



**关于虹越花卉股份有限公司  
公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询  
函的回复**

**保荐机构（主承销商）**



**西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层**

**二〇二三年九月**

## 目录

问题 1.非法人客户终端销售核查充分性 .....	2
问题 2.预付购房款是否涉及资金体外循环 .....	56
问题 3.发行人创新特征披露的准确性 .....	74

## 问题 1.非法人客户终端销售核查充分性

根据问询回复，（1）非法人客户信用期在 90-180 天左右。报告期前产生大额逾期应收账款主要系公司球块茎业务在该期间为抢占种球市场大量铺货销售导致。种球对储存条件要求较高，销售一般对出芽质量附带保证条款，相比其他产品更易出现售后问题。（2）根据客户采购发行人产品后的处理方式不同，主要非法人客户分为种植自用客户（收入占比 60%）与直接销售客户（收入占比 30%）两大类。（3）保荐机构根据对种植面积与采购量进行测算，认为种植自用客户采购量与其种植规模整体上具有匹配性。保荐机构通过获取直接销售客户的回款流水，认为基本可覆盖向发行人的采购金额。部分非法人客户无电子化库存管理，无法提供具体的库存情况及相关单据。

请发行人：（1）说明报告期各期前二十大非法人客户的销售金额、毛利率、信用额度及信用期、回款情况、期末库存情况、销售周期，授信额度的具体构成及其确定依据，个别客户（刘安江、辛秋菊、朱丽、张爱国、刘亚洲等）销售收入大幅增长的具体原因，是否与其经营规模、种植规模、终端销售金额变动相匹配。（2）按照物流发货方式（是否自提）补充披露非法人客户收入构成情况，说明非法人客户收入确认的具体时点及其依据，报告期内是否发生退换货、售后纠纷等情形，是否因种球失活、未发芽等情形向客户支付售后补偿款，收入确认后发生的进一步成本费用金额及其占比情况，结合销售合同中关于控制权转移、质量保证、退换货、验收的相关约定，说明发行人收入确认时点是否准确、谨慎，是否符合《企业会计准则》的规定、行业惯例。（3）说明异地仓库分布情况及其与非法人客户销售区域的匹配性，非法人客户采购发行人各类种球、种子后的具体种植周期、种植密度，是否符合植物生长规律，结合采购频次、物流成本、仓储条件、销售周转周期等，说明备货时间较短、期末库存较少的合理性，是否符合行业惯常做法。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明针对种植自用客户种植规模与采购量匹配性采取的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、取得的核查证据、核查结论，获取种植面积的途径及对应客观证据，是否仅根据访谈情况确定种植面积，是否存在客户未提供种植面积证明材料的情形。

（3）说明针对直接销售客户的销售回款与向发行人采购金额匹配性的具体核查方式、

样本选取及抽样方法、核查比例、核查结论及依据，获取资金流水的途径及对应客观证据，是否存在客户未提供或选择性提供资金流水的情形，相关资金流水能否区分个人用途和经营用途，能否区分销售发行人产品或销售其他方产品。（4）说明针对非法人客户期末库存情况的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、取得的核查证据、核查结论，部分客户无法提供具体库存及相关单据情况下采取的替代核查方式及其有效性。（5）说明针对非法人客户终端销售客户及终端销售金额的穿透核查比例，样本选取及抽样方法，取得的核查证据。（6）结合前述各类核查手段及合计核查比例，对非法人客户是否实现终端销售发表明确意见。

## 【回复】

一、说明报告期各期前二十大非法人客户的销售金额、毛利率、信用额度及信用期、回款情况、期末库存情况、销售周期，授信额度的具体构成及其确定依据，个别客户（刘安江、辛秋菊、朱丽、张爱国、刘亚洲等）销售收入大幅增长的具体原因，是否与其经营规模、种植规模、终端销售金额变动相匹配。

（一）报告期各期前二十大非法人客户的销售金额、毛利率、信用额度及信用期、回款情况、期末库存情况、销售周期，授信额度的具体构成及其确定依据

本回复中所有非法人客户指包含自然人、个体工商户、一人有限责任公司等主体。

### 1、报告各期前二十大非法人客户的销售金额、毛利率、信用额度及信用期、回款情况

报告期内前二十大非法人客户销售金额、毛利率及回款情况分年度列示已申请豁免披露。

报告期内，公司各期主要非法人客户整体具有较好的资信水平，回款情况良好，截至2023年6月30日逾期未收应收款规模较低，未发生大额应收账款长期未收回的情况。

报告期内，公司对部分客户的销售毛利率与平均毛利率存在差异，主要系向不同客户销售的产品品种、规模存在差异。①2020年度，辛秋菊、张爱国销售毛利率

为负，主要系公司对其销售主要为百合等球块茎产品，因 2020 年国外受疫情影响严重，而国内疫情控制较好，原出口到其他国家的荷兰等地百合球块茎转至中国市场销售，导致国内百合球块茎市场供应增加、价格下滑，而公司球块茎产品按照预定价格采购，综合导致百合类产品对应客户的毛利率降低。②2021 年度，部分客户毛利率较高，系主要销售产品为草种产品，受市场环境影响，草种产品供不应求，整体毛利较高。③2022 年度，部分客户毛利较低，系主要销售产品为草种产品，当年草种产品市场采购单价普遍上涨，销售成本上升导致整体毛利下降；此外，杭州花团电子商务有限公司 2022 年度销售毛利率较高，主要系该客户为一件代发客户，当年主要销售产品为容器苗木产品，故整体毛利较高。

## 2、期末库存情况

直接销售类型的非法人客户，在产品销售的旺季，从公司采购的产品基本在短时间即实现销售，仅在每年的年底，为了次年的销售进行零星的备货，从公司进行少量的采购，在期末时点存在零星库存。种植自用类非法人客户采购后基本在一周内完成种植，且一般分批采购，在期末时点仅存在零星库存。

## 3、销售周期

非法人客户采购公司产品主要用于直接对外销售及自行种植两种情况。

从公司采购的产品为直接对外销售的，一般情况下销售周期为 1~2 个月。

从公司采购的产品种植之后对外销售的，销售周期根据产品类型存在一定差异，其中，种球类产品在种植季向公司采购之后进行种植，根据不同地区、不同温度及种植时间影响，从种植到达可销售状态的周期一般在 30~120 天左右，其主要面对的为鲜切花市场，受其产品特性影响，在产品种植到可销售状态后完成采摘及销售的时间基本为一周左右，因此种球类产品总的销售周期约为 35~125 天左右；

草种类产品在种植季向公司采购之后进行播种，根据不同地区、不同温度及播种时间影响，从播种到达到可销售状态周期一般在 30~120 天左右，在产品播种到可销售状态后完成起草皮卷及销售的时间基本为 10 天左右，因此草种类产品总的销售周期约为 40~130 天左右。

#### 4、授信额度的具体构成及其确定依据

公司对于非法人客户的授信由基础授信加上临时额度授信两部分构成。

基础授信额度一般综合考虑客户类型及整体资信实力、与公司长期合作的意愿、上一年度销售额的一定比例等因素确定。

临时授信额度是在产品销售的旺季而客户临时资金周转紧张的特殊情况下，根据客户的信用情况以及历史回款情况临时提升的信用额度，客户临时授信由公司业务员提交《客户临时超额授信申请表》，注明客户的基本信息以及增加临时授信的原因，申请表分别交由销售经理、财务部负责人、总经理签字审批通过后，公司对客户增加临时的授信额度。

#### **（二）个别客户（刘安江、辛秋菊、朱丽、张爱国、刘亚洲等）销售收入大幅增长的具体原因，是否与其经营规模、种植规模、终端销售金额变动相匹配**

报告期内，个别客户销售收入增长幅度较大，其中，刘安江、辛秋菊与张爱国系种植自用客户，采购发行人产品后主要用于种植，其销售具体情况如下：

##### **1、刘安江及其经营单位**

刘安江及其经营单位包含刘安江个人以及沭阳景轩生态农业科技有限公司、上海市奉贤区景城草坪园艺场两家自然人独资公司，主要经营草坪、苗木的种植与销售，系发行人常年合作客户，陕西美恒农业科技有限公司为法人单位并与公司存在交易，具体交易情况已申请豁免披露。

刘安江在与发行人常年合作的过程中，依据其自身经营情况需求变更交易主体，因此导致核算非法人客户销售情况时，销售收入增长幅度较大，加入法人主体统一核算后，报告期内波动相对稳定。2021年度，刘安江各主体（含法人）收入同比增幅为59.62%，主要系受到国际草种供需环境变化影响，国内出现明显的供小于求，当年草种价格上涨较大，并延续至2022年。各期交易金额及销量情况对比情况已申请豁免披露。

中介机构实地查看了刘安江及其经营单位的种植及经营环境，获取沭阳景轩生

态农业有限公司和上海奉贤区景城草坪园艺场的 2022 年企业所得税年度纳税申报表，并抽取其部分向外销售的销售单据、发票及银行回单等，验证其终端销售的真实性。综上所述，刘安江及其经营单位各期交易量保持稳定，单价波动符合当期销售行情，整体交易增长无明显异常情况，且销售增长情况与其经营规模、种植规模和终端销售金额相匹配。

## 2、辛秋菊、张爱国

### (1) 辛秋菊

辛秋菊系发行人在凌源地区常年合作客户，合作期限 19 年，主要经营百合种球的种植并对外销售鲜切花。其与发行人各期交易及波动情况已申请豁免披露。

报告期内，辛秋菊与发行人交易额保持增长，各期增长幅度相对稳定。交易额增长主要系受种球产品国际市场供需波动影响，因 2020 年国外受疫情影响严重，而国内疫情控制较好，原出口到其他国家的荷兰等地百合球块茎转至中国市场销售，导致国内百合球块茎市场供应增加、价格下滑，2021 年起，种球产品价格出现明显上涨，拉动了整体交易额。具体明细已申请豁免披露。

### (2) 张爱国

张爱国系发行人在江苏地区的常年合作客户，自 2018 年度开始合作，其主要经营百合种球的种植并对外销售鲜切花，其与发行人各期交易及波动情况已申请豁免披露。张爱国与发行人 2020 年交易金额相对较低，至 2021 年大幅增长，2022 年增长相对稳定。2020 年国内国际疫情严重，对整个行业发展影响较大，张爱国经营规模相对较小，因此采购额较低；2021 年随着疫情的缓解，张爱国采购额出现明显上涨。具体各期交易情况已申请豁免披露。经对比，张爱国与辛秋菊均主要采购百合种球，报告期 2020-2022 年间受外部环境影响，各期交易额出现一定的波动，2020 年交易额相对较低，2021 年及 2022 年均有明显增长，且各期百合种球交易单价及波动趋势均较为接近。

整体上看，因 2020 年国外受疫情影响严重，而国内疫情控制较好，原出口到其他国家的荷兰等地百合球块茎转至中国市场销售，导致国内百合球块茎市场供应增

加、价格下滑。种球是国际农产品，国内向国际市场（主要是荷兰）订货采用远期交易模式，2019年预定2020年的产品，由于2020年国际市场行情的波动，当年国内市场价格下降明显，但发行人2020年销售的种球系2019年预定，导致了辛秋菊、张爱国等种球采购大客户当期毛利为负。

中介机构获取了辛秋菊和张爱国的种植用土地租赁协议并查看了其经营环境，获取其2020-2022年各期交易的微信年度收入账单，并抽取其部分向外销售的发货单据/物流单据及回款情况，验证其销售的真实性。综上，辛秋菊、张爱国在2020-2022年间与发行人交易逐年增长符合真实业务情况，且销售增长与其经营规模、种植规模和终端销售金额相匹配。

### 3、朱丽、刘亚洲

朱丽及刘亚洲均为发行人在江苏沭阳地区的重要客户，主要采购发行人种子种球产品后销售给周边地区的淘宝等电商店铺的店主或其他零星批发商。江苏沭阳地区近年来农村电商新业态逐渐发展壮大，根据公开信息：“近年来，沭阳县立足全国‘花木之乡’的资源禀赋，深度挖掘地方特色产业，培育壮大农村的新产业新业态，加快推动由苗木向鲜花、种植向园艺、绿色向彩色、地栽向盆栽、线下向线上、卖产品向卖风景‘六个转型’，开辟出一条乡村振兴富农新路径。”依托于当地电商行业的蓬勃发展，朱丽及刘亚洲的个人经营者经营规模逐渐扩大，因此2020-2022年间向发行人采购金额出现了明显的增长。

朱丽各期销售收入及波动情况、采购发行人产品的具体明细已申请豁免披露。朱丽销售收入的增长主要是由于其采购产品结构的调整所致，朱丽采购发行人主要销售给周边电商店主及批发商，因此采购种类较多，销售收入增长较大的主要是风信子、郁金香等品种。

刘亚洲各期销售收入及具体产品情况已申请豁免披露。刘亚洲销售收入的增长主要是由于其采购产品结构的调整所致，销售收入增长较大的主要是风信子、郁金香等品种。

可见，朱丽及刘亚洲与发行人的交易均在2021年出现明显增长，并且该增长趋势延续至2022年。刘亚洲与朱丽同处江苏沭阳地区电商销售较为集中的区域，整体



波动类似。2021年及2022年，电商销售中水培球根类花卉成为一种流行趋势，其中尤其以风信子和郁金香较为热门，因此电商销售对该类产品的需求出现明显的上涨。中介机构实地访谈朱丽及刘亚洲，了解其经营情况，并在访谈过程中随机抽取前来采购的终端客户进行访谈，了解其日常交易背景，并抽取部分发货单据、物流单据（如有）及付款记录等。综上所述，朱丽及刘亚洲在2020-2022年与发行人交易规模逐渐增长与其经营规模、种植规模和终端销售金额相匹配。

报告期内，2020年由于国内国际疫情严重，发行人销售的种球产品也受到了一定的冲击，随着2020年国内疫情的快速缓解，国内市场逐步恢复，草种销售在2021年迎来一波增长高峰，切花种植户在2020年冬季和2021年春季切花销售中获利丰厚，大大增加了2021-2022年的种植积极性。也因为疫情，人们更加关注自身生活品质，对鲜花的消费大幅增加，电商销售也迅速增长。随着市场需求增长，辛秋菊、张爱国、朱丽和刘亚洲等类型的客户扩大了自己的业务规模，而同时国内市场发行人明显备有充足货源的前提下，辛秋菊、刘亚洲、张爱国和朱丽等客户，也大幅增加与发行人的合作规模，经过对上述客户的租赁情况、经营情况、资金情况及向外销售情况的核查并获取了相关证据，测算出其实际用于种植的土地面积可覆盖其采购量，获取的该客户向外销售资金流水金额明显高于其向发行人采购产品的金额，综上所述，上述交易的增长与其种植面积、经营情况及终端销售情况相匹配。

**二、按照物流发货方式（是否自提）补充披露非法人客户收入构成情况，说明非法人客户收入确认的具体时点及其依据，报告期内是否发生退换货、售后纠纷等情形，是否因种球失活、未发芽等情形向客户支付售后补偿款，收入确认后发生的进一步成本费用金额及其占比情况，结合销售合同中关于控制权转移、质量保证、退换货、验收的相关约定，说明发行人收入确认时点是否准确、谨慎，是否符合《企业会计准则》的规定、行业惯例**

**（一）按照物流发货方式（是否自提）补充披露非法人客户收入构成情况**

发行人已在《招股说明书》之“第八节/三/（一）/6.主营业务收入按销售类型分类”中对非法人客户收入构成按照物流方式分类补充披露如下：

**“对境内非法人客户的销售按物流方式可分为客户自提及快递或物流公司发货**

的非自提方式，按自提与非自提区分非法人客户的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	产品	2022年度		2021年度		2020年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
自提	球块茎	6,950.42	36.32%	7,921.07	41.18%	4,138.69	34.80%
	草种	419.07	2.19%	642.52	3.34%	240.82	2.03%
	其他	1,983.63	10.37%	2,377.65	12.36%	1,769.35	14.88%
	小计	9,353.12	48.87%	10,941.24	56.88%	6,148.86	51.71%
非自提	球块茎	4,342.57	22.69%	3,385.38	17.60%	2,767.60	23.27%
	草种	4,238.70	22.15%	3,648.06	18.96%	1,922.24	16.16%
	其他	1,202.65	6.28%	1,261.98	6.56%	1,053.39	8.86%
	小计	9,783.92	51.13%	8,295.42	43.12%	5,743.23	48.29%
合计		19,137.04	100.00%	19,236.66	100.00%	11,892.09	100.00%

由上表所示，报告期内，公司向非法人销售产品时由客户进行自提的比例分别为51.71%、56.88%、48.87%，与非自提相比各年占比总体较为均衡。由客户自提的产品以球块茎为主，非自提的产品则以球块茎和草种为主。”

公司球块茎类产品自提占比较大，主要系公司球块茎业务进行区域化营销销售。公司的球块茎业务在昆明、南平、青州、广州等国内多个百合、郁金香等花卉交易的大型集散地设置本地仓库，上述区域的非法人客户与公司交易过程中，提货方式多以从公司区域仓库自提为主。公司非法人客户球块茎自提业务分区域情况如下：

单位：万元

区域	2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
昆明区域	2,975.69	42.81%	3,334.40	42.10%	1,430.73	34.57%
广州区域	994.73	14.31%	1,305.01	16.48%	646.69	15.63%
南平区域	716.07	10.30%	1,001.58	12.64%	458.78	11.09%
青州区域	920.64	13.25%	994.50	12.56%	704.54	17.02%
其他区域	1,343.30	19.33%	1,285.57	16.23%	897.95	21.70%
总计	6,950.42	100.00%	7,921.07	100.00%	4,138.69	100.00%

由上表所示，公司非法人客户球块茎自提业务，基本分布在公司设置了区域仓库的地区。

(二) 说明非法人客户收入确认的具体时点及其依据，报告期内是否发生退换货、售后纠纷等情形，是否因种球失活、未发芽等情形向客户支付售后补偿款，收入确认后发生的进一步成本费用金额及其占比情况

### 1、非法人客户收入确认时点及依据

根据产品的销售物流方式的不同，公司对非法人客户销售收入确认政策及依据如下：

项目	收入确认具体流程	收入确认时点	收入确认对应依据
自提	公司与非法人客户进行报价，并签订销售合同或订单后，仓管人员在约定提货时间前完成备货，等待客户提取，待客户实际提取时要求其在发货单签字。财务部门每月根据签收情况确认收入。	客户自提签收时点	客户自提签收单
非自提	公司与非法人客户进行报价，并签订销售合同或订单后，仓管人员完成备货后将货物交付物流运输方或快递公司，并填写发货单。货物发出后，业务员对接客户实际到货时间，取得客户出具的签收单或到货确认单，并在ERP系统内录入到货时间。相关单据经审核后，财务部门每月根据客户实际确认的到货情况确认收入。	签收单或到货确认单的到货签收时点	客户到货签收单或到货确认单

公司对非法人客户的销售流程经过合理设计，相关业务流程符合公司销售内控管理制度的规定，收入确认政策合理。

### 2、报告期内是否发生退换货、售后纠纷等情形，是否因种球失活、未发芽等情形向客户支付售后补偿款，收入确认后发生的进一步成本费用金额及其占比情况

报告期内，公司向非法人客户销售的产品以球块茎和草种为主，两类产品占境内非法人收入的合计比例基本超过80%，相对较为集中。境内非法人客户收入分产品销售占比情况如下：

单位：万元

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
球块茎	11,292.99	59.01%	11,306.45	58.78%	6,906.29	58.07%
草种	4,657.77	24.34%	4,290.58	22.30%	2,163.06	18.19%
其他	3,186.28	16.65%	3,639.63	18.92%	2,822.74	23.74%

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
合计	19,137.04	100.00%	19,236.66	100.00%	11,892.09	100.00%

其他产品包括介质肥药、容器苗木、花卉种子、园艺器具等，均相对较为分散。

公司与非法人客户销售草种及球块茎产品相关的控制权转移、质量保证、退换货、验收条款等主要如下：

产品类别	验收及控制权转移	退换货	质量保证
球块茎	买方收货当日需对产品的来源、品种、规格、数量进行验收，允许3%的溢短装。买方有签收送货单或出库单的义务，否则卖方有权拒绝交货。	买方发现收货品种、数量、规格、外观与合同描述不符时，需在收货当日通知卖方，进行及时退换。	在正常的栽培条件下发芽率（成活率）不低于95%，在种植过程中，因买方种植管理不当、肥害、药害、天气（高温高湿或低温冻害）以及土壤病害等问题引起的损失，卖方不承担赔偿责任。因花卉种球质量原因造成买方损失，卖方将根据实际情况赔偿，卖方承担的赔偿责任以有质量问题的花卉种球（苗）的货款为限。卖方接到买方报告后，应立即安排工作人员和买方核实相关问题，双方根据检验结果协商赔偿的具体方式和金额。
草种	客户收到货后对产品规格、数量进行验收，若7天内不提出书面异议，视为产品外观合格；若30天内不书面提出发芽率异常则视为发芽率正常	若存在发货错发或包装不适合、包装不良等情况，相关损失由公司承担，客户可以提出退换货要求	如果出现质量问题，双方可将共同封存的种子样本送双方认可的种子检验机构或中国农大牧草草坪种子检验室检测，若确认种子质量问题，由公司承担赔偿责任，赔偿款以有质量问题的产品的货款额为上限

由上表所示，公司与客户约定了产品验收相关的退换货条款及产品品质相关的产品质保条款。报告期内，公司发生过向非法人客户退货及因种球失活、未发芽等情形向客户支付售后补偿款，相关退货申请或因种球质量问题发生的售后问题，公司均与客户进行充分沟通及服务，并对认定应赔偿产品进行了赔偿，公司与客户并未发生过售后纠纷。

