



关于么麻子食品股份有限公司股票  
公开转让并挂牌申请文件的  
第二轮审核问询函的回复

主办券商



（北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层）

二〇二四年十二月

# 关于么麻子食品股份有限公司股票

## 公开转让并挂牌申请文件的

### 第二轮审核问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于 2024 年 12 月 12 日出具的《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》（简称“问询函”）已收悉。么麻子食品股份有限公司（以下简称“么麻子”、“申请人”、“公司”）与中国国际金融股份有限公司（以下简称“主办券商”）、信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对第二轮审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

除另有说明外，本回复报告中的简称或名词的释义与《么麻子食品股份有限公司公开转让说明书》（申报稿）中的含义相同。

|             |       |
|-------------|-------|
| 问询函所列问题     | 黑体    |
| 对问题的回答      | 宋体    |
| 对公开转让说明书的修改 | 楷体、加粗 |

## **问题 1. 关于会计师事务所。**

**请公司按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》的要求在规定期限内更换会计师事务所，提交更换会计师事务所的说明，并更新申报材料及历次问询回复。请会计师按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》的要求在规定期限内完成尽职调查，履行质控程序后更新对应的申报材料及历次问询回复，并对原会计师事务所出具的文件进行复核，出具复核意见，对差异情况作出说明。请主办券商更新相关申报材料及历次问询回复。**

**回复：**

**一、请公司按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》的要求在规定期限内更换会计师事务所，提交更换会计师事务所的说明，并更新申报材料及历次问询回复**

公司已按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》的要求在规定期限内更换会计师事务所为信永中和会计师事务所（特殊普通合伙），提交更换会计师事务所的说明，并更新申报材料及历次问询回复。

**二、请会计师按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》的要求在规定期限内完成尽职调查，履行质控程序后更新对应的申报材料及历次问询回复，并对原会计师事务所出具的文件进行复核，出具复核意见，对差异情况作出说明**

### **（一）尽职调查及申报期财务报表审计**

申报会计师按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》的要求，在 2024 年 12 月 6 日完成了尽职调查；并按照中国注册会计师执业准则的规定，对公司 2022 年、2023 年及 2024 年 1-8 月两年又一期（简称申报期或报告期）财务报表进行了审计，执行了包括但不限于以下审计程序：

1、与前任注册会计师进行沟通，了解项目的承接、承办过程，包括风险评估、审计计划、进一步审计程序等，以及审计中的重大事项及处理情况等情况；

2、识别和评估由于舞弊或错误导致的财务报表重大错报风险，设计和实施审计程序以应对这些风险，并获取充分、适当的审计证据；

3、了解与审计相关的内部控制，以设计恰当的审计程序，但目的并非对内部控制

的有效性发表意见；

4、评价管理层选用会计政策的恰当性和作出会计估计及相关披露的合理性；

5、对收入和成本执行分析程序，包括：报告期各月收入、成本、毛利波动分析，主要产品本期收入、成本、毛利率与上期比较分析等程序；对资产负债表日前后确认的销售收入执行抽样测试，评估销售收入是否在恰当的期间确认；选取报告期内大额销售、欠款客户执行销售额及余额函证程序，对于未回函客户执行检查合同、对账单、签收单和其他相关单据等替代程序；

6、比较报告期存货期末余额增减变动，各期存货周转率，并与上期进行比较，比较各期存货余额及其构成，分析合理性；对生产成本、制造费用执行分析性程序并编制存货成本倒轧表，检查与成本计算相关的入库单、出库单、工资表、采购合同、发票、付款单据及银行流水记录等原始资料，与各期明细账、记账凭证相核对，核实成本费用发生及结转的真实性；

7、通过独立函证的方式确认报告期内各期期末银行存款、应收账款、应付账款等科目余额及报告期内销售发生额和采购发生额的准确性并取得回函。对未取得回函的部分核查原因，并执行替代程序，以确认账务处理的准确性；

8、检查银行所有账户的开户清单，核对银行开户清单与账面银行账户是否一致。取得银行存款余额对账单，并与银行询证函回函、账面记录核对，确认是否一致；抽查大额资金和收支的原始凭证，检查原始凭证是否齐全、有无授权批准、记账凭证与原始凭证是否相符、账务处理是否正确、是否记录于恰当的会计期间等内容。检查是否存在非经营性质的大额货币资金往来，并核对相关账户的进账情况；检查银行对账单上大额的资金收支是否与账面记录一致；

9、对期末实物资产实施实地监盘，检查实物资产的数量、状况，并将监盘结果倒推至资产负债表日；获取并检查相关固定资产和无形资产的产权属证明，如房产证、车辆行驶证、土地使用证等；检查在建工程转固定资产依据，并实地检查在建工程转固定资产后投入使用情况；

10、对比同行业上市公司会计政策，分析公司坏账准备会计政策的合理性；取得应收账款坏账准备计提表，检查是否按照已制定的坏账准备计提政策一贯执行；检查账龄划分的正确性，检查坏账准备金额计提的准确性；

11、通过执行存货监盘程序,检查存货数量是否存在异常差异、毁损、过期、盘亏等情况；重新进行存货跌价测试，结合期后销售情况，检查期后售价是否低于原始成本，确定存货跌价准备计提是否合理；

12、选取适当的收入交易样本检查与收入确认相关的支持性文件，包括但不限于销售合同、销售发货单、运输单、签收单以及回款情况进行核对，以检查营业收入真实性，收入确认时点准确性；

13、实地走访或视频访谈主要客户和供应商，了解客户和供应商与公司开展业务的合作背景、交易内容等，并获取了访谈提纲、被访谈人身份证明、现场合影、被访谈企业的营业执照、相关资质等核查材料，验证业务的真实性；

14、对公司、公司主要关联方、公司董监高、公司关键岗位人员及部分销售人员等的流水进行了核查，确认与经销商、供应商是否存在异常资金往来等情况；

15、根据会计师事务所质量控制准则要求，履行了相应的项目质量控制复核程序。

**（二）更新申报材料及历次问询回复，及复核原会计师事务所出具的文件**

申报会计师按照审计准则要求，对公司报告期财务报表出具了标准意见审计报告；按照首轮审核问询要求履行了相应核查程序（具体请见《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函相关问题的回复》（XYZH/2024CDAA2F0153）相关题目核查程序部分），并出具了首轮审核问询回复；对更新后的公司公开转让说明书中涵盖的其他信息进行了阅读，以确定其他信息是否与财务报表或在审计过程中了解到的情况存在重大不一致；对原会计师出具的文件进行了复核，出具了专项复核报告。

会计师执行前述程序后，更新了全部申报文件，具体包括：

| 申报文件                | 相关内容                                                 | 报告号                 |
|---------------------|------------------------------------------------------|---------------------|
| 审计报告                | 对公司 2024 年 1-8 月、2023 年度、2022 年度申报财务报表进行审计           | XYZH/2024CDAA2B0329 |
| 申报财务报表与原始财务报表差异审核报告 | 对公司 2024 年 1-8 月、2023 年度、2022 年度申报财务报表与原始财务报表的差异进行审核 | XYZH/2024CDAA2B0327 |
| 专项复核报告              | 对原会计师事务所对公司公开转让并挂牌申请文件出具的相关报告进行复核                    | XYZH/2024CDAA2F0157 |
| 审核问询函回复             | 对审核问询函中关于会计师的部分进行回复                                  | XYZH/2024CDAA2F0153 |

| 申报文件                        | 相关内容                          | 报告号                 |
|-----------------------------|-------------------------------|---------------------|
| 第二轮审核问询函回复                  | 对第二轮审核问询函中关于会计师的部分进行回复        | XYZH/2024CDAA2F0156 |
| 全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核关注要点落实情况表 | 对全国中小企业股份转让系统挂牌审核关注要点落实情况进行审核 | XYZH/2024CDAA2F0152 |

### （三）原会计师事务所出具的文件与本次申报文件差异说明

按照《企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和差错更正》等相关规定并参照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 19 号—财务信息的更正及相关披露》的相关规定，公司 2022 年度和 2023 年度财务报表中的现金流量表中反映的购买、赎回银行理财产品现金流量，从“支付其他与投资活动有关的现金”、“收到其他与投资活动有关的现金”调整到“投资支付的现金”、“收回投资收到的现金”项目列报。其中，2022 年和 2023 年购买银行理财产品涉及金额分别为 69,700.00 万元和 85,600.00 万元，赎回银行理财产品涉及金额分别为 75,883.28 万元和 84,939.29 万元。

经审计及复核后，除上述调整事项外，原会计师事务所出具的前次申报文件与本次申报文件无差异。

### 三、请主办券商更新相关申报材料及历次问询回复

主办券商已根据信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）本次审计及复核情况对申请材料及历次问询回复进行了更新。

## 其他问题

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公司监督管理办法》《非上市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，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

截至本问询回复签署之日，财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日尚未超过 7 个月。

为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第 1 号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

回复：

公司尚未向四川证监局申请北交所辅导备案，故不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第 1 号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关要求。

请你们在 10 个交易日内对上述问询意见逐项落实，并通过审核系统上传问询意见回复材料全套电子版（含签字盖章扫描页），涉及更新申请文件的，应将更新后的申请文件上传至对应的文件条目内。若涉及对《公开转让说明书》的修改，请以楷体加粗说明。如不能按期回复的，请及时通过审核系统提交延期回复的申请。如公开转让说明书所引用的财务报表超过 6 个月有效期，请公司在问询回复时提交财务报表有效期延期的申请，最多不超过 3 个月。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

**经签字或签章的电子版材料与书面材料具有同等法律效力，在提交电子版材料之前请审慎、严肃地检查报送材料，避免全套材料的错误、疏漏、不实。**

**回复：**

已知悉，已按照要求执行。

**我们收到你们的回复后，将根据情况决定是否再次向你们发出审核问询意见。如发现中介机构未能勤勉尽责开展工作，我们将对其行为纳入执业质量评价，并视情况采取相应的自律监管措施。**

**回复：**

已知悉，已按照要求执行。



（本页无正文，为《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）



2024年12月19日

（此页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

项目负责人（签字）：



渠 亮

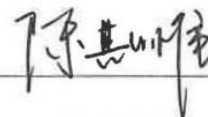
项目小组成员（签字）：



潘闽松



金 勇



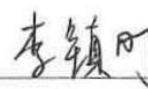
陈斯惟



路 凡



伍润豪



李镇町





关于么麻子食品股份有限公司股票  
公开转让并挂牌申请文件的  
审核问询函的回复

主办券商



（北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层）

二〇二四年十二月

# 关于么麻子食品股份有限公司股票

## 公开转让并挂牌申请文件的

### 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：

贵公司于 2024 年 7 月 8 日出具的《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（简称“问询函”）已收悉。么麻子食品股份有限公司（以下简称“么麻子”、“申请人”、“公司”）与中国国际金融股份有限公司（以下简称“主办券商”）、北京市君合律师事务所（以下简称“申报律师”）、**信永中和**会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

除另有说明外，本回复报告中的简称或名词的释义与《么麻子食品股份有限公司公开转让说明书》（申报稿）中的含义相同。

|             |              |
|-------------|--------------|
| 问询函所列问题     | <b>黑体</b>    |
| 对问题的回答      | 宋体           |
| 对公开转让说明书的修改 | <b>楷体、加粗</b> |

## 目录

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 问题 1. 关于业务合规性与食品安全。 ..... | 3   |
| 问题 2. 关于公司股权。 .....       | 40  |
| 问题 3. 关于特殊投资条款。 .....     | 74  |
| 问题 4. 关于经销销售。 .....       | 78  |
| 问题 5. 关于经营业绩。 .....       | 119 |
| 问题 6. 关于采购和存货。 .....      | 129 |
| 问题 7. 关于固定资产和在建工程。 .....  | 154 |
| 问题 8. 关于期间费用。 .....       | 166 |
| 问题 9. 关于其他事项。 .....       | 185 |
| 其他问题 .....                | 201 |

**问题 1. 关于业务合规性与食品安全。**

(1) 公司租赁土地承包经营权，实际承租的土地中 2.37 亩耕地未载于土地承包经营权证中、8.71 亩林地未能提供相应的林权证书、1.18 亩林地未载于林权证中；自建房屋建设过程中存在“未批先建”、房屋实际用途与证载用途不相符的情形；公司自有土地中存在商务金融用地；(2) 公司主要从事麻系味型特色调味产品的研发、生产和销售，主要产品为调味油、复合调味料、蔬菜制品、休闲食品等，通过线上、线下渠道进行销售；(3) 公司采购劳务外包服务，完成预处理、转运、装箱、清洁、种植藤椒工作。

请公司说明：(1) 土地承包经营权租赁、自建房屋瑕疵的整改规范措施及其有效性，是否受到行政处罚或存在被处罚的风险，是否构成重大违法行为；公司取得大量商务金融用地的原因及合理性，相关土地的具体用途，是否涉及房地产开发业务；公司是否存在擅自改变土地、房产用途情形，土地房产的取得、建设、使用是否合法合规；(2) 公司产品质量管理体系的建设及执行情况是否符合相关法律法规的规定，报告期内是否存在重大食品安全问题、产品质量不合格、被停产或停售等情况，是否因产品质量问题导致消费者投诉、民事纠纷或受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司采取的整改规范措施及有效性、具体执行情况；(3) 报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方的方式进行刷单、虚构评价等违规行为，若存在，说明相关情况、各期刷单金额及资金来源等，是否存在欺诈消费者、违反电商平台业务规则及《反不正当竞争法》规定的情形；(4) 报告期内公司是否存在购买竞价排名和广告推广等互联网信息搜索服务的情形，如存在，请说明购买途径、支出金额及对公司业务的影响，是否存在精准营销及相关数据应用的合法合规性；公司营销推广信息、广告发布的合法合规性，是否存在虚假宣传或发布违法违规信息等情形；(5) 公司采购劳务外包服务的原因，是否符合行业惯例，是否涉及公司主营业务的核心环节，公司是否具备独立生产加工能力，是否对劳务外包方式存在重大依赖，是否存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形；所涉金额、定价依据及公允性，是否存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排；(6) 公司采购的超临界萃取藤椒基础油与公司产品的区别，是否存在采购油料后进行简单加工、分装即对外销售的情形。

请主办券商及律师核查上述事项，并发表明确意见。

回复：

一、说明土地承包经营权租赁、自建房屋瑕疵的整改规范措施及其有效性，是否受到行政处罚或存在被处罚的风险，是否构成重大违法行为；公司取得大量商务金融用地的原因及合理性，相关土地的具体用途，是否涉及房地产开发业务；公司是否存在擅自改变土地、房产用途情形，土地房产的取得、建设、使用是否合法合规

（一）说明土地承包经营权租赁、自建房屋瑕疵的整改规范措施及其有效性，是否受到行政处罚或存在被处罚的风险，是否构成重大违法行为

1、公司土地承包经营权租赁瑕疵的整改规范措施有效，未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为

（1）公司土地承包经营权租赁的整改规范措施有效

根据公司签署的《农村土地承包经营权出租合同》及其补充协议，截至本问询回复签署之日，公司共租赁约 126.66 亩农村土地的承包经营权。

公司前述土地承包经营权租赁存在所租赁的承包地中部分耕地未载于土地承包经营权证中、部分林地未能提供相应的林权证书或未载于林权证中，土地承包经营权出租合同历史上未及时备案以及租赁期限超过 20 年等瑕疵。截至本问询回复签署之日，前述瑕疵已经得到有效整改或取得相关主管部门的确认，具体情况如下：

1）部分耕地未载于土地承包经营权证中、部分林地未能提供相应的林权证书或未载于林权证中

截至本问询回复签署之日，公司承租的 126.66 亩承包地的构成为 51.51 亩耕地、75.15 亩林地，其中：2.37 亩耕地未载于土地承包经营权证中、7.71 亩林地未能提供相应的林权证书、0.28 亩林地未载于林权证中。

根据洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府分别于 2024 年 4 月 22 日出具的《证明》，上述未载于土地承包经营权证和林权证的耕地和林地系因么麻子承租土地的实际测量面积大于证载面积所致；该等超过证载面积部分的承包地的经营权均为相应农户所享有，其实际享有该等承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转；就上述未能提供林权证的林地，其所委托流转的承包地的经营权均为相应农户所享有，该等农户实际享有其承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转。

因此，部分未载于土地承包经营权证和林权证的耕地和林地系因相应承租土地的实际测量面积大于证载面积所致，相应农户享有该等超过证载面积部分的承包地的经营权；部分未能提供林权证的林地，亦已由洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会确认相关农户实际享有其承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转，前述事宜均已得到相关主管部门的确认。

## 2) 土地承包经营权出租合同未及时备案

2012 年 11 月 9 日与 2013 年 1 月 24 日，洪雅县洪川镇龚庙村 2 村民小组（现为“洪雅县洪川镇曲沿村 7 村民小组”，以下简称“龚庙 2 组”）（由时任组长龚明华代表龚庙 2 组签署合同）与么麻子有限签署《农村土地承包经营权出租合同》，约定龚庙 2 组将位于龚庙 2 组的 92.86 亩、0.8 亩承包地的承包经营权出租给么麻子有限。

2012 年 11 月 9 日与 2013 年 4 月 27 日，洪雅县洪川镇龚庙村 3 村民小组（现为“洪雅县洪川镇曲沿村 5 村民小组”，以下简称“龚庙 3 组”）（由时任组长张毅代表龚庙 3 组签署合同）与么麻子有限签署《农村土地承包经营权出租合同》，约定龚庙 3 组将位于龚庙 3 组的 26.76 亩、1.96 亩承包地的承包经营权出租给么麻子有限。

2012 年 11 月 9 日，洪雅县洪川镇龚庙村 5 村民小组（现为“洪雅县洪川镇曲沿村 5 村民小组”，以下简称“龚庙 5 组”）（由时任组长张毅代表龚庙 5 组签署合同）与么麻子有限签署《农村土地承包经营权出租合同》，约定龚庙 5 组将位于龚庙 5 组的 5.29 亩承包地的承包经营权出租给么麻子有限。

上述《农村土地承包经营权出租合同》签署之后未及时办理备案手续，但公司已于 2021 年 4 月在洪雅县洪川镇农业综合服务中心完成备案，且根据洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会出具的《证明》，上述出租合同已在该村委会备案，因此公司已完成相应整改。此外，公司于 2024 年在签署《农村土地承包经营权出租合同之补充协议》后已及时在洪雅县洪川镇农业综合服务中心与洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会履行了相应的备案手续。

根据洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府和洪雅县农业农村局分别于 2021 年 3 月 29 日出具的证明，上述《农村土地承包经营权出租合同》未及时履行备案手续不影响出租合同的法律效力，洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会已经知悉该等情形，洪雅县洪川镇人民政府和洪雅县农业农村局不会对任何一方进行处罚。



### 3) 土地承包经营权出租合同的租赁期限超过 20 年

根据公司与龚庙 2 组、龚庙 3 组和龚庙 5 组签署的《农村土地承包经营权出租合同》，前述出租合同均约定承包期限为自本轮土地承包期满后流转期限依法自动续期直至满 30 年之日，即自 2012 年 11 月 1 日至 2042 年 10 月 31 日，该等关于合同期限的约定存在超过《民法典》规定的最长租赁期限（20 年）的租赁期限部分（10 年）无效的风险。

由于《农村土地承包经营权出租合同》中约定的租赁面积与公司实际租赁面积存在差异，2024 年 4 月 19 日，洪雅县洪川镇曲沿村 5 村民小组<sup>1</sup>（以下简称“曲沿 5 组”）（由现任组长龚明国代表曲沿 5 组签署合同）和洪雅县洪川镇曲沿村 7 村民小组<sup>2</sup>（以下简称“曲沿 7 组”）（由现任组长龚明元代表曲沿 7 组签署合同）分别与幺麻子签署《农村土地承包经营权出租合同之补充协议》，约定曲沿 5 组与幺麻子之间的租赁面积更正为 39.23 亩，曲沿 7 组与幺麻子之间的租赁面积更正为 87.43 亩。同时，考虑到《民法典》关于“租赁期限不得超过二十年”的要求，为满足该等要求，《农村土地承包经营权出租合同之补充协议》同时约定，前述合计 126.66 亩承包地的租赁期限为补充协议签署之日起至 2042 年 10 月 31 日。

据此，公司已经通过与土地承包经营权的出租方签署补充协议的方式整改了土地承包经营权的租赁期限超过 20 年的瑕疵，公司剩余的土地承包经营权的租赁期限未超过《民法典》规定的 20 年。

（2）公司土地承包经营权租赁瑕疵未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为

针对公司土地承包经营权租赁瑕疵，洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府已于 2024 年 4 月 22 日出具《证明》，内容为：幺麻子承租的耕地和林地中，未载于土地承包经营权证和林权证的耕地和林地系因幺麻子承租土地的实际测量面积大于证载面积所致，该等超过证载面积部分的承包地的经营权均为相应农户所享有，其实际享有该等承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转，未能提供林权证的林地所委托流转的承包地的经营权均为相应农户所享有，该等农户实际享有其承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转；洪雅县洪川镇曲沿村村民委员

<sup>1</sup> 因村级建制调整，龚庙 3 组和龚庙 5 组现已调整变更为洪雅县洪川镇曲沿村 5 村民小组。

<sup>2</sup> 因村级建制调整，龚庙 2 组现已调整变更为洪雅县洪川镇曲沿村 7 村民小组。

会、洪雅县洪川镇人民政府和洪雅县农业农村局已于 2021 年 3 月 29 日出具《证明》，内容为：么麻子签署的《农村土地承包经营权出租合同》未能及时履行备案手续，不影响出租合同的法律效力，洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会知悉该等情形，洪雅县洪川镇人民政府和洪雅县农业农村局不会对任何一方进行处罚；么麻子所承租的流转土地不涉及基本农田，均系一般耕地与林地；藤椒是一种特色经济树种，且属于农作物与食用农产品，么麻子承租前述流转土地用于种植藤椒符合土地利用总体规划，未改变土地的农业用途与性质，不存在用于非农建设或给土地造成损害的情形，亦不存在破坏农业综合生产能力和农业生态环境的情形，符合法律、行政法规、规范性文件的相关规定，洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府和洪雅县农业农村局不会对么麻子进行任何处罚。

根据在公司土地主管部门网站等公开核查，报告期内，公司不存在因土地承包经营权而遭受处罚的情况。

### （3）公司土地承包经营权租赁瑕疵对公司的生产经营不构成重大不利影响

公司租赁土地种植藤椒的目的是开展藤椒品种的研发活动和种植示范，2022 年度、2023 年度与 2024 年 1-8 月，公司租赁土地承包经营权种植藤椒的产量占公司生产经营所用藤椒总量的比例分别为 0.36%、0.66%和 0.70%。因此，公司通过向供应商采购藤椒能够满足自身的生产经营需求，不承租前述承包土地不影响公司所需藤椒的供给，不会给公司的生产经营造成重大不利影响。

此外，针对公司土地承包经营权租赁瑕疵，公司实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺如因公司及/或其控股子公司于公司挂牌前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵，导致公司及/或其控股子公司无法正常使用上述房屋建筑物、构筑物、土地、建设项目或生产线的，或导致公司及/或其控股子公司与其他第三方发生诉讼/仲裁/纠纷、受到相关主管部门的行政处罚或发生安全事故的，其将承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支，包括但不限于因诉讼或仲裁、罚款、停产/停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。

综上，公司土地承包经营权租赁瑕疵的整改规范措施有效，未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为。

2、公司自建房屋瑕疵的整改规范措施有效，未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为

(1) 公司自建房屋瑕疵的整改规范措施有效

1) 公司已取得权属证书的自建房屋的基本情况

截至 2024 年 8 月 31 日，公司已取得权属证书的自有房产共计 13 处，基本情况如下：

| 序号 | 房屋名称      | 建筑面积<br>(平方米) | 层数  | 不动产权证                                                                                               | 房屋坐落                                                     | 取得<br>方式 | 房屋所有<br>权人 |
|----|-----------|---------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------|------------|
| 1  | 1 幢综合楼    | 4,482.49      | 3 层 | 川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号<br><br>土地用途：商务金融用地/办公/科研/工业/文化<br><br>宗 地 面 积：<br>30,849.99m <sup>2</sup> | 洪雅县止戈镇五龙路 15 号（么麻子综合楼）1-3 层等 7 套                         | 自建       | 公司         |
| 2  | 2 幢研发楼    | 4,040.09      | 5 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 3  | 3 幢车间     | 1,935.15      | 2 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 4  | 4 幢展示楼    | 545.43        | 1 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 5  | 5 幢 1 博物馆 | 245.69        | 2 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 6  | 6 幢 2 博物馆 | 181.61        | 1 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 7  | 7 幢 3 博物馆 | 71.38         | 1 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 8  | 调味油生产车间   | 8,800.65      | 2 层 | 川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号<br><br>土地用途：工业用地/工业<br><br>宗 地 面 积：<br>25,174.66m <sup>2</sup>            | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号（么麻子）（辅助用房 1-5）、洪雅县止戈镇五龙村（么麻子二车间）1-2 层等 4 处 | 自建       | 公司         |
| 9  | 雅笋生产车间    | 2,951.89      | 2 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 10 | 生产体验用房    | 31,881.89     | 4 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 11 | 辅助用房      | 6,869.53      | 5 层 |                                                                                                     |                                                          |          |            |
| 12 | 仓储物流中心    | 13,655.98     | 3 层 | 川（2024）洪雅县不动产权第 0003088 号<br><br>土地用途：工业<br><br>宗地面积：<br>261,762.86m <sup>2</sup>                   | 洪雅县止戈镇五龙路 15 号 1 幢（仓储物流中心）1-3 层等 2 套                     | 自建       | 公司         |
| 13 | 成都办公室     | 336.10        | -   | 川（2020）成都市不动产权第 0215716 号                                                                           | 成都市高新区天府大道中段 530 号 1 栋 14 楼 1407 号                       | 购买       | 公司         |

上述自建房屋建设过程中及截至目前的瑕疵情况如下：

①公司在前述“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”与“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书项下的土地上开工建设时未能及时办理建设

规划、施工等许可手续。

根据洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日出具的《说明函》，公司因政府土地规划等问题，在前述土地上开工建设时未能及时办理规划建设、施工等许可手续，截至目前公司已完善相关手续并取得了不动产权证书，洪雅县人民政府主管部门不会对其进行行政处罚。

因此，公司在开工建设时未能及时办理建设规划、施工等许可手续事宜主要因政府土地规划问题，截至本问询回复签署之日，公司取得了不动产权证书，且洪雅县人民政府主管部门不会对其进行行政处罚，不构成重大违法行为。

②在上述表格中，公司拥有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书的证载用途为“商务金融用地/办公/科研/工业/文化”，公司于报告期内将其中“办公”性质的综合楼出租给德元楼经营餐饮服务，导致房屋实际用途与证载用途不相符。

2019 年 11 月，洪雅县人民政府下发洪府函[2019]154 号批复文件，同意公司的川（2018）洪雅县不动产权第 0002499 号、川（2019）洪雅县不动产权第 0005456 号、川（2019）洪雅县不动产权第 0005457 号不动产权证书对应的三宗国有土地改变土地用途、统一使用年限并合并办理不动产权证，具体内容为：（1）公司的川（2018）洪雅县不动产权第 0002499 号工业用地中 14.49 亩改变为商业用地，补缴土地出让金 406.69 万元；（2）川（2019）洪雅县不动产权第 0005456 号商业用地中 17.47 亩改变为工业用地和川（2019）洪雅县不动产权第 0005457 号商业用地中 1.05 亩改变为工业用地，政府不予补差土地价款；（3）工业用地统一使用年限为 2019 年 3 月 27 日至 2069 年 3 月 27 日，补缴土地出让金 30.92 万元；（4）商业用地统一使用年限为 2019 年 3 月 27 日至 2059 年 3 月 27 日，补缴土地出让金 80.49 万元。

公司根据上述批复办理了土地用途为“其他商服用地”的“川（2019）洪雅县不动产权第 0005758 号”不动产权证书，以及土地用途为“工业用地”的“川（2019）洪雅县不动产权第 0005759 号”不动产权证书。此后，因公司股改更名，前述“川（2019）洪雅县不动产权第 0005758 号”不动产权证书变更并换发了“川（2020）洪雅县不动产权第 0004866 号”不动产权证书，前述“川（2019）洪雅县不动产权第 0005759 号”不动产权证书变更并换发了“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”

不动产权证书。根据洪雅县人民政府于 2022 年 3 月 9 日出具的《说明函》，因土地用途变更为“商务金融用地”，前述“川（2020）洪雅县不动产权第 0004866 号”不动产权证书变更为公司现在持有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书。

综上所述，公司现持有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书上的证载房屋包括了公司在用途原为工业的土地上所建设的房屋。就以上情形，洪雅县人民政府于 2022 年 3 月 9 日出具了《说明函》，说明考虑该宗土地的实际用途并结合历史原因，前述“川（2020）洪雅县不动产权第 0004866 号”不动产权证书于 2022 年 2 月变更为“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书，土地用途变更为“商务金融用地”，证载房屋用途不做调整，并确认“上述证载用途情况不会影响么麻子公司对该不动产权证书<sup>3</sup>对应土地及房屋的使用与权属。截至目前，公司在使用前述土地及房屋过程中不存在违法违规情况，不会受到自然资源主管部门的行政处罚”。

因此，公司存在将证载用途仍为“办公”的房屋出租给德元楼用于经营餐饮服务、房屋实际用途与证载用途不相符的情形，但公司已经就此情形取得洪雅县人民政府的合规证明，该等行为不构成重大违法行为。

此外，公司实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺承担因公司及/或其控股子公司于公司挂牌前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵而给公司造成的所有损失、损害和开支（具体内容见前文）。

## 2) 公司未取得权属证书的房产及建（构）筑物的基本情况及整改措施

截至 2024 年 8 月 31 日，公司拥有 6 处未取得权属证书的房产，系公司在“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”工业用地上自行建设，未办理相应的房屋建设手续。前述房产均为非生产经营类房产，面积合计 294.30 平方米，具体如下：

| 序号 | 实际使用人 | 面积（m <sup>2</sup> ） | 坐落            | 用途  | 取得方式 |
|----|-------|---------------------|---------------|-----|------|
| 1  | 公司    | 35.00               | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号 | 前门卫 | 自建   |

<sup>3</sup> 即川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号不动产权证书。

| 序号 | 实际使用人 | 面积 (m <sup>2</sup> ) | 坐落            | 用途   | 取得方式 |
|----|-------|----------------------|---------------|------|------|
| 2  | 公司    | 68.85                | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号 | 材料库房 | 自建   |
| 3  | 公司    | 57.15                | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号 | 机修房  | 自建   |
| 4  | 公司    | 31.50                | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号 | 配电房  | 自建   |
| 5  | 公司    | 66.80                | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号 | 厕所   | 自建   |
| 6  | 公司    | 35.00                | 洪雅县止戈镇五龙路 5 号 | 地磅房  | 自建   |

根据洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日出具的《说明函》，基于历史原因，公司可将前述建筑作为保留建筑继续使用，洪雅县人民政府相关部门不会就上述情况对公司进行任何行政处罚。因此，该等行为不构成重大违法行为。

此外，公司实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺将承担因公司及/或其控股子公司于公司挂牌前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵而给公司造成的所有损失、损害和开支（具体内容见前文）。

### 3) 公司自建房屋瑕疵的面积、占比较小，对公司收入、利润的影响程度小

#### ①公司自建房屋瑕疵的面积、占比较小

公司持有的“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”与“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书项下的 11 处自建房屋已经完善了相关建设手续，并取得了自建房屋的不动产权证书和洪雅县人民政府出具的《说明函》予以确认，因此，该 11 处自建房屋曾在建设手续方面的瑕疵已经得到有效补救和消除。

如前所述，截至本问询回复签署之日，公司仍存在将“办公”性质的综合楼房屋出租给德元楼从事餐饮经营，存在房屋实际用途与证载用途不一致的瑕疵情况，以及门卫、材料库房、机修房、配电房、厕所、地磅房 6 处非生产经营类房屋未办理相应的房屋建设手续、未取得不动产权证书的瑕疵情况。上述仍存在瑕疵的房屋面积和占比情况如下：

| 事项 | 建筑面积（平方米）/占比 |
|----|--------------|
|----|--------------|

| 事项                         | 建筑面积（平方米）/占比 |
|----------------------------|--------------|
| 德元楼租赁房屋面积                  | 2,846.60     |
| 占自建房屋总面积比例                 | <b>3.76%</b> |
| 门卫、材料库房、配电房、地磅房等 6 处配套房屋面积 | 294.30       |
| 占自建房屋总面积比例                 | <b>0.39%</b> |

注：上述表述中“自建房屋总面积”是公司截至 **2024 年 8 月 31 日** 的自建房屋总面积。

②公司自建房屋存在瑕疵的情形和产生收入、利润情况

报告期内，公司自建房屋存在瑕疵的情形和产生收入利润情况如下：

公司拥有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书的证载土地用途为商务金融用地，证载房屋用途为办公、科研、工业、文化。报告期内，公司将其中 1 处证载用途为“办公”的房屋出租给德元楼开展餐饮经营。因此，报告期内上述实际用途与证载用途不符的房屋主要产生租金收入，具体情况如下：

单位：万元

| 项目      | 2024 年 1-8 月  | 2023 年度      | 2022 年度      |
|---------|---------------|--------------|--------------|
| 租金收入    | <b>7.62</b>   | 11.43        | 11.43        |
| 收入合计    | <b>7.62</b>   | <b>11.43</b> | <b>11.43</b> |
| 占营业收入比例 | <b>0.02%</b>  | 0.02%        | 0.03%        |
| 毛利合计    | <b>-1.82</b>  | <b>-2.73</b> | <b>-2.73</b> |
| 占营业毛利比例 | <b>-0.01%</b> | -0.01%       | -0.02%       |

报告期各期上述建筑物产生的收入占营业收入的比例分别为 0.03%、0.02%和 **0.02%**，产生的毛利占营业毛利的比例分别为-0.02%、-0.01%以及**-0.01%**，金额与占比均较低。

么麻子有限自行建设的位于川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号工业用地上的 6 处配套建筑历史上未办理房屋建设手续且未取得不动产权证书。上述配套建筑房屋面积合计 294.30 平方米，占公司截至 **2024 年 8 月 31 日** 的证载房屋总面积比例为 **0.39%**，合计占地面积与占比均较小。同时，该部分配套建筑仅为配套辅助用途，不承担生产、销售或其他业务职能，不属于公司的主要生产经营建筑物，未直接产生收

入利润。

综上，公司自建房屋瑕疵的面积、占比较小，对公司收入、利润的影响程度小。

(2) 公司自建房屋瑕疵未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为

针对公司在“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”与“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书项下的土地上开工建设时未能及时办理建设规划、施工等许可手续的情况，洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日出具《说明函》，公司因政府土地规划等问题，在上述土地上开工建设时未能及时办理规划建设、施工等许可手续，截至目前公司已及时完善相关手续，取得了不动产权证书，洪雅县人民政府主管部门不会对其进行行政处罚。

针对公司于报告期内将“办公”性质的综合楼出租给德元楼经营餐饮服务，导致房屋实际用途与证载用途不相符的情形，洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日出具《说明函》，基于历史原因，公司可将前述建筑作为保留建筑继续使用，洪雅县人民政府相关部门不会就上述情况对公司进行任何行政处罚。因此，该等行为不构成重大违法行为。

针对公司未取得权属证书的房产及建（构）筑物的情形，洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日与 2022 年 3 月 9 日出具《说明函》，公司证载用途情况不会影响公司对该不动产权证书对应土地及房屋的使用与权属。截至证明出具日，公司在使用前述土地及房屋过程中不存在违法违规情况，不会受到自然资源主管部门的行政处罚。据此，公司自建房屋瑕疵未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为。

此外，公司实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺将承担因公司及/或其控股子公司于公司挂牌前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵而给公司造成的所有损失、损害和开支（具体内容见前文）。

根据在房屋建筑主管部门网站等公开核查，报告期内，公司不存在因自建房屋瑕疵而遭受处罚的情况。

综上，公司自建房屋瑕疵未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为。



## （二）公司取得大量商务金融用地的原因及合理性，相关土地的具体用途，是否涉及房地产开发业务

### 1、公司取得大量商务金融用地的原因及合理性

根据公司的不动产权证书，截至 2024 年 8 月 31 日，公司拥有的商务金融用地即其所拥有的证号为“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产证项下的土地使用权，其证载用途为“商务金融用地/办公/科研/工业/文化”，面积为 30,849.99 平方米，权利性质为“出让/自建房”，坐落地址为洪雅县止戈镇五龙路 15 号（幺麻子综合楼）1-3 层等 7 套。公司取得该等金融商务用地的主要背景如下：

公司原拥有川（2018）洪雅县不动产权第 0002499 号、川（2019）洪雅县不动产权第 0005456 号、川（2019）洪雅县不动产权第 0005457 号不动产权证书对应的三宗国有土地；2019 年 11 月，洪雅县人民政府下发洪府函[2019]154 号批复文件，同意上述三宗国有土地改变土地用途、统一使用年限并合并办理不动产权证，具体内容如下：

（1）公司的川（2018）洪雅县不动产权第 0002499 号工业用地中 14.49 亩改变为商业用地，补缴土地出让金 406.69 万元；（2）川（2019）洪雅县不动产权第 0005456 号商业用地中 17.47 亩改变为工业用地和川（2019）洪雅县不动产权第 0005457 号商业用地中 1.05 亩改变为工业用地，政府不予补差土地价款；（3）工业用地统一使用年限为 2019 年 3 月 27 日至 2069 年 3 月 27 日，补缴土地出让金 30.92 万元；（4）商业用地统一使用年限为 2019 年 3 月 27 日至 2059 年 3 月 27 日，补缴土地出让金 80.49 万元。

公司根据上述批复办理了土地用途为“其他商服用地”的“川（2019）洪雅县不动产权第 0005758 号”不动产权证书，以及土地用途为“工业用地”的“川（2019）洪雅县不动产权第 0005759 号”不动产权证书。此后，因公司股改更名，前述“川（2019）洪雅县不动产权第 0005758 号”不动产权证书变更并换发了“川（2020）洪雅县不动产权第 0004866 号”不动产权证书，前述“川（2019）洪雅县不动产权第 0005759 号”不动产权证书变更并换发了“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”不动产权证书。根据洪雅县人民政府于 2022 年 3 月 9 日出具的《说明函》，因土地用途变更为“商务金融用地”，前述“川（2020）洪雅县不动产权第 0004866 号”不动产权证书变更为公司现在持有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书。

据此，公司取得的商务金融用地实际是因公司将此前拥有的不动产权证书根据相关土地的实际用途并结合历史原因调整及合并办证，具有合理性。

## **2、相关土地的具体用途**

公司商务金融用地的证载用途为“商务金融用地/办公/科研/工业/文化”，公司建设了综合楼、研发楼、车间、展示楼、博物馆等，并用于办公、科研、工业和文化用途，不涉及开展金融服务。

根据洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日与 2022 年 3 月 9 日出具的《说明函》，上述证载用途情况不会影响公司对该不动产权证书对应土地及房屋的使用与权属。截至证明出具日，公司在使用前述土地及房屋过程中不存在违法违规情况，不会受到自然资源主管部门的行政处罚。

## **3、公司不涉及房地产开发业务**

### **（1）公司的现有商务金融用地未投资房地产开发项目**

如前所述，公司持有的商务金融用地主要是用于综合楼、研发楼、厂房和博物馆等用途，相关房屋建筑系以满足自用所需，未用于房地产开发或者经营用途，亦未投资房地产开发项目。

### **（2）公司及其控股子公司不是房地产开发企业，未从事房地产开发经营业务**

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》的相关规定，房地产开发企业是指以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业；根据《城市房地产开发经营管理条例》的相关规定，房地产开发经营是指房地产开发企业在城市规划区内国有土地上进行基础设施建设、房屋建设，并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房的行为；根据《房地产开发企业资质管理规定》的相关规定，房地产开发企业应当按照该规定申请核定企业资质等级；未取得房地产开发资质等级证书的企业，不得从事房地产开发经营业务。

截至本问询回复签署之日，公司的经营范围为“许可项目：调味品生产；食品生产；豆制品制造；食品销售；营业性演出。（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：蔬菜种植；香料作物种植；休闲观光活动；组织文化艺术交流活动；文化场馆管理服

务；食品进出口；非物质文化遗产保护。（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）”，公司全资子公司么麻子生物的经营范围为“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；食品添加剂销售；企业管理咨询（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：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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）”，主营业务为麻系味型特色调味食品的研发、生产和销售，且具备从事其主营业务所需要的《食品生产许可证》等相关经营资质和许可。

根据《审计报告》，公司 2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-8 月的主营业务收入（合并报表口径）分别为 43,724.00 万元、53,429.23 万元和 40,281.02 万元，分别占当期公司营业收入（合并报表口径）的 97.10%、98.01%和 98.62%，且公司未有房地产开发和经营收入。

因此，公司及其控股子公司均不涉及以营利为目的而从事房地产开发和经营活动，未持有从事房地产开发经营业务的相关资质，不属于上述规定项下的“房地产开发企业”。

综上，截至本问询回复签署之日，公司持有的商务金融用地主要是用于综合楼、研发楼、厂房和博物馆等用途，相关房屋建筑仅在最大程度上满足自用所需，未用于房地产开发或者经营用途，未投资房地产开发项目；公司及公司下属控股子公司均不是房地产开发企业，未持有任何房地产业务相关资质，未从事房地产开发业务。

**（三）公司是否存在擅自改变土地、房产用途情形，土地房产的取得、建设、使用是否合法合规**

#### **1、公司是否存在擅自改变土地、房产用途情形**

公司拥有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书的证载用途为“商务金融用地/办公/科研/工业/文化”，公司于报告期内将其中“办公”性质的综合楼出租给德元楼经营餐饮服务，导致房屋实际用途与证载用途不相符。

就以上情形，洪雅县人民政府于 2022 年 3 月 9 日出具了《说明函》，确认上述证载用途情况不会影响公司对该不动产权证书对应土地及房屋的使用与权属。截至证明出具日，公司在使用前述土地及房屋过程中不存在违法违规情况，不会受到自然资源

主管部门的行政处罚。此外，公司实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺将承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支。

除前述情形外，公司不存在擅自改变土地、房产用途的情形。

## 2、土地房产的取得、建设、使用是否合法合规

如本题“一”之“（一）”之“2、公司自建房屋瑕疵的整改规范措施有效，未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为”所述，公司相关房产的建设和使用过程中存在未能及时办理建设规划、施工等许可手续、房屋实际用途与证载用途不一致、部分房屋未取得权属证书等瑕疵情况，但截至本问询回复签署之日，公司自建房屋未能及时办理建设规划、施工等许可手续的瑕疵已经得到有效整改，其他瑕疵房产的面积、占比较小，对应的收入在公司的营业收入中占比较小，公司已取得相关主管部门出具的合规证明，且公司实际控制人已出具专项承诺，上述土地房产瑕疵对公司本次挂牌不构成重大不利影响。

此外，根据公司与洪雅县规划和自然资源局签署的《国有建设用地使用权出让合同》《国有建设用地使用权出让合同补充协议》等文件，（1）就公司 HYG(2019)03 号宗地项目（对应土地的不动产证号为“川（2020）洪雅县不动产权第 0002901 号”），公司的项目竣工时间应为 2024 年 4 月 30 日。截至 2024 年 8 月 31 日，公司存在未能按照约定时间完成项目竣工的情形；（2）就公司 HYG(2020)12 号宗地项目（对应土地的动产证号为“川（2021）洪雅县不动产权第 0003169 号”），公司的项目开工时间应为 2023 年 5 月 6 日，竣工时间应为 2025 年 5 月 6 日。截至 2024 年 8 月 31 日，公司存在未能按照约定时间动工且延期超过 1 年未能动工的情形。

根据《闲置土地处置办法》的规定，（1）市、县国土资源主管部门负责本行政区域内闲置土地的调查认定和处置工作的组织实施。（2）市、县国土资源主管部门发现有涉嫌构成《闲置土地处置办法》规定的闲置土地的，应当在三十日内开展调查核实，向国有建设用地使用权人发出《闲置土地调查通知书》。（3）经调查核实，符合《闲置土地处置办法》规定条件，构成闲置土地的，市、县国土资源主管部门应当向国有建设用地使用权人下达《闲置土地认定书》。

根据洪雅县人民政府网站<sup>4</sup>的公开信息，洪雅县规划和自然资源局按照规定权限，

---

<sup>4</sup> 网址：[https://www.schy.gov.cn/zfxgk/xjbmfg\\_zngk/xghhzrzyj.htm](https://www.schy.gov.cn/zfxgk/xjbmfg_zngk/xghhzrzyj.htm)

履行全民所有土地等自然资源资产所有者职责和所有国土空间用途管制职责，负责全县自然资源资产有偿使用工作、土地征收征用管理等，是洪雅县的国土资源主管部门。就前述项目开发情况，截至本问询回复签署之日，公司未收到《闲置土地调查通知书》或《闲置土地认定书》。且针对 HYG(2019)03 号宗地项目，公司于 2024 年 6 月在该宗国有建设用地上完成其中的“仓储物流中心”项目建设并取得不动产权证书，就剩余项目建设，洪雅县规划和自然资源局向公司发出《洪雅县规划和自然资源局关于加快推进么麻子食品股份有限公司 HYG(2019)03 号宗地项目建设的通知》，考虑到公司系因客观原因而导致无法按期竣工，洪雅县规划和自然资源局就剩余项目土地未认定为闲置土地，不涉及违约金、闲置费、罚款或其它处罚措施；针对 HYG(2020)12 号宗地项目，洪雅县规划和自然资源局向公司发出《洪雅县规划和自然资源局关于加快推进么麻子食品股份有限公司 HYG(2020)12 号宗地开工建设的通知》，考虑到公司系因受总体产业战略规划调整等客观原因而导致无法按期开工，洪雅县规划和自然资源局就上述宗地未认定为闲置土地，不涉及违约金、闲置费、罚款或其它处罚措施。

鉴于公司前述延期开工、竣工事宜系因受总体产业战略规划调整等客观原因而导致，且洪雅县规划和自然资源局已出具文件，就上述宗地未认定为闲置土地，不涉及违约金、闲置费、罚款或其它处罚措施，上述土地瑕疵对公司本次挂牌不构成重大不利影响。

二、公司产品质量管理体系的建设及执行情况是否符合相关法律法规的规定，报告期内是否存在重大食品安全问题、产品质量不合格、被停产或停售等情况，是否因产品质量问题导致消费者投诉、民事纠纷或受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司采取的整改规范措施及有效性、具体执行情况

（一）公司产品质量管理体系的建设及执行情况符合相关法律法规的规定

经核查，报告期内公司在原辅材料质量控制、生产过程质量与安全控制、食品添加剂质量控制、流通领域质量安全控制、食品安全可追溯控制等方面制定了全流程质量管理制度，主要如下：

| 序号 | 业务环节     | 质量管理制度                | 主要内容                      |
|----|----------|-----------------------|---------------------------|
| 1  | 原辅材料质量控制 | 《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》 | 规定了公司原辅材料、食品添加剂及包装材料验收标准。 |

| 序号 | 业务环节            | 质量管理制度             | 主要内容                                               |
|----|-----------------|--------------------|----------------------------------------------------|
|    |                 | 《原辅料及包装材料验收管理制度》   | 规定了公司所有产品使用的原辅料及包装材料的采购及验收管理要求。                    |
|    |                 | 《采购管理内控流程》《采购控制程序》 | 规定了采购计划管理、采购实施管理、采购验收管理、供应商管理等采购管理流程要求。            |
|    |                 | 《供应商现场审核评价标准》      | 明确了资质及诚信审核、质量控制、设备管理、关键工序管理、产品防护、检验设备等供应商现场审核评价标准。 |
|    |                 | 《原辅材料进货查验记录制度》     | 规定了原辅材料进货时对供方资质验证、原辅材料查验和验收的相关记录要求。                |
| 2  | 生产过程<br>质量与安全控制 | 《质量检验管理制度》         | 明确了对半成品和成品进行检验并做好检验记录要求。                           |
|    |                 | 《不合格品控制程序》         | 明确各类不合格原辅材料、不合格半成品和成品的控制、记录、处置等管理。                 |
|    |                 | 《产品出厂检验记录制度》       | 规定了对出厂产品进行检查和验证工作的相关要求。                            |
|    |                 | 《产品防护控制程序》         | 规定了公司流转中的外购/委外加工产品、半成品和成品生产过程中影响食品安全的各环节等产品防护控制。   |
|    |                 | 《产品监视和测量控制程序》      | 规定了原辅料、包装材料的入库检验，以及从生产到成品的全过程的监视和产品测量要求。           |
|    |                 | 《食品安全自查管理制度》       | 明确食品安全自查的内容和工作要求。                                  |
|    |                 | 《内部审核控制程序》         | 明确公司内部审核的程序、实施等相关要求。                               |
|    |                 | 《危害分析控制程序》         | 规定了食品安全危害的识别与评估相关程序和要求。                            |
|    |                 | 《致敏原和致敏性化学物质控制程序》  | 规定了公司致敏物质的采购、生产和销售的控制要求。                           |
|    |                 | 《仓储部工作手册》          | 规定了仓库日常卫生清理、维护和管理工作要求。                             |
|    |                 | 《原料及产品运输车辆管理制度》    | 规定了对原辅材料及成品装运车辆的卫生控制要求。                            |
|    |                 | 《从业人员健康管理制度》       | 明确对公司在职工工的健康管理要求。                                  |
| 3  | 食品添加剂质量控制       | 《食品添加剂管理制度》        | 明确对食品添加剂的采购、使用要求。                                  |
| 4  | 流通领域<br>质量安全控制  | 《不合格品控制程序》         | 明确各类不合格退货产品的控制、记录、处置等管理。                           |
|    |                 | 《食品安全事故处置制度》       | 对出现的突发食品安全事故需实施应急处置相关要求。                           |
|    |                 | 《不合格产品召回管理制度》      | 明确了不合格产品召回的相关程序和要求。                                |
| 5  | 食品安全可追溯控制       | 《标识和可追溯性控制程序》      | 明确了公司与生产有关的采购物资、过程产品、成品的标识及可追溯性的控制要求。              |

公司在日常生产经营过程中严格执行上述各环节的质量管理制度，保证了产品质量，报告期内公司未发生重大产品质量安全事故，符合《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规的规定。

此外，公司于 2021 年 8 月 4 日通过方圆标志认证集团有限公司认证取得《质量管理体系认证证书》（证书编号：00221Q24869R1M），并于 2024 年 6 月 27 日取得换发后的《质量管理体系认证证书》（证书编号：00224Q23788R2M），认定公司建立的质量管理体系符合标准 GB/T19001-2016/ISO9001:2015，认证覆盖的范围为食用调味油（香辛料调味油、复合调味油）、半固体（酱）调味料（复合调味酱、火锅底料）、液体调味料（液态复合调味料）、酱卤肉制品、其他蔬菜制品（清水雅笋）的生产。

根据洪雅县市场监管局于 2024 年 1 月 15 日、2024 年 10 月 11 日出具的《证明》，报告期内，未发现公司存在食品安全和消费维权领域违法行为，未被列入经营异常名录和严重违法失信企业名单，未受过洪雅县市场监督管理局的行政处罚。

综上，公司在原辅材料质量控制、生产过程质量与安全控制、食品添加剂质量控制、流通领域质量安全控制、食品安全可追溯控制等各个环节的质量管理体系建设完善并有效执行；报告期内，公司不存在因食品质量问题受到主管部门处罚的情况，质量管理体系建设及执行符合《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规的规定。

**（二）报告期内是否存在重大食品安全问题、产品质量不合格、被停产或停售等情况，是否因产品质量问题导致消费者投诉、民事纠纷或受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司采取的整改规范措施及有效性、具体执行情况**

报告期内，公司因存在产品质量问题被客户或消费者投诉的情况如下表所示。其中，客户或消费者的投诉主要集中在产品包装破损所引起的产品受损情形，均已妥善处理，未发生进一步纠纷或诉讼的情形：

| 序号 | 日期         | 被投诉产品       | 质量问题  | 原因/整改措施和具体执行情况                         |
|----|------------|-------------|-------|----------------------------------------|
| 1  | 2022.01.17 | 96 克藤椒鸡肉    | 内袋漏   | 物流导致包装破损，公司已赔付                         |
| 2  | 2022.01.19 | 80ml*20 花椒油 | 数量短缺  | 数量短缺，公司已补货                             |
| 3  | 2022.02.16 | 5L*2 藤椒油    | 瓶盖浸油  | 包装材料问题，已补货                             |
| 4  | 2022.03.01 | 5L 藤椒油      | 底部有沉淀 | 经查看同批次留样样品无沉淀、查看本批次原料、包材、生产过程记录无异常；产品已 |

| 序号 | 日期         | 被投诉产品             | 质量问题                                        | 原因/整改措施和具体执行情况                                                                                        |
|----|------------|-------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |            |                   |                                             | 开封，作换货处理                                                                                              |
| 5  | 2022.03.31 | 300g 清水雅笋<br>笋筒   | 笋筒腐烂                                        | 经检测同批次产品均合格，推断为包装袋渗漏导致腐败现象，已与客户沟通解决                                                                   |
| 6  | 2022.04.22 | 5L 藤椒油            | 瓶盖浸油                                        | 包装材料问题，已通知供应商整改，已补货                                                                                   |
| 7  | 2022.05.04 | 248g 青椒雅笋<br>酱    | 青椒雅笋酱有白色物<br>质                              | 白色物质为原料（大蒜），已与客户沟通解决                                                                                  |
| 8  | 2022.06.05 | 300g 清水雅笋<br>笋筒   | 笋筒腐烂                                        | 经检验同批次样品，无异样，已与客户沟通解决                                                                                 |
| 9  | 2022.06.10 | 200ml 藤椒捞汁<br>搭赠版 | 未标注赠品，外箱未<br>标识赠品日期。                        | 外箱缺少标识，已与客户沟通解决                                                                                       |
| 10 | 2022.06.10 | 5L 藤椒油            | 油色泽偏黑，浑浊，<br>沉淀                             | 沉淀物为自然析出物质，对食品品质无影响，已与客户沟通解决                                                                          |
| 11 | 2022.06.10 | 300g 清水笋筒         | 产品无法使用，影响<br>菜品出品，客户反应<br>咬不动，存在未泡发<br>好的现象 | 对收到的样品进行了检验，未发现问题，本次投诉属个体口感差异，已与客户沟通解决                                                                |
| 12 | 2022.06.13 | 220g 藤椒烧椒<br>酱    | 有 1 瓶无标签                                    | 系装箱人员疏漏，公司作补货处理                                                                                       |
| 13 | 2022.10.18 | 800g 藤椒青椒<br>酱    | 渗漏                                          | 系外力导致破损，已与客户沟通解决                                                                                      |
| 14 | 2022.11.21 | 5L 藤椒油            | 沉淀物多、浑浊                                     | 沉淀物系自然析出物质，已与客户沟通解决                                                                                   |
| 15 | 2023.02.03 | 220g 青椒雅笋<br>酱    | 产品的油浑浊                                      | 感官检测无浑浊；进行感官口评，产品油浑浊产生的原因是个别产品真空锁盖不到位，杀菌时有少许水蒸汽进入到瓶中与产品油脂混合呈现浑浊状态。已采取增加内包装环节锁盖检查、加强杀菌后检查的措施，并已与客户沟通解决 |
| 16 | 2023.02.11 | 248g 油泼辣子         | 产品里有异物                                      | 异物为老生姜丝，已与客户沟通解决                                                                                      |
| 17 | 2023.02.27 | 220g 鸡肉雅笋<br>酱    | 产品里有头发                                      | 因外购原辅料未剔除干净而产生，作赔付处理                                                                                  |
| 18 | 2023.03.02 | 220g 青椒雅笋<br>酱    | 瓶盖往上鼓起，疑似<br>漏气                             | 因内包装真空锁盖时真空未抽到位而产生，作换货处理                                                                              |
| 19 | 2023.03.03 | 248g 油泼辣子         | 产品里有生姜丝                                     | 因原辅料预处理工序中有对生姜进行斩拌操作而产生。公司已采取更换斩拌机刀片、取消使用较干老姜的措施，并已退款                                                 |
| 20 | 2023.03.08 | 500ml 藤椒油         | 从瓶身由上至下漂浮<br>絮状物、沉淀严重                       | 系半成品调配后静置沉淀时间不够引起。公司采取生产前调配好、按标准进行沉淀、沉淀时间达到之后再灌装的措施，并已与客户沟通解决                                         |
| 21 | 2023.03.08 | 500g 藤红鸡汁         | 内袋红油包破裂，外<br>袋包装完好无损                        | 系包装袋侧面（供应商封口处）爆袋所致，公司已补货                                                                              |
| 22 | 2023.03.23 | 40g 辣椒油包          | 爆袋                                          | 系包装袋侧面（供应商封口处）爆袋所致，已与客户沟通解决                                                                           |
| 23 | 2023.04.03 | 380ml 花椒油         | 产品未开封发现异物                                   | 疑是灯检人员线上操作未发现所致，公司要求上瓶人员在上瓶作业时倒触玻瓶，防止包装物异物带入，利用早会对灯检人员进行作                                             |



| 序号 | 日期           | 被投诉产品       | 质量问题          | 原因/整改措施和具体执行情况                                                                                        |
|----|--------------|-------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |              |             |               | 业指导标准培训，加强现场自检和巡检，并已退款                                                                                |
| 24 | 2023.06.07   | 9kg 凉菜油辣子   | 产品里有碎石子等异物    | 系外购原材料七星椒在晾晒、转运过程中与地面直接接触时带入。公司已购买振动筛选机和粉碎机，由公司自行处理辣椒粉碎的工序，再通过二次筛选，杜绝此风险。已与客户沟通解决                     |
| 25 | 2023.05.26   | 2.5L 藤椒油    | 麻味和香气明显弱于其他批次 | 经回溯检验，整个生产过程工艺无异常情况、留样产品与其它批次感官进行对比检测，未见差异。已与客户沟通解决，产品不影响使用。                                          |
| 26 | 2023.07.30   | 钵钵鸡红油       | 外箱污染、产品渗漏     | 系手工灌装时，经擦拭后肉眼不可见的油迹依然存在，封口不牢固，经物流颠簸、挤压后出现渗漏，进而导致外箱污染。公司后续生产产品遇油污产品的，经洁净干毛巾擦拭后喷洒酒精擦拭，装箱时进行检验。公司已向客户补货。 |
| 27 | 2023.08.18   | 1.2kg 藤椒捞汁  | 瓶口处有发霉情况      | 系供应商批量生产的瓶子满口容量不达标，瓶装时物料溅出外壁，外包时未擦拭干净导致瓶身污渍处长出霉斑。公司已加强包材质量验收，增加包装瓶身擦拭次数。公司已向经销商补货。                    |
| 28 | 2023.08.25   | 500g 藤红钵钵鸡汁 | 内袋汤包破裂        | 系内袋外膜起层和边封挤压跑动导致。经查此批内袋已无存货，公司已要求供应商提升内袋质量。公司已与客户沟通解决并补货。                                             |
| 29 | 2023.09.14   | 5L 藤椒油      | 盖子处漏油；桶底生锈漏油  | 盖子漏油系因该铁罐为个别不良品，桶底生锈为贮存环境潮湿或碰到水易生锈。公司已加大采购材料验收抽查力度，按产品储存要求进行贮存。公司已与客户沟通换货。                            |
| 30 | 2023.12.29   | 红油钵钵鸡汁      | 漏袋            | 系因供应商个别包材封口太靠边导致爆袋。公司已向供应商反馈要求其改善质量。公司已与经销商协商补货。                                                      |
| 31 | 2024. 01. 12 | 500g 藤椒调味料  | 侧面挤压线处爆开漏袋    | 系因供应商个别包材封边不严导致爆袋。公司已向供应商反馈要求其改善质量。公司已与经销商协商补货。                                                       |
| 32 | 2024. 01. 18 | 500g 冒烤鸭调料  | 标签信息模糊        | 系因运输途中产品摩擦导致字迹模糊。公司通过采取在标签上面加贴一层膜的方式保护标签信息。对于标签模糊的产品赠与客户使用。                                           |
| 33 | 2024. 02. 06 | 500g 藤椒调味料  | 爆袋            | 系因供应商个别包材封边不严导致爆袋。公司已向供应商反馈要求其改善质量。公司已与经销商协商补货。                                                       |
| 34 | 2024. 04. 17 | 5L 藤椒油      | 盖子漏油          | 因个别盖子有瑕疵导致漏油，公司已加大抽查力度，及时发现和剔除不良品。公司已与经销商协商补货。                                                        |
| 35 | 2024. 06. 14 | 5L 藤椒油      | 手把漏油          | 因个别铁罐瑕疵导致漏油，公司已加大验收抽查力度，及时发现和剔除不良品。公司已与经销商协商补货。                                                       |

| 序号 | 日期           | 被投诉产品             | 质量问题 | 原因/整改措施和具体执行情况                                               |
|----|--------------|-------------------|------|--------------------------------------------------------------|
| 36 | 2024. 07. 23 | 5L 藤椒油            | 底边漏油 | 因个别铁罐瑕疵导致漏油，公司已加大验收抽查力度，及时发现和剔除不良品。公司已与经销商协商补货。              |
| 37 | 2024. 08. 20 | 500g 钵钵鸡鸡汁（藤椒红油味） | 爆袋   | 因产品灌装过程中个别产品封口处粘料加之运输过程中外力作用导致。公司已向供应商反馈要求其改善质量。公司已与经销商协商补货。 |

