

北京国枫律师事务所  
关于浙江衡美健康科技股份有限公司  
向不特定合格投资者公开发行股票  
并在北京证券交易所上市的  
补充法律意见书之三

国枫律证字[2025]AN105-19号



GRANDWAY

北京国枫律师事务所

**Grandway Law Offices**

北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层、8 层 邮编：100005

电话 (Tel): 010-88004488/66090088 传真 (Fax): 010-66090016

**北京国枫律师事务所**  
**关于浙江衡美健康科技股份有限公司**  
**向不特定合格投资者公开发行股票**  
**并在北京证券交易所上市的**  
**补充法律意见书之三**  
**国枫律证字[2025]AN105-19号**

**致：浙江衡美健康科技股份有限公司（发行人）**

根据本所与发行人签订的《律师服务协议》，本所接受发行人的委托，担任发行人本次发行上市的特聘专项法律顾问。

本所律师已根据《公司法》《证券法》《注册管理办法》《证券法律业务管理办法》《证券法律业务执业规则》等相关法律、法规、规章和规范性文件的规定并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对发行人提供的文件和有关事实进行了查验，并就发行人本次发行上市事宜出具了《北京国枫律师事务所关于浙江衡美健康科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的法律意见书》（以下称“法律意见书”）、《北京国枫律师事务所关于浙江衡美健康科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的律师工作报告》（以下称“律师工作报告”）及多份补充法律意见书。

根据《关于浙江衡美健康科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申报文件的审核问询函》（以下称“《问询函》”）及发行人的要求，本所律师在对发行人与本次发行上市相关情况进行进一步查验的基础上，出具本补充法律意见书，对本所律师已经出具的法律意见书、律师工作报告及相关补充法律意见书的有关内容进行修改、补充或作进一步的说明。

本所律师同意将本补充法律意见书作为发行人本次发行上市所必备的法定文件随其他材料一起上报，并依法对本补充法律意见书承担相应责任；本补充法律意见书仅供发行人本次发行上市的目的使用，不得用作任何其他用途。

本所律师在法律意见书和律师工作报告中的声明事项亦适用于本补充法律意见书。如无特别说明，本补充法律意见书中有关用语的含义与法律意见书和律师工作报告中相同用语的含义一致。

本所律师根据《公司法》《证券法》《注册管理办法》《证券法律业务管理办法》《证券法律业务执业规则》等相关法律、行政法规、规章及规范性文件的要求和中国证监会、证券交易所的相关规定，并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，现出具补充法律意见如下：

### 一、股权转让价格公允性及对赌协议解除（《问询函》问题 1）

根据申请文件及公开信息：（1）发行人创始股东设立湖州少永、兰考朝畅、兰考尚昊、上海舟展、衡美企管等持股平台。（2）兰考朝畅于 2021 年 1 月成立，当月发行人通过兰考朝畅向徐婧、胡根云实施股权激励，激励价格为每股 1 元，其中胡根云为公司员工，徐婧系公司聘请的外部顾问；2023 年 1 月，兰考朝畅将持有发行人的 47.4037 万股和 6.9283 万股，分别以每股 1 元和 8.79 元的价格转让给徐婧和上海舟展，徐婧直接持有其激励股份，胡根云的激励份额平移至上海舟展。（3）申报上市前，公司及实际控制人、一致行动人取消了与多名外部股东关于回购、反稀释、一票否决等多项对赌协议。

请发行人：（1）结合徐婧的从业背景、参与经营和具体贡献情况、授予激励股权前后的融资转让价格，说明向徐婧授予激励股权的合理性和公允性，是否存在股权代持的情形。（2）说明 2023 年 1 月兰考朝畅调整徐婧、胡根云持股方式的原因，相关股权转让价格的定价依据，以及价格差异的合理性。（3）说明各持股平台自持有发行人股权以来的内部股权转让情况及转让价格的公允性，用于股权激励的，说明份额持有人是否均为发行人员工，并结合出资来源、支付方式等说明是否存在代持或其他利益安排，以及股权激励授予日权益工具公允价值、股份支付费用的计算过程及分摊依据，相关会计处理合规性。（4）说明特殊投资条款是否依规真实解除，是否存在纠纷或潜在纠纷和其他未披露特殊条款。

请保荐机构、发行人律师：核查事项（1）（2）（4）并发表明确意见。请保荐机构、申报会计师结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-25 增资或转让股份形成的股份支付的相关要求，核查事项（3）并发表明确意见。

**（一）结合徐婧的从业背景、参与经营和具体贡献情况、授予激励股权前后的融资转让价格，说明向徐婧授予激励股权的合理性和公允性，是否存在股权代持的情形**

**1. 徐婧具备丰富的金融行业从业经验，虽未具体参与公司经营，但作为外部顾问对公司融资等方面作出过重要贡献**

根据徐婧签署确认的基本情况调查表并经本所律师对其进行访谈，徐婧的基本情况与从业背景如下：

徐婧，1986年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年7月至2018年4月，任职于招商银行股份有限公司杭州分行；2018年5月至2019年5月，自由职业；2019年6月至2021年7月，担任苏州元太硅谷产业投资管理有限公司投资总监；2021年8月至今，历任浙江上哲至成私募基金管理有限公司投资总监、投资负责人、副总经理、总经理、执行董事。

根据发行人的陈述并经本所律师访谈发行人实际控制人，发行人于2012年设立，在经历了早期的市场探索后，于2019年前后展现出快速放量的发展潜力。但当时发行人的品牌知名度有限，组织结构较为单薄，经营规模受限于创始股东的原始资金投入，随着可预见的业务规模的扩大，发行人在生产、研发、销售等环节的资金投入需求亦将大幅增加。为抓住市场机遇，发行人亟需以股权融资的方式引入外部投资机构，完善资本结构、强化组织能力并进一步扩大生产经营规模，以提升公司综合竞争力。但以发行人实际控制人冯魏为代表的核心管理团队均专注于实业经营，缺乏相关经验。

根据发行人的陈述并经本所律师访谈徐婧、发行人实际控制人，徐婧系发行人实际控制人冯魏的朋友，在金融行业有逾十年的从业经历，积累了一定经验和资源，其个人也看好公司发展前景。经冯魏与徐婧协商，拟由发行人聘请徐婧担任外部顾问，在战略、业务、资本运作、规范治理等方面为发行人提供建议并为发行人外部融资提供服务。鉴于发行人当时资金储备较为紧张，拟通过授予激励股权的方式向徐婧支付顾问服务报酬，以减轻公司资金压力。发行人于2018年12月31日召开股东会，审议通过上述事项，并与徐婧签署《顾问服务协议》。

根据发行人的陈述、徐婧提供的沟通记录、交易条款清单等证明材料并经本

所律师访谈徐婧、发行人实际控制人，在担任发行人外部顾问期间，徐婧虽未实际参与公司经营，但全流程协助公司及冯魏开展融资工作，包括方案制定、材料编制、机构对接、尽调沟通、投资谈判、执行落地等，累计帮助发行人获得约 3,500 万元的银行信贷额度，并于 2021 年初成功引入外部投资机构达晨创鸿、财智创赢及博睿嘉昱；此后，徐婧在发行人引入 GL YARD、衡德美康、健欣合盈及上哲钦山、嘉兴翼望、嘉兴英招等外部投资机构的过程中亦发挥了重要作用；除此之外，配合着发行人的融资工作，徐婧还为发行人的组织架构搭建、优秀人才引进及员工激励等经营策略及规范治理方面提供了重要建议。

## **2. 发行人决议授予徐婧股权前后未开展外部融资，授予价格参考公司前期经营状况及增资价格确定**

根据衡美有限及冯魏、郑雅丹、杨鹏与徐婧于 2018 年 12 月 31 日签署的《顾问服务协议》约定，为充分调动徐婧的积极性，同时保障顾问服务的质量，徐婧自协议生效日（即签署之日）起即可获得衡美有限 70 万元出资额作为顾问服务报酬，但应当在外部顾问服务期结束后，通过增资的方式以 1 元/出资额的价格取得衡美有限出资额，且该价格为确定价格，不因发行人后续公司估值的上涨而变化。

根据发行人的陈述及其工商登记资料并经本所律师访谈徐婧、发行人实际控制人，在《顾问服务协议》签订时，尽管发行人已经展现出较强的发展潜力，但是经营业绩仍处于盈亏转换的过渡阶段，累计亏损较多，净资产金额相对较低，发行人具有外部融资的迫切需求；此前，发行人未曾进行任何外部融资，公司股权价值没有经过任何外部独立评估，历次内部增资均按照 1 元/出资额的价格实施；此外，徐婧在 2 年顾问服务期内持续提供顾问服务，且不领取现金报酬，客观上能够减轻发行人当时的资金压力。因此，经综合考虑并与徐婧协商，发行人决定以 1 元/出资额的价格向徐婧授予激励股权。

综上，发行人向徐婧授予股权，是在充分考虑公司经营状况、现实且迫切的发展需求、过往增资价格及徐婧提供的服务内容等因素的基础上，经市场化协商后确定的，发行人向徐婧授予股权具备合理性和公允性。

### 3. 徐婧持有的发行人股份系其本人真实持有，不存在股权代持的情形

根据发行人的陈述及其提供的工商登记资料、出资凭证、徐婧签署确认的基本情况调查表并经本所律师访谈徐婧，2021年1月通过兰考朝畅取得股权及2023年1月变更持股形式均系徐婧真实、自愿的投资行为，入股资金为自有资金，且相关款项已足额支付，徐婧所持有的发行人股份系其本人真实持有，不存在股权代持情形；同时，经查询人民法院公告网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），截至查询日，发行人、徐婧未曾与任何第三方发生与其股权相关的争议、纠纷、诉讼、仲裁案件。

综上，徐婧持有的发行人股份系其本人真实持有，不存在股权代持的情形。

## （二）说明2023年1月兰考朝畅调整徐婧、胡根云持股方式的原因，相关股权转让价格的定价依据，以及价格差异的合理性

### 1. 2023年1月，兰考朝畅调整徐婧、胡根云持股方式的原因

根据发行人的陈述及其提供的工商登记资料并经查询企业公示系统（查询日期：2025年4月26-28日），兰考朝畅于2023年1月分别将其所持有的发行人1.2248%股权（对应出资额47.4037万元）转让给徐婧、发行人0.1790%股权（对应出资额6.9283万元）转让给上海舟展<sup>1</sup>（以下称“本次股权转让”），本次股权转让主要系徐婧、胡根云调整持股方式，转让前后徐婧、胡根云实际持有的发行人股权比例均未发生变化，具体情况如下：

转让前				
姓名	持股/控制方式	持股主体	对应发行人 出资额（万元）	出资比例
徐婧	间接持股	兰考朝畅	47.4037	1.22%
胡根云	间接持股	兰考朝畅	6.9283	0.18%
		上海舟展	6.9469	0.18%
		合计		13.8752

<sup>1</sup> 已于2025年12月2日更名为“杭州舟展企业管理合伙企业（有限合伙）”。

转让后				
姓名	持股/控制方式	持股主体	对应发行人 出资额（万元）	出资比例
徐婧	直接持股	徐婧	47.4037	1.22%
胡根云	间接持股	上海舟展	13.8752	0.36%

根据发行人的陈述、兰考朝畅的工商登记资料并经本所律师访谈徐婧、胡根云，徐婧、胡根云调整持股方式的主要原因如下：

兰考朝畅系发行人于 2021 年 1 月设立的持股平台，主要为落实徐婧的激励股权，同时方便后续融资过程中的资本运作。发行人员工胡根云的部分激励股权同步落实于兰考朝畅，胡根云同时担任执行事务合伙人，管理平台日常事务。

发行人于 2022 年 10 月完成最后一轮融资，并着手筹备股份改制及上市事宜，预计短期内没有融资计划，同时保留兰考朝畅、上海舟展两个持股平台已不再必要。徐婧亦看好公司发展，拟长期持有发行人股权，直接持股方便其行使股东权利。上海舟展为发行人大部分员工激励股权的集中管理平台，胡根云将其通过兰考朝畅及上海舟展间接持有的激励股权集中至上海舟展，既便于其通过单一持股平台行使股东权利，亦便于发行人统一管理员工激励股权。

综上，为优化公司股权结构、统一持股平台管理，兰考朝畅于 2023 年 1 月相应调整徐婧、胡根云持股方式，并于 2023 年 9 月完成注销，其原因具备合理性。

## 2. 相关股权转让价格的定价依据及价格差异原因

在本次股权转让中，兰考朝畅分别以 1 元/出资额、8.97 元/出资额向徐婧、上海舟展进行股权转让，该等定价方式系综合考虑持股转换方式、持股成本并兼顾相关主体利益进行的差异化安排，具备合理的原因。具体说明如下：

### **(1) 兰考朝畅向徐婧转让股权系徐婧由间接持股转换为直接持股，转让价格参考持股成本确定**

2018 年 12 月 31 日，衡美有限及冯魏、郑雅丹、杨鹏与徐婧签署《顾问服务协议》，约定发行人将按照 1 元/出资额授予徐婧激励股权以支付顾问报酬。2021 年 1 月 27 日，徐婧以 1 元/出资额的价格通过认缴兰考朝畅出资的方式取得《顾

问服务协议》约定的激励股权。

根据发行人的陈述并经本所律师访谈徐婧，本次股权转让系徐婧将其通过兰考朝畅间接持有的激励股权变更为直接持有，未导致徐婧实际持有的公司权益发生变化，不涉及第三方交易或经济利益转移，属于同一控制主体下的持股方式调整。因此，转让价格参考持股成本确定，仍为 1 元/出资额，具备合理性。

## **(2) 兰考朝畅向上海舟展转让股权系将胡根云的激励份额在不同持股平台间平移，转让价格参考发行人每股净资产确定**

2021 年 1 月，胡根云与兰考朝畅、衡美有限及冯魏签署《股权激励协议》，约定胡根云以 1 元/出资额的价格通过认缴兰考朝畅的方式取得股权激励份额。

根据发行人的陈述及其提供的工商登记资料、价款支付凭证，本次股权转让中，兰考朝畅向上海舟展转让公司股权，实质系胡根云将其通过兰考朝畅持有的发行人股权平移至上海舟展，具体包括兰考朝畅向上海舟展转让公司股权、胡根云自兰考朝畅退伙、胡根云向上海舟展增资等多项操作；前述操作完成后胡根云仍然不直接持有公司股权，需要通过上海舟展间接持股，并按照上海舟展的决策机制间接行使股东权利。

尽管本次股权转让的实质为胡根云转换持有激励股权的平台，但在操作流程上仍然体现为由兰考朝畅向上海舟展进行股权转让。鉴于兰考朝畅、上海舟展均为发行人股权激励平台，与引进外部投资人而进行的股权转让性质不同，因此不适宜参照发行人最近一轮融资的价格确定本次股权转让价格。考虑到在本次股权转让时点，发行人已存在众多外部投资人股东，为反映本次交易实质，保障各股东的利益，本次股权转让价格系参考发行人截至 2022 年 11 月末的每股净资产价值确定。

综上，本次股权转让中，兰考朝畅向徐婧转让股权的实质为徐婧本人调整持股方式，不涉及其他主体，故参考持股成本以 1 元/出资额确定转让价格；兰考朝畅向上海舟展转让股权的实质为胡根云转换持有激励股权的平台，转换方式复杂，涉及主体较多，为反映交易实质、平衡各方利益，故参考发行人截至 2022 年 11 月末的每股净资产价值，以 8.97 元/出资额确定转让价格。以上转让中，徐

婧、胡根云未获利，实际持股数量未变。因此，本次股权转让存在价格差异具有合理性。

### （三）说明特殊投资条款是否依规真实解除，是否存在纠纷或潜在纠纷和其他未披露特殊条款

根据发行人的陈述及其提供的增资协议、股权转让协议及相关补充协议等资料，在发行人过往增资及股权转让过程中，部分外部投资人股东曾约定特殊投资条款，基本情况如下：

序号	股东名称	相关协议	特殊投资条款内容
1	达晨创鸿、财智创赢	《增资协议之补充协议》	董事委派权、一票否决权、股东知情权、回购权、领售权、核心股东股权处分限制、优先受让权与随售权、优先认购权、价值保证及反稀释权、最优惠待遇、优先清算权等特殊权利
2	博睿嘉昱	《关于股权转让协议之补充协议》	股东知情权、回购权、领售权、核心股东股权处分限制、优先受让权与随售权、优先认购权、价值保证及反稀释权、最优惠待遇、优先清算权等特殊权利
3	上哲钦山	《关于股权转让协议之补充协议》	股东知情权、领售权、核心股东股权处分限制、优先受让权与随售权、优先认购权、价值保证及反稀释权、最优惠待遇、优先清算权等特殊权利
4	嘉兴英招	《关于股权转让协议之补充协议》	
5	嘉兴翼望	《关于股权转让协议之补充协议》	
6	GL YARD、衡德美康	《增资协议》《增资协议之补充协议》《股权转让协议》《股权转让协议之补充协议》	董事委派权、一票否决权、股东知情权、回购权、领售权、核心股东股权处分限制、优先受让权与随售权、优先认购权、价值保证及反稀释权、优先清算权等特殊权利
7	健欣合盈	《增资协议》《增资协议之补充协议》《股权转让协议之补充协议》	股东知情权、回购权、领售权、核心股东股权处分限制、优先受让权与随售权、优先认购权、价值保证及反稀释权、优先清算权等特殊权利

