

广西百菲乳业股份有限公司、国融证券股份有限公司关于《关于广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函》的回复



二〇二四年四月

广西百菲乳业股份有限公司、国融证券股份有限公司关于《关于广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函》的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵司审核问询函已收悉，感谢贵公司对广西百菲乳业股份有限公司申请全国中小企业股份转让系统挂牌申请文件的审核。广西百菲乳业股份有限公司（以下简称“公司”）、国融证券股份有限公司（以下简称“主办券商”）项目人员以及北京德恒律师事务所、广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）对贵公司提出的问询函进行了认真讨论与核查，并逐项落实后进行了书面说明，涉及需要相关中介机构核查及发表意见的部分，已由各中介机构分别出具了核查意见。涉及对《广西百菲乳业股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“《公开转让说明书》”）进行修改或补充披露的部分，已按照《广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）的要求对《公开转让说明书》进行了修改和补充，并已在《公开转让说明书》中以楷体加粗标明。

如无特别说明，本回复中的简称或名词与公开转让说明书相同。本回复中的字体代表以下含义：

仿宋（加粗）	审核问询函所列问题
宋体（不加粗）	对审核问询函所列问题的回复、说明及核查意见
楷体（不加粗）	引用《公开转让说明书》（申报稿）内容
楷体（加粗）	对《公开转让说明书》（申报稿）进行补充披露、更新

本回复数值若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目 录

1. 关于历史沿革及控股股东前次挂牌	4
2. 关于业务合规性	28
3. 关于业务模式及食品安全	50
4. 关于销售与采购	80
5. 关于存货	225
6. 关于固定资产与在建工程	237
7. 关于生物资产	253
8. 其他事项	268

一、公司特殊问题

1. 关于历史沿革及控股股东前次挂牌

(1) 申报文件及公开信息显示，公司控股股东百菲投资的前身广西百强水牛奶业股份有限公司（简称百强股份，2020年5月更名为广西百菲，证券代码872841）曾于2018年6月21日在全国股转系统挂牌，并于2021年3月26日主动摘牌。2020年4月，百菲投资将主营业务转移至公司；2020年5月，百菲投资名称由“广西百强水牛奶业股份有限公司”变更为“广西百菲投资股份有限公司”，经营范围由“乳制品、饮料的生产、销售等”变更为“实业投资与企业管理”。(2) 公转书披露，李素芹持有强菲投资0.1144%合伙份额。根据钦州仲裁委员会“（2022）钦仲案字第482号”《裁决书》，裁决李素芹于2021年4月1日从强菲投资退伙、李素芹协助强菲投资办理退伙工商登记变更手续。强菲投资已于2023年11月14日向钦州市中级人民法院提交《强制执行申请书》，目前该案件正在执行当中。(3) 公司历史上存在非货币出资瑕疵，后进行货币置换。(4) 公司历史上存在资本公积转增股本情形。

请公司：(1) 补充说明：①控股股东百菲投资将主营业务转移至公司的原因及对业务的具体影响，本次以公司作为申请挂牌主体的原因；②本次申报披露的信息与前次控股股东申报挂牌及挂牌期间披露的信息一致性；存在差异的，公司应说明差异情况；如存在重大差异，公司应详细说明差异的具体情况及出现差异的原因，并说明公司内部控制制度及信息披露管理机制运行的有效性；③公司及控股股东在控股股东摘牌后是否存在信访举报及受处罚情况。(2) 补充披露：①前述仲裁事项的发生原因，李素芹退伙的原因，是否符合公司股权激励方案及合伙协议的约定，李素芹退伙是否取得相应补偿；②该案件执行及工商登记变更的进展情况，该纠纷对公司股权明晰性的影响，是否导致公司不符合挂牌条件。(3) 补充说明：①非货币出资的具体内容明细、与公司业务的相关性、资产权属转移情况、公司的实际使用情况；②2018年10月与2018年12月资产评估报告中的“机器设备”是否为同一内容，历次非货币出资评估作

价是否合理；未办理产权登记手续的实物资产的具体内容，2020年货币置换金额的确定依据是否充分合理、置换金额是否充足；③公司非货币出资瑕疵是否已得到充分弥补，公司出资是否真实、充足。（4）补充说明历次资本公积、未分配利润等转增股本所涉自然人股东纳税情况，是否合法合规。（5）补充说明公司及控股股东历史沿革中是否存在股权代持情形，是否在申报前解除还原，并披露代持的形成、演变、解除过程。

请主办券商及律师：（1）就上述事项进行核查并发表意见。（2）说明公司股东入股交易价格是否存在明显异常情形，如存在，说明前述股东或其最终持有人是否与公司、中介机构及相关人员存在关联关系，前述股东的入股背景、入股价格依据，前述入股行为是否存在股权代持、不当利益输送事项。（3）说明是否存在代持导致公司股东经穿透还原计算超200人的情形，公司是否存在非法集资、非法公开发行或变相非法公开发行的行为及风险。（4）说明代持相关的核查程序、方式、依据，包括但不限于：①股权转让协议、增资协议、公司分红情况、股权转让收入纳税情况、支付凭证、银行资金流水（现有自然人股东及持股平台）；②代持清理过程中内部决策程序、清理或退出原则确定、退出协议和对价支付情况；如存在员工持股清理的，请结合受让方的资金是否为自有资金等说明清理情况。（5）对以下事项发表明确意见：界定代持关系的依据是否充分，相关人员是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形，代持解除是否真实、有效，是否存在纠纷或潜在纠纷，公司是否存在未解除、未披露的代持，是否存在“假清理、真代持”的情况，是否符合“股权明晰”的挂牌条件，是否符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》中关于“股东信息披露与核查”的要求。

【公司回复】：

(一) 补充说明：①控股股东百菲投资将主营业务转移至公司的原因及对业务的具体影响，本次以公司作为申请挂牌主体的原因；②本次申报披露的信息与前次控股股东申报挂牌及挂牌期间披露的信息一致性；存在差异的，公司应说明差异情况；如存在重大差异，公司应详细说明差异的具体情况及出现差异的原因，并说明公司内部控制制度及信息披露管理机制运行的有效性；③公司及控股股东在控股股东摘牌后是否存在信访举报及受处罚情况。

1、关于控股股东将主营业务转移至公司，以公司作为挂牌主体的事项

控股股东百菲投资将主营业务转移至公司主要系战略规划调整、公司架构调整，形成以百菲投资作为集团管理职能公司，由其下属子公司开展具体业务，待未来业务发展壮大后，以百菲投资下属子公司进行资本市场运作。百菲投资将主营业务转移至公司后，相关资产、业务、人员等逐渐转移，未对业务产生不良影响。

2023年下半年，根据市场变化，公司决定先申请新三板挂牌继而未来在条件具备时申请在相关证券交易所上市。由于百菲投资将主营业务转移至公司后未再从事乳制品相关业务，公司已完全承接百菲投资乳制品相关资产、业务、人员等，并且已引入易简德学度等三名外部投资者，故最终决定以公司为主体申请新三板挂牌。

2、本次申报披露的信息与前次控股股东申报挂牌及挂牌期间披露的信息一致性事项

2018年5月30日，全国股转系统出具《关于同意广西百强水牛奶业股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函（2018）1923号），同意百菲投资股票在全国股转系统挂牌；2018年6月21日，百菲投资股票在全国股转系统挂牌公开转让，证券简称：百强股份，证券代码：872841。因百菲投资业务发展需要，其于2020年5月21日发布全称变更及证券简称变更公告。根据全国股转系统出具的《关于同意广西百菲投资股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2021]761号），同意百菲投资股票自2021年3月29日起终止在全国股转系统挂牌。

前次控股股东申请挂牌报告期为 2015 年度、2016 年度及 2017 年 1-10 月，前次挂牌期间所涉财务期间为 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月；本次公司申请挂牌报告期为 2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月。本次申请挂牌报告期与前次申请挂牌及挂牌期间不重合，财务报告期间不重合；本次申请挂牌披露的信息与前次申报挂牌及挂牌期间披露的非财务信息，由于挂牌主体不同，故不涉及历史沿革披露内容对比情形；鉴于百菲乳业系自百菲投资整体业务、人员、资产等整合而来，因此涉及环保事项、原有房产消防事项的衔接披露问题，在百菲乳业《公开转让说明书》中已对环保、原有房产消防事项与百菲投资原披露内容进行衔接并保持一致。

百菲乳业完成股份改制后，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件，并参照《非上市公众公司监管指引第 3 号章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统挂牌治理规则》等规定，建立健全了公司法人治理结构，制定并完善了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》《董事会秘书工作细则》《总经理工作细则》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》《对外投资管理制度》《信息披露管理制度》《防范资金占用管理制度》《投资者关系管理制度》《承诺管理制度》等公司内部管理制度文件。公司内部控制制度及信息披露管理机制运行有效。

综上所述，百菲乳业披露的内容与百菲投资原披露内容不存在实质或重大差异。

3、公司及控股股东在控股股东摘牌后是否存在信访举报及受处罚事项

公司及控股股东在控股股东摘牌后不存在信访举报事项，控股股东不存在受处罚事项。

公司报告期内曾存在一次被灵山县市场监督管理局处罚的情形，具体如下：2021 年 3 月 26 日，灵山县市场监督管理局作出灵市监罚字[2021]19 号《行政处罚决定书》，因百菲乳业生产的水牛纯奶（生产日期 2020-09-24）经新郑市市场监督管理局在流通环节抽样检验，酸度项目不符合 GB25190-2010《食品安全国家标准灭菌乳》要求，检验不合格，但没有造成危害后果，违法情节较轻，符

合可以依法从轻行政处罚的情形，对百菲乳业没收违法所得 3,024.63 元、罚款 283,332.00 元。

2023 年 11 月 22 日，灵山县市场监督管理局出具《证明》，鉴于百菲乳业前述不合规行为不存在主观故意，且百菲乳业事后积极整改规范，及时缴纳罚款，整改规范效果良好，已消除不良影响，前述违法行为情节显著轻微，故认定不属于重大违法违规行为。

除上述情形外，公司及控股股东在控股股东摘牌后不存在其他信访举报及受处罚情况。

(二) 补充披露：①前述仲裁事项的发生原因，李素芹退伙的原因，是否符合公司股权激励方案及合伙协议的约定，李素芹退伙是否取得相应补偿；②该案件执行及工商登记变更的进展情况，该纠纷对公司股权明晰性的影响，是否导致公司不符合挂牌条件。

公司已在公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（五）股权激励情况或员工持股计划”补充披露如下：“

2021 年 2 月，李素芹与劳绍坚等十人签订《钦州市强菲投资发展合伙企业（有限合伙）合伙协议》（以下简称：“《合伙协议》”）。《合伙协议》第七条约定：“钦州市强菲投资发展合伙企业为广西百菲乳业股份有限公司（以下简称：“百菲公司”）的持股平台。”第十一条规定：“强菲合伙企业的合伙人应为百菲公司及下属子公司的董事、监事、高级管理人员、中层管理人员、核心骨干员工、部分入职一年以上老员工和全体合伙人一致同意的人员。”第二十五条规定：“合伙人有下列情形之一的，当然退伙：1、死亡或依法被宣告死亡；2、个人丧失偿债能力；3、法律规定或者《合伙协议》约定合伙人必须具有相关资格而丧失该资格；4、合伙人在合伙企业中的全部权益被人民法院强制执行。退伙事由实际发生之日为退伙生效日。”

根据《广西百菲乳业股份有限公司股权激励方案》规定：“（二）有下列情形之一的，不能成为本激励计划的激励对象：1、最近三年内被证券交易所或股转公司公开谴责或宣布为不适当人选的；2、最近三年因重大违法违规行为被

中国证监会或股转公司行政处罚的；3、具有《公司法》规定不得担任董事、监事、高级管理人员情形的；4、在任职期间由于行贿受贿、贪污盗窃、泄漏公司商业秘密等损害公司利益、声誉的情形和对公司形象有重大负面影响的行为，给公司造成损失的；5、被列入失信被执行人名单的；6、由于激励对象原因提前终止劳动合同的。7、劳动合同期满由于激励对象原因未续签的。8、在与公司存在竞争关系的其他任何单位工作或兼职的。9、违反《合伙协议》约定情形的。10、其他董事会认为严重违反公司规章制度或存在损害公司利益情形的。”

因李素芹提出辞职，自2021年4月起不属于公司员工，不再满足股权激励对象人选条件，根据《合伙协议》上述规定其已不具备强菲投资的合伙人资格，符合《合伙协议》中当然退伙的条件，因李素芹未主动退伙，故强菲投资于2022年7月8日向李素芹发送《退伙通知书》，由于李素芹未配合强菲投资办理退伙手续，故强菲投资向当地仲裁委员会申请仲裁。强菲投资申请仲裁确认李素芹退伙符合公司股权激励方案及合伙协议的约定。

李素芹为强菲投资的有限合伙人，《中华人民共和国合伙企业法（2006修订）》第五十一条规定：“合伙人退伙，其他合伙人应当与该退伙人按照退伙时的合伙企业财产状况进行结算，退还退伙人的财产份额。退伙人对给合伙企业造成的损失负有赔偿责任的，相应扣减其应当赔偿的数额。退伙时有未了结的合伙企业事务的，待该事务了结后进行结算。”第八十一条规定：“有限合伙人退伙后，对基于其退伙前的原因发生的有限合伙企业债务，以其退伙时从有限合伙企业中取回的财产承担责任。”因此，李素芹退伙涉及退伙结算和退还财产份额事项，不涉及退伙补偿事项。截至目前，案件仍在法院强制执行中，尚未完成李素芹从强菲投资退伙的工商登记变更手续。

2023年11月14日，强菲投资向钦州市中级人民法院提交《强制执行申请书》；2023年12月7日，钦州市中级人民法院作出（2023）桂07执772号《执行裁定书》，裁定冻结、划拨、扣留、提取被执行人李素芹的银行存款、资金（含证券、保险、债券、股票、基金、网络资金等）及其他财产权益；或查封、扣押其等值财产，以清偿本案债务、冻结、划拨、扣留、提取或者查封、扣押的财产价值以钦州仲裁委员会作出的（2022）钦仲案字第482号裁决书确定被

执行人应履行的义务和相关诉讼费、执行费为限。

该案件执行及工商登记变更仅涉及公司股东强菲投资的有限合伙人李素芹退伙等事项，涉及出资份额 1.1360 万元，占强菲投资出资比例仅为 0.1144%，占比小，李素芹未直接持有公司股份，故该纠纷对公司股权明晰性不会造成影响。

公司股东持有的公司股份权属明晰，控股股东、实际控制人持有或控制的股份不存在可能导致控制权变更的重大权属纠纷，上述执行案件不会导致公司不符合挂牌条件。”

(三) 补充说明：①非货币出资的具体内容明细、与公司业务的相关性、资产权属转移情况、公司的实际使用情况；②2018 年 10 月与 2018 年 12 月资产评估报告中的“机器设备”是否为同一内容，历次非货币出资评估作价是否合理；未办理产权登记手续的实物资产的具体内容，2020 年货币置换金额的确定依据是否充分合理、置换金额是否充足；③公司非货币出资瑕疵是否已得到充分弥补，公司出资是否真实、充足。

1、非货币出资具体内容、业务相关性等事项

公司非货币出资的具体内容明细、与公司业务的相关性、资产权属转移情况、公司的实际使用情况如下所示：

序号	实物资产明细	规格型号	计量单位	数量	评估值（元）	评估情况	是否已交割	权属变更情况	截至目前的使用情况
1	减速机	RV7530Y1.5-F1	台	4	3,118.50	2018 年 10 月广西中阳资产评估事务所有限公司出具“中阳评报字[2018]	是	已入账	正在使用
2	封箱机	MH-FJ-1A	台	1	10,395.00		是	已入账	正在使用
3	喷码机	LT710	台	3	49,376.25		是	已入账	正在使用
4	发酵罐	3000L	台	3	85,758.75		是	已入账	正在使用
5	冷却器	20m2	台	1	11,954.25		是	已入账	正在使用
6	转子泵	20T	台	1	20,790.00		是	已入账	已报废
7	转子泵	5T	台	1	10,395.00		是	已入账	已报废

广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函的回复

序号	实物资产明细	规格型号	计量单位	数量	评估值（元）	评估情况	是否已交割	权属变更情况	截至目前的使用情况	
8	回程泵	15T	台	1	6,583.50	第 C344 号”《评估报告》	是	已入账	正在使用	
9	转换器	6 孔	台	1	1,472.63		是	已入账	正在使用	
10	管道过滤器	Φ51	件	1	433.12		是	已入账	正在使用	
11	高剪切罐	1500L	台	2	53,707.50		是	已入账	已报废	
12	立式高位罐	1500L	台	1	12,993.75		是	已入账	正在使用	
13	杀菌机	T5844415028	台	1	913,793.10		是	已入账	正在使用	
14	无菌灌装生产线	TBA19	套	2	2,413,793.10		是	已入账	正在使用	
15	水冷螺杆式冷水机组	SCY-80S	套	1	102,586.21		是	已入账	已报废	
16	霉菌培养箱	MJX-160B-Z	台	1	5,172.41		是	已入账	正在使用	
17	封箱机	MH-FJ-1A	台	1	9,482.76		是	已入账	正在使用	
18	喷码机	LT710	台	2	32,758.62		是	已入账	正在使用	
19	无菌罐	GEA	套	1	314,655.17		是	已入账	正在使用	
20	配电工程	2018-500kVA	套	1	137,931.03		是	已入账	已报废	
21	开山螺杆机	37 千瓦	台	1	23,103.45		是	已入账	正在使用	
22	开山储气罐	5 立方 10 公斤	个	1	14,827.59		是	已入账	正在使用	
23	开山冷干机	JAD-8SF	台	1	5,603.45		是	已入账	正在使用	
24	开山过滤器	KASF-8	个	3	2,586.21		是	已入账	正在使用	
25	开山高效除油器	KSGX-12N	个	1	5,603.45		是	已入账	正在使用	
26	1.5 吨吨平衡重式蓄电池叉车	CPD15-HB7	台	1	64,655.17		是	已入账	正在使用	
27	综合办公室	-	-	-	637,950.00		2018 年 12 月广	是	已变更产权证书权	正在使用

序号	实物资产明细	规格型号	计量单位	数量	评估值（元）	评估情况	是否已交割	权属变更情况	截至目前的使用情况
						西中阳资产评估事务所有限公司出具“中阳评报字[2018]第C249号”《评估报告》		属权人	
28	生产车间 1	-	-	-	3,678,090.00		是	已变更产 权证书权 属权人	正在使用
29	生产车间 2	-	-	-	2,957,260.00		是	已变更产 权证书权 属权人	正在使用
30	收奶站 1	-	-	-	332,600.00		是	无证书,已 现金置换	已现金置换
31	收奶站 2	-	-	-	352,900.00		是	无证书,已 现金置换	已现金置换
32	污水处理系统		套	1	865,080.00		是	已入账	正在使用
33	变压器及电路 配电系统	S9-1600KV A	套	1	400,500.00		是	已入账	已报废
34	蒸汽锅炉（1）	4 吨	套	1	489,500.00		是	已入账	已报废
35	蒸汽炉（2）	DZHZ-1.0- ALL	套	1	285,500.00		是	已入账	已报废
36	变压器及输电 线路	-	套	1	373,800.00		是	已入账	已报废
37	冷库	250 立方米 /7.5KW	套	3	80,100.00		是	已入账	正在使用
38	CFB-8 型封口 机、BXXJ-1500 型杀菌线	BXXJ-1500 型	台	1	211,800.00		是	已入账	已报废
39	CIP 清洗机	-	台	1	91,000.00		是	已入账	已报废
40	高速混料灌	RZ1000L	套	2	36,225.00		是	已入账	已报废
41	发酵罐	30000L	套	3	36,225.00	是	已入账	已报废	
42	高压均质机 1	SRH4000-2 5	台	1	114,750.00	是	已入账	已报废	
43	高压均质机 2	SRH4000-4 0	台	1	113,850.00	是	已入账	已报废	

序号	实物资产明细	规格型号	计量单位	数量	评估值（元）	评估情况	是否已交割	权属变更情况	截至目前的使用情况
44	高压均质机 3	SRH3500-40	台	1	113,850.00		是	已入账	已报废
45	高压均质机（含变频电控柜）	SRH2500-40	台	1	45,900.00		是	已入账	已报废
46	波纹超高温灭菌机	BTG7-UHT-32	台	1	236,250.00		是	已入账	已报废
47	板式换热器	BR0.1	台	6	45,000.00		是	已入账	已报废
48	石英砂过滤器	JHQ-10	台	1	29,700.00		是	已入账	已报废
49	巴氏杀菌线	BSSJ-1500型	台	1	297,000.00		是	已入账	已报废
50	自动充填封口包装机	CFB-8	台	2	67,950.00		是	已入账	已报废
51	空气净化设备	-	套	3	113,400.00		是	已入账	正在使用
52	塑瓶灌装封口机	-	台	1	29,700.00		是	已入账	正在使用
53	提升下盖机	-	台	1	126,900.00		是	已入账	正在使用
54	回转式全自动灌装口机	HGFJ-2-24-12	台	1	27,450.00		是	已入账	正在使用
55	回转式全自动塑瓶灌装封口机	20000/h	台	1	297,000.00		是	已入账	已报废
56	净化循环系统		套	1	121,500.00		是	已入账	正在使用
57	全自动吹瓶机	TVD-1L	台	1	254,250.00		是	已入账	正在使用
58	自动挤胚吹塑机	SJ500	台	2	36,900.00		是	已入账	正在使用
59	塑料粉碎机	300	台	1	29,700.00		是	已入账	正在使用
60	奶瓶自动清洗机	XP5-95B	台	3	31,950.00		是	已入账	已报废
61	CIP 储液缸	2T	套	4	29,700.00		是	已入账	已报废

序号	实物资产明细	规格型号	计量单位	数量	评估值（元）	评估情况	是否已交割	权属变更情况	截至目前的使用情况
62	井用多级潜水泵	xy90qj8-50-11-2.2	台	1	54,450.00		是	已入账	正在使用
63	变频调速	dfk-s2.2-2v	台	1	30,150.00		是	已入账	正在使用
64	制冷压缩机	AVW2	台	2	29,250.00		是	已入账	正在使用
65	高温水冷冷凝机组	HWV	台	2	184,500.00		是	已入账	已报废
66	电动螺杆式空气压缩机	LG-5.6/10	台	1	45,000.00		是	已入账	正在使用
67	钠离子交换器	SHNJI-10	台	1	29,700.00		是	已入账	已报废
68	离心通风机	-	台	1	31,500.00		是	已入账	正在使用
69	水幕除尘系统	-	套	1	31,500.00		是	已入账	已报废
70	利乐贴管机	3100	台	1	74,250.00		是	已入账	正在使用
71	全自动包装封箱机	FJ5E-A	台	1	31,500.00		是	已入账	正在使用
72	旋涡混合器	QL-901	台	1	31,500.00		是	已入账	正在使用
73	监控系统	-	台	3	55,575.00		是	已入账	正在使用
74	水处理设备	-	套	1	556,750.00		是	已入账	已报废
75	套标机	YSP-250M	台	1	55,250.00		是	已入账	正在使用
76	旋盖机	CG86000-8000BPH	台	1	64,800.00		是	已入账	正在使用
77	牛奶灌装铝箔封口机	HHGF20-12型 200ML 6000-8000 BHP	台	1	127,800.00		是	已入账	正在使用
78	水冷螺杆冷水机组	ZXLG-55WS	台	1	70,200.00		是	已入账	正在使用
79	全自动灌装旋盖机	HSD6-4	台	1	159,600.00		是	已入账	正在使用
80	全自动袖口式	QSJ-5040A	套	1	57,950.00		是	已入账	已报废

序号	实物资产明细	规格型号	计量单位	数量	评估值(元)	评估情况	是否已交割	权属变更情况	截至目前的使用情况
	包装机								
81	土地使用权	-	-	-	2,141,000.00		是	已变更产权证书权属人	正在使用
合计					21,166,984.97	-	-	-	-

上述机器设备均为公司日常经营所需，且出资时可以正常使用。截至目前，上述部分设备已达到使用年限，已作报废处理。

公司2018年10月与2018年12月资产评估报告中的“机器设备”不是同一内容，是不同的机器设备，历次非货币出资评估作价合理。

2、公司非货币出资所涉资产原值及作价入账价值情况如下：

序号	出资资产	账面净值(元)	作价入账值(元)	评估、验资情况
1	机器设备	4,310,138.00	4,243,949.71	2018年10月广西中阳资产评估事务所有限公司出具“中阳评报字[2018]第C344号”《资产评估报告》；2019年11月北京永坤会计师事务所出具“永坤验字[2019]第0624号”《验资报告》
2	有证房屋建筑物	2,624,867.15	7,092,366.64	2018年12月广西中阳资产评估事务所有限公司出具“中阳评报字[2018]第C249号”《资产评估报告》；2019年11月北京永坤会计师事务所出具“永坤验字[2019]第0624号”《验资报告》
3	无证奶站房	589,030.21	673,270.42	
4	机器设备	6,501,609.90	6,262,710.39	
5	土地	906,297.72	2,141,000.00	

综上所述，根据《资产评估报告》，公司历次非货币出资评估作价合理，不存在高估或低估作价的情形。

3、未办理产权登记手续的实物资产的具体内容如下：

资产名称	规格型号	计量单位	数量	评估值（元）	出资入账值（元）
奶站房 1	钢筋砼 164 平方米	幢	1	332,600.00	673,270.42
奶站房 2	钢筋砼 174 平方米	幢	1	352,900.00	
合计				685,500.00	673,270.42

公司未办理产权登记手续的实物资产评估价值合计为685,500.00元，最终入账价值为673,270.42元，出现差异的原因系评估报告与实物实际出资存在时间差，期间资产折旧额增加，因此入账价值与评估值差12,229.58元。

2020年8月25日，亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）出具亚会B验字（2020）0013号《验资报告》，经该所审验，截至2020年8月10日，公司已收到百菲投资缴纳的货币资金673,270.42元。故公司2020年货币置换金额的确定依据充分合理、置换金额充足并已完成置换。

百菲投资对百菲有限实物出资中部分房屋未取得产权证书的情形已通过百菲投资再投入货币资金的方式进行置换，公司非货币出资瑕疵已得到充分弥补，公司出资真实、充足。

（四）补充说明历次资本公积、未分配利润等转增股本所涉自然人股东纳税情况，是否合法合规。

公司仅存在一次资本公积转增股本情形，系以股本溢价形成的资本公积转增股本。具体审议过程如下：2023年6月12日，股份公司召开2022年年度股东大会，审议通过《关于公司资本公积转增股本的议案》，公司以总股本（3,583.1654万股）为基数，以股票发行溢价所形成的资本公积12,967.0746万元向全体股东转增股本，经计算，约每10股转增36.1889股（因四舍五入问题最终以实际分派为准），合计转增股本12,967.0746万股。资本公积转增完成后，公司总股本增至16,550.2400万股。

2023年7月28日，广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）出具“司农验字[2023]23006510019号”《验资报告》，经审验，截至2023年7月10日止，贵公司已将资本公积（股本溢价）人民币129,670,746.00元转增实收资本（股本）。

公司以股本溢价形成的 129,670,746.00 元转增股本，本次转增完毕后，公司尚有股本溢价形成的资本公积 6,128,864.16 元。

根据《国家税务总局关于股份制企业转增股本和派发红股征免个人所得税的通知》规定：

“一、股份制企业用资本公积金转增股本不属于股息、红利性质的分配，对个人取得的转增股本数额，不作为个人所得，不征收个人所得税。

二、股份制企业用盈余公积金派发红股属于股息、红利性质的分配，对个人取得的红股数额，应作为个人所得征税。”

根据上述规定，公司本次股本溢价形成的资本公积转增股本不属于股息、红利性质的分配，因此自然人股东获得的转增股本数额不作为个人所得，不征收个人所得税。

（五）补充说明公司及控股股东历史沿革中是否存在股权代持情形，是否在申报前解除还原，并披露代持的形成、演变、解除过程。

公司前身百菲有限公司于 2017 年 12 月由百菲投资设立，有限公司自 2017 年成立至 2019 年 12 月完成整体变更为股份公司期间，先后发生了 2 次增资和 1 次股权转让；公司自整体变更为股份公司至今，先后发生了 4 次增资。公司自设立以来的股本演变情况如下所示：

序号	日期	主要事项
1	2017-12	有限公司设立，百菲投资持股 100%，设立时注册资本为 1,188.00 万元
2	2018-11	有限公司第一次增资至 1,670.00 万元，由百菲投资认缴
3	2018-12	有限公司第二次增资至 3,170.00 万元，由百菲投资认缴
4	2019-11	有限公司第一次股权转让，百菲投资将所持有限公司的 0.2839%、0.1893%、0.0946% 股权分别转让给吴守允、吴联侨、吴珊珊
5	2019-12	有限公司整体变更为股份公司、整体变更后注册资本、股权结构未发生变化
6	2020-07	股份公司第一次增资至 3,227.4231 万元，新增股东强菲投资
7	2020-12	股份公司第二次增资至 3,257.4231 万元，由强菲投资认缴
8	2021-09	股份公司第三次增资至 3,583.1654 万元，新增股东易简德学度、易简光

序号	日期	主要事项
		懋、易简庆霖
9	2023-07	股份公司第四次增资至 16,550.2400 万元,系股本溢价形成的资本公积转增股本

公司控股股东百菲投资于 2003 年 5 月由吴守允、吴守强、叶志焕共同设立,百菲投资自 2003 年 5 月成立至今先后发生了 2 次增资、1 次减资和 4 次股权转让,百菲投资自设立以来的股本演变情况如下所示:

序号	日期	主要事项
1	2003-05	百菲投资设立,注册资本 588 万元,其中吴守允持股 48.80%,吴守强持股 39.10%、叶志焕持股 12.10%
1	2004-11	百菲投资第一次股权转让,吴守强将所持百菲投资的 36.2%、2.9%股权分别转让给吴守允、叶志焕
3	2006-04	百菲投资第一次增资至 1,188.00 万元,由吴守允、叶志焕认缴
4	2010-12	百菲投资第二次股权转让,叶志焕将所持百菲投资的 15.00%股份转让给吴守造
5	2013-04	百菲投资由有限公司变更为股份公司并第二次增资至 6,888.00 万元,由吴守允、吴守造认缴
6	2014-05	百菲投资第一次减资至 1,188.00 万元,各股东同比例减资
7	2018-06	百菲投资于全国中小企业股份转让系统挂牌
8	2021-03	百菲投资于全国中小企业股份转让系统摘牌
9	2021-04	百菲投资第三次股权转让,吴守造将所持百菲投资的 0.4125%股份转让给吴守允;吴守允将所持百菲投资 0.4125%股份转让给吴联侨
10	2022-12	百菲投资第四次股权转让,吴守允将所持百菲投资 1%股权转让给王润华

公司及控股股东百菲投资历次股权变动均具有合理背景及原因,股权定价具备合理性,相关股权转让协议、增资协议均为相关各方真实意思表示,并已完成对价支付。公司及控股股东历史沿革中不存在股权代持情形,不涉及股权代持解除还原事项。

【主办券商回复】:

(一) 就上述事项进行核查并发表意见。

主办券商履行了以下核查程序:

(1) 访谈公司董事长吴守允，了解百菲投资将主营业务转移至公司的原因及以公司为申请挂牌主体的原因；

(2) 查阅前次控股股东百菲投资申报时的公开转让说明书等挂牌申请材料、查阅前次控股股东挂牌期间在股转系统披露的公告文件，查阅本次申报挂牌公开转让说明书及全套材料，核对本次申报材料与前次申报材料的差异；

(3) 查阅公司报告期内的三会文件以及公司治理相关制度文件，了解公司内部控制制度及信息披露管理机制运行的有效性；

(4) 获得公司及控股股东是否存在信访举报及受处罚的说明，查阅灵市监罚字[2021]19号《行政处罚决定书》，获得灵山县市场监督管理局出具的《证明》；

(5) 查询国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、全国股转系统（<https://www.neeq.com.cn>）、证券期货市场失信记录查询平台（<https://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>）等网站了解公司及控股股东百菲投资有无被行政处罚、诉讼纠纷、信访举报、失信等情形；

(6) 查阅强菲投资工商档案档、《广西百菲乳业股份有限公司股权激励方案》、李素芹的《员工离职手续表》、公司与李素芹的仲裁案件相关资料；

(7) 取得公司对非货币出资的使用情况说明；

(8) 查阅公司及其控股股东企业登记资料、股东名册、公司及其控股股东设立及历次增资的相关协议及出资凭证、验资报告、评估报告，公司及其控股股东历次股权/股份转让的相关协议及支付凭证、完税证明，公司股东签署确认的股东调查表、确认函，公司股东的身份证件或营业执照、合伙协议、公司章程、私募基金备案及私募基金管理人登记文件等资料；

(9) 取得公司相关股东入股公司的投资决策文件，查询国家企业信用信息公示系统、企查查网站，确认外部股东或其最终持有人与公司、中介机构及相关人员之间有无关联关系。

核查结论：

(1) 控股股东百菲投资将主营业务转移至公司主要系战略规划调整、公司架构调整，形成以百菲投资作为集团管理职能公司，由其下属子公司开展具体业务，待未来业务发展壮大后，以百菲投资下属子公司规划资本市场运作。百菲投资将主营业务转移至公司后，相关资产、业务、人员等逐渐转移，未对业务产生不良影响。

(2) 本次申请挂牌披露的信息与前次申报挂牌及挂牌期间披露的非财务信息，由于挂牌主体不同，故不涉及历史沿革披露内容对比情形。鉴于百菲乳业系自百菲投资整体业务、人员、资产等整合而来，因此涉及环保事项、原有房产消防事项的衔接披露问题，在百菲乳业《公开转让说明书》中已对环保、原有房产消防事项与百菲投资原披露内容进行衔接并保持一致。百菲乳业披露的内容与百菲投资原披露内容一致。

(3) 公司及控股股东在控股股东摘牌后不存在信访举报事项，控股股东不存在受处罚事项。公司报告期内存在一次被灵山县市场监督管理局处罚的情形，2023年11月22日，灵山县市场监督管理局出具《证明》，鉴于百菲乳业前述不合规行为不存在主观故意，且百菲乳业事后积极整改规范，及时缴纳罚款，整改规范效果良好，已消除不良影响，前述违法行为情节显著轻微，故认定不属于重大违法违规行为。

(4) 2021年4月起，李素芹与公司已不存在劳动关系，不再满足股权激励对象人选，强菲投资申请仲裁确认李素芹退伙符合公司股权激励方案及合伙协议的约定。

2023年11月14日，强菲投资向钦州市中级人民法院提交《强制执行申请书》；2023年12月7日，钦州市中级人民法院作出（2023）桂07执772号《执行裁定书》，裁定冻结、划拨、扣留、提取被执行人李素芹的银行存款、资金（含证券、保险、

债券、股票、基金、网络资金等)及其他财产权益;或查封、扣押其等值财产,以清偿本案债务、冻结、划拨、扣留、提取或者查封、扣押的财产价值以钦州仲裁委员会作出的(2022)钦仲案字第482号裁决书确定被执行人应履行的义务和相关诉讼费、执行费为限。截至目前,因案件仍在法院强制执行中,尚未完成李素芹从强菲投资退伙的工商登记变更手续,故李素芹暂未办理退伙结算和退还财产份额手续。

该案件执行及工商登记变更仅涉及公司股东强菲投资的有限合伙人李素芹退伙等事项,涉及出资份额1.1360万元,占强菲投资出资比例仅为0.1144%,占比小,李素芹未直接持有公司股份,故该纠纷对公司股权明晰性不会造成影响。

公司股东持有的公司股份权属明晰,控股股东、实际控制人持有或控制的股份不存在可能导致控制权变更的重大权属纠纷,上述执行案件不会导致公司不符合挂牌条件。

(5)非货币出资中所涉机器设备均为公司日常经营所需,且出资时可以正常使用并已交付使用。截至目前,上述部分设备已达到使用年限,已作报废处理。公司2018年10月与2018年12月资产评估报告中的“机器设备”不是同一内容,是不同的机器设备,历次非货币出资评估作价合理。

(6)公司2020年货币置换金额的确定依据充分合理、置换金额充足并已完成置换。百菲投资对百菲有限实物出资中部分房屋未取得产权证书的情形已通过百菲投资再投入货币资金的方式进行置换,公司非货币出资瑕疵已得到充分弥补,公司出资真实、充足。

(7)公司仅存在一次资本公积转增股本情形,系以股本溢价形成的资本公积转增股本。公司以股本溢价形成的129,670,746.00元转增股本,本次转增完毕后,公司尚有股本溢价形成的资本公积6,128,864.16元。

公司本次股本溢价形成的资本公积转增股本不属于股息、红利性质的分配,因此自然人股东获得的转增股本数额不作为个人所得,不征收个人所得税。

(8) 公司及控股股东百菲投资历次股权变动均具有合理背景及原因，股权定价具备合理性，相关股权转让协议、增资协议均为相关各方真实意思表示，并完成对价支付。公司及控股股东历史沿革中不存在股权代持情形，不涉及股权代持解除还原事项。

(二) 说明公司股东入股交易价格是否存在明显异常情形，如存在，说明前述股东或其最终持有人是否与公司、中介机构及相关人员存在关联关系，前述股东的入股背景、入股价格依据，前述入股行为是否存在股权代持、不当利益输送事项。

1、尽调过程、事实依据

(1) 查阅公司企业登记资料、股东名册、公司历次增资所涉增资协议、出资凭证、验资报告及评估报告，了解历次增资价格；

(2) 获取股东调查问卷，了解定价依据、有无股权代持情形，股东与公司、中介机构及相关人员是否存在关联关系；

(3) 访谈公司董事长吴守允，了解引入外部投资者定价依据、有无股权代持情形；

(4) 访谈易简德学度、易简光懋、易简庆犇执行事务合伙人授权指定人员（江晓、辛瑛）、主要自然人股东（谢邕、胡衍军），了解易简德学度、易简光懋、易简庆犇入股价格定价依据，有无股权代持等情形；

(5) 获取股东关于不存在代持、信托等的《承诺函》；

(6) 获取相关中介机构出具的中介机构及相关人员与公司不存在关联关系的《说明》。

2、分析过程、结论意见

根据公司企业登记资料、股东名册、公司设立及历次增资的相关协议及出资凭证、验资报告、评估报告，公司历次股权/股份转让的相关协议及支付凭证、完税证明，公司股东签署确认的股东调查表等资料确认，公司历次入股的情况如下：

广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函的回复

序号	时间	股东及股权变动情况	入股背景及原因	入股形式	资金来源	出资方式	入股价格	定价依据及合理性
1	2017-12	百菲投资持有有限公司全部 1,188.00 万元股份	成立公司	新设	自有资金	货币	1 元/股	设立按照 1 元/股，具有合理性
2	2018-11	有限公司注册资本由 1,188.00 万元增至元 1,670.00 万元	公司经营需要	增资	自有资金	货币、实物	1 元/股	公司原股东增资，具有合理性
3	2018-12	有限公司注册资本由 1,670.00 万元增至 3,170.00 万元	公司发展需要	增资	自有资金	货币、实物	1 元/股	公司原股东增资，具有合理性
4	2019-11	百菲投资将其持有的有限公司 9.00 万元、6.00 万元、3.00 万元出资额分别以 31.50 万元、21.00 万元、10.50 万元的价格转让给吴守允、吴联侨、吴珊珊	持股架构调整	股权转让	自有资金	货币	3.5 元/股	根据公司净资产的情况及适当溢价协商确定，具有合理性
5	2019-12	整体变更为股份公司	/	/	/	/	/	净资产折股
6	2020-06	新股东强菲投资向公司增资，百菲乳业注册资本由 3,170.00 万元增至 3,227.4231 万元	实施股权激励	增资	自有资金	货币	11.36 元/股	参考 2019 年每股净利润情况（1.88 元/股），同时参考 2020 年（股权激励实施当年）同行业上市公司并购重组市盈率情况，具有合理性
7	2020-11	强菲投资向公司增资，百菲乳业注册资本由 3,227.4231 万元增至 3,257.4231 万元	实施股权激励	增资	自有资金	货币	11.36 元/股	参考 2019 年每股净利润情况（1.88 元/股），同时参考 2020 年（股权激励实施当年）同行业上市公司并购重组市盈率情况，具有合理性
8	2021-08	新股东易简德学度、易简光懋、易简庆彝向公司增资，百菲乳业注册资本由 3,257.4231 万元增至 3,583.1654 万元	机构投资者入股	增资	自有资金	货币	39.91 元/股	参考公司 2020 年每股净利润 3.75 元的情况，双方协商一致定价，具有合理性
9	2023-07	百菲乳业注册资本由 3,583.1654 万元增至 16,550.2400 万元	公司发展需要	增资	权益分派	资本公积金转	每 10 股转增 36.1889	-

序号	时间	股东及股权变动情况	入股背景及原因	入股形式	资金来源	出资方式	入股价格	定价依据及合理性
						增	股	

综上，公司股东入股交易价格不存在明显异常情形。根据公司股东签署的股东调查表、出具的确认函、承诺函，中介机构出具的《说明》，公司外部股东或其最终持有人与公司、中介机构及相关人员之间不存在关联关系，股东持股不存在股权代持情形。

(三) 说明是否存在代持导致公司股东经穿透还原计算超 200 人的情形，公司是否存在非法集资、非法公开发行或变相非法公开发行的行为及风险。

根据公司企业登记资料、股东名册，以及公司股东签署确认的股东调查表及出具的确认函，公司股东及其穿透计算股东人数的具体情况如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	穿透计算自然人人数
1	百菲投资	145,587,353	87.9669	3
2	易简德学度	8,101,516	4.8951	8
3	强菲投资	4,037,975	2.4398	11
4	易简光懋	3,472,078	2.0979	9
5	易简庆犇	3,472,078	2.0979	9
6	吴守允	415,700	0.2512	1
7	吴联侨	277,133	0.1675	1
8	吴珊珊	138,567	0.0837	1
合计		165,502,400	100.0000	30（扣减吴守允、吴联侨及广东易简投资有限公司5名股东重复计算情形）

根据公司股东签署确认的调查表、出具的确认函，并经核查公司提供的企业登记资料、股东名册、公司设立及历史增资相关协议、历次出资及增资的款项缴纳凭证、验资报告、历次股权/股份转让的相关协议、支付凭证及及股权变动相关的会议文件等资料，并经查询国家企业信用信息公示系统、中国执行信息公开网、企查查的公开披露信息，公司历史沿革中不存在股份代持情形，亦不存在公司股东经穿透还原计算超200人的情形。

根据《证券法》第九条规定：“公开发行证券，必须符合法律、行政法规规定的条件，并依法报经国务院证券监督管理机构或者国务院授权的部门注册。未经依法注册，任何单位和个人不得公开发行证券。证券发行注册制的具体范围、实施步骤，由国务院规定。有下列情形之一的，为公开发行：（一）向不特定对象发行证券；（二）向特定对象发行证券累计超过二百人，但依法实施员工持股计划的员工人数不计算在内；（三）法律、行政法规规定的其他发行行为。非公开发行证券，不得采用广告、公开劝诱和变相公开方式”。

公司历次股权变动中，不存在向不特定对象发行证券、向特定对象发行证券累计超过二百人或法律、行政法规规定的其他发行行为。

根据国务院《防范和处置非法集资条例》（以下简称“《非法集资条例》”）的规定，非法集资是指未经国务院金融管理部门依法许可或者违反国家金融管理规定，以许诺还本付息或者给予其他投资回报等方式，向不特定对象吸收资金的行为。《中华人民共和国刑法》（以下简称“《刑法》”）第一百九十二条规定，集资诈骗罪以非法占有为目的，使用诈骗方法非法集资的行为；第一百七十六条规定，非法吸收公众存款罪，是指违反国家有关规定，非法吸收公众存款或者变相吸收公众存款，扰乱金融秩序的行为。

公司历次股权变动中，不存在“以非法占有为目的采用虚构事实、隐瞒真相，向不特定社会公众非法集资”或“未经有关部门依法批准，扰乱金融秩序，非法吸收公众存款”之行为，未违反《非法集资条例》《刑法》等法律、法规、部门规章及规范性文件的规定，不涉及非法集资。

综上所述，公司不存在非法集资、非法公开发行或变相非法公开发行的行为及风险。

(四) 说明代持相关的核查程序、方式、依据, 包括但不限于: ①股权转让协议、增资协议、公司分红情况、股权转让收入纳税情况、支付凭证、银行资金流水(现有自然人股东及持股平台); ②代持清理过程中内部决策程序、清理或退出原则确定、退出协议和对价支付情况; 如存在员工持股清理的, 请结合受让方的资金是否为自有资金等说明清理情况。(5) 对以下事项发表明确意见: 界定代持关系的依据是否充分, 相关人员是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形, 代持解除是否真实、有效, 是否存在纠纷或潜在纠纷, 公司是否存在未解除、未披露的代持, 是否存在“假清理、真代持”的情况, 是否符合“股权明晰”的挂牌条件, 是否符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》中关于“股东信息披露与核查”的要求。

1、尽调过程、事实依据

(1) 查阅公司的企业登记资料、股东名册, 公司设立及历次增资的相关协议、历次出资及增资的款项缴纳凭证、验资报告、历次股权/股份转让的相关协议、支付凭证及完税证明以及与股权变动相关的会议文件等资料, 并经查询企业公示系统(查询网址: <http://www.gsxt.gov.cn>), 以核实公司历史沿革中的股本变动情况;

(2) 取得并查阅了全体股东签署确认的股东调查问卷/调查表、公司与全体股东就其股东信息披露情况及股东持股真实性情况出具的确认函, 并访谈全体股东以确认其基本情况、入股原因、入股价格、入股资金来源(包括核查公司全体股东出资/受让公司股份的出资单据)等信息, 确认其所持公司股份权属清晰, 不存在委托持股、信托持股或通过其他利益安排持有公司股份的情形, 亦不存在以直接或间接方式接受任何单位或自然人委托代为持有公司股份的情形;

(3) 访谈公司董事长吴守允, 了解引入外部投资者定价依据、有无股权代持情形;

(4) 访谈易简德学度、易简光懋、易简庆犇执行事务合伙人授权指定人员(江晓、辛瑛)、主要自然人股东(谢邕、胡衍军), 了解易简德学度、易简光懋、易简庆犇入股价格定价依据, 有无股权代持等情形;

(5) 查阅公司股东的营业执照、合伙协议、企业登记资料/基本信息及变更表，自然人股东的身份证明文件，以核实发行股东的相关信息；

(6) 查询中国执行信息公开网（查询网址：<http://zxgk.court.gov.cn>）、中国裁判文书网（查询网址：<https://wenshu.court.gov.cn>）等网站的公开披露信息，核查公司历史沿革中是否存在因股权代持事项而产生的争议纠纷；

(7) 取得公司就其股东信息披露情况及股东持股真实性情况出具的专项声明承诺函；

(8) 获取历次股权/股份转让款、出资款的银行支付凭证，查验是否真实支付相关款项；

(9) 获取公司控股股东、实际控制人及一致行动人、自然人股东、持股平台及其合伙人在出资/转让时点前至少6个月至今的银行流水，核查公司股东有无股权代持情形。其中获取百菲投资2017年1月至2024年3月银行流水；取得强菲投资成立之日起至2024年3月银行流水；获取实际控制人及其一致行动人吴守允（亦为强菲投资合伙人）、吴联侨、吴珊珊2018年10月至2024年3月银行流水；获取强菲投资11名合伙人（其中已单独核查吴守允银行流水）中的8名合伙人（曾瑶瑶、肖若团、杨成立、吴集、施扬毅、劳绍坚、黄强、莫华丽）2020年1月至2024年3月银行流水；

(10) 获取公司、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员2021年1月至2024年3月各大银行账户的银行流水，核查公司董事、监事、高级管理人员有无委托他人持股情形；

(11) 获取强菲投资剩余2名合伙人（唐露、李素芹）出具的《股权激励调查问卷》《关于不存在股权代持情况的声明书》、出资凭证，核查资金来源及是否存在代持情形。

2、分析过程、结论意见

通过上述核查程序，针对公司是否存在股权代持事项进行了充分核查，公司历史沿革中不存在股份代持情形。公司历史沿革中不存在股权代持情形，不存在

代持关系的界定依据充分，相关人员不存在规避持股限制等法律法规规定的情形。公司不存在股权代持解除的情形。公司符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第十条所规定的“股权明晰，股票发行和转让行为合法合规”的挂牌条件；公司信息披露核查符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》中关于“股东信息披露与核查”的要求。

2. 关于业务合规性

公司主营业务为乳制品的研发、生产与销售。公司线上销售渠道分为线上直销和线上代销两种模式，子公司百菲电商主营乳制品互联网销售；根据公开信息，公司建有公众号、小程序商城。

(1) 关于业务资质。请公司说明：①子公司湖南百菲是否需要取得食品生产及经营许可证、生鲜乳收购许可证、生鲜乳准运证，子公司百菲贸易是否需要取得食品经营许可证，子公司浙江百菲、湖南百菲是否需要取得全国工业产品生产许可证，公司及子公司是否存在超资质经营的情形，是否构成重大违法违规；公司及子公司是否已取得全部开展业务必须的全部资质和许可；②公司食品经营许可证已到期，请补充披露该证书的续期情况，说明是否存在无法续期的风险，若无法续期对公司持续经营的影响；③公司原材料供应商、物流商是否均获得了食品生产经营许可及其他必要资质。

(2) 关于线上销售。请公司：①补充披露报告期内线上直销、线上代销及自有公众号、小程序销售收入及占比情况；子公司百菲电商业务与前述线上销售模式的对应关系；②补充说明公司开展线上销售业务是否取得相应资质或办理备案；自营销售平台下公司是否与第三方支付平台合作，第三方支付平台名单、合作方式、手续费支付情况；公司自身是否涉及第三方支付业务，是否取得支付业务许可证等相关资质；③按照《关于平台经济领域的反垄断指南》等法律规定及行业政策，说明公司网站、公众号、小程序等是否属于互联网平台，在业务资质、数据安全、个人信息保护方面的合法合规情况。

(3) 关于环保合规性。请公司：①补充披露子公司百菲养殖灵山县奶水牛产业核心示范区建设项目的环评验收情况；②补充说明子公司浙江百菲、百菲

养殖、百菲七甲养殖是否应办理城镇污水排入排水管网许可证，是否存在应办理而未办理的情形，是否存在被处罚的风险，是否构成重大违法行为，公司采取的整改措施。

(4) 关于消防合规性。请公司补充披露子公司百菲七甲养殖的消防手续办理情况，说明是否存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，是否存在重大违法情形。

请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】：

(一) 关于业务资质。请公司说明：①子公司湖南百菲是否需要取得食品生产及经营许可证、生鲜乳收购许可证、生鲜乳准运证，子公司百菲贸易是否需要取得食品经营许可证，子公司浙江百菲、湖南百菲是否需要取得全国工业产品生产许可证，公司及子公司是否存在超资质经营的情形，是否构成重大违法违规；公司及子公司是否已取得全部开展业务必须的全部资质和许可；②公司食品经营许可证已到期，请补充披露该证书的续期情况，说明是否存在无法续期的风险，若无法续期对公司持续经营的影响；③公司原材料供应商、物流商是否均获得了食品生产经营许可及其他必要资质。

1、子公司湖南百菲是否需要取得食品生产及经营许可证、生鲜乳收购许可证、生鲜乳准运证，子公司百菲贸易是否需要取得食品经营许可证，子公司浙江百菲、湖南百菲是否需要取得全国工业产品生产许可证，公司及子公司是否存在超资质经营的情形，是否构成重大违法违规；公司及子公司是否已取得全部开展业务必须的全部资质和许可；

根据《中华人民共和国食品安全法》（2021年修正）第三十五条第一款规定：“国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。”《食品生产许可管理办法》（2020年）第二条第一款规定：“在中华人民共和国境内，从事食品生产活动，应当依法取得食品生产许可。”《食

品经营许可和备案管理办法》第四条规定：“在中华人民共和国境内从事食品销售和餐饮服务活动，应当依法取得食品经营许可。下列情形不需要取得食品经营许可：（一）销售食用农产品；（二）仅销售预包装食品；……”第五条规定：“仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方市场监督管理部门备案。……”

根据《生鲜乳生产收购管理办法》第十八条规定：“取得工商登记的乳制品生产企业、奶畜养殖场、奶农专业生产合作社开办生鲜乳收购站，应当符合法定条件，向所在地县级人民政府畜牧兽医主管部门提出申请，并提交以下材料：（一）开办生鲜乳收购站申请；（二）生鲜乳收购站平面图和周围环境示意图；（三）冷却、冷藏、保鲜设施和低温运输设备清单；（四）化验、计量、检测仪器设备清单；（五）开办者的营业执照复印件和法定代表人身份证明复印件；（六）从业人员的培训证明和有效的健康证明；（七）卫生管理和质量安全保障制度。”第二十六条第一款规定：“运输生鲜乳的车辆应当取得所在地县级人民政府畜牧兽医主管部门核发的生鲜乳准运证明。无生鲜乳准运证明的车辆，不得从事生鲜乳运输。”

湖南百菲尚未从事乳制品生产，未开办生鲜乳收购站和从事生鲜乳运输，目前仅从事预包装食品销售，故湖南百菲不需要取得食品生产及经营许可证、生鲜乳收购许可证、生鲜乳准运证，需要办理仅销售预包装食品备案。湖南百菲已取得长沙市望城区市场监督管理局出具的《仅销售预包装食品备案信息采集表》，备案编号：YB14301120002985。

百菲贸易目前仅从事预包装食品销售，不需要取得食品经营许可证。百菲贸易已向苍南县市场监督管理局办理取得《仅销售预包装食品备案信息采集表》，备案编号为YB13303270011206。

根据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（2023年修订）第十一条规定：“企业生产列入目录的产品，应当向企业所在地的省、自治区、直辖市工业产品生产许可证主管部门申请取得生产许可证。企业正在生产的产品被列入目录的，应当在国务院工业产品生产许可证主管部门规定的时间内申请取得生

产许可证。企业的申请可以通过信函、电报、电传、传真、电子数据交换和电子邮件等方式提出。”

根据《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》（国发[2019]19号），经研究论证调整后继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录（共计10类）具体如下：

序号	产品名称	实施机关
1	建筑用钢筋	国家市场监督管理总局
2	水泥	国家市场监督管理总局
3	广播电视传输设备	国家市场监督管理总局
4	人民币鉴别仪	国家市场监督管理总局
5	预应力混凝土铁路桥简支梁	国家市场监督管理总局
6	电线电缆	省级市场监督管理部门
7	危险化学品	省级市场监督管理部门
8	危险化学品包装物及容器	省级市场监督管理部门
9	化肥	省级市场监督管理部门
10	直接接触食品的材料等相关产品	省级市场监督管理部门

子公司浙江百菲乳制品包装物由具有相应资质的供应商提供，未自行生产，无需取得全国工业产品生产许可证；湖南百菲尚未从事乳制品生产，仅从事预包装食品销售，无需取得全国工业产品生产许可证。

公司及其子公司持有的从事主营业务所必须的业务资质、许可情况如下：

序号	资质主体	资质/证书名称	编号	发证单位	有效期至
1	百菲乳业	城镇污水排入排水管网许可证	灵市政排字第002号	灵山县住房和城乡建设局	2027.07.13
2		排污许可证	91450721MA5MYP173H001Q	钦州市生态环境局	2028.07.19
3		生鲜乳准运证明	桂450721（2023）0001	灵山县行政审批局	2025.01.04
4		生鲜乳准运证明	桂450721（2023）0002		2025.01.04
5		生鲜乳准运证明	桂450721（2023）0003		2025.11.06

序号	资质主体	资质/证书名称	编号	发证单位	有效期至
6		生鲜乳准运证明	桂450721（2023）0004		2025.11.06
7		生鲜乳准运证明	桂450721（2023）0005		2025.11.06
8		生鲜乳准运证明	桂450721（2024）0001		2026.01.18
9		生鲜乳收购许可证	桂450721（2023）001		2025.05.22
10		生鲜乳收购许可证	桂450721（2023）002		2025.05.22
11		生鲜乳收购许可证	桂450721（2023）003		2025.05.22
12		生鲜乳收购许可证	桂451323（2023）001	武宣县农业农村局	2025.05.07
13		食品生产许可证	SC10545072100493	钦州市行政审批局	2026.12.29
14		食品经营许可证	JY34507210135028	灵山县行政审批局	2029.02.05
15		全国工业产品生产许可证	桂XK16-204-07014	广西壮族自治区市场监督管理局	2026.07.01
16		中华人民共和国道路运输经营许可证	桂交运管许可钦字450721207791号	灵山县行政审批局	2024.09.27
17	浙江百菲	食品生产许可证	SC10633032705730	苍南县市场监督管理局	2026.05.25
18		食品经营许可证	JY33303270282067		2028.07.10
19		生鲜乳准运证明	浙（苍）乳运（2023）-0001	苍南县农业农村局	2025.08.22
20		排污许可证	91330327MA2AWE7M2001U	温州市生态环境局	2026.09.01
21		进出口货物收发货人备案资质	330396C013	中华人民共和国温州海关	2068.07.31
22		城镇污水排入排水管网许可证	浙苍排水字第240010号	苍南县综合行政执法局	2029.03.06
23	百菲养殖	种畜禽生产经营许可证	（2022）编号：桂F040202	灵山县行政审批局	2025.08.15
24		动物防疫条件合格证	（灵）动防合字第20210003号		-
25		固定污染源排污登记回执	91450721MA5NHL8LXF001W	-	2028.02.14
26	百菲电商	食品经营许可证	JY13301080253136	杭州高新技术产业开发区（滨江）市场监督管理局	2028.08.02

序号	资质主体	资质/证书名称	编号	发证单位	有效期至
27	杭州分公司	食品经营许可证	JY13301080261618	杭州高新技术产业开发区（滨江）市场监督管理局	2028.11.26
28	百菲贸易	仅销售预包装食品备案信息采集表	YB13303270011206	苍南县市场监督管理局	-
29	百菲七甲养殖	固定污染源排污登记回执	91330381MACG9AJ35B001X	-	2029.01.15
30	湖南百菲	仅销售预包装食品备案信息采集表	YB14301120002985	长沙市望城区市场监督管理局	-
31	广西百菲贸易有限公司	仅销售预包装食品备案信息采集表	YB14507210038505	灵山县市场监督管理局	-
32	滨江分公司	食品经营许可证	JY13301080267578	杭州高新技术产业开发区（滨江）市场监督管理局	2029.02.06

百菲七甲养殖2023年5月30日与瑞安市瑞茂水牛养殖有限公司签署《资产转让协议》收购其养殖场奶水牛及固定资产后，系继续沿用原已获得《动物防疫条件合格证》的养殖场从事奶水牛养殖，各项动物防疫条件未发生变化，符合法律法规的规定，但相关动物防疫条件合格证书应由瑞安市瑞茂水牛养殖有限公司变更为百菲七甲养殖，截至目前正在办理相关资质许可变更手续。

根据瑞安市农业农村局出具的《证明》，百菲七甲养殖所经营的水牛养殖场此前经营主体已办理《动物防疫条件合格证》，目前正在申请办理《动物防疫条件合格证》的经营主体变更，不存在因违反畜牧业相关的法律法规而受到该局行政处罚的情形。百菲七甲养殖目前经营的水牛养殖场无从事种畜禽生产经营或生产商品代仔畜、雏禽相关业务，根据《中华人民共和国畜牧法》第二十四条规定，无需办理《种禽生产经营许可证》。

百菲七甲养殖自成立至今能够遵守《中华人民共和国畜牧法》《中华人民共和国动物防疫法》等相关法律法规，不存在因违反畜禽防疫、养殖等相关法律法规而受到该局行政处罚或惩戒措施的情形。

除前述百菲七甲养殖正在办理的资质许可变更手续外，公司及其他子公司已取得全部开展业务必须的全部资质和许可。根据公司及其子公司所在地各主管部门出具的合规证明，公司及其子公司报告期内不存在重大违法违规行为。

综上，公司及子公司不存在超资质经营的情形，不构成重大违法违规；除百菲七甲养殖相关资质证书正在进行变更手续，公司及其他子公司已取得全部开展业务必须的全部资质和许可。根据百菲七甲养殖取得的相关主管部门合规证明，不存在因资质许可事项受到行政处罚的情形，故不会对本次挂牌造成实质性影响。

2、公司食品经营许可证已到期，请补充披露该证书的续期情况，说明是否存在无法续期的风险，若无法续期对公司持续经营的影响

公司食品经营许可证已成功办理续期，现持有灵山县行政审批局核发的编号为JY34507210135028号的《食品经营许可证》，有效期至2029年2月5日，不存在无法续期的风险，不会对公司持续经营造成影响。

3、公司原材料供应商、物流商是否均获得了食品生产经营许可及其他必要资质

(1) 公司原材料供应商主要为生鲜乳、乳粉和包材的提供者，其需具备的必要资质情况如下：

①公司生鲜乳供应商

公司生鲜乳供应商主要为合作牧场、养殖合作社，其中合作牧场已根据《生鲜乳生产收购管理办法》《中华人民共和国动物防疫法》办理必要资质生鲜乳收购许可证（如适用）、动物防疫条件合格证；养殖合作社，因养殖合作社并非实际奶牛养殖主体，而系合作社成员各自分散养殖，根据《中华人民共和国动物防疫法》第二十五条规定：“开办动物饲养场和隔离场所、动物屠宰加工场所以及动物和动物产品无害化处理场所，应当向县级以上地方人民政府农业农村主管部门提出申请，并附具相关材料。受理申请的农业农村主管部门应当依照本法和《中华人民共和国行政许可法》的规定进行审查。经审查合格的，发给动物防疫条件

合格证；不合格的，应当通知申请人并说明理由”；根据《广西壮族自治区人民政府办公厅关于印发广西壮族自治区畜禽养殖场养殖小区备案管理办法的通知》第六条规定：申请备案的畜禽养殖场、养殖小区规模标准：（一）生猪养殖场：年出栏500头以上或存栏300头以上；……（四）奶牛养殖场：存栏100头以上；（五）肉牛养殖场：年出栏50头以上或存栏100头以上。同时，根据根据灵山县农业农村局出具的《说明》，养殖合作社中合作社成员各自分散养殖未达养殖场规模标准的，无需办理动物防疫条件合格证。

②公司主要乳粉供应商

根据《中华人民共和国食品安全法》（2021年修正）《食品生产许可管理办法》（2020年）《食品经营许可和备案管理办法》等相关法律法规规定，公司供应商中从事食品生产以及加工业务的，应当取得《食品生产许可证》；公司供应商中从事食品销售活动的，应当取得《食品经营许可证》；仅销售预包装食品的食品供应商应当报所在地县级以上地方市场监督管理部门备案；公司供应商存在进口业务的，其进口食品应当经出入境检验检疫机构按照进出口商品检验相关法律、行政法规的规定检验合格并取得《对外贸易经营者备案》，公司主要乳粉供应商已按上述规定分别取得必要资质。

③公司主要包材供应商

根据《中华人民共和国食品安全法》（2021年修正）《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（2023年修订）相关规定，对直接接触食品的包装材料等具有较高风险的食品相关产品，按照国家有关工业产品生产许可证管理的规定实施生产许可，生产《工业产品目录》中产品的企业应取得生产许可证。同时，根据《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》相关规定，“直接接触食品的材料等相关产品”属于“调整后继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录”。因此，生产直接接触食品包装辅料的供应商应取得工业产品生产许可证。根据《印刷业管理条例》，企业从事印刷经营活动应取得印刷经营许可证，公司主要包材供应商均已按上述规定分别取得必要资质。

公司报告期各期前十大原材料供应商取得的必要资质如下：

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
1	嘉兴市鑫凯润贸易有限公司	营业执照	91330482550547326Q	长期	销售：食品等；从事各类商品及技术的进出口业务
		食品经营许可证	JY13304820163651	2024-08-06	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售, 婴幼儿配方乳粉销售
		对外贸易经营者备案	04329229	长期	对外贸易备案
2	广西南宁市万豪佳鑫纸业有限责任公司	营业执照	914501006648466821	长期	纸板成品、半成品加工、销售；电脑平面设计；包装装潢印刷；自营和代理一般经营项目商品和技术的进出口业务；许可经营项目商品和技术的进出口业务须取得国家专项审批后方可经营（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。生产、销售：泡沫塑料、塑料包装箱及容器、塑料零件
		印刷经营许可证	桂印证字第4501215002号	2025-12-31	包装装潢及其他印刷品印刷
3	云南红创包装有限公司	营业执照	91530400MA6NGAFT6X	长期	包装装潢印刷品印刷；食品用纸包装、容器制品生产；食品用塑料包装容器工具制品生产
		印刷经营许可证	（玉）印证字第F000137号	2025-12-31	包装装潢印刷
		全国工业产品生产许可证	滇XK16-204-00408	2024-10-24	产品名称：食品用塑料包装容器
4	灵山县桂威奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5QF5C526	长期	组织采购、供应成员养殖奶水牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶；
5	苏州嘉莱进出口贸	营业执照	91320508301913196U	长期	进出口代理；食品经营；婴幼儿配方乳粉销售

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
	易有限公司	食品经营许可证	JY13205080203127	2024-09-01	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售, 婴幼儿配方乳粉销售
		对外贸易经营者备案	01807607	长期	对外贸易备案
6	灵山县灵菲奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q7XR93N	长期	组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
7	泉州市佩琪食品科技有限公司	营业执照	91350503MA33K92E6F	长期	批发、零售：乳制品（含婴幼儿配方奶粉）、预包装食品、散装食品、饲料及原料、面制品及食用油、调味品、水果、水产品、农产品、农副产品、食品添加剂、木制品、五金产品、电气设备、化工产品（不含危险化学品）；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物或技术进出口除外）
		食品经营许可证	JY13505030234788	2025-03-04	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）
		对外贸易经营者备案	04490108	长期	对外贸易备案
8	灵山县文菲奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q9N8E7L	长期	组织采购、供应成员养殖奶水牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
9	灵山县南高奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q936J0E	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
10	泉州市正业乳品原料有限公司	营业执照	91350503MA2YA5XF2A	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
		仅销售预包装食品经营者备案	YB13505036005164	-	仅销售预包装食品
		对外贸易经营者	04479068	-	对外贸易备案

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
		备案			
11	灵山县南发奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q9N7148	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
12	灵山县百贵奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5QBX464E	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
13	灵山县百鸣奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5QC6XD8H	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
14	宁夏科牧华牧业有限公司	营业执照	91640300MA7L8Y5FXA	长期	牲畜饲养；牲畜屠宰；生鲜乳收购；生鲜乳道路运输；道路货物运输（不含危险货物）；牲畜销售；畜禽收购；林业产品销售；草及相关制品销售；草种植；饲料原料销售
		动物防疫条件合格证	（吴利审）动防合字第20220142号	-	奶牛养殖
		生鲜乳收购许可证	宁640302(2022)074	2024-07-12	牛乳收购
15	浙江一多包装科技有限公司	营业执照	91330327MA7GWW620N	长期	纸制品制造；纸制品销售
16	宾阳县马潭月嫦良种奶牛畜牧有限公司	营业执照	9145012657455546XC	长期	良种奶水牛改繁养殖
		动物防疫条件合格证	（灵）动防合字第20210003号	-	奶水牛养殖
17	中山市正好贸易有限公司	营业执照	914420007211926399	长期	食品销售；货物进出口
		仅销售预包装食品	YB144201900	-	仅销售预包装食品

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
		品经营者备案	85611		
		对外贸易经营者备案	03645602	-	对外贸易备案

(2) 公司物流商需具备的必要资质情况

公司物流需求主要为生鲜乳收购运输及产成品运输。其中对于生鲜乳运输，根据第二十六条第一款规定：“运输生鲜乳的车辆应当取得所在地县级人民政府畜牧兽医主管部门核发的生鲜乳准运证明。无生鲜乳准运证明的车辆，不得从事生鲜乳运输。”公司生鲜乳收购一部分由公司自有车辆运输，公司自有车辆均具备生鲜乳准运证明，另一部分由合作牧场负责运输，合作牧场运输车辆均具备生鲜乳准运证明。

对于产成品物流提供商，根据《道路运输条例》等法规规定，从事货物经营应当申请取得道路运输经营许可证。公司产成品主要物流提供商均具备道路运输经营许可证。

综上，公司主要原材料供应商、物流商均获得了食品生产经营许可及其他必要资质。

(二) 关于线上销售。请公司：①补充披露报告期内线上直销、线上代销及自有公众号、小程序销售收入及占比情况；子公司百菲电商业务与前述线上销售模式的对应关系；②补充说明公司开展线上销售业务是否取得相应资质或办理备案；自营销售平台下公司是否与第三方支付平台合作，第三方支付平台名单、合作方式、手续费支付情况；公司自身是否涉及第三方支付业务，是否取得支付业务许可证等相关资质；③按照《关于平台经济领域的反垄断指南》等法律规定及行业政策，说明公司网站、公众号、小程序等是否属于互联网平台，在业务资质、数据安全、个人信息保护方面的合法合规情况。

