

福建腾新食品股份有限公司

FUJIAN TENGXIN FOODS CO., LTD.

(福州市台江区广达路349号A座1层)



首次公开发行股票

招股说明书

保荐机构(主承销商)



国金证券股份有限公司
SINOLINK SECURITIES CO., LTD.

(四川省成都市东城根上街95号)

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	1,770 万股
每股面值：	1.00 元
每股发行价格	29.00 元
预计发行日期	2012 年 9 月 25 日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本：	7,070 万股
<p>本次发行前股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺：</p> <p>1、公司股东滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇承诺：在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本人持有的上述股份。</p> <p>2、公司股东福建劲达创业投资有限公司、北京龙翔博弘投资有限公司、胡坚、杨华、刘志辉、郑志树、陈丽钦、曾鑫、刘锦德、吴勤承诺：在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司（或本人）本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本公司（或本人）持有的上述股份。</p> <p>3、公司董事、高级管理人员滕用雄、滕用伟、滕用庄、刘锦德、吴勤承诺：除前述锁定期外，在本人任职期间，每年转让股份不超过持有股份数的 25%；离职后六个月内，不转让本人所持有公司股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持公司股票数量的比例不超过 50%。</p>	
保荐机构（主承销商）	国金证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2012 年 9 月 21 日

发行人声明

公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容全文，并特别注意下列重大事项及公司风险。

一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司股东滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇承诺：在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本人持有的上述股份。

公司股东福建劲达创业投资有限公司、北京龙翔博弘投资有限公司、胡坚、杨华、刘志辉、郑志树、陈丽钦、曾鑫、刘锦德、吴勤承诺：在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司（或本人）本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本公司（或本人）持有的上述股份。

公司董事、高级管理人员滕用雄、滕用伟、滕用庄、刘锦德、吴勤承诺：除前述锁定期外，在本人任职期间，每年转让股份不超过持有股份数的 25%；离职后六个月内，不转让本人所持有的公司股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持公司股票数量的比例不超过 50%。

二、本次发行后公司的股利分配政策和发行前滚存利润的分配方案

（一）本次发行后，公司的股利分配政策如下：

1、公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份数额获得股利和其他形式的利益分配。公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配政策应保持连续性和稳定性。

2、公司采用现金或股票方式分配股利，可以进行中期现金分红。

3、公司年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，公司应当以现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润不少于该年实现的可分配利润的百分之二十。

公司应坚持现金分红为主这一基本原则。若公司快速成长，公司认为其股票

价格与公司的股本规模不匹配时，可以在按照前项规定进行现金分红后仍有可供分配利润的条件下，采取股票股利的方式予以分配。公司采取股票股利分配方式时应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相匹配，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

4、利润分配预案应以全体股东获得持续、稳定、科学的回报为基础，由公司董事会负责制定，并应充分征求独立董事与外部监事的意见，最后由股东大会负责审批，具体决策程序如下：公司董事会应于年度报告或半年度报告公布后两个月内，根据公司的利润分配规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资金使用需求、以前年度亏损弥补状况等因素，以实现股东合理回报为出发点，制订公司当年的利润分配预案，并事先征求独立董事和监事会的意见。利润分配预案经二分之一以上独立董事以及二分之一以上监事同意后，并经全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议。出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决同意的，即为通过。

在公司当年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，董事会应当作出现金分红预案。在符合前项规定现金分红条件的情况下，董事会根据公司生产经营情况、投资规划和长期发展等需要，未作出现金分红预案的，董事会应当做出详细说明，公司独立董事应当对此发表独立意见。提交股东大会审议时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。此外，公司应当在定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

5、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

6、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，由全体独立董事及监事会同意并经公司董事会审议后方可提交公司股东大会审议，在股东大会提案中应详细论证和说明原因，利润分配政策变更的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

本次发行后，公司将继续实行持续、稳定和积极的利润分配政策，遵循给予投资者合理投资回报并兼顾公司可持续发展的原则，采用现金、股票或者法律允

许的其他方式向股东分配利润，并承诺每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。根据公司 2012 年第一次临时股东大会审议通过的《未来三年股东分红回报规划》，公司计划未来三年每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%，同时，公司也将根据分配当年的实际经营状况，在上述现金分配比例基础上，提升现金分配比例或另行增加股票股利分配和公积金转增。

有关公司的股利分配政策和未来分红规划具体情况参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策·二、本次发行后股利分配政策”和“第十一节 管理层讨论与分析·五、发行人未来分红回报规划及分析”。

（二）本次发行前滚存利润的分配方案

根据公司 2011 年第一次临时股东大会决议，如本次发行成功，本次发行前滚存的未分配利润，由公司首次公开发行股票后登记在册的所有股东按照发行后持股比例共同享有。截至 2012 年 6 月 30 日，公司（母公司）经审计的未分配利润为 17,098.09 万元。

三、本公司特别提请投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）食品质量安全控制的风险

公司主要从事速冻鱼糜制品和速冻肉制品的生产，产品主要为福州鱼丸、鱼皮脆、贡丸、牛肉丸等消费者日常食用产品。近年来疯牛病、口蹄疫、禽流感等疫情及三聚氰胺、瘦肉精等食品安全事件时有发生，国家对食品安全问题高度重视，消费者的食品安全意识和权益保护意识日益增强，食品安全控制已成为食品生产企业生产经营活动的重中之重。虽然公司严格遵照 ISO9001 质量管理体系、HACCP 食品安全管理体系及国家的相关产品标准进行生产，在采购环节对主要的原材料、辅料制定了严格的采购标准，在生产环节对每道工序均制定了详细的工作标准，并将影响产品质量的重要环节作为关键工序进行重点监控，但如公司具体质量管理工作出现纰漏或因为其他不可预计原因发生产品质量问题，不但会产生赔偿风险，还可能对公司的信誉和公司产品的销售产生重大不利影响。因此，公司存在由于产品质量管理出现失误而带来的潜在经营风险。

（二）产品销售的季节性波动风险

公司报告期内分季度统计的营业收入见下表：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	19,519.95	60.24%	17,492.12	26.57%	14,594.18	28.43%	11,203.37	25.79%
第二季度	12,881.71	39.76%	11,901.48	18.08%	8,804.21	17.15%	8,086.14	18.62%
第三季度	-	-	13,846.43	21.03%	9,586.23	18.67%	8,789.44	20.24%
第四季度	-	-	22,592.75	34.32%	18,356.70	35.75%	15,353.77	35.35%
合计	32,401.66	100.00%	65,832.78	100.00%	51,341.33	100.00%	43,432.71	100.00%

公司主要产品为速冻鱼糜制品和速冻肉制品，受消费习惯的影响，该行业存在季节性特征，通常每年的第一季度和第四季度为销售旺季，公司营业收入具有一定的季节性波动特点。

报告期内，公司加大推广力度，通过举行终端生动化展示以及夏日百日攻略等活动，增加了消费者对公司产品的消费量，公司还针对各地不同的消费特点与经销商配合积极引导当地消费习惯。今后公司将继续加大淡季推广力度，特别是在深入研究各地消费习惯和饮食结构的基础上，通过技术创新开发适销新品，引导夏日消费和日常消费，平滑淡旺季收入波动。但是，由于本行业固有的季节性消费特点，公司面临着产品销售季节性波动的风险。

（三）政策风险

食品行业是我国重点发展的行业之一，食品是直接关系到人民健康和生命安全的特殊消费品；近年来，兽禽疫情和食品安全事件时有发生，食品安全问题日益受到国家和消费者的重视，行业受到的监管程度提高，相关政策法规趋于严格，食品安全管理力度加大。

相关政策法规的出台，将促进我国速冻鱼糜制品及速冻肉制品行业有序、健康发展，但也有可能不同程度增加食品制造企业的运营成本，对行业内企业的生产和销售造成影响。

目 录

第一节 释 义	11
第二节 概 览	14
一、发行人简介	14
二、发行人的主要财务数据及财务指标	15
三、本次发行情况	17
四、募集资金用途	17
第三节 本次发行概况	18
一、本次发行的基本情况	18
二、本次发行的有关当事人	18
三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况	20
四、与本次发行上市有关的重要日期	20
第四节 风险因素	21
一、业务经营风险	21
二、政策风险	22
三、市场风险	22
四、技术风险	23
五、财务风险	24
六、募集资金投资项目实施风险	24
七、税收优惠政策变化的风险	25
八、家族控制风险	26
第五节 发行人基本情况	27
一、发行人基本情况	27
二、发行人历史沿革及重组情况	27
三、公司的独立运营情况	29
四、发行人设立以来股本形成及变化情况	30
五、发行人设立以来资产重组情况	47
六、发行人历次验资情况	49

七、发行人的组织结构及运作情况.....	50
八、发行人的控股子公司简要情况.....	53
九、发起人、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况 ...	57
十、发行人股本有关情况.....	58
十一、公司员工及其社会保障情况.....	60
十二、主要股东以及公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....	63
第六节 业务和技术.....	65
一、发行人主营业务及其变化情况.....	65
二、行业基本情况.....	65
三、公司的竞争状况及变化趋势.....	83
四、公司主营业务情况.....	88
五、公司与业务相关的主要固定资产和无形资产.....	171
六、与经营活动相关的资质和许可.....	182
七、公司核心技术情况.....	183
八、技术储备情况及技术创新机制.....	186
九、主要产品食品安全、质量控制情况.....	192
第七节 同业竞争与关联交易.....	202
一、公司同业竞争情况.....	202
二、关联交易.....	202
三、对关联交易决策权限和程序的制度安排.....	205
四、公司关联交易制度的执行情况和独立董事意见.....	206
五、减少关联交易的措施.....	206
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	207
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....	207
二、报告期内董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份情况.....	211
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况.....	212
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬安排.....	212
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况.....	213

六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间存在的亲属关系...	214
七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员作出的重要承诺及与公司签订的协议及其履行情况.....	214
八、董事、监事、高级管理人员任职资格.....	215
九、公司董事、监事、高级管理人员在报告期内变动情况.....	215
第九节 公司治理.....	217
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况.....	217
二、公司规范运作情况.....	227
三、公司报告期内资金占用及对外担保情况.....	228
四、内部控制制度评估意见.....	228
第十节 财务会计信息.....	230
一、财务报表.....	230
二、审计意见.....	237
三、财务报表的编制基础及合并会计报表的合并范围和变化情况.....	237
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	238
五、非经常性损益明细表.....	248
六、最近一期末主要资产情况.....	249
七、最近一期末主要债项.....	250
八、所有者权益变动情况.....	251
九、报告期现金流量情况.....	252
十、期后事项、或有事项及其他重要事项.....	252
十一、主要财务指标.....	253
十二、历次验资情况.....	254
第十一节 管理层讨论与分析.....	255
一、财务状况分析.....	255
二、盈利能力分析.....	279
三、现金流量分析.....	323
四、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	328
五、发行人未来分红回报规划及分析.....	329

第十二节 业务发展目标	333
一、战略发展目标	333
二、发行当年和未来两年发展计划	333
三、拟订上述发展计划所依据的假设条件及面临的主要困难	335
四、上述业务发展计划与现有业务之间的关系	337
第十三节 募集资金运用	338
一、本次募集资金基本情况	338
二、募集资金投资项目具体情况	339
三、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响	373
第十四节 股利分配政策	375
一、发行人报告期内股利分配政策及实际股利分配情况	375
二、本次发行后股利分配政策	376
三、本次发行前滚存利润的分配方案	378
第十五节 其他重要事项	379
一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员	379
二、重大合同	379
三、公司对外担保情况	383
四、诉讼和仲裁事项	384
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	385
第十七节 备查文件	394
一、备查文件	394
二、查阅时间、地点	394

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、普通术语：		
发行人、本公司、公司、股份公司、腾新食品	指	福建腾新食品股份有限公司
海欣有限、有限公司	指	公司前身福州海欣冷冻食品有限公司
东山腾新	指	东山腾新食品有限公司，本公司全资子公司
舟山腾新	指	舟山腾新食品有限公司，本公司全资子公司
武汉海欣	指	武汉海欣食品有限公司，本公司全资子公司
上海闽芝	指	上海闽芝食品有限公司，本公司全资子公司
广州腾新	指	广州腾新食品有限公司，本公司全资子公司
北京鼓山	指	北京鼓山食品有限公司，本公司全资子公司
南京腾新	指	南京腾新食品有限公司，本公司全资子公司
沈阳腾新	指	沈阳腾新食品有限公司，本公司全资子公司
成都腾新	指	成都腾新食品有限公司，本公司全资子公司
劲达创投	指	福建劲达创业投资有限公司，本公司股东之一
福建双维	指	福建双维劳动保障事务有限公司
本次发行	指	福建腾新食品股份有限公司首次公开发行股票
本招股说明书	指	《福建腾新食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》
公司章程	指	福建腾新食品股份有限公司公司章程
公司章程（草案）	指	福建腾新食品股份有限公司公司章程（草案）
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
A 股	指	境内上市人民币普通股
元	指	人民币元
报告期	指	2009 年度、2010 年度、2011 年度、2012 年 1-6 月
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商、国金证券	指	国金证券股份有限公司
公司律师、国枫所	指	北京国枫凯文律师事务所，原北京市国枫律师事务所
审计机构、福建华	指	福建华兴会计师事务所有限公司

兴		
二、专用术语：		
鱼糜	指	将原料鱼经采肉、漂洗、精滤、脱水搅拌加工制成的黏稠糊状物。
杂鱼、海鱼	指	指新鲜的深海杂鱼，重要的海洋鱼类资源，形体较小、肉质细嫩、营养丰富、种类繁多、产量巨大，广泛应用于鱼糜、鱼油、鱼粉、休闲食品等。
鱼糜制品	指	以鱼糜为主要原料并添加其它配料和调味剂，经擂溃或斩拌成型等工艺过程制得的食品。
凝胶强度	指	衡量鱼糜质量的重要指标，直接影响鱼糜制品的组织特性、保水性、粘接性及产品得率；不同鱼种的凝胶强度有高低之分。
亲水性	指	分子能够透过氢键和水形成短暂键结的物理性质；具有这种特性的分子形成的材料的表面，易被水所润湿。
斩拌机	指	利用斩刀高速旋转的斩切作用，将原料斩切、搅拌成不同要求的颗粒、馅料或均匀的糊状体的机器，适用于各种肉类及果蔬的斩切、搅拌加工。
真空制浆	指	在生产调理食品的过程中，利用真空斩拌机在真空状态加入 CO ₂ 或 N ₂ 斩拌鱼肉物料，控制最佳斩拌时间，以提高浆体的出品率，减少气泡，增强弹性，充分提取蛋白，使物料与辅料及水充分结合，提高乳化效果，确保产品达到最佳品质的过程。
双螺旋速冻	指	采用两个转鼓的结构，速冻装置的输送带按双螺旋速冻机轨迹运行的形式传输，使得食品在冻结装置内只需 0.5 小时即可完成冻结，从而最大程度地保持食品的品质，具有冻结高效、安全卫生等优点。
酶解反应	指	蛋白质在各种蛋白酶作用下降解成氨基酸的过程。
栅栏技术	指	将多种食品贮存技术同时应用于一种食品，每种技术只用到其中等水平，所获得的保质期不是这几种技术所获保质期的算术累加，而是呈现出迭加效应，从而延缓了食品的变质。
冰晶带	指	冷冻过程中，制品肌肉组织中的水分冻结成晶体状的冰的区域带。
食品添加剂	指	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。
大豆分离蛋白	指	以低温脱溶大豆粕为原料生产的一种植物蛋白，其蛋白质含量在 90% 以上，并含有近 20 种氨基酸。
保质期	指	在标签上规定的条件下，保持食品质量（品质）的期限。在此期限内，食品完全适于销售，并符合标签上或产品标准中所规定的质量（品质）；超过此期限，在一定时间内，食品仍然可以食用。
食品安全	指	指食品无毒、无害，符合应当有的营养要求，对人体健康不造成任何急性、亚急性或者慢性危害。
冷链	指	易腐食品从产地收购或捕捞之后，在产品加工、贮藏、运输、分销和零售直到消费者手中，其各个环节始终处于产品所必需的低温环境下，以保证食品质量安全，减少损耗，防止污染的特殊供应链系统。食品冷链一般由冷冻加工、冷冻储藏、

		冷藏运输及配送、冷冻销售四个方面构成。
第三方物流	指	由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。
终端	指	产品销售渠道的最末端，是产品到达消费者完成交易的最终端口，是商品与消费者面对面展示和交易的场所。
巧克力装	指	非定量的包装，多呈长棒状。
KA	指	在营业面积、客流量等方面满足一定标准的较大规模的终端。
HACCP	指	Hazard Analysis Crisis Control Point（危害分析与关键控制点）的英文缩写，是生产（加工）安全食品的一种控制手段，通过对原料、关键生产工序及影响产品安全的人为因素进行分析，确定加工过程中的关键环节，建立、完善监控程序和监控标准，采取规范的纠正措施。
QS	指	Quality Safe，质量安全。带有 QS 标志的产品表示该产品已经过国家的批准，可以进入市场。食品生产企业必须经过强制性的质量安全检验，产品检验合格后，在最小销售单元的食品包装上标注食品生产许可证编号，并加印食品质量安全市场准入标志（“QS”标志）后方能出厂销售。
ISO9001	指	ISO9000 族标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一，用于证实组织具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力。
ISO17025	指	国际标准化组织 ISO/CASCO 制定的实验室管理标准，按照国际惯例，凡通过 ISO17025 标准的实验室提供的数据均具备法律效力，得到国际认可。
PDCA 循环	指	由计划（PLAN）、实施（DO）、检查（CHECK）和处理（ACTION）四个阶段组成的工作循环，是企业提高产品质量、改善经营管理的重要方法。
《食品安全法》	指	《中华人民共和国食品安全法》

本招股说明书中若出现总计数与所列数值总和不符，均为四舍五入所致。

第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

（一）公司概况

中文名称：福建腾新食品股份有限公司

英文名称：FUJIAN TENGXIN FOODS CO., LTD.

注册资本：5,300 万元

法定代表人：滕用雄

成立时间：2005 年 4 月 22 日

住 所：福州市台江区广达路 349 号 A 座 1 层

主营业务：以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主的速冻食品的研发、生产、销售

公司地处福州，实际控制人滕氏家族自 1903 年即开始经营鱼糜制品，迄今已有百年传承之历史，“百年鱼丸世家”在业内享有声誉；经过几代人的不懈努力，滕氏家族将偏居福州一隅的传统手工作坊打造成为农业产业化国家重点龙头企业，公司被认定为“中国改革开放 30 年中华老字号传承创新优秀企业”。公司自成立以来，一直致力于打造公司品牌形象，经过 10 余年的发展，“海欣”品牌在我国速冻鱼糜制品行业已具有较高的知名度，公司于 2006 年荣获“中国名牌”称号，同时还拥有“中国驰名商标”称号。

作为国内速冻鱼糜制品主要生产企业之一，公司致力于用现代科技改造传统海水产品加工业，将先进的食品工程技术、生物技术应用用于海洋水产品的精深加工、鱼糜制品配方改进、加工设备的更新和工艺改造诸方面，并取得突出成绩。公司拥有福州市级企业技术中心，2007 年 9 月和 2010 年 5 月，公司连续两次被福州市人民政府认定为福州市现代农业技术创新基地；2008 年 12 月，公司被认定为高新技术企业；2010 年 12 月，公司被农业部认定为全国农产品加工业示范企业；2011 年 1 月公司的技术中心被农业部认定为“国家农产品加工技术研发分中心-水产品加工专业分中心”。此外，公司还作为主要起草单位参与制定了

行业标准《肉丸》（SB/T 10610-2011）。

公司已通过 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 认证，并取得“全国工业产品生产许可证（QS）”；公司从采购物流、生产物流到销售物流，全程都建立密集的质量检验与控制点，以确保原料、在制品及成品的每个环节都能符合食品安全卫生的严格要求，并确保公司为消费者提供营养、安全、新鲜、无污染的优质产品。

公司产业链布局完善，不但在福建福州拥有专业的海洋水产品精深加工基地及研发中心，同时在我国著名渔港浙江舟山拥有基地，原料成本低、无污染，品质有保障，可充分满足公司高品质原材料的稳定供应。

在多年的生产经营活动中，公司诚实守信，企业形象获得社会高度认可。

（二）公司业务概况

经过多年发展，公司逐步形成了以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主的速冻食品研发、生产和销售整体业务格局。

公司速冻鱼糜制品主要包括灌汤福州鱼丸、福州虾丸、福州特级墨鱼丸等 40 余种鱼丸类产品，仿蟹肉棒、蟹王棒等几种棒类产品，太平燕、西湖肉燕等 10 余种饺燕类产品，鱼肉卷、龙凤卷等几种卷类产品，以及鲍鱼糕、黄金鱼板、干贝丝饼等 20 余种油炸类产品。公司速冻肉制品包括贡丸、牛肉丸等 10 余种肉丸类产品及亲亲肠、蟹王肠、桂花肠等 10 余种肠类产品。

报告期内，公司主营业务和主要产品未曾发生重大变化。

（三）公司控股股东、实际控制人简介

滕用雄持有公司 1,670 万股，占公司股本的 31.51%，为公司控股股东；滕用伟、滕用庄、滕用严分别为滕用雄之大弟、二弟及三弟，陈月娇为前述四名股东之母；上述五名股东（滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇，以下简称“滕氏家族”）合计直接持有公司 4,000 万股，占公司发行前总股本的 75.47%，为公司的实际控制人。

二、发行人的主要财务数据及财务指标

根据福建华兴出具的“闽华兴所（2012）审字 C-168 号”审计报告，公司主要财务数据及财务指标列示如下：

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2012-06-30	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
资产合计	34,813.31	41,419.28	34,558.95	28,671.88
负债合计	7,436.20	16,320.27	14,248.02	12,861.45
股东权益合计	27,377.11	25,099.02	20,310.93	15,810.43
归属于母公司股东权益合计	27,377.11	25,099.02	20,310.93	15,810.43
少数股东权益合计	-	-	-	-

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	32,401.66	65,832.78	51,341.33	43,432.71
营业利润	3,383.26	6,235.84	5,937.48	5,035.14
利润总额	3,441.61	6,427.52	5,957.55	5,148.23
净利润	2,808.10	5,318.08	4,924.50	4,329.95
归属于母公司股东净利润	2,808.10	5,318.08	4,924.50	4,329.95
少数股东损益	-	-	-	-

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	4,476.91	2,216.51	6,592.50	1,030.72
投资活动产生的现金流量净额	-918.47	-2,825.47	-2,813.79	-2,127.93
筹资活动产生的现金流量净额	-3,560.46	380.89	-2,076.18	798.02
汇率变动对现金的影响	0.08	0.29	-8.02	-0.62
现金及现金等价物净增加额	-1.94	-227.79	1,694.50	-299.81

(四) 主要财务指标

项 目	2012-06-30	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动比率（倍）	2.96	1.74	1.63	1.43
速动比率（倍）	1.81	0.83	0.81	0.80
资产负债率（母公司）	22.51%	37.52%	35.12%	38.95%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.12%	0.12%	0.10%	0.14%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	5.17	4.74	3.83	2.98

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
应收账款周转率（次/年）	10.87	13.41	14.67	16.84
存货周转率（次/年）	3.68	3.45	3.41	3.79
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.84	0.42	1.24	0.19
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）	10.48%	22.81%	27.35%	30.62%
基本每股收益（扣除非经常性损益后）（元）	0.52	0.97	0.93	0.80
稀释每股收益（扣除非经常性损益后）（元）	0.52	0.97	0.93	0.80

三、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
股票面值	1.00 元
发行价格	29.00 元/股
发行数量	1,770 万股，占发行后总股本的比例为 25.04%
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会要求或认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象以及在深圳证券交易所开户的境内自然人、机构等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟上市交易所	深圳证券交易所

四、募集资金用途

本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将按照轻重缓急顺序依次投入以下项目：

项目名称	总投资额 （万元）	募集资金使用金额 （万元）	项目备案情况
新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目	13,887.00	13,887.00	闽发改备【2009】E06007号
营销网络建设项目	3,622.40	3,622.40	闽发改备【2009】K00047号
鱼糜及其制品技术研发中心项目	2,285.30	2,285.30	闽发改备【2009】K00042号
合计	19,794.70	19,794.70	-

关于本次发行募集资金投向的具体内容，详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00 元
发行股数	1,770 万股，占发行后总股本的 25.04%
每股发行价	29.00 元/股
发行市盈率	39.73 倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照 2011 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	5.17 元（以 2012 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后预计每股净资产	10.55 元（截至 2012 年 6 月 30 日经审计的净资产与预计的募集资金净额之和除以发行后的总股本）
发行市净率	2.75 倍（按照发行价格除以发行后预计每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会要求或认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象以及在深圳证券交易所开户的境内自然人、机构等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	51,330.00 万元
预计募集资金净额	47,180.00 万元
发行费用概算	
其中：承销保荐费用	3,523.15 万元
审计费用	115.00 万元
律师费用	70.00 万元
发行手续费用	21.85 万元
信息披露费用	420.00 万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：	福建腾新食品股份有限公司
法定代表人	滕用雄
住所	福州市台江区广达路 349 号 A 座 1 层

电话	0591-88202235
传真	0591-88202231
联系人	刘锦德、林天山
(二) 保荐人(主承销商):	国金证券股份有限公司
法定代表人	冉云
住所	四川省成都市东城根上街 95 号
电话	0592-5350608
传真	0592-5350511
保荐代表人	庄海峻、李刚
项目协办人	邓晓艳
项目经办人	俞琳、陈钟林、郑珺文
(三) 公司律师:	北京国枫凯文律师事务所
负责人	张利国
住所	北京市西城区金融大街一号写字楼 A 座 12 层
电话	010-66090088
传真	010-66090016
经办律师	赵梦、秦桥、李建民
(四) 审计、验资机构:	福建华兴会计师事务所有限公司
单位负责人	林宝明
住所	福州市湖东路 152 号中山大厦 B 座 7-9
电话	0591-87842376
传真	0591-87859142
经办会计师:	郑丽惠、陈玉萍
(五) 资产评估机构:	中商资产评估有限责任公司
单位负责人	罗东皓
住所	北京海淀区中关村南大街甲 56 号方圆大厦 B 座 1303/04
电话	010-88026631
传真	010-88026272
经办资产评估师:	李德初、陈家作
(六) 收款银行:	
开户行	中国建设银行成都市新华支行
户 名	国金证券股份有限公司
账 号	5100 1870 8360 5060 5761

（七）股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122
（八）上市交易所	深圳证券交易所
住所	深圳市深南东路 5045 号
电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况

公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

发行公告刊登日期	2012 年 9 月 24 日
询价推介开始时间	2012 年 9 月 18 日
定价公告刊登日期	2012 年 9 月 24 日
申购日期和缴款日期	2012 年 9 月 25 日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快在深圳证券交易所挂牌交易

请投资者关注发行人与保荐人（主承销商）于相关媒体披露的公告。

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下列风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、业务经营风险

（一）食品质量安全控制的风险

公司主要从事速冻鱼糜制品和速冻肉制品的生产，产品主要为福州鱼丸、鱼皮脆、贡丸、牛肉丸等消费者日常食用产品。近年来疯牛病、口蹄疫、禽流感等疫情及三聚氰胺、瘦肉精等食品安全事件时有发生，国家对食品安全问题高度重视，消费者的食品安全意识和权益保护意识日益增强，食品安全控制已成为食品生产企业生产经营活动的重中之重。虽然公司严格遵照 ISO9001 质量管理体系、HACCP 食品安全管理体系及国家的相关产品标准进行生产，在采购环节对主要的原材料、辅料制定了严格的采购标准，在生产环节对每道工序均制定了详细的工作标准，并将影响产品质量的重要环节作为关键工序进行重点监控，但如公司具体质量管理工作出现纰漏或因为其他不可预计原因发生产品质量问题，不但会产生赔偿风险，还可能对公司的信誉和公司产品的销售产生重大不利影响。因此，公司存在由于产品质量管理出现失误而带来的潜在经营风险。

（二）产品销售的季节性波动风险

公司报告期内分季度统计的营业收入见下表：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	19,519.95	60.24%	17,492.12	26.57%	14,594.18	28.43%	11,203.37	25.79%
第二季度	12,881.71	39.76%	11,901.48	18.08%	8,804.21	17.15%	8,086.14	18.62%
第三季度	-	-	13,846.43	21.03%	9,586.23	18.67%	8,789.44	20.24%
第四季度	-	-	22,592.75	34.32%	18,356.70	35.75%	15,353.77	35.35%
合计	32,401.66	100.00%	65,832.78	100.00%	51,341.33	100.00%	43,432.71	100.00%

公司主要产品为速冻鱼糜制品和速冻肉制品，受消费习惯的影响，该行业存在季节性特征，通常每年的第一季度和第四季度为销售旺季，公司营业收入具有一定的季节性波动特点。

报告期内，公司加大推广力度，通过举行终端生动化展示以及夏日百日攻略等活动，增加了消费者对公司产品的消费量，公司还针对各地不同的消费特点与经销商配合积极引导当地消费习惯。今后公司将继续加大淡季推广力度，特别是在深入研究各地消费习惯和饮食结构的基础上，通过技术创新开发适销新品，引导夏日消费和日常消费，平滑淡旺季收入波动。但是，由于本行业固有的季节性消费特点，公司面临着产品销售季节性波动的风险。

二、政策风险

食品行业是我国重点发展的行业之一，食品是直接关系到人民健康和生命安全的特殊消费品；近年来，禽畜疫情和食品安全事件时有发生，食品安全问题日益受到国家和消费者的重视，行业受到的监管程度提高，相关政策法规趋于严格，食品安全管理力度加大。

相关政策法规的出台，将促进我国速冻鱼糜制品及速冻肉制品行业有序、健康发展，但也有可能不同程度增加食品制造企业的运营成本，对行业内企业的生产和销售造成影响。

三、市场风险

（一）市场竞争风险

速冻鱼糜制品和速冻肉制品行业容量较大，行业内企业数量较多，经过十余年的发展，行业集中度不断提高，已形成了包括公司在内的少数优势企业。但是，由于本行业的产品市场在不同地域反映出不同的消费者习惯，因此公司在不同类型区域市场面临着不同的市场竞争风险。

在成熟地区，以低价竞争为主导的市场竞争得到明显遏制，市场份额呈现出逐年集中的趋势，竞争较为有序，但各竞争对手为提高市场占有率，近年来竞争强度有所加强。公司在该等市场主要是与少数几家同档次企业以品牌、渠道、产品质量、产品差异化等非价格手段展开竞争。

在高速发展地区，消费者对产品辨识度正在形成，品质竞争和价格竞争同时

存在，公司既面临同档次企业的竞争，也面临低端品牌产品的冲击。

在拓展地区，尚无占据明显优势的企业品牌，消费习惯尚待引导，市场尚需培育，低端品牌产品的价格竞争冲击较为明显。

（二）原材料价格波动风险

公司生产所需的主要原材料为大宗农产品，包括鱼糜、肉类和粉类等。报告期内，产品主要原材料成本占生产成本的比例平均为 70%左右，原材料价格的波动直接影响公司的盈利。

受宏观经济周期、市场供求关系、运输条件、气候及其他因素影响，报告期内公司主要原料价格波动幅度较大，2009 年、2010 年、2011 年和 2012 年 1-6 月，鱼糜采购价格分别为 10,423.74 元/吨、8,372.17 元/吨、12,013.23 元/吨和 12,277.16 元/吨，增长率分别为-19.68%、43.49%和 2.20%；肉类采购价格分别为 8,839.97 元/吨、9,198.08 元/吨、11,625.19 元/吨和 10,136.50 元/吨，增长率分别为 4.05%、26.39%和-12.81%；粉类采购价格分别为 4,737.67 元/吨、5,166.66 元/吨、6,217.37 元/吨和 5,517.27 元/吨，增长率分别为 9.05%、20.34%和-11.26%。

2009 年受金融危机影响，主要原材料价格有不同程度的下降，随着经济的复苏，2010 年主要原材料价格开始上涨，尤其是 2011 年在国内通胀压力下主要原材料价格出现较大幅度上涨。2012 年上半年，公司主要原材料采购价格随着国内 CPI 指数的回落而逐渐下降。未来受通货膨胀的影响，若主要原材料的市场价格大幅上升，将会导致公司单位生产成本的提高；若公司无法有效应对原材料价格上涨所带来的压力，将会对公司的经营业绩造成不利影响。

四、技术风险

（一）核心技术可能泄密的风险

本公司建立了保密工作制度，与所有核心技术人员签订了《核心技术人员保密协议书》，不仅严格规定了技术人员的责权，而且对相关技术人员离职后作出严格的竞业限制规定。报告期内，公司未发生因技术泄密导致的经营风险。

尽管公司采取上述措施防止公司核心技术对外泄露，但若出现公司核心技术人员大量外流甚至核心技术严重泄密，将会对公司创新能力的保持和竞争优势的延续造成重大不利影响。

（二）技术人才流失的风险

公司核心技术人员及其他专业技术人员是推动公司创新能力持续发展的关键，在公司发挥着技术带头人的作用。公司一直注重人力资源的科学管理，按照价值规律，参照本地区、同类企业人力资源价值水平，建立了公正、合理的绩效评估体系，提高技术人才尤其是技术骨干的薪酬、福利待遇水平；虽然报告期内公司核心技术人员保持稳定，未发生离职情况，但仍然存在技术性人才流失的风险。

五、财务风险

（一）存货风险

报告期内，随着业务规模的快速扩张，公司的存货规模增长较快。2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末，公司存货金额分别为 8,071.70 万元、11,706.03 万元、14,759.74 万元和 8,372.37 万元，占流动资产的比例较高，分别为 43.85%、50.28%、52.35%和 38.74%。公司存货占比较高与本行业季节性特点以及企业经营策略相匹配，但若公司不能有效管理存货，导致存货过期或存货规模过大，将给公司生产经营带来负面影响。

（二）净资产收益率下降风险

本公司 2011 年度加权平均净资产收益率为 23.51%。若本次发行成功后，将导致公司净资产大幅增长，虽然公司此次募集资金投资项目经过科学的可行性论证，预期效益良好，但由于募集资金所投资的新项目具有一定的建设周期，从项目实施到产生效益需要一段时间，公司在短期内存在净资产收益率下降的风险。

六、募集资金投资项目实施风险

（一）产能扩大的市场营销风险

本次募集资金拟投资项目建成达产后，公司将新增速冻鱼糜制品产能 2.2 万吨/年，新增速冻肉制品产能 0.8 万吨/年。尽管公司产能扩张是建立在对市场、品牌、技术、公司销售能力等因素进行谨慎分析的基础之上，新增产能的产品均为公司现有主力产品，可实现与现有产品市场、品牌、技术、服务等资源的共享，但仍可能出现产能扩张后，由于市场需求不可预测的变化、竞争对手能力增强等

原因而导致的产品销售风险。

（二）快速扩张引致的管理风险

本次发行完成后，随着募集资金到位、募投项目陆续开展，公司资产规模、人员规模、业务规模将迅速扩张，对高水平研发、营销、管理人才的需求将大幅上升。如果公司管理水平不能及时提升，组织模式和管理制度不能随着公司规模扩大而及时调整、完善，则公司可能存在因管理能力发展与经营规模扩大不相匹配的风险。

（三）固定资产折旧增加导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目的建设期为2年，项目完成后，公司将新增固定资产10,588万元，按照公司当前会计政策，每年将新增固定资产折旧690万元；鱼糜及其制品技术研发中心项目建设期为1年，项目完成后，公司将新增固定资产1,609万元，新增固定资产折旧152.90万元；营销网络建设项目建设期为3年，项目完成后，将新增固定资产1,629万元，新增固定资产折旧154.76万元。上述3个项目完成后，公司每年合计新增固定资产折旧997.66万元。如果未来市场环境发生重大变化，募集资金投资项目的预期收益不能实现，则本公司存在因固定资产折旧的大量增加而导致利润下滑的风险。

七、税收优惠政策变化的风险

2008年12月，根据福建省科学技术厅、福建省财政厅、福建省国家税务局、福建省地方税务局《关于认定福建省2008年第二批高新技术企业的通知》（闽科高[2009]11号），公司被认定为高新技术企业，有效期3年，自2008年起可依照《企业所得税法》等有关规定，3年之内享受15%的所得税优惠税率。2012年3月公司通过了高新技术企业资格复审并取得了换发的高新技术企业资格证书，2011年至2013年可继续享受15%的所得税优惠税率。报告期内公司所得税优惠金额及占利润总额的比重如下表所示：

项目	2012年1-6月	2011年度	2010年度	2009年度
利润总额(万元)	3,441.61	6,427.52	5,957.55	5,148.23

税收优惠金额(万元)	335.23	553.94	448.82	657.06
税收优惠金额占利润总额的比例	9.74%	8.62%	7.53%	12.76%

税收优惠政策期满后，如果本公司未被继续认定为高新技术企业，或者未来国家对上述所得税的税收优惠政策作出调整，将对公司的经营业绩产生一定程度的影响。

八、家族控制风险

本公司实际控制人为滕氏家族，在本次发行前合计持有本公司 75.47%的股权；滕氏家族成员中，滕用雄为本公司董事长兼总经理，滕用伟和滕用庄为公司董事。发行人已按照现代企业制度的要求建立健全了较为完善的法人治理结构，但如果滕氏家族利用其控制地位对公司重大资本支出、人事任免、发展战略、关联交易等重大事项施加不当影响，仍可能损害公司和中小股东的利益。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	福建腾新食品股份有限公司
英文名称	FUJIAN TENGXIN FOODS CO., LTD.
注册资本	5,300 万元
法定代表人	滕用雄
成立日期	1996 年 8 月 12 日
整体变更日期	2005 年 4 月 22 日
住 所	福州市台江区广达路 349 号 A 座 1 层
邮政编码	350008
电话	0591-88202235
传真号码	0591-88202231
互联网地址	www.tengxinfoods.com.cn
电子信箱	zqb@tengxinfoods.com.cn

二、发行人历史沿革及重组情况

（一）设立方式

福建腾新食品股份有限公司是于 2004 年 12 月 17 日经福建省人民政府闽政股（2004）23 号《关于同意设立福建腾新食品股份有限公司的批复》批准，由福州海欣冷冻食品有限公司整体变更设立的股份有限公司，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇作为发起人，以其拥有的有限公司截至 2004 年 6 月 30 日经审计的净资产 1,742 万元折为股本 1,742 万股。整体变更设立股份公司前后，各发起人持股比例保持不变。

2005 年 4 月 22 日，公司在福建省工商行政管理局登记注册，领取注册号为 3500002002343 的《企业法人营业执照》，注册资本为 1,742 万元，法定代表人为滕用雄。

（二）发起人

本公司设立时的发起人为滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇等五名自然人，各发起人持股数量及持股比例如下表所示：

序号	发起人姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	561.795	32.25
2	滕用伟	387.595	22.25
3	滕用庄	387.595	22.25
4	滕用严	387.595	22.25
5	陈月娇	17.42	1.00
合计	-	1,742	100.00

（三）公司改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

在设立公司之前，主要发起人拥有的主要资产为持有的福州海欣冷冻食品有限公司相关权益，主要发起人通过有限公司实际从事速冻鱼糜制品、速冻肉制品的研发、生产及销售。

（四）公司成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司是由福州海欣冷冻食品有限公司整体变更而设立的，承继了有限公司的全部资产和负债及相关业务，公司实际从事的主要业务为速冻鱼糜制品、速冻肉制品的研发、生产和销售。报告期内，公司的主营业务未发生变化。

（五）在公司成立之后，发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司成立之后，陈月娇和滕用庄曾合计持有福州吉庆有余食品有限公司100%股权，该公司已于2008年6月完成工商注销。

截至本招股说明书签署日，滕用雄等5位发起人仅持有公司股份，无其他对外投资和参与经营的业务。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的关系

公司系由福州海欣冷冻食品有限公司整体变更而设立，改制前后业务流程未发生变化。

公司主要业务流程详见本招股说明书“第六节 业务和技术·四、公司主营业务情况·（一）公司主要产品用途以及主要工艺流程”。

（七）公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

本公司自成立以来，在生产经营方面与主要发起人之间的关联交易主要包括发起人为公司银行借款提供担保、向公司无偿转让注册商标等方面，具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易·二、关联交易·（二）关联交易情况”。

（八）发起人出资资产的产权变更

有限公司整体变更为股份公司后，其所有的资产、负债、人员全部进入股份公司，并办理完毕土地、房产、商标、专利等产权变更登记手续。

三、公司的独立运营情况

公司拥有独立完整的研发、供应、生产和销售系统，在业务、资产、人员、财务、机构等方面与公司现有控股股东及实际控制人完全分开、独立运作，具有面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立

公司以速冻鱼糜制品、速冻肉制品的生产及销售为主营业务，在经营过程中，从原材料采购、组织生产到产品销售与结算诸环节均由公司自行组织实施。公司的管理体系已经通过 ISO9001 国际质量体系认证，设置了负责供应、生产和销售的专职机构，并按 ISO9001 规范要求组织各类采购、生产和销售活动。

（二）资产完整

公司前身海欣有限设立时，各出资人投入的资金均已足额到位；有限公司整体变更为股份公司时，所有资产均已进入股份公司，相关产权证明亦已办至公司名下，权属明确，不存在潜在纠纷；目前公司已拥有独立于现有控股股东及实际控制人的完整资产结构，生产、供应、销售系统独立完整，并具有生产经营所必需的相关知识产权。

公司不存在以资产为股东及其控制的其他企业债务提供担保的情形，也不存在资产、资金或其他资源被控股股东及实际控制人占用而损害公司利益的情形。

（三）人员独立

公司拥有独立的员工队伍，公司员工的工资发放、福利费支出与股东或股东单位严格分离；公司建立了员工聘用、考评、晋升等完整的劳动用工制度，已与所有员工签订《劳动合同》，在劳动、人事及工资管理上完全独立；截至 2012 年 6 月 30 日，公司及其子公司合同制员工共 801 人。

公司建立、健全了法人治理结构，董事（含独立董事）、监事及高级管理人员严格按照《公司法》及公司章程的相关规定产生，不存在股东指派或干预人事任免的情况。

公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均在公司工作并领取薪酬，未在股东单位兼职和领取薪酬。公司财务管理关键岗位不存在家族成员任职的情形。

（四）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立了独立的会计核算体系，并制定了内部财务管理制度等内控制度。

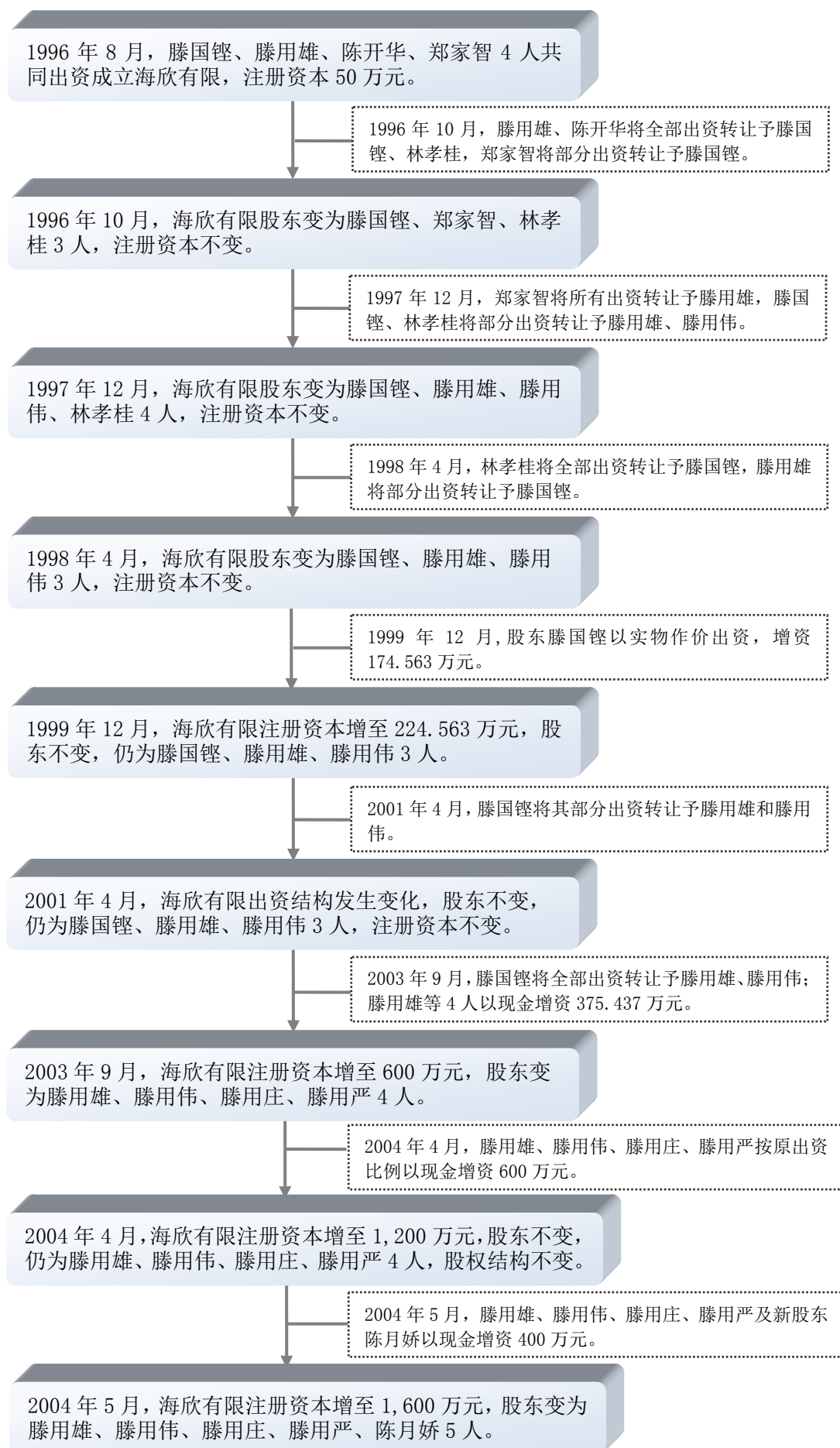
公司拥有独立的银行账户，不存在与控股股东及实际控制人共用银行账户的情况。公司为独立的纳税人，不存在与股东混合纳税的情况。公司独立进行财务决策，不存在股东干预股份公司资金使用的情形。

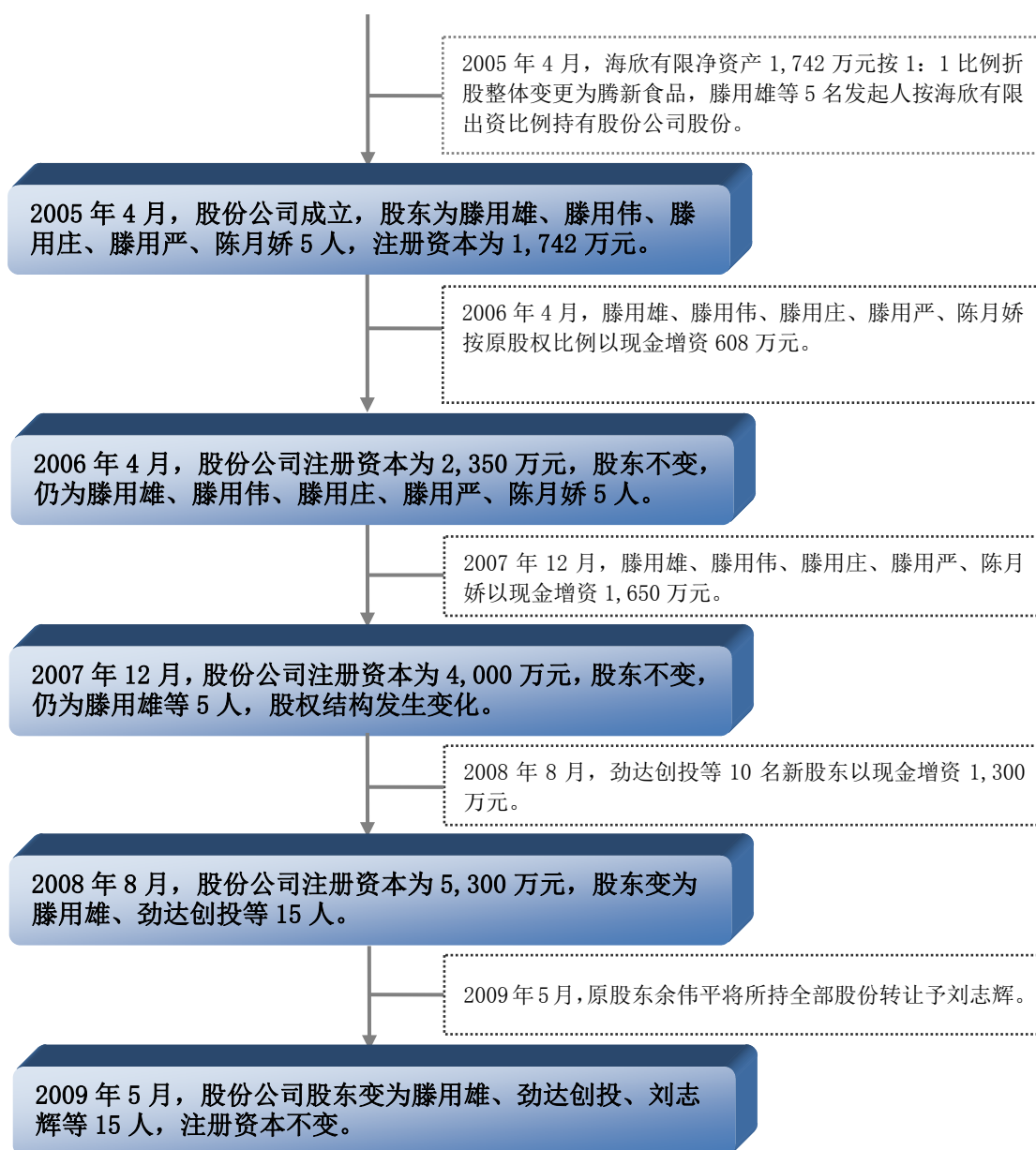
（五）机构独立

公司建立了适应其业务发展的组织结构，各机构均独立于公司股东。公司根据《公司法》与公司章程的要求建立了较为完善的法人治理结构，股东大会、董事会、监事会严格按照公司章程规范运作，并建立了独立董事制度。公司在生产、销售、采购、技术研发、质量管理、人力资源等方面，设立了 11 个职能部门，并在各主要城市设立了 9 家全资子公司。公司的办公场所与股东及其控制的关联企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。

四、发行人设立以来股本形成及变化情况

公司系由福州海欣冷冻食品有限公司整体变更设立，公司股本演变情况如下：





（一）股份公司成立前情况

1、1996年8月，海欣有限成立

1996年8月，自然人滕国铿、滕用雄、陈开华、郑家智共同以货币出资成立海欣有限，注册资本50万元，法定代表人为滕国铿，经营范围为“肉制品，水产品，加工、销售”。

滕国铿与公司实际控制人之一陈月娇系夫妻关系，与公司其他四名实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严系父子关系。

经福州审计师事务所1996年8月8日出具的榕审验字(1996)第379号《验

资报告书》验证，公司成立时注册资本已足额缴纳。1996年8月12日，海欣有限在福州市工商行政管理局登记注册，取得注册号为26019187-8-1的《企业法人营业执照》。海欣有限成立时的出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕国铿	12.50	25.00
2	滕用雄	12.50	25.00
3	陈开华	12.50	25.00
4	郑家智	12.50	25.00
合 计		50.00	100.00

2、1996年10月，海欣有限第一次出资转让

1996年10月，海欣有限自然人股东滕用雄将其所持全部出资（12.50万元）分别转让予滕国铿（受让6.50万元）和林孝桂（受让6.00万元）；自然人股东陈开华将其所持全部出资（12.50万元）转让予滕国铿；自然人股东郑家智将其所持部分出资（6.50万元）转让予滕国铿。该次出资转让均以原始出资额为作价依据。

该次出资转让后，海欣有限出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕国铿	38.00	76.00
2	郑家智	6.00	12.00
3	林孝桂	6.00	12.00
合 计		50.00	100.00

3、1997年12月，海欣有限第二次出资转让

1997年12月，海欣有限自然人股东郑家智将其所持全部出资（6.00万元）转让予滕用雄；自然人股东林孝桂将其所持部分出资（3.00万元）转让予滕用雄；自然人股东滕国铿将其所持部分出资（6.00万元）分别转让予滕用伟（受让5.00万元）和滕用雄（受让1.00万元）。该次出资转让均以原始出资额为作价依据。

该次出资转让后，海欣有限出资结构如下：

序号	股东名称或姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕国铿	32.00	64.00

2	滕用雄	10.00	20.00
3	滕用伟	5.00	10.00
4	林孝桂	3.00	6.00
合 计		50.00	100.00

4、1998 年 4 月，海欣有限第三次出资转让

1998 年 4 月，海欣有限自然人股东林孝桂将其所持全部出资（3.00 万元）转让予滕国铨；自然人股东滕用雄将其所持部分出资（5.00 万元）转让予滕国铨。该次出资转让均以原始出资额为作价依据。

该次出资转让完成后，海欣有限出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕国铨	40.00	80.00
2	滕用雄	5.00	10.00
3	滕用伟	5.00	10.00
合 计		50.00	100.00

5、1999 年 12 月，海欣有限第一次增资（注册资本由 50 万元增至 224.563 万元）

1999 年 12 月 1 日，海欣有限召开股东会，全体股东同意将注册资本由 50 万元增至 224.563 万元，增资款由自然人股东滕国铨以实物作价 174.563 万元出资。

滕国铨用于出资的实物为固定资产，主要包括冷冻食品加工、贮藏、包装等设备，上述设备经福建大正会计师事务所（以下简称“大正所”）评估，并于 1999 年 11 月 30 日出具大正（99）评字 512 号资产评估报告，评估基准日为 1999 年 11 月 26 日，评估价值为 1,745,630.00 元。

1999 年 12 月 10 日，大正所以大正（99）验字 064 号《验资报告》对该次增资进行验证。根据验资报告，滕国铨本次增加投入实物尚未取得购货发票，仅取得收据或调拨清单，大正所对为其开具收据或调拨清单的原购货单位进行函证，取得原开具收据或调拨清单单位对滕国铨购入实物及以现金付款的确认，并经大正所盘点，该批实物均已移库使用。

1999 年 12 月 10 日，海欣有限在福州市工商行政管理局办理完毕该次增资的工商变更登记手续，取得了 3501002004014 号《企业法人营业执照》。

该次增资完成后，海欣有限出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕国铿	214.563	95.54
2	滕用雄	5.00	2.23
3	滕用伟	5.00	2.23
合 计		224.563	224.563

6、2001 年 4 月，海欣有限第四次出资转让

2001 年 4 月，海欣有限自然人股东滕国铿将其所持出资 34.9126 万元转让予滕用雄（受让 17.4563 万元）和滕用伟（受让 17.4563 万元），该次出资转让以原始出资额为作价依据。

该次出资转让完成后，海欣有限的出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕国铿	179.6504	80.00
2	滕用雄	22.4563	10.00
3	滕用伟	22.4563	10.00
合 计		224.563	100.00

7、2003 年 9 月，海欣有限第五次出资转让及第二次增资（注册资本由 224.563 万元增至 600 万元）

2003 年，海欣有限原控股股东滕国铿因个人身体原因，决定将公司经营权转交予其四个儿子滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严，并决定将其原持有的海欣有限全部出资（179.6504 万元）转让予滕用雄、滕用伟；同时，滕用雄、滕用伟及新股东滕用庄、滕用严拟以现金对海欣有限进行增资；本次出资转让及增资完成后，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严成为海欣有限的实际控制人并实际经营海欣有限，滕国铿不再持有海欣有限股权及参与公司经营。

由于 1999 年原股东滕国铿实物出资时未能提供相关实物购货发票存在瑕疵，为保障海欣有限未来进一步规范运营，经原股东滕国铿、滕用雄、滕用伟与该次增资新增股东滕用庄、滕用严共同协商，原股东滕国铿、滕用雄、滕用伟同意用货币资金替换原实物出资。

2003 年 9 月 8 日，海欣有限召开股东会，全体股东一致同意：（1）公司原股东（滕国铿、滕用雄、滕用伟）用等额货币资金置换原实物出资 174.563 万元；

(2) 原股东滕国铿将其持有的有限公司 100 万元出资转让给滕用雄, 79.6504 万元出资转让给滕用伟; (3) 增加注册资本 375.437 万元, 其中由滕用雄出资 72.5437 万元, 滕用伟出资 32.8933 万元, 新股东滕用庄出资 135 万元, 新股东滕用严出资 135 万元, 增资后海欣有限注册资本变更为 600 万元。

滕国铿、滕用雄、滕用伟于 2003 年 9 月 8 日签订股权转让协议, 约定该次出资转让以原始出资额为作价依据。

2003 年 9 月 10 日, 福云会计师事务所出具 (2003) 云验复字第 E-036 号《验资报告》, 对上述以货币出资替换实物出资及增资事宜进行了验证。

海欣有限于 2003 年 9 月 19 日办理完毕工商变更登记手续。

该次出资转让及增资完成后, 海欣有限的出资结构为:

序号	股东姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	滕用雄	195.00	32.50
2	滕用伟	135.00	22.50
3	滕用庄	135.00	22.50
4	滕用严	135.00	22.50
合 计		600.00	100.00

针对本次以货币出资替换实物出资事宜, 发行人律师和保荐机构经核查后认为: (1) 1999 年 12 月海欣有限原股东滕国铿以实物增资时, 已按当时有效的《公司法》第二十五条有关规定将增资的实物移交给海欣有限, 该等资产已为海欣有限实际占有、使用、收益, 未损害海欣有限或其债权人的利益, 在海欣有限实际使用该等资产过程中也未发生第三方向海欣有限主张权利进而损害海欣有限利益的事实, 同时该等资产系按评估机构的评估价作价增资, 符合当时有效的《公司法》第二十四条有关规定, 不存在虚假出资或出资不实问题; (2) 发行人前身海欣有限原股东滕国铿、滕用雄、滕用伟以等额货币资金置换原用于出资的实物的行为符合我国法律、法规之规定, 不存在抽逃出资问题, 未损害海欣有限或任何第三方利益, 该等行为不构成发行人本次发行上市的障碍。

8、2004 年 4 月, 海欣有限第三次增资 (注册资本由 600 万元增至 1,200 万元)

2004 年 4 月 10 日, 海欣有限召开股东会, 同意增加注册资本 600 万元, 其中滕用雄以货币形式增资 195 万元, 滕用伟、滕用庄、滕用严分别以货币形式增

资 135 万元，增资后海欣有限的注册资本变更为人民币 1,200 万元。

该次新增注册资本经福建华强有限责任会计师事务所于 2004 年 4 月 29 日出具的闽华强（2004）验字第 017 号《验资报告》验证，新增注册资本已经缴足，并于 2004 年 6 月 14 日办理完毕工商变更登记手续。

该次增资完成后，海欣有限的出资结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕用雄	390.00	32.50
2	滕用伟	270.00	22.50
3	滕用庄	270.00	22.50
4	滕用严	270.00	22.50
合 计		1,200.00	100.00

9、2004 年 5 月，海欣有限第四次增资（注册资本由 1,200 万元增至 1,600 万元）

2004 年 5 月 8 日，海欣有限召开股东会，同意增加注册资本 400 万元，其中滕用雄以货币形式增资 126 万元，滕用伟、滕用庄、滕用严分别以货币形式增资 86 万元，新股东陈月娇以货币形式增资 16 万元；增资后海欣有限的注册资本变更为 1,600 万元。

该次新增注册资本经福建华强有限责任会计师事务所于 2004 年 5 月 20 日出具的闽华强（2004）验字第 021 号《验资报告》验证，新增注册资本已经缴足，并于 2004 年 6 月 28 日办理完毕工商变更登记手续。

该次增资完成后，海欣有限的出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	滕用雄	516.00	32.25
2	滕用伟	356.00	22.25
3	滕用庄	356.00	22.25
4	滕用严	356.00	22.25
5	陈月娇	16.00	1.00
合 计		1,600.00	100.00

在有限公司阶段，发行人历次的股权转让均系按原始出资额作价，股权转让方均未取得股权转让利得，不涉及缴纳个人所得税问题。

（二）股份公司设立情况

2004年8月18日，海欣有限召开股东会，同意将海欣有限整体变更为福建腾新食品股份有限公司。

2004年11月25日，福建中诚信德有限责任会计师事务所出具闽中德(2004)审字第102号审计报告；根据该审计报告，海欣有限截止到2004年6月30日的净资产为17,423,295.89元。

2004年12月17日，福建省人民政府以《关于同意设立福建腾新食品股份有限公司的批复》（闽政股[2004]23号）同意海欣有限依法整体变更设立为股份有限公司，同意海欣有限以净资产17,423,295.89元折为股份公司股本1,742万股，余额3,295.89元计入资本公积。

2004年12月31日，海欣有限原股东滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇签订《发起人协议》，协议约定：股份公司股份总数为1,742万股，每股面值为1元，余额3,295.89元计入资本公积；各发起人按持有海欣有限股权比例持有股份公司股份，享有相应权利，承担相应义务。

2005年3月25日，福建中诚信德有限责任会计师事务所出具闽中德(2005)验字第136号《验资报告》审验确认，股份公司注册资本1,742万元已足额缴纳。

2005年4月22日，股份公司在福建省工商行政管理局注册登记，领取注册号为3500002002343的《企业法人营业执照》。

股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	561.7950	32.25
2	滕用伟	387.5950	22.25
3	滕用庄	387.5950	22.25
4	滕用严	387.5950	22.25
5	陈月娇	17.42	1.00
合 计		1,742.00	100.00

根据《国家税务总局关于股份制企业转增股本和派发红股征免个人所得税的通知》[国税发（1997）198号]、《国家税务总局关于盈余公积金转增注册资本征收个人所得税问题的批复》[国税函（1998）333号]的规定，海欣有限整体变更为股份公司时，对于盈余公积金和未分配利润转增股本，海欣有限自然人股东

滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇应当按照各自的持股比例缴纳相应的个人所得税，合计应缴纳个人所得税 159,101.03 元。

根据福建省地方税务局闽地个证 0014007、0014008、0014009、0014010 和 0014011 号个人所得税完税证明，原有限公司股东滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇因本次整体改制所产生的个人所得税共计 159,101.03 元，已足额缴纳。

（三）股份公司设立后的变更情况

1、2006 年 4 月股份公司第一次增资（股本由 1,742 万元增至 2,350 万元）

2006 年 4 月 15 日，公司召开股东大会决议增加注册资本 608 万元，其中由滕用雄以货币形式增资 196.08 万元，滕用伟、滕用庄、滕用严分别以货币形式增资 135.28 万元，陈月娇以货币形式增资 6.08 万元；增资后公司的注册资本变更为 2,350 万元。

2006 年 4 月 19 日，经福建中诚信德有限责任会计师事务所出具闽中德（2006）验字第 101 号《验资报告》验证，该次新增注册资本已经缴足。

2006 年 4 月 24 日，公司在福建省工商行政管理局办理完毕工商变更登记手续，领取 3500002002343 号《企业法人营业执照》。

该次增资后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	757.8750	32.25
2	滕用伟	522.8750	22.25
3	滕用庄	522.8750	22.25
4	滕用严	522.8750	22.25
5	陈月娇	23.50	1.00
合 计		2,350.00	100.00

2、2007 年 12 月股份公司第二次增资（股本由 2,350 万元增至 4,000 万元）

2007 年 12 月 5 日，公司召开股东大会决议增加注册资本 1,650 万元，其中由滕用雄以货币形式增资 912.125 万元，滕用庄以货币形式增资 267.125 万元，滕用伟、滕用严分别以货币形式增资 227.125 万元，陈月娇以货币形式增资 16.5 万元；增资后公司的注册资本变更为 4,000 万元。

2007 年 12 月 27 日，经福建中信达有限责任会计师事务所出具中信达验字

(2007) 110 号《验资报告》验证，该次新增注册资本已经缴足。

2007 年 12 月 27 日，公司在福建省工商行政管理局办理完毕工商变更登记手续，领取 350000100008818 号《企业法人营业执照》。

该次增资后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	1,670.00	41.75
2	滕用伟	750.00	18.75
3	滕用庄	790.00	19.75
4	滕用严	750.00	18.75
5	陈月娇	40.00	1.00
合 计		4,000.00	100.00

3、2008 年 8 月，股份公司第三次增资（股本由 4,000 万元增至 5,300 万元）

2008 年 8 月，为了优化股东结构，引进外部投资者，提高公司治理水平，同时，为了调动公司管理层的经营管理积极性，使管理层的利益与公司发展紧密联系，促进公司管理水平和经营能力的提高，满足公司业务持续快速发展的资金需求，公司决定向外部投资者和部分业务骨干增发股份。

2008 年 8 月 6 日，公司召开股东大会，同意公司注册资本由原来的 4,000 万元增加到 5,300 万元；增加的 1,300 万元注册资本由福建劲达创业投资有限公司（以下简称“劲达创投”）等 10 名新增股东以现金认购，认购股款为 3,679 万元，其中，1,300 万元计入新增注册资本，2,379 万元计入资本公积。增资扩股价格为 2.83 元/股，系参照公司 2007 年末每股净资产及 2008 年预计盈利情况，经各方友好协商确定。

2008 年 8 月 13 日，经福建华兴有限责任会计师事务所出具闽华兴（2008）验字 C-002 号《验资报告》验证，该次新增注册资本已经缴足。

2008 年 8 月 19 日，股份公司在福建省工商行政管理局办理完毕工商变更登记手续，领取 350000100008818 号《企业法人营业执照》。

该次增资后，公司股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	1,670.00	31.5094
2	滕用伟	750.00	14.1509

3	滕用庄	790.00	14.9057
4	滕用严	750.00	14.1509
5	陈月娇	40.00	0.7547
6	福建劲达创业投资有限公司	400.00	7.5472
7	北京龙翔博弘投资有限公司	120.00	2.2642
8	胡 坚	255.00	4.8113
9	杨 华	200.00	3.7736
10	郑志树	100.00	1.8868
11	余伟平	75.00	1.4151
12	陈丽钦	60.00	1.1321
13	曾 鑫	50.00	0.9434
14	吴 勤	20.00	0.3774
15	刘锦德	20.00	0.3774
合计		5,300.00	100.00

4、2009年6月股份公司第一次股权转让

2009年5月21日，股份公司原自然人股东余伟平与自然人刘志辉签订《股份转让协议》，余伟平同意将其持有的公司75万股股份，以每股2.83元，共计212.25万元的价格转让给刘志辉。该次股份转让的定价依据即为余伟平当时取得股份时的历史成本，系平价转让，股权转让方余伟平未取得股权转让利得，不涉及缴纳个人所得税问题。

2009年5月21日，余伟平与刘志辉共同向股份公司董事会发出书面《股份转让通知书》，将股份转让一事通知股份公司董事会。

2009年6月16日，股份公司召开2009年第二次临时股东大会，审议通过《关于修改公司章程的议案》，同意公司因股东余伟平将其所持有的75万股全额转让给刘志辉而修改公司股东名册和公司章程相应条款。

2009年7月1日，股份公司在福建省工商行政管理局办理了该次股份转让的相关工商备案事宜。

该次股份转让后，公司的股本结构变更为：

序号	股东名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	1,670.00	31.5094
2	滕用伟	750.00	14.1509

3	滕用庄	790.00	14.9057
4	滕用严	750.00	14.1509
5	陈月娇	40.00	0.7547
6	福建劲达创业投资有限公司	400.00	7.5472
7	北京龙翔博弘投资有限公司	120.00	2.2642
8	胡 坚	255.00	4.8113
9	杨 华	200.00	3.7736
10	郑志树	100.00	1.8868
11	刘志辉	75.00	1.4151
12	陈丽钦	60.00	1.1321
13	曾 鑫	50.00	0.9434
14	吴 勤	20.00	0.3774
15	刘锦德	20.00	0.3774
合 计		5,300.00	100.00

自该次股权转让完成后，公司股本及股权结构未发生变化。

（四）发行人历次股权变动过程中相关问题的说明

1、历次出资、增资及股权转让的真实性、合法性、有效性

在海欣有限的历次出资转让中，第一、二、三、四次出资转让未签订书面转让协议，第一、二、三次出资转让未及时办理工商变更登记手续；其中，第一、二、三次出资转让发生于公司 1996 年 8 月成立后的两年内，涉及滕氏家族成员和陈开华、郑家智、林孝桂；第四次出资转让发生于 2001 年 4 月，仅涉及滕氏家族内部成员。

对此，上述出资转让涉及的各方已就有关各次出资转让亲自签署了书面确认书，对相关出资转让予以确认，并对海欣有限及公司目前股权结构不持有任何异议；在上述出资转让发生当年的年检报告中，海欣有限已如实向工商行政管理机关报告了出资转让事实，并获工商行政管理机关备案。

1996 年、1997 年及 1998 年未签订书面转让协议的三次出资转让，不符合行为发生时有效的《中华人民共和国合同法》（该法于 1999 年 10 月 1 日被《中华人民共和国合同法》废止）第三条“经济合同，除即时清结者外，应当采用书面形式”之规定，鉴于：① 当事各方的出资转让行为系各方真实意思表示，能够依其意思表示内容产生法律效力；② 上述出资转让的各方已就有关各次出资转

让亲自签署了书面确认书，对历次股权转让的真实性予以书面确认，书面说明对海欣有限及发行人目前股权结构不持有任何异议，保荐机构和发行人律师认为，海欣有限 1996 年、1997 年及 1998 年三次出资转让未签订书面协议不构成发行人本次发行上市的实质性障碍。

2001 年未签订书面转让协议的出资转让，符合当时有效的《中华人民共和国合同法》第十条“当事人订立合同，有书面形式、口头形式和其他形式”之规定，该次出资转让未签订书面协议不构成发行人本次发行上市的障碍。

1996 年、1997 年及 1998 年未及时办理工商变更登记手续的三次出资转让，不符合当时有效的《中华人民共和国公司登记管理条例》第三十一条“有限责任公司变更股东的，应当在股东发生变动之日起 30 日内申请变更登记”之规定；鉴于：①办理工商变更登记手续不是出资转让协议的法定生效要件；②相关出资转让在各方意思表示达成一致时已经生效；③有关出资转让的义务人转让价款的给付义务履行完毕，权利人已合法有效受领；④在上述出资转让发生当年的年检报告中，海欣有限已据实向工商行政管理机关报告了相关出资转让事实，补办了工商登记备案手续，转让出资已完成过户手续，保荐机构和发行人律师认为：该等出资转让行为虽在程序上存在瑕疵，但已得到有效纠正，且出资转让已实际履行完毕，不构成发行人本次发行上市的障碍。

除上述不规范行为外，发行人历次出资、增资、股权转让均已履行了公司内部决策程序，办理了验资、工商登记等手续，取得了工商行政管理机关的核准，已履行了必备的法律程序，符合法律、法规和公司章程的规定，真实、合法、有效，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、增资的资金来源及合法合规性

发行人历次增资的资金来源情况如下：

序号	增资时间	增资股东	增资金额（万元）	增资资金来源
1	1999 年增资	滕国铿	174.563	实物增资
2	2003 年增资及货币出资置换实物出资	滕国铿、滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严	增资 375.437 万元，货币出资置换实物出资 174.563 万元	家庭经营所得、工资薪金所得
3	2004 年 4 月增资	滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严	600.00	家庭经营所得、工资薪金所得及投资所得

4	2004 年 5 月增资	滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇	400.00	家庭经营所得及投资所得
5	2006 年增资	滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇	608.00	家庭经营所得、工资薪金所得及投资所得
6	2007 年增资	滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇	1,650.00	工资薪金所得、投资所得、亲属借款
7	2008 年增资	福建劲达创业投资有限公司	1,132.00	注册资本金
		北京龙翔博弘投资有限公司	339.60	注册资本金
		胡 坚	721.65	投资收益
		杨 华	566.00	工资薪金所得、合法经营所得及家庭积累
		郑志树	283.00	个人经商所得
		刘志辉	212.25	个人经商所得
		陈丽钦	169.80	家庭经营所得
		曾 鑫	141.50	财产性收益及家庭积累
		吴 勤	56.60	工资薪金所得及家庭积累
		刘锦德	56.60	工资薪金所得及家庭积累

根据上述股东出具的说明和承诺，其增资资金来源均为各自的自有资金，资金来源合法合规。

3、历次增资及股权转让的原因、价格、定价依据、价款支付情况

海欣有限 1996 年、1997 年、1998 年三次股权转让的原因为：海欣有限是以滕氏家族成员为主要股东设立的有限公司。海欣有限成立后，滕氏家族成员股东和家族以外的股东对公司未来发展前景看法不同，滕氏家族成员以外的股东陆续选择退出。第三次股权转让完成后，海欣有限成为滕氏家族成员持有 100% 股权的公司。上述三次股权转让时，股权转让各方协商一致按出资额原价转让股权，股权转让价款已支付完毕。

1999 年 12 月至 2007 年 12 月的历次增资及股权转让的原因为：①海欣有限的原主要股东滕国铿认为，其子滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严陆续积累了经营管理经验，具备了经营管理公司的能力，于是决定将公司的股权转让给自己的四个儿子分别持有，陈月娇作为滕氏家族成员也持有公司 1% 股权；②公司在快速发展过程中资金较为紧张，因此滕氏家族以自有资金陆续向公司增资。因上述相关股权转让双方及增资人均均为滕氏家族成员，故均按出资额原价转让及 1 元/股的价格进行增资。

公司 2008 年增资主要系为了优化股东结构，引进外部投资者，提高公司治理水平，同时，为了调动公司管理层的经营管理积极性，使管理层的利益与公司发展紧密联系，促进公司管理水平和经营能力的提高，满足公司业务持续快速发展的资金需求。本次增资价格为 2.83 元/股，定价依据为参照 2007 年末每股净资产的基础上，以公司 2008 年度预计净利润按 6 倍市盈率计算确定增资价格。

公司 2009 年股份转让的原因主要系原股东余伟平因个人资金周转需要转让股权。本次股份转让的价格为 2.83 元/股，定价依据为余伟平取得股份时的成本价格，股权转让价款已支付完毕。

4、新增股东的详细情况

2008 年以后发行人新增股东的具体情况如下：

(1) 胡坚先生

1971 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，住址：杭州市西湖区庆丰新村，身份证号码 33262619710325XXXX，现任浙江联泰投资有限公司董事长。

(2) 杨华先生

1954 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，住址：北京市海淀区北三环中路，身份证号码 11010219541015XXXX，现任北京浩天信和律师事务所合伙人。

(3) 郑志树先生

1979 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，住址：福建省长乐市湖南镇，身份证号码 35012619790612XXXX，现任河南辉县市新钢贸易有限公司董事长、福州博艺堂贸易有限公司董事长。

(4) 刘志辉先生

1970 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，住址：北京市石景山区苹果园，身份证号码 11010719700829XXXX，现任杭州中纺进出口有限公司总经理。

(5) 陈丽钦女士

1976 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，住址：福建省福州市鼓楼区域守前路，身份证号码 35012219761219XXXX，目前未就业。

(6) 曾鑫女士

1943 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，住址：沈阳市和平区九

纬路，身份证号码 21010319430902XXXX，原就职于沈阳市第七人民医院，已退休。

(7) 刘锦德先生

1973 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：35052519731024XXXX，住址：福州市鼓楼区华林路。现任发行人副总经理兼董事会秘书。

(8) 吴勤先生

1973 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：35012219730112XXXX，住址：福州市鼓楼区南营。现任发行人副总经理。

(9) 劲达创投

劲达创投成立于 2007 年 10 月 10 日，住所为晋江市英林工业区，法定代表人为洪金京，注册资本和实收资本均为 22,100 万元，公司类型为有限责任公司。劲达创投依法登记的经营范围为：“创业投资业务、代理其他创业投资企业与机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）”。劲达创投股东两人：其中洪金京持股 60%，洪志勇持股 40%。

洪金京女士，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：35058219701231XXXX，住址：福建省晋江市英林镇。现任劲达创投执行董事。

洪志勇先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：35058219820622XXXX，住址：福建省晋江市英林镇。现任劲达创投部门经理。

(10) 北京龙翔

北京龙翔成立于 2008 年 5 月 13 日，住所为北京市海淀区西三环北路 21 号 1 号楼 501 室，法定代表人为田宏，注册资本和实收资本均为 1,000 万元，公司类型为有限责任公司。北京龙翔依法登记的经营范围为：“法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动”。北京龙翔股东三人，其中，陈汉佳持股 40%，田宏持股 20%，浙江龙翔控股集团有限公司持股 40%；浙江龙翔控股集团有限公司股东两人，其中汪欢龙持股 88%，汪林丽持股 12%。

田宏女士，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：11010619710315XXXX，住址：北京市海淀区稻香园。现任中技国际招标公司职员。

陈汉佳先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：44052419710525XXXX，住址：广东省汕头市潮南区两英镇。现任佛山市伊邦纤维有限公司董事、总经理。

汪欢龙先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：33012119640826XXXX，住址：浙江省杭州市萧山区瓜沥镇。现任浙江龙翔控股集团有限公司董事长。

汪林丽女士，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：33012119730508XXXX，住址：浙江省杭州市萧山区瓜沥镇。现任浙江龙翔控股集团有限公司副董事长。

经核查，上述新增股东（包括新增法人股东的自然人股东）中，刘锦德和吴勤为发行人高级管理人员，主要股东劲达创投职员朱大为担任发行人董事、周瑾担任发行人监事会主席，除因上述任职事项形成的与发行人的关联关系和利益关系外，上述新增股东与发行人实际控制人、主要股东、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其签字人员之间无亲属关系、关联关系或其他利益关系，无委托持股或者其他协议安排。

上述新增股东中，刘锦德担任公司董事会秘书兼副总经理，吴勤担任公司副总经理，二人作为公司高管均参与了公司的日常经营管理；除上述二人外，其它新增股东均为外部股东，其作用主要体现在：①溢价入股的增资款为发行人的快速发展提供了有效的资金支持；②有效改善了公司的股权结构和治理结构。

上述新增股东中，除刘锦德和吴勤担任发行人高级管理人员外，其它股东均未在发行人处任职。

五、发行人设立以来资产重组情况

（一）公司设立以来重大资产重组情况

公司设立以来，未发生导致公司资产业务变化的重大资产重组行为。

（二）公司其他资产重组情况

1、通过拍卖方式取得舟山市振海水产有限公司资产

根据业务发展需要，公司全资子公司舟山腾新于2008年4月通过拍卖方式

取得坐落于普陀勾山黄雉村海洋工业园区的舟山市振海水产有限公司资产，具体情况如下：

根据舟山市华力拍卖有限公司拍卖成交确认书（舟华拍确（2008）第 15 号），舟山腾新以 1,100 万元的成交价格取得拍卖标的，拍卖标的资产主要包括：（1）国有出让工业用地土地使用权 8,033 平米；（2）有产权证房屋总建筑面积 1,822.34 平米，无产权证各类建筑物约 2,800 平米；（3）该厂区范围内的部分水产加工机器设备。

截至本招股说明书签署日，相关资产的过户手续已办理完毕；公司于 2009 年 11 月取得上述暂无产权证各类建筑物的产权证，产权证号为：舟房权证普字第 5036699 号，建筑面积 2,699.54 平米。

2、收购东山全联冷冻食品有限公司资产

根据业务发展需要，公司全资子公司东山腾新于 2009 年 1 月收购东山全联冷冻食品有限公司资产，具体情况如下：2009 年 1 月 23 日，东山腾新与东山全联冷冻食品有限公司签订《资产转让协议》，东山腾新受让东山全联冷冻食品有限公司现有厂区内的土地房产、运输车辆、机器设备等；根据中商资产评估有限责任公司 2009 年 1 月 8 日出具的中商评报字[2009]第 1007 号《资产评估报告书》：截至评估基准日 2008 年 12 月 31 日，委评资产账面价值 1,585.79 万元，评估价值 1,525.59 万元；经双方协商，确定转让价款为 1,100 万元。

截至本招股说明书签署日，相关资产的过户手续已全部办理完毕。

东山全联冷冻食品有限公司系成立于 2004 年 7 月的中外合资公司，截至本次资产收购前其注册资本为 310 万美元，股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万美元）	出资比例（%）
1	谢根亮	85.25	27.50
2	谢根发	80.60	26.00
3	林万平	49.60	16.00
4	赖金盒	38.75	12.50
5	陈国治	18.60	6.00
6	吴锦丽	17.05	5.50
7	许敏惠	10.85	3.50
8	薛祥清	9.30	3.00

合 计	310.00	100.00
-----	--------	--------

发行人的实际控制人、持股 5%以上股份主要股东、董事、监事、高级管理人员与东山全联冷冻食品有限公司上述股东之间均不存在关联关系。

发行人设立以来的股权转让及资产重组，未造成发行人主营业务发生变化，有利于提升公司经营业绩。发行人高级管理人员和核心技术人员未发生重大变化，发行人控股股东、实际控制人报告期内未发生变更。

六、发行人历次验资情况

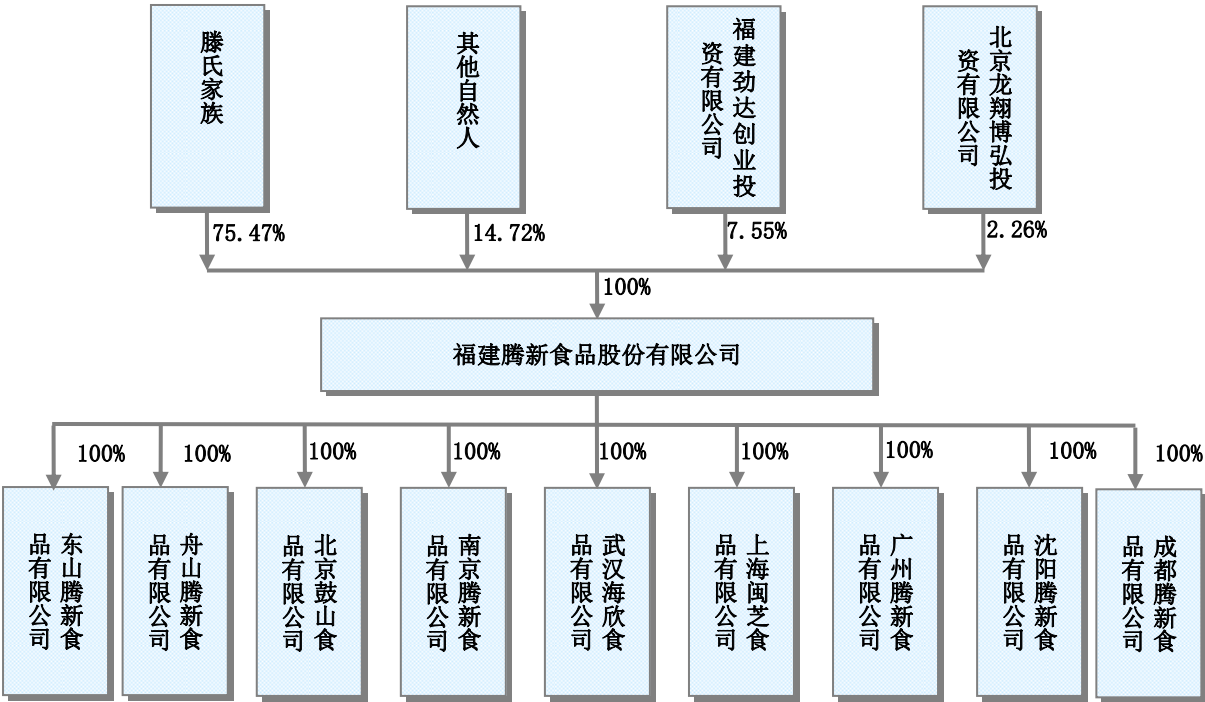
自公司前身海欣有限设立以来，共进行过九次验资及一次验资复核，具体情况见下表：

序号	验资时间	验资事项	验资机构	验资文号	备注
1	1996-8-8	海欣有限设立	福州审计师事务所	榕审验字（1996）第 379 号	注册资本 50 万元
2	1999-12-10	海欣有限增加注册资本	福建大正会计师事务所	大正（99）验字第 064 号	注册资本增至 224.563 万元
3	2003-9-10	海欣有限增加注册资本	福云会计师事务所	（2003）云验复字第 E-036 号	注册资本增至 600 万元
4	2004-4-29	海欣有限增加注册资本	福建华强有限责任会计师事务所	闽华强（2004）验字第 017 号	注册资本增至 1,200 万元
5	2004-5-20	海欣有限增加注册资本	福建华强有限责任会计师事务所	闽华强（2004）验字第 021 号	注册资本增至 1,600 万元
6	2005-3-25	整体变更设立股份有限公司	福建中诚信德有限责任会计师事务所	闽中德（2005）验字第 136 号	注册资本增至 1,742 万元
7	2006-4-19	增加注册资本	福建中诚信德有限责任会计师事务所	闽中德（2006）验字第 101 号	注册资本增至 2,350 万元
8	2007-12-27	增加注册资本	福建中信达有限责任会计师事务所	中信达验字（2007）110 号	注册资本增至 4,000 万元
9	2008-8-13	增加注册资本	福建华兴有限责任会计师事务所	闽华兴（2008）验字 C-002 号	注册资本增至 5,300 万元
10	2009-11-7	验资复核	福建华兴有限责任会计师事务所	闽华兴所（2009）审核字 C-007 号	对股份公司设立至 2007 年 12 月 27 日止验资报告的复核

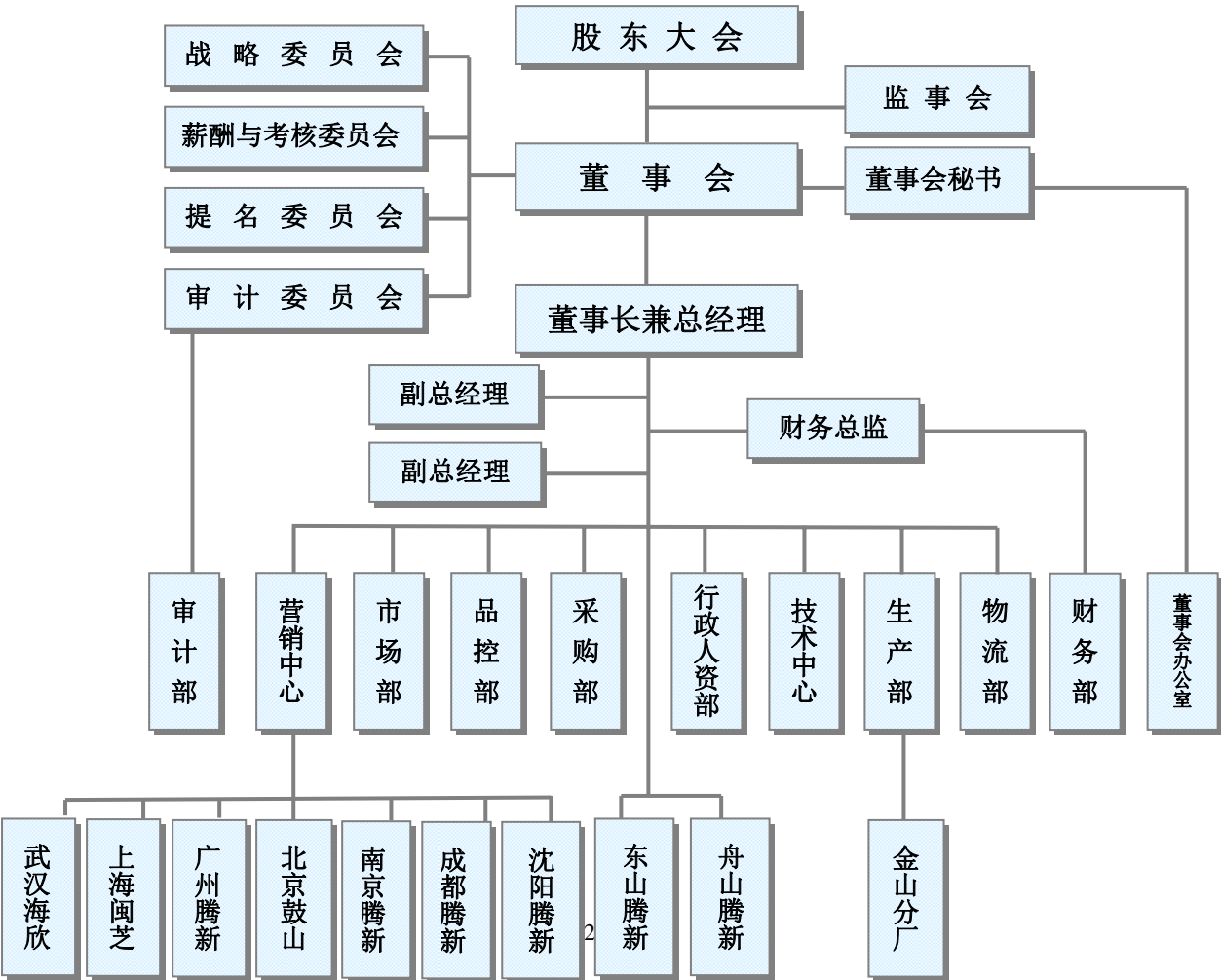
注：2005 年 3 月股份公司设立时及 2006 年 4 月股份公司第一次增资、2007 年 12 月股份公司第二次增资时，分别由福建中诚信德有限责任会计师事务所和福建中信达会计师事务所有限公司验资并出具验资报告，此两家验资机构不具有证券期货相关业务资格。为此，发行人于 2009 年 10 月聘请了具有从事证券期货相关业务资格的福建华兴会计师事务所有限公司，以闽华兴所（2009）审核字 C-007 号复核报告对上述验资报告进行了专项复核和确认。

七、发行人的组织结构及运作情况

(一) 本次发行前的股权结构图



(二) 公司内部组织结构图



（三）公司主要职能部门及分支机构情况

1、各职能部门及其主要职责

（1）审计部

制定年度和月度审计实施计划；有效开展分支机构及相关部门的财务收支、财产、经济效益、预算等有关经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性的审计；负责分支机构及相关部门的负责人和财务人员离任审计工作；对公司财务信息的真实性和完整性以及公司流程、内控制度的建立和实施进行内部稽核。

（2）技术中心

组织对计划、规划的拟定、修改、补充、实施等一系列技术组织和管理工作；及时搜集整理国内外产品发展信息，并做好技术资料归档保管工作；根据公司未来发展规划以及市场调查，制定新技术引进和新产品开发工作的计划、实施，确保产品不断更新和扩大；编制产品工艺技术标准和工艺流程，改进和规范工艺流程，实现产品的规范化管理；负责公司科技项目申报技术性支持；及时指导、处理、协调和解决产品出现的技术问题。

（3）生产部

负责产销协调的均衡，生产计划的制定；负责生产的正常运作及生产计划的达成；负责生产效率、生产成本以及产品品质的控制与管理；负责原物料、成品之入库、出库、储存及报废品、呆滞品处理等相关产成品与原物料的存控管理；负责工厂生产设备、动力设备的维护与管理；负责维修费用、能源耗用的成本管控；负责生产设备及场地的安全与卫生管理；负责对生产部员工的管理、绩效考核及教育训练等工作。

（4）品控部

负责公司质量体系的建立、维护、改进、管理；负责对进出厂原物料和半成品、成品的质量管理；客户投诉有关品质之调查、检验和回馈；生产车间、生产设备、生产人员卫生监督管理；组织现有产品之品质改善；通路品管，客户、办事处仓管检验；负责相关部门的日常品质稽查，检验监控各项指标达成状况。

（5）采购部

负责公司采购工作，为公司正常的生产、经营和管理活动提供物资保证；负责采购计划的制订和具体实施；负责供应商的寻找、开发、评审和管理；负责采

购物资的价格和商务谈判；负责不合格物资的退货；负责采购资料和供应商资料档案及合同的收集建立和管理；负责采购货款的预算和付款申请；负责与供应商对账及增值税发票；原材料价格信息收集及趋势分析。

（6）行政人资部

行政部分的主要职责包括：负责各职能部门的关系协调；组织各部门建立各项规章制度，促进各项工作规范化管理；公司级会议、总经理例会的组织、会议记录、跟踪、整理归档及公司各类档案的管理如发放、借阅等工作；负责公司资料、信息管理等，以及宣传报道工作，沟通内外联系和上下联系；公司安全保卫管理、消防管理、安全检查、门禁管理。

人资部分的主要职责包括：负责人力资源规划管理；负责组织拟定公司机构人员编制、增编、缩编等申请的受理和核实，并经批准后实施该编制；负责公司薪酬、福利、社保和考勤管理；负责公司企业文化相关制度的制定、执行。

（7）财务部

制定公司各项财务管理制度和参与建立内部控制管理体系；参与审定公司重大财务决策，负责公司的资金调度与管理、资本运作与融资管理，负责组织公司资产盘点；组织有关部门编制财务预算、分析汇总；组织会计核算和账务处理，编制公司会计报表并及时上报有关单位；监督检查子公司财务运作和资金收支情况。

（8）营销中心

全国销售、市场的分析及销售预测；制定全年、分月销售目标和计划及跟踪完成情况；制定全国市场营销计划、策略；销售目标和利润目标达成；全国市场开发规划、区块的细分/整合；优化各分支机构/职能部门组织及人员架构；应收账款的跟进管理；所有市场（如促销活动等）、销售活动跟进；分支机构销售费用的管理和控制；办事处的全面管理（如人员、资产等）、团队建设、培训发展。

（9）市场部

对消费者购买心理和行为的调查；对竞争品牌产品的性能、价格、促销手段、广告策略、竞争手段等进行收集、整理和分析；做出市场预测，提出未来市场的分析、发展方向和规划；制定产品企划策略；组织制定产品价格；新产品上市规划；制定通路计划及各阶段实施目标；促销活动的策划及组织；合理进行广告媒体和代理商的挑选及管理；制定及实施市场广告推广活动和公关活动；实施品牌

规划和品牌的形象建设。

(10) 物流部

物流部下设仓储课和物流课；仓储课主要职责包括：全国销售及中转需求仓库的设置规划及业务管理与指导，仓储费用监控；仓库收发存盘业务及人员的全面管理；物料需求请购及到库追踪；全国库存的基准量适时评估，存量控制；仓库承租及出租业务的联系、管理及费用核定；

物流课主要职责包括：及时安排车辆，满足销售、生产、采购需求的货物调度配送；开发完善运输渠道，保持与合作物流公司的日常沟通，确保货物安全，降低物流费用；负责跟进、协调、应急处理货物发运过程中出现的各种随机性突发问题；年度物流招标方案的制定及主导。

(11) 董事会办公室

负责公司和相关责任人与政府主管部门之间及时沟通和联络；负责公司信息披露事务；建立健全与投资者关系管理工作；负责与公司信息披露有关的保密工作；协助董事、监事和高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章、证券交易所股票上市规则和公司章程等对其设定的责任；协助董事会依法行使职权。

2、下属分支机构

名称：福州金山分厂

成立日期：2007 年 5 月 31 日

注册号：3501002904547

营业场所：福州市仓山区建新镇建新北路 150 号

负责人：滕用雄

经营范围：生产：速冻食品【速冻其他食品（速冻肉制品）】

八、发行人的控股子公司简要情况

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 9 家全资子公司，其业务分工情况如下：

序号	子公司名称	从事的主要业务	备注
1	东山腾新食品有限公司	速冻肉制品的加工和生产	生产子公司
2	舟山腾新食品有限公司	原材料鱼糜的加工和生产	生产子公司
3	武汉海欣食品有限公司	负责湖北、湖南等地区的销售	销售子公司

4	上海闽芝食品有限公司	负责上海地区的销售	销售子公司
5	广州腾新食品有限公司	负责广东地区的销售	销售子公司
6	北京鼓山食品有限公司	负责北京、天津地区的销售	销售子公司
7	南京腾新食品有限公司	负责江苏、山东等地区的销售	销售子公司
8	沈阳腾新食品有限公司	负责吉林、辽宁、黑龙江地区的销售	销售子公司
9	成都腾新食品有限公司	负责四川、重庆、云南等地区的销售	销售子公司

上述九家全资子公司的基本情况如下：

（一）东山腾新食品有限公司

东山腾新成立于 2007 年 3 月，注册资本 2,000 万元，实收资本 2,000 万元；住所为东山经济技术开发区通港路南侧，法定代表人滕用庄，经营范围为：速冻食品[速冻其他食品（速冻肉制品）]（有效期限截止 2014 年 8 月 1 日）（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，东山腾新总资产分别为 4,076.65 万元和 4,389.73 万元，净资产分别为 2,440.82 万元和 2,572.73 万元，2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 326.61 万元和 131.92 万元。（以上数据已经福建华兴审计）

（二）舟山腾新食品有限公司

舟山腾新成立于 2008 年 1 月，注册资本 2,000 万元，实收资本 2,000 万元，住所为舟山市普陀区勾山街道海洋工业园区新晨路 72 号，法定代表人滕用伟，经营范围为：生产加工冷冻水产品、鱼糜；收购、销售水产品（卫生许可证有效期限至 2012 年 11 月 16 日）。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，舟山腾新总资产分别为 5,820.82 万元和 4,911.45 万元，净资产分别为 2,271.94 万元和 2,197.10 万元，2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 34.97 万元和 -74.84 万元。（以上数据已经福建华兴审计）

（三）武汉海欣食品有限公司

武汉海欣成立于 2008 年 5 月，注册资本 500 万元，实收资本 500 万元，住所为武汉市江岸区二七街解放大道 2159 号航天星都汉口东部购物公园 C1 栋 1 单元 24 层 10 室，法定代表人滕用雄，经营范围为：预包装食品兼散装食品批发

兼零售（凭有效许可证经营）。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，武汉海欣总资产分别为 1,202.76 万元和 842.81 万元，净资产分别为 611.86 万元和 670.49 万元，2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 62.30 万元和 58.62 万元。（以上数据已经福建华兴审计）

（四）上海闽芝食品有限公司

上海闽芝成立于 2008 年 7 月，注册资本 500 万元，实收资本为 500 万元；住所为上海市杨浦区佳木斯路 353 号 1805 室，法定代表人滕用严，经营范围：批发：预包装食品（含冷冻冷藏、不含熟食卤味）。[企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营]。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，上海闽芝总资产分别为 1,244.43 万元和 1,281.00 万元，净资产分别为 612.80 万元和 428.04 万元，2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 58.26 万元和 -184.76 万元。（以上数据已经福建华兴审计）

（五）广州腾新食品有限公司

广州腾新成立于 2008 年 10 月，注册资本 500 万元，实收资本 500 万元，住所为广州市黄埔区鱼珠北街 182 号-183 号首层 1-5 铺，法定代表人滕用雄，经营范围为：批发、零售定型包装食品（食品卫生许可证有效期至 2012 年 8 月 6 日）。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，广州腾新总资产分别为 674.86 万元和 509.49 万元，净资产分别为 276.28 万元和 283.39 万元，2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 142.36 万元和 7.11 万元。（以上数据已经福建华兴审计）

（六）北京鼓山食品有限公司

北京鼓山成立于 2008 年 11 月，注册资本 800 万元，实收资本 800 万元；住所为北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 1932 房间，法定代表人滕用严，经营范围为：销售定型包装食品。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，北京鼓山总资产分别为

2,054.65 万元和 2,008.49 万元,净资产分别为 1,338.29 万元和 1,353.24 万元,2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 207.59 万元和 14.96 万元。(以上数据已经福建华兴审计)

