

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于嘉必优生物技术（武汉）股份有限  
公司首次公开发行股票并在科创板上市  
申请文件的第二轮审核问询函的回复  
信会师函字[2019]第 ZE042 号

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于嘉必优生物技术（武汉）股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函的回复

信会师函字[2019]第 ZE042 号

上海证券交易所：

贵所出具的《关于嘉必优生物技术（武汉）股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（上证科审（审核（2019）418号）收悉。根据贵所提出的相关问题，本会计师事务所本着真实、准确、完整的原则，对贵所要求申报会计师核查的问题进行了审慎核查，现回复如下：

**问题 1**

**发行人及中介机构未按前次审核问询函的要求回答下列问题，请继续回答并说明首轮回复未回答全面的理由：**

请发行人：（1）进一步回答前次问询问题 9，《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》中列示了“多元不饱和脂肪酸如二十二碳六烯酸”为“4.4.4、海洋生物活性物质及生物制品”列示的重点产品，请发行人明确说明发行人收入占比较高的产品 ARA 是否属于重点产品，发行人的信息披露是否准确，请删除不准确的描述；（2）在核心技术人员简历中增加核心技术人员加入公司时间、任职变动等信息，并说明报告期内发行人核心技术人员是否发生变动；（3）继续回答前次问询问题 21，明确说明报告期各期各类主要产品对不同主要客户的销售价格对比及与市场公开价格的对比情况，主要原材料从不同主要供应商采购的价格对比及与市场公开价格的对比情况，结合相关价格情况分析购销价格的公允性；（4）进一步回复前次问询问题 24 中关于销售单价的变动情况，请发行人结合定价模式，按照不同销售模式、境内外销售等不同因素，充分定量分析销售单价的变动原因，而非仅做定性描述；（5）列示具体的销售价格数据重新回答前次问询问题 25，而非仅做定性描述，若因境内外销售等原因存在不可比的情况，请先进行分类再进行分析；请使用量化分析的方式，明确披露境

---

内外销售价格差异较大的具体原因及合理性；（6）披露境外销售的模式及销售产品内容相关数据；（7）继续回答前次问询问题 27，列表说明各种核查手段下对经销商及经销商最终销售的核查比例；（8）说明外协加工的货物流、资金流情况，是否涉及进出口业务，并结合上述情况进一步分析外协加工的业务实质是否属于经销或代销；（9）说明报告期内研发费用加计扣除金额的情况及与发行人研发费用的差异情况、差异原因，未申报加计扣除的研发费用对应的项目情况、发行人的研发费用中是否存在其他用途而非研发用途的费用，是否存在列报不准确的情况；（10）披露存货跌价准备计提比例显著高于可比上市公司的情况是否对发行人的生产经营产生不利影响、发行人未来的生产经营及产品前景是否存在不确定性，并揭示相关财务或经营风险。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

#### 一、公司说明及补充披露

（一）进一步回答前次问询问题 9，《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》中列示了“多元不饱和脂肪酸如二十二碳六烯酸”为“4.4.4、海洋生物活性物质及生物制品”列示的重点产品，请发行人明确说明发行人收入占比较高的产品 **ARA** 是否属于重点产品，发行人的信息披露是否准确，请删除不准确的描述

1、公司的 **ARA** 和 **DHA** 产品均属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》列示的重点产品

##### （1）国家发改委认定公司主要产品 **ARA** 和 **DHA** 属于重点产品

国家发展和改革委员会发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》“4、生物产业”之“4.4、生物制造业”之“4.4.3、特殊发酵产品与生物过程装备”将生物油脂列为重点产品。

2019 年 7 月 4 日，国家发展和改革委员会对嘉必优生物主要产品 **ARA** 和 **DHA** 进行了认定：“生物油脂主要指利用微生物转化等非传统高技术路线生产的油脂，公司（嘉必优生物）生产的多不饱和脂肪酸 **ARA**、藻油 **DHA** 从公开信

---

息看技术路线符合相关要求，属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016年版）中所述的生物油脂范畴。”

## **（2）根据中国生物发酵产业协会对生物油脂的解释和判定，公司主要产品ARA和DHA属于重点产品**

根据中国生物发酵产业协会 2019 年 6 月 10 日出具的证明：“国家发改委发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》中 4.4 生物制造产业项下 4.4.3 特殊发酵产品与生物过程装备中提出氨基酸、维生素、微生物制剂、生物色素、生物防腐剂、生物絮凝剂、微生物多糖、生物油脂、植物化学品、糖醇、核苷、功能肽、丙酮酸等新型发酵产品。其中生物油脂特指微生物油脂。微生物油脂是由酵母、霉菌、细菌和藻类等微生物在一定条件下利用碳水化合物、碳氢化合物和普通油脂为碳源、氮源、辅以无机盐生产的油脂。”

公司生产的 ARA 产品和藻油 DHA 产品系分别通过高山被孢霉及裂壶藻作为发酵菌种，辅以葡萄糖、酵母粉等原材料，以微生物发酵的方式生产而成的油脂产品，因此，公司的 ARA、藻油 DHA 产品属于生物油脂，属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》列示的重点产品。

## **2、发行人前期的信息披露准确**

### **（1）发行人前期信息披露情况**

发行人前期信息披露时，将 ARA 和藻油 DHA 均归类为《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》“4.4.3、特殊发酵产品与生物过程装备”下的“生物油脂”；此外，还将藻油 DHA 认定为“4.4.4、海洋生物活性物质及生物制品”下的“二十二碳六烯酸”。具体情况如下：

2017 年 1 月，国家发展改革委会同科技部、工业和信息化部等部门出台的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》，公司生产 ARA 和藻油 DHA 等生物油脂产品，属于该指导目录中“4、生物产业”之“4.4、生物制造产业”之“4.4.3、特殊发酵产品与生物过程装备”之“生物油脂”。

同时，根据《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》，公司 DHA 产品属于“4、生物产业”之“4.4、生物制造业”之“4.4.4、海洋生物

---

活性物质及生物制品”列示的重点产品。

## **(2) 发行人前期的信息披露准确**

公司主要产品 ARA 和藻油 DHA 均属于生物油脂，属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》列示的重点产品。

此外，藻油 DHA 的生产来源于海洋微藻，是基于现代生物技术，从海洋生物中获取海洋功能食品和生物制品。因此，藻油 DHA 既属于战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）中“4.4.3、特殊发酵产品与生物过程装备”下的“生物油脂”，又属于“4.4.4、海洋生物活性物质及生物制品”。

因此，发行人的主要产品 ARA 和藻油 DHA 均属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》列示的重点产品，信息披露准确。

## **3、发行人选择以生物油脂分类进行后续披露**

鉴于发行人 DHA 产品同时可归类于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》“4、生物产业”之“4.4.3、特殊发酵产品与生物过程装备”和“4.4.4、海洋生物活性物质及生物制品”。

为简化披露，将 ARA、DHA 产品保持一致的分类口径，公司选择以“4.4.3、特殊发酵产品与生物过程装备”之“生物油脂”进行后续披露。公司不再单独披露 DHA 产品属于“4、生物产业”之“4.4.4、海洋生物活性物质及生物制品”列示的重点产品。

**(二) 在核心技术人员简历中增加核心技术人员加入公司时间、任职变动等信息，并说明报告期内发行人核心技术人员是否发生变动**

报告期内，发行人的核心技术人员稳定，均一直在公司任职并负责和从事相关研发工作，公司核心技术人员未发生变动。

公司核心技术人员加入公司时间及任职变动信息容如下：

### **1、汪志明**

自 2004 年加入公司，历任公司的技术总监、总工程师、副总经理、常务副

---

总经理兼总工程师。

## **2、李翔宇**

自 2004 年加入公司，历任公司的工程师、实验室主任、技术部经理、生产运营经理，副总工程师、研发总监、副总经理。

## **3、陆姝欢**

自 2012 年加入公司，历任公司科技管理部经理、主任工程师、研发总监。

## **4、尚耘**

自 2004 年加入公司，历任公司的技术部经理、技术总监助理、工程部经理，江夏分公司总经理、生产总监、副总工程师。

## **5、肖敏**

自 2007 年加入公司，历任公司的研发工程师、高级研发工程师、资深研发工程师、主任工程师、应用技术总监。

上述核心技术人员的任职变动情况已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（四）核心技术人员”中进行补充披露。

**（三）继续回答前次问询问题 21，明确说明报告期各期各类主要产品对不同主要客户的销售价格对比及与市场公开价格的对比情况，主要原材料从不同主要供应商采购的价格对比及与市场公开价格的对比情况，结合相关价格情况分析购销价格的公允性**

### **1、影响公司向主要客户销售产品价格的主要因素**

报告期内，公司对不同客户的销售产品的价格存在差异，公司产品毛利率水平较高、境内外市场结构存在明显差异、行业准入门槛较高，给公司向不同区域、不同规模客户销售时实施差异化定价提供了基础，影响产品价格的主要因素有境内外市场差异、产品成本差异、客户采购规模和议价能力等，具体如下：

#### **（1）境内外市场差异**

---

报告期内，公司境外销售 ARA 产品的价格整体高于境内，公司 ARA 产品在境外市场的主要竞争对手为帝斯曼，其在国际市场上占据多数份额，境外市场中 ARA 产品售价较高，公司根据境外市场环境制定国外销售价格体系，整体高于境内的销售价格。与 ARA 产品不同，公司 DHA 产品在境内外市场价格差异主要与客户自身的议价能力相关。

### （2）产品成本差异

公司产品包括含量为 10%、15%的 ARA 粉剂，产品中 ARA 的含量越高，价格越高；粉剂产品由油剂产品加工而成，粉剂加工工序相对更多，产品成本更高，同等 ARA 含量下，公司 ARA 粉剂的价格高于 ARA 油剂产品。公司部分产品因客户特殊要求，工艺流程不同导致生产成本存在差异，在产品定价上存在一定差异。例如：公司 ARA 金粉为满足贝因美、蒙牛等客户原材料进口的需求，采取委托荷兰奇异鸟公司加工，ARA 金粉生产成本高于公司自身生产的其他粉剂类产品，因此销售价格相对较高。

### （3）客户采购规模和议价能力

采购规模越大的客户议价能力相对更强，公司对于采购规模较大的客户会适当降低销售价格，整体而言，客户采购量越高，公司销售价格越低。此外，公司综合考虑与客户的合作稳定性和客户信用情况，给予合作时间较长且信用良好的客户相对优惠的价格。

例如：蒙牛、伊利、飞鹤等企业综合实力较强，在行业内知名度较高，采购规模普遍较大，具有较强的议价能力。公司为了获得国内知名乳品客户的大额订单，巩固和提高公司市场份额，往往结合以前年度的销售价格和预计竞争对手报价情况而确定投标价格。

