15	11	0.76	73.37
242	339	杭州市	2018/09	-	11	0.47	54.54	13	1.41	128.72	14	1.43	122.22	7	2.67	106.18
243	340	上海市	2019/01	-	7	0.16	35.33	8	1.02	95.15	7	0.62	77.70	6	1.26	78.39
244	341	南京市	2018/08	2021/08	-	-	-	6	0.45	38.62	6	0.60	48.93	3	1.52	55.21
245	342	杭州市	2018/09	-	7	0.26	33.70	8	0.71	65.69	6	0.67	50.89	4	1.13	57.01
246	343	杭州市	2018/10	-	12	0.18	39.87	12	0.62	89.49	9	0.89	75.87	6	1.73	79.55
247	344	杭州市	2018/10	-	11	0.25	41.12	10	0.95	86.81	8	1.00	67.15	6	1.28	64.02
248	345	南京市	2018/12	-	7	0.13	28.55	6	0.45	53.64	7	0.43	53.26	5	0.88	55.61

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
249	346	南京市	2018/11	-	7	0.30	36.79	6	0.90	67.82	7	1.05	60.12	5	1.27	57.07
250	347	苏州市	2018/11	-	5	0.47	32.85	6	1.37	74.22	6	1.22	65.98	6	1.58	67.26
251	348	无锡市	2018/12	-	8	0.06	27.07	7	0.54	54.93	7	0.43	50.14	8	0.35	49.62
252	349	湖州市	2018/11	2019/05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	0.10	12.70
253	350	杭州市	2018/12	-	6	0.27	30.45	6	0.64	57.66	5	0.62	46.50	7	0.87	56.51
254	351	湖州市	2018/11	2019/05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	0.08	18.33
255	352	上海市	2019/04	2021/01	-	-	-	-	-	-	7	0.49	56.51	3	2.07	63.51
256	353	常州市	2018/12	-	4	0.17	22.25	5	0.86	57.23	6	0.92	59.65	7	0.83	55.26
257	354	常州市	2019/01	-	4	0.16	20.20	5	0.73	49.10	5	0.84	45.01	4	1.11	42.92
258	355	杭州市	2019/01	-	11	0.51	56.76	12	1.18	110.37	10	0.86	67.93	6	1.31	65.99
259	356	杭州市	2019/03	-	9	0.43	46.11	9	1.31	91.80	9	0.81	74.17	7	1.56	72.90
260	357	杭州市	2019/02	-	8	0.27	34.73	8	0.65	66.28	8	0.61	55.60	5	1.42	61.95
261	359	嘉兴市	2019/06	-	9	0.31	33.52	9	0.75	74.47	12	0.80	68.00	7	1.99	58.02
262	360	嘉兴市	2019/05	-	10	0.26	33.67	11	0.64	71.88	10	0.76	59.39	9	1.14	51.20
263	361	杭州市	2019/06	-	8	0.55	40.44	10	1.13	91.67	9	0.86	75.45	2	1.80	47.59
264	362	上海市	2019/09	-	6	0.20	34.72	9	0.89	98.38	10	0.61	84.36	11	0.23	47.62
265	363	嘉兴市	2019/07	-	12	0.53	42.66	12	1.47	90.58	11	1.27	76.95	6	1.51	43.90
266	364	嘉兴市	2019/08	-	7	0.22	28.23	8	0.60	66.52	10	0.68	64.09	4	1.20	31.95
267	366	绍兴市	2019/08	-	9	0.50	37.72	6	1.57	83.02	10	0.91	71.66	3	1.17	28.82
268	367	嘉兴市	2019/09	-	10	0.24	32.78	13	0.36	73.66	12	0.52	65.37	9	0.41	28.69
269	368	台州市	2019/12	-	11	0.04	41.64	11	0.23	74.21	11	0.32	56.11	5	0.18	12.53
270	369	杭州市	2019/11	-	10	0.56	49.64	9	1.49	100.50	10	1.21	81.35	5	0.42	20.25
271	370	苏州市	2019/10	-	9	0.26	43.86	9	0.97	91.31	9	0.65	63.10	9	0.11	18.96
272	371	嘉兴市	2019/10	-	12	0.08	37.95	10	0.46	76.80	9	0.65	59.86	8	0.59	22.29
273	372	宁波市	2020/01	-	7	0.11	26.37	7	0.49	53.89	9	0.27	50.85	3	0.25	10.61
274	373	上海市	2019/12	-	4	0.06	20.08	8	0.28	77.74	9	0.20	69.49	7	0.10	12.72
275	374	芜湖市	2019/11	-	12	0.06	39.60	12	0.27	77.78	11	0.32	66.89	12	0.20	22.12
276	375	杭州市	2019/12	-	6	0.31	32.00	9	0.74	75.76	8	0.77	63.75	3	0.40	14.32

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
277	376	南通市	2019/11	-	8	0.16	31.14	7	0.81	65.76	8	0.43	47.87	7	0.16	12.69
278	377	绍兴市	2019/12	-	9	0.37	39.60	9	0.80	70.43	9	0.97	58.79	5	0.19	8.54
279	378	杭州市	2019/11	-	8	0.29	38.45	8	0.52	73.33	9	0.33	57.85	7	0.34	14.56
280	379	嘉兴市	2019/12	-	8	0.32	33.30	11	0.75	81.76	10	0.77	63.43	6	0.22	9.80
281	380	宁波市	2019/12	-	9	0.44	40.18	10	0.99	88.56	12	1.03	77.26	4	0.20	10.13
282	381	宁波市	2019/12	2020/12	-	-	-	-	-	-	11	0.80	74.72	6	0.16	11.04
283	382	无锡市	2019/12	-	6	0.14	27.61	7	0.48	60.22	7	0.34	48.50	4	0.09	5.07
284	383	杭州市	2020/01	-	6	0.34	30.74	8	0.81	85.63	11	1.10	76.32	3	0.11	5.24
285	384	苏州市	2019/12	-	6	0.16	26.93	7	0.74	63.79	7	0.77	49.39	5	0.03	1.91
286	385	南京市	2020/01	-	7	0.42	37.51	9	0.81	74.59	8	0.67	58.61	-	-	-
287	386	上海市	2020/03	-	6	0.28	33.68	8	1.53	110.26	11	1.00	102.47	4	0.01	2.85
288	387	常州市	2020/01	-	7	0.11	28.79	7	0.29	54.67	7	0.46	44.51	-	-	-
289	388	南京市	2020/03	-	6	0.52	30.71	6	0.73	61.33	10	0.63	54.43	-	-	-
290	390	杭州市	2020/05	-	7	0.70	41.28	8	1.31	81.58	12	0.51	66.55	-	-	-
291	392	上海市	2020/05	-	5	0.18	31.00	9	1.05	106.45	11	0.59	78.56	-	-	-
292	393	上海市	2020/04	2021/04	-	-	-	9	0.16	23.28	10	0.52	90.32	-	-	-
293	394	苏州市	2020/06	-	6	0.30	30.35	8	0.74	73.69	10	0.37	39.40	-	-	-
294	395	嘉兴市	2020/06	-	10	0.19	35.49	11	0.67	76.60	14	0.63	52.11	-	-	-
295	396	杭州市	2020/06	-	10	0.44	47.17	10	0.97	94.74	14	0.38	52.53	-	-	-
296	397	南京市	2020/07	-	8	0.45	39.06	8	0.70	71.62	10	0.27	36.64	-	-	-
297	399	湖州市	2020/10	-	10	0.40	39.84	10	1.11	79.15	8	0.26	30.29	-	-	-
298	400	杭州市	2020/07	-	9	0.54	42.19	10	1.06	80.23	16	0.34	51.44	-	-	-
299	401	杭州市	2020/07	-	5	0.54	31.92	6	1.12	68.55	12	0.35	38.79	-	-	-
300	402	上海市	2020/07	-	6	0.10	38.48	10	0.78	110.41	10	0.64	60.50	-	-	-
301	403	南京市	2020/08	-	6	0.30	31.25	8	0.64	64.85	10	0.25	35.45	-	-	-
302	404	杭州市	2020/11	-	12	0.06	43.22	14	0.21	107.02	8	0.10	26.86	-	-	-
303	405	嘉兴市	2020/08	-	8	0.40	34.34	10	1.21	76.41	11	0.37	37.90	-	-	-
304	406	杭州市	2020/07	-	8	0.52	35.98	10	1.03	91.14	12	0.58	41.37	-	-	-

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
305	407	杭州市	2020/08	-	10	0.23	41.04	12	1.06	105.83	14	0.44	38.46	-	-	-
306	408	杭州市	2020/08	-	6	0.51	37.83	6	1.40	78.05	12	0.40	36.40	-	-	-
307	409	常州市	2020/12	-	7	0.06	24.17	9	0.23	61.39	5	0.01	11.75	-	-	-
308	410	上海市	2020/09	-	7	0.17	40.25	9	0.99	96.70	8	0.50	38.48	-	-	-
309	411	宁波市	2020/09	-	8	0.44	34.88	8	1.32	71.94	11	0.36	32.24	-	-	-
310	412	湖州市	2020/08	-	8	0.15	28.75	6	0.39	46.72	7	0.08	19.62	-	-	-
311	413	上海市	2020/09	-	6	0.07	29.13	9	0.64	89.67	12	0.26	38.35	-	-	-
312	414	南京市	2020/09	-	5	0.44	30.36	8	0.79	74.33	8	0.31	25.40	-	-	-
313	415	杭州市	2020/10	-	11	0.61	48.12	11	1.09	96.66	11	0.22	28.20	-	-	-
314	417	杭州市	2021/01	-	10	0.38	42.58	14	0.80	109.92	9	0.01	14.02	-	-	-
315	418	常州市	2020/10	-	6	0.43	31.54	7	1.22	68.31	9	0.31	19.91	-	-	-
316	419	嘉兴市	2020/10	-	8	0.44	33.38	9	1.44	78.99	11	0.55	25.22	-	-	-
317	420	上海市	2020/11	-	7	0.12	37.14	9	0.54	97.52	9	0.26	26.75	-	-	-
318	421	湖州市	2020/10	-	8	0.02	26.64	12	0.36	83.90	5	0.27	16.14	-	-	-
319	422	上海市	2020/11	-	7	0.21	39.17	11	1.13	125.01	8	0.12	23.15	-	-	-
320	423	嘉兴市	2020/11	2022/06	6	0.03	26.73	10	0.13	60.36	10	0.18	18.18	-	-	-
321	424	宁波市	2020/10	-	12	0.22	43.09	12	0.93	95.10	11	0.19	22.06	-	-	-
322	425	杭州市	2020/11	-	10	0.24	38.29	11	0.64	85.16	10	0.11	15.60	-	-	-
323	426	苏州市	2020/11	-	7	0.17	26.53	9	1.06	76.97	10	0.18	16.82	-	-	-
324	427	南京市	2020/12	-	6	0.65	39.07	7	1.23	79.18	7	0.17	12.60	-	-	-
325	428	湖州市	2020/12	-	16	0.46	66.50	16	1.68	135.98	12	0.22	14.61	-	-	-
326	429	上海市	2020/12	-	5	0.04	30.18	9	0.34	77.97	9	0.03	9.46	-	-	-
327	430	杭州市	2021/02	-	9	0.19	35.28	13	0.88	97.48	5	0.05	4.89	-	-	-
328	431	杭州市	2021/07	-	9	0.52	41.84	9	0.85	67.09	6	-	4.18	-	-	-
329	432	南京市	2021/02	-	7	0.16	30.57	8	0.45	60.55	8	0.01	2.67	-	-	-
330	433	嘉兴市	2020/12	-	6	0.17	25.41	7	0.64	55.70	8	0.16	9.35	-	-	-
331	434	上海市	2021/01	-	5	0.15	31.18	11	0.99	115.72	8	0.02	6.96	-	-	-
332	435	杭州市	2021/02	-	8	0.84	47.63	9	1.27	92.05	11	0.04	4.25	-	-	-

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
333	436	南京市	2021/01	-	5	0.26	27.47	9	0.67	78.96	11	0.08	12.41	-	-	-
334	437	杭州市	2021/01	-	7	0.05	27.43	6	0.12	47.47	4	0.01	3.40	-	-	-
335	438	杭州市	2021/01	-	7	0.43	30.65	7	0.91	65.75	7	0.01	2.99	-	-	-
336	439	宁波市	2020/12	-	6	0.38	26.51	8	1.34	79.79	12	0.02	4.39	-	-	-
337	440	湖州市	2021/01	-	14	0.39	50.09	13	1.10	89.40	8	0.00	2.84	-	-	-
338	441	宁波市	2021/01	-	9	0.34	39.24	12	0.76	92.27	9	0.01	3.73	-	-	-
339	443	南京市	2021/05	-	6	0.27	30.97	9	0.43	62.89	8	0.02	3.43	-	-	-
340	444	湖州市	2021/01	-	5	0.15	21.95	5	0.18	38.58	4	0.01	1.81	-	-	-
341	445	上海市	2021/03	-	7	0.18	34.82	10	1.04	100.01	-	-	-	-	-	-
342	446	杭州市	2021/02	-	9	0.34	39.56	12	0.90	95.33	-	-	-	-	-	-
343	447	嘉兴市	2021/03	-	10	0.22	33.58	12	0.61	74.42	-	-	-	-	-	-
344	449	宁波市	2021/02	-	9	0.28	40.70	10	0.88	84.82	1	-	0.64	-	-	-
345	450	杭州市	2021/02	-	10	0.25	37.82	10	1.03	84.07	-	-	-	-	-	-
346	451	上海市	2021/02	-	8	0.27	47.56	12	0.94	137.36	-	-	-	-	-	-
347	452	湖州市	2021/02	-	5	0.34	20.46	6	0.30	41.15	-	-	-	-	-	-
348	453	宁波市	2021/04	-	9	0.62	44.10	9	0.95	80.15	-	-	-	-	-	-
349	454	南京市	2021/02	-	6	0.31	30.26	9	0.59	65.05	-	-	-	-	-	-
350	455	宁波市	2021/02	-	11	0.25	40.82	11	0.96	92.70	-	-	-	-	-	-
351	456	苏州市	2021/04	-	8	0.30	35.86	8	0.76	65.04	-	-	-	-	-	-
352	457	杭州市	2021/03	-	6	0.17	22.07	4	0.17	30.55	-	-	-	-	-	-
353	458	南京市	2021/05	-	6	0.53	37.46	9	0.75	67.78	-	-	-	-	-	-
354	459	苏州市	2021/04	-	6	0.36	36.42	8	1.08	71.03	-	-	-	-	-	-
355	460	杭州市	2021/05	-	12	0.31	48.51	13	0.76	75.81	-	-	-	-	-	-
356	461	苏州市	2021/05	-	10	0.08	30.72	10	0.53	54.25	-	-	-	-	-	-
357	462	苏州市	2021/05	-	6	0.18	29.06	8	0.47	48.61	-	-	-	-	-	-
358	463	上海市	2021/05	-	7	0.14	38.05	10	0.47	77.23	-	-	-	-	-	-
359	464	宁波市	2021/05	-	7	0.30	29.99	10	0.58	57.39	-	-	-	-	-	-
360	465	宁波市	2021/08	-	6	0.36	28.41	8	0.35	42.76	-	-	-	-	-	-



序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
361	466	杭州市	2021/05	-	8	0.43	36.97	8	0.78	50.73	-	-	-	-	-	-
362	467	杭州市	2021/07	-	10	0.32	41.92	16	0.25	58.01	-	-	-	-	-	-
363	468	南京市	2021/07	-	9	0.26	37.60	9	0.44	45.14	-	-	-	-	-	-
364	469	苏州市	2021/07	-	6	0.21	26.40	9	0.55	45.65	-	-	-	-	-	-
365	471	杭州市	2021/07	-	8	0.42	40.65	11	0.61	51.59	-	-	-	-	-	-
366	472	杭州市	2021/08	-	8	0.38	35.79	8	0.49	33.05	-	-	-	-	-	-
367	473	苏州市	2021/08	-	7	0.23	33.25	8	0.50	34.13	-	-	-	-	-	-
368	474	杭州市	2021/08	-	10	0.25	42.10	12	0.32	44.34	-	-	-	-	-	-
369	475	宁波市	2021/09	-	8	0.40	34.82	11	0.22	32.78	-	-	-	-	-	-
370	476	苏州市	2021/09	-	9	0.21	37.11	10	0.26	27.89	-	-	-	-	-	-
371	477	宁波市	2021/09	-	7	0.53	33.44	8	0.31	26.70	-	-	-	-	-	-
372	478	湖州市	2021/09	-	9	0.37	36.18	8	0.44	28.95	-	-	-	-	-	-
373	479	嘉兴市	2021/10	-	8	0.27	30.88	7	0.17	23.23	-	-	-	-	-	-
374	480	宁波市	2021/11	-	8	0.60	41.71	8	0.34	24.54	-	-	-	-	-	-
375	481	嘉兴市	2021/10	-	10	0.29	37.74	13	0.29	26.95	-	-	-	-	-	-
376	482	湖州市	2021/10	-	10	0.47	40.83	10	0.38	24.43	-	-	-	-	-	-
377	483	湖州市	2021/10	-	10	0.40	35.07	9	0.37	23.84	-	-	-	-	-	-
378	485	宁波市	2021/10	-	8	0.18	32.50	10	0.20	25.93	-	-	-	-	-	-
379	486	南京市	2021/12	-	5	0.35	26.70	5	0.07	12.14	-	-	-	-	-	-
380	487	杭州市	2021/12	-	8	-	25.83	7	-	10.06	-	-	-	-	-	-
381	488	嘉兴市	2021/11	-	11	0.12	39.16	12	0.09	18.70	-	-	-	-	-	-
382	489	嘉兴市	2021/11	-	9	0.15	32.21	11	0.11	14.60	-	-	-	-	-	-
383	490	南京市	2021/12	-	9	0.27	38.75	7	0.08	8.86	-	-	-	-	-	-
384	491	苏州市	2021/11	-	7	0.32	31.15	8	0.18	14.36	-	-	-	-	-	-
385	493	杭州市	2021/12	-	12	0.34	52.47	13	0.15	15.23	-	-	-	-	-	-
386	494	杭州市	2021/12	-	6	0.87	42.57	7	0.24	12.43	-	-	-	-	-	-
387	495	南通市	2021/12	-	8	0.12	36.43	10	0.00	6.75	-	-	-	-	-	-
388	496	杭州市	2021/12	-	11	0.36	43.32	7	0.07	8.90	-	-	-	-	-	-

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
389	700	上海市	2019/05	-	2	0.07	9.97	4	0.20	30.51	7	0.15	56.69	6	0.08	36.38
390	701	上海市	2019/06	-	3	0.13	16.76	4	0.47	50.64	6	0.32	53.44	5	0.09	23.75
391	702	上海市	2019/09	-	2	0.12	14.77	3	0.58	40.24	4	0.24	37.09	3	0.15	11.87
392	703	上海市	2019/11	-	3	0.18	19.34	4	0.69	58.01	6	0.16	48.50	4	0.09	11.77
393	704	上海市	2019/11	2021/04	-	-	-	3	0.02	5.32	5	0.17	37.42	4	0.05	5.70
394	705	上海市	2020/04	-	2	0.11	15.06	4	0.33	40.27	5	0.07	35.46	6	-	1.66
395	706	上海市	2020/08	-	2	0.13	15.49	4	0.43	44.28	5	0.10	32.47	-	-	-
396	707	上海市	2020/05	-	2	0.08	16.31	4	0.34	37.22	5	0.16	24.58	-	-	-
397	708	上海市	2020/05	-	3	0.18	22.04	4	0.80	59.57	6	0.18	39.76	-	-	-
398	709	上海市	2020/07	-	3	0.15	19.13	5	0.35	47.81	7	0.13	34.55	-	-	-
399	710	上海市	2020/09	2020/10	-	-	-	-	-	-	5	0.00	14.40	-	-	-
400	711	上海市	2020/07	-	3	0.22	19.45	4	0.90	57.15	5	0.35	25.06	-	-	-
401	712	上海市	2020/09	-	3	0.07	18.19	3	0.48	45.77	5	0.14	17.95	-	-	-
402	713	上海市	2020/09	-	2	0.08	12.91	3	0.43	38.45	5	0.10	16.13	-	-	-
403	714	上海市	2020/11	-	2	0.11	13.71	3	0.39	37.78	3	0.05	6.00	-	-	-
404	715	上海市	2021/03	-	2	0.12	16.12	4	0.44	36.70	-	-	-	-	-	-
405	900	苏州市	2019/06	2020/01	-	-	-	-	-	-	3	0.01	2.32	3	0.23	10.69
406	901	上海市	2019/06	2020/01	-	-	-	-	-	-	5	0.01	3.30	4	0.31	20.34
407	902	上海市	2019/08	2020/01	-	-	-	-	-	-	3	0.02	2.48	3	0.12	14.01
408	492	杭州市	2022/01	-	11	0.18	49.54	6	0.02	10.10	-	-	-	-	-	-
409	497	上海市	2022/01	-	7	0.09	42.70	8	0.01	6.79	-	-	-	-	-	-
410	499	宁波市	2022/02	-	10	0.32	41.61	5	-	-	-	-	-	-	-	-
411	500	南京市	2022/01	-	11	0.08	41.09	10	-	2.75	-	-	-	-	-	-
412	501	常州市	2022/01	-	8	0.22	35.39	8	0.04	3.87	-	-	-	-	-	-
413	502	湖州市	2022/04	-	12	0.11	35.46	3	0.00	-	-	-	-	-	-	-
414	503	杭州市	2022/02	-	11	0.35	45.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-
415	504	南京市	2022/04	-	8	0.23	22.14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
416	505	湖州市	2022/04	-	17	0.10	29.73	-	-	-	-	-	-	-	-	-

序号	门店编号	城市	开业时间	闭店时间	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
					月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬	月薪制月均人数	时薪制工时	员工薪酬
417	507	苏州市	2022/06	-	7	0.10	16.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-
418	508	芜湖市	2022/05	-	8	0.23	14.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注 1：公司 700 以下的门店编号系按开业时间顺序编号，编号不连续系因部分门店在报告期前已闭店所致；门店编号起首数为 7 的门店均为开设在上海的共厨店（系仅提供外卖服务、无堂食服务的门店）；门店编号为 900-902 的门店系公司于盒马鲜生超市内开设的档口店；

注 2：报告期初至 2020 年 3 月，公司门店用工存在劳务外包方式，为保持各期数据的可比性，本表统计的各门店月薪制用工人数和时薪制用工工时包括劳务外包相关人员人数和工时，薪酬费用亦包含公司向劳务外包公司支付的该等用工相关费用；

注 3：月薪制用工人数系门店各期经营期间该类用工的月均加权人数；时薪制用工工时系各门店当期该类用工的累计工时。

## 附件二：直营门店地址、营业面积、开业时间、报告期内累计装修支出及租赁情况

单位：平方米；万元

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
1	005	嘉兴市	2005/07	192.97	6.27	2018/05	2023/05	固定租金	317.00
2	006	杭州市	2002/08	385.42	2.18	2021/10	2026/10	固定租金	570.20
3	007	苏州市	2005/08	297.00	9.37	2020/07	2025/07	固定租金	840.00
4	014	嘉兴市	2008/07	196.98	69.00	2018/07	2023/07	固定租金	278.00
5	016	常州市	2008/11	137.40	4.63	2021/06	2024/06	固定租金与提成租金孰高	保底租金 102.24 万元，提成租金为营业额的 8.5%
6	017	杭州市	2008/10	264.00	68.39	2019/08	2028/08	固定租金	701.32
7	019	芜湖市	2008/11	235.35	57.53	2020/11	2025/12	固定租金	233.78
8	020	芜湖市	2008/11	330.55	0.83	2016/11	2024/12	固定租金	623.70
9	021	宁波市	2008/12	194.80	59.21	2018/12	2023/12	固定租金	250.00
10	028	金华市	2009/09	206.74	70.40	2020/11	2025/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 576.80 万元，提成租金为营业额的 10%
11	030	绍兴市	2009/10	257.00	6.75	2022/01	2024/12	固定租金	270.00
12	037	上海市	2010/02	361.70	98.28	2018/06	2023/04	固定租金	945.84
13	040	宁波市	2010/03	290.00	4.74	2022/02	2027/01	固定租金	290.00
14	043	湖州市	2010/07	212.08	67.17	2020/05	2025/06	固定租金	185.63
15	047	杭州市	2010/07	288.43	94.91	2020/03	2025/05	固定租金	1,246.59
16	048	上海市	2010/07	214.81	0.46	2018/08	2023/07	固定租金与提成租金孰高	保底租金 2720.36 万元，提成租金为营业额的 29%
17	052	杭州市	2010/09	275.60	1.80	2010/08	2023/06	固定租金	2,363.34

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
18	054	南京市	2010/12	180.00	2.55	2020/11	2022/11	固定租金	318.74
19	058	嘉兴市	2011/05	166.00	47.26	2019/05	2029/05	固定租金	295.00
20	059	南京市	2011/07	249.60	2.76	2017/11	2022/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 1458.19 万元，提成租金为营业额的 23%
21	061	杭州市	2011/07	165.50	51.83	2021/08	2031/04	固定租金	410.16
22	063	南京市	2011/08	165.00	44.57	2019/10	2024/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 295 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额的 9%，第 4-5 年为营业额的 10%
23	068	南通市	2011/11	144.00	1.40	2017/09	2022/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 193.44 万元，提成租金为营业额的 9%
24	072	上海市	2012/01	303.25	1.09	2020/10	2025/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 2337.58 万元，提成租金为营业额的 28%
25	074	苏州市	2012/06	233.56	-	2022/06	2022/08	固定租金	15.06
26	075	苏州市	2011/12	266.80	3.05	2021/09	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 164.45 万元，提成租金为营业额的 8%
27	077	南通市	2012/07	214.15	7.62	2022/06	2027/05	固定租金	175.68
28	078	杭州市	2012/07	155.00	3.14	2018/07	2024/07	固定租金与提成租金孰高	保底租金 306.67 万元，年度营业额≤800 万，提成租金为营业额的 9%；800 万<年度营业额≤1000 万，提成租金为营业额的 12%；年度营业额>1000 万，提成租金为营业额的 13%
29	081	南京市	2012/10	198.00	8.79	2018/05	2023/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 325.41 万元，提成租金为营业额的 12.5%
30	082	宁波市	2012/10	333.62	12.39	2012/07	2022/07	固定租金	474.35
31	086	金华市	2012/10	221.78	20.21	2021/07	2024/07	固定租金	68.76
32	087	杭州市	2012/11	253.63	2.28	2019/06	2022/07	固定租金	230.90
33	088	苏州市	2012/10	239.82	-	2017/09	2022/08	固定租金	182.52
34	089	苏州市	2012/09	140.89	56.96	2020/09	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 172.16 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 10%，第 3-4 年为营业额的 11%
35	090	湖州市	2012/09	197.68	65.02	2012/10	2027/09	提成租金	第 1-5 年为营业额的 10.5%，第 6-15 年为营业额的 11.5%，2019 年 6 月起为堂食营业额 11.5% 及外卖营业额 6%