(七) 南京腾新食品有限公司

南京腾新成立于 2008 年 6 月,注册资本 500 万元,实收资本 500 万元;住所为南京市秦淮区来凤街 9 号 07 幢 1 单元 102 室,法定代表人滕用雄,经营范围为:许可经营项目为:预包装食品销售。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日,南京腾新总资产分别为 1,318.41 万元和 673.40 万元,净资产分别为 550.40 万元和 428.56 万元,2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润-2.36 万元和-121.84 万元。(以上数据已经福建华兴审计)

(八) 沈阳腾新食品有限公司

沈阳腾新成立于 2010 年 8 月,注册资本 500 万元,实收资本 500 万元;住所为沈阳市铁西区南六中路 19 号,法定代表人滕用严,经营范围为:许可经营项目:预包装食品销售。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日,沈阳腾新总资产分别为 780.67 万元和 747.07 万元,净资产分别为 473.09 万元和 420.07 万元,2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润-0.37 万元和-53.02 万元。(以上数据已经福建华兴审计)

(九) 成都腾新食品有限公司

成都腾新成立于 2010 年 7 月,注册资本 500 万元,实收资本 500 万元;住所为成都市成华区双建路 378 号 6 楼 604 号,法定代表人滕用严,经营范围为:批发兼零售:预包装食品、散装食品(凭许可证经营,有效期至 2013 年 7 月 6 日)。

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日,成都腾新总资产分别为 953.73 万元和 1,013.86 万元,净资产分别为 424.36 万元和 435.72 万元,2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润-85.99 万元和 11.36 万元。(以上数据已经福建华兴审计)

九、发起人、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

（一）发起人基本情况

本公司设立时的发起人为滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇等五名自然人，其基本情况如下：

序号	股东姓名	身份证号	国籍	是否拥有境外永久居留权	住所
1	滕用雄	35012219721124XXXX	中国	无	福建省福州市鼓楼区杨桥东路
2	滕用伟	35012219731124XXXX	中国	无	福建省福州市仓山区金山大道
3	滕用庄	35012219780615XXXX	中国	无	福建省福州市仓山区闽江大道
4	滕用严	35012219790703XXXX	中国	无	福建省连江县浦口镇
5	陈月娇	35012219511103XXXX	中国	无	福建省连江县浦口镇

（二）实际控制人基本情况

公司实际控制人为滕氏家族，即滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇五人。滕氏家族合计持有公司 75.47%的股权，本次股票发行成功后，实际控制人持有公司股权比例为 56.58%，对本公司经营决策具有重大影响。

截至本招股说明书签署日，除公司及其全资子公司外，滕氏家族未控制其他企业。

滕氏家族持有的本公司股份未被质押，亦不存在其他有争议的情况。

（三）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

除实际控制人外，持有公司 5%以上股份的主要股东为福建劲达创业投资有限公司，其基本情况如下：

公司名称	福建劲达创业投资有限公司
成立日期	2007 年 10 月 10 日
注册资本	22,100 万元
实收资本	22,100 万元
住所	晋江市英林工业区
法定代表人	洪金京
股东构成	洪金京 60%，洪志勇 40%
经营范围	创业投资业务、代理其他创业投资企业与机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询

	业务：为创业企业提供创业管理服务；参与创立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）
--	---

截至 2011 年 12 月 31 日和 2012 年 6 月 30 日，劲达创投总资产分别为 22,564 万元和 37,062 万元，净资产分别为 22,565 万元和 37,062 万元，2011 年和 2012 年 1-6 月分别实现净利润 94 万元和 444 万元。（数据未经审计）

劲达创投持有的本公司股份未被质押，亦不存在其他有争议的情况。

十、发行人股本有关情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前总股本为 5,300 万股，本次拟公开发行 1,770 万股，占发行后总股本的比例为 25.04%，具体情况如下：

股份类别	发行前		发行后	
	股本（万股）	持股比例（%）	股本（万股）	持股比例（%）
一、有限售条件股份	5,300.00	100.00	5,300.00	74.96
法人股	520.00	9.81	520.00	7.35
自然人股	4,780.00	90.19	4,780.00	67.61
二、无限售条件股份	—	—	1,770.00	25.04
社会公众股（A 股）	—	—	1,770.00	25.04
总 股 本	5,300.00	100.00	7,070.00	100.00

发行人股本中无国有股份或外资股份。

（二）前十名股东

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	滕用雄	1,670.00	31.51
2	滕用伟	750.00	14.15
3	滕用庄	790.00	14.91
4	滕用严	750.00	14.15
5	福建劲达创业投资有限公司	400.00	7.55
6	胡 坚	255.00	4.81
7	杨 华	200.00	3.77
8	北京龙翔博弘投资有限公司	120.00	2.26
9	郑志树	100.00	1.89
10	刘志辉	75.00	1.42

合 计	5,110	96.42
-----	-------	-------

（三）前十名自然人股东及其在公司任职情况

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	任职情况
1	滕用雄	1,670.00	31.51	董事长、总经理
2	滕用伟	750.00	14.15	董事
3	滕用庄	790.00	14.91	董事
4	滕用严	750.00	14.15	营销副总监
5	胡 坚	255.00	4.81	无
6	杨 华	200.00	3.77	无
7	郑志树	100.00	1.89	无
8	刘志辉	75.00	1.42	无
9	陈丽钦	60.00	1.13	无
10	曾 鑫	50.00	0.94	无
合 计		4,700	88.68	-

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

本公司股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间关联关系及关联股东的各自持股比例

本公司自然人股东中，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严之间为兄弟关系，陈月娇为上述四人之母，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇持股比例分别为 31.5094%、14.1509%、14.9057%、14.1509%和 0.7547%。

除上述情形之外，公司其他股东之间无关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司股东滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇承诺：在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本人持有的上述股份。

公司股东福建劲达创业投资有限公司、北京龙翔博弘投资有限公司、胡坚、杨华、刘志辉、郑志树、陈丽钦、曾鑫、刘锦德、吴勤承诺：在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司（或本人）本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本公司（或本人）持有的上述股份。

公司董事、监事与高级管理人员滕用雄、滕用伟、滕用庄、刘锦德、吴勤还承诺：除前述锁定期外，在本人任职期间，每年转让的股份不超过持有股份数的

百分之 25%，离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持公司股票数量的比例不超过 50%。

（七）内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

发行人没有发行过内部职工股。发行人在本次发行前不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况。

十一、公司员工及其社会保障情况

（一）员工人数及构成

截至 2012 年 6 月 30 日，公司及其子公司在册员工人数共计 801 人，构成情况如下：

1、员工专业结构

员工专业构成	人数	比例
生产人员	172	21.47%
管理人员	158	19.73%
销售人员	386	48.19%
技术人员	85	10.61%
合 计	801	100%

2、员工受教育程度

文化程度	人数	比例
本科及本科以上	59	7.37%
大专	239	29.84%
大专以下	503	62.80%
合 计	801	100%

3、员工年龄构成

年龄	人数	比例
30 岁以下	379	47.32%
31-40 岁	285	35.58%
41-50 岁	121	15.11%

51 岁以上	16	2.00%
合 计	801	100%

（二）劳务用工情况

因公司产品生产和销售存在一定季节性,对促销人员及生产人员的需求在旺季时远远大于淡季,存在大量的临时性用工需求,故除与本公司签订劳动合同的员工外,公司还存在由劳务派遣公司派遣的劳务用工。公司从 2008 年开始与拥有劳务派遣资质的福建双维劳动保障事务有限公司(以下简称“福建双维”)签署劳务派遣合同,所有劳务用工均由福建双维向本公司派遣;自公司与福建双维合作至今,未出现因劳务派遣公司提供劳务用工不及时而影响公司正常生产的情形。截至 2012 年 6 月 30 日,公司及其子公司劳务派遣用工人数 1,029 人。

本公司及所属子公司以劳务派遣形式用工,符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律、法规的规定;但根据《劳动合同法》的有关规定,劳务派遣单位违反《劳动合同法》的有关规定,给被派遣劳动者造成损害的,用工单位与劳务派遣单位承担连带赔偿责任;因此,存在因劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定而给被派遣劳动者造成损害,导致公司与劳务派遣单位承担连带赔偿责任的风险。根据公司与劳务派遣单位福建双维签订的《劳务派遣合同》的约定,因福建双维违法,给派遣员工造成损害的,如公司承担连带赔偿责任后,公司所有因此而产生的损失全部由福建双维承担;同时,公司实际控制人出具《承诺书》,承诺如果因公司采用劳务派遣公司派遣的劳务用工方式引致纠纷而导致公司承担赔偿责任,实际控制人无条件对公司给予全额补偿,并不要求公司支付任何形式的对价。

根据福州市劳动和社会保障局、福州市劳动争议仲裁委员会和发行人住所地福州市台江区劳动争议仲裁委员会出具的证明,自 2008 年以来,没有发生职工投诉发行人的情形,发行人不存在因劳务派遣用工方式引致纠纷的仲裁案件,亦未因违反劳动保障法律、法规而受到行政处罚。

根据福建双维住所地福州市鼓楼区劳动和社会保障局和福州市鼓楼区劳动争议仲裁委员会出具的证明,自 2008 年以来,没有发生职工投诉福建双维的情形,福建双维不存在因劳务派遣用工方式引致纠纷的仲裁案件,亦未因违反劳动保障法律、法规而受到行政处罚。

对于发行人存在因劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定而给被派遣劳动

者造成损害，导致发行人与劳务派遣单位承担连带赔偿责任的风险，保荐机构认为：①该等风险为发行人采用劳务派遣公司派遣的劳务用工方式存在的固有法律风险；②相关劳务派遣协议明确约定：因福建双维违法而给派遣员工造成损害的，发行人承担连带赔偿责任后，发行人所有因此而产生的损失全部由福建双维承担；③发行人实际控制人出具的承诺合法、有效，能够有效使发行人避免遭受相关损失；④报告期内发行人未曾发生因采用劳务派遣用工方式引起的纠纷；因此发行人采用劳务派遣公司派遣的劳务用工对发行人本次发行不构成实质性障碍。

（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司实行劳动合同制，按照《中华人民共和国劳动合同法》等有关法律规定与员工签订了《劳动合同》，员工按照合同约定享受权利并承担相应义务。

报告期内，公司缴纳住房公积金及社会保险的情况如下：

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
养老保险	124.95	227.60	149.56	126.42
医疗保险	79.70	141.18	91.70	54.93
生育保险	6.39	10.85	5.55	3.83
工伤保险	7.27	13.25	7.80	5.79
失业保险	11.33	21.31	8.37	8.26
综合保险（注）	-	10.56	17.14	12.77
住房公积金	75.43	134.83	104.19	82.27
合 计	305.06	559.59	384.31	294.28

注：根据《上海市外来从业人员综合保险暂行办法》，发行人子公司上海闽芝为外来员工缴纳综合保险；根据《上海市人民政府关于外来从业人员参加本市城镇职工基本养老保险有关问题的通知》等相关规定，从 2011 年 7 月开始上海闽芝停止为外来员工缴纳综合保险，改为统一缴纳社会保险。

由于外来务工人员较多、人员流动性较大、跨地区社会保险统筹制度不完善等原因，公司及其子公司历史上存在没有足额为职工缴纳社会保险费用和住房公积金的情形，为此，公司实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇出具了《承诺函》，承诺如因国家有关部门要求公司及其子公司补缴此前应缴的社会保险费用及住房公积金，上述承诺人愿意全额承担补缴该等社会保险及住房公积金及相关费用的责任，并根据有关部门的要求及时予以缴纳；如因此给公司及其子公司带来损失时，上述承诺人愿意无条件给予全额补偿，并不要求公司支付任何形式的对价。截至本招股说明书签署日，公司及其子公司已依法为职工缴

纳养老保险、工伤保险、失业保险、生育保险和医疗保险等社会保险费用，并为员工缴纳了住房公积金。

根据本公司及所属子公司当地社会保障主管部门出具的证明，本公司及所属子公司报告期内能够严格遵守国家劳动法律法规及劳动安全与社会保障的有关规定，依法为员工缴纳各项社会保险费用，无拖欠行为，不存在因违反劳动法律法规及劳动安全与社会保障方面的法律法规而受到行政处罚的情形。根据本公司及所属子公司当地住房公积金主管部门出具的证明，本公司及所属子公司按照国家 and 地方住房公积金管理的有关规定，按时足额为在职职工缴存住房公积金，自2008年以来，不存在因违反住房公积金管理方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，报告期内发行人存在未足额为职工缴纳社会保险和住房公积金的情形，针对该等情形，实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇出具了承诺函，其将承担全部补缴责任及相应损失，不会损害发行人利益，不会构成本次发行上市的实质性障碍。发行人已为全体员工缴纳了社会保险费和住房公积金，报告期内不存在欠缴社会保险费及住房公积金的情况。根据社会保障主管部门及住房公积金主管部门出具的证明，发行人不存在违反劳动法律法规的情形。

十二、主要股东以及公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）股份锁定的承诺

本次发行前公司股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺，详见本节“十、发行人股本有关情况·（六）本次发行前股东所持股份限售安排和自愿锁定股份的承诺”之相关内容。

（二）避免同业竞争的承诺

公司实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇向公司出具了《关于同业竞争问题的承诺》，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易·一、公司同业竞争情况·（二）控股股东及实际控制人避免同业竞争的承诺”。

（三）关于劳务派遣用工的承诺

公司实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇向公司出具了关于公司劳务派遣用工的《承诺书》，详见本节“十一、公司员工及其社会保障情况·（二）劳务员工情况”。

（四）关于社会保险费用及住房公积金补缴风险的补偿承诺

公司实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇向公司出具了关于公司社会保险费用及住房公积金补缴风险的《承诺书》，详见本节“十一、公司员工及其社会保障情况·（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”。

报告期内，上述承诺人均严格履行相关承诺。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务及其变化情况

发行人主营业务为以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主的速冻食品研发、生产和销售。

公司速冻鱼糜制品主要包括灌汤福州鱼丸、福州虾丸、福州特级墨鱼丸等40余种鱼丸类产品，仿蟹肉棒、蟹王棒等几种棒类产品，太平燕、西湖肉燕等10余种饺燕类产品，鱼肉卷、龙凤卷等几种卷类产品，以及鲍鱼糕、黄金鱼板、干贝丝饼等20余种油炸类产品。公司速冻肉制品包括贡丸、牛肉丸等10余种肉丸类产品及亲亲肠、蟹王肠、桂花肠等10余种肠类产品。

公司自设立以来，主营业务和主要产品未曾发生重大变化。

二、行业基本情况

（一）行业概况

按照《国民经济行业分类标准》，发行人属于制造业中的农副食品加工业；按照《上市公司行业分类指引》，发行人属于制造业中的食品制造业中的其他食品制造业；按照美国速冻食品协会和日本冷冻食品协会的分类方法，发行人的速冻鱼糜制品和速冻肉制品均属于速冻调理类食品。速冻调理类食品保留并改善了原料的口感、食用方便、营养丰富，适合现代人快节奏的生活。

1、速冻鱼糜制品

鱼糜指以鱼肉为原料，将鱼肉加食盐、辅料等进行擂溃，成粘稠的鱼肉糊再成型后加热，变成具有弹性的凝胶体。速冻鱼糜制品系将各类处理后的原料鱼糜加工成型后进行深度快速冷冻，并在低温（一般-18℃）中储存、运输、销售，属于速冻食品。速冻鱼糜制品具有饱满的弹性，口感良好，同时食用方便、营养丰富，适合现代人快节奏的生活。

鱼糜制品能够为人体提供大量的动物蛋白质，多数鱼类的蛋白质含量可达18%-20%，高于肉、禽、蛋、奶的蛋白质含量，且易于消化吸收、利用率高达85%-90%；且鱼类蛋白质的氨基酸组成齐全，含人体内不能合成的8种必需的氨基酸，同时配比均衡。鱼类脂肪主要由多种不饱和脂肪酸组成，鱼肉中亦含有丰富的卵磷脂

和矿物质，对人体具有很高的营养价值和保健作用。鱼糜制品保留了食用鱼肉的优点，同时克服了新鲜鱼类消费中季节性、地域性、保鲜、运输、食用便利性等多方面的缺点。

速冻鱼糜制品行业作为水产品精深加工的重要组成部分，是水产品加工的后续产业，属于高新技术在传统行业的创新应用，是现代农业产业化和科技化的典型代表，通过延长产业链条，能够提高产品档次和附加值，对渔业结构调整和渔业增收有重要意义；同时能够带动机械制造、包装、运输乃至餐饮等第三产业的发展，对推动我国农业现代化、提高我国农业的国际竞争力有着重要作用。

2、速冻肉制品

发行人生产的速冻肉制品是以畜禽产品为主料，经绞碎或配以植物蛋白、淀粉、调味料等辅料，搅拌、乳化、成型，或加热、冷却后，快速冻结后包装出售的肉制品。速冻肉制品亦需在低温（一般-18℃）中储存、运输、销售。

肉类含有丰富的蛋白质、脂肪、维生素和矿物质，是人体重要的食物源和营养源。肉类食品是居民菜篮子中的当家品种和餐饮业的主要原料，也是休闲食品的主要品种之一。因此，肉制品加工业具有很强的可持续发展性和稳定性，成为国民经济发展中增长最快、最具活力的产业之一。速冻肉制品作为肉制品加工业的分支之一，不仅丰富了加工肉制品的品种，为消费者提供了更多样的选择，而且因其具有加热即食的便利特点，更加适合现代人的快节奏生活，具有广阔的市场前景。

速冻肉制品在行业监管、行业政策、市场供求和竞争状况、行业特性等各方面与速冻鱼糜制品基本一致，以下行业分析主要以速冻鱼糜制品为基础进行分析。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门和监管体制

根据2009年6月1日起施行的《食品安全法》，国务院卫生行政部门承担食品安全综合协调职责，负责食品安全风险评估、食品安全标准制定、食品安全信息公布、食品检验机构的资质认定条件和检验规范的制定，组织查处食品安全重大事故；国务院质量监督、工商行政管理和国家食品药品监督管理部门依照《食品安全法》和国务院规定的职责，分别对食品生产、食品流通、餐饮服务活动实施

监督管理；县级以上地方人民政府统一负责、领导、组织、协调本行政区域的食品安全监督管理工作；各级食品行业协会进行行业自律管理，引导食品生产经营者依法生产经营，推动行业诚信建设，宣传、普及食品安全知识。

2、行业主要法律、法规及政策、标准

速冻鱼糜制品行业主要法律法规及政策、标准如下表：

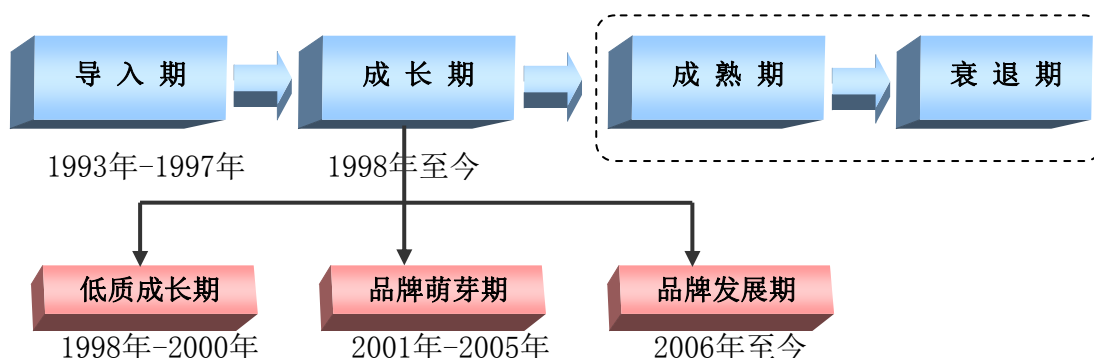
序号	法律法规名称	发布单位	实施年份
1	《食品添加剂使用标准》	卫生部	2011年
2	《预包装食品标签通则》	卫生部	2011年
3	《食品生产许可管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2010年
4	《关于使用企业食品生产许可证标志有关事项的公告》	国家质量监督检验检疫总局	2010年
5	《食品添加剂新品种管理办法》	卫生部	2010年
6	《流通环节食品安全监管八项制度》	国家工商行政管理总局	2009年
7	《流通环节食品安全监督管理办法》	国家工商行政管理总局	2009年
8	《食品流通许可证管理办法》	国家工商行政管理总局	2009年
9	《食品安全企业标准备案办法》	国家卫生部	2009年
10	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2009年
11	《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2009年
12	《食品标识管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2008年
13	《食品安全管理体系-含肉和（或）水产品的速冻方便食品生产企业要求》	国家认证认可监督管理委员会	2007年
14	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	国务院	2007年
15	《食品召回管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2007年
16	《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人大常委会	2006年
17	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	国家质量监督检验检疫总局	2005年
18	《鱼糜制品卫生标准》	国家卫生部、国家标准化委员会	2005年
19	《出口食品生产企业卫生注册登记管理规定》	国家出入境检验检疫局、卫生部	2002年

3、行业经营许可情况

根据《食品安全法》，国家对食品生产经营实行许可制度，从事食品生产、食品流通、餐饮服务，应当依法分别取得食品生产许可、食品流通许可、餐饮服务许可。

（三）行业发展概况

1、行业竞争格局和市场化程度



我国速冻鱼糜制品行业于上世纪 90 年代初发端，发展至今已经历以下阶段：

导入期（1993 年-1997 年）：需求开始培育，但产品单一，厂家定位在狭窄的细分市场，分销渠道很分散。

成长期（1998 年至今）：需求量和销售额迅速上升阶段。成长期又可分为以下阶段：

低质成长期（1998年-2000年）：速冻鱼糜制品被更多的消费者接受，但消费者对鱼糜产品质量要求不高；市场步入快速发展阶段，竞争开始加剧，出现价格战；市场开始细分，分销渠道仍然较为分散；企业盈利空间受到挤压。

品牌萌芽期（2001年-2005年）：市场开始高速增长并进一步细分，分销渠道开始集中，消费者对速冻鱼糜的需求开始经历从量到质的提升，品牌效应初步显现。

品牌发展期（2006年至今）：价值驱动的企业开始关注特定的细分市场，并开始注重新产品开发；除价格之外，各品牌开始更加重视在质量、服务等其他方面展开竞争，对分销渠道开始进行合理化和集中化管理；市场重新洗牌已经开始，大企业开始获得更多份额。

我国现有大约 400 家速冻食品生产企业生产速冻鱼糜制品，地域分布集中于沿海地区。近年来速冻鱼糜制品行业发展迅速，市场规模迅速扩大，中高端企业已经建立起市场知名度和美誉度，走向规模化生产销售和产品品质化、中高端化；同时，由于行业的高速发展，也吸引了一部分低端市场参与者，以在局部地区销售中低档速冻鱼糜制品为主。

2008 年以来相继爆发的三聚氰胺、瘦肉精等事件，引发了政府、公众对食

品安全的高度关注。国家开始加快对食品行业的严格规范，消费者对食品卫生安全日益重视，《食品安全法》出台后，规模小、卫生条件差的中小速冻鱼糜制品企业将会被逐步规范或淘汰，速冻鱼糜制品行业已进入品牌发展时代。

2、行业内主要企业和主要企业市场份额

经过多年优胜劣汰的市场竞争，鱼糜制品行业大规模产业竞争格局正在形成，本公司的“海欣”、福建海壹的“海旺”、福州百洋的“百洋”、海霸王集团的“海霸王”、福建安井的“安井”等知名品牌成为我国速冻鱼糜食品的代表；其他厂商众多，但每家所占市场份额均十分有限。

由于国内速冻鱼糜制品行业发展历史不长，行业内的龙头企业多是从地方性企业逐步发展成为全国性的企业，因此根据地区不同，市场竞争格局有所差异。在成熟市场地区，目前已经基本形成寡头竞争的市场竞争格局，市场中的大型竞争者，如发行人、安井、海霸王、海壹等占据了主要市场；而在高速发展地区和开拓地区，除了龙头企业在积极开拓市场之外，还有大量的当地中小企业参与竞争，市场竞争格局介于寡头竞争和完全竞争之间。公司与福建海壹、福州百洋、海霸王食品、福建安井等主要竞争对手在品牌、渠道、产品质量、产品差异化等诸方面均存在竞争，市场占有率呈此消彼涨态势，因此从目前的市场竞争格局出发，行业内的龙头企业既不会参与中小企业的恶价格竞争，但在面对成本上涨的压力时，也不会率先贸然提价，而是首先从内部着手，通过采取工艺、配方改进，提高生产效率等方式降低产品成本，消化原材料价格上涨的压力，力求获取更大的市场份额。从短期来看，选择提高市场占有率的竞争策略，在通货膨胀的背景下，对毛利率将有一定的影响，从而影响企业的利润水平，但对于需要长期品牌积累的食品企业而言，市场占有率的提高、品牌影响力的扩大对企业的长远发展显得更为重要。

除福建海壹、福州百洋、海霸王食品、福建安井等主要竞争对手外，公司现实的竞争对手还包括国内其他中小速冻鱼糜制品企业；该等中小企业众多，但每家仅在小区域内开展经营活动且所占市场份额十分有限，在国内成熟市场尚不能对公司构成全面竞争，仅在部分高速发展市场及拓展市场对公司构成竞争；另一方面，国家对食品安全的日益规范和品牌消费观念的形成加大了中小企业的经营成本和竞争难度，如其无法适应环境变化，则将被市场淘汰。该等竞争对手对公

司未来经营业绩不会产生重大不利影响，集中化的行业趋势有利于包括公司在内的行业龙头企业进一步发展壮大。

公司潜在的竞争对手主要包括鱼糜制品行业可能的新进者，但新进者受品牌、营销及销售渠道、冷链物流等鱼糜制品行业进入障碍的限制，短期内难以对公司经营业绩产生重大不利影响。

3、行业进入障碍

（1）品牌门槛

中国是传统美食大国，随着国内居民生活水平的提升，人们对食品的消费要求也在不断提高，消费者更加关注产品的安全、质量、口味、营养、功能等特质，关注企业的经营历史、信用、营销能力等因素，而品牌正是产品和企业在上述方面经过长期沉淀的综合体现。市场上的知名品牌都是经过消费者的认同和市场竞争的考验逐渐形成的，企业塑造、维护一个知名品牌不仅需要建立严格的产品质量控制体系、强大的产品研发体系以及较高的广告费用投入，而且要经过长期的耕耘和发展，在食品行业尤其如此，因此品牌是进入本行业的重要门槛。品牌形象一旦树立，消费者将会对品牌产生良好的忠诚度，习惯性消费自己熟悉的品牌产品，而较少选择其他品牌产品，新进入企业需要集中性大额投入和长时间的市场影响力积累，在与具有品牌优势的企业竞争中处于不利局面。

（2）营销及销售渠道门槛

我国地域辽阔、人口众多、饮食习惯复杂多变，速冻鱼糜制品生产企业如果要建立全国性品牌，必须建立密集高效的营销网络，方能分区域管理营销工作，以接近消费者、探索当地市场的市场规律并对市场需求作出快速反应。

行业内现有大企业均在主要城市拥有经销商或设立销售公司；新进者如要自行建立营销网络，需付出大量的资金建立制度、培训人才、扩展终端、增强物流，并经过长时间的落实管理，方能发挥营销网络的效果。更重要的是，在成熟市场和高速发展市场，行业龙头企业基本已将区域内实力较强、辐射面较广的经销商资源纳入了自身的营销网络，树立了先发优势，行业内优质经销商的有限性使得新进者新建高质量营销网络的难度进一步提高。

（3）产品质量、研发水平门槛

随着国民经济水平的提高，人们对消费品的营养、健康、安全、卫生等方面

愈加重视。同时,《中华人民共和国食品安全法》、《国务院关于加强食品等产品质量监督管理的特别规定》等法律法规的相继出台,也对速冻鱼糜制品行业产品质量提出了更高的要求。另外,由于区域性生活习惯的差异,人们对速冻鱼糜制品的口味亦有多样化需求,使得速冻鱼糜制品生产企业在提高产品质量的同时还要不断研发出新的产品,以满足终端消费市场的不同需求。新进生产企业在先进生产和研发设备的占有和使用、生产经验的积累和高素质、高水平的研发人才储备等方面与行业龙头企业存在较大差距,在产品质量与研发水平上处于劣势。

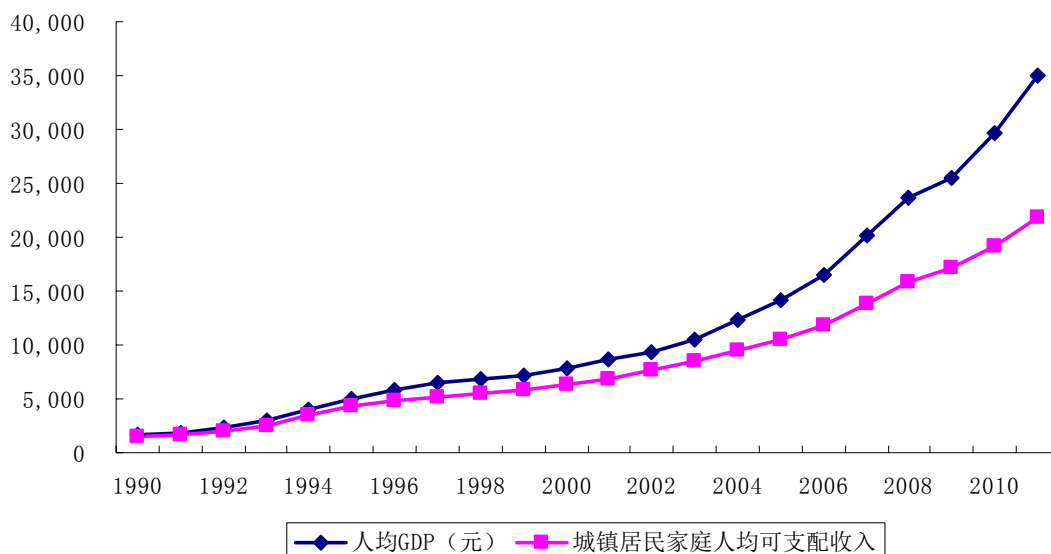
(4) 冷链物流门槛

为保证速冻鱼糜制品的品质,其生产、运输、储藏、销售等环节均需保持在低温环境中,需要有相应的冷链物流资源支持。由于冷链物流资源相对有限,现有速冻鱼糜制品生产企业与冷链物流企业经过长期合作已形成了相对稳固的合作关系,新进企业短时间内难以打破现有冷链物流资源的分配格局,从而对其产品销售形成制约。

(四) 市场供求状况分析

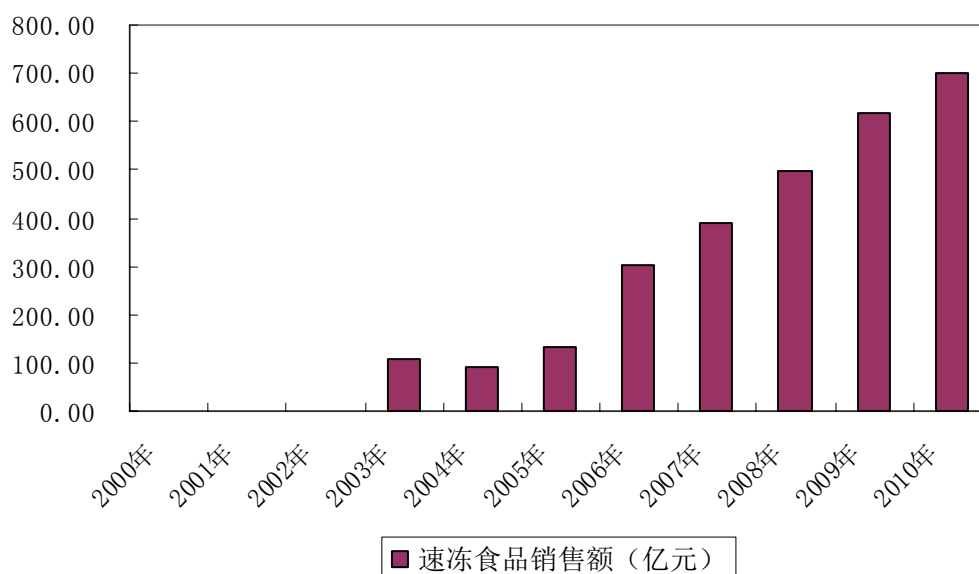
1、国民经济持续稳定增长,城乡居民收入稳步提高,拉动了对速冻食品行业的需求

近年来,我国国内生产总值保持快速增长势头,人均国内生产总值由1990年的1,645元上升至2011年的34,999元,年均复合增长率约为14.91%。与此相对应,城乡居民收入也保持快速增长,同期城镇家庭人均可支配收入自1,510元增至21,810元,年复合增长率约为12.90%。1990年-2011年我国人均GDP及城镇居民家庭人均可支配收入如下图所示:



资料来源：国家统计局

经济的持续高速增长及城乡居民收入的稳步提高为我国速冻食品消费的增长奠定了坚实的物质基础。2000年至2010年我国速冻食品销售额情况如下图所示：

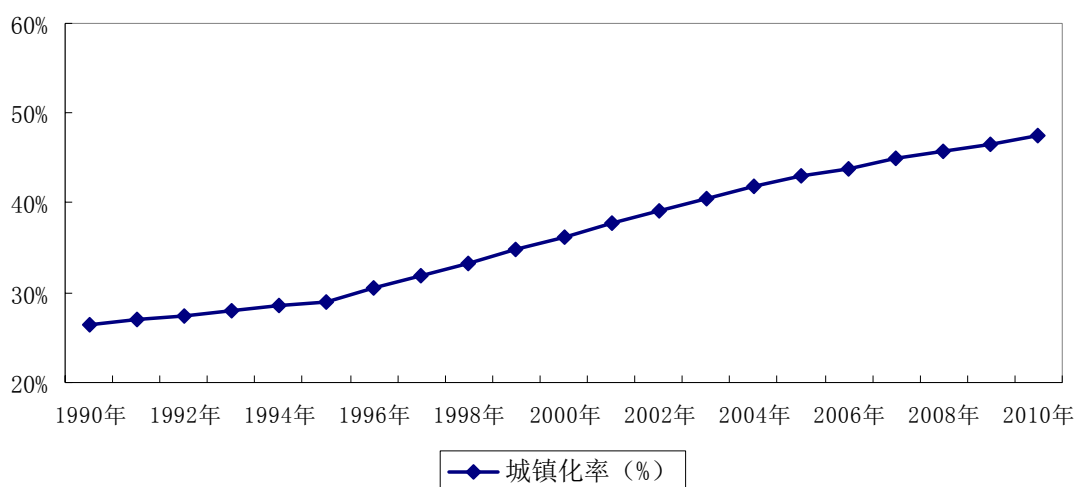


资料来源：WIND资讯

而世界各国的发展经验也表明：经济越是发达，速冻食品的消费量越大。据统计，美国速冻食品的人均年消费量为90公斤，欧盟为45公斤，而我国人均消费量仅为9公斤，我国与发达国家的人均消费量存在巨大的差距，因此速冻食品行业在我国仍处于起步阶段，具有广阔的发展前景。

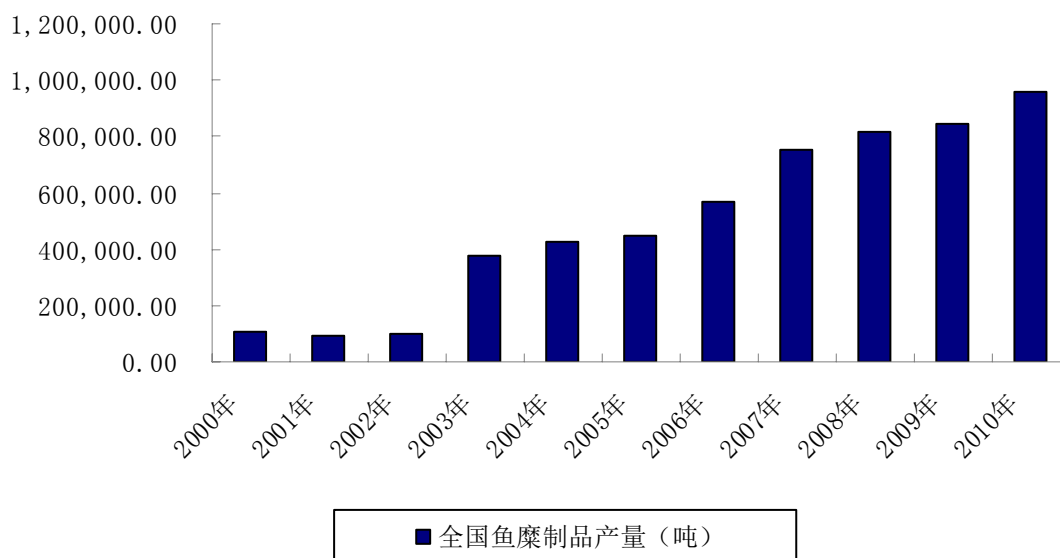
2、速冻鱼糜制品营养丰富、食用方便，迎合了现代人的消费观念和快节奏生活的需要

随着中国农村城镇化进程的加快，城镇人口所占比重逐年上升，人们的生活节奏在不断加快，消费观念也在不断转变，在食品消费方面越来越注重食品的安全和营养。根据国家统计局的数据，1990年我国城镇人口所占比重为26.41%，而到2010年，我国城镇人口的比重上升到47.5%。1990年-2010年我国城镇化率如下图所示：



资料来源：国家统计局

速冻鱼糜制品兼具安全营养和食用方便的特性，迎合了现代人的消费观念和快节奏生活的需要，因此城镇人口的增加和现代生活方式、消费观念的转变，拉动了速冻鱼糜制品行业的快速发展。2000年以来，我国鱼糜制品年产量以25%的复合增长率递增，2010年产量达96.20万吨。2000年-2010年我国鱼糜制品产量如下图所示：



资料来源：中国渔业年鉴

3、扩大内需政策的实施及居民消费升级带来巨大的行业发展空间

2009年12月初召开的中央经济工作会议已明确指出，以扩大内需特别是增加居民消费需求为重点，以稳步推进城镇化为依托，优化产业结构，努力使经济结构调整取得明显进展的发展方针。要扩大居民消费需求，增强消费对经济增长的拉动作用。要加大国民收入分配调整力度，增强居民特别是低收入群众消费能力。要适应群众生活多样性、个性化的需要，引导消费结构升级。政策推动将成为引领消费时代到来的重要力量，而食品作为消费的主力品种之一必将迎来一个全新的发展时期。

在居民收入和消费稳步增长及国家鼓励消费的宏观背景下，速冻鱼糜制品由于具备营养、安全、食用方便的良好特性，具备巨大的市场增长潜力。

（五）行业利润水平及变动趋势

近年来，随着国内居民收入的增长以及食品消费的升级，速冻鱼糜制品因其营养、安全、便捷的特性，日益受到消费者的青睐，销售规模持续扩大，使得行业整体利润水平不断提高。同时，随着国家对食品安全的规范，一些小的速冻鱼糜制品生产企业由于不符合标准而退出市场，行业集中度与技术水平有所提升，速冻鱼糜制品企业的自动化、规模化、集约化有效提升了行业的整体利润水平。而另一方面，主要原材料价格波动也直接影响本行业的利润水平，近年来通货膨

胀因素在一定程度上降低了行业利润率,但随着消费者对品牌产品消费倾向的加强和对品牌忠诚度的提升,品牌企业能够将原材料价格上涨的压力逐步向销售终端转移,进而保持较为稳定的利润水平。今后,随着人们消费水平和食品安全意识的提高,利润率水平较高的品牌类产品及高档产品的销售比重将逐步增加,同时行业集中度与规范化程度不断提高,规模效益逐步显现,因此本行业的利润规模将保持持续增长的态势。

（六）影响本行业的有利及不利因素

1、有利因素

（1）产业政策的支持

速冻食品行业是农产品深加工的方向之一,有助于农业产业结构调整,有利于推动农业现代化;同时,速冻食品行业能发挥我国劳动力资源竞争优势,吸收富余劳动力,并带动下游相关行业的发展,对提高我国农业的可持续发展能力有重要作用。

为鼓励和扶持速冻食品行业的发展,国家出台了一系列产业政策和推广计划,简要情况如下:

发布单位	政策名称	与公司从事的业务有关内容
国务院办公厅	《中国食物与营养发展纲要》 (2001-2010年)	<ul style="list-style-type: none"> ● 优先支持我国传统食品的工业化技术改造,选择并支持若干种具有市场前景和示范作用的传统食品,提高其科技含量,加快其工业化步伐。 ● 大力发展无污染、安全优质、营养丰富的食物生产,加快发展绿色食品和有机食品,逐步增加名牌精品食物的市场供给。 ● 加强食物发展各领域的基础研究和技术开发工作,促进产、学、研相结合,使相关学科相互渗透和交融,不断增强开发新产品、新技术、新工艺的能力。加强生物技术、信息技术等高新技术在食物与营养领域的应用研究,显著提高食物产量、质量、安全和卫生水平。
国家发改委、工业和信息化部	《食品工业“十二五”发展规划》	<ul style="list-style-type: none"> ● 巩固和壮大“老字号”食品品牌,努力扩大品牌食品的知名度和市场占有率,培育一批食品知名品牌。 ● 加快推动传统主食品工业化,培育壮大方便食品、功能食品等产业,增强品牌企业实力,造就一批具有国际竞争力的新兴食品工业企业群体。 ● 健全以国家工程实验室、国家工程(技术)研究中心为龙头、以国家农产品加工技术研发中心和分中心为基础的工程化研究和应用体系,提高工程化研究和成果转化能力。 ● 支持企业实施品牌战略建设,加快中华特色名优食品的技术进步和技术改造,大力振兴“中华老字号”。 ● 鼓励食品工业企业积极向上、下游产业延伸和相互协作,建立从原料生产到终端消费各环节在内的全产业链。 ● 利用现代食品加工技术,发展精深加工水产品,加快开发包括冷冻或冷藏分割、冷冻调理、鱼糜制品、罐头等即食、小包装和各类新型水产功能食品。 ● 到2015年,水产品加工总产量达到6,000万吨以上,水产品加工总产值达到3,800亿元以上,年均增长10%以上。水产品加工率提高到45%以上,冷冻调理食品和分割小包装食品的比例占水产冷冻加工品的比

		例达到 30%以上。培育形成年产值超 20 亿元、具有明显区域带动作用的水产品加工大型企业 20 家、超 10 亿元的 100 家。
全国人大常务委员会	《食品安全法》	<ul style="list-style-type: none"> ● 国家鼓励和支持开展与食品安全有关的基础研究和应用研究,鼓励和支持食品生产经营者为提高食品安全水平采用先进技术和先进管理规范。
农业部	《全国渔业发展第十二个五年规划》	<ul style="list-style-type: none"> ● 以加快推进现代渔业建设为主攻方向,以加快转变渔业发展方式为主线,以强化水产品质量安全、渔业生态安全和安全生产为着力点,始终把确保水产品安全有效供给和渔民收入持续较快增长作为首要任务。 ● 依托资源禀赋和区位优势,以自主创新和品牌建设为核心,培植壮大一批装备先进、管理一流、带动力强的水产品加工龙头企业,积极推进水产品加工园区建设,促进水产品加工业集群式发展。积极发展精深加工,加大低值水产品 and 加工副产物的高值化开发利用,提高产品附加值。 ● 渔业经济总产值达到 2.1 万亿元、增加值 0.99 亿元,渔业产值达到 1 万亿元、增加值达到 0.64 亿元;渔业二、三产业的产值比重达到 53%;水产品加工率达到 40%。 ● 充分利用“两种资源、两个市场”,增强企业品牌建设和市场拓展意识,加大市场推介力度,扩大品牌宣传范围,积极发展消费引导型加工业,努力引领和扩大水产品国内市场消费。
国家发改委	《产业结构调整指导目录(2011 年本)》	<ul style="list-style-type: none"> ● 第一类 鼓励类 ● 一、农林业 ● 农林牧渔产品储运、保鲜、加工与综合利用
国务院	《关于支持农业产业化龙头企业发展的意见》	<ul style="list-style-type: none"> ● 培育壮大龙头企业,打造一批自主创新能力强、加工水平高、处于行业领先地位的大型龙头企业;强化农产品质量安全管理,培育一批产品竞争力强、市场占有率高、影响范围广的知名品牌。 ● 切实加大资金投入,强化龙头企业原料生产基地基础设施建设。 ● 鼓励龙头企业合理发展农产品精深加工,延长产业链条,提高产品附加值。 ● 培育壮大龙头企业。支持符合条件的国家重点龙头企业上市融资、发行债券、在境外发行股票并上市,增强企业发展实力。 ● 鼓励龙头企业加大科技投入,建立研发机构,加强与科研院所和大专院校合作,培育一批市场竞争力强的科技型龙头企业。通过国家科技计划和专项等支持龙头企业开展农产品加工关键和共性技术研发。鼓励龙头企业开展新品种新技术新工艺研发。

(2) 城市化进程加快,消费者购买力大大提高

日本和美国的速冻食品行业的经验表明,在城市化率超过 50%之后,速冻食品行业将迎来爆发性的发展机会。根据国家统计局公布的数据,截止到 2010 年年末,我国的城市化率已经达到 47.5%,2011 年末我国城市化率已经超过 50%。城市化率提高带来的城镇人口快速增加,尤其是速冻食品主要消费群体—城镇居民、双职工核心家庭的增加,迅速扩大了速冻食品行业的消费者群体,为行业迅速发展奠定了良好的基础。

其他亚洲国家速冻食品行业的经验也表明,人均年收入超过 1,500 美元后,城镇化、工业化进程会加快,居民消费类型和行为也会发生重大转变,对消费食品的需求趋于多样化,如食品的方便性、可口性、安全性以及营养价值等。2010 年我国人均年收入已经达到 1,800 美元,伴随着我国国民经济的持续快速增长,

主要消费群体阶层的发展壮大，我国消费者购买能力将大大提高，速冻食品行业在我国已经进入了快速发展期。

（3）食品冷链的快速发展

近年来，随着城乡居民生活水平的提高和人们消费习惯的改变，以速冻食品、水产品、畜产品为代表的冷链物流行业也随着市场需求的增大而不断发展。2005年，我国商务部提出的“万村千乡”市场工程，旨在全国范围内建设 25 万家标准化“农家店”，乡村市场冷链的延伸使速冻鱼糜制品进入农村市场更为便利。此外，在原有设施改造和更新的同时，技术性的改造也将成为另一发展趋势。卫星定位系统(GPS)、电子车载地图等高科技技术的应用，也将进一步降低管理成本，提高效率，增加客户满意度。

（4）业务市场的兴起

速冻食品在业务市场发展的优势主要有如下几点：①产品品质稳定；②烹饪时间缩短；③储藏方便；④成本降低。随着餐饮业的迅速发展，以酒店、快餐和机构食堂为代表的业务市场正成为速冻鱼糜制品生产企业新的拓展领域。

根据日本冷冻协会的数据，2009 年日本业务市场按照产量计算占比达到 63.5%。而在我国，业务市场占速冻鱼糜制品销售收入比重较低，速冻鱼糜制品向业务市场发展的空间巨大，速冻鱼糜制品在业务市场将大有作为。

（5）替代需求上升

相对于畜、禽等肉制品，鱼糜制品因含有多种维生素、丰富的蛋白质和较低的脂肪含量，是一种非常健康的食品，随着不同地区经济的发展，我国的人口也发生南北、东西流动与融合，全国文化，包括饮食文化也在互相影响、互相渗透，交通条件的改善、经济水平的提高也使得水产品更易为广大的内地消费者所接受，方便、营养、安全的速冻鱼糜制品更是受到越来越多消费者的青睐，市场需求不断增长。此外，近年来，我国出产的鱼糜制品在国外市场也受到了欢迎，出口量以每年 15%~20%的速度递增。

2、不利因素

（1）行业管理水平有待提高

食品安全问题日益成为人们关注的焦点，一些国际组织和发达国家对食品加工行业颁布和实施了 HACCP（危害分析与关键控制点认证）、ISO9001 质量管理体系

系等认证。目前国内鱼糜及鱼糜制品产品分级标准、国家认证制度和相关法规仍然不尽完善，执法环节也有一些不规范之处。很多中小型速冻鱼糜制品和速冻肉制品加工企业以作坊式的生产为主，企业的生产管理停留在经验管理水平上，通过 HACCP 和质量体系认证的企业比较少，市场亟需一批管理规范、具有实力的规模企业。

我国速冻鱼糜生产企业中，拥有机械化、规模化生产线的大中企业为数不多，众多小品牌生产企业的加工车间设备简单，工序多为手工操作，安全卫生标准得不到保证，产品竞争主要停留在价格层面上，从长远看，随着人们对食品质量安全问题的日益重视以及国家对食品安全监管力度的不断加强，行业中管理规范、质量过硬、品牌影响力强的企业将在竞争中脱颖而出，而一大批单纯依靠价格取胜的中小企业终将被淘汰出局。

（2）冷链系统尚待完善

目前，冷链资源在我国大中城市和经济发达地区基本完善；但在内地小城市及乡镇农村尚未形成体系，对速冻鱼糜制品的配送和售卖构成制约。

（七）行业技术水平、经营模式、周期性和季节性

1、行业技术水平

（1）产品结构方面，目前速冻鱼糜制品厂家不断推陈出新，速冻鱼糜制品产品种类不断丰富；除鱼丸、鱼香肠、鱼饼、鱼卷和模拟水产品（如模拟蟹肉棒、模拟虾肉）外，以鱼糜为原料的功能食品将得到继续开发，速冻鱼糜制品将在风味、花样、口味、色度、弹性、营养等方面继续优化。

（2）生产工艺方面，加工技术由鱼糜生产技术和速冻鱼糜制品加工技术两部分组成；从上世纪 60 年代初日本开始工业化生产鱼糜以来，鱼糜生产技术持续改进，研发和生产设备改造使得可处理的原料鱼品种增加，渔业资源综合利用率提高；而速冻鱼糜制品加工工艺有一定特殊性，生产设备购入后企业根据产品品项进行研发调整，具有相当技术门槛。

2、行业经营模式

速冻鱼糜制品行业存在独有的行业特征，为确保速冻鱼糜制品的鲜度和品质，生产、加工、运输、销售全过程都要求在低温环境中完成，由此决定了速冻鱼糜制品生产企业的经营受销售渠道及物流的影响较大。为降低运输成本及过程

损耗，需建立并完善速冻鱼糜制品生产、储藏、运输和销售的完整冷链。

3、行业的周期性

速冻鱼糜制品属于日常消费品，需求弹性小，销售稳定性强，无明显周期。

4、行业的区域性

生产方面，我国速冻鱼糜制品企业主要集中在沿海的福建、山东、浙江、广东、辽宁等地区，这与上述地区丰富的原料供应有着密切关系。

消费方面，福建、浙江、广东、广西、山东、辽宁等沿海地区也是我国速冻鱼糜制品的主要消费区域，消费需求长期旺盛，这主要得益于沿海地区对水产品的食用历史较长，对深加工类水产品接受速度较快；华北、华中、西南及西北等内陆地区由于消费者饮食习惯的差异，同时受居民收入水平和消费水平的影响，在速冻鱼糜制品消费方面与沿海地区尚有较大差距，市场尚待开发。随着我国国内经济水平的不断提升和居民收入的增加，加之交通、资讯日渐发达，各地消费者饮食习惯互相渗透、融合，鱼糜制品由于其高蛋白、低脂肪的特性，受到越来越多内陆地区消费者的青睐，消费量逐年上升，未来华北、华中、西南及西北等内陆地区的市场容量将持续扩大，逐渐成为速冻鱼糜制品行业新的增长点。

我国各区域市场成熟度、消费者特性、主要厂家情况如下表所示：

区域	市场成熟状态	消费者特性	主要品牌
福建、 粤东地区	市场相对成熟、基本形成单品项品牌寡头垄断，主销中高档产品，产品细分较明显。	对品质辨别度高、消费意识成熟、品牌忠诚度高。	海欣、海霸王、安井、海旺、百洋
华东地区	市场相对成熟，中高档产品总销量在上升，低价位产品销量上升滞缓。	对品质辨别度有较强感觉，品牌概念选择性较强。	海欣、海霸王、安井、海旺、百洋、兴业
华南区	市场相对成熟，两级分化明显，超市以中高价位为主，农贸批发以低价位产品为主。	家庭消费相对成熟，品牌感强，主要以超市消费为主。	海霸王、海欣、海旺
华北区	市场正在经历高、中、低端产品及厂家同台竞技的混战期，整体容量在上升，低价位产品量大于中高档价位产品。	消费意识由低价位产品逐渐向中高价位转移，品牌概念选择性逐步增强。	昌华、丰华、海欣、海旺、阿掖山、胜田、惠发
华中、西南、 西北、东北 区	因生活环境不同，目前市场总体容量相对不大，以肉制品为主，速冻鱼糜制品家庭消费尚处萌芽期，餐饮通路主要以低价为主。	主要以价格来选择产品，品牌忠诚度相对较低。	丰华、兴业、海霸王、海欣、百洋、惠发

5、行业的季节性

受气候和我国传统消费习惯的影响，速冻鱼糜制品行业存在着生产、消费淡旺季的区分，每年的二、三季度是速冻鱼糜制品淡季，一、四季度为旺季。随着人民饮食习惯的日益融合以及生产、冷藏技术的进步，速冻鱼糜制品行业淡季时间逐渐缩短，季节性影响逐渐减弱。

（八）速冻鱼糜制品行业与上、下游行业之间的关联性

1、上游行业对速冻鱼糜制品行业的影响

速冻鱼糜制品行业主要原料为鱼糜、肉类和粉类，均属大宗农产品，其关联的上游行业主要有水产业、畜牧业、种植业和加工行业。

（1）上游产业供应量对本行业的影响

农业是国家的命脉，每年的中央一号文件和“两会”都会聚焦“三农”工作，并出台多个利农政策，尤其是近年来国家对农业的政策扶持力度不断加强，有力地促进了种植业、养殖业等行业的迅速发展，使得农产品的产量稳中有升，保证了速冻鱼糜制品和速冻肉制品原料的充足供应。

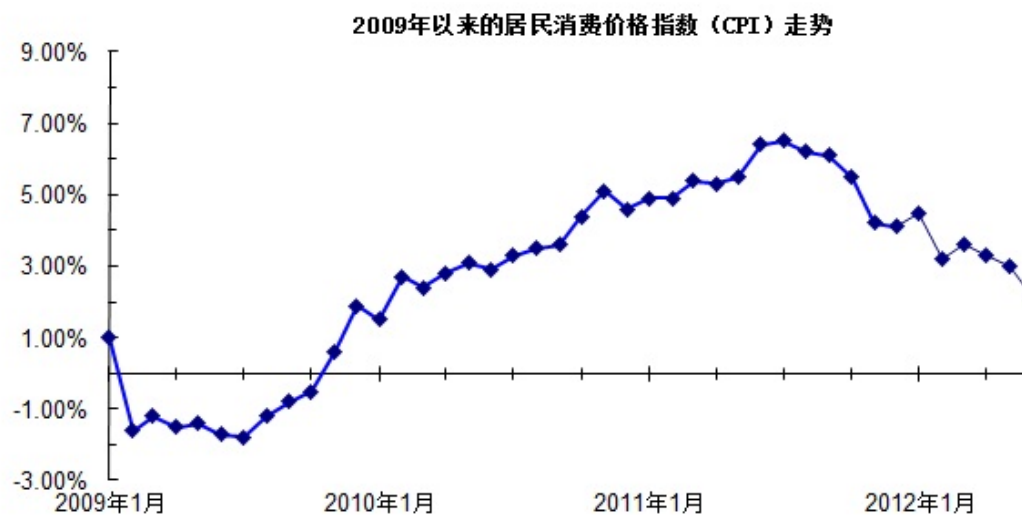
速冻鱼糜制品使用的鱼糜系由海捕杂鱼加工制得，我国海洋资源丰富，而鱼糜对海鱼品种没有特殊的要求，因此鱼糜供应量也能保障本行业的需要。

当然若发生大规模的自然灾害或动物疫情导致肉类、粉类等大宗农产品的供应大幅减少，短期内可能会对本行业的原材料供应造成一定程度的影响，但从长远看，自然灾害或动物疫情的发生并不会对大宗农产品的供应持续产生重大影响，因此从总体上看，上游行业的原材料供应充足，能够满足本行业发展的需求。

（2）上游产品价格变化对本行业的影响

由于主要原材料鱼糜、肉类和粉类在速冻鱼糜制品的成本中所占比重较大，因此主要原材料价格的变动将直接影响速冻鱼糜制品行业的盈利水平。

鱼糜、肉类和粉类均属大宗农产品，其价格变动与居民消费价格指数的变化密切相关。2009 年以来随着经济的复苏，居民消费价格指数逐步走高，尤其是 2010 年下半年随着经济复苏态势的进一步巩固，居民消费价格指数开始出现加速上扬的态势，2011 年 7 月居民消费价格指数达到 6.5%，创 35 个月来新高，物价较快上涨逐渐成为经济运行中最突出的矛盾。

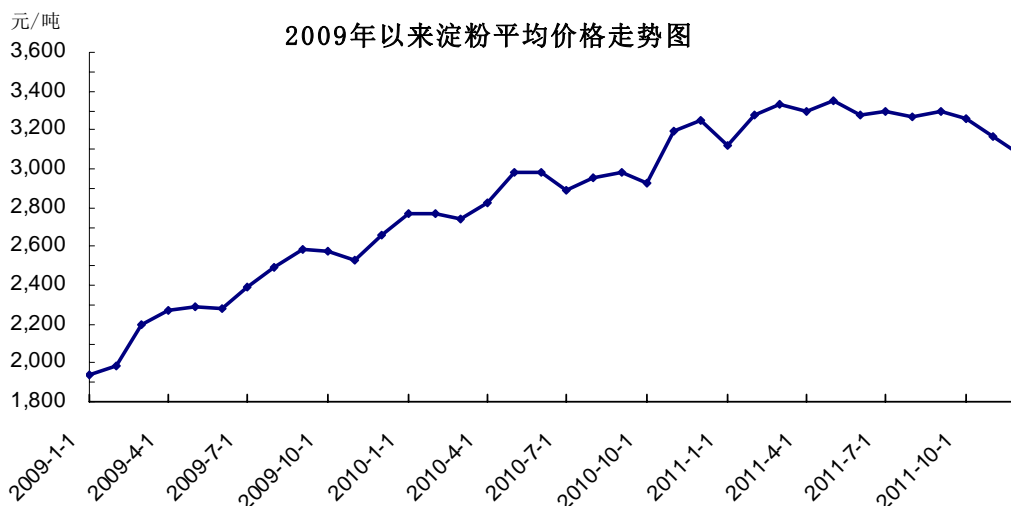


数据来源：国家统计局

居民消费价格指数的上涨带动了大宗农产品价格的上扬，从而给速冻鱼糜制品企业带来了较大的成本压力。2009年以来肉类和淀粉的价格走势如下：



数据来源：商务预报网 (<http://cif.mofcom.gov.cn>)



数据来源：中国玉米市场网 (<http://www.jcce.cn>)

面对持续加大的物价上涨压力，2010年11月，国务院发布了《关于稳定消费价格总水平保障群众基本生活的通知》，要求各部门采取大力发展农业生产、稳定农副产品供应、降低农副产品流通成本等16项措施稳定物价；2011年2月9日召开的国务院常务会议又推出了力保粮食生产的十项措施，并提出将稳定物价作为2011年经济工作的头等大事。在货币政策方面，央行的货币政策也从适度宽松转为稳健，从2010年10月份开始，在短短半年的时间里，央行连续四次提高存贷款基准利率，七次提高存款准备金率，为控制物价上涨创造货币条件。

在稳定物价16项措施、力保粮食生产10项措施、货币政策收紧等多种政策的合力作用下，居民消费价格指数上涨的势头逐渐得到遏制，从2011年8月开始CPI逐月回落，2011年12月和2012年6月CPI分别降至4.10%和2.20%。

而面对原材料价格上涨的压力，速冻鱼糜制品企业也积极采取措施，通过加大内部挖潜改造力度以及产品小幅提价的方式消化成本上涨的压力，由于这些措施有一定的滞后性，因此短期内行业整体毛利率水平有所下降，但随着消化成本措施的见效，行业的毛利率水平将趋于稳定。

(3) 上游行业产品质量对本行业的影响

食品安全是事关人民生命安全的头等大事，近年来发生的三聚氰胺、染色馒头、地沟油、瘦肉精等事件，深深牵动着消费者的神经。速冻鱼糜制品作为直接面向消费者的终端消费品，速冻鱼糜制品企业能否把好原材料质量关从而保障产品的质量安全，直接关系到消费者的身体健康，并影响到行业的形象和声誉。

针对频发的食品安全事件，国家相关部门给予了高度的关注，尤其是针对近期的瘦肉精事件，农业部、公安部、商务部、卫生部、国家质检总局等九部门联合开展为期一年的专项整治行动，从瘦肉精源头、养殖、收购贩运、屠宰、加工、流通餐饮、进出口等 7 个环节进行彻底排查，力求根治“瘦肉精”问题。目前公司使用的猪肉均未被检出瘦肉精。

随着国家相关部门对食品安全监管力度的加强，食品安全标准的不断提高，以及从种植、养殖到屠宰、加工到最终的流通餐饮全过程监控体系的构建和完善，将有力保障上游行业产品的质量和安全，从源头上为本行业的产品质量提供保证。

2、下游行业对速冻鱼糜制品行业的影响

速冻鱼糜制品为最终消费品，速冻鱼糜制品下游行业主要为餐饮行业和家庭普通消费者。

中国素有“民以食为天”之说，中国人民历来重视饮食，尤其是随着现代人生活水平的提高，对吃的问题更加重视，除了追求食物的口味和品种多样化外，愈加重视食物的安全和营养。速冻鱼糜制品因其兼具安全、营养、食用方便的特点，迎合了现代人的消费观念和快节奏生活的需要，随着国民经济持续、健康、快速的发展，人民生活水平稳步提高，速冻鱼糜制品行业将迎来广阔的发展空间。

三、公司的竞争状况及变化趋势

（一）公司竞争状况

1、公司竞争优势

（1）品牌优势

公司实际控制人滕氏家族经营鱼糜制品已有百年传承之历史，“百年鱼丸世家”在业内享有声誉。公司自成立以来，一直致力于打造公司品牌形象，经过 10 余年的发展，“海欣”品牌在我国速冻鱼糜制品行业已具有较高的知名度。2006 年 9 月，公司成为速冻鱼糜制品行业首批荣获“中国名牌”称号的企业，2006 年 11 月，“海欣”商标被认定为“中国驰名商标”；公司获得“中国改革开放 30 年中华老字号传承创新优秀企业”等荣誉称号，并入选“中国食品行业质量放心品牌”数据库；公司还先后获得“福建省著名商标”、“福建省品牌农业企业金奖”称号。

公司产品高级鱼丸、鱼肉卷、特级墨鱼丸获第三届中国国际农产品交易会畅销产品奖，“海欣”牌福州鱼丸获第二届舟山国际渔业博览会优质产品金奖，“海欣”牌系列产品为哈尔滨第 24 届世界大学生冬季运动会指定产品，“海欣”系列产品获中国绿色食品 2002 福州博览会福建展团“畅销产品奖”，“海欣”牌系列速冻食品获福州市人民政府“福州市产品质量奖”，公司产品鱼丸及太平燕被福建省烹饪协会认定为“福建省名小吃”。

（2）营销优势

①覆盖全国的营销网络

2008 年起，公司逐步在福州、北京、上海、广州、武汉、南京、沈阳、成都设立八大营销大区（除福州营销大区直属公司总部，其余七个营销大区均已设立专业销售子公司）。截至本招股说明书签署日，公司共有 7 家专业销售子公司、25 个联络处，可控零售终端网点超过 10,000 个，建立了遍布全国 29 个省市自治区的营销网络，基本完成全国市场布局，能够保证公司产品在 7 天之内即可推广到全国各地的终端市场。



②联合分销模式—“掌控终端、合作共赢”的创新营销模式

公司在打造中高端速冻鱼糜制品第一品牌的过程中，提出“掌控终端、合作

共赢”的联合分销模式；通过对终端主动登记、建档、开发、生动化陈列和维护，提高公司对终端的控制力，改变采取联合分销模式前非商超终端基本受经销商影响的局面，使得公司形成从上到下的一体化营销网络系统。经销商的主要任务逐步转变为根据销售终端的需求指令发挥自身的铺货和配货功能，并最终走向专营海欣品牌。公司的渠道掌控力将得到进一步强化，公司的市场份额和地位将得到进一步巩固；同时，该策略对培养经销商忠诚度、打造品牌高端形象、提高公司品牌的影响力和渗透力大有裨益，可实现公司和经销商的共同盈利和持续发展。

③创新营销手段培育市场、引导消费

公司发挥创新性思维，突破了速冻鱼糜制品传统市场局限，通过培育夏季消费习惯、推出高档珍鲜鱼丸、针对地域市场推出差异化产品，引导消费者形成新的消费习惯，积极培育和创造市场需求。

（3）品质管控及食品安全优势

公司实际控制人滕氏家族经营鱼糜制品已有百年传承之历史，公司亦拥有10余年速冻鱼糜制品及速冻肉制品工业化生产、加工经验，拥有一批长期从事速冻鱼糜制品及速冻肉制品加工及品质管理方面的专业技术人员和管理人员，具有较强的品质管控优势；同时，为保障原料鱼糜供应，确保原料鱼糜质量，公司制定了向产业上游延伸的战略，目前已在浙江舟山建设鱼糜加工基地，专业从事鱼糜原料生产，未来还计划在福建东山建设鱼糜加工基地。通过打造供应链价值一体化，不但提高了公司对上游鱼糜资源的控制和议价能力，而且确保了公司鱼糜原料的质量，形成稳定的高品质鱼糜供应渠道。

公司“海欣”牌系列速冻食品荣获福州市人民政府颁发的“福州市产品质量奖”，公司被福建省质量技术监督局认定为“福建省质量管理先进企业”，目前已形成以ISO9001质量管理体系认证、HACCP食品安全管理体系为基础的生产自动化、生产工艺标准化、品质控制规范化、日常管理制度化，从采购物流、生产物流到销售物流，全程建立密集的质量检验与控制点，确保原料、在制品及成品的每个环节都能符合食品安全卫生的严格要求，具有较强的食品安全优势。

（4）技术创新优势

作为国内速冻鱼糜制品主要生产企业之一，公司致力于用现代科技改造传统海洋水产品加工业，不断将先进的现代食品生物技术、食品安全检测技术、食品保鲜技术、现代农产品精深加工设备等应用于海洋水产品的精深和高值化加工、

鱼糜制品配方改进及安全检测、加工设备的更新和工艺改造诸方面，在国家重点支持的高新技术领域——农副产品精深加工和清洁生态型加工技术与设备领域，以及“十一五”863计划海洋技术领域重点项目“海洋水产品加工新技术与设备”重要方向之一的“海洋低值鱼类陆基加工新技术及设备”等方向开展自主研发，并取得突出成绩。

①拥有多项自主研发新工艺和新产品

A、新工艺运用

公司自主研发成功灌汤速冻丸及其制备工艺的关键性技术，解决了通常丸子馅料含水量多时丸子破馅率高的难题，降低了破馅率，改进了口感和口味。该技术处于行业灌汤技术的领先地位。

公司承担的福州市科技计划项目“新含气调理肉制品保鲜加工技术的研究”通过福州市科学技术局组织的科技项目评审，该项目将三阶段升温 and 两阶段急速冷却的温和式杀菌技术应用于调理肉制品保鲜加工中，工艺技术先进、合理，具有创新性，项目总体技术水平居国内领先。

公司还拥有单体磷酸盐的复配技术、无糖食品的应用技术、打浆、凝胶、品质管控等方面多项自主研发技术，具体情况见本节“七、公司核心技术情况”。

B、新产品开发

公司注重新产品开发，2009年、2010年、2011年和2012年1-6月公司开发成功并投入市场的新品数量分别为79项、56项、60项和22项，自主研发的玉米香肠、鱼皮脆、海欣脆、西湖肉燕等新品深受消费者喜爱，丰富并优化了公司的产品结构。

②具有国内领先的现代化生产工艺装备

公司是国内较早运用现代化食品生产工艺改造传统地方特色食品的企业，目前拥有国内一流工艺技术水平的生产线二十余条，大部分速冻鱼糜制品均实现了设备通用化、标准化、规模化的现代工业式生产。

在关键设备技术工艺创新方面，公司近年来自主研发了“鱼丸自动加工机”，并取得国家实用新型专利。该技术有力推动了福州鱼丸等传统风味食品从作坊式手工加工方式向流水线自动化生产方式的转变，避免了传统加工方式生产效率低、产品规格和质量不统一、产品卫生得不到保障等缺陷，在产品品质和生产效率提升的同时有效降低了成本。

③运用现代食品生物技术改造传统产业

公司于 2005 年完成具有自主知识产权的“应用新型技术开发高品质小杂鱼鱼糜制品”项目，该项目相关技术立足于解决当前致使鱼糜品质低下的瓶颈，以来源广泛的海洋低值经济鱼类为原料，采用现代食品生物技术，结合真空斩拌技术，开发出高品质鱼糜。该项目经福建省科技厅组织专家鉴定，总体水平达国内先进；该项目还于 2006 年 9 月被国家科技部星火计划办公室认定为国家级星火计划项目，并获福州市 2006 年度科学技术进步三等奖。

2、公司的竞争劣势

随着行业的快速发展，公司目前的产能已不能满足日益增长的速冻鱼糜制品市场的需求，公司产能瓶颈制约开始显现。在成熟区域和高速发展区域，中高端产品市场已形成少数品牌企业全面竞争的态势，为保持或提高市场占有率，这些品牌企业在现阶段基本采取了不断丰富产品结构的竞争策略，这就要求公司各季节各单品均需保持适量储备，对公司产能造成压力；同时，由于本行业具有季节性特征，在销售旺季，特别是跨年度期间，行业品牌企业的主力单品（例如本公司的福州鱼丸、撒尿牛肉丸、鱼皮脆等）经常出现供不应求的情况，公司只能优先满足重点地区主要经销商的采购需求，而受冷库储量的限制，公司在淡季对畅销产品的储备量也相应受限，从而影响了旺季销量；此外，2008 年、2009 年公司新开发的产品取得了较大成功，但 2010 年以来，受产能制约，新品的推广区域和推广速度受到较大影响，从而影响了公司销量和盈利的增速。综上所述，为适应竞争需要，公司亟需进一步扩大产能。

（二）主要竞争对手情况

近几年来，速冻鱼糜制品行业市场集中度有进一步提高的趋势，品牌优势凸现，本公司主要竞争对手包括：福建海壹食品饮料有限公司（拥有“海旺”品牌，以下简称“福建海壹”）、福州百洋海味食品有限公司（拥有“百洋”品牌，以下简称“福州百洋”）、海霸王（汕头）食品有限公司（拥有“海霸王”品牌，以下简称“海霸王食品”）、福建安井食品股份有限公司（拥有“安井”品牌，以下简称“福建安井”）。

福建海壹系香港永天集团独资企业，以“海旺”品牌为主导，产品线包括速冻鱼糜制品、速冻肉制品，以及汤圆、水饺等米面食品，与本公司构成竞争关系

的速冻鱼糜制品和肉制品方面的优势产品有香菇贡丸、虾丸等；福建海壹的产品在现代农贸批发市场、业务市场等有较强的渗透力，其具有比较优势的区域包括浙江、东北等地区。

福州百洋拥有“百洋”品牌，是一家集水产食品深加工、海淡水养殖、进出口贸易的综合性企业，主营产品包括鱼糜制品和海洋海鲜冷冻制品，与本公司存在竞争关系的鱼糜制品方面的优势产品有福州鱼面等；福州百洋的经营渠道在自营终端上较有特色，其具有比较优势的区域为福建等地区。

海霸王食品拥有“海霸王”、“甲天下”品牌，产品品类涉及速冻米面食品、速冻肉制品、速冻鱼糜制品、罐头制品等，与本公司存在竞争关系的速冻鱼糜制品和肉制品方面的优势产品有虾饺、鱼饺等；海霸王食品的营销渠道以超市、便利店等现代零售终端为主，现代农贸批发市场及业务市场为辅，具有比较优势的区域包括广东、西南、上海等地区。

福建安井拥有“安井”品牌，产品线包括速冻鱼糜制品、速冻肉制品、速冻米面制品，在福建厦门、江苏无锡建有生产基地，与本公司存在竞争关系的速冻鱼糜制品和肉制品方面的优势产品有花枝丸、仿蟹肉棒等；福建安井在超市、便利店等现代零售终端、现代农贸批发市场及业务市场等营销渠道均有一定渗透，具有比较优势的区域包括福建、华东、华南等地区。

与上述主要竞争对手相比，公司福州鱼丸、香港撒尿牛肉丸、鱼皮脆等产品处于行业领先地位，同时公司还开发出珍鲜鱼丸、野生四季饺等高档产品系列；公司的产业链比较完整，在舟山建立了鱼糜生产基地，在福州、东山均建立了产品生产基地；公司的营销渠道也比较全面，在现代农贸批发市场和超市、便利店等现代零售终端及业务市场等均有较强渗透，同时通过联合分销、掌控终端的方式，对营销渠道也具备较强的控制能力。目前，公司产品具有比较优势的区域为福建、上海、华北、华东等地区。

四、公司主营业务情况

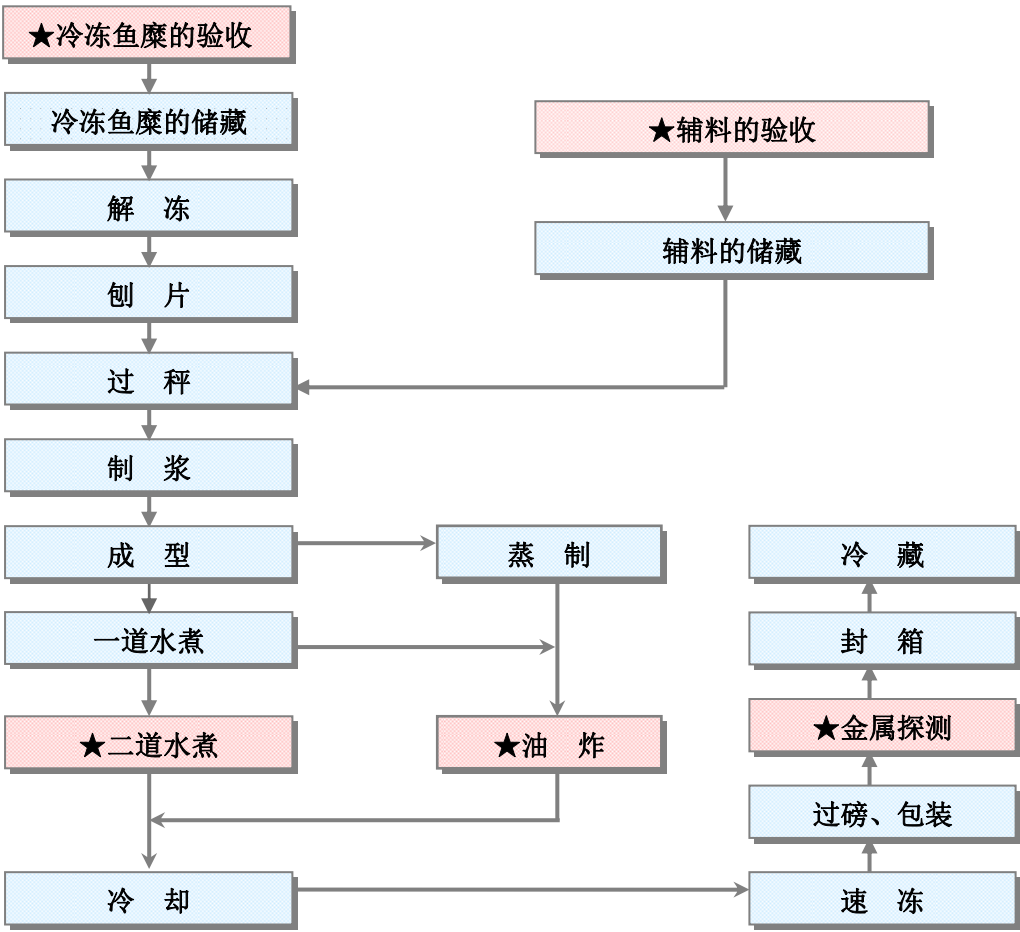
（一）公司主要产品用途以及主要工艺流程

1、主要产品的用途

公司主要产品为速冻鱼糜制品、速冻肉制品，均属日常消费食品。

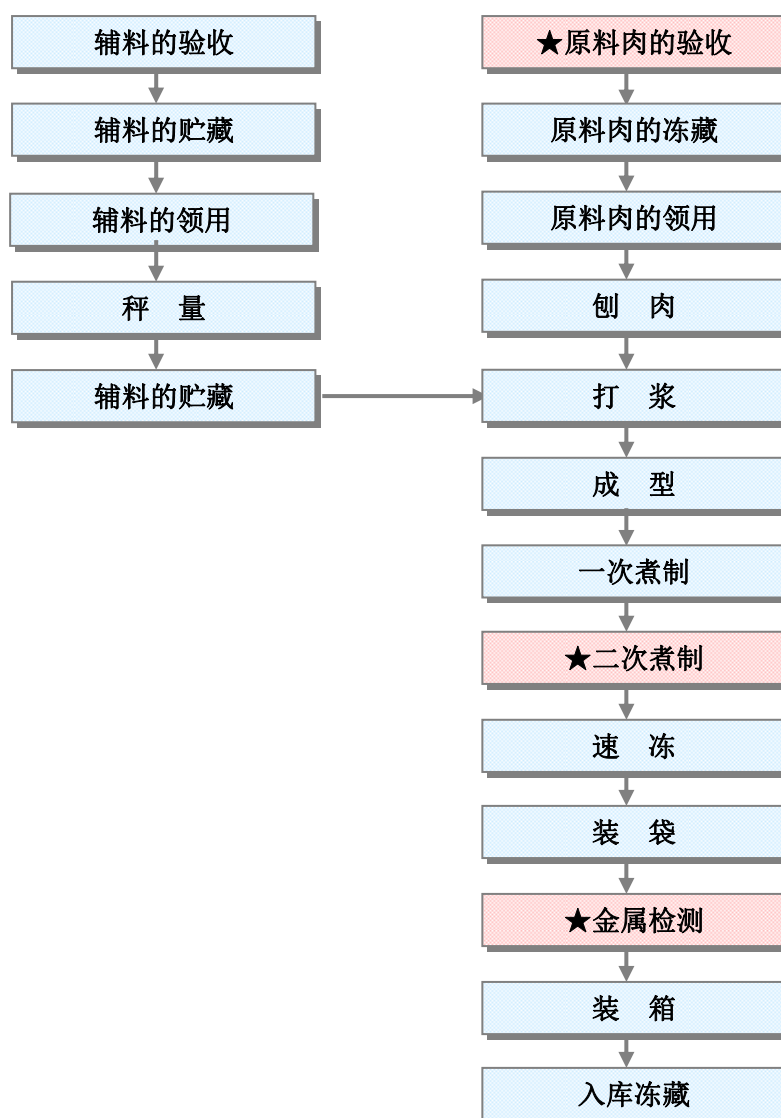
2、主要产品的工艺流程

(1) 速冻鱼糜制品工艺流程



注：打“★”为关键控制点。

(2) 速冻肉制品工艺流程

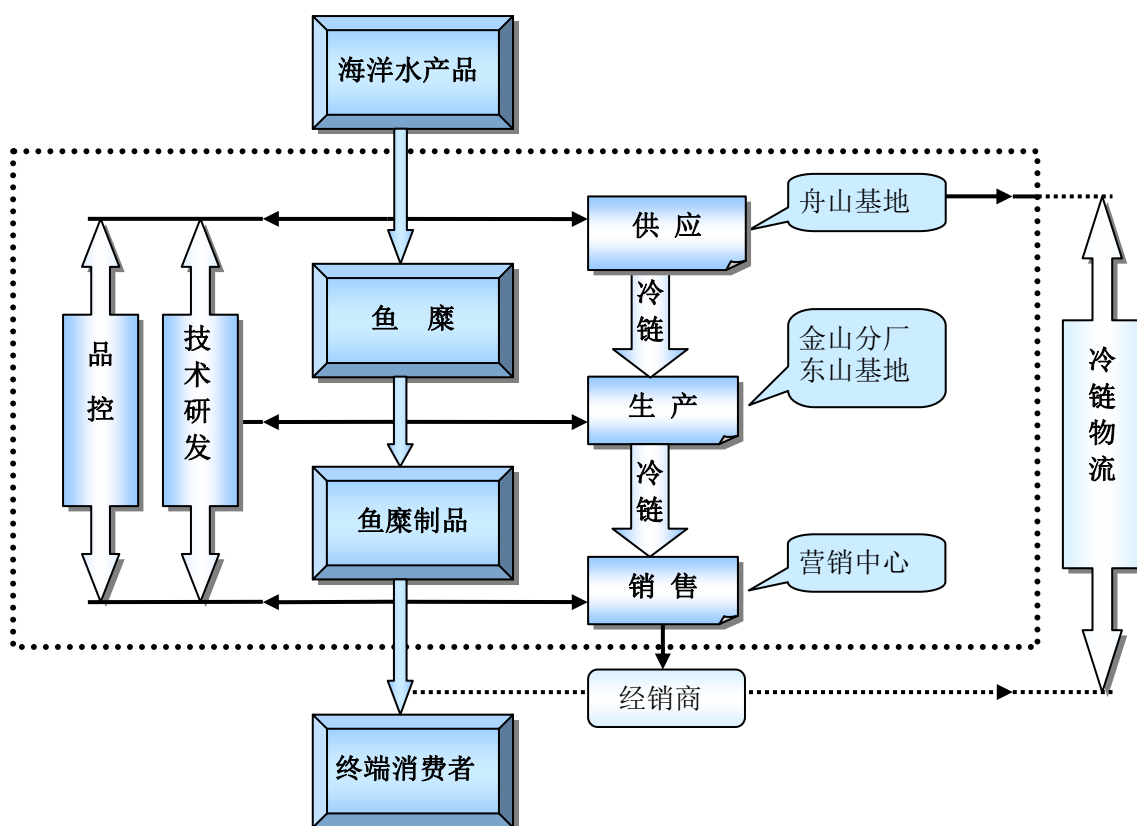


注：打“★”为关键控制点。

（二）主要业务模式

在长期的运营过程中，公司形成了以营销为导向、以技术研发和品控为核心的业务模式，培养出了客户基础良好的营销团队和实践经验丰富的技术研发、品控团队，公司核心管理人员均兼任营销或技术研发、品控职务。

公司业务模式如下图所示：



1、采购模式

公司与供应商签订合同，通过采购订单来进行采购。公司材料采购主要分大宗农产品（鱼糜、肉类、粉类等）、工业产品（纸箱、包装袋、五金配件、劳保用品等）、初级农副产品（新鲜杂鱼等）等三类。大宗农产品和工业产品是通过采购合同，公司与公司结算。初级农副产品的采购通过年度计划、订单管理、一对一结算的方式进行。

（1）供应商的选定

公司通过招投标，对供应商进行综合评价，评价的标准包括产品质量、交货期、价格、应变能力、交货期与价格的均衡、价格与批量的均衡、地理位置等。

（2）采购流程

采购部依据各部门提交的月度、年度物资需求预算和申购单，组织进行价格谈判，通过比价、议价选定具体供应商并与之签订采购合同，以订单方式分批采购；采购物品到货验收合格入库后，根据合同约定和发票进行支付。

（3）账务处理

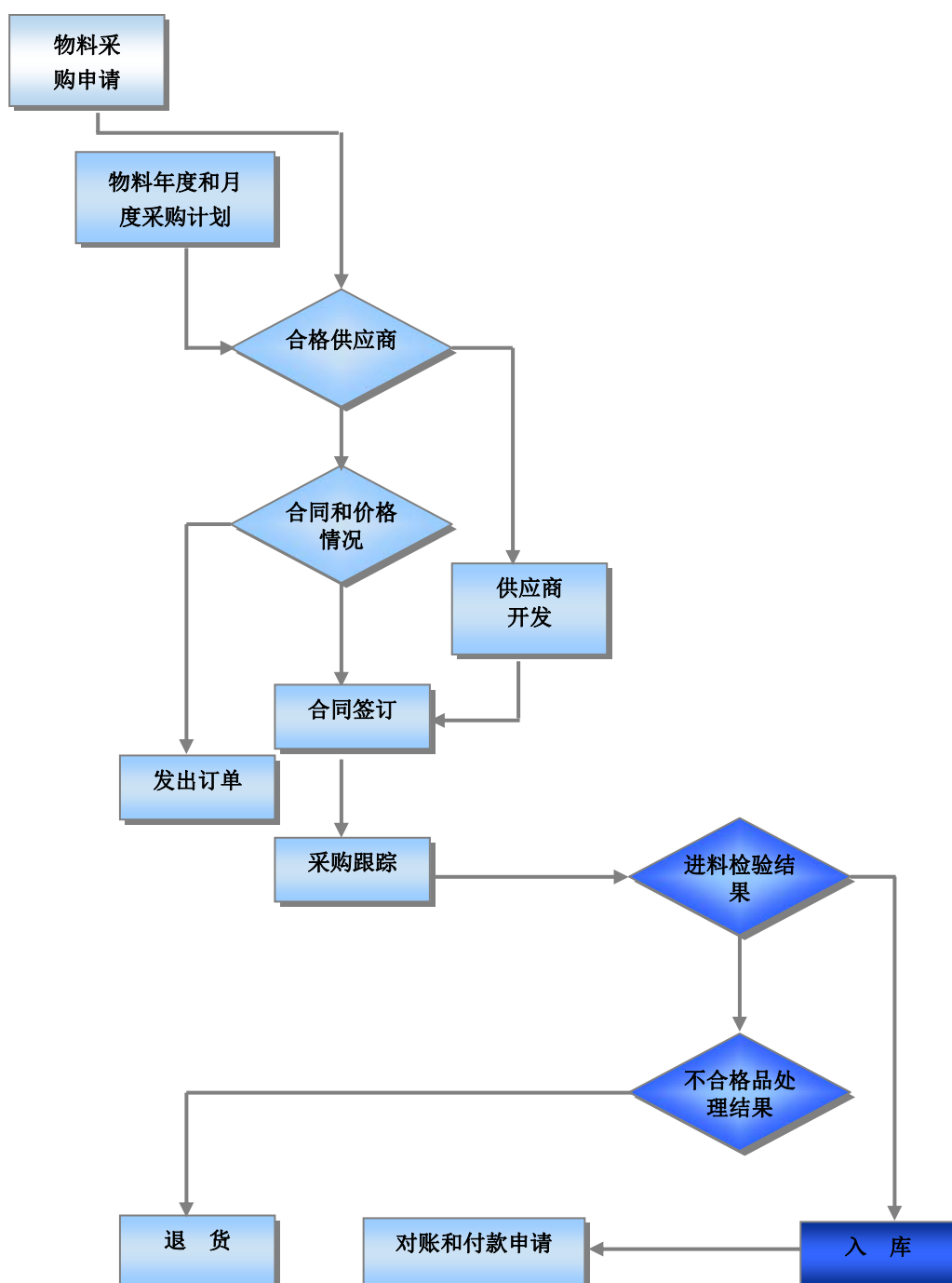
供应商根据入库单及时开据发票，材料会计在系统中进行入库单与发票的核对，检查入库与发票数量、金额是否完全一致，核对无误后把发票附入库单转应付会计审核记账。

（4）采购结算政策

根据结算付款政策不同，公司的采购可分为现购、赊购、预付款三种情况。

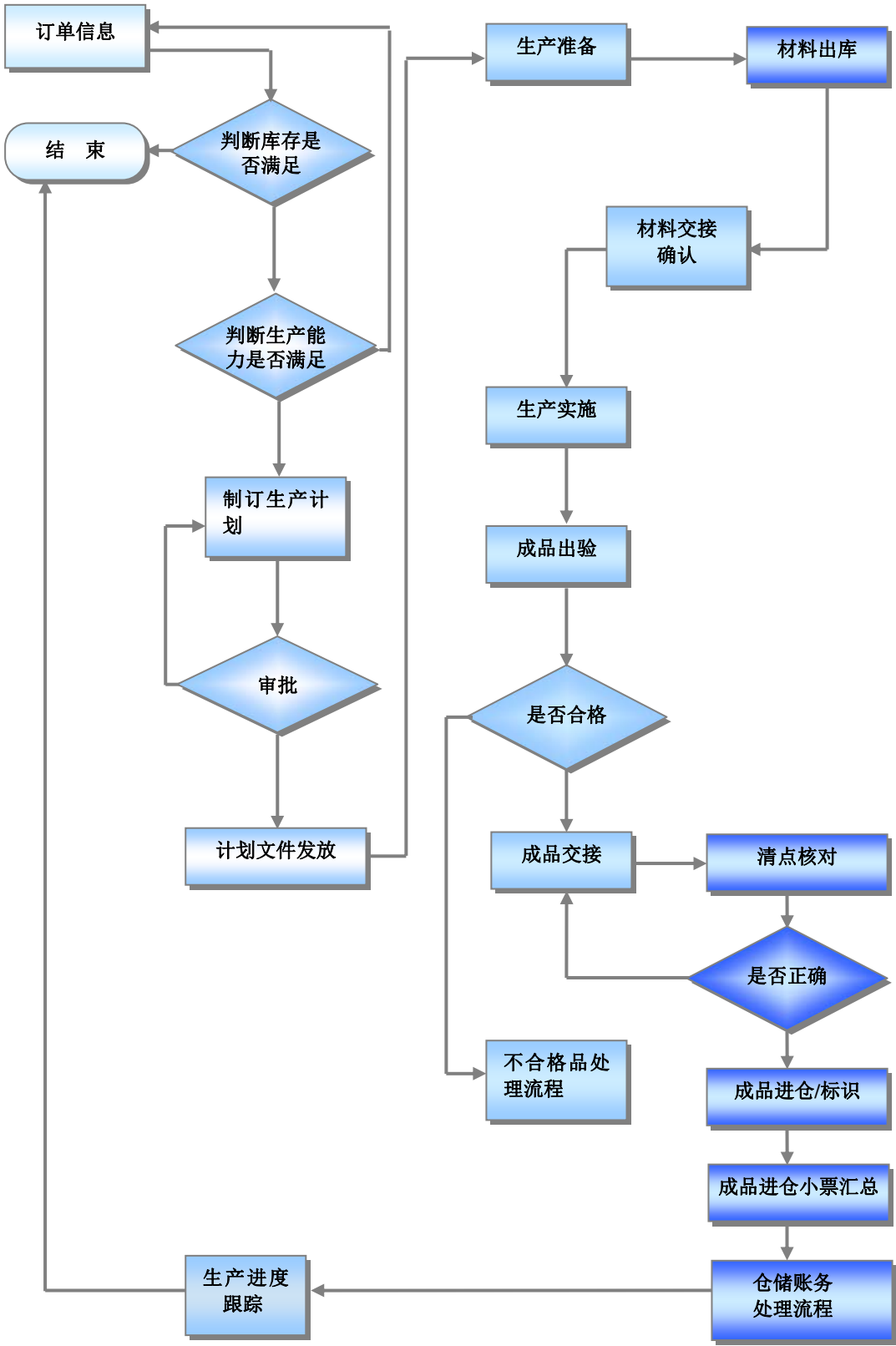
公司付款的主要方式是赊购，公司事先与供应商在采购合同中约定结算账期，在结算账期到达后，公司以转账、电汇、银行承兑汇票等方式向供应商付款。对于有账期的结算，财务每月3日前由应付会计按合同账期填制结算单，把本月需付款明细汇总成《月付款计划表》，经采购经理、财务经理、财务总监审批后转资金出纳处付款。

（5）采购流程



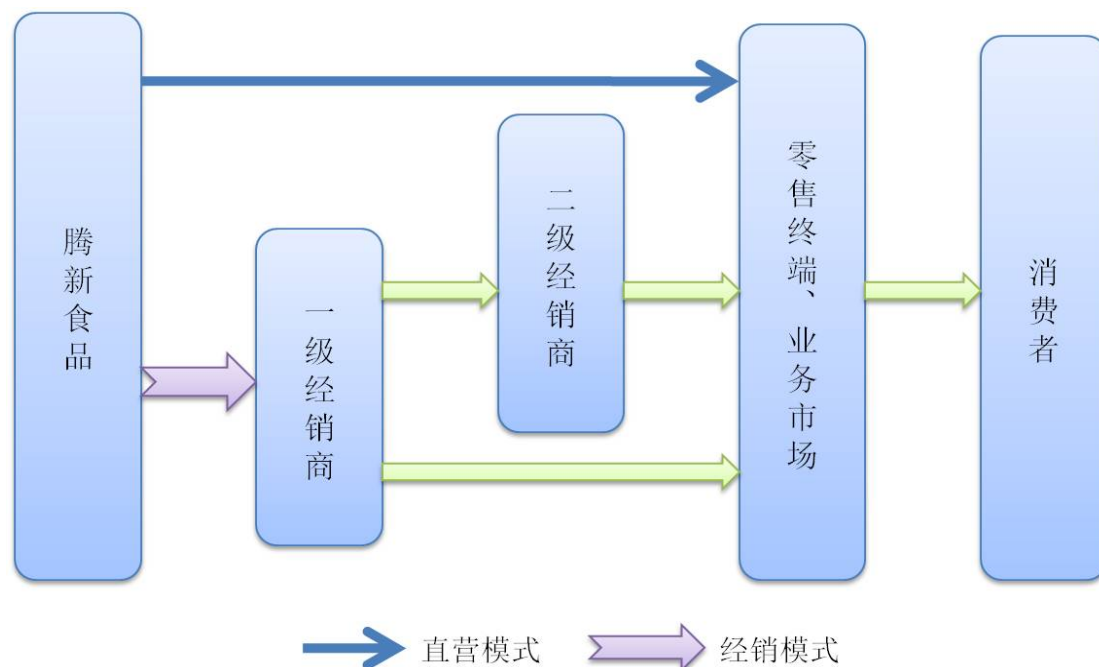
2、生产模式

公司生产模式：以自有全自动或半自动生产设备对各种原辅材料进行加工，并通过速冻、包装、金属探测、冻藏，制成各类速冻食品。生产流程图如下：



3、销售模式

公司产品目前主要通过两种模式销售：一种是通过经销商分销到达终端再出售给消费者的经销模式；另一种是公司直接供货给以商超为主的零售终端直接出售给消费者的直营模式。

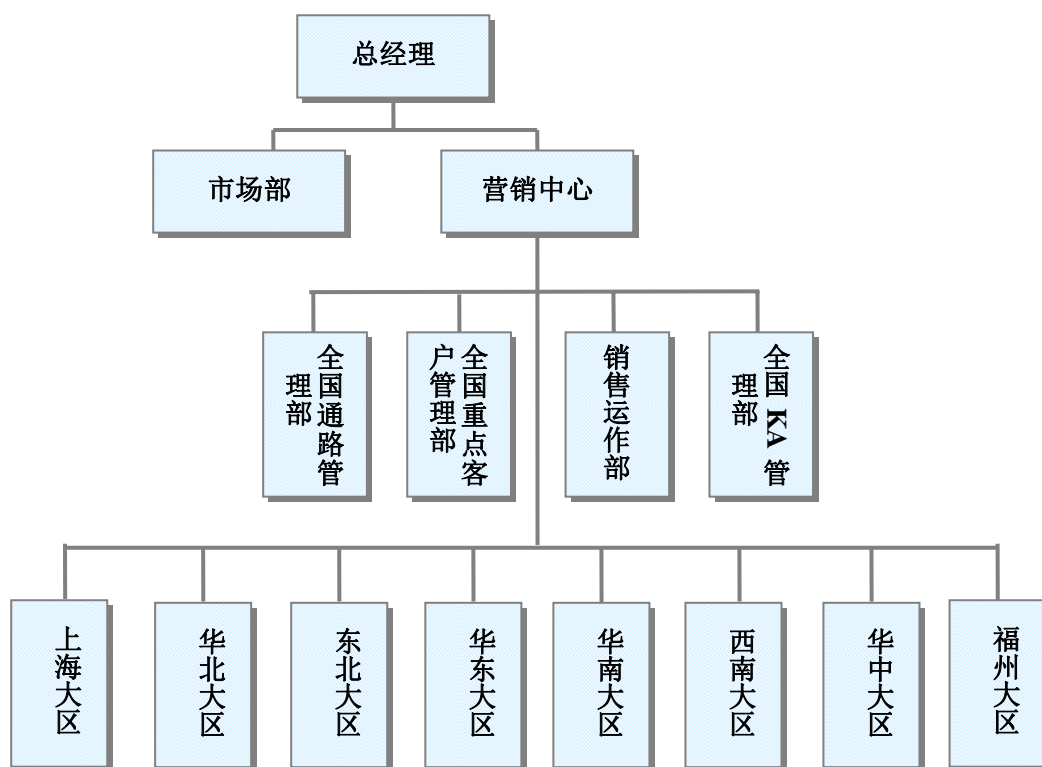


公司的销售网络基于上述两种销售模式进行建设，针对经销模式，公司在全国范围内构建了高效的经销商队伍、配套的分销体系和营销服务体系，并推动经销体系扁平化；针对直营模式，公司配备专业的商超销售人员，进行专业化管理。在上述两种销售模式中，以经销模式为主，并通过分销批发，将产品覆盖到广泛的终端。

(1) 营销网络机构设置

公司下设市场部与营销中心负责市场营销事务。市场部负责品牌建设、产品策划、市场督导、推广。营销中心下属八大营销大区负责各地具体营销工作；下属四大部负责总部各营销具体事项。其中全国KA管理部负责与大型商超客户签订全国联采协议，并进行谈判、协调、服务、维护；全国通路管理部负责分销渠道管理、分销策划及企划；全国重点客户部负责非商超重点客户计划、谈判、促销、维护；销售运作部负责推广销售模式、监督各项销售政策与计划的执行、培训销售人员。