## 2、公司产品分主要客户销售价格差异分析

公司产品向历年前五大客户销售的价格已申请豁免披露。

### （1）ARA 精油

公司产品向前五大客户销售 ARA 精油的金额及价格已申请豁免披露。

---

1) 公司主要向嘉吉销售 ARA 精油，向其他前五大客户销售金额很少

报告期内，公司主要向嘉吉销售 ARA 精油，销售收入分别为 260.74 万元、587.39 万元、1,455.45 万元和 657.09 万元，向除嘉吉以外的其他前五大客户销售 ARA 精油的金额合计分别为 20.10 万元、1.92 万元、2.71 万元、0.40 万元，金额相对较小，其他前五大客户采购 ARA 精油主要用于新产品测试和实验，价格不具有可比性。此外，公司向嘉吉销售 ARA 精油价格一般高于向其他主要客户销售价格，主要原因为嘉吉经销终端客户全部位于境外，境外 ARA 价格体系明显高于境内，导致价格存在差异。

2) 公司向嘉吉销售 ARA 精油的价格大幅下降的原因

报告期内，公司向嘉吉销售 ARA 精油 2016 年平均价格较高，2017-2019 年上半年价格相对稳定，公司向嘉吉销售 ARA 精油的价格下降主要系达能的代工厂 Numega 采购价格较低及其他终端客户结构变化所致，其中，Numega 采购价格较低，但价格变化不大；嘉吉向其他终端客户销售金额较少，价格较高。

2017 年起，达能的代工厂 Numega 开始通过嘉吉采购 ARA 精油，由于达能境内子公司多美滋从 2005 年起向公司采购 ARA 产品，熟悉公司产品价格，且达能为国际知名食品企业，采购规模较大，经协商给予 Numega 较低的价格，因此，整体拉低了公司向嘉吉销售的平均价格。

(2) ARA10%粉剂

公司主要产品向前五大客户销售 ARA10%粉剂的金额及价格已申请豁免披露。

报告期内，ARA10%粉剂为公司销售收入最大的产品类型，公司向主要客户销售价格具有较大差异性，主要与境内外价格体系差异、与各个客户单独确认产品价格有关。

1) 境内外价格体系差异，向嘉吉的销售价格普遍高于国内企业销售价格

报告期各期，公司向嘉吉销售 ARA10%产品中，嘉吉境外经销收入占比分别为 93.50%、98.52%、99.22%和 98.64%，而境外 ARA 价格体系明显高于境



---

内，导致公司向嘉吉销售产品价格较高。公司 ARA 产品境内外价格差异原因详见本问询问题回复问题 2 之“二、公司说明”之“（一）境内销售和境外销售价格逻辑不同的原因，若对嘉吉的销售既涉及境内也涉及境外，请做分类比较”。

## 2) 向嘉吉的销售价格小幅下降

报告期各期，公司向嘉吉销售 ARA10%产品 2016 年和 2017 年价格相对稳定，2018 年至 2019 年上半年价格小幅下降。除了汇率影响因素以外，主要系向嘉吉终端客户新莱特的销售价格有所下降，以及新客户恒天然定价较低所致。

## 3) 向蒙牛、飞鹤、伊利、贝因美销售的价格差异缩小

公司定价策略包含差异化定价策略，向不同客户销售的价格有所差异。报告期内，公司向国内大客户蒙牛、飞鹤、贝因美、伊利的销售价格差异缩小。

### ①向蒙牛销售价格 2017 年大幅下降，此后产品价格基本稳定

2016 年度，公司向蒙牛售价较高，主要原因为蒙牛控股子公司君乐宝与公司处于 ARA10%粉剂产品合作初期，随着 2016 年君乐宝采购规模大幅提高，公司考虑其未来潜在采购需求，采取量大价优的原则。

公司向蒙牛及所属企业销售 ARA10%粉剂产品情况已申请豁免披露。

### ②向飞鹤、伊利、贝因美的销售价格小幅下降，销售价格不断趋近

公司对各个客户采取差异化定价策略，向不同客户销售的价格有所差异。公司与飞鹤、伊利、贝因美为长期合作伙伴，公司与各个客户单独协商或投标方式确定销售价格。报告期内，公司向飞鹤、伊利、贝因美销售的价格较为接近，且都有一定幅度下降，其中，由于飞鹤报告期初的价格相对较高，下降幅度略大。公司向飞鹤、伊利、贝因美销售 ARA10%粉剂产品情况已申请豁免披露。

## (3) ARA 金粉

公司向前五大客户销售 ARA 金粉的金额及价格情况已申请豁免披露。

---

ARA 金粉为公司向贝因美长期销售的主要产品之一，已形成稳定的供应关系。报告期内，公司向贝因美销售 ARA 金粉的价格基本稳定，由于公司产品成本有所下降，公司对贝因美的销售价格小幅下降。

2017 年度，蒙牛控股子公司旗帜公司开始采购 ARA 金粉产品，初期采购规模较小，因此公司对其定价相对较高，使得 2017 年度公司向贝因美和蒙牛销售价格差异较大。2018 年起，公司为鼓励蒙牛增加采购，对其大幅降价至贝因美售价水平，蒙牛采购亦呈现快速增长，公司向贝因美和蒙牛销售价格基本一致。

#### （4）DHA 油剂

公司向前五大客户销售 DHA 油剂产品的情况已申请豁免披露。

报告期内，公司向主要客户销售 DHA 油剂产品的金额分别为 2.14 万元、2.12 万元，1.25 万元和 0.41 万元，金额较小，前五大客户中的贝因美和飞鹤采购少量 DHA 油剂主要用于新产品测试和实验。

#### （5）DHA7%粉剂

公司向前五大客户销售 DHA7%粉剂产品的情况已申请豁免披露。

1) 随着 DHA 产品成本下降，为扩大市场份额，产品价格呈下降趋势

公司 DHA 产品起步相对较晚，目前处于市场规模快速增长阶段。报告期内，公司向主要客户飞鹤、贝因美、蒙牛销售 DHA7%粉剂的价格差异较小。随着公司 DHA 产品技术和工艺的不断成熟，成本逐步下降，产品毛利率快速提高，公司为扩大销售规模下调了 DHA 产品价格。

2) 公司向飞鹤、贝因美、蒙牛销售 DHA7%粉剂的价格非常接近

报告期各期，公司向飞鹤、贝因美、蒙牛销售 DHA7%粉剂的价格非常接近，价格差异程度一般不超过 5 元/kg。

#### （6）DHA10%粉剂

公司向前五大客户销售 DHA10%粉剂产品的情况已申请豁免披露。

1) 向蒙牛销售规模快速增长，销售价格明显下降

---

报告期内，公司向蒙牛销售 DHA10%粉剂产品的规模快速增长，同时销售价格快速下降。与向蒙牛销售 ARA10%粉剂的价格变化较为类似。2016 年度，公司向蒙牛销售 DHA10%粉剂的价格较高，主要原因为蒙牛控股子公司君乐宝与公司处于合作初期，随着 2016 年君乐宝采购规模大幅提高，公司采取量大价优的原则，从 2017 年开始大幅降低了向蒙牛销售 DHA10%粉剂产品的价格。

报告期内，公司向蒙牛销售 DHA10%粉剂金额分别为 348.20 万元、549.25 万元、829.63 万元和 580.82 万元，调价政策效果推动销售收入快速增长。

## 2) 向嘉吉销售规模增长较少，产品价格小幅下降

2016 年度，公司向嘉吉销售 DHA10%粉剂产品价格较低，主要原因为 DHA 产品系公司大力推广的新产品，为开拓境外市场从而定价相对较低。报告期内，公司向嘉吉销售 DHA10%粉剂产品价格分别为 255.27 元/kg、231.07 元/kg、217.26 元/kg 和 219.01 元/kg，价格小幅下降主要系公司 DHA 产品成本有所下降，为扩大市场规模，逐步下调了 DHA 产品价格。

## 3、公司各类主要产品价格情况同市场公开价格的对比

### (1) 公司主要产品缺乏公开市场指导价格

公司 ARA 和藻油 DHA 产品属于中间产品，系生产婴幼儿配方奶粉、膳食营养补充剂和健康食品的原材料，需要经下游企业生产后才能成为最终产品。

同时，公司 ARA 和藻油 DHA 产品生产企业数量相对较少，没有公开可以查询的市场价格，也没有可以参考的价格标准体系。公司结合产品往年的销售价格，通过成本导向原则、差异化定价原则等定价策略确定自身产品的价格。ARA 和藻油 DHA 产品生产企业的价格信息属于敏感商业信息，产品价格一般不愿意透露给竞争对手。

此外，公司下游蒙牛、伊利、飞鹤等客户的企业内控制度较为严格，不会透露各个供应商的价格差异。蒙牛、伊利、飞鹤等企业一般通过招标方式采购 ARA 和藻油 DHA，公司能够长期成为前述企业的供应商，产品价格符合市场化原则，具有竞争力和公允性。

## (2) 公司产品与竞争对手产品价格对比情况

公司产品价格与竞争对手产品价格对比情况已申请豁免披露。

## 4、报告期内，公司各类主要原材料从不同供应商采购的价格对比情况

### (1) 公司对于供应商的管理模式

公司建立了合格供应商管理制度，开发新供应商需经历：寻找潜在供应商、初步评估、样品检测和样品试验、现场考察、生产试验等多个环节后方可最终批准成为合格供应商，只有成为公司的合格供应商后，方可进入后续的招标、议价、采购的后续流程。公司建立了《合格供应商名录》，对于入围合格名录的供应商进行定期现场审核及年度评价。

公司采购原材料主要采用招标询价的方式，从确定的《合格供应商名录》中选取最终采购的供应商。一般而言，公司会选取 2 家以上的供应商进行采购，每季度或年度进行重新询价议价并确定最终采购价格。对于少部分品类的原材料，市场上符合公司原材料采购要求的合格供应商较少，公司仅选取了独家供应商进行采购。

### (2) 不同供应商之间的产品价格情况

报告期内，公司的主要原材料从各个供应商采购的价格对比情况如下：

单位：元/kg

序号	产品类别	供应商名称	平均单价			
			2019年 1-6月	2018 年	2017 年	2016 年
1	葡萄糖 (含葡萄糖浆)	嘉吉生化有限公司	3.47	3.21	3.01	2.67
		秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	2.83	2.93	2.99	2.58
		诸城东晓生物科技有限公司	2.86	2.87	2.96	2.72
		双桥(湖北)有限公司	1.85	2.00	1.89	-
		沂水大地玉米开发有限公司	1.88	1.92	-	-
		武汉中粮食品科技有限公司	1.88	1.90	1.89	-
		平均采购单价	<b>2.15</b>	<b>2.11</b>	<b>2.66</b>	<b>2.69</b>
2	乳糖	上海诺传食品贸易有限公司	13.82	10.29	12.82	13.68
		戴纬林国际贸易(上海)有限公司	-	7.52	-	8.63

