



浙江绿晶生物科技股份有限公司
关于全国中小企业股份转让系统有限责任公司
年报问询函回复的公告

浙江绿晶生物科技股份有限公司（以下简称“公司”或“绿晶生物”）于2024年5月31日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部发出的《关于对浙江绿晶生物科技股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第059号）（以下简称“《问询函》”），现就相关问题回复如下：

1、关于经营业绩

你公司2023年年报显示，本期实现营业收入20,097.37万元，上期实现营业收入20,021.79万元，本期收入增长0.38%，两期收入金额较为接近；你公司主要从事食用香精的研发、生产和销售，主要产品为用于乳制品、饮料、冷饮及烘焙食品生产添加的各类甜味香精；你公司年报仅按照食用香精和食用配料列示收入明细情况，对于主要客户和供应商处于商业保密考虑未进行披露。

请你公司：

（1）按照月份和具体应用场景（乳制品、饮料、冷饮、烘焙食品、其他）分拆列示近两年食用香精的收入、毛利率情况，说明年初年末是否存在大额收入确认，如有请说明其商业合理性，同时分析近两年各品种食用香精的收入和毛利率情况是否存在较大变动、收入变动趋势与下游行业终端产品需求是否存在较大差异、毛利率走势与同行业可比上市公司是否存在较大差异、冷饮等有明显季节性产品的食用香精收入是否也具有季节性特征；

（2）结合在手订单、客户拓展情况、新产品开发情况、下游产品需求情况、食品香精行业竞争格局等说明公司业绩是否具有可持续增长性。

回复：

一、按照月份和具体应用场景（乳制品、饮料、冷饮、烘焙食品、其他）分拆列示近两年食用香精的收入、毛利率情况，说明年初年末是否存在大额收入确认，如有请说明其商业合理性，同时分析近两年各品种食用香精的收入和毛利率情况是否存在较大变动、收入变动趋势与下游行业终端产品需求是否存在较大差异、毛利率走势与同行业可比上市公司是否存在较大差异、冷饮等有明显季节性产品的食用香精收入是否也具有季节性特征。

（一）按照月份和具体应用场景分拆列示近两年食用香精收入、毛利率情况

公司生产的食品用香精的应用一般不局限于单一领域产品，可同时应用于乳制品、饮料、冷饮、烘焙食品等多个领域，因此公司难以按照销售给客户的香精种类准确划分对应香精的应用领域。公司近两年按照月份列示的香精收入和毛利率情况具体如下：

月度	2022年度			2023年度		
	收入（万元）	占比（%）	毛利率（%）	收入（万元）	占比（%）	毛利率（%）
1	1,675.53	8.37	50.00-67.50	493.44	2.46	50.00-67.50
2	751.89	3.76	50.00-67.50	1,596.80	7.95	50.00-67.50
3	1,774.65	8.86	50.00-67.50	1,885.05	9.38	50.00-67.50
4	1,552.11	7.75	50.00-67.50	2,050.99	10.21	50.00-67.50
5	1,381.27	6.90	50.00-67.50	1,763.55	8.78	50.00-67.50
6	1,176.79	5.88	50.00-67.50	2,030.31	10.10	50.00-67.50
7	1,900.79	9.49	50.00-67.50	1,790.74	8.91	50.00-67.50
8	1,612.92	8.06	50.00-67.50	1,420.31	7.07	50.00-67.50
9	1,571.12	7.85	50.00-67.50	1,991.02	9.91	50.00-67.50
10	1,336.92	6.68	50.00-67.50	1,092.88	5.44	50.00-67.50
11	1,445.18	7.22	50.00-67.50	1,630.81	8.11	50.00-67.50
12	3,842.62	19.19	50.00-67.50	2,351.49	11.70	50.00-67.50
合计	20,021.79	100.00	-	20,097.37	100.00	-

（二）说明年初年末是否存在大额收入确认，如有请说明其商业合理性

公司2022年及2023年期初及期末相关月份销售收入情况具体如下：

单位：万元

项目名称	2022年度		2023年度	
春节前两个月	2022年11月	1,445.18	2023年12月	2,351.49
	2022年12月	3,842.62	2024年1月	2,850.66
	合计	5,287.80	合计	5,202.15
春节日期	2023年1月22日		2024年2月10日	
春节当月	2023年1月	493.44	2024年2月	568.03

注：2024 年收入数据为未审计数据。

根据春节前后月份销售收入和各月度收入分布情况，公司业务在春节前销售额会有所上升，春节当月销售额会有所下降，主要因为：春节前，含乳饮料、零食、奶茶等食品企业为春节走亲访友的礼品市场大量备货，同时春节期间物流停运促使客户提前备货，春节前两个月为公司发货旺季；春节后由于物流停运，导致公司春节当月销售额有所下降。

2023年1月销售额较低，是因为2023年春节为2023年1月22日，物流在2023年1月第二周开始陆续停运，物流停运后，公司不再组织生产发货，销售额较低。2022年12月销售额较高，主要因为2022年12月公共卫生事件有所好转，后续宏观环境存在不确定性，客户备货较常规有所增加。

综上所述，公司2022年及2023年期初期末相关月份收入确认符合行业特点，具有商业合理性。

（三）分析近两年各品种食用香精的收入和毛利率情况是否存在较大变动、收入变动趋势与下游行业终端产品需求是否存在较大差异

公司近两年食用香精收入和毛利率情况具体如下：

年份	收入（万元）	毛利率（%）
2022	20,021.79	59.41
2023	20,097.37	64.19

近两年公司食用香精的收入略有增长，毛利率有所上升。

根据2024年3月中国食品工业协会发布的2023年度我国食品工业经济运行情况，数据显示，2023年我国规模以上食品工业企业实现营业收入9.0万亿元，同比

增长2.5%；其中2023年农副食品加工业，食品制造业，酒、饮料和精制茶制造业，营业收入的同比增速分别为1.1%、2.5%、7.4%。公司高效、专业的研发、销售和市场服务团队，能快速响应客户需求，助力公司2023年度销售额增长，公司收入与下游行业终端产品需求一致。

（四）毛利率走势与同行业可比上市公司是否存在较大差异

报告期内，公司与同行业可比上市公司毛利率情况对比如下：

公司名称	2023年度		2022年度
	香精类产品毛利率（%）	变动（%）	香精类产品毛利率（%）
百润股份	67.64	4.42	63.22
爱普股份	35.73	3.26	32.47
华宝股份	73.13	-3.51	76.64
平均值	58.83	1.39	57.44
公司	64.18	4.77	59.41

同行业可比上市公司中百润股份与爱普股份毛利率走势与公司一致，均略有增长，华宝股份毛利率走势略有降低，主要系华宝股份香精产品以烟草香精为主，产品结构与公司存在一定差异。

（五）冷饮等有明显季节性产品的食用香精收入是否也具有季节性特征

公司生产的主要应用于冷饮的食用香精销售不存在明显的季节性特征，其销售主要集中在一季度、二季度和四季度，其中一季度和四季度销售主要来源于北方冬季冷饮市场消费需求，二季度主要来源于北方和南方夏秋季冷饮市场消费需求，同时，公司生产的主要应用于冷饮的食用香精也可应用到其他食品生产领域，因此，公司生产的主要应用于冷饮的食用香精销售不存在明显的季节性特征。