公司现有营销机构及营销网络设置情况如下图所示：

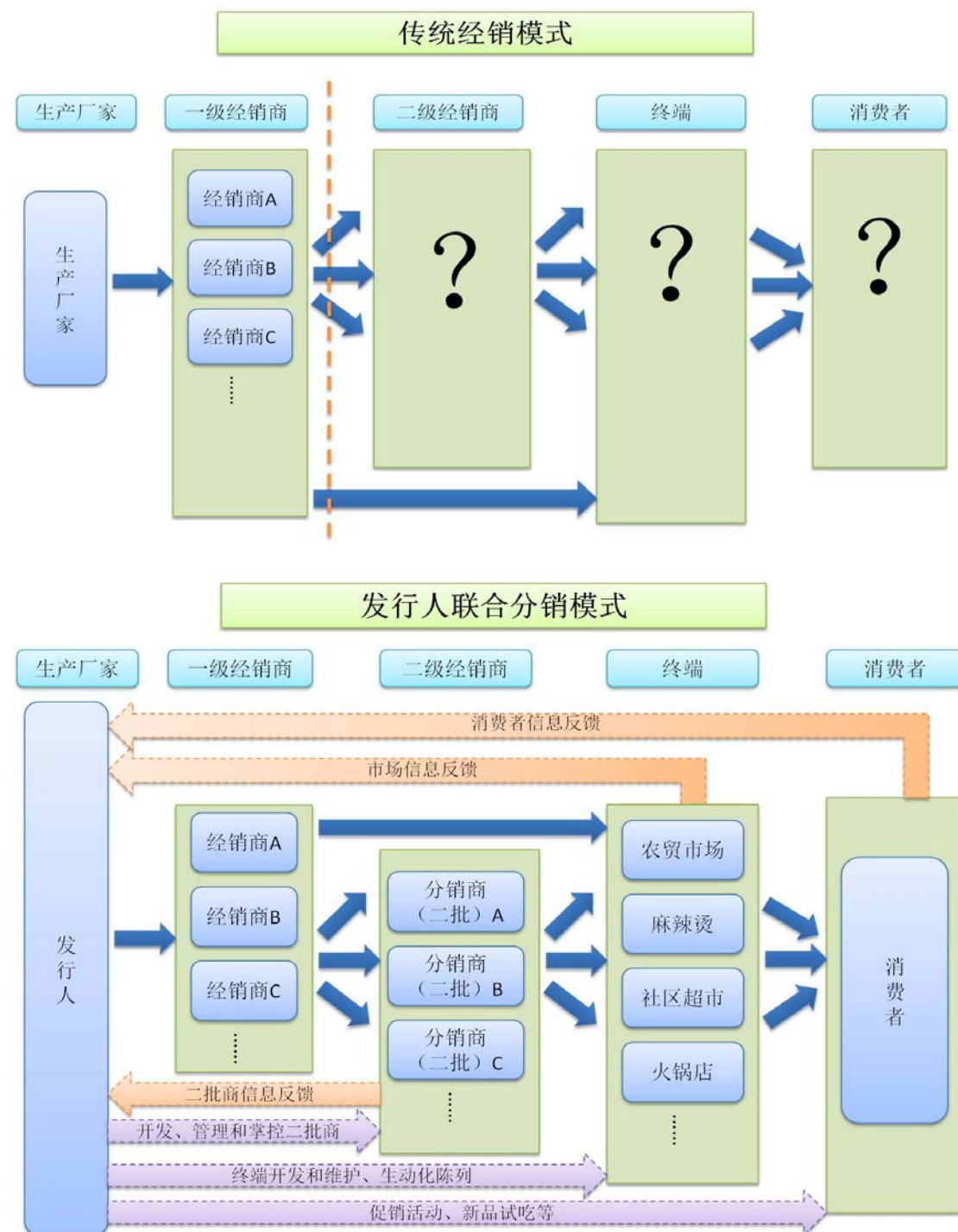


(2) 经销模式和商超模式下的销售策略

①经销模式

发行人在 2008 年之前采用的是传统的经销模式，即将产品卖断给经销商后，由经销商自行销售，在销售过程中公司并没有给予经销商太多的指导和支持。在传统的经销模式下，发行人在营销过程中无需投入太多的人力、财力、物力，可以集中有限的资源做好生产和品质管控，适合于企业发展的初期阶段。由于依靠经销商进行销售，这种粗放式的管理也存在较多的弊端：第一，与终端的隔离造成了市场信息反馈的室塞，管理层对市场的决策判断容易出现滞后；第二，终端客户易为经销商所掌控，存在依赖经销商的风险；第三，业绩增长较大程度上依靠经销商的力量，容易出现业绩波动，难以保证持续增长；第四，在终端公司产品的铺货和陈列不足，且形式难以统一，不利于公司品牌影响力的提升。因此从 2008 年开始，为了加强对销售渠道的掌控、提升品牌影响力和对市场的反应速度，发行人导入了快速消费品的营销理念，开始推行“掌控终端、合作共赢”的联合分销模式。发行人通过引进外部优秀的营销团队，在全国各主要销售大区陆续设立销售子公司，根据各区域零售终端的数量及分布情况配备销售人员，直接由公司销售人员大力参与并支持经销商对各地市场的开拓、维护工作，与经销商

进行联合分销，从而把经销商的资源有机整合进公司的联合销售共同体内，实现产品的深度分销；同时由于终端作为直接与消费者对接的窗口，对消费者的品牌认知起着最为关键的作用，按照“掌控终端”的营销战略意图，发行人对终端进行重点管控，在终端按照公司统一的标准进行形象设计、产品陈列与生动化展示，将终端打造成为公司品牌展示的窗口。联合分销策略与传统的经销模式对比如下：



A. 联合分销模式的要点如下：

a. 对经销商原有下游渠道摸底调查登记，归档成册

通过设立终端线路拜访流程，联合经销商，进行分销商、农贸市场、麻辣烫等下游渠道的开发及维护；设置终端档案表，对终端情况进行登记。对于已经摸清的终端建立档案，通过日常定期拜访进行维护，建立持续反馈机制。

b. 帮助经销商拓展新分销商、新终端

通过“线路”式终端走访，开发新的潜在分销商和终端，将其纳入公司直接管理，并推荐给分属地原有经销商配送，在提升可控销售收入的同时增大对经销商和终端的控制权。

c. 召开区域订货会，协助经销商管理其分销渠道

协助部分优质经销商召开区域订货会，协助其管理分销渠道。选择部分区域为样板市场，展开区域订货会策划，通过不同的政策、活动形式组合刺激订货量，并在实践中沉淀区域订货会固有模版。

d. 制定终端分类评定标准，将终端实行分星级、精细化管理

对于终端的规模、规范性、成长性进行统一评定，根据其分值对终端进行相应管理，对于优秀终端进行政策倾斜。

e. 在终端塑造公司品牌形象

公司通过在终端生动化陈列，包括安装品牌店招，异形吊挂、冰柜底围等，提升公司产品在终端整体形象，打造品牌形象。同时对终端产品陈列进行指导，根据不同季节对产品进行陈列，突出当季主打系列和主打产品；依照区域差异性，加大高利润产品的陈列面积，在终端贯彻公司的营销策略和营销意图。

f. 理顺价格体系、提高产品定价权

公司根据不同产品的创利程度，制定相应价格体系和搭售力度，避免损伤品牌影响力的价格战；对阶段主推产品、高利润品实行优先政策，争取提高产品均价水平和毛利率。

g. 加强区域管控，严防窜货。

通过终端持续反馈的信息，公司对市场进行严格管理和监控，防止区域间窜货。

h. 定期或不定期召开经销商、分销商和终端联谊会

公司定期或不定期分别组织经销商、分销商及终端参加联谊会，为其提供培

训、相互沟通和学习的机会；同时及时传达企业经营发展状况，不断提高或增强经销商、分销商和终端的归属感、安全感、成就感，不断坚定其与公司共同发展的信念与信心。

i. 逐步实现经销商专营化

通过对终端的逐步梳理，选择优秀经销商持续合作，经销商忠诚度逐步提高，经销商主要任务逐步转变为根据销售终端的需求指令发挥自身的配货功能，并最终走向专营化。

j. 通过策划抽奖试吃活动加强与消费者的互动

公司策划执行了夏季百日攻略、冬季百日攻略、激情广场、鱼丸百乐汇、渔业博览会等多种形式的主题品牌推广活动，通过一对一、面对面地向消费者宣传“营养、卫生、安全”的“海欣”产品形象，培养消费群体和消费习惯，同时也通过对消费者的问卷调查收集消费者需求信息，为公司的新产品研发、产品口味调整、包装升级提供决策支持。

B. 联合分销模式的优点

与传统的经销模式相比，联合分销模式具有如下优点：

a. 改变了传统经销模式下粗放式的管理及被动依赖于经销商的局面，对市场进行深耕细作，充分挖掘市场潜力。与传统经销模式主要依靠经销商自主销售不同，在联合分销模式下，公司作为产品供应商，不仅仅提供产品，还帮助经销商开拓、管理和控制销售渠道、理顺价格、推广品牌，对经销商团队进行销售技巧的培训，传递其他区域成功的销售经验和模式，深度介入到经销商销售过程中，同时将经销商经营活动流程化，统一策划营销方案，将经销商纳入到公司整体的营销管理体系中，使得公司的各种营销策略能得到有效的贯彻执行，公司产品的市场渗透能力和营销工作的主动性、针对性得到大大加强；

b. 通过对销售终端主动登记、建档、开发和维护，提升了公司对终端的控制力，从而大大提高了经销商队伍的稳定性。在联合分销模式下，通过公司市场人员的终端开发和维护，在经销商下游客户达成进货意向后，由公司市场人员将需求信息反馈给经销商，再由经销商自行完成后续合同签订、物流配送和结算收款等工作。在此模式下，经销商在销售渠道中的影响力相对下降，在销售体系中逐步倾向于提供仓储、物流、渠道维护和加速资金周转等支持性功能，因此即使出现更换经销商的极端情况，公司也易于保持市场平稳、减少对产品销售的影响；

c. 提高终端和经销商客户对品牌和公司的忠诚度。通过专业的拜访，为终端客户提供营销服务、排忧解难、促进销售，提高了客户的满意度和客户粘性，从而使客户积累起对品牌和公司的忠诚度，树立起经销商销售公司产品的坚定信心，提高进货的积极性和向顾客推销公司产品的意愿。而经销商则是联合分销模式的直接受益者，通过联合分销，加快了经销商产品库存的周转和资金周转、加大了经销商的产品销售量，使经销商获得更多的利润，从而加大了经销商放弃公司业务的机会成本，提高了经销商对公司的忠诚度和支持度；

d. 市场信息搜集和反馈的效率大幅提高，提升了公司的应变能力。来自消费者和零售终端的市场信息是最有效、最真实的信息，通过分析整理销售人员从消费者和零售终端搜集的市场反馈信息，可以为公司的新产品研发、产品结构调整及持续改进、提高产品质量提供有力的支持。

而与自建营销渠道相比，这种联合分销的模式又可以借助经销商现有的资源，把渠道上各个层次经销商占有的资金、市场、仓储、配送体系等各项资源有机整合进公司的联合销售共同体内，为公司的快速发展提供有力的支持。

当然，联合分销模式的建立也需要发行人投入大量的销售人员并组建相应的管理机构，同时对经销商也需要给予资金、管理、培训等多方面的支持，由此导致了报告期内发行人在经销渠道销售收入增长的同时，销售费用和管理费用也相应较快增长。

C. 联合分销模式取得的成效

a. 报告期内公司控制的销售终端数量不断增加，产品渗透能力大幅提升。

报告期内公司控制的销售终端数量（不含商超）变化情况如下：

区域	2012年1-6月	2011年	2010年	2009年
华东地区	5,418	5,265	5,344	2,511
华北地区	1,886	1,477	654	327
华南地区	616	557	261	134
华中地区	259	259	157	82
西南地区	591	582	448	232
东北地区	971	861	281	116
西北地区	587	565	196	116

合计	10,328	9,566	7,341	3,518
----	--------	-------	-------	-------

公司从2008年开始推行联合分销模式，先是从经济比较发达、公司具有比较优势的华东地区作为主要试点地区，在试点过程中公司不断总结经验教训，对联合分销模式进行逐步地完善，并逐步推广，待该模式逐渐成熟后在全国范围内全面铺开。2009年随着联合分销模式的逐步推广，各地区的可控终端数量开始逐渐增加；2010年、2011年和2012年1-6月随着联合分销模式在全国的全面铺开，可控终端数量大幅增加。可控终端数量的不断增加为公司未来业绩的增长打下了坚实的基础。

b. 经销商的品牌忠诚度不断提高，逐步实现专营化。在上海、南京、福州、北京等地区，部分经销商已实现专营化，这些经销商专注于经营和销售“海欣”品牌系列产品，不再销售其他同类产品，经销商的品牌忠诚度逐步树立。

c. 经销模式下的销售收入快速增长。报告期内公司各区域经销模式下的销售收入增长情况如下：

单位：万元

区域	2012年1-6月	2011年	2010年	2009年
华东地区	11,054	25,349	19,279	17,742
华北地区	5,100	9,360	6,640	4,346
华南地区	1,226	2,521	1,951	1,438
东北地区	2,317	4,286	2,807	2,175
华中地区	1,496	2,837	2,029	1,128
西南地区	2,345	4,544	2,906	1,671
西北地区	1,215	1,701	1,006	648
合计	24,753	50,598	36,618	29,149

从上表可以看出，在市场较为成熟的华东、华南地区，公司产品销售额逐年稳步增长，而在快速发展的华北、西南、东北等地区，发行人通过植入已在成熟地区推广的联合分销模式，实现了销售收入的快速增长，例如华北地区的销售收入从2009年的4,346万元增长到2011年的9,360万元，年复合增长率46.76%，西南地区的销售收入从2009年的1,671万元增长到2011年的4,544万元，年复合增长率64.90%。

今后，公司将继续把联合分销模式不断向二、三线城市扩张和渗透，从而实现速冻鱼糜制品和速冻肉制品“推广一片、成熟一片”的快速扩张。

D、公司与经销商的具体合作模式

经销商作为公司产品导入市场的中转站，是公司营销网络的有效延伸。公司与经销商均签定有经销合同，按经销合同对经销商进行管理和提供扶植措施，公司与经销商之间合作的主要内容包括：①对经销商进行分区域规范管理，限定其在指定的区域或渠道内进行配送和销售，严格限制串货，以保证各区域经销商之间的公平竞争和规范运作；②公司配备业务人员与经销商常年合作，共同进行二级经销商和终端的开发和维护。公司业务人员不仅协助经销商进行门店布置、品项摆设、货物放置等，而且在经销商所负责配送的区域内，对已有终端定期进行回访和维护，并持续开发新的终端客户。发行人通过上述合作方式，既能实现经销商和发行人共同成长的目标，又能让发行人有效掌控终端，了解市场最前端的信息，并对经销商进行有效的监督和管理；③经销商当年达到事先约定的销售额之后可享受公司的返利奖励（一般为销售额的3%-5%），以激励优质的经销商不断的做强做大，从而实现公司的发展壮大、提高公司产品的市场占有率；④经销商可享受公司给予的促销政策和品牌政策的支持，如公司举行的订货会、促销活动以及门店生动化布置，公司参考经销商的建议选择广告投入的数量、渠道、方式等，这些政策支持不仅提高了经销商的积极性，也巩固加深了经销商和发行人之间的合作关系，有利于提高经销商的销售业绩以及促进经销商和发行人之间的长期稳定合作；⑤公司定期组织召开经销商大会，管理层和各经销商进行面对面直接沟通，了解经销商的需求以不断改善合作关系，促进经销渠道的良性发展。

②商超模式

商超客户在公司营销策略中主要起“树形象、建品牌”的作用。目前，公司产品在国内的商超客户主要包括沃尔玛、易初莲花、家乐福、乐购、麦德龙等国际型大卖场，以及好又多、人人乐、永辉、中百、联华、新华都等国内连锁大卖场。在市场营销策略上，以全国统一为主，区域特色为辅，针对不同客户制定全年推广活动计划表，着重开展“主题营销”、“文化营销”等加强终端形象的展示活动，从而提升品牌形象。

报告期内，公司通过经销渠道和商超渠道实现的销售收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销渠道	24,753	76.52%	50,599	77.09%	36,618	71.58%	29,149	67.29%
商超渠道	6,635	20.51%	11,457	17.46%	10,692	20.90%	11,062	25.54%
合计	31,388	97.03%	62,056	94.55%	47,310	92.49%	40,211	92.82%

从上表可以看出，报告期内公司经销渠道收入占比较高且增长较快，而商超渠道收入占比相对较低，增速较小且 2010 年销售额出现了小幅下滑，其主要原因如下：

从上表可以看出，报告期内公司经销渠道收入占比较高且增长较快，而商超渠道收入占比相对较低，增速较小且 2010 年销售额出现了小幅下滑，其主要原因如下：

A. 农产品的消费特点：我国农产品的消费终端模式多种多样，既包括超市，也包括农贸市场、社区便利店以及餐饮店等各类市场，许多消费者和小业主仍主要通过农贸市场等传统渠道采购农产品，包括公司在内的多数速冻食品企业主要通过扩大经销网络的广度和深度对各个层次、各种类型的消费终端进行覆盖。经销商网络在快速拓展市场，覆盖各类型消费者（特别是小业主客户）方面具备较明显的优势，同时，经销渠道具有稀缺性，为迅速将区域市场的优质经销商纳入自身营销网络，近年来公司对经销渠道进行深耕细作，而将商超作为辅助销售渠道。

B. 公司的销售策略：鉴于经销渠道的重要性，公司从 2008 年开始引入联合分销模式，与经销商共同开拓、维护市场，通过这一精耕细作的经销策略，公司在经销渠道建立起了较强的竞争优势，从而使得公司报告期内经销渠道下实现的销售收入快速增长。而在商超渠道方面，公司更多着眼于长远品牌建设，营销策略侧重于“树形象、建品牌”。由于商超在客流量、消费者影响力等方面具有较大的优势，因此商超对于提升公司的品牌形象，加深消费者对公司品牌的认知有重要意义，但与此同时，商超在与供应商谈判时往往处于强势地位，进入商超需支付高额的进场费、促销费等各类费用，因而在目前产能受限的情况下，公司主要选择人流量大，示范效应强、效益好的商超进行产品推广，以树立公司的品牌形象。

C. 公司产品具有季节性的特点：由于公司产品销售具有明显的季节性，而商超的固定费用较高，所以在销售淡季时，公司的产品会从部分销量较小的商超门店中撤出，淡季时商超渠道收入相对较少。

D. 商超间的竞争日益加剧：近几年随着商超的快速发展，商超之间的竞争也愈演愈烈，为了应对竞争的压力，商超凭借其优势地位，不断提高产品的进场费、促销费等各项费用；此外 2010 年部分商超系统的并购整合也导致了 2010 年公司商超渠道收入的小幅下滑。面对日益激烈的商超渠道竞争，公司仍始终坚持商超渠道对于打造公司产品高端品牌形象所起的重要作用，一方面，公司对于优质的商超门店持续加大商超促销人员、各项费用的投入，稳固公司在商超渠道中的品牌形象，而另一方面公司也对商超渠道的竞争策略及时作出调整，对恶性竞争的部分商超门店采取暂时退出策略，不采取打价格战的策略，转而加大其它优质商超门店的投入。通过对优质商超门店的持续投入及商超竞争策略的调整，公司 2011 年度商超收入较上年同期增长了 7.16%。

随着公司募投项目的建成投产，公司产能瓶颈的制约将得到充分缓解，同时公司通过不断研发推出新产品，产品线得到不断扩展和完善，产品销售季节性将逐渐弱化，且公司规模与品牌影响力也日益增强，目前公司已经与国内主要大型连锁超市建立了稳定的合作关系，与商超的谈判能力在不断增强，因此未来商超渠道的销售存在较大的提升空间；此外，在全国布局基本完成之后，公司将加大品牌宣传力度，这将进一步带动公司的销售收入尤其是商超渠道销售收入的增长。

③主要经销商客户和商超客户的具体情况

A、年销售额 300 万元以上的经销商客户情况

发行人 2011 年度销售额 300 万元以上的经销商客户共有 49 家，其具体情况如下表所示：

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
1	成都市鑫顶峰食品有限公司	3,207.33	成都市新都区军屯镇王家村	赵俊臣 60%、刘小 党 40%	约 20 m ²	1 个 门	成都市府青路三段十二号	约 1000 m ²

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
						店		
2	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	3,100.18	上海市闸北区岭南路706号	李心河	约120 m ²	1个门店	上海市闸北区岭南路706号	约1,200 m ²
3	北京市西南郊一都水产经营部	2,595.93	北京市丰台区西南郊肉类水产批发市场一楼124号	林金君	约480 m ²	1个门店	北京市南三环西路85号(西南郊食品冷冻厂)	约420 m ²
4	上海誉珑食品销售有限公司	1,677.82	上海嘉定区马陆镇戩支路1号1幢217室	陈小明50%、叶阿小50%	约200 m ²	1个门店	上海市浦东新区三林镇三林路235号	约200 m ²
5	回民区美胜欣副食水产经销部	1,543.81	呼和浩特市回民区鄂尔多斯西街	郭天从	约40 m ²	1个门店	呼和浩特市鄂尔多斯西街广博食品有限责任公司冷库	约300 m ²
6	哈尔滨鹏程食品有限公司	1,036.30	哈尔滨市道里区地德里小区303栋3楼4号	刘鹏100%	约70 m ²	1个门店	哈尔滨市道里区香政街25号	约170 m ²
7	合肥市包河区东立冷冻制品商行(原合肥东立食品商行)	1,000.17	合肥市包河区周谷堆冷冻二区54、55号	杨圣群	约40 m ²	1个门店	合肥市磨店乡站北社居委附近	约1000 m ²
8	南京海泰隆食品有限公司	983.88	南京市下关区宝塔桥西街168号	李光华80%、陈云华10%、江志友10%	约100 m ²	1个门店	南京市下关区宝塔桥西街168号(南京市肉联厂内7号库102)	约150 m ²
9	天津市南开区南洋水产经营部	967.50	天津市南开区保山道二冷院内	王军明	约40 m ²	1个门店	天津市南开区红旗路保山道18号	约150 m ²
10	诺亚副食品配送服务社	843.08	上海市霍山路170号3幢912室	黄德祥	约200 m ²	1个门店	上海市龙吴路413弄31号	约350 m ²

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
11	哈尔滨市南岗区万福食品经销部	790.75	哈尔滨市南岗区永和街38号	王涛	约90 m ²	1个门店	哈尔滨松北区祥安北大街与万宝大道交口处哈尔滨润恒物流发展有限公司内	约440 m ²
12	南通市文峰饭店有限公司	784.44	南通市青年东路1号	江苏文峰集团有限公司100%	约50 m ²	1个门店	南通市外环北路	约100 m ²
13	杭州市食品交易市场洪河干冻水产食品商行	709.00	杭州市沈家路155号107号门店	陈成发	约100 m ²	1个门店	杭州市余杭区仁和镇云会村	约500 m ²
14	大连泰连商贸有限公司	698.48	大连市沙河口区西南路588-3-3-1-2号	江敦华50%、柳光和50%	约200 m ²	1个门店	大连市沙河口区五一路122号台山冷库	约160 m ²
15	普宁市流沙西河食品经营部	698.12	普宁市流沙新光里35幢2号	陈仰丽	约300 m ²	1个门店	普宁市流沙国际小商品城对面	约1000 m ²
16	上海杰而成食品有限公司	694.09	上海市杨浦区国和路36号15幢B座309室	罗权40%、方玉兰60%	约300 m ²	1个门店	上海市普陀区真北路3271弄38号普信冷库	约230 m ²
17	南昌市彤业食品有限公司	676.34	江西省南昌市青山湖区湖坊镇湖坊村(上海路龙街46号)	周兰70%、褚文化30%	约160 m ²	1个门店	江西省南昌市新地冷库	约190 m ²
18	莆田市城厢区鑫丰贸易有限公司	654.15	莆田市城厢区南门农副产品批发市场68幢102号	林金田60%、薛妹金40%	约160 m ²	1个门店	莆田市黄石镇梅雪大道新材料厂内	约800 m ²
19	唐山市路南小周食品商行	648.41	河北省唐山市路南区荷花坑市场B座付9号	白霞	约15 m ²	1个门店	唐山市路南区南新道水产批发市场鑫昌冷库	约100 m ²

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
20	漳州市芩城区志豹冷冻店	641.34	漳州市芩城区岱山路3号(冷冻厂内)	王志豹	约200 m ²	1个门店	漳州市芩城区岱山路冷冻厂	约700 m ²
21	太原市小店区并唐泰丰水产批发部	630.97	太原市小店区北营北路6号	焦勇	约10 m ²	1个门店	太原市小店区北营北路6号	约400 m ²
22	义乌笑风食品商行	587.61	义乌市康园路110号	朱旭峰	约80 m ²	1个门店	义乌市机场路和拥军路交叉口, 普兰冷库	约1000 m ²
23	福州青和食品配送有限公司	531.59	福州市台江区鳌峰路133号鳌峰苑4座502号	林燕芳50%、林元弟50%	约80 m ²	1个门店	福州市马尾区海关名城水产批发市场A区14幢18-19号	约400 m ²
24	天津市宽达水产食品有限公司	514.68	天津市东丽区外环线三号桥津汉公路东	于冬梅61.92%、于学增1.67%、王永强36.41%	约500 m ²	1个门店	天津市东丽区外环线三号桥津汉公路东	约1000 m ²
25	福州市马尾区神蝶贸易商行(原福州水产批发市场国良水产品贸易商行)	488.87	福州市马尾区海峡水产交易中心14号楼36-37, 18-19号商务区	陈国良	约120 m ²	1个门店	福州市马尾区海峡水产交易中心	约600 m ²
26	许昌市金尚商贸有限公司	483.50	许昌市解放路南段工会家属院1号楼东单元1层西户	任金榜90%、任林霞10%	约110 m ²	1个门店	河南省长葛市众品物流园冻库	约180 m ²
27	无锡市昇腾副食品商行	471.24	无锡市通沙路88号无锡天鹏食品城C区55、56号	李心铜	约20 m ²	1个门店	无锡市通沙路88号无锡天鹏食品城C区55-56号	约150 m ²
28	南京贵贷冷冻食品经营部	457.61	南京市建邺区长虹路275号A-2号	胡国军	约30 m ²	1个门店	南京市建邺区长虹路275号	约90 m ²

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
29	济南市历城区源汇水产食品经营部	457.45	济南市历城区工业北路303号山东济南维尔康肉类水产批发市场内B区31, 32, 46, 47号	李吉强	约60 m ²	1个门店	济南市历城区工业北路303号肉类水产批发市场C区	约2000 m ²
30	西安柯宇食品有限公司	456.14	西安市新城区解放路177号阳光国际大酒店507房	贺帆80%、易克平10%、贺敬10%	约30 m ²	1个门店	西安市大兴西路28号院内	约100 m ²
31	宽城区农贸水产大市场凯普特水产批发部	429.06	吉林省长春市宽城区农贸水产大市场D-24号	何昕	约200 m ²	1个门店	长春市宽城区长白路5号	约110 m ²
32	苏州肉食品市场南阳食品经营部	425.64	苏州工业园区312国道85公里处苏州肉食品市场224号	严国尧	约50 m ²	1个门店	苏州市肉联厂津味冷库	约500 m ²
33	青岛福盛祥商贸有限公司	418.59	青岛市李沧区君峰路11号楼4单元101室	苏宝胜60%、苏霞40%	约100 m ²	1个门店	青岛市重庆中路299号	约260 m ²
34	上海普陀区佳诚百货经营部	402.50	上海市普陀区光复西路645号1幢1楼10号门面	邵育林	约70 m ²	1个门店	上海市普陀区光复西路645号1幢1楼10号	约110 m ²
35	宽城区农贸水产大市场新王氏水产批发部	393.42	吉林省长春市宽城区农贸水产大市场B-25、26号	李金蔓	约200 m ²	1个门店	吉林省长春市东环城路2038号吉林省悦莱塑料制品发展有限公司院内冷库2号库	约200 m ²
36	朱小花	380.53	南京市大庙村18号	朱小花	约10 m ²	1个门店	南京市大庙村18号	约100 m ²

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
37	蚌埠鸿运水产批发部 (原蚌埠鸿运商贸有限公司)	375.08	蚌埠市国强路水产区 28、30、36号	郑金梅	约 70 m ²	1 个 门 店	蚌埠市凤阳东路肉联厂冷库	约 260 m ²
38	大同市康圆市场宏顺水产经销部 (原大同市城区李有全摊点)	367.03	大同市康园综合批发市场冷库 6#	李有全	约 10 m ²	1 个 门 店	大同市康园综合批发市场冷库	约 200 m ²
39	汤花云	364.89	重庆江北区观农贸盘溪市场万戈冷冻品发市场 2-93 号	汤花云	约 50 m ²	1 个 门 店	重庆江北区盘溪市场冻品批发市场三楼 3 号库房	约 100 m ²
40	石家庄盛聚源商贸有限公司	356.10	石家庄裕华区汇通路 71 号 318 室	兰芳杰 60%、耿彦龙 40%	约 70 m ²	1 个 门 店	石家庄市裕华区汇通路华夏冷库	约 200 m ²
41	长沙市芙蓉区金春食品经营部	338.17	长沙市芙蓉区远大一路 69 号五里牌肉联厂 12-13 号门面	王霞	约 12 m ²	1 个 门 店	长沙市芙蓉区远大一路 69 号五里牌肉联厂冷库	约 120 m ²
42	保定市南市区李丽水产经营部(保定市茂源水产经销部)	324.16	保定市南市区南二环路河北农大农副产品综合批发市场 G-13、14 房屋	李欣	约 90 m ²	1 个 门 店	保定农大科技市场内	约 450 m ²
43	田家庵龙湖香铭德食品店(原淮南香铭德食品商行)	324.01	淮南市田家庵区龙湖市场内 2 号门	戴民	约 60 m ²	1 个 门 店	淮南市田家庵区淮河大桥南 500 米处	约 300 m ²
44	南平市龙兴贸易有限公司	320.39	南平市水南里三弄 33 号 2 楼	陈平 60%、余芳 40%	约 150 m ²	1 个 门 店	南平市道口冷冻厂	约 130 m ²
45	兰州市城关区天蓝水产品经营部	317.02	兰州市城关区肉食水产批发市场	马建伍	约 45 m ²	1 个 门 店	兰州市城关区嘉峪关东路 17 号冷库	约 250 m ²

序号	客户名称	销售收入 (万元)	注册地址/ 营业地址	股权结构 /控制人/ 负责人	营业 面积	经营 网点	冷库地址	冷库 面积
46	吕逢莉	314.44	汕头市大洋 冷冻厂北2 号	吕逢莉	约 300 m ²	1 个 门 店	汕头市大 洋冷冻厂	约 500 m ²
47	乌鲁木齐市 沙依巴克区 玉峰水产经 营部	313.94	乌鲁木齐市 沙依巴克区 乌市奇台路 469号一楼 交易大厅	马小玲	约 50 m ²	1 个 门 店	乌鲁木 齐市沙依巴 克区奇台 路东宝冷 库	约 200 m ²
48	宿州市万海 副食品经营 部	305.39	宿州市联络 街36-38号	刘万海	约 60 m ²	1 个 门 店	宿州市埇 桥区汴河 路与建设 路交叉口 向南500 米	约 300 m ²
49	沈阳经济技 术开发区水 产市场晟金 隆水产品经 营部	303.61	沈阳经济技 术开发区洪 湖二街十七 号	姜振	约 60 m ²	1 个 门 店	沈阳经济 技术开发区 梁子湖街 8号于洪 水产杨吉 冷库	约80 m ²
合计		35,804.74						

注：部分经销商的冷库面积，系指其所租赁冷库的总面积，该冷库并非由该经销商单独使用。

B、年销售额 300 万元以上的商超客户情况

发行人 2011 年度销售额 300 万元以上的商超客户具体情况如下：

a. 沃尔玛

沃尔玛(中国)投资有限公司是全球零售巨头沃尔玛公司在中国设立的公司，其直接股东为沃尔玛中国有限公司，注册地址为深圳市福田区农林路 69 号深国投广场二号楼 2-5 层及三号楼 1-12 层。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面 积 (m ²)	冷库地址
1	沃尔玛(中国)投资有限公司(西安雁塔路店)	西北区	西安市碑林区雁塔路西安万达商业广场	10,000	店内
2	沃尔玛(中国)投资有限公司(西安骡马市店)	西北区	西安市碑林区骡马市商业步行街	8,000	店内
3	沃尔玛(中国)投资有限公司(西安金花)	西北区	西安市碑林区金花南路6号	15,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	南路店)				
4	沃尔玛(中国)投资有限公司(西安未央路店)	西北区	西安市经济开发区凤城五路富力广场	15,000	店内
5	沃尔玛(中国)投资有限公司(西安莲湖店)	西北区	西安市莲湖区西大街安定广场3号楼	10,000	店内
6	沃尔玛(中国)投资有限公司(西安小寨店)	西北区	西安市雁塔区长安中路177号	10,000	店内
7	沃尔玛(中国)投资有限公司(淄博柳泉路店)	华东区	淄博市张店区柳泉路67号	6,000	店内
8	沃尔玛(中国)投资有限公司(济南泉城路店)	华东区	济南市历下区泉城路339号万达购物广场	8,000	店内
9	沃尔玛(中国)投资有限公司(济南阳光新路店)	华东区	济南市槐荫区阳光新路19号阳光壹佰国际新城	7,000	店内
10	沃尔玛(中国)投资有限公司(岳阳巴陵中路店)	华中区	岳阳市巴陵中路泰和商业广场	20,000	店内
11	沃尔玛(中国)投资有限公司(长沙雨花亭)	华中区	长沙市韶山中路421号长沙深国投商业中心	20,000	店内
12	沃尔玛(中国)投资有限公司(益阳桃花仑西路店)	华中区	益阳市桃花仑西路嘉信茂广场	20,000	店内
13	沃尔玛(中国)投资有限公司(娄底大汉路店)	华中区	娄底市娄星区大汉路五江建材家居城	20,000	店内
14	沃尔玛(中国)投资有限公司(娄底春园店)	华中区	娄底市氏星路春园商业步行街	20,000	店内
15	沃尔玛(中国)投资有限公司(长沙黄兴南路店)	华中区	长沙市黄兴南路443号长沙万达购物广场	20,000	店内
16	沃尔玛(中国)投资有限公司(长沙高桥店)	华中区	长沙市雨花区马王堆乡火星大道中南摩尔国际商城	20,000	店内
17	沃尔玛(中国)投资有限公司(郴州五岭广场店)	华中区	郴州市五岭路五岭新天地	20,000	店内
18	沃尔玛(中国)投资有限公司(常德水星楼店)	华中区	常德市人民中路水星楼沃尔玛购物广场	12,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
19	沃尔玛(中国)投资有限公司(长沙黄兴路店)	华中区	长沙市天心区黄兴路步行街南门口商场	12,000	店内
20	沃尔玛(中国)投资有限公司(贵阳沙冲路店)	西南区	贵阳市南明区沙冲路8号贵铁新苑	9,500	店内
21	沃尔玛(中国)投资有限公司(遵义人民广场店)	西南区	贵阳市南明区遵义路人民广场地下商场	12,000	店内
22	沃尔玛(中国)投资有限公司(贵阳黄河路店)	西南区	贵阳市经济技术开发区黄河路42号	10,000	店内
23	沃尔玛(中国)投资有限公司(遵义春天堡店)	西南区	遵义市红花岗区外环路财富国际广场	11,000	店内
24	沃尔玛(中国)投资有限公司(六盘水钟山中路店)	西南区	六盘水市钟山区钟山中路太阳商业广场	10,000	店内
25	沃尔玛(中国)投资有限公司(贵阳小河店)	西南区	贵阳市小河区黄河路海纳广场	10,000	店内
26	沃尔玛(中国)投资有限公司	华东区	山东省烟台市南大街99号阳光国际购物广场	15,000	店内
27	沃尔玛(中国)投资有限公司(青岛台东店)	华东区	青岛市市北区台东三路63号青岛万达购物广场	20,000	店内
28	沃尔玛(中国)投资有限公司(青岛城阳正阳路店)	华东区	青岛市城阳区正阳路205号海都国际	12,000	店内
29	沃尔玛(中国)投资有限公司(烟台天府街店)	华东区	烟台市福山区天府街19号富豪青年国际广场1号楼	12,000	店内
30	沃尔玛(中国)投资有限公司(汕头南国店)	华南区	汕头市长平路中段南国商城大厦	8,000	店内
31	沃尔玛(中国)投资有限公司(石狮九二路店)	华东区	石狮市九二路1118号狮城国际广场	11,000	店内
32	沃尔玛(中国)投资有限公司(泉州江滨北路店)	华东区	泉州市鲤城区江滨北路嘉信茂广场	17,956	店内
33	沃尔玛(中国)投资有限公司(晋江SM店)	华东区	晋江市罗山镇福埔开发区SM晋江城	10,000	店内
34	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门世贸店)	华东区	厦门市厦禾路878-888号世贸中心	12,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
35	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门SM店)	华东区	厦门市福厦路与仙岳路交叉路口西侧 SM 商业城内	14,000	店内
36	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门洪文店)	华东区	厦门市思明区洪山柄加州城市广场	18,000	店内
37	沃尔玛(中国)投资有限公司(漳州丹霞路店)	华东区	漳州芗城区丹霞路122-124号嘉信茂广场	10,000	店内
38	沃尔玛(中国)投资有限公司(莆田文献东路店)	华东区	莆田市荔城区仓后路三信金鼎广场	9,000	店内
39	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门富山店)	华东区	福建省厦门市湖滨南路398号	12,000	店内
40	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门海景店)	华东区	厦门市思明区思明南路158号	8,000	店内
41	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门聚祥店)	华东区	厦门市禾祥西路607-609号聚祥广场	8,000	店内
42	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门东方店)	华东区	厦门市湖滨西路10号	7,500	店内
43	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门瑞景店)	华东区	厦门市思明区莲前东路瑞景商业广场	8,600	店内
44	沃尔玛(中国)投资有限公司(泉州刺桐店)	华东区	泉州市丰泽区刺桐西路湖心街	8,500	店内
45	沃尔玛(中国)投资有限公司(厦门金山路店)	华东区	厦门市湖里区仙岳路与金山路交叉口厦门湖里万达广场	9,800	店内
46	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆九龙广场店)	西南区	重庆九龙坡区杨家坪西郊三村2号九龙广场	14,000	店内
47	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆万州太白路店)	西南区	重庆万州区太白路三峡福斯德广场	15,000	店内
48	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆南坪店)	西南区	重庆市南岸区南坪西路60号	13,000	店内
49	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆南滨店)	西南区	重庆市南岸区南坪宏声路阳光广场	15,000	店内
50	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆两路)	西南区	重庆市渝北区安家田金港国际广场	18,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	金港国际店)				
51	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆冉家坝店)	西南区	重庆渝北区龙山大道111号龙湖紫都城	15,000	店内
52	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆松青路店)	西南区	重庆大渡口区松青路1029号国瑞城一期	17,000	店内
53	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆北城天街店)	西南区	重庆江北区北城天街33号东和城	15,000	店内
54	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆凤天店)	西南区	重庆沙坪坝区凤天大道易城国际广场	15,000	店内
55	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆欣阳店)	西南区	重庆市沙坪坝区沙正街8号附1号欣阳广场	16,000	店内
56	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆好又多南坪店)	西南区	重庆市南岸区南坪正街1号天龙广场	15,000	店内
57	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆大礼堂店)	西南区	重庆市人民路169号泰古广场	15,000	店内
58	沃尔玛(中国)投资有限公司(重庆永川渝西广场店)	西南区	重庆市永川区渝西大道中段918号	15,000	店内
59	沃尔玛(中国)投资有限公司(无锡青石路店)	华东区	无锡市北塘区青石路无锡金太湖国际城	12,000	店内
60	沃尔玛(中国)投资有限公司(太仓府南街店)	华东区	苏州太仓市人民南路96号南洋广场	10,000	店内
61	沃尔玛(中国)投资有限公司(苏州东环店)	华东区	苏州市工业园区现代大道1699号印象城	18,000	店内
62	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆山玉山店)	华东区	昆山市玉山镇前进西路501号昆山深国投商业中心	10,000	店内
63	沃尔玛(中国)投资有限公司(常州南大街店)	华东区	常州市西瀛里1-135号	12,000	店内
64	沃尔玛(中国)投资有限公司(常熟海虞南路店)	华东区	常熟市海虞南路88号格瑞印象城	12,000	店内
65	沃尔玛(中国)投资有限公司(无锡红星路店)	华东区	无锡市红星路阳光城市花园二区	15,000	店内
66	沃尔玛(中国)投资	华东区	无锡市五星家园123号	15,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	有限公司(金城好又多)				
67	沃尔玛(中国)投资有限公司(常州好又多)	华东区	常州市劳动西路	12,000	店内
68	沃尔玛(中国)投资有限公司(太湖好又多)	华东区	无锡市春申路 69 号	12,000	店内
69	沃尔玛(中国)投资有限公司(张家港沙洲西路店)	华东区	张家港市杨舍镇沙洲西路恒光国际购物广场	14,000	店内
70	沃尔玛(中国)投资有限公司(苏州南门店)	华东区	苏州市东吴北路 288 号	12,000	店内
71	沃尔玛(中国)投资有限公司(苏州吴江店)	华东区	苏州吴江市松陵镇录鲈乡北路吴江深国投资商业中心	12,000	店内
72	沃尔玛(中国)投资有限公司(江阴澄江路店)	华东区	江阴市澄江中路 87-89 号新一城购物广场	15,000	店内
73	沃尔玛(中国)投资有限公司(常州溧阳店)	华东区	常州市溧阳平陵广场	12,000	店内
74	沃尔玛(中国)投资有限公司(南宁民族大道店)	华南区	南宁市民族大道凤岭段北面航洋国际购物中心	12,000	店内
75	沃尔玛(中国)投资有限公司(桂林中山北路店)	华南区	桂林市中山北路 133 号广运美居商贸城	12,000	店内
76	沃尔玛(中国)投资有限公司(南宁朝阳路店)	华南区	南宁市兴宁区青云街 18 号沃尔玛购物广场	15,000	店内
77	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明霖雨路店)	西南区	昆明市北京路延长线与烟草路(霖雨路)南侧交叉口中汇商业中心	10,000	店内
78	沃尔玛(中国)投资有限公司(玉溪东风广场店)	西南区	玉溪市东风中路 1 号	8,000	店内
79	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明兴苑路店)	西南区	昆明市西山区兴苑路张家村 525 号城市领地沃尔玛购物广场	8,000	店内
80	沃尔玛(中国)投资有限公司(曲靖交通路店)	西南区	云南省曲靖市麒麟北路与交通路交汇处	9,000	店内
81	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明集大店)	西南区	昆明市环城东路 188 号	12,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
82	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明国贸中心店)	西南区	昆明市春城路 289 号	9,000	店内
83	沃尔玛(中国)投资有限公司(大理泰安路店)	西南区	大理市洱河南路和泰安路东南角中民城市广场	12,000	店内
84	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明大观店)	西南区	昆明市五华区大观商业城 E1, E2 座沃尔玛购物广场	7,000	店内
85	沃尔玛(中国)投资有限公司(个旧店)	西南区	个旧市五一路 4 号鑫和都商业广场	7,000	店内
86	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明新相迎店)	西南区	昆明市新迎小区新草房村 6 号	6,000	店内
87	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明喜相逢店)	西南区	昆明市环城东路与人民东路交叉口	7,000	店内
88	沃尔玛(中国)投资有限公司(昆明前兴路店)	西南区	昆明市西山区拥护社区居民委员会拥护村理想城市花园	8,000	店内
89	沃尔玛(中国)投资有限公司(楚雄府后街店)	西南区	楚雄市龙江社区府后街紫溪商业中心	6,000	店内
90	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京知春路店)	华北区	北京市海淀区知春路甲 48 号 4 号楼	8,000	店内
91	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京延庆店)	华北区	北京延庆金锣湾商业中心	6,000	店内
92	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京宣武门店)	华北区	北京市宣武区宣武门外大街富卓花园广场	7,000	店内
93	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京望京店)	华北区	北京市朝阳区阜荣街 10 号	7,000	店内
94	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京建国路店)	华北区	北京市朝阳区建国路 93 号万达广场	6,000	店内
95	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京大郊亭店)	华北区	北京市东四环西南角美罗城	6,000	店内
96	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京昌平东关店)	华北区	北京市昌平区崔昌路 203 号楼	7,000	店内
97	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京山姆)	华北区	北京市石景山区阜石路 158 号	10,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	会员店)				
98	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京亦庄山姆会员店)	华北区	北京经济技术开发区文化园东路6号	10,000	店内
99	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京世纪城店)	华北区	北京市海淀区板井路69号楼	5,000	店内
100	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京阳光店)	华北区	北京市朝阳区安立路68号阳光广场	5,000	店内
101	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京朝阳店)	华北区	北京市朝阳区朝阳门外大街12号	4,000	店内
102	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京五棵松店)	华北区	北京市海淀区西翠路5号	5,000	店内
103	沃尔玛(中国)投资有限公司(北京清河店)	华北区	北京市海淀区清河中街68号五彩城购物中心	9,000	店内
104	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉徐东大街)	华中区	武汉市洪山区徐东大街18号	7,800	店内
105	沃尔玛(中国)投资有限公司(襄樊长虹路店)	华中区	襄樊市樊城区长虹路民发商业广场	7,800	店内
106	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉宗关西汇店)	华中区	武汉市桥口区解放大道201号南国大武汉家装G栋	9,000	店内
107	沃尔玛(中国)投资有限公司(荆州北京中路店)	华中区	荆州市沙市区北京中路美佳华购物广场	9,800	店内
108	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉汉口店)	华中区	武汉市江汉区汉口民生路176号	8,500	店内
109	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉宜昌夷陵广场店)	华中区	宜昌市夷陵大道CBD购物中心广场	8,500	店内
110	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉王家湾店)	华中区	武汉市汉阳区龙阳大道特6号武汉摩尔城	9,000	店内
111	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉黄陂广场店)	华中区	武汉市黄陂区前川街黄陂大道黄陂广场	9,000	店内
112	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉长青店)	华中区	江岸区汉口黄兴路28号长青广场	9,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
113	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉宜昌九码头店)	华中区	宜昌市伍家岗区沿江大道万达广场	7,800	店内
114	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉马场角店)	华中区	武汉市江汉区新华西路菱角湖万达广场	8,500	店内
115	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉青山店)	华中区	武汉青山区武昌红钢城四街6号	8,500	店内
116	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉光谷店)	华中区	武汉市东湖开发区关山一路光谷坐标城	9,800	店内
117	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉钟家村店)	华中区	武汉市汉阳大道137号汉商银座F栋	9,200	店内
118	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉南湖花园店)	华中区	武汉市武昌区丁字桥南路520号南湖城市广场	8,500	店内
119	沃尔玛(中国)投资有限公司(武汉沌口店)	华中区	武汉经济技术开发区东风大道111号经开万达广场步行街	8,500	店内
120	沃尔玛(中国)投资有限公司(鹰潭站江路店)	华东区	鹰潭市胜利西路20号时代广场	9,000	店内
121	沃尔玛(中国)投资有限公司(南昌青山南路店)	华东区	南昌市东湖区青山南路蓝天碧水大厦	8,000	店内
122	沃尔玛(中国)投资有限公司(南昌八一广场店)	华东区	南昌市八一广场北侧万达广场购物广场	12,000	店内
123	沃尔玛(中国)投资有限公司(南昌解放西路店)	华东区	南昌市解放西路87号	8,000	店内
124	沃尔玛(中国)投资有限公司(九江庐山南路店)	华东区	九江市庐山南路286-287号名湘广场	8,000	店内
125	沃尔玛(中国)投资有限公司(景德镇广场南路店)	华东区	景德镇市广场南路开门子购物广场	8,000	店内
126	沃尔玛(中国)投资有限公司(南昌好又多)	华东区	南昌市三店西路488号	9,000	店内
127	沃尔玛(中国)投资有限公司(丰城人民路店)	华东区	丰城市建设路133号	8,000	店内
128	沃尔玛(中国)有限公司(萍乡绿茵广场店)	华东区	萍乡市绿茵广场	8,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
129	沃尔玛(中国)投资有限公司(镇江谷阳路店)	华东区	镇江丁卯桥路 198 号沃尔玛购物广	25,000	店内
130	沃尔玛(中国)投资有限公司(扬州四望亭路店)	华东区	扬州市扬子江路与四望亭路交叉口	30,000	店内
131	沃尔玛(中国)投资有限公司(盐城迎宾南路店)	华东区	盐城市迎宾南路 100 号国飞商业广场	20,000	店内
132	沃尔玛(中国)投资有限公司(南宁新街口店)	华东区	南京市白下区洪武路 88 号	30,000	店内
133	沃尔玛(中国)投资有限公司(南京秦淮店)	华东区	南京市秦淮区长乐路 132 号	30,000	店内
134	沃尔玛(中国)投资有限公司(南京淮安店)	华东区	淮安市淮海路 136 号	20,000	店内
135	沃尔玛(中国)投资有限公司(南京江东门店)	华东区	南京市建邺区云锦路 58 号万达广场	45,000	店内
136	沃尔玛(中国)投资有限公司(南京广鼎店)	华东区	南京市栖霞区和燕路 348 号	25,000	店内
137	沃尔玛(中国)投资有限公司(南京桥北路店)	华东区	南京市浦口区大桥北路 48 号深国投商业中心	32,000	店内
138	沃尔玛(中国)投资有限公司(宿迁青年路店)	华东区	宿迁市宿城区西湖路南侧青年路西侧	25,000	店内
139	沃尔玛(中国)投资有限公司(徐州解放路店)	华东区	徐州市云龙区解放南路与和平路交叉口徐州深国投商业中心	30,000	店内
140	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海五角场店)	华东区	上海市杨浦区淞沪路 125 号	1,200	店内
141	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海南浦大桥店)	华东区	上海市浦东新区临沂北路 252-262 号	8,000	店内
142	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海江桥店)	华东区	上海市嘉定区江桥镇曹安路 2200 号	8,000	店内
143	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海殷高西路店)	华东区	上海市宝山区高境镇殷高西路 542 号	8,000	店内
144	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海松江松汇路店)	华东区	上海市松江区竹竿汇松汇中路 568 号	8,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
145	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海田林店)	华东区	上海市徐汇区桂林路402号	8,000	店内
146	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海桃浦店)	华东区	上海市普陀区桃浦镇武威路1178号	6,500	店内
147	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海老沪闵路店)	华东区	上海市老沪闵路809号	8,000	店内
148	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海虹桥店)	华东区	上海市闵行区虹中路535号	6,500	店内
149	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海闵行店)	华东区	上海市闵行区沪闵路131号	5,000	店内
150	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海祁连店)	华东区	上海市宝山区聚丰园路205号	8,000	店内
151	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海浦江店)	华东区	上海市陆家浜路436号	6,000	店内
152	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海上南店)	华东区	上海市浦东新区齐河路258号	5,400	店内
153	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海华师大店)	华东区	上海市普陀区中山北路3667号	6,000	店内
154	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海甘泉店)	华东区	上海市平利路18号	5,800	店内
155	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海浦江店)	华东区	上海市闵行区浦锦路309弄6号绿地沃尔玛商业广场	6,000	店内
156	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海三林店)	华东区	上海市浦东新区东明路2766号三林城市商业广场	8,000	店内
157	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海高行店)	华东区	上海市浦东新区东靖路1881号万嘉商业广场	9,500	店内
158	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海杨行店)	华东区	上海市宝山区杨行镇水产路2599号世华国际广场	9,500	店内
159	沃尔玛(中国)投资有限公司(上海马陆店)	华东区	上海市嘉定区沪宜公路2618号天林商业广场	8,000	店内
160	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州大利)	华东区	福州市台江区五一中路169号大利嘉城B区	20,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	嘉店)				
161	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州鼓山店)	华东区	福州市晋安区福马路与招贤路交界处	20,000	店内
162	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州长乐长山湖店)	华东区	长乐市广场路长山湖购物广场	12,000	店内
163	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州长城店)	华东区	福州市鼓楼区六一北路615号	18,000	店内
164	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州联信店)	华东区	福州市五一南路1号联信中心	12,000	店内
165	沃尔玛(中国)投资有限公司(福清好又多)	华东区	福清市国际商务展销广场中心	12,000	店内
166	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州福马路店)	华东区	福州市福马路199号大华都购物广场	18,000	店内
167	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州东街店)	华东区	福州市鼓楼区东街口杨桥东路8号	5,000	店内
168	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州富贵店)	华东区	福州市鼓楼区东大路18号	15,000	店内
169	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州则徐店)	华东区	福州市仓山区则徐大道379号	20,000	店内
170	沃尔玛(中国)投资有限公司(宁德天湖东路店)	华东区	宁德市东侨区天湖东路8号宁德东方伟业广场	12,000	店内
171	沃尔玛(中国)投资有限公司(三明列东街店)	华东区	三明市梅列区列东街徐碧新城东方伟业城市广场	12,000	店内
172	沃尔玛(中国)投资有限公司(福州浦上大道店)	华东区	福州市仓山区浦上大道276号仓山万达广场(一区)3号楼	8,000	店内
173	沃尔玛(中国)投资有限公司(中山港义路店)	华南区	中山市火炬开发区海傍村太阳城商业中心	15,000	店内
174	沃尔玛(中国)投资有限公司(韶关新华南路店)	华南区	韶关市武江区新华南路16号世纪新城	18,000	店内
175	沃尔玛(中国)投资有限公司(肇庆康乐北路店)	华南区	肇庆市康乐北路9号国际广场	14,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
176	沃尔玛(中国)投资有限公司(肇庆端州四路店)	华南区	肇庆市端州四路与莲湖西路交界处嘉信茂广场	20,000	店内
177	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州广雅店)	华南区	广州市荔湾区环市西路52-54号	10,000	店内
178	沃尔玛(中国)投资有限公司(佛山季华店)	华南区	佛山市禅城区季华五路36号深国投商业大厦	16,000	店内
179	沃尔玛(中国)投资有限公司(佛山桂城店)	华南区	佛山市南海区桂城南海大道南103号嘉信茂广场	15,000	店内
180	沃尔玛(中国)投资有限公司(天河好又多店)	华南区	广州市天河区龙口西路1号	20,000	店内
181	沃尔玛(中国)投资有限公司(顺德东乐路店)	华南区	佛山市顺德区大良街道东乐路新一城购物广场	20,000	店内
182	沃尔玛(中国)投资有限公司(中山裕华店)	华南区	中山市中山二路59号	8,000	店内
183	沃尔玛(中国)投资有限公司(佛山季华店)	华南区	佛山市禅城区季华五路12号	12,000	店内
184	沃尔玛(中国)投资有限公司(佛山明珠城店)	华南区	佛山市禅城区锦华路85号东方广场之明珠城	10,000	店内
185	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州芳村店)	华南区	广州市荔湾区花地街花地大道北93-103号	22,000	店内
186	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州广源店)	华南区	广州市广园新村景泰直街33号	14,000	店内
187	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州黄花岗店)	华南区	广州市东山区先烈中路92号黄花岗文化广场	15,000	店内
188	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州黄埔店)	华南区	广州市黄埔区石化路123号	12,000	店内
189	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州黄石店)	华南区	广州市白云区黄石东路白云高尔夫花园	12,000	店内
190	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州锦轩店)	华南区	广州市越秀区农林下路4-6号锦轩大厦	10,000	店内
191	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州南洲)	华南区	广州市海珠区盈中路好信街8号	15,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	店)				
192	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州前进店)	华南区	广州市海珠区江南大道99号	10,000	店内
193	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州淘金店)	华南区	广州市东山区淘金路淘金街6-8号	10,000	店内
194	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州天河店)	华南区	广州市天河区棠下中山大道188号	30,000	店内
195	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州新港店)	华南区	广州市新港中路356号	25,000	店内
196	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州新市店)	华南区	广州市白云区广花五路69号	14,000	店内
197	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州番禺店)	华南区	广州市番禺区市桥东兴路15号	12,000	店内
198	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州江南店)	华南区	广州市海珠区昌岗中路221号信和广场	10,000	店内
199	沃尔玛(中国)投资有限公司(茂名文化广场店)	华南区	茂名市西粤中路8号嘉信茂广场	13,000	店内
200	沃尔玛(中国)投资有限公司(广州白云店)	华南区	广州市白云区云城东路505号	20,000	店内
201	沃尔玛(中国)投资有限公司(肇庆广宁店)	华南区	肇庆市广宁县南街镇环城东路广宇商业步行街F区	16,000	店内
202	沃尔玛(中国)投资有限公司(湛江康顺路店)	华南区	湛江市赤坎区椹川大道376号嘉信茂广场	18,000	店内
203	沃尔玛(中国)投资有限公司(英德利民路店)	华南区	英德市利民路与建设路交汇处英州明珠广场	12,000	店内
204	沃尔玛(中国)投资有限公司(湛江人民大道南店)	华南区	湛江市霞山区人民大道南与民享西路交汇处国贸城市广场	22,000	店内
205	沃尔玛(中国)投资有限公司(赤坎店一店)	华南区	湛江市赤坎区中山一路2号世贸大厦	17,000	店内
206	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳中山	华南区	深圳罗湖区凤凰路12号中山花园裙楼	18,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
	店)				
207	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳园岭店)	华南区	深圳福田区上步北路与百花二路交叉口百花园	20,000	店内
208	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳景田店)	华南区	深圳福田区香梅北路2001号	20,000	店内
209	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳蛇口店)	华南区	深圳南山蛇口工业区工业大道和东滨路交汇处	20,000	店内
210	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳南新店)	华南区	深圳南山区深南大道与南新路交界处鸿洲文鼎家园	14,000	店内
211	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳罗田店)	华南区	深圳宝安新中心区新湖路与罗田路交汇处	14,000	店内
212	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳金海店)	华南区	深圳市宝安大道与金海大道交汇处	16,000	店内
213	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳嘉里中心店)	华南区	深圳市罗湖区人民南路嘉里中心	6,000	店内
214	沃尔玛(中国)投资有限公司(惠州演达路店)	华南区	惠州市河南岸演达路港惠新天地商业广场	20,000	店内
215	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳华侨城店)	华南区	深圳南山区华侨城芳华苑站	20,000	店内
216	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳华强北店)	华南区	深圳福田华强北振华东路和燕南中路交汇处	18,000	店内
217	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳洪湖店)	华南区	深圳罗湖区洪湖路湖景花园	14,000	店内
218	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳红岭店)	华南区	深圳八卦二路旭飞花园A1, A2栋	18,000	店内
219	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳福星店)	华南区	深圳福田区福星路福民楼D、E、F	20,000	店内
220	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳凤岗中心店)	华南区	深圳凤岗镇永盛北路财富新地	16,000	店内
221	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞东湖店)	华南区	东莞市东城区东湖花园	16,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
222	沃尔玛(中国)投资有限公司(惠州崇雅店)	华南区	惠州市惠阳区淡水镇南门北路嘉信茂广场	18,000	店内
223	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞长安店)	华南区	东莞市长安镇长青路明珠广场	16,000	店内
224	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳布吉大芬店)	华南区	深圳龙岗区布吉镇大芬村深惠公路旁龙吉大厦	20,000	店内
225	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳西乡前进路店)	华南区	深圳宝安区 35 区前进路安华工业区	20,000	店内
226	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞莞城店)	华南区	东莞市莞城区博厦塘头大屋庄 21 号	20,000	店内
227	沃尔玛(中国)投资有限公司(惠州惠东店)	华南区	惠州市惠东大道 489 号	20,000	店内
228	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳大益店)	华南区	深圳市宝安大道与西乡大道交汇处大益广场	20,000	店内
229	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞虎门店)	华南区	东莞市虎门镇太沙路 64 号步行街	18,000	店内
230	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳嘉宾店)	华南区	深圳罗湖区书城路 7 号都市名园(近蔡屋围)	16,000	店内
231	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞长安二店)	华南区	东莞市长安镇长青路明珠广场	18,000	店内
232	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳翠竹店)	华南区	深圳翠竹路 2048 华达园负	16,000	店内
233	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞世博店)	华南区	东莞市南城区东城大道世博广场好又多购物中心	16,000	店内
234	沃尔玛(中国)投资有限公司(惠选梅林店)	华南区	深圳市福田区梅林花里林居裙楼	2,500	店内
235	沃尔玛(中国)投资有限公司(惠选红荔店)	华南区	深圳市福田区农林路与红荔西路交界西北的香山美树苑 1-4 栋裙楼	2,000	店内
236	沃尔玛(中国)投资有限公司(惠选松明店)	华南区	深圳市宝安区松岗街道红星社区松明大道 105 号	3,000	店内
237	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞南城)	华南区	东莞市鸿富路口(行政中心旁)	12,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
	店)				
238	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞塘厦店)	华南区	东莞市塘厦镇塘厦大道中 79 号盈锋莲湖广场	10,000	店内
239	沃尔玛(中国)投资有限公司(攀枝花店)	西南区	四川省攀枝花市金瓯广场	8,000	店内
240	沃尔玛(中国)投资有限公司(东莞南城宏图店)	华南区	东莞市南城宏图路中天中央广场地上	9,000	店内
241	沃尔玛(中国)投资有限公司(南安成功街店)	华东区	南安市柳城街道办事处成功街中段南侧东方伟业城市广场	13,000	店内
242	沃尔玛(中国)投资有限公司(连云港店)	华东区	连云港新浦区通灌北路 288 号	11,000	店内
243	沃尔玛(中国)投资有限公司(深圳龙岗店)	华南区	深圳市龙岗区龙平东路 203 号东方瑞景苑 A 区	8,000	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

b. 家乐福

法国家乐福集团是欧洲最大的零售商，为法国巴黎证券交易所上市公司，目前在国内各地区设立门店超过 150 家。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	沈阳家乐福商业有限公司(云峰店)	东北区	沈阳市铁西区云峰北街 13 号	6,000	店内
2	沈阳家乐福商业有限公司(文化店)	东北区	沈阳市沈河区文化路 81 号	8,000	店内
3	沈阳家乐福商业有限公司(塔湾店)	东北区	沈阳市皇姑区塔湾街 28 号	7,000	店内
4	沈阳家乐福商业有限公司(金牛店)	东北区	沈阳市铁西区沈辽中路 5 号	5,000	店内
5	沈阳家乐福商业有限公司(吉祥店)	东北区	沈阳市大东区大北关街 48 号	7,500	店内
6	沈阳家乐福商业有限公司(北站店)	东北区	沈阳市沈河区北站一路 39 号	6,000	店内
7	沈阳家乐福商业有限公司(鞍山店)	东北区	鞍山市铁东区胜利南路 136 号	6,500	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
8	沈阳家乐福商业有限公司(于洪店)	东北区	沈阳市于洪区黄海路 30 号	7,500	店内
9	沈阳家乐福商业有限公司辽阳新运大街分公司	东北区	辽阳市白塔区新运大街 44 号	6,500	店内
10	沈阳家乐福商业有限公司(富民桥店)	东北区	沈阳市沈河区沈水路 600 号	6,500	店内
11	合肥悦家商业有限公司(环球广场店)	华东区	合肥市马鞍山南路 100 号	22,000	店内
12	合肥悦家商业有限公司(长江店)	华东区	合肥市长江西路 199 号	9,200	店内
13	济南家乐福商业有限公司	华东区	济南市历下区历山路 101 号	10,000	店内
14	青岛家乐福商业有限公司新兴店	华东区	青岛市市北区山东路 128 号	7,000	店内
15	青岛家乐福商业有限公司(名达店)	华东区	青岛市市南区香港中路 21 号	15,000	店内
16	山东家乐福商业有限公司(辽阳路店)	华东区	青岛市市北区辽阳西路 188 号	5,000	店内
17	天津市家乐福商业有限公司(南开店)	华北区	天津市南开区白堤路 168 号	6,000	店内
18	天津市家乐福商业有限公司(龙城店)	华北区	天津市南开区东马路 138 号新安购物广场	5,000	店内
19	天津市家乐福商业有限公司(河东店)	华北区	天津市河东区张贵庄路 160 号	6,500	店内
20	天津市家乐福商业有限公司(河北店)	华北区	天津市河北区真理道与红星路交口处	5,000	店内
21	天津市家乐福商业有限公司(海光寺店)	华北区	天津市南开区南京路 302 号	7,000	店内
22	重庆家乐福商业有限公司(袁家岗店)	西南区	重庆市高新区袁家岗奥体路中新城上城	7,600	店内
23	重庆家乐福商业有限公司(杨家坪店)	西南区	重庆市九龙坡区杨家坪步行街斌鑫世纪城	11,180	店内
24	重庆家乐福商业有限公司(沙坪坝店)	西南区	重庆沙坪坝区华宇广场 3 号	7,000	店内
25	重庆家乐福商业有限公司(棉花街店)	西南区	重庆市渝中区小什字棉花街新重庆广场	7,100	店内
26	重庆家乐福商业有限公司(金观音店)	西南区	重庆市江北区建新西路金观音广场 2 号	6,800	店内
27	重庆家乐福商业有限公司(南坪店)	西南区	重庆市南岸区南坪西路 38 号	7,500	店内
28	无锡悦家商业有限公司(永乐店 119)	华东区	无锡市清扬路 39 号	8,000	店内
29	无锡悦家商业有限公司(凤翔店)	华东区	无锡市北塘区凤翔路 985 号	10,000	店内
30	无锡悦家商业有限公司(保利店 133)	华东区	无锡市解放东路 1000 号	8,000	店内
31	苏州悦家超市有限公司家乐福体育中心店	华东区	苏州市三香路 183-184 号	8,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
32	苏州悦家超市有限公司 (中翔生活广场店)	华东区	苏州市相城区阳澄湖东路 1 号	8,000	店内
33	苏州悦家超市有限公司 (人民北路店)	华东区	苏州市平江区人民路 (北)3188 号	10,000	店内
34	苏州悦家超市有限公司 (家乐福苏纶店)	华东区	苏州市人民南路 239 号	8,500	店内
35	无锡悦家商业有限公司 (宝龙店)	华东区	无锡市新区旺庄路 156 号宝龙城市广场	10,000	店内
36	常州悦达家乐福商业有 限公司(飞龙店)	华东区	常州市天宁区飞龙东路 679 号	14,000	店内
37	苏州悦家超市有限公司 家乐福昆山中茵世贸	华东区	昆山市玉山镇中山路 138 号	8,500	店内
38	苏州悦家超市有限公司 (友新店)	华东区	苏州市沧浪新城友新路 1188 号亿象城	12,000	店内
39	常州悦达家乐福商业有 限公司(武宜店)	华东区	常州市武进区武宜中路 188 号	10,000	店内
40	昆明家乐福超市有限公 司(世纪广场店)	西南区	昆明市南屏街 88 号世纪 广场	8,000	店内
41	昆明家乐福超市有限公 司(龙泉城)	西南区	昆明市龙泉路 35 号	7,000	店内
42	南昌悦家商业有限公司 (南昌青云谱店)	华东区	南昌市青云谱区井冈山 大道 300 号	7,900	店内
43	昆明家乐福超市有限公 司(白云店)	西南区	昆明市北京路延长线 1035 号	6,000	店内
44	广州家广超市有限公司 (家乐福员村店)	华南区	广州市天河区员村恒隆 街 3 号	8,000	店内
45	广州家广超市有限公司 (家乐福新市店)	华南区	广州市白云区机场路 1339 号百信广场	16,000	店内
46	广州家广超市有限公司 (家乐福万国店)	华南区	广州市海珠区前进路 40 号万国广场	7,000	店内
47	广州家广超市有限公司 (家乐福康王店)	华南区	广州市荔湾区康王中路 656 号新光城市广场	7,600	店内
48	广州家广超市有限公司 (家乐福金沙店)	华南区	广州市海珠区工业大道 北 76-80 号家信商业中 心	6,500	店内
49	东莞家乐福商业有限公 司(家乐福东莞世纪广 场店)	华南区	东莞市东城大道与东城 中路交汇处世纪广场	10,000	店内
50	东莞家乐福商业有限公 司(家乐福东莞鸿福店)	华南区	东莞市南城区鸿福西路 80 号希尔顿广场	7,000	店内
51	北京家乐福商业有限公 司中关村广场店	华北区	北京市海淀区中关村广 场	11,600	店内
52	北京家乐福商业有限公 司望京店	华北区	北京市朝阳区广顺北大 街 16 号	8,600	店内
53	北京家乐福商业有限公 司双井店	华北区	北京市朝阳区广渠路 31 号	9,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
54	北京家乐福商业有限公司马连道店	华北区	北京市宣武区马连道 11 号	8,000	店内
55	北京家乐福商业有限公司(姚家园店)	华北区	北京市朝阳区姚家园路甲 1 号	7,000	店内
56	北京家乐福商业有限公司(天通苑)	华北区	北京市昌平区立汤路	9,000	店内
57	北京家乐福商业有限公司(鲁谷店)	华北区	北京市石景山区石景山路乙 18 号 4 号楼	19,743	店内
58	北京家乐福商业有限公司(健翔店)	华北区	北京市朝阳区祁家豁子 8 号健翔大厦	11,498	店内
59	北京家乐福商业有限公司(广渠门)	华北区	北京市崇文区东花市南里三区, 富贵园购物中心	4,500	店内
60	北京家乐福商业有限公司(方庄店)	华北区	北京市丰台区方庄芳城园二区 15 号	8,500	店内
61	北京家乐福商业有限公司(方圆店)	华北区	北京市中关村南大街甲 56 号方圆大厦	7,000	店内
62	北京家乐福商业有限公司(慈云寺)	华北区	北京市朝阳区东四环中路 39 号华业国际中心	7,500	店内
63	北京创益佳家乐福商业有限公司	华北区	北京市朝阳区北三环东路乙 6 号	8,000	店内
64	昆明家乐福超市有限公司(云纺城)	西南区	昆明市西山区环城南路 668 号	8,352	店内
65	昆明家乐福超市有限公司(世纪城)	西南区	昆明市官渡区金源大道 1 号金源时代购物中心	9,000	店内
66	上海联家超市有限公司(曲阳家乐福日配)	华东区	上海市曲阳路 560 号	4,000	店内
67	上海联家超市有限公司(七宝家乐福日配)	华东区	上海市闵行区七莘路 3655 号	9,500	店内
68	上海联家超市有限公司(巨峰家乐福日配)	华东区	上海市浦东新区巨峰路 239 号	7,000	店内
69	上海联家超市有限公司(徐泾家乐福日配)	华东区	上海市青浦区沪青平公路 1829 号	9,800	店内
70	上海联家超市有限公司(真北家乐福日配)	华东区	上海市普陀区桃浦路 328 号	7,200	店内
71	东莞家乐福商业有限公司(石龙店)	华南区	东莞市石龙镇绿化中路 2 号现代广场	7,000	店内
72	北京家乐福商业有限公司(南三环店)	华北区	北京市丰台区南三环西路 16 号	5,770	店内
73	武汉汉福超市有限公司(二七店)	华中区	武汉市江岸区解放大道与二七路的交汇处东部购物公园	7,000	店内
74	东莞家乐福商业有限公司(家乐福东莞花城店)	华南区	东莞市莞城区东门路花城广场	7,549	店内
75	南京悦家超市有限公司(南通王府店)	华东区	南通市人民东路 6 号	8,600	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
76	上海联家超市有限公司(虹口店)	华东区	上海市虹口区西江湾路388号	9,160	店内
77	北京家乐福商业有限公司(良乡店)	华北区	北京市房山区拱辰街道办事处二街村金花商业大厦	7,000	店内
78	东莞家乐福商业有限公司(家乐福东莞宏伟店)	华南区	东莞市南城区宏伟路1号景湖时代广场	8,000	店内
79	武汉汉福超市有限公司(孝感店)	华中区	孝感市孝南区长征路23号保丽广场	8,000	店内
80	珠海家乐福商业有限公司(珠海吉大店)	华南区	珠海市吉大景山路228号国贸购物广场	7,500	店内
81	昆明家乐福超市有限公司(南亚店)	西南区	昆明市滇池路南亚风情第壹城	8,000	店内
82	上海联家超市有限公司(大场家乐福日配)	华东区	上海市宝山区场中路4048号	7,518	店内
83	上海联家超市有限公司(万达家乐福日配)	华东区	上海市金沙江西路1075弄17号	8,021	店内
84	昆明家乐福超市有限公司(正大店)	西南区	昆明市二环与茈菱路交汇处正大紫都城	7,000	店内
85	昆明家乐福超市有限公司(曲靖翠峰店)	西南区	曲靖市翠峰路滇东电力局西侧财富中心	7,200	店内
86	武汉汉福超市有限公司(钟家村)	华中区	武汉市汉阳大道140号	8,000	店内
87	武汉汉福超市有限公司(武胜)	华中区	武汉市中山大道244号	7,500	店内
88	武汉汉福超市有限公司(十升)	华中区	武汉市汉阳大道687号	7,000	店内
89	武汉汉福超市有限公司(建设)	华中区	武汉市江岸区建设大道937号王府花园	6,500	店内
90	武汉汉福超市有限公司(洪山)	华中区	武汉市武昌区中北路特1号	20,000	店内
91	武汉汉福超市有限公司(光谷)	华中区	武汉市东湖高新区鲁巷珞瑜东路光谷步行街3号4区1025号	6,877	店内
92	南京悦家超市有限公司(河西店)	华东区	南京市建邺区江东中路341号	8,000	店内
93	南京悦家超市有限公司(大行宫店)	华东区	南京市中山东路235号	13,000	店内
94	南京悦家超市有限公司(大桥店)	华东区	南京市大桥南路7号	12,000	店内
95	南京悦家超市有限公司(长虹店)	华东区	南京市建邺区集庆门大街26号	13,000	店内
96	上海联家超市有限公司(中山公园家乐福日配)	华东区	上海市长宁区长宁路1018号	9,000	店内
97	上海联家超市有限公司(张江高科家乐福日配)	华东区	上海市浦东新区高科中路2860号	8,194	店内
98	上海联家超市有限公司(徐汇家乐福日配)	华东区	上海市徐汇区斜土路1995号	5,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m²)	冷库地址
99	上海联家超市有限公司 (新里城家乐福日配)	华东区	上海浦东新区高清路 2671 号	10,000	店内
100	上海联家超市有限公司 (莘庄家乐福日配)	华东区	上海市闵行区都市路 5001 号	8,100	店内
101	上海联家超市有限公司 (武宁家乐福日配)	华东区	上海市武宁路 20 号	9,600	店内
102	上海联家超市有限公司 (万里家乐福日配)	华东区	上海市新村路 1500 号	9,600	店内
103	上海联家超市有限公司 (南翔家乐福日配)	华东区	上海市嘉定区丰翔路 3168 号	7,000	店内
104	上海联家超市有限公司 (南方家乐福日配)	华东区	上海市闵行区沪闵路 7388 号	8,500	店内
105	上海联家超市有限公司 (金桥家乐福日配)	华东区	上海市浦东新区金桥碧 云路 555 号	9,100	店内
106	上海联家超市有限公司 (古北家乐福日配)	华东区	上海市水城南路 268 号	9,800	店内
107	上海联家超市有限公司 (共江家乐福日配)	华东区	上海市共江路 1208 号	8,700	店内
108	上海联家超市有限公司 (川沙家乐福日配)	华东区	上海市浦东新区妙境路 1118 号	8,497	店内
109	深圳乐荣超市有限公司 (梅林店)	华南区	深圳市福田区梅林路一 村一区裙楼	7,000	店内
110	深圳家乐福商业有限公 司(中心城店)	华南区	深圳市福田区福华一路 怡景中心城	11,000	店内
111	深圳家乐福商业有限公 司(西乡店)	华南区	深圳市宝安区西乡街道 80 区广深公路东侧港隆 城购物中心	9,000	店内
112	深圳家乐福商业有限公 司(红宝店)	华南区	深圳市罗湖区红宝路	7,000	店内
113	深圳家乐福商业有限公 司(保利店)	华南区	深圳市南山区文心五路 与海德一道交汇处保利 文化广场	6,000	店内
114	深圳家乐福商业有限公 司(宝安香滨店)	华南区	深圳市宝安建安一路与 新圳路交汇处西北侧香 滨广场	7,800	店内
115	珠海乐田超市有限公司 (家乐福珠海店)	华南区	珠海市兴业路 23 号	7,400	店内
116	上海联家超市有限公司 (联洋家乐福日配)	华东区	上海市浦东新区芳甸路 185 号	8,000	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

c. 人人乐

人人乐连锁商业集团股份有限公司是国内大型连锁超市，为国内 A 股上市公司，股票代码为 002336，注册地址为广东省深圳市南山区前海路心语家园裙楼

二层，公司主要股东为深圳市浩明投资管理有限公司、深圳市众乐通实业有限公司和深圳市人人乐咨询服务有限公司。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	成都市人人乐商业有限公司(自贡店)	西南区	自贡市高新区汇东路丹桂大街 81 号	10,000	店内
2	成都市人人乐商业有限公司(岳府店)	西南区	成都市锦江区岳府街 59 号	4,300	店内
3	成都市人人乐商业有限公司(玉林店)	西南区	成都市高新区芳草街 54 号	1,500	店内
4	成都市人人乐商业有限公司(优品道店)	西南区	成都市青羊区青羊大道 99 号优品道购物广场	12,000	店内
5	成都市人人乐商业有限公司(一品天下店)	西南区	成都市金牛区一品天下大街 168 号	11,000	店内
6	成都市人人乐商业有限公司(新华店)	西南区	成都市青羊区草市街 2 号	24,000	店内
7	成都市人人乐商业有限公司(双楠店)	西南区	成都市双楠路 326 号富港商业中心	25,000	店内
8	成都市人人乐商业有限公司(沙湾店)	西南区	成都市沙湾路 268 号	7,800	店内
9	成都市人人乐商业有限公司(琴台店)	西南区	成都市青羊区通惠门路 3 号	12,000	店内
10	成都市人人乐商业有限公司(泸州店)	西南区	泸州市江阳大道北段	5,000	店内
11	成都市人人乐商业有限公司(康郡店)	西南区	成都市锦华路 2 段 96	5,400	店内
12	成都市人人乐商业有限公司(九里堤店)	西南区	成都市金牛区星辰路 78 号	8,300	店内
13	成都市人人乐商业有限公司(光华店)	西南区	成都市光华村街 40 号附 9	5,000	店内
14	成都市人人乐商业有限公司(华阳店)	西南区	成都市双流县华阳戛纳印象	6,685	店内
15	成都人人乐商业有限公司(乐山嘉定店)	西南区	乐山市宝安 25 区商业步行街	4,000	店内
16	成都人人乐商业有限公司(前锋店)	西南区	成都市成华区三友路 3 号	12,000	店内
17	西安市人人乐超市有限公司(丈八路店)	西北区	西安市雁塔区丈八北路 575 号	6,000	店内
18	西安市人人乐超市有限公司(玉祥门店)	西北区	西安市莲湖区大庆路 11 号	11,000	店内
19	西安市人人乐超市有限公司(阎良店)	西北区	西安市阎良区人民路西段腾飞广场	5,647	店内
20	西安市人人乐超市有限公司(咸阳玉泉路店)	西北区	咸阳市玉泉东路 7 号	6,000	店内
21	西安市人人乐超市有限公司(咸阳文汇路店)	西北区	咸阳市渭城区文汇西路 2 号	4,950	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
22	西安市人人乐超市有限公司(咸阳人民路店)	西北区	咸阳市人民中路 11 号	12,000	店内
23	西安市人人乐超市有限公司(西稍门店)	西北区	西安市莲湖区沣镐东路 190 号	4,800	店内
24	西安市人人乐超市有限公司(西门店)	西北区	西安市环城西路南段 78 号东光大厦	6,000	店内
25	西安市人人乐超市有限公司(西工大店)	西北区	西安市友谊西路 246 号	26,000	店内
26	西安市人人乐超市有限公司(赛高店)	西北区	西安市未央路 126 号	30,000	店内
27	西安市人人乐超市有限公司(南郊店)	西北区	西安市丈八东路与东仪路十字东南角	24,000	店内
28	西安市人人乐超市有限公司(解放路店)	西北区	西安市解放路 63 号	15,000	店内
29	西安市人人乐超市有限公司(高新店)	西北区	西安市电子一路电子商城步行街栗园商业广场	22,000	店内
30	西安市人人乐超市有限公司(丰庆路店)	西北区	西安市丰庆路 218 号	5,100	店内
31	西安市人人乐超市有限公司(东郊店)	西北区	西安市东关正街东方星苑	17,000	店内
32	西安市人人乐超市有限公司(北关店)	西北区	西安市莲湖区北关正街 39 号	20,000	店内
33	西安市人人乐超市有限公司(户县店)	西北区	西安市户县沣京路 152 号	10,963	店内
34	西安市人人乐超市有限公司(紫薇尚层店)	西北区	西安市雁塔区太白南路东侧紫薇尚层	6,800	店内
35	西安市人人乐超市有限公司(南二环店)	西北区	西安市南二环与太白路十字西 200 米	20,000	店内
36	长沙市人人乐商业有限公司(岳阳店)	华中区	岳阳市金鹗中路 303 号	8,000	店内
37	漳州市人人乐商业有限公司(锦绣一方店)	华东区	漳州市龙文区迎宾路 12 号锦绣一方商业广场	20,000	店内
38	晋江市人人乐商业有限公司(晋江店)	华东区	晋江市泉安中路段松溪路与松竹路交汇处	13,000	店内
39	厦门市人人乐商业有限公司(集美店)	华东区	厦门市集美区乐海路 1 号嘉庚体育馆	12,000	店内
40	厦门市人人乐超市有限公司(湖里店)	华东区	厦门市湖里区仙岳路 1929 号	6,700	店内
41	厦门市人人乐商业有限公司(翔安店)	华东区	厦门市翔安区新马路与区府大道交汇处汇景新城中心	15,000	店内
42	重庆市人人乐商业有限公司(渝州)	西南区	重庆市九龙坡区渝州路 29 号	20,000	店内
43	重庆市人人乐商业有限公司(五公里店)	西南区	重庆市南岸区学府大道 19 号	15,000	店内
44	重庆市人人乐商业有限	西南区	重庆市沙坪坝天星桥	8,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
	公司(天星桥店)				
45	重庆市人人乐商业有限公司(南坪店)	西南区	重庆市南坪惠工路9号	11,000	店内
46	重庆市人人乐商业有限公司(御景天成店)	西南区	重庆市渝北区龙塔街道样河北路19号御景天成	9,000	店内
47	重庆市人人乐商业有限公司(锦绣城店)	西南区	重庆市渝北区龙华大道99号	13,000	店内
48	重庆市人人乐商业有限公司(永川店)	西南区	重庆市永川区人民南路66号	16,000	店内
49	南宁市人人乐商业有限公司(香格里拉店)	华南区	南宁市江南区星光大道34号香格里拉商业广场	6,000	店内
50	南宁市人人乐商业有限公司(仙葫店)	华南区	南宁市青秀区仙葫开发区蓉茉大道12号东方广场	6,000	店内
51	南宁市人人乐商业有限公司(五象店)	华南区	南宁市青秀区民族大道98-3号五象广场	8,000	店内
52	南宁市人人乐商业有限公司(太阳广场店)	华南区	南宁市西乡塘区新民路59号太阳广场	6,000	店内
53	南宁市人人乐商业有限公司(桂林联达广场店)	华南区	桂林市环城西一路117号联达广场	8,000	店内
54	南宁市人人乐商业有限公司(北湖店)	华南区	南宁市西乡塘去北湖北路20号	6,000	店内
55	桂林市人人乐商业有限公司(富豪兴城店)	华南区	桂林市灵川县八里街2路富豪兴城广场	6,000	店内
56	深圳市人人乐商业有限公司(增城店)	华南区	增城市荔乡路39号中海城市广场	18,000	店内
57	广州市人人乐商业有限公司(黄埔店)	华南区	广州市黄埔区宏明路东区商业城	8,000	店内
58	广州市人人乐商业有限公司(大石店)	华南区	广州市番禺区大石镇建华路建华汇商业中心	15,000	店内
59	江门市人人乐商业有限公司(江门店)	华南区	江门市江会路礼乐桥头	30,000	店内
60	广州市人人乐商业有限公司(茂名店)	华南区	茂名市光华南路128号华侨城	12,000	店内
61	深圳市人人乐商业有限公司(新洲店)	华南区	深圳市福田区新洲路新洲花园大厦	2,500	店内
62	深圳市人人乐商业有限公司(西乡店)	华南区	深圳市西乡镇建安二路泰华明珠	10,000	店内
63	深圳市人人乐商业有限公司(桃源居)	华南区	深圳市宝安区前进二路世外桃源28栋裙楼	9,000	店内
64	深圳市人人乐商业有限公司(桥头店)	华南区	东莞市桥头镇桥光大道1号	8,000	店内
65	深圳市人人乐商业有限公司(南油店)	华南区	深圳市南山区东滨路南油文化广场	20,000	店内
66	深圳市人人乐商业有限公司(南水店)	华南区	深圳市蛇口公园南路荣村工业区B座	6,300	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
67	深圳市人人乐商业有限公司(米兰店)	华南区	深圳市南山区蛇口招商路米兰公寓	1,400	店内
68	深圳市人人乐商业有限公司(龙珠店)	华南区	深圳市龙岗区布吉镇深惠路龙珠花园大中华百货	6,000	店内
69	深圳市人人乐商业有限公司(锦华店)	华南区	深圳市宝安区76区锦华路电影大厦	11,000	店内
70	深圳市人人乐商业有限公司(后海店)	华南区	深圳市南山区后海大道蔚蓝海岸四期	6,300	店内
71	深圳市人人乐商业有限公司(福田店)	华南区	深圳市福田区金田南路银庄大厦	20,000	店内
72	深圳市人人乐商业有限公司(城市山林店)	华南区	深圳市南山区东滨路339号城市山林花园一期一栋	4,710	店内
73	深圳市人人乐商业有限公司(滨福店)	华南区	深圳市南山区科技南路滨福世纪广场	1,950	店内
74	深圳市人人乐商业有限公司(淡水都市店)	华南区	惠州市惠阳区淡水镇人民四路都市广场	12,600	店内
75	深圳市人人乐商业有限公司(淡水裕华广场店)	华南区	惠州市惠阳区淡水镇开城大道南四路裕华广场	6,500	店内
76	深圳市人人乐商业有限公司(惠州店)	华南区	惠州市麦地路国商大厦	20,000	店内
77	深圳市人人乐商业有限公司(厚街店)	华南区	东莞市厚街镇康乐南路明丰广场	4,000	店内
78	深圳市人人乐商业有限公司(演达店)	华南区	惠州市惠城区演达路汽车大市场一号楼	13,000	店内
79	深圳市人人乐商业有限公司(长安店)	华南区	东莞市长安镇莲峰路中段48号星港城购物中心	3,777	店内
80	深圳市人人乐商业有限公司(书香门第购物广场店)	华南区	深圳市宝安区民治街道梅陇路书香门第上河坊	9,000	店内
81	深圳市人人乐商业有限公司(河源店)	华南区	河源市源城区沿江东路6号	22,000	店内
82	深圳市人人乐商业有限公司(惠州陈江店)	华南区	惠州市惠城区陈江镇甲子路名都花园	20,000	店内
83	深圳市人人乐商业有限公司(明珠店)	华南区	深圳市宝安区龙华街道东环一路东方明珠园裙楼	8,000	店内
84	深圳市人人乐商业有限公司(锦绣店)	华南区	深圳市宝安区龙华镇梅陇中路锦绣江南四期	8,900	店内
85	深圳市人人乐商业有限公司(沙井店)	华南区	深圳市宝安区沙井街道南环路与西环路交汇处	8,000	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的

策略，上述部分门店并非常年均有合作。

d. 乐购

乐购为英国最大的零售商 Tesco 的控股子公司，目前在中国各地区已经设立门店超过 100 家。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	特易购商业(山东)有限公司(济南东二环店)	华东区	济南市历城区二环东路1599号	6,000	店内
2	特易购商业(青岛)有限公司(人民店)	华东区	青岛市人民路269号	20,000	店内
3	泰斯科商业(厦门)有限公司	华东区	厦门市火车站罗宾森广场	11,000	店内
4	特易购商业(江苏)有限公司华夏分公司	华东区	无锡市锡山区华夏南路11号	15,000	店内
5	上海嘉定乐购生活购物有限公司无锡分公司	华东区	无锡市滨湖区苏锡路2号	13,000	店内
6	上海嘉定乐购生活购物有限公司苏州塔园分公司	华东区	苏州市玉山路99号	13,000	店内
7	常州市武进乐购生活购物有限公司	华东区	常州市武进区湖塘镇定安中路1号	12,000	店内
8	常州市公园路乐购生活购物有限公司	华东区	常州市公园路86号	10,000	店内
9	上海嘉定乐购生活购物有限公司昆山分公司	华东区	昆山市柏庐南路999号	11,000	店内
10	特易购商业(江苏)有限公司(无锡新光分公司)	华东区	无锡市新区新光路555号	15,000	店内
11	上海嘉定乐购生活购物有限公司(常熟店)	华东区	常熟市海虞北路37号美城购物中心	10,000	店内
12	特易购商业(江苏)有限公司无锡政和分公司	华东区	无锡市偃桥镇区镇府旁500米处	14,000	店内
13	特易购商业(江苏)有限公司南通工农分公司	华东区	南通市工农路515号	12,000	店内
14	特易购商业(江苏)有限公司南通钟秀分公司	华东区	南通市钟秀南路8号	13,000	店内
15	特易购商业(江苏)有限公司泰州人民公园分公司	华东区	泰州市梅兰东路299号	12,000	店内
16	特易购商业(江苏)有限公司扬州分公司	华东区	扬州市邗江中路306号力宝广场	12,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
17	特易购商业(江苏)有限公司镇江青年分公司	华东区	镇江市天桥路1号青年广场	10,000	店内
18	特易购商业(江苏)有限公司淮安水渡口分公司	华东区	淮安市翔宇中道165号万达广场	9,500	店内
19	上海镇宁乐购生活购物有限公司	华东区	上海市南京西路2066号	5,000	店内
20	上海真北乐购生活购物有限公司	华东区	上海市普陀区铜川路1688号	8,000	店内
21	上海莘庄乐购生活购物有限公司	华东区	上海市七莘路695号	8,000	店内
22	上海莘松乐购生活购物有限公司	华东区	上海市闵行区莘松路855号	6,000	店内
23	上海松江乐购生活购物有限公司	华东区	上海市新松江路935号	8,000	店内
24	上海七宝乐购购物中心有限公司	华东区	上海市闵行区七宝镇七莘路3155号	12,000	店内
25	上海浦东锦绣乐购生活购物有限公司	华东区	上海市浦东新区锦绣路3218号	8,000	店内
26	上海南汇乐购生活购物有限公司	华东区	上海市南汇区惠南镇南门大街18号	10,000	店内
27	上海康育乐购超市有限公司(卢湾店)	华东区	上海市肇嘉浜路128号	6,000	店内
28	上海康仁乐购超市贸易有限公司(光新店)	华东区	上海市中山北路1855号	8,000	店内
29	上海康交乐购超市有限公司(长宁店)	华东区	上海武夷路777号	6,000	店内
30	上海金山乐购生活购物有限公司	华东区	上海市金山区石化卫清西路477号	8,000	店内
31	上海华灵乐购生活购物有限公司(大华店)	华东区	上海市宝山区大华路518号	7,000	店内
32	上海奉贤乐购生活购物有限公司(金叶店)	华东区	上海市奉贤区南桥镇环城东路1468号	8,000	店内
33	上海都市特易购超市有限公司(贵都乐购店)	华东区	上海市闵行区都市路3366号	7,000	店内
34	上海宝山乐购生活购物有限公司(三门店)	华东区	上海市三门路501号	8,000	店内
35	上海嘉定乐购生活购物有限公司	华东区	上海市嘉定区城中路2号	8,000	店内
36	特易购商业(上海)有限公司(周浦店)	华东区	上海市浦东新区周浦镇沪南公路3449号	7,000	店内
37	特易购商业(上海)有限公司(上南店)	华东区	上海市浦东新区上南路4467号金谊广场	6,000	店内
38	特易购商业(上海)有限公司台州椒江解放南路分公司	华东区	台州市椒江区解放南路82号	15,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
39	特易购商业(上海)有限公司(大渡河店)	华东区	上海市大渡河路 178 号	7,000	店内
40	特易购商业(上海)有限公司(莘东店)	华东区	上海市闵行区沪闵路 6088 号龙之梦购物中心	6,000	店内
41	泰斯科商业(福州)有限公司	华东区	福州市浦上大道 306 乐都汇购物广场	15,000	店内
42	特易购商业(广东)有限公司(中六店)	华南区	广州市越秀区中山六路 285-287 号	15,000	店内
43	上海嘉定乐购生活购物有限公司顺德分公司(佛山环市店)	华南区	佛山市顺德区大良东康三街 2 号东城西山上筑二期	12,000	店内
44	特易购商业有限公司	华南区	广州市罗岗区云埔三路 12 号普洛斯物流园内	13,000	店内
45	特易购商业(浙江)有限公司温岭九龙大道分公司	华东区	温岭市城东街道万昌中路 1239 号	8,000	店内
46	上海嘉定乐购生活购物有限公司萧山分公司	华东区	杭州萧山区萧绍路 702 号绿都泰富广场	8,000	店内
47	上海嘉定乐购生活购物有限公司绍兴分公司	华东区	绍兴市越城区环城东路 1950 号	7,000	店内
48	宁波乐购生活购物有限公司(天一店)	华东区	宁波市海曙区天一广场日新街 50 号	7,000	店内
49	特易购商业(浙江)有限公司台州黄岩世纪大道分公司	华东区	台州市黄岩区世纪大道 21 号	6,000	店内
50	特易购商业(浙江)有限公司宁海兴宁中分公司	华东区	浙江省宁波市宁海县中山中路 7 号	6,000	店内
51	特易购商业(浙江)有限公司宁波市鄞州石碶分公司	华东区	宁波市鄞州区雅戈尔大道 145 号	8,000	店内
52	特易购商业(浙江)有限公司宁波江北万达分公司	华东区	宁波市江北区江北大道 158 号万达广场内	6,000	店内
53	上海嘉定乐购生活购物有限公司东莞市虎门分公司	华南区	东莞市虎门镇港口路金色家园旁	25,000	店内
54	上海嘉定乐购生活购物有限公司东莞市厚街分公司	华南区	东莞市厚街镇寮夏厚街大道旁	15,000	店内
55	上海嘉定乐购生活购物有限公司东莞市常平分公司	华南区	东莞市常平镇常平大道还珠沥村路口	23,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
56	上海嘉定乐购生活购物有限公司(龙城店)	华南区	深圳市龙岗区龙河路与深惠路交汇处东方明珠城	20,000	店内
57	上海嘉定乐购生活购物有限公司顺德分公司	华南区	佛山市顺德区容桂红星居委会桂洲大道中 63 号	15,000	店内
58	特易购商业(广东)有限公司	华南区	广州市白云区广州大道北 1419 号	6,000	店内
59	上海嘉定乐购生活购物有限公司义乌北苑分公司	华东区	义乌市北苑街道望道路 266 号	15,000	店内
60	上海嘉定乐购生活购物有限公司金华分公司	华东区	金华市回溪街 228	10,000	店内
61	上海嘉定乐购生活购物有限公司湖州分公司	华东区	湖州市吴兴区红旗路 108 号	18,000	店内
62	杭州庆春乐购购物有限公司	华东区	杭州市江干区新塘路 29-31 号	24,000	店内
63	杭州河滨乐购生活购物有限公司	华东区	杭州市建国北路 471 号	9,000	店内
64	杭州顶仁乐购超市有限公司(德胜店)	华东区	杭州市下城区德胜路 28 号	15,000	店内
65	特易购商业(浙江)有限公司嘉善体育南分公司	华东区	嘉兴市嘉善县体育南路 518 号物美大厦	12,000	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

e. 麦德龙

锦江麦德龙现购自运有限公司系中外合资企业，其注册地址为上海市普陀区真北路 1425 号，主要股东为麦德龙现购自运中国控股有限公司、上海新长征（集团）有限公司和锦江国际（集团）有限公司。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	锦江麦德龙现购自运有限公司成都青羊商场	西南区	成都市青羊区清江中路 1 号	18,000	店内
2	锦江麦德龙现购自运有限公司沈阳铁西商场	东北区	沈阳市铁西区兴工北街 2 号	10,000	店内
3	锦江麦德龙现购自运有限公司大连西岗商场	东北区	大连市西岗区海防街 59 号	35,200	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
4	锦江麦德龙现购自运有限公司哈尔滨道里商场	东北区	哈尔滨市道里区职工街1号	12,000	店内
5	锦江麦德龙现购自运有限公司西安雁塔商场	西北区	西安市雁塔区长安南路86号	33,000	店内
6	锦江麦德龙现购自运有限公司合肥包河商场	华东区	合肥市美菱大道90号	14,865	店内
7	锦江麦德龙现购自运有限公司天津红桥商场	华北区	天津市红桥区西青道75号	8,000	店内
8	锦江麦德龙现购自运有限公司长沙开福商场	华中区	长沙市开福区历臣路115号	20,500	店内
9	锦江麦德龙现购自运有限公司青岛四方商场	华东区	青岛市四方区重庆南路116号	16,000	店内
10	锦江麦德龙现购自运有限公司烟台芝罘商场	华东区	烟台市芝罘区只楚路149号	12,000	店内
11	锦江麦德龙现购自运有限公司厦门湖里商场	华东区	厦门市湖里区长浩路8号	17,800	店内
12	锦江麦德龙现购自运有限公司泉州丰泽商场	华东区	泉州市丰泽区云鹿路11号	28,668	店内
13	锦江麦德龙现购自运有限公司重庆南岸商场	西南区	重庆市经济技术开发区白鹤路101号	23,000	店内
14	锦江麦德龙现购自运有限公司无锡锡山商场	华东区	锡山市东亭镇麦德龙路1号	35,230	店内
15	锦江麦德龙现购自运有限公司无锡惠山商场	华东区	无锡市惠山区洛社镇洛城大道101号	17,890	店内
16	锦江麦德龙现购自运有限公司苏州高新区商场	华东区	苏州市高新区长江路579号	8,000	店内
17	锦江麦德龙现购自运有限公司南通崇川商场	华东区	南通市崇川区人民东路889号	18,700	店内
18	锦江麦德龙现购自运有限公司昆山商场	华东区	昆山市周市镇黄浦江北路200号	18,000	店内
19	锦江麦德龙现购自运有限公司江阴商场	华东区	江阴市璜山路318号	18,700	店内
20	锦江麦德龙现购自运有限公司常州天宁商场	华东区	常州市龙城大道1297号	16,000	店内
21	锦江麦德龙现购自运有限公司常熟商场	华东区	常熟市通港路99号	15,000	店内
22	锦江麦德龙现购自运有限公司苏州吴中商场	华东区	苏州市吴中区东方大道1号	15,000	店内
23	锦江麦德龙现购自运有限公司昆明北辰商场	西南区	昆明市盘龙区北京延长线1079号北京区客运站商业中心	10,000	店内
24	锦江麦德龙现购自运有限公司北京万泉河商场	华北区	北京市海淀区新建宫门路1号	8,000	店内
25	锦江麦德龙现购自运有限公司北京十里河商场	华北区	北京市朝阳区大羊坊路35号	12,000	店内
26	锦江麦德龙现购自运有限公司北京京顺路商场	华北区	北京市朝阳区京顺路111号	6,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
27	锦江麦德龙现购自运有限公司郑州郑东商场	华中区	郑州市郑东新区澳柯玛（郑州）国际物流园内	26,879	店内
28	锦江麦德龙现购自运有限公司武汉硚口商场	华中区	武汉市硚口区解放大道144号	21,350	店内
29	锦江麦德龙现购自运有限公司武汉洪山商场	华中区	武汉市洪山区徐东路48号	18,700	店内
30	锦江麦德龙现购自运有限公司南昌青山湖商场	华东区	南昌市洪都南大道368号	9,000	店内
31	锦江麦德龙现购自运有限公司南京雨花商场	华东区	南京市雨花区宁溧路288号	36,858	店内
32	锦江麦德龙现购自运有限公司南京下关商场	华东区	南京市下关区建宁路300号	5,500	店内
33	锦江麦德龙现购自运有限公司(真北)	华东区	上海市普陀区真北路1425号	12,000	店内
34	锦江麦德龙现购自运有限公司(浦东)	华东区	上海市浦东新区花木镇白杨路383号	10,000	店内
35	锦江麦德龙现购自运有限公司(闵行)	华东区	上海市闵行区顾戴路80号	14,000	店内
36	锦江麦德龙现购自运有限公司(虹口)	华东区	上海市虹口区广粤路418号	8,000	店内
37	锦江麦德龙现购自运有限公司福州仓山商场	华东区	福州市仓山区三高路162号	8,000	店内
38	锦江麦德龙现购自运有限公司广州天河商场	华南区	广州市黄埔大道中351号	15,000	店内
39	锦江麦德龙现购自运有限公司广州白云商场	华南区	广州市白云区机场路1518号聚然广场	6,400	店内
40	锦江麦德龙现购自运有限公司宁波鄞州商场	华东区	宁波市鄞州区麦德龙路1号	10,000	店内
41	锦江麦德龙现购自运有限公司慈溪商场	华东区	慈溪市汽贸大道399号	13,462	店内
42	锦江麦德龙现购自运有限公司深圳南山商场	华南区	深圳市南山区沙河东路欧洲城255号4栋	10,000	店内
43	锦江麦德龙现购自运有限公司深圳罗湖商场	华南区	深圳市罗湖区宝安北路4008号2号楼	23,500	店内
44	锦江麦德龙现购自运有限公司东莞万江商场	华南区	东莞市万江区金鳌大道北1号	18,650	店内
45	锦江麦德龙现购自运有限公司深圳宝安商场	华南区	深圳市宝安区新安街道办前进路南侧冠城世家	10,000	店内
46	锦江麦德龙现购自运有限公司嘉兴经济开发区商场	华东区	嘉兴市城东路1487号	10,000	店内
47	锦江麦德龙现购自运有限公司杭州江干商场	华东区	杭州市江干区艮山东路355号	12,000	店内
48	锦江麦德龙现购自运有限公司杭州金家渡商场	华东区	杭州市莫干山路1459号	13,662	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷

库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

f. 易初莲花

易初莲花是泰国正大集团的零售子公司，其在中国各地区已经设立门店超过70家。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	广州易初莲花连锁超市有限公司(汕头金平店)	华南区	汕头市汕樟路41号	6,500	店内
2	广州易初莲花连锁超市有限公司(汕头长平店)	华南区	汕头市龙湖区长平路丰泽庄35街区	8,000	店内
3	广州易初莲花连锁超市有限公司(揭阳一店)	华南区	揭阳市黄岐山大道以东环市北路以南，御景花园以西	8,000	店内
4	广州易初莲花连锁超市有限公司(揭阳二店)	华南区	揭阳市榕城区临江南路与同心路西南角江南新城	8,000	店内
5	广州易初莲花连锁超市有限公司(澄海店)	华南区	汕头市澄海区324国道与同益路路口	8,000	店内
6	广州易初莲花连锁超市有限公司(潮州店)	华南区	潮州市湘桥区潮枫路枫溪车站路北	8,000	店内
7	重庆爱莲百货超市有限公司(龙湖店)	西南区	重庆市渝北区新南路36号	8,000	店内
8	重庆爱莲百货超市有限公司(洋河店)	西南区	重庆市洋河北路6号旁	8,000	店内
9	重庆爱莲百货超市有限公司(日月光店)	西南区	重庆市渝中区民权路89号日月光购物中心	7,500	店内
10	重庆爱莲百货超市有限公司(煌华店)	西南区	重庆市沙坪坝双巷子步行街6号煌华国贸中心	8,000	店内
11	武汉易初莲花连锁超市有限公司(竹叶山店)	华中区	武汉市黄孝河路特1号	8,000	店内
12	武汉易初莲花连锁超市有限公司(丁字桥店)	华中区	武汉市武珞路572号	8,000	店内
13	武汉易初莲花连锁超市有限公司(宝丰店)	华中区	武汉市江岸区汉口建设大道439号	8,000	店内
14	上海易初莲花连锁超市有限公司(周家嘴店)	华东区	上海市杨浦区周家嘴路4295号	8,000	店内
15	上海易初莲花连锁超市有限公司(蕴川店)	华东区	上海市蕴川路1557号	12,000	店内
16	上海易初莲花连锁超市有限公司(杨高中路店)	华东区	上海市杨高中路2128号	8,000	店内
17	上海易初莲花连锁超市有限公司(杨高南路店)	华东区	上海浦东新区杨高南路1126-1128号	10,000	店内
18	上海易初莲花连锁超市有限公司(杨高北路店)	华东区	上海市金高路1256号	11,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
19	上海易初莲花连锁超市有限公司(新镇路店)	华东区	上海市闵行区宝铭路8号	12,000	店内
20	上海易初莲花连锁超市有限公司(新港店)	华东区	上海市新港路245号	8,000	店内
21	上海易初莲花连锁超市有限公司(吴中店)	华东区	上海市闵行区吴中路1218号	8,000	店内
22	上海易初莲花连锁超市有限公司(汶水店)	华东区	上海汶水路886号	8,000	店内
23	上海易初莲花连锁超市有限公司(天山店)	华东区	上海天山西路541号	8,000	店内
24	上海易初莲花连锁超市有限公司(松江岳阳店)	华东区	上海市松江荣乐中路8号	12,000	店内
25	上海易初莲花连锁超市有限公司(松江文城店)	华东区	上海市松江区松江镇文诚路258号	12,000	店内
26	上海易初莲花连锁超市有限公司(上南店)	华东区	上海市浦东新区上南路3521号	12,000	店内
27	上海易初莲花连锁超市有限公司(浦江店)	华东区	上海市江月路1800号	12,000	店内
28	上海易初莲花连锁超市有限公司(南奉店)	华东区	上海市奉贤区奉城镇南奉公路8891号	12,000	店内
29	上海易初莲花连锁超市有限公司(金山卫清店)	华东区	上海市近郊卫清路858号	13,000	店内
30	上海易初莲花连锁超市有限公司(船厂店)	华东区	上海市徐汇区船厂路178号	8,000	店内
31	上海易初莲花连锁超市有限公司(川沙店)	华东区	上海市华夏东路2239号	12,000	店内
32	上海易初莲花连锁超市有限公司(曹安店)	华东区	上海市嘉定区真新新村街道曹安公路1538号	8,000	店内
33	上海易初莲花连锁超市有限公司(保德店)	华东区	上海市闸北区保德路88号	12,000	店内
34	广州易初莲花连锁超市有限公司(顺德店)	华南区	佛山市顺德区容桂桂洲大道中46座华夏新城2期6区	20,000	店内
35	广州易初莲花连锁超市有限公司(三元里店)	华南区	广东省广州市白云区三元里华园1号	12,000	店内
36	广州易初莲花连锁超市有限公司(三水店)	华南区	佛山市三水区西南街张边路9号三水广场	8,000	店内
37	广州易初莲花连锁超市有限公司(江门店)	华南区	江门市建设二路99号双龙广场	12,000	店内
38	广州易初莲花连锁超市有限公司(黄岐店)	华南区	佛山市南海区广佛一路98号嘉洲广场	10,000	店内
39	广州易初莲花连锁超市有限公司(花都店)	华南区	广州市花都区公益路27号百业广场	12,000	店内
40	广州易初莲花连锁超市有限公司(东郊店)	华南区	广州市东郊路399号正大万客隆东郊选购中心	13,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
41	广州易初莲花连锁超市有限公司(长兴店)	华南区	广州市天河区长兴路 13 号高德汇购物广场	10,000	店内
42	广州易初莲花连锁超市有限公司(黄石店)	华南区	广州市黄石东路 120 号	10,000	店内
43	广州易初莲花连锁超市有限公司(南海店)	华南区	南海市桂城桂澜路城市广场 A 座	8,000	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

g. 中百

中百仓储超市有限公司是中百控股集团股份有限公司的全资零售子公司。中百控股集团股份有限公司为国内 A 股上市公司，股票代码为 000759，其注册地址为湖北省武汉市江汉区江汉路 129 号，主要股东为武汉商联(集团)股份有限公司、新光控股集团有限公司和工银瑞信稳健成长股票型证券投资基金等流通股股东。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	中百仓储超市有限公司(孝感城站路店)	华中区	孝感市城站路 127 号	8,900	店内
2	中百仓储超市有限公司(沙湖店)	华中区	武汉市武昌区沙湖南路特 1 号	8,200	店内
3	中百仓储超市有限公司(民意店)	华中区	武汉市中山大道 555 号	8,400	店内
4	中百仓储超市有限公司(黄冈店)	华中区	黄冈市东门路 62 号	8,900	店内
5	中百仓储超市有限公司(麦山店)	华中区	武汉市蔡甸区麦山大道市场一号	9,400	店内
6	中百仓储超市有限公司(枣阳店)	华中区	枣阳市大西街新时代商业广场	8,600	店内
7	中百仓储超市有限公司(远安店)	华中区	宜昌市远安县鸣凤镇解放路 51 号	8,900	店内
8	中百仓储超市有限公司(鹦鹉洲店)	华中区	武汉市汉阳区鹦鹉大道 269 号	8,300	店内
9	中百仓储超市有限公司(宜昌店)	华中区	宜昌市夷陵大道 113 号	8,600	店内
10	中百仓储超市有限公司(杨汉湖店)	华中区	武汉市江汉区姑嫂树 28 号	9,600	店内
11	中百仓储超市有限公司(阳逻店)	华中区	武汉市新洲区阳逻街东风路 1 号	8,400	店内
12	中百仓储超市有限公司(沿港路店)	华中区	武汉市青山区青山沿港路 5 号	8,800	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
13	中百仓储超市有限公司(孝感店)	华中区	孝感市长征路中段孝感鑫贸广场	1,020	店内
14	中百仓储超市有限公司(襄樊店)	华中区	襄樊市城区长征路与解放路交汇处	9,200	店内
15	中百仓储超市有限公司(咸宁店)	华中区	咸宁市温泉路 70 号	8,400	店内
16	中百仓储超市有限公司(咸安店)	华中区	咸宁市咸安区东正街与怀德路的交汇处	9,900	店内
17	中百仓储超市有限公司(仙桃店)	华中区	仙桃市仙桃大道 8 号	8,700	店内
18	中百仓储超市有限公司(吴家山店)	华中区	武汉市东西湖区田园大道特 1 号	12,000	店内
19	中百仓储超市有限公司(唐家墩店)	华中区	武汉市江汉区新华下路 422 号	9,200	店内
20	中百仓储超市有限公司(随州十字街店)	华中区	随州市解放路大十字街	8,500	店内
21	中百仓储超市有限公司(松滋店)	华中区	松滋市金松大道 60 号	8,400	店内
22	中百仓储超市有限公司(首义路店)	华中区	武汉市武昌区紫阳路 268 号	8,500	店内
23	中百仓储超市有限公司(石首店)	华中区	石首市建设路 263 号	8,500	店内
24	中百仓储超市有限公司(潜江店)	华中区	潜江市园林区江汉路三阪桥	8,000	店内
25	中百仓储超市有限公司(马口店)	华中区	汉川市马口镇新正大道 59 号	8,200	店内
26	中百仓储超市有限公司(珞狮路店)	华中区	武汉市洪山区珞狮路 210 号	8,900	店内
27	中百仓储超市有限公司(荆州店)	华中区	荆州市北京路绿苑星城	9,800	店内
28	中百仓储超市有限公司(嘉鱼店)	华中区	咸宁市嘉鱼县沙阳大道	9,000	店内
29	中百仓储超市有限公司(黄石文化宫店)	华中区	黄石市黄石大道 286 号	9,000	店内
30	中百仓储超市有限公司(黄石天津路店)	华中区	黄石市湖滨路 94 号	8,600	店内
31	中百仓储超市有限公司(胡集桥档店)	华中区	钟祥市胡集镇襄沙大道 139 号	9,800	店内
32	中百仓储超市有限公司(红安店)	华中区	湖北省红安县城关镇民主街 27 号	8,400	店内
33	中百仓储超市有限公司(汉南店)	华中区	武汉市汉南区汉南大道 580 号	8,600	店内
34	中百仓储超市有限公司(光谷店)	华中区	武汉市洪山区珞瑜路 78 号	9,000	店内
35	中百仓储超市有限公司(二七路店)	华中区	武汉市江岸区解放大道 1378 号	9,200	店内
36	中百仓储超市有限公司(恩施舞阳店)	华中区	湖北省恩施市东风大道 256 号	8,200	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
37	中百仓储超市有限公司(恩施利川店)	华中区	利川市龙船大道1号	8,200	店内
38	中百仓储超市有限公司(崇阳店)	华中区	咸宁市崇阳县新建路白鹭广场	7,900	店内
39	中百仓储超市有限公司(赤壁店)	华中区	赤壁市河北大道90号	8,200	店内
40	中百仓储超市有限公司(蔡甸店)	华中区	武汉市蔡甸区汉阳大街470号	8,900	店内
41	中百仓储超市有限公司(北湖店)	华中区	武汉市江汉区北湖正街32号	9,600	店内
42	中百仓储超市有限公司(宝丰店)	华中区	武汉市硚口区解放大道578号	9,600	店内
43	中百仓储超市有限公司(广水店)	华中区	广水市永阳大道市郊南段	7,600	店内
44	中百仓储超市有限公司(沌口金凯店)	华中区	武汉市经济技术开发区东风大道518号	8,400	店内
45	中百便民超市连锁有限公司	华中区	武汉市新华西路24号	2,400	店内
46	中百仓储超市有限公司(汉川店)	华中区	汉川市仙女大道18号	8,400	店内
47	中百仓储超市有限公司(恩施咸丰店)	华中区	恩施市咸丰县武粮路禧丰家园	7,600	店内
48	中百仓储超市有限公司(阳新店)	华中区	黄石市阳新县兴国大道中心集贸市场	7,600	店内
49	中百仓储超市有限公司(东马坊店)	华中区	应城市东马坊化工大道	8,200	店内
50	中百仓储超市有限公司(荆州二店)	华中区	荆州市金龙路48号	8,700	店内
51	中百仓储超市有限公司(黄陂店)	华中区	武汉市黄陂区黄陂大道384号	8,900	店内
52	中百仓储超市有限公司(应城店)	华中区	应城市汉宜大道	8,400	店内
53	中百仓储超市有限公司(长江埠店)	华中区	应城市长江埠街道	9,200	店内
54	中百仓储超市有限公司(分水店)	华中区	孝感市分水镇兴隆街	7,600	店内
55	中百仓储超市有限公司(宜昌四新店)	华中区	宜昌市西陵区四新路2号	9,000	店内
56	中百仓储超市有限公司(广水中山广场店)	华中区	广水市广水街办新中山广场	7,800	店内
57	中百仓储超市有限公司(百步亭店)	华中区	武汉市江岸区后湖大道百步龙庭小区	8,700	店内
58	中百仓储超市有限公司(大悟店)	华中区	孝感市大悟县二桥西头	8,000	店内
59	中百仓储超市有限公司(蔡甸金家店)	华中区	武汉市蔡甸区蔡甸街独山村金家上城	8,400	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

h. 欧尚

欧尚（中国）投资有限公司是台港澳与境内合资的零售公司，其注册地址为上海市长阳路 1750 号，主要股东为欧尚（中国）香港有限公司和华宝信托有限责任公司。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	欧尚(中国)投资有限公司(成都金牛店)	西南区	成都市金牛区蜀汉路 98 号	24,000	店内
2	欧尚(中国)投资有限公司(成都高新店)	西南区	成都市高新区站华路 9 号	24,000	店内
3	欧尚(中国)投资有限公司(成都华阳店)	西南区	成都市双流县华阳镇华府大道 2 段 1 号	25,000	店内
4	欧尚(中国)投资有限公司(芜湖银湖中路店)	华东区	芜湖市鸠江区银湖中路 1 号	9,300	店内
5	欧尚(中国)投资有限公司(芜湖花津南路店)	华东区	芜湖市弋江区花津南路 66 号	8,500	店内
6	欧尚(中国)投资有限公司(马鞍山店)	华东区	马鞍山市江东大道与雨山路交叉口	8,500	店内
7	欧尚(中国)投资有限公司(张家港店)	华东区	张家港市东二环路乘航西路口	12,000	店内
8	欧尚(中国)投资有限公司(常州永宁店)	华东区	常州市天宁区永宁北路 18 号	13,000	店内
9	欧尚(中国)投资有限公司(常州五星店)	华东区	常州市勤业路 285 号	14,000	店内
10	欧尚(中国)投资有限公司(无锡长江店)	华东区	无锡市新区长江北路 537 号	15,000	店内
11	欧尚(中国)投资有限公司(无锡蠡湖大道店)	华东区	无锡市蠡湖大道 99 号	15,000	店内
12	欧尚(中国)投资有限公司(常州兰陵店)	华东区	常州市兰陵路 301 号	13,000	店内
13	欧尚(中国)投资有限公司(昆山店)	华东区	昆山市白马泾路 46 号	14,000	店内
14	欧尚(中国)投资有限公司(常熟二店)	华东区	常熟市珠江东路 98 号	12,000	店内
15	欧尚(中国)投资有限公司(常熟店)	华东区	常熟市黄河路 255 号	13,000	店内
16	欧尚(中国)投资有限公司(工业园区店)	华东区	苏州市工业园区金鸡湖路 205 号	18,000	店内
17	欧尚(中国)投资有限公司(海门店)	华东区	海门市黄海中路 530 号	13,000	店内
18	欧尚(中国)投资有限公司(南通店)	华东区	南通市崇川区桃园路 12 号	13,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
19	欧尚(中国)投资有限公司(吴江盛泽店)	华东区	吴江市盛泽镇西二环路财富中心 30 幢	8,000	店内
20	欧尚(中国)投资有限公司(北京四季店)	华北区	北京市海淀区西四环北路 117 号	17,275	店内
21	欧尚(中国)投资有限公司(北京来广营店)	华北区	北京市朝阳区香宾路 66-1 号	12,000	店内
22	欧尚(中国)投资有限公司(北京科兴店)	华北区	北京市丰台区邻枫路 1 号	11,000	店内
23	欧尚(中国)投资有限公司(北京朝阳北路店)	华北区	北京市朝阳区三间房东路 4 号	10,000	店内
24	欧尚(中国)投资有限公司(南京汉中门店)	华东区	南京市汉中门大街 151 号	10,300	店内
25	欧尚(中国)投资有限公司(南京江宁店)	华东区	南京市秦淮路 11 号	11,000	店内
26	欧尚(中国)投资有限公司(丹阳店)	华东区	丹阳市南环路 1 号	24,000	店内
27	欧尚(中国)投资有限公司(南京应天大街店)	华东区	南京市建邺区应天大街 866 号	12,000	店内
28	欧尚(中国)投资有限公司(扬州店)	华东区	扬州市江阳中路 425 号	9,200	店内
29	欧尚(中国)投资有限公司(镇江学府店)	华东区	镇江市学府路 68 号	12,000	店内
30	欧尚(中国)投资有限公司(上海中原店)	华东区	上海市杨浦区中原路 102 号	11,424	店内
31	欧尚(中国)投资有限公司(上海南汇店)	华东区	上海市南汇区人民西路 955 号	8,500	店内
32	欧尚(中国)投资有限公司(上海闵行店)	华东区	上海市闵行区东川路 2092 号	8,870	店内
33	欧尚(中国)投资有限公司(上海嘉定店)	华东区	上海市嘉定区博乐路 99 号	10,000	店内
34	欧尚(中国)投资有限公司(上海长阳店)	华东区	上海市杨浦区长阳路 1750 号	12,000	店内
35	欧尚(中国)投资有限公司(上海金山龙翔店)	华东区	上海市金山区蒙山北路 399 号	8,000	店内
36	欧尚(中国)投资有限公司(舟山店)	华东区	舟山市普陀区东港兴普大道 266 号	7,800	店内
37	欧尚(中国)投资有限公司(宁波江东店)	华东区	宁波江东区百丈东路 1188	10,500	店内
38	欧尚(中国)投资有限公司(嘉兴店)	华东区	嘉兴市南湖区中环东路 1468 号	10,200	店内
39	欧尚(中国)投资有限公司(宁波海曙店)	华东区	宁波市海曙区翠柏路 160 号	9,000	店内
40	欧尚(中国)投资有限公司(台州椒江店)	华东区	台州市椒江区东海大道 455 号	10,600	店内
41	欧尚(中国)投资有限公司(宁波镇海店)	华东区	宁波市镇海区骆驼街道东邑北路 558 号	9,100	店内
42	欧尚(中国)投资有限公司(杭州大关店)	华东区	杭州市拱墅区大关路 213 号	9,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
43	欧尚(中国)投资有限公司(湖州店)	华东区	湖州市长兴县经一路238号	11,000	店内
44	欧尚(中国)投资有限公司(绍兴店)	华东区	绍兴市胜利路世贸广场	9,600	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

i. 永辉

永辉超市股份有限公司是国内大型超市连锁企业，为境内A股上市公司，股票代码为601933，其注册地址为福建省福州市西二环中路436号，主要股东为张轩松、民生超市有限公司、张轩宁和福建汇银投资股份有限公司等流通股股东。发行人与其合作的营业网点及其冷库情况具体如下：

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
1	安徽永辉超市有限公司(合肥站西路店)	华东区	合肥市新站区站西路1号宝文(国际)装饰广场	13,000	店内
2	安徽永辉超市有限公司(马鞍山南路店)	华东区	合肥市包河区马鞍山南路绿地赢海国际大厦	9,600	店内
3	安徽永辉超市有限公司(史河路店)	华东区	合肥市蜀山区史河路38号拓佳欢乐广场平街	7,400	店内
4	安徽永辉超市有限公司(武里山路店)	华东区	合肥市新站区武里山路与物流大道交叉口兴华农副产品批发市场	6,500	店内
5	安徽永辉超市有限公司(蚌埠胜利路店)	华东区	蚌埠市胜利路(中山街口)商之都城市星座	7,000	店内
6	安徽永辉超市有限公司(肥西水晶店)	华东区	合肥市上派老中街水晶城	12,000	店内
7	天津永辉超市有限公司(北仓店)	华北区	天津市北辰区北仓镇京津公路与延吉道交叉口新世纪集贤购物广场	20,000	店内
8	天津永辉超市有限公司(双街店)	华北区	天津市北辰区双街大道北侧双街新邨	12,000	店内
9	北京永辉超市有限公司(鲁谷店)	华北区	北京市石景山区鲁谷大街东侧	20,000	店内
10	北京永辉超市有限公司(六里桥店)	华北区	北京市丰台区太平桥路15号	6,000	店内
11	北京永辉超市有限公司(旧宫店)	华北区	北京市大兴区旧宫镇小红门路39号	10,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
12	北京永辉超市有限公司(草桥店)	华北区	北京市丰台区北甲地路10号院三号楼	7,000	店内
13	北京永辉超市有限公司(山水文园店)	华北区	北京市朝阳区东三环南路弘燕南一路华森新世纪广场	16,000	店内
14	北京永辉超市有限公司(增光路店)	华北区	北京市海淀区增光路45号	5,000	店内
15	北京永辉超市有限公司(回龙观店)	华北区	北京市昌平区回龙观龙冠置业大厦	9,000	店内
16	北京永辉超市有限公司(双桥店)	华北区	北京市朝阳区双桥桥关西侧	20,000	店内
17	北京永辉超市有限公司(清河店)	华北区	北京市海淀区清河龙岗路51号清润家园小区	10,000	店内
18	北京永辉超市有限公司(垡头店)	华北区	北京市朝阳区(东四环欢乐谷)垡头路翠成馨园	21,000	店内
19	江苏永辉超市有限公司(滨江新城店)	华东区	南京市浦口区江山路明发外滩广场	9,500	店内
20	江苏永辉超市有限公司(盐城宝龙店)	华东区	盐城市人民中路9号宝龙城市广场	8,000	店内
21	重庆永辉超市有限公司(香港城)	西南区	重庆市大渡口区松清路佳禾钰茂香港城	10,800	店内
22	重庆永辉超市有限公司(五里店)	西南区	重庆市江北区建新东路295号	6,000	店内
23	重庆永辉超市有限公司(四公里)	西南区	重庆市南岸区迴龙商业大厦	8,000	店内
24	重庆永辉超市有限公司(石桥铺)	西南区	重庆市九龙坡区石桥铺石杨路17号附22号	9,000	店内
25	重庆永辉超市有限公司(两路)	西南区	重庆市渝北区两路胜利路91号	5,000	店内
26	重庆永辉超市有限公司(东和春天)	西南区	重庆市渝北区松石北路东和春天	15,000	店内
27	重庆永辉超市有限公司(大坪)	西南区	重庆市渝中区大坪正街88号穗东莲花国际	8,000	店内
28	重庆永辉超市有限公司(白象街)	西南区	重庆市渝中区二府衙39号	6,000	店内
29	福建闽侯永辉商业有限公司(杨桥店)	华东区	福州市鼓楼区杨桥路杨南街36号	6,700	店内
30	福建闽侯永辉商业有限公司(象园店)	华东区	福州市晋安区国货东路377-379	9,300	店内
31	福建闽侯永辉商业有限公司(屏西店)	华东区	福州市鼓楼区屏西路94号	4,000	店内
32	福建闽侯永辉商业有限公司(屏山店)	华东区	福州市鼓楼区鼓屏路158号	5,300	店内
33	福建闽侯永辉商业有限公司(黎明店)	华东区	福州市鼓楼区西二环中路436号	7,800	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
34	福建闽侯永辉商业有限公司(津泰店)	华东区	福州市鼓楼区津泰路 92 号	3,000	店内
35	福建闽侯永辉商业有限公司(江南水都店)	华东区	福州市仓山区燎原路 161 号心巢花园	11,000	店内
36	福建闽侯永辉商业有限公司(汇达店)	华东区	福州市仓山区六一南路 118 号汇达广场	9,700	店内
37	福建闽侯永辉商业有限公司(华林店)	华东区	福州市晋安区华林路 245 号	10,000	店内
38	福建闽侯永辉商业有限公司(国棉店)	华东区	福州市鼓楼区北二环中路屏山苑	9,600	店内
39	福建闽侯永辉商业有限公司(福飞店)	华东区	福州市晋安区福飞北路 136 号新慧商城	8,000	店内
40	福建闽侯永辉商业有限公司(大学城店)	华东区	福州市闽侯县上街镇金屿村 316 国道北侧	7,600	店内
41	福建闽侯永辉商业有限公司(滨江丽景店)	华东区	福州市仓山区闽江大道 90 号	8,500	店内
42	福建闽侯永辉商业有限公司(福新店)	华东区	福州市晋安区福新东路 8 号	12,000	店内
43	福建闽侯永辉商业有限公司(鳌峰店)	华东区	福州市台江区鳌峰路北侧鳄鱼公园西侧	6,000	店内
44	福建闽侯永辉商业有限公司(鹤林店)	华东区	福州市晋安区三八路北侧鹤林新城商场	8,000	店内
45	福建闽侯永辉商业有限公司(鼓山苑店)	华东区	福州市晋安区前屿东路 77 号鼓山苑小区鼓春园	7,000	店内
46	福建闽侯永辉商业有限公司(上渡店)	华东区	福州市仓山区上渡路南台新苑梅花园 1 号楼	9,200	店内
47	福建闽侯永辉商业有限公司(茶会店)	华东区	福州市晋安区福新东路 191 号	3,200	店内
48	福建闽侯永辉商业有限公司(五四北店)	华东区	福州市晋安区五四北利嘉路东侧	8,000	店内
49	安徽永辉超市有限公司(潜山路店)	华东区	合肥市政务区潜山路绿地蓝海国际大厦 B 座	3,500	店内
50	福建闽侯永辉商业有限公司(西门店)	华东区	福州市鼓楼区西洪路 33 号	8,900	店内
51	福建闽侯永辉商业有限公司(中平店)	华东区	福州市中平路 156 号	3,000	店内
52	福建闽侯永辉商业有限公司(公园道店)	华东区	福州市仓山区金山生活区 67 号	13,000	店内
53	福建闽侯永辉商业有限公司(福清兰天商贸城)	华东区	福清市龙田镇兰天商贸城	5,000	店内
54	厦门永辉商业有限公司(厦门海天店)	华东区	厦门市湖里区海天路银都广场	6,500	店内
55	厦门永辉民生超市有限公司(新阳店)	华东区	厦门市海沧区新阳工业区新阳商业中心	8,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
56	厦门永辉民生超市有限公司(禹洲店)	华东区	厦门市海沧区兴港路西侧禹洲世贸生活广场	8,000	店内
57	厦门永辉商业有限公司(祥和店)	华东区	厦门市思明区斗西路156-158号祥和广场	3,000	店内
58	厦门永辉商业有限公司(西林店)	华东区	厦门市思明区莲前西路云亭花园336号楼	4,500	店内
59	厦门永辉商业有限公司(康乐店)	华东区	厦门市湖里区南山路289号康乐新村	1,000	店内
60	厦门永辉商业有限公司(海天店)	华东区	厦门市湖里区海天路银都广场	4,200	店内
61	厦门永辉商业有限公司(思东店)	华东区	厦门市思明区大同路280-308号思东大厦	2,500	店内
62	泉州永辉超市有限公司(东街店)	华东区	泉州市鲤城区东街一区	3,000	店内
63	泉州永辉超市有限公司(泉秀店)	华东区	泉州市丰泽区泉秀东街26号	12,000	店内
64	泉州永辉超市有限公司(振兴店)	华东区	石狮市振兴路新加坡商厦	8,000	店内
65	泉州永辉超市有限公司(水头店)	华东区	南安市水头镇奎峰工业区东侧时代新城	9,000	店内
66	泉州永辉超市有限公司(兴南店)	华东区	泉州市德化县兴南街南门农贸商城	5,000	店内
67	泉州永辉超市有限公司(惠安店)	华东区	泉州市惠安县建设南街金龙华城大厦	8,000	店内
68	福建闽侯永辉商业有限公司(南平火车站店)	华东区	南平市延平区横排路27号嘉源大厦	1,000	店内
69	泉州永辉超市有限公司(浮桥店)	华东区	泉州市鲤城区浮桥王宫悦来香大厦	8,000	店内
70	莆田永辉超市有限公司(荔城北店)	华东区	莆田市城厢区荔城大道华东城市广场	8,000	店内
71	莆田永辉超市有限公司(涵东店)	华东区	莆田市涵江区城涵东大道35号荔洲商贸广场	6,000	店内
72	福建闽侯永辉商业有限公司(永安五四店)	华东区	永安市五四路豪门御景小区3号楼	3,000	店内
73	福建闽侯永辉商业有限公司(永安五洲店)	华东区	永安市石门路五洲第一城	3,000	店内
74	福建闽侯永辉商业有限公司(福湾夏雨苑)	华东区	福州市仓山区福湾路福湾新城夏雨苑商场	10,000	店内
75	安徽永辉超市有限公司(滨湖金源店)	华东区	合肥市滨湖新区徽州大道紫云路口	19,000	店内

序号	门店名称	区域	注册地址/营业地址	营业面积 (m ²)	冷库地址
76	安徽永辉超市有限公司(海洲店)	华东区	合肥市龙岗开发区 2#临泉东路海洲景秀世家	7,500	店内
77	福建闽侯永辉商业有限公司(金祥店)	华东区	福州市仓山区金祥路 530 号	12,000	店内

注：1、上述门店营业面积为估计数；2、除部分社区超市门店外，商超门店均有配备冷库和冰柜，保荐机构现场随机走访商超门店时，对其冷库和冰柜情况进行了实地查看了解；3、由于发行人产品具有淡旺季明显的特征，发行人对于商超渠道采取旺季进入淡季退出的策略，上述部分门店并非常年均有合作。

C、公司前 20 大商超客户的基本情况和分布区域

发行人 2011 年度前 20 大商超客户的基本情况和分布区域具体如下：

序号	商超系统简称	销售收入 (万元)	年度合作门店家数合计	合作门店分布区域		
1	沃尔玛	3,377.50	243	华北区	北京市	14
				华东区	福建省	29
					江苏省	27
					江西省	9
					山东省	7
					上海市	20
				华南区	广东省	69
					广西壮族自治区	3
				华中区	湖北省	16
					湖南省	10
				西北区	陕西省	6
				西南区	贵州省	6
					四川省	1
					云南省	13
					重庆市	13
2	家乐福	987.00	116	东北区	辽宁省	10
				华北区	北京市	15
					天津市	5
				华东区	安徽省	2
					江苏省	17
					江西省	1
					山东省	4
					上海市	22
				华南区	广东省	18
				华中区	湖北省	8
				西南区	云南省	8
					重庆市	6
3	人人乐	717.28	85	华东区	福建省	5
				华南区	广东省	30
					广西壮族自治区	7
				华中区	湖南省	1
				西北区	陕西省	19

				西南区	四川省	16
					重庆市	7
4	乐购	699.60	65	华东区	福建省	2
					江苏省	15
					山东省	2
					上海市	21
					浙江省	16
				华南区	广东省	9
5	麦德龙	691.94	48	东北区	黑龙江省	1
					辽宁省	2
				华北区	北京市	3
					天津市	1
				华东区	安徽省	1
					福建省	3
					江苏省	11
					江西省	1
					山东省	2
					上海市	4
					浙江省	5
				华南区	广东省	6
				华中区	河南省	1
					湖北省	2
					湖南省	1
				西北区	陕西省	1
				西南区	四川省	1
					云南省	1
					重庆市	1
6	易初莲花	516.47	43	华东区	上海市	20
				华南区	广东省	16
				华中区	湖北省	3
				西南区	重庆市	4
7	中百	515.37	59	华中区	湖北省	59
8	欧尚	500.60	44	华北区	北京市	4
				华东区	安徽省	3
					江苏省	19
					上海市	6
					浙江省	9
				西南区	四川省	3
9	永辉	491.65	77	华北区	北京市	10
					天津市	2
				华东区	安徽省	9
					福建省	46
					江苏省	2
				西南区	重庆市	8
10	联华	296.64	44	华东区	福建省	2
					上海市	36
				华南区	广西壮族自治区	6
11	大福源	288.21	21	华东区	福建省	4

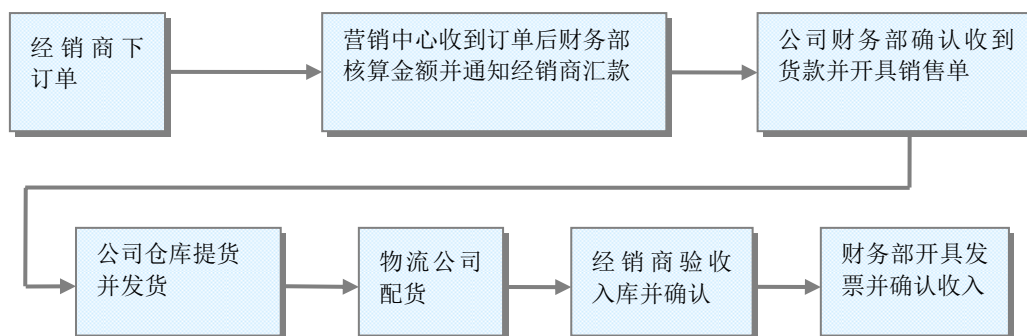
				华南区	广东省	14
					广西壮族自治区	2
				西南区	云南省	1
12	华润万家	223.85	61	华东区	江苏省	14
				华南区	广东省	41
					广西壮族自治区	2
				华中区	湖南省	2
				西北区	陕西省	1
				西南区	重庆市	1
13	新华都	200.33	37	华东区	福建省	37
14	百佳	197.95	29	华南区	广东省	26
				西南区	四川省	3
15	步步高	148.41	2	华东区	江西省	1
				华中区	湖南省	1
16	吉买盛	127.44	14	华东区	上海市	14
17	苏果	126.20	37	华东区	安徽省	2
					江苏省	35
18	兴隆	98.04	5	东北区	辽宁省	5
19	华联	94.11	18	华东区	江苏省	4
				华南区	广西壮族自治区	9
				华中区	湖北省	3
				西南区	四川省	2
20	德惠	78.14	12	西南区	四川省	12
合计		10,376.74	1,060			1,060

(3) 销售结算方式

①对经销商的销售：根据与经销商签订的年度框架性购销协议，通常是款到发货。此外，公司针对产品淡旺季比较明显及销售区域竞争的特点，也会给予部分优质经销商一定的信用额度支持，在公司的授信额度以内，可以赊销货物，授信期限到期收回货款；超过授信额度的以现款结算。

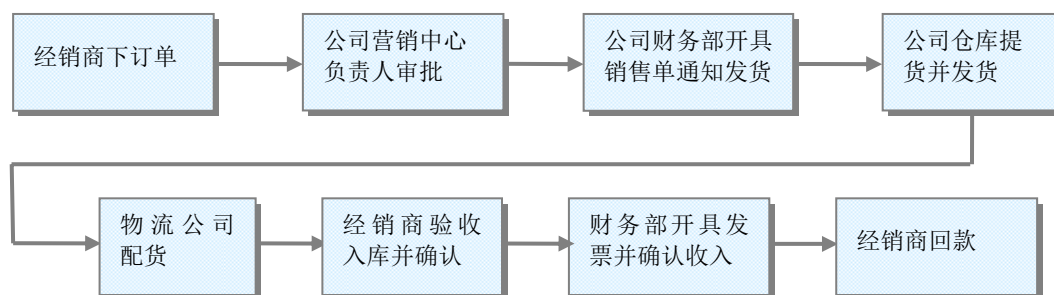
公司制定了明确的经销商授信制度，信用资质好、与公司合作超过六个月的经销商方可享受信用政策。授信额度的大小取决于经销商销售额的大小和销售收入增长率，且不同时段享受不同的授信额度。公司根据不同地区经销商的发展情况和与公司的合作情况，对战略合作经销商在销售旺季资金需求量较大时给予不同力度的支持，临时提高授信额度。

A. 款到发货模式



营销中心收到经销商要货申请后通知财务部查询是否收到货款，财务部确认收款后开具出库单并通知仓库管理员配货，仓库管理员配货后填制发货单交由物流公司配送，货到后经销商验收完毕签收收货单，财务部根据经销商收货单开具发票并确认收入。

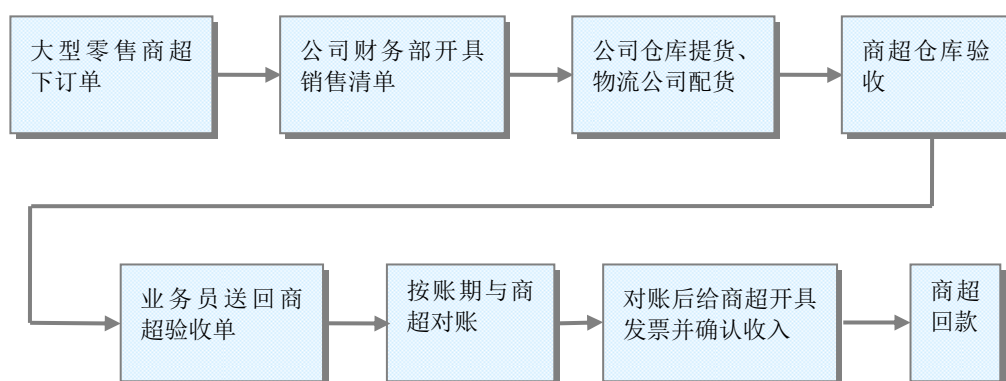
B. 赊销模式



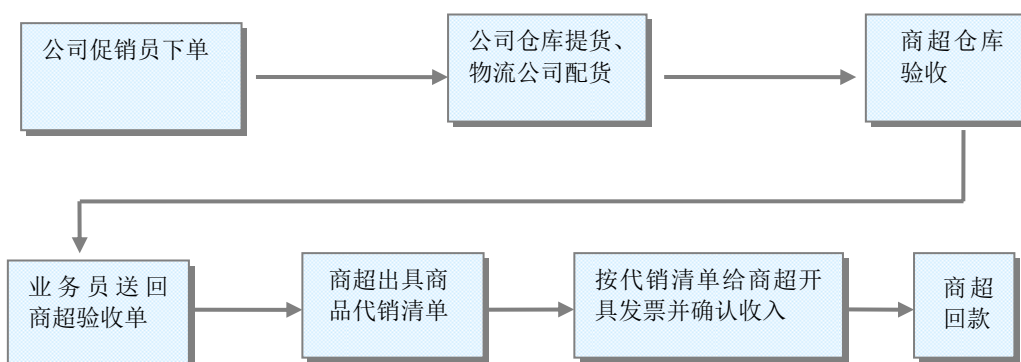
营销中心收到经销商要货申请后通知财务部审核经销商授信额度并确定应收款金额，经营销中心负责人审批，财务部确认应收款金额后开具出库单并通知仓库管理员配货，仓库管理员配货后填制发货单交由物流公司配送，货到后经销商验收完毕并签收收货单，财务部收到收货单后开具发票并确认收入。

② 对商超的销售：对商超的销售分为两种情况，一种是基于供销合同的标准销售，公司根据和商超签订的年度框架式供销合同，根据商超的采购定单进行发货，双方依据合同约定的账期对账、结算。公司在发货时对该部分商品做发出商品核算，对账后确认收入；一种是寄售代销，发行人根据商超销售进度送货，商超定期向公司提供销售清单，按该期间商超实际销售数量与公司进行对账、结算。在这种销售方式下，对已送往商超尚未收到对方销售清单的产品因与产品所有权相关的风险尚未转移，公司对该部分商品通过“发出商品”科目进行核算，作为存货管理。公司一般给予商超15-60天的信用期，报告期内对商超的信用政策未发生改变。

A. 按账期对账确认收入模式



B. 代销模式



报告期内，公司对商超销售中基于供销合同的标准销售和寄售代销的情况如下：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
标准销售	6,124	92.30%	9,836	85.85%	9,460	88.48%	10,048	90.83%
寄售代销	511	7.70%	1,621	14.15%	1,232	11.52%	1,014	9.17%
合计	6,635	100.00%	11,457	100.00%	10,692	100.00%	11,062	100.00%

4、物流模式

目前除福州地区的部分货物由自有车辆配送外，公司产品运输均交由第三方物流商，由其将本公司产品从生产基地直接运至全国各地。在第三方物流方式的选择上，由于：①目前公司尚未形成全国性布局的大仓库格局，各地租赁仓库面积不大，主要用于满足商超或小客户需求，以及产销量较小的产品库存周转；②公司产能不足，特别是旺季时供需矛盾更为突出，生产的产品需尽快向全国各地运输，以及时满足市场需求，难以积累大批量运输，公司采取公路运输的方式较

为经济高效。公司在每条主要干线上选择 2~3 家合格物流商并签订长期合作协议，对运价、运输时间、奖惩、货物遗失等进行严格约定。公司物流模式有效保证了公司产品的快速配送，保证公司产品在福建省 1 日内、临近省份 2~3 日内、远程省份 7 日内到达。

（1）物流公司的选择

公司主要采用竞争性谈判方式，由公司副总经理、财务总监、采购经理、销售经理、物流部经理等六人组成谈判小组集体决策选择物流公司，综合考虑物流供应商的资质、规模、车辆数、资金实力、投保情况、服务水平、车辆调配及时度等指标制定物流供应商的选择标准，并由采购部、物流部对物流供应商进行实地考察，确定入围名单后，由谈判小组逐一与物流公司进行谈判。公司从谈判小组提出的成交候选人中根据符合服务需求、质量相等且报价最低的原则确定物流公司。

（2）报告期内前五大物流公司及运费支付情况

2009 年、2010 年、2011 年和 2012 年 1-6 月公司发生的运费金额分别为 1,869 万元、2,495 万元、2,763 万元和 1,172 万元。

报告期内前五名物流公司及所占比例如下表所示：

年度	物流供应商名称	金额（万元）	占比（%）
2012 年 1-6 月	福州福鑫物流有限公司	404	34.48
	余江县华安物流有限公司	215	18.37
	福建泽通物流有限公司	158	13.52
	福州保达物流有限公司	118	10.09
	福建泰丰物流有限公司	93	7.91
	合计	989	84.38
2011 年度	福州福鑫物流有限公司	384	13.88
	福建泽通物流有限公司	368	13.33
	福州国运通冷藏运输有限公司	314	11.36
	余江县华安物流有限公司	247	8.93
	庆元超大运输有限公司	234	8.48
	合计	1,547	55.98
2010 年度	福州福鑫物流有限公司	607	24.34
	福州国运通冷藏运输有限公司	565	22.64

	庆元超大运输有限公司	157	6.29
	舟山润联国际集装箱储运有限公司	108	4.33
	福建保达物流有限公司	95	3.82
	合计	1,533	61.42
2009 年度	福州福鑫物流有限公司	617	33.03
	福州国运通冷藏运输有限公司	532	28.49
	舟山润联国际集装箱储运有限公司	140	7.51
	福建圣达物流有限公司	104	5.59
	福建保达物流有限公司	94	5.05
	合计	1,489	79.68

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在上述物流供应商中拥有任何权益。

保荐机构核查了上述主要物流供应商的工商登记资料，并取得了主要物流供应商和发行人出具的无关联关系承诺，经核查，上述物流供应商与发行人及其董事、监事、高管之间不存在关联关系。

（3）采用第三方物流配送的质量控制措施

为防止食品污染，保证公司产品的质量，公司采取以下质量控制措施：①签约物流商必须具备仓储、运输许可等相关资质，具备相配套的冷藏运输车；②产品装车时公司的仓储人员对运输车辆的卫生状况、车厢温度进行检查并纪录，要求运输车辆在装车前均需消毒，车内外必须保持清洁干净、无污渍、无异味、通风良好，车厢内温度必须保持在-18℃以下；③通常情况下，公司都要求物流商专车运输，若因单批发货量过小而必须拼车运输的，要求物流商不得同车运输有毒有害物品和有特殊气味的食品以防止食品污染；运送的食品必须包装严密，并配备防护隔板，与其他公司食品分隔车厢；④要求物流商必须在规定时间内到货，并与物流商约定，待收货方货到验收合格后物流商的义务方能解除，若物流商违反合同约定或运输途中发生食品污染事故，由物流商予以当场销毁，严禁不合格产品流入市场。

（4）运费支付的具体标准

公司与主要物流供应商签定的运输合同约定的福州至主要长途运输地的含税运费标准如下：

单位：元/吨

运输线路		2012年6月 -2013年5月	2011年6月 -2012年5月	2009年12月 -2011年6月	2008年11月 -2009年12月
福州	上海	300	300	310	330
福州	北京/天津	540	540	550	550
福州	武汉	390	390	380	400
福州	郑州	470	470	470	480
福州	广州	310	310	310	330
福州	西安	590	590	600	600
福州	南京	360	360	350	380
福州	扬州/苏北	430	420	440	500
福州	山东	450	450	450	480
福州/东山	成都	23,500元/车	23,000元/车	23,000元/车	750
福州/东山	重庆	23,500元/车	22,000元/车	21,000元/车	750
福州	沈阳	21,000元/车	20,000元/车	17,500元/车	700

注：根据货物运输合同约定，当成品油价格、国家政策或市场条件发生较大变动时，双方可对运费标准进行调整。在福州到成都、重庆和沈阳三条线路上，由于开始时公司运量较小，且物流商在这些线路上的回程客户较少，故单吨运价较高；随着公司在西南和东北地区销量的快速增长，在该三条线路上的运量也相应大幅增加，因此公司从2009年开始与物流商谈判改为按车计价以节省运费。

保荐机构通过核查发行人与物流公司的运输合同、现场访谈物流公司负责人员、由物流公司负责人采用成本加成方式计算公司运价的确定标准等核查方式，保荐机构认为发行人所支付的运费标准合理、公允。

（5）公司自有及租赁冷库情况

公司自有及租赁冷库的情况如下：

冷库性质	冷库地址	冷库面积（平方米）
自有	福州市仓山区金山工业区建新北路 150 号	5,500
	舟山市普陀区勾山街道海洋工业区新晨路 72 号	1,100
	东山经济技术开发区通港路南侧	1,000
租赁	上海市波阳路 290 号	400
	济南市零点立交桥东北侧山东盖世农贸城	53.70
	青岛市市北区西吴路 131 号	31
	合肥市瑶海工业园	27.20
	武汉市江岸区堤角路 99 号	62
	长沙市芙蓉区远大一路 69 号	80
	南宁市衡阳西路南二巷二号	50

	陕西省西安市纬二十八街	3,000
	成都市双流县西航港区成白路社区	65
	重庆市九龙坡区电力四村 112 号	130
	昆明市东风路延长线 238 号	52
	沈阳市于洪区沈大路 99 号	91
	福州江滨大道东段快安科技园区	12,000
	福建省福州市上街大学城工贸路	2,000
	天津市静海经济开发区北区 2 号路	10,000

备注：上述部分租赁仓库的面积为公司租赁仓库的总面积，该仓库并非由公司单独使用。

（三）主要产品销售情况和原材料、能源供应及其变动情况

1、报告期内主要产品销售及变动情况

产品		2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
速冻鱼糜制品	产量（吨）	14,063	32,593	27,716	21,121
	销量（吨）	16,293	32,739	26,248	21,357
	产销率（%）	115.86	100.45	94.70	101.12
	销售收入(万元)	21,099	40,421	30,558	25,843
	平均价格(元/吨)	12,950	12,346	11,642	12,101
速冻肉制品	产量（吨）	6,217	17,174	16,299	12,568
	销量（吨）	7,336	17,377	15,332	12,645
	产销率（%）	118.00	101.18	94.06	100.61
	销售收入(万元)	11,244	24,276	20,207	17,296
	平均价格(元/吨)	15,328	13,970	13,180	13,678
合计或平均	产能（吨）	23,116	42,466	36,953	32,094
	产量（吨）	20,280	49,767	44,016	33,689
	销量（吨）	23,628	50,116	41,579	34,002
	产能利用率（%）	87.73	117.19	119.11	104.97
	产销率（%）	116.51	100.70	94.47	100.93
	销售收入(万元)	32,343	64,697	50,765	43,139
	平均价格(元/吨)	13,688	12,909	12,209	12,687

2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月，公司营业收入分别为43,433万元、51,341万元、65,833万元和32,402万元。2010年度公司营业收入较2009年度增加7,908万元，增幅为18.21%；2011年度营业收入较2010年度增加14,491

万元，增幅为28.23%；2012年1-6月营业收入同比增加3,008万元，增幅为10.23%。公司营业收入总体呈现持续、稳定增长的态势。

（1）产品产销率

报告期内发行人产销率均保持在90%以上，2009年至2012年1-6月的产销率分别为100.93%、94.47%、100.70%和116.51%，其中速冻鱼糜制品的产销率分别为101.12%、94.70%、100.45%和115.86%，速冻肉制品的产销率分别为100.61%、94.06%、101.18%和118.00%，总体保持在较高水平。

（2）产能利用率

报告期内发行人的设备基本处于满负荷运行状态，2009年至2012年1-6月的产能利用率分别为104.97%、119.11%、117.19%和87.73%，产能已基本饱和。

报告期内，发行人产能变动情况如下表所示：

单位：吨

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
产 能	23,116	42,466	36,953	32,094

注：年产能系按照单班作业生产250天计算得出。

与一般的标准化工业生产设备不同，发行人生产流水线使用的设备多为经过自主设计加工的非标准化设备，因此发行人经过生产管理实践经验的不断积累，可以通过对现有生产设备的优化改造、现有生产工艺流程的优化调整，在不增加新资产的情况下提高产能；此外，发行人生产流程中涉及到大量的手工操作，通过在生产线的瓶颈环节采用机器设备替代手工操作的方式亦可以提高单条生产线的产能。因此，发行人增加产能的方式通常有以下几种：①添置新生产线；②现有生产线因某种设备形成了产能瓶颈，通过添置该种设备而增加整条生产线的产能；③通过生产管理实践的积累，对现有生产设备进行优化改造或对现有生产工艺流程进行优化调整，从而提高生产线的产能；④通过在生产线的瓶颈环节采用机器设备替代手工操作的方式提高单线产能。

根据发行人生产线的特点，各年度产能变动情况分析如下：

①2010 年度发行人产能 36,953 吨，较 2009 年度提高 4,859 吨，主要影响因素如下：

A. 2009 年度新增 4 条生产线，该等生产线在计算 2009 年产能时，投产当年按每条生产线投产后当年各自剩余工作日计算，2010 年度按全年工作时间计算，

由此导致 2010 年新增产能 1,405 吨；

B. 当年增置生产线：2010年度新增2条生产线（包括燕饺线1条、水煮线1条），当年因此新增产能1,742吨；

C、生产线技术改造和机器替代人工：如通过改造机台增加电机速比、采购新一代机台替代原有机台等方式提高水煮线产能、通过增加切刀数量提高油炸线产能、通过使用肉燕成型机替代手工包制提高燕饺线产能等方式，合计提高产能1,196吨。

②2011年度发行人产能42,466吨，较2010年度提高5,513吨，主要影响因素如下：

A. 2010年度新增2条生产线，该等生产线在计算2010年产能时，投产当年按每条生产线投产后当年各自剩余工作日计算，2011年度按全年工作时间计算，由此导致2011年新增产能1,492吨；

B. 当年增置生产线：2011年度新增4条生产线（包括燕饺线2条、肠类线1条、水晶包线1条），当年因此新增产能3,829吨。

（3）主要客户情况

报告期内公司向前五名商超客户的销售情况如下：

年度	客户名称	销售额(万元)	占主营业务收入比例
2012 年 1-6 月	沃尔玛	1,949	6.03%
	家乐福	483	1.49%
	中百	410	1.27%
	乐购	409	1.27%
	人人乐	378	1.17%
	合 计	3,629	11.22%
2011 年度	沃尔玛	3,378	5.15%
	家乐福	987	1.50%
	人人乐	717	1.09%
	乐购	700	1.07%
	麦德龙	692	1.05%
	合 计	6,474	9.86%
2010 年度	沃尔玛	2,513	4.91%
	家乐福	996	1.95%
	麦德龙	827	1.62%

	好又多	714	1.40%
	人人乐	641	1.25%
	合 计	5,691	11.13%
2009 年度	沃尔玛	2,180	5.03%
	家乐福	1,223	2.82%
	好又多	1,094	2.53%
	乐购	890	2.05%
	麦德龙	809	1.87%
	合 计	6,196	14.30%

报告期内公司向前五名经销商客户的销售情况如下：

年度	客户名称	销售额(万元)	占主营业务收入比例
2012 年 1-6 月	成都市鑫顶峰食品有限公司	1,658	5.13%
	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	1,176	3.64%
	北京市西南郊一都水产经营部	1,175	3.63%
	回民区美胜欣副食水产经销部(原洪梅水产肉食经销部)	966	2.98%
	上海誉珑食品销售有限公司(原上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部)	843	2.61%
	合 计	5,818	17.98%
2011 年度	成都市鑫顶峰食品有限公司	3,207	4.89%
	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	3,100	4.72%
	北京市西南郊一都水产经营部	2,596	3.96%
	上海誉珑食品销售有限公司(原上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部)	1,678	2.56%
	回民区美胜欣副食水产经销部(原洪梅水产肉食经销部)	1,544	2.35%
	合 计	12,125	18.47%
2010 年度	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	2,109	4.12%
	北京市西南郊一都水产经营部	2,103	4.11%
	成都市鑫顶峰食品有限公司	1,908	3.73%
	上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部	1,755	3.43%
	洪梅水产肉食经销部	926	1.81%
	合 计	8,801	17.21%
2009 年度	北京市西南郊一都水产经营部	1,622	3.74%
	南京海泰隆食品有限公司	1,021	2.36%
	上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部	1,010	2.33%

	成都市鑫顶峰食品有限公司	981	2.26%
	李心浦	915	2.11%
	合 计	5,549	12.80%

公司报告期内不存在向单个客户销售比例超过总销售额50%的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在上述销售客户中拥有任何权益。

2、主要原材料、能源的供应及变动情况

(1) 主要原材料、能源占生产成本的比重

项目	2012年1-6月	2011年度	2010年度	2009年度
鱼糜	19.53%	16.82%	17.58%	18.19%
肉类	36.01%	40.16%	38.69%	38.60%
粉类	12.26%	12.24%	11.47%	11.28%
水电及燃料	3.51%	3.43%	3.52%	3.93%
合计	71.31%	72.65%	71.26%	72.00%

(2) 主要原材料、能源及其供应情况

公司生产所需原材料主要为鱼糜、肉类及粉类；上述原材料均为市场化产品，市场供应充足，由公司根据实际情况向供应商采购。公司与原材料供应商建立了稳定的合作关系，目前的供应商大多与公司有多年的合作历史。

公司消耗的能源主要为水、电和燃料油，其中水由福州自来水公司提供，电由福州电业局提供，燃料油主要由中国石油化工股份有限公司福建福州石油分公司提供；报告期内，公司各种能源供应正常。

为保障原料鱼糜供应，确保原料鱼糜质量，公司制定了向产业上游延伸的战略，2008年在浙江舟山建设鱼糜加工基地，未来还计划在福建东山建设鱼糜加工基地，以满足公司生产所需鱼糜。目前，公司约70%的鱼糜都由舟山基地提供，不足部分采用外购方式满足。

通过打造供应链价值一体化，不但提高了公司对上游鱼糜资源的控制和议价能力，而且确保了公司原料鱼糜的质量，形成稳定、高品质的鱼糜供应渠道，同时也提高了公司产品附加值和整体效益。

(3) 主要原材料价格变动情况

报告期内公司主要原材料价格变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度
	单价	增幅	单价	增幅	单价	增幅	单价
肉类	10,137	-12.81%	11,625	26.39%	9,198	4.05%	8,840
粉类	5,517	-11.26%	6,217	20.34%	5,167	9.05%	4,738
海鱼	4,002	14.94%	3,482	24.48%	2,797	3.43%	2,705
鱼糜	12,277	2.20%	12,013	43.49%	8,372	-19.68%	10,424

公司的主要原材料均属于大宗农产品，其价格变动与经济运行周期以及 GDP 增长、CPI 指数的变动正相关。2009 年受金融危机影响，公司主要原材料价格出现不同程度下降；2010 年随着经济形势的好转，主要原材料价格开始回升；2011 年开始，国内通胀压力逐渐增大，主要原材料价格普遍出现较大幅度上涨；2012 年上半年随着国内 CPI 指数的回落，主要原材料价格出现一定程度的下降。

2009 年至 2011 年发行人鱼糜采购单价波动较为明显，主要系公司外购鱼糜的品种结构调整所致。发行人采购的鱼糜主要分为杂鱼鱼糜和带鱼鱼糜两大类，带鱼鱼糜资源较为充足且加工程序较为简单，故市场价格相对较低。2009 年至 2011 年发行人外购杂鱼鱼糜和带鱼鱼糜的平均采购单价具体如下：

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	单价	增幅	单价	增幅	单价
杂鱼鱼糜	13,511	23.29%	10,958	1.90%	10,754
带鱼鱼糜	10,093	28.84%	7,834	-4.82%	8,230
综合	12,013	43.49%	8,372	-19.68%	10,424

2009 年至 2011 年发行人鱼糜采购单价波动原因主要包括：A、不同的产品配方对鱼糜种类的需求不一致，故公司外购鱼糜种类和数量会随着公司产品品项的变化而变化。由于公司 2010 年度推出低端系列产品以及油炸类产品增加，该类产品采用成本相对较低的带鱼鱼糜，使得公司 2010 年度外购带鱼鱼糜比重较大，从而导致公司外购鱼糜平均采购单价整体下降了 19.68%；B、2011 年原材料价格普遍上涨，各种鱼糜采购价格均出现了较为明显的上涨；同时随着西湖肉燕和鱼皮脆等速冻鱼糜制品新品的成功推广及 2011 年度速冻鱼糜制品整体销量的增长，对杂鱼鱼糜的需求量不断增加，故公司 2011 年度外购杂鱼鱼糜比重相对较大，导致

公司外购鱼糜平均采购单价整体涨幅较为明显。

(4) 主要供应商情况

报告期内公司向前五名供应商的采购情况如下：

年 度	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占采购总额 比例 (%)
2012年1-6月	湖南长盛科技开发有限公司	猪肉	795	6.12
	滨州汇泰和美食品有限公司	鸡肉	614	4.73
	三明百事达淀粉有限公司	淀粉	580	4.46
	连云港福润食品有限公司	猪肉	559	4.30
	莱州市成达食品有限公司	鸡肉	544	4.18
	合 计		3,092	23.79
2011年度	内江市兴发肉类食品有限公司	猪肉	2,520	5.72
	三明百事达淀粉有限公司	淀粉	1,799	4.08
	滨州汇泰和美食品有限公司	鸡肉	1,686	3.83
	温岭市海鑫隆水产食品有限公司	鱼糜	1,442	3.27
	临沂沂蒙成达食品有限公司	鸡肉	1,399	3.18
	合 计		8,846	20.08
2010年度	莱州市成达食品有限公司	鸡肉	2,255	6.69
	内江市兴发肉类食品有限公司	猪肉	2,278	6.77
	潍坊中粮禽业发展有限公司	鸡肉	1,523	4.52
	广西明阳生化科技股份有限公司	淀粉	1,495	4.44
	临沂沂蒙成达食品有限公司	鸡肉	1,058	3.14
	合 计		8,609	25.56
2009 年度	内江市兴发肉类食品有限公司	猪肉	1,649	6.01
	潍坊中粮禽业发展有限公司	鸡肉	1,253	4.57
	潍坊中粮海慧食品有限公司	鸡肉	1,074	3.92
	钟京榜	海鱼	962	3.51
	蒋剑苗	海鱼	959	3.50
	合 计		5,897	21.51

公司报告期内不存在向单个供应商采购比例超过总采购额50%的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在上述供应商中拥有任何权益。

报告期内发行人存在向个体商户采购的情形，采购的原材料主要为初级农副产品海鱼等。发行人的子公司舟山腾新从2008年开始从事鱼糜生产，而鱼糜生产的主要原材料为海捕的小杂鱼，需要向渔民个人采购，采购金额较大。2009年度、

2010年度、2011年度和2012年1-6月公司向个体商户采购的金额分别为5,120万元、5,151万元、6,915万元和390万元,占采购总额的比例分别为18.67%、15.30%、15.70%和3.00%。

(5) 海鱼和鱼糜采购情况

报告期内公司海鱼和鱼糜的采购情况如下:

项目	海鱼		鱼糜	
	采购量(吨)	采购额(万元)	采购量(吨)	采购额(万元)
2012年1-6月	8.65	3.46	415.61	510.25
2011年度	17,918.81	6,224.72	2,040.94	2,451.83
2010年度	16,490.99	4,607.58	1,601.00	1,340.38
2009年度	18,693.62	4,823.98	535.00	557.67

注:本表中的鱼糜指外购鱼糜,不包括发行人向子公司舟山腾新采购的鱼糜;海鱼指舟山基地采购的海鱼。

发行人采购海鱼和外购鱼糜量主要受到公司产销规模以及市场上海鱼供应量波动的影响。总体上随着公司产销规模的扩大,海鱼和鱼糜的采购量也不断增长。近年来国家出于保护海洋渔业资源的考虑,延长了东海海域的休渔期,导致市场上海鱼供应量出现暂时性下降,因此2010年和2011年公司所采购的海鱼量比2009年有所下降,而外购的鱼糜量则有所上升。2012年上半年,随着公司产销淡季和海域休渔期的来临,公司海鱼和鱼糜的采购量减少较为明显。

报告期内公司向前五名海鱼供应商的采购情况如下:

单位:万元

年度	供应商名称	采购金额	占海鱼采购金额比例	占采购总额比例
2012年1-6月	钱友国	3.46	100.00%	0.03%
2011年度	钱友国	1,128.69	18.13%	2.56%
	贺成龙	612.60	9.84%	1.39%
	胡银杰	598.92	9.62%	1.36%
	胡林忠	482.64	7.75%	1.10%
	林松明	480.18	7.71%	1.09%
	合计	3,303.03	53.06%	7.50%
2010年度	胡林忠	608.69	13.21%	1.81%
	胡银杰	510.95	11.09%	1.52%
	贺成龙	460.48	9.99%	1.37%

	林松明	393.08	8.53%	1.17%
	钱友国	323.79	7.03%	0.96%
	合计	2,296.99	49.85%	6.82%
2009 年度	钟京榜	962.49	19.95%	3.51%
	蒋剑苗	958.80	19.88%	3.50%
	袁祥明	806.93	16.73%	2.94%
	朱国平	447.77	9.28%	1.63%
	陈青德	417.88	8.66%	1.52%
	合计	3,593.86	74.50%	13.10%

报告期内公司海鱼前五名供应商有所变动,主要原因系舟山腾新于2008年开始投产,刚开始时由于经验不足和对当地地理不熟悉,海鱼采购主要依赖单一码头的少数供应商。随着舟山腾新在舟山地区的逐渐发展成熟,对当地的地理、人员和渔民习惯都有了较深入的了解,公司从原来的单一码头采购逐渐发展为多个码头采购,现在当地各主要码头都有公司的海鱼收购专员长期驻扎,逐渐改变了依赖单一码头少数供应商的情况,对保障采购海鱼的质量和降低采购价格都有良好的作用。

报告期内公司外购鱼糜的供应商情况如下:

年度	供应商名称	采购金额 (万元)	占鱼糜采购 金额比例	占采购总 额比例
2012 年 1-6 月	温岭市海鑫隆水产食品有限公司	421.27	82.56%	3.24%
	湖北莱克水产食品股份有限公司	56.24	11.02%	0.43%
	益阳益华水产品有限公司	32.74	6.42%	0.25%
	合计	510.25	100.00%	3.93%
2011 年 度	温岭市海鑫隆水产食品有限公司	1,430.92	58.36%	3.25%
	台州鸿佳食品有限公司	499.75	20.38%	1.13%
	鲜之味冷冻食品(漳州)有限公司	291.41	11.89%	0.66%
	宁波飞日水产实业有限公司	178.87	7.30%	0.41%
	东山龙生水产制品有限公司	38.23	1.56%	0.09%
	宁波锦海水产食品有限公司	12.65	0.52%	0.03%
	合计	2,451.83	100.00%	5.57%

2010 年度	温岭市海鑫隆水产食品有限公司	726.77	54.22%	2.16%
	台州鸿佳食品有限公司	257.10	19.18%	0.76%
	台州达华食品有限公司	229.94	17.15%	0.68%
	宁波飞日水产实业有限公司	126.58	9.44%	0.38%
	合计	1,340.38	100.00%	3.98%
2009 年度	台州鸿佳食品有限公司	321.28	57.61%	1.17%
	台州达华食品有限公司	141.24	25.33%	0.51%
	浙江海之味水产有限公司	56.46	10.12%	0.21%
	福建华成进出口有限公司	38.69	6.94%	0.14%
	合计	557.67	100.00%	2.03%

由于公司鱼糜大部分由子公司舟山腾新提供，外购鱼糜数量较少，报告期内公司外购鱼糜金额分别占公司全年原材料采购总额的2.03%、3.98%、5.57%和3.93%。报告期内公司外购鱼糜供应商有所变动，2010年和2011年新增温岭市海鑫隆水产食品有限公司和宁波飞日水产实业有限公司两家鱼糜供应商，且采购金额较大，主要系公司2010年开始推出低端系列产品以及油炸类产品增加，对该类产品改用成本相对较低的带鱼鱼糜，而该两家公司生产的带鱼鱼糜较多，因此2010年和2011年向上述两家供应商采购金额较大。此外，随着西湖肉燕和鱼皮脆等速冻鱼糜制品新品的成功推广及2011年速冻鱼糜制品整体销量的增长，公司对鱼糜的需求量不断增加，因此公司2011年外购鱼糜量和鱼糜供应商均有所增加。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东均未在上述海鱼和鱼糜供应商中拥有任何权益，均不存在关联关系。

（四）公司环保及安全生产情况

1、环保情况

公司为食品生产企业，在生产过程中未采用发酵工艺及酿造工艺，不属于《关于印发〈上市公司环保核查行业分类管理名录〉的通知》（环办函〔2008〕373号）中所列举的需进行环保核查的重污染行业，无需取得环保上市核查。公司自成立以来，历年均能严格执行国家有关环境保护的法律法规，制定了严格的环境作业规范。公司生产过程产生的污染主要是锅炉废气、清洗废水、固体废弃物和噪音，

对此公司采取的治理措施如下：

（1）废气。公司生产过程中产生的废气主要是燃油锅炉排放的废气，公司2009年之前使用轻油作为燃料，燃烧产生的废气经过活性炭吸附和脱硫设施脱硫后通过烟囱高空排放，排放标准达到《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2001）中的II时段标准；2009年之后公司部分锅炉进行了油改气改造，改为使用更为环保的LNG天然气作为燃料，进一步降低了废气的排放。

（2）废水。公司生产过程中产生的废水主要是生产过程添加水及生产器械、车间清洗产生的废水，废水先经过调节池后进入隔油沉淀池，将大颗粒的物质过滤，并去除大部分油脂，油脂收集后由专业的油脂公司回收用于生生产物柴油等工业用途，然后采用气浮并加入絮凝剂去除剩余的油脂，并经过接触氧化池在好氧状态下去除水中的有机污染，最终经过二次沉淀池再次沉淀后，达到《污水综合排放标准》（GB8978-1996）中的三级排放标准，排放到市政污水管网系统。

（3）固体废弃物。公司的固体废弃物主要包括生产过程中产生固体垃圾、废纸箱、废塑料袋等，对于该等固体废弃物，公司先进行分类整理，废纸箱、废塑料袋等可回收利用的废弃物由专业的公司进行回收；不可利用的固体垃圾交由环卫清洁公司清运处理。

（4）噪音。公司的噪声污染来自车间生产设备运转产生的噪声和锅炉房噪声，通过采取对噪声源进行隔声、减振、消音等措施，并对生产设备合理布局，噪声排放达到《工业企业厂界噪声标准》（GB12348-2008）中三类工业区标准。

报告期内，发行人的环保设施稳定运转率均达到95%以上。公司不属于重污染行业，报告期内未曾收到环保部门下发的整改意见。根据福州市环境保护局、东山县环境保护局和舟山市普陀区环境保护局出具的证明，公司及下属子公司报告期内在生产经营中能遵守环保法律法规，未发现违反法律法规的行为和污染事故纠纷，也未因环境违法受到环保部门的行政处罚。

2、安全生产情况

公司非常重视安全生产，制定了《安全生产组织管理机构及责任制度》、《安全生产教育培训制度》、《安全生产检查制度》、《安全生产奖惩制度》、《处理各类突发性事件应急预案》、《劳动防护品发放、使用制度》、《安全、工伤事故管理制度》、《安全生产操作规程》等内部规章制度，在安全生产责任、开展安全教育、重点及要害部位的安全管理、安全检查、安全生产处罚管理、安全

事故处理、事故应急救援、安全生产考核等方面做出了细致而严格的规定，并要求全体员工照章执行，对违反安全生产的行为进行严格的处罚。新进员工均须接受上岗前的安全培训，并签署《安全生产承诺书》，特种作业人员100%持证上岗。

公司对主要生产设备、建筑物和仓储物资都进行了财产保险，对全体在册员工进行了工伤保险。

公司从设立以来，没有出现过重大安全生产事故。根据福州市台江区安全生产监督管理局、东山县安全生产监督局、舟山市普陀区安全生产管理监督局出具的《证明》，发行人及其生产子公司舟山腾新、东山腾新报告期内遵守国家安全生产方面的法律法规，未曾发生重大安全生产事故，不存在因违反安全生产相关法律法规而受到行政处罚的情形。

五、公司与业务相关的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

公司主要固定资产为厂房和生产、研发、检测使用的机器设备等。公司目前固定资产中大部分生产设备属国内先进水平，设备运转良好。截至2012年6月30日，公司固定资产净值为113,868,020.82元，总体成新率73.37%，具体情况如下：

单位：元

类别	原值	累计折旧	期末账面价值	成新率
房屋及建筑物	70,828,275.35	8,183,760.54	62,644,514.81	88.45%
机器设备	65,325,618.81	23,436,387.11	41,889,231.70	64.12%
运输设备	2,950,890.68	875,823.31	2,075,067.37	70.32%
其他	16,092,044.54	8,832,837.60	7,259,206.94	45.11%
合计	155,196,829.38	41,328,808.56	113,868,020.82	73.37%

1、主要生产设备情况

截至2012年6月30日，公司主要生产设备的具体情况如下：

存放地点	序号	固定资产名称	数量(台)	原值(元)	净值(元)	成新率
腾新食品	1	斩拌机	10	3,382,651.58	1,759,053.21	52.00%
	2	包装机	28	2,834,136.76	1,912,228.18	67.47%
	3	仿蟹肉棒流水线	1	2,522,192.54	844,934.34	33.50%
	4	制冷设备	1	2,472,421.44	906,554.29	36.67%

5	真空灌肠机	4	2,342,014.86	1,722,986.70	73.57%
6	燕饺流水线	5	2,152,307.70	1,129,301.15	52.47%
7	水煮流水线	9	2,146,354.58	294,369.40	13.71%
8	打浆机	19	2,120,979.77	1,220,261.34	57.53%
9	鱼丸机	47	1,477,102.87	912,793.84	61.80%
10	全自动高速挂肠线	1	764,253.00	504,088.38	65.96%
11	蒸汽炉	2	717,000.00	304,573.33	42.48%
12	制冰机	2	620,521.36	340,996.66	54.95%
13	油炸流水线	2	600,000.00	210,500.00	35.08%
14	鱼竹轮流水线	1	420,000.00	160,650.00	38.25%
15	香肠剪裁机	1	371,731.89	315,817.17	84.96%
16	锅炉	1	355,299.16	273,728.25	77.04%
17	烟熏炉	2	350,119.66	226,194.46	64.60%
18	包心鱼丸机	17	428,500.00	285,042.16	66.52%
19	蒸煮存储线	3	340,500.00	154,502.19	45.38%
20	变压器	1	332,000.00	218,981.81	65.96%
21	鱼饺生产线	1	256,410.26	199,572.78	77.83%
22	细切机	1	245,000.00	113,108.55	46.17%
23	冷却线	2	235,000.00	162,443.62	69.12%
24	包馅成型机	6	624,627.03	482,638.23	77.27%
25	风冷输送机	2	200,000.00	124,000.16	62.00%
26	片冰机	1	192,307.69	163,381.33	84.96%
27	蒸发式冷凝器	1	188,034.18	141,887.58	75.46%
28	剥皮机	2	421,308.50	333,680.52	79.20%
29	包装输送机	2	321,474.36	197,608.77	61.47%
30	金属探测器	4	155,555.56	108,759.32	69.92%
31	食品输送设备	1	152,136.76	131,661.67	86.54%
32	绞肉机	4	312,666.66	187,470.15	59.96%
33	泵浦机	9	144,000.00	55,080.00	38.25%

	34	冻肉切块机	4	252,239.32	184,924.66	73.31%
	35	蒸箱	4	185,427.35	126,413.37	68.17%
	36	大型双速细切机	1	126,800.00	48,501.22	38.25%
	37	大豆加工素肉专用机	2	122,222.22	89,324.16	73.08%
	38	油炸存储线	1	113,500.00	51,500.73	45.38%
	39	面皮成型机	1	113,160.00	28,950.10	25.58%
	40	腰花肠机	12	278,632.47	197,354.70	70.83%
	41	斜口肉车	60	111,000.00	31,912.50	28.75%
	42	真空滚揉机	1	110,000.00	70,812.65	64.38%
	43	成丸机	5	110,256.41	52,178.34	47.32%
	44	水晶包生产线	1	363,753.84	340,302.07	93.55%
	45	制冷保温系统	1	3,497,228.61	3,414,169.44	97.63%
	46	燃烧机	1	109,401.71	107,669.52	98.42%
	47	搅拌机	1	119,230.77	117,342.95	98.42%
	小计			35,811,460.87	20,960,205.95	58.53%
东山 腾新	48	日立并联机组	1	1,025,641.03	871,367.49	84.96%
	49	双螺旋速冻机	1	940,170.94	798,753.56	84.96%
	50	冷冻库制冷设备	1	672,325.41	352,970.89	52.50%
	51	斩拌机	7	945,862.79	757,658.73	80.10%
	52	急速冻结设备	1	529,490.03	277,982.17	52.50%
	53	螺杆制冷设备	2	499,922.76	262,459.28	52.50%
	54	液压打浆机	5	488,461.55	385,714.11	78.97%
	55	燃油蒸汽锅炉	1	383,760.68	301,731.71	78.62%
	56	包装机	4	176,264.51	123,139.70	69.86%
	57	水煮流水线	2	302,033.05	258,892.66	85.72%
	58	泵浦机	11	131,346.26	75,728.50	57.66%
	59	绞肉机	2	96,581.19	50,190.64	51.97%
	60	鱼丸成型机	4	41,025.64	33,611.06	81.93%
	61	冻肉切块机	2	117,948.72	71,450.14	60.58%

	62	金属探测仪	2	47, 863. 25	25, 128. 35	52. 50%
	63	烟熏炉	1	156, 410. 26	139, 074. 76	88. 92%
	64	真空灌肠机	1	585, 736. 78	525, 454. 74	89. 71%
	65	香肠剪截机	1	393, 391. 12	352, 904. 57	89. 71%
	66	腰花肠机	5	100, 555. 55	83, 042. 12	82. 58%
	小计			7, 634, 791. 52	5, 747, 255. 18	75. 28%
舟山 腾新	67	鱼糜生产线	1	1, 320, 000. 00	787, 050. 00	59. 63%
	68	平板机	8	744, 256. 41	570, 654. 59	76. 67%
	69	冷水机组	2	453, 508. 54	322, 648. 52	71. 14%
	70	氨机	4	439, 244. 15	264, 049. 08	60. 11%
	71	平板冻结器	7	618, 851. 23	419, 577. 67	67. 80%
	72	颗粒冰机	1	300, 000. 00	200, 250. 00	66. 75%
	73	采肉机	3	278, 632. 48	228, 953. 68	82. 17%
	74	脱水机	2	273, 504. 28	191, 225. 16	69. 92%
	75	精滤机	2	266, 778. 64	196, 077. 11	73. 50%
	76	细切机	2	256, 410. 24	195, 512. 64	76. 25%
	77	漂洗桶	8	123, 076. 92	93, 846. 12	76. 25%
	78	蒸发式冷凝器	1	141, 025. 64	127, 628. 24	90. 50%
	79	螺旋管组	10	136, 752. 14	112, 934. 50	82. 58%
	80	打浆机	3	119, 067. 78	114, 040. 46	95. 78%
	81	鱼丸水煮线	1	80, 512. 12	77, 780. 46	96. 61%
	82	绞肉机	1	66, 666. 67	65, 611. 11	98. 42%
	83	双螺旋速冻机	1	653, 960. 25	646, 564. 27	98. 87%
	84	锅炉	1	92, 442. 93	92, 442. 93	100. 00%
	小计			6, 364, 690. 42	4, 706, 846. 54	73. 95%
合计			49, 810, 942. 81	31, 414, 307. 67	63. 07%	

2、主要经营性房产

(1) 自有房产

截至本招股说明书签署日，公司共拥有12处房屋产权，建筑面积合计

36,334.83平方米，具体如下：

序号	房产权证编号	房屋坐落	面积（㎡）	所有权人	取得方式
1	榕房权证R字第0651788号	福州建新北路150号	16,351.80	腾新食品	自建
2	榕房权证R字第1224602号	福州建新北路150号	8,472.44	腾新食品	自建
3	东房权证东字第028079号	东山县经济技术开发区内石坛路	6,352.66	东山腾新	购买
4	舟房权证普字第5019802号	普陀区勾山街道海洋工业园区	1,822.34	舟山腾新	购买
5	舟房权证普字第5036699号	普陀区勾山街道海洋工业园区新晨路72号	2,699.54	舟山腾新	购买、自建
6	武房权证岸字第2011011358号	江岸区二七街解放大道2159号航天星都汉口东部购物公园C1栋1单元24层7室	41.23	武汉海欣	购买
7	武房权证岸字第2011011359号	江岸区二七街解放大道2159号航天星都汉口东部购物公园C1栋1单元24层8室	40.94	武汉海欣	购买
8	武房权证岸字第2011011350号	江岸区二七街解放大道2159号航天星都汉口东部购物公园C1栋1单元24层9室	39.17	武汉海欣	购买
9	武房权证岸字第2011011386号	江岸区二七街解放大道2159号航天星都汉口东部购物公园C1栋1单元24层10室	70.17	武汉海欣	购买
10	X京房权证丰字第313954号	丰台区马家堡路106号2号楼8层810	121.79	北京鼓山	拍卖
11	X京房权证丰字第313970号	丰台区马家堡路106号2号楼8层811	121.79	北京鼓山	拍卖
12	沈房产证经济技术开发区字第N160002264号	沈阳经济技术开发区洪湖二街1-13号（6门）	200.96	沈阳腾新	购买

此外，成都腾新在所在地也购买了房产作为办公场所，房产证仍在办理中，具体情况如下：

购买方	出售方	房屋坐落	面积（㎡）	备注
成都腾新	四川西美投资有限公司	成都市天府大道中段1388号花样年美年国际广场1-492号	194.72	向开发商购买

（2）主要经营性房产租赁情况

序号	承租人	租赁地址	租赁期限	用途
1	广州腾新	广州市黄埔区鱼珠北街182-183号首层1至5号	2012.3.1-2013.2.28	办公
2	上海闽芝	上海市杨浦区波阳路290号14#楼	2012.7.1-2013.6.30	办公
3	南京腾新	秦淮区来凤街9号达来花苑7幢102室	2012.8.1-2012.10.31	办公
4	腾新食品	福州市台江区广达路349号A座一层	2012.8.1-2014.7.31	办公

上述租赁的房产主要作为公司及各子公司的办公场所之用，除上海闽芝外，相关的租赁协议均已在当地房产管理部门办理了备案手续。公司及其子公司租赁

的房屋均用作办公用途，且均位于大中城市，房屋租赁市场活跃，另租同类房屋不存在障碍，租赁房屋不会对公司的生产经营产生重大影响。

（二）土地使用权

公司的土地使用权共四宗，面积127,008.11平方米，具体如下：

序号	土地证号	位置	面积（㎡）	性质	年限	取得方式
1	榕国用（2012）第00034200142号	福州仓山区金山建新北路150号	24,469.00	工业	至2053.5.11	出让
2	东国用（2007）第1630号	东山东西一路南侧、英雄路西侧	67,535.86	工业	至2057.7.1	出让
3	东国用（2009）第2021号	东山西环路以西、创业路以南	26,978.25	工业	至2054.10.21	出让
4	舟山市普陀区国用（2008）第10-1408号	舟山勾山街道海洋工业园区	8,025.00	工业	至2056.7.16	出让

（三）除土地使用权外的其他无形资产情况

除土地使用权外，公司无形资产为外购软件和远程管理系统。截至2012年6月30日，公司资产负债表中除土地使用权以外的无形资产账面净值为328,805.73元，具体如下：

单位：元

项 目	原 值	累计摊销	净 值
金蝶管理软件等	408,709.75	106,403.75	302,306.00
远程管理系统	40,000.00	13,500.27	26,499.73
合 计	448,709.75	119,904.02	328,805.73

（四）商标



1、发行人注册商标

序号	商标	商标注册号	类别	到期日
1		3401873	第1类：动物蛋白（原料）；杀虫用化学添加剂；生物化学催化剂；传真纸；农业用肥；未加工塑料；焊接用化学品；鞣料；食物防腐用化学品；工业用粘合剂	2014.9.27
2		3401872	第2类：木材染色剂；颜料；食物色素；饮料色素；黄油色素；皮肤绘画用墨；油漆；防腐剂；松香	2014.9.13
3		3401871	第3类：肥皂；洗面奶；家用除垢剂；水果擦亮剂；金刚砂；香料；化妆品；牙膏；香；动物用化妆品	2014.9.6
4		3401870	第4类：工业用油；油漆用油；汽油；气体燃料；煤；工业用蜡；地蜡（石蜡）；蜡烛；除尘粘合剂；吸尘合成制剂	2014.8.6
5		3401869	第5类：空气清新剂；厕所除臭剂；兽医用药；牲畜用洗涤剂；杀昆虫剂；防蛀剂；蚊香；消毒纸巾；胶布；假牙粘合剂	2014.9.6

6		3401868	第 6 类：合金钢；普通金属线；钉子；非电气金属电缆接头；金属家具部件；现金保险箱；金属容器；装货用金属传动带；金属标志牌；普通金属艺术品	2014. 6. 6
7		3401867	第 7 类：饲料粉碎机；印刷机；染色机；制茶机械；汽水制造设备；制革机；工业用卷烟机；包装机；垃圾处理机；食品加工机（电动）	2014. 10. 13
8		3401866	第 8 类：磨刀器具；铲（手工具）；捕鱼鱼叉；杀虫剂用喷雾器（手工具）；屠宰动物用具和器具；螺丝扳手（手工具）；手操作千斤顶；雕刻工具（手工具）；剪刀；餐具（刀、叉和匙）	2014. 6. 6
9		3401865	第 9 类：自动售货机；衡器；复印机（光电、静电、热）；霓虹灯广告牌；手提电话；唱片；照相机（摄影）；科学用探测器；电线圈；就生器械和设备；报警器；电池；电动开关器	2014. 6. 6
10		3401864	第 10 类：外科仪器和器械；医疗器械和仪器；牙科设备；医用 X 光器械；助听器；奶瓶；避孕套；假肢；矫形用物品；缝合材料	2014. 5. 13
11		3401903	第 11 类：车灯；灯；喷焊灯；汽灯；冷藏箱（集装箱）；冷藏室；冰柜；冷冻设备和装置；点煤气用摩擦点火器；核反应堆	2014. 5. 13
12		3401902	第 16 类：纸；复印纸（文具）；纸巾；纸或纸板制广告牌；印刷品；图画；包装纸；手压订书机（办公用品）；文具；墨汁；印章（印）；钢笔；文具或家用胶带；绘画仪器；绘画材料；电动或非电动打字机；教学材料（仪器除外）	2015. 1. 20
13		3401901	第 18 类：（动物）皮；半加工或未加工皮革；伞；公文包；家具用皮装饰；香肠肠衣；皮锁；裘皮；手杖；马具	2014. 10. 6
14		3401900	第 20 类：家具；非金属容器（存储和运输用）；镜子（玻璃镜）；竹木工艺品；未加工或半加工角、牙、介制品；引用麦管；蜂房；家具非金属部件；枕头；非金属门装置	2014. 8. 27
15		3401899	第 21 类：瓷器装饰品；梳；化妆用具；清洁器具（手工操作）；鸟笼	2014. 11. 6
16		3401898	第 22 类：绳索；非金属绳索；网；帐篷；防水帆布；尼龙编织袋（仿麻袋）；包装用纺织品袋（包）；非橡胶或塑料制填充材料；	2014. 6. 6
17		3401897	第 23 类：纱；人造线和纱；线；尼龙线；棉线和棉纱；毛绒；膨体纱；绒线；开司米	2014. 6. 6
18		3401896	第 24 类：纺织织物；金属棉（太空棉）；毡；纺织品壁挂；纺织品毛巾；被子；桌布（非纸质）；洗涤用手套；伊斯兰教隐士用龕（布）；寿衣	2014. 6. 13
19		3401895	第 25 类：服饰；婴儿全套衣；游泳裤；防水服；戏装；足球鞋；鞋；帽子；袜；手套（服装）；领带；腰带；婚纱	2014. 10. 27
20		3401894	第 26 类：花边；衣服装饰品；纽扣；假发；针；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热粘合片；亚麻布标记用铅字或数码；茶壶保暖套	2014. 10. 13
21		3401893	第 27 类：地毡；席；枕席；地板覆盖率；地垫；塑料或橡胶地板块；人工草皮；墙纸；非纺织品制墙帷；非纺织品壁挂	2014. 8. 6
22		3401892	第 28 类：电动游艺车；玩具；棋类游戏；运动球类；锻炼身体器械；射箭用器；体育活动器械；游泳池（娱乐用）；溜冰鞋；钓具；球拍用吸汗带；圣诞树用装饰品（照明用物品和糖果除外）；纸牌	2014. 8. 20
23		3401891	第 33 类：酒（饮料）；含酒精液体；酒精饮料（啤酒除外）；蒸馏饮料；含水果的酒精饮料；食用酒精；含酒精浓汁；黄酒；米酒；料酒	2014. 2. 6

24		3401890	第 34 类：烟草；香烟；烟斗；香烟嘴；非贵重金属香烟盒；火柴；非贵重金属火柴盒；吸烟用打火机；香烟过滤嘴；卷烟纸	2013. 12. 20
25		3401889	第 37 类：建筑信息；建筑；室内装潢；供暖设备的安装和修理；办公室用机器和设备的安装、保养和维修；车辆保养和修理；钟表修理；轮胎翻新；家具保养；干洗	2014. 11. 6
26		3401888	第 38 类：电视广播；信息传送；电话通讯；通讯所；移动电话通讯；计算机终端通讯；电讯信息；电子邮件；电讯设备出租；由电脑进行的电话号码簿查询	2014. 9. 20
27		3401887	第 39 类：运输信息；海上运输；汽车运输；车辆租赁；仓库出租；潜水铃出租；递送（信件和商标）；旅行社（不包括预定旅馆）；管道运输	2014. 9. 20
28		3401886	第 40 类：定做材料装配（替他人）；精炼；纺织品精细加工；纸张加工；茶叶加工；服装制作；空气净化；废物处理（变形）；水净化；艺术品装框	2014. 9. 20
29		3401885	第 41 类：教育信息；安排和组织大会；流动图书馆；在线电子书籍和杂志的出版；音响设备出租；游乐园；夜总会；健身俱乐部；动物园；经营彩票	2014. 6. 6
30		3401884	第 42 类：化妆品研究；生物学研究；气象信息；机械研究；包装设计；室内装饰设计；服装设计；计算机编程；艺术品鉴定	2015. 3. 6
31		3401883	第 43 类：快餐馆；流动饮食供应；饭店；酒吧；茶馆；旅游房屋出租；养老院；日间托儿所（看孩子）；动物寄养；出租椅子、桌子、桌布和玻璃器皿	2014. 11. 6
32		3401882	第 44 类：美容院；蒸气房；宠物饲养；园艺；眼镜行	2015. 3. 6
33		1096950	第 29 类：加工过的鱼，鱼制食品，鱼制食物，加工过的肉，生熟肉，凤肠，肉糜	2017. 9. 6
34		5324069	第 29 类：猪肉食品；鱼制食品；水产罐头；冷冻水果；速冻方便菜肴；蛋；牛奶制品；食用油；豆腐制品；熟制品	2019. 4. 20
35		5324068	第 30 类：茶饮料；糖；非医用营养液；糕点；谷类制品；面粉制品；冰淇淋；调味品	2019. 7. 13
36	海欣美人	3090739	第 29 类：冻水果；豆腐制品；加工过的瓜子；牛奶制品；肉糜；食用油；水产罐头；水晶冻；速冻菜；鱼制食品	2013. 3. 13
37	润芝	3453931	第 29 类：火腿；鱼制食品；水果罐头；蜜饯；蛋；牛奶；食用油；糖炒栗子；腌制蔬菜；精制坚果仁	2014. 7. 20
38	海欣	1738513	第 29 类：水产罐头，蜜饯，腌制蔬菜，速冻方便菜肴，蛋，牛奶制品，食用油脂，果冻，加工过的花生，干食用菌，豆腐制品	2022. 3. 27
39		1723337	第 32 类：啤酒，非酒精果汁饮料，矿泉水，蔬菜汁（饮料），乳酸饮料（果制品，非奶），汽水，花生牛奶（软饮料），果茶（不含酒精），茶饮料（水），饮料制剂	2022. 2. 27
40		1731079	第 31 类：燕麦，豆（未加工的），谷（谷类），自然花，鲜水果，新鲜蔬菜，鲜食用菌，蘑菇繁殖菌，动物食用谷物，酿酒麦芽	2022. 3. 13
41		1738737	第 30 类：茶，糖，非医用营养液，糕点，谷类制品，面粉制品，膨化水果片、蔬菜片，食用淀粉产品，食用冰，调味品	2022. 3. 27
42		3089098	第 35 类：广告；商业信息；组织商业或广告交易会；饭店管理；进出口代理；推销（替他人）；人事管理咨询；商业组织咨询；商业区迁移（提供信息）；办公机器和设备出租	2013. 6. 6

43		2015268	第 29 类：蛋；干食用菌；蜜饯；食用油；蔬菜罐头；腌制蔬菜	2013. 1. 6
44	海欣珍珠	3000836	第 29 类：贝壳类动物（非活）；干贝；海螺干；牡蛎（非活）；水产罐头；尤鱼；鱼翅；鱼片；鱼制食品	2012. 11. 27
45	海欣贵妃	3000835	第 29 类：贝壳类动物（非活）；干贝；海螺干；牡蛎（非活）；水产罐头；尤鱼；鱼翅；鱼片；鱼制食品	2012. 11. 27
46	腾新	4921596	第 29 类：猪肉食品；水产罐头；冻水果；蛋；精制坚果仁；鱼制食品；速冻方便菜肴；食用油脂；牛奶制品；干食用菌	2018. 6. 20
47		4921597	第 30 类：可可制品；糖；面包；谷类制品；含淀粉食物；茶；非医用营养液；粽子；方便面；调味品	2018. 9. 6
48		4921598	第 31 类：圣诞树；植物；鲜水果；植物种子；动物栖息用品；玉米；虾（活）；新鲜蔬菜；饲料；活鱼	2018. 9. 6
49	鼓山	5114307 (注 1)	第 29 类：猪肉食品；鱼制食品；水产罐头；速冻方便菜肴；蛋粉；牛奶制品；食用油脂；熟制豆	2019. 1. 21
50	 (注 2)	6393486	第 29 类：猪肉食品；鱼制食品；水产罐头；油炸土豆片；速冻方便菜肴；蛋粉；牛奶制品；食用油脂；熟制豆；豆腐制品	2019. 10. 27
51		8138394	第 29 类：肉汤；肉；火腿；香肠；猪肉；肉片；肉糜；牛肉丸；牛肉制品；鱼糜	2021. 4. 20
52	新主张	3690030	第 29 类：鱼制食品；鱼松；鱼片；鱼子酱；腌制蔬菜；萝卜干；酸辣泡菜；干食用菌；冬菇；咸菜	2015. 4. 27
53	老腾家	4278089	第 29 类：猪肉食品；鱼制食品；水产罐头；水果蜜饯；腌制蔬菜；蛋；牛奶制品；食用油；精制坚果仁；豆腐制品	2017. 2. 27
54		4278088	第 30 类：可可制品；茶；糖；非医用营养液；饼干；元宵；谷类制品；调味品；食用淀粉产品；面粉制品	2017. 2. 27
55		3617698	第 30 类：巧克力饮料；怪味豆；饺子；八宝饭；元宵；豆浆；食用小苏打；食用芳香剂；搅稠奶油制剂	2015. 3. 6
56	盛世联欢	4530288	第 37 类：建筑信息；建筑；室内装潢修理；车辆保养和修理；干洗；电梯的安装与修理；机械安装、保养和修理；商业摊位及商店的建筑；采矿；乐器修理	2018. 9. 13
57		7154719	第 30 类：咖啡饮料；含淀粉食品；甜食；元宵；饺子；粽子；调味品；谷类制品；面粉制品；食用面筋	2020. 7. 13
58		7154720	第 29 类：猪肉食品；鱼制食品；水产罐头；油炸土豆片；速冻方便菜肴；蛋粉；牛奶制品；食用油脂；熟制豆；豆腐制品	2020. 9. 20
59	海欣金线	7648218	第 29 类：鱼片；鱼制食品；鱼翅；鱼肚；鱼肉干；鱼松；鱿鱼；虾松；海蜇皮；虾酱	2020. 12. 06
60	海欣百年鱼丸世家	7112566	第 30 类：咖啡饮料；含淀粉食品；甜食；元宵；饺子；粽子；调味品；谷类制品；面粉制品；食用面筋	2021. 2. 20
61		7684716	第 29 类：鱼制食品；水产罐头；速冻方便菜肴；蛋粉；食用油脂；熟制豆；豆腐制品	2021. 4. 27
62		8643505	第 29 类：肉；猪肉食品；油炸丸子；肉糜；食用水生植物提取物；鱼制食品；鱼肉干；腌制鱼；水产罐头；速冻方便菜肴	2021. 11. 27

63		8643534	第 29 类：猪肉食品；油炸丸子；肉糜；食用水生植物提取物；鱼制食品；鱼肉干；腌制鱼；水产罐头；速冻方便菜肴	2021. 11. 27
64		8547116	第 29 类：猪肉食品；油炸丸子；肉糜；速冻方便菜肴；猎物（非活）；豆腐制品；食用水生植物提取物；鱼制食品；水产罐头	2022. 2. 13

注 1：此注册商标所有权人为发行人子公司北京鼓山。

注 2：此注册商标于 2010 年 1 月 28 日获世界知识产权组织(WIPO)依据《马德里协定》核发的《注册证书》，核定商标注册用商品和服务国际分类第 29 类：鱼制食品；要求领土延伸国家：俄罗斯联邦、澳大利亚、英国、日本、韩国、新加坡、美国；截至本招股说明书签署之日，公司已取得澳大利亚、英国、韩国、日本、新加坡、美国的《受保护通知》。

2、发行人在维护商标等知识产权方面的具体措施

（1）内部制度建设

公司长期注重品牌的建立和维护，视商标为公司品牌战略的核心内容。公司制定《商标管理办法》，将商标维护和品牌建设纳入日常工作。目前，公司总经理是商标工作的总负责人，市场部品牌经理负责提高商标知名度与美誉度的策划与推广，法务经理负责商标权益保护的日常维护和打假维权工作，共同促进公司品牌战略的提升和发展。

（2）与外部机构合作

公司是福建省商标协会会员单位，经常性参与协会及政府商标主管部门组织的与商标相关的交流和培训。多年来，公司坚持与专业商标代理机构合作，开展《商标公告》定期监测和适时市场追踪监测，确保公司及时发现侵权信息并适时启动救济程序，最终保障公司商标合法权益。

（3）开展防御注册

除在与公司主要产品密切相关的第 29 类上进行旧商标的续展和新商标的注册外，公司还扩展“海欣”系列商标在国内的注册类别，减少他人的恶意抢注和相似使用，防止消费者对商品来源产生混淆，进而确保“海欣”商标的显著性和唯一性。

面对未来潜在的国际市场，公司决定落实“市场拓展、商标先行”的推广策略，于 2010 年 1 月通过《马德里协定》国际注册方案，将“海欣及图”商标（国内商标注册号：6393486）在澳大利亚、英国、日本、韩国、新加坡、美国等国家申请了注册，以避免“海欣及图”商标在上述国家遭遇抢注。

（4）通过广告活动提升品牌认知度

公司通过 CCTV 等知名媒介及户外活动，大力宣传“海欣”系列品牌，极大提升了消费者对“海欣”品牌的认知度，同时，鼓励公众积极举报其他组织或个人对“海欣”系列商标的侵权行为。

（5）其他保护措施

除了以上措施外，公司还在品质控制、研发创新方面投入大量人力和物力，通过稳定优质的产品质量，促使“海欣”系列商标成为消费者可以终生信赖的放心品牌。

（五）专利

1、专利

公司目前已获1项发明专利、11项实用新型专利及20项外观设计专利，详见下表：

序号	专利名称	专利类别	专利号	授权公告日	保护期限
1	灌汤速冻丸及其制备工艺	发明	ZL 2008 1 0072377.2	2011.6.8	20 年
2	鱼丸自动加工机	实用新型	ZL 2007 2 0006649.X	2008.5.21	10 年
3	冷冻隧道热水融霜装置	实用新型	ZL 2010 2 0258281.8	2011.1.19	10 年
4	食品水煮成型生产线的链条传送装置	实用新型	ZL 2010 2 0258667.9	2011.2.16	10 年
5	烟气排放净化装置	实用新型	ZL 2010 2 0258275.2	2011.2.16	10 年
6	多料或多色食品成型机	实用新型	ZL 2010 2 0273951.3	2011.3.23	10 年
7	能避免漏陷的鱼丸成型机	实用新型	ZL 2010 2 0281474.5	2011.3.23	10 年
8	采用蒸汽蒸煮的加热设备	实用新型	ZL 2010 2 0269311.5	2011.4.27	10 年
9	肉的解冻设备	实用新型	ZL 2010 2 0258670.0	2011.4.27	10 年
10	防渗漏真空和面机	实用新型	ZL 2010 2 0269299.8	2011.4.27	10 年
11	包装膜自动涂色设备	实用新型	ZL 2010 2 0258266.3	2011.5.4	10 年
12	具有均衡馅料比的鱼丸成型机	实用新型	ZL 2010 2 0258163.7	2011.5.18	10 年
13	人造食品切块（蟹王棒）	外观设计	ZL 2008 3 0157865.4	2009.11.18	10 年
14	包装袋（亲亲肠）	外观设计	ZL 2009 3 0173331.5	2010.5.19	10 年
15	包装袋（香辣牛肉脆）	外观设计	ZL 2009 3 0173327.9	2010.5.19	10 年
16	包装袋（吉士蛋）	外观设计	ZL 2009 3 0173328.3	2010.5.19	10 年
17	包装袋（撒尿牛肉丸）	外观设计	ZL 2009 3 0173329.8	2010.5.19	10 年
18	包装袋（福州鱼丸）	外观设计	ZL 2009 3 0173332.X	2010.5.19	10 年
19	包装袋（包心贡丸）	外观设计	ZL 2009 3 0173330.0	2010.5.19	10 年