		天津银河伟业进出口有限公司	10.00	8.43	9.80	7.83
		平均采购单价	<b>11.81</b>	<b>9.25</b>	<b>11.25</b>	<b>8.25</b>
3	酪蛋白酸钠	戴纬林国际贸易（上海）有限公司	60.15	65.59	70.23	62.34
		上海诺传食品贸易有限公司	56.03	56.03	-	-
		平均采购单价	<b>59.29</b>	<b>65.58</b>	<b>70.23</b>	<b>62.34</b>
4	维生素 C 钠	帝斯曼	36.73	61.43	48.13	29.71
		苏州双盈生物技术有限公司	36.91	53.91	-	-
		平均采购单价	<b>36.78</b>	<b>58.97</b>	<b>48.13</b>	<b>29.57</b>
5	酵母粉	宜昌振林科技有限公司	8.25	8.25	8.13	7.01
		浙江东成生物科技股份有限公司	8.70	8.58	8.55	-
		平均采购单价	<b>8.37</b>	<b>8.41</b>	<b>7.85</b>	<b>7.11</b>
6	葵花籽油 （含高油酸）	嘉吉粮油（南通）有限公司	-	9.71	9.61	9.24
		东莞嘉吉粮油有限公司	18.02	16.72	-	-
		上海辰浩生物技术有限公司	8.43	8.35	8.41	10.62
		平均采购单价	<b>10.03</b>	<b>9.98</b>	<b>9.54</b>	<b>9.29</b>
7	固体玉米糖浆	嘉吉生化有限公司	6.41	6.41	6.41	6.41
		平均采购单价	<b>6.41</b>	<b>6.41</b>	<b>6.41</b>	<b>6.41</b>

报告期内，公司向不同供应商采购的同类产品的价格存在一定的差异，主要原因为不同供应商提供的同类产品在产品品质、交付周期等方面存在部分差别，公司根据自身需求，在确保公司原材料供应的情况下，调整在不同供应商之间的采购比例。

### （3）公司采购原材料价格的公允性

报告期内，公司的主要原材料向不同的主要供应商采购价格存在一定的差异，主要原因如下：

#### 1) 葡萄糖

报告期内，公司采购的葡萄糖包括葡萄糖粉和葡萄糖浆两类，两类产品葡萄糖含量不同，在价格上存在一定的差异，具体情况如下：

单位：万元、元/kg

产品类型	主要供应商	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价

葡萄糖粉	嘉吉生化有限公司	2.66	3.47	21.28	3.21	43.91	3.01	198.53	2.67
	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	221.34	2.83	156.17	2.93	339.72	2.99	42.59	2.58
	诸城东晓生物科技有限公司	18.29	2.86	27.52	2.87	242.12	2.96	290.87	2.72
	<b>总采购额及平均单价</b>	<b>242.30</b>	<b>2.84</b>	<b>204.97</b>	<b>2.95</b>	<b>625.74</b>	<b>2.98</b>	<b>530.68</b>	<b>2.69</b>
葡萄糖浆	双桥（湖北）有限公司	194.39	1.85	53.26	2.00	119.31	1.89	-	-
	沂水大地玉米开发有限公司	152.29	1.88	359.08	1.92	-	-	-	-
	武汉中粮食品科技有限公司	31.87	1.88	196.61	1.90	42.52	1.89	-	-
	<b>总采购额及平均单价</b>	<b>378.55</b>	<b>1.87</b>	<b>608.95</b>	<b>1.92</b>	<b>161.83</b>	<b>1.89</b>	-	-

2017 年开始，公司改进生产工艺，逐步开始采用单价更低的葡萄糖浆替代部分葡萄糖粉的使用情况，由于葡萄糖浆的葡萄糖含量相对较低，平均价格低于葡萄糖粉。公司向双桥（湖北）有限公司和沂水大地玉米开发有限公司采购的产品主要为葡萄糖浆，因此采购单价相对较低。

报告期内，公司向各供应商采购葡萄糖粉的价格差异不大，2018 年以来，由于嘉吉葡萄糖粉价格较高，公司向嘉吉采购葡萄糖粉的金额大幅下降，具体原因详见本次问询回复问题 2 之“一、公司补充披露”之“（一）葡萄糖采购价格的差异原因，而非采购规模情况变动”。报告期内，公司向供应商采购葡萄糖浆的价格基本在 1.87 元/kg -1.92 元/kg 之间，价格差异较小。

## 2) 乳糖

报告期内，公司采购乳糖的单价有所波动，主要系向不供应采购单价和采购金额变化所致，相关情况如下：

单位：万元、元/kg

主要供应商	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
上海诺传	128.18	13.82	162.61	10.29	191.09	12.82	0.68	13.68
戴纬林	-	-	3.91	7.52	-	-	129.14	8.63
天津银河伟业进出口有限公司	95.09	10.00	200.15	8.43	127.85	9.80	33.29	7.83

总采购额及平均单价	243.06	11.81	387.91	9.25	349.25	11.25	177.42	8.25
-----------	--------	-------	--------	------	--------	-------	--------	------

上海诺传食品贸易有限公司（下称“上海诺传”）系丹麦阿拉公司的干混级（婴幼儿级）乳糖的代理商，戴纬林国际贸易（上海）有限公司（下称“戴纬林”）代理的则是美国 LEPRINO 公司的食品级乳糖，天津银河伟业进出口有限公司是美国 hillmar 公司的代理商，不同代理商所代理品牌的产品品质不同，导致产品价格存在一定的差异。

### 3) 酪蛋白酸钠

报告期内，公司原材料酪蛋白酸钠主要向戴纬林和上海诺传两家供应商采购。戴纬林代理的是荷兰 DMV 国际有限公司的产品，上海诺传则为丹麦阿拉的代理商。2018 年以来，公司开拓上海诺传食品贸易有限公司作为公司新的酪蛋白酸钠供应商，采购价格保持稳定。

单位：万元、元/kg

主要供应商	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
戴纬林	113.98	60.15	301.05	65.59	252.64	70.23	187.01	62.34
上海诺传	27.91	56.03	0.22	56.03	-	-	-	-
总采购额及平均单价	141.88	59.29	301.27	65.58	252.64	70.23	187.01	62.34

### 4) 维生素 C 钠

报告期内，公司的维生素 C 钠的主要供应商为帝斯曼和苏州双盈生物技术有限公司（下称“苏州双盈”）。苏州双盈系石药集团维生药业（石家庄）有限公司的经销商，2018 年起，公司开拓其作为维生素 C 钠的第二供应商，2018 年的价格略低于向帝斯曼采购价格。

单位：万元、元/kg

主要供应商	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
帝斯曼	73.45	36.73	196.42	61.43	182.91	48.13	62.39	29.71
苏州双盈	33.13	36.91	83.56	53.91	-	-	-	-
总采购额及平均单价	106.58	36.78	279.97	58.97	182.91	48.13	79.83	29.57

### 5) 酵母粉

报告期内，公司的酵母粉主要供应商为宜昌振林科技有限公司（下称“宜昌振林”）和浙江东成生物科技股份有限公司（下称“东成生物”），采购价格较为接近。宜昌振林系安琪酵母代理商，自身也生产部分酵母粉。公司向东成生物采购的酵母粉在发酵生产中生物含量较高，因此采购价格高于宜昌振林。

单位：万元、元/kg

主要供应商	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
宜昌振林	105.77	8.25	131.71	8.25	180.56	8.13	128.23	7.01
东成科技	31.31	8.70	90.18	8.58	7.69	8.55	-	-
<b>总采购额及平均单价</b>	<b>160.82</b>	<b>8.37</b>	<b>266.35</b>	<b>8.41</b>	<b>256.91</b>	<b>7.85</b>	<b>158.32</b>	<b>7.11</b>

### 6) 葵花籽油

报告期内，公司葵花籽油主要供应商为嘉吉粮油（南通）有限公司（下称“嘉吉南通”）、东莞嘉吉粮油有限公司（下称“东莞嘉吉”）和上海辰浩生物技术有限公司（以下简称“上海辰浩”）。公司采购的葵花籽油包括普通葵花籽油和高油酸葵花籽油，两者的价格存在一定的差异。公司向东莞嘉吉采购的葵花籽油均为高油酸葵花籽油，产品价格相对较高，高于向嘉吉南通的采购价格。

单位：万元、元/kg

产品类型	主要供应商	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
葵花籽油	嘉吉粮油（南通）有限公司	-	-	19.22	8.72	39.64	8.84	84.18	9.08
	上海辰浩	25.63	8.43	27.92	8.35	2.56	8.41	3.23	10.62
	<b>总采购额及平均单价</b>	<b>25.63</b>	<b>8.43</b>	<b>47.14</b>	<b>8.50</b>	<b>42.20</b>	<b>8.81</b>	<b>87.41</b>	<b>9.13</b>
高油酸葵花籽油	东莞嘉吉粮油有限公司	10.95	18.02	15.25	16.72	-	-	-	-
	嘉吉粮油（南通）有限公司	-	-	6.61	14.50	10.20	14.51	4.21	14.57
	<b>总采购额及平均单价</b>	<b>10.95</b>	<b>18.02</b>	<b>21.87</b>	<b>15.98</b>	<b>10.20</b>	<b>14.51</b>	<b>4.21</b>	<b>14.57</b>

## 5、公司主要原材料同市场公开价格的对比



由于公司主要原材料葡萄糖、乳糖、酪蛋白酸钠等没有公开可查询的市场价格，公司通过向各个合格供应商询价，由供应商报价的方式获得公允的市场价格。对于相同类型、相同规格的原材料，公司向不同供应商的询价与公司的实际平均采购价格比较情况如下：

单位：元/公斤

原材料	2019 年上半年		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	价格	询价区间	价格	询价区间	价格	询价区间	价格	询价区间
葡萄糖（浆）	2.15	1.85-3.51	2.11	1.84-3.46	2.66	1.89-3.32	2.69	2.58-3.63
乳糖	11.81	10-14.22	9.25	6.50-13.19	11.25	8.72-12.82	8.25	6.41-21.37
酪蛋白酸钠	59.29	56.03-64.96	65.58	64.96-66.67	70.23	66.67-70.94	62.34	59.83-66.67
维生素 C 钠	36.78	32.74-38.79	58.97	46.55-65.81	48.13	37.61-59.83	29.57	26.5-37.61
酵母粉	8.37	6.9-10.78	8.41	6.84-8.62	7.85	6.41-8.55	7.11	6.41-6.92
葵花籽油(含高油酸)	10.03	8.41-19.47	9.98	7.92-17.24	9.54	8.41-14.51	9.29	9.03-14.60
固体玉米糖浆	6.41	6.41	6.41	6.38-6.41	6.41	6.41	6.41	6.41

根据上表，报告期内，公司主要原材料平均采购价格与各供应商报价区间相比不存在明显差异，公司采购价格公允。

## 6、首轮回复未回答全面的理由

由于公司未取得主要原材料及产品市场公开价格，因此首轮回复中未回答全面主要原材料、主要产品与市场公开价格的对比，本次回复补充回答了相关问题。

（四）进一步回复前次问询问题 24 中关于销售单价的变动情况，请发行人结合定价模式，按照不同销售模式、境内外销售等不同因素，充分定量分析销售单价的变动原因，而非仅做定性描述

### 1、发行人的定价模式及策略

#### （1）市场竞争格局

全球 ARA 产品市场竞争格局为寡头垄断，使得 ARA 产品定价模式不同于充分竞争性市场的产品定价模式，市场参与者能够获得一定的垄断利润。帝斯曼在 ARA 领域具有先发优势和专利保护权限，因此其在国际市场具有价格主导权，

---

产品售价相对较高。公司在国际市场的竞争中采用价格跟随的策略，销售价格低于帝斯曼。

在国内的竞争中，公司 ARA 产品的市场占有率相对较高，在国内的知名客户中已经形成了较好的口碑和知名度，产品价格高于润科生物、福星生物、罗盖特等企业。公司 DHA 产品起步相对较晚，市场份额少于润科生物，DHA 产品平均价格亦低于润科生物等竞争对手的价格。