1、补充披露报告期内线上直销、线上代销及自有公众号、小程序销售收入及占比情况；子公司百菲电商业务与前述线上销售模式的对应关系；

(1) 报告期内，公司不存在自有公众号、小程序销售收入。

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“（4）按销售方式分类”披露如下：“

单位：元

项目	2023年1月—8月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下经销	475,385,168.72	71.82%	584,794,095.56	74.89%	537,000,329.58	75.16%
线上直销	121,069,688.52	18.29%	131,502,307.85	16.84%	126,474,407.86	17.70%
线上代销	60,003,684.57	9.07%	55,880,404.01	7.16%	48,560,281.69	6.80%
线下直销	3,365,105.89	0.51%	3,901,202.72	0.50%	2,439,572.51	0.34%
其他业务	2,065,923.95	0.31%	4,726,197.75	0.61%	0.00	0.00%
合计	661,889,571.65	100.00%	780,804,207.89	100.00%	714,474,591.64	100.00%

”

（2）子公司百菲电商业务与前述线上销售模式的对应关系

子公司百菲电商主营业务为产品线上销售业务，报告期内，百菲电商尚未产生收入。后续公司将母公司及子公司浙江百菲线上销售业务转移至子公司百菲电商。

2、补充说明公司开展线上销售业务是否取得相应资质或办理备案；自营销售平台下公司是否与第三方支付平台合作，第三方支付平台名单、合作方式、手续费支付情况；公司自身是否涉及第三方支付业务，是否取得支付业务许可证等相关资质；

根据《中华人民共和国电信条例》第八条规定，电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。增值电信业务，是指利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务。

根据《互联网信息服务管理办法》第三条规定，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供

信息或者网页制作等服务活动。非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。第四条规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。

公司通过在第三方电商平台上开设自营品牌店铺进行线上销售业务，不存在通过设立自营销售平台进行独立运营，其自有网站仅作为业务宣传、产品展示窗口，相关互联网信息服务、增值电信服务由第三方平台通过其网站等向用户提供，公司仅通过第三方电商平台提供的订单信息进行销售，公司不存在提供互联网信息服务的情形，不适用应办理经营性互联网信息服务许可或备案的规定，亦不属于“增值电信业务”的范围，不需要取得《增值电信业务经营许可证》。

经核查，公司及子公司百菲电商正在使用的域名及正在运营的应用程序均已办理 ICP 备案。

自营销售平台下公司主要通过天猫、淘宝、京东等电商平台开设线上旗舰店直接向消费者销售商品，不存在直接与第三方支付平台合作进行资金结算的情形，具体事项系按照电商平台与第三方支付平台约定处理。

公司自身不涉及第三方支付业务，不存在需要取得支付业务许可证等相关资质的情形。

3、按照《关于平台经济领域的反垄断指南》等法律规定及行业政策，说明公司网站、公众号、小程序等是否属于互联网平台，在业务资质、数据安全、个人信息保护方面的合法合规情况。

（1）公司网站、公众号、小程序情况

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）第二条规定：“（一）平台，本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。（二）平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。（三）平台内经营者，是指在互联网平台内提供商品或者服务（以下统称商品）的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品。

（四）平台经济领域经营者，包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。”

公司网站主要用于信息发布和企业宣传，不具备点单、互动、注册等交互功能，不存在通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态，不存在向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的情形，故不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”。

公司公众号、小程序非公司自营平台，系通过入驻其他第三方平台的方式参与互联网平台业务，属于《反垄断指南》中规定的“平台内经营者”，不存在向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等业务情形，不涉及通过网络信息技术，使相互依赖的双边或多边主体在特定载体提供的规则交互，进而共同经营互联网平台业务。公司作为平台内经营者，不存在达成垄断协议等方式限制竞争的情形，且公司未达到市场支配地位，不存在通过滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

综上，公司网站、公众号、小程序等不属于《反垄断指南》规定的互联网平台。

（2）业务资质、数据安全、个人信息保护方面合法合规情况

公司已根据相关数据安全、个人信息保护相关规定，制定了《网络信息安全管理规定》《客户信息保护管理办法（试行）》《个人信息保护影响评估办法（试行）》《信息安全管理审计制度（试行）》《信息安全培训管理办法（试行）》《个人信息保护违规行为处罚办法（试行）》《个人信息安全事件应急预案（试行）》等内部管理制度和操作规程，该等制度有效执行，落实了数据合规、个人信息保护安全责任，合法合规。

根据市场监督、互联网信息管理等主管部门出具的合规证明和《企业信用报告（无违法违规证明）》，并经查询中华人民共和国工业和信息化部、中央网络安全和信息化委员会办公室、国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网等网站，公司在业务资质、数据安全、个人信息保护方面不存在被行业主

管部门处罚或要求整改等情形。

综上，公司在业务资质、数据安全、个人信息保护方面合法合规。

（三）关于环保合规性。请公司：①补充披露子公司百菲养殖灵山县奶水牛产业核心示范区建设项目的环评验收情况；②补充说明子公司浙江百菲、百菲养殖、百菲七甲养殖是否应办理城镇污水排入排水管网许可证，是否存在应办理而未办理的情形，是否存在被处罚的风险，是否构成重大违法行为，公司采取的整改措施。

1、补充披露子公司百菲养殖灵山县奶水牛产业核心示范区建设项目的环评验收情况：

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（一）环保情况”补充披露如下：“

2021年3月8日，钦州市生态环境局出具“钦环审[2021]30号”《钦州市生态环境局关于灵山县奶水牛产业核心示范区建设项目环境影响报告书的批复》，同意公司按照报告书所列建设项目的性质、地点、规模、工艺、环境保护措施及相关要求进行项目建设。目前该项目正在申请办理环评验收资料。”

2、补充说明子公司浙江百菲、百菲养殖、百菲七甲养殖是否应办理城镇污水排入排水管网许可证，是否存在应办理而未办理的情形，是否存在被处罚的风险，是否构成重大违法行为，公司采取的整改措施。

根据《城镇排水与污水处理条例》第二十一条第一款规定：“从事工业、建筑、餐饮、医疗等活动的企业事业单位、个体工商户向城镇排水设施排放污水的，应当向城镇排水主管部门申请领取污水排入排水管网许可证。城镇排水主管部门应当按照国家有关标准，重点对影响城镇排水与污水处理设施安全运行的事项进行审查。”

根据浙江百菲建设项目环境影响评价审批意见文件、建设项目竣工环境保护验收监测报告表、城镇污水排入排水管网许可证等资料和说明，浙江百菲产生的废水为生产废水和生活污水，此前经厂区污水处理站处理达标后最终排入污水处

理厂，未直接对外排放，故未办理污水排入排水管网许可证。为便于对外排放，现浙江百菲已取得《城镇污水排入排水管网许可证》（编号：浙苍排水字第 240010 号），有效期至 2029 年 3 月 6 日。根据苍南县综合行政执法局出具的《证明》：“我局辖区内企业浙江百菲乳业有限公司已经按照《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》的规定办理了城镇污水排入排水管网许可证，并按照证载信息排放污水，不存在违法排放的情形。浙江百菲乳业有限公司办理城镇污水排入排水管网许可证前，均将污水经处理达标后排入污水处理厂而未直接对外排放，不存在违法排放的情形，亦不存在受到行政处罚的情形。”因此，浙江百菲不存在违法排放污水的情形，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为。

根据百菲养殖建设项目环境影响报告书批复文件等资料和说明，百菲养殖系使用设施农用地从事水牛养殖业务，日常运营过程中不会产生工业废水，仅产生生产和生活污水，经环保处理后用于种植区和周边林地灌溉，不涉及向城镇排水设施排放污水的情形，因此无需办理城镇污水排入排水管网许可证。

根据百菲七甲养殖建设项目环境影响登记表备案文件等资料和说明，百菲七甲养殖使用设施农用地从事水牛养殖业务，日常运营过程中不会产生工业废水，仅产生生产和生活污水，经环保处理后作为有机肥回用于农田灌溉，不涉及向城镇排水设施排放污水的情形，因此无需办理城镇污水排入排水管网许可证。

综上，公司子公司浙江百菲已办理取得城镇污水排入排水管网许可证，不存在违法排放污水的情形，亦不存在受到行政处罚的情形，不构成重大违法行为。公司子公司百菲养殖、百菲七甲养殖无需办理城镇污水排入排水管网许可证，不存在应办理而未办理的情形，不构成重大违法行为。

（四）关于消防合规性。请公司补充披露子公司百菲七甲养殖的消防手续办理情况，说明是否存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，是否存在重大违法情形。

根据《中华人民共和国消防法（2021 修正）》第十条规定：“对按照国家工程建设消防技术标准需要进行消防设计的建设工程，实行建设工程消防设计审

查验收制度。”第十三条规定：“国务院住房和城乡建设主管部门规定应当申请消防验收的建设工程竣工，建设单位应当向住房和城乡建设主管部门申请消防验收。

前款规定以外的其他建设工程，建设单位在验收后应当报住房和城乡建设主管部门备案，住房和城乡建设主管部门应当进行抽查。

依法应当进行消防验收的建设工程，未经消防验收或者消防验收不合格的，禁止投入使用；其他建设工程经依法抽查不合格的，应当停止使用。”

根据《自然资源部、农业农村部关于设施农业用地管理有关问题的通知》（自然资规〔2019〕4号）规定：“一、设施农业用地包括农业生产中直接用于作物种植和畜禽水产养殖的设施用地。其中，作物种植设施用地包括作物生产和为生产服务的看护房、农资农机具存放场所等，以及与生产直接关联的烘干晾晒、分拣包装、保鲜存储等设施用地；畜禽水产养殖设施用地包括养殖生产及直接关联的粪污处置、检验检疫等设施用地，不包括屠宰和肉类加工场所用地等。”“三、各类设施农业用地规模由各省（区、市）自然资源主管部门会同农业农村主管部门根据生产规模和建设标准合理确定。其中，看护房执行“大棚房”问题专项清理整治整改标准，养殖设施允许建设多层建筑。”

根据《浙江省自然资源厅、浙江省农业农村厅关于规范设施农业用地管理促进设施农业健康发展的通知》（浙自然资规〔2020〕10号）第一条第（四）项规定：“以下用地纳入建设用地管理：经营性粮食企业存储、加工场所，经营性农资、农机仓库和维修场所，屠宰和肉类、水产品加工场所用地，以农业为依托的休闲观光旅游度假场所，各类庄园、酒庄、农家乐，各类农业园区中的餐饮、住宿、办公、会议、游乐、停车场以及经营性企业农产品加工、展销等用地，按照建设用地报批和管理。”

百菲七甲养殖通过受让取得原建设于设施农用地之上的固定资产，主要包括养殖设施、附属配套设施、设备等，根据上述规定，该等设施农用地及其地上建设项目属于自然资源主管部门和农业农村主管部门备案管理事项，不涉及应当纳入建设用地报批和管理的建设用地及需要进行消防验收、消防备案或进行消防安

全检查的建设工程项目，不属于消防监督检查对象。

根据 2023 年 12 月 21 日瑞安市消防救援大队出具的《证明》，自 2023 年 4 月 17 日成立至今，百菲七甲养殖未被瑞安市消防救援大队确认为监督检查对象，未发现其因违反消防相关法律法规而受到行政处罚的情况。

综上，百菲七甲养殖不存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，未受到消防行政处罚，不存在重大违法情形。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（二）安全生产情况”补充披露如下：“

百菲七甲养殖通过受让取得原建设于设施农用地之上的固定资产，主要包括养殖设施、附属配套设施、设备等，根据《中华人民共和国消防法（2021 修正）》《自然资源部、农业农村部关于设施农用地管理有关问题的通知》（自然资规〔2019〕4 号）、《浙江省自然资源厅、浙江省农业农村厅关于规范设施农用地管理促进设施农业健康发展的通知》（浙自然资规〔2020〕10 号）等规定，该等设施农用地及其地上建设项目属于自然资源主管部门和农业农村主管部门备案管理事项，不涉及应当纳入建设用地报批和管理的建设用地及需要进行消防验收、消防备案或进行消防安全检查的建设工程项目，不属于消防监督检查对象。

根据 2023 年 12 月 21 日瑞安市消防救援大队出具的《证明》，自 2023 年 4 月 17 日成立至今，百菲七甲养殖未被瑞安市消防救援大队确认为监督检查对象，未发现其因违反消防相关法律法规而受到行政处罚的情况。”

【主办券商回复】：

请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

主办券商履行了以下核查程序：

（1）查阅《中华人民共和国食品安全法》（2021 年修正）、《食品生产许可管理办法》《生鲜乳生产收购管理办法》《中华人民共和国工业产品生产许可

证管理条例》（2023年修订）、《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》（国发[2019]19号）等法律法规规定；

（2）查阅公司及其子公司资质证书；

（3）查阅湖南百菲财务报表；

（4）查阅浙江百菲财务报表及主要采购合同；

（5）取得公司及其子公司所在地各主管部门出具的合规证明；

（6）取得公司主要原材料供应商、物流商名单及资质；查阅公司与前十大原材料供应商、物流提供商签订的合同，了解提供原材料内容、具体要求等；

（7）查阅《中华人民共和国电信条例》《互联网信息服务管理办法》《关于平台经济领域的反垄断指南》等法律规定及行业政策；

（8）查阅公司与第三方电商平台签订的协议；

（9）查阅公司《网络信息安全管理制制度》《客户信息保护管理办法（试行）》《个人信息保护影响评估办法（试行）》《信息安全管理审计制度（试行）》《信息安全培训管理办法（试行）》《个人信息保护违规行为处罚办法（试行）》《个人信息安全事件应急预案（试行）》等内部管理制度及操作规程；

（10）查阅《城镇排水与污水处理条例》，浙江百菲城镇污水排入排水管网许可证，百菲养殖、浙江百菲与百菲七甲养殖的建设项目有关环境影响报告书批复文件等资料，百菲七甲养殖提供的原设施农用地备案文件、建设方案、资产评估报告、资产转让协议等资料和说明；

（11）查阅《中华人民共和国消防法》（2021修正）、《自然资源部、农业农村部关于设施农业用地管理有关问题的通知》（自然资规〔2019〕4号）、《浙江省自然资源厅、浙江省农业农村厅关于规范设施农业用地管理促进设施农业健康发展的通知》（浙自然资规〔2020〕10号）；

核查结论：

（1）关于业务资质

①子公司浙江百菲乳制品包装物由具有相应资质的供应商提供，未自行生产，无需取得全国工业产品生产许可证；湖南百菲尚未从事乳制品生产，仅从事预包装食品销售，无需取得全国工业产品生产许可证。

公司及子公司不存在超资质经营的情形，不构成重大违法违规；除百菲七甲养殖相关资质证书正在进行变更手续，公司及其他子公司已取得全部开展业务必须的全部资质和许可。根据百菲七甲养殖取得的相关主管部门合规证明，不存在因资质许可事项受到行政处罚的情形，故不会对本次挂牌造成实质性影响。

②公司食品经营许可证已成功办理续期，现持有灵山县行政审批局核发的编号为JY34507210135028号的《食品经营许可证》，有效期至2029年2月5日，不存在无法续期的风险，不会对公司持续经营造成影响。

③公司主要供应商、主要物流提供商均合法持有开展业务所需资质及证照，相关资质的有效期完整覆盖其主营业务以及报告期内其与公司开展业务合作的期间。

(2) 关于线上销售

公司自身不涉及第三方支付业务，不存在需要取得支付业务许可证等相关资质的情形。

公司作为平台内经营者，不存在达成垄断协议等方式限制竞争的情形，且公司未达到市场支配地位，不存在通过滥用市场支配地位等不正当竞争情形。综上，公司网站、公众号、小程序等不属于《反垄断指南》规定的互联网平台。

公司已根据相关数据安全、个人信息保护相关规定，制定了《网络信息安全管理规定》《客户信息保护管理办法（试行）》《个人信息保护影响评估办法（试行）》《信息安全管理审计制度（试行）》《信息安全培训管理办法（试行）》《个人信息保护违规行为处罚办法（试行）》《个人信息安全事件应急预案（试行）》等内部管理制度和操作规程，该等制度有效执行，落实了数据合规、个人信息保护安全责任，合法合规。

根据市场监督、互联网信息管理等主管部门出具的合规证明和《企业信用报

告（无违法违规证明）》，并经查询中华人民共和国工业和信息化部、中央网络安全和信息化委员会办公室、国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网等网站，公司在业务资质、数据安全、个人信息保护方面不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形。

综上，公司在业务资质、数据安全、个人信息保护方面合法合规。

（3）关于环保合规性

浙江百菲产生的废水为生产废水和生活污水，此前经厂区污水处理站处理达标后最终排入苍南县河滨污水处理厂，未直接对外排放，故未办理污水排入排水管网许可证。为便于对外排放，现浙江百菲已取得《城镇污水排入排水管网许可证》（编号：浙苍排水字第 240010 号），有效期至 2029 年 3 月 6 日。根据苍南县综合行政执法局出具的证明，浙江百菲不存在违法排放污水的情形，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为。

根据百菲养殖建设项目环境影响报告书批复文件等资料和说明，百菲养殖系使用设施农用地从事水牛养殖业务，日常运营过程中不会产生工业废水，仅产生生产和生活污水，经环保处理后用于种植区和周边林地灌溉，不涉及向城镇排水设施排放污水的情形，因此无需办理城镇污水排入排水管网许可证。

根据百菲七甲养殖建设项目环境影响登记表备案文件等资料和说明，百菲七甲养殖使用设施农用地从事水牛养殖业务，日常运营过程中不会产生工业废水，仅产生生产和生活污水，经环保处理后作为有机肥回用于农田灌溉，不涉及向城镇排水设施排放污水的情形，因此无需办理城镇污水排入排水管网许可证。

综上，公司子公司浙江百菲已办理取得城镇污水排入排水管网许可证，不存在违法排放污水的情形，亦不存在受到行政处罚的情形，不构成重大违法行为。公司子公司百菲养殖、百菲七甲养殖无需办理城镇污水排入排水管网许可证，不存在应办理而未办理的情形，不构成重大违法行为。

（4）关于消防合规性

百菲七甲养殖通过受让取得原建设于设施农用地之上的固定资产，主要包括

养殖设施、附属配套设施、设备等，根据上述规定，该等设施农用地及其地上建设项目属于自然资源主管部门和农业农村主管部门备案管理事项，不涉及应当纳入建设用地报批和管理的建设用地及需要进行消防验收、消防备案或进行消防安全检查的建设工程项目，不属于消防监督检查对象。

根据 2023 年 12 月 21 日瑞安市消防救援大队出具的《证明》，自 2023 年 4 月 17 日成立至今，百菲七甲养殖未被瑞安市消防救援大队确认为监督检查对象，未发现其因违反消防相关法律法规而受到行政处罚的情况。

综上，百菲七甲养殖不存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，未受到消防行政处罚，不存在重大违法情形。

3. 关于业务模式及食品安全

公司主营业务为乳制品的研发、生产与销售。公司建有自有牧场，同时向灵山县及广西其他区域的奶水牛养殖合作社、养殖户采购生水牛乳。公司报告期内存在一起因产品质量问题而导致行政处罚。

请公司补充说明并披露：（1）公司向自有牧场、合作牧场、养殖合作社及个体养殖户采购生鲜牛乳的成本及占比情况。（2）对照《食品安全法》等法律法规，说明公司关于食品生产、流通、原材料采购及添加添加剂等各个环节的产品质量及食品安全的内部控制制度是否健全并得到有效执行，是否能够实现全链条可追溯，公司的生产经营是否符合《食品安全法》等法律、行政法规的相关规定，公司产品是否符合国家、行业标准或质量规范的要求。（3）公司报告期内及期后是否存在退换货情形，是否存在产品质量问题或食品安全事故，是否因此受到行政处罚及媒体报道、消费者关注投诉等，是否存在因产品质量问题引发的纠纷或诉讼，相关产品质量问题是否损害消费者健康、是否对公司的生产经营产生重大不利影响，是否构成本次发行的实质法律障碍，公司的信息披露是否真实、准确、完整；结合所受处罚适用的相关规定、处罚决定内容及有权机关证明内容，说明相应处罚情形是否构成重大违法行为。（4）公司养殖防疫措施、饲料喂养方式等是否符合国家规定、能否保证奶源的质量安全及对消费者的健康无害；历史上及未来养殖环境变化（如牲畜疫病传播、自然灾

害等)对公司生产经营的影响及公司(拟)采取的应对措施。(5)公司的原材料供应商、物流提供商是否获得了食品生产经营许可及其他相应资质,是否均合法持有开展业务所需全部资质及证照;公司对原材料供应商、物流提供商的要求、筛选及控制措施,是否可有效保证食品安全,公司向养殖合作社、个人农户等采购原材料是否导致公司产品质量及食品安全存在较大风险;报告期内主要原材料供应商、物流提供商是否存在食品安全事故,是否因食品安全导致行政处罚或诉讼纠纷。(6)公司临期或过期产品的处理方法及执行情况。

请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】:

(一)公司向自有牧场、合作牧场、养殖合作社及个体养殖户采购生鲜牛乳的成本及占比情况。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“(三)质量管理情况”补充披露如下:“

(6)公司生鲜乳采购金额及占比情况:

项目	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
养殖合作社	11,178.40	52.62%	20,560.99	66.72%	14,974.75	75.88%
合作牧场(第三方大型牧场)	9,466.87	44.56%	10,131.21	32.87%	4,759.64	24.12%
自有牧场	567.59	2.67%	-	0.00%	-	0.00%
个体养殖户	31.29	0.15%	125.85	0.41%	-	0.00%
合计	21,244.16	100.00%	30,818.06	100.00%	19,734.39	100.00%

注:百菲乳业采购生鲜乳大部分源自养殖合作社、第三方大型牧场采购,个体养殖户部分主要系浙江百菲采购。”

(二) 对照《食品安全法》等法律法规，说明公司关于食品生产、流通、原材料采购及添加添加剂等各个环节的产品质量及食品安全的内部控制制度是否健全并得到有效执行，是否能够实现全链条可追溯，公司的生产经营是否符合《食品安全法》等法律、行政法规的相关规定，公司产品是否符合国家、行业标准或质量规范的要求。

我国对乳制品生产的相关要求的法律法规及公司执行情况具体如下：

1、《中华人民共和国食品安全法》相关规定及公司具体情况

《食品安全法》相关要求	公司具体执行情况
<p>食品生产经营者对其生产经营食品的安全负责。食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，保证食品安全，诚信自律，对社会和公众负责，接受社会监督，承担社会责任。</p>	<p>公司已按照法律、法规和食品安全标准制定公司各类制度，公司日常生产中严格执行相关制度，符合相关法规要求。</p>
<p>国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品的，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。</p>	<p>公司均已按照法律要求相应取得《食品生产许可证》、《食品经营许可证》，公司不存在未经许可从事食品生产、经营的情形。</p>
<p>食品添加剂应当在技术上确有必要且经过风险评估证明安全可靠，方可列入允许使用的范围；有关食品安全国家标准应当根据技术必要性和食品安全风险评估结果及时修订。食品生产经营者应当按照食品安全国家标准使用食品添加剂。</p>	<p>公司食品添加剂的使用均符合 GB2760-2014《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》标准要求，食品添加剂的使用限量远远小于 GB2760-2014 标准要求的限值要求。</p>
<p>食品生产经营者应当依照本法的规定，建立食品安全追溯体系，保证食品可追溯。国家鼓励食品生产经营者采用信息化手段采集、留存生产经营信息，建立食品安全追溯体系。</p>	<p>公司已按《食品安全法》规定，建立了《产品标识和可追溯控制程序》，建立了重点食品安全追溯和智慧临近平台。</p>
<p>生产经营过程控制要求：食品生产经营企业应当建立健全食品安全管理制度并落实相关制度，食品生产经营企业应当配备食品安全管理人员，加强对其培训</p>	<p>公司根据生产经营控制要求建立健全《食品安全管理制度》并落实相关制度，公司配备了 3 名食品安全管理人员，均通过了培训和考核；公司建立并执行《从业人员健康卫生管理制度》，患有</p>

《食品安全法》相关要求	公司具体执行情况
<p>和考核。食品生产经营者应当建立并执行从业人员健康管理制度。患有国务院卫生行政部门规定的有碍食品安全疾病的人员，不得从事接触直接入口食品的工作。从事接触直接入口食品工作的食品生产经营人员应当每年进行健康检查，取得健康证明后方可上岗工作。国家鼓励食品生产经营企业符合良好生产规范要求，实施危害分析与关键控制点体系，提高食品安全管理水平。</p>	<p>痢疾、伤寒、甲型病毒性肝炎、戊型病毒性肝炎等消化道传染病的人员，以及患有活动性肺结核、化脓性或者渗出性皮肤病等有碍食品安全疾病的人不得从事接触直接入口食品的工作，从事接触直接入口食品工作的食品生产经营人员每年进行一次健康检查，取得健康证明后方可上岗工作。</p>
<p>食品生产经营者应当建立食品安全自查制度，定期对食品安全状况进行检查评价；食品生产企业应当建立食品出厂检验记录制度，查验出厂食品的检验合格证和安全状况；食品经营者采购食品，应当查验供货者的许可证和食品出厂检验合格证或者其他合格证明；食品经营企业应当建立食品进货查验记录制度。</p>	<p>公司建立了《食品安全自查管理制度》、《食品安全风险“日管控、周排查、月调度”工作制度》，正常生产期间每日根据公司《落实食品安全主体责任风险管控清单》进行检查，正常生产期间食品安全总监或者食品安全员每周至少根据公司《落实食品安全主体责任风险管控清单》组织1次风险隐患排查；公司建立了产品《出厂检验管理制度》，没有合格验收报告的产品不允许出厂；建立了《原辅料进货查验、运输储存和发放管理制度》、对采购的每批原辅料均索取厂家有效期内的资质证明（如生产许可证、出厂检验报告等），按制度要求进行验收并记录。</p>
<p>国家建立食品召回制度。食品生产者发现其生产的食品不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，应当立即停止生产，召回已经上市销售的食品，通知相关生产经营者和消费者，并记录召回和通知情况。</p>	<p>公司建立了《产品召回和撤回控制程序》，当发现生生产的食品不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，立即停止生产，召回已经上市销售的食品，通知相关经营者和消费者，并记录召回和通知情况。</p>
<p>预包装食品的包装上应当标明事项：名称、规格、净含量、生产日期、成分或者配料表、生产者的名称、地址、联系方式、保质期、产品标准代号、贮存条件、所使用的食品添加剂在国家标准中的通用名称、生产许可证编号、法律、法规或者食品安全标准规定应当标明的其他事项；食品经营者销售散装食品，应当在散装食品的容器、外包装上标明食品的名称、生产日期或者生产批号、保质期以及生产经营者名称、地址、联系方式等内容。</p>	<p>公司的产品包装均符合 GB7718-2011《食品安全国家标准预包装食品标签通则》、GB28050-2011《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》标准要求；</p>
<p>进口的食品、食品添加剂、食品相关产</p>	<p>公司购进的进口原材料、食品添加剂均来自国内</p>

《食品安全法》相关要求	公司具体执行情况
<p>品应当符合我国食品安全国家标准。进口的食品、食品添加剂应当经出入境检验检疫机构依照进出口商品检验相关法律、行政法规的规定检验合格。进口的食品、食品添加剂应当按照国家出入境检验检疫部门的要求随附合格证明材料。出口食品生产企业应当向国家出入境检验检疫部门备案。</p>	<p>供应商处采购，所采购的物料均符合进出口商品相关法规要求，进口的原辅料均有出入境检验检疫证明和相关检验合格报告，相关材料和记录按要求至少保存 2 年或以上。</p>

2、《中华人民共和国产品质量法》相关规定及公司具体执行情况

《产品质量法》相关要求	公司具体执行情况
<p>国家对产品质量实行以抽查为主要方式的监督检查制度，对可能危及人体健康和人身、财产安全的产品，影响国计民生的重要工业产品以及消费者、有关组织反映有质量问题的产品进行抽查。抽查的样品应当在市场上或者企业成品仓库内的待销产品中随机抽取。监督抽查工作由国务院市场监督管理部门规划和组织。县级以上地方市场监督管理部门在本行政区域内也可以组织监督抽查。法律对产品质量的监督检查另有规定的，依照有关法律的规定执行。</p> <p>国家监督抽查的产品，地方不得另行重复抽查；上级监督抽查的产品，下级不得另行重复抽查。</p> <p>根据监督抽查的需要，可以对产品进行检验。检验抽取样品的数量不得超过检验的合理需要，并不得向被检查人收取检验费用。监督抽查所需检验费用按照国务院规定列支。</p> <p>生产者、销售者对抽查检验的结果有异议的，可以自收到检验结果之日起十五日内向实施监督抽查的市场监督管理部门或者其上级市场监督管理部门申请复检，由受理复检的市场监督管理部门作出复检结论。</p>	<p>经检索国家市场监督管理总局抽检信息，公司所销售产品存在被抽检记录，抽检结果均为合格。</p>
<p>消费者有权就产品质量问题，向产品的生产者、销售者查询；向市场监督管理部门及有关部门申诉，接受申诉的部门应当负责处理。</p> <p>保护消费者权益的社会组织可以就消费者反映的产品质量问题建议有关部门负责处理，支持消费者对因产品质量造成的损害向人民法院起诉。</p>	<p>为了维护消费者的合法权益，对客户投诉及时进行调查处理，最大限度地使客户满意，公司建立了《客户投诉处理程序》，成立了客诉投诉处理小组，对客户或消费者的投诉及时处理，最大限度的让客户或消费者满意。</p>
<p>产品或者其包装上的标识必须真实，并符合下列要求：（一）有产品质量检验合格证明；（二）有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址；（三）根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成份的名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料；（四）限期使用的产品，应当</p>	<p>公司的产品包装均符合 GB 7718-2011《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》、GB 28050-2011《食品安全国家标准 预包装食品营养标</p>

《产品质量法》相关要求	公司具体执行情况
<p>在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期；(五)使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明。</p> <p>裸装的食品和其他根据产品的特点难以附加标识的裸装产品，可以不附加产品标识。</p>	<p>《签通则》标准要求。</p>

3、《食品召回管理办法》相关规定及公司具体执行情况

《食品召回管理办法》相关要求	公司具体执行情况
<p>食品生产经营者应当依法承担食品安全第一责任人的义务，建立健全相关管理制度，收集、分析食品安全信息，依法履行不安全食品的停止生产经营、召回和处置义务。</p>	<p>公司建立健全了《食品安全责任管理制度》，明确食品安全主体责任，加强食品安全监督管理，法定代表人是本厂食品安全第一责任人，依法履行食品安全主体责任，对本厂的食品安全工作负首要责任，其他部门或相关人员食品安全职责详见《食品安全责任管理制度》。</p>
<p>食品生产者通过自检自查、公众投诉举报、经营者和监督管理部门告知等方式知悉其生产经营的食品属于不安全食品的，应当主动召回。</p> <p>食品生产者应当主动召回不安全食品而没有主动召回的，县级以上市场监督管理部门可以责令其召回。</p>	<p>报告期内未出现有公众投诉举报、经营者和监督管理部门告知等方式才知悉的不安全食品，在自检自查中若发现有潜在不安全食品，通过追溯，主动以退换货方式召回潜在不安全食品；公司建立并实施了《模拟召回/退货测试控制程序》，每年至少做一次不安全食品召回演练，确保召回程序的有效性。</p>
<p>根据食品安全风险的严重和紧急程度，食品召回分为三级：</p> <p>（一）一级召回：食用后已经或者可能导致严重健康损害甚至死亡的，食品生产者应当在知悉食品安全风险后 24 小时内启动召回，并向县级以上地方市场监督管理部门报告召回计划。</p> <p>（二）二级召回：食用后已经或者可能导致一般健康损害，食品生产者应当在知悉食品安全风险后 48 小时内启动召回，并向县级以上地方市场监督管理部门报告召回计划。</p> <p>（三）三级召回：标签、标识存在虚假标注的食品，食品生产者应当在知悉食品安全风险后 72 小时内启动召回，并向县级以上地方市场监督管理部门报告召回计划。标签、标识存在瑕疵，食用后不会造成健康损害的食品，食品生产者应当改正，可以自愿召回。</p>	<p>公司建立了《产品召回和撤回控制程序》，根据食品安全风险等级，食品召回分三级，报告期内，公司未存在一级、二级食品、三级食品召回情况；在自查过程中，公司若发现有潜在不安全食品情况出现，经过食品追溯，查找并主动召回潜在不安全食品。</p>
<p>食品召回计划应当包括下列内容：</p> <p>（一）食品生产者的名称、住所、法定代表人、具体负责人、联系方式等基本情况；</p> <p>（二）食品名称、商标、规格、生产日期、批次、数量以及召回的区域范围；</p> <p>（三）召回原因及危害后果；</p> <p>（四）召回等级、流程及时限；</p>	<p>报告期内公司存在主动召回的情形，并发布召回公告。</p>

《食品召回管理办法》相关要求	公司具体执行情况
(五) 召回通知或者公告的内容及发布方式; (六) 相关食品生产经营者的义务和责任; (七) 召回食品的处置措施、费用承担情况; (八) 召回的预期效果。	
食品召回公告应当包括下列内容: (一) 食品生产者的名称、住所、法定代表人、具体负责人、联系电话、电子邮箱等; (二) 食品名称、商标、规格、生产日期、批次等; (三) 召回原因、等级、起止日期、区域范围; (四) 相关食品生产经营者的义务和消费者退货及赔偿的流程。	报告期内公司存在主动召回的情形, 并发布召回公告。
食品经营者对因自身原因所导致的不安全食品, 应当根据法律法规的规定在其经营的范围内主动召回。 食品经营者召回不安全食品应当告知供货商。供货商应当及时告知生产者。 食品经营者在召回通知或者公告中应当特别注明系因其自身的原因导致食品出现不安全问题。	报告期内公司存在主动召回的情形, 并发布召回公告。
食品生产经营者应当依据法律法规的规定, 对因停止生产经营、召回等原因退出市场的不安全食品采取补救、无害化处理、销毁等处置措施。	报告期内均未发生有因停止生产经营、召回等原因退出市场的不安全食品。
食品生产经营者应当如实记录停止生产经营、召回和处置不安全食品的名称、商标、规格、生产日期、批次、数量等内容。记录保存期限不得少于 2 年。	报告期内均未发生有因停止生产经营、召回等原因退出市场的不安全食品。

4、《乳品质量安全管理条例》相关规定及公司具体执行情况

《乳品质量安全管理条例》相关要求	公司具体执行情况
乳品质量安全国家标准应当包括乳品中的致病性微生物、农药残留、兽药残留、重金属以及其他危害人体健康物质的限量规定, 乳品生产经营过程的卫生要求, 通用的乳品检验方法与规程, 与乳品安全有关的质量要求, 以及其他需要制定为乳品质量安全国家标准的内容。	公司建立了《乳制品产品标准与引用的方法标准清单》。
1、生鲜乳收购站应当由取得工商登记的乳制品生产企业、奶畜养殖场、奶农专业合作社开办, 并具备生鲜乳收购许可证。生鲜乳收购许可证有效期 2 年, 生鲜乳收购站不办理工商登记。 2、生鲜乳收购站应当按照乳品质量安全国家标准对收购的生鲜乳进行常规检测。 3、生鲜乳收购站应当建立生鲜乳收购、销售和检测记录。生鲜乳收购、销售和检测记录应当包括畜主姓名、单次收购量、生鲜乳检测结果、销售去向等内容, 并保存 2 年。 4、生鲜乳购销双方应当签署书面合同。	公司采购生鲜乳的生鲜乳收购站均已取得生鲜乳收购许可证。生鲜乳收购站均已对收购的生鲜乳进行检测, 并留存检测记录, 附生鲜乳收购、销售及监测记录。生鲜乳购销双方均已签署书面合同。
1、从事乳制品生产活动, 应当取得食品生产许可证。	公司已具备食品生产许可证。

《乳品质量安全监督管理条例》相关要求	公司具体执行情况
<p>2、乳制品生产企业应当建立质量管理制度，采取质量安全管理措施，对乳制品生产实施从原料进厂到成品出厂的全过程质量控制，保证产品质量安全。</p> <p>3、乳制品生产企业应当符合良好生产规范要求。国家鼓励乳制品生产企业实施危害分析与关键控制点体系。</p>	<p>公司已建立《食品安全管理制度》，对乳制品生产实施从原料进厂到成品出厂的全过程质量控制。</p> <p>公司已获得 HACCP 认证证书。</p>
<p>乳制品生产企业应当建立生鲜乳进货查验制度，逐批检测收购的生鲜乳，如实记录质量检测情况、供货者的名称以及联系方式、进货日期等内容，并查验运输车辆生鲜乳交接单。查验记录和生鲜乳交接单应当保存 2 年。乳制品生产企业不得向未取得生鲜乳收购许可证的单位和个人购进生鲜乳。</p>	<p>公司已建立《生鲜乳采购、验收、运输和贮存管理制度》，并留存生鲜乳质量检测记录。</p> <p>公司已留存生鲜乳交接单，公司生鲜乳采购单位均已具备生鲜乳收购许可证。</p>
<p>生产乳制品使用的生鲜乳、辅料、添加剂等，应当符合法律、行政法规的规定和乳品质量安全国家标准。</p> <p>生产的乳制品应当经过巴氏杀菌、高温杀菌、超高温杀菌或者其他有效方式杀菌。</p> <p>生产发酵乳制品的菌种应当纯良、无害，定期鉴定，防止杂菌污染。</p>	<p>公司生产所使用的生鲜乳、辅料、添加剂均符合 GB 12693-2023《食品安全国家标准 乳制品良好生产规范》、GB 2760-2014《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》等标准要求；</p> <p>公司生产的乳制品按产品类别进行不同的杀菌方式，如巴氏杀菌乳采用 95℃/15S 巴氏杀菌、灭菌乳/灭菌调制乳采用 138℃/4S 超高温杀菌的方式；</p> <p>公司所生产的发酵乳所用的菌种是直投式颗粒/粉尘菌种，纯良、无害，每周做空气沉降菌、设备涂抹验证，无杂菌污染。</p>
<p>乳制品生产企业不得购进不符合乳品质量安全国家标准的生鲜乳、辅料、添加剂等。</p>	<p>公司严格按《生鲜乳采购、验收、运输贮存管理制度》、《原辅料进货查验、运输贮存和发放管理制度》进行生鲜乳、辅料、添加剂的采购和验收，不符合相关标准要求的一律拒收。</p>
<p>乳制品的包装应当有标签。标签应当如实标明产品名称、规格、净含量、生产日期，成分或者配料表，生产企业的名称、地址、联系方式，保质期，产品标准代号，贮存条件，所使用的食品添加剂的化学通用名称，食品生产许可证编号，法律、行政法规或者乳品质量安全国家标准规定必须标明的其他事项。使用奶粉、黄油、乳清粉等原料加工的液态奶，应当在包装上注明；使用复原乳作为原料生产液态奶的，应当标明“复原乳”字样，并在产品配料中如实标明复原乳所含原料及比例。婴幼儿奶粉标签还应当标明主要营养成分及其含量，详细说明使用方法和注意事项。</p>	<p>公司的产品包装标签均符合 GB 7718-2011《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》、GB 28050-2011《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》标准要求；公司生产的产品标签均标明产品名称、规格、净含量、生产日期，成分或者配料表，生产企业的名称、地址、联系方式，保质期，产品标准代号，贮存条件，所使用的食品添加剂的化学通用名称，食品生产许可证编号，法律、行政法规或者乳品质量安全国家标准规定必须标明的其他事项。</p>
<p>出厂的乳制品应当符合乳品质量安全国家标准。乳制品生产企业</p>	<p>公司建立并实施了《出厂检验管理制</p>

《乳品质量安全管理条例》相关要求	公司具体执行情况
<p>应当对出厂的乳制品逐批检验，并保存检验报告，留取样品。检验内容应当包括乳制品的感官指标、理化指标、卫生指标和乳制品中使用的添加剂、稳定剂以及酸奶中使用的菌种等；婴幼儿奶粉在出厂前还应当检测营养成分。对检验合格的乳制品应当标识检验合格证号；检验不合格的不得出厂。检验报告应当保存2年。</p>	<p>度》，均对出厂的产品逐批进行检验，检验项目均符合标准要求，合格后方可出厂，并保存检验报告、检验原始记录至少两年，每批产品均按《产品留样管理制度》进行留样。</p>
<p>乳制品生产企业发现其生产的乳制品不符合乳品质量安全国家标准，存在危害人体健康和生命安全危险或者可能危害婴幼儿身体健康或者生长发育的，应当立即停止生产，报告有关主管部门，告知销售者、消费者，召回已经出厂、上市销售的乳制品，并记录召回情况。乳制品生产企业对召回的乳制品应当采取销毁、无害化处理等措施，防止其再次流入市场。</p>	<p>公司近三年以来，企业内部自检/自查、委托送检、外部客户送检、风险监测、市场监督管理局监督抽检，均未发现出售的产品有不符合食品安全国家标准的情况；制定有《产品召回和撤回控制程序》。</p>
<p>乳制品销售者应当建立并执行进货查验制度，审验供货商的经营资格，验明乳制品合格证明和产品标识，建立乳制品进货台账，如实记录乳制品的名称、规格、数量、供货商及其联系方式、进货时间等内容。从事乳制品批发业务的销售企业应当将建立乳制品销售台账，如实记录批发乳制品的品种、规格、数量、流向等内容。进货台账和销售台账保存期限不得少于2年。</p> <p>销售需要低温保存乳制品的，应当配备冷藏设备或者采取冷藏措施。</p> <p>乳制品销售者应当向消费者提供购货凭证，履行不合格乳制品的更换、退货等义务。</p> <p>进口的乳品应当按照乳品质量安全国家标准进行检验；尚未制定乳品质量安全国家标准的，可以参照国家有关部门指定的国外有关标准进行检验。</p> <p>出口乳品的生产者、销售者应当保证其出口乳品符合乳品质量安全国家标准的同时还符合进口国家（地区）的标准或者合同要求。</p>	<p>公司建立有产品销售台账和产品销售发货单。</p>

公司严格执行国家及行业的通用标准，在日常经营过程中，严格执行 ISO9001 食品管理体系，获得质量管理体系认证证书、危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证证书，以此保障公司的产品质量。

公司采购原材料、生产销售乳制品主要使用的国家、行业标准如下：

序号	名称	标准编号
1	食品安全国家标准 生乳	GB 19301-2010
2	食品安全国家标准 巴氏杀菌乳	GB 19645-2010
3	食品安全国家标准 灭菌乳	GB 25190-2010
4	食品安全国家标准 调制乳	GB 25191-2010

序号	名称	标准编号
5	食品安全国家标准 发酵乳	GB 19302-2010
6	食品安全国家标准 饮料	GB 7101-2022
7	食品安全国家标准 乳制品良好生产规范	GB 12693-2023
8	食品安全国家标准 食品添加剂使用标准	GB 2760-2014
9	食品安全国家标准 乳粉	GB 19644—2010

关于公司在原料采购、生产过程、成分添加、质量控制等环节已建立的安全管理和质量控制制度及具体执行情况，公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（三）质量管理情况”补充披露如下：“

公司按照《食品安全法》《乳品质量安全监督管理条例》等法律法规建立质量管理体系，编制《食品安全管理制度》。《食品安全管理制度》包含《食品安全责任管理制度》《从业人员健康及卫生管理制度》《供应商批准和管理控制程序》《原材料验收、运输贮存和发放管理制度》《生鲜乳采购、验收、运输和贮存管理制度》《文件控制管理制度》《记录控制管理制度》《仓库管理制度》《不合格品管理制度》《生产过程控制管理制度》《清洁消毒管理制度》《出厂检验管理制度》《产品留样管理制度》《产品标识和可追溯控制制度》《不安全食品撤回和召回管理制度》《消费者投诉管理制度》《食品安全突发事件应急预案》《食品安全自查管理制度》《异物预防管理制度》《食品添加剂使用和管理制度》《关键控制点控制制度》《食品安全风险“日管控、周排查、月调度”工作管理制度》等制度文件，从原材料采购质量管理、生产制作质量管理、流通销售质量、产品售后质量追踪等方面进行规范。

公司各环节安全管理、质量控制措施如下：

（1）原材料采购质量管理

① 供应商选择

公司作为乳品生产销售行业，对采购过程进行严格控制，确保所采购的物资满足规定的要求。公司供应商须提供营业执照、食品生产（或经营）许可证等资质，且须提供样品供公司检验；经采购部、品控部共同审核批准，经审核

具备资质且样品验证合格的供应商纳入《合格供应商名录》；公司向《合格供应商名录》内企业下产品需求订单，由其提供原材料；公司日常对供应商进行动态评分，评分高者优先采购，同时每年12月前根据《供应商年度现场审核控制程序》对供应商进行年度现场审核，定期调整《合格供应商名录》名单。

公司建立了《供应商批准和控制程序》、《供应商风险等级评估控制程序》，每年对全部原辅料、内包装材料供应商进行审核，采购时，对全部原辅料、包装材料索证索票；每年对供应商进行风险评估和供应商绩效评价，根据持续评价情况、风险评估结果适时对原辅料进行验证检验，增加包材内表面微生物涂抹实验，并作为评价项目。当新增、更换供应商或检测数值出现异常或较大波动等情况时，重新对供应商进行评价、验证；建立原辅料材料、内包装材料验收标准，对采购的原辅料、包装材料批批验收。

对生鲜乳供应商，公司加强对供应商牧场管理，每月或不定期对饲料采购、验收、养殖过程、挤奶、运输、储存等关键环节进行监督或审核，公司每年对牧场进行审核。

②进货查验管理

供应商须随货附该批次产品第三方检验合格证书；公司所采购原辅料外观不得有明显破损，原则上应采用全新包装用具；原辅料外包装上必须有清晰、完整的产品标签或其他相关标识，原辅料外包装标签须注明如下项目：原辅料的名称、出厂批号、原辅料的生产厂家、原辅料毛重/净重或容量、生产日期或有效期；对食品添加剂还要求确认防盗密封完整无损和正确加封；公司依据批次和《百菲乳业检验及风险监测计划》的要求，对原辅料进行抽样检验，保留检验记录。

公司要求供应商供应的每批次乳粉、食品添加剂、包装材料等均须附带该批次对应第三方检测机构出具的《检验报告》，且须符合对应国家标准，否则公司予以拒收。

对生鲜乳的采购：公司奶源主要有养殖合作社、大型牧场，公司要求供应商提供的生鲜乳须符合国家标准。公司奶站收奶过程中首先对所有奶农出售的

生鲜乳进行初检，检测蛋白、脂肪等含量，并进行留样；生鲜乳运至公司后由公司员工进行拆封并抽样进行第二次抽样，第二次抽样分别执行两个检测程序，程序一检测内容包括蛋白、脂肪、非脂乳固体、比重、掺水率、酸度、比重等；程序二检测内容包括感官、密度、脂肪、蛋白质、非脂乳固体、酸度、冰点、抗生素、三聚氰胺、菌落、亚硝酸盐、铅、汞、氯丹、七氯等 28 个大项的检测；通过上述三项检测，如生鲜乳检测异常，可根据奶站留样进行二次复检，追溯至终端养殖户。

③运输和贮存管理

对乳粉、食品添加剂和包装材料运输和贮存要求：避免太阳直射、雨淋等情形，避免受到污染；运输工具和容器（如车厢、集装箱等）保持清洁、安全，不与有毒、有害、清真禁忌物混运、混放。装车前检查车辆卫生，并记录。发现符合要求时，进行清洁清扫或拒绝使用；运输工具在运输非食品类转为运输食品类时，要进行彻底清理以避免交叉污染；在运输和贮存过程中，应避免原料和包装材料受到污染及损坏，并将品质的劣化降到最低程度；对有温度、湿度及其他特殊要求的原料和包装材料应按规定条件运输和贮存。

对非生鲜乳原材料的贮存管理要求：公司仓储用房有防止动物侵入的装置；同一仓库贮存性质不同物品时，适当隔离（如分类、分架、分区存放），并有明显的标识；库存产品应标明产品状态；原辅料按其属性分库、分区、离地码放，根据原辅料的贮存条件存在符合条件的仓库内，并建立标识，标明相关信息和质量状态；库房设立不合格品存放区，制定破包、漏箱、挤压破损产品的处理措施。

公司要求定期检查库存原料和包装材料，对贮存时间较长，品质有可能发生变化的原料和包装材料，定期抽样确认品质；及时清理变质或者超过保质期的原料和包装材料；保存原料和包装材料的采购、验收、贮存和运输记录，保存时间不得少于 2 年。

对生鲜乳运输要求：生乳运输应采用密闭的、洁净的、经消毒的奶槽车或保温奶桶，运输过程温度控制在 0-6℃，生乳运输罐在起运前应加铅封，不应在

运输途中开封和添加任何物质。运输车辆应取得当地行政主管部门核发的生乳准运证明，且只能用于运送生乳或饮用水，不得运输其他物品。运输车辆应携带生乳交接单。运输记录应当标明生乳生产主体名称、装载量、装运地、运输车辆牌照、承运人姓名及联系方式、装运时间、装运及卸载时的生乳温度等内容。到厂后的检查要按管理要求进行，并保留记录，记录包括日期、牧场编号、奶车车牌号、司机姓名和联系方式、装载生乳的量、奶温度等内容，以便追溯。

对生鲜乳贮存要求：贮奶罐应符合国家标准（GB/T 10942）的要求，奶罐盖子应保持上锁状态，不应向罐中加入任何物质；生乳应贮存在由食品级不锈钢材料制成的密闭的容器中，贮存温度2-6℃，并对生乳贮存容器编号、生乳贮存数量、贮存温度、温度检查日期和时间、检查人和核查人姓名等进行记录；原奶打入原奶仓后，生产部应按过程质量监控计划建立原奶监控记录，定时监控原奶的温度和指标，在工艺要求的时间内投入使用；按相关规定进行生乳取样，同时对各奶罐中生乳进行感官初步检验；留样以奶罐为单位、冷藏或冷冻保存，正常情况下奶样须保留至少满24小时方可处理(视实际要求情况可延长)；不合格样品如果对结果有异议或其它用途，按要求留存。品控部对检验计划中抽检项目的实施，须随机安排抽样，避免形成规律性；贮奶间只能用于冷却和贮存生乳。

④原材料领用管理

没有检验合格证或复检未有合格证的原辅料不得发放，仓库在接到“验收合格证”后，按“先进先出，先零后整，近效期先出”原则发放原辅料；生产车间提前输入领料单，经车间主管审核，搬运工根据领料单将原辅料备至仓库门厅，仓管员确认无误后出库并签字。

食品添加剂的使用应符合GB2760《食品添加剂使用标准》要求的使用范围和使用限量，或卫生部公告名单中规定的品种及其使用范围、使用量，不得凭经验随意扩大使用范围和使用量。

正确掌握食品添加剂的用途，做到可用可不用的不用，必须用的少用，尽量做到不用，在领用时，要严格按领料单的数量进行领取。

(2) 生产过程质量管理

① 生产过程管理制度

公司进行厂区内环境、生产场所和设施清洁卫生及人员卫生的控制，保证生产场所符合法律法规要求；公司严格按照食品生产工艺、食品安全标准组织生产，严格监控关键质量控制点；公司建立保存生产投料记录，确保使用合格原辅料；公司对生产设备进行定期维护保养和清洗消毒，并建立使用、维修、保养档案。

其中，除基本的生产过程管理外，公司严格生产用食品原辅材料、食品添加剂、食品包装物及洗涤剂、消毒剂质量的控制：必须使用经进货查验合格的物料，并对所使用的物料进行感官检验，确认合格后方可使用。原辅材料进入车间，投料前由操作人员核对是否符合要求，及时剔除不合格的原辅料，发现问题及时报质量负责人进行检验，并根据检验结果及时采取相应措施。

② 关键质量控制点管理

为确保所确定的关键控制点时时处于受控状态，公司对每个关键控制点建立监控程序。生产部负责关键控制点操作及记录追踪，品控部负责对关键控制点关键限值的执行情况进行不定期监督和控制。

(3) 流通销售质量管理

① 出厂前质量检验

公司所有产品出厂前均需经品控部检验。化验员经培训并具备相应资格证明后可独立检验，保存检验原始记录并出具出厂检验报告；公司以批次为检验标的，对每批产品严格按抽样规则进行抽样，若抽检不合格应复检，复检不合格则该批产品不合格，不合格品不出厂；公司不能检验的项目委托有检定资质的实验室进行检定；公司对出厂产品应安定留样并定期观察。

② 产品可追溯管理

公司产品追溯要求可以追溯到生产历史，根据产品名称、批号、规格、生产日期以及各工序的相关作业人员和工序质量、检验记录、入库有关记录等。

公司生产部负责生产现场、加工过程产品标识与追溯的归口管理；品控部负责检验状态的标识；仓管人员负责对物资进货与产品贮存的标识；各生产环节人员负责实施生产过程辖区内产品的标识与追溯；出厂包装人员负责对成品的标识与追溯；销售人员负责对客户所有信息进行记录。

③不合格产品管理

公司产品销售外运后，发现产品安全危害（包括产品留样检测发现和由顾客或市场发现的产品质量、安全问题）时，采取快速的“追溯通知”和实施“紧急召回”产品措施。一旦发生召回事项，公司对问题产品流向进行追溯查询，并对在途及经销商库房产品进行封存，将产品收回到指定地点并形成记录，对不具备销售条件的产品进行销毁。公司对产品召回进行分类并成立召回工作小组，并对不同情形下产生的食品撤回和召回分类设置控制流程。公司召回活动结束后，所有召回/回收都必须有记录，召回小组应编制召回报告。

（4）制度执行的有效性

公司要求供应商供应的批次乳粉、食品添加剂、包装材料均须附带该批次对应第三方检测机构出具的《检验报告》，且须符合国家标准，否则公司予以拒收；公司采购的生鲜乳需留言检测，并留存入库、消毒、使用时间、使用量等具体记录；公司产品出售前均进行批次检测，检测合格后方可出厂，售出后如若发现因质量问题或潜在问题需要召回的，则公司第一时间发出召回通知。

综上所述，公司已按照《食品安全法》等法律法规、行业监管要求以及质量管理体系、食品安全管理体系等规范性要求，在原材料采购、生产过程、成分添加、流通销售等环节建立完善的安全管理和质量控制制度，相关制度健全，并且公司在日常生产经营活动中严格遵守相关制度的规定，相关制度得到有效执行，能够实现全链条可追溯；公司的生产经营符合《食品安全法》等法律、行政法规的相关规定，公司产品符合国家、行业标准或质量规范的要求。”

(三) 公司报告期内及期后是否存在退换货情形, 是否存在产品质量问题或食品安全事故, 是否因此受到行政处罚及媒体报道、消费者关注投诉等, 是否存在因产品质量问题引发的纠纷或诉讼, 相关产品质量问题是否损害消费者健康、是否对公司的生产经营产生重大不利影响, 是否构成本次发行的实质法律障碍, 公司的信息披露是否真实、准确、完整; 结合所受处罚适用的相关规定、处罚决定内容及有权机关证明内容, 说明相应处罚情形是否构成重大违法行为。

公司报告期内曾存在退货、主动召回产品情况, 公司报告期内退货情形较少, 报告期内存在三次主动召回产品的情况, 分别为:

(1) 2021年3月, 由于公司生产的水牛纯奶经新郑市市场监督管理局在流通环节抽样, 送河南中标检测服务有限公司检验, 酸度项目不符合《食品安全国家标准灭菌乳》(GB25190-2010)要求。该事项发生后, 公司积极配合调查, 积极查找产品不合格原因, 主动召回不合格批次产品, 没有造成危害后果。

(2) 由于东莞市市场监督管理局在流通领域抽检公司生产日期为2021年3月9日的水牛高钙奶, 认为存在钙含量不符合GB28050-2011《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》的情况, 知悉该事件后公司立即启动了召回程序。2021年4月22日, 公司向涉及该批次的经销商发出召回公告, 召回范围为涉及该批次产品的分销商及终端客户。同时, 公司积极与生产地市场监督管理部门联系复检该批次产品。2021年5月12日, 灵山县市场监管局赴公司现场对该批次召回产品及公司留样产品进行了抽检封样, 送广西壮族自治区产品质量检验研究院检验。根据广西壮族自治区产品质量检验研究院出具的《检验报告》(编号: G21-003025), 灵山县市场监管局抽样送检的该批次产品结果均为合格。该次产品召回情形并未发生食品安全事故或产品质量纠纷, 产品复检合格, 公司未发生被行政处罚的情形。

(3) 2022年8月, 因某乳制品品牌被曝出纯奶检出丙二醇问题引起社会舆论广泛关注, 为确保公司生产的产品质量不存在问题, 公司积极开展产品自查, 自查过程中公司判断生产过程个别批次存在前处理待装罐、UHT杀菌机、灌装机

生产中调制乳和纯牛奶通用，切换过程中未能有效清洗管道的残留，有可能导致纯奶中带入丙二醇的风险，为此，公司发出食品召回公告，针对相应批次产品进行召回。公司该次召回并未产生食品安全事故，存在一起产品质量纠纷案件，具体情况如下：

公司曾与北京弘诚华教教育咨询有限公司存在一起产品生产者责任纠纷，北京弘诚华教教育咨询有限公司作为原告起诉百菲乳业认为其购买的百菲乳业146箱水牛纯牛奶产品存在质量问题（丙二醇项不符合《食品安全国家标准食品添加剂使用标准 GB2760-2014》）请求赔偿。经灵山县人民法院审理并作出“（2022）桂0721民初4396号”《一审民事判决书》，对北京弘诚华教教育咨询有限公司的主张均不予采纳，驳回原告北京弘诚华教教育咨询有限公司的诉讼请求；案件受理费由原告北京弘诚华教教育咨询有限公司负担。

除此之外，公司不存在产品质量纠纷或潜在纠纷。

公司曾存在一次行政处罚情形：

2021年3月26日，灵山县市场监督管理局出具“灵山监罚字[2021]19号”《行政处罚决定书》：公司生产的水牛纯奶经新郑市市场监督管理局在流通环节抽样，送河南中标检测服务有限公司检验，酸度项目不符合《食品安全国家标准灭菌乳》（GB25190-2010）要求。……当事人主观无故意，案发后积极配合调查，能如实陈述违法事实，提供证据材料，积极查找产品不合格原因，同时及时落实整改措施，主动召回不合格批次产品，没有造成危害后果，违法情节较轻。根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第一项规定，结合《市场监管总局关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》、参照《广西壮族自治区市场监督管理行政处罚自由裁量权适用规定（试行）》第十四条第一款的规定，当事人有符合可以依法从轻行政处罚的情形。……一致同意给予当事人减轻行政处罚。

没收违法所得3024.63元，处货值金额40,476.00元的七倍即283,332.00元的罚款，罚没款合计286,356.63元。

2023年11月22日，灵山县市场监督管理局出具《证明》：2021年3月26

日，我局对广西百乳业股份有限公司（以下简称“百菲乳业”）作出灵市监罚字[2021]19号《行政处罚决定书》，百菲乳业生产的水牛纯奶（生产日期2020-09-24）经新郑市市场监督管理局在流通环节抽样检验，酸度项目不符合GB25190-2010《食品安全国家标准灭菌乳》要求，检验不合格，但因百菲乳业主观无故意，案发后积极配合调查，能如实陈述违法事实，提供证据材料，积极查找产品不合格原因，同时及时落实整改措施，主动召回不合格批次产品，没有造成危害后果，违法情节较轻，符合可以依法从轻行政处罚的情形，最终对百菲乳业没收违法所得3,024.63元、罚款283,332.00元。

鉴于前述不合规行为不存在主观故意，且百菲乳业事后积极整改规范，及时缴纳罚款，整改规范效果良好，已消除不良影响，前述违法行为情节显著轻微，故认定不属于重大违法违规行为。

除前述公司曾受到的行政处罚外，公司不存在被行政处罚或违法违规情形；除前述公司曾存在一起产品责任纠纷外，公司不存在产品纠纷或潜在纠纷，公司未发生过食品安全事件，未发生损害消费者健康的情形，公司的信息披露真实、准确、完整。

（四）公司养殖防疫措施、饲料喂养方式等是否符合国家规定、能否保证奶源的质量安全及对消费者的健康无害；历史上及未来养殖环境变化（如牲畜疫病传播、自然灾害等）对公司生产经营的影响及公司（拟）采取的应对措施。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（三）质量管理情况”补充披露如下：“

子公司建立养殖档案，并严格记录免疫、消毒情况，兽药使用情况，饲料投入情况等，子公司不存在违规使用兽药情况，不存在使用禁用药情况。

（7）子公司牛群管理方面：

报告期内，子公司对于养殖牛群所用的饲料采购、验收入库、领用等环节进行严格的质量把控：

在饲料采购与验收入库环节，子公司提前做好采购计划并向合格饲料供应

商进行采购。饲料运输至子公司后，员工对饲料进行检查，检查合格后方可将饲料签收。负责人验收物资合格后，确保采购物资的名称、数量、质量、价格等与请购要求和采购协议相符后入库。

报告期内，子公司向饲料供应商采购饲料，未自行配置饲料使用，未在所采购的饲料、牛只饮用水中自行添加国务院农业行政主管部门公布禁用的物质以及对人体具有直接或者潜在危害的其他物质或者直接使用上述物质养殖奶牛情形。报告期内，公司作为养殖者未因违反上述饲料管理规定受到农业行政主管部门的处罚。

报告期内，子公司对于牛群健康状态进行实时监测。子公司按照《生产管理制度》等规章制度，对于外购牛只根据合同标准进行验收，对于外购及自繁的弱牛、病牛、死牛等不符合正常健康标准的牛只进行定期鉴定及淘汰。

报告期内，子公司向具有《兽药生产许可证》和产品批准文号的生产企业采购兽药，所购兽药标签符合《兽药管理条例》规定，按照国家有关兽药安全使用规定使用兽药，不存在使用禁止使用的药品和其他化合物的或者将人用药品用于牛只饲喂的情形，报告期内未因违反上述规定饲喂牛只受到兽医行政管理部门的处罚。

公司及子公司不存在使用违禁药品、其他化合物、非法添加违禁物质或超过国家限量标准使用添加剂的情形；公司养殖防疫措施、饲料喂养方式等符合国家规定、能够保证奶源的质量安全及对消费者的健康无害。

子公司截至目前未发生过牲畜疫病传播等致使养殖环境重大变化情形，未来如若公司合作供应商及自建牧场所在区域爆发较大规模的牛类疫病，公司业务将会受到影响，疫病及恐慌情绪的蔓延也可能引起消费者减少对乳制品的购买需求。因此，较大规模奶牛疫病的爆发可能会从奶源供应、成本上涨、资产减值、需求下降等方面对公司的生产经营产生重大不利影响。

子公司对预防疫病采取的措施主要有：建立《动物防疫制度》《动物免疫制度》《传染病发生应急预案》等疫病防疫制度、预案；子公司日常管理重视养殖环境、设施设备、农场维护和清洁、虫鼠害控制、个人卫生、用水用药和

饲料管理、废弃物管理等；养殖管理人员进入养殖场区前须按要求做好消毒、防护工作；定期按照当地防疫检疫部门的要求和安排，做好防疫检疫工作及档案记录；对养殖环境定期消毒，每年安排奶牛流行热等疫苗的接种；定期对动物疫病和免疫后抗体水平进行监测，了解免疫状态；每年定期对牛群进行内部两病检疫，确保牛群健康。

根据《传染病发生应急预案》，如若发生疫病，公司须组织人员对危害较重的传染病及时划区封锁，建立封锁带，严格消毒污染环境；组织人员对病牛及封锁区内的牛只实行合理的综合防治措施；发现疑似重大动物疫病时，立即隔离病畜，并立即向当地畜牧兽医部门报告。”

（五）公司的原材料供应商、物流提供商是否获得了食品生产经营许可及其他相应资质，是否均合法持有开展业务所需全部资质及证照；公司对原材料供应商、物流提供商的要求、筛选及控制措施，是否可有效保证食品安全，公司向养殖合作社、个人农户等采购原材料是否导致公司产品质量及食品安全存在较大风险；报告期内主要原材料供应商、物流提供商是否存在食品安全事故，是否因食品安全导致行政处罚或诉讼纠纷。

公司供应商主要分为生鲜乳、奶粉、食品添加剂、包材等原材料供应商及物流提供商，不同物料供应商需具备的经营资质具体如下：

1、奶粉、食品添加剂等原材料供应商

根据《食品安全法》《食品安全法实施条例》《食品生产许可管理办法》等相关法律法规规定，公司供应商中从事食品生产以及加工业务的，应当取得《食品生产许可证》；公司供应商中从事食品销售活动的，应当取得《食品经营许可证》。同时，根据 2021 年 4 月修订的《食品安全法》，仅销售预包装食品的经营者市场准入方式由食品经营许可制度改为备案制度，相关供应商需办理销售预包装食品信息备案。公司供应商存在进口业务的，其进口食品应当经出入境检验检疫机构按照进出口商品检验相关法律、行政法规的规定检验合格，相关供应商应取得《对外贸易经营者备案》。

2、生鲜乳原材料供应商

公司生鲜乳原材料供应商主要合作牧场、养殖合作社。关于合作牧场资质，公司主要合作牧场具备生产经营所需资质（营业执照、生鲜乳收购许可证（如有）、动物防疫条件合格证等企业合法证照）；关于养殖合作社，由于养殖合作社并非实际奶牛养殖主体，而系合作社成员各自分散养殖，根据《中华人民共和国动物防疫法》第二十五条规定：“开办动物饲养场和隔离场所、动物屠宰加工场所以及动物和动物产品无害化处理场所，应当向县级以上地方人民政府农业农村主管部门提出申请，并附具相关材料。受理申请的农业农村主管部门应当依照本法和《中华人民共和国行政许可法》的规定进行审查。经审查合格的，发给动物防疫条件合格证；不合格的，应当通知申请人并说明理由”；根据《广西壮族自治区人民政府办公厅关于印发广西壮族自治区畜禽养殖场养殖小区备案管理办法的通知》第六条规定：申请备案的畜禽养殖场、养殖小区规模标准：（一）生猪养殖场：年出栏 500 头以上或存栏 300 头以上；……（四）奶牛养殖场：存栏 100 头以上；（五）肉牛养殖场：年出栏 50 头以上或存栏 100 头以上。同时，根据根据灵山县农业农村局出具的《说明》，养殖合作社中合作社成员各自分散养殖未达养殖场规模标准的，无需办理动物防疫条件合格证。

3、包材供应商

根据《食品安全法》《工业产品生产许可证管理条例》等法律规定，对直接接触食品的包装材料等具有较高风险的食品相关产品，按照国家有关工业产品生产许可证管理的规定实施生产许可，生产《工业产品目录》中产品的企业应取得生产许可证。同时，根据《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》相关规定，“直接接触食品的材料等相关产品”属于“调整后继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录”。因此，生产直接接触食品包装辅料的供应商应取得工业产品生产许可证。

此外，根据《印刷业管理条例》，企业从事印刷经营活动应取得印刷经营许可证，公司包装类供应商中如涉及自行印刷业务的，应取得印刷经营许可证。

公司报告期各期前十大供应商的经营资质证照情况如下：

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
1	嘉兴市鑫凯润贸易有限公司	营业执照	91330482550547326Q	长期	销售：食品等；从事各类商品及技术的进出口业务
		食品经营许可证	JY13304820163651	2024-08-06	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售, 婴幼儿配方乳粉销售
		对外贸易经营者备案	04329229	长期	对外贸易备案
2	广西南宁市万豪佳鑫纸业有限责任公司	营业执照	914501006648466821	长期	纸板成品、半成品加工、销售；电脑平面设计；包装装潢印刷；自营和代理一般经营项目商品和技术的进出口业务；许可经营项目商品和技术的进出口业务须取得国家专项审批后方可经营（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。生产、销售：泡沫塑料、塑料包装箱及容器、塑料零件
		印刷经营许可证	桂印证字第4501215002号	2025-12-31	包装装潢及其他印刷品印刷
3	云南红创包装有限公司	营业执照	91530400MA6NGAFT6X	长期	包装装潢印刷品印刷；食品用纸包装、容器制品生产；食品用塑料包装容器工具制品生产
		印刷经营许可证	（玉）印证字第F000137号	2025-12-31	包装装潢印刷
		全国工业产品生产许可证	滇XK16-204-00408	2024-10-24	产品名称：食品用塑料包装容器
4	灵山县桂威奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5QF5C526	长期	组织采购、供应成员养殖奶水牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶；
5	苏州嘉莱进出口贸	营业执照	91320508301913196U	长期	进出口代理；食品经营；婴幼儿配方乳粉销售

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
	易有限公司	食品经营许可证	JY13205080203127	2024-09-01	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售, 婴幼儿配方乳粉销售
		对外贸易经营者备案	01807607	长期	对外贸易备案
6	灵山县灵菲奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q7XR93N	长期	组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
7	泉州市佩琪食品科技有限公司	营业执照	91350503MA33K92E6F	长期	批发、零售：乳制品（含婴幼儿配方奶粉）、预包装食品、散装食品、饲料及原料、面制品及食用油、调味品、水果、水产品、农产品、农副产品、食品添加剂、木制品、五金产品、电气设备、化工产品（不含危险化学品）；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物或技术进出口除外）
		食品经营许可证	JY13505030234788	2025-03-04	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）
		对外贸易经营者备案	04490108	长期	对外贸易备案
8	灵山县文菲奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q9N8E7L	长期	组织采购、供应成员养殖奶水牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
9	灵山县南高奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q936J0E	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
10	泉州市正业乳品原料有限公司	营业执照	91350503MA2YA5XF2A	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
		仅销售预包装食品经营者备案	YB13505036005164	-	仅销售预包装食品
		对外贸易经营者	04479068	-	对外贸易备案