报告期，公司向非法人客户销售收入确认后发生的退货及赔偿金额如下：

单位：万元

产品类别	成本类型	2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占当期对应产品收入比	金额	占当期对应产品收入比	金额	占当期对应产品收入比

球块茎	退货	0.07	0.00%	-	-	-	-
	质量赔付	351.72	3.11%	299.82	2.65%	520.24	7.53%
草种	退货	1.26	0.03%	-	-	-	-
其他	退货	2.66	0.08%	2.69	0.07%	0.11	0.00%
合计		<b>355.71</b>	<b>1.84%</b>	<b>302.51</b>	<b>1.57%</b>	<b>520.35</b>	<b>4.34%</b>

由上表可知，报告期内，公司向非法人客户销售收入确认后发生的成本费用以球块茎业务因种球发芽率不足导致的质量赔付为主，各类产品的退货率均极低。公司对非法人客户的球块茎业务的金额，在2020年明显高于其他年度，主要系2020年因疫情影响了客户的种植与采收，导致客户申请退货赔付大幅增加；后续年度疫情影响逐渐消退，公司球块茎业务客户的经营逐渐转好，相关赔付则有所下降。

对于球块茎业务的期后质量赔付情况，公司按照球块茎业务历史退货赔付率测算，综合判断一般退货赔付率，在各期末相应计提了相关预计负债。

**（三）结合销售合同中关于控制权转移、质量保证、退换货、验收的相关约定，发行人收入确认时点准确、谨慎，符合《企业会计准则》的规定与行业惯例**

### **1、发行人对非法人客户销售的具体收入确认政策**

公司与非法人客户的合同约定，客户在收货当天或一定天数内，对相关产品外观、规格、数量进行确认并签收，对于外观、规格、数量等存在问题的，客户需按合同约定及时提出书面异议，并进行退换货沟通。对于签收后产品出现成活率不足等质量问题的，非法人客户在一定时间内提出质保要求，公司按照约定对其进行检测或双方协商进行质保赔付。

对于非法人客户业务，公司根据与客户签订的销售合同或订单需求进行备货，由客户自提或将产品运送至客户指定场地，取得经客户确认的送货单据后，公司确认销售商品收入的实现。对于售后出现成活率不足等质量问题的产品，公司按照历史退货赔付率测算，综合判断一般退货赔付率，在各期末相应计提了相关预计负债。

### **2、公司的收入确认政策符合企业会计准则的规定**

按照《企业会计准则》的规定，公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准。对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品控制权时点确认收

入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：（1）公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；（2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；（3）公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；（4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；（5）客户已接受该商品；（6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

公司按照将产品移交给客户、并由客户签收的时点确认收入，在该时点公司已将商品实物转移给客户，客户已接受该商品，且相关产品签收后退货率极低，公司已实质上将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给非法人客户并取得商品相关的现时收款权利。故公司的收入确认政策符合企业会计准则的规定。

### 3、公司的收入确认政策符合行业惯例

公司与同行业可比公司的收入确认政策对比如下：

公司	收入确认政策
寿仙谷	1、买断式经销，根据销售合同约定的交货方式将货物发给客户，并取得客户的收货凭据时确认收入2、代销式经销，销售后根据经核对的代销商销售对账单确认收入3、零售，公司在收到客户款项(或取得收款权利)并同时交予商品时确认收入4、互联网直销公司在客户收到商品并确认付款或互联网平台约定的交易期满后确认收入
秋乐种业	1、经销商销售模式下，公司以客户签收为收入确认时点。公司通过物流公司发货给客户的，根据销售发货单、物流公司发运凭证、经客户签字确认的销售发货单确认销售收入的实现:由客户自提货物的情况下，在货物已实际发出并由客户在销售发货单上签字时，根据经客户签字确认的销售发货单确认销售收入的实现。2、直销销售模式下，公司以客户签收为收入确认时点。在货物已实际发出、收到客户签收单后，认定商品控制权发生转移，确认销售收入。其中，直销模式中的政府销售，公司根据客户的要求将货物运至指定地点，根据签收单及验收确认单确认销售收入的实现。对于附有销售退回条款的销售，本公司在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额(即不包含预期因销售退回将退还的金额)确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债:同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本(包括退回商品的价值减损)后的余额，确认为一项资产，即应收退货成本，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，本公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。

公司	收入确认政策
绿亨科技	在公司通过物流公司发货的情况下，公司在货物已发出并经客户签收或按照合同约定的期限视同签收时确认收入的实现。在客户自提货物的情况下，在货物已实际发出并由客户在销售发货单上签字时确认收入的实现。通常情况下，公司与客户在合同中约定，若客户在公司发货5日内未告知其收货情况，也未向公司提出未收到货等异议，公司视同客户收到货物并验收合格，即视为货物所有权转移给客户，公司不再承担与货物相关的任何风险，货物出现任何风险将由公司承担。该种情况下，公司根据快递物流单日期，加计5日确认收入的实现。对于未在合同中作出上述约定的客户，公司根据到货签收单、自提签收单或合同约定的验收期限确认收入的实现。
本公司	对于非法人客户业务，公司根据与客户签订的销售合同或订单需求进行备货，由客户自提或将产品运送至客户指定场地，取得经客户确认的送货单据或自提单据后，公司确认销售商品收入的实现。对于售后出现成活率不足等质量问题的产品，公司按照历史退货赔付率测算，综合判断一般退货赔付率，在各期末相应计提了相关预计负债。

由上表所示，对于客户买断型的销售业务，公司与同行业可比公司均按照客户签收时点确认收入，收入确认时点一致；对于售后质量问题导致的退货赔付，公司与秋乐种业政策一致，均仍按照产品签收时点确认收入，按照预期退回或赔付金额计提预计负债。综上所述，公司的收入确认政策与同行业可比公司一致，符合行业惯例。

三、说明异地仓库分布情况及其与非法人客户销售区域的匹配性，非法人客户采购发行人各类种球、种子后的具体种植周期、种植密度，是否符合植物生长规律，结合采购频次、物流成本、仓储条件、销售周转周期等，说明备货时间较短、期末库存较少的合理性，是否符合行业惯常做法。

#### （一）说明异地仓库分布情况及其与非法人客户销售区域的匹配性

除了公司总部仓库外，公司在主要销售区域租赁或自建了冷库用于球块茎的储存，便于在销售旺季时当地客户进行提货，包括位于云南昆明的昆明仓、位于山东青州的青州仓、位于福建南平的南平仓、位于广东广州的广东仓，报告期内，各仓库区域向球块茎种植类非法人客户的销售情况如下：

具体仓位	地区	2022年度		2021年度		2020年度	
		收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比
昆明仓区域	云南地区	2,999.68	33.20%	3,222.03	32.94%	1,479.34	25.27%
广东仓区域	广东地区	926.87	10.26%	1,392.86	14.24%	680.44	11.63%

具体仓位	地区	2022年度		2021年度		2020年度	
		收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比
南平仓区域	福建南平	941.92	10.43%	1,325.11	13.55%	726.53	12.41%
青州仓区域	山东潍坊（含青州）	859.23	9.51%	993.46	10.16%	734.38	12.55%
公司总部仓库区域	上海地区	224.17	2.48%	140.12	1.43%	78.18	1.34%
	浙江海宁、杭州	1,206.94	13.36%	1,125.72	11.51%	852.47	14.56%
	江苏地区	569.66	6.31%	449.68	4.60%	306.59	5.24%
	辽宁凌源	851.55	9.43%	605.76	6.19%	453.39	7.75%
合计		<b>8,580.03</b>	<b>94.97%</b>	<b>9,254.73</b>	<b>94.61%</b>	<b>5,311.31</b>	<b>90.74%</b>

公司异地仓库均位于国内大型花卉市场及非法人客户销售的集中区域：

昆明仓主要服务于云南地区。上述种植类非法人客户的主要分布区域中，云南地区的球块茎种植类非法人客户收入占比最高，报告期内占比分别为 25.27%、32.94% 和 33.20%。云南地区的种植类非法人客户主要集中在昆明市及其周边区域如曲靖市、玉溪市，该区域在云南地区的收入占比合计 92.80%、91.38%、95.13%。同时，昆明拥有“中国乃至亚洲最大的鲜花交易市场”斗南花卉市场，根据《人民日报》报道，云南年产鲜切花达 180 亿枝，出口 40 多个国家和地区。云南省生产的大部分鲜切花和一些周边省份的鲜切花在斗南交易，占据全国鲜切花市场的份额超过 70%。在这里，每天有 117 类、1600 多个品种，约 3000 万枝鲜切花上市、集散，连接着近百万名花农花商。云南昆明斗南鲜切花交易从 2019 年的 92 亿枝、交易额 74.36 亿元，到 2022 年的 110 亿枝、交易额突破 121 亿元，斗南花卉产业园区年交易量逐年攀升。

广东仓主要服务于广东地区。广东地区的球块茎种植类非法人客户收入占比分别为 11.63%、14.24%、10.26%。广东地区的种植类非法人客户主要集中在广州市及其周边的佛山市，以种植百合鲜切花为主，主要由广东仓供应货物。其中，报告期内广州市在广东地区的收入占比为 72.16%、84.31%、86.39%；佛山市在广东地区的收入占比为 20.29%、6.80%、8.04%。同时，根据百度百科（<https://baike.baidu.com/>），广东岭南花卉市场坐落于广州市，是国内大型花卉综合市场，占地逾 4 万平方米，盆栽、鲜花、干花、永生花，品类繁多。

南平仓主要服务于福建地区，福建省的种植类非法人客户主要集中于南平，以



种植百合鲜切花为主，球块茎种植类非法人客户收入占比分别为 12.41%、13.55%、10.43%。根据《闽北日报》，南平市延平区被誉为“中国百合之乡”，是国内百合鲜切花第三大主产区，百合鲜切花产量位列福建第一。2022 年延平区百合花种植面积 1.2 万亩，年产百合鲜切花 8000 多万枝，百合花种植户 145 户，年产值 6.3 亿元。

青州仓主要服务于山东地区，山东地区的种植类非法人客户主要集中于潍坊青州市，以种植盆花为主。根据国家林草局官网信息，青州花卉种植面积达 13.1 万亩，年交易额达 120 亿元，有花卉生产专业村 136 个、从业人员 15 万人、花卉生产品种 3000 多个，已成为全国品种最丰富的盆花生产中心、交易规模最大的盆花交易中心和最高效便捷的花木物流中心，该地的青州市花卉苗木交易中心也成为江北最大的花木交易中心，是“南花北运、北花南移”中转站。

此外，辽宁凌源也是公司种植类非法人客户的主要集中地区之一，但考虑到客户整体数量较少，该地区主要由公司总部仓库发货或由港口直接发货。江浙沪皖地区以种植百合、郁金香的切花和盆花为主，主要由公司总部仓库供应货物。

综上，异地仓库分布情况与非法人客户的主要销售区域相匹配。

**（二）非法人客户采购发行人各类种球、种子后的具体种植周期、种植密度，是否符合植物生长规律**

采购种类	地区	种植周期	种植密度 (粒/亩/茬)
地栽百合	云南地区	主要于 5 月-次年 1 月种植；每年 1.5 茬	1 万-1.1 万
	广东地区	9 月-次年 2 月种植；每年 1 茬	0.7 万-0.8 万
	福建南平	8 月-次年 1 月种植；每年 1 茬	0.6 万-0.8 万
	江苏地区	8 月-次年 1 月种植；每年 1 茬	0.9 万-1 万
	浙江海宁、杭州	8 月-次年 1 月种植；每年 1 茬	0.9 万-1 万
地栽百合、郁金香		8 月-次年 1 月种植百合； 11 月-次年 1 月种植郁金香； 每年 1 茬	

采购种类	地区	种植周期	种植密度 (粒/亩/茬)
	辽宁凌源	7月-次年1月种植百合； 12月-次年1月种植郁金香； 每年2茬	1.1万-1.2万
盆栽百合	山东潍坊（含青州）	8-11月大量种植；每年1-3茬	约6万
风信子		9-11月大量种植；每年1-3茬	约100万
盆栽郁金香	上海地区	10-12月种植；每年1茬	约6万

### 1、地栽百合、郁金香

非法人客户中，种植自用客户以采购种球类产品种植后向外销售鲜切花为主，其中，百合作为种球类产品中的热销产品，客户采购百合种球后直接下地种植，收获百合鲜切花向外销售较多。下地种植的百合根据地理位置不同，每年种植时间、次数不同，且由于不同地区的气候差异，消费习惯不同，对百合种球的规格需求不一致，种植密度也各有区别。简而言之，辽宁、江苏、浙江地区由于气候寒冷且干燥，种植户根据切花市场需求多种植中小规格种球为主，种植密度相对较高，广东及福建地区种植户根据切花市场需求多种植大规格种球为主，同时由于气候相对湿热，出于防病虫灾害的角度考虑，种植密度相对较小。

### 2、风信子

风信子培育采用冷库叠放种植，每箱可以水培种植 32 粒风信子种球，土培种植 40 粒风信子种球，冷库预发芽后即可向下游出售，可以充分利用空间，种植密度较大。

### 3、盆栽百合、郁金香

盆栽百合和郁金香，在温室/大棚进行盆栽种植 1-1.5 个月，培育出花苞后即可向下游客户出售。若将储存空间完全利用，盆栽百合每平米可以摆放 30 盆，每盆根据种球规格种植 3-4 粒百合种球，每平米可以种植 90-120 粒百合种球。盆栽郁金香每平米可以摆放 36 盆，每盆种植 3 粒郁金香种球，每平米可以种植 108 粒郁金香种球。因此相较于地栽百合、郁金香，盆栽百合、郁金香种植密度大且周转快。

综上，受气候、品种和栽培方式等因素影响，不同地区、不同品种间的种植周期、种植密度不尽相同，但同一地区、相同品种间的种植周期相近且具有规律性，符合植物生长规律。

**（三）结合采购频次、物流成本、仓储条件、销售周转周期等，说明备货时间较短、期末库存较少的合理性，是否符合行业惯常做法**

非法人种植户的备货时间较短、期末库存较少的主要原因系非法人种植户的仓储条件通常不及发行人，且其多分布于公司异地仓库及花卉销售市场周边、自驾提货的物流成本较低，加之其销售周转周期较快，更适宜结合种植周期进行分批小规模采购，无囤货需求。

报告期内种植类非法人客户的采购频次、物流成本、仓储条件、销售周转周期情况如下：

采购种类	地区	采购频次	物流成本	仓储条件	销售周转周期
下地百合	云南地区	年均采购8次左右，集中于5-8月、9-12月，与种植周期匹配	自提形式为主，物流成本即为来回自驾的油费及过路费；忙时选择货拉拉等平台渠道送货，渠道物流费用自担。	大多数客户没有专业的储存冷库及相应的低温培育条件。	地栽类百合、郁金香通常在种球到货后1周内下地种植，百合种植周期为2-4个月，郁金香种植周期为1-2个月，种成后1周内卖出。
	广东地区	年均采购10次左右，集中于9-12月，与种植周期匹配			
	福建南平	年均采购15次左右，集中于8-11月，与种植周期匹配			
	江苏地区	年均采购6次左右，集中于8-11月，与种植周期匹配			
	浙江海宁、杭州	年均采购9次左右，集中于8-10月，与种植周期匹配			
下地百合、郁金香		年均采购11次左右，集中于8月、11-12月，与种植周期匹配	发行人安排回程车送到基地，物流成本由虹越承担。		
	辽宁凌源	年均采购14次左右，集中于6-10月、12月，与种植周期匹配			

采购种类	地区	采购频次	物流成本	仓储条件	销售周转周期
盆栽百合	山东 潍坊 (含 青州)	年均采购20次左右,集中于8-11月,与种植周期匹配	自提形式为主,物流成本即为来回自驾的油费及过路费。		盆栽百合、郁金香通常在种球到货后1周内进行种植培育,在温室/大棚中培育1-1.5个月即可对外销售。
风信子		年均采购20次左右,集中于9-11月,与种植周期匹配			
盆栽郁金香	上海地区	年均采购6次左右,集中于8-12月,与种植周期匹配	由发行人安排物流托运、承担物流费用。		

### 1、采购频次

根据上表统计,主要地区种植类非法人客户向发行人的采购频次多为 8-20 次/年,且采购周期与种植周期相符。

### 2、物流成本

由于客户多分布于异地仓库周边区域,且异地仓库多位于当地花卉市场附近、购销集成化,客户自提和公司发货的物流成本均较低。

### 3、仓储条件

少量多次提货有助于客户充分利用发行人的仓储优势。种子种球产品都需要专业的冷库储存设施,严格调控和监管储存期间的温度、相对湿度、光照等因素,才能保证储存期间品质不下降。发行人客户基本不具备上述仓储条件,大量备货和长期备货,将造成严重的损失。因此,不具备冷库设施等专业仓储条件的客户无法囤货。

### 4、销售周转周期

由于客户采购发行人产品后需要进行种植,因此其备货时间通常较短,无长期备货政策,种球类产品通常备货时间在 1 周以内,到货后 1 周内即需要下地种植,且种成后通常 1 周内即完成销售,销售周期较短。

综上,客户根据自己的备货和销售周期、依托发行人专业的储藏管理、发达的

冷链仓储技术及便利的地理位置，少量多次拿货从而缩短备货时间、降低仓储成本，其备货期间较短、期末库存较少具备合理性，符合行业惯常做法。

## 【保荐机构及其他中介机构核查意见】

### 一、核查程序及核查过程

- 1、获取非法人客户的销售明细，分析前二十大客户的销售金额、毛利率、应收账款金额及变动情况；
- 2、了解非法人客户的应收账款管理政策与信用政策，了解公司对于非法人客户信用的审批制度，检查期末应收账款是否符合客户的授信额度；
- 3、检查非法人客户的期后回款情况，测算期后回款比例；
- 4、对主要非法人客户进行走访访谈，了解其向发行人的采购情况、销售情况、期末库存情况、信用政策等；并了解其采购产品后的种植情况，结合公司的仓库分布、销售频次、客户的仓储条件销售周期等分析其备货时间较短、期末库存较少是否合理性；
- 5、获取发行人关于非法人客户相关的内部控制制度，了解发行人非法人客户开发与档案管理、客户信用控制、合同审批与签订、销售价格、发货、收入确认、开具发票、收款等业务流程相关的内部控制，了解、评估并测试非法人客户销售与收款环节的内部控制，评价相关内部控制设计的合理性及执行的有效性；
- 6、获取并分析非法人客户区分物流运输方式的销售明细、退换货及售后赔付明细；
- 7、查阅《企业会计准则》关于收入相关的规定，并查询同行业公司收入确认政策，结合公司与非法人客户合同关于签收、退换货及售后质保的规定，判断公司的收入确认政策是否符合《企业会计准则》的规定与行业惯例；
- 8、查阅花卉行业市场报告，了解国内花卉市场的分布情况及植物生长规律；
- 9、根据销售明细表等分析发行人的销售收入季节性分布情况，并查阅客户

及供应商的访谈资料，了解种植周期和销售周期；

## 二、核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司主要非法人客户毛利率波动及期后回款情况无明显异常，信用期稳定；公司的授信额度由基础授信加上临时额度授信两部分构成；基础授信额度一般根据客户上年销售额的一定比例进行确定，对于临时授信额度，在产品销售的旺季而客户资金周转紧张的特殊情况下，根据客户的信用情况以及历史回款情况临时提升信用额度，公司按照相关指定规定审批信用额度，且报告期内未发生主要客户应收账款超过信用额度的情况个别客户销售收入大幅增长主要系受到客户同时使用控制法人公司与公司进行交易、疫情影响、市场行情波动等因素影响，具有合理性；

2、报告期内，公司向非法人销售产品时由客户进行自提的比例分别为51.71%、56.88%、48.87%，与非自提相比各年占比总体较为均衡。公司自提收入占比较大主要系公司球块茎业务在国内主要的百合、郁金香等花卉交易大型集散点建立本地化的仓库，相关区域客户收货均以上门自提为主；

3、公司向非法人客户的销售在报告期内发生过退货及因种球失活、未发芽等情形向客户支付售后补偿款，相关退货申请或因种球质量问题发生的售后问题，公司都与客户进行充分沟通及服务，并对认定应赔偿产品进行了赔偿，公司与客户并未发生过售后纠纷；

4、公司的收入确认政策符合《企业会计准则》，且与同行业可比公司的收入确认政策一致，符合行业惯例；

5、公司异地仓库多建于花卉市场和非法人客户销售区域，便于在销售旺季时当地客户进行提货，异地仓库分布情况及其与非法人客户销售区域匹配；

6、受气候、品种等因素影响，不同地区、不同品种间的种植周期不尽相同，

但同一地区、相同品种间的种植周期相近，符合植物生长规律；

7、客户备货时间较短、期末库存较少具备合理性，符合行业惯常做法。

三、说明针对种植自用客户种植规模与采购量匹配性采取的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、取得的核查证据、核查结论，获取种植面积的途径及对应客观证据，是否仅根据访谈情况确定种植面积，是否存在客户未提供种植面积证明材料的情形。

(一) 说明针对种植自用客户种植规模与采购量匹配性采取的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、取得的核查证据、核查结论

### 1、种植自用类非法人客户整体情况

#### (1) 种植自用类非法人客户地区分布及前十大客户情况

发行人主要销售的花卉种子种球产品均是属于花种种植的材料，因此公司存在数量众多的此类非法人客户。报告期内发行人种植自用类型的非法人客户分别有903家、1,024家及1,036家，各期合计销售收入金额分别为7,249.14万元、11,607.83万元及12,230.97万元，发行人种植自用类型的非法人客户数量众多、金额较为分散。由于产品的种植属性，种植自用类型客户相对集中在地理环境及基础条件上更适宜种植的地区，如云南昆明地区、福建南平地区、广东佛山地区、辽宁凌源地区等等，上述地区均为我国较为知名的花卉种植区域，种植自用类型非法人客户的种植区域分布情况如下：