## （2）公司的定价策略

公司结合产品成本，维持一定的毛利率空间确定产品价格区间；并根据产品的市场结构和竞争状况，对不同客户采取差异化定价的策略。公司在产品定价时采取以下原则：

### 1) 成本导向原则

公司产品价格需参考产品成本变化情况，维持合理毛利率水平。在成本导向定价方面，公司主要采取以下措施：

一是维持合理毛利率水平，若公司产品成本下降，为扩大市场份额，可降低产品价格。二是充分考虑客户的边际贡献，若对某客户降低产品价格后，该客户加大采购规模，将增加公司的净利润，则可以降低该客户的产品价格。三是客户个性化需求的产品成本较高，亦采取较高销售价格，维持合理毛利率水平。

### 2) 差异化定价原则

公司产品具有较高的准入门槛，下游客户对产品品质和供应能力要求较高，客户粘性较强。在差异化定价方面，公司主要采取以下措施：

一是针对境内外市场结构差异化定价。公司产品定价贴近所在的市场的竞争对手产品价格，ARA 产品在境外市场采取跟随帝斯曼价格的定价原则，产品价格低于帝斯曼；在境内市场，产品价格一般高于国内竞争对手。由于帝斯曼产品价格较高，公司境外销售价格较高。

二是针对不同客户差异化定价。公司飞鹤、蒙牛、伊利等大客户的采购规模较大，议价能力较强，公司对大客户的销售价格相对较低；或者，客户较大幅度地增加采购规模，经公司评估，亦可向该客户适度降价，以获得更多的采购订单。此外，公司还会结合与客户以往合作情况、是否属于战略合作伙伴等因素，在销售价格方面有所差异化。

## 2、公司主要产品单价变化的趋势

### (1) 公司主要产品价格总体变动情况

报告期内，公司主要产品 ARA 和藻油 DHA 销售金额和价格变动情况如下：

单位：万元、元/kg

产品型号	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	销售金额	单价	销售金额	单价	销售金额	单价	销售金额	单价
ARA 精油	1,205.31	439.25	3,466.48	429.46	2,574.00	443.41	1,545.79	532.39
ARA 毛油	178.41	619.48	561.93	287.87	432.78	403.52	145.77	569.41
ARA10%粉剂	6,576.60	165.68	11,168.52	156.92	10,537.31	184.44	9,357.05	194.85
ARA15%粉剂	1,113.74	305.13	2,021.66	304.72	1,851.70	325.86	1,230.12	357.18
ARA 金粉	2,795.65	275.22	5,559.77	285.97	4,377.18	297.5	5,226.76	303.54
DHA 油剂	232.05	381.84	692.11	392.61	345.33	362.82	81.76	423.81
DHA7%粉剂	875.32	136.97	2,230.25	137.73	1,355.54	153.36	653.83	177.74
DHA10%粉剂	1,001.26	178.51	1,816.43	208.42	1,097.53	218.79	681.19	293.25

报告期内，除 ARA 毛油以外，公司主要产品 ARA 和藻油 DHA 平均价格总体有所下降，但部分年份产品价格有所波动。

### (2) 公司主要产品的平均销售价格总体呈下降趋势

报告期内，由于公司产品平均成本呈下降趋势，综合毛利率水平有所提高，公司结合市场竞争情况，为进一步巩固和扩大市场份额，选择对产品适度降价，除 ARA 毛油 2019 年上半年价格明显上涨以外，公司主要产品的平均销售价格总体呈下降趋势。

单位：元/kg

产品型号	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
------	-----------	--------	--------	--------

	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例	单价
ARA 精油	439.25	2.28%	429.46	-3.15%	443.41	-16.71%	532.39
ARA 毛油	619.48	115.19%	287.87	-28.66%	403.52	-29.13%	569.41
ARA10%粉剂	165.68	5.58%	156.92	-14.92%	184.44	-5.34%	194.85
ARA15%粉剂	305.13	0.14%	304.72	-6.49%	325.86	-8.77%	357.18
ARA 金粉	275.22	-3.76%	285.97	-3.88%	297.5	-1.99%	303.54
DHA 油剂	381.84	-2.74%	392.61	8.21%	362.82	-14.39%	423.81
DHA7%粉剂	136.97	-0.55%	137.73	-10.19%	153.36	-13.72%	177.74
DHA10%粉剂	178.51	-14.35%	208.42	-4.74%	218.79	-25.39%	293.25

(3) 部分年份的产品平均价格有所提高，产品价格有所波动

报告期内，公司产品平均销售价格总体呈下降趋势，但受客户结构、产品结构变化等因素影响，部分年份产品平均价格有所提高。例如，2019年上半年ARA毛油产品价格较2018年大幅上涨115.19%，ARA10%粉剂产品价格较2018年增长5.58%，2018年DHA油剂产品价格较2017年增长8.21%。

### 3、分销售区域，公司主要产品单价变动情况

(1) 主要产品境内外销售情况

报告期内，公司主要产品境内外销售金额和价格对比情况如下：

单位：万元、元/kg

产品型号	销售区域	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA 精油	境内	287.10	382.54	1,133.57	391.12	885.73	352.68	354.19	390.59
	境外	918.21	460.60	2,332.91	450.93	1,688.27	512.59	1,191.61	596.79
	价格差异	-	20.41%	-	15.29%	-	45.34%	-	52.79%
ARA 毛油	境内	-	-	-	-	-	-	-	-
	境外	178.41	619.48	561.93	287.87	432.78	403.52	145.77	569.41
ARA10% 粉剂	境内	3,606.86	143.35	7,702.67	141.53	6,051.54	161.48	6,570.25	175.86
	境外	2,969.75	204.33	3,465.85	206.93	4,485.78	228.22	2,786.80	261.35
	价格差异	-	42.54%	-	46.21%	-	41.33%	-	48.61%
ARA15% 粉剂	境内	808.75	305.19	724.29	302.80	261.19	313.18	-	-
	境外	304.99	304.99	1,297.36	305.80	1,590.51	328.04	1230.12	357.18

	价格差异	-	-0.07%	-	0.99%	-	4.74%	-	-
ARA 金粉	境内	2,673.54	273.98	5,117.25	284.26	4,132.35	295.39	4,955.43	300.70
	境外	122.11	305.27	442.52	307.30	244.83	338.16	271.33	366.66
	价格差异	-	11.42%	-	8.11%	-	14.48%	-	21.94%
DHA 油剂	境内	187.41	398.98	689.54	392.27	288.98	372.97	81.76	423.81
	境外	44.64	323.47	2.57	514.26	56.36	318.40	-	-
	价格差异	-	-18.93%	-	31.10%	-	-14.63%	-	-
DHA7%粉剂	境内	849.13	135.44	2,230.25	137.73	1,355.54	153.36	653.83	177.74
	境外	26.20	216.50	-	-	-	-	-	-
	价格差异	-	59.85%	-	-	-	-	-	-
DHA10%粉剂	境内	707.59	185.96	1,679.17	209.03	512.74	244.59	655.63	294.96
	境外	293.67	162.79	137.26	201.26	584.79	200.27	25.56	255.36
	价格差异	-	-12.46%	-	-3.72%	-	-18.12%	-	-13.43%

报告期内，公司 ARA 产品境外销售价格一般高于境内销售价格，主要系境内外市场竞争格局不同所致，公司在境外市场主要竞争对手为帝斯曼，其产品价格相对较高。例如：报告期内，公司 ARA10%粉剂产品境外市场价格较境内市场价格高出约 40%。

公司 DHA 产品起步相对较晚，以提高市场份额为主要目标。报告期内，产品销售规模实现快速增长，公司强化境内市场开发，并逐步开发了贝因美、飞鹤、蒙牛等大客户。公司 DHA 产品境内市场价格一般高于境外市场价格，主要原因在于，DHA 产品境外市场销售规模不大，主要为境外蒙牛及其代工厂采购，价格一般低于国内各个客户的平均价格。

## (2) 境内销售主要产品单价变动情况

### 1) 公司主要产品境内销售的情况

报告期内，公司各类型主要产品境内销售价格情况如下：

单位：万元、元/ kg

产品型号	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA 精油	287.10	382.54	1,133.57	391.12	885.73	352.68	354.19	390.59

ARA10%粉剂	3,606.86	143.35	7,702.67	141.53	6,051.54	161.48	6,570.25	175.86
ARA15%粉剂	808.75	305.19	724.29	302.80	261.19	313.18	-	-
ARA 金粉	2,673.54	273.98	5,117.25	284.26	4,132.35	295.39	4,955.43	300.70
DHA 油剂	187.41	398.98	689.54	392.27	288.98	372.97	81.76	423.81
DHA7%粉剂	849.13	135.44	2,230.25	137.73	1,355.54	153.36	653.83	177.74
DHA10%粉剂	707.59	185.96	1,679.17	209.03	512.74	244.59	655.63	294.96

## 2) ARA 精油

报告期内，公司内销 ARA 精油单价分别为 390.59 元/ kg、352.68 元/kg、391.12 元/kg 和 382.54 元/kg，2017 年产品价格下降较多，各期价格波动主要系客户结构变化所致。

公司 ARA 精油主要的内销客户情况已申请豁免披露。

报告期内，公司向丹吉儿、临沂友康、美泰科技和爱塔馨安销售 ARA 精油的价格较为稳定，向各客户销售价格的变化幅度较小，公司平均销售价格的变化主要系客户结构的变化。公司与该等客户均采取协商议价的定价模式，公司向丹吉儿和爱塔馨安销售 ARA 精油的价格较高，原因为该等客户主要从事保健食品业务，对产品价格的敏感性较低。2017 年度，临沂友康和美泰科技向公司采购的 ARA 精油数量出现较大幅度提升，导致 ARA 精油产品在境内销售的整体价格出现下降。2018 年度，公司境内销售 ARA 精油平均价格同比上涨 10.90%，主要原因为丹吉儿采购量上升，综合影响拉升了平均价格。综上所述，ARA 精油境内销售价格变动的主要原因为客户结构的变化。

## 3) ARA 粉剂

### ①ARA10%粉剂

ARA10%粉剂为公司销售规模最大的产品类型，报告期内，公司 ARA10%粉剂产品售价连续下降后在 2018 年至 2019 年上半年期间基本稳定，主要原因为公司提高微胶囊技术生产工艺水平，在油剂包埋的生产过程中，节省了生产成本，同时，随着订单需求和公司生产规模的提升，规模效益显现，单位产品分摊的固定成本下降，公司根据市场竞争情况及产品成本缩减情况，对 ARA 粉剂产品价格进行适当调整以提升产品竞争力和市场份额。

2017 年度和 2018 年度，公司境内销售 ARA10%粉剂平均价格分别较上一年度下降 8.18%和 12.25%，主要原因为大客户价格下调所致。

公司向主要客户境内销售 ARA10%粉剂情况已申请豁免披露。

报告期内，公司对主要客户 ARA10%粉剂产品售价基本逐年小幅下调，2017 年度和 2018 年度，公司对上述四大客户合计销售均价分别同比下降 14.45%和 8.01%，与公司整体境内销售基本一致，其中蒙牛采购量和价格变动具有较大影响。2017 年度，公司对蒙牛大幅降价，主要原因为蒙牛具有较大采购规模，为鼓励蒙牛进一步增加采购，公司下调了对其销售价格。