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
36	091	湖州市	2012/11	353.37	1.80	2021/10	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 160.01 万元，提成租金为营业额的 9%
37	093	杭州市	2012/12	204.22	65.04	2020/08	2025/09	固定租金	717.97
38	095	杭州市	2013/09	140.07	22.79	2013/06	2024/08	提成租金/固定租金	2021 年 10 月前，保底租金 633.6 万元，提成租金：第 1-8 年，年度营业额<459 万，提成租金为 0%，年度营业额≥459 万，提成租金为营业额的 12%；2021 年 10 月起，租金模式变更为固定租金、面积减少且房租下降，剩余期间合计租金为 181.28 万元
39	097	湖州市	2013/02	397.97	8.77	2012/12	2022/12	固定租金	452.00
40	098	上海市	2012/05	1,057.30	-	2018/01	2023/12	固定租金	749.93
41	100	芜湖市	2013/04	228.19	3.97	2020/05	2022/12	固定租金	67.11
42	102	湖州市	2013/07	165.00	2.43	2021/01	2021/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 80.70 万元，提成租金为营业额的 18%
43	105	湖州市	2012/05	228.98	4.31	2013/05	2023/04	提成租金	第 1-2 年为营业额的 8%，第 3-4 年为营业额的 9%，第 5-6 年为营业额的 10%，第 7-10 年为营业额的 11%
44	111	南京市	2013/07	234.61	105.48	2018/03	2022/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 1340.83 万元，提成租金为营业额的 23%
45	112	杭州市	2013/05	285.07	80.05	2018/08	2023/07	固定租金与提成租金孰高	保底租金 2852.124 万元，提成租金为营业额的 29%
46	113	无锡市	2013/06	233.35	79.51	2019/06	2023/05	固定租金与提成租金孰高	保底租金 146.19 万元，提成租金为堂食营业额的 10%
47	114	金华市	2013/08	248.39	5.99	2021/07	2024/06	固定租金	209.46
48	116	南京市	2013/09	168.57	42.98	2021/09	2026/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 224.39 万元，提成租金：第 1-3 年为不含税营业额的 10%，第 4-5 年为不含税营业额的 11%
49	125	宁波市	2013/12	198.84	22.14	2022/01	2024/12	固定租金	157.64
50	127	嘉兴市	2013/12	214.60	2.40	2017/10	2022/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 192.75 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额的 8%，第 4-5 年为营业额的 9%
51	129	宁波市	2013/12	298.43	96.29	2019/04	2024/03	固定租金与提成租金孰高	保底租金 1516.67 万元，提成租金为营业额的 29%
52	145	湖州市	2015/04	144.14	9.78	2015/04	2023/04	固定租金	282.30

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
53	147	杭州市	2015/08	158.98	7.58	2020/09	2029/07	固定租金	620.52
54	149	苏州市	2015/08	160.76	37.32	2021/09	2025/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 168.01 万元，提成租金为营业额的 9%
55	150	湖州市	2015/09	138.00	6.48	2021/04	2023/09	提成租金/固定租金	2022 年 1 月前为提成租金，提成比例为月营业额 7%；2022 年 1 月后为固定租金，合同期内租金总额 75.88 万元
56	151	杭州市	2015/11	135.20	2.00	2021/09	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 76.22 万元，提成租金为堂食营业额的 11.277% 和 外卖营业额的 8.4%
57	152	杭州市	2015/11	204.00	66.38	2021/12	2025/07	固定租金与提成租金孰高	保底租金 215.64 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 12%，第 3 年为营业额的 13%，第 4-5 年为营业额的 14%
58	153	南京市	2015/12	152.60	77.69	2018/09	2022/12	固定租金	257.23
59	154	芜湖市	2015/11	201.00	0.14	2021/12	2026/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 978.27 万元，提成租金为营业额的 26%
60	159	杭州市	2016/01	170.00	5.21	2016/01	2023/12	固定租金	227.32
61	162	杭州市	2015/12	196.80	8.10	2015/11	2024/01	固定租金	317.43
62	164	杭州市	2016/01	145.45	2.26	2021/12	2024/12	固定租金	189.33
63	165	湖州市	2016/01	162.00	5.11	2016/01	不定期	免费使用	-
64	166	杭州市	2016/03	189.96	2.61	2021/11	2024/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 194.24 万元，提成租金为营业额的 10%
65	167	南京市	2016/03	177.00	0.19	2016/01	2023/12	固定租金	166.25
66	168	杭州市	2016/04	118.74	2.30	2021/12	2022/11	固定租金	37.84
67	169	杭州市	2016/04	104.22	0.02	2022/04	2027/04	固定租金	115.37
68	170	苏州市	2016/04	134.76	1.78	2016/02	2024/04	固定租金与提成租金孰高	保底租金 94.4 万元，提成租金：第 1-4 年为营业额的 7%，第 5-8 年为营业额的 8%（包含物业费）
69	171	杭州市	2016/04	152.00	2.16	2022/05	2028/04	固定租金	442.25
70	172	湖州市	2016/05	215.42	5.25	2016/03	2026/03	固定租金	488.48
71	173	杭州市	2016/06	157.00	3.11	2016/04	2024/05	固定租金	352.30

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
72	174	杭州市	2016/05	137.00	3.89	2016/04	2022/06	固定租金	131.86
73	175	杭州市	2016/12	110.00	3.28	2022/01	2022/12	固定租金	38.40
74	176	杭州市	2016/06	157.00	2.57	2016/03	2028/06	固定租金	623.65
75	178	湖州市	2016/05	142.94	4.76	2016/04	2024/05	固定租金与提成租金孰高	保底租金 185.03 万元，提成租金为营业额的 8%
76	179	上海市	2016/09	175.45	-	2022/04	2023/03	固定租金	19.38
77	180	上海市	2016/08	156.32	4.81	2022/02	2025/01	固定租金	65.25
78	181	杭州市	2016/06	157.00	2.80	2016/05	2026/06	固定租金	488.75
79	183	杭州市	2016/06	175.00	5.17	2022/06	2026/03	固定租金	311.63
80	185	嘉兴市	2016/07	120.00	2.86	2022/05	2022/12	固定租金	10.00
81	186	上海市	2016/10	118.94	1.43	2016-06	2022-06	固定租金与提成租金孰高/ 提成租金	2019 年 12 月-2020 年 2 月期间为全额减免期间； 2020 年 9 月至 2021 年 12 月期间为提成租金，提成租金为 营业额的 18%； 其余期间为固定租金与提成租金孰高，保底租金 332.43 万 元；提成租金：第 1-2 年为营业额的 10%，第 3-4 年为营业 额的 11%，第 5-6 年为营业额的 12%。
82	188	苏州市	2016/08	147.39	2.67	2016/06	2026/07	固定租金	431.00
83	189	湖州市	2016/08	149.00	16.99	2016/06	2023/07	固定租金	252.00
84	190	苏州市	2016/09	163.80	0.45	2021/09	2022/09	固定租金	51.30
85	193	杭州市	2016/08	156.00	3.48	2016/06	2022/07	固定租金	273.79
86	195	上海市	2016/12	295.56	13.77	2016/08	2022/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 752.78 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 10%， 第 3-4 年为营业额的 11%，第 5-6 年为营业额的 12%
87	197	苏州市	2016/10	160.10	2.72	2016/11	2024/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 191.26 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%， 第 3-8 年为营业额的 8%（包含经营管理费）
88	198	南京市	2016/11	125.00	5.49	2021/11	2022/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 26.1 万元，提成租金为营业额的 10%



序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
89	199	南京市	2016/09	139.70	2.32	2016/07	2022/07	固定租金与提成租金孰高	保底租金 134.25 万元, 提成租金: 第 1-2 年为营业额的 8%, 第 3-4 年为营业额的 9%, 第 5-6 年为营业额的 10%
90	200	南通市	2016/09	154.00	9.47	2021/08	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 300 万元, 提成租金为营业额的 21%
91	201	南通市	2016/09	150.00	9.54	2021/08	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 300 万元, 提成租金为营业额的 21%
92	202	苏州市	2016/09	139.70	1.51	2021/10	2023/10	固定租金	52.03
93	203	湖州市	2016/10	192.55	6.07	2016/08	2024/09	固定租金	152.00
94	204	苏州市	2016/09	156.00	3.03	2016/09	2022/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 164.57 万元, 提成租金为营业额的 7.5%
95	205	苏州市	2016/12	152.00	1.90	2016/12	2022/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 182.68 万元, 提成租金为营业额的 8%
96	208	湖州市	2016/11	133.00	19.32	2016/09	2022/10	固定租金	122.00
97	209	南京市	2016/10	140.00	5.60	2016/08	2024/09	固定租金	409.67
98	210	杭州市	2017/01	166.00	2.09	2016/09	2025/11	提成租金	第 1-3 年为营业额 7%, 第 4-6 年为营业额 8%, 第 7-9 年为营业额 9%,
99	212	湖州市	2016/10	137.60	2.55	2016/08	2026/08	提成租金	营业额的 8%
100	213	湖州市	2016/10	265.00	7.65	2022/01	2026/12	固定租金	132.06
101	214	湖州市	2016/10	144.50	10.12	2016/09	2025/09	固定租金	486.96
102	215	杭州市	2016/10	186.00	4.03	2016/08	2023/08	固定租金	174.90
103	216	杭州市	2016/11	135.11	3.98	2016/09	2022/10	固定租金	188.05
104	217	苏州市	2016/10	104.86	0.67	2016/09	2024/10	固定租金	143.00
105	218	杭州市	2016/11	195.00	2.52	2016/09	2024/10	固定租金	501.30
106	219	南京市	2016/11	149.00	5.44	2016/09	2024/11	固定租金	519.15
107	220	苏州市	2016/11	199.50	2.49	2016/09	2026/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 142.5 万元, 提成租金: 第 1 年, 年营业额≤250 万, 提成租金为营业额的 3%, 250 万<年营业额≤600 万, 提成租金为营业额的 3.5%, 年营业额>600 万, 提成租金为

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
									营业额的 4%；第 2-10 年，年营业额≤250 万，提成租金为营业额的 6%，250 万<年营业额≤600 万，提成租金为营业额的 7%，年营业额>600 万，提成租金为营业额的 8%
108	221	杭州市	2017/02	157.91	5.50	2016/10	2022/09	固定租金	420.09
109	222	杭州市	2016/11	146.00	2.65	2016/09	2026/09	固定租金	256.40
110	223	苏州市	2016/10	155.40	0.94	2016/09	2026/10	固定租金	309.34
111	224	南京市	2016/12	153.19	3.91	2021/08	2023/07	固定租金	66.46
112	227	南京市	2016/11	168.00	2.58	2022/02	2024/02	固定租金	61.50
113	228	南京市	2016/12	116.30	4.12	2017/05	2027/05	固定租金	378.86
114	229	南京市	2016/11	141.73	2.62	2016/10	2022/11	固定租金	95.23
115	230	杭州市	2016/11	122.61	3.33	2016/10	2024/10	固定租金	383.37
116	231	杭州市	2016/11	197.00	5.39	2016/10	2023/11	固定租金	413.79
117	232	杭州市	2016/12	119.00	3.29	2016/10	2025/10	固定租金	239.52
118	233	湖州市	2016/11	124.00	11.14	2022/01	2037/01	固定租金	419.95
119	234	湖州市	2016/11	145.00	10.76	2016/09	2024/10	固定租金	140.00
120	235	杭州市	2016/11	181.00	1.99	2016/10	2023/06	固定租金	137.90
121	237	苏州市	2016/11	144.00	5.71	2018/01	2025/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 203.3 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3 年为营业额的 8%，第 4-5 年为营业额的 8.4%，第 6-7 年为营业额的 8.8%
122	238	宁波市	2016/12	121.00	5.07	2016/10	2022/11	固定租金	161.82
123	239	湖州市	2016/12	116.00	6.10	2016/10	2024/11	固定租金	172.00
124	240	杭州市	2016/12	120.00	1.67	2016/10	2022/11	固定租金	147.37

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
125	241	宁波市	2016/11	116.80	6.43	2016/10	2022/11	固定租金	161.76
126	243	苏州市	2017/01	150.00	0.77	2016/11	2027/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 387.25 万元，提成租金：600 万≤年营业额<700 万，提成租金为营业额的 7%，700 万≤年营业额<900 万，提成租金为营业额的 8%，年营业额>900 万，提成租金为营业额的 9%
127	245	杭州市	2016/12	196.90	5.12	2022/01	2030/03	固定租金	263.98
128	246	嘉兴市	2016/12	181.31	5.37	2016/10	2025/12	固定租金	223.84
129	248	湖州市	2016/12	114.37	2.13	2021/07	2024/03	固定租金	73.25
130	249	南京市	2016/12	129.97	3.39	2021/11	2026/11	固定租金	153.36
131	250	南京市	2016/12	198.00	4.61	2016/11	2023/01	固定租金	203.82
132	251	苏州市	2016/12	200.74	4.55	2016/12	2022/12	固定租金	522.36
133	252	南京市	2016/12	117.90	4.39	2021/12	2027/01	固定租金	409.30
134	254	湖州市	2016/12	158.93	3.70	2016/10	2026/12	提成租金	第 1-5 年为营业额的 7%，第 6-10 年为营业额的 8%
135	259	杭州市	2016/12	151.30	1.27	2016/11	2023/02	固定租金	216.13
136	260	杭州市	2016/12	206.10	2.77	2021/06	2023/06	固定租金	115.20
137	261	杭州市	2016/12	199.00	1.83	2016/11	2023/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 155.79 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 6%，第 3-4 年为营业额的 7%，第 5-6 年为营业额的 8%
138	262	湖州市	2016/12	169.00	9.01	2021/11	2024/11	提成租金	营业额的 8%，并加上对应金额的增值税
139	263	湖州市	2016/12	241.00	8.37	2016/11	2025/01	固定租金	416.11
140	264	苏州市	2016/12	166.00	0.47	2020/12	不定期	固定租金	53 万元/年
141	265	苏州市	2016/12	125.50	3.11	2021/12	2024/12	固定租金	104.74
142	266	南京市	2017/01	156.40	2.74	2016/12	2023/01	固定租金	219.59

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
143	267	杭州市	2016/12	146.67	6.32	2016/11	2024/12	固定租金	393.72
144	268	南京市	2017/03	127.00	2.45	2022/05	2027/05	固定租金	130.00
145	270	南京市	2018/07	192.68	-	2018/08	2026/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 296.7 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 8%，第 3-4 年为营业额的 9%，第 5-6 年为营业额的 10%，第 7-8 年为营业额的 11%
146	272	杭州市	2017/02	130.87	2.22	2022/03	2027/02	固定租金	174.23
147	274	南京市	2017/09	138.00	3.38	2017/09	2022/09	固定租金	104.51
148	275	南京市	2017/05	155.20	4.37	2022/05	2023/05	固定租金	30.00
149	277	南京市	2017/05	174.60	3.05	2022/05	2025/04	固定租金	211.75
150	278	杭州市	2017/06	153.30	4.21	2017/03	2025/08	固定租金	258.61
151	279	杭州市	2017/05	184.60	7.44	2017/03	2024/05	固定租金	283.28
152	280	杭州市	2017/05	149.09	5.15	2017/03	2025/04	固定租金	258.61
153	281	苏州市	2017/05	210.00	6.77	2017/05	2022/07	固定租金	97.65
154	282	杭州市	2017/05	154.00	7.41	2018/04	2022/10	固定租金	156.50
155	284	苏州市	2017/05	250.00	7.12	2017/02	2023/02	固定租金	149.54
156	285	嘉兴市	2017/06	133.00	2.59	2017/03	2027/02	固定租金	393.73
157	286	苏州市	2017/05	140.60	5.64	2017/06	2025/06	固定租金与提成租金孰高	保底租金 330.14 万元，提成租金为营业额的 7%
158	287	南京市	2017/08	167.00	8.71	2017/05	2025/05	固定租金	486.78
159	288	南京市	2017/07	112.00	0.55	2022/06	2025/05	固定租金	72.58
160	289	杭州市	2017/09	131.00	3.20	2017/08	2023/08	固定租金	165.16
161	290	杭州市	2017/08	202.18	0.50	2021/08	2025/04	免费使用	-

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
162	291	南京市	2017/06	132.50	4.77	2022/06	2025/06	固定租金	102.70
163	293	宁波市	2017/06	143.80	5.03	2017/05	2030/04	固定租金与提成租金孰高	保底租金 475.17 万元, 提成租金: 第 1-3 年为营业额的 6%, 第 4-6 年为营业额的 7%, 第 7-9 年为营业额的 8%, 第 10-13 年为营业额的 9%
164	294	杭州市	2017/06	178.20	1.06	2017/05	2023/06	固定租金	270.00
165	295	杭州市	2017/06	132.00	5.37	2017/05	2023/06	固定租金	153.04
166	296	嘉兴市	2017/06	226.50	2.64	2017/06	2023/05	固定租金与提成租金孰高	保底租金 193.35 万元, 提成租金为营业额的 9%
167	297	苏州市	2018/04	142.45	2.58	2018/05	2024/04	固定租金	115.79
168	298	杭州市	2017/07	155.00	2.23	2017/05	2022/07	固定租金	249.72
169	299	南京市	2017/06	123.89	3.24	2017/05	2023/07	固定租金	281.68
170	301	南京市	2017/09	149.10	4.67	2017/05	2022/07	固定租金	282.88
171	302	南京市	2017/09	156.40	2.29	2017/09	2022/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 189.6 万元, 提成租金: 第 1-2 年为营业额的 10%, 第 3 年为营业额的 11%, 第 4-5 年为营业额的 12%
172	304	湖州市	2017/08	132.71	11.15	2017/06	2023/06	固定租金	148.90
173	306	南京市	2017/09	115.00	4.72	2017/12	2022/12	固定租金	219.99
174	307	苏州市	2017/09	109.60	3.31	2017/08	2022/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 217.43 万元, 提成租金: 第 1 年为营业额的 8.4%, 第 2 年为营业额的 8.92%, 第 3-4 年为营业额的 9.45%, 第 5 年为营业额的 9.97%, 并加上对应金额的增值税
175	308	南京市	2017/09	143.00	1.80	2020/09	2022/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 132.84 万元, 提成租金: 第 1 年为营业额 10.74%, 第 2 年为营业额 11.71%
176	309	上海市	2017/12	121.47	3.05	2017/09	2023/10	固定租金	323.42
177	310	杭州市	2017/12	154.00	52.30	2017/09	2028/11	固定租金	360.75
178	311	南京市	2017/12	181.00	6.40	2017/09	2022/10	固定租金	122.99
179	312	苏州市	2017/11	175.50	4.73	2017/09	2023/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 139.63 万元, 提成租金: 第 1 年为营业额的 9%, 第 2-5 年为营业额的 10%

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
180	313	杭州市	2017/10	163.30	4.45	2017/08	2029/09	提成租金	营业额≤700万,1-4年为营业额的7%,5-8年为营业额的8%,9-12年为营业额的9%;营业额>700万,1-12年为营业额的10%
181	314	杭州市	2017/12	109.11	2.87	2020/11	2023/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 184.17 万元, 提成租金为营业额的 23%
182	315	杭州市	2017/12	109.11	2.87	2020/11	2023/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 184.17 万元, 提成租金为营业额的 23%
183	316	苏州市	2018/04	123.60	3.64	2017/11	2023/04	固定租金与提成租金孰高	保底租金 135.78 万元, 提成租金: 第 1-2 年为营业额的 7%, 第 3-5 年为营业额的 8%
184	317	杭州市	2018/01	183.60	3.33	2020/10	2022/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 351.35 万元, 提成租金为营业额的 16%
185	319	杭州市	2017/12	170.92	2.29	2017/11	2022/11	固定租金	165.09
186	320	杭州市	2017/12	190.00	8.73	2017/11	2028/01	固定租金	514.65
187	321	杭州市	2017/12	192.67	4.53	2017/11	2027/12	固定租金	958.31
188	322	杭州市	2017/12	121.00	5.37	2017/11	2026/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 252 万元, 提成租金为营业额的 8%
189	323	苏州市	2017/12	145.88	4.75	2020/11	2025/10	固定租金	103.04
190	324	杭州市	2018/03	147.00	6.56	2017/11	2023/08	固定租金	424.71
191	326	苏州市	2018/04	205.00	1.52	2021/09	2022/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 104.46 万元, 提成租金为营业额的 27%
192	327	杭州市	2018/04	140.00	3.02	2018/01	2024/01	固定租金	168.32
193	328	苏州市	2018/03	122.00	2.99	2018/01	2023/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 138.26 万元, 提成租金: 第 1 年为营业额 9%, 第 2 年为营业额 9.5%, 第 3 年为营业额 10%, 第 4 年为营业额 10.5%, 第 5 年为营业额 11%
194	329	杭州市	2018/03	150.00	3.69	2017/12	2025/03	固定租金	276.12
195	330	南京市	2018/04	144.00	7.96	2018/01	2022/12	固定租金	175.93
196	331	湖州市	2018/02	167.00	3.97	2018/01	2025/01	固定租金	184.35
197	332	常州市	2018/02	98.00	7.72	2018/02	2024/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 649.84 万元, 提成租金为营业额的 24%

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
198	333	无锡市	2018/06	197.54	5.87	2018/04	2023/03	固定租金	243.17
199	334	泰州市	2018/07	138.80	4.32	2018/04	2023/03	固定租金与提成租金孰高	保底租金 285 万元，提成租金为营业额的 20%
200	335	泰州市	2018/07	138.80	4.38	2018/04	2023/03	固定租金与提成租金孰高	保底租金 285 万元，提成租金为营业额的 20%
201	336	苏州市	2018/06	110.00	7.28	2018/04	2023/04	固定租金	167.96
202	337	苏州市	2018/08	139.80	1.68	2022/04	2023/03	固定租金	41.31
203	338	湖州市	2018/08	156.00	7.04	2018/08	2024/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 125.14 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3-6 年为营业额的 8%
204	339	杭州市	2018/09	133.50	3.30	2018/07	2024/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 276 万元，提成租金为营业额的 10%
205	340	上海市	2019/01	117.00	79.67	2018/09	2024/12	固定租金	394.12
206	342	杭州市	2018/09	144.00	8.13	2018/08	2026/09	固定租金	230.16
207	343	杭州市	2018/10	128.00	6.34	2018/09	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 157.39 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额 7%，第 4-6 年为营业额 8%
208	344	杭州市	2018/10	164.80	2.30	2018/09	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 267.73 万元，提成租金为营业额 9.5%
209	345	南京市	2018/12	177.00	5.64	2018/08	2024/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 172.58 万元，提成租金：年营业额<300 万，提成租金为营业额的 13%；300 万≤年营业额<400 万，提成租金为营业额的 15%；年营业额≥400 万，提成租金为营业额的 17%
210	346	南京市	2018/11	158.50	6.05	2018/11	2023/11	固定租金	187.20
211	347	苏州市	2018/11	166.00	3.39	2018/09	2024/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 216.36 万元，提成租金为营业额的 11%
212	348	苏州市	2018/12	235.00	0.22	2018/12	2024/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 552.05 万元，提成租金为营业额的 25%
213	350	杭州市	2018/12	180.11	4.27	2018/10	2024/10	固定租金	207.85
214	353	常州市	2018/12	184.60	7.03	2018/12	2022/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 129.73 万元，提成租金：南北两区年营业额<800 万，提成租金为营业额的 25%；800 万≤南北两区年营业额≤1000 万，提成租金为营业额 26%；年营业额>1000 万，提成租金为营业额 27%

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
215	354	常州市	2019/01	250.40	6.24	2018/12	2022/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 129.73 万元，提成租金：南北两区年营业额<800 万，提成租金为营业额的 25%；800 万≤南北两区年营业额≤1000 万，提成租金为营业额 26%；年营业额>1000 万，提成租金为营业额 27%
216	355	杭州市	2019/01	117.00	34.28	2018/11	2023/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 112.81 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额的 7%，第 4 年为营业额的 8%
217	356	杭州市	2019/03	258.24	46.39	2018/11	2024/11	固定租金	264.17
218	357	杭州市	2019/02	121.00	37.34	2018/12	2024/01	固定租金	213.30
219	359	嘉兴市	2019/06	221.20	55.69	2019/04	2025/05	固定租金	378.00
220	360	嘉兴市	2019/05	150.16	41.82	2019/05	2025/05	固定租金与提成租金孰高	保底租金 118.78 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额的 7%，第 4-6 年为营业额的 9%
221	361	杭州市	2019/06	124.10	37.92	2019/05	2025/06	固定租金	181.67
222	362	上海市	2019/09	225.30	100.92	2019/05	2024/03	固定租金	456.04
223	363	嘉兴市	2019/07	236.90	59.46	2019/06	2029/07	提成租金	营业额≤700 万，营业额的 8%；营业额>700 万，营业额的 9%
224	364	嘉兴市	2019/08	157.26	45.99	2019/07	2024/06	固定租金	149.67
225	366	绍兴市	2019/08	168.00	55.75	2019/08	2025/06	固定租金与提成租金孰高	保底租金 148.52 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 8%，第 3-4 年为营业额的 8.5%，第 5-6 年为营业额的 9%
226	367	嘉兴市	2019/09	182.00	51.25	2019/08	2029/09	固定租金	196.67
227	368	台州市	2019/12	129.65	41.51	2019/10	2024/10	固定租金	24.30
228	369	杭州市	2019/11	255.34	77.55	2019/09	2026/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 131.56 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3-5 年为营业额的 8%，第 6-7 年为营业额的 9%
229	370	苏州市	2019/10	143.00	50.57	2019/08	2025/02	固定租金	80.12
230	371	嘉兴市	2019/10	153.90	42.02	2019/08	2025/10	固定租金	148.84
231	372	宁波市	2020/01	148.00	46.26	2019/11	2024/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 113.46 万元，提成租金：第 1-3 年为年营业额 7%，第 4-5 年为年营业额 8%；根据补充协议，2020 年 7 月至 2022 年 6 月租金模式变更为纯提成模式，提成比例为堂食