单位：家、万元

地区	家数	2022年度		2021年度		2020年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
云南省	610	3,069.20	25.09%	3,304.08	28.46%	1,507.99	20.80%
浙江省	408	2,442.72	19.97%	2,298.89	19.80%	1,700.60	23.46%
广东省	99	1,021.26	8.35%	1,455.32	12.54%	763.23	10.53%
福建省	136	1,026.61	8.39%	1,313.40	11.31%	806.96	11.13%
山东省	92	911.55	7.45%	1,030.78	8.88%	795.13	10.97%



地区	家数	2022年度		2021年度		2020年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
江苏省	84	1,171.39	9.58%	854.45	7.36%	420.35	5.80%
辽宁省	12	862.13	7.05%	621.30	5.35%	507.75	7.00%
上海市	57	959.17	7.84%	256.18	2.21%	146.66	2.02%
安徽省	45	348.26	2.85%	76.30	0.66%	96.31	1.33%
合计	1,543	11,812.28	96.58%	11,210.70	96.58%	6,744.97	93.04%
种植后自用客户收入总金额	1,717	12,230.97	100.00%	11,607.83	100.00%	7,249.14	100.00%

注：上表统计非法人客户包含一人有限公司等非法人主体。

由上表可见，云南地区、华东地区交易额较大的种植自用类非法人客户较为集中，符合产品种植特性及实际交易情况。其中，各期前十大种植自用类非法人客户具体情况已申请豁免披露。

报告期各期前十大客户主要集中在华东地区、广东地区。截至2022年12月31日，上述客户期末应收账款余额合计金额为1,440.46万元，占当期期末应收账款比例为29.59%。截至2023年6月30日，上述客户期后回款合计1,255.43万元，回款率87.15%，回款情况良好。

## (2) 种植自用类非法人客户收入分层情况

种植自用类非法人客户数量众多，根据对其销售收入的分层情况可见，交易金额较高的客户家数相对较少，且各年交易额比例相对稳定，交易额较少的客户家数众多。具体分布情况如下：

单位：家、万元

收入分层	家数	2022年		2021年		2020年	
		收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
50万元以上	118	7,529.25	61.56%	6,719.96	57.89%	4,464.70	61.59%
20-50万元	197	2,324.72	19.01%	2,473.57	21.31%	1,331.31	18.36%
20万元以下	1,402	2,377.00	19.43%	2,414.30	20.80%	1,453.13	20.05%
合计	1,717	12,230.97	100.00%	11,607.83	100.00%	7,249.14	100.00%

注：报告期内按照就高不就低原则划分，即报告期内对某客户收入最高年度划分分层，下

同。

由上表可见，年销售额 20 万元以下的客户数量占有所有种植类客户数量的比例为 81.65%，占各期销售收入的比例分别为 20.05%、20.80%、19.43%，呈现出金额小、数量大的特点，符合种植自用类客户的实际经营情况，该类型客户中存在数量众多的花卉种植户，受个人种植规模及经营水平的限制，交易额较小。

## 2、具体核查方式

中介机构针对该类型客户的特点，采取了以下核查方式验证其种植面积的匹配性：

(1) 分析发行人收入明细表，整理客户采购发行人的主要产品的品种、数量、金额等数据；

(2) 通过查询公开信息，搜集整理不同地区、不同产品的种植周期、亩均种植量等信息；

(3) 测算客户的种植规模与其采购量的匹配性：结合客户的所在位置、种植面积、单位面积种植数量、采购主要产品品种及数量、从发行人处采购产品数量占其总采购的比例、轮种次数等信息，测算其种植与采购的匹配性，基本估算逻辑为测算所需最小种植面积=（年均采购量/采购占比）/（亩均种植量\*茬数/年），若土地种植证明所示的实际种植面积超出测算区间则说明其种植规模与采购量相匹配。

## 3、样本选取及抽样方法

为保证样本的科学性及有效性，兼顾重要性和随机性原则，中介机构按照三年合计交易总额由大到小的顺序对发行人报告期内所有的种植后自用类型及直接销售类型非法人客户进行排序后分为三层进行抽样：第一层样本为三年交易额合计前一百的所有客（已涵盖各期大客户、主要与发行人交易、收入增长较快、新增客户）；针对剩余客户，中介机构将其按三年合计交易金额分为两层，第二层为三期合计交易额超过 50 万元（已排除前一百大客户），第三层为三期

交易额合计处于 5-50 万元区间的客户，并根据分层结果进行随机抽样。具体抽样情况如下表所示：

单位：家、万元

类别	抽样方式	总体		抽样数量		占比	
		家数	收入金额	家数	收入金额	家数占比	收入占比
<b>2022年度</b>							
前100大客户	全部抽样	97	10,160.67	97	10,160.67	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	91	2,462.52	50	1,258.90	54.95%	51.12%
各期合计交易额5-50万客户	随机抽样	679	5,598.02	39	303.81	5.74%	5.43%
<b>合计</b>		<b>867</b>	<b>18,221.20</b>	<b>186</b>	<b>11,723.37</b>	<b>21.45%</b>	<b>64.34%</b>
<b>2021年度</b>							
前100大客户	全部抽样	95	8,549.45	95	8,549.45	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	94	2,963.74	49	1,343.32	52.13%	45.32%
各期合计交易额5-50万客户	随机抽样	727	6,438.75	39	310.35	5.36%	4.82%
<b>合计</b>		<b>916</b>	<b>17,951.94</b>	<b>183</b>	<b>10,203.11</b>	<b>19.98%</b>	<b>56.84%</b>
<b>2020年度</b>							
前100大客户	全部抽样	92	5,208.00	92	5,208.00	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	80	1,697.46	44	724.70	55.00%	42.69%
各期合计交易额5-50万客户	随机抽样	555	3,986.17	33	193.36	5.95%	4.85%
<b>合计</b>		<b>727</b>	<b>10,891.63</b>	<b>169</b>	<b>6,126.06</b>	<b>23.25%</b>	<b>56.25%</b>

注1：三年合计交易额小于5万元的客户，金额影响较小，且波动较大，很难联系客户获取相关证据，出于重要性原则，未予统计；

注2：部分无法确定销售类型的客户，金额影响较小，且波动较大，很难联系客户获取相关证据，出于重要性原则，未予统计；

注3：上表合计数存在部分尾差，系四舍五入所致，下同。

根据抽样方法，种植自用类非法人客户和直接转售类非法人客户样本选取的具体比例情况如下：

(1) 种植自用类非法人客户抽样表

单位：家、万元

类别	抽样方式	总体		抽样数量		抽样比例	
		家数	收入金额	家数	收入金额	家数占比	收入占比
<b>2022年度</b>							
前100大客户	全部抽样	52	5,911.97	52	5,911.97	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	62	1,638.20	41	999.28	66.13%	61.00%
各期合计交易额5-50万客户	随机抽样	498	4,134.05	39	303.81	7.83%	7.35%
<b>合计</b>		<b>612</b>	<b>11,684.22</b>	<b>132</b>	<b>7,215.06</b>	<b>21.57%</b>	<b>61.75%</b>
<b>2021年度</b>							
前100大客户	全部抽样	51	4,818.05	51	4,818.05	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	62	1,873.28	41	1,068.83	66.13%	57.06%
各期合计交易额5-50万客户	随机抽样	517	4,449.19	39	310.35	7.54%	6.98%
<b>合计</b>		<b>630</b>	<b>11,140.51</b>	<b>131</b>	<b>6,197.23</b>	<b>20.79%</b>	<b>55.63%</b>
<b>2020年度</b>							
前100大客户	全部抽样	49	3,107.36	49	3,107.36	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	55	1,105.96	38	563.47	69.09%	50.95%
各期合计交易额5-50万客户	随机抽样	383	2,584.97	33	193.36	8.62%	7.48%
<b>合计</b>		<b>487</b>	<b>6,798.28</b>	<b>120</b>	<b>3,864.19</b>	<b>24.64%</b>	<b>56.84%</b>

(2) 直接销售类非法人客户抽样表

单位：家、万元

类别	抽样方式	总体		抽样数量		抽样比例	
		家数	收入金额	家数	收入金额	家数占比	收入占比
<b>2022年度</b>							
前100大客户	全部抽样	45	4,248.70	45	4,248.70	100.00%	100.00%

类别	抽样方式	总体		抽样数量		抽样比例	
		家数	收入金额	家数	收入金额	家数占比	收入占比
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	29	824.32	9	259.62	31.03%	31.49%
<b>合计</b>		<b>74</b>	<b>5,073.02</b>	<b>54</b>	<b>4,508.32</b>	<b>72.97%</b>	<b>88.87%</b>
<b>2021年度</b>							
前100大客户	全部抽样	44	3,731.40	44	3,731.40	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	32	1,090.46	8	274.48	25.00%	25.17%
<b>合计</b>		<b>76</b>	<b>4,821.86</b>	<b>52</b>	<b>4,005.88</b>	<b>68.42%</b>	<b>83.08%</b>
<b>2020年度</b>							
前100大客户	全部抽样	43	2,100.64	43	2,100.64	100.00%	100.00%
各期合计交易额超过50万客户	随机抽样	25	591.50	6	161.23	24.00%	27.26%
<b>合计</b>		<b>68</b>	<b>2,692.15</b>	<b>49</b>	<b>2,261.87</b>	<b>72.06%</b>	<b>84.02%</b>

#### 4、核查比例

##### (1) 获取样本客户种植面积情况

中介机构通过实地、视频、电话等访谈形式了解样本客户种植面积情况，并通过获取土地租赁合同/承包合同/土地经营权流转协议/村集体登记证、地方政府或地方花卉协会证明等不同形式的证明文件确认访谈所获取的种植面积情况，具体情况如下：

单位：家、万元

项目	家数	2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占样本整体的比例	金额	占样本整体的比例	金额	占样本整体的比例
访谈、获取土地租赁合同、地方政府或花卉协会证明的样本客户金额	<b>135</b>	<b>7,029.19</b>	<b>97.42%</b>	<b>6,192.21</b>	<b>99.92%</b>	<b>3,735.88</b>	<b>96.68%</b>
其中 仅通过访谈了解的样本客户金额	5	1,079.54	14.96%	319.98	5.16%	89.70	2.32%

项目	家数	2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占样本整体的比例	金额	占样本整体的比例	金额	占样本整体的比例
获取土地租赁合同的样本客户金额	80	5,435.50	75.34%	5,306.76	85.63%	3,309.29	85.64%
获取地方政府或花卉协会证明的样本客户金额	85	2,379.72	32.98%	2,445.77	39.47%	1,727.77	44.71%

从上表可见，通过访谈、获取土地租赁合同、地方政府或花卉协会证明等手段验证的收入金额分别为 3,735.88 万元、6,192.21 万元、7,029.19 万元，占种植自用非法人客户样本整体收入金额的比例分别为 96.68%、99.92%、97.42%，占种植自用非法人客户比例分别为 51.54%、53.35%、57.47%。

## (2) 根据客户种植面积，验证发行人销售收入合理性情况

中介机构共抽取了 138 家种植自用类非法人客户，其中 136 家（另外 2 家因个人转行、自然人独资公司注销等原因未能取得联系）客户已获取相关信息。由于种植存在诸多影响因素，如气候波动、土地轮作及市场波动等，中介机构依据综合考虑各项影响因素对上述客户的种植面积情况进行测算，测算逻辑为：种植所需最小种植面积=（年均采购量/采购占比）/（亩均种植量\*茬数/年）。

前十大种植自用客户中主要采购品类为百合的客户面积测算情况已申请豁免披露。根据测算，主要种植户的实际种植面积均超出测算区间。剔除土地轮休等无法估量的客观因素外，可以合理推定上述客户储备的土地面积足够满足其向发行人采购的产品的种植需求，无明显异常。

前十大种植自用客户中除上述采购品类较为集中的客户外，还存在部分客户采购品类多样，须结合产品具体类别、种植方法等进行分析，具体情况已申请豁免披露。

从上述 10 家主要客户看，发行人种植自用类客户中除个别用于自身物业绿化或工程项目之外，种植面积与采购量均有匹配关系，但种植自用类非法人客户所种植的品种较为集中（如百合种球），测算其采购量与种植面积的关联关系

较为清晰，部分客户种植品种较为丰富，各类品种所需的种植面积及轮种次数等差异较大，须逐一分析，并通过经营规模验证其采购量的合理性，中介机构共抽取了 138 家种植自用类非法人客户，对其种植面积情况进行了核查，验证了种植面积与采购量的匹配关系。具体情况如下：

单位：家、万元

项目	家数	2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占种植自用类样本整体的比例	金额	占种植自用类样本整体的比例	金额	占种植自用类样本整体的比例
采购量与种植面积的关联关系较为清晰客户	95	4,202.46	58.25%	4,256.74	68.69%	2,504.73	64.82%
逐一分析匹配关系，并通过经营规模验证的客户	37	2,800.55	38.82%	1,921.76	31.01%	1,222.70	31.64%
通过其他方式验证的客户	4	156.31	2.17%	13.72	0.22%	8.44	0.22%
样本中种植自用类非法人客户已验证合计金额	136	7,159.32	99.23%	6,192.21	99.92%	3,735.88	96.68%

注 1：种植自用类非法人客户抽样的样本量共 138 家，已验证 136 家，剩余 2 家系因个人转行、自然人独资公司注销等原因未能取得联系因而未获取种植面积材料；

注 2：通过其他方式验证的 4 家种植自用类法人客户分别为：上海儒禾园林绿化有限公司、海宁市长安镇晗卉园艺场、海宁市长安镇晗瑞园艺场、海宁许村镇卉友苗木种植场，其中上海儒禾根据获取到的中标信息公告，单一标的金额 125.54 万元，足以消耗其自发行人处的采购量，另外 3 家客户报告期内交易金额较小，主要采购介质肥药，作为生产资料用于其种植业务。

中介机构选取的种植自用样本客户金额分别为 3,864.19 万元、6,197.23 万元及 7,215.06 万元，依据目前已获取的客观证据对种植自用类客户的核查金额分别为 3,735.88 万元、6,192.21 万元及 7,159.32 万元，核查金额占样本客户的比例分别为 96.68%、99.92%、99.23%，占种植自用客户收入金额比例分别为 51.54%、53.35%、58.53%，具体核查比例如下所示：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度
中介机构已核查金额（A）	7,159.32	6,192.21	3,735.88
样本金额（B）	7,215.06	6,197.23	3,864.19
核查比例（A/B）	99.23%	99.92%	96.68%
种植自用客户收入金额（C）	12,230.97	11,607.83	7,249.14
核查占比（A/C）	58.53%	53.35%	51.54%

## 5、取得的核查证据、核查结论

根据访谈、土地租赁合同、地方政府或花卉协会证明等种植面积证明材料及其采购情况，对种植自用样本客户的种植规模与采购量匹配性进行测算，已核查的交易金额占种植自用客户样本整体的比例分别 96.68%、99.92%、99.23%，占种植自用客户收入金额比例分别为 51.54%、53.35%、58.53%。

综上所述，中介机构认为：样本客户中，种植自用类客户的实际种植面积均大于测算出的种植其自发行人处采购的产品所需的种植面积，可以合理推断非法人客户储备的土地面积足以满足其自发行人处采购的产品的种植需求。

**（二）获取种植面积的途径及对应客观证据，是否仅根据访谈情况确定种植面积，是否存在客户未提供种植面积证明材料的情形**

1、样本整体中获取种植面积的途径及对应客观证据，是否仅根据访谈情况确定种植面积，是否存在客户未提供种植面积证明材料的情形

中介机构获取种植自用类客户的种植面积信息途径及对应的客观证据情况如下：

获取途径	客户证据
视频、电话访谈	客户口述的种植面积等信息、视频记录/电话录音



获取途径	客户证据
实地访谈	租赁合同/土地流转协议/土地承包协议/村集体土地登记册等
地方政府、花卉协会等	政府/协会盖章的证明文件

由上表可见，中介机构通过不同途径获取了客户种植面积相关证据，通过访谈获取了客户口头/书面确认的面积数据，对客户在访谈中确认的种植面积数据，要求其提供相应的客观证据加以验证，如租赁合同等，通过获取的书面形式证据资料核实客户口述信息是否真实、准确。上述客户对应数据情况详见本回复问题 1 之“三/（一）/4、核查比例”。

存在少量客户已提供种植面积数据但未提供种植面积的证明材料的情况，该类客户主要有 5 家，各期销售额合计分别为 89.70 万元、319.98 万元、1,079.54 万元，2020 及 2021 年金额较小，2022 年金额较大主要系刘安江及其经营单位交易额较大所致。出现该情形主要系由于客户出于隐私考虑或提供资料较为复杂等原因拒绝提供。

其中四家种客户即尹德成、李纪兴、孙自勇、蔡阿章主要采购种子种球类产品，可根据具体品类测算其种植情况，具体测算已申请豁免披露。

除此之外，刘安江及其经营单位出于商业机密考虑，未提供其土地种植面积相关证据资料。为验证其种植情况与采购情况的匹配性，一方面，保荐机构及申报会计师经实地访谈查看，已验证其草坪种植基地的具体位置及现场状态，且经过分析匹配，其种植面积足以消耗其自发行人处的采购量；另一方面，刘安江及其经营单位提供了部分主体的部分纳税申报表，已获取的纳税申报表显示的年销售额足以覆盖其自发行人处的采购额，2020年至2022年发行人对刘安江各主体（含法人）销量分别为24.21万公斤、21.01万公斤和22.89万公斤，保持稳定，综合上述原因，保荐机构及申报会计师认为该客户种植规模与采购量相匹配。

## 2、样本外种植自用类非法人客户情况分析

除上述已核查样本外，剩余未获取面积证据的客户整体具体交易情况如下：

单位：家、万元

收入分层	家数	2022年度	2021年度	2020年度
50万元及以上	24	813.63	745.74	836.65
20万元-50万元	139	1,672.21	1,649.70	933.40
20万元及以下	1250	2,037.69	2,068.63	1,209.24
合计	<b>1,413</b>	<b>4,523.53</b>	<b>4,464.07</b>	<b>2,979.29</b>
占种植自用类非法人客户销售收入比例	-	<b>36.98%</b>	<b>38.46%</b>	<b>41.10%</b>

注：收入分层根据客户与发行人2020-2022年三年交易额合计数进行分层。

种植自用类非法人客户回款情况如下表所示：

单位：万元

客户类型	报告期内产生的应收账款余额	报告期内产生的应收账款余额期后回款	回款比例
种植自用类非法人客户	2,744.79	2,011.67	73.29%

注：上述统计期后回款截至2023年6月30日，按照先进先出法假设计算。

综上所述，中介机构通过实地访谈、视频访谈、电话访谈、获取地方政府证明文件、获取地方花卉协会证明文件等不同方式获取了发行人非法人客户种植面积的相关证明材料，并对其进行复核和测算，非法人客户的种植面积可覆盖其自发行人处采购产品所需的种植面积，其采购发行人产品具有合理性。

四、说明针对直接销售客户的销售回款与向发行人采购金额匹配性的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、核查结论及依据，获取资金流水的途径及

对应客观证据，是否存在客户未提供或选择性提供资金流水的情形，相关资金流水能否区分个人用途和经营用途，能否区分销售发行人产品或销售其他方产品。

(一) 说明针对直接销售客户的销售回款与向发行人采购金额匹配性的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、核查结论及依据

### 1、直接销售类非法人客户的整体情况

发行人直接销售类客户存在较为明显的地域聚集趋势，多为各大花卉交易市场的门店、店铺、摊位等直接经营模式，或者依托当地良好的商业环境开设网络店铺。其中，各期收入金额较高的省份占直接销售类客户收入具体比例如下：

单位：万元

地区	2022年度		2021年度		2020年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
浙江省	2,254.05	33.32%	1,890.54	26.88%	1,233.84	29.34%
江苏省	1,842.14	27.24%	2,124.88	30.21%	1,307.53	31.09%
江西省	833.24	12.32%	612.88	8.71%	97.44	2.32%
山东省	356.81	5.28%	357.11	5.08%	137.16	3.26%
河南省	345.50	5.11%	571.45	8.12%	123.75	2.94%
<b>合计</b>	<b>5,631.74</b>	<b>83.26%</b>	<b>5,556.86</b>	<b>78.99%</b>	<b>2,899.71</b>	<b>68.96%</b>

注：上表统计非法人客户包含一人有限公司等非法人主体。

由上表可见，直接销售类客户主要集中在浙江及江苏省。其中，浙江省交易金额较大的客户主要分为两类，一是集中设立于萧山花木城的个体经营者，萧山花木城系全国著名的花卉集散中心，杭州萧山玖佳园艺设备经营部、杭州萧山春茵园林资材商行、浙江蓝芳生态园林有限公司、杭州萧山新街花木城春林种子种苗经营部等主要客户均集中于此；二是网店客户，如张振严、艾朋、杭州花团电子商务有限公司等，其主要经营模式为淘宝店铺、抖音店铺等。上述两类客户报告期内合计收入金额占该地区收入比例分别为 20.62%、33.80%及 40.89%。除上述客户外，该地区其他客户主要为零星采购，各期交易家数分别为 173 家、161 家和 162 家，合计交易金额为 979.87 万元、1,333.69 万元及 1,473.17 万元，户均年交易金额为 5.66 万元、8.23 万元及 9.09 万元；

