

江苏特味浓食品股份有限公司

关于对全国中小企业股份转让系统年报问询回复

江苏特味浓食品股份有限公司（以下简称“公司”）于 2024 年 7 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下发的《关于对江苏特味浓食品股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 219 号）（以下简称“问询函”），公司高度重视问询函的相关问题，立即组织相关方进行逐项核查，现就问询函所述问题回复如下：

一、关于业务模式与经营情况

你公司从事复合调味料的研发、生产与销售，主要面向食品加工工厂、餐饮、经销商等客户，其中直销收入占比接近 60%，对经销客户均为买断式销售。报告期内，你公司实现营业收入 65,421.10 万元，较去年同期增长 21.40%，对前五大客户销售实现收入 8,982.39 万元，占营业收入总额的 13.73%，其中除第一大客户江苏喜旺供应链有限公司外，其余主要客户均存在注册资本规模较低或参保人数较少等情况。截至报告期末，你公司应收账款账面余额为 9,779.85 万元，其中按欠款方归集的期末余额前五名合计账面余额为 2,343 万元，与前五大客户名称均不重合。2021 年至 2023 年，你公司毛利率分别为 31.54%、28.05%、28.03%，毛利率呈现逐年下滑的趋势，同行业可比公司日辰股份、宝立食品的毛利率分别维持在 38%、33%左右，你公司毛利率远低于同行业可比公司。根据你公司对挂牌审核问询函的回复，你公司存在第三方回款情形，2021 年、2022 年、2023 年 1-6 月第三方回款比例分别为 53.02%、43.93%、40.32%，远高于同行业可比公司，你公司已针对第三方回款建立内控体系，并进行积极整改。

根据你公司对挂牌审核问询函的回复，你对经销商销售返利以货物兑现，少量客户以冲抵货款方式兑付。截至报告期末，你公司其他应付款中应付返利账面余额为 1,488.66 万元，较期初增长 469.66 万元。截至报告期末，你公司其他流动资产账面余额为 928.24 万元，其中应收供应商返利账面余额为 27.01 万元，为报告期内新增。

请你公司：

- （1）说明你公司面向食品加工企业、餐饮企业、经销商、贸易商等不同类

型客户的销售收入及销售占比，分不同客户类型说明公司对主要客户的信用政策，期后回款金额及占比，应收账款前五名与主要客户不重合的原因；

（2）结合报告期内出货量、各类型客户新增及退出数量、各销售区域经销商数量及对应的销售金额、新签订单金额，说明报告期内营业收入大幅增长的原因，说明报告期内信用政策、对客户的激励措施是否发生变化；

（3）结合你公司产品类型、终端客户类型、主要原材料种类、产品定价机制等，说明你公司业务模式是否与同行业可比公司存在明显差异，毛利率低于同行业可比公司的原因，你公司是否存在向同行业公司采购同类产品，受托加工后对外销售情形，如是，说明相关业务收入的核算方法；

（4）结合第三方与客户的关系，分类列示 2023 年下半年第三方回款的金额及比例，说明第三方回款规模是否已明显下降；

（5）说明你公司与经销商关于销售返利的具体约定，包括但不限于计算过程、结算周期，说明对不同经销商提供的返利政策是否存在明显差异，返利比例的设置是否符合行业惯例，因提供实物返利确认收入金额及比例，应付返利期后结算情况，未使用合同负债核算应付返利的合规性；

（6）结合与供应商的合作模式，说明报告期内新增应收供应商返利的原因，期后供应商返利兑付的时间及金额，返利金额与采购数量之间是否存在勾稽关系，并说明应收供应商返利的会计处理方式。

回复：

一）说明你公司面向食品加工企业、餐饮企业、经销商、贸易商等不同类型客户的销售收入及销售占比，分不同客户类型说明公司对主要客户的信用政策，期后回款金额及占比，应收账款前五名与主要客户不重合的原因；

1、报告期内，公司按客户类型分类的销售收入及销售占比如下：

单位：万元

2023 年度		
项目	销售收入	销售占比
主营业务	65,151.39	99.59%
直销模式	37,739.02	57.69%
其中：工厂客户	25,794.35	39.43%
餐饮客户	11,706.88	17.89%
电商销售	237.79	0.36%
非直销模式	27,412.37	41.90%

2023 年度		
其中：经销商	20,227.84	30.92%
贸易商	6,872.82	10.51%
代工客户	311.70	0.48%
其他业务	269.71	0.41%
合计	65,421.10	100.00%

报告期内，公司主要分为直销和非直销两种销售模式，其中直销模式占比约为 58%，非直销模式占比约为 42%。直销模式中，以工厂客户、餐饮客户为主，收入约占公司营业收入的 57%；非直销模式中，以经销商、贸易商为主，收入约占公司营业收入的 41%。

2、报告期内，按直销模式及非直销模式，公司报告期前 5 名主要客户信用政策情况如下：

（1）直销模式

序号	客户名称	销售渠道	信用政策	
			2023 年度	2022 年度
1	南京无边界餐饮管理有限公司 [注 1]	餐饮客户	月结，票到 7 日内付款	月结，票到 7 日内付款
2	安丘市绿村食品有限公司	工厂客户	月结，票到 7 日内付款	月结，票到 7 日内付款
3	山东瑞发德食品集团有限公司	工厂客户	3 个月	3 个月
4	嘉兴晨香供应链管理有限公司	餐饮客户	月结，票到 30 日内付款	月结，票到 30 日内付款
5	聊城新立信食品科技有限公司	工厂客户	200 万信用额、月结	200 万信用额、月结

注 1：南京无边界餐饮管理有限公司指江苏喜旺供应链有限公司及其关联方。

注 2：以上客户按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示。

（2）非直销模式

序号	客户名称	销售渠道	信用政策	
			2023 年度	2022 年度
1	河南新汇和科贸有限公司	贸易商	月结，票到 30 日内付款	月结，票到 30 日内付款
2	山东香动力食品有限公司	经销商	款到发货	款到发货
3	上海益满多商贸有限公司	经销商	款到发货	款到发货
4	无锡圣伦特国际贸易有限公司	经销商	款到发货	款到发货
5	武汉金轩味调味食品有限公司	经销商	款到发货	款到发货

注：以上客户按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示。

从上表看出，报告期内，公司执行了较为严格的信用政策，特别是非直销模

式下基本上采取款到发货的结算方式，仅根据商业谈判结果对部分交易规模较大、合作历史较长、客户信用较好的客户给予信用期或信用额度。

3、报告期期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日
应收账款余额	9,779.85
期后回款金额	7,779.60
期后回款比例	79.55%

注：期后回款数据统计截至 2024 年 6 月 30 日。

从上表看出，公司应收账款期后回款比例为 79.55%，总体来说，公司应收账款期后回款良好，应收账款无法收回的风险较低。

4、报告期内，公司应收账款非合并口径前五名客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	销售收入金额	备注
1	骐煜物流（上海）有限公司	542.24	723.60	销售收入第 17 名
2	莘县春雨食品有限公司	510.24	469.03	销售收入第 28 名
3	聊城新立信食品科技有限公司	465.98	859.91	销售收入第 13 名
4	山东金浓村食品有限公司	415.85	1,231.13	销售收入第 9 名
5	无锡圣伦特国际贸易有限公司	408.68	1,581.57	销售收入第 6 名

注：以上客户销售收入按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示；

报告期内，公司应收账款合并口径前五名客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	销售收入金额	备注
1	骐煜物流（上海）有限公司	542.24	723.60	销售收入第 17 名
2	莘县春雨食品有限公司	510.24	469.03	销售收入第 28 名
3	聊城新立信食品科技有限公司	465.98	859.91	销售收入第 13 名
4	山东凤祥食品发展有限公司	435.03	710.97	销售收入第 18 名
5	山东瑞发德食品集团有限公司	433.24	1,370.84	销售收入第 7 名

注：以上客户销售收入、应收账款余额均按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示；

报告期内，公司销售收入前五名客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入金额	应收账款余额	备注
----	------	--------	--------	----

序号	客户名称	销售收入金额	应收账款余额	备注
1	江苏喜旺供应链有限公司	1,947.55	418.35	应收第 6 名
2	安丘市绿村食品有限公司	1,868.34	306.04	应收第 10 名
3	河南新汇和科贸有限公司	1,785.06	102.69	应收第 24 名
4	山东香动力食品有限公司	1,737.41	-	
5	上海益满多商贸有限公司	1,644.03	-	

注：以上客户销售收入、应收账款余额均按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示；

由上表可知，应收账款前五名与销售收入前五名不重合，与收入前二十名大部分重合，主要原因为公司设定的信用账期较为严格，信用期较短，大部分主要客户信用政策均为款到发货或月结，导致部分主要客户期末应收账款余额较小或为 0。其中客户莘县春雨食品有限公司应收余额较大且未重合的主要原因系其正在扩产建设厂房，公司为支持老客户更好的发展，执行层面给予了其较宽松的信用政策，导致其回款速度较慢。

二）结合报告期内出货量、各类型客户新增及退出数量、各销售区域经销商数量及对应的销售金额、新签订单金额，说明报告期内营业收入大幅增长的原因，说明报告期内信用政策、对客户的激励措施是否发生变化；