二、结合在手订单、客户拓展情况、新产品开发情况、下游产品需求情况、食品香精行业竞争格局等说明公司业绩是否具有可持续增长性。

（一）在手订单情况

香精行业具有“品种多、批量小、批次多”的特点，公司与主要客户的合作关系稳定，2024年主要客户续签相关销售框架协议，约定价格、质量、交货等

条款，具体产品品种和数量客户根据需求下单，产品订单采购稳定。主要客户的销售额和框架协议签订情况如下：

序号	客户	2023年发生额（元）	2024年是否签订框架协议
1	客户A	16,824,463.29	是
2	客户B	12,380,563.67	是
3	客户C	8,428,234.52	是
4	客户D	7,532,973.39	是
5	客户E	6,692,199.12	是
合计		51,858,433.99	-

公司前五大客户2024年签订了框架协议，根据2023年发生额，预计2024年业务持续稳定，公司业绩增长有可持续性。

（二）客户拓展情况

2024年公司一方面保持原客户更加深度合作，扩宽产品合作，另一方面积极开拓新的客户，截至2024年5月，开拓新客户的情况如下：

序号	区域	开发新客户数量（家）
1	华东区域	36
2	华中区域	9
3	华南区域	5
4	华北区域	3
5	西南区域	2

如上表，2024年1-5月，公司全国各区域开发了55家新客户，华东区域新开发客户数量显著，预估后期新客户的合作会更加深入，采购更多品类香精，可见公司业绩增长有可持续性。

（三）新产品开发情况

公司多年来对国内消费者口味分析，对各食品品类的流行风味有独特的洞察性。公司高效、专业的研发团队和销售、市场服务团队，能快速响应客户需求，提供产品创意，深度切入客户供应链体系，2023年转实现销售的新产品有28个，2024年在研研发项目15个，预计新产品开发成为公司经营稳定增长推动力。

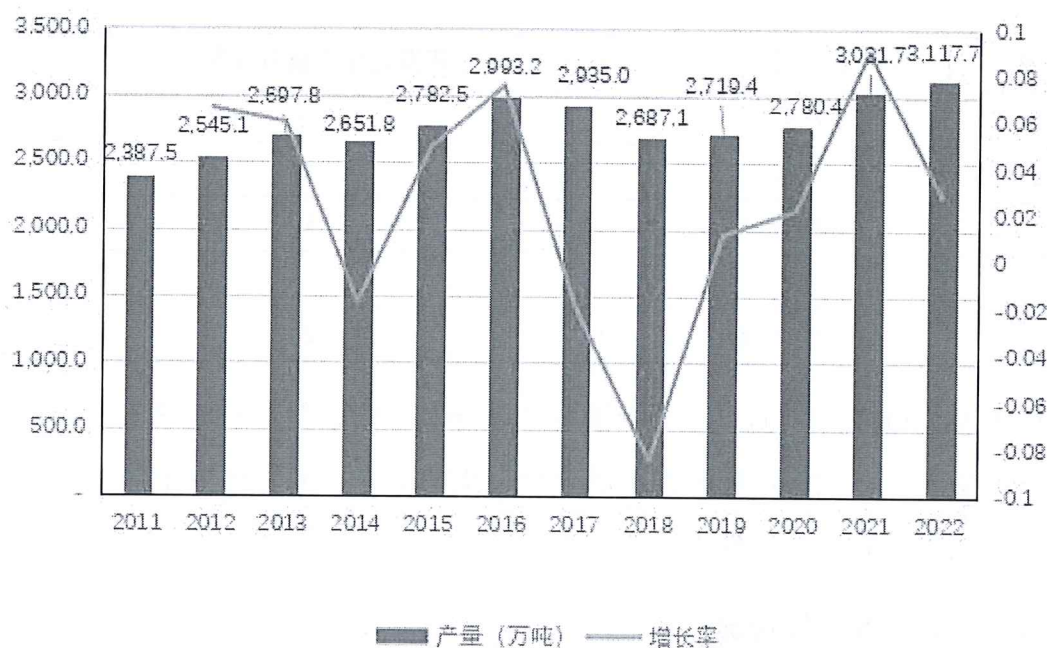
（四）下游产品需求情况

1、液体乳及乳制品制造业

我国乳制品市场近年来则呈现出欣欣向荣的景象，随着人民可支配收入增长以及对生活质量要求的提升，人们对乳制品的认知已从“奢侈品”转为生活必需品，尤其是酸奶、乳酸菌饮品等口感型乳制品的市场前景更为广阔。对食用香料香精需求量更大的酸奶、常温乳酸菌饮料的销售额同比增长率明显高于传统鲜奶。相关调研显示，女性和青少年是酸奶产品的主要消费群体，特别对于青少年而言，酸奶不仅是营养型消费品，更是口感型消费品，不仅需要满足青少年消费群体对营养的需求，更要满足其对产品口感的不断追求，这恰为食用香料香精行业提供了更为广阔的施展空间。

2022年，全国乳制品行业稳定发展，乳制品生产、消费取得较好成绩，据国家统计局数据，2022年，全国共有规模以上乳制品企业乳制品产量3,117.7万吨，同比2020年3,031.7万吨增长2.8%。

图表 1：2011 年-2022 年我国规模以上乳制品企业乳制品产量（单位：%）



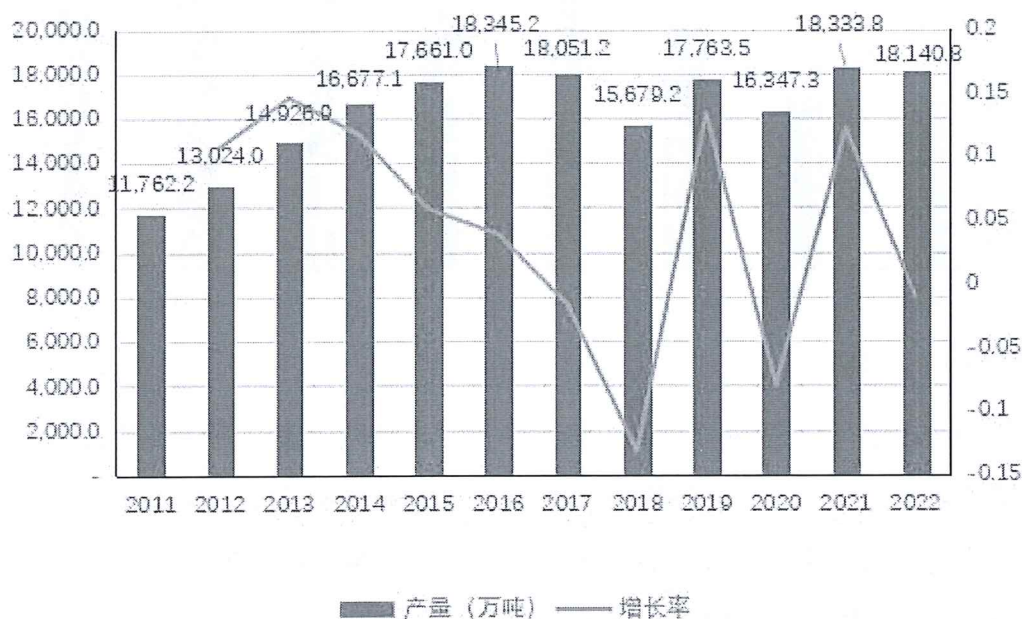
数据来源：国家统计局

2、饮料行业

根据国家统计局公布数据，2022年，全国规模以上饮料制造企业产量累计达到18,140.8万吨。

目前新款饮料产品的生命周期缩短，同种口味的饮料生命周期在2年左右。各大品牌纷纷通过不断创新，推出新种类或新口味饮料来维持消费群，拉动品牌增长。饮料行业目前的发展趋势恰与食用香料香精复合性、多变性、创新性的特点相契合，必能为行业的健康发展添砖加瓦。