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
		备案			
11	灵山县南发奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5Q9N7148	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
12	灵山县百贵奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5QBX464E	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
13	灵山县百鸣奶牛养殖专业合作社	营业执照	93450721MA5QC6XD8H	长期	组织采购、供应成员养殖奶牛所需的农业生产资料；组织收购、销售成员生产的生鲜水牛奶
14	宁夏科牧华牧业有限公司	营业执照	91640300MA7L8Y5FXA	长期	牲畜饲养；牲畜屠宰；生鲜乳收购；生鲜乳道路运输；道路货物运输（不含危险货物）；牲畜销售；畜禽收购；林业产品销售；草及相关制品销售；草种植；饲料原料销售
		动物防疫条件合格证	（吴利审）动防合字第20220142号	-	奶牛养殖
		生鲜乳收购许可证	宁640302(2022)074	2024-07-12	牛乳收购
15	浙江一多包装科技有限公司	营业执照	91330327MA7GWW620N	长期	纸制品制造；纸制品销售
16	宾阳县马潭月嫦良种奶牛畜牧有限公司	营业执照	9145012657455546XC	长期	良种奶水牛改繁养殖
		动物防疫条件合格证	（灵）动防合字第20210003号	-	奶水牛养殖
17	中山市正好贸易有限公司	营业执照	914420007211926399	长期	食品销售；货物进出口
		仅销售预包装食品	YB144201900	-	仅销售预包装食品

序号	供应商	许可证类别	许可证编号	有效期至	许可内容
		品经营者备案	85611		
		对外贸易经营者备案	03645602	-	对外贸易备案

4、物流提供商

公司物流需求主要为生鲜乳收购运输及产成品运输。其中对于生鲜乳运输，根据《生鲜乳生产收购管理办法》规定，运输生鲜乳的车辆应当取得所在地县级人民政府畜牧兽医主管部门核发的生鲜乳准运证明。无生鲜乳准运证明的车辆，不得从事生鲜乳运输。公司生鲜乳收购一部分由公司自有车辆运输，公司自有车辆均具备生鲜乳准运证明，另一部分由合作牧场负责运输，合作牧场运输车辆均具备生鲜乳准运证明。

对于产成品物流提供商，根据《道路运输条例》等法规规定，从事货物经营应当申请取得道路运输经营许可证。报告期内公司产成品主要物流提供商具备道路运输经营许可证。

5、公司对原材料供应商、物流提供商的要求、筛选及控制措施

公司作为乳品生产销售行业，对采购过程进行严格控制，确保所采购的物资满足规定的要求。公司供应商须提供营业执照、食品生产（或经营）许可证等资质，且须提供样品供公司检验；经采购部、品控部共同审核批准，经审核具备资质且样品验证合格的供应商纳入《合格供应商名录》；公司向《合格供应商名录》内企业下产品需求订单，由其提供原材料；公司日常对供应商进行动态评分，评分高者优先采购，同时每年12月前根据《供应商年度现场审核控制程序》对供应商进行年度现场审核，定期调整《合格供应商名录》名单。

公司建立了《供应商批准和控制程序》、《供应商风险等级评估控制程序》，每年对全部原辅料、内包装材料供应商进行审核，采购时，对全部原辅料、包装材料索证索票；每年对供应商进行风险评估和供应商绩效评价，根据持续评价情况、风险评估结果适时对原辅料进行验证检验，增加包材内表面微生物涂抹实验，并作为评价项目。当新增、更换供应商或检测数值出现异常或较大波动等情况时，

重新对供应商进行评价、验证；建立原辅料材料、内包装材料验收标准，对采购的原辅料、包装材料批批验收。

对生鲜乳供应商，公司加强对供应商牧场管理，每月或不定期对饲料采购、验收、养殖过程、挤奶、运输、储存等关键环节进行监督或审核，公司每年对牧场进行审核。

对于物流提供商，公司要求其提供营业执照、道路运输经营许可证或快递业务经营许可证等资质文件，并根据其实际物流服务质量并结合公司发展需要，综合评价确定物流提供商。

综上，报告期内，公司建立了严格的供应商审核制度，公司对原材料供应商和物流提供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。

公司向养殖合作社、个人农户采购生鲜乳均通过公司生鲜乳收购站进行收奶，生鲜乳收购站收奶过程中首先对所有奶农出售的生鲜乳进行初检，检测蛋白、脂肪等含量，并进行留样；生鲜乳运至公司后由公司员工进行拆封并抽样进行第二次抽样，第二次抽样分别执行两个检测程序，程序一检测内容包括蛋白、脂肪、非脂乳固体、比重、掺水率、酸度、比重等；程序二检测内容包括感官、密度、脂肪、蛋白质、非脂乳固体、酸度、冰点、抗生素、三聚氰胺、菌落、亚硝酸盐、铅、汞、氯丹、七氯等 28 个大项的检测；通过上述三项检测，如生鲜乳检测异常，可根据奶站留样进行二次复检，追溯至终端养殖户，公司产品质量及食品安全不存在较大风险。

报告期内主要原材料供应商、物流提供商不存在食品安全事故，不存在因食品安全导致行政处罚或诉讼纠纷。

（六）公司临期或过期产品的处理方法及执行情况。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（三）质量管理情况”补充披露如下：“

（5）公司产品均具有明确保质期。

日常运营中，公司仓库管理人员定期对仓库产品保质期进行检查，发现有过期产品将进行集中销毁处理，销毁时须有两人以上现场监销，并登记销毁记录。

报告期内，公司不存在过期产品，仅存在超过留样期限（常温成品留样期限为保质期后半个月，低温成品留样期为保质期后 2 天）的留样品，公司均已按照公司制度对其进行集中销毁处理。”

【主办券商回复】：

请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

1、主办券商履行了以下核查程序：

（1）查询《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》《乳品质量安全监督管理条例》等法律、法规，了解对乳制品生产各环节的具体法律规定及要求；

（2）查询我国关于乳制品（灭菌乳、巴氏杀菌乳、含乳饮料、发酵乳等）、生鲜乳等的国家标准，了解国家标准要求；

（3）查阅公司获得的资质、许可及相关质量标准认证证书，了解公司建立的食品生产、质量相关体系情况；

（4）获取公司《食品安全管理制度》，核查公司对原材料（含生鲜乳、添加剂、乳粉）采购具体要求，公司产品生产全过程具体要求；

（5）核查公司采购合同（包括生鲜乳、乳粉、食品添加剂等），了解公司与供应商之间关于产品质量的要求，关于产品责任的规定；

（6）访谈公司董事长吴守允，了解公司是否曾受到食品监管部门行政处罚，了解有无退换货情形，是否曾存在食品纠纷或潜在纠纷；访谈公司产品控部经理张海娟，了解公司产品生产各环节质量监控及关键控制点监控情况；

（7）抽查公司采购原材料、生产产品的检测报告，了解其制度、体系的执

行情况；

(8) 查询广西食品安全追溯和智慧监管平台 (<https://gxfsts.scjdgjlj.gxzf.gov.cn/center/subSys?action=logout>)，查询公司产品安全追溯及监管情况；查询信用中国 (<https://www.creditchina.gov.cn/>)，核查公司有无行政处罚公示信息；查询中国裁判文书网 (<https://wenshu.court.gov.cn/>)、中国仲裁网 (<http://www.china-arbitration.com>)，核查公司有无因食品质量存在纠纷、诉讼或仲裁情形；

(9) 查阅公司退换货制度规定，了解公司退换货流程；

(10) 获取公司产品退货登记处理记录，核查公司退换货实际处理情况；

(11) 获得公司、子公司出具的《声明》；

(12) 获取公司被市场监督管理部门现场检查、抽查结果，核查公司有无受行政处罚的情形；

(13) 查询《中华人民共和国畜牧法》《中华人民共和国动物防疫法》《畜禽标识和养殖档案管理办法》《饲料和饲料添加剂管理条例（2017 修订）》，了解关于畜禽养殖的法律法规具体要求；

(14) 获取子公司《生产管理制度》，核查子公司对奶水牛养殖过程中防疫、防病规定，饲料管理、兽药、抗生素用药制度及休药期、隔离期等规定；

(15) 查阅百菲养殖《养殖档案》，核查公司饲料喂养情况、免疫接种情况、兽药使用情况等；

(16) 查询国家市场监督管理总局政务服务平台 (<https://spcjsac.gsxt.gov.cn/default.html>)，查询子公司生鲜乳抽检结果是否存在违规使用添加剂等情形；

(17) 查阅公司与前十大原材料供应商、物流提供商签订的合同，了解提供原材料内容、具体要求等；

(18) 查询企查查 (<https://www.qcc.com/>) 等公开网站, 查阅公司原材料供应商是否具备相关资质; 查询信用中国 (<https://www.creditchina.gov.cn/>)、国家企业信息信用公示系统 (<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>), 了解主要原材料供应商、物流提供商有无存在行政处罚情形; 查询中国裁判文书网 (<https://wenshu.court.gov.cn/>), 了解主要原材料供应商、物流提供商有无存在诉讼纠纷情形; 查询百度等公开新闻媒体相关报道, 了解主要原材料供应商、物流提供商有无食品安全事故报道;

(19) 查阅公司留存的原材料供应商食品生产、经营许可证 (或仅销售预包装食品备案);

(20) 查阅公司《供应商批准和管理程序》《原材料验收、运输贮存和发放管理制度》, 了解公司对供应商的要求、筛选流程、管理程序、控制措施;

(21) 查阅公司向养殖合作社、个人农户采购原材料留存的检验报告, 了解采购原材料产品质量情况。

2、核查结论:

(1) 公司向自有牧场、合作牧场、养殖合作社等采购生鲜乳的成本及占比情况如下:

项目	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
养殖合作社	11,178.40	52.62%	20,560.99	66.72%	14,974.75	75.88%
合作牧场(第三方大型牧场)	9,466.87	44.56%	10,131.21	32.87%	4,759.64	24.12%
自有牧场	567.59	2.67%	-	0.00%	-	0.00%
个体养殖户	31.29	0.15%	125.85	0.41%	-	0.00%
合计	21,244.16	100.00%	30,818.06	100.00%	19,734.39	100.00%

注: 百菲乳业采购生鲜乳大部分源自养殖合作社、第三方大型牧场采购, 个体养殖户部分主要系浙江百菲采购。

(2) 公司关于食品生产、流通、原材料采购及添加添加剂等各个环节的产品质量及食品安全的内部控制制度事项

经核查，公司要求供应商供应的批次乳粉、食品添加剂、包装材料均须附带该批次对应第三方检测机构出具的《检验报告》，且须符合国家标准，否则公司予以拒收；公司采购的生鲜乳需留言检测，并留存入库、消毒、使用时间、使用量等具体记录；公司产品出售前均进行批次检测，检测合格后方可出厂，售出后如若发现因质量问题或潜在问题需要召回的，则公司第一时间发出召回通知。

根据公司出具的《声明》并经查询公司产品召回记录，公司产品质量内控制度能够得到有效执行。

综上所述，公司已按照《食品安全法》等法律法规、行业监管要求以及质量管理体系、食品安全管理体系等规范性要求，在原材料采购、生产过程、成分添加、流通销售等环节建立完善的安全管理和质量控制制度，相关制度健全，并且公司在日常生产经营活动中严格遵守相关制度的规定，相关制度得到有效执行，能够实现全链条可追溯；公司的生产经营符合《食品安全法》等法律、行政法规的相关规定，公司产品符合国家、行业标准或质量规范的要求。

(3) 公司报告期内及期后是否存在退换货情形，是否存在产品质量问题或食品安全事故事项

公司报告期内曾存在退货、主动召回产品情况，公司报告期内退货情形较少，报告期内存在三次主动召回产品的情况；通过查询信用中国，未发现公司存在严重诚信情形，通过获取公司被市场监督管理部门现场检查、抽查情况，公司曾存在一次行政处罚情形，根据灵山县市场监督管理局出具的《证明》，该次处罚事项不存在主观故意，且百菲乳业事后积极整改规范，及时缴纳罚款，整改规范效果良好，已消除不良影响，前述违法行为情节显著轻微，故认定不属于重大违法违规行为。

经查询公开网站、获取公司曾存在行政处罚的处罚决定书等文件，访谈公司董事长吴守允，并经获取公司出具的《声明》，除前述公司曾受到的行政处罚外，公司不存在被行政处罚或违法违规情形；除前述公司曾存在一起产品责任纠纷外，公司不存在产品纠纷或潜在纠纷，公司未发生过食品安全事件，未发生损害消费者健康的情形，公司信息披露真实、准确、完整。

(4) 公司养殖防疫措施、饲料喂养方式等是否符合国家规定、能否保证奶源的质量安全及对消费者的健康无害等事项

公司及子公司不存在使用违禁药品、其他化合物、非法添加违禁物质或超过国家限量标准使用添加剂的情形；公司养殖防疫措施、饲料喂养方式等符合国家规定、能够保证奶源的质量安全及对消费者的健康无害。公司养殖防疫措施、饲料喂养方式等符合国家规定、能保证奶源的质量安全及对消费者的健康无害。

子公司截至目前未发生过牲畜疫病传播等致使养殖环境重大变化情形，针对未来可能发生的养殖环境重大变化情形，公司已做好了相应的预防措施。

(5) 公司的原材料供应商、物流提供商相关资质及证照事项；

公司主要供应商、主要物流提供商均合法持有开展业务所需资质及证照，相关资质的有效期完整覆盖其主营业务以及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，对物流提供商和供应商的要求、筛选及控制措施合理，能够有效保证食品安全；报告期内公司主要供应商和主要物流提供商不存在食品安全事故、不存在其他因食品安全导致行政处罚或诉讼纠纷的情形。

(6) 公司临期或过期产品的处理方法及执行情况

公司产品均具有明确保质期。日常运营中，公司仓库管理人员定期对仓库产品保质期进行检查，发现有过期产品将进行集中销毁处理，销毁时须有两人以上现场监销，并登记销毁记录。

报告期内，公司不存在过期产品，仅存在超过留样期限（常温成品留样期限为保质期后半个月，低温成品留样期为保质期后 2 天）的留样品，公司均已按照公司制度对其进行集中销毁处理。

4. 关于销售与采购

(1) 经公开信息查询，公司前五大客户中广州玛田食品有限公司实缴资本为 0，浙江昊超网络科技有限公司、南宁市帛良贸易有限责任公司参保人数为 0，河南抱爆团供应链管理有限公司、广西果送达贸易有限公司实缴资本及参保人

数均为 0；前五大供应商中宁夏科牧华牧业有限公司、灵山县桂威奶牛养殖专业合作社、实缴资本及参保人数均为 0，浙江一多包装科技有限公司、宾阳县马潭月嫦良种奶水牛畜牧有限公司、嘉兴市鑫凯润贸易有限公司参保人数为 0，泉州市佩琪食品科技有限公司实缴资本为 0。（2）根据申报材料，报告期内，公司经销模式销售占比分别为 75.16%、74.89%、71.82%，且经销模式下运费承担方式发生变化；公司向经销商提供两种类型的实物返利。（3）根据申报材料，报告期内，公司线上销售占比分别为 24.50%、24.00%、27.36%。

（1）请公司：①补充披露报告期内经销模式与非经销模式、线上销售与非线上销售的毛利率，并具体分析差异的原因及合理性。②补充披露不同销售模式下产品实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式、物流费用金额与各模式下销售收入的匹配关系。③说明公司与上述实缴资本或参保人数为 0 的客户、供应商合作的原因及合理性，补充说明报告期内主要客户、供应商的成立时间、开始合作时间、业务规模、实控人、合作背景、是否签订框架协议、交易规模与其经营规模是否匹配，结算模式、信用政策、定价方式，是否为前员工成立，是否存在主要为公司服务的情况。④补充披露公司原材料生牛乳和奶粉等采购与自产的金额、占比，涉及原材料采购与自产的平均单位成本是否存在差异及合理性。⑤补充披露公司是否存在第三方回款、个人账户收付款等情形。

（2）关于经销模式。请公司：①补充披露公司与前五大经销商合作的具体情况，包括但不限于经销产品类型、经销区域、合作期限、实缴资本、经营规模。②列表说明公司设置的销售大区情况，包括分别包括的区域、区域内经销商数量、销售金额及占比、对应销售人员数量等。③按合作时间、购买次数、销售金额等维度分别列示各期经销商数量、交易金额及占比情况；并说明公司经销商与公司是否存在实质和潜在关联方关系，是否存在经销商仅销售公司产品的情形，是否存在由公司（前）员工设立、持有股份或任职等情形的经销商，分析上述异常经销商的销售情况、原因及合理性、交易价格的公允性。④说明公司调整经销模式下运费承担方式的原因及合理性，并量化分析该变化对公司成本结构、毛利率的影响情况。⑤说明报告期内基于特定产品返利、基于销售

指标返利两种实物返利的具体政策，与同行业可比公司是否存在显著差异；具体说明报告期内公司预提、实际发生的两种销售返利金额及变化、差异情况，与对应经销收入是否匹配，说明返利计提比例的确定依据及计算方法，与实际发生返利是否存在较大差异，是否存在通过计提返利跨期调整业绩的情况；补充披露实物返利的具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定，并说明递延所得税资产中返利产生的可抵扣暂时性差异的形成过程、计算方法。

⑥结合经销商的备货政策、进销存情况、期后回款、退换货情况等，说明是否实现最终销售，是否存在经销商压货、窜货及大额退换货、突击确认收入等情形，经销商在经营过程中是否存在商业贿赂或不正当竞争等违法违规的情形。

(3) 关于线上销售。请公司：①分别说明公司报告期内线上直销、线上代销模式下各个合作的电商平台销售金额及占比情况；不同电商平台收入确认方法、时点及外部依据，同一销售模式的不同电商平台之间是否存在差异，与同行业可比公司是否一致，说明原因及合理性。②线上销售的收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。③列表说明公司自主设立经营的店铺名称、开设时间、所处电商平台、销售情况；并结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险。④补充说明公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、公司如何区分刷单收入及其账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者、违反电商平台规定的情形。⑤说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形，是否存在单个买家大额采购等线上异常销售的情形，如存在，说明原因及合理性。⑥补充说明B2C销售的收款方式，是否通过第三方支付平台收取，如是，说明与第三方支付平台的结算周期。⑦说明

报告期内平台服务管理费、推广费、销售佣金服务费、运费等各项平台费用的具体金额，并说明其与收费标准、业务规模及营业收入的匹配性，对比同行业可比公司说明平台费用规模、会计处理的合理性，是否符合行业惯例。

(4) 关于非法人客户/供应商。请公司补充说明：①按照自然人、个体工商户等非法人类型分别列示公司的非法人供应商/客户（区分经销客户与直销客户）数量及占比、采购/销售内容、金额及占比，向非法人供应商采购/非法人客户销售的原因及合理性，是否符合行业惯例，非法人供应商/客户占比是否与可比公司存在较大差异，个人供应商/客户未成立公司的原因，减少个人交易的规范措施，是否已得到有效执行，说明依据。②主要非法人供应商/客户的从业经历、经营范围、经营场所等，与公司合作历史，相关供应商主营业务是否与公司相同或相似，与非法人供应商/客户的合同签订、款项结算方式等；并说明发票开具及取得、款项结算方式、应收账款回款情况。③公司与非法人供应商/客户交易的持续性，是否对其存在重大依赖；报告期内公司与个人客户及供应商的资金流水与相关业务发生是否一致，是否存在资金体外循环或虚构业务情形。④公司是否按照《企业内部控制应用指引》等相关内控制度要求健全完善内部控制制度，相关内控制度设计是否合理、执行是否有效，提供相应依据。

请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见；按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》关于经销商模式的要求对经销进行补充核查并逐项发表明确意见。（2）说明对公司业绩真实性的核查程序，包括但不限于对公司各期主要客户、供应商所履行的具体尽调及审计程序，主要客户、供应商走访、函证、细节测试等情况及占比，截止性测试的情况，列表说明各期各项尽调及审计程序确认的金额占总金额的比重，对公司业绩真实性发表明确核查意见。（3）如有刷单情形，说明针对刷单收入的核查方法及核查过程，如何区分刷单收入与非刷单收入，如何确认收入及客户的真实性；说明相关内部控制缺陷整改措施是否有效，公司期后是否仍存在刷单情形；结合IT审计等技术手段、方法、数据、指标、证明资料等，核查报告期内公司线上销售是否实现终端销售，是否存在提前确认收入的情形。（4）说明资金流水的核查情况，对个人客户、供应商、第三方回款（如有）的核查程序、核查比例，对是否存在利益输

送或其他利益安排发表明确意见。

请主办券商、律师对公司是否存在刷单、欺诈消费者、违反电商平台规定的情形等补充核查并发表明确意见。

【公司回复】：

(一) 请公司：①补充披露报告期内经销模式与非经销模式、线上销售与非线上销售的毛利率，并具体分析差异的原因及合理性。②补充披露不同销售模式下产品实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式、物流费用金额与各模式下销售收入的匹配关系。③说明公司与上述实缴资本或参保人数为0的客户、供应商合作的原因及合理性，补充说明报告期内主要客户、供应商的成立时间、开始合作时间、业务规模、实控人、合作背景、是否签订框架协议、交易规模与其经营规模是否匹配，结算模式、信用政策、定价方式，是否为前员工成立，是否存在主要为公司服务的情况。④补充披露公司原材料生牛乳和奶粉等采购与自产的金额、占比，涉及原材料采购与自产的平均单位成本是否存在差异及合理性。⑤补充披露公司是否存在第三方回款、个人账户收付款等情形。

1、补充披露报告期内经销模式与非经销模式、线上销售与非线上销售的毛利率，并具体分析差异的原因及合理性。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“4、其他事项”中补充披露报告期各期经销毛利率与其他模式下毛利率的比较分析如下：“

单位：元

其他分类方式	销售模式		
	2023年1月—8月		
项目	收入	成本	毛利率
线下经销	475,385,168.72	317,232,855.99	33.27%
线上直销	121,069,688.52	65,855,095.40	45.61%
线上代销	60,003,684.57	31,527,487.52	47.46%
线下直销	3,365,105.89	2,245,263.28	33.28%
合计	659,823,647.70	416,860,702.19	36.82%

原因分析	详见下文		
2022 年度			
项目	收入	成本	毛利率
线下经销	584,794,095.56	438,425,489.87	25.03%
线上直销	131,502,307.85	85,435,210.13	35.03%
线上代销	55,880,404.01	30,690,192.06	45.08%
线下直销	3,901,202.72	3,360,601.54	13.86%
合计	776,078,010.14	557,911,493.60	28.11%
原因分析	详见下文		
2021 年度			
项目	收入	成本	毛利率
线下经销	537,000,329.58	375,859,739.76	30.01%
线上直销	126,474,407.86	72,966,478.37	42.31%
线上代销	48,560,281.69	23,838,193.49	50.91%
线下直销	2,439,572.51	2,102,331.36	13.82%
合计	714,474,591.64	474,766,742.98	33.55%
原因分析	详见下文		

注：报告期内，线上直销毛利率低于线上代销，主要系线上直销模式下成本中包含因履约发生的运费，线上代销模式下产生的运费为调仓费用，不作为履约成本，未计入营业成本。

(1) 公司非经销模式主要为线上直销和线上代销，经销模式和非经销模式毛利率如下：

单位：元

2023 年 1 月—8 月			
项目	收入	成本	毛利率
经销模式	475,385,168.72	317,232,855.99	33.27%
非经销模式	184,438,478.98	99,627,846.20	45.98%
合计	659,823,647.70	416,860,702.19	36.82%
2022 年度			
项目	收入	成本	毛利率
经销模式	584,794,095.56	438,425,489.87	25.03%
非经销模式	191,283,914.58	119,486,003.73	37.53%
合计	776,078,010.14	557,911,493.60	28.11%
2021 年度			
项目	收入	成本	毛利率
经销模式	537,000,329.58	375,859,739.76	30.01%

非经销模式	177,474,262.06	98,907,003.22	44.27%
合计	714,474,591.64	474,766,742.98	33.55%

(2) 公司线上销售包括线上代销和线上直销，非线上销售包括线下经销和线下直销，线上销售和非线上销售毛利率如下：

单位：元

2023年1月—8月			
项目	收入	成本	毛利率
线下销售	478,750,274.61	319,478,119.27	33.27%
线上销售	181,073,373.09	97,382,582.92	46.22%
合计	659,823,647.70	416,860,702.19	36.82%
2022年度			
项目	收入	成本	毛利率
线下销售	588,695,298.28	441,786,091.41	24.96%
线上销售	187,382,711.86	116,125,402.19	38.03%
合计	776,078,010.14	557,911,493.60	28.11%
2021年度			
项目	收入	成本	毛利率
线下销售	539,439,902.09	377,962,071.12	29.93%
线上销售	175,034,689.55	96,804,671.86	44.69%
合计	714,474,591.64	474,766,742.98	33.55%

公司各模式下毛利率的走势与公司综合毛利率一致，主要受生鲜乳采购价格影响。

报告期公司经销模式下毛利率分别为 33.27%、25.03%和 30.01%，非经销模式毛利率为 45.98%、37.53%和 44.27%，非经销模式毛利率高于经销模式；线上销售模式毛利率分别为 46.22%、38.03%和 44.69%，线下销售模式毛利率分别为 33.27%、24.96%和 29.93%。

公司主要销售模式是线下经销、线上直销和线上代销，线上模式毛利率高于线下经销，主要系线上销售模式与经销模式的定价模式不同，线上销售模式中公司自行承担营销及推广费用、获客成本，减少了中间流通环节的投入，销

售单价较高；而经销商采用买断销售的结算模式，经销商具有一定市场开拓能力，主导渠道开拓、市场推广活动，自行承担经营风险、营销推广费用，因此公司经销模式的销售价格、毛利率相比线上销售模式低。”

2、补充披露不同销售模式下产品实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式、物流费用金额与各模式下销售收入的匹配关系。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入的主要构成”之“（4）按销售方式分类”中补充披露如下：“

①不同销售模式下产品实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式

销售模式	实物流转及资金流转	配送方式、运费承担方式
线下经销	<p>A. 公司开发的订货系统会分配给经销商账号用户名，经销商需要根据实际需求预先支付货款（给与信用账期的经销商除外），然后通过订货商城下采购订单，经公司内勤审核后转至畅捷通 T+ 订货系统生成销售订单，销售部审核后生成销售发货单，由仓储部负责发货，物流公司运送目的地并由经销商验收并在销售发货单上签字确认后上传照片至订货商城，同时将纸质版签收单交回公司。</p> <p>B. 经销商收到货物时进行数量、品种、包装验收后才签署回执单，同时根据退换货规定，除生产引起的质量问题之外，通常情况下售出商品不予退还。</p> <p>C. 公司销售收款全部通过对公银行账户收取，对经销商主要采用“先款后货”的结算模式，对长期合作且经营规模较大的经销商或特殊情况需要给予销售政策支持，公司根据其经营规模和保证金情况，必要时给予授信。</p>	<p>A. 2021 年 1 月-2021 年 3 月，公司与经销商签订的经销合同约定了公司协助将产品托运或直接由公司物流车配送到乙方经销区域内指定的一个交接点。公司协助经销商运输，物流运输费用由经销商承担，物流运输风险由经销商承担。</p> <p>B. 2021 年 4 月份开始，出于加强对物流配送的管理，公司调整了运费承担方式，由公司承担运费，并负责委托物流公司将商品送达客商指定的地点，公司安排物流公司运输并承担运费，物流运输过程中的毁损风险由公司承担。</p>
线上直销	<p>公司主要通过电商平台开设直营店铺，直接面向消费者进行销售。消费者通过电商平台下单，公司根据订单委托第三方物流公司将商品交付给消费者，电商平台在消费者确认收货或系统默认收货后生成账单，公司实时收回货款。</p>	<p>公司直接面向终端消费者销售，提供配送及退换货服务等，并根据需要向消费者开具发票，该模式下运费由公司承担。</p>

销售模式	实物流转及资金流转	配送方式、运费承担方式
线上代销	<p>A. 平台统一入仓模式（天猫超市） 在线上平台统一入仓销售模式下，公司与电商平台签订合作协议，由公司负责将商品发往电商平台指定仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送。电商平台接到消费者下达的订单后通过自有物流或第三方物流向消费者发货，公司和电商平台双方定期根据平台的产品销售清单进行对账和货款结算。</p> <p>B. 线上平台自营模式（京东自营） 在线上渠道的平台自营销售模式下，公司将商品交付给电商平台指定仓库后，由电商平台面向消费者负责产品的销售运营与商品发货。</p> <p>C. 线上代销模式下，客户定期与公司通过公司公户进行结算。</p>	<p>公司将货物交付京东与天猫超市后，由京东或天猫超市负责后续物流运输；公司将货物送至京东自营与天猫超市运费以及天猫超市和京东自营的调仓费由公司承担，京东自营和天猫超市将货物销售至客户所发生运费由京东自营和天猫超市承担。</p>
线下直销	<p>客户前往公司仓库自提货物，提取货物前通过公司公户缴纳货款。</p>	<p>客户自提，客户承担运费</p>

②物流费用金额与各模式下销售收入的匹配关系

单位：万元

项目	2023年1-8月			2022年度			2021年度		
	收入金额	运费	占比	收入金额	运费	占比	收入金额	运费	占比
线下经销	47,538.52	1,776.83	3.74%	58,479.41	1,913.05	3.27%	53,700.03	1,288.38	2.40%
线上直销	12,106.97	1,435.72	11.86%	13,150.23	1,579.32	12.01%	12,647.44	1,301.12	10.29%
线上代销	6,000.37	364.23	6.07%	5,588.04	357.00	6.39%	4,856.03	384.34	7.91%
合计	65,645.86	3,576.78	5.45%	77,217.68	3,849.37	4.99%	71,203.50	2,973.84	4.18%

2021年1-3月，公司线下经销模式由经销商承担运费，故2021年度运费占收入金额比例略低，报告期内公司运费与各模式收入比例相对稳定，具有匹配性。”

3、说明公司与上述实缴资本或参保人数为 0 的客户、供应商合作的原因及合理性，补充说明报告期内主要客户、供应商的成立时间、开始合作时间、业务规模、实控人、合作背景、是否签订框架协议、交易规模与其经营规模是否匹配，结算模式、信用政策、定价方式，是否为前员工成立，是否存在主要为公司服务的情况。

(1) 说明公司与上述实缴资本或参保人数为 0 的客户、供应商合作的原因及合理性

前五大客户中南宁市帛良贸易有限责任公司社保缴纳人数为 19 人，注册资本和实缴资本分别为 300 万元和 50 万元；广西果送达贸易有限公司社保缴纳人数为 4 人，注册资本和实缴资本分别为 500 万元和 140 万元；广州玛田食品有限公司社保缴纳人数为 21 人。

前五大供应商中宁夏科牧华牧业有限公司社保缴纳人数为 3 人，注册资本和实缴资本分别为 600 万元和 600 万元；浙江一多包装科技有限公司社保缴纳人数为 13 人，注册资本和实缴资本分别为 1000 万元和 800 万元；嘉兴市鑫凯润贸易有限公司社保缴纳人数为 7 人，注册资本和实缴资本分别为 1100 万元和 1100 万元。

①广州玛田食品有限公司、河南抱爆团供应链管理有限公司、南宁市帛良贸易有限责任公司、广西果送达贸易有限公司基本情况

序号	客户	成立时间	开始合作时间	注册资本/实缴资本（万元）	社保缴纳人数	实际控制人	业务规模	客户销售渠道
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	2017 年	300.00/50.00	19	赵文良	1 亿元	学校、政府单位、商超、便利店、美团优选

序号	客户	成立时间	开始合作时间	注册资本/实缴资本(万元)	社保缴纳人数	实际控制人	业务规模	客户销售渠道
2	广西果送达贸易有限公司	2016.01.14	2019年	500.00/140.00	4	陈一棒	10亿元	水果渠道、商超
3	河南抱爆团供应链管理有限公司	2020.04.07	2018年(成立前以付海立个人与百菲乳业合作)	100.00/-	-	付海立	-	便利店、水果店、商超
4	广州玛田食品有限公司	2014.11.10	2017年	200.00/5.00	21	刘丹辉、潘卫东	1.5亿元	美团优选、商超、便利店

A. 南宁市帛良贸易有限责任公司

南宁市帛良贸易有限责任公司实际控制人赵文良于2003年开始从事个体经营，通过逐步积累经验，业务范围逐渐扩大。公司经营从业人员为35人左右，下游渠道集中于学校、政府单位、商超、便利店、美团优选等，较为广泛。南宁市帛良贸易有限责任公司具有较强的资金实力，因此公司与该公司长期合作。

B. 广西果送达贸易有限公司

广西果送达贸易有限公司成立于2016年，主要经营业务为水果、乳品销售，该公司业务渠道覆盖全广西。公司经营从业人员为70人左右，运营资金1.6亿元左右，广西果送达贸易有限公司具有较强的资金实力，因此公司与该公司长期合作。

C. 河南抱爆团供应链管理有限公司

河南抱爆团供应链管理有限公司2020年4月成立，其实际控制人为付海立，公司与付海立自2018年开始合作，公司为规范经销模式，完善内控体系和制度，逐步将自然人经销商转化为法人经销商，客户设立实体企业与公司进行合作。河南抱爆团供应链管理有限公司运营资金超过1000万元，主要从事食品及相关产

品的贸易。

D. 广州玛田食品有限公司

广州玛田食品有限公司成立于 2014 年，运营资金超过 1000 万元，主要经营业务为食品贸易，该公司业务渠道覆盖全广州市。广州玛田食品有限公司下游渠道集中于美团优选、商超、便利店等，较为广泛，广州玛田食品有限公司具有较强的资金实力。

②浙江昊超网络科技有限公司基本情况

浙江昊超网络科技有限公司为浙江天猫技术有限公司旗下子公司，均属于淘宝集团旗下公司，整体管理归属淘宝集团。浙江昊超网络科技有限公司实缴注册资本为 8 亿元，主要经营线上销售业务，公司与其合作的板块为天猫超市。

③宁夏科牧华牧业有限公司、灵山县桂威奶牛养殖专业合作社基本情况

A. 宁夏科牧华牧业有限公司

宁夏科牧华牧业有限公司成立于 2022 年 4 月，存栏荷斯坦奶牛 4000 头，在宁夏科牧华牧业有限公司成立之前，其主要股东王璐、王小存已与公司进行了长期合作，2021 年、2022 年均向公司提供生鲜乳；王璐、王小存父母辈即大规模饲养荷斯坦奶牛；除公司外，其还向伊利、蒙牛等乳企提供生鲜乳，其养殖规模与供应数量相匹配。

B. 灵山县桂威奶牛养殖专业合作社

灵山县桂威奶牛养殖专业合作社所属社员大都为公司长期合作的生鲜乳供应终端。

灵山县是中国奶水牛之乡，也是广西水牛奶最大的奶源产区，灵山县奶水牛存栏量、奶产量稳居广西首位。2022 年“灵山县奶水牛”被列入国家农产品地理标志保护行列，获中国农产品地理标志登记证书。

灵山县发挥资源优势，把发展奶水牛业作为优化农业结构、建设现代农业、促进农民增收的重要举措来抓，推动产业不断升级。为规范化奶水牛养殖，将水

牛奶产业做大做强，实现规模化，由县政府统一指导养殖大户牵头成立奶水牛养殖专业合作社，对农户进行统一收购鲜奶、统一规划防疫和技术指导，并通过基地科学化、标准化、规范化的示范作用，引导当地农户进行产业调整，持续升级奶源管理。实现以奶业发展带动乡村振兴，促进老百姓增收致富。

灵山县桂威奶牛养殖专业合作社奶水牛养殖数量约为 900 头，年产生鲜乳约 1300 吨，其产能与生鲜乳供应量相匹配。

④浙江一多包装科技有限公司、宾阳县马潭月嫦良种奶水牛畜牧有限公司、嘉兴市鑫凯润贸易有限公司、泉州市佩琪食品科技有限公司基本情况

A. 浙江一多包装科技有限公司

浙江一多包装科技有限公司成立于 2022 年 2 月，其核心团队来自于义乌市国和印刷有限公司，浙江一多包装科技有限公司股东苏英和系义乌市国和印刷有限公司控股股东。

义乌市国和印刷有限公司成立于 2013 年 8 月，为公司包材的长期供应商，公司 2021 年、2022 年和 2023 年 1-8 月对其采购额分别为 1,050.45 万元、219.25 万元和 0.00 万元；公司对义乌市国和印刷有限公司的采购逐步转移至浙江一多包装科技有限公司。

B. 宾阳县马潭月嫦良种奶水牛畜牧有限公司

宾阳县马潭月嫦良种奶水牛畜牧有限公司成立于 2011 年 5 月，公司于 2016 年开始与其合作。存栏奶水牛约 3000 头，年产生鲜乳 4500 吨，养殖规模较大，与公司的交易规模相匹配。

C. 嘉兴市鑫凯润贸易有限公司

嘉兴市鑫凯润贸易有限公司成立于 2010 年 2 月，其社保缴纳人数为 7 人，公司 2019 年开始与其合作，其业务规模约为 10 亿元左右，为公司乳粉的长期供应商，公司采购规模与其经营规模相匹配。

D. 泉州市佩琪食品科技有限公司

泉州市佩琪食品科技有限公司成立于 2020 年 2 月，主营食品贸易。公司于 2020 年开始与其合作，其经营从业人员为 10 人左右，社保缴纳人数 4 人，其业务规模为 1.2 亿元左右。泉州市佩琪食品科技有限公司经营规模与公司采购规模相匹配。

(2) 报告期内主要客户、供应商的成立时间、开始合作时间、业务规模、实控人、合作背景、是否签订框架协议、交易规模与其经营规模是否匹配，结算模式、信用政策、定价方式，是否为前员工成立，是否存在主要为公司服务的情况

①主要客户情况

2023年1-8月

序号	客户	成立时间	开始合作时间	实际控制人	合作背景	业务规模	销售额(万元)	交易规模与其经营规模是否匹配	是否签订框架协议	结算模式、信用政策	定价方式	是否为公司前员工成立	是否存在主要为公司服务
1	北京京东世纪信息技术有限公司	2010.09.01	2021年	京东香港国际有限公司	市场推广+商务谈判	6777亿元(2023年1-9月)	3,185.64	是	是	销售后,定期结算	公司统一市场价	否	否
2	浙江昊超网络科技有限公司	2019.01.24	2021年	淘宝中国控股有限公司	市场推广+商务谈判	5653亿元	2,814.73	是	是	销售后,定期结算	公司统一市场价	否	否
3	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	2017年	赵文良	市场推广+商务谈判	1亿元	1,973.90	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
4	广州市鸿仕商贸有限公司	2012.05.29	2023年	陈晓霞	市场推广+商务谈判	1.5亿元	1,234.07	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
5	杭州蓬德贸易有限公司	2012.01.12	2019年	汪明功	市场推广+商务谈判	2亿元	1,102.88	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
6	宜春赵一鸣食品科技有限公司	2022.06.09	2022年	晏周	市场推广+商务谈判	27.86亿元(2023	1,093.44	是	是	先款后货,银行公户结	公司统一市场价	否	否

						年上半 年)				算			
7	江苏伊乐淇乳业有限公司	2014.04.09	2020年	王伟	市场推广+商务谈判	8000万元	990.01	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
8	河南金果苑进出口贸易有限公司	2017.07.11	2021年	胡诺星	市场推广+商务谈判	5亿元	988.01	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
9	上海畅珍贸易有限公司	2016.10.26	2018年	黄林茜	市场推广+商务谈判	5.7亿元	822.44	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
10	广西果送达贸易有限公司	2016.01.14	2019年	陈一棒	市场推广+商务谈判	10亿元	796.11	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否

2022年

序号	客户	成立时间	开始合作时间	实际控制人	合作背景	业务规模	销售额(万元)	交易规模与其经营规模是否匹配	是否签订框架协议	结算模式、信用政策	定价方式	是否为公司前员工成立	是否存在主要为公司服务
1	北京京东世纪信息技术有限公司	2010.09.01	2021年	京东香港国际有限公司	市场推广+商务谈判	9299亿元	3,452.09	是	是	销售后,定期结算	公司统一市场价	否	否

2	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	2017年	赵文良	市场推广+商务谈判	1亿元	2,843.02	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
3	浙江昊超网络科技有限公司	2019.01.24	2021年	淘宝中国控股有限公司	市场推广+商务谈判	5760亿元	2,135.95	是	是	销售后,定期结算	公司统一市场价	否	否
4	河南抱爆团供应链管理有限公司	2020.04.07	2018年(公司成立前与付海立合作)	付海立	市场推广+商务谈判	-	2,034.54	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
5	广西果送达贸易有限公司	2016.01.14	2019年	陈一棒	市场推广+商务谈判	10亿元	1,521.02	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
6	广州玛田食品有限公司	2014.11.10	2017年	刘丹辉、潘卫东	市场推广+商务谈判	1.5亿元	1,477.91	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
7	台州市聚众营销策划有限公司	2011.09.28	2018年	李彬彬	市场推广+商务谈判	1.2亿元	1,216.55	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
8	杭州蓬德贸易有限公司	2012.01.12	2019年	汪明功	市场推广+商务谈判	2亿元	1,200.45	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否

9	江苏伊乐淇乳业有限公司	2014.04.09	2020年	王伟	市场推广+商务谈判	8000万元	1,164.20	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
10	广州市果田香贸易有限公司	2019.12.23	2017年	缪通泽	市场推广+商务谈判	9000万元	988.81	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
2021年													
序号	客户	成立时间	开始合作时间	实际控制人	合作背景	业务规模	销售额(万元)	交易规模与其经营规模是否匹配	是否签订框架协议	结算模式、信用政策	定价方式	是否为公司前员工成立	是否存在主要为公司服务
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	2017年	赵文良	市场推广+商务谈判	1亿元	3,349.36	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
2	浙江昊超网络科技有限公司	2019.01.24	2021年	淘宝中国控股有限公司	市场推广+商务谈判	4737亿元	3,131.25	是	是	销售后,定期结算	公司统一市场价	否	否
3	广州玛田食品有限公司	2014.11.10	2017年	刘丹辉、潘卫东	市场推广+商务谈判	1.5亿元	2,428.78	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
4	广西果送达贸易有限公司	2016.01.14	2019年	陈一棒	市场推广+商务谈判	10亿元	1,943.65	是	是	先款后货,银行公户结	公司统一市场价	否	否

										算			
5	北京京东世纪信息技术有限公司	2010.09.01	2021年	京东香港国际有限公司	市场推广+商务谈判	8663 亿元	1,724.78	是	是	销售后,定期结算	公司统一市场价	否	否
6	广州市果田香贸易有限公司	2019.12.23	2017年	缪通泽	市场推广+商务谈判	9000 万元	1,573.25	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
7	杭州蓬德贸易有限公司	2012.01.12	2019年	汪明功	市场推广+商务谈判	2 亿元	1,484.09	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
8	武汉凡优农副产品销售有限公司	2019.05.28	2018年	张红萍	市场推广+商务谈判	8000 万元	1,351.99	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
9	台州市聚众营销策划有限公司	2011.09.28	2018年	李彬彬	市场推广+商务谈判	1.2 亿元	1,121.30	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否
10	浙江亲情树食品有限公司	2019.06.18	2018年	李志坚	市场推广+商务谈判	1 亿元	1,078.21	是	是	先款后货,银行公户结算	公司统一市场价	否	否

注：公司已终止与河南抱爆团供应链管理有限公司的合作，无法获取其经营规模等信息。

②主要供应商

2023年1-8月

序号	供应商	成立时间	开始合作时间	实际控制人	合作背景	业务规模	采购额(万元)	交易规模与其经营规模是否匹配	是否签订框架协议	结算模式、信用政策	定价方式	是否为前员工成立	是否存在主要为公司服务
1	宁夏科牧华牧业有限公司	2022.04.11	2020年（成立前王璐、王小存以个人名义与百菲乳业合作）	王璐、王小存	百菲乳业主动联系奶源	1亿元	3,649.08	是	是	每月双方共同核对生鲜乳收购数量，按各等级标准统计，经确认公布后，百菲乳业在每月25日前以转账方式付清上月奶款。	基于市场价协商定价	否	否
2	云南红创包装有限公司	2018.11.28	2018年	李晓华	百菲乳业主动联系	8.95亿元	3,227.37	是	是	货到票到30天内付清全款。	基于市场价协商定价	否	否
3	浙江一多包装科技有限公司	2022.02.17	2022年（2022年以前与其股东苏英和控制的乌市	刘金钞	百菲乳业主动联系	0.60亿元	3,052.06	是	是	货到票到后七个工作日内付款。	基于市场价协商定价	否	否

			国和印刷有限公司合作)										
4	灵山县桂威奶牛养殖专业合作社	2021.04.30	2021年以前与主要的社员合作)	-	百菲乳业主动联系	0.22亿元	2,102.95	是	是	每月双方共同核对生鲜乳收购数量,按各等级标准统计,经确认后,百菲乳业在每月25日前以转账方式付清上月奶款。	基于市场价协商定价	否	是
5	宾阳县马潭月嫦良种奶牛水牛畜牧有限公司	2011.05.05	2016年	何月嫦	百菲乳业主动联系	0.27亿元	1,989.91	是	是	每月双方共同核对生鲜乳收购数量,按各等级标准统计,经确认后,百菲乳业在每月25日前以转账方	基于市场价协商定价	否	是

2022年													
序号	供应商	成立时间	开始合作时间	实际控制人	合作背景	业务规模	采购额(万元)	交易规模与其经营规模是否匹配	是否签订框架协议	结算模式、信用政策	定价方式	是否为前员工成立	是否存在主要为公司服务
1	泉州市佩琪食品科技有限公司	2020.02.26	2020年	潘士基	百菲乳业主动联系	1.2亿元	4,771.44	是	是	款到发货	基于市场价协商定价	否	否
2	宾阳县马潭月嫦良种奶牛水牛畜牧有限公司	2011.05.05	2016年	何月嫦	百菲乳业主动联系	0.51亿元	3,866.08	是	是	每月双方共同核对生鲜乳收购数量,按各等级标准统计,经确认后,百菲乳业在每月25日前以转账方式付清上月奶款。	基于市场价协商定价	否	是
3	云南红创包装有限公司	2018.11.28	2018年	李晓华	百菲乳业主动联系	6.95亿元	3,858.80	是	是	货到票到30天内付清全款。	基于市场价协商定价	否	否
4	广西南宁市万豪佳鑫纸	2007.09.03	2019年	覃菲、梁昌嶷、杨	百菲乳业主动	1.6亿元	3,494.79	是	是	货到票到后七个工	基于市场价协	否	否

	业有限责任公司			泽宁、李振宾	联系奶源					作日内付款。	商定价		
5	灵山县灵菲奶牛养殖专业合作社	2020.12.31	2021年（2021年以前与主要的社员合作）	-	百菲乳业主动联系	0.28亿元	2,732.01	是	是	每月双方共同核对生鲜乳收购数量，按各等级标准统计，经确认后公布后，百菲乳业在每月25日前以转账方式付清上月奶款。	基于市场价协商定价	否	是

2021年

序号	供应商	成立时间	开始合作时间	实际控制人	合作背景	业务规模	采购额(万元)	交易规模与其经营规模是否匹配	是否签订框架协议	结算模式、信用政策	定价方式	是否为前员工成立	是否存在主要为公司服务
1	嘉兴市鑫凯润贸易有限公司	2010.02.09	2019年	张林平	百菲乳业主动联系	10亿元	4,242.26	是	是	预付部分货款，交货后付尾款	基于市场价协商定价	否	否
2	广西南宁市万豪佳鑫纸业有限责任公司	2007.09.03	2019年	覃菲、梁昌焜、杨泽宁、李振宾	百菲乳业主动联系	1.6亿元	4,208.24	是	是	银行公户结算、收货后付款	基于市场价协商定价	否	否

3	云南红创包装有限公司	2018.11.28	2018年	李晓华	百菲乳业主动联系	6.47亿元	4,025.97	是	是	货到票到30天内付清全款。	基于市场价协商定价	否	否
4	灵山县桂威奶牛养殖专业合作社	2021.04.30	2021年 (2021年以前与主要的社员合作)	-	百菲乳业主动联系	0.34亿元	3,367.09	是	是	每月双方共同核对生鲜乳收购数量,按各等级标准统计,经确认后公布后,百菲乳业在每月25日前以转账方式付清上月奶款。	基于市场价协商定价	否	是
5	苏州嘉莱进出口贸易有限公司	2014.04.25	2019年	夏文来	百菲乳业主动联系	7亿元	2,651.97	是	是	预付部分货款,交货后付尾款或款到发货	基于市场价协商定价	否	否

4、补充披露公司原材料生牛乳和奶粉等采购与自产的金额、占比，涉及原材料采购与自产的平均单位成本是否存在差异及合理性。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”之“3、其他事项”中补充披露如下：“

（1）原材料中生牛乳采购与自产情况

单位：万元

项目	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自产	567.59	2.67%	-	0.00%	-	0.00%
外采	20,676.56	97.33%	30,818.06	100.00%	19,734.39	100.00%
合计	21,244.16	100.00%	30,818.06	100.00%	19,734.39	100.00%

报告期内公司生鲜乳供应主要是通过外部采购，2023年5月百菲养殖、百菲七甲养殖开始自主养殖奶水牛，为公司提供生鲜乳。

公司原材料所需的奶粉均通过外采获取。

（2）原材料的自产与外采成本

2023年5月百菲养殖、百菲七甲养殖开始自主养殖奶水牛，生产生鲜乳，自产生鲜乳占公司消耗量比例极低，公司养殖规模有限，尚处于试运营阶段，公司平均养殖成本与外购成本不具可比性。”

5、补充披露公司是否存在第三方回款、个人账户收付款等情形。

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（五）收付款方式”中补充披露如下：“

3、公司第三方回款、个人账户收付款等情形

报告期内公司不存在第三方回款、个人账户收付款的情况。”

(二) 关于经销模式。请公司：①补充披露公司与前五大经销商合作的具体情况，包括但不限于经销产品类型、经销区域、合作期限、实缴资本、经营规模。②列表说明公司设置的销售大区情况，包括分别包括的区域、区域内经销商数量、销售金额及占比、对应销售人员数量等。③按合作时间、购买次数、销售金额等维度分别列示各期经销商数量、交易金额及占比情况；并说明公司经销商与公司是否存在实质和潜在关联方关系，是否存在经销商仅销售公司产品的情形，是否存在由公司（前）员工设立、持有股份或任职等情形的经销商，分析上述异常经销商的销售情况、原因及合理性、交易价格的公允性。④说明公司调整经销模式下运费承担方式的原因及合理性，并量化分析该变化对公司成本结构、毛利率的影响情况。⑤说明报告期内基于特定产品返利、基于销售指标返利两种实物返利的具体政策，与同行业可比公司是否存在显著差异；具体说明报告期内公司预提、实际发生的两种销售返利金额及变化、差异情况，与对应经销收入是否匹配，说明返利计提比例的确定依据及计算方法，与实际发生返利是否存在较大差异，是否存在通过计提返利跨期调整业绩的情况；补充披露实物返利的具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定，并说明递延所得税资产中返利产生的可抵扣暂时性差异的形成过程、计算方法。⑥结合经销商的备货政策、进销存情况、期后回款、退换货情况等，说明是否实现最终销售，是否存在经销商压货、窜货及大额退换货、突击确认收入等情形，经销商在经营过程中是否存在商业贿赂或不正当竞争等违法违规的情形。

请公司：1、补充披露公司与前五大经销商合作的具体情况，包括但不限于经销产品类型、经销区域、合作期限、实缴资本、经营规模。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4、其他事项”中补充披露如下：“

(5) 报告期内，公司与前五大经销商合作的具体情况如下：

2023年1-8月										
序号	客户名称	成立时间	注册资本/实缴资本(万元)	股权结构	社保缴纳人数	合作期限	经销产品类型	经销区域	经营规模	销售渠道
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	300.00/50.00	赵文良(70%)、王丽花(30%)	19	7年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广西南宁	1亿元	学校、政府单位、商超、便利店、美团优选
2	广州市鸿仕商贸有限公司	2012.05.29	840.00/34.69	陈晓霞(51%)、冯冰柳(25%)、曾丹萍(24%)	5	1年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广东广州	1.5亿元	商超、美团优选、水果店、便利店
3	杭州蓬德贸易有限公司	2012.01.12	1,000.00/300.00	汪明功(60%)、吴爱飞(40%)	28	5年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	浙江杭州	2亿元	机场、银行、学校、政府单位、商超、便利店水果店
4	宜春赵一鸣食品科技有限公司	2022.06.09	115.74/-	湖南零食很忙商业连锁有限公司(87.76%)、宜春众鸣企业管理合伙企业(有限合伙)(8.64%)、宜春成鸣企业管理合伙企业(有限合伙)(3.6%)	397	2年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	江西宜春	5亿元	商超、美团优选、便利店
5	江苏伊乐淇乳业有限公司	2014.04.09	1,000.00/100.00	王伟(60%)、吴利侠(40%)	17	4年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	江苏无锡	8000万	商超、精品超市
2022年度										

序号	客户名称	成立时间	注册资本/实缴资本 (万元)	股权结构	社保缴纳人数	合作历史	经销产品类型	经销区域	经营规模	销售渠道
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	300.00/50.00	赵文良 (70%)、王丽花 (30%)	19	7年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广西南宁	1亿元	学校、便利店、政府单位、商超、美团优选
2	河南抱爆团供应链管理有限公司	2020.04.07	100.00/-	付海立 (100%)	-	6年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	河南郑州	1.8亿元	便利店、水果店、商超
3	广西果送达贸易有限公司	2016.01.14	500.00/140.00	陈一棒 (90%)、官速芬 (10%)	4	5年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广西南宁	10亿元	水果渠道、商超
4	广州玛田食品有限公司	2014.11.10	200.00/5.00	刘丹辉 (50%)、潘卫东 (50%)	21	7年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广东广州	1.5亿元	美团优选、商超、便利店
5	台州市聚众营销策划有限公司	2011.09.28	10.00/10.00	李彬彬 (90%)、李昌军 (10%)	1	6年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	浙江台州	1.2亿元	商超、水果店、便利店等零售终端
2021年度										
序号	客户名称	成立时间	注册资本/实缴资本 (万元)	股权结构	社保缴纳人数	合作历史	经销产品类型	经销区域	经营规模	销售渠道
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	2013.06.24	300.00/50.00	赵文良 (70%)、王丽花 (30%)	16	7年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广西南宁	1亿元	学校、便利店、政府单位、商超、美团优选
2	广州玛田食品有限公司	2014.11.10	200.00/5.00	刘丹辉 (50%)、潘卫东 (50%)	21	7年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广东广州	1.5亿元	美团优选、商超、便利店
3	广西果送达贸易	2016.	500.00/140.0	陈一棒 (90%)、官	4	5年	灭菌乳、调制乳、	广西	10亿	水果渠道、商超

	易有限公司	01.14	0	速芬(10%)			乳饮料、发酵乳	南宁	元	
4	广州市果田香贸易有限公司	2019.12.23	100.00/-	缪通泽(60%)、黎安菊(40%)	-	7年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	广州江南水果市场	9000万元	生鲜、水果渠道
5	杭州蓬德贸易有限公司	2012.01.12	1,000.00/300.00	汪明功(60%)、吴爱飞(40%)	28	5年	灭菌乳、调制乳、乳饮料、发酵乳	浙江杭州	2亿元	机场、银行、学校、政府单位、商超、便利店水果店

报告期内，公司前五大经销商客户经营规模均较大，与公司交易金额相匹配。”

2、列表说明公司设置的销售大区情况，包括分别包括的区域、区域内经销商数量、销售金额及占比、对应销售人员数量等。

(1) 公司各销售大区所含的区域情况

序号	区域名称	区域范围
1	浙沪大区	浙江省、上海市
2	贵广大区	广西壮族自治区、贵州省
3	苏皖大区	江苏省、安徽省
4	粤海大区	海南省、广东省
5	鲁豫大区	河南省、山东省
6	湘鄂大区	湖南省、湖北省
7	闽赣大区	福建省、江西省
8	华北大区	北京市、天津市、河北省、黑龙江、吉林、辽宁、西北（甘肃、宁夏、青海、陕西、内蒙古、山西、新疆）
9	西南大区	云南省、四川省、重庆市

(2) 公司各销售大区区域内经销商数量、销售金额及占比、对应销售人员数量

2023年1-8月					
序号	区域	数量	收入金额（元）	收入占比（%）	销售人员数量（人）
1	浙沪大区	72	101,778,882.04	21.41	6
2	贵广大区	108	85,721,256.35	18.03	9
3	苏皖大区	74	76,516,168.16	16.10	7
4	粤海大区	43	47,571,152.11	10.01	3
5	鲁豫大区	55	42,090,469.92	8.85	4
6	湘鄂大区	52	41,562,354.63	8.74	5
7	闽赣大区	40	36,123,570.36	7.60	3
8	华北大区	103	31,916,858.18	6.71	7
9	西南大区	28	12,104,456.96	2.55	3
合计		575	475,385,168.72	100.00	47

(续)

2022年度					
--------	--	--	--	--	--

序号	区域	数量	收入金额（元）	收入占比（%）	销售人员数量（人）
1	浙沪大区	70	127,231,615.44	21.75	6
2	贵广大区	124	115,123,450.07	19.68	5
3	苏皖大区	90	93,582,450.43	16.00	5
4	粤海大区	50	56,640,285.62	9.69	4
5	鲁豫大区	67	46,594,187.23	7.97	5
6	湘鄂大区	57	54,773,926.84	9.37	5
7	闽赣大区	46	26,354,513.82	4.51	3
8	华北大区	125	44,194,767.36	7.56	6
9	西南大区	34	20,298,898.75	3.47	3
合计		663	584,794,095.56	100.00	42

(续)

2021 年度					
序号	区域	数量	收入金额（元）	收入占比（%）	销售人员数量（人）
1	浙沪大区	52	103,630,482.79	19.30	4
2	贵广大区	152	139,378,471.33	25.95	4
3	苏皖大区	63	81,387,609.00	15.16	3
4	粤海大区	34	81,823,748.21	15.24	3
5	鲁豫大区	58	23,057,540.26	4.29	4
6	湘鄂大区	49	43,042,519.71	8.02	4
7	闽赣大区	34	19,509,809.32	3.63	5
8	华北大区	126	29,851,830.66	5.56	12
9	西南大区	31	15,318,318.29	2.85	4
合计		599	537,000,329.58	100.00	43

报告期内，公司收入主要集中于浙沪大区、贵广大区、苏皖大区、粤海大区（即广东省、广西壮族自治区、贵州省、浙江省、上海市、江苏省、安徽省、海南省），收入占经销模式总收入的比例分别为 75.65%、67.12%和 65.55%。

2022 年度上述四大区收入占比较 2021 年度下降 8.53 个百分点，主要原因为：一是公司逐步完善了遍布全国的营销渠道，引领水牛奶产业走向了全国，单一区域销售集中度进一步降低；二是公司通过不断规范经销商管理，经销商的选择标准逐渐提高，2022 年度贵广大区中广西地区的非法人经销商数量较 2021 年

度减少，导致贵广大区收入减少。

报告期内，公司各大区所配备的销售人员数量，相对稳定。

3、按合作时间、购买次数、销售金额等维度分别列示各期经销商数量、交易金额及占比情况；并说明公司经销商与公司是否存在实质和潜在关联方关系，是否存在经销商仅销售公司产品的情形，是否存在由公司（前）员工设立、持有股份或任职等情形的经销商，分析上述异常经销商的销售情况、原因及合理性、交易价格的公允性。

（1）按合作时间、购买次数、销售金额维度分别列示各期经销商数量、交易金额及占比情况

①按合作时间维度列示各期经销商数量、交易金额及占比情况

单位：万元、家

开始合作时间	2023年1-8月			2022年度			2021年度		
	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)
2017年	3	2,745.26	5.77	3	5,309.73	9.08	3	7,351.39	13.69
2018年	24	3,530.08	7.43	29	6,603.64	11.29	43	6,522.55	12.15
2019年	51	7,851.66	16.52	60	12,174.44	20.82	98	15,331.63	28.55
2020年	66	4,585.15	9.65	92	6,438.65	11.01	171	9,066.00	16.88
2021年	161	13,374.70	28.12	244	19,327.84	33.05	284	15,428.46	28.73
2022年	166	10,737.54	22.59	235	8,625.10	14.75	0	-	-
2023年	104	4,714.14	9.92	0	-	-	0	-	-
合计	575	47,538.52	100.00	663	58,479.41	100.00	599	53,700.03	100.00

报告期内，公司自2020年（含2020年）以前合作的客户，分别为315家、184家和144家，收入占比分别为71.27%、52.20%和39.37%。合作四年以上客户数量变动较大，主要原因为：一是公司进行经销商结构优化，鼓励将自然人、个体工商户经销商逐渐转化、替代为法人经销商，经销商结构优化过程中终止了与部分非法人经销商的合作；二是公司通过对经销商进行考核，淘汰业绩不佳的经销商，开拓具有成长潜力的经销商。

②按购买次数维度列示各期经销商数量、交易金额及占比情况

单位：万元、家

购买次数	2023年1-8月			2022年度			2021年度		
	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)
500次以上(含)	16	2,484.39	5.23	5	3,066.89	5.24	5	3,934.67	7.33
100次(含)~500次	30	3,083.54	6.49	35	3,109.49	5.32	47	7,706.47	14.35
50次(含)~100次	29	8,337.68	17.54	21	10,402.78	17.79	24	10,435.43	19.43
30次(含)~50次	53	12,409.38	26.10	45	15,389.95	26.32	28	9,403.32	17.51
10次(含)~30次	175	15,952.39	33.55	185	19,950.87	34.11	158	16,934.55	31.54
10次以下	272	5,271.13	11.09	372	6,559.44	11.22	337	5,285.60	9.84
合计	575	47,538.52	100.00	663	58,479.41	100.00	599	53,700.03	100.00

注：鉴于公司产品为快消品，客户下单存在不间断性和频繁性的特点，公司以销售发货单数量作为统计口径，对购买次数进行统计。

报告期内，公司购买500次以上公司经销商数量分别为5家、5家和16家，收入占比分别为7.33%、5.24%和5.23%，收入占比较低，公司购买次数较多的经销商主要位于灵山县周边，以低温奶经销商为主，因低温乳制品保质期较短，经销商一般每天按照产品种类等因素分开下单，其下单方式存在单笔订单金额小、下单产品种类多、下单次数多的特点，因此购买频次较多。

③按销售金额维度列示各期经销商数量、交易金额及占比情况

单位：万元、家

销售规模	2023年1-8月	2022年度	2021年度
------	-----------	--------	--------

	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)	数量	销售收入	占经销收入比例 (%)
2500 万以上 (含)		-	-	1	2,843.02	4.86	1	3,349.36	6.24
1000 万 (含) ~2500 万	4	5,404.30	11.37	6	8,614.67	14.73	8	11,983.96	22.32
500 万 (含) ~1000 万	17	11,549.95	24.30	21	15,294.77	26.15	14	9,954.84	18.54
100 万 (含) ~500 万	92	19,439.02	40.89	97	19,540.24	33.41	80	17,741.01	33.04
50 万 (含) ~100 万	74	5,245.10	11.03	81	5,924.26	10.13	66	4,727.26	8.80
30 万 (含) ~50 万	67	2,602.62	5.47	65	2,520.25	4.31	69	2,626.16	4.89
30 万以下	321	3,297.53	6.94	392	3,742.21	6.40	361	3,317.45	6.18
合计	575	47,538.52	100.00	663	58,479.41	100.00	599	53,700.03	100.00

报告期内，公司对经销体系不断进行优化调整，细化经销市场，降低对单一大体量经销商的依赖度，增强对经销区域的覆盖能力，2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月销售额 1000 万元以上经销商销售收入占比分别为 28.56%、19.59%和 11.37%，销售额 100 万元至 1000 万元经销商收入占比分别为 51.58%、59.56%和 65.19%，公司对经销市场进行精细化调整效果明显。

报告期内销售额 30 万元以下的经销商数量较多，数量分别为 361 家、392 家和 321 家，主要与乳制品行业经销渠道有关。乳制品行业具有消费群体数量众多且区域分布范围广的特点，公司通过经销商销售至终端客户，能够覆盖更广泛的客户群体，使营销网络深入全国各县级市场以及乡镇市场，降低公司的销售成本。由于部分经销商位于地、州、县、乡等，规模较小，因而采购金额较小。

(2) 说明公司经销商与公司是否存在实质和潜在关联方关系，是否存在经销商仅销售公司产品的情形，是否存在由公司（前）员

工设立、持有股份或任职等情形的经销商，分析上述异常经销商的销售情况、原因及合理性、交易价格的公允性

公司将通过将报告期内线下经销商（包括其工商登记的董事、监事、高级管理人员）名单与公司股东、董事、监事、高级管理人员（包括其关系密切的家庭成员）及报告期内员工名单进行对比，公司经销商与公司不存在实质和潜在关联方关系，亦不存在由公司（前）员工设立、持有股份或任职等情形的经销商。

公司经销商中不存在仅销售公司产品的情形。

4、说明公司调整经销模式下运费承担方式的原因及合理性，并量化分析该变化对公司成本结构、毛利率的影响情况。

(1) 公司调整经销模式下运费承担方式的原因及合理性

2021年4月份开始，出于加强对物流配送的管理，公司调整了运费承担方式，由公司承担运费，并负责委托物流公司将商品送达客商指定的地点，公司安排物流公司运输并承担运费。

(2) 量化分析运费承担方式变化对公司成本结构、毛利率的影响情况

报告期内，经销模式下运费金额如下

单位：元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
经销模式下运费	16,788,538.25	17,281,566.95	12,181,648.29

①运费承担方式变化对公司成本结构的影响情况

项目	2023年1月—8月		2022年度		2021年度	
	原占比	剔除运费占比	原占比	剔除运费占比	原占比	剔除运费占比
直接材料	80.76%	84.12%	81.76%	84.36%	82.80%	84.99%
直接人工	5.18%	5.40%	5.44%	5.61%	6.09%	6.25%
制造费用	5.98%	6.23%	5.84%	6.02%	5.65%	5.80%
运费	7.67%	3.82%	6.21%	3.24%	5.46%	2.96%
其他业务成本	0.41%	0.43%	0.75%	0.77%	0.00%	0.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，剔除运费后，成本结构中占比变化较大的为直接材料占比和运费占比，直接材料占比分别增加2.19%、2.60%和3.36%，整体变动幅度较小。

②运费承担方式变化对公司毛利率的影响情况

A. 剔除运费后的收入成本结构

公司转换运费承担方式后，根据经销商所处地域不同，将产品价格进行了不同幅度的调整。

公司将 2021 年 4-12 月、2022 年度以及 2023 年 1-8 月营业收入、营业成本剔除上述因素导致的变动后情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-8 月			2022 年度			2021 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
线下经销	45,060.16	29,946.47	33.54%	55,498.90	41,929.51	24.45%	50,871.70	36,297.60	28.65%
线上直销	12,106.97	6,585.51	45.61%	13,150.23	8,543.52	35.03%	12,647.44	7,296.65	42.31%
线上代销	6,000.37	3,152.75	47.46%	5,588.04	3,069.02	45.08%	4,856.03	2,383.82	50.91%
线下直销	336.51	224.53	33.28%	390.12	336.06	13.86%	243.96	210.23	13.83%
合计	63,504.01	39,909.26	37.15%	74,627.29	53,878.11	27.80%	68,619.13	46,188.30	32.69%

B. 剔除运费后毛利率变动分析

项目	2023 年 1 月—8 月		2022 年度		2021 年度	
	原毛利率	剔除运费毛利率	原毛利率	剔除运费毛利率	原毛利率	剔除运费毛利率
线下经销	33.27%	33.54%	25.03%	24.45%	30.01%	28.65%
综合毛利率	36.82%	37.15%	28.11%	27.80%	33.55%	32.69%

报告期内，剔除运费后，线下经销毛利率与综合毛利率，整体变动幅度较小。

5、说明报告期内基于特定产品返利、基于销售指标返利两种实物返利的具体政策，与同行业可比公司是否存在显著差异；具体说明报告期内公司预提、实际发生的两种销售返利金额及变化、差异情况，与对应经销收入是否匹配，说明返利计提比例的确定依据及计算方法，与实际发生返利是否存在较大差异，是否存在通过计提返利跨期调整业绩的情况；补充披露实物返利的具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定，并说明递延所得税资产中返利产生的可抵扣暂时性差异的形成过程、计算方法。