序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
									营业额 6% 和外卖营业额 2% 之和
232	373	上海市	2019/12	140.00	44.49	2019/09	2025/10	固定租金	232.41
233	374	芜湖市	2019/11	149.76	46.09	2019/09	2027/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 236.5 万元，提成租金：第 1-4 年为营业额的 7%，第 5-8 年为营业额的 8%
234	375	杭州市	2019/12	147.00	39.88	2019/09	2024/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 173.12 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额的 8%，第 4-5 年为营业额的 9%
235	376	南通市	2019/11	149.70	42.67	2019/09	2024/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 115.74 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3-4 年为营业额的 8%，第 5 年为营业额的 9%
236	377	绍兴市	2019/12	182.15	48.50	2019/10	2029/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 250 万元，提成租金为营业额的 7%
237	378	杭州市	2019/11	141.93	35.04	2019/10	2029/10	固定租金	262.89
238	379	嘉兴市	2019/12	235.00	61.66	2019/10	2024/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 150 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3-5 年为营业额的 8%
239	380	宁波市	2019/12	198.35	55.63	2019/10	2027/10	固定租金	194.53
240	382	无锡市	2019/12	127.30	39.54	2019/10	2025/12	固定租金	112.30
241	383	杭州市	2020/01	170.00	52.45	2019/11	2028/01	固定租金	371.64
242	384	苏州市	2019/12	144.25	50.14	2019/11	2024/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 105.9 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3-4 年为营业额的 7.5%，第 5 年为营业额的 8%
243	385	南京市	2020/01	138.44	43.54	2019/11	2027/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 280 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 8%，第 3-4 年为营业额的 9%，第 5 年为营业额的 10%
244	386	上海市	2020/03	205.20	62.26	2019/10	2025/10	固定租金	818.10
245	387	常州市	2020/01	144.00	43.55	2019/11	2024/12	固定租金	130.00
246	388	南京市	2020/03	174.00	50.87	2019/12	2024/12	固定租金	301.02
247	390	杭州市	2020/05	173.20	57.00	2020/04	2027/05	固定租金	396.81
248	392	上海市	2020/05	217.00	85.52	2019/12	2024/12	固定租金	512.92
249	394	苏州市	2020/06	187.06	50.81	2020/05	2029/06	固定租金	275.62

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
250	395	嘉兴市	2020/06	171.00	48.30	2020/04	2026/06	固定租金与提成租金孰高	保底租金 216 万元，提成租金为营业额的 8%
251	396	杭州市	2020/06	146.38	38.47	2020/05	2026/06	固定租金	206.93
252	397	南京市	2020/07	183.00	48.49	2020/06	2028/07	固定租金	346.02
253	399	湖州市	2020/10	152.00	53.98	2020/08	2030/09	固定租金	311.87
254	400	杭州市	2020/07	144.02	40.31	2020/05	2026/06	固定租金与提成租金孰高	保底租金 221.67 万元，提成租金为营业额的 7%
255	401	杭州市	2020/07	188.00	50.74	2020/06	2028/05	固定租金	105.13
256	402	上海市	2020/07	148.00	67.50	2020/05	2026/05	固定租金	572.72
257	403	南京市	2020/08	175.67	47.47	2020/06	2029/11	固定租金与提成租金孰高	保底租金 288.15 万元，提成租金：第 1-4 年为营业额的 8%，第 5-8 年为营业额的 9%
258	404	杭州市	2020/11	118.00	80.59	2020/09	2025/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 1427.78 万元，提成租金为营业额的 30%
259	405	嘉兴市	2020/08	175.00	49.89	2020/07	2028/11	固定租金	120.13
260	406	杭州市	2020/07	154.00	45.14	2020/06	2030/03	固定租金	436.49
261	407	杭州市	2020/08	168.81	44.55	2022/05	不定期	固定租金	1.50 万元/月
262	408	杭州市	2020/08	142.13	40.62	2020/07	2026/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 226.46 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 7%，第 3-4 年为营业额的 8%，第 5-6 年为营业额的 9%
263	409	常州市	2020/12	186.00	75.56	2021/01	2025/12	固定租金	390.00
264	410	上海市	2020/09	160.85	49.38	2020/07	2025/07	固定租金	344.11
265	411	宁波市	2020/09	177.22	55.69	2020/07	2025/09	固定租金	155.38
266	412	湖州市	2020/08	55.00	18.19	2020/07	2025/07	固定租金	81.50
267	413	上海市	2020/09	152.30	45.83	2020/07	2026/07	固定租金	496.49
268	414	南京市	2020/09	165.35	50.70	2020/08	2026/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 110 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额 5%，第 3-4 年为营业额 6%，第 5-6 年为营业额 7%，

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
269	415	杭州市	2020/10	166.60	54.60	2020/09	2026/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 180 万元，提成租金：年营业额<500 万，提成租金为营业额的 7%；500 万≤年营业额<700 万，提成租金为营业额 8%；700 万≤年营业额<900 万，提成租金为营业额 9%；900 万≤年营业额<1100 万，提成租金为营业额 10%；年营业额≥1100 万，提成租金为营业额 11%
270	417	杭州市	2021/01	186.25	49.79	2020/12	2027/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 352.9 万元，提成租金为营业额 8%
271	418	常州市	2020/10	190.70	74.77	2020/09	2026/09	固定租金	187.34
272	419	嘉兴市	2020/10	281.00	84.06	2020/09	2026/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 216 万元，提成租金为营业额 9%
273	420	上海市	2020/11	135.00	51.59	2020/09	2025/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 255.58 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额 8%，第 3-5 年为营业额 9%
274	421	湖州市	2020/10	223.30	64.29	2020/09	2026/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 177.5 万元，提成租金为营业额 15%
275	422	上海市	2020/11	198.00	65.06	2020/10	2025/09	固定租金	966.88
276	424	宁波市	2020/10	157.00	46.55	2020/10	2030/12	固定租金	200.69
277	425	杭州市	2020/11	152.61	37.56	2020/10	2030/11	固定租金	298.38
278	426	苏州市	2020/11	163.00	45.39	2020/10	2025/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 101.87 万元，提成租金为营业额 6%
279	427	南京市	2020/12	163.00	65.92	2020/11	2025/12	固定租金	218.13
280	428	湖州市	2020/12	220.93	51.83	2020/10	2028/10	固定租金	314.39
281	429	上海市	2020/12	155.12	58.43	2021/06	2026/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 394.95 万元，提成租金为营业额 9%
282	430	杭州市	2021/02	265.00	73.74	2020/11	2029/01	固定租金	1,049.91
283	431	杭州市	2021/07	208.45	66.43	2021/06	2026/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 135.7 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额 8%，第 3-5 年为营业额 9%
284	432	南京市	2021/02	191.00	60.42	2020/12	2029/01	固定租金与提成租金孰高	保底租金 72.93 万元，提成租金：第 1-3 年无提成，第 4-8 年为营业额 5%
285	433	嘉兴市	2020/12	189.30	60.58	2020/11	2025/10	固定租金	127.40

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
286	434	上海市	2021/01	154.00	48.60	2020/11	2027/01	固定租金	513.96
287	435	杭州市	2021/02	169.41	52.04	2020/11	2026/12	固定租金	302.64
288	436	南京市	2021/01	240.00	67.80	2020/11	2031/01	提成租金	年堂吃营业额<300万, 第一年为0%, 2-10年为营业额3%; 300≤年堂吃营业额<400万, 营业额的5%; 400≤年堂吃营 业额<500万, 营业额的6%; 年堂吃营业额≥500万, 营业 额的7%
289	437	杭州市	2021/01	70.00	20.61	2020/12	2026/12	固定租金	98.99
290	438	杭州市	2021/01	170.00	54.89	2020/11	2028/12	固定租金	214.05
291	439	宁波市	2020/12	138.00	57.14	2020/11	2031/02	固定租金	342.08
292	440	湖州市	2021/01	196.40	50.64	2020/11	2026/11	固定租金	65.78
293	441	宁波市	2021/01	161.05	55.57	2020/11	2026/11	固定租金	159.99
294	443	南京市	2021/05	160.80	44.89	2021/05	2026/04	固定租金	140.93
295	444	湖州市	2021/01	51.80	17.27	2020/11	2026/12	固定租金	83.86
296	445	上海市	2021/03	173.20	53.49	2020/12	2025/12	固定租金	510.48
297	446	杭州市	2021/02	188.70	46.02	2020/12	2028/12	固定租金	224.25
298	447	嘉兴市	2021/03	240.00	64.59	2021/02	2026/01	固定租金	157.23
299	449	宁波市	2021/02	220.00	60.13	2020/12	2029/03	固定租金与提成租金孰高	保底租金 280.04 万元, 提成租金: 第 1-2 年为营业额 8%, 第 3-5 年为营业额 8.5%, 第 6-8 年为营业额 9%
300	450	杭州市	2021/02	180.00	51.23	2020/12	2027/12	固定租金	199.69
301	451	上海市	2021/02	147.70	53.57	2020/12	2025/10	固定租金	588.41
302	452	湖州市	2021/02	70.00	22.83	2020/12	2027/01	固定租金	78.18
303	453	宁波市	2021/04	195.00	56.61	2020/12	2025/11	固定租金	154.78

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
304	454	南京市	2021/02	154.00	45.14	2020/12	2027/01	固定租金	205.79
305	455	宁波市	2021/02	203.00	58.63	2020/12	2026/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 247.12 万元，提成租金：第 1 年为营业额 6%，第 2-3 年为营业额 7%，第 4-5 年为营业额 8%
306	456	苏州市	2021/04	132.25	47.94	2021/03	2026/04	固定租金与提成租金孰高	保底租金 177.66 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额 7%，第 3-4 年为营业额 7.5%，第 5 年为营业额 8%，并加上该金额对应的增值税
307	457	杭州市	2021/03	72.60	25.02	2021/01	2026/03	固定租金与提成租金孰高	保底租金 45.91 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额 8%，第 3-5 年为营业额 9%
308	458	南京市	2021/05	133.20	41.58	2021/03	2026/04	固定租金	158.25
309	459	苏州市	2021/04	140.00	43.91	2021/01	2025/12	固定租金	238.53
310	460	杭州市	2021/05	147.84	38.29	2021/03	2027/05	固定租金	200.31
311	461	苏州市	2021/05	154.40	44.85	2021/04	2030/05	固定租金与提成租金孰高	保底租金 195.67 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额 5%，第 4-9 年为营业额 7%，
312	462	苏州市	2021/05	157.40	43.45	2021/03	2029/05	固定租金	190.88
313	463	上海市	2021/05	188.00	63.57	2021/04	2026/03	固定租金	334.06
314	464	宁波市	2021/05	160.00	46.65	2021/04	2027/03	固定租金	182.49
315	465	宁波市	2021/08	161.20	46.69	2021/06	2025/12	固定租金	134.03
316	466	杭州市	2021/05	157.58	46.09	2021/04	2031/02	固定租金	340.81
317	467	杭州市	2021/07	193.48	55.82	2021/05	2026/06	固定租金	156.08
318	468	南京市	2021/07	160.60	54.87	2021/05	2029/06	固定租金与提成租金孰高	保底租金 349.9 万元，提成租金：第 1-2 年为营业额的 6%，第 3-6 年为营业额的 8%，第 7-8 年为营业额的 9%
319	469	苏州市	2021/07	150.00	42.15	2021/05	2027/07	固定租金	145.95
320	471	杭州市	2021/07	169.00	50.39	2021/05	2025/12	固定租金	221.66
321	472	杭州市	2021/08	145.20	45.42	2021/06	2029/09	固定租金与提成租金孰高	保底租金 269 万元，提成租金：第 1-3 年，年营业额<600 万，提成租金为营业额 7%，年营业额>600 万，提成租金

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
									为营业额 8%；第 4-8 年提成租金为营业额 8%
322	473	苏州市	2021/08	169.20	52.76	2021/06	2027/09	固定租金	51.64
323	474	杭州市	2021/08	206.00	50.81	2021/07	2028/09	固定租金	307.58
324	475	宁波市	2021/09	195.00	48.21	2021/07	2029/09	固定租金	135.48
325	476	苏州市	2021/09	170.00	45.96	2021/08	2029/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 293.25 万元，提成租金为营业额的 8%
326	477	宁波市	2021/09	203.70	61.59	2021/08	2026/09	固定租金	223.71
327	478	湖州市	2021/09	199.00	52.56	2021/08	2027/10	提成租金	1-2 年为营业额的 8%；3-4 年为营业额的 9%；5-6 年为营业额的 10%
328	479	嘉兴市	2021/10	162.50	41.48	2021/08	2027/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 133 万元，提成租金为营业额 8%
329	480	宁波市	2021/11	138.90	36.94	2021/08	2027/10	固定租金	154.84
330	481	嘉兴市	2021/10	174.20	47.45	2021/08	2027/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 182.78 万元，提成租金为营业额的 8%
331	482	湖州市	2021/10	157.60	47.24	2021/08	2030/10	固定租金与提成租金孰高	保底租金 225 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额的 6%，第 4-6 年为营业额的 7%，第 7-9 年为营业额的 8%，
332	483	湖州市	2021/10	160.00	40.30	2021/09	2029/10	固定租金	248.31
333	485	宁波市	2021/10	219.28	68.72	2021/09	2029/10	固定租金	298.42
334	486	南京市	2021/12	172.00	44.36	2021/09	2027/11	固定租金	146.57
335	487	杭州市	2021/12	127.50	84.33	2021/09	2024/08	固定租金与提成租金孰高	保底租金 476.23 万元，提成租金为营业额的 28%
336	488	嘉兴市	2021/11	169.00	44.52	2021/09	2026/09	固定租金	185.02
337	489	嘉兴市	2021/11	177.10	42.39	2021/10	2031/11	提成租金	堂食营业额提成租金比例 7%，外卖营业额提成租金比例 4%；总营业额（堂吃+外卖）未超过 400 万元/租赁，则该租赁营业额提成租金分别为堂吃营业额提成租金比例 3.5%，外卖营业额提成租金比例 2%
338	490	南京市	2021/12	152.00	52.56	2021/10	2026/12	固定租金与提成租金孰高	保底租金 127.04 万元，提成租金：第 1-3 年为不含税营业额 7%，第 4-5 年为不含税营业额 8%

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
339	491	苏州市	2021/11	135.71	46.52	2021/10	2027/08	固定租金	191.02
340	493	杭州市	2021/12	160.00	45.88	2021/10	2026/12	固定租金	182.09
341	494	杭州市	2021/12	130.04	43.30	2021/10	2027/12	固定租金	271.01
342	495	南通市	2021/12	113.10	53.81	2021/11	2026/08	固定租金	514.20
343	496	杭州市	2021/12	174.50	48.01	2021/11	2026/10	固定租金	133.65
344	700	上海市	2019/05	59.00	18.61	2019/04	2024/04	固定租金	114.69
345	701	上海市	2019/06	46.00	16.44	2022/05	2025/04	固定租金	38.56
346	702	上海市	2019/09	62.84	20.37	2019/08	2025/08	固定租金	87.57
347	703	上海市	2019/11	143.63	34.28	2019/11	2025/11	固定租金	189.15
348	705	上海市	2020/04	63.44	23.73	2019/12	2026/06	固定租金	131.41
349	706	上海市	2020/08	60.73	21.68	2020/01	2026/01	固定租金	100.64
350	707	上海市	2020/05	43.90	18.24	2020/03	2025/04	固定租金	117.99
351	708	上海市	2020/05	71.17	26.08	2020/04	2026/05	固定租金	152.81
352	709	上海市	2020/07	71.59	17.42	2020/05	2026/05	固定租金	163.96
353	711	上海市	2020/07	81.28	22.85	2020/06	2028/04	固定租金	182.78
354	712	上海市	2020/09	60.30	27.07	2020/07	2025/07	固定租金	27.64
355	713	上海市	2020/09	45.96	25.04	2020/08	2023/09	固定租金	30.36
356	714	上海市	2020/11	57.29	19.43	2020/09	2025/09	固定租金	60.02
357	715	上海市	2021/03	59.14	24.34	2020/12	2027/02	固定租金	22.43
358	492	杭州市	2022/01	229.61	67.30	2021/10	2029/10	固定租金	136.87

序号	门店编号	城市	开业时间	营业面积	报告期内 累计装修	租赁情况			
						开始日期	结束日期	主要租金模式	合同期内的累计租金/租金水平
359	497	上海市	2022/01	141.30	49.41	2021/11	2027/11	固定租金	251.80
360	499	宁波市	2022/02	176.00	52.88	2021/12	2026/12	固定租金	169.90
361	500	南京市	2022/01	144.50	40.57	2021/12	2029/11	固定租金	289.75
362	501	常州市	2022/01	135.20	41.37	2021/12	2027/01	固定租金	166.19
363	502	湖州市	2022/04	177.10	55.41	2021/12	2032/01	固定租金	328.21
364	503	杭州市	2022/02	192.10	54.19	2021/12	2028/02	固定租金与提成租金孰高	保底租金 292.94 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额 6%，第 4-7 年为营业额 7%，
365	504	南京市	2022/04	168.20	47.68	2022/02	2027/03	固定租金	167.78
366	505	湖州市	2022/04	168.70	49.87	2022/03	2032/04	固定租金	232.13
367	507	苏州市	2022/06	159.84	42.97	2022/03	2028/02	固定租金	247.58
368	508	芜湖市	2022/05	185.00	54.74	2022/03	2030/05	固定租金与提成租金孰高	保底租金 215.19 万元，提成租金：第 1-3 年为营业额 7%，第 4-6 年为营业额 8%，第 7-8 年为营业额 8.5%

注：门店开业时间为实际开业经营时间；上表编号 102 门店和 174 门店已完成续签工作，186 门店已于期后闭店。



## 附件三：报告期内直营门店业绩指标

单位：万元、次/天、元/单

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
1	004	2004/4	湖州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52.38	6.31	4.73	1.57	38.56	367.17	36.82	27.61	1.94	31.76
2	005	2005/7	嘉兴市	315.61	76.59	57.44	4.21	41.91	778.03	208.79	156.60	5.80	39.78	712.30	159.45	119.59	6.09	38.15	746.97	208.30	156.23	7.95	36.37
3	006	2002/8	杭州市	121.39	-29.05	-21.79	0.97	50.07	409.91	-0.18	-0.14	1.74	48.04	402.34	31.93	23.95	1.31	49.69	539.55	57.81	43.36	1.97	45.66
4	007	2005/8	苏州市	381.28	87.43	65.57	2.32	73.95	846.57	157.69	118.27	6.08	42.56	752.98	142.11	106.58	4.43	42.47	1,024.93	318.39	238.79	7.58	37.34
5	010	2007/12	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	551.15	-2.20	-1.65	2.47	44.76
6	014	2008/7	嘉兴市	129.74	-15.03	-11.27	1.55	42.40	344.17	20.97	15.73	2.42	38.67	372.05	27.81	20.86	2.26	39.72	526.93	71.68	53.76	3.66	37.33
7	015	2008/9	嘉兴市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	263.85	41.63	31.23	1.99	35.38
8	016	2008/11	常州市	283.73	63.29	47.46	3.99	59.76	616.05	127.97	95.98	5.02	48.96	512.85	94.23	70.67	4.49	46.62	572.98	111.64	83.73	5.89	42.48
9	017	2008/10	杭州市	227.83	27.05	20.29	3.19	42.11	515.15	99.68	74.76	3.73	41.28	473.14	70.87	53.16	3.34	40.65	384.64	14.61	10.96	4.12	37.55
10	019	2008/11	芜湖市	291.73	66.74	50.06	3.33	38.60	684.84	157.71	118.28	3.74	36.97	532.20	107.29	80.47	3.06	36.51	743.49	201.15	150.86	4.08	35.70
11	020	2008/11	芜湖市	215.06	27.04	20.28	2.28	45.32	517.71	48.57	36.43	2.49	42.95	463.04	36.94	27.71	2.39	40.80	583.58	83.03	62.27	3.45	37.98
12	021	2008/12	宁波市	317.46	77.11	57.83	3.84	44.43	614.04	124.28	93.21	3.96	40.89	507.31	95.65	71.74	2.44	38.15	406.11	41.45	31.09	2.06	34.07
13	027	2009/9	苏州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	357.61	33.39	25.04	1.37	43.80	460.13	51.56	38.67	1.52	41.00
14	028	2009/9	金华市	282.65	52.49	39.37	3.64	45.63	754.98	148.15	111.12	5.67	40.69	692.68	146.76	110.07	6.12	40.09	888.49	222.65	166.99	6.94	36.98
15	030	2009/10	绍兴市	287.08	58.74	44.05	2.86	46.71	699.41	135.92	101.94	4.54	45.22	574.40	30.85	23.13	4.15	41.68	802.25	126.38	94.79	5.89	39.76
16	037	2010/2	上海市	456.26	60.95	45.71	1.85	73.08	1,033.56	165.78	124.34	5.46	41.92	728.51	17.64	13.23	4.46	43.72	987.78	189.55	142.16	6.44	42.86
17	039	2010/3	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250.34	-0.04	-0.03	1.05	50.88
18	040	2010/3	宁波市	193.65	16.73	12.54	2.26	54.33	520.57	46.10	34.57	3.47	51.42	647.21	145.54	109.16	4.00	50.62	827.36	157.46	118.10	6.07	43.15
19	042	2010/4	杭州市	-	-7.30	-5.47	-	-	231.51	8.69	6.52	1.35	48.48	320.59	6.40	4.80	1.48	43.77	538.42	63.72	47.79	4.02	35.66
20	043	2010/7	湖州市	237.90	41.15	30.86	3.98	43.80	529.45	100.97	75.72	4.63	40.63	394.99	74.09	55.57	3.60	41.15	396.26	70.48	52.86	5.68	37.34
21	047	2010/7	杭州市	279.21	-6.98	-5.23	5.51	42.88	725.70	58.31	43.73	7.33	41.96	498.92	-82.29	-61.71	5.64	40.69	911.25	177.82	133.36	7.15	41.22
22	048	2010/7	上海市	205.45	103.86	77.90	13.77	44.29	1,660.69	469.82	352.37	27.06	49.37	1,260.69	209.80	157.35	20.76	48.14	2,059.23	603.41	452.55	31.50	51.34
23	049	2010/8	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74.57	-5.90	-4.43	2.79	52.34	295.74	8.97	6.73	4.54	46.15
24	052	2010/9	杭州市	283.31	51.93	38.95	3.80	47.85	746.34	124.40	93.30	5.17	44.60	679.68	59.69	44.76	4.97	44.79	949.69	126.77	95.08	5.98	46.03
25	053	2010/12	湖州市	-	-	-	-	-	197.29	0.21	0.16	2.17	33.66	267.27	16.80	12.60	2.13	34.07	302.83	20.79	15.60	2.71	31.87
26	054	2010/12	南京市	274.76	7.62	5.71	4.72	48.69	581.64	32.39	24.30	6.07	41.32	481.68	-18.51	-13.88	5.05	40.17	638.71	80.62	60.46	7.66	36.46
27	055	2010/12	南京市	-	-	-	-	-	120.44	-1.51	-1.13	2.84	42.15	322.76	0.96	0.72	2.50	43.73	480.93	72.41	54.31	4.01	39.57
28	058	2011/5	嘉兴市	254.07	54.96	41.22	3.82	44.45	570.13	115.18	86.38	5.41	41.18	584.33	108.72	81.54	4.43	41.37	556.15	94.58	70.93	5.30	38.48
29	059	2011/7	南京市	164.41	-38.26	-28.69	2.94	49.31	525.55	-92.48	-69.36	4.27	49.66	595.79	-33.52	-25.14	5.33	47.91	948.56	231.74	173.81	8.97	51.09