图表 2：2011 年-2022 年我国规模以上饮料企业饮料产量（单位：%）

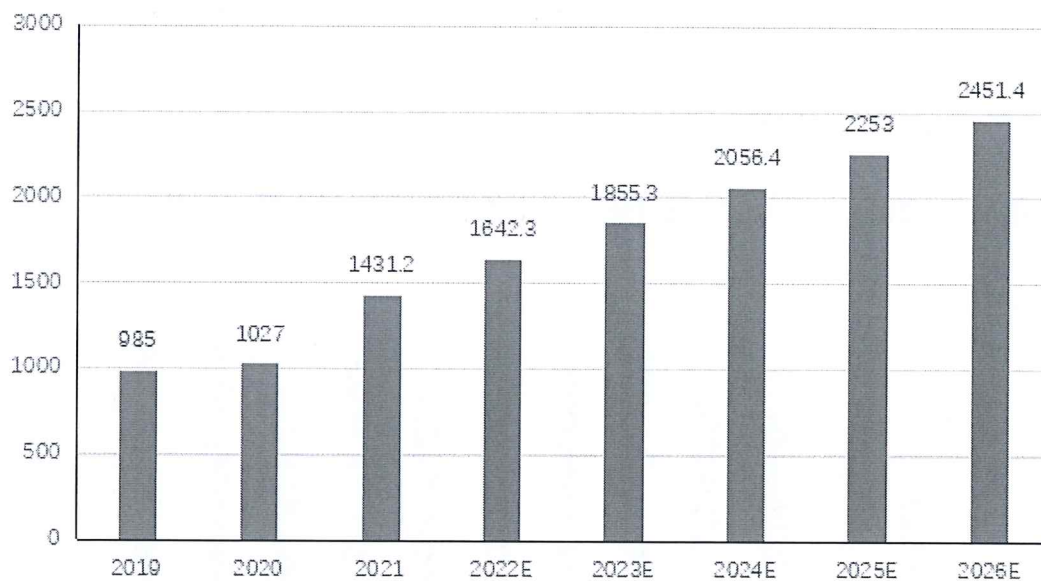


数据来源：国家统计局

3、现制茶饮

中国是茶饮故乡，现制茶饮行业的快速发展也根植于此。根据欧睿国际统计，截至2021年，现制茶饮行业在全国门店数量已突破36万家，零售额超过1,400亿，预计2026年零售额将突破2,450亿元，年均复合增长率达到10.5%。现制茶饮产品口味和质感是不变王道。根据欧睿国际统计，超过82%的消费者认为产品口味口感好是主要的考虑因素，而有38.7%的消费者愿意为新奇口味付费。

图表 3：2019 年-2026 年国内现制茶饮市场规模（单位：亿元）



数据来源：欧睿国际

现制茶饮行业主要分为高端市场及中低端市场两大类，其中喜茶、奈雪的茶占据高端市场主要份额，而蜜雪冰城则是中低端市场领头羊。随着宏观经济环境转好，加之茶饮自带的社交属性、消费者对于产品新口味、功能性等方面的追求，在未来较长期间内，现制茶饮行业预计将维持高速发展态势。

4、养生零食行业

常见的养生零食主要有芝麻丸、即食燕窝和枸杞原液等，是依照营养学以达到养生保健目的为主，加工成的具有一定养生功能的直接食用食品。中国养生零食行业2017年市场规模3,040亿元人民币，预计2026年将会达到7,514亿元。2021-2026年年均复合增长率将达到11%，呈现快速上涨的趋势。

图表 4：2017 年-2026 年我国规模以上焙烤食品糖制品行业主营业务收入（单位：亿元）



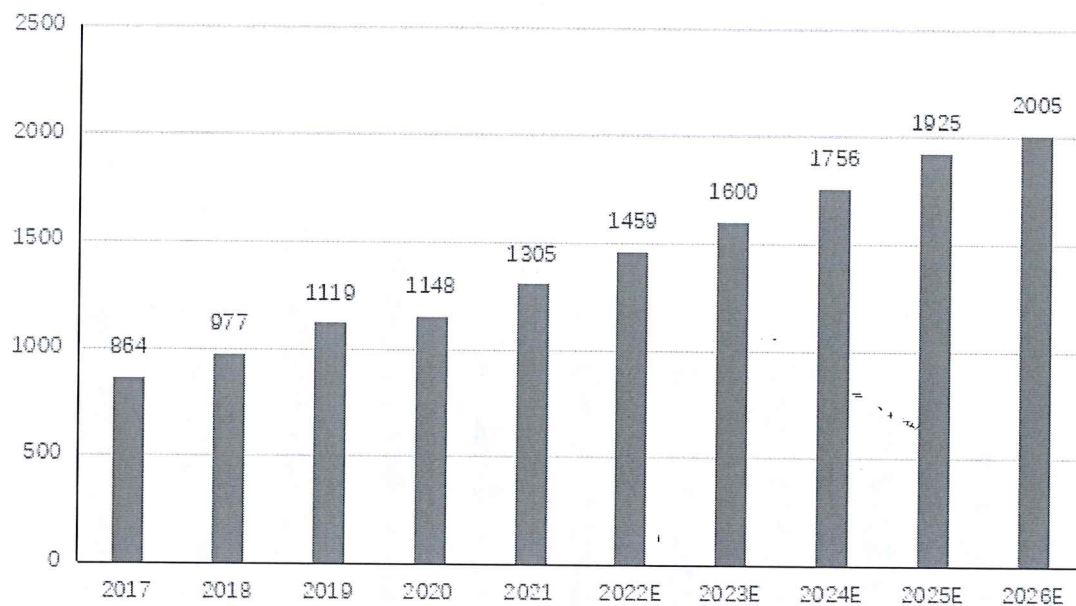
数据来源：国家统计局、头豹研究院

养生零食中最受欢迎的是传统零食类的养生零食，被调查消费者中66%偏爱传统类，且谷物代餐类的能量棒和中式糕点类的养生零食最受追捧。其次是冲泡类的养生零食，比如芝麻糊、冻干水果茶、枸杞茶等。随着养生开始出现年轻化趋势，以及国潮的兴起，年轻一代消费者展现出对于中国风商品的明显偏好。如根据商务部披露，2022年春节期间芝麻丸销量增长105.9%。养生零食不仅能够符合年轻一代的消费习惯，还能满足年轻人对于健康养生的需求，使养生零食行业的发展得到助力。

5、能量饮料行业

能量饮料是指在常规饮料中加入诸如咖啡因、牛磺酸、氨基酸、蛋白质等成分以补充人体能量的饮品。2021年，能量饮料占功能饮料销量的70.24%，而在中国软饮市场增长规模中，能量饮料贡献了其中7.92%的增长额。