如上所述，报告期内公司发生的客户或消费者对于产品质量问题的投诉主要源于采购、生产和货运过程中产生的包装破损等问题，该等问题均具有外观异常、易于察觉的特点，未发生误食，未损害消费者健康。公司针对消费者投诉的情形已采取有效的整改措施，在以协商方式妥善处理客户及消费者投诉事宜的同时，建立了有效处理相关投诉事件的工作机制，积极自查原因、有针对性的改进相关生产和货运供应商管理流程，以不断减少相关风险的发生。

根据洪雅县市场监督管理局于 2024 年 1 月 15 日和 2024 年 10 月 11 日出具的《证明》，报告期内，未发现公司存在食品安全和消费维权领域违法行为，未被列入经营异常名录和严重违法失信企业名单，未受过洪雅县市场监督管理局的行政处罚。

综上，针对消费者投诉的情形，公司已经采取有效的整改措施。除上述公司客户或消费者投诉的情形外，公司报告期内不存在重大食品安全问题、产品质量不合格、被停产或停售等情况，不存在因产品质量问题导致民事纠纷或受到行政处罚的情形，不构成重大违法违规。

三、报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方的方式进行刷单、虚构评价等违规行为，若存在，说明相关情况、各期刷单金额及资金来源等，是否存在欺诈消费者、违反电商平台业务规则及《反不正当竞争法》规定的情形

公司线上销售包括入仓模式和自营模式两种渠道，主营业务收入的具体构成情况如下：

单位：万元

| 销售模式 | 2024 年 1-8 月 |        | 2023 年度   |        | 2022 年度   |        |
|------|--------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|      | 金额           | 比例     | 金额        | 比例     | 金额        | 比例     |
| 线下销售 | 39,205.70    | 97.33% | 51,264.06 | 95.95% | 41,381.44 | 94.64% |
| 线上销售 | 1,075.32     | 2.67%  | 2,165.16  | 4.05%  | 2,342.56  | 5.36%  |

|         |           |         |           |         |           |         |
|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| 其中：自营模式 | 801.63    | 1.99%   | 1,687.87  | 3.16%   | 1,927.30  | 4.41%   |
| 入仓模式    | 273.69    | 0.68%   | 477.30    | 0.89%   | 415.26    | 0.95%   |
| 主营业务收入  | 40,281.02 | 100.00% | 53,429.23 | 100.00% | 43,724.00 | 100.00% |

由上表可知，报告期内线上销售占主营业务收入的比例分别为 5.36%、4.05%和 2.67%，其中自营模式收入占主营业务收入的比例分别为 4.41%、3.16%和 1.99%，占比较低。

## 1、入仓模式

在入仓模式下，电商平台主要负责订单管理及后续的物流配送，终端消费者下单后由电商平台直接发出货物，公司无法获取终端客户及订单明细信息。公司入仓模式下相关销售渠道均为知名的京东自营和天猫超市等大型电商企业，具有严格内部控制制度，不具有配合公司进行刷单、虚构评价等违规行为的动机和操作可行性。

## 2、自营模式

### (1) 各电商平台严格禁止刷单、虚构评价等违规行为

公司线上销售自营模式主要平台均严格禁止刷单、虚构评价等虚假交易情形，如商家存在虚假交易，相关平台有权进行纠正或处罚，具体如下：

| 平台名称  | 相关处罚规定                                                           |
|-------|------------------------------------------------------------------|
| 淘宝/天猫 | 下架商品、搜索降权商品、取消虚假交易产生的不当利益、扣除店铺积分                                 |
| 拼多多   | 限制店铺功能、限制店铺资金提现、扣除保证金、解除与商户协议                                    |
| 抖音小店  | 平台将对相关商品封禁、取消虚假交易产生的不当利益、扣除积分、限制提报营销活动                           |
| 京东    | 删除违规商品销量、评价等不正当权益，限制参与营销活动，禁止发布新商品，禁止上架待售商品，全店商品下架，扣除违约金，对商家进行清退 |

除针对刷单、虚构评价等虚假交易行为制定了处罚规定，各平台还对商户的订单下达、揽收、发货、派签全业务流程动态进行了严格监控，如有异常均会进行提示警告或直接视情节轻重进行处理。异常情况包括但不限于物流发货时间早于订单下达时间、多个收货地址使用同一个快递单号、物流运送轨迹与收货地不符、派送后长时间无人签收等。因此，在各大型电商平台的严格监控下，公司进行大规模或频繁刷单、

虚构评价等虚假交易行为不具有可操作性。

报告期内，公司及其关联方也不存在通过自身或委托第三方的方式因刷单、虚构评价等违规或疑似违规行为受到平台处罚的情形。

(2) 公司主要平台线上销售业务数据未见异常

公司线上销售自营模式第一大平台为天猫平台，报告期内天猫平台占线上销售自营模式收入均超过 50%，其余平台主要包括拼多多、抖音小店、京东、快手小店、美团、淘宝工厂店等，相关平台均为大型知名线上销售平台，公司在相关平台的交易规模相对分散且交易金额较小。天猫平台自 2022 年起逐步强化保护消费者隐私及信息安全方面的措施，提供的订单明细不再包含消费者 ID、消费者收件地址、消费者联系电话等买家信息。

针对主要平台天猫平台的平均订单金额情况分析如下：

| 项目          | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度      | 2022 年度      |
|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 订单数量（个）     | 86,347       | 196,488      | 236,497      |
| 销售总额（元）     | 3,119,502.31 | 6,702,875.97 | 9,607,069.77 |
| 平均订单金额（元/个） | 36.13        | 34.11        | 40.62        |

针对主要平台天猫平台的消费区间分层情况分析如下：

| 金额          | 2024 年 1-8 月 |              |        | 2023 年度    |              |        | 2022 年度    |              |        |
|-------------|--------------|--------------|--------|------------|--------------|--------|------------|--------------|--------|
|             | 订单数<br>(个)   | 合计金额<br>(元)  | 金额占比   | 订单数<br>(个) | 合计金额<br>(元)  | 金额占比   | 订单数<br>(个) | 合计金额<br>(元)  | 金额占比   |
| <100 元      | 82,767       | 2,301,553.25 | 73.78% | 186,967    | 4,366,725.15 | 65.15% | 226,533    | 6,816,446.18 | 70.95% |
| [100,500)   | 3,382        | 594,799.62   | 19.07% | 8,997      | 1,584,576.28 | 23.64% | 9,190      | 1,815,781.02 | 18.90% |
| [500,1000)  | 107          | 71,537.82    | 2.29%  | 282        | 192,308.80   | 2.87%  | 347        | 246,099.79   | 2.56%  |
| [1000,5000) | 89           | 136,791.62   | 4.39%  | 221        | 392,151.67   | 5.85%  | 418        | 668,172.58   | 6.96%  |
| 5000 元及以上   | 2            | 14,820.00    | 0.48%  | 21         | 167,114.0    | 2.49%  | 9          | 60,570.20    | 0.63%  |

|    |        |              |         |         |              |         |         |              |         |
|----|--------|--------------|---------|---------|--------------|---------|---------|--------------|---------|
|    |        |              |         |         | 7            |         |         |              |         |
| 合计 | 86,347 | 3,119,502.31 | 100.00% | 196,488 | 6,702,875.97 | 100.00% | 236,497 | 9,607,069.77 | 100.00% |

注：相关订单以下单时间为依据，统计订单状态为已完成的部分，因此和网销平台确认的销售收入金额有一定差异。

由上表可知，报告期内，天猫平台平均订单金额分别为 40.62 元/个、34.11 元/个和 36.13 元/个，与公司产品定价基本一致。报告期内天猫平台单笔订单金额小于 500 元的比例分别为 89.85%、88.79%和 92.85%，基本保持稳定，与公司产品单价水平相符。根据公司导出的 2021 年度及以前年度包含买家收件地址的订单信息，公司电商平台上金额超过 500 元的大额订单主要是发往大型食品批发市场、餐饮终端店铺等，具有合理性。

### （3）银行流水核查程序未发现资金用于刷单、虚构评价的行为

中介机构获取了公司、公司主要关联方、公司关键自然人报告期内的银行流水。经核查，公司、公司主要关联方、公司关键自然人银行流水均不存在支付资金用于刷单、虚构评价的行为。

综上，入仓模式下，网络销售渠道均为知名的京东自营和天猫超市等大型电商企业，具有严格内部控制制度，不具有配合公司进行刷单、虚构评价等违规行为的动机和可行性。自营模式下，一方面各电商平台对刷单、虚构评价等违规行为均有严格管理及监督制度，违规可操作性较低且惩罚力度较大；另一方面公司主要平台平均订单价格与其产品定价匹配，平均消费区间也集中于公司主要产品价格区间内，具有合理性；且通过银行流水核查程序，亦未发现公司、公司主要关联方、公司关键自然人均存在支付资金用于刷单、虚构评价的行为。基于上述情况，公司线上销售数据不存在刷单、虚构评价等违规行为可能导致的异常，公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方的方式进行刷单、虚构评价等违规行为，不存在欺诈消费者、违反电商平台业务规则及《反不正当竞争法》规定的情形。

四、报告期内公司是否存在购买竞价排名和广告推广等互联网信息搜索服务的情形，如存在，请说明购买途径、支出金额及对公司业务的影响，是否存在精准营销及相关数据应用的合法合规性；公司营销推广信息、广告发布的合法合规性，是否存在虚假宣传或发布违法违规信息等情形

### （一）公司购买互联网信息搜索服务等线上推广情况

购买竞价排名和广告推广等互联网信息搜索服务属于付费搜索事项，系互联网平台推出的正常付费服务，通过付费的方式使推广信息在搜索结果中排名靠前，其主要原理是系统根据推广客户的出价与推广内容质量度的乘积决定推广信息是否展现及展现位置，这种推广模式在互联网平台中被广泛采用，并通常采取按点击付费的计费方式。

报告期内，公司在天猫、京东、抖音小店、快手、拼多多、美团、淘宝工厂店等第三方平台入驻开设品牌自营旗舰店，经查阅公司使用付费搜索服务后台消费记录，公司根据自身品牌推广和销售策略需求，存在购买竞价排名等互联网信息搜索服务的情形，包括展示位购买、点击付费营销、达人推广等，具体情况如下：

| 类型   | 推广方式                                | 具体参与途径                               | 具体内容                                                     |
|------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 站内推广 | 电商平台竞价排名、展示位购买、点击付费营销、达人推广等。        | 通过天猫、京东、抖音小店、拼多多、淘宝工厂店等第三方平台的广告渠道进行。 | 在平台广告渠道中，通过展示位购买、点击付费营销、达人推广等实现增加产品曝光率、点击率，从而实现转化提高销售订单。 |
| 站外推广 | 通过广告发布、网站、微信公众号、微信视频号等对公司品牌和产品进行宣传。 | 委托广告传媒公司和政府融媒体中心发布广告和宣传推广。           | 通过广告发布、网站、微信公众号、微信视频号等发布宣传信息，吸引买家进行消费。                   |

公司线上推广支出投入力度越大，公司可以在电商平台关键词、展示位等不同场景下获得更高的曝光量，间接带来更高的线上销售收入，有助于公司销售收入的增长。报告期内，公司市场推广支出金额如下：

| 项目              | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度  | 2022 年度  |
|-----------------|--------------|----------|----------|
| 市场推广支出（万元）      | 254.61       | 389.86   | 427.45   |
| 其中：站内推广支出（万元）   | 238.11       | 317.50   | 317.99   |
| 站外推广支出（万元）      | 16.50        | 72.36    | 109.46   |
| 线上销售收入（万元）      | 1,075.32     | 2,165.16 | 2,342.56 |
| 市场推广支出占线上销售收入比例 | 23.68        | 18.01    | 18.25    |

综上，报告期内，公司线上推广模式以电商平台展示位购买、点击付费营销、达人推广以及广告发布、网站、微信公众号和视频号宣传等方式组成，上述推广方式合法、合规；报告期内，公司线上推广支出金额占当期线上销售收入比例较小且基本稳定。

## **（二）公司不存在精准营销，有关数据应用合法合规**

公司业务通过互联网应用主要收集的个人信息或数据情况包括：线上直销模式下，公司在天猫、京东、抖音小店、快手、拼多多、美团等开设的店铺在进行线上销售时通过平台获取用户个人信息，在取得用户授权同意前提下，公司按照第三方平台监管规则对获取的个人信息具有使用权。除此之外，公司网站本身不具备收集用户个人信息或数据的功能，公司开设的微信公众号、微信视频号等使用第三方开发的其他互联网应用不涉及收集用户个人信息。

公司仅在平台店铺交易过程中有权使用用户个人信息，且该等个人信息通过保密设置使得公司无法获取用户的完整、准确的信息，公司无法脱离平台店铺交易使用用户个人信息，据此，公司无法利用收集到的用户信息对用户开展精准营销。报告期内，公司也不存在其他精准营销的情况。

根据洪雅县市场监督管理局出具的证明并经查询四川省通信管理局、四川省经济和信息化厅、眉山市经济和信息化局、眉山市市场监督管理局等有关部门网站以及中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、百度等网站公开信息，报告期内，公司不存在泄漏用户信息、违规收集或使用用户信息、利用用户信息违规开展精准营销等侵犯用户权益的情形。公司报告期内有关数据应用合法合规，不存在与个人信息或数据合规相关的诉讼、仲裁纠纷或行政处罚。

## **（三）公司营销推广信息、广告发布的合法合规性，是否存在虚假宣传或发布违法违规信息等情形**

报告期内，公司在天猫、京东、抖音小店、快手、拼多多等第三方平台入驻开设品牌自营旗舰店，公司存在购买竞价排名等互联网信息搜索服务来进行营销推广的情形，包括展示位购买、点击付费营销、达人推广等。公司不存在通过购买竞价排名等互联网信息搜索服务进行虚假宣传或发布违法违规信息等情形。

报告期内，公司存在委托广告传媒公司发布广告和进行宣传推广，向宣传用品销

售公司采购宣传用品等用于经销商宣传推广，以及通过公司网站、微信公众号和微信视频号进行宣传推广的情形。公司营销或推广的产品为麻系味型特色调味食品，不属于《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》规定的禁止生产、销售以及禁止发布广告的商品，或发布前须申请广告审查的商品，公司营销或推广的相关信息或广告不涉及需要办理广告发布审查的情形。

根据洪雅县市场监督管理局 2024 年 1 月 15 日和 2024 年 10 月 11 日出具的《证明》及主办券商对洪雅县市场监督管理局的访谈，经洪雅县市场监督管理局在四川省市场监管一体化工作平台查询并征询相关业务股室意见，2023 年 3 月 9 日，公司在其自建网站发布的广告内容中含有“最大”等表述因涉嫌发布违法广告被洪雅县市场监督管理局立案调查，经查，上述违法广告发布时间短，且公司初次违法并及时改正，未造成危害后果，依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条第一款的规定，决定不予行政处罚。经核查公司网站、微信公众号、微信视频号的内容，除前述情形外，报告期内公司不存在其他通过前述载体进行虚假宣传或发布违法违规信息等情形。

经公开检索中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、百度等网站公开信息，报告期内，公司不存在虚假宣传或发布违法违规信息等情形，不存在因此受到投诉、纠纷、诉讼或行政处罚等情形。

综上，除前述曾存在的公司发布的广告内容中短期含有“最大”等表述因涉嫌发布违法广告被洪雅县市场监督管理局立案调查但不予行政处罚外，报告期内公司营销推广信息、广告发布合法合规，不存在其他虚假宣传或发布违法违规信息等情形。

五、公司采购劳务外包服务的原因，是否符合行业惯例，是否涉及公司主营业务的核心环节，公司是否具备独立生产加工能力，是否对劳务外包方式存在重大依赖，是否存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形；所涉金额、定价依据及公允性，是否存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排

（一）公司采购劳务外包服务的原因，是否符合行业惯例，是否涉及公司主营业务的核心环节，公司是否具备独立生产加工能力，是否对劳务外包方式存在重大依赖，是否存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形

#### 1、公司采购劳务外包服务具有合理性，符合行业惯例

报告期内，因藤椒采摘和藤椒油生产具有明显的季节性特征（主要集中在每年 6-8



月)且该等工作对人员的需求量较大,公司将相关原料上料、拣选、生榨、分离、腌制以及种植藤椒等工作任务外包给外包服务公司,为公司提供临时性、季节性劳务用工。

经公开检索,在食品类上市公司中,天味食品(603317)、洽洽食品(002557)、三全食品(002216)、祖名股份(003030)等公司亦采用了劳务外包方式作为正常生产的有益补充,公司采购劳务外包服务符合行业惯例。

## **2、公司采购劳务外包服务不涉及公司主营业务的核心环节**

公司劳务外包人员所提供的服务主要包括预处理、转运、装箱、清洁、种植藤椒等,其所在岗位属于公司生产经营活动过程中的辅助性岗位,劳务人员仅参与公司生产经营过程中的部分岗位,所提供的劳务均为重复性劳动,可替代性较高,不涉及公司主营业务核心环节。

## **3、公司具备独立生产加工能力,对劳务外包方式不存在重大依赖**

公司自设立以来一直从事麻系味型特色调味产品的研发、生产和销售,已经初步形成了以藤椒调味油为主导、椒麻味型复合调味料和地方特产食品为特色的产品矩阵,公司拥有行业领先的“腌制+鲜榨+超临界萃取”藤椒油制作工艺,拥有独立、完备的厂房和生产设备;截至报告期末,公司取得**798**项境内商标,**22**项专利,11项软件著作权和**14**项作品著作权;截至报告期期末,公司及分公司一共拥有员工**398**人,其中行政管理人员、技术人员及生产人员**318**人,公司具备与业务规模相匹配的人员队伍。

报告期内,为控制生产环节的稳定性,公司的各类调味油及调味料产品均以自主生产为主,只有极少量复合调味品配料会采用委托加工的方式进行生产。公司自主生产过程中将部分辅助性岗位进行劳务外包,公司劳务外包人员所提供的服务主要包括预处理、转运、装箱、清洁、种植藤椒等,其所在岗位属于公司生产经营活动过程中的辅助性岗位,劳务人员仅参与公司生产经营过程中的部分岗位,所提供的劳务均为重复性劳动,可替代性较高。

综上,公司拥有独立、完备的厂房和生产设备,在麻系味型特色调味食品领域形成了较强的技术优势和人才储备,能够覆盖核心生产环节所需的技术与管理要求,公司生产人员充足,具备独立生产加工能力,对劳务外包方式不存在重大依赖。

## **4、公司不存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形**

报告期内，因藤椒采摘和藤椒油生产具有明显的季节性特征（主要集中在每年 6-8 月）且该等工作对人员的需求量较大，公司将相关原料上料、拣选、生榨、分离、閤制以及种植藤椒等工作任务外包给四川天朗人力资源管理服务有限公司（以下简称“四川天朗”）和洪雅县宏顺人力资源管理有限公司（以下简称“洪雅宏顺”），四川天朗和洪雅宏顺（以下合称为“外包服务公司”），为公司提供临时性、季节性劳务用工。

劳务派遣与劳务外包主要在主体方面、岗位要求方面、法律关系方面、支配与管理方面、工作成果衡量标准方面、法律适用方面存在区别，根据公司与四川天朗和洪雅宏顺签订的《劳务外包协议书》及公司劳务外包的相关情况进行逐项比对，具体情况如下：

| 项目       | 劳务派遣                                               | 劳务外包                                             | 公司的劳务外包情况                               |
|----------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 用工风险承担主体 | 用工单位承担用工风险，用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣公司与用工单位承担连带赔偿责任。   | 劳务公司承担用人风险或由用人引起的质量风险，用人单位不对劳动者承担连带赔偿责任。         | 外包服务公司员工在公司工作期间，非公司原因的人身安全责任由外包服务公司负责。  |
| 劳务人员管理主体 | 用工单位与被派遣劳动者对接，由用工单位负责员工的指导、监督及管理。                  | 用人单位与劳务公司对接，由劳务公司负责劳务人员的指导、监督及管理。                | 外包服务公司根据公司的实际需求委派雇员到公司服务，并安排驻场人员进行现场管理。 |
| 劳务费用计算方式 | 通常按照实际用工单位的正式员工对待，实行同工同酬，派出员工的具体工资由用工单位决定。         | 由用工单位与劳务公司按照以工作内容和工作结果为基础进行整体结算，劳务人员具体工资由劳务公司确定。 | 按外包服务公司的工作量计算劳务费用。                      |
| 劳务费用结算方式 | 用工单位直接向劳动者支付工资薪酬（部分情况存在由劳务派遣公司代收代付）并向劳务派遣公司支付派遣费用。 | 用工单位向劳务公司整体支付外包劳务费；劳务公司向劳动者支付薪酬及缴纳社保。            | 公司向外包服务公司支付外包费用。                        |

由上表可见，公司与外包服务公司签订的劳务外包协议不包含劳务派遣性质的约定，公司不存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形。

综上所述，公司采购劳务外包服务具有合理性，符合行业惯例，公司采购劳务外包服务不涉及公司主营业务的核心环节，公司具备独立生产加工能力，对劳务外包方式不存在重大依赖，公司不存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形。

**（二）所涉金额、定价依据及公允性，是否存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排**

## 1、所涉金额、定价依据及公允性

报告期内，公司劳务外包费用金额占当期营业成本比例情况如下：

| 项目         | 2024 年 1-8 月   | 2023 年度        | 2022 年度        |
|------------|----------------|----------------|----------------|
| 营业成本（元）    | 252,490,883.46 | 363,630,744.39 | 304,697,146.70 |
| 劳务费用（元，含税） | 1,215,554.12   | 1,357,424.29   | 899,562.37     |
| 占比（%）      | 0.48           | 0.37           | 0.30           |

四川天朗为公司提供的劳务外包服务主要涉及装卸、上椒、打包码垛、筛杆、筛选等岗位，根据不同岗位的工作量、工作难易程度及实际工作量等，公司向四川天朗支付的劳务外包费用约 150-200 元/人/天；洪雅宏顺为公司提供的劳务外包服务为藤椒采摘等，劳务外包费用由公司参照当地农业合作社当年的采摘价格确定，报告期内的价格约为 3 元/斤。

公司采购劳务外包服务具有一定特殊性，市场中没有公开标准价格。2024 年洪雅宏顺除藤椒采摘外，也开始为公司提供少量简单的工厂劳务，相关劳务外包费用约 150 元/人/天，与四川天朗的报价基本一致。公司与外包服务公司综合考虑劳务人员管理费用、人员工资、实际工作量、工作难易程度、税款等多方面因素进行协商定价。公司与外包服务公司之间不存在关联关系，亦不存在定价不公允、为公司利益输送或其他特殊利益安排的情况。

据此，公司采购的劳务外包服务以管理费用、人员工资、实际工作量等多方面因素为基准协商定价，采购价格具备公允性。

## 2、公司与外包服务公司不存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排

报告期内，为公司提供劳务外包服务的公司基本情况如下：

### （1）四川天朗

|          |                    |
|----------|--------------------|
| 公司名称     | 四川天朗人力资源管理服务有限公司   |
| 成立时间     | 2009 年 12 月 29 日   |
| 统一社会信用代码 | 91511423MA62J2WD94 |

|       |                                                                                                                                                                                                                |           |         |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|
| 企业类型  | 有限责任公司（自然人投资或控股）                                                                                                                                                                                               |           |         |
| 注册资本  | 609.00 万元                                                                                                                                                                                                      |           |         |
| 法定代表人 | 张梦玉                                                                                                                                                                                                            |           |         |
| 注册地址  | 四川省眉山市洪雅县洪川镇广场南路二段 2 号                                                                                                                                                                                         |           |         |
| 经营范围  | 许可项目：劳务派遣服务；第二类增值电信业务；职业中介活动；建筑劳务分包。（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，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：劳务服务（不含劳务派遣）；家政服务；物业管理；互联网销售（除销售需要许可的商品）；体验式拓展活动及策划；园林绿化工程施工；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）。（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） |           |         |
| 股权结构  | 股东名称                                                                                                                                                                                                           | 认缴出资额（万元） | 持股比例（%） |
|       | 张梦玉                                                                                                                                                                                                            | 426.30    | 70.00   |
|       | 徐红                                                                                                                                                                                                             | 182.70    | 30.00   |
|       | 合计                                                                                                                                                                                                             | 609.00    | 100.00  |

根据四川天朗提供的资料、出具的说明并经公开核查，四川天朗不存在专门或主要为公司服务的情形，与公司不存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排。

## （2）洪雅宏顺

|          |                                                                                                                                |           |         |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|
| 公司名称     | 洪雅县宏顺人力资源管理有限公司                                                                                                                |           |         |
| 成立时间     | 2020 年 1 月 8 日                                                                                                                 |           |         |
| 统一社会信用代码 | 91511423MA68X3WX7A                                                                                                             |           |         |
| 企业类型     | 有限责任公司（自然人独资）                                                                                                                  |           |         |
| 注册资本     | 200 万元                                                                                                                         |           |         |
| 法定代表人    | 苏勤利                                                                                                                            |           |         |
| 注册地址     | 四川省眉山市洪雅县洪川镇禾森大道 547 号门市                                                                                                       |           |         |
| 经营范围     | 人力资源服务（不含劳务派遣）；物业管理；家政服务；仓储服务；道路货运代理；企业管理咨询服务；建筑劳务分包；职业中介服务；人力装卸搬运活动；房屋中介服务；非自有房屋租赁服务；婚姻介绍服务；劳务派遣。（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） |           |         |
| 股权结构     | 股东名称                                                                                                                           | 认缴出资额（万元） | 持股比例（%） |
|          | 苏勤利                                                                                                                            | 200.00    | 100.00  |
|          | 合计                                                                                                                             | 200.00    | 100.00  |

根据洪雅宏顺提供的资料、出具的说明并经公开核查，洪雅宏顺不存在专门或主要为公司服务的情形，与公司不存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排。

综上，公司采购的劳务外包服务以管理费用、人员工资、实际工作量等多方面因素为基准协商定价，采购价格具备公允性，公司与外包服务公司不存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排。

**六、公司采购的超临界萃取藤椒基础油与公司产品的区别，是否存在采购油料后进行简单加工、分装即对外销售的情形**

公司通过多年的探索和改良，在原有传统工艺的基础上引进先进工艺，形成了“闷制+鲜榨+超临界萃取”的藤椒油制作工艺。公司使用的三重工艺遵循自主研发的工艺图谱，合理地控制藤椒处理过程中的温度、压力、含水量等指标，大幅提升了藤椒等原材料的利用率，并且更好地激发了藤椒的麻味和清香。

公司不同工艺生产的藤椒基础油的风味特色及麻度情况如下：

| 工艺    | 风味特色                                                | 麻味素含量（mg/g） |
|-------|-----------------------------------------------------|-------------|
| 闷制    | 具有麻味纯正、香味浓郁的口感，能够充分提取藤椒中麻味和香味物质，是公司藤椒油产品使用的核心基础油。   | 0.96        |
| 鲜榨    | 具有麻味突出、香味清新的口感，且能耗小、成本低、能够有效保留藤椒中所含营养物质。            | 7.85        |
| 超临界萃取 | 具有萃取效率高、天然活性成分和热敏性成分不易被分解破坏等特点，能够最大程度减少藤椒风味物质成分的损失。 | 103.21      |

注：麻味素含量为公司 2023 质检台账记录的不同生产批次平均麻度。

公司藤椒油产品的生产工序，以及不同工序涉及的原材料和半成品情况如下：

| 工序    | 工艺              | 本阶段产品             | 本阶段耗用原材料/半成品                           |
|-------|-----------------|-------------------|----------------------------------------|
| 原料预处理 | 拣选              | 鲜藤椒               | 鲜藤椒                                    |
| 基础油生产 | 闷制              | （闷制）藤椒基础油         | 鲜藤椒、菜籽油                                |
|       | 鲜榨              | 鲜榨藤椒基础油           | 鲜藤椒、菜籽油                                |
|       | 超临界萃取           | 超临界萃取藤椒基础油        | 干藤椒、菜籽油                                |
|       | 物理压榨<br>（非主要工艺） | 压榨藤椒油<br>（非主要基础油） | 椒壳                                     |
| 半成品调配 | 调配              | 藤椒油半成品            | （闷制）藤椒基础油、鲜榨藤椒基础油、超临界萃取藤椒基础油、压榨藤椒油、菜籽油 |

| 工序    | 工艺 | 本阶段产品 | 本阶段耗用原材料/半成品 |
|-------|----|-------|--------------|
| 产成品包装 | 灌装 | 藤椒油   | 藤椒油半成品、包装材料  |

如上表所示，超临界萃取藤椒基础油是藤椒油半成品的调配用油之一，公司不存在在菜籽油中加入超临界萃取藤椒基础油便对外销售的情况。公司在调配时以核心的闷制工艺生产的藤椒基础油作为基底，加入超临界萃取、鲜榨、压榨等辅助工艺生产的藤椒基础油进一步混合调配，从而形成备用的藤椒油半成品。

超临界萃取藤椒基础油在藤椒油半成品中的添加比例较低，外购及自产的超临界萃取藤椒基础油合计添加比例不超过 2%。虽然公司外购的超临界萃取藤椒基础油与公司最终的藤椒油产成品存在较大差异，但是公司外购和自产的超临界萃取藤椒基础油不存在显著差异。以公司质检台账中记录的核心理化指标麻度为例，2023 年外购和自产超临界萃取藤椒基础油不同批次的平均麻度分别为 104.12mg/g 和 103.21mg/g，外购和自产的超临界萃取藤椒基础油的理化指标基本一致。报告期内，公司选择外购部分超临界萃取藤椒基础油，主要原因为半成品集中加工高峰期熟练操作工人数量有限且自有超临界萃取设备产能有限，向专业从事生物萃取的超临界萃取藤椒油基础油供应商进行采购也具有一定经济性。

综上，公司采购的超临界萃取藤椒基础油与公司最终的藤椒油产成品存在显著区别，公司不存在采购超临界萃取藤椒基础油后进行简单加工、分装即对外销售的情形。

## 七、中介机构核查方式及核查意见

### （一）核查程序

针对上述事项，主办券商进行了如下核查：

1、取得并查阅公司签署的《农村土地承包经营权出租合同》及其补充协议以及前述文件的备案证明，查阅公司承租的林地和耕地的土地承包经营权证和林权证，取得公司关于土地承包经营权租赁情况的说明，了解公司的土地承包经营权租赁情况；

2、取得并查阅洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府和洪雅县农业农村局针对公司土地承包经营权出具的证明；

3、取得并查阅公司实际控制人出具的《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》；

4、取得并查阅公司已取得的房屋不动产权证书及公司自建房屋的建设手续等相关资料，查阅公司与德元楼的房租租赁协议，了解公司的自建房屋情况；

5、取得公司关于公司自建房屋及公司未取得权属证书的房产及建（构）筑物情况的说明并实地查看公司自建房屋；

6、取得并查阅公司报告期内瑕疵房产产生收入相关的明细账、凭证和情况说明；

7、取得并查阅洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日和 2022 年 3 月 9 日针对公司自建房屋相关情况出具的《说明函》；

8、通过公开渠道查询公司因土地承包经营权、自建房屋瑕疵遭受行政处罚的情况；

9、取得公司关于公司拥有的商务金融用地相关情况以及公司是否涉及房地产开发业务的说明和确认；取得并查阅公司与洪雅县规划和自然资源局签署的《国有建设用地使用权出让合同》《国有建设用地使用权出让合同补充协议》等文件；取得并查阅洪雅县规划和自然资源局就公司“川（2020）洪雅县不动产权第 0002901 号”土地和“川（2021）洪雅县不动产权第 0003169 号”土地出具的《洪雅县规划和自然资源局关于加快推进么麻子食品股份有限公司 HYG(2019)03 号宗地项目建设的通知》及《洪雅县规划和自然资源局关于加快推进么麻子食品股份有限公司 HYG(2020)12 号宗地开工建设的通知》；

10、取得并查阅公司产品质量体系制度，抽取公司原辅材料质量控制、生产过程质量与安全控制、食品添加剂质量控制、流通领域质量安全控制、食品安全可追溯控制等各个环节的相关内部控制文件；

11、取得并查阅公司报告期内持有的《质量管理体系认证证书》；

12、取得并查阅洪雅县市场监督管理局于 2024 年 1 月 15 日和 2024 年 10 月 11 日出具的《证明》；

13、取得并查阅洪雅县市场监督管理局出具的报告期公司受到的消费者投诉、举报记录以及公司客户或消费者投诉相关文件；

14、通过公开渠道查询公司报告期内公司是否发生重大产品质量、安全事故、产品质量不合格、被停产或停售等情况、是否存在因产品质量问题导致消费者投诉、民事纠纷或受到行政处罚；

15、获取公司与网络销售平台签署的服务合同和网络销售平台管理规则，查阅其中关于禁止刷单、虚构评价等违规行为的规定，并获取网络销售平台关于公司账号违规情况的记录，了解公司是否存在因违反电商平台防范刷单、虚构评价等虚假交易规则而受处罚的情况；获取公司营业外支出、销售费用等科目明细账，核实公司是否存在上述类型违约金或刷单、虚构评价费用开支；

16、获取报告期内自营模式主要销售平台天猫平台的订单明细，对平均订单金额、订单金额分层情况进行分析，以分析公司是否存在刷单、虚构评价等不真实的情况，同时获取天猫平台 2021 年度及以前年度包含买家收件地址的订单明细，查询大额订单客户收件地址是否存在异常；

17、获取公司、公司主要关联方、公司关键自然人报告期内的银行流水，核实是否存在支付资金用于刷单、虚构评价的行为；

18、检索公司天猫、京东、抖音小店、快手、拼多多等第三方平台店铺，取得公司购买竞价排名以及开展达人推广活动的相关资料，取得公司关于购买竞价排名和广告推广等互联网信息搜索服务相关情况的说明，查阅公司网站、微信公众号、微信视频号的内容，取得并查阅公司的宣传推广业务和广告业务发布合同，检索并查看公司发布的广告内容，对洪雅县市场监督管理局进行访谈，了解公司营销推广等情况；

19、通过四川省通信管理局、四川省经济和信息化厅、眉山市经济和信息化局、眉山市市场监督管理局等有关部门网站以及中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、百度等网站公开查询公司是否数据应用不合规等情形，通过中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、百度等网站公开核查公司是否存在虚假宣传或发布违法违规信息等情形；

20、取得公司报告期内的劳务外包合同、劳务外包人员清单、外包服务公司营业执照、公司章程和资质等相关文件、公司与劳务外包公司的结算资料等，了解公司的劳务外包情况；

21、取得公司和劳务外包公司关于公司劳务外包相关情况的说明；

22、通过公开渠道公开核查公司劳务外包公司的相关情况，检索实施劳务外包的上市公司案例；

23、取得并查阅报告期内公司劳务外包费用相关的发票、凭证和情况说明；



24、了解公司藤椒油产品的生产工艺流程，查阅超临界萃取藤椒油的质检台账，确认超临界萃取藤椒基础油与公司产品的区别。

## （二）核查结论

经核查，主办券商认为：

1、公司土地承包经营权租赁、自建房屋瑕疵的整改措施有效，未受到行政处罚，不存在被处罚的风险，不构成重大违法行为；

2、公司取得商务金融用地存在合理性；公司商务金融用地具体用于建设综合楼、研发楼、车间、展示楼、博物馆等，房屋建筑用途为办公、科研、工业和文化用途，上述证载用途情况不会影响公司对该不动产权证书对应土地及房屋的使用与权属；公司不涉及房地产开发业务；

3、除报告期内将“办公”性质的综合楼出租给德元楼经营餐饮服务，导致房屋实际用途与证载用途不相符外，公司不存在擅自改变土地、房产用途的情形；公司相关房产的建设和使用过程中存在未能及时办理建设规划、施工等许可手续、房屋实际用途与证载用途不一致、部分房屋未取得权属证书等瑕疵情况，但截至本问询回复签署之日，公司自建房屋未能及时办理建设规划、施工等许可手续的瑕疵已经得到有效补救和消除，其他瑕疵房产的面积、占比较小，对应的收入在公司的营业收入中占比较小，公司已取得相关主管部门出具的合规证明，且公司实际控制人已出具承诺，上述土地房产瑕疵对公司本次挂牌不构成重大不利影响；**报告期内，公司存在部分宗地项目延期开工、竣工的情形，鉴于公司前述延期开工、竣工事宜系因受总体产业战略规划调整等客观原因而导致，且洪雅县规划和自然资源局已出具文件，就上述宗地未认定为闲置土地，不涉及违约金、闲置费、罚款或其它处罚措施，上述土地瑕疵对公司本次挂牌不构成重大不利影响；**

4、公司产品质量管理体系的建设及执行情况符合相关法律法规的规定；针对客户和消费者投诉的情形，公司已经采取有效的整改措施，除公司客户或消费者投诉的情形外，公司报告期内不存在重大食品安全问题、产品质量不合格、被停产或停售等情况，不存在因产品质量问题导致民事纠纷或受到行政处罚的情形，不构成重大违法违规；

5、报告期内，公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方的方式进行刷单、虚

构评价等违规行为；公司不存在欺诈消费者、违反电商平台业务规则及《反不正当竞争法》规定的情形；

6、报告期内，公司存在购买竞价排名等互联网信息搜索服务的情形，上述推广方式合法、合规；报告期内，公司线上推广支出金额占当期线上销售收入比例较小且基本稳定；报告期内，公司不存在精准营销，有关数据应用合法合规；除曾存在发布的广告内容中含有“最大”等表述因涉嫌发布违法广告被洪雅县市场监督管理局立案调查但不予行政处罚外，报告期内，公司营销推广信息、广告发布合法合规，不存在虚假宣传或发布违法违规信息等情形；

7、公司采购劳务外包服务具有合理性，符合行业惯例；公司采购劳务外包服务不涉及公司主营业务的核心环节；公司具备独立生产加工能力，对劳务外包方式不存在重大依赖；公司不存在通过劳务外包规避劳务派遣用工比例限制的情形；公司采购的劳务外包服务以管理费用、人员工资、实际工作量等多方面因素为基准协商定价，采购价格具备公允性，公司与外包服务公司不存在关联关系、利益输送或其他特殊利益安排；

8、公司采购的超临界萃取藤椒基础油与公司最终的藤椒油产成品存在显著区别，公司不存在采购超临界萃取藤椒基础油后进行简单加工、分装即对外销售的情形。

## 问题 2. 关于公司股权。

根据申报文件，（1）公司股东湖南肆壹伍的有限合伙人良师胜友存在间接代持，相关主体曾被湖南证监局处罚，目前间接代持已解除；（2）公司通过员工持股平台洪雅聚才实施激励，洪雅聚才合伙人中实际控制人龚万芬持股比例较高，且存在外部顾问入股的情形；（3）公司间接股东绝味食品为公司客户；（4）主办券商关联方中金启辰持有公司 5.26% 的股份。

请公司：（1）说明公司历史沿革中是否存在其他直接或间接的股权代持情形，是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认；当前是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司当前及历史上的股东人数是否存在超过 200 人的情形；公司间接股东曾受到湖南证监局的处罚情况及规范整改措施，是否对股东主体适格性及公司本次申请挂牌产生重大不利影响；（2）说明员工持股平台参与人员的确定标准、资金来源及出资缴纳情况、绩效考核指标、管理模式、服务期限、锁定期限、权益流转及退出机制；实际控制人持有份额比例较高的原因及合理性，是否存在通过低价入股向实际控制人输送利益的情形，股权激励是否均已实施完毕，是否存在预留份额、代持或其他特殊利益安排；外部顾问入股的原因及合理性、适格性，是否存在通过低价入股进行商业贿赂、利益输送的情形或其他特殊利益安排；股权激励相关会计处理的恰当性；（3）说明绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司的原因及合理性，双方合作历史、入股价格及公允性，是否存在通过低价入股换取客户订单或公司为上述股东承担成本、分摊费用的情形，是否存在利益输送或其他特殊利益安排，公司是否对绝味食品等股东存在重大依赖，是否影响公司业务独立性；（4）说明中金启辰入股价格的定价依据及其公允性，是否存在通过关联方持股向主办券商进行利益输送的情形。

请主办券商及律师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况、分红款流向等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人及持股 5% 以上的自然人股东等主体出资时点前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效，公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件；（3）结合公司股东入股价格是否存在明显异常及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；（4）说

明公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

请主办券商按照《主办券商挂牌推荐业务指引》，说明主办券商就关联方入股履行利益冲突审查程序及出具合规意见的具体情况，是否影响主办券商客观公正的履职能力。

请会计师核查股权激励相关会计处理的恰当性，并发表明确意见。

回复：

一、说明公司历史沿革中是否存在其他直接或间接的股权代持情形，是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认；当前是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司当前及历史上的股东人数是否存在超过 200 人的情形；公司间接股东曾受到湖南证监局的处罚情况及规范整改措施，是否对股东主体适格性及公司本次申请挂牌产生重大不利影响

（一）说明公司历史沿革中是否存在其他直接或间接的股权代持情形，是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认

公司历史沿革中，直接股东层面不存在股份代持情况；间接股东层面，公司股东洪雅聚才、湖南肆壹伍的有限合伙人良师胜友历史上存在部分合伙人为他人代持出资份额的情形，相关代持情形在公司本次申报前已经解除，并已取得全体代持人与被代持人的确认，具体情况如下：

#### 1、洪雅聚才历史上存在的代持情形及清理

经核查，公司 2020 年 12 月实施第二次股权激励时，激励对象宋运峰与杨国超曾为激励对象张宇茂分别代持洪雅聚才 2 万元、4 万元的出资份额（合计代持 6 万元出资份额）；激励对象张宇茂曾为外部第三方人士邓长江、江欢分别代为持有洪雅聚才 1 万元出资份额（合计代持 2 万元出资份额），具体情况如下：

| 序号 | 被代持人 | 代持人 | 代持出资金额（万元） | 代持解除情况      |
|----|------|-----|------------|-------------|
| 1  | 张宇茂  | 宋运峰 | 2          | 已解除，代持资金已返还 |
| 2  | 张宇茂  | 杨国超 | 4          | 已解除，代持资金已返还 |
| 3  | 邓长江  | 张宇茂 | 1          | 已解除，代持资金已返还 |

| 序号 | 被代持人 | 代持人 | 代持出资金额（万元） | 代持解除情况      |
|----|------|-----|------------|-------------|
| 4  | 江欢   | 张宇茂 | 1          | 已解除，代持资金已返还 |

2021 年 9 月，前述主体已解除并终止了代持关系，资金均已返还完毕；其中，张宇茂还按照公司要求将其违规为邓长江、江欢代持的 2 万元出资份额以 12 万元的价格转让给董事会认可的新增激励对象钟清。根据前述主体出具的确认，就上述代持关系的建立与解除，各方均不存在任何已经发生的、正在进行的或潜在的争议或纠纷。

据此，洪雅聚才历史上存在的代持情形在公司本次申报前已经解除，且已取得全体代持人和被代持人的确认。

## 2、良师胜友历史上存在的代持情形及清理

### （1）良师胜友的合伙人彭惠为他人代持财产份额及清理的情况

根据湖南肆壹伍提供的资料，良师胜友的有限合伙人彭惠曾为王震国、王璞、刘琳、苏亮飞、刘能飞、沙盈彤、陈志勇、周浩芝、陆刚、潘正国、黄爽、孙娟、秦洪毅、余兴、周珊珊分别代持良师胜友的出资份额，具体情况如下：

| 序号 | 被代持人 | 代持人 | 代持出资金额（万元） | 代持解除情况                                                                                                                               |
|----|------|-----|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 王震国  | 彭惠  | 195        | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 2  | 王璞   | 彭惠  | 40         | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 3  | 刘琳   | 彭惠  | 10         | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 4  | 苏亮飞  | 彭惠  | 12         | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 5  | 刘能飞  | 彭惠  | 10         | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 6  | 沙盈彤  | 彭惠  | 1          | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 7  | 陈志勇  | 彭惠  | 20         | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 8  | 周浩芝  | 彭惠  | 20         | 已解除，代持资金已返还                                                                                                                          |
| 9  | 陆刚   | 彭惠  | 100        | 已解除，陆刚已还原成为良师胜友合伙人                                                                                                                   |
| 10 | 潘正国  | 彭惠  | 10         | 2022 年 5 月 24 日，彭惠将其持有的良师胜友 660 万元的财产份额（660 万元财产份额当中包括了彭惠代潘正国、黄爽、孙娟、秦洪毅、余兴、周珊珊持有的良师胜友合计 132 万元出资份额）转让给吴惠玲，由吴惠玲代前述主体持有前述良师胜友出资份额。2024 |
| 11 | 黄爽   | 彭惠  | 40         |                                                                                                                                      |
| 12 | 孙娟   | 彭惠  | 30         |                                                                                                                                      |
| 13 | 秦洪毅  | 彭惠  | 30         |                                                                                                                                      |

| 序号 | 被代持人 | 代持人 | 代持出资金额<br>(万元) | 代持解除情况                                           |
|----|------|-----|----------------|--------------------------------------------------|
| 14 | 余兴   | 彭惠  | 12             | 年 6 月，吴惠玲与潘正国、黄爽、孙娟、秦洪毅、余兴、周珊珊解除了代持关系并返还了相关代持资金。 |
| 15 | 周珊珊  | 彭惠  | 10             |                                                  |

根据彭惠与吴惠玲出具的确认函及其提供的文件，2022 年 5 月 24 日，彭惠与吴惠玲签署了《湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）财产份额转让协议》，约定彭惠将其持有的良师胜友 660 万元的财产份额（包括彭惠代陆刚、潘正国、黄爽、孙娟、秦洪毅、余兴、周珊珊持有的良师胜友 100 万元、10 万元、40 万元、30 万元、30 万元、12 万元、10 万元的出资份额）转让给吴惠玲，由吴惠玲为前述主体代持前述良师胜友出资份额。

根据彭惠与王震国、王璞、刘琳、苏亮飞、刘能飞、沙盈彤、陈志勇、周浩芝分别签署的《财产份额代持解除协议》以及相关转款凭证等文件，2023 年 1 月，彭惠与王震国解除了代持关系并于 2023 年 2 月与 4 月返还了相关代持资金；2023 年 6 月，彭惠与王璞、刘琳、苏亮飞、刘能飞、沙盈彤、陈志勇、周浩芝解除了代持关系并返还了相关代持资金；根据彭惠与陆刚签署的《财产份额代持解除协议》以及彭惠、吴惠玲与陆刚共同签署的《湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）财产份额转让协议》，2023 年 6 月，彭惠与陆刚之间的代持关系已经解除且陆刚已还原成为良师胜友的合伙人。各方确认不存在任何因代持财产份额的合意、存续、解除及相关事项而产生的争议、纠纷或任何潜在的争议、纠纷，未曾且将来不会（亦不得）就代持合意、代持关系的存续或解除向对方或其他相关主体主张违约、赔偿或其他同类性质的权利。

根据彭惠、吴惠玲共同与潘正国、黄爽、孙娟、秦洪毅、余兴、周珊珊分别签署的《财产份额代持解除协议》以及相关转款凭证等文件，2024 年 6 月，吴惠玲与该等自然人解除了代持关系并返还了相关代持资金；各方确认不存在任何因代持财产份额的合意、存续、解除及相关事项而产生的争议、纠纷或任何潜在的争议、纠纷，未曾且将来不会（亦不得）就代持合意、代持关系的存续或解除向对方或其他相关主体主张违约、赔偿或其他同类性质的权利。

## （2）良师胜友的合伙人吴惠玲为他人代持良师胜友财产份额及清理的情况

良师胜友的合伙人吴惠玲曾为邓韵骥、牟旭、曾小丽、李丽卿、刘茂娟、李乔、余谦、杨伟、邢星、陈小龙分别代持良师胜友的出资份额，具体情况如下：

| 序号 | 被代持人 | 代持人 | 代持出资金额<br>(万元) | 代持解除情况                                         |
|----|------|-----|----------------|------------------------------------------------|
| 1  | 邓韵骥  | 吴惠玲 | 110            | 已解除，邓韵骥已还原成为良师胜友合伙人                            |
| 2  | 牟旭   | 吴惠玲 | 100            | 已解除，牟旭已还原成为良师胜友合伙人，<br><b>并于 2024 年 11 月退出</b> |
| 3  | 曾小丽  | 吴惠玲 | 100            | 已解除，曾小丽已还原成为良师胜友合伙人                            |
| 4  | 李丽卿  | 吴惠玲 | 350            | 已解除，李丽卿已还原成为良师胜友合伙人                            |
| 5  | 刘茂娟  | 吴惠玲 | 37             | 已解除，代持资金已返还                                    |
| 6  | 李乔   | 吴惠玲 | 40             | 已解除，代持资金已返还                                    |
| 7  | 余谦   | 吴惠玲 | 60             | 已解除，代持资金已返还                                    |
| 8  | 杨伟   | 吴惠玲 | 10             | 已解除，代持资金已返还                                    |
| 9  | 邢星   | 吴惠玲 | 200            | 已解除，代持资金已返还                                    |
| 10 | 陈小龙  | 吴惠玲 | 45             | 已解除，代持资金已返还                                    |

根据吴惠玲与邓韵骥、牟旭、曾小丽、刘茂娟、李乔、余谦、杨伟、邢星分别签署的《财产份额代持解除协议》、相关转款凭证、良师胜友的变更决定书以及良师胜友全体合伙人签署的合伙协议等文件，2023 年 6 月，吴惠玲与邓韵骥、牟旭、曾小丽之间的代持关系已经解除且邓韵骥、牟旭、曾小丽已还原成为良师胜友的合伙人；吴惠玲与刘茂娟、李乔、余谦、杨伟、邢星解除了代持关系并返还了相关代持资金。**其中，牟旭在还原成为良师胜友的合伙人后，于 2024 年 11 月基于个人资金需求将其所持良师胜友的全部出资份额（100 万出资份额）以 107 万元的价格转让至吴惠玲并已退出。**各方均确认不存在任何因代持财产份额的合意、存续、解除及相关事项而产生的争议、纠纷或任何潜在的争议、纠纷，未曾且将来不会（亦不得）就代持合意、代持关系的存续或解除向对方或其他相关主体主张违约、赔偿或其他同类性质的权利。

根据吴惠玲与李丽卿、陈小龙分别签署的《财产份额代持解除协议》、相关转款凭证、良师胜友的变更决定书以及良师胜友全体合伙人签署的合伙协议等文件，2024 年 6 月，吴惠玲与李丽卿之间的代持关系已经解除且李丽卿已还原成为良师胜友的合伙人；吴惠玲与陈小龙解除了代持关系并返还了相关代持资金；各方均确认不存在任何因代持财产份额的合意、存续、解除及相关事项而产生的争议、纠纷或任何潜在的

争议、纠纷，未曾且将来不会（亦不得）就代持合意、代持关系的存续或解除向对方或其他相关主体主张违约、赔偿或其他同类性质的权利。

根据良师胜友和湖南肆壹伍于 2024 年 6 月 13 日出具的《关于出资人不存在代持情形的承诺函》，湖南肆壹伍和良师胜友追溯至最终出资人的全部直接或间接合伙人、股东及出资人均系真实出资，不存在任何代持、委托持股的情况。

据此，公司股东湖南肆壹伍的合伙人良师胜友的合伙人彭惠、吴惠玲曾为他人代持良师胜友出资份额，但该等代持情形在公司本次申报前已经解除，且已取得全体代持人和被代持人的确认。

综上，公司股东洪雅聚才、湖南肆壹伍的合伙人良师胜友历史上存在部分合伙人为他人代持出资份额的情形，相关代持情形在公司本次申报前已经解除，并已取得全体代持人与被代持人的确认。

**（二）当前是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形**

公司前身么麻子有限公司于 2008 年 3 月设立，2019 年 12 月整体变更为股份有限公司时发起人股东为 7 名，截至本问询回复签署之日，公司共有股东 8 名。公司历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况，历次股东入股具体情况如下：

| 序号 | 入股时间       | 新增股东    | 入股形式 | 背景和原因         | 资金来源                                                          | 出资形式 | 入股价格     | 定价依据              |
|----|------------|---------|------|---------------|---------------------------------------------------------------|------|----------|-------------------|
| 1  | 2008 年 3 月 | 赵跃军、龚万芬 | 出资设立 | 公司设立          | 自有资金，具体为设立公司前经营么么饭店 <sup>5</sup> 以及么麻子食品厂 <sup>6</sup> 所获得的收入 | 货币出资 | 1 元/注册资本 | 有限公司设立            |
| 2  | 2012 年 3 月 | /       | 增资   | 公司经营与发展存在资金需求 | 自有资金，具体为经营么么饭店与么麻子食品厂所获得的收入以及自身原始资金积累 <sup>7</sup>            | 货币出资 | 1 元/注册资本 | 公司实际控制人增资，不涉及溢价增资 |