(1) 说明报告期内基于特定产品返利、基于销售指标返利两种实物返利的具体政策，与同行业可比公司是否存在显著差异

公司向经销商提供销售返利，返利形式均为实物返利。公司的返利政策主要有两种类型：基于特定产品返利，针对特定产品按经销商的月度采购金额设置一

定比例的返利；基于销售指标返利，以经销商的季度、年度的销售金额作为指标，给予一定比例的返利。

①销售指标返利

期间	返利条款		主要返利支付政策	返利形式
	经销商采购额	返利比例 (%)		
2021 年度	0~100 万（包含）	0.5	1、广西地区经销商不参与年度返利计算； 2、单独个体户不参与年度返利计算；（个体户与法人客户同属同一实际控制人的，可以合并计算。） 3、退户不合作客户不参与年度返利计算； 4、低温奶产品不参与年度返利计算； 5、公司发生处罚的客户，酌情经个别审批给予年度返利； 6、已参与公司 3%及以上力度政策活动的销售额需被剔除，不计入年度返利的销售金额基数计算。	货品搭赠
	100 万（不包含）~500 万（包含）	1.0		
	500 万（不包含）~1000 万（包含）	1.5		
	1000 万（不包含）~2000 万（包含）	2.0		
	2000 万（不包含）~3000 万（包含）	2.5		
	3000 万以上	3.0		
2022 年度	0~50 万（不包含）	0.0	1、经销商签订的年度合同金额必须大于 30 万元，低于 30 万元合同目标，而实际年度发生的交易金额大于 30 万时，公司不予激励年度返利； 2、单独个体户与小规模纳税人经销商不参与年度返利计算； 3、退户不合作客户不参与年度返利计算； 4、广西工厂低温奶产品不参与年度返利计算； 5、公司发生处罚的客户，酌情经个别审批给予年度返利； 6、2022 年浙江工厂与广西工厂新品上市后是否参与年度返利，以产品上市通知内容执行。	货品搭赠
	50 万（包含）~1000 万（包含）	1.0		
	1000 万（不包含）~2000 万（包含）	1.5		
	2000 万（不包含）~3000 万（包含）	2.0		
	3000 万（不包含）~4000 万（包含）	2.5		
	4000 万（不包含）~5500 万（包含）	3		
	5500 万（不包含）以上	3.3		
2023 年度	0~150 万（不包含）	0.0	1、经销商签订的年度合同金额必须大于 30 万元，低于 30 万元合同目标，而实际年度发生的交易金额大于 30 万时，公司不予激励年度返利； 2、单独个体户与小规模纳税人经销商不参与年度返利计算；	货品搭赠
	150 万（包含）~1000 万（包含）	1.0		
	1000 万（不包含）~2000 万（包含）	1.5		
	2000 万（不包含）~3000 万（包含）	2.0		

期间	返利条款		主要返利支付政策	返利形式
	经销商采购额	返利比例 (%)		
	3000 万（不包含）以上	2.5	3、退户不合作客户不参与年度返利计算； 4、广西工厂低温品类产品浙江工厂高钙产品不参与 2023 年度客户销售达成返利； 5、2023 年浙江工厂与广西工厂新品上市后是否参与年度返利，以产品上市通知内容执行。	

②特定产品返利

基于特定产品返利，针对特定产品按经销商的月度采购金额设置一定比例的返利。返利形式为货品搭赠。如：任意产品订单额达 5 万以上或 10 万以上，给与一定的货品搭赠。

③同行业可比公司

南方乳业销售返利主要有两种类型：A. 产品返利，针对特定产品按经销商的月度采购金额设置一定比例的销售折让；B. 销售指标返利，根据经销商的季度、年度的销售任务完成度作为指标，当达到相关指标后给予一定的返利金额。

公司与同行业可比公司南方乳业返利政策不存在显著差异。

(2) 具体说明报告期内公司预提、实际发生的两种销售返利金额及变化、差异情况,与对应经销收入是否匹配,说明返利计提比例的确定依据及计算方法,与实际发生返利是否存在较大差异,是否存在通过计提返利跨期调整业绩的情况

①报告期内公司预提、实际发生的两种销售返利金额及变化、差异情况

单位:元

项目	计提返利	实际返利	差异	差异原因
2021 年度	3,787,514.74	3,592,695.00	194,819.74	规定时间内未使用返利以及退户客户无法使用返利
2022 年度	9,857,383.93	8,824,570.71	1,032,813.22	规定时间内未使用
2023 年 1-8 月	2,273,378.00	2,273,378.00	-	

②报告期内返利计提金额与经销收入的配比关系

单位:元

项目	2023 年 1-8 月	2022 年度	2021 年度
经销收入	475,385,168.72	584,794,095.56	537,000,329.58
期末返利计提金额	2,273,378.00	9,857,383.93	3,787,514.74
返利占经销收入比例 (%)	0.48	1.69	0.71

报告期内,返利占经销收入比例分别为 0.71%、1.69%和 0.48%,波动原因主要系报告期各期公司针对经销商的返利政策不同,返利政策详见上述列示的具体返利政策。

综上,报告期内,公司返利计提金额与实际发生返利存在一定差异具有合理性,不存在通过计提返利跨期调整业绩的情况。

(3) 补充披露实物返利的具体会计处理方式,是否符合《企业会计准则》的规定,并说明递延所得税资产中返利产生的可抵扣暂时性差异的形成过程、计算方法

①补充披露实物返利的具体会计处理方式

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“(二)营业收入分析”之“4、其他事项”之“(2)经销商模式的合作模式、

定价机制等”之“②定价机制”之“B. 销售返利”中补充披露如下：“

实物返利的具体会计处理方式

序号	时点	会计处理具体方式
1	当月确认收入	借：应收账款 贷：主营业务收入、应交税费
2	当月末或年末计提返利	借：主营业务收入 贷：合同负债
3	兑现返利	实物返利： 借：合同负债 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：库存商品

根据《监管规则适用指引——会计类第2号》2-5：“企业应当基于返利的形式和合同条款的约定，考虑相关条款安排是否会导致企业未来需要向客户提供可明确区分的商品或服务，在此基础上判断相关返利属于可变对价还是提供给客户的重大权利。一般而言，对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。”

根据《企业会计准则第14号——收入（2017修订）》第三十五条：“对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利。企业提供重大权利的，应当作为单项履约义务，按照本准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入。客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。客户虽然有额外购买商品选择权，但客户行使该选择权购买商品时的价格反映了这些商品单独售价的，不应被视为企业向该客户提供了一项重大权利。”

综上，公司对基于经销商一定采购数量的实物返利，应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理。公司对销售返利的会计处理不存在跨期冲减收入的情形，符合行业惯例及企业会计准则的规定。”

②递延所得税资产中返利产生的可抵扣暂时性差异的形成过程、计算方法

A. 形成过程

递延所得税资产的会计处理，主要系企业所得税层面，应该当期直接按照不含增值税金额确认企业所得税收入，而不是按照会计上预估销售返利后确认的收入计算企业所得税。后期实际支付返利时，企业所得税按照实际返利净额，由支付方冲减当时营业收入，取得方冲减当时营业成本。所以产生了可抵扣的暂时性会税差异，确认递延所得税资产符合会计准则的规定。

B. 计算方法

序号	时点	计算方法	会计处理具体方式
1	当月末或年末确认递延所得税	递延所得税资产=返利计提金额*企业所得税税率	借：递延所得税资产 贷：所得税费用-递延所得税费用
2	兑现返利	递延所得税资产=-返利计提金额*企业所得税税率	借：所得税费用-递延所得税费用 贷：递延所得税资产

6、结合经销商的备货政策、进销存情况、期后回款、退换货情况等，说明是否实现最终销售，是否存在经销商压货、窜货及大额退换货、突击确认收入等情形，经销商在经营过程中是否存在商业贿赂或不正当竞争等违法违规的情形。

(1) 经销商的备货政策

公司与经销商实行“先款后货”的销售模式，即经销商采购公司货物，需先支付货款，在该结算模式下，经销商不会大批量存货占用其宝贵的运营资金；经销商会根据其销售进度备货，经销商为降低存货的资金压力，不会保持较高的库存，经销商库存周转天数一般为 15 天左右，极个别小体量经销商库存周转天数为 20-30 天。

(2) 经销商库存情况

截至 2024 年 2 月末，经销商库存情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-8 月	2022 年度
经销收入	47,538.52	58,479.41
取得 2024 年 2 月末存货的主要经销商销售收入 (a)	40,595.33	42,002.22
占经销收入的比例	85.39%	71.82%
主要经销商 2024 年 2 月末存货 (b)	1,987.72	1,987.72
2024 年 2 月末存货占报告期收入的比例 (c=b/a)	4.90%	4.73%
存货周转天数 (C*365)	17.87	17.27

主要经销商 2024 年 2 月末存货金额占 2023 年 1-8 月和 2022 年收入的比例分别为 4.90%和 4.73%，经销商期末存货的周转天数分别为 17.87 天和 17.27 天。

经销商期末库存数量及金额较小，存货周转天数较短，期后能够实现销售，公司经销商实现了对终端客户的真实销售。

(3) 期后回款情况

单位：元

序号	主体	客户	关联方	客户类别	应收账款余额	截至本问询函回复日回款情况	未回款金额
1	公司	南宁市庚甲商贸有限公司	非关联方	经销商	422,660.00	422,660.00	-
2	浙江百菲	南宁市庚甲商贸有限公司	非关联方	经销商	297,090.00	297,090.00	-
3	公司	上海盒马物联网有限公司	非关联方	经销商	27,793.74		27,793.74
4	公司	上海盒马供应链管理有限公司	非关联方	经销商	18,168.34		18,168.34
5	公司	玉林市玉州区（何世全）	非关联方	经销商	3,547.50		3,547.50
6	浙江贸易	苍南县苍农一品运营管理有限公司	非关联方	经销商	3,440.00	3,440.00	-
7	公司	钦州市钦州港区（李祖华）	非关联方	经销商	1,954.07		1,954.07
8	浙江贸易	苍南县灵健餐饮管理有限公司	非关联方	经销商	1,450.00	1,450.00	-
9	公司	湖南金兰食品贸易有限公司	非关联方	经销商	1,200.00	1,200.00	-
10	浙江贸易	苍南县新管家物业服务有限公司	非关联方	经销商	1,025.00	1,025.00	-
11	公司	趣滋(天津)食品有限公司	非关联方	经销商	500.00	500.00	
12	公司	龙州县源盛商贸有限公司	非关联方	经销商	224.22	224.22	-
13	公司	广东省湛江市霞山区（李彩文）	非关联方	经销商	90.00	90.00	-
14	公司	钦州市钦北区小董站（周聪）	非关联方	经销商	15.00		15.00
15	浙江贸易	葫芦岛东笙商贸有限公司	非关联方	经销商	10.00	10.00	-
16	公司	柳州市本来商贸有限公司	非关联方	经销商	5.00	5.00	-
合计					779,172.87	727,694.22	51,478.65

截至 2023 年 8 月 31 日，公司应收经销商款项为 779,172.87 元，截至本问询函回复日期后回款金额 727,694.22 元，回款比例为 93.39%，回款良好。

(4) 退换货情况

经销销售过程中，由经销商向公司提交订单，交货地点依据合同约定。根据合同约定，公司通过第三方物流将经销商订购产品运送至经销商指定地点。

经销商收货时，负责查验货物是否完好，发现存在数量、品种与发货清单不符的，应与公司业务核实，并在签收单上注明。若有破损，经销商应在货物到达时统计破损数量和提取证据，并通知公司业务人员与承运方共同确认。

通常情况下公司售出商品不予退还，除经销商有实际证据证明是产品确因生产引起的质量问题公司负责退货外，产品验收后其他因经销商保存不当引起的质量问题不属于公司的退换货范围。

报告期内经销商退货情况如下：

项目	2023 年 1-8 月		2022 年度		2021 年度	
	金额（元）	占经销收入比例	金额（元）	占经销收入比例	金额（元）	占经销收入比例
退货	0.00	0.00%	10,458.72	0.00%	220,916.09	0.04%
经销收入	475,385,168.72	100.00%	584,794,095.56	100.00%	537,000,329.58	100.00%

报告期内，公司经销模式整体退货比例较低。

(5) 说明是否实现最终销售，是否存在向经销商压货及大额退换货、突击确认收入等情形。

公司与经销商实行“先款后货”的销售模式，即经销商采购公司货物，需先支付货款，在该结算模式下，经销商不会大批量存货占用其宝贵的运营资金；经销商会根据其销售进度备货，经销商为降低存货的资金压力，不会保持较高的库存，经销商库存周转天数一般为 15 天左右，极个别小体量经销商库存周转天数为 20-30 天。

经销协议约定，公司有权要求经销商通过公司订货系统申报真实、准确的月

末库存情况，公司可掌握各经销商实际库存情况；鉴于公司产品为快消品且公司执行严格的“先款后货”的信用政策，结合经销商库存情况和期后销售情况，经销商均已实现终端销售，不存在大批量囤货的情况，公司不存在向经销商压货及大额退换货、突击确认收入等情形。

(5) 经销商经营过程中是否存在商业贿赂或不正当竞争等违法违规的情形

根据对公司经销商在裁判文书网(<https://wenshu.court.gov.cn/>)、12309中国检察网(<https://www.12309.gov.cn/>)、国家企业信用信息公示系统(<http://www.gsxt.gov.cn/>)、国家药品监督管理局(<https://www.nmpa.gov.cn/>)、地方药品监督管理局、百度搜索(www.baidu.com)等网站的网络查询，公司经销商在经营产品过程中，不存在因不正当竞争、商业贿赂等违法违规行为被相关有权部门行政处罚或涉及诉讼等公开记录。

同时公司为了加强营销活动的合规管理，提高公司人员廉洁从业的意识，杜绝商业贿赂等行为，制定了《百菲乳业营销中心全员廉洁自律八条》、《百菲乳业营销中心纪检处分工作条例管理办法》要求公司员工在经济活动、资源使用、内外交往等方面守法、诚实地履行自己的职责，利用职务便利索要、收受贿赂或行贿的违纪、违法员工情节严重的将面临辞退处分。

综上，经销商均实现最终销售，不存在经销商压货、窜货及大额退换货、突击确认收入等情形，经销商在经营过程中不存在商业贿赂或不正当竞争等违法违规的情形。

(三) 关于线上销售。请公司：①分别说明公司报告期内线上直销、线上代销模式下各个合作的电商平台销售金额及占比情况；不同电商平台收入确认方法、时点及外部依据，同一销售模式的不同电商平台之间是否存在差异，与同行业可比公司是否一致，说明原因及合理性。②线上销售的收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。③列表说明公司自主设立经营的店铺名称、开设时间、所处电商平台、销售情况；并结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险。④补充说明公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、公司如何区分刷单收入及其账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者、违反电商平台规定的情形。⑤说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形，是否存在单个买家大额采购等线上异常销售的情形，如存在，说明原因及合理性。⑥补充说明 B2C 销售的收款方式，是否通过第三方支付平台收取，如是，说明与第三方支付平台的结算周期。⑦说明报告期内平台服务管理费、推广费、销售佣金服务费、运费等各项平台费用的具体金额，并说明其与收费标准、业务规模及营业收入的匹配性，对比同行业可比公司说明平台费用规模、会计处理的合理性，是否符合行业惯例。

1、分别说明公司报告期内线上直销、线上代销模式下各个合作的电商平台销售金额及占比情况；不同电商平台收入确认方法、时点及外部依据，同一销售模式的不同电商平台之间是否存在差异，与同行业可比公司是否一致，说明原因及合理性。

(1) 分别说明公司报告期内线上直销、线上代销模式下各个合作的电商平台销售金额及占比情况

①线上直销模式下各个合作的电商平台销售金额及占比情况

单位：万元

平台公司名称	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	收入金额	占比(%)	收入金额	占比(%)	收入金额	占比(%)
浙江天猫技术有限公司	4,508.95	37.24	6,780.30	51.55	8,211.02	64.93
北京京东世纪信息技术有限公司	2,052.68	16.95	2,692.57	20.48	2,773.23	21.93
上海寻梦信息技术有限公司	1,694.18	13.99	1,876.92	14.27	857.92	6.78
北京空间变换科技有限公司	3,238.53	26.75	1,528.67	11.62	488.31	3.86
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	376.24	3.11	169.46	1.29	230.15	1.82
行吟信息科技(武汉)有限公司	40.10	0.33	30.32	0.23	24.47	0.19
杭州优买科技有限公司	-	-	28.52	0.22	45.39	0.36
杭州为盟信息科技有限公司	16.89	0.14	27.20	0.21	9.66	0.08
成都快购科技有限公司	101.16	0.84	12.83	0.10	3.15	0.02
深圳市云网万店电子商务有限公司	0.01	-	1.74	0.01	0.73	0.01
江苏京东旭科信息技术有限公司	-	-	0.97	0.01	0.29	0
上海格物致品网络科技有限公司	78.22	0.65	0.73	0.01	-	0
广东微聚时代信息科技有限公司	-	-	-	-	0.19	0
浙江唯品会支付服务有限公司	-	-	-	-	2.94	0.02
合计	12,106.97	100.00	13,150.23	100.00	12,647.44	100.00

报告期内，公司主要线上销售平台为浙江天猫技术有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司、上海寻梦信息技术有限公司、北京空间变换科技有限公司，其合计收入占比分别为 97.50%、97.92%和 94.93%，收入变动较为稳定。

报告期内，浙江天猫技术有限公司收入呈下降趋势，主要系公司在天猫的运营模式已经成熟，公司为把握发展窗口期，积极拓展线上其他平台进行产品推广及销售，间接减少了天猫平台的推广，从而导致其他电商平台的收入增加，天猫收入下降。

②线上代销模式下各个合作的电商平台销售金额及占比情况

单位：万元

平台公司名称	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比

		(%)		(%)		(%)
北京京东世纪信息技术有限公司（京东自营）	3,185.64	53.09	3,452.09	61.78	1,724.78	35.52
浙江昊超网络科技有限公司（天猫超市）	2,814.73	46.91	2,135.95	38.22	3,131.25	64.48
合计	6,000.37	100.00	5,588.04	100.00	4,856.03	100.00

报告期内，浙江昊超网络科技有限公司（天猫超市）营业收入占比呈波动趋势，主要系公司自2021年开始与天猫超市开展合作，为给公司产品赋能，提升公司产品在天猫超市的影响力，聘请较多淘宝客主播推广公司产品，从而带动了产品销售量；2022年度随着规模效应及渠道费用转化率逐步提高，公司逐步积累了较好的客户基础与品牌影响力，从而缩减了淘宝客主播推广以及其他推广，在一定程度上间接影响了公司的销量，从而导致2022年收入下降。

(2) 不同电商平台收入确认方法、时点及外部依据，同一销售模式的不同电商平台之间是否存在差异，与同行业可比公司是否一致，说明原因及合理性

①不同电商平台收入确认方法、时点及外部依据

A. 线上直销

公司主要通过电商平台开设直营店铺，直接面向消费者进行销售。消费者通过电商平台下单，公司根据订单委托第三方物流公司将商品交付给消费者，电商平台在消费者确认收货或系统默认收货后生成账单，公司已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入时确认销售收入，结转成本。

B. 线上代销

a. 平台统一入仓模式

在线上平台统一入仓销售模式下，公司与电商平台签订合作协议，由公司负责将商品发往电商平台指定仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送。电商平台接到消费者下达的订单后通过自有物流或第三方物流向消费者发货，公司和电商平台双方定期根据平台的产品销售清单进行对账和货款结算。

报告期内，公司的平台统一入仓销售渠道主要面向天猫超市。

收入确认：该方式类似于寄售模式，即公司将产品运送至合作平台指定地点，并根据寄售合同约定的对账时间，收到天猫超市销售对账单核对无误后确认收入。

b. 线上平台自营模式

在线上渠道的平台自营销销售模式下，公司将商品交付给电商平台指定仓库后，由电商平台面向消费者负责产品的销售运营与商品发货。

报告期内，采用该模式的主要是京东自营。

尽管与京东签署的协议约定了货物自入京东仓后所有权转移，但是从收入确认严谨性角度，还是以收到京东自营的销售清单作为收入确认的依据。

②同一销售模式的不同电商平台之间是否存在差异，与同行业可比公司是否一致，说明原因及合理性

报告期内，公司同一销售模式的不同电商平台之间收入确认方法不存在差异。

与可比公司对比如下：

序号	可比公司名称	收入确认政策
1	阿宽食品	公司在第三方电商平台系统开设自营店铺进行产品销售，由上述自营店铺将产品销售给消费者。消费者通过该平台选购商品并提交订单，公司根据订单信息将商品发运到指定地点，于消费者在电商平台系统签收后（如果消费者未及时在电商平台系统签收，按照电商平台规定的自动收货期满后确认收货）确认商品销售收入。
2	认养一头牛	线上直营模式：公司主要通过电商平台开设直营店铺，直接面向消费者进行销售。消费者通过电商平台下单，公司根据订单委托第三方物流公司将商品交付给消费者，电商平台在消费者确认收货或系统默认收货后生成账单，公司已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入时确认销售收入。 A. 统一入仓模式，公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台的仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单，电商平台通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货。公司定期与电商平台进行结算，并取得电商平台提供的销售清单后确认收入。B. 平台自营模式，公司主要将产品销售给电商平台，公司将商品交付给电商平台指定仓库后，由电商平台面向消费者销售。公司根据合同或订单约

序号	可比公司名称	收入确认政策
		定将产品交付并经签收后，公司已经收回货款或取得了结算凭证且相关的经济利益很可能流入时确认销售收入。
3	三只松鼠	<p>在线 B2C 模式及自营手机 APP：客户通过网上平台向公司下单，公司收到客户订单后发货，根据发货及交付客户的快递数据计算平均到货期为 4 天，公司在发货后 4 天确认收入。</p> <p>统一入仓模式：公司将货物运送至代理商指定地点，根据寄售合同约定的对账时间，收到销售清单核对无误后确认收入。</p>

公司线上销售模式收入确认政策符合《企业会计准则》的规定，与可比公司相比不存在显著差异。

2、线上销售的收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。

(1) 线上销售的收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排

线上直销模式下，电商平台在消费者确认收货或系统默认收货后生成账单，公司已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入时确认销售收入。

线上直销模式下，存在 7 日无理由退货的情形（即客户购买商品后，认定所购商品不符合质量要求的，对于能够保持商品品质和功能，商品本身、配件、商标标识齐全的，适用七日无理由退货规定），销售时消费者若在确认收入前退货，则公司无法取得收货确认的账单，公司不确认收入；若客户在确认收货后退货，公司根据平台方提供的确认收货账单确认收入，退货发生时冲减当期收入金额；线上代销模式下，均为电商平台将月度结算单发送至公司时，公司根据结算单确认收入，结算对账单中已剔除了退换货的情况。

综上，公司线上销售的收入确认充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排。

(2) 按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。

①报告期内线上销售模式销售退货情况

A. 线上直销模式

项目	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	退货金额 (元)	占线上直 销比例 (%)	退货金额 (元)	占线上直 销比例 (%)	退货金额 (元)	占线上 直销比 例 (%)
百菲酪旗舰店-天猫	63,180.65	0.05	192,553.17	0.15	117,991.21	0.09
百菲酪浙江专卖店	23,251.20	0.02	15,946.00	0.01	1,220.27	0.00
百菲酪官方旗舰店	71,449.89	0.06	79,943.08	0.06	40,259.27	0.03
百菲酪旗舰店-京东	125.20	0.00	2,855.57	0.00	3.74	0.00
抖音小店	74,750.85	0.06	45,939.60	0.03	7,089.48	0.01
百菲酪乳品旗舰店	1,526.20	0.00	1,068.08	0.00	0.00	0.00
拼多多旗舰店	34,183.28	0.03	42,412.43	0.03	12,150.05	0.01
百菲酪饮品旗舰店	5,261.26	0.00	13,632.50	0.01	6.63	0.00
百菲酪百菲专卖店	2,356.25	0.00	1,671.80	0.00	299.00	0.00
百菲酪旗舰店(小红书)	621.96	0.00	932.24	0.00	355.21	0.00
百菲酪饮品旗舰店-抖音	654.96	0.00	22.34	0.00	0.00	0.00
快手小店	1,612.22	0.00	394.45	0.00	45.74	0.00
百菲酪牛奶XST官方旗舰店-唯品会	0.00	0.00	0.00	0.00	2.79	0.00
阿里巴巴店铺	2,017.30	0.00	5,211.12	0.00	3,341.38	0.00
微信微商城	11,156.94	0.01	836.56	0.00	140.26	0.00
百菲酪京喜拼购旗舰店	0.00	0.00	29.73	0.00	4.22	0.00
百菲酪易购旗舰店	0.00	0.00	53.57	0.00	10.58	0.00
考拉海购自营	0.00	0.00	876.95	0.00	659.01	0.00
百菲酪食品官方旗舰店(唯品会)	0.00	0.00	0.00	0.00	42.68	0.00
合计	292,148.16	0.24	404,379.20	0.31	183,621.51	0.15

B. 线上代销模式

项目	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	退货金额 (元)	占线上代 销比例 (%)	退货金额 (元)	占线上代 销比例 (%)	退货金额 (元)	占线上代 销比例 (%)
京东自营	72,463.14	0.12	106,154.20	0.19	25,041.19	0.05
天猫超市	62,524.12	0.10	65,682.12	0.12	45,460.92	0.09
合计	134,987.26	0.22	171,836.32	0.31	70,502.11	0.14

报告期内，公司线上直销和线上代销模式下，退货占比分别为0.15%、0.31%、0.24%和0.14%、0.31%、0.22%，占比极低。

②会计处理

报告期内，公司于退货发生时直接冲减当期收入和成本，未预估退货率。

公司根据历史经验和对未来情况的估计，预计退换货导致经济利益流出企业的可能性及金额很小；退换货情形主要是客户消费需求临时出现变化，或到货包装污损、挤压等原因导致，不具有规律性，退换货金额无法可靠计量。因此，退换货事项不符合预计负债的确认条件，未针对退换货情况计提预计负债，符合《企业会计准则》相关规定。

存在线上销售的可比公司阿宽食品、认养一头牛、三只松鼠未披露退货比例情况。

其他存在线上销售的上市公司敷尔佳（301371）披露其2018-2021年度各期退换货数量及金额占比较小，退换货率分别为0.29%、0.30%、0.58%及0.72%，公司退货率不存在异常情况。

3、列表说明公司自主设立经营的店铺名称、开设时间、所处电商平台、销售情况；并结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险。

(1) 列表说明公司自主设立经营的店铺名称、开设时间、所处电商平台、销售情况

单位：元

核算主体	平台公司名称	店铺名称	2023年1-8月收入	2022年度收入	2021年度收入	店铺开设时间
公司	浙江天猫技术有限公司	百菲酪旗舰店	41,179,666.34	62,617,428.62	81,269,714.59	2018/12/23
浙江百菲	浙江天猫技术有限公司	百菲酪浙江专卖店	3,909,829.14	5,185,568.96	840,497.85	2021/6/5
公司	北京京东世纪信息技术有限公司	百菲酪官方旗舰店	20,481,709.27	25,997,131.82	27,729,691.22	2020/5/8
浙江百菲	北京京东世纪信息技术有限公司	百菲酪旗舰店	45,097.38	928,618.07	2,572.83	2021/12/6
公司	北京空间变换科技有限公司	抖音小店	31,984,635.41	14,939,353.56	4,883,075.76	2021/3/16
公司	北京空间变换科技有限公司	百菲酪乳品旗舰店	400,686.60	347,334.09		2022/5/13
公司	上海寻梦信息技术有限公司	拼多多旗舰店	13,957,240.40	13,792,333.50	8,368,686.97	2021/3/8
浙江百菲	上海寻梦信息技术有限公司	百菲酪饮品旗舰店	1,113,029.87	4,433,228.77	4,567.96	2021/12/6
浙江百菲	上海寻梦信息技术有限公司	百菲酪百菲专卖店	1,871,562.97	543,661.46	205,943.44	2021/6/23
公司	行吟信息科技（武汉）有限公司	百菲酪旗舰店（小红书）	401,030.94	303,161.14	244,658.28	2021/7/6
浙江百菲	上海格物致品网络科技有限公司	百菲酪饮品旗舰店-抖音	782,214.88	7,263.59		2022/8/18
公司	成都快购科技有限公司	快手小店	1,011,612.98	128,274.61	31,502.84	2021/3/15
公司	广东微聚时代信息科技有限公司	百菲酪牛奶 XST 官方旗舰店-唯品会			1,920.87	2021/7/23
公司	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	阿里巴巴店铺	3,762,410.23	1,694,634.10	2,301,465.32	2021/2/2
公司	杭州为盟信息科技有限公司	微信微商城	168,876.43	272,046.63	96,604.60	2021/9/10
公司	江苏京东旭科信息技术有限公司	百菲酪京喜拼购旗舰店	-	9,668.14	2,908.86	2021/11/9
公司	深圳市云网万店电子商务有限公司	百菲酪易购旗舰店	85.68	17,421.59	7,287.01	2021/9/29

核算主体	平台公司名称	店铺名称	2023年1-8月收入	2022年度收入	2021年度收入	店铺开设时间
公司	杭州优买科技有限公司	考拉海购自营		285,179.20	453,912.49	2021/9/30
公司	浙江唯品会支付服务有限公司	百菲酪食品官方旗舰店 (唯品会)			29,396.97	2021/7/2
合计			121,069,688.52	131,502,307.85	126,474,407.86	

报告期内，公司自营店铺主要为百菲酪旗舰店-天猫、百菲酪浙江专卖店-天猫、百菲酪官方旗舰店-京东、抖音小店、拼多多旗舰店，上述店铺收入占自营店铺收入的比例分别为 97.33%、93.18%和 92.11%。除百菲酪旗舰店-天猫、百菲酪官方旗舰店-京东自营店铺外，其他大部分店铺均为 2021 年度新设店铺，主要系公司“百菲酪”品牌影响力逐步提升，公司把握发展窗口期，积极拓展线上渠道所致。

(2) 并结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险

①主要电商平台的订单量

2021年度				2022年度				2023年1至8月			
序号	平台	订单数	累计占比	序号	平台	订单数	累计占比	序号	平台	订单数	累计占比
1	淘宝	1,075,731	63.29%	1	淘宝	769,927	50.57%	1	淘宝	636,681	39.84%
2	京东	338,719	83.22%	2	拼多多	312,379	71.09%	2	抖店	398,303	64.76%

2021 年度				2022 年度				2023 年 1 至 8 月			
序号	平台	订单数	累计占比	序号	平台	订单数	累计占比	序号	平台	订单数	累计占比
3	拼多多	204,415	95.25%	3	京东	266,990	88.62%	3	拼多多	251,279	80.49%
4	抖店	60,962	98.84%	4	抖店	146,078	98.22%	4	京东	223,910	94.50%
5	阿里巴巴	11,314	99.50%	5	阿里巴巴	7,075	98.68%	5	阿里巴巴	48,579	97.54%

公司主要电商平台中每年订单的渠道总体呈现出相对均衡和稳定的态势，不存在某一区间内某渠道订单数量波动畸高的情形。

②主要电商平台的订单金额

公司以订单“应收总计”项作为订单金额，公司历年各渠道订单金额及其占比如下

单位：元

序号	2021 年度			2022 年度			2023 年 1 至 8 月		
	平台	订单金额	占比	平台	订单金额	占比	平台	订单金额	占比
1	淘宝	93,891,448.49	63.74%	淘宝	79,237,226.99	52.55%	淘宝	51,306,860.35	36.68%
2	京东	32,528,014.57	85.82%	京东	29,738,372.34	72.27%	抖店	37,816,027.56	63.71%
3	拼多多	11,146,653.50	93.38%	拼多多	20,965,273.55	86.17%	京东	24,049,593.25	80.90%
4	抖店	5,491,631.58	97.11%	抖店	16,739,217.17	97.27%	拼多多	20,265,002.89	95.39%
5	阿里巴巴	3,526,921.73	99.51%	阿里巴巴	2,597,452.21	99.00%	阿里巴巴	3,422,670.00	97.84%
	总计	146,584,669.87	-	总计	149,277,542.26	-	总计	136,860,154.05	-

③主要电商平台用户平均下单金额

单位：元

平台	2021 年度			2022 年度			2023 年 1 至 8 月		
	平均订单金额	人均订单	人均金额	平均订单金额	人均订单	人均金额	平均订单金额	人均订单	人均金额
淘宝	87.28	1.71	148.86	102.92	1.40	144.44	80.58	1.38	110.84
京东	96.03	1.98	190.08	111.38	1.41	157.39	107.41	1.21	130.23
抖店	90.08	1.36	122.62	114.59	1.49	170.18	94.94	1.14	108.42
拼多多	54.53	2.00	109.15	67.11	2.11	141.49	80.65	1.58	127.40
阿里巴巴	311.73	2.49	777.54	367.13	2.44	895.06	70.46	277.59	19558.11

阿里巴巴 2023 年人均订单数与订单人均金额呈显著上升趋势，但平均订单金额有明显下降，与 2023 年与主要客户签订授权合同用于在阿里巴巴平台进行代发授权、用户下单集中度表现相一致。其余电商渠道人均订单数、人均金额无显著异常。

④主要电商平台重复购买率

复购率	2021 年度	2022 年度	2023 年 1 至 8 月
淘宝	31.06%	22.79%	22.48%
京东	41.25%	24.83%	23.39%
抖店	17.42%	21.52%	18.69%
拼多多	30.25%	31.07%	22.74%
阿里巴巴	90.63%	9.99%	42.29%
全平台	32.44%	23.74%	20.61%

报告期内,阿里巴巴、京东平台波动较大。其中阿里巴巴由 2021 年的 90.63%, 降至 2022 年的 9.99%, 又激增至 2023 年的 42.29%, 京东由 2021 年的 41.25%, 降低至 2022 年的 24.83%, 2023 年的 23.39%。主要原因如下:

A. 京东平台为 2021 年入驻, 初始情况较好, 但 2022 年至 2023 年随着竞争加剧, 京东旗舰店流量下滑, 客户流失率增加而导致复购率下降。京东平台历年订单数量:2021 年订单 338,719 笔,2022 年 266,990 笔,2023 年 1 月至 8 月 223,910 笔, 实际经营情况与复购率下降情形相一致。

B. 阿里巴巴平台复购率波动较大, 主要是 2022 年阿里巴巴价格上涨, 公司剔除掉了大量的零散客户; 后又于 2023 年与主要客户签订授权合同用于在阿里巴巴平台进行代发授权, 使得阿里巴巴的客户逐渐向头部集中, 最终形成了先下降再上升的复购率。

综上, 公司复购率存在一定的波动具有合理性, 不存在某一年度电商渠道用户复购率波动畸高且无明显的促销活动、销售旺季等原因支撑的情形。

⑤主要电商平台用户下单集中度

	淘宝	京东	拼多多	抖音	阿里巴巴
前 100 用户	0.49%	1.71%	7.32%	2.11%	89.86%
前 200 用户	0.78%	2.30%	9.56%	2.78%	90.51%
前 1000 用户	2.33%	5.36%	18.21%	5.71%	92.77%
前 100000 用户	34.74%	60.30%	79.23%	63.48%	-

淘宝、京东、拼多多、抖音渠道下单集中度均较低, 无明显的头部集中趋势。

阿里巴巴平台下单集中度较高，且头部集中明显，与 2023 年与主要客户签订授权合同用于在阿里巴巴平台进行代发授权情形相一致。

公司不存在渠道用户下单集中度畸高，或出现明显异常的下单金额数据的情形。

综上，公司电商销售处于平稳状态，不存在经营风险。

4、补充说明公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、公司如何区分刷单收入及其账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者、违反电商平台规定的情形。

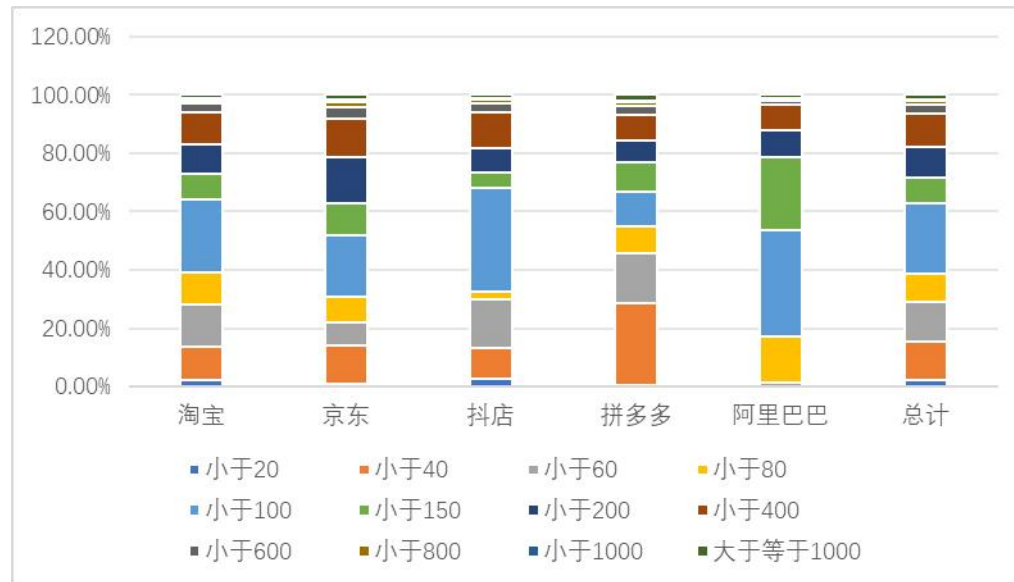
报告期内，公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为。主要分析如下：

(1) 用户金额订单分布

各渠道用户金额分布

金额分类（元）	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		总计	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
小于 20	35,030	2.33%	4,594	0.97%	10,283	2.54%	1,555	0.51%		0.00%	56,586	2.08%
20（含）~40	167,087	11.11%	61,738	13.02%	43,501	10.76%	84,879	27.97%	5	0.07%	359,230	13.20%
40（含）~60	219,064	14.56%	38,682	8.16%	66,318	16.40%	51,683	17.03%	87	1.17%	379,003	13.92%
60（含）~80	169,424	11.26%	41,003	8.65%	11,081	2.74%	28,812	9.49%	1,189	16.02%	253,687	9.32%
80（含）~100	376,057	25.00%	99,907	21.07%	143,630	35.52%	35,469	11.69%	2,709	36.51%	665,873	24.46%
100（含）~150	133,461	8.87%	51,594	10.88%	21,376	5.29%	30,580	10.08%	1,862	25.09%	240,745	8.84%
150（含）~200	148,783	9.89%	76,257	16.08%	35,247	8.72%	23,670	7.80%	684	9.22%	286,868	10.54%
200（含）~400	166,337	11.06%	60,990	12.86%	48,509	11.99%	26,631	8.77%	626	8.44%	305,133	11.21%
400（含）~600	43,453	2.89%	18,740	3.95%	12,594	3.11%	8,379	2.76%	111	1.50%	84,048	3.09%
600（含）~800	17,894	1.19%	8,090	1.71%	4,915	1.22%	3,832	1.26%	44	0.59%	35,122	1.29%
800（含）~1000	9,295	0.62%	4,348	0.92%	2,902	0.72%	2,146	0.71%	17	0.23%	18,959	0.70%
1000（含）以上	18,225	1.21%	8,230	1.74%	4,063	1.00%	5,880	1.94%	86	1.16%	37,094	1.36%
总计	1,504,110	/	474,173	/	404,419	/	303,516	/	7,420	/	2,722,348	/

各渠道用户金额分布



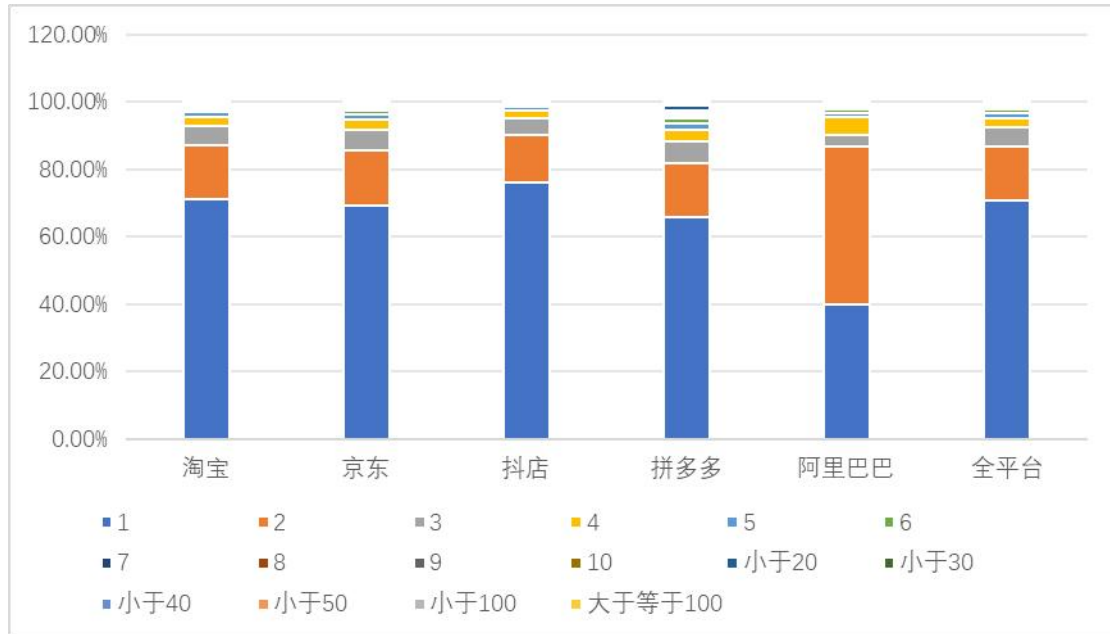
经分析，各平台用户消费金额主要集中在 0-200 元区间，与公司实际产品价格相近，未发现显著异常。

各渠道用户订单分布

订单分类	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		全平台	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
1	1,069,300	71.09%	327,858	69.14%	308,129	76.19%	200,113	65.93%	2,953	39.80%	1,929,437	70.87%
2	239,323	15.91%	79,066	16.67%	57,227	14.15%	48,604	16.01%	3,488	47.01%	431,574	15.85%
3	86,565	5.76%	27,691	5.84%	19,574	4.84%	19,428	6.40%	240	3.23%	154,779	5.69%

订单分类	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		全平台	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
4	42,358	2.82%	14,525	3.06%	8,595	2.13%	10,185	3.36%	414	5.58%	76,726	2.82%
5	22,678	1.51%	7,829	1.65%	4,496	1.11%	6,154	2.03%	69	0.93%	41,627	1.53%
6	13,959	0.93%	4,852	1.02%	2,240	0.55%	4,051	1.33%	87	1.17%	25,521	0.94%
7	8,955	0.60%	3,156	0.67%	1,328	0.33%	2,778	0.92%	26	0.35%	16,426	0.60%
8	5,998	0.40%	2,202	0.46%	769	0.19%	1,949	0.64%	38	0.51%	11,116	0.41%
9	3,603	0.24%	1,583	0.33%	547	0.14%	1,496	0.49%	6	0.08%	7,357	0.27%
10	2,687	0.18%	1,142	0.24%	355	0.09%	1,107	0.36%	23	0.31%	5,419	0.20%
10~20	7,268	0.48%	3,481	0.73%	850	0.21%	4,403	1.45%	35	0.47%	16,412	0.60%
20(含)~30	1,056	0.07%	589	0.12%	133	0.03%	1,396	0.46%	11	0.15%	3,275	0.12%
30(含)~40	242	0.02%	141	0.03%	49	0.01%	565	0.19%	4	0.05%	1,020	0.04%
40(含)~50	65	0.00%	28	0.01%	27	0.01%	316	0.10%	2	0.03%	445	0.02%
50(含)~100	44	0.00%	27	0.01%	56	0.01%	597	0.20%	4	0.05%	741	0.03%
100(含)以上	9	0.00%	3	0.00%	44	0.01%	374	0.12%	20	0.27%	473	0.02%
总计	1,504,110	/	474,173	/	404,419	/	303,516	/	7,420	/	2,722,348	/

各渠道用户订单分布



经分析，各渠道用户订单数主要集中在 5 单以下，同时单数越大占比越小，基本符合用户复购率分析结果，无明显异常。

阿里巴巴客户抽查结果

用户 ID	订单统计		后台记录	
	订单金额 (元)	订单数	订单金额 (元)	订单数
少***感	1,349,953.50	99.00	2,482,541.50	133.00
社***此	402,056.00	30.00	402,056.00	30.00
融***司	253,340.00	54.00	253,340.00	54.00
炎*水	214,034.50	14.00	214,034.50	14.00
然***6	208,750.00	1.00	208,750.00	1.00
裘***7	156,548.50	15.00	156,548.50	15.00
优***心	118,121.00	4.00	118,121.00	4.00
l***壮	102,446.00	5.00	102,446.00	5.00
t***1	98,500.00	2.00	98,500.00	2.00
流***4	81,358.00	2.00	81,358.00	2.00

阿里巴巴平台订单数超过 2 单，以及消费金额大于 80 的用户比例大于其他平台，因此对阿里巴巴客户进行校验。从数据后台抽取十个客户信息进行分析，发现其下单金额与下单数基本符合统计数值，其中由于报告期仅截止至 2023 年

8月31日，部分阿里巴巴客户下单金额与下单数高于统计数值的情况，该差异具备可解释性，因此认为阿里巴巴用户金额订单分布无明显异常情况。

(2) 自充值行为分析

自充值行为：平台内部或店铺相关人员，通过非正常方式，生成店铺订单，以提高销售额、评价、排名等指标的行为。

根据销售订单数据，并对订单联系电话与购买人姓名进行分析，分析结果如下

无明确原因备注名称命中结果

订单号	总金额（元）	订单状态	客户 ID	收件人姓名
4806930421352967507A	59.9	成功	时小姐的百菲酪	/
202308196914764	115.25	已发货	姚百菲酪	姚百菲酪
202308196914764	37.75	成功	姚百菲酪	姚百菲酪
202308312274642	76.5	已发货	姚百菲酪	姚百菲酪
202301185856137	171.38	已发货	郭百菲	郭百菲
202301185856137	24.05	成功	郭百菲	郭百菲
202301185856137	24.05	成功	郭百菲	郭百菲
202302075024722	73.16	已发货	郭百菲	郭百菲
202302076650339	73.16	已发货	郭百菲	郭百菲
202302070003149	73.16	已发货	郭百菲	郭百菲

该类型订单为抽奖奖品订单，由于部分客户在填写抽奖信息过程中，未留存完整客户信息，公司采用客户姓氏+中奖产品名称作为客户姓名以补充缺失的客户信息。

由于整体命中订单数量较少，且订单金额较低，因此该部分不产生实质性影响。

(3) 包裹重量分析

包裹重量：根据系统数据中包裹实际重量对包裹进行如下分类：

包裹重量	包裹分类
------	------

包裹重量	包裹分类
小于 0.5kg	超轻包裹
大于等于 0.5kg 且小于 2kg	轻包裹
大于等于 2kg 且小于 6kg	普通包裹
大于等于 6kg 且小于 10k	重包裹
10kg 以上	超重包裹
0 或者未称重	0 或者未称重包裹

根据公司 2021 年 1 月到 2023 年 8 月的包裹数据,按照邮寄订单与订单数量、各类型包裹数量占比、包裹类型与邮寄费用三个维度进行分析,具体结果如下:

① 邮寄订单与订单数量维度分析

邮寄订单与订单情况

时间	邮寄单情况汇总		订单情况	
	邮寄单数汇总	邮费汇总(元)	订单数	订单金额(元)
2021 年 1 月	26,379	155,049.90	84,194	6,748,326.39
2021 年 2 月	55,474	324,167.20	57,104	3,912,155.94
2021 年 3 月	144,405	985,913.00	132,454	11,947,631.30
2021 年 4 月	190,502	1,301,479.70	184,386	15,309,732.22
2021 年 5 月	175,263	1,200,986.70	187,986	15,468,765.32
2021 年 6 月	249,242	1,690,874.00	226,304	18,394,187.39
2021 年 7 月	100,165	669,759.80	99,709	8,302,737.80
2021 年 8 月	150,853	1,047,772.30	145,134	11,274,470.99
2021 年 9 月	169,969	1,454,078.30	136,483	12,243,773.34
2021 年 10 月	127,832	879,167.50	139,955	13,790,733.26
2021 年 11 月	281,255	2,426,348.80	168,209	16,101,638.29
2021 年 12 月	181,360	1,353,169.70	137,661	13,819,682.78
2022 年 1 月	209,292	1,544,891.60	163,727	14,161,013.80
2022 年 2 月	108,276	777,985.90	96,844	8,499,546.36
2022 年 3 月	195,386	1,406,924.00	173,496	14,726,420.71
2022 年 4 月	169,625	1,216,368.80	146,787	13,351,840.04
2022 年 5 月	104,596	752,085.90	121,093	12,417,191.90

时间	邮寄单情况汇总		订单情况	
	邮寄单数汇总	邮费汇总（元）	订单数	订单金额（元）
2022年6月	179,580	1,315,076.30	117,395	14,280,292.35
2022年7月	108,851	795,385.00	102,957	10,605,266.27
2022年8月	128,936	954,609.30	111,579	11,872,072.85
2022年9月	101,717	741,568.10	125,513	12,277,845.10
2022年10月	64,571	442,332.40	130,198	14,006,096.82
2022年11月	99,361	601,707.95	127,623	13,679,952.82
2022年12月	100,955	560,484.20	105,319	10,915,405.95
2023年1月	89,802	515,364.70	68,786	6,723,833.53
2023年2月	120,178	686,935.80	136,938	11,888,075.45
2023年3月	201,403	1,120,071.25	224,915	19,070,708.67
2023年4月	162,883	893,231.40	217,307	18,584,534.01
2023年5月	190,284	1,015,129.65	269,357	24,581,229.55
2023年6月	229,389	1,304,652.90	264,646	22,411,255.92
2023年7月	150,393	823,857.45	198,522	16,282,120.18
2023年8月	187,634	1,046,648.80	217,607	20,341,784.64
总计	4,755,811	32,004,078.30	4,820,313	438,000,876.14

由于邮寄单记录时间为邮寄时间，订单记录时间为用户下单时间，且邮寄单与订单并非一一对应（如一个订单可能有多个邮寄单，或购买虚拟产品而无邮寄单），因此在时间统计口径上存在细微差异。从整体上看，邮寄单数与订单数量、邮寄费用趋势相同，未有显著差异。

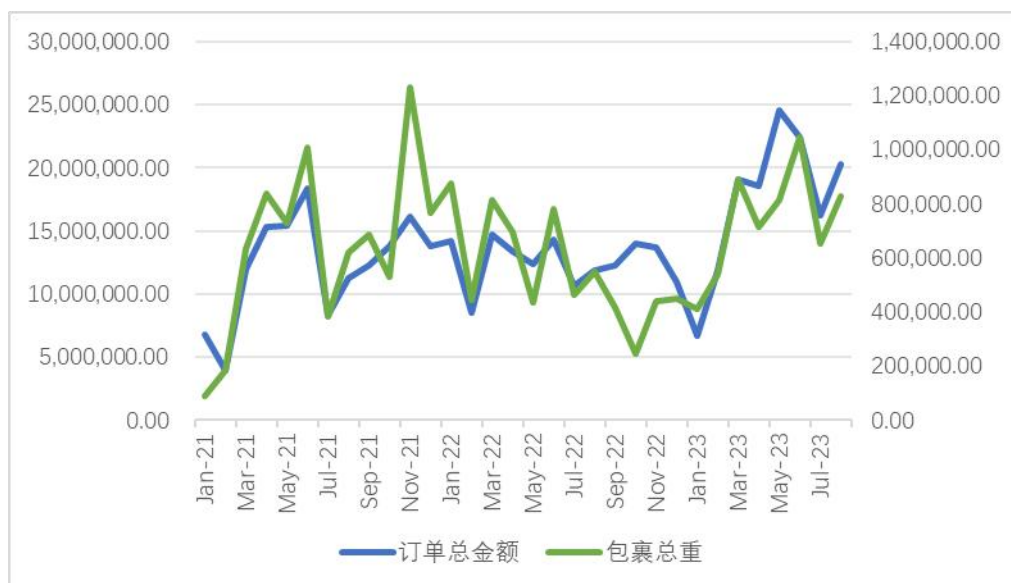
②包裹重量与订单金额维度分析

邮寄订单与订单情况

时间	订单总金额（元）	包裹总重（kg）
2021年1月	6,748,326.39	91,227.16
2021年2月	3,912,155.94	186,661.91
2021年3月	11,947,631.30	635,285.90
2021年4月	15,309,732.22	838,950.46
2021年5月	15,468,765.32	728,718.33

时间	订单总金额（元）	包裹总重（kg）
2021年6月	18,394,187.39	1,010,153.39
2021年7月	8,302,737.80	385,068.99
2021年8月	11,274,470.99	622,461.90
2021年9月	12,243,773.34	686,334.33
2021年10月	13,790,733.26	528,264.00
2021年11月	16,101,638.29	1,233,184.50
2021年12月	13,819,682.78	765,657.50
2022年1月	14,161,013.80	874,772.50
2022年2月	8,499,546.36	443,136.90
2022年3月	14,726,420.71	815,772.31
2022年4月	13,351,840.04	693,993.53
2022年5月	12,417,191.90	437,561.63
2022年6月	14,280,292.35	782,099.10
2022年7月	10,605,266.27	464,917.54
2022年8月	11,872,072.85	551,526.89
2022年9月	12,277,845.10	418,536.89
2022年10月	14,006,096.82	245,375.87
2022年11月	13,679,952.82	441,222.97
2022年12月	10,915,405.95	448,107.27
2023年1月	6,723,833.53	413,938.00
2023年2月	11,888,075.45	541,178.00
2023年3月	19,070,708.67	892,647.00
2023年4月	18,584,534.01	717,183.00
2023年5月	24,581,229.55	814,857.00
2023年6月	22,411,255.92	1,047,513.00
2023年7月	16,282,120.18	655,821.00
2023年8月	20,341,784.64	827,787.00

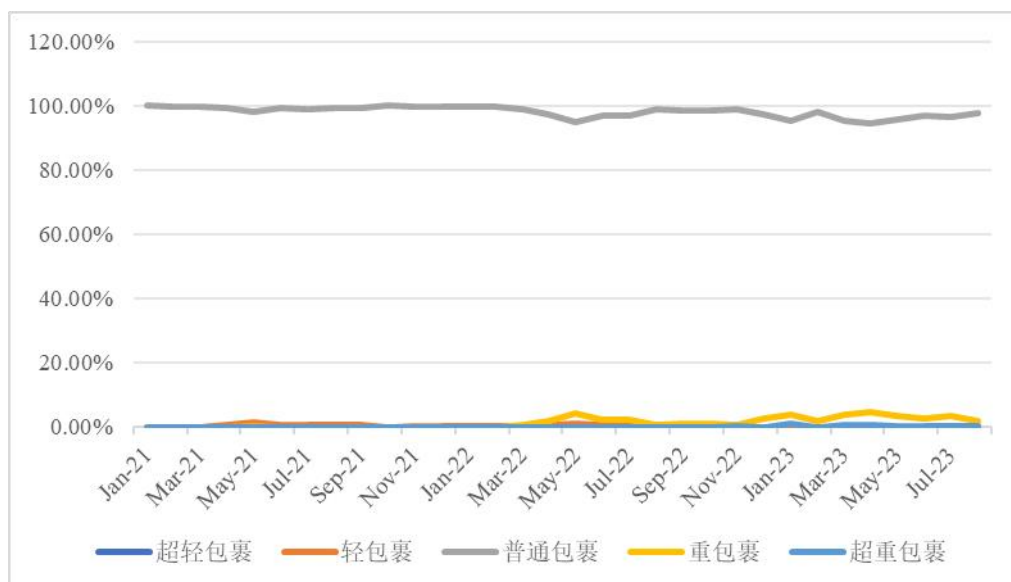
历月各类包裹金额变动趋势



由于公司产品种类较多，不同种类的产品重量不同，因此订单总金额与包裹总重不一定呈强相关关系，但是由于公司产品较为标准化，因此订单包裹较重，在一定程度上也表明了其中产品的数量就较多，价格也较贵。从整体上看，包裹总重变动趋势与订单总金额变动趋势相同，符合逻辑，未有显著差异。

③包裹类型数量占比分析

历月各类包裹占比趋势



从历月各类型包裹数量与整体包裹数量占比分析发现，公司主要邮寄包裹类型为普通包裹，无明显异常。

④包裹类型与邮寄费用分析

各类包裹与邮费情况

单位：元

月份	超轻包裹		轻包裹		普通包裹		重包裹		超重包裹	
	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费
2021年1月	-	-	-	-	26,379	155,049.90	-	-	-	-
2021年2月	19	93.1	1	4.90	55,454	324,069.20	-	-	-	-
2021年3月	32	156.80	53	264.80	144,308	985,368.40	12	123.00	-	-
2021年4月	94	460.60	1,156	5,941.80	189,204	1,294,648.90	47	415.80	1	12.60
2021年5月	20	98.00	2,497	12,495.40	172,237	1,182,231.30	500	6,045.60	9	116.40
2021年6月	18	88.20	1,762	9,123.40	247,449	1,681,497.30	11	116.10	2	49.00
2021年7月	26	132.50	840	4,498.30	99,299	665,129.00	-	-	-	-
2021年8月	34	171.70	835	4,341.40	149,975	1,043,151.50	8	92.40	1	15.30
2021年9月	41	211.10	896	4,563.60	169,029	1,449,259.50	2	21.70	1	22.40
2021年10月	14	69.80	4	20.40	127,813	879,065.80	-	-	1	11.50
2021年11月	16	84.00	450	2,364.50	280,787	2,423,876.20	2	24.10	-	-
2021年12月	14	71.40	627	3,291.70	180,714	1,349,749.10	3	29.40	2	28.10
2022年1月	5	25.50	617	3,224.70	208,667	1,541,612.90	3	28.50	-	-
2022年2月	1	5.10	214	1,114.40	108,061	776,866.40	-	-	-	-

月份	超轻包裹		轻包裹		普通包裹		重包裹		超重包裹	
	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费	总邮寄单数	总邮费
2022年3月	3	15.30	637	3,301.30	193,419	1,388,857.70	1,327	14,749.70	-	-
2022年4月	1	5.70	889	4,579.30	165,340	1,174,274.10	3,394	37,497.50	1	12.20
2022年5月	-	-	1,122	5,762.40	99,197	699,223.40	4,277	47,100.10	-	-
2022年6月	-	-	882	4,538.40	174,397	1,263,099.90	4,301	47,438.00	-	-
2022年7月	-	-	1,012	5,189.00	105,558	764,750.10	2,281	25,445.90	-	-
2022年8月	1	5.10	640	3,315.80	127,625	943,838.50	670	7,449.90	-	-
2022年9月	2	10.80	486	2,516.40	100,256	728,277.20	973	10,763.70	-	-
2022年10月	3	15.30	200	1,055.70	63,664	433,254.40	704	8,007.00	-	-
2022年11月	-	-	231	1,182.90	98,161	591,624.70	745	6,291.70	224	2,608.65
2022年12月	-	-	10	51.00	98,244	540,617.60	2,666	19,400.90	35	414.70
2023年1月	-	-	-	-	85,507	480,104.00	3,532	26,575.95	763	8,684.75
2023年2月	-	-	-	-	118,055	671,109.20	2,081	15,169.80	42	656.80
2023年3月	-	-	-	-	192,268	1,044,540.20	7,822	60,601.45	1,313	14,929.60
2023年4月	-	-	-	-	154,191	819,475.40	7,561	60,385.85	1,131	13,370.15
2023年5月	-	-	-	-	182,528	945,209.30	6,916	58,842.20	840	11,078.15
2023年6月	-	-	-	-	222,247	1,244,340.60	6,366	49,969.30	776	10,343.00
2023年7月	-	-	-	-	145,240	781,100.50	4,888	38,637.20	265	4,119.75
2023年8月	-	-	488	1,736.80	183,137	1,011,088.10	3,678	28,830.50	331	4,993.40

5、说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形，是否存在单个买家大额采购等线上异常销售的情形，如存在，说明原因及合理性。

(1) 说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况

随着我国个人信息保护和数据安全相关法律法规的陆续出台，特别是《中华人民共和国个人信息保护法》的出台，各第三方电商平台为保障消费者个人信息权益，其陆续对消费者订单中涉及到的个人信息进行加密或脱敏处理，并设定不同解密规则。

故无法确认不同平台客户是否是同一买家。

(2) 是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形

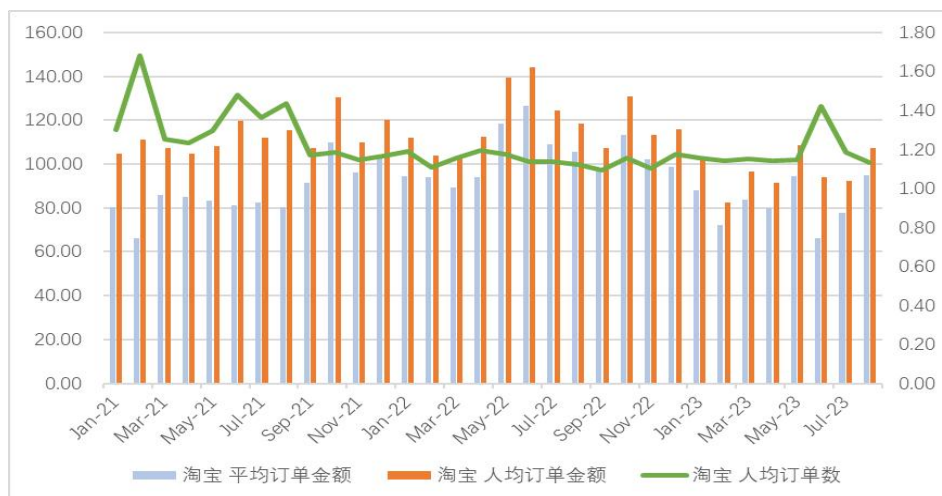
根据各平台人均订单金额，抽选人均订单金额前 5 大平台分析历月销售订单平均订单数及平均订单金额变动趋势，分析如下：

淘宝人均订单金额数据汇总

时间	淘宝		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2021 年 1 月	80.46	104.60	1.30
2021 年 2 月	66.03	111.18	1.68
2021 年 3 月	85.93	107.49	1.25
2021 年 4 月	84.88	104.80	1.23
2021 年 5 月	83.32	108.04	1.30
2021 年 6 月	80.99	119.88	1.48
2021 年 7 月	82.27	112.06	1.36
2021 年 8 月	80.34	115.39	1.44
2021 年 9 月	91.46	107.10	1.17
2021 年 10 月	109.80	130.24	1.19
2021 年 11 月	96.15	110.04	1.14
2021 年 12 月	102.88	120.08	1.17

时间	淘宝		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2022年1月	94.29	112.07	1.19
2022年2月	93.86	104.03	1.11
2022年3月	89.22	103.13	1.16
2022年4月	94.06	112.24	1.19
2022年5月	118.38	139.45	1.18
2022年6月	126.38	143.93	1.14
2022年7月	109.19	124.26	1.14
2022年8月	105.57	118.34	1.12
2022年9月	98.15	107.15	1.09
2022年10月	113.13	130.68	1.16
2022年11月	102.34	113.09	1.11
2022年12月	98.60	116.04	1.18
2023年1月	88.16	102.09	1.16
2023年2月	72.16	82.40	1.14
2023年3月	83.88	96.55	1.15
2023年4月	80.05	91.45	1.14
2023年5月	94.51	108.45	1.15
2023年6月	66.14	93.90	1.42
2023年7月	77.80	92.36	1.19
2023年8月	94.77	107.43	1.13

淘宝人均订单金额数据分析

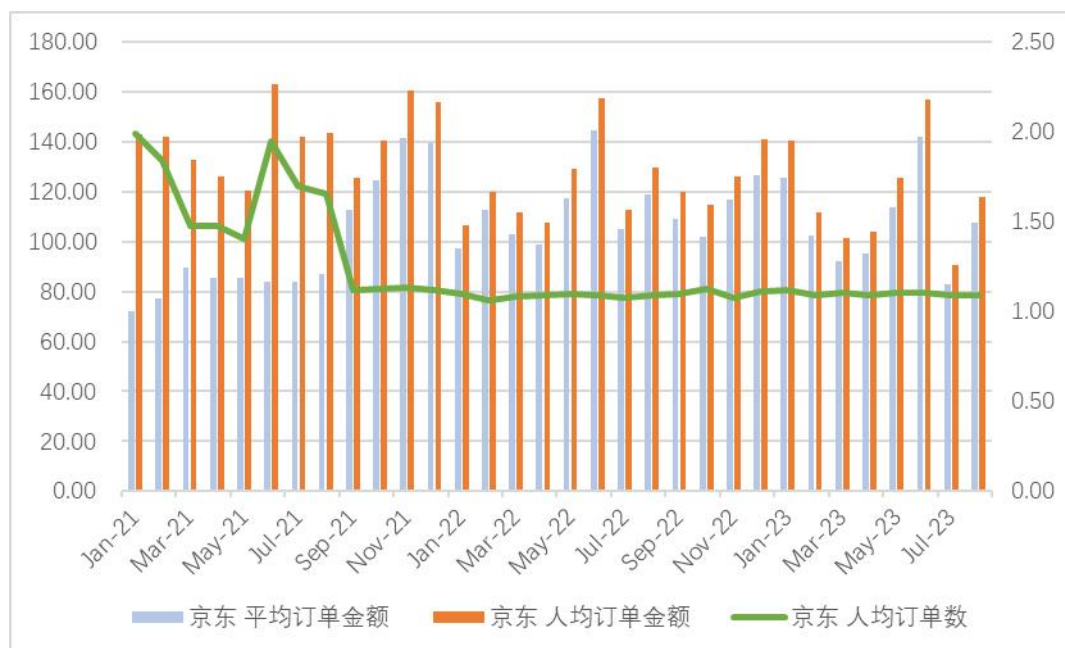


京东人均订单金额数据汇总

时间	京东		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2021年1月	71.93	142.94	1.99
2021年2月	77.01	141.81	1.84
2021年3月	89.72	132.54	1.48
2021年4月	85.24	125.81	1.48
2021年5月	85.66	120.23	1.40
2021年6月	83.93	163.22	1.94
2021年7月	83.70	142.10	1.70
2021年8月	86.95	143.55	1.65
2021年9月	112.43	125.70	1.12
2021年10月	124.48	140.22	1.13
2021年11月	141.24	160.31	1.14
2021年12月	139.18	155.96	1.12
2022年1月	97.39	106.64	1.09
2022年2月	112.65	119.96	1.06
2022年3月	102.97	111.86	1.09
2022年4月	98.83	107.70	1.09
2022年5月	117.33	128.88	1.10
2022年6月	144.32	157.48	1.09
2022年7月	104.85	112.77	1.08
2022年8月	118.86	129.73	1.09
2022年9月	109.33	120.02	1.10
2022年10月	101.77	114.59	1.13
2022年11月	116.81	126.08	1.08
2022年12月	126.76	140.79	1.11
2023年1月	125.58	140.32	1.12
2023年2月	102.52	111.77	1.09
2023年3月	91.98	101.53	1.10
2023年4月	95.40	104.18	1.09
2023年5月	113.54	125.71	1.11

时间	京东		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2023年6月	142.13	156.98	1.10
2023年7月	82.78	90.35	1.09
2023年8月	107.75	117.57	1.09

京东人均订单金额数据分析

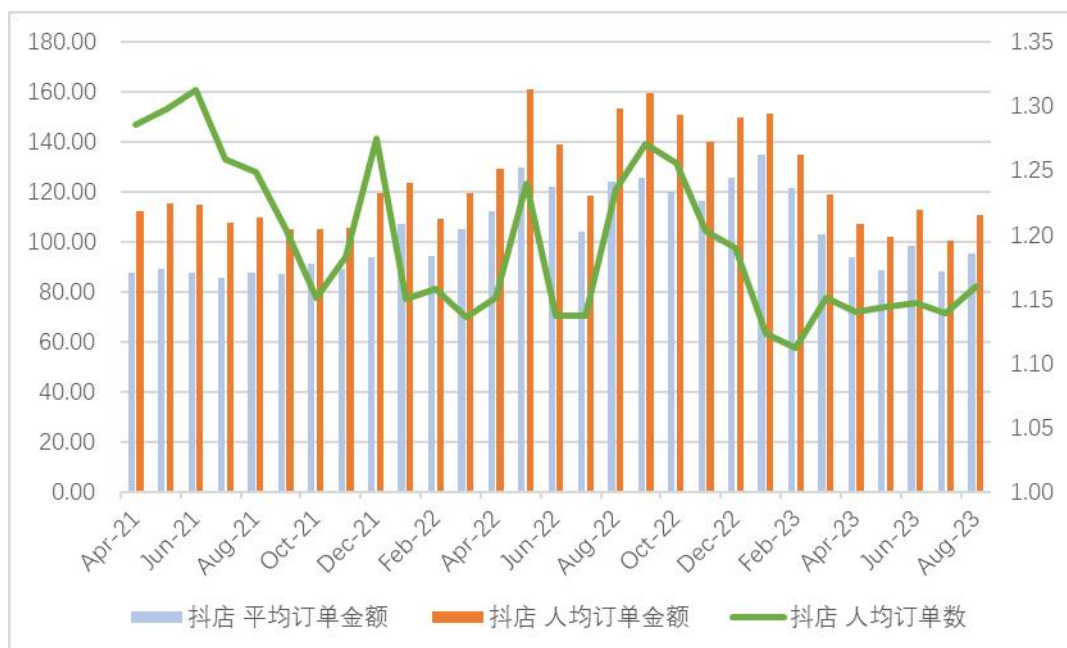


抖店人均订单金额数据汇总

时间	抖店		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2021年1月	/	/	/
2021年2月	/	/	/
2021年3月	/	/	/
2021年4月	87.51	112.52	1.29
2021年5月	89.15	115.67	1.30
2021年6月	87.70	115.11	1.31
2021年7月	85.68	107.89	1.26
2021年8月	87.84	109.69	1.25
2021年9月	87.17	105.07	1.21
2021年10月	91.49	105.29	1.15