图表 5：2017-2026 年国内能量饮料行业市场规模及预测（单位：亿元）



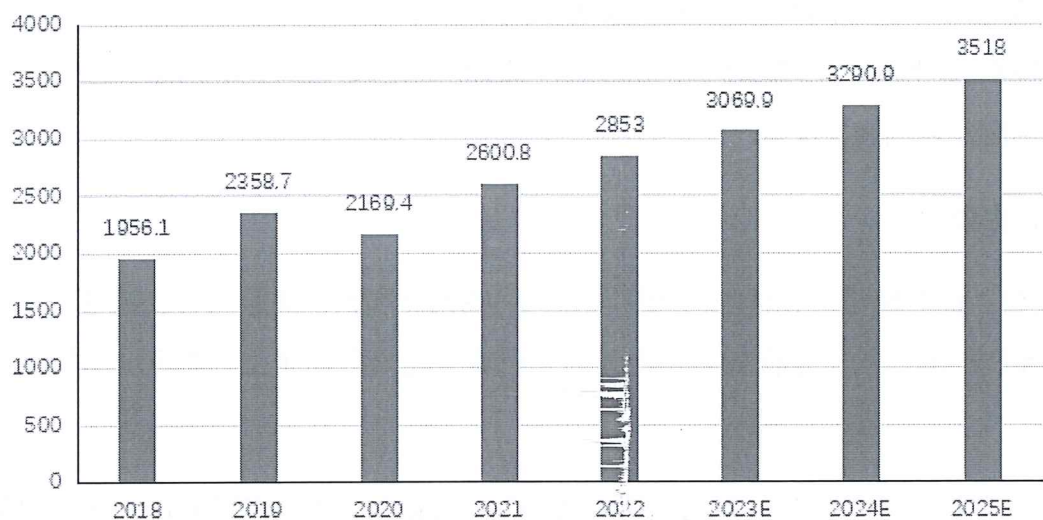
数据来源：美国食品协会、东鹏特饮招股书、农夫山泉招股书、Euromonitor 报告、头豹研究院

随着越来越多的消费者开始关注产品功效性，能量饮料受众也日益扩大，从追求健康的年轻消费者扩展至高强度加班族、电竞爱好者等消费群体，能量饮料的市场规模和渗透率预计将持续增长。

6、烘焙食品行业

根据艾媒咨询统计，2022年中国烘焙食品行业市场规模达2,853亿元。随着烘焙食品零食化和正餐化趋势明显，消费场景更加多元化，加之人均消费水平的增长、餐饮消费结构调整，烘焙食品市场有望进一步扩容，预计2025年市场规模将达3,518亿元。

图表 6：2018-2025 年烘焙食品行业市场规模（单位：亿元）



数据来源：艾媒数据中心

同时，根据艾媒咨询调查，消费者购买烘焙食品时选择芝士味、水果味的比例超过50%，选择牛奶味、蜂蜜味、奶油味的比例约为40%。消费者对烘焙食品口味偏好多多样化也促进了产品口味的持续创新。

（五）食品香精行业竞争格局

在国际市场上，香料香精行业集中度较高，2017年全球前十大香料香精公司占据78.73%的全球市场份额。全球主要香料香精公司主要分布在西欧、美国和日本。近几十年来，由于全球主要香料香精公司纷纷实施产品结构调整，逐渐将合成产品的生产转移至发展中国家和地区。

与此同时，由于行业长期被国外大公司垄断，与国内大多数行业企业差距较大，行业集中度较低，大量中小企业竞争较为激烈。只有通过加快淘汰落后小企业，壮大龙头企业规模，才能争取从激烈的行业竞争脱颖而出的机会。随着中国居民生活水平的提高与消费结构的升级，日化、食品等行业在下游需求的推动下得到了持续发展，进而为香料香精产业链的上游和中游企业提供广阔的市场空间和机遇。近年来，我国香精香料行业进入了稳定快速发展的时期。

因此，作为消费品高度配套的细分行业，香精行业需求稳定快速增长。

综上所述，公司下游食品消费市场稳定增长趋势，作为食品消费品高度配套的细分行业，香精行业需求稳定快速增长，公司业绩增长可持续性。

2.关于销售模式

你公司2023年年报和公开转让说明书显示，你公司采取直销为主，经销为辅的销售模式，同时存在部分代理商；你公司销售费用-代理服务费本期发生额404.8万元，同比增加202.34%。

请你公司：

（1）说明经销商和代理商的管理模式，经销商和代理商是否存在混同，主要经销商和代理商的法定代表人是否为你公司董监高亲属或你公司前员工等隐性关联方；

（2）列示经销商和代理商近两年的数量、实现的收入（代理商请分别说明总额和净额、毛利率情况），说明本期代理服务费大幅增长的原因及合理性，与代理商实现的收入是否匹配。

回复：

一、说明经销商和代理商的管理模式，经销商和代理商是否存在混同，主要经销商和代理商的法定代表人是否为你公司董监高亲属或你公司前员工等隐性关联方。

（一）说明经销商和代理商的管理模式，经销商和代理商是否存在混同

公司经销商与代理商主要管理模式对比如下：

项目	经销商	代理商
商品	公司生产的商品	
购买用途	向第三方进行销售	
产品的定价权	均具有自主定价权，自主经营，自负盈亏	公司和代理商商定
合同签订情况	签订经销协议	签订代理服务协议
销售区域规定	限定区域	未限定区域
特殊条款	按收入、回款返利	按产品收入、代理费率结算代理费
收入确认时点	根据合同约定将产品交付给经销商且经销商已接收该商品，取得经销商签收单时确认收入	根据合同约定将产品交付给代理商的终端客户且该终端客户已接收商品，取得终端客户签收单时确认收入。

2023年，公司存在既是经销商又是代理商的情形，但经销和代理相关的收入和费用分别按照各自业务模式进行核算。因此，公司已建立完善的经销商及代理商管理和核算制度并严格执行，故公司经销商和代理商的核算准确，不存在混同。

（二）主要经销商和代理商的法定代表人是否为你公司董监高亲属或你公司前员工等隐性关联方。

2023年，公司主要经销商和代理商中，郑州绿晶食品配料有限公司（下称“郑州绿晶”）的法定代表人吴军风为公司前员工，其于2012年离职创立郑州绿晶，离职前任职销售经理。除郑州绿晶以外，公司其他经销商及代理商法定代表人不存在为公司董监高亲属或公司前员工等关联方的情形。

二、列示经销商和代理商近两年的数量、实现的收入（代理商请分别说明总额和净额、毛利率情况），说明本期代理服务费大幅增长的原因及合理性，与代理商实现的收入是否匹配。

（一）经销商和代理商近两年的数量、实现的收入（代理商请分别说明总额和净额、毛利率情况）。

公司对经销商销售为卖断式销售，按照总额法核算，公司对代理商销售为向代理商终端客户的买断式销售，同时向代理商结算代理费用，公司也按照总额法对终端客户核算收入。公司近两年通过经销商和代理商模式实现的收入及相关情况具体如下：

类型	2022年				2023年			
	数量 (家)	收入 (万元)	毛利率 (%)	代理服务费 (万元)	数量 (家)	收入 (万元)	毛利率 (%)	代理服务费 (万元)
经销商	26	5,244.5	60.74	-	33	4,797.4	63.12	-
代理商	11	1,185.70	64.83	133.78	13	2,571.88	65.84	404.83