1、报告期内，公司出货量情况如下：

单位：吨

项目	2023 年度	2022 年度	增长比例
出货量	49,041.39	40,547.65	20.95%

注：出货量数据为主营业务收入销售数量。

由上表可知，2023 年度出货量较去年同期增长 20.95%，营业收入较去年同期增长 21.40%，基本保持一致；出货量增长带动营业收入较去年同期同比例增长。

2、报告期内，公司各类型客户新增及退出数量如下：

项目	2022 年度客户数量	新增客户数量	减少客户数量	2023 年度客户数量
直销模式	1549	526	594	1481
工厂企业	823	302	265	860
餐饮企业	725	224	329	620
电商销售	1	0	0	1
非直销模式	666	203	241	628

经销商	83	10	3	90
贸易商	581	192	238	535
代工客户	2	1	0	3
合计	2215	729	835	2109

上述客户变动主要系公司市场开拓引入数量较多的新客户，同时部分交易规模较小的客户退出所致。2023 年度公司客户数量有所下降，主要原因为公司当期优化客户结构，将业务资源向大中型客户集中，展开深度合作；同时，为集中业务资源和提高客户质量，公司提高了新开拓客户的合作规模门槛。报告期内，公司销售收入同比增长金额前五名客户列示如下：

单位：万元

项目	2023 年度销售金额	2022 年度销售金额	增长金额	增长比例
山东金浓村食品有限公司	1,231.13	386.45	844.68	218.58%
南京无边界餐饮管理有限公司	1,947.55	1,140.84	806.71	70.71%
嘉兴晨香供应链管理有限公司	952.90	211.79	741.11	349.92%
骐煜物流（上海）有限公司	723.60	3.24	720.36	22249.69%
安丘市绿村食品有限公司	1,868.34	1,317.22	551.12	41.84%
合计	6,723.52	3,059.54	3,663.98	119.76%

注：以上客户销售收入按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示。

3、报告期内，公司各销售区域经销商数量及对应的销售金额、新签订单金额如下：

单位：万元

销售区域	经销商数量	2023 年度销售收入金额	2022 年度销售收入金额	新签订单金额
华东区	44	8,550.14	7,415.48	143.87
华中区	7	4,605.06	3,805.32	
华北区	16	2,919.92	1,948.76	34.45
东北区	9	2,105.46	1,669.09	11.27
西南区	8	1,688.71	1,398.83	20.00
西北区	4	218.55	144.71	
华南区	2	140.00	167.72	10.86
合计	90	20,227.84	16,549.92	220.45

注：新签订单金额指公司对 2023 年度新增的经销商销售收入金额。

由上表可知，经销商销售集中于华东区、华中区、华北区、东北区，合计占比约为 90%，经销商收入较上年同期增长 22%，与营业收入增长比例基本保持

一致，大部分地区经销商收入呈上升趋势。

综上所述，报告期内营业收入大幅增长主要原因为：①本期随着公共卫生事件影响结束市场需求大幅增长；②公司本期加强市场开拓及推广力度，优化客户结构，加大将业务资源向大中型客户集中，导致大中型客户销售收入较上年大幅增长。

4、报告期内，按直销模式及非直销模式，公司报告期前 5 名主要客户信用政策情况如下：

(1) 直销模式

序号	客户名称	销售渠道	信用政策	
			2023 年度	2022 年度
1	南京无边界餐饮管理有限公司	餐饮客户	月结，票到 7 日内付款	月结，票到 7 日内付款
2	安丘市绿村食品有限公司	工厂客户	月结，票到 7 日内付款	月结，票到 7 日内付款
3	山东瑞发德食品集团有限公司	工厂客户	3 个月	3 个月
4	嘉兴晨香供应链管理有限公司	餐饮客户	月结，票到 30 日内付款	月结，票到 30 日内付款
5	聊城新立信食品科技有限公司	工厂客户	200 万信用额、月结	200 万信用额、月结

注：以上客户按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示。

(2) 非直销模式

序号	客户名称	销售渠道	信用政策	
			2023 年度	2022 年度
1	河南新汇和科贸有限公司	贸易商	月结，票到 30 日内付款	月结，票到 30 日内付款
2	山东香动力食品有限公司	经销商	款到发货	款到发货
3	上海益满多商贸有限公司	经销商	款到发货	款到发货
4	无锡圣伦特国际贸易有限公司	经销商	款到发货	款到发货
5	武汉金轩味调味食品有限公司	经销商	款到发货	款到发货

注：以上客户按照同一控制或属于关联方客户的合并口径列示。

从上表看出，报告期内，公司主要客户信用政策基本保持一致，不存在报告期内信用政策发生大规模变化的情况。

报告期内各期，经销商模式的返利金额及占销售金额的比例

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
经销商返利金额	1,249.09	932.93

经销商收入金额	20,227.84	16,549.92
经销商返利金额占经销商收入金额的比例	6.18%	5.64%

由上表可知，2023 年度经销商返利金额为 1,249.09 万元，占经销商收入金额的 6.18%，由于销量增加销售任务完成率上升，根据返利政策返利比例较 2022 年有所上升，公司对客户的激励措施未发生较大变化。

三）结合你公司产品类型、终端客户类型、主要原材料种类、产品定价机制等，说明你公司业务模式是否与同行业可比公司存在明显差异，毛利率低于同行业可比公司的原因，你公司是否存在向同行业公司采购同类产品，受托加工后对外销售情形，如是，说明相关业务收入的核算方法；

1、公司与同行业可比公司业务模式如下：

公司名称及代码	主要产品类型	终端客户类型	主要原材料种类	销售模式	定价机制	可比程度
宝立食品 (603170)	复合调味料、轻烹解决方案和饮品甜点配料等	餐饮企业、食品加工企业、商场超市、互联网餐饮客户、电商自营平台	果蔬原料、调香调味类、香辛料、面粉、淀粉、液体香料及色素、生鲜肉类	销售模式分为直销和非直销，其中直销收入占比 80%以上	直销模式下未见披露；非直销模式对经销商约定销售区域、销售任务、指导价格、折扣返利政策和退货管理等，对贸易商一般无销售区域、销售任务、指导价格和折扣返利政策的具体规定	宝立食品的轻烹解决方案和饮品甜点配料与公司产品存在差异，复合调味料产品与公司可比性较强
日辰股份 (603755)	酱汁类调味料、粉体类调味料以及少量食品添加剂	食品加工和连锁餐饮企业、商场超市、电商自营平台	白砂糖、食盐、酱油、淀粉、食用油等多种基础调味料及食材	销售模式包括直销和经销，其中 2022 年直销收入占比 90%以上	未见披露	日辰股份产品种类与公司较为接近，但日辰股份以酱汁类产品为主

味正品康 (872022)	腌料、 粉料、 酱料食 品添加 剂	食品生 产企 业、连 锁餐 饮、 食品 市场 流通	中白砂糖、 辣椒粉等农 副类初加工 产品	全部采用直 销模式，客 户主要为食 品加工企 业	未见披露	味正品康 产品与公 司可比性 较强，销 售模式存 在一定差 异
公司	粉体类 复合调 味料、 酱汁类 复合调 味料	餐 饮 企 业、食 品 加 工 企 业、 商 场 超 市	白砂糖、味 精等基础调 味料，辣椒 粉、洋葱粉 等香辛料， 以及面粉、 油脂、果蔬 制品	销售模式包 括直销和非 直销，其中 直销收入占 比约 60%左 右	直 销 模 式 下 按 照 市 场 价 协 商 定 价；非 直 销 模 式 对 经 销 商 和 贸 易 商 均 统 一 流 通 渠 道 一 级 客 户 价 格，并 提 供 建 议 二 批 商 价 格、建 议 终 端 零 售 价 格	-

2、毛利率与同行业可比公司对比

宝立食品营业收入及毛利率

单位：万元

宝立食品	指标	2023 年	2022 年	2021 年
复合调味料	业务收入	114,464.08	88,512.46	84,269.03
	毛利率	21.17%	24.88%	24.57%
轻烹解决方案	业务收入	102,350.05	100,945.44	57,092.10
	毛利率	49.91%	45.01%	42.76%
饮品甜点配料	业务收入	14,254.08	13,163.68	15,532.90
	毛利率	19.76%	22.07%	26.05%
其他业务	业务收入	5,788.96	1,056.79	876.87
	毛利率	6.04%	4.39%	13.21%
合计	业务收入	236,857.17	203,678.37	157,770.90
	毛利率	33.13%	34.57%	31.24%

与同行业可比公司关键业务数据、指标的比较

单位：万元

公司	指标	2023 年	2022 年	2021 年
宝立食品 复合调味料	复合调味料收入	114,464.08	88,512.46	84,269.03
	复合调味料毛利率	21.17%	24.88%	24.57%
日辰股份	营业收入	35,946.66	30,857.59	33,850.46
	营业收入毛利率	38.76%	39.38%	43.42%
味正品康	营业收入	20,300.95	15,688.54	14,643.44
	营业收入毛利率	28.21%	28.24%	32.34%
公司	营业收入	65,421.10	53,888.63	50,631.52
	营业收入毛利率	28.03%	28.05%	31.54%