基于各方协商一致，发行人、冯魏、郑雅丹、杨鹏等主体曾与达晨创鸿、财智创赢、衡德美康、GL YARD 及健欣合盈分别签署补充协议，约定由发行人承

担回购义务的回购条款自该等协议生效之日起自动终止，并应当视为自始无效，且不附任何恢复条件。

2024年10月15日，健欣合盈与衡美企管签订《关于浙江衡美健康科技股份有限公司之股份转让协议》，健欣合盈将其持有发行人的全部股份转让给衡美企管，同时放弃其就发行人享有的任何特殊权利，此前其关于特殊权利的任何约定效力均终止。

2024年10月17日，发行人与全体现有股东签署的《浙江衡美健康科技股份有限公司之股东协议》（以下称“《股东协议》”），约定：

“3.1 各方一致同意，自公司向全国中小企业股份转让系统提交股票挂牌申请之日起，本协议第2条所列相关协议（“在先协议”）中关于各方就目标公司股东权利相关的任何事项所达成的任何形式的约定（但约定相关条款终止的约定及在先协议中关于投资方对公司投资事宜的事实性约定除外），无论是否在本协议第2条列示，其效力均终止，并应当视为自始无效，且不附任何恢复条件。为免疑义，各方确认，投资方对目标公司的投资行为继续有效。

3.2 各方确认，本协议作为除目标公司章程外各方就持有公司股权（包括但不限于公司的相关股东权利和义务安排）的全部及唯一约定，并取代在先协议等各方在本协议签署日之前就目标公司股东权利相关的任何事项所达成的任何形式约定（但约定相关条款终止的约定及在先协议中关于投资方对公司投资事宜的事实性约定除外）。截至本协议生效日，除在先协议外，各方就持有目标公司股权事宜不存在任何对赌约定、特殊权利约定或其他形式的利益安排，不存在任何违反法律法规禁止性规定或损害其他股东利益的特殊安排，亦不存在任何未向目标公司披露的协议或其他约定；如存在该等约定，则该等约定自动终止且自始无效。”

经查验，上述外部投资人股东已真实、自愿地与发行人就解除特殊投资条款达成合意，并已签署《股东协议》。截至本补充法律意见书出具日，《股东协议》所附条件已成就，按照《股东协议》的约定，发行人在历次股权转让及增资过程中涉及的所有特殊投资条款效力均已终止，并视为自始无效，且不附任何恢复条件；发行人各股东均按照《中华人民共和国公司法》等相关法律法规及公司章程的规定行使股东权利、履行股东义务。

根据发行人的陈述、上述外部投资人股东出具的《声明与确认函》并经本所律师访谈发行人实际控制人、上述外部投资人股东，查询人民法院公告网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、企查查网站的公开信息(查询日期：2025年4月26-28日)，截至本补充法律意见书出具日，发行人不存在与解除特殊投资条款有关的争议、纠纷或诉讼、仲裁案件，亦不存在其他未披露的特殊投资条款。

综上，截至本补充法律意见书出具日，相关特殊投资条款均已依规真实解除，不存在纠纷或潜在纠纷和其他未披露特殊条款。

## 二、业务经营合规性及食品安全风险（《问询函》问题2）

根据申请文件：（1）公司行业属于 C1491 营养食品制造，主营业务为“营养功能食品”，产品定义和行业基本情况中多次提及“营养健康食品”“营养功能食品”，相关专业名词释义、业务市场信息主要源自灼识咨询研究报告；营养健康食品在我国现行的法律法规体系下尚无明确定义，营养功能食品的分类尚无规范标准。（2）根据中国现行法律法规，食品主要包括普通预包装食品、特殊膳食用食品与保健食品，分别对应不同的监管要求，发行人部分产品取得保健食品备案，环评备案项目中产品名称为“营养食品”。（3）营养功能食品生产属于食品制造业，与食品工业管理体制一致。（4）发行人主要产品为营养功能食品，系指添加具有营养价值或对人体正常生理功能有益的成分，用于非婴幼儿及非特定疾病状态人群的食品，其无需特殊的上市前审批，不得进行产品的功能声称。

请发行人：（1）全面梳理食品安全、市场监管、广告宣传等方面的监管和标准要求，包括但不限于法律法规、食品生产经营及执法办案规范，国家、行业及团体标准，说明营养健康食品的法律适用情况；说明招股书“行业主要法律法规和政策”部分，涉及“营养健康食品”“营养功能食品”等内容是否为原文引用，如否，请对招股书相关信息进行修改。（2）结合公司产品在现行法律下的食品分类依据、行业分类标准，及所属细分行业的产品分类惯例，说明各型号产品的食品分类情况和产品注册和备案取得情况，发行人所属行业分类，

以及各产品分类及适用监管规则的准确性；说明报告期及期后行业政策、监管要求变化情况，是否存在主管机关发布限制性政策或措施的情况，并视情况进行风险揭示。（3）说明报告期内使用添加剂的情况，各产品是否存在违规使用或超标使用的情况。（4）结合原材料及产品特性、加工工艺，进一步说明物流提供商、供应商是否均合法持有开展业务所需全部资质及证照，是否完整覆盖其主营业务及经营时间，公司在原材料采购及产品生产、流转过程中的质量及食品安全把控措施。（5）说明公司报告期内是否存在因食品安全、卫生问题产生退换货、消费者纠纷、被行政处罚的情形，如有，请说明发生背景情况、处理过程及结果，是否构成重大违法违规。（6）说明公司对临期、过期产品的处置措施，报告期处理或低价销售上述产品的数量及金额情况，是否存在将过期、临期产品重新包装、重新销售的情形。（7）结合参与产品配方定制、包装宣传设计及功效宣称、OEM 和 ODM 模式下的主要法律风险等情况，对照说明公司经营及产品符合食品安全、市场监管、广告宣传监管的情况，及业务中的风险防控措施，并对相关风险进行揭示。（8）披露外协采购金额及占比，主要外协供应商的情况，是否具备相关生产经营资质，发行人与外协供应商关于产品质量控制的相关约定，是否存在核心生产环节外协情形；说明发行人的技术专利保护措施，是否存在核心技术泄露风险。

请保荐机构、发行人律师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-24 第三方数据的相关要求核查并发表明确意见。

（一）全面梳理食品安全、市场监管、广告宣传等方面的监管和标准要求，包括但不限于法律法规、食品生产经营及执法办案规范，国家、行业及团体标准，说明营养健康食品的法律适用情况；说明招股书“行业主要法律法规和政策”部分，涉及“营养健康食品”“营养功能食品”等内容是否为原文引用，如否，请对招股书相关信息进行修改

#### 1. 营养健康食品的法律适用情况

根据发行人的陈述、《招股说明书》，并经查验发行人章程、相关业务合同及

其公开披露信息，发行人主营业务为营养功能食品的研发、生产与销售，从属于食品制造业。

截至本补充法律意见书出具日，在我国现行法律法规体系下，食品制造业适用的主要法律、法规、规章、规范性文件主要如下：

序号	法律、法规名称	颁布时间	颁布单位
1	《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》	2025 年 9 月	全国人大常委会
2	《中华人民共和国产品质量法（2018 修正）》	2018 年 12 月	全国人大常委会
3	《中华人民共和国广告法（2021 修正）》	2021 年 4 月	全国人大常委会
4	《中华人民共和国食品安全法实施条例（2019 修订）》	2019 年 10 月	国务院
5	《中华人民共和国进出口食品安全管理办法》	2021 年 4 月	海关总署
6	《食品生产许可管理办法（2020 修正）》	2020 年 1 月	国家市场监督管理总局
7	《食品生产许可审查通则（2022 版）》	2022 年 10 月	国家市场监督管理总局
8	《食品经营许可和备案管理办法》	2023 年 6 月	国家市场监督管理总局
9	《食品经营许可审查通则》	2024 年 3 月	国家市场监督管理总局
10	《食品生产经营监督检查管理办法》	2021 年 12 月	国家市场监督管理总局
11	《食品相关产品质量安全监督管理暂行办法》	2022 年 10 月	国家市场监督管理总局
12	《食品标识监督管理办法》[注 1]	2025 年 3 月	国家市场监督管理总局
13	《食品召回管理办法（2026）》[注 2]	2026 年 1 月	国家市场监督管理总局
14	《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》	2019 年 12 月	国家市场监督管理总局
15	《食品安全标准管理办法》	2023 年 11 月	国家卫生健康委员会
16	《食品委托生产监督管理办法》[注 3]	2025 年 12 月	国家市场监督管理总局

注 1：该办法将于 2027 年 3 月 16 日实施。

注 2：该办法将于 2026 年 12 月 1 日实施。

注 3：该办法将于 2026 年 12 月 1 日实施。

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第三十五条第一款规定，“国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品的，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。”

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第七十四条规定，“国家对保

健食品、特殊医学用途配方食品和婴幼儿配方食品等特殊食品实行严格监督管理。”

《中华人民共和国食品安全法实施条例（2019 修订）》第三十九条第二款规定，“特殊食品不得与普通食品或者药品混放销售。”

《食品生产许可管理办法（2020 修正）》第十一条规定：“申请食品生产许可，应当按照以下食品类别提出：粮食加工品，食用油、油脂及其制品，调味品，肉制品，乳制品，饮料，方便食品，饼干，罐头，冷冻饮品，速冻食品，薯类和膨化食品，糖果制品，茶叶及相关制品，酒类，蔬菜制品，水果制品，炒货食品及坚果制品，蛋制品，可可及焙烤咖啡产品，食糖，水产制品，淀粉及淀粉制品，糕点，豆制品，蜂产品，保健食品，特殊医学用途配方食品，婴幼儿配方食品，特殊膳食食品，其他食品等”。第十四条规定，“申请保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品等特殊食品的生产许可，还应当提交与所生产食品相适应的生产质量管理体系文件以及相关注册和备案文件。”

《食品经营许可和备案管理办法》第二条规定，“食品经营许可的申请、受理、审查、决定，仅销售预包装食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉以及其他婴幼儿配方食品等特殊食品，下同）的备案，以及相关监督检查工作，适用本办法。”

《食品标识监督管理办法》第三十六条规定，“销售特殊食品的，应当设立专区或者专柜，并分别具体注明保健食品、特殊医学用途配方食品或者婴幼儿配方食品销售。”

《食品委托生产监督管理办法》（尚未生效）第三条规定：“委托方应当依法取得食品生产经营许可或者进行仅销售预包装食品备案”；第四条规定：“受托方应当依法取得食品生产许可，食品生产许可证副本载明的食品类别和品种明细应当包括受托生产的食品类别和品种，并具备相应的生产能力和食品安全保障能力”；第二十九条规定：“法律、行政法规、部门规章、国家有关规定对特殊食品的生产、加工有规定的，依照其规定。”

根据《GB13432-2013 食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》附录 A 规定，“特殊膳食用食品的类别主要包括：a) 婴幼儿配方食品：1) 婴儿配方食品；2) 较大婴儿和幼儿配方食品；3) 特殊医学用途婴儿配方食品；b) 婴

幼儿辅助食品：1) 婴幼儿谷类辅助食品；2) 婴幼儿罐装辅助食品；c) 特殊医学用途配方食品（特殊医学用途婴儿配方食品涉及的品种除外）；d) 除上述类别外的其他特殊膳食用食品（包括辅食营养补充品、运动营养食品，以及其他具有相应国家标准的特殊膳食用食品）。”

由上可知，在《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》及其相关法律法规体系下，按用途分类，将食品分为特殊食品和普通食品，并进行差别化管理，特殊食品主要包括“保健食品”、“特殊医学用途配方食品”和“婴幼儿配方食品”，除特殊食品外的其他食品为普通食品。

但是《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》及其相关法律法规并未对特殊食品的具体定义或认定标准作出明确规定，经查询我国食品安全国家标准，上述特殊食品的认定标准如下：

序号	类型	相关规定	目标人群
1	保健食品	《GB 16740-2014 食品安全国家标准 保健食品》第 2.1 条：“声称并具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。”	特定人群
2	特殊医学用途配方食品	《GB 29922-2013 食品安全国家标准 特殊医学用途配方食品通则》第 2.1 条：“为了满足进食受限、消化吸收障碍、代谢紊乱或特定疾病状态人群对营养素或膳食的特殊需要，专门加工配制而成的配方食品。该类产品必须在医生或临床营养师指导下，单独食用或与其他食品配合食用。”	1 岁以上特定人群
3	婴幼儿配方食品	《GB10765-2021 食品安全国家标准 婴儿配方食品》第 2.1 条：“适用于正常婴儿食用，其能量和营养成分能满足 0~6 月龄婴儿正常营养需要的配方食品。”	0~6 月龄婴儿
	较大婴儿配方食品	《GB 10766-2021 食品安全国家标准 较大婴儿配方食品》第 2.1 条：“适用于正常较大婴儿食用，其能量和营养成分能满足 6~12 月龄较大婴儿部分营养需要的配方食品。”	6~12 月龄较大婴儿
	幼儿配方食品	《GB 10767-2021 食品安全国家标准 幼儿配方食品》第 2.1 条：“以乳类及乳蛋白制品和（或）大豆及大豆蛋白制品为主要蛋白来源，加入适量的维生素、矿物质和（或）其他原料，仅用物理方法生产加工制成的产品。适用于幼儿食用，其能量和营养成分能满足正常幼儿的部分营养需要。”	12~36 月龄幼儿
	特殊医学用途婴儿配方食品	《GB 25596-2010 食品安全国家标准 特殊医学用途婴儿配方食品通则》第 3.2 条：“指针对患有特殊紊乱、疾病或医疗状况等特殊医学状况婴儿的营养需求而设计制成的粉状或液态配方食品。在医生或临床营养师的指导下，单独食用或与其它食物配合食用时，其能量和营养成分能够满足 0 月龄~6 月龄特殊医学状况婴儿的生长发育需求。”	0~6 月龄婴儿

根据上述法律法规及规范性文件，在我国现行法律法规体系中，普通食品与特殊食品在食品安全、市场监管、广告宣传等方面的主要监管要求如下：

序号	类型		注册/备案要求	生产要求	广告宣传要求	对应国家标准
1	普通食品		通常无需履行注册或备案程序	<p>1、《食品生产许可管理办法 2020 修正）》第二条规定，“在中华人民共和国境内，从事食品生产活动，应当依法取得食品生产许可。”第五条规定，“市场监督管理部门按照食品的风险程度，结合食品原料、生产工艺等因素，对食品生产实施分类许可。”第七条规定，“省、自治区、直辖市市场监督管理部门可以根据食品类别和食品安全风险状况，确定市、县级市场监督管理部门的食品生产许可管理权限。”</p> <p>2、《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第四十八条规定，“国家鼓励食品生产经营企业符合良好生产规范要求，实施危害分析与关键控制点体系，提高食品安全管理水平。”</p> <p>3、《GB 14881-2013 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》第 1 条规定，“本标准规定了食品生产过程中原料采购、加工、包装、贮存和运输等环节的场所、设施、人员的基本要求和管理准则。本标准适用于各类食品的生产，如确有必要制定某类食品生产的专项卫生规范，应当以本标准作为基础。”</p>	<p>1、《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第七十三条规定，“食品广告的内容应当真实合法，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。食品生产经营者对食品广告内容的真实性、合法性负责。”</p> <p>2、《中华人民共和国食品安全法实施条例（2019 修订）》第三十八条规定，“对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。”</p>	<p>根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第二十五条的规定，食品安全标准是强制执行的标准。根据不同食品种类，适用不同的国家食品安全标准。同时，《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第三十条的规定，“国家鼓励食品生产企业制定严于食品安全国家标准或者地方标准的企业标准，在本企业适用，并报省、自治区、直辖市人民政府卫生行政部门备案。”</p>
2	特殊食品	保健食品	《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第七十六条规定，“使用保	1、根据《食品生产许可管理办法（2020）》第二十九条的规定，生产保健食品的，应当载明产品或者产品配方的注册号或者备案登记号；接受委托生产保健食品的，还应当载明委托企业名称及	1、《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第七十九条规定，“保健食品广告除应当符合本法第七十三条第一款的规定	《GB 16740-2014 食品安全国家标准 保健食品》

		<p>健食品原料目录以外原料的保健食品和首次进口的保健食品应当经国务院食品安全监督管理部门注册。但是，首次进口的保健食品中属于补充维生素、矿物质等营养物质的，应当报国务院食品安全监督管理部门备案。其他保健食品应当报省、自治区、直辖市人民政府食品安全监督管理部门备案。”</p>	<p>住所等相关信息。</p> <p>2、根据《食品生产许可管理办法（2020）》第七条的规定，保健食品的生产许可，由省、自治区、直辖市市场监督管理部门负责。</p> <p>3、根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第八十二条的规定，保健食品生产企业应当按照注册 或者备案的产品配方、生产工艺等技术要求组织生产。</p> <p>4、根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第八十三条的规定，生产保健食品的企业，应当按照良好生产规范的要求建立与所生产食品相适应的生产质量管理体系，定期对该体系的运行情况进行自查，保证其有效运行，并向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门提交自查报告。</p> <p>5、《GB 17405-1998 保健食品良好生产规范》第1 条规定，“本标准规定了对生产具有特定保健功能食品企业的人员、设计与设施、原料、生产过程、成品贮存与运输以及品质和卫生管理方面的基本技术要求。本标准适用于所有保健食品生产企业。”</p>	<p>外，还应当声明‘本品不能代替药物’；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品安全监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。”</p> <p>2、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第七条，“保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。保健食品广告应当显著标明‘保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病’，声明本品不能代替药物，并显著标明保健食品标志、适宜人群和不适宜人群。”</p>	
3	特殊医学用途配方食品	<p>《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第八十条规定，“特殊医学用途配方食品应当经国务院食品安全</p>	<p>1、根据《食品生产许可管理办法（2020）》第二十九条的规定，生产特殊医学用途配方食品的，应当载明及产品或者产品配方的注册号或者备案登记号。</p> <p>2、根据《食品生产许可管理办法（2020）》第七条的规定，特殊医学用途配方食品的生产许可，</p>	<p>1、《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第八十条规定，“特殊医学用途配方食品广告适用《中华人民共和国广告法》和其他法律、行政法规关于药品广告管理的规定。”</p>	<p>《GB 29922-2013 食品安全国家标准 特殊医学用途配方食品通则》</p>