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
30	061	2011/7	杭州市	233.29	33.38	25.03	4.97	45.02	492.11	84.33	63.25	5.18	44.32	775.23	195.94	146.95	5.24	50.91	704.09	152.97	114.73	5.93	44.68
31	062	2011/8	上海市	-	-	-	-	-	305.80	4.53	3.40	1.82	55.61	471.25	1.62	1.21	1.33	58.20	770.62	127.01	95.26	3.11	54.76
32	063	2011/8	南京市	202.87	16.49	12.37	3.28	49.53	484.58	66.68	50.01	4.68	43.93	455.21	51.52	38.64	3.85	45.06	652.81	101.06	75.79	6.78	39.42
33	065	2011/10	苏州市	-	-	-	-	-	413.55	60.36	45.27	1.76	43.53	437.15	88.50	66.37	1.38	44.53	476.71	76.33	57.25	2.24	34.89
34	068	2011/11	南通市	172.28	16.61	12.46	3.07	49.10	477.24	83.85	62.88	5.16	44.23	443.56	62.82	47.12	4.83	41.79	499.27	72.43	54.32	7.00	35.79
35	070	2011/12	杭州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	114.70	-6.58	-4.94	2.88	39.83
36	071	2012/9	湖州市	162.25	28.64	21.48	5.35	41.36	450.48	84.75	63.56	8.23	38.31	499.12	112.09	84.06	6.38	36.70	536.07	118.37	88.78	5.05	35.81
37	072	2012/1	上海市	83.84	-48.07	-36.05	2.05	46.86	848.73	29.46	22.10	5.97	53.07	792.80	76.11	57.09	5.30	56.14	1,567.04	534.83	401.12	9.69	59.69
38	074	2012/6	苏州市	291.65	64.60	48.45	1.90	55.67	646.81	118.69	89.02	3.72	41.41	537.44	98.53	73.90	2.21	50.92	612.19	122.96	92.22	4.68	40.53
39	075	2011/12	苏州市	188.85	7.16	5.37	1.71	44.90	536.58	75.21	56.41	3.92	36.68	486.37	72.75	54.56	3.43	36.71	544.52	92.54	69.40	4.62	33.72
40	077	2012/7	南通市	281.64	60.61	45.46	2.71	53.35	793.12	218.50	163.87	4.95	45.43	662.18	173.48	130.11	5.32	42.78	612.58	158.56	118.92	5.64	38.72
41	078	2012/7	杭州市	205.54	31.89	23.92	2.34	50.23	483.00	87.12	65.34	5.63	47.35	426.93	38.34	28.75	5.17	46.51	510.71	106.10	79.57	6.93	42.11
42	079	2012/8	苏州市	-	-	-	-	-	343.17	53.24	39.93	2.51	46.51	421.44	58.39	43.79	2.80	44.06	518.57	90.69	68.02	4.00	39.12
43	081	2012/10	南京市	263.09	44.84	33.63	3.68	50.55	633.00	139.70	104.78	5.07	46.32	506.67	84.34	63.26	4.34	43.73	646.02	113.04	84.78	6.54	38.07
44	082	2012/10	宁波市	211.61	34.38	25.79	2.68	49.34	596.83	155.04	116.28	3.53	47.14	646.32	159.52	119.64	3.63	45.44	598.64	117.70	88.28	4.74	38.12
45	086	2012/10	金华市	118.80	8.17	6.13	4.47	30.80	286.53	18.75	14.06	4.82	31.28	183.14	-38.03	-28.52	3.74	33.03	318.17	22.32	16.74	5.14	31.06
46	087	2012/11	杭州市	110.87	-15.52	-11.64	1.73	44.10	352.28	24.39	18.29	2.45	44.35	437.78	63.82	47.86	2.79	44.37	545.65	101.67	76.26	3.89	39.57
47	088	2012/10	苏州市	153.63	18.42	13.81	2.83	37.34	454.01	97.41	73.06	4.20	39.05	388.80	70.65	52.99	3.46	39.21	388.52	77.46	58.10	4.40	35.32
48	089	2012/9	苏州市	228.76	40.36	30.27	5.26	51.76	538.38	99.07	74.30	5.63	39.14	296.76	23.03	17.27	3.11	40.36	361.54	51.50	38.62	3.32	36.29
49	090	2012/9	湖州市	229.30	39.12	29.34	5.08	36.96	530.16	116.09	87.07	6.05	34.49	525.41	98.98	74.23	5.30	34.81	441.11	74.23	55.67	7.70	30.40
50	091	2012/11	湖州市	206.32	32.27	24.20	2.61	38.49	483.19	90.71	68.03	3.64	35.88	505.26	129.70	97.28	3.99	36.20	574.54	147.86	110.89	5.18	33.54
51	093	2012/12	杭州市	256.84	15.31	11.48	4.40	42.32	501.76	33.80	25.35	7.40	37.24	462.78	85.09	63.82	8.21	37.06	620.81	150.64	112.98	12.03	34.81
52	094	2013/1	南通市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66.71	-7.36	-5.52	1.72	37.47
53	095	2013/9	杭州市	165.38	6.98	5.24	4.24	48.78	405.61	78.74	59.05	6.20	42.83	410.77	61.47	46.10	5.81	43.04	529.82	106.72	80.04	9.04	35.68
54	097	2013/2	湖州市	139.68	-1.17	-0.88	1.03	45.35	588.07	105.72	79.29	2.10	41.64	598.14	108.55	81.41	2.15	41.17	615.05	119.72	89.79	2.85	37.52
55	098	2012/5	上海市	-	-56.27	-42.20	-	-	793.86	281.97	211.48	1.24	154.93	668.43	236.87	177.65	1.16	135.52	1,209.14	547.79	410.85	1.55	122.78
56	100	2013/4	芜湖市	271.79	73.71	55.28	4.66	41.01	633.05	189.77	142.33	5.63	38.02	510.05	151.02	113.26	4.80	37.35	470.52	128.56	96.42	4.92	34.91
57	102	2013/7	湖州市	-	-25.88	-19.41	-	-	253.19	17.41	13.06	6.42	32.25	210.90	-9.26	-6.94	4.73	33.59	230.19	12.67	9.50	5.41	31.56
58	103	2013/4	杭州市	-	-6.63	-4.97	-	-	334.35	12.17	9.12	4.49	46.72	313.58	-14.54	-10.91	4.68	42.64	287.18	-61.22	-45.91	5.67	36.65
59	105	2012/5	湖州市	169.46	26.58	19.94	3.54	36.66	405.29	68.18	51.13	4.19	34.62	344.02	53.00	39.75	4.38	31.70	311.49	58.09	43.57	4.91	27.89
60	111	2013/7	南京市	250.81	20.74	15.56	5.61	38.53	821.87	71.87	53.90	4.58	40.69	703.89	67.37	50.53	0.58	41.29	946.26	104.36	78.27	5.45	46.75
61	112	2013/5	杭州市	512.40	60.03	45.03	9.54	40.76	1,748.04	493.81	370.36	12.87	45.99	1,386.48	272.61	204.46	9.23	46.72	2,068.89	528.09	396.07	22.17	49.87
62	113	2013/6	无锡市	211.70	24.09	18.07	3.27	50.48	571.43	128.91	96.69	4.52	46.40	495.33	97.68	73.26	4.38	47.18	397.49	69.74	52.30	4.65	40.63

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
63	114	2013/8	金华市	299.96	58.25	43.69	3.86	42.99	734.22	163.08	122.31	4.52	41.43	664.64	157.25	117.93	4.75	39.83	584.04	122.01	91.51	5.67	35.37
64	116	2013/9	南京市	171.71	8.53	6.39	4.42	42.16	465.61	42.75	32.06	5.62	38.51	487.56	75.80	56.85	4.57	35.75	639.26	142.72	107.04	6.60	33.58
65	125	2013/12	宁波市	265.19	56.87	42.65	4.54	42.84	528.52	119.79	89.84	5.81	39.25	434.84	94.10	70.58	6.33	37.12	477.51	106.67	80.00	8.03	35.17
66	127	2013/12	嘉兴市	192.79	17.38	13.04	4.03	37.59	515.84	96.05	72.03	5.27	36.50	479.47	68.10	51.07	5.05	36.07	557.37	92.87	69.65	6.48	34.42
67	129	2013/12	宁波市	187.42	1.83	1.37	4.42	38.85	549.64	-22.21	-16.66	8.24	39.13	423.70	-79.49	-59.62	11.65	40.35	650.87	82.35	61.76	15.25	45.05
68	141	2014/7	南京市	77.05	-53.43	-40.08	3.01	39.92	457.42	-101.28	-75.96	7.00	37.78	365.84	-126.26	-94.70	7.83	37.86	744.71	42.40	31.80	10.74	43.09
69	142	2014/2	南京市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	118.33	12.37	9.28	2.78	40.87
70	144	2014/12	金华市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1.23	-	-	-	304.72	-54.26	-40.69	3.83	44.56
71	145	2015/4	湖州市	240.33	48.30	36.22	4.46	40.20	616.60	138.14	103.61	6.01	38.48	605.81	162.12	121.59	6.19	37.35	576.69	158.86	119.14	9.04	33.31
72	147	2015/8	杭州市	171.25	7.94	5.95	2.72	48.89	524.98	92.74	69.55	4.01	48.18	612.57	109.78	82.33	4.27	47.87	639.75	112.30	84.22	6.06	41.25
73	149	2015/8	苏州市	131.43	3.40	2.55	2.75	51.96	290.33	-3.86	-2.89	4.47	34.58	317.94	6.89	5.17	3.08	35.83	385.57	34.39	25.79	4.45	32.04
74	150	2015/9	湖州市	112.03	8.58	6.43	3.23	38.52	278.04	50.13	37.60	4.00	36.61	345.48	76.20	57.15	4.95	35.70	306.95	57.43	43.08	7.05	29.48
75	151	2015/11	杭州市	115.15	2.14	1.61	3.94	42.08	321.61	33.68	25.26	4.31	45.03	339.36	32.07	24.05	4.25	45.30	501.26	81.80	61.35	7.52	41.31
76	152	2015/11	杭州市	243.37	16.19	12.15	4.52	39.94	610.90	153.48	115.11	5.05	41.34	569.02	123.95	92.96	4.20	40.40	669.17	151.63	113.73	6.49	34.79
77	153	2015/12	南京市	211.32	25.00	18.75	3.55	56.65	514.96	93.49	70.12	4.19	51.56	467.49	78.33	58.75	4.56	47.33	446.83	47.69	35.77	5.18	42.48
78	154	2015/11	芜湖市	103.17	-30.68	-23.01	3.99	35.50	354.44	-47.64	-35.73	5.07	36.95	300.17	-66.77	-50.07	4.06	36.53	444.34	44.14	33.11	6.00	41.22
79	158	2016/1	无锡市	-	-	-	-	-	255.77	48.55	36.41	4.60	41.22	278.67	22.97	17.23	3.51	39.84	257.61	5.31	3.98	4.20	32.77
80	159	2016/1	杭州市	229.11	45.01	33.75	4.03	44.95	566.47	128.05	96.03	5.91	40.89	524.36	115.87	86.90	5.05	41.58	587.33	132.01	99.01	7.48	34.16
81	162	2015/12	杭州市	123.83	9.70	7.28	2.58	40.37	353.12	74.75	56.06	3.54	40.83	354.83	54.11	40.58	3.13	43.88	409.82	46.36	34.77	4.85	34.89
82	163	2016/1	杭州市	-	-	-	-	-	229.51	51.88	38.91	3.88	42.78	375.21	71.83	53.87	3.85	40.09	406.53	71.56	53.67	4.83	35.40
83	164	2016/1	杭州市	181.73	6.14	4.60	4.04	46.38	520.74	87.84	65.88	4.77	47.04	500.82	102.09	76.56	4.91	46.18	652.16	129.25	96.94	7.39	39.80
84	165	2016/1	湖州市	-	-	-	-	-	-	-2.76	-2.07	-	-	410.85	102.48	76.86	12.12	28.36	543.90	151.18	113.38	14.09	25.33
85	166	2016/3	杭州市	323.64	78.95	59.21	3.58	53.51	738.54	183.46	137.59	4.90	45.75	834.08	209.16	156.87	5.24	46.26	875.43	225.88	169.41	6.93	39.44
86	167	2016/3	南京市	61.17	-4.24	-3.18	1.37	52.61	138.29	9.25	6.94	1.58	48.87	176.51	20.00	15.00	1.92	54.58	186.32	25.25	18.94	1.97	56.22
87	168	2016/4	杭州市	106.13	-2.33	-1.75	3.28	41.90	300.04	35.04	26.28	4.66	38.71	316.00	53.66	40.24	4.54	40.55	296.98	28.29	21.21	5.31	35.37
88	169	2016/4	杭州市	195.96	26.61	19.95	4.87	48.54	474.74	82.83	62.12	7.18	42.42	445.39	68.38	51.28	7.22	40.00	516.91	87.29	65.47	12.85	33.57
89	170	2016/4	苏州市	294.98	73.44	55.08	2.47	62.56	561.68	130.22	97.67	5.73	41.92	482.28	104.75	78.57	4.60	42.48	463.59	105.62	79.21	5.45	36.37
90	171	2016/4	杭州市	336.63	94.98	71.24	5.89	53.16	776.40	226.69	170.02	7.15	50.21	709.80	175.05	131.29	6.27	49.09	720.91	158.42	118.81	7.93	43.19
91	172	2016/5	湖州市	231.96	50.29	37.72	3.05	39.48	505.89	103.89	77.92	3.80	36.22	457.60	79.58	59.68	4.97	35.21	425.47	55.95	41.96	5.62	32.01
92	173	2016/6	杭州市	193.90	32.21	24.16	2.90	48.31	434.57	78.48	58.86	4.06	43.08	403.11	58.02	43.52	3.63	43.12	349.36	33.86	25.39	4.05	37.34
93	174	2016/5	杭州市	175.76	29.51	22.13	2.01	54.23	392.45	66.68	50.01	2.14	49.63	435.35	64.80	48.60	2.48	48.61	456.04	66.17	49.63	4.13	38.84
94	175	2016/12	杭州市	180.98	28.51	21.38	4.15	51.16	388.18	55.77	41.83	5.74	42.59	337.84	46.68	35.01	5.35	40.63	339.04	50.46	37.85	6.63	35.86
95	176	2016/6	杭州市	310.42	75.71	56.78	4.02	55.06	633.54	167.06	125.30	5.93	46.71	546.42	110.79	83.09	4.90	45.96	628.92	137.90	103.43	6.84	41.80

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价
96	177	2016/5	南京市	-	-	-	-	-	236.29	47.59	35.69	13.61	39.61	485.98	64.44	48.33	10.94	36.58	578.79	112.75	84.57	14.85	33.67
97	178	2016/5	湖州市	161.96	28.84	21.63	6.03	37.39	405.57	74.69	56.02	8.22	35.18	423.20	83.40	62.55	8.33	37.78	421.93	83.98	62.99	10.95	27.89
98	179	2016/9	上海市	52.01	-20.09	-15.07	1.07	55.68	226.85	-2.02	-1.51	1.68	48.84	236.98	-6.08	-4.56	1.75	49.13	233.12	-6.14	-4.60	1.99	44.85
99	180	2016/8	上海市	76.11	-7.27	-5.45	1.34	66.66	363.22	46.29	34.72	3.28	51.50	428.79	55.53	41.65	2.66	53.83	587.54	117.43	88.07	3.82	54.31
100	181	2016/6	杭州市	251.84	52.42	39.31	3.50	49.96	567.34	133.09	99.81	3.98	46.78	542.01	113.76	85.32	3.59	45.50	531.23	92.54	69.41	3.96	40.18
101	182	2016/8	南京市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18.09	-22.51	-16.88	3.50	35.86
102	183	2016/6	杭州市	379.13	105.40	79.05	4.40	53.48	938.81	291.05	218.29	5.68	51.88	809.83	209.83	157.37	4.13	52.46	865.65	222.20	166.65	5.76	46.15
103	184	2016/7	杭州市	152.48	0.63	0.47	2.78	52.10	434.72	41.46	31.10	3.52	46.46	374.34	8.79	6.60	3.43	43.88	432.25	25.84	19.38	5.69	34.77
104	185	2016/7	嘉兴市	151.51	31.79	23.84	4.42	42.39	378.45	84.79	63.59	6.21	39.02	380.67	80.41	60.31	5.82	38.75	338.17	66.85	50.14	6.89	34.94
105	186	2016/10	上海市	0.00	-41.30	-30.97	0.05	0.29	123.09	-32.49	-24.37	5.86	128.39	112.49	-56.95	-42.71	3.96	122.66	181.80	-46.23	-34.67	4.20	111.49
106	187	2016/8	南京市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	126.01	-62.01	-46.51	3.06	35.92	353.20	-39.86	-29.90	4.68	33.95
107	188	2016/8	苏州市	231.60	53.97	40.48	3.01	56.10	500.53	115.66	86.75	5.95	42.34	375.62	47.04	35.28	4.09	43.44	411.42	62.30	46.72	5.63	36.94
108	189	2016/8	湖州市	173.65	20.69	15.52	2.66	42.76	427.90	69.69	52.27	3.44	40.15	397.78	53.19	39.89	3.51	39.33	472.36	80.99	60.74	4.16	36.05
109	190	2016/9	苏州市	140.22	4.57	3.42	1.87	51.41	323.43	21.32	15.99	4.82	35.28	274.14	12.83	9.63	4.23	36.04	305.12	14.43	10.82	5.29	33.19
110	193	2016/8	杭州市	178.07	17.65	13.23	2.59	50.61	402.48	41.72	31.29	3.40	42.88	390.72	27.31	20.48	3.33	42.36	367.38	18.56	13.92	4.43	35.28
111	195	2016/12	上海市	-	-40.66	-30.49	-	-	523.89	113.42	85.07	4.68	145.85	439.52	102.36	76.77	3.59	134.49	707.60	231.75	173.81	4.13	122.16
112	197	2016/10	苏州市	132.08	18.13	13.59	2.12	54.56	279.23	38.89	29.17	3.64	39.25	254.81	23.26	17.45	3.50	37.77	268.88	15.15	11.36	4.39	33.98
113	198	2016/11	南京市	119.72	7.30	5.47	3.98	44.12	259.27	-5.31	-3.98	4.80	38.35	268.56	8.19	6.14	4.14	42.91	293.77	22.46	16.84	5.60	37.64
114	199	2016/9	南京市	188.53	30.76	23.07	4.36	45.76	393.51	53.09	39.82	5.20	40.83	365.82	39.33	29.50	5.06	39.83	378.97	51.99	38.99	5.83	35.76
115	200	2016/9	南通市	72.91	-2.53	-1.90	3.83	50.16	325.19	45.13	33.85	7.25	50.60	563.33	197.64	148.23	9.39	54.46	613.70	200.62	150.46	9.30	60.33
116	201	2016/9	南通市	57.26	-2.04	-1.53	3.17	46.51	236.21	-2.21	-1.66	5.38	49.43	317.14	33.74	25.30	5.68	50.61	482.53	67.11	50.33	7.55	58.29
117	202	2016/9	苏州市	217.43	46.88	35.16	1.82	75.44	458.85	77.20	57.90	4.72	41.67	365.03	56.98	42.73	3.78	41.90	346.99	47.03	35.28	4.20	38.68
118	203	2016/10	湖州市	205.33	45.55	34.16	3.22	41.78	486.15	96.66	72.50	3.69	38.62	650.96	156.51	117.38	3.34	39.73	628.05	144.00	108.00	4.00	36.38
119	204	2016/9	苏州市	145.77	18.29	13.72	1.81	52.22	393.77	52.38	39.28	4.43	39.72	308.73	26.93	20.20	3.16	42.76	261.39	14.44	10.83	4.92	31.76
120	205	2016/12	苏州市	99.22	1.93	1.44	2.14	55.13	221.87	22.02	16.52	4.54	35.55	201.77	-7.39	-5.54	3.67	36.40	329.64	24.05	18.04	4.79	36.78
121	207	2016/9	湖州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.52	-44.76	-33.57	1.60	34.47
122	208	2016/11	湖州市	220.73	57.53	43.15	3.55	77.88	329.70	42.98	32.23	4.21	43.76	289.64	34.16	25.62	3.73	42.38	217.59	0.78	0.58	4.56	33.37
123	209	2016/10	南京市	87.22	-13.18	-9.88	2.91	39.34	194.19	-27.29	-20.47	3.52	36.75	210.04	-20.68	-15.51	3.61	38.27	232.33	-6.11	-4.58	5.10	33.05
124	210	2017/1	杭州市	179.54	32.36	24.27	3.95	43.56	512.18	112.21	84.16	5.07	43.34	385.02	63.98	47.98	3.01	45.67	350.27	48.34	36.25	3.12	39.60
125	211	2016/10	南京市	-	-	-	-	-	243.03	-7.27	-5.45	2.13	41.21	416.27	26.33	19.75	2.43	41.19	423.55	52.45	39.34	3.23	36.53
126	212	2016/10	湖州市	172.91	26.18	19.63	2.50	46.92	390.11	56.87	42.65	3.71	39.50	350.54	35.81	26.86	3.22	39.45	354.04	42.12	31.59	3.70	36.04
127	213	2016/10	湖州市	248.41	41.94	31.45	4.97	35.03	505.59	103.17	77.38	5.22	32.58	433.70	78.64	58.98	4.39	31.88	392.59	60.64	45.48	5.66	25.02
128	214	2016/10	湖州市	234.69	46.67	35.00	7.10	36.98	494.90	95.80	71.85	7.73	32.48	538.28	113.25	84.94	9.09	33.12	551.17	123.43	92.57	11.19	29.75

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
129	215	2016/10	杭州市	151.16	34.92	26.19	2.96	40.41	440.33	117.42	88.06	4.82	37.01	318.08	58.14	43.61	3.75	35.91	397.11	88.94	66.71	6.33	28.84
130	216	2016/11	杭州市	257.37	54.48	40.86	4.16	45.86	679.15	164.27	123.20	6.07	43.45	625.42	169.60	127.20	6.03	42.71	550.92	115.60	86.70	6.57	37.41
131	217	2016/10	苏州市	236.42	67.36	50.52	3.14	60.08	551.32	148.98	111.74	6.53	45.69	468.26	125.09	93.81	5.34	46.26	458.50	114.18	85.64	6.58	40.81
132	218	2016/11	杭州市	123.23	-0.38	-0.29	2.87	45.10	298.29	22.64	16.98	3.81	38.78	322.10	19.70	14.77	4.16	40.27	350.29	24.55	18.41	5.36	35.59
133	219	2016/11	南京市	217.19	34.45	25.84	6.36	44.31	494.51	69.12	51.84	6.27	41.69	443.68	38.96	29.22	6.24	39.39	495.77	73.52	55.14	7.13	36.81
134	220	2016/11	苏州市	148.61	38.46	28.85	1.63	50.52	295.92	62.17	46.63	3.84	34.45	229.82	29.70	22.28	3.09	34.46	261.96	32.55	24.41	3.53	33.05
135	221	2017/2	杭州市	206.26	37.93	28.44	5.44	40.58	476.17	87.33	65.49	6.08	40.50	419.37	57.23	42.93	5.60	40.01	419.61	45.59	34.19	7.19	32.97
136	222	2016/11	杭州市	248.21	68.70	51.52	5.68	50.03	634.27	190.82	143.11	9.84	40.98	577.30	160.25	120.19	11.27	38.24	698.56	193.31	144.98	13.20	36.55
137	223	2016/10	苏州市	85.15	-2.12	-1.59	2.07	41.04	209.99	-2.20	-1.65	4.02	30.99	193.16	-1.45	-1.09	2.90	36.52	233.83	11.03	8.27	4.30	31.07
138	224	2016/12	南京市	117.75	4.03	3.02	2.67	45.88	270.76	25.03	18.77	3.53	42.69	270.70	17.43	13.07	3.38	42.64	370.54	51.79	38.84	4.99	38.21
139	225	2016/11	嘉兴市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.66	-41.06	-30.79	0.56	40.19
140	227	2016/11	南京市	118.21	11.70	8.77	4.24	40.48	237.57	8.05	6.03	4.93	37.86	234.79	-5.28	-3.96	4.17	39.75	295.42	12.47	9.36	5.40	37.15
141	228	2016/12	南京市	165.74	24.16	18.12	4.76	43.01	418.50	76.30	57.23	6.64	39.21	370.47	53.81	40.36	6.59	36.28	387.42	58.74	44.05	6.96	33.95
142	229	2016/11	南京市	225.29	53.38	40.03	2.92	60.74	458.10	98.67	74.00	3.93	53.20	362.12	44.86	33.65	3.47	49.44	532.26	122.40	91.80	4.99	46.09
143	230	2016/11	杭州市	317.61	78.95	59.21	3.42	59.12	794.13	188.91	141.68	5.11	52.37	748.20	199.18	149.38	4.18	55.05	451.93	80.55	60.41	5.75	47.25
144	231	2016/11	杭州市	91.28	-7.57	-5.67	2.32	40.44	219.22	-20.51	-15.39	3.21	35.57	234.15	-12.34	-9.25	3.70	34.27	250.91	-14.20	-10.65	4.96	27.77
145	232	2016/12	杭州市	120.91	12.18	9.14	4.30	43.00	261.21	30.81	23.11	4.83	40.69	237.61	20.81	15.61	4.36	40.86	212.81	2.81	2.10	5.29	33.60
146	233	2016/11	湖州市	219.12	51.95	38.96	6.58	42.78	496.69	120.97	90.72	7.01	38.62	541.20	138.06	103.54	5.78	41.35	394.03	70.29	52.71	6.54	29.88
147	234	2016/11	湖州市	229.88	48.79	36.59	4.49	42.13	647.12	147.41	110.56	5.90	38.10	667.30	159.37	119.52	5.93	36.61	603.34	117.97	88.48	6.12	34.87
148	235	2016/11	杭州市	217.61	45.38	34.04	2.63	53.03	487.25	120.91	90.68	3.09	51.84	308.93	46.88	35.16	2.57	44.34	276.07	26.71	20.03	3.49	34.32
149	237	2016/11	苏州市	218.94	46.86	35.14	3.27	56.71	433.00	69.23	51.92	6.20	38.88	396.13	58.20	43.65	4.69	40.70	384.98	33.40	25.05	4.45	39.00
150	238	2016/12	宁波市	282.99	84.13	63.10	5.22	45.44	647.32	200.00	150.00	7.97	41.89	615.45	186.81	140.11	8.41	41.33	640.70	186.36	139.77	11.47	36.45
151	239	2016/12	湖州市	115.90	13.50	10.13	4.91	39.57	248.62	22.40	16.80	5.52	34.84	248.96	27.18	20.38	5.19	33.17	236.09	17.13	12.84	6.34	29.48
152	240	2016/12	杭州市	186.64	27.46	20.59	3.59	55.36	476.82	85.43	64.07	5.93	49.14	482.82	90.23	67.67	6.18	47.66	523.44	109.27	81.96	8.98	42.54
153	241	2016/11	宁波市	233.86	49.03	36.78	5.13	42.20	526.44	107.83	80.87	6.21	38.74	468.14	76.69	57.51	5.66	38.35	474.62	85.92	64.44	7.63	34.04
154	242	2016/12	南京市	-	-	-	-	-	203.14	-0.28	-0.21	2.98	40.67	280.08	18.52	13.89	2.44	48.74	423.46	85.10	63.83	4.23	43.46
155	243	2017/1	苏州市	139.94	19.32	14.49	1.44	70.55	288.23	21.65	16.24	3.31	43.07	278.24	19.37	14.53	3.25	38.92	363.34	59.14	44.35	6.38	32.99
156	245	2016/12	杭州市	228.22	41.52	31.14	2.69	51.71	577.54	126.98	95.23	3.48	50.68	467.09	106.55	79.91	3.14	47.09	416.30	59.04	44.28	3.72	38.67
157	246	2016/12	嘉兴市	214.15	56.54	42.40	3.12	44.04	489.62	114.14	85.60	3.79	40.50	369.36	68.55	51.42	3.22	38.23	314.46	53.66	40.24	3.28	35.79
158	248	2016/12	湖州市	231.86	54.36	40.77	7.41	41.10	503.84	123.92	92.94	8.91	37.73	414.63	93.37	70.03	8.71	35.57	436.57	93.62	70.22	11.73	31.55
159	249	2016/12	南京市	148.79	27.92	20.94	4.26	44.84	321.84	45.53	34.15	5.64	39.88	296.13	33.66	25.25	5.17	40.52	342.56	41.10	30.83	6.92	36.73
160	250	2016/12	南京市	129.33	7.99	5.99	1.94	46.58	348.27	51.42	38.57	3.32	40.96	291.91	25.44	19.08	2.77	40.57	367.54	48.99	36.74	3.96	37.06
161	251	2016/12	苏州市	239.79	34.62	25.96	2.08	57.71	452.59	38.50	28.88	4.37	40.02	403.25	-1.75	-1.31	4.07	37.81	446.37	24.92	18.69	5.21	34.39