#### ②ARA15%粉剂和 ARA 金粉

报告期内，公司 ARA15%粉剂和 ARA 金粉境内销售价格情况如下：

单位：万元、元/ kg

产品型号	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA15%粉剂	808.75	305.19	724.29	302.80	261.19	313.18	-	-
ARA 金粉	2,673.54	273.98	5,117.25	284.26	4,132.35	295.39	4,955.43	300.70

报告期内，ARA15%粉剂单价从 2017 年的 313.18 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 305.19 元/ kg；ARA 金粉单价从 2016 年的 300.70 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 273.98 元/ kg，产品价格各期变化较小，价格相对稳健。

#### 4) DHA 油剂

相比于 ARA 产品，公司 DHA 产品起步相对较晚，自 2015 年以来才实现销售收入的较快增长。报告期内，DHA 油剂产品境内单价从 2016 年的 423.81 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 398.98 元/ kg，整体价格变动幅度较小，产品价格较为稳定。

#### 5) DHA 粉剂

报告期内，公司 DHA7%粉剂和 10%粉剂的销售收入及价格情况如下：

单位：万元、元/ kg

时间	产品型号	销售收入	单价	价格变动比例
----	------	------	----	--------

2019年1-6月	DHA7%粉剂	849.13	135.44	-1.66%
	DHA10%粉剂	707.59	185.96	-11.04%
2018年度	DHA7%粉剂	2,230.25	137.73	-10.19%
	DHA10%粉剂	1,679.17	209.03	-14.54%
2017年度	DHA7%粉剂	1,355.54	153.36	-13.72%
	DHA10%粉剂	512.74	244.59	-17.08%
2016年度	DHA7%粉剂	653.83	177.74	-
	DHA10%粉剂	655.63	294.96	-

得益于产销量扩大形成的规模效应、生产工艺和生产效率提升，报告期内，DHA粉剂单位成本下降幅度为57.44%，毛利率大幅提高，从2016年的19.74%增加到2019年上半年的51.41%。同时，公司为提高市场份额，选择适度降价的市场策略，下调了对部分重点客户的销售价格。

#### ①DHA7%粉剂

2017年度和2018年度，公司DHA7%粉剂境内销售价格稳定下降，2019年1-6月售价相对稳定。

2017年度，公司DHA7%粉剂境内销售价格同比下降13.72%，主要原因为飞鹤、贝因美、蒙牛的价格均有所下降，2018年度，公司DHA7%粉剂境内销售价格同比下降10.19%，主要原因为飞鹤采购大幅增加，公司对其销售价格有所下降。公司向主要客户销售DHA7%粉剂产品的情况已申请豁免披露。

#### ②DHA10%粉剂

报告期内，公司销售DHA10%粉剂价格快速下降，主要系公司对蒙牛销售量和销售价格下降所致，同时，DHA粉剂生产成本快速下降，公司根据成本下降情况和客户合作情况下调对其他客户的售价。公司向蒙牛及其他客户销售DHA10%粉剂产品的情况已申请豁免披露。

2017年度，公司DHA10%粉剂价格同比下降17.08%，主要原因为2017年度公司对蒙牛售价和销量下降幅度较大，使得平均售价快速下降，2017年蒙牛境内采购金额大幅下降，但其境外采购大幅上升，总体采购规模同比增加。2018年度，公司DHA10%粉剂价格下降14.54%，主要原因为蒙牛采购量和占



比快速上升，进一步拉低了平均售价。2019年1-6月，公司DHA10%粉剂价格下降11.04%，主要原因为蒙牛采购规模快速增长和对蒙牛下调销售价格，拉低了平均售价。

### (3) 境外销售主要产品单价变动情况

#### 1) 公司主要产品境外销售的金额和单价情况

报告期内，公司主要产品境外销售的金额和单价情况如下：

单位：万元、元/kg

产品型号	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA 精油	918.21	460.60	2,332.91	450.93	1,688.27	512.59	1,191.61	596.79
ARA 毛油	178.41	619.48	561.93	287.87	432.78	403.52	145.77	569.41
ARA10%粉剂	2,969.75	204.33	3,465.85	206.93	4,485.78	228.22	2,786.80	261.35
ARA15%粉剂	304.99	304.99	1,297.36	305.80	1,590.51	328.04	1,230.12	357.18
ARA 金粉	122.11	305.27	442.52	307.30	244.83	338.16	271.33	366.66
DHA 油剂	44.64	323.47	2.57	514.26	56.36	318.40	-	-
DHA7%粉剂	26.20	216.50	-	-	-	-	-	-
DHA10%粉剂	293.67	162.79	137.26	201.26	584.79	200.27	25.56	255.36

#### 2) ARA 油剂

##### ①ARA 精油价格变动分析

公司在境外销售 ARA 精油的主要客户情况已申请豁免披露。

##### ②ARA 毛油价格变动分析

公司在境外销售 ARA 毛油的主要客户情况已申请豁免披露。

#### 3) ARA 粉剂

报告期内，公司 ARA 粉剂的 ARA10%粉剂、ARA15%粉剂和 ARA 金粉的产品境外价格均呈逐年下降的趋势，主要原因为公司根据自身销售策略，整体下调了 ARA 粉剂产品的市场价格。除此以外，公司逐步开拓了伊利、蒙牛的境外工厂作为公司的客户，其产品价格系参照境内的市场定价体系，整体价格相较于

---

其他境外销售价格偏低。报告期内，公司境外销售 ARA 粉剂产品价格下降较快，公司在境外销售 ARA 粉剂的主要客户情况已申请豁免披露。

2017 年度和 2018 年度，公司向伊利、蒙牛的销售金额出现较大幅度上升，产品平均单价下降。

ARA10%粉剂境外市场中，公司向嘉吉销售价格明显高于向伊利和蒙牛的销售价格，主要系公司以境内价格体系向伊利、蒙牛境外子公司和代工厂销售，ARA10%粉剂产品平均价格变化系客户结构变化所致。

ARA15%粉剂和 ARA 金粉客户相对集中，客户分别为沃尔夫坎亚和 Kerry，报告期内，随着产品成本下降，公司下调了产品价格。

#### 4) DHA 油剂

报告期内，DHA 油剂境外销售规模较小，分别为 0 万元、56.36 万元、2.57 万元、44.64 万元，产品价格从 2017 年的 318.40 元/ kg 增长到 323.47 元/ kg，价格变化幅度较小。2018 年，DHA 油剂境外销售规模仅为 2.57 万元，由于客户采购规模较小，公司对 DHA 油剂定价为 514.26 元/ kg，定价相对较高。

#### 5) DHA 粉剂

公司 DHA 产品起步相对较晚，自 2015 年以来才实现销售收入的较快增长。报告期内，随着公司 DHA 产品工艺的成熟和规模经济效益的体现，DHA 粉剂产品毛利率大幅提高。在此背景下，为扩大 DHA 产品海外市场规模，公司外销 DHA 粉剂价格下降幅度较大。

报告期内，公司 DHA7%粉剂产品于 2019 年 1-6 月存在少量外销，销售收入 26.20 万元，其他期间未实现外销收入。公司 DHA10%粉剂产品外销价格从 2016 年的 255.36 元/kg 下降到 2019 年上半年的 162.79 元/ kg，主要系蒙牛境外子公司及代工厂采购价格降低所致。公司在境外销售 DHA 粉剂产品的主要客户情况已申请豁免披露。

### 4、分销售模式，公司主要产品单价变动情况

#### (1) 主要产品直销和经销情况

报告期内，公司主要产品直销和经销金额和价格对比情况如下：

单位：万元、元/ kg

产品型号	销售区域	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA 精油	直销	284.28	445.23	1,358.71	409.95	1,252.48	384.91	744.10	444.77
	经销	921.03	437.44	2,107.76	443.05	1,321.52	518.02	801.69	651.52
	价格差异	-	-1.75%	-	8.07%	-	34.58%	-	46.48%
ARA 毛油	直销	-	-	374.77	231.34	236.96	329.11	-	-
	经销	178.41	619.48	187.15	563.71	195.82	555.51	145.77	569.41
	价格差异	-	-	-	143.67%	-	68.79%	-	-
ARA10% 粉剂	直销	3,895.57	139.70	7,757.30	138.61	6,746.53	159.45	6,259.52	174.91
	经销	2,681.03	227.01	3,411.22	224.28	3,790.78	255.78	3,097.53	253.15
	价格差异	-	62.50%	-	61.81%	-	60.41%	-	44.73%
ARA15% 粉剂	直销	-	-	-	-	-	-	-	-
	经销	1,113.74	305.13	2,021.66	304.72	1,851.70	325.86	1,230.12	357.18
ARA 金粉	直销	2,795.65	275.22	5,559.77	285.97	4,377.18	297.50	5,226.76	303.54
	经销	-	-	-	-	-	-	-	-
DHA 油 剂	直销	147.02	410.86	410.95	447.55	162.09	388.25	53.79	439.36
	经销	85.03	340.28	281.16	332.89	183.24	342.95	27.97	396.80
	价格差异	-	-17.18%	-	-25.62%	-	-11.67%	-	-9.69%
DHA7% 粉剂	直销	714.05	133.42	1,910.61	134.84	1,116.78	151.88	503.75	181.70
	经销	161.27	155.29	319.64	158.02	238.75	160.66	150.08	165.65
	价格差异	-	16.39%	-	17.19%	-	5.78%	-	-8.83%
DHA10% 粉剂	直销	951.22	177.25	1,603.95	210.73	978.56	219.49	629.75	301.64
	经销	50.04	206.27	212.48	192.48	118.98	213.22	51.44	218.79
	价格差异	-	16.37%	-	-8.66%	-	-2.86%	-	-27.47%

报告期内，公司 ARA 油剂和粉剂产品的直销价格低于经销价格，主要为销售区域市场差异形成，公司 ARA 直销客户主要为贝因美、飞鹤、蒙牛、伊利等境内大客户，而经销商服务的终端客户主要位于境外，境外价格体系高于境内，导致价格出现差异。

报告期初，公司 DHA 产品直销价格高于经销价格，主要系 2016 年公司 DHA 产品尚处新产品阶段，整体销售收入较少，为开拓市场，给予经销商价格优惠。

报告期内，公司 DHA 油剂产品直销价格一直高于经销价格，公司将 DHA 粉剂作为重点推广产品，公司采取“以价换量”方式，相应下调对大客户 DHA 粉剂的价格，贝因美、飞鹤、蒙牛等大客户采购 DHA 粉剂金额不断增加，导致直销价格快速下降，逐步低于经销价格。