注 1：上述同行业可比公司的信息来源于公司公告等公开信息；

注 2：宝立食品选取其复合调味料产品进行对比。

如上表所示，营业收入方面，公司营业收入规模高于日辰股份、味正品康，低于宝立食品。毛利率方面，由于各家公司的具体产品和销售渠道分布结构有所不同，故各家毛利率有所差异，宝立食品由于其轻烹解决方案业务毛利率较高导致总体毛利率高于本公司，宝立食品的复合调味料客户百胜中国、麦当劳等跨国快餐连锁客户的收入占比较高，竞争较为激烈，从而导致其复合调味料业务毛利率较低；日辰股份由于产品结构和销售渠道不同总体毛利率高于本公司；味正品康的产品细分种类与公司相似，毛利率与公司较为接近。自 2022 年以来，由于白砂糖、辣椒粉、面粉等主要原材料价格持续上涨，本公司及同行业可比公司毛利率呈现一定的下降趋势。

公司不存在向同行业公司采购同类产品,受托加工后对外销售情形。公司为部分调味品品牌运营企业提供代工业务，品牌运营商采购公司产品后，利用自身的线上、线下的销售渠道直接对外出售，如公司为“展艺”、“味满分”等品牌提供奥尔良腌料、披萨酱等产品的代工业务，产品所需原材料由公司自行购买，该类业务规模较小，2023 年度代工业务销售收入 311.70 万元，占收入总额的 0.48%。

四）结合第三方与客户的关系，分类列示 2023 年下半年第三方回款的金额及比例，说明第三方回款规模是否已明显下降；

公司报告期内各类回款比例具体情况如下：

单位：万元

收款类型	2023 年 7-12 月份		2023 年 1-6 月份	
	金额	比例	金额	比例
①客户对公账户回款	23,946.44	63.52%	20,806.31	59.68%
②个体工商户经营者及企业法定代表人、实际控制人回款	10,793.76	28.63%	9,852.76	28.26%
③上述经营者、企业法定代表人或实际控制人直系亲属回款	2,298.46	6.10%	2,624.16	7.53%
④同一实际控制人控制的其他企业或者同一集团内指定的其他企业回款	0.75	0.00%	232.32	0.67%
⑤其他方式回款	657.81	1.75%	1,345.41	3.86%
小计	37,697.21	100.00%	34,860.97	100.00%
标准回款	23,946.44	63.52%	20,806.31	59.68%
通过②-④项方式回款	13,092.97	34.73%	12,709.24	36.46%
剔除上述情况后的第三方回款	657.81	1.75%	1,345.41	3.86%

注：②-④项因符合行业经营特点归集为可接受的第三方回款。

如上表所示，剔除个体工商户经营者回款、法人客户法定代表人或实际控制人回款、上述主体直系亲属回款、同一实际控制人控制的其他企业或者同一集团内指定的其他企业回款情形后，公司第三方回款金额分别为 1,345.41 万元、657.81 万元，占总回款比例分别为 3.86%、1.75%，2023 年度第三方回款金额整体占比较低，且下半年较上半年呈明显下降趋势。

五)说明你公司与经销商关于销售返利的具体约定,包括但不限于计算过程、结算周期,说明对不同经销商提供的返利政策是否存在明显差异,返利比例的设置是否符合行业惯例,因提供实物返利确认收入金额及比例,应付返利期后结算情况,未使用合同负债核算应付返利的合规性;

1、公司对经销商制定了销售返利政策，具体执行为季度返利政策和年度返利政策两种。销售返利的具体约定、计算过程、结算周期如下：

项目	具体约定	计算过程	结算周期
季度返利	公司根据经销客户的季度产品销售情况给予客户的销售促销返利	通常为按本季度销售件数及销售完成情况按比例计提返利,例如根据季度销售件数每 20 件计提 1 件等	按季度结算,下一季度兑付返利
年度返利	公司根据经销客户的经销合同任务完成率,年终给予客户合同约定的对应任务完成率阶段的返利奖励	通常为按照全年销售金额计算对应合同任务完成率,根据对应任务完成率计算年度返利金额,例如按照任务完成率返利 0.5% 至 4.5%	按年度结算,下一年度兑付返利

2、报告期内，计提返利金额前五大经销商具体返利政策如下：

序号	客户名称	季度返利政策	年度返利政策
1	客户 1	按季度销售件数及销售完成情况按比例计提返利，每 20 件返利 1 件等	按照任务完成率返利 1%至 4.5%
2	客户 2	按季度销售件数及销售完成情况按比例计提返利，每 20 件返利 1 件等	按照任务完成率返利 2%至 4%
3	客户 3	按季度销售件数及销售完成情况按比例计提返利，每 20 件返利 1 件等	按照任务完成率返利 2%至 4.5%
4	客户 4	按季度销售件数及销售完成情况按比例计提返利，每 20 件返利 1 件等	按照任务完成率返利 2%至 4%
5	客户 5	按季度销售件数及销售完成情况按比例计提返利，每 20 件返利 1 件等	按照任务完成率返利 2%至 4.5%

由上表可知，不同经销商季度返利基本为季度销售件数按比例赠货，年度返利为按照全年销售金额对应合同任务完成率计算返利金额，不同经销商提供的返利政策之间不存在明显差异。

3、同行业返利比例设置如下：

序号	同行业企业名称	返利政策
1	么麻子食品股份有限公司	老款产品奖励：设立销售目标，未完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 3%作为奖励，完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 4.5/6%作为奖励 新款产品奖励：设立销售目标，当期新款产品净销售额*3/6%
2	仲景食品股份有限公司	公司会根据调味食品经销商业绩完成情况给予经销商一定返利，包括季度返利和年度返利。公司对部分调味配料客户在完成销售目标的基础上给予一定的销售返利激励，具体返利政策由双方协商确定。返利金额根据客户销售金额乘以返利比例计算，返利比例在 1%-3%之间浮动。

由上表可知，同行业返利计提比例基本设置在 1%-6%之间，与本公司返利计提比例保持一致，返利比例的设置符合行业惯例。

4、报告期内，提供实物返利确认收入金额及比例如下：

单位：万元

年度	提供实物返利确认收入金额	销售收入金额	比例
2023	1,148.24	65,421.10	1.76%

年度	提供实物返利确认收入金额	销售收入金额	比例
2022	1,153.63	53,888.63	2.14%

5、应付返利期后结算情况如下：

单位：万元

年度	应付返利金额	期后兑付返利金额	比例
2023	1,488.66	917.98	61.66%

注：应付返利期后结算数据统计截至 2024 年 6 月 30 日。

由上表可知，2023 年度实物返利确认金额为 1,148.24 万元，占销售收入金额的 1.76%；期后已兑付 2023 年返利 917.98 万元，占应付返利合计金额的 61.66%，剩余未兑付部分将根据与客户约定进度预计年内兑付完毕。

6、报告期内，公司根据合同约定的销售目标与返利比例、经销商销售目标完成情况，结合客户回款情况，计算返利金额。返利结算形式包括实物返利和冲减货款两种形式。报告期内，公司上述两种返利方式计提、结算的会计处理如下：

返利形式	计提销售返利时会计处理	实际结算销售返利时会计处理
实物返利	借：主营业务收入、应交税费—销项税额 贷：其他应付款—应付返利款	借：其他应付款—应付返利款 贷：主营业务收入、应交税费—销项税额 借：主营业务成本 贷：库存商品
冲减货款	借：主营业务收入、应交税费—销项税额 贷：其他应付款—应付返利款	借：其他应付款—应付返利款 贷：应收账款-货款

根据《企业会计准则第 14 号——收入》、《监管规则适用指引——会计类第 2 号》，对于公司销售返利具体情形的判断如下：

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十五条规定，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。

报告期内，公司在期末按当年客户销售情况与合同规定返利计算标准预估返利金额，将销售返利金额从当期营业收入中扣除，后续结算时以实物返利或抵减

应收账款。

根据《监管规则适用指引——会计类第2号》规定，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。

报告期内，公司根据合同约定返利计提标准预估返利金额，按所属期间冲减当期营业收入，后续结算时实物返利或抵减应收账款，符合可变对价原则。公司实际结算返利的情况，所有涉及返利的客户均在达到返利协议所约定的各项标准后才取得额外购买权，且客户行使该额外购买权兑换产品时，无需支付额外的价款。公司在计提返利时尚不能确定最终以实物返利方式还是抵减应收账款方式兑付，采用合同负债核算不符合企业会计准则中“合同负债，是指企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务”对合同负债的定义，因此暂在其他应付款-应付返利款核算，待实际兑付时再冲减其他应付款-应付返利款。上市公司如中大力德（002896）、新巨丰（301296）等对于销售返利也在其他应付款科目核算。

综上，公司对销售返利的会计处理符合《企业会计准则》及证监会《监管规则适用指引——会计类第2号》有关销售返利会计处理的相关要求。

六）结合与供应商的合作模式，说明报告期内新增应收供应商返利的原因，期后供应商返利兑付的时间及金额，返利金额与采购数量之间是否存在勾稽关系，并说明应收供应商返利的会计处理方式。

1、公司结合销售计划和生产计划，与供应商签订年度框架协议、月度订单合同、一单一签等对应采购合同，报告期内新增供应商返利的原因：①因销售金额与产量上升导致部分原材料采购量增大，达到供应商返利标准要求金额，按照返利标准计提应收返利；②因部分原材料采购金额波动较大，通过与供应商协商后制定对应返利条例，按照返利标准计提应收返利。