		<p>监督管理部门注册。注册时，应当提交产品配方、生产工艺、标签、说明书以及表明产品安全性、营养充足性和特殊医学用途临床效果的材料。”</p>	<p>由省、自治区、直辖市市场监督管理部门负责。</p> <p>3、根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第八十二条的规定，特殊医学用途配方食品生产企业应当按照注册或者备案的产品配方、生产工艺等技术要求组织生产。</p> <p>4、根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第八十三条的规定，生产特殊医学用途配方食品的企业，应当按照良好生产规范的要求建立与所生产食品相适应的生产质量管理体系，定期对该体系的运行情况进行自查，保证其有效运行，并向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门提交自查报告。</p> <p>5、《GB 29923-2023 食品安全国家标准 特殊医学用途配方食品良好生产规范》第1条规定，“本标准规定了特殊医学用途配方食品生产过程中原料采购、加工、包装、贮存和运输等环节的场所、设施、人员的基本要求和管理准则。本标准适用于特殊医学用途配方食品的生产。”</p>	<p>2、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第八条，“特殊医学用途配方食品广告的内容应当以国家市场监督管理总局批准的注册证书和产品标签、说明书为准。特殊医学用途配方食品广告涉及产品名称、配方、营养学特征、适用人群等内容的，不得超出注册证书、产品标签、说明书范围。特殊医学用途配方食品广告应当显著标明适用人群、‘不适用于非目标人群使用’‘请在医生或者临床营养师指导下使用’。”</p> <p>3、根据《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第二十二条的规定，特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品，其广告只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上发布；不得利用其名称为各种活动冠名进行广告宣传；不得使用与其名称相同的商标、企业字号在医学、药学专业刊物以外的媒介变相发布广告，也不得利用该商标、企业字号为各种活动冠名进行广告宣传。</p>	
--	--	---	---	--	--

4	婴幼儿配方食品	<p>《中华人民共和国食品安全法（2025修正）》第八十一条规定，“婴幼儿配方食品生产企业应当将食品原料、食品添加剂、产品配方及标签等事项向省、自治区、直辖市人民政府食品安全监督管理部门备案。婴幼儿配方乳粉、婴幼儿配方液态乳的产品配方应当经国务院食品安全监督管理部门注册。注册时，应当提交配方研发报告和其他表明配方科学性、安全性的材料。”</p>	<p>1、《中华人民共和国食品安全法（2025修正）》第八十一条规定，“婴幼儿配方食品生产企业应当实施从原料进厂到成品出厂的全过程质量控制，对出厂的婴幼儿配方食品实施逐批检验，保证食品安全。生产婴幼儿配方食品使用的生鲜乳、辅料食品原料、食品添加剂等，应当符合法律、行政法规的规定和食品安全国家标准，保证婴幼儿生长发育所需的营养成分。不得以分装方式生产婴幼儿配方乳粉、婴幼儿配方液态乳，同一企业不得用同一配方生产不同品牌的婴幼儿配方乳粉、婴幼儿配方液态乳。”</p> <p>2、根据《食品生产许可管理办法（2020）》第二十九条的规定，生产婴幼儿配方食品的，应当载明产品或者产品配方的注册号或者备案登记号。</p> <p>3、根据《食品生产许可管理办法（2020）》第七条的规定，婴幼儿配方食品、婴幼儿辅助食品的生产许可，由省、自治区、直辖市市场监督管理部门负责。</p> <p>4、根据《中华人民共和国食品安全法（2025修正）》第八十二条的规定，婴幼儿配方乳粉、婴幼儿配方液态乳生产企业应当按照注册或者备案的产品配方、生产工艺等技术要求组织生产。</p> <p>5、根据《中华人民共和国食品安全法（2025修正）》第八十三条的规定，生产婴幼儿配方食品的企业，应当按照良好生产规范的要求建立与所生产食品相适应的生产质量管理体系，定期对该体系的运行情况进行自查，保证其有效运行，并向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门提交自查报告。</p> <p>6、《GB 23790-2023 食品安全国家标准 婴幼儿</p>	<p>1、根据《中华人民共和国广告法（2021修正）》第二十条的规定，“禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。”</p> <p>2、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第二十二条规定，“特殊医学用途婴儿配方食品广告不得在大众传播媒介或者公共场所发布。”</p>	<p>《GB 10765-2021 食品安全国家标准 婴幼儿配方食品》</p> <p>《GB 10766-2021 食品安全国家标准 较大婴儿配方食品》</p> <p>《GB 10767-2021 食品安全国家标准 幼儿配方食品》</p> <p>《GB 25596-2010 食品安全国家标准 特殊医学用途婴儿配方食品通则》</p>
---	---------	---	---	--	--

				配方食品良好生产规范》第 1 条规定，“本标准规定了婴幼儿配方食品生产过程中原料采购、加工、包装、贮存和运输等环节的场所、设施、人员的基本要求和管理准则。本标准适用于以乳类和/或大豆及其加工制品为主要蛋白来源的婴幼儿配方食品的生产。”		
--	--	--	--	---	--	--

根据发行人的陈述、《招股说明书》，营养健康食品不是我国现行法律法规体系内的法定概念，在全球范围内亦暂不存在统一的行业定义。

根据灼识咨询《2024 中国营养健康食品行业蓝皮书》，“营养健康食品是指通过补充必需的营养素或生物活性物质，旨在平衡营养摄取、提高机体健康水平或降低疾病风险的产品，此类产品非治疗性，亦不替代常规饮食，对人体无急性、亚急性或慢性危害功能定位，主要针对调节机体功能和补充营养”；“我国营养健康食品可分为保健食品与营养功能食品两类”；“营养功能食品是指添加具有营养价值或对人体正常生理功能有益成分的营养健康食品，产品其无需特殊的上市前审批”。

根据发行人的陈述、《招股说明书》并经查阅灼识咨询《2024 中国营养健康食品行业蓝皮书》，营养健康食品涵盖“保健食品”，但其目标人群不是进食受限、消化吸收障碍、代谢紊乱或者特定疾病状态人群以及婴幼儿，因此与“特殊医学用途配方食品”或“婴幼儿配方食品”存在明显差异。

综上，营养健康食品不属于我国现行法律法规体系内的法定概念，其法律适用情况应当结合细分产品类型加以判断。具体而言，依据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》按用途对食品进行的分类，营养健康食品涵盖了普通食品与保健食品两类食品，营养功能食品通常为普通食品。营养健康食品中使用保健食品原料且符合用量范围并声称具备对应保健功效的细分品类，在满足普通食品的法律法规监管要求前提下，还应当符合保健食品的生产、注册/备案、广告宣传要求与相应的国家/行业标准；营养功能食品通常以普通食品的法规监管要求为框架，同时需满足细分类别产品的国家/行业标准。

## 2. 《招股说明书》“行业主要法律法规和政策”部分的内容引用情况

经本所律师查阅《招股说明书》“行业主要法律法规和政策”部分，该部分未涉及“营养功能食品”的表述；涉及“营养健康食品”的政策文件为《“十四五”卫生与健康科技创新专项规划》、《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》、《国民营养计划（2017-2030 年）》及《中国防治慢性病中长期规划（2017—2025 年）》，经比对相关政策文件，“主要相关内容”部分均为原文引用；此外，《食品生产许可管理办法》“主要相关内容”部分所涉及“营养功能食品”表述系对法

规的总结，《招股说明书》已对相关部分进行修改。

(二) 结合公司产品在现行法律下的食品分类依据、行业分类标准，及所属细分行业的产品分类惯例，说明各型号产品的食品分类情况和产品注册和备案取得情况，发行人所属行业分类，以及各产品分类及适用监管规则的准确性；说明报告期及期后行业政策、监管要求变化情况，是否存在主管机关发布限制性政策或措施的情况，并视情况进行风险揭示

1. 结合公司产品在现行法律下的食品分类依据、行业分类标准，及所属细分行业的产品分类惯例，说明各型号产品的食品分类情况和产品注册和备案取得情况，发行人所属行业分类，以及各产品分类及适用监管规则的准确性

#### (1) 现行法律下的食品分类依据

全国人大常委会颁布的《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》作为我国食品行业的基础性法律，规定了食品的内涵，明确了食品分类监管制度。

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第一百五十条的规定，“食品，是指各种供人食用或饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。”

根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》的规定，按照用途分类，食品可分为普通食品和特殊食品，其中特殊食品包括“保健食品”、“特殊医学用途配方食品”和“婴幼儿配方食品”，除特殊食品外的其他食品均为普通食品，特殊食品需经备案或注册方可上市销售，而普通食品通常无此要求。

根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》《食品经营许可和备案管理办法》的规定，按照销售环节中食品包装形式分类，食品可分为散装食品和预包装食品，其中预包装食品是指“预先定量包装或者制作在包装材料、容器中的食品”；仅销售预包装食品的，不需要取得食品经营许可，但应当报所在地县级以上地方市场监督管理部门备案。

此外，《GB13432-2013 食品安全国家标准 预包装食品特殊膳食用食品标签》引入了“特殊膳食用食品”概念，将其定义为“为满足特殊的身体或生理状况和(或)满足疾病、紊乱等状态下的特殊膳食需求，专门加工或配方的食品。特殊膳食用

食品的营养素和（或）其他营养成分的含量与可类比的普通食品有显著不同”；具体包括婴幼儿配方食品、婴幼儿辅助食品、特殊医学用途配方食品及其他特殊膳食用食品（包括辅食营养补充品、运动营养食品及其他具有相应国家标准的特殊膳食用食品）。特殊膳食用食品的标签（含营养标签）及其生产过程、生产环境等均需满足相应的国家食品安全标准。

需要说明的是，上述三种食品分类的角度不同，从法律位阶、行业监管等方面来看，普通食品与特殊食品的分类是我国现行法律下最主要的分类。

## （2）现行法律下的行业分类标准

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），与发行人产品最相近的为“C14 食品制造业”，包括“C141 烘焙食品制造”、“C142 糖果、巧克力及蜜饯制造”、“C143 方便食品制造”、“C144 乳制品制造”、“C145 罐头食品制造”、“C146 调味品、发酵制品制造”及“C149 其他食品制造”。其中“C149 其他食品制造”项下具体包括：

代码（小类）	类别名称	说明
1491	营养食品制造	指以新食品原料和其他富含营养成分的传统食材为原料，经各种常规食品制造技术生产的特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品和其他适用于特定人群的主辅食品的生产活动。
1492	保健食品制造	指标明具有特定保健功能的食品，适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗为目的，对人体不产生急性、亚急性或慢性危害，以补充维生素、矿物质为目的的营养素补充等保健食品制造。
1493	冷冻饮品及食用冰制造	指以砂糖、乳制品、豆制品、蛋制品、油脂、果料和食用添加剂等经混合配制、加热杀菌、均质、老化、冻结（凝冻）而成的冷食饮品的制造，以及食用冰的制造。
1494	盐加工	指以原盐为原料，经过化卤、蒸发、洗涤、粉碎、干燥、脱水、筛分等工序，或在其中添加碘酸钾及调味品等加工制成盐产品的生产活动。
1495	食品及饲料添加剂制造	指增加或改善食品特色的化学品，以及补充动物饲料的营养成分和促进生长、防治疫病的制剂的生产活动。
1499	其他未列明食品制造	—

### (3) 发行人所属细分行业的产品分类惯例

#### 1) 行业分类惯例

2017年1月国家发展改革委、工业和信息化部发布《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，引入了“营养健康食品制造”概念，同年6月发布的《国民营养计划（2017—2030年）》中也明确提及“营养健康食品”，以上政策文件为发行人所处细分行业的分类奠定了产业政策基础。

根据发行人的陈述，其同行业可比上市公司主要为仙乐健康（300791.SZ）、百合股份（603102.SH）及康比特（833492.BJ）。

根据公开披露信息、发行人的陈述，仙乐健康（300791.SZ）、百合股份（603102.SH）分别将自身所处细分行业定义为“营养健康食品行业”、“营养保健食品行业”，均指向保健食品和普通营养食品/营养功能食品、特殊膳食食品、营养强化食品，均同时涉及“C1491 营养食品”和“C1492 保健食品”；康比特（833492.BJ）与发行人较为类似，均以营养食品为主，保健食品占比低，但康比特（833492.BJ）的产品收入构成中，运动营养食品的占比超过70%，故其将自身所处细分行业定义为“运动营养食品行业”。

综上，仙乐健康（300791.SZ）、百合股份（603102.SH）、康比特（833492.BJ）等同行业可比公司，均在综合考虑现行法律体系下的行业分类原则、产业政策导向及自身产品特点的基础上进行细分行业分类。

#### 2) 产品分类惯例

根据发行人的陈述，发行人所处的细分行业产品种类丰富、跨度大、差异化高，目前尚未形成统一的产品分类标准。

根据公开披露的信息，仙乐健康（300791.SZ）、百合股份（603102.SH）、康比特（833492.BJ）披露的产品分类具体如下：

同行业可比公司	分类依据	产品分类	信息来源
---------	------	------	------

同行业可比公司	分类依据	产品分类	信息来源
仙乐健康 (300791.SZ)	应用场景	公司的业务领域涵盖功能性食品、特殊膳食食品、保健食品，致力于为消费者提供安全、有效、科学的健康营养食品。 在功能需求和品类规划上，公司建立了覆盖全生命周期的不同功能品类，为生命的每个阶段提供循证营养产品。基于战略选择，公司聚焦于抗衰、益生菌、美丽健康、心脑血管代谢、免疫提升、运动营养六大重点赛道的品类发展。	《仙乐健康科技股份有限公司 2025 年年度报告》
	产品形态	从产品形态分类，主要有软胶囊、营养软糖、饮品等核心剂型，片剂、粉剂、硬胶囊等基础剂型，以及素怡®Plantegrity®植物基软胶囊、萃优酪®凝胶软片、爆珠、维浆果®肠衣软糖、益生菌晶球、乳态饮等创新剂型。	
百合股份 (603102.SH)	应用场景	从产品功能看，百合股份（603102.SH）产品主要涵盖增强免疫力、增加骨密度、通便、祛黄褐斑、辅助降血糖、减肥、缓解体力疲劳、缓解视疲劳、改善生长发育等 18 项保健功能。 从产品类别看，百合股份（603102.SH）产品体系主要划分为骨骼健康、基础营养（维生素、矿物质、蛋白质）、男性健康、女性健康、心脑血管健康、婴幼儿/儿童/青少年健康、中老年健康等核心类别。	《威海百合生物技术股份有限公司 2025 年年度报告》
	产品形态	报告期内，百合股份（603102.SH）生产的营养保健食品覆盖软胶囊、硬胶囊、片剂、软糖、粉剂、口服液、滴剂、袋装饮品（果冻、瓶饮）等多种剂型。	
康比特 (833492.BJ)	应用场景	公司的主要产品与服务为：运动营养食品、健康营养食品、数字化体育科技产品及服务、受托加工业务等。	《北京康比特体育科技股份有限公司 2025 年年度报告》
	产品形态	根据生产线及生产工艺的不同，可以将公司产品分为粉剂类、液体类、棒类、压缩饼干类、自热食品类等。	

由上表可知，同行业公司通常依据产品适用的应用场景或产品形态作为产品分类依据。

#### （4）发行人各型号产品的食品分类情况和产品注册和备案取得情况

根据《招股说明书》、发行人的陈述及其提供的相关备案凭证，按照应用场景、产品形态对发行人各型号产品进行分类后，其分类情况及产品注册和备案取得情况如下：

应用场景	主要产品	是否属于	产品配方注册
------	------	------	--------

产品一级分类	产品二级分类	形态	普通食品	和备案情况
体重管理系列产品	营养代餐系列产品	粉剂、棒类	是	无注册/备案要求
	阻源系列产品	糖果	是	
	促进系列产品	液体	是	
运动营养系列产品	蛋白质补充系列产品	粉剂、棒类	是	无注册/备案要求
	其它补剂系列产品	粉剂、棒类	是	
美丽营养系列产品	皮肤营养系列产品	液体、粉剂、糖果	是	无注册/备案要求
	中式营养系列产品	液体	是	无注册/备案要求
其它产品	成长营养系列产品	液体、巧克力	是	无注册/备案要求
	银发营养系列产品	粉剂、片剂、	蛋白粉（备案制）系保健食品，属于特殊食品；其它产品均为普通食品	蛋白粉（备案制）需要履行备案程序；其它产品无注册/备案要求
	健康零食系列产品	烘焙、巧克力	是	无注册/备案要求
	肠道健康系列产品	粉剂、液体	是	无注册/备案要求
	身体营养系列产品	液体、粉剂	是	无注册/备案要求
	基础营养系列产品	粉剂、液体	是	无注册/备案要求