20	包装袋（海欣虾糕）	外观设计	ZL 2010 3 0520471.8	2011.1.26	10 年
21	包装袋（墨鱼开花肠）	外观设计	ZL 2010 3 0520412.0	2011.1.26	10 年
22	包装袋（颗粒章鱼脆）	外观设计	ZL 2010 3 0520473.7	2011.1.26	10 年
23	包装袋（印度黄金包贡）	外观设计	ZL 2010 3 0520475.6	2011.4.6	10 年
24	包装袋（西班牙斗牛丸）	外观设计	ZL 2010 3 0520472.2	2011.4.6	10 年
25	包装袋（金牌脆皮肠）	外观设计	ZL 2010 3 0520411.6	2011.4.6	10 年
26	包装袋（海欣果粒）	外观设计	ZL 2010 3 0520413.5	2011.4.6	10 年
27	包装袋（深海鲟鱼丸）	外观设计	ZL 2010 3 0520414.X	2011.4.6	10 年
28	包装袋（原味墨鱼花）	外观设计	ZL 2010 3 0520474.1	2011.4.6	10 年
29	包装袋（西湖肉燕）	外观设计	ZL 2011 3 0022274.8	2011.7.27	10 年
30	包装袋（包心贡丸）	外观设计	ZL 2011 3 0174142.7	2012.1.18	10 年
31	包装袋（福州鱼丸）	外观设计	ZL 2011 3 0174147.X	2012.1.18	10 年
32	包装袋（元宝脆）	外观设计	ZL 2012 3 0002808.5	2012.6.27	10 年

2、专利许可情况

2008 年 8 月，公司与陈彪签订了《专利实施许可合同》，购买了一项发明专利的独占实施许可权，合同有效期自 2008 年 8 月至 2014 年 8 月，专利许可使用费为每年 2 万元。该项发明专利名称为“即食肉燕丝及其生产方法”，专利号为“ZL01105695.9”，专利有效期至 2021 年 3 月。该项专利发行人主要用于仿龙虾丸产品的生产。

六、与经营活动相关的资质和许可

（一）质量认证及许可证书

发行人目前已通过 ISO9001:2008 质量管理体系认证、HACCP 认证，并取得全国工业产品生产许可证及出口食品生产企业备案证明，具体情况参见本节“九、主要产品食品安全、质量控制情况”。

（二）食品卫生许可证及食品流通许可证

被许可单位	发证单位	证书编号	许可范围	有效期
腾新食品	福州市台江区工商行政管理局	SP3501031010009748	批发预包装食品	2013.8.16
武汉海欣	武汉市工商行政管理局江岸分局	SP4201021210068052	预包装食品兼散装食品批发兼零售	2015.4.16
广州腾新	广州市黄埔区卫生局	粤卫食证字（2008）第 0112B02157 号	定型包装食品批发零售、定型包装食品	2012.8.6 （注）
南京腾新	南京市工商行政	SP3201041110001751	预包装食品批发与零售	2014.4.17

	管理局秦淮分局			
上海闽芝	上海市工商行政管理局杨浦分局	SP3101101110008952	批发预包装食品(含冷冻冷藏、不含熟食卤味)	2013.6.30
北京鼓山	北京市石景山区卫生局	京卫食证字(2008)第110107-003401号	销售定型包装食品	2012.10.20 (注)
成都腾新	成都市成华工商行政管理局	SP5101081010002231	批发兼零售。预包装食品,散装食品。	2013.7.6
沈阳腾新	沈阳市工商行政管理局	SP2101001010000289	预包装食品:批发。	2013.8.18

注:根据《食品流通许可证管理办法》(国家工商行政管理总局令第44号),流通环节食品经营者在该办法实施前(2009年7月30日前)已领取《食品卫生许可证》的,原许可证在其有效期内继续有效。广州腾新因换发食品流通许可证,目前仍在办证手续中。

(三) 排放污染物许可证

被许可单位	发证单位	证书编号	有效期
腾新食品	福州市环境保护局	榕环【2011】证字第069号	2013.3.31
舟山腾新	舟山市普陀区环保局	舟普090212	2012.12.31
东山腾新	东山县环境保护局	东环【2010】证字第06号	2013.3.9

公司目前已取得了生产经营所需的全部资质,相关资质到期后不存在不能展期的风险。

七、公司核心技术情况

公司成立以来,一直高度重视对产品研发的投入和自身综合研发实力的提升。近年来,公司在原料鱼糜加工、速冻鱼糜制品加工机械、速冻鱼糜制品加工工艺诸研究方向均取得进展,相关成果居国内同行业领先水平。

1、海洋低值小杂鱼深加工技术

(1) 技术背景

水产品是我国的优势产品,海洋低值经济鱼类资源尤为丰富,约占我国海洋捕捞总量的50%,它含有人体必需的各种氨基酸和营养成分,是优良的营养源;但由于海洋低值经济鱼类多为小杂鱼,个体小,骨刺多,不适合市场鲜售,导致其市场受限,致使部分捕捞到的小杂鱼被直接废弃倒掉,不仅造成资源浪费,而且严重污染环境。

为了提高其利用价值,国内外水产加工行业开展了大量的研究,但多数仍局限于制造“虾油”、“鱼露”等初级调味品,经济价值低下;虽然也有试验性用于生产冷冻鱼糜,终因受技术水平制约而无法生产出市场所需的产品质量;与优质鱼类相比,用小杂鱼为主要原料生产出的鱼糜存在凝胶性能不佳,色泽灰暗,滋

味较差等缺陷。为此，突破技术瓶颈，研发以海洋低值经济鱼类生产高品质鱼糜加工技术显得尤为重要，具有巨大的社会效益和经济效益。

（2）技术特点及水平

本技术立足于解决当前致使鱼糜品质低下的瓶颈，以来源广泛的海洋低值经济鱼类为原料，采用现代食品生物技术，结合真空斩拌技术，开发出高品质鱼糜，凝胶强度达400以上，超过AA级冷冻鱼糜质量。

本技术所制得的鱼糜具有原料来源充裕、品质优良、营养丰富等优点。本技术的应用推广对国内外鱼糜加工技术具有突破性的进展，在开拓海洋低值经济鱼类使用领域的同时，也大幅提高了小杂鱼的经济价值。

海洋低值小杂鱼深加工技术的来源为集成创新；该技术相关的“小杂鱼深加工的技术研究及产品开发”项目通过福建省科技厅组织的科学技术成果鉴定（闽教科鉴字【2006】第10号），专家鉴定认为该项目成果总体水平达国内先进；该技术还获得福州市2006年度科学进步三等奖，相关的“应用新型技术开发高品质小杂鱼鱼糜制品”项目被列入国家级星火计划项目（项目编号：2006EA720010）。

（3）技术成熟程度

公司通过系统研究，已制定出海洋低值小杂鱼鱼糜制品生产技术路线，并于2006年实现产业化，产品品质达到优质海水鱼鱼糜的质量水平。

2、鱼丸自动加工机

产品机械“鱼丸自动加工机”属于国家重点支持的高新技术领域之“农副产品精深加工和清洁生态型加工技术与设备领域”。

（1）技术背景

传统制作鱼丸的方式采用手工操作，产品质量取决于操作者的技术水平和熟练程度，不仅工序复杂、生产效率低，而且产品质量规格不统一，在卫生等方面得不到保障。

（2）技术特点及水平

公司具有自主知识产权的鱼丸自动加工机，采用机械化方式自动生产鱼丸，生产效率高，成本明显降低，同时所制得产品质量稳定，大小规格统一，卫生有保障，具有很强的竞争优势。本专利技术主要特点是：

① 以传统鱼丸加工工艺为基础，结合现代机电技术，制作出自动化生产包馅鱼丸的机械设备；

② 物料输送系统采用变频技术，输送量与进料速度可根据浆料的特性智能化调整，保证产品质量稳定；

③ 大幅度提高生产效率，一台鱼丸自动加工机的产量超过10名操作工的产量；产品不合格率降低(如漏汤、破损、煮后变形、大小不均等)，不良率降至0.65%；产品馅料比例高达30%左右，超过行业平均水平；

④ 鱼丸自动加工机的应用，实现了传统特色食品的产业化生产，促进了区域产业集群的发展。

鱼丸自动加工机的技术来源为集成创新，该技术达到国内领先水平，已取得国家实用新型专利，授权号为ZL200720006649.X。

(3) 技术成熟程度

公司完全掌握该核心技术，已实现产业化生产，鱼丸系列产品年销额已突破1亿元，居同行业领先地位。

3、灌汤速冻丸及其制备工艺

(1) 技术背景

据市场调查，消费者对包馅类产品均要求馅香汁多，而目前市面上的包心鱼丸、包心贡丸及其它的包馅丸子馅料汤汁却较少，以致食用时口感干涩、爽滑度差；即使有的产品看似有汤汁，其实是油水，多吃发腻，无法满足健康饮食和口感的要求。为此，寻求一种能保持丸子馅料鲜香味，汤汁充盈、口感爽滑的灌汤工艺技术，对产品创新、满足市场需求、促进市场拓展有明显的推动作用。

(2) 技术特点及水平

灌汤速冻丸及其制备工艺的关键性技术解决了通常丸子馅料含水量多时丸子破馅率高，无法满足机械包馅技术要求的难题。其主要技术特点是：

① 选择适宜的汤汁，配以天然食用胶体和助剂，制得胶冻；所得胶冻低温（ $<20^{\circ}\text{C}$ ）时呈固态，可满足机械包馅的技术要求，高温（ $>35^{\circ}\text{C}$ ）时呈液态，在食用时丸子内馅爽滑多汁、味道鲜美、香而不腻；

② 与餐饮业灌汤包制法不同，本技术胶冻制作方法快捷，质量稳定，标准统一，使用方便。

该技术的来源为原始创新，该技术处于行业灌汤技术的领先地位。

(3) 技术成熟程度

公司已完全掌握该技术，并已获得发明专利，专利号为ZL200810072377.2。

目前公司多个产品已实现产业化生产,包心鱼丸及香港撒尿牛肉丸单品产销量均居行业前列。

八、技术储备情况及技术创新机制

(一) 研发项目及进展情况

1、报告期内已完成的研发项目情况

年份	项目	技术来源	主要用途
2012 年 1-6 月	鱼饼成型线切割技术	自主研发	通过本技术的实施应用,解决了成型机台原有切刀使用时粘连成型形状不好的状况,提高了成品率,降低了产品成本
	水晶包机台模具改良	自主研发	通过对水晶包成型磨具的改良,解决了原有机台水晶包成型时偏馅漏馅问题,提高了成品率,降低了产品成本
	水晶包水煮线分段温控技术	自主研发	通过分段加温技术解决了水晶包外皮熟化快、产品外观不光滑的问题
	烤鱼棒外皮螺旋涂色技术	自主研发	通过本技术的实施,使产品外观的色浆涂抹呈现螺旋状,增强了产品的美观度,激发消费者购买欲望
	元宝脆浆馅打制技术	自主研发	通过本技术的实施,在不破坏原料原有颗粒的情况下,有效地把鱼糜、肉类、蔬菜、虾米粘合在一起,增强了产品卖点
2011 年	墨鱼花水煮线的温控技术	自主研发	通过本技术使墨鱼花产品的水煮开花率得到了很大的提高,有效避免了以往残次品率高居不下的状况,降低了产品成本
	墨鱼开花肠工艺流程优化	自主研发	通过本技术的应用有效降低了蒸煮过程中产品断裂脱落现象的发生
	千叶豆腐乳化技术	自主研发	通过本技术的应用提高了蛋白的亲水性,产品切面更为细腻光滑,增强了产品的口感
	海参丸海参切丁技术	自主研发	通过本技术的实施有效避免了海参颗粒残次品率高的难题
	墨鱼烤肠膨胀率控制技术	自主研发	通过本技术的实施有效避免了产品在终端烤制时易爆裂的难题
	燕皮制作技术	自主研发	通过对鱼糜和肉类的工艺处理,使两种不同物料很好的结合在一起,形成一种特色外皮。
	真空打皮机密封技术	自主研发	通过对传动部分的密封件改造,有效提高打皮室真空度,缩短打皮时间,提高生产效率
	章鱼系类产品的研发	自主研发	通过对章鱼的技术处理,使章鱼在产品中的利用率得到大幅提高
	鲍鱼系列产品的研发	自主研发	通过鱼糜制造模拟鲍鱼技术,推出高端产品
	海参产品研发	自主研发	通过对海参的特殊处理,使之与鱼糜的粘结性大幅度提高,塑造高端的营养、健康食品
	鲍汁调制技术	自主研发	此技术的创新,可在产品中增加鲍鱼汁调味包,以提高消费者购买率和方便消费者在家调理之需
	鲑鱼丸产品研发	自主研发	以鲑鱼为原料,生产出营养健康的行业高端产品
	元宝脆产品模具开发技术	自主研发	使产品外观造型新颖,又有效避免了产品成型时外皮易破裂问题
	虾米饺馅打浆技术	自主研发	解决添加蔬菜和虾米打浆时容易打糊的技术难题
	鳕鱼棒产品成型所用纤维素肠衣的剥离技术	自主研发	有效避免鳕鱼棒产品成型所用纤维素肠衣剥离时,由于浸泡冰水不均匀造成的产品次品率较高的问题

	鳕鱼块成型技术	自主研发	解决鳕鱼块产品由于产品克重大,蒸煮过程中易变型的技术难题
	芋头在鱼糜制品中的应用技术	自主研发	本技术将芋头和鱼糜结合生产出符合消费者需求的产品
	马铃薯泥研发	自主研发	此技术的创新是把马铃薯熬制成泥,然后灌制到包馅产品中,不仅改进了产品的口感,又能降低产品成本
	海带在鱼糜制品中的应用技术	自主研发	此技术的创新不仅改变了以往鱼糜制品的外观,给消费者带来了新鲜感,同时又能降低产品成本
	水晶包打皮技术	自主研发	通过本技术的实施解决了水晶包皮成型时形状不好看及易开裂的技术难题
	水晶淀粉糊化技术	自主研发	通过实验得出糊化的最佳温度,此技术解决了水晶包打皮粘度低的问题
	蔬菜汁榨取添加技术	自主研发	通过本技术实施解决了蔬菜汁添加时着色不稳定的技术难题
	包馅鱼豆腐包馅技术	自主研发	通过本技术实施解决了产品偏馅问题,保证了产品质量
2010 年	鱼丸机的馅料均衡技术	自主研发	通过本技术的研发,可有效均衡产品馅料比,保证了产品质量
	冷冻隧道的热水融霜技术	自主研发	本技术可使冷冻隧道每次水融霜除冻时间由原来的 2-3 小时缩短到 30 分钟,融霜除冻效果好,既增加速冻运行的时间,又确保氨制冷装置及压缩机的安全,高效节水
	冷冻原物料解冻技术	自主研发	通过恒温、湿温技术改造,可进行大批量冷冻肉的解冻操作,有效提高解冻速度,同时保证冷冻肉解冻后的品质。
	水煮成型生产线的链条传送装置	自主研发	通过本技术的研发,减少了生产线链条使用长度,传动稳定,不易造成链条损坏,减少主轴磨损,大大降低了链条的维修频率
	蟹王棒外膜自动涂色技术	自主研发	通过本技术的研发,有效提高包装膜自动涂色生产效率,大大提高企业产品的质量和生产效率
	烟熏炉废气排放净化技术	自主研发	通过对烟气气路、行程的改变及增加水喷淋净化的技术改造,增加烟气与水幕的接触时间,使得烟气净化效率提高,达到烟气净化的效果
	系列速冻产品配方改良	自主研发	研发可满足消费者口味的创新系列产品
	蟹肉棒机台的两色产品生产技术	自主研发	通过对蟹肉棒机台出浆口的改造,实现同时喷涂两种不同浆料。
2009 年	添加胡萝卜的鱼制食品及其制备技术	自主研发	添加胡萝卜汁液的产品不仅外观艳丽而且产品风味和营养成分均达到了一个更高的水平
	添加咖喱粉的鱼制食品及其制备技术	自主研发	添加咖喱粉后的产品不仅外观艳丽并且还增加了产品风味,可吸引更多的消费者购买
	单体磷酸盐的复配技术	自主研发	以单体磷酸盐为主要原料,按照不同单体磷酸盐的添加比例,经真空混合后复配出不同功能的多功能性磷酸盐,自主研发的复配磷酸盐替代了进口的复配磷酸盐,有效降低产品成本
	大豆组织蛋白颗粒的生产技术	自主研发	以蛋白粉、豆粕为主要原料,经搅拌混合后再经高温膨化生产组织蛋白片,经器械切割后变为组织蛋白颗粒。自主研发的组织蛋白颗粒口感较外购产品品质更好,在产品添加中替代了外购组织蛋白,有效降低了生产成本
	AA 贡丸的蛋白提取技术	自主研发	通过对肉类所含有的盐溶性蛋白的有效提取技术的应用,产品在形状、口感、风味、弹性等方面均有不同程度增强
	无糖食品的应用技术	自主研发	以木糖醇和呈味剂替代蔗糖,满足糖尿病患者的消费需求,原产品口味口感保持不变

2、报告期内已完成的研发产品情况

作为快速消费品，消费者口味及喜好会不断转变，因此公司成功的关键在于能否持续改善和丰富产品系列以满足不断变化的消费者需求。为此，公司通过广泛的市场调查，获取客户的反馈信息，从而正确评估速冻鱼糜制品及速冻肉制品市场消费者喜好的变化趋势，并凭借自身强大的研发实力，开发满足客户需求的新产品。报告期内发行人完成的主要新产品研发情况如下：

序号	产品名称	技术特点
1	特级墨鱼丸	通过工艺及配方改进，增加产品凝胶强度，改变产品内部组织结构，提高产品弹性
2	灌汤香港撒尿牛肉丸	通过工艺及配方改进，改善产品的灌汤效果，提高产品冻、融过程的保水性，有效延长保质期
3	小葱花鱼丸	通过工艺及配方改进，使产品具备青葱的清香、内部组织松脆，保证产品的葱香及产品固有的风味不变
4	香菇贡丸	通过对香菇添加方式、配方及加工工艺的改进，提高产品的营养价值，改善口感，降低成本
5	鱼皮豆腐	通过加工工艺革新及配方改进，实现产品口感、色泽、保质期等方面的突破，过氧化值在 18 个月内不超标
6	玉米香肠	通过配方改进，有助于稳定分散体系、乳化体系及悬浮体系，稳定产品的 PH 值，减少产品加热过程中营养成分及水分流失
7	特供鳗鱼丸	通过加工工艺的革新及配方改进，有效解决了高粘度鳗鱼肉打浆不稳定的难题，实现了产品工艺优化
8	蟹王肠	通过表皮涂沫，在做真空打浆处理时，色浆和鱼糜浆有了很好的黏着性，不脱色、火烤不变色，最大程度提高产品的完整和美观度
9	香芹虾饺	通过对香芹菜的特殊工艺处理，脱去蔬菜多余水分，打浆混合后香芹菜与鱼糜浆之间有很好的粘结性，解决了蔬菜与鱼糜不能充分粘结的难题
10	即味花卷	通过对蔬菜的特殊工艺处理，解决了鱼糜制品不能和蔬菜类有很好粘结性的难题，产品中添加胡萝卜、青豆、甜玉米颗粒，和鱼糜混合后还有很好的黏着性，产品外观美丽，营养丰富
11	松香鱼	通过自制成型模具生产加工出的产品形状为活鱼的卡通形状，丰富了产品品项，对消费者有很强的吸引力
12	小海螺丸	通过对加工设备模具的改造，改变了以往不能生产小克重包馅产品的难题，改造后的小海螺丸浆馅比例达到 7: 3 的黄金比例
13	鱼卵果	通过对鱼卵的特殊工艺处理，既去除了鱼卵腥味，又最大限度的保留了鱼卵的营养成分
14	鱼皮脆饺	通过工艺和配方改进，解决了产品压皮过程中断皮、裂皮问题，有效提升了机台的操作性和成品率低下问题
15	野生四季饺之虾饺	通过加工工艺的改进，把鲜虾切丁和肉类混合制馅，不但增加了产品的营养，而且突出了产品鲜虾香甜的风味
16	野生四季饺之香港叉烧饺	通过添加天然香辛料对肉类腌制，使其在熟化过程中增加叉烧肉风味，此项技术不仅解决了产品中添加叉烧肉颗粒成型时破皮的问题，而且保留了叉烧肉的风味
17	野生四季饺之咖喱牛肉饺	通过将咖喱粉乳化处理，解决在拌馅工艺流程中结块、打不散、颜色不均匀的问题，从而提升产品品质及产品外观的美观度
18	海欣脆之吉士蛋脆	通过粉碎胡萝卜提取胡萝卜原液，将胡萝卜原液与鱼糜和淀粉进行混合制成产品外皮，该外皮不仅颜色亮丽而且还含有丰富的营养价值及产品风味
19	响铃金线鱼丸	通过对加工工艺的革新及配方改进，有效解决了产品灌汤少、响铃不响的问题，实现了产品工艺优化及可操作性的提高
20	小包心蟹丸	通过对蟹的蛋白酶解技术提取蟹香精并添加到产品中，从而增加产品的风味及口感，使产品更具有特色

21	章鱼丸	通过蛋白酶解技术脱去章鱼外皮颜色较深的部分，并起到软化章鱼，解决章鱼烫水后变硬不易机台成型的难题，从而使加工后的产品口感更爽脆，增加产品卖点
22	深海鳕鱼丸	通过对加工工艺及设备的革新，解决了鳕鱼丸因克重小成型外观不好看的问题，从而增加了产品外观的美观度、增强了产品的卖点
23	仿鲍鱼饺	利用鱼糜制作模拟鲍鱼技术，将模拟鲍鱼切丁后配以肉浆，生产高端鲍鱼饺产品
24	章鱼丸	通过对章鱼原料加工工艺革新，增强产品口感、风味、色泽、脆度
25	鱼皮脆之章鱼脆	通过对章鱼原料加工工艺革新，解决了章鱼和肉浆不易粘结、混合后易分离的问题
26	燕肉饺	通过加工工艺的革新及配方改进，有效解决高粘度鱼糜与肉类打浆不稳定的难题
27	爆汁香辣鱼果	通过工艺流程和配方的改进，解决了油炸产品不易爆汁的问题
28	闽南香肉	通过工艺流程优化提高了产品的切片性，增强了产品的耐煮性
29	千叶豆腐	通过工艺的革新有效降低了产品的凝胶时间，提高了生产效率，降低了生产成本
30	夹心蟹排	通过工艺流程革新及配方调整，提高了生产效率，有效降低了生产成本
31	烤鳕鱼棒	通过对产品中高水分蔬菜的特殊工艺处理，解决了鱼糜和蔬菜制浆时易分离的难题，既增强了产品的风味、营养又有效降低了产品成本
32	元宝脆	通过真空低速打浆技术，解决了肉类和蔬菜搅拌时容易打烂的难题，提高了产品口感和饱满度
33	鳕鱼块	通过工艺流程技术革新，有效解决了产品断面有气泡的问题，增强了产品的咬感，提高了生产效率，降低了生产成本
34	海参丸	通过工艺流程技术革新，解决了鱼浆和海参颗粒粘结度不好的问题，使产品外观更加美观
35	水晶包	通过工艺流程革新，解决了淀粉皮粘度低产品成型不好的技术难题，有效降低了产品的残次品率，降低了生产成本
36	包馅鱼豆腐	通过技术及工艺流程革新，解决了产品包馅不均匀问题，使产品更加美观
37	虾糕	通过工艺流程革新，解决了产品充填时有气泡问题，提升了产品的外观美感，增强了产品咬感

2009 年、2010 年、2011 年和 2012 年 1-6 月公司开发成功并投入市场的新品数量分别为 79 项、56 项、60 项和 22 项，新品产生的销售收入分别为 4,223 万元、3,880 万元、6,050 万元和 1,171 万元。

3、正在从事的研发项目

目前，公司正在研究开发的新项目和技术如下表所示：

序号	在研项目或技术名称	研发阶段	研发目标
1	鱼糜加工废弃料的综合利用技术	中试通过	对鱼糜加工废弃料进行综合利用，并进行生化技术深加工，制备 3 个系列的产品：1、系列生化产品：蛋白胨、透明质酸、胶原蛋白、胆色素钙盐、胆酸盐、牛磺酸、不饱和脂肪酸等；2、系列生物医学材料产品：不同质量标准的生物医学用胶（及工业用胶）、系列羟基磷灰石材料；3、食品级可溶性鱼蛋白粉、饲料级蛋白和饲料级鱼粉
2	水晶包皮打制技术	小样通过，待中试	通过不同温度分段式糊化技术，解决产成品存放过程中外皮开裂的技术难题
3	虾糕打浆技术	小样通过，待中试	通过技术创新改变常规打浆方法，有效减少产品气泡，使产品切片性更好

4	翡翠水晶包蔬菜汁应用技术	小样通过，待中试	通过技术创新改变蔬菜汁着色不均匀技术难题，使产品外观更加美观
5	南瓜在鱼肉制品中的应用	小样通过，待中试	此技术借助南瓜的天然颜色改变以往鱼糜制品的传统外观，给消费者带来新鲜感，而且又能降低产品成本
6	紫薯在鱼糜制品中的应用	小样通过，待中试	此技术借助紫薯的天然颜色改变以往鱼糜制品的传统外观，给消费者带来新鲜感，而且又能降低产品成本
7	魔芋粉在鱼、肉制品中的应用	小样通过，待中试	此辅料的应用可替代食品添加剂中部分的增稠剂，有效降低添加剂使用风险，提高产品的凝胶
8	紫糯水晶包中黑糯米的应用	小样通过待中试	通过本技术的应用有效使用了天然色素，使产品外观颜色更加逼真自然
9	闽南脆肉丸凝胶技术	小样通过待中试	通过技术创新应用，有效改善了产品中蛋白的凝胶条件，使产品的口感风味更加饱满
10	鱼饼打浆技术	小样通过待中试	通过本技术实施，改变以往打浆工艺路线，控制产品中蛋白质的凝胶强度，使产品口感松脆可口

（二）报告期内研发投入情况

报告期内，发行人研发投入及占营业收入比例情况如下：

项目	2012年1-6月	2011年度	2010年度	2009年度
研发投入(万元)	980	1,985	1,459	1,540
营业收入(万元)	32,402	65,833	51,341	43,433
研发投入占比	3.02%	3.02%	2.84%	3.55%

（三）技术创新机制

1、公司技术创新组织体系

技术中心是公司专门负责产品研发及前瞻性技术研究的部门，下设鱼糜组、肉类组、项目组、配料组、标准信息中心等五个二级职能部门，初步构建了完善的技术开发体系。

2、公司研发人员情况

截至2012年6月30日，公司拥有技术研发人员85人，技术研发人员占员工人数的10.61%；技术研发人员专业领域涉及食品科学与技术、生物工程、生物技术、食品检测、化工分析与检验、微生物、食品药品监督管理、营养食品检验与管理等学科。

3、公司技术创新制度安排

为加强技术创新能力，不断提升核心竞争力，公司在机构、激励机制和人员等方面已做如下安排：

（1）在机构方面，公司设有福州市级企业技术中心，并在此基础上建立了一整套从信息收集、项目立项、实施、鉴定、考核的技术创新管理体系，包括《新

品研发作业办法》、《新品试制作业办法》、《课题研发作业办法》、《配方工艺更改作业办法》、《生产原物料替代作业办法》、《研发投入核算财务管理制度》等技术创新内部管理规定。

公司营销人员通过市场调研，多方收集市场信息，进行项目立项的可行性分析，经公司高层领导决策，向技术中心下达研发任务。课题组接题后，进行工艺、配方设计，开展系统的研发工作。产品小试成功后，由品评专家和营销专业人员共同对小试产品进行品评，并向技术中心反馈改进意见。通过品评小组认定的新品，再进行中试和批量生产。该体系运行科学、高效，新品转化率达90%，新品开发一般3个月左右即可上市。

(2) 在激励方面，公司建立了完备的激励和保障制度，制定了《绩效管理办法》、《科学技术研究内部激励机制》及《研发奖励管理办法》，对立项项目、鉴定课题、获奖项目、工业化生产转化项目、发表学术论文的小组和个人都有明确的奖励办法，充分调动了科研人员的积极性和创造性。

(3) 在人员方面，公司通过内部培养、积极引进各类优秀的专业技术人才，提升公司研发队伍的整体水平。同时，公司还与多家科研院所进行技术合作，并定期聘请行业技术专家对公司科研人员进行专业培训。

(四) 与其他单位研发合作情况

公司坚持以创新为发展的原动力。公司在自主创新的同时，先后与福建师范大学、福建农林大学食品科学学院、福州市食品工业研究所、农业部甘蔗生理生态与遗传改良重点开发实验室等高校、科研机构，在基础研究、产品开发和产品产业化方面展开全方位的合作，达到了优势互补的良好效果，为公司的产品、技术创新提供了有力的技术支持，使得公司技术中心能源源不断地研发出具有市场竞争力的新产品。主要的合作协议及合作成果如下：

1、公司与福建师范大学、农业部甘蔗生理生态与遗传改良重点开发实验室合作进行小杂鱼深加工的技术研究及产品开发，相关技术成果于2006年5月通过福建省教育厅组织的鉴定（闽教科鉴字【2006】第10号），经科技查新和综合评判，成果总体水平达国内先进，该技术成果由公司实施成果转化，后续研发成果归属公司所有。

2、2008年10月，公司与福州市食品工业研究所（以下简称“福州食品所”）

签订《技术合作协议书》，双方主要合作范围包括：（1）福州食品所专家深入企业生产第一线，对生产中存在的关键共性技术难题进行攻关，提出整体解决方案，并选择重点开展项目立项等工作；（2）双方合作组建实验室，共同就海洋食品的前沿技术、共性技术等进行研究和开发；（3）福州食品所根据企业技术进步的需要和企业的特点，积极协助公司编制政府计划项目的申请立项材料；项目立项后，双方人员开展项目的实施工作直至项目验收；（4）技术骨干培训；（5）产品质量检测服务。

在技术合作协议书的框架下，2009年9月，公司与福州食品所签订了海欣海洋食品重点实验室建设合同书，主要内容为公司与福州食品所合作共建“海欣海洋食品重点实验室”，实验室主要从事如下几方面的工作：（1）加工技术的突破和创新；（2）新材料（新产品）创新研发；（3）技术服务项目。实验室第一期运营期限为三年，从2010年1月1日起至2012年12月31日止，第二期相关事项由双方根据第一期合作成果及客观需要再行商议确定。合作过程中双方确认并验收的成果等知识产权均归属于公司，但福州食品所拥有利用该等技术进行提升研究、中试、申报成果、申报职称的免费使用权。实验室的研发成果、技术参数等核心资料为各方的商业机密，除申报专利外，任何一方均不得泄露或者披露。

3、2009年9月，公司与福建农林大学食品科学学院签订了《校企合作框架协议书》，合作内容主要包括：（1）校企专家服务和行业共性技术难题的突破和提升；（2）速冻鱼糜、水产休闲等食品工程技术、生物技术的研究与开发；（3）专家团队和人力资源的互补和培训；（4）博士后工作站建站、技术平台、实验室资源共享等。研发合作形成的专利等知识产权归属于公司。

九、主要产品食品安全、质量控制情况

公司自成立以来专注于鱼糜制品的生产，尽管在原材料的选取以及制作的工艺上都进行了变革，但追求产品品类多元化和产品品质优良的传统一直未变。公司始终坚持食品安全和品质卓越两大原则，严格按照 ISO9001 和 HACCP 等质量管理体系，建立了完整、严谨的监督网络，目前已形成以品控部为中心、全员参与的质量管理和食品安全制度，制定了完善的程序文件和作业方法，明确了企业的质量方针和目标，建立了良好的操作规范和卫生操作规程，强调以预防为主，通过不定期审核监督质量体系中的各个环节，不断改进并完善企业管理，在企业中

形成人人关心质量、重视质量的良好氛围，强化员工的品质意识，进一步保证质量管理体系正常、连续有效的运行。

1、公司已建立完善、高效的质量控制体系

公司及其子公司获得的质量认证（证书）情况如下表所示：

认证（许可）名称	获得单位	认证（许可）范围	证书编号	有效期至
ISO9001:2008 质量管理体系认证	腾新食品	速冻调理食品的开发和生产	00112Q23845R2M/3500	2015. 5. 2
HACCP 认证	腾新食品	速冻调理食品（仿蟹肉棒、无馅鱼丸）的生产	001HACCP1200279	2015. 4. 24
全国工业产品生产许可证（QS）	腾新食品福州金山分厂	速冻食品【速冻其他食品（速冻肉制品）】	QS3501 1101 0400	2014. 7. 17
	东山腾新	速冻食品【速冻其他食品（速冻肉制品）】	QS3500 1101 0941	2014. 8. 1
	舟山腾新	速冻食品【速冻其他食品（速冻其他类制品）】	QS3309 1101 0299	2014. 7. 13
出口食品生产企业备案证明	腾新食品	冻仿蟹肉棒、冻无馅鱼丸	3500/18009	2015. 11. 30

（1）ISO9001质量控制体系

2005 年，公司依据 GB/T19000-2000 质量管理体系的要求建立了以过程控制为基础的质量控制体系，并形成公司内部《质量手册》，内容覆盖了产品研发、采购、生产、储存、销售全过程各环节的质量控制要求。2006 年 4 月，公司通过了 ISO9001: 2000 国际质量管理体系认证。在质量控制体系运行过程中，公司按照 PDCA（计划、执行、审核、改进）循环模式持续提高质量管理水平，确保产品质量管理得到不断地改善和加强。2010 年 4 月，公司取得了换发的 ISO9001: 2008 国际质量管理体系认证。

（2）HACCP体系

公司于 2006 年 5 月通过 HACCP 认证，并建立了 HACCP 质量控制体系。HACCP 即关键控制点危害分析，该体系被国际权威机构认可为控制由食品引起的疾病最有效的方法。HACCP 体系通过从源头上识别、评估食品中潜在的安全危害，建立预防控制措施并实施监控，从而达到预防污染或其他危害的发生、保证食品安全的目的。公司在生产过程中严格依照 HACCP 计划进行监控，并成立了 HACCP 小组，定期对体系的运行情况进行检查和核实。

（3）质量控制标准

公司产品及主要原材料使用的质量控制标准如下表所示：

序号	项目	质量控制标准	备注
----	----	--------	----

1	速冻鱼糜制品	SC/T 3701-2003《冻鱼糜制品》 GB 10132-2005《鱼糜制品卫生标准》 SB/T 10379-2004《速冻调制食品》	行业标准/国家标准
2	速冻肉制品	SB/T 10379-2004《速冻调制食品》 SB/T 10610-2011《肉丸》	行业标准
3	猪肉（原材料）	NY 5029-2008《无公害食品 猪肉》	行业标准
4	牛肉（原材料）	NY 5044-2008《无公害食品 牛肉》	行业标准
5	鸡肉（原材料）	NY 5034-2005《无公害食品 禽肉及禽副产品》	行业标准
6	淀粉（原材料）	NY/T 875-2004《食品木薯淀粉》	行业标准
7	大豆蛋白（原材料）	GB/T 20371-2006《食品工业用大豆蛋白》	国家标准

2、公司已制定系统、严密的食物安全和质量控制措施

在实施 ISO9001 质量管理体系和 HACCP 体系的基础上，公司根据自身特点，制定了完整且严密的供应链管理措施，从采购、生产、销售到物流运输各环节，全程都建立密集的质量检验与控制点，以确保原料、在制品及成品的每个环节都能符合食物安全卫生的严格要求。

（1）采购质量控制措施

公司从原料产地的精选到原辅材料采购都制定了严格、科学的检验控制程序，所有原辅材料都经过严格的把关、筛选，采用优质猪肉及各种优质原料。公司建立了高于国家和行业要求的原辅料验收标准，每年还定期对大宗原料供方进行实地评估，坚决拒收品质不良、标识不清、包装不合格的原辅料。2008 年，公司在国内天然渔港浙江舟山建立自己的供应链基地，高起点建设鱼糜加工生产基地。

① 供应商选择

公司根据 ISO9001 认证标准挑选供应商，在挑选过程中，公司会综合考虑供货商的信誉、供货质量、数量及价格进行评估。

公司目前已建立严密的供应商管理制度与评鉴体系，由采购、生产、品控三个部门共同管理，原料从供应商到入库接收，均进行严密的监控和考核，以确保原料质量、成本和交货期，并通过总部的管控功能，维护采购体系的持续有效运作。公司建立供应商选择机制，成立供应商评估小组，建立《合格供应商名录》，对所有供应商均要求提供资质信息、质量承诺及生产许可证等资料，确保原材料供应商信息的可追溯性；公司还定期对大宗原料供应方进行实地评估。

② 原材料质量控制措施

公司主要原材料为鱼糜、肉类和粉类。自成立至今，公司一直能够采购到充足且符合质量标准的原材料。

公司在接收原材料时，规定必须附有全部必要的证书，以确定已通过所有规定检查及检验，确保公司原材料的安全。公司建立食品原料、食品添加剂的进货查验制度，记录相应原料及添加剂的名称、规格、数量、供货者名称及联系方式、进货日期等内容，确保原材料信息的可追溯性。

针对近期发生的瘦肉精事件，公司及时采取了应对措施，包括：①对公司现有已入库未领用的猪肉每批均抽样送第三方检测机构检验，经检测，公司送检的样品中未含有盐酸克伦特罗（俗称瘦肉精）；②瘦肉精事件发生后，一些大型的猪肉供应商对其出厂的每批产品均进行盐酸克伦特罗的检测并提供相应的检测报告，确保每批产品均不含盐酸克伦特罗；③对其他猪肉供应商，公司对其重新进行现场评审，要求其在规定时间内必须具备检测盐酸克伦特罗的能力，并要求供应商定期提供含“瘦肉精”的第三方检测报告；④公司对今后采购的每批猪肉将主动抽样送第三方检测机构检验，若发现该批产品存在盐酸克伦特罗的，公司立刻通知供应商，并呈报质监部门，若确认该批产品确实存在盐酸克伦特罗的，公司将该批货物移交质监部门处理，并停止向该供应商采购猪肉。⑤公司通过采购与使用快速检测盐酸特伦克罗的测试卡，来提升公司质量控制部门的检测能力；通过上述措施，公司将确保使用的猪肉原料不含盐酸克伦特罗，保证公司产品的质量安全。

③ 辅料质量控制措施

公司产品使用具有阻氧、阻水及阻油等优良性能的包装物料包装，以确保产品安全、卫生、营养、美味，保证产品质量，所需的包装物料主要向国内企业采购。

除产品包装外，公司生产的亲亲肠等速冻肉制品还使用肠衣包装，部分肠衣由天然动物肠衣制成，部分则为人造肠衣如蛋白肠衣等，公司主要向国内供应商采购肠衣包装物。

公司生产时使用的调味品等辅料，主要向国内知名供应商采购。

④ 食品添加剂质量控制及食品安全保障措施

公司严格按照《食品安全法》及《食品添加剂使用标准》中关于食品添加剂的品种、使用范围、用量的规定使用添加剂，在生产过程中不存在使用添加剂目

录以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的情形。

公司持续加强对食品添加剂的管理，明确规定所有食品添加剂必须到质量监管部门进行登记备案后方可使用，同时要求供货方提供生产许可证、检测报告、质量声明及相关证件，供货方产品包装标识必须符合国家标准要求并明确标出真实成分，必要时对供货方提供的原料委托政府检测部门进行检验。针对目前尚未有国家、行业标准的食品添加剂与复配食品添加剂，严格遵守卫生部与质监总局发布的《做好食品添加剂生产许可和监管衔接工作的通知》（卫监督发[2011]64号）文件的要求。

⑤原材料采购、入库、领用管理制度

公司制定原材料采购管理制度，仓库部门根据生产需求、现有库存及供应商供货周期及供货能力向采购部提出采购申请，采购部确认无误后进行订货，确保现有库存及预采购原材料在领用前均处于保质期内，并有效控制存货成本。

公司制定物资入库管理制度，供应商提供的原材料必须符合国家有关食品安全的要求且生产日期必须为近3个月生产，若供应商提供的产品不符合要求，公司将拒收并采取惩罚措施，降低供应商的综合考评等级。

公司制定原材料仓库管理制度，所有原材料按类别、保质期有序排放，采用标识等目视化管理手段，以确保保质期到期日在前的原材料先领用，同一保质期的产品按先进先出原则领用。

公司制定物资出库管理规定，物料部门领料时需再次确认所有领用原料符合先进先出原则且所领原料在保质期内。

公司采用ERP管理系统，原料入库、领用、出库等环节均由专人负责录入，以确保可以实时查询各种原料耗用情况和现有库存等情况。公司实时记录存货变动情况，并于每月末编制库龄分析表以加强原料管理。

报告期内，公司不存在原材料积压和过期的情况。

⑥其他采购质量控制措施

公司保持与省市质量技术监督部门标准化情报研究所的互动，主动加强学习有关食品原料新标准及相应法规，公司内部已建立原辅材料国家、行业、农业标准文件档案，并参考最新有效版本标准制定、修订《原辅材料验收标准》。

（2）生产过程质量控制

产品生产过程基础设施、工艺布局、卫生控制、CCP点监控、产品防护等是

确保食品安全的前提，公司参照美国 FDA《水产品 HACCP 实施指南》和《食品企业通用卫生规范》（GB14881）等法律法规对员工清洁卫生、交叉污染防治、生产工艺的监控、生产设备使用与保养、车间温度与明亮度控制、生产环境污染防治等方面均做出明确规定并要求在实施过程中进行检查。

公司按照质量管理体系及食品安全标准的相关要求，确定生产关键控制点，严格执行有关技术要求和操作规程并做好工艺记录；公司建立 HACCP 小组，从生物危害、化学危害、物理危害等方面引导生产车间食品安全管理工作，在生产过程设立关键控制点及控制限值，并在员工中展开培训及学习。为保证产品质量，公司对在产品加工环节实施品控部质量一票否决权。在整个生产过程中，公司通过对人员、机器、原料、操作方法、环境卫生五个方面进行严格管控，有效保障食品安全。

在人员管理方面，公司严格执行人员健康体检管理制度，所有新老员工均需定期进行健康体检，获取健康证后方可上岗；公司每日对员工的健康状况进行上岗前检查，发现健康状况涉及可能影响食品卫生的人员，均需暂时性调换工作岗位或强制休假；公司严格执行人员培训管理制度，新入职员工须经过企业制度培训、安全生产培训、食品卫生安全意识培训、生产操作标准化培训、现场 5S 培训、食品安全法律、法规、规章、标准和其他食品安全知识等，并须通过书面考试及现场操作考评。

在机器设备管理方面，公司引进国内、国际先进生产设备，严格按照既定的设备清洗、维护、保养计划，定期对设备进行清洗、消毒、养护、改造升级，以确保设备使用前符合卫生要求；同时严格落实计量仪器管理，对涉及食品安全的设备定期送外检定或校准，且每日使用前对计量设备进行校对，以确保计量工具的准确性。

在原料管理方面，除了进货查验外，生产使用前须再次进行查验，记录当班所用原料的相关信息，对发现有异常原料应暂停使用，上报主管并采取相应处理措施；所有的浆料输送突破传统容器运输方式，采用管道输送方式，使得浆料衔接过程不受污染；公司还制定制程稽核作业办法，要求生产部门当天投入原料当天完工，当天清洗设备，不得存在原料残留。

此外，在食品添加剂管理方面，公司要求：所有食品添加剂均须为食品级，且有相应的识别标识，不得含有非食品级化工成分；食品添加剂均来自合格供应

商,并要求提供符合法定要求的相关资质以及质量承诺声明;食品添加剂试用前,必须先到当地质量技术监督局登记备案,以便质监系统同步审核使用的合规性;公司在设计产品配方时,食品添加剂种类严格按《食品添加剂使用标准》(GB2760-2011)可添加类别作为依据,同时严格控制食品添加剂用量,一般食品添加剂用量不超过《食品添加剂使用标准》中允许最大添加量的50%;食品添加剂使用前,必须用标准砝码进行校准其计量设备精度,异常时不得使用;食品添加剂使用的种类和用量每班由配料人员进行记录,由其主管对当班的种类与数量进行审核。通过采取上述措施,公司确保食品添加剂的合规使用。

在操作方法管理方面,公司依各个工序分别制定有标准化操作手法,通过培训让员工充分掌握,以保障不同人员操作手法的统一性;每班每隔一小时均安排现场品管、生产班组长进行巡检,避免非标准手法的使用;公司依据 HACCP 体系,建立了 GMP 良好操作规范、SSOP 卫生标准操作程序等;公司成立产品感官口味品评组,品评组由总经理牵头,由部门经理、技术专家组成,采用感官评分制,以使海欣产品保持良好口感;公司执行生产过程稽核制度,专人定时或抽查以对生产过程各道工序进行有效管理。

在环境卫生管理方面,除日常正常更衣、洗手消毒、场地消毒、设备消毒、容器消毒外,按不同清洁区域对空气的洁净度有不同的要求,通过定期清洗更换排气过滤网、班后定时定量开启臭氧发生器对空气进行灭菌,采取空气沉降菌实验、人员手部、设备表面涂抹实验,确保生产车间环境质量符合卫生要求。

(3) 仓储质量控制

公司制定产成品入库管理规定,产成品经品控部检验合格后方可入库,保管人员必须做到与车间人员现场交接,认真核对产品名称、批次、等级、数量、标识及包装情况,并将相关信息及时录入 ERP 系统。

公司制定仓库管理办法和通路稽核管理办法,需冻藏的原料库、成品库温度不得高于-18℃,所有产品均严格按食品卫生标准的要求存放。

产成品出库之前,保管员根据营销中心的发货单,在确认单据、印鉴、合同手续等完整有效后,根据先进先出原则办理产品出库。

公司实时记录成品出入库情况并于每月末编制库龄分析表,对保质期剩余时间将近4个月的产品,采用降价促销、搭赠、买赠等方式及时处理,避免出现过期和积压产品。

报告期内，公司不存在产品积压和过期的情况。

（4）销售过程和销售通路质量控制

公司严格依照《食品安全法》的要求，通过设立产品销售台账等方式建立健全食品出厂检验记录制度，查验出厂食品的检验合格证和安全状况，并如实记录出厂食品的名称、规格、数量、生产日期、生产批号、购货者名称及联系方式、销售日期等内容，相关产品检验合格后方可出厂销售。公司产品溯源体系的形成将进一步确保产品质量的长期稳定。

由于速冻食品具有需要低温储存及运输的特性，从成品的储存到运输配送的每个环节应始终处于规定的低温环境下，公司派有专人负责对成品在储存、销售过程中的温度进行监控和检查；除自检记录外，还由品控部门进行抽检，以监控产品的质量，确保食品安全与卫生。公司还规定，对于因温度回升而导致产品外形、颜色、口感发生异常的产品不得销售。

在销售通路质量控制方面，对于商超，公司采用派驻现场促销人员或采用巡查人员的方式进行管理。派驻人员或巡查人员负责产品销售、陈列、保管等工作并定期向公司汇报。公司根据商超派驻人员或巡查人员的报告决定是否对商超库存产品进行促销、买赠、搭赠等处理。对于经销商，公司制定通路稽核作业办法，定期对经销商仓库保管进行检查，确保其产品保管符合食品安全卫生标准的规定和公司产品进出管理等规定。对稽核不合格的经销商，公司有权取消其经销资格并要求其及时销毁过期或变质产品。同时，公司加强对经销商培训，通过开会、培训、递送质量信息文件等方式让经销商了解食品安全防护的重要性、有效地指导经销商开展食品防护措施。

（5）检验过程质量控制

公司设有检测中心，按照 ISO17025-2005 实验室质量管理体系要求对所有原辅料及产成品进行检测，常规开展的检验项目包括成品、鱼糜弹性、水质、原料水分、盐分、灰分、白度、淀粉含量、挥发性盐基氮、过氧化值、酸度、酸价、蛋白质、菌落总数、大肠菌群等，非常规项目包括砷、铅、汞、镉、DDT、着色剂、防腐剂等，检验工作操作方法均以国家食品安全检测操作标准为依据。

公司引进具有国内外先进水平的检测设备，保证相关检验的快速、准确；通过对产品的重金属含量以及产品的微量营养元素进行检测分析，深入保障公司产品的安全卫生与营养。同时，公司还与福建省中心检验所、福建华日食品安全检

测有限公司、福州市食品工业研究所签订长期委托检验合同，通过外部机构的检测比对，验证公司检验数据的准确性与可靠性。

公司保持追踪国家检测标准的更新，对新标准方法定期开展检验人员的学习与培训，有效地保证检验方法与操作手法的正确性，保证检验数据的准确性。

公司建立原辅料进货检验作业办法、制程稽核作业办法、产成品出厂检验作业制度，产品以同一品种当天生产的批量为一批，抽样按每批产量的1%随机抽取，检验合格方能出厂销售。

(6) 质量考核

公司将过程控制中各控制点的检查结果量化管理，用合格率的方式统计各控制点的控制效果，定期进行数据的汇总、分析，作为对生产管理人员业绩考核的内容之一，强调了质量控制在生产管理中的重要性。

每月汇总的数据包括 GMP、清洗检查、产品外形、重量、包装、关键控制点有效控制、产品微生物、理化检验及生产现场微生物涂抹合格率。通过质量考核的方式确保生产管理人员将质量管理作为工作的重点，确保产品的品质。以上控制措施确保产品品质符合食品安全的要求。

(7) 产品召回制度及应急预案管理

公司建立产品召回制度，定期对食品召回进行模拟演习，从小区域召回演练逐步扩大范围进行，以保证召回活动反应的快速性与有效性；公司建立了食品安全事故处置预案，目前食品安全事故处置预案以预防为主。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，公司已按照食品安全法律法规的要求采取了相应的防范措施，报告期内未曾发生食品安全事故，不存在重大食品卫生事故的风险。

3、食品安全教育

公司注重加强对职工食品安全知识的培训，培训内容包括学习食品安全法律、法规、规章、标准和其他食品安全知识，并配备有专职的食品安全专业技术人员及管理人员。

4、危机处理机制

考虑到食品质量、安全的重要性，公司组建了由固定人员组成的危机处理小组，负责制定或审核危机处理方案，监督有关方针和步骤的正确实施，清理危机险情。

公司制定危机预警机制和危机处理机制。危机预警机制确保形成企业员工良好的防范意识和行为，全面清晰地预测各种危机情况，捕捉危机征兆，为处理各项潜在危机制定对策方案，尽可能确保危机不发生。当危机发生时，企业的危机处理小组按照各自的职责各司其职，查找危机的源头，核查危机的真实情况，有针对性地制定危机处理方案，将危机可能形成的损失控制在最小范围之内。

5、产品质量纠纷情况

公司设立至今，未发生重大的产品质量事故和投诉及产品质量责任纠纷，未出现因违反有关产品及服务质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况，也未出现因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。

2012年6月，公司金山分厂生产的批号为2012-1-19的台式虾丸中所含食品添加剂脱氢乙酸经广州市工商局抽查检测不符合国家标准，发行人对该批次产品已进行下架处理，并针对该事项采取了相应的整改措施。根据福州市质量技术监督局、东山县质量技术监督局和舟山市质量技术监督局普陀分局出具的证明，2009年以来公司及下属子公司未发生因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司同业竞争情况

（一）同业竞争情况

除本公司外，控股股东、实际控制人滕氏家族未直接或间接控制其他企业，与本公司不存在同业竞争。

（二）控股股东及实际控制人避免同业竞争的承诺

为避免今后可能发生的同业竞争，最大限度维护本公司的利益，保证公司正常经营，本公司控股股东、实际控制人滕氏家族出具了《关于同业竞争问题的承诺》：

“1、本人及本人控制的公司或其他组织中，没有与发行人的现有主要产品相同或相似的业务。

2、本人及本人控制的公司或其他组织将不在中国境内外以任何形式从事与发行人现有相同或相似业务，包括不在中国境内外投资、收购、兼并与发行人现有主要业务有直接竞争的公司或者其他经济组织。

3、若发行人今后从事新的业务领域，则本人及本人控制的公司或其他组织将不在中国境内外以控股方式，或以参股但拥有实质控制权的方式从事与发行人新的业务领域有直接竞争的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并与发行人今后从事的新业务有直接竞争的公司或者其他经济组织。

4、如若本人及本人控制的法人出现与发行人有直接竞争的经营业务情况时，发行人有权以优先收购或委托经营的方式将相竞争的业务集中到发行人经营。

5、本人承诺不以发行人控股股东、实际控制人的地位谋求不正当利益，进而损害发行人其他股东的权益。”

二、关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则 36 号—关联方披露》等法律及规范性文件的相关规定，截至本招股说明书签署日，公司的主要关联方包括：

1、控股股东、实际控制人

滕用雄持有本公司 31.51%的股份，为公司控股股东；滕氏家族持有本公司 75.47%的股份，为公司实际控制人。

2、其他持有公司 5%以上股份的主要股东

除实际控制人外，持有本公司 5%以上股份的其他股东为福建劲达创业投资有限公司。福建劲达创业投资有限公司的基本情况，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况·九、发起人、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

3、全资子公司

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	主营业务
1	东山腾新	2007 年 3 月	2,000	生产速冻肉制品
2	舟山腾新	2008 年 1 月	2,000	生产加工冷冻水产品、鱼糜；收购、销售水产品
3	武汉海欣	2008 年 5 月	500	预包装食品销售
4	南京腾新	2008 年 6 月	500	预包装食品销售
5	上海闽芝	2008 年 7 月	500	批发：预包装食品
6	广州腾新	2008 年 10 月	500	批发、零售：定型包装食品
7	北京鼓山	2008 年 11 月	800	销售定型包装食品
8	沈阳腾新	2010 年 8 月	500	预包装食品销售
9	成都腾新	2010 年 7 月	500	批发兼零售：预包装食品、散装食品

4、其他关联方

其他关联方主要为公司的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员，具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员·一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

报告期内，公司未曾发生经常性关联交易。

2、偶发性关联交易

（1）转让注册商标

2009 年 3 月及 2009 年 9 月，公司及北京鼓山与滕用雄分别签订协议，滕用雄将其拥有的 9 项注册商标无偿转让予公司及北京鼓山，该 9 项注册商标转让均已获国家商标局批准并已相应变更至公司及北京鼓山名下。

(2) 关联方为公司银行借款提供担保

① 2007 年 2 月 28 日，滕用雄以本人所有的大额定期整存整取存单、以其与林翠芳共有的座落于福州市鼓楼区南街街道杨桥东路 19 号的房产（榕房产权证 R 字第 0341212 号、榕房权证 R 字第 0232179 号），滕用伟以其与陈丽贞共有的座落于福州市仓山区金山街道金山大道 117 号百合苑商住楼的房产（榕房权证 R 字第 0553898 号），滕用庄以其所有的座落于福州市仓山区金山大道 150 号的房产（榕房权证 R 字第 0656133 号、榕房权证 R 字第 0666550 号）共同为公司与中国光大银行福州台江支行签订的贷款金额为 372 万元的《委托贷款合同》（编号：GDTJW07001）提供担保。

② 2009 年 9 月 24 日，滕用雄为公司与中国光大银行股份有限公司福州分行签订的《综合授信协议》（编号：GDSS209011）的履行提供总额为人民币 3,572 万元的连带责任保证。

③ 2010 年 9 月 20 日，滕用雄为公司与中国民生银行股份有限公司福州分行签订的《综合授信协议》（编号：公授信字第 99152010296959 号）的履行提供总额为人民币 2,000 万元的连带责任保证。

④ 2010 年 12 月 30 日，滕用雄为发行人与厦门国际银行福州分行签订的《综合授信额度合同》（合同编号：GRF10101）的履行提供本金 1,000 万元及利息、违约金、赔偿金、实现债权发生费用的连带责任保证。

上述四项质押、抵押、保证已经随着主合同的履行完毕而终止。

⑤ 2011 年 12 月 29 日，滕用雄为发行人与厦门国际银行福州分行签订的《综合授信额度合同》（合同编号：GRF11105）的履行提供本金 1,000 万元及利息、违约金、赔偿金、实现债权发生费用的连带责任保证。

关联方为公司提供的上述质押、抵押、连带责任保证均为无偿行为。

3、关联方未结算项目金额

报告期内各期末，公司不存在关联方未结算项目。

(三) 关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司具有独立的采购、研发、销售系统，报告期内，公司与关联方发生的关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

三、对关联交易决策权限和程序的制度安排

为规范公司关联交易行为,保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则,公司根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则 36 号—关联方披露》等有关法律、法规,制定《公司章程》、《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》及《董事会议事规则》等相关制度,对关联交易决策权限及程序作出了明确规定。

1、关联交易的决策权限及决策程序

公司与关联自然人发生的交易金额在人民币30万元以上的关联交易事项(公司提供担保除外),由公司董事会审议批准。公司与关联法人发生的交易金额在人民币300万元以上或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上,并低于人民币3,000万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值5%的关联交易(公司提供担保除外),由公司董事会审议批准。

公司与关联人发生的交易金额在人民币3,000万元以上,且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易(公司提供担保、获赠现金资产除外),公司应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构,对交易标的进行评估或审计(与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的,可以不进行审计或评估),并由公司董事会先行审议通过后提交公司股东大会审议批准

公司可以聘请独立财务顾问就需要股东大会批准的关联交易事项对全体股东是否公平、合理发表意见,并出具独立财务顾问报告。

监事会对需董事会或股东大会批准的关联交易事项是否公平、合理,是否存在损害公司和非关联股东合法权益的情形明确发表意见。

2、回避制度

(1) 关联股东回避制度

股东大会审议有关关联交易事项时,关联股东不应当参与投票表决,其所代表的有表决权的股份数不计入有表决权股份总数;股东大会决议公告应当充分披露非关联股东的表决情况。关联股东明确表示回避的,由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决,表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样法律效力。

(2) 关联董事回避制度

董事会审议关联交易时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。在审议关联交易事项时，由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

四、公司关联交易制度的执行情况和独立董事意见

独立董事对公司报告期内的关联交易事项进行了核查，认为：“公司 2009 年以来发生的关联交易遵循了平等、自愿的原则，有关协议所确定的条款公允、合理，不存在损害公司和公司股东利益的情形。”

五、减少关联交易的措施

本公司已依据有关法律、法规和规范性文件的规定，在《公司章程》、《关联交易管理制度》、《董事会议事规则》和《股东大会议事规则》中对关联交易作出了严格规定，包括关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等内容，以确保关联交易的公允、合理，从而保护本公司及全体股东的利益。同时，公司进一步完善独立董事制度，强化对关联交易事项的监督。

本公司在生产经营过程中将尽量减少关联交易的发生，并将关联交易的数量和对经营成果的影响降至最低程度。对于正常的、不可避免的且有利于公司发展的关联交易，本公司将遵循公平、公正、公开的市场原则，严格按照有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等有关规定履行决策程序，确保交易价格公允，并及时、充分披露。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）董事会成员

1、滕用雄

滕用雄，男，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级经济师，亚洲（澳门）国际公开大学工商管理硕士，厦门大学EMBA在读。历任海欣有限董事长兼总经理、东山腾新董事长兼总经理，现任本公司董事长兼总经理，东山腾新董事，武汉海欣、广州腾新、南京腾新执行董事，福州市政协常委、福州市工商联副主席、福建省水产加工流通协会副会长、中国渔业协会理事会副会长，2008年10月被中国渔业协会评选为“当代中国渔业企业领军人物”。

滕用雄先生主持研究开发的“小杂鱼深加工的技术研究及产品开发”项目被列入“国家级星火计划项目”，并荣获“福州市2006年度科学进步三等奖”；参与研发的“水产食品增值加工过程品质调控关键技术研究及应用”项目荣获“2008年度中国轻工业联合会科技进步奖二等奖”，参与的“新型鱼糜制品冰温气调保鲜技术研究与应用示范”被列为福建省区域重大科技项目。

2、滕用伟

滕用伟，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权；具有十多年快速消费品营销工作经验，曾主持公司全国营销网络的组建和布局。现任本公司董事、舟山腾新执行董事，主要负责公司主要原材料鱼糜的生产，参与“小杂鱼深加工的技术研究及产品开发”项目的研究开发工作。

3、滕用庄

滕用庄，男，1978年出生，中国国籍，无境外永久居留权，经济师。现任本公司董事、东山腾新董事长兼总经理。

滕用庄先生主持研究开发了“鱼丸自动加工机”、“灌汤速冻丸及其制备工艺”等多项专利或专有技术，主持开发了“福州特级墨鱼丸”、“撒尿牛肉丸”、“香菇贡丸”、“蟹王棒”等多个新产品并实现了产业化运作，参与研发的福州市科技计划项目“新含气调理肉制品保鲜加工技术的研究”通过福州市科学技术局组织的科技项目评审。

4、朱大为

朱大为，男，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士。历任福建交通台副台长、福建省广播电视经营管理中心主任、福建省广播影视集团产业与科技部主任、上海劲霸投资有限公司副总经理。现任本公司董事、福建三元达通讯股份有限公司董事、福建劲达创业投资有限公司投资总监、上海劲邦股权投资管理有限公司投资总监。

5、张伙星

张伙星，男，1967年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任福建省建宁县人民法院助理审判员、福建省三明市梅列区人民法院副庭长。现任本公司独立董事、福建远东大成律师事务所执行合伙人、福建金森林业股份有限公司独立董事、福建省客家联谊会理事、福建中医药大学管理学院客座教授。

6、林毅

林毅，男，1957年出生，中国国籍，无境外永久居留权，法律硕士，高级工程师。历任农业部渔政局渔港监督处处长、中国渔船船东互保协会副理事长兼秘书长、中国水产流通与加工协会常务副会长兼秘书长。现任本公司独立董事、中国渔业协会常务副会长兼秘书长，中国海事仲裁委员会委员、仲裁员，中国休闲垂钓协会常务副会长、大连壹桥海洋苗业股份有限公司独立董事、大连海洋岛水产集团股份有限公司独立董事。

7、胡继荣

胡继荣，男，1956年出生，中国国籍，无境外永久居留权，香港公开大学硕士，教授，注册会计师。历任扬州大学水电学院助教、讲师，福州大学管理学院副教授。现任福州大学管理学院会计系教授、本公司独立董事、中国绿色食品（控股）有限公司独立董事、福建水泥股份有限公司独立董事、昇兴集团股份有限公司独立董事、达派国际控股有限公司独立董事，中国商业会计学会理事、学术委员、大学部常务副主任，福建省会计学会常务理事、福建省审计学会常务理事、福建省内部审计协会常务理事、福建省审计厅特约审计员。

本届董事会的任期自2011年8月至2014年8月。

（二）监事会成员

1、周瑾

周瑾，女，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾就职于国泰君安证券有限公司兰州营业部、中国银河证券有限责任公司兰州营业部、兰州瑞德摩尔集团公司。现任本公司监事会主席、上海劲邦股权投资管理有限公司投资总监助理、福建劲达创业投资有限公司投资总监助理。

2、林天山

林天山，男，1981年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任福建冠福家用股份有限公司法务专员、厦门东纶集团总经办职员。现任本公司职工监事、证券事务代表、东山腾新监事。

3、郑宗行

郑宗行，男，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。历任宁化县安远乡粮食管理站仓管、储运主任。现任本公司职工监事、物流部部长。

本届监事会的任期自2011年8月至2014年8月。

（三）高级管理人员

1、滕用雄

滕用雄现任本公司总经理，简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介·（一）董事会成员”。

2、吴勤

吴勤，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任福建省劳保公司会计师、海欣有限财务经理、财务负责人。现任本公司副总经理。

3、宋荔辉

宋荔辉，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任日立数字映像（中国）有限公司营业财务部部长、厦华电子股份有限公司经营管理部经理、福州天宇变压器股份有限公司财务总监。现任本公司财务总监。

4、刘锦德

刘锦德，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任闽发证券有限责任公司项目经理、福建冠福现代家用股份有限公司董事会秘书、厦门东纶集团董事长特别助理。现任本公司副总经理兼董事会秘书。

本届高级管理人员的任期自2011年8月至2014年8月。

（四）核心技术人员

本公司核心技术人员为滕用雄、滕用庄、张曰富和王德明。

滕用雄、滕用庄简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介·（一）董事会成员”。

张曰富，男，1965年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任哈尔滨肉联厂技术员、海霸王（汕头）食品有限公司生产厂长、研发主管，具有20年专业从业经验及丰富的实际操作知识，主要从事产品研发和高技术应用，是国内较早进行蔬菜与鱼、肉类产品调理混合使用技术研发的专业人员之一，其主持研发的玉米香肠、台湾香肠、鱼皮脆、海欣脆等产品深受消费者喜爱。2007年9月起任公司技术中心副总监，2010年8月至今任公司技术中心总监。

王德明，男，1974年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任顶新国际集团康师傅控股有限公司制造处处长、厂务处处长，2007年7月起任公司品控部经理，2007年10月起任公司生产部部长，2010年8月至今任公司生产总监，参与高档鱼丸、香港撒尿牛肉丸、鱼排等新产品的开发并将其转化为生产力，主导了漏浆露馅工艺改进及多条生产线产能效率提升等品质、成本相关的技术改造。

（五）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

经2008年8月6日召开的公司2008年度第二次临时股东大会审议通过，选举由控股股东滕用雄提名的滕用雄、滕用伟、滕用庄、林毅以及劲达创投提名的朱大为、马朝松、郑庆昌为公司第二届董事会成员，任期三年。其中，郑庆昌、林毅、马朝松为独立董事。

经2008年8月6日召开的公司第二届董事会第一次会议决议，选举滕用雄为董事长。

2010年10月18日，独立董事郑庆昌因个人原因提出辞职。2010年11月7日，公司2010年第三次临时股东大会通过决议，聘请滕用雄提名的张伙星担任公司第二届董事会独立董事，其任期自股东大会决议通过之日起至第二届董事会届满。

2011年2月25日，独立董事马朝松因个人原因提出辞职。2011年4月2日，公司2010年度股东大会通过决议，聘请公司股东劲达创投提名的胡继荣担任公司第

二届董事会独立董事，其任期自股东大会决议通过之日起至第二届董事会届满。

2011年8月6日，公司召开2011年第三次临时股东大会进行董事会换届选举，原第二届董事会成员全部留任，由滕用雄、滕用伟、滕用庄、朱大为、林毅、张伙星、胡继荣组成公司第三届董事会，其中林毅、张伙星、胡继荣为独立董事。

经2011年8月6日召开的公司第三届董事会第一次会议决议，选举滕用雄为董事长。

2、监事的提名和选聘情况

2008年8月6日，公司召开2008年第二次临时股东大会，选举由公司股东滕用伟提名的滕用严为公司股东代表监事，与公司职工代表大会选举产生的职工代表监事陈生、林天山共同组成第二届监事会，任期三年。

经2008年8月6日召开的公司第二届监事会第一次会议决议，选举滕用严为公司监事会主席。

2010年10月3日，滕用严因个人原因辞去监事及监事会主席职务。2010年11月7日，公司2010年第三次临时股东大会通过决议，聘请公司股东劲达创投提名的周瑾担任公司第二届监事会监事，其任期自股东大会决议通过之日起至第二届监事会届满。

经2010年11月7日召开的公司第二届监事会第七次会议决议，选举陈生为公司监事会主席。

2011年8月6日，公司召开2011年第三次临时股东大会进行监事会换届选举，选举周瑾为公司股东代表监事，与公司职工代表大会选举产生的职工代表监事林天山、郑宗行共同组成第三届监事会，任期三年。

经2011年8月6日召开的公司第三届监事会第一次会议决议，选举周瑾为公司监事会主席。

二、报告期内董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份情况

报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况如下：

姓名	2012-6-30		2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	持股数	比例	持股数	比例	持股数	比例	持股数	比例

	(万股)	(%)	(万股)	(%)	(万股)	(%)	(万股)	(%)
滕用雄	1,670.00	31.51	1,670.00	31.51	1,670.00	31.51	1,670.00	31.51
滕用伟	750.00	14.15	750.00	14.15	750.00	14.15	750.00	14.15
滕用庄	790.00	14.91	790.00	14.91	790.00	14.91	790.00	14.91
滕用严	750.00	14.15	750.00	14.15	750.00	14.15	750.00	14.15
陈月娇 (注1)	40.00	0.75	40.00	0.75	40.00	0.75	40.00	0.75
吴 勤	20.00	0.38	20.00	0.38	20.00	0.38	20.00	0.38
刘锦德	20.00	0.38	20.00	0.38	20.00	0.38	20.00	0.38
合 计	4,040.00	76.23	4,040.00	76.23	4,040.00	76.23	4,040.00	76.23

注1：陈月娇系滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严之母。

上述人员持有本公司的股权不存在质押或冻结情况。

除上表披露的情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情形。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在其他对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬安排

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员2011年度在本公司及子公司领取薪酬情况如下：

序号	姓名	在本公司担任职务	薪酬（元）	领薪单位	备注
1	滕用雄	董事长、总经理	238,730.00	腾新食品	
2	滕用伟	董事	137,200.00	舟山腾新	
3	滕用庄	董事	136,360.00	东山腾新	
4	朱大为	董事	-	-	
5	林 毅	独立董事	50,000.00	腾新食品	独立董事津贴
6	张伙星	独立董事	50,000.00	腾新食品	独立董事津贴
7	胡继荣	独立董事	37,500.00	腾新食品	独立董事津贴
8	周 瑾	监事会主席	-	-	
9	林天山	监事	71,340.00	腾新食品	
10	郑宗行	监事	109,982.00	腾新食品	
11	吴 勤	副总经理	122,484.00	腾新食品	
12	宋荔辉	财务总监	135,520.00	腾新食品	
13	刘锦德	副总经理、董事会秘书	130,502.00	腾新食品	

14	张曰富	核心技术人员	200,450.00	腾新食品	
15	王德明	核心技术人员	107,090.00	腾新食品	

注：胡继荣为 2011 年 4 月新聘任的独立董事。

在发行人及其子公司处领取薪酬的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员，发行人及其子公司均按照国家及地方的有关规定，依法为其办理失业、养老、医疗、工伤等保险，不存在其它特殊待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况如下：

姓名	兼职单位	兼职情况	兼职单位与本公司关系
滕用雄	武汉海欣	执行董事	本公司之全资子公司
	南京腾新	执行董事	本公司之全资子公司
	广州腾新	执行董事	本公司之全资子公司
	东山腾新	董事	本公司之全资子公司
	福建省水产加工流通协会	副会长	无关联关系
	中国渔业协会理事会	副会长	无关联关系
	福州市工商联	副主席	无关联关系
滕用伟	舟山腾新	执行董事	本公司之全资子公司
	东山腾新	董事	本公司之全资子公司
滕用庄	东山腾新	董事长兼总经理	本公司之全资子公司
朱大为	劲达创投	投资总监	持有公司 5%以上股权的股东
	福建三元达通讯股份有限公司	董事	无关联关系
	上海劲邦股权投资管理有限公司	投资总监	无关联关系
张伙星	福建远东大成律师事务所	执行合伙人	无关联关系
	福建金森林业股份有限公司	独立董事	无关联关系
林毅	中国渔业协会	常务副会长兼秘书长	无关联关系
	中国海事仲裁委员会	委员、仲裁员	无关联关系
	中国休闲垂钓协会	常务副会长	无关联关系
	大连壹桥海洋苗业股份有限公司	独立董事	无关联关系
	大连海洋岛水产集团股份有限公司	独立董事	无关联关系
胡继荣	福州大学管理学院会计系	教授	无关联关系
	中国绿色食品（控股）有限公司	独立董事	无关联关系

	福建水泥股份有限公司	独立董事	无关联关系
	昇兴集团股份有限公司	独立董事	无关联关系
	达派国际控股有限公司	独立董事	无关联关系
周 瑾	上海劲邦股权投资管理有限公司	投资总监助理	无关联关系
	福建劲达创业投资有限公司	投资总监助理	无关联关系
林天山	东山腾新	监事	本公司之全资子公司

除以上人员外，发行人其他董事、监事、高级管理人员没有兼职。

六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间存在的亲属关系

滕用雄、滕用伟、滕用庄之间为兄弟关系，除此之外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间均不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员作出的重要承诺及与公司签订的协议及其履行情况

滕用雄、滕用伟、滕用庄、吴勤、刘锦德分别作出了股份锁定的承诺，具体内容参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 • 十、发行人股本有关情况 •（六）本次发行前股东所持股份限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

滕用雄、滕用伟、滕用庄向公司出具了《关于同业竞争问题的承诺》，具体内容参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易 • 一、公司同业竞争情况 •（二）控股股东及实际控制人避免同业竞争的承诺”。

滕用雄、滕用伟、滕用庄向公司出具了关于公司劳务派遣用工的《承诺书》，具体内容参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 • 十一、公司员工及其社会保障情况 •（二）劳务用工情况”。

滕用雄、滕用伟、滕用庄向公司出具了关于公司社会保险费用及住房公积金补缴风险的《承诺书》，具体内容参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 • 十一、公司员工及其社会保障情况 •（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”。

截至本招股说明书签署日，公司与董事、监事签订了《聘用协议》，与高级管理人员、核心技术人员签订了《劳动合同》，并与上述人员签订了《保密协议》。

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签署其他协议。

截至本招股说明书签署日，上述合同、协议等均履行正常，不存在违约情形；公司董事、监事、高级管理人员所作出的承诺均履行正常，不存在与其所承诺事项不符的情况。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格

本公司现任董事、监事和高级管理人员均符合《公司法》和国家法律法规及相关规范性文件规定的任职资格，且不存在下列情形：

- 1、被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期；
- 2、最近36个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近12个月内受到证券交易所公开谴责；
- 3、因涉嫌犯罪被司法机关立案或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查、尚未有明确结论意见。

九、公司董事、监事、高级管理人员在报告期内变动情况

（一）报告期内公司董事会成员变动情况

报告期内公司董事变动的具体情况如下：

1、2008年8月，公司召开2008年第二次临时股东大会，选举滕用雄、滕用伟、滕用庄、朱大为、马朝松、郑庆昌、林毅为公司第二届董事会董事，任期三年，其中马朝松、郑庆昌、林毅为独立董事。

2、2010年10月，郑庆昌因个人原因辞去独立董事职务。2010年11月，公司2010年第三次临时股东大会通过决议，选举张伙星为新任独立董事，其任期自股东大会决议通过之日起至第二届董事会届满。

3、2011年2月，马朝松因个人原因辞去独立董事职务。2011年4月，公司2010年度股东大会通过决议，选举胡继荣为新任独立董事，其任期自股东大会决议通过之日起至第二届董事会届满。

（二）报告期内公司监事会成员变动情况

报告期内公司监事变动的具体情况如下：

1、2008年8月，公司召开2008年第二次临时股东大会，选举滕用严为股东代表监事，与职工代表大会选举产生的陈生和林天山共同组成第二届监事会，

任期三年。

2、2010年10月，滕用严辞去监事及监事会主席职务。2010年11月，公司2010年第三次临时股东大会通过决议，选举周瑾为新任监事，其任期自股东大会决议通过之日起至第二届监事会届满。

3、2011年8月，公司召开2011年第三次临时股东大会进行监事会的换届选举，选举周瑾为股东代表监事，与职工代表大会选举产生的林天山和郑宗行共同组成第三届监事会，任期三年。

（三）报告期内公司高级管理人员变动情况

报告期内公司高级管理人员变动主要系公司根据业务发展需要进行的相应选聘，并履行了必要的程序，具体情况如下：

1、2008年8月，经公司第二届董事会第一次会议决议，续聘滕用雄为公司总经理，续聘吴勤为公司副总经理，聘任宋荔辉为公司财务总监，续聘刘锦德为公司董事会秘书，任期均为3年。

2、2009年8月，经公司第二届董事会第七次会议决议，聘任王军和刘锦德为公司副总经理，任期至2011年8月。

2010年4月，王军因个人原因辞职。

综上，报告期内公司董事、高管的变动主要系为了完善公司法人治理结构，引进外部人才所致，公司的核心经营管理层保持稳定。报告期内发行人的董事、高级管理人员未发生重大变化。

第九节 公司治理

公司设立以来，依据《公司法》、《证券法》等法律法规的规定，逐步建立健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作细则》、《董事会秘书工作细则》等公司治理的基础制度。报告期内，公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层之间已建立相互协调和相互制衡的运作机制，独立董事和董事会秘书能够有效增强董事会决策的公正性和合理性，公司治理架构能按照相关法律法规和公司章程的规定有效运作。

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况

发行人依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，相关制度符合有关上市公司治理的规范性文件要求。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度建立健全情况

公司于2005年9月5日召开的2005年第一次临时股东大会审议通过了《股东大会议事规则》，2008年第三次临时股东大会、2009年第五次临时股东大会对《股东大会议事规则》进行了修订，2010年年度股东大会对《股东大会议事规则》作了进一步修订，对公司股东大会的运行进行规范。

股东大会是公司的最高权力机构，依法行使下列职权：决定公司的经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会报告；审议批准监事会报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改公司章程；对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议批准公司章程第三十八条规定的担保事项；审议批准公司章程第三十九条、四十条规定的交易事项；审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；审议批准变更募集资金用途事项；审议股权激励计划；审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应

当由股东大会决定的其他事项。

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行；临时股东大会不定期召开，出现《公司法》规定的应当召开临时股东大会的情形时，临时股东大会应当在 2 个月内召开。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，披露临时提案的内容；召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已经列明的提案或增加新的提案。

股东大会对表决通过的事项应形成会议决议，决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。除累积投票制外，股东大会对所有提案应当逐项表决，不得以任何理由搁置或不予表决。对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。股东大会就关联事项作出决议，属于普通决议的，应当由出席股东大会的非关联股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数以上通过；属于特别决议的，应当由出席股东大会的非关联股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

股东大会应有会议记录。会议记录记载以下内容：出席股东大会的股东和代理人人数、所持有有表决权的股份总数及占公司股份总数的比例；召开会议的时间、地点、议程和召集人姓名或名称；会议主持人以及出席或列席会议的董事、监事、总经理和其他高级管理人员姓名；对每一提案的审议经过、发言要点和表决结果；计票人、监票人姓名；股东的质询意见、建议及董事会、监事会的答复或说明等内容；股东大会认为和公司章程规定应当载入会议记录的其他内容。

2、股东大会制度的运行情况

从报告期初至本招股说明书签署日，公司共召开 20 次股东大会，主要对《公司章程》的修订、董事及监事的任免、利润分配、主要管理制度的制定和修改、重大投资、首次公开发行的决策和募集资金投向等重大事项进行审议并作出有效

决议。该 20 次股东大会出席会议的股东（股东代理人）持有发行人股份数均占发行人股份总数的 100%。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度建立健全情况

公司于 2005 年 9 月 5 日召开的 2005 年第一次临时股东大会审议通过《董事会议事规则》，2008 年第三次临时股东大会、2009 年第五次临时股东大会对《董事会议事规则》进行了修订，2010 年年度股东大会对《董事会议事规则》作了进一步修订，对公司董事会的运行进行规范。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利，履行义务。

公司设董事会，董事会对股东大会负责。公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名。董事会设董事长 1 人。

公司董事会行使下列职权：负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；决定公司章程第三十七条第（十四）项、第三十八、三十九、四十条规定以外的公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人和其他高级管理人员，并决定其报酬和奖惩事项；制订公司的基本管理制度；制订公司章程的修改方案；管理公司信息披露事项；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；法律、行政法规、部门规章或公司章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

董事会每年度至少召开二次会议，由董事长主持。董事长认为必要时及代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事联名、1/2 以上的独立董事、监事会、总经理可以提议召开董事会临时会议，董事长应当自接到提议后 10 日内，召集临时董事会会议。召开董事会会议，应于会议召开 10 日前以专人送达、传真或电子邮件方式通知全体董事。召开临时董事会议，应于会议召开 3 日前以电话、传

真或电子邮件方式通知全体董事。董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会决议的表决，实行一人一票制。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。

2、董事会制度的运行情况

从报告期初至本招股说明书签署日，公司共召开了 29 次董事会会议。公司董事会依据《公司法》、《公司章程》的规定运行，除执行董事会决议外，对公司生产经营方案、高级管理人员任命、内部机构的设置、基本制度的制定、重大投资、关联交易等事项进行审议并作出了有效决策；同时，对需要股东大会审议的事项，提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。该 29 次董事会会议均由发行人时任董事亲自出席。

3、董事会专门委员会的设置及运行情况

2008 年 8 月 23 日，经第二届董事会第二次会议审议，公司设立董事会战略委员会、薪酬委员会、提名委员会及审计委员会；依据发行人董事会各专门委员会的议事规则，发行人董事会审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会各由三名发行人董事组成，独立董事占半数以上，并由独立董事担任委员会主任，其中审计委员会至少包括一名会计专业的独立董事。发行人战略委员会由三名董事组成，其中至少包括一名独立董事。目前，公司董事会各专门委员会委员名单如下：

专门委员会	主任	委员
战略委员会	滕用雄	朱大为、张伙星
薪酬与考核委员会	张伙星（独立董事）	林 毅、滕用雄
提名委员会	林 毅（独立董事）	张伙星、滕用雄
审计委员会	胡继荣（独立董事）	张伙星、滕用雄

报告期内发行人董事会各专门委员会履行职责情况如下：

（1）董事会战略委员会

2009 年 4 月 27 日，第二届董事会战略委员会第二次会议审议通过《关于公司未来五年战略规划的议案》；

2009 年 10 月 5 日，第二届董事会战略委员会第三次会议审议通过《关于公司投资建设鱼糜及其制品技术研发中心项目的议案》、《关于公司投资建设营销网络项目的议案》、《关于东山腾新食品有限公司新建年产 3 万吨鱼糜制品及肉制品

项目的议案》;

2010年1月22日,第二届董事会战略委员会第四次会议审议通过《关于公司2010年经营规划的议案》;

2011年3月10日,第二届董事会战略委员会五次会议审议通过《关于公司继续推进上市工作的议案》;

2011年9月14日,第三届董事会战略委员会第一次会议审议通过《关于向银行申请1亿元综合授信额度的议案》;

2012年2月1日,第三届董事会战略委员会第二次会议审议通过《关于未来三年(2012-2014)股东分红回报规划的议案》、《关于向银行申请1.3亿元综合授信的议案》。

(2) 董事会审计委员会

2009年4月28日,第二届董事会审计委员会第三次会议审议通过《关于〈2008年度财务报表〉的议案》、《关于续聘华兴会计师事务所为公司2009年度审计机构的议案》;

2009年11月25日,第二届董事会审计委员会第四次会议审议通过《关于公司〈三年又一期财务报表〉的议案》、《关于公司〈关于与财务报表相关内部控制制度的说明及执行有效性的认定〉的议案》;

2010年1月22日,第二届董事会审计委员会第五次会议审议通过《审计部2009年度工作报告》、《关于审议公司2009年度财务报告的议案》、《关于公司续聘会计师事务所的议案》;

2011年3月10日,第二届董事会审计委员会第六次会议审议通过《审计部2010年度工作报告》、《关于审议公司2010年度财务报告的议案》、《关于对华兴会计师事务所2010年审计工作的评价以及续聘华兴会计师事务所为2011年度审计机构的议案》;

2011年4月2日,第二届董事会审计委员会第七次会议审议通过《选举主任委员的议案》;

2011年8月6日,第三届董事会审计委员会第一次会议审议通过《关于选举主任委员的议案》、《关于聘任审计部经理的议案》;

2012年3月2日,第三届董事会审计委员会第二次会议审议通过《审计部2011年工作报告》、《关于审议公司2011年度财务报告的议案》、《关于续聘华兴

会计师事务所的议案》。

（3）董事会提名委员会

2009年4月28日，第二届董事会提名委员会第二次会议审议通过《关于增设营销副总、投资副总岗位的议案》；

2009年8月18日，第二届董事会提名委员会第三次会议审议通过《关于提名王军先生为公司营销副总经理候选人的议案》、《关于提名刘锦德先生为公司投资副总经理候选人的议案》；

2010年1月22日，第二届董事会提名委员会第四次会议审议通过《关于公司2010年度高级管理人员构成的议案》；

2011年3月10日，第二届董事会提名委员会第五次会议审议通过《关于公司董事和高管规模及任职人员的议案》；

2011年7月16日，第二届董事会提名委员会第六次会议审议通过《关于公司第三届董事会董事候选人的议案》；

2011年8月16日，第三届董事会提名委员会第一次会议审议通过《关于选举主任委员的议案》、《关于公司拟聘高级管理人员任职资格的议案》；

2012年3月2日，第三届董事会提名委员会第二次会议审议通过《关于公司董事和高管规模及任职人员的议案》。

（4）薪酬与考核委员会

2009年4月27日，第二届董事会薪酬与考核委员会第三次会议审议通过《总经理2008年度工作报告》、《关于公司2009年度高管人员薪酬标准的议案》；

2010年1月22日，第二届董事会薪酬与考核委员会第四次会议审议通过《总经理2009年度工作报告》、《关于公司2010年度高管人员薪酬标准的议案》；

2010年11月27日，第二届董事会薪酬与考核委员会第五次会议审议通过《关于选举主任委员的议案》；

2011年3月10日，第二届董事会薪酬与考核委员会第六次会议审议通过《总经理2010年度工作报告》、《2010年度公司高管薪酬考核方案执行情况的报告》、《2011年度公司高管薪酬考核方案》；

2011年8月6日，第三届董事会薪酬与考核委员会第一次会议审议通过《关于选举主任委员的议案》；

2012年3月2日，第三届董事会薪酬与考核委员会第二次会议审议通过《总

经理 2011 年度工作报告》、《2011 年度公司高管薪酬考核方案执行情况的报告》、《2012 年度公司高管薪酬考核方案》。

综上，报告期内发行人董事会下属专门委员会依据其各自的职责权限行使了相应的权利，能够正常发挥作用。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度建立健全情况

公司于 2005 年 9 月 5 日召开的 2005 年第一次临时股东大会审议通过了《监事会议事规则》，2008 年第三次临时股东大会、2009 年第五次临时股东大会对《监事会议事规则》进行了修订，2010 年年度股东大会对《监事会议事规则》作了进一步修订，对公司监事会的运行进行了规范。《公司章程》和《监事会议事规则》对公司监事和监事会的各方面情况做出了详细全面的规定。

公司监事由股东代表和公司职工代表担任；公司职工代表担任的职工监事不得少于监事人数的三分之一。

监事会行使下列职权：检查公司财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；向股东会会议提出提案；依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；相关法律、行政法规、部门规章、公司章程规定或股东大会授权的其他职权。

监事议事以监事会会议的形式进行，监事会会议分为定期会议和临时会议。监事会每六个月至少召开一次定期会议，监事可以提议召开临时监事会会议。监事会主席召集和主持监事会会议，监事会会议应半数以上的监事出席方可举行，监事会决议需经全体监事半数以上表决通过方为有效。监事会应当将所议事项作成会议记录，出席会议的监事和记录人，应当在会议记录上签名。监事会会议记录、会议纪要、会议决议、年度监事会工作报告和个人专项报告作为公司档案至少保存十年。

2、监事会制度的运行情况

公司定期召开监事会会议，从报告期初至本招股说明书签署日，共召开 11 次监事会会议，所有监事（含外部监事）均亲自出席每次监事会会议，独立行使表决权，并在会议记录上签名确认，外部监事对有关决策事项均未曾提出异议。

公司各名监事（含外部监事）独立履行职责，不受其他监事和公司其他人员的干预、阻挠。公司监事定期不定期检查公司财务并予以记录，对公司重大决策和关联交易提出意见，根据法律、法规、公司章程等规定的职责对董事、高级管理人员的行为进行监督做进行评价，向股东大会报告董事、监事执行公司事务情况，维护公司和股东利益免受不当损失，公司各位监事依法独立履行了该等职责。

从报告期初至本招股说明书签署日，发行人“三会”的召开、决议的内容及签署均符合《公司法》等相关制度要求，不存在管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度建立健全情况

公司于 2008 年 9 月 10 日召开的 2008 年第三次临时股东大会审议通过了《独立董事工作细则》，2010 年年度股东大会对《独立董事工作细则》进行了修订。

依据《独立董事工作细则》，公司独立董事除具有公司法和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还享有以下特别职权：（1）重大关联交易应由独立董事认可后方可提交董事会讨论；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）确定或者调整公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司的关联自然人与公司现有或拟发生的总额高于 30 万元，或者关联法人与公司现有或拟新发生的总额高于 300 万元或高于占公司最近经审计净资产绝对值 5%的借款、其他资金往来或关联交易，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（5）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；（6）国家法律、法规和公司章程规定的其他事项。

2、独立董事制度的运行情况

2008年8月，公司2008年第二次临时股东大会选举马朝松、郑庆昌、林毅为公司第二届董事会独立董事，其中马朝松为会计专业人士。

2010年10月，郑庆昌因个人原因辞去独立董事职务；2010年11月，公司2010年第三次临时股东大会选举张伙星为现任独立董事。

2011年2月，马朝松因个人原因辞去独立董事职务；2011年4月，公司2010年度股东大会选举胡继荣为现任独立董事。

2011年8月，公司召开2011年第三次临时股东大会进行董事会的换届选举，继续选聘林毅、张伙星、胡继荣担任公司第三届董事会的独立董事，其中胡继荣为会计专业人士。

独立董事自任职以来，依据《公司章程》、《独立董事工作细则》等要求，积极参与公司决策，发挥了在财务、法律、行业等方面的专业特长，维护了全体股东的利益，促使公司治理结构有了较大改善。发行人独立董事均亲自出席了发行人报告期内召开的20次股东大会及29次董事会，未出现发行人独立董事对发行人股东大会或董事会相关决定提出反对意见或投反对票或弃权票的情形。除参加发行人股东大会及董事会并依法行使表决权外，2009年度发行人独立董事对发行人续聘会计师事务所、聘任公司高级管理人员及高管人员薪酬情况分别发表了独立意见；2010年度对发行人续聘会计师事务所、推荐独立董事候选人及公司关联交易情况、关联方资金占用情况及对外担保情况、高级管理人员薪酬情况发表了独立意见并对发行人内部审计工作进行了监督；2011年度对发行人续聘会计师事务所、选举独立董事及聘任公司高级管理人员、高级管理人员薪酬情况、2009年以来公司关联交易及对外担保情况发表了独立意见，参与了公司“三会”议事规则等主要内控管理制度的修订工作并对发行人内部审计工作进行监督。

（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度建立健全情况

公司于2008年8月23日召开的第二届董事会第二次会议审议通过了《董事会秘书工作细则》，2011年3月11日召开的第二届董事会第十七次会议对《董事会秘书工作细则》进行了修订。

依据《董事会秘书工作细则》，董事会秘书为公司高级管理人员，承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职

权，对加强公司治理、促进公司的规范运作有着重要作用。

董事会秘书的具体职责包括：（1）负责公司和相关当事人与证券监管机构之间的沟通和联络；（2）负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务；（3）负责组织实施公司投资者关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料；（4）按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；（5）参加董事会会议，制作会议记录并签字；（6）负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使董事、监事和其他高级管理人员以及相关知情人员在信息披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时及时采取补救措施，同时向监管部门报告；（7）负责保管公司股东名册、董事名册、监事名册、大股东及董事、监事和高级管理人员持有公司股票的资料，以及股东大会、董事会、监事会会议文件和会议记录等；（8）协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章、上市规则、证券交易所其他规定和公司章程，以及上市协议中关于其法律责任的内容；（9）促使董事会依法行使职权。在董事会拟作出的决议违反法律、法规、规章或者公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录，同时向有关部门报告；（10）对公司董事、监事和高级管理人员的任职资格进行持续性审查。

2、董事会秘书制度运行情况

2007年11月，经公司第一届董事会第十二次会议决议，同意聘任刘锦德为公司董事会秘书。刘锦德自任职以来，依法筹备了历次董事会会议及股东大会会议，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，在改善公司治理方面发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

（六）保证内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施

发行人在2005年设立之初，五名发起人股东全部为滕氏家族成员，同时家族主要成员担任发行人董事、监事及总经理。发行人设立后，除采取依法制定公司章程及各项内控制度并建立健全三会及经理层的分权制约等各项常规的公司治理措施外，发行人还针对家族企业的特点，采取了一些针对性的措施，主要包

括：

1、吸收家族成员以外的股东，降低家族成员持股比例

2008年8月6日，发行人2008年第二次临时股东大会决议增加注册资本1,300万元，本次增资的增资方均为滕氏家族以外人员，且均与滕氏家族成员不存在亲属关系。通过本次增资，滕氏家族成员持有发行人股权比例由100%降至75.47%，有效改善了发行人的股权结构。

2、对董事会、监事会及高级管理人员组成的调整

发行人成立之初，董事会成员均为滕氏家族成员。2008年8月，发行人引入家族成员以外股东后，控股股东尊重中小股东的提名权，发行人股东大会全票同意通过了中小股东提名的董事当选发行人董事。现发行人董事中，朱大为、胡继荣均为滕氏家族成员以外的股东提名的董事。

发行人成立后，滕氏家族成员滕用严担任发行人监事会主席职务。为有效改善发行人公司治理结构，2010年10月，滕氏家族成员滕用严主动辞去发行人监事职务，发行人补选家族成员以外的股东提名的候选人为发行人监事。同时，为调动员工的监督意识，发行人成立后职工代表监事一直占发行人监事会成员的半数以上。现发行人监事会由三名监事组成，监事会主席周瑾为家族成员以外的中小股东提名的监事，另外两名监事郑宗行、林天山均为职工代表监事。

发行人积极培养和引进家族成员以外的人员担任公司关键管理人员。在发行人高级管理人员中，只有总经理滕用雄一人为滕氏家族成员，其余三名高级管理人员均为家族以外人员。同时，对于原材料采购、财务管理等关键部门和岗位，也不由家族成员或其直系亲属任职，使公司在日常生产经营中有效避免了家族管理的弊端，确保内控制度完整合理有效、公司治理完善。

二、公司规范运作情况

公司按照公司章程及国家有关法律、法规的规定开展经营活动，根据相关部门出具的证明文件，报告期内公司不存在重大违法违规行为或受到国家行政及行业主管部门重大处罚的情况。

2011年6月3日，武汉市国家税务局第二稽查局下发《税务行政处罚决定书》[武国税二稽罚（2011）226号]，武汉海欣2010年3月至2010年11月期间因未按规定取得运输发票53,820.96元，涉及抵扣税额3,767.46元，被要求

补缴税款 3,767.46 元，并处以罚款 100 元。该事件主要系员工规范意识不足，公司已对该员工进行了公开的通报批评和教育，并警示全体员工提高规范意识。2011 年 9 月 23 日，处罚机关武汉市国家税务局第二稽查局出具书面说明，认为武汉海欣该等违法行为未造成重大违法后果，属一般性违法行为，不属于重大违法行为。

发行人律师及保荐机构认为，发行人子公司的上述行为未造成重大不良后果，受到的处罚情节较为轻微，且原处罚机关出具了说明，认定该等行为不属于重大违法行为，因此不会对本次发行上市构成障碍。

三、公司报告期内资金占用及对外担保情况

公司的《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

公司执行严格的资金管理制度，报告期内不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金或资产的情况。

四、内部控制制度评估意见

（一）公司对内部控制制度的自我评估意见

公司管理层对公司内部控制制度的评估结论如下：

“多年来，公司结合发展需要，对内部控制制度进行了不断的改进和提高，目前已经建立了较为完善的法人治理结构和内部控制制度体系。该体系已涵盖了公司业务活动和内部管理的各个方面和环节，具有规范性、合法性和有效性，并得到了较好的执行，能够有效的预防、发现和纠正公司在公司经营管理过程中出现的问题和风险，能够合理保证公司经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果、促进企业实现发展战略。

因此，本公司认为，截至2012年6月30日，公司内部控制制度的执行是有效的。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

根据福建华兴会计师事务所有限公司出具的闽华兴所(2012)审核字C-012号《内部控制鉴证报告》，鉴证意见如下：

“我们认为，贵公司按照财政部《企业内部控制基本规范》于2012年6月30

日在所有重大方面保持了与会计报表相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

本节披露或引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自福建华兴会计师事务所有限公司审计的公司财务报表，并以合并数反映。

公司董事会提醒投资者，除阅读本章所披露的财务会计信息外，还应关注本招股说明书备查文件之财务报表及审计报告，以获取全部的财务资料。

一、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项 目	2012-6-30	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动资产：				
货币资金	48,848,906.21	50,256,798.46	53,991,428.75	42,024,716.79
应收账款	56,244,926.46	56,389,113.81	36,603,891.18	29,859,930.47
预付款项	15,060,161.33	15,374,879.95	16,706,676.68	24,719,080.77
其他应收款	6,844,618.58	6,718,363.10	4,973,156.82	4,358,959.79
存货	83,723,739.95	147,597,351.97	117,060,329.78	80,717,011.85
其他流动资产	5,383,365.70	5,616,354.47	3,463,643.31	2,382,047.12
流动资产合计	216,105,718.23	281,952,861.76	232,799,126.52	184,061,746.79
非流动资产：				
固定资产	113,868,020.82	113,732,420.45	90,695,203.75	85,487,894.34
在建工程	2,815,878.47	2,400,716.18	6,259,845.12	183,308.00
无形资产	13,355,647.61	13,488,349.92	13,694,210.35	14,027,820.07
长期待摊费用	489,905.70	549,191.46	-	-
递延所得税资产	1,497,964.61	2,069,284.68	2,141,108.28	2,957,988.65
非流动资产合计	132,027,417.21	132,239,962.69	112,790,367.50	102,657,011.06
资产总计	348,133,135.44	414,192,824.45	345,589,494.02	286,718,757.85
流动负债：				
短期借款	-	29,900,000.00	19,280,000.00	35,110,000.00
应付票据	12,905,200.00	17,533,640.00	16,667,200.00	20,235,450.00
应付账款	30,672,211.58	65,623,275.28	49,703,643.81	35,790,741.46

预收款项	11,097,640.06	24,282,940.94	35,405,930.23	23,129,676.13
应付职工薪酬	2,933,562.60	2,822,707.20	2,427,737.48	2,130,749.91
应交税费	7,393,868.14	5,994,324.81	5,968,722.33	2,909,628.68
其他应付款	4,947,894.93	7,552,182.60	8,123,210.94	7,636,157.23
其他流动负债	3,144,729.07	8,393,598.71	4,903,736.23	1,672,086.04
流动负债合计	73,095,106.38	162,102,669.54	142,480,181.02	128,614,489.45
非流动负债：				
其他非流动负债	1,266,923.08	1,100,000.00	-	-
非流动负债合计	1,266,923.08	1,100,000.00	-	-
负债合计	74,362,029.46	163,202,669.54	142,480,181.02	128,614,489.45
股东权益：				
股本	53,000,000.00	53,000,000.00	53,000,000.00	53,000,000.00
资本公积	23,793,295.89	23,793,295.89	23,793,295.89	23,793,295.89
盈余公积	17,794,197.05	17,794,197.05	13,374,219.43	9,585,124.19
未分配利润	179,183,613.04	156,402,661.97	112,941,797.68	71,725,848.32
归属于母公司股东权益合计	273,771,105.98	250,990,154.91	203,109,313.00	158,104,268.40
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	273,771,105.98	250,990,154.91	203,109,313.00	158,104,268.40
负债和股东权益总计	348,133,135.44	414,192,824.45	345,589,494.02	286,718,757.85