2、期后供应商返利兑付情况如下：

单位：万元

供应商名称	应收返利金额	期后兑付返利金额	未兑付返利金额
上海富味乡油脂食品有限公司	20.62	20.62	-
江苏提篮婆农业有限公司	4.67	4.67	-

供应商名称	应收返利金额	期后兑付返利金额	未兑付返利金额
李锦记（中国）销售有限公司 上海分公司	1.73	1.53	0.20
合计	27.01	26.82	0.20

注：应付返利期后结算数据统计截至 2024 年 6 月 30 日。

由上表可知，报告期末应收返利金额为 27.01 万元，截至 2024 年 6 月 30 日应收供应商返利已兑付 26.82 万元，大部分已兑付完成。

3、返利金额与采购数量、金额计算明细如下：

单位：万元/吨

供应商名称	返利政策	采购金额/数量		返利金额
		金额	数量	
上海富味乡油脂食品有限公司	返利采购金额 2%的等金额产品	1,030.92		20.62
江苏提篮婆农业有限公司	按产品类型返利 0.5-4.32 元每公斤		63.78	4.67
李锦记（中国）销售有限公司 上海分公司	采购金额≥40 万元，返利采购金额 4%的等金额产品	43.17		1.73
合计		1,074.10	63.78	27.01

由上表可知，应收供应商返利均按照对应返利政策计提，返利金额与采购数量、金额之间存在勾稽关系。

4、应收供应商返利的会计处理方式如下：

计提应收供应商返利	兑付应收供应商返利
报告期末，公司根据供应商返利政策和采购金额、数量情况计提核算返利金额 借：其他流动资产 贷：主营业务成本	公司收到返利商品并验收入库后 借：存货 贷：其他流动资产

由上表可知，公司取得了供应商的相关返利确认资料，且期后已将与返利金额等值的供应商商品验收入库，因此截至报告期末将尚未从供应商处收到并验收的货物的返利金额确认为其他流动资产符合企业会计准则要求。

二、关于存货

截至报告期末，你公司存货账面余额为 5,493.52 万元，其中原材料、库存商品账面余额分别为 3,568.72 万元、1,653.45 万元，计提的存货跌价准备分别为 9.95 万元、24.62 万元，发出商品账面余额为 271.35 万元，未计提存货跌价准备。

请你公司：

(1) 说明主要原材料及产品的保质期限，按存货库龄列示账面余额及占比，说明是否存在库龄超过保质期的存货，结合可变现净值测算过程，说明库存商品是否能与客户订单对应，存货跌价准备是否已充分计提；

(2) 说明报告期末发出商品是否均为已发货尚处于运输途中的产品，说明期末发出商品的发货时点、未及时结转收入原因、期后结转收入情况，说明是否存在寄售模式，如是，说明你公司对相关发出商品能否实施有效控制；

回复：

一) 说明主要原材料及产品的保质期限，按存货库龄列示账面余额及占比，说明是否存在库龄超过保质期的存货，结合可变现净值测算过程，说明库存商品是否能与客户订单对应，存货跌价准备是否已充分计提；

1、公司原材料主要为大宗原材料及农副产品，如白砂糖、味精、辣椒粉、洋葱片、小麦粉、番茄粉/酱、I+G、食用油脂及香辛料等大宗原料及农副产品。

公司库存商品及发出商品均为公司的生产的产成品，主要分为粉体类调味料产品及酱汁类调味料产品。其中，粉体类调味料主要包括腌料、裹炸粉、香辛料等多个品类，酱汁类调味料主要包括调味酱、高汤及沙拉酱等品类，共计上千种单品种类、型号。

公司所处食品行业，对存货的保质期要求较高。公司依据《食品安全法》《食品安全法实施条例》等法律法规、《中国食品工业协会团体标准-食品保质期通用指南（T/CNFIA001-2017）》等行业标准的相关规定，根据贮存条件、现有文献或成果、参考市场同类产品及进行保质期稳定性试验，为各类原材料及库存商品设定了保质期。

公司原材料的保质期一般执行外购原材料供应商规定的保质期，除生鲜类原材料保质期较短（7天）外，其他原材料的保质期基本在6-36个月之间，各类原材料的保质期因产品类别、状态、贮存条件等差异而有所不同；公司库存商品的保质期为6-24个月，其中酱汁类调味料产品的保质期相对较短，保质期大部分在6-12个月之间，粉体类调味料产品的保质期相对较长，保质期大部分在9-24个月之间。

2、存货库龄列示账面余额及占比如下：

单位：万元

存货类别		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计	其中：保 质期内	超保质 期
原材料	金额	3,550.83	8.59	9.14	0.16	3,568.72	3,561.72	7.00
	比例	99.50%	0.24%	0.26%	0.00%	100.00%	99.80%	0.20%
库存商 品	金额	1,652.23	1.23	0.00	0.00	1,653.45	1,652.72	0.74
	比例	99.93%	0.07%	0.00%	0.00%	100.00%	99.96%	0.04%
金额合计		5,203.06	9.81	9.14	0.16	5,222.18	5,214.44	7.74

由上表可知，存在部分库龄超过保质期的存货，超保质期存货金额及占比低，已全额计提存货跌价准备。

3、在资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低计价。如果有证据证明某项存货实质上已经发生减值，则按单个存货可变现净值低于成本的差额计提存货跌价准备；如果有证据足以证明某项存货已无使用价值和转让价值，则对该项存货全额计提跌价准备。可变现净值按正常经营过程中，估计售价减去估计至完工成本及销售所必需的估计费用后的价值确定。为执行销售合同或劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。持有的多于销售合同订购数量的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。以前减计存货价值的影响因素已经消失的，在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

报告期末，在手订单金额及覆盖率如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日
期末在手订单执行的成本	1,457.73
存货余额	5,493.52
期末在手订单执行的成本/存货余额	26.54%
库存商品与发出商品合计余额	1,924.80
期末在手订单覆盖率	75.73%

注：期末在手订单覆盖率=期末在手订单执行的成本/（库存商品余额+发出商品余额）

由上表可知，报告期末存货余额在手订单覆盖率为 75.73%，与公司“以销定产为主，备货式生产为辅”的生产政策相符合。报告期末库存商品及发出商品中未有订单覆盖的存货余额为 467.07 万元，主要系公司为保证发货及时性所进行的安全库存备货所致，与公司设定的安全库存备货周期相匹配。

存货跌价准备充分计提依据：①存货库龄中一年以内原材料占 99.50%、库存商品占 99.93%，保质期内原材料占 99.80%、库存商品占 99.96%，公司存货库龄较短且在质保期内比例较高，超保质期存货占比较小且全额计提存货跌价准备；②

存货按成本与可变现净值孰低计价，存货可变现净值低于成本的差额计提存货跌价准备；③期末在手订单覆盖率较高，不存在存货积压的情况；综上所述，公司存货跌价准备已充分计提

二)说明报告期末发出商品是否均为已发货尚处于运输途中的产品，说明期末发出商品的发货时点、未及时结转收入原因、期后结转收入情况，说明是否存在寄售模式，如是，说明你公司对相关发出商品能否实施有效控制。

1、报告期末发出商品均为已发货尚处于运输途中的产品，报告期内，公司发出商品主要核算各期末已发出但尚未签收的在途产品。根据公司的收入确认政策，当产品运抵指定交货地点且客户已经签收，即控制权转移至客户时满足收入确认条件。正常情况下，从物流发货至客户签收视距离远近一般需要 2-7 天的在途时间，各期末公司将已发出但尚未签收的在途产品确认为发出商品，次月取得客户签收单后确认销售收入，同时将发出商品结转至当期营业成本。

2、期末发出商品的发货时点主要为报表截止日前 0-9 天；未在报告期内及时结转收入的原因为产品还未运抵指定交货地点且客户还未签收，即控制权未转移至客户，不满足收入确认条件；一般于期后 1 个月内，收到客户签收单后确认销售收入，同时将发出商品结转至当期营业成本。

3、报告期内不存在寄售模式。

三、关于期间费用

报告期内，你公司共发生研发费用 1,345.42 万元，其中工资薪酬为 882.45 万元，折旧摊销为 203.92 万元。截至报告期末，你公司共有技术人员 52 人，报告期内新增 19 人，减少 26 人，其中技术与销售人员之间转岗 10 人。

报告期内，你公司发生销售费用 2,652.14 万元，较上年同期增长 48.46%，其中职工薪酬为 1,841.99 万元，较上年同期增长 48.12%，差旅费为 314.83 万元，较上年同期增长 83.79%，业务招待费为 213.74 万元，较上年同期增长 75.06%。报告期内，你公司发生管理费用 3,422.39 万元，其中服务费为 203.75 万元，较上年同期增长 111.65%。

请你公司：

(1) 结合研发费用中职工薪酬、折旧摊销的归集方式、研发人员的认定标准及人数变动，说明是否存在研发人员与生产、销售、管理人员混同情形，研发

工时、物料消耗、机器设备折旧等归集是否准确；

(2) 结合市场开拓情况、客户获取渠道等，说明报告期内销售费用中差旅费及业务接待费大幅增长的原因，结合销售人员数量变动、薪酬结构等，说明销售费用中职工薪酬大幅增长的原因；