此外，江苏省沭阳县是全国著名的“花木之乡”，如朱丽、刘亚洲等客户主要销

售给当地电商店主，如左猛、沈华林等客户主要利用网络平台进行销售，经营形式多样，如淘宝店铺、抖音店铺和群接龙等，沭阳县客户各期收入贡献度分别为41.40%、35.58%及55.42%；江苏省的夏溪花卉市场具有同样的地域优势，王秋亚及其经营单位等客户在该地花木市场常年经营。上述两类客户报告期内收入占江苏省收入比例分别为52.02%、51.89%及66.95%。其他零星客户各期数量分别为61家、79家及73家，各期合计交易额分别为627.34万元、1,022.19万元及608.84万元，户均年交易额分别为10.28万元、12.94万元及8.34万元。

除上述客户外，其他地区交易金额较高客户，如江西省的南昌亚森农业机械有限公司、山东省的河南双宇园艺有限公司及郑州开元草业科技有限公司，主要从事各类园林机械销售、草种绿化工程等业务，兼有林木种子销售业务，因此其向发行人采购草种等产品具有商业合理性。

针对直接销售类客户，中介机构依据是否具有公司性质对该类客户进行了进一步区分，主要区分为自然人客户和企业类客户两类。其中，自然人客户主要为个体户，多以门店、摊位等方式开展日常经营活动，多采用微信/支付宝等更贴近日常生活的方式进行销售收款。针对此类客户，中介机构的资金流水核查范围主要集中在个人或经营用账户的年度收入、流水或网店销售记录。而具有公司经营性质的直接销售类客户一般具有开具发票的业务资质，故中介机构获取年度企业所得税纳税申报表中的营业收入金额或网店销售记录。直接销售类客户进一步分类情况如下：

单位：家、万元

类别	家数	交易金额		
		2022年度	2021年度	2020年度
企业类客户	633	3,910.76	4,045.36	2,049.16
自然人客户	348	2,853.09	2,989.14	2,156.21
<b>合计</b>	<b>981</b>	<b>6,763.84</b>	<b>7,034.50</b>	<b>4,205.37</b>

注：数据统计口径为单体交易客户，其中企业类客户系一人有限公司等非法人主体。

## 2、具体核查方式

直接销售客户下游销售方式也有多种区别，具体列示如下：

客户类型	经营方式	下游客户
线下花卉市场门店	主营花卉种子种球销售的门店；主营园林资材的门店；其他门店	小规模批发商、小规模市政园林工程客户、终端消费者
电商店主	主流电商平台店铺，采购发行人产品后直接进行线上销售	终端消费者
其他类型	在销售其他产品（如园林机械）、小型项目顺带使用产品	多种客户

### (1) 针对线下花卉市场门店客户的核查方式

中介机构获取报告期内该类客户的年度交易资金流水资料。其中，针对自然人客户，中介机构通过访谈了解其主要收款方式，并获取相关的账户流水，如微信、支付宝年度收入账单截图、银行年度收入账单等；针对具有公司实质的直接销售类客户，中介机构获取其企业所得税年度纳税申报表，根据其年度营业收入金额及其采购发行人产品占其业务的比例对资金流水资料的覆盖率进行简单测算，分析其采购发行人产品规模的合理性；

中介机构访谈该类型非法人客户的下游客户，了解其向发行人客户进行采购的交易背景、交易规模等情况，根据其采购周期和采购频次等因素综合考虑后针对性抽取 6-12 笔其与发行人非法人客户之间的销售发货单据（如有）、物流单据（如有）、收款单据（包括但不限于微信/支付宝流水/转账记录截图、银行回款单等），与发行人客户方留存的交易记录进行双向核对，进而验证其真实性、经营正常性及销售持续性；

其中，主要销售发行人产品的直接销售类客户（自然人客户），中介机构获取其资金流水，了解其个人资金流水与经营流水是否能明确区分，是否存在混同情形；若不能区分，对获取到的资金流水进行分层随机抽样，查验其销售发行人产品的最终销售情况；

中介机构对直接销售类非法人客户的下游客户执行访谈程序，了解其经营性质，若仍为批发商，则抽取部分下游客户进行访谈，了解其自发行人非法人客户处采购的产品的终端销售情况，获取相应的发货单据（如有）、物流单据（如有）、销售收款资料。

### (2) 对于主流电商平台店铺客户的核查手段

中介机构获取报告期内该类客户的年度交易资金流水资料，如微信年度账单/银行对账单/纳税申报表等，根据其年度交易金额及其采购发行人产品占其业务的比例对资金流水资料的覆盖率进行简单测算，分析其采购发行人产品规模的合理性；

中介机构采取抽样方法，查看其销售发行人产品线上销售记录，验证其销售产品的品类及销售规模。

### (3) 对于其他类型客户的核查手段

中介机构获取报告期内该类客户的年度交易资金流水资料，如微信年度账单/银行对账单/纳税申报表等，根据其年度交易金额及其采购发行人产品占其业务的比例对资金流水资料的覆盖率进行简单测算，分析其采购发行人产品规模的合理性；

中介机构采取抽样方法，查看其销售发行人产品对应的流水、聊天记录及物流单据(如有)等客观证据，或通过查询公开招投标信息及中标情况，验证其销售规模与采购规模的匹配性；

中介机构访谈非法人客户的下游客户，验证其销售实现情况。

### 3、样本选取及抽样方法

中介机构的具体样本选取及抽样方法详见本回复之“保荐机构及其他中介机构核查意见/三/2.样本选取及抽样方法”。

### 4、核查比例

根据抽样结果，直接销售类非法人客户样本具体情况如下；

单位：家、万元

客户类型	家数	收入金额		
		2022年度	2021年度	2020年度
线下花卉市场门店	35	3,312.20	2,949.14	1,545.00
其中：企业类客户	23	1,971.17	1,945.98	1,037.79
自然人客户	12	1,341.03	1,003.16	507.21
电商店主	9	644.78	522.77	297.42
其中：企业类客户	2	171.41	52.69	22.62

客户类型	家数	收入金额		
		2022年度	2021年度	2020年度
自然人客户	7	473.36	470.08	274.81
<b>其他类型</b>	<b>12</b>	<b>551.34</b>	<b>533.97</b>	<b>419.44</b>
其中：企业类客户	8	406.34	439.11	273.78
自然人客户	4	145.00	94.86	145.67
<b>合计</b>	<b>56</b>	<b>4,508.32</b>	<b>4,005.88</b>	<b>2,261.87</b>

中介机构对确定的样本客户全部执行实地访谈/视频访谈程序，实地查看并现场导出其与主要客户的微信/支付宝的聊天记录及收款记录、纳税申报表等企业证明资料，具体核查情况如下：

客户类型	家数	核查情况
<b>线下花卉市场门店</b>	<b>31</b>	中介机构对确定的样本客户全部执行实地访谈/视频访谈程序，实地查看并现场导出其与主要客户的微信/支付宝的聊天记录及收款记录，现场导出其微信/支付宝的年度收入账单，共计获取25家客户的资金流水相关证据；中介机构现场查询并获取了加盖对方公章的纳税申报表，共计获取了8家客户的纳税申报表、开票汇总单据等资料。
其中：企业类客户	21	
自然人客户	10	
<b>电商店主</b>	<b>9</b>	中介机构对确定的样本客户全部执行实地访谈/视频访谈程序，现场查看并获取了线上店铺的年度/月度销售明细，查询第三方平台的销售规模数据，共计获取了9家的线上店铺销售数据；中介机构现场导出其微信/支付宝的年度收入账单，共计获取1家客户的资金流水相关证据。
其中：企业类客户	2	
自然人客户	7	
<b>其他类型</b>	<b>8</b>	中介机构对确定的样本客户全部执行实地访谈/视频访谈程序，实地查看并现场导出其与主要客户的微信/支付宝的聊天记录及收款记录，现场导出其微信/支付宝的年度收入账单，共计获取7家客户资金流水的相关证据；中介机构通过查询公开招投标信息，确认客户中标金额及工程类型，共计获取了1家客户的公开中标信息。
其中：企业类客户	6	
自然人客户	2	

中介机构对抽样客户执行访谈程序，了解其销售回款情况，核查比例占样本整体比例为99.33%、99.43%及99.69%，占直接销售类客户收入比例为53.43%、56.62%及66.44%，具体情况如下：

单位：家、万元

项目	家数	2022年度	2021年度	2020年度
样本金额（A）	56	4,508.32	4,005.88	2,261.87
中介机构执行访谈程序核查金额（B）	55	4,494.22	3,983.17	2,246.82
核查比例（B/A）	98.21%	99.69%	99.43%	99.33%
直接销售客户收入金额（C）	981	6,763.84	7,034.50	4,205.37

项目	家数	2022年度	2021年度	2020年度
核查占比 (B/C)	5.61%	66.44%	56.62%	53.43%

注：数据统计日期截至本回复出具日。

中介机构结合多种核查手段对样本客户的销售回款情况进行不同角度的验证。其中，中介机构依据目前已获取的客观证据对直接销售类客户的验证金额分别为 1,950.87 万元、3,505.60 万元及 4,132.09 万元，验证比例占样本客户的比例分别为 86.25%、87.51%及 91.65%，占直接销售类客户收入比例为 46.39%、49.83%及 61.09%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度
样本金额 (A)	4,508.32	4,005.88	2,261.87
中介机构目前所获得证据的验证金额 (D)	<b>4,132.09</b>	<b>3,505.60</b>	<b>1,950.87</b>
验证比例 (D/A)	<b>91.65%</b>	<b>87.51%</b>	<b>86.25%</b>
直接销售客户收入金额 (C)	6,763.84	7,034.50	4,205.37
验证占比 (D/C)	<b>61.09%</b>	<b>49.83%</b>	<b>46.39%</b>
其中：			
获取微信账单/支付宝账单/银行流水的客户	3,326.46	2,679.77	1,346.31
获取纳税申报表/开票清单汇总的客户	663.21	554.59	403.42
获取线上店铺销售明细/规模证明的客户	505.13	522.77	297.42
获取公开招投标信息的客户	31.91	-	78.92

注 1：数据统计日期截至本回复出具日；

注 2：部分客户获取到了多种证据。

此外，中介机构执行访谈程序的样本客户中，部分客户因自身原因拒绝提供任何访谈资料；部分客户承诺可提供资料但中介机构尚未获取，该部分客户的金额尚未经中介机构直接验证，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度
仅通过访谈确认但暂未提供证明资料的客户	108.73	145.12	164.93
拒绝提供任何资料的客户	267.50	355.16	146.07

注：数据统计日期截至本回复出具日。

## 5、核查结论及依据

针对直接销售类客户，中介机构依据重要性原则进行选样，并对样本客户执行



多维度核查，通过获取其资金流水、纳税申报表、线上店铺销售证据等资料，对样本客户的核查比例分别为 99.33%、99.43%及 99.69%，占各期直接销售客户收入金额比例分别为 53.43%、56.62%及 66.44%。

其中，中介机构通过获取的多维度核查证据对样本客户的回款情况的验证比例为 86.25%、87.51%及 91.65%，占各期直接销售客户收入金额比例分别为 46.39%、49.83%及 61.09%。

经核查，直接销售客户的销售回款与向发行人采购金额基本匹配，符合商业实质和经营逻辑，无重大异常。

**(二) 获取资金流水的途径及对应客观证据，是否存在客户未提供或选择性提供资金流水的情形，相关资金流水能否区分个人用途和经营用途，能否区分销售发行人产品或销售其他方产品**

### **1、获取资金流水的途径及客观依据**

中介机构对该类客户进行实地走访或视频访谈，了解其向下游客户进行销售的具体途径、销售方式、回款情况等。该等客户多为个人独资企业或者其他具有公司名义的个体工商户，其主要下游客户的销售回款方式包括微信收款、支付宝收款、银行转账等。中介机构实地查看并现场导出其与主要客户的微信/支付宝的聊天记录及收款记录，现场导出其微信/支付宝的年度收入账单，核查其回款金额是否能够覆盖其采购金额；中介机构现场查询并获取了加盖对方公章的纳税申报表，核查其年度营业收入金额是否能够覆盖其采购金额；中介机构现场查看并获取了线上店铺的年度/月度销售明细，查询第三方平台的销售规模数据，核查其线上销售金额是否能够覆盖其采购金额。中介机构结合多种核查手段对主要的企业类直接销售客户的销售回款情况进行不同角度的验证。

**2、是否存在客户未提供或选择性提供资金流水的情形，相关资金流水能否区分个人用途和经营用途，能否区分销售发行人产品或销售其他方产品**

#### **(1) 是否存在客户未提供或选择性提供资金流水的情形**

由于相关资料涉及商业机密、客户自身原因等情况，部分客户拒绝提供其资金

流水，具体如下：

单位：万元

客户名称	未提供原因	交易金额			应收账款期末余额	销售回款情况
		2022年度	2021年度	2020年度		
杨来军	自身原因	22.64	36.76	54.13	0.36	0.04
王秋亚及其经营单位	涉及商业机密	144.61	195.73	91.94	-	-
郑州开元草业科技有限公司	涉及商业机密	100.25	122.67	-		
合计		<b>267.50</b>	<b>355.16</b>	<b>146.07</b>	<b>0.36</b>	<b>0.04</b>

其中，王秋亚及其经营单位与发行人自 2015 年即开始合作，业务关系稳定，期后回款情况良好，但因涉及商业机密，故拒绝提供资金流水等相关资料，中介机构获取了其表示拒绝的录音证明文件；此外，郑州开元草业科技有限公司官方网站介绍，该公司从事专业草种绿化工程建设近十年。中介机构查询公开招投标信息，其最早的草种绿化工程中标信息可追溯至 2020 年 9 月，故郑州开元草业科技有限公司采购发行人产品具有合理性。

## (2) 相关资金流水能否区分个人用途和经营用途，能否区分销售发行人产品或销售其他方产品

根据公司种植自用类非法人客户类型情况，公司仅有部分自然人客户涉及区分个人用途和经营用途，具体分析如下：

客户类型	是否涉及区分个人用途和经营用途	涉及客户数量	涉及2020年至2022年发行人收入金额
<b>线下花卉市场门店</b>			
其中：企业类客户	否，企业收入均为经营用途-	-	-
自然人客户	是	11	477.72万元、891.67万元、959.70万元
<b>电商店主-</b>			
其中：企业类客户	否，企业收入均为经营用途-	-	-
自然人客户	否，网店平台销售记录均为经营用途-	-	-
<b>其他类型</b>			
其中：企业类客户	否，企业收入均为经营用途-	-	-
自然人客户	是	4	140.87万元、91.22万元、145.00万元

针对涉及客户，中介机构获取资金流水，随机抽取了客户的下游交易，执行了穿行测试，获取其销售单据，核查单据列示的交易对手方、交易金额、交易品类，询问该交易品类是否可以确认其来自于发行人或者其他销售方，并根据抽取的销售单据获取对应的物流单据（如有）、收款记录等。

综上，相关资金流水基本可以区分个人用途和经营用途，且能够区分销售发行人产品或销售其他方产品。根据上述客户情况，中介机构针对不同类型客户验证其客户的销售金额情况。其中，花卉市场门店客户、电商客户及其他类型客户，均有以企业形式进行经营的，其收入均为经营用途，无需区分。而其中的自然人客户，其收入验证情况如下：

单位：万元

客户类型	验证方式	2020年至2022年发行人收入金额	验证的客户销售金额	占比
花卉市场门店中的自然人客户	微信/支付宝账单截图、银行流水	2,773.76	196.23	7.07%
电商店主中的自然人客户	线上店铺的年度/月度销售明细，查询淘宝、抖音等第三方平台的公开销售规模数据	1,218.25	2,679.60	219.96%
其他类型客户中的自然人客户	微信/支付宝账单截图、银行流水	377.10	133.70	35.46%

其中，占比较低的主要为花卉市场门店中的自然人客户及其他类型客户中的自然人客户，具体明细如下：

单位：万元

客户名称	交易金额			验证的下游客户销售金额	客观证据
	2022年度	2021年度	2020年度		
<b>花卉市场门店中的自然人客户</b>					
朱丽	421.96	209.47	73.87	16.00	微信转账截屏
刘亚洲	303.69	111.49	29.50	38.76	微信截屏
王秋亚及其经营单位	144.61	195.73	91.94	-	
曹柱伟	9.84	90.01	80.73	30.70	银行回单
王安琪	80.81	67.18	9.52	21.83	微信转账截屏
胡学波	14.36	80.00	35.84	-	

客户名称	交易金额			验证的下游客户销售金额	客观证据
	2022年度	2021年度	2020年度		
黄建新及其经营单位	84.26	91.88	50.60	49.14	发货单及银行转账截图
杨来军	22.64	36.76	54.13	-	
金丽梅	37.07	37.68	31.06	-	
郑朝龙及其经营单位	101.80			39.81	支付宝流水录屏
乔卫	42.35	33.35	20.63	-	
赵峰		49.61	29.41	-	
<b>合计</b>	<b>1,263.38</b>	<b>1,003.16</b>	<b>507.21</b>	<b>196.23</b>	
<b>三年合计收入金额</b>	<b>2,773.76</b>				

(续上表)

客户名称	交易金额			验证的下游客户销售金额	客观证据
	2022年度	2021年度	2020年度		
其他类型客户中的自然人客户					
吴斌	74.22	21.65	42.55	133.70	微信转账截图及淘宝店铺后台数据
张瑞	22.56	34.02	48.23	-	
程祥华	34.11	12.85	35.05	-	
戴玲利	14.10	22.71	15.05	-	
<b>合计</b>	<b>145.00</b>	<b>91.22</b>	<b>140.87</b>	<b>133.70</b>	
<b>三年合计收入金额</b>	<b>377.10</b>				

### (3) 样本整体外直接销售类非法人客户情况分析

除样本整体外，直接销售类非法人客户数量较多、与发行人交易金额较小，具体情况如下：

单位：家、万元

收入分层	家数	2022年	2021年	2020年
50万元及以上	28	520.43	804.19	259.25
20万元-50万元	88	785.48	1,220.17	784.14
20万元及以下	809	949.61	1,004.26	900.12
<b>合计</b>	<b>925</b>	<b>2,255.53</b>	<b>3,028.62</b>	<b>1,943.50</b>

收入分层	家数	2022年	2021年	2020年
占直接销售类非法人客户销售收入比例		33.35%	43.05%	46.21%

注：收入分层根据客户与发行人 2020-2022 年三年交易额合计数进行分层；统计口径包含自然人及一人有限公司等非法人主体。

上述客户对应的回款情况如下：

单位：万元

客户类型	报告期内产生的应收账款余额	报告期内产生的应收账款余额期后回款	回款比例
直接销售类非法人客户	613.91	522.06	85.04%

注：上述统计期后回款截至 2023 年 6 月 30 日，按照先进先出法假设计算。

由上表可见，报告期内直接销售类非法人客户销售回款率较高。

五、说明针对非法人客户期末库存情况的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、取得的核查证据、核查结论，部分客户无法提供具体库存及相关单据情况下采取的替代核查方式及其有效性。

（一）说明针对非法人客户期末库存情况的具体核查方式、样本选取及抽样方法、核查比例、取得的核查证据、核查结论

### 1、具体核查方式

在核查过程中，中介机构通过电话访谈、实地访谈（实地查看）、分析年度内销售波动情况、获取客户期末库存情况说明、抽查部分客户核查其年末交易及向下游销售的实现情况等多种方式，验证发行人非法人客户期末库存情况。

#### （1）实地访谈、视频访谈及电话访谈情况

中介机构在对发行人非法人客户进行电话访谈时，均会询问其业务背景、采购周期、种植/销售周期、期末库存、向外销售的下游客户情况等内容以获取相关信息并综合判断非法人客户采购发行人产品后是否能够在较短时间内实现终端销售，验证其回复的期末无库存/库存较少的情况是否具有合理性。

除电话访谈，中介机构对部分非法人客户仍进行了实地访谈，除询问上述情况外，实地查看客户种植/经营情况、仓储情况。

#### （2）分析年度内销售波动情况

从发行人销售高峰期及产品生长特性角度，结合对报告期各期非法人客户月度销售收入的分析可知：种植自用类客户中，一方面大多不具备长期贮存的能力和需 求，另一方面，种子种球销售高峰期主要集中在各年 3-4 月以及 9-10 月，3-4 月销售 较为集中主要是由于部分种子类产品适宜在春季种植，9-10 月则是大部分种球产品的 种植高峰期，结合产品生长周期，在经过 2-3 个月的种植后，种球类产品生产成鲜切 花及盆花销售可适配各种节庆需求；直接销售类客户虽销售形式不同，直接销售类 客户采购发行人产品后转售给其下游客户，但由于产品的生物特性，终端客户采购 上述产品需在短时间内投入使用，因此直接销售类客户在采购发行人产品后通常周 转速度较快。结合前述销售季节及产品特性等原因，非法人客户采购发行人产品后 在客观条件上需要在短时间内进行种植或销售以保证产品性质以及适应市场需求， 因此，至每年末（12 月 31 日）通常不会有大量库存剩余。

### （3）获取客户签字/盖章的书面库存情况说明

除上述访谈中获取的口头确认及客户签字/盖章的书面访谈提纲中对期末库存情 况进行说明外，中介机构另外获取了部分客户签字/盖章的期末库存情况说明，确认 其在报告期内的交易情况及各期末剩余库存情况、期后销售时间等信息。

### （4）抽查部分客户核查其年末交易及向下游销售的实现情况

针对部分客户，中介机构抽查其期末销售情况，并追踪至下游客户对期末订单 的销售实现情况；对样本客户四季度销售情况进行统计，抽查其四季度单笔金额较 高的销售记录，追查至客户该笔采购的产品向外销售的实现情况，获取对应的发货 单据/物流单据/发票、回款单据等，确认其销售时间，辅助验证期末库存情况。