时间	抖店		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2021年11月	89.43	105.80	1.18
2021年12月	93.88	119.70	1.28
2022年1月	107.34	123.47	1.15
2022年2月	94.59	109.53	1.16
2022年3月	105.12	119.41	1.14
2022年4月	112.49	129.45	1.15
2022年5月	129.88	160.98	1.24
2022年6月	122.02	138.76	1.14
2022年7月	104.14	118.40	1.14
2022年8月	124.11	153.36	1.24
2022年9月	125.55	159.53	1.27
2022年10月	120.11	150.79	1.26
2022年11月	116.40	140.00	1.20
2022年12月	125.81	149.77	1.19
2023年1月	134.74	151.36	1.12
2023年2月	121.42	135.07	1.11
2023年3月	103.22	118.82	1.15
2023年4月	94.07	107.31	1.14
2023年5月	88.98	101.86	1.14
2023年6月	98.47	112.98	1.15
2023年7月	88.08	100.39	1.14
2023年8月	95.64	110.99	1.16

抖店人均订单金额数据分析

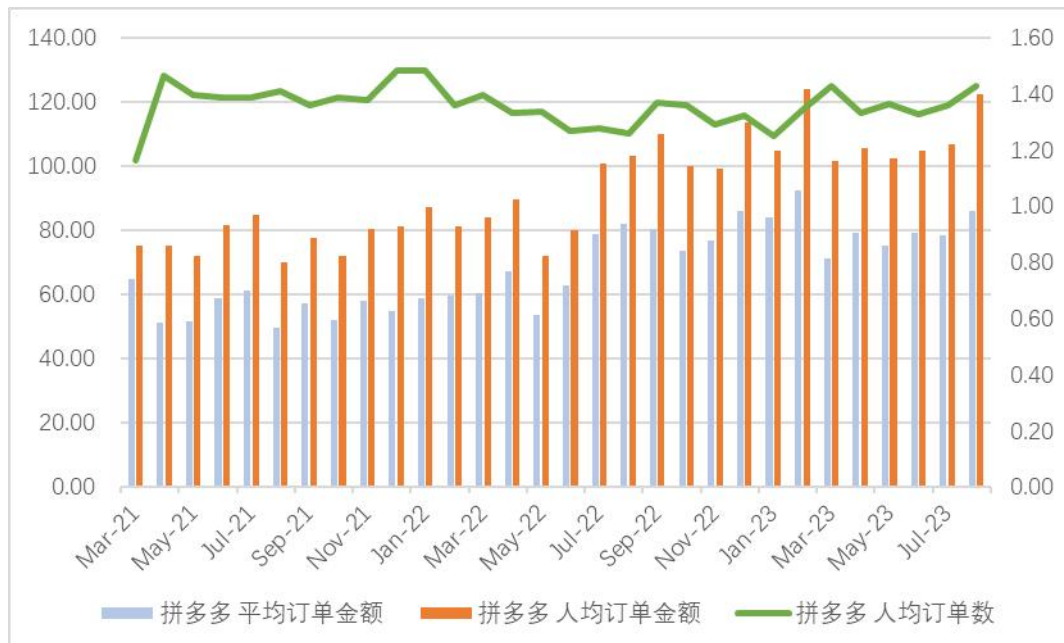


拼多多人均订单金额数据汇总

时间	拼多多		
	平均订单金额 (元)	人均订单金额 (元)	人均订单数
2021年1月	/	/	/
2021年2月	/	/	/
2021年3月	64.71	75.27	1.16
2021年4月	51.33	75.08	1.46
2021年5月	51.66	72.10	1.40
2021年6月	58.89	81.76	1.39
2021年7月	61.09	84.73	1.39
2021年8月	49.74	70.18	1.41
2021年9月	57.09	77.75	1.36
2021年10月	51.96	72.16	1.39
2021年11月	58.18	80.30	1.38
2021年12月	54.71	81.22	1.48
2022年1月	58.74	87.11	1.48
2022年2月	59.76	81.37	1.36
2022年3月	60.40	84.23	1.39
2022年4月	67.34	89.62	1.33
2022年5月	53.86	72.06	1.34

时间	拼多多		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2022年6月	63.05	80.04	1.27
2022年7月	78.98	100.88	1.28
2022年8月	82.06	103.30	1.26
2022年9月	80.29	109.88	1.37
2022年10月	73.52	99.87	1.36
2022年11月	76.73	99.06	1.29
2022年12月	86.07	113.79	1.32
2023年1月	83.84	104.65	1.25
2023年2月	92.46	124.09	1.34
2023年3月	71.28	101.78	1.43
2023年4月	79.23	105.46	1.33
2023年5月	75.24	102.53	1.36
2023年6月	79.14	104.99	1.33
2023年7月	78.55	106.94	1.36
2023年8月	85.86	122.54	1.43

拼多多人均订单金额数据分析

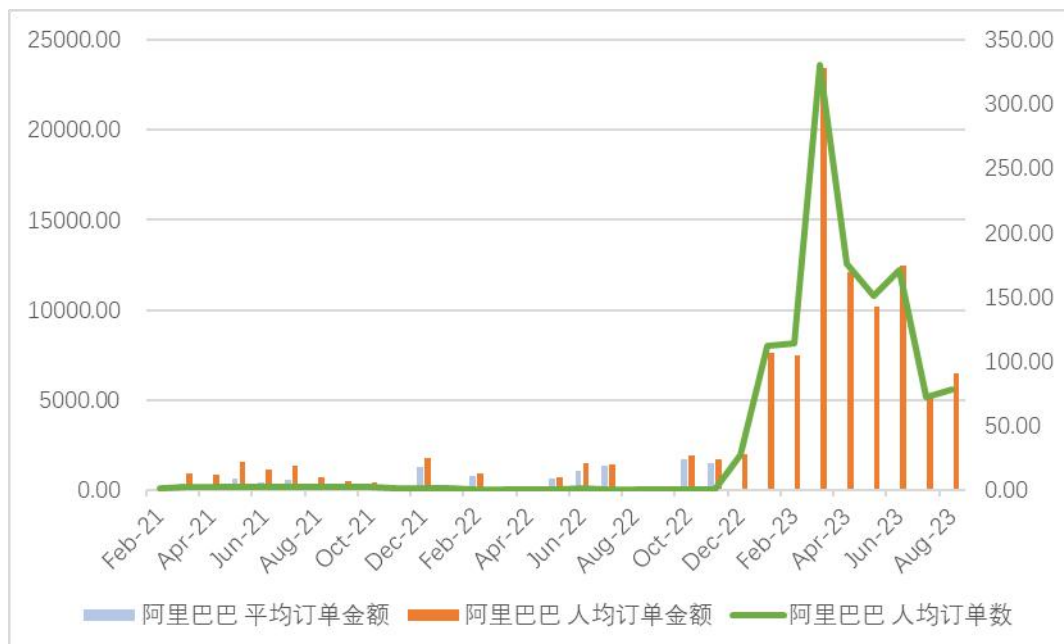


阿里巴巴人均订单金额数据汇总

时间	阿里巴巴		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2021年1月	/	/	/
2021年2月	44.35	96.32	2.17
2021年3月	355.20	917.29	2.58
2021年4月	336.41	887.35	2.64
2021年5月	681.57	1624.63	2.38
2021年6月	440.13	1185.83	2.69
2021年7月	577.49	1383.79	2.40
2021年8月	290.49	718.84	2.47
2021年9月	210.25	502.33	2.39
2021年10月	202.56	478.35	2.36
2021年11月	54.22	126.26	2.33
2021年12月	1278.50	1826.43	1.43
2022年1月	97.88	139.62	1.43
2022年2月	817.07	928.00	1.14
2022年3月	98.56	101.26	1.03
2022年4月	112.86	114.91	1.02
2022年5月	682.03	713.38	1.05
2022年6月	1096.55	1500.25	1.37
2022年7月	1408.24	1425.84	1.01
2022年8月	138.26	145.97	1.06
2022年9月	121.69	128.60	1.06
2022年10月	1739.52	1929.60	1.11
2022年11月	1524.30	1716.31	1.13
2022年12月	73.88	2039.45	27.60
2023年1月	68.09	7652.37	112.38
2023年2月	65.56	7505.85	114.49
2023年3月	70.90	23413.46	330.24
2023年4月	68.73	12139.88	176.63
2023年5月	67.66	10198.14	150.73
2023年6月	72.88	12470.64	171.12
2023年7月	71.85	5228.44	72.77

时间	阿里巴巴		
	平均订单金额（元）	人均订单金额（元）	人均订单数
2023年8月	82.86	6526.53	78.77

阿里巴巴人均订单金额数据分析



阿里巴巴 2023 年人均订单数与订单人均金额呈显著上升趋势，但平均订单金额有明显下降，主要是 2023 年公司与主要客户签订授权合同用于在阿里巴巴平台进行代发授权、用户下单集中度表现相一致。其余电商渠道人均订单数、人均金额无显著异常。

综上所述，未发现某一时间窗口内电商平台用户平均下单金额及（或）用户平均下单数畸高，且没有明显的促销活动、销售旺季等原因支撑的情形。

（3）是否存在单个买家大额采购的情形

①报告期各平台平均订单金额、人均订单数量以及人均订单金额

单位：元

平台	2021 年度			2022 年度			2023 年 1 至 8 月		
	平均订单金额	人均订单	人均金额	平均订单金额	人均订单	人均金额	平均订单金额	人均订单	人均金额
淘宝	87.28	1.71	148.86	102.92	1.40	144.44	80.58	1.38	110.84

平台	2021 年度			2022 年度			2023 年 1 至 8 月		
	平均订单金额	人均订单	人均金额	平均订单金额	人均订单	人均金额	平均订单金额	人均订单	人均金额
京东	96.03	1.98	190.08	111.38	1.41	157.39	107.41	1.21	130.23
抖店	90.08	1.36	122.62	114.59	1.49	170.18	94.94	1.14	108.42
拼多多	54.53	2.00	109.15	67.11	2.11	141.49	80.65	1.58	127.40
阿里巴巴	311.73	2.49	777.54	367.13	2.44	895.06	70.46	277.59	19558.11
小红书	87.74	1.25	110.03	90.97	1.34	122.18	62.45	1.04	65.16
独立 B2C	84.41	2.28	192.45	98.77	4.06	400.77	116.64	3.56	415.63
快手小店	72.59	1.44	104.64	94.74	1.92	182.04	71.09	2.86	203.44
微盟新云	98.85	1.65	163.34	91.20	1.85	168.63	70.91	1.87	132.87
蘑菇街	/	/	/	/	/	/	89.24	1.13	100.79
苏宁易购	79.92	1.22	97.46	95.75	22.89	2191.60	/	/	/
唯品会 MP	80.25	1.06	85.40	/	/	/	/	/	/
其他平台	84.68	2.37	200.99	12.15	1.19	14.43	88.58	0.84	74.51

阿里巴巴 2023 年人均订单数与订单人均金额呈显著上升趋势，但平均订单金额有明显下降，主要是 2023 年公司与主要客户签订授权合同用于在阿里巴巴平台进行代发授权，与用户下单集中度表现相一致。其余电商渠道人均订单数、人均金额无显著异常。

②分析前五大电商渠道用户金额分布情况

单位：元

金额分类	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		总计	
	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)
小于 20	35,030	2.33	4,594	0.97	10,283	2.54	1,555	0.51		0.00	56,586	2.08
20(含)~40	167,087	11.11	61,738	13.02	43,501	10.76	84,879	27.97	5	0.00	359,230	13.20
40(含)~60	219,064	14.56	38,682	8.16	66,318	16.40	51,683	17.03	87	1.17	379,003	13.92
60(含)~80	169,424	11.26	41,003	8.65	11,081	2.74	28,812	9.49	1,189	16.02	253,687	9.32
80(含)~100	376,057	25.00	99,907	21.07	143,630	35.52	35,469	11.69	2,709	36.51	665,873	24.46
100(含)~	133,461	8.87	51,594	10.88	21,376	5.29	30,580	10.08	1,862	25.09	240,745	8.84

金额分类	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		总计	
	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)
150												
150 (含)~200	148,783	9.89	76,257	16.08	35,247	8.72	23,670	7.80	684	9.22	286,868	10.54
200 (含)~400	166,337	11.06	60,990	12.86	48,509	11.99	26,631	8.77	626	8.44	305,133	11.21
400 (含)~600	43,453	2.89	18,740	3.95	12,594	3.11	8,379	2.76	111	1.50	84,048	3.09
600 (含)~800	17,894	1.19	8,090	1.71	4,915	1.22	3,832	1.26	44	0.59	35,122	1.29
800 (含)~1000	9,295	0.62	4,348	0.92	2,902	0.72	2,146	0.71	17	0.23	18,959	0.70
1000 (含)以上	18,225	1.21	8,230	1.74	4,063	1.00	5,880	1.94	86	1.16	37,094	1.36
总计	1,504,110	/	474,173	/	404,419	/	303,516	/	7,420	/	2,722,348	/

各平台用户消费金额主要集中在 0-200 元区间，与公司实际产品价格相近，不存在异常。

③各渠道用户订单分布

单位：元

订单分类	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		全平台	
	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)
1	1,069,300	71.09	327,858	69.14	308,129	76.19	200,113	65.93	2,953	39.80	1,929,437	70.87
2	239,323	15.91	79,066	16.67	57,227	14.15	48,604	16.01	3,488	47.01	431,574	15.85
3	86,565	5.76	27,691	5.84	19,574	4.84	19,428	6.40	240	3.23	154,779	5.69
4	42,358	2.82	14,525	3.06	8,595	2.13	10,185	3.36	414	5.58	76,726	2.82
5	22,678	1.51	7,829	1.65	4,496	1.11	6,154	2.03	69	0.93	41,627	1.53
6	13,959	0.93	4,852	1.02	2,240	0.55	4,051	1.33	87	1.17	25,521	0.94
7	8,955	0.60	3,156	0.67	1,328	0.33	2,778	0.92	26	0.35	16,426	0.60

订单分类	淘宝		京东		抖店		拼多多		阿里巴巴		全平台	
	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)	客户数	占比 (%)
8	5,998	0.40	2,202	0.46	769	0.19	1,949	0.64	38	0.51	11,116	0.41
9	3,603	0.24	1,583	0.33	547	0.14	1,496	0.49	6	0.08	7,357	0.27
10	2,687	0.18	1,142	0.24	355	0.09	1,107	0.36	23	0.31	5,419	0.20
10~20	7,268	0.48	3,481	0.73	850	0.21	4,403	1.45	35	0.47	16,412	0.60
20 (含)~30	1,056	0.07	589	0.12	133	0.03	1,396	0.46	11	0.15	3,275	0.12
30 (含)~40	242	0.02	141	0.03	49	0.01	565	0.19	4	0.05	1,020	0.04
40 (含)~50	65	0.00	28	0.01	27	0.01	316	0.10	2	0.03	445	0.02
50 (含)~100	44	0.00	27	0.01	56	0.01	597	0.20	4	0.05	741	0.03
100 (含)以上	9	0.00	3	0.00	44	0.01	374	0.12	20	0.27	473	0.02
总计	1,504,110	/	474,173	/	404,419	/	303,516	/	7,420	/	2,722,348	/

各渠道用户订单数主要集中在 5 单以下，同时单数越大占比越小，符合用户复购率分析结果，无异常。

综上所述，报告期内不存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况，不存在某一段时间交易量突增或其他异常情形，不存在单个买家大额采购等线上异常销售的情形。

6、补充说明 B2C 销售的收款方式，是否通过第三方支付平台收取，如是，说明与第三方支付平台的结算周期。

B2C 销售模式下，公司主要通过天猫、淘宝、京东等电商平台开设的线上旗舰店直接向消费者销售商品，消费者通过电商平台下单，公司根据订单委托第三方物流公司将商品交付给消费者，电商平台在消费者确认收货或系统默认收货后生成账单，货款通过第三方平台转入公司账户。天猫、淘宝、京东店铺消费者确认收货后，货款通过第三方平台（支付宝、京东钱包）实时转入公司账户，其他店铺消费者确认收货后，货款通过店铺平台后台 1-2 天后转入公司账户。

7、说明报告期内平台服务管理费、推广费、销售佣金服务费、运费等各项平台费用的具体金额，并说明其与收费标准、业务规模及营业收入的匹配性，对比同行业可比公司说明平台费用规模、会计处理的合理性，是否符合行业惯例。

(1) 报告期内平台服务管理费、推广费、销售佣金服务费等各项平台费用的具体金额

①报告期内平台服务管理费、推广费、销售佣金服务费等电商渠道费汇总明细

单位：元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
业务宣传、推广费—其他推广费	9,293,382.10	8,811,158.53	7,503,905.84
平台销售服务费—销售佣金服务费	4,687,118.13	3,820,553.27	3,057,583.39
业务宣传、推广费—直通车服务费	1,351,250.65	2,175,424.66	1,738,159.70
平台销售服务费—平台使用费	1,351,784.96	1,794,779.10	1,777,532.79
保险费—运费险	221,201.11	98,567.24	69,721.44
业务宣传、推广费—淘宝客服务费	1,221,081.93	2,030,421.90	7,190,435.59
业务宣传、推广费—京挑客服务费	887,689.74	653,084.14	949,101.13
业务宣传、推广费—平台积分费	209,505.47	420,467.36	526,773.26
平台保证金	49,174.71	148,113.65	156,829.43
其他费用	46,234.48	250,865.51	211,950.53
平台销售服务费—其他平台费	7,377.36	36,771.83	347,463.11
合计	19,325,800.64	20,240,207.19	23,529,456.21

电商渠道费中主要费用为业务宣传、推广费—其他推广费、平台销售服务费—销售佣金服务费、业务宣传、推广费—直通车服务费、业务宣传、推广费—淘宝客服务费、业务宣传、推广费—京挑客服务费。

2022年度电商渠道费用较2021年度下降13.98%，主要系淘宝客服务费下降所致，淘宝客服务费为公司天猫旗舰店和天猫超市为聘请知名网红主播推广公司产品而支付的服务费。2021年淘宝客服务费金额较大，一是天猫旗舰店聘请头

部网红主播推广公司产品，产生大额推广费用；二是公司自 2021 年开始与天猫超市开展合作，为给公司产品赋能，提升公司产品在天猫超市的影响力，从而产生较多的主播推广费，2022 年公司产品影响力在天猫超市趋于稳定，从而缩减了主播推广的费用。

②电商渠道费与营业收入的匹配性

单位：万元

项目	2023 年 1-8 月			2022 年度			2021 年度		
	收入金额	电商渠道费	占比	收入金额	电商渠道费	占比	收入金额	电商渠道费	占比
线上直销	12,106.97	1,469.48	12.14%	13,150.23	1,421.81	10.81%	12,647.44	1,731.66	13.69%
线上代销	6,000.37	463.10	7.72%	5,588.04	602.21	10.78%	4,856.03	621.29	12.79%
合计	18,107.34	1,932.58	10.67%	18,738.27	2,024.02	10.80%	17,503.47	2,352.95	13.44%

电商渠道费主要集中于公司，以下为公司主要线上平台渠道费与收入匹配情况。

A. 百菲酪旗舰店-天猫

单位：元

百菲乳业（公司）				
店铺	服务项目	2023 年 1-8 月	2022 年度	2021 年度
天猫旗舰店	销售佣金服务费	2,011,706.13	2,188,934.05	1,972,687.38
	直通车服务费	1,276,600.24	2,127,542.92	1,681,000.00
	淘宝客服务费	905,741.60	1,745,266.52	5,944,806.34
	其他推广费	755,539.36	583,971.05	337,738.74
	平台积分费	188,758.25	331,983.07	404,205.04
	平台保证金	30,296.00	127,325.56	13,113.00
	平台使用费	9,752.52	25,226.39	338,820.71
	保险费—运费险	10,950.44	12,932.82	36,923.56
	其他平台费			336,141.23
	其他费用			19,648.92

百菲乳业（公司）				
	合计	5,189,344.54	7,143,182.38	11,085,084.92
	收入金额	41,179,666.34	62,617,428.62	81,269,714.59
	占比（%）	12.60	11.41	13.64

(续)

主要服务项目	账单对应费用明细
销售佣金服务费	天猫软件费
	淘宝吃货软件费、猫软件费
	支付宝服务费、花呗支付服务费
	万相台代扣款
	天猫佣金
淘宝客服务费	淘宝客佣金
直通车服务费	直通车推广、明星店铺、超级推荐代扣款
其他推广费	品牌新享-首单拉新计划
	商家权益红包

2023年1-8月、2022年度和2021年度，天猫旗舰店电商渠道费用分别为5,189,344.54元、7,143,182.38元和11,085,084.92元，天猫旗舰店收入分别为41,179,666.34元、62,617,428.62元和81,269,714.59元，电商渠道费占收入比例分别为12.60%、11.41%和13.64%。

2022年度电商渠道费占收入比例较2021年度下降2.23个百分点，主要系2021年天猫旗舰店聘请头部网红主播推广公司产品，产生大额淘宝客服务费所致；2023年1-8月电商渠道费占收入比例较2022年度小幅上涨1.19%，主要系2023年1-8月销售佣金服务费中万相台充值扣款较上年同期增加所致。

综上，天猫旗舰店渠道费用整体与其产生的销售收入相匹配。

B. 百菲酪官方旗舰店-京东旗舰店

单位：元

百菲乳业（公司）				
店铺	服务项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
京东旗舰店	平台使用费	681,103.05	1,159,254.97	1,074,419.76

	京挑客服务费	898,784.58	653,084.14	949,101.13
	其他推广费	631,940.52	760,662.14	728,538.50
	其他费用	19,420.15	205,321.46	146,183.11
	平台保证金	3,459.54	3,836.89	142,080.83
	平台积分费	948.22	14,474.75	105,267.41
	销售佣金服务费	834.48		54,897.42
	运费险	39,831.62	28,559.52	15,200.40
	直通车服务费	74,650.41		
	合计	2,350,972.57	2,825,193.87	3,215,688.56
	收入	20,481,709.27	25,997,131.82	27,729,691.22
	占比 (%)	11.48	10.87	11.60

(续)

主要服务项目	账单对应费用明细
平台使用费	平台佣金
其他推广费	消费订单促销费
京挑客服务费	京挑客扣款

2023年1-8月、2022年度和2021年度，京东旗舰店电商渠道费用分别为2,350,972.57元、2,825,193.87元和3,215,688.56元，京东旗舰店收入分别为20,473,163.10元、25,997,131.82元和27,729,691.22元，电商渠道费占收入比例分别为11.48%、10.87%和11.60%，京东旗舰店渠道费用整体与其产生的销售收入相匹配。

C. 抖音小店

单位：元

百菲乳业（公司）				
店铺	服务项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
抖音小店	其他推广费	2,697,087.78	307,366.32	52,016.77
	销售佣金服务费	2,180,597.72	1,314,170.80	852,998.25
	平台使用费	630,213.25	320,208.53	106,140.03
	运费险	162,337.63	30,634.56	8,469.48
	平台积分费		46,976.98	13,010.18

	其他平台费			546.35
	其他费用			112.50
	合计	5,670,236.38	2,019,357.19	1,033,293.56
	收入	31,984,635.41	14,939,353.56	4,883,075.76
	占比 (%)	17.73	13.52	21.16

(续)

主要服务项目	账单对应费用明细
其他推广费	招商服务费、平台广告服务
销售佣金服务费	主播推广佣金
平台使用费	平台服务费

2023年1-8月、2022年度和2021年度，抖音小店电商渠道费用分别为5,670,236.38元、2,019,357.19元和1,033,293.56元，抖音小店收入分别为31,984,635.41元、14,939,353.56元和4,883,075.76元，电商渠道费占收入比例分别为17.73%、13.52%和21.16%。

2022年度电商渠道费占收入比例较2021年度大幅下降7.64个百分点，主要系公司自2021年开始与抖音开展合作，为给公司产品赋能，提升公司产品在抖音的影响力，从而产生较多的销售佣金服务费-主播推广费，随着规模效应及渠道费用转化率逐步提高，公司逐步积累了较好的客户基础与品牌影响力，从而缩减了主播推广费；2023年1-8月电商渠道费占收入比例较2022年度上涨4.21%，主要系2023年1-8月其他推广费大幅增加2,310,000.00元，该费用主要系公司为进一步提高产品在抖音平台的影响力，加大宣传推广力度所产生的数据广告服务。

综上，抖音小店渠道费用与其产生的销售收入占比存在一定波动，具有合理性。

D. 天猫超市

单位：元

百菲乳业（公司）				
店铺	服务项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度

天猫超市	淘宝客户服务费	296,790.88	194,893.59	1,212,006.81
	其他推广费	891,907.84	332,739.55	1,904,719.29
	其他费用	4,779.18	3,132.27	16,444.90
	合计	1,193,477.90	530,765.41	3,133,171.00
	收入金额	28,147,283.42	21,359,532.82	31,312,468.66
	占比 (%)	4.24	2.48	10.01

2023年1-8月、2022年度和2021年度，天猫超市电商渠道费用分别为1,193,477.90元、530,765.41元和3,133,171.00元，天猫超市收入分别为28,147,283.42元、21,359,532.82元和31,312,468.66元，电商渠道费占收入比例分别为4.24%、2.48%和10.01%。

2022年度电商渠道费占收入比例较2021年度大幅下降7.52个百分点，主要系公司自2021年开始与天猫超市开展合作，为给公司产品赋能，提升公司产品在天猫超市的影响力，从而产生较多的淘宝客户服务费-主播推广费以及其他推广费-渠道推广费，随着规模效应及渠道费用转化率逐步提高，公司逐步积累了较好的客户基础与品牌影响力，从而缩减了淘宝客户服务费以及其他推广费用；2023年1-8月电商渠道费占收入比例较2022年度上涨1.76%，主要系2023年1-8月其他推广费中新增超市福袋推广项目加之“618”活动的推广费用，从而导致2023年1-8月其他推广费增加。

综上，天猫超市渠道费用与其产生的销售收入占比存在一定波动，具有合理性。

E. 京东自营

单位：元

百菲乳业（公司）				
店铺	服务项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
京东自营	其他推广费	3,437,546.22	5,491,370.75	3,069,708.34
	其他费用			10,000.00
	合计	3,437,546.22	5,491,370.75	3,079,708.34
	收入	31,856,401.15	34,520,871.19	17,247,813.03

	占比	10.79	15.91	17.86
--	----	-------	-------	-------

京东自营渠道推广费主要为推广费，该费用主要系与京东自营约定的利润保证条款产生的推广费，利润保证条款如下：“

乙方（百菲乳业）应保证甲方（京东自营）产品的账面毛利率，凡低于该账面毛利的，乙方同意甲方在当月或次月货款中以账扣方式扣收。

公式如下：账面补偿金额=甲方当期实际销售金额*协议约定账面毛利率-实际账面毛利额。”

京东自营在销售产品的过程中，为推广公司产品将对产品进行降价销售，与本应获取的利润产生一定差异，该部分费用由公司承担，作为推广费用处理。

综上，京东自营渠道费用与其收入不存在严格的配比关系。

报告期内，公司电商渠道费（除京东自营电商渠道费外）整体与线上平台收入相匹配，公司与电商平台签订的服务协议中约定了具体的服务项目，每月各个电商平台会根据公司在平台中发生的相关业务以及交易金额出具费用账单，公司根据月结费用账单核算各项费用。

③报告期内公司运费规模与营业收入的匹配性

单位：万元

项目	2023年1-8月			2022年度			2021年度		
	收入金额	运费	占比	收入金额	运费	占比	收入金额	运费	占比
线上直销	12,106.97	1,435.72	11.86%	13,150.23	1,579.32	12.01%	12,647.44	1,301.12	10.29%
线上代销	6,000.37	364.23	6.07%	5,588.04	357.00	6.39%	4,856.03	384.34	7.91%
合计	18,107.34	1,799.95	9.94%	18,738.27	1,936.32	10.33%	17,503.47	1,685.46	9.63%

报告期内公司运费与各模式收入比例相对稳定，具有匹配性。

④与同行业可比公司平台费用规模、会计处理方式对比情况

A. 电商渠道费

单位：万元

项目	2022 年度			2021 年度		
	收入金额	电商渠道费	占比	收入金额	电商渠道费	占比
认养一头牛	117,656.31	20,091.45	17.08%	195,128.02	33,874.80	17.36%
阿宽食品	21,024.64	4,591.39	21.84%	26,785.36	6,673.40	24.91%
三只松鼠	478,845.83	97,907.96	20.45%	647,906.39	132,571.78	20.46%
占比平均	205,842.26	40,863.60	19.79%	289,939.92	57,706.66	20.91%
公司	18,738.27	2,024.02	10.80%	17,503.47	2,352.95	13.44%

注：认养一头牛 2022 年度数据为 2022 年 1-6 月数据，下同

报告期内，公司电商渠道费占线上收入的比例较同行业可比公司平均值较低，主要系公司主要销售模式与可比公司存在差异。

认养一头牛、三只松鼠销售模式以线上渠道为主，2022 年度和 2021 年度认养一头牛、三只松鼠线上收入占比分别为 77.20%、65.66%和 77.66%、66.31%，远高于公司，认养一头牛、三只松鼠推广重心集中于线上，其线上推广费用较高；2022 年度和 2021 年度阿宽食品线上收入占比分别 17.80%和 22.81%，略低于公司，但电商渠道费占线上收入比例远高于公司，主要系阿宽食品为推进“阿宽”“白家陈记”的品牌建设，在市场上树立了良好的口碑，加大对第三方电商平台自营店铺的投入力度。加之方便食品企业不断拓展并加快电商渠道布局，持续加大对电商渠道的投入力度，导致方便食品在电商渠道的竞争日益激烈，阿宽食品相关服务费用的不断增长。

同行业可比公司电商渠道费均计入销售费用，与公司处理方式相同，符合行业惯例。

B. 运费

同行业可比公司认养一头牛、阿宽食品、三只松鼠未披露具体的线上渠道运输费用。

会计处理方式：

《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南（2018）规定：“在企业向客户销售商品的同时，约定企业需要将商品运送至客户指定的地点的情况下，企业

需要根据相关商品的控制权转移时点判断该运输活动是否构成单项履约义务。通常情况下，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本；相反，控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务。”

公司将与合同履行相关的运费计入营业成本，与履约合同无关的运费计入销售费用，符合行业惯例。

（四）关于非法人客户/供应商。请公司补充说明：①按照自然人、个体工商户等非法人类型分别列示公司的非法人供应商/客户（区分经销客户与直销客户）数量及占比、采购/销售内容、金额及占比，向非法人供应商采购/非法人客户销售的原因及合理性，是否符合行业惯例，非法人供应商/客户占比是否与可比公司存在较大差异，个人供应商/客户未成立公司的原因，减少个人交易的规范措施，是否已得到有效执行，说明依据。②主要非法人供应商/客户的从业经历、经营范围、经营场所等，与公司合作历史，相关供应商主营业务是否与公司相同或相似，与非法人供应商/客户的合同签订、款项结算方式等；并说明发票开具及取得、款项结算方式、应收账款回款情况。③公司与非法人供应商/客户交易的持续性，是否对其存在重大依赖；报告期内公司与个人客户及供应商的资金流水与相关业务发生是否一致，是否存在资金体外循环或虚构业务情形。④公司是否按照《企业内部控制应用指引》等相关内控制度要求健全完善内部控制制度，相关内控制度设计是否合理、执行是否有效，提供相应依据。

1、按照自然人、个体工商户等非法人类型分别列示公司的非法人供应商/客户（区分经销客户与直销客户）数量及占比、采购/销售内容、金额及占比，向非法人供应商采购/非法人客户销售的原因及合理性，是否符合行业惯例，非法人供应商/客户占比是否与可比公司存在较大差异，个人供应商/客户未成立公司的原因，减少个人交易的规范措施，是否已得到有效执行，说明依据。

（1）报告期内，非法人客户情况

报告期内，非法人客户分为经销客户和线下直销客户。报告期内收入占比如

下：

单位：元

客户性质	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
经销非法人客户	13,058,630.93	1.97	18,212,601.63	2.33	47,820,685.48	6.69
直销非法人	1,285,334.20	0.19	1,755,458.77	0.22	1,296,117.29	0.18
总收入	661,889,571.65	-	780,804,207.89	-	714,474,591.64	-

线下直销非法人客户均为自然人，主要系公司及浙江百菲周边零星购买客户，报告期内，收入占比极低。以下主要分析经销模式下非法人客户情况。

①按照经销客户性质，报告期各期公司经销客户的数量情况具体如下：

单位：个

客户性质	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	数量	占比(%)	数量	占比(%)	数量	占比(%)
自然人	39	6.79	57	8.60	158	26.37
个体工商户	24	4.17	23	3.47	14	2.34
非法人客户小计	63	10.96	80	12.07	172	28.71
法人客户	512	89.04	583	87.93	427	71.29
客户合计	575	100.00	663	100.00	599	100.00

报告期各期，公司经销客户中非法人客户的数量分别为172个、80个及63个，占整体经销客户数量的比例分别为28.71%、12.07%及10.96%，非法人客户主要为自然人。2022年度公司非法人客户数量较2021年度下降较多，主要系为规范运营，公司督促自然人经销商成立法人主体，报告期内逐步转化自然人经销商所致。

②按照经销客户性质，报告期各期公司经销客户的收入情况

报告期内，公司向经销商销售的主要为公司的乳制品，包括灭菌乳、调制乳、含乳饮料、发酵乳、巴氏杀菌乳。

单位：元

客户性质	2023年1-8月	2022年度	2021年度
------	-----------	--------	--------

	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
自然人	3,901,596.74	0.82	7,361,997.78	1.25	27,563,760.10	5.14
个体工商户	9,157,034.19	1.93	10,850,603.85	1.86	20,256,925.38	3.77
非法人客户小计	13,058,630.93	2.75	18,212,601.63	3.11	47,820,685.48	8.91
法人客户	462,326,537.79	97.25	566,581,493.94	96.89	489,179,644.10	91.09
客户合计	475,385,168.72	100.00	584,794,095.57	100.00	537,000,329.58	100.00

报告期各期，公司经销客户中非法人客户的销售金额分别为 47,820,685.48 元、18,212,601.63 元及 13,058,630.93 元，占整体经销收入的比例分别为 8.91%、3.11%及 2.75%。

非法人客户销售额中，2021 年度自然人客户销售收入占比较高，2023 年 1-8 月和 2022 年度主要为个体工商户的销售收入。

2022 年度，公司非法人客户的销售金额相较 2021 年度下降较多，主要系公司规范运营，督促自然人经销商成立法人主体，报告期内逐步转化自然人经销商所致。

③公司向非法人客户销售的原因及合理性，是否符合行业惯例，非法人客户占比是否与可比公司存在较大差异，个人客户未成立公司的原因

乳制品行业具有消费群体数量众多且区域分布范围广的特点，公司通过经销商销售至终端客户，能够覆盖更广泛的客户群体，使营销网络深入全国各县级市场以及乡镇市场，降低公司的销售成本。由于部分经销商位于地、州、县、乡等，规模较小，主要以个人或家庭式模式经营，未成立公司，因此公司经销商中存在以个体工商户、个人等非法人实体形式跟公司开展经销合作的情形。公司与非法人客户进行商业合作具有必要性，符合行业惯例。

同行业可比公司南方乳业非法人经销商数量与收入占比与公司对比如下：

非法人经销商数量占比			
公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
南方乳业	48.68%	51.27%	53.69%
公司	10.96%	12.07%	28.71%

非法人经销商收入占比

公司名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度
南方乳业	30.98%	33.64%	31.61%
公司	2.75%	3.11%	8.91%

注：因无法查询同行业公司2023年1-8月相关数据，采用2023年1-6月数据进行对比，公司数据为2023年1-8月数据。

公司非法人客户占比与可比公司相比占比较低，主要系公司进行规范运营，督促自然人经销商成立法人主体，报告期内逐步转化自然人经销商所致。

④减少个人客户交易的规范措施，是否已得到有效执行

A. 规范经销商管理制度，提高新合作经销商的甄选标准：“a. 经销商是否具有法人资格、是否具备较强的资金实力、良好的财务状况；b. 经销商是否具备2年以上的乳制品/食品类销售经验，在当地同行业中具有一定的知名度及影响力，有稳定的销售渠道；c. 经销商需要有良好的商业信用、愿意承担一定的销售任务、需具有一定面积的仓储场所，能满足公司系列产品的仓储要求。”

B. 提高经销商返利标准，单独个体户不得参与年度返利计算。

通过以上措施，公司非法人客户数量已大幅减少，规范措施得到有效的执行。

(2) 报告期内，非法人供应商情况

①按照供应商性质，报告期各期公司供应商的数量情况具体如下：

单位：个

供应商性质	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	数量	占比(%)	数量	占比(%)	数量	占比(%)
自然人	4	2.99	3	2.20	219	62.40
个体工商户	7	5.22	5	3.68	5	1.42
非法人供应商小计	11	8.21	8	5.88	224	63.82
法人供应商	123	91.79	128	94.12	127	36.18
供应商合计	134	100.00	136	100.00	351	100.00

报告期各期，公司供应商中非法人供应商的数量分别为224个、8个及11个，占整体供应商数量的比例分别为63.82%、5.88%及8.21%。

2022 年度公司非法人供应商数量相较 2021 年度下降较多，主要系为自然人供应商数量大幅下降所致。公司向自然人采购的原料主要为生鲜乳，生鲜乳终端养殖群体主要是农户。经灵山县政府组织与引导，该部分农户于 2021 年 1-3 月逐步加入养殖合作社，从而导致自然人供应商大幅下降。

②按照供应商性质，报告期各期公司采购情况

单位：元

供应商性质	2023 年 1-8 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
自然人	2,840,022.96	0.81	16,197,493.70	3.14	12,216,562.15	2.66
个体工商户	14,999.95	0.00	61,371.25	0.01	56,504.89	0.01
非法人供应商小计	2,855,022.91	0.81	16,258,864.95	3.15	12,273,067.04	2.67
法人供应商	348,424,741.54	99.19	499,415,042.21	96.85	446,713,943.00	97.33
供应商合计	351,279,764.45	100.00	515,673,907.16	100.00	458,987,010.04	100.00

报告期各期，公司供应商中非法人供应商的采购金额分别为 12,273,067.04 元、16,258,864.95 元及 2,855,022.91 元，占整体采购金额的比例分别为 2.67%、3.15%及 0.81%，其中 2021 年度和 2022 年度公司向自然人供应商采购金额占比较高。

2022 年度自然人供应商数量大幅减少，但采购金额并未减少，主要系 2022 年公司向胡鑫、廖水琼、陈通波采购生鲜乳金额较大所致。公司于 2021 年开始与胡鑫合作，合作期间采购量逐步增加。2023 年胡鑫成立灵山县正浩奶牛养殖专业合作社，公司从灵山县正浩奶牛养殖专业合作社采购生鲜乳，对胡鑫直接采购生鲜乳数量大幅下降，导致 2023 年 1-8 月自然人采购金额大幅下降。

以下为非法人供应商具体采购内容情况

单位：元

项目	2023 年 1-8 月	2022 年度	2021 年度
自然人	2,840,022.96	16,197,493.70	12,216,562.15
生鲜乳	2,771,150.40	16,197,493.70	12,216,562.15
饲料	68,872.56		

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
个体工商户	14,999.95	61,371.25	56,504.89
办公、劳保、五金等零星采购	14,999.95	61,371.25	56,504.89
总计	2,855,022.91	16,258,864.95	12,273,067.04

③公司向非法人供应商采购的原因及合理性，是否符合行业惯例，非法人供应商占比是否与可比公司存在较大差异，个人供应商未成立公司的原因

报告期内公司向非法人供应商主要采购生鲜乳，公司采购的生鲜乳供应终端主要是农户。在2021年初农户加入合作社之前，公司存在直接向农户采购生鲜乳的情况，经灵山县政府组织与引导，该部分农户于2021年1-3月陆续加入合作社。此外，公司因办公、运维等存在极少量的零星采购，存在向个体工商户供应商采购的情形。

综上，公司与非法人供应商进行商业合作具有必要性，符合行业惯例。

同行业可比公司南方乳业、认养一头牛未披露非法人供应商数量和采购金额的具体情况。

④减少个人供应商交易的规范措施，是否已得到有效执行

经灵山县政府组织与引导，大部分农户自2021年初陆续加入养殖合作社。

2022年度公司生鲜乳自然人供应商主要为胡鑫、廖水琼、陈通波。胡鑫于2023年成立灵山县正浩奶牛养殖专业合作社；廖水琼养殖场位于湛江市，与公司合作之初少量以个人方式结算，经公司规范指导后，以湛江市粤满香农牧有限公司名义向公司提供生鲜乳；陈通波养殖场位于浙江省温州市，浙江温州市的奶水牛养殖尚未实现规模化运营，故报告期内浙江百菲水牛乳的采购仍以个人为主。

综上，公司减少个人供应商交易的规范措施，已得到有效执行。

2、主要非法人供应商/客户的从业经历、经营范围、经营场所等，与公司合作历史，相关供应商主营业务是否与公司相同或相似，与非法人供应商/客户的合同签订、款项结算方式等；并说明发票开具及取得、款项结算方式、应收账款回款情况。

(1) 主要非法人客户情况

①主要非法人客户的从业经历、经营范围、经营场所等，与公司合作历史

单位：万元

客户名称	2023年1-8月营业收入	2022年营业收入	2021年营业收入	法人/个人	成立日期	经营者	从业经历	经营范围	经营场所	合作历史
金华市金东区君迎食品商行	-	311.54	732.88	个体工商户	2019/10/29	朱君营	一直经营乳制品、休食、饮料、礼盒等产品，逐步发展为金华地区头部经销商，资金、团队、物流、网点等相对成熟。	食品经营；日用杂品、水产品（除国家重点保护水生野生动物及水产种苗）、水果、蔬菜、初级食用农产品销售及网上销售。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网。）（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）	浙江省金华市金东区东孝街道华东（金华）农产品物流中心C区东一街、东二街二楼II区块	2021年1月至2022年6月
南城县宁静食品商行	-	75.40	291.62	个体工商户	2018/1/5	蓝荣玉	于2018年开始经营、销售伊利等快消产品。	食品销售（仅销售预包装食品），保健食品（预包装）销售，婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售，日用品销售（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）	抚州市南城县万坊镇搓挪新村	2021年2月至2022年4月
柳州市柳南区庆祥水果店经营部	-	43.16	239.37	个体工商户	2013/7/18	钱庆	2002年开始经营水果生意，销售批发水果等食品，具有较强的资金实	批发零售水果（凡法律法规规定需经审批的经营项目，需办理审批后方可经营）	柳州市瑞龙路99号广西新柳邕农产品批发市场	2020年4月至2022年6月

							力。	(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。)	场 51 栋 1-1 号 (B3001)	
贵港市港北区小冠食品经营部	33.56	116.65	193.99	个体工商户	2017/5/5	吕雾	于 2017 年开始经营元祖食品和美丽鲜果连锁门店生意,由 1 家发展到 4 家。经营蛋糕,糕点礼盒,生鲜水果、奶制品批发零售业务。	食品、花卉、农副产品、日用百货、工艺品、家禽、家畜批发零售;会场布置;庆典活动策划;广告制作。(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。)	贵港市港北区中山北路 330 号 (盛世名都·南) 18 幢 18-5 号	2020 年 2 月至今
东莞市万江翔盛食品商行	93.18	223.98	159.71	个体工商户	2016/5/17	张燕	从事食品工作多年,目前夫妻开小规模公司做一些饮品和休闲食品。	批发、零售:预包装食品、散装食品、日用品。	东莞市万江街道新城社区加州花园松柏阁 5 座小 F 铺	2021 年 2 月至今
长兴梦琪食品批发部	37.08	109.43	91.18	个体工商户	2018/1/11	于雪萍	自 2018 年开始经营食品销售,主要经营乳制品、休食、礼盒等,特通渠道经营较为优秀。	食品批发。(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)	浙江省湖州市长兴县小浦镇中山村南庄自然村 34-1 号	2019 年 4 月至 2023 年 4 月
海南省东方市(张海云)	43.75	62.17	18.79	自然人	-	张海云	自 2018 年开始经商,从事水果批发零售,目前经营水果配送,乳制品配送业务。	批发、零售:预包装食品、乳制品,生鲜水果。		2020 年 4 月至今
义乌市哲达食品商行	428.06	29.59	-	个体工商户	2014/11/4	洪秋霞	2014 年进入快消品行业,前期主要做线下精耕。目前经营休闲食品	食品经营(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	浙江省金华市义乌市义乌副食品市场二楼十一街	2022 年 10 月至今

							食、乳品、饮料等业务，覆盖义乌地区全渠道，资源、资金实力雄厚。		1540B号	
嵊州市北岸食品贸易商行	56.66	2.11	-	个体工商户	2022/9/22	王科妹	前期生意主要在金华地区，于2022年进入嵊州区域，主要经营休食、饮料、乳制品业务，水果渠道、休食行业网点布局成功，资源、资金实力雄厚。	许可项目：食品销售（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：日用百货销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	浙江省绍兴市嵊州市鹿山街道欣农路1999号嵊州市浙东农副产品物流中心水果区S10/261-267号	2022年11月至今
长兴梦果食品批发部	53.04	-	-	个体工商户	2021/10/26	仇丽	2020年进入快消品行业，主要经营乳制品及礼品礼盒销售，所辖区域覆盖各渠道销售网点，有较好的客户资源。	许可项目：食品销售（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：婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	浙江省湖州市长兴县小浦镇中山村南庄自然村34号（自主申报）	2023年4月至今

由上表显示，主要非法人客户中金华市金东区君迎食品商行、南城县宁静食品商行、柳州市柳南区庆祥水果店经营部三家客户2023年与公司未进行交易，主要原因为：金华市金东区君迎食品商行由个体工商户转为金华众君望商贸有限公司与公司进行合作；南城县宁静食品商行主要系自身经营不善，资金出现问题，从而公司与其终止合作；柳州市柳南区庆祥水果店经营部由个体工商户转为广西

环果农副产品有限公司与公司进行合作。

②公司与主要非法人客户的合同签订、款项结算方式等；并说明发票开具、款项结算方式、应收账款回款情况

公司与非法人客户均签订了合同，签订周期为一年，款项结算方式为先款后货。报告期内，公司对非法人客户的销售均开具了发票。

各报告期期末，公司主要非法人客户均不存在应收账款，销售款项均于报告期内收回。

(2) 主要非法人供应商情况

①主要非法人供应商的从业经历、经营范围、经营场所等，与公司合作历史

单位：万元

供应商名称	2023年1-8月采购金额	2022年采购金额	2021年采购金额	法人/个人	经营者	从业经历	经营范围	经营场所	合作历史
胡鑫	245.83	1,460.80	97.87	自然人	胡鑫	一直从事养殖业务	水牛养殖、鲜乳销售	广西灵山县三隆镇	2021年至2023年，2023年开始通过灵山县正浩奶牛养殖专业合作社合作至今

供应商名称	2023年1-8月采购金额	2022年采购金额	2021年采购金额	法人/个人	经营者	从业经历	经营范围	经营场所	合作历史
陈通波	31.29	125.85	-	自然人	陈通波	一直从事牲畜养殖业务	牲畜饲养、生鲜乳销售	浙江瑞安市陶山镇七甲村	2021年6月至2023年4月
丁大宁	-	-	20.65	自然人	丁大宁	一直从事养殖、种植业务	水牛养殖、鲜乳销售	广西灵山县文利镇甲叉村委会下垌村23号	2017年至2021年，后续采购转至合作社
袁成宇	-	-	16.19	自然人	袁成宇	一直从事养殖、种植业务	水牛养殖、鲜乳销售	广西灵山县文利镇南城村委会黄鸦冲村2号	2016年至2021年，后续采购转至合作社
苏冬霞	-	-	13.85	自然人	苏冬霞	一直从事养殖、种植业务	水牛养殖、鲜乳销售	广西灵山县文利镇南城村委会水圳村28号1室	2015年至2021年，后续采购转至合作社
苏伊宁	-	-	13.84	自然人	苏伊宁	一直从事养殖、种植业务	水牛养殖、鲜乳销售	广西灵山县文利镇甲叉村委会上高江村7号	2019年至2021年，后续采购转至合作社
廖水琼	-	33.10	-	自然人	廖水琼	一直从事养殖业务	水牛养殖、鲜乳销售	广东湛江市遂溪县洋青镇百桔仔村	2022年开始与公司合作，后续通过湛江市粤满香农牧

供应商名称	2023年1-8月采购金额	2022年采购金额	2021年采购金额	法人/个人	经营者	从业经历	经营范围	经营场所	合作历史
									有限公司与公司合作

2023年和2022年主要非法人供应商数量较2021年度减少，主要系经灵山县政府组织与引导，大部分农户自2021年初逐步加入养殖合作社，导致自然人供应商大幅下降。

主要非法人供应商的经营业务主要系奶牛养殖、生鲜乳销售，2023年以前公司不存在奶牛养殖、生鲜乳销售业务，主要非法人供应商的经营业务与公司不相似；2023年子公司百菲养殖、百菲七甲养殖开始自主养殖奶牛，但所产生生鲜乳均为公司自用，不存在对外销售的情形。

②公司与主要非法人供应商的合同签订、款项结算方式等；并说明发票的取得、款项结算方式情况

公司与主要非法人供应商均签订了合同，签订周期为一年。

款项结算方式：根据合同约定，每月双方共同核对生鲜乳收购数量，按各等级标准统计，经确认公布后，由公司在每月 25 日前以转账方式付清非法人供应商上月奶款。在实际操作中，公司会根据生鲜乳供应商采购饲料、奶牛的资金需求预付部分生鲜乳采购款。

报告期内，公司获取了大部分非法人供应商开具的发票，少量生鲜乳非法人供应商未开具发票。

3、公司与非法人供应商/客户交易的持续性，是否对其存在重大依赖；报告期内公司与个人客户及供应商的资金流水与相关业务发生是否一致，是否存在资金体外循环或虚构业务情形。

(1) 公司与非法人客户交易的持续性，是否对其存在重大依赖

单位：元

客户性质	2023 年 1-8 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
自然人	3,901,596.74	0.82	7,361,997.78	1.25	27,563,760.10	5.14
个体工商户	9,157,034.19	1.93	10,850,603.85	1.86	20,256,925.38	3.77
非法人客户小计	13,058,630.93	2.75	18,212,601.63	3.11	47,820,685.48	8.91
法人客户	462,326,537.79	97.25	566,581,493.94	96.89	489,179,644.10	91.09
客户合计	475,385,168.72	100.00	584,794,095.57	100.00	537,000,329.58	100.00

报告期内，公司通过规范措施，非法人客户数量及交易占比已大幅降低，公司销售不会对非法人客户存在重大依赖。但由于部分经销商位于地、州、县、乡等，规模较小，主要以个人或家庭式模式经营，因此经销商客户中会少量存在以个体工商户、个人等非法人实体形式与公司开展合作的情形。

(2) 公司与非法人供应商交易的持续性，是否对其存在重大依赖

报告期各期公司经销商的采购情况具体如下：

单位：元

供应商性质	2023 年 1-8 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)

供应商性质	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
自然人	2,840,022.96	0.81	16,197,493.70	3.14	12,216,562.15	2.66
个体工商户	14,999.95	0.00	61,371.25	0.01	56,504.89	0.01
非法人供应商小计	2,855,022.91	0.81	16,258,864.95	3.15	12,273,067.04	2.67
法人供应商	348,424,741.54	99.19	499,415,042.21	96.85	446,713,943.00	97.33
供应商合计	351,279,764.45	100.00	515,673,907.16	100.00	458,987,010.04	100.00

截至报告期末，除浙江百菲生鲜乳供应商陈通波外，其他非法人生鲜乳供应商均已转至法人形式与公司进行合作，非法人供应商的数量及占比会持续降低，公司未来经营不会对非法人供应商存在重大依赖。

公司因办公、运维等存在极少量的零星采购，因而公司向个体工商户采购的情形将会持续，但采购金额占比极低。

(3) 报告期内公司与个人客户及供应商的资金流水与相关业务发生是否一致，是否存在资金体外循环或虚构业务情形

①公司与非法人客户的资金流水与相关业务匹配性

单位：元

项目	收入金额	回款金额	回款金额占收入比例
2023年1-8月	13,058,630.93	14,096,153.90	108%
2022年度	18,212,601.63	20,254,006.13	111%
2021年度	47,820,685.48	53,512,029.96	112%

报告期内，公司非法人客户回款金额占收入比例分别为112%、111%和108%。公司非法人客户收入金额为不含税金额，公司销售产品的增值税税率为9%、13%，因而公司整体回款金额与相关业务具有匹配性。

综上，公司与非法人客户之间的交易具有真实性，不存在资金体外循环或虚构业务情形。

②公司与非法人供应商的资金流水与相关业务匹配性

单位：元

项目	采购金额	支付金额	支付金额占采购比例
2023年1-8月	2,855,022.91	5,040,678.60	177%
2022年度	16,258,864.95	14,756,504.20	91%
2021年度	12,273,067.04	55,977.49	0.46%

报告期内，公司非法人供应商款项支付金额占采购比例分别为 177%、91%和 0.46%。

2021 年度公司采购金额与当期款项支付不配比，主要系 2021 年以前大部分生鲜乳采购由公司直接从农户中采购，采购过程中会提前支付农户生鲜乳款项。2021 年由农户采购入库的生鲜乳，款项已在 2020 年支付，金额为 12,216,562.15 元。

2022 年度非法人供应商款项支付金额占采购比例较 2023 年 1-8 月较低，主要系公司向胡鑫采购生鲜乳款项 301.95 万元于 2023 年支付。

公司与非法人供应商的资金流水与相关业务之间的关系具有合理性。

综上，公司与非法人供应商之间的交易具有真实性，不存在资金体外循环或虚构业务情形。

4、公司是否按照《企业内部控制应用指引》等相关内控制度要求健全完善内部控制制度，相关内控制度设计是否合理、执行是否有效，提供相应依据。

(1) 公司销售业务相关的内部控制情况

公司非法人客户分为经销非法人客户和直销非法人客户，直销非法人客户主要系公司周边零星客户，收入占比极低，以下主要从公司对经销商的管理体系分析相关内控制度设计的合理性。

①经销商管理体系与日常管理情况

A. 选取标准

- a. 经销商是否具有法人资格、是否具备较强的资金实力、良好的财务状况；
- b. 经销商是否具备 2 年以上的乳制品/食品类销售经验，在当地同行业中具

有一定的知名度及影响力，有稳定的销售渠道；

c. 经销商需要有良好的商业信用、愿意承担一定的销售任务、需具有一定面积的仓储场所，能满足公司系列产品的仓储要求。

在此基础上，公司与经销商签订书面合同。经销商合同一年一签，主要条款包括经销商授权区域、合同期限、经销产品的品种及价格、货款支付方式、产品交付、窜货管理规定。

B. 日常管理

a. 经销商区域管理

公司营销中心把全国分成华北区、鲁豫区、苏皖区、浙沪区、湘鄂区、粤海区、闽赣区、贵广区、西南区等，根据该区域市场渠道结构、预估区域内需求量以及市场精耕程度确定该区域的经销商数量。有的区域仅有一个经销商，有的区域会有多个经销商。

对于同一区域存在多个经销商的情形，公司会与当地经销商在签署合同时明确约定各经销商的渠道以及经销产品明细，避免同一区域不同经销商之间产生利益冲突。比如同为一个城市的经销商甲和乙，甲从事的是终端渠道，也就是甲从公司进货后往下游商店、水果店等配送，经销协议会明确约定销售渠道，即终端渠道；经销商乙从事的是流通渠道，也就是从公司进货后向下游批发，则协议会明确约定销售渠道为流通渠道，甲和乙在各自的渠道内开展销售，如果超范围，人为窜货，公司有权取消经销权，并且收取的保证金不予退还。

b. 经销商销售任务及考评

公司与经销商签署经销协议时，通常约定每个月份的销售任务，若连续三个月完不成销售任务，公司有权在本区域或/及渠道开设新经销商。

公司要求营销中心定期对经销商进行现场考察，了解当地市场情况和经销商销量情况等。同时，公司会定期召开经销商大会，对该年度经销商销售情况进行总结并对下一年销售进行年度规划。公司制定年度销售计划并分配到各个大区，在确定下一年度的市场规划后，公司会集中对经销商进行年度考评，考评指标包

包括但不限于经销商合同及协议的执行情况、上年度任务完成情况、合作期间信誉、资金状况等维度，公司根据评估结果确认是否需要更换经销商，如确定继续合作，则与经销商续签年度经销合同。

c. 经销商库存管理

根据公司与主要经销商签署的合同，公司有权要求经销商在每个自然月的前2天内使用公司订货系统申报真实、准确的上月末库存情况，若不配合，公司有权停止发货，公司可掌握各经销商实际库存情况。

d. 经销商价格管理

公司在年度经销合同中明确规定经销商应按照合同的附件价格表中列示的经销价进行销售，不得低于经销价销售，否则保证金不予退还。

公司可根据市场变化或原材料采购价格波动对产品供应价格进行调整，经销商需严格控制价格体系，遵循公司提供市场指导价进行销售，确保分销网络不出现乱降价的现象。

e. 交易结算方式及信用政策

公司对经销商主要采用“先款后货”的结算模式，对长期合作且经营规模较大的经销商或特殊情况需要给予销售政策支持，公司根据其经营规模和保证金情况，必要时给予授信。

C. 定价机制

a. 产品定价

经销商进出货价格需按照公司制定的合同约定价格执行，若基于市场需求，公司调整产品价格，公司需提前一个月以正式行文通知经销商，否则经销商无权调整或变更。

b. 销售返利

公司向经销商提供销售返利，返利形式均为实物返利。公司的返利政策主要有两种类型：基于特定产品返利，针对特定产品按经销商的月度采购金额设置一

定比例的返利；基于销售指标返利，以经销商的季度、年度的销售金额作为指标，给予一定比例的返利。

c. 运输费用

2021年1月-2021年3月，公司与经销商签订的经销合同约定了公司协助将产品托运或直接由公司物流车配送到经销商经销区域内指定的一个交接点。公司协助经销商运输，物流运输费用由经销商承担，物流运输风险由经销商承担。

2021年4月份开始，出于加强对物流配送的管理，公司调整了运费承担方式，由公司承担运费，并负责委托物流公司将商品送达客商指定的地点，公司安排物流公司运输并承担运费，物流运输过程中的毁损风险由公司承担。

D. 物流及退换货机制

经销销售过程中，由经销商向公司提交订单，交货地点依据合同约定。根据合同约定，公司通过第三方物流将经销商订购产品运送至经销商指定地点。

经销商收货时，负责查验货物是否完好，发现存在数量、品种与发货清单不符的，应与公司业务核实，并在签收单上注明。若有破损，经销商应在货物到达时统计破损数量和提取证据，并通知公司业务人员与承运方共同确认。

通常情况下公司售出商品不予退还，除经销商有实际证据证明产品确因生产引起的质量问题公司负责退货外，产品验收后其他因经销商保存不当引起的质量问题不属于公司的退换货范围。

E. 与经销商收入确认相关的信息管理系统的设计与执行情况

公司建立了销售信息系统，公司为经销商在系统中开设账号，经销商需要根据实际需求预先支付货款（给与信用账期的经销商除外），然后通过订货商城下采购订单，经公司内勤审核后转至畅捷通 T+ 订货系统生成销售订单，销售部审核后生成销售发货单，由仓储部负责发货，物流公司运送目的地并由经销商验收。产品由经销商签收后，产品的控制权转移。

②相关内控制度设计的合理性及运行的有效性

公司制定了《经销商管理制度》，建立了一整套完善的经销商管理体系，从经销商选取、合同签订、货款结算、订单及收发货管理、退换货、产品价格体系、窜货管理、经销商考核、经销商日常管理等方面做出了系统规定，不断提升对经销商的服务与管理，促进公司销售业绩的目标实现。

综上，公司内控制度设计合理运行有效。

（2）公司采购业务相关的内部控制情况

报告期内，公司非法人供应商中主要为生鲜乳供应商。以下为公司对生鲜乳供应商的管理体系

①供应商管理体系与日常管理情况

对于主要外采奶源供应商，公司制定了《供应商批准和管理程序》、《原辅材料验收、运输贮存和发放管理制度》、《生鲜乳采购、验收、运输和贮存管理制度》和《关键控制点控制制度》等公司内部控制制度对供应商进行筛选、评估和管理，对原材料的质量进行控制。

A. 各部门职责

采购部：负责调查采购供方，对供应商进行最初的评审，审核采购计划，实施采购，对供应商评审资料的管理与保存。根据生产经营需求，下订单给供应商；并对供应商的订单交付率、交货期、交货产品合格率、合作关系进行跟踪和与供应商沟通，对供应商进行日常绩效表现评估，并督促辅导供应商进行相应的改进。

生产部门：制定原材料的采购计划，负责对物料使用情况进行监控，发现异常情况，及时向采购部反映，以便快速采取有效措施，解决问题。

品控部：跟进供应商产品质量表现；对需入库的食品原物料进行检验，和采购部一起对供应商进行年度现场考核；对供应商做好年度管理工作。

B. 合格供应商应具备条件

a. 供应商提供的产品要取得相应的生产许可证、营业执照；b. 供应商提供的产品质量稳定，有出厂检验报告，供货准时；c. 供应商提供的产品价格合理，售

后服务良好。

C. 新供应商准入流程

流程	说明
提交资料	<p>供应商提交资料： 资料包括但不限于以下几项：(*为必提供项目)</p> <p>(1) 工商营业执照副本*</p> <p>(2) 生产许可证副页、明细*</p> <p>(3) 产品合格证明、检验报告等质检资料*</p> <p>(4) 企业法人或委托授权人有效证件</p> <p>(5) 其他能证明贵单位供应实力的资信文件或管理体系清单</p>
资料审核	
现场考察	<p>现场考察：考察内容组成</p> <p>供应商基本资料</p> <p>现场考察评分表</p> <p>审核文件清单</p>
考察报告	<p>考察报告</p> <p>评判标准：考察报告评分</p> <p>75分(不含)以上---可试用供方。进入供方试用名单</p> <p>70分(含)-75分(含)--备选供方。暂不考虑合作，处于观察中</p> <p>如供方合作意向较强且自愿主动配合整改，供方提供行动改善计划后，由采购部决定3-6个月后是否再次考察。</p> <p>60分(不含)以下不合作供方。为不予考虑供应商</p>
供方试用名单	
样品验证	<p>样品验证：</p> <p>样品验证次数≤3次，且产品可被公司接受</p> <p>如第3次验证产品仍不达标，则退出供方试用名单，归入备选供方</p>
申请准入	<p>准入申请：</p> <p>验证报告OK后由采购部填写《新供应商准入审批表》</p>
合格供应商	<p>准入审批：</p> <p>《新供应商准入审批表》经采购部经理审核，总经理审批通过后方可进行业务合作</p>

D. 对供应商的日常管理

a. 采购部建立公司的《合格供应商名录》，其中应至少包含供应商名称、供应产品项、紧急联系人（2人）的详细信息（姓名、电话和电子邮件）。《合格供应商名录》一旦有新供应商获得批准而新增后，须及时更新（须保留更新日期）并由总经理签署批准。《合格供应商名录》须受控管理。

b. 采购部人员仅能向《合格供应商名录》中的供应商下订单，同时储运部人员仅接收、品管部人员仅检验《合格供应商名录》中的供应商供应的产品。如向非《合格供应商名录》中的供应商临时紧急下单采购，须由总经理书面授权并通知到各个相关部门。

c. 供应商交货时，货物须先储存于“原物料暂存区”（须与已经检验合格储存于库房的货物明显隔离区分）。如货物较多，可将运输车辆视为暂存区进行验收作业。仅当完成验收程序后原物料才可正式入库，和入库原物料转为“可发放使用”状态。

d. 采购部须跟进和记录每次供应商货物交付时间、交货率、交货产品合格率、交货人员的服务。对于交期、交货产品合格率达不到采购要求的，对供应商可采取拒收货物、投诉或者终止采购合同等措施。

e. 对于不符合上述情况的，采购部汇总信息（必要时拍数码照片、保留实物等）向供应商书面投诉，并要求供应商须在 3 个工作日内进行原因分析、制订改进计划并进行书面回复。品管部/采购部须对供应商的纠正措施进行跟踪验证，以确保相应的不符合项均得到纠正。如供应商无视客户公司利益，没有实际实施改进措施，不符合项重复发生，由采购部提请启动供应商资质取消程序。

f. 如无不可抗拒的原因，交货的时间提前或延迟 2 日以上、交货数量低于订货的 80%（不得大于 100%）时，采购部人员有权拒收货物。

g. 供应商交货时须随货提供该批产品合格的满足签署的质量标准/执行标准的检验报告（COA）。在应有而未提供时，品管部人员有权拒检整批货物。

E. 供应商日常供应业绩评估

采购部根据原始检验记录、收货记录、COA、投诉记录、供应商回复投诉记录、供应商作业业绩记录表等对供应商进行日常评估和年度评估并进行打分。对于年末绩效评估低于 60 分的供应商，丧失合格供应商资质。

F. 对供应商的年度管理

a. 每年 12 月前重新完成供应商合法性评估。采购部更新存档供应商的有效

的营业执照（应编制供应商营业执照有效期清单进行管理），适用时另应有税务登记证、生产许可证、检验检疫证。

b. 品控部存档供应商的质量标准/执行标准的签署页（须供应商加盖公章签署）。当供应商的所有权变更时或执行标准有调整时，须及时更新；无更新时签署页至少每 3 年更新一次。

c. 品控部存档供应商供应产品的年度型检报告，型检报告年度内有效。检测项目和限值满足供应商产品执行标准、合同签署的质量标准、国家相关标准规定。

d. 进口产品需要提供 COA 和入境检验检疫证明。

e. 品控部归档供应商供应原物料产品的最新质量标准/质量要求，并且至少每 3 年更新一次。质量标准须对重要指标有明确规定。质量标准可以公司建立（须供应商加盖公章签署）；在公司尚未建立时如供应商建立的标准符合采购预期的质量标准要求，也可以由公司进行签章认可。

f. 品控部、采购部必要时对供应商进行年度现场审核（也可委托第三方进行）。若供应商接受了 GFSI 审核，则供应商可以不必对其再进行现场审核，保存上游供应商在有效期内的 GFSI 认证证书（不一定是完整的 GFSI 审核报告），对于当年开发的批准的高风险等级合格供应商，不需要进行年度工厂审核。

g. 对于高风险或中风险等级供应商如奶源（养殖基地、收奶站），品控部、畜牧部每个月至少组织一次对奶源进行监督检查，检查的内容包括但不限于以下内容：消毒措施、兽药管理、饲料管理、挤奶、储奶厅的卫生及设备设施的运行情况环境卫生等。

G. 对于丧失合格供应商资格的供应商，采购总需立即提交申请由总经理审批。并同步更新《合格供应商名录》至总经理批准和发布。

H. 外采奶源验收标准及质量控制措施

奶源质量控制至关重要，对于外部奶源供应商提供的生鲜乳，公司按照统一的质量管理体系对于采购验收、生产加工、成品流通各环节进行严格质量控制。

采购及验收环节，公司通过奶源质检人员及奶源部门的常态化临采、特采等

措施，来保障奶源质量控制程序的有效实施，在合格供方名录内收奶。在奶站收奶环节、入厂时进行检验把关，质量检验人员检查奶罐温度、封签完整及签号、奶车准运证、人员健康证、检验报告、交接单等，并将混合均匀的生鲜乳取样交检测室，品控部化验员按照国家卫生部 GB19301《食品安全国家标准生乳》、公司制定的《生鲜乳的采购、验收、运输贮存管理制度》和采购合同上的具体规定进行生鲜乳验收，检验合格后方可投入使用。

《生鲜乳的采购、验收、运输贮存管理制度》系公司在 GB19301《食品安全国家标准生乳》、DBS45/011-2014《食品安全地方标准生水牛乳》、《生水牛乳检验计划、要求及方法汇编》、《生鲜乳生产收购管理办法》基础上建立的更严格的生鲜乳采购、验收、运输和贮存标准。

②相关内控制度设计的合理性及运行的有效性

公司制定了一些列规章制度（如：《采购管理制度》、《食品安全管理制度》等）对于外采奶源进行了严格的质量控制，从供应商选取、合同签订、货款结算、供应商考核、日常管理等方面做出了系统规定，不断提升对优质供应商的控制。

综上，公司采购业务内控制度设计合理运行有效。

【主办券商回复】：

请主办券商、会计师：（一）核查上述事项并发表明确意见；按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于经销商模式的要求对经销进行补充核查并逐项发表明确意见。

1、核查上述事项并发表明确意见

（1）核查程序

①内控制度设计及执行情况

A. 查阅公司营销政策、渠道管理规范、应收账款管理办法等销售内控制度，了解和评价客户的选取标准、日常管理、定价机制、物流方式、退换货机制、信

用政策等方面的管理制度和政策，确认公司营销管理相关的内部控制制度设计合理；

B. 获取报告期内公司与主要客户的销售资料，了解并评价订单签署、销售交货、收入确认、销售收款、客户资信、销售渠道管控等内部控制的有效性，核查销售业务流程和关键控制节点并抽查控制测试；通过获取并检查主要经销商相关销售单据，了解销售物流单据及签收流程，分析销售收入确认时点和依据的准确性，确认相关内控制度得到有效执行；

C. 查阅公司采购管理制度、供应商准入制度等采购内控制度，了解和评价供应商的选取标准、日常管理、定价机制、物流方式、质量管控等方面的管理制度和政策，确认公司采购相关的内部控制制度设计合理；

D. 获取报告期内公司与主要供应商的采购资料，了解并评价订单签署、收货、验收、检测、付款、入库、质量管控等内部控制的有效性，核查采购业务流程和关键控制节点并抽查控制测试；通过获取并检查主要供应商相关单据，了解采购流程，确认相关内控制度得到有效执行。