(3) 说明管理费用中服务费的具体内容、支付对象，说明相关费用发生是否具有商业实质。

回复：

一) 结合研发费用中职工薪酬、折旧摊销的归集方式、研发人员的认定标准及人数变动，说明是否存在研发人员与生产、销售、管理人员混同情形，研发工时、物料消耗、机器设备折旧等归集是否准确；

1、结合研发费用中职工薪酬、折旧摊销的归集方式、研发人员的认定标准及人数变动，说明是否存在研发人员与生产、销售、管理人员混同情形。

报告期内，公司研发人员全部为专职研发人员，即隶属于研发部门的人员。年报中披露的技术人员，除了包括研发人员以外，还包括品控部、机电维修部这两个工作职责具有技术属性的部门的员工。报告期内，技术与销售部门之间转岗的 10 人中，因部门工作架构及员工工作职责调整，有 7 名研发人员调岗至销售部门，有 3 名销售人员调岗至研发部门。

公司按照生产产品大类将研发部分为研发新品粉料部，研发新品酱料部以外，同时依据研发人员职能开设了研发产品管理部、研发支持部、研发创意厨房部。研发费用中的职工薪酬的核算内容为专职研发人员的工资、奖金、社保等职工薪酬费用，不包括技术人员中除研发部门员工以外的员工。研发部门每月向人力资源部上报研发项目人员工时统计表，人力资源部核对审批后将研发项目工时统计表及工资计提表报送至财务部，财务部根据研发项目工时统计表及工资表将研发人员工资按照各项目耗用工时分摊至各研发项目。

综上，报告期内，不存在研发人员与生产、销售、管理人员混同情形。

2、研发工时、物料消耗、机器设备折旧等归集是否准确。

报告期内，研发工时按照员工在各个研发项目实际工作情况填报，通过研发项目组人员记录，研发项目负责人、人力资源部、财务部层层复核得到了准确统计，工时相关管理制度在公司内控制度中已明确规定，并得到了有效执行。

报告期内，研发费用中的材料费为研发过程中领用原材料、库存商品以及外购的用于产品研究的食材等材料。公司研发领料和生产领料的具体流程有明确区分，情况如下：

项目	关键控制节点
研发领料	研发人员在每月进行研发领料时，由研发文员填写研发领料单，填写内容包括领料明细及归属的研发项目，经研发部门负责人审核后方可进行研发领料，从流程上明确材料领用人员、所属研发项目、所领用材料的名称、数量等，最后由财务部按实际的材料出库加权平均成本归集入相应研发项目，并填写研发费用归集明细台账和做账。
生产领料	生产计划部在 ERP 中录入并签发主料的材料调拨单，经所属生产车间负责人审核后打印，交领料人员领料，调拨单一式两联，一联领料车间留存，一联转仓库保管记账；生产车间文员在 ERP 中根据 BOM 录入辅料、包装材料的调拨单或开具领料单，经生产车间负责人签字后安排领料员到仓库领料。各加工车间依据生产计划的紧急程度有计划的到仓库领料生产，保证生产车间物流顺畅。交期急迫的订单要马上组织相关人员前往仓库领料，并立即投入生产。

公司针对在生产领用、研发领用等不同用途下的领料制定了差异化的原始凭证或单据、领用及审批流程，相关原始凭证或单据可明确区分，相关的内部控制关键控制节点的设置能够有效防止不同用途下材料的混用或冒领、代领等情形。

报告期内，研发费用中的折旧摊销包括研发办公场地折旧及装修费用的摊销、专用于研发活动的机器设备折旧。折旧摊销费用按照人工工时进行分配。研发部门每月向财务部门上报研发用固定资产分摊的人工工时记录表，财务部根据固定资产工时记录表及资产折旧摊销表将折旧摊销按照各项目耗用工时分摊至各研发项目。

公司已建立固定资产管理制度并持续有效执行，公司日常在财务系统中录入并维护长期资产的原值、摊销期限、使用部门等信息，由财务系统根据前述分配依据及规则，每月自动进行折旧摊销的计算和分摊，报告期内的折旧费用在成本、销售费用、管理费用中分摊具有明确的依据，摊销金额准确。

综上，公司研发工时归集准确，研发物料、机器设备折旧等费用归集亦准确归集。

二）结合市场开拓情况、客户获取渠道等，说明报告期内销售费用中差旅费及业务接待费大幅增长的原因，结合销售人员数量变动、薪酬结构等，说明销售费用中职工薪酬大幅增长的原因；

1、结合市场开拓情况、客户获取渠道等，说明报告期内销售费用中差旅费

及业务接待费大幅增长的原因

报告期各期，按照销售模式划分的公司市场开拓情况如下：

单位：元

客户渠道	2023 年度主营业务收入	2022 年度主营业务收入	增长率
直销模式	377,390,232.27	317,869,873.73	18.72%
非直销模式	274,123,695.51	217,116,318.95	26.26%
合计	651,513,927.78	534,986,192.68	21.78%

相比 2022 年度，公司 2023 年度市场开拓情况较好，主营业务收入增长了 21.78%。2022 年度，公共卫生事件的反复对以餐饮行业为代表的服务性行业带来了较大冲击，但随着 2023 年外部环境的逐步向好，加之公司不断加强市场开拓及推广力度，使公司的业绩增长逐步得到释放，销售收入也不断的增加。

目前，公司的客户获取渠道主要为公司销售团队不断的进行市场开拓来获取客户订单。除此之外，公司也会通过展会宣传、老客户深挖等方式获取部分客户订单。

2022 年度和 2023 年度，公司销售费用中差旅费分别为 171.30 万元和 314.83 万元，占销售费用的比例分别为 9.59%和 11.87%，业务招待费分别为 122.09 万元和 213.74 万元，占销售费用的比例分别为 6.83%和 8.06%。2022 年，公司销售人员受公共卫生事件的影响出差相对减少，与此同时，与客户相关的业务招待费用也所有下降；2023 年，随着外部环境的持续向好，公司销售人员出差市场拓展、拜访客户活动增加，使得差旅费用及业务招待费增幅较大。公司不断加强市场开拓费用的投入，使得公司 2023 年度销售收入增幅较大。

2、结合销售人员数量变动、薪酬结构等，说明销售费用中职工薪酬大幅增长的原因

公司销售费用中的职工薪酬包括工资、奖金、社会保险费、住房公积金及福利费等费用。2022 年度和 2023 年度，职工薪酬金额分别为 1,243.54 万元和 1,841.99 万元，占销售费用的比例分别为 69.61%和 69.45%，职工薪酬整体呈上升趋势。报告期内，公司销售人员人数、占营业收入比例、薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
职工薪酬	1,841.99	1,243.54

占营业收入比例	2.82%	2.31%
销售人员平均人数（人）	61	54
平均薪酬（万元/人）	30.20	23.03

注：销售人员平均人数为公司销售人员按月加权平均计算的人数。

2023 年度，公司销售人员平均人数增长幅度为 12.96%，销售人员薪酬总额较上年增长了 598.45 万元，增幅 48.12%，平均薪酬为 30.20 万元，增幅 31.13%，主要原因系公司为扩大销售规模，于 2023 年增加了销售团队的规模，且 2023 年度销售业绩较好，收入增幅较大，相应公司销售人员的提成奖金也随之增加。2022 年度和 2023 年度，销售人员职工薪酬占营业收入的比例分别为 2.31%、2.82%，职工薪酬的增长与公司业绩增长相匹配。

三）说明管理费用中服务费的具体内容、支付对象，说明相关费用发生是否具有商业实质；

2023 年度，公司管理费用中服务费的具体内容、支付对象情况如下：

序号	类别	金额	支付对象
1	挂牌中介机构服务费	283,018.87	中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）
		283,018.87	联储证券股份有限公司
		94,339.62	北京国枫（上海）律师事务所
2	年度审计费	283,018.87	中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）
3	法律顾问服务费	216,981.12	北京德和衡律师事务所
4	办公软件授权使用费	187,424.57	江苏多为信息技术有限公司
5	管理体系认证	164,405.96	上海森檀食品科技有限公司
		27,358.48	北京大陆航星质量认证中心股份有限公司
		16,981.13	上海天祥质量技术服务有限公司
6	质量奖指导服务费	90,000.00	兴化市兴质文化传播有限公司
7	安全技术服务费	75,471.70	泰州泰安健能企业管理有限公司
8	环评服务费	74,757.29	南京中地环境技术有限公司
9	募投项目服务费	54,716.98	苏州科乐保环境技术有限公司
10	金蝶软件维护费	48,180.62	无锡企创信息技术有限公司
11	虫害服务费	36,000.00	广东邦宁虫害防治有限公司
12	品牌维权代理费	30,000.00	杭州求美品牌管理有限公司
13	其他小计	71,781.84	-
	合计	2,037,455.92	

2023 年度，公司发生的服务费主要为挂牌过程中发生的中介机构服务费用、法律顾问费用以及办公软件授权使用费、管理体系认证服务等费用，公司发生的以上各项服务费均为公司实际经营过程中必要的支出，均具有合理性及商业实质。

四、关于在建工程

截至报告期末，你公司在建工程账面余额为 9,964.48 万元，较期初增长 7,313.67 万元，主要系天津瑞凡尔生产基地投入增加所致。根据公开转让说明书，公司位于北京的全资子公司已于 2022 年完成腾退、拆除工作，现有产能已基本接近饱和，因此拟投资新建生产基地缓解产能压力，预计 2024 年上半年投入生产运营。