## 2、样本选取及抽样方法、核查比例

中介机构的具体样本选取及抽样方法详见本回复之“保荐机构及其他中介机构 核查意见/三/2.样本选取及抽样方法”。具体核查比例情况如下：

单位：万元

核查方式	2022年度	2021年度	2020年度
访谈	11,498.35	12,027.65	6,973.92
库存情况说明	4,077.38	3,485.59	1,869.92

核查方式	2022年度	2021年度	2020年度
穿透核查验证	6,695.90	4,622.97	2,849.89
<b>合计验证比例</b>	<b>66.71%</b>	<b>65.74%</b>	<b>62.45%</b>

注：合计验证比例系通过访谈获取客户对期末库存情况进行说明以及经客户确认的库存情况说明合计剔除重复项后的可确认金额，占整体境内非法人客户销售收入的比例。

由上表可知，通过访谈询问、获取客户盖章的情况说明等不同方式，中介机构报告期内验证的非法人客户占整体非法人客户的比例分别为 62.45%、65.74%、66.71%。

### 3、取得的核查证据

除上述分析性手段外，中介机构对非法人客户期末库存情况获取的证据主要有：电话访谈录音、经客户确认的实地访谈提纲、经客户确认的关于进销存及期末库存情况的说明、终端客户穿透核查资料。

### 4、核查结论

综上所述，发行人非法人客户各期末库存较少，符合实际经营情况。

#### （二）部分客户无法提供具体库存及相关单据情况下采取的替代核查方式及其有效性

由于非法人客户交易的特性，中介机构在核查过程中了解到部分客户不进行进销存管理，因此导致了部分单据情况无法获取的情况。该部分客户报告期内销售及回款情况如下：

单位：万元

会计期间	客户数量	销售金额	平均销售金额	占非法人客户销售比例	报告期内收入形成的应收账款余额	占非法人客户应收余额比例
2022年度	1,290	6,538.21	5.07	34.61%	319.05	6.55%
2021年度	1,390	6,349.87	4.57	33.88%	226.90	5.50%
2020年度	1,328	4,243.23	3.20	36.81%	308.87	6.82%

根据上表，该部分客户数量多较为分散，各期平均销售金额较低，且报告期内收入形成的应收账款余额占非法人客户应收余额比例较低。针对该类型客户，中介机构补充获取了客户对其各期交易的期末库存情况的盖章说明。另外，中介机构抽取了部分客户，核查其采购时间、采购金额，并结合其种植/销售所需时间，追查至

对应期限后该客户的销售情况，抽取期后交易单据及资金流水进行核查，未发现明显异常情况，整体流程及时间可确认。

**六、说明针对非法人客户终端销售客户及终端销售金额的穿透核查比例，样本选取及抽样方法，取得的核查证据。**

发行人存在种植自用类和直接销售类非法人客户，因此中介机构针对不同类型非法人客户采取了穿透核查方式，具体情况如下：

**（一）种植自用类非法客户终端销售客户及终端销售金额的穿透核查比例，样本选取及抽样方法，取得的核查证据**

### **1、穿透核查方式**

从公司与花卉种植户类型非法人客户合作模式看，其销售的产品并非发行人的产品，虹越花卉在销售产品的合同/订单中约定“供方保证销售产品的真实性、可靠性和数量准确，符合国际行业标准。如收货一周内不提出书面异议，视为产品合格，如开包时发现问题，请立即致电对口业务员或公司本部”“客户收货后在约定时间内未提出异议的，非因产品本身质量问题，供方不承担其他责任”，可见客户确认收货且产品无质量问题，虹越花卉产品销售义务已履行完毕，该类型非法人客户是否实现了销售不影响发行人业务收入的真实性，且由于报告期内存在疫情影响导致交通不畅的、花种植户自身种植水平、自然灾害等因素造成该类非法人客户无法实现自身销售或销售收入低于采购成本（对应发行人收入）的情况。针对上述情况，中介机构结合客户的下游客户不同（花卉集市销售、销售给批发商和终端消费者）采取了以下核查手段验证了非法人客户是否在报告期内持续存在自身销售的情况，以验证该类非法人客户是否真实存在并正常经营，结合种植自用类非法人客户种植面积、经营规模的核查情况，综合验证采购发行人产品是否出于自身业务需求，与业务规模是否匹配。具体核查方式如下：



下游客户	核查方式及获取的证据
花卉集市销售	1、获取报告期内支付花卉市场集市摊位费的付款记录 2、对于自然人客户核查其年度收入金额是否可以覆盖其向发行人采购的金额，并从中双向随机抽取收款记录（主要为快捷支付方式，如微信支付宝转账记录、微信聊天转账截图等），交易单据（通常不保留单据，若有则为多为手工记账本、纸质销售单据等），核查其收款性质、交易对手方、交易金额及交易内容等； 3、对企业客户获取其年度交易流水/纳税申报表（如有），确认其收入金额是否可以覆盖其向发行人采购的金额，并获取部分销售单据（如有）、物流单据，核查其收款性质、交易对手方、交易金额及交易内容等。
终端消费者为主、小规模批发商、终端消费者、小规模园林单位或工程单位	1、对于自然人客户，核查其提供的年度收入金额（微信年账单、支付宝年账单等）是否可以覆盖其向发行人采购的金额，并从中双向随机抽取收款记录（主要为快捷支付方式，如微信支付宝转账记录、微信聊天转账截图等），交易单据（如有），核查其收款性质、交易对手方、交易金额及交易内容等； 2、对企业客户，获取其年度交易流水/纳税申报表（如有），确认其收入金额是否可以覆盖其向发行人采购的金额，并获取部分销售单据（如有）、物流单据，核查其收款性质、交易对手方、交易金额及交易内容等； 3、中介机构抽取该类客户的下游客户进行实地访谈，了解其与发行人客户的交易情况，随机抽取并查验其与发行人客户的付款记录。

## 2、样本选取及抽样方法

中介机构的具体样本选取及抽样方法详见本回复之“保荐机构及其他中介机构核查意见/三/2.样本选取及抽样方法”。

## 3、终端销售客户及终端销售金额的穿透核查比例及取得证据

通过上述方式获取到的向外销售的相关资料信息，验证的发行人对种植销售类非法人客户销售金额分别 2,179.77 万元、3,213.21 万元、4,397.58 万元，占抽样的种植自用类客户收入比例分别为 56.41%、51.85%、60.95%。

**（二）直接销售类非法客户终端销售客户及终端销售金额的穿透核查比例，样本选取及抽样方法，取得的核查证据**

### 1、穿透核查方式及获取证据

直接销售客户的经营模式多样，主要可分为门店类、网店类及其他类型，该等客户向发行人采购产品种类多样，且采购比例相对较低，整体较为分散。该类客户的下游客户相对分散，且交易相对简单，故该类客户并未保存其下游客户的详细身份信息等信息。因此，中介机构针对上述非法人客户，采取以下方式核查其向外销售情况：

客户类型	经营方式	下游客户	核查方式及获取证据
线下花卉市场门店	主营花卉种子种球销售的门店；主营园林资材的门店；其他门店	小规模批发商、小规模市政园林工程客户、终端消费者	1、对于自然人客户，中介机构实地查看并现场获取了其微信、支付宝、银行账户等主要经营收款账户的年度交易金额截屏及聊天记录，核查其年度收入金额是否可以覆盖其向发行人采购的金额，并从中双向随机抽取收款记录，交易单据，核查其收款性质、交易对手方、交易金额及交易内容等；对于企业类客户获取其企业所得税年度纳税申报表，并根据其向发行人采购的比例进行简单估算，了解其年度销售规模与采购规模是否匹配，从中随机抽取收款记录，核查其收款性质、交易对手方、交易金额及交易内容等； 2、中介机构抽取该类客户的下游客户进行实地访谈，了解其与发行人客户的交易情况，随机抽取其与发行人客户的付款记录进行差异，与前述获取的发行人客户端的交易记录进行双向核对，确认其交易的真实性。
电商店主	主流电商平台店铺，采购发行人产品后直接进行线上销售	终端消费者	中介机构现场查看并获取了线上店铺的年度/月度销售明细，查询淘宝、抖音等第三方平台的公开销售规模数据，核查其线上销售金额是否能够覆盖其采购金额；中介机构实地查看并现场导出其与主要客户的微信/支付宝的聊天记录及收款记录，现场导出其微信/支付宝的年度收入账单，核查其回款金额是否能够覆盖其采购金额。
其他类型	在销售其他产品（如园林机械）、小型项目顺带使用产品	多种客户	此类客户基本为企业客户，中介机构获取其纳税申报表，获取相关项目合同，并查询其中标信息等方式验证。

## 2、样本选取及抽样方法

中介机构的具体样本选取及抽样方法详见本回复之“保荐机构及其他中介机构核查意见/三/2.样本选取及抽样方法”。

## 3、终端销售客户及终端销售金额的穿透核查比例

中介机构采取上述核查方式，2020年至2022年穿透核查比例情况如下：

单位：万元

非法人客户类型	客户类型	验证金额		
		2022年度	2021年度	2020年度
直接销售客户	线下花卉市场门店	1,893.78	1,224.47	462.80
	电商店主	211.39	98.64	90.03
	其他类型	193.15	86.65	117.28
直接销售客户穿透核查金额小计		2,298.32	1,409.76	670.11

非法人客户类型	客户类型	验证金额		
		2022年度	2021年度	2020年度
占抽样非法人客户收入比例		50.98%	35.19%	29.63%

综上所述，由于报告期内发行人非法人客户类型众多，且以种植自用类非法人客户为主，中介机构采购了不同的针对性措施，验证非法人客户终端销售实现情况，其中种植自用类客户穿透核查金额分别为 2,179.77 万元、3,213.21 万元、4,397.58 万元，占抽样的种植自用类客户收入比例分别为 56.41%、51.85%、60.95%，直接销售类客户穿透核查金额分别为 670.11 万元、1,409.76 万元、2,298.32 万元，占抽样的直接销售类客户收入比例分别为 29.63%、35.19%、50.98%，整体上发行人非法人客户终端销售实现情况较好，无重大异常情况。

七、结合前述各类核查手段及合计核查比例，对非法人客户是否实现终端销售发表明确意见。

### （一）发行人非法人客户销售具有合理性、真实性

#### 1、种植自用客户情况的真实性及核查手段

发行人销售的产品主要为花卉种子种球、容器苗木及盆器资材等，其中，花卉种子种球产品下游主要为为园林景观单位及鲜切花、盆花市场，因此发行人存在一定比例的花卉种植户类型的非法人客户。发行人非法人客户具有数量众多、地理位置跨度大、交易分散、销售方式多样等特点。

对种植自用类客户，中介机构通过不同方式验证其种植的真实性，其一，通过实地访谈现场查看客户的种植环境；其二，通过获取客户提供的土地租赁协议/承包流转协议/村集体登记证等不同形式的资料，确认其用于种植的土地面积情况；其三，通过获取部分地方政府、地方花卉行业协会等出具的证明材料，确认上述客户租赁的土地位置、面积及种植情况。综合上述不同手段验证非法人客户种植的真实性。在获取客户种植面积信息后，综合采购占比、地理位置、亩均产量及轮种次数等信息，对非法人客户采购发行人产品所需的种植面积进行测算，并与获取的实际面积进行对比，确认其种植面积足以覆盖其采购产品所需的种植面积。

#### 2、直接销售客户情况的真实性及核查手段

对直接销售客户，由于其交易规模、交易形式多种多样，既有自然人客户以个体户形式开展经营活动，也有以自然人独资公司等形式开展交易的客户。经营种类包括门店、网店、其他等形式。①门店客户主要集中在各地花卉市场中，以铺面或摊位的形式进行交易，中介机构对该类客户进行实地走访或视频访谈，获取其交易的销售记录（发货单/销售单/微信聊天记录等多种形式）、物流记录（自提无单据/货拉拉结算单据/快递结算单据等）、销售收款记录（微信转账记录/微信支付宝年账单/银行对账单等）；②网店类客户，包括各大主要电商平台上经营的网店，如淘宝店铺、抖音店铺、群接龙等形式，对该类客户，中介机构通过实地走访、视频访谈、实时查看线上店铺状态等方式核查其交易真实性，获取其店铺交易的年度/月度销售明细、部分后台销售数据（受到平台规则限制，仅能查看过去一定期间内的交易记录）、客户的微信/支付宝等聊天记录及收款记录、微信/支付宝年账单；③其他客户主要为部分小规模园林园艺工程客户及其他零散采购客户，中介机构对该类型客户进行实地或视频访谈，了解其交易背景情况，查询公开的招投标信息，核对其中标金额及工程情况，获取客户的资金流水（主要为微信/支付宝年账单），确认其交易流水与销售规模相匹配。

## （二）发行人非法人客户地区分布合理

发行人非法人客户分布主要集中在国内适宜花卉种植的地区及物流相对发达地区，如云南、广东、福建、山东、辽宁以及江浙沪地区。

其中，云南地区主要集中在昆明及其周边城市，云南地区气候优越，且拥有“中国乃至亚洲最大的鲜花交易市场”-斗南花卉市场，既适宜种植也便于销售，且公司在昆明地区设有异地仓库，为周边非法人客户提货提供了便利；广东地区非法人客户主要集中在广州市及其周边的佛山市，以种植百合鲜切花为主，距离广东岭南花卉市场较近，便于交易，且公司在广东地区设有异地仓库，便于客户提货；福建地区非法人客户主要集中在南平地区，南平市延平区被誉为“中国百合之乡”，是国内百合鲜切花的主要产区之一，当地大量农户种植百合鲜切花，公司在南平同样设有异地仓库，服务南平地区及福建省内非法人客户；山东地区非法人客户主要集中在山东省潍坊市青州市，青州是全国品种最丰富的盆花生产中心、交易规模最大的盆花交易中心，因此当地种植户较为集中，公司在青州地区设有异地仓库，服务

周边种植客户。

此外，辽宁凌源地区系东北重要的百合产区，发行人重要的非法人客户辛秋菊即在辽宁凌源，因此凌源地区非法人客户交易金额较高。

江浙沪地区以种植百合、郁金香等鲜切花和盆花为主，由发行人总部仓库供应货物，依托发达的物流系统，江浙沪及周边地区同样集中了大量的非法人客户进行鲜切花种植经营。

直接销售类客户主要集中在花木市场或开始网点较多地区，分布具有合理性。

综上所述，发行人非法人客户地区分布合理，虽地理位置跨度较大，但均集中在各个优质产区及经济发达地区，交易便利。

### （三）发行人与非法人客户的交易稳定，报告期内回款状况良好

#### 1、发行人非法人客户合作稳定

发行人自 2000 年成立起已深耕花卉行业 20 余年，根据《虹越花卉及开源证券关于第二轮问询的回复》之“问题 5/三/（一）/3、各期新增及退出数量”中对各期新增退出客户的统计及分析，发行人客户结构相对稳定，与大部分客户均维持了良好的合作关系，通过访谈及询问、查询公司历史交易情况可知，发行人非法人客户的合作年限情况如下：

单位：万元

客户情况	2022年度		2021年度		2020年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
2019年及以前合作客户	12,406.28	64.83%	13,060.71	67.41%	8,889.49	74.75%
2020年起合作客户	2,088.36	10.91%	2,681.83	13.84%	3,002.61	25.25%
2021年起合作客户	1,411.61	7.38%	3,633.67	18.75%	-	-
2022年起合作客户	3,230.79	16.88%	-	-	-	-
合计	<b>19,137.04</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,376.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,892.09</b>	<b>100.00%</b>

注：上表统计口径为：2020-2022 年三年合计交易金额 50 万元以上客户，均系通过访谈及询问确认具体交易年限；2020-2022 年三年合计交易金额 50 万以下的客户，通过其历史交易数据确认合作年限。

由上表可见，发行人与非法人客户合作年限结构中常年合作客户占比较高，发

行人与非法人客户合作较为稳定。

## 2、报告期内非法人回款状况良好

根据《虹越花卉及开源证券关于第三轮问询的回复》之“问题 1/三/（一）/1”中对非法人客户截至 2023 年 6 月 30 日的应收账款回款情况统计，非法人客户各期应收账款扣除坏账准备后的回款覆盖率分别为 78.87%、78.52%、75.13%。从发行人非法人客户回款状况可见，报告期内公司多数非法人客户与公司保持了稳定合作关系，经营状况良好，能够通过销售产品进行持续经营。

### （四）综合前述各类核查手段，对非法人客户终端销售情况核查汇总

2020 年至 2022 年针对种植自用类非法人客户采购的终端销售核查方式验证情况如下：

单位：万元

核查方式	验证金额		
	2022年度	2021年度	2020年度
种植规模与采购量匹配性核查验证金额	7,159.32	6,173.22	3,735.88
非法人客户正常经营销售真实性验证金额	4,397.58	3,213.21	2,179.77
<b>验证金额小计</b>	<b>7,215.06</b>	<b>6,192.21</b>	<b>3,800.05</b>
占抽样种植自用类非法人客户收入比例	<b>100.00%</b>	<b>99.61%</b>	<b>98.34%</b>
占非法人客户收入比例	<b>37.70%</b>	<b>32.09%</b>	<b>31.95%</b>

2020 年至 2022 年针对直接销售类非法人客户采购的终端销售核查方式验证情况如下：

单位：万元

核查方式	验证金额		
	2022年度	2021年度	2020年度
销售回款与采购匹配性核查验证金额	4,132.09	3,505.60	1,950.87
终端穿透销售核查验证金额	2,298.32	1,409.76	670.11
<b>验证金额小计</b>	<b>4,151.11</b>	<b>3,536.94</b>	<b>1,972.64</b>
占抽样直接销售类非法人客户收入比例	<b>92.08%</b>	<b>88.29%</b>	<b>87.21%</b>
占非法人客户收入比例	<b>21.69%</b>	<b>18.39%</b>	<b>16.59%</b>

综合对上述非法人客户终端销售验证情况如下：

单位：万元

核查方式	验证金额		
	2022年度	2021年度	2020年度
种植自用类非法人客户验证金额	7,215.06	6,192.21	3,800.05
直接销售类非法人客户验证金额	4,151.11	3,536.94	1,972.64
<b>验证金额总计</b>	<b>11,366.17</b>	<b>9,710.16</b>	<b>5,772.69</b>
占抽样非法人客户整体收入比例	<b>96.95%</b>	<b>95.17%</b>	<b>94.23%</b>
占非法人客户收入比例	<b>59.39%</b>	<b>50.48%</b>	<b>48.54%</b>

除上述程序外，中介机构对非法人客户执行了走访、函证、细节测试、期后回款测试等核查程序，另外中介机构获取了 253 家客户的地方政府及协会证明，验证非法人客户的客户背景，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	核查金额	占非法人客户收入比例	核查金额	占非法人客户收入比例	核查金额	占非法人客户收入比例
走访	10,774.74	56.30%	11,907.25	61.90%	6,882.54	57.87%
函证	11,151.21	58.27%	10,181.79	52.93%	6,142.80	51.65%
细节测试	14,183.86	74.12%	13,108.45	68.14%	7,876.63	66.23%
获取地方政府及协会证明	3,057.98	15.98%	3,400.96	17.68%	2,218.04	18.65%
<b>核查金额合计</b>	<b>16,550.36</b>	<b>86.48%</b>	<b>15,817.53</b>	<b>82.23%</b>	<b>9,671.33</b>	<b>81.33%</b>

注：上述数据统计截至本回复出具日。

此外，中介机构核查了发行人年度薪酬超过 30 万元的销售人员个人常用银行账户流水，未发现与发行人非法人客户之间存在异常资金往来。

综上所述，中介机构采取多层手段验证了非法人客户销售的真实性、合理性，首先，中介机构通过实地访谈、函证、细节测试、自地方行业协会/地方政府了解非法人客户背景并获取证明等多种手段，验证了非法人客户及其从事花卉种植、花卉销售等业务的真实性，并通过地区分布、期后回款、核查销售人员流水等手段分析验证了不存在异常情况；其次，针对不同类型的非法人客户，采取不同的进一步核查手段，针对种植自用类非法人客户，由于其最终对外销售的产品形态已发生改变，并非发行人产品，中介机构采取分析种植面积与业务规模的匹配性、核查期末库存情况、核查客户在报告期内销售实现情况、访谈客户的下游客户等手段验证了客户

采购均出于自身业务需求，与自身业务规模匹配，针对直接销售类客户，通过分析其销售回款与其对发行人采购额的匹配性、核查期末库存情况、进行终端销售穿透核查、访谈客户的下游客户等手段验证客户实现了终端销售。通过上述核查，中介机构认为，非法人客户已实现终端销售。



## 问题 2.预付购房款是否涉及资金体外循环

根据问询回复，（1）赛石集团收取 2,000 万元购房款后，主要用于协定存款的划转 876.38 万元，以及转给赛石集团实控人郭柏峰 1,100.00 万元后，向昌邑市花木场购买苗木产品用于生产经营。（2）保荐机构赴赛石集团实地查看了 1 个郭柏峰个人账户及 1 个赛石集团银行账户中涉及该等购房款项的相关银行流水。（3）报告期内，赛石集团及发行人均与昌邑花木场及其关联方存在业务往来，且金额较大。（4）保荐机构仅获取赛石集团出具的《关于赛石集团与虹越花卉共同客户或供应商排查情况说明》，就认为除昌邑市花木场（昌邑远华）外，发行人交易金额超过 100 万元的客户（剔除线上销售）、供应商，与郭柏峰及其关联方、赛石集团及其关联方的客户、供应商不存在重叠。

请发行人：说明自首次合作以来发行人与昌邑花木场及其关联方的各期购销金额、购销明细及其变动原因、定价依据及其公允性等，大额购销的业务背景及涉及项目的具体情况，同期赛石集团与昌邑花木场及其关联方的购销情况、交易真实性及公允性，是否存在关联方通过重叠客户或供应商配合发行人调节经营业绩、进行利益输送的情形。