如前文所述，《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》对普通食品与特殊食品进行差异化管理，发行人各型号产品中仅其他产品-银发营养系列产品中的蛋白粉（备案制）属于特殊食品中的保健食品需按照相关规定履行注册或备案程序，普通食品通常不存在产品注册或备案要求。

《保健食品注册与备案管理办法》第四十五条规定，“生产和进口下列保健食品应当依法备案：（一）使用的原料已经列入保健食品原料目录的保健食品。”同时，国家市场监督管理总局于 2021 年 3 月发布《普通食品原料纳入保健食品原料目录的使用监管问题的解读》，明确“保健食品原料目录中的原料、用量、功效是一一对应的关系。原料目录的制定，有助于规范保健食品产品管理，为实施注册与备案相结合的管理制度奠定良好基础。虽然部分普通食品原料纳入了保健食品原料目录，但保健食品原料目录中不仅规定了原料名称，还规定了原料的用量和对应的功效，因此，列入保健食品原料目录的原料及用量和对应的功效只能用于保健食品生产，不能用于其他食品生产。”

根据发行人的陈述及其提供的产品标签标识，发行人各型号产品中，蛋白粉（备案制）产品使用已于 2023 年被纳入保健食品原料目录的大豆分离蛋白、乳清蛋白且符合目录规定的用量范围，并声称具有对应的保健功效。据此，发行人声称具有保健功效的“蛋白粉（备案制）”产品属于保健食品，应当依法备案。

经查验，截至报告期末，发行人的“蛋白粉（备案制）”产品已取得国产保健食品备案凭证，具体情况如下：

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人
1	PROSHIELD 牌乳清蛋白粉	食健备 G202333004038	2023.12.28	吉美食品
2	PROSHIELD 牌蛋白粉	食健备 G202433000686	2024.02.27	吉美食品
3	PROSHIELD 牌大豆分离蛋白粉	食健备 G202433000687	2024.02.27	吉美食品
4	京东京造®大豆分离蛋白乳清蛋白粉	食健备 G202433002455	2024.07.21	吉美食品
5	李子园牌乳清蛋白粉	食健备 G202433003259	2024.09.18	吉美食品
6	Eleshield 牌乳清蛋白粉	食健备 G202533001180	2025.04.23	吉美食品
7	衡优健®蛋白粉	食健备 G202533002872	2025.09.30	吉美食品
8	衡逸能®蛋白粉[注]	食健备 G202533003607	2025.12.11	吉美食品
9	衡维健®蛋白粉	食健备 G202533003610	2025.12.11	吉美食品

注：2026 年 3 月 20 日，该产品名称变更为“健安喜®蛋白粉”。

除上述产品外，发行人其他产品均不属于“保健食品”、“特殊医学用途配方食品”和“婴幼儿配方食品”类别，无注册或备案要求。

### （5）发行人所属行业分类

根据公开披露信息，仙乐健康（300791.SZ）、百合股份（603102.SH）、康比特（833492.BJ）披露的行业分类具体如下：

同行业可比公司	所处行业分类情况	信息来源
仙乐健康 (300791.SZ)	根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》的规定，公司所处行业为食品制造业（C14）；根据《国民经济行业分类代码（GB/T4754-2017）》的规定，公司生产经营的产品归属为食品制造业（C14）下属的保健食品制造（C1492）和营养食品制造（C1491）。	《仙乐健康科技股份有限公司创业板向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》

同行业可比公司	所处行业分类情况	信息来源
百合股份 (603102.SH)	根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》的规定，公司所处行业为食品制造业（C14）；根据《国民经济行业分类与代码（GB/T4754-2017）》的规定，公司生产经营的产品归属为食品制造业（C14）下属的保健食品制造（C1492）和营养食品制造（C1491）。报告期内，公司主营业务收入主要来源于营养保健食品，所处行业以营养保健食品行业论述。	《威海百合生物技术股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》
康比特 (833492.BJ)	根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人属于“C149 其他食品制造业”。根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》，发行人属于“制造业”中的“C14 食品制造业”。	《北京康比特体育科技股份有限公司招股说明书》

由上可知，仙乐健康(300791.SZ)、百合股份(603102.SH)、康比特(833492.BJ)均采用了“C149 其他食品制造”的行业分类，其中仙乐健康(300791.SZ)、百合股份(603102.SH)同时采用了“C1491 营养食品制造”和“C1492 保健食品制造”两个行业分类，系其主营业务均以保健食品为主，同时兼顾营养功能食品，符合产品特性。

根据发行人的陈述、《招股说明书》，并综合有关部门制定的行业分类标准、同行业可比公司披露的行业分类以及发行人自身产品特性分析，依据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所属行业为“C149 其他食品制造”；依据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，发行人所属行业为“CA149 其他食品制造”；国家统计局“依据《“健康中国 2030”规划纲要》等有关健康产业发展要求，以《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）为基础”，制定《健康产业统计分类（2019）》，依据该分类，发行人属于“1111 营养和保健品制造”。

#### （6）各产品分类及适用监管规则的准确性

根据发行人的陈述、《招股说明书》，发行人的主要产品中添加了具有营养价值或对人体正常生理功能有益的成分，主要用于非婴幼儿及非特定疾病状态人群，无需特殊的上市前审批，同时不进行产品的功能声称，发行人将其分类为“营养功能食品”，符合自身产品特点和经营特征，符合现行法律下的食品分类依据、

行业分类行业标准，也符合细分行业的产品分类惯例。发行人经营的产品中按相关法律法规应当办理注册/备案手续的，均已经取得相关凭证，不存在因行业分类、产品分类的区分而规避注册/备案的情况。因此，发行人各产品分类及适用监管规则准确。

综上，发行人产品分类符合现行法律下的食品分类依据，符合细分行业产品分类惯例，并已依法取得所需的产品备案凭证；其分类及适用监管规则准确。发行人所属行业分类与国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）等行业分类标准、同行业可比公司披露口径及自身产品特性一致，分类准确。

## 2. 说明报告期及期后行业政策、监管要求变化情况，是否存在主管机关发布限制性政策或措施的情况，并视情况进行风险揭示

### （1）报告期及期后行业政策、监管要求变化情况

2016年10月国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》，强调“落实预防为主，推行健康生活方式，强化早诊断、早治疗、早康复，减少疾病发生，实现全民健康”；同时提出“提高全民健康素养”、“引导合理膳食”、“加强食品安全监管”等措施，以普及健康生活。

2017年6月，《国民营养计划（2017-2030年）》进一步提出“开发利用我国丰富的特色农产品资源，针对不同人群的健康需求，着力发展保健食品、营养强化食品、双蛋白食物等新型营养健康食品。”

#### 1) 行业政策变化

经查阅相关政策、法律法规、规范性文件等，报告期及期后，国家先后发布多项政策，主要如下：

序号	文件名称	颁布单位	颁布时间	主要相关内容
1	《促进健康消费专项行动方案》	商务部、国家卫生健康委、国家发展改革委等12部门	2025年4月	优化特殊食品市场供给。深化特殊食品注册备案制度改革，完善保健食品事前审评和事后评价机制，畅通保健食品新功能及产品审查注册。鼓励企业加强工艺研发、产品创新、品质管控，着力发展特殊医学用途配方食品。开展促进食品工业提质扩需活动，扩大优质健康食品供给和消费。

序号	文件名称	颁布单位	颁布时间	主要相关内容
2	《中国食物与营养发展纲要（2025-2030年）》	农业农村部、国家卫生健康委、工业和信息化部	2025年2月	加快构建多元化食物供给体系，深化供给侧结构性改革，加大消费端引领依靠创新驱动推进营养型农业生产、食品加工和食物消费。坚持营养导向，把营养和健康需求贯穿到食物生产、加工、流通、消费和食品研发等全过程，更加注重生产富含优质蛋白质和膳食纤维食物，推动营养化加工。构建食物营养科技创新体系，针对全生命周期全人群需要，加强食物与营养健康基础研究及应用研究。
3	《高血压、高血糖症、高脂血症、高尿酸血症等四类慢性病营养和运动指导原则（2024年版）》	国家卫生健康委员会办公厅	2024年6月	进一步强化慢性病防控关口前移，加强对相关慢性病患者营养和运动等非药物措施干预和指导，并加强慢性病防治相关健康知识的普及和宣教，引导公众提高慢性病自我管理的健康意识，通过合理膳食和科学运动有效控制慢性病相关危险因素，减少慢性病的发生，不断提升人民群众健康水平。
4	《“体重管理年”活动实施方案》	国家卫生健康委员会等16个部门	2024年6月	倡导和推进文明健康生活方式，提升全民体重管理意识和技能，预防和控制超重肥胖，切实推动慢性病防治关口前移。充分利用体重管理新技术、新成果，引导健康企业研发体重管理新产品。加快食品加工营养化转型，合理降低加工食品中油盐糖的含量。
5	《全民健康素养提升三年行动方案（2024-2027年）》	国家卫生健康委员会办公厅、国家中医药局综合司、国家疾控局综合司	2024年5月	为全面系统提升全民健康素养，进一步推动卫生健康工作从“以治病为中心”向“以健康为中心”转变，更加全面系统提升居民健康素养，聚焦合理膳食、科学运动、“减盐、减油、减糖、健康口腔、健康体重、健康骨骼”（简称“三减三健”）、等重点主题，不断创新健康科普的理念、视角、模式。
6	《“十四五”卫生与健康科技创新专项规划》	科学技术部、国家卫生健康委员会	2022年11月	以全民健康和应对人口老龄化为目标，聚焦运动、营养、心理等多种非药物干预手段。开展人体微生态的个体化、精准化调控手段，营养、代谢、能耗与健康状态智能监测与评估技术，提升营养功能因子、营养健康食品功能的创新技术等研究，构建全生命周期精准营养处方库及“个性化智能精准营养”模型。

序号	文件名称	颁布单位	颁布时间	主要相关内容
7	《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》	国家卫生健康委员会	2022年8月	实施国民营养计划，落实合理膳食行动。顺应合理膳食需要，强化营养工作基础。推动“减盐、减油、减糖”的“减”目标与新一代营养健康食品的“加”效应形成双轮驱动格局，提升消费者科学认知，促进平衡膳食，强化预包装食品营养标签标准的宣贯与实施。制定营养素及营养相关物质风险评估技术指南，为营养干预策略和营养标准制定提供科学支撑。创新营养健康服务，引导营养健康产业发展。以提高营养健康产品研发能力为目标，支持地方建设营养创新平台和营养重点实验室，探索建立面向全社会的产学研链条式服务路径，解析不同人群特殊营养需求，有针对性地推动食品研发创新，持续提升产品健康内涵。加大力度创新加工技术工艺，加快促进食品加工营养化转型。
8	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	工业和信息化部、人力资源社会保障部、生态环境部、商务部、国家市场监督管理总局	2022年6月	围绕健康、育幼、养老等迫切需求，大力发展功能食品、化妆品、休闲健身产品、婴童用品、适老化轻工产品等，在家用电器、皮革、五金制品、钟表、自行车、家具、化妆品、洗涤用品、乳制品、酿酒、功能性食品等领域培育一批国际知名品牌。
9	《“十四五”国民健康规划》	国务院	2022年5月	全面实施全民健康生活方式行动，推进“三减三健”（减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体重、健康骨骼）等专项行动。实施国民营养计划和合理膳食行动，倡导树立珍惜食物的意识和养成平衡膳食的习惯，推进食品营养标准体系建设，健全居民营养监测制度，强化重点区域、重点人群营养干预。

## 2) 行业法规变化

经查阅相关政策、法律法规、规范性文件等，报告期及期后，国家持续修订和完善《中华人民共和国食品安全法》，并出台多部配套法规、规章，严格规范生产许可、质量管理、经营许可、注册与备案、食品标识等关键环节，提高行业准入门槛，促进行业健康发展，主要如下：

序号	文件名称	颁布单位	颁布时间	主要相关内容
----	------	------	------	--------

序号	文件名称	颁布单位	颁布时间	主要相关内容
1	《食品标识监督管理办法》	国家市场监督管理总局	2025年3月	规范食品标识标注，加强食品标识监督管理，保护消费者合法权益。食品生产经营者应当对其提供的食品标识的真实性、准确性、合法性负责，明确具体机构或者人员对食品标识进行审核把关。鼓励食品生产经营者选择第三方专业机构或者专业技术人员，对其提供的食品标识进行合规评价。
2	《食品安全抽样检验管理办法（2025修正）》	国家市场监督管理总局	2025年3月	就市场监督管理部门组织实施的食品安全监督抽检和风险监测的抽样检验工作作出法律规范，并明确食品生产经营者是食品安全第一责任人，应当依法配合市场监督管理部门组织实施的食品安全抽样检验工作。
3	《关于进一步优化食品企业标准备案管理工作的通知》	国家卫生健康委员会办公厅	2024年2月	《通知》指出，完善制度机制，优化备案模式和工作流程。一是明确食品企业标准备案性质。二是实行食品企业标准自我声明公开制度。三是提高备案信息化水平和服务效率。《通知》要求，加强事后指导，强化企业标准守安全、促发展作用。一是强化备案后管理。二是提升食品企业标准制定和应用水平。
4	《食品安全标准管理办法》	国家卫生健康委员会	2023年11月	明确食品安全标准包括食品安全国家标准和食品安全地方标准；明确国家卫生健康委、省级卫生健康委、食品安全国家标准审评委员会的食品安全标准工作职责；从立项、起草、审查、公布、修订和跟踪评价各环节，突出强调了以风险评估为科学依据、明确标准研制内容、严格项目承担单位技术要求、优化委员会审查机制和提升审查效能等相应重点措施。增加标准实施过渡期、标准修改单等方式要求；规定了地方标准职责和备案要求等，明确了地方标准与国家标准衔接要求。
5	《食品经营许可和备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2023年6月	在中华人民共和国境内从事食品销售和餐饮服务活动，应当依法取得食品经营许可。下列情形不需要取得食品经营许可：（一）销售食用农产品；（二）仅销售预包装食品；（三）医疗机构、药品零售企业销售特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品；（四）已经取得食品生产许可的食品生产者，在其生产加工场所或者通过网络销售其生产的食品；（五）法律、法规规定的其他不需要取得食品经营许可的情形。除上述情形外，还开展其他食品经营项目的，应当依法取得食品经营许可。

序号	文件名称	颁布单位	颁布时间	主要相关内容
6	《食品相关产品质量安全监督管理暂行办法》	国家市场监督管理总局	2022年10月	加强食品相关产品质量安全监督管理，保障公众身体健康和生命安全。食品相关产品质量安全工作实行预防为主、风险管理、全程控制、社会共治，建立科学、严格的监督管理制度。加强对食品相关产品生产者、销售者的主体责任及生产全过程控制，明确食品相关产品质量安全追溯制度、召回管理制度、标签标识管理制度等。
7	《食品生产许可审查通则(2022版)》	国家市场监督管理总局	2022年10月	规范市场监督管理部门组织对食品、食品添加剂生产许可和变更许可、延续许可等审查工作。食品生产许可审查包括申请材料审查和现场核查。

### 3) 国家标准变化

经查阅相关政策、法律法规、规范性文件等，报告期及期后，国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会相继出台多项食品安全国家标准，推动原料管理规范、功能声称科学化、包装安全化，引导行业规范发展，主要如下：

序号	文件名称	颁布时间	实施时间	主要内容
1	《GB 7718-2025 食品安全国家标准 预包装食品标签通则》	2025年3月	2027年3月	本标准适用于直接提供给消费者的预包装食品标签和非直接提供给消费者的预包装食品标签。
2	《GB 28050-2025 食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》	2025年3月	2027年3月	本标准规定了预包装食品营养标签上有关食品营养信息和特性的描述与说明。
3	《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》	2024年2月	2025年2月	本标准规定了食品添加剂的使用原则、允许使用的食品添加剂品种、使用范围及最大使用量或残留量。
4	《GB 4806.7-2023 食品安全国家标准 食品接触用塑料材料及制品》	2023年9月	2024年9月	本标准适用于食品接触用塑料材料及制品，包括未经硫化的热塑性弹性体材料及制品；本标准也适用于食品接触用淀粉基塑料材料及制品。
5	《GB 4806.13-2023 食品安全国家标准 食品接触用复合材料及制品》	2023年9月	2024年9月	本标准适用于食品接触用复合材料及制品。

除上表所列各类食品均适用的国家标准外，针对营养功能食品的不同细分领域，国家亦陆续出台监管细则。以运动营养食品为例，2015年11月，国家正式发布《GB24154-2015 食品安全国家标准 运动营养食品通则》；近年来，广东、黑龙江、福建、江苏等地区的省市监局陆续发布了运动营养食品生产许可审查方

案或细则；2022年6月，北京市市监局发布《食品生产企业质量管理规范 第1部分：运动营养食品》。

## **（2）目前主管机关未发布限制性政策或措施，发行人已进行风险揭示**

根据《招股说明书》，并经查验发行人章程、相关业务合同及其公开披露的信息，发行人主营业务为营养功能食品研发、生产和销售，致力于为品牌商客户提供综合性研发生产服务。

经查询国家发展和改革委员会发布的《产业结构调整指导目录（2024年本）》，发行人的主营业务不属于该目录规定的限制类及淘汰类行业。

根据国家统计局制定的《健康产业统计分类（2019）》，发行人属于“1111营养和保健品制造”。根据《“健康中国2030”规划纲要》《国民营养计划（2017—2030年）》《健康中国行动（2019-2030）》《“十四五”国民健康规划》《全民健康素养提升三年行动方案（2024-2027年）》《“体重管理年”活动实施方案》《高血压、高血糖症、高脂血症、高尿酸血症等四类慢性病营养和运动指导原则（2024年版）》《中国食物与营养发展纲要（2025-2030年）》等政策性文件，发行人的主营业务符合国家产业政策方向。