## (2) 直销模式主要产品单价变动情况

### 1) 公司主要产品直销情况

报告期内，公司各类型主要产品直销金额和单价情况如下：

单位：万元、元/kg

产品型号	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA 精油	284.28	445.23	1,358.71	409.95	1,252.48	384.91	744.10	444.77
ARA 毛油	-	-	374.77	231.34	236.96	329.11	-	-
ARA10%粉剂	3,895.57	139.70	7,757.30	138.61	6,746.53	159.45	6,259.52	174.91
ARA 金粉	2,795.65	275.22	5,559.77	285.97	4,377.18	297.50	5,226.76	303.54
DHA 油剂	147.02	410.86	410.95	447.55	162.09	388.25	53.79	439.36
DHA7%粉剂	714.05	133.42	1,910.61	134.84	1,116.78	151.88	503.75	181.70
DHA10%粉剂	951.22	177.25	1,603.95	210.73	978.56	219.49	629.75	301.64

### 2) ARA 油剂

公司 ARA 油剂产品包括 ARA 精油和 ARA 毛油。公司向主要客户直销 ARA 精油和毛油的金额和单价情况已申请豁免披露。

报告期内，公司直销 ARA 精油产品价格变动的主要原因为客户结构的变化，直销 ARA 毛油产品价格下降系对客户销售折让所致。

#### ① ARA 精油

公司 ARA 精油 2017 年度直销价格为 384.91 元/kg，较 2016 年的 444.77 元/kg 有所下降，主要原因为向 Numega 的销售价格下降，以及销售价格相对较低的境内客户临沂友康和美泰科技的采购出现较大幅度提升。

#### ② ARA 毛油

---

2018年度,公司向 Numega 销售的 ARA 毛油价格下降,主要系双方对 2018 年产品指标验收确认上存在差异和分歧,经协商,公司在货款结算时对其给予销售折让。2019 年上半年, Numega 未向公司直接采购 ARA 毛油,仍作为达能代工厂通过嘉吉间接采购。

### 3) ARA 粉剂

报告期内,ARA 粉剂直销价格呈逐年下降趋势,2019 年上半年的下降幅度趋缓。公司直销 ARA 粉剂产品包括 ARA10%粉剂和 ARA 金粉。公司向主要客户直销 ARA 粉剂产品的金额和单价情况已申请豁免披露。

报告期内,公司通过直销方式销售的 ARA10%粉剂产品和 ARA 金粉产品的价格呈下降趋势,其中向主要客户销售价格也逐年小幅下降。公司直销 ARA10%粉剂产品价格变化的原因与 ARA10%粉剂境内销售变化的原因相似。

### 4) DHA 油剂

报告期内,公司 DHA 油剂直销价格呈波动态势,2018 年度的直销价格提升,2017 年度及 2019 年上半年的直销价格出现下降,主要系客户结构变化所致。公司在通过直销模式销售 DHA 油剂主要客户的情况已申请豁免披露。

报告期内,公司 DHA 油剂直销价格的变动主要系 MEGANUTRA, INC.客户采购金额变化导致的价格变动。2017 年度及 2019 年上半年,MEGANUTRA, INC. 向公司采购 DHA 油剂,MEGANUTRA, INC 系位于美国的一家从事保健品行业的公司,其采购价格相对较低,导致 DHA 油剂直销平均价格较上一年度出现下降。

### 5) DHA 粉剂

报告期内,DHA 粉剂的销售收入主要来自直销模式。公司在 DHA 产品成本大幅下降,毛利率明显提高的背景下,采取适当降低 DHA 粉剂直销产品价格的方式,实现了 DHA 粉剂销售收入的快速增长,提高了市场占有率水平。

公司在通过直销模式销售 DHA 粉剂主要客户的情况已申请豁免披露。

报告期内，飞鹤、蒙牛、贝因美采购 DHA7%粉剂快速增长，公司 DHA7%粉剂直销价格从2016年的181.70元/kg下降到2019年上半年的133.42元/kg，直销收入从2016年的503.75万元增加到2019年上半年的714.05万元。

报告期内，蒙牛采购 DHA10%粉剂金额快速增长，公司 DHA10%粉剂直销价格从2016年的301.64元/kg下降到2019年上半年的177.25元/kg，直销收入从2016年的629.75万元增加到2019年上半年的951.22万元，直销价格的下降带来了销售收入的快速增长。

### (3) 经销模式主要产品单价变动情况

#### 1) 公司主要产品经销情况

报告期内，公司主要产品经销金额和单价情况如下：

单位：万元、元/kg

产品型号	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA 精油	921.03	437.44	2,107.76	443.05	1,321.52	518.02	801.69	651.52
ARA 毛油	178.41	619.48	187.15	563.71	195.82	555.51	145.77	569.41
ARA10%粉剂	2,681.03	227.01	3,411.22	224.28	3,790.78	255.78	3,097.53	253.15
ARA15%粉剂	1,113.74	305.13	2,021.66	304.72	1,851.70	325.86	1,230.12	357.18
DHA 油剂	85.03	340.28	281.16	332.89	183.24	342.95	27.97	396.80
DHA7%粉剂	161.27	155.29	319.64	158.02	238.75	160.66	150.08	165.65
DHA10%粉剂	50.04	206.27	212.48	192.48	118.98	213.22	51.44	218.79

#### 2) ARA 油剂

公司通过经销方式销售 ARA 油剂的型号和主要客户已申请豁免披露。

##### ①ARA 精油

2017 年度，公司向嘉吉销售的 ARA 精油产品的销售价格由 2016 年度的 827.75 元/kg 下降到 463.06 元/kg，下降幅度较大，主要原因为公司通过嘉吉经销的客户结构发生变化。2017 年度，公司开拓达能作为公司的客户，通过嘉吉采用经销模式向达能的代工厂 Numega 进行供货，导致公司向嘉吉销售的 ARA 精油产品的平均销售单价出现较大幅度下降。

### 3) ARA 粉剂、DHA 油剂和粉剂产品

报告期内，公司 ARA 粉剂、DHA 油剂和粉剂产品经销价格小幅下降，相对稳定。

单位：万元、元/ kg

产品型号	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA10%粉剂	2,681.03	227.01	3,411.22	224.28	3,790.78	255.78	3,097.53	253.15
ARA15%粉剂	1,113.74	305.13	2,021.66	304.72	1,851.70	325.86	1,230.12	357.18
DHA 油剂	85.03	340.28	281.16	332.89	183.24	342.95	27.97	396.80
DHA7%粉剂	161.27	155.29	319.64	158.02	238.75	160.66	150.08	165.65
DHA10%粉剂	50.04	206.27	212.48	192.48	118.98	213.22	51.44	218.79

报告期内，ARA10%粉剂经销平均价格从 2016 年的 253.15 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 227.01 元/ kg, ARA15%粉剂经销平均价格从 2016 年的 357.18 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 305.13 元/ kg。DHA 油剂经销平均价格从 2016 年的 396.80 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 340.28 元/ kg, DHA7%粉剂经销平均价格从 2016 年的 165.65 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 155.29 元/ kg, DHA10%粉剂经销平均价格从 2016 年的 218.79 元/ kg 下降到 2019 年上半年的 206.27 元/ kg, 价格变动幅度较小，价格相对稳定。

报告期内，公司通过经销方式销售 ARA 粉剂的型号和主要客户情况如下：

单位：万元、元/ kg

产品	主要客户	2019 年上半年		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
ARA10%粉剂	嘉吉	2,361.73	237.31	2,697.71	240.74	3,292.02	268.79	2,689.16	263.55
	总体销售	<b>2,681.03</b>	<b>227.01</b>	<b>3,411.22</b>	<b>224.28</b>	<b>3,790.78</b>	<b>255.78</b>	<b>3,097.53</b>	<b>253.15</b>
ARA15%粉剂	沃尔夫坎亚	1,113.74	305.13	2,021.66	304.72	1,851.70	325.86	1,230.12	357.18
	总体销售	<b>1,113.74</b>	<b>305.13</b>	<b>2,021.66</b>	<b>304.72</b>	<b>1,851.70</b>	<b>325.86</b>	<b>1,230.12</b>	<b>357.18</b>

报告期内，公司 ARA10%粉剂经销商主要为嘉吉，ARA15%粉剂经销商为沃尔夫坎亚，公司根据产品成本下降和市场竞争情况调整对其售价。

## 5、SA 产品单价变动情况

报告期内，公司 SA 产品单价分别为 1,875.01 元/kg、3,741.91 元/kg、4,107.57 元/kg 和 4,366.33 元/kg，产品价格呈逐年上升的趋势，报告期内，SA 产品不同销售模式及销售区域的销售情况如下：

单位：万元、元/kg

销售区域	销售模式	2019 年上半年		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
境内	经销	123.09	3,715.85	320.67	3,920.18	-	-	-	-
	直销	125.84	4,985.57	359.20	4,207.62	25.07	3,333.12	23.43	1,662.22
境外	经销	1.18	-	-	-	-	-	-	-
	直销	75.47	4,716.79	72.43	4,532.29	8.39	5,907.10	6.00	3,749.38

2016 年和 2017 年公司 SA 产品尚未实现工业化生产，客户采购主要用于研发和测试，公司采取低价策略推广产品；2018 年和 2019 年上半年，SA 产品实现批量化生产，公司结合生产成本和公司综合毛利率水平对 SA 产品定价，由于 SA 产品市场竞争对手较少，公司 2019 年上半年对 SA 产品有所提价，产品平均价格从 2018 年的 4,107.57 元/kg 增加到 2019 年上半年的 4,366.33 元/kg。

## 6、β-胡萝卜素产品单价变动情况

报告期内，公司 β-胡萝卜素产品销售规模不大，产品价格分别为 2,576.07 元/kg、581.50 元/kg、347.67 元/kg 和 240.24 元/kg，变动较大，主要原因为销售产品结构不同所致。公司 β-胡萝卜素可分为晶体、干菌体两种形态，晶体为干菌体提炼后的产品，含量和价格远高于干菌体。

报告期内，公司 β-胡萝卜素晶体、干菌体的金额与平均单价情况如下：

单位：万元、元/kg

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
晶体	242.89	2,410.70	174.42	2,280.00	140.82	2,262.16	10.30	2,576.07
干菌体	154.67	99.52	31.92	61.74	13.42	66.12	-	-
合计	397.56	240.24	206.34	347.67	154.24	581.50	10.30	2,576.07



如上表所示，公司  $\beta$ -胡萝卜素产品价格的变动主要系产品结构的变化。报告期内，公司  $\beta$ -胡萝卜素晶体的价格分别为 2,576.07 元/kg、2,262.16 元/kg、2,280.00 元/kg 和 2,410.70 元/kg，价格相对稳定；公司  $\beta$ -胡萝卜素干菌体的价格分别为 0 元/kg、66.12 元/kg、61.74 元/kg 和 99.52 元/kg，2019 年上半年， $\beta$ -胡萝卜素干菌体价格较 2018 年度增长 61.19%，主要系公司提升了向帝斯曼销售干菌体的产品品质，向帝斯曼销售产品的价格较高，公司向帝斯曼销售具体情况如下：

单位：万元、元/kg

客户	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
帝斯曼	154.67	99.52	29.73	59.46	0.21	69.01	-	-
其他	-	-	2.19	128.80	13.22	66.08	-	-
合计	<b>154.67</b>	<b>99.52</b>	<b>31.92</b>	<b>61.74</b>	<b>13.42</b>	<b>66.12</b>	-	-