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
162	252	2016/12	南京市	185.86	11.67	8.76	5.82	45.86	469.92	75.03	56.28	8.19	41.83	434.32	66.63	49.97	7.31	41.27	474.43	83.76	62.82	9.49	36.08
163	254	2016/12	湖州市	174.20	33.80	25.35	2.12	45.63	363.54	64.60	48.45	3.55	39.16	284.67	39.93	29.95	3.28	35.54	233.10	34.37	25.78	4.41	29.15
164	255	2016/12	南京市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91.34	-47.48	-35.61	1.97	37.28	
165	256	2016/12	苏州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.60	-8.93	-6.70	1.99	28.79	270.91	-20.93	-15.70	4.10	34.63
166	259	2016/12	杭州市	155.44	16.51	12.38	2.32	55.69	416.87	40.35	30.27	3.30	49.84	398.44	46.16	34.62	3.23	49.16	375.50	36.98	27.73	3.23	44.04
167	260	2016/12	杭州市	147.56	2.42	1.82	2.76	42.97	352.28	26.69	20.02	3.64	40.42	341.34	42.41	31.81	2.87	42.84	384.78	33.58	25.19	4.13	36.13
168	261	2016/12	杭州市	118.46	6.08	4.56	2.35	40.67	315.30	33.27	24.95	3.15	38.31	328.69	28.82	21.61	3.19	39.40	385.69	45.90	34.43	5.27	31.17
169	262	2016/12	湖州市	124.04	13.27	9.95	3.97	31.28	324.84	45.45	34.08	3.98	32.82	203.67	8.55	6.41	4.45	28.93	372.12	64.67	48.50	4.86	30.73
170	263	2016/12	湖州市	149.31	21.98	16.49	4.03	33.64	330.00	48.00	36.00	4.71	33.44	251.46	7.20	5.40	4.98	28.73	250.95	3.64	2.73	6.21	25.05
171	264	2016/12	苏州市	144.97	37.49	28.12	1.30	66.41	297.78	12.32	9.24	2.82	41.43	323.13	57.22	42.92	2.60	46.35	399.14	85.11	63.83	4.30	38.34
172	265	2016/12	苏州市	161.48	23.16	17.37	2.64	58.37	397.80	60.57	45.43	5.01	39.65	397.86	70.62	52.96	4.48	41.76	505.59	111.15	83.36	6.94	38.09
173	266	2017/1	南京市	118.44	-0.93	-0.69	2.73	45.44	256.13	-4.42	-3.31	2.94	41.97	277.37	6.62	4.96	2.36	43.35	345.71	32.97	24.72	3.18	40.38
174	267	2016/12	杭州市	283.28	51.61	38.70	4.08	55.44	860.47	219.37	164.53	5.11	54.65	858.87	211.67	158.75	4.56	56.09	985.12	247.52	185.64	6.37	49.96
175	268	2017/3	南京市	101.86	-10.59	-7.94	2.34	54.28	335.48	39.76	29.82	5.00	46.25	342.91	52.15	39.12	5.71	42.66	345.18	55.03	41.27	8.03	36.11
176	269	2017/3	杭州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82.92	-93.61	-70.21	1.82	43.36	349.12	-59.28	-44.46	4.58	31.82
177	270	2018/7	南京市	192.56	25.89	19.42	1.85	69.30	324.02	24.40	18.30	2.94	53.28	307.85	20.99	15.74	2.29	54.29	234.88	-0.21	-0.16	2.71	44.67
178	271	2017/3	南京市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	209.39	15.07	11.30	3.04	50.04	502.03	85.80	64.35	5.51	45.43
179	272	2017/2	杭州市	271.56	52.75	39.57	4.90	47.74	725.20	168.97	126.73	6.58	45.61	626.92	129.80	97.35	5.93	44.39	674.06	141.38	106.03	8.15	38.80
180	273	2017/4	杭州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85.71	-43.60	-32.70	2.59	36.58	
181	274	2017/9	南京市	144.44	12.27	9.20	4.41	51.26	350.82	61.51	46.13	6.65	46.80	333.82	50.07	37.56	6.21	46.10	382.69	75.19	56.39	6.58	45.82
182	275	2017/5	南京市	113.51	-6.57	-4.93	1.96	46.20	276.50	4.75	3.56	3.31	38.84	279.62	-6.95	-5.21	2.96	39.04	273.92	-11.26	-8.44	2.92	36.30
183	276	2017/5	苏州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.63	-43.83	-32.87	1.60	39.13	
184	277	2017/5	南京市	128.74	-10.09	-7.56	2.11	50.86	316.87	1.69	1.27	3.74	45.00	270.27	-22.09	-16.57	4.51	39.90	397.15	42.40	31.80	7.89	35.81
185	278	2017/6	杭州市	125.89	3.75	2.81	3.92	44.33	302.14	28.18	21.14	4.44	40.93	284.62	23.11	17.33	3.88	42.42	258.78	11.16	8.37	5.23	34.36
186	279	2017/5	杭州市	106.29	-22.01	-16.51	3.01	39.10	332.48	27.54	20.65	3.87	40.38	434.11	58.11	43.58	3.50	43.23	483.90	72.07	54.06	4.99	35.82
187	280	2017/5	杭州市	155.43	15.76	11.82	3.59	44.21	362.21	52.04	39.03	4.78	41.01	368.34	51.85	38.89	4.73	41.99	458.42	73.10	54.82	5.92	38.95
188	281	2017/5	苏州市	289.70	69.87	52.40	1.86	73.20	537.24	115.37	86.52	4.47	41.91	430.86	79.94	59.95	4.20	37.95	400.56	64.79	48.60	3.94	37.76
189	282	2017/5	杭州市	159.94	16.34	12.26	3.16	48.26	317.47	31.05	23.29	4.58	43.61	246.81	-5.17	-3.88	4.39	39.03	291.21	4.39	3.30	6.57	32.95
190	283	2017/5	南京市	-	-5.63	-4.22	-	-	213.42	8.17	6.13	9.34	34.67	301.52	34.35	25.76	9.32	36.14	408.30	80.89	60.67	14.04	33.96
191	284	2017/5	苏州市	202.64	36.20	27.15	1.79	47.84	374.61	57.54	43.15	4.22	31.05	301.86	34.94	26.20	3.29	32.53	336.51	42.17	31.62	3.97	29.34
192	285	2017/6	嘉兴市	58.46	-15.42	-11.57	1.37	43.37	197.11	-3.60	-2.70	2.86	42.01	192.61	-3.28	-2.46	2.60	47.24	221.29	-2.45	-1.84	3.04	43.84
193	286	2017/5	苏州市	387.30	113.50	85.13	2.16	75.85	639.16	155.41	116.56	4.58	46.04	494.48	96.38	72.28	3.33	45.47	397.34	52.18	39.13	3.83	40.24
194	287	2017/8	南京市	307.76	81.21	60.91	5.86	51.91	663.20	168.98	126.74	8.24	48.28	541.80	107.50	80.62	7.56	46.68	573.31	83.14	62.36	7.22	45.69

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价
195	288	2017/7	南京市	137.66	8.16	6.12	3.78	46.66	310.59	35.00	26.25	4.60	41.79	300.13	38.95	29.21	4.40	42.99	297.77	42.86	32.15	5.86	37.49
196	289	2017/9	杭州市	220.78	31.08	23.31	4.85	50.91	578.69	129.53	97.15	7.04	48.20	581.27	134.99	101.24	7.64	46.35	566.73	116.79	87.59	10.93	39.23
197	290	2017/8	杭州市	131.75	20.62	15.46	0.61	136.46	271.45	28.71	21.54	3.38	31.54	318.19	29.37	22.03	3.75	33.04	374.81	53.02	39.77	4.96	29.97
198	291	2017/6	南京市	114.70	-1.28	-0.96	4.56	45.00	263.48	15.01	11.26	5.85	40.50	252.81	3.78	2.83	6.35	38.60	286.63	23.20	17.40	8.07	35.82
199	292	2017/12	上海市	113.08	-57.60	-43.20	2.88	53.63	599.99	-13.77	-10.33	5.95	50.35	462.56	-79.99	-60.00	5.48	52.54	616.92	-26.73	-20.05	7.86	51.01
200	293	2017/6	宁波市	125.17	13.08	9.81	5.36	41.64	388.91	92.15	69.11	10.76	38.50	339.41	75.14	56.36	9.24	37.78	372.57	84.91	63.69	11.24	33.68
201	294	2017/6	杭州市	187.69	29.05	21.79	3.60	45.70	425.00	77.81	58.36	4.38	44.03	370.62	54.32	40.74	4.02	43.27	397.66	63.70	47.77	4.57	40.41
202	295	2017/6	杭州市	147.74	10.44	7.83	4.00	50.24	360.87	57.49	43.12	6.29	42.95	390.95	69.61	52.21	6.51	42.20	374.34	67.14	50.35	9.28	34.06
203	296	2017/6	嘉兴市	186.57	36.44	27.33	4.26	46.64	561.88	133.13	99.85	7.45	46.65	508.86	122.42	91.81	8.47	42.59	456.36	98.89	74.17	7.96	40.27
204	297	2018/4	苏州市	221.21	44.13	33.09	1.39	70.95	435.95	97.28	72.96	4.45	43.53	342.22	63.12	47.34	3.17	45.77	301.41	41.14	30.85	3.42	40.74
205	298	2017/7	杭州市	159.94	12.03	9.02	1.93	67.31	445.37	94.02	70.52	2.56	63.65	344.85	49.50	37.12	2.77	57.79	326.81	28.88	21.66	3.79	46.03
206	299	2017/6	南京市	116.88	-14.61	-10.96	5.42	36.31	255.82	-5.06	-3.79	5.79	33.58	226.21	-16.84	-12.63	5.60	35.35	247.04	-2.39	-1.80	9.38	31.37
207	301	2017/9	南京市	141.55	-3.98	-2.99	4.22	50.90	339.10	24.32	18.24	6.49	44.17	312.40	16.12	12.09	5.44	46.05	315.74	12.87	9.65	5.96	41.32
208	302	2017/9	南京市	227.67	25.55	19.16	3.87	52.79	529.48	83.56	62.67	5.25	45.97	504.83	77.53	58.14	4.95	45.39	558.64	106.40	79.80	7.00	38.55
209	304	2017/8	湖州市	282.38	75.57	56.68	10.92	38.08	565.29	154.68	116.01	14.50	36.56	528.97	139.07	104.30	15.57	34.57	514.80	137.64	103.23	16.53	33.39
210	306	2017/9	南京市	164.03	8.59	6.44	3.47	57.73	372.52	42.41	31.81	4.55	50.48	362.82	38.29	28.72	4.33	49.49	418.17	45.53	34.15	6.11	43.57
211	307	2017/9	苏州市	157.55	11.61	8.70	3.23	52.39	370.27	40.83	30.62	6.34	40.31	318.30	19.11	14.34	5.51	39.29	311.80	13.98	10.49	6.83	33.87
212	308	2017/9	南京市	155.75	-12.82	-9.62	4.00	43.22	335.45	6.34	4.75	5.14	37.36	306.16	17.55	13.16	5.35	34.59	303.48	-6.50	-4.87	5.80	32.70
213	309	2017/12	上海市	88.12	-22.36	-16.77	3.10	58.77	399.39	36.24	27.18	6.97	51.07	396.07	29.40	22.05	6.39	50.07	412.65	36.28	27.21	7.29	47.42
214	310	2017/12	杭州市	149.64	13.20	9.90	3.82	44.15	400.81	87.39	65.54	5.48	39.71	299.55	-13.50	-10.13	5.30	39.91	336.93	39.38	29.54	5.67	34.95
215	311	2017/12	南京市	130.95	9.46	7.10	3.21	46.33	302.02	33.62	25.21	2.81	42.30	286.23	19.78	14.84	2.92	41.83	315.44	38.27	28.70	3.12	39.64
216	312	2017/11	苏州市	110.38	4.96	3.72	4.08	45.59	427.43	96.58	72.43	6.72	36.67	335.64	57.43	43.07	5.32	36.00	330.54	68.77	51.58	7.30	29.84
217	313	2017/10	杭州市	250.34	46.82	35.12	2.19	51.67	573.79	127.90	95.92	8.40	48.09	552.10	125.81	94.35	7.66	46.61	526.99	111.87	83.90	10.86	38.27
218	314	2017/12	杭州市	115.16	18.58	13.94	3.45	53.88	393.81	107.22	80.41	6.81	53.82	471.85	130.96	98.22	7.71	56.42	530.36	156.65	117.49	8.62	58.29
219	315	2017/12	杭州市	77.52	-4.59	-3.45	2.58	53.63	264.60	47.56	35.67	4.97	55.06	278.80	43.57	32.68	5.09	56.13	312.02	63.71	47.79	5.47	59.33
220	316	2018/4	苏州市	173.54	23.89	17.92	3.38	53.59	418.59	81.42	61.06	7.31	43.58	336.55	47.44	35.58	6.34	41.22	326.37	43.95	32.96	7.38	36.84
221	317	2018/1	杭州市	22.63	54.94	41.20	0.92	53.23	34.01	-57.80	-43.35	1.48	43.05	94.92	-169.37	-127.03	2.37	42.56	617.05	144.72	108.54	9.04	44.43
222	319	2017/12	杭州市	141.81	7.23	5.43	3.98	37.67	360.53	48.27	36.20	5.90	33.29	287.93	30.56	22.92	4.70	33.44	218.12	-7.83	-5.87	4.13	28.64
223	320	2017/12	杭州市	148.16	13.13	9.85	3.15	43.22	381.95	56.68	42.51	3.77	41.57	377.97	49.14	36.86	3.32	44.90	381.25	44.82	33.62	4.30	36.27
224	321	2017/12	杭州市	253.31	33.41	25.06	5.61	43.98	603.32	119.10	89.32	6.73	41.96	533.90	71.28	53.46	5.28	42.86	607.15	95.18	71.39	7.44	37.26
225	322	2017/12	杭州市	196.56	35.72	26.79	5.56	52.26	445.52	91.51	68.63	6.37	46.96	363.81	50.46	37.85	5.46	45.20	341.61	36.51	27.38	7.47	36.03
226	323	2017/12	苏州市	219.27	41.10	30.83	2.21	58.77	426.56	83.16	62.37	4.68	40.26	300.00	38.61	28.95	3.72	38.86	243.42	9.81	7.35	3.32	35.06
227	324	2018/3	杭州市	171.96	8.97	6.72	6.51	38.75	422.00	59.97	44.98	7.57	37.37	401.05	47.80	35.85	7.22	37.95	380.03	34.34	25.76	10.38	31.83

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转化率	订单平均单价
228	325	2018/2	苏州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58.75	-37.74	-28.31	2.17	40.55	211.56	-29.17	-21.87	4.00	32.00
229	326	2018/4	苏州市	37.09	-7.93	-5.94	1.25	46.09	225.91	-15.81	-11.86	2.51	43.82	206.85	-14.44	-10.83	2.21	42.87	309.17	-5.54	-4.15	3.05	45.83
230	327	2018/4	杭州市	148.84	12.07	9.05	4.10	42.17	388.59	67.96	50.97	4.84	41.54	365.80	56.40	42.30	4.45	41.42	385.86	58.01	43.51	7.55	31.11
231	328	2018/3	苏州市	258.20	51.92	38.94	4.15	63.79	550.05	104.54	78.40	8.66	42.31	461.18	72.89	54.67	7.32	41.27	453.63	70.96	53.22	9.29	35.31
232	329	2018/3	杭州市	158.62	17.07	12.80	3.01	43.60	355.14	49.98	37.48	4.21	38.25	334.38	39.79	29.84	3.24	40.03	368.47	53.32	39.99	5.57	30.18
233	330	2018/4	南京市	195.61	28.35	21.26	3.12	51.66	407.59	65.91	49.43	4.00	44.01	367.54	46.78	35.08	3.64	43.07	332.07	15.37	11.53	4.18	38.12
234	331	2018/2	湖州市	157.25	32.86	24.64	2.97	38.04	357.46	54.54	40.91	3.48	36.42	289.61	32.16	24.12	3.20	33.36	255.45	9.16	6.87	3.55	31.71
235	332	2018/2	常州市	95.44	27.66	20.74	5.85	38.57	351.85	21.05	15.78	9.18	39.45	264.02	-32.92	-24.69	6.96	39.22	267.78	-12.32	-9.24	8.64	37.22
236	333	2018/6	无锡市	207.00	19.86	14.89	1.70	58.80	473.90	62.35	46.76	2.97	46.90	405.90	38.11	28.58	2.65	44.40	476.99	50.61	37.95	3.44	39.12
237	334	2018/7	泰州市	46.16	-11.38	-8.53	2.57	48.73	206.87	22.15	16.61	3.67	50.71	271.16	73.48	55.11	4.70	51.85	273.13	67.21	50.41	4.22	55.37
238	335	2018/7	泰州市	31.34	-23.70	-17.77	1.90	47.42	159.66	-9.46	-7.10	2.99	51.68	222.62	38.81	29.11	4.24	50.76	222.83	34.03	25.53	3.91	52.02
239	336	2018/6	苏州市	158.61	30.86	23.15	4.56	49.94	310.85	40.03	30.02	8.65	32.37	277.06	17.95	13.47	7.13	33.50	285.75	17.41	13.06	7.29	32.47
240	337	2018/8	苏州市	131.16	18.00	13.50	1.88	63.50	312.94	18.20	13.65	4.64	38.49	277.14	16.54	12.40	3.54	43.50	304.85	29.44	22.08	5.31	35.86
241	338	2018/8	湖州市	258.16	44.98	33.74	3.13	41.99	542.07	99.11	74.34	3.48	39.05	556.17	92.87	69.65	3.28	39.69	480.35	72.16	54.12	4.04	35.87
242	339	2018/9	杭州市	256.53	30.59	22.94	4.90	50.98	774.20	146.43	109.82	7.07	47.02	893.36	177.62	133.22	6.63	49.79	664.18	89.70	67.28	7.44	39.90
243	340	2019/1	上海市	112.28	-25.03	-18.77	3.20	55.74	433.81	40.97	30.73	5.35	53.72	382.84	24.26	18.19	4.14	53.49	384.96	41.85	31.39	6.05	52.46
244	341	2018/8	南京市	-	-	-	-	-	174.33	-0.04	-0.03	3.32	36.75	251.40	13.28	9.96	2.60	40.51	320.17	42.36	31.77	4.44	33.52
245	342	2018/9	杭州市	137.53	6.60	4.95	3.11	46.95	293.78	26.56	19.92	3.95	40.76	254.85	9.61	7.20	3.24	40.82	273.73	8.33	6.25	3.86	36.93
246	343	2018/10	杭州市	270.18	59.64	44.73	6.94	42.65	638.39	152.50	114.38	8.34	40.11	567.44	121.15	90.86	6.89	41.11	541.95	101.83	76.38	8.91	35.66
247	344	2018/10	杭州市	269.08	58.06	43.55	6.21	47.23	639.89	152.51	114.38	6.30	41.09	537.96	122.88	92.16	5.25	42.22	400.83	64.86	48.65	5.20	35.42
248	345	2018/12	南京市	98.69	11.76	8.82	4.84	59.46	314.87	104.31	78.23	4.69	57.67	314.86	95.38	71.53	4.57	60.18	301.92	84.79	63.59	3.82	66.25
249	346	2018/11	南京市	171.92	23.35	17.51	5.09	47.65	360.98	56.65	42.49	5.39	44.83	320.51	36.84	27.63	5.15	41.85	339.84	55.70	41.78	5.56	40.70
250	347	2018/11	苏州市	193.70	29.88	22.41	2.49	51.08	445.53	66.65	49.98	4.26	40.04	400.84	51.02	38.26	3.51	42.10	415.59	49.00	36.75	4.47	37.39
251	348	2018/12	无锡市	58.53	-31.40	-23.55	1.35	42.77	218.18	-47.93	-35.95	2.90	41.95	222.95	-53.77	-40.33	3.69	37.80	225.02	-52.78	-39.58	2.89	44.19
252	349	2018/11	湖州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99.93	8.65	6.48	2.37	62.49
253	350	2018/12	杭州市	115.51	-4.71	-3.53	1.95	41.94	252.69	7.40	5.55	2.00	39.30	230.06	-1.08	-0.81	2.15	35.15	225.88	-13.20	-9.90	3.42	26.32
254	351	2018/11	湖州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	102.24	2.35	1.76	2.66	62.01
255	352	2019/4	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	248.67	-133.24	-99.93	2.24	54.97	243.93	-49.99	-37.49	3.72	55.24
256	353	2018/12	常州市	49.51	-5.86	-4.40	2.79	50.80	250.24	18.31	13.73	4.01	51.44	291.46	38.50	28.87	4.50	54.91	274.28	24.82	18.62	3.63	63.01
257	354	2019/1	常州市	49.12	-6.18	-4.64	1.93	50.84	212.89	-4.25	-3.19	2.28	51.91	229.33	5.42	4.07	2.52	51.67	208.10	-13.31	-9.98	1.94	60.04
258	355	2019/1	杭州市	168.89	-3.32	-2.49	5.54	44.10	472.77	59.54	44.65	7.92	40.95	406.29	74.84	56.13	6.50	42.45	343.36	41.46	31.10	8.68	33.99
259	356	2019/3	杭州市	266.73	54.75	41.06	3.85	51.20	588.16	157.35	118.01	5.41	44.41	511.55	126.27	94.70	5.11	41.88	401.10	58.11	43.58	6.26	35.36
260	357	2019/2	杭州市	165.42	13.80	10.35	3.63	52.27	326.95	33.30	24.98	4.79	43.83	333.23	39.50	29.62	5.20	43.41	286.31	0.67	0.50	9.23	30.68



序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流速率	订单平均单价
261	359	2019/6	嘉兴市	164.82	0.07	0.05	2.15	43.42	430.71	46.05	34.54	3.36	42.21	416.07	24.04	18.03	3.48	38.80	284.98	-5.07	-3.80	6.60	29.64
262	360	2019/5	嘉兴市	129.70	0.17	0.13	3.44	37.32	345.41	32.78	24.59	5.22	34.12	322.16	25.07	18.80	5.21	32.29	242.73	16.16	12.12	8.13	29.58
263	361	2019/6	杭州市	205.02	36.87	27.65	5.47	46.76	572.30	144.56	108.42	9.45	40.26	527.83	127.89	95.91	8.74	38.60	294.84	45.80	34.35	11.74	31.73
264	362	2019/9	上海市	83.44	-59.37	-44.52	2.59	44.50	375.07	-41.72	-31.29	4.00	42.81	323.87	-74.15	-55.61	3.33	42.75	112.64	-68.72	-51.54	7.38	32.61
265	363	2019/7	嘉兴市	209.39	24.26	18.19	3.07	38.85	613.00	128.05	96.04	4.82	35.87	542.74	100.46	75.34	4.26	33.94	226.11	22.49	16.87	6.38	27.02
266	364	2019/8	嘉兴市	99.61	-20.27	-15.20	1.83	44.89	254.24	-21.53	-16.15	3.78	33.61	255.81	-34.08	-25.56	3.81	33.59	86.02	-36.35	-27.26	6.46	24.79
267	366	2019/8	绍兴市	280.33	67.00	50.25	3.46	48.38	621.72	157.37	118.03	4.38	43.46	525.05	121.48	91.11	4.00	41.28	125.64	-9.08	-6.81	6.99	30.43
268	367	2019/9	嘉兴市	120.75	-5.41	-4.05	2.30	40.74	297.96	1.51	1.13	3.16	37.84	327.31	12.11	9.08	3.63	34.88	105.92	-13.94	-10.46	7.09	27.21
269	368	2019/12	台州市	147.03	9.63	7.22	5.88	41.39	296.46	46.78	35.09	6.59	38.56	214.72	2.05	1.54	5.38	35.18	17.08	-21.15	-15.86	8.45	23.51
270	369	2019/11	杭州市	299.10	54.06	40.55	4.14	48.90	695.90	155.71	116.78	5.44	43.76	610.11	136.65	102.49	5.05	42.08	60.07	-15.37	-11.53	8.19	30.85
271	370	2019/10	苏州市	223.93	47.24	35.43	4.19	52.75	508.80	112.26	84.19	8.82	39.46	374.89	62.83	47.12	7.07	38.53	55.71	-11.53	-8.65	7.54	30.03
272	371	2019/10	嘉兴市	110.47	-16.27	-12.20	2.81	39.40	324.60	13.07	9.80	4.45	35.93	263.75	-5.73	-4.30	3.94	33.64	52.74	-29.52	-22.14	7.24	24.84
273	372	2020/1	宁波市	96.59	-4.77	-3.58	2.67	49.39	195.00	-10.73	-8.05	3.41	40.40	148.20	-50.22	-37.67	3.06	39.00	-	-11.34	-8.51	-	-
274	373	2019/12	上海市	60.92	-26.60	-19.95	2.25	52.67	326.42	10.37	7.78	3.98	47.63	266.41	-18.58	-13.94	3.59	45.67	6.71	-34.40	-25.80	3.71	24.79
275	374	2019/11	芜湖市	211.33	39.47	29.60	7.76	40.19	474.45	102.15	76.61	8.12	36.70	396.03	78.57	58.93	7.26	34.16	69.80	-12.77	-9.58	13.19	26.69
276	375	2019/12	杭州市	139.73	-2.64	-1.98	1.53	57.65	361.66	22.65	16.99	2.65	55.35	284.53	-13.22	-9.91	2.48	43.40	9.22	-27.19	-20.39	6.80	22.70
277	376	2019/11	南通市	108.14	-6.46	-4.84	2.34	48.71	260.03	0.54	0.40	3.53	38.96	233.69	-3.98	-2.98	3.58	36.52	44.95	-27.36	-20.52	5.23	29.64
278	377	2019/12	绍兴市	176.46	18.38	13.78	2.52	42.50	367.83	48.89	36.67	2.93	39.24	285.41	11.24	8.43	3.48	35.50	9.97	-16.46	-12.34	8.20	27.47
279	378	2019/11	杭州市	136.56	7.26	5.45	5.69	45.23	310.94	39.90	29.93	7.16	41.46	221.70	-10.89	-8.17	5.56	39.19	34.36	-20.25	-15.19	8.72	31.26
280	379	2019/12	嘉兴市	138.07	2.21	1.66	1.36	50.03	349.51	31.58	23.68	2.08	46.12	251.59	-12.75	-9.56	1.89	39.85	11.03	-22.50	-16.88	4.39	28.13
281	380	2019/12	宁波市	141.39	5.17	3.88	3.38	39.19	401.82	52.76	39.57	4.71	39.83	378.34	33.95	25.47	4.15	40.93	11.77	-21.32	-15.99	5.40	26.73
282	381	2019/12	宁波市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	273.70	8.88	6.66	20.47	25.92	47.46	6.52	4.89	34.20	29.28
283	382	2019/12	无锡市	105.74	-0.17	-0.13	3.39	43.09	255.55	14.27	10.70	4.84	36.72	203.99	-19.65	-14.74	4.65	35.88	4.09	-11.36	-8.52	10.51	17.24
284	383	2020/1	杭州市	172.58	6.13	4.59	3.00	50.20	612.84	122.45	91.84	4.48	52.28	532.30	71.11	53.33	3.98	48.41	-	-12.70	-9.52	-	-
285	384	2019/12	苏州市	122.09	4.33	3.25	5.30	48.00	348.14	38.71	29.03	7.84	41.36	281.67	13.15	9.87	8.72	36.66	1.04	-7.01	-5.26	24.75	25.52
286	385	2020/1	南京市	171.48	17.33	13.00	8.88	36.15	390.12	52.90	39.67	10.69	33.18	261.85	-22.55	-16.91	8.87	31.89	-	-0.14	-0.11	-	-
287	386	2020/3	上海市	142.75	-14.76	-11.07	2.68	47.73	604.85	47.03	35.27	5.11	43.66	496.50	17.74	13.31	4.91	44.18	-	-30.93	-23.20	-	-
288	387	2020/1	常州市	100.64	-11.25	-8.44	2.97	39.36	220.53	-17.37	-13.03	3.37	36.84	159.17	-61.07	-45.80	2.65	34.63	-	-	-	-	-
289	388	2020/3	南京市	150.92	-1.90	-1.43	4.25	41.45	301.32	-7.34	-5.51	4.43	38.01	240.26	-37.58	-28.18	5.80	33.54	-	-	-	-	-
290	390	2020/5	杭州市	194.21	11.47	8.60	3.00	48.07	477.93	56.36	42.27	3.89	45.07	302.37	-1.14	-0.86	4.73	38.68	-	-	-	-	-
291	392	2020/5	上海市	114.88	-15.89	-11.92	4.10	38.97	538.24	44.37	33.28	6.77	36.53	273.55	-56.73	-42.55	6.65	34.30	-	-3.74	-2.81	-	-
292	393	2020/4	上海市	-	-	-	-	-	66.47	-143.35	-107.51	4.64	39.13	265.56	-189.48	-142.11	5.73	38.94	-	-	-	-	-
293	394	2020/6	苏州市	208.92	44.40	33.30	1.60	59.76	440.83	80.85	60.64	3.91	39.52	170.32	-6.61	-4.96	4.05	34.08	-	-	-	-	-