经检索网络公开信息，截至本补充法律意见书出具日，未发现主管机关发布的针对营养功能食品行业的限制性政策或措施。

经查阅《招股说明书》，针对发行人所处行业法规政策变化的风险，发行人已在《招股说明书》“第三节 风险因素”之“一、（七）国内行业法规政策变化风险”进行了披露，具体如下：

“我国营养功能食品行业发展较快，目前主要受《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例（2019修订）》《中华人民共和国消费者权益保护法》等食品行业基础性法律法规的规范。2015年11月，《食品安全国家标准 运动营养食品通则》（GB24154-2015）正式发布，亦标志着我国运动营养食品行业的发展进一步得到规范和加强。为促进营养功能食品行业的健康发展，近年来国家持续动态修订完善相关法规政策，可能会对业内企业提出更高的监管要求，由此可能对行业的长期发展和竞争格局产生深远影响。在此过程中，如果公司不能及时把握法规政策的引领方向，不能及时、完整和有效地执行法规

政策提出的新要求、新标准，公司将面临一定的经营风险。”

综上，报告期内及期后，行业政策与监管要求未发生重大不利变化，主管部门亦未发布任何限制性政策或措施。发行人已在《招股说明书》中披露国内行业法规政策变化风险。

### **（三）说明报告期内使用添加剂的情况，各产品是否存在违规使用或超标使用的情况**

根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第一百五十五条的规定，食品添加剂是指为改善食品品质和色、香、味以及为防腐、保鲜和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质，包括营养强化剂。同时，《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第三十四条第（四）项亦规定，禁止生产经营超范围、超限量使用食品添加剂的食品。

《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》第 3.2 条规定，“在下列情况下可使用食品添加剂：a)保持或提高食品本身的营养价值；b)作为某些特殊膳食用食品的必要配料或成分；c)提高食品的质量和稳定性，改进其感官特性；d)便于食品的生产、加工、包装、运输或者贮藏。”

为规范食品添加剂的使用，发行人制订了《食品添加剂管理制度》，要求：产品研发部门负责按照相关法律法规、标准对产品配方中使用的食品添加剂的安全性、使用范围及使用量进行确认；采购部门负责采购合格的食品添加剂，索取、核对供应商资质，并跟踪所采购的食品添加剂的到货及验收情况；仓管管理员严格按照公司《原辅料、包材验收制度》进行验收、入库；质量部门对到厂的食品添加剂进行复核、确认，并对食品添加剂的使用进行监督与抽查。

根据发行人的陈述及其提供的主要食品添加剂使用情况统计表，报告期内，发行人使用的食品添加剂主要为食品用香料香精、三氯蔗糖、异麦芽酮糖、罗汉果甜苷、羧甲基纤维素钠、黄原胶、甘油、柠檬酸、DL-苹果酸及β-胡萝卜素；发行人严格执行《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》，在产品生产过程中使用的添加剂均为国家标准允许使用的食品添加剂，且有相应的

识别标识。发行人使用食品添加剂的种类、适用范围及用量均符合《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》的规定。

由上可知，发行人严格执行《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》，在产品生产过程中使用的添加剂均为食品级，且有相应的识别标识，不含有非食品级化工成分。发行人使用食品添加剂的种类、适用范围及用量均符合《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》的规定。

根据发行人的陈述、信用中国（浙江）平台出具的《企业专项信用报告》并经查询信用中国、国家市场监督管理总局网站、浙江省市监局网站、杭州市市监局网站、湖州市市监局网站、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期内，发行人不存在因违规使用或超标使用添加剂而受到行政处罚的情形。

综上，报告期内，发行人主要使用的食品添加剂的种类及用量均符合相关法律法规及国家/行业标准的规定，不存在违规使用或超标使用的情形。

**（四）结合原材料及产品特性、加工工艺，进一步说明物流提供商、供应商是否均合法持有开展业务所需全部资质及证照，是否完整覆盖其主营业务及经营时间，公司在原材料采购及产品生产、流转过程中的质量及食品安全把控措施**

#### **1. 发行人物流提供商、供应商的业务资质情况**

##### **（1）物流提供商**

《中华人民共和国道路运输条例（2023 修改）》第二十四条第一、二款规定，“申请从事货运经营的，应当依法向市场监督管理部门办理有关登记手续后，按照下列规定提出申请并分别提交符合本条例第二十一条、第二十三条规定条件的相关材料：（一）从事危险货物运输经营以外的货运经营的，向县级人民政府交通运输主管部门提出申请；（二）从事危险货物运输经营的，向设区的市级人民政府交通运输主管部门提出申请。依照前款规定收到申请的交通运输主管部门，应当自受理申请之日起 20 日内审查完毕，作出许可或者不予许可的决定。予以

许可的，向申请人颁发道路运输经营许可证，并向申请人投入运输的车辆配发车辆营运证；不予许可的，应当书面通知申请人并说明理由。使用总质量 4,500 千克及以下普通货运车辆从事普通货运经营的，无需按照本条规定申请取得道路运输经营许可证及车辆营运证。”

《道路危险货物运输管理规定（2023 修正）》第三条第一款规定，“本规定所称危险货物，是指具有爆炸、易燃、毒害、感染、腐蚀等危险特性，在生产、经营、运输、储存、使用和处置中，容易造成人身伤亡、财产损毁或者环境污染而需要特别防护的物质和物品。危险货物以列入《危险货物道路运输规则》（JT/T 617）的为准，未列入《危险货物道路运输规则》（JT/T 617）的，以有关法律、行政法规的规定或者国务院有关部门公布的结果为准。”

根据《招股说明书》、发行人的陈述及其提供的运输服务合同，报告期内，发行人委托第三方物流采用道路运输方式为其提供货物运输服务；发行人销售的营养功能食品属于可直接食用的预包装食品，其原材料及产成品通常在常温条件下性质稳定，不易腐败变质，不具有爆炸、易燃、毒害、感染、腐蚀等危险特性，运输过程中不需要特别防护。因此，发行人从原材料采购至产成品销售的全流程物流运输需求与普通货物一致，不需要使用专用车辆及特殊设备，亦不需要配备特殊从业人员和安全管理人員。

经查验，报告期内，发行人主要物流提供商均具备开展业务所必需的资质，且能够完整覆盖报告期内其与发行人合作的主营业务及经营时间，具体情况如下：

序号	物流提供商名称	合作起始时间	资质情况[注]	是否覆盖报告期内合作期间
1	杭州岑丰供应链管理有限公司	2021 年	《道路运输经营许可证》（浙交运管许可杭字 330113101546 号） 有效期：2025-10-20 至 2035-10-20 经营范围：货运：普通货运	是
2	嘉兴集品物流有限公司	2021 年	《道路运输经营许可证》（浙交运管许可嘉字 330401101575 号） 有效期：2024-07-02 至 2034-07-02 经营范围：货运：普通货运	是
3	杭州川集物流有限公司	2019 年	《道路运输经营许可证》（浙交运管许可杭字 330110009039 号） 有效期：2021-05-25 至 2035-08-18 经营范围：货运：普通货运	是

注：部分供应商在合作期间内存在资质证书变更/续期的情形，故此处仅列示最新资质证书的有效期限。

## (2) 原材料供应商

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第三十五条第一款规定，“国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品的，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。”

根据发行人的陈述，报告期内，发行人的原材料供应商主要分为蛋白类原料供应商、油脂类原料供应商及营养补充剂类原料供应商，其对应的资质情况具体如下：

### 1) 蛋白类原料供应商

经查验，报告期内，发行人主要蛋白类原料供应商均合法持有开展业务所需资质，且能够完整覆盖其与发行人合作的主营业务及经营时间，具体情况如下：

序号	公司名称	合作起始时间	类型	资质名称	是否覆盖报告期内合作期间
1	菲仕兰食品配料（上海）有限公司	2022 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
2	庆隆生物科技（上海）有限公司	2015 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
3	杭州聚能食品有限公司	2017 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
	宁波聚能国际贸易有限公司	2018 年		食品经营许可/预包装食品备案	是
4	北京骋和科技有限公司	2022 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
	天津鹏和海达国际贸易有限公司	2018 年		食品经营许可/预包装食品备案	是
5	广州纽兹霖营养科技有限公司	2022 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
6	广州市德乳康食品有限公司	2022 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
	广东贝瑞克食品有限公司	2020 年		食品经营许可/预包装食品备案	是

序号	公司名称	合作起始时间	类型	资质名称	是否覆盖报告期内合作期间
7	上海初显食品科技有限公司	2021年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
8	南京捷诺生物制品有限公司	2017年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
9	河北梦兮贸易有限公司	2025年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是

## 2) 油脂类原料供应商

经查验，报告期内，发行人主要油脂类原料供应商所持有的开展业务所需资质情况如下：

序号	公司名称	合作起始时间	类型	资质名称	是否覆盖报告期内合作期间
1	青岛海智源生命科技有限公司	2019年	生产商	食品生产许可	是
2	山东天骄生物技术股份有限公司	2023年	生产商	食品生产许可	是
3	浙江博多食品科技有限责任公司	2020年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
4	艾默欧南京健康科技有限公司	2022年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	否
5	佳禾食品工业股份有限公司	2020年	生产商	食品生产许可	是
	上海佳禾食品科技有限公司	2024年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
	佳禾营销管理（上海）有限公司	2025年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是

本所律师注意到，上述供应商中艾默欧南京健康科技有限公司原持有的《食品经营许可证》于2023年10月24日到期但未及时办理续展手续，后于2025年2月25日办理仅销售预包装食品经营者备案，其食品经营资质未能完整覆盖与发行人的合作期间。根据发行人的陈述并经查询信用中国、国家市场监督管理总局网站、江苏省市监局网站、南京市市监局网站、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期各期，发行人向该供应商采购的金额占发行人油脂类原料采购总额的比例均相对较低，发行人及该供应商在报告期内均未因经营资质相关问题受到主管部门的处罚，亦未发生与发行人业务相关的产品

质量纠纷或食品安全事故，且该供应商已于 2025 年 2 月按照相关规定办理了仅销售预包装食品经营者备案。此外，发行人已建立完善的供应商储备体系，即使个别供应商因资质问题出现供应中断，亦可迅速启动备用供应商以确保相关原料的正常供应。因此，前述情形不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，不会构成本次发行的实质性障碍。

除该供应商外，发行人其余主要油脂类原料供应商均具备开展业务所必需的资质，且能够完整覆盖报告期内其与发行人合作的主营业务及经营时间。

### 3) 营养补充剂类原料供应商

经查验，报告期内，发行人主要营养补充剂类原料供应商所持有的开展业务所需资质情况如下：

序号	公司名称	合作起始时间	类型	资质名称	是否覆盖报告期内合作期间
1	杭州恒草健康科技有限公司	2019 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
2	上海觉图生物科技有限公司	2023 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
3	无锡轩维生物科技有限公司	2023 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	否
	无锡金海嘉岸生物科技有限公司	2021 年		—	否
	无锡金手指生物科技有限公司	2022 年		—	否
4	上海励成营养科技有限公司	2019 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
5	宁波宝维肽生物科技有限公司	2023 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
6	东北制药集团股份有限公司	2022 年	生产商	食品生产许可	是
7	上海晶源投资管理有限公司	2023 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
8	恩颐国际贸易（上海）有限公司	2021 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
9	上海杰醇生物科技有限公司	2024 年	贸易商	食品经营许可/预包装食品备案	是
10	安徽华恒生物科技股份有限公司 [简称“华恒生物（688639.SH）”]	2023 年	生产商	食品生产许可	是
	安徽洋润贸易有限责任公司	2025 年	贸易商	—	是[注 1]

序号	公司名称	合作起始时间	类型	资质名称	是否覆盖报告期内合作期间
11	郑州瑞普生物工程有限公司	2019年	生产商	食品生产许可	是

注：根据发行人的陈述及其提供的采购明细表并经查询华恒生物(688639.SH)公开披露信息，安徽津润贸易有限责任公司系华恒生物（688639.SH）的全资子公司，向发行人销售华恒生物（688639.SH）生产的食品添加剂。根据《中华人民共和国食品安全法（2025修正）》第三十九条的规定，国家对食品添加剂生产实行许可制度，未对食品添加剂销售实行许可/备案制度，故销售食品添加剂不需要办理食品经营资质。

本所律师注意到，上述供应商中无锡轩维生物科技有限公司、无锡金海嘉岸生物科技有限公司及无锡金手指生物科技有限公司的食品经营资质未完整覆盖于发行人的合作期间。但是：（1）根据发行人的陈述及其提供的采购明细表，发行人自2023年2月起已不再从无锡金海嘉岸生物科技有限公司及无锡金手指生物科技有限公司进行采购；（2）报告期各期，发行人向无锡轩维生物科技有限公司采购的金额占发行人营养补充剂类原料采购总额的比例呈逐年下降趋势，采购占比较低，并且无锡轩维生物科技有限公司已于2025年8月22日办理仅销售预包装食品经营者备案；（3）根据发行人的陈述并经查询信用中国、国家市场监督管理总局网站、江苏省市监局网站、无锡市市监局网站、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期内发行人及该等供应商均未因经营资质相关问题受到主管部门的处罚，亦未发生与发行人业务相关的产品质量纠纷或食品安全事故。此外，发行人已建立完善的供应商储备体系，即使个别供应商因资质问题出现供应中断，亦可迅速启动备用供应商以确保相关原料的正常供应。因此，前述情形不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，不会构成本次发行的实质性障碍。

除该等供应商外，发行人其余主要营养补充剂类原料供应商均具备开展业务所必需的资质，且能够完整覆盖报告期内其与发行人合作的主营业务及经营时间。

### (3) 包装材料供应商

《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例（2023 修改）》第三条，第一款规定“国家实行生产许可证制度的工业产品目录（以下简称目录）由国务院工业产品生产许可证主管部门会同国务院有关部门制定，并征求消费者协会和相关产品行业协会的意见，报国务院批准后向社会公布。”第五条规定，“任何企业未取得生产许可证不得生产列入目录的产品。任何单位和个人不得销售或者在经营活动中使用未取得生产许可证的列入目录的产品。”

经查询《国务院关于调整完善工业产品生产许可证管理目录的决定》（国发[2024]11 号），我国对于包括“食品用塑料包装容器工具等制品”、“食品用纸包装、容器等制品”在内的“直接接触食品的材料等相关产品”实施工业产品生产许可证管理。据此，发行人直接接触食品包装材料的供应商应当依法取得《工业产品生产许可证》。

《印刷业管理条例（2024 修订）》第八条规定，“国家实行印刷经营许可制度。未依照本条例规定取得印刷经营许可证的，任何单位和个人不得从事印刷经营活动。”第十条第二款规定，“企业申请从事包装装潢印刷品和其他印刷品印刷经营活动，应当持营业执照向所在地设区的市级人民政府出版行政部门提出申请，经审核批准的，发给印刷经营许可证。”据此，发行人从事包装装潢印刷活动的包装材料供应商，应当依法取得《印刷经营许可证》。

由上述规定可知，发行人包装材料供应商所涉及的生产经营资质主要为《工业产品生产许可证》和《印刷经营许可证》。

经查验，报告期内，发行人主要包装材料供应商均合法持有开展业务所需资质，且能够完整覆盖其与发行人合作的主营业务及经营时间，具体情况如下：

序号	供应商名称	合作起始时间	主要采购内容	类型	资质情况[注 1]	是否覆盖报告期内合作期间
1	上海泉金实业有限公司	2021 年	塑料罐、塑料盖、勺子	贸易商	—	是[注 2]
2	无锡市恒邦包装制品有限公司	2020 年	塑料瓶	生产商	《全国工业产品生产许可证》 编号：苏 XK16-204-00340 产品名称：食品用塑料包装容器工具等制品 有效期：2025-02-21 至 2030-04-29	是

序号	供应商名称	合作起始时间	主要采购内容	类型	资质情况[注 1]	是否覆盖报告期内合作期间
3	浙江华诺医药包装有限公司	2021 年	塑料瓶	生产商	《全国工业产品生产许可证》 编号：浙 XK16-204-00593 产品名称：食品用塑料包装容器工具等制品 有效期：2021-11-26 至 2026-11-25	是
4	浙江杰怡包装印刷有限公司	2020 年	外箱、彩盒（不直接接触食品）	生产商	《印刷经营许可证》 编号：浙嘉印证字第 FC2-0305 号 经营范围：包装装潢、其他印刷品印刷 有效期：2025-12-17 至 2030-12-31	是
5	浙江圣林包装有限公司	2019 年	吸嘴袋	生产商	《全国工业产品生产许可证》 编号：浙 XK16-204-00294 产品名称：食品用塑料包装容器工具等制品 有效期：2022-11-25 至 2027-12-26	是
6	上海乐蕙包装印刷有限公司	2020 年	彩盒（不直接接触食品）	生产商	《印刷经营许可证》 编号：沪新印证字第 2702005630000 号 产品名称：包装装潢印刷 有效期：2025-11-06 至 2030-12-31	是
7	上海上源印务有限公司	2023 年	卷膜	生产商	《全国工业产品生产许可证》 编号：沪 XK16-204-00261 产品名称：食品用塑料包装容器工具等制品 有效期：2021-11-24 至 2027-01-23	是
8	浙江新雅智能包装科技有限公司	2024 年	彩盒	生产商	《印刷经营许可证》 编号：浙印证字第 3305030202203 号 产品名称：包装装潢印刷品印刷 有效期：2025-12-12 至 2030-12-31[注 3]	是