请保荐机构：（1）说明针对郭柏峰及赛石集团的资金流水进行核查的方式、范围、取得的证据，仅实地查看个别账户中涉及购房款项相关银行流水的情况下如何进一步验证用于协定存款的资金最终去向，相关款项是否流向发行人客户或供应商，是否涉及资金体外循环情形。（2）说明针对昌邑市花木场及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系的具体核查方式、取得的核查证据及核查结论，结合具体核查情况，说明昌邑市花木场收到苗木采购款后的资金去向，是否流向其实际控制人，是否流向发行人客户或供应商。（3）说明针对赛石集团（郭柏峰）及其关联方和发行人及其关联方是否存在重叠客户、供应商的具体核查方式、核查范围、核查比例、取得的核查证据，现有核查范围及核查比例能否支持核查结论。（4）说明针对发行人、赛石集团、昌邑花木场三方交易真实性、公允性的具体核查情况，并对是否存在利益输送、资金体外循环情形发表明确意见。

**【回复】**

一、说明自首次合作以来发行人与昌邑花木场及其关联方的各期购销金额、购销明细及其变动原因、定价依据及其公允性等，大额购销的业务背景及涉及项目的具体情况，同期赛石集团与昌邑花木场及其关联方的购销情况、交易真实性及公允性，是否存在关联方通过重叠客户或供应商配合发行人调节经营业绩、进行利益输送的情形

(一) 说明自首次合作以来发行人与昌邑花木场及其关联方的各期购销金额、购销明细及其变动原因、定价依据及其公允性等，大额购销的业务背景及涉及项目的具体情况

发行人与昌邑花木场及其关联方首次业务合作开始于 2018 年，各期购销金额、购销明细如下：

单位：万元

项目	交易内容	交易金额				
		2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
发行人采购商品或服务	造型苗木	11.58	126.00	194.03	8.92	0.48
发行人采购金额小计		<b>11.58</b>	<b>126.00</b>	<b>194.03</b>	<b>8.92</b>	<b>0.48</b>
发行人销售商品或服务	容器苗木		54.80	777.43	1.30	
	球块茎	1.63	3.94	8.69		
	园艺资材		100.18	28.65	6.56	0.17
	展会服务			18.87		
发行人销售金额小计		<b>1.63</b>	<b>158.91</b>	<b>833.63</b>	<b>7.86</b>	<b>0.17</b>

根据上表，合作期内发行人向昌邑市花木场及其关联方采购内容主要为各类造型苗木。其中 2020 年采购金额较大，系发行人原控股子公司浙江融合承接的南京上秦淮文化旅游 PPP 项目营造景观工程对造型苗木存在需求，采购内容主要为垂柳、桂花、樱花等苗木，交易价格遵循市场行情。2021-2022 年发行人采购量较大的为紫藤造型苗，具体交易情况如下：

会计期间	交易内容	具体产品	采购金额 (万元)	采购均价 (元/pcs)	市场销售价格 (元/pcs)
2020年	南京上秦淮文化旅游PPP项目	垂柳	76.44	2,548.00	注
		桂花	17.02	2,002.00	
		樱花	14.92	728.00	

会计期间	交易内容	具体产品	采购金额 (万元)	采购均价 (元/pcs)	市场销售价格 (元/pcs)
		碧桃	14.51	1,319.50	
		杜英	4.73	1,820.00	
		草坪	23.42	27.30	
		紫薇	10.37	1,092.00	950.00
		水杉	17.16	746.20	800.00
2021年	容器苗木	紫藤苗H700	70.95	1,512.85	1,500.00
		紫藤苗H400	37.39	459.96	500.00
2022年		紫藤盆栽	7.63	870.00	850.00

注：该部分产品昌邑市花木场非自产产品，为外购后转售，缺乏第三方销售价格

根据上表，除部分外购转售产品缺乏第三方销售价格外，发行人向昌邑市花木场及其关联方采购的其他产品价格与其市场销售价格没有明显差异，交易价格具有公允性。

合作期内发行人向昌邑市花木场及其关联方销售的产品或服务，主要为容器苗木、园艺资材、少量球块茎及展会服务。2020年10月27日，济南市槐荫区农业农村局与昌邑市花木场关联方济南远华园艺有限公司签订政府采购协议（合同金额1,500万），槐荫区政府拟对济南西客站大道景观进行提升，委托济南远华在迎宾大道两侧设置欧洲月季护栏，作为区政府建党100周年献礼工程配套项目，由于发行人在月季种苗方面具有渠道和养护技术优势，济南远华于2020年12月向发行人采购了770.00万元月季种苗，因此2020年发行人销售金额增长较大，相关交易价格为市场化定价；2021年昌邑花木场向发行人采购了月季、南天竹等苗木，以及博优地布、吹塑加仑盆等园艺资材，主要用于苗圃的日常生产经营，相关交易价格为市场化定价。上述销售具体情况如下：

会计期间	销售内容	具体产品	销售收入 (万元)	销售均价 (元/pcs)	第三方销售均价 (元/pcs) [注]
2020年	容器苗木	月季	722.58	109.36	112.04
		月季深圳红	47.43	35.00	39.49
	盆器资材	博优地布	11.78	1,731.86	1,660.96
2021年	容器苗木	月季（随机颜色）	24.30	25.62	28.15
		南天竹	10.53	319.00	327.00
	盆器资材	博优地布	26.98	1,686.28	1,635.84

会计期间	销售内容	具体产品	销售收入 (万元)	销售均价 (元/pcs)	第三方销售均价 (元/pcs) [注]
		吹塑加仑盆	18.60	4.53	4.60
		环球霍伦长条盆	8.67	15.49	16.94

注：该价格为其他非关联客户（剔除线上销售）同品种或相近品种产品销售均价

根据上表，2021 年销售的月季种苗为随机颜色，非特定品种，因此价格较低。整体来看，发行人向昌邑市花木场及其关联方销售的产品价格与其他非关联方的销售均价没有明显差异，交易价格具有公允性。

## （二）同期赛石集团与昌邑花木场及其关联方的购销情况、交易真实性及公允性，是否存在关联方通过重叠客户或供应商配合发行人调节经营业绩、进行利益输送的情形

2020 年 6 月，赛石集团子公司济南赛石承接“花朝园田园综合体项目”，因花卉苗木专类园景观营造工程产生苗木采购需求，赛石集团向昌邑市花木场及其关联方采购的造型苗木包括小叶女贞、对节白蜡、月季等品种，并委托其提供苗圃建设、养护设备安装及养护管理服务。保荐机构现场查看了昌邑市花木场及其关联方同期的账务，并获取相关销售发票，确认前述花朝园田园综合体相关交易为赛石集团与昌邑花木场及其关联方同期发生的主要购销业务。

“花朝园田园综合体项目”由济南高新区管委会给予扶持资金，业务具有真实性。截至本回复出具日，昌邑市花木场承建的花卉苗木专类园作为田园综合体项目一期的组成部分，已通过山东普道建设项目管理有限公司（政府委托的第三方审核机构）的产值审核。

综上所述，发行人与昌邑市花木场的产品购销业务，以及赛石集团与昌邑市花木场之间的苗木购销业务均具有真实的商业背景，业务相互独立，且 2018 年以来，发行人与赛石集团、发行人与昌邑市花木场及其关联方各期交易金额占营业收入和营业成本比例较低，不存在赛石集团通过昌邑花木场及其关联方配合发行人调节经营业绩、进行利益输送的情形。

## 二、说明针对郭柏峰及赛石集团的资金流水进行核查的方式、范围、取得的证据，仅实地查看个别账户中涉及购房款项相关银行流水的情况下如何进一步验证用

于协定存款的资金最终去向，相关款项是否流向发行人客户或供应商，是否涉及资金体外循环情形

(一) 说明针对郭柏峰及赛石集团的资金流水进行核查的方式、范围、取得的证据

### 1、资金流水核查的范围及核查账户数量

核查对象	核查范围	核查账户数量
郭柏峰	报告期内其个人名下使用频繁、存在大额流水收支的银行账户	16
郭柏峰直接或间接控制（持股超过50%）的法人企业共计48家	基本户、主要经营账户、存在大额流水收支的银行账户	60

### 2、资金流水取得方式及完整性核查

#### (1) 郭柏峰

保荐机构人员前往赛石集团对郭柏峰进行实地拜访，现场获取其个人网银流水并进行录屏，相应流水直接发送至保荐机构设置的邮箱，并前往开户银行跟打获取纸质流水。保荐机构检查了所获取银行账户期初期末余额的连续性，并对郭柏峰名下已获取银行账户的互转记录进行了交叉核对，复核流水获取的完整性。

#### (2) 郭柏峰直接或间接控制的法人企业

保荐机构实地走访了相关企业，现场获取电子网银流水并进行录屏，相应流水直接发送至保荐机构设置的邮箱，并前往开户银行拉取纸质流水及银行开立账户清单。保荐机构将开户清单列示账号与获取流水进行比对，检查了银行账户期初期末余额的连续性，并对同一公司名下银行互转情况进行交叉核对，复核流水获取的完整性。

### 3、资金流水重要性核查标准

对于郭柏峰及其直接或间接控制子公司，综合考虑评估其所处经营环境、行业类型、业务规模、规范运作水平等因素，设定资金流水核查的重要性水平为单笔 50 万元。

#### 4、资金流水获取障碍及替代措施

经保荐机构与郭柏峰沟通协商，郭柏峰同意提供其个人近年来主要使用的银行账户流水，保荐机构通过已获取银行流水互转记录的交叉核对，确认报告期内无其他往来频繁或存在大额收支的银行账户，此外保荐机构还获取了郭柏峰关于不存在其他未提供的频繁使用或大额收支银行账户的承诺。

郭柏峰名下控制的部分法人企业未取得银行流水，主要原因有：

(1) 报告期内无实际经营业务，或公司注册后未开展业务而未开立银行账户，涉及法人企业 7 家，具体如下：

序号	公司名称	未取得流水原因
1	昌邑北方花木城市管理有限公司	报告期内无实质经营
2	冠县赛石地产有限公司	报告期内无实质经营
3	昌邑赛石置业有限公司	报告期内无实质经营
4	济南赛石农业有限公司	未开立银行账户
5	济南润石建设有限公司	未开立银行账户
6	济南润石农业有限公司	未开立银行账户
7	济南新石园艺有限公司	未开立银行账户

(2) 郭柏峰及赛石集团仅作为投资者持有对方股权，并不能实际控制对方单位的日常经营活动，对方以商业机密为由拒绝提供银行流水，涉及法人企业 16 家，具体如下：

序号	公司名称	郭柏峰及赛石集团直接或间接持股比例
1	杭州花自在文化发展有限公司	51%
2	德宏华江投资发展有限公司	50%
3	德宏华江城市建设有限公司	50%
4	德宏欣荣商贸有限公司	50%
5	德宏欣荣装饰工程有限公司	50%
6	德宏华江房地产开发有限公司	50%
7	德宏华江建材有限公司	50%
8	德宏华江旅游综合开发有限公司	50%
9	德宏华江现代农业科技有限公司	50%

序号	公司名称	郭柏峰及赛石集团直接或间接持股比例
10	上海诏云企业管理咨询有限公司	50%
11	内江华江房地产开发有限公司	35%
12	德宏华江置业有限公司	100%
13	德宏华泽房地产开发有限公司	65%
14	德宏欣盛商贸有限公司	50%
15	德宏乐家房地产中介有限公司	50%
16	德宏华江物业有限公司	50%

针对以上无法获取银行流水的法人主体，保荐机构执行了以下替代程序：

(1) 获取公司报告期内纳税申报记录、发票申领记录，验证其实际经营情况；

(2) 根据已获取的银行流水，核查与上述未获取银行流水法人主体之间的往来情况，经比对，报告期内郭柏峰、赛石集团与前述 7 家无实际经营业务、或公司注册后未开展业务而未开立银行账户的法人企业之间未发生资金往来；与前述拒绝提供银行流水的法人企业中的 4 家存在资金往来，主要为货款、资金拆借及股权收购款，不存在其他异常资金往来；

(3) 对发行人及其实际控制人、董监高、关键岗位人员的银行流水进行梳理比对，经核查报告期内与上述未获取银行流水的法人企业之间不存在资金往来。

## 5、核查程序及结论

结合获取的资金流水，保荐机构对以下事项进行了核查：

(1) 对报告期内各银行账户流水超过重要性标准的收支及异常收支进行核查，关注是否与发行人及其实际控制人、持有发行人 5%股份以上重要股东、董事、监事、高级管理人员及其他重要岗位人员之间是否存在异常资金往来，是否存在体外资金循环的情形；

(2) 将银行流水中往来的对手方与发行人客户、供应商的名单进行比对，对同名情况进行确认，确系上述主体存在往来的，确认流水背景，核查是否存在异常情形。

结合以上核查程序，保荐机构认为报告期内郭柏峰、赛石集团及其实际控制的企业，与发行人及其实际控制人、持有发行人 5%股份以上重要股东、董事、监事、高级管理人员及其他重要岗位人员之间不存在异常资金往来，也不存在通过共同的客户和供应商进行体外资金循环、虚构交易的情形。

## （二）用于协定存款的资金最终去向，相关款项是否流向发行人客户或供应商，是否涉及资金体外循环情形

结合赛石集团银行流水核查情况，协定存款资金后续流转情况如下：

单位：万元

日期	对方单位名称	转账金额	款项性质	是否为发行人客户或供应商	是否涉及资金体外循环
2019/12/30	杭州赛石园林集团有限公司	680.00	收购股权款	是	否
2020/01/03	赵思琪	200.00	项目投资款	否	否
合计	-	<b>880.00</b>	-	-	-

根据上表，杭州赛石园林报告期内为发行人客户，但赛石集团转账资金系用于支付股权转让款而发生。根据上市公司美晨生态 2019 年 6 月 26 日和 7 月 25 日披露公告，美晨生态第四届董事会第十次会议及 2019 年第二次临时股东大会通过决议，其全资子公司杭州赛石园林将其持有的德宏华江投资发展有限公司 40% 股权及权益转让给赛石集团，转让价款为 2.26 亿元，股权转让于 2019 年 9 月完成工商登记。报告期内，赛石集团通过分批转账方式陆续向杭州赛石园林支付股权转让款，根据赛石集团流水核查情况，截至 2023 年 6 月 30 日，赛石集团已累计支付股权转让款 1.76 亿元。

赵思琪女士为浙江省山东商会副会长，系郭柏峰商业合作伙伴，与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他关键岗位人员不存在关联关系。2020 年 1 月 3 日，赛石集团将该款项转给赵思琪后，用于山东省单县某地产项目投资，随着项目推进，2022 年 4 月郭柏峰与赵思琪共同出资设立山东启晖房地产综合开发有限公司，赛石集团持股 40%。

综上所述，该笔协定存款后续用于股权收购、项目投资等经营业务，并未流向发行人实际控制人和其他相关方，不存在通过虚构交易形成体外资金循环的情形。



赛石集团占用发行人预付购房款 2,000 万资金约一年半时间，客观上对发行人利益造成一定损失。为此，发行人及时对公司内部合同及用印管理不规范进行自查梳理，制定了《印章使用管理制度》《合同管理制度》以加强印章使用及合同管理规范，并制定了《防范关联方资金占用管理制度》，防范和杜绝控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用行为的发生。同时，发行人实际控制人作出如下承诺：“本人及本人控制的其他企业将严格遵守《虹越花卉股份有限公司章程》及虹越花卉其他制度的有关规定，不通过借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用虹越花卉及其下属子公司虹越花卉资金，确保不损害虹越花卉及其他股东的利益。对于关联方赛石集团占用公司 2,000 万资金产生的资金占用费，本人愿意按照同期企业银行贷款利率计算对公司进行补偿。”

**三、说明针对昌邑市花木场及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系的具体核查方式、取得的核查证据及核查结论，结合具体核查情况，说明昌邑市花木场收到苗木采购款后的资金去向，是否流向其实际控制人，是否流向发行人客户或供应商**

**（一）说明针对昌邑市花木场及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系的具体核查方式、取得的核查证据及核查结论**

**1、具体核查方式、取得的核查证据**

（1）通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等渠道查询昌邑市花木场及其关联方的工商信息资料，了解其历史沿革，核查其法定代表人、股东、董事、监事和高级管理人员，与发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员的调查表、发行人员工名册进行比对，核查是否存在关联关系；

（2）对昌邑市花木场进行走访，了解其生产经营情况、合作历史、结算模式、定价机制等，了解其注册地址、电话、邮箱、股东、主要人员等基本情况，核查与发行人实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系，并取得访谈记录、关联关系等事项的声明与承诺；

（3）取得报告期内发行人及其实际控制人、董监高、关键岗位人员等的银行账户流水，查阅发行人与上述主体相关交易合同、发票等原始单据，并对交易价格进

行分析，关注是否存在未识别关联交易迹象和不正当利益输送，判断是否存在关联关系；

(4) 取得昌邑花木场及其关联方的基本户、主要经营账户的银行流水，经核查与发行人及其实际控制人、董监高、关键岗位人员之间不存在异常资金往来。按照 50 万元的重要性水平筛选大额流水收支，并将银行流水中往来的对手方与发行人客户、供应商的名单（年交易额超过 50 万元）进行匹配，对同名情况进行确认，确系上述主体存在往来的，确认流水背景，核查是否存在异常情形。具体情况已申请豁免披露。

报告期内，虹越花卉与上述重叠供应商、客户交易情况如下：

单位：万元

交易方身份	单位名称	交易内容	交易金额		
			2022年度	2021年度	2020年度
发行人供应商	邯郸市七彩园林绿化工程有限公司	容器苗木	-	51.20	39.04
发行人客户	杭州赛石园林	盆器资材、花卉种子种苗、工程服务	21.08	76.06	985.60
	赛石集团	盆器资材、花卉种子种苗、工程服务	290.24	1,411.77	15.48
	海宁春泥花植园艺有限公司	球块茎、容器苗木	299.57	259.04	168.48
	江苏聚丰园林机械有限公司	草种	19.21	412.04	115.56
	无锡鼎华园林工程有限公司	容器苗木、盆器资材	11.13	22.69	56.85

对上述重叠客户、供应商交易情况具体分析如下：

①发行人与上市公司美晨生态子公司杭州赛石园林、赛石集团的交易

报告期内，发行人与上市公司美晨生态子公司杭州赛石园林、赛石集团的交易情况已在首轮问询之“问题 5/二/（一）”回复如下：

“（1）杭州赛石园林

报告期内，公司向杭州赛石园林销售的主要产品或服务如下：

会计期间	交易内容	具体产品或服务	销售收入（万元）	销售数量	销售单价（元/pcs）	非关联方平均售价（元/pcs）	销售毛利率	非关联方销售毛利率
------	------	---------	----------	------	-------------	-----------------	-------	-----------

2020年度	泉城中华饮食文化小镇田园综合体八卦花田区块花卉种苗销售	黑麦草	40.87	1.681万公斤	24.32	22.50	-	-
		郁金香	57.57	51.86万个	1.11	1.17	-	-
		种苗苗木	558.47	-	-	-	-47.86%	44.68%
-	-	小计	656.91	-	-	-	-	
2021年度	球块茎	郁金香	7.21	5.4万个	1.34	1.16	-	-
-	-	小计	7.21	-	-	-	-	-
2022年度	容器苗木	杜鹃	5.85	0.065万株	90.00	85.01	-	-
		月季	2.90	0.0147万株	197.44	177.07	-	-
	球块茎	朱顶红	2.60	0.031万个	83.87	72.78	-	-
	介质肥药	进口肥料	1.83	0.004万包	458.72	448.18	-	-
	种子-草种	黑麦草	1.54	0.07万公斤	22.00	16.36	-	-
	-	-	小计	14.73	-	-	-	-
2020年度	其他业务-设计服务	阳泉生态新城AI智慧公园项目水治理方案设计服务	63.07	-	-	-	-45.38%	-
2021年度		虎丘水治理项目设计服务	21.76	-	-	-	-64.46%	-
2020年度		上秦淮文化旅游PPP项目	201.54	-	-	-	-	-
2021年度		水系、水环境工程规划及配套设计服务	11.02	-	-	-	66.66%	-
-	-	小计	297.39	-	-	-	-	-

注：种苗销售品种较多且分散，故选取销售毛利率与当期同类型非关联客户的销售毛利率进行比较

报告期内，公司向杭州赛石园林销售了较大金额的花卉种子种苗产品，并提供了技术咨询服务。

## (2) 赛石集团

报告期内，公司向赛石集团销售的主要产品或服务如下：

会计期间	交易内容	具体产品或服务	销售收入(万元)	销售数量	销售单价(元/pcs)	非关联方平均售价	销售毛利率	非关联方销售毛利
------	------	---------	----------	------	-------------	----------	-------	----------

						(元/pcs)		率
2020年度	球块茎	花葱	6.00	0.3万个	20.00	20.00	-	-
	介质肥药	泥炭	3.89	0.0022万包	1,769.91	1,816.77	-	-
	-	<b>小计</b>	<b>9.89</b>	-	-	-	-	-
2021年度	花展服务	深圳花展赛石企业园工程	69.20	-	-	-	18.68%	24.80%
2022年度		世界花园大会济南分会场设计施工项目	1,296.74	-	-	-	11.66%[注]	
-	-	<b>小计</b>	<b>1,537.09</b>	-	-	-	-	
2022年度	球块茎	荷兰朱顶红	41.33	1.0957万个	37.72	28.33	-	-
	盆器饰品	园艺盆器	26.02	6.1万个	4.27	4.42	-	-
	介质肥药	泥炭	11.84	0.0054万包	2,192.72	2,182.87	-	-
	盆器饰品	注塑盆	9.44	4.964万个	1.90	1.83	-	-
	介质肥药	进口肥料	3.52	0.008万包	440.37	448.18	-	-
	球块茎	郁金香	2.77	2.16万个	1.28	1.34	-	-
-	-	<b>小计</b>	<b>94.92</b>	-	-	-	-	-