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
294	395	2020/6	嘉兴市	157.45	5.29	3.97	2.87	40.15	426.07	50.94	38.21	3.86	36.82	240.09	2.25	1.69	4.48	34.93	-	-	-	-	-
295	396	2020/6	杭州市	183.79	13.47	10.10	3.99	45.04	370.79	24.63	18.47	4.56	41.86	188.25	-15.95	-11.96	5.33	35.64	-	-	-	-	-
296	397	2020/7	南京市	170.34	14.05	10.54	2.87	48.43	389.41	58.18	43.63	3.67	42.05	151.18	-16.26	-12.20	3.86	35.72	-	-	-	-	-
297	399	2020/10	湖州市	265.78	54.39	40.79	7.00	41.85	523.18	101.57	76.18	6.64	38.31	116.49	-10.22	-7.67	6.64	35.42	-	-	-	-	-
298	400	2020/7	杭州市	188.39	18.23	13.67	5.02	43.77	444.50	84.93	63.70	6.93	38.96	211.84	4.35	3.26	7.88	34.27	-	-	-	-	-
299	401	2020/7	杭州市	137.75	15.64	11.73	2.94	47.41	314.60	60.54	45.41	3.46	44.41	146.04	3.29	2.46	3.99	38.39	-	-	-	-	-
300	402	2020/7	上海市	185.44	-7.81	-5.86	2.47	50.40	555.18	54.84	41.13	7.59	34.77	255.91	-16.82	-12.62	9.03	31.90	-	-	-	-	-
301	403	2020/8	南京市	114.73	-5.00	-3.75	2.16	43.24	255.66	-1.57	-1.18	2.92	36.44	111.73	-28.23	-21.17	3.43	33.27	-	-	-	-	-
302	404	2020/11	杭州市	208.24	34.31	25.74	9.10	43.24	804.58	196.52	147.39	16.91	46.90	107.54	5.65	4.24	14.91	49.89	-	-	-	-	-
303	405	2020/8	嘉兴市	156.19	7.68	5.76	3.20	39.52	385.10	49.38	37.04	4.88	35.50	138.49	-4.45	-3.34	6.08	31.54	-	-5.11	-3.83	-	-
304	406	2020/7	杭州市	226.25	45.38	34.03	5.90	44.22	575.77	130.99	98.25	7.36	42.38	215.63	25.65	19.24	8.14	37.75	-	-	-	-	-
305	407	2020/8	杭州市	156.29	8.22	6.17	1.48	54.85	586.84	132.85	99.64	4.94	45.42	173.74	9.13	6.85	5.09	39.51	-	-	-	-	-
306	408	2020/8	杭州市	221.41	35.33	26.50	5.08	49.39	483.24	92.40	69.30	6.41	44.88	142.95	-6.76	-5.07	7.49	35.31	-	-	-	-	-
307	409	2020/12	常州市	61.70	6.89	5.17	2.39	45.34	251.26	40.52	30.39	7.86	44.04	5.72	-11.44	-8.58	10.38	44.07	-	-	-	-	-
308	410	2020/9	上海市	162.08	-12.32	-9.24	2.23	58.39	483.09	25.24	18.93	4.11	48.49	132.42	-43.46	-32.60	4.73	42.87	-	-	-	-	-
309	411	2020/9	宁波市	118.18	-17.17	-12.87	1.95	36.35	324.92	9.61	7.20	3.61	35.64	95.42	-26.26	-19.69	3.75	31.54	-	-	-	-	-
310	412	2020/8	湖州市	92.48	2.04	1.53	7.10	31.61	183.10	17.94	13.45	7.24	28.52	75.96	3.49	2.62	7.18	29.48	-	-	-	-	-
311	413	2020/9	上海市	53.31	-60.58	-45.43	2.23	41.78	280.23	-72.64	-54.48	4.54	36.19	94.07	-60.69	-45.52	5.65	32.74	-	-	-	-	-
312	414	2020/9	南京市	103.29	-7.47	-5.60	2.56	46.39	337.64	31.43	23.57	3.64	44.35	117.53	0.17	0.13	4.70	40.42	-	-	-	-	-
313	415	2020/10	杭州市	305.89	58.66	43.99	4.64	45.66	683.33	162.32	121.74	6.15	41.40	166.38	29.01	21.76	8.68	37.10	-	-	-	-	-
314	417	2021/1	杭州市	163.75	8.17	6.13	3.51	39.55	441.04	18.54	13.90	5.16	36.57	-	-17.88	-13.41	-	-	-	-	-	-	-
315	418	2020/10	常州市	148.89	9.45	7.09	2.69	41.24	344.76	27.62	20.72	3.54	36.75	78.44	-15.77	-11.83	4.50	32.85	-	-	-	-	-
316	419	2020/10	嘉兴市	181.67	19.65	14.74	1.15	49.72	520.13	96.12	72.09	4.24	44.08	177.97	31.06	23.29	7.93	47.30	-	-	-	-	-
317	420	2020/11	上海市	168.19	-1.35	-1.01	1.95	53.72	355.03	-11.60	-8.70	5.77	38.28	47.64	-41.46	-31.09	6.48	32.24	-	-	-	-	-
318	421	2020/10	湖州市	58.82	-27.77	-20.83	0.62	67.64	428.59	54.96	41.22	3.41	58.94	80.39	-0.76	-0.57	2.95	53.41	-	-	-	-	-
319	422	2020/11	上海市	114.88	-45.62	-34.21	2.91	46.38	499.35	-71.42	-53.57	5.86	38.89	39.63	-79.80	-59.85	5.87	32.12	-	-	-	-	-
320	423	2020/11	嘉兴市	45.98	-41.98	-31.49	1.20	39.18	174.00	-58.73	-44.04	1.60	41.02	41.96	-25.38	-19.03	2.41	34.46	-	-	-	-	-
321	424	2020/10	宁波市	144.56	3.18	2.39	3.95	40.00	421.35	61.24	45.93	5.97	39.01	79.88	-1.58	-1.18	6.97	33.73	-	-	-	-	-
322	425	2020/11	杭州市	128.78	2.77	2.08	3.96	38.61	309.21	22.27	16.70	4.81	37.44	41.21	-12.96	-9.72	6.17	33.38	-	-	-	-	-
323	426	2020/11	苏州市	101.99	-8.13	-6.10	2.05	44.99	371.75	29.23	21.92	4.47	36.71	57.31	-9.22	-6.91	6.43	32.51	-	-	-	-	-
324	427	2020/12	南京市	172.92	12.96	9.72	3.89	41.13	389.96	34.15	25.61	4.48	38.52	24.55	-19.56	-14.67	7.25	26.86	-	-	-	-	-
325	428	2020/12	湖州市	390.48	122.09	91.57	5.80	36.09	806.91	265.95	199.46	6.10	34.28	60.05	3.24	2.43	4.63	34.86	-	-	-	-	-
326	429	2020/12	上海市	29.42	-63.78	-47.83	1.40	41.08	149.49	-109.95	-82.46	3.17	37.78	3.36	-16.42	-12.31	6.86	20.45	-	-	-	-	-

序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年					
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	
327	430	2021/2	杭州市	192.66	5.58	4.19	2.60	49.31	532.30	58.79	44.09	3.52	49.78	-	-24.28	-18.21	-	-	-	-	-	-	-	-
328	431	2021/7	杭州市	201.14	22.12	16.59	2.81	45.15	208.71	-11.69	-8.77	4.33	38.63	-	-4.18	-	-	-	-	-	-	-	-	-
329	432	2021/2	南京市	113.26	2.77	2.07	2.80	35.40	230.82	-9.45	-7.09	2.96	32.09	-	-4.71	-3.53	-	-	-	-	-	-	-	-
330	433	2020/12	嘉兴市	72.09	-26.88	-20.16	1.77	38.53	160.83	-59.72	-44.79	2.17	36.88	6.77	-22.78	-17.08	1.97	30.73	-	-	-	-	-	-
331	434	2021/1	上海市	58.92	-53.54	-40.16	3.58	30.53	336.80	-77.77	-58.33	6.94	29.80	-	-19.77	-14.83	-	-	-	-	-	-	-	-
332	435	2021/2	杭州市	246.04	40.65	30.49	4.36	49.48	486.96	71.95	53.97	5.75	41.10	-	-11.71	-8.78	-	-	-	-	-	-	-	-
333	436	2021/1	南京市	84.27	-6.61	-4.95	1.34	48.63	276.87	11.30	8.47	2.57	41.40	-	-12.41	-	-	-	-	-	-	-	-	-
334	437	2021/1	杭州市	90.12	-1.67	-1.25	7.87	38.76	113.64	-28.07	-21.05	9.95	27.43	-	-4.95	-3.71	-	-	-	-	-	-	-	-
335	438	2021/1	杭州市	123.17	-3.20	-2.40	1.89	41.75	306.09	2.00	1.50	2.22	40.73	0.23	-6.95	-5.21	0.52	22.29	-	-	-	-	-	-
336	439	2020/12	宁波市	88.97	-16.29	-12.22	1.86	37.83	264.32	-33.94	-25.46	2.84	36.08	3.27	-13.84	-10.38	3.84	31.31	-	-	-	-	-	-
337	440	2021/1	湖州市	291.54	68.94	51.70	3.60	39.65	572.92	131.58	98.68	5.81	34.87	-	-4.06	-3.05	-	-	-	-	-	-	-	-
338	441	2021/1	宁波市	175.03	7.90	5.93	3.07	42.12	376.27	4.97	3.73	3.72	39.15	-	-6.74	-5.06	-	-	-	-	-	-	-	-
339	443	2021/5	南京市	123.47	8.12	6.09	2.73	45.91	179.40	-24.08	-18.06	2.92	41.35	-	-3.77	-	-	-	-	-	-	-	-	-
340	444	2021/1	湖州市	73.21	-1.55	-1.16	7.27	28.73	114.86	-10.20	-7.65	6.39	25.09	-	-3.13	-2.35	-	-	-	-	-	-	-	-
341	445	2021/3	上海市	101.58	-38.57	-28.93	3.09	42.02	345.63	-57.51	-43.14	6.23	33.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
342	446	2021/2	杭州市	190.70	24.86	18.64	4.08	42.02	413.16	38.28	28.71	5.93	37.39	-	-1.24	-0.93	-	-	-	-	-	-	-	-
343	447	2021/3	嘉兴市	134.55	-6.00	-4.50	1.93	40.31	262.81	-25.66	-19.25	2.81	33.88	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
344	449	2021/2	宁波市	179.48	12.39	9.29	1.45	44.83	320.65	-9.33	-7.00	1.52	39.20	-	-0.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-
345	450	2021/2	杭州市	129.10	-4.53	-3.40	2.76	41.98	292.24	-0.85	-0.64	4.01	37.18	-	-1.26	-0.95	-	-	-	-	-	-	-	-
346	451	2021/2	上海市	134.21	-37.23	-27.92	6.15	35.51	482.29	-30.54	-22.90	10.16	35.57	-	-7.90	-5.92	-	-	-	-	-	-	-	-
347	452	2021/2	湖州市	67.75	-9.90	-7.43	7.47	26.09	109.85	-24.21	-18.16	9.05	20.61	-	-0.39	-0.29	-	-	-	-	-	-	-	-
348	453	2021/4	宁波市	166.48	5.26	3.94	2.48	49.46	281.91	-29.54	-22.15	3.43	42.26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
349	454	2021/2	南京市	105.53	-1.87	-1.40	2.66	47.49	276.66	-1.64	-1.23	4.14	42.40	-	-0.62	-0.46	-	-	-	-	-	-	-	-
350	455	2021/2	宁波市	167.73	1.55	1.17	3.47	41.47	368.22	-8.28	-6.21	4.58	38.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
351	456	2021/4	苏州市	237.19	50.14	37.60	2.51	62.34	358.56	42.56	31.92	6.20	39.10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
352	457	2021/3	杭州市	37.99	-19.27	-14.45	3.93	28.23	62.67	-37.79	-28.34	4.48	28.75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
353	458	2021/5	南京市	155.63	11.03	8.27	3.66	42.18	232.65	-19.06	-14.29	4.27	37.27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
354	459	2021/4	苏州市	220.56	47.05	35.29	3.04	53.31	367.79	30.25	22.69	6.78	34.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
355	460	2021/5	杭州市	246.73	40.01	30.00	4.39	48.11	375.26	50.16	37.62	6.22	43.54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
356	461	2021/5	苏州市	155.98	17.32	12.99	1.68	51.11	343.49	45.35	34.01	4.53	39.44	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
357	462	2021/5	苏州市	138.15	18.23	13.67	1.61	55.93	192.45	-9.68	-7.26	3.37	37.38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
358	463	2021/5	上海市	109.92	-27.21	-20.41	1.60	53.51	250.10	-45.73	-34.30	3.01	40.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
359	464	2021/5	宁波市	111.53	-12.15	-9.11	2.81	40.61	196.26	-23.93	-17.94	4.50	37.37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



序号	门店编号	开业时间	城市	2022年1-6月					2021年					2020年					2019年				
				营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价	营业收入	利润总额	净利润	桌流转率	订单平均单价
393	704	2019/11	上海市	-	-	-	-	-	12.29	-30.91	-23.18	-	52.48	134.55	-40.42	-30.32	-	57.00	25.25	-12.12	-9.09	-	43.90
394	705	2020/4	上海市	55.49	-8.13	-6.10	-	70.93	208.20	-1.77	-1.33	-	62.98	133.60	-35.79	-26.84	-	56.96	-	-2.27	-1.70	-	-
395	706	2020/8	上海市	72.39	2.26	1.70	-	84.40	275.95	40.01	30.00	-	73.13	94.42	-30.04	-22.53	-	59.90	-	-	-	-	-
396	707	2020/5	上海市	67.02	-7.01	-5.26	-	80.60	170.91	-13.77	-10.32	-	61.05	134.57	-12.81	-9.61	-	55.64	-	-	-	-	-
397	708	2020/5	上海市	111.64	12.15	9.11	-	79.92	376.23	66.87	50.15	-	74.59	244.61	17.81	13.36	-	64.12	-	-	-	-	-
398	709	2020/7	上海市	59.04	-16.74	-12.55	-	53.77	192.77	-36.26	-27.19	-	49.02	105.07	-53.13	-39.85	-	44.29	-	-	-	-	-
399	710	2020/9	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.15	-44.34	-33.26	-	46.06	-	-	-	-	-
400	711	2020/7	上海市	110.32	11.75	8.82	-	98.99	363.90	63.75	47.81	-	77.37	149.13	7.00	5.25	-	59.28	-	-	-	-	-
401	712	2020/9	上海市	88.16	7.80	5.85	-	87.04	212.95	15.24	11.43	-	68.46	59.09	-16.57	-12.43	-	45.82	-	-	-	-	-
402	713	2020/9	上海市	48.37	-8.24	-6.18	-	72.28	171.47	-8.57	-6.43	-	55.60	49.10	-12.54	-9.40	-	49.11	-	-	-	-	-
403	714	2020/11	上海市	34.96	-14.96	-11.22	-	72.92	139.95	-20.22	-15.17	-	58.66	17.56	-7.96	-5.97	-	44.61	-	-	-	-	-
404	715	2021/3	上海市	59.54	-1.45	-1.09	-	84.16	202.88	16.65	12.49	-	59.73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
405	900	2019/6	苏州市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.81	-7.61	-5.71	-	-	16.24	-23.08	-17.31	-	-
406	901	2019/6	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.78	-10.92	-8.19	-	-	27.87	-33.51	-25.13	-	-
407	902	2019/8	上海市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.36	-12.68	-9.51	-	-	14.20	-29.25	-21.93	-	-
408	492	2022/1	杭州市	69.93	-56.90	-42.67	2.01	39.77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
409	497	2022/1	上海市	66.63	-53.84	-40.38	2.25	42.49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
410	499	2022/2	宁波市	120.53	-23.65	-17.74	4.30	40.15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
411	500	2022/1	南京市	110.89	-26.97	-20.22	3.20	41.86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
412	501	2022/1	常州市	131.43	-7.83	-5.87	2.85	45.37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
413	502	2022/4	湖州市	90.27	-1.25	-0.94	7.09	33.43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
414	503	2022/2	杭州市	120.75	-32.43	-24.32	3.97	35.19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
415	504	2022/4	南京市	75.37	-6.25	-4.69	3.36	40.84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
416	505	2022/4	湖州市	98.90	-5.87	-4.40	5.37	36.04	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
417	507	2022/6	苏州市	22.70	-14.98	-11.23	4.43	37.09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
418	508	2022/5	芜湖市	60.82	-6.22	-4.66	6.64	33.82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注 1：桌流转率=当期堂食订单数量/经营天数/标准桌数，由于门店所处商圈类型不同、订单对应人数不同、人流量差异导致各门店之间桌流转率存在差异；门店编号 700-715 门店仅提供外卖服务和打包外带服务，不提供堂食服务，因此无桌流转率；

注 2：订单均价=当期营业收入/当期订单总数；门店编号为 98、186、195 的门店为大型展会周边门店，订单均价较高，2022 年上半年展会门店受疫情影响未营业；门店编号为 900-902 号的门店系公司于盒马鲜生超市内开设的档口店，开设时间较短，临时经营期间订单数据未予保留，因此无法计算订单均价及桌流转率；2022 年上半年订单均价受疫情供餐因素影响有所增长；

注 3：上表数据为经审计数据，且未包含报告期末以后开业门店在报告期内发生的筹备阶段成本费用等。

## 附件四：加盟店基本情况

加盟主体	序号	店铺名称	店铺地址	营业面积 (m <sup>2</sup> )	开业时间
湖州霖臻	1	杭州市西湖区叶强小吃店	浙江省杭州市西湖区曙光路 130 号	260.00	2012 年 6 月
	2	姑苏区青箬笠餐厅	苏州桐泾北路 218 号来客茂时尚生活中心一层	266.00	2014 年 3 月
	3	长兴雒城箬笠餐厅	长兴县雒城街道县前西街 969 号浙北超市一楼	250.00	2013 年 9 月
	4	安吉戴其慧快餐店	浙江省湖州市安吉县昌硕街道时代购物中心西幢 1-1、1-2、1-3、1-4、1-5、1-6、1-7 号	190.00	2013 年 9 月
	5	杭州之江度假区李坤快餐店	杭州市转塘街道美院南街 89 号象荣大厦华润万家卖场一楼 R1-05 号	230.00	2014 年 1 月
	6	吴兴织里南波万快餐店	浙江省湖州市织里镇织里北路 129 号	190.01	2015 年 4 月
	7	吴兴织里陈水金快餐店	浙江省湖州市织里镇富民路 296 号	320.00	2015 年 8 月
	8	杭州市下城区青箬笠餐厅	浙江省杭州市下城区朝晖路 166-2 号	190.36	2016 年 9 月
	9	苏州工业园区杨大大餐厅	苏州工业园区独墅湖科教创新区星湖街 218 号鲜橙广场 102、103、104B、104C 单元	353.00	2016 年 11 月
	10	惠山区钱桥尤利红快餐店	无锡市惠山区钱桥街道青春商业中心 D6-104、105、116、117、118	196.99	2016 年 12 月
	11	湖州滨湖街道陈建荣快餐店	浙江省湖州市芭蕾雨·五彩奥莱 A 区 A-113 号第 F1 层 A112b	150.00	2017 年 11 月
	12	湖州霖臻餐饮有限公司丹阳欧尚分公司	丹阳市南环路 1 号一栋一层 DY144-1	200.00	2020 年 3 月
	13	湖州霖臻餐饮有限公司桐乡振兴东路分公司	浙江省嘉兴市桐乡市梧桐街道振兴东路(东)439 号吾悦广场 3 幢 001 室 1 层 1016 室	165.89	2020 年 7 月
	14	湖州霖臻餐饮有限公司太湖路分公司	浙江省湖州市仁皇山街道太湖路 1699 号新城吾悦广场 1042、1043 号商铺	170.65	2020 年 10 月
	15	湖州霖臻餐饮有限公司杭州海普路分公司	浙江省杭州市江干区海普路 120 号一层 115 商铺	188.27	2021 年 1 月
	16	湖州霖臻餐饮有限公司南浔南林路分公司	浙江省湖州市南浔区南浔镇南林路吾悦广场 B 座 126 号-129 号商铺一层	171.42	2022 年 1 月

加盟主体	序号	店铺名称	店铺地址	营业面积 (m <sup>2</sup> )	开业时间
浙江盈通	17	浙江盈通餐饮有限公司湖州服务区北区分公司	浙江省湖州市吴兴区高新区塘红村湖州服务区北区主楼 005 号商铺	390.00	2019 年 6 月
	18	浙江盈通餐饮有限公司湖州服务区南区分公司	浙江省湖州市吴兴区高新区塘红村湖州服务区南区主楼 005 号商铺		2019 年 6 月
	19	浙江盈通餐饮有限公司奉化服务区分公司	浙江省宁波市奉化区西坞街道康亭村松洋	160.00	2020 年 1 月
	20	浙江盈通餐饮有限公司临海服务区北区分公司	浙江省台州市临海市括苍镇陈应新村台金高速公路临海服务区北区(自主申报)	463.20	2020 年 1 月
	21	浙江盈通餐饮有限公司临海服务区南区分公司	浙江省台州市临海市括苍镇陈应新村台金高速公路临海服务区南区(自主申报)		2020 年 1 月
	22	浙江盈通餐饮有限公司诸暨服务区分公司	浙江省诸暨市杭金衢高速公路 69K	240.00	2019 年 4 月
	23	浙江盈通餐饮有限公司余姚服务区南区分店	浙江省余姚市高速公路余姚服务区南区综合楼	180.00	2022 年 3 月

## 附件五：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、 股东投票机制建立情况

### （一）公司落实投资者关系管理相关规定的安排

公司保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。为此采取的措施主要包括：

#### 1、信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程（草案）》等的有关规定，公司制定了《信息披露管理制度》。该制度明确了信息披露的内容、程序、管理、责任追究机制，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

#### 2、投资者沟通渠道的建立情况

公司设置了上市办负责信息披露和投资者关系管理工作，主管负责人为董事会秘书。为确保与投资者沟通渠道畅通，为投资者依法参与公司决策管理提供便利条件，董事会秘书将负责接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料等。

#### 3、未来开展投资者关系管理的规划

为进一步加强公司与投资者及潜在投资者之间的沟通，促进投资者对公司的了解，切实保护投资者特别是广大社会公众投资者的合法权益，进一步完善公司法人治理结构，实现公司价值最大化和股东利益最大化，根据《公司法》《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规的规定，公司于2022年3月25日经2022年第一次临时股东大会审议通过了《投资者关系管理制度》，以明确公司在投资者关系管理工作的基本原则、与投资者沟通的内容以及公司的主要职责等。

投资者关系是公司治理的重要内容，公司未来将注重与投资者的沟通与交流，并依照《投资者关系管理制度》切实开展投资者关系构建、管理和维护的相关工作，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保了投资者公平、及时地获取公司公开信息。