<sup>5</sup> 么么饭店系赵跃军于 1992 年 12 月注册设立的个体工商户，并已于 2002 年 6 月注销。  
<sup>6</sup> 么麻子食品厂是公司实际控制人赵跃军经营的个体工商户，设立于 2002 年 7 月 2 日，注册号为 5138243020937，字号名称为“洪雅县么麻子有机食品厂”，经营者与实际控制人为赵跃军，组成形式为“个人经营”，经营场所为止戈镇五龙村八组，经营范围及方式为“调味品、泡菜、腌腊制品生产加工、销售”。  
<sup>7</sup> 赵跃军、龚万芬长期经营么么饭店以及么麻子食品厂获得了相关收入，且无购置房屋等大额支出资金的行为，出于后续公司发展规划考虑，积累了一定的原始资金。



| 序号 | 入股时间    | 新增股东       | 入股形式 | 背景和原因                                                            | 资金来源                                                             | 出资形式       | 入股价格       | 定价依据                                               |
|----|---------|------------|------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------|------------|----------------------------------------------------|
| 3  | 2013年7月 | /          | 增资   | 公司经营与发展存在资金需求                                                    | 自有资金，具体为经营么么饭店、洪雅县么麻子钵钵鸡小吃店 <sup>8</sup> 、么麻子食品厂所获得的收入以及自身原始资金积累 | 货币出资       | 1 元/注册资本   |                                                    |
| 4  | 2014年7月 | /          | 增资   | 公司经营与发展存在资金需求                                                    | 自有资金，具体为经营么么饭店、洪雅县么麻子钵钵鸡小吃店、么麻子食品厂所获得的收入以及自身原始资金积累               | 货币出资       | 1 元/注册资本   |                                                    |
| 5  | 2015年9月 | /          | 增资   | 公司经营与发展存在资金需求                                                    | 自有资金、赵跃军个体经营的“洪雅县么麻子有机食品厂”土地使用权                                  | 货币、土地使用权出资 | 1 元/注册资本   |                                                    |
| 6  | 2016年9月 | /          | 增资   | 公司经营与发展存在资金需求                                                    | 自有资金，具体为自身原始资金积累以及自公司取得的薪金收入                                     | 货币出资       | 1 元/注册资本   |                                                    |
| 7  | 2017年2月 | 赵麟         | 增资   | 家庭内部财产分配与公司经营与发展需要                                               | 来源于赵跃军和龚万芬提供的资金，资金来源为赵跃军和龚万芬的自有资金                                | 货币出资       | 1 元/注册资本   | 公司实际控制人家庭成员增资，不涉及溢价增资                              |
| 8  | 2019年3月 | 洪雅聚才       | 股权转让 | 拟实施激励，洪雅聚才作为持股平台以受让股权的方式入股公司                                     | 洪雅聚才受让股权时的出资人为龚万芬与赵麒，出资源于自有资金，其中赵麒的出资由龚万芬向其提供                    | 货币出资       | 1 元/注册资本   | 洪雅聚才受让股权时的合伙人为龚万芬及其子赵麒，本次股权转让按照成本价格1 元/注册资本进行定价    |
| 9  | 2019年4月 | 网聚投资       | 增资   | 公司综合考虑未来发展战略与资金需求而引入外部投资人并增资，网聚投资、湖南肆壹伍和中金启辰基于对公司未来发展前景的认可对公司投资。 | 自有/自筹资金                                                          | 货币出资       | 7.2 元/注册资本 | 综合考虑当时宏观经济环境、公司所处行业、公司销售收入、成长性等综合因素由交易各方协商基于市场定价确定 |
| 10 | 2019年9月 | 湖南肆壹伍、中金启辰 | 增资   |                                                                  |                                                                  |            |            |                                                    |

<sup>8</sup> 洪雅县么麻子钵钵鸡小吃店系龚万芬于 2008 年 3 月注册设立的个体工商户，并已于 2016 年 6 月注销。

| 序号 | 入股时间     | 新增股东 | 入股形式 | 背景和原因      | 资金来源                 | 出资形式 | 入股价格    | 定价依据                      |
|----|----------|------|------|------------|----------------------|------|---------|---------------------------|
| 11 | 2020年12月 | 赵麒   | 股权转让 | 家庭内部财产合理分配 | 由龚万芬提供，资金来源为龚万芬的自有资金 | 货币出资 | 1元/注册资本 | 公司实际控制人家庭成员之间股权转让，不涉及溢价转让 |

根据上表及公司股东的确认，公司股东出资真实合法有效、股权结构清晰、权属清晰，除已披露的曾存在的股权代持情形外，不存在委托代持、质押、冻结等影响股权权属清晰的情况，不存在影响股权明晰的问题；公司历次股权变动均具有真实的交易背景，入股价格公允、客观依据合理，不存在异常入股的情形，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

综上，公司当前不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

### （三）公司当前及历史上的股东人数不存在超过 200 人的情形

根据《证券法》《非上市公众公司监管指引第 4 号——股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》相关规定，按以下标准对公司股东进行穿透计算：（1）对自然人股东按照 1 名股东计算；（2）对法人/机构股东，按照穿透至自然人和境内上市公司、国有资产监督管理机构、非专项投资于公司的实业投资公司、已办理备案的私募投资基金的原则计算；（3）对不存在外部人员的员工持股平台，按照 1 名股东计算；（4）对新《证券法》施行之后设立且存在外部人员的员工持股平台，按照实际参与人数（即员工和外部人员总数）穿透计算股东人数。

根据公司及其股东提供的文件并经核查，截至本问询回复签署之日，公司根据前述规则穿透计算后的股东人数为 34 人，未超过 200 人，具体情况如下：

| 序号 | 直接股东姓名/名称 | 股东性质 | 是否穿透计算人数 | 穿透后的股东人数 | 备注 |
|----|-----------|------|----------|----------|----|
| 1  | 赵跃军       | 自然人  | -        | 1        | -  |
| 2  | 龚万芬       | 自然人  | -        | 1        | -  |
| 3  | 赵麒        | 自然人  | -        | 1        | -  |
| 4  | 赵麟        | 自然人  | -        | 1        | -  |

| 序号             | 直接股东姓名/名称 | 股东性质 | 是否穿透计算人数 | 穿透后的股东人数 | 备注                                 |
|----------------|-----------|------|----------|----------|------------------------------------|
| 5              | 网聚投资      | 有限公司 | 是        | 1        | 非专项投资公司的实业投资公司                     |
| 6              | 洪雅聚才      | 合伙企业 | 是        | 27       | 龚万芬、赵麒同时为公司的直接股东，以上人士计算股东总人数时剔除重计算 |
| 7              | 湖南肆壹伍     | 私募基金 | 否        | 1        | 已备案，备案编码 SEJ293                    |
| 8              | 中金启辰      | 私募基金 | 否        | 1        | 已备案，备案编码 SEZ596                    |
| 股东人数合计（剔除重复计算） |           |      |          | 34       | -                                  |

洪雅聚才的部分合伙人历史上存在为他人代持持股平台出资份额的情况，具体详见本题“一”之“（一）”之“1、洪雅聚才历史上存在的代持情形及清理”。剔除重复后，公司历史上包含被代持人的穿透计算后的股东人数亦未超过 200 人。截至本问询回复签署之日，相关主体已解除并终止了代持关系，各方均已确认不存在争议或纠纷。

综上，公司当前及历史上的股东人数不存在超过 200 人的情形。

#### （四）公司间接股东曾受到湖南证监局的处罚情况及规范整改措施，是否对股东主体适格性及公司本次申请挂牌产生重大不利影响

根据绝味食品发布的公告，绝味食品于 2023 年 4 月 26 日收到中国证券监督管理委员会湖南监管局（以下简称“湖南证监局”）出具的《中国证券监督管理委员会湖南监管局行政监管措施决定书》（〔2023〕19 号）（以下简称《行政监管措施决定书》），湖南证监局决定对绝味食品以及负有主要责任的公司董事长戴文军、原董事会秘书彭刚毅、原财务总监彭才刚、财务总监王志华、董事王震国采取出具警示函的监管措施，并记入证券期货市场诚信档案。

##### 1、湖南证监局的处罚情况及规范整改措施

根据绝味食品发布的《关于公司及相关人员收到湖南证监局行政监管措施决定书及整改回复公告》（公告编号：2023-037），绝味食品在收到《行政监管措施决定书》后及时向公司全体董事、监事、高级管理人员及有关人员进行了通报、传达，并进行了全面梳理和深入分析，制定出了相应的整改措施并切实进行了整改，具体情况如下：

| 序号 | 《行政监管措施决定书》主要内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 规范整改措施                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | <p>未及时披露股权投资转让协议。2021年6月29日，绝味食品全资子公司网聚投资与江苏和府餐饮管理有限公司（“江苏和府”）E轮融资投资方及相关股东方签署了《有关江苏和府餐饮管理有限公司之股权转让及增资协议》（“《股权转让及增资协议》”）。截至2021年10月22日，江苏和府E轮融资之股权转让协议中约定的交割条件已全部满足，相关一揽子交易的第一阶段交易已全部交割完成。本次交割完成后，网聚投资持有江苏和府股权由23.08%变为16.92%，此股权投资转让最终确认收入2,800万美元，对公司净利润的影响约为1.14亿元，占公司上一年经审计净利润的16.21%。上述股权转让事项已达到临时公告的披露标准，以及公司章程规定的董事会审议标准，但公司在签署协议时未及时披露，也未及时履行董事会审议程序，直至第一阶段交易全部交割完成后，才于2021年10月25日经董事会审议通过后予以披露。</p> | <p>公司将不断组织全体董事、监事、高管人员、分子公司负责人、证券部、财务部及其他相关业务部门的人员认真学习《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及公司《信息披露事务管理制度》《重大事项报告制度》等内部控制制度。同时联合专业保荐机构开展信息披露培训工作，进一步提升关键人员对信息披露工作的重视以及对重大交易事项的辨别能力；进一步规范公司内控管理，依托公司内部OA信息化系统，充分保障信息披露部门对公司各类型合同特别是重大合同的审批权限，为重大事项的及时披露奠定坚实基础。</p> <p>在今后工作中，证券部将加强与公司内部相关部门的沟通，并进行指导和监督。证券部要加强与保荐机构、会计师事务所、上交所、证监局的三方沟通，将第三方督导渗透到公司运作的关键环节。</p>                          |
| 2  | <p>未披露关联方共同投资。湖南肆壹伍为绝味食品全资子公司网聚投资参与投资公司，持股比例65.35%。2019年9月，公司董事陈更儿子陈轩以2,000万元投资湖南肆壹伍，持股比例为4.4%，与绝味食品构成共同投资湖南肆壹伍应被认定为关联方交易，但公司未将本次交易认定为关联交易予以披露，亦未履行关联交易审议程序。2019年8月，公司董事王震国委托彭某持有良师胜友的合伙股份，再通过良师胜友认购湖南肆壹伍基金份额方式，对么麻子实施间接投资195万元。王震国投资么麻子与绝味食品构成共同投资行为，应被认定为关联方交易，但公司未将本次交易认定为关联交易予以披露，亦未履行关联交易审议程序。</p>                                                                                                     | <p>公司将组织相关部门全面梳理公司交易往来情况，根据相关法律法规对公司应当披露而未进行披露的信息在上交所指定的网站和符合证券监督管理机构规定条件的媒体进行补充披露和公告。</p> <p>公司将组织证券部、财务部及其他相关业务部门的人员认真学习《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规，增强守法合规意识。加强证券部、财务部工作人员专业知识培训，提升相关工作人员的专业能力和职业素养。同时加强日常关联交易管理，要求相关人员在对外采购或销售过程中切实关注关联交易情况，如有发生任何疑似情况，应及时上报。</p> <p>公司未来发生的关联交易、与关联方的资金业务往来以及对外投资将严格遵循法律法规和公司章程的规定，履行必要的审议程序及相关信息披露义务，同时完善公司的内部控制体系且有效执行，并充分揭示且提示相关风险。</p> |
| 3  | <p>未按规定披露关联方及关联交易。2021年3月9日，湖南肆壹伍、上海馨香企业发展合伙企业（有限合伙）（“上海馨香”）、上海甘香企业发展合伙企业（有限合伙）（“上海甘香”）等受让公司供应商长沙彩云农副食品产品有限公司（“长沙彩云”）原股东85%股权，其中湖南肆壹伍、上海馨香、上海甘香受让股权比例分别为15.5%、</p>                                                                                                                                                                                                                                          | <p>公司将组织相关部门全面梳理公司交易往来情况，根据相关法律法规对公司应当披露而未进行披露的信息在上交所指定的网站和符合证券监督管理机构规定条件的媒体进行补充披露和公告。</p> <p>公司将组织证券部、财务部及其他相关业务部门的人员认真学习《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市</p>                                                                                                                                                                                                                              |

| 序号 | 《行政监管措施决定书》主要内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 规范整改措施                                                                                                                                                                                                                                |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 20%、17%。2021年9月25日，绝味食品披露前任财务总监彭才刚担任长沙彩云监事，公司认定长沙彩云为关联方。2021年3月9日长沙彩云股权转让完成后，绝味食品与长沙彩云存在以下密切关系：绝味食品子公司网聚投资及绝味食品董事、监事等通过合伙企业间接持有长沙彩云股份。其中，网聚投资持有湖南肆壹伍股份比例为65.35%，绝味食品董事陈更儿子陈某持有湖南肆壹伍股份比例4.4%，绝味食品时任董事会秘书彭刚毅妻子吴某持有上海馨香股份比例15%，绝味食品董事王震国妻子谢某、董事蒋兴洲妻子黄某、监事彭浩弟弟彭某分别持有上海甘香股份比例52.94%、5.88%、17.65%。按照实质重于形式原则，根据《上市公司信息披露管理办法》第六十二条第四款的有关规定，长沙彩云应被认定为绝味食品关联方。2021年3月9日至2021年9月25日期间，公司未将长沙彩云认定为关联方，未将与长沙彩云之间发生的8,520.53万元交易认定为关联交易予以披露，亦未履行关联交易审议程序。 | 规则》等法律法规，增强守法合规意识。加强证券部、财务部工作人员专业知识培训，提升相关工作人员的专业能力和职业素养。同时加强日常关联交易管理，要求相关人员在对外采购或销售过程中切实关注关联交易情况，如有发生任何疑似情况，应及时上报。<br>公司未来发生的关联交易、与关联方的资金业务往来以及对外投资将严格遵循法律法规和公司章程的规定，履行必要的审议程序及相关信息披露义务，同时完善公司的内部控制体系且有效执行，并充分揭示且提示相关风险。             |
| 4  | 经营性占用公司门店营业款、加盟费、管理费。2013年1月至2018年7月期间，公司通过员工个人账户收取公司门店营业款、加盟费、管理费合计2,107.07万元未存入公司账户，构成经营性占用。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 公司聘请天职国际会计师事务所对公司2013—2018年期间关于公司员工个人账户收取绝味门店营业款、加盟费、管理费未存入公司账户的情况进行详细核查，核查出违规占用公司经营资金合计2,107.07万元。公司已向相关责任人员追回上述违规占用公司经营资金2,107.07万元，计入公司资本公积项目。<br>公司将按照《行政监管措施决定书》的要求，认真吸取教训，切实加强公司员工对相关法律、法规以及相关业务规则的学习，进一步提升公司规范运作水平，杜绝类似问题再次发生。 |
| 5  | 决定对绝味食品以及负有主要责任的公司董事长戴文军、原董事会秘书彭刚毅、原财务总监彭才刚、财务总监王志华、董事王震国采取出具警示函的监管措施，并记入证券期货市场诚信档案。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 定期组织董事、监事、高级管理人员及其他相关部门人员等认真学习《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规，并积极参加监管部门的各种法律、法规和业务知识培训，进一步强化相关人员规范运作的意识和能力，保证公司长期、健康、稳定发展，规范运作。                                                                                          |

## 2、《行政监管措施决定书》中与公司及公司股东相关的内容

根据湖南证监局出具的《行政监管措施决定书》，2019年8月，绝味食品董事王

震国委托彭某持有良师胜友的合伙股份，再通过良师胜友认购湖南肆壹伍基金份额方式，对么麻子实施间接投资 195 万元，如本题“一”之“（一）”之“2、良师胜友历史上存在的代持情形及清理”所述，截至公司本次申报前，前述代持行为已经解除，不存在影响股权明晰的问题，不会对公司本次申请挂牌产生重大不利影响。

根据湖南证监局出具的《行政监管措施决定书》，“未及时披露股权投资转让协议”涉及绝味食品对其子公司网聚投资与江苏和府 E 轮融资投资方及相关股东方的股权转让行为未能及时进行披露；“未披露关联方共同投资”涉及绝味食品未能及时披露绝味食品及其董事之子共同投资公司股东湖南肆壹伍、王震国与绝味食品共同投资公司等关联方共同投资行为；“未按规定披露关联方及关联交易”涉及湖南肆壹伍等主体受让绝味食品供应商长沙彩云的股权及其他相关情形后，绝味食品未能按规定披露关联方长沙彩云及绝味食品与长沙彩云的关联交易。

根据湖南证监局出具的《行政监管措施决定书》，湖南证监局对绝味食品以及负有主要责任的绝味食品董事长戴文军、原董事会秘书彭刚毅、原财务总监彭才刚、财务总监王志华、董事王震国采取出具警示函的行政监管措施，根据《中华人民共和国行政处罚法》的相关规定，该等行政监管措施不属于行政处罚；湖南证监局本次行政监管措施的对象为绝味食品及其相关董事、高级管理人员，依据是《上市公司信息披露管理办法》的相关规定，行政监管措施针对的行为是绝味食品的信息披露，而非公司股东网聚投资、湖南肆壹伍及其相关行为。

截至本问询回复签署之日，网聚投资和湖南肆壹伍依法有效存续，具有独立的民事主体地位，不存在依照其适用的《公司法》《合伙企业法》、公司章程、合伙协议的规定的应当解散的情形，其作为么麻子股东的适格性不因湖南证监局对绝味食品的行政监管措施而受到影响，不会对公司本次申请挂牌产生重大不利影响。

**二、说明员工持股平台参与人员的确定标准、资金来源及出资缴纳情况、绩效考核指标、管理模式、服务期限、锁定期限、权益流转及退出机制；实际控制人持有份额比例较高的原因及合理性，是否存在通过低价入股向实际控制人输送利益的情形，股权激励是否均已实施完毕，是否存在预留份额、代持或其他特殊利益安排；外部顾问入股的原因及合理性、适格性，是否存在通过低价入股进行商业贿赂、利益输送的情形或其他特殊利益安排；股权激励相关会计处理的恰当性**

**（一）说明员工持股平台参与人员的确定标准、资金来源及出资缴纳情况、绩效考核指标、管理模式、服务期限、锁定期限、权益流转及退出机制**

**1、公司员工持股平台参与人员的确定标准、资金来源及出资缴纳情况**

根据公司实施股权激励的董事会和股东会/股东大会文件，公司股权激励的激励对象范围包括公司的管理人员、技术骨干、优秀员工与公司顾问等，公司主要从员工工龄、工作岗位、工作能力、贡献及公司的经营情况等方面综合考虑，以确定名单及具体的激励股权数量及价格。

公司股权激励的实施平台为洪雅聚才，洪雅聚才设立时的合伙人为龚万芬和赵麒。经查阅龚万芬和赵麒对洪雅聚才的实缴出资凭证，洪雅聚才 2019 年 3 月设立时，龚万芬和赵麒认缴的 1,000 万元已于 2019 年 3 月实缴完毕，资金来源于龚万芬和赵麒的自有或自筹资金（基于家庭内部财产分配的考虑，赵麒的资金来源于龚万芬）。

根据公司实施股权激励的董事会和股东会/股东大会文件及激励对象的相关激励文件，公司分别于 2019 年 12 月和 2020 年 12 月两次实施股权激励，其他激励对象通过受让龚万芬或其他退出持股的合伙人所持洪雅聚才出资份额的方式成为洪雅聚才的合伙人，并通过洪雅聚才间接持有公司股权。根据对激励对象的访谈，并经查验相关资金转账凭证以及现有激励对象出资前后的资金流水，除前述已披露的激励对象代持的情形外，激励对象向龚万芬或其他退出持股的合伙人支付财产份额转让款的资金来源均为激励对象的自有或自筹资金，且均已根据转让协议的约定向财产份额出让方全额支付对价。

**2、绩效考核指标、管理模式、服务期限、锁定期限**

根据洪雅聚才的合伙协议、公司实施股权激励的董事会和股东会/股东大会文件，公司股权激励相关的绩效考核指标、管理模式、服务期限、锁定期限安排具体如下：

| 序号 | 项目     | 股权激励具体安排                                                                                                                                                                                  |
|----|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 绩效考核指标 | 公司实施股权激励未规定公司层面的业绩指标。针对激励对象个人层面的绩效考核指标，激励对象在与么麻子或其子公司的劳动合同期、聘用合同期内未满足么麻子或其子公司考核制度的要求，或不能胜任其在么麻子或其子公司所担任的职务，或因考核不达标或不能胜任其原职务而导致调岗、降薪降酬的，经普通合伙人同意，可将其除名，截至本问询回复签署之日，激励对象不存在因绩效考核不达标而被除名的情况。 |
| 2  | 管理模式   | 执行事务合伙人并负责执行合伙事务，执行事务合伙人对外代表合伙企业。                                                                                                                                                         |

| 序号 | 项目   | 股权激励具体安排                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3  | 服务期限 | 《股权激励协议》签署日起至公司首次公开发行股票并上市后 3 年。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 4  | 锁定期限 | <p>(1) 第一次股权激励计划授予的股权<br/>除经么麻子董事会同意外，公司上市完成前以及上市完成后三年内（“锁定期”），激励对象不得向任何第三方（包括其直系近亲属）转让其在合伙企业的权益，也不得减持其在合伙企业中的全部或部分权益，如有特殊情况需要退出或减持的，在同等条件下应转让给么麻子董事会同意的洪雅聚才其他合伙人。</p> <p>(2) 第二次股权激励计划授予的股权<br/>1) 除经么麻子董事会同意外，公司上市完成前以及锁定期内，激励对象不得向任何第三方（包括其直系近亲属）转让其在合伙企业的权益，也不得减持其在合伙企业中的全部或部分权益，如有特殊情况需要退出或减持的，在同等条件下应转让给么麻子董事会同意的洪雅聚才其他合伙人。<br/>2) 锁定期届满后、在么麻子任职期间，激励对象每年转让其持有的洪雅聚才合伙份额的比例不得超过其本人持有的么麻子上市前合伙权益总额的 25%，减持比例可以累积使用。</p> |

### 3、权益流转及退出机制

根据洪雅聚才的合伙协议，公司股权激励相关的权益流转及退出机制安排具体如下：

| 序号 | 项目       | 股权激励具体安排                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 退伙或除名的情形 | <p>(1) 有下列情形之一的，有限合伙人可以退伙，对合伙企业造成损失的，应当予以赔偿：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 合伙协议约定的退伙事由出现；</li> <li>2) 全体合伙人一致同意；</li> <li>3) 发生合伙人难以继续参加合伙的事由；</li> <li>4) 其他合伙人严重违反合伙协议约定的义务。</li> </ol> <p>(2) 合伙人有下列情形之一的，当然退伙：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 与么麻子或其下属企业解除或终止劳动合同/顾问合同；</li> <li>2) 减持或向其他方转让所持全部本企业权益；</li> <li>3) 死亡或者被依法宣告死亡；</li> <li>4) 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；</li> <li>5) 合伙人在合伙企业中的全部财产份额被人民法院强制执行；</li> <li>6) 《合伙企业法》或合伙协议规定的其他退伙或除名的情形。</li> </ol> <p>(3) 有限合伙人有下列情形之一的，经普通合伙人同意，可以将其除名，被除名人退伙：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 未按照本协议履行出资义务，且逾期超过 180 个自然日；</li> <li>2) 因故意或者重大过失给合伙企业或关联企业（包括但不限于么麻子及其子公司）造成损失；</li> <li>3) 接受任何与么麻子存在竞争关系的主体的雇佣或者职位，以及发生了违反《股权激励协议》约定的行为；</li> <li>4) 在与么麻子或其子公司的劳动合同期、聘用合同期内未满足么麻子或其子公司考核制度的要求，或不能胜任其在么麻子或其子公司所担任的职务，或因考核不达标或不能胜任其原职务而导致调岗、降薪降酬的；</li> <li>5) 触犯相关法律法规而被追究刑事责任、违反职业道德、泄露洪雅聚才或么麻子或其下属企业的机密、失职或渎职或严重违反么麻子或其下属企业的工作纪</li> </ol> |



| 序号 | 项目     | 股权激励具体安排                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |        | 律；<br>6) 该合伙人持有洪雅聚才权益对么麻子上市造成或可能造成不利影响；<br>7) 发生合伙协议约定的其他事由。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2  | 份额受让对象 | (1) 在同等条件下应转让给么麻子董事会同意的洪雅聚才其他合伙人；<br>(2) 若无法在洪雅聚才其他合伙人中找到权益受让方的，则可以向执行事务合伙人指定的第三方（经么麻子董事会认可）转让，或者由执行事务合伙人直接出售或以其他方式处置拟转让的权益。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3  | 份额转让价格 | (1) 就激励对象持有的洪雅聚才第一期出资，应按照以下标准进行退还：<br>1) 如退伙合伙人于么麻子上市前退伙或除名，则该合伙人应退还的财产份额的对价为：该合伙人的原始成本金额 $\times$ （1+3% $\times$ N）（其中，N为合伙人完成出资/转让价款支付日至其退出日之间的年份数，不足一年的根据具体天数按比例计算，下同）；<br>2) 如退伙合伙人于么麻子上市后退伙，但锁定期尚未届满，应退还的财产份额的对价为：该合伙人的原始成本金额 $\times$ （1+8% $\times$ N）；<br>3) 如退伙合伙人于么麻子上市后退伙，且锁定期已届满，则应退还的财产份额的对价为该合伙人退伙之日收市时通过洪雅聚才间接持有的公司股份（即洪雅聚才持有的公司股份数乘以退伙合伙人在洪雅聚才的出资比例，以下简称“退伙之日间接持有的上市公司股份”）的公开市场交易价格。各合伙人同意，执行事务合伙人可以选择经么麻子董事会认可的、在发生退伙情形后 20 个交易日内的任一日股票交易价格作为减资合伙人的转让权益所得。<br>(2) 就激励对象持有的洪雅聚才第二期出资，应按照以下标准进行退还：<br>1) 如退伙合伙人于么麻子上市前退伙或除名，或该退伙合伙人于么麻子上市后退伙，但锁定期尚未届满的，则该合伙人应退还的财产份额的对价为该合伙人的原始成本金额；<br>2) 如退伙合伙人于么麻子上市后退伙或除名，且锁定期已届满的，就该退伙合伙人已解除转让限制的合伙份额，应退还的对价为退伙合伙人于退伙之日通过该等解除转让限制的合伙份额间接持有的上市公司股份的公开市场交易价格。各合伙人同意，执行事务合伙人可以选择经么麻子董事会认可的、在发生退伙情形后 20 个交易日内的任一日股票交易价格作为减资合伙人的转让权益；就退伙合伙人余下持有的尚未解除转让限制的合伙份额，应退还的对价为该合伙人的原始成本金额。 |

（二）实际控制人持有份额比例较高的原因及合理性，是否存在通过低价入股向实际控制人输送利益的情形，股权激励是否均已实施完毕，是否存在预留份额、代持或其他特殊利益安排

### 1、实际控制人持有份额比例较高的原因及合理性

根据公司实施股权激励的董事会和股东会/股东大会文件，公司股权激励的激励对象范围包括公司的管理人员、技术骨干、优秀员工与公司顾问等，主要从员工工龄、工作岗位、工作能力、贡献及公司的经营情况等方面综合考虑确定名单及具体的激励股权数量及价格。

根据公司股权激励相关文件，2019 年，公司拟对员工与顾问进行激励，洪雅聚才

（作为持股平台）以受让实际控制人之一龚万芬的股权的方式入股公司，洪雅聚才设立时的合伙人为龚万芬和赵麒，分别持有洪雅聚才 99%和 1%的财产份额。公司结合激励对象的员工工龄、工作岗位、工作能力、贡献等方面确定激励对象的激励股权数量，并于 2019 年 12 月和 2020 年 12 月两次实施股权激励；届时，龚万芬、赵麒分别持有洪雅聚才 45.60%、1.52%的财产份额（赵麒的持股比例增加系因 2019 年 12 月第一次股权激励实施完毕后，激励对象胡异、林琪骏、吴勇明离职，赵麒作为洪雅聚才执行事务合伙人指定且经董事会认可的收购方，受让了前述主体持有的洪雅聚才全部财产份额）。

根据洪雅聚才的工商档案及财产份额转让协议、合伙人会议决议等相关股权激励文件，2020 年 12 月公司第二次股权激励实施完毕之后至本问询回复签署之日，公司部分激励对象因离职或个人原因转让其持有的洪雅聚才份额，龚万芬作为洪雅聚才执行事务合伙人指定且经董事会认可的收购方，受让了前述主体持有的洪雅聚才全部或部分财产份额，从而导致龚万芬持有的洪雅聚才的财产份额增加。截至本问询回复签署之日，龚万芬持有洪雅聚才 65.42%的财产份额，赵麒持有洪雅聚才 1.52%的财产份额。

综上，公司实际控制人持有洪雅聚才份额比例较高，系公司对激励对象实施完毕股权激励后的剩余份额仍由龚万芬自有，以及龚万芬、赵麒作为洪雅聚才执行事务合伙人指定且经董事会认可的收购方受让激励对象因离职或个人原因退出时转让的财产份额的结果，具有合理性。

## 2、不存在通过低价入股向实际控制人输送利益的情形

根据公司和洪雅聚才的工商档案以及相关股权转让款支付凭证，2019 年 3 月，龚万芬将其持有的公司 10%股权（对应 1,000 万元实收资本）转让予洪雅聚才，转让价格为 1 元/注册资本，洪雅聚才受让龚万芬股权时的合伙人为龚万芬与赵麒，两人向洪雅聚才的出资源于自有资金，其中赵麒的出资由龚万芬向其提供。

本次股权转让的出让方为龚万芬，受让方为洪雅聚才（全部合伙人为龚万芬和赵麒），即转让前后实际持有权益的主体均为实际控制人家族成员，转让的目的是为了后续实施员工股权激励，因此转让价格为 1 元/注册资本具有合理性，且龚万芬已就本次股权转让缴纳个人所得税，不存在通过低价入股向实际控制人输送利益的情形。

### 3、股权激励均已实施完毕，不存在预留份额、代持或其他特殊利益安排

根据洪雅聚才的合伙协议、公司实施股权激励的董事会和股东会/股东大会文件，公司于 2019 年 12 月和 2020 年 12 月两次实施股权激励后，股权激励已经实施完毕，不存在预留份额的情形。

如本题之“一”之“（一）”之“1、洪雅聚才历史上存在的代持情形及清理”所述，洪雅聚才部分合伙人历史上存在股权代持的情形，相关代持情形在公司本次申报前已经解除，不存在代持或其他特殊利益安排。

### （三）外部顾问入股的原因及合理性、适格性，是否存在通过低价入股进行商业贿赂、利益输送的情形或其他特殊利益安排

#### 1、外部顾问入股的原因及合理性、适格性

公司股权激励对象中，金院生和刘君贵为公司的外部顾问，其中金院生为公司共同实际控制人之一赵麒控制的洪雅县德元楼餐饮有限公司的店长，刘君贵为四川省川联川菜调料商会秘书长，除金院生和刘君贵外，洪雅聚才其他合伙人均为公司员工。

根据公司和金院生、刘君贵的确认，公司 2019 年拟开展股权激励时，金院生和刘君贵作为公司聘请的外部顾问看好公司未来的发展前景，希望通过员工持股平台入股公司。同时，公司考虑到对外部顾问进行股权激励，有助于促使外部顾问深度、长期地为公司提供服务，能够提高外部顾问的工作积极性和主动性，有利于公司的长远发展，因此同意外部顾问入股公司，公司外部顾问入股具有合理性。

根据金院生和刘君贵提供的资料，金院生和刘君贵入股洪雅聚才时，洪雅聚才合伙人人数符合相关法律法规规定，上述二人均为具有完全民事行为能力的自然人，签署了符合工商登记机关要求的合伙协议及其他股权激励相关文件，以自有或自筹资金通过货币方式实缴了相关出资，其入伙并成为洪雅聚才的有限合伙人合法合规，具备适格性。

经查询相关公司案例，上海睿中实业股份公司（872149）、青岛泰凯英专用轮胎股份有限公司（874194）、武汉达梦数据库股份有限公司（688692.SH）的员工持股平台亦存在外部顾问的情形，经查阅前述公司的公开转让说明书或公告、招股说明书及相关持股平台最新的工商信息，该等外部顾问目前仍在员工持股平台持股，不存在审核期间退出的情况，因此，公司激励对象中存在外部顾问的情况符合市场惯例。

## 2、公司不存在通过外部顾问低价入股进行商业贿赂、利益输送的情形或其他特殊利益安排

根据公司股权激励相关文件、洪雅聚才合伙人的出资流水/凭证，金院生和刘君贵 2019 年 12 月以 5 元/财产份额的价格受让龚万芬持有的财产份额间接持有公司股权，该转让价格系根据其能力、贡献等方面综合考虑确定，且与同期公司员工受让财产份额的价格一致，不存在外部顾问低价入股的情形。

经核查外部顾问、公司董监高、其他关键人员、主要客户或供应商的相关资料以及对公司外部顾问进行访谈确认，除了金院生在公司共同实际控制人之一的赵麒控制的洪雅县德元楼餐饮有限公司担任店长外，金院生和刘君贵与公司董监高、其他关键人员、主要客户或供应商之间不存在关联关系或其他利益关系，公司外部顾问入股具有合理性，不存在通过外部顾问低价入股进行商业贿赂、利益输送的情形或其他特殊利益安排。

### （四）股权激励相关会计处理的恰当性

关于股权激励相关会计处理的恰当性，详见本问询回复“问题 8”之“四、报告期内股份支付公允价值确定的依据及合理性，结合股权激励方案、服务合同、行权条件等说明费用的核算及归集是否准确，会计处理是否合规。”

三、说明绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司的原因及合理性，双方合作历史、入股价格及公允性，是否存在通过低价入股换取客户订单或公司为上述股东承担成本、分摊费用的情形，是否存在利益输送或其他特殊利益安排，公司是否对绝味食品等股东存在重大依赖，是否影响公司业务独立性

（一）说明绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司的原因及合理性，双方合作历史、入股价格及公允性，是否存在通过低价入股换取客户订单或公司为上述股东承担成本、分摊费用的情形，是否存在利益输送或其他特殊利益安排

公司线下直销渠道主要面向采购金额较大的食品企业、连锁商超和连锁餐饮，主要客户包括红旗连锁、绝味食品、想念食品、王家渡食品等知名企业。绝味食品主要从事休闲卤制食品的开发、生产和销售，为丰富产品品类，突出区域特色，绝味食品推出了藤椒风味系列产品，公司与绝味食品的合作始于 2019 年绝味食品采购寻源，绝味食品向公司采购可满足其对藤椒风味和麻度的定制化需求，确保原材料的稳定供应。

绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司是基于对公司未来发展前景的认可，认为公司具有较强的投资价值，同时入股公司也能增进与公司的合作粘性，增进上下游企业合作，降低双方合作风险。

根据公司股东会会议文件、网聚投资、湖南肆壹伍签订的增资协议和股东协议、网聚投资、湖南肆壹伍出具的机构股东调查函、增资款支付凭证，2019年4月网聚投资增资的价格为7.2元/注册资本，系综合考虑当时宏观经济环境、公司所处行业、公司销售收入、成长性等综合因素由交易各方协商基于市场定价，按照公司投后估值8.5亿元确定；2019年9月湖南肆壹伍增资价格为7.2元/注册资本，系参照2019年4月融资价格并经协商按照投后估值9.5亿元确定。

公司2019年4月的投后估值为8.5亿元，参考公司2018年净利润对应的市盈率倍数为15.79倍；可比公司千禾味业于2011年11月引入北京高盛作为投资者的投后估值为7.43亿元，参考千禾味业2011年净利润对应的市盈率倍数为15.78倍；故公司与可比公司引入外部投资者的估值水平基本一致，公司此轮融资作价公允合理，且湖南肆壹伍2019年9月增资时的认购价格与同时增资的中金启辰相同，不存在低价入股换取客户订单的情形。

绝味食品作为上市公司，其财务报告已经会计师事务所审计并出具无保留意见的审计报告，公司不存在为绝味食品承担成本、分摊费用的情形。

公司向绝味食品销售的主要产品系定制化工业用藤椒油，通常由绝味食品提出产品规格、质量标准等具体需求后，公司根据制作工艺、材料成本及交易规模进行报价，绝味食品将综合采购价格、产品质量、厂商声誉等择优选定供应商，交易定价系双方基于公平原则协商确定，具有公允性。据此，绝味食品基于其投资决策和业务发展需要选择入股公司，双方已建立稳定的业务合作关系，且公司与绝味食品之间的交易遵循公平原则，与公司线下直销渠道的其他客户相比不存在显著差异，不存在利益输送或其他特殊利益安排。

此外，网聚投资是绝味食品的产业投资平台，除了么麻子外，绝味食品通过网聚投资还投资了郑州千味央厨食品股份有限公司、江苏满贯食品有限公司、江苏美鑫食品科技有限公司、江苏卤江南食品有限公司等公司。通过网聚投资、湖南肆壹伍间接持有长沙市拿云餐饮管理有限公司、长沙彩云农副产品有限公司等公司的股权，绝味

食品通过网聚投资和湖南肆壹伍投资么麻子符合绝味食品对外投资惯例。

综上，绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司具有合理性，入股价格公允，不存在通过低价入股换取客户订单或公司为上述股东承担成本、分摊费用的情形，不存在利益输送或其他特殊利益安排。

## （二）公司对绝味食品等股东不存在重大依赖，不影响公司业务独立性

公司自设立以来一直从事麻系味型特色调味产品的研发、生产和销售，已经初步形成了以藤椒调味油为主导、椒麻味型复合调味料和地方特产食品为特色的产品矩阵。公司拥有行业领先的“闷制+鲜榨+超临界萃取”藤椒油制作工艺并不断探索完善的供应链体系、多元的销售渠道和服务网络，具备独立开展业务的能力。

绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍入股公司并与公司开展业务合作的主要原因是认可公司在藤椒调味油行业的实力以及看好公司未来发展，公司与绝味食品之间的交易均为正常的商业行为，不构成对绝味食品的重大依赖。

自 2019 年与绝味食品合作以来，公司向绝味食品及其控制的公司销售定制藤椒油产品，2019 至 2023 年度以及 **2024 年 1-8 月** 的历年交易金额分别为 4.06 万元、444.12 万元、429.20 万元、164.79 万元、74.82 万元和 **28.20 万元**，占公司营业收入的比例很小且近年来逐年减少，公司对绝味食品的交易金额及占比均不构成重大依赖。

综上，公司对绝味食品等股东不存在重大依赖，不影响公司业务独立性。

## 四、说明中金启辰入股价格的定价依据及其公允性，是否存在通过关联方持股向主办券商进行利益输送的情形

根据中金启辰出具的机构股东调查函、公司股东会会议文件，2019 年 9 月中金启辰增资的原因系公司综合考虑未来发展战略与资金需求而引入外部投资人并增资，中金启辰基于对公司未来发展前景的认可对公司投资。

根据公司股东会会议文件、中金启辰签订的增资协议和股东协议、中金启辰出具的机构股东调查函、增资款支付凭证并经核查，2019 年 9 月中金启辰增资的价格为 7.2 元/注册资本，系综合考虑当时宏观经济环境、公司所处行业、公司销售收入、成长性等综合因素由交易各方协商基于市场定价，即参照 2019 年 4 月融资价格（投后估值为 8.5 亿元，增资价格为 7.2 元/注册资本），与湖南肆壹伍合计投资 1 亿元，在本

次投资中按照公司投后估值 9.5 亿元来予以确定。

公司 2019 年 4 月的投后估值为 8.5 亿元，参考公司 2018 年净利润对应的市盈率倍数为 15.79 倍；可比公司千禾味业于 2011 年 11 月引入北京高盛作为投资者的投后估值为 7.43 亿元，参考千禾味业 2011 年净利润对应的市盈率倍数为 15.78 倍；故公司与可比公司引入外部投资者的估值水平基本一致，公司此轮融资作价公允合理，且中金启辰 2019 年 9 月增资时的认购价格与同时增资的湖南肆壹伍相同，不存在通过关联方持股向主办券商进行利益输送的情形。

## 五、中介机构对上述事项（一）至（四）的核查方式及核查意见

### （一）核查程序

针对上述事项，主办券商进行了如下核查：

1、核查洪雅聚才现有合伙人出资前后的银行流水，对张宇茂、邓长江、江欢、宋运峰、杨国超进行访谈并取得其出具的确认函、承诺函，取得张宇茂与钟清之间的《出资份额转让协议》等钟清股权激励相关文件；

2、取得并查阅良师胜友的合伙人彭惠、吴惠玲与被代持人之间的代持资金往来、彭惠、吴惠玲分别或共同与被代持人签署的《财产份额代持解除协议》、相关代持资金返还凭证，了解良师胜友的代持形成和解除的情况；

3、取得并查阅彭惠与吴惠玲签署的《湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）财产份额转让协议》以及相关财产份额转让款支付凭证，取得并查阅彭惠、吴惠玲与陆刚共同签署的《湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）财产份额转让协议》；

4、取得并查阅良师胜友的变更决定书和合伙协议，了解良师胜友的代持还原情况；

5、取得彭惠和吴惠玲针对代持相关情况的确认函；

6、取得良师胜友和湖南肆壹伍出具的关于出资人不存在代持情形的承诺函；

7、取得并查阅公司的工商档案、出资凭证，对赵跃军和龚万芬进行访谈并取得其相关确认文件，取得公司股东填写的调查问卷和出具的确认函，了解公司股权明晰情况；

8、检索查询绝味食品公告的湖南证监局于 2023 年 4 月 26 日出具的《行政监管措

施决定书》及《关于公司及相关人员收到湖南证监局行政监管措施决定书及整改回复公告》；

9、取得并查阅公司实施股权激励的董事会和股东会/股东大会文件及公司对股权激励相关情况的说明；

10、取得并查阅龚万芬和赵麒对洪雅聚才的实缴出资凭证，查验相关资金转账凭证以及现有激励对象出资前后的资金流水，对公司股权激励对象进行访谈并查阅公司股权激励相关文件；

11、查阅洪雅聚才的合伙协议，了解公司股权激励相关的绩效考核指标、管理模式、服务期限、锁定期限、权益流转及退出机制等；

12、取得并查阅洪雅聚才 2020 年 12 月股权激励实施完毕后的财产份额变动相关的工商档案、转让协议、财产份额转让价款支付凭证、转让方确认文件等资料；

13、取得并查阅公司现有股权激励对象的劳动合同/顾问服务协议、调查问卷，对公司现有股权激励对象中的外部顾问进行访谈，取得公司外部顾问的股权激励相关文件；

14、检索外部顾问入股员工持股平台的上市公司与挂牌公司案例，查阅该等上市公司与挂牌公司的招股说明书、公开转让说明书及对应员工持股平台的最新工商信息；

15、核查外部顾问的调查函、公司董监高、其他关键人员名单、主要客户或供应商的董监高名单等相关资料，确认公司外部顾问与公司董监高、其他关键人员、主要客户或供应商之间的关系；

16、取得公司关于与绝味食品合作的情况说明，查阅绝味食品的公告文件及**信永中和**出具的审计报告，了解公司与绝味食品的合作情况；

17、取得并查阅公司工商档案和股东会会议文件、2019 年 4 月、9 月增资涉及的增资协议、股东协议及其补充协议等文件、相关增资款支付凭证等文件；

18、取得并查阅湖南肆壹伍、中金启辰和网聚投资的机构股东调查函；

19、取得公司和绝味食品关于绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司的相关情况的说明。

## （二）核查结论



经核查，主办券商认为：

1、公司股东洪雅聚才的合伙人、公司股东湖南肆壹伍的合伙人良师胜友历史上存在部分合伙人为他人代持出资份额的情形，相关代持情形在公司本次申报前已经解除，并已取得全体代持人与被代持人的确认；公司当前不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司当前及历史上的股东人数不存在超过 200 人的情形；公司间接股东曾受到湖南证监局的处罚不影响公司股东主体适格性，对公司本次申请挂牌不产生重大不利影响。

2、激励对象向龚万芬或其他退出持股的合伙人支付财产份额转让款的资金来源均为激励对象的自有或自筹资金，且均已根据转让协议的约定向财产份额转让方全额支付对价；公司实际控制人持有份额比例较高具有合理性，不存在通过低价入股向实际控制人输送利益的情形，公司股权激励均已实施完毕，不存在预留份额、代持或其他特殊利益安排；公司外部顾问入股具备合理性、适格性，公司不存在通过外部顾问低价入股进行商业贿赂、利益输送的情形或其他特殊利益安排；公司股权激励相关会计处理恰当。

3、绝味食品通过网聚投资、湖南肆壹伍投资入股公司具有合理性，入股价格公允，不存在通过低价入股换取客户订单或公司为上述股东承担成本、分摊费用的情形，不存在利益输送或其他特殊利益安排；公司对绝味食品等股东不存在重大依赖，不影响公司业务独立性。

4、中金启辰的入股价格系综合考虑当时宏观经济环境、公司所处行业、公司销售收入、成长性等综合因素由交易各方协商基于市场定价并参照 2019 年 4 月融资价格后按照公司投后估值 9.5 亿元确定，作价公允合理，不存在通过关联方持股向主办券商进行利益输送的情形。

**六、结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况、分红款流向等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人及持股 5%以上的自然人股东等主体出资时点前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效，公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件**

公司股东入股背景、入股价格等情况，详见本问询回复“问题 2”之“一”之

“（二）当前是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形”。

公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、持股5%以上的自然人股东以及员工持股平台的合伙人等主体出资前后的资金流水核查情况如下：

**（一）控股股东、实际控制人、持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、持股5%以上的自然人股东**

| 时间      | 事项        | 出资主体 | 金额<br>(万元)                           | 具体时间                                                 | 出资形式 | 出资流水<br>核查情况                                                   | 核查结果                                        |
|---------|-----------|------|--------------------------------------|------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 2008.03 | 公司<br>设立  | 赵跃军  | 30.60                                | 2008.03.18                                           | 现金缴存 | /                                                              | 经访谈确认，出资来源于赵跃军、龚万芬设立公司前经营幺幺饭店以及幺麻子食品厂所获得的收入 |
|         |           | 龚万芬  | 29.40                                | 2008.03.18                                           | 现金缴存 |                                                                |                                             |
| 2012.03 | 第一次增<br>资 | 赵跃军  | 275.40                               | 2012.03.15                                           | 银行转账 | 已取得并<br>核查出资<br>时点前、<br>后各6个<br>月的资金<br>流水                     | 出资来源为赵跃军、龚万芬自有资金                            |
|         |           | 龚万芬  | 264.60                               | 2012.03.15                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
| 2013.07 | 第二次增<br>资 | 赵跃军  | 714.00                               | 2013.07.16                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
|         |           | 龚万芬  | 686.00                               | 2013.07.16                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
| 2014.07 | 第三次增<br>资 | 赵跃军  | 1,530.00                             | 2014.07.01                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
|         |           | 龚万芬  | 1,470.00                             | 2014.07.01                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
| 2015.09 | 第四次增<br>资 | 赵跃军  | 459.4612                             | 2015.09.23                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
|         |           | 龚万芬  | 490.00                               | 2015.09.23                                           | 银行转账 |                                                                |                                             |
| 2016.09 | 第五次增<br>资 | 赵跃军  | 370.00<br>350.00<br>300.00           | 2016.12.01<br>2016.12.06<br>2016.12.07               | 现金缴存 | 已取得并<br>核查赵跃<br>军、龚万<br>芬 2016-<br>2017 年<br>期间的完<br>整银行流<br>水 | 未发现现金出资前后资金异常流入的情形，出资来源为赵跃军、龚万芬自有资金         |
|         |           | 龚万芬  | 300.00<br>180.00<br>100.00<br>400.00 | 2016.11.15<br>2016.10.08<br>2016.10.08<br>2016.09.30 |      |                                                                |                                             |
| 2017.02 | 第六次增<br>资 | 赵麟   | 2,000.00                             | 2017.02.16-<br>2017.09.07                            |      |                                                                |                                             |
| 2020.12 | 股份转<br>让  | 赵麒   | 1,601.2295                           | 2021.02.28                                           | 银行转账 | 已取得并<br>核查出资<br>时点前、<br>后各6个<br>月的资金<br>流水                     | 出资来源于龚万芬，系龚万芬自有资金                           |

经核查，赵跃军、龚万芬于 2008 年 3 月公司设立时出资的 60 万元、于 2016 年 9 月增资的 2,000 万元，以及赵麟于 2017 年 2 月增资的 2,000 万元均通过现金缴存的方式汇入公司账户。

根据对赵跃军和龚万芬的访谈、赵跃军和龚万芬的调查问卷及其出具的承诺函，赵跃军、龚万芬于 2008 年 3 月公司设立时出资的 60 万元来源于公司设立前赵跃军和龚万芬经营么么饭店以及“洪雅县么麻子有机食品厂”（以下简称“么麻子食品厂”）所获得的收入，当时手机银行、网上银行等转账方式尚未普及，大额跨行转账需要到银行柜台办理，通常不能当天到账，且转账手续费较高，故赵跃军和龚万芬通过现金缴存的方式汇入公司账户。根据赵跃军和龚万芬的确认，该等出资资金来源于自有、自筹资金，不存在股权代持的情况。

根据对赵跃军、龚万芬和赵麟的访谈、赵跃军、龚万芬和赵麟的调查问卷及其出具的承诺函，赵跃军、龚万芬 2016 年 9 月增资的 2,000 万元、赵麟于 2017 年 2 月增资的 2,000 万元（相关资金由赵跃军和龚万芬提供）来源于洪雅县么麻子钵钵鸡小吃店及么麻子食品厂的收入；在赵跃军成立么麻子食品厂的发展阶段，藤椒采购及设备采购对现金的需求较为频繁，因此赵跃军和龚万芬夫妇将经营个体工商户期间赚取的现金用于补足么麻子食品厂的资金缺口，逐渐形成了富余资金长期以现金形式持有以备不时之需的个人习惯，并在 2016 年和 2017 年的公司增资过程中，逐步分笔取出用于向公司缴付增资款。根据赵跃军、龚万芬和赵麟的确认，该等出资资金来源于赵跃军、龚万芬的自有资金，不存在股权代持的情况。

公司曾于 2019 年和 2020 年分别实施了上一年度的利润分配，经核查公司利润分配的会议文件及公司控股股东、实际控制人的分红流水，公司控股股东、实际控制人在收到分红款后主要用于购买理财、投资、家庭或个人消费，分红资金未有异常转出，可进一步证实不存在股权代持的情况。

经核查公司全套工商登记资料、历次股权变更相关的三会文件、增资协议、股权转让协议、相关增资或股权转让价款支付凭证、完税凭证，以及控股股东、实际控制人的出资账户在出资前、后各 6 个月的银行流水、分红流水、出资缴款凭证或其他资金来源证明资料，并对上述人员进行访谈，公司控股股东、实际控制人的出资来源于其家庭自有资金。

## （二）员工持股平台的合伙人

根据洪雅聚才的合伙协议，截至本问询回复签署之日，洪雅聚才是公司的持股平台，洪雅聚才现有全体合伙人在出资前后的资金流水核查情况如下：

| 序号 | 姓名  | 出资金额<br>(万元) | 出资比例   | 出资<br>时间 | 出资时银行流水核查情况                   | 核查结果                    |
|----|-----|--------------|--------|----------|-------------------------------|-------------------------|
| 1  | 龚万芬 | 654.2        | 65.42% | 2019.03  | 已作为公司关键人员核查<br>2019年完整流水      | 出资来源为<br>合伙人自有<br>或自筹资金 |
| 2  | 李杰祥 | 50.00        | 5.00%  | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水      |                         |
| 3  | 赵桂林 | 30.00        | 3.00%  | 2019.12  | 已作为公司关键人员核查<br>2019-2020年完整流水 |                         |
| 4  | 湛江波 | 30.00        | 3.00%  | 2020.01  | 已作为公司关键人员核查<br>2019-2020年完整流水 |                         |
| 5  | 李静  | 30.00        | 3.00%  | 2019.12  | 已作为公司关键人员核查<br>2019-2020年完整流水 |                         |
| 6  | 邓飞  | 28.40        | 2.84%  | 2019.12  | 已作为公司关键人员核查<br>2019-2020年完整流水 |                         |
|    |     |              |        | 2020.12  | 已作为公司关键人员核查<br>2020-2021年完整流水 |                         |
| 7  | 刘洪钧 | 20.00        | 2.00%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
| 8  | 方志珍 | 20.00        | 2.00%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
| 9  | 吴洪艳 | 20.00        | 2.00%  | 2019.12  | 已作为公司关键人员核查<br>2019-2020年完整流水 |                         |
| 10 | 赵麒  | 15.20        | 1.52%  | 2019.03  | 已作为公司关键人员核查<br>2019年完整流水      |                         |
| 11 | 赵军  | 11.20        | 1.12%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
|    |     |              |        | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水      |                         |
| 12 | 刘君贵 | 10.00        | 1.00%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
| 13 | 郭万平 | 8.00         | 0.80%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
|    |     |              |        | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水      |                         |
| 14 | 李乔  | 10.00        | 1.00%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
|    |     |              |        | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水      |                         |
| 15 | 吴祥  | 10.00        | 1.00%  | 2020.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
| 16 | 马瑞  | 8.00         | 0.80%  | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水      |                         |
| 17 | 宋运峰 | 6.00         | 0.60%  | 2019.12  | 已作为公司关键人员核查                   |                         |

| 序号 | 姓名  | 出资金额<br>(万元) | 出资比例  | 出资<br>时间 | 出资时银行流水核查情况                    | 核查结果                    |
|----|-----|--------------|-------|----------|--------------------------------|-------------------------|
|    |     |              |       |          | 2019-2020 年完整流水                |                         |
|    |     |              |       | 2020.12  | 已作为公司关键人员核查<br>2020-2021 年完整流水 | 存在代持                    |
| 18 | 杨方利 | 5.00         | 0.50% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       | 出资来源为<br>合伙人自有<br>或自筹资金 |
|    |     |              |       | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 19 | 李正远 | 2.00         | 0.20% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       |                         |
|    |     |              |       | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 20 | 何枷玲 | 5.00         | 0.50% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       |                         |
|    |     |              |       | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 21 | 朱翔  | 5.00         | 0.50% | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 22 | 胥中江 | 2.00         | 0.20% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       |                         |
| 23 | 王崇旭 | 5.00         | 0.50% | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       | 存在代持                    |
| 24 | 鲜芳  | 5.00         | 0.50% | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 25 | 张宇茂 | 3.00         | 0.30% | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 26 | 文成刚 | 2.00         | 0.20% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       | 出资来源为<br>合伙人自有<br>或自筹资金 |
| 27 | 金院生 | 2.00         | 0.20% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       |                         |
| 28 | 伍娟  | 1.00         | 0.10% | 2019.12  | 2019/10/01-2020/03/31 流水       |                         |
|    |     |              |       | 2020.12  | 2020/10/01-2021/03/31 流水       |                         |
| 29 | 钟清  | 2.00         | 0.20% | 2021.10  | 2021/07/01-2021/12/31 流水       |                         |

注：上述自有资金包含该合伙人的配偶或其他近亲属转入的家庭自有资金。

经核查，激励对象宋运峰与**历史激励对象杨国超（已于 2024 年 10 月退出持股）**曾为激励对象张宇茂分别代持洪雅聚才 2 万元、4 万元的出资份额（合计代持 6 万元出资份额）；激励对象张宇茂因个人原因，亦曾为外部第三方人士邓长江、江欢分别代持有洪雅聚才 1 万元出资份额（合计代持 2 万元出资份额）。根据对张宇茂、邓长江、江欢、宋运峰、杨国超的访谈以及该等主体提供的确认函、承诺函和资金流水等

文件，截至公司本次申报前，前述主体已解除并终止了前述代持关系，资金均已返还完毕；其中，张宇茂按照公司要求将其违规为邓长江、江欢代持的 2 万元出资份额以 12 万元的价格转让给董事会认可的新增激励对象钟清。根据前述主体出具的确认，就上述代持关系的建立与解除，各方均不存在任何已经发生的、正在进行的或潜在的争议或纠纷。除前述情形外，员工持股平台的合伙人不存在其他股权代持的情形。

公司曾于 2020 年 10 月实施了上一年度的利润分配，参与公司第一次股权激励且当时未离职的激励对象通过洪雅聚才取得了分红款，经核查公司利润分配的会议文件及参与了前述利润分配且目前仍通过洪雅聚才持有公司股份的激励对象收到分红款前后的银行流水情况，该等主体在收到分红款后主要用于购买理财、投资、家庭或个人消费，分红资金未有异常转出，以进一步证实不存在股权代持的情况。

经核查公司持股平台的工商登记资料、相关出资份额转让价款支付凭证、完税凭证以及员工持股平台合伙人的出资账户在出资前后的银行流水、分红流水或其他资金来源证明资料，并对上述人员进行访谈，除前述员工持股平台合伙人曾经存在代持且该等代持均已在公司本次申报前解除完毕外，员工持股平台合伙人的出资来源于其自有或自筹资金，目前不存在股权代持的情形。

综上，公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员，员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体的出资来源于其自有或自筹资金。截至公司本次申报前，公司不存在股权代持情况，公司股权代持核查程序充分有效。

**七、结合公司股东入股价格是否存在明显异常及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题**

公司股东入股背景、入股价格、资金来源等情况，详见本问询回复“问题 2”之“一”之“（二）当前是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形”。

经核查公司历次股权变更相关的增资协议、股权转让协议、相关增资或股权转让价款支付凭证及股东出具的确认函等文件，公司股东入股价格不存在明显异常，公司股东历次增资入股的背景具备合理性；入股价格系基于公司发展的具体阶段、增资当

时背景并最终由相关各方协商确定，相关定价合理、公允；自然人股东的资金来源于其自有资金或自筹资金，非自然人股东的资金来源于其合伙人出资或其自筹资金；公司不存在股权代持未披露情形，不存在不正当利益输送问题。

#### **八、说明公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议**

公司历次股权变动情况，详见本问询回复“问题 2”之“一”之“（二）当前是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形”。

经核查公司历次股权变更相关的增资协议、股权转让协议、相关增资或股权转让价款支付凭证及股东出具的确认函等文件，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议。

#### **九、按照《主办券商挂牌推荐业务指引》，说明主办券商就关联方入股履行利益冲突审查程序及出具合规意见的具体情况，是否影响主办券商客观公正的履职能力**

##### **（一）主办券商进行利益冲突核查的情况**

主办券商已根据《主办券商推荐挂牌业务指引》第二十一条的规定就关联方入股履行了利益冲突审查程序并出具了合规审查意见，《主办券商关于申请人股票公开转让并挂牌的推荐报告》中对以上事项进行了充分披露：