注：该项目因实施过程中工程量多次发生变更，而合同未明确对相关变更事项的产出进行约定，2021年合同双方也未就相关变更事项编制经双方确认的通知单或联系单，公司出于谨慎性原则，按照已经发生的成本金额确认项目收入。公司于2022年12月收到工程尾款600万元，该项目整体实现毛利171.15万元。

报告期内发行人与赛石集团实际控制人郭柏峰建立了战略合作关系，为实现双方的优势互补，充分利用发行人在容器化花卉种植、花卉布展、花园中心建设运营领域的专业经验，以及杭州赛石园林、赛石集团在园林景观设计、施工及地产项目开发、建设的有利资源，发行人与杭州赛石园林、赛石集团产生了较多业务合作，相关交易定价依据市场售价协商后确定，除“世界花园大会济南分会场设计施工项目”因谨慎性考虑未确认毛利外，其他交易与非关联第三方销售价格或销售毛利率不存在重大差异。”

## ②发行人与海宁春泥花植园艺有限公司的交易情况

发行人与海宁春泥花植园艺有限公司的交易情况已在首轮问询之“问题6/三/（一）”回复如下：

### “（6）海宁春泥花植园艺有限公司

报告期内，公司向海宁春泥花植园艺有限公司销售主要内容按照产品分类，具体情况如下表所示：

2022年度		
产品二级分类	审定销售收入（万元）	占比
球块茎	258.60	86.32%
介质肥药	20.68	6.90%
容器苗木	16.82	5.61%
园艺器具及其他周边产品	3.21	1.07%
盆器	0.25	0.08%
草种	0.01	0.00%
<b>合计</b>	<b>299.57</b>	<b>100.00%</b>
2021年度		
产品二级分类	审定销售收入（万元）	占比
球块茎	204.46	78.93%
种苗苗木	31.12	12.01%
介质肥药	19.64	7.58%
园艺器具及其他周边产品	3.04	1.18%
盆器	0.78	0.30%
<b>合计</b>	<b>259.04</b>	<b>100.00%</b>
2020年度		
产品二级分类	审定销售收入（万元）	占比
球块茎	117.77	69.90%
种苗苗木	26.47	15.71%
介质肥药	20.58	12.22%
盆器	3.18	1.89%
园艺器具及其他周边产品	0.34	0.20%
花卉种子	0.15	0.08%
<b>合计</b>	<b>168.48</b>	<b>100.00%</b>

由上表可知，公司向海宁春泥花植园艺有限公司销售的主要产品所涉及板块众多，展开至产品三级分类明细可达 70 多种。

由于所涉及产品种类众多，取销售额占比超过 5%的明细种类进行单价对比分析，具体情况如下表所示：

单位：元/个、元/盆

2022年度				
产品二级分类	产品三级分类	占当期销售比例	海宁春泥平均单价	同类产品当期平均单价
球块茎	落新妇	30.47%	10.31	10.70
球块茎	朱顶红（非蜡封朱顶红）	21.38%	26.27	26.56
球块茎	郁金香	17.37%	1.20	1.17
球块茎	风信子	6.66%	1.10	1.09
2021年度				
产品二级分类	产品三级分类	占当期销售比例	海宁春泥平均单价	同类产品当期平均单价
介质肥料	维特泥炭（维特0-40泥炭（BigBale））	21.26%	2,123.89	2,175.05
球块茎	朱顶红（蜡封朱顶红）	5.63%	55.00	53.6
容器苗木	玉簪	5.63%	24.54	20.58
2020年度				
产品二级分类	产品三级分类	占当期销售比例	海宁春泥平均单价	同类产品当期平均单价
球块茎	朱顶红	22.59%	25.61	26.29
球块茎	郁金香	12.97%	1.00	1.19
介质肥料	维特泥炭（45092维特0-40泥炭、45926FT维特育苗（0-10）、维特育苗1号泥炭）	11.56%	519.36	544.98
球块茎	洋水仙	6.19%	2.75	2.72
容器苗木	玉簪	5.46%	23.23	23.03

由上表可知，发行人向海宁春泥花植园艺有限公司所销售的产品与向第三方销售同类产品的价格不存在重大差异，具有公允性。”

### ③发行人与江苏聚丰园林机械有限公司的交易情况

报告期内发行人向江苏聚丰园林机械有限公司销售的产品主要为草种，保荐机构对该客户进行了实地走访，了解公司与发行人的合作背景、交易情况、定价依据等，并核查了相关合同、订单、销售发票、发货单、签收单等凭证，确认发行人销

售业务的真实性。

除上述公司外，2020年至2022年邯郸市七彩园林绿化工程有限公司、无锡鼎华园林工程有限公司与发行人的交易金额较小，发行人与昌邑市花木场之间不存在通过重叠客户、供应商进行体外资金循环的情形。

## 2、核查结论

结合上述核查程序，保荐机构认为昌邑市花木场及其相关人员与发行人及其相关人员不存在关联关系。

### **（二）结合具体核查情况，说明昌邑市花木场收到苗木采购款后的资金去向，是否流向其实际控制人，是否流向发行人客户或供应商**

2019年12月27日，昌邑市花木场收到1,100万元苗木采购款后续资金流转具体情况已申请豁免披露。昌邑市花木场收到该款项后主要用于购买苗圃生产工具、耗材、支付运费、支付土地承包金等日常生产经营活动，不存在流向其实际控制人的情形，交易对象与发行人客户、供应商、客户不存在重叠，因此不存在流向发行人客户或供应商的情形。

### **四、说明针对赛石集团（郭柏峰）及其关联方和发行人及其关联方是否存在重叠客户、供应商的具体核查方式、核查范围、核查比例、取得的核查证据，现有核查范围及核查比例能否支持核查结论**

项目	具体内容
核查方式	1、获取郭柏峰及赛石集团电子版网银流水或陪同前往银行拉取纸质流水，对流水获取过程保持控制；2、将银行流水中往来的对手方与发行人客户、供应商（年交易额超过50万元）进行匹配，对同名情况进行确认，确系上述主体存在往来的，确认流水背景，核查是否存在异常情形
核查范围	1、郭柏峰个人名下使用频繁、存在大额流水收支的银行账户；2、赛石集团体系内公司的基本户、主要经营账户、存在大额流水收支的银行账户

项目	具体内容
核查比例	1、资金流水核查重要性水平设定为单笔50万元；2、对于交易对手方为重叠的客户、供应商，逐笔登记收付的金额、交易日期、交易对象、交易事项，并进行统计分析；3、不考虑无实际经营业务、未开立银行账户、拒绝提供银行流水的企业，赛石集团体系内已提供银行流水的法人企业为25家，根据银行开户清单列示的银行账户总计为76个，保荐机构获取银行账户60个，未获取的银行账户类型分别为久悬户3个、报告期内注销账户6个、非经营用或其他用途账户7个，相关账户使用频次、收支金额较低；4、根据“云闪付”APP查询情况，郭柏峰个人名下开立银行账户为17个，保荐机构已获取16个，未取得银行账户为工行电子虚拟账户，无大额流水收支
取得的证据	截至本回复出具之日，已获取：1、郭柏峰2020-2022年个人常用银行卡账户流水11份；2、赛石集团及其子公司2020-2022年主要经营账户银行流水60份

根据已获取的资金流水，报告期内赛石集团（郭柏峰）及其关联方除与除上市公司美晨生态下属公司杭州赛石园林、昌邑市花木场及其关联方存在往来之外，仅与虹越花卉客户无锡鼎华园林工程有限公司存在业务往来，相关核查范围及比例可支持该核查结论。

报告期内，发行人与昌邑花木场及其关联方的交易情况详见本回复之“问题2/一/（一）”相关说明，与美晨生态下属公司杭州赛石园林、无锡鼎华园林工程有限公司的交易情况详见本回复之“问题2/三”相关说明，相关交易具有真实合理的商业背景，交易价格公允，不存在通过赛石集团进行体外资金循环或代垫成本费用、虚增收入的情形。

报告期内，发行人与上述其他重叠供应商、客户之间均为正常经营业务关系，不存在大额异常资金往来，不存在通过赛石集团进行体外资金循环或代垫成本费用、虚增收入的情形。

**五、说明针对发行人、赛石集团、昌邑花木场三方交易真实性、公允性的具体核查情况，并对是否存在利益输送、资金体外循环情形发表明确意见**

针对发行人、赛石集团、昌邑市花木场三方交易，保荐机构执行了以下核查程序：

（一）对发行人管理层进行访谈，了解发行人与赛石集团、发行人与昌邑市花木场之间购销业务的交易背景、定价依据，对相关的交易合同、发票、发货单、签收单等凭证进行核查，判断相关交易的必要性、合理性、定价公允性；



(二) 获取报告期内发行人及其实际控制人、董监高、关键岗位人员、郭柏峰及赛石集团、昌邑市花木场及其关联方的银行流水，按照重要性水平对银行流水收支情况进行统计分析，核查是否存在相关方通过体外资金循环进行成本费用代垫、虚增收入的情形。

结合以上核查程序，保荐机构认为发行人与赛石集团、昌邑花木场之间的交易具有真实的商业背景，且交易价格具有公允性，不存在利益输送、资金体外循环的情形。

### **【保荐机构核查意见】**

#### **一、核查程序及核查过程**

1、对发行人管理层进行访谈，了解发行人与昌邑市花木场及其关联方的业务合作历史，并梳理自首次合作以来发行人与昌邑花木场及其关联方的交易情况，了解业务背景、变动原因、定价依据并分析交易公允性；

2、对昌邑市花木场及其关联方进行访谈，了解 2018 年以来与赛石集团之间的交易情况，获取相应的交易合同、发票、发货单、签收单等原始凭证，获取政府部门对济南赛石花朝园田园综合体项目的审计材料，判断交易的真实性和公允性；

3、获取郭柏峰报告期内其个人名下使用频繁、存在大额流水收支的银行账户，以及赛石集团报告期内基本户、主要经营账户、存在大额流水收支的银行账户，按照重要性水平对资金流水进行核查，确认发行人支付的购房款是否流向发行人客户或供应商，是否涉及资金体外循环情形；

4、通过网络查询、实地走访、银行流水核查等方式确认昌邑市花木场及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系。获取昌邑市花木场及其关联方的基本户、主要经营账户的银行流水，核查与发行人及其实际控制人、董监高、关键岗位人员之间是否存在异常资金往来，并昌邑市花木场收到苗木采购款后的资金去向；

5、对获取的郭柏峰、赛石集团银行账户流水进行核查，将银行流水中往来的对手方与发行人客户、供应商的名单进行匹配，对同名情况进行确认，确系上述主体存在往来的，确认相关流水背景，判断是否存在异常情形。

## 二、核查意见

1、报告期内，发行人与赛石集团、昌邑市花木场之间的交易均具有真实的商业背景，业务相互独立，且交易价格具有公允性，不存在赛石集团通过昌邑花木场及其关联方配合发行人调节经营业绩、进行利益输送的情形；

2、报告期内郭柏峰、赛石集团及其实际控制的企业，与发行人及其实际控制人、持有发行人 5%股份以上重要股东、董事、监事、高级管理人员及其他重要岗位人员之间不存在异常资金往来，也不存在通过共同的客户和供应商进行体外资金循环、虚构交易的情形。赛石集团协定存款后续用于股权收购、项目投资等经营业务，并未流向发行人实际控制人和其他相关方，不存在通过虚构交易形成体外资金循环的情形；

3、昌邑市花木场及其相关人员与发行人及其相关人员不存在关联关系，报告期内除正常业务往来外，不存在其他异常资金往来。昌邑市花木场收到该款项后主要用于购买苗圃生产工具、耗材、支付运费、支付土地承包金等日常生产经营活动，不存在流向其实际控制人的情形，也不存在流向发行人客户或供应商得情形；

4、发行人与赛石集团、昌邑花木场的交易具有真实性、公允性，不存在对发行人的利益输送、资金体外循环情形。

### 问题 3. 发行人创新特征披露的准确性

根据问询回复：（1）公司所掌握的在种球（球块茎）及种子预处理环节形成的技术属于核心技术，且为其自主取得；相关技术主要系发行人在行业成熟技术路线上进行积累、创新形成的，具有符合公司生产和技术特点的个性化特征，不属于行业通用技术，具有技术先进性和创新特征。（2）发行人建立推广新品种保护体系、利用信息化技术集成化管理供应商、利用 APP 和线上商城等方式拓展销售渠道等模式创新行为不是行业通用行为，具有竞争优势，相关信息技术均为发行人独立研发成果，相较于传统模式有优化效果体现。（3）公司持续多年在抖音、淘宝、天猫等主要花卉销售平台月度排行榜中位居前列。

请发行人：（1）说明种球储藏与植前预处理、花期调控技术是否为行业惯常做法，是否属于行业通用技术，如否，请说明发行人种子种球在发芽率、抗病率等方面优于国家或行业标准、同行业竞争对手的具体表现及对应客观证据。（2）说明发行人花卉品种推广、旺店通商品供应集成、线上线下融合销售体系等“模式创新”是否为当前线上线下销售竞争加剧的情况下，行业内企业必须采取的措施，是否技术门槛较低。（3）说明披露的平台销售排名是否准确，有无客观数据支持，是否存在夸大性表述。（4）结合实际情况完善招股说明书相关披露，删除夸大性表述，确保信息披露准确性。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

#### 【回复】

一、说明种球储藏与植前预处理、花期调控技术是否为行业惯常做法，是否属于行业通用技术，如否，请说明发行人种子种球在发芽率、抗病率等方面优于国家或行业标准、同行业竞争对手的具体表现及对应客观证据。

储存是种子种球产品栽培生产的必要环节，其中有诸多的操作规范，种球贮藏与定植前预处理是现代化种球花卉种植栽培必备的生产环节；花期调控技术，是指根据植物开花习性与生长发育规律，人为地改变观赏植物生长环境条件并采取某些特殊技术措施，使之提前或推迟开花的技术措施。在园林应用当中，花期调控的技

术一般包括调节温度、调节光照、施用生长调节物质以及运用繁殖栽培技术等一些方法，花期调控技术是行业惯常做法，并非任何花卉企业所独有，种球储藏与植前预处理技术亦同此理。

但每一种花卉植物的花期控制技术都不相同，而且采用控花技术时还受到技术开始使用时的时间、温度、湿度、地理环境、设备等多方面因素的影响。不同种类的花期调控技术和参数都各不相同，且因为气候不同导致的植物的生长速度和栽培条件都完全不同；同一时间的北京、长三角和南方用时的精确花期调整的技术不完全一样，参数也完全不同。在成熟的理论体系和技术路线的基础上，花卉企业通过不同的试种经验积累所形成的不同方式方法以及各自对行业通用技术进行自主改进改良，最终会体现为各自的核心技术。

虹越花卉成立至今累计为观赏植物行业成功引进并推广植物种类超过 2,000 种,细分品种超过 10,000 个，相应积累了这些品种的性状特征数据，公司通过大量的项目实践和多年积累花卉新优品种试验试种数据，已熟练掌握包括众多球根花卉（如百合、郁金香等）、宿根花卉（如德国鸢尾、芍药等）、一二年生草本花卉（如波斯菊、硫华菊、矮牵牛等）和木本花卉（如月季、绣球等）的综合花期调控技术。根据不同花卉品种特点、客户及市场需求、气候等条件，对于不同类型的种球，根据它们所处的不同发育阶段，采取不同温度进行贮藏，同时结合水分、光照、二氧化碳浓度调节，植物生长调节剂处理等不同手段来调节种球内在发育进程，保持产品品质，从而达到提高开花品质、调控花期等目的。尤其是引进并独家销售的品种如向日葵富阳、舞阳；三色堇自然；中花百日草丰盛红黄双色；西洋樱草妃纯；艾维森铁线莲许愿星、啤酒和金银丝；kebol 朱顶红；奥斯汀月季；桑蓓斯凤仙等，发行人也相应独家掌握了上述品种的花期调控技术。

另一方面，随着大量新品种数据及技术积累，公司能够实现多品种、多气候尤其是新品种花卉统一花期调控技术已经不属于广义上行业通用技术的范畴，与同行业公司相比也具有一定的独特性，尤其是种球类产品预生根技术水平能够保证高温高湿环境下培育效果及花期。各类种球花卉调控技术在公园景观打造上的应用示例包括：北京植物园、武汉植物园、杭州太子湾公园等地郁金香花海；大丰荷兰花海、成都漫花庄园、常州花谷奇缘等地，地区涉及中国南部地区反季节花海。粤港澳大

湾区·深圳花展、G20 杭州峰会、第十届中国花博会（上海）的新优品种园、国际大师园、2022 年《湿地公约》第十四届缔约方大会武汉湿地花园项目、杭州亚运村片区景观节点花卉布置、深圳花展项目等项目，涉及冬季、夏季、秋季等反季节、多气候、多地域大规模花期调控技术。

公司具备一定的技术先进性，参与了各项标准的制定，种子种球苗木栽培等领域的标准参与具体情况如下：

序号	标准名称	标准编号	标准类型	备注
1	花灌木育苗技术规程-地中海茛苳	DB33/T821.6-2011	浙江省地方标准	第二起草单位
2	郁金香露地应用栽培技术规程	DB3301/T1121—2023	浙江省杭州市地方标准	第二起草单位
3	境外商用林草引种规范	T/LYCY007-2019	团体标准	第二起草单位

为了充分披露发行人创新特征，针对“种球储藏与植前预处理、花期调控技术”的描述，发行人已在招股说明书之“第二节/九/（一）/1/（1）公司在推广花卉新品种中积累的技术创新性”中补充完善披露“花期调控技术”“绣球花序调蓝技术”“体系化的容器栽培技术”的创新性。

具体内容如下：

“

#### 1) 多品种、多气候花卉统一花期调控技术

根据植物开花习性与生长发育规律，人为地改变观赏植物生长环境条件并采取某些特殊技术措施，使之提前或推迟开花，这种技术措施，称之为花期调控技术。在园林应用当中，花期调控的技术一般包括调节温度、调节光照、施用生长调节物质以及运用繁殖栽培技术等方法，花期调控技术是行业惯常做法，并非任何花卉企业所独有。但每一种花卉植物的花期控制技术都不相同，而且采用控花技术时还受到技术开始使用时的时间、温度、湿度、地理环境、设备等多方面因素的影响。不同种类的花期调控技术和参数都各不相同，且因为气候不同导致的植物的生长速度和栽培条件都完全不同；同一时间的北京、长三角和南方地区的精确花期调整的技术不完全一样，参数也完全不同。在成熟的理论体系和技术路线的基础上，花卉企

业通过不同的试种经验积累所形成的不同方式方法以及各自对行业通用技术进行自主改进改良，最终形成了各自的核心技术。

虹越花卉成立至今累计为观赏植物行业成功引进并推广植物种类超过 2,000 种，细分品种超过 10,000 个，相应积累了这些品种的性状特征数据，公司通过大量的项目实践和多年积累花卉新优品种试验试种数据，已熟练掌握包括众多球根花卉（如百合、郁金香等）、宿根花卉（如德国鸢尾、芍药等）、一二年生草本花卉（如波斯菊、硫华菊、矮牵牛等）和木本花卉（如月季、绣球等）的综合花期调控技术。尤其是引进并独家销售的品种如向日葵富阳、舞阳；三色堇自然；中花百日草丰盛红黄双色；西洋樱草妃纯；艾维森铁线莲许愿星、啤酒和金银丝；kebol 朱顶红；奥斯汀月季；桑蓓斯凤仙等，发行人也相应独家掌握了上述品种的花期调控技术。

另一方面，随着大量新品种数据及技术积累，公司能够实现多品种、多气候尤其是新品种花卉统一花期调控技术已经不属于广义上行业通用技术的范畴，与同行业公司相比也具有一定的独特性，尤其是种球类产品预生根技术水平能够保证高温高湿环境下培育效果及花期。各类种球花卉调控技术在公园景观打造上的应用示例包括：北京植物园、武汉植物园、杭州太子湾公园等地郁金香花海；大丰荷兰花海、成都漫花庄园、常州花谷奇缘等地，地区涉及中国南部地区反季节花海。粤港澳大湾区·深圳花展、G20 杭州峰会、第十届中国花博会（上海）的新优品种园、国际大师园、2022 年《湿地公约》第十四届缔约方大会武汉湿地花园项目、杭州亚运村片区景观节点花卉布置、深圳花展项目等项目，涉及冬季、夏季、秋季等反季节、多气候、多地域大规模花期调控技术。

## 2) 绣球花序调蓝技术

自然条件下，绣球花序会自然变蓝这一特性深受花卉企业及消费者喜爱。为实现绣球栽培和花园应用的最佳效果，花序调蓝技术是生产中必不可少的一环。但在长期栽培过程中，会出现前期刚种下阶段是蓝色的，长时间栽培后就变成粉色的情况。虽然该现象的机理已被解析，简单可概括为介质的“酸蓝碱红”与须含有植物生长非必需的铝离子。但实际上，不论是苗圃生产环节还是花园栽培环节的调蓝应用过程中，把介质调酸到 PH 值 6 以下再施用硫酸铝进行调蓝的技术成功率非常不稳定，会产生非常多的中间过渡色，极大地影响了实际观赏应用与销售效果。因此，