由上表可知，公司2022年和2023年相比，经销商和代理商数量有所增长，毛利率不存在显著差异。公司2023年代理服务费大幅增长的原因主要为代理模式实现的收入大幅增加。

3.关于生产情况

你公司2023年年报显示，公司存货期末账面余额仅1,091.21万元，在业绩连续增长的背景下你公司存货账面余额近三年逐年减少，存货主要内容为原材料和库存商品，期末账面余额分别为791.75万元、229.36万元。

你公司2022年、2023年年报显示，公司近两年均有新建在建工程，2022年你公司建成投产天然提取物项目，项目转固金额216.72万元；2023年你公司新建年产1500T食用香精生产项目和年产500T植物浓缩液、植物粉项目，两项目预算分别为400万元、1,200万元，目前分别已投入109.34万元、48.44万元；生产人员期末共42人，本期净增加3人。

你公司公开转让说明书显示，你公司2019年-2020年在新厂房建设年产5000T食用香精生产项目；公司于2019年6月将老厂房转让给绿晶控股后，为解决过渡期内的生产经营场地需求，2019年7月1日至2020年12月31日，公司与绿晶控股签订了《房屋租赁协议》，暂时向其回租位于仓前工业园区龙舟路2号厂房（即老厂房），租赁房屋面积为13,194.63平方米。上述租赁事项2020年度发生的关联交易金额为3,922,073.28元、2019年度为1,961,036.64元。

请你公司：

（1）结合客户下单方式和下单周期、生产交付周期、存货保存难度和存货保质期、存货管理模式等说明你公司存货保有量与收入反向变动的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异；

（2）结合你公司全年口径的产能利用率、生产高峰期的产能利用率说明本期新建年产1500T食用香精生产项目的原因和商业合理性，本期新建项目的投入金额仅400万元，远低于上期5000T项目10,590万元的预算，剔除厂房建筑物已建成等的影响说明本次扩产项目预算金额较小的原因，生产线设备价格是否存在较大差异；

（3）说明天然提取物项目、植物浓缩液、植物粉项目与你公司当前香精业务的关联性，是否涉及新业务拓展，是否有在手订单或客户储备支持，天然提取物项目在2023年度是否已实现创收；

(4) 简要说明前期搬迁生产经营场地的原因，说明选择售后租回解决过渡期内的生产经营场地需求而非采取搬迁后再将老厂房转让给控股股东的合理性，是否变相为控股股东输送利益。

回复：

一、结合客户下单方式和下单周期、生产交付周期、存货保存难度和存货保质期、存货管理模式等说明你公司存货保有量与收入反向变动的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异。

(一) 结合客户下单方式和下单周期、生产交付周期情况说明存货保有量与收入反向变动的原因及合理性

香精行业具有“品种多、批量小、批次多”的特点，大部分客户签订框架协议，约定价格、质量、交货等条款，具体产品品种和数量客户根据需求下单。因此公司的香精生产采用“以销定产”为主。香精作为食品添加剂，下游食品企业一般按生产计划采购，单批采购量小，生产交付周期短，主要产品交付周期为7天，特殊产品根据生产工艺规定。公司按计划组织生产和原材料采购。为保证能及时保质保量地完成销售订单，香精企业通常保持一定量的原材料存货以及少量产成品存货。

公司主要客户下单频次统计如下：

客户名称	下单周期（天/次）	
	2023年度	2022年度
客户A	1.46	1.33
客户B	1.74	1.80
客户C	1.29	1.16
客户D	5.79	7.77
客户E	8.69	19.21

全年按365天计算，可见公司主要客户下达订单频率较高，近两年下单频率整体上保持稳定。客户A、客户B、客户C、客户D近两年下单周期频率较稳定，而客户E近两年销售规模快速扩大，对公司的采购相应增加，导致其下单频率加快。综上，公司产品存在下单频率高、发货批次多的情形，因此期末存货较低。

（二）结合存货保存难度和存货保质期、存货管理模式情况说明存货保有量与收入反向变动的原因及合理性

产品储存为常温储存，保质期为1-3年；原料常温储存为主，保质期为6个月-3年，存货按先进先出管理模式。

公司存货量较低，收入增长与存货库存量关联度较低，存货低和变动情况影响主要如下：（1）春节前是销售发货峰点，期末产品产出和发货量均较高，因此期末库存相对较低，其中2022年12月公共卫生事件有所好转，后续宏观环境存在不确定性，公司增加了期末原材料储备，导致2022年末公司期末存货余额略高于2023年末；（2）2023年度部分原材料单价呈下降趋势，公司为降低原材料降价带来的损失，降低了原材料期末库存储备。

（三）存货保有量与同行业可比公司是否存在较大差异

与同行业可比公司存货情况对比如下：

公司名称	2023年存货余额 (元)	2022年存货余额 (元)	2023年存货占营业 收入比例 (%)	2022年存货占营业 收入比例 (%)
爱普股份	629,273,506.61	669,005,792.38	22.61	20.89
百润股份	779,778,297.14	535,402,996.62	23.59	20.64
华宝股份	486,263,240	502,504,932	32.75	26.53
公司	10,936,136.95	11,533,293.54	5.44	5.76

2022及2023年末，公司存货占营业收入比例低于同行业可比公司，主要系同行业可比上市公司期末库存除了香精还有香料、食品、食品配料贸易等其他存货，香精产品需要储备的存货与香料、食品、食品配料贸易等其他业务相比相对较小，因此，公司2022及2023年末存货保有量低于同行业可比上市公司符合行业情况。

二、结合你公司全年口径的产能利用率、生产高峰期的产能利用率说明本期新建年产1500T食用香精生产项目的原因和商业合理性，本期新建项目的投入金额仅400万元，远低于上期5000T项目10,590万元的预算，剔除厂房建筑物已建成等的影响说明本次扩产项目预算金额较小的原因，生产线设备价格是否存在较大差异；

（一）结合你公司全年口径的产能利用率、生产高峰期的产能利用率说明本期新建年产1500T食用香精生产项目的原因和商业合理性。

2023年度公司食品用香精产能利用率情况如下：

年份	产能（吨）	产量（吨）	产能利用率（%）
2023	3,601.80	3,222.52	89.47

注：公司2023年食用香精产能为根据主要生产设备每月21.75天每天8小时工作时间计算所得，未考虑加班生产对应产能。

公司2023年度香精产能利用率达到89.47%，已趋于饱和，同时公司订单需求保持增长，因此公司本期新建年产1500T食用香精生产项目具有商业合理性。

（二）本期新建项目的投入金额仅400万元，远低于上期5000T项目10,590万元的预算，剔除厂房建筑物已建成等的影响说明本次扩产项目预算金额较小的原因，生产线设备价格是否存在较大差异。

5000T项目为总体新建项目，包括土建、生产及相关配套设施等，而公司本期新建1500T食用香精项目是在原有5000T项目生产车间利用空余车间新建生产线，土建费用投入较少，部分生产设备和配套的仓储及环保设施等均使用原有5000T项目相关设施，因此，本期新建1500T食用香精项目投资预算金额相对较小，相关情况具体对比如下：

项目预算	年产1500T食用香精生产项目 (万元)	年产5000T食用香精生产项目 (万元)
土建费用	50.00	5,000.00
生产车间设备费（含安装费）	560.00	2,000.00
其中：生产及配套设备	560.00	1,550.00
环保设施	-	250.00
公共设施	-	200.00
其他设备费（含安装费）	-	1,500.00
工程建设其他费用	-	2,090.00
预备费	30.00	1,000.00
合计	640.00	10,590.00