“截至 2024 年 8 月 31 日，主办券商全资子公司中金资本运营有限公司（简称“中金资本”）管理的中金启辰（苏州）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）（简称“中金启辰”）直接持有么麻子 5.2632%股份。

截至 2024 年 8 月 31 日，主办券商及其下属公司在二级市场共持有么麻子直接股东绝味食品 1,060,963 股股份，约占绝味食品股份总数<sup>9</sup>的 0.1711%，因此主办券商通过绝味食品间接持有么麻子 0.0293%的股份。

主办券商已就本次推荐挂牌进行利益冲突审查，以上情形不会影响主办券商公正履行职责。”

---

<sup>9</sup> 根据绝味食品发布的半年度报告，截至 2024 年 8 月 30 日，绝味食品总股本为 619,925,248 股；鉴于绝味食品未发布其于 2024 年 8 月 31 日的总股数，故以前述 2024 年 8 月 30 日的总股本进行估算。

## （二）主办券商关联方入股符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十八条的规定

根据《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十八条规定，证券公司或其承销保荐子公司担任拟上市企业首次公开发行股票辅导机构、财务顾问、保荐机构、主承销商或担任拟挂牌企业股票挂牌并公开转让的主办券商的，应当按照签订有关协议或者实质开展相关业务两个时点孰早的原则，在该时点后私募基金子公司及二级管理子公司管理的私募基金不得对该企业进行投资。中国证监会、证券交易所及协会另有规定的除外。

经主办券商核查，中金启辰作为主办券商全资子公司中金资本管理的基金投资么麻子，具体时间如下：

| 时间         | 事项                                               |
|------------|--------------------------------------------------|
| 2019年8月21日 | 签署《有关四川洪雅县么麻子食品股份有限公司之股东协议》                      |
| 2019年8月26日 | 公司股东会决议同意中金启辰以10,000万元的价格认购公司新增注册资本1,388.8888万元。 |
| 2019年9月5日  | 就前述增资事项完成工商变更登记。                                 |
| 2019年9月29日 | 中金启辰完成投资款的支付。                                    |

主办券商于2019年12月与挂牌公司召开深交所创业板公开发行并上市项目启动会，并相应开展深交所公开发行并上市工作；2020年4月14日完成么麻子深交所创业板公开发行并上市项目立项；2020年4月20日与挂牌公司签署上市独家保荐及独家主承销商委托协议；2021年3月14日完成么麻子深交所主板公开发行并上市项目立项；2024年1月进场并实质开展挂牌工作，2024年2月9日完成么麻子新三板挂牌项目立项。

基于上述，中金启辰投资么麻子时点早于主办券商实质启动此前公开发行并上市及本次挂牌相关工作及签署相关协议的时间，符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十八条的规定，不存在通过持股向主办券商进行利益输送、影响主办券商履职能力的情形。

此外，为防范因敏感信息不当流动及使用导致的内幕交易及管理实际的或潜在的利益冲突，中金公司制定并实施了《中国国际金融股份有限公司内部控制制度》《中



国国际金融股份有限公司信息隔离墙政策》，规定投资银行、私募股权投资等不同业务之间应进行有效隔离。同时，中金公司制定并实施了《中国国际金融股份有限公司投资银行部立项管理办法》，建立了严格的利益冲突识别及管控机制，对利益冲突进行管理。中金公司作为本次挂牌的主办券商，严格遵守并切实执行了上述规定。

**（三）主办券商法律合规部已就关联方入股幺麻子事宜出具合规意见**

2024 年 6 月 19 日，主办券商完成了新三板挂牌项目首次申报前利益冲突审查，  
**2024 年 12 月 2 日**，主办券商法律合规部**更新**合规审查意见如下：

“……经审查，截至 **2024 年 8 月 31 日**，中金公司及其下属企业共计直接及间接持有不超过公司 5.4%股份。该持股情况不影响保荐机构独立性，除上述情况外，未发现存在其他利益冲突情况。”

主办券商所履行的具体核查内容如下：

| 核查内容                                                    | 核查程序                                                                                                                          | 核查结论                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 主办券商或其控股股东、实际控制人、重要关联方是否持有挂牌公司、挂牌公司控股股东、实际控制人、重要关联方股份情况 | 1) 对挂牌公司进行了股东穿透核查，交叉核对了主办券商关联人士清单及挂牌公司股东穿透核查表，就主办券商或者其控股股东、实际控制人、重要关联方是否持有挂牌公司股份的情况进行了核查；<br>2) 查询了主办券商及其下设机构对挂牌公司及绝味食品的持股情况。 | 截至 <b>2024 年 8 月 31 日</b> ，主办券商全资子公司中金资本运营有限公司（简称“中金资本”）管理的中金启辰（苏州）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）（简称“中金启辰”）直接持有挂牌公司 5.2632%股份。<br>截至 <b>2024 年 8 月 31 日</b> ，上市公司绝味食品（603517.SH）的全资子公司深圳网聚投资有限责任公司直接持有挂牌公司 13.6842%股份，并通过持有挂牌公司直接股东湖南肆壹伍私募股权基金企业（有限合伙）65.3465%的合伙份额间接持有挂牌公司 3.4393%股份，合计持有挂牌公司 17.1235%股份。<br>截至 <b>2024 年 8 月 31 日</b> ，主办券商及其下属公司在二级市场共持有绝味食品 <b>1,060,963</b> 股股份，约占绝味食品股份总数的 <b>0.1711%</b> ，因此主办券商通过绝味食品间接持有挂牌公司 <b>0.0293%</b> 的股份。<br>除上述情况外，截至 <b>2024 年 8 月 31 日</b> ，主办券商及其控股股 |

|                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                |                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                | 东、实际控制人、重要关联方不存在持有挂牌公司股份的情况。                                                      |
| 挂牌公司是否持有、控制主办券商、主办券商控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况                                                                                                     | 1) 核查了挂牌公司企查查报告，确认其对外投资情况；<br>2) 通过公开渠道核查了主办券商、中央汇金股权结构。                                                                                                                       | 挂牌公司下设一家全资子公司，不存在任何其他对外投资情形，不存在持有、控制主办券商股份的情况。                                    |
| 挂牌公司的控股股东、实际控制人、重要关联方是否持有主办券商及其控股股东、实际控制人、重要关联方的股份                                                                                            | 1) 取得并核查了主办券商公开披露的 2023 年年报；<br>2) 取得并核查了挂牌公司董监高调查表；<br>3) 基于主办券商关连人士清单，通过企查查查询其上层股东名单，并与么麻子的控股股东、实际控制人、重要关联方进行交叉核对，并确认挂牌公司的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有主办券商及其控股股东、实际控制人、重要关联方的股份的情况。 | 挂牌公司的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有主办券商及其控股股东、实际控制人、重要关联方的股份的情况。                           |
| 主办券商董事、监事、高级管理人员是否持有挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况，以及是否在挂牌公司或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况                                                              | 1) 获取了主办券商的董监高名单，通过公开披露信息查询并结合股东穿透核查进行比对；<br>2) 获取了主办券商的董监高名单，通过公开披露信息查询其对外投资和任职情况，并与挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要关联方比对。                                                                 | 主办券商董事、监事、高级管理人员不存在持有挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况，不存在在挂牌公司或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况。 |
| 主办券商的控股股东、实际控制人、重要关联方是否存在与挂牌公司控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况                                                                                   | 1) 核查挂牌公司三会文件，确认其对外担保情况并获取实控人出具的不存在对外担保事项承诺函，并进一步通过检索公开信息核查主办券商及中央汇金的对外担保情况；<br>2) 取得挂牌公司及其控股股东、实际控制人的征信报告。                                                                    | 主办券商的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在与挂牌公司控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况。                       |
| 关于项目组成员是否存在如下情形之一的情况：<br>（一）最近三十六个月内受到中国证监会行政处罚或最近十二个月内受到中国证监会的重大监管措施、证券行业自律组织重大纪律处分；<br>（二）被中国证监会采取认定为不适当人选或者证券市场禁入的措施，或被证券行业自律组织采取暂不受理其出具的相 | 1) 通过公开检索及获取项目组成员书面承诺的方式确认不存在本表第九行列示的相关情形。                                                                                                                                     | 项目组成员不存前述情形。                                                                      |

|                                                                                                                                                                                         |                                                          |                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 关业务文件或认定不适合从事相关业务的纪律处分，尚未解除；<br>（三）被列入失信被执行人名单；<br>（四）本人及其配偶直接或间接持有申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份；<br>（五）本人及其配偶在申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要关联方任职；<br>（六）未按要求参加全国股转公司组织的业务培训；<br>（七）全国股转公司认定的其他情形。 |                                                          |                                                                         |
| 如涉及中金资本及其下设基金或中金浦成直接/间接持有挂牌公司权益的，请说明投资协议签署时间、股东工商变更登记时间、项目组进场时间、实质开展相关业务时间、推荐挂牌项目立项时间，是否符合“先投后保”的监管要求                                                                                   | 1) 核查中金启辰投资挂牌公司的交易文件及出资凭证、相关工商登记文件与项目组进场及实质开展工作时间进行交叉比对。 | 中金启辰投资么麻子时点早于项目组实质启动此前深交所公开发行业并上市相关工作及本次挂牌相关工作、签署相关协议的时间，符合“先投后保”的监管要求。 |
| 主办券商与挂牌公司之间是否存在其他关联关系                                                                                                                                                                   | 1) 通过北斗数据门户对挂牌公司进行了关联方比对核查。                              | 主办券商与挂牌公司之间不存在其他关联关系。                                                   |

综上，主办券商已就关联方入股履行利益冲突审查程序并出具合规审查意见，主办券商已在相关文件中进行了充分披露，以上情形不影响主办券商客观公正的履职能力。

#### 十、核查股权激励相关会计处理的恰当性，并发表明确意见

股权激励相关会计处理详见本问询回复“问题 8.关于期间费用”之“四、报告期内股份支付公允价值确定的依据及合理性，结合股权激励方案、服务合同、行权条件等说明费用的核算及归集是否准确，会计处理是否合规”。

针对公司股权激励相关会计处理事项，主办券商实施了以下核查程序：

（1）获取并查阅了公司员工持股平台增资入股的相关协议、相关三会文件，检查股份支付的授予价格、股份数量、授予日和等待期等相关约定与会计处理是否正确；

（2）审阅了沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的沃克森国际评报字

（2021）第 0109 号股权价值评估报告，评估公司股份支付会计处理是否符合会计准则的相关规定。

（3）获取并查阅了股权激励历年的变动文件，并对等待期调整的判断和可行权权益工具数量的最佳估计的判断进行了复核。

经核查，主办券商认为：

公司两次股权激励相关费用的核算及归集准确，会计处理符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定。

### 问题 3. 关于特殊投资条款。

公司、实际控制人曾与外部投资方签订特殊投资条款，由公司作为特殊权利义务承担主体的协议条款均已彻底终止。

请公司说明：（1）已解除特殊投资条款是否自始无效，解除过程是否存在争议或潜在纠纷，是否存在损害公司或其他股东利益情形，是否对公司生产经营产生重大不利影响；公司是否存在其他未披露、未解除或附条件恢复的特殊投资条款；（2）公司当前是否存在有效特殊投资条款，如存在，请说明现存有效条款内容，是否存在控股股东、实际控制人承担回购义务的条款或其他特殊权益要求，结合条款内容、所涉金额及义务主体资产情况，说明义务主体的履约能力及对公司股权结构、相关义务主体任职资格及其他公司治理、经营事项产生的影响。

请主办券商及律师核查上述事项，并发表明确意见。

回复：

一、已解除特殊投资条款是否自始无效，解除过程是否存在争议或潜在纠纷，是否存在损害公司或其他股东利益情形，是否对公司生产经营产生重大不利影响；公司是否存在其他未披露、未解除或附条件恢复的特殊投资条款

#### （一）历史上存在的特殊投资条款

经核查，公司现有股东历史上与公司及其控股股东、实际控制人等相关方之间存在投资人特殊权利相关约定，具体情况如下：

根据网聚投资与公司、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才于 2019 年 3 月 26 日签署的《有关四川洪雅县幺麻子食品有限公司之股东协议》，网聚投资享有回购权、新增注册资本/股份的优先认购权、优先购买权、共同出售权、优先清算权、反稀释、领售权、知情权、最优惠待遇等特殊权利。

根据湖南肆壹伍、中金启辰与公司、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才、网聚投资于 2019 年 8 月 21 日签署的《有关四川洪雅县幺麻子食品有限公司之股东协议》，湖南肆壹伍、中金启辰、网聚投资享有回购权、新增注册资本/股份的优先认购权、优先购买权、共同出售权、优先清算权、反稀释、领售权、知情权、最优惠待遇等特殊权利。

前述协议同时约定，前述特殊权利以及任何其他可能构成公司合格首次公开发行的法律障碍或对公司上市进程造成不利影响的条款于公司取得证监局的辅导备案通知之日起自动失效，但在出现公司取得辅导备案通知之日起 12 个月内（或投资方书面同意的更长期限内）未通过证监局上市辅导验收等情形时，前述特殊权利与安排自动恢复。

**（二）特殊投资条款已解除，已解除特殊投资条款自始无效，解除过程不存在争议或潜在纠纷，不存在损害公司或其他股东利益情形，不会对公司生产经营产生重大不利影响**

经核查，2020 年 12 月与 2021 年 3 月，公司、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才与投资方网聚投资、湖南肆壹伍、中金启辰共同签署了《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议》与《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议（二）》，内容包括：

1、各投资方的特殊权利以及任何其他可能构成公司合格首次公开发行的法律障碍或对公司上市进程造成不利影响的条款于公司取得证监局的辅导备案通知之日起自动失效且自始无效；

2、各投资方确认未曾依据《股东协议》中“投资方的特别权利”之约定，向公司主张行使包括但不限于回购权、优先清算权、反稀释、最优惠待遇等投资方的任何特别权利，亦未根据《股东协议》中“违约责任”之约定要求公司承担任何违约责任；

3、各投资方溯及既往且不可撤销地放弃依据《股东协议》之约定要求公司作为投资方特别权利项下义务承担主体的任何权利或主张，各方同意并确认公司自始且在未来任何条件下均不会就《股东协议》项下投资方的特别权利承担任何义务或责任；

4、各方一致同意自始且不可撤销地删除《股东协议》及《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议》中有关投资方特别权利终止的自动恢复条款。

公司已于 2021 年 11 月 25 日就其前次申请首次公开发行股票并在深圳证券交易所主办上市取得了中国证券监督管理委员会四川监管局出具的《关于对中国国际金融股份有限公司辅导工作的验收工作完成函》，据此，前述投资人特殊权利均自 2021 年 11 月 25 日起不附恢复条件地彻底终止，已解除特殊投资条款自始无效。

根据公司及公司全体股东于 2024 年 7 月 26 日出具的书面确认函，公司股东已解

除的特殊投资条款自始无效，解除过程中不存在争议或潜在纠纷，公司特殊投资条款的解除不存在损害公司或其他股东利益的情形，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

综上，公司股东已解除的特殊投资条款自始无效，解除过程中不存在争议或潜在纠纷，不存在损害公司或其他股东利益情形，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

### **（三）公司不存在其他未披露、未解除或附条件恢复的特殊投资条款**

如前所述，公司历史上存在的投资人特殊权利均已不附恢复条件地彻底终止，各方一致同意自始且不可撤销地删除《股东协议》及《有关四川洪雅县么麻子食品有限公司之补充协议》中有关投资方特别权利终止的自动恢复条款。

根据公司及公司全体股东出具的承诺函并经核查，截至本问询回复签署之日，公司与公司股东之间不存在对赌协议、约定、声明以及其他任何形式的类似安排，亦不存在其他任何应披露而未披露的特殊协议或安排。

综上，公司不存在其他未披露、未解除或附条件恢复的特殊投资条款。

**二、公司当前是否存在有效特殊投资条款，如存在，请说明现存有效条款内容，是否存在控股股东、实际控制人承担回购义务的条款或其他特殊权益要求，结合条款内容、所涉金额及义务主体资产情况，说明义务主体的履约能力及对公司股权结构、相关义务主体任职资格及其他公司治理、经营事项产生的影响**

根据公司及公司全体股东出具的承诺函并经核查，截至本问询回复签署之日，公司与公司股东之间不存在对赌协议、约定、声明以及其他任何形式的类似安排，亦不存在其他任何应披露而未披露的特殊协议或安排。

综上，公司当前不存在有效特殊投资条款。

### **三、中介机构核查方式及核查意见**

#### **（一）核查程序**

针对上述事项，主办券商进行了如下核查：

1、取得并查阅网聚投资与公司、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才签署的《有关四川洪雅县么麻子食品有限公司之股东协议》；

2、取得并查阅湖南肆壹伍、中金启辰与公司、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才、网聚投资签署的《有关四川洪雅县么麻子食品有限公司之股东协议》；

3、取得并查阅公司、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才与投资方网聚投资、湖南肆壹伍、中金启辰共同签署了《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议》与《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议（二）》；

4、取得公司和公司全体股东关于公司历史上存在的特殊投资条款的解除等相关情况的说明；

5、取得公司和公司全体股东出具的《关于无特殊协议或安排的承诺函》；

6、查阅中国证券监督管理委员会四川监管局出具的《关于对中国国际金融股份有限公司辅导工作的验收工作完成函》。

## **（二）核查意见**

经核查，主办券商认为：

1、公司股东已解除的特殊投资条款自始无效，解除过程中不存在争议或潜在纠纷，不存在损害公司或其他股东利益情形，不会对公司生产经营产生重大不利影响；公司不存在其他未披露、未解除或附条件恢复的特殊投资条款。

2、公司当前不存在有效特殊投资条款。



**问题 4. 关于经销销售。**

根据申报文件，报告期各期公司营业收入分别为 45,030.53 万元、54,514.41 万元，主要采取经销模式，经销收入占主营业务收入的 89.96%、91.07%。公司经销商数量较多，多为个体户或小型商贸企业。公开信息显示，亚亨食品成都有限公司等经销商实缴资本均为 0。公司对经销商客户存在返利，在藤椒集中收购季节前鼓励经销商集中预付货款，对预存款给予“买十送一”等折扣。

请公司补充披露：（1）主要经销商基本情况，非法人经销商数量、占比，区分法人客户、非法人企业、个体工商户、个人等不同类别披露经销商销售的产品数量、销售价格、销售金额、占比并分析报告期内的变动原因；（2）公司退换货、返利和折扣政策，报告期内是否发生变动；（3）各报告期末应收账款的期后回款情况。

请公司说明：（1）报告期内主要客户的成立时间、开始合作时间、合作背景、交易原因、是否签订框架协议、交易规模与其经营规模是否匹配；（2）公司是否存在由在职员工、前员工或其近亲属控制的经销商，是否存在仅为或主要为公司服务的经销商，如有请说明主体名称、与公司的关系、报告期内交易金额及占比，交易的背景、具体交易内容、结算方式，结合市场价格或第三方交易价格说明交易的公允性，经销商销售收入的最终实现情况；公司及其关联方、公司员工与经销商是否存在异常资金往来；（3）个体户或小型商贸经销商较多的原因及合理性，是否符合行业特征，是否与可比公司存在较大差异，未成立法人实体的原因；（4）对经销商的管理政策及管理有效性，公司对经销商的管理是否与同行业可比公司存在较大差异；（5）主要客户的销售返利模式、报告期内各期的返利金额、占销售金额的比例，公司的平均销售返利比例与同行业可比公司是否存在显著差异、差异的原因及合理性，主要客户的销售返利比例是否存在异常情况及其原因；（6）报告期是否存在销售退回的情形，不同经销商之间价格、双方权利义务关系、风险承担方式、交易结算方式，相关退换货政策是否存在差异；（7）返利及退货、销售折扣相关会计处理的恰当性，退货是否需要计提预计负债，是否与行业惯例一致，是否符合《企业会计准则》的规定。

请主办券商及会计师：（1）对上述事项补充核查并发表明确意见，同时按照《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进行补充核查并发表明确意见；（2）说明对于经销收入（单独说明对非法人客户销售收入）的核查方式及核查比

例（包括但不限于走访、发函、回函、替代性程序以及所有尽调程序累计核查比例），单独说明对于公司与经销商是否存在关联关系的核查情况；（3）说明针对经销商终端销售的核查情况。

回复：

一、补充披露主要经销商基本情况，非法人经销商数量、占比，区分法人客户、非法人企业、个体工商户、个人等不同类别披露经销商销售的产品数量、销售价格、销售金额、占比并分析报告期内的变动原因

（一）补充披露主要经销商基本情况，非法人经销商数量、占比

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“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露主要经销商基本情况，非法人经销商数量、占比情况，具体如下：

报告期各期前 10 大经销商的基本情况如下：

| 序号 | 客户名称              | 成立时间       | 注册资本<br>(万元) | 注册地                                                   | 主营业务    |
|----|-------------------|------------|--------------|-------------------------------------------------------|---------|
| 1  | 亚亨食品成都有限公司        | 2017-04-13 | 100.00       | 成都市锦江区一环路东五段 3 号 1 幢附 6 号                             | 调味品批发零售 |
|    | 成都中隆食品有限公司        | 2015-04-30 | 3.00         | 成都市青羊区西二巷 18 号附 12 号 1 层 12 号                         |         |
|    | 武侯区中泓食品经营部        | 2020-04-15 | -            | 成都市武侯区文昌南路 58 号附 2 号                                  |         |
| 2  | 四川比优特商贸有限公司       | 2016-04-19 | 200.00       | 成都市金牛区西华街道金罗社区 2 组                                    | 调味品批发零售 |
|    | 成都市金牛区味源食品添加剂经营部  | 2002-12-12 | -            | 成都市金牛区蜀联粮油综合市场 2103 号                                 |         |
| 3  | 重庆天豪地杰贸易有限公司      | 2007-10-22 | 600.00       | 重庆市渝北区龙溪街道花卉园东路 102 号                                 | 调味品批发零售 |
|    | 江北区国惠副食经营部        | 2006-10-09 | -            | 重庆市江北区玉带山 200 号盘溪农产品批发市场 1-594 号                      |         |
|    | 重庆国惠供应链管理<br>有限公司 | 2022-04-18 | 600.00       | 重庆市江津区双福街道珊瑚大道 6 号双福国际农贸城沿河内街 24a 区 1-002bd, 1-003bcd |         |
|    | 渝中区杰瀚餐料行          | 2012-01-04 | -            | 重庆市菜园坝农副产品市场一楼 1-1 附 3 号                              |         |
| 4  | 西安文浩食品商贸有限公司      | 2018-03-30 | 200.00       | 西安市莲湖区丰禾路北侧鑫苑大都汇 1 幢 1 单元 19 层 1908 室                 | 调味品批发零售 |
|    | 西安佳味盛商贸有限公司       | 2022-07-21 | 100.00       | 陕西省西安市莲湖区丰禾路太奥广场 10 号楼 10201 号商铺                      |         |
|    | 西安市莲湖区佳味盛         | 2021-11-15 | -            | 陕西省西安市莲湖区大兴西路                                         |         |

| 序号 | 客户名称               | 成立时间       | 注册资本<br>(万元) | 注册地                                              | 主营业务    |
|----|--------------------|------------|--------------|--------------------------------------------------|---------|
|    | 调味品食材商行            |            |              | 9号方欣国际食品城B座一层313号                                |         |
| 5  | 北京信诚和泰商贸有限公司       | 2012-12-17 | 2,000.00     | 北京市平谷区大华山镇陈庄子大街33号                               | 调味品批发零售 |
|    | 保定白沟新城信诚和佳调味品销售部   | 2020-08-26 | 1.00         | 保定市白沟新城兴隆大街许庄安置房一期066号                           |         |
| 6  | 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 2015-01-22 | 100.00       | 上海市松江区佘山镇强业路596号5栋-4                             | 调味品批发零售 |
|    | 上海川王实业有限公司         | 2005-12-20 | 500.00       | 上海市松江区佘山镇强业路596号5栋-3                             |         |
| 7  | 深圳市怡乐糖商贸有限公司       | 2015-08-05 | 250.00       | 深圳市龙岗区平湖街道白泥坑社区丹农路1号深圳海吉星农产品国际物流园海吉星电商大厦11楼1112房 | 调味品批发零售 |
|    | 深圳市龙岗区平湖唐平商行       | 2001-12-17 | 1.00         | 深圳市龙岗区平湖街道白坭坑社区丹农路1号深圳海吉星国际农产品物流园C4063、C4065     |         |
| 8  | 广州川九香食品有限公司        | 2016-07-11 | 100.00       | 广州市白云区增槎路711号东旺食品综合批发市场内自编中一排70档铺位               | 调味品批发零售 |
|    | 广州玖香食品有限公司         | 2023-04-03 | 100.00       | 广州市白云区增槎路1007号广州金达食品城内三层F253商铺                   |         |
|    | 广州市白云区松洲邓晨食品经营部    | 2020-08-20 | -            | 广州市白云区增槎路711号东旺食品综合批发市场内自编中一排68档                 |         |
| 9  | 泸州市杨氏姐妹商贸有限公司      | 2015-02-10 | 50.00        | 泸州市江阳区洪洋农贸市场8-9号                                 | 调味品批发零售 |
|    | 泸州市龙马潭区杨氏食品经营部     | 2020-06-29 | -            | 泸州市龙马潭区龙南路12号4幢-1层6号(龙南路113号附11)                 |         |
| 10 | 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 2022-12-20 | -            | 湖北省武汉市东西湖区舵落口大市场4区2栋6-7号                         | 调味品批发零售 |
|    | 武汉市盛世长铭商贸有限公司      | 2016-07-19 | 200.00       | 武汉市黄陂区滠口街滠口村湖北汉口四季美农贸城第东区1层G5-123号               |         |
| 11 | 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 2002-05-24 | -            | 郑州市惠济区信基调味食品城1区2599-2600号                        | 调味品批发零售 |
|    | 郑州晋祥唐调味品有限公司       | 2020-12-10 | 100.00       | 河南省郑州市惠济区信基调味食品城1区2599-2600号                     |         |
| 12 | 天津老坛子餐饮管理有限公司      | 2015-09-15 | 300.00       | 天津市河北区建昌道街建昌道62号                                 | 调味品批发零售 |
|    | 天津市河北区和祥家调味品经营部    | 2016-05-05 | -            | 天津市河北区建昌道街道建昌道与外环线交口处(兴耀粮油食品批发市场1区5排1-2号)        |         |

报告期内，非法人经销商数量、占比情况如下：

| 项目     | 2024 年 1-8 月 |         | 2023 年 |         | 2022 年 |         |
|--------|--------------|---------|--------|---------|--------|---------|
|        | 数量           | 占比      | 数量     | 占比      | 数量     | 占比      |
| 非法人经销商 | 215          | 35.60%  | 213    | 34.86%  | 221    | 41.15%  |
| 法人经销商  | 389          | 64.40%  | 398    | 65.14%  | 316    | 58.85%  |
| 合计     | 604          | 100.00% | 611    | 100.00% | 537    | 100.00% |

注 1：经销商根据同一控制口径进行合并，报告期内未设立法人实体与公司合作的经销商纳入非法人经销商统计；

注 2：非法人经销商包括非法人企业、个体工商户。

调味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。部分经销商因规模较小或自身经营习惯，主要以个人或家庭式模式经营，未成立法人实体，因此公司经销商中存在个体工商户等非法人实体形式跟公司开展经销合作的情形。经查阅可比公司公开披露文件，除天味食品外，其余可比公司未披露非法人经销商占比情况。经进一步查阅以经销模式为主的消费类上市公司披露文件，惠发食品、养元饮品、巴比食品和安井食品等均存在非法人经销商数量及金额占比较高的情形。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。

（二）区分法人客户、非法人企业、个体工商户、个人等不同类别披露经销商销售的产品数量、销售价格、销售金额、占比并分析报告期内的变动原因

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“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售金额、占比情况，具体如下：

报告期内，公司对不同类别经销商销售的金额及占比如下：

| 项目    | 2024 年 1-8 月 |         | 2023 年    |         | 2022 年    |         |
|-------|--------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|       | 金额（万元）       | 占比      | 金额（万元）    | 占比      | 金额（万元）    | 占比      |
| 法人客户  | 29,210.28    | 78.93%  | 37,739.25 | 77.56%  | 29,614.95 | 75.29%  |
| 非法人企业 | 386.83       | 1.05%   | 504.48    | 1.04%   | 607.00    | 1.54%   |
| 个体工商户 | 7,411.49     | 20.03%  | 10,413.38 | 21.40%  | 9,111.39  | 23.16%  |
| 合计    | 37,008.60    | 100.00% | 48,657.10 | 100.00% | 39,333.34 | 100.00% |

注：非法人企业指个人独资企业、合伙企业等不具有法人资格的企业，公司的非法人企业经销商

均为个人独资企业；报告期内公司不存在个人经销商；下同。

由上表可见，报告期内各类别经销商的销售占比保持基本稳定，不存在异常变动。

报告期内公司主营业务收入主要来源于调味油，报告期各期收入占比均超过 90%，其中核心产品为藤椒油。除藤椒油产品外，花椒油、木姜油、酱汁类调味料、液态调味料、钵钵鸡等产品的销售金额相对较低。

2024 年 1-8 月，公司对各类型经销商销售藤椒油的产品数量、销售价格、销售金额、占比情况如下：

| 项目    | 2024 年 1-8 月 |           |            |         |
|-------|--------------|-----------|------------|---------|
|       | 产品数量（吨）      | 销售金额（万元）  | 销售价格（万元/吨） | 占比      |
| 法人客户  | 7,076.87     | 25,073.70 | 3.54       | 77.86%  |
| 非法人企业 | 103.00       | 355.67    | 3.45       | 1.10%   |
| 个体工商户 | 1,911.33     | 6,772.32  | 3.54       | 21.03%  |
| 合计    | 9,091.21     | 32,201.68 | 3.54       | 100.00% |

2023 年度，公司对各类型经销商销售藤椒油的产品数量、销售价格、销售金额、占比情况如下：

| 项目    | 2023 年    |           |            |         |
|-------|-----------|-----------|------------|---------|
|       | 产品数量（吨）   | 销售金额（万元）  | 销售价格（万元/吨） | 占比      |
| 法人客户  | 9,211.97  | 32,369.19 | 3.51       | 76.48%  |
| 非法人企业 | 134.68    | 466.33    | 3.46       | 1.10%   |
| 个体工商户 | 2,706.11  | 9,489.05  | 3.51       | 22.42%  |
| 合计    | 12,052.76 | 42,324.57 | 3.51       | 100.00% |

2022 年度，公司对各类型经销商销售藤椒油的产品数量、销售价格、销售金额、占比情况如下：

| 项目   | 2022 年   |           |            |        |
|------|----------|-----------|------------|--------|
|      | 产品数量（吨）  | 销售金额（万元）  | 销售价格（万元/吨） | 占比     |
| 法人客户 | 7,471.16 | 26,267.74 | 3.52       | 74.46% |

| 项目    | 2022 年    |           |             |         |
|-------|-----------|-----------|-------------|---------|
|       | 产品数量 (吨)  | 销售金额 (万元) | 销售价格 (万元/吨) | 占比      |
| 非法人企业 | 158.85    | 550.04    | 3.46        | 1.56%   |
| 个体工商户 | 2,408.76  | 8,460.19  | 3.51        | 23.98%  |
| 合计    | 10,038.76 | 35,277.97 | 3.51        | 100.00% |

由上表可见，公司对法人及个体工商户经销商销售藤椒油的产品数量、销售金额在报告期内均呈上升趋势，与公司报告期内销售规模的增长趋势相一致，向非法人企业经销商销售的数量小幅下滑。公司向不同类型经销商销售的出厂价格一致，受提货规格、参与预付款促销活动力度的差异影响，公司向各类型经销商销售藤椒油单价略有波动但不存在重大差异，报告期内销售单价以及销售占比保持基本稳定，不存在大幅变动。

## 二、补充披露公司退换货、返利和折扣政策，报告期内是否发生变动

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“六、商业模式”之“3、销售模式”补充披露公司退换货、返利和折扣政策，具体如下：

### （一）公司的退换货政策

公司规定仅在产品存在质量问题时，经销商方可根据规定向公司申请退换，报告期内未发生变动。

根据双方的协议约定，若经销商在进行产品验收时，发现产品存在漏油、包装破损等质量问题，可向公司提交《产品换货申请表》。公司销售区域经理针对经销商的退换货要求，对预退换货产品进行质量判定，确定其符合公司退换货标准后报送综合部客服人员，综合部客服人员提交品控部、销售部、财务部逐级报批，按照公司流程并经双方核实无误后，公司仓储部向经销商退/换存在质量问题的相关产品。

### （二）公司的返利和折扣政策

为激励经销商积极销售公司产品，公司每年会推出预付款折扣订货活动，即经销商在活动规定期间预付货款，对应预付货款后续在对特定产品进行提货时可享受满赠优惠。公司的预付款折扣政策按年制定，受各年市场情况和经营战略规划变化影响，报告期各期参与折扣活动的产品及规格存在一定的变动。

2024 年度预付款活动打款期间为 2024 年 5 月 15 日-6 月 20 日，2023 年度预付款活动打款期间为 2023 年 5 月 20 日-6 月 20 日，2022 年度预付款活动打款期间为 2022 年 6 月 6 日-7 月 6 日。以藤椒油产品为例，报告期内的促销活动政策均为川渝地区 12 送 1，非川渝地区 10 送 1，但是参与折扣活动的藤椒油产品规格有所差异，2022 年折扣活动覆盖 6 种规格，2023 年折扣活动覆盖 9 种规格，2024 年折扣活动覆盖 6 种规格。

此外，公司制定了销售返利政策，公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售任务，对于完成规定销售任务的经销商，公司按照合同约定给予一定年度返利，并以销售折扣形式体现。公司的销售返利政策按年制定，受各年市场情况和经营战略规划变化影响，报告期各期的销售返利政策存在一定的变动。

2024 年，公司销售返利政策如下：

| 经销商类型   | 项目         | 考核目标                                  | 返利金额                                                             |
|---------|------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 餐饮经销商   | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 A/B/C/D 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 3%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 E/F 万元                | 未完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1%作为奖励；完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 2/3%作为奖励 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 G/H 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 4/6%作为奖励     |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*2%                                                        |
| 特约餐饮经销商 | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 I/J/K/L 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 2%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 M/N 万元                | 完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1/2%作为奖励                                 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 O/P 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 1%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2.5/4%作为奖励   |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*1%                                                        |
| 零售经销商   | 产品奖励       | 完成净销售额 Q/R/S/T/U 万元                   | 当期净销售额*1/2/3/5%                                                  |

2023 年，公司销售返利政策如下：

| 经销商类型   | 项目         | 考核目标                                  | 返利金额                                                             |
|---------|------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 餐饮经销商   | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 A/B/C/D 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 3%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 E/F 万元                | 未完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1%作为奖励；完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 2/3%作为奖励 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 G/H 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 4/6%作为奖励     |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*2%                                                        |
| 特约餐饮经销商 | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 I/J/K/L 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 2%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 M/N 万元                | 完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1/2%作为奖励                                 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 O/P 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 1%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2.5/4%作为奖励   |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*1%                                                        |
| 零售经销商   | 产品奖励       | 完成净销售额 Q/R/S/T/U 万元                   | 当期净销售额*1/2/3/4/5%                                                |

2022 年，公司销售返利政策如下：

| 经销商类型   | 项目         | 考核目标                  | 返利金额                                                       |
|---------|------------|-----------------------|------------------------------------------------------------|
| 餐饮经销商   | 老款产品奖励     | 完成老款产品净销售额 A/B/C 万元   | 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     | 完成新款产品净销售额 D/E 万元     | 当期新款产品净销售额*3/6%                                            |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求     | 当期净销售额*2%                                                  |
| 特约餐饮经销商 | 老款产品奖励     | 完成老款产品净销售额 F/G 万元     | 未完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 2%作为奖励，完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 3/4%作为奖励   |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 H/I 万元     | 当期新款产品净销售额*2/4%                                            |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求     | 当期净销售额*1%                                                  |
| 零售经销商   | 产品奖励       | 完成净销售额 I/J/K/L/M/N 万元 | 当期净销售额*1/2/3/4/5%                                          |



三、补充披露各报告期末应收账款的期后回款情况

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“（一）流动资产结构及变化分析”之“5、应收账款”之“（7）其他事项”补充披露各报告期末应收账款的期后回款情况，具体如下：

截至 2024 年 10 月 31 日，公司报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

| 项目        | 2024 年 8 月 31 日 | 2023 年 12 月 31 日 | 2022 年 12 月 31 日 |
|-----------|-----------------|------------------|------------------|
| 应收账款余额    | 508.02          | 244.53           | 173.92           |
| 期后回款金额    | 469.73          | 242.99           | 169.93           |
| 期后回款占比（%） | 92.46           | 99.37            | 97.71            |

公司销售基本采用“先款后货”的模式，商超渠道中部分客户为“先货后款”，因此 2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日和 2024 年 8 月 31 日存在少量应收账款。截至 2024 年 10 月 31 日，公司 2022 年末、2023 年末与 2024 年 8 月末应收账款期后回款比例分别为 97.71%、99.37%、92.46%，期后回款情况整体较好。

针对极个别长账龄应收账款客户因终止合作等原因无法收回的情况，公司已核销对应应收账款。由于公司 2023 年核销了一笔应收账款，2022 年末应收账款余额包含该核销部分，使得 2022 年 12 月 31 日期后回款比例相较于 2023 年 12 月 31 日期后回款比例略低。

四、说明报告期内主要客户的成立时间、开始合作时间、合作背景、交易原因、是否签订框架协议、交易规模与其经营规模是否匹配

报告期各期前 10 大经销商的成立时间、开始合作时间、合作背景、交易原因、签订框架协议情况如下：

| 序号 | 客户名称       | 成立时间       | 开始合作时间              | 合作背景及交易原因                            | 是否签订框架协议 |
|----|------------|------------|---------------------|--------------------------------------|----------|
| 1  | 亚亨食品成都有限公司 | 2017-04-13 | 自 2003 年开始合作，合作未曾间断 | 客户认为公司产品市场占有率高，故向公司采购藤椒油、花椒油、木姜油等产品。 | 是        |
|    | 成都中隆食品有限公司 | 2015-04-30 |                     |                                      |          |
|    | 武侯区中泓食品经营部 | 2020-04-15 |                     |                                      |          |

| 序号 | 客户名称               | 成立时间       | 开始合作时间                | 合作背景及交易原因                                             | 是否签订框架协议 |
|----|--------------------|------------|-----------------------|-------------------------------------------------------|----------|
| 2  | 四川比优特商贸有限公司        | 2016-04-19 | 自 2003 年开始合作，合作未曾间断   | 客户认可公司的品牌和质量，品质较为稳定，故向公司采购藤椒油、木姜油、花椒油等产品。             | 是        |
|    | 成都市金牛区味源食品添加剂经营部   | 2002-12-12 |                       |                                                       |          |
| 3  | 重庆天豪地杰贸易有限公司       | 2007-10-22 | 自 2012 年开始合作，合作未曾间断   | 客户认为公司产品质量好、发展潜力高，品牌具备优势，故向公司采购藤椒油、花椒油等产品。            | 是        |
|    | 江北区国惠副食经营部         | 2006-10-09 |                       |                                                       |          |
|    | 重庆国惠供应链管理有限公司      | 2022-04-18 |                       |                                                       |          |
|    | 渝中区杰瀚餐料行           | 2012-01-04 |                       |                                                       |          |
| 4  | 西安文浩食品商贸有限公司       | 2018-03-30 | 自 2011 年开始合作，合作未曾间断   | 客户认为公司产品质量好、品牌知名度高、品牌形象好、业务稳定，因此与公司开展合作，采购藤椒油等产品。     | 是        |
|    | 西安佳味盛商贸有限公司        | 2022-07-21 |                       |                                                       |          |
|    | 西安市莲湖区佳味盛调味品食材商行   | 2021-11-15 |                       |                                                       |          |
| 5  | 北京信诚和泰商贸有限公司       | 2012-12-17 | 自 2007 年以来开始合作，合作未曾间断 | 客户认为公司作为行业头部品牌，产品较好、具备发展潜力，因此与公司开展合作，向公司采购藤椒油、花椒油等产品。 | 是        |
|    | 保定白沟新城信诚和佳调味品销售部   | 2020-08-26 |                       |                                                       |          |
| 6  | 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 2015-01-22 | 自 2010 年开始合作，合作未曾间断   | 客户认为公司产品品质好、具备品牌效应，因此与公司开展合作，藤椒油、木姜油、花椒油等产品           | 是        |
|    | 上海川王实业有限公司         | 2005-12-20 |                       |                                                       |          |
| 7  | 深圳市怡乐糖商贸有限公司       | 2015-08-05 | 自 2006 年开始合作，合作未曾间断   | 客户通过糖酒会接触到公司产品，认为产品品质好                                | 是        |
|    | 深圳市龙岗区平湖唐平商行       | 2001-12-17 |                       |                                                       |          |
| 8  | 广州川九香食品有限公司        | 2016-07-11 | 自 2011 年开始合作，合作未曾间断   | 下游客户认可公司品牌，合作后认为公司产品品质好                               | 是        |
|    | 广州玖香食品有限公司         | 2023-04-03 |                       |                                                       |          |
|    | 广州市白云区松洲邓晨食品经营部    | 2020-08-20 |                       |                                                       |          |
| 9  | 泸州市杨氏姐妹商贸有限公司      | 2015-02-10 | 自 2005 年以来开始合作，合作未曾间断 | 客户认为公司产品品质及服务较好、存在利润空间，故向公司采购藤椒油等产品。                  | 是        |
|    | 泸州市龙马潭区杨氏食品经营部     | 2020-06-29 |                       |                                                       |          |
| 10 | 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 2022-12-20 | 自 2020 年开始合作，合作未曾间断   | 2020 年 9 月之前在门市零售公司产品，此后成为经销商，认为公司产品品质好               | 是        |
|    | 武汉市盛世长铭商贸有限公司      | 2016-07-19 |                       |                                                       |          |
| 11 | 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 2002-05-24 | 自 2007 年以来开始          | 客户认为公司提供的产品市场需求较大，且公司具备产品品                            | 是        |

| 序号 | 客户名称            | 成立时间       | 开始合作时间              | 合作背景及交易原因                           | 是否签订框架协议 |
|----|-----------------|------------|---------------------|-------------------------------------|----------|
|    | 郑州晋祥唐调味品有限公司    | 2020-12-10 | 合作，合作未曾间断           | 质较好、市场知名度高的优势，故向公司采购藤椒油、花椒油、木姜油等产品。 |          |
| 12 | 天津老坛子餐饮管理有限公司   | 2015-09-15 | 自 2004 年开始合作，合作未曾间断 | 客户认为公司产品品质比较好，在行业中突出                | 是        |
|    | 天津市河北区和祥家调味品经营部 | 2016-05-05 |                     |                                     |          |

注：上表系报告期内前 10 大经销商与公司合作的主体，部分经销商开始合作时间早于上述主体的成立日期，系经销商使用了个人名义或者其他主体与公司进行业务合作。

2022-2023 年度前 10 大经销商的交易规模与其经营规模匹配情况如下：

单位：万元

| 经销商                | 2022 年交易规模 | 2023 年交易规模 | 经销商经营规模  | 是否匹配 |
|--------------------|------------|------------|----------|------|
| 亚亨食品成都有限公司         | 2,510.77   | 2,564.52   | 2,900.00 | 是    |
| 四川比优特商贸有限公司        | 1,775.28   | 2,101.79   | 8,000.00 | 是    |
| 西安佳味盛食品商贸有限公司      | 605.75     | 1,204.60   | 7,000.00 | 是    |
| 北京信诚和泰商贸有限公司       | 1,068.60   | 1,119.38   | 1,530.00 | 是    |
| 重庆天豪地杰有限公司         | 1,080.64   | 1,110.43   | 6,011.46 | 是    |
| 广州玖香食品有限公司         | 577.00     | 1,084.42   | 9,000.00 | 是    |
| 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 717.03     | 924.91     | 3,000.00 | 是    |
| 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 688.20     | 847.98     | 8,000.00 | 是    |
| 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 635.14     | 711.30     | 5,378.00 | 是    |
| 深圳市怡乐鑫商贸有限公司       | 577.17     | 676.21     | 7,000.00 | 是    |
| 泸州市杨氏姐妹商贸有限公司      | 627.58     | 659.07     | 7,000.00 | 是    |

注：同一控制的经销商交易金额均合并计算；经销商经营规模为经销商 2023 年营收规模，数据来源于经销商出具的确认函。

2024 年 1-8 月前 10 大经销商的交易规模与其经营规模匹配情况如下：

单位：万元

| 经销商         | 2024 年 1-8 月交易规模 | 经销商 2024 年 1-8 月经营规模 | 是否匹配 |
|-------------|------------------|----------------------|------|
| 亚亨食品成都有限公司  | 1,762.99         | 2,000.00             | 是    |
| 四川比优特商贸有限公司 | 2,227.04         | 6,000.00             | 是    |

| 经销商                | 2024 年 1-8 月交易规模 | 经销商 2024 年 1-8 月经营规模 | 是否匹配 |
|--------------------|------------------|----------------------|------|
| 西安佳味盛食品商贸有限公司      | 901.59           | 3,500.00             | 是    |
| 北京信诚和泰商贸有限公司       | 541.71           | 1,000.00             | 是    |
| 重庆天豪地杰有限公司         | 909.31           | 10,000.00            | 是    |
| 广州玖香食品有限公司         | 1,021.15         | 4,500.00             | 是    |
| 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 561.79           | 2,000.00             | 是    |
| 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 741.51           | 5,200.00             | 是    |
| 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 636.73           | 3,808.94             | 是    |
| 天津老坛子餐饮管理有限公司      | 570.98           | 3,000.00             | 是    |

注：同一控制的经销商交易金额均合并计算；经销商经营规模为经销商 2024 年 1-8 月营收规模，数据来源于经销商出具的确认函。

五、公司是否存在由在职员工、前员工或其近亲属控制的经销商，是否存在仅为或主要为公司服务的经销商，如有请说明主体名称、与公司的关系、报告期内交易金额及占比，交易的背景、具体交易内容、结算方式，结合市场价格或第三方交易价格说明交易的公允性，经销商销售收入的最终实现情况；公司及其关联方、公司员工与经销商是否存在异常资金往来

（一）公司是否存在由在职员工、前员工或其近亲属控制的经销商，是否存在仅为或主要为公司服务的经销商，如有请说明主体名称、与公司的关系、报告期内交易金额及占比，交易的背景、具体交易内容、结算方式，结合市场价格或第三方交易价格说明交易的公允性，经销商销售收入的最终实现情况

报告期内，公司不存在由在职员工、前员工或其近亲属控制的经销商。

报告期内，存在一家经销商在调味品代理经营方面仅为公司服务，系吴国伦控制的 3 家主体（成都中隆食品有限公司、亚亨食品成都有限公司、武侯区中泓食品经营部）。报告期内，成都中隆食品有限公司、亚亨食品成都有限公司、武侯区中泓食品经营部合计交易金额分别为 2,510.77 万元、2,564.52 万元、**1,762.99 万元**，占公司销售收入的比例分别为 5.58%、4.70%、**4.32%**。

吴国伦自 2003 年起与公司实际控制人设立的个体工商户么麻子有机食品厂建立了合作关系向其采购藤椒油。公司设立后，吴国伦陆续成立了成都中隆食品有限公司

（成立于 2015 年）、亚亨食品成都有限公司（成立于 2017 年）、武侯区中泓食品经营部（成立于 2020 年）3 个主体向公司采购藤椒油等公司主营产品。吴国伦及上述 3 家主体均与公司均不存在关联关系。

吴国伦向公司采购的产品主要为藤椒油，报告期内藤椒油采购金额占其总采购金额的比例超过 85%。报告期各期，公司向吴国伦销售藤椒油的平均单价分别为 3.35 万元/吨、3.44 万元/吨、**3.47 万元/吨**，公司向所有经销商销售藤椒油的平均单价为 3.51 万元/吨、3.51 万元/吨、**3.54 万元/吨**。公司对吴国伦的平均销售单价略低于对其他经销商的销售单价，但不存在重大差异，平均售价略低的原因系吴国伦在公司的预存款促销活动期间打款规模较大，2022-2023 年及 **2024 年 1-8 月** 促销活动期间的预付款规模分别为 2,144.60 万元、2,571.91 万元、**2,763.36 万元**，基本覆盖了其全年的采购规模，因而适用预付款折扣力度相对较高，公司对吴国伦的销售价格具有公允性。

吴国伦与公司的结算模式为先款后货，与其他经销商一致。主办券商通过实地走访吴国伦及其下游客户，核查了其产品的最终销售实现情况。经核查，吴国伦采购的公司产品终端销售情况不存在异常。

## （二）公司及其关联方、公司员工与经销商是否存在异常资金往来

主办券商对公司、公司主要关联方、公司董监高、公司关键岗位人员及部分销售人员的流水进行了充分核查，确认与经销商是否存在异常资金往来，具体核查情况如下：

### 1、公司资金流水核查情况

#### （1）核查范围

公司及其子公司报告期内所有银行流水。

#### （2）核查结果

经核查，报告期内公司与经销商不存在异常资金往来。

### 2、公司关联方资金流水核查情况

#### （1）核查范围

主办券商选择报告期内主要关联方进行银行流水核查，包括实际控制人控制的八家主体和员工持股平台洪雅聚才，具体如下：

| 序号 | 主体名称                | 关联关系             |
|----|---------------------|------------------|
| 1  | 洪雅县德元楼餐饮有限公司        | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 2  | 洪雅县金铜餐饮管理合伙企业（有限合伙） | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 3  | 四川虎羊羊品牌管理有限公司       | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 4  | 洪雅县德元幺姑娘夜宵店         | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 5  | 洪雅县藤椒文化博物馆          | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 6  | 四川耍城都文化交流有限公司       | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 7  | 成都全栈时代供应链管理有限公司     | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 8  | 成都全栈时代餐饮管理有限公司      | 报告期内实际控制人控制的其他主体 |
| 9  | 洪雅聚才股权投资中心（有限合伙）    | 员工持股平台           |

## （2）核查结果

经核查，报告期内公司主要关联方与经销商不存在异常资金往来。

## 3、公司员工资金流水核查情况

### （1）公司董监高及关键岗位人员资金流水核查情况

#### ①核查范围

公司实际控制人、内部董事、内部监事、高级管理人员及关键岗位人员，具体如下：

| 序号 | 姓名  | 职务            |
|----|-----|---------------|
| 1  | 赵跃军 | 实际控制人、董事长、总经理 |
| 2  | 龚万芬 | 实际控制人         |
| 3  | 赵麒  | 实际控制人、董事      |
| 4  | 赵麟  | 实际控制人、董事、副总经理 |
| 5  | 吴洪艳 | 实际控制人赵麟之配偶    |
| 6  | 李静  | 董事、财务总监       |
| 7  | 苏健  | 副总经理、董事会秘书    |
| 8  | 湛江波 | 副总经理          |
| 9  | 赵桂林 | 监事            |
| 10 | 王刚  | 监事、四川大区销售负责人  |
| 11 | 唐玲  | 出纳            |

|    |     |              |
|----|-----|--------------|
| 12 | 邓飞  | 销售总监         |
| 13 | 宋运峰 | 重庆大区销售负责人    |
| 14 | 李乔  | 华东、华南大区销售负责人 |

## ②核查结果

经核查，报告期内上述人员银行流水与公司经销商不存在异常资金往来。

### （2）公司销售人员资金流水核查情况

#### ①核查范围

如前所述，主办券商已将销售部门主要负责人纳入关键岗位人员进行银行流水核查，核查对象包括邓飞（销售总监）、王刚（四川大区销售负责人）、宋运峰（重庆大区销售负责人）、李乔（华东、华南大区销售负责人）。此外，针对直接对接经销商的销售人员，主办券商执行的核查范围如下：

公司直接对接经销商的销售人员与经销商相关人员存在资金往来，主要体现为直接对接经销商的销售人员个人微信与经销商相关人员个人微信之间存在互相转账收款，以便于销售人员和经销商相关人员日常工作中快捷转账收款。主办券商核查了直接对接报告期各期前十大经销商的销售人员与经销商（主要为经销商微信收款二维码）及经销商相关自然人（主要包括经销商经营者、采购人员、财务人员等）的微信资金往来情况，确认相关资金往来的原因。

#### ②核查结果

公司直接对接经销商的销售人员与其所属区域内的经销商存在资金往来，具体原因如下：

##### A. 销售人员支付给经销商资金的原因

公司销售人员存在支付给经销商资金的情况，主要系基于开拓新的下游客户、满足新品或非通用规格品类的推广销售、及时服务下游客户需求等背景而替下游客户向经销商转付货款，不存在异常情形。具体原因如下：a.公司的业务员存在协助拓展下游终端需求的职责，故在日常工作中接触到新客户，该类客户与所属区域经销商尚未建立联系且日常工作中与公司销售人员接触更多，因此部分由销售人员新开发的下游

客户会委托公司销售人员从经销商处提货，相关下游客户出于对接方便也会直接将货款先转给公司销售人员，再由公司销售人员转给经销商；b. 部分新上市推广的产品、非通用规格的品类，因市场尚不成熟、下游需求不稳定，零售渠道尚未开始售卖此类产品，对此类产品有需求的下游客户联系公司销售人员下单并将款项转给公司销售人员，再由公司销售人员转给经销商；c. 部分经销商因配送路线或运力问题无法及时对下游客户偶发的零星需求进行配送，因而委托公司销售人员代为配送并收款，销售人员收款后转给经销商；d. 个别经销商暂时缺少少量产品，销售人员协助相关经销商从相近区域经销商迅速地临时调货，在收取相关经销商的货款后，向同意调货的经销商支付货款。

## B. 经销商支付给销售人员资金的原因

经销商向公司销售人员打款，再由销售人员转给下游客户的厨师长或其他人员，主要基于经销商为了拓展市场等合理商业背景。有部分酒店或餐饮店的厨师长或其他人员会协助推广经销商销售的公司产品，由于销售人员认识厨师或相应人员，故经销商通过销售人员给予一定的餐饮推广费用、新品使用奖励，金额通常根据销量来确定。

经核查，公司直接对接经销商的销售人员与主要经销商存在资金往来的原因，系与主要经销商自身的下游销售业务相关，销售人员主要通过个人微信作为资金往来平进平出的中转账户；相关事项不涉及公司与经销商之间的业务，不存在为公司代收货款、代垫成本费用的情形；相关资金往来事项也不影响公司财务报表数据的准确性。

公司高度重视该事项的整改，通过多次召开销售业务内控会议，对全体销售人员宣贯落实与经销商发生资金往来的惩戒措施。公司也已在内控文件中详细规定针对销售人员和经销商资金往来的自查方法和惩戒措施：“销售人员严禁与客户存在一切资金往来，公司每季度随机抽查一次，一经发现，扣除发现销售人员资金往来当月全部工资，有权依法解除劳动合同，并追究其相应的法律责任。同时对销售人员的**直接上级主管**通报批评，并扣除当月全部工资。”

综上，公司、公司主要关联方、公司员工与经销商均不存在异常资金往来。

六、个体户或小型商贸经销商较多的原因及合理性，是否符合行业特征，是否与可比公司存在较大差异，未成立法人实体的原因

### （一）个体户或小型商贸经销商较多的原因及合理性，未成立法人实体的原因



公司个体户或小型商贸经销商较多的原因如下：

## **1、个体户或小型商贸企业经销商符合调味品行业经营习惯**

公司的个体户或小型商贸企业经销商较多主要受调味品行业经营业态影响，调味品的经销渠道多为“厂家-经销商-餐饮等终端消费者”，经销商需要直接对接广泛的下级批发商和终端客户，因此，调味品经销商通常位于农贸、干杂市场，从事调味品的采购、配送业务，成立法人实体的必要性不强。

考虑到个体户或小型商贸企业设立流程及要求相对简化，足以满足经销商的日常经营需求，且个体户或小型商贸企业在增值税、个人所得税等方面可以适用优惠政策，因而部分经销商未成立法人实体与公司进行合作。

## **2、部分经销商出于付款便利性未选择以法人实体与公司合作**

个体户经销商在支付货款时可以使用个体户经营者及其直系亲属账户，部分经销商出于回款账户的便利性，选择使用个体户与公司进行业务合作。

公司自 2020 年起按照原《首发业务若干问题解答》之问题 43、《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-11 第三方回款核查”中要求对第三方回款进行规范，向经销商发出《关于规范经销商回款账户管理的通知》，明确经销商需使用签订合同主体的对公账户或个体户实际经营者及其直系亲属个人账户进行打款，对于非自约定账户打入款项，采取退回重新打款的方式处理。

2021 年 5 月，公司进一步向经销商发出《通知函》，要求经销商确定付款账户及银行信息，进行备案管理。针对公司制经销商，公司要求经销商提供合同主体对应的对公账户进行备案；针对个体工商户经销商，要求提供合同主体对应的对公账户进行备案，如未开设对公账户，需以与公司签订合同主体的“个体户经营者”名义开立的个人账户或该个体经营者直系亲属所持个人账户进行备案。在此规范要求下，部分经销商为延续使用经营者个人账户进行打款，使用了个体工商户作为合同主体向公司进行采购。

## **（二）是否符合行业特征，是否与可比公司存在较大差异**

经查阅可比公司公开披露文件，除天味食品外，其余可比公司未披露非法人经销商占比情况。经进一步查阅以经销模式为主的消费类上市公司披露文件，惠发食品、

养元饮品、巴比食品和安井食品等均存在非法人经销商数量及金额占比较高的情形。因此，公司报告期内个体户或小型商贸占比较高的情形符合以经销模式为主的消费品行业惯例，不存在异常情形。

消费类上市公司披露的非法人经销商相关的具体情况如下：

①天味食品（603317.SH）

天味食品主营业务为火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料生产、研发和销售。其招股说明书未披露各期非法人经销商数量及金额占比数据，但披露的各期来自个体工商户的回款占比超过 60%，具体情况如下：