注 1：上述供应商在合作期间内存在资质证书变更/续期的情形，故此处仅列示最新资质证书的有效期限；

注 2：根据发行人的陈述及其提供的产品检测报告、资质证书，报告期内，上海泉金实业有限公司向发行人销售的包装材料的生产商为余姚市维铭塑业有限公司、上海溢赋包装科技有限公司，前述生产商均持有《全国工业产品生产许可证》，且有效期能够覆盖报告期内上海泉金实业有限公司与发行人的合作期间。

综上，发行人个别供应商存在业务资质未完全覆盖报告期内与发行人的合作期间的情形，但未对发行人生产经营产生重大不利影响；除前述情况外，发行人主要物流提供商、原材料及包装材料供应商均合法持有开展业务所需资质，且能够完整覆盖其与发行人合作的主营业务及经营时间。

## 2. 发行人在原材料采购及产品生产、流转过程中的质量及食品安全把控措施

根据发行人的陈述及其提供的组织机构图、内部管理制度，为保障食品安全与产品质量，发行人已根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》《中华人民共和国食品安全法实施条例（2019 修订）》等相关法律法规的要求，建立了较为完备的生产管理与质量控制措施，具体如下：

### （1）设立专职内设机构，积极推进外部认证监督

发行人设立了质量中心统筹食品安全及产品质量工作，质量中心具体负责公司各项质量管理制度的制定及实施，拟定公司产品质量标准、推进质量管理体系的落地；审核评估供应商资质；组织各类质量稽核的实施，并就稽核结果提出处理意见及完善方案；负责各类质量异常的仲裁与处理，负责处理客户投诉的质量原因分析并形成改善措施。

同时，截至本补充法律意见书出具日，发行人已取得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、HACCP 危害分析和关键控制点体系认证等认证证书，并根据相关认证要求不断完善食品安全与产品质量制度体系。

### （2）采购环节质量控制

发行人制订了《采购管理制度》《供应商管理制度》《原辅料、包材验收制度》《采购控制程序》等管理制度与内部控制程序，对关键采购环节设置了相应管控措施。

在供应商准入和管理方面，供应商需根据要求提交供应商调查表、业务资质证书、产品检测报告以及质量管理体系等文件。采购部门建立供应商档案，并通过电话问询、问卷调查、实地考察等方式进行严格的审核和风险评估，在综合评定的基础上，筛选出符合要求的备选供应商，经过采购部门负责人审批后纳入合格供应商名录。同时，发行人高度重视对合格供应商的日常管理，持续跟踪合格供应商的经营动态和产品质量情况，确保供货的稳定性和优质性。发行人从质量保证能力、技术水平、供货能力、检验和售后服务能力等方面对供应商进行全面调查和评价，对于质量不符合要求的供应商进行淘汰替换，实现合格供应商名录的动态管理。

在原辅料及包材质量评价与控制方面，物资到货后，由仓储部门与采购订单核对后签收，经质量部门按照《原辅料、包材验收制度》的要求检验合格后方可入库。如验收环节或生产环节发现不合格原辅料及包材，将由质量部门或生产中心将现场照片、留存物资反馈提交至质量部门及采购部门，并留存文件记录。采购部门根据接收到的反馈情况，与供应商确认退换货方案、整改方案，并经质量部门、采购部门负责人确认后方可执行。如因不合格物资给公司造成损失的，由供应商承担赔偿责任。

### (3) 生产环节质量控制

发行人制订了《生产管理制度》《生产和服务提供控制程序》《生产过程确认程序》《设备控制程序》《产品标识追溯控制程序》等管理制度和内部控制程序，并根据 HACCP（危害分析及关键控制点）对不同种类产品的食品安全关键控制点进行事前分析与监控，具体如下：

序号	管理方面	具体内容
1	生产工艺管理	研发部门在新产品正式投产前组织制定生产工艺方案，明确产品的加工流程、加工内容、工艺要求及注意事项、设备参数设置与车间环境要求等内容，并于生产工艺方案发布前安排车间产线进行试生产。对于因生产工艺导致的异常情况，生产部门及时向研发部门进行反馈。
2	生产物料管理	生产部门配备专人根据生产计划及产品物料清单领取物料，并组织投入生产。如领用物料存在颜色、形态、性状等异常情况，生产部门及时向质量部门进行检验确认，对于检验不合格的，由采购部门进行处理。
3	生产设备管理	生产部门下属设备部具体负责生产车间设备的管理。各生产车间承担设备的一般维护和保养工作，主要设备实行专人专管、定人定岗、持证上岗。对于存在精度误差、可能影响产品质量的设备，生产车间及时向设备管理部门反馈情况、排查问题、修复更换。
4	生产员工管理	生产员工根据《卫生标准操作程序》的要求进入生产场地后，严格按照要求开展生产活动。车间班组对生产过程中的产品进行初检自查，质量部门将展开抽检，对于存在质量异常的产品将及时处理，并追究相应人员的责任。
5	产品追溯管理	原辅料、在产品与成品均通过唯一性标识进行管理，实现原材料采购记录、原材料入库记录、原材料检验记录、原材料领用记录、批生产记录、成品入库单、产品检验报告和发货单之间的双向勾稽。
6	成品出厂检验	公司按照不同的产品类别及对应食品安全国家标准对产品进行检验。同一包装规格、相同质量的产品为一批，做到生产一批、检验一批。检验合格的产品由检验员签发合格证明，质量负责人审核无误后签发《成品放行确认记录表》方可出厂；检验不合格的产品，按照《不合格品控制程序》进行处理。不合格产品需由责任部门和质量部门共同开展原因分析、评估处理方案，并

序号	管理方面	具体内容
		留存书面记录，具体处置方式包括返工、让步接收、拒收及报废和退货等。

#### (4) 仓储与运输环节质量控制

发行人制订了《质量和食品安全管理手册》《仓储管理制度》《产品发货管理制度》《产品放行控制程序》等管理制度与内部控制程序，强化产品在仓储与运输环节的质量控制。相关制度与程序明确了各类原辅料及包材、成品的储存要求、储存环境、储存方式，对物流供应商的准入和评价机制、产品运输卫生与安全要求进行了具体的规定。

#### (5) 不合格产品的管理

发行人制订了《不合格品控制程序》《纠正和预防措施控制程序》等管理制度和内部控制程序，按照不合格产品的类别及所处生产阶段，制订了不同的处理方案，并要求相关部门对导致产品不合格的原因进行分析，提出改进或预防措施。质量部门牵头相关部门验证改进或预防措施的有效性，并根据验证结果确认是否结案。同时，公司将与客户保持积极良好沟通，必要时向客户提交改进或预防措施的记录，接受客户监督。

综上，发行人在原材料采购及产品生产、流转过程中已经设置相应的质量及食品安全把控措施，能够保证产品质量及食品安全。

#### (五) 说明公司报告期内是否存在因食品安全、卫生问题产生退换货、消费者纠纷、被行政处罚的情形，如有，请说明发生背景情况、处理过程及结果，是否构成重大违法违规

根据发行人的陈述及其提供的退换货台账并经本所律师访谈发行人主要客户，报告期内，发行人不存在因食品安全、卫生问题而导致的退换货情形。同时，杭州市余杭区消费者权益保护委员会秘书处及湖州市安吉县消费者权益保护委

员会亦出具《证明》，确认报告期内，发行人及子公司吉美食品没有重大消费投诉记录，不存在严重损害消费者权益的情况。

根据发行人的陈述及其提供的判决书等资料，并经查询人民法院公告网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期内，除发行人存在两起案由为“产品责任纠纷”且作为被告的案件外，发行人及其子公司不存在其他与食品安全、卫生问题有关的诉讼、仲裁案件。

经查验，上述两起案件均系发行人信息被冒用，并非发行人产品存在食品安全、卫生问题所致，且发行人均已取得胜诉判决，基本情况如下：

（1）2023年1月2日及1月8日，原告谭博文在漯河市禾宗商贸有限公司（以下称“漯河商贸”）开设的淘宝网店上购买了标称生产企业为“杭州衡美食品科技有限公司”、品名为“天使艾美”的减肥药12盒，案外人吴兰华服用该产品后，出现失眠、头晕、恶心等症状。经第三方机构分析，涉案产品不符合食品安全标准。2023年5月，谭博文向杭州互联网法院起诉漯河商贸及发行人。发行人从未生产销售过名为“天使艾美”的产品，且与漯河商贸不存在业务往来，涉案产品系冒用公司食品生产许可证及公司名称的假冒伪劣产品。经审理，杭州互联网法院于2023年9月6日出具“（2023）浙0192民初3782号”《民事判决书》，认定“在案证据无法证明衡美公司为案涉产品的生产者”，驳回谭博文对公司的诉讼请求，判决公司无需承担法律责任。

（2）2023年1月10日，原告谭博文在漯河商贸购买了标称生产企业为“杭州衡美食品科技有限公司”、品名为“天使艾美”的减肥药10盒，于2023年12月向杭州市余杭区人民法院起诉漯河商贸及发行人。杭州市余杭区人民法院于2024年3月13日出具“（2023）浙0110民初12840号”《民事判决书》，亦认定“在案证据无法证明衡美公司为案涉产品的生产者”，驳回谭博文对公司的诉讼请求，判决公司无需承担法律责任。

根据发行人的陈述、信用中国（浙江）平台出具的《企业专项信用报告》并经查询信用中国、国家市场监督管理总局网站、浙江省市监局网站、杭州市市监局网站、湖州市市监局网站、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期内，发行人不存在因食品安全、卫生问题而受到行政处罚的情

形。此外，报告期内，发行人产品接受食品安全主管部门的日常现场检查、飞行检查、产品抽检等，亦未发现发行人存在食品安全、卫生问题。

综上所述，报告期内，除两起因被冒用公司信息而引致的已胜诉“产品责任纠纷”案件外，发行人不存在其他因食品安全、卫生问题产生退换货、消费者纠纷、被行政处罚的情形。

**（六）说明公司对临期、过期产品的处置措施，报告期处理或低价销售上述产品的数量及金额情况，是否存在将过期、临期产品重新包装、重新销售的情形**

根据《招股说明书》、发行人的陈述，报告期内，发行人在生产方面主要采取“以销定产”的生产模式。在该种生产模式下，发行人根据客户订单情况制定生产计划，且相关产品的保质期较长（通常为12个月或以上），临期、过期风险相对较低。

根据发行人的陈述及其提供的组织机构图、内部管理制度，发行人高度重视食品安全及合规工作，专设食品安全小组，同时制订了《仓储管理制度》，规范物料的收货、检验合格入库、存储、发货程序，确保库存物料、成品的安全；发行人定期组织库存盘点，定期清理仓库、上报呆滞及异常物料，每月月底前，管理员对当月物料异常信息予以汇总上报，交由部门经理及时做出处置决定。

根据发行人的陈述及其提供的报废产品统计表，报告期内，发行人及时对临期、过期产品进行报废处理，不存在低价销售过期产品的情况，不存在将临期、过期产品重新包装、重新销售的情形。

根据发行人的陈述及其提供的报废产品统计表，报告期内，发行人报废处置的临期、过期产品数量、报损金额情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
临期、过期产品处置金额（万元）	5.58	14.01	10.59
临期、过期产品处置数量（吨）	1.08	3.58	1.84

综上，发行人已建立规范的临期、过期产品报废机制，报告期内，发行人对临期、过期产品及时进行报废处理，相关数量及金额整体较小，相关情形主要为部分产品因外包装存在瑕疵(如外观划痕、标识位置不符合要求等)未用于销售；此外，部分产品以多口味组合装形式销售，在拆分及实际消耗过程中，不同口味之间可能存在一定数量差异，导致个别口味形成剩余，叠加部分客户未持续下单或订单节奏发生变化及产品存放时间较长、新鲜度下降，形成临期或过期库存。对于上述临期、过期产品，公司未对外再次销售，统一纳入库存管理并最终按报废处理。报告期内，发行人不存在将临期、过期产品重新包装、重新销售的情形。

**(七) 结合参与产品配方定制、包装宣传设计及功效宣称、OEM 和 ODM 模式下的主要法律风险等情况，对照说明公司经营及产品符合食品安全、市场监管、广告宣传监管的情况，及业务中的风险防控措施，并对相关风险进行揭示**

根据《招股说明书》、发行人的陈述及其提供的相关业务合同，报告期内，发行人的销售模式以合同生产模式为主，即发行人直接向品牌商客户提供产品开发、生产和技术服务。

根据产品配方来源不同，发行人合同生产模式可进一步分为 ODM 业务（产品配方、工艺等来自于发行人）与 OEM 业务（产品配方、工艺等来自于客户），以 ODM 模式为主。在 ODM 模式下，发行人按品牌商客户的个性化产品要求，提供覆盖方案策划、配方研发、市场测试、生产加工、产品迭代等环节的综合性研发生产服务，在产品方案得到客户认可后即开始研发、市场测试，最终生产交付。

在合同生产模式下，发行人负责相关产品的开发设计及生产，但不参与宣传推广及终端销售。

针对该业务模式可能存在的法律风险，发行人已设置相应的风险防控政策及应对机制，具体如下：

### **1. 产品配方、标签标识风险的防范措施**

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第四条第二款规定，“食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，保证食品安全，

诚信自律，对社会和公众负责，接受社会监督，承担社会责任。”第三十三条亦强调“食品生产经营应当符合食品安全标准”。

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第七十一条规定，“食品和食品添加剂的标签、说明书，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。生产经营者对其提供的标签、说明书的内容负责。食品和食品添加剂的标签、说明书应当清楚、明显，生产日期、保质期等事项应当显著标注，容易辨识。食品和食品添加剂与其标签、说明书的内容不符的，不得上市销售。”

《食品标识监督管理办法》第七条规定，“食品标识不得标注下列内容：（一）涉及疾病预防、治疗功能；（二）以欺骗、误导、夸大等方式作虚假描述；（三）违背科学常识、有违公序良俗、宣扬封建迷信；（四）标称“特供”、“专供”、“内供”党政机关或者军队等；（五）法律、法规、规章和食品安全国家标准禁止标注的其他内容。保健食品之外的其他食品不得在食品标识中声称具有保健功能（功效）。”

由上述法规可知，产品配方、标签标识可能引发的风险包括宣称疾病防治功能、实际内容物与标签不符、标签包含违法违规内容等。

根据发行人的陈述及其提供的组织机构图、内部管理制度，针对该等风险，发行人已根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》等相关法律法规的要求，从产品配方定制、标签标识设计等方面设置了相应的风险防范机制，具体如下：

#### **（1）制订内部控制制度，管控产品配方风险**

发行人制订了《产品配方合规管理控制程序》《原辅料管理合规控制程序》《产品标准合规控制程序》等管理制度与控制程序，合规检测部结合《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》《GB 24154-2015 食品安全国家标准 运动营养食品通则》《GB 2760-2024 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》等法规政策及国家标准，重点审核各类产品配方中添加的原辅料、食品添加剂等的使用范围、质量要求、添加量、食用量等各项技术指标是否符合相关法规及所执行标准的要求。

## **(2) 严格审核标签标识，防范包装文案风险**

发行人制订了《标签审核输出管理办法》《标签合规性审核操作流程》《产品包装文案输出管理办法》等管理制度与控制程序，对产品标签标识、宣传文案审核工作的岗位设置、职责划分、审核内容、审核流程、审核时限、异常情况处理等进行了明确规定。同时，发行人根据销售渠道、国家抽检情况、大客户战略、产品类别四个方面对客户进行分级管理，按优先级定期抽检产品标签标识并建立台账，若抽检发生异常及时反馈处理，并根据风险情况落实相关人员的奖惩措施。

## **(3) 设立专职管控部门，有效规避合规风险**

发行人产品研发中心下设合规检测部统筹合规风险管控，动态跟踪食品及相关行业的法规政策及国家/行业标准，对原辅料准入及验收、产品配方及配方变更、产品标签标识、广告宣传等进行全方位合规性审核，并配备专业仪器设备开展产品营养素检测及出厂管控，以确保公司产品符合相关政策法规和标准要求。同时，发行人贯彻运行《合规风险处置及预防管理办法》，识别、评估公司产品可能涉及的合规风险并制定预防措施，若发生合规事件，迅速调查处理并采取必要的补救措施，以减少损失和影响。

## **(4) 明确合同条款约定，设置风险分担机制**

鉴于合同生产模式下，品牌 IP、商标图文、包装设计等内容由品牌商客户提供，就可能引致的知识产权侵权风险，发行人在与主要客户签订业务合同时要求约定风险隔离条款，示例如下：

“产品包装设计商标图文件、条形码等由甲方提供，乙方作为生产方，不对甲方的包装设计的合法合规性承担任何责任。包装设计内容涉及乙方企业信息及相关资料等，乙方保证其真实合法合规，并承担相应责任。甲方应确保产品的包装设计符合中华人民共和国的相关法律法规、标准等；如产品包装等涉及第三方知识产权、IP（品牌）授权及名人代言等需要特殊授权的情况，甲方应取得相应授权并保证上述授权在甲乙双方合作期内持续有效，同时提供电子档供乙方核实，甲方应保证其上述行为不侵犯任何第三方的合法权益。若乙方在审核过程中发现内容存在不合规之处，甲方需根据乙方的建议进行相应的修订。若甲方执意不接