注：根据项目预算调整情况，公司已与相关监管部门沟通增加1500T食用香精项目投资规模至640.00万元。

三、说明天然提取物项目、植物浓缩液、植物粉项目与你公司当前香精业务的关联性，是否涉及新业务拓展，是否有在手订单或客户储备支持，天然提取物项目在2023年度是否已实现创收。

（一）说明天然提取物项目、植物浓缩液、植物粉项目与你公司当前香精业务的关联性、是否涉及新业务拓展。

天然提取液和植物浓缩液、植物粉项目为同一个项目。天然提取物项目为2021年初次备案项目名称，2022年根据目标客户对生产线设备、产能要求和客户需求提升，增加生产线二次设计，增加项目投入重新变更备案，根据产品名称变更为植物浓缩液、植物粉项目。

在当前市场环境中，消费者对于食品的安全性和天然性有着越来越高的期望。为满足这一趋势，公司积极研发植物浓缩液。该项目旨在从天然果实、花叶等来源中提取香味成分。这些天然提取物不仅保留了原料的独特香气，还具备天然、纯净的特性，完全符合现代消费者对健康饮食的追求。因此，该项目是公司目前香精业务在原料端的迭代和升级，是在原料的选择和制备工艺上进行了创新和拓展，与公司当前香精业务具有紧密联系，不涉及新业务的拓展。

（二）是否有在手订单或客户储备支持，天然提取物项目在2023年度是否已实现创收。

公司植物浓缩液产线仍处于调试过程中，预计2024年下半年完成生产线的建设和投产，公司2023年仅具备小批量试生产能力，已实现销售收入78.70万元。

四、简要说明前期搬迁生产经营场地的原因，说明选择售后租回解决过渡期内的生产经营场地需求而非采取搬迁后再将老厂房转让给控股股东的合理性，是否变相为控股股东输送利益。

（一）前期搬迁生产经营场地的原因和安排

生产经营场所搬迁是因为公司技术改造需求，获取新土地新建生产、研发中心。原计划2019年下半年完成整体搬迁，因而2019年股改前完成老厂房产权转让，2019年7月1日和绿晶控股签订了过渡期租赁协议，租赁时间为2019年7月至2019年12月。

2019年下半年因公共卫生事件，导致进口生产设备入关、安装调试整个过程受到较大影响，且国外工程师不能到工厂现场调试，因而采用线上指导调试，调试效率和进度较慢，导致整体进度延期。因此根据此情况预估于2019年12月31日与绿晶控股续签了租赁协议，租赁期为2020年1月1日至2020年12月31日。

（二）厂房租金价格公允性

对于售后回租的租赁价格，公司获取了从事出租周边地区厂房的第三方公司-杭州市广融商务服务有限公司出具的《关于余杭地区厂房租赁市场价格的说明》，并参考周边地区类似工业厂房租赁价格定价，周边地区类似工业厂房租赁价格如下：

厂房坐落	租赁面积(m ²)	房屋用途	签约时间	租赁期限	租金(元/m ² /天)
仓前工业园余杭塘路2630号	10,569.00	生产加工	2019年4月	6年	0.75
仓前工业园龙泉路18号	15,000.00	运营商	2019年6月	15年	0.60
仓前工业园绿汀路1号	8,662.30	运营商	2018年11月	10年	0.70
仓前工业园龙泉路1号	1,200.00	仓库	2020年11月	2年	0.80

根据《关于余杭地区厂房租赁市场价格的说明》，2019年及2020年杭州市仓前等老余杭周边厂房租赁价格一般为0.60-1.00元/m²/天，考虑到售后回租的仓前工业园区龙舟路2号工业厂房建成于2004年，房产及公铺设备陈旧、层高低、系非标准厂房及租赁期限等因素，因此按照0.90元/m²/天定价，具有公允性。

因此选择售后租回解决过渡期内的生产经营场地需求而非采取搬迁后再将老厂房转让给控股股东具有合理性，不存在为控股股东输送利益的情形。

4.关于研发投入

你公司2023年年报显示，技术人员新增63人，本期净增加5人，技术人员占公司总人员的比例达36.42%；研发费用本期发生额1,951.14万元，占销售收入的比例达9.71%，研发投入和收入占比连续三年保持增长，除人员薪酬、直接投入和折旧分摊外，研发费用-其他发生额为285.97万元。

请你公司从近两年香精品种数量和专利数量等角度，说明研发投入的具体内容和成果产出，是否存在为客户定向开发香精品种构成单项履约义务的情形，说明研发费用-其他的具体内容。

回复：

一、请你公司从近两年香精品种数量和专利数量等角度，说明研发投入的具体内容和成果产出，是否存在为客户定向开发香精品种构成单项履约义务的情形，说明研发费用-其他的具体内容。

(一) 公司从近两年香精品种数量和专利数量等角度, 说明研发投入的具体内容和成果产出。

为满足消费市场变化的“美味”需求, 公司需要保持持续的创新驱动。公司目前重点研发投入方向如下:

(1) 天然香料的研发: 公司采用酶法、提取、热反应等生物技术手段开发天然香料, 比如公司通过天然酶法制取的乳品香料, 通过生物技术手段开发的天然香料不仅保留了原料的独特香气, 成倍提高原料的香气浓度, 产品稳定性更高, 同时产品具备天然、纯净的特性, 更加符合消费者对健康饮食的追求。

(2) 香精的研发: 根据消费市场的口味需求, 一方面不断研发满足市场需求口味和功能的新型香精, 如降甜香精等, 提供高性价比产品, 另一方面, 对公司原有香精进行优化和升级。

公司近两年公司主要研发成果如下:

单位: 个

年份	在研项目	成果转化项目	对应新产品数量	申请的发明专利数量
2022	12	4	27	1
2023	17	6	28	2

公司专注食品用香精领域, 近两年开发了花香系列、乳味系列、百香果、火龙果等水果风味香精和植物浓缩液, 给消费者带来更多自然风味的产品。

(二) 是否存在为客户定向开发香精品种构成单项履约义务的情形

公司主动调研客户需求, 向公司研发部门反馈市场动态, 便于公司开发出符合市场需求的、具有竞争力的香精产品和应用方案。各应用产品配方的开发无排他性的定制化特征, 公司开发出的应用产品配方均可用于对其他客户的推广销售, 不存在为客户定向开发香精品种构成单项履约义务的情形。

(三) 说明研发费用-其他的具体内容

研发费用-其他的具体内容如下两类:

单位: 万元

序号	项目	2023年度	2022年度
1	委外技术服务费	158.66	152.59

序号	项目	2023年度	2022年度
2	差旅及技术交流费	127.31	31.99
合计		285.97	184.58

委外技术服务费是在研项目部分技术开发内容委托外部研究机构或高校开发，2023年主要合作涉及热带水果风味香精、植物浓缩液等项目，委外的研究内容为风味物分析、营养价值分析、部分工艺技术试验等，2023年已经按计划全部完成约定的研究开发内容。

差旅及技术交流费，主要是研发人员参加下游企业和行业等技术会议、交流活动产生的费用，包括到下游企业的沟通、品评、实验测试和行业技术会议等活动。2022年因公共卫生事件外出技术交流相对较少，2023年恢复正常。