2、合并利润表

单位：元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、 营业收入	324,016,573.42	658,327,780.25	513,413,258.98	434,327,089.39
其中：营业收入	324,016,573.42	658,327,780.25	513,413,258.98	434,327,089.39
二、 营业总成本	290,184,019.36	595,969,363.13	454,038,508.13	383,975,671.48
其中：营业成本	212,881,674.16	456,340,404.18	336,940,751.07	288,863,543.24
营业税金及附加	3,637,733.95	6,048,487.43	4,260,502.52	4,184,282.65
销售费用	55,566,880.42	102,666,857.78	85,921,241.51	66,733,600.22
管理费用	17,874,705.94	28,251,755.59	25,898,840.80	22,783,313.12
财务费用	30,013.63	1,044,821.46	572,110.30	659,344.31
资产减值损失	193,011.26	1,617,036.69	445,061.93	751,587.94
三、 营业利润（亏损以“-”号填列）	33,832,554.06	62,358,417.12	59,374,750.85	50,351,417.91
加：营业外收入	984,726.03	1,977,194.91	2,028,073.18	1,536,389.25

减：营业外支出	401,158.35	60,434.80	1,827,357.95	405,526.16
其中：非流动资产 处置损失	151,109.35	23,327.72	1,042,207.95	23,014.24
四、利润总额	34,416,121.74	64,275,177.23	59,575,466.08	51,482,281.00
减：所得税费用	6,335,170.67	11,094,335.32	10,330,421.48	8,182,778.88
五、净利润	28,080,951.07	53,180,841.91	49,245,044.60	43,299,502.12
归属于母公司股东的净 利润	28,080,951.07	53,180,841.91	49,245,044.60	43,299,502.12
少数股东损益	-	-	-	-
六、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.53	1.00	0.93	0.82
（二）稀释每股收益	0.53	1.00	0.93	0.82
七、其他综合收益				
八、综合收益总额	28,080,951.07	53,180,841.91	49,245,044.60	43,299,502.12

3、合并现金流量表

单位：元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	365,916,939.42	729,766,270.96	605,643,205.07	492,657,103.47
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	3,200,182.10	5,958,792.85	11,682,842.50	7,034,316.84
经营活动现金流入小计	369,117,121.52	735,725,063.81	617,326,047.57	499,691,420.31
购买商品、接受劳务支付的现金	196,067,884.81	504,801,934.64	378,151,430.72	341,228,083.52
支付给职工以及为职工支付的现金	39,520,266.15	71,255,212.29	54,328,911.64	34,836,767.36
支付各项税费	41,040,202.22	61,927,447.80	48,485,671.87	51,021,865.70
支付的其他与经营活动有关的现金	47,719,631.21	75,575,379.85	70,435,056.61	62,297,541.07
经营活动现金流出小计	324,347,984.39	713,559,974.58	551,401,070.84	489,384,257.65
经营活动产生的现金流量净额	44,769,137.13	22,165,089.23	65,924,976.73	10,307,162.66
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	579,327.42	3,082,933.19	232,046.72	-

处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	300,000.00	1,100,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	879,327.42	4,182,933.19	232,046.72	-
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	10,064,054.21	32,437,629.91	28,369,935.17	21,279,302.66
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	10,064,054.21	32,437,629.91	28,369,935.17	21,279,302.66
投资活动产生的现金流量净额	-9,184,726.79	-28,254,696.72	-28,137,888.45	-21,279,302.66
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	39,900,000.00	59,280,000.00	35,110,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	39,900,000.00	59,280,000.00	35,110,000.00
偿还债务支付的现金	29,900,000.00	29,280,000.00	75,110,000.00	23,720,000.00
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	5,704,611.00	6,811,137.67	4,931,811.78	3,409,836.93
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	35,604,611.00	36,091,137.67	80,041,811.78	27,129,836.93
筹资活动产生的现金流量净额	-35,604,611.00	3,808,862.33	-20,761,811.78	7,980,163.07
四、汇率变动对现金的影响额	839.66	2,886.44	-80,234.54	-6,160.69
五、现金及现金等价物净增加额	-19,361.00	-2,277,858.72	16,945,041.96	-2,998,137.62
加：期初现金及现金等价物余额	44,996,410.03	47,274,268.75	30,329,226.79	33,327,364.41
六、期末现金及现金等价物余额	44,977,049.03	44,996,410.03	47,274,268.75	30,329,226.79

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项 目	2012-6-30	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
-----	-----------	------------	------------	------------

流动资产：				
货币资金	40,139,137.39	46,173,282.65	50,067,328.60	38,578,718.85
应收账款	46,683,404.55	45,105,317.59	25,717,778.12	25,446,329.28
预付款项	33,837,099.01	38,184,533.61	8,536,570.87	23,917,901.01
其他应收款	10,428,152.34	10,446,682.25	7,343,556.09	3,725,191.39
存货	52,530,977.85	90,788,168.93	74,295,407.28	55,892,441.18
其他流动资产	3,260,175.39	2,567,036.91	144,910.13	264,545.95
流动资产合计	186,878,946.53	233,265,021.94	166,105,551.09	147,825,127.66
非流动资产：				
长期股权投资	78,000,000.00	78,000,000.00	78,000,000.00	68,000,000.00
固定资产	71,260,661.89	70,458,528.47	57,767,181.92	56,040,708.96
在建工程	52,167.50	13,954.04	5,749,190.12	28,786.00
无形资产	6,008,264.13	6,056,667.76	6,093,930.83	6,258,943.19
递延所得税资产	527,233.52	498,025.55	236,172.65	367,692.81
非流动资产合计	155,848,327.04	155,027,175.82	147,846,475.52	130,696,130.96
资产总计	342,727,273.57	388,292,197.76	313,952,026.61	278,521,258.62
流动负债：				
短期借款	—	29,900,000.00	19,280,000.00	35,110,000.00
应付票据	12,905,200.00	17,533,640.00	16,667,200.00	20,235,450.00
应付账款	38,162,077.71	59,342,390.63	40,988,102.85	28,650,221.10
预收款项	11,525,118.00	17,247,926.86	19,135,400.29	13,807,302.62
应付职工薪酬	1,463,477.91	1,423,977.28	1,116,275.37	1,094,056.65
应交税费	6,179,216.09	6,632,516.20	5,248,597.86	4,342,234.52
其他应付款	2,845,834.79	4,572,052.75	2,953,826.89	3,905,882.10
其他流动负债	2,810,990.51	7,951,030.68	4,873,736.23	1,338,176.95
流动负债合计	75,891,915.01	144,603,534.40	110,263,139.49	108,483,323.94
非流动负债：				
其他非流动负债	1,266,923.08	1,100,000.00	—	—
非流动负债合计	1,266,923.08	1,100,000.00	—	—
负债合计	77,158,838.09	145,703,534.40	110,263,139.49	108,483,323.94
股东权益：				
股本	53,000,000.00	53,000,000.00	53,000,000.00	53,000,000.00
资本公积	23,793,295.89	23,793,295.89	23,793,295.89	23,793,295.89

盈余公积	17,794,197.05	17,794,197.05	13,374,219.43	9,585,124.19
未分配利润	170,980,942.54	148,001,170.42	113,521,371.80	83,659,514.60
归属于母公司股东权益合计	265,568,435.48	242,588,663.36	203,688,887.12	170,037,934.68
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	265,568,435.48	242,588,663.36	203,688,887.12	170,037,934.68
负债和股东权益总计	342,727,273.57	388,292,197.76	313,952,026.61	278,521,258.62

2、母公司利润表

单位：元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	289,198,261.80	596,263,788.58	470,727,626.25	424,138,460.50
减：营业成本	214,341,755.98	464,880,044.12	357,593,934.44	301,337,264.46
加 营业税金及附加	2,529,208.05	4,392,864.14	3,089,816.84	3,409,756.16
销售费用	27,852,255.55	56,717,789.17	47,518,131.82	40,655,648.19
管理费用	11,645,065.45	17,744,764.83	16,924,022.24	15,317,072.48
财务费用	21,189.56	1,004,869.65	516,126.32	635,126.85
资产减值损失	27,796.80	925,059.97	323,198.93	71,608.23
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	32,780,990.41	50,598,396.70	44,762,395.66	62,711,984.13
加：营业外收入	866,293.77	1,723,283.11	1,850,391.83	1,467,876.33
减：营业外支出	319,296.47	30,000.00	1,795,546.98	158,585.52
其中：非流动资产处置损失	69,296.47	-	1,015,546.98	23,014.24
三、利润总额	33,327,987.71	52,291,679.81	44,817,240.51	64,021,274.94
减：所得税费用	5,048,215.59	8,091,903.57	6,926,288.07	9,665,117.43
四、净利润	28,279,772.12	44,199,776.24	37,890,952.44	54,356,157.51
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	28,279,772.12	44,199,776.24	37,890,952.44	54,356,157.51

3、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	321,827,213.43	659,803,738.41	548,929,418.17	474,842,943.54
收到的税费返还	-	-	-	-

收到的其他与经营活动有关的现金	11,574,133.28	19,332,728.09	14,157,892.05	8,721,410.90
经营活动现金流入小计	333,401,346.71	679,136,466.50	563,087,310.22	483,564,354.44
购买商品、接受劳务支付的现金	215,631,546.56	537,950,841.45	386,393,518.86	346,686,508.74
支付给职工以及为职工支付的现金	20,574,757.80	37,913,571.48	27,538,819.76	22,030,471.64
支付各项税费	30,443,736.11	44,226,457.51	35,654,507.62	43,909,166.21
支付的其他与经营活动有关的现金	31,162,562.30	48,858,674.64	51,620,659.05	49,683,183.11
经营活动现金流出小计	297,812,602.77	668,949,545.08	501,207,505.29	462,309,329.70
经营活动产生的现金流量净额	35,588,743.94	10,186,921.42	61,879,804.93	21,255,024.74
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	998,467.39	3,992,615.91	232,046.72	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	300,000.00	1,100,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	1,298,467.39	5,092,615.91	232,046.72	-
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,929,054.00	21,528,560.48	14,802,865.58	6,236,030.40
投资支付的现金	-	-	10,000,000.00	22,500,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	5,929,054.00	21,528,560.48	24,802,865.58	28,736,030.40
投资活动产生的现金流量净额	-4,630,586.61	-16,435,944.57	-24,570,818.86	-28,736,030.40
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	39,900,000.00	59,280,000.00	35,110,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	39,900,000.00	59,280,000.00	35,110,000.00
偿还债务支付的现金	29,900,000.00	29,280,000.00	75,110,000.00	23,720,000.00
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	5,704,611.00	6,811,137.67	4,931,811.78	3,409,836.93

其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	35,604,611.00	36,091,137.67	80,041,811.78	27,129,836.93
筹资活动产生的现金流量净额	-35,604,611.00	3,808,862.33	-20,761,811.78	7,980,163.07
四、汇率变动对现金的影响额	839.66	2,886.44	-80,234.54	-6,160.69
五、现金及现金等价物净增加额	-4,645,614.01	-2,437,274.38	16,466,939.75	492,996.72
加：期初现金及现金等价物余额	40,912,894.22	43,350,168.60	26,883,228.85	26,390,232.13
六、期末现金及现金等价物余额	36,267,280.21	40,912,894.22	43,350,168.60	26,883,228.85

二、审计意见

福建华兴会计师事务所有限公司对本公司2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日和2012年6月30日的母公司及合并资产负债表，2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月的母公司及合并利润表、母公司及合并现金流量表进行了审计，并出具了标准无保留意见的闽华兴所（2012）审字C-168号《审计报告》。

福建华兴会计师事务所有限公司认为，公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日、2012年6月30日的财务状况以及2009年度、2010年度、2011年度、2012年1-6月的经营成果和现金流量。

三、财务报表的编制基础及合并会计报表的合并范围 and 变化情况

1、会计报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

2、合并财务报表范围及控股子公司情况

公司名称	注册资本 (万元)	主要业务	持股比例	纳入合并报表的时间
东山腾新食品有限公司	2,000	生产、销售速冻鱼糜制品、肉制品	100%	2007 年
舟山腾新食品有限公司	2,000	生产加工冷冻水产品、鱼糜；收购、销售水产品	100%	2008 年

武汉海欣食品有限公司	500	预包装食品销售	100%	2008 年
上海闽芝食品有限公司	500	批发：预包装食品	100%	2008 年
广州腾新食品有限公司	500	批发、零售：定型包装食品	100%	2008 年
北京鼓山食品有限公司	800	销售定型包装食品	100%	2008 年
南京腾新食品有限公司	500	预包装食品销售	100%	2008 年
沈阳腾新食品有限公司	500	预包装食品销售	100%	2010 年
成都腾新食品有限公司	500	批发兼零售包装食品、散装食品	100%	2010 年

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）营业收入

1、销售商品收入的确认

同时满足下列条件时，本公司确认商品销售收入：

- （1）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- （3）收入的金额能够可靠地计量；
- （4）相关的经济利益很可能流入企业；
- （5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、提供劳务收入的确认

同时满足下列条件时，本公司按照完工百分比法确认提供劳务收入：

- （1）收入的金额能够可靠地计量；
- （2）相关的经济利益很可能流入企业；
- （3）交易的完工进度能够可靠地确定。
- （4）让渡资产使用权：同时满足下列条件时，本公司确认让渡资产使用权收入：

- ① 相关的经济利益很可能流入企业；
- ② 收入的金额能够可靠地计量。

（二）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的应收款项指单项金额超过期末应收款项余额的 10%或单项

金额超过 500 万元人民币。对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备，经减值测试后不存在减值的，应当包括在具有类似风险组合特征的应收款项中计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

（1）关联方组合：纳入股份公司合并报表范围内关联方之间的应收款项组合为关联方组合。对关联方组合单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备；经减值测试后不存在减值的，不计提坏账准备。

（2）账龄组合：除关联方组合和单项金额重大并已单独计提坏账准备的应收款项外，其余应收款项划分为账龄组合。账龄组合按账龄分析法计提坏账准备，具体比例如下：

应收账款（其他应收款）账龄	计提比例
单项金额重大	单独测试
单项金额非重大具有类似风险特征的应收账款或其他应收款	
1年以内（含1年）	5.00%
1年至2年（含2年）	10.00%
2年至3年（含3年）	30.00%
3年以上	100.00%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

对于未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异的应收款项，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

4、公司确认坏账的标准

因债务人破产，依照法律程序清偿后，确定无法收回的应收款项；因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确定无法收回的应收款项；因债务人逾期三年未履行偿债义务，并且有确凿证据表明无法收回或收回的可能性不大的应收款项。

（三）存货

1、存货的定义

公司存货是指在生产经营过程中持有以备销售，或者仍然处在生产过程，或者在生产或提供劳务过程中将消耗的材料或物资等，包括各类原材料、周转材料、在产品、产成品（库存商品）、发出商品等。

2、存货的计量

按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。应计入存货成本的借款费用，按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》处理。投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

发出存货的计价方法：采用加权平均法核算。

3、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

4、周转材料的摊销

周转材料中低值易耗品及包装物的摊销方法：采用“一次摊销法”核算。

5、存货跌价准备的计提

期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。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。可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法：

（1）存货可变现净值的确定依据：为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然应当按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料应当按照可变现净值计量。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值应当以一般销售价格为基础计算。

（2）存货跌价准备的计提方法：按单个存货项目的成本与可变现净值孰低法计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货按存货类别计提存货跌价准备。

（四）固定资产

1、固定资产的确认标准

固定资产是指同时具有下列特征的有形资产：

- (1) 为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的；
- (2) 使用寿命超过一个会计年度。

2、固定资产的分类

固定资产分为房屋及建筑物、机器设备、运输设备、其他设备。

3、固定资产的计价方法

固定资产按照成本进行初始计量。投资者投入固定资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。公司对固定资产使用过程中发生的更新改造支出、大修理费用等，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。

非货币性资产交换、债务重组、企业合并和融资租赁取得的固定资产的成本，分别按照《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》、《企业会计准则第 12 号—债务重组》、《企业会计准则第 20 号—企业合并》和《企业会计准则第 21 号—租赁》确定。

4、固定资产的折旧方法

采用直线折旧法。固定资产按照成本进行初始计量，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。固定资产从其达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法提取折旧。但对已计提减值准备的固定资产在计提折旧时，按该项固定资产的账面价值，即固定资产原值减去累计折旧和已计提的减值准备以及尚可使用年限重新计算确定折旧率和折旧额。各类固定资产的估计残值率、折旧年限和年折旧率如下：

固定资产类别	使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	30	5.00	3.17
机器设备	5-10	5.00	19.00-9.50
运输设备	10	5.00	9.50
其它设备	5	5.00	19.00

公司于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，应当调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，应当调整预计净残值；与固定资产有关

的经济利益预期实现方式有重大改变的，改变固定资产折旧方法。

5、固定资产减值准备

期末，公司按固定资产的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当固定资产可收回金额低于账面价值时，则按单项固定资产可收回金额低于账面价值的差额计提固定资产减值准备。当单项资产的可收回金额难以进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

固定资产的公允价值减去处置费用后的净额，根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，按照该资产的市场价格减去处置费用后的金额确定；在不存在销售协议和资产活跃市场的情况下，以可取得的最佳信息为基础，估计资产的公允价值减去处置费用后的净额，该净额可以参考同行业类似资产的最近交易价格或者结果进行估计。按照上述规定仍然无法可靠估计固定资产的公允价值减去处置费用后的净额的，以该资产预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。

固定资产预计未来现金流量的现值，按照该资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，以市场利率为折现率对其进行折现后的金额加以确定。

（五）在建工程

在建工程以实际成本计价。其中为工程建设项目而发生的借款利息支出和外币折算差额按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》的有关规定资本化或计入当期损益。在建工程在达到预计可使用状态之日起不论工程是否办理竣工决算均转入固定资产，对于未办理竣工决算手续的待办理完毕后再作调整。

期末，公司按在建工程的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当在建工程可收回金额低于账面价值时，则按单项工程可收回金额低于账面价值的差额计提减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

（六）无形资产

1、无形资产的计价方法

无形资产按取得时的实际成本计量。购入的无形资产，其实际成本按实际支付的价款确定。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

公司内部自行开发的无形资产，在研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发项目开发阶段的支出，只有同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

(1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售无形资产；

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

对于以前期间已经费用化的开发阶段的支出不再调整。

2、无形资产摊销

公司于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命有限的无形资产自无形资产可供使用时起，至不再作为无形资产确认时止，采用直线法分期平均摊销，计入损益。对于使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。如果无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，改变摊销期限和摊销方法。公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并按上述规定处理。

3、无形资产减值准备

期末，公司按无形资产的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当无形资产可收回金额低于账面价值时，则按其差额提取无形资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

（七）资产减值

在资产负债表日，公司判断资产是否存在可能产生减值的迹象，可能发生资产减值的迹象包括：

第一，资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；

第二，经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；

第三，市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；

第四，有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；

第五，资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；

第六，企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期；

第七，企业所有者权益的账面价值远高于其市值；

第八，其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

若存在减值迹象的，公司根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者估计其可收回金额。可收回金额低于其账面价值的，按差额计提资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（八）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用包括因借款发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用，以及因外币借款而发生的汇兑差额。公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，包括需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件，开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

(2) 借款费用已发生;

(3) 为使资产达到预计可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化的期间

为购建或者生产符合资本化条件的资产发生的借款费用,满足上述资本化条件的,在该资产达到预定可使用或者可销售状态前所发生的,计入该资产的成本,若资产的购建或者生产活动发生非正常中断,并且中断时间连续超过3个月,暂停借款费用的资本化,将其确认为当期费用,直至资产的购建或者生产活动重新开始;当所购建或生产的资产达到预定可使用或者销售状态时,停止其借款费用的资本化。在达到预定可使用或者可销售状态后所发生的借款费用,于发生当期直接计入财务费用。

3、借款费用资本化金额的计算方法

在资本化期间内,每一会计期间的利息(包括折价或溢价的摊销)资本化金额,按照下列规定确定

(1) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的,以专门借款当期实际发生的利息费用,减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

(2) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的,根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率,计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

(九) 政府补助

1、确认原则: 政府补助同时满足下列条件,予以确认

(1) 企业能够满足政府补助所附条件;

(2) 企业能够收到政府补助。

2、计量: 政府补助为货币性资产的,按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的,按照公允价值计量;公允价值不能可靠取得的,按照名义金额计量。

3、会计处理: 与资产相关的政府补助,确认为递延收益,并在相关资产使用寿命内平均分配,计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助,直接计入当

期损益。与收益相关的政府补助，分别下列情况处理：

（1）用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益。

（2）用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十）所得税的会计处理方法

公司所得税按资产负债表债务法核算。

1、公司在取得资产、负债时，确定其计税基础。

资产、负债的账面价值与其计税基础存在的暂时性差异，按照规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认

①公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：A、该项交易不是企业合并；B、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

②公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：A、暂时性差异在可预见的未来很可能转回；B、未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

③对于按照税法规定可以结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

3、递延所得税负债的确认

①除下列交易中产生的递延所得税负债以外，公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：A、商誉的初始确认；B、同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该项交易不是企业合并；交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

②公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：A、投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；B、该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

4、所得税费用计量

公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或事项。

5、递延所得税资产的减值

①在资产负债表日应当对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法取得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。除原确认时计入所有者权益的递延所得税资产部分，其减记金额也应计入所有者权益外，其他的情况应减记当期的所得税费用。

②在很可能取得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（十一）合并财务报表的编制方法

1、不同合并方式的会计处理

企业合并分为同一控制下的企业合并和非同一控制下的企业合并。

（1）同一控制下的企业合并

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方的账面价值计量。公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司编制合并日的合并资产负债表中被合并方的各项资产、负债，按其账面价值计量。合并利润表包括参与合并各方自合并当期期初至合并日所发生的收入、费用和利润。被合并方在合并前实现的净利润，在合并利润表中单列项目反映。合并现金流量表包括参与合并各方自合并当期期初至合并日的现金流量。

（2）非同一控制下的企业合并

公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核；其次在经复核后，合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

2、合并范围

合并财务报表的合并范围的确定原则是以控制为基础，即公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位半数以上的表决权；或公司对被投资单位符合下列条件之一的，均将其纳入合并财务报表的范围

(1) 通过与被投资单位其他投资者之间的协议，拥有被投资单位半数以上的表决权；

(2) 根据公司章程或协议，有权决定被投资单位的财务和经营政策；

(3) 有权任免被投资单位的董事会或类似机构的多数成员；

(4) 在被投资单位的董事会或类似机构占多数表决权。

3、合并程序及方法

合并财务报表以公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由公司编制。

公司统一子公司所采用的会计政策及会计期间，使子公司采用的会计政策、会计期间与公司保持一致。在编制合并财务报表时，遵循重要性原则，抵销母公司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目。

(十二) 会计政策、会计估计的变更

报告期内，公司未发生主要会计政策和会计估计变更事项。

(十三) 会计差错更正的说明

报告期内，公司未发生重大前期差错更正事项。

五、非经常性损益明细表

单位：元

非经常性损益项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动资产处置损益	-147,631.76	354,594.32	-1,042,207.95	-23,014.24
计入当期损益政府补助收入	851,264.92	1,196,938.00	1,911,180.00	1,534,176.00
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-120,065.48	365,227.79	-668,256.82	-380,298.67
小 计	583,567.68	1,916,760.11	200,715.23	1,130,863.09
减：所得税影响数	91,192.19	315,698.00	70,042.60	217,397.25
非经常性损益净额	492,375.49	1,601,062.11	130,672.63	913,465.84
归属于少数股东的非经常性损益净额	-	-	-	-

归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	492,375.49	1,601,062.11	130,672.63	913,465.84
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27,588,575.58	51,579,779.80	49,114,371.97	42,386,036.28
非经常性损益净额对净利润的影响	1.75%	3.01%	0.27%	2.11%

六、最近一期末主要资产情况

（一）固定资产

截至2012年6月30日，本公司固定资产的情况如下：

单位：元

类别	原值	累计折旧	期末账面价值	成新率
房屋及建筑物	70,828,275.35	8,183,760.54	62,644,514.81	88.45%
机器设备	65,325,618.81	23,436,387.11	41,889,231.70	64.12%
运输设备	2,950,890.68	875,823.31	2,075,067.37	70.32%
其他	16,092,044.54	8,832,837.60	7,259,206.94	45.11%
合 计	155,196,829.38	41,328,808.56	113,868,020.82	73.37%

截至本招股说明书签署日，固定资产中原值为32,429,036.32元的房屋建筑物用于银行综合授信抵押。期末未发现固定资产存在减值迹象，故未计提减值准备。

（二）对外投资

截至2012年6月30日，本公司合并报表不存在对外投资情况。

（三）无形资产

截至2012年6月30日，本公司无形资产的情况如下：

单位：元

项目	取得方式	原值	摊销年限	期末累计摊销	期末账面价值
土地使用权	出让/转让	14,630,959.75	尚可使用年限	1,604,117.87	13,026,841.88
金蝶管理软件等	购买	408,709.75	10	106,403.75	302,306.00
远程管理系统	购买	40,000.00	10	13,500.27	26,499.73
合 计	-	15,079,669.50	-	1,724,021.89	13,355,647.61

截至本招股说明书签署日，无形资产中原值为9,581,747.75元的土地使用权用于银行综合授信抵押。期末未发现无形资产存在减值迹象，故未计提减值准备。

七、最近一期末主要债项

（一）短期借款

截至2012年6月30日，公司短期借款余额为0元。

（二）应付票据

截至2012年6月30日，公司应付票据余额为12,905,200.00元，具体明细如下：

银行承兑汇票接受单位	开出日期	到期日	票面金额（元）	承兑银行名称
浙江星星家电股份有限公司	2012/4/19	2012/7/19	250,000.00	光大银行福州分行营业部
福州大川纸品有限公司	2012/4/19	2012/7/19	150,000.00	光大银行福州分行营业部
福清辉达彩印有限公司	2012/4/19	2012/7/19	340,000.00	光大银行福州分行营业部
福清华发包装有限公司	2012/4/19	2012/7/19	300,000.00	光大银行福州分行营业部
永丰余纸业（福州）有限公司	2012/4/19	2012/7/19	360,000.00	光大银行福州分行营业部
泉州市丰泽久芳香料有限公司	2012/4/19	2012/7/19	300,000.00	光大银行福州分行营业部
河北鑫丰肠衣食品有限公司	2012/4/19	2012/7/19	400,000.00	光大银行福州分行营业部
广西农垦明阳生化集团股份有限公司	2012/4/19	2012/7/19	1,000,000.00	光大银行福州分行营业部
广州市凯闻食品发展有限公司	2012/4/19	2012/7/19	200,000.00	光大银行福州分行营业部
杭州普罗星淀粉有限公司	2012/4/19	2012/7/19	400,000.00	光大银行福州分行营业部
广西农垦明阳生化集团股份有限公司	2012/5/17	2012/8/17	1,000,000.00	交通银行福州二环路支行
三明百事达淀粉有限公司	2012/5/17	2012/8/17	750,000.00	交通银行福州二环路支行
广州聿津生物科技有限公司	2012/5/17	2012/8/17	400,000.00	交通银行福州二环路支行
河北鑫丰肠衣食品有限公司	2012/5/17	2012/8/17	500,000.00	交通银行福州二环路支行
杭州普罗星淀粉有限公司	2012/5/17	2012/8/17	500,000.00	交通银行福州二环路支行
永丰余纸业（福州）有限公司	2012/5/17	2012/8/17	170,000.00	交通银行福州二环路支行
福清华发包装有限公司	2012/5/17	2012/8/17	220,000.00	交通银行福州二环路支行
福清辉达彩印有限公司	2012/5/17	2012/8/17	200,000.00	交通银行福州二环路支行
四川金忠食品股份有限公司	2012/6/19	2012/9/19	595,200.00	光大银行福州分行营业部
湖南长盛科技开发有限公司	2012/6/19	2012/9/19	1,500,000.00	光大银行福州分行营业部
福清辉达彩印有限公司	2012/6/19	2012/9/19	230,000.00	光大银行福州分行营业部
永丰余纸业（福州）有限公司	2012/6/19	2012/9/19	240,000.00	光大银行福州分行营业部
河北鑫丰肠衣食品有限公司	2012/6/19	2012/9/19	300,000.00	光大银行福州分行营业部
广西农垦明阳生化集团股份有限公司	2012/6/19	2012/9/19	1,800,000.00	光大银行福州分行营业部

银行承兑汇票接受单位	开出日期	到期日	票面金额（元）	承兑银行名称
广州聿津生物科技有限公司	2012/6/19	2012/9/19	300,000.00	光大银行福州分行营业部
杭州普罗星淀粉有限公司	2012/6/19	2012/9/19	500,000.00	光大银行福州分行营业部
银行承兑汇票合计	-	-	12,905,200.00	-

公司应付票据中无持有本公司5%以上(含5%)表决权股份的股东账款。

（三）应付账款

截至2012年6月30日，公司应付账款账面余额为30,672,211.58元。公司应付账款中无持有本公司5%以上(含5%)表决权股份的股东账款。

（四）预收款项

截至2012年6月30日，公司预收款项账面余额为11,097,640.06元，公司预收款项中无持有本公司5%以上(含5%)表决权股份的股东账款。

（五）对内部人员和关联方的负债

截至2012年6月30日，公司应付职工薪酬账面余额为2,933,562.60元。

八、所有者权益变动情况

报告期内各期末公司股东权益变动情况如下：

单位：元

股东权益	2012-6-30	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
股本	53,000,000.00	53,000,000.00	53,000,000.00	53,000,000.00
资本公积	23,793,295.89	23,793,295.89	23,793,295.89	23,793,295.89
盈余公积	17,794,197.05	17,794,197.05	13,374,219.43	9,585,124.19
未分配利润	179,183,613.04	156,402,661.97	112,941,797.68	71,725,848.32
归属于母公司股东权益合计	273,771,105.98	250,990,154.91	203,109,313.00	158,104,268.40
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	273,771,105.98	250,990,154.91	203,109,313.00	158,104,268.40

（一）股本变动情况

公司股本变化情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况·四、发行人设立以来股本形成及变化情况·（三）股份公司设立后的变更情况”。

（二）资本公积变动情况

报告期内发行人资本公积未发生变动。

（三）盈余公积及未分配利润变动情况

报告期内盈余公积的变动全部来自于按当年税后利润10%比例提取的法定盈余公积。

报告期内各期末，税后利润在提取盈余公积及向股东分配利润后，形成当年的未分配利润。2009年、2010年、2011年和2012年1-6月公司均进行了现金分红，分别向股东分配股利2,650,000.00元、4,240,000.00元、5,300,000.00元和5,300,000.00元。

九、报告期现金流量情况

单位：元

项目	2012年1-6月	2011年度	2010年度	2009年度
经营活动产生的现金流量净额	44,769,137.13	22,165,089.23	65,924,976.73	10,307,162.66
投资活动产生的现金流量净额	-9,184,726.79	-28,254,696.72	-28,137,888.45	-21,279,302.66
筹资活动产生的现金流量净额	-35,604,611.00	3,808,862.33	-20,761,811.78	7,980,163.07
汇率变动对现金的影响额	839.66	2,886.44	-80,234.54	-6,160.69
现金及现金等价物净增加额	-19,361.00	-2,277,858.72	16,945,041.96	-2,998,137.62
期末现金及现金等价物余额	44,977,049.03	44,996,410.03	47,274,268.75	30,329,226.79

报告期内，本公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至2012年6月30日，公司不存在应披露的期后事项。

（二）或有事项

截至2012年6月30日，公司不存在应披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至2012年6月30日，公司不存在应披露的其他重要事项。

十一、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2012-6-30	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动比率	2.96	1.74	1.63	1.43
速动比率	1.81	0.83	0.81	0.80
资产负债率（母公司）	22.51%	37.52%	35.12%	38.95%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.12%	0.12%	0.10%	0.14%
财务指标	2012年1-6月	2011年度	2010年度	2009年度
应收账款周转率（次/年）	10.87	13.41	14.67	16.84
应收账款周转天数（天）	33.12	26.85	24.55	21.38
存货周转率（次/年）	3.68	3.45	3.41	3.79
存货周转天数（天）	97.80	104.39	105.66	94.99
息税折旧摊销前利润（万元）	4,100	7,737	6,978	5,934
利息保障倍数	86.06	43.53	87.12	68.75
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.84	0.42	1.24	0.19
每股净现金流量（元/股）	-0.00	-0.04	0.32	-0.06

表中指标计算公式：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=(负债总额/资产总额)×100%

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

应收账款周转天数=360天/应收账款周转率

存货周转率=营业成本/存货平均余额

存货周转天数=360天/存货周转率

息税折旧摊销前利润=利润总额+借款费用+折旧+摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出

无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例=(无形资产-土地使用权-水面养殖权-采矿权)/期末净资产

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量/股本

每股净现金流量=净现金流量/股本

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，本公司加权平均净资产

产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

1、净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率（%）			
	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
归属于公司普通股股东的净利润	10.67	23.51	27.43	31.28
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	10.48	22.81	27.35	30.62

上述财务指标计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、每股收益

报告期利润	基本每股收益（元）				稀释每股收益（元）			
	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.53	1.00	0.93	0.82	0.53	1.00	0.93	0.82
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.52	0.97	0.93	0.80	0.52	0.97	0.93	0.80

上述财务指标计算公式如下：

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S, S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

稀释每股收益 = P₀ / (S₀ + S₁ + S_i × M_i ÷ M₀ - S_j × M_j ÷ M₀ - S_k + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P₀ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

十二、历次验资情况

历次验资情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况·六、发行人历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产质量分析

1、资产构成及其变化分析

单位：万元

项 目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动资产	21,610.57	62.08	28,195.29	68.07	23,279.91	67.36	18,406.17	64.20
非流动资产	13,202.74	37.92	13,224.00	31.93	11,279.04	32.64	10,265.70	35.80
资产总额	34,813.31	100.00	41,419.28	100.00	34,558.95	100.00	28,671.88	100.00

2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末，公司资产总额分别为 28,671.88 万元、34,558.95 万元、41,419.28 万元和 34,813.31 万元，整体呈增长趋势，2012 年 6 月末资产总额减少主要系公司进入产销淡季存货余额下降所致。

本公司的资产结构呈现出流动资产比例较高、非流动资产比例较低的特点。2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末流动资产占总资产的比例分别为 64.20%、67.36%、68.07%和 62.08%，较为稳定。

2、流动资产构成及其变化分析

单位：万元

项 目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	4,884.89	22.60	5,025.68	17.82	5,399.14	23.19	4,202.47	22.83
应收账款	5,624.49	26.03	5,638.91	20.00	3,660.39	15.72	2,985.99	16.22
预付款项	1,506.02	6.97	1,537.49	5.45	1,670.67	7.18	2,471.91	13.43
其他应收款	684.46	3.17	671.84	2.38	497.32	2.14	435.90	2.37
存货	8,372.37	38.74	14,759.74	52.35	11,706.03	50.28	8,071.70	43.85
其它流动资产	538.34	2.49	561.64	1.99	346.36	1.49	238.20	1.29

流动资产合计	21,610.57	100.00	28,195.29	100.00	23,279.91	100.00	18,406.17	100.00
--------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

报告期内，公司流动资产总体呈稳步增长态势，由 2009 年末的 18,406.17 万元增长到 2011 年末的 28,195.29 万元。公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、预付款项和存货构成。

（1）货币资金

报告期内各期末公司货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
现金	16.24	16.38	17.48	29.45
银行存款	4,481.46	4,483.26	4,611.95	3,003.47
其他货币资金	387.19	526.04	769.72	1,169.55
合计	4,884.89	5,025.68	5,399.14	4,202.47

公司 2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末的货币资金分别为 4,202.47 万元、5,399.14 万元、5,025.68 万元和 4,884.89 万元，占各期末流动资产的比例分别为 22.83%、23.19%、17.82%和 22.60%。

报告期内公司货币资金余额在流动资产中所占比重较高，主要是由公司的经营模式所决定的。公司销售过程中预收款较多，货款回收速度较快，而四季度为销售旺季，因此期末货币资金余额较高。

其他货币资金主要为公司银行承兑汇票的保证金。

（2）应收账款

公司 2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末的应收账款净值分别为 2,985.99 万元、3,660.39 万元、5,638.91 万元和 5,624.49 万元，占各期末流动资产的比例分别为 16.22%、15.72%、20.00%和 26.03%。

2010 年末和 2011 年末，公司应收账款净值分别增加了 674.40 万元和 1,978.52 万元，增幅分别为 22.59%和 54.05%，具体分析如下：

① 应收账款增长与营业收入增长的配比分析

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
	2011/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31

营业收入（万元）	32,401.66	65,832.78	51,341.33	43,432.71
应收账款原值（万元）	5,962.76	5,962.03	3,858.10	3,143.22
应收账款占营业收入的比例	18.40%	9.06%	7.51%	7.24%
应收账款平均周转天数	33.12	26.85	24.55	21.38

报告期内，公司在加大营销的同时加强客户信用和账款催收管理，应收账款回款良好，各年末应收账款账面原值占营业收入的比例基本保持稳定。

公司的客户主要分为经销商和商超，针对不同客户公司均制定了较为完善和谨慎的应收账款管理制度。对于经销商，通常采用款到发货的方式，对于长期信誉良好、销售规模较大的经销商，在执行严格的信用等级评定和授信额度审批后，按照当年销售合同金额的一定比例给予赊销额度，当发货额达到最高可发货额临界点时对客户予以警示，若客户未及时回款则停止发货；对于商超客户，因该类客户多为乐购、家乐福、沃尔玛、麦德龙等大型超市，经营实力雄厚，信誉良好，发生坏账的可能性较小，公司一般给予其不超过 60 日的信用期。公司财务部设应收账款专员，负责客户信用评级，定期与客户对账，及时分析货款回笼情况，并及时与业务人员沟通分析结果，有效加快了货款回收，进一步降低坏账风险。

② 应收账款结构分析

单位：万元

项 目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商客户	4,662.66	78.20%	3,124.72	52.41%	1,150.64	29.82%	629.33	20.02%
商超客户	833.01	13.97%	2,194.73	36.81%	2,183.86	56.60%	2,285.58	72.71%
其他客户	467.09	7.83%	642.58	10.78%	523.59	13.57%	228.30	7.26%
合计	5,962.76	100%	5,962.03	100%	3,858.10	100%	3,143.22	100%

报告期内，公司的应收账款主要由应收经销商款、应收商超款构成。

报告期内，公司应收经销商款由2009年末的629.33万元逐年递增到2011年末的3,124.72万元和2012年6月末的4,662.66万元，增长幅度较大，主要原因系：A、报告期内公司的经销渠道收入快速增长，经销商销售收入从2009年度的29,148.50万元增长到2011年度的50,598.47万元，增长幅度达73.59%；2012年上半年公司经销商收入仍然保持较快增长；B、报告期内公司不断拓展销售区域，

在各地推广和发展经销商渠道，以此带动公司产品向全国市场辐射，经销商数量由2009年末的212家增加到2011年末的255家，增幅达20.28%；C、对长期合作、信誉良好且规模较大的经销商，为了支持其与公司共同成长，公司随着合作年限的增长和经销商销售规模的不断扩大逐步增加其授信额度，报告期内年销售额在100万元以上的经销商数量从2009年的79家增长到2011年的101家，截至2011年末，与公司合作年限超过两年的经销商已达159家；2012年6月末经销商数量与2011年末相比保持较为稳定，但经销商规模进一步增大，合作时间也进一步增加了；D、2011年末应收经销商款比2010年末增加了1,974.08万元，主要系2012年春节比2011年提前了近半个月，春节旺季的提前来临导致经销商提前备货，2011年12月的采购金额大幅增加；此外，随着经销商销售规模的增加，所需流动资金也相应增加，同时公司为了支持优质经销商做大做强，稳定与经销商的合作关系，从而适当提高了对多年稳定合作的优质经销商的授信额度并酌情延长授信期限，2011年末和2012年6月末应收经销商款前五名主要为合作多年且经营规模较大的优质经销商客户，如成都市鑫顶峰食品有限公司、上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店、杭州农副产品物流中心冷冻食品交易市场洪河干冻水产食品商行、诺亚副食品配送服务社等。

报告期内发行人应收商超款余额较为稳定，2009年末至2011年末应收商超款余额分别为2,285.58万元、2,183.86万元和2,194.73万元。2012年6月末应收商超款余额为833.01万元，主要系公司进入销售淡季，商超渠道销售量下降所致。

③ 应收账款账龄分析

单位：万元

项目	2012/6/30				2011/12/31			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	5,739	96.3%	287	5%	5,753	96.5%	288	5%
1-2年	122	2.0%	12	10%	136	2.3%	13	10%
2-3年	89	1.5%	27	30%	73	1.2%	22	30%
3年以上	13	0.2%	13	100%	-	-	-	-
合计	5,963	100%	338	5.7%	5,962	100%	323	5.4%

项目	2010/12/31				2009/12/31			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	3,762	97.5%	188	5%	3,142	100%	157	5%
1-2 年	96	2.5%	10	10%	1	0%	0	10%
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	3,858	100%	198	5.1%	3,143	100%	157	5.0%

报告期内，公司96%以上的应收账款账龄均保持在一年以内，发生坏账损失的风险较小。

④ 公司 2011 年末应收账款前五名如下：

客户名称	应收账款余额 (万元)	与本公司关系	年限	占应收账款总额比例
沃尔玛(中国)投资有限公司	572.71	非关联方	一年以内	9.61%
成都市鑫顶峰食品有限公司	321.20	非关联方	一年以内	5.39%
南昌市彤业食品有限公司	256.01	非关联方	一年以内	4.29%
杭州农副产品物流中心冷冻食品交易市场洪河干冻水产食品商行	199.72	非关联方	一年以内	3.35%
欧尚(中国)投资有限公司	194.78	非关联方	一年以内	3.27%
合计	1,544.42			25.90%

公司2012年6月末应收账款前五名如下：

客户名称	应收账款余额 (万元)	与本公司关系	年限	占应收账款总额比例
成都市鑫顶峰食品有限公司	491.84	非关联方	一年以内	8.25%
上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	251.52	非关联方	一年以内	4.22%
杭州农副产品物流中心冷冻食品交易市场洪河干冻水产食品商行	232.94	非关联方	一年以内	3.91%
沃尔玛(中国)投资有限公司	212.06	非关联方	一年以内	3.56%
漳州市芩城区志豹冷冻店	203.27	非关联方	一年以内	3.41%
合计	1,391.63			23.35%

公司2011年末和2012年6月末应收账款前五名中，沃尔玛(中国)投资有限公

司和欧尚(中国)投资有限公司为大型商超客户,成都市鑫顶峰食品有限公司、南昌市彤业食品有限公司、杭州农副产品物流中心冷冻食品交易市场洪河干冻水产食品商行、上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店和漳州市芗城区志豹冷冻店分别是公司在西南和华东地区的大型优质经销商,报告期内该等经销商年销售额增长速度较快,应收账款余额也相应增加。

⑤ 应收账款期后回款情况

截至 2012 年 2 月末,公司 2011 年末应收账款的回款情况如下:

单位:万元

客户	2011 年末余额	截至 2012 年 2 月末回款金额	回款比例
经销商客户	3,124.72	4,034.06	129.10%
商超客户	2,194.73	2,864.50	130.52%
其他客户	642.58	414.07	64.44%
合计	5,962.03	7,312.63	122.65%

截至2012年2月末,各类客户的回款情况基本符合公司的应收账款政策,总体回款情况良好。公司经销商应收账款的账期一般在1个月左右,商超客户的账期一般不超过60日,截至2012年2月末,公司经销商客户和商超客户2011年末的应收账款余额已基本全部收回。其他客户回款比例较低,主要系出口客户和部分餐饮客户等业务客户的信用期较长所致。对于尚未收回的款项,公司设有业务专员跟踪并催收,确保应收账款的安全收回。

(3) 预付账款

报告期内各期末公司预付账款明细如下:

单位:万元

项 目	2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
预付设备款	472.87	495.18	179.16	230.40
预付材料款	479.59	672.58	744.16	2,241.51
预付购房款	-	-	709.80	-
预付工程款	553.55	369.73	37.54	-
合 计	1,506.02	1,537.49	1,670.67	2,471.91

2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末的预付账款余额分别为

2,471.91 万元、1,670.67 万元、1,537.49 万元和 1,506.02 万元，占各期末流动资产的比例分别为 13.43%、7.18%、5.45%和 6.97%。

2009 年末预付材料款余额较大，主要系 2009 年末公司为了生产规模扩大的需要和对原材料涨价的预期而增加原材料的采购量所致。2009 年下半年在原材料价格出现快速回升势头之时，公司主动增加了原材料的采购量，而供应商暂时未调增给予公司的信用额度，公司采用预付款方式的采购较多，由此导致 2009 年末预付账款余额较大。

2010年和2011年随着公司规模的对供应商议价能力的提高，公司在采购时减少了预付款的支付，因此2010年末和2011年末预付材料款余额下降较为明显。2010年末预付购房款余额主要系北京鼓山、武汉海欣和成都腾新在当地购置房产以作办公场所之用。

2011年末预付设备款较2010年末增加了316.02万元，主要系采购制冷设备和其他机器设备而预付的采购款。

2011年末和2012年6月末预付工程款的增加主要系东山腾新根据募投项目“新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目”的施工进度而预付的工程款。

(4) 存货

报告期内，公司存货构成如下：

单位：万元

项 目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
原材料	5,489.95	65.57	8,472.66	57.40	5,876.48	50.20	4,645.45	57.55
产成品	2,348.76	28.05	4,950.82	33.54	4,131.69	35.30	1,819.59	22.54
发出商品	272.05	3.25	1,106.56	7.50	1,453.46	12.42	1,432.56	17.75
周转材料	261.61	3.12	229.70	1.56	244.40	2.09	174.09	2.16
存货合计	8,372.37	100.00	14,759.74	100.00	11,706.03	100.00	8,071.70	100.00

公司2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末的存货余额分别为8,071.70万元、11,706.03万元、14,759.74万元和8,372.37万元，占各期末流动资产的比例分别为43.85%、50.28%、52.35%和38.74%。随着公司产销规模的扩大，报告期内各年末存货余额也相应增长。2012年6月末由于公司产品进入产销淡季

的影响，存货余额下降较为明显。

由于公司产品节日性、季节性销售的特点较为突出，在每年的12月份至次年的2月份，元旦、春节、元宵节等节假日集中，往往是公司的发货高峰期，在此期间，公司发出商品的余额往往要高于其他月份很多；同时，为应对发货高峰期，年末公司的产成品储备也相对较高。

①原材料变动原因分析

2009年末至2011年末，公司原材料余额分别为4,645.45万元、5,876.48万元和8,472.66万元，2010年末和2011年末原材料余额分别较上年同期增长了1,231.03万元和2,596.18万元，增长速度较快，主要原因如下：

A. 报告期内公司的产量快速增长，从2009年的33,689.21吨增长到2011年的49,766.71吨，对原材料的需求量也不断增大，为了满足生产规模不断扩大的需求，公司需相应增加原材料储备；

B. 近年来原材料价格波动幅度较大，2008年至2009年上半年原材料价格受金融危机影响持续下跌，随着经济的复苏，2009年下半年以来原材料价格出现了较大幅度的上涨。为了应对原材料价格的波动，公司采取了相应的策略性备货措施。在2009年下半年原材料价格出现快速回升势头之时，公司主动增加原材料的采购和储备，因此2009年末存货中的原材料占比较高。面对持续走高的原材料价格和不断攀升的CPI指数，2010年和2011年公司继续采取了增加原材料库存的措施，择机在原材料价格短期回落时加大采购量，因此公司期末原材料金额较大；

C. 随着舟山腾新生产规模的逐年扩大，年底时对海鱼等原材料储备的需求也逐年增加；同时由于舟山腾新位于东海海域，每年的6月到9月上旬属于东海海域的休渔期，该期间内市场上的海鱼供应量会大幅减少，故公司在休渔之后的捕鱼旺季时会增加海鱼采购，加大生产力度，增加鱼糜的储备量。报告期内舟山腾新各期末存货余额分别为874.26万元、1,122.16万元和2,787.99万元。2011年末舟山腾新存货余额比2010年末增长较多，主要系9月份东海海域休渔期过后，市场上海鱼供应量较为充足，公司大量采购海鱼生产鱼糜以备公司生产规模扩大所需。

公司各期末的原材料主要由肉类、鱼糜和粉类三大主要原材料构成。年末原材料储备主要为次年一季度的旺季生产所需，报告期内年底的原材料在次年一季

度都可以消耗完毕，周转速度较快，具体情况如下：

单位：万元

项 目		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31
原材料期末余额		8,472.66		5,876.48		4,645.45
其中三大主材的期末余额		7,760.05		5,386.63		4,065.75
项 目	2012 年		2011 年		2010 年	
1 月份三大主材实际消耗金额	2,954		3,210.87		3,369.15	
2 月份三大主材实际消耗金额	1,774		1,202.31		795.25	
3 月份三大主材实际消耗金额	2,066		1,659.97		1,026.76	
合 计	6,793.78		6,073.15		5,191.16	

由上表可见，报告期内公司年末的主要原材料在次年第一季度基本均能消耗完毕，期末原材料的库存较为合理。

②产成品变动原因分析

公司的产成品备货政策是根据各销售渠道往年和近期的销售情况确定销量。一般情况下，公司的产成品在未来一个月之内可以实现销售。

2009年末至2011年末，公司产成品和发出商品的余额与次年1月份公司销售收入情况如下：

单位：万元

项目		2011年末	2010年末	2009年末
产成品		4,950.82	4,131.69	1,819.59
发出商品		1,106.56	1,453.46	1,432.56
合 计		6,057.38	5,585.15	3,252.15
项目	2012年1月份	2011年1月份	2010年1月份	
销售收入	7,658.62	7,322.43	6,919.01	

2009年末、2010年末和2011年末的产成品和发出商品合计分别为3,252.15万元、5,585.15万元和6,057.38万元，2010年1月份、2011年1月份和2012年1月份公司销售收入分别为6,919.01万元、7,322.43万元和7,658.62万元，公司上年末产成品及发出商品在次年1月份基本上实现销售并确认收入。

2009年、2010年、2011年和2012年公司第一季度的营业收入分别为11,203.37

万元、14,594.18万元、17,492.12万元和19,519.95万元，公司每年第一季度收入较往年同期相比均有大幅增加，因此报告期内各年末均需为应付次年初的销售旺季而提前备货，且备货量逐年增加。各年度产成品备货量的差异主要系公司销售规模的扩大和各年度春节日期的差异所致。

2010年末的产成品余额比2009年末增长了2,312.09万元，主要原因系：A、2011年的春节为2月3日，比2010年提早了11天，公司因春节旺季的提前到来而相应增加2010年末的产成品储备量；B、随着公司业务范围和规模的扩大，为了提高公司对各地区客户的反应速度以保证供货的及时性，公司2010年在西南大区和东北大区新设立了沈阳腾新和成都腾新两家子公司，年底时为保证这两个大区的旺季供给，两家子公司新增存货492.34万元；C、公司注重产品研发，不断推出新品，公司产品的品项逐年增多，2008年、2009年和2010年公司分别增加了55项、79项和56项新品，品项的增加导致了存货余额的增长；报告期内公司开发的部分新品经过2009年和2010年的推广之后，在市场上反映较好，深受消费者喜爱，如香港撒尿牛肉丸、鱼排、鱼皮豆腐、鱼皮脆、西湖肉燕等，2010年底公司为了适应市场需求加大了这些畅销品种的库存量，以上畅销新品的产成品余额因此增加571.63万元（不含沈阳和成都两家子公司的存货）。

2011年末产成品余额较2010年末上升了819.13万元，主要系2012年春节时间为1月23日，比2011年提前了11天，公司在2011年末需提前备货以应对销售高峰期的提前到来，故2011年末产成品余额较高。

③发出商品变动原因分析

公司的发出商品系已向商超发出但未确认收入的产品，2009年末至2011年末，公司发出商品和次年1-2月商超收入情况如下：

单位：万元

项目		2011年末	2010年末	2009年末
发出商品		1,106.56	1,453.46	1,432.56
项目	2012年1-2月	2011年1-2月	2010年1-2月	
商超收入	3,570.55	3,438.92	3,239.76	

2009年末、2010年末和2011年末公司发出商品金额分别为1,432.56万元、1,453.46万元和1,106.56万元，2010年1-2月、2011年1-2月和2012年1-2月公司商超销售收入分别为3,239.76万元、3,438.92万元和3,570.55万元，

公司上年末发出商品已在合同约定的对账期内（不超过 60 天）与商超对账后确认收入。发行人报告期内商超渠道的业绩保持稳定，因此各期末发出商品余额也较为平稳。2011 年末发出商品余额有所减少主要系公司加快与商超的对账速度，期末未结算发出商品减少。

④可比上市公司存货情况对比分析

鉴于三全食品与公司的产品均属速冻食品中的快速消费品，产品的生产流程及产品消费的季节性、节日性特征相似，而金字火腿在产品生产流程中有腌制工序，且金字火腿、得利斯产品消费的季节性和节日性特征较弱，故在此选用可比性较强的三全食品作为可比上市公司对存货期末余额结构进行对比分析。

报告期内发行人和三全食品期末存货余额结构情况如下：

单位：万元

项目	腾新食品			三全食品		
	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
原材料	8,473	5,876	4,645	15,382	6,898	4,624
产成品	4,951	4,132	1,820	19,732	12,946	8,182
发出商品	1,107	1,453	1,433	33,014	20,273	15,542
周转材料	230	244	174	-	-	-
自制半成品	-	-	-	3,511	1,530	574
包装物	-	-	-	3,908	1,992	1,341
低值易耗品	-	-	-	1,594	1,167	367
其他	-	-	-	3	5	43
合计	14,760	11,706	8,072	77,144	44,812	30,672

注：上表三全食品数据来源于已公布的年度报告。由于三全食品2012年半年报尚未披露，故未对2012年6月末的存货结构进行对比分析。

通过上表可见，报告期内三全食品与发行人的期末存货余额结构存在以下方面的相似点：A、随着行业发展和公司产销规模的增大，报告期内两家公司各年末存货余额整体呈上涨趋势；B、由于2011年和2012年的春节时间均比上一年提前了11天，春节旺季的提前到来导致2010年末和2011年末产成品和发出商品余额较高。但由于发行人与三全食品在经营模式和营销渠道侧重点上有所差异，发行人侧重经销渠道，而三全食品以商超渠道为主，故其期末发出商品余额明显高于产成品。营销模式等方面的差异导致发行人与三全食品的期末存货余额结构虽然具有较大相似性，但其变动趋势仍有所差异。

⑤报告期内公司存货大幅变动的合理性核查

综上所述，通过对发行人期末存货余额及其结构的核查，保荐机构和发行人会计师认为：虽然各期末存货余额和结构存在一定波动，但这与公司销售规模扩大、产品消费的季节性、节日性特征和公司的经营模式等相符合，期末存货金额的变动合理。

(5) 其他应收款

公司2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末的其他应收款余额分别为435.90万元、497.32万元、671.84万元和684.46万元，占各期末流动资产的比例分别为2.37%、2.14%、2.38%和3.17%。公司其他应收款余额主要为结算票据未到但公司已经支付相关款项的运费、燃气费和咨询费等各种费用。报告期内各期末其他应收款余额占公司流动资产的比重较小，公司已依据会计政策对可能发生的坏账风险足额计提了坏账准备。

① 其他应收款账龄分析

单位：万元

项目	2012/6/30			2011/12/31		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额	比例	金额	金额	比例	金额
1 年以内	678.43	93.44%	33.92	684.76	96.31%	34.24
1—2 年	34.26	4.72%	3.43	15.85	2.23%	1.59
2—3 年	13.02	1.79%	3.91	10.07	1.42%	3.02
3 年以上	0.35	0.05%	0.35	0.28	0.04%	0.28
合计	726.07	100.00%	41.60	710.96	100.00%	39.13
项目	2010/12/31			2009/12/31		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额	比例	金额	金额	比例	金额
1 年以内	503.30	91.65%	25.16	452.77	93.60%	22.64
1—2 年	20.76	3.78%	2.08	5.49	1.13%	0.55
2—3 年	0.71	0.13%	0.21	1.18	0.24%	0.35
3 年以上	24.39	4.44%	24.39	24.28	5.02%	24.28

合计	549.16	100.00%	51.84	483.71	100.00%	47.82
----	--------	---------	-------	--------	---------	-------

报告期内，账龄一年以上的其他应收款占各期末其他应收款余额的比例较低，均在9%以下。截至2012年6月末，93.44%的其他应收款账龄保持在一年以内，发生坏账损失的风险较小。

②公司2012年6月末其他应收款前五名如下：

单位：万元

欠款单位名称	与本公司关系	欠款金额	占其他应收款总额比例	年限	欠款性质或内容
上海润言投资管理有限公司	非关联方	125.00	17.22%	1年以内	咨询费
福州福鑫物流有限公司	非关联方	99.35	13.68%	1年以内	运费
福州国运通冷藏运输有限公司	非关联方	96.60	13.30%	1年以内	运费
福州华润燃气有限公司	非关联方	48.75	6.71%	1年以内	保证金
福州市光彩事业促进会	非关联方	30.00	4.13%	1年以内	捐赠支出
合计		399.70	55.05%		

注：上表应收福州市光彩事业促进会的30万元系公司的捐赠支出，尚未收到对方单位开具的发票，故暂挂其他应收款科目。

（6）其他流动资产

公司2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末其他流动资产余额分别为238.20万元、346.36万元、561.64万元和538.34万元，占各期末流动资产的比例分别为1.29%、1.49%、1.99%和2.49%。报告期内各期末公司其他流动资产余额占流动资产的比重较小，主要为待抵扣进项税额。各年末其他流动资产余额逐年增加主要是因为各地区子公司销售量增加，使得期末公司发货至各子公司的商品数量增加，从而导致相应的待抵扣进项税额增加。

3、非流动资产构成及其变化分析

报告期内，公司非流动资产结构如下：

单位：万元

项 目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
固定资产	11,386.80	86.25	11,373.24	86.00	9,069.52	80.41	8,548.79	83.28
在建工程	281.59	2.13	240.07	1.82	625.98	5.55	18.33	0.18

无形资产	1,335.56	10.12	1,348.83	10.20	1,369.42	12.14	1,402.78	13.66
长期待摊费用	48.99	0.37	54.92	0.42	-	-	-	-
递延所得税资产	149.80	1.13	206.93	1.56	214.11	1.90	295.80	2.88
非流动资产合计	13,202.74	100	13,224.00	100	11,279.04	100	10,265.70	100

2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末非流动资产余额分别为10,265.70万元、11,279.04万元、13,224.00万元和13,202.74万元，呈逐年上升的趋势。公司非流动资产主要由固定资产、在建工程 and 无形资产构成。

(1) 固定资产

①截至2012年6月末，公司固定资产的构成情况如下：

单位：万元

类别	折旧年限	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	30	7,082.83	818.38	6,264.45	88.45%
机器设备	5-10	6,532.56	2,343.64	4,188.92	64.12%
运输设备	10	295.09	87.58	207.51	70.32%
其他	5	1,609.20	883.28	725.92	45.11%
合 计	-	15,519.68	4,132.88	11,386.80	73.37%

②报告期内，公司固定资产原值变动情况如下：

单位：万元

类别	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金 额	比例 (%)	金 额	比例 (%)
房屋及建筑物	7,082.83	45.64	7,139.77	47.65	4,813.83	41.26	4,614.32	44.85
机器设备	6,532.56	42.09	5,976.35	39.89	5,090.24	43.63	4,216.55	40.99
运输设备	295.09	1.90	271.70	1.81	254.16	2.18	211.25	2.05
其他设备	1,609.20	10.37	1,596.00	10.65	1,509.91	12.94	1,245.75	12.11
合 计	15,519.68	100	14,983.83	100	11,668.14	100	10,287.87	100

2010年末固定资产原值较2009年末增加1,380.27万元，主要原因系发行人、东山腾新和舟山腾新因生产规模扩大而新增机器设备及其他设备共898.45万元。

2011年末固定资产原值较2010年末增加3,315.69万元，主要系公司2#综合厂房和技术研发中心项目竣工结转固定资产1,525.39万元；子公司成都腾新、武汉

海欣和北京鼓山在当地购置房产以作办公场所之用导致房屋及建筑物合计增加713.45万元；发行人和舟山腾新、东山腾新因生产规模扩大新增机器设备1,035.08万元。

2012年6月末固定资产原值较2011年末增加535.86万元，主要系随着公司2#综合厂房的投入使用及生产规模的扩大，新增制冷保温系统和和其他生产设备所致。

以上固定资产均为与生产经营密切相关的机器设备及房屋建筑物等，运行情况良好，总体成新率较高，不存在减值情况，因此公司未计提固定资产减值准备。

（2）在建工程

公司报告期内各期末在建工程余额分别为18.33万元、625.98万元、240.07万元和281.59万元。2010年末在建工程余额增加607.65万元，主要系公司2#综合厂房开始筹建，期末尚未完工所致；2011年末在建工程余额减少385.91万元，主要系公司2#综合厂房和技术研发中心项目竣工结转固定资产所致。

（3）无形资产

截至2012年6月末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	取得方式	原值	摊销年限	期末累计摊销	期末账面价值
土地使用权	出让/转让	1,463.10	尚可使用年限	160.41	1,302.68
金蝶管理软件等	购买	40.87	10	10.64	30.23
远程管理系统	购买	4.00	10	1.35	2.65
合 计		1,507.97		172.40	1,335.56

本公司在期末对无形资产进行了逐项检查，未发现无形资产减值的情形，因此未计提无形资产减值准备。

（4）递延所得税资产

单位：万元

项 目	2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
1、资产减值准备形成的可抵扣暂时性差异	72.49	68.36	46.64	38.75
2、并表抵消内部交易引起存货账面价值与计税基础的可抵扣暂时性差异	52.80	115.07	160.47	237.21

3、其他流动负债形成的可抵扣暂时性差异	-	0.75	0.75	19.84
4、应付职工薪酬形成的可抵扣暂时性差异	5.50	6.25	6.25	-
5、递延收益形成的可抵扣暂时性差异	19.00	16.50	-	-
合计	149.80	206.93	214.11	295.80

公司报告期内各期末递延所得税资产的账面价值分别为295.80万元、214.11万元、206.93万元和149.80万元，占非流动资产的比例分别为2.88%、1.90%、1.56%和1.13%。报告期内发行人递延所得税资产主要来源于应收款项计提的坏账准备及公司合并报表时抵销内部交易导致合并报表存货账面价值与纳税主体的计税基础之间产生的可抵扣暂时性差异。

4、资产减值准备的提取情况

报告期内公司计提的资产减值准备余额如下：

单位：万元

项目		2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
坏账准备	应收账款	338.27	323.12	197.71	157.22
	其他应收款	41.60	39.13	51.84	47.82
合计		379.87	362.25	249.55	205.04

本公司已根据企业会计准则及公司的具体情况对应收账款、其他应收款提取坏账准备。

鉴于金字火腿的低温肉制品、得利斯的低温肉制品、三全食品的速冻米面食品与公司产品均属于食品行业中的快速消费品，且销售渠道类似，这里将金字火腿、得利斯和三全食品作为可比上市公司。公司应收款项坏账准备计提政策与可比同行业上市公司应收款项坏账准备计提政策对比如下：

账龄/计提比例	1-6个月	7个月-1年	1-2年	2-3年	3-5年	5年以上
三全食品	1%	5%	10%	50%	100%	
金字火腿	5%		10%	20%	50%	100%
得利斯	5%		10%	50%	100%	
本公司	5%		10%	30%	100%	

通过同行业公司对比，公司应收款项坏账准备计提政策符合谨慎性原则。

报告期内，公司的存货包括原材料、库存产品、发出商品、周转材料等。原材料主要是鱼糜、肉类、粉类等材料；因本公司生产工序较短，期末不存在在产品；库存商品主要是已完工尚未出售的速冻鱼糜制品和速冻肉制品等；发出商品系已发送至商超尚未结算的商品；周转材料主要为包装箱、包装袋等。

公司期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。公司采用ERP系统，在期末对产成品和主要原材料如鱼糜、肉类、粉类等材料按单个存货项目将账面价值与可变现净值逐一进行比较；对周转材料如包装箱、包装袋等数量繁多且单价较低的存货，公司按存货类别比较账面价值与可变现净值。

报告期内，公司期末原材料未计提存货跌价准备，原因如下：

（1）公司期末原材料均为生产所需，周转速度较快，报告期内公司产品保持较高的毛利率，期末可变现净值高于原材料账面成本；

（2）不存在库存原材料不适应新产品的需要，而该原材料的市场价格又低于其账面成本的情形；

（3）公司产品生产周期较短，每天投产的原料均于当天完工入库，当天不存在在产品的情况。

报告期内，公司期末产成品未计提存货跌价准备，其原因如下：

（1）报告期内，公司主营业务毛利率分别为33.39%、34.23%、30.54%和34.35%，产品品质优良，销售状况良好，深受消费者喜爱，市场需求不断增加，不存在期末产成品可变现净值低于生产成本的情形；

（2）公司产品属于食品行业中的快速消费品，产品周转快，库存产品均在保质期内，不存在产品滞销或过期的情形；

（3）公司产品价格相对稳定，不存在市场价格持续下跌，在未来无回升希望的情形。

报告期内，公司期末发出商品未计提存货跌价准备，其原因如下：

公司根据商超定单发出商品，未与商超结算前记入发出商品核算，该部分发出商品属于执行销售合同而持有的存货，且销售合同订购数量等于企业发出商品数量，因商超促销活动等原因致使最终结算价与下定单价格存在较小差异，公司采用定单价作为发出商品的可变现净值的计算基础。报告期内商超渠道销售毛利率分别为45.04%、49.63%、46.86%和48.80%，不存在发出商品可变现净值低于生

产成本的情形。

报告期内公司存货储备正常，不存在产品滞销或过期的情况，期末未计提跌价准备符合谨慎性原则。

报告期内公司固定资产、无形资产等其他资产质量良好，不存在减值迹象，故未计提资产减值准备。

（二）负债结构分析

1、负债结构及其变化分析

单位：万元

项目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动负债	7,309.51	98.30	16,210.27	99.33	14,248.02	100.00	12,861.45	100.00
非流动负债	126.69	1.70	110.00	0.67	-	-	-	-
负债总额	7,436.20	100.00	16,320.27	100.00	14,248.02	100.00	12,861.45	100.00

2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末，公司负债总额分别为12,861.45万元、14,248.02万元、16,320.27万元和7,436.20万元，主要由流动负债构成，这与公司流动资产占比较高的特点相适应。

2、流动负债结构及其变化分析

单位：万元

项 目	2012/6/30		2011/12/31		2010/12/31		2009/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
短期借款	-	-	2,990.00	18.45	1,928.00	13.53	3,511.00	27.30
应付票据	1,290.52	17.66	1,753.36	10.82	1,666.72	11.70	2,023.55	15.73
应付账款	3,067.22	41.96	6,562.33	40.48	4,970.36	34.88	3,579.07	27.83
预收款项	1,109.76	15.18	2,428.29	14.98	3,540.59	24.85	2,312.97	17.98
应付职工薪酬	293.36	4.01	282.27	1.74	242.77	1.71	213.07	1.66
应交税费	739.39	10.12	599.43	3.70	596.87	4.19	290.96	2.26
其他应付款	494.79	6.77	755.22	4.66	812.32	5.70	763.62	5.94
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	-	-	-	-
其他流动负债	314.47	4.30	839.36	5.18	490.37	3.44	167.21	1.30

流动负债合计	7,309.51	100.00	16,210.27	100.00	14,248.02	100.00	12,861.45	100.00
--------	----------	--------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

公司流动负债主要由短期借款、应付账款、应付票据和预收款项构成。

(1) 短期借款

公司 2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末的短期借款余额分别为 3,511.00 万元、1,928.00 万元、2,990.00 万元和 0 万元，占各期末流动负债的比例分别为 27.30%、13.53%、18.45%和 0%。公司每年根据实际情况，综合考虑企业业务规模、流动资金、销售回笼资金、财务费用和银行授信额度状况，以决定当年的短期借款金额。

(2) 应付票据和应付账款

报告期内，公司各期末的应付款项余额如下：

单位：万元

项目	2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
应付设备款	80.17	163.35	150.65	134.17
应付材料款	2,987.05	6,398.98	4,819.72	3,444.90
应付账款合计	3,067.22	6,562.33	4,970.36	3,579.07
应付票据	1,290.52	1,753.36	1,666.72	2,023.55
应付款项合计	4,357.74	8,315.69	6,637.08	5,602.62

2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末公司应付账款和应付票据合计金额分别为 5,602.62 万元、6,637.08 万元、8,315.69 万元和 4,357.74 万元，占各期末流动负债的比例分别为 43.56%、46.58%、51.30%和 59.62%。2010 年末和 2011 年末的应付账款和应付票据合计同比分别增加了 1,034.47 万元和 1,678.61 万元，主要系 2010 年末和 2011 年末公司为了生产规模扩大的需要以及春节旺季的提前来临而增加原材料采购量所致；另外，随着公司规模的扩大，公司对供应商议价能力提高，公司在采购时减少了预付款的支付，且取得了更长的付款信用期限，因而 2010 年末和 2011 年末公司应付账款余额增加，而预付材料款余额下降较为明显。2012 年 6 月末公司应付款项余额下降主要系进入产销淡季材料采购量减少所致。

截至 2012 年 6 月末，公司应付账款前五名如下：

单位：万元

客户名称	应付账款余额 (万元)	占应付账款总 额比例	采购内容
三明百事达淀粉有限公司	438.61	14.30%	淀粉
广西农垦明阳生化集团股份有限公司	200.23	6.53%	淀粉
湖南长盛科技开发有限公司	190.90	6.22%	猪肉
温岭市海鑫隆水产食品有限公司	187.19	6.10%	鱼糜
杭州普罗星淀粉有限公司	107.81	3.51%	淀粉
合计	1,124.74	36.67%	-

应付账款前五名均系公司原材料供应商。应付票据的明细详见本招股说明书“第十节 财务会计信息·七、最近一期末主要债项·（二）应付票据”。

（3）预收款项

公司的预收款项主要系公司对经销商的销售采取款到发货形式，会计期末形成款到而商品尚未发出的情况。收到货款后，公司一般在1个月内予以发货。

2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末预收款项分别为2,312.97万元、3,540.59万元、2,428.29万元和1,109.76万元，占各期末流动负债的比例分别为17.98%、24.85%、14.98%和15.18%。

2010年末预收账款余额较2009年末增长了1,227.63万元，主要原因系：
①2011年的春节较2010年提前了11天，春节旺季的提前使得2010年末经销商的订货量和预收款与同期相比均出现增长；②随着公司业务规模的增长和销售网络的完善，公司经销商数量从2009年的212家增长到2010年的235家，经销商数量的增长以及公司对经销商议价能力的提升也使得预收款项相应增加。

2011年末预收账款余额比2010年末下降了1,112.30万元，主要系2012年春节为1月22日，公司为了避免春节前物流供应商运力紧张以及春运高峰的影响，提高发货速度和结算速度，因此在公司经销商数量及其采购量保持增长的情况下，仍使得2011年末预收款项余额有所下降。

2012年6月末公司进入销售淡季，经销商采购量较年末有所减少，导致公司预收款项余额下降。

（4）应交税费

2009年末、2010年末、2011年末和2012年6月末应交税费余额分别为290.96万元、596.87万元、599.43万元和739.39万元，占各期末流动负债的比例分别

为 2.26%、4.19%、3.70%和 10.12%。应交税费主要为应交所得税、应交增值税和应交个人所得税等。

报告期内，公司各期末的应交税费余额如下：

单位：万元

项 目	2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
增值税	455.83	79.80	229.39	-101.74
所得税	169.39	421.61	298.65	354.04
其他	114.17	98.02	68.84	38.66
合计	739.39	599.43	596.87	290.96

2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末应交税费余额较高主要系 2010 年、2011 年和 2012 年上半年销售收入增加导致应交增值税和应交企业所得税增加所致。

（5）其他应付款

2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末其他应付款分别为 763.62 万元、812.32 万元、755.22 万元和 494.79 万元，占各期末流动负债的比例分别为 5.94%、5.70%、4.66%和 6.77%。公司其他应付款余额主要包括跨月结算的劳务费、工程款、运费及收取的保证金和押金。报告期内各期末其他应付款余额较大主要原因系公司生产销售规模扩大导致劳务费增加，报告期内各期末劳务费应付款分别为 276.11 万元、368.50 万元、352.42 万元和 206.65 万元。

（6）其他流动负债

2009 年末、2010 年末、2011 年末和 2012 年 6 月末其他流动负债分别为 167.20 万元、490.37 万元、839.36 万元和 314.47 万元，占各期末流动负债的比例分别为 1.30%、3.44%、5.18%和 4.30%。其他流动负债余额主要为公司按实际情况所计提的运费，期末尚未结算。报告期内各期末其他流动负债余额逐年增加主要系随着公司销售规模和区域的扩大，公司的运输规模和范围逐渐扩大，公司对物流公司的议价能力逐渐提高，对物流公司的结算付款周期也逐渐延长，运输量的增加和结算周期的延长导致期末预提运费余额增加。2012 年 6 月末随着公司进入销售淡季，运输量下降导致计提运费减少，从而导致期末其他流动负债余额下降。

(三) 偿债能力分析

财务指标	2012/6/30	2011/12/31	2010/12/31	2009/12/31
流动比率	2.96	1.74	1.63	1.43
速动比率	1.81	0.83	0.81	0.80
资产负债率(母公司)	22.51%	37.52%	35.12%	38.95%
财务指标	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
息税折旧摊销前利润(万元)	4,100.21	7,737.39	6,978.20	5,934.36
利息保障倍数	86.06	43.53	87.12	68.75

1、流动比率和速动比率

2009 年末至 2012 年 6 月末，公司流动比率和速动比率分别为 1.43、1.63、1.74、2.95 和 0.80、0.81、0.83、1.81，报告期内公司流动比率和速动比率逐年提高，主要系随着生产经营规模扩大和盈利能力的提高，公司经营积累和股东投资增加，使流动资产增长幅度大于流动负债增长幅度。逐年上升且处于较高水平的流动比率和速动比率表明公司资产流动性较好，短期偿债能力较强。

公司速动比率大幅低于流动比率，主要是由公司特殊的经营模式所决定。公司每年末都需要为即将到来的春节和元宵节销售旺季储备大量的原材料和产成品，同时对商超客户的发出商品数量也大幅增加，导致期末存货余额相对较高，占流动资产的比例较高。报告期内各期末发行人的存货金额分别为 8,071.70 万元、11,706.03 万元、14,759.74 万元和 8,372.37 万元，占流动资产比例分别为 43.85%、50.28%、52.35% 和 38.74%，因此发行人速动比率大幅低于流动比率。

2、资产负债率

2009 年至 2012 年 6 月末，公司资产负债率分别为 38.95%、35.12%、37.52% 和 22.51%，报告期内公司资产负债率较为稳定，2012 年 6 月末由于公司偿还了短期借款导致资产负债率暂时下降。目前公司受到产能瓶颈的制约已较为明显，单纯依靠公司经营积累和银行借款已经难以满足公司快速发展的需求，为此发行人拟申请公开发行股票募集资金，拓宽公司的融资渠道。

3、息税折旧摊销前利润及利息保障倍数

报告期内发行人息税折旧摊销前利润逐年增长，2010 年和 2011 年分别增长了 17.59% 和 10.88%。报告期内公司的利息保障倍数分别为 68.75、87.12、43.53 和 86.06，保持在较高水平。息税折旧摊销前利润的逐年稳定增长和较高水平的

利息保障倍数为公司的偿债能力提供了可靠的保障。

4、总体偿债能力评价

(1) 良好的盈利能力和经营现金流情况保证了公司的偿债能力

报告期内，公司盈利能力逐年增强，分别实现净利润 4,329.95 万元、4,924.50 万元、5,318.08 万元和 2,808.10 万元，累计实现净利润 17,380.63 万元。另外，公司经营活动获取现金的能力较强，2009 年、2010 年、2011 年和 2012 年 1-6 月销售商品收到的现金分别为 49,265.71 万元、60,564.32 万元、72,976.63 万元和 36,591.69 万元，均高于同期营业收入。良好的盈利能力和经营活动产生的现金流入为公司的偿债资金提供了保障。

(2) 公司资信良好，进一步增强了公司的偿债能力

公司一直按时足额偿还银行借款的本金及利息，银行信用记录良好，无逾期未偿还银行借款本金及逾期支付利息的情况，并与光大银行、兴业银行等建立了良好的合作关系。另外，报告期内公司严格控制对外担保，没有发生对外担保事项，无因担保等引起的或有负债。良好的资信能力和间接融资能力是公司偿债能力的有效补充。

综上所述，公司流动比率和速动比率较高、资产负债率较低、盈利能力和经营收现能力强、资信良好，为公司的偿还债务提供了有力的保障，整体偿债能力强，偿债风险小。

5、同行业公司比较

报告期内发行人与可比上市公司的偿债能力指标对比如下：

项 目	流动比率			速动比率			资产负债率（母公司）		
	2011 年	2010 年	2009 年	2011 年	2010 年	2009 年	2011 年	2010 年	2009 年
三全食品	1.72	1.59	1.75	1.01	1.06	1.28	51.00%	60.70%	52.71%
得利斯	3.98	5.13	3.17	2.65	3.63	2.76	17.41%	13.07%	22.35%
金字火腿	16.32	44.37	7.15	9.70	35.08	1.34	8.47%	8.38%	33.50%
平均值	7.34	17.03	3.44	4.46	13.26	1.60	25.63%	27.38%	40.76%
腾新食品	1.74	1.63	1.43	0.83	0.81	0.80	37.52%	35.12%	38.95%

注：金字火腿2010年完成发行上市，导致其2010年和2011年流动比率和速动比率明显提高、资产负债率大幅下降。由于上述可比公司2012年半年报尚未披露，故未对2012年1-6月的情况进行比较。

发行人流动比率低于同行业可比公司，主要系发行人充分利用供应商的授信，导致经营性流动负债相对较高。同时由于细分产品的差异，发行人的销售季

节性特征比较明显，为了应付春节期间的销售，公司在年末需储备大量产成品，导致报告期内各年末的存货余额较平时明显增加，故速动比率略低于可比公司。

由于发行人在报告期内通过增资和提高销售资金回笼速度筹集经营所需营运资金，银行借款和其他非流动负债逐年减少，资产负债率呈逐年下降的趋势，与同行业平均水平相比，处于合理水平。

以上偿债能力指标表明发行人具有良好的偿债能力，不存在短期偿债风险。

（四）资产周转能力

财务指标	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
应收账款周转率（次/年）	10.87	13.41	14.67	16.84
应收账款周转天数（天）	33.12	26.85	24.55	21.38
存货周转率（次/年）	3.68	3.45	3.41	3.79
存货周转天数（天）	97.80	104.39	105.66	94.99

1、资产周转能力分析

报告期内，公司的应收账款周转率分别为 16.84、14.67、13.41 和 10.87，周转速度较快且基本保持平稳。报告期内公司销售收入持续增长，销售渠道不断扩张，各期末的应收账款余额也逐步增加，但同时公司重视应收账款管理，严格控制客户授信额度并及时与客户进行应收账款的结算，严格控制和保证应收账款的回收速度。

报告期内，公司的存货周转率分别为 3.79、3.41、3.45 和 3.68，存货周转率保持稳定。报告期内公司产销规模不断扩大，存货也逐年增加，公司对存货采取实时管理，确保其库存保持在合理水平。

综上所述，公司具有良好的资产管理能力，资产运营效率较高；随着公司内部管理的不断加强，公司资产周转能力将持续增强。

2、同行业公司比较

公司与三全食品、得利斯和金字火腿的资产周转能力指标对比如下：

财务指标	应收账款周转率（次/年）			存货周转率（次/年）		
期间	2011 年	2010 年	2009 年	2011 年	2010 年	2009 年
三全食品	13.52	10.93	8.22	2.93	3.39	2.88
得利斯	16.66	20.52	10.06	7.44	6.56	7.73
金字火腿	8.49	11.13	13.28	0.50	0.75	1.00

平均值	12.89	14.19	10.52	3.62	3.57	3.87
腾新食品	13.41	14.67	16.84	3.45	3.41	3.79

注：由于火腿行业生产周期较长，且部分产品由于工艺特点需要储存较长时间，导致金字火腿的存货周转率较低。由于上述可比公司2012年半年报尚未披露，故未对2012年1-6月的情况进行比较。

发行人的应收账款回收速度较快，应收账款周转率高于同行业可比公司平均水平；但由于细分产品不同，发行人的销售季节性特征比较明显，报告期内各年末的存货余额较平时明显增加，导致发行人以各期末平均值计算的存货周转率指标略低于无明显销售季节性特征的可比公司。

发行人应收账款周转速度和存货周转速度较快，反映出公司较高的内部管理能力及资产周转能力，资产周转效率较高。

二、盈利能力分析

单位：万元

项目	2012年1-6月		2011年度		2010年度		2009年度
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
营业收入	32,401.66	10.23%	65,832.78	28.23%	51,341.33	18.21%	43,432.71
营业毛利	11,113.49	25.92%	20,198.74	14.46%	17,647.25	21.32%	14,546.35
期间费用	7,347.16	22.16%	13,196.34	17.41%	11,239.22	24.64%	9,017.63
营业利润	3,383.26	36.17%	6,235.84	5.03%	5,937.48	17.92%	5,035.14
利润总额	3,441.61	35.44%	6,427.52	7.89%	5,957.55	15.72%	5,148.23
净利润	2,808.10	39.75%	5,318.08	7.99%	4,924.50	13.73%	4,329.95
归属于母公司股东的净利润	2,808.10	39.75%	5,318.08	7.99%	4,924.50	13.73%	4,329.95

（一）归属于母公司所有者的净利润

2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月，归属于母公司股东的净利润分别为4,329.95万元、4,924.50万元、5,318.08万元和2,808.10万元，报告期内发行人净利润逐年增长，主要原因系：

1、主营业务收入快速增长。近年来速冻鱼糜制品和速冻肉制品行业保持快速增长，公司销售区域的不断扩张、销售网络的不断完善有效提高了产品的销量；公司通过产品研发、品牌推广和渠道扩张，使产品的知名度和美誉度得到了有效的提升，对业绩的快速增长起到了积极的促进作用。

2、有效控制产品成本。随着销售规模的扩大，公司对上游供应商的议价能力增强，并且舟山子公司生产的鱼糜替代了公司原需对外采购的鱼糜，从而有效降低了公司产品的原材料成本；同时公司通过生产技术和工艺流程改进、引进机器设备替代人工等方式提高生产效率、降低材料损耗率，有效控制了产品的生产成本。尤其是 2011 年国内通胀形势较为严峻，CPI 涨幅明显，原材料采购成本大幅上升，公司通过上述多种内部消化成本的措施，有效控制了产品生产成本的上涨幅度，从而使得公司净利润保持稳定增长的趋势。

3、控制期间费用的增长速度。随着发行人产销规模的逐步扩大，公司也在不断加强期间费用的控制力度，报告期内公司通过提高管理效率等方式有效控制了期间费用的增长速度。

（二）营业收入

1、营业收入结构分析

（1）营业收入构成情况

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	32,348.61	99.84%	65,633.76	99.70%	51,153.70	99.63%	43,319.99	99.74%
其他业务收入	53.05	0.16%	199.01	0.30%	187.63	0.37%	112.72	0.26%
营业收入	32,401.66	100.00%	65,832.78	100.00%	51,341.33	100.00%	43,432.71	100.00%

公司主营业务收入为销售速冻鱼糜制品、速冻肉制品的收入，其他业务收入主要为出售下脚料的收入。报告期内，公司的主营业务收入占营业收入的比例均保持在 99%以上，表明公司的主营业务非常突出。

2010 年公司营业收入较 2009 年增加 7,908.62 万元，增幅为 18.21%；2011 年公司营业收入较 2010 年增加 14,491.45 万元，增幅为 28.23%；2012 年 1-6 月公司营业收入同比增加 3,008.05 万元，增幅为 10.23%。报告期内公司营业收入总体呈现持续稳定增长的态势。

（2）主营业务收入构成情况

报告期内，发行人的主营业务收入分产品明细如下：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
速冻鱼糜制品	21,099.08	65.22%	40,421.31	61.59%	30,558.19	59.74%	25,843.16	59.66%
速冻肉制品	11,243.61	34.76%	24,275.72	36.99%	20,207.23	39.50%	17,296.30	39.93%
鱼糜	5.91	0.02%	936.74	1.43%	388.27	0.76%	180.53	0.42%
合计	32,348.61	100.00%	65,633.76	100.00%	51,153.70	100.00%	43,319.99	100.00%

公司产品主要分为两大类：速冻鱼糜制品和速冻肉制品。其中速冻鱼糜制品主要包括鱼丸类、棒类、饺燕类、卷类等品种；速冻肉制品包括肉丸类、肠类等品种。速冻鱼糜制品和速冻肉制品均属于速冻食品，二者在原材料供应渠道、生产流程、目标消费群体、销售渠道等方面基本一致。

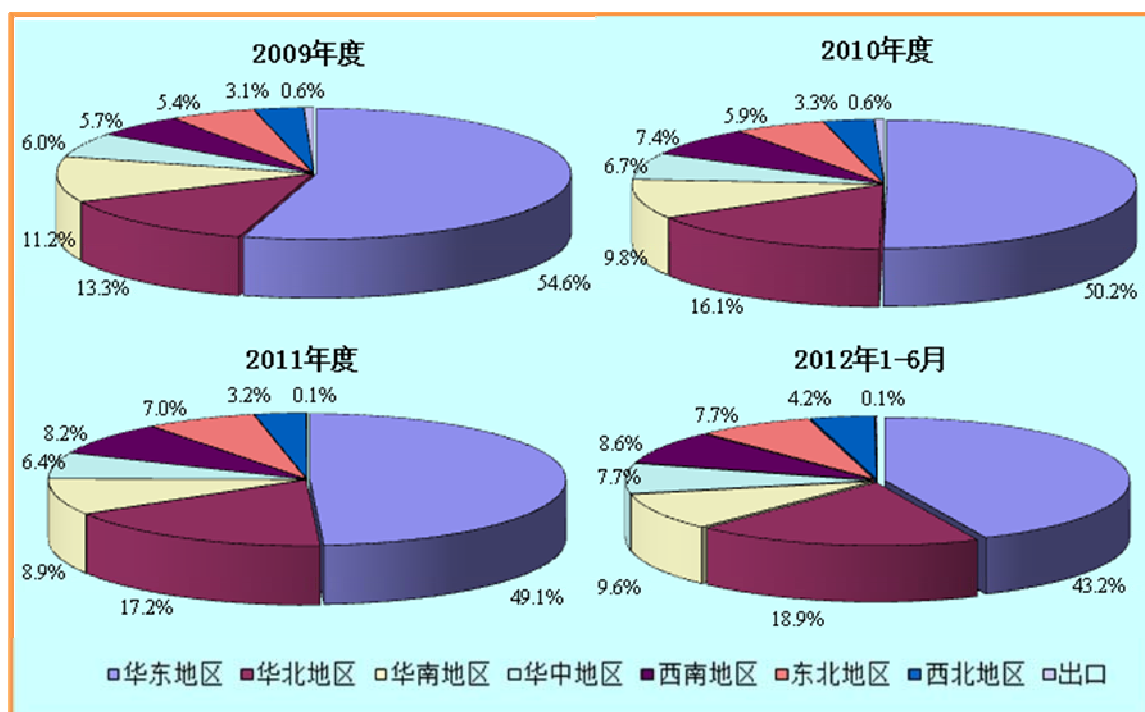
报告期内速冻鱼糜制品占主营业务收入的比例分别为 59.66%、59.74%、61.59%和 65.22%，速冻肉制品占主营业务收入的比例分别为 39.93%、39.50%、36.99%和 34.76%。报告期内公司两大类产品的销售占比保持稳定，公司不存在面临产品结构调整的情形。公司产品销售占比的波动主要与不同地区消费者的消费习惯有关。速冻鱼糜制品的消费主要集中在华东和华南等沿海地区，这两个地区的消费者素有消费鱼类等水产品的习惯，而且市场发展已较为成熟，销售量基数较大，其销售额的增长对速冻鱼糜制品销售占比的提高起到较大影响。速冻肉制品的消费人群较广，在报告期内销售增长较快的华北、东北和西南等地区，消费者对速冻肉制品的消费比重相对较大，随着公司在全国各地销售渠道的开拓和完善，公司速冻肉制品的销量也随之较快增长。同时公司在巩固市场份额的基础上，也在引导消费者的消费方向，通过广告宣传、商超促销、现场试吃、社区推广等方式，积极培养不同地区的消费者消费速冻鱼糜制品的习惯，在华北、东北和西南等区域，公司速冻鱼糜制品的销售增速也较为明显。因此，随着报告期内公司在全国各地销售收入的持续稳定增长，公司速冻鱼糜制品和速冻肉制品的销售占比基本保持稳定。

（3）主营业务收入地区构成情况

单位：万元

地区	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
华东地区	13,989.87	-4.09%	32,241.06	25.48%	25,694.51	8.58%	23,664.78
华北地区	6,102.12	32.89%	11,265.95	36.92%	8,227.92	42.62%	5,769.24
华南地区	3,100.78	10.08%	5,815.34	15.43%	5,038.01	3.81%	4,853.06
华中地区	2,493.41	30.64%	4,206.56	23.59%	3,403.74	30.48%	2,608.64
西南地区	2,768.95	6.40%	5,368.62	41.79%	3,786.19	53.99%	2,458.69
东北地区	2,488.14	28.73%	4,570.95	52.39%	2,999.57	28.69%	2,330.89
西北地区	1,361.14	51.79%	2,125.97	26.82%	1,676.40	22.90%	1,364.02
出口	44.21	125.61%	39.32	-87.99%	327.36	20.94%	270.67
合计	32,348.61	10.20%	65,633.76	28.31%	51,153.70	18.08%	43,319.99



报告期内公司在华东地区的销售额占公司销售总额的比重均在 50%左右。上海、福州等沿海城市经济较为发达，人民的可支配收入和生活水平相对较高，并且东南沿海城市素有消费速冻鱼糜制品的习惯，鱼丸亦是福州的地方名吃，东南沿海城市是公司产品的传统消费市场，因此华东地区是公司最主要的市场，报告期内华东地区收入总体呈稳定增长的趋势。而随着公司销售区域的扩张和销售渠道的完善，近年来其它地区的销售快速增长。

① 成熟地区稳定增长

公司在过去几年内逐步形成的独特营销模式取得了显著的成效。报告期内公司在华东和华南两个成熟地区通过加强一、二级经销商的深入开发、对经销商划

区管理以及协助经销商对可控终端客户的开发和维护等措施,使公司的分销网络和可控终端数量迅速扩大,从而使得公司在以上两个成熟地区的市场占有率和品牌知名度得到进一步提升,华东和华南地区销售收入稳定增长,2010 年度和 2011 年度华东地区营业收入同比分别增长了 8.58%和 25.48%,华南地区营业收入同比分别增长了 3.81%和 15.43%,2012 年 1-6 月华东和华南地区销售收入整体保持较为稳定。

② 新兴市场地区快速发展

公司的新兴市场地区主要包括华北等高速发展地区和华东、西南、东北、西北等拓展地区。报告期内发行人逐步将成熟地区的成功营销模式推广到全国各地,取得了明显的成效,发行人在华北、华东、西南、东北及西北等地区的销售网络迅速扩张,新兴市场的业绩快速增长,2010 年度、2011 年度和 2012 年 1-6 月上述地区的销售收入合计分别比同期增长了 5,562.33 万元、7,444.22 万元和 3,281.39 万元,同比增长率分别为 38.28%、37.05%和 27.50%,成为新的业绩增长点。随着公司营销网络在上述新兴市场地区的发展成熟,上述地区的销售额将保持较快增长,从而带动公司业绩的快速增长。报告期内上述地区合计销售占比分别为 33.54%、39.28%、41.96%和 47.03%,呈逐年上升的趋势。

2、报告期内,发行人主营业务收入快速增长的原因分析

(1) 报告期内销售量变动和销售价格变动对主营业务收入的影响分析

平均售价(万元/吨)	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
速冻鱼糜制品	1.29	1.23	1.16	1.21
速冻肉制品	1.53	1.40	1.32	1.37
综合	1.37	1.29	1.22	1.27
销量(吨)	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
速冻鱼糜制品	16,292.86	32,739.13	26,247.90	21,356.82
速冻肉制品	7,335.53	17,376.88	15,331.55	12,645.23
综合	23,632.39	50,836.21	41,917.03	34,182.05
销售额(万元)	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
速冻鱼糜制品	21,099.08	40,421.31	30,558.19	25,843.16
速冻肉制品	11,243.61	24,275.72	20,207.23	17,296.30
综合	32,348.61	65,633.76	51,153.70	43,319.99

从上表可以看出,报告期内公司主营业务收入增长较快主要系公司产品销量

增加所致，这主要受发行人所处行业的发展阶段及竞争状况影响。目前速冻鱼糜制品行业正处于快速成长期，一方面行业市场容量增长较快，对产品的需求量持续增长；而另一方面，快速增长的市场和良好的市场前景也吸引了诸多竞争者，在需求快速增长同时市场竞争日趋激烈的市场环境中，公司实施以量带销的竞争策略，通过以销量增长为主带动销售额从而带动业绩的增长，同时可以提高市场占有率、提升品牌知名度，从而巩固行业地位，是符合行业目前发展状况的竞争策略选择。

报告期内公司联合分销的营销模式在全国范围内推广取得了明显的成效，经销商和可控终端网络以及公司产品辐射区域均逐渐扩大，从而使得公司产品销量逐年增长，主营业务收入实现持续稳定增长。2010 年度和 2011 年度，公司产品销售量分别比同期增长了 22.63%和 21.28%，从而使得公司主营业务收入分别比同期增长了 18.08%和 28.31%。

在市场竞争日益激烈的市场环境下，发行人选择了以量带销、提高市场占有率的竞争策略，保持较为稳定的销售价格，以优质美味的产品吸引客户，同时在适当时机进行产品推广和促销活动，以提高产品的知名度。因此，报告期内公司的产品平均售价较为稳定。2010 年度公司产品平均售价小幅下降了 3.71%，主要系公司在全国各地加大促销力度以提高市场占有率；2011 年随着国内通胀压力的增加和原材料的大幅涨价，从下半年开始行业内的主要竞争对手已开始陆续提价，公司也适当调高了产品售价以缓解原材料价格大幅上涨所带来的成本压力，因此 2011 年度和 2012 年 1-6 月公司产品平均售价同比分别上涨了 5.80%和 11.21%。2012 年 1-6 月公司产品销量同比保持较为稳定，销售价格的提高使得公司主营业务收入同比增长了 10.20%。

（2）报告期内公司主营业务收入大幅增长的原因

①经济增长和行业发展带动了发行人主营业务收入的持续增长。

近年来我国国民经济持续快速增长，居民收入稳步提高，为食品消费增长奠定了坚实的物质基础；同时随着城镇化进程的推进和扩大内需政策的实施，居民生活节奏加快，消费结构升级，人们在食品消费方面越来越注重安全和营养，而速冻鱼糜制品因兼具安全营养和食用方便的特性，迎合了现代人的消费观念和快节奏生活的需要，因此速冻鱼糜制品行业近年来保持了快速增长的势头，具体分析参见本招股说明书“第六节 业务与技术·二、行业基本情况·（四）市场供

求状况分析”。

此外，随着不同地区经济的发展，人口流动速度加快，消费习惯和饮食文化也在互相影响、互相融合，交通条件的改善、经济水平的提高为地方特色食品的全国流动提供了保障，具有品牌知名度的地方特色食品逐步走向全国市场，并成为人们的日常餐桌食品。作为速冻鱼糜制品和速冻肉制品细分行业内品牌知名度高、产品质量好的龙头企业，发行人从中受益较大。

②报告期内，发行人的销售区域不断拓展，各种销售渠道发展迅速。

报告期内，发行人在全国范围内的地区扩张情况和各种渠道数量情况如下：

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
地区扩张情况：				
公司开展业务的城市数量	194	194	189	162
渠道扩张情况：				
经销商数量	250	255	235	212
商超门店数量	1, 124	1, 258	1, 228	1, 034
可控终端数量（不含商超）	10, 328	9, 566	7, 341	3, 518

注：公司开展业务的城市数量指直辖市、省会城市及地级市；经销商数量为期末数量。

报告期内发行人不仅实现了销售区域从传统成熟地区到新兴市场地区的横向快速扩张，同时在各地区内销售渠道和销售网络的纵向发展速度也较为迅速。

经过近几年的开发和拓展，发行人在上海等核心一线城市的联合分销模式和营销网络建设相对成熟，并逐步将成熟市场的成功营销模式推广到新兴市场地区及众多二线城市，各新兴市场地区销售迅速增长，公司的市场份额逐步提高。报告期内，公司开展业务的城市数量逐年增加，从 2009 年的 162 个增长到 2011 年的 194 个，销售收入随着开展业务的城市数量增加而逐年增长。在销售区域从传统成熟地区向新兴市场地区横向快速扩张的同时，发行人在成熟地区进一步采取深度分销策略，加大可控终端的开发和维护力度，协助经销商扩大销售终端网点和提高单点销售额，将业务深入到众多的县或县级市，截至 2012 年 6 月末，公司产品辐射的县及县级市已近 600 个。

另外，随着发行人销售区域的扩大和品牌影响力的提升，各种销售渠道的客户数量也在不断增加，报告期内公司经销商数量从 2009 年的 212 家增加到 2011

年的 255 家、合作商超门店数量从 2009 年的 1,034 家增加到 2011 年的 1,258 家,可控终端数量从 2009 年的 3,518 个增加到 2011 年的 9,566 个。

③报告期内,公司重视销售网络建设,销售渠道向纵深方向不断拓展。

单位:万元

渠道	2012 年 1-6 月			2011 年度		
	家数	收入	占比	家数	收入	占比
经销商客户	250	24,753.14	76.52%	255	50,598.47	77.09%
商超客户	1,124	6,634.98	20.51%	1,258	11,457.08	17.46%
其它客户	314	960.49	2.97%	624	3,578.21	5.45%
合计	1,688	32,348.61	100.00%	2,137	65,633.76	100.00%
渠道	2010 年度			2009 年度		
	家数	收入	占比	家数	收入	占比
经销商客户	235	36,618.27	71.58%	212	29,148.50	67.29%
商超客户	1,228	10,691.78	20.90%	1,034	11,061.77	25.54%
其它客户	659	3,843.64	7.51%	663	3,109.72	7.18%
合计	2,122	51,153.70	100.00%	1,909	43,319.99	100.00%

A、经销商的数量、规模和销售额均持续增长

报告期内经销商数量和销售收入均稳步增长,经销商家数由 2009 年的 212 家发展到 2010 年和 2011 年的 235 家和 255 家,经销渠道实现的销售收入逐年快速增长,所占销售比重也不断提高,从 2009 年的 67.29%提高到 2010 年和 2011 年的 71.58%和 77.09%。经销商数量和销售收入的增长一方面是由于销售区域的拓展、新市场地区销售渠道的开拓,另一方面是由于公司在现有市场地区销售渠道的深入挖掘,开发出更多的经销商客户。

a. 各地区经销商数量和销售收入持续增长

报告期内,分地区统计的经销商销售情况如下:

单位:万元

项目		2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
华东地区	家数	128	126	104	105
	销售额	11,054.17	25,348.70	19,278.79	17,742.18
华北地区	家数	30	23	22	21

	销售额	5,100.05	9,359.73	6,640.00	4,345.56
华南地区	家数	25	30	30	27
	销售额	1,225.60	2,521.42	1,951.14	1,438.20
东北地区	家数	13	13	12	10
	销售额	2,317.25	4,286.39	2,807.44	2,175.35
华中地区	家数	26	29	29	18
	销售额	1,496.04	2,837.28	2,028.93	1,127.78
西南地区	家数	13	15	17	14
	销售额	2,345.39	4,543.65	2,905.80	1,671.02
西北地区	家数	15	19	21	17
	销售额	1,214.64	1,701.31	1,006.17	648.41
合计	家数	250	255	235	212
	销售额	24,753.14	50,598.47	36,618.27	29,148.50

从上表可以看出，报告期内发行人在全国各地区经销商数量及其销售额保持持续稳定增长。公司在不同地区实行差异化营销策略，根据各地区的实际情况及公司产能条件等有针对性地调整公司营销策略的工作重点，以推动各地区经销商渠道的稳定发展。

在华东、华南等成熟地区，经销商体系已经比较完善，公司多年来培养了不少信用良好的大规模经销商，目前公司在这两个地区加强深度分销和宽度分销，协助经销商建立密集型的分销网络，努力增加产品市场铺货率，加大对终端的开发和掌控；并在重点开发区域派驻专业开发小组，协助经销商开发更多的终端客户。近年来由于产能的限制，公司采取对高速发展区域和新开拓区域的先占策略，在成熟地区主要集中在上海、杭州、广州等一线核心城市，对二线城市的开发力度还不够。2011 年随着新建冷库及新增机器设备的投入使用，发行人产能有所提升，在保证全国各地区主要城市供货量的前提下，公司加大了对成熟地区二线城市的开发。因此，2011 年末华东地区经销商家数增长较为明显，主要系华东地区二线城市经销商数量的增加。二线城市的进一步拓展也使得华东地区 2011 年的销售额同比增长了 31.48%。未来随着募投项目的投产，产能进一步提高，公司将进一步加大成熟地区的开拓深度，全面进入二线城市。

在华北等高速发展地区和东北、西南等新开拓地区，随着公司市场拓展的不断深入，发行人在主要城市的经销商网络也逐渐稳定。发行人营销团队的工作重心从初期的开发经销商转为培养经销商，重点扶持信用和能力良好的经销商，派驻专业开发人员组建区域内开发小组帮助经销商开拓农贸市场、中小型零售、中小型餐饮、二级分销商等客户，提高经销商的分销能力，并加强对终端的掌控力度，促进经销商的快速发展，从而加快这些地区一级城市网络覆盖速度，建立起通向二、三级城市的分销网络，形成完整的城市销售网络。同时，公司也在进一步寻找、开发和培养渠道多、信用好的经销商，以便进一步开发市场潜力。因此，报告期内发行人在这些地区的经销商数量相对较为稳定，但终端客户数量和经销商规模成长较快，销售额也保持良好的增长态势。

2012年1-6月华南、华中、西北等部分地区的经销商数量出现了小幅下降，主要系公司利用淡季和新经销商合同签订的机会，对部分地区的经销商进行整合，淘汰少数质量较差的经销商，重点发展各地区的优质经销商和进一步挖掘有潜力的经销商，有利于公司经销渠道的进一步成熟和发展。2012年1-6月，上述地区经销渠道收入同比均保持稳定增长。

b. 经销商的规模不断增强

2009年至2011年，公司分级别统计的经销商收入情况如下：

项目		500万以上	300万—500万	100万—300万	30万—100万	30万以下	合计
2011年度	家数	24	25	52	74	80	255
	收入(万元)	26,215.96	9,588.78	9,357.26	4,450.83	985.65	50,598.47
	占经销商收入比例	51.81%	18.95%	18.49%	8.80%	1.95%	100.00%
2010年度	家数	16	16	52	74	77	235
	收入(万元)	16,126.79	6,300.01	9,272.52	3,851.76	1,067.19	36,618.27
	占经销商收入比例	44.04%	17.20%	25.32%	10.52%	2.91%	100.00%
2009年度	家数	12	15	52	70	63	212
	收入(万元)	10,089.51	5,778.05	8,557.91	3,705.74	1,017.29	29,148.50
	占经销商收入比例	34.61%	19.82%	29.36%	12.71%	3.49%	100.00%

从上表可以看出，报告期内公司在经销商数量和销售收入增长的同时，经销商的销售规模也在不断扩大，年经销额在300万元以上的大型经销商数量从2009

年的27家增长到2010年的32家和2011年的49家，对应经销额占有所有经销商收入的比重由2009年的54.44%提高到2010年的61.24%和2011年的70.76%。经销商规模的不断增大主要得益于公司独特的营销模式，公司在经销渠道采取联合分销模式，协助经销商开发终端客户，与经销商共同合作实现双赢，主要经销商与公司共同成长；公司在不断开发新经销商的同时注重对经销商的培养，对经销商进行优胜劣汰，因此随着公司规模的发展，原有经销商规模逐渐增大，新经销商也不断成长，报告期内公司的经销商整体规模呈不断增大的趋势。

c. 经销商合作的稳定性

截至2011年底，按合作年限统计的经销商情况如下：

合作时间	3年以上	2-3年	1-2年	1年以内	合计
经销商数量（家）	63	96	38	58	255
对应销售收入（万元）	26,821.91	16,459.12	4,502.26	2,815.18	50,598.47
销售收入占比	53.01%	32.53%	8.90%	5.56%	100.00%

可见大部分的经销商与公司的合作年限都比较大，稳定性较高，与公司合作年限超过两年的经销商合计销售总额达到公司经销商渠道销售总额的85.54%。

2011年公司前十大经销商的销售额和合作年限情况如下：

客户名称	销售商品	销售额 (万元)	合作年限
成都市鑫顶峰食品有限公司	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	3,207.33	2-3年
上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	3,100.18	3年以上
北京市西南郊一都水产经营部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	2,595.93	3年以上
上海誉珑食品销售有限公司(原上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部)	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	1,677.82	3年以上
回民区美胜欣副食水产经销部(原洪梅水产肉食经销部)	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	1,543.81	3年以上
哈尔滨鹏程食品有限公司	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	1,036.30	2-3年
合肥东立食品商行	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	1,000.17	3年以上
南京海泰隆食品有限公司	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	983.88	3年以上
天津市南开区南洋水产经营部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	967.50	3年以上
诺亚副食品配送服务社	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	843.08	2-3年

合 计	16,956.00	
-----	-----------	--

由上表可以看出，前十大经销商的合作年限大部分都在3年以上，稳定性良好，这主要得益于公司多年来所采取的联合分销模式并逐步形成独特的经销商体系，主要经销商随着公司的快速发展而迅速成长，实现了公司和经销商的双赢，因此双方合作稳定性逐渐增强。

d、前次申报和本次申报招股书经销商分类的具体标准和依据

前次申报招股说明书中为了简化，将除商超客户、鱼糜客户和业务客户（主要包含餐饮渠道客户）之外的客户全部归类为经销商统计，具体而言，前次申报招股说明书中经销商统计口径中包含了以下几类客户：稳定合作的经销商、零星客户和出口客户。其中稳定合作的经销商与发行人签订经销合同，保持稳定合作关系，一般全年不分淡旺季都持续向发行人采购产品；而零星客户一般只在销售旺季时偶然与发行人发生交易（比如夏季经销雪糕、冰淇淋，而秋冬季时转而经销发行人产品；或者向公司购买产品直接用于消费的客户），有的全年只发生一两笔交易。

本次招股说明书中为了更真实地反映公司的业务特征和销售渠道情况，将与公司签订经销合同并纳入公司经销管理体系管理的客户作为经销商予以统计，而将零星客户和出口客户作为其他客户统计。公司选择经销商的具体标准如下：①有意愿与发行人稳定合作，全年持续向发行人采购产品，并承担一定的销售任务；②有较强的资金实力和丰富的客户资源，拥有一定规模的销售门面，且具备相应的仓储和物流配送设施；③有行业操作经验，熟悉速冻鱼糜制品和速冻肉制品的经营特点；④认同公司的文化和价值观，有与公司共同发展壮大的强烈意愿；⑤有高度责任心，行业口碑好，诚信可靠；⑥愿意接受公司的管理，负责公司指定区域或渠道的配送和销售。发行人在选定经销商之前，会派业务专员实地考察备选经销商的实际情况，按照上述标准对备选对象进行全面了解，对符合上述标准的备选对象由公司管理层进一步讨论决定。同时，公司在选定经销商之前会充分考虑市场容量情况和区域划分情况，避免出现经销商之间的恶性竞争。

公司通过与经销商签订的年度经销合同规定了相应的管理措施和经销商享受的优惠政策，主要内容如下：①对经销商进行分区域规范管理，限定其在指定的区域或渠道内进行配送和销售，严格限制串货，以保证各区域经销商之间的公

平竞争和规范运作；②公司配备业务人员与经销商常年合作，共同进行二级经销商和终端的开发和维护。公司业务人员不仅协助经销商进行门店布置、品项摆设、货物放置等，而且在经销商所负责配送的区域内，对已有终端定期进行回访和维护，并持续开发新的终端客户。发行人通过上述合作方式，既能实现经销商和发行人共同成长的目标，又能让发行人有效掌控终端，了解市场最前端的信息，并对经销商进行有效的监督和管理；③经销商当年达到事先约定的销售额之后可享受公司的返利奖励（一般为销售额的 3%-5%），以激励优质的经销商不断的做强做大，从而实现公司的发展壮大、提高公司产品的市场占有率；④经销商可享受公司给予的促销政策支持，如公司举行的订货会、促销活动以及门店生动化布置等，这些政策支持不仅提高了经销商的积极性，也巩固加深了经销商和发行人之间的合作关系，有利于提高经销商的销售业绩以及促进经销商和发行人之间的长期稳定合作；⑤公司定期组织召开一级和二级经销商大会，管理层和各经销商进行面对面直接沟通，了解经销商的需求以不断改善合作关系，促进经销渠道的良性发展。

零星客户和出口客户未与公司签订经销合同，公司不将其纳入经销商管理体系管理，也未给予相应的优惠政策，因此不作为经销商统计。

B、商超业绩平稳发展

报告期内，分地区统计的商超销售情况如下：

单位：万元

项目		2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
华东地区	门店数	435	518	476	382
	销售额	2,664.30	4,979.94	4,183.89	4,572.67
华南地区	门店数	324	354	365	330
	销售额	1,796.26	2,796.63	2,706.88	3,015.41
华中地区	门店数	165	155	135	117
	销售额	936.34	1,197.67	1,130.87	1,088.66
华北地区	门店数	63	63	74	70
	销售额	509.64	1,043.59	1,177.46	1,159.83
西南地区	门店数	100	112	123	88

	销售额	419.17	817.51	767.69	520.94
西北地区	门店数	17	34	34	32
	销售额	143.79	382.43	555.83	567.42
东北地区	门店数	20	22	21	15
	销售额	165.48	239.32	169.16	136.84
合计	门店数	1,124	1,258	1,228	1,034
	销售额	6,634.98	11,457.08	10,691.78	11,061.77

发行人对商超渠道的总体策略是将其打造成为公司市场形象的“桥头堡”。商超客户在公司营销策略中起着“树形象、建品牌”的重要作用，公司注重对其进行主题营销以及品牌建设和推广，目前公司已在全国主要城市树立了良好的市场形象和品牌，并和众多大型连锁商超建立了良好的合作关系。

报告期内发行人不断完善对商超渠道的管理体系，注重对商超客户的反馈分析，采取稳健的进入退出策略，每月汇总分析各门店销售实绩、促销费用，进行月度促销活动效果评估，若某一门店销售业绩持续走低，难以维持盈亏平衡，公司将采取退出策略，转而加大对黄金门店的投入或者对新门店的开拓；在选择商超系统及门店合作前，均进行详细的投入产出分析，慎重选择有实力、有潜力的伙伴进行合作，以避免重规模轻效益的盲目扩张；此外，公司产品消费淡旺季明显的特点，在部分地区的商超门店采取旺季进入，淡季退出的灵活策略。

a. 商超门店数量持续增长

报告期内，发行人进驻商超门店数持续增长，铺货率和品牌影响范围持续扩大，2010年度、2011年度和2012年1-6月商超门店数量分别比上年同期增加了194家、30家和72家。

发行人善于抓住各商超系统的特点，选择加大与优质商超的合作力度。近年来部分商超（如沃尔玛和永辉超市等）发展和扩张速度较快，对全国各主要城市的影响力较大，公司与这些商超的合作门店数也在持续增长；沃尔玛近年来通过新开门店和收购兼并等方式在华南地区的网络不断扩张，同时在华东、华北、西南等地区扩张速度也很快，其在全国各地区的卖场数量和影响力迅速扩大，2010年度、2011年度和2012年1-6月公司与沃尔玛合作的门店数与上年同期相比分别增加了77家、42家和4家，主要集中在华东、华南和西南地区；永辉超市近

年来发展迅速，系统逐渐完善，其在全国主要布局华东、西南和华北地区，公司从 2009 年开始加快了和永辉超市的合作步伐，报告期内公司和永辉超市合作的门店数也呈不断上涨的趋势，2010 年度公司和永辉超市合作的门店数同比增加了 52 家，主要集中在华东、西南和华北地区。

在加大与优质商超合作力度的同时，公司对商超渠道客户同样采取优胜劣汰的策略，对客流量较小或影响力较小的部分商超门店，公司选择退出转向优质门店或旺季进入淡季退出的灵活策略；另外由于 2010 年下半年沃尔玛系统逐步合并好又多门店，导致 2011 年度公司与好又多合作的门店数下降明显，尤其是在华南地区，从而使得公司在华南地区 2010 年和 2011 年的商超业绩受到一定程度的影响。

2012 年 1-6 月商超门店数量比 2011 年度有所下降，主要系二季度逐渐进入销售淡季，公司退出了部分商超门店导致合作门店数量下降，随着第四季度旺季的来临，公司合作的商超门店数量将会持续回升。

b. 商超业绩平稳增长

报告期内发行人商超渠道实现的业绩平稳增长，2010 年度由于商超渠道竞争的加剧和部分商超系统并购的影响，公司商超渠道收入略有下降，2011 年公司利用销售旺季加大对优质商超门店的投入力度，使得 2011 年度商超业绩同比增长了 7.16%。

报告期内公司加大与沃尔玛和永辉超市等发展较快的优质商超的合作力度，在各地区与这些优质商超的合作门店数量持续增长带来了商超渠道业绩的增长。

同时，近年来受商超行业兼并收购和速冻食品行业竞争加剧的影响，公司商超渠道的业绩增长受到一定程度的影响，特别是 2010 年下半年沃尔玛系统逐步合并好又多门店，使得公司在华南地区的商超渠道销售受到较大影响。公司根据各商超门店的具体情况及时采取有针对性的措施，对恶性竞争的部分商超门店采取暂时退出策略，不采取打价格战的策略，转而加大其它商超门店的投入，同时增加对其它优势渠道的发展力度，如经销商渠道和业务客户渠道的拓展；公司还通过内部生产策略的调整，增加产品品项和增加产品价格层次等方式，扩大消费对象的范围以应对商超的激烈竞争。

c. 其它渠道客户数量和业绩稳定增长

其它渠道客户包括零星客户，餐饮、学校和医院等业务客户以及少量的出口

客户。报告期内随着发行人品牌影响力的增大,以及公司对各种销售渠道的深入开发,其它渠道客户的销售额呈稳定增长的趋势。

④加大产品研发力度,新品的推出有效带动销售收入的增长

报告期内,公司每年不断开发推出新产品,有效带动了公司销售收入的增长,公司每年开发新品品种数及当年对应的销售收入如下:

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
新品增加数	22	60	56	79
新品销售收入(万元)	1,170.91	6,049.79	3,880.21	4,222.53

公司开发的新品不仅在开发当年实现收入,较为成功的新品在未来几年都能带来持续增长的收入。报告期内,公司开发的新品在开发当年及后续年份实现收入情况如下:

开发年份	品名	实现收入(万元)			
		2009 年	2010 年	2011 年	2012 年 1-6 月
2008 年开发新品	鱼皮脆	4,324.23	5,942.72	8,280.46	4,235.67
	鱼排	1,474.97	2,352.52	4,255.97	2,599.00
	香肠	1,371.00	1,701.10	2,218.91	1,172.07
	小计	7,170.20	9,996.35	14,755.35	8,006.75
	其他新品小计	6,449.34	5,127.10	10,184.78	6,131.45
	合计	13,619.54	15,123.45	24,940.13	14,138.19
2009 年开发新品	鱼皮豆腐	912.40	1,147.60	1,534.14	830.35
	港式鱼皮脆	607.12	709.37	840.16	160.81
	AA 仿蟹肉棒	146.19	495.26	867.15	412.73
	灌汤珍珠鱼丸	52.35	221.33	388.18	134.49
	小计	1,718.06	2,573.56	3,629.64	1,538.38
	其他新品小计	2,504.47	2,475.59	3,171.39	1,082.00
	合计	4,222.53	5,049.15	6,801.03	2,620.38
2010 年开发新品	西湖肉燕	-	548.95	2,213.47	1,372.46
	招牌香菇贡丸	-	443.60	530.85	258.60

品	日式仿蟹肉棒	-	376.73	260.10	2.14
	章鱼丸	-	318.21	449.51	190.73
	小计	-	1,687.48	3,453.93	1,823.92
	其他新品小计	-	2,192.73	7,993.71	2,592.49
	合计	-	3,880.21	11,447.64	4,416.40
2011 年开 发新 品	亲亲肠	-	-	1,410.85	673.99
	虾饺	-	-	719.42	219.46
	特级墨鱼丸	-	-	485.02	275.94
	千层豆腐	-	-	304.67	219.28
	小计	-	-	2,919.96	1,388.67
	其他新品小计	-	-	3,129.83	2,706.65
	合计	-	-	6,049.79	4,095.32
2012 年1-6 月开 发新 品	欣派元宝脆	-	-	-	140.52
	烤鱼棒	-	-	-	84.33
	燕饺	-	-	-	55.28
	翡翠东坡肉包	-	-	-	44.04
	小计	-	-	-	324.17
	其他新品小计	-	-	-	846.74
	合计	-	-	-	1,170.91
2008年-2012年开发新品销售合计		17,842.07	24,052.81	49,238.59	26,441.21

随着公司研发创新机制的不断完善,公司新产品开发能力不断增强,每年不断推出适合消费者需求的新产品,新品的销售有效带动了公司业绩的增长,公司2007年、2008年及2010年自主开发的香港撒尿牛肉丸、鱼皮脆和西湖肉燕等产品,经过市场推广得到了消费者逐步认可接受,已经成为最受消费者欢迎的产品,在2009年度、2010年度和2011年度这几大新品的销售额实现大幅增长,同时也带动其它主力产品的增长。香港撒尿牛肉丸等包心系列产品和鱼皮脆、西湖肉燕等产品作为公司自主研发产品中成功的代表,目前在速冻鱼糜制品和肉制品的市场上已经占据了主导地位,树立了良好的市场品牌形象,有效提高了公司产品

在同行业中的竞争地位。

⑤品牌推广使产品的知名度和美誉度得到了有效的提升,对公司业绩快速增长起到了积极的促进作用

报告期内,公司一方面加大广告投入,聘请形象代言人,通过电视媒体、报纸书刊、户外媒体、广播、展会、赞助运动会等多种途径对“海欣”品牌进行宣传,同时公司在各经销商及批发市场渠道、商超及农贸市场等销售终端通过张贴海报、举行各种活动、宣讲食用方法等方式加大产品宣传力度,进一步提高了公司产品的知名度、美誉度以及公司品牌的接受度,对提升产品销量起到了良好的促进作用。

⑥产能的增长为销售增长提供了保障

报告期内,公司速冻鱼糜制品和速冻肉制品的产能、产量和销量增长速度均较快。2010年和2011年公司产量同比分别增加30.61%和13.07%,销量同比分别增加22.29%和20.53%,具体情况如下:

单位:万吨

项目	2012年1-6月		2011年度		2010年度		2009年度
	数量	增长率	数量	增长率	数量	增长率	数量
产能	2.31	10.60%	4.25	14.77%	3.70	15.26%	3.21
产量	2.03	5.25%	4.98	13.07%	4.40	30.61%	3.37
销量	2.36	1.49%	5.01	20.53%	4.16	22.29%	3.40

报告期内,为了满足不断增加的市场需求,公司通过技改扩能、添置生产线等方式不断扩充产能,各年产能不断增加。但尽管如此,目前的产能还是无法满足公司快速发展的需要,现有产能已基本饱和,尤其是在旺季,公司设备已经处于满负荷运行状态,产能瓶颈在一定程度上制约了公司销售收入的增长。在产能受限的情况下,公司在生产上只能保证主力品种和全国需求量大的品种的生产,而舍弃部分新品的生产。例如华东和华南地区是本公司最主要的新品推广市场,2010年度由于产能瓶颈的影响,部分新品在推广之后出现供货量不足的情况,从而导致这些新品未能成为公司新的业绩增长点,影响了公司2010年度在这两个地区的业绩增长速度。公司拟通过生产线技改和添置新设备等方式缓解产能瓶颈问题,未来募投项目投产后将大大缓解产能瓶颈制约的问题,从而进一步提高公司

的市场份额和地位。

3、同行业上市公司对比分析

公司所处细分行业目前无可比上市公司，鉴于金字火腿的低温肉制品、得利斯的低温肉制品、三全食品的速冻米面食品与公司产品均属于食品行业中的快速消费品，且销售渠道类似，这里将金字火腿、得利斯和三全食品作为可比上市公司。报告期内可比上市公司的营业收入变动情况如下：

公司简称	主要产品	营业收入（万元）			同比增长率	
		2011 年	2010 年	2009 年	2011 年	2010 年
金字火腿	火腿等低温肉制品	17,594	16,310	14,813	7.87%	10.11%
得利斯	低温肉制品	192,528	143,659	111,104	34.02%	29.30%
三全食品	速冻米面食品	262,648	192,339	144,454	36.55%	33.15%
平均值		157,590	117,436	90,124	26.15%	24.19%
腾新食品	速冻鱼糜制品、速冻肉制品	65,833	51,341	43,433	28.23%	18.21%

注：上述可比上市公司的数字来源于已公布的财务报告。由于上述可比公司2012年半年报尚未披露，故未对2012年1-6月的情况进行比较。

报告期内，包括发行人在内的四家公司营业收入总体均呈快速增长的态势，但因所属细分行业不同，且各细分行业目前所处的产品周期以及各公司的经营情况不同，各公司的营业收入波动情况有所差异。发行人从2008年开始大力推广联合分销的营销模式并在全国范围内进行市场扩张，在原有华东地区成熟的基础之上，公司成功实现经销商数量、业务开展城市数量及可控终端数量大幅增加，从而使得公司营业收入保持快速稳定的增长态势。总体上看，发行人整体增长的趋势与可比上市公司基本一致。

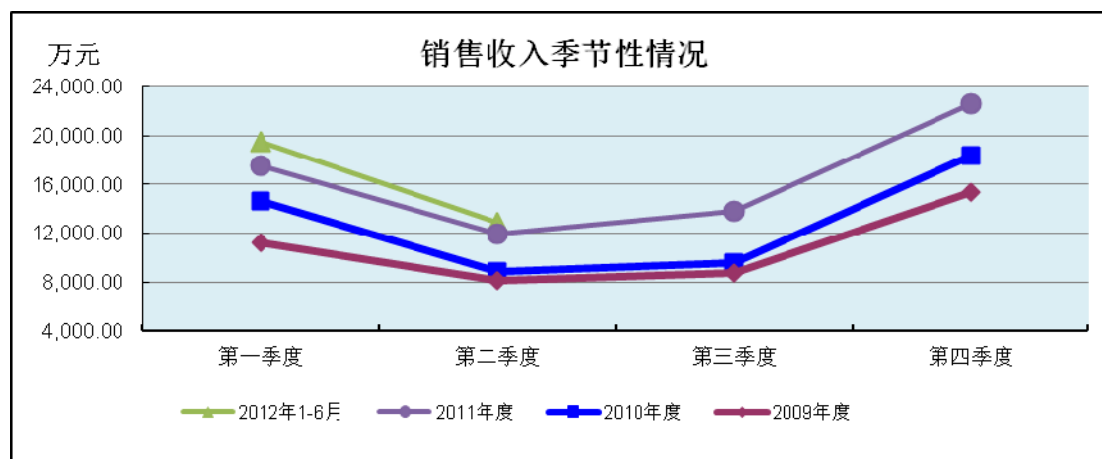
4、营业收入的季节性波动

公司的主要产品为速冻鱼糜制品和速冻肉制品，其消费随着季节的变化出现波动，每年的第一季度和第四季度为消费旺季，其他时间为淡季，由此本公司的经营活动也呈现季节性波动，具体情况如下：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	19,519.95	60.24%	17,492.12	26.57%	14,594.18	28.43%	11,203.37	25.79%

第二季度	12,881.71	39.76%	11,901.48	18.08%	8,804.21	17.15%	8,086.14	18.62%
第三季度	-	-	13,846.43	21.03%	9,586.23	18.67%	8,789.44	20.24%
第四季度	-	-	22,592.75	34.32%	18,356.70	35.75%	15,353.77	35.35%
合计	32,401.66	100.00%	65,832.78	100.00%	51,341.33	100.00%	43,432.71	100.00%



2009 年至 2011 年公司第一季度和第四季度收入占全年收入的比例均在 60.00%以上。公司销售季节性波动主要是由消费者的消费习惯和天气因素引起, 由于春节、元宵节等主要传统节日以及国庆节等大型节假日均集中在第一季度和第四季度, 而传统节日吃鱼丸等速冻食品是中国人的习俗, 再加上这两个季度天气较冷, 对火锅料的需求较大, 因此公司的销售旺季集中体现在这两个季度。

由于各地消费者的消费习惯不同, 华东和华南地区季节性比较明显, 而华北、东北、西南等地区的消费季节性较不明显, 因此未来随着华北、东北等新兴市场的开拓, 公司销售的季节性会有所弱化。

同时, 近年来公司加大市场推广力度, 通过举行终端生动化展示以及夏日百日攻略等活动, 增加消费者在淡季对公司产品的消费量。今后, 公司将着力通过技术创新开发淡季新品及加大淡季推广力度, 引导夏日消费和日常消费, 进一步降低收入的季节性波动。

(三) 营业毛利及毛利率

报告期内, 公司营业毛利与毛利率情况如下:

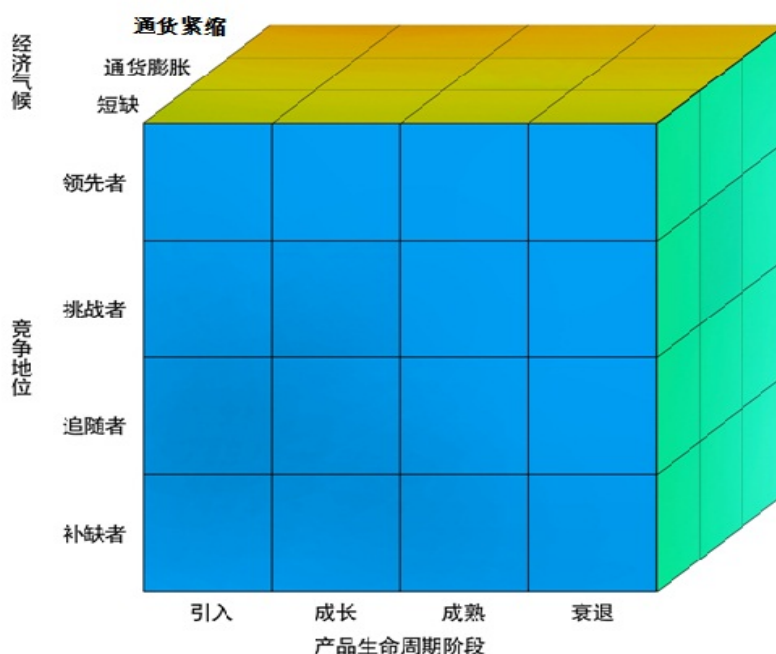
项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额

营业收入(万元)	32,401.66	10.23%	65,832.78	28.23%	51,341.33	18.21%	43,432.71
营业成本(万元)	21,288.17	3.50%	45,634.04	35.44%	33,694.08	16.64%	28,886.35
营业毛利(万元)	11,113.49	25.92%	20,198.74	14.46%	17,647.25	21.32%	14,546.35
主营业务毛利率	34.35%		30.54%		34.23%		33.39%

2009年至2011年发行人营业收入复合增长率为23.12%，营业收入的持续稳定增长带动公司营业毛利不断增加。2009年、2010年、2011年和2012年1-6月，公司营业毛利分别为14,546.35万元、17,647.25万元、20,198.74万元和11,113.49万元，呈逐年上升的良好态势。

1、毛利率水平变动分析

(1) 行业发展状况、市场竞争格局以及宏观经济环境对毛利率的影响



公司产品的毛利率在很大程度上受公司所采取的市场竞争策略的影响，而公司的竞争策略又主要受产品生命周期、行业竞争状况以及宏观经济环境等因素的综合影响，具体分析如下：

①行业发展状况对毛利率的影响。我国速冻鱼糜制品行业发端于上世纪 90 年代初，经过 90 年代的市场导入和培育，2000 年以来速冻鱼糜制品行业进入了快速发展阶段，市场容量快速增长，行业利润水平不断提升，尤其是 2006 年以来随着行业步入品牌发展期，作为行业内拥有知名品牌的生产企业，既分享了行

业的快速发展，又能享受到一定的品牌溢价，因此毛利率增长明显。但同时，行业的快速发展也吸引了众多竞争者参与其中，行业内企业数量快速增加，市场竞争日益加剧，目前形成了行业龙头企业在中高端市场的品牌、质量差异化竞争和众多中小企业在低端市场价格竞争并存的格局，但随着食品行业监管力度的加强、龙头企业品牌的积淀及产品研发壁垒的形成，行业进入壁垒逐步提高，行业内小企业的盈利能力逐渐受到侵蚀，一些小企业逐步开始退出，行业竞争格局正逐渐成型，速冻鱼糜制品行业已从快速成长期逐步向稳定成长期过渡，包括发行人在内的行业龙头企业因其品牌、质量、研发的优势，能享受高于行业平均水平的毛利率，毛利率将逐渐趋于稳定。

②市场竞争格局对毛利率的影响。由于国内速冻鱼糜制品行业发展历史不长，行业内的龙头企业多是从地方性企业逐步发展成为全国性的企业，因此根据地区不同，市场竞争格局有所差异。在成熟市场地区，目前已经基本形成寡头竞争的市场竞争格局，市场中的大型竞争者，如发行人、安井、海霸王、海壹等占据了主要市场；而在高速发展地区和开拓地区，除了龙头企业在积极开拓市场之外，还有大量的当地中小企业参与竞争，市场竞争格局介于寡头竞争和完全竞争之间。从目前的市场竞争格局出发，行业内的龙头企业既不会参与中小企业的恶性价格竞争，但在面对成本上涨的压力时，也不会率先贸然提价，而是首先从内部着手，通过采取工艺、配方改进，提高生产效率等方式降低产品成本，消化原材料价格上涨的压力，力求获取更大的市场份额。由于目前的市场竞争格局下尚未出现行业的领导者，龙头企业都希望扩大市场占有率，获得稳固的行业地位，以掌握未来市场竞争的主动权。从短期来看，选择提高市场占有率的竞争策略，在通货膨胀的背景下，可能会对毛利率有一定的影响，但对于需要长期品牌积累的食品企业而言，市场占有率的提高、品牌影响力的扩大对企业的长远发展显得更为重要。

③宏观经济环境变化对毛利率的影响。速冻鱼糜制品的主要原材料鱼糜、肉类和粉类在其成本中所占比重较大，主要原材料价格的变动将直接影响速冻鱼糜制品企业的盈利水平。而鱼糜、肉类和粉类均属大宗农产品，其价格变动与经济环境变化特别是居民消费价格指数的变化密切相关。2009年以来随着经济的复苏，居民消费价格指数逐步走高，尤其是2010年下半年随着经济复苏态势的进一步巩固，居民消费价格指数开始出现加速上扬的态势，2011年7月居民消费

价格指数达到 6.5%，创 35 个月来新高。居民消费价格指数的上涨带动了大宗农产品价格的上扬，从而给速冻鱼糜制品企业带来了较大的成本压力，具体分析参见“第六节 业务与技术·二、行业基本情况·（八）速冻鱼糜制品行业与上、下游行业之间的关联性”。

面对持续较大的物价上涨压力，国务院在 2011 年上半年连续出台了稳定物价 16 项措施和力保粮食生产 10 项措施，央行也连续多次提高存贷款基准利率和存款准备金率，为控制物价上涨创造货币条件。在上述政策的合力作用下，居民消费价格指数上涨的势头逐步得到遏制，从 2011 年第四季度已开始出现较为明显的回落。

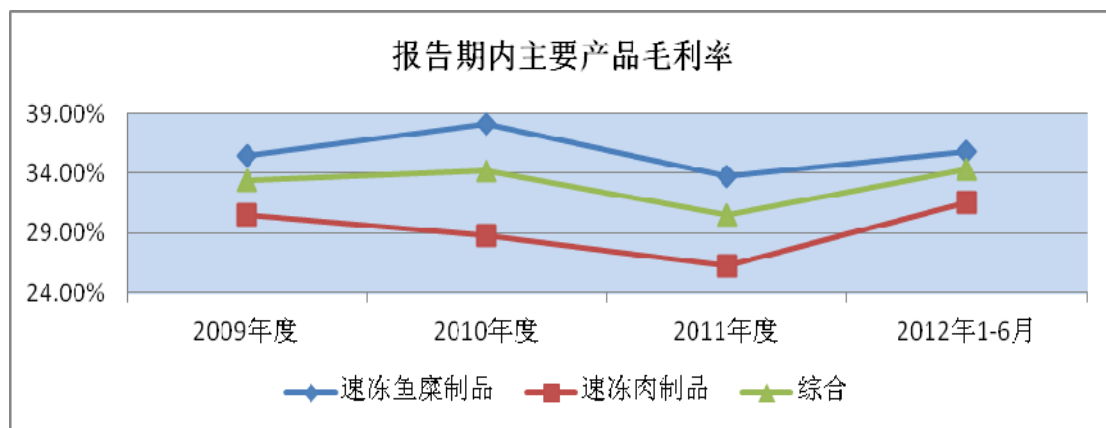
而面对原材料价格上涨的压力，行业内的龙头企业也积极采取措施，通过加大内部挖潜改造力度、加快新品研发速度、产品提价等方式消化成本上涨的压力，由于这些措施有一定的滞后性，因此短期内居民消费价格指数较快上涨对企业的毛利率水平会形成压制，但随着行业内龙头企业消化成本措施的见效及物价上涨势头逐步得到遏制，其毛利率水平将逐渐回升。

（2）公司毛利率变动分析

报告期内公司平均售价、单位成本和毛利率变动情况如下：

单位：元/吨

项 目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
单位售价	13,688.25	6.02%	12,910.83	5.80%	12,203.56	-3.71%	12,673.32
单位销售成本	8,986.48	0.21%	8,967.60	11.73%	8,026.12	-4.92%	8,441.82
单位生产成本	8,796.75	-3.46%	9,112.41	11.42%	8,178.13	-0.38%	8,209.39
毛利率	34.35%		30.54%		34.23%		33.39%



如上市场竞争格局对毛利率的影响中所述，在目前的市场竞争格局下，行业内的龙头企业既不会参与中小企业的恶价格竞争，但在面对成本上涨的压力时，也不会率先贸然提价，而是首先从内部着手，通过采取工艺、配方改进，提高生产效率等方式降低产品成本，消化原材料价格上涨的压力，力求获取更大的市场份额。因此报告期内公司产品售价相对较为稳定，波动幅度较小，公司毛利率的变动主要是受生产成本变动的影响。报告期内，公司主营业务毛利率分别为33.39%、34.23%、30.54%和34.35%，2011年由于受国内通胀因素的影响，原材料价格普遍大幅上涨，公司产品毛利率受到一定程度的影响，但仍保持在较高水平。发行人产品毛利率波动的具体分析如下：

报告期内公司主要原材料采购价格（不含税）变动如下：

单位：元/吨

项目	2012年1-6月		2011年度		2010年度		2009年度
	单价	增幅	单价	增幅	单价	增幅	单价
肉类	10,136.50	-12.81%	11,625.19	26.39%	9,198.08	4.05%	8,839.97
粉类	5,517.27	-11.26%	6,217.37	20.34%	5,166.66	9.05%	4,737.67
鱼糜	12,277.16	2.20%	12,013.23	43.49%	8,372.17	-19.68%	10,423.74
海鱼	4,002.00	14.94%	3,481.83	24.48%	2,797.21	3.43%	2,704.54

注：公司生产用的鱼糜包括两部分，一部分是舟山基地自行采购海鱼生产的鱼糜，另一部分是外购的鱼糜。本表中的鱼糜指外购鱼糜，海鱼指舟山基地采购的海鱼。但在后面的成本分析中，为了直观起见，将外购鱼糜与自产鱼糜合并为鱼糜进行分析。

从2010年开始，随着经济的复苏，各类原材料价格出现了不同程度的上涨，给公司造成了较大的成本压力。尤其是2011年以来，国内通胀压力日益明显，CPI不断上涨，公司主要原材料的采购价格也出现明显上涨，2011年肉类、粉类、鱼

糜和海鱼的平均采购单价较 2010 年分别上涨了 26.39%、20.34%、43.49%和 24.48%，同时劳动力成本和燃油等的价格也不断上升，导致直接人工和制造费用上涨，使得 2011 年度公司单位生产成本上升，产品毛利率出现下滑。随着国家宏观调控政策的实施，2011 年下半年国内 CPI 指数开始回落，2012 年上半年公司主要原材料的采购价格出现了不同程度的下降，从而降低了公司的生产成本，提高了公司产品毛利率。

报告期内，面对原材料价格的上涨，公司采取了改进工艺配方、生产线技改、策略性储备原材料等措施以消化成本上升的压力。此外，舟山鱼糜生产基地的设立也在一定程度上缓解了鱼糜价格上涨的压力，具体分析如下：

①通过改进产品配方、改进生产技术和生产工艺，降低原材料的单耗

报告期内公司通过加强研发，不断开发和推出新品，报告期内推出的新品如鱼皮脆和葱花鱼丸等，通过添加马蹄、蛋及葱等原材料，对产品的口味和口感进行改良与创新，独特的口感使得这些新品深受消费者青睐，而与传统产品相比，由于添加了马蹄、蛋、葱等原材料，其所耗用的三大主要材料量较少，而马蹄、蛋、葱等原材料的成本相对较低，因此该等新产品的单位成本要低于传统产品。

同时公司也在不断改进产品配方，如通过添加大豆蛋白的方式，不但提高了产品的营养价值，而且使产品更有韧劲，提升了产品的口感，同时也降低了产品对三大主要原材料的消耗量。

此外，公司通过加强生产工人的培训和管理等方式，规范生产操作，减少生产过程中不必要的浪费，进一步降低生产过程中原材料的损耗。

报告期内三大主要材料单位耗用量变动如下：

单位：吨

2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度
数量	增幅	数量	增幅	数量	增幅	数量
0.64	-0.47%	0.64	-5.91%	0.68	-4.10%	0.71

通过降低主要原材料的单耗，大大降低了原材料价格上涨对单位成本的影响，报告期内单位产品直接材料成本变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	7,734.90	-4.95%	8,137.45	11.88%	7,273.21	-0.56%	7,314.54
其中：三大主材	5,964.55	-5.44%	6,307.74	13.86%	5,540.02	-0.87%	5,588.55

②通过生产线技改、提高生产效率，降低单位直接人工费用和制造费用

报告期内，公司平均单位直接人工成本和制造费用变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2012年1-6月		2011年度		2010年度		2009年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接人工	408.72	6.54%	383.63	9.71%	349.69	7.56%	325.13
制造费用	653.14	10.45%	591.33	6.49%	555.23	-2.54%	569.73

A. 通过改进生产技术、机器替代人工等方式，有效降低单位直接人工费用

a. 公司在生产技术和流程上不断进行改善，如前处理送浆装置技改、包装车间和肉品车间接料输送系统改造等，这些技改不仅减少了操作员，降低了劳动力成本，也提高了生产效率；b. 公司积极采用以机器替代人工的方案，在一些人工密集的工序上引进先进机器设备以提高效率和降低劳动力成本，如公司在2008年到2010年之间共购置了13台自动包装机，在包装环节上大大节省了劳动力成本并提高了产能；c. 公司还通过加强员工培训，提高生产熟练程度和劳动效率，降低单位产品的人工费用。

在2010年、2011年和2012年1-6月用工成本明显上升的情况下，上述措施大大缓解了用工成本上升的压力。

B. 通过技改、节能降耗等措施有效降低单位制造费用

a. 通过生产技术改进和工艺流程改进，使得生产工序合理化，从而提高产能利用率，如公司通过螺旋速冻库融霜方式技改，使得改造后的螺旋速冻库在同样时间内融霜更彻底，节省融霜时间，增加工作时间，提高生产效率；通过成型水煮线链条传动方式技改，减少了设备故障发生率，提高了生产效率的同时也降低了维修费用；b. 公司推行节能降耗以降低单位产品的制造费用，如公司通过车间蒸汽管路保温技改和成型车间煮锅蒸汽电磁阀改造，显著降低了蒸汽耗用；c. 报告期内公司产量扩大所带来的规模化效应也使得单位产品制造费用呈不断下降的趋势。以上措施使得2010年度公司的单位产品制造费用同比下降了2.54%，

同时在 2011 年度燃料和耗材价格普遍大幅上涨的市场环境下有效控制了单位产品制造费用的涨幅。

③舟山鱼糜生产基地的设立有效降低了公司鱼糜制品的生产成本

2008 年公司在舟山设立了鱼糜生产基地，自行采购海鱼生产公司所需的鱼糜。报告期内舟山基地所生产的鱼糜满足了公司大部分的鱼糜需求，分别占公司生产所需鱼糜的 88.29%、75.60%、65.07%和 57.88%。舟山基地自行生产鱼糜不仅保证了公司鱼糜的供应量和质量，而且在很大程度上缓解了鱼糜价格波动对公司鱼糜制品生产成本所造成的影响，特别是在 2010 年以来市场原材料价格普遍出现较大幅度上涨的情况下，降低了原材料价格上涨对公司产品毛利率的负面影响。

④策略性储备原材料库存



正常情况下，公司储备的原材料大约为 20 天至 1 个月生产所需的安全库存。近年来面对原材料价格的大幅波动，公司成立了专门的采购决策小组，小组成员由高管及采购部、生产部相关人员组成，先由采购部负责收集原材料价格波动的市场信息，对原材料价格走势作出初步判断并提出相应的采购策略，采购决策小组综合考虑原材料价格走势、产能状况、市场销售状况等各方面的因素后，采取相应的策略性原材料库存措施。2009 年下半年，在原材料价格出现快速回升势头之时，公司果断采取了增加库存的措施，主动增加了原材料的采购，2009 年三季度末和四季度末的主要原材料储备量同比大幅增加，使得公司在 2010 年原材料价格上升的情况下维持了单位生产成本的稳定。面对持续走高的原材料价

格，2010 年公司继续采取增加策略性库存的措施，择机在原材料价格短期回落时加大采购量，维持较高的原材料库存量。公司针对原材料市场价格走势采取的策略性库存措施，有效缓解了原材料价格上涨对公司生产成本造成的影响。2011 年原材料价格已处高位，且国家陆续出台了多项宏观调控政策抑制物价上涨，特别是 2011 年三季度原材料价格呈现高位盘整或小幅回落的态势，因此 2011 年二、三季度公司适度减少了原材料的库存量。2011 年第四季度，随着国家宏观调控效果的显现，国内 CPI 指数和原材料价格开始下滑，同时又由于春节旺季的提前到来，公司产量扩大导致原材料需求量大幅增加，因此公司加大了原材料采购力度，2011 年第四季度末原材料储备较多。

⑤加大新品推广力度

报告期内，公司持续加大新产品研发力度，推出了多款深受市场欢迎的新品，这些新品的推出不仅给公司带来了新的收入增长点，而且提升了公司整体的毛利率水平，如港式鱼皮脆、西湖肉燕、招牌香菇贡丸章鱼丸等畅销新品，其 2010 年的销售毛利率分别为 55.07%、35.40%、42.64%、42.99%，大幅高于公司现有产品的毛利率。但 2010 年以来，由于公司产能饱和，尤其是在旺季，公司设备已经处于满负荷运行状态，在产能受限的情况下，公司为了稳定市场占有率，在生产上只能采取保证主力品种和全国需求量大的品种的生产，而舍弃部分新品生产的策略，导致部分新品在推广之后出现断货的情况。旺季新品销量受限使得 2010 年和 2011 年的新品推广受到较大影响，在一定程度上制约了 2010 年度和 2011 年度毛利率的提升。未来随着募投项目的投产，公司产能将逐步扩大，产能瓶颈的问题将得到有效解决，高毛利率的新品推广也将得到有效的产能支撑。

公司通过采取上述多种措施基本消化了原材料价格上涨给公司带来的不利影响，使得 2010 年的毛利率基本保持平稳，但 2010 年下半年以来，随着居民消费价格指数的不断上扬，原材料价格上涨速度加快，由此导致 2011 年公司的毛利率有所下滑。但随着国家宏观调控政策效果的显现，2011 年下半年开始物价涨幅逐步得到控制，国内 CPI 指数开始出现回落；公司也继续采取上述各种措施不断加强成本控制，并积极进行产品结构调整，同时公司综合考虑原材料涨价幅度、竞争对手情况等分别于 2011 年 7 月和 10 月进行了两次提价，随着提价效果的显现，公司 2012 年 1-6 月的毛利率已回升至 34.35%。

2、分产品类别的毛利率变动分析

报告期内，公司毛利率分产品类别的情况如下：

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
速冻鱼糜制品	35.84%	33.70%	38.10%	35.43%
速冻肉制品	31.57%	26.25%	28.85%	30.54%
综合	34.35%	30.54%	34.23%	33.39%

公司速冻鱼糜制品主要包括鱼丸类等六大类产品，其报告期内的毛利率变动情况如下：

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
棒类	37.87%	36.89%	38.74%	30.51%
饺燕类	39.35%	35.73%	40.96%	39.53%
卷类	31.13%	28.85%	29.91%	29.31%
油炸类	39.20%	38.13%	39.27%	31.88%
鱼丸类	36.05%	33.84%	38.86%	38.30%
其他类	25.68%	23.04%	26.28%	20.00%
速冻鱼糜制品综合	35.84%	33.70%	38.10%	35.43%

公司速冻肉制品主要包括肠类和肉丸类两大类产品。肉制品的细分行业发展较为成熟，行业竞争较为激烈，尤其是肠类产品，市场上存在双汇发展等超大型竞争者，行业毛利率普遍偏低。肉丸类是公司的特色产品，其中包括香港撒尿牛肉丸等畅销品种，消费者的认可程度高，公司产品的议价能力较强，因此可以保持较高的毛利率水平。报告期内，公司速冻肉制品的毛利率如下：

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
肠类	26.73%	20.35%	17.95%	19.55%
肉丸类	35.11%	30.23%	34.43%	34.80%
速冻肉制品综合	31.57%	26.25%	28.85%	30.54%

3、分渠道的毛利率分析

报告期内公司经销商和商超两种销售渠道下毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
----	--------------	---------	---------	---------

主营业务收入	32,348.61	65,633.76	51,153.70	43,319.99
其中：经销渠道	24,753.14	50,598.47	36,618.27	29,148.50
商超渠道	6,634.98	11,457.08	10,691.78	11,061.77
主营业务成本	21,237.19	45,587.90	33,643.10	28,855.88
其中：经销渠道	17,256.37	36,846.48	25,732.85	20,711.53
商超渠道	3,397.16	6,088.57	5,385.35	6,079.01
主营业务毛利率	34.35%	30.54%	34.23%	33.39%
其中：经销渠道	30.29%	27.18%	29.73%	28.94%
商超渠道	48.80%	46.86%	49.63%	45.04%

报告期内公司商超渠道的销售毛利率明显高于经销渠道的毛利率，主要系两种渠道各自的特点所决定。经销渠道需要通过各级经销商向全国各城市中众多的农贸市场、麻辣烫、餐饮店等各种终端辐射，增加了中间流通环节，但无需支付高额的商超费用，具有低毛利、低费用的特点；而商超渠道通过城市中心各大商超系统直接面向消费者，省去了中间流通环节，但需要支付包括进场费、陈列费等多种商超费用，销售费用高，商超渠道具有高毛利、高费用的特点。虽然商超渠道毛利率较高，但扣除各种费用之后，商超渠道和经销渠道的净利润率基本持平。经销渠道和商超渠道各有优劣，公司根据不同渠道的特点及其发展趋势制定公司的营销策略，两种渠道在公司的营销体系中均起着重要的作用。

2011 年度由于受国内通胀压力的影响，原材料采购成本和产品生产成本不断上升，从而导致公司经销渠道和商超渠道的销售毛利率均出现小幅下滑。随着国内宏观调控政策效果的显现，2011 年下半年国内 CPI 指数开始回落，2012 年上半年公司主要原材料的采购价格出现了不同程度的下降，公司原材料成本和产品生产成本逐渐回落，2012 年 1-6 月公司经销渠道和商超渠道的销售毛利率逐渐回升至 30.29%和 48.80%。

4、毛利率变动的敏感性分析

（1）主要原材料价格变动对毛利率的敏感性分析

报告期内公司单位生产成本中直接材料所占比例约为 90%，而直接材料中比重最大的为鱼糜、肉类和粉类三大主要原材料，占单位生产成本的比例为 70%左右。针对三大主要原材料（鱼糜、肉类、粉类）的价格变动对主营业务产品毛利

率的敏感性分析如下：

项目	价格变动	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
鱼糜	1%	-0.13%	-0.12%	-0.12%	-0.12%
	5%	-0.64%	-0.58%	-0.58%	-0.61%
	10%	-1.28%	-1.17%	-1.16%	-1.21%
	敏感系数	-0.13	-0.12	-0.12	-0.12
肉类	1%	-0.24%	-0.28%	-0.25%	-0.26%
	5%	-1.18%	-1.39%	-1.27%	-1.29%
	10%	-2.36%	-2.79%	-2.54%	-2.57%
	敏感系数	-0.24	-0.28	-0.25	-0.26
粉类	1%	-0.08%	-0.09%	-0.08%	-0.08%
	5%	-0.40%	-0.43%	-0.38%	-0.38%
	10%	-0.81%	-0.85%	-0.75%	-0.75%
	敏感系数	-0.08	-0.09	-0.08	-0.08
合计	1%	-0.45%	-0.48%	-0.45%	-0.45%
	5%	-2.23%	-2.40%	-2.23%	-2.27%
	10%	-4.45%	-4.81%	-4.46%	-4.54%
	敏感系数	-0.45	-0.48	-0.45	-0.45

从上表可以看出，肉类的敏感系数最高。肉类为三大主材中所占比重最大的原材料，几乎所有的产品都需要以肉类作为原材料，报告期内单位生产成本中肉类所占比重分别为 38.60%、38.69%、40.16%和 36.01%，因此肉类的价格波动对综合毛利率的影响最大。报告期内，假设其他因素不变，肉类平均价格每上涨 1%，则公司产品的综合毛利率分别下降 0.26%、0.25%、0.28%和 0.24%。

（2）产品售价变动对毛利率影响的敏感性分析

项目	价格变动	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
速冻鱼糜制品	1%	0.43%	0.43%	0.39%	0.39%
	5%	2.07%	2.07%	1.91%	1.93%
	10%	4.02%	4.03%	3.71%	3.75%

	敏感系数	0.43	0.43	0.39	0.39
速冻肉制品	1%	0.23%	0.26%	0.26%	0.26%
	5%	1.12%	1.26%	1.27%	1.30%
	10%	2.21%	2.48%	2.50%	2.56%
	敏感系数	0.23	0.26	0.26	0.26
合计	1%	0.65%	0.69%	0.65%	0.66%
	5%	3.13%	3.31%	3.13%	3.17%
	10%	5.97%	6.31%	5.98%	6.05%
	敏感系数	0.65	0.69	0.65	0.66

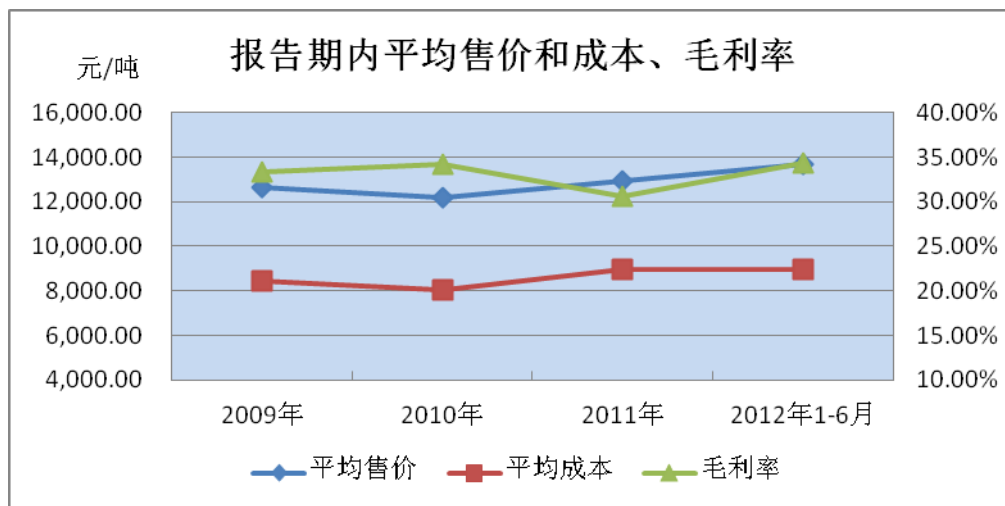
速冻鱼糜制品为公司最主要的产品，报告期内速冻鱼糜制品的销售收入占营业收入的比重均在60%左右，因此其价格波动对综合毛利率的影响最为明显。报告期内，在假设其他影响因素不变的情况下，速冻鱼糜制品的平均售价每提高1%，则公司产品的综合毛利率将分别上升0.39%、0.39%、0.43%和0.43%。

（3）敏感性综合分析

从上述销售价格和主要原材料价格的敏感性分析可以看出，报告期内公司产品的销售价格综合敏感系数分别为0.66、0.65、0.69和0.65，主要原材料价格的综合敏感系数分别为-0.45、-0.45、-0.48和-0.45，销售价格对毛利率的敏感系数更高。以2011年为例，假设其他影响因素不变，若公司主要原材料价格上涨1%，公司产品也提价1%，则公司综合毛利率将提高0.21%，而若公司产品提价0.69%，则公司综合毛利率保持不变；同样道理，假设其他影响因素不变，若公司主要原材料价格下跌1%（或单耗下降1%），公司产品价格下降0.69%，则公司综合毛利率也保持不变。由此可见，只要公司产品价格提价或降价幅度保持小于主要原材料价格变动幅度，则综合毛利率能保持稳定。

报告期内，随着行业的发展和竞争程度的加剧，市场上同类产品增加、公司促销力度加大和公司低端产品的开发等导致公司产品的平均销售价格略有下降，而公司通过改进工艺配方、生产线技改、策略性储备原材料等措施有效控制了公司的产品成本，从而使得报告期内公司毛利率基本保持平稳；2010年下半年以来原材料价格的加速上涨导致2011年度公司的毛利率略有下滑，但随着国家宏观调控政策效果的显现，物价涨幅已逐步得到控制，2011年第四季度CPI指数已出现

明显下降，公司也继续采取各种措施不断加强成本控制，并积极进行产品结构调整，并适时进行提价，使得公司2012年1-6月的毛利率逐步回升。报告期内公司产品平均售价、平均成本以及毛利率情况如下：



5、综合毛利率同行业对比分析

由于速冻鱼糜制品行业无可比上市公司，目前尚无法获取可比公司的财务指标。鉴于金字火腿的低温肉制品、得利斯的低温肉制品、三全食品的速冻米面食品与公司产品均属于食品行业中的快速消费品，在此选用其作为可比产品。

报告期内，发行人与上述三家上市公司可比产品的毛利率情况如下：

公司简称	可比产品	2011 年度	2010 年度	2009 年度
金字火腿	火腿等低温肉制品	43.54%	40.58%	36.67%
得利斯	低温肉制品	24.14%	26.37%	28.93%
三全食品	速冻米面食品	31.99%	33.47%	35.80%
行业平均值		33.22%	33.47%	33.80%
腾新食品	速冻鱼糜制品、肉制品	30.54%	34.23%	33.39%

注：上述可比上市公司的数字来源于已公布的财务报告。由于上述可比公司2012年半年报尚未披露，故未对2012年1-6月的情况进行比较。

上述四家公司同属食品加工行业，但因所属细分行业不同，且各细分行业目前所处的产品周期以及各企业的经营模式不同，售价对成本变动的反应调整速度也不一致，定价机制的差异导致各公司的综合毛利率及其变动趋势有一定差异。从上表可见，除金字火腿外，发行人以及三全食品、得利斯等可比公司在 2010

年和 2011 年均受到了材料成本上升的影响，导致毛利率先后出现不同程度的下滑。但由于细分行业的差异，各公司采取的成本控制措施及效果不同，市场定价策略和成本转嫁能力不同，各公司毛利率下滑的幅度和时间点有所不同。总体而言，公司的毛利率下降幅度略大于三全食品和得利斯，主要由于上述两家可比公司得益于上市后竞争优势和品牌优势的加强，相对易于转嫁原材料成本上涨的压力。而金字火腿的毛利率始终保持较快增长，主要得益于其产品具有一定特质性，价格弹性较小，使其能够充分利用提价策略，而且其产品生产加工周期较长，现阶段所销售的产品受原材料价格上涨的压力较小。

在公司所处细分行业中，尽管存在肉类等原材料大幅涨价的情况，但目前的市场竞争格局下发行人等细分行业龙头企业既不会参与中小企业的恶性价格竞争，也不会率先贸然提高产品售价，而是首先从内部着手，通过采取工艺、配方改进，提高生产效率等方式降低产品成本，消化原材料价格上涨的压力，力求获取更大的市场份额。由于目前的细分市场格局下尚未出现行业的领导者，发行人等细分行业龙头企业都希望扩大市场占有率，获得稳固的行业地位，以掌握未来市场竞争的主动权。从短期来看，选择提高市场占有率的竞争策略，在通货膨胀的背景下，会对毛利率产生一定的影响，但对于需要长期品牌积累的食品企业而言，市场占有率的提高、品牌影响力的扩大对企业的长远发展显得更为重要。由于上述原因，在 2011 年以来原材料成本大幅上涨的背景下，上述可比公司大都通过提高售价来转移成本压力，但发行人暂时选择了保持产品售价稳定以保证市场占有率的策略，导致发行人 2011 年毛利率下滑幅度略大于可比公司。2011 年下半年速冻鱼糜制品行业内的主要竞争对手已开始陆续提价，发行人也分别于 2011 年 7 月和 10 月两次提高产品售价，随着产品提价效果的显现以及通货膨胀得到抑制，2012 年 1-6 月公司毛利率已回升至 34.35%。

综上所述，保荐机构认为报告期内公司与同行业可比公司在毛利率变动的整体趋势上基本一致，期间在变动时点和幅度上的小幅差异主要系各公司的个体差异，特别是市场定价策略差异导致，公司毛利率及其变动与同行业的发展趋势并无矛盾，和公司实际经营水平相符合。

（四）期间费用分析

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月		2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
销售费用	5,556.69	19.80%	10,266.69	19.49%	8,592.12	28.75%	6,673.36
管理费用	1,787.47	35.50%	2,825.18	9.09%	2,589.88	13.67%	2,278.33
财务费用	3.00	-94.73%	104.48	82.63%	57.21	-13.23%	65.93
合计	7,347.16	22.16%	13,196.34	17.41%	11,239.22	24.64%	9,017.63
营业收入	32,401.66	10.23%	65,832.78	28.23%	51,341.33	18.21%	43,432.71
期间费用/营业收入	22.68%		20.05%		21.89%		20.76%

报告期内，随着销售收入的快速增长，公司期间费用也逐年上升。为了加大各地区市场拓展和管理的力度，提高市场反应效率，公司在全国设立了七家销售子公司，负责各大片区的市场销售和产品配送，相应的人员工资、办公费用等也有较大幅度增长，所以报告期内销售费用和管理费用增长较快。同时公司也在不断加强期间费用的控制力度，一些可控费用如差旅费、办公费等费用的增幅得到有效的控制。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
职工薪酬及福利费	1,169.49	1,836.56	1,250.74	770.00
劳务费	976.51	1,824.15	1,500.02	986.58
市场费用	664.85	1,066.50	881.35	795.97
运费	1,171.57	2,763.26	2,495.33	1,868.78
商超费用	905.86	1,541.57	1,393.13	1,227.67
仓库费用	165.42	294.69	282.03	268.86
差旅费	181.42	311.66	290.66	323.80
折旧	111.90	227.49	180.33	130.17
业务招待费	61.56	111.89	69.89	55.50
办公费用等其他费用	148.10	288.91	248.64	246.02
合 计	5,556.69	10,266.69	8,592.12	6,673.36

报告期内，随着公司市场开拓力度的加大，在销售收入快速增长的同时，公司的销售费用也相应增长。公司销售费用主要由销售人员薪酬及福利费、劳务费、市场费用、运费、商超费用、仓库费用和差旅费等构成，具体分析如下：

（1）职工薪酬及福利费

公司从2008年开始采取联合分销模式，由公司派出销售人员与经销商共同开发和维护市场，为了适应业务快速发展的需要，进一步开拓经销商渠道，壮大销售网络建设，公司从不少知名企业引进优秀的营销人员完善营销团队，在主要地区设立子公司和办事处，并根据市场情况优化薪酬体系，销售人员数量的快速增长以及薪酬水平的提高，导致报告期内销售人员薪酬及福利费增长较快。

报告期内，经销商数量、可控终端数量和销售人数变化情况如下：

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经销商数量	250	255	235	212
可控终端数量	10,328	9,566	7,341	3,518
公司开展业务的城市数量	194	194	189	162
销售人员数量	390	378	280	205
销售人员平均工资（元/月）	4,997.83	4,048.85	3,722.44	3,130.09

注：销售人员数量为月均人数

为了加强市场开拓和销售渠道管理，公司 2008 年分别在上海、广州、武汉、北京和南京设立五家销售子公司，2010 年又分别在成都和沈阳设立两家销售子公司，这些子公司的规模随着各地区业务的迅速发展而不断扩大，公司开展业务的城市数量也由 2009 年的 162 个增长到 2010 年的 189 个，同时经销商数量由 2009 年的 212 家增长到 2010 年的 235 家，可控终端数量也由 3,518 家增长到 7,341 家，公司因此在 2010 年增加了 75 个销售人员，工资费用相应增加 292.44 万元；同时原有销售人员的工资提升导致工资费用增长 91.26 万元；工资增长导致员工福利费和五险一金相应增加了 97.04 万元；以上因素导致 2010 年销售人员的薪酬及福利费较 2009 年增加了 480.74 万元。

2011 年公司继续保持销售网络的扩张以提高公司产品的知名度和市场占有率，2011 年度公司开展业务的城市数量、经销商数量和可控终端数量分别增加到 194 个、255 个和 9,566 个，因此公司在 2011 年度同比增加了 98 个销售人员，

工资费用同比相应增加 362.17 万元；同时由于 2011 年劳动力成本普遍上涨，原有销售人员的工资提升导致工资费用同比增长 103.42 万元；工资增长导致员工福利费和五险一金同比相应增加了 120.23 万元；以上因素导致 2011 年度销售人员的薪酬及福利费同比增加了 585.82 万元。

2012 年 1-6 月销售人员的薪酬及福利费同比增加了 297.82 万元，主要系随着公司销售规模和销售网络的扩大，销售人员同比增加了 30 人；此外，由于公司 2011 年销售渠道、销售网络及销售业绩取得了明显的成长，公司提高了销售人员的奖金额度，从而使得 2012 年 1-6 月销售人员的平均工资涨幅较为明显，导致 2012 年 1-6 月销售人员的薪酬及福利费同比涨幅较大。

（2）劳务费

2010 年和 2011 年公司劳务费分别比同期增长了 513.44 万元和 324.13 万元，主要是由于劳务派遣促销人员人数快速增加和劳务成本上升所致。近年来随着公司商超数量的增加以及商超竞争程度的加剧，公司劳务派遣促销人员增长较快。报告期内派遣促销人员数量和费用明细如下：

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
派遣促销人员数量	837	938	880	581
劳务费（万元）	976.51	1,824.15	1,500.02	986.58
平均单位人员成本（元/月）	1,944.47	1,620.60	1,420.47	1,415.05

注：派遣促销人员数量为月均人数

报告期内公司派遣促销人员不断增加的主要原因如下：

① 为更好地贯彻公司通过商超渠道“树形象、建品牌”的营销意图，公司从 2008 年旺季开始尝试在沃尔玛和家乐福等大型商超系统的优质门店派遣促销人员，以在激烈的商超渠道竞争中保证公司的市场份额，公司在报告期内逐渐增加商超门店促销人员的派遣力度，陆续在大部分商超门店中派遣促销人员，派遣促销人员数量显著增加。报告期内，商超渠道的建设强化了公司的品牌形象，并在 2011 年商超渠道竞争不断加剧的市场条件下实现了公司商超渠道业绩较好的增长。

② 报告期内公司商超门店数量呈不断上涨的趋势，所需配备的促销人员也相应增加，报告期内商超门店数量的变化情况如下：

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
-----	--------------	---------	---------	---------

商超数量	1,124	1,258	1,228	1,034
------	-------	-------	-------	-------

报告期内随着公司销售区域和规模的不断扩大，公司在各地区的合作商超门店数量在不断增加，也导致了促销人员的增长。

③ 近年来商超市场的竞争愈演愈烈，尤其在 2010 年，不少大型商超出现多家鱼糜制品供应商同时挤入的情况，公司根据市场实际情况加大了促销人员投入力度，尤其在主要商超门店多配置促销人员，以应对逐渐激烈的市场竞争，如在深圳布吉沃尔玛门店，2008 年只有公司一家速冻鱼糜制品供应商，公司只派遣了 1 名促销员就取得了较好的业绩，从 2009 年开始安井等多家同类产品供应商陆续进场，竞争逐渐激烈，公司在该门店所派遣的促销人员也从原来的 1 名促销员增加为根据淡旺季需求不同而派遣 2 到 4 名促销人员进场。

报告期内公司派遣促销人员平均成本上涨与近年来市场劳务成本的上涨以及公司门店数量和业绩变动有关。促销人员的费用一般由基本工资和业绩提成组成。2010 年随着市场竞争的加剧，公司商超渠道销售收入保持平稳，2010 年公司派遣促销人员平均成本的涨幅不大。2011 年度和 2012 年 1-6 月，商超业绩的增长和劳动力成本的提高导致公司派遣促销人员平均成本出现一定程度的上涨。

（3）商超费用

报告期内，商超费用分别为1,227.67万元、1,393.13万元、1,541.57万元和905.86万元。商超费用的增长主要系报告期内公司进入的商超门店数量不断增加，2010年度、2011年度和2012年1-6月商超门店数量较上年同期分别增加194家、30家和72家，由此导致商超进场费、端头费、陈列费、促销费、海报费等费用相应增加。同时随着速冻食品商超渠道的竞争程度不断加剧，特别是华南和华东等成熟地区，导致各种商超费用有所上涨。由于商超门店数量的增加和各种商超费用的上涨，公司2010年度、2011年度和2012年1-6月商超费用同比分别增加了165.45万元、148.44万元和117.32万元。此外，公司根据市场情况及时调整了商超策略，退出部分恶性竞争的门店，加大优质商超系统和门店投入力度，有效控制了商超费用的增长。

（4）市场费用

市场费用主要包括广告费、促销活动和生动化活动费用等市场推广费用。报告期内公司市场费用分别为 795.97 万元、881.35 万元、1,066.50 万元和 664.85

万元，市场费用逐年增加，主要原因系报告期内随着公司扩大品牌影响力和提高市场占有率的战略需要，公司增加了广告投入，在中央电视台、福建电视台、福州电视台等电视台的多个栏目投放广告，并加大各种市场推广活动的力度，开展商超门店消费者活动、试吃、买赠（用非公司产品）、抽奖和农贸订货会、主题性活动等促销活动以及制作店招、阳蓬、小型广告牌、试吃台等生动化活动，从而使得公司2010年度、2011年度和2012年1-6月市场费用同比分别增长了85.38万元、185.14万元和249.48万元。

（5）运费

公司主要产品为速冻鱼糜制品和速冻肉制品，其运输和储存环境温度必须保持在-18℃以下，而公司的销售子公司、经销商、商超门店遍布全国各地，经销商和商超的地区分布情况及产品的运输储存特点造成公司产品运输费用较高。

报告期内公司运费增长较快，2010年、2011年和2012年1-6月运费同比分别增加了626.54万元、267.94万元和49.81万元，主要系报告期内公司销量增长和销售区域扩大所致。报告期内分地区统计的运费和销量增长情况如下：

单位：万元

项目	2012年1-6月			2011年		
	运费	运费增长率	销量增长率	运费	运费增长率	销量增长率
华东地区	339.90	-12.67%	-16.78%	1,053.77	4.03%	16.66%
华北地区	295.28	15.94%	18.69%	623.90	15.27%	30.63%
华南地区	104.40	-4.89%	-5.47%	224.10	6.74%	10.85%
华中地区	62.11	10.48%	14.58%	141.57	6.19%	17.01%
西南地区	174.39	9.22%	10.35%	336.08	22.67%	32.83%
东北地区	146.71	22.45%	22.11%	288.22	18.88%	40.92%
西北地区	48.78	50.62%	52.97%	95.61	17.40%	31.56%
合计	1,171.57	4.44%	-0.91%	2,763.26	10.74%	21.28%
项目	2010年			2009年		
	运费	运费增长率	销量增长率	运费		
华东地区	1,012.94	17.65%	13.31%	861.00		
华北地区	541.24	62.43%	44.49%	333.21		

华南地区	209.95	19.59%	10.43%	175.56
华中地区	133.33	39.54%	35.92%	95.55
西南地区	273.98	65.62%	56.05%	165.43
东北地区	242.44	35.20%	29.64%	179.32
西北地区	81.44	38.70%	26.03%	58.72
合计	2,495.33	33.53%	22.63%	1,868.78

报告期内随着公司产品销量的不断增加,导致货物运输量和相应运费增长较快,2010年度和2011年度公司销量分别比同期增长22.63%和21.28%,运费同比分别增长33.53%和10.74%。随着2011年度各地区销量的进一步增长,公司对各主要线路的运量需求不断增加,规模效应逐渐显现,因此2011年公司运费的增长幅度低于2010年度。此外,随着公司市场的不断开拓,销售区域拓展也较为迅速,尤其在华北等高速发展地区和西南、东北等拓展地区,市场开拓和销售渠道建设发展速度较快,产品销量也在快速增加,由于这些地区与公司福州总部的距离较远,因此这些地区的运输费用在报告期内增幅较大。2012年1-6月公司产品销量和运费同比保持较为稳定。

(6) 仓库费用

公司的仓库费用包括冷库租赁费用和仓储费用,主要系各子公司租赁冷库或者寄存产品所产生的费用。报告期内公司仓库费用分别为268.86万元、282.03万元、294.69万元和165.42万元,仓库费用增长较快主要系随着公司规模扩大和销售渠道的不断完善,公司在各大片区主要销售区域租赁冷库或寄存产品的数量增加,以满足客户及时供货的需求。

公司从2008年5月以后开始陆续设立销售子公司并开始在各大片区租赁冷库或寄存货物,报告期内随着发行人各子公司规模的不断扩大以及新子公司的设立,为保证供货的及时性,公司在各片区租赁冷库或寄存存货的数量大幅增加,导致仓库费用逐年递增。报告期内仓库费用占营业收入的比例分别为0.6%、0.5%、0.4%和0.5%,占比较低。

(7) 差旅费

报告期内公司差旅费分别为323.80万元、290.66万元、311.66万元和181.42万元。随着公司业务范围的扩大和各地子公司的设立,销售人员到各地开拓业务,

导致相关差旅费有一定程度的增长。报告期内差旅费占营业收入的比例分别为0.7%、0.6%、0.5%和0.6%，占比较低。

2、管理费用分析

报告期内，管理费用明细如下：

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
职工薪酬及福利费	657.06	1,097.35	892.19	721.14
研发费用	203.27	433.00	441.95	462.93
维修费	66.74	132.86	135.69	188.88
咨询服务费	87.46	135.56	146.95	213.98
办公费用	99.84	188.59	182.25	171.59
税金	87.33	170.92	134.15	118.98
差旅费	152.60	161.86	182.56	97.99
折旧	58.95	100.94	88.06	73.84
业务招待费	226.03	162.43	148.67	73.41
无形资产摊销	17.54	33.58	33.36	28.65
其他	130.65	208.07	204.06	126.92
合计	1,787.47	2,825.18	2,589.88	2,278.33

2009年、2010年、2011年和2012年1-6月公司管理费用分别为2,278.33万元、2,589.88万元、2,825.18万元和1,787.47万元，占收入比重分别为5.24%、5.04%、4.29%和5.52%，管理费用占收入比重较小。

2010年和2011年公司管理费用分别增加了311.55万元和235.29万元，主要系职工薪酬及福利费增加所致，随着公司规模扩大和子公司数量的增加，公司的管理人员人数逐年增加，导致相应的职工薪酬及福利费等也逐年上涨。

3、财务费用分析

公司2009年、2010年、2011年和2012年1-6月的财务费用分别为65.93万元、57.21万元、104.48万元和3.00万元，主要为贷款利息支出。公司财务费用金额较小，对经营成果影响较小。

（五）资产减值损失

公司2009年、2010年、2011年和2012年1-6月的资产减值损失分别为75.16万元、44.51万元、161.70万元和19.30万元，主要系计提的应收款项坏账准备，金额较小，对经营成果影响较小。

（六）营业利润

2009年、2010年、2011年和2012年1-6月公司的营业利润分别为5,035.14万元、5,937.48万元、6,235.84万元和3,383.26万元，占营业收入的比例分别为11.59%、11.56%、9.47%和10.44%。

（七）营业外收支

公司报告期内的营业外收入分别为153.64万元、202.81万元、197.72万元和98.47万元，主要为政府补贴收入，具体如下：

年份	发文单位	文件名称	拨付金额 (元)
2012 年 1-6 月	福州市财政局、福州市海洋与渔业局	《关于下达 2011 年第二批海洋与渔业专项经费的通知》	400,000
	福建省科学技术厅	《福建省科技计划项目任务书》	200,000
	福州市仓山区科学技术局	《关于下达仓山区 2012 年第一批科技计划项目的通知》	7,500
	福州市仓山区财政局	企业电价补贴	22,688
	上海江浦经济园区	《企业扶持协议书》	88,000
	福州市财政局、福州市经济委员会（注 1）	《关于下达 2011 年度工业企业技改项目补助资金的通知》	300,000
	小计	-	1,018,188
2011 年 度	福州市财政局、福建省科技厅	《新型鱼糜制品冰温气调保鲜技术研究与应用示范项目》	500,000
	舟山市普陀区财政局、舟山市普陀区经济贸易局	《关于下达 2010 年度工业发展扶持资金的通知》	100,000
	福州市财政局、福州市环保局	《关于下达 2011 年度福州市第一批环保项目专项补助资金的通知》	100,000
	福州市财政局	《福州市扶持和培育自主知识产权奖励办法》	10,000
	福州市财政局、福州市科学技术局	《关于下达新认定高新技术企业奖励经费的通知》	30,000
	福州市财政局、福州市经济委员会	《关于下达 2010 年度福州市农副产品加工重点项目扶持资金的通知》	300,000
	台江区财政局	台财〔2011〕46 号文件	48,938

	上海江浦经济园区	《企业扶持协议书》	108,000
	福州市发展和改革委员会、福建省经济委员会（注1）	《关于转下达重点产业振兴和技术改造（第二批）2011年中央预算内投资计划的通知》	1,100,000
	小计	-	2,296,938
2010 年度	福州市财政局、福州市海洋与渔业局	《关于下达 2009 年福州市级水产加工项目专项经费的通知》	177,300
	舟山市普陀区财政局、舟山市普陀区经济贸易局	《关于下达 2009 年度水产品精深加工企业开拓国内市场奖励资金的通知》	100,000
	南京市秦淮区中华门街道办事处	《南京腾新食品有限公司注册中华门街道备忘录》	11,580
	福州市台江区科学技术局	《关于下达福建金源泉科技发展有限公司等企业 2010 年度台江区科技计划项目立项的通知》	300,000
	福州市委农村工作领导小组办公室	《关于申请下达 2010 年福州市农业产业化龙头企业扶持资金的函》	50,000
	福建省财政厅	《关于下达 2010 年中央财政农业科技推广示范项目资金的通知》	500,000
	福州市财政局	《关于下达 2010 年上市企业奖励资金的通知》	700,000
	上海江浦经济园区	《企业扶持协议书》	65,000
	福州市台江区财政局	出口扶持资金	7,300
	小计	-	1,911,180
2009 年度	福建省人民政府农业综合开发办公室	《关于福建省 2008 年农业综合开发产业化经营贷款贴息项目的批复》	960,000
	福州市科技局	《福州市科技局关于下达 2009 年福州市科技计划项目的通知》	100,000
	福州市政府	榕政综〔2008〕80 号文件	97,876
	南京市秦淮区中华门街道办事处	《南京腾新食品有限公司注册中华门街道备忘录》	5,300
	上海江浦经济园区	《企业扶持协议书》	61,000
	福建省水产流通与加工协会	第四届中国国际（福州）渔业博览会及首届海峡（福州）渔业周展补助资金	20,000
	福州市财政局、福州市科学技术局	《关于下达 2006 年福建省科技三项费用市级第四批项目计划和经费的通知》	20,000
	福州市台江区科学技术局	《关于下达福建腾新食品股份有限公司 2009 年度台江区科技型项目经费的通知》	270,000
	小计	-	1,534,176

注 1:公司于 2011 年 12 月收到福州市仓山区财政局拨入的安全质量检测中心建设项目设备补助款 1,100,000.00 元,于 2012 年 2 月 9 日收到福州市财政局拨入的安全质量检测中心技改扶持资金 300,000.00 元,上述款项属于资本性政府补助,公司将该等拨款列入递延

收益科目核算。

报告期内公司的营业外支出分别为 40.55 万元、182.74 万元、6.04 万元和 40.12 万元。2009 年公司营业外支出主要为捐赠支出，2010 年营业外支出金额较大，主要为处置固定资产损失 104.22 万元以及对外捐赠支出 78.20 万元。

2009 年度、2010 年度、2011 年度和 2012 年 1-6 月营业外收支净额分别为 113.09 万元、20.07 万元、191.68 万元和 58.36 万元。营业外收支净额占利润总额的比例分别为 2.20%、0.34%、2.98%和 1.70%，比例较低，对公司的经营业绩不构成显著影响。

（八）所得税费用

报告期内公司的所得税费用构成如下：

单位：万元

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
当期所得税费用	576.39	1,102.25	951.35	1,029.88
递延所得税费用	57.13	7.18	81.69	-211.60
合计	633.52	1,109.43	1,033.04	818.28

根据福建省科学技术厅、福建省财政厅、福建省国家税务局、福建省地方税务局《关于认定福建省 2008 年第二批高新技术企业的通知》（闽科高[2009]11 号），公司被认定为高新技术企业，并于 2009 年 3 月取得高新技术企业证书（证书编号为 GR200835000156）；公司于 2009 年 7 月取得福州市台江区地方税务局“榕台减免备（2009）002 号”《备案类减免税执行告知书》，该告知书确认：公司执行福建省 2008 年第二批高新技术企业减按 15%的税率征收企业所得税，减免税项目执行的期限自 2008 年 1 月 1 日起至 2010 年 12 月 31 止。2012 年 3 月公司通过了高新技术企业资格复审并取得了换发的高新技术企业资格证书，2011 年至 2013 年可继续享受 15%的所得税优惠税率。

报告期内公司所得税优惠金额和占利润总额的比重如下表所示：

项目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
利润总额(万元)	3,441.61	6,427.52	5,957.55	5,148.23
税收优惠金额(万元)	335.23	553.94	448.82	657.06

税收优惠金额占利润总额的比例	9.74%	8.62%	7.53%	12.76%
----------------	-------	-------	-------	--------

（九）非经常性损益

参见本招股说明书“第十节 财务会计信息·五、非经常性损益明细表”。

三、现金流量分析

（一）报告期内现金流量情况

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动现金净流量	4,476.91	2,216.51	6,592.50	1,030.72
经营活动现金流入	36,911.71	73,572.51	61,732.60	49,969.14
经营活动现金流出	32,434.80	71,356.00	55,140.11	48,938.43
二、投资活动现金净流量	-918.47	-2,825.47	-2,813.79	-2,127.93
投资活动现金流入	87.93	418.29	23.20	-
投资活动现金流出	1,006.41	3,243.76	2,836.99	2,127.93
三、筹资活动现金净流量	-3,560.46	380.89	-2,076.18	798.02
筹资活动现金流入	-	3,990.00	5,928.00	3,511.00
筹资活动现金流出	3,560.46	3,609.11	8,004.18	2,712.98
四、汇率变动对现金的影响额	0.08	0.29	-8.02	-0.62
五、现金及现金等价物净增加额	-1.94	-227.79	1,694.50	-299.81

1、报告期内公司经营活动现金流量分析

报告期内公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	36,591.69	72,976.63	60,564.32	49,265.71
营业收入	32,401.66	65,832.78	51,341.33	43,432.71
购买商品、接受劳务支付的现金	19,606.79	50,480.19	37,815.14	34,122.81
营业成本	21,288.17	45,634.04	33,694.08	28,886.35

经营活动现金流量净额	4,476.91	2,216.51	6,592.50	1,030.72
净利润	2,808.10	5,318.08	4,924.50	4,329.95

2009 年、2010 年、2011 年和 2012 年 1-6 月公司销售商品、提供劳务收到的现金与当期营业收入之比分别为 1.13、1.18、1.11 和 1.13，购买商品、接受劳务支付的现金与当期营业成本之比分别为 1.18、1.12、1.11 和 0.92，该两项指标在报告期内基本稳定。

报告期内经营活动产生的现金流量与净利润的关系如下：

单位：万元

项 目	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
净利润	2,808.10	5,318.08	4,924.50	4,329.95
加：资产减值准备	19.30	161.70	44.51	75.16
固定资产折旧	594.66	1,120.82	918.11	681.49
无形资产摊销	17.54	33.58	33.36	28.65
长期待摊费用摊销	5.93	4.37	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	14.76	-35.46	104.22	2.30
财务费用（收益以“-”号填列）	40.38	150.83	77.20	76.60
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	57.13	7.18	81.69	-211.60
存货的减少（增加以“-”号填列）	6,387.36	-3,053.70	-3,634.33	-898.89
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,312.74	-3,642.32	336.58	-1,616.04
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-4,155.51	2,151.43	3,706.65	-1,436.91
经营活动产生的现金流量净额	4,476.91	2,216.51	6,592.50	1,030.72

（1）公司 2009 年度经营活动产生的现金流量小于当期净利润，主要原因系：

① 存货余额随着公司生产规模的扩大而逐年增长

2009 年销售收入较上年的增长率为 42.81%，公司处于快速发展期，为应对市场快速扩张的需要，公司原材料的采购量相应大幅增长；同时由于公司产品销售季节性较明显，每年的春节和元宵节前后为公司的销售高峰期，为了避免春运的运力紧张，公司往往在每年年底节日到来之前提前加大生产，增加原材料和产

成品储备，加大商超客户的发出商品数量，故各期末存货金额相应逐年增加。另外，2009 年末出于对原材料涨价的预期，公司加大了原材料储备量，也导致了当年存货余额的上升。2009 年末存货余额较上年增加 898.89 万元，期末存货余额的增速与公司所处的快速发展阶段的特征相吻合。

② 应收账款年末余额的增加导致经营性应收项目余额的增加

2009 年末经营性应收项目的余额较上年增加 1,616.04 万元，主要系 2009 年末应收账款净值同比增加了 1,072.47 万元。公司针对不同客户均制定了较为完善和谨慎的应收账款管理制度，年末应收账款余额主要来自商超客户。对于经销商和业务客户，通常采用款到发货的方式；对于长期信誉良好，销售规模较大的经销商，在执行严格的信用等级评定和授信额度审批后，按照当年销售合同金额给予一定比例的赊销额度；对于商超，采取一般不超过 60 日的账期结算方式。随着销售收入的增加，报告期内各期末的应收账款余额也相应增加。

③ 预付原材料款余额的增加导致经营性应付项目余额的减少

公司 2009 年经营性应付项目余额同比减少了 1,436.91 万元，主要系 2009 年末公司预付材料款余额同比增加了 1,432.99 万元。2009 年公司为了生产规模扩大的需要和对原材料涨价的预期而增加原材料的采购量，并加大对主要供应商的预付款以锁定原材料价格。

综上所述，2009 年度主要由于年底存货增加、经营性应收项目增加和经营性应付项目减少导致经营活动现金净流量分别减少了 898.89 万元、1,616.04 万元和 1,436.91 万元，导致 2009 年的经营活动产生的现金流净额比同期净利润减少了 3,299.23 万元。

(2) 公司 2010 年度经营活动产生的现金流量大于当期净利润，主要原因系：

① 应付账款余额的增加和预付账款的减少导致经营性应付项目余额的增加

公司 2010 年经营性应付项目余额同比增加了 3,706.65 万元，主要系应付账款余额增加和预付原材料款余额减少所致。公司 2010 年末的应付账款和应付票据合计比 2009 年末增长 1,034.47 万元，而预付原材料款余额同比减少了 1,497.35 万元，主要系 2010 年末公司为了生产规模扩大的需要，增加了原材料的采购量，随着公司规模的对供应商议价能力的提高，公司在采购时减少了预付款的支付，且付款信用期限延长，所以 2010 年末预付材料款余额下降较为明显，而应付账款余额上升。

② 存货余额的增加

2010 年公司营业收入较上年同期增长了 18.21%，生产和销售规模的扩大导致公司原材料储备量相应增加；同时由于 2011 年春节比 2010 年提前了一周多，春节与元宵节的销售旺季和春运压力等均提前到来，公司在 2010 年末增加了产成品的库存，导致 2010 年末存货余额比 2009 年末增加了 3,634.33 万元。

综上所述，2010 年度由于年底存货余额的增加导致经营活动现金净流量减少了 3,634.33 万元，而经营性应付项目的增加导致经营活动现金净流量增加了 3,706.65 万元，二者相抵后净影响金额较小，为 72.32 万元，加上本期折旧和摊销等未付现成本和费用的影响，导致本年度经营活动现金净流量比同期净利润增加了 1,667.99 万元。

(3) 公司 2011 年度经营活动产生的现金净流量小于当期净利润，主要原因系：

① 存货余额的增加

2011 年公司营业收入较上年同期增长了 28.23%，产销规模的进一步扩大导致公司原材料储备量相应增加；同时由于 2012 年春节比 2011 年提前了 11 天，公司在 2011 年末增加了原材料和产成品的库存，以备产销旺季提前到来所需，导致 2011 年末存货余额比 2010 年末增加了 3,053.70 万元。

② 经营性应收项目余额的增加

公司 2011 年末经营性应收项目余额比 2010 年末增加了 3,642.32 万元，主要系应收账款增加和预收账款减少所致。2011 年经销商渠道销售规模持续增长，同时春节的提前导致经销商提前备货，公司也提高了发货速度和结算速度，从而使得公司 2011 年末应收账款增加 1,978.52 万元、预收账款减少 1,112.30 万元。

③ 经营性应付项目余额的增加

公司 2011 年经营性应付项目余额同比增加了 2,151.43 万元，主要系 2011 年末公司为了生产规模扩大的需要而增加原材料采购量，导致 2011 年末应付账款和应付票据余额同比增加。

综上所述，2011 年度经营性应付项目的增加、经营性应收项目的增加及本期折旧和摊销等未付现成本和费用等因素相抵后对本年度经营活动现金净流量的净影响金额较小，为-47.87 万元；加上由于 2011 年末存货余额的增加导致经营活动现金净流量减少了 3,053.70 万元，从而导致本年度经营活动现金净流量

比同期净利润减少了 3,101.58 万元。

(4) 公司 2012 年 1-6 月经营活动产生的现金流量大于当期净利润，主要原因系：2012 年 6 月末进入产品产销淡季，公司原材料、产成品和发出商品等存货下降导致 2012 年 6 月末存货余额比 2011 年末减少了 6,387.36 万元；淡季经销商采购量下降使得 2012 年 6 月末预收账款减少，导致 2012 年 6 月末经营性应收项目余额比 2011 年末增加了 1,312.74 万元；公司材料采购量下降使得 2012 年 6 月末应付账款减少，导致经营性应付项目余额减少 4,155.51 万元。上述因素导致本期经营活动现金净流量比同期净利润增加了 1,668.82 万元。

2、投资活动现金流量分析

2009 年度、2010 年度、2011 年度和 2012 年 1-6 月公司投资活动现金净流量分别为-2,127.93 万元、-2,813.79 万元、-2,825.47 万元和-918.47 万元，主要系报告期内公司为了提高生产效率和提升产品质量进行技术改造；为扩大生产规模，购买生产设备、收购东山全联冷冻食品有限公司的厂房及生产设备、以及新建 2#综合厂房和技术研发中心项目等；为加强对经销商和销售终端的控制，在各大片区设立销售子公司而购置办公设备。具体情况详见本节“三、现金流量分析·(二)资本性支出分析”。

3、筹资活动现金流量分析

2009 年度、2010 年度、2011 年度和 2012 年 1-6 月公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 798.02 万元、-2,076.18 万元、380.89 万元和-3,560.46 万元。其中：

2009 年度公司筹资活动产生的现金流量净额为 798.02 万元，主要系新增银行借款 3,511.00 万元，同时偿还债务、支付利息及股利导致现金分别流出 2,372.00 万元和 340.98 万元。

2010 年度公司筹资活动产生的现金流量净额为-2,076.18 万元，主要系新增银行借款 5,928.00 万元，同时由于经营活动收到的现金流增加，公司以自有现金偿还了债务 7,511.00 万元，并支付利息及股利共 493.18 万元。

2011 年度公司筹资活动产生的现金流量净额为 380.89 万元，主要系本年度新增银行借款 3,990.00 万元，同时偿还债务 2,928.00 万元、支付利息及股利 681.11 万元。

2012 年 1-6 月公司筹资活动产生的现金流量净额为-3,560.46 万元，主要系

本年度偿还债务 2,990.00 万元、支付利息及股利 570.46 万元。

（二）资本性支出分析

1、发行人报告期内资本性支出情况及其影响

2009 年、2010 年、2011 年和 2012 年 1-6 月，公司重大资本性支出总额分别为 2,127.93 万元、2,836.99 万元、3,243.76 万元和 1,006.41 万元，具体明细如下：

单位：万元

资本性支出类别	2012 年 1-6 月	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、固定资产投资	776.80	2,676.02	2,210.45	1,822.33
二、在建工程投资	225.34	554.75	626.54	2.88
三、无形资产投资	4.27	12.99	-	302.72
合计	1,006.41	3,243.76	2,836.99	2,127.93

2009 年的重大资本性支出主要系收购东山全联冷冻食品有限公司资产和新增机器设备的支出；2010 年的重大资本性资产主要为购置机器设备和北京、沈阳、成都三家子公司购置房产的支出；2011 年的重大资本性资产主要为购置机器设备 and 公司 2#综合厂房建设投资支出；2012 年 1-6 月的重大资本性资产主要为购置机器设备和东山募投项目的投资支出。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金项目有关投资外，发行人无可预见的其他重大资本性支出计划。本次发行募集资金项目投资计划详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

四、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司财务状况分析

1、主要财务优势分析

公司资产质量良好，应收账款和存货周转率较高，资产运营和管理能力较强；公司资产负债结构合理，短期和长期偿债能力均较强；报告期内，主营业务收入稳定增长，盈利能力较强，经营性现金流量充足。

2、主要财务困难分析

公司目前资产规模较小，现有的产能难以适应公司快速发展的需要，公司亟需投产新项目，以扩大产能，发挥规模效益，提升公司的综合竞争力。但目前仅靠自身资金积累和有限的银行借款难以为扩建新项目提供足够的资金支持，因此拟通过首次公开发行股票募集所需资金。

（二）公司盈利能力的未来趋势分析

随着公司生产规模的不断扩大、品牌知名度的不断提高，将推动公司收入持续增长。近年来，公司依靠其品牌优势、较强的研发能力以及联合分销的营销策略，销售规模不断扩大，公司主营业务产品销量由 2009 年的 34,002.05 吨增加至 2011 年的 50,116.01 吨，营业收入由 2009 年的 43,432.71 万元增长至 2011 年的 65,832.78 万元，在速冻鱼糜制品和速冻肉制品行业形成了专业化优势，奠定了市场地位。随着本次募集资金投资项目的建成，公司将突破现有产能的瓶颈，提高核心产品生产能力，并通过技术研发中心项目的实施不断提升公司的新品研发能力和品质控制能力，同时辅以销售网络项目的建设做大做强公司销售网络，预计公司未来的盈利能力将进一步增强。

在产品消费市场方面，未来随着非传统消费区域对于公司产品的接受，越来越多的消费者会选择消费速冻鱼糜制品，预计未来公司销售收入仍将保持较快的增长势头。同时随着产能的增加，公司将能满足日益增长的消费者的需求，从而将占据更大的市场份额，使公司业务持续、快速、健康发展。

综上所述，公司未来销售将会持续增长，盈利能力将会进一步增强。

五、发行人未来分红回报规划及分析

（一）发行人历史分红情况

发行人历来重视给予投资者合理回报，积极采用现金等形式向股东分配股利。报告期内发行人保持每年连续分红，公司 2009 年度、2010 年度和 2011 年度累计分配的现金股利为 1,484 万元，占 2009 年、2010 年和 2011 年累计实现的可供分配利润的 10.18%，具体如下：

单位：万元

分红年度	分配方案	现金分红金额	当年实现的可供分配利润	现金分红占实现的可供分配利润的比例（%）
2011 年度	以总股本 5,300 万股为基数，每股派发现金红	530	5,318	9.97%

	利 0.10 元			
2010 年度	以总股本 5,300 万股为基数, 每股派发现金红利 0.10 元	530	4,925	10.76%
2009 年度	以总股本 5,300 万股为基数, 每股派发现金红利 0.08 元	424	4,330	9.79%
合计		1,484	14,573	10.18%

（二）发行人未来分红回报规划

本次发行后, 公司将继续实行持续、稳定和积极的利润分配政策, 遵循给予投资者合理投资回报并兼顾公司可持续发展的原则, 采用现金、股票或者法律允许的其他方式向股东分配利润, 并承诺每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。随着未来发行人募投项目的投产, 其盈利水平将进一步提升, 同时公司将现金分红比例提升至不少于当年实现的可分配利润的 20%, 因此每年的分红金额将大幅提高, 给予投资者较可观的回报。

公司董事会将根据公司经营状况至少每三年对《未来分红回报规划》进行重新审阅和必要的修订, 并将修订草案提交股东大会审议通过。修订时, 公司董事会将结合具体经营数据, 充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求, 制定合理的分红方案, 有效保证股东对公司发展成果的分享。

（三）发行人未来分红回报规划的可行性和合理性分析

1、未来分红回报规划的可行性分析

发行人具有较强的盈利能力和良好的现金流状况, 能够很好地保证未来分红规划的实施。

（1）报告期内, 发行人保持了较强的盈利能力。公司近三年归属于母公司股东的净利润分别为 4,329.95 万元、4,924.50 万元和 5,318.08 万元, 年均复合增长率为 10.82%, 净利润保持持续稳定增长。未来随着国家宏观调控下通胀压力的逐渐减小和原材料成本的逐步降低, 以及公司募投项目的投产, 公司的盈利能力将进一步提升。发行人较高的盈利能力为公司持续、稳定的向股东提供现金分红回报奠定了坚实的基础。

（2）公司经营活动现金流量良好。报告期内发行人经营活动现金净流量分别为 1,030.72 万元、6,592.50 万元、2,216.51 万元和 4,476.91 万元。受公司

快速扩大产销规模的资金需求和原材料价格大幅波动的影响，公司 2009 年和 2011 年的经营活动现金净流量低于净利润水平，但近三年一期公司的经营活动现金净流量累计金额为 14,316.64 万元，经营活动现金流量总体情况较好。公司本次发行上市后，公司的资金实力将显著增强，经营活动现金流量状况将进一步改善，从而也为公司向股东提供持续、稳定的现金分红提供了资金保障。

(3) 未来公司募投项目等重大资本性支出所需资金将主要来自本次发行上市募集的资金，重大资本性支出不会对公司未来现金分红政策产生重大影响。此外，公司募投项目投产后将使公司的盈利能力大幅提升，为公司将来的分红政策进一步提供了有力保证。

2、未来分红回报规划的合理性分析

发行人在制定未来分红回报规划时，着眼于公司长远的可持续发展，综合了公司实际经营情况、未来发展目标、股东意愿和要求、社会资金成本和外部融资环境等因素，不仅考虑了投资者持续、稳定、合理的投资回报，而且充分考虑了公司未来经营发展过程中的资金需求因素，从而对未来分红回报规划做出科学的安排，保证公司股利分配政策的持续性和稳定性。

(1) 给予投资者持续、稳定、合理的回报

发行人报告期内累计分配的现金股利为 1,484 万元，占近三年累计实现的可供分配利润的 10.18%，给予了股东较高的现金股利回报。本次发行上市成功和募投项目达产后，公司不仅能够大幅提升盈利能力，每年实现的可分配利润将大幅增加，而且将现金分红比例提升至不少于当年实现的可分配利润的 20%，从而能够保证给予投资者稳定可观的现金投资回报。因此发行人在制定未来分红回报规划既符合公司管理层一贯稳健的经营理念，又充分考虑了给予投资者持续、稳定、合理的回报。

(2) 满足发行人未来经营发展过程中的资金需求

① 公司快速发展需要大量流动资金。报告期内，公司营业收入从 2009 年的 43,432.71 万元增长至 2011 年的 65,832.78 万元，复合增长率为 23.12%，经营规模不断扩大。与此相适应，公司的原材料采购金额、支付给职工的薪酬和支付各项税金等现金规模也不断增加，公司流动资金需求不断增长，报告期内公司经营活动现金流出金额分别为 48,938.43 万元、55,140.11 万元、71,356.00 万元和 32,434.80 万元。公司以往主要依靠自有资金和银行贷款补充生产所需的流动

资金，成本较高，而且发展速度和规模受到限制。预计未来公司将继续保持稳定增长的趋势，正常生产经营所需的流动资金将持续增加，公司需要将每年现金股利分配后剩余的未分配利润补充流动资金扩大再生产，既够节省财务费用，又能为股东创造更大的价值。