受乙方的建议，甲方将独立承担由此产生的所有法规和舆论风险，并承担乙方因此遭受的经济损失和其他损失（包括但不限于行政处罚罚款、民事赔偿、诉讼费用、鉴定费用、差旅费用、律师费用等）。”

“甲方应保证其商标产权的合法、有效性，如因甲方侵权所导致的任何向乙方提出的侵权指控，甲方应当负责解决，并赔偿因此给乙方造成的损失。”

“甲方对包装设计的风格、排版、手绘图形等信息负责，确保不侵犯第三方权益。如因甲方侵权所导致的任意第三方向乙方提出的侵权指控，甲方应当负责解决，并赔偿因此给乙方造成的损失。”

## **2. 食品安全风险的防范措施**

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第四十六条规定，“食品生产企业应当就下列事项制定并实施控制要求，保证所生产的食品符合食品安全标准：

（一）原料采购、原料验收、投料等原料控制；（二）生产工序、设备、贮存、包装等生产关键环节控制；（三）原料检验、半成品检验、成品出厂检验等检验控制；（四）运输和交付控制。”

根据发行人的陈述及其提供的组织机构图、内部管理制度，发行人已根据《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》等相关法律法规的要求，建立了较为完备的生产管理与质量控制措施，具体见本补充法律意见书“二/（四）/2”。

## **3. 客户营销风险的防范措施**

《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》第七十三条第一款规定，“食品广告的内容应当真实合法，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。食品生产经营者对食品广告内容的真实性、合法性负责。”《中华人民共和国广告法（2021 修正）》第四条规定，“广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。”

《禁止传销条例》第七条规定，“下列行为，属于传销行为：（一）组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，对发展的人员以其直接或者间接滚动发展的人员数量为依据计算和给付报酬（包括物质奖励和其他经济利益，下同），牟取非法利益的；（二）组织者或者经营者通过发展人员，要

求被发展人员交纳费用或者以认购商品等方式变相交纳费用，取得加入或者发展其他人员加入的资格，牟取非法利益的；（三）组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，形成上下线关系，并以下线的销售业绩为依据计算和给付上线报酬，牟取非法利益的。”第八条规定，“工商行政管理部门依照本条例的规定，负责查处本条例第七条规定的传销行为。”

根据发行人的陈述及提供的内部管理制度、相关业务合同等资料，针对下游品牌商客户可能存在的不当营销行为，发行人已设置相应的风险防范措施，具体如下：

### **（1）客户管理及舆情跟踪**

发行人已制定《销售管理制度》，在客户管理及舆情跟踪方面设置了相应的防范机制。

在客户管理方面，发行人要求销售人员对潜在客户进行背景情况调查，了解客户经营和财务情况，并如实登记客户信息。要求客户对产品商标和产品功效宣称的合规性负责，不得恶意抄袭、侵犯第三方知识产权或使用不符合国家规范的功效宣称等文案内容误导消费者。严禁客户采用传销等违规销售模式，一经发现，即刻终止与该客户的合作。新客户信息经销售部门、法务部门、财务部门审核后建立客户档案。

在舆情跟踪方面，发行人要求销售人员动态更新客户资料，包括客户新闻舆论动态等，以持续识别客户是否存在涉嫌传销的法律风险。法务部门、财务部门亦同步关注大客户的诉讼、财务等情况。对关注到的异常信息，发行人及时调整客户评级、信用期及合同执行等。

### **（2）明确合同条款约定，防范潜在风险**

针对合规经营事项，发行人在与主要客户签订业务合同时要求客户作出相应约定，示例如下：

“在产品销售等流通环节，甲方（即客户方，以下同）应切实依照国家法律法规的规定，对产品商标和产品功效宣称等的合规性负责，不得恶意抄袭、侵犯第三方知识产权或使用不符合国家规范的功效宣称等文案内容误导消费者。若因

产品商标、功效宣称、违规宣传等侵权或不符合国家相关法律法规所导致的任何问题均由甲方负责，由此给乙方（即发行人，以下同）造成的损失（包括但不限于行政处罚罚款、产品召回损失、乙方名誉损失、乙方支付给第三方的赔偿金/和解金、诉讼费、律师费、调查取证费、保全费等）由甲方承担，乙方有权保留追究甲方法律责任与终止该合同的权利。”

“因乙方原因导致产品出现质量问题，乙方应承担相应赔偿责任。如因甲方储藏不当、违规宣传、过期销售等流通过程中产生的产品质量问题或投诉，甲方自行承担责任，与乙方无关。”

“甲方销售过程中的一切债权、债务及法律纠纷由甲方自行承担。甲方严禁采用传销等违规销售模式，因甲方涉及传销、债务及法律纠纷等负面事件给乙方造成损失（包括但不限于行政处罚罚款、产品召回损失、乙方恢复名誉损失的费用、诉讼费、律师费、调查取证费、保全费等）的，甲方应全额赔偿，乙方有权单方面即时终止本合同但并不免除甲方的付款等其他合同义务。”

根据发行人的陈述、信用中国（浙江）平台出具的《企业专项信用报告》并经查询信用中国、国家市场监督管理总局网站、浙江省市监局网站、杭州市市监局网站、湖州市市监局网站、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期内，发行人不存在因经营及产品违反食品安全、市场监管、广告宣传监管而受到行政处罚的情形。

经查阅《招股说明书》，发行人已在《招股说明书》之“第三节 风险因素”之“一、（六）食品安全风险”进行了披露，具体如下：

“衡美健康专业从事营养功能食品的研发、生产和销售，主要客户为 B 端品牌商客户，产品最终流向消费者。国家对食品安全高度重视，近年来行业监管力度、媒体舆论监督力度不断增强，消费者的食品安全意识和权益保护意识逐渐提高，食品安全对食品生产企业的重要性愈发凸显。**除生产经营过程控制可能出现的食品安全风险外，公司产品在配方合规性、标签标识规范性方面亦需要严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《食品标识监督管理办法》及相关食品安全国家标准的要求。**公司已经建立覆盖全链条的食品安全管理制度和可视化质量

追溯体系，但由于执行不到位、操作不当或疏忽导致食品安全问题的风险并不能因此完全杜绝；此外，业内其他企业发生食品安全事件的负面影响可能外溢至公司。相关风险事件一旦发生，公司将面临品牌声誉受损、产品销售下滑以及遭受行政处罚的不利后果，进而影响到公司的经营业绩。”

综上所述，发行人已根据其业务模式设置了相应的风险防控措施，发行人的经营及产品符合食品安全、市场监管、广告宣传监管等相关法律法规的要求，并已在《招股说明书》中进行了风险提示。

**（八）披露外协采购金额及占比，主要外协供应商的情况，是否具备相关生产经营资质，发行人与外协供应商关于产品质量控制的相关约定，是否存在核心生产环节外协情形；说明发行人的技术专利保护措施，是否存在核心技术泄露风险**

**1. 发行人外协采购金额及占比，主要外协供应商的基本情况及相关生产经营资质**

报告期内，受自身设备限制、自产成本、产品交付时间等因素影响，为更好地满足客户需求，发行人存在将部分产品的生产环节进行外协加工的情形。

根据发行人的陈述及其提供的外协采购明细表，报告期内，发行人外协采购金额及占比情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
外协采购金额（万元）	342.82	331.42	518.47
占主营业务成本比例	0.47%	0.40%	0.69%

报告期各期，发行人各年度外协采购规模随外协产品的需求情况有所波动，外协采购金额占各期主营业务成本的比重总体较低。其中，2023 年度发行人外协采购金额及占比同比相对较高，主要原因系当年发行人对巧克力类产品的需求较大，该产品由于发行人暂未配置部分环节的生产设备而通过委外加工进行。

根据发行人的陈述及其提供的委托生产加工合同、外协采购明细表，报告期各期，发行人向主要外协供应商的采购情况如下：

单位：万元，%

序号	外协供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	蚌埠市雪爱食品科技有限公司	2.24	0.65	108.17	32.64	262.03	50.54
2	浙江依思味生物科技有限公司	29.90	8.72	85.57	25.82	8.56	1.65
3	上海孚吉医学科技有限公司	—	—	49.84	15.04	77.83	15.01
4	庆隆生物科技（上海）有限公司	69.07	20.15	36.03	10.87	38.05	7.34
5	嘉兴明生生物科技有限公司	54.42	15.88	—	—	—	—
6	安徽正兴生物医药科技有限公司	86.23	25.15	—	—	—	—
7	其他	100.97	29.45	51.81	15.63	132.00	25.46
合计		<b>342.83</b>	<b>100.00</b>	<b>331.42</b>	<b>100.00</b>	<b>518.47</b>	<b>100.00</b>

根据发行人的陈述及其提供的委托生产加工合同并经本所律师实地走访外协供应商、查询企业公示系统（查询日期：2025 年 4 月 26-28 日），截至查询日，上述主要外协供应商的基本情况如下：

序号	公司名称	注册地址	成立日期	法定代表人	注册资本（万元）	开始合作时间	主要产品类别	是否仅为公司代工
1	蚌埠市雪爱食品科技有限公司	中国（安徽）自由贸易试验区蚌埠片区蚌埠市燕南路1221号（蚌埠金业科技创业产业园内）	2020.10.20	孔祥元	240.00	2021 年	巧克力	否
2	浙江依思味生物科技有限公司	浙江省湖州市安吉县递铺街道光竹山路169号一号楼（浙江鼎健生物科技有限公司内）	2009.05.18	郑丹戎	9,110.00	2022 年	粉类	否
3	上海孚吉医	上海市奉贤区海湾	2015.06.25	陈玲	2,000.00	2020 年	液体类	否

序号	公司名称	注册地址	成立日期	法定代表人	注册资本 (万元)	开始合作时间	主要产品类别	是否 仅为 公司 代工
	学科技有限公司	旅游区海思路 19 号 12 幢、5 幢						
4	庆隆生物科技（上海）有限公司	上海市普陀区红柳路 255 号 2 幢 B 区一层 137-Z 室	2013.08.19	蒋玉良	200.00	2023 年 [注]	巧克力	否
5	嘉兴明生生物科技有限公司	浙江省嘉兴市海盐经济开发区海河大道 288 号	1998.11.18	杨洁	880.00	2025 年	液体类	否
6	安徽正兴生物医药科技有限公司	安徽省宣城市绩溪县生态工业园区障山路 12 号	2009.11.30	汪明	8,000.00	2024 年	压片糖果	否

注：庆隆生物科技（上海）有限公司亦为发行人原料供应商，故此处特指其作为发行人外协供应商的开始合作时间。

根据发行人的陈述、外协供应商提供的资质证书并经本所律师实地走访外协供应商，上述主要外协供应商均已按照《中华人民共和国食品安全法（2025 修正）》等相关法律法规的规定取得相关生产经营资质，具体情况如下：

序号	外协供应商名称	资质名称	许可证号	有效期 [注 1]	是否覆盖 报告期内 合作期间
1	蚌埠市雪爱食品科技有限公司	食品生产许可证	SC11334030414626	2025.10.16- 2030.10.15	是
2	浙江依思味生物科技有限公司	食品生产许可证	SC10633052300479	2025.12.23- 2030.12.22	是
3	上海孚吉医学科技有限公司	食品生产许可证	SC10631012000027	2025.10.14- 2030.10.13	是
4	庆隆生物科技（上海）有限公司	食品经营许可证 [注 2]	JY13101070193863	2023.04.14- 2028.04.13	是
5	嘉兴明生生物科技有限公司	食品生产许可证	SC10633042400359	2024.10.14- 2027.06.26	是
6	安徽正兴生物医药科技有限公司	食品生产许可证	SC12734182400061	2023.11.27- 2028.04.13	是

注 1：上述供应商在合作期间内存在生产许可变更/续期的情形，故此处仅列示最新资质证书的有效期限；

注 2：根据发行人的陈述、庆隆生物科技（上海）有限公司出具的说明及其提供的资质证书，报告期内，发行人向庆隆生物科技（上海）有限公司的外协订单实际由徐州

煜隆生物科技有限公司、徐州欣圣美食品科技有限公司进行生产，徐州煜隆生物科技有限公司、徐州欣圣美食品科技有限公司的《食品生产许可证》有效期能够覆盖报告期内庆隆生物科技（上海）有限公司与发行人的外协合作期间。

## 2. 发行人与外协供应商关于产品质量控制的相关约定，不存在主要产品核心生产环节外协情形

### （1）发行人与外协供应商关于产品质量控制的相关约定

根据发行人的陈述及其《外协加工管理流程》、委托生产加工合同，外协加工过程中，外协供应商负责进行产品加工，保证产品交期、质量等；发行人质量中心提供外协加工产品的质量标准，并对外协加工物料及加工完成后产品进行品质检验。外协供应商应向发行人提供食品生产经营许可证等资质和相应批次产品的出厂检验报告单，并按产品标准要求对每批次产品进行抽检及留样，严格遵循自检、互检、专检相结合的“三检”制度。

经查验发行人与主要外协供应商签订的委托生产加工合同，发行人与该等外协供应商关于产品质量有明确的责任分摊约定，具体如下：

①外协供应商严格按双方确认的配方和工艺制作和产品标准要求对每批次产品进行抽检及留样，外协供应商负责与其生产、储存过程有关的质量问题；

②产品在保质期内出现质量问题，经由双方确认或国家检验检测机构鉴定属外协供应商制造引起的，除由外协供应商承担该批有质量问题产品的责任及损失外，外协供应商还应进行相应赔偿。

③外协供应商交付的产品如在市场流通中，因品质问题而导致公司利益受损（包括但不限于经济损失、名誉损失等）时，经双方共同委托的鉴定单位鉴定属外协供应商责任的，外协供应商应赔偿给公司造成的损失：a. 加工产品的投诉赔偿问题，公司可以先行赔付，赔付后可向外协供应商追偿，赔偿款在加工费中扣除，加工费不足的，外协供应商需另行补足；b.在公司有要求时，外协供应商应当协助公司处理质量投诉，但不负责对最终用户提供售后服务；

④外协供应商应按产品标准要求对每批次产品进行抽检及留样，并严格遵循“三检”制度。

根据发行人的陈述并经查询信用中国、人民法院公告网、中国审判流程信息

公开网、中国执行信息公开网、国家市场监督管理总局网站、浙江省市监局网站、杭州市市监局网站、湖州市市监局网站、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），报告期内，发行人主要外协供应商均未发生重大产品质量事故，未出现因外协生产质量问题而导致发行人相关产品出现重大质量问题的情形，亦不存在相关质量纠纷。

## （2）发行人不存在主要产品核心生产环节外协情形

根据发行人的陈述及其提供的委托生产加工合同，报告期内，发行人外协加工主要涉及的产品类别和外协工序如下：

外协产品类别	外协工序
巧克力	投料-精磨-浇筑-冷却
压片糖果	压片-内包装；压片-包衣-内包装
液体类	调配-灌装-灭菌
粉类	预混料

根据发行人的陈述，上述产品中巧克力类产品、压片糖果类产品存在核心工序外协的情形，但该等产品非发行人主要产品（报告期各期，巧克力类产品、压片糖果类产品收入占发行人营业收入的比例均低于5%），且配方由发行人自主开发、持有，巧克力类产品的核心原料由发行人提供。液体类产品和粉类产品等主要产品不存在核心工序外协的情形，且发行人已对产品配方进行保护性处理，外协供应商不掌握部分原料的具体构成及用量。

根据发行人的陈述，发行人的关键技术在于产品配方和生产工艺的设计，外协生产相关产品配方均由发行人自主研发，而相关外协生产产品涉及的工艺主要系通用工艺，外协加工厂商依据发行人的要求完成产品加工工序，不属于创造性开发活动范畴。上述产品的外协加工对发行人的独立性和业务完整性不会构成重大不利影响，不会导致发行人关键技术流失，发行人不存在对外协厂商依赖的情况。

### 3. 发行人已制定技术专利保护措施，核心技术泄露风险较低

根据发行人的陈述及其提供的组织机构图、内部管理制度，为维护公司竞争优势和商业利益，发行人采取了综合性的措施来保护产品配方和生产工艺参数等关键知识产权，具体如下：

发行人在内部管理上实行职责分离和物理隔离，发行人对生产流程实行分段、分工序管理，且配备了专门的信息数据库对配方等重要信息进行管理和维护，并结合员工的岗位、职级等设置了不同的访问权限。此外，发行人还与核心技术及业务人员签订了保密及竞业禁止协议，并在与主要客户的合同中明确约定了保密条款，涵盖了产品配方、生产工艺参数、企业标准和内控程序等研发、生产相关的关键信息。

此外，发行人积极申请与产品配方和生产工艺等相关的专利，并建立了符合 GB/T29490-2013 标准的知识产权管理体系，利用法律手段有效保护公司的创新成果和技术优势；发行人制订了《保密管理制度》《产品设计开发管理程序》等内部管理制度，将公司自主研发的配方相关资料纳入公司保密范围，重点保护公司核心配方等技术信息。

综上，发行人已采取制订保密等内部管理制度、配备配方信息数据库并设置不同访问权限、约定保密条款等保护措施，并建立健全知识产权管理体系，以降低核心技术泄露风险，整体的泄密风险较低。

经查阅《招股说明书》，针对发行人所处行业法规政策变化的风险，发行人已在《招股说明书》之“第三节 风险因素”之“二、（二）技术泄密及技术人才流失的风险”进行了披露，具体如下：