浙江绿晶生物科技股份有限公司



2024年6月17日

**关于全国中小企业股份转让系统
《关于浙江绿晶生物科技股份有限公司的年报问询函》的回复**

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

关于全国中小企业股份转让系统《关于浙江绿晶生物
科技股份有限公司的年报问询函》的回复

容诚专字[2024]251Z0198 号

全国中小企业股份转让系统挂牌公司管理一部：

贵部出具的公司一部年报问询函【2024】第 059 号《关于对浙江绿晶生物科技股份有限公司的年报问询函》（简称“问询函”）已收悉。容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“容诚”或“年审会计师”）作为浙江绿晶生物科技股份有限公司（以下简称“绿晶生物”或“公司”）年审会计师，本着勤勉尽责、诚实信用的原则，针对问询函相关问题逐项进行了落实，现对《问询函》回复如下，请审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与年度报告中的相同。

本回复报告的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（不加粗）
问询函所列问题回复	宋体（不加粗）

除另有说明外，本专项核查中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。

1、关于经营业绩

你公司 2023 年年报显示，本期实现营业收入 20,097.37 万元，上期实现营业收入 20,021.79 万元，本期收入增长 0.38%，两期收入金额较为接近；你公司主要从事食用香精的研发、生产和销售，主要产品为用于乳制品、饮料、冷饮及烘焙食品生产添加的各类甜味香精；你公司年报仅按照食用香精和食用配料列示收入明细情况，对于主要客户和供应商处于商业保密考虑未进行披露。

请年审会计师：

（1）说明针对收入截止性执行的审计程序，绿晶生物年初和年末是否存在大额收入确认的情况，年审过程中是否发现跨期确认收入的情形，绿晶生物出库单、物流单、验收单等会计基础凭证是否齐全；

（2）说明针对收入真实性执行的程序，是否发现绿晶生物收入的月度分布、收入的客户构成、毛利率水平等较以前年度、下游行业情况、同行业可比上市公司存在较大差异和变动。

【年审会计师回复】

一、说明针对收入截止性执行的审计程序，绿晶生物年初和年末是否存在大额收入确认的情况，年审过程中是否发现跨期确认收入的情形，绿晶生物出库单、物流单、验收单等会计基础凭证是否齐全；

（一）说明针对收入截止性执行的审计程序

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价内部控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查主要客户的销售合同，了解收入确认的方法、时点和依据，结合同行业可比公司，判断收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

3、以抽样方式对资产负债表日前后 1 个月确认的营业收入进行检查，追查至销售合同、货运单、签收单等支持性文件，评价营业收入是否在恰当期间确认。收入截止性测试的具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2024 年 1 月	2023 年 12 月
截止测试金额	1,931.76	1,550.90
截止测试当月收入金额	2,850.66	2,351.49
核查比例	67.77%	65.95%

(续)

项目	2023 年 1 月	2022 年 12 月
截止测试金额	321.47	2,446.72
截止测试当月收入金额	493.44	3,842.62
核查比例	65.15%	63.67 %

注：公司 2024 年 1 月收入未经审计

4、获取销售退换货明细，询问公司管理层，销售退换货相关政策、原因。分析报告期退换货的合理性，检查大额退换货相关账务及处理情况。

5、对主要的客户执行函证程序（回函比率=营业收入回函金额/营业收入金额>70.00%），针对未回函的客户全部执行替代测试，获取并检查销售合同、货运单、签收单、期后回款等单据。

(二) 年初和年末是否存在大额收入确认的情况

2022 年度、2023 年度销售收入按照月度统计如下：

单位：万元

月度	2022 年度		2023 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
1	1,675.53	8.37	493.44	2.46
2	751.89	3.76	1,596.80	7.95
3	1,774.65	8.86	1,885.05	9.38
4	1,552.11	7.75	2,050.99	10.21
5	1,381.27	6.90	1,763.55	8.78
6	1,176.79	5.88	2,030.31	10.10
7	1,900.79	9.49	1,790.74	8.91
8	1,612.92	8.06	1,420.31	7.07
9	1,571.12	7.85	1,991.02	9.91
10	1,336.92	6.68	1,092.88	5.44

11	1,445.18	7.22	1,630.81	8.11
12	3,842.62	19.19	2,351.49	11.70
合计	20,021.79	100.00	20,097.37	100.00

根据月度收入情况，公司业务在春节前销售额会有所上涨。例如：2022 年 12 月份和 2023 年 12 月份，主要因为：1、春节前，含乳饮料、零食、奶茶等下游食品公司为春节走亲访友的礼品进行市场备货；2、春节期间物流停运促使客户提前备货。

春节当月受春节传统节日及其假期的影响，公司业务在春节当月销售额有所下降。例如：2023 年 1 月，主要因为 2023 年春节日期为 2023 年 1 月 22 日，物流在 2023 年 1 月第二周开始陆续停运，物流停运后，公司不再组织生产和发货。

春节前两个月及春节当月销售数据如下：

单位：万元

项目名称	2022 年度		2023 年度	
春节前两个月	2022 年 11 月	1,445.18	2023 年 12 月	2,351.49
	2022 年 12 月	3,842.62	2024 年 1 月	2,850.66
	合计	5,287.80	合计	5,202.15
春节日期	2023 年 1 月 22 日		2024 年 2 月 10 日	
春节当月	2023 年 1 月	493.44	2024 年 2 月	568.03
	合计	493.44	合计	568.03

注：2024 年收入数据为未审数据。

综合上述信息，报告期期初、期末收入存在波动系正常的市场行为。

（三）出库单、物流单、验收单等会计基础凭证是否齐全

根据《企业会计准则第 14 号—收入（2017）》，公司内销售收入确认政策为“本公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，取得客户签收单时确认收入”。公司会计基础凭证包括：

出库单：一联附在发票后面做为记账依据留存，一联随承运商品的物流经客户签字后带回，作为收入时点确认依据。

物流单：即为公司货运单，承运商品的物流供应商在承运货物时提供给公司的单据。

签收单：经客户签收确认后的出库单。

验收单：访谈公司相关人员，检查公司相关合同条款，参照可比公司，该行业客户在收到货物时，通常做法为签收，因此不适用验收单。

年审会计师获取了公司报告期销售收入的明细表，以抽样方式选取检查样本，检查样本客户所发生业务对应的销售合同、货运单、签收单，报告期的核查比例具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度
细节测试金额	13,651.54
收入金额	20,097.37
核查比例	67.93%

【年审会计师核查意见】

基于所执行的审计程序和获取的证据，我们认为：

- （1）报告期内，未发现公司存在跨期确认收入的情形。
- （2）报告期内，公司出库单、物流单、签收单等会计基础凭证齐全。

二、说明针对收入真实性执行的程序，是否发现绿晶生物收入的月度分布、收入的客户构成、毛利率水平等较以前年度、下游行业情况、同行业可比上市公司存在较大差异和变动。

（一）报告期内，公司业务收入的月度分布情况如下：

单位：万元

月度	2022 年度		2023 年度	
	收入	占比（%）	收入	占比（%）
1	1,675.53	8.37	493.44	2.46
2	751.89	3.76	1,596.80	7.95
3	1,774.65	8.86	1,885.05	9.38