请你公司：

(1) 列示天津瑞凡尔生产基地自有资金、贷款等各类项目建设资金的金额及比例，结合期后在建工程完工进度，说明该项目转固或预计转固时间；

(2) 结合天津瑞凡尔生产基地项目对应的新增产能，结合在手订单、新签订单，说明产线转固后预计产能利用率，厂房和土地的折旧摊销是否存在导致业绩下滑的风险；

(3) 说明天津瑞凡尔生产基地项目主要施工方、设备采购方企业性质及背景，是否与你公司存在关联关系，结合合同定价方式说明结算对价是否公允，说明款项结算进度与完工进度是否匹配。

回复：

一) 列示天津瑞凡尔生产基地自有资金、贷款等各类项目建设资金的金额及比例，结合期后在建工程完工进度，说明该项目转固或预计转固时间；

1、列示天津瑞凡尔生产基地自有资金、贷款等各类项目建设资金的金额及比例。

天津瑞凡尔生产基地投资项目建设资金均为自有资金，占比为 100.00%；截至 2023 年 6 月 30 日，天津瑞凡尔生产基地在建项目余额为 104,926,763.22 元。

2、结合期后在建工程完工进度，说明该项目转固或预计转固时间。

因施工进度等因素影响，瑞凡尔生产基地于 2024 年上半年未实现投入生产运营。

截至本回复出具日，天津瑞凡尔生产基地已完成包含生产车间、综合楼、办

公楼、室外消防管网在内的各项消防工程工作；工程完工情况如下：桩基工程（基本完成），基础工程（基本完成），主体工程（基本完成），二次结构工程（基本完成），水电安装（基本完成），内外墙抹灰工程（基本完成），消防工程（基本完成）。目前，公司正在进行工程综合验收程序，并同步进行产线的设计、设备的选型、洽谈以及采购实施等工作。

考虑到后续需进行的工程验收、装饰装修工程、蒸汽管道及升降平台等生产设施搭建、信息化平台构建等工程，预计项目将于 2025 年一季度左右完成验收转固。

二）结合天津瑞凡尔生产基地项目对应的新增产能，结合在手订单、新签订单，说明产线转固后预计产能利用率，厂房和土地的折旧摊销是否存在导致业绩下滑的风险。

1、调味料产品现有及在建项目的产能、产能利用率

2022 年、2023 年，公司现有产能、产能利用率、产销率情况如下：

单位：吨

产品	项目	2023 年	2022 年
粉体类复合调味料	产能	43,320.00	41,000.00
	实际产量	46,845.33	38,598.17
	产能利用率	108.14%	94.14%
酱汁类复合调味料	产能	6,865.00	6,710.00
	实际产量	6,875.89	5,139.32
	产能利用率	100.16%	76.59%

注：上述产能、产量为公司总体产能、产量，包含内部领用部分

2023 年，公司产能利用率大幅提高，一方面由于 2022 年 10 月北京特味浓租赁的厂房腾退后，不再从事复合调味料的生产，使得公司生产全部集中于江苏厂区，产能较为紧张；另一方面 2023 年，公司销售订单同比明显增加，使得产量增加所致；公司通过增加生产班次等方式组织生产，以满足业务需求。

公司产能主要分布于江苏生产基地（公司本部）和北京生产基地（子公司北京特味浓），具体情况如下：

单位：吨

类型	2023 年	2022 年
----	--------	--------

	产量	产能	产量	产能
北京基地	-	-	8,443.90	7,650.00
江苏基地	53,721.22	50,185.00	35,280.38	40,060.00
合计	53,721.22	50,185.00	43,724.29	47,710.00
北京基地占比	-	-	19.31%	16.03%

为承接北京特味浓搬迁腾退后的产能并完善公司北方生产基地的布局，公司新设天津子公司并于 2022 年 10 月起开始建设天津生产基地，达产后天津生产基地（一期）将实现粉体类产能 1.5 万吨/年，酱汁类产能 0.6 万吨/年，以此缓解公司短期产能压力。

2、公司销售收入增长较快，具有较强的市场开拓能力和订单获取能力

公司主要客户为食品加工企业、餐饮企业和食品流通企业，公司与上述客户一般签订供货协议或经销协议等框架性协议，客户根据需求向公司下单，公司在手订单量一般覆盖未来 1-2 周的销量。

基于客户下单特点，公司虽然在手订单量覆盖比例相对较低，但公司专门组建了工厂事业部、餐饮事业部、流通事业部、KA 事业部等专业化的销售团队，专门面向不同销售渠道，并提供专业化的销售和服务，公司具备较强市场开拓能力和订单获取能力较强。2022 年、2023 年，公司销售收入分别为 53,888.63 万元、65,421.10 万元，分别同比增长 6.43%、21.40%，除 2022 年受公共卫生事件影响外，公司营业收入整体保持了较高的增长速度。

3、天津生产基地预计投产时间及新增产能、产能利用率情况

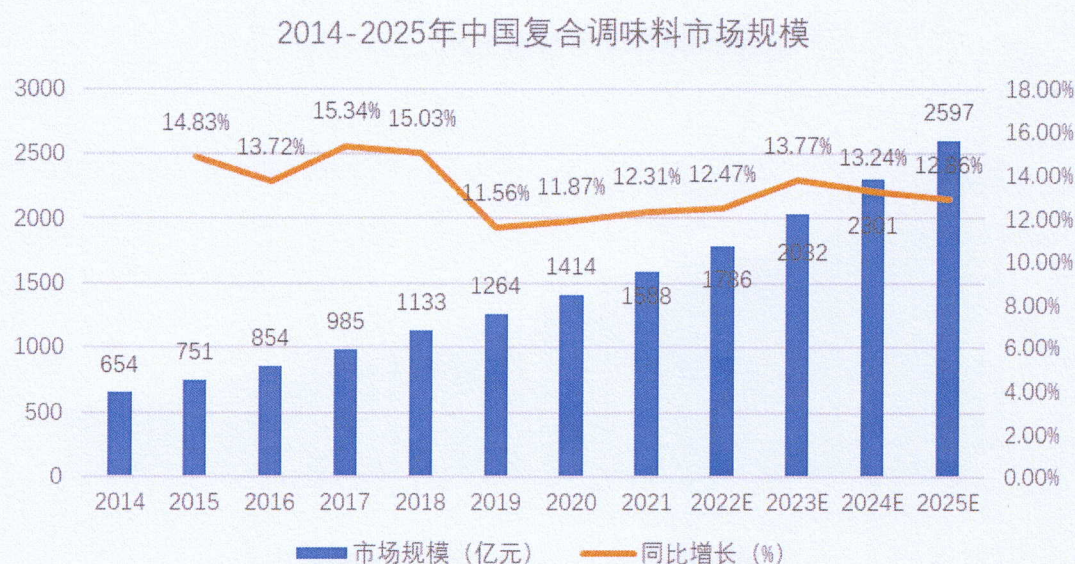
天津生产基地 2.1 万吨项目预计将于 2025 年一季度陆续投入运营，考虑复合调味料作为调味品产业的重要分支和发展方向，现有存量市场已成规模并保持较快速度增长，以及公司最近三年销售收入实现了平均 20.83%的较高增长率，天津生产基地投产后，公司产能利用率预计仍将保持较高水平，公司产能建设与市场需求预测相匹配。公司结合市场情况以及经营规划对新增产能消化的具体分析如下：

（1）复合调味料良好的市场增长前景为公司新增产能消化提供了市场空间

随着现代化进程和生活水平的提高，依托餐饮业的整体蓬勃发展，餐饮连锁化、标准化、便捷化的需求以及家庭烹饪方式的变革，外卖由“新模式”向“新业态”的快速转化，顺应人们生活方式的改变，具备方便快捷、便于贮藏、安全

卫生而又风味多样等特点的复合调味料飞速发展，复合调味料的消费场景、消费需求、增长速度以及增长空间超过调味品行业本身。因此，复合调味料基于自身标准化、便捷化的产品特点，正逐步成为当下非常具有潜力的细分赛道。

根据相关数据显示，我国复合调味料市场规模从由 2014 年的 654 亿元增长至 2021 年的 1,588 亿元，2014-2021 年复合增长率为 13.51%，高于同期整体调味品行业增速。同时复合调味料在中国调味品市场中的比例不断提升，2014 年复合调味料在调味品市场中占比为 25.20%，到 2021 年这一比例上升至 34.57%。



经过近二十年的长期拓展和工艺沉淀，公司积累了丰富的生产与研发经验，形成了独特的工艺配方优势和较高的市场知名度，能够满足不同行业、不同群体、不同场景的多元化消费需求，得到了食品加工业和餐饮业广大客户的高度认可。复合调味料良好的市场增长前景以及公司在行业内具有相对优势的竞争地位，将为公司保持较高的收入增长速度提供支撑。2023 年，公司营业收入较上年同期增长 21.40%。按照每年 20%~30% 的增长速度，则公司每年新增的产量需求约为 1~1.5 万吨。