## 7、首轮回复未回答全面的理由

由于理解偏差，首轮回复中公司未采取定量方式详细分析产品价格变动情况及原因，本次回复补充回答了相关问题。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（一）公司主要产品的产销情况”中进行补充披露。

**（五）列示具体的销售价格数据重新回答前次问询问题 25，而非仅做定性描述，若因境内外销售等原因存在不可比的情况，请先进行分类再进行分析；请使用量化分析的方式，明确披露境内外销售价格差异较大的具体原因及合理性**

问题 25、招股书披露，公司主要收入来源于 ARA、DHA 等产品，相关产品销售情况与下游行业的竞争格局和客户需求密切相关，报告期内公司产品销售价格和销售数量存在一定波动。

请发行人补充披露报告期内主要产品销售价格及变动原因，是否符合行业特征，未来销售价格是否存在持续下降的风险及对经营业绩影响的敏感性分析。

请发行人说明各类型产品销售价格与同行业可比公司销售价格是否存在差

---

异，结合发行人产品的定价机制及发行人的议价能力，说明发行人是否具备应对产品价格下降的有效措施。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

1、请发行人补充披露报告期内主要产品销售价格及变动原因，是否符合行业特征，未来销售价格是否存在持续下降的风险及对经营业绩影响的敏感性分析

(1) 公司报告期内产品价格变化的特点

1) ARA 境外市场价格高于境内市场，DHA 境内市场价格高于境外市场

报告期内，公司境外销售 ARA 产品的价格整体高于境内，公司 ARA 产品在境外面对的主要竞争对手为帝斯曼，其在国际市场上的销售同类型产品价格较高，公司根据境外市场环境制定国外销售价格体系，整体高于境内的销售价格。

与 ARA 产品不同的是，公司 DHA 产品境内市场价格高于境外市场，DHA 产品主要在境内销售，境外市场销售规模较小，蒙牛境外子公司和代工厂的采购价格较低，拉低了境外平均价格，公司 DHA 产品价格主要与客户采购规模和议价能力相关。

2) 公司主要产品价格有所下降

报告期内，公司主要产品 ARA 和 DHA 产品价格总体呈下降趋势。公司对于既有客户定价基于上一年度合作价格以及市场情况进行调整，对于新增客户，按照客户的采购规模、发展潜力以及影响力进行定价。针对既有客户，公司产品价格一般保持稳定或者下降，不对既有客户提价。同时，随着公司产品成本的下降和综合毛利率的提高，为了获得新客户、增加既有客户的采购规模，公司可能对产品适当降价，以扩大市场规模，提高净利润水平。

相比于 ARA 产品，公司 DHA 产品起步较晚，报告期内，随着公司持续研发和工艺改进，DHA 产品成本明显下降，毛利率水平逐年提高，据此，公司主动下调了 DHA 产品的价格，市场占有率不断提高。

---

### 3) 公司产品平均价格的变化与客户结构相关

由于公司产品具有较高的准入门槛，下游客户对产品品质和供应能力要求较高，客户粘性较强，公司定价策略中具有差异化定价原则。一是针对境内外市场结构差异化定价，二是针对不同客户差异化定价。由于不同客户价格具有一定差异性，客户结构的变化可能导致公司产品平均价格的变化。例如：公司向 A 客户销售某产品的价格较高，向 B 客户销售同类型产品的价格较低，若 A 客户采购规模较 B 客户大幅减少，则将导致该产品的平均价格下降。

#### (2) 公司主要产品价格及变动原因

公司主要产品价格及变动原因详见本次问询回复问题 1 之“（四）进一步回复前次问询问题 24 中关于销售单价的变动情况，请发行人结合定价模式，按照不同销售模式、境内外销售等不同因素，充分定量分析销售单价的变动原因，而非仅做定性描述”。

#### (3) 公司产品价格下降符合行业特征

公司与客户主要采取协商或者招投标的方式定价，公司产品价格符合市场化原则。报告期内，公司产品价格总体呈下降趋势，系市场竞争格局和公司经营选择的结果。

一方面，公司产品随帝斯曼和其他竞争对手价格而变化，若竞争对手产品降价，公司产品也面临降价的压力。特别是在招投标过程中，公司与竞争对手同时报价，客户综合评价产品品质、价格等因素，挑选中标供应商，若竞争对手报价降低，公司亦可能会降低报价水平。

另一方面，随着公司产品成本不断下降，为产品降价提供了运作空间，针对大客户，公司甚至会主动降价以获得客户更大规模采购，采取“以价换量”的方式，增加净利润水平。

综上分析，公司产品价格下降符合行业特征，也符合公司利润最大化原则。

#### (4) 公司未来销售价格是否存在持续下降的风险

1) 公司产品价格下降的情况下，保持了高毛利率，盈利能力不断增强

---

公司是国内 ARA 产业重要的开拓者和市场推动者,也是全球 ARA 产品主要的供应商之一,具有良好的客户基础,与嘉吉、达能、蒙牛、伊利、飞鹤等国内知名企业建立了长期合作关系。

报告期内,公司不断优化生产工艺技术,产品规模效应释放降低产品生产成本,使得公司产品具有一定的降价空间。尽管公司主要产品平均价格呈下降趋势,但公司综合毛利率总体保持增长,2019 年上半年综合毛利率超过 50%。同时,公司通过产品适度降价,提高产品性价比,增强产品市场竞争力,扩大销售规模和市场占有率,持续增强盈利能力。

未来,公司产品价格仍可能下降,将通过加大产能供给、工艺改进,提升产品应用技术服务能力和客户满意度等措施,巩固公司主要产品的行业领先地位,不断进行新产品的研发及新市场的开拓,通过开辟新的市场领域,增强公司的盈利能力和抗风险能力。

## 2) 公司已经在招股书中披露了相关风险因素

发行人已经在招股说明书中披露了市场竞争加剧和产品价格波动的风险:

### “ (一) 市场竞争加剧的风险

公司的主要产品包括 ARA、DHA 等系列产品。公司在国内外均面临日益加剧的市场竞争,国外帝斯曼公司在全球保持领先地位,国内也有广东润科生物工程股份有限公司等竞争对手。若竞争对手通过技术创新、提高产能、降低售价等方式加剧竞争,可能导致市场的供应结构和产品价格体系发生变化,对公司经营造成不利影响。

### (二) 产品价格波动风险

公司主要收入来源于 ARA、DHA 等产品,相关产品销售情况与下游行业的竞争格局和客户需求密切相关,报告期内公司产品价格和销售数量存在一定波动。公司产品价格波动的主要原因包括市场供应结构变化、原材料价格波动、下游需求变化、技术进步等。

若公司未来不能采取有效措施,巩固和增强产品的综合竞争力,并降低产品

生产成本，不断进行新产品的研发及新市场的开拓，提升产品应用技术服务能力和客户满意度，公司可能难以有效应对产品价格波动的风险，将导致利润率水平有所降低。”

### (5) 价格变动对经营业绩影响的敏感性分析

以 2018 年度公司经营业绩为基础，在其他因素不发生变化的情况下，假设本公司主要产品价格分别变动 5%和 10%，对净利润影响的敏感性分析如下：

项目	价格变动 5%			价格变动 10%		
	对净利润影响金额 (万元)	净利润变动率	敏感系数	对净利润影响金额 (万元)	净利润变动率	敏感系数
ARA 油剂	171.21	1.75%	0.35	342.41	3.50%	0.35
ARA 粉剂	796.87	8.15%	1.63	1,593.75	16.29%	1.63
DHA 油剂	29.41	0.30%	0.06	58.83	0.60%	0.06
DHA 粉剂	171.98	1.76%	0.35	343.97	3.52%	0.35

由于 ARA 粉剂产品销售收入占主营业务收入比重较高，故其销售价格敏感系数相对更高。在其他因素不变的情况下，ARA 粉剂价格分别变动 5%和 10%时，对公司净利润影响为同向变动 8.15%和 16.29%，净利润金额同向变动 796.87 万元和 1,593.75 万元。

除 ARA 粉剂以外的其他产品价格变动，对公司净利润影响程度相对较小。ARA 油剂价格分别变动 5%和 10%时，对公司净利润影响为同向变动 1.75%和 3.50%，净利润金额同向变动 171.21 万元和 342.41 万元。报告期内，公司 DHA 产品销售业务快速增长，占主营业务收入比例也迅速提高，是公司未来业务发展和利润的主要增长点之一。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入按业务类别构成分析”中进行补充披露。

**2、请发行人说明各类型产品销售价格与同行业可比公司销售价格是否存在差异，结合发行人产品的定价机制及发行人的议价能力，说明发行人是否具备**

## 应对产品价格下降的有效措施

### (1) 公司各类型产品价格与同行业可比公司差异情况

公司主要产品价格与部分市场价格对比情况参见本问询回复问题 1 之“一、公司说明及补充披露”之“(三)继续回答前次问询问题 21,明确说明报告期各期各类主要产品对不同主要客户的销售价格对比及与市场公开价格的对比情况,主要原材料从不同主要供应商采购的价格对比及与市场公开价格的对比情况,结合相关价格情况分析购销价格的公允性”。

### (2) 公司产品的定价机制及发行人的议价能力

公司产品定价机制详见本次问询问题回复第一题之“一、公司说明及补充披露”之“(四)进一步回复前次问询问题 24 中关于销售单价的变动情况,请发行人结合定价模式,按照不同销售模式、境内外销售等不同因素,充分定量分析销售单价的变动原因,而非仅做定性描述”之“1、发行人的定价模式及策略”之“(2)公司的定价策略”。

### (3) 公司具备应对产品价格下降的有效措施

#### 1) 报告期内,公司主营业务毛利率维持在较高水平

报告期内,公司产品主营业务毛利率分别为 49.76%、46.48%、49.01%和 52.58%,其中,ARA 产品毛利率分别为 53.33%、52.81%、51.81%和 55.11%;DHA 产品毛利率分别为 18.14%、33.84%、50.26%和 50.79%,毛利率水平快速提高,2019 年上半年,公司主要产品 ARA 和 DHA 的毛利率均超过 50%。

报告期各期,公司的主营业务毛利率较同行业上市公司高出 4-8 个百分点,具体对比情况如下:

公司名称	2019 年上半年	2018 年度	2017 年度	2016 年度
金达威	48.94%	52.07%	47.67%	41.02%
量子生物	37.86%	42.83%	45.74%	50.89%
安琪酵母	36.43%	36.37%	37.80%	32.64%
圣达生物	33.51%	33.53%	37.76%	35.69%
平均值	39.18%	41.20%	42.24%	40.06%

公司名称	2019 年上半年	2018 年度	2017 年度	2016 年度
嘉必优	52.58%	49.01%	46.48%	49.76%

数据来源：Wind。

2) 随着公司技术和工艺进步，公司产品成本逐步下降

报告期内，公司技术水平持续提升，工艺持续优化，成为公司产品成本逐步下降的重要原因。公司通过对于菌种定向选育、发酵精细调控、高效分离纯化制备、微胶囊包埋等多方面的持续改进，有效提升了生产效率，逐步形成规模效应，使得各类产品的单位成本均呈下降趋势。2019 年 1-6 月，公司销售收入最高的产品 ARA 粉剂单位成本较 2016 年度下降 18.72%，DHA 粉剂单位成本较 2016 年度下降 57.44%。