4	1,552.11	7.75	2,050.99	10.21
5	1,381.27	6.90	1,763.55	8.78
6	1,176.79	5.88	2,030.31	10.10
7	1,900.79	9.49	1,790.74	8.91
8	1,612.92	8.06	1,420.31	7.07
9	1,571.12	7.85	1,991.02	9.91
10	1,336.92	6.68	1,092.88	5.44
11	1,445.18	7.22	1,630.81	8.11
12	3,842.62	19.19	2,351.49	11.70
合计	20,021.79	100.00	20,097.37	100.00

根据月度收入情况，公司业务在春节前销售额会有所上涨。例如：2022 年 12 月份和 2023 年 12 月份，主要因为：1、春节前，含乳饮料、零食、奶茶等下游食品公司为春节走亲访友的礼品进行市场备货；2、春节期间物流停运促使客户提前备货。

春节当月受春节传统节日及其假期的影响，公司业务在春节当月销售额有所下降。例如：2023 年 1 月，主要因为 2023 年春节日期为 2023 年 1 月 22 日，物流在 2023 年 1 月第二周开始陆续停运，物流停运后，公司不再组织生产和发货。

基于上述原因，报告期期初、期末收入存在波动系正常的市场行为，春节前两个月及春节当月销售数据如下：

单位：万元

项目名称	2022 年度		2023 年度	
春节前两个月	2022 年 11 月	1,445.18	2023 年 12 月	2,351.49
	2022 年 12 月	3,842.62	2024 年 1 月	2,850.66
	合计	5,287.80	合计	5,202.15
春节日期	2023 年 1 月 22 日		2024 年 2 月 10 日	
春节当月	2023 年 1 月	493.44	2024 年 2 月	568.03
	合计	493.44	合计	568.03

注：2024 年收入数据为未审数据。

（二）报告期内，公司与同行业可比公司的季度收入分布情况如下：

主体	季度	2023 年度		2022 年度	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
百润股份	一季度	76,006.24	23.29	53,862.94	20.77
	二季度	89,098.25	27.30	49,845.87	19.22
	三季度	80,587.09	24.69	60,802.70	23.45
	四季度	80,697.47	24.72	94,829.26	36.57
爱普股份	一季度	72,607.09	26.09	78,670.03	24.57
	二季度	73,926.95	26.56	80,432.53	25.12
	三季度	63,294.17	22.74	74,803.34	23.36
	四季度	68,488.80	24.61	86,318.24	26.96
华宝股份	一季度	34,184.90	23.03	41,635.35	21.98
	二季度	35,117.52	23.65	48,587.40	25.65
	三季度	38,445.98	25.90	46,420.68	24.51
	四季度	40,714.39	27.42	52,744.88	27.85
本公司	一季度	3,975.28	19.78	4,202.06	20.99
	二季度	5,844.84	29.09	4,110.17	20.53
	三季度	5,202.06	25.89	5,084.82	25.40
	四季度	5,075.18	25.25	6,624.73	33.09

报告期内，公司与可比公司各季度占比相对较为均衡，不存在明显的季节性特征，公司与可比公司不存在显著差异。

（三）报告期内，公司与同行业可比公司收入的客户构成情况如下：

单位：万元

公司名称	客户群体	2023 年		2022 年	
		金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
百润股份	直销商	71,846.12	22.45	84,453.09	33.29
	经销商	248,201.99	77.55	169,243.52	66.71
	合计	320,048.11	100.00	253,696.60	100.00
爱普股份	直销商	218,316.71	79.18	246,619.43	77.51
	经销商	57,404.99	20.82	71,570.79	22.49
	合计	275,721.70	100.00	318,190.22	100.00
华宝股份	直销商	139,002.33	93.63	180,526.87	95.32
	其他	9,460.47	6.37	8,861.45	4.68
	合计	148,462.79	100.00	189,388.32	100.00
公司	直销商	13,730.84	68.41	13,347.61	67.24
	经销商	4,797.37	23.9	5,244.53	26.42
	贸易商	1,542.69	7.69	1,257.88	6.34

	合计	20,070.89	100.00	19,850.01	100.00
--	----	-----------	--------	-----------	--------

注：上表绿晶生物“客户构成分类”的收入数据只包含主营业务收入金额。

可比公司均采用“直销+经销/其他”的商业模式，根据各自产品业务特点，“直销+经销/其他”的商业模式占比不同，具体如下：1、百润股份主营业务为预调鸡尾酒（含气泡水等），占收入比率为 90.11%，该类业务主要靠经销商销售，导致其经销商客户销售额占比较大；2、华宝股份主营业务为食用香精收入，其香精收入主要来源于对各省中烟工业公司及其下辖企业销售的烟草用香精，故其直销商客户销售额占比较高；3、爱普股份主营业务为食品配料，食品配料类收入占比为 73.36%，由于食品配料下游客户与食用香精类似，故其直销商销售额占比与公司类似。

综合上述原因，公司主营业务收入的客户构成符合其自身产品业务特点，直销商占比较大，经销商占比次之，贸易商占比很小。

（四）报告期内，公司与同行业可比公司毛利率情况对比如下：

公司名称	2023 年度		2022 年度
	香精类产品毛利率（%）	变动（%）	香精类产品毛利率（%）
百润股份	67.64	4.42	63.22
爱普股份	35.73	3.26	32.47
华宝股份	73.13	-3.51	76.64
平均值	58.83	1.39	57.44
公司	64.18	4.77	59.41

同行业可比公司百润股份与爱普股份毛利率走势与公司一致，均略有增长，华宝股份 2023 年度比 2022 年度毛利率略有降低，主要系华宝股份香精产品以烟草香精为主，产品结构与公司存在一定差异。

（五）报告期内，公司收入与下游行业需求匹配情况

根据 2024 年 3 月中国食品工业协会发布的 2023 年度我国食品工业经济运行情况显示，2023 年我国规模以上食品工业企业实现营业收入 9.00 万亿元，同比增长 2.50%；其中 2023 年农副食品加工业，食品制造业，酒、饮料和精制茶制造业，营业收入的同比增速分别为 1.10%、2.50%、7.40%。

报告期，公司香精类收入增长情况如下：

单位：万元

项目名称	2023 年度	2022 年度	变动比例
公司	20,097.37	20,021.79	0.38%

综合上述信息，公司 2023 年度收入增长与下游行业终端产品需求增长一致。

【年审会计师核查意见】

基于所执行的审计程序和获取的证据，我们认为：

报告期内，未发现公司收入在月度分布、收入的客户构成、毛利率水平等较以前年度、下游行业情况、同行业可比上市公司存在较大差异和变动情形。

(此页无正文，为浙江绿晶生物科技股份有限公司容诚专字
[2024]251Z0198 号之签字盖章页。)



中国注册会计师：



吴强

中国注册会计师：



顾庆刚

中国·北京

中国注册会计师：



刘佳明

2024 年 6 月 17 日



营业执照

(副本)(5-1)

统一社会信用代码

911101020854927874



扫描市场主体身份码
了解更多登记、备案、
许可、监管信息，体
验更多应用服务。

名称 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
类型 特殊普通合伙企业
执行事务合伙人 肖厚发、刘维

出资额 8130 万元

成立日期 2013 年 12 月 10 日

主要经营场所 北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外
经贸大厦 901-22 至 901-26

经营范围

审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；软件开发；销售计算机、软件及辅助设备。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

登记机关



2024 年 03 月 25 日