根据生产端和消费端需求研发低成本、安全稳定的调蓝剂，完善绣球栽培与花园应用中的花序调蓝技术，对提高调蓝应用成功率、提升产品品质与满足客户需求具有重要意义。

发行人在国内进行了大量实验和实践，数据表明介质在 pH 值 5 以下，尤其是在 pH 值 4.8 上下为最佳，而非国外资料所说的酸度在 pH 值 6 以下。加上我国的土壤非常容易碱化，硫酸铝十分容易流失，存在无法稳定在土壤的问题。针对以上要点，公司以产业实际需求为导向，利用国外同行的技术与国外公司共同开发了缓释型硫酸铝调蓝剂（花彩师绣球调蓝剂）。该产品采用进口原料，专为可调蓝绣球植物研发，专业的包膜设计符合植物吸收规律，在适宜条件下释放期可达 90 天，安全有效。相较于传统调蓝剂（工业硫酸铝），缓释型硫酸铝调蓝剂（花彩师绣球调蓝剂）安全系数更高，操作方式简单有效，调蓝效果更好。

### 3) 体系化的容器栽培技术

容器栽培技术体系包括盆土肥、自主盆器的配套实验和生产，配土能力、进口肥的选择配套以及栽培技术和种苗的提供服务能力。国内大规模开展容器栽培的历史并不长，而真正意义上向发达国家学习模仿也是近 20 年才开始的。近十年来国内同行在发行人的带领下，从无到有并逐步大量新建或改建容器栽培苗圃，这也为发行人推广新品种种苗和容器栽培形成了更大更良好的市场和发展前景。因为市场的扩容，虽然有同行在某一两方面跟进竞争的，但是发行人在综合技术、相应基质土的生产，低成本改进能力、容器的不断迭代优化上仍保持领先水平。

”

并且在招股说明书之“第五节/一/（四）/6/（1）/1）/①公司在推广花卉新品种中积累的技术创新性”中补充披露上述内容。

二、说明发行人花卉品种推广、旺店通商品供应集成、线上线下融合销售体系等“模式创新”是否为当前线上线下销售竞争加剧的情况下，行业内企业必须采取的措施，是否技术门槛较低。

发行人“建立推广新品种保护体系”“利用信息化技术集成化管理供应商”“利

用 APP 和线上商城等方式拓展销售渠道”等模式创新行为，系顺应我国花卉业现代化发展趋势并结合自身经验所形成，不存在技术门槛较低的情形，具体情况如下：

序号	创新模式	是否为行业必须采取的措施	技术门槛
1	建立推广新品种保护体系	否。目前我国主流花卉品种的种子、种苗、种球依然依赖进口，花卉植物品种权保护体制机制尚不健全。根据国家林草局、农业农村部联合印发《全国花卉业发展规划（2022—2035年）》，全国花卉业发展战略包含“建立集花卉种质资源保护、种质创新、良种繁育、新品种推广、品种权保护于一体的现代花卉种业创新体系”，故积极引进国外新优奇特观赏植物品种与种质资源、大力推广自主知识产权品种是我国花卉业现代化发展的方向，但并非行业内企业必须采取的措施。	<p>公司除了在全国性展会（花卉博览会、深圳花展、世界花园大会）的现场营造主推品种的花园应用场景，为客户带来更为具象的了解与体验；并通过多平台在全国范围内举办专类植物比美大赛，搜集不同植物花园美图，同时通过多人大范围晒图活动吸引更多客户关注，通过培育新业态，打造新场景，探索新模式的方法，以崭新的方式融入广大人民群众的美好生活，拓展了人们的花卉产品消费领域。</p> <p>在这过程中，发行人独家创办了世界花园大会、植物新品种中国适应性评选（All China Selections，简称 ACS）。植物新品种中国适应性评选（All China Selections，简称 ACS）为虹越花卉于2011年独家创办，筛选出了仙客来“丁香之青”、矮牵牛“苏糖泡泡”、郁金香“梦想一家”、文心兰“梦香千姿白力士”、向日葵“无限阳光”、超级凤仙“桑蓓斯”、大花海棠“显赫”白色、铁线莲“啤酒”、安酷杜鹃“粉丝带”、美人蕉“卡诺娃”。</p> <p>2017年虹越花卉独家创办世界花园大会，采用“会+展+花园展”模式，汇集园艺全产业链，现在已经成为每年花卉园艺行业的知名会展之一，展会期间吸引的日流量达十几万人规模，使得公司所在地被评为国家3A旅游景区。</p>
2	利用信息技术集成化管理供应商	否。互联网时代的到来使得我国花卉行业发生了巨大的变化，目前行业鼓励企业“以大都市和大城市群为重点，利用大数据、物联网、人工智能等数字技术，在智慧城市、智慧交通、智慧社区等建设中融入花卉元素，提高花卉精准营销水平”，但并非行业内企业必须采取的措施。	<p>一般规模化的花卉苗木生产企业需要完善的采购和销售渠道，采购渠道的通畅与品质直接影响到企业花卉苗木产品的培育质量与未来销量，销售渠道的完善程度和覆盖范围直接影响到企业花卉苗木产品的销售速度与销售规模。成熟的采购和销售渠道也能够大幅度提高花卉苗木生产企业的资金周转率。建设并维护符合自身需求的采购和销售渠道需要前期投入大量资金且需要较为丰富的管理经验，新进企业很难短时间形成这种优势。</p> <p>发行人早期便积极引入高新技术团队，针对物流和信息化技术领域进行研</p>
3	利用APP和线上商城等方式拓展销售渠道		



		<p>发投入，从而实现多渠道业务融合，高效打通种植、生产、库存及销售等环节的数据链。虹越花卉数据信息团队是一支专门从事技术开发和应用的团队，其职责主要为运用信息技术解决方案，帮助公司提升效率、降低成本，实现数字化转型和业务创新。现行公司技术团队成员主要包括数据信息部技术主管、前端工程师、测试工程师、安卓工程师、UI设计师、PHP工程师等。拥有的知识体系涵盖了人工智能、自然语言处理、机器学习、软件工程等多个领域。截至本回复出具日，公司已取得的相关成就包括：（1）虹越花卉APP及微信小程序开发；（2）帆软+drois系统二次开发；（3）旺店通+金蝶云星空+虹越app系统二次开发等。</p>
--	--	--

为了充分披露发行人创新特征，针对“建立推广新品种保护体系”表述，发行人已在招股说明书之“第二节/九/（一）/2、模式创新”中补充完善披露发行人模式创新。

具体内容如下：

“

（1）公司的业务模式是研发与推广深度融合的过程，发行人具有商业和应用价值的新品种的持续不断筛选和推广技术体系具有创新性。

①发行人通过采取试验种植—品种筛选—配套技术研发—广泛应用推广的技术路径来筛选适合中国区域环境栽培以及消费者观念的新优品种。

不同于行业内众多企业采购成熟品种后转售，发行人在引进新品种后，全部采取试验种植—品种筛选—配套技术研发—广泛应用推广的技术路径来充分开发植物品种的优点与特性，将合适的优秀品种大力推广。发行人坚持自行筛选试种，自行引进并通过多种途径直接推广至种植生产企业和农户。

②发行人将新品种推广与互联网相融合，掌握终端消费数据，洞察消费需求，灵活应对消费者的变化调整推广品种，形成了一套创新的推广模式。

花卉产品是一种替代性较强的产品，国际市场花卉品种的经济寿命周期不断缩短，适应消费者喜好不断变化的要求，推陈出新永远都是企业提升利润的重要途径之一。目前国内的花园植物品种培育机制并不完善，而荷兰等成熟花卉市场国家，已经形成了完善的花卉新优品种选育、推广、销售、保护体系，荷兰等国每年能够培育成百上千的新品种，并根据市场情况将少量具有商业价值的新品种进行推广，商业转化非常成熟；但目前国内多数企业在推广过程中未深入研究品种性状、仅对新品种进行营销式推广，效果并不理想。发行人首先通过电商平台、社群运营、短视频、网络直播、达人带货等渠道直接触达终端消费者，掌握终端消费数据，洞察消费需求变化；同时针对不同业务板块针对性地建立起球块茎、草坪草种、花展服务、盆器资材，以及月季、杜鹃、铁线莲、花园果树等花园植物领域的专业推广团队，深耕于不同细分领域，与细分领域的企业及个人开展交流活动，发掘潜在推广品种，并进行多年广泛试种及长期跟踪，综合评价该植物的整体表现，并获得各花卉品种背后性状表现的支撑数据。

公司将多年推广积累的数据和技术与互联网及大数据技术融合，能够更快地掌握市场动态和消费者喜好，及时做出策略调整，筛选出有推广价值的新优品种，实现花卉产品的推陈出新，也为公司自主选育具有商业化价值的新优品种奠定了基础。

③ 发行人创新地创办了世界花园大会、植物新品种中国适应性评选（AllChinaSelections，简称 ACS）对新优品种进行推广。

发行人创办了世界花园大会、植物新品种中国适应性评选（AllChinaSelections，简称 ACS）。植物新品种中国适应性评选（AllChinaSelections，简称 ACS）为虹越花卉于 2011 年独家创办，筛选出了仙客来“丁香之青”、矮牵牛“苏糖泡泡”、郁金香“梦想一家”、文心兰“梦香千姿白力士”、向日葵“无限阳光”、超级凤仙“桑蓓斯”、大花海棠“显赫”白色、铁线莲“啤酒”、安酷杜鹃“粉丝带”、美人蕉“卡诺娃”。

2017 年虹越花卉开始筹办世界花园大会，至今已举办六届，采用“会+展+花园展”模式，汇集园艺全产业链，现在已经成为每年花卉园艺行业的知名会展之一，展会期间吸引的日流量达十几万人规模，使得公司所在地被评为国家 3A 旅游景区。

”

针对“旺店通商品供应集成”“线上线下融合销售体系”表述，发行人已在招股说明书之“第二节/九/（一）/2、模式创新”中补充完善披露发行人模式创新。具体内容如下：

“

（2）发行人顺应供应链管理及消费互联网发展，通过供应集成及销售模式创新贴近客户需求，支持产业转型升级

随着物联网、大数据、现代物流等新技术在花卉产品流通领域的不断应用，花卉产品高效流通为花卉业高质量发展奠定了坚实基础。虹越花卉顺应国家政策导向，通过供应集成架构的搭建进行上游产地直采与下游保障花卉产品直接供应，将线上与线下融合的市场充分完善，实现花卉产品供应集成及销售模式等智慧化发展。

为此，虹越花卉早期便积极引入高新技术团队，针对物流和信息化技术领域利用进行研发投入，从而实现多渠道业务融合，高效打通种植、生产、库存及销售等环节的数据链。虹越花卉数据信息团队是一支专门从事技术开发和应用的团队，其职责主要为运用信息技术解决方案，帮助公司提升效率、降低成本，实现数字化转型和业务创新。现行公司技术团队成员主要包括数据信息部技术主管、前端工程师、测试工程师、安卓工程师、UI 设计师、PHP 工程师等。拥有的知识体系涵盖了人工智能、自然语言处理、机器学习、软件工程等多个领域。

截止目前，公司已取得的相关成就包括：1) 虹越花卉 APP 及微信小程序开发；2) 帆软+drois 系统开发；3) 旺店通+金蝶云星空+虹越 app 系统二次开发等，二次开发的软件如下：

开发目的	是否取得软件著作权	自行开发软件及模块	实现的作用
线上线下业务流程标	取得虹越 app 软件著作权	① 商城零售模块② 虹越批发业务模块③ 对	① 商城零售模块：商城零售模块前端销售场景的多样性和特色性。② 虹越批发业务模块：将原来的线下批发业务线上化，使得和客户之间的联系更加紧

<p>准化、 统一化</p>		<p>账中心模块④ 人力系统模块 ⑤商品中心模 块⑥社群分享 模块</p>	<p>密，数据订单流转更加通畅，合规性即风险也得到了有效控制。③对账中心模块：通过自研对账模块，完成了电商海量数据订单的系统自动化对账，提升了人效和收入确认的合规性。④人力系统模块：通过自研人力系统将员工工资和销售绩效进行直接挂钩，做到销售多少可直接查看绩效，提升销售积极性。⑤商品中心模块：通过商品中心公司整合了集团的产品属性资料，为报表提供了各项维度，为销售前端提供了在线目录，为客户提供了资料百科。⑥社群分享模块：社群分享基于虹越 APP 生态搭建，为客户提供了一个相互交流，分享，互动的空间。</p>
<p>大数据 分析</p>	<p>在帆软 +drois 系 统进行二次 开发</p>	<p>①履约主题模 块②财务主题 模块③售后主 题模块④零售 统计主题模块</p>	<p>①履约主题模块：实时保持对订单及存货发货环节的监控，相关要求如：24 小时以内、48 小时以内。②财务主题模块：方便财务实时关注仓库货物的保留、清库进度以及库龄状况等，为存货及成本管理提供技术化支持。③售后主题模块：关注售后订单的退单、退款、退库入库等情况而开发此主题，具体子项包括：产品部门售前售后分析、退款单分析、用户订单及退单查询及情况分析、退货入库情况分析、退货快递信息异常分析、订单补发单情况及分析等子项。④零售统计主题模块：用于抓取零售端的相关信息，如：零售渠道、下单信息、开发市场、热门产品、热门店铺等，将其数据整合，便于管理层关注公司内外部风险状况及业务情况。</p>
<p>多渠道 数据融 合</p>	<p>在旺店通+ 金蝶云星空 +虹越 app 系统进行二 次开发</p>	<p>①电商自动化 业务系统对接 金蝶模块②资 金自动匹配确 认收入对接金 蝶模块</p>	<p>①电商自动化业务系统对接金蝶模块：通过旺店通 OMS 和 WMS 系统将发完货的订单实时传入金蝶系统并自动汇总生成后续对应单据，随着业务的拓展，像一件代发类的业务，其满足进一步自动化的流转，生成对应的采购单。②资金自动匹配确认收入对接金蝶模块：通过自研的小程序后台实现了资金</p>

			账单和电商订单的自动化对账，再将结果传入金蝶云星空生成财务数据，作为财务收入确认前置条件。
--	--	--	---

上述创新，使公司实现了以一体化模式管理的库存信息共享、统一配送的物流体系为枢纽，实现了供应链与各个销售平台的高效衔接，建立了高效率、低成本的供应、销售、履约和服务生态圈。使公司能够实现“一件代发”模式，将产品标准化后直接通过 2B/2C 渠道，并通过航空/地面物流实现点线面连接，协助消费者完成“0 距离”产地采购，不断完善虹越花卉产品供应的广度和深度，产品涉及种子种苗、温室花卉、花园植物、绿植、盆器、植物营养材料、农药及相关花园配饰产品。通过销售体系的信息化、数据化建设，实现了产品销售数据、合作方数据的整合，建立了数据为中心的决策机制，实现了产业链上下游的高效协同，构建了一个支持快速迭代创新的信息系统。

发行人上述创新，多次获得省部级奖项，如 2017 年科学技术厅颁布的“国家级星创天地”、浙江省商务厅颁布的“首批浙江省级供应链创新与应用示范企业”，嘉兴市商务局颁发的“首届电子商务创业创新大赛一等奖”。

”

并且在招股说明书之“第五节/一/（四）/6/（1）/2）模式创新”中补充披露上述内容。

三、说明披露的平台销售排名是否准确，有无客观数据支持，是否存在夸大性表述。

根据天猫后台“生意参谋”系统及抖音后台“抖音罗盘”导出的数据显示，发行人 2022 年期间各平台店铺排名情况如下所示：

平台名称	平台所属类别	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
抖音平台	鲜花速递/花卉仿真/绿植园艺	-	-	-	第6位	第4位	第5位	第11位	第10位	第8位	第4位	第4位	第9位
天猫平台	鲜花速递/花卉仿真/绿植园艺>花卉/蔬果/草坪种子(新)>种球	第1位	第5位	第3位	第1位	第1位	第3位	第2位	第2位	第1位	第1位	第1位	第3位

平台名称	平台所属类别	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
淘宝平台	鲜花速递/花卉仿真/绿植园艺>花卉/蔬果/草坪种子(新)>种球	第8位	第9位	第7位	第4位	第6位	第2位	第5位	第3位	第4位	第4位	第3位	第6位

注：①数据来源：生意参谋、抖音罗盘。

②抖音后台仅能导出近一年数据，2022年1-3月数据无法获取。

由上表所示，2022年1-12月期间，除了2022年7月发行人在抖音的月度排行榜中位居第11位，其余2022年期间，发行人在抖音、淘宝、天猫等主要花卉销售平台月度排行榜中均排名前十，故已披露的平台销售排名准确，不存在夸大性表述。

生意参谋是阿里巴巴商家端官方统一的数据产品平台，为商家提供数据披露、分析、诊断、建议、优化、预测等一站式数据产品服务，系阿里巴巴的一款官方数据软件，数据来源于阿里巴巴官方数据库，生意参谋提供的排名也是商家普遍认可的排名。抖音罗盘是抖音商家端官方统一的数据产品平台，是抖音商户普遍使用的数据工具，故数据具备客观性、权威性和独立性。

故发行人披露的平台销售排名准确，有客观数据支持，不存在夸大性表述。

**四、结合实际情况完善招股说明书相关披露，删除夸大性表述，确保信息披露准确性。**

为提高信息披露质量，公司对招股说明书及申报材料进行了如下调整：

1、综合考虑公司在抖音、淘宝、天猫等主要花卉销售平台月度排行情况等多方面因素，公司已在招股说明书“第五节业务和技术/二、行业基本情况/（六）发行人市场地位、竞争优势与劣势、行业面临的机遇与挑战/4、发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况”中将“持续多年在抖音、淘宝、天猫等主要花卉销售平台月度排行榜中位居前列。”表述修订为“2022年期间基本在抖音、淘宝、天猫等主要花卉销售平台月度排行榜中均排名前十。”

2、为了更清晰明确的说明发行人创新特征，因此，将《招股说明书》之“第二节概览/九、发行人自身的创新特征/（一）发行人具备技术创新和模式创新”及“第五节业务与技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务情况/（四）主要经营模式和

业务流程/6、发行人业务模式的创新性”部分进行精简及修改，确保关于发行人创新特征的描述简明、平实、客观，以提高信息披露的客观性、针对性、准确性。

## 【保荐机构核查意见】

### 一、核查程序及核查过程

1、访谈发行人核心技术人员，查阅行业相关技术资料及同行业公司技术情况，分析种子种球在发芽率等方面与国家或行业标准、同行业竞争对手技术相比的先进性情况。

2、获取并查阅发行人的销售合同，了解发行人对于销售种子或种球发芽率及新品种的种类和数量方面的具体约定。

3、访谈发行人管理层，并通过查询行业研究资料了解行业。

4、查阅全国花卉标准化技术委员会出具的《关于虹越花卉股份有限公司花卉种植及技术标准的说明》。

5、查阅虹越花卉在天猫后台“生意参谋”及抖音后台“罗盘经营”系统统计的2022年1-12月绿植园艺热门店铺排名。

6、全面核查申报文件及信息披露内容的准确性，核查发行人创新特征披露的准确性，申报文件及信息披露内容中是否存在夸大性表述。

### 二、核查意见

1、种球储藏与植前预处理、花期调控技术虽然是行业惯常做法，但在成熟的理论体系和技术路线的基础上，花卉企业通过不同的试种经验积累所形成的不同方式方法以及各自对行业通用技术进行自主改进改良，最终会体现为各自的核心技术。发行人相应的掌握了一定专卖进口品种的花期调控技术，同时能够实现多品种、多气候尤其是新品种花卉统一花期调控技术已经不属于广义上行业通用技术的范畴，与同行业公司相比也具有一定的独特性。

2、发行人“建立推广新品种保护体系”“利用信息化技术集成化管理供应商”

“利用 APP 和线上商城等方式拓展销售渠道”等模式创新行为，系顺应我国花卉业现代化发展趋势并结合自身经验所形成。发行人独家创办了世界花园大会、植物新品种中国适应性评选对花卉新优品种进行推广，同时针对物流和信息化技术领域进行研发投入，从而实现多渠道业务融合，高效打通种植、生产、库存及销售等环节的数据链，这些均非行业内企业必须采取的措施，不存在技术门槛较低的情形。

3、根据天猫后台“生意参谋”系统及抖音后台“抖音罗盘”导出的数据显示，2022年1-12月期间除了2022年7月发行人在抖音的月度排行榜中位居第11位，其余2022年期间，发行人在抖音、淘宝、天猫等主要花卉销售平台月度排行榜中均排名前十，发行人位居前列不存在夸大性表述。

4、为避免进行夸大性表述，发行人已在申报文件及信息披露内容中对带有倾向性质的表述酌情进行了修改，确保关于发行人创新特征的描述简明、平实、客观，以提高信息披露的客观性、针对性、准确性。



除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及公开发行股票并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

### 【回复】

2023 年 9 月 5 日，发行人召开第四届董事会第七次会议，审议通过了《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市发行定价的议案》，将发行底价修改调整为“以后续的询价或定价结果作为发行底价”。同日，发行人第四届监事会第五次会议审议通过了上述议案，独立董事发表了同意的独立意见。本次调整发行底价所履行的审议程序合法合规，符合有关法律法规以及《公司章程》的相关规定。

除上述情况及前述问询问题涉及内容外，发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定进行核查。

经核查，发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：发行人不存在涉及公开发行股票并在北交所上市条件信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本文无正文，为虹越花卉股份有限公司《关于虹越花卉股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第四轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：



江胜德



（本页无正文，为开源证券股份有限公司《关于虹越花卉股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第四轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：

马强  
马强

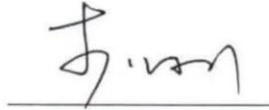
倪其敏  
倪其敏



## 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于虹越花卉股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，了解本审核问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本审核问询函回复的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：



李刚