公司将通过与投资者进行充分的沟通，在提高运作透明度的同时，提升公司的治理水平。在投资者关系建设过程中，公司将以强化投资者关系为主线，以树立公司资本市场良好形象为目标，探索多渠道、多样化的投资者沟通模式，保持与投资者特别是中小投资者的沟通交流，努力拓展与投资者沟通的渠道和方式，积极听取投资者的意见与建议，并在交流的过程中不断总结经验，查找不足，持续推动投资者关系管理的建设工作。

## （二）股利分配决策程序

本次发行后的股利分配决策程序的具体内容参见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“二、本次发行前后股利分配政策差异情况”之“（二）本次发行后的股利分配政策”之“6、利润分配履行的决策和监督程序”。

## （三）股东投票机制建立情况

公司建立了完善的累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。

### 1、累积投票机制

公司具有完善的股东大会制度，《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》等制度充分保障了投资者依法享有的股东大会召集权、提案权和表决权，切实保障了投资者参与公司重大决策和选择管理者的权利。

根据上市后实施的《公司章程（草案）》，股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东提交候选董事、监事的简历和基本情况。

除累积投票制外，股东大会将对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会将不会对提案进行搁置或不予表决。

## （二）中小投资者单独计票机制

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

### （三）网络投票机制

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》规定，公司召开股东大会的地点以公司通知的地点为准。

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将在保证股东大会合法、有效的前提下，通过提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。股东可以亲自出席股东大会并行使表决权，也可以委托他人代为出席和在授权范围内行使表决权。

发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会现场会议召开地点不得变更。确需变更的，召集人应当在现场会议召开日前至少 2 个工作日公告并说明原因。

### （四）征集投票权

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》规定，董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

## 附件六：相关承诺事项

### （一）关于股份锁定、持股及减持意向等的承诺

#### 1、关于股份锁定相关的承诺

##### （1）控股股东、实际控制人的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人于本次发行及上市前已直接或间接持有的发行人股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、发行人股票上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于本次发行及上市的发行价，或者发行人股票上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于本次发行及上市的发行价，则本人于本次发行前直接或间接持有发行人股份的锁定期自动延长六个月。发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，上述发行价须按照证券交易所的有关规定作相应处理。

3、锁定期满后，本人担任发行人董事/高级管理人员期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接和间接所持有发行人股份总数的 25%；在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份不得超过本人直接和间接所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让直接和间接所持有的发行人股份。

4、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的规定进行修改，或证券监管部门对于上述股份锁定安排有不同意见，本人同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

5、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

##### （2）直接股东恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙、潘华峰的相关承诺

公司实际控制人杨峻琿控制的企业恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙及实际控制人杨国民妹妹杨明敏之子潘华峰承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人/本单位于本次发行及上市前已直接或间接持有的发行人股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、发行人股票上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于本次发行及上市的发行价，或者发行人股票上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于本次发行及上市的发行价，则本人/本单位于本次发行前直接或间接持有发行人股份的锁定期自动延长六个月。发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，上述发行价须按照证券交易所的有关规定作相应处理。

3、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的规定进行修改，或证券监管部门对于上述股份锁定安排有不同意见，本人/本单位同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

4、上述承诺为本人/本单位真实意思表示，本人/本单位自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

### **(3) 董事、高级管理人员的相关承诺**

直接或间接持有公司股份的董事、高级管理人员蒋建琪、徐文辉、吴剑霖、龚觉非、陈轶和周光斌承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的本次发行及上市前已发行的股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、发行人股票上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于本次发行及上市的发行价，或者发行人股票上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于本次发行及上市的发行价，则本人于本次发行前直接或间接持有发行人股份的锁定期自动延长六个月。发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，上述发行价须按照证券交易所的有关规定作相应处理。

3、锁定期满后，本人担任发行人董事/高级管理人员期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接和间接所持有发行人股份总数的 25%；在任期届满前离职的，在就任时

确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份不得超过本人直接和间接所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让直接和间接所持有的发行人股份。

4、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的规定进行修改，或证券监管部门对于上述股份锁定安排有不同意见，本人同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

5、本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

6、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

#### **(4) 监事的相关承诺**

直接或间接持有公司股份的监事孙顺喜和邱水莉承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的本次发行及上市前已发行的股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、锁定期满后，本人担任发行人监事期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接和间接所持有发行人股份总数的 25%；在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份不得超过本人直接和间接所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让直接和间接所持有的发行人股份。

3、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的规定进行修改，或证券监管部门对于上述股份锁定安排有不同意见，本人同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

4、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

#### **(5) 直接股东劲邦投资的相关承诺**

公司直接股东劲邦投资承诺：

“1、本单位持有的发行人 2,472.7273 万股股份（占股份总额的 7.2727%），自发行人首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理该部分股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、本单位于 2021 年 11 月 30 日自上海劲邦劲德股权投资合伙企业（有限合伙）处受让的发行人 494.5455 万股股份（占股本总额的 1.4546%），自 2021 年 11 月 30 日起 36 个月内，并自发行人股票于上海证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理该部分股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

3、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的规定进行修改，或证券监管部门对于上述股份锁定安排有不同意见，本单位同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

4、上述承诺为本单位真实意思表示，本单位自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本单位将依法承担相应责任。”

#### **（6）其他直接股东的相关承诺**

公司直接股东胡嘉怡、吴凡、王洋、林宝才承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，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，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的要求高于上述股份锁定安排，本人同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

3、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。

4、本人如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

5、本承诺取代各方此前关于股份锁定达成的任何承诺、协议、意向、备忘录、陈述、保证或其他相关文件（无论以书面或口头形式，包括各类沟通形式），且本承诺（包括其修改版本）包含了各方就股份锁定作出的唯一和全部文件。”

公司直接股东潘培康、合沁兴、基石投资、源钰投资、瑾汇投资、城霖投资、城卓投资、吴志伟、城锦投资承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人/本单位直接或间接持有的本次发行及上市前已发行的股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2、如日后相关法律法规及规范性文件对股份锁定的规定进行修改，或证券监管部门对于上述股份锁定安排有不同意见，本人/本单位同意按照最新的法律法规、规范性文件的规定或证券监管部门的意见对上述股份锁定安排进行调整。

3、上述承诺为本人/本单位真实意思表示，本人/本单位自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人/本单位将依法承担相应责任。”

## 2、关于持股意向及减持的相关承诺

### (1) 控股股东、实际控制人及其控制的企业的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿及受实际控制人杨峻琿控制的股东恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙承诺：

“1、本人/本单位在锁定期（包括延长的锁定期，下同）满后，为继续支持发行人发展及回报股东，本人/本单位原则上将继续持有发行人股份。如本人/本单位确有其他投资需求或急需资金周转需要减持发行人股份时，在符合相关规定及承诺的前提下，本人/本单位将综合考虑二级市场股价的表现，减持所持有的部分发行人股份。

2、本人/本单位所持股票在锁定期满后 24 个月内减持的，本人/本单位将视自身实际情况，通过证券交易所集中竞价交易、大宗交易及协议转让等法律法规规定和交易所允许的其他合法方式，按照届时的市场价格或大宗交易确定的价格进行减持，但不会因转让发行人股份影响本人/本单位的实际控制人地位。

3、若本人/本单位所持有的发行人股份在锁定期届满后 24 个月内减持的，将在满足发行人股价不低于最近一期每股净资产且发行人运营正常、减持对发行人二级市场不构成重大干扰的条件下进行减持，本人/本单位减持比例不超过本人/本单位所持发行人股份总数额的 100%，股份减持的价格不低于发行人本次发行及上市的发行价。发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，上述发行价须按照证券交易所的有关规定作相应处理。

4、本人/本单位将根据有关法律、法规、中国证监会规章、规范性文件以及证券交

易所规则及时、充分履行股份减持的信息披露义务。本人/本单位计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划；本人/本单位以其他符合有关法律、法规、中国证监会规章、规范性文件以及证券交易所规则减持时，应当提前 3 个交易日予以公告。

5、本人/本单位将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如本人/本单位违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人/本单位未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人/本单位现金分红中与本人/本单位应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人/本单位履行上述承诺。”

## **(2) 其他持股 5%以上股东的相关承诺**

持股 5%以上股东劲邦投资、蒋建琪、潘培康、胡嘉怡承诺：

“1、本人/本单位将按照发行人首次公开发行股票招股说明书以及本人/本单位出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持发行人股票。

2、如果在锁定期满后，本人/本单位拟根据自身需要，选择集中竞价交易、大宗交易及协议转让等法律、法规规定的方式进行减持股票的，本人/本单位将认真遵守中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

3、若本人/本单位所持有的发行人股份在锁定期届满后 24 个月内减持的，将在满足发行人股价不低于最近一期每股净资产且发行人运营正常、减持对发行人二级市场不构成重大干扰的条件下进行减持，本人/本单位减持比例不超过本人/本单位所持发行人股份总数额的 100%，股份减持的价格不低于发行人本次发行及上市的发行价。发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，上述发行价须按照证券交易所的有关规定作相应处理。

4、本人/本单位将根据有关法律、法规、中国证监会规章、规范性文件以及证券交易所规则及时、充分履行股份减持的信息披露义务。本人/本单位计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划；本人/



本单位以其他符合有关法律、法规、中国证监会规章、规范性文件以及证券交易所规则减持时，应当提前 3 个交易日予以公告。减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因。

5、本人/本单位将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如本人/本单位违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人/本单位未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人/本单位现金分红中与本人/本单位应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人/本单位履行上述承诺。”

## （二）稳定股价的措施和承诺

### 1、稳定股价的预案

为维护公司股票上市后股价的稳定，保障中小投资者利益，公司制定了《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》，具体内容如下：

#### （1）启动稳定股价措施的条件

自公司股票正式挂牌上市之日起三年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），非因不可抗力因素所致，为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，公司及将相关责任主体将启动稳定公司股价的措施。

#### （2）稳定股价措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司及相关责任主体可以视公司实际情况、股票市场情况，采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：

- 1) 公司回购股票；
- 2) 公司控股股东增持本公司股票；
- 3) 在公司任职并领取薪酬的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持本公司股票；
- 4) 其他证券监管部门认可的方式。

选用前述方式时应满足下列基本原则：

- 1) 不能导致公司的股权分布不满足法定上市条件；
- 2) 不能使增持主体履行要约收购义务。

### (3) 稳定股价措施的具体方案

#### 1) 公司回购股票

发行人在满足以下条件的情形下履行发行人回购股票的义务：

- ① 应符合股份回购相关法律、法规的规定，且回购结果不会导致发行人的股权分布不符合上市条件。
- ② 回购价格不超过发行人上一会计年度未经审计的每股净资产的价格。
- ③ 单次用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%。

发行人将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内启动董事会会议程序讨论具体的回购方案，并提交股东大会审议。具体实施方案将在发行人依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。在股东大会审议通过股份回购方案后，发行人将依法通知债权人，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。如果回购方案实施前发行人股价已经不满足启动稳定发行人股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内发行人股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括发行人实施稳定股价措施期间及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度未经审计的每股净资产的情形），发行人将继续按照上述稳定股价预案执行，但单一会计年度累计用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，发行人将继续按照上述原则执行稳定股价预案，但各年累计回购股份资金总额不超过发行人首次公开发行新股所募集资金的净额。

#### 2) 公司控股股东增持公司股票

公司控股股东杨国民将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定发行人股价的措施，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与发行人上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

杨国民在满足以下条件的情形履行上述增持义务：

- ① 增持结果不会导致发行人的股权分布不符合上市条件。
- ② 增持价格不超过发行人上一会计年度未经审计的每股净资产的价格。

③ 单次用于增持的资金金额不超过发行人上市后杨国民累计从发行人所获得现金分红金额的 10%。

④ 累计用于增持的资金金额不超过发行人上市后杨国民累计从发行人所获得现金分红金额的 30%。

⑤ 发行人以回购公众股作为稳定股价的措施未实施，或者发行人已采取回购公众股措施但发行人股票收盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，杨国民将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

杨国民将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个工作日内向发行人提交增持计划并公告。杨国民将在发行人公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入发行人股份的计划。

如果发行人公告杨国民增持计划后 10 个工作日内其股价已经不满足启动稳定发行人股价措施的条件的，或者继续增持股票将导致发行人不满足法定上市条件时，或者继续增持股票将导致杨国民履行要约收购义务，杨国民可不再实施上述增持发行人股份的计划。

### 3) 公司董事、高级管理人员增持公司股票

发行人董事、高级管理人员将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定发行人股价的措施，增持发行人股份，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与发行人上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

董事、高级管理人员在满足以下条件的情形履行上述增持义务：

① 增持结果不会导致发行人的股权分布不符合上市条件。

② 增持价格不超过发行人上一会计年度未经审计的每股净资产的价格。

③ 单次用于增持的资金金额不超过董事、高级管理人员上一年度自发行人领取税后薪酬及津贴总和的 10%。

④ 单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自发行人领取税后薪酬及津贴总和的 30%。

⑤ 如发行人已采取回购公众股措施且杨国民已采取增持股份措施但发行人股票收

盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，董事、高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

董事、高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内向发行人提交增持计划并公告。董事、高级管理人员将在发行人公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入发行人股份的计划。

如果发行人公告董事、高级管理人员增持计划后 10 个交易日内其股价已经不满足启动稳定发行人股价措施的条件，董事、高级管理人员可不再实施上述增持发行人股份的计划。

#### **(4) 约束措施**

##### **1) 对控股股东的约束措施**

在执行每一轮稳定股价措施过程中，如控股股东未履行其增持义务，或者无合法理由对发行人董事会制定的股份回购方案投反对票或弃权票并导致发行人股份回购方案未获得股东大会通过的，则发行人有权扣留相等于控股股东应承担的用于履行增持义务的资金总额的分红款，控股股东放弃对该部分分红款的所有权，由发行人用于回购股份资金或其他用途。

##### **2) 对发行人及发行人董事、高级管理人员的约束措施**

在执行每一轮稳定股价措施过程中，发行人未及时制定发行人股份回购方案提交董事会审议，则发行人及负有责任的董事、高级管理人员应在证券监管机构指定的信息披露媒体上公开道歉，发行人应继续履行尽快制定股份回购方案的义务，董事和高级管理人员应督促发行人履行前述义务。

##### **3) 对有增持义务的董事和高级管理人员的约束措施**

在执行每一轮稳定股价措施过程中，如有增持义务的董事和高级管理人员未按照本预案规定履行其增持义务或无法履行其增持义务的，则发行人有权扣留相等于未履行但应履行增持义务的董事、高级管理人员应承担的用于增持的资金总额的薪酬，被扣留薪酬的董事或高级管理人员放弃对该部分薪酬的所有权，由发行人用于回购股份资金或其他用途。

##### **4) 对拟聘任的董事、高级管理人员的约束措施**

在《稳定股价预案》有效期内，发行人新聘任的董事、高级管理人员应履行《稳定

股价预案》规定的董事、高级管理人员的义务。对于拟聘任的董事、高级管理人员，发行人应在获得其书面同意履行前述承诺和义务后方可聘任。

## 2、稳定股价的承诺

### (1) 发行人的相关承诺

公司承诺：

“本公司自本次发行及上市之日起三年内，如本公司股票收盘价格连续 20 个交易日低于本公司最近一期经审计的每股净资产，且同时满足监管机构关于回购公司股票的法律、法规和规范性文件的规定前提下，本公司将依照本公司股东大会批准的《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定公司股价预案》（以下简称“《稳定股价预案》”）中的相关规定，回购本公司股票。如本公司未履行前述承诺（因不可抗力因素除外），将按照《稳定股价预案》中约定的措施予以约束。”

### (2) 控股股东、实际控制人及其控制的企业的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿及受实际控制人杨峻琿控制的股东恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙承诺：

“本人/本单位将严格遵守执行发行人股东大会审议通过的《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定公司股价预案》（以下简称“《稳定股价预案》”），包括但不限于按照该预案的规定履行稳定发行人股价的义务并接受未能履行稳定股价义务时的约束措施。在发行人上市后三年内，如发行人根据《稳定股价预案》就回购股份事宜召开股东大会，如不涉及回避表决事项，本人/本单位将在股东大会上对符合有关法律、法规、规章、规范性文件及《稳定股价预案》规定的公司回购股票等稳定股价方案的相关议案投赞成票。

本人/本单位在以下条件同时满足的情形下履行增持义务：

- 1、增持结果不会导致发行人的股权分布不符合上市条件。
- 2、增持价格不超过发行人上一会计年度未经审计的每股净资产的价格。
- 3、单次用于增持的资金金额不超过发行人上市后本人/本单位累计从发行人所获得现金分红金额的 10%。
- 4、累计用于增持的资金金额不超过发行人上市后本人/本单位累计从发行人所获得

现金分红金额的 30%。

5、发行人以回购公众股作为稳定股价的措施未实施，或者发行人已采取回购公众股措施但发行人股票收盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本人/本单位将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

本人/本单位将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内向发行人提交增持计划并公告。本人/本单位将在发行人公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入发行人股份的计划。

如果发行人公告本人/本单位增持计划后 10 个交易日内其股价已经不满足启动稳定发行人股价措施的条件的，或者继续增持股票将导致发行人不满足法定上市条件时，或者继续增持股票将导致本人/本单位履行要约收购义务，本人/本单位可不再实施上述增持发行人股份的计划。

如在触发实施稳定发行人股价措施的条件的前提下本人/本单位未采取上述承诺的稳定股价的具体措施（因不可抗力因素除外），本人/本单位将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开说明未履行的具体原因及向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并在违反相关承诺之日起 5 个工作日内，停止从发行人取得股东分红，同时本人/本单位将不得转让所持有的发行人股份，直至按照本承诺的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。”

### **（3）董事、高级管理人员的相关承诺**

公司非独立董事、高级管理人员承诺：

“（一）公司上市后三年内，若根据经公司股东大会审议通过的老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定公司股价预案》（以下简称“《稳定股价预案》”）规定须启动执行稳定股价措施时，承诺人将严格按照《稳定股价预案》要求，执行如下稳定股价的措施：

公司董事、高级管理人员将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定公司股价的

措施，增持公司股份，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

董事、高级管理人员在满足以下条件的情形下履行上述增持义务：

(1) 增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

(2) 增持价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格。

(3) 单次用于增持的资金金额不超过董事、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬及津贴总和的 10%。

(4) 单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司领取税后薪酬及津贴总和的 30%。

(5) 如公司已采取回购公众股措施且控股股东已采取增持股份措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，董事、高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

董事、高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内向公司提交增持计划并公告。董事、高级管理人员将在公司公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告董事、高级管理人员增持计划后 10 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，董事、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。

(二) 约束措施：

1. 对公司及公司董事、高级管理人员的约束措施

在执行每一轮稳定股价措施过程中，公司未及时制定公司股份回购方案提交董事会审议，则公司及负有责任的董事、高级管理人员应在证券监管机构指定的信息披露媒体上公开道歉，公司应继续履行尽快制定股份回购方案的义务，董事和高级管理人员应督促公司履行前述义务。

## 2. 对有增持义务的董事和高级管理人员的约束措施

在执行每一轮稳定股价措施过程中，如有增持义务的董事和高级管理人员未按照《稳定股价预案》规定履行其增持义务或无法履行其增持义务的，则公司有权扣留相当于应履行但未履行增持义务的董事、高级管理人员应承担的用于增持的资金总额的薪酬，被扣留薪酬的董事或高级管理人员放弃对该部分薪酬的所有权，由公司用于回购股份资金或其他用途。

## 3. 对拟聘任的董事、高级管理人员的约束措施

在《稳定股价预案》有效期内，公司新聘任的董事、高级管理人员应履行《稳定股价预案》规定的董事、高级管理人员的义务。对于拟聘任的董事、高级管理人员，公司应在获得其书面同意履行前述承诺和义务后方可聘任。”

### （三）关于先行赔付的承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺：

“1、发行人本次发行并上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、若发行人因欺诈发行、虚假陈述或者其他重大违法行为致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本人将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。”

### （四）关于股份回购和股份买回的措施和承诺

#### 1、发行人的相关承诺

公司承诺：

“因公司本次发行并上市的招股说明书等申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，则公司承诺将按如下方式依法回购公司首次公开发行的全部新股，具体措施如下：

若上述情形发生于公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，自证券监督管理部门或其他有权部门认定公司存在上述情形之日起5个工作日内，公司将



启动按照发行价并加算银行同期存款利息回购公司首次公开发行的全部新股的工作；若上述情形发生于公司首次公开发行新股上市交易后，将自证券监督管理部门或其他有权部门认定公司存在上述情形之日起5个工作日内，公司将启动回购程序，以二级市场价格依法回购本次公开发行的全部新股。”

## **2、控股股东、实际控制人的相关承诺**

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺：

“因公司本次发行并上市的招股说明书等申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，则本人承诺将按如下方式依法回购公司首次公开发行的全部新股，具体措施如下：

若上述情形发生于公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，自证券监督管理部门或其他有权部门认定公司存在上述情形之日起5个工作日内，本人将启动按照发行价并加算银行同期存款利息回购公司首次公开发行的全部新股的工作；若上述情形发生于公司首次公开发行新股上市交易后，本人将自证券监督管理部门或其他有权部门认定公司存在上述情形之日起5个工作日内以二级市场价格依法回购本次公开发行的全部新股，且本人将购回已转让的原限售股份。”

## **（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺**

### **1、发行人的相关承诺**

公司承诺：

“本公司本次发行上市不存在不符合发行上市条件而以欺骗手段骗取发行注册的情形；若本公司存在不符合发行上市条件，而以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后5个工作日内启动股份回购程序，购回本公司在本次发行上市中所发行的全部新股。”

### **2、控股股东、实际控制人的相关承诺**

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺：

“1、本人保证公司本次发行及上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行核准并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后5个工作日内启动股份购回程序，购回本次发行的

全部新股。

3、若本人违反上述承诺，将承担由此引起的一切法律责任。”

## （六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

### 1、发行人关于摊薄即期回报的填补措施

公司承诺：

“1、积极发展现有业务，巩固行业地位

发行人将在巩固现有客户和市场地位的基础上，通过不断提升生产、销售、服务水平、扩大品牌影响力、加强市场开拓力度、加快人才储备建设等措施，不断开拓市场，扩大现有业务规模，提高发行人综合竞争实力，巩固行业地位。

2、加快募投项目实施，争取早日实现项目预期效益

本次募集资金紧密围绕发行人主营业务，符合发行人未来发展战略，有利于提高发行人的持续盈利能力。募集资金到位后，发行人将积极加快推进募投项目实施，争取募投项目早日达到运营状态并实现预期效益。

3、加强募集资金管理，提高募集资金使用效率

发行人已制定《募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。发行人将定期检查募集资金使用情况，严格控制募集资金使用的各个环节，确保募集资金合理有效使用。

4、严格执行利润分配政策，优化投资回报机制

发行人制定了《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》，在对未来经营绩效合理预计的基础上，制定了对股东分红回报的合理规划。发行人将严格执行《老娘舅餐饮股份有限公司章程（草案）》及股东分红回报规划文件中的利润分配政策，积极推动对股东的利润分配，增强现金分红透明度，保持利润分配政策的连续性与稳定性。

发行人将积极履行填补被摊薄即期回报的措施，如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及理由，除因不可抗力或其他非归属于发行人的原因外，将向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出合法、合理、有效的补充承诺或替代承诺，以尽可

能保护投资者的利益，并在发行人股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。”

## 2、控股股东、实际控制人及其控制的企业的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿及受实际控制人杨峻琿控制的股东恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙承诺：

“1、本人/本单位承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占、不损害发行人利益。

2、本承诺函出具日后至发行人本次发行实施完毕前，若中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、上海证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本人/本单位上述承诺不能满足中国证监会、上海证券交易所该等规定时，本人/本单位承诺届时将按照中国证监会、上海证券交易所的最新规定出具补充承诺。

3、本人/本单位承诺严格履行所作出的上述承诺事项，确保发行人填补回报措施能够得到切实履行。如果本人/本单位违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人/本单位将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证监会公告[2015]31号）等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证监会、上海证券交易所和中国上市公司协会依法作出的监管措施或自律监管措施；给发行人或者股东造成损失的，本人/本单位愿意依法承担相应补偿责任。”

## 3、董事和高级管理人员的相关承诺

公司全体董事和高级管理人员承诺：

“1、本人将不以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、本人将全力支持及配合公司对董事和高级管理人员职务消费行为的规范，包括但不限于参与讨论及拟定关于董事、高级管理人员行为规范的制度和规定、严格遵守及执行公司该等制度及规定等。

3、本人将严格遵守相关法律法规、中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）和上海证券交易所等监管机构规定和规则、以及公司制度规章关于董事、高级管理人员行为规范的要求，坚决不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动。

4、本人将全力支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制定及/或修订薪酬制度时，将相关薪酬安排与公司填补回报措施的执行情况挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该薪酬制度议案时投赞成票（如有投票/表决权）。

5、本人进一步承诺，若公司未来实施员工股权激励，将全力支持公司将该员工股权激励的行权条件等安排与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该员工股权激励议案时投赞成票（如有投票/表决权）。

6、若上述承诺与中国证监会关于填补回报措施及其承诺的明确规定不符或未能满足相关规定的，本人将根据中国证监会最新规定及监管要求进行相应调整。

本人承诺严格履行所作出的上述承诺事项，确保发行人填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证监会、上海证券交易所和中国上市公司协会依法作出的监管措施或自律监管措施；给发行人或者股东造成损失的，本人愿意依法承担相应补偿责任。”

## （七）利润分配政策的承诺

### 1、发行人的相关承诺

公司承诺：

“1、发行人已制定适用于发行人实际情况的本次发行及上市后利润分配政策，并在本次发行及上市后适用的《老娘舅餐饮股份有限公司章程（草案）》及《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》中予以体现。

2、本次发行及上市后，发行人将严格遵守并执行《老娘舅餐饮股份有限公司章程（草案）》及《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》中关于利润分配政策的相关规定。

3、若发行人违反上述承诺，将及时公告违反的事实及理由，除因不可抗力或其他非归属于发行人的原因外，将向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在发行人股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。”

## 2、控股股东、实际控制人的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺：

“1、本人将根据本次发行及上市后适用的《老娘舅餐饮股份有限公司章程(草案)》中规定的利润分配政策及《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》中规定的分红回报计划，督促相关方提出利润分配预案。

2、在审议公司利润分配预案的董事会/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，并将促使本人控制的其他主体投赞成票。

3、本人将督促公司根据相关决议实施利润分配。”