单位：万元

| 项目                | 2018 年度    |         | 2017 年度    |         | 2016 年度    |         |
|-------------------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|
|                   | 金额         | 占比      | 金额         | 占比      | 金额         | 占比      |
| 客户自身对公账户回款        | 44,345.82  | 27.90%  | 30,081.56  | 24.43%  | 23,881.36  | 21.49%  |
| 个体工商户的经营者及其直系亲属回款 | 109,993.15 | 69.20%  | 81,881.80  | 66.50%  | 73,823.97  | 66.44%  |
| 其他第三方账户回款         | 4,606.06   | 2.90%   | 11,171.58  | 9.07%   | 13,410.42  | 12.07%  |
| 合计                | 158,945.03 | 100.00% | 123,134.94 | 100.00% | 111,115.75 | 100.00% |

②惠发食品(603536.SH)

惠发食品是一家集预制菜品研发、生产、销售和提供健康食材供应链服务于一体的综合性食品企业。

单位：家

| 类型       | 2016 年 |        | 2015 年 |        | 2014 年 |        |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|          | 家数     | 占比     | 家数     | 占比     | 家数     | 占比     |
| 法人经销商    | 218    | 40.37% | 232    | 41.65% | 193    | 38.68% |
| 个体工商户经销商 | 322    | 59.63% | 325    | 58.35% | 306    | 61.32% |
| 合计       | 540    | 100%   | 557    | 100%   | 499    | 100%   |

单位：万元

| 类型       | 2016 年 |        | 2015 年 |        | 2014 年 |        |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|          | 金额     | 占比     | 金额     | 占比     | 金额     | 占比     |
| 法人经销商    | 19,428 | 24.55% | 26,774 | 34.43% | 33,900 | 35.95% |
| 个体工商户经销商 | 59,707 | 75.45% | 50,980 | 65.57% | 60,402 | 64.05% |

|    |        |      |        |      |        |      |
|----|--------|------|--------|------|--------|------|
| 合计 | 79,135 | 100% | 77,754 | 100% | 94,302 | 100% |
|----|--------|------|--------|------|--------|------|

### ③养元饮品(603156.SH)

养元饮品主营业务是以核桃仁为原料的植物蛋白饮料的研发、生产和销售，主要品牌包括“六个核桃”。

单位：家

| 类型          | 2017年1-6月 |        | 2016年 |        | 2015年 |        | 2014年 |        |
|-------------|-----------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
|             | 家数        | 占比     | 家数    | 占比     | 家数    | 占比     | 家数    | 占比     |
| 个体工商户性质经营单位 | 872       | 51.87% | 923   | 52.62% | 914   | 53.48% | 855   | 53.17% |
| 公司          | 809       | 48.13% | 831   | 47.38% | 795   | 46.52% | 753   | 46.83% |
| 合计          | 1,681     | 100%   | 1,754 | 100%   | 1,709 | 100%   | 1,608 | 100%   |

单位：万元

| 类型          | 2017年1-6月 |        | 2016年   |        | 2015年   |        | 2014年   |        |
|-------------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|             | 金额        | 占比     | 金额      | 占比     | 金额      | 占比     | 金额      | 占比     |
| 个体工商户性质经营单位 | 157,330   | 43.69% | 383,215 | 43.47% | 402,889 | 44.49% | 350,686 | 42.84% |
| 公司          | 202,804   | 56.31% | 498,382 | 56.53% | 502,672 | 55.51% | 467,879 | 57.16% |
| 合计          | 360,133   | 100%   | 881,597 | 100%   | 905,561 | 100%   | 818,565 | 100%   |

### ④巴比食品(605338.SH)

巴比食品以早餐食品生产、连锁经营为主营业务。

单位：家

| 类型     | 2019年 |        | 2018年 |        | 2017年 |      |
|--------|-------|--------|-------|--------|-------|------|
|        | 家数    | 占比     | 家数    | 占比     | 家数    | 占比   |
| 法人加盟商  | 3     | 0.11%  | 2     | 0.08%  | —     | —    |
| 非法人加盟商 | 2,628 | 99.89% | 2,358 | 99.92% | 1,998 | 100% |
| 合计     | 2,631 | 100%   | 2,360 | 100%   | 1,998 | 100% |

### ⑤安井食品(603345.SH)

安井食品主要从事速冻火锅料制品（以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主）和速冻面米制品、速冻菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售。

单位：家

| 类型       | 2016年1-6月 |        | 2015年 |        | 2014年 |        | 2013年 |        |
|----------|-----------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
|          | 家数        | 占比     | 家数    | 占比     | 家数    | 占比     | 家数    | 占比     |
| 法人经销商    | 214       | 44.03% | 207   | 40.83% | 218   | 41.05% | 276   | 41.57% |
| 个体工商户经销商 | 270       | 55.56% | 297   | 58.58% | 309   | 58.19% | 380   | 57.23% |
| 个人经销商    | 2         | 0.41%  | 3     | 0.59%  | 4     | 0.75%  | 8     | 1.20%  |
| 合计       | 486       | 100%   | 507   | 100%   | 531   | 100%   | 664   | 100%   |

单位：万元

| 类型       | 2016年1-6月  |        | 2015年      |        | 2014年      |        | 2013年      |        |
|----------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|          | 金额         | 占比     | 金额         | 占比     | 金额         | 占比     | 金额         | 占比     |
| 法人经销商    | 56,539.35  | 49.10% | 96,148.90  | 46.88% | 77,943.65  | 44.46% | 70,119.99  | 51.24% |
| 个体工商户经销商 | 58,414.77  | 50.73% | 108,739.59 | 53.02% | 97,136.91  | 55.41% | 66,414.15  | 48.53% |
| 个人经销商    | 202.7      | 0.18%  | 196.78     | 0.10%  | 222.29     | 0.13%  | 305.00     | 0.22%  |
| 合计       | 115,156.82 | 100%   | 205,085.27 | 100%   | 175,302.85 | 100%   | 136,839.14 | 100%   |

综上，个体户或小型商贸企业设立流程及要求相对简化，足以满足经销商的日常经营需求，并可以适用相关税收优惠政策。部分经销商出于满足公司规范第三方回款要求及自身经营计划的考虑，因而未成立法人实体与公司合作。公司个体户或小型商贸经销商较多的情形符合以经销模式为主的消费品行业惯例，不存在异常情形。

七、对经销商的管理政策及管理有效性，公司对经销商的管理是否与同行业可比公司存在较大差异

#### （一）对经销商的管理政策及管理有效性

报告期内，公司对经销商的主要管理政策如下：

##### （1）准入管理

根据公司的经销商管理制度，公司要求符合准入条件的经销商需要与公司保持战略合作伙伴关系，在拟经销区域有固定经营场所或平台，并且有经营同行业产品的经验或正在经营同行业产品。

## （2）日常管理

公司综合部负责经销商档案管理，各片区业务员负责对接经销商日常订单信息及市场指标考核。公司销售部门会定期对经销商进行业务指导，跟踪协助各项业务开展。公司积极组织经销商参与公司课程，持续对经销商进行培训。

## （3）销售目标管理

公司通过与经销商签订框架协议的方式进行销售目标管理。公司与经销商每年重新签订经销协议，年度协议约定的合同金额即为公司对该经销商设定的当年销售目标。

## （4）销售价格管理

公司对各地区经销商执行一致的出厂价。

为促进不同地区的市场销售，公司针对各销售片区会有具体到每个规格型号产品的终端指导价，经销商均参考公司制定的终端指导价进行销售，实际销售价格可能在终端指导价基础上有所上浮，但不得低于公司制定的终端指导价。一经发现一级经销商以低于公司制定的该地区指导价的价格水平进行销售，视情节轻重给予警告、取消促销政策、停止供货的惩罚措施。

为防止产品在不同地区经销商之间串货，公司每个一级经销商均拥有专属编码，编码由公司印制在产品瓶身和外箱上，确保产品的可追溯性。由于不同地区的指导价存在差异，一级经销商只能在自身负责区域内进行销售，如果产品流入其他指导价较高的地区，需要赔偿相应区域经销商的经济损失，并视情节轻重由公司给予警告、取消促销政策、停止供货的惩罚措施。

## （5）促销管理

公司通常会在每年藤椒集中收购季节之前推出让利促销活动，在规定时间内打款订货，且后续下单订货产品满足当年的活动政策的话，经销商在活动期间的预付货款在提货时均能享受对应的相关折扣。此外，公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售目标，对于完成规定销售任务的经销商，按照合同约定给予一定年度返利，并以销售折扣形式体现。

## （6）下单管理

公司经销商均由特定销售人员负责对接，经销商与销售人员保持密切联系，销售

人员获知经销商的订单需求后，在公司商务管理系统中录入经销商名称、规格、数量、日期等订单信息。录入系统的订单需要依次经过综合部、财务部审批，其中，综合部主要审核销售活动情况、销售价格情况，确认产品价格符合公司销售政策；财务部主要审核经销商货款支付情况，确认经销商预付款项金额能否覆盖订单货款。公司在商务管理系统中录入的订单信息均反映经销商原始需求，系统订单即为经销商原始订单，为进一步优化经销商下单习惯，公司已自 2024 年 4 月 1 日起要求经销商通过公司网页版商务系统自主下单，经销商目前均按照公司新的管理要求执行下单程序。

#### （7）库存管理

公司建议四川省内经销商至少维持 15 天的安全库存，四川省外经销商至少维持 30 天的安全库存。公司主要经销商均允许公司销售人员实地参观其仓库，并向公司销售人员提供库存信息进行验证，因此，公司在报告期内要求销售人员以自然月为单位，通过实地盘点、电话确认等途径，在每个自然月内不定时地了解一级经销商各类产品的实时库存数据。通过以上措施，确认经销商的存货销售是否顺畅，以及是否存在库存积压、产品临期的情形，并协助动销周期相对较长的经销商进行推广和销售。

#### （8）终端销售管理

公司要求销售人员定期了解经销商的终端销售对象。公司销售人员主要按销售区域配置，销售人员每月均需要对负责区域的经销商下游客户进行拜访并形成拜访记录，上述拜访记录将作为销售人员的月度绩效考核指标之一。经销商下游客户拜访主要分为二级经销商拜访和餐饮终端客户拜访两类，二级经销商拜访的主要目的是为了了解动销情况，维护价格体系，推荐上架产品，协助改善陈列和收集竞品信息等；餐饮终端客户拜访进一步分为老客户拜访、陌生客户拜访、新品推介客户拜访三类，拜访的主要目的为产品推广、需求了解和反馈建议。

#### （9）物流运输管理

公司负责将商品运输至经销商指定地点并承担运输费用，但因经销商私自更改订单约定的交货地点或时间等情形产生的运费由经销商自行承担。

#### （10）退换货管理

公司规定仅在产品存在质量问题时，经销商方可根据规定向公司申请退换。根据双方的协议约定，若经销商在进行产品验收时，发现产品存在漏油、包装破损等质量

问题可向公司提交退换货申请，按照公司的流程并经双方核实无误后，公司向经销商退换存在质量问题的相关产品。

#### （11）信用管理

公司对经销商基本采用“先款后货”的销售模式。除个别零售渠道经销商外，经销商需要先向公司指定的银行账户支付全部货款，公司在确认产品销售订单生效并核实经销商预付款项充足后，于 15 个工作日内发货并向经销商开具发票。

#### （12）考核管理

公司与所有经销商订立了权利、义务关系清晰的经销合同，并每年定期组建考核小组，从订货、销量、指标完成情况、销售规范行为等多方面对经销商进行考核，对于考核合格的经销商续签经销合同，对于考核不合格的经销商公司视情况取缔经销权。

综上，公司针对经销商制定了前述包括准入管理、日常管理、销售目标管理、销售价格管理、促销管理、下单管理、库存管理、终端销售管理、物流运输管理、退换货管理、信用管理、考核管理等方面的管理体系，公司在日常业务活动中按照相关要求严格执行，公司与经销商相关的管理体系运行有效。

### （二）公司对经销商的管理是否与同行业可比公司存在较大差异

同行业可比公司基本均采用以经销模式为主的销售模式，根据相关公司在近期的年度报告、再融资申请文件中披露的公开信息，其对经销商的部分管理要求如下：

| 公司名称 | 经销商管理政策                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 千禾味业 | <p>公司通过与经销商签订年度经销合同的方式，对经销商进行规范和管理。经销商主要在其购销业务上受公司影响，其余管理皆独立于公司。</p> <p>公司采取预收款销售与信用销售相结合的方式开展业务。其中，信用销售主要针对规模较大及信用良好的大型经销商、全国或地方性直营商超、电商平台 B 端和特通及餐饮团购客户，预收款销售主要针对中小型经销商。</p>                                                                                                                                                       |
| 天味食品 | <p>公司与经销商建立了长期稳固的合作关系，同时建立了较为完善的经销商管理制度和体系，公司通过对经销商进行规范管理和系统培训，提高了经销商的自身经营能力。经销商客户及定制餐调客户采用先款后货的结算模式，只有极少数信用良好的经销商及定制餐调客户在特殊情况下经申请同意后才可享受一定的信用期。</p> <p>公司坚持经销商分级运营模式，公司坚持“共生共创共赢”的合作理念，持续深化共创战略联盟组织，按照经销商的业务规模、经营能力、合作历程等要素，分为战略联盟自运营客户、优商客户和扶商客户，并分别匹配了不同的资源和合作模式。公司充分激发战略联盟自运营客户的经营主动权，将资源的分配权交予客户，渠道分类、网点分级，以本地需求、即时响应为核心，和客</p> |

| 公司名称 | 经销商管理政策                                                                                                                                                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | 户一同构建长期增长能力。                                                                                                                                                                               |
| 恒顺醋业 | 公司注重经销商渠道的管理，与各经销商建立了长期稳定的合作关系，并配备严格的经销商筛选考核体系。公司加大对市场促销人员的经费投入，协助经销商扩充销售渠道，打造多层次的分销体系，优化现有经销商的架构，进一步扩大公司经销商数量和覆盖范围。                                                                       |
| 海天味业 | 海天高度重视与经销商建立长期合作共赢的关系，致力于为经销商营造公开公平、阳光健康、高效快捷的合作环境。为此，海天与经销商 100%签署《廉洁协议》并提供多种举报路径，便于经销商行使监督权；海天投入超过千万元自主建立了销售中台平台，完成“公司→经销商→门店”的线上管理，满足经销商下单、售后服务等需求。目前，经销商已经 100%入驻销售中台系统，助力销售工作电子化高效开展。 |

如上表所示，同行业可比公司均建立了对经销商的管理体系，不同公司的管理政策基于自身的业务特点有所差异，但是基本均有涵盖签订合同、预收货款、分级运营、培训考核等方面，公司对经销商的管理与同行业可比公司不存在显著差异。

八、主要客户的销售返利模式、报告期内各期的返利金额、占销售金额的比例，公司的平均销售返利比例与同行业可比公司是否存在显著差异、差异的原因及合理性，主要客户的销售返利比例是否存在异常情况及其原因

#### （一）主要客户的销售返利模式、报告期内各期的返利金额、占销售金额的比例

##### 1、主要客户的销售返利模式

公司销售返利仅适用于经销渠道，不涉及直销渠道。为激励经销商积极销售公司产品，公司制定了销售返利政策。公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售任务，对于完成规定销售任务的经销商，公司按照合同约定给予一定年度返利。

2022 年销售返利政策仅制定年度任务，经销商达成相应的年度任务后，按照年度销售额与对应年度返利比例计算返利额，老品返利比例最高可达到 8%。

2023 年销售返利政策在年度任务的基础上增加季度任务，将年度任务最高等级分摊至各季度以此确认季度任务额。2023 年的年度返利比例分拆成季度返利比例和年度返利比例，每季度末按照季度销售额与对应季度返利比例计算各季度返利额，年末时再按年度销售额与对应年度返利比例计算年末返利额，最后将各季度返利额与年末返利额合计计算总返利额，老品返利比例最高可达 8%。



2024 年销售返利政策与 2023 年基本一致。

2024 年度，公司对不同类型经销商制定的销售返利政策如下：

| 经销商类型   | 项目         | 考核目标                                  | 返利金额                                                             |
|---------|------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 餐饮经销商   | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 A/B/C/D 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 3%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 E/F 万元                | 未完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1%作为奖励；完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 2/3%作为奖励 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 G/H 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 4/6%作为奖励     |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*2%                                                        |
| 特约餐饮经销商 | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 I/J/K/L 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 2%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 M/N 万元                | 完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1/2%作为奖励                                 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 O/P 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 1%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2.5/4%作为奖励   |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*1%                                                        |
| 零售经销商   | 产品奖励       | 完成净销售额 Q/R/S/T/U 万元                   | 当期净销售额*1/2/3/5%                                                  |

2023 年度，公司对不同类型经销商制定的销售返利政策如下：

| 经销商类型   | 项目         | 考核目标                                  | 返利金额                                                             |
|---------|------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 餐饮经销商   | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 A/B/C/D 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 3%作为奖励                                 |
|         |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 E/F 万元                | 未完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1%作为奖励；完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 2/3%作为奖励 |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 G/H 万元                     | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 4/6%作为奖励     |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求                     | 当期净销售额*2%                                                        |
| 特约餐饮经销商 | 老款产品奖励     | 季度奖励：第 1-4 季度，分别完成老款产品净销售额 I/J/K/L 万元 | 完成季度销售目标，则给予对应季度老款产品净销售额的 2%作为奖励                                 |

| 经销商类型 | 项目         | 考核目标                   | 返利金额                                                           |
|-------|------------|------------------------|----------------------------------------------------------------|
|       |            | 年度奖励：完成老款产品净销售额 M/N 万元 | 完成年度销售目标，则给予当期老款产品净销售额的 1/2%作为奖励                               |
|       | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 O/P 万元      | 未完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 1%作为奖励；完成销售目标，则给予当期新款产品净销售额的 2.5/4%作为奖励 |
|       | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求      | 当期净销售额*1%                                                      |
| 零售经销商 | 产品奖励       | 完成净销售额 Q/R/S/T/U 万元    | 当期净销售额*1/2/3/4/5%                                              |

2022 年度，公司对不同类型经销商制定的销售返利政策如下：

| 经销商类型   | 项目         | 考核目标                  | 返利金额                                                       |
|---------|------------|-----------------------|------------------------------------------------------------|
| 餐饮经销商   | 老款产品奖励     | 完成老款产品净销售额 A/B/C 万元   | 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     | 完成新款产品净销售额 D/E 万元     | 当期新款产品净销售额*3/6%                                            |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求     | 当期净销售额*2%                                                  |
| 特约餐饮经销商 | 老款产品奖励     | 完成老款产品净销售额 F/G 万元     | 未完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 2%作为奖励，完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 3/4%作为奖励   |
|         | 新款产品奖励     | 完成新款产品净销售额 H/I 万元     | 当期新款产品净销售额*2/4%                                            |
|         | 年度市场维护考核奖励 | 达到公司年度市场维护考核的所有要求     | 当期净销售额*1%                                                  |
| 零售经销商   | 产品奖励       | 完成净销售额 I/J/K/L/M/N 万元 | 当期净销售额*1/2/3/4/5%                                          |

公司的前十大经销商均适用餐饮经销商的销售返利政策。

## 2、报告期内各期的返利金额、占销售金额的比例

报告期内，公司各期的返利金额以及占销售金额的比例如下所示：

| 项目         | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度   | 2022 年度   |
|------------|--------------|-----------|-----------|
| 返利金额（万元）   | 2,818.90     | 4,182.64  | 2,985.34  |
| 销售金额（万元）   | 37,372.84    | 56,279.95 | 45,523.21 |
| 占销售金额比例（%） | 7.54         | 7.43      | 6.56      |

注：上表列示的销售金额为销售任务完成金额，该金额指扣除返利前的含税销售额，是返利计算的基数。

（二）公司的平均销售返利比例与同行业可比公司是否存在显著差异、差异的原因及合理性

报告期内，其他同行业可比上市公司公开信息未披露具体返利比例，故选取食品行业中披露经销模式返利占比的公司进行比较，具体情况如下表所示：

| 公司名称    | 返利金额占销售金额的比例（%） |         |         |
|---------|-----------------|---------|---------|
|         | 2024 年 1-8 月    | 2023 年度 | 2022 年度 |
| 特味浓     | 未披露             | 6.18    | 5.64    |
| 百味佳     | 未披露             | 未披露     | 11.68   |
| 同行业平均比例 | -               | 6.18    | 8.66    |
| 公司      | 7.54            | 7.43    | 6.56    |

注：特味浓、百味佳数据来自其审核问询回复，由于百味佳未披露 2022 年度返利比例，因此使用 2022 年 1-6 月返利比例数据

公司销售返利比例与食品行业相关公司平均返利比例相比，存在差异的主要原因系不同食品行业公司所处不同的细分行业，且各公司的市场地位、销售策略均存在一定差异。公司销售返利比例与食品行业相关公司平均返利比例差异较小，返利比例差异具有合理原因。

（三）主要客户的销售返利比例是否存在异常情况及其原因

报告期内，公司前十大经销商各期的返利金额以及占销售金额的比例如下：

2024 年 1-8 月：

| 序号 | 客户名称               | 返利金额（万元） | 占销售金额比例（%） |
|----|--------------------|----------|------------|
| 1  | 四川比优特商贸有限公司        | 204.88   | 8.43       |
| 2  | 亚亨食品成都有限公司         | 161.98   | 7.85       |
| 3  | 广州玖香食品有限公司         | 86.33    | 8.00       |
| 4  | 重庆天豪地杰有限公司         | 81.40    | 8.44       |
| 5  | 西安佳味盛商贸有限公司        | 72.42    | 8.00       |
| 6  | 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 63.31    | 8.00       |
| 7  | 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 53.65    | 7.12       |
| 8  | 天津老坛子餐饮管理有限公司      | 52.59    | 8.00       |
| 9  | 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 42.72    | 7.45       |

| 序号 | 客户名称         | 返利金额（万元） | 占销售金额比例（%） |
|----|--------------|----------|------------|
| 10 | 北京信诚和泰商贸有限公司 | 42.97    | 8.00       |

注：销售金额指扣除返利前的含税销售额，是返利计算的基数，下同。

2023 年度：

| 序号 | 客户名称               | 返利金额（万元） | 占销售金额比例（%） |
|----|--------------------|----------|------------|
| 1  | 亚亨食品成都有限公司         | 238.21   | 8.06       |
| 2  | 四川比优特商贸有限公司        | 201.78   | 7.70       |
| 3  | 西安佳味盛食品商贸有限公司      | 111.70   | 7.87       |
| 4  | 北京信诚和泰科技有限公司       | 105.05   | 7.92       |
| 5  | 重庆天豪地杰有限公司         | 104.59   | 7.91       |
| 6  | 广州玖香食品有限公司         | 80.26    | 8.00       |
| 7  | 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 80.30    | 7.97       |
| 8  | 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 80.54    | 7.97       |
| 9  | 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 66.05    | 8.00       |
| 10 | 深圳市怡乐糖商贸有限公司       | 63.10    | 7.71       |

2022 年度：

| 序号 | 客户名称               | 返利金额（万元） | 占销售金额比例（%） |
|----|--------------------|----------|------------|
| 1  | 亚亨食品成都有限公司         | 228.45   | 7.87       |
| 2  | 四川比优特商贸有限公司        | 169.09   | 7.94       |
| 3  | 重庆天豪地杰有限公司         | 84.37    | 6.34       |
| 4  | 北京信诚和泰科技有限公司       | 100.19   | 7.91       |
| 5  | 郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部 | 38.66    | 5.00       |
| 6  | 上海蜀信浩彬农产品有限公司      | 40.78    | 5.00       |
| 7  | 武汉市东西湖区红佳旗食品经营部    | 35.69    | 5.00       |
| 8  | 泸州市杨氏姐妹商贸有限公司      | 59.51    | 7.89       |
| 9  | 西安佳味盛食品商贸有限公司      | 39.58    | 5.00       |
| 10 | 深圳市怡乐糖商贸有限公司       | 33.02    | 5.00       |

如上表所示，公司主要经销商之间的返利比例不存在重大差异，差异主要系不同经销商的销售任务完成进度不一致。

报告期内，郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部、上海蜀信浩彬农产品有限公司、武汉市东西湖区红佳旗食品经营部、西安佳味盛食品商贸有限公司和深圳市怡乐糖商贸有限公司的销售返利比例有所增加，主要原因系上述经销商在 2022 年度的销售情况受外部环境影响较为严重，所适用的返利比例相对较低；相关经销商在 2023 年度的销售规模均有一定增长且满足销售任务目标，因此适用了更高的返利比例。

九、报告期是否存在销售退回的情形，不同经销商之间价格、双方权利义务关系、风险承担方式、交易结算方式，相关退换货政策是否存在差异

（一）报告期是否存在销售退回的情形

报告期各期，公司退货的客户数量、金额及占比情况如下：

单位：万元

| 项目         | 2024 年 1-8 月 | 2023 年    | 2022 年    |
|------------|--------------|-----------|-----------|
| 退货金额       | 16.63        | 21.16     | 10.17     |
| 主营业务收入     | 40,281.02    | 53,429.23 | 43,726.74 |
| 退货率        | 0.04%        | 0.04%     | 0.02%     |
| 退货客户数量（家）  | 26           | 18        | 11        |
| 单位客户平均退货金额 | 0.64         | 1.18      | 0.92      |

报告期内，公司退货金额分别为 10.17 万元和 21.16 万元和 16.63 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.02%和 0.04%和 0.04%，金额及占比较小，退货原因主要是包装破损、标签污染。

（二）不同经销商之间价格、双方权利义务关系、风险承担方式、交易结算方式，相关退换货政策是否存在差异

公司对不同经销商的价格、双方权利义务关系、风险承担方式、交易结算方式、退换货政策不存在差异，具体分析如下：

1、价格差异

经销模式下，公司为便于销售管理，对经销商实行统一定价。

公司每年会推出让利促销活动，经销商在规定时间内打款订货，且后续下单订货产品满足当年的活动政策的话，经销商在活动期间的预付货款在提货时均能享受对应的相关折扣；此外，公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售任务，对于完成规定销售任务的经销商，按照合同约定给予一定年度返利，并以销售折扣形式体现。实际业务运营过程中，由于不同经销商对公司促销活动的参与程度不同，以及对年度销售任务的完成情况不同，公司对不同经销商的实际销售价格会存在一定差异。

## 2、权利义务关系差异

公司对经销商实行统一的权利义务约定，不存在不同经销商之间权利义务存在差异的情况。公司与经销商在年度框架合同中约定的主要权利义务关系如下：

| 项目 | 经销                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 定价 | <p>公司对经销商实行统一定价。</p> <p>根据公司（甲方）与经销商（乙方）签订的2022年\2023年版餐饮经销合同，“乙方应严格按照甲方的价格体系进行销售，未经甲方许可不得随意调整产品价格。如遇原材料价格波动或受市场供求关系影响，甲方可以适时调整产品价格，并及时通知乙方对经销的产品做出相应调整。”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 返利 | <p>公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售任务，对于完成规定销售任务的经销商，公司按照合同约定给予一定年度返利，并以销售折扣形式体现。</p> <p>根据公司（甲方）与经销商（乙方）签订的2022年版餐饮经销合同，双方关于年度返利的具体约定如下：</p> <p>“双方同意，就乙方销售的么麻子老款产品，甲方按照如下标准给予乙方奖励，奖励的形式不限于产品折扣、等价产品赠与等，具体奖励形式由甲方决定。如乙方在本协议有效期内的销售净额未达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的3%作为奖励；乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的4.5%作为奖励；乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的6%作为奖励。乙方按照本协议有效期内老款产品的销售净额适用上述奖励中的一项，不得重复奖励。</p> <p>双方同意，就乙方销售的么麻子新款产品，甲方按照如下标准给予乙方奖励，奖励的形式不限于产品折扣、等价产品赠与等，具体奖励形式由甲方决定。如乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的3%作为奖励；乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的6%作为奖励。乙方按照本协议有效期内新款产品的销售净额适用上述奖励中的一项，不得重复奖励。</p> <p>除上述奖励外，甲方同意，若乙方达到甲方年度市场维护考核的全部要求后，甲方将额外给予乙方本协议有效期内经销产品对应销售净额的2%作为奖励。”</p> <p>根据公司（甲方）与经销商（乙方）签订的2023年版餐饮经销合同，双方关于年度返利的具体约定如下：</p> <p>“双方同意，就乙方销售的么麻子老款产品，甲方按照如下标准给予乙方奖励，奖励的形式包括但不限于产品折扣、等价产品赠与等，具体奖励形式由甲方决</p> |

| 项目     | 经销                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | <p>定：</p> <p>如乙方在本协议有效期内，季度达成对应销售目标，甲方将给予乙方对应季度销售净额的3%作为奖励；</p> <p>年度返利：如乙方在本协议有效期内的销售净额未达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的1%作为奖励；乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的2%作为奖励；乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的3%作为奖励。乙方按照本协议有效期内老款产品的销售净额适用上述奖励中的一项，不得重复奖励。</p> <p>双方同意，就乙方销售的么麻子新款产品，甲方按照如下标准给予乙方奖励，奖励的形式不限于产品折扣、等价产品赠与等，具体奖励形式由甲方决定。如乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的3%作为奖励；乙方在本协议有效期内的销售净额达到____万元，甲方将给予乙方销售净额的6%作为奖励。乙方按照本协议有效期内新款产品的销售净额适用上述奖励中的一项，不得重复奖励。</p> <p>除上述奖励外，甲方同意，若乙方达到甲方年度市场维护考核的全部要求后，甲方将额外给予乙方本协议有效期内经销产品对应销售净额的2%作为奖励。”</p> |
| 销售渠道   | <p>公司允许经销商在规定区域内向下游客户继续销售产品。</p> <p>根据公司（甲方）与经销商（乙方）签订的2022年版/2023年版餐饮经销合同，“甲方授权乙方在____区域内（以下简称“授权区域”）内销售么麻子产品。在本协议有效期内，乙方承诺在授权区域完成约定的销售任务，并遵守甲方制定的经销商管理以及市场开发拓展等相关管理制度。”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 竞争规避措施 | <p>公司要求经销商在授权区域内进行销售，产品不得在不同地区串货，且销售价格不得低于公司制定的对应区域终端指导价。</p> <p>根据公司（甲方）与经销商（乙方）签订的2022年版/2023年版餐饮经销合同，“如发生以下任何情形的，甲方有权立即终止本协议：乙方不遵守执行甲方的价格体系……乙方累计两次以上窜货，或者窜货数量达到100件（箱）以上”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

### 3、风险承担方式差异

公司对经销商实行统一的风险承担方式约定，不存在不同经销商之间存在差异的情况。公司与经销商在年度框架合同中约定的具体风险承担方式如下：“本协议项下产品的所有权及毁损、灭失的风险，在产品交付至乙方或乙方指定地点之前由甲方承担，交付后由乙方承担。因乙方原因导致产品不能按照协议约定的交货时间、地点交付的，乙方应当自违反约定之日起承担产品毁损、灭失的风险。”

### 4、交易结算方式差异

报告期内，公司针对经销商基本采取“先款后货”的结算方式。公司与经销商在年度框架合同中约定的交易结算方式如下：“甲方在《产品销售订单》生效并收到乙方支付的全部款项后的15个工作日内发货并向乙方开具发票。”

## 5、退换货政策差异

公司对经销商实行统一的退换货政策，不存在不同经销商之间存在差异的情况。公司与经销商在年度框架合同中约定的退换货方式如下：“若乙方在进行产品验收时，发现产品存在漏油、包装破损等质量问题，乙方可向甲方提交《产品换货申请表》，按照乙方的流程并经双方核实无误后，甲方向乙方退换存在质量问题的相关产品。甲方产品，仅在产品存在质量问题时，乙方方可根据第 4.6 条的规定向甲方申请退换。”

十、返利及退货、销售折扣相关会计处理的恰当性，退货是否需要计提预计负债，是否与行业惯例一致，是否符合《企业会计准则》的规定

### （一）返利及退货、销售折扣相关会计处理的恰当性

#### 1、预付款折扣的会计处理

（1）公司收到经销商在促销活动期间预付款项的会计处理：

借：银行存款

贷：预收账款

（2）经销商在实际购买并使用预付款折扣时，公司按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例将交易价格分摊至各单项履约义务，在商品控制权转移时确认营业收入和结转成本，与一般确认收入的原则和会计处理一致：

借：预收账款

贷：主营业务收入、应交税费

#### 2、销售返利的会计处理

（1）公司在销售时按照暂扣返利比例后的销售单价发货，与一般确认收入的原则和会计处理一致：

借：预收账款

贷：主营业务收入、应交税费

（2）公司在次年初对经销商考核时，对返利金额进行计算，确认实际应返利金额，根据实际返利金额与暂估返利金额的差异，调整销售当年的收入和预收账款：

实际返利金额大于暂估返利金额，调减销售收入：



借：营业收入

贷：预收账款（合同负债）

实际返利金额小于暂估返利金额，调增销售收入：

借：预收账款（合同负债）

贷：营业收入

### 3、退货的会计处理

公司在退货发生时，根据退货的金额调减销售收入：

借：营业收入、应交税费

贷：预收账款（合同负债）

综上所述，预付款折扣、销售返利和退货处理按照收入确认原则、匹配原则和权责发生制原则进行调整，符合企业会计准则的相关规定，会计处理恰当。

### （二）退货是否需要计提预计负债，是否与行业惯例一致，是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》的规定，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：（1）该义务是企业承担的现时义务；（2）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。同时，根据企业会计准则对预计负债的确认原则，预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行计量。

由于报告期内公司退货较少，发生不具有规律性；退回货物的金额较小，报告期各期退换货金额占主营业务收入的比例分别为 0.02%、0.04%和 0.04%；是否退货取决于不确定的未来事项，不能够可靠地计量；因此，公司退货不符合预计负债计提的准则规定，无需计提预计负债。

同行业可比公司计提预计负债的情况如下：

| 项目   | 是否计提预计负债     |        |        |
|------|--------------|--------|--------|
|      | 2024 年 1-8 月 | 2023 年 | 2022 年 |
| 千禾味业 | 否            | 否      | 否      |
| 天味食品 | 否            | 是      | 是      |

| 项目   | 是否计提预计负债     |        |        |
|------|--------------|--------|--------|
|      | 2024 年 1-8 月 | 2023 年 | 2022 年 |
| 恒顺醋业 | 否            | 否      | 否      |
| 海天味业 | 否            | 否      | 否      |
| 么麻子  | 否            | 否      | 否      |

注：可比公司 2024 年计提预计负债的情况来自 2024 年半年度报告。

由上表可知，除天味食品对应付退货款计提预计负债外，其他同行业可比公司均未计提预计负债，公司根据合同约定及自身退货情况不计提预计负债符合行业惯例。

综上所述，公司退货无需计提预计负债，与行业惯例一致，符合《企业会计准则》的规定。

#### 十一、中介机构对上述事项的补充核查发表明确意见，以及按照《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进行的补充核查及核查意见

##### （一）中介机构对上述事项的补充核查发表明确意见

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

- 1、通过企查查等方式查询公司主要经销商的基本情况；查阅公司的客户明细表，复核关于法人经销商、非法人经销商的分类；
- 2、查阅公司经销商管理制度及与经销商签订的合同中约定的退换货、返利政策，查阅公司发布的预付款促销折扣政策；检查公司应收账款期后回款情况；
- 3、查阅公司及同行业可比公司对经销商的管理制度，了解公司对经销商的管理政策及管理有效性；
- 4、对公司主要经销商进行访谈，确认经销商与公司的开始合作时间、合作背景、交易原因、是否签订框架协议等情况，取得主要经销商出具的经营规模确认函；
- 5、对主要经销商客户执行走访程序，在走访问卷中与经销商确认其是否与公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及公司其他关联方存在亲属关系或其他关联关系；在走访问卷中与经销商确认公司员工（或前员工）是否对贵公司存在直接或间接控制，能够施加重大影响；通过企查查等公开渠道查询公司 600 余家经销商的法定代表人（经营者）、股东及主要人员信息，并与公司的花名册（含离职员工）及关联方名

单进行比对；获取公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员签署的调查表，了解与经销商是否存在关联关系；

6、对亚亨食品成都有限公司进行实地访谈，了解其与公司的关系、报告期内交易金额及占比，交易的背景、具体交易内容、结算方式，并对公司对其销售单价与对经销商的销售单价进行对比；对亚亨食品成都有限公司的下游客户进一步走访，核查终端销售实现情况；

7、核查了公司、公司主要关联方、公司董监高及关键岗位人员银行流水，核查了直接对接报告期各期前十大经销商的销售人员与经销商（主要为经销商微信收款二维码）及经销商相关自然人（主要包括经销商经营者、采购人员、财务人员等）的微信资金往来情况；

8、查阅以经销模式为主的消费品类上市公司披露文件，了解公司个体户或小型商贸经销商较多的原因及合理性，分析是否符合行业特征；

9、获取公司报告期各期销售返利政策，结合返利政策的变动，分析返利金额和销售金额比例变动是否合理；查阅同行业企业披露文件，分析公司返利比例与同行业是否存在显著差异；获取公司主要客户各期返利比例，分析是否存在异常波动，变动原因是否合理；

10、获取公司报告期内的销售退回明细，确认是否存在异常；

11、了解公司预付款折扣、销售返利和退货的会计处理方式，并查阅同行业可比公司针对退货计提预计负债的情况，分析公司会计处理的合理性。

经核查，主办券商认为：

1、公司已补充披露主要经销商基本情况，已补充披露非法人经销商数量、占比，区分法人客户、非法人企业、个体工商户、个人等不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售金额、占比及报告期内的变动原因；

2、公司已补充披露退换货、返利和折扣政策及变动情况；

3、公司销售基本采用“先款后货”的模式，商超渠道中部分客户为“先货后款”，公司应收情况的期后回款情况不存在异常；

4、公司已补充说明报告期内主要客户的成立时间、开始合作时间、合作背景、交

易原因、是否签订框架协议，公司主要客户交易规模与其经营规模相匹配；

5、公司不存在由在职员工、前员工或其近亲属控制的经销商；公司对吴国伦的平均销售单价略低于对其他经销商的销售单价，但不存在重大差异，平均售价略低的原因系吴国伦在公司的预存款促销活动期间打款规模较大，基本覆盖了其全年的采购规模，因而适用预付款折扣力度相对较高，公司对吴国伦的销售价格具有公允性；吴国伦采购的公司产品终端销售情况不存在异常；公司、公司主要关联方、公司员工与经销商均不存在异常资金往来；

6、公司个体户或小型商贸企业经销商较多具有合理原因，符合以经销模式为主的消费品行业惯例，不存在异常情形；

7、公司针对经销商制定了包括准入管理、日常管理、销售目标管理、销售价格管理、促销管理、下单管理、库存管理、终端销售管理、物流运输管理、退换货管理、信用管理、考核管理等方面的管理体系，公司在日常业务活动中按照相关要求严格执行，公司与经销商相关的管理体系运行有效，与同行业可比公司不存在较大差异；

8、公司销售返利比例未超过食品行业相关公司最高返利比例，与食品行业相关公司平均返利比例差异较小，返利比例差异具有合理原因；公司主要客户的销售返利比例变动合理，不存在异常情形；

9、公司报告期内销售退回金额较小，公司对不同经销商的价格、双方权利义务关系、风险承担方式、交易结算方式、退换货政策不存在差异；

10、公司返利及退货、销售折扣相关会计处理恰当，退货不需要计提预计负债与行业惯例一致，符合《企业会计准则》的规定。

## **（二）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进行的补充核查及核查意见**

主办券商已按照《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，综合运用合同调查、实地走访、视频回访、发询证函、检查与公司的交易记录及银行流水记录、检查经销商存货进销存情况、经销商退换货情况、同行业比较等多种核查程序，对“经销商模式下收入确认原则是否符合《企业会计准则》的规定，销售产品是否实现终端客户销售，经销商回款是否存在大量现金和第三方回款；主要经销商的主体资格及资信能力，与公司是否存在实质和潜在关联方关系，对经销商的信用政策

是否合理，对经销商是否存在依赖等；经销商是否存在大量个人等非法人实体；经销商为公司员工或前员工的，重点关注是否具有商业合理性；报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况；公司对经销商的内控制度是否健全并有效执行”等方面进行了核查。具体如下：

1、获取公司的内部控制管理手册、经销商管理制度、经销协议模板等，了解公司销售与收款循环的关键内部控制节点；

2、对报告期各期前 10 大经销商执行穿行测试，核查其销售合同、订单、验收单、发票、回款单等，确认公司经销销售相关内部控制制度的完善与执行情况；

3、对报告期内的主要经销商进行了走访，走访样本覆盖报告期各期前 70%经销收入的经销商。中介机构在对经销商进行走访时，询问了解了经销商与公司的合作情况、主体资格及资信能力、交易规模、结算方式、业务是否存在依赖、经销商库存备货情况、产品下游销售对象、最终销售实现情况，并实地查看了经销商经营场所以及经销商库存，核查经销商不存在大额囤货或不合常规备货情形；

4、对经销商终端销售情况进行下游客户穿透核查，详见本问询回复“问题 4.关于经销销售”之“十三、说明针对经销商终端销售的核查情况”；

5、执行收入细节测试，检查公司销售收入对应的合同、发货单、签收单等原始单据，核实和确认销售真实性、公司收入确认原则是否符合《企业会计准则》的规定；

6、执行资金流水核查，核查了公司报告期内所有银行账户、已开立银行账户清单及企业信用报告，确认是否存在大量现金回款及第三方回款；对公司实际控制人及其配偶、内部董事、内部监事、高管及关键岗位人员的银行流水进行核查；

7、取得公司根据银行付款回单及合同逐项比对编制的第三方回款明细台账，包括回款时间、付款方、合同签署方、付款方与合同签署方关系、回款金额等内容；在对公司进行收入细节测试、资金流水核查中，核查相关的业务合同、发货单、签收单、对账单及资金流水凭证，以核实和确认销售真实性、委托付款的真实性、代付金额的准确性，核查第三方回款明细台账的完整性、准确性，核查公司销售回款资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；取得关于第三方回款的业务关系确认函，确认回款金额、时间、回款方与合同主体关系及销售回款真实性，该确认函由甲乙丙三方共同签署，其中甲方为与公司签订协议的主体，乙方为公司，丙方为替甲方向乙方支

付货款的主体；将报告期内第三方回款付款方信息与公司及其员工、实际控制人及其近亲属、董监高及其近亲属等相关方进行比对，确认是否存在名称或姓名重合以及可能的利益输送情况；

8、对公司主要经销商进行函证，确认交易金额及往来账款余额的真实性、准确性。报告期内主办券商对经销商函证核查比例分别为 87.77%、86.01%、**82.78%**；

9、查阅以经销模式为主的消费品类上市公司披露文件，了解公司个体户或小型商贸经销商较多的原因及合理性，分析是否符合行业特征；

10、在走访问卷中与经销商确认其是否与公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及公司其他关联方存在亲属关系或其他关联关系；在走访问卷中与经销商确认公司员工（或前员工）是否对贵公司存在直接或间接控制，能够施加重大影响；通过企查查等公开渠道查询公司 600 余家经销商的法定代表人（经营者）、股东及主要人员信息，并与公司的花名册（含离职员工）及关联方名单进行比对；获取公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员签署的调查表，了解与经销商是否存在关联关系；

11、查阅公司的客户明细表，分析报告期内新增、退出变动情况是否存在异常；

12、对主要经销商的库存情况进行了实地盘点，核查经销商是否存在异常备货、长期滞销产品、期后销售情况是否正常；

13、通过实地走访时调取的经销商库存数据或基于经销商盖章提供的进销存明细，测算经销商报告期各期末库存占比情况。

经核查，主办券商认为：

1、公司经销商模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定；销售产品实现了终端客户销售；经销商回款不存在大量现金，公司的第三方回款均来自于个体工商户经营者本人或其直系亲属、公司制客户法人代表或实控人本人账户，不存在来自于无关第三方账户的异常情形；

2、主要经销商的主体资格及资信能力不存在异常，经销商与公司不存在实质和潜在关联方关系，公司与经销商的结算模式**主要**为先款后货，公司对单一经销商均不存在依赖的情形；公司个体户或小型商贸经销商较多的情形符合以经销模式为主的消费品行业惯例，不存在异常情形；公司不存在由公司员工或前员工控制的经销商；报告

期内新增、退出经销商对应金额及占比较小，主要经销商群体保持稳定，不存在异常情况。

3、公司对经销商的内控制度健全并得到了有效执行。

十二、说明对于经销收入（单独说明对非法人客户销售收入）的核查方式及核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、替代性程序以及所有尽调程序累计核查比例），单独说明对于公司与经销商是否存在关联关系的核查情况

（一）说明对于经销收入的核查方式及核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、替代性程序以及所有尽调程序累计核查比例）

1、对公司经销商进行走访，了解确认经销商采购公司产品的业务背景、交易规模、库存情况、下游销售等情况，核查公司经销收入的真实性，报告期内走访经销商覆盖经销收入的比例分别为 74.06%、73.10%、**70.48%**。

2、对公司经销商进行函证，确认交易金额及往来账款余额的真实性、准确性。报告期内主办券商对经销商的函证核查情况如下：

| 项目         | 2024 年 1-8 月  | 2023 年        | 2022 年        |
|------------|---------------|---------------|---------------|
| 对经销商发函比例   | <b>82.78%</b> | 86.01%        | 87.77%        |
| 回函比例       | <b>81.76%</b> | 84.73%        | 86.71%        |
| 替代性程序比例    | <b>1.02%</b>  | 1.29%         | 1.06%         |
| 函证程序合计核查比例 | <b>82.78%</b> | <b>86.01%</b> | <b>87.77%</b> |

注：发函比例=经销商函证发函金额/当年经销模式总收入；回函比例=经销商回函金额/当年经销模式总收入；替代性程序比例=经销商函证替代性程序核查金额/当年经销模式总收入

3、对经销收入执行收入细节测试，检查公司经销收入对应的合同、发货单、签收单等原始单据，核实和确认经销收入的真实性、准确性，报告期内对经销商收入细节测试的覆盖比例分别为 80.16%、81.22%、**79.67%**。

各类尽调程序对经销收入的累计核查比例为 87.77%、86.01%、**82.78%**。

（二）单独说明对于非法人经销客户收入的核查方式及核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、替代性程序以及所有尽调程序累计核查比例）

1、对非法人经销商进行走访，了解确认非法人经销商采购公司产品的业务背景、

交易规模、库存情况、下游销售等情况，核查公司经销收入的真实性，报告期内走访的非法人经销商覆盖非法人经销收入的比例分别为 56.25%、58.88%、**46.38%**。

2、对公司非法人经销商进行函证，确认交易金额及往来账款余额的真实性、准确性。报告期内主办券商对非法人经销商的函证核查情况如下：

| 项目          | 2024 年 1-8 月  | 2023 年        | 2022 年        |
|-------------|---------------|---------------|---------------|
| 对非法人经销商发函比例 | <b>66.39%</b> | 74.52%        | 70.93%        |
| 回函比例        | <b>65.71%</b> | 72.22%        | 68.00%        |
| 替代性程序比例     | <b>0.69%</b>  | 2.30%         | 2.92%         |
| 函证程序合计核查比例  | <b>66.39%</b> | <b>74.52%</b> | <b>70.93%</b> |

注：发函比例=非法人经销商函证发函金额/当年非法人经销商总收入；回函比例=非法人经销商回函金额/当年非法人经销商总收入；替代性程序比例=非法人经销商函证替代性程序核查金额/当年非法人经销商总收入

3、对非法人经销商销售收入执行收入细节测试，检查相关经销收入对应的合同、发货单、签收单等原始单据，核实和确认公司对非法人经销商销售收入的真实性、准确性，报告期内对非法人经销商收入细节测试的覆盖比例分别为 66.24%、66.79%、**63.09%**。

各类尽调程序对非法人经销商销售收入的累计核查比例为 70.93%、74.52%、**66.39%**。

### （三）单独说明对于公司与经销商是否存在关联关系的核查情况

1、对主要经销商客户执行走访程序，在走访问卷中与经销商确认其是否与公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及公司其他关联方存在亲属关系或其他关联关系；在走访问卷中与经销商确认公司员工（或前员工）是否对贵公司存在直接或间接控制，能够施加重大影响；

2、通过企查查等公开渠道查询公司 600 余家经销商的法定代表人（经营者）、股东及主要人员信息，并与公司的花名册（含离职员工）及关联方名单进行比对；

3、获取公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员签署的调查表，了解与经销商是否存在关联关系。

经核查，主办券商认为公司与经销商均不存在关联关系。



### 十三、说明针对经销商终端销售的核查情况

主办券商通过实地走访经销商下游客户的方式，对公司经销商的终端销售情况进行了充分核查。主办券商基于获取的经销商销售明细数据，**在首次提交申报材料时**，对报告期各期的前 10 大经销商（合计 11 家）的下游客户进行了实地走访，并随机选取部分非前 10 大经销商（合计 15 家）的下游客户进行了补充实地走访；**在更新 2024 年 1-8 月财务数据时**，**对当期前 10 大经销商的下游客户进行了实地走访**。

对于进入终端销售穿透核查范围内的经销商，主办券商按照重要性水平抽取其前 5 大下游客户进行实地走访，并采用平均间隔抽样方法抽取经销商的第 8、11、14、17、20 大下游客户进行实地走访。如果经销商的主要销售对象同时包括二级经销商和终端客户，且采用前述抽样方式抽取的 10 家下游客户均为二级经销商，则选取该经销商最大的 1 家终端客户替换第 20 大下游客户进行实地走访。按照以上样本筛选方式，主办券商确保了经销商下游客户走访样本在重要性、覆盖面等维度具有较好的代表性。

主办券商在对经销商下游客户进行实地走访时，重点对公司产品终端销售的真实性、合理性进行访谈确认。对于走访时点具有公司产品库存的经销商下游客户，主办券商进一步实地查看了下游客户仓库中的公司产品库存情况，核实不存在大额囤货或不合常规备货情形。

报告期内，主办券商**在首次提交申报材料时**合计走访了 260 家经销商下游客户，**在更新 2024 年 1-8 月财务数据时**合计走访了 100 家经销商下游客户。报告期内，**主办券商**完成终端销售穿透核查的经销商的收入占比分别为 39.56%、39.63%和 26.68%。经核查，公司通过经销渠道销售的产品已实现最终销售，终端销售穿透核查不存在异常情形。

**问题 5. 关于经营业绩。**

根据申报文件，报告期内公司的毛利率分别为 32.34%、33.30%，与可比公司基本一致，休闲食品、其他业务的毛利率变动较大；公司的净利润分别为 8,116.45 万元、9,877.78 万元。

请公司补充披露休闲食品业务、其他业务的毛利率变动较大的原因。

请公司说明：（1）结合可比公司主营业务、主要产品、主要原材料等因素，补充说明可比公司的选取是否恰当；（2）经销、直销的毛利率差异原因及合理性；（3）结合消费需求、产品特性、市场占有率情况等，说明报告期内营业收入、净利润增长的原因及合理性，与行业发展状况是否匹配，与同行业可比公司变动趋势是否一致。

请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。

回复：

**一、补充披露休闲食品业务、其他业务的毛利率变动较大的原因**

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“1. 按产品（服务）类别分类”中补充披露如下：

“报告期内，公司主营业务毛利率分别为 31.48%、32.56%和 38.34%。2023 年度主要产品调味油类、复合调味料、蔬菜制品的毛利率均保持基本稳定。2024 年 1-8 月因原材料菜籽油采购成本降低，调味油类毛利率增加；因原材料竹笋采购成本上升，蔬菜制品清水雅笋毛利率降低。

休闲食品毛利占主营业务毛利的比例各期均低于 0.5%，该类产品毛利率下降主要系公司 2023 年度新增了大规格藤椒鸡丝的销售，该类大规格产品因新品推广定价较低导致毛利率较低，因此拉低了休闲食品整体的毛利率水平，对公司主营业务毛利率影响较小。2024 年 1-8 月，公司减少了相关产品的推广力度，虽然毛利率有所上升，但是休闲食品收入、销量均有所下降。

报告期内，公司其他业务毛利率分别为 61.03%、69.39%和 27.31%。公司其他业务毛利率主要取决于公司废料销售业务毛利率，公司与废料销售客户分批次签署销售合同，各批次销售价格由公司与客户根据原材料采购价格和销售合同签署月份的市场供需关系协商确定。2023 年度平均售价高于 2022 年度，造成毛利率上升；且 2023 年

度菜籽油市场价格有所回落，公司采购成本降低，结转到废料椒壳椒渣的成本下降，也造成毛利率上升。2024 年 1-8 月椒壳平均售价大幅度低于 2023 年度，造成毛利率下降较多。”

二、结合可比公司主营业务、主要产品、主要原材料等因素，补充说明可比公司的选取是否恰当

公司在公开转让说明书中进行财务数据对比分析时，选取的同行业可比公司包括千禾味业、天味食品、恒顺醋业、海天味业。公司与上述同行业可比公司的主营业务、主要产品、主要原材料的具体对比情况如下：

| 公司名称 | 主营业务                                   | 主要产品           | 主要原材料     |
|------|----------------------------------------|----------------|-----------|
| 千禾味业 | 酱油、食醋、料酒、蚝油等调味品的研发、生产和销售               | 酱油             | 黄豆、豆粕、小麦  |
| 天味食品 | 复合调味料的研发、生产和销售                         | 火锅底料及中式菜品复合调味料 | 食用油、辣椒、花椒 |
| 恒顺醋业 | 食醋、酱油、酱菜、复合调味料、调味剂等系列调味品及包装材料的研发、生产和销售 | 食醋             | 糯米        |
| 海天味业 | 酱油、蚝油、酱、醋等各类经典的调料产品的研发、生产和销售           | 酱油、蚝油          | 黄豆、生蚝     |
| 幺麻子  | 麻系味型特色调味产品的研发、生产和销售                    | 藤椒油            | 菜籽油、鲜藤椒   |

如上表所示，公司和同行业可比公司的主营业务存在一定差异，公司选取上述 4 家公司作为可比公司的依据如下：（1）目前尚未存在专业从事调味油业务的可比公司上市，上述 4 家可比公司为酱油、食醋、复合调味料等细分赛道内的头部企业，与公司在麻系调味油这一细分赛道内的行业地位类似；（2）上述 4 家可比公司均为调味品行业内市值规模较大的头部企业，且千禾味业、天味食品也位于四川省，其业绩动向能够反映调味品行业及川调行业的整体特征和变动趋势。

综上，公司恰当选取了可比公司，可比公司对于分析公司的业务、财务情况具有较好的参考意义。

三、经销、直销的毛利率差异原因及合理性

（一）经销、直销的毛利率差异

报告期内，公司经销业务毛利率分别为 30.72%、31.75%和 37.94%，直销业务毛

利率分别为 38.27%、40.87%和 42. 86%，直销业务毛利率高于经销业务毛利率。

公司主要产品的经销毛利率和直销毛利率的具体对比情况如下：

| 序号 | 产品类别  | 产品名称    | 销售模式 | 2024 年 1-8 月<br>毛利率 | 2023 年毛利率 | 2022 年毛利率 |
|----|-------|---------|------|---------------------|-----------|-----------|
| 1  | 调味油   | 藤椒油     | 经销模式 | 39. 50%             | 33.80%    | 32.72%    |
|    |       |         | 直销模式 | 47. 02%             | 44.41%    | 39.88%    |
|    |       | 花椒油     | 经销模式 | 35. 41%             | 19.34%    | 15.94%    |
|    |       |         | 直销模式 | 39. 10%             | 30.54%    | 24.51%    |
|    |       | 木姜油     | 经销模式 | 36. 62%             | 29.52%    | 28.30%    |
|    |       |         | 直销模式 | 52. 94%             | 49.29%    | 48.93%    |
|    |       | 熟香菜籽油   | 经销模式 | 8. 60%              | 9.96%     | 8.15%     |
|    |       |         | 直销模式 | 34. 48%             | 37.17%    | 19.96%    |
| 2  | 复合调味料 | 半固态类调味料 | 经销模式 | 23. 64%             | 17.43%    | 5.62%     |
|    |       |         | 直销模式 | 34. 42%             | 46.12%    | 46.23%    |
|    |       | 液态调味料   | 经销模式 | 17. 53%             | 13.06%    | 7.17%     |
|    |       |         | 直销模式 | 40. 44%             | 46.28%    | 42.19%    |
| 3  | 蔬菜制品  | 清水雅笋    | 经销模式 | -1. 08%             | 5.36%     | -0.47%    |
|    |       |         | 直销模式 | 23. 66%             | 34.96%    | 40.15%    |
| 4  | 休闲食品  | 钵钵鸡     | 经销模式 | 41. 42%             | 31.54%    | 34.00%    |
|    |       |         | 直销模式 | 61. 19%             | 41.35%    | 62.41%    |