②分析性程序

A. 对客户分客户性质、分产品、分地区、分合作年限等对销售收入、毛利率等情况执行分析程序，核查是否存在异常情况；

B. 对供应商分供应商性质、分供应商供应内容、分合作年限等对采购金额、采购数量、结算方式等情况执行分析程序，检查公司乳制品产量和生鲜乳耗用量之间的匹配关系，核查是否存在异常；

C. 查阅公司与经销客户、电商平台之间的合作协议，查款具体的实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式等相关条款；

D. 核查第三方出具的物流明细表，分类统计各个销售模式下物流费用，并分析物流费用与收入匹配关系；

E. 通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道检索查询主要客户/供应商的工商信息，核查客户/供应商的主体资格、资信能力以及其股东、主要

管理人员等情况，关注股东、高管、注册地址、邮箱等，是否存在异常，是否存在隐含关联关系。

③对主要客户/供应商执行细节测试程序

A. 经销客户：获取并检查公司报告期内的收入明细表，对经销收入的真实性执行细节测试，取得并核查经销收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、经销商营业执照、销售订单、发货单明细表、定价及折扣依据、出库单及发货单（签收单）、第三方出具的物流明细表、托运单、记账凭证、发票、银行回单等；对主要经销商客户执行回款检查，获取测试样本中经销商回款的银行回单，检查报告期内及期后回款情况是否与信用政策相符，确认报告期内公司销售收入回款的真实性；

B. 线上直销客户：根据财务记录，电商平台按月与百菲乳业对账，主办券商登录电商平台后台系统获取各月度结算对账单，并抽取销货清单，查验销售确认依据是否充分，确认时点是否符合准则要求，财务记录是否及时、准确；

C. 生鲜乳供应商：获取采购协议、营业执照；根据采购流程，按天做细节测试，获取测试日所有奶站过磅单明细、公司与合作社对账单、入库单明细、检验报告（奶站初检及入厂全检）、进厂过磅单、生鲜乳交接单、入库单、进货单、记账凭证、付款单及凭证；核对奶站过磅明细与公司采购明细是否一致，奶站过磅单、对账单、入库单、检验报告、进厂过磅单、生鲜乳交接单、记账凭证是否相勾稽（包括数量、时间、签字笔迹、车次）；

D. 包材及乳粉供应商：获取采购协议、营业执照，并对采购入库数量、金额进行加总检验；获取采购订单、请购单、供应商随货同行单、供应商出具的检验报告、入库单、采购发票、采购记账凭证、付款申请单、付款流水及凭证，进行细节穿行测试。

④对主要客户/供应商执行走访程序：

A. 客户（经销商客户）走访程序

a. 现场查看经销商经营主体的经营场所，查看经营场所的商号并核对营业执

照，观察经营场所的大概面积、现场操作人员情况、销售百菲乳业产品的场景和百菲乳业产品在经营场所的库存状态，核查经销商对外销售的真实性；

b. 确认受访人的身份，核对身份证，并与经营主体的工商登记信息进行核对；

c. 现场访谈经销商的经营者，并由受访者签署访谈问卷，访谈内容主要包括：经营主体成立时间、营业范围、营运资金情况以及与百菲乳业的合作历史；报告期内向百菲乳业购买的产品名称、数量以及金额，是否使用软件或者纸质记录百菲乳业产品进销存情况并获取材料；与百菲乳业交易的结算方式、定价依据、运输方式、运费承担方式；经营主体是专营百菲乳业产品还是同时销售其他厂家乳制品；下游客户是哪些，终端销售情况；销售的百菲乳业产品退换货频率；是否还有百菲乳业产品库存并查看库存情况；经营主体与百菲乳业及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排；经营主体的员工或者直系亲属是否曾经在任职。

B. 供应商走访程序（供应商：合作社、专业牧场、养殖户、乳粉及包材供应商）

a. 实地走访专业合作社或奶农、大型牧场，主办券商访谈其法定代表人，获取其身份证、定位地理位置合影，并向其询问：2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月各期平均奶牛养殖数量和奶牛平均单产；合作社与奶农的结算方式；合作社各期向百菲乳业的供奶数量和金额；交奶频率和检测情况；生鲜乳定价方式和平均结算价格；与百菲乳业是否具有关联关系；合作社的运营管理方式以及利润分配方式等；

b. 穿透走访，对于终端奶农，主办券商访谈实际养殖人，获取其身份证、查看养殖场地、定位养殖场地理位置合影，并向其询问：养殖户的住址及养殖地址，所属合作社情况；养殖历史、交奶站情况、与百菲乳业的合作时间；各期平均养殖数量、平均单产、各期生鲜乳供应数量；交奶频率、定价依据以及结算方式；与百菲乳业是否具有关联关系；合作社的运营管理以及利润分配情况；

c. 主办券商对奶农、大型牧场养殖数量进行了实地盘点，盘点数量与百菲乳业留存的养殖档案数量进行交叉核对，并计算平均单产和产出规模，验证养殖规

模与供应数量的匹配性；

d. 主办券商对生鲜乳供应商以外的其他主要供应商执行走访程序，实地查看经营场所、产品生产过程，查看并访谈了解供应商的业务规模、业务范围；获取供应商必要的业务资质；了解供应商与公司交易的定价方式、结算政策、运输方式、交易金额、交易金额、交易内容；了解供应商及其关联方与百菲乳业及其关联方是否有关联关系。

⑤资金流水核查

A. 获取公司及其子公司的《已开立银行结算账户清单》及银行账户流水（包括其他货币资金），核实银行流水的完整性；核查公司银行账户金额在 10 万元以上的银行流水，核查是否存在异常大额资金往来；

B. 获取公司实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等的银行账户流水及其关于银行账户的声明，确保银行账户流水的完整性，并陪同实际控制人履行现场银行流水核查程序，确认关键人员银行流水的完整性；与相关关联自然人确认大额流水交易的用途和性质，并对报告期内主要关联自然人各自名下银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对；

C. 核查实际控制人及主要关联方是否与公司的客户、供应商有资金或业务往来；走访主要客户、供应商，了解其报告期内与公司及其关联方是否存在资金往来或其他利益安排，并获取其无关联关系声明；

D. 获取个人客户与个人供应商清单，核查公司与其交易流水；

E. 根据银行日记账、公司收入成本明细表、应收账款明细表等梳理公司银行流水入账打款方与客户是否一致。

⑥查阅容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《信息系统专项核查报告》（容诚专字[2023]100Z1530 号）

A. 了解公司信息系统控制环境，测试信息系统运行的有效性，确认畅捷通云系统财务模块订单收入与万里牛电商平台系统数据相符；执行穿行测试，核对订单信息、物流信息、回款信息等在各系统记录的一致性；

B. 将整体万里牛相关数据与畅捷通 T+财务系统进行测算与核对；获取万里牛订单、畅捷通 T+科目余额表、收款凭证等资料，执行财务穿行测试；

C. 了解业务数据多维度指标分析

维度选取	具体分析指标	核查逻辑
用户真实性与变动合理性	年度/月度整体与新增用户数分析	分析每年/每月各渠道新增用户数量的变化趋势，核查是否有明显波动和异常情况。
	订单活跃用户数分析	分析活跃用户数的变化趋势，判断各渠道用户下单的变化情况的合理性
	新增用户渠道分布分析	分析每年各渠道的新增用户数量排名及累计占比情况。
	新增用户地域分布分析	分析新增用户的地域分布情况，判断用户地域分布的变动情况和合理性。
	用户复购率分析	分析各渠道用户的复购情况，判断各渠道的用户回购趋势的合理性
	用户下单集中度分析	分析前五大主要渠道前 100、200、1000、10000 用户的订单金额和数量，核查用户下单的集中度情况。
	用户平均下单金额分析	分析用户平均下单金额的变化趋势，判断各渠道用户下单金额的合理性。
用户行为核查	用户获客成本分析	分析各渠道企业的销售费用，核查企业在各渠道花费的获客成本的合理性。
	用户金额订单分布	分析平台用户金额订单分布，核查是否存在订单分布显著异常事项
	重点用户排行分析	分析各渠道订单数量和订单金额前 10 的用户，分析各渠道重点用户消费集中度和合理性。
	僵尸用户分析	分析长时间没有活跃的用户，判断僵尸用户的特征和数量的合理性
	自充值和刷单行为分析	核查用户是否存在自充值或刷单行为，判断订单的真实性和交易的公平性。
订单和交易流水核查	下单时间段分析	分析用户下单的时间段分布情况，核查是否存在大量异常时间订单。
	新增订单分析	分析新增订单的数量和趋势，核查是否有明显波动和异常情况。
	订单渠道分析	检查订单来源渠道的分布情况，判断各渠道订单变化情况的合理性。
	订单地域分布分析	查看订单的地域分布情况，判断订单地域分布的变动情况和合理性。
	物流行为分析	核查订单包裹的平均发货时间和平均完成时间，判断各渠道物流行为的稳定性和合理性。
	包裹重量分析	分析订单包裹的重量分布情况，核查是否存在明显异常情况。
地址对应电话数量分析	核查地址对应的电话数量情况，判断订单信息的真实性和合理性。	

⑦电商渠道费核查：核查公司与电商平台签订的服务协议，了解相关服务费支付明细以及条款；获取电商渠道费核算明细，了解各项目具体核算费用项目以及结算基数；获取各个电商平台月度账单结算明细，并从账单中筛选各电商渠道费用，与账面记录进行抽查核对；

⑧查阅行业资料及同行业可比公司的招股说明书、年报等公开信息披露文

件：核查公司返利政策与同行业可比公司是否存在实质性差异；核查公司线上销售模式收入确认时点、退换货金额占比、电商平台费用占比与同行业公司是否存在较大差异；核查公司非法人客户和供应商情况与同行业公司是否存在重大差异。

（2）核查结论

①报告期内经销模式与非经销模式、线上销售与非线上销售的毛利率差异具有合理性；报告期内公司运费与各模式收入比例相对稳定，运费与各模式收入相匹配；部分经销商、供应商的实缴资本或参保人数为0，但运营资金、员工数量支撑其经营规模，且与公司合作规模相匹配，公司与其进行合作具有合理性；报告期内主要客户、供应商与公司的交易规模与其经营规模均相匹配；报告期内供应商不存在由公司前员工设立的情况，亦不存在主要为公司服务的情况；

②报告期内，报告期内公司生鲜乳供应主要是通过外部采购，2023年子公司百菲养殖、百菲七甲养殖开始自主养殖奶牛，为公司提供生鲜乳，自产生牛乳占公司消耗量比例极低，养殖规模有限，尚处于试运营阶段，平均养殖成本与外购成本不具可比性；公司生产所需的奶粉均通过外采获取；

③经访谈，公司经销商与公司不存在实质和潜在关联方关系，不存在经销商仅销售公司产品的情形，亦不存在由公司（前）员工设立、持有股份或任职等情形的经销商；不存在经销商压货、窜货及大额退换货、突击确认收入等情形。

经查询裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）、12309中国检察网（<https://www.12309.gov.cn/>）、国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/>）、国家药品监督管理局（<https://www.nmpa.gov.cn/>）、地方药品监督管理局、百度搜索（www.baidu.com）等网站，经销商在经营过程中不存在商业贿赂或不正当竞争等违法违规的情形；

④报告期内基于特定产品返利、基于销售指标返利两种实物返利的具体政策，与同行业可比公司不存在显著差异，与对应返利产品经销收入相匹配；公司不存在通过计提返利跨期调整业绩的情况；

⑤公司线上销售分为线上直销和线上代销，同一销售模式的不同电商平台之间收入确认政策不存在差异，与同行业可比公司不存在显著差异；公司退货发生时直接冲减当期收入和成本，未预估退货率，符合《企业会计准则》的要求；

⑥报告期内，公司线上销售收入确认真实、准确、完整：根据报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势进行分析，公司电商销售不存在经营风险；通过对线上平台用户金额订单分布、自充值行为、包裹重量进行分析核查，未发现公司及其关联方通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，亦未发现欺诈消费者、违反电商平台规定的情形；通过分析主要电商平台人均订单金额、人均订单数量，公司不存在某一时间段交易量突增或其他异常情形及单个买家大额采购等线上异常销售的情形；公司线上渠道平台费用规模与业务规模及营业收入相匹配，符合行业惯例；

⑦公司向非法人供应商采购/非法人客户销售具有合理性，符合行业惯例；非法人供应商/客户占比均较低，对其交易不存在重大依赖，与可比公司不存在较大差异；公司采取的减少个人交易的规范措施，已得到有效执行，报告期内的非法人供应商和非法人客户数量均大幅减少；报告期内公司与个人客户的资金流水与相关业务发生一致，与供应商发生的资金流水与相关业务存在一定差异，主要系提前支付供应商款项所致，具有合理性，未发现公司存在资金体外循环或虚构业务情形；

⑧公司销售采购业务均已按照《企业内部控制应用指引》等相关内控制度要求健全完善内部控制制度，相关内控制度设计合理、执行有效。

2、按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》关于经销商模式的要求对经销进行补充核查并逐项发表明确意见

(1) 核查方式、事实依据

①内控制度及执行情况

A. 查阅公司营销政策、渠道管理规范、应收账款管理办法等销售内控制度，了解和评价客户的选取标准、日常管理、定价机制、物流方式、退换货机制、信用政策等方面的管理制度和政策，确认公司营销管理相关的内部控制制度设计合

理；

B. 获取报告期内公司与主要客户的销售资料，了解并评价订单签署、销售交货、收入确认、销售收款、客户资信、销售渠道管控等内部控制的有效性，核查销售业务流程和关键控制节点并抽查控制测试；通过获取并检查主要经销商相关销售单据，了解销售物流单据及签收流程，分析销售收入确认时点和依据的准确性，确认相关内控制度得到有效执行。

②对公司主要客户执行细节测试

A. 获取并检查公司报告期内的收入明细表，对经销收入的真实性执行细节测试，取得并核查经销收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、经销商营业执照、销售订单、发货单明细表、定价及折扣依据、出库单及发货单（签收单）、第三方出具的物流明细表、托运单、记账凭证、发票、银行回单等；

B. 对主要经销商客户执行回款检查，获取测试样本中经销商回款的银行回单，检查报告期内及期后回款情况是否与信用政策相符，确认报告期内公司销售收入回款的真实性；

C. 销售收入执行截止性测试，通过抽取报告期各期末前后一个月全部销售收入记录，对销售合同、订单、出库单及发货单（签收单）、发票进行重点核对，核查是否存在跨期确认收入的情形；

D. 获取公司与主要经销商签署的年度经销合同，核查产品风险报酬转移时点或产品控制权转移时点、定价及返利政策、运费承担方式、退换货政策等条款；

E. 通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道检索查询主要客户的工商信息，核查客户的主体资格、资信能力以及其股东、主要管理人员等情况，关注股东、高管、注册地址、邮箱等，是否存在异常，是否存在隐含关联关系；

结合上述检查的样本情况，主办券商对报告期各期百菲乳业收入核查情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
----	-----------	--------	--------

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
收入核查金额 (a)	33,066.39	38,209.26	41,807.23
经销收入总金额 (b)	47,538.52	58,479.41	53,700.03
回款检查金额 (c)	35,460.31	43,533.08	47,248.55
收入核查占比 (d=a/b)	69.56%	65.34%	77.85%
回款检查比例 (e=c/b)	74.59%	74.44%	87.99%

③现场走访程序

A. 现场查看经销商经营主体的经营场所，查看经营场所的商号并核对营业执照，观察经营场所的大概面积、现场操作人员情况、销售百菲乳业产品的场景和百菲乳业产品在经营场所的库存状态，核查经销商对外销售的真实性；

B. 确认受访人的身份，核对身份证，并与经营主体的工商登记信息进行核对；

C. 现场访谈经销商的经营者，并让受访者签署访谈问卷，访谈内容主要包括：

a. 经营主体成立时间、营业范围、营运资金情况以及与百菲乳业的合作历史；

b. 报告期内向百菲乳业购买的产品名称、数量以及金额，是否使用软件或者纸质记录百菲乳业产品进销存情况，若有，请提供；

c. 与百菲乳业交易的结算方式、定价依据、运输方式、运费承担方式；

d. 经营主体是专营百菲乳业产品还是同时销售其他厂家乳制品；下游客户是哪些，终端销售情况；

e. 销售的百菲乳业产品退换货频率；是否还有百菲乳业产品库存并查看库存情况；

f. 经营主体与百菲乳业及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排；

g. 经营主体的员工或者直系亲属是否曾经在任职。

截至本问询函回复日主办券商对经销商客户走访情况如下：

走访客户	2023年1-8月	2022年度	2021年度
------	-----------	--------	--------

	金额（元）	占比	金额（元）	占比	金额（元）	占比
已完成走访	355,244,702.27	74.73%	415,222,853.14	71.00%	363,160,924.98	67.63%
获取进销存情况	236,238,912.40	49.69%	270,518,086.60	46.26%	255,983,801.04	47.67%

④分析性程序

A. 查阅行业资料及同行业可比上市公司的招股说明书、年报等公开信息披露文件，核查公司经销模式与同行业可比上市公司销售模式是否存在实质性差异；

B. 获取公司报告期各期的销售明细表，分析公司经销商区域分布及收入、成本结构情况；分析报告期内经销商的进入及退出情况；

C. 获取公司报告期各期的销售明细表，对分客户、分产品、分地区对销售收入、毛利率等情况执行分析程序，核查是否存在异常情况，并与同行业公司进行对比分析；

D. 根据公司实际情况，分析公司经销商模式下收入确认原则、费用承担原则及销售返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

E. 对公司报告期各期末经销商的应收账款余额变动执行分析程序，分析是否存在对应收账款显著异常变动的情形，分析各经销商应收账款期末余额是否与信用政策相符；

F. 结合报告期末公司先款后货的结算政策以及经销商库存情况，可以分析得出公司不存在为了冲业绩而让经销商配合囤货的迹象。

⑤其他外部证据（函证与发货物流信息）

A. 走访百菲乳业的物流服务商，获取物流公司后台数据，将物流数据与公司发货信息进行匹配性分析，公司外部物流单据与 T+系统发货信息相勾稽；

B. 函证及替代测试

主办券商对公司各期收入发生额以及应收账款余额进行了独立函证，具体控制措施如下：

a. 主办券商独立确定被函证单位，百菲乳业根据主办券商制定的名单提供联

系人、地址、电话；

b. 主办券商通过全国企业信用信息公示系统、天眼查等公共查询平台比对上述地址是否与工商登记地址、办公地址一致，联系电话归属地是否存在异常；发函地址与工商注册地址、办公地址存在差异的获取差异说明，并进行分析核对；

c. 核对无误后，主办券商制作函证及发函统计表，同时将函证发送至百菲乳业核对数据并加盖公章；

d. 独立寄发函证，并登记快递单号，发函截图、拍照；

e. 直接从快递单位处收取回函，查看快递密封情况，核验回函的寄件地址与函证地址是否存在差异，做回函统计表，记录快递单号、日期、地址以及联系人；

f. 综合分析函证寄件时间、收件时间以及函证落款时间的关联性；

g. 对于回函不符的进行独立分析，核实不符原因，对于未回函金额进行替代测试。

报告期各期，主办券商就公司收入进行的函证与替代测试情况如下：

单位：元

项目		2023年1-8月	2022年度	2021年度
线下 经销 模式	函证金额（c）	422,144,033.80	523,634,284.78	474,854,032.67
	经销收入金额（d）	467,801,162.79	590,863,964.76	540,305,922.28
	发函比例（e=c/d）	90.24%	88.62%	87.89%
	回函确认金额（f）	394,134,513.03	499,810,931.50	430,390,905.98
	函证确认金额占经销收入比例（h=f/d）	84.25%	84.59%	79.66%

报告期各期，主办券商就公司应收账款进行的函证与替代测试情况如下：

单位：元

项目	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
应收账款余额（a）	1,977,473.09	1,457,828.63	7,484,498.51
函证金额（b）	721,269.22	500,598.78	3,321,783.15
回函确认金额（c）	721,269.22	500,598.78	3,321,783.15

项目	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
替代测试确认金额 (d)	1,120,175.22	822,175.08	4,100,532.09
发函比例 (e=b/a)	36.47%	34.34%	44.38%
函证确认比例 (f=c/a)	36.47%	34.34%	44.38%
函证与替代测试确认比例 (g=(c+d)/a)	93.12%	90.74%	99.17%

⑥资金流水的核查

获取百菲乳业报告期内的银行账户开户清单，及各银行账户报告期内完整的银行流水，就百菲乳业是否存在与销售客户、客户股东、客户实际控制人及客户核心人员大额异常往来进行核查。

⑦实际控制人、董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员资金流水核查

逐笔核查实际控制人、董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员大额流水的交易对手，并与百菲乳业关联方、客户、供应商清单进行比对，核查是否存在异常大额资金往来；访谈公司报告期内主要客户、供应商，了解其是否与公司实际控制人、董事、监事、高管及其他关联方存在非经营性资金往来或其他异常情形。

(2) 核查结论

经核查，主办券商认为：

①经销模式下，公司收入确认、销售返利、费用承担和保证金等的会计处理方式符合《企业会计准则》的有关规定，与同行业上市公司不存在显著差异；公司经销销售产品实现了终端客户销售；报告期内公司不存在客户现金及第三方回款情况；

②公司主要经销商具有经营公司产品需要的主体资格及资信能力；报告期内，公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管与公司主要经销商不存在实质和潜在关联关系；

③公司对经销商主要采用“先款后货”的结算模式，对长期合作且经营规模较大的经销商或特殊情况需要给予销售政策支持，公司根据其经营规模和保证

金情况，必要时给予授信，具有合理性；公司对单一经销商不存在依赖的情形；

④公司经销商在 2021 年存在较多以自然人为主的非法人实体经销商情况，通过公司对经销商的规范措施，截至报告期末，公司非法人实体经销商数量已大幅减少；不存在前员工设立的经销商，经销商新增与退出的情况符合公司对经销商管理体系的优化结果，上述情况具有商业合理性；

⑤公司已制定了完善的经销商内控制度，涵盖经销商选取、新增及退出管理、定价、考核、物流、货款结算、库存管理等合作事项的有关规定，相关制度的设计合理，执行有效。

(二) 说明对公司业绩真实性的核查程序，包括但不限于对公司各期主要客户、供应商所履行的具体尽调及审计程序，主要客户、供应商走访、函证、细节测试等情况及占比，截止性测试的情况，列表说明各期各项尽调及审计程序确认的金额占总金额的比重，对公司业绩真实性发表明确核查意见。

1、对公司各期主要客户所履行的具体尽调程序及核查意见

(1) 核查程序、分析过程

①内控制度及执行情况

A. 查阅公司营销政策、渠道管理规范、应收账款管理办法等销售内控制度，了解和评价客户的选取标准、日常管理、定价机制、物流方式、退换货机制、信用政策等方面的管理制度和政策，确认公司营销管理相关的内部控制制度设计合理；

B. 获取报告期内公司与主要客户的销售资料，了解并评价订单签署、销售交货、收入确认、销售收款、客户资信、销售渠道管控等内部控制的有效性，核查销售业务流程和关键控制节点并抽查控制测试；通过获取并检查主要经销商相关销售单据，了解销售物流单据及签收流程，分析销售收入确认时点和依据的准确性，确认相关内控制度得到有效执行。

②对公司主要客户执行细节测试

A. 获取并检查公司报告期内的收入明细表，对经销收入的真实性执行细节测

试，取得并核查经销收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、经销商营业执照、销售订单、发货单明细表、定价及折扣依据、出库单及发货单（签收单）、第三方出具的物流明细表、托运单、记账凭证、发票、银行回单等；

B. 对主要经销商客户执行回款检查，获取测试样本中经销商回款的银行回单，检查报告期内及期后回款情况是否与信用政策相符，确认报告期内公司销售收入回款的真实性；

C. 销售收入执行截止性测试，通过抽取报告期各期末前后一个月全部销售收入记录，对销售合同、订单、出库单及发货单（签收单）、发票进行重点核对，核查是否存在跨期确认收入的情形；

D. 获取公司与主要经销商签署的年度经销合同，核查产品风险报酬转移时点或产品控制权转移时点、定价及返利政策、运费承担方式、退换货政策等条款；

E. 通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道检索查询主要客户的工商信息，核查客户的主体资格、资信能力以及其股东、主要管理人员等情况，关注股东、高管、注册地址、邮箱等，是否存在异常，是否存在隐含关联关系；

结合上述检查的样本情况，主办券商对报告期各期，百菲乳业经销商收入核查情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
收入核查金额（a）	33,066.39	38,209.26	41,807.23
经销收入总金额（b）	47,538.52	58,479.41	53,700.03
回款检查金额（c）	35,460.31	43,533.08	47,248.55
收入核查占比（d=a/b）	69.56%	65.34%	77.85%
回款检查比例（e=c/b）	74.59%	74.44%	87.99%

③线上销售核查

A. 查阅容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《信息系统专项核查报告》（容诚专字[2023]100Z1530号），了解公司信息系统控制环境，测试信息系统运行的有效性，确认畅捷通云系统财务模块订单收入与万里牛电商平台系统数据

相符；执行穿行测试，核对订单信息、物流信息、回款信息等在各系统记录的一致性；了解订单系统中的发货订单与第三方物流承运商提供的物流发货单据匹配情况，了解物流承运商无记录的订单数据，以及是否存在多次重复使用的快递单号等；了解物流承运商系统中记录的包裹的重量分析的情况，分析是否存在发送空包裹的情况，确认不存在寄送空包裹、虚构快递单及多次使用同一快递单号的情况；

B. 核对公司在天猫、京东、抖音和拼多多平台的后台业务数据与万里牛系统数据的一致性；

C. 通过对线上店铺的每月资金流水核对，确认账面收入与电商平台资金流水数据相符，核查比例为 100%。

④现场走访程序

A. 现场查看经销商经营主体的经营场所，查看经营场所的商号并核对营业执照，观察经营场所的大概面积、现场操作人员情况、销售百菲乳业产品的场景和百菲乳业产品在经营场所的库存状态，核查经销商对外销售的真实性；

B. 确认受访人的身份，核对身份证，并与经营主体的工商登记信息进行核对；

C. 现场访谈经销商的经营者，并让受访者签署访谈问卷，访谈内容主要包括：

a. 经营主体成立时间、营业范围、营运资金情况以及与百菲乳业的合作历史；

b. 报告期内向百菲乳业购买的产品名称、数量以及金额，是否使用软件或者纸质记录百菲乳业产品进销存情况，若有，请提供；

c. 与百菲乳业交易的结算方式、定价依据、运输方式、运费承担方式；

d. 经营主体是专营百菲乳业产品还是同时销售其他厂家乳制品；下游客户是哪些，终端销售情况；

e. 销售的百菲乳业产品退换货频率；是否还有百菲乳业产品库存并查看库存情况；

f. 经营主体与百菲乳业及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理

人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排；

g. 经营主体的员工或者直系亲属是否曾经在任职。

截至本问询函回复日主办券商对经销商客户走访情况如下：

走访客户	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	金额（元）	占比	金额（元）	占比	金额（元）	占比
已完成走访	355,244,702.27	74.73%	415,222,853.14	71.00%	363,160,924.98	67.63%
获取进销存情况	236,238,912.40	49.69%	270,518,086.60	46.26%	255,983,801.04	47.67%

⑤分析性程序

A. 查阅行业资料及同行业可比上市公司的招股说明书、年报等公开信息披露文件，核查公司经销模式与同行业可比上市公司销售模式是否存在实质性差异；

B. 获取公司报告期各期的销售明细表，分析公司经销商区域分布及收入、成本结构情况；分析报告期内经销商的进入及退出情况；

C. 获取公司报告期各期的销售明细表，对分客户、分产品、分地区对销售收入、毛利率等情况执行分析程序，核查是否存在异常情况，并与同行业公司进行对比分析；

D. 根据公司实际情况，分析公司经销商模式下收入确认原则、费用承担原则及销售返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

E. 对公司报告期各期末经销商的应收账款余额变动执行分析程序，分析是否存在对应收账款显著异常变动的情形，分析各经销商应收账款期末余额是否与信用政策相符；

F. 结合公司先款后货的结算政策以及报告期末经销商库存情况，可以分析得出公司不存在为了冲业绩而让经销商配合囤货的迹象。

⑥其他外部证据（函证与发货物流信息）

A. 走访百菲乳业的物流服务商，获取物流公司后台数据，将物流数据与公司发货信息进行匹配性分析，公司外部物流单据与T+系统发货信息相勾稽；

B. 函证及替代测试

主办券商对公司各期收入发生额以及应收账款余额进行了独立函证，具体控制措施如下：

a. 主办券商独立确定被函证单位，百菲乳业根据主办券商制定的名单提供联系人、地址、电话；

b. 主办券商通过全国企业信用信息公示系统、天眼查等公共查询平台比对上述地址是否与工商登记地址、办公地址一致，联系电话归属地是否存在异常；发函地址与工商注册地址、办公地址存在差异的获取差异说明，并进行分析核对；

c. 核对无误后，主办券商制作函证及发函统计表，同时将函证发送至百菲乳业核对数据并加盖公章；

d. 独立寄发函证，并登记快递单号，发函截图、拍照；

e. 直接从快递单位处收取回函，查看快递密封情况，核验回函的寄件地址与函证地址是否存在差异，做回函统计表，记录快递单号、日期、地址以及联系人；

d. 综合分析函证寄件时间、收件时间以及函证落款时间的关联性；

g. 对于回函不符的进行独立分析，核实不符原因，对于未回函金额进行替代测试。

报告期各期，主办券商就公司收入进行的函证与替代测试情况如下：

单位：元

项目		2023年1-8月	2022年度	2021年度
线上模式	线上代销替代测试金额 (a)	60,003,684.57	55,880,404.01	48,560,281.69
	线上直销替代测试金额 (b)	121,069,688.52	131,502,307.85	126,474,407.86
线下经销模式	函证金额 (c)	422,144,033.80	523,634,284.78	474,854,032.67
	经销收入金额 (d)	467,801,162.79	590,863,964.76	540,305,922.28
	发函比例 (e=c/d)	90.24%	88.62%	87.89%
	回函确认金额 (f)	394,134,513.03	499,810,931.50	430,390,905.98
	函证确认金额占经	84.25%	84.59%	79.66%

	销 收 入 比 例 ($h=f/d$)			
合 计	营业收入 (i)	654,305,565.72	786,874,077.09	717,780,184.34
	函证与替代测试确 认 金 额 占 比 ($j=(a+b+f+)/i$)	87.91%	87.33%	84.35%

报告期各期，主办券商就公司应收账款进行的函证与替代测试情况如下：

单位：元

项目	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
应收账款余额 (a)	1,977,473.09	1,457,828.63	7,484,498.51
函证金额 (b)	721,269.22	500,598.78	3,321,783.15
回函确认金额 (c)	721,269.22	500,598.78	3,321,783.15
替代测试确认金额 (d)	1,120,175.22	822,175.08	4,100,532.09
发函比例 ($e=b/a$)	36.47%	34.34%	44.38%
函证确认比例 ($f=c/a$)	36.47%	34.34%	44.38%
函证与替代测试确认比 例 ($g=(c+d)/a$)	93.12%	90.74%	99.17%

⑦资金流水的核查

获取百菲乳业报告期内的银行账户开户清单，及各银行账户报告期内完整的银行流水，就百菲乳业是否存在与销售客户、客户股东、客户实际控制人及客户核心人员大额异常往来进行核查。

⑧实际控制人、董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员资金流水核查

逐笔核查实际控制人、董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员大额流水的交易对手，并与百菲乳业关联方、客户、供应商清单进行比对，核查是否存在异常大额资金往来；访谈公司报告期内主要客户、供应商，了解其是否与公司实际控制人、董事、监事、高管及其他关联方存在非经营性资金往来或其他异常情形。

(2) 核查结论

①公司已制定了完善的销售内控制度，涵盖客户选取、新增及退出管理、定价、考核、物流、货款结算、库存管理等合作事项的有关规定，相关制度的设计

合理，通过内控测试，内部控制系统健全有效；

②公司收入确认、返利、费用承担和保证金等的会计处理方式符合《企业会计准则》的有关规定，与同行业上市公司不存在显著差异；公司经销销售产品实现了终端客户销售；报告期内公司不存在第三方回款情况；

③公司对经销商主要采用“先款后货”的结算模式，对长期合作且经营规模较大的经销商或特殊情况需要给予销售政策支持，公司根据其经营规模和保证金情况，必要时给予授信，具有合理性；公司对单一经销商不存在依赖的情形；

④报告期内的公司收入真实、准确、完整，不存在虚假销售，不存在为了上市而让经销商囤货，构造虚假业绩的情况。通过对收入进行截止性测试，公司不存在跨期调节收入的情况；

⑤公司信息系统内部控制较为完善，公司不存在利用线上模式提前确认收入的情形线上，线上销售均实现终端销售，线上收入真实、准确、完整。

2、对公司各期主要供应商所履行的具体尽调程序

(1) 核查程序

①内控制度及执行情况

A. 查阅公司采购管理制度、供应商准入制度等采购内控制度，了解和评价供应商的选取标准、日常管理、定价机制、物流方式、质量管控等方面的管理制度和政策，确认公司采购相关的内部控制制度设计合理；

B. 获取报告期内公司与主要供应商的采购资料，了解并评价订单签署、收货、验收、检测、付款、入库、质量管控等内部控制的有效性，核查采购业务流程和关键控制节点并抽查控制测试；通过获取并检查主要供应商相关单据，了解采购流程，确认相关内控制度得到有效执行。

②针对奶源供应商，执行了以下核查程序：

A. 对生鲜乳供应商包括合作社、专业牧场、养殖户进行实地走访，具体程序如下：

a. 实地走访专业合作社或奶农、大型牧场，主办券商访谈其法定代表人，获取其身份证、定位地理位置合影，并向其询问：2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月合作社各期平均奶牛养殖数量和奶牛平均单产；合作社与奶农的结算方式；合作社各期向百菲乳业的供奶数量和金额；交奶频率和检测情况；生鲜乳定价方式和平均结算价格；与百菲乳业是否具有关联关系；合作社的运营管理方式以及利润分配方式等；

b. 穿透走访，对于终端奶农，主办券商访谈实际养殖人，获取其身份证、查看养殖场地、定位养殖场地理位置合影，并向其询问：养殖户的住址及养殖地址，所属合作社情况；养殖历史、交奶站情况、与百菲乳业的合作时间；各期平均养殖数量、平均单产、各期生鲜乳供应数量；交奶频率、定价依据以及结算方式；与百菲乳业是否具有关联关系；合作社的运营管理以及利润分配情况；

c. 主办券商对各访谈奶农养殖数量进行了实地盘点，盘点数量与百菲乳业留存的养殖档案数量进行交叉核对，并计算平均单产和产出规模，验证养殖规模与供应数量的匹配性。

B. 合同及公开信息查验

检查与奶农或者合作社、大型牧场签署的全部生鲜乳供应协议/合同，并在现场走访中实地落实是否本人签署，获取供应商营业执照并通过企查查等公开渠道查询供应商信息，了解规模、主营业务情况与交易相匹配；经过核实，公司提供的生鲜乳供应协议/合同，均为本人签署，现场访谈进行了确认。

C. 分析性核查

对报告期内合作过的合作社、大型牧场采购数据进行复核，确认公司采购入库数量与合作社、社员养殖档案中记录的养殖规模相匹配，采购金额与公司付款金额相匹配。

D. 细节测试

根据采购流程，按天做细节测试，获取当日所有奶站过磅单明细、公司与合作社对账单、入库单明细、检验报告（奶站初检及入厂全检）、进厂过磅单、生

鲜乳交接单、入库单、进货单、记账凭证、付款单及凭证；核对奶站过磅明细与公司采购明细是否一致，奶站过磅单、对账单、入库单、检验报告、进厂过磅单、生鲜乳交接单、记账凭证是否相勾稽。

E. 穿透核查

对合作社穿透至实际养殖户，向合作社获取两年一期穿透至养殖户的供奶数据，抽取部分合作社银行流水进行核对，穿透核查合作社交奶数据的真实性、准确性。

H. 采购数量与领用数量分析性查验

结合公司各产品配料表，按照单位产品标准耗用量与各月实际产出计算各产品标准耗用总量，公司各产品实际领用量与标准耗用总量进行对比测试，是否有差异，差异是否在合理区间；公司各产品、各月度实际耗用量与标准耗用量相匹配，未见异常。

I. 对所有专业合作社、大型牧场进行函证，确定报告期间的采购量和采购金额；通过函证，公司财务记账的采购量和采购金额，合作社或奶农进行了签字或者盖章确认，不存在差异。

③针对除奶农外的其他供应商执行程序情况

A. 针对前十名供应商，获取了双方签订的协议，并对采购入库数量、金额进行加总检验；抽取采购订单、请购单、供应商随货同行单、供应商出具的检验报告、入库单、采购发票、采购记账凭证、付款申请单、付款流水及凭证，进行细节穿行测试，落实采购是否有内控，并确认是否得到有效执行。

B. 针对前十名供应商，通过查询工商信息系统、函证等调查手段，获取外部证据，内外部证据相互交叉印证，核实是否存在异常。

C. 对主要供应商执行走访程序，实地查看经营场所、产品生产过程，查看并访谈了解供应商的业务规模、业务范围；获取供应商必要的业务资质；了解供应商与公司交易的定价方式、结算政策、运输方式、交易金额、交易金额、交易内容；了解供应商及其关联方与百菲乳业及其关联方是否有关联关系。

④分析性程序

A. 分析公司各产品的成本结构、毛利率，并与同行业公司进行对比，核查是否存在差异；

B. 分析公司采购规模、结构、种类与生产领用、投入的匹配性。

⑤细节测试、走访以及函证情况

A. 报告期各期，百菲乳业供应商细节测试核查情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
生鲜乳供应商采购核查金额（a）	19,422.11	30,440.23	17,986.64
其他供应商（不包含生鲜乳供应商） 采购核查金额（b）	13,917.81	20,961.27	26,732.75
采购总金额（c）	36,978.67	54,263.00	49,294.37
付款检查金额（d）	25,465.60	52,110.02	42,726.26
供应商核查占比（e=（a+b）/c）	90.16%	94.73%	90.72%
付款检查比例（f=d/c）	68.87%	96.03%	86.68%

注：以上表中金额均为含税金额

B. 报告期各期，公司采购函证与替代测试情况如下：

单位：元

采购函证			
项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
函证金额（a）	323,141,536.72	491,860,170.56	417,849,135.83
采购金额（b）	351,279,764.45	515,673,907.16	458,987,010.04
发函比例（c=a/b）	91.99%	95.38%	91.04%
回函确认金额（d）	323,141,536.72	491,860,170.56	417,849,135.83
函证可确认金额占采购比例 （f=d/b）	91.99%	95.38%	91.04%

单位：元

应付账款函证			
项目	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
应付账款余额（a）	99,080,856.98	38,693,449.26	44,581,026.40

应付账款函证			
项目	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
函证金额 (b)	83,556,495.31	33,057,960.96	38,922,606.77
回函确认金额 (c)	80,071,865.71	33,038,445.86	37,217,084.77
发函比例 (e=b/a)	84.33 %	85.44%	87.31%
函证确认比例 (f=c/a)	80.81 %	85.39%	83.48%

C. 走访情况

单位：万元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
生鲜乳供应商走访金额 (a)	15,777.32	24,063.31	15,384.67
其他供应商 (不包含生鲜乳供应商) 走访金额 (b)	12,449.38	19,661.17	22,411.72
采购总金额 (c)	36,978.67	54,263.00	49,294.37
走访比例 (d=(a+b)/c)	76.33%	80.58%	76.67%

注：以上表中金额均为含税金额

(2) 核查结论

公司采购内控健全，采购业务真实，不存在通过虚增采购量进而虚增产量和销售额的体外循环情况。

(三) 如有刷单情形，说明针对刷单收入的核查方法及核查过程，如何区分刷单收入与非刷单收入，如何确认收入及客户的真实性；说明相关内部控制缺陷整改措施是否有效，公司期后是否仍存在刷单情形；结合 IT 审计等技术手段、方法、数据、指标、证明资料等，核查报告期内公司线上销售是否实现终端销售，是否存在提前确认收入的情形。

1、核查程序、事实依据

(1) 根据财务记录，电商平台按月与百菲乳业对账，主办券商登录电商平台后台系统获取各月度结算对账单，并抽取销货清单，查验销售确认依据是否充分，确认时点是否符合准则要求，财务记录是否及时、准确；

(2) 查阅容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《广西百菲乳业股份

有限公司信息系统专项核查报告》（容诚专字[2023]100Z1530号）；了解公司信息系统控制环境，测试信息系统运行的有效性，确认畅捷通 T+系统财务模块订单收入与万里牛电商平台系统数据相符；执行穿行测试，核对订单信息、物流信息、回款信息等在各系统记录的一致性。

具体的核查目标与核查程序如下：

核查目标	核查程序
IT 系统控制	1、一般控制测试：包括对 IT 相关制度、账号权限、服务器管理、数据安全管 理、机房管理、网络安全管理、系统开发及变更管理等测试程序；2、应用控制 测试：以订单为维度对核心/业务系统进行了抽样穿行测试；
业务财务 数据一致 性核查	1、将整体万里牛相关数据与畅捷通 T+财务系统进行测算与核对；2、获取万里 牛订单、畅捷通 T+科目余额表、收款凭证等资料，执行财务穿行测试
多指标分 析性复核	结合公司业务特定及风险等因素，对公司对万里牛 ERP 系统相关业务数据进行 用户购买集中度情况、用户订单分布情况、单笔订单金额分布情况、订单完成 时间、订单录入时点等专项数据进行统计并分析
反舞弊场 景分析	针对各项多指标分析性复核，结合各业务线特征，形成异常数据临界值，识别 脱离临界值的异常用户或异常订单，并采用抽凭、访谈等程序进行深入排查
疑似异常 数据跟进	对万里牛 ERP 系统相关业务数据进行平均每笔交易金额、单笔订单完成时间、 单笔交易金额分布、用户交易金额集中度等专项数据进行统计并分析是否存在 异常

(3) 业务数据多维度分析

维度选取	具体分析指标	核查逻辑
用户真实性与变动 合理性	年度/月度整体与新增 用户数分析	分析每年/每月各渠道新增用户数量的变化趋势，核查是否有明显波动和异 常情况。
	订单活跃用户数分析	分析活跃用户数的变化趋势，判断各渠道用户下单的变化情况的合理性
	新增用户渠道分布分析	分析每年各渠道的新增用户数量排名及累计占比情况。
	新增用户地域分布分析	分析新增用户的地域分布情况，判断用户地域分布的变动情况和合理性。
	用户复购率分析	分析各渠道用户的复购情况，判断各渠道的用户回购趋势的合理性
	用户下单集中度分析	分析前五大主要渠道前 100、200、1000、10000 用户的订单金额和数量，核 查用户下单的集中度情况。
	用户平均下单金额分析	分析用户平均下单金额的变化趋势，判断各渠道用户下单金额的合理性。
	用户获客成本分析	分析各渠道企业的销售费用，核查企业在各渠道花费的获客成本的合理性。
用户行为核查	用户金额订单分布	分析平台用户金额订单分布，核查是否存在订单分布显著异常事项
	重点用户排行分析	分析各渠道订单数量和订单金额前 10 的用户，分析各渠道重点用户消费集

维度选取	具体分析指标	核查逻辑
		中度和合理性。
	僵尸用户分析	分析长时间没有活跃的用户，判断僵尸用户的特征和数量的合理性
	自充值和刷单行为分析	核查用户是否存在自充值或刷单行为，判断订单的真实性和交易的公平性。
	下单时间段分析	分析用户下单的时间段分布情况，核查是否存在大量异常时间订单。
订单和交易流水核查	新增订单分析	分析新增订单的数量和趋势，核查是否有明显波动和异常情况。
	订单渠道分析	检查订单来源渠道的分布情况，判断各渠道订单变化情况的合理性。
	订单地域分布分析	查看订单的地域分布情况，判断订单地域分布的变动情况和合理性。
	物流行为分析	核查订单包裹的平均发货时间和平均完成时间，判断各渠道物流行为的稳定性和合理性。
	包裹重量分析	分析订单包裹的重量分布情况，核查是否存在明显异常情况。
	地址对应电话数量分析	核查地址对应的电话数量情况，判断订单信息的真实性和合理性。

(4) 获取 2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月退换货明细表，结合退换货原因、占比等，确认公司不存在大量异常退货等情况；

(5) 获取公司及子公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水，经核查，不存在异常资金流入或流出的情况，不存在支付资金用于刷单或其他异常的行为；

(6) 获取平台与百菲乳业之间收入结算资金流水，进一步收入真实性。

2、核查结论

报告期内，公司不存在刷单行为；主办券商通过对已获取的资料和数据进行审核与分析，公司信息系统内部控制较为完善；主办券商获取了各电商平台全部的对账单、销货清单以及结算资金流水，结合信息系统专项核查报告，经核查，公司不存在利用线上模式提前确认收入的情形线上，线上销售均实现终端销售，线上收入真实、准确、完整。

(四) 说明资金流水的核查情况，对个人客户、供应商、第三方回款（如有）的核查程序、核查比例，对是否存在利益输送或其他利益安排发表明确意见。

1、核查程序

(1) 获取公司及其子公司的《已开立银行结算账户清单》及银行账户流水，核实银行流水的完整性；核查公司银行账户金额在 10 万元以上的银行流水，核查是否存在异常大额资金往来；2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月，公司及其子公司的银行流水核查比例如下：

主体	2023 年 1-8 月		2022 年度		2021 年度	
	借方发生额核查比例	贷方发生额核查比例	借方发生额核查比例	贷方发生额核查比例	借方发生额核查比例	贷方发生额核查比例
公司	89.85%	96.73%	89.54%	97.64%	93.67%	98.10%
百菲养殖	99.69%	69.89%	99.59%	98.11%	99.60%	98.33%
湖南百菲	92.07%	97.63%	93.27%	97.43%	100.00%	98.09%
浙江百菲	97.59%	97.25%	94.99%	96.43%	99.48%	97.00%
百菲贸易	75.55%	99.44%	78.24%	99.51%		
百菲电商	100.00%	98.98%				
百菲酪广西贸易有限公司	99.31%	94.02%	99.38%	99.24%		
百菲七甲养殖	99.97%	0.00%				

(2) 获取公司主要客户与供应商的回款及支付流水，核查公司主要客户与供应商与公司之间的交易的真实性，核查是否存在第三方回款或付款的情形；

2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-8 月，公司的主要客户及供应商流水核查比例如下：

①主要客户回款核查情况

单位：万元

项目	2023 年 1-8 月	2022 年度	2021 年度
经销收入核查金额 (a)	33,066.39	38,209.26	41,807.23
线上收入核查金额 (b)	18,107.34	18,738.27	17,503.47
营业收入 (c)	66,188.96	78,080.42	71,447.46
回款检查金额 (d)	51,410.20	63,379.08	64,955.30

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
收入核查占比 (e=(a+b)/c)	77.31%	72.93%	83.01%
回款检查比例 (f=d/c)	77.67%	81.17%	90.91%

②主要供应商支付流水核查情况

单位：万元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
生鲜乳供应商采购核查金额 (a)	19,422.11	30,440.23	17,986.64
其他供应商 (不包含生鲜乳供应商) 采购核查金额 (b)	13,917.81	20,961.27	26,732.75
采购总金额 (c)	36,978.67	54,263.00	49,294.37
付款检查金额 (d)	25,465.60	52,110.02	42,726.26
供应商核查占比 (e=(a+b)/c)	90.16%	94.73%	90.72%
付款检查比例 (f=d/c)	68.87%	96.03%	86.68%

(3) 获取公司实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等的银行账户流水及其关于银行账户的声明，确保银行账户流水的完整性，并陪同实际控制人履行现场银行流水核查程序，确认关键人员银行流水的完整性；与相关关联自然人确认大额流水交易的用途和性质，并对报告期内主要关联自然人各自名下银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对；

(4) 获取公司的客户、供应商清单，核查实际控制人及主要关联方是否与公司的客户、供应商有资金或业务往来；走访主要客户、供应商，了解其报告期内与公司及其关联方是否存在资金往来或其他利益安排，并获取其无关联关系声明；

(5) 查阅公司货币资金相关内控制度，评估与测试了与货币资金有关的内控设计的合理性和执行的有效性；

(6) 获取个人客户与个人供应商清单，核查公司与其交易流水，核查比例如下：

①公司与非法人客户的资金流水核查比例

单位：元

项目	收入金额	核查金额	核查比例
2023年1-8月	13,058,630.93	11,853,439.42	90.77%
2022年度	18,212,601.63	16,672,070.34	91.54%
2021年度	47,820,685.48	39,073,114.50	81.71%

②公司与非法人供应商的资金流水核查比例

单位：元

项目	采购金额	核查金额	核查比例
2023年1-8月	2,855,022.91	2,458,260.40	86.10%
2022年度	16,258,864.95	14,898,935.40	91.64%
2021年度	12,273,067.04	9,511,936.95	77.50%

2、核查结论

经核查，主办券商认为：

实际控制人和主要关联方与公司的客户、供应商不存在业务往来，不存在利益输送，不存在为公司承担成本费用或通过直接、间接的方法向公司输送利益的情形，公司客户亦不存在第三方回款的情形；报告期内，公司及其实际控制人、董事、监事、高管等相关人员银行流水不存在重大异常情形。

请主办券商、律师对公司是否存在刷单、欺诈消费者、违反电商平台规定的情形等补充核查并发表明确意见。

公司不存在利用其他公司或组织刷单、刷好评等手段提高品牌知名度的行为，不存在欺诈消费者，违反电商规定的情形。具体核查程序如下：

1、核查程序

(1) 了解公司线上自营平台的运作情况、与线上自营平台相关信息系统及运作情况，线上自营业务的合规经营情况；

(2) 对公司线上自营业务流程执行穿行测试，检查信息系统之间订单信息传递的有效性，确认公司相关内部控制在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制，相关运营数据、业务数据传输有效，不存在异常；

(3) 获取公司主要店铺相关运营数据，统计每天访问量、页面访问量等，并结合各个店铺销售数据，分析网站流量与销售数据和促销活动一致性，确认不存在大量消费者在异常时段下单等情况；

(4) 对消费者行为进行分析，分别计算报告期各期公司线上业务人均订单数量、客单价、订单均价、复购率等情况，并与公司产品售价、产品正常耗用量等进行比对，结合正常消费习惯等对前述数据的合理性进行了推断，经核查，不存在异常交易或刷单的情况；

(5) 对公司线上店铺的销售明细订单数据中记录的收货地址信息，对用户省份分布情况、收货区域集中度情况等进行分析，确认公司线上自营业务销售最终消费者的地区分布合理性，经核查，不存在收货地址异常的情况；

(6) 对订单系统中的发货订单与第三方物流承运商提供的物流发货单据进行匹配，统计物流承运商无记录的订单数据，以及是否存在多次重复使用的快递单号等；获取物流承运商系统中记录的包裹的重量进行分析，分析是否存在发送空包裹的情况，确认不存在寄送空包裹、虚构快递单及多次使用同一快递单号的情况；

(7) 查阅报告期内公司及子公司的银行流水，经核查，不存在异常资金流入或流出的情况，公司及子公司不存在将体内资金转出用于刷单或其他异常的行为；

(8) 查阅实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水，经核查，不存在异常资金流入或流出的情况，实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在支付资金用于刷单或其他异常的行为。

(9) 获取公司出具的《说明》：公司及下属子公司在第三方电商平台运营店铺过程中，严格遵守第三方电商平台的规定，遵守法律法规，不存在违反协议约定、违反法律法规的情形。关于消费者针对公司线上店铺及相关产品的反馈数据均由第三方电商平台搜集、保护，反馈数据真实、完整，公司不存在对反馈数据进行修改、删除或其他篡改的情形。

公司及相关关联方不存在通过自身或委托他方在第三方电商平台虚构信用评价、引导好评、修改或删除中差评等情形。公司在各第三方电商平台运营店铺的过程中，不存在被第三方电商平台实施临时性措施、处罚的情形，不存在不正当竞争情形，不存在信息发布违规、虚假交易、虚假宣传等情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、核查结论

经核查，主办券商认为公司不存在刷单、欺诈消费者、违反电商平台规定的情形。

5. 关于存货

根据申报材料，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 10,038.42 万元、11,436.89 万元及 10,114.75 万元，占各期末流动资产的比重分别为 26.60%、36.43%和 36.48%，以原材料、库存商品为主；公司存在生鲜乳等容易变质的存货。

请公司：（1）结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等说明存货余额是否与公司的订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况；存货余额占流动资产的比例增加与业务情况是否匹配。（2）补充说明存货的库龄情况，存货可变现净值的确定依据、结合存货保质期、是否易变质等特性，说明跌价准备计提充分性、与可比公司是否存在明显差异、公司与存货相关的内部控制是否已建立健全并有效执行。（3）补充说明各类存货具体形态、分布地点及相应占比，存货盘点方案及合理性；说明各期末各类存货盘点情况、是否存在账实不符的情形。

请主办券商及会计师结合上述事项的核查情况，并对以下事项发表明确意见：（1）存货真实性、准确性、完整性，存货各项目的认定和计价的准确性，期末存货变动合理性。（2）公司存货各项目的发生、计价、分配与结转是否符合《企业会计准则》的规定，是否与项目实施流转一致、分配及结转方法是否合理、计算是否准确，报告期各期存货变动与收入成本的匹配性，是否存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形。（3）公司存货跌价准备具体计提方法

是否谨慎，存货跌价准备计提是否充分，是否符合《企业会计准则》的规定，对比同行业可比公司跌价准备计提方法和计提情况，是否存在差异及原因。（4）说明对各期末存货实施的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在账实不符的情形。

【公司回复】：

（一）结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等说明存货余额是否与公司的订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况；存货余额占流动资产的比例增加与业务情况是否匹配。

1、结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等说明存货余额是否与公司的订单、业务规模相匹配

报告期各期末，公司存货余额构成情况如下：

单位：万元

项目	2023年8月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	5,296.81	52.77%	7,070.32	61.20%	5,966.22	57.90%
库存商品	2,457.03	24.48%	1,337.94	12.59%	1,866.42	19.95%
消耗性生物资产	13.08	0.13%	-	-	-	-
包装材料	1,216.86	12.12%	1,335.91	11.56%	1,740.26	16.89%
低值易耗品	268.44	2.67%	126.53	1.10%	88.01	0.85%
发出商品	786.19	7.83%	1,566.19	13.56%	453.85	4.40%
合计	10,038.42	100.00%	11,436.89	100.00%	10,114.75	100.00%

公司采用以销定产与适度调节相结合的生产模式，即根据库存情况、销售订单情况、促销政策和对未来市场销售趋势的预测等因素综合判断未来销售情况，并制订备货计划。

报告期各期末，公司存货主要为原材料、产成品和包装材料。公司原材料主要为乳粉，其易于保存且保质期为2年，生鲜乳的保质期为3天，公司采购生鲜乳后立即对其进行生产加工，公司为了保证能应对相对集中的生产需求，进行了

充足的原材料储备。

公司的产成品主要包括乳制品、含乳饮料等，由于产品生产具有生产工序较少、生产周期较短的特点，每批次产品生产从投料到产品产出一般当日便可完成。低温制品由于保质期较短当日发货当日签收；常温制品保质期较长（一般为6个月），且按照相关规定产品包装后需抽样经过7天保温实验期后该批次才能投放市场，因而公司结合现有市场需求及预计未来市场需求，予以适当备货。

公司包装材料主要为纸箱、产品包材等，其采购周期较短，易于保管，因此公司进行了一定量的备货。

公司产品的客户订单频率较高且保质期较短，客户根据自身销售情况择机预付货款并在订货商城下单，公司在取得订单后立即安排发货，公司报告期各期末及前2日订单与公司期末产成品的覆盖情况如下：

单位：万元

项目	2023年8月31日/2023年1-8月	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度
产成品余额（库存商品、发出商品）	3,243.22	2,904.13	2,320.26
营业收入	66,188.96	78,080.42	71,447.46
产成品余额占营业收入比例	3.27%	3.72%	3.25%
订单金额	485.44	828.27	521.32
订单金额/产成品余额	14.97%	28.52%	22.47%
期后一个月营业收入	13,201.25	7,941.41	6,735.56

注：2023年8月31日产成品余额占营业收入比例已年化处理。

客户下达订单的金额、数量、产品类型受到客户自身库存情况、销售情况、天气及节假日等多重因素的影响，且基于行业特征和生产周期，普遍存在订单交期较短（通常1-2天）、订单金额较小、订单频率较高的特点，故每日内公司收到的订单金额存在一定的波动。

报告期各期期后一个月，公司销售情况良好，不存在长期滞销的情况。报告期内各期末公司产成品余额有所上升，与公司整体销售规模的上升相匹配。

2、存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货规模情况如下：

单位：万元

公司名称	2023年8月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	账面价值	占总资产比例	账面价值	占总资产比例	账面价值	占总资产比例
伊利股份	1,247,002.28	8.36%	1,483,616.48	11.33%	891,719.56	8.75%
光明乳业	348,765.33	14.79%	419,670.01	17.16%	311,451.03	13.28%
皇氏集团	37,252.97	6.96%	47,120.82	7.99%	38,607.13	7.12%
燕塘乳业	15,422.84	8.14%	18,047.92	9.53%	14,601.66	8.89%
平均值	412,110.86	9.56%	492,113.81	11.50%	314,094.85	9.51%
百菲乳业	10,038.42	9.84%	11,436.89	13.70%	10,114.75	14.29%

注：同行业可比公司2023年8月31日数据采用2023年三季度报披露数据。

公司存货规模低于同行业可比公司平均值，占总资产比例略高于同行业可比公司平均值，主要系各可比公司的业务规模、备货政策、产品类型存在差异所致。其中伊利股份和光明乳业业务规模大，存货余额相应大。公司总体规模较同行业可比公司平均值小，因此存货占总资产比例较高，随着公司不断发展壮大，存货比例逐年下降。

报告期各期末存货的期后结转情况如下：

单位：万元

2021年末			
类型	期末账面价值	期后3个月结转金额	结转比例
原材料	5,966.22	10,095.10	169.20%
库存商品	1,866.42	17,503.90	937.83%
消耗性生物资产	-	-	-
包装材料	1,740.26	2,202.94	126.59%
低值易耗品	88.01	226.99	257.92%
发出商品	453.85	2,316.27	510.36%
2022年末			

类型	期末账面价值	期后3个月结转金额	结转比例
原材料	7,070.32	12,034.79	170.22%
库存商品	1,337.94	30,246.07	2260.65%
消耗性生物资产	-	-	-
包装材料	1,335.91	2,661.26	199.21%
低值易耗品	126.53	417.01	329.58%
发出商品	1,566.19	2,921.69	186.55%
2023年8月末			
类型	期末账面价值	期后3个月结转金额	结转比例
原材料	5,296.81	13,511.72	255.09%
库存商品	2,457.03	48,968.80	1993.00%
消耗性生物资产	13.08	0.51	3.93%
包装材料	1,216.86	4,040.23	332.02%
低值易耗品	268.44	881.86	328.51%
发出商品	786.19	4,197.46	533.90%

公司存货除消耗性生物资产外，期后出库情况良好，周转率较高，不存在长期滞销的情况。消耗性生物资产主要为养殖的奶牛，生物资产需要一定的繁育周期，期后出库情况与资产特点相匹配。

3、存货余额占流动资产的比例增加与业务情况是否匹配

报告期各期末存货余额占流动资产的比例情况如下：

单位：万元

2023年8月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
存货余额	占流动资产比例	存货余额	占流动资产比例	存货余额	占流动资产比例
10,038.42	26.60%	11,436.89	36.43%	10,114.75	36.48%

报告期内，公司业务规模逐年增加，资产规模也同步增长，公司保持合理库存，控制存货比例，公司存货占流动资产比例逐年下降，与实际情况相匹配。

(二) 补充说明存货的库龄情况，存货可变现净值的确定依据、结合存货保质期、是否易变质等特性，说明跌价准备计提充分性、与可比公司是否存在明显差异、公司与存货相关的内部控制是否已建立健全并有效执行。

1、补充说明存货的库龄情况

报告期内存货库龄分布情况如下：

单位：万元

2021年12月31日	0-30天	31-60天	61-90天	91-120天	120天以上	合计
原材料	1,907.61	1,257.16	300.18	383.35	2,117.93	5,966.23
包装材料	1,103.09	189.91	103.27	123.43	220.56	1,740.26
低值易耗品（含周转材料）	18.58	19.33	12.32	14.21	23.56	88.00
库存商品	1,118.89	573.86	271.65	90.53	0.87	2,055.80
发出商品	453.85	-	-	-	-	453.85
消耗性生物资产	-	-	-	-	-	-
合计	4,602.02	2,040.26	687.42	611.52	2,362.91	10,304.13
占比	44.66%	19.80%	6.67%	5.93%	22.93%	100.00%
2022年12月31日	0-30天	31-60天	61-90天	91-120天	120天以上	合计
原材料	249.08	378.24	51.94	268.76	6,122.29	7,070.31
包装材料	808.39	68.2	97.8	38.54	322.98	1,335.91
低值易耗品（含周转材料）	47.15	20.27	2.46	5.31	51.34	126.53
库存商品	865.89	370.84	195.83	12.95	9.16	1,454.67
发出商品	1,566.19	-	-	-	-	1,566.19
消耗性生物资产	-	-	-	-	-	-
合计	3,536.71	837.55	348.03	325.56	6,505.77	11,553.62
占比	30.61%	7.25%	3.01%	2.82%	56.31%	100.00%
2023年08月31日	0-30天	31-60天	61-90天	91-120天	120天以上	合计
原材料	1,328.78	781.48	70.88	14.11	3,101.57	5,296.82
包装材料	663.85	75.27	22.62	18.23	436.89	1,216.86

低值易耗品（含周转材料）	147.23	17.83	53.37	8.76	41.26	268.45
库存商品	2,123.82	310.66	21.8	0.51	0.26	2,457.05
发出商品	786.19	-	-	-	-	786.19
消耗性生物资产	7.15	1.34	1.26	3.33	-	13.08
合计	5,057.01	1,186.57	169.93	44.93	3,579.97	10,038.41
占比	50.38%	11.82%	1.69%	0.45%	35.66%	100.00%

报告期内，公司原材料库龄主要分布为 120 天以上，主要原因系公司最主要的原材料为乳粉，其易于保存且保质期为 2 年。公司库存商品库龄主要分布在 0-30 天及 31-60 天，只有零星产成品库龄超过 60 天。公司整体存货库龄情况良好。

2、存货可变现净值的确定依据

公司存货可变现净值的确定依据如下：

为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料应当按照可变现净值计量。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。公司持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

3、结合存货保质期、是否易变质等特性，说明跌价准备计提充分性、与可比公司是否存在明显差异

公司主要存货质保期期限如下：

类型	种类	保存期限
原材料	主要材料（乳粉、生鲜乳）	乳粉：2 年；生鲜乳：3 天左右
原材料	辅助材料	各不相同，期间较长，如奶粉 24 个月
包装材料	纸箱、PE 瓶、玻璃瓶等	可长期保存
低值易耗品	办公用品、五金配件等	可长期保存

类型	种类	保存期限
库存商品、发出商品	低温乳制品	7-21 天
库存商品、发出商品	常温乳制品	一般为 6 个月
消耗性生物资产	牛	可长期养殖

报告期内，公司不同存货保存期限存在较大差异。原材料中的生鲜乳保存期限为 3 天左右，易变质，因此公司采购生鲜乳后立即进行生产加工；产成品中的低温乳制品保质期为 7-21 天，较易变质，因此公司针对这类产品采取严格的以销定产的生产策略，产品生产完毕后立即发出给客户，以保持这类产品的高周转率；产成品中的常温乳制品保质期一般为 6 个月，不易变质，公司针对临期或过期产成品进行可变现净值测试，可变现净值低于存货成本的，公司按照存货成本与可变现净值的差额计提存货跌价准备；包装材料、低值易耗品等均可以长期保存，不存在因过期而出现减值的情况。

综上，公司已按照《企业会计准则》的规定进行存货跌价测试及跌价准备计提，且存货跌价准备计提充分。

报告期内，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提政策情况对比如下：

公司名称	存货跌价准备计提政策
伊利股份	期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。
光明乳业	存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。
皇氏集团	资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。
燕塘乳业	资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。
阳光乳业	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。
百菲乳业	期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。

注：数据来源于同行业可比公司定期报告

如上表所示，公司与同行业可比公司对于期末存货，均按照成本与可变现净值孰低原则计价并计提存货跌价准备，公司的存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在明显差异。

4、公司与存货相关的内部控制是否已建立健全并有效执行

公司建立了原辅材料验收、运输贮存和发放管理制度、生鲜乳采购、验收、运输和贮存管理制度、仓库管理制度、产品的贮存、运输和交付管理制度、成品放行管理规定等一系列与存货相关的内部控制制度，报告期内，公司对存货的内控管理制度设计完善、执行良好，存货管理的相关内控制度及措施得到有效执行，不存在重大缺陷。

(三) 补充说明各类存货具体形态、分布地点及相应占比，存货盘点方案及合理性；说明各期末各类存货盘点情况、是否存在账实不符的情形

1、补充说明各类存货具体形态、分布地点及相应占比

公司存货期末具体形态分为原材料、库存商品、消耗性生物资产、包装材料、低值易耗品和发出商品，其中原材料、包装材料、低值易耗品主要分布于公司和浙江百菲的本地仓库；库存商品主要分布在公司、浙江百菲两个厂区的本地仓库、湖南长沙、广西南宁的电商发货代管仓库以及广东东莞的天猫超市第三方仓库和广东广州的京东自营第三方仓库；消耗性生物资产分布于百菲养殖及百菲七甲养殖的本地养殖场所。

2023年8月末，公司各类存货的具体形态、分布地点和相应占比如下：

存货类别	存放地点	金额（万元）	占比（%）
库存商品	公司库	1,249.94	12.31%
	发货代管库	369.35	3.64%
	第三方仓库	911.14	8.97%
原材料	公司库	5,330.34	52.50%
消耗性生物资产	公司库	13.08	0.13%
包装材料	公司库	1,216.86	11.98%
低值易耗品	公司库	268.44	2.64%
发出商品	在途	794.34	7.82%
合计		10,153.50	100%

注：以上均为合并抵消前数据

2、存货盘点方案及合理性

公司存货的盘点方案及程序如下：

公司每年末实施全面盘点，由财务人员会同仓库管理人员对公司存货进行全面盘点。

盘点前，由财务部负责制定存货盘点计划，明确盘点时间、参与人员、要求和注意事项，并通知至相关部门；盘点责任人需提前对盘点物资进行整理，控制盘点过程中存货出入库，以便进行盘点。

盘点中，根据存货盘点计划的人员安排形成盘点小组，各小组负责所安排的部分存货的盘点工作，由仓库管理人员作为盘点责任人清点数量，财务人员根据实际盘点情况在盘点表中如实填写相关盘点数据。

盘点工作结束后，盘点结果由盘点小组成员共同签字确认并上交，财务部负责对盘点结果作出书面总结，编制盘点报告。

综上，公司盘点方案具有合理性。

3、说明各期末各类存货盘点情况、是否存在账实不符的情形

公司重视库存实物的盘点，一般采取仓库自盘、期末全盘以确保账实相符，财务部门对期末盘点进行监盘。在盘点过程中如发现摆放及其他存货管理问题，公司会及时处理。报告期各期末，公司根据存货盘点制度均已实施了盘点，盘点严格按制度执行。

项目	内容		
盘点基准日	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
盘点范围	原材料、包装材料、低值易耗品、库存商品		
盘点地点	公司仓库、发货代管仓库		
公司盘点人员	仓管人员、财务人员		
盘点流程	盘点前的准备工作：在基准日完成物料收发的数据审核，组织盘点人员进行盘点工作安排。盘点工作开始：仓库打印所有存货盘点表，存货管理人对物料进行盘点，监盘人员确认后在盘点表上记录。 盘点过程中：对存货状态进行检查，确认是否存在损毁的物料。 盘点结果整理：盘点结束由监盘负责人收集盘点表并进行数据统计及差异计算。		

项目	内容
	针对差异情况，存货管理人负责给出差异原因。 盘点表经参与盘点仓管人员、财务人员签字确认。

报告期内，公司盘点结果无异常，不存在账实不符的情形。

【主办券商回复】：

请主办券商及会计师结合上述事项的核查情况，并对以下事项发表明确意见：（1）存货真实性、准确性、完整性，存货各项目的认定和计价的准确性，期末存货变动合理性。（2）公司存货各项目的发生、计价、分配与结转是否符合《企业会计准则》的规定，是否与项目实施流转一致、分配及结转方法是否合理、计算是否准确，报告期各期存货变动与收入成本的匹配性，是否存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形。（3）公司存货跌价准备具体计提方法是否谨慎，存货跌价准备计提是否充分，是否符合《企业会计准则》的规定，对比同行业可比公司跌价准备计提方法和计提情况，是否存在差异及原因。（4）说明对各期末存货实施的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在账实不符的情形。

（一）核查程序

1、了解公司的产品合同签订、产品备货政策、发货周期和订单完成周期，分析存货变动是否与业务发展相匹配，统计报告期各期末订单情况，分析存货规模与订单、业务规模是否匹配；