## 3、董事、监事及高级管理人员的相关承诺

公司其他董事、监事及高级管理人员承诺：

“1、本人将根据本次发行及上市后适用的《老娘舅餐饮股份有限公司章程(草案)》中规定的利润分配政策及《老娘舅餐饮股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》中规定的分红回报计划，制定、审议并执行公司利润分配预案。

2、在审议公司利润分配预案的董事会/监事会/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，并将促使本人控制的其他主体投赞成票。

3、本人将督促公司根据相关决议实施利润分配。”

## (八) 依法承担赔偿责任的承诺

### 1、发行人的相关承诺

公司承诺：

“本次发行上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

若因公司本次发行上市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，公司将依法赔偿投资者损失。”

### 2、控股股东、实际控制人及其控制的企业的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿及受实际控制人杨峻琿控制

的股东恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙承诺：

“1、本人/本单位已仔细审阅了发行人首次公开发行股票申请文件，确信其中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若本次公开发行股票的招股说明书及其他首次公开发行股票申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行或交易中遭受损失的，本人/本单位将依法赔偿投资者损失。”

### **3、董事、监事、高级管理人员的相关承诺**

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、本人已仔细审阅了发行人首次公开发行股票申请文件，确信其中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若发行人招股说明书及其他首次公开发行股票申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行或交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

### **4、本次发行的相关中介机构的承诺**

#### **(1) 保荐机构中信证券的相关承诺**

公司保荐机构承诺：

“本公司已对招股说明书进行了核查，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、完整性承担相应的法律责任。

本公司为发行人首次公开发行 A 股股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行 A 股股票并上市制作、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。”

#### **(2) 发行人律师竞天公诚律所的相关承诺**

公司发行人律师承诺：

“若因本所为老娘舅餐饮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。”

(3) 审计机构及验资机构普华永道的相关承诺

公司审计机构及验资机构承诺：

“本所确认，对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任，包括如果本所出具的上述报告有虚假记载、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。”

(4) 资产评估机构万隆评估的相关承诺

公司资产评估机构承诺：

“若因本机构为老娘舅餐饮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。”

**(九) 关于避免同业竞争的承诺**

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺：

“1、截至本承诺出具之日，除发行人及其子公司外，本人未直接或间接从事与发行人及其子公司相同或相似的业务；本人控制的其他企业未直接或间接从事与发行人及其子公司相同或相似的业务；本人未对任何与发行人及其子公司存在竞争关系的其他企业进行投资或进行控制。

2、本人将不以任何方式直接或者间接从事，包括与他人合作直接或者间接从事与发行人及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的业务；将不利用对发行人的控制关系进行损害发行人及发行人股东利益的经营活动。

3、如本人及本人所控制的其他企业将来不可避免地从事与公司及其子公司构成或可能构成竞争的业务或活动，本人将主动或在公司提出异议后及时转让或终止前述业务，或促使本人所控制的其他企业及时转让或终止前述业务，公司及其子公司享有优先受让权。

4、本人不向其他业务与发行人及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售管道、客户信息等商业机密。

5、自本承诺函签署之日起,如发行人及其子公司未来进一步拓展产品和业务范围,且拓展后的产品与业务范围和本人及本人控制的其他经济实体在产品或业务方面存在竞争,则本人及本人控制的其他经济实体将积极采取下列措施的一项或多项以避免同业竞争的发生:

- (1) 停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务;
- (2) 将相竞争的资产或业务以合法方式置入发行人及其子公司;
- (3) 将相竞争的业务转让给无关联的第三方;
- (4) 采取其他对维护发行人及其子公司权益有利的行动以消除同业竞争。

6、若未来本人直接或间接投资的公司计划从事与发行人及其子公司相同或相类似的业务,本人及本人控制的其他经济实体将在内部决策会议针对该事项,或可能导致该事项实现及相关事项的表决中做出否定的表决。

7、如因本人及本人控制的其他经济实体违反上述承诺而导致公司的利益及其它股东权益受到损害,本人同意承担相应的损害赔偿责任。

8、本人确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺,任何一项承诺若被认定无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。”

#### (十) 关于规范和减少关联交易的承诺

##### 1、控股股东、实际控制人的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿承诺:

“1、除公司本次发行及上市申报的经审计财务报告披露的关联交易(如有)以外,本人、与本人关系密切的人员以及本人、与本人关系密切的人员所控制或担任董事、高级管理人员、能够施加重大影响的企业与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、本人、与本人关系密切的人员以及本人、与本人关系密切的人员所控制或担任董事、高级管理人员、能够施加重大影响的企业将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时,保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作,关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准,并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。



3、本人作为发行人控股股东/实际控制人，保证将按照法律法规、规范性文件和发行人公司章程的规定，在审议涉及与发行人的关联交易事项时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守发行人的关联交易的决策制度，确保不损害发行人及中小股东的利益。

4、本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过对公司行使不正当股东权利损害公司及其他股东的合法权益。

5、若本人未履行上述承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

## **2、持股 5%以上主要股东的相关承诺**

持股 5%以上股东劲邦投资、蒋建琪、潘培康、胡嘉怡承诺：

“1、本人/本单位及关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、本人/本单位及关联方将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

3、本人/本单位作为发行人持股 5%以上的股东，保证将按照法律法规、规范性文件和发行人公司章程的规定，在审议涉及与发行人的关联交易事项时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守发行人的关联交易的决策制度，确保不损害发行人及中小股东的利益。

4、若本人/本单位未履行上述承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本人/本单位将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

## **3、董事、监事、高级管理人员的相关承诺**

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、本人及本人所控制或担任董事、高级管理人员的其他企业与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易；

2、本人及本人所控制或担任董事、高级管理人员的其他企业将尽最大努力减少或

避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易决策程序及信息披露义务；

3、本人作为发行人的董事/监事/高级管理人员，保证将按照法律法规、规范性文件和发行人公司章程的规定，在审议涉及与发行人的关联交易事项时，切实遵守董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守发行人的关联交易的决策制度，确保不损害发行人及其股东的利益；

4、本人及本人所控制或担任董事、高级管理人员的其他企业不会通过资金拆借、代垫款项、代偿债务等方式侵占发行人的资金；

5、若本人未履行上述承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

#### **（十一）关于股东信息披露的专项承诺**

公司承诺：

“1、本公司直接及间接股东、本公司股权结构穿透后最终自然人出资人均具备直接和/或间接持有本公司股份的主体资格，不属于相关法律、法规和规范性文件规定的禁止持股的主体。

2、除保荐人中信证券股份有限公司及其关联方通过自营业务账户、信用融券专户、资产管理业务账户或投资子公司等间接持有公司股份外，本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、签字人员、经办人员未直接或间接持有本公司权益，本公司直接及间接股东、本公司股权结构穿透后最终自然人出资人均与该等中介机构和人员不存在任职等关联关系，不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系，也不存在任何委托持股、信托持股或者其他利益输送安排。

3、本公司直接及间接股东、本公司股权结构穿透后最终自然人出资人均不存在以直接和/或间接所持本公司股份进行不当利益输送的情形，也不存在任何委托持股、信托持股或者其他利益输送安排。”

## （十二）关于未履行承诺约束措施的承诺

### 1、发行人的相关承诺

公司承诺：

“1、发行人保证严格履行在本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、若发行人非因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致未能完全有效地履行承诺事项中的各项义务和责任，则发行人将采取以下措施：

（1）应当履行而未履行或未及时履行承诺之日起 2 个交易日内，由发行人在中国证监会指定报刊或网站上充分披露发行人或相关责任主体未履行或未及时履行相关承诺的具体原因，并向发行人股东及社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出合法、合理、有效的补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益；

（3）未完全、及时、有效地履行相关承诺，给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

3、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，应及时在中国证监会指定的披露媒体上公开说明不可抗力的具体情形并尽快提出将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。”

### 2、控股股东、实际控制人及其控制的企业的相关承诺

公司控股股东及实际控制人杨国民、实际控制人杨峻琿及受实际控制人杨峻琿控制的股东恒创合伙、小外甥合伙、童子合伙承诺：

“1、本人/本单位保证严格履行在本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、非因不可抗力原因未能完全、及时、有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）应当履行而未履行或未及时履行承诺之日起 2 个交易日内，由发行人在中国

证监会指定报刊或网站上充分披露发行人或相关责任主体未履行或未及时履行相关承诺的具体原因，并向发行人股东及社会公众投资者道歉；

(2) 及时作出合法、合理、有效的补充承诺、替代承诺或相应的补救措施；

(3) 未完全、及时、有效的履行相关承诺，暂不得转让发行人股份，不得领取分红；

(4) 未完全、及时、有效的履行相关承诺，所获得的收益归发行人所有；未完全、及时、有效的履行相关承诺，导致投资者损失的，依法赔偿投资者的损失。

3、如因不可抗力原因导致未能完全、及时、有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，应及时在中国证监会指定的披露媒体上公开说明不可抗力的具体情形并尽快提出将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。”

### 3、持股 5%以上主要股东的相关承诺

持股 5%以上股东劲邦投资、蒋建琪、潘培康、胡嘉怡承诺：

“1、本人/本单位保证严格履行在本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、若本人/本单位非因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致未能完全有效地履行承诺事项中的各项义务和责任，则本人/本单位将采取以下措施：

(1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未能完全有效地履行的具体原因并向投资者道歉；

(2) 如因未能履行承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有；

(3) 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益；

(4) 本人/本单位违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

3、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/本单位无法控制的客观原因导致本人/本单位承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本单位将采取以下措施：

(1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未能履行、无法履行或

无法按期履行的具体原因：

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

#### 4、董事、监事、高级管理人员的相关承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、本人保证严格履行在本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、非因不可抗力原因未能完全、及时、有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）应当履行而未履行或未及时履行承诺之日起 2 个交易日内，由公司在中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）指定报刊或网站上充分披露公司或相关责任主体未履行或未及时履行相关承诺的具体原因，并向公司股东及社会公众投资者道歉；

（2）及时作出合法、合理、有效的补充承诺、替代性承诺或相应的补救措施；

（3）未完全、及时、有效的履行相关承诺，暂不得转让公司股份，不得领取分红；

（4）未完全、及时、有效的履行相关承诺，所获得的收益归公司所有；未完全、及时、有效的履行相关承诺，导致投资者损失的，依法赔偿投资者的损失。

3、如因不可抗力原因导致未能完全、及时、有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，应及时在中国证监会指定的披露媒体上公开说明不可抗力的具体情形并尽快提出将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。”

## 附件七：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度等的建立健全及运行情况

### （一）股东大会制度的建立健全及运行情况

2020年8月20日，公司创立大会暨2020年第一次股东大会审议通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》，对股东大会的规范运行进行了相关规定。自公司变更设立至今，股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定履行职责、行使职权。

#### 1、股东大会的职权

根据《公司章程》第三十七条规定：股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会的报告；
- （4）审议批准监事会报告；
- （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （8）对发行公司债券作出决议；
- （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （10）修改本章程；
- （11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （12）审议批准第三十八条规定的担保事项；
- （13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产百分之三十（30%）的事项；

- (14) 审议股权激励计划；
- (15) 审议批准公司的年度报告；
- (16) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (17) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

《公司章程》第三十八条规定：公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

- (1) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产百分之十（10%）的担保；
- (2) 公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的百分之五十（50%）以后提供的任何担保；
- (3) 为资产负债率超过百分之七十（70%）的担保对象提供的担保；
- (4) 连续十二个月内担保金额达到或超过公司最近一期经审计总资产的百分之三十（30%）；
- (5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的百分之五十（50%）且绝对金额超过 5,000 万元人民币；
- (6) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；
- (7) 公司章程规定的其他担保情形。

对于董事会权限范围内的担保事项，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的三分之二以上董事同意；前款第（四）项担保，应当经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司与其合并报表范围内的控股子公司发生的或者控股子公司之间发生的担保事项，除法律、行政法规和本章程另有规定外，免于按照本条规定履行相应程序。

## 2、股东的权利和义务

股东作为持有公司股份的人，依法享有收益分配、参加股东大会并行使相应的表决权、对公司的经营进行监督等权利，并承担相应的义务。

根据《公司章程》第二十九条规定：公司股东享有下列权利：

- (1) 依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- (2) 依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；
- (3) 对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- (4) 依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；
- (5) 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；
- (6) 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；
- (7) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；
- (8) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

《公司章程》第三十四条规定：公司股东承担下列义务：

- (1) 遵守法律、行政法规和本章程；
- (2) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；
- (3) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；
- (4) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任；

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；

(5) 不得占用或者转移公司资金、资产及其他资源，并防止其关联方进行前述行为，公司股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源给公司或其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任；

- (6) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

### 3、股东大会议事规则

《股东大会议事规则》对公司股东的权利与义务、股东大会职权、股东大会的召集



与通知、股东大会提案、股东大会召开决议等内容进行详细的规定，符合法律、法规和规范性文件的规定。

根据《股东大会议事规则》第五条规定：股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

《股东大会议事规则》第六条规定：有下列情形之一的，公司在下列事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

- (1) 董事人数不足《公司法》规定人数或者《公司章程》所定人数的 2/3 时；
- (2) 公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；
- (3) 单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东请求时；
- (4) 董事会认为必要时；
- (5) 监事会提议召开时；
- (6) 法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

《股东大会议事规则》第十五条规定：公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3% 以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3% 以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知。

除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

《股东大会议事规则》第十六条规定：召集人将在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前通知各股东。

股东大会通知应当向股东以专人方式、邮寄方式或传真方式送出。

#### 4、股东大会运行情况

自股份公司设立后，公司共召开 11 次股东大会，历次会议全体股东均出席，具体情况如下：

序号	会议名称	会议时间
1	2020 年创立大会暨第一次股东大会	2020 年 8 月 20 日

序号	会议名称	会议时间
2	2020年第二次临时股东大会	2020年9月19日
3	2020年第三次临时股东大会	2020年11月13日
4	2020年度股东大会	2021年2月2日
5	2021年第一次临时股东大会	2021年6月4日
6	2021年第二次临时股东大会	2021年8月27日
7	2021年第三次临时股东大会	2021年10月9日
8	2021年度股东大会	2022年2月17日
9	2022年第一次临时股东大会	2022年3月25日
10	2022年第二次临时股东大会	2022年7月1日
11	2022年第三次临时股东大会	2022年9月26日

公司股东大会严格按照《公司章程》《股东大会议事规则》等规章制度的要求对相关事项做出决策，会议召开程序及决议内容符合相关制度要求，合法有效。

## （二）董事会制度的建立健全及运行情况

2020年8月20日，公司创立大会暨2020年第一次股东大会审议通过了《董事会议事规则》，对董事会的规范运行进行了相关规定。自公司设立至今，董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定履行职责、行使职权。

### 1、董事会的构成

公司董事会由9名董事组成（其中3名为独立董事），其中设董事长1人，副董事长1人。

### 2、董事会的职权

根据《公司章程》第一百零六条规定：董事会行使下列职权：

- （1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （2）执行股东大会的决议；
- （3）决定公司的经营计划和投资方案；
- （4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；

(7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

(8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

(9) 决定公司内部管理机构的设置；

(10) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

(11) 制订公司的基本管理制度；

(12) 制订本章程的修改方案；

(13) 管理公司信息披露事项；

(14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

(15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

(16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

### 3、董事会议事规则

根据《董事会议事规则》第十三条规定：董事会会议分为定期会议和临时会议，定期会议每年召开不少于二次；定期会议应当于会议召开前十日以书面形式通过传真或电子邮件等方式通知全体董事，临时会议应当于会议召开前三日以书面形式通过传真或电子邮件等方式通知全体董事。如遇紧急情况，需要尽快召开董事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。召集通知应记载会议召开的时间、地点和议题。临时会议，如内容单一且明确，可以采取通讯方式举行。

《董事会议事规则》第十四条规定：有下列情形之一时，董事长应在十日内召集临时董事会会议：

(1) 代表 10% 以上表决权股东提议时；

(2) 三分之一以上董事联名提议时；

(3) 监事会提议时。

《董事会议事规则》第十六条规定：董事会会议应由二分之一以上的董事出席方可举行。董事会会议应由董事本人出席；董事因故不能出席，可以书面委托其他董事代为出席，委托书中应载明代理人的姓名，代理事项、授权范围和有效期限，并由委托人签名或盖章。代为出席会议的董事应当在授权范围内行使董事的权利。一名董事不得接受超过两名董事的委托，董事也不得委托已经接受两名其他董事委托的董事代为出席。董事未出席董事会会议，亦未委托其他董事代为出席的，视为放弃在该次会议上的投票权。

董事会作出决议，应当经全体董事的过半数通过；审议公司对外担保议案时，应取得出席董事会会议三分之二以上董事同意。

每一董事享有一票表决权，并以记名投票或者举手的方式进行表决。董事会临时会议在保障董事充分表达意见的前提下，可以用电话或传真的方式进行并作出决议，并由参会董事签字。

董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，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非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。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。

#### 4、董事会运行情况

自股份公司设立后，公司共召开13次董事会会议，历次会议全体董事均出席，具体情况如下：

序号	会议名称	会议时间
1	第一届董事会第一次会议	2020年8月20日
2	第一届董事会第二次会议	2020年9月4日
3	第一届董事会第三次会议	2020年10月27日
4	第一届董事会第四次会议	2021年1月12日
5	第一届董事会第五次会议	2021年5月19日
6	第一届董事会第六次会议	2021年8月11日
7	第一届董事会第七次会议	2021年9月24日
8	第一届董事会第八次会议	2022年1月17日
9	第一届董事会第九次会议	2022年3月8日
10	第一届董事会第十次会议	2022年6月16日
11	第一届董事会第十一次会议	2022年9月9日

序号	会议名称	会议时间
12	第一届董事会第十二次会议	2022年9月26日
13	第一届董事会第十三次会议	2023年2月13日

公司董事会严格按照《公司章程》《董事会议事规则》等制度的要求对相关事项做出决策，会议召开程序及决议内容符合相关制度要求，合法有效；不存在管理层、董事会等违反《公司法》《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。

### （三）监事会制度的建立健全及运行情况

2020年8月20日，公司创立大会暨2020年第一次股东大会审议通过了《监事会议事规则》，对监事会的规范运行进行了相关规定。自公司设立至今，监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定履行职责、行使职权。

#### 1、监事会的构成

公司监事会由3名监事组成，包括1名股东代表监事和2名职工代表监事。监事会设主席一名，由全体监事过半数同意选举产生。

#### 2、监事会的职权

根据《公司章程》第一百四十三条规定：监事会行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- （5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6）向股东大会提出提案；
- （7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、

律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

### 3、监事会议事规则

根据《监事会议事规则》第十三条规定：监事会每六个月至少召开一次会议。

《监事会议事规则》第十四条规定：经监事会主席或三分之一以上监事提议，或有以下情况之一的，监事会可以召开临时会议：

(1) 公司已经或正在发生重大的资产流失现象，股东权益受到损害，董事会未及时采取措施；

(2) 公司高级管理人员违反法律、行政法规及《公司章程》，严重损害公司利益；

(3) 需要请公司高级管理人员以及内部审计等部门提供有关问题的情况；

(4) 监事会对某些重大监督事项认为需要聘用注册会计师、执业审计师、律师提出专业意见；

(5) 监事会认为有必要召开临时会议的其他情况。

《监事会议事规则》第十六条规定：召开监事会定期会议应在会议召开前至少 10 天通知监事，召开监事会临时会议应在会议召开前至少三天通知监事，会议通知需以书面形式通过专人送达、传真、电子邮件或其他方式提交全体监事。如遇紧急情况，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

### 4、监事会运行情况

自股份公司设立后，公司共召开 8 次监事会会议，历次会议全体监事均出席，具体情况如下：

序号	会议名称	会议时间
1	第一届监事会第一次会议	2020 年 8 月 20 日
2	第一届监事会第二次会议	2020 年 10 月 27 日
3	第一届监事会第三次会议	2021 年 1 月 12 日
4	第一届监事会第四次会议	2021 年 8 月 11 日
5	第一届监事会第五次会议	2022 年 1 月 17 日
6	第一届监事会第六次会议	2022 年 3 月 8 日
7	第一届监事会第七次会议	2022 年 9 月 26 日

序号	会议名称	会议时间
8	第一届监事会第八次会议	2023年2月13日

#### （四）独立董事工作制度的建立健全及运行情况

2022年3月25日，公司2022年第一次临时股东大会审议通过了《独立董事工作细则》，自独立董事任职以来，独立董事严格按照《公司章程》和《独立董事工作细则》的规定履行职责、行使职权。

##### 1、独立董事的构成

公司独立董事共3名，分别为杜晗、顾敏旻和张谦；其中，张谦为会计专业人士。

##### 2、独立董事的职权

根据《独立董事工作细则》第二十一条规定：独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、行政法规及《公司章程》赋予的职权以外，公司还应当赋予独立董事行使以下职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于公司最近一期经审计净资产值的5%的关联交易）应当由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会；

（5）在股东大会召开前公开向股东征集投票权；

（6）独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询。

独立董事行使前款第（1）项至第（5）项职权，应当取得全体独立董事的二分之一以上同意；行使前款第（6）项职权，应当经全体独立董事同意。

第（1）（2）项事项应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。

如本条第一款所列提议未被采纳或上述职权不能正常行使，上市公司应将有关情况予以披露。

《独立董事工作细则》第二十三条规定：独立董事除履行上述职责外，还应当对公

司以下重大事项向董事会或股东大会发表独立意见：

(1) 提名、任免董事；

(2) 聘任或解聘高级管理人员；

(3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；

(4) 公司股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的借款或者其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

(5) 重大的关联交易（指公司拟与关联人达成的总额 300 万元以上或占公司最近经审计净资产值的 5% 以上的关联交易）、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、公司自主变更会计政策、股票及其衍生品投资等重大事项；

(6) 重大资产重组方案、股权激励计划、员工持股计划；

(7) 独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项；

(8) 有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及《公司章程》规定的其他事项。

### 3、独立董事履行职责情况

自股份公司设立以来，独立董事依据《公司章程》《独立董事工作细则》及有关法律法规和规章制度的规定，认真、勤勉的履行权利和义务；全体独立董事均按规定出席董事会会议，积极履行相关职责，对重大关联交易事项进行独立判断并发表意见，对公司其他治理事项提出规范建议，在董事会决策和发行人经营管理中发挥了建议与监督作用，不存在独立董事对有关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

2020 年 8 月 20 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作制度》，对董事会秘书有效履行职责进行了相关规定，并聘任周光斌为董事会秘书。公司董事会秘书自受聘以来严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定履行职责、行使职权。



## 1、董事会秘书制度安排

《公司章程》第一百三十二条规定：公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

## 2、董事会秘书的职责

根据《董事会秘书工作制度》第五条规定：董事会秘书履行以下职责：

- (1) 准备和递交国家有关部门要求的公司董事会和股东大会出具的报告和文件；
- (2) 筹备公司董事会会议和股东大会，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件，并负责会议的记录和会议文件、记录的保管；
- (3) 确保有权得到公司有关文件和记录的人员及时得到有关文件和记录；
- (4) 负责保管公司股东名册、董事名册、控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料以及公司董事会印章，保管公司股东大会和董事会会议文件和会议记录；
- (5) 协助公司董事、监事、高级管理人员了解《公司法》《证券法》和《公司章程》等相关法律、法规和公司的制度；
- (6) 促使公司董事会依法行使职权，在董事会违反法律、法规作出决议时，及时提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见。如果董事会坚持作出上述决议，应当把情况记录在会议记录上；
- (7) 协调公司与股东关系；
- (8) 协助处理公司上市事宜；
- (9) 法律、法规和《公司章程》规定及公司董事会授权的其他职责。

## 3、董事会秘书制度的运行情况

自股份公司设立以来，公司董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的有关规定履行职责，对公司法人治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

### (六) 董事会专门委员会的设置情况

公司于2021年9月24日召开了第一届董事会第七次会议，设立审计委员会、战略

委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了《审计委员会工作细则》《薪酬与考核委员会工作细则》《提名委员会工作细则》及《战略委员会工作细则》。各专门委员会成员为单数且不少于3名。审计委员会、提名委员会、薪酬和考核委员会成员中独立董事占多数并担任召集人；审计委员会的召集人为独立董事中的会计专业人士。

公司各专门委员会的人员构成及主要职责如下：

### **1、审计委员会**

审计委员会的主要职责为：指导和监督内部审计制度的建立和实施；协调内部审计部门与会计师事务所、国家审计机构等外部审计单位之间的关系；提议聘请或更换外部审计机构；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。

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》《审计委员会工作细则》等相关规定规范运作。

公司本届审计委员会委员为张谦、顾敏旻、杨峻琿。其中，张谦、顾敏旻为独立董事，张谦为会计专业人士并担任主任委员。

### **2、薪酬与考核委员会**

薪酬与考核委员会的主要职责为：根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业、相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事及其他高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

薪酬与考核委员会自成立以来，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细则》等相关规定规范运作。

公司本届薪酬与考核委员会委员为张谦、顾敏旻、杨国民。其中，张谦、顾敏旻为独立董事，张谦担任主任委员。

### **3、提名委员会**

提名委员会的主要职责为：根据公司经营活动、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会

提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；公司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》《提名委员会工作细则》等相关规定规范运作。

公司本届提名委员会委员为杜晗、顾敏旻、杨国民。其中，杜晗、顾敏旻为独立董事，杜晗担任主任委员。

#### 4、战略委员会

战略委员会的主要职责为：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜。

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

公司本届战略委员会委员为杨国民、杨峻琿、陈轶、徐文辉、杜晗，杨国民担任主任委员。

#### （七）发行人保证内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施

公司建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的治理结构，并制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》和《董事会秘书工作制度》等规章制度。此外，公司还制定了《关联交易管理制度》《重大投资、重大生产经营及财务决策程序与规则》《对外担保制度》和《内部控制制度》等。公司通过制定一系列规章制度保护中小股东和公司的合法权益不受侵害，进一步完善了公司法人治理结构。

保荐机构、发行人律师通过访谈、调阅公司内部决策的相关资料等，核查了解发行人内部组织结构、三会实际运行情况等，并认为：发行人已根据《公司法》及其《公司章程》的规定，建立了健全的公司组织机构，包括股东大会、董事会和监事会以及经营管理机构；发行人业已建立健全股东大会、董事会、监事会议事规则，该等议事规则符

合《公司法》等相关法律、法规和规范性文件的规定；发行人历次股东大会、董事会、监事会的召开程序、决议内容及签署合法、合规、真实、有效。