因此，依托持续稳定的下游消费需求增长以及自身长期积淀的市场竞争优势，公司预估每年新增的产能需求将为天津生产基地新增产能提供市场空间。

(2) 行业内知名品牌客户的陆续开拓成功对公司现有产能提出了储备需求。凭借良好的产品品质 and 良好质量控制体系，公司陆续与知名餐饮连锁和大型

食品工业企业建立了长期稳定合作关系，获得了广泛认可和好评，除早期已建立合作关系的泰森中国、正大食品、圣农食品、凤祥食品、味知香食品、安井食品等食品加工企业或预制菜加工企业，以及喜姐炸串、串意十足、大鼓米线、小猪查理等连锁餐饮企业外，公司近年特别是 2023 年已陆续取得更多行业内知名品牌客户的准入资格并形成订单，如大润发、棒约翰、DQ、百胜名下的肯德基，该类客户具有审核标准高，准入难度大，但一旦进入供应体系其后续订单规模预期较大。后续公司凭借已进入知名客户的品牌背书以及自身良好的质量控制体系，公司预计将与更多行业知名品牌客户建立合作关系，这将对公司现有产能提出更高要求，亦为天津生产基地的产能消化提供订单支撑。

(3) 公司将加大对销售团队和销售体系的建设，加强市场开拓相关的资源投入

为匹配快速增长的市场需求以及天津基地投产后的产能扩张，公司将进一步加强销售团队和销售体系的资源投入。公司计划通过引入更具有行业销售资源的成熟销售团队、对现有销售体系进行组织架构的优化提升等措施提升市场开拓能力，与此同时公司将通过展会、销售激励政策、市场促销等措施进一步加大市场开拓相关费用的投入力度。

因此，公司在销售端资源的投入将为天津生产基地投产后新增产能的消化提供了销售支持。

4、厂房和土地的折旧摊销对业绩的影响

天津生产基地在建工程转固后，每年对应新增土地摊销额为 54.01 万元，新增厂房折旧金额预计约为 675.00 万元，上述新增折旧摊销金额虽然会对公司业绩产生一定压力，但考虑到天津生产基地投产后对公司带来的产能释放以及公司未来的产能消化能力，公司业绩具有一定的可持续性和稳定性，不存在业绩下滑的风险。

三)说明天津瑞凡尔生产基地项目主要施工方、设备采购方企业性质及背景，是否与你公司存在关联关系，结合合同定价方式说明结算对价是否公允，说明款项结算进度与完工进度是否匹配。

1、天津瑞凡尔生产基地项目主要施工方、设备采购方企业性质、背景及关联关系

截至 2024 年 6 月 30 日,天津瑞凡尔生产基地在建工程项目对应的主要建造方或设备供应商如下:

在建工程项目	具体内容	主要在建工程金额或预付账款金额(元)	主要供应商
天津生产基地	工程款	101,009,174.31	江苏垛田建设工程有限公司
	工程监理费	481,132.07	天津市北方建设监理事务所
	勘察设计费	415,094.34	北京中外建建筑设计有限公司
		99,056.60	河北华勘资环勘测有限公司
		47,169.81	天津宁诚志远建筑设计有限公司
	检测费	322,464.62	天津卓越建筑工程检测技术有限公司
		108,490.57	天津市成基建筑技术有限公司
	技术咨询服务费	105,660.38	天津创水环科技发展有限公司
	设备款	1,335,000.00	北京诚益通科技有限公司
		1,380,000.00	安徽沛愉机械制造有限公司
		660,000.00	四川味兴邦科技有限公司

前述工程主要供应商基本情况如下:

企业名称	注册时间	注册资本	经营范围	主要股东	高管
江苏垛田建设工程有限公司	2018-3-20	10000万人民币	房屋建筑工程、市政公用工程、建筑装饰装修工程、体育场地设施工程、房屋拆除工程(不含爆破)、古建筑工程、建筑幕墙工程、电子与智能化工程、防水防腐保温工程、钢结构工程、环保工程、城市及道路照明工程、公路工程、消防设施工程、园林绿化工程、土石方工程施工;混凝土预制构件制造、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)	刘洪余 50.00%、张强 50.00%	高永松、刘洪余
天津市北方建设监理事务所	1995-2-8	300万人民币	许可项目:建设工程监理;工程造价咨询业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目:招投标代理服务;工程管理服务。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)	天津市建筑业协会 100.00%	张鹏
北京中外建建筑设计有限公司	2002-6-12	1080万人民币	建筑工程设计;风景园林工程设计;城市规划;规划管理;工程招标代理;工程造价咨询;工程技术咨询;工程项目管理;施工总承包;技术开发、	西安中外建建筑设计有限公司 20.33%、	杨进、刘宇彤、

			技术服务、技术转让、技术咨询。(市场主体依法自主选择经营项目,开展经营活动;以及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。)	北京正光纪元建筑设计咨询有限公司 14.60%、中外建(厦门)投资管理有限公司 10.43%、华度(上海)城市规划设计有限公司 10.43%、北京连城居业科技有限公司 10.00%、其他股东 34.21%	唐奕、杨正光、荀元力、王富臣、陈朝婕、王涌彬、何创、张涛、赵塘、唐奕
河北华勘资环勘测有限公司	2007-11-26	8000万人民币	许可项目:矿产资源勘查;金属与非金属矿产资源地质勘探;测绘服务;建设工程施工;地质灾害危险性评估;地质灾害治理工程勘查;地质灾害治理工程设计;地质灾害治理工程施工;地质灾害治理工程监理;建设工程勘察;城市生活垃圾经营性服务;检验检测服务;农产品质量安全检测;建设工程设计。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目:基础地质勘查;地质勘查技术服务;小微型客车租赁经营服务;园林绿化工程施工;土壤污染治理与修复服务;土壤环境污染防治服务;固体废物治理;环保咨询服务;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;生态环境材料制造;水污染治理;大气污染治理;生态恢复及生态保护服务;土地整治服务;水文服务;劳务服务(不含劳务派遣);机械设备租赁;建筑材料销售;地理遥感信息服务;物联网应用	华北地质勘查局五一四地质大队 65.00%、天津华勘集团有限公司 35.00%	袁小平、倪文超

			服务;信息系统集成服务;软件开发;碳减排、碳转化、碳捕捉、碳封存技术研发;环境保护监测;生态资源监测;水环境污染防治服务;大气环境污染防治服务;农业面源和重金属污染防治技术服务。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)		
天津宁诚志远建筑设计有限公司	1995-8-4	810万人民币	许可项目:各类工程建设活动;建设工程设计;工程造价咨询业务;房屋建筑和市政基础设施项目工程总承包。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)一般项目:规划设计管理;工程技术服务(规划管理、勘察、设计、监理除外);工程管理服务;园林绿化工程施工;招投标代理服务;安全系统监控服务;办公服务;图文设计制作。(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)	天津市政工程设计研究总院有限公司40%、天津宁河投资控股集团有限公司40.00%	杨家骅、王超、杨玉娟
天津卓越建筑工程检测技术有限公司	2011-7-27	500万人民币	许可项目:建设工程质量检测;室内环境检测。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目:公路水运工程试验检测服务;环境保护监测。(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)	于宝太80.00%、韩长虹20.00%	于宝太、韩长虹
天津市成基建筑技术有限公司	2005-5-16	200万人民币	建筑地基基础检测及试验;地下管线探测、工程测量;建筑物沉降观测技术服务;室内空气质量检测;建筑机械设备租赁。(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)	马山90.00%、陈思10.00%	刘秀玲、马山
天津创水环科技发展有限公司	2017-8-31	210万人民币	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;水利相关咨询服务;水土流失防治服务;水环境污染防治服务;水文服务;水资源管理;污水处理及其再生利用;水污染治理;环保咨询服务;环境保护监测;土壤污染治理与修复服务;土壤环境污染防治服务;土地调查评估服务;土地整治服务;储能技术服务;固体废物治理;大气	夏松伟100.00%	夏松伟、刘吉山

			环境污染防治服务；大气污染治理；灌溉服务；林业专业及辅助性活动；工程技术服务（规划管理、勘察、设计、监理除外）；工程管理服务；生态恢复及生态保护服务；生态资源监测；社会稳定风险评估；地理遥感信息服务；市政设施管理；规划设计管理；专业设计服务；招投标代理服务；智能仪器仪表销售；普通机械设备安装服务；会议及展览服务；企业管理咨询；不动产登记代理服务；计算机软硬件及辅助设备零售；信息系统集成服务；软件开发；软件销售；网络技术服务；仪器仪表销售；专用设备修理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；资产评估。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：工程造价咨询业务；安全评价业务；地质灾害危险性评估；建设工程勘察；水利工程建设监理；水利工程质量检测。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）		
四川味兴邦科技有限公司	2012-07-30	1200 万元 人民币	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；包装专用设备制造；包装专用设备销售；农副食品加工专用设备制造；农副食品加工专用设备销售；环境保护专用设备制造；环境保护专用设备销售；机械设备销售；普通机械设备安装服务；工业设计服务；货物进出口。（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）	钟南荣 46%、左玉辉 10%、郭文 10%、王长贵 8%、李松悦 5%、其他股东 21%	钟南荣、王长贵
北京诚益通科技有限公司	2011-04-06	10000 万元 人民币	技术开发、转让、咨询、服务；销售工业自动化控制系统装置、机械设备、电子产品、计算机软硬件及外围设备、卫生用品、消毒用品（不含危险化学品）；货物进出口；技术进出口；代理进出口；出租办公用房；物业管理；机动车公共停车场的经营管理；生	北京诚益通控制工程科技股份有限公司 100%	朱文勇、宣建洪