如上表所示，公司主要产品的直销毛利率均高于经销毛利率。

以核心产品藤椒油为例，直销模式和经销模式下前五大产品规格的毛利率如下：

单位：万元；万元/吨

| 年度              | 销售模式<br>细分 | 前五大产品规格     | 金额          | 占比      | 销售单价  | 毛利率     |
|-----------------|------------|-------------|-------------|---------|-------|---------|
| 2024 年<br>1-8 月 | 经销         | 藤椒油 500ml 彩 | 8, 392. 22  | 26. 06% | 3. 61 | 41. 91% |
|                 |            | 藤椒油 5L 铁    | 8, 319. 60  | 25. 84% | 3. 13 | 39. 38% |
|                 |            | 藤椒油 500ml 素 | 5, 536. 19  | 17. 19% | 3. 59 | 41. 70% |
|                 |            | 藤椒油 250ml 彩 | 4, 752. 26  | 14. 76% | 3. 99 | 44. 16% |
|                 |            | 藤椒油 400ml   | 1, 310. 63  | 4. 07%  | 3. 79 | 43. 61% |
|                 |            | 合计          | 28, 310. 90 | 87. 92% | 3. 51 | 41. 58% |
|                 | 直销         | 藤椒油 20L     | 360. 59     | 25. 17% | 2. 97 | 39. 60% |

| 年度     | 销售模式<br>细分 | 前五大产品规格      | 金额        | 占比     | 销售单价 | 毛利率    |
|--------|------------|--------------|-----------|--------|------|--------|
|        |            | 藤椒油 500ml 彩  | 186.63    | 13.03% | 4.67 | 54.06% |
|        |            | 藤椒油 400ml 方瓶 | 164.78    | 11.50% | 5.00 | 56.66% |
|        |            | 藤椒油 5L 塑     | 118.09    | 8.24%  | 2.77 | 34.52% |
|        |            | 藤椒油 250ml 素  | 94.28     | 6.58%  | 4.33 | 48.27% |
|        |            | 合计           | 924.37    | 64.52% | 3.57 | 45.80% |
| 2023 年 | 经销         | 藤椒油 5L 铁     | 11,252.05 | 26.57% | 3.11 | 33.68% |
|        |            | 藤椒油 500ml 素  | 10,300.54 | 24.32% | 3.65 | 37.97% |
|        |            | 藤椒油 500ml 彩  | 7,987.97  | 18.86% | 3.59 | 37.27% |
|        |            | 藤椒油 250ml 彩  | 6,696.52  | 15.81% | 4.02 | 40.46% |
|        |            | 藤椒油 250ml 素  | 1,764.58  | 4.17%  | 3.83 | 39.47% |
|        |            | 合计           | 38,001.65 | 89.72% | 3.52 | 37.06% |
|        | 直销         | 藤椒油 500ml 彩  | 518.49    | 21.50% | 4.61 | 50.36% |
|        |            | 藤椒油 20L      | 489.87    | 20.31% | 2.95 | 32.91% |
|        |            | 藤椒油 250ml 素  | 234.10    | 9.71%  | 4.41 | 45.79% |
|        |            | 藤椒油 5L 铁     | 210.54    | 8.73%  | 3.34 | 36.91% |
|        |            | 藤椒油 400ml 方瓶 | 132.62    | 5.50%  | 4.84 | 51.00% |
|        |            | 合计           | 1,585.61  | 65.74% | 3.76 | 42.56% |
| 2022 年 | 经销         | 藤椒油 5L 铁     | 9,403.94  | 26.64% | 3.11 | 32.36% |
|        |            | 藤椒油 500ml 素  | 7,738.44  | 21.92% | 3.56 | 35.23% |
|        |            | 藤椒油 500ml 彩  | 7,731.32  | 21.90% | 3.63 | 36.53% |
|        |            | 藤椒油 250ml 彩  | 5,507.88  | 15.60% | 3.98 | 38.55% |
|        |            | 藤椒油 250ml 素  | 1,215.01  | 3.44%  | 3.97 | 38.69% |
|        |            | 合计           | 31,596.59 | 89.52% | 3.51 | 35.41% |
|        | 直销         | 藤椒油 5L 铁     | 570.84    | 24.51% | 3.29 | 35.72% |
|        |            | 藤椒油 500ml 彩  | 490.87    | 21.08% | 4.54 | 49.15% |
|        |            | 藤椒油 20L      | 311.72    | 13.39% | 2.96 | 32.87% |
|        |            | 藤椒油 5kg      | 162.57    | 6.98%  | 2.86 | 30.79% |
|        |            | 藤椒油 400ml 方瓶 | 139.55    | 5.99%  | 4.61 | 48.62% |
|        |            | 合计           | 1,675.56  | 71.95% | 3.54 | 39.72% |

如上表所示，就同类产品而言，虽然公司直销和经销模式下前五大产品规格销售结构存在差异，但是直销业务毛利率均高于经销业务毛利率。

以核心产品藤椒油为例，进一步选取直销和经销模式下三种主要产品规格的毛利率情况进行对比：

单位：万元；万元/吨

| 年度        | 销售模式细分 | 前五大产品规格     | 金额        | 占比     | 销售单价 | 毛利率    |
|-----------|--------|-------------|-----------|--------|------|--------|
| 2024年1-8月 | 经销     | 藤椒油 5L 铁    | 8,319.60  | 25.84% | 3.13 | 39.38% |
|           |        | 藤椒油 500ml 彩 | 8,392.22  | 26.06% | 3.61 | 41.91% |
|           |        | 藤椒油 250ml 素 | 881.29    | 2.19%  | 4.00 | 45.09% |
|           | 直销     | 藤椒油 5L 铁    | 67.08     | 4.68%  | 3.18 | 39.92% |
|           |        | 藤椒油 500ml 彩 | 186.63    | 13.03% | 4.67 | 54.06% |
|           |        | 藤椒油 250ml 素 | 94.28     | 6.58%  | 4.33 | 48.27% |
| 2023年     | 经销     | 藤椒油 5L 铁    | 11,252.05 | 26.57% | 3.11 | 33.68% |
|           |        | 藤椒油 500ml 彩 | 7,987.97  | 18.86% | 3.59 | 37.27% |
|           |        | 藤椒油 250ml 素 | 1,764.58  | 4.17%  | 3.83 | 39.47% |
|           | 直销     | 藤椒油 5L 铁    | 210.54    | 8.73%  | 3.34 | 36.91% |
|           |        | 藤椒油 500ml 彩 | 518.49    | 21.50% | 4.61 | 50.36% |
|           |        | 藤椒油 250ml 素 | 234.10    | 9.71%  | 4.41 | 45.79% |
| 2022年     | 经销     | 藤椒油 5L 铁    | 9,403.94  | 26.64% | 3.11 | 32.36% |
|           |        | 藤椒油 500ml 彩 | 7,731.32  | 21.90% | 3.63 | 36.53% |
|           |        | 藤椒油 250ml 素 | 1,215.01  | 3.44%  | 3.97 | 38.69% |
|           | 直销     | 藤椒油 5L 铁    | 570.84    | 24.51% | 3.29 | 35.72% |
|           |        | 藤椒油 500ml 彩 | 490.87    | 21.08% | 4.54 | 49.15% |
|           |        | 藤椒油 250ml 素 | 30.07     | 1.29%  | 5.77 | 53.03% |

如上表所示，就同类产品同一规格产品而言，直销业务毛利率也均高于经销业务毛利率。

## （二）经销、直销的毛利率差异原因及合理性

报告期各期，直销毛利率高于经销毛利率主要受两方面影响：

（1）同类产品定价差异：直销模式和经销模式同类产品定价方案不同，直销模式的平均单价及毛利率高于经销模式。公司直销模式下由于客户采购产品数量较大，且部分直销客户系采购定制化产品，因此直销价格为公司与各客户协商确定，销售价格

通常高于经销渠道价格，低于市场零售价格。公司对经销模式实行统一定价，且每年公司会推出让利促销活动，经销商在规定时间内打款订货，且后续下单订货产品满足当年的活动政策的话，经销商在活动期间的预付货款在提货时均能享受对应的相关折扣；公司对经销商的销售价格相对较低，旨在通过给予经销商一定利润空间鼓励其积极销售推广公司产品。

（2）产品销售结构差异：除同类产品及同规格产品的定价差异导致的毛利率差异外，直销客户与经销客户提货的产品类别、规格存在一定差异，公司不同产品、不同规格的毛利率均有所不同，也在一定程度上影响了直销和经销的毛利率差异。

综上，公司不同销售模式下的毛利率与公司的销售政策等密切相关，公司不同销售模式下的毛利率差异符合行业特性和公司实际经营情况，具备合理性。

四、结合消费需求、产品特性、市场占有率情况等，说明报告期内营业收入、净利润增长的原因及合理性，与行业发展状况是否匹配，与同行业可比公司变动趋势是否一致

（一）结合消费需求、产品特性、市场占有率情况等，说明报告期内营业收入、净利润增长的原因及合理性

报告期内，公司营业收入、净利润的变动情况如下：

| 项目       | 2024 年 1-8 月 |           | 2023 年度   |           | 2022 年度   |
|----------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|          | 金额           | 变动比例      | 金额        | 变动比例      | 金额        |
| 营业收入（万元） | 40,846.01    | 12.39%    | 54,514.41 | 21.06%    | 45,030.53 |
| 毛利率      | 38.18%       | 4.88 个百分点 | 33.30%    | 0.96 个百分点 | 32.34%    |
| 净利润（万元）  | 10,111.39    | 53.55%    | 9,877.78  | 21.70%    | 8,116.45  |
| 净利率      | 24.75%       | 6.63 个百分点 | 18.12%    | 0.10 个百分点 | 18.02%    |

注：2024 年 1-8 月变动比例系根据调整后的年化数据与 2023 年度进行比较。

如上表所示，公司 2022 年、2023 年的毛利率、净利率基本保持稳定，营业收入和净利润的增长幅度基本一致，净利润增长基本依赖于营业收入的增长；公司 2024 年 1-8 月营业收入保持较快增长，同时毛利率也大幅提升，导致净利润增长幅度较大。

报告期内，调味油销售收入占公司营业收入的比例超过 90%，调味油的收入、销量及单价的变动情况如下：

| 项目          | 2024 年 1-8 月 |        | 2023 年度   |        | 2022 年度   |
|-------------|--------------|--------|-----------|--------|-----------|
|             | 金额           | 变动比例   | 金额        | 变动比例   | 金额        |
| 调味油收入（万元）   | 37,824.68    | 14.00% | 49,768.21 | 21.01% | 41,129.03 |
| 调味油销量（吨）    | 10,770.67    | 13.25% | 14,265.32 | 20.72% | 11,817.15 |
| 调味油单价（万元/吨） | 3.51         | 0.66%  | 3.49      | 0.29%  | 3.48      |

注：2024 年 1-8 月收入、销量变动比例系根据调整后的年化数据与 2023 年度进行比较。

如上表所示，公司报告期内的调味油销售单价基本保持稳定，调味油收入增长基本依赖于调味油销量增长。因此，公司报告期内营业收入、净利润增长与产品价格关系不大，2023 年营业收入、净利润增长主要来源于产品销量的增长，2024 年营业收入、净利润增长除来源于产品销量增长外，还在一定程度上依赖于成本下降。

2023 年、2024 年 1-8 月，公司产品销量增长的原因包括：

（1）餐饮行业消费需求复苏：2023 年外部环境影响因素消除，下游餐饮行业的消费需求得到释放，国家统计局数据显示 2023 年全国餐饮收入达到 52,890 亿元，同比 2022 年增长 20.4%。受餐饮行业需求复苏影响，主要经销商的订货量均有所增长，收入增长较多的主要客户包括西安文浩、上海蜀信农彬、广州川九香、天津老坛子等，相关经销商多位于 2022 年受外部环境影响较为严重的地区；

（2）消费品的抗周期韧性较强：在全球范围内经济环境承压的背景下，粗放式爆发性增长的窗口难以涌现，但是公司生产的调味品属于大众消费品，大众消费品具有较强的功能性特点和刚需属性，能够在用户粘性的支撑下实现销量稳健增长。

（3）推动空白市场和下沉市场的市场占有率提升：公司大力加强西南地区之外的市场开发，引导经销商深入覆盖中小型餐饮企业，并自 2024 年开始推出“百城万店”椒香品鉴活动推广计划，致力于提升公司在空白市场和下沉市场的市场占有率。2023 年、2024 年 1-8 月，公司西南地区之外的其他地区经销收入占比分别达到 54.06%、55.84%，西北地区、华南地区、东北地区、海外地区的经销收入年化复合增长率超过 30%，成为公司报告期内收入增长的重要动力。

2024 年 1-8 月，公司产品成本下降的原因包括：

（1）菜籽油成本大幅回落：公司调味油的生产周期存在明显季节性的特征，鲜藤椒、鲜红花椒和鲜木姜在每年 6-8 月成熟采摘，因此公司的半成品生产季节也集中



在每年的 6-8 月，生产出调味油类半成品存放在储油罐中供下半年及次年成品生产销售所用。2023 年公司采购的菜籽油价格同比下降 27.84%，2024 年 1-8 月公司采购的菜籽油价格相较 2023 年进一步下降 8.77%，由于公司 2024 年销售的调味油产品基本来源于 2023 年夏季集中生产调配的半成品，2023 年菜籽油价格大幅下降对产品成本的影响在 2024 年开始完整体现。

(2) 部分其他原材料成本有所下降：公司在报告期内聚焦降本增效，除在原材料成本结构中占比较高的菜籽油外，2024 年 1-8 月鲜红花椒、干藤椒、超临界萃取基础油、包装材料等原材料在营业成本中反映的价格也存在不同程度下降，进一步压缩了公司本期的单位产品成本。

(二) 与行业发展状况是否匹配，与同行业可比公司变动趋势是否一致

报告期内，公司与同行业可比公司的营业收入波动情况比较如下：

单位：万元

| 项目   | 2024 年 1-8 月 |         | 2023 年度      |        | 2022 年度      |
|------|--------------|---------|--------------|--------|--------------|
|      | 金额           | 变动比例    | 金额           | 变动比例   | 金额           |
| 千禾味业 | 158,881.40   | 3.78%   | 320,679.80   | 31.62% | 243,647.17   |
| 天味食品 | 146,765.13   | 2.95%   | 314,856.11   | 17.02% | 269,071.02   |
| 恒顺醋业 | 100,448.90   | -11.83% | 210,641.07   | -1.52% | 213,902.00   |
| 海天味业 | 1,415,591.01 | 9.18%   | 2,455,931.24 | -4.10% | 2,560,965.15 |
| 公司   | 40,846.01    | 12.39%  | 54,514.41    | 21.06% | 45,030.53    |

注：可比公司 2024 年 1-8 月变动比例系 2024 年 1-6 月与 2023 年 1-6 月进行比较，公司 2024 年 1-8 月变动比例系根据 2024 年 1-8 月调整后的年化数据与 2023 年度进行比较。

2023 年，公司营业收入变动趋势与千禾味业、天味食品基本一致。恒顺醋业、海天味业的营业收入规模下滑的主要原因为：恒顺醋业 2022 年同期存在较高的存量房及投资性房地产销售等其他业务收入，导致其 2023 年的营业收入相对下滑，但是其调味品业务收入同比增长 2.27%，与公司营业收入变动方向一致；海天味业市场竞争压力加剧，且其关于食品添加剂“双标”的舆论冲击风波尚未完全平息，导致其以酱油产品为代表的收入有所下滑。

2024 年 1-8 月，公司营业收入变动趋势与海天味业基本一致。千禾味业、天味食品在经历了 2023 年的高增长后营业收入增速有所放缓，而恒顺醋业称公司正处于转型发展关键时期，营业收入受渠道碎片化、消费新趋势等影响有所下滑。

报告期内，公司与其他餐饮渠道占比较高的同行业可比公司的营业收入波动情况比较如下：

单位：万元

| 项目   | 2024 年 1-6 月 |         | 2023 年度   |        | 2022 年度   |
|------|--------------|---------|-----------|--------|-----------|
|      | 金额           | 变动比例    | 金额        | 变动比例   | 金额        |
| 佳隆股份 | 11,875.60    | -18.88% | 25,977.47 | 25.13% | 20,759.96 |
| 日辰股份 | 18,745.09    | 15.16%  | 35,946.66 | 16.49% | 30,857.59 |
| 安记食品 | 28,474.37    | -4.61%  | 63,214.98 | 13.45% | 55,718.72 |
| 公司   | 40,846.01    | 12.39%  | 54,514.41 | 21.06% | 45,030.53 |

注：可比公司 2024 年 1-6 月变动比例系与 2023 年 1-6 月进行比较，公司 2024 年 1-6 月变动比例系根据 2024 年 1-8 月调整后的年化数据与 2023 年度进行比较。

2023 年，其他餐饮渠道占比较高的同行业可比公司营业收入均同比增长，业绩变动情况与外部环境因素结束后的餐饮行业发展状况基本匹配，也与公司的营业收入变动特征保持一致。

2024 年 1-8 月，公司营业收入变动趋势与日辰股份基本一致。佳隆股份、安记食品的营业收入规模下滑的主要原因为：佳隆股份在去年推出产品搭赠促销政策，但是在本期调整销售策略，专注产品竞争力和价格体系，导致销售量有所下降，产品毛利率上升；安记食品战略聚焦于咖喱肉风味复调这一核心领域，营业收入受特定消费市场环境影响有所下滑。

## 五、中介机构核查方式及核查意见

### （一）核查程序

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、分析公司报告期内的收入成本明细表，了解休闲食品业务、其他业务的毛利率变动较大的具体原因，以及公司营业收入、净利润增长的具体原因；

2、查阅可比公司公开披露的主营业务、主要产品、主要原材料等因素，分析可比公司的选取是否恰当；

3、获取各期直销、经销客户的销售明细，分析不同模式下各类产品销售的毛利率变动情况；

4、访谈公司财务部门负责人及相关业务部门负责人，了解直销毛利率高于经销毛

利率的原因；

5、获取各期的销售收入、成本、销量、产品结构等数据，分析不同销售模式下销售单价和单位成本的变动对毛利率的影响；

6、分析主要产品在不同销售模式下的产品结构，销售单价和毛利率变动情况，结合直销和经销的产品定价表、促销活动政策等，分析直销模式毛利率高于经销模式毛利率的合理性；

7、查阅同行业可比公司的定期报告，分析公司与同行业可比公司的业绩变动趋势是否一致。

## **（二）核查结论**

经核查，主办券商认为：

1、公司主要产品调味油类、复合调味料、蔬菜制品的毛利率均保持基本稳定，休闲食品毛利率因大规格新品推广导致毛利率降低，废料销售因为平均销售单价上涨、结转成本下降导致毛利率上升，变动均具有合理性。

2、公司恰当选取了可比公司，可比公司对于分析公司的业务、财务情况具有较好的参考意义；

3、报告期内直销毛利率与经销毛利率存在差异主要受销售定价差异、促销活动差异和产品结构差异等因素影响，差异原因具有合理性；

4、公司报告期内营业收入、净利润增长具有合理原因，与行业发展状况相匹配，与餐饮渠道占比较高的同行业可比公司变动趋势一致。

**问题 6. 关于采购和存货。**

根据申报文件，公司主要原材料为油料，以及藤椒、红花椒、木姜、竹笋等农副产品，历年供求格局和采购价格存在较大波动。公司向前五大供应商采购占比分别为 63.79%、66.70%，其中向第一大供应商成都市新兴粮油有限公司采购占比分别为 43.96%、35.15%。报告期各期末公司存货余额分别为 26,579.01 万元、26,055.79 万元，主要为以藤椒基础油为主的半成品。

请公司补充披露报告期主营业务成本中菜籽油、藤椒等主要原材料及包装材料的采购单价、数量，结合市场价格变动情况，说明各类原材料及包装材料单价波动的原因及合理性，与公司毛利率变动是否一致。

请公司说明：（1）行业状况、主要供应商的行业地位，报告期内公司与主要供应商的合作时间、合作背景、是否签订框架协议、结算模式与定价方式，是否具备稳定性和可持续性，是否对主要供应商存在重大依赖，集中度较高是否符合行业特征；（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。

请主办券商及会计师：（1）核查上述问题并发表明确意见；（2）说明期末存货的监盘情况（包括监盘的金额和比例以及监盘结论），并对存货期末余额是否真实存在、计价是否准确、成本费用的结转金额及时点是否准确，各存货项目跌价准备计提是否合理、充分，相关内控制度是否完善并有效执行，并发表明确意见；（3）核查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，并发表明确意见；（4）说明对公司从非法人供应商采购的核查程序，并发表明确意见。

回复：

一、补充披露报告期主营业务成本中菜籽油、藤椒等主要原材料及包装材料的采购单价、数量，结合市场价格变动情况，说明各类原材料及包装材料单价波动的原因及合理性，与公司毛利率变动是否一致

（一）补充披露报告期主营业务成本中菜籽油、藤椒等主要原材料及包装材料的采购单价、数量

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”补充披露以下内容：

公司主营业务成本中各类直接材料的具体内容、金额、单价和数量情况如下：

| 项目       | 2024 年 1-8 月 |           |          | 2023 年    |           |          | 2022 年    |           |         |
|----------|--------------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|---------|
|          | 金额（万元）       | 数量（吨）     | 单价（万元/吨） | 金额（万元）    | 数量（吨）     | 单价（万元/吨） | 金额（万元）    | 数量        | 单价（元/吨） |
| 菜籽油      | 10,290.78    | 10,944.14 | 0.94     | 16,157.63 | 14,497.90 | 1.11     | 12,797.19 | 12,095.71 | 1.06    |
| 鲜藤椒      | 3,677.45     | 3,571.49  | 1.03     | 4,564.67  | 4,997.53  | 0.91     | 4,818.90  | 4,359.50  | 1.11    |
| 鲜红花椒     | 568.02       | 383.47    | 1.48     | 782.59    | 511.65    | 1.53     | 693.14    | 373.75    | 1.85    |
| 竹笋       | 286.89       | 19.29     | 14.87    | 506.58    | 45.51     | 11.13    | 309.24    | 27.21     | 11.37   |
| 超临界萃取基础油 | 1,813.47     | 77.58     | 23.38    | 2,474.59  | 94.80     | 26.10    | 934.21    | 36.30     | 25.74   |
| 干藤椒      | 364.46       | 90.74     | 4.02     | 599.02    | 136.73    | 4.38     | 1,510.39  | 290.58    | 5.20    |
| 其他材料     | 1,381.90     | /         | /        | 1,812.99  | /         | /        | 1,092.27  | /         | /       |
| 合计       | 18,382.98    | /         | /        | 26,898.07 | /         | /        | 22,155.34 | /         | /       |

公司主营业务成本中各类包装材料的具体内容、金额、单价和数量情况如下：

| 项目   | 2024 年 1-8 月 |          |         | 2023 年   |          |         | 2022 年   |          |         |
|------|--------------|----------|---------|----------|----------|---------|----------|----------|---------|
|      | 金额（万元）       | 数量（万个）   | 单价（元/个） | 金额（万元）   | 数量（万个）   | 单价（元/个） | 金额（万元）   | 数量（万个）   | 单价（元/个） |
| 瓶类   | 2,039.92     | 2,205.20 | 0.93    | 2,691.06 | 2,862.36 | 0.94    | 2,220.92 | 2,355.27 | 0.94    |
| 纸箱   | 509.02       | 246.59   | 2.06    | 701.51   | 331.08   | 2.12    | 628.89   | 269.68   | 2.39    |
| 铁听   | 412.28       | 68.37    | 6.03    | 583.71   | 93.52    | 6.24    | 531.51   | 79.46    | 6.71    |
| 商标签  | 298.54       | 2,174.37 | 0.14    | 403.74   | 2,815.39 | 0.14    | 357.28   | 2,331.66 | 0.15    |
| 其他材料 | 282.12       | /        | /       | 432.64   | /        | /       | 379.77   | /        | /       |
| 合计   | 3,541.89     | /        | /       | 4,812.67 | /        | /       | 4,118.37 | /        | /       |

（二）结合市场价格变动情况，说明各类原材料及包装材料单价波动的原因及合理性，与公司毛利率变动是否一致

### 1、各类原材料及包装材料单价波动的原因及与公司毛利率变动的匹配情况

报告期内，公司主营业务成本中各类直接材料及包装材料单价波动与毛利率变动的匹配情况如下：

| 项目             | 2024 年 1-8 月 |           | 2023 年度 |           | 2022 年度 |
|----------------|--------------|-----------|---------|-----------|---------|
|                | 单价           | 同比增幅      | 单价      | 同比增幅      | 单价      |
| 菜籽油（万元/吨）      | 0.94         | -15.63%   | 1.11    | 5.34%     | 1.06    |
| 鲜藤椒（万元/吨）      | 1.03         | 12.73%    | 0.91    | -17.37%   | 1.11    |
| 鲜红花椒（万元/吨）     | 1.48         | -3.16%    | 1.53    | -17.53%   | 1.85    |
| 竹笋（万元/吨）       | 14.87        | 33.59%    | 11.13   | -2.06%    | 11.37   |
| 超临界萃取基础油（万元/吨） | 23.38        | -10.45%   | 26.10   | 1.41%     | 25.74   |
| 干藤椒（万元/吨）      | 4.02         | -8.33%    | 4.38    | -15.71%   | 5.20    |
| 瓶类（元/个）        | 0.93         | -1.61%    | 0.94    | 0.02%     | 0.94    |
| 纸箱（元/个）        | 2.06         | -2.58%    | 2.12    | -11.34%   | 2.39    |
| 铁听（元/个）        | 6.03         | -3.39%    | 6.24    | -6.98%    | 6.71    |
| 商标签（元/个）       | 0.14         | -4.26%    | 0.14    | -4.40%    | 0.15    |
| 主营业务毛利率        | 38.34%       | 5.78 个百分点 | 32.56%  | 1.08 个百分点 | 31.48%  |

2023 年度，公司主营业务成本中菜籽油价格有所增长，鲜藤椒、鲜红花椒、干藤椒等农副产品价格大幅下降，纸箱、铁听、标签等包装材料价格略微下降；2024 年 1-8 月，公司主营业务成本中除鲜藤椒、竹笋以外的各类主要原材料价格均存在不同程度下降，鲜藤椒、竹笋价格存在一定程度上涨。菜籽油、农副产品价格主要受市场价格影响，公司每年采购价格均随行就市确定，价格波动符合报告期内的市场行情；包装材料价格下降主要受公司与供应商议价的影响，纸箱、铁听、标签的主要供应商在报告期内相继下调了对公司的产品报价。

2023 年度，在公司未对主要产品进行调价的情况下，由于菜籽油成本相较农副产品、包装材料成本在公司主营业务成本中的占比较高，菜籽油成本结转均价上涨一定程度上抵消了农副产品成本结转均价大幅下跌及包装材料成本结转均价略微下跌的影响，导致公司 2023 年主营业务毛利率同比仅提升 1.08 个百分点。2024 年 1-8 月，在

公司未对主要产品进行调价的情况下，由于除鲜藤椒、竹笋以外的各类主要原材料的成本结转均价均存在不同程度下降，尤其是菜籽油的成本结转均价大幅下降，导致公司 2024 年 1-8 月主营业务毛利率同比大幅提升 5.78 个百分点。

综上，公司主营业务毛利率变动情况与原材料成本变动情况相匹配。

2、主要原材料采购价格与 market 价格的比较情况

公司的藤椒基础油存在集中生产、跨期使用的特征，当期销售的调味油产品大部分使用上一年度所生产的半成品，导致当期营业成本中的原材料价格主要体现的是上一年度的原材料采购价格，原材料采购价格变动对毛利率的影响具有显著的滞后效应。

为便于与同一期间内的市场价格进行对比，以下采用采购口径而非成本口径的原材料价格与市场价格进行比较。报告期内，公司主要原材料的采购价格与 market 价格的比较情况如下：

| 项目        |                                     | 2024 年 1-8 月 |         | 2023 年度 |         | 2022 年度 |
|-----------|-------------------------------------|--------------|---------|---------|---------|---------|
|           |                                     | 单价           | 同比增幅    | 单价      | 同比增幅    | 单价      |
| 菜籽油（万元/吨） | 公司采购均价                              | 0.84         | -8.77%  | 0.92    | -27.84% | 1.27    |
|           | 四川成都地区菜油（四级进口）现货均价                  | 0.78         | -11.38% | 0.88    | -28.70% | 1.23    |
| 鲜藤椒（元/公斤） | 公司采购均价                              | 7.95         | -27.03% | 10.90   | 17.91%  | 9.25    |
|           | 四川金阳一级青花椒 6-8 月批发均价（A）              | 9.60         | -19.19% | 11.88   | -4.96%  | 12.50   |
|           | 重庆江津一级青花椒 6-8 月批发均价（B）              | 7.43         | -27.44% | 10.24   | 41.05%  | 7.26    |
|           | 四川金阳/重庆江津一级青花椒 6-8 月批发均价（C=（A+B）/2） | 8.51         | -23.06% | 11.06   | 11.94%  | 9.88    |

注：（1）菜籽油市场价格数据来源为同花顺，2024 年同花顺将指标更名为四川成都地区菜油（三级进口）现货均价，三级现货和四级现货的历史价格数据一致；（2）鲜藤椒市场价格数据来源为新华财经数据库（惠椒网 2024 年起不再实时披露花椒市场行情），数据统计区间为 6-8 月鲜椒集中上市期间，干椒与鲜椒价格参考市场惯例按照 5：1 折算，鲜椒价格受收购地点、上市时间等多方面因素影响存在波动属于正常情形。

如上表所示，公司菜籽油、鲜藤椒的采购价格与 market 价格的差异较小，且报告期内采购价格和 market 价格的变动幅度基本一致。考虑到油料及农副产品的价格受产品质量、采购时间、供求关系等因素影响波动较大，相关价格及变动幅度的差异具有合理性。

公司的菜籽油采购价格略高于同期市场现货价格，主要原因为公司以采购一级菜籽油为主，与公开市场数据锚定的**三级/四级**进口菜籽油的产品等级略有差异。此外，菜籽油作为大宗产品，市场价格波动较大，公司与供应商在价格谈判中需对价格走势进行预判，同时还需根据各个供应商的报价、品质、供货稳定性以及服务质量综合选择供应商，从而公司采购价格与市场价格水平并非完全一致。

**二、行业状况、主要供应商的行业地位，报告期内公司与主要供应商的合作时间、合作背景、是否签订框架协议、结算模式与定价方式，是否具备稳定性和可持续性，是否对主要供应商存在重大依赖，集中度较高是否符合行业特征**

### **（一）主要供应商的行业状况及行业地位**

公司报告期各期前五大供应商的行业状况及行业地位如下：

#### **1、菜籽油：成都市新兴粮油有限公司、四川德阳市年丰食品有限公司**

菜籽油在中国食用油市场中占据重要地位，是主要的食用油之一。根据中研网数据显示，2018-2023 年，菜籽油市场规模由 587.8 亿元增长至 954.5 亿元，期间年复合增长率为 10.2%；预计 2024-2028 年，菜籽油行业市场规模由 980.5 亿元增长至 1,091.2 亿元，期间年复合增长率为 2.7%。中国是全球最大的菜籽油生产国，菜籽油市场中的主要参与者包括大型食用油企业、跨国公司和地方小型厂商。

根据官方网站介绍及公开资料查询，成都新兴粮油有限公司是一家集油菜籽收购、加工、销售为一体的大型油脂企业，是四川省内生产规模领先的菜籽油供给厂商之一。新兴粮油拥有国内先进的油菜籽仓储、预榨、浸出、精炼全自动生产线，目前年加工油菜籽能力 28 万吨、年炼油能力 5 万吨、年包装油灌装油能力 15 万吨。新兴粮油在食用油行业内曾获得多项荣誉，已连续多年被评为中国菜籽油加工 10 强企业，是农业产业化国家重点龙头企业、中国好粮油示范加工企业、全国放心粮油示范企业、中国粮食行业协会常务理事单位、四川省粮食行业协会油脂分会会长单位。

根据官方网站介绍及公开资料查询，四川德阳市年丰食品有限公司是一家集生产、销售、物流于一体的综合性食用油生产企业。公司建立了“公司+基地+农户”的农业产业化模式，自有菜籽油基地 21 万余亩，签约合作的菜籽油基地 5.85 万亩。公司建立了以成都为中心面向全国各地辐射的产品销售网络，已获得全国放心粮油示范加工企业、四川省农业产业化重点龙头企业、天府菜油联盟企业、四川省优质品牌农产品



等荣誉称号。

## **2、玻璃包材：成都市川泰玻璃有限责任公司**

根据前瞻产业研究院和中国包装联合会的数据，近年来我国玻璃包装容器制造业整体规模不断增长，全国玻璃包装容器产能水平快速提高。2023 年我国玻璃包装容器制造业规模以上企业实现主营业务收入 603.12 亿元，同比增长 8.23%；2023 年全国玻璃包装容器累计完成产量 1,671.02 万吨，同比增长 0.37%。在产量分布方面，2023 年我国玻璃包装产量排在前五位的地区依次是四川、山东、河北、山西和广东，其中，四川完成累计产量 526.13 万吨，占全国总产量的 26.47%。

根据官方网站介绍及公开资料查询，成都市川泰玻璃有限责任公司具有多年的包装玻璃瓶生产经验，专业生产各类高、中、低档玻璃酒瓶、调味品包装玻璃瓶以及玻璃酒瓶的仿陶和烤花。公司厂房占地 200 亩，拥有四台玻璃瓶生产窑炉、五条烤花生产线，可年产各类玻璃瓶 10 万吨。

## **3、超临界萃取藤椒基础油：晨光生物科技集团股份有限公司**

根据 Markets&Markets 相关统计数据，2022 年全球植物提取行业市场规模达 344 亿美元，预计 2027 年市场规模将达 615 亿美元，2022-2027 年复合增长率预计为 12.3%。植物提取物的品种众多，进入工业提取的品种有 300 多个，单个品种市场规模约在千万至几十亿元范围。对于植物提取行业的龙头企业，由于受到单品市场规模较小的制约，寻求多品种发展是必然的选择。目前我国从事植物提取行业的企业超过 2,000 家，多数企业规模较小，行业集中度低。晨光生物是国内植物提取行业规模最大的上市公司，在全球植物提取行业位居第一梯队，逐渐追赶或超越国外植提龙头企业。

根据官方网站介绍及公开资料查询，晨光生物科技集团股份有限公司为深交所创业板上市公司，是一家专注于植物有效成分萃取、分离、纯化及应用的科技企业，在中国、印度、赞比亚、美国等地建有 30 多家子（分）公司。公司产品涵盖天然色素、天然香辛料提取物和精油、天然甜味剂、天然营养及药用提取物、保健食品、油脂和蛋白等六大系列上百个品种，其中，辣椒红色素、辣椒油树脂、叶黄素产销量位居世界重要位置。公司先后荣获农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业、国家技术创新示范企业、国家“绿色工厂”、制造业单项冠军企业等荣誉称号。

## **4、鲜藤椒/鲜红花椒/鲜木姜：德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联社、汉源县味**

## 来时光贸易有限公司

花椒作为中国本土的香辛料调味料，已经有上千年的应用历史，近年来更是随着川菜、火锅、麻辣休闲食品等在餐饮端和食品端的需求增长，应用场景不断扩大，需求量不断提升，成为继辣椒之后的第二大香辛料单品。四川是我国花椒最大的种植区域，目前全省种植面积 500 万亩左右，其中青花椒有 300 多万亩。

根据公开资料查询，德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联社是全国首创、四川唯一的一个新型集体所有制经济组织，自 2017 年 10 月启动改革试点以来，以“农联+专合社+家庭农场+农户”模式，围绕农业的“产前、产中、产后”做服务，即：产前统一品种，建立了 1,500 亩绿色水稻基地、3,000 亩蔬菜基地、18,000 亩青花椒基地；产中统一品质，通过技术培训实现统防统治，标准化生产；产后统筹统销，通过供销平台，解决产品滞销难题。截至目前，德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联社已有社员 1,979 户，带动就业 3,000 余人，被评为国家级农民专业合作社示范社。

根据公开资料查询，汉源县味来时光贸易有限公司是一家主要从事农副产品贸易业务的公司，公司位于四川省雅安市汉源县九襄镇木槿村 15 组 25 号，注册资本为 100 万元。公司销售的农副产品的货源以汉源本地农户产出为基础，采购区域涵盖四川、重庆、云南等地，已与数十家农业专业合作社、家庭农场达成稳定合作。

## 5、物流运输服务：成都弘亚物流有限公司

中物联数据显示，2015-2023 年，我国物流业总收入整体呈逐年递增趋势。2023 年社会物流总额 352.4 万亿元，同比增长 5.2%。2023 年物流业总收入为 13.2 万亿，同比增长 3.9%。我国从事物流运输的企业众多，根据中物联发布的 2023 年度中国物流企业 10 强榜单来看，中远海运、厦门象屿、顺丰控股位列行业前三。

根据公开资料查询，成都弘亚物流有限公司是一家集物流专线运输、货运代理、仓储管理、物流配送为一体的综合性物流企业。公司在成都华丰食品城、海霸王食品批发市场等地均设有收货网点，拥有大型挂车、配送车十多辆，成熟合作车、挂靠车百余辆。

（二）报告期内公司与主要供应商的合作时间、合作背景、是否签订框架协议、结算模式与定价方式，是否具备稳定性和可持续性，是否对主要供应商存在重大依赖

报告期内，公司与前五大供应商的合作情况如下：

| 供应商名称            | 合作时间    | 合作背景                             | 是否签订框架协议 | 结算模式 | 定价方式     |
|------------------|---------|----------------------------------|----------|------|----------|
| 成都市新兴粮油有限公司      | 2014 年起 | 经商业洽谈和实地考察后达成合作关系                | 是        | 货到付款 | 参考市场价格定价 |
| 四川德阳市年丰食品有限公司    | 2022 年起 | 出于分散菜籽油采购来源的考虑，经商业洽谈后达成合作关系      | 是        | 货到付款 | 参考市场价格定价 |
| 成都市川泰玻璃有限责任公司    | 2014 年起 | 经商业洽谈和多方比价后确定合作关系                | 是        | 月结货款 | 协商定价     |
| 晨光生物科技集团股份有限公司   | 2022 年起 | 公司超临界萃取产能有限，经商业洽谈后达成合作关系         | 是        | 货到付款 | 随行就市     |
| 德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联社 | 2020 年起 | 通过公开对接会进行接触，经商业洽谈后确定合作关系         | 是        | 货到付款 | 随行就市     |
| 成都弘亚物流有限公司       | 2019 年起 | 出于降低运输服务关联交易规模的考虑，经商业洽谈后达成合作关系   | 是        | 月结货款 | 协商定价     |
| 汉源县味来时光贸易有限公司    | 2020 年起 | 该供应商具有稳定的鲜木姜货源，经商业洽谈和多方比价后确定合作关系 | 是        | 货到付款 | 随行就市     |

如上表所示，公司与主要供应商均有多年的合作基础，供应商具备稳定性和可持续性。公司向上述供应商采购的产品或服务包括油料、农副产品、包装材料和运输服务，以上产品或服务在川渝地区具有广泛的供应基础，公司根据产品价格和服务品质择优选择供应商，对主要供应商不存在重大依赖。

虽然公司报告期内对新兴粮油的采购占比超过 30%，但是公司向新兴粮油采购的菜籽油系食品行业的基础油料，生产菜籽油的企业数量众多，行业内的主要供应商包括中粮集团、益海嘉里等厂商，川渝地区除新兴粮油外也有德阳年丰、凯欣粮油等厂商。此外，菜籽油的交易价格相对透明，我国多个商品及期货交易所均有交易菜籽油产品，公司对新兴粮油的采购价格与市场价格不存在显著差异。因此，公司存在较多的菜籽油备选供应商，且按照市场价格采购菜籽油，不存在对新兴粮油的重大依赖。

### （三）集中度较高是否符合行业特征

公司主营产品为调味油，调味油销售收入占报告期各期销售收入的比例在 90%以上。调味油生产均以菜籽油作为基础，因此公司对菜籽油的采购需求较大。报告期内，

公司基本未对菜籽油的采购来源进行分散，主要采购份额均由一家供应商进行供货，导致供应商较为集中。

报告期内，公司供应商的集中程度如下表所示：

| 集中程度          | 2024年1-8月 | 2023年  | 2022年  |
|---------------|-----------|--------|--------|
| 第一名经营类供应商采购占比 | 44.57%    | 35.15% | 43.96% |
| 前两名经营类供应商采购占比 | 52.33%    | 44.70% | 54.69% |
| 前三名经营类供应商采购占比 | 59.38%    | 52.98% | 61.17% |
| 前四名经营类供应商采购占比 | 63.76%    | 61.08% | 64.58% |
| 前五名经营类供应商采购占比 | 66.93%    | 63.79% | 66.70% |

如上表所示，公司供应商集中度较高的主要原因为前三名供应商，特别是第一名供应商的采购占比较高。报告期各期，公司第一名供应商均为成都市新兴粮油有限公司，第二名至第三名供应商包括四川德阳市年丰食品有限公司、成都市川泰玻璃有限责任公司、晨光生物科技集团股份有限公司。

报告期内，公司主要向新兴粮油、德阳年丰采购菜籽油，由于新兴粮油是公司菜籽油的核心供应商，且菜籽油是生产调配藤椒油的主要原料之一，因此公司对新兴粮油的采购占比较高。考虑到新兴粮油采购占比较高，且菜籽油价格涨幅较大，公司自2022年开始引入德阳年丰作为菜籽油产品的第二供应商。

报告期内，同行业可比公司前五名供应商的集中程度如下表所示：

| 公司名称 | 2023年  | 2022年  |
|------|--------|--------|
| 千禾味业 | 31.03% | 26.36% |
| 天味食品 | 38.24% | 43.29% |
| 恒顺醋业 | 35.01% | 29.22% |
| 海天味业 | 17.28% | 23.75% |

注：同行业可比公司半年度报告未披露供应商集中程度。

如上表所示，同行业可比公司前五名供应商的集中程度低于公司，主要原因为公司和同行业可比公司的主营产品存在差异。公司生产的藤椒油产品对菜籽油原料的消耗量较大，菜籽油的单位价值相对较高且公司给予备选菜籽油供应商的采购份额较少，导致公司对单一菜籽油供应商的采购占比较高。

三、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

(一) 公司存货主要项目的发生、计价、分配和结转情况

| 项目        | 具体情况                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 发生        | <p>1、原材料：借方核算包括采购原材料入库，贷方核算包括生产领料出库、研发领料出库以及其他领料出库；</p> <p>2、半成品：借方核算加工调配入库的半成品，贷方核算包括生产领用出库、研发领料出库、副产品销售出库以及其他领料出库；</p> <p>3、库存商品：借方核算完工入库的产成品，贷方发生系销售出库及研发领料出库以及其他领料出库；</p> <p>4、周转材料：借方核算包括周转材料入库，贷方核算包括生产领料出库、研发领料出库以及其他领料出库。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 计价        | <p>1、原材料：入库按实际采购成本计价，出库按移动加权平均法计价；</p> <p>2、半成品：入库按半成品实际领料及加工调配成本计价，出库按移动加权平均法计价；</p> <p>3、<b>库存商品</b>：入库按产品核算完工成本计价，出库按月末一次加权平均法计价；</p> <p>4、<b>周转材料</b>：入库按实际采购成本计价，出库按移动加权平均法计价。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 产品成本归集与分配 | <p>1、直接材料的归集和分配：<br/>公司作为传统型生产企业，原材料的消耗成本是占有所有成本构成比例中最高的一项，根据产品的生产工艺流程，所有原材料均为一次性投入，生产车间根据生产任务单上的材料配比领用原材料。<br/>调味油类半成品直接材料投入原材料包含主料、辅料等，材料的成本按领用的数量乘以材料移动加权平均单价计算出，一次计入成本，调味油类半成品产出后全部罐装储存，不存在分配问题。其他产品存在领用同一种直接材料的情况下，按照不同规格产品的产出重量进行分配。</p> <p>2、直接人工的归集和分配：<br/>直接人工主要核算为生产产品而发生的车间直接工人的成本（包括工资、社保、住房公积金、福利费及其他补贴等）。公司的直接人工是按照生产车间进行归集，调味油生产车间主要在每年 6-8 月开工炼油，因此主要在 6-8 月生产季归集炼油工人的直接人工费用。同时，炼油车间在生产季节会聘用临时工，采用劳务外包的方式支付劳务费，归集至调味油生产车间。其他生产车间如调味油包装车间、雅笋车间、肉制品和酱料车间等为全年运转，各个车间的直接人工按照当月发生的人工费按照一定的分配标准在该车间生产的产品进行分配。</p> <p>3、制造费用的归集和分配：<br/>制造费用主要核算为生产产品而发生的折旧费用、车间管理人员工资，水电气能耗费以及其他消耗费用等，按照车间归集制造费用。制造费用的分配，先按车间分配，再按照车间所生产的产品进行分配。</p> <p>4、包装材料的归集和分配：<br/>按产品领用的包装材料数量乘以材料移动加权平均单价计算出，一次计入成本。</p> <p>5、运费的归集和分配：<br/>按产品进行归集，按月计入成本。</p> |

| 项目 | 具体情况                                                                                                                                                  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 结转 | 1、生产成本结转：将不同产品分配的直接材料、直接人工、制造费用和包装材料汇总，即为产成品生产成本。<br>2、营业成本结转：成本核算以移动加权平均法进行核算，按照直接材料、直接人工、制造费用和包装材料进行成本归集和分配，公司在确认销售收入的同时，将已经销售的存货按移动加权平均法结转为当期营业成本。 |

公司存货各项目的发生、计价、分配与结转按照上述方式处理，符合《企业会计准则》的规定。公司主办券商通过执行相关程序（详见本问询回复“问题 6 关于采购和存货”之“五、中介机构对上述事项（一）至（四）的核查方式及核查意见”），已核查确认存货各项目的发生、计价、分配与结转与实物流转一致，分配及结转方法合理且计算准确。

## （二）报告期各期存货变动与收入成本的匹配情况

报告期各期存货与收入成本的匹配情况如下：

单位：万元

| 项目           | 2024 年 1-8 月/2024 年 8 月 31 日 |        | 2023 年度/2023 年 12 月 31 日 |        | 2022 年度/2022 年 12 月 31 日 |
|--------------|------------------------------|--------|--------------------------|--------|--------------------------|
|              | 金额                           | 变动比例   | 金额                       | 变动比例   | 金额                       |
| 存货账面余额       | 31,872.44                    | 22.32% | 26,055.79                | -1.97% | 26,579.01                |
| 营业收入         | 40,846.01                    | 12.39% | 54,514.41                | 21.06% | 45,030.53                |
| 营业成本         | 25,249.09                    | 4.15%  | 36,363.07                | 19.35% | 30,467.45                |
| 存货余额占营业收入的比重 | 52.02%                       | /      | 47.80%                   | /      | 59.02%                   |
| 存货余额占营业成本的比重 | 107.85%                      | /      | 71.65%                   | /      | 87.24%                   |

公司报告期内存货余额占营业收入的比重分别为 59.02%、47.80%和 52.02%，占营业成本的比重分别为 87.24%、71.65%和 107.85%。2023 年存货余额占收入成本的比重较 2022 年有所下降，主要原因是外部环境影响因素消除，下游市场需求恢复，销量提升使得营业收入、营业成本较 2022 年分别上涨 21.06%和 19.35%，同时由于原材料菜籽油采购价格下降加之 2023 年末库存商品备货量下降，使得存货余额较 2022 年下降 1.97%。2024 年 8 月 31 日存货余额占收入成本的比重较 2023 年上升较大，主要系调味油的生产周期存在明显季节性的特征，2024 年 8 月末距离集中生产高峰期结束不

久，公司半成品存货余额较高。

公司存货余额占营业收入、营业成本的比重较高，主要原因是调味油的生产周期存在明显季节性的特征，藤椒油、花椒油和木姜油耗用的农产品鲜藤椒、鲜红花椒和鲜木姜在每年 6-8 月成熟采摘，因此公司的生产季节也集中在每年的 6-8 月，生产出调味油类半成品存放在储油罐中供下半年及次年成品生产销售所用，其他月份仅进行调配和灌装形成库存商品，因此各期期末的半成品金额较高，故存货账面余额占营业收入和营业成本的比重较大。

报告期内存货变动的原因及合理性情况如下：

| 项目   | 2024 年 8 月 31 日 |        | 2023 年 12 月 31 日 |        | 2022 年 12 月 31 日 |
|------|-----------------|--------|------------------|--------|------------------|
|      | 金额              | 变动 (%) | 金额               | 变动 (%) | 金额               |
| 原材料  | 757.94          | -30.65 | 1,092.86         | 34.46  | 812.79           |
| 半成品  | 29,690.17       | 25.10  | 23,733.05        | -1.83  | 24,176.52        |
| 库存商品 | 920.78          | 37.48  | 669.76           | -35.83 | 1,043.67         |
| 周转材料 | 503.55          | -10.10 | 560.12           | 2.58   | 546.03           |
| 合计   | 31,872.44       | 22.32  | 26,055.79        | -1.97  | 26,579.01        |

(1) 原材料变动情况

2023 年原材料库存余额较 2022 年末上涨 34.46%，主要是原材料干藤椒库存余额较 2022 年上升 82.12%，外购超临界萃取藤椒油库存余额较 2022 年上升 218.92%。2023 年公司外购的超临界萃取藤椒基础油大幅增加的主要原因为，一方面，公司在夏季的半成品集中加工高峰期扩大产量，但是主要工人及生产资源有限，因此优先保障了阉制、鲜榨等藤椒基础油的生产，将超临界萃取的藤椒基础油调整为以外购为主，考虑到供应商晨光生物具有丰富的生物萃取经验，其生产的超临界萃取基础油成本具有较强的经济性，公司当期大幅提高了对晨光生物的超临界萃取基础油采购规模；另一方面，2024 年春节时间较晚导致经销商推迟年末备货时间至次年 1 月，公司 2024 年 1 月藤椒油产量较 2023 年 1 月显著提升，同比上涨 191.01%，因产量提升所需耗用的调配用超临界萃取藤椒油需求量增加，公司在 2023 年末进一步增加了其安全库存量，故 2023 年外购超临界萃取藤椒油库存余额有所上升。同时，干藤椒原料主要用作自产

超临界萃取藤椒油，因外购超临界萃取藤椒油采购量的上升，使得自产耗用的干藤椒原料有所减少，故期末库存余额有所上升。

2024 年 8 月原材料库存余额较 2023 年末下降 30.65%，主要是原材料干藤椒库存余额较 2023 年末下降 40.33%，外购超临界萃取藤椒油库存余额较 2023 年末下降 56.02%。2024 年 1-8 月公司干藤椒和外购的超临界萃取藤椒油减少的主要原因为，公司根据 2023 年的生产经验合理安排超临界萃取藤椒油自产和外购计划，且夏季集中安排闷制及鲜榨藤椒油半成品的生产，干藤椒和外购的超临界萃取藤椒油的备货规模减少。

## （2）半成品变动情况

半成品的主要构成是藤椒基础油和藤椒油半成品（领用藤椒基础油进行调配后尚未灌装的部分），二者在形成库存商品前都属于半成品，因此合并分析。报告期各期藤椒基础油占比为 62.70%、50.32%和 63.33%，藤椒油半成品的占比为 21.43%、35.40%和 18.34%，合计占比为 84.13%、85.72%和 81.68%。

2023 年半成品库存余额较 2022 年下降 1.82%，主要原因是受藤椒油半成品产量和单价的综合影响所致，虽然 2023 年受外部环境因素结束影响，下游市场复苏，藤椒油销量增长，藤椒基础油产量较 2022 年增长 3.59%，但受菜籽油大宗商品市场价格波动影响，2023 年菜籽油采购成本较 2022 年有下降 27.84%，降幅明显，使得藤椒基础油的期末结存单价较 2022 年下降 14.99%。综上影响，半成品余额呈现小幅下降的特征，具有合理性。

2024 年 8 月半成品库存余额较 2023 年末增加 25.10%，主要原因是调味油的生产周期存在明显季节性的特征，藤椒油、花椒油和木姜油耗用的农产品鲜藤椒、鲜红花椒和鲜木姜在每年 6-8 月成熟采摘，因此公司的生产季节也集中在每年的 6-8 月，生产出调味油类半成品存放在储油罐中供下半年及次年成品生产销售所用，其他月份仅进行调配和灌装形成库存商品，导致 2024 年 8 月末的半成品金额较高。

## （3）库存商品变动情况

报告期各期末，库存商品的占比存在一定波动，主要是受销售备货的影响。公司产品的终端客户主要是餐饮行业客户，春节期间是餐饮行业消费的旺季且物流公司会放假停运，经销商会在春节之前提高备货量，公司的订单量也会因此增加。



2023 年库存商品余额较 2022 年下降 35.83%，主要原因是 2024 年的春节为 2 月中旬，2023 年末的备货量明显下降，期末库存商品余额下降；2023 年的春节为 1 月下旬，2022 年末的备货量较 2023 年末高。

2024 年 8 月库存商品余额较 2023 年末增加 37.48%，主要是公司 2024 年积极拓展业务，提升市场份额，2024 年 1-8 月年化收入较 2023 年销售收入增长了 12.39%，同时公司采用以销定产的生产模式，以确保库存与市场需求保持同步。

综上，公司存货各期期末余额变动与公司业务情况相匹配，不存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形。

四、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

（一）存货的减值准备计提政策及减值情况

在资产负债表日，公司存货按成本与可变现净值孰低原则计价，当其可变现净值低于成本时，计提存货跌价准备。库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

报告期内，公司存货库龄较短，周转能力较好，产品盈利能力较强，不存在减值迹象，无需计提存货跌价准备。

（二）未计提存货跌价准备的原因及合理性

1、公司存货库龄较短，不存在超过保质期的情况

报告期各期，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

| 项目  | 2024 年 8 月 31 日 |        |          |        |       |    |       |    |
|-----|-----------------|--------|----------|--------|-------|----|-------|----|
|     | 1 年以内           |        | 1-2 年    |        | 2-3 年 |    | 3 年以上 |    |
|     | 金额              | 占比     | 金额       | 占比     | 金额    | 占比 | 金额    | 占比 |
| 原材料 | 648.98          | 85.62% | 108.96   | 14.38% | -     | -  | -     | -  |
| 半成品 | 26,603.93       | 89.61% | 3,086.24 | 10.39% | -     | -  | -     | -  |

| 项目   | 2024 年 8 月 31 日 |        |          |        |       |       |        |        |
|------|-----------------|--------|----------|--------|-------|-------|--------|--------|
|      | 1 年以内           |        | 1-2 年    |        | 2-3 年 |       | 3 年以上  |        |
|      | 金额              | 占比     | 金额       | 占比     | 金额    | 占比    | 金额     | 占比     |
| 库存商品 | 915.32          | 99.41% | 5.46     | 0.59%  | -     | -     | -      | -      |
| 周转材料 | 257.68          | 51.17% | 74.98    | 14.89% | 27.83 | 5.53% | 143.06 | 28.41% |
| 合计   | 28,425.91       | 89.19% | 3,275.65 | 10.28% | 27.83 | 0.09% | 143.06 | 0.45%  |

| 项目   | 2023 年 12 月 31 日 |         |        |       |       |        |       |        |
|------|------------------|---------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|
|      | 1 年以内            |         | 1-2 年  |       | 2-3 年 |        | 3 年以上 |        |
|      | 金额               | 占比      | 金额     | 占比    | 金额    | 占比     | 金额    | 占比     |
| 原材料  | 1,092.86         | 100.00% | -      | -     | -     | -      | -     | -      |
| 半成品  | 22,943.87        | 96.67%  | 789.18 | 3.33% | -     | -      | -     | -      |
| 库存商品 | 669.76           | 100.00% | -      | -     | -     | -      | -     | -      |
| 周转材料 | 367.31           | 65.58%  | 38.98  | 6.96% | 61.03 | 10.90% | 92.81 | 16.57% |
| 合计   | 25,073.80        | 96.23%  | 828.16 | 3.18% | 61.03 | 0.23%  | 92.81 | 0.36%  |

| 项目   | 2022 年 12 月 31 日 |         |        |        |       |       |       |        |
|------|------------------|---------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|
|      | 1 年以内            |         | 1-2 年  |        | 2-3 年 |       | 3 年以上 |        |
|      | 金额               | 占比      | 金额     | 占比     | 金额    | 占比    | 金额    | 占比     |
| 原材料  | 812.16           | 99.92%  | 0.63   | 0.08%  | -     | -     | -     | -      |
| 半成品  | 23,398.77        | 96.78%  | 777.75 | 3.22%  | -     | -     | -     | -      |
| 库存商品 | 1,043.67         | 100.00% | -      | -      | -     | -     | -     | -      |
| 周转材料 | 368.28           | 67.45%  | 71.21  | 13.04% | 13.20 | 2.42% | 93.34 | 17.09% |
| 合计   | 25,622.88        | 96.40%  | 849.59 | 3.20%  | 13.20 | 0.05% | 93.34 | 0.35%  |

报告期各期末，公司存货库龄以 1 年以内为主，占比分别为 96.40%、96.23%和 89.19%。2024 年 8 月末库龄为 1-2 年的存货余额相对较大，主要系公司的生产循环周期为每年 6 月至次年 8 月，在 2024 年新油入库前需要预留 1-3 个月安全库存量的花椒油半成品、藤椒基础油、鲜榨藤椒油所致。

库龄 1 年以上存货具体情况如下：

| 期间           | 项目  | 具体内容                   | 保质期及未计提跌价准备的原因       |
|--------------|-----|------------------------|----------------------|
| 2024 年 1-8 月 | 原材料 | 主要为干花椒、保鲜藤椒、竹笋、浓花椒油等原料 | 保质期通常为 24 个月，未超过保质期。 |
|              | 半成品 | 主要为调味油半成品              | 调味油保质期通常为 24 个月，未超过保 |

| 期间      | 项目   | 具体内容              | 保质期及未计提跌价准备的原因                                                                                   |
|---------|------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         |      |                   | 质期。                                                                                              |
|         | 周转材料 | 主要为产品包装袋、标签及招待用白酒 | 1. 包装用品不涉及保质期；<br>2. 公司的招待用白酒属于国家《预包装食品标签通则》规定酒精含量大于等于 10% 而可免除标示保质期的范围，也不涉及超过保质期而需要计提存货跌价准备的情形。 |
| 2023 年末 | 半成品  | 主要为调味油半成品         | 调味油保质期通常为 24 个月，未超过保质期。                                                                          |
|         | 周转材料 | 主要为产品包装袋、标签及招待用白酒 | 1. 包装用品不涉及保质期；<br>2. 公司的招待用白酒属于国家《预包装食品标签通则》规定酒精含量大于等于 10% 而可免除标示保质期的范围，也不涉及超过保质期而需要计提存货跌价准备的情形。 |
| 2022 年末 | 原材料  | 醋、酱油、调味精油等调味料     | 该部分原材料保质期通常在 18 个月到 36 个月，未超过保质期。                                                                |
|         | 半成品  | 主要为调味油半成品         | 调味油保质期通常为 24 个月，未超过保质期。                                                                          |
|         | 周转材料 | 主要为产品包装袋、标签及招待用白酒 | 1. 包装用品不涉及保质期；<br>2. 公司的招待用白酒属于国家《预包装食品标签通则》规定酒精含量大于等于 10% 而可免除标示保质期的范围，也不涉及超过保质期而需要计提存货跌价准备的情形。 |