2、查阅同行业可比公司年度报告及季度报告，对比同行业可比公司的存货规模、存货跌价准备计提方法以及计提情况，并对公司存货跌价准备计提进行复核，评估管理层在存货减值测试中使用的相关参数的合理性；

3、访谈公司相关负责人，了解公司各产品核算流程、各存货明细项目的核算时点、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提政策，查看内控制度、财务资料等，分析是否符合《企业会计准则》规定；

4、获取报告期各期末存货明细表、存货跌价准备计提表、存货库龄表，了解报告期各期末存货期后结转情况；

5、取得公司产品成本核算表，结合报告期内各期的收发存数据对原材料实际采购量、投入量进行分析计算产品生产分配、结转的真实性，并与采购明细、营业成本进行勾稽，核查分析公司成本结转的准确性和完整性；

6、获取公司存货内控管理制度，了解生产与仓储相关的内部控制，评价控制的设计并测试相关内部控制的运行有效性，确定其是否得到执行；

7、访谈公司财务人员，了解各期存货盘点情况，并对2023年8月末存货实施监盘程序，监盘情况如下：

监盘范围包括公司、浙江百菲厂内仓库原辅材料等、公司厂内成品仓成品、公司南宁仓成品、浙江百菲厂内成品仓成品、公司、浙江百菲及浙江贸易长沙仓成品，百菲养殖帽岭养殖场、七甲养殖瑞安养殖场的生物资产。监盘结果如下：

项目	原材料、包装材料、周转材料及低值易耗品	库存商品	消耗性生物资产
截至2023年8月31日账面价值（元）	67,821,113.62	24,570,345.47	130,828.42
抽盘金额（元）	48,400,433.21	16,096,235.99	130,828.42
抽盘比例	71.36%	65.51%	100%
盘点结论	无异常	无异常	无异常

监盘过程中查看了存货总体存储情况，观察公司盘点人员的盘点过程是否按照盘点计划执行，并准确记录存货数量和状况，过程中重点关注存货数量是否存在差异、存货状态是否存在毁损破坏情况，并对存货进行了双向抽盘。经监盘，公司存货管理情况较好，存货摆放整齐、实物状况良好，抽盘结果与公司盘点结果一致。

（二）核查结论

1、报告期内，公司各类别存货的计量真实、准确、完整，期末存货变动具有合理性；

2、报告期内，公司存货各项目的发生、计价、分配与结转符合《企业会计准则》的规定，符合公司的经营情况，分配与结转方法合理，计算准确；报告期

内,公司各期存货变动与收入成本基本匹配,不存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形。

3、报告期内,公司存货跌价准备具体计提方法具备谨慎性,存货跌价准备计提充分,符合《企业会计准则》的规定,与同行业可比公司相比无明显差异。

4、报告期内,公司存货不存在重大账实不符的情形。

6. 关于固定资产与在建工程

根据申请材料,各报告期末,公司固定资产分别为 19,156.14 万元、19,519.01 万元、28,718.63 万元,公司在建工程分别为 7,652.92 万元、13,813.83 万元、18,509.49 万元;报告期内本部办公楼、车间建设工程一期,浙江百菲工厂建设工程一期等项目大额部分转固。

请公司:(1)补充披露新购置大量机器设备的设备类型、用途及产品生产环节应用情况;量化分析增加大量机器设备与各类产品产能增幅、生产经营情况是否匹配。(2)补充披露公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业公司的对比情况,是否存在显著差异,如是,披露原因及对公司净利润的累计影响。(3)说明公司各期末各地固定资产、在建工程的盘点情况和盘点结论,是否存在账实不符的情形,针对固定资产、在建工程的内部控制设计是否健全、内控是否得到有效执行。(4)说明公司在建工程的具体内容、用途,与生产经营情况是否匹配,在建工程投入的资金来源,资本化利息的归集是否准确合理,报告期在建工程的成本归集、结转情况,各项在建工程转固的依据是否充分,是否符合《企业会计准则》的规定,是否存在提前或推迟转固的情形。

(5)报告期在建工程采购的具体内容、金额、主要设备供应商的名称、是否存在通过第三方间接采购设备的情况、定价依据及公允性、公司及其实际控制人与前述供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排。(6)补充披露报告期内在建工程转固项目的具体情况,包括但不限于项目名称、具体内容、用途、开工与竣工时间、预算金额、实际金额及变动情况、资金来源、项目建设完成后相关产能情况,相关在建工程部分转固的外部依据及合理性。

请主办券商及会计师：（1）核查上述问题并发表明确意见。（2）说明对各期末固定资产、在建工程监盘情况，对各期固定资产、在建工程相关购置、处置交易真实性、定价公允性、交易对手方与公司是否存在关联关系或其他利益安排并发表明确意见。

【公司回复】：

请公司：（一）补充披露新购置大量机器设备的设备类型、用途及产品生产环节应用情况；量化分析增加大量机器设备与各类产品产能增幅、生产经营情况是否匹配。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构及变化分析”之“7、固定资产”之“（3）其他情况”中补充披露如下：“

⑤新购置大量机器设备的设备类型、用途及产品生产环节应用情况；增加大量机器设备与各类产品产能增幅、生产经营情况的匹配情况

A. 报告期内新购置机器设备的设备类型、用途及产品生产环节应用情况

单位：万元

设备类型	用途	2023年1-8月		2022年度		2021年度		产品生产环节应用情况
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	
生产设备	前处理加工	2,527.91	59.33%	1,833.16	90.73%	4,762.95	77.80%	已投入使用
	罐装	436.62	10.25%	-	-	81.88	1.34%	已投入使用
	能源供应	25.31	0.59%	131.55	6.51%	1,026.67	16.77%	已投入使用
	后包装	1,188.38	27.89%	40.19	1.99%	150.21	2.45%	已投入使用
	品控	22.12	0.52%	15.55	0.77%	89.62	1.46%	已投入使用
	产品储存	38.22	0.90%	-	-	10.08	0.16%	已投入使用
其他辅助工具	传输	-	-	-	-	1.00	0.02%	已投入使用
	原料收集	21.93	0.52%	-	-	-	-	已投入使用
	合计	4,260.49	100.00%	2,020.45	100.00%	6,122.41	100.00%	

报告期内，公司生产经营情况持续向好，为满足供应需求，公司加大投入生产设备，其中2021年、2022年、2023年1-8月投入设备中用于前处理加工

以及罐装阶段的金额分别达到 4,844.82 万元、1,833.16 万元、2,964.53 万元，占相应期间设备增加的比例分别达到 79.13%、90.73%、69.58%，并已于产品生产环节中投入使用。前处理加工以及罐装阶段相关设备的增加可带来公司产能的增加。

B. 增加大量机器设备（前处理加工及罐装设备）与各类产品产能增幅、生产经营情况的匹配情况

报告期内，公司机器设备（前处理加工及罐装设备）情况如下：

单位：万元

报告期	期初账面余额	本期增加	本期减少	期末账面余额	增长率
2023 年 1-8 月	11,259.84	2,964.53	-	14,224.37	26.33%
2022 年度	9,426.68	1,833.16	-	11,259.84	19.45%
2021 年度	4,581.86	4,844.82	-	9,426.68	105.74%

2021 年，公司机器设备（前处理加工及罐装设备）较期初增长达 105.74%，主要系公司处于快速上升期，故大量投入相关机器设备用于产品生产，扩大生产规模，提高公司产品市场占有率，满足供应需求。

C. 机器设备（前处理加工及罐装设备）的增加与公司产品产能增幅、生产经营情况的匹配情况

报告期	设备增加金额（万元）	设备较上期增长幅度	生产数量（吨）	产量较上期增长幅度	销售数量（吨）	销量较上期增长幅度
2023 年 1-8 月	4,235.76	37.62%	78,219.72	38.28%	76,260.83	35.42%
2022 年度	1,833.16	19.45%	56,565.70	2.50%	56,313.32	2.43%
2021 年度	4,844.82	105.74%	55,188.01	10.66%	54,978.25	11.51%
2020 年度	-	-	49,869.47	-	49,301.48	-

注：为数据可比，报告期 2023 年 1-8 月生产数量与销售数量已延申为 2023 年全年数据

公司生产各类产品生产线一致，不进一步区分各类产品产能。由上表可知，

2021年度，公司乳制品生产线相关设备金额增长、产品产量、产品销售数量增加幅度分别为105.74%、10.66%、11.51%；2022年度，公司乳制品生产线相关设备金额增长、产品产量、产品销售数量增加幅度分别为19.45%、2.5%、2.43%；2023年度，公司乳制品生产线相关设备金额增长、产品产量、产品销售数量增加幅度分别为37.62%、38.28%、35.42%。随着机器设备增加，公司产品产量、产品销售数量同时增加，呈现正相关的趋势。

综上，公司报告期增加大量机器设备，与其产能增幅、生产经营情况相匹配。”

(二) 补充披露公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业公司的对比情况，是否存在显著差异，如是，披露原因及对公司净利润的累计影响。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“(二) 非流动资产结构及变化分析”之“7、固定资产”之“(3) 其他情况”中补充披露如下：“

⑥公司固定资产各类别使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业公司的对比情况如下：

类别	公司名称	折旧方法	折旧年限(年)	残值率	年折旧率(%)
房屋及建筑物	皇氏集团	年限平均法	20-30	5%	3.17-4.75
	伊利股份	年限平均法	20-45	5%	2.38-4.75
	燕塘乳业	年限平均法	25	3%-5%	3.90-3.90
	光明乳业	年限平均法	10-60	3%-10%	1.50-9.70
	新乳业	年限平均法	10-40	3%-5%	2.38-9.70
	本公司	年限平均法	10-40	5%	2.38-9.50
机器设备	皇氏集团	年限平均法	10	5%	9.50
	伊利股份	年限平均法	10	5%	9.50
	燕塘乳业	年限平均法	12	3%-5%	7.90-8.10
	光明乳业	年限平均法	3-35	3%-10%	2.60-32.30
	新乳业	年限平均法	8-12	3%-5%	7.92-12.13

类别	公司名称	折旧方法	折旧年限(年)	残值率	年折旧率(%)
	本公司	年限平均法	5-10	5%	9.50-19.00
运输工具	皇氏集团	年限平均法	5-10	5%	9.50-19.00
	伊利股份	年限平均法	5-10	5%	9.50-19.00
	燕塘乳业	年限平均法	10	3%-5%	9.50-9.70
	光明乳业	年限平均法	5-10	3%-10%	9.00-19.40
	新乳业	年限平均法	4-5	3%-5%	19.00-24.25
	本公司	年限平均法	3-5	5%	19.00-31.67
电子设备	皇氏集团	年限平均法	5	5%	19.00
	伊利股份	年限平均法	5	5%	19.00
	燕塘乳业	年限平均法	5	3%-5%	19.00-19.40
	光明乳业	年限平均法	2-25	3%-10%	3.60-48.50
	新乳业	年限平均法	3-5	3%-5%	19.00-32.33
	本公司	年限平均法	3-5	5%	19.00-31.67

与同行业可比上市公司相比，公司固定资产折旧政策符合行业特点，固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业公司不存在重大差异。”

(三) 说明公司各期末各地固定资产、在建工程的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形，针对固定资产、在建工程的内部控制设计是否健全、内控是否得到有效执行。

公司根据《资产管理办法》定期对固定资产、在建工程进行全面清查盘点。清查盘点工作由实物资产管理部门负责组织财务部门、使用部门有关人员进行实地盘点。对清查盘点中发现的问题，应查明原因并按管理权限报经总经理批准后进行处理。盘点表由实物资产管理部门、财务部门、使用部门签字。主要程序和方法具体如下：

1、盘点程序

(1) 盘点前由资产管理部门、使用部门和财务部联合制定盘点计划、制作盘点表，并将盘点表与固定资产明细账、在建工程明细账逐项核对，保证相符；

(2) 各盘点人员盘点时在盘点表上记录固定资产实际盘点数量、在建工程

建设情况，对盘点中发现有毁损、闲置、待报废、工程停滞等情况进行备注说明；

(3) 盘点中如发现差异，由相应复盘人再次进行盘点，如确认差异，则予以记录并查明原因；

(4) 盘点完毕后，参与盘点人员在盘点表上签字。

2、报告期内，公司对固定资产、在建工程的盘点情况如下：

单位：万元

项目	2023年8月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	固定资产	在建工程	固定资产	在建工程	固定资产	在建工程
盘点时间	2023年10月	2023年10月	2023年1月	2023年1月	2022年1月	2022年1月
盘点地点	公司及其子公司厂区	公司及其子公司厂区	公司及其子公司厂区	公司及其子公司厂区	公司及其子公司厂区	公司及其子公司厂区
盘点人员	资产管理人员、财务人员	资产管理人员、财务人员	资产管理人员、财务人员	资产管理人员、财务人员	资产管理人员、财务人员	资产管理人员、财务人员
盘点金额	30,580.31	18,509.49	20,972.37	13,813.83	19,090.25	7,652.92
期末余额	33,773.28	18,509.49	23,074.89	13,813.83	20,910.73	7,652.92
盘点比例	90.55%	100.00%	90.89%	100.00%	91.29%	100.00%
盘点结论	账实相符	账实相符	账实相符	账实相符	账实相符	账实相符

3、盘点结论

报告期各期末，公司均对固定资产、在建工程项目进行实地查看和现场盘点，并根据期末固定资产、在建工程盘点情况进行处理，报告期内固定资产、在建工程盘点情况和结论真实可靠，不存在账实不符情形。公司固定资产、在建工程的内部控制制度健全且被有效执行。

(四) 说明公司在建工程的具体内容、用途，与生产经营情况是否匹配，在建工程投入的资金来源，资本化利息的归集是否准确合理，报告期在建工程的成本归集、结转情况，各项在建工程转固的依据是否充分，是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在提前或推迟转固的情形。

1、报告期，公司在建工程的具体内容、用途情况如下：

2023年1-8月/2023年8月31日					
项目名称	具体内容	用途	与生产经营是否匹配	资金来源	是否存在资本化利息
本部办公楼、车间建设工程一期	办公楼、生产车间建设施工；灌装机、装箱机、旋盖机、缓冲塔、贴管机等生产设备安装等	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
本部车间、宿舍楼建设工程	厂房、仓库、宿舍等配套设施；全自动称重灌装拧盖机设备安装	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
湖南百菲工厂建设工程	厂房、仓库、宿舍、水泵房等配套设施；配电工程、污水处理工程	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
广西奶水牛养殖场建设工程	有机肥设备、无害化设备建设工程	奶水牛养殖	是	自筹	否
浙江百菲工厂建设工程一期	扩建生产线及相关配套设备设施，包括生产车间、综合楼、检测楼等	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
浙江百菲工厂建设工程二期	生产车间、生产设备	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否

(续)

2022年度/2022年12月31日					
项目名称	具体内容	用途	与生产经营是否匹配	资金来源	是否存在资本化利息
本部办公楼、车间建设工程一期	办公楼、生产车间建设施工；灌装机、装箱机、旋盖机、缓冲塔、贴管机等生产设备安装；车间工艺管道、能源管道、UHT、灌装机安装；电梯安装等零星工程	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否

2022 年度/2022 年 12 月 31 日

项目名称	具体内容	用途	与生产经营是否匹配	资金来源	是否存在资本化利息
本部车间、宿舍楼建设工程	建设内容包括厂房、仓库、宿舍等配套设施。	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
湖南百菲工厂建设工程	建设内容包括厂房、仓库、宿舍、水泵房等配套设施；配电工程、污水处理工程	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
广西奶水牛养殖场建设工程	污水处理站土建工程和设备、材料提供、制作、安装、调试等	污水处理	是	自筹	否
浙江百菲工厂建设工程一期	扩建生产线及相关配套设施，包括生产车间、综合楼、检测楼等	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否

(续)

2021 年度/2021 年 12 月 31 日

项目名称	具体内容	用途	与生产经营是否匹配	资金来源	是否存在资本化利息
本部办公楼、车间建设工程一期	办公楼、生产车间建设施工；液态奶加工设备安装；燃油锅炉、生物质蒸汽锅炉安装；35KV 变电站增容工程	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
湖南百菲工厂建设工程	厂房、仓库、宿舍、水泵房、门卫室等配套设施建设	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否
广西奶水牛养殖场建设工程	污水处理站土建工程和设备、材料提供、制作、安装、调试	污水处理	是	自筹	否
浙江百菲工厂建设工程一期	办公楼、检测楼、门卫室等配套设施建设；常温奶生产线前调配升级改造；灌装机、贴管机、杀菌机等设备安装、调试	综合办公、产品生产加工	是	自筹	否

报告期内，公司在建工程主要分为工程建设及生产设备。随着公司业务规模快速增长，为满足公司生产经营需要，公司通过自有资金新建了位于灵山县三海街道十里工业园区里的办公楼及生产车间、湖南省长沙市望城产业园厂房、浙江省苍南县灵溪镇工业园厂房等生产经营场所，并购入机器设备用于产品生产加

工。

综上，公司在建工程投入与生产经营情况相匹配，因资金均为自有资金，故不存在资本化利息的情况。

2、在建工程的成本归集、结转情况，转固依据，是否存在提前或推迟转固的情形如下：

单位：万元

项目名称	截至 2023 年 8 月 31 日累计发生额	成本归集				转固金额	结转依据	是否存在提前或推迟转固
		工程施工款	设备款	其他工程费用	资本化利息			
本部办公楼、车间建设工程一期	7,320.37	3,519.99	3,465.90	334.48	-	2,677.41	达到预定可使用状态/验收单	否
本部车间、宿舍楼建设工程	3,952.41	2,865.03	983.42	103.96	-	509.03		
湖南百菲工厂建设工程	4,853.50	4,684.31	-	169.19	-	-		
广西奶水牛养殖场建设工程	219.90	219.90	-	-	-	-		
浙江百菲工厂建设工程一期	17,383.34	5,244.21	11,099.36	1,039.77	-	13,413.87		
浙江百菲工厂建设工程二期	6,661.95	6,261.07	320.95	79.93	-	-		

注：上表中在建工程项目按各公司在建项目列示，每个项目可能包含多个单项工程。公司按照不同单项工程完工验收且达到预定可使用状态的时间结转至固定资产并计提折旧。因此，存在同一个在建工程项目有多个完工结转时点的情况。

公司建立了严格的资产管理制度规范固定资产和在建工程的管理和核算。报告期内，公司在建工程项目主要包括新建产线项目、其他设备及工程项目。主要支出内容包含工程施工款、设备款、工程材料等，公司每月按照实际发生成本计入对应在建工程项目，待相关资产达到预定可使用状态时，将其从在建工程转入固定资产。通常情况下，公司依据施工各方签订的工程项目验收表、监理报告、有关部门验收审批表等进行在建工程转固处理，符合《企业会计准则》的有关规定，不存在提前或推迟转固的情形。

公司在建工程成本归集均为与在建项目密切相关的支出，款项内容及转固情况符合《企业会计准则》相关规定，不存在无关支出计入在建工程的情况以及推迟转固的情况。

（五）报告期在建工程采购的具体内容、金额、主要设备供应商的名称、是否存在通过第三方间接采购设备的情况、定价依据及公允性、公司及其实际控制人及与前述供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排。

1、报告期内，主要在建工程项目采购的具体内容如下：

单位：万元

项目名称	采购内容	采购金额			主要供应商名称
		2023年1-8月	2022年度	2021年度	
本部办公楼、车间建设工程一期	生产设备、工程施工	433.74	5,875.66	1,010.97	利乐包装（昆山）有限公司
					广西文惠建设有限公司
					广西桂灵建设工程有限公司
					扬州续辉饮料设备有限公司
					四川兴至简机械有限公司
本部车间、宿舍楼建设工程	工程施工	3,355.83	596.58	-	广西桂灵建设工程有限公司
湖南百菲工厂建设工程	工程施工	466.00	881.74	3,396.24	湖南志恒建工有限公司
浙江百菲工厂建设工程一期	生产设备、工程施工	632.61	1,795.90	7,928.15	浙江中局建设集团有限公司
					利乐包装（昆山）有限公司
					上海数部机电有限公司
					宁波市永宏机械有限公司
					扬州续辉饮料设备有限公司
浙江百菲工厂建设工程二期	生产设备、工程施工	6,661.95	-	-	浙江立业建设集团有限公司

2、上述主要供应商采购情况如下：

单位：万元

主要供应商	采购内容	报告期内采购金额	是否属于间接采购	定价依据	定价公允性
-------	------	----------	----------	------	-------

主要供应商	采购内容	报告期内 采购金额	是否属于 间接采购	定价依据	定价公 允性
利乐包装（昆山）有限公司	生产设备	6,173.93	否	市场定价	公允
浙江立业建设集团有限公司	工程施工	5,833.70	否	市场定价	公允
湖南志恒建工有限公司	工程施工	4,246.35	否	市场定价	公允
广西文惠建设有限公司	工程施工	2,799.46	否	市场定价	公允
广西桂灵建设工程有限公司	工程施工	2,719.00	否	市场定价	公允
浙江中局建设集团有限公司	工程施工	1,771.36	否	市场定价	公允
扬州续辉饮料设备有限公司	生产设备	1,006.04	否	市场定价	公允
上海数郜机电有限公司	生产设备	872.41	否	市场定价	公允
宁波市永宏机械有限公司	生产设备	652.50	否	市场定价	公允
四川兴至简机械有限公司	生产设备	610.00	否	市场定价	公允

报告期内，公司通过询价，供应商比价的方式选择供应商，不存在通过第三
方间接采购的情况，合同定价以市场定价为标准，定价公允合理。

3、上述主要供应商工商情况如下：

主要供应商	成立时间	主营业务	股东	实际控制人	主要人员	与公司是 否存在关 联关系
利乐包装（昆 山）有限公司	1994/4/20	食品包装材料 及制品销售	利乐包亚洲有限 公司(TETRA PAK ASIA PTE LTD.)	利乐包亚洲有 限公司(TETRA PAK ASIA PTE LTD.)	朱屹东、刘昀、 李冠君、唐若 望	否
浙江立业建设 集团有限公司	2017/7/14	工程建筑	浙江立国建设有 限公司	吴克立	林俊、王勤	否
湖南志恒建工 有限公司	2013/8/28	工程建筑	冯启明、陈芳、 张根强、危志恒	冯启明	史秋梅、陈芳	否
广西文惠建设 有限公司	2021/1/15	工程建筑	韦俊秀、覃莉丽	韦俊秀	韦文潇、韦俊 秀、覃莉丽、	否
广西桂灵建设 工程有限公司	2016/11/16	工程建筑	方平、黄雄光	方平	黄雄光、方平、 韦淑萍	否
浙江中局建设 集团有限公司	2017/12/13	工程建筑	王勤、温州市万 年投资有限公司	王勤	张庆科、王勤	否
扬州续辉饮料 设备有限公司	2007/9/21	饮品设备安装	刘来根、刘雨琴	刘来根	刘来根、王年 英	否
上海数郜机电 有限公司	2011/1/11	设备安装、加 工、维修	刘永臣	刘永臣	刘永臣	否

主要供应商	成立时间	主营业务	股东	实际控制人	主要人员	与公司是否存在关联关系
四川兴至简机械有限公司	2018/7/6	批发机器设备	李子阳、汪小华	李子阳	李子阳、汪小华	否
宁波市永宏机械有限公司	2000/9/22	食品设备制造	李岱崇	李岱崇	李岱崇	否

通过“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”等公开查询，公司及其控股股东、实际控制人、董监高等与上述供应商及其关联方不存在关联关系。

(六) 补充披露报告期内在建工程转固项目的具体情况，包括但不限于项目名称、具体内容、用途、开工与竣工时间、预算金额、实际金额及变动情况、资金来源、项目建设完成后相关产能情况，相关在建工程部分转固的外部依据及合理性。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“(二) 非流动资产结构及变化分析”之“9、在建工程”之“(3) 其他事项”中补充披露如下：“

①报告期内，在建工程转固项目的情况如下：

单位：万元

项目名称	具体内容	用途	开工时间	竣工时间	预算金额	实际金额	已转固金额	资金来源
本部办公楼、车间建设工程一期	生产车间、办公楼、生产设备	综合办公、产品生产加工	2021/10/29	2023/2/3	5,500.00	7,320.37	2,677.41	自筹
本部车间、宿舍楼建设工程	生产车间、宿舍楼	综合办公、产品生产加工、员工宿舍	2023/6/2	-	3,500.00	2,865.03	509.03	自筹
浙江百菲工厂建设工程一期	综合楼、检测楼、生产设备	综合办公、产品生产加工	2021/6/18	2023/2/24	17,800.00	16,659.96	13,413.87	自筹
浙江百菲工厂建设工程二期	生产车间	产品生产加工	2023/6/19	-	13,000.00	6,661.95	-	自筹
湖南百菲工厂建设工程	厂房、仓库、宿舍、	综合办公、产品生产加工	2021/7/5	-	5,078.51	4,853.49	-	自筹

项目名称	具体内容	用途	开工时间	竣工时间	预算金额	实际金额	已转固金额	资金来源
	水泵房							
广西奶水牛养殖场建设工程	有机肥设备、无害化设备建设工程	奶牛养殖	2021/8/30	-	1,060.00	219.90	-	自筹

其中，部分转固的项目情况如下：

单位：万元

项目名称	具体内容	用途	转固年份	转固金额	转固依据	是否影响产能
本部办公楼、车间建设工程一期	纯水设备、锅炉安装工程	提供热源与供水	2021年	126.09	验收相关单据及达到预定可使用状态	否
	变电站扩容工程	提供电能	2022年	106.79	验收相关单据及达到预定可使用状态	否
	灌装机、装箱机等加工设备	为生产线配套设备	2023年	2,444.53	验收相关单据及达到预定可使用状态	否
本部车间、宿舍楼建设工程	全自动超洁净塑瓶称重灌装拧盖机安装	为生产线配套设备	2023年	509.03	验收相关单据及达到预定可使用状态	否
浙江百菲工厂建设工程一期	常温奶生产线、生产车间升级；均质机、杀菌机等加工设备	产品生产加工	2021年	8,982.45	验收相关单据及达到预定可使用状态	是
	无菌灌装机、生产线升级改造	为生产线配套设备	2022年	1,836.06	验收相关单据及达到预定可使用状态	否
	综合楼、检测楼、无菌灌装机等加工设备	为生产线配套设备	2023年	2,595.36	验收相关单据及达到预定可使用状态	否

根据《企业会计准则第4号——固定资产》及应用指南规定：自建工程项目已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程收口概算或者工程实际成本等，按最佳估计的价值转入固定资产，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值。

上表转固项目，浙江百菲工厂建设工程一期中“常温奶生产线、生产车间升级；均质机、杀菌机等加工设备”建设完成后增加公司产能36,000.00吨/年。其余转固项目为主要为能源供应以及产线配套设备，未直接引起产能变动。

综上，公司部分在建工程转固的依据充分合理，相关项目建设完成后增加公司产能 36,000.00 吨/年。”

【主办券商回复】：

请主办券商及会计师：

（一）核查上述问题并发表明确意见。

1、核查程序

（1）了解、评价及测试与固定资产及在建工程相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）获取公司报告期内的在建工程明细表、固定资产明细表、产能产量统计表，询问公司相关人员，了解在建工程预计工期、建设进度、在建工程转固情况、机器设备购置情况、预计投资总额、实际投资金额、资产用途及其生产环节应用情况，分析设备与产能、生产经营匹配性；

（3）根据行业惯例和同行业可比公司案例，比较和评估管理层用于评估固定资产使用寿命和净残值、折旧方法等的判断是否合理；

（4）了解公司固定资产、在建工程盘点制度，同时制定了相关监盘计划，监盘过程中，实施了观察、检查、询问等程序，监盘结束后对监盘结果进行了评价，并形成了固定资产、在建工程监盘小结；

（5）获取并查看报告期内在建工程的施工合同、预算资料、竣工结算资料、验收单据、转固相关的原始凭证，分析在建工程是否存在提前或延迟转固的情况；

（6）获取公司在建工程核算明细表，了解各期结转至固定资产及成本的具体依据，分析成本归集是否涉及与在建工程无关的支出；

（7）登录工商信息查询网站企查查，查阅主要工程与设备相关供应商的基本情况，访谈相关工程负责人，查阅工程和设备采购相关的内部控制制度，了解采购价格管理流程，获取并检查主要工程设备采购资料，分析工程和设备采购价

格公允性以及是否存在通过第三方间接采购的情况，公司及其实际控制人与前述供应商是否存在关联关系的情况；

(8) 核查公司及其实际控制人、董监高等人员个人流水，分析公司及其实际控制人、董监高等人员与前述供应商是否存在异常资金往来等。

2、核查结论

经核查，主办券商认为：

(1) 公司新购置机器设备合理运用于产品生产环节，与产能增幅、公司目前生产经营以及未来发展情况匹配；

(2) 公司固定资产折旧政策与同行业相比不存在显著差异；

(3) 公司固定资产、在建工程盘点情况不存在账实不符的情况，公司针对固定资产、在建工程的内部控制设计健全、内控得到有效执行；

(4) 公司在建工程与公司未来计划生产经营情况相匹配，报告期在建工程的成本归集、结转情况准确合规，不存在延迟转固的情况，符合《企业会计准则》的相关规定；

(5) 报告期内，公司工程和设备采购价格公允；主要供应商与公司、董监高、实际控制人不存在关联关系或其他利益安排；

(6) 相关在建工程部分转固的外部依据充分，符合《企业会计准则》的相关规定。

(二) 说明对各期末固定资产、在建工程监盘情况，对各期固定资产、在建工程相关购置、处置交易真实性、定价公允性、交易对手方与公司是否存在关联关系或其他利益安排并发表明确意见。

1、对固定资产、在建工程监盘情况

(1) 监盘程序：

① 监盘前取得公司的盘点计划、固定资产及在建工程盘点表，与固定资产及

在建工程台账核对是否相符，并确定固定资产及在建工程放置地点、监盘范围、监盘比例，并对 2023 年 8 月 31 日的固定资产、在建工程执行监盘程序；

②各根据既定的盘点计划抽盘固定资产及在建工程，对照盘点明细表固定资产及在建工程名称、数量、规格和存放地点对实物进行逐项核对，重点关注报告期内重要的固定资产及在建工程；

③抽取固定资产及全部在建工程进行实地监盘，根据固定资产及在建工程盘点清单逐项检查；观察并询问在建工程状况和完工进度，关注是否毁损、在建工程位置是否正确、是否存在已达到可使用状态而未进行转固的情况，与公司相关记录进行核对；

④固定资产及在建工程监盘结束时，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的固定资产及在建工程是否均已盘点；

⑤监盘结束后，相关人员在监盘记录表上签字，确认监盘结果；

⑥检查监盘日至资产负债表日期间新增、处置的固定资产、施工方确认的工程量，验证固定资产及在建工程余额在资产负债表日的准确性。

(2) 监盘比例

项目	2023 年 8 月 31 日	
	固定资产	在建工程
是否制定监盘计划	是	是
盘点时间	2023 年 10 月	2023 年 10 月
监盘人员	主办券商、会计师	主办券商、会计师
监盘地点	各经营场所、工程所在地	各经营场所、工程所在地
盘点金额（万元）	30,580.31	18,509.49
期末余额（万元）	33,773.28	18,509.49
监盘比例	90.55%	100.00%

(3) 监盘结论：

主办券商对公司较高比例的固定资产及在建工程进行了监盘，监盘结果显示公司固定资产保管完好，无损毁或报废等异常情况；在建工程工程状况和完工进

度正常，不存在推迟转固、账实不符等异常情况。

2、对固定资产、在建工程相关购置、处置交易的核查情况：

(1) 获取新厂房工程的在建工程清单、相关建设工程施工合同、监理报告、发票、月度结算单、支付凭证等，对项目支出明细进行检查，判断支出归属的准确性；选取主要工程供应商，查询其基本工商信息，获取采购合同，了解公司的定价依据；通过查阅全国建筑市场监管公共服务平台网站，了解相似建筑工程的建造工程单价，对主要工程供应商的定价公允性进行核查；

(2) 核查固定资产相关的内控制度，了解并重新测试内控制度设计及执行的有效性；获取报告期各期新增的固定资产清单，向公司了解其新增方式；选取其中主要的机器设备，了解其使用部门及在生产工序中所起的作用，并查询对应供应商的基本工商信息，通过发函证给主要设备供应商，核查公司入账价格是否与供应商销售价格一致，并判断公司设备采购价格的真实性；

(3) 通过企查查等网络平台查询等方式核查相关供应商的基本情况，包括成立时间、主要人员、注册资本等基本信息，判断相关供应商与公司及其实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、主要关联方之间是否存在关联关系等；

(4) 获取公司报告期内的银行账户开立清单及对账单；检查公司银行对账单；获取公司及其实际控制人、控股股东、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内的银行流水，核查上述主体与主要供应商之间是否存在非经营性资金往来或其他利益安排。

经核查，主办券商认为公司各期固定资产、在建工程相关采购价格公允，相关交易真实，交易对手方与公司不存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

7. 关于生物资产

根据申报材料，各报告期末，公司生产性生物资产分别为 0、0、1,250.09 万元，系成母牛、犊母牛等畜牧养殖类生物资产。各报告期末，其他主要非流动资产中生物资产分别 728.54 万元、728.54 万元、0 万元。

请公司：（1）补充披露非流动资产中生物资产的具体内容并说明列报的准确性；生产性生物资产与其他主要非流动资产中生物资产的区分标准和区分方法，是否存在二者相互转换的情况，如有，请说明相关会计处理及依据。（2）补充披露生产性生物资产的主要来源、计量基础及确认依据、入账价值是否合理准确，是否存在估算确定入账价值的情况，如有请说明估算方法及依据，估算方法是否科学有效，是否符合生物资产的生长周期或生活习性等生物规律。

（3）补充披露生产性生物资产的预计使用寿命、预计使用状态时点、预计净残值和折旧方法，是否符合奶牛的生长周期或生活习性等生物规律和行业惯例、报告期内是否发生变更，如有请说明变更的原因和依据是否充分合理。（4）补充披露生物资产的减值测试情况，是否存在减值迹象，如报告期内发生自然灾害、生物疫情等，披露公司的损失情况、减值情况及计提依据；补充披露报告期内是否存在处置生物资产的情况，公司报告期内及期后是否存在生物资产减值损失转回的情况，如有请说明转回的原因、依据，是否符合生物规律；公司对生物资产的会计处理方式，是否符合准则要求。（5）补充说明各类生物资产具体形态、分布地点及相应占比，生物资产盘点方案及合理性；说明各期末各类生物资产盘点情况、是否存在账实不符的情形，是否符合生物资产的自然生长规律、是否符合行业惯例；说明对生物资产的盘点情况，是否利用专家工作，如存在，说明专家的胜任能力、独立性等。

请主办券商、会计师核查并发表明确意见，并说明对报告期生物资产的监盘及跌价准备、生物资产所执行的核查程序、核查比例及核查结果，履行的监盘程序是否合理有效，监盘结果是否合理，对公司生物资产的确认、计量、会计核算是否符合《企业会计准则》的要求发表明确意见。

【公司回复】：

请公司：（一）补充披露非流动资产中生物资产的具体内容并说明列报的准确性；生产性生物资产与其他主要非流动资产中生物资产的区分标准和区分方法，是否存在二者相互转换的情况，如有，请说明相关会计处理及依据。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”

之“（二）非流动资产结构及变化分析”之“15、其他主要非流动资产”之“（2）其他情况”中补充披露如下：“

①非流动资产中生物资产的具体内容

单位：万元

具体内容	2023年8月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
委外养殖的奶水牛	-	728.54	728.54

2021年及2022年，公司将其拥有的生物资产列报为其他非流动资产的原因是2018年1月公司控股股东百菲投资与宾阳县马潭月嫦良种奶水牛畜牧有限公司（以下简称“马潭月嫦”）签署了奶水牛养殖承包协议（以下简称“承包协议”），约定百菲投资将其牛场633头奶水牛交由马潭月嫦饲养，牛场奶水牛所产生鲜乳归马潭月嫦所有，百菲投资按市场价格负责收购牛场内所生产的鲜乳，无需支付额外饲养费用。2018年11月公司子公司百菲养殖成立，百菲投资将上述奶水牛转让给百菲养殖，并由百菲养殖继续执行上述约定至2022年12月31日，协议到期后马潭月嫦必须向百菲养殖交付等同或优于上述协议确定的数量和结构的奶水牛。此牛群虽属于公司资产，但不符合流动资产定义，因此将其作为一项长期储备资产，列示于其他非流动资产，符合财务报表列报中除资产负债表上所列非流动资产项目以外的其他周转期超过1年的长期资产。

②生产性生物资产与其他主要非流动资产中生物资产的区分标准和区分方法

根据《企业会计准则第5号—生物资产》，生产性生物资产，是指为产出农产品、提供劳务或出租等目的而持有的生物资产。公司生产性生物资产包括用于产奶的母牛及用于母牛繁殖的种公牛。其他非流动资产中生物资产系已委外饲养的一项长期储备资产。因而将是否为公司直接产出农产品、直接提供劳务或出租收入等目的而持有作为区分标准和方法。

③生产性生物资产与其他非流动资产中生物资产的相互转换以及相关会计处理和依据。

公司为保障自有奶源，决定由百菲养殖收回牛群，并开始进行养殖、生产、销售生水牛乳的经营活动，故上述承包协议到期后，经协议双方协商后，2023年5月份，正式由百菲养殖收回上述奶水牛。对此，公司将其他非流动资产中生物资产转入生产性生物资产进行核算，不存在由生产性生物资产转入其他非流动资产中生物资产的情况。

公司在进行前述由其他非流动资产中生物资产转入生产性生物资产时，将原其他非流动资产中生物资产的账面价值作为基础，结合收回时生物资产评估价值，确定收回后生产性生物资产账面价值，并按照生产性生物资产进行后续计量。上述会计处理符合《企业会计准则第5号—生物资产》“第二十五条、生物资产改变用途后的成本，应当按照改变用途时的账面价值确定。”的相关规定。”

(二) 补充披露生产性生物资产的主要来源、计量基础及确认依据、入账价值是否合理准确，是否存在估算确定入账价值的情况，如有请说明估算方法及依据，估算方法是否科学有效，是否符合生物资产的生长周期或生活习性等生物规律。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“(二)非流动资产结构及变化分析”之“15、其他主要非流动资产”之“(2)其他情况”中补充披露如下：“

④生产性生物资产的主要来源、计量基础及确认依据

A. 上述承包协议到期后百菲养殖收回的牛群

由于此牛群经过多年的繁殖，牛只数量已经由协议签订时的633头增长为903头，对于新的牛群的价值，百菲养殖委托广西中之阳房地产土地资产评估有限公司出具了中之阳资评报字[2023]第068号评估报告，报告显示新的牛群价值相比百菲养殖账面价值增值450.05万元，因此百菲养殖收回原有牛群的同时，采购了新增部分的牛群。又因收回时，牛群种类、数量已经改变，公司以原其他非流动资产中生物资产的账面价值作为入账计量基础，结合增值金额，以及不同生长周期的奶水牛在评估时的市场价值，将原账面价值与增值金额在收回

的处于不同生长周期的奶水牛中进行分配入账。以原账面价值为基础，结合经评估的不同生长周期奶水牛的市场价值，该估算方法符合生物资产转换时会计处理要求，评估的市场价值科学有效，符合生物资产的生长周期或生活习性等生物规律。

B. 百菲七甲养殖 2023 年向瑞安市瑞茂水牛养殖有限公司购入的生物资产

采购合同中，生物资产采购价格经温州鹿程资产评估事务所（普通合伙）评估认定，共 65 头牛犊评估价 68.8 万元，其中消耗性生物资产 4 头共计 2.5 万元、生产性生物资产 61 头共计 66.3 万元。公司按以上购买价款入账，不存在估算确定入账价值的情况。

截至 2023 年 8 月 31 日，公司各项生物资产的具体金额如下：

单位：万元

生物资产	消耗性生物资产	生产性生物资产				合计
	犊公牛	犊母牛	青母牛	种公牛	成母牛	
2022 年 12 月 31 日						-
2023 年 1-8 月增加	13.08	134.28	108.17	50.68	1,007.21	1,313.42
委托养殖收回-广西灵山帽岭养殖场	0.62	92.03	87.54	48.18	950.21	1,178.59
外部购入-浙江瑞安七甲养殖场	2.50	1.80	5.00	2.50	57.00	68.80
饲养成本结转-广西灵山帽岭养殖场	8.87	39.65	13.91	-	-	62.44
饲养成本结转-浙江瑞安七甲养殖场	1.09	0.80	1.72	-	-	3.60
自行培育						-
受赠增加						-
其他增加（未成熟转入）						-
2023 年 1-8 月减少	-	-	-	-	-	-
出售减少						-
死亡或淘汰处理转出						-
捐赠						-

生物资产	消耗性生物资产	生产性生物资产				合计
	接公牛	接母牛	青母牛	种公牛	成母牛	
其他减少（转成熟）						-
2023年8月31日	13.08	134.28	108.17	50.68	1,007.21	1,313.42

综上，公司生产性生物资产入账价值合理，存在估算确定入账价值的情况下，估算方法合理有效，符合生物资产的生长周期或生活习性等生物规律。”

（三）补充披露生产性生物资产的预计使用寿命、预计使用状态时点、预计净残值和折旧方法，是否符合奶牛的生长周期或生活习性等生物规律和行业惯例、报告期内是否发生变更，如有请说明变更的原因和依据是否充分合理。

【公司回复】：

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构及变化分析”之“15、其他主要非流动资产”之“（2）其他情况”中补充披露如下：“

⑤生产性生物资产的预计使用寿命、预计使用状态时点等

公司对达到预定生产经营目的的生产性生物资产，即成母牛和种公牛，根据其性质、使用情况和相关经济利益的预期实现方式确定其使用寿命及预计残值率，采用年限平均法计提折旧，并根据用途分别计入相关资产的成本或当期损益。公司生产性生物资产的预计使用寿命、预计使用状态时点等如下：

类别	折旧年限（年）	预计使用状态时点	预计净残值	折旧方法
成母牛	5	首次产犊当月	5%	年限平均法
种公牛	5	预计可配种当月	5%	年限平均法

公司生产性生物资产的预计使用寿命、预计使用状态等符合奶牛的生长周期或生活习性等生物规律，奶水牛一般在出生后18个月左右进入繁育期，平均24个月左右进行初产，公司在其首次产犊的当月将其转入成母牛，并开始进行折旧计提；公司没有大量饲养种公牛的意图，购入的种公牛已具备配种条件，在购入时即开始折旧，公司没有自行培养的种公牛。根据公开披露信息，同行

业公司生产性生物资产-成母牛划分标准如下：

公司	划分标准
新乳业	在母育成牛首次怀孕生下犊生后便进行挤奶，即达到预定生产经营目的，成为成母牛
南方乳业	首次产犊的当月转入成母牛
骑士乳业	成母牛指第一次产犊并开始泌乳的母牛

公司对预计使用状态的划分标准与行业惯例一致。

另外，同行业可比公司生产性生物资产-成母牛折旧年限等信息如下：

公司	类别	折旧方法	折旧年限（年）	预计残值率（%）
伊利股份	成母牛	年限平均法	3-5	20
新乳业	成母牛	年限平均法	4-5	20-35
光明乳业	成母牛	年限平均法	40-60月	15-25
燕塘乳业	成母牛	年限平均法	6	5
南方乳业	成母牛	年限平均法	4-5	20
骑士乳业	成母牛	年限平均法	5	20
皇氏集团	成母牛	年限平均法	5	5
广西桂牛水牛乳业股份有限公司	成母牛	年限平均法	5	3
公司	成母牛	年限平均法	5	5

如上表所示，同行业可比公司均采用年限平均法对成母牛进行折旧。其中，同行业可比公司成母牛折旧年限在3-5年之间，公司的折旧年限为5年。同行业可比公司成母牛预计残值率在3%-35%之间，其中皇氏集团与广西桂牛水牛乳业股份有限公司养殖种群与公司更为相似，以养殖水牛为主，其预计残值率分别为5%和3%，公司预计残值率为5%。公司对成母牛的折旧计提政策与同行业可比公司不存在明显差异，符合行业惯例。

根据公开披露信息，以上同行业可比公司未披露种公牛预计净残值率和折旧方法。

报告期内，公司生产性生物资产的折旧政策未发生变更。”

(四) 补充披露生物资产的减值测试情况，是否存在减值迹象，如报告期内发生自然灾害、生物疫情等，披露公司的损失情况、减值情况及计提依据；补充披露报告期内是否存在处置生物资产的情况，公司报告期内及期后是否存在生物资产减值损失转回的情况，如有请说明转回的原因、依据，是否符合生物规律；公司对生物资产的会计处理方式，是否符合准则要求。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构及变化分析”之“15、其他主要非流动资产”之“（2）其他情况”中补充披露如下：“

⑥生物资产的减值测试情况

公司于每年年度终了对消耗性生物资产和生产性生物资产进行检查，有确凿证据表明由于遭受自然灾害、病虫害、动物疫病侵袭或市场需求变化等原因，使消耗性生物资产的可变现净值或生产性生物资产的可收回金额低于其账面价值的，按照可变现净值或可收回金额低于账面价值的差额，计提生物资产跌价准备或减值准备，并计入当期损益。

消耗性生物资产减值的影响因素已经消失的，减记金额予以恢复，并在原已计提的跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。生产性生物资产减值准备一经计提，不得转回。

经检查，公司生物资产未发现减值迹象。报告期内，公司未存在因发生自然灾害、生物疫情等，而使生物资产出现损失情况以及需要计提减值的情况。

⑦报告期内处置生物资产的情况以及生物资产减值损失转回的情况

报告期内，公司不存在处置生物资产的情况，不存在生物资产减值损失转回的情况。

⑧公司对生物资产的会计处理方式

公司根据饲养牛只用途，将犊公牛分类为消耗性生物资产，一般在犊牛阶段便进行出售；将所有母牛、种公牛分类为生产性生物资产，一般养至成熟后用于产奶以及配种繁殖。公司采用统一的会计处理方式进行核算，具体会计处

理方式如下：

A. 生物资产的初始计量

生产性生物资产按照成本进行初始计量。外购生物资产的成本包括购买价款、相关税费、运输费、保险费以及可直接归属于购买该资产的其他支出。自行繁殖的生产性生物资产的成本，包括达到预定生产经营目的成母牛、种公牛前发生的饲料费、人工费、以及应分摊的间接费用等必要支出，其中，达到预定生产经营目的是指生产性生物资产进入正常生产期，可以多年连续稳定产出农产品。

公司按照养殖流程，将生产性生物资产分为犊母牛、青母牛、成母牛、种公牛进行核算。以不同阶段牛群为成本归集对象，将各阶段直接消耗的材料(包括饲料、牧草及疫苗等)、人工费用、折旧费用和可直接归集的其他费用直接计入各阶段生物资产成本，不可明确区分的人工、折旧等费用则是按照月末各阶段牛群头日数进行分配。犊母牛、青母牛属于未成熟生物资产，每月归集成本费用增加生物资产价值；成母牛属于成熟性生物资产，成母牛中泌乳牛每月归集的成本费用作为生鲜乳成本，成母牛中干奶牛每月归集的成本费用作为出生牛犊的初始价值；种公牛属于成熟性生物资产，其每月归集的成本费用作为生鲜乳成本。

消耗性生物资产按照成本进行初始计量，自行繁殖或养殖的消耗性生物资产的成本，为该资产在自行繁殖过程中发生的必要支出以及在出售前因养殖而发生的可直接归属于该资产的必要支出。公司消耗性生物资产成本归集方式同生产性生物资产一致。

B. 生物资产的后续计量

a. 转群

公司对达到转群条件的牛只，按照转群时点账面价值进行转群，转群后的牛只按照新牛群进行成本核算。

b. 生产性生物资产折旧

公司对达到预定生产经营目的的成熟生产性生物资产（成母牛、种公牛）根据其性质、使用情况和有关经济利益的预期实现方式，确定其使用寿命和预计净残值，按照年限平均法计提折旧，并计入生鲜乳成本；公司对未成熟生产性生物资产（犊母牛、青母牛）不计提折旧。

c. 生物资产处置

公司生产性生物资产淘汰时，将其淘汰出售收入扣除账面价值及相关税费后的余额计入资产处置损益；生产性生物资产死亡时，将其账面价值计入营业外支出，因生产性生物资产死亡收到的保险理赔冲减营业外支出。

公司消耗性生物资产出售时，将其出售收入计入其他业务收入，将其账面价值计入其他业务成本；消耗性生物资产死亡时，将其账面价值计入管理费用-存货报损，因消耗性生物资产死亡收到的保险理赔冲减管理费用-存货报损。

d. 生物资产减值

公司于每年年度终了对生产性生物资产进行检查，有确凿证据表明由于遭受自然灾害、动物疫病侵袭或市场需求变化等原因，使生产性生物资产的可收回金额低于其账面价值的，按照可收回金额低于账面价值的差额，计提减值准备，并计入当期损益，生产性生物资产减值准备一经计提，在资产存续期内不予转回。

公司于每年年度终了对消耗性生物资产进行检查，有迹象表明由于遭受自然灾害、动物疫病侵袭或市场需求变化等原因，使消耗性生物资产的可变现净值低于其账面价值的，按照可变现净值低于账面价值的差额，计提跌价准备，并计入当期损益。消耗性生物资产减值的影响因素已经消失的，减记金额予以恢复，并在原已计提的跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

以上会计处理方式符合《企业会计准则第五号-生物资产》相关规定。”

(五) 补充说明各类生物资产具体形态、分布地点及相应占比，生物资产盘点方案及合理性；说明各期末各类生物资产盘点情况、是否存在账实不符的情形，是否符合生物资产的自然生长规律、是否符合行业惯例；说明对生物资产的盘点情况，是否利用专家工作，如存在，说明专家的胜任能力、独立性等。

1、报告期内，公司各类生物资产具体形态、分布地点及相应占比情况

单位：万元、%

项目	具体形态	分布地点	2023年8月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
消耗性生物资产	犊公牛	广西灵山帽岭养殖场、浙江瑞安七甲养殖场	13.08	1.00	-	-	-	-
	小计		13.08	1.00				
生产性生物资产	成母牛	广西灵山帽岭养殖场、浙江瑞安七甲养殖场	1,007.21	76.69	-	-	-	-
	种公牛	广西灵山帽岭养殖场、浙江瑞安七甲养殖场	50.68	3.86	-	-	-	-
	青母牛	广西灵山帽岭养殖场、浙江瑞安七甲养殖场	108.17	8.24	-	-	-	-
	犊母牛	广西灵山帽岭养殖场、浙江瑞安七甲养殖场	134.28	10.22	-	-	-	-
	小计		1,300.34	99.00	-	-	-	-
其他非流动资产	成母牛	广西灵山帽岭养殖场	-	-	467.67	64.19	467.67	64.19
	种公牛	广西灵山帽岭养殖场	-	-	2.53	0.35	2.53	0.35
	青母牛	广西灵山帽岭养殖场	-	-	169.35	23.25	169.35	23.25
	犊母牛	广西灵山帽岭养殖场	-	-	77.23	10.60	77.23	10.60
	犊公牛	广西灵山帽岭养殖场	-	-	11.76	1.61	11.76	1.61
	小计		-	-	728.54	100.00	728.54	100.00

项目	具体形态	分布地点	2023年8月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计			1,313.42		728.54		728.54	

2、生物资产盘点方案及合理性

公司定期会组织对生物资产进行盘点，公司各牧场管理部、各牧场负责盘点，财务部负责监盘。盘点前由财务部下发盘点通知，盘点人员按照盘点通知的要求进行盘点，盘点人按牛只耳标编码进行现场清点，并做好记录，盘点完成后，盘点人员汇总盘点记录并与账面记录核对，对盘盈或盘亏的情况，由牧场负责人和财务人员共同审核并查明原因，报公司领导审批。盘点表由盘点人员及监盘人员共同签字确认。

公司对牛只进行编号并通过打耳标的方式对牛只进行区别，盘点中以该唯一编码进行清点，确保生物资产数量的准确性，并与财务账面进行核对，确保账实相符，该盘点方案具有合理性。

3、各期末各类生物资产盘点情况

(1) 盘点范围、地点及盘点部门与人员

项目	2023年8月末	2022年末	2021年末
盘点地点	各牧场		
盘点的部门人员	牧场管理人员、财务人员		
盘点范围	消耗性生物资产、生产性生物资产		

(2) 生物资产品种及盘点方法

项目	主要品种	盘点方法
消耗性生物资产	犊公牛	清点计数
生产性生物资产	成母牛、青母牛、犊母牛、种公牛	清点计数

(3) 生物资产盘点具体方法

①在盘点日公司牧场导出按照耳号的牛只分布明细表作为盘点表；

②对于佩戴耳标且在圈舍喂食的牛，在牛舍内根据盘点表清点计数，并抽取一定数量的牛只核查其耳标号是否在盘点表内；

③对于正在挤奶厅挤奶的牛只，在奶厅中逐个进行盘点，并抽取一定数量的耳标号进行核对；

④对于同一牧场，在当天完成全部牛只盘点，减少盘点风险。

(4) 生物资产盘点金额、比例及账实差异情况

单位：万元

2023年8月31日					
项目	账面余额	盘点金额	盘点比例	盘点差异金额	盘点差异率
消耗性生物资产	13.08	13.08	100.00%	-	-
生产性生物资产	1,300.34	1,300.34	100.00%	-	-

注：公司2021年、2022年无消耗性生物资产及生产性生物资产。

报告期内，公司各类生物资产盘点不存在账实不符的情形，盘点情况符合生物资产的自然生长规律及行业惯例。

4、对生物资产的盘点情况，是否利用专家工作

公司生物资产为奶水牛，盘点情况通过盘点人员现场清点确定，未利用专家工作。

【主办券商回复】：

请主办券商、会计师核查并发表明确意见，并说明对报告期生物资产的监盘及跌价准备、生物资产所执行的核查程序、核查比例及核查结果，履行的监盘程序是否合理有效，监盘结果是否合理，对公司生物资产的确认、计量、会计核算是否符合《企业会计准则》的要求发表明确意见。

(一) 针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、核查程序

(1) 查阅公司报告期各期末牛只存栏表，企业会计准则及同行业公司披露信息，了解公司生物资产的区分标准和方法，以及相关会计处理；

(2) 了解公司生物资产主要来源，获取相关采购协议，牛只价值评估报告，分析计算入账价值的准确性；

(3) 了解生产性生物资产各生长阶段的特征、划分标准；了解同行业可比公司相关资产划分标准以及折旧政策，并与公司对比是否存在重大差异；

(4) 查阅同行业可比公司公开资料，了解同行业可比公司生物资产跌价或减值计提方法，并与公司对比是否存在重大差异；评价管理层对于减值迹象判断方法的合理性；

(5) 了解公司生物资产盘点制度，查阅同行业生物资产盘点方法，同时制定了生物资产监盘计划，监盘过程中，实施了观察、检查、询问等程序，监盘结束后对监盘结果进行了评价，并形成了生物资产监盘小结；

(6) 了解公司生物资产会计处理，评价是否符合企业会计准则规定。

2、核查意见

经核查，主办券商认为：

(1) 生产性生物资产与其他非流动资产中生物资产的区分标准和区分方法合理，其他非流动资产中生物资产的列报准确；生产性生物资产与其他非流动资产中生物资产二者相互转换的相关会计处理符合企业会计准则规定；

(2) 生产性生物资产入账价值合理准确，相关计量符合企业会计准则规定；

(3) 生产性生物资产的预计使用寿命、预计使用状态时点、预计净残值和折旧方法，符合奶牛的生长周期或生活习性等生物规律和行业惯例；

(4) 公司生物资产的减值测试合理，不存在减值迹象；公司对生物资产的会计处理方式，符合企业会计准则要求；

(5) 公司生物资产盘点方案合理，各类生物资产盘点结果未存在账实不符的情形，盘点方法符合生物资产的自然生长规律以及行业惯例。

(二) 对报告期生物资产的监盘及跌价准备、生物资产所执行的核查程序、核查比例及核查结果

1、针对公司生物资产的监盘所执行的核查程序、核查比例：

(1) 查阅公司的生物资产管理制度，检查公司 2021 年末、2022 年末、2023 年 8 月末的生物资产盘点记录，并对 2023 年 8 月末生物资产执行监盘程序；

(2) 获取公司 2023 年 8 月末的盘点计划，了解盘点范围、方法、人员分工及时间安排等事项，评价并复核盘点计划的合理性，制定相应的监盘计划，包括但不限于监盘时间、人员安排、监盘地点、监盘范围等；

(3) 观察生物资产盘点现场，确定应纳入盘点范围的资产是否已经适当管理，是否有明显标识；

(4) 观察盘点程序的执行情况，包括盘点人员是否能够按照盘点计划完整并有效执行盘点程序，盘点过程是否有独立于生物资产经管人员参与，盘点人员是否准确地记录数量和状况，盘点过程中重点关注数量是否存在差异、是否存在待处置的生物资产；

(5) 监盘结束前，再次观察监盘现场，以确保所有应纳入监盘范围的生物资产均已盘点；

(6) 监盘工作结束后，参与监盘的各方在监盘表中签字确认，并在监盘现场拍照留痕；核查导致监盘差异的原因，并取得必要的支持性单据。

(7) 2023 年 8 月末生物资产监盘情况如下：

项目	2023 年 8 月 31 日
是否制定监盘计划	是
监盘时间	2023 年 10 月 30 日
监盘人员	主办券商、会计师
监盘地点	各牧场
监盘范围	消耗性生物资产、生产性生物资产
消耗性生物资产盘点比例	100%

项目	2023年8月31日
生产性生物资产盘点比例	100%
盘点结果	账实无差异，无待处置情况

2、针对公司生物资产的跌价准备所执行的核查程序：

获取公司的生产性生物资产减值准备计提政策，评价管理层关于减值准备计提方法的合理性，复核生物资产减值准备计算表，核查生物资产减值准备计提充分性。

3、针对公司生物资产确认、计量、会计核算所执行的核查程序：

(1) 获取公司生物资产相关内部控制制度，了解生物资产管理情况，评价相关的内部控制制度设计是否合理，并测试相关内部控制执行的有效性；

(2) 查阅企业会计准则相关规定，了解公司生物资产初始确认、后续计量等会计核算方法，复核会计分录，检查实际会计处理是否符合企业会计准则要求。

4、核查结果

经核查，主办券商认为：

对报告期生物资产履行的监盘程序合理有效，监盘结果合理，对跌价准备考虑充分，公司生物资产的确认、计量、会计核算符合《企业会计准则》的要求。

8. 其他事项

(1) 关于实际控制人认定。

公司实际控制人吴守允之女吴珊珊持有公司 0.08% 股份。请公司补充说明未将吴珊珊认定为共同实际控制人的原因及合理性，是否存在规避挂牌条件相关要求的情形。请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】：

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于实际控制人的规定：“……实际控制人的配偶和直系亲属，如其持有公司股份达到 5% 以上或者虽未达到 5% 但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营

决策中发挥重要作用，主办券商及律师应当说明上述主体是否为共同实际控制人。……”

吴珊珊系公司实际控制人吴守允之女、吴联侨之胞妹，吴珊珊直接持有公司0.0837%股份，未认定其为共同实际控制人的原因如下：

(1) 吴珊珊持有公司股份未达到5%，且不存在以委托持股、信托或其他方式通过他人持有公司股份的情形，亦不存在通过协议或其他方式支配公司股份表决权的情形，未与吴守允、吴联侨签署任何约定共同控制公司的协议安排，对公司需经股东大会审议的重大事项决策权较小，不能对股东大会决议产生重大影响。

(2) 吴珊珊未担任公司董事职务，未在公司董事会任职，不能对董事会决议产生影响。

(3) 吴珊珊未在公司担任高级管理人员职务，对公司日常经营决策不具有重大影响。

吴珊珊无实际控制的其他企业，且最近三年未受到过行政处罚、刑事处罚，亦不存在因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查，尚未有明确结论意见的情形；未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或仲裁；最近三年诚信良好，不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分等情况，不存在其他重大违法失信行为。吴珊珊作为公司实际控制人吴守允之女，认定为法定一致行动人，其股份限售已比照实际控制人限售之规定进行限售。

综上，吴珊珊持有公司股份未达到5%，且未担任公司董事、高级管理人员，未在公司经营决策中发挥重要作用，且所持股份已比照实际控制人限售，因此，未将吴珊珊认定为共同实际控制人具有合理性，不存在规避挂牌条件相关要求的情形。

请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

【主办券商回复】：

1、主办券商履行了以下核查程序：

(1) 查阅《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》关于实际控制人的规定；

(2) 查阅吴珊珊调查表、无犯罪记录证明及征信报告；

(3) 查询中国裁判文书网 (<https://wenshu.court.gov.cn>)、中国执行信息公开网 (<http://zxgk.court.gov.cn>)、信用中国 (<https://www.creditchina.gov.cn>)、全国股转系统 (<https://www.neeq.com.cn>)、证券期货市场失信记录查询平台 (<https://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>) 等网站，核查吴珊珊是否存在违法违规记录；

(4) 查阅公司报告期内的股东大会、董事会会议文件，并核查公司工商登记资料，了解吴珊珊在公司是否曾任董事、监事、高级管理人员职务。

2、核查结论：

吴珊珊持有公司股份未达到5%，且未担任公司董事、高级管理人员，未在公司经营决策中发挥重要作用，且所持股份已比照实际控制人限售，因此，未将吴珊珊认定为共同实际控制人具有合理性，不存在规避挂牌条件相关要求的情形。

(2) 关于董监高及核心技术人员。

①公司独立董事李静担任广西奶业协会执行秘书长，独立董事李春友担任广西财经学院会计与审计学院院长、若干学会副会长，独立董事雷裕春担任广西财经学院法学院党委书记、广西金融法研究会会长。请公司结合事业单位及社会团体人员管理的有关规定、前述人员在事业单位及社会团体具体任职情况等，说明前述人员担任公司高管人员的合法合规性（包括但不限于是否需经批准程序、能否兼职及领取报酬等）。②请公司补充说明公司董监高人员、核心技术人员与前任职单位是否存在竞业禁止事项或知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】：

(1) 公司独立董事李静、李春友、雷裕春担任公司高管人员的合法合规性
公司独立董事在事业单位及社会团体具体任职情况如下：

姓名	任职情况
李春友	1985年7月至1997年8月，就职于株洲冶金工业学校，任教师；1997年9月至2004年8月，就职于湖南冶金职业技术学院，任实验室主任、教研室主任；2004年9月至2010年9月，就职于湖南工业大学，任工商管理系主任；2010年10月至今，就职于广西财经学院，历任会计与审计学院副院长、研究生处处长、会计与审计学院院长；2019年3月至今，就职于广西预算会计研究会，任副会长；2019年4月至今，就职于广西汽车集团有限公司，任董事；2019年5月至今，就职于广西会计学会，任副会长；2020年5月至今，就职于广西财税科学应用研究会，任副会长；2023年9月至今，就职于股份公司，任独立董事。
雷裕春	1987年7月至2006年2月，就职于广西商业高等专科学校，任法律教研室主任；2006年3月至今，就职于广西财经学院，历任法律系副主任、法律系主任、党总支支部书记、法学院院长、法学院党委书记；2016年3月至今，就职于广西金融法研究会，任会长；2022年7月至今，就职于广西志诚律师事务所，任兼职律师；2023年9月至今，就职于股份公司，任独立董事。
李静	1976年11月至1985年3月，就职于广西民族印刷厂，任三级技工；1985年3月至2012年7月，就职于广西壮族自治区民族事务委员会，历任科员、主任科员、副处长；2012年7月，退休；2017年6月至今，就职于广西奶业协会，任执行秘书长；2023年9月，就职于股份公司，任独立董事。

独立董事李春友目前任广西财经学院会计与审计学院院长，雷裕春任广西财经学院法学院院长、党委副书记。

根据《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党[2011]22号）中的规定：“六、直属高校处级（中层）党员领导干部原则上不得在经济实体和社会团体等单位中兼职，确因工作需要兼职的，须经学校党委审批。七、经批准在经济实体、社会团体等单位中兼职的直属高校党员领导干部，不得在兼职单位领取任何报酬。”

经查询教育部官网公布的直属高等学校名单和广西财经学院官网简介，广西财经学院不属于教育部直属高校范围，是广西壮族自治区人民政府重点建设的一所财经类普通本科高校，因此李春友、雷裕春均不属于上述文件规定的直属高校处级（中层）党员领导干部。

根据《广西财经学院中层领导干部兼职审批表》和广西财经学院党委出具的证明，李春友、雷裕春均属于广西财经学院中层干部，二人在公司兼职独立董事及兼职报酬事项均已获得该校党委批准，履行了相应程序，合法合规。

公司独立董事李静于 2012 年 7 月退休，退休前为广西壮族自治区民族宗教事务委员会（曾用名：广西壮族自治区民族事务委员会）副处长，目前任广西奶业协会执行秘书长。

根据中共中央组织部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18 号）中规定的：“二、对辞去公职或者退（离）体的党政领导干部到企业兼职（任职）必须从严掌握、从严把关，确因工作需要到企业兼职（任职）的，应当按照干部管理权限严格审批。……辞去公职或者退（离）休后三年后到企业兼职（任职）的，应由本人向其原所在单位党委（党组）报告，由拟兼职（任职）企业出具兼职（任职）理由说明材料，所在单位党委（党组）按规定审批并按照干部管理权限向相应的组织（人事）部门备案。三、按规定经批准在企业兼职的党政领导干部，不得在企业领取薪酬、奖金、津贴等报酬，不得获取股权和其他额外利益；……”

根据广西壮族自治区民族宗教事务委员会人事处出具的《证明》“李静同志拟担任广西百菲乳业股份有限公司独立董事，期间不领取薪酬，该任职已按相关规定在我处完成备案”。根据李静出具的声明：“本人为原单位广西壮族自治区民族宗教事务委员会退休干部，现被广西百菲乳业股份有限公司聘任为独立董事，该任职已按相关规定在原单位人事处完成备案。根据《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定，本人自愿放弃领取独立董事津贴，保证不领取独立董事津贴的同时不影响本人作为独立董事应正常履行的义务和职责。”李静兼任公司独立董事已履行相应程序，且不领取报酬，合法合规。

综上，李春友、雷裕春、李静担任公司独立董事合法合规。

（2）公司董监高人员、核心技术人员与前任职单位是否存在竞业禁止事项或知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷

公司未认定核心技术人员，公司董事、监事、高级管理人员与前任职单位不存在竞业禁止事项或知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

请主办券商及律师就上述事项进行核查并发表意见

【主办券商回复】：

1、主办券商履行了以下核查程序：

（1）查阅独立董事李春友、雷裕春、李静的调查表，《独立董事聘任合同》；

（2）查阅《广西财经学院中层领导干部兼职审批表》、广西财经学院党委对李春友、雷裕春兼职公司独立董事分别出具的证明；

（3）查阅广西壮族自治区民族宗教事务委员会人事处出具的《证明》、李静本人出具的《声明》；

（4）查阅《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党[2011]22号）、中共中央组织部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）等相关法律法规；

（5）查询教育部（www.moe.gov.cn）、广西财经学院（www.gxufe.edu.cn）；

（6）查询中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）等公开网站，核查公司董事、监事、高级管理人员有无存在知识产权、商业秘密等侵权纠纷；

（7）查阅公司董事、监事、高级管理人员《调查表》；

（8）获取公司董事、监事、高级管理人员出具的《关于不存在与原任职单位签署竞业禁止、保密协议、职务发明的声明》。

2、核查结论：

根据公司董事、监事、高级管理人员调查表，并经其出具《关于不存在与原任职单位签署竞业禁止、保密协议、职务发明的声明》，经查询中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）等公开网站，公司董监高与前任职单位不存在竞业禁止事项或知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

(3) 关于瑕疵房产。

公司部分房产未取得产权证书。请公司补充说明：①前述房屋是否为公司自建，是否履行了规划、施工、消防等方面的审批手续，未办理产权证书的原因，是否存在权属争议；结合《城乡规划法》《建筑法》《土地管理法》等相关法律法规说明是否存在受到行政处罚或房屋被拆除的风险、是否构成重大违法违规；②量化分析前述房屋若无法取得产权证书或存在被拆除风险，对公司资产、财务状况、持续经营能力所产生的具体影响，说明公司采取的规范措施。请主办券商及律师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】：**(1) 公司未取得房产证书部分房产具体情况**

公司部分房产未取得产权证书的具体情况如下：

序号	建筑名称	位置	建筑面积 (m ²)	取得时间	用途	他项权利
1	后包装仓库	灵山县三海街道十里工业园路3号	615.00	2019.10	包装仓库	无
2	网架仓库	灵山县三海街道十里工业园路3号	920.00	2019.10	仓库	无

上述无证房屋均为公司自建，未履行规划、施工、消防等方面的审批手续，因此未能办理取得产权证书，但所依附的土地使用权均为公司所有，不存在权属争议。

(2) 结合《城乡规划法》《建筑法》《土地管理法》等相关法律法规说明是否存在受到行政处罚或房屋被拆除的风险、是否构成重大违法违规

根据《中华人民共和国城乡规划法》（2019年修正）第六十四条规定：“未取得建设工程规划许可证进行建设的，由县级以上地方人民政府城乡规划主管部门责令停止建设；尚可采取改正措施消除对规划实施的影响的，限期改正，处建设工程造价百分之五以上百分之十以下的罚款；无法采取改正措施消除影响的，限期拆除，不能拆除的，没收实物或者违法收入，可以并处建设工程造价百分之十以下的罚款。”