			产发酵/合成控制系统装置、分离纯化控制系统装置、成品制备控制系统装置、辅助工段控制系统装置及备品备件(以上项目限中关村科技园区大兴生物医药产业基地 0504-075-1 地块生产);道路货物运输;生产消毒产品。(市场主体依法自主选择经营项目,开展经营活动;生产消毒产品、道路货物运输以及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。)		
安徽沛愉机械制造有限公司	2022-01-24	1000 万元人民币	一般项目:金属加工机械制造;机械设备研发;包装专用设备制造;食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造;农副食品加工专用设备制造;轴承、齿轮和传动部件制造;环境保护专用设备制造;工业机器人制造;电工机械专用设备制造;电工仪器仪表制造;计算机软硬件及外围设备制造;建筑装饰、水暖管道零件及其他建筑用金属制品制造;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;货物进出口;普通机械设备安装服务(除许可业务外,可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目)	彭跃猛 34%, 滁州沛愉企业管理中心(有限合伙) 33%, 高建 20%, 章钧机械设备(泰州)有限公司 13%	张晓虎、高建、彭跃猛、张晓磊

公司与工程建造方或设备供应商之间均不存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排。

2、结合合同定价方式说明结算对价是否公允，说明款项结算进度与完工进度是否匹配。

公司已建立并完善了资产采购相关的内控制度，公司设备采购严格按照采购管理制度进行。公司对建筑工程、机器设备的采购主要采取询价、比价和协商定价等市场化定价方式，通过多家对比并综合考虑质量、价格、交货时效、售后服务、资信等因素，最终确定交易价格，定价公允合理。

公司主要在建工程天津生产基地建设已进行项目可行性分析论证，并经公司董事会审批，以保证在建工程项目的可行性、项目投资的可控性，以及项目建设定价的公允性。

天津工程款项结算严格执行公司流程，结合工程量清单、施工合同、项目监理审核意见等文件，制作工程款支付报审表，经由公司审核无误后进行款项结算，保证结算进度与完工进度相匹配。

五、关于预付款项

截至报告期末，你公司预付款项账面余额为455.78万元，较期初减少1,301.32万元。截至2022年末，你公司预付广州市恒利来贸易有限公司（以下简称“恒利来”）款项账面余额为1,368.72万元。报告期内，你公司将预付恒利来款项账面余额187.50万元转入其他应收款，并单项计提坏账准备，主要系对方违约导致合同终止，经催收后款项依然无法全额收回所致。

请你公司：（1）结合与恒利来合作历史、2022年向恒利来采购内容、合同中有关结算方式及交货时间的约定、采购商品市场价格走势，说明向恒利来大额预付款项的合理性和必要性，相关交易是否存在商业实质，实际预付款项占合同总额的比例是否符合合同中关于价款结算的约定，价款结算条款是否与其他供应商存在明显差异，是否符合行业惯例；（2）说明你公司针对预付恒利来款项采取的催收措施、催收效果，说明恒利来是否与你公司存在关联关系，是否存在其他利益安排。

回复：

一）结合与恒利来合作历史、2022年向恒利来采购内容、合同中有关结算方式及交货时间的约定、采购商品市场价格走势，说明向恒利来大额预付款项的合理性和必要性，相关交易是否存在商业实质，实际预付款项占合同总额的比例是否符合合同中关于价款结算的约定，价款结算条款是否与其他供应商存在明显差异，是否符合行业惯例；

1、结合与恒利来合作历史、2022年向恒利来采购内容、合同中有关结算方式及交货时间的约定、采购商品市场价格走势，说明向恒利来大额预付款项的合理性和必要性，相关交易是否存在商业实质；

恒利来为公司2022年新增供应商。2022年8月，公司（乙方）与广州市恒利来贸易有限公司（甲方）（以下简称“恒利来”）签订《国产白糖销售合同》，约定公司向甲方采购白糖5000吨，价格为5500元/吨（含税价），合同总额为2,750万元。合同结算方式为预付30%（825万元）订金后合同生效，每批次实

际提货数量支付全款，订金抵扣最后批次货款。运输所产生的卸货费用、转运费、保险费、仓储费由乙方承担。同时，双方约定若货物国内市场价格上浮超过 5%，甲方有权终止合同；下跌超过 5%，乙方有权终止合同。

作为 2022 年新增供应商，公司采购部会同品控部按照《采购管理制度》、《供应商管理与风险评估》等制度要求，履行了合格供应商选择评定程序，查验了恒利来的营业执照和经营资质、生产厂家的营业执照和经营资质、生产厂家的产品检测报告、采购原料的批检报告等资料，恒利来符合公司的供应商准入资质的评审要求。

白砂糖系公司主要原材料，作为大宗原材料，市场价格较为透明，但不同供应商在不同时点采购、或单批采购数量不同，均会导致其购货成本存在差异，使得对外售价有所不同。公司在白砂糖等大宗物料采购时，会向不同供应商多方询价、比价，综合多种因素进行采购下单。公司向广州市恒利来贸易有限公司采购白砂糖，主要由于恒利来产品质量符合公司要求，且供货价格更优。同时结合白糖产区及市场供求等相关信息，未来白糖价格看多，因此通过预付货款、锁定价格的方式向广州市恒利来贸易有限公司采购白砂糖。向广州市恒利来预付款项具有合理性和必要性，相关交易具有商业实质。

2、实际预付款项占合同总额的比例是否符合合同中关于价款结算的约定，价款结算条款是否与其他供应商存在明显差异，是否符合行业惯例。

依据合同约定，2022 年 8 月公司向恒利来支付订金 825 万元，9 月-10 月预付货款 825 万元，2022 年 10 月至 2023 年 2 月恒利来向公司交付 825 万元（含税价）的白砂糖。2023 年 2 月后，由于白糖价格上涨幅度较大，恒利来依据合同约定决定终止合同的后续执行，并需向公司退回 825 万元订金。实际预付款项占合同总额的比例符合合同中关于价款结算的约定。

经比对白砂糖市场供求关系，公司预期白砂糖市场价格在 2023 年上半年呈现明显上涨趋势，为锁定白砂糖价格，控制企业成本，公司与广州市恒利来贸易有限公司、中储（广东）粮食贸易有限公司均采用预付锁价式采购，但需公司自行提货并承担运费，合同采购数量较大。公司与恒利来、中储（广东）粮食贸易有限公司等部分供应商采取预付锁价方式，主要出于控制成本，扩大议价优势等考虑，具有合理性。公司与其他白糖供应商为单次小批量的采购，定价参考实时

市场价格。

公司与不同供应商约定的价款结算条款存在一定差异，系综合考虑实时价格、预期价格、控制成本等因素决定。经核查上市公司公开信息，公司同行业上市公司如宝力食品、日辰股份、安记食品等皆存在预付原材料采购款的情形，公司定价符合行业惯例。

二) 说明你公司针对预付恒利来款项采取的催收措施、催收效果，说明恒利来是否与你公司存在关联关系，是否存在其他利益安排；

2023 年 2 月后，由于白糖价格上涨幅度较大，恒利来依据合同约定决定终止合同的后续执行，并需向公司退回 825 万元订金。

截至 2023 年末，其他应收广州市恒利来贸易有限公司款项共计 187.50 万元，系公司于 2022 年预付的原材料采购款，账龄 1-2 年，因对方违约导致合同终止，公司将此笔款项从预付账款转入其他应收款。公司业务经办人员不定时通过电话、上门沟通等方式对上述款项进行催收，但经过多次催收后依然无法全额收回，公司预计未来回收的可能性较低，故信用风险发生了显著变化，公司基于谨慎性考虑，将此笔款项全额计提坏账准备。

广州市恒利来贸易有限公司基本情况如下：

注册资本	5,000 万元
成立时间	2020-06-02
住所	广州市天河区临江大道 5 号 705 室（仅限办公）
经营范围	蔬菜批发;水果批发;食品添加剂零售;水果零售;蔬菜零售;旧货零售（需取得许可审批类商品除外）;互联网商品零售（许可审批类商品除外）;其他肉类零售（猪、牛、羊肉除外）;生鲜家禽零售;蛋类零售;零售冷却肉（仅限猪、牛、羊肉）;冷冻肉零售;零售鲜肉（仅限猪、牛、羊肉）;商品零售贸易（许可审批类商品除外）;鲜肉、冷却肉配送;鲜肉批发（仅限牛、羊肉）;生鲜家禽批发;鲜肉批发（仅限猪、牛、羊肉）;冷冻肉批发;医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）;非许可类医疗器械经营;货物进出口（专营专控商品除外）;商品批发贸易（许可审批类商品除外）;互联网商品销售（许可审批类商品除外）;零售鲜肉（仅限牛、羊肉）;医疗诊断、监护及治疗设备零售;散装食品零售;预包装食品零售;网络销售预包装食品;肉制品批发（鲜肉、冷却肉除外）;散装食品批发;许可类医疗器械经营;预包装食品批发;

股权结构	林惠贤持股 70%、曾丽玲 30%
------	-------------------

经核查，广州市恒利来贸易有限公司与公司不存在关联关系，双方白砂糖采购业务系正常商业活动，公司与广州市恒利来贸易有限公司的采购业务不存在其他利益安排。