② 公司募集资金投资项目建成后仍需要大量流动资金。随着公司“新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目”、“营销网络建设项目”等募集资金投资项目的陆续建设和投产，公司生产规模和销售规模将进一步扩大，员工人数也将大幅增长，因此所需流动资金将进一步增加。因此，公司需预留一定净利润实现扩大再生产，其余再分配给投资者，给予投资者合理的投资回报。公司留存部分利润有利于公司抓住投资机会，快速扩大生产规模，降低资金使用成本，有利于公司长期可持续增长，提高公司股票的价值，能够给投资者长期稳定的回报，实现股东财富的最大化。

综上所述，公司确定的未来每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%的分红回报规划是在综合考虑全体股东利益，并根据公司经营发展实际、未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、业务开展状况和发展前景、本次发行融资等因素的基础上，积极、稳妥和合理制定的，旨在进一步增强公司盈利能力，为股东创造更多的利润，与股东共享公司成长收益。

（四）未来三年的股利分配计划

根据公司2012年第一次临时股东大会审议通过的《未来三年股东分红回报规划》，公司计划未来三年每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%，同时，公司也将根据分配当年的实际经营状况，在上述现金分配比例基础上，提升现金分配比例或另行增加股票股利分配和公积金转增。公司将在每个会计年度结束后，由董事会提出分红议案，并交付股东大会进行表决。

第十二节 业务发展目标

一、战略发展目标

公司将以“创造健康美食，倡导优质生活”为经营理念，以“为了客户满意，精益求精”为企业核心文化，以产品创新、技术进步为动力，以规模生产、深化渠道为支撑，以品牌提升为依托，以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为核心，通过积极调整现有产品结构，开拓新渠道、新市场，加大技术研发和创新力度，资本和产业并举，打造中高端速冻鱼糜制品第一品牌，继续保持和巩固行业领先地位。

二、发行当年和未来两年发展计划

（一）提高竞争能力的计划

1、技术开发与创新计划

研发和技术创新能力是市场经济条件下企业赖以生存和发展的基础，是企业核心竞争力的集中体现。公司一方面继续立足现有技术优势，增加对研发的投入，加强在鱼糜及鱼糜制品领域内的应用技术研究，持续重点投入鱼糜原材料、鱼糜制品、鱼糜经济的循环利用、保鲜冷冻技术等关键技术领域，保证公司技术的相对领先地位，提升公司的技术创新能力；另一方面，积极跟踪国内外最新技术的发展状况，做好新技术的引进、消化、吸收及创新。

公司计划利用募集资金建设企业鱼糜技术中心项目，着力建设食品检测平台、鱼糜原料开发平台、鱼糜产品循环经营研究平台、保鲜技术、食品冷藏及冷链技术平台和食品工程及生物技术的开发与运用平台等5个技术平台，切实增进自主创新能力，具体情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用·二、募集资金投资项目具体情况·（三）鱼糜及其制品技术研发中心项目”。

2、产品开发计划

（1）充分利用募集资金和自筹资金，快速扩大公司的产能规模

通过实施东山生产基地项目和其它新增项目，公司计划在未来3年内使产能达到7.90万吨/年。具体情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用·二、募集资金投资项目具体情况·（一）新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目”。

（2）加强品项管理，打造具有核心竞争力的产品系列

公司目前已初步形成包括福州鱼丸、香港撒尿牛肉丸、包心贡丸、鱼皮脆、香肠等5个具有核心竞争力的产品系列。公司将继续聚焦上述产品系列，在不断提升产品质量的基础上，根据未来市场需求的变化趋势，重点研发营养均衡、附加值更高的产品系列，从而促进公司产品的升级换代，增强市场竞争力。

除上述核心产品系列外，公司依托技术中心及日益完善的营销网络，将继续打造十个具有强大市场竞争力的产品系列，单个产品系列年销售额预计在5,000万元以上。

(3) 保持研发能力与时俱进，不断开发新产品

公司将关注行业产品市场动态及走势，分析竞争明星产品，适时跟进。公司将强化核心产品的升级、改良和换代，不断开发新产品，保持行业领先地位。

3、人力资源开发计划

公司一贯重视人才的自主培养与提高，并与福建农林大学、福建师范大学、福州市食品工业研究所等知名科研院所保持良好的合作，并将继续与其开展多项培训合作计划；公司将为高级技术人员、管理人员及营销人员提供国内知名高等院校的进修机会，同时将定期组织技术人员、管理人员和营销人员对员工进行培训，不断提高员工专业技能和职业素养。

为适应未来发展，公司已制定科学的人力资源发展规划，在未来三年内引进一定数量的核心技术人才、骨干技术人员及高级营销人才；通过快速吸纳行业内的优秀人才，有助于在短时间内迅速提升公司的技术水平和营销能力。

4、收购兼并及扩充计划

目前，我国速冻鱼糜制品企业尚无全国性垄断品牌，知名品牌数量少，以小企业为主，尚未形成品牌、渠道的垄断；未来数年内，以公司为代表的部分具有系统资源整合能力的品牌企业有机会通过对行业内小企业的整合以及市场渠道整合获得高速增长。未来，公司将紧紧围绕做大做强主营业务的战略目标，抓住速冻鱼糜制品行业大发展的有利时机，审慎利用兼并收购方式扩大规模和实力，巩固和提高公司在国内同行业中的领先地位。

(二) 市场与业务开发计划

1、实施营销网络建设项目，加快市场开发与营销网络建设

根据公司目前的市场分布和未来市场发展情况，公司拟进一步在西北设立专

业从事销售业务的全资子公司，完成公司产品在全国市场的布局；同时在全国范围内增设联络处，根据需要增配相应的销售人员，计划三年内增加区域销售人员200人至300人，并对销售人员进行系统的培训。

（1）零售业务网络建设方面

公司将继续贯彻联合分销策略，以密集分销、巩固现有销售渠道和开拓新渠道相结合，不断推进销售渠道的建设。同国内大型连锁零售企业和区域性连锁零售企业加强密切的合作关系，将营销网络铺设和提升产品知名度联系起来，并积极拓展农贸市场、社区超市等市场。

（2）业务市场网络建设方面

公司计划在未来几年内，针对业务市场客户的特点，重点研究和开发相适应的产品，积极开拓包括宾馆、酒店、快餐店、机关食堂等在内的业务客户。

2、积极推进“中高端速冻鱼糜制品第一品牌”战略

公司将品牌定位为中高端速冻鱼糜制品第一品牌，通过联合分销，服务和开发经销商，提升终端品牌展示，掌控销售终端，提高可控销量，从而实现在品牌知名度、市场占有率诸方面领先同行。

3、完善新品上市流程和模式，建立可复制的品牌主题推广模式

公司已有良好的新产品开发储备项目和相对完善的新品上市流程和模式，通过建立可复制的品牌主题推广模式，公司将实现新品类产品的快速投产和销售。

（三）资金筹措及运用计划

公司首次公开发行股票并上市后，将集中精力重点做好募集资金项目的建设；同时，公司将根据实际业务发展状况和资金需求，在有利于股东利益最大化的前提下，合理使用直接融资、间接融资手段，保持公司健康合理的资本结构，为实现公司持续、健康发展提供资金保障。公司目前尚无特定的再融资计划。

三、拟订上述发展计划所依据的假设条件及面临的主要困难

（一）拟订上述发展计划所依据的假设条件

公司拟订发行当年及未来两年内的发展规划所依据的假设条件是：

1、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境比较稳定，在计划期内没有对公司发展产生重大不利的事件出现；

2、本公司所在行业及拟投资领域处于正常发展状态，没有出现对公司发展

产生重大影响的不可抗力事件；

- 3、本次股票发行募集到预期的资金并及时到位；
- 4、本公司计划的投资项目能如期完成并投产；
- 5、公司能够持续保持现有管理团队、核心技术的稳定性和连续性；
- 6、公司产品的市场需求、经营所需原材料的供应和能源供应不会出现重大的突发性变化。

（二）面临的主要困难

1、募投项目投产前现有产能不能满足市场需求

由于公司2011年产能利用率已超过100%，同时公司预计未来两年市场需求仍将维持快速增长，在东山基地募投项目建成投产前，公司面临现有产能不能满足市场需求的困难；为此，公司计划利用自有资金，通过在舟山基地新建、在金山基地和东山基地改扩建，引进生产线，有效解决未来两年产能不足问题。

2、资金压力

由于市场需求强劲，目前公司业务处于快速扩张阶段，公司实施下阶段发展战略和各项具体发展计划，需要雄厚的资金支持。根据市场需求和公司的发展规划，公司将进行东山项目建设、营销网络建设、技术中心建设等，需要进行大规模的资金投入。上述项目、计划的实施单靠公司自身的经营积累已远远不够，必须依靠资本市场获取企业发展所需的资金。公司面临资金与公司发展能力不匹配的困难，资金因素将成为公司发展的瓶颈。

3、人才压力

人才是企业发展的关键因素。公司虽已通过自身的经营和发展，培养和锻炼了一批人才队伍，储备了一定数量的高素质人才，但随着公司发展战略的实施，公司业务将进一步发展，对高素质的研发、营销、管理、生产人才的需求将大幅上升，公司仍面临人才压力。要实施上述计划，如何培养和留住人才将成为公司发展面临的重要问题。

4、规模扩大对管理水平的挑战

随着公司业务规模持续快速增长，尤其是本次发行上市后募集资金项目的实施，公司的资产规模和销售收入都将大幅提升，在战略规划、技术开发、财务管理、制度建设、资源配置、内部管理和控制等方面都将对公司管理水平提出更大

的挑战。

四、上述业务发展规划与现有业务之间的关系

上述业务发展规划建立在本公司现有业务基础之上，是本公司现有业务规模的扩大，也是公司为寻求长远发展，实现战略目标的具体策略。

通过多年的发展，本公司现有产品在国内市场已树立了良好的品牌形象，本公司现有业务的良好状况为公司未来的业务发展目标奠定了坚实的基础，未来业务发展规划则充分考虑了公司上市后的发展情况，使公司现有业务和发展规划形成良性互动，将有助于从整体上提高公司的经营管理水平，进一步扩大公司的经营规模，实现产品的技术升级，提高产品的市场占有率，进一步提升企业核心竞争力和盈利能力。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金基本情况

（一）本次募集资金投资项目概况

经 2011 年第一次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股 1,770 万股，募集资金到位后，公司将按照轻重缓急顺序依次投入以下项目：

序号	项目名称	总投资额（万元）	计划用募集资金投入（万元）	项目备案情况
1	新建年产 3 万吨鱼糜制品及肉制品项目	13,887.00	13,887.00	闽发改备【2009】E06007 号
2	营销网络建设项目	3,622.40	3,622.40	闽发改备【2009】K00047 号
3	鱼糜及其制品技术研发中心项目	2,285.30	2,285.30	闽发改备【2009】K00042 号
合计		19,794.70	19,794.70	

上述项目全部使用募集资金投入；若实际募集资金不能满足上述拟投资项目的全部投资需求，不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金超出上述拟投资项目的全部投资需求，超出部分用于与公司主业相关的营运资金。如本次发行上市募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，本公司可视实际情况用自筹资金先行投入，待募集资金到位后，以募集资金对前期投入部分进行置换。截至 2012 年 6 月 30 日，公司已使用自筹资金 2,974.93 万元先行投入募投项目，其中投入新建年产 3 万吨鱼糜制品及肉制品项目 1,146.28 万元，投入营销网络建设项目 1,612.37 万元，投入鱼糜及其制品技术研发中心项目 216.28 万元。

（二）募集资金运用计划

公司本次发行募集资金投资项目投入计划如下表：

单位：万元

项目名称	总投资	第一年	第二年	第三年
新建年产 3 万吨鱼糜制品及肉制品项目	13,887.00	2,089.00	9,559.00	2,239.00
营销网络建设项目	3,622.40	886.50	1,515.15	1,220.75
鱼糜及其制品技术研发中心项目	2,285.30	2,085.30	200.00	-

上述项目投资计划是对拟投资项目的大体安排，实施过程中将根据实际情况

作适当调整。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目

该项目由公司通过向全资子公司东山腾新增资的方式由东山腾新实施。

1、项目主要内容

（1）年产速冻鱼糜制品22,000吨，包括：鱼丸系列13,000吨，鱼皮脆系列5,000吨，蟹王棒系列1,600吨，油炸类系列2,400吨（代表产品金陵鱼脆1,200吨，鱼皮豆腐1,200吨）。

（2）年产速冻肉制品8,000吨，包括：牛肉丸系列5,500吨，贡丸系列2,500吨。

2、项目建设的必要性

（1）市场需求快速增长，产能不足已成为制约公司发展的主要瓶颈

本公司产品原料主要为海洋水产品及优质猪肉、鸡肉等，营养、健康，符合市场需求趋势，代表着产业重点发展的方向之一，近年来速冻鱼糜制品、速冻肉制品均高速增长，未来仍具有较大的市场容量和需求空间。

近年来公司在全国营销网络的布局已初具规模，销量快速增长，2009-2011年速冻鱼糜制品及速冻肉制品销量分别为34,002.05吨、41,579.45吨和50,116.01吨，年均复合增长率达21.40%。

由于公司主要产品的销售具有一定的季节性，旺季产销矛盾突出，因此适时扩大产能解决产能瓶颈，顺应市场需求显得十分必要；由于资金实力和融资渠道的限制，约束了公司在扩大产能方面的投入，公司主要通过加大技术改造、设备改造、安排两班排程生产等方式提升产能，但仍不能充分满足市场的需求；此外，现有厂房面积进一步限制了产能的扩张，公司迫切需要新建生产线以提高产能，满足不断增长的市场需求。

（2）行业未来发展需要有示范性的龙头企业出现

我国速冻鱼糜制品产业的发展水平仍然远低于发达国家的水平，行业生产者众多、产业集中度不高，市场尚未出现具备领导地位的龙头企业。

速冻鱼糜制品加工业是各种新技术、新设备、新工艺密集应用的行业，行业未来需要有示范性的龙头企业出现，通过实现规模化、集约化、标准化和产业化，

依靠科技手段不断提高产品品质，加速技术更新，充分吸纳、融合多方资源，创建知名品牌，从而带动行业产品档次的提高，最终促进速冻鱼糜制品加工业乃至水产品深加工产业的发展。

3、市场前景分析

速冻鱼糜制品作为快速消费产品，具备宜储藏、食用方便、无须加工直接加热即食的优点，解决了一般家庭鱼类消费所产生的生活污水等污染问题及下脚料无法集中回收利用的问题，十分符合消费需求和社会发展要求；当前，我国大众消费者总体上已从满足基本生活需求向卫生安全、营养丰富、可口美味的高要求方向发展；速冻鱼糜制品产品营养丰富，口感和风味均与天然海鲜相似，加之价格适宜，食用方便，在快节奏的现代生活中将不断取代传统食品，成为日常食品消费的新潮流。

2000-2010年我国鱼糜制品年均增长率为24.48%，2009年我国鱼糜制品产量已达96.20万吨。伴随着国民经济的快速发展，居民可支配收入持续提高，未来我国速冻鱼糜制品行业仍将保持快速增长，其中优势企业将会获得超过平均水平的增长。

此外，在海外市场方面，近几年来我国速冻鱼糜制品行业的国际影响越来越大，我国沿海地区的速冻鱼糜制品已远销香港、日本、韩国、美国、欧洲等国家和地区，受到海外消费者的普遍好评和欢迎。

4、产能扩张与公司业务增长匹配性分析

(1) 最近三年一期产能情况

项目	2012年1-6月	2011年度	2010年度	2009年度
产能（万吨）	2.31	4.25	3.70	3.21
产量（万吨）	2.03	4.98	4.40	3.37
销量（万吨）	2.36	5.01	4.16	3.40
产能利用率（%）	87.73	117.19	119.11	104.97

近年来公司产品销量持续快速增长，为了满足快速增长的订单需求，公司通过不断购入流水线、加大技术改造力度、优化生产工艺等方式持续扩张产能，但仍无法满足快速增长的市场需求。报告期内公司产能利用率均超过100%且呈不断上升趋势，从2009年的104.97%提高到2011年的117.19%，目前主要产品生产线均已满负荷运行，产能亟待提高。

(2) 2011 年之后产能变化情况

为缓解本次募投项目达产前产能不足问题，公司计划利用自有资金，通过在金山基地和东山基地改扩建，引进生产线，在2012年新增产能0.65万吨。

东山基地项目建成后，将新增年产2.20万吨速冻鱼糜制品、0.80万吨速冻肉制品的生产规模，届时公司总的生产能力将达到7.90万吨，具体情况如下表所示：

单位：万吨

年度	产能
2011 年产能	4.25
2012 年预计产能（东山基地在建设期）	4.90
2013 年预计产能（东山基地达产 50%）	6.40
2014 年预计产能（东山基地达产 100%）	7.90

(3) 募投项目逐步投产后产能扩张合理性分析

近年来我国速冻鱼糜制品及速冻肉制品市场需求快速增长，2009 年-2011 年公司速冻鱼糜制品和速冻肉制品销量年复合增长率为 21.40%，其中速冻鱼糜制品销量年复合增长率为 23.81%，速冻肉制品销量年复合增长率为 17.23%，具体情况如下：

销 量	2011 年度	2010 年度	2009 年度	2009-2011 年复合增长率
速冻鱼糜制品（吨）	32,739.13	26,247.90	21,356.82	23.81%
速冻肉制品（吨）	17,376.88	15,331.55	12,645.23	17.23%
合 计	50,116.01	41,579.45	34,002.05	21.40%

在 2014 年东山基地项目建成达产后，公司的产能为 7.90 万吨，按照公司 2011 年 5.01 万吨的销量，则销量只需保持 16.39%的年复合增长率（低于发行人报告期内销量的年复合增长率），至 2014 年销量即可达到 7.90 万吨，能够完全消化募投项目新增的产能。

5、投资概算及运用计划

本项目计划总投资13,887万元，其中项目建设投资11,648万元，铺底流动资金2,239万元，具体投资明细如下表：

序号	投资用项	投资额（万元）	百分比（%）
1	总投资	13,887	100.00
2	建设投资	11,648	83.88

2.1	土建	4,988	35.92
2.2	设备及安装	5,600	40.33
2.3	无形资产	721	5.19
2.4	预备费	339	2.44
3	铺底流动资金	2,239	16.12

6、产品的质量标准和技术方案

（1）技术水平和质量标准

本项目为在现有生产规模基础上的扩建工程，沿用公司原有速冻鱼糜制品、速冻肉制品的全套生产技术和产品配方。上述技术和配方经过多年的应用和完善，已处于成熟阶段，达到国内领先水平。

本项目产品执行的质量标准主要包括：冻鱼糜制品SC/T3701-2003、鱼糜制品卫生标准GB10132-2005、速冻调制食品SB/T10379-2004。

（2）生产方法、工艺流程和生产技术选择

本项目系现有产品的扩产，生产工艺流程同现有产品，详见本招股说明书“第六节 业务和技术·四、公司主营业务情况·（一）公司主要产品用途以及主要工艺流程”。

（3）主要设备选择

本项目主要设备基本与公司现有设备一致，拟采用的设备达到国内先进水平，主要设备选择情况如下：

序号	工序名称	设备名称	单位	数量
1	前处理设备	切菜机	台	5
2		夹层锅（杀菌锅）	台	2
3		切丝机	台	2
4		切丁机	台	2
5		脱水机	台	2
6		电子地磅+引坡	台	12
7		脱皮机	台	1
8		刨片机	台	6
9		绞肉机	台	6
10		斩拌机	台	8
11		高频打浆机	台	11

12		真空和面机	台	3
13		制冰机	台	2
14		冷水机组成套设备	套	1
1	成型熟化设备	鱼丸机	台	63
2		挤馅机	台	3
3		泵糊机	台	1
4		色素机	台	1
5		泵浦机	台	4
6		成型机	台	3
7		水煮流水线	条	8
8		水煮油炸流水线	条	2
9		燕饺线	条	4
10		蟹王棒流水线	条	1
11		蒸箱	台	4
12		冷却线成套设备	套	4
1	速冻包装设备	螺旋速冻库	台	4
2		自动包装机	台	4
3		包装流水线	条	7
4		金属探测仪	台	10
5		封箱机	台	10
1	动力及制冷设备	制冷成套设备	套	1
2		冷库蒸发排管	套	1
3		锅炉成套设备	台	3
4		供电设备机组	套	1
5		备用发电机组	套	1
6		空压机	台	1
7		电缆	套	1
1	共用设备	车间通风空调	套	1
2		全电子汽车衡	台	1
3		给排水管网	套	1
4		污水处理系统	套	1
1	配套设施设备	化验器量具	套	1
2		电脑监控系统	套	1

3		消防设施器材	套	1
4		其它辅助设备	套	1
5		电梯	台	2

(4) 核心技术及其取得方式

本项目涉及的核心技术均为公司拥有自主知识产权的专利技术及专有技术；具体情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术·七、公司核心技术情况”。

7、主要原材料及能源供应

(1) 主要原材料供应

本项目主要原材料包括鱼糜、肉类、粉类，其中鱼糜主要由舟山腾新提供，猪肉主要来自四川，牛肉主要来自甘肃，鸡肉主要来自山东，粉类主要来自福建、浙江等地，公司主要原材料供应均十分充足。

(2) 能源供应

本项目用水由东山县自来水公司提供，项目用水主要为生产用水和生活用水，项目用水有可靠保证；本项目用电由东山县电力公司提供，东山县电力供应充足，项目用电有可靠保证；本项目供热采用高压蒸汽锅炉方案，根据开发区的环保要求，确定采用燃气锅炉生产蒸汽，燃气由东山县燃气公司提供。

8、产出和营销情况

(1) 产出情况

本项目建设期为24个月，设定生产期为8年，生产期第一年达产50%，第二年达产100%，全部达产后，年产量可达3万吨。具体产品方案如下：

序号	产品名称	年产量（吨/年）
1	速冻鱼糜制品	22,000
1.1	福州鱼丸	13,000
1.2	鱼皮脆	5,000
1.3	蟹王棒	1,600
1.4	金陵鱼脆	1,200
1.5	鱼皮豆腐	1,200
2	速冻肉制品	8,000
2.1	牛肉丸	5,500
2.2	贡丸	2,500

3	合 计	30,000
---	-----	--------

（2）产品销售方式

公司产品目前以国内市场销售为主，内销市场中零售市场的比重最大，其次是小部分的业务市场以及出口。本公司主要零售市场渠道以现代农贸批发市场以及超市、商场、便利店等现代零售终端为主，业务市场主要为大型酒店、连锁火锅店、食堂、品牌快餐连锁店等为主，出口市场主要包括澳大利亚、美国等国家和地区。

本项目生产的产品均为公司上规模、毛利高、市场销售反映良好的主打畅销产品，这些代表性产品是公司重点发展的品类，已具有多年市场运作基础及稳定的客户群体。在项目投产后，公司将利用现有的营销网络和物流配送体系，迅速推向全国市场。

此外，本次募投项目拟投入3,622.40万元建设的营销网络将进一步扩大公司的销售渠道和市场空间。

（3）市场营销战略及营销策略

公司拟采取如下市场营销战略：将海欣品牌定位为中高端鱼糜制品领军品牌，品牌知名度、市场占有率在鱼糜制品行业内处于领先地位。

为达成上述市场营销战略，公司拟执行以下营销策略：

①产品策略：打造核心竞争力产品，培育五个销售额达1亿元以上产品系列，十个销售额达5,000万元以上产品系列；

②客户策略：加强对现有客户尤其是重点客户的分销力度，支持其与公司共同发展壮大，同时开发有潜力的新客户，拓展新的销售渠道；

③市场终端策略：通过联合分销，掌控终端售点，提升终端品牌展示，切实提高可控销量；

④区域市场策略：巩固和加强在华东、华北、华南等原有主要市场的市场地位，进一步扩大东北、华中、西南、西北等市场的市场份额，加大对二、三级城市及其他空白区域市场的开发力度。

（4）市场开发计划

在充分研究行业目前的渠道和市场状况后，公司重点针对农贸批发市场、超市、便利店等零售市场终端以及麻辣烫、火锅店等业务市场终端，提出如下市场

开发计划:

①业务市场和农贸批发市场终端市场开发计划

A. 全面搜寻及开发终端客户, 选择成熟区域为联合分销的重点开发区域, 侧重于菜市场、农贸二批、麻辣烫、火锅店、连锁小吃店等终端, 并建立终端档案、渠道关系、客情关系; 根据销量及客流量, 对渠道终端进行分星级管理; 强化终端陈列协议的签订;

B. 确定不同区域及不同客户的主推产品并铺货: 针对各星级终端进行主力单品的铺货; 产品铺货陈列后, 对终端麻辣烫及菜市场进行店面的生动化布置。在成功进行终端的开发、铺货、陈列、生动化后, 选取5星级的售点开展品牌拉动活动;

C. 在全国开发维护农贸终端, 以巧克力装为主要突破口, 在农贸终端大力推广新巧克力包装, 提升农贸终端产品品质, 推动产品销量快速增长;

D. 在全国开发维护麻辣烫、火锅店终端, 重点做好公司现有五大主力产品(福州鱼丸、香港撒尿牛肉丸、包心贡丸、鱼皮脆、香肠)的铺货、陈列、生动化及推广工作;

E. 开展或参加各类订货会、招商会、渔业博览会、广交会、农贸会, 促进直销业务。

②大型商超终端市场开发计划

A. 公司拟选择上海、北京、深圳、广州、武汉等大型商超终端总部密集的区域进行重点布局开发, 辅以各中心城市及二线城市大型区域性连锁超市客户的开发;

B. 在主推产品品项时, 公司拟采取各区域特色主力产品进行销售布局, 全力做好产品生动化陈列、排面、品牌推广、促销员策略跟进等措施; 同时, 将不断通过淡旺季的适时推广活动以及加大品牌投入等办法拉动商超终端的销售。

同时, 公司拟继续推行报告期内行之有效的产品品尝推广活动(计划在全国开展超市产品品尝推广活动3,000场次、农贸终端产品品尝推广活动3,000场次); 在全国门店和超市进行海报宣传和店招制作, 全面立体包装铺面、塑造形象; 在全国新投放冰柜2,390台; 通过上述措施, 加大对可控终端的市场覆盖力度, 提高公司产品品牌认知度。

9、环境保护

（1）环境保护标准

本项目主要环境保护目标如下：

- ①确保环境空气质量满足GB3095-96《环境空气质量标准》二级标准；
- ②确保声环境满足GB3096-2008《声环境质量标准》3类标准；
- ③确保西埔湾海域水质环境质量满足GB3097-97《海水水质标准》二类标准。

（2）项目可能存在的环保问题及处理方案

①废水处理

本项目生产废水年排放量约12.84万m³，其中水煮油炸流水线排放的含油废水先经隔油池等设施进行处理，以降低含油污染物的排放量，然后和生活废水一起进入后续处理设施，减轻城市污水厂的负荷。项目生产废水及生活污水处理达到《污水综合排放标准》GB8978-1996表4三级标准后，经区域污水管网进入污水处理厂统一处理。

②废气处理

本项目锅炉废气可达到GB13271-2001《锅炉大气污染物排放标准》中II时段全部区域标准值的要求，即烟尘 $\leq 50\text{mg}/\text{m}^3$ 、SO₂ $\leq 100\text{mg}/\text{m}^3$ 、NOX $\leq 400\text{mg}/\text{m}^3$ ；锅炉天然气属于清洁能源，且燃气锅炉烟囱高度不低于8米，锅炉废气对周围环境不会造成影响。

本项目其他废气主要为异味（鱼、肉腥臭味），主要采取合理布局、加强日常管理、加强车间通风排气设施、及时清运等措施，必要时在北面、南面喷加除臭剂等，对周围环境影响不大。

③固体废弃物排放

本项目产生的生产性固体废弃物主要是生产过程制浆工序中产生的边脚料，这部分废料可全部回收外卖给养猪厂作为饲料或进行循环经济回收利用；油水分离产生的废油脂将委托专业油脂加工厂清理回收可以加工成肥皂、生物柴油等，对周边环境影响不大。

生活垃圾采用袋装收集，投放指定地点，然后由环卫部门统一清运、处置，只要及时清运就不会对环境产生不良影响。

④噪声处理

本项目噪声主要来源于绞肉机、刨肉机、斩拌机、冷却塔、锅炉风机、氨压缩机等机械设备运转时产生的机械噪声，采取有效的隔声、消声减噪措施，可确

保厂界噪声达到GB12348-2008《工业企业厂界环境噪声排放标准》3类标准。

(3) 环保部门的意见

东山县环境保护局对本项目的环保情况出具审批（审查）意见，同意本项目建设。

10、项目选址

建设项目拟选址在福建省漳州市东山经济技术开发区，该地块属于工业用地，占地101亩，紧临开发区主干道。东山腾新已取得项目用地“东国用（2007）第1630号”国有土地使用权证书。

东山自然条件优良，东山港为国家级对外开放一类港口，海上运输发达，渔业资源丰富；东山交通便利，岛内公路与324国道、沈海高速公路相连，规划中的武平至东山高速公路及厦深铁路支线直达东山港区。东山水利资源、电力资源充沛、燃气供应可以得到保障，东山开发区进驻企业均为高起点无污染企业，适于建厂。

11、项目经济效益分析

本项目实施后，项目主要经济效益指标如下：

项目	指标
财务内部收益率（所得税后）	28.64
财务净现值（10%，税后/万元）	11,852
投资回收期（税后/年）	5.65
盈亏平衡点（产量）	55.32%
年均销售收入（万元）	40,200
年均税后利润（万元）	4,250

12、项目固定资产变化与产能变动的匹配关系

公司目前固定资产与产能状况、募投项目的固定资产变化与产能的关系如下表所示：

项目	募投项目固定资产及产能	公司 2011 年固定资产及产能	募投/目前（倍）
固定资产原值（万元）	10,588	14,984	0.71
其中：房屋建筑物（万元）	4,988	7,140	0.70
机器设备（万元）	5,600	5,976	0.94
产能（万吨）	3.00	4.25	0.71

单位产能所需固定资产投资 (万吨/万元)	3,529	3,526	1.00
-------------------------	-------	-------	------

从上表可以看出，截至2011年末公司的固定资产原值为14,984万元，对应的2011年年产能为4.25万吨，每万吨产能所需的固定资产投资为3,526万元；募投项目的固定资产投资为10,588万元，对应的产能为3.00万吨，每万吨产能所需的固定资产投资为3,529万元，与公司现有的固定资产和产能状况基本匹配。因此，本次投资项目的投资规模及新增产能总体而言合理、客观，基本与目前投入产出的实际情况相比，体现出其内在合理性。

（二）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目建设是指为公司各类业务提供市场支持的五大营销管理和服务平台，包括营销组织及网络建设、联合分销网建设、品牌推广及宣传、物流平台建设以及营销信息化管理等五个平台建设。

（1）营销组织与网络建设：新建东北、西北、西南三大区域营销公司；加强对现有大区及拟设大区所属地区二、三级市场的布点，规划在泉州、温州、太原、长春、郑州等28个城市设立二级营销机构；完善现有及拟设立的大区公司、营销网络、市场终端的软硬件环境建设并新增营销人员；

（2）联合分销网络平台建设：在现有已覆盖的49个城市及上述新增的大区和联络处所在的城市投放2,390台冰柜，增加可控终端的市场覆盖；

（3）品牌推广和宣传：组织开展终端推广活动和终端形象展示活动并参加展销活动；

（4）物流平台建设：在9大城市租赁冷库设立配送中心，同时在相关大区购置46部冷藏车并配置相应司机人员；

（5）现代营销信息化管理平台建设：进一步完善信息化软件和硬件建设。

本项目总投资3,622.40万元，具体如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	金 额	备注
1	工程投资	126.00	
1.1	办公场所装修工程	126.00	新增大区及联络处的装修费用
2	设备投资	1,629.00	

2.1	办公设备	99.00	新增大区及联络处的固定资产
2.2	信息平台设备及辅助设备	77.00	信息化平台硬件投入
2.3	联合分销网络设备	717.00	2,390 台冰柜
2.4	物流平台冷链设备	736.00	46 部冷藏车
3	其他投资	1,867.40	
3.1	租赁费用	325.70	含办公 80 万元及冷库 245.70 万元
3.2	人才引进费用	874.70	营销网络及物流平台人员工资
3.3	无形资产	216.00	信息化平台软件投入
3.4	品牌投入与宣传	256.00	终端推广、店铺形象展示与参展费费用
3.5	人员培训费用	48.00	营销人员
3.6	开办费用	147.00	电话费/水电费/物业费/低值易耗品
4	总投资	3,622.40	

本项目进度安排如下表所示：

单位：万元

平台	项目	第一年	第二年	第三年	合计
营销组织及网络建设	机构设置	243.00	157.00	100.00	500.00
	人员增补	350.50	258.50	164.50	773.50
联合分销网络建设	冷柜	-	430.20	286.80	717.00
品牌推广及宣传	推广举措	-	128.00	128.00	256.00
物流平台建设	冷藏车	-	368.00	368.00	736.00
	冷藏车司机增补	-	50.60	50.60	101.20
	冷库	-	122.85	122.85	245.70
营销信息化管理	营销信息化管理	293.00	-	-	293.00
合计		886.50	1,515.15	1,220.75	3,622.40

2、项目建设的必要性

(1) 实现“海欣”品牌成为中高端速冻鱼糜制品第一品牌战略的需要

公司实际控制人滕氏家族经营鱼糜制品已有百年传承之历史，公司将品牌的打造和培育作为企业的立身之本，并确立了将“海欣”品牌打造为我国中高端速冻鱼糜制品第一品牌的战略，通过多年不懈的努力，公司及海欣品牌赢得了市场的认可和消费者的肯定，并先后获得“国家农业产业化重点龙头企业”、“高新技术企业”、“中国驰名商标”和“中国名牌产品”等荣誉称号，“海欣”已成为我国速冻鱼糜制品市场主要品牌之一。

然而，欲使公司品牌真正成为我国中高端速冻鱼糜制品第一品牌，尚需让更多的消费者知晓并购买公司产品、认可公司品牌价值；为此，公司必须不断拓展营销渠道，加大市场营销力度，进行宣传推广，大力提高自有品牌产品的销售额，进而实现品牌输出和品牌经营。

（2）进一步提升企业盈利能力的需要

通过完善营销体系及网络，可实现对目标客户的有效覆盖，增加渠道数量和可控终端销量，使公司销售收入和利润都保持良好的增长态势；同时，通过建立完善扁平一体化的营销网络，优化销售链，优化各渠道价格及盈利模式设计，从而加大公司盈利空间。通过建立优秀、高效的分销系统，将分销渠道、物流方式、仓储库存、信息管理结合起来，降低物流运营成本。

（3）进一步增强市场竞争优势的需要

当前，国内速冻鱼糜制品市场竞争主要表现为通路覆盖竞争、售点终端控制力强弱的竞争，以及消费者教育、口感培育竞争、品牌认识竞争等几个方面；公司通过营销网络建设项目，构建以“渠道分销，品牌制胜，打造核心竞争力产品”为导向的营销体系；公司的营销体系建设完成之后，可在全国范围内迅速销售全品项的速冻鱼糜制品及其衍生类产品，同时为公司研发其他新产品类型以及整合其他品牌的鱼糜制品企业奠定基础。营销网络建设，是对公司品牌价值和市场地位的全面提升，对本公司的长期发展和市场竞争具有里程碑意义。

（4）大力完善全国营销网络体系的需要

随着联合分销模式的推广，公司的销售渠道不断下沉，可控终端数量不断增加，对营销体系及网络提出了更高的要求，现有的营销体系及网络亟需完善。本项目重点完善现有营销体系，强化零售终端的可控销量、缩短流通渠道、实现与目标消费群的零距离、实现品牌形象与文化的无折扣传播、营销信息化远程管理，最终建成覆盖全国主要城市的营销体系，将营销网络培育成公司的核心竞争力。

3、项目主要建设内容

（1）营销组织和网络建设

营销组织和网络建设的主要内容包括机构设置及相应的人员增补，其中机构设置主要包括新增西南、西北、东北3个大区以及在各地新增28个联络处。

①机构设置

A. 新增3个大区及28个联络处

本项目即拟设立西南、西北、东北三个大区。覆盖全国的大区营销网络的设立，有利于对当地销售及时地把握和反馈，制定具有针对性的营销策略，同时，也便于管理总部在物流和终端上投入的设备，对于公司长期战略布局起到至关重要的作用。

公司目前在全国主要城市设有25个联络处，在东南沿海已经基本完成布局；下一步公司计划重点推进中部地区、西部地区及东北地区的市场建设拓展，并继续在东南沿海地区查漏补缺，增设联络处；为此，公司拟新建28个联络处，具体如下：

大区	既有联络处机构数（个）	新设联络处机构数（个）	新设联络处所在城市
福州大区	4	3	金华、温州、泉州
华北大区	3	5	呼和浩特、太原、洛阳、保定、郑州
华东大区	5	5	徐州、阜阳、芜湖、扬州、烟台
华南大区	3	1	海口
华中大区	6	4	宜昌、襄樊、株洲、常德
上海大区	4	0	
东北大区	0	4	锦州、长春、大连、哈尔滨
西北大区	0	4	西宁、银川、乌鲁木齐、兰州
西南大区	0	2	贵阳、绵阳
合计	25	28	

B. 新增机构投资预算

新增机构拟投资500万元，具体如下表所示：

费用	营销公司(万元)	联络处(万元)	投资总额(万元)
办公室租赁费	15	65	80
电话费/水电费/物业费	15	84	99
固定资产购置费	15	84	99
低值易耗品	6	42	48
办公室装修费用	42	84	126
员工培训费	6	42	48
合 计	99	401	500

a) 办公室租赁预算明细

项目	面积 (平米)	租金(万 元/年)	项目	面积 (平米)	租金(万 元/年)	项目	面积 (平米)	租金(万 元/年)
----	------------	--------------	----	------------	--------------	----	------------	--------------

西南大区总部	200.00	5	芜湖	100.00	2	乌鲁木齐	100.00	2
东北大区总部	200.00	5	宜昌	100.00	2	兰州	100.00	2
西北大区总部	200.00	5	金华	100.00	3	保定	100.00	2
泉州	100.00	3	呼和浩特	100.00	2	温州	100.00	3
长春	100.00	2	阜阳	100.00	2	扬州	100.00	3
太原	100.00	2	大连	100.00	3	常德	100.00	2
郑州	100.00	3	株洲	100.00	2	锦州	100.00	2
徐州	100.00	3	绵阳	100.00	2	襄樊	100.00	2
海口	100.00	3	烟台	100.00	3	洛阳	100.00	2
哈尔滨	100.00	2	西宁	100.00	2	总计	3,400.00	80
贵阳	100.00	2	银川	100.00	2			

b) 办公室装修预算明细

项目	面积 (平米)	装修标准(元 /平方米)	装修费用 (万元)	项目	面积 (平米)	装修标准(元 /平方米)	装修费用 (万元)
西南大区总部	200.00	700.00	14	大连	100.00	300.00	3
东北大区总部	200.00	700.00	14	株洲	100.00	300.00	3
西北大区总部	200.00	700.00	14	绵阳	100.00	300.00	3
泉州	100.00	300.00	3	烟台	100.00	300.00	3
长春	100.00	300.00	3	西宁	100.00	300.00	3
太原	100.00	300.00	3	银川	100.00	300.00	3
郑州	100.00	300.00	3	乌鲁木齐	100.00	300.00	3
徐州	100.00	300.00	3	兰州	100.00	300.00	3
海口	100.00	300.00	3	保定	100.00	300.00	3
哈尔滨	100.00	300.00	3	温州	100.00	300.00	3
贵阳	100.00	300.00	3	扬州	100.00	300.00	3
芜湖	100.00	300.00	3	常德	100.00	300.00	3
宜昌	100.00	300.00	3	锦州	100.00	300.00	3
金华	100.00	300.00	3	襄樊	100.00	300.00	3
呼和浩特	100.00	300.00	3	洛阳	100.00	300.00	3
阜阳	100.00	300.00	3	总计	3,400.00	-	126

C. 新增机构建设进度

公司将在第一年完成三个大区总部以及10个重点城市联络处的布局；第二年

进一步推进，完成11个城市联络处的布局；第三年继续完成剩余7个城市的布局。以上安排，既保证项目的循序渐进和人员的逐步招聘，也可保证在东山项目投产之前大部分机构已经完成了试运行，确保东山项目投产后渠道的畅通；具体建设进度如下表所示：

年度	项 目
第一年	西南大区、东北大区、西北大区、泉州、长春、太原、郑州、徐州、海口、哈尔滨、贵阳、芜湖、宜昌
第二年	金华、呼和浩特、阜阳、大连、株洲、绵阳、烟台、西宁、银川、乌鲁木齐、兰州
第三年	保定、温州、扬州、常德、锦州、襄樊、洛阳

②人员增补内容

A. 投入人员增补预算

公司新增机构的推进，对人员的增补也提出要求，具体如下：每个大区设置总经理1名、市场部经理1名、财务部经理1名，人事经理1名，行政人员3名；每个联络处设联络处经理1名、行政人员3名、业务员3名，具体如下：

岗位名称	新进人员计划（人）	基本薪资（元/年/人）	基本薪资（元/年）
营销公司总经理	3	110,000	330,000
营销公司市场部经理	3	90,000	270,000
营销公司财务经理	3	60,000	180,000
营销公司人事经理	3	50,000	150,000
联络处经理	28	70,000	1,960,000
行政人员	93	25,000	2,325,000
业务员	84	30,000	2,520,000
合计	217	-	7,735,000

B. 人员增补进度

人员增补进度按照机构设置进度进行招聘。

项目	第一年新增人员（人）	第二年新增人员（人）	第三年新增人员（人）
营销公司总经理	3	-	-
营销公司市场部经理	3	-	-
营销公司财务经理	3	-	-
营销公司人事经理	3	-	-
联络处经理	10	11	7
行政人员	39	33	21

业务员	30	33	21
合计	91	77	49

(2) 联合分销网络建设

①建设内容

联合分销网络建设的主要内容为增加冰柜2,390台，预计可控售点相应增加1,790个，其中300个大型商超终端，每个终端3台冰柜，1,490个中小超市、菜场、麻辣烫、餐饮终端，每个终端1台冰柜。

城市	新增冰柜(台)	单价(元)	总投资额(万元)	城市	新增冰柜(台)	单价(元)	总投资额(万元)
福州	80	3,000.00	24	重庆	50	3,000.00	15
漳州	40	3,000.00	12	成都	80	3,000.00	24
三明	20	3,000.00	6	贵阳	50	3,000.00	15
南通	30	3,000.00	9	绵阳	40	3,000.00	12
南京	50	3,000.00	15	大连	50	3,000.00	15
扬州	50	3,000.00	15	哈尔滨	50	3,000.00	15
常州	50	3,000.00	15	沈阳	80	3,000.00	24
徐州	50	3,000.00	15	齐齐哈尔	30	3,000.00	9
杭州	50	3,000.00	15	锦州	30	3,000.00	9
宁波	30	3,000.00	9	北京	80	3,000.00	24
温州	50	3,000.00	15	天津	40	3,000.00	12
台州	50	3,000.00	15	西安	50	3,000.00	15
瞿州	20	3,000.00	6	西宁	50	3,000.00	15
金华	40	3,000.00	12	银川	50	3,000.00	15
舟山	30	3,000.00	9	乌鲁木齐	50	3,000.00	15
济南	40	3,000.00	12	兰州	50	3,000.00	15
烟台	50	3,000.00	15	郑州	80	3,000.00	24
武汉	60	3,000.00	18	呼和浩特	40	3,000.00	12
宜昌	30	3,000.00	9	太原	80	3,000.00	24
襄樊	40	3,000.00	12	洛阳	50	3,000.00	15
长沙	60	3,000.00	18	保定	50	3,000.00	15
九江	40	3,000.00	12	阜阳	50	3,000.00	15
株洲	50	3,000.00	15	芜湖	50	3,000.00	15
常德	50	3,000.00	15	海口	50	3,000.00	15
黄石	50	3,000.00	15	合计	2,390	-	717

②建设进度

考虑到募集资金项目在第三年投产，第四年达产，终端的投入需提早于投产时间，将在第二年开始投入预计总投入冰柜的60%，剩余部分在第三年投入，保证在东山项目投产之时的终端渠道支持。

城市	第二年 (台)	第三年 (台)	合计 (台)	城市	第二年 (台)	第三年 (台)	合计 (台)
福州	48	32	80	重庆	30	20	50
漳州	24	16	40	成都	48	32	80
三明	12	8	20	贵阳	30	20	50
南通	18	12	30	绵阳	24	16	40
南京	30	20	50	大连	30	20	50
扬州	30	20	50	哈尔滨	30	20	50
常州	30	20	50	沈阳	48	32	80
徐州	30	20	50	齐齐哈尔	18	12	30
杭州	30	20	50	锦州	18	12	30
宁波	18	12	30	北京	48	32	80
温州	30	20	50	天津	24	16	40
台州	30	20	50	西安	30	20	50
瞿州	12	8	20	西宁	30	20	50
金华	24	16	40	银川	30	20	50
舟山	18	12	30	乌鲁木齐	30	20	50
济南	24	16	40	兰州	30	20	50
烟台	30	20	50	郑州	48	32	80
武汉	36	24	60	呼和浩特	24	16	40
宜昌	18	12	30	太原	48	32	80
襄樊	24	16	40	洛阳	30	20	50
长沙	36	24	60	保定	30	20	50
九江	24	16	40	阜阳	30	20	50
株洲	30	20	50	芜湖	30	20	50
常德	30	20	50	海口	30	20	50
黄石	30	20	50	合计	1,434	956	2,390

(3) 品牌推广和宣传

①建设内容

品牌推广和宣传建设的主要内容包括：超市推广活动、农贸终端推广活动、终端海报及宣传折页制作，终端联合店招制作以及展销会参展，具体如下表所示：

项 目	涉及城市（个）	活动场次（次）	费用（元/次）	预算投入（万元）
终端宣传海报/折页	50	2,000	200	40
联合终端店招制作	50	1,800	200	36
展销会参展	6	6	100,000	60
超市推广活动	50	3,000	200	60
农贸终端推广活动	50	3,000	200	60
合 计	-	-	-	256

②项目建设进度

所有项目均在第二年投放50%，第三年投放其余50%；该等进度能够配合冰柜投放进度，扩大在终端的影响力。

（4）物流平台建设

①建设的必要性

随着公司产销量的不断扩大，尤其是在东山项目投产后，公司的仓储和物流能力已经不能满足公司的需要，为完备现有物流配送能力，全面配合全国区域营销架构的运营，公司拟在福州总部集中存贮的基础上，增强各大区仓储功能，拟定在全国九个大区分别设立货物配送中心，并配备相应的运输车辆，自主完成产品的二次配送。

物流平台的建设将为本公司提高适应当季市场需求的现货产品的销售比例提供有效支持，缩短运输时间，提升运输效率。公司将利用自动化的物流设备和现代化的物流管理模式，提高物流体系的执行能力、分析能力和反应速度，实现整个业务链运转的畅通，进一步提升公司在全国市场范围内的快速响应能力。

此外，由于公司产品的销售具有较强的季节性，物流平台的建设可进一步提高公司的产品储存能力，有助于解决旺季时产销矛盾突出的问题。

②物流平台建设的主要内容

物流平台建设的主要内容包括冷库租赁、冷藏车及冷藏车司机增补。

A. 冷库租赁

a) 必要性分析

目前公司尚未在全国各大区统一布局租赁大仓库，产品主要储存在生产基地

的冷库，客户提货时一般直接从生产基地发货。由于商超对供货及时性的要求非常苛刻，因此公司在各地以签订仓储协议方式零星租赁冷库，但面积较小，主要是用于为当地商超备货以及满足一些小客户的零星需求。公司目前的这种冷库布局，由于发货基本都需要从生产基地发货，因此在响应客户需求时会存在一定的时滞，尤其是旺季时公司发货量大幅增加，而此时的冷链物流运力恰好也较为紧张，从而导致旺季时公司的畅销产品出现断货脱销的情形。

在东山项目达产后，公司总产量将翻番，发货量相应大幅增加，若仍采取目前的冷库布局，则运力的矛盾将更为突出，在旺季时将很难保障对客户需求的响应速度。因此在募投项目投产后，为了能够更快地响应终端客户的需求，保障旺季时畅销产品的供应，公司客观上需要在各大区租赁大型冷库作为中转库。

b) 项目建设内容

公司计划设立配送中心的城市包括：福州、上海、南京、武汉、北京、沈阳、成都、广州、西安。冷库面积标准综合考虑当地销售量以及当地离福州总部及东山基地的距离，与销售量成正比，与距离成正比；冷库租金标准按照当地实际价格租赁。租赁期间为当年10月至次年3月，在公司销售旺季时租赁，淡季退租。具体情况如下表所示：

城市	冷库面积（平米）	租金（元/平方米/月）	冷库租金（元）
福州	500.00	90.00	270,000
上海	500.00	110.00	330,000
南京	600.00	110.00	396,000
武汉	500.00	50.00	150,000
北京	600.00	105.00	378,000
沈阳	500.00	50.00	150,000
成都	300.00	140.00	252,000
广州	300.00	185.00	333,000
西安	300.00	110.00	198,000
合计	4,100.00	-	2,457,000

c) 项目进度

公司计划第二年开始增加冷库租赁面积，当年新增租赁面积2,050平米，第三年新增租赁面积2,050平米。

B. 购置冷藏车

a) 必要性分析

公司的配送分为一次配送和二次配送，一次配送指由公司总部到各大区的运输，二次配送指各大区向各销售点的配送。由于报告期内公司的产量处于一个逐步增长的过程，各大区经营规模差异较大，部分大区经营规模相对较小，同时在资源有限的情况下，公司首先满足市场先占的营销策略所需的资源投入，因此尚未将各大区内的物流平台建设提上日程。公司以往在各大区未统一租赁大型冷库，只是根据业务需要在各大区内的不同城市租用少量冷库库容，与此相应，各大区内二次配送的运输量相对较小，因此公司并未购置冷藏车，而是采用外包给第三方物流公司的方式解决二次配送。

但是目前公司各大区的经营规模已上台阶，而且从公司长远发展考虑，在各大区内获取稳定的冷库库容对提高服务质量，解决旺季时畅销产品的产销矛盾均具现实意义。特别是东山项目达产后，公司产量将在现有基础上基本翻番，运输量将达到在二次配送过程中配备独立运输队伍的运力需求，与在9城市设立配送中心，在旺季时租赁大型冷库相适应，公司拟购置46辆冷藏车以满足各大区内二次配送的需要。在达到经济运量的条件下，自有运输队伍能够有效降低运输费用，而且在调度方面更加灵活，能够更好地满足客户尤其是对供货及时性要求较高的商超类客户的需求，从而提升公司的服务水平。

b) 可行性分析

公司计划在各大区按照当地物流需求配置46辆载重2吨的冷藏车，解决二次配送问题；公司通过各地冷库的租赁和冷藏车的购置，将解决公司现有运输和仓储问题，并为东山腾新的扩产奠定良好的物流基础。

c) 项目建设内容

公司计划在九个大区购买载重2吨冷藏车，根据当地销量情况和发展潜力、地域范围购置，共计46辆，总投资736万，具体如下表所示：

城市	数量 (台)	单价 (万元/台)	总额 (万元)	城市	数量 (台)	单价 (万元/台)	总额 (万元)
福州	5	16	80	沈阳	5	16	80
上海	5	16	80	成都	5	16	80
南京	5	16	80	广州	6	16	96
武汉	5	16	80	西安	3	16	48
北京	7	16	112	合计	46	-	736

d) 建设进度

由于东山项目第三年达产50%，对冷藏车的需求将在第三年集中体现，因此公司计划在第二年提前购入23辆冷藏车，剩余23辆冷藏车在第三年东山项目投产时购入。

C. 冷藏车司机增补

公司将根据购买冷藏车的进度招募司机，其中第二年新增司机23名，第三年新增司机23名；新增司机基本薪资按2.2万元/年/人计算，46名司机基本薪资为101.2万元/年。

(5) 现代营销信息化管理平台建设

①目前销售管理及软件系统现状

公司总部和子公司目前采用金蝶K3，分别设立独立的财务账套，启用销售、库存模块；总部与子公司、子公司与子公司之间的货物往来和账务处理在不同财务账套分别处理；客户库存数据、促销政策及执行情况采用书面文件或电子台账辅助管理。

目前营销及账务软件系统存在的主要不足如下表所示：

项目	主要不足
单据处理效率	由于各机构账套独立，总部与子公司及子公司之间的往来发货、销售等单据需要手工、重复在不同账套里面处理，效率低并且容易出错。
销售数据分析	销售数据分析（分品类、分区域、分业务员、分渠道）只能在一个账套中完成，集团整体分析需要手工处理，无法及时完成。特别是因营销需要，子公司归属区域变动时，分析数据的同比情况整理更为困难。
流通库存管理	分销商库存无法纳入系统管理。经销商的流通库存数据无法取得，使得公司根据自有库存的产销预测、促销政策制订等工作存在偏差甚至错误风险。
二级或终端客户管理	分销商的下级客户或终端无法纳入系统管理。分销商可能存在下级客户或终端售点，如果公司无法掌握，公司对分销商的区域串货行为、销量把握度很难掌控，并且配合分销商进行市场拉动的联合分销动作无法开展。市场投入费用去向难以跟踪。
营销政策	目前行业竞争逐步加剧，需要及时并且灵活多变的促销政策支持。目前书面的促销政策的申请、审批效率偏低，无法及时应对市场变化；灵活的促销政策的执行需要价格折扣、费用核销等多种处理方式并做好跟踪，目前的系统无法实现；总部对促销执行的效果难以及时分析和跟踪。
信用控制	目前软件系统的信用控制方式单一，无法适应公司的业务需求。
销售网络扩展机构增加	随着销售网络的扩展，独立核算的机构不断增加，以上的不足将更为明显，将成为公司发展的瓶颈。

②项目建设拟达到的目标

通过现代营销信息化管理平台建设，将有效解决上述营销及账务软件系统存在的不足，并实现以下目标：

A. 集成的软件应用平台

集成的软件应用平台有利于企业的IT规划,为实现整体信息化和解决不同管理环节软件的兼容性奠定基础,避免软件系统重复投资及兼容性问题造成数据传递和分析障碍,也为适应后期企业发展、信息化升级提供扩展空间。

B. 多组织协调和多账簿应用

多组织协同:一个组织的采购单可协同为另一个组织的销售单,同样,销售单也可以协调为采购单,即组织间往来单据自动对应形成。多账簿应用:可以根据组织是否独立注册进行不同设置,实现独立账务、税务的自动区分处理。

C. 数据库统一集中

所有的数据库集中存放,可根据不同管理需要(分类上灵活),方便、快捷整理各种分析报表,为管理决策提供分析数据支持,避免出现目前数据因分散于不同账套,无法灵活分类整理,而需耗费大量精力进行加工整理的问题。

D. 多级核算及组织灵活设置

可根据营销业务发展变化需要,灵活进行多组织架构设置,并且可方便整理各组织业绩数据,为绩效管理提供支持,避免目前因账套独立、组织区域变动造成数据对比紊乱。

E. 信用控制

根据不同信用条件(如额度、账期、额度加账期或其他条件)可灵活设置,实现系统自动信用控制,并及时准确提交债权情况预警和分析,避免目前系统控制手段单一造成债权风险。

F. 促销控制

利用系统进行促销申请和审批,提高效率,并且实现促销与价格等政策的联动灵活处理,避免目前促销流程效率低、部分促销去向跟踪难的问题。

G. 客户协同用户

客户协同为集团软件用户,可在软件系统中直接进行下单、对账等业务操作。系统提供客户向下一级或终端分销的数据处理功能,可跟踪客户分销去向,并查询客户库存,为营销精细分析渠道和渠道库存提供支持。

③项目建设资金投入情况

项目	数量（套、台）	单价（元）	投资额（万元）
分销管理软件系统应用软件	1	2,000,000	200
服务器	3	80,000	24
终端电脑	120	4,000	48
安全软件（单机版）	120	500	6
安全软件（网络版）、防火墙	1	100,000	10
辅助设备	-	-	5
合计	-	-	293

④项目进度

整个项目分两年建设完成，保证在东山项目部分达产之前投入使用。

项目	第1年												第2年											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
项目立项																								
设备招标并签订采购合同																								
设备安装及调试																								
系统部署																								
信息化试运行																								
项目验收																								

4、项目效益评价

营销网络建设项目的经济效益包括直接效益和间接效益，直接效益主要体现在销售网点的覆盖产生的销售收入以及管理效益提高产生的成本降低上，间接效益体现在品牌效益的提升上。

（1）直接效益

本项目建成后，将与现有的营销网络体系形成全国一体化运营，能有效提升公司营销体系的综合运作效率，促进公司产品的销售和服务，进而提高公司在市场的竞争能力。同时，与东山腾新拟建设的年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目形成良好的协同效应，确保新建年产3万吨鱼糜制品及肉制品项目效益的实现。本项目与东山扩产项目对接后，将确保东山项目预计新增销售收入4亿元目标的实现，为公司未来销售业绩增长奠定稳固的基础。

本项目联合分销体系平台投放的2,390台冰柜，预计可控售点随之会增加

1,790个,其中新增300个大型商超终端,每个终端3台冰柜,1,490个中小型超市、菜场、麻辣烫、餐饮终端,每个终端1台冰柜,通过冰柜的投放可提升公司对终端的控制力,有效带动公司产品的销售量。

本项目通过品牌的投入和推广活动,将有效带动公司当日或当月销售量,产生明显的促销效果。

本项目营销信息化平台建设完成后将进一步提升营销管理和服务效率,合理控制库存,提高管控水平,节省不必要的营销费用开支。

本项目物流平台的建设,将进一步缓解公司未来产能扩大后的物流仓储压力,全面提升公司市场服务和营销的反应效率,及时解决各大区的二次物流配送服务问题,使配送更具灵活性和机动性,满足市场终端对产品的补货需求。此外,物流平台的建设可进一步提高公司的产品储存能力,有助于解决旺季时产销矛盾突出的问题,特别是缓解旺季时畅销产品脱销和新品储备量不足的问题,从而带动畅销品种和新品的销售。

(2) 间接效益

①提升品牌知名度和美誉度所产生的无形资产价值。通过“中高端速冻鱼糜制品第一品牌”而构建分销共赢的营销模式,一方面将带来销售收入的直接增长,另一方面品牌价值的提升将带来更多的投资机会;

②提升客户满意度。物流设备的投入能保证速冻食品的低温,提高产品的鲜度,促进客户满意度提升;

③提高市场研究能力,以开发出更能满足客户需求的产品。通过增加公司可控终端数量,广泛了解客户的需求,开发新产品,提高销售收入。

(三) 鱼糜及其制品技术研发中心项目

1、项目实施背景

海水鱼产品具有鲜活易腐、不耐贮运的特点,加之受沿海饮食文化的影响,大部分海水鱼产品仍然以鲜销上市为主,加工制品在国内市场流通比例较低;同时,许多具有悠久历史传统的风味水产加工食品仍沿用传统的作坊式手工加工方法,加工技术落后,尤其是加工副产物综合利用技术落后,致使产品附加值不高,不仅使加工企业经济效益低下,也未能充分利用海水鱼的营养功能成分。现代鱼糜及其制品产业的发展,是实现鱼类资源综合利用、提高产品附加值的最有效途

径之一，已经成为我国水产品精深加工的重要发展方向。为此，国家将“海洋低值鱼类陆基加工新技术及设备”和“加工水产品质量与安全控制技术”列为“十一五”863计划海洋技术领域重点项目之一的“海洋水产品加工新技术与设备”项目的2个方向。

我国鱼糜及其制品行业近些年发展迅速，但目前加工技术相比于国外发达国家和地区而言仍然落后，行业内主要核心技术和设备以从日本和中国台湾地区引入为主，生产厂家同质化竞争较严重，市场竞争多以价格战为主，目前尚未出现真正有实力的整合者，行业未来的发展需要有实力、有真正技术研发竞争力的企业来引导。

2、项目建设的必要性

公司作为国内速冻鱼糜产品产销规模最大的企业之一，近年来不断加大技术创新和产品差异化发展，建立产供销价值链一体化的经营体系，将生产经营重心放在产品开发与创新、设备和工艺创新、利用生物技术改造配方和工艺技术等环节，并在市场竞争中不断成长壮大。

但是，以公司现有的软件和硬件水平已经无法适应未来产销规模快速扩张的需求，目前急需解决的问题主要体现在以下几个方面：

（1）加工与流通过程的质量安全控制水平亟待提升

公司始终坚持食品安全和品质卓越两大原则，严格按照ISO9001和HACCP两大质量管理体系，已初步建立完整的质量监督网络及行业标准。但在速冻鱼糜制品加工标准体系的发展过程中还存在一些问题，如标准的可操作性和指导性不强，行业标准相互交叉、重叠；此外，流通环节质量安全控制体系与世界先进水平仍存在相当差距，亟待提升。

（2）深加工技术水平及循环加工利用技术水平有待提高

近年来，公司不断创新，利用现代食品生物技术改造传统工艺取得了有效成果。但公司还有许多生产线缺乏现代食品加工技术的改造、升级与创新，速冻鱼糜制品加工机械设备一定程度上存在高能耗、低效率问题，鱼糜精深加工技术的发展和水平不足，特别是对含有丰富蛋白质、鱼油以及其他功能活性物质资源的利用不够。

（3）鱼糜原料新型保鲜和保活技术需求迫切

海水鱼作为鱼糜的主要原料，需要保鲜保活，才能保证产品的品质。公司所

采用的冷冻保鲜技术，为保护原料品质与质构，仍需加入部分品质改良剂等；此外，公司在鱼糜品质开发方面的技术有待进一步提升，需解决鱼糜原料保水性、弹性、鲜活性等问题。

本项目建设符合国家海洋技术领域的总体目标，有利于实现海水产品加工向精深加工方向发展，有利于突破质量和安全控制关键技术，符合公司未来可持续发展的需求；通过建设本项目，将有效提升公司技术中心软硬件水平，增强公司技术开发和工程配套能力，为公司持续技术创新提供支持，对提升我国鱼糜深加工技术以及水产品深加工及海洋生物的综合利用均具有重大意义。

3、项目投资概算

本项目计划总投资2,285.30万元，其中项目建设投资2,085.30万元，铺底流动资金200万元，具体投资如下表：

序号	项目名称	投资金额（万元）	备注
1	建设工程投资	200.00	现有场所建设，为装修工程费用
2	设备购置及安装费	1,609.30	
3	工程建设其他费用	276.00	
4	铺底流动资金	200.00	
合计		2,285.30	

4、技术研发中心的行业定位及主要任务

（1）技术研发中心的行业定位

①企业未来新产品、新工艺、新设备技术研发平台。通过平台的设立，建立国内一流的鱼糜新产品、新工艺、新设备技术研发基地，成为行业具有代表性和示范作用的技术开发平台；

②企业以及行业未来的食品检测和食品安全控制中心。通过引入国内外先进的食品检测和质量控制设备，建成包括食品风味、理化、生化、安全、食品添加技术的运用、分析等一体化的国内一流水平的检测检验平台；

③行业水产品资源综合利用技术研究和中试基地。通过引进国内先进的水产品资源综合利用技术，创建行业技术和加工的示范基地；

④鱼糜制品替代产品技术的研发平台。包括保鲜和冷藏贮运技术等方面、淡水鱼类的鱼糜制品加工等方向的研究和开发。

（2）技术研发中心的主要任务

采用国内外高新技术研究开发速冻鱼糜制品及速冻肉制品，建设速冻鱼糜制品感官定性评价体系，研究适用于鱼糜制品品质特性的添加剂，寻找适合于速冻鱼糜制品低温贮存的包装材料，开展具有国际先进水平的速冻鱼糜制品品质变化机理及品质控制技术、速冻鱼糜加工关键技术等课题的研究。

5、技术中心主要建设内容

（1）食品检测平台建设

公司坚持“食品安全”与“品质卓越”两大原则，进行鱼糜制品生产过程安全性检测和质量控制。主要通过以下三方面的研究，在鱼糜制品加工质量安全控制方面进行全面质量控制：

①进行原料产地的认证，GAP认证和有机食品认证，保障原料的质量与安全性。为保证水产品的食用安全和质量，重视鱼糜原料原产地渔业环境的保护和监测、鱼类及贝类的净化、有毒物质的检测技术和有害物质残留量限量标准等的研究，制定有关标准，逐步完善安全控制技术，提高产品的质量。

②建立科学、实用的鱼类标准体系、技术规范、检测方法、关键控制体系，标准内容覆盖渔业资源、环境、养殖、加工等各个领域，逐步与世界渔业标准接轨，达到世界先进水平。

③普遍采用基于HACCP的食品安全保证体系。

（2）鱼糜及其制品开发平台建设

突破鱼糜蛋白的抗氧化技术、蛋白弹性技术、保水性能技术等，制成高品质的鱼糜制品；研发满足消费者需求的新型鱼糜制品，如研发具有市场潜力的鱼糜仿生食品、调理食品、即食产品、风味产品、保健食品等高附加值产品等。

进行绿色食品鱼糜制品研发平台的建设，在鱼糜制品加工过程中，按绿色食品的生产操作规程，生产出无污染、安全、优质的营养食品，以满足消费者对食品高蛋白、低脂肪、营养保健、方便等要求；不断开发鱼糜制品绿色食品市场，促进鱼糜制品加工技术研究成果的转化，实现经济效益最大化。加大淡水鱼的开发利用，提高其利用程度，研发淡水高附加值的鱼糜制品。

（3）鱼糜产品循环经济研究平台建设

以资源高效利用和循环利用为核心，以“3R”为原则（即减量化Reduce、再使用Reuse、再循环Recycle），以低消耗、低排放、高效率为基本特征，以生态产业链为发展载体，以清洁生产为重要手段，推行循环经济，实现物质资源的有

效利用和经济与生态的可持续发展。

重点解决骨钙制剂、鱼油制品尤其是DHA和EPA制品、胶原蛋白制品、牛磺酸制品以及海鲜调味品等生产技术，同时解决富含蛋白质、鱼油等活性成分的鱼资源综合利用，提高利用价值，生产高附加值的产品；利用蛋白食品重组技术、保健品开发技术加工风味鱼精、蛋白胨、肽、鱼粉等。

（4）保鲜技术、食品冷藏和冷链技术平台建设

研究新型保鲜技术，加强原料鲜活管理，开发高品质的鱼糜；采用“栅栏”技术研究微生物、水分和保藏期的关系，配以HACCP管理技术，开发高水分鱼糜产品加工和保藏技术。

在已有成果的基础上，以节约速冻加工能源、降低加工成本、减小速冻冰晶对生物组织细胞的破坏、提高速冻食品品质为主要目标，重点解决冷冻介质、速冻设备以及在海水鱼保真保鲜加工中的应用技术、新含气调理肉制品的保鲜加工技术的研究应用等；开发一套海水鱼保真保鲜集成技术，并形成中试规模，保证鱼糜原料的品质。

（5）食品工程和生物技术的开发与运用平台建设

构建食品科学与工程研究平台，将现代生物技术，如酶技术、微生物技术、酶解技术、生物杀菌技术、蛋白技术等，应用到鱼糜制品的研发中，突破食品风味技术、弹性、乳化性能等，研究不同风味的鱼糜制品，以满足不同生活习俗、不同口味的消费者的需求，提高制品的质量，得到高附加值的产品。

6、拟重点研发的项目或产品

序号	项目或产品名称及项目主要内容	所属平台或领域
1	海鲜风味分析与鱼精调味料的制备技术（以海鱼及下脚料等资源为原料，在对海鲜香味物质进行深入分析的基础上，采用生物工程技术，研发出鱼精产品。）	鱼糜产品循环经济研究平台、食品生物技术平台
2	淡水鱼糜开发及制品加工制备技术（重点解决脱腥和二次凝胶技术，使淡水鱼糜适用于产业化开发。）	鱼糜及其制品开发和应用
3	新含气食品保鲜技术（结合栅栏技术与充氮包装工艺，通过多阶段快速升温 and 两阶段急速冷却的温和式杀菌技术，研制出既能使制品各项指标符合相关的标准，又能保证制品常温保存期达 1 年以上的新一代保鲜技术。）	食品保鲜技术
4	高倍肉精膏研发（以生产中的下脚料为主，采用先进的生物工程技术，深度提取，研发出适用于鱼丸、香肠的肉味香精，突出丰富的肉香味，改善产品风味特征。）	鱼糜产品循环经济研究平台、食品生物技术平台
5	新型冷冻鱼糜抗冻剂及应用技术（鱼糜及鱼糜制品在冷冻保存过程中，品质有不同程度的下降。本项目主要开展机理研究、确定影响品质的因素，研发出适合不同品种的抗冻剂。）	鱼糜及其制品开发和应用
6	水解蟹肉蛋白技术的二次开发与应用（利用木瓜蛋白酶水解蟹壳及蟹脚中的残肉，通过反应将其改善为蟹肉水解液、再通过高温处理提高水解率。本技术采用多种蛋白酶对蟹壳及蟹肉做充分的水解，将两种蛋白酶复合使	食品生物技术平台

	用，对蟹肉水解后提纯，生产鲜味剂。)	
7	大豆蛋白技术的二次开发与应用（利用大豆分离蛋白的特性加以油脂和水进行高速斩切乳化，使其从干粉状变为固体豆腐状，这样有利于在产品中添加，避免了添加大豆分离蛋白干粉搅拌不均匀及保水、保油性能差的问题，有效提高了蛋白的使用效果。）	食品生物技术平台

7、建设方案

经专业机构设计后对现有建筑物进行二次装修以及相关的配套设施建设，主体做为鱼糜制品加工工程化研发和成果转化用房，并与现有市级企业技术中心衔接和兼容，附属配套设施齐全；建设完成后，技术中心达到734.48平方米，主要包括核磁室、质构室、食品安全和质量检验与控制及中试间等，具体用房计划如下表：

序号	名称	建筑面积（单位㎡）
1	原料室	13.70
2	配料室	10.20
3	核磁室	15.70
4	质构室	15.90
5	食品安全与检测中心	24.40
6	食调室	13.70
7	资料室	16.30
8	杀菌间	20.00
9	储备间	15.00
10	中试间	391.00
11	冷库	36.50
12	更衣室一	25.00
13	更衣室二	25.00
14	配电间	20.00
15	供水间	22.00
16	参观通道一	35.04
17	参观通道二	35.04
合 计		734.48

8、主要仪器设备

（1）食品安全与检测平台

序号	名称	型号	价格(万元)	数量(台/套)	小计(万元)
----	----	----	--------	---------	--------

1	自动定氮仪	B-339/K-435	23	1	23
2	自动电位滴位仪	716DMS	8.5	1	8.5
3	原子吸收分光光度计	Solaar S4	35	1	35
4	液相色谱仪	Breeze 系统	36	1	36
5	气相色谱仪	7890	27.5	1	27.5
6	自动脂肪测定仪	Soxtherm	16	1	16
7	食品色差仪	ColorQuest XE	10	1	10
8	食品质构分析仪	T-2000 型物性分析仪	35	1	35
9	高剪切分散均质机	PT2100	3.5	1	3.5
10	液压升降篮式研磨机	AFF-D 系列	6	1	6
11	电子天平	BS200S-WE1, 1mg	2.5	1	2.5
12	微量电子天平	BS110S, 0.1mg	3	1	3
13	马弗炉	FB1300/ FB1400	6	1	6
14	荧光分光光度计	RF-5300Pc	21	1	21
15	纤维测定仪	2010	35	1	35
16	粘度仪	DV-E	15	1	15
17	微型低场核磁共振成像分析系统	MicroMR	135	1	135
18	冷冻干燥机	C10741	24	1	24
19	可调量程移液器	100-1000ul 500-5000 量程	2	1	2
20	电子鼻	FOX 型	50	1	50
小计		-	-	-	494

(2) 鱼糜及其制品开发平台

序号	名称	型号	价格 (万元)	数量 (台/套)	小计 (万元)
1	试验微型鱼糜生产线		135	1	135
2	实验用斩拌机	ZB-20L	9.5	1	9.5
3	实验用真空滚揉机	RZ-150L 型	5.5	1	5.5
4	万能包馅机	N208 型	25	1	25
5	全自动电加热油炸机	YZ-10 型	4.5	1	4.5
6	德国威马格灌肠机	HP7E	65	1	65
7	德国保利卡打卡机	FCA3442	50	1	50
8	瑞典伊诺泰克乳化机	225CD-110/132D	45	1	45
小计		-	-	-	339.5

(3) 循环经济资源回收利用平台

序号	名称	型号	价格（万元）	数量（台/套）	小计（万元）
1	食品恒温解冻室	2*3*2.5M	8	1	8
2	颗粒制冰机	10kg/h	1.5	1	1.5
3	高效万能粉碎机		15	1	15
4	酶解反应罐	500L	3	1	3
5	多功能提取系统	500L	10	1	10
6	双效浓缩系统	200KG/H	13	1	13
7	喷雾干燥机	10KG/H	10	1	10
8	微型隧道式蒸煮机	自动控温	14	1	14
9	微型隧道式单体速冻机	SSD 型	18.5	1	18.5
10	包装机	600 型	10.5	1	10.5
11	实验室用齿轮灌肠机	实验型	1	1	1
小计		-	-	-	104.5

(4) 食品保鲜与冷链平台

序号	名称	型号	价格（万元）	数量（台/套）	小计（万元）
1	超滤系统	Series8000	7	1	7
2	冰水制冷系统	3t/h	3.5	1	3.5
3	供水系统		15	1	15
4	供电系统	变压器及配电柜	50	1	50
5	风淋室	40B 型	1.5	1	1.5
6	实验室空调系统	自制	20	1	20
7	实验室通风系统	自制	30	1	30
8	冷藏库一	自制	50	1	50
9	冷藏库二	自制	50	1	50
小计		-	-	-	227

(5) 食品工程和生物技术开发与运用平台

序号	名称	型号	价格（万元）	数量（台/套）	小计（万元）
1	蒸馏水发生器	YD. ZD-120	0.3	1	0.3
2	分光光度计	726 型	1.5	1	1.5
3	紫外可见分光光度计	微机型 753B1	1.5	1	1.5
4	智能生化培养箱	SPX-250	2.2	1	2.2
5	超净工作台（2 人）	SW-CJ-1C	2	1	2

6	磁力搅拌器	BIG SQUID	1	1	1
7	冷藏箱	8620-200B	2.5	1	2.5
8	酸度计	PHS-25	2	1	2
9	旋涡混合仪	Vortex-Genie 2	1	1	1
10	小型蒸汽发生器	10kg/小时	2	1	2
11	糖度计	H-80	0.5	1	0.5
12	菌落计数仪	V2 型	4.5	1	4.5
13	显微镜	XSP-16A	0.5	1	0.5
14	超声波清洗器	HS20500D	1.5	1	1.5
15	电热恒温干燥箱	E-级模式, 360L	2.6	1	2.6
16	冷冻培养箱	ICP600 型: 256L	8.5	1	8.5
17	干燥箱	TR60-TR240 系列	3	1	3
18	多功能温湿度仪	德图 650 型	1.5	1	1.5
19	小型超能粉碎机	RT-08	0.45	1	0.45
20	高压灭菌器	CL-32L	6.15	1	6.15
21	数显粘度计	SNB-1	1	1	1
22	数显搅拌器	RW20NZM.N130W (显示转速)	1.8	1	1.8
23	旋转蒸发器	RE52-98	2	1	2
24	冷热可调循环式恒温水浴	DC0515(15L)	2.5	1	2.5
25	水分测定仪	AD-4714	2	1	2
26	台式高速冷冻离心机	2-15--8K10	9	1	9
27	超低温冰柜	DFGudero-450	14	1	14
28	电子鼻	PEN3	38	1	38
29	自动高压灭菌锅	YXQ—LS-30SII	0.8	1	0.8
30	日本鱼糜弹性仪	SD-700DP	50	1	50
31	金属探测仪		28	1	28
小计		-	-	-	194.3

9、项目环保

(1) 环境保护标准

《大气污染综合排放标准》GB16297-1996二级标准;《大气环境质量标准》GB3095-1996二级标准;《污水综合排放标准》GB8978-1996;《生活污水排放标准》。

(2) 项目可能存在的环保问题及处理方案

本项目生产活动主要为研发和中试, 总体对环境影响微小。本项目运营期间主要污染源及环保措施如下表所示:

污染源	防治措施
实验室、中试车间废水	经污水池收集初沉后进污水处理站处理
生活污水	经化粪池处理后进污水处理站处理
污水池异味	污水池加盖密闭，及时清理沉渣
设备噪声	对大型中试设备安装消声器和隔声罩
生活垃圾	设计垃圾投放桶、回收筒、贮存筒、危废专用容器等
污水池沉渣	及时运至垃圾处理场

(3) 环保部门的意见

福州市环境保护局对本项目的环保情况进行了审查并出具审查意见，同意本项目建设。

10、项目的选址

本项目建设地址选择在位于福州金山开发区建新北路150号的本公司金山分厂厂区综合楼共计734.48平方米的空置场所进行规划与建设；项目所在大楼已取得榕房权证R字第0651788号房产权证，对应的土地使用权证为榕国用（2006）第00034200266号。

11、新增研发支出对未来经营成果的影响

(1) 公司募投项目产生的效益可以消化研发支出增加的影响

根据福州市食品工业研究所出具的项目可行性研究报告，技术研发中心建成后一年产生的成本费用主要包括固定成本费用及外购原材料费用，固定成本费用共约493万元，其中：工资及福利费用约190万元，动力和水电费约20万元，维修费用约30万元，年折旧费用约153万元，其他费用约100万元；外购原材料费统一由公司核算视研发计划另定。

东山项目达产后，公司新增年销售收入40,200万元，新增净利润4,250万元，研发支出增加不会对公司未来经营业绩产生重大不利影响。

(2) 技术研发中心建成后将产生显著的经济效益

①直接经济效益

技术研发中心建成后，直接经济效益主要来自于鱼糜制品加工技术的改进与革新、新型鱼糜制品食品的研发以及推行循环经济所带来的经济效益。

A. 通过开发新的含气保鲜技术，采用原材料的灭菌化处理、充氮包装和多阶段升温的温和式杀菌方式，能够比较完美的保存烹饪食品的品质和营养成分，食

品原有的色泽、风味、口感和外观几乎不发生改变；不仅解决了高温高压、真空包装食品的品质劣化问题，也克服了冷藏、冷冻食品的货架期短、流通领域成本高等缺点，减少因品质劣化、外观、口感等造成的损失，大大节约了原料及冷藏成本。

B. 通过开发出不同风味的新型鱼糜制品产品，丰富产品系列，最大限度地实现鱼糜原料的综合利用，提高应用价值，实现经济、生态效益的双赢。

C. 通过鱼糜产品循环经济的研究，开发鱼香精加工技术，通过酶解反应，将鱼资源综合利用开发后制得鱼香精。鱼糜加工过程中需要使用鱼香精等调味产品，通过本技术可以实现鱼资源的综合利用，供公司自身使用的同时也可对外销售。

D. 通过开发生物技术，可以提升鱼糜及其制品的凝胶及产品细密度，有效提升产品品质。

②间接经济效益

通过建立针对性强的食品安全体系及质量控制体系，有利于提高我国海水鱼加工食品的安全性及加工品质；通过建立地方标准，将技术研发中心的成果作为社会的共享资源提供给其他企业，提高全行业的质量控制水平。

技术研发中心的建设将对我国水产品加工尤其是鱼糜制品加工技术产生积极影响，有效提高水产品加工技术水平，提高原料利用率，通过不同层次加工利用，可使水产品增值50%以上，使公司有能力实现“一条鱼”的价值最大化。

综上，研发支出增加不仅不会对公司未来盈利能力造成重大不利影响，还将促进公司经营效率的提高。

三、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司净资产和每股净资产将大幅增加，公司规模和实力增强，从而提升公司后续持续融资能力和抗风险能力。

（二）对资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，资产负债率将有所降低，这将对优化公司财务结构起到积极作用，公司利用财务杠杆融资的能力将进一步提高。本次募集资金项目投入生产后，预计流动资金需求会相应增加，公司可通过

贷款来补充生产流动资金。

（三）对净资产收益率和每股收益的影响

由于募集资金难以在短期内产生效益，因此发行后公司的每股收益和净资产收益率将会下降。但随着募集资金投资项目的实施和获利，公司净资产收益率和每股收益将得到有效提升。

（四）对盈利能力的影响

本次募集资金投资项目经过公司详细的市场调研，具有广阔的市场前景；项目顺利实施后，对于公司的市场开拓、技术提升、生产能力、产品质量都有较大幅度的提高，从而进一步改善公司的产品结构，提高公司的盈利能力。

（五）固定资产折旧增加对公司盈利能力的影响

本次募集资金投资的三个项目固定资产投资总额为13,826万元，按公司现行固定资产折旧政策，项目建成后新增固定资产年折旧998万元，若本次募集资金投资项目能够顺利投产并实现预期收益，上述新增折旧不会对公司盈利能力构成不利影响。

募投项目折旧情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	房屋建筑物		机器设备		合计	
	投资总额	年折旧额	投资总额	年折旧额	投资总额	年折旧额
东山项目	4,988	158	5,600	532	10,588	690
营销项目	-	-	1,629	155	1,629	155
技术中心	-	-	1,619	153	1,609	153
合计	4,988	158	8,838	840	13,826	998

第十四节 股利分配政策

一、发行人报告期内股利分配政策及实际股利分配情况

（一）报告期内股利分配政策

根据公司《公司章程》，公司税后利润按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度的亏损。
- 2、提取法定公积金。公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。
- 3、经公司股东大会批准后提取任意公积金。
- 4、支付股东股利。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的公司股份不参与分配利润。
- 5、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利的派发事项。

（二）报告期内实际股利分配情况

2009年5月20日，公司召开2008年度股东大会，审议并通过了《2008年度利润分配预案》。2008年度分配方案如下：以2008年末总股本5,300万股为基数，每股派发现金红利0.05元（含税）。

2010年2月22日，公司召开2009年度股东大会，审议并通过了《关于2009年度利润分配的预案》。2009年度分配方案如下：以2009年末总股本5,300万股为基数，每股派发现金红利0.08元（含税）。

2011年4月2日，公司召开2010年度股东大会，审议并通过《关于2010年度利润分配的预案》。2010年度分配方案如下：以2010年末总股本5,300万股为基数，

每股派发现金红利0.10元（含税）。

2012年4月5日，公司召开2011年度股东大会，审议并通过《关于2011年度利润分配的预案》。2011年度分配方案如下：以2011年末总股本5,300万股为基数，每股派发现金红利0.10元（含税）。

二、本次发行后股利分配政策

（一）公司利润分配政策制定时的主要考虑因素及已经履行的决策程序

在制定利润分配政策时，公司着眼于长远的可持续发展，综合了公司实际经营情况、未来发展目标、股东意愿和要求、社会资金成本和外部融资环境等因素，特别是在充分考虑和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿的基础上，不仅考虑了投资者持续、稳定、合理的投资回报，而且充分考虑了公司未来经营发展过程中的资金需求因素，从而对股利分配做出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

公司的利润分配政策议案已经全体独立董事、监事会和董事会表决通过，并提交公司2011年第一次临时股东大会和2012年第一次临时股东大会决议通过。2012年5月29日，公司召开第三届董事会第七次会议审议通过《关于修订〈福建腾新食品股份有限公司章程（草案）〉（上市后适用）的议案》，按照中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》对公司的利润分配政策进行了进一步的完善，2012年6月15日发行人2012年第三次临时股东大会通过了上述议案。

（二）公司利润分配政策具体内容

1、公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份数额获得股利和其他形式的利益分配。公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配政策应保持连续性和稳定性。

2、公司采用现金或股票方式分配股利，可以进行中期现金分红。

3、公司年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，公司应当以现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润不少于该年实现的可分配利润的百分之二十。

公司应坚持现金分红为主这一基本原则。若公司快速成长，公司认为其股票价格与公司的股本规模不匹配时，可以在按照前项规定进行现金分红后仍有可供

分配利润的条件下，采取股票股利的方式予以分配。公司采取股票股利分配方式时应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相匹配，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

4、利润分配预案应以全体股东获得持续、稳定、科学的回报为基础，由公司董事会负责制定，并应充分征求独立董事与外部监事的意见，最后由股东大会负责审批，具体决策程序如下：公司董事会应于年度报告或半年度报告公布后两个月内，根据公司的利润分配规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资金使用需求、以前年度亏损弥补状况等因素，以实现股东合理回报为出发点，制订公司当年的利润分配预案，并事先征求独立董事和监事会的意见。利润分配预案经二分之一以上独立董事以及二分之一以上监事同意后，并经全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议。出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决同意的，即为通过。

在公司当年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，董事会应当作出现金分红预案。在符合前项规定现金分红条件的情况下，董事会根据公司生产经营情况、投资规划和长期发展等需要，未作出现金分红预案的，董事会应当做出详细说明，公司独立董事应当对此发表独立意见。提交股东大会审议时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。此外，公司应当在定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

5、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

6、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，由全体独立董事及监事会同意并经公司董事会审议后方可提交公司股东大会审议，在股东大会提案中应详细论证和说明原因，利润分配政策变更的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

本次发行后，公司将继续实行持续、稳定和积极的利润分配政策，遵循给予投资者合理投资回报并兼顾公司可持续发展的原则，采用现金、股票或者法律允许的其他方式向股东分配利润，并承诺每年以现金方式分配的利润不少于当年实

现的可分配利润的20%。根据公司 2012年第一次临时股东大会审议通过的《未来三年股东分红回报规划》，公司计划未来三年每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%，同时，公司也将根据分配当年的实际经营状况，在上述现金分配比例基础上，提升现金分配比例或另行增加股票股利分配和公积金转增。

三、本次发行前滚存利润的分配方案

公司于 2011 年 5 月 8 日召开了 2011 年第一次临时股东大会，审议通过了本次发行前滚存利润的分配方案，同意公司本次发行前滚存的未分配利润，由公司首次公开发行股票后登记在册的所有股东按照发行后持股比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，根据《公司法》、《证券法》、中国证监会《上市公司与投资者关系工作指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司投资者关系管理指引》、公司章程及其他有关法律、法规的规定，公司制定了《信息披露管理制度（草案）》及《投资者关系管理制度（草案）》。

本公司负责信息披露和协调投资者关系的部门：董事会办公室

主管负责人：刘锦德

电话：0591-88202235

传真：0591-88202231

电子邮件：zqb@tengxinfoods.com.cn

二、重大合同

截至本招股说明书签署日，本公司签署的重要合同合法有效，不存在潜在风险和纠纷，合同履行不存在法律障碍。本公司正在执行的标的金额 500 万元以上的重大合同情况具体如下：

（一）借款、授信、保证、抵押、质押和承兑合同

1、2011年12月29日，发行人与厦门国际银行福州分行签订《综合授信额度合同》（编号：GRF11105），厦门国际银行福州分行向发行人提供额度总金额1,000万元的综合授信额度，额度可用于资金营运周转、开立银行承兑汇票及汇票项下的付款，额度有效期为2011年12月29日至2012年12月29日。

2、2011年10月18日，发行人与中国光大银行股份有限公司福州分行签订《综合授信协议》（编号：GDSSZ1108），授信人中国光大银行股份有限公司福州分行向发行人提供最高授信额度为8,000万元的一般贷款授信额度，最高授信额度有效使用期限为2011年10月至2012年10月。

3、2011年10月18日，发行人、东山腾新和舟山腾新分别与中国光大银行股份有限公司福州分行签订了《最高额抵押合同》（编号：GDSSZ1108D01）、《最高额抵押合同》（编号：GDSSZ1108D02）、《最高额保证合同》（编号：GDSSZ1108B01），其中发行人以“榕房权证R字第0651788号”房产证项下的厂房作为抵押物，东山腾新以“东房权证东字第028079号”房产证项下的厂房作为抵押物，舟山腾新以提供连带责任保证的形式，共同为发行人与中国光大银行股份有限公司福州分行签订的《综合授信协议》（编号：GDSSZ1108）的履行提供担保。

4、2012年5月17日，发行人与交通银行股份有限公司福建省分行签订《综合授信合同》（编号：3512202012C000000900），交通银行股份有限公司福建省分行向发行人提供14,285万元的综合授信额度，额度可用于人民币流动资金贷款或开立银行承兑汇票，其中人民币流动资金贷款的额度为5,000万元，开立银行承兑汇票的额度为14,285万元，贷款或汇票的到期日不迟于2013年6月23日。

（二）销售合同

1、商超框架合同

序号	商超名称	合同期限
1	武汉中百连锁仓储超市有限公司	2011.9.1-2012.8.31
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	2008年6月15日后持续有效
3	锦江麦德龙现购自运有限公司	2007年6月22日后持续有效
4	广州易初莲花连锁超市有限公司	2011年1月1日后持续有效
5	乐购商业集团所属门店	2011年1月1日后持续有效

2、经销商框架合同

公司与经销商签署的合同均为年度框架合同，合同中对双方的权利义务作了明确规定。同时为了激发经销商的积极性，公司在合同中规定经销商在完成一定的销售金额（基础目标金额，为含税金额）后，可享受一定比例的返利奖励，有关合同的具体情况如下：

序号	经销商名称	合同期限	基础目标金额（万元）
----	-------	------	------------

序号	经销商名称	合同期限	基础目标金额（万元）
1	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	2012. 4. 1-2013. 3. 31	4, 100
2	成都市鑫顶峰食品有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	4, 000
3	北京市西南郊一都水产经营部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	4, 000
4	上海誉珑食品销售有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	2, 750
5	杭州市农副产品物流中心冷冻食品交易市场洪河干冻水产食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 500
6	上海龙汉实业有限公司（原诺亚副食品配送服务社）	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 000
		2012. 4. 1-2014. 3. 31	500
7	回民区美胜欣副食水产经销部（原洪梅水产肉食经销部）	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 400
8	南京海泰隆有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 350
9	天津市南开区南洋水产经营部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 320
10	义乌市笑风食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 200
11	太原市小店区并唐泰丰水产批发部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 120
12	哈尔滨市南岗区万福食品经销部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 100
13	大连泰连商贸有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 100
14	唐山市路南小周食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 040
15	哈尔滨鹏程食品有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 000
16	漳州市芗城区志豹冷冻店	2012. 4. 1-2013. 3. 31	1, 000
17	许昌市金尚商贸有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	960
18	南京贵贷冷冻食品经营部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	870
19	南通市文峰饭店有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	840
20	上海杰而成食品有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
21	济南市历城区源汇水产食品经营部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
22	合肥东立食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
23	南昌彤业食品有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
24	青岛福盛祥商贸有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
25	西安柯宇食品有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
26	福州青和食品配送有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	800
27	福州市马尾区神蝶贸易商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	720

序号	经销商名称	合同期限	基础目标金额（万元）
28	莆田市城厢区鑫丰贸易有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	700
29	嘉兴市乍浦镇安群调味商店	2012. 4. 1-2013. 3. 31	700
30	宽城区农贸水产大市场新王氏水产批发部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	650
31	普宁市流沙久利食品经营部（原普宁市流沙西河食品经营部）	2012. 4. 1-2013. 3. 31	650
32	汕头市龙湖区福铭荃食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	650
33	桐乡市梧桐振东阿泉副食品商行（原桐乡市副食品批发市场阿泉副食品商行）	2012. 4. 1-2013. 3. 31	650
34	大同市康圆市场宏顺水产经销部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	640
35	宽城区农贸水产大市场凯普特水产批发部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	640
36	乌鲁木齐市沙依巴克区玉峰水产经营部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	640
37	嘉峪关东路世盛水产经销部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	640
38	汤花云	2012. 4. 1-2013. 3. 31	600
39	无锡市昇腾副食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	600
40	上海市普陀区佳诚百货经营部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	600
41	宁波市鄞州中河中溪食品商行	2012. 4. 1-2013. 3. 31	600
42	苏州宝泰鸿食品有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	560
43	石家庄盛聚源商贸有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	520
44	保定市茂源水产经销部	2012. 4. 1-2013. 3. 31	520
45	南平市龙兴贸易有限公司	2012. 4. 1-2013. 3. 31	500

注：上海龙汉实业有限公司 2012 年合同年度除了常规年度经销合同以外，还签了一份专营合同，专营内容为：餐饮渠道专供蟹肉棒和千层豆腐等 5-6 个品项。

（三）采购合同

序号	对方单位名称	合同标的	合同期限
1	内江市兴发肉类食品有限公司	猪肉产品	2011. 9. 1-2012. 8. 31
2	梧州神冠蛋白肠衣有限公司	肠衣	2012. 1. 1-2012. 12. 31
3	四川金忠食品股份有限公司	猪肉产品	2012. 6. 1-2013. 5. 31
4	福州市仓山区凌志塑料厂	包装袋/膜	2012. 1. 1-2012. 12. 31
5	连云港福润食品有限公司	猪肉产品	2012. 6. 1-2013. 5. 31
6	广西农垦明阳生化集团股份有限公司	淀粉	2011. 10. 1-2012. 9. 30

7	莱州市成达食品有限公司	鸡鸭产品	2011. 12. 12-2012. 12. 31
8	静宁县四海食品有限公司	牛肉	2011. 10. 28-2012. 12. 31
9	临沂沂蒙成达食品有限公司	鸡肉产品	2012. 8. 1-2013. 7. 31
10	平昌县六和发达食品有限公司	鸭皮、鸭肉	2012. 1. 1-2012. 12. 31
11	福州皇冠食品有限公司	豆油	2012. 1. 1-2012. 12. 31
12	河北鑫丰肠衣食品有限公司	肠衣	2012. 1. 1-2012. 12. 31
13	山东呱呱鸭制品有限责任公司	鸡鸭产品	2012. 8. 1-2013. 7. 31
14	滨州汇泰和美食品有限公司	鸡肉产品	2012. 3. 12-2013. 3. 31
15	三明百事达淀粉有限公司	淀粉	2012. 4. 1-2013. 3. 31
16	山东御馨豆业蛋白有限公司	组织蛋白、大豆分离蛋白	2012. 4. 1-2013. 3. 31
17	杭州普罗星淀粉有限公司	淀粉	2012. 5. 1-2013. 4. 30
18	潍坊中粮禽业发展有限公司	鸡肉产品	2012. 7. 2-2013. 12. 30

(四) 物流合同

序号	对方单位名称	合同期限
1	福州福鑫物流有限公司	2012. 6. 1-2013. 5. 31
2	福建泽通物流有限公司	2012. 6. 1-2013. 5. 31
3	福建浩嘉冷链物流有限公司	2012. 6. 1-2013. 5. 31
4	余江县华安物流有限公司石狮分公司	2012. 6. 1-2013. 5. 31

(五) 保荐协议与主承销协议

2011 年 5 月，本公司与国金证券股份有限公司签订了保荐协议与主承销协议，聘请国金证券股份有限公司作为本次股票发行的保荐机构及主承销商。

(六) 建设工程施工合同

2012 年 3 月 30 日，东山腾新与福建省宏晟建工有限公司签订《建设工程施工合同》，约定福建省宏晟建工有限公司为东山腾新厂房扩建项目提供土建及安装工程服务，工程规模约 56,000 平米，合同金额为 6,889.70 万元，合同工期为日历天数 360 天。

三、公司对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保情况。

四、诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司没有对财务状况、经营成果、声誉、业务活动或未来前景等可能产生较大影响的诉讼、仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东及实际控制人、控股子公司，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有尚未了结的作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

本公司控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

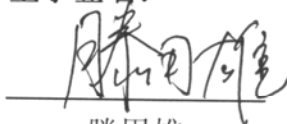
本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无涉及刑事诉讼的情形。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

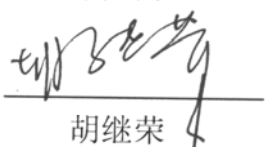
董事签名：



滕用雄



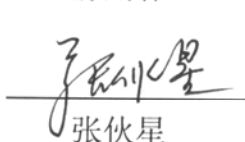
朱大为



胡继荣



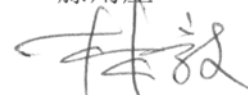
滕用伟



张伙星

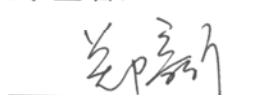


滕用庄



林毅

监事签名：



郑宗行

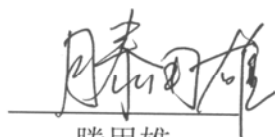


林天山

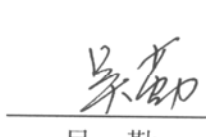


周瑾

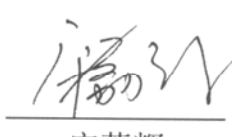
高级管理人员签名：



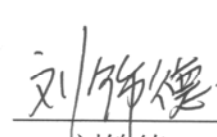
滕用雄



吴勤



宋荔辉



刘锦德



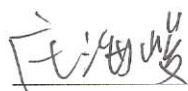
保荐人（主承销商）声明

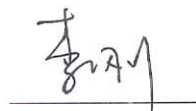
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

项目协办人：

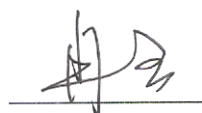

邓晓艳

保荐代表人：


庄海峻


李 刚


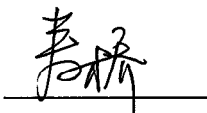
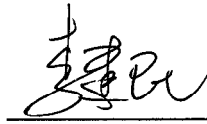
法定代表人：


冉 云



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要, 确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师签名:   
赵 梦 秦 桥 李建民

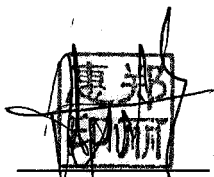
律师事务所负责人: 
张利国

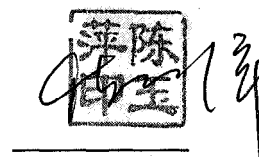


审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：


郑丽惠


陈玉萍

审计机构负责人：


林宝明

福建华兴会计师事务所有限公司

2012年9月21日

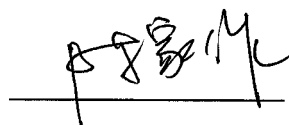
承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对公司在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：

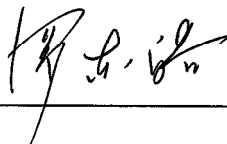


李德初



陈家作

资产评估机构负责人：



罗东皓

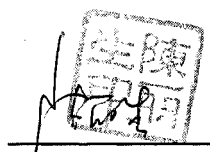


验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：


田光炜


陈丽生

会计师事务所负责人：


陈丽生


福建中信达会计师事务所有限公司

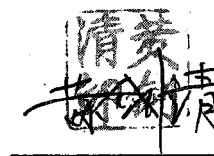


验资机构声明


本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：


陈丹立


黄剑清

会计师事务所负责人：


兰翠安

福建中诚信德有限责任会计师事务所



2012年9月21日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

郑丽惠

陈玉萍

会计师事务所负责人：

林宝明

福建华兴会计师事务所有限公司

2012年9月21日

复核验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的复核验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对公司在招股说明书及其摘要中引用的复核验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：



郑丽惠



陈玉萍

会计师事务所负责人：



林宝明

福建华兴会计师事务所有限公司

2012年9月21日



第十七节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，具体如下：

- （一）发行保荐书、发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间、地点

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9：30-11：30，下午 1：30-4：30

（二）查阅地点

1、发行人：福建腾新食品股份有限公司

联系地址：福州市仓山区金山工业区建新北路 150 号

联系人：刘锦德

电话：0591-88202235 传真：0591-88202231

2、保荐机构（主承销商）：国金证券股份有限公司

联系地址：上海市浦东新区芳甸路 1088 号紫竹国际大厦 6 楼

联系人：俞琳、陈钟林

电话：021-68826801 传真：021-68826800