## 2、报告期各期公司各产品毛利率较高

公司各产品的收入、毛利及毛利率情况如下：

| 2024 年 1-8 月 |        |        |       |        |
|--------------|--------|--------|-------|--------|
| 项目           | 调味油    | 复合调味料  | 蔬菜制品  | 休闲食品   |
| 收入占比         | 92.60% | 4.66%  | 1.15% | 0.20%  |
| 毛利占比         | 95.69% | 2.94%  | 0.12% | 0.26%  |
| 毛利率          | 39.49% | 23.10% | 4.00% | 58.96% |
| 主营业务毛利率      | 38.34% |        |       |        |
| 2023 年度      |        |        |       |        |
| 项目           | 调味油    | 复合调味料  | 蔬菜制品  | 休闲食品   |
| 收入占比         | 91.29% | 4.56%  | 1.73% | 0.43%  |
| 毛利占比         | 91.74% | 3.22%  | 0.49% | 0.40%  |
| 毛利率          | 33.46% | 23.52% | 9.47% | 31.44% |

|         |        |        |       |        |
|---------|--------|--------|-------|--------|
| 主营业务毛利率 | 32.56% |        |       |        |
| 2022 年度 |        |        |       |        |
| 项目      | 调味油    | 复合调味料  | 蔬菜制品  | 休闲食品   |
| 收入占比    | 91.34% | 4.22%  | 1.43% | 0.11%  |
| 毛利占比    | 90.46% | 3.02%  | 0.42% | 0.17%  |
| 毛利率     | 32.19% | 23.21% | 9.59% | 48.76% |
| 主营业务毛利率 | 31.48% |        |       |        |

公司生产的产品为快销品，库存商品期后销售情况较好，有具体订单支持的占比较高，且公司各产品大类的毛利率均为正数，销售价格均在盈亏点之上。

### 3、公司利润空间可以消纳原材料价格上涨的影响

2022 年度，公司主要原材料菜籽油价格持续增长，但公司产品深受市场欢迎，具有较强竞争力，盈利空间较大。根据对盈利情况的测算，无需计提减值准备。具体如下：

单位：万元

| 项目                    | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度   | 2022 年度   |
|-----------------------|--------------|-----------|-----------|
| 营业收入                  | 40,846.01    | 54,514.41 | 45,030.53 |
| 营业成本                  | 25,249.09    | 36,363.07 | 30,467.45 |
| 营业毛利                  | 15,596.92    | 18,151.34 | 14,563.07 |
| 毛利率                   | 38.18%       | 33.30%    | 32.34%    |
| 销售费用                  | 1,956.09     | 3,242.04  | 2,938.07  |
| 销售费用占收入比例             | 4.79%        | 5.95%     | 6.52%     |
| 销售相关税金                | 308.79       | 405.16    | 305.05    |
| 销售相关税金占收入比例           | 0.76%        | 0.74%     | 0.68%     |
| 扣除销售费用和销售相关税金后利润      | 13,332.04    | 14,504.14 | 11,319.95 |
| 扣除销售费用和销售相关税金后利润占收入比例 | 32.64%       | 26.61%    | 25.14%    |

以 2022 年度财务及业务数据为基准，假设当期销售的调味油产品成本中菜籽油原材料成本占比稳定，公司主营业务毛利对主营业务成本中的菜籽油价格敏感性分析结果如下：

单位：万元

| 项目       | 菜籽油成本变动比例 |           |         |         |           |           |
|----------|-----------|-----------|---------|---------|-----------|-----------|
|          | -20%      | -10%      | -5%     | 5%      | 10%       | 20%       |
| 营业成本变动金额 | -2,559.44 | -1,279.72 | -639.86 | 639.86  | 1,279.72  | 2,559.44  |
| 营业成本变动比例 | -8.40%    | -4.20%    | -2.10%  | 2.10%   | 4.20%     | 8.40%     |
| 利润总额变动金额 | 2,559.44  | 1,279.72  | 639.86  | -639.86 | -1,279.72 | -2,559.44 |
| 利润总额变动比例 | 26.82%    | 13.41%    | 6.71%   | -6.71%  | -13.41%   | -26.82%   |
| 净利润变动金额  | 2,175.52  | 1,087.76  | 543.88  | -543.88 | -1,087.76 | -2,175.52 |
| 净利润变动比例  | 26.80%    | 13.40%    | 6.70%   | -6.70%  | -13.40%   | -26.80%   |
| 毛利率增减百分比 | 5.68%     | 2.84%     | 1.42%   | -1.42%  | -2.84%    | -5.68%    |

报告期各期，公司营业毛利率为 32.34%、33.30%和 **38.18%**，扣除销售费用和相关销售税金后利润占收入比例则分别为 25.14%、26.61%和 **32.64%**。公司盈利能力较强，利润水平较高。虽然报告期内原材料价格有所波动，但未出现原材料生产的产品成本大于产品的销售价格等存货减值迹象，无需计提存货跌价准备。

### （三）同行业可比公司存货跌价准备计提方法及计提情况

报告期各期同行业可比公司存货跌价准备方法如下：

| 公司名称 | 存货跌价准备计提方法                                                                                                                                                                                                                                                |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 海天味业 | 资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。<br>可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。为生产而持有的原材料，其可变现净值根据其生产的产成品的可变现净值为基础确定。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。当持有存货的数量多于相关合同订购数量的，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。<br>按单个存货项目计算的成本高于其可变现净值的差额，计提存货跌价准备，计入当期损益。 |
| 恒顺醋业 | 存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法<br>存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。<br>期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并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。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。                                       |
| 天味食品 | 资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销                                                                                                                                                          |

| 公司名称 | 存货跌价准备计提方法                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <p>售费用以及相关税费后的金额。</p> <p>本集团库存商品、发出商品、在产品及大宗原材料按单个存货项目计提存货跌价准备；在确定其可变现净值时，库存商品、发出商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别合并计提存货跌价准备。</p>                                                          |
| 千禾味业 | <p>期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。库存商品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取；其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别提取存货跌价准备。</p> <p>库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；在制品、用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。</p> |

如上表所示，公司与可比公司存货跌价计提方法均为成本与可变现净值孰低计量，公司与可比公司存货跌价计提方法不存在差异。

报告期各期，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提的比较情况如下：

单位：万元

| 公司名称 | 2024 年 8 月 31 日 |       | 2023 年 12 月 31 日 |       | 2022 年 12 月 31 日 |       |
|------|-----------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|
|      | 计提金额            | 计提比例  | 计提金额             | 计提比例  | 计提金额             | 计提比例  |
| 海天味业 | 240.53          | 0.13% | 373.91           | 0.14% | 106.34           | 0.04% |
| 恒顺醋业 | 4.62            | 0.02% | 4.74             | 0.02% | 89.96            | 0.30% |
| 天味食品 | 43.23           | 0.46% | 55.30            | 0.35% | 78.13            | 0.53% |
| 千禾味业 | -               | -     | -                | -     | -                | -     |
| 幺麻子  | -               | -     | -                | -     | -                | -     |

注：上表同行业可比公司 2024 年数据为 2024 年半年报披露的 6 月末数据

2022 年、2023 年及 2024 年 6 月末，千禾味业均未计提存货跌价准备。海天味业 2022 年、2023 年及 2024 年 6 月末主要对在产品、产成品部分计提存货跌价准备，计提比例分别为 0.04%、0.14%和 0.13%；恒顺醋业 2022 年、2023 年及 2024 年 6 月末主要对在产品 and 原材料部分计提存货跌价准备，计提比例分别为 0.30%、0.02%和 0.02%；天味食品 2022 年、2023 年及 2024 年 6 月末主要对库存商品计提部分跌价准备，计提

比例分别为 0.53%、0.35%和 0.46%。同行业可比公司未披露计提存货跌价准备具体情况及原因，但总体计提金额较小。

综上，公司存货跌价准备具体计提方法谨慎且符合《企业会计准则》的规定，公司存货跌价准备计提情况与可比公司不存在重大差异，未计提跌价准备具有合理性。

## 五、中介机构对上述事项（一）至（四）的核查方式及核查意见

### （一）核查程序

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、对公司主营业务成本进行还原，复核主营业务成本中菜籽油、藤椒等主要原材料及包装材料的采购单价、数量；

2、查阅菜籽油、鲜藤椒的市场价格，判断各类原材料及包装材料单价波动的合理性；

3、通过公开渠道查阅公司主要供应商对应的行业资料，获取公司与主要供应商签订的合同协议，了解公司与主要供应商之间业务合作的具体背景；

4、查阅同行业可比公司资料，分析公司供应商集中度较高是否符合行业特征；

5、了解存货管理内控制度，对公司存货各项目的发生、计价、核算与结转内控关键控制点进行控制测试，以验证相关内控制度的执行有效性；

6、对公司存货计价、分配与结转进行抽样和执行重新计算程序，验证其归集与结转是否与实际流转一致；

7、取得公司库龄明细表，了解其中库龄较长的存货内容、保质期及未计提跌价准备的原因；

8、了解公司存货跌价准备计提政策，分析是否符合企业会计准则相关要求；

9、结合公司存货盘点情况、库龄分析和存货跌价政策，复核公司未计提存货跌价准备的原因是否充分、合理；

10、查阅可比公司公开信息，对比分析同行业可比公司存货跌价准备的计提方法与计提金额，分析差异原因；分析存货周转率低于可比上市公司平均水平的原因及合理性；

## （二）核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司各类原材料及包装材料单价波动原因具有合理性，与公司毛利率变动趋势一致；

2、公司与主要供应商的合作具备稳定性和可持续性，对主要供应商不存在重大依赖，供应商集中度较高符合公司自身业务特征；

3、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，与项目实物流转一致、分配及结转方法合理、计算准确，报告期各期存货变动与业务项匹配，不存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形；

4、公司存货跌价准备具体计提方法谨慎，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不存在差异，未计提存货跌价准备具有合理性。

六、说明期末存货的监盘情况（包括监盘的金额和比例以及监盘结论），并对存货期末余额是否真实存在、计价是否准确、成本费用的结转金额及时点是否准确，各存货项目跌价准备计提是否合理、充分，相关内控制度是否完善并有效执行，并发表明确意见

### （一）期末存货的监盘情况

报告期内，主办券商对公司存货实施了监盘程序，具体监盘情况如下：

| 监盘时间              | 2024 年 10 月 31 日          | 2024 年 1 月 9 日-10 日 | 2022 年 12 月 31 日 |
|-------------------|---------------------------|---------------------|------------------|
| 监盘地点              | 四川省眉山市洪雅县止戈镇幺麻子食品股份有限公司厂区 |                     |                  |
| 盘点人员              | 公司财务人员、仓库管理人员、生产人员        |                     |                  |
| 监盘人员              | 主办券商项目组成员                 |                     |                  |
| 监盘范围              | 原材料、半成品、库存商品、包装材料         |                     |                  |
| 存货金额（a）           | 31,872.44                 | 26,055.79           | 26,579.01        |
| 存货监盘金额（b）         | 30,527.26                 | 25,148.52           | 26,119.08        |
| 存货监盘比例<br>（c=b/a） | 95.78%                    | 96.52%              | 98.27%           |
| 监盘结果              | 对盘点日到资产负债表                | 对盘点日到资产负债表          | 半成品的实盘计算数量       |



| 监盘时间 | 2024 年 10 月 31 日                                                                                            | 2024 年 1 月 9 日-10 日                                                                                         | 2022 年 12 月 31 日                                               |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|      | 日盘点数据实施倒扎程序，半成品实盘倒扎后的数量与账面数量的差异率为 0.11%，液体受罐体、气温和测量精准度影响存在差异，差异在合理范围，未见异常。除包材存在个别零星差异，主要受生产调拨影响，其他类别产品账实相符。 | 日盘点数据实施倒扎程序，半成品实盘倒扎后的数量与账面数量的差异率为 0.28%，液体受罐体、气温和测量精准度影响存在差异，差异在合理范围，未见异常。除包材存在个别零星差异，主要受生产调拨影响，其他类别产品账实相符。 | 与账面数量的差异率为 0.18%，液体受罐体、气温和测量精准度影响存在差异，差异在合理范围，未见异常。其他类别产品账实相符。 |

（二）监盘程序

| 具体流程  | 具体工作                                                                |
|-------|---------------------------------------------------------------------|
| 监盘开始前 | ①获取公司存货盘存制度及相关的内部控制制度，并评价相关制度是否健全，测试相关制度运行的有效性                      |
|       | ②获取公司编制的存货盘点计划，了解盘点时间、参与盘点人员、盘点地点，评价盘点计划的合理性                        |
|       | ③取得公司编制的存货盘点表，了解盘点范围及存货存放地点，确认盘点范围是否覆盖公司所有存货及存货存放地是否都进行盘点，以确保盘点的完整性 |
|       | ④根据公司盘点计划及存货盘点表，编制监盘计划，确定参与监盘人员、监盘清单及监盘时间、地点                        |
| 监盘过程中 | ①检查存货的标签卡、批号、规格、名称等，将存货信息与盘点表进行核对，查看是否有误                            |
|       | ②检查存货的特殊盘点方法的准确性，如对仪器测量的油高数据通过监督盘点人员以卷尺二次测量确认仪器数据是否有效。              |
|       | ③观察存货外观情况、生产日期，检查是否存在破损、残次的存货，检查各批次存货是否放开摆放。                        |
|       | ④盘点过程中执行“从表到实物、从实物到表”的双向抽盘                                          |
|       | ⑤观察盘点人员是否按盘点计划执行盘点，确认盘点人员是否准确地记录存货的数量和状况，是否按盘点表逐项进行盘点               |
| 监盘结束后 | ①再次观察确定所有应盘点的存货均已盘点，复算盘点数据或执行倒扎程序，盘点是否存在差异，如果存在差异则及时查找差异原因并了解处理措施   |
|       | ②收集所有存货盘点表，确认所有参加盘点人员是否在盘点表上签字，确认盘点结果                               |
|       | ③根据存货盘点情况，编制存货监盘相关底稿。                                               |

（三）监盘结果

公司存货盘点过程与盘点计划相符；存货信息与盘点表核对一致；各批次存货在仓库有序摆放；应盘点存货均已盘点，从实物到表随机抽盘相符；监盘数量账实相符，调味油类半成品复算油重与仓库数误差在合理范围内。

经监盘，公司存货实物管理良好，按内控制度严格执行仓库管理，不存在重大差异事项。

#### （四）核查方式及核查意见

针对上述事项，主办券商履行了以下核查程序：

- 1、取得公司存货明细表，了解存货各项的构成明细、数量、金额、占比；
- 2、取得公司存货进销存明细表，分析存货中主要原材料出入库数量与产量是否匹配；
- 3、取得公司库龄明细表，了解其中库龄较长的存货内容、保质期及未计提跌价准备的原因；
- 4、了解公司存货跌价准备计提政策，分析是否符合企业会计准则相关要求；
- 5、结合公司存货盘点情况、库龄分析和存货跌价政策，复核公司未计提存货跌价准备的原因是否充分、合理；
- 6、查阅可比公司公开信息，对比分析同行业可比公司存货跌价准备的计提方法与计提金额，分析差异原因；分析存货周转率低于可比上市公司平均水平的原因及合理性；
- 7、对存货执行监盘程序，期末盘点监盘比例分别为 98.27%、96.52%和 **95.78%**，检查是否存在盘点差异及产生原因，差异是否合理；
- 8、了解与存货确认和管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。

经核查，主办券商认为：

报告期各期末，公司存货的监盘比例较高，公司存货期末余额真实存在、计价准确、成本费用的结转金额时点准确，各存货项目跌价准备计提合理、充分，相关内控制度完善并有效执行。

**七、核查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，并发表明确意见**

报告期各期存货变动与收入成本的匹配性，详见本问询回复“问题 6 关于采购和存货”之“三、报告期各期存货变动与收入成本的匹配性”。

针对存货变动与收入成本的匹配情况，主办券商进行了如下核查：

1、对报告期内存货采购执行细节测试，抽取样本将采购列表中采购数量、采购金额与当期入库单进行核对，抽取样本将销售出库列表中销售出库数量与发货单、物流受理单签收单数量进行核对等，以评价相关交易是否记录于恰当的会计期间；

2、对报告期各期主要供应商执行函证程序，2022 年、2023 年和 2024 年 1-8 月主办券商函证核查比例分别为 93.64%、93.43%、**92.51%**，以验证当期采购额的准确性；

3、获取公司各期期末存货盘点表等资料，检查公司存货盘点情况；制定监盘计划，实施监盘，观察仓库中库存分布情况和盘点人员的盘点过程；实施监盘，选取存货明细表中部分存货追查至实物，以验证存货的真实存在，详见本问询回复“问题 6 关于采购和存货”之“六、说明期末存货的监盘情况”；

4、了解公司存货计价方式并选取样本重新执行计价测试，检查存货计价方法是否合理；

5、对报告期各期存货成本计算单选取样本执行重新计算程序以复核公司存货成本计算的准确性；

6、实施存货出入库截止测试，核查公司存货出入库是否存在跨期情况；

7、对存货变动与收入成本匹配情况及合理性进行分析，详见本问询回复“问题 6 关于采购和存货”之“三、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”。

经核查，主办券商认为：

公司报告期各期存货变动与收入成本匹配，不存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形。

## 八、说明对公司从非法人供应商采购的核查程序，并发表明确意见

主办券商进行了如下核查：

1、获取公司系统导出的采购明细表，核查公司向非法人供应商采购的品类、金额、采购单价等情况，分析公司向非法人供应商采购的合理性及公允性；

2、对报告期内主要的非法人供应商采购执行细节测试，从采购记账凭证出发核查相关入库单、过磅单、发票等凭证，报告期内采购细节测试核查非法人供应商采购的覆盖比例分别为 14.89%、48.01%、**37.21%**；

3、对报告期内主要的非法人供应商执行走访程序，了解供应商与公司合作年限、业务往来背景、结算方式、公司采购的合理性、交易规模等情况，各期走访非法人供应商的覆盖比例分别为 25.78%、32.54%、**29.69%**；

4、对报告期前十大供应商执行穿行程序，覆盖非法人供应商的分别有 3 家和 4 家、**4 家**，核查供应商资质、采购合同、订单、入库单、入账凭证、付款凭证等，确认相关采购内部控制制度的完善与执行情况；

5、对非法人供应商进行函证，确认交易金额及往来账款余额的真实性、准确性，主办券商函证非法人供应商的覆盖比例分别为 92.60%、86.22%、**84.92%**；

6、查阅报告期内前 10 大非法人供应商（农业合作社）的土地承包合同或种植面积登记备案表，核查相关供应商从事农产品种植的真实性，匡算相关供应商向公司销售农产品数量的合理性；

7、结合企查查等网站公开查询供应商信息，了解非法人供应商基本情况，并核查与公司是否存在关联关系。

经核查，主办券商认为：

1、报告期内非法人供应商采购额分别为 6,987.25 万元、7,082.24 万元、**5,737.69 万元**，占各期经营类采购总额的比例分别为 19.35%、20.67%、**18.87%**，公司的非法人供应商主要为供应鲜藤椒、鲜花椒等原材料的农业合作社，公司向相关供应商采购具有合理性及公允性；

2、非法人供应商相关成本核算具有支持性凭证，公司向非法人供应商的采购具有真实性和准确性。

**问题 7. 关于固定资产和在建工程。**

根据申报文件，报告期各期末公司固定资产分别为 15,105.95 万元、16,408.26 万元，在建工程分别为 5,992.40 万元、5,391.24 万元，在建工程包括年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目。

请公司说明：（1）固定资产规模与公司产能、产销量变动的匹配性；结合固定资产产能利用率情况，说明公司固定资产规模、状况与同行业可比公司是否存在显著差异；（2）按类别分别说明固定资产折旧政策、折旧年限、残值率等，与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性，相关会计核算是否合规、折旧计提是否充分，在建工程转固后对公司经营业绩的影响；（3）固定资产的盘点情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施，尤其是新增固定资产的盘点情况，包括但不限于盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、盘点结果；（4）报告期内转固的在建工程的转固时点、依据、相关会计处理的恰当性，是否存在提前或延迟转固的情形；在建工程的具体采购内容、金额及主要供应商基本情况，包括但不限于成立时间、与公司起始合作时间、注册资本、主营业务、经营规模、实际控制人等，及公司向其采购的具体金额、具体内容，定价依据及公允性，供应商与公司实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益输送情形，说明机器设备规模、成新率与产能是否匹配；（5）报告期内，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与固定资产、在建工程、无形资产和其他长期资产等资产项目、应付账款等负债项目金额变动之间的勾稽关系。

请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。

回复：

一、说明固定资产规模与公司产能、产销量变动的匹配性；结合固定资产产能利用率情况，说明公司固定资产规模、状况与同行业可比公司是否存在显著差异

（一）说明固定资产规模与公司产能、产销量变动的匹配性

报告期内，公司固定资产规模与主要产品产能、产销量变动的匹配情况如下：

| 项目             |              | 2024 年 8 月 31 日/2024 年 1-8 月 |        | 2023 年 12 月 31 日/2023 年 |        | 2022 年 12 月 31 日/2022 年 |
|----------------|--------------|------------------------------|--------|-------------------------|--------|-------------------------|
|                |              | 金额/数量                        | 变动比例   | 金额/数量                   | 变动比例   | 金额/数量                   |
| 固定资产原值<br>(万元) | 机器设备         | 13,420.64                    | 19.41% | 11,238.86               | 10.56% | 10,165.62               |
|                | 房屋建筑物        | 10,237.35                    | 0.48%  | 10,188.59               | 17.94% | 8,639.01                |
|                | 其他           | 2,007.27                     | 3.17%  | 1,945.60                | 14.53% | 1,698.78                |
|                | 合计           | 25,665.26                    | 9.81%  | 23,373.05               | 14.00% | 20,503.41               |
| 产能<br>(吨)      | 调味油（产成品包装环节） | 15,000.00                    | -      | 22,000.00               | -      | 22,000.00               |
|                | 复合调味料及休闲食品   | 1,885.00                     | -      | 2,885.00                | -      | 2,885.00                |
| 产量<br>(吨)      | 调味油          | 10,878.65                    | 15.11% | 14,175.41               | 20.71% | 11,742.96               |
|                | 复合调味料及休闲食品   | 934.92                       | 21.98% | 1,149.67                | 39.65% | 823.27                  |
| 销量<br>(吨)      | 调味油          | 10,770.67                    | 13.25% | 14,265.32               | 20.72% | 11,817.15               |
|                | 复合调味料及休闲食品   | 872.52                       | 15.93% | 1,128.93                | 46.01% | 773.19                  |

注：2024 年 1-8 月产量、销量变动比例系根据调整后的年化数据与 2023 年度进行比较。

公司固定资产规模保持增长，但是报告期内的产能没有变化，主要原因为公司新增的固定资产主要为房屋建筑物，新增的账面原值在 50 万元以上的机器设备包括**智能仓储设备**、高压配电工程、柴油发电机组、电梯工程、室外消防水管网安装工程、罐区消防系统工程，相关机器设备主要用于辅助生产，与公司各环节产能变动不构成直接相关关系。

公司固定资产规模保持增长，但是报告期内的产量、销量增幅高于固定资产规模增幅，主要原因为公司产成品的产能尚未饱和，产销量主要取决于市场需求，2023 年以来下游餐饮市场需求全面回暖，叠加公司在**报告期内**大力开发空白市场和下沉市场，推动公司主营产品的产销量增加。

（二）结合固定资产产能利用率情况，说明公司固定资产规模、状况与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，公司各类产品的产能利用率情况如下：

单位：吨

| 年度           | 产品类别       | 产能        | 产量        | 产能利用率  |
|--------------|------------|-----------|-----------|--------|
| 2024 年 1-8 月 | 调味油        | 15,000.00 | 10,878.65 | 72.52% |
|              | 复合调味料及休闲食品 | 1,885.00  | 934.92    | 49.60% |

| 年度      | 产品类别        | 产能            | 产量            | 产能利用率          |
|---------|-------------|---------------|---------------|----------------|
|         | <b>蔬菜制品</b> | <b>120.00</b> | <b>135.70</b> | <b>113.08%</b> |
| 2023 年度 | 调味油         | 22,000.00     | 14,175.41     | 64.43%         |
|         | 复合调味料及休闲食品  | 2,885.00      | 1,149.67      | 39.85%         |
|         | 蔬菜制品        | 190.00        | 254.17        | 133.77%        |
| 2022 年度 | 调味油         | 22,000.00     | 11,742.96     | 53.38%         |
|         | 复合调味料及休闲食品  | 2,885.00      | 823.27        | 28.54%         |
|         | 蔬菜制品        | 190.00        | 177.90        | 93.63%         |

注：（1）调味油存在季节性生产特征，上表产能系包装车间产成品包装产能；复合调味料和休闲食品基本不存在季节性生产特征，上表产能系生产车间制造产能；（2）复合调味料和休闲食品存在共用生产线，因此在计算产能时予以合并计算。

如上表所示，公司调味油的产能利用率不高，主要系为与产量的口径保持一致，统一以产成品口径披露产能情况。公司各类产品产能利用率在 2023 年大幅回升，**调味油、复合调味料及休闲食品产能利用率在 2024 年 1-8 月进一步提升**，主要原因为下游市场需求因外部环境影响消除而回暖，公司扩大了各类产品生产规模。2023 年、**2024 年 1-8 月蔬菜制品产能利用率超过 100%**，主要原因为下游市场需求旺盛，公司要求生产线加班保证产品按期交付，导致实际产量高于设计产能。

公司主要产品为藤椒油及相关麻系调味油，相关产品收入占公司主营业务收入比重在 90%以上。以藤椒油为代表的麻系调味油的生产模式存在显著的季节性特征，由于主要原材料鲜藤椒成熟并采摘后其风味易在短期内流失，为确保产成品“清、香、鲜、麻”的风味特征，公司通常于鲜藤椒成熟季节（即每年 6-7 月）集中进行原材料采购与半成品藤椒基础油的生产，上述期间生产的藤椒基础油将进行储存，并持续使用至下一年度鲜藤椒成熟及采购季节。

由于公司的藤椒基础油存在集中生产、跨期使用的特征，因此公司在鲜藤椒成熟季节集中加工高峰期的产能利用率较高，在非鲜藤椒成熟季节可能存在一定的产能闲置，公司的产能利用情况与季节性集中生产的特点相适应。报告期内，公司藤椒油及相关麻系调味油的产能利用情况如下：

| 年度                  | 产品类别       | 产成品包装产能利用率    | 高峰期半成品集中加工产能利用率 |
|---------------------|------------|---------------|-----------------|
| <b>2024 年 1-8 月</b> | <b>调味油</b> | <b>72.52%</b> | <b>118.33%</b>  |
| 2023 年度             | 调味油        | 64.43%        | 96.77%          |

|         |     |        |        |
|---------|-----|--------|--------|
| 2022 年度 | 调味油 | 53.38% | 92.65% |
|---------|-----|--------|--------|

注：（1）高峰期半成品集中加工产能利用率=当年开始集中加工腌制藤椒基础油的月度实际总工时/最大月度理论总工时；（2）2022 年，公司藤椒油半成品集中加工从手工生产向自动生产过渡，高峰期半成品集中加工产能利用率系手工生产线与自动生产线的平均值；（3）2024 年 1-8 月，公司高峰期藤椒油半成品集中加工产能利用率超过 100%，系公司为满足生产需求延长了高峰期生产时间，实际的集中加工天数相较往年有所增加。

如上表所示，公司调味油产成品包装产能利用率较低，主要原因为公司 1 条调味油万瓶生产线（包含 1 条 250 毫升灌装生产线和 1 条 500 毫升灌装生产线）在 2020 年 12 月投产，日生产件数的理论值同比增长 98.90%，导致调味油产成品灌装产能大幅提升，按产成品灌装口径核算的产能利用情况未达到饱和。但是，从上述高峰期产能利用率统计情况来看，在鲜藤椒集中采购和加工的高峰期，公司产能利用率均在 90%以上，藤椒腌制加工环节产能较为饱和。

报告期内，公司固定资产规模、状况与同行业可比公司的比较情况如下：

| 公司名称 | 2023 年末固定资产<br>账面价值（万元） | 2023 年末固定资产<br>占总资产的比例 | 产能利用率情况                                                 |
|------|-------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------|
| 千禾味业 | 129,674.89              | 30.38%                 | 2022 年酱油产能利用率 107.81%，<br>料酒产能利用率 57.60%                |
| 天味食品 | 104,217.83              | 19.76%                 | 2019 年火锅底料产能利用率<br>83.24%，川菜调料产能利用率<br>92.94%           |
| 恒顺醋业 | 82,317.50               | 20.31%                 | 2021 年食醋产能利用率 101.39%，<br>料酒产能利用率 97.62%                |
| 海天味业 | 460,912.33              | 12.00%                 | 2021 年整体产能利用率保持在 95%<br>以上                              |
| 幺麻子  | 16,408.26               | 15.90%                 | 2023 年调味品产成品包装产能利用<br>率 64.43%，调味油半成品加工产能<br>利用率 96.77% |

注：同行业可比公司未注明产能利用率涉及的具体产能环节。

公司的固定资产规模显著小于同行业可比公司，但是固定资产占比与天味食品、海天味业等同行业可比公司不存在显著差异。同行业可比公司成立时间较早，且均为 A 股上市公司，具有较强的资金实力和运营能力，因此固定资产规模显著较大。

公司核心产品调味油的产成品包装产能利用率低于同行业可比公司，但是半成品加工产能利用率与同行业可比公司不存在显著差异。公司的调味油半成品存在集中生产、跨期使用的特征，产成品包装不属于公司的产能瓶颈环节，其产能利用率相对较低具有合理性，公司对固定资产的利用情况符合自身季节性生产的业务特点。



二、按类别分别说明固定资产折旧政策、折旧年限、残值率等，与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性，相关会计核算是否合规、折旧计提是否充分，在建工程转固后对公司经营业绩的影响

(一) 按类别的固定资产折旧政策、折旧年限、残值率

公司依据《企业会计准则第 4 号——固定资产》的规定，并结合实际生产经营情况制定固定资产的折旧政策。固定资产达到预定可使用状态的次月起计提折旧，除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，公司对所有固定资产计提折旧。根据与固定资产有关的经济利益的预期实现方式，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费用。

各类固定资产的折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

| 类别      | 折旧方法  | 折旧年限（年） | 净残值率（%） | 年折旧率（%）    |
|---------|-------|---------|---------|------------|
| 房屋建筑物   | 年限平均法 | 20-40   | 5.00    | 2.38-4.75  |
| 机器设备    | 年限平均法 | 5-10    | 5.00    | 9.50-19.00 |
| 运输工具    | 年限平均法 | 4-10    | 5.00    | 9.50-23.75 |
| 办公设备及其他 | 年限平均法 | 3-10    | 5.00    | 9.50-31.67 |

(二) 公司固定资产折旧政策与同行业可比公司不存在重大差异

同行业可比公司对各类固定资产的折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率对比情况如下：

| 公司名称 | 固定资产类别  | 折旧方法  | 折旧年限（年） | 残值率（%）    | 年折旧率（%）     |
|------|---------|-------|---------|-----------|-------------|
| 千禾味业 | 房屋建筑物   | 年限平均法 | 15-40   | 3.00      | 2.425-6.467 |
|      | 机器设备    | 年限平均法 | 10-15   | 3.00      | 6.467-9.70  |
|      | 运输工具    | 年限平均法 | 8       | 3.00      | 12.125      |
|      | 办公设备及其他 | 年限平均法 | 5       | 3.00      | 19.40       |
| 天味食品 | 房屋建筑物   | 年限平均法 | 10-48   | 0.00-5.00 | 1.98-10.00  |
|      | 机器设备    | 年限平均法 | 5-20    | 5.00      | 4.75-19.00  |
|      | 运输工具    | 年限平均法 | 5-10    | 5.00      | 9.50-19.00  |
|      | 办公设备及其他 | 年限平均法 | 3-10    | 5.00      | 9.50-31.67  |
| 恒顺醋业 | 房屋建筑物   | 年限平均法 | 30-35   | 5.00      | 2.71-3.17   |
|      | 机器设备    | 年限平均法 | 10      | 5.00      | 9.50        |

| 公司名称 | 固定资产类别  | 折旧方法  | 折旧年限<br>(年) | 残值率 (%)    | 年折旧率<br>(%) |
|------|---------|-------|-------------|------------|-------------|
|      | 运输工具    | 年限平均法 | 10          | 5.00       | 9.50        |
|      | 办公设备及其他 | 年限平均法 | 8           | 5.00       | 11.88       |
| 海天味业 | 房屋建筑物   | 年限平均法 | 5-30        | 3.00-10.00 | 3.00-19.40  |
|      | 机器设备    | 年限平均法 | 2-15        | 1.00-10.00 | 6.00-49.50  |
|      | 运输工具    | 年限平均法 | 3-10        | 1.00-10.00 | 9.00-32.33  |
|      | 办公设备及其他 | 年限平均法 | 2-10        | 0.00-10.00 | 9.00-50.00  |

注：（1）上表数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告；（2）天味食品 2023 年将办公设备及其他年折旧率更改为 9.50%-31.67%；（3）海天味业 2024 年半年报将运输工具残值率更改为 1.00%-10.100%。

结合上表，公司固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率与同行业可比公司基本一致，不存在重大异常，具有合理性。

### （三）固定资产相关会计核算合规、折旧计提充分

报告期内，公司固定资产按上述固定资产折旧政策计提折旧，并根据受益对象将计提的折旧费分别计入生产成本、管理费用、销售费用和研发费用，相关会计核算符合《企业会计准则》规定；公司采用年限平均法计算固定资产折旧，公司折旧年限、残值率与同行业可比公司基本一致，最长折旧年限未超过同行业可比公司同类设备的折旧年限，因此公司固定资产折旧计提充分。

三、固定资产的盘点情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施，尤其是新增固定资产的盘点情况，包括但不限于盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、盘点结果

报告期内，公司对固定资产和新增固定资产进行了年末盘点，同时主办券商进行了监盘，确认年末盘点不存在账实差异。

年末盘点涉及的时间、地点、人员、范围、方法、程序、比例、结果具体如下：

| 项目   | 2024 年 8 月末             | 2023 年末  | 2022 年末    |
|------|-------------------------|----------|------------|
| 盘点地点 | 公司厂区                    |          |            |
| 盘点时间 | 2024-10-30              | 2024-1-9 | 2022-12-31 |
| 盘点人员 | 工程部人员、公司财务人员            |          |            |
| 盘点范围 | 房屋建筑物、机器设备、运输工具、办公设备及其他 |          |            |

| 项目               | 2024 年 8 月末                                                                                                                                                                                    | 2023 年末   | 2022 年末   |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| 盘点方法             | 实地盘点                                                                                                                                                                                           |           |           |
| 盘点程序             | 1、盘点前，财务部和工程部人员根据公司固定资产的实际情况制定盘点计划以及编制固定资产盘点表；<br>2、盘点过程中，根据既定的盘点计划实施固定资产盘点，对照固定资产盘点表的资产名称、数量以及存放地点对实物进行逐项核对，并检查固定资产是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情况；<br>3、盘点完毕后对盘点结果进行复核，编制盘点总结，复核并记录盘点差异，参与盘点的人员在盘点表上签字确认。 |           |           |
| 固定资产原值（万元）       | 25,665.26                                                                                                                                                                                      | 23,373.05 | 20,503.41 |
| 盘点金额（万元）         | 20,513.86                                                                                                                                                                                      | 18,627.43 | 18,105.90 |
| 盘点比例（%）          | 79.93                                                                                                                                                                                          | 79.70     | 88.31     |
| 新增固定资产余额（万元）     | 2,292.21                                                                                                                                                                                       | 2,869.64  | 735.68    |
| 新增固定资产盘点金额（万元）   | 2,145.94                                                                                                                                                                                       | 1,940.38  | 445.17    |
| 新增固定资产盘点比例（%）    | 93.62                                                                                                                                                                                          | 67.62     | 60.51     |
| 账实相符情况及差异原因和处理措施 | 账实相符且无闲置固定资产                                                                                                                                                                                   |           |           |

四、报告期内转固的在建工程的转固时点、依据、相关会计处理的恰当性，是否存在提前或延迟转固的情形；在建工程的具体采购内容、金额及主要供应商基本情况，包括但不限于成立时间、与公司起始合作时间、注册资本、主营业务、经营规模、实际控制人等，及公司向其采购的具体金额、具体内容，定价依据及公允性，供应商与公司实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益输送情形，说明机器设备规模、成新率与产能是否匹配

（一）报告期内转固的在建工程的转固时点、依据及相关会计处理的恰当性，是否存在提前或延迟转固的情形

报告期内主要的转固在建工程的转固金额、时点以及依据如下：

单位：万元

| 项目名称   | 2024 年 8 月 31 日  |                |           |        |
|--------|------------------|----------------|-----------|--------|
|        | 转固金额             | 占本期在建工程转固比例（%） | 转固时点      | 转固依据   |
| 仓储物流中心 | 2,145.94         | 100.00         | 2024-5-31 | 竣工验收报告 |
| 项目名称   | 2023 年 12 月 31 日 |                |           |        |
|        | 转固金额             | 占本期在建工程转固比例（%） | 转固时点      | 转固依据   |
| 仓储物流中心 | 1,421.76         | 54.15          | 2023-9-30 | 竣工验收报告 |

单位：万元

|                     |                  |                 |            |                                                             |
|---------------------|------------------|-----------------|------------|-------------------------------------------------------------|
| 四期工程                | 202.83           | 7.72            | 2023-3-31  | 竣工验收报告                                                      |
| 10KV 高压配电工程         | 104.73           | 3.99            | 2023-6-30  | 竣工验收报告                                                      |
| 1500W 柴油发电机组        | 103.98           | 3.96            | 2023-6-30  | 截至 2023 年 6 月累计支付款项 97%，与合同约定相同，后续不会发生相关成本支出，达到预定可使用状态，已预转固 |
| 消防水泵站改迁及室外消防水管网安装工程 | 87.86            | 3.35            | 2023-3-30  | 竣工验收报告                                                      |
| 生产体验用房参观通道电梯工程      | 85.85            | 3.27            | 2023-9-30  | 竣工验收报告                                                      |
| 仓储物流中心东西侧道路工程       | 72.36            | 2.76            | 2023-12-31 | 竣工验收报告                                                      |
| 5 万吨罐区消防系统工程        | 55.75            | 2.12            | 2023-10-30 | 竣工验收报告                                                      |
| 项目名称                | 2022 年 12 月 31 日 |                 |            |                                                             |
|                     | 转固金额             | 占本期在建工程转固比例 (%) | 转固时点       | 转固依据                                                        |
| 颗粒状调味料生产线           | 157.52           | 19.67           | 2022-6-30  | 竣工验收报告                                                      |
| 新厂区围墙及物流中心大门工程      | 148.33           | 18.53           | 2022-1-31  | 完工结算报告                                                      |
| 三重四级杆气相色谱质谱联用仪      | 130.00           | 16.24           | 2022-8-31  | 设备安装验收单                                                     |
| 四期工程                | 127.24           | 15.89           | 2022-2-28  | 竣工验收报告                                                      |
| 中央空调                | 100.74           | 12.58           | 2022-8-31  | 设备安装验收单                                                     |

公司以在建工程达到预定可使用状态作为转固时点，通常情况下以各方签章确认的验收报告作为转固依据文件，相关转固时点和转固依据符合《企业会计准则第 4 号——固定资产》规定，不存在提前或推迟转固的情形。

## （二）报告期内在建工程具体的采购内容、金额及主要供应商基本情况

报告期内，公司对前五大在建工程供应商的采购情况如下：

单位：万元

| 2024 年 1-8 月 |      |      |        |
|--------------|------|------|--------|
| 供应商名称        | 采购内容 | 采购金额 | 占比 (%) |

单位：万元

| 2024 年 1-8 月     |                |          |        |
|------------------|----------------|----------|--------|
| 供应商名称            | 采购内容           | 采购金额     | 占比 (%) |
| 四川省洪雅仕光建筑有限责任公司  | 营销中心主体工程       | 182.13   | 47.57  |
| 深圳中集天达物流系统工程有限公司 | 仓储物流中心设备安装     | 160.29   | 41.86  |
| 洪雅九鼎龙庭装饰工程有限公司   | 门卫室及驾驶员之家装修款   | 26.07    | 6.81   |
| 成都零壹零贰文化传播有限公司   | 生产体验中心软装工程     | 14.39    | 3.76   |
| 合计               |                | 382.88   | 100.00 |
| 2023 年度          |                |          |        |
| 供应商名称            | 采购内容           | 采购金额     | 占比 (%) |
| 深圳中集天达物流系统工程有限公司 | 自动化立体仓库        | 635.81   | 31.40  |
| 四川省洪雅仕光建筑有限责任公司  | 工程建设           | 397.99   | 19.66  |
| 四川省南成建筑工程有限公司    | 工程建设           | 327.75   | 16.19  |
| 温江双竹油罐网架厂        | 工程建设           | 202.83   | 10.02  |
| 江苏恒通发电机制造有限公司    | 1500W 柴油发电机组   | 103.98   | 5.14   |
| 合计               |                | 1,668.37 | 82.40  |
| 2022 年度          |                |          |        |
| 供应商名称            | 采购内容           | 采购金额     | 占比 (%) |
| 深圳中集天达物流系统工程有限公司 | 自动化立体仓库        | 1,347.72 | 30.26  |
| 四川省洪雅仕光建筑有限责任公司  | 工程建设           | 810.26   | 18.19  |
| 四川省南成建筑工程有限公司    | 工程建设           | 751.71   | 16.88  |
| 四川中邦智厨环保科技有限公司   | 厨房研发应用设备       | 227.64   | 5.11   |
| 广州科纳进出口有限公司      | 三重四级杆气相色谱质谱联用仪 | 130.00   | 2.92   |
| 合计               |                | 3,267.32 | 73.36  |

报告期内，公司主要在建工程供应商的基本情况如下：

| 供应商名称            | 成立时间       | 开始合作时间     | 注册资本（万元） | 主营业务    | 年营收规模（万元） | 实际控制人                 | 是否存在关联关系 |
|------------------|------------|------------|----------|---------|-----------|-----------------------|----------|
| 深圳中集天达物流系统工程有限公司 | 2013-04-18 | 2022 年 3 月 | 12,000   | 自动化立体仓库 | 11,300.00 | PTERIS GLOBAL LIMITED | 否        |
| 四川省洪雅仕           | 2002-03-18 | 2018 年     | 2,020    | 建设工程施   | 7,759.00  | 胡仕光                   | 否        |

|                |            |          |       |         |           |     |   |
|----------------|------------|----------|-------|---------|-----------|-----|---|
| 光建筑有限责任公司      |            | 2月       |       | 工       |           |     |   |
| 四川省南成建筑工程有限公司  | 2004-09-13 | 2021年10月 | 6,222 | 房屋建设工程  | 13,869.28 | 潘飞  | 否 |
| 温江双竹油罐网架厂      | 2007-03-07 | 2020年4月  | 未披露   | 储油罐     | 1,650.00  | 闫广臣 | 否 |
| 江苏恒通发电机制造有限公司  | 2002-01-22 | 2022年12月 | 8,800 | 发电机制造销售 | 6,400.00  | 黄红梅 | 否 |
| 四川中邦智厨环保科技有限公司 | 2017-10-17 | 2021年3月  | 1,200 | 商用厨房定制  | 1,620.00  | 刘飞  | 否 |
| 广州科纳进出口有限公司    | 2012-03-22 | 2022年2月  | 1,000 | 机械设备销售  | 77,786.00 | 周克莲 | 否 |

报告期内，公司向上述供应商采购时依据市场询价并经双方协商确定价格，采购内容与上述供应商经营范围相匹配，相关供应商与公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员等不存在关联关系或其他利益输送情形。

### （三）报告期内机器设备规模、成新率与产能是否匹配

公司主要生产调味油、复合调味料和休闲食品，因此机器设备包括但不限于储油罐、调味油生产线、复合调味料生产线等。

报告期内，公司机器设备情况如下：

| 项目              | 2024年1-8月 | 2023年度    | 2022年度    |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| 账面原值（万元）        | 13,420.64 | 11,238.86 | 10,165.62 |
| 账面价值（万元）        | 9,241.09  | 7,729.25  | 7,516.96  |
| 成新率（%）          | 68.86     | 68.77     | 73.94     |
| 调味油产能（吨）        | 15,000.00 | 22,000.00 | 22,000.00 |
| 复合调味料及休闲产品产能（吨） | 1,885.00  | 2,885.00  | 2,885.00  |

公司机器设备账面价值与账面原值为计算成新率的基础。报告期内公司机器设备成新率分别为73.94%、68.77%和**68.86%**，成新率较高主要是由于公司于2020年和2021年购买和建设新的储油罐、调味油灌装生产线等设备。**报告期内**购建的机器设备主要集中于研发设备、年产20,000吨藤椒油及1,800吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目配套项目等，该类固定资产的增加对产能没有直接的影响，因此报告期内

调味油产能和复合调味料及休闲产品产能均未产生变化具有合理性。

综上，报告期内转固机器设备规模、成新率与产能相匹配。

**五、报告期内，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与固定资产、在建工程、无形资产和其他长期资产等资产项目、应付账款等负债项目金额变动之间的勾稽关系**

报告期内，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”分别为5,175.49 万元、2,069.10 万元、**1,088.81 万元**，该金额与固定资产、在建工程、无形资产和其他长期资产等资产项目、应付账款等负债项目金额变动之间的勾稽关系如下：

单位：万元

| 项目           | 2024 年 1-8 月     | 2023 年度         | 2022 年度         |
|--------------|------------------|-----------------|-----------------|
| 固定资产原值增加     | <b>2,292.21</b>  | 2,869.64        | 1,127.79        |
| 在建工程余额增加     | <b>-1,763.05</b> | -601.17         | 2,846.97        |
| 其他非流动资产增加    | <b>-65.22</b>    | 29.97           | -26.75          |
| 购买长期资产支付的进项税 | <b>84.05</b>     | 229.54          | 441.63          |
| 应付长期资产款项减少   | <b>540.83</b>    | -513.33         | -3.09           |
| 长期待摊费用-装修费增加 | -                | 54.45           | 788.94          |
| 合计           | <b>1,088.81</b>  | <b>2,069.10</b> | <b>5,175.49</b> |

由上表可见，报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金与报表相关科目之间的勾稽一致。

**六、中介机构核查方式及核查意见**

**（一）核查程序**

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、获取公司固定资产明细与公司产能、产销量数据，分析公司固定资产规模与产能变化、产销量变化是否匹配；

2、查阅同行业可比公司固定资产规模、状况，分析与公司是否存在显著差异；

3、查阅公司固定资产折旧计提政策，并与同行业可比公司固定资产折旧政策进行比较分析；

4、按照公司固定资产折旧政策，重新计算固定资产折旧，核对与账面计提折旧是否存在差异；查阅公司固定资产折旧相关明细账及会计处理，检查固定资产会计核算是否合规；

5、对报告期各期末的固定资产执行监盘程序，监盘过程中实地查看公司固定资产状态；

6、检查报告期内主要在建工程的记账凭证、合同、监理报告、银行回单等资料；

7、查阅报告期内主要在建工程主要供应商的工商信息，获取在建工程供应商出具的声明；

8、了解公司在建工程转固政策，获取在建工程转固依据资料并检查在建工程转固时点是否恰当。

## （二）核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司固定资产规模与公司产能、产销量变动并不完全匹配，且公司固定资产规模、状况与同行业可比公司存在一定差异，具有合理原因；

2、公司依据《企业会计准则第4号——固定资产》的规定，并结合实际生产经营情况制定固定资产的折旧政策；公司固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率与同行业可比公司基本一致，不存在重大异常，固定资产相关会计核算合理且折旧计提充分；

3、报告期内，公司定期进行固定资产盘点，固定资产状况良好且无闲置固定资产；

4、公司在建工程转固时点和转固依据符合《企业会计准则第4号——固定资产》规定，不存在提前或推迟转固的情形；公司向主要长期资产供应商采购时依据市场询价并经双方协商确定价格，采购内容与主要长期资产供应商经营范围相匹配，相关供应商与公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员等不存在关联关系或其他利益输送情形；公司转固机器设备规模、成新率与产能相匹配；

5、报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金与报表相关科目之间的勾稽一致。



问题 8. 关于期间费用。

根据申报文件，报告期各期公司期间费用合计 5,800.46 万元、7,238.39 万元。其中销售费用分别为 2,938.07 万元、3,242.04 万元，占营业收入的比重分别为 6.52%、5.95%。

请公司补充披露报告期内销售、管理、研发费用率与同行业可比公司是否存在较大差异及原因。

请公司说明：（1）报告期各期销售、管理、研发人员数量及薪资水平等情况，销售、管理、研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在较大差异及合理性，结合销售、管理、研发相关人员的变动情况、薪酬调整方案说明职工薪酬变动的原因及合理性；（2）报告期内业务宣传费变动的原因及合理性，各期主要营销费用支付对象、购买内容；网络销售费用收费标准，报告期内网络销售费与线上渠道销售收入是否匹配；是否存在经销商等第三方代为承担费用的情况；（3）报告期内股份支付公允价值确定的依据及合理性，结合股权激励方案、服务合同、行权条件等说明费用的核算及归集是否准确，会计处理是否合规。

请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。

回复：

一、补充披露报告期内销售、管理、研发费用率与同行业可比公司是否存在较大差异及原因

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“（五）主要费用、占营业收入的比重和变化情况”之“1. 期间费用分析”中补充披露如下：

“报告期内，公司期间费用率分别为 12.88%、13.28%和 10.70%，期间费用率总体较为稳定。

（1）销售费用率

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率对比情况如下：

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 千禾味业 | 13.63%       | 12.22%  | 13.58%  |
| 天味食品 | 14.37%       | 15.37%  | 14.42%  |

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 恒顺醋业 | 16.64%       | 18.65%  | 16.22%  |
| 海天味业 | 6.00%        | 5.32%   | 5.38%   |
| 平均值  | 12.66%       | 12.89%  | 12.40%  |
| 公司   | 4.80%        | 5.95%   | 6.52%   |
| 差异   | 7.86%        | 6.94%   | 5.88%   |

注：可比公司为 2024 年 1-6 月财务数据，下同。

报告期内公司销售费用率低于可比公司，主要系公司职工薪酬和业务宣传相关费用率较低，具体情况如下：

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用人工薪酬费用率对比情况如下：

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 千禾味业 | 6.50%        | 6.01%   | 6.45%   |
| 天味食品 | 5.80%        | 4.96%   | 5.22%   |
| 恒顺醋业 | 6.82%        | 5.69%   | 6.05%   |
| 海天味业 | 2.81%        | 2.73%   | 2.48%   |
| 平均值  | 5.48%        | 4.85%   | 5.05%   |
| 公司   | 2.41%        | 2.79%   | 3.13%   |
| 差异   | 3.07%        | 2.05%   | 1.92%   |

公司销售费用人工薪酬较低主要系公司基于前期销售网络建设基础和面向厨师群体的营销模式优势，形成了较强客户粘性与独特营销手段，从而销售人员人数较少，人均收入贡献较高。

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用业务宣传相关费用率对比情况如下：

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 千禾味业 | 5.35%        | 6.01%   | 5.96%   |
| 天味食品 | 6.29%        | 8.31%   | 7.18%   |
| 恒顺醋业 | 7.73%        | 11.97%  | 9.27%   |
| 海天味业 | 1.47%        | 0.85%   | 1.55%   |
| 平均值  | 5.21%        | 6.78%   | 5.99%   |
| 公司   | 0.95%        | 1.59%   | 1.53%   |

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 差异   | 4.26%        | 5.20%   | 4.46%   |

注：根据可比公司年报披露的销售费用明细，千禾味业业务宣传相关费用包括“促销及广告宣传费”，天味食品业务宣传相关费用包括“业务宣传费”、“广告费”和“促销费”，恒顺醋业业务宣传相关费用包括“促销费”和“广告费”，海天味业业务宣传费用包括“广告费”。除天味食品 2024 半年度报告业务宣传相关费用为“广告及市场费用”，与年报披露有差异外，其余可比公司 2024 半年度报告披露口径均与年报一致。

公司销售费用业务宣传相关费用率较低系公司主要面对餐饮业终端客户而非个人消费者，从而业务宣传活动规模及力度总体较小，费用发生额较低。

总体而言，公司销售费用率低于同行业可比公司系自身客户群体及业务模式特征导致，具有合理性。

## （2）管理费用率

报告期内，公司与同行业公司可比管理费用率对比情况如下：

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 千禾味业 | 2.97%        | 3.87%   | 2.99%   |
| 天味食品 | 5.82%        | 6.30%   | 5.58%   |
| 恒顺醋业 | 5.26%        | 4.94%   | 5.41%   |
| 海天味业 | 1.85%        | 2.14%   | 1.72%   |
| 平均值  | 3.97%        | 4.31%   | 3.93%   |
| 公司   | 4.89%        | 5.74%   | 4.24%   |

同行业可比公司管理费用率根据公司经营规模、业务模式等略有差异，总体而言公司管理费用率与同行业水平不存在重大差异。

## （3）研发费用率

报告期内，公司与同行业公司研发费用率对比情况如下：

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 千禾味业 | 2.62%        | 2.70%   | 2.65%   |
| 天味食品 | 1.45%        | 1.01%   | 1.19%   |
| 恒顺醋业 | 4.24%        | 3.82%   | 3.89%   |
| 海天味业 | 2.69%        | 2.91%   | 2.93%   |

| 公司名称 | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 平均值  | 2.75%        | 2.61%   | 2.67%   |
| 公司   | 1.36%        | 1.73%   | 2.10%   |

由上表可见，报告期内公司研发费用率略微低于可比公司平均水平，但是研发投入强度在 2022 年度和 2023 年度略微高于天味食品，总体而言公司研发费用率与同行业水平不存在重大差异。”

二、报告期各期销售、管理、研发人员数量及薪资水平等情况，销售、管理、研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在较大差异及合理性，结合销售、管理、研发相关人员的变动情况、薪酬调整方案说明职工薪酬变动的原因及合理性

1、销售人员人数、薪酬情况

报告期内公司销售人员人数、平均薪酬与薪酬总额情况如下：

单位：万元

| 项目   | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度  | 2022 年度  |
|------|--------------|----------|----------|
| 人数   | 105          | 103      | 107      |
| 平均薪酬 | 14.14        | 14.79    | 13.24    |
| 薪酬总额 | 984.93       | 1,522.91 | 1,409.77 |

注：公司员工人数系年初及年末员工平均人数，2024 年 1-8 月平均薪酬数据按年化后计算，下同。

2023 年度，公司销售人员薪酬总额和平均薪酬略微上涨，主要系公司 2023 年度经营业绩增长。2024 年 1-8 月，薪酬总额和平均薪酬略微下滑，主要原因系公司人员奖金于年底集中发放，本期职工薪酬主要为基本工资所致。

公司与可比公司人员薪酬对比情况如下：

单位：万元

| 项目   |      | 2023 年度   | 2022 年度   |
|------|------|-----------|-----------|
| 千禾味业 | 薪酬总额 | 19,261.63 | 15,710.39 |
|      | 人均薪酬 | 13.88     | 12.44     |
| 天味食品 | 薪酬总额 | 15,612.75 | 14,043.42 |
|      | 人均薪酬 | 20.46     | 19.79     |
| 恒顺醋业 | 薪酬总额 | 11,975.84 | 12,937.92 |

| 项目         |      | 2023 年度   | 2022 年度   |
|------------|------|-----------|-----------|
|            | 人均薪酬 | 36.51     | 23.00     |
| 海天味业       | 薪酬总额 | 67,148.38 | 63,455.44 |
|            | 人均薪酬 | 27.17     | 29.41     |
| 可比公司平均人均薪酬 |      | 24.51     | 21.16     |
| 公司人均薪酬     |      | 14.79     | 13.24     |

注：可比公司 2024 半年度报告未披露人员结构，下同。

2022 年度和 2023 年度，可比公司平均销售人员人均薪酬分别为 21.16 万元/年和 24.51 万元/年，高于公司销售人员薪酬水平，主要系海天味业地处广东沿海经济发达地区，兼之企业规模较大，人均薪酬远高于同业；同时 2023 年度恒顺醋业由于销售团队缩减，销售人员大幅减少，拉高了销售人员平均薪酬水平。公司人均薪酬与千禾味业较为接近，处于合理区间内。

## 2、管理人员人数、薪酬情况

报告期各期管理人员人数、平均薪酬与薪酬总额情况如下：

单位：万元

| 项目   | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度  | 2022 年度 |
|------|--------------|----------|---------|
| 人数   | 71           | 71       | 60      |
| 平均薪酬 | 15.17        | 15.99    | 14.48   |
| 薪酬总额 | 712.79       | 1,127.05 | 868.69  |

2023 年度，公司管理人员数量、薪酬总额、平均薪酬均呈上升趋势，主要系公司 2023 年度经营业绩增长，造成管理人员薪酬总额和平均薪酬上升；且全资子公司么麻子生物自 2022 年 9 月因经营需要持续招聘相关管理人员，也造成管理人员数量和薪酬总额上升。2024 年 1-8 月，薪酬总额和平均薪酬略微下滑，主要原因系公司人员奖金于年底集中发放，本期职工薪酬主要为基本工资所致。