《中华人民共和国建筑法》（2019年修正）第六十四条规定：“违反本法规定，未取得施工许可证或者开工报告未经批准擅自施工的，责令改正，对不符合开工条件的责令停止施工，可以处以罚款。”

《中华人民共和国土地管理法》（2019年修正）第七十七条规定：“未经批准或者采取欺骗手段骗取批准，非法占用土地的，由县级以上人民政府自然资源主管部门责令退还非法占用的土地，对违反土地利用总体规划擅自将农用地改为建设用地的，限期拆除在非法占用的土地上新建的建筑物和其他设施，恢复土地原状，对符合土地利用总体规划的，没收在非法占用的土地上新建的建筑物和其他设施，可以并处罚款；对非法占用土地单位的直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”

《建筑工程施工许可管理办法》（2021年修正）第十二条规定：“对于未取得施工许可证或者为规避办理施工许可证将工程项目分解后擅自施工的，由有管辖权的发证机关责令停止施工，限期改正，对建设单位处工程合同价款1%以上2%以下罚款；对施工单位处3万元以下罚款。”

根据上述规定，公司无证房屋存在被责令限期拆除、罚款等行政处罚的风险。

根据灵山县住房和城乡建设局出具的《证明》，报告期内公司不存在因违规搭建临时建筑或其他违反房屋使用监管规定被责令限期拆除或受到行政处罚的情形。

根据灵山县自然资源局出具的《证明》，公司自成立以来不存在因不遵守自然资源监管方面的规定而受到该局行政处罚、行政处理或行政调查的情形。

公司实际控制人出具《承诺》：如因公司未取得房屋权属证书事项受到主管部门的处罚，其将按主管部门核定的金额无偿代公司支付罚款，并承担相关费用。

综上，公司前述无证房屋存在被责令限期拆除、罚款等行政处罚的风险，但根据相关主管部门出具的证明，在报告期内，相关主管部门未对公司作出行政处罚，且实际控制人已出具承诺，不构成重大违法违规。

（3）量化分析前述房屋若无法取得产权证书或存在被拆除风险，对公司资

产、财务状况、持续经营能力所产生的具体影响，说明公司采取的规范措施

截至 2023 年 8 月 31 日，公司前述未办理产权证书房屋情况如下：

序号	建筑名称	建筑面积 (m ²)	用途	账面原值(元)	账面净值(元)
1	后包装仓库	615.00	包装仓库	1,309,657.93	1,045,270.87
2	网架仓库	920.00	仓库	173,625.00	135,137.88
	合计	1,535.00	-	1,483,282.93	1,180,408.75

上述尚未办理产权证书房屋面积共计 1,535.00 m²，占公司及其子公司目前全部有证房屋面积 93,507.06m² 的 1.64%，占比较小。若拆除上述无证房屋，其报告期末账面净值合计为 1,180,408.75 元，占公司报告期末总资产的 0.12%、净资产的 0.13%，占比较小。

因上述无证房屋主要用作仓库，非公司生产经营的关键用房，可替代性强，搬迁拆除成本较低，除上述情形外，公司房屋建设活动将严格履行规划、施工、消防等方面的审批手续，对已形成的上述无证房屋已由实际控制人出具承诺规范措施，不会对公司的资产、财务状况、持续经营能力构成重大不利影响。

请主办券商及律师核查上述事项并发表明确意见。

【主办券商回复】：

1、主办券商履行了以下核查程序：

(1) 查阅《中华人民共和国城乡规划法》《中华人民共和国建筑法》《中华人民共和国土地管理法》等相关法律法规；

(2) 取得公司部分房产未取得产权证书的情况说明，查阅公司相关房产的权属证明以及规划、施工、消防等相关手续文件；

(3) 取得公司所在地相关主管部门出具的合规证明文件；

(4) 取得公司实际控制人出具的关于无证房产的《承诺》；

(5) 取得公司财务资料，了解房屋若存在被拆除风险对公司资产、财务状况的影响。

2、核查结论：

上述无证房屋均为公司自建，未能办理取得产权证书，但所依附的土地使用权均为公司所有，不存在权属争议。

根据灵山县住房和城乡建设局出具的《证明》，报告期内公司不存在因违规搭建临时建筑或其他违反房屋使用监管规定被责令限期拆除或受到行政处罚的情形。

根据灵山县自然资源局出具的《证明》，公司自成立以来不存在因不遵守自然资源监管方面的规定而受到该局行政处罚、行政处理或行政调查的情形。

公司实际控制人出具《承诺》：如因公司未取得房屋权属证书事项受到主管部门的处罚，其将按主管部门核定的金额无偿代公司支付罚款，并承担相关费用。

综上，公司前述无证房屋存在被责令限期拆除、罚款等行政处罚的风险，但根据相关主管部门出具的证明，在报告期内，相关主管部门未对公司作出行政处罚，不构成重大违法违规。

上述无证房屋主要用作仓库，非公司生产经营的关键用房，可替代性强，搬迁拆除成本较低，除上述情形外，公司房屋建设活动将严格履行规划、施工、消防等方面的审批手续，对已形成的上述无证房屋已由实际控制人出具承诺规范措施，不会对公司的资产、财务状况、持续经营能力构成重大不利影响。

（4）关于公司业绩。

根据申报材料，报告期内，公司营业收入分别为 66,188.96 万元、78,080.42 万元及 71,447.46 万元，净利润分别为 15,101.24 万元、11,538.72 万元及 13,113.87 万元，综合毛利率分别 36.76%、28.01%和 33.55%。请公司：①说明公司 2022 年营业收入增长的同时净利润下滑的原因及合理性；2023 年 1-8 月收入、净利润、毛利率、经营性现金流量净额较去年同期变动比例及原因。②按照产品类别补充说明公司与同行业可比公司毛利率的差异情况及原因，说明公司毛利率高于行业平均毛利率水平的原因及合理性，报告期内毛利率发生较大波动的原因及合理性。③公司主营业务成本中直接材料占比较高，说明公司能

否将原材料价格波动有效向下游进行传递，公司在应对原材料价格波动方面的具体措施及有效性，结合历史经营状况说明公司是否面临较大的材料价格波动风险。④结合公司所处行业竞争格局、业务拓展能力、期后签订合同、2023 年全年业绩（收入、净利润、毛利率及经营活动现金流量、期末在手订单情况）及与往年对比的情况，说明公司的业绩是否具有可持续性。⑤结合报告期内销售人员数量、客户数量、开发客户的方式等说明销售费用占比较高的合理性，销售费用与公司业务、业绩变化是否匹配；销售费用率是否与可比公司存在明显差异，说明原因。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】：

请公司：（一）说明公司 2022 年营业收入增长的同时净利润下滑的原因及合理性；2023 年 1-8 月收入、净利润、毛利率、经营性现金流量净额较去年同期变动比例及原因。

1、说明公司 2022 年营业收入增长的同时净利润下滑的原因及合理性

2022 年收入、成本及其他主要费用项目及较 2021 年度变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动幅度
营业收入	78,080.42	71,447.46	6,632.96	9.28%
营业成本	56,212.75	47,476.67	8,736.08	18.40%
毛利率	28.01%	33.55%	-	-5.54%
销售费用	6,534.73	6,310.75	223.98	3.55%
管理费用	2,759.18	2,948.40	-189.22	-6.42%
研发费用	378.24	384.17	-5.93	-1.54%
财务费用	-62.36	-40.18	-22.18	55.22%
其他收益	211.88	11.14	200.74	1801.18%
所得税费用	181.22	555.01	-373.79	-67.35%
营业外支出	407.01	129.02	277.98	215.45%
净利润	11,538.72	13,113.87	-1,575.16	-12.01%

2022 年度净利润较 2021 年度减少 1,575.16 万元，下降 12.01%，2022 年度

公司收入虽然较 2021 年度有所增加，但营业成本也呈上升趋势，营业成本增长幅度超过营业收入增长幅度是 2022 年度净利润低于 2021 年的主要原因。

2022 年营业成本增幅大于营业收入增幅，主要系 2022 年公司主要原材料生鲜乳的采购价格较 2021 年上涨。

2022 年和 2021 年灭菌乳和调制乳毛利总额占公司毛利总额的比例分别为 99.33%和 97.67%，2022 年公司采购生鲜乳平均单价为 7.53 元/kg，较 2021 年的 7.05 元/kg 增长 6.79%，导致公司主要产品灭菌乳的生产成本随之升高。子公司浙江百菲 2021 年开始投产，主要生产公司的调制乳产品，2022 年加大产量，但由于厂房、设备等固定成本较高，导致调制乳生产成本升高。公司灭菌乳产品和调制乳产品的单价在报告期保持相对稳定，因此 2022 年公司营业成本增长的幅度超过了营业收入增长的幅度。

另外公司 2022 年发生了较多的对外捐赠，营业外支出增幅较大，一定程度上导致公司的净利润下滑。

综上，公司 2022 年营业收入增长的同时净利润下滑具有合理性。

2、2023 年 1-8 月收入、净利润、毛利率、经营性现金流量净额较去年同期变动比例及原因

公司 2023 年 1-8 月主要财务经营业绩情况较上年同期变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-8 月	2022 年 1-8 月（未经审计）	同期变动比例
营业收入	66,188.96	54,502.19	21.44%
营业成本	41,857.45	42,911.02	-2.46%
毛利率	36.76%	21.27%	15.49%
净利润	15,101.24	5,718.39	164.08%
经营性现金流量净额	26,791.71	3,361.53	697.01%

2023 年 1-8 月收入较 2022 年 1-8 月增长的原因：公司营业收入主要来源于主营业务收入，即乳制品销售收入，占比在 99%以上。公司大力拓展线上销售渠

道，积极通过各类新媒体扩大公司产品的市场知名度和品牌影响力，不断开拓新的线上、线下销售渠道拓宽产品销路。随着品牌效应的逐步显现，公司经营规模快速扩大，营业收入保持稳定增长。

2023年1-8月毛利率较2022年1-8月增长的原因：公司综合毛利率水平随着灭菌乳和调制乳毛利率变动而相应变动，灭菌乳和调制乳毛利总额占公司毛利总额的95%以上；其中灭菌乳毛利率波动主要受公司生鲜乳平均采购价格影响，公司生鲜乳平均采购单价由2022年度的7.53元/kg下降至2023年1-8月的6.62元/kg，降幅为12.95%，导致灭菌乳产品毛利率同期增长；调制乳毛利率波动主要受浙江百菲投产影响，伴随产能释放，2023年1-8月浙江百菲调制乳单位成本下降，导致调制乳产品毛利率同期增长。原材料采购价格的下降和子公司产能的释放是2023年1-8月毛利率较2022年1-8月增长的主要原因。

2023年1-8月净利润较2022年1-8月增长的原因：随着公司经营规模的扩大，收入与毛利率的双重增长带动下，净利润随之增长。

2023年1-8月经营活动产生的现金流量净额较2022年1-8月增长的原因，主要系购买商品、接受劳务支付的现金大幅减少。购买商品、接受劳务支付的现金大幅减少的原因主要系，2022年4季度预付的采购款陆续到货，减少了采购的支付；2023年1-8月新增生鲜乳供应商宁夏科牧华牧业有限公司，应付款项增加，间接导致购买商品、接受劳务支付的现金大幅减少。

（二）按照产品类别补充说明公司与同行业可比公司毛利率的差异情况及原因，说明公司毛利率高于行业平均毛利率水平的原因及合理性，报告期内毛利率发生较大波动的原因及合理性。

公司不同产品毛利率情况如下：

产品类别	2023年1-8月毛利率	2022年毛利率	2021年毛利率
灭菌乳	41.23%	32.00%	35.74%
调制乳	22.07%	18.39%	31.38%
含乳饮料	25.22%	-0.58%	20.06%
发酵乳	30.45%	34.38%	29.64%

产品类别	2023年1-8月毛利率	2022年毛利率	2021年毛利率
巴氏杀菌乳	19.22%	18.04%	22.08%
非乳品	13.77%	-	-

灭菌乳和调制乳毛利总额占公司毛利总额的比例 95%以上，公司毛利率的波动主要与灭菌乳和调制乳的毛利率波动有关。具体如下：

(1) 灭菌乳

2022 年度公司灭菌乳平均销售单价为 3.18 元/盒，较 2021 年度小幅下降 1.55%，2022 年度灭菌乳单位成本为 2.17 元/盒，较 2021 年度上升 4.18%；公司灭菌乳中直接材料成本（生鲜乳）占比超过 70%，灭菌乳单位成本的上升主要是受生鲜乳的价格变动影响，2022 年度公司生鲜乳平均采购单价为 7.53 元/kg，高于 2021 年度生鲜乳平均采购单价 7.05 元/kg，增幅为 6.79%，生鲜乳价格的上升导致公司灭菌乳毛利率由 2021 年度 35.74%下降至 32.00%。

2023 年 1-8 月公司灭菌乳平均销售单价为 3.30 元/盒，较 2022 年度小幅上升 3.57%，2023 年 1-8 月灭菌乳单位成本为 1.94 元/盒，较 2022 年度下降 10.49%，主要是受生鲜乳市场价格影响，2023 年公司生鲜乳平均采购单价由 2022 年度的 7.53 元/kg 下降至 2023 年 1-8 月的 6.62 元/kg，降幅为 12.95%；生鲜乳采购价格的下降是公司灭菌乳毛利率由 2022 年度的 32.00%增至 2023 年 1-8 月 41.23%的主要原因。

报告期内灭菌乳与调制乳的销售价格与单位成本变动：

单位：（元/袋、瓶、盒）

项目	2023年1-8月		2022年度		2021年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
灭菌乳	3.30	1.94	3.18	2.17	3.23	2.08
调制乳	2.11	1.64	2.05	1.67	2.08	1.43

(2) 调制乳

2022 年度公司调制乳平均销售单价为 2.05 元/盒，较 2021 年度小幅下降 1.66%，2022 年度调制乳单位成本为 1.67 元/盒，较 2021 年度上升 16.95%，单

位成本的波动是 2022 年与 2021 年调制乳毛利率差异的主要原因。

公司子公司浙江生产基地于 2021 年中旬投产，厂房、设备等固定成本较高，导致浙江百菲单位成本高于母公司，具体如下：

项目	2023 年 1-8 月		2022 年度		2021 年度	
	数量（万盒）	单位成本（元/袋、瓶、盒）	数量（万盒）	单位成本（元/袋、瓶、盒）	数量（万盒）	单位成本（元/袋、瓶、盒）
母公司	5,998.15	1.57	8,558.38	1.54	13,652.85	1.42
浙江百菲	1,581.47	2.17	1,820.39	2.52	327.16	2.34

2021 年浙江百菲调制乳单位成本为 2.34 元/盒，高于母公司的 1.42 元/盒，同年浙江百菲调制乳销售量仅为母公司销售量的 2.40%，2022 年度浙江百菲生产量大幅提升，占母公司销售量的 21.27%，浙江百菲单位成本和生产量的双重增长导致公司调制乳综合平均成本由 2021 年度的 1.43 元/盒增加至 2022 年度 1.67 元/盒。

伴随产能释放，2023 年 1-8 月浙江百菲调制乳单位成本下降至 2.17 元/盒，浙江百菲销售量占母公司销售量的 26.37%，单位成本下降与生产量的增长导致 2023 年 1-8 月公司调制乳单位成本小幅降至 1.64 元/盒。

2023 年 1-8 月，公司调制乳平均销售单价较 2022 年增幅为 2.95%，单位成本降幅为 1.68%，导致 2023 年 1-8 月调制乳毛利率小幅提升至 22.07%。

综上所述，公司毛利率的波动主要与生鲜乳的价格波动和规模效应有关。

公司选取伊利股份、蒙牛乳业、新乳业、阳光乳业、燕塘乳业及皇氏集团作为可比公司，其中伊利股份披露的产品类别主要是液体乳、奶粉和冷饮，蒙牛乳业披露的产品类别主要是液态奶、冰淇淋、奶粉和奶酪，新乳业披露的产品类别主要是液体乳和奶粉，阳光乳业披露的产品类别主要是常温乳饮料、常温乳制品、低温乳饮料和低温乳制品，燕塘乳业披露的产品类别主要是液体乳、花式奶和乳酸菌乳饮料，皇氏集团披露的产品类别主要是低温奶和常温奶。

因此，可比公司公开披露的产品类别与公司的产品类别不一致，公司未能从

公开披露信息渠道获取按照公司产品类别分类的相关毛利率等数据。但由于同行业可比公司披露的产品类别中液体奶与公司产品中的灭菌乳、调制乳、含乳饮料、发酵乳和巴氏杀菌乳是同类产品，低温乳制品和低温奶与公司产品中的巴氏杀菌乳是同类产品，公司将公司产品分类中的灭菌乳、调制乳、含乳饮料、发酵乳和巴氏杀菌乳合并计算的毛利率与同行业公司的液体奶进行对比，将公司产品分类中的巴氏杀菌乳和同行业公司的低温乳制品和低温奶进行对比，并将公司的整体毛利率与同行业可比公司进行对比分析。

液体乳对比情况具体如下：

同行业可比公司	产品类别	2023年1-8月毛利率	2022年毛利率	2021年毛利率
伊利股份	液体乳	30.06%	29.11%	28.33%
蒙牛乳业	液态乳	未披露	未披露	未披露
新乳业	液体乳	29.33%	26.06%	24.74%
燕塘乳业	液体乳	17.36%	12.40%	16.43%
平均值		25.58%	22.52%	23.17%
百菲乳业	灭菌乳、调制乳、含乳饮料、发酵乳和巴氏杀菌乳合并	36.86%	28.11%	33.55%

注：因无法查询同行业上市公司2023年1-8月相关数据，采用2023年1-6月数据进行对比，公司数据为2023年1-8月数据；蒙牛乳业未披露具体产品类别毛利率

报告期内公司液体乳制品毛利率分别为33.55%、28.11%和36.86%，高于同行业可比公司液体奶毛利率。公司液体乳制品毛利率略高于伊利股份和新乳业，主要原因为公司主营水牛特色乳制品，水牛乳较普通牛乳（荷斯坦牛乳）营养价值更高，且口感更加醇厚、味道更加浓郁，基于水牛乳制品的市场定位，公司水牛特色乳制品的产品定价及溢价率略高于同行业上市公司，导致公司液体乳毛利率高于行业平均毛利率。

公司液体乳制品毛利率明显高于燕塘乳业，主要原因系燕塘乳业部分液体乳产品系委托加工模式生产，导致其液体乳产品整体毛利率较低。

低温乳制品对比情况如下：

同行业可比公司	产品类别	2023年1-8月毛利率	2022年毛利率	2021年毛利率
阳光乳业	低温乳制品	41.14%	38.50%	45.62%
皇氏集团	低温奶	27.20%	24.73%	26.43%
平均值		34.17%	31.62%	36.03%
百菲乳业	巴氏杀菌乳	19.22%	18.04%	22.08%

注：因无法查询同行业上市公司2023年1-8月相关数据，采用2023年1-6月数据进行对比，公司数据为2023年1-8月数据

报告期内公司巴氏杀菌乳毛利率分别为22.08%、18.04%和19.22%，低于同行业可比公司低温乳制品毛利率，主要原因系阳光乳业和皇氏集团是各自区域内龙头乳制品企业，而低温乳制品产品收入占阳光乳业和皇氏集团营业收入的比例较高，阳光乳业和皇氏集团的低温乳制品业务具有一定的规模效应，其在销售渠道、物流效率，生产流程，获客成本等方面具有一定的优势，因此阳光乳业和皇氏集团的低温乳制品毛利率较高，而公司巴氏杀菌乳产品销售收入占营业总收入较低，产品规模较小，未能形成一定的成本优势，因此公司巴氏杀菌乳低于同行业可比公司低温乳制品毛利率。

公司同行业可比公司毛利率如下：

同行业可比公司	2023年1-8月毛利率	2022年毛利率	2021年毛利率
伊利股份	33.15%	32.26%	30.62%
蒙牛乳业	38.40%	35.40%	36.75%
新乳业	27.97%	24.04%	24.56%
阳光乳业	35.58%	34.35%	38.53%
燕塘乳业	27.28%	23.54%	27.84%
皇氏集团	18.42%	17.53%	20.59%
平均值	30.13%	27.85%	29.82%
百菲乳业	36.76%	28.01%	33.55%

注：因无法查询同行业上市公司2023年1-8月相关数据，采用2023年1-6月数据进行对比，公司数据为2023年1-8月数据

报告期内公司综合毛利率分别为36.76%、28.01%和33.55%，与同行业乳制品生产企业相比，公司综合毛利率走势与同行业一致，略高于同行业水平，主要原因为公司产品为水牛特色乳制品，公司产品定价及溢价率略高于同行业上市公

司，导致公司毛利率高于行业平均毛利率。

(三) 公司主营业务成本中直接材料占比较高，说明公司能否将原材料价格波动有效向下游进行传递，公司在应对原材料价格波动方面的具体措施及有效性，结合历史经营状况说明公司是否面临较大的材料价格波动风险。

1、公司主营业务成本中直接材料占比较高，说明公司能否将原材料价格波动有效向下游进行传递

公司主营业务成本中最主要的原材料为生鲜乳，报告期内公司生鲜乳采购单价如下：

生鲜乳采购平均单价			
项目	2023年1-8月	2022年	2021年
	单价(元/kg)	单价(元/kg)	单价(元/kg)
生鲜乳	6.62	7.53	7.05

报告期内公司主要产品销售单价如下：

主要产品销售平均单价			
项目	2023年1-8月	2022年	2021年
	单价(元/袋、瓶、盒)	单价(元/袋、瓶、盒)	单价(元/袋、瓶、盒)
灭菌乳	3.30	3.18	3.23
调制乳	2.11	2.05	2.08

报告期内，公司生鲜乳采购价格受市场供需关系影响存在一定的波动，主要产品销售单价有轻微波动，总体基本保持稳定。由于公司产品属于快速消费品，终端用户对于价格的敏感性较高，公司产品的定价策略为全国统一定价且不轻易更改产品售价，但公司拥有对产品的定价权，在原材料价格大幅上涨的情况下，公司基于自身利益考虑，可以调整销售给线下经销商的约定价格及线上销售价格。综上，公司可以将原材料价格波动风险向下游客户进行传递，存在一定的价格传导能力。

2、公司在应对原材料价格波动方面的具体措施及有效性，结合历史经营状况说明公司是否面临较大的材料价格波动风险

为应对原材料价格波动的风险，公司重点采取了以下应对措施：

(1) 针对主要原材料，公司与主要供应商保持了长期稳定的合作关系，这种合作关系可以保证原材料的稳定、持续供应；

(2) 公司严格按照生鲜乳采购定价原则进行原材料采购即公司以生鲜乳质量指标（如蛋白、脂肪含量）作为外采生鲜乳定价的基准数值，基准数值随奶源质量小幅度地上下浮动，价格差异不大，以此保证原材料采购价格保持稳定；

(3) 密切关注生鲜乳市场动态和趋势，加强对原材料市场价格走势、市场供需变动情况的预判；

(4) 根据市场需求和供应情况，及时做好原材料库存储备管理。适度的库存储备可以帮助公司应对突发情况和供应链中断的风险；

(5) 公司设立百菲养殖及百菲七甲养殖子公司，通过饲养奶牛获取原材料生鲜乳，以外采与自养自产相结合的方式逐步取代单纯外部采购的生鲜乳采购模式，以减少对于生鲜乳外部供应商的依赖，并保持生产成本的稳定。

公司应对原材料价格波动所采取的上述措施合理有效。公司历史经营过程中经营较为稳健，负债水平相对较低，与上游供应商合作较为稳定，未出现因原材料价格波动而给公司生产经营产生重大不利影响的情形。

综上，公司应对原材料价格波动所采取的具体措施，具有有效性。

(四) 结合公司所处行业竞争格局、业务拓展能力、期后签订合同、2023年全年业绩（收入、净利润、毛利率及经营活动现金流量、期末在手订单情况）及与往年对比的情况，说明公司的业绩是否具有可持续性。

1、公司所处行业整体竞争格局情况

近年来，我国乳制品行业保持稳健的发展态势，乳制品产量稳步上升，在国民经济中的地位不断提高。根据国家统计局数据，我国乳制品产量由2015年的2,783万吨增加至2022年的3,118万吨。未来，在居民消费升级、政府对健康饮食的持续宣传等有利因素推动下，我国乳制品行业仍有较大的增长空间。根据

灼识咨询数据，我国乳制品市场零售规模由 2016 年的 3,649.9 亿元增至 2021 年的 4,714.2 亿元，年均复合增长率为 5.25%，预计 2026 年乳制品市场零售额增长至 5,966.6 亿元，2022-2026 年年均复合增长率为 4.82%。

2016-2026 年中国乳制品市场零售规模及预测（亿元）



数据来源：灼识咨询

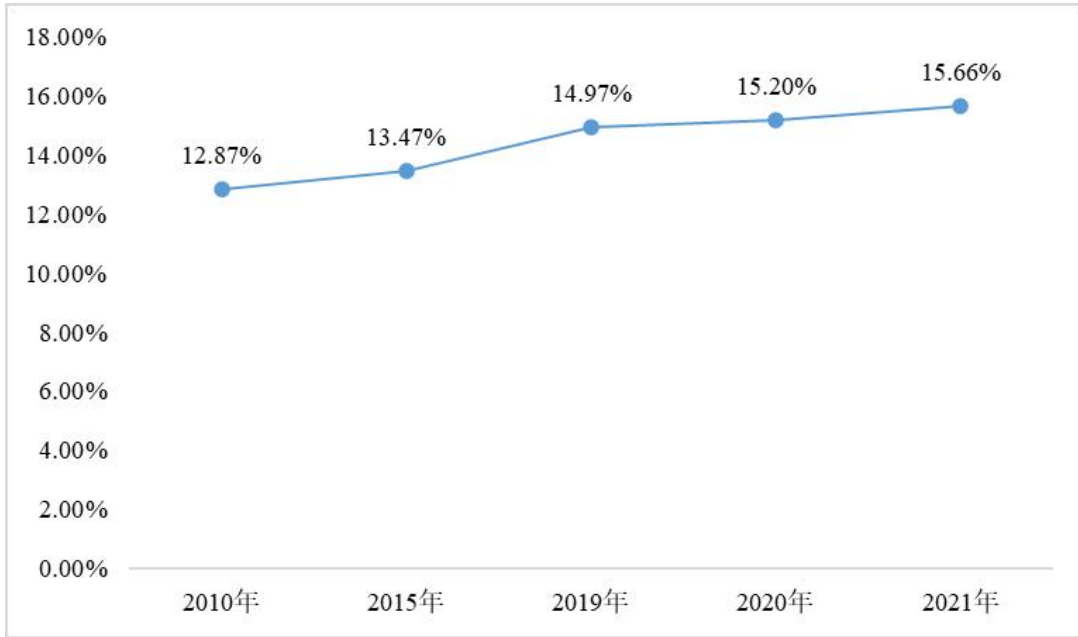
近年来，全球水牛奶产业稳步发展，水牛奶已成为普通牛奶之外的全球第二大奶源，根据《2023 中国奶业统计摘要》数据，2010-2015 年，全球水牛奶产量在全球奶产量中的比重分别为由 12.87%提升到 13.47%，2021 年提升至 15.66%。

2015-2021 年全球及中国水牛奶产量（万吨）



数据来源：联合国粮食及农业组织

2010-2021 年全球水牛奶占奶产量比重



数据来源：《中国奶业统计摘要 2023》

随着水牛奶行业内的企业不断加大品牌建设力度，并借助“大数据”等新一代信息技术进行线上线下双渠道推广布局，水牛奶逐渐为消费者认知，市场需求不断扩大。

水牛乳制品属于乳制品的一个分支，广西是水牛乳制品企业主要聚集的地区，竞争较为激烈。广西区域内，皇氏集团、石埠乳业、壮牛乳业、桂牛乳业等企业均有涉足水牛乳制品，但大部分企业规模偏小。综合来看，我国乳制品市场份额主要集中在头部企业，形成了“两超多强”的竞争格局，少数几家全国性龙头企业、部分深耕一个或多个省市的区域性乳制品企业及多家地方性乳制品企业三类市场竞争主体共存，行业集中度有提升趋势。

行业内主要竞争对手情况如下：

公司名称	公司简介	主要辐射区域
伊利股份 (600887.SH)	成立于1993年，公司位于内蒙古自治区呼和浩特市，主要从事各类乳制品及健康饮品的加工、制造与销售活动，旗下拥有液体乳、乳饮料、奶粉、酸奶、冷冻饮品、奶酪、乳脂、包装饮用水等几	全国

公司名称	公司简介	主要辐射区域
	大产品系列，现位于全球乳业第五名，连续九年蝉联亚洲乳业第一，是中国规模最大、产品品类最全的乳制品企业。	
蒙牛乳业 (02319.HK)	成立于2004年，公司位于内蒙古自治区呼和浩特市，主要从事各类乳制品的生产，包括液态奶、冰淇淋、奶粉及奶酪等产品，现位列全球乳业第七名。	全国
皇氏集团 (002329.SZ)	成立于2001年，公司位于广西南宁市，主营业务包含乳业、信息业务，是一家以水牛奶、发酵乳、巴氏鲜奶等特色乳品为核心的企业，拥有“皇氏乳业”、“优氏”、“遵义”、“杨森乳业”等品牌。	西南
天润乳业 (600419.SH)	成立于1999年，公司位于新疆乌鲁木齐市，主营业务为乳制品及乳饮料等的研发、生产和销售，拥有“天润”、“盖瑞”、“佳丽”等品牌。	新疆
庄园牧场 (002910.SZ)	成立于2000年，公司位于甘肃兰州市，主要从事乳制品和含乳饮料的生产、加工、销售及奶牛养殖业务，拥有“庄园牧场”、“圣湖”、“永道布”等品牌。	甘肃
阳光乳业 (001318.SZ)	成立于2008年，公司位于江西南昌市，主营业务为乳制品及乳饮料的研发、生产和销售，并以低温乳制品、低温乳饮料为主打产品，拥有“阳光”和“天天阳光”两大核心商标和品牌。	江西
石埠乳业	成立于2002年，公司位于广西南宁市，主要从事乳制品和含乳饮料的生产、加工、销售及奶牛、奶水牛养殖业务，旗下拥有“石埠、晨鲜、养力”三大品牌。	广西
壮牛乳业	成立于2005年，公司位于广西南宁市，主要从事水牛乳制品的研发、生产与销售及奶水牛的养殖，拥有水牛奶、酸奶、双皮奶、奶酪、益生菌水牛奶系列等系列产品。	广西
桂牛乳业	成立于2009年，公司位于广西玉林市，主要从事液体水牛乳制品的研发、生产、销售和奶水牛养殖、牧草种植以及与此产业相关的生态农业开发业务。	广西

公司近年来取得了快速发展，收入及利润规模不断增长，走出了一条具有自身特色的发展道路。公司“百菲酪”牌水牛奶系列在水牛乳制品细分赛道树立了良好的口碑，赢得了一批具有较高品牌忠诚度的消费群体，公司已成为水牛乳制品领域较有影响力的企业之一，拥有一定的市场地位。此外，公司在行业内具有高品质水牛奶源优势、差异化产品优势、产品质量优势、多元化的销售渠道优势等多重优势，有助于公司业绩保持持续性。

2、业务拓展能力

公司以线下销售为基础，拓展线上销售，采取线上线下相结合的方式，构建

了多元化的营销网络。

在线下销售方面，公司主要采取经销的模式，通过省内外的经销商进行营销网络的横向覆盖，帮助公司构建下沉能力较强的销售渠道，推进公司产品全国化布局。公司与主要经销商上形成了长期稳定的合作关系，保障了公司的持续经营能力和发展后劲，收入规模稳步增长。

此外，公司积极开发探索盒马鲜生等新零售销售终端的布局，以实现线下销售渠道的多元化建设。

在线上销售方面，公司在天猫、京东、拼多多等电商运营平台开设旗舰店直接进行销售，并与上述电商客户合作进行销售。此外，随着近年来直播带货等互联网新型销售模式的兴起，公司紧抓机遇，开设抖音旗舰店等进行直播营销，线上销售渠道的建设，促进了公司的进一步健康稳定发展。公司的销售业绩和产品质量也得到了电商平台的认可，公司“百菲酪”品牌获得了“2019 天猫乳饮冰年度新锐名星品牌第三名”；公司的百菲酪天猫旗舰店获得 2020 年度天猫乳制品冰淇淋行业-超级明星奖；2023 年天猫双十一活动期间，公司百菲酪天猫旗舰店在乳制品店铺销量排行榜上位列第七；公司京东百菲酪官方旗舰店获得京东开放平台 2023 年度最佳自品牌货源奖；公司获得了阿里巴巴优质供应商在内的多项荣誉。综上，公司拥有较强的业务拓展能力。

3、期后签订合同

随着公司生产规模以及品牌影响力的扩大，公司进一步加强营销网络、销售渠道的建设，完善地区销售布局。

报告期后，公司积极拓展线下经销渠道，与符合公司经销商选取标准的经销商签订了经销协议，报告期后截至 2024 年 2 月 29 日，公司与新增的 138 家经销商签署了经销协议，与协议到期且业绩考核达标的 414 家经销商续签了经销协议，期后签订合同情况良好，为公司业绩可持续性提供了保障。

4、2023 年全年业绩（收入、净利润、毛利率及经营活动现金流量、期末在手订单情况）及与往年对比的情况

2023 年全年业绩与往年对比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年（未经审计）	2022 年	变动比例
营业收入	107,967.83	78,080.42	38.28%
净利润	21,072.32	11,538.72	82.62%
毛利率	34.11%	28.01%	6.10%
经营现金流量净额	37,112.04	13,306.88	178.89%

2023 年未经审计的营业收入较 2022 年增长 38.28%，净利润较 2022 年增长 82.62%，毛利率较 2022 年上升 6.10%，经营现金流量净额较 2022 年增长 178.89%。2023 年，公司持续拓展线上销售渠道，积极通过各类新媒体扩大公司产品的市场知名度和品牌影响力，不断开拓新的线上、线下销售渠道拓宽产品销路。随着品牌效应的逐步显现，公司经营规模快速扩大，营业收入、净利润快速增长，经营性现金流量状况同步大幅增长。

公司产品属于快速消费品，基于其行业特征和生产周期，普遍存在订单交期较短（通常 1-2 天）、订单金额较小、订单频率较高的特点，期末在手订单金额每日波动较大，与期后业绩不具有匹配性。

综上，公司具有一定的竞争优势，在行业内具有一定的知名度和影响力，具有较强的业务拓展能力，报告期后合同签订情况良好。

2023 年公司预计全年营业收入、净利润及经营性现金流量等指标大幅增长，公司业绩继续实现稳健增长，具有可持续性。

（五）结合报告期内销售人员数量、客户数量、开发客户的方式等说明销售费用占比较高的合理性，销售费用与公司业务、业绩变化是否匹配；销售费用率是否与可比公司存在明显差异，说明原因。

1、结合报告期内销售人员数量、客户数量、开发客户的方式等说明销售费用占比较高的合理性，销售费用与公司业务、业绩变化是否匹配

报告期内，公司销售费用及销售费用薪酬占比、员工人数、客户数量情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-8月	2022年度	2021年度
销售费用	5,973.04	6,534.73	6,310.75
其中：职工薪酬	2,061.75	2,735.02	2,055.19
薪酬占比	34.52%	41.85%	32.57%
销售人员平均数量	184	182	150
营业收入	66,188.96	78,080.42	71,447.46
销售费用占营业收入比例	9.02%	8.37%	8.83%
客户数量	575	663	599

注1：销售人员平均数量=Σ各月人员数量/月数，即按月加权平均

注2：客户数量为线下经销商数量

报告期各期，公司销售费用分别为6,310.75万元、6,534.73万元和5,973.04万元，职工薪酬金额占比分别为32.57%、41.85%和34.52%。其中2022年职工薪酬占销售费用比例较高，主要原因一是公司加大销售力度，对销售部门人员进行扩编，相应的人员工资增加；二是2021年下半年浙江百菲销售业务逐渐开展，2021年职工薪酬为2021年下半年6个月工资，加之2022年浙江百菲业务量大幅增加，销售人员绩效奖金也相应提高，综合影响下2022年销售人员职工薪酬大幅增加。

公司开发客户的方式主要采取线上线下渠道相结合的方式销售产品，公司产品主要经过经销商或电商平台向最终消费者销售。报告期内经销商客户数量分别为599家、663家和575家，2022年公司大力拓展线下经销渠道，逐步打开全国经销区域，新增经销商较多，同时需要较多的销售人员对其进行维护。此外，随着近年来移动互联网不断普及以及网络购物的迅速发展，公司需要充分利用电商平台及网红带货等营销方式吸引终端用户，因此公司电商渠道费用较高，导致销售费用占比较高。

报告期各期，公司销售费用占营业收入比例分别为8.83%、8.37%和9.02%。占比较高，主要系公司产品属于快速消费品，且公司正处于品牌影响力快速提升阶段，需要持续保持较高的品牌曝光率和市场知名度。因此，公司需要保持较高水平的销售费用投入，以巩固品牌的市场地位。

综上，公司销售费用占比较高具有合理性，销售费用与公司业务及业绩变化相匹配。

2、销售费用率是否与可比公司存在明显差异，说明原因

公司及同行业可比公司销售费用率情况如下：

财务指标	证券代码	公司名称	2023年1-6月 ^注	2022年度	2021年度
销售费用率（%）	600887.SH	伊利股份	17.61	18.67	17.54
	002946.SZ	新乳业	15.66	13.56	13.91
	001318.SZ	阳光乳业	6.85	7.23	6.48
	002732.SZ	燕塘乳业	9.77	10.78	12.25
	002329.SZ	皇氏集团	8.64	9.62	10.57
	平均值		11.71	11.97	12.15
	公司		9.02	8.37	8.83

注：因无法查询同行业上市公司2023年1-8月相关数据，采用2023年1-6月数据进行对比，公司数据为2023年1-8月数据

相较同行业可比上市公司，公司销售费用率较低，同行业可比公司伊利股份、新乳业销售费用率较高，主要系其销售费用中的广告宣传费以及产品促销支出较高。伊利股份为全国性龙头企业，处于行业领导地位，其业务渠道遍布全球，整体广告及营销费用较高；新乳业作为区域性乳制品企业的龙头企业，其经营模式主要以直销（直销模式客户主要为通过线下的大型超市、连锁、教育局、学校以及直营门店等渠道以及其他通过线上、线下渠道直接购买并用于消费的客户）为主，直销模式下营销推广费投入相对较大。公司经营模式主要以经销模式为主，经销模式下，具有重复购买率高的特点，节约了广告宣传费用。

综上，公司销售费用率略低于同行业可比上市公司平均水平具有合理性。

【主办券商回复】：

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）核查程序

1、获取公司财务报表，了解公司的财务状况、经营成果和现金流量情况，

询问公司管理层，了解公司报告期净利润、毛利率、经营活动现金流量净额等变动的的原因，分析公司 2022 年营业收入增长的同时净利润下滑的原因；

2、查询同行业可比公司毛利率水平，分产品分析报告期内毛利率发生较大波动的原因及合理性，并复核公司与同行业可比公司毛利率的差异情况及原因；

3、访谈公司管理层，了解公司能否将原材料价格波动有效向下游进行传递，以及公司应对原材料价格波动的具体措施；了解公司历史经营状况中是否存在面临较大的材料价格波动风险的情况；

4、查阅同行业可比公司公开资料，了解公司所处行业竞争格局，了解公司核心竞争优势、业务拓展能力，获取公司期后签订合同情况，并结合公司 2023 年主要经营数据，分析公司经营业绩是否具备持续性；

5、查阅了公司同行业可比公司定期报告等公告文件，分析其销售、费用率与公司是否存在重大差异，了解差异原因；获取员工花名册、销售费用明细，结合公司销售人员数量、职工薪酬、营业收入等变动情况，分析公司销售费用占比较高的合理性；向公司管理层了解公司市场开拓、销售推广方式、获客方式等情况；分析销售费用与公司业务、业绩变化是否匹配。

（二）核查结论

1、公司 2022 年营业收入增长的同时净利润下滑具有合理性，2023 年 1-8 月收入、净利润、毛利率、经营性现金流量净额均较去年同期有所增长，主要系公司经营情况良好，收入规模扩大所致。

2、公司毛利率的波动主要与生鲜乳的价格波动和规模效应有关；公司毛利率高于行业平均水平，主要原因为公司水牛特色乳制品产品定价高于普通荷斯坦牛乳制品。

3、公司历史经营过程中未出现因原材料价格波动而给公司生产经营产生重大不利影响的情形，公司应对原材料价格波动所采取的措施具有有效性。

4、公司具有一定的竞争优势，在行业内具有一定的知名度和影响力，具有较强的业务拓展能力，报告期后合同签订情况良好。2023 年公司预计全年营业

收入、净利润及经营性现金流量等指标大幅增长，公司业绩继续实现稳健增长，具有可持续性。

5、公司销售费用占比较高具有合理性，销售费用与公司业务及业绩变化相匹配；公司销售费用率略低于同行业可比上市公司平均水平具有合理性。

(5) 关于重要子公司。

根据申报材料，公司有浙江百菲、湖南百菲等多家子公司。请公司补充披露子公司的取得方式及相关背景，子公司实际业务、资产、负债、技术、人员、分红情况，母子公司的业务定位、合作模式及未来规划，并分别按母子公司的区分披露主要产品的分部信息，说明公司是否主要依靠子公司拓展业务。请主办券商及会计师核查上述事项及报告期内子公司财务规范性，并发表明确意见。请主办券商及律师核查上述事项及子公司报告期合法规范经营情况，并发表明确意见。

【公司回复】：

请公司补充披露子公司的取得方式及相关背景，子公司实际业务、资产、负债、技术、人员、分红情况，母子公司的业务定位、合作模式及未来规划，并分别按母子公司的区分披露主要产品的分部信息，说明公司是否主要依靠子公司拓展业务。

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“六、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况”中补充披露如下：“

(三) 子公司的取得方式及相关背景、实际业务、资产、负债、技术、人员、分红情况；母子公司的业务定位、合作模式、产品信息及未来规划

1、截至本公开转让说明书签署日，公司共有六家全资子公司、二家全资孙公司，均为设立取得。

公司设立各子公司的背景均为服务公司水牛乳走出广西、进军全国的战略，各子公司分别在采购、生产与销售三个环节保障公司这一战略的实施。

采购端：公司设立百菲养殖、百菲七甲养殖、百菲畜牧主要为保障奶源的

稳定性，公司设立广西百菲贸易有限公司主要为各生产主体采购并供应乳粉原料；

生产端：浙江百菲、湖南百菲既是研发生产基地，又是销售区域中心；

销售端：公司设立百菲电商是基于消费品线上销售高成长率的背景下，着重打造一流水牛乳品牌进行的有利举措，百菲贸易主要服务于公司对华东、华中、华北等偏离母公司区域的营销体系建设。

2、母子公司的实际业务、业务定位、合作模式及未来规划。

序号	公司名称	业务定位及未来规划	实际业务	母子公司的合作模式
1	百菲乳业	主要从事乳制品的研发、生产和销售以及总部管理职能	主要负责研发、生产和销售公司产品	对子公司的战略、生产经营及财务等的全面控制与管理
2	浙江百菲	主要从事乳制品的研发、生产和销售	主要负责研发、生产和销售公司产品	贴近华东、华中、华北市场进行研发、生产，并从母公司采购产品并在华东、华中片区销售
3	湖南百菲	主要从事乳制品的研发、生产和销售	主要负责销售母公司产品	贴近华中、华西市场进行研发、生产，并从母公司采购产品并在线下渠道销售
4	百菲养殖	主要从事奶牛养殖	主要负责广西地区奶牛养殖	为母公司收购、生产并供应生鲜乳
5	百菲电商	主要从事乳制品互联网销售	主要负责在线上渠道销售母公司产品	从母公司采购产品并在线上渠道销售
6	百菲七甲养殖	主要从事奶牛养殖	主要负责浙江地区奶牛养殖	为浙江百菲生产并供应生鲜乳
7	百菲贸易	主要从事乳制品销售	主要负责在华东、华中片区销售公司产品	从母公司采购产品并在华东、华中片区销售
8	百菲畜牧	主要从事奶牛养殖	主要负责浙江地区奶牛养殖	为浙江百菲生产并供应生鲜乳
9	广西百菲贸易有限公司	主要从事乳制品相关原辅料购销	主要负责公司主要原料贸易	为母公司采购并供应乳粉原料

3、资产、负债情况

截至2023年8月31日，母子公司资产、负债分布情况如下：

单位：万元

公司名称	总资产	总负债	净资产
百菲乳业	101,975.84	13,093.01	88,882.83
浙江百菲	43,227.11	13,028.18	30,198.93
湖南百菲	5,990.34	1,222.93	4,767.41
百菲养殖	2,748.37	1,605.03	1,143.34
百菲电商	945.89	0.57	945.32
百菲七甲养殖	449.75	369.14	80.61
百菲贸易	2,751.17	2,783.40	-32.23
百菲畜牧	-	-	-
广西百菲贸易有限公司	-	-	-

4、技术情况

截至本公开转让说明书签署日，母子公司的技术分布情况如下：

技术类型	百菲乳业	浙江百菲
已授权专利	12	2
申请中专利	2	-

5、人员情况

截至2023年8月31日，各子公司的人员分布情况如下：

单位：人

公司名称	管理及行政人员	财务人员	仓储人员	生产人员	销售人员	品控人员	技术人员	合计
浙江百菲	15	6	3	39	13	6	22	104
湖南百菲	1	-	-	-	-	-	-	1
百菲养殖	-	1	1	20	-	-	-	22
百菲电商	1	-	-	-	1	-	-	2
百菲七甲养殖	-	-	-	4	-	-	-	4
百菲贸易	-	-	-	-	2	-	-	2

公司名称	管理及行政人员	财务人员	仓储人员	生产人员	销售人员	品控人员	技术人员	合计
百菲畜牧	-	-	-	-	-	-	-	-
广西百菲贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-

6、分红情况

报告期内，子公司未进行分红。

7、按母子公司的区分披露主要产品的分部信息，说明公司是否主要依靠子公司拓展业务

2023年1-8月母子公司各产品销售数据如下：

单位：万元

项目	母公司		浙江百菲		百菲贸易		湖南百菲		合并抵消前	合并抵消	合并报表
	金额	占抵消前比例	金额	占抵消前比例	金额	占抵消前比例	金额	占抵消前比例			
灭菌乳	49,872.47	57.59%	17,568.44	20.29%	17,928.43	20.70%	1,234.04	1.42%	86,603.38	35,945.47	50,657.90
调制乳	12,741.96	70.66%	3,112.99	17.26%	1,691.05	9.38%	487.50	2.70%	18,033.52	4,017.61	14,015.91
含乳饮料	907.24	72.99%	180.33	14.51%	122.79	9.88%	32.57	2.62%	1,242.93	286.39	956.54
巴氏杀菌乳	132.06	100.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	132.06	-	132.06
发酵乳	114.59	79.60%	15.11	10.50%	12.46	8.66%	1.78	1.24%	143.95	30.47	113.48
非乳品	106.47	100.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	106.47	-	106.47
合计	63,874.78	60.11%	20,876.88	19.65%	19,754.74	18.59%	1,755.90	1.65%	106,262.30	40,279.93	65,982.36

在生产环节，2023年1-8月灭菌乳占公司营业收入的比例为76.53%，全部由母公司进行生产；在销售环节，母公司主营业务收入占比为60.11%，为公司主要业务主体，公司不存在主要依靠子公司拓展业务的情况。”

【主办券商回复】：

请主办券商及会计师核查上述事项及报告期内子公司财务规范性，并发表明确意见。请主办券商及律师核查上述事项及子公司报告期合法规范经营情况，并发表明确意见。

（一）核查程序

1、查阅公司设立子公司相关股东大会及董事会决定、公司章程、工商登记档案；

2、就公司及其子公司的相关背景、母子公司业务定位情况、核心技术、经营模式及未来规划对公司相关负责人进行访谈；

3、获取公司内部管理制度文件、员工花名册，了解公司业务审批流程、人员任免情况；

4、取得子公司报告期内的财务报表，了解子公司的主要资产、负债、经营情况及主要财务数据，并对子公司财务报表执行尽调程序；

5、查询信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、证券期货市场失信记录查询平台（<https://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>）、中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>），核查公司及子公司是否存在被行政处罚、被列为失信被执行人等情形；

6、获取公司及子公司所属辖区主管机关出具的合法合规证明，了解公司及子公司有无违法违规情形，有无被主管机关处罚的情形。

（二）核查意见

经核查，主办券商认为：

公司各子公司的设立均为公司经营战略的需要，子公司的取得方式及相关背景具有合理性；子公司与母公司的业务定位、合作模式及未来规划清晰，不存在主要依靠子公司拓展业务的情况；报告期内子公司财务核算规范准确，相关会计

政策与母公司保持一致。

2023年5月12日，子公司百菲贸易因未及时申报2022年1月1日至2022年1月31日的个人所得税，国家税务总局苍南县税务局出具苍税灵简罚[2023]3045号《税务行政处罚决定书》，对百菲贸易处以50元罚款。根据百菲贸易提供的银行支付凭证，其已经缴纳前述罚款。

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条的规定：“纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。”

百菲贸易该次税收行政处罚适用简易程序，行政罚款金额较小，仅为50.00元，属于法定罚款幅度的较低区间，未涉及被责令停产停业、吊销经营资质的情形，不属于情节严重情形，不属于重大违法违规行为。

各子公司均已获得环保、税务、市场监督、社保及公积金、消防、安全生产、住建及自然资源局等部门出具的合规证明，公司子公司不存在除上述处罚外其他因违法违规行为被相关行政部门处罚的情形。

综上所述，子公司经营合法合规，不存在重大违法违规情形。

(6) 关于合同负债。

根据申报材料，公司各报告期末合同负债余额分别为1,336.00万元、2,805.00万元、1,212.10万元，主要为预收货款。请公司补充说明预收货款针对的主要客户名单及客户类型，采取预收款交易的合理性，说明报告期内公司的预收政策、以预收款项方式的收款比例，与销售合同约定是否相符。请主办券商、会计师核查上述事项，核查结转收入时点是否与产品或服务控制权转移时点一致，是否存在利用预收款项调节利润的情形，并发表明确意见。

【公司回复】：

请公司补充说明预收货款针对的主要客户名单及客户类型，采取预收款交易的合理性，说明报告期内公司的预收政策、以预收款项方式的收款比例，与销售合同约定是否相符。

(一) 预收货款针对的主要客户名单及客户类型

1、报告期内，公司合同负债情况如下：

单位：元

项目	2023年08月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
预收货款	9,847,576.10	18,192,663.38	9,572,528.36
预提销售返利	2,273,378.00	9,857,383.93	3,787,514.74
合计	12,120,954.10	28,050,047.31	13,360,043.10

2、报告期内，公司的合同负债中预收货款针对的主要客户名单及类型如下：

(1) 2023年8月31日主要预收货款余额

单位：万元

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	占总预收货款比例
1	广州市果田香贸易有限公司	经销商	247.67	25.15%
2	河南金果苑进出口贸易有限公司	经销商	36.09	3.66%
3	温州泓淳商贸有限公司	经销商	35.93	3.65%
4	武汉凡优农副产品销售有限公司	经销商	35.75	3.63%
5	南京万优供应链管理有限公司	经销商	25.59	2.60%
6	灵山县东来商贸有限公司	经销商	24.81	2.52%
7	南宁市帛良贸易有限责任公司	经销商	19.37	1.97%
8	平南县和联商贸有限公司	经销商	17.57	1.78%
9	江西三合庄实业有限公司	经销商	16.26	1.65%
10	玉林市如奕商贸有限公司	经销商	15.22	1.55%
合计			474.26	48.16%

(2) 2022年12月31日主要预收货款余额

单位：万元

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	占总预收货款比例
----	------	------	--------	----------

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	占总预收货款比例
1	广西果送达贸易有限公司	经销商	131.02	7.20%
2	南昌市裕英汇商贸有限公司	经销商	123.41	6.78%
3	无锡牛家村网络科技有限公司	经销商	91.28	5.02%
4	南宁市帛良贸易有限责任公司	经销商	88.84	4.88%
5	温州泓淳商贸有限公司	经销商	51.00	2.80%
6	扬州味溪食品商贸有限公司	经销商	46.34	2.55%
7	苏州市嘉友食品销售有限公司	经销商	46.19	2.54%
8	南京千色港食品有限公司	经销商	46.12	2.54%
9	无锡佰汇洪商贸有限公司	经销商	45.92	2.52%
10	宜春赵一鸣食品科技有限公司	经销商	44.22	2.43%
合计			714.34	39.26%

(3) 2021年12月31日主要预收货款余额

单位：万元

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	占总预收货款比例
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	经销商	133.81	13.98%
2	广西果送达贸易有限公司	经销商	109.65	11.45%
3	河南抱爆团供应链管理有限公司	经销商	59.75	6.24%
4	青岛颖涛贸易有限公司	经销商	36.69	3.83%
5	台州市聚众营销策划有限公司	经销商	35.13	3.67%
6	常州藏鲜达食品销售有限公司	经销商	29.04	3.03%
7	浙江亲情树食品有限公司	经销商	27.63	2.89%
8	绍兴珂芮贸易有限公司	经销商	27.24	2.85%
9	江苏伊乐淇乳业有限公司	经销商	20.41	2.13%
10	温州泓淳商贸有限公司	经销商	18.23	1.90%
合计			497.58	51.97%

如上表所示，公司合同负债中的预收货款主要为线下销售的经销商客户。

(二) 公司采取预收款交易的合理性分析及公司的预收政策、以预收款项方式的收款比例，以及与销售合同约定是否相符的情况

公司基于其水牛特色乳制品的产品优势，经过长期经营和积累，公司已经建立起了强大的品牌方地位，公司在与经销商的业务合作中，占据了较强势的地位，公司对所有的经销商均采用“先款后货”的结算方式，一般经销商的预收货款政策为：经销商根据其自身销售情况，预付一定金额的货款，在预付的货款余额足够覆盖订单金额时，方可下单，一般不存在赊销的情况，故公司以预收款项方式的收款比例，一般情况下均为 100%。公司与所有经销商均采用框架合同加销售订单的业务模式，并在所有的经销商框架合同均约定了结算方式为“先款后货”，公司的预收政策，与销售合同约定相符。

(三) 核查结转收入时点是否与产品或服务控制权转移时点一致，是否存在利用预收款项调节利润的情形

1、对主要预收货款客户期后收入结转的检查情况

(1) 2023 年 8 月 31 日主要预收货款余额

单位：万元

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	期后是否已全部结转收入	结转收入时点是否与签收单一致
1	广州市果田香贸易有限公司	经销商	247.67	是	是
2	河南金果苑进出口贸易有限公司	经销商	36.09	是	是
3	温州泓淳商贸有限公司	经销商	35.93	是	是
4	武汉凡优农副产品销售有限公司	经销商	35.75	是	是
5	南京万优供应链管理有限公司	经销商	25.59	是	是
6	灵山县东来商贸有限公司	经销商	24.81	是	是
7	南宁市帛良贸易有限责任公司	经销商	19.37	是	是
8	平南县和联商贸有限公司	经销商	17.57	是	是
9	江西三合庄实业有限公司	经销商	16.26	是	是
10	玉林市如奕商贸有限公司	经销商	15.22	是	是
合计			474.26		

(2) 2022 年 12 月 31 日主要预收货款余额

单位：万元

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	期后是否已全部结转收入	结转收入时点是否与签收单一致
1	广西果送达贸易有限公司	经销商	131.02	是	是
2	南昌市裕英汇商贸有限公司	经销商	123.41	是	是
3	无锡牛家村网络科技有限公司	经销商	91.28	是	是
4	南宁市帛良贸易有限责任公司	经销商	88.84	是	是
5	温州泓淳商贸有限公司	经销商	51.00	是	是
6	扬州味溪食品商贸有限公司	经销商	46.34	是	是
7	苏州市嘉友食品销售有限公司	经销商	46.19	是	是
8	南京千色港食品有限公司	经销商	46.12	是	是
9	无锡佰汇洪商贸有限公司	经销商	45.92	是	是
10	宜春赵一鸣食品科技有限公司	经销商	44.22	是	是
合计			714.34		

(3) 2021年12月31日主要预收货款余额

单位：万元

序号	主要客户	客户类型	预收货款余额	期后是否已全部结转收入	结转收入时点是否与签收单一致
1	南宁市帛良贸易有限责任公司	经销商	133.81	是	是
2	广西果送达贸易有限公司	经销商	109.65	是	是
3	河南抱爆团供应链管理有限公司	经销商	59.75	是	是
4	青岛颖涛贸易有限公司	经销商	36.69	是	是
5	台州市聚众营销策划有限公司	经销商	35.13	是	是
6	常州藏鲜达食品销售有限公司	经销商	29.04	是	是
7	浙江亲情树食品有限公司	经销商	27.63	是	是
8	绍兴珂芮贸易有限公司	经销商	27.24	是	是
9	江苏伊乐淇乳业有限公司	经销商	20.41	是	是
10	温州泓淳商贸有限公司	经销商	18.23	是	是
合计			497.58		

如上表所示，经核查，公司主要的预收货款基本在1个月后即结转为收入，收入结转时间点与货物签收单时间一致，公司不存在利用预收款项调节利润的情形。

【主办券商回复】：

请主办券商、会计师核查上述事项，核查结转收入时点是否与产品或服务控制权转移时点一致，是否存在利用预收款项调节利润的情形，并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述核查事项，主办券商履行了以下核查程序：

1、检查相关事项的原始发生文件及单据进行核查，包括但不限于相关合同、销售订单、货物签收单、发票、银行回单等资料，以核实预收账款的真实性、准确性；

2、对主要的线下经销商进行函证并取得回函，对主要经销商进行现场访谈，现场抽查部分经销商的销售单据情况，以核实销售业务的真实性。

（二）核查意见

经核查，主办券商认为：

报告期内，公司的预收政策的设定与销售合同约定相符；预收货款在期后结转收入时点与产品控制权转移时点一致，不存在利用预收款项调节利润的情形。

（7）关于股利分配。

请公司补充说明：①2021年、2023年分别发放股利的背景和原因。②公司现金分红与公司章程中相关条款规定的比较情况并结合公司报告期现金流量及资产负债状况，分析现金分红的合理性，现金分红对公司财务状况、生产运营的影响，是否对新老股东的利益产生重大影响。③历年现金分红的资金流向及用途。请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。

【公司回复】：

请公司补充说明：（一）2021年、2023年分别发放股利的背景和原因。

1、公司2021年、2023年发放股利的情况

单位：万元

序号	权益分派	决议日期	权益分派方案	现金分红金额	送股/转增数量(万股)
1	2021年度权益分配	2021/4/14	向全体股东每股分红现金0.46元	1,498.41	
2	2023年度权益分配	2023/6/12	向全体股东每10股转增36.1889股		12,967.07
3	2023年度权益分配	2023/9/1	向全体股东每10股派发现金红利1.21元	2,002.58	

2、发放股利的背景和原因

(1) 发放股利的背景

报告期内，公司业绩保持稳步增长，经营活动现金流量良好，为发放股利奠定了良好基础。适当进行发放股利，对于公司维护全体股东的利益，建立稳定持续的股东回报机制，具有重要意义。

(2) 发放股利的的原因

① 回报股东

报告期内，公司规范运作，注重保护股东合法权益。为实现公司持续、稳定、健康发展，更好地维护全体股东的长远利益，公司从实际出发，在充分考虑公司盈利能力，经营发展规划、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素下，按照《公司章程》适时实施分红，建立对投资者持续稳定的回报机制，积极落实股利分配，回报股东。

② 激励员工

报告期内，强菲投资为公司员工持股平台，公司员工为公司的发展壮大作出了较大贡献，为激励员工股东未来为公司创造更大价值，在充分考虑业务开展资金需求，兼顾公司的长远利益和可持续发展以及保持利润分配政策的连续性和稳定性前提下，公司报告期内进行股利分配。

(二) 公司现金分红与公司章程中相关条款规定的比较情况并结合公司报告期现金流量及资产负债状况, 分析现金分红的合理性, 现金分红对公司财务状况、生产运营的影响, 是否对新老股东的利益产生重大影响。

1、现金分红在公司章程中相关条款规定如下:

章程规定	现金分红是否符合章程规定
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, 公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。	是
公司股东大会对利润分配方案做出决议后, 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。	是
公司采用分配现金或其他方式分配利润, 公司的利润分配应当重视并充分考虑股东的合理投资回报。	是

经比较, 公司现金分红符合公司章程中相关条款规定。

2、公司报告期现金流量及资产负债状况如下:

单位: 万元

项目	2023年8月31日 /2023年1-8月	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度
资产总计	101,975.84	83,424.30	70,789.28
负债总计	13,093.01	9,866.93	9,104.33
资产负债率	12.84%	11.83%	12.86%
货币资金	24,608.45	13,267.98	11,608.92
未分配利润	60,158.79	45,057.55	33,518.83
经营活动产生的现金流量净额	26,791.71	13,306.88	15,482.50
期末现金及现金等价物余额	23,907.90	12,567.43	10,908.37
当年现金分红金额	2,002.58	-	1,498.41

报告期内, 公司的盈利能力较好, 且未分配利润金额较大, 货币资金余额较充裕, 具有分红回报股东的能力; 公司资产负债率稳定维持在较低水平, 且现金流状况良好, 期末现金及现金等价物余额较高。

公司现金分红符合章程中相关规定, 分红期间, 盈利状况较好, 综合考虑运

营资金需求并兼顾公司长远利益与可持续发展，对股东进行现金分红，符合公司及全体股东的整体利益，有利于树立良好的公司形象。

综上，报告期内，公司现金分红具有合理性。

3、现金分红对公司财务状况、生产运营的影响，对新老股东的利益产生的影响。

(1) 以 2021 年 12 月 31 日的财务数据为基础，2021 年现金分红对公司财务状况的影响测算如下：

单位：万元、%、倍、元/股

项目	2021 年 12 月 31 日	还原现金分红影响前 金额	变动比例
流动资产	27,723.50	29,221.91	-5.13%
资产总额	70,789.28	72,287.69	-2.07%
负债合计	9,104.33	9,104.33	0.00%
归属于母公司股东权益合计	61,684.95	63,183.36	-2.37%
股东权益合计	61,684.95	63,183.36	-2.37%
流动比率	3.07	3.24	-5.25%
速动比率	1.39	1.55	-10.32%
资产负债率	12.86%	12.59%	2.14%
归属于公司股东的每股净资产	17.22	17.63	-2.33%

(2) 以 2023 年 8 月 31 日的财务数据为基础，2023 年现金分红对公司财务状况的影响测算如下：

单位：万元、%、倍、元/股

项目	2023 年 8 月 31 日	剔除现金分红影响后 金额	变动比例
流动资产	37,734.54	35,731.96	-5.31%
资产总额	101,975.84	99,973.26	-1.96%
负债合计	13,093.01	13,093.01	0.00%
归属于母公司股东权益合计	88,882.83	86,880.25	-2.25%

项目	2023年8月31日	剔除现金分红影响后 金额	变动比例
股东权益合计	88,882.83	86,880.25	-2.25%
流动比率	3.01	2.85	-5.32%
速动比率	2.00	1.84	-8.00%
资产负债率	12.84%	13.10%	2.00%
归属于公司股东的每股净资产	5.37	5.25	-2.23%

从上述表格可知，公司2021年、2023年两次实施现金分红，对公司财务状况、财务指标影响均较小、未能对公司生产经营、新老股东的利益产生重大不利影响。

(三) 历年现金分红的资金流向及用途。

1、历年公司股东从公司获得现金分红情况如下：

单位：万元

分配时点	依据	股东名称	持股比例	金额
2021年5月	经2020年度股东大会决议，以公司总股本3,257.4231万股为基数，向全体股东派发现金股利1,498.41万元。	百菲投资	96.7636%	1,449.92
		强菲投资	2.6838%	40.21
		吴守允	0.2763%	3.31
		吴联侨	0.1842%	2.21
		吴珊珊	0.0921%	1.10
		小计	100%	1,496.76
		公司代扣代缴所得税		1.66
		合计分红金额		1,498.41
2023年9月	经2023年第一次临时股东大会决议，以公司总股本16,550.2400万股为基数，向全体股东派发现金股利2,002.58万元	百菲投资	87.9669%	1,761.61
		易简德学度	4.8951%	98.03
		强菲投资	2.4398%	48.86
		易简光懋	2.0979%	42.01
		易简庆犇	2.0979%	42.01
		吴守允	0.2512%	4.02
		吴联侨	0.1674%	2.68

分配时点	依据	股东名称	持股比例	金额
		吴珊珊	0.0837%	1.34
		小计	100%	2,000.57
		公司代扣代缴所得税		2.01
		合计分红金额		2,002.58

2、公司主要股东现金分红的资金流向及用途。

2021年1月1日至今，实际控制人吴守允及吴联侨直接或间接获得税后现金分红（含百菲投资取得分红）3,223.75万元，主要用于购置房产及装修支出、股权投资支出、捐赠支出，其余少部分主要用于理财、家庭支出及储蓄积累等；主要股东易简德学度、强菲投资、易简光懋及易简庆犇获得现金分红款尚未分配作为储蓄积累；其他股东从公司取得的税后现金分红较少，主要用于家庭支出及储蓄积累等。

【主办券商回复】：

请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。

（一）核查程序

1、查阅公司报告期内历次发放股利的相关股东大会文件、董事会文件等审议文件，历次发放股利时有效的公司章程；

2、访谈公司实际控制人及财务负责人，了解公司报告期内进行发放股利的背景和原因，分析发放股利的合理性；

3、查阅公司报告期内现金分红的银行水单和完税证明，检查实际支付的现金分红金额是否与相关股东大会决议一致；

4、核查公司分红当期的财务指标、经营状况、未分配利润、现金流量等情况，分析现金分红对公司财务状况、生产经营的影响；

5、获取了公司相关股东流水，检查其收到的现金分红的资金流向及用途。

（二）核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司发放股利的背景和原因清晰合理，符合公司章程相关条款规定，进行现金分红时，公司的现金流量及资产负债状况良好，具有合理性；

2、公司现金分红情况与公司财务规模相匹配，其现金分红不会对公司的财务状况及生产经营产生重大不利影响；

3、公司相关股东现金分红的资金流向及用途合理。

(8) 关于其他问题。

①请公司补充披露其他业务收入的具体内容及会计处理情况。请主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见。②请会计师说明在审计过程中的重点关注领域、会计师的应对方法及相关结论。

【公司回复】：

(一) 请公司补充披露其他业务收入的具体内容及会计处理情况。请主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见。

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“(一) 收入构成情况”之“2、其他情况”中补充披露如下：

“

报告期内公司的其他业务收入具体内容如下：

单位：万元

业务内容	2023年1-8月	2022年度	2021年度
材料销售	52.25	449.85	-
租赁收入	60.73	22.77	-
加工收入	93.61	-	-
合计	206.59	472.62	-

报告期内，公司其他业务收入主要系材料销售、厂房租赁收入及受托加工收入。

销售材料的内容，主要为子公司浙江百菲新建工厂因设备调试减产，故将存储的原材料-脱脂奶粉对外进行销售，以避免原材料囤积变质产生损失，以及少量对外销售纸箱、空瓶等；厂房租赁收入及加工收入，主要为子公司浙江百菲新建的工厂为提高厂房及生产线的利用率，故将部分仓库用于短暂对外出租，以及接受了少量饮料类产品的加工业务。

上述业务中，材料销售，按货物签收确认收入，按正常的销售业务进行会计处理；租赁收入，按合同约定按月确认租赁收入，房屋折旧则按租赁面积分配为租赁成本；加工业务收入，按货物签收确认收入，按销售业务进行会计处理，而主要原材料由对方提供，公司提供生产线、人工及水电等，其中厂房设备的折旧、人工成本及水电等为生产成本。”

【主办券商回复】：

主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见

（一）核查程序

1、检查了其他业务收入的相关业务合同、货物签收单据、发票和银行回单等，对交易金额较大的客户进行函证；

2、对主要其他业务客户的工商信息进行查询，检查其与公司是否存在关联关系；

3、对其他业务收入确认的会计处理、成本分配等进行检查和复核。

（二）核查意见

经核查，主办券商认为：

报告期内，公司其他业务收入具有真实性且入账及时，账务处理准确，其他业务的客户与公司之间不存在关联关系，未见异常。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份

转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露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；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请补充披露、核查，并更新推荐报告。

【回复】：

公司、主办券商、律师、会计师经对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》后认为，除上述事项，公司不存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）

（本页无正文，为国融证券股份有限公司《关于广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页）

项目负责人： 张新杰

张新杰

项目小组成员： 章付才

章付才

张超

张超

梁博

梁博

乔学敏

乔学敏

郭慧玲

郭慧玲

刘晓梅

刘晓梅

张睿恒

张睿恒

内核负责人： _____

陈建

国融证券股份有限公司（盖章）

2024年4月10日



(本页无正文,为国融证券股份有限公司《关于广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页)

项目负责人: _____

张新杰

项目小组成员: _____

章付才

张超

梁博

乔学敏

郭慧玲

刘晓梅

张睿恒

内核负责人: _____

陈建



国融证券股份有限公司 (盖章)

2024 年 4 月 10 日

(本页无正文,为《关于广西百菲乳业股份有限公司挂牌申请文件的审核问询函的回复》之公司盖章页)