“经过多年积累，公司自主建立了创新原料开发技术、特殊配方开发技术、特定工艺开发技术等核心技术体系。截至报告期末，公司累计取得了 135 项专利授权（含境外专利），其中发明专利 78 项，积累了超过 5,000 款个性化产品配方。公司主要采取签订保密协议、申请专利等方式保护核心技术，但仍不能避免保密措施未能严格执行、技术专利被侵权或核心技术人才流失等情形导致的技术泄密。同时，技术人才是公司的核心竞争力及未来持续发展的基石，如果公司不能持续吸引和培养优秀的技术人才，或者技术人才大量流失，则可能对公司的技术创新、产品开发、业务增长等产生不利影响。”

(九) 根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-24 第三方数据的相关要求核查并发表明确意见

### 1. 第三方数据来源的真实性及权威性

根据发行人的陈述并经查阅《招股说明书》，其中涉及的第三方数据包括：

数据内容	数据来源	来源类型	是否公开	是否定制
营养健康食品行业数据、营养功能食品行业数据、营养功能食品合同生产行业数据	灼识咨询	第三方咨询机构	是	否
中国营养健康食品线上渠道份额数据	欧睿数据	第三方咨询机构	是	否
同行业可比公司的公司介绍及业务概况、业务类型、市场地位、财务指标等	仙乐健康（300791.SZ）、大江生医股份有限公司、广东长兴生物科技股份有限公司、百合股份（603102.SH）、大闽食品（漳州）有限公司、中山市美太保健制品有限公司、西乐健康科技股份有限公司、康比特（833492.BJ）	同行业可比公司的官网、定期报告、招股说明书、募集说明书及其他已披露的公开信息	是	否

此外，《招股说明书》中发行人行业资料及信息的数据来源还包括中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国商务部、国家统计局等政府机构公开信息。

综上，《招股说明书》引用的第三方数据来源于第三方咨询机构出具的行业研究报告、同行业可比公司公开披露信息、国家政府机构公开信息等，数据来源具备真实性及权威性。

### 2. 引用数据的必要性及完整性，与其他披露信息不存在不一致情形

根据发行人的陈述、《招股说明书》并经查阅发行人所引用外部数据的原始报告及相关数据来源，发行人援引第三方数据主要用于全面反映行业情况，相关数据与其他披露信息不存在不一致的情形，数据引用具备必要性及完整性。

### 3. 引用数据已公开，不存在专门为本次发行准备的情形

经查验，出于引用行业权威数据的需要，发行人向第三方咨询机构灼识咨询付费购买《2024 中国营养健康食品行业蓝皮书》，但该情形不会影响相关数据的权威性及真实性，具体分析如下：

#### （1）灼识咨询系国内知名行业咨询机构，其调研数据具有客观性、权威性

根据发行人的陈述并经查询灼识咨询官方网站（<https://www.cninsights.com>）公开信息，“灼识咨询是一家服务于投融资全流程的专业咨询机构，为各行业公司融资及境内外上市提供行业咨询和可研服务，为国内外企业提供战略咨询服务，为投资机构提供商业尽职调查服务”，其研究成果被中国境内证券发行、上市公司定期报告广泛引用。

#### （2）发行人引用灼识咨询数据具有必要性及完整性，与其他披露信息不存在不一致情形，数据来源已公开披露，不存在专门为本次发行准备情形

根据发行人的陈述及其提供的采购协议，并经查询灼识咨询官方网站公开信息，发行人主营业务为营养功能食品的研发、生产与销售，属于食品制造业中细分程度较高的特定行业，出于引用行业权威数据、提高信息披露质量的需要，发行人拟向灼识咨询购买行业报告并在本次发行的申报文件中引用有效信息。同时，为保证所引用信息的时效性，发行人要求灼识咨询对其已公开发布的相关行业报告进行更新，形成了《2024 中国营养健康食品行业蓝皮书》。该报告虽为灼识咨询按发行人要求更新，但仍以灼识咨询已公开发布且曾被上市公司引用的报告为基础，相关数据均来源于公开数据而非定制、付费数据。同时，《2024 中国营养健康食品行业蓝皮书》中部分行业数据和分析内容已在灼识咨询官方网站公开披露（<https://www.cninsights.com/report/121>），公众可以付费购买完整版报告。

据此，发行人引用灼识咨询数据具有必要性及完整性，引用数据与其他披露信息不存在不一致情形，相关报告虽按发行人要求进行更新，但并非专门为发行人本次发行准备。

### **(3) 发行人就获取报告支付的费用具有公允性，未对相关数据提供帮助**

根据发行人的陈述及其提供的采购协议及支付凭证、灼识咨询出具的《说明函》，发行人付费 20 万元向灼识咨询购买行业报告，提供付费报告属于灼识咨询的正常业务范围，相关费用主要根据报告内容、数据范围等协商确定，定价具备公允性。同时，该行业报告系基于灼识咨询独立调研而形成，发行人未对该报告的撰写过程提供帮助，发行人支付费用不会影响该报告的客观性。

根据发行人的陈述，除前述情况外，发行人援引的其他第三方数据均未支付费用，发行人援引的第三方数据均为公开数据且不是专门为本次发行准备。

综上所述，《招股说明书》引用的第三方数据来源于第三方咨询机构出具的行业研究报告、同行业可比公司公开披露信息、国家政府机构公开信息等，数据来源具备真实性及权威性；发行人援引第三方数据主要用于全面反映行业情况，相关数据与其他披露信息不存在不一致的情形，数据引用具备必要性及完整性，相关数据可通过公开途径获取，并非专门为发行人本次发行上市准备；发行人就获取灼识咨询行业报告支付的费用，但定价具有公允性且未对相关数据提供帮助。据此，发行人在《招股说明书》中引用的第三方数据有充分、客观、独立的依据，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》关于“1-24 第三方数据”的要求。

### **三、其他问题（《问询函》问题 10）**

**(5) 杨鹏辞任公司管理职务及解除一致行动协议。根据申请文件及公开信息，2024 年 6 月，创始股东之一杨鹏辞任公司董事、副总经理，与实际控制人冯魏解除了一致行动关系，但仍担任销售事业一部负责人。请发行人：①结合杨鹏辞任董事高管职务前的分管领域、杨鹏管理部门销售产品的种类和销量占比、业务资源及业绩贡献、接替杨鹏管理职能人员的情况，说明杨鹏在挂牌前辞任董事和高管职务、解除与实际控制人的一致行动关系的原因和合理性，如杨鹏离职，对公司生产经营及业绩是否构成重大不利影响。②说明杨鹏及其亲属控制企业的具体情况，是否与公司存在经营和资金往来、客户重叠以及潜在**

竞争。

请保荐机构、发行人律师核查事项（5）并发表明确意见，说明核查方法、核查范围、核查证据及核查结论。

（一）结合杨鹏辞任董事高管职务前的分管领域、杨鹏管理部门销售产品的种类和销量占比、业务资源及业绩贡献、接替杨鹏管理职能人员的情况，说明杨鹏在挂牌前辞任董事和高管职务、解除与实际控制人的一致行动关系的原因和合理性，如杨鹏离职，对公司生产经营及业绩是否构成重大不利影响

1. 杨鹏辞任董事高管职务前的分管领域、杨鹏管理部门销售产品的种类和销量占比、业务资源及业绩贡献、接替杨鹏管理职能人员的情况

（1）杨鹏辞任董事高管职务前的分管领域

根据杨鹏签署确认的基本情况调查表、发行人的陈述及其提供的员工花名册、“三会”会议文件并经本所律师对杨鹏进行访谈，杨鹏自加入发行人至今始终从事销售工作，其在发行人的任职经历具体如下：

2012年10月至2022年3月期间，杨鹏担任衡美有限营销部负责人；2022年4月，衡美有限调整组织架构设立营销事业部（下辖事业一部、事业二部，后设立事业三部），杨鹏担任营销事业一部负责人，并持续至今；2021年8月，衡美有限股东会选举杨鹏担任衡美有限董事；2023年4月，衡美有限整体变更设立股份公司，经发行人股东大会选举、董事会聘任，杨鹏担任发行人第一届董事会董事、副总经理；2024年6月，杨鹏辞去发行人第一届董事会董事、副总经理职务。截至本补充法律意见书出具日，杨鹏仍作为营销事业一部负责人正常履职，积极开展各项销售工作。

由上可知，在担任发行人董事（2021年8月至2024年6月）、高级管理人员（2023年4月至2024年6月）期间，杨鹏的主要工作为营销事业一部的管理及日常销售拓展工作，未分管其他领域，其辞任董事、高级管理人员后的主要工作未发生变化。

## (2) 杨鹏管理部门销售产品的种类和销量占比、业务资源及业绩贡献

经查验,自 2022 年 4 月至今,杨鹏在业务层面均担任营销事业一部负责人。

根据发行人的陈述及其组织机构图,发行人营销事业部下设三个子部门,系按照销售渠道为主、市场区域为辅的原则进行架设,以保持对市场的及时感知,不以产品种类或市场区域为划分依据。具体而言,营销事业一部、营销事业二部聚焦于境内市场,其中营销事业一部更侧重新零售客户,营销事业二部更侧重传统渠道客户;事业三部则专注于境外市场的开拓与深化。因此,营销事业一部销售产品的产品种类、应用场景与营销事业二部没有实质差异,均覆盖公司所有的产品类型、应用场景。

根据发行人的陈述及其提供的报告期内业绩统计情况,报告期各期,按产品主要剂型划分,营销事业一部销售产品销量占比如下:

剂型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
粉剂类	40.81%	36.27%	28.39%
液体类	38.83%	40.18%	46.72%
棒类	53.41%	83.41%	78.97%
糖果类	17.56%	44.59%	58.44%
烘焙类	51.64%	30.86%	25.67%

由上表可知,报告期内营销事业一部的所覆盖的产品剂型以粉剂类、棒类为主,各期占比均相对较高。报告期各期,同一剂型销量占比存在波动,主要系新拓展客户存在新增需求,存量客户调整采购产品类型所致。

根据发行人的陈述及其提供的报告期内业绩统计情况,依靠发行人完善的核心技术体系、体系化交付与快速响应能力等竞争优势,事业一部已覆盖了包括湖南西子健康集团股份有限公司、深圳精准健康食物科技有限公司、昆山巨星行动电子商务有限公司(6683.HK)等知名营养功能食品品牌商,亦覆盖了数量众多、主攻新消费渠道的中小客户。报告期内,营销事业一部贡献的收入及占比情况如下:

单位:万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销售金额	占营业收入的比例	销售金额	占营业收入比例	销售金额	占营业收入比例
营销事业一部贡献收入	37,326.83	40.65%	42,924.17	40.45%	35,731.69	36.99%

报告期各期，营销事业一部贡献的收入占比分别为 36.99%、40.45% 和 40.65%。2024 年度，杨鹏辞任董事、副总经理后将更多精力用于销售主业，营销事业一部收入规模与占比较 2023 年度有所提升。2025 年度，受 2024 年中以来原材料价格、市场环境等因素的延续性影响，公司经营业绩有所波动，但营销事业一部收入仍保持了较为稳定的收入贡献度。

### (3) 接替杨鹏管理职能人员的情况

根据发行人的陈述及其“三会”会议文件、公开披露的信息，杨鹏于 2024 年 6 月辞任董事、副总经理后，在董事会层面，发行人于 2024 年 10 月召开股东大会补选财务总监潘倩倩担任第一届董事会董事；在高级管理人员层面，发行人未增补人员担任副总经理。

## 2. 杨鹏在挂牌前辞任董事和高管职务、解除与实际控制人的一致行动关系的原因和合理性

根据发行人的陈述并经本所律师访谈杨鹏及发行人实际控制人，杨鹏辞任董事、副总经理并解除与实际控制人的一致行动关系的主要背景原因如下：

### (1) 杨鹏专注于销售工作，董事、副总经理职务与其自我定位存在一定冲突

自公司成立以来，杨鹏与冯魏、郑雅丹保持了较为明确的分工定位：近年来，冯魏主要负责公司发展战略、外部融资、公司治理等重大事项；郑雅丹主要负责公司日常运营，牵头领导采购、生产、销售、研发、财务、人力等核心业务；杨鹏主要参与领导销售业务。

对于杨鹏而言，其个人希望专注于市场开拓、客户开发维护、销售团队建设等方面的销售工作且长期处于出差状态，而董事、副总经理的职务使得其在销售工作之外，还需要分配较多时间、精力参与公司治理、重要生产经营决策，在一

一定程度上影响了杨鹏销售主业的开展。

此外，冯魏、郑雅丹与杨鹏长期以来的分工安排，使得杨鹏在公司发展规划、管理决策视角等方面与冯魏、郑雅丹存在一些差异，主动辞任董事、副总经理后，郑雅丹牵头领导销售工作、杨鹏在业务端参与领导销售业务的管理格局未发生变化，发行人亦未聘任其他人员担任副总经理，或者调整杨鹏或营销事业一部的工作。因此，辞任董事、副总经理有助于杨鹏全身心投入销售工作，更好服务公司长远利益。

### **(2) 辞任董事、副总经理后，杨鹏与实际控制人保持一致行动关系的必要性降低**

根据冯魏、郑雅丹和杨鹏签署的《一致行动协议》约定，各方需在董事会、股东（大）会上保持一致行动。鉴于杨鹏已不再担任公司董事、副总经理，不再以董事身份参与公司治理，不再作为公司的高级管理人员参与公司的重要生产经营决策，杨鹏与冯魏、郑雅丹在公司发展规划、管理决策视角等方面的差异亦降低了杨鹏与实际控制人在股东层面保持一致行动的必要性，杨鹏与冯魏、郑雅丹之间的《一致行动协议》签订基础已大为削弱，故杨鹏解除了与冯魏、郑雅丹的一致行动关系。

### **(3) 完成新三板挂牌后衡美健康成为非上市公众公司，杨鹏于挂牌前辞任董事、高级管理人员有利于保障公司治理规范化以及 IPO 计划的顺利推进**

鉴于发行人在完成新三板挂牌后将成为非上市公众公司，需按照《非上市公众公司监督管理办法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等法律法规和规范性文件进一步提高公司治理能力，确保董事、高级管理人员勤勉尽责、专注履职，在精力无法同时覆盖销售主业与作为董事、高级管理人员应当履行的忠实义务和勤勉义务的情况下，杨鹏选择辞任有利于保障公司治理的规范化，避免个人工作重心与公司治理职责不匹配的情况。同时，考虑到公司后续将继续推进 IPO 申报事宜，挂牌前辞任董事、高级管理人员可减少挂牌后董监高变动导致的不确定性，发行人亦可尽快完成董事、高级管理人员的增补，保障 IPO 计划的顺利推进。

综上，杨鹏在挂牌前辞任董事和高管职务、解除与实际控制人的一致行动关系是其与冯魏、郑雅丹经友好协商后作出的审慎选择，具备合理的背景原因。

### **3. 如杨鹏离职，不会对公司生产经营及业绩构成重大不利影响**

根据发行人的陈述及其提供的员工花名册并经本所律师对杨鹏进行访谈，杨鹏辞任董事、副总经理后，继续以营销事业一部负责人身份在公司任职，辞任前后其工作职责与所分管业务领域未发生变化。经杨鹏本人确认，目前其不存在离职计划。

根据发行人的陈述及其提供的内部管理制度，并经本所律师访谈发行人实际控制人、发行人主要客户，杨鹏所负责营销事业一部以新零售客户的开拓为主，客户关系的维护与深化系在董事、总经理郑雅丹的牵头领导下，由杨鹏作为营销事业一部负责人具体实施推进。作为发行人核心管理人员，杨鹏自公司成立发展至今，在公司发展过程中发挥了重要的作用。如杨鹏离职，公司销售业务在短期内可能受到一定程度的影响。但是经过多年发展，发行人的产品与服务在行业内具有一定认可度，并与部分品牌商客户达成了稳定的合作关系；发行人销售业务系管理层、前端销售团队和后端生产交付部门协同配合的结果，客户亦是在综合考虑发行人研发实力、交付能力、品牌声誉等多重因素的基础上，选择与公司建立合作关系，并不单纯依赖个人。同时，发行人已搭建了科学合理的销售组织架构，完善了包括《销售管理制度》在内的约束和激励机制，销售部门运转有序。因此，即便杨鹏离职，发行人可以通过合理配置销售团队、引进外部人才、强化前后端协同等方式提升销售服务水平，长期生产经营及业绩亦不会受到重大不利影响。

综上所述，杨鹏在辞任董事、副总经理前后，其工作职责及分管业务领域均未发生变化，且目前其不存在离职计划。杨鹏所领导部门的客户覆盖情况、销售业绩情况系建立在发行人核心竞争优势及多部门通力协作的基础之上，不取决于其个人，且发行人已搭建科学合理的销售组织架构，构建了有效的约束和激励机制，能够保障销售业务运转有序、销售团队稳定团结。因此，即便杨鹏离职，发行人的生产经营及业绩亦不会受到重大不利影响。

**（二）说明杨鹏及其亲属控制企业的具体情况，是否与公司存在经营和资金往来、客户重叠以及潜在竞争**

根据杨鹏签署确认的基本情况调查表、出具的《确认函》并经查询企业公示系统、企查查网站的公开信息（查询日期：2025年4月26-28日），截至查询日，除持有发行人1.95%的股份及衡美企管12.50%的股权外，杨鹏及其近亲属未投资其他企业，亦未通过间接持有股权、支配表决权或委托他人持股等各种方式控制其他企业，不涉及与发行人存在经营和资金往来、客户重叠以及潜在竞争的情形。

本补充法律意见书一式叁份。

（此页无正文，为《北京国枫律师事务所关于浙江衡美健康科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书之三》的签署页）



负责人

张利国

经办律师

桑健

陈志坚

2026年5月7日