公司与可比公司人员薪酬对比情况如下：

单位：万元

| 项目   |      | 2023 年度  | 2022 年度  |
|------|------|----------|----------|
| 千禾味业 | 薪酬总额 | 3,110.57 | 3,157.83 |

| 项目         |      | 2023 年度   | 2022 年度   |
|------------|------|-----------|-----------|
|            | 人均薪酬 | 13.29     | 13.38     |
| 天味食品       | 薪酬总额 | 9,050.89  | 7,064.54  |
|            | 人均薪酬 | 24.43     | 22.50     |
| 恒顺醋业       | 薪酬总额 | 4,856.98  | 5,592.40  |
|            | 人均薪酬 | 12.90     | 15.98     |
| 海天味业       | 薪酬总额 | 26,519.48 | 21,984.26 |
|            | 人均薪酬 | 25.81     | 23.81     |
| 可比公司平均人均薪酬 |      | 19.11     | 18.92     |
| 公司人均薪酬     |      | 15.99     | 14.48     |

2022 年度和 2023 年度，可比公司平均管理人员人均薪酬分别为 18.92 万元/年和 19.11 万元/年，高于公司人员薪酬水平，主要系海天味业位于广东省佛山市，经济水平平均较为发达，从而管理人员工资水平较高。公司与千禾味业、恒顺醋业管理人员薪酬水平则较为接近，处于行业合理区间内。

### 3、研发人员人数、薪酬情况

报告期各期研发人员人数、平均薪酬与薪酬总额情况如下：

单位：万元

| 项目   | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|------|--------------|---------|---------|
| 人数   | 40           | 36      | 31      |
| 平均薪酬 | 12.76        | 13.74   | 16.39   |
| 薪酬总额 | 335.91       | 494.59  | 508.04  |

2023 年度，公司研发人员数量略微上升、平均薪酬有所下降，主要系公司 2023 年度进一步进行新产品的开发，研发团队进行人员调整并进一步扩大，由于新入职的基础员工薪酬较低，平均薪酬有所下降。2024 年 1-8 月，薪酬总额和平均薪酬略微下滑，主要原因系公司人员奖金于年底集中发放，本期职工薪酬主要为基本工资所致。

公司与可比公司人员薪酬对比情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|----|---------|---------|
|----|---------|---------|

| 项目         |      | 2023 年度   | 2022 年度   |
|------------|------|-----------|-----------|
| 千禾味业       | 薪酬总额 | 1,004.11  | 942.95    |
|            | 人均薪酬 | 18.95     | 19.85     |
| 天味食品       | 薪酬总额 | 2,477.92  | 2,450.38  |
|            | 人均薪酬 | 14.58     | 14.29     |
| 恒顺醋业       | 薪酬总额 | 2,658.61  | 2,491.40  |
|            | 人均薪酬 | 17.84     | 16.61     |
| 海天味业       | 薪酬总额 | 13,973.40 | 13,109.68 |
|            | 人均薪酬 | 22.74     | 21.81     |
| 可比公司平均人均薪酬 |      | 18.53     | 18.14     |
| 公司人均薪酬     |      | 13.74     | 16.39     |

2022 年度和 2023 年度，可比公司平均研发人员人均薪酬分别为 18.14 万元/年和 18.53 万元/年，高于公司研发人员薪酬水平，主要系海天味业处于广东省佛山市，经济发展水平较高，从而工资水平也较高。各可比公司人均薪酬水平差异较大，主要系计入研发费用的人工成本除与薪酬水平相关，还受研发项目进度、工时分摊的影响。公司与天味食品、恒顺醋业研发人员薪酬水平则较为接近，处于行业合理区间内。

三、报告期内业务宣传费变动的原因及合理性，各期主要营销费用支付对象、购买内容；网络销售费用收费标准，报告期内网络销售费与线上渠道销售收入是否匹配；是否存在经销商等第三方代为承担费用的情况

（一）报告期内业务宣传费变动的原因及合理性，各期主要营销费用支付对象、购买内容

报告期内公司业务宣传费分别为 687.09 万元、864.23 万元和 387.53 万元，2023 年度变动比例为 25.78%，主要系 2023 年度下游餐饮行业需求回暖，公司加强业务宣传活动，相关业务宣传费用有所上升，具有合理性。2024 年 1-8 月金额有所下降，主要系公司根据经营情况参加的业务宣传活动有所减少所致。

报告期内业务宣传费合计采购金额前五大支付对象和购买内容如下：

单位：万元

| 2024 年 1-8 月 |       |      |      |
|--------------|-------|------|------|
| 序号           | 供应商名称 | 采购金额 | 采购内容 |

|         |                 |        |               |
|---------|-----------------|--------|---------------|
| 1       | 成华区鑫甘姐酒店用品经营部   | 41.66  | 宣传用品          |
| 2       | 成都欣视立文化传播有限公司   | 32.43  | 广告制作服务        |
| 3       | 上海若桑国际贸易有限公司    | 21.25  | 进场费、促销费       |
| 4       | 广州市捷通兴业贸易有限公司   | 20.40  | 进场费           |
| 5       | 凡征贸易(上海)有限公司    | 16.44  | 促销服务费         |
| 2023 年度 |                 |        |               |
| 序号      | 供应商名称           | 采购金额   | 采购内容          |
| 1       | 上海火太阳品牌营销咨询有限公司 | 101.82 | 设计服务费         |
| 2       | 成都欣视立文化传播有限公司   | 64.36  | 广告制作服务        |
| 3       | 成华区鑫甘姐酒店用品经营部   | 40.85  | 宣传用品          |
| 4       | 广州市捷通兴业贸易有限公司   | 33.08  | 商超进场费         |
| 5       | 成都市益源商贸有限公司     | 20.98  | 配送、售后相关的商超服务费 |
| 2022 年度 |                 |        |               |
| 序号      | 供应商名称           | 采购金额   | 采购内容          |
| 1       | 上海若桑国际贸易有限公司    | 81.77  | 商超进场费         |
| 2       | 成都欣视立文化传播有限公司   | 63.42  | 广告制作服务        |
| 3       | 成都市益源商贸有限公司     | 62.07  | 配送、售后相关的商超服务费 |
| 4       | 重庆瑞扬食品有限公司      | 21.08  | 商超进场费         |
| 5       | 合肥欧石南食品有限公司     | 20.50  | 商超进场费         |

由上表可见，各期主要营销费用支付对象为广告传媒公司、商超服务公司和宣传用品销售公司，公司主要采购内容包括广告与宣传服务、大型商超进场费用、宣传用品等，具有合理性。

**（二）网络销售费用收费标准，报告期内网络销售费与线上渠道销售收入是否匹配**

报告期内网络销售费用明细如下：

单位：万元

| 项目       | 2024 年 1-8 月 | 2023 年度 | 2022 年度 |
|----------|--------------|---------|---------|
| 推广费      | 238.11       | 317.50  | 317.99  |
| 佣金及服务费   | 22.96        | 65.63   | 99.83   |
| 其他       | 7.17         | 9.84    | 3.21    |
| 网络销售费用合计 | 268.23       | 392.97  | 421.03  |



|        |          |          |          |
|--------|----------|----------|----------|
| 线上销售收入 | 1,075.32 | 2,165.16 | 2,342.56 |
| 比例     | 24.94%   | 18.15%   | 17.97%   |

报告期内公司网络销售费分别为 421.03 万元、392.97 万元和 **268.23 万元**，主要由推广费和佣金及服务费构成。其中推广费主要包括网络平台页面展示、引流推荐等营销功能相关费用以及宣传产品拍摄费等；佣金和服务费主要包括各网络销售平台及支付平台使用费、手续费，以及聘请第三方提供电商渠道运营与推广服务费；其他则主要包括网络销售业务中使用的设备和用品的购买费用、缺货赔付费、运费险等杂项。

各类费用收费标准如下：

| 项目     | 收费标准                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 推广费    | 不同推广方式和营销工具不同，主要可分为以下几类： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 按点击量收费，收费价格竞价确定，如直通车</li> <li>● 按销售额收费，完成交易后支付一定比例佣金，如淘宝客如意投、淘宝魔力投等</li> <li>● 按展现次数收费，收费价格竞价确定，如天猫钻石展位费</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 佣金及服务费 | 对于平台使用费及佣金，通常按交易额的一定比例收取，主要网销平台收费标准为： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 天猫旗舰店：调味品类商品服务费率为销售额的 2%；食用油类商品服务费率为销售额的 1%</li> <li>● 京东旗舰店：服务费率为销售额的 4.1%；</li> <li>● 京东自营：20%毛补，即需保证京东自营毛利率达 20%，差额部分由公司补足；</li> <li>● 天猫超市：25%毛补，即需保证天猫超市毛利率达 25%，差额部分由公司补足；</li> <li>● 拼多多：一般订单服务费率为（消费者实付金额+平台优惠券金额）的 0.6%；先用后付订单服务费率为（消费者实付金额+平台优惠券金额）的 1%</li> <li>● 抖音小店：调味品类商品服务费率为销售额的 2%；调味油类商品服务费率为销售额的 1%</li> <li>● 快手小店：调味油类服务费率为销售额的 1%</li> <li>● 美团小店：服务费率为销售额的 3%</li> <li>● 淘宝企业店：不收取软件服务费</li> </ul> 对于聘请第三方提供的运营与推广服务，参考具体工作内容，收入金额协商确定服务费用。 |
| 其他     | 据实支付                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

报告期内，网络销售费用占线上销售收入的比例分别为 17.19%、18.15%和 **24.94%**，公司网络销售费用与线上渠道销售收入基本匹配，**2024 年 1-8 月费用率上升**主要系公司在线上渠道下架了 5L 和 500mL 规格的藤椒油产品，引导消费者于线下经

销商购买，导致线上收入同比下降所致。

### （三）是否存在经销商等第三方代为承担费用的情况

公司业务宣传费和网络销售费用均由公司承担，不存在由经销商等第三方代为承担费用的情况。

## 四、报告期内股份支付公允价值确定的依据及合理性，结合股权激励方案、服务合同、行权条件等说明费用的核算及归集是否准确，会计处理是否合规

### （一）报告期内历次股份支付公允价值确定的依据及合理性

| 事项      | 时间          | 公允价值（万元）   | 公允价值确认依据     |
|---------|-------------|------------|--------------|
| 第一次股权激励 | 2019 年 12 月 | 95,000.00  | 最近一次 PE 入股价格 |
| 第二次股权激励 | 2020 年 12 月 | 116,614.78 | 股权价值评估报告     |

公司为非公众公司，不存在公开活跃的股份交易市场，无法取得活跃交易的股份市场价格。因此在综合考虑入股日期，公司业绩基础与变动预期、所处行业的市场环境变化及行业特点后，主要采用熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格，或者采用恰当的估值技术确认其公允价值，具体如下：

第一次股权激励实施前 4 个月，存在外部投资人入股的情形，公司采用股权激励实施前最近一次私募基金投资者入股价格确定公允价值。私募基金投资者入股时的投后估值为 95,000.00 万元人民币，对应的每股价值为 7.20 元，对应的当期市盈率倍数为 8.67，其估值具有合理性。因此，公司以该估值作为本次股权激励的公允价值具有合理性。

第二次股权激励实施前后 12 个月内，不存在外部投资人入股的情形，因此公司聘请具有证券期货相关业务评估资格的评估机构沃克森（北京）国际资产评估有限公司（以下简称“沃克森”）对公司的股权价值进行评估，以该估值结果作为本次股权激励的公允价值。本次资产评估价值类型为市场价值，评估方法为收益法，评估基准日为 2020 年 11 月 30 日。根据沃克森出具的沃克森国际评报字（2021）第 0109 号股权价值评估报告，公司全部股权价值为 116,614.78 万元，对应的每股价值为 8.83 元/股。公司所处行业为食品加工行业中的调味制品行业，以往年度的经营业绩稳步提升，未来年度的收益可以合理预测，与公司预期收益相关的风险报酬能估算计量，收益法能够客

观、全面的反映公司的市场价值。因此，本次股权评估价值具有合理性，公司以该估值作为本次股权激励的公允价值具有合理性。

## （二）结合股权激励方案、服务合同、行权条件等说明费用的核算及归集是否准确，会计处理是否合规

历次股份支付的激励方案和服务合同约定的授予范围、行权条件、服务期和限制性条件具体情况如下：

| 事项      | 时间          | 授予范围                                                          | 行权条件                                                | 服务期                           | 其他限制性条件                                                                     |
|---------|-------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 第一次股权激励 | 2019 年 12 月 | 在公司（含其子公司，下同）全职工作、与公司签署劳动合同并在公司领取薪酬，或与公司签署顾问合同并持续为公司提供顾问服务的人员 | 授予对象持续为公司提供服务，且服务终止期限应不早于公司首次公开发行股票并上市后 3 年期限届满之日   | 协议签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年期限届满之日 | \                                                                           |
| 第二次股权激励 | 2020 年 12 月 | 在公司（含其子公司，下同）全职工作、与公司签署劳动合同并在公司领取薪酬，或与公司签署顾问合同并持续为公司提供顾问服务的人员 | 授予对象持续向么麻子提供服务，且服务终止期限应不早于么麻子首次公开发行股票并上市后 3 年期限届满之日 | 协议签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年期限届满之日 | 达到可行权条件后，授予对象在公司任职期间，每年转让的激励股权不超过其本人持有的公司首次公开发行股票并上市前激励股权总数的 25%，减持比例可以累积使用 |

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定：“完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，应当在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度。可行权日，是指可行权条件得到满足、职工和其他方具有从企业取得权益工具或现金的权利的日期”。两次股权激励的费用核算、归集以及会计处理如下：

### 1、第一次股权激励涉及的股份支付费用

第一次股份支付的授予协议签署日为 2019 年 12 月 30 日，授予对象为公司的管理人员、技术骨干、优秀员工与公司顾问等共计 34 人，通过洪雅聚才持股平台由龚万芬

向被激励对象转让股份共计 269.20 万股，对应股权比例 2.04%，转让价格为 5.00 元/股。根据公司最近一次私募基金投资者入股价格 7.20 元/股确认股权的公允价值。协议约定的服务期限为协议签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年。因此，股份支付的相关费用将在 2020 年度开始确认并在等待期内进行分摊。

2020 年，被激励对象中有 3 人离职，合计退股 5.20 万股。2020 年 12 月 31 日，根据可行权权益工具数量的最佳估计，计算的费用总额为 580.80 万元，计算过程如下：

计算公式=可行权权益工具数量的最佳估计\*（授予日股权公允价值-授予价格）

可行权权益工具数量的最佳估计=269.20-5.20=264.00 万股

股份支付费用=264\*（7.20-5.00）=580.80 万元

2020 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 进程估计的等待期为 5 年，将股份支付的相关费用在 5 年内进行分摊，2020 年度分摊第一年的费用，分摊金额为 116.16 万元，会计处理如下：

借：管理费用 116.16 万元

贷：资本公积 116.16 万元

2021 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估的等待期调整为 6 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限 5 年中进行分摊，对 2020 年度的估计不进行追溯调整，会计处理如下：

借：管理费用 92.93 万元

贷：资本公积 92.93 万元

2022 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估的等待期调整为 6.5 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限 4.5 年中进行分摊，对以前年度的估计不进行追溯调整。被激励对象中有 1 人离职，合计退股 2 万股，会计处理冲回前期已确认的股份支付费用，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在当期进行分摊，会计处理如下：

冲回前期已确认的股份支付费用：

借：资本公积 1.58 万元

贷：管理费用 1.58 万元

第一次股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：

借：管理费用 81.62 万元

贷：资本公积 81.62 万元

2023 年 12 月 31 日，公司根据北交所 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估的等待期为 9 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限 5 年中进行分摊，对以前年度的估计不进行追溯调整。被激励对象中有 2 人离职，合计退股 4 万股，会计处理冲回前期已确认的股份支付费用，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在当期进行分摊，会计处理如下：

冲回前期已确认的股份支付费用：

借：资本公积 4.42 万元

贷：管理费用 4.42 万元

第一次股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：

借：管理费用 55.38 万元

贷：资本公积 55.38 万元

2024 年 8 月 31 日，公司根据北交所 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估的等待期为 9.5 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限 5.5 年中进行分摊，对以前年度的估计不进行追溯调整。被激励对象中有 5 人因个人原因自愿退出股权激励计划，合计退股 14 万股，职工自愿退出股权激励计划不属于未满足可行权条件的情况，而属于股权激励计划的取消，应当按剩余等待期内应确认的金额计入当期损益，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在当期进行分摊，会计处理如下：

员工自愿退出股权激励计划，将剩余等待期内应确认的金额计入当期损益，同时确认资本公积：

借：管理费用 12.27 万元

贷：资本公积 12.27 万元

**第一次股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：**

**借：管理费用 23.12 万元**

**贷：资本公积 23.12 万元**

## **2、第二次股权激励涉及的股份支付费用**

第二次股份支付的授予协议签署日为 2020 年 12 月 24 日，授予对象为公司的管理人员、技术骨干、优秀员工等共计 33 人，通过洪雅聚才持股平台由龚万芬向被激励对象转让股份共计 264.80 万股，对应股权比例 2.01%，转让价格为 6.00 元/股。根据沃克森出具的沃克森国际评报字（2021）第 0109 号股权价值评估报告，以 8.83 元/股作为股权的公允价值。协议约定的服务期限为协议签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年（“锁定期”），锁定期届满后每年解锁的股份不超过 25%。股份支付相关费用于 2021 年度开始确认并在等待期内进行分摊。

2021 年，被激励对象中有 1 人离职，3 人因个人或解除代持原因转让股权，合计退股 25 万股。2021 年 12 月 31 日，根据可行权权益工具数量的最佳估计，计算的费用总额为 679.70 万元，计算过程如下：

计算公式=可行权权益工具数量的最佳估计\*（授予日股权公允价值-授予价格）

可行权权益工具数量的最佳估计=264.80-25.00=239.80 万股

股份支付费用=239.80\*（8.83-6.00）=679.70 万元

2021 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 进程估计第一批（25%）可解锁股份的等待期为 5 年，后三批可解锁股份的等待期分别为 6 年、7 年和 8 年。2021 年度分摊第一年的费用，分摊金额为 107.82 万元，会计处理如下：

**借：管理费用 107.82 万元**

**贷：资本公积 107.82 万元**

2022 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，等待期延长 6 个月，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限中进行分摊，对以前年度的估计不进行追溯调整。被激励对象中有 4 人离职，合计退股 44.7 万股，会计处理冲回前期已确认的股份支付费用，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在当期进行分摊，会计处理如下：

冲回前期已确认的股份支付费用：

借：资本公积 20.10 万元

贷：管理费用 20.10 万元

第二次股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：

借：管理费用 76.52 万元

贷：资本公积 76.52 万元

2023 年 12 月 31 日，公司根据北交所 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估上市日期为 2025 年 12 月 31 日，4 批可解锁股份的等待期分别剩余 5 年、6 年、7 年和 8 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限中进行分摊，对以前年度的估计不进行追溯调整。被激励对象中有 1 人离职，合计退股 5 万股，会计处理冲回前期已确认的股份支付费用，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在当期进行分摊，会计处理如下：

冲回前期已确认的股份支付费用：

借：资本公积 4.31 万元

贷：管理费用 4.31 万元

第二次股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：

借：管理费用 55.85 万元

贷：资本公积 55.85 万元

2024 年 8 月 31 日，公司根据北交所 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估上市日期为 2026 年 6 月 30 日，4 批可解锁股份的等待期分别剩余 5.5 年、6.5 年、7.5 年和 8.5 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限中进行分摊，对以前年度的估计不进行追溯调整。被激励对象中有 9 人因个人原因自愿退出股权激励计划，合计退股 37.5 万股，职工自愿退出股权激励计划不属于未满足可行权条件的情况，而属于股权激励计划的取消，应当按剩余等待期内应确认的金额计入当期损益，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在当期进行分摊，会计处理如下：

员工自愿退出股权激励计划，将剩余等待期内应确认的金额计入当期损益，同时

**确认资本公积：**

**借：管理费用 62.24 万元**

**贷：资本公积 62.24 万元**

**第二次股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：**

**借：管理费用 18.57 万元**

**贷：资本公积 18.57 万元**

### **3、受让股权作为新的股权激励计算股份支付费用**

2021 年 9 月经董事会决议批准，第二次股权激励中，1 人离职退股 20 万股，其中 3 万股转让给新的激励对象；3 人因个人原因或解除代持的原因转让 6.5 万股，其中 4.5 万股转让给新的激励对象。合计 7.5 万股形成新的股权激励，授予价格为 6.00 元/股，协议约定的服务期限为协议签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年（“锁定期”），锁定期届满后每年解锁的股份不超过 25%。按照授予日股权的公允价值和股权激励协议约定的等待期计算股份支付费用。

本次股权激励授予日股权公允价值参考以沃克森出具的沃克森国际评报字（2021）第 0109 号股权价值评估报告（有效期为 2020 年 11 月 30 日至 2021 年 11 月 29 日）的估值结果，按照经审阅的 2021 年 1-9 月的权益变动情况进行调整后的金额确认为 124,010.28 万元，对应的每股公允价值=9.39 元。

股份支付费用=7.5\*（9.39-6.00）= 25.43 万元

2021 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 进程估计的锁定期为协议签署日至 2025 年 12 月，根据各激励对象的协议签署日确认对应的等待期，将股份支付的相关费用在对应的等待期内进行分摊，2021 年度分摊第一年的费用，分摊金额为 1.77 万元，会计处理如下：

**借：管理费用 1.77 万元**

**贷：资本公积 1.77 万元**

2022 年 12 月 31 日，新增零星激励对象中 1 人离职，冲回前期已确认的股份支付费用，同时，公司根据 IPO 最新进程估计锁定期延长 6 个月，将股份支付的相关费用



在剩余的等待期内进行分摊，对以前期间确认的费用不进行追溯。会计处理如下：

冲回前期已确认的股份支付费用：

借：资本公积 0.75 万元

贷：管理费用 0.75 万元

股权激励剩余股份支付费用在当期分摊：

借：管理费用 2.46 万元

贷：资本公积 2.46 万元

2023 年 12 月 31 日，公司根据北交所 IPO 最新进程估计上市日期为 2025 年 12 月 31 日，4 个批次待解锁股权的锁定期分别剩余 5 年、6 年、7 年和 8 年，将股份支付的相关费用在剩余的等待期内进行分摊，对以前期间确认的费用不进行追溯。会计处理如下：

借：管理费用 1.87 万元

贷：资本公积 1.87 万元

2024 年 8 月 31 日，公司根据北交所 IPO 最新进程估计上市日期为 2026 年 6 月 30 日，4 个批次待解锁股权的锁定期分别剩余 5.5 年、6.5 年、7.5 年和 8.5 年，将股份支付的相关费用在剩余的等待期内进行分摊，对以前期间确认的费用不进行追溯。会计处理如下：

借：管理费用 0.97 万元

贷：资本公积 0.97 万元

## 五、中介机构核查方式及核查意见

### （一）核查程序

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、查阅同行业可比公司销售费用、管理费用和研发费用明细，核查导致费用率差异的主要项目，分析差异原因及合理性；

2、取得报告期各期公司员工花名册，核查各类人员数量变动情况，了解职工薪酬

变动原因；

3、查阅同行业可比公司期间费用明细与员工结构及人数，计算各类人员平均薪酬并与公司进行比较分析，了解差异原因及其合理性；

4、获取报告期内业务宣传费发生明细，核查其中主要费用发生项目、类别及采购对象，分析业务宣传费的主要支付对象是否存在异常变动、业务宣传费的性质是否存在异常；

5、获取报告期内网络销售费明细，了解其主要类别及各类别具体费用内容。对比分析报告期各年度网络销售费金额变动趋势，确认是否存在重大异常；

6、获取并查阅了公司员工持股平台增资入股的相关协议、相关三会文件，检查股份支付的授予价格、股份数量、授予日和等待期等相关约定与会计处理是否正确；

7、审阅了沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的沃克森国际评报字（2021）第 0109 号股权价值评估报告，评估公司股份支付会计处理是否符合会计准则的相关规定；

8、获取并查阅了股权激励历年的变动文件，并对等待期调整的判断和可行权权益工具数量的最佳估计的判断进行了复核。

## （二）核查结论

经核查，主办券商认为：

1、报告期内公司销售费用率低于可比公司平均水平，主要系人员薪酬和业务宣传相关费用较低所致，具有合理性；

2、报告期内公司管理费用率、研发费用率与可比公司不存在重大差异；

3、报告期内公司销售人员、管理人员及研发人员工资薪金变动主要系员工人数及人均薪酬变动导致，相关人员薪酬水平与同行业可比公司相比主要差异系所处地区、财务处理及统计口径导致，总体而言处于合理区间；

4、2023 年度，由于下游需求回暖，公司加强业务宣传活动，相关业务宣传费用有所上升，具有合理性；

5、报告期内网络销售费用和线上销售收入均略微下降，变化趋势基本匹配；

6、公司业务宣传费和网络销售费用均由公司承担，不存在由经销商等第三方代为承担费用的情况；

7、公司报告期内历次股份支付公允价值确定依据合理，两次股权激励相关费用的核算及归集准确，会计处理符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定。

**问题 9. 关于其他事项。**

**(1) 关于交易性金融资产。报告期各期末公司交易性金融资产余额分别为 30,747.02 万元、31,893.60 万元。请说明交易性金融资产归集和核算的投资产品明细情况、资产管理机构、投资组合构成、风险特征等，其基础资产是否存在投资于存在违约风险或预期无法收回资产的情形；前述投资资金的具体流向，是否涉及关联方资金占用；公司购买前述金融资产是否履行了内部审批程序，公司对金融资产投资规模、收益及风控管理等相关内控措施及有效性。请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。**

**(2) 关于第三方回款。请公司补充说明报告期内第三方回款的类型、销售金额及其占当期营业收入的比例，说明客户与回款方的关系及第三方回款的合理性，公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联方关系或其他利益安排，是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否制定了相关内部控制制度，制度运行是否有效。请主办券商及会计师核查上述问题并发表明确意见。**

**(3) 关于 IPO 申报。公司曾申报主板 IPO。请公司：①说明终止审核的原因，是否存在可能影响本次挂牌且尚未消除的相关因素，是否存在可能被采取监管措施的违规情形，如有，请说明具体规范整改情况；②对照主板申报文件信息披露及问询回复内容，说明本次申请挂牌文件与 IPO 申报文件的主要差异，存在相关差异的原因及合理性；③说明公司是否存在媒体重大质疑情况，如存在，请说明具体情况、解决措施及其有效性、可执行性。请主办券商、律师、会计师核查上述事项，并发表明确意见。**

**回复：**

**一、关于交易性金融资产**

**(一) 说明交易性金融资产归集和核算的投资产品明细情况、资产管理机构、投资组合构成、风险特征等，其基础资产是否存在投资于存在违约风险或预期无法收回资产的情形**

报告期内，公司核算的交易性金融资产均为在银行购买的理财产品，具体情况如下：

| 序号 | 产品名称                         | 资产管理机构 | 投资组合构成                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 产品类型         | 产品风险评级 |
|----|------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|
| 1  | 农银理财“农银时时付”开放式人民币理财产品（对公专属）  | 中国农业银行 | 1.现金；2.期限在 1 年以内（含 1 年）的银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单；3.剩余期限在 397 天以内（含 397 天）的债券（包括非金融企业债务融资工具）、在银行间市场和证券交易所市场发行的资产支持证券；4.银保监会、中国人民银行认可的其他具有良好流动性的货币市场工具；5.以及其他符合监管规定的金融资产等。本理财产品不投资于股票、可转换债券、可交换债券、信用等级在 AA+ 以下的债券和资产支持证券、以定期存款利率为基准利率的浮动利率债券（已进入最后一个利率调整期的除外）以及监管部门禁止投资的其他金融工具。                                                                                                                             | 固定收益类（开放净值型） | 低      |
| 2  | 农银理财“农银匠心·灵动”14 天固收增强人民币理财产品 | 中国农业银行 | 1.货币市场工具，包括但不限于现金、各类存款、同业存单、银行间质押式回购和买断式回购及交易所回购等。2.固定收益证券：包括但不限于国债、地方政府债、中央银行票据、政策性金融债、金融债、公司债、企业债、可转债、可交换债、超短期融资券、短期融资券、中期票据、定向债务融资工具（PPN）、资产支持证券（ABS）、资产支持票据（ABN）、标准化票据等标准化债权类资产。3.货币市场基金、证券投资基金、各类资产管理产品或计划。4.依法在交易所发行或上市的股票（含港股）、优先股等权益类资产。5.交易所内开展的期货（如股指期货、国债期货、大宗商品期货等）、期权等监管允许开展的衍生类资产、商品类资产。6.监管部门认可的其他金融资产和金融工具。各投资资产种类占总投资资产的计划投资比例如下：现金、货币市场工具类、债券和其他符合监管要求的债权类资产投资比例不低于 80%；权益、衍生品及其他类资产 | 固定收益类（开放净值型） | 中低     |

| 序号 | 产品名称                        | 资产管理机构 | 投资组合构成                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 产品类型            | 产品风险评级 |
|----|-----------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|
|    |                             |        | 不超过 20%。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |        |
| 3  | 建信理财“惠众”（日申月赎）开放式净值型人民币理财产品 | 中国建设银行 | 1.现金类资产：包括但不限于活期存款、定期存款、协议存款等；2.货币市场工具：包括但不限于质押式回购、买断式回购、交易所协议式回购等；3.货币市场基金；4.标准化固定收益类资产：包括但不限于国债、中央银行票据、同业存单、金融债、企业债、公司债、中期票据、短期融资券、超短期融资券、定向债务融资工具（PPN）、资产支持证券（ABS）、资产支持票据（ABN）等；5.其他符合监管要求的资产。各类资产的投资比例为：现金类资产、货币市场工具、货币市场基金和标准化固定收益类资产的比例为 80%-100%；其他符合监管要求的资产 0%-20%。具体各类型资产比例为：现金类资产比例为 0%-100%；货币市场工具比例为 0%-80%；货币市场基金比例为 0%-50%；标准化固定收益类资产的比例为 0%-95%。本产品投资的现金或者到期日在一年以内的国债、中央银行票据和政策性金融债券不低于理财产品资产净值 5%；总资产占净资产的比例不超过 140%。 | 固定收益类、非保本浮动收益型  | 较低     |
| 4  | 建信理财嘉鑫(法人版)固收类按日开放式产品       | 中国建设银行 | 1.存款类资产：活期存款、定期存款等；2.货币市场工具：包括但不限于质押式回购、买断式回购、交易所协议式回购等；3.货币市场基金、债券型基金等证券投资基金；4.标准化固定收益类资产：包括但不限于国债、中央银行票据、同业存单、金融债、企业债、公司债、中期票据、短期融资券、超短期融资券、定向债务融资工具（PPN）、资产支持证券（ABS）、资产支持票据（ABN）、次级债等；5.其他符合监管要求的资产。各类资产的投资比例为：存款类资产、货币市场工具、货币市场基金、债券型基金等证券投资基金、标准化固定收益类资产的                                                                                                                                                                        | 固定收益类（非保本浮动收益型） | 较低     |

| 序号 | 产品名称                             | 资产管理机构 | 投资组合构成                                                                                                                                                                                                                                                             | 产品类型            | 产品风险评级 |
|----|----------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|
|    |                                  |        | 比例为 80%-100%；其他符合监管要求的资产 0%-20%。                                                                                                                                                                                                                                   |                 |        |
| 5  | 工银理财.法人“添利宝”净值型理财产品              | 中国工商银行 | 包括但不限于各类债券、存款、货币市场基金、债券基金、质押式及买断式回购、银行承兑汇票投资等。同时，产品因为流动性需要可开展存单质押、债券正回购等融资业务。                                                                                                                                                                                      | 固定收益类（非保本浮动收益型） | 较低     |
| 6  | 工银理财 法人“添利宝 2 号”净值型理财产品(KTL1901) | 中国工商银行 | 1.现金；2.期限在 1 年以内（含 1 年）的银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单；3.剩余期限在 397 天以内（含 397 天）的债券、在银行间市场和证券交易所市场发行的资产支持证券；4.银保监会、中国人民银行认可的其他具有良好流动性的货币市场工具。                                                                                                                                | 固定收益类（非保本浮动收益型） | 很低     |
| 7  | 工银理财·鑫添益 7 天持盈固定收益类开放式法人理财产品     | 中国工商银行 | 具有良好流动性的金融工具，包括银行存款、大额存单、同业存单、债券回购、国债、地方政府债券、中央银行票据、政府机构债券、金融债券、公司信用类债券、资产支持证券、固定收益类资产管理产品(含公募基金等)、以套期保值或风险对冲为目的的国债期货等衍生金融工具以及法律法规或中国银保监会允许投资的其他固定收益类金融工具。                                                                                                         | 固定收益类（非保本浮动收益型） | 很低     |
| 8  | 农银理财农银匠心·灵动 60 天人民币理财产品(对公悦享)    | 中国农业银行 | 固定收益类产品:1.货币市场工具，包括但不限于现金、各类存款、同业存单、银行间质押式回购和买断式回购及交易所回购等。2.固定收益证券:包括但不限于国债、地方政府债、中央银行票据政策性金融债、金融债、公司债、企业债、可转债、可交换债、超短期融资券、短期融资券、中期票据、定向债务融资工具(PPN)、资产支持证券(ABS)、资产支持票据(ABN)、标准化票据等标准化债权类资产。3.货币市场基金、证券投资基金、各类资产管理产品或计划。4.依法在交易所发行或上市的股票(含港股)、优先股等权益类资产。5.交易所内开展的期货 | 固定收益类（开放净值型）    | 中低     |

| 序号 | 产品名称 | 资产管理机构 | 投资组合构成                                                            | 产品类型 | 产品风险评级 |
|----|------|--------|-------------------------------------------------------------------|------|--------|
|    |      |        | (如股指期货、国债期货、大宗商品期货等)、期权等监管允许开展的衍生类资产、商品类资产。6. 监管部门认可的其他金融资产和金融工具。 |      |        |

结合上表，公司购买的理财产品均为大型股份制商业银行公开发售并管理的理财产品，理财产品均为固定收益类非保本浮动收益产品，相关理财产品的投向主要是货币市场工具和固定收益类产品，不存在投资于存在违约风险或者预期无法收回资产的情形。



## **（二）前述投资资金的具体流向，是否涉及关联方资金占用**

公司购买的理财产品均为大型股份制商业银行公开发售并管理的理财产品，理财产品的投向主要为货币市场工具和固定收益类产品，不存在投向公司关联方的情形，不涉及关联方资金占用。

## **（三）公司购买前述金融资产是否履行了内部审批程序，公司对金融资产投资规模、收益及风控管理等相关内控措施及有效性**

在确保日常经营资金需求的情况下，公司将闲置自有资金按照内部制度管理要求购买理财产品，且购买理财产品的额度不得超过经审议批准的额度。根据公司制定的《理财产品管理制度》，公司在购买理财产品时，财务部应征求三家以上银行理财产品报价，财务部筛选投资标的，对有购买意向的产品，由财务部提出投资申请，经财务部负责人和总经理办公会审核批准后购买；负责管理理财产品的财务人员跟踪委托理财资金的进展及安全状况，出现异常情况应及时报告，以便立即采取有效措施，避免或者减少公司损失。

报告期内，公司购买银行理财产品履行了相关内部审批程序，公司购买理财产品均为大型股份制商业银行公开发售的风险评级较低且赎回期限较短的理财产品，负责管理理财产品的财务人员定期查看理财产品的收益情况并回报给财务部负责人。

综上所述，公司已制定购买金融资产投资规模、收益及风控管理等相关内部控制措施并且得到有效执行。

## **（四）中介机构核查方式及核查意见**

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、获取公司购买的理财产品的说明书，查阅理财产品名称、资产管理机构、投资组合构成、风险特征、产品类型等基础情况；

2、查阅公司《理财产品管理制度》并了解与投资相关的内部控制，并检查购买理财产品是否经过恰当审批；

3、查阅购买银行理财产品的相关凭证，并检查银行回单，确认银行汇款对手方是否为对应的资产管理机构。

经核查，主办券商认为：

1、公司购买的理财产品均为大型股份制商业银行公开发售并管理的理财产品，理财产品均为固定收益类非保本浮动收益产品，该理财产品的投向主要是货币市场工具和固定收益类产品，不存在投资于存在违约风险或者预期无法收回资产的情形；

2、理财产品的投向主要为货币市场工具和固定收益类产品，不存在投向公司关联方的情形，不涉及关联方资金占用；

3、公司购买理财产品履行了内部审批程序，公司对金融资产投资规模、收益及风控管理等相关内控措施有效。

二、关于第三方回款

（一）补充说明报告期内第三方回款的类型、销售金额及其占当期营业收入的比例，说明客户与回款方的关系及第三方回款的合理性，公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联方关系或其他利益安排，是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否制定了相关内部控制制度，制度运行是否有效

1、补充说明报告期内第三方回款的类型、销售金额及其占当期营业收入的比例，说明客户与回款方的关系及第三方回款的合理性

报告期内，公司第三方回款的类型、金额及其占当期营业收入的比例如下：

单位：万元

| 类别                | 2024年1-8月 |           | 2023年     |           | 2022年     |           |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                   | 金额        | 占当期营业收入比例 | 金额        | 占当期营业收入比例 | 金额        | 占当期营业收入比例 |
| 个体工商户经营者本人或直系亲属账户 | 28,249.81 | 69.16%    | 25,510.76 | 46.80%    | 24,924.44 | 55.35%    |
| 公司制客户法人代表或实控人本人账户 | 388.51    | 0.95%     | 1,147.94  | 2.11%     | 539.51    | 1.20%     |
| 合计                | 28,638.32 | 70.11%    | 26,658.69 | 48.90%    | 25,463.95 | 56.55%    |

注：上述金额系各期第三方回款金额，经销模式基本采用“先款后货”的结算方式，销售收入的确认较收到货款具有一定的滞后性；2024年1-8月第三方回款占营业收入比例较高的原因系经销商主要在预付款促销活动期间预付全年货款，公司全年的收款集中在5-6月预付款促销活动期间，2024年1-8月第三方回款占营业收入的比例未进行年化考虑

由上表可见，公司第三方回款均来自于个体工商户经营者本人或其直系亲属、公司制客户法人代表或实控人本人账户，不存在来自于无关第三方账户的情形，上述人

员支付客户货款具有合理性。

**2、公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联方关系或其他利益安排，是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否制定了相关内部控制制度，制度运行是否有效**

根据与第三方回款支付方清单比对、主办券商对经销商走访确认，公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联方关系或其他利益安排。

报告期内，公司的第三方回款均来自于个体工商户经营者本人或其直系亲属、公司制客户法人代表或实控人本人账户，不存在来自于无关第三方账户的情形，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

长期以来，公司通过建立经销商档案、对回款账户进行汇总整理等方式进行第三方回款的管理。2020年，公司向经销商发出《关于规范经销商回款账户管理的通知》，明确经销商需使用签订合同主体的对公账户或个体户实际经营者及其直系亲属个人账户进行打款，对于非自约定账户打入款项，采取退回重新打款的方式处理。2021年5月，公司进一步规范控制第三方回款情形，向经销商发出《通知函》，要求经销商确定付款账户及银行信息，进行备案管理。针对公司制经销商，要求对方提供合同主体对应的对公账户进行备案；针对个体工商户经销商，要求提供合同主体对应的对公账户进行备案，如未开设对公账户，需以与公司签订合同主体的“个体户经营者”名义开立的个人账户或该个体经营者直系亲属所持个人账户进行备案。

报告期内，公司不存在个体工商户经营者本人或直系亲属账户、公司制客户法人代表或实控人本人账户以外的异常第三方回款情形，第三方回款相关内控运行有效。

## **（二）中介机构核查方式及核查意见**

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

- 1、获取公司财务内部控制管理制度，查阅其中关于客户回款的相关规定；
- 2、查阅公司编制的第三方回款明细台账，明细台账包括回款时间、付款方、合同签署方、付款方与合同签署方关系、回款金额等信息；
- 3、对报告期内的主要经销商进行走访，确认报告期内是否存在付款方与合同签订

方不一致的情况。如存在，则进一步确认付款方与合同签订方的关系，采用第三方回款的原因、背景及合理性；

4、核查公司关于第三方回款的业务关系确认函，确认回款金额、时间、回款方与合同主体关系及销售回款真实性。该确认函由甲乙丙三方共同签署，其中甲方为与公司签订协议的主体，乙方为公司，丙方为替甲方向乙方支付货款的主体。确认函的主要内容包括了：1）确认甲乙丙三方的关系，即乙方向甲方销售货物，甲方委托丙方代甲方向乙方支付货款；2）确认丙方与甲方之间存在的关系（从经营者/法人代表/实控人本人、直系亲属、其他亲属、员工、下游经销商等关系中勾选确认）；3）丙方代甲方向乙方支付的货款金额及日期；4）确认甲方与乙方、乙方控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关联方、乙方的经办人员、核心员工、乙方聘请进行尽职调查的中介机构及其负责人、高级管理人员、签字人员、经办人员之间不存在关联关系、直接或间接的股权投资关系或其他利益安排。丙方与乙方、乙方控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关联方、乙方的经办人员、核心员工、乙方聘请进行尽职调查的中介机构及其负责人、高级管理人员、签字人员和经办人员之间不存在关联关系、直接或间接的股权投资关系或其他利益安排；5）确认就上述事宜甲方、丙方与乙方均不存在任何争议，纠纷或潜在纠纷，亦不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

5、将报告期内第三方回款付款方信息与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方进行比对；

6、通过企查查、天眼查等平台查询公司客户的工商信息（体现个体工商户登记的经营者、公司制客户登记的法人代表或实控人信息）并存档，核查验证公司第三方回款明细台账及业务关系确认函中关于回款人系个体工商户经营者本人、公司制客户的法人代表或实控人的准确性及真实性。

经核查，主办券商认为：

1、第三方回款均来自于个体工商户经营者本人或其直系亲属、公司制客户法人代表或实控人本人账户，不存在来自于无关第三方账户的情形，上述人员支付客户采购款项具有合理性；

2、公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款

的支付方不存在关联方关系或其他利益安排，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，公司制定了第三方回款相关的内部控制制度，制度运行有效。

### 三、关于 IPO 申报

（一）说明终止审核的原因，是否存在可能影响本次挂牌且尚未消除的相关因素，是否存在可能被采取监管措施的违规情形，如有，请说明具体规范整改情况

#### 1、终止审核的原因，是否存在可能影响本次挂牌且尚未消除的相关因素

公司于 2021 年 12 月 2 日向中国证监会报送了首次公开发行股票并在主板上市申请文件，主板在审项目平移至交易所审核后，公司于 2023 年 3 月 2 日向深交所报送了首次公开发行股票并在主板上市申请文件，于 2023 年 12 月 27 日向深交所报送了撤回首次公开发行股票并在主板上市申请文件的申请。

公司因战略规划调整及业务发展考虑撤回前次申报材料，公司撤回前次申报材料的原因对本次挂牌不构成影响。

#### 2、是否存在可能被采取监管措施的违规情形，如有，请说明具体规范整改情况

2024 年 8 月 23 日，深圳证券交易所出具《关于对么麻子食品股份有限公司、赵麒的监管函》《关于对中国国际金融股份有限公司、渠亮、潘闽松的监管函》《关于对天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）、申军、刘浪、赵亚婵的监管函》《关于对北京市君合律师事务所、李若晨、卜祯的监管函》，决定对公司、中介机构及相关签字人员采取书面警示的自律监管措施。

公司在首次公开发行股票并在主板上市（以下简称“前次项目”）审核阶段，于 2023 年 7-8 月接受了中国证监会上海监管局的现场检查。深圳证券交易所在前述监管函中指出，根据中国证监会现场检查发现，公司在前次项目申报文件中遗漏披露关联方信息，赵麒对公司这一违规行为负有主要责任；保荐机构、公司会计师、公司律师未充分核查公司关联方情况，保荐机构、公司会计师资金流水核查程序存在瑕疵，保荐机构、公司会计师经销商下游客户走访程序存在瑕疵。公司、中介机构及相关签字人员涉及自律监管措施的违规情形及整改情况如下：

##### （1）公司在申报文件中遗漏披露关联方信息

洪雅县德元么姑娘夜宵店（以下简称“么姑娘”）成立于 2021 年 4 月 30 日，主

要由彭兆祥负责日常经营，因此成立之初的经营者登记为彭兆祥。作为公司实际控制人之一的赵麒认为自己并未参与么姑娘日常经营，么姑娘的实际控制人应该是工商信息上显示的经营者彭兆祥，且么姑娘因经营规模极小而对公司不存在重大影响，因此并未将么姑娘认定为赵麒本人实际控制的企业，导致公司在前次项目申报文件中遗漏披露这一关联方。

么姑娘因向公司采购藤椒油用于菜品制作而存在少量关联交易，公司与么姑娘之间的关联交易每年不超过 2 万元，公司在本次挂牌申报文件中已经补充披露对应关联方及关联交易，确保挂牌申请文件和信息披露的真实、准确、完整。

## （2）中介机构未充分核查公司关联方情况

中介机构在 2021 年向证监会提交前次项目申报材料前的尽职调查阶段，获取了作为公司实际控制人之一的赵麒填写的调查表，赵麒并未将么姑娘认定填写为赵麒本人实际控制的企业。2022 年 8 月，在证监会反馈回复及 2022 年 1-6 月财务数据更新阶段，对于赵麒银行流水里自 2022 年 5 月至 6 月转出 80 万元至彭兆祥的交易记录，中介机构询问了赵麒该类交易产生的原因，获取了赵麒与彭兆祥签署的借条，并对彭兆祥执行了访谈程序，赵麒与彭兆祥回复该类交易均为“个人借款”，相关借款主要用于么姑娘日常经营。中介机构基于已获取的调查表、借条及访谈纪要，未对赵麒与彭兆祥之间的资金往来保持合理怀疑，未进一步审慎核查并披露赵麒与么姑娘的关联关系。

主办券商在本次挂牌尽调过程中已提高对关联方及资金流水核查的颗粒度，审慎了解并判断核查对象大额资金往来的合理性，并在本次挂牌申报文件中补充披露关联方么姑娘及关联交易。

## （3）中介机构资金流水核查程序瑕疵

中介机构根据证监会反馈回复阶段与审核员的沟通，对选取的关键人员担任相关职务期间银行流水单笔金额门槛进行调整并补充核查，以使实际控制人各年度收入和支出的核查比例达到 80%以上，其他核查对象各年度收入和支出的核查比例达到 50%以上。由于银行流水补充核查的门槛从 10 万元大幅度降低至 2-5 万元不等，且补充登记的银行流水核查笔数大幅度增加了超过 3,000 笔，中介机构在这一过程中未能严格控制资金流水核查程序，导致出现了部分资金流水核查瑕疵，主要包括遗漏五笔达

到核查交易门槛的流水、对部分常规流水交易未进一步备注解释或取得支持性凭证、对两笔流水的解释和支持性材料提供有误。

主办券商在本次挂牌尽调过程中已完善对关键人员的资金流水核查底稿，通过严格执行尽职调查计划，杜绝相关瑕疵事项的发生。

#### **(4) 中介机构经销商下游客户走访程序瑕疵**

中介机构在前次项目尽调期间走访的经销商下游客户数量达到 455 家，其中，部分走访记录存在未见核对商户信息、经营者身份信息的相关材料，主要系个别经销商下游客户因未与公司直接合作，拒绝配合提供营业执照或个人身份证件；部分走访记录未见库存产品生产批次、生产日期信息等瑕疵，主要系个别下游客户系餐饮酒楼或小型门市，其根据自身耗用或销售情况灵活采购么麻子产品，走访时点不存在可供检查的么麻子产品库存。

主办券商在本次挂牌尽调过程中已有效控制相关走访程序瑕疵，对于因未与公司直接合作而不愿配合提供身份证件或营业执照的个别经销商下游客户，通过核实商户经营环境、拍摄商户门头照片、询问商户周边人员等方式，确认受访商户信息与经销商提供的商户信息一致；对于走访时点存在可供检查么麻子产品库存的全部经销商下游客户，均妥善保留了包括么麻子库存产品生产批次、生产日期信息的照片记录。

综上，公司、中介机构及相关签字人员被采取自律监管措施的违规情形对报告期内公司的业务经营、合法合规和财务报表的可靠性不构成重大影响，相关信息披露问题及核查程序瑕疵在本次新三板挂牌尽调期间已经进行了规范整改。

### **(二) 对照主板申报文件信息披露及问询回复内容，说明本次申请挂牌文件与 IPO 申报文件的主要差异，存在相关差异的原因及合理性**

本次申请挂牌文件与 IPO 申报文件的主要差异及差异原因如下：

#### **(1) 根据会计政策变更调整财务数据**

公司自 2023 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”，对于在首次施行该解释的财务报表列报最早期间的期初因适用该解释的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生

应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的，按照该解释和《企业会计准则第 18 号——所得税》的规定，将累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。

公司按上述规定对可比期间财务报表数据进行相应调整，财务数据具体调整情况已在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二）主要会计政策、会计估计的变更”进行详细披露。

## （2）补充关联方及对应关联交易

根据前次项目现场检查期间的发现，本次挂牌补充了前次项目申报过程中遗漏的关联方洪雅县德元幺姑娘夜宵店，以及对应的少量关联交易。

## （3）补充良师胜友的代持及解除情形

根据对公司间接股东良师胜友、湖南香与韵的资金流水核查，本次挂牌补充披露了彭惠与黄爽、潘正国、秦洪毅、孙娟、余兴、周珊珊之间的代持及解除情形，以及吴惠玲与陈小龙、李丽卿之间的代持及解除情形。

## （4）调整 2022 年采购总额

根据中介机构对前次申报采购数据的复核，本次挂牌补充了前次申报过程中遗漏的部分采购数据，对 2022 年采购金额调增 822.30 万元，具体遗漏项目包括 443.95 万元油料、117.47 万元农副产品、247.25 万元包装材料、13.63 万元其他材料。前次申报数据存在遗漏，系采购明细从系统导出前进行了数据筛选，本次订正对财务报表科目不存在影响。

## （5）更正 2022 年度现金流量表的分类情况

根据公司新任会计师信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）的审计意见，本次挂牌更正了 2022 年度财务报表中的现金流量表，将购买、赎回银行理财产品现金流量从‘支付其他与投资活动有关的现金’、‘收到其他与投资活动有关的现金’调整到‘投资支付的现金’、‘收回投资收到的现金’项目列报，其中，购买银行理财产品涉及金额为 69,700.00 万元，赎回银行理财产品涉及金额为 75,883.28 万元。

综上，以上信息披露差异主要系根据会计政策变更及补充尽调情况进一步完善信息披露的准确性，信息披露差异具有合理原因。



**（三）说明公司是否存在媒体重大质疑情况，如存在，请说明具体情况、解决措施及其有效性、可执行性**

公司持续关注与本次申请挂牌及与前次主板申报相关的媒体质疑情况，并通过网络检索、舆情监控等方式进行自查。经自查，2022 年以来具有代表性的媒体质疑报道如下：

| 序号 | 日期         | 媒体        | 标题                                           | 关注点                  |
|----|------------|-----------|----------------------------------------------|----------------------|
| 1  | 2022/1/6   | 每日经济新闻    | 调味油产能利用率逐步走低 青花椒加工企业么麻子拟募资扩产                 | 产能利用率偏低              |
| 2  | 2022/5/26  | 金融界       | 么麻子实控人涉嫌偷逃大额个人所得税，收入、成本涉嫌造假，内控环境薄弱，募投项目合理性不足 | 实控人偷逃个税、内控薄弱、募投项目必要性 |
| 3  | 2022/10/13 | 和讯网       | “家族企业”么麻子背靠绝味食品求上市 股权结构“多足鼎力”或存隐忧            | 产能利用率偏低、公司治理结构       |
| 4  | 2023/9/6   | 潮起网       | 小众藤椒油的春天在哪？么麻子的大单品危机                         | 主营产品单一               |
| 5  | 2024/1/3   | 北京商报      | IPO 终止，产品单一、净利润连降，么麻子上市折戟                    | IPO 撤回               |
| 6  | 2024/1/26  | 搜狐        | 藤椒油第一股“么麻子”上市受阻                              | IPO 撤回               |
| 7  | 2024/1/8   | 同花顺财经     | 赵跃军藤椒油生意出川路漫漫 么麻子年入 4 亿净利连降上市折戟              | IPO 撤回               |
| 8  | 2024/8/24  | 上海证券报     | 么麻子，“要麻了”！中金公司被罚                             | 被深交所采取自律监管措施         |
| 9  | 2024/8/26  | 21 世纪经济报道 | 一家夜宵店中带来 4 张监管函！关联企业紧急注销                     | 被深交所采取自律监管措施         |
| 10 | 2024/8/26  | 券商中国      | 现场检查持续发威，有企业带伤上市失败，中介机构也被罚                   | 被深交所采取自律监管措施         |

以上媒体质疑主要是摘录引用前次主板项目的申报文件和问询回复等公开披露信息，公司已对以上相关媒体质疑内容进行核查及确认：

（1）产能利用率偏低：公司的藤椒基础油存在集中生产、跨期使用的特征，公司半成品集中加工高峰期的产能利用率可以达到 90%以上，公司的产能利用情况与季节性集中生产的特点相适应。

（2）实控人偷逃个税：2019 年 3 月 19 日，么麻子有限取得洪雅县市场监督管理局换发的《营业执照》，么麻子有限已就龚万芬股权转让事宜办理了变更登记手续，龚万芬也已完成本次转让所涉个人所得税的缴纳。

（3）内部控制薄弱：主板 IPO 项目的报告期前期，公司存在使用个人卡进行销售

回款、第三方回款、签收单大量缺失等内部控制不规范情形，相关内部控制薄弱环节已在本次新三板挂牌报告期内得到了对应整改，公司新三板挂牌报告期内的内控规范程度能够满足挂牌条件的要求。

（4）募投项目必要性：公司前次项目募集资金主要投向藤椒油生产的核心环节，即半成品生产加工环节，不涉及产能相对富余的产成品灌装等环节。

（5）公司治理结构隐忧：公司治理结构健全、运行良好，已按照《公司法》及《公司章程》的规定，建立了股东大会、董事会、监事会的议事制度，并配备了独立董事、董事会秘书、总经理、副总经理和财务总监等职责明确的组织机构人员。

（6）主营产品单一：公司正在通过开发复合调味料丰富产品结构，并已在公开转让说明书的重大事项提示章节披露单一产品依赖风险。

（7）前次 IPO 撤回：公司因战略规划调整及业务发展考虑撤回前次申报材料，不存在财务造假或其他异常情况。

（8）被深交所采取自律监管措施：公司因在前次项目招股说明书中遗漏披露关联方情况而被深交所采取自律监管措施，相应关联方及关联交易已在本次新三板挂牌申报文件中补充披露。

综上，公司不存在媒体重大质疑的情况，亦不存在尚未解决或对新三板挂牌产生实质影响的媒体质疑或负面舆情。

#### （四）中介机构核查方式及核查意见

针对上述事项，主办券商主要执行了以下核查程序：

1、获取公司撤回前次 IPO 申报材料的申请文件，了解公司撤回材料的原因及对本次挂牌的潜在影响；

2、获取深圳证券交易所对公司、中介机构及相关签字人员出具的监管函，了解前次项目现场检查期间发现的主要问题，并对照问题进行自查和分析；

3、比较本次申请挂牌文件与前次 IPO 申报文件，确认信息披露的主要差异，了解产生相关差异的原因；

4、通过百度、微信等搜索引擎查阅与公司相关的媒体报道，确认是否存在媒体质疑的情况，并针对媒体质疑的关注点进行自查和分析。

经核查，主办券商认为：

1、公司撤回前次申报材料的原因对本次挂牌不构成影响，公司、中介机构及相关签字人员被采取自律监管措施的违规情形在本次新三板挂牌尽调期间已经进行了规范整改；

2、本次申请挂牌文件与 IPO 申报文件的信息披露差异具有合理性；

3、公司不存在媒体重大质疑的情况。

## 其他问题

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，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

截至本问询回复签署之日，财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日尚未超过 7 个月。

为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第 1 号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

回复：

公司尚未向四川证监局申请北交所辅导备案，故不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第 1 号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关要求。

请你们在 20 个交易日内对上述问询意见逐项落实，并通过审核系统上传问询意见回复材料全套电子版（含签字盖章扫描页），涉及更新申请文件的，应将更新后的申请文件上传至对应的文件条目内。若涉及对《公开转让说明书》的修改，请以楷体加粗说明。如不能按期回复的，请及时通过审核系统提交延期回复的申请。如公开转让说明书所引用的财务报表超过 6 个月有效期，请公司在问询回复时提交财务报表有效期延期的申请，最多不超过 3 个月。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

**经签字或签章的电子版材料与书面材料具有同等法律效力，在提交电子版材料之前请审慎、严肃地检查报送材料，避免全套材料的错误、疏漏、不实。**

**回复：**

已知悉，已按照要求执行。

**我们收到你们的回复后，将根据情况决定是否再次向你们发出审核问询意见。如发现中介机构未能勤勉尽责开展工作，我们将对其行为纳入执业质量评价，并视情况采取相应的自律监管措施。**

**回复：**

已知悉，已按照要求执行。

（本页无正文，为《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：



赵跃军



么麻子食品股份有限公司

2024年12月19日

（此页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于么麻子食品股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

项目负责人（签字）：

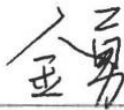


渠 亮

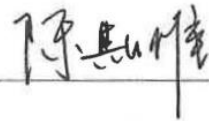
项目小组成员（签字）：



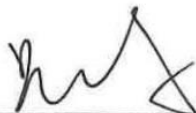
潘闽松



金 勇



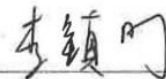
陈斯惟



路 凡



伍润豪



李镇町