单位：元/kg

产品型号	2019 年上半年	2018 年度	2017 年度	2016 年度
ARA 油剂	174.57	181.36	187.52	186.47
ARA 粉剂	89.71	94.19	103.72	110.37
DHA 油剂	206.93	215.01	255.95	457.35
DHA 粉剂	75.99	79.41	116.04	178.55

3) 报告期内，公司销售收入和净利润快速增长，盈利能力不断增强

报告期内，公司的营业收入和净利润保持良好的增长态势，盈利能力不断增强，具体财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	同比增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	14,712.11	18.13%	28,610.56	25.18%	22,855.92	20.42%	18,980.31
净利润	6,345.49	49.71%	9,782.84	49.16%	6,558.61	41.49%	4,635.30

2016 年度至 2018 年度，公司营业收入年复合增长率为 22.78%，净利润年复合增长率 45.28%。2019 年 1-6 月，公司营业收入和净利润分别同比增长 18.13% 和 49.71%，营业收入和净利润均保持快速增长。

4) 公司的市场地位和良好的客户基础

---

公司是国内最早从事以微生物合成法生产多不饱和脂肪酸及脂溶性营养素的高新技术企业之一，是国内 ARA 产业重要的开拓者和市场推动者，也是全球 ARA 产品主要的供应商之一。近年来，公司成功研制藻油 DHA、SA 等，相关产品销售收入保持快速增长态势。公司与嘉吉、达能、贝因美、伊利、飞鹤、君乐宝、圣元、雅士利、汤臣倍健、健合集团、安琪酵母等国内外知名企业建立了长期的合作关系。

综上所述，尽管公司产品价格有所下降，但公司毛利率维持在较高水平，产品成本逐步下降，盈利能力不断增强，公司具有良好的客户基础，具备应对产品价格下降的有效措施。

### **3、中介机构核查意见**

#### **(1) 核查方式**

申报会计师已履行如下核查程序：

1) 查阅公司销售台账和成本核算数据，了解主要产品价格，分析主要产品价格变动是否符合行业特征；

2) 访谈市场营销中心员工，了解发行人主要产品价格变动原因、定价策略、与大客户定价机制、境内外市场竞争情况等，了解产品未来销售价格变动的应对措施；

3) 查阅发行人所在行业的研究报告，分析发行人的市场状况；

4) 执行主要产品价格变动的敏感性分析。

#### **(2) 核查意见**

经核查，申报会计师认为：

发行人主要产品价格及变动符合公司定价策略、行业发展和竞争特征。报告期内，公司产品价格有所下降，营业收入和净利润仍保持增长态势。发行人各类型产品价格与帝斯曼、润科生物等同行业公司销售价格存在一定差异，系根据市场竞争格局、市场参与者的产品品质、行业地位等因素形成，符合市场经营特征。发行人产品具有竞争力，具备工艺改进、降低成本、提升产品应用技术服务能力



和客户满意度等应对产品价格下降的有效措施。

(六) 披露境外销售的模式及销售产品内容相关数据

1、公司补充披露

(1) 境外销售模式

报告期内，公司境外销售以经销为主、直销为辅。其中，境外经销分别实现收入 4,644.66 万元、6,343.88 万元、6,198.15 万元和 3,653.29 万元，境外直销分别实现收入 1,022.84 万元、2,888.72 万元、2,209.51 万元和 1,633.36 万元。

境外经销方面，公司已开拓了嘉吉、沃尔夫坎亚、IFUN INTERNATIONAL、Tricom Trade、BR FOOD 等一批稳定合作的海外经销商，经销商在获取终端客户产品需求后向本公司发出订单，公司按照约定时间、收货地等条款发出产品，产品所有权及相关风险报酬按约定转移至经销商，公司与经销商结算货款。境外直销方面，公司具备独立面向海外市场销售的团队和能力，公司向部分境外客户直接销售产品，同时根据蒙牛、伊利等境内客户的需求，向其境外子公司或代工厂直接销售 ARA 和 DHA 产品。

报告期内，公司境外销售产品情况如下：

单位：万元

期间	销售模式	销售内容	收入	占比
2019年1-6月	直销	ARA 产品	852.99	16.13%
		DHA 产品	352.88	6.67%
		SA 产品	75.47	1.43%
		β-胡萝卜素	352.03	6.66%
		小计	1,633.36	30.90%
	经销	ARA 产品	3,640.48	68.86%
		DHA 产品	11.63	0.22%
		SA 产品	1.18	0.02%
		小计	3,653.29	69.10%
	合计			5,286.66

期间	销售模式	销售内容	收入	占比
2018 年度	直销	ARA 产品	1,950.77	23.20%
		DHA 产品	91.47	1.09%
		SA 产品	72.43	0.86%
		β-胡萝卜素	94.84	1.13%
		小计	2,209.51	26.28%
	经销	ARA 产品	6,149.78	73.15%
		DHA 产品	48.36	0.58%
		小计	6,198.15	73.72%
	合计		8,407.65	100.00%
2017 年度	直销	ARA 产品	2,150.12	23.29%
		DHA 产品	589.32	6.38%
		SA 产品	8.39	0.09%
		β-胡萝卜素	140.90	1.53%
		小计	2,888.72	31.29%
	经销	ARA 产品	6,292.05	68.15%
		DHA 产品	51.82	0.56%
		小计	6,343.88	68.71%
	合计		9,232.60	100.00%
2016 年度	直销	ARA 产品	1,006.54	17.76%
		SA 产品	6.00	0.11%
		β-胡萝卜素	10.30	0.18%
		小计	1,022.84	18.05%
	经销	ARA 产品	4,619.09	81.50%
		DHA 产品	25.56	0.45%
		小计	4,644.66	81.95%
	合计		5,667.50	100.00%

报告期内，公司境外直销和经销主要产品为 ARA 和 DHA 产品，各期合计销售收入占比均超过 90%。

## (2) 公司境外销售产品情况

### 1) 公司境外销售产品的总体情况

报告期内，公司境外销售收入分别为5,667.50万元、9,232.60万元、8,407.65万元和5,286.66万元，总体保持增长，主要销售产品分别为ARA油剂和粉剂产品，合计销售收入分别为5,625.63万元、8,442.17万元、8,100.56万元和4,493.47万元，占比分别为99.26%、91.44%、96.35%和85.00%。报告期内，公司境外销售产品内容、价格、数量和收入情况如下：

单位：元/kg、kg、万元

期间	销售内容	平均售价	销量	收入
2019年1-6月	ARA油剂	480.66	22,815.00	1,096.62
	ARA粉剂	213.18	159,342.00	3,396.85
	DHA油剂	323.47	1,380.00	44.64
	DHA粉剂	166.17	19,250.00	319.87
	SA产品	4,731.70	162.00	76.65
	β-胡萝卜素	215.55	16,331.50	352.03
	合计			
2018年度	ARA油剂	406.26	71,255.00	2,894.83
	ARA粉剂	232.07	224,315.00	5,205.73
	DHA油剂	514.26	50.00	2.57
	DHA粉剂	201.26	6,820.00	137.26
	SA产品	4,532.29	159.80	72.43
	β-胡萝卜素	179.62	5,280.00	94.84
	合计			
2017年度	ARA油剂	485.80	43,661.00	2,121.05
	ARA粉剂	250.56	252,280.00	6,321.12
	DHA油剂	318.40	1,770.00	56.36
	DHA粉剂	200.27	29,200.00	584.79
	SA产品	5,907.10	14.20	8.39
	β-胡萝卜素	2,161.02	652.00	140.90
	合计			
2016年度	ARA油剂	593.68	22,527.00	1,337.38
	ARA粉剂	288.83	148,470.00	4,288.25
	DHA粉剂	255.36	1,001.00	25.56
	SA产品	3,749.38	16.00	6.00

期间	销售内容	平均售价	销量	收入
	β-胡萝卜素	2,576.07	40.00	10.30
	合计			<b>5,667.50</b>

## 2) 公司境外经销模式销售产品的情况

报告期内,公司境外经销产品主要为 ARA 油剂和粉剂产品,具体销售内容、价格、数量和收入情况如下:

单位:元/kg、kg、万元

期间	销售内容	平均售价	销量	收入
2019年1-6月	ARA 油剂	473.47	21,245.00	1,005.89
	ARA 粉剂	244.08	107,940.00	2,634.59
	DHA 粉剂	342.16	340.00	11.63
	SA 产品	5,924.95	2.00	1.18
	合计			<b>3,653.29</b>
2018年度	ARA 油剂	457.40	47,570.00	2,175.87
	ARA 粉剂	258.98	153,445.00	3,973.91
	DHA 油剂	514.26	50.00	2.57
	DHA 粉剂	228.96	2,000.00	45.79
	合计			<b>6,198.15</b>
2017年度	ARA 油剂	531.12	27,456.00	1,458.23
	ARA 粉剂	287.41	168,185.00	4,833.82
	DHA 粉剂	259.12	2,000.00	51.82
	合计			<b>6,343.88</b>
2016年度	ARA 油剂	664.59	13,160.00	874.60
	ARA 粉剂	292.60	127,975.00	3,744.49
	DHA 粉剂	255.36	1,001.00	25.56
	合计			<b>4,644.66</b>

报告期内,公司境外经销 ARA 油剂和粉剂的合计金额分别为 4,619.09 万元、6,292.05 万元、6,149.78 万元和 3,640.48 万元,为主要经销产品类型。

## 3) 公司境外直销模式销售产品的情况

报告期内,公司境外直销产品主要为 ARA 油剂、粉剂产品以及 DHA 粉剂

产品，具体销售内容、价格、数量和收入情况如下：

单位：元/kg、kg、万元

期间	销售内容	平均售价	销量	收入
2019年1-6月	ARA 油剂	577.88	1,570.00	90.73
	ARA 粉剂	148.29	51,402.00	762.26
	DHA 油剂	323.47	1,380.00	44.64
	DHA 粉剂	163.00	18,910.00	308.24
	SA 产品	4,716.79	160.00	75.47
	$\beta$ -胡萝卜素	215.55	16,331.50	352.03
	合计			
2018年度	ARA 油剂	303.55	23,685.00	718.96
	ARA 粉剂	173.81	70,870.00	1,231.81
	DHA 粉剂	189.76	4,820.00	91.47
	SA 产品	4,532.29	159.80	72.43
	$\beta$ -胡萝卜素	179.62	5,280.00	94.84
	合计			
2017年度	ARA 油剂	409.02	16,205.00	662.82
	ARA 粉剂	176.86	84,095.00	1,487.29
	DHA 油剂	318.40	1,770.00	56.36
	DHA 粉剂	195.94	27,200.00	532.97
	SA 产品	5,907.10	14.20	8.39
	$\beta$ -胡萝卜素	2,161.02	652.00	140.90
	合计			
2016年度	ARA 油剂	494.05	9,367.00	462.78
	ARA 粉剂	265.31	20,495.00	543.76
	SA 产品	3,749.38	16.00	6.00
	$\beta$ -胡萝卜素	2,576.07	40.00	10.30
	合计			

报告期内，公司境外直销 ARA 油剂、粉剂产品以及 DHA 粉剂的合计金额分别为 1,006.54 万元、2,683.08 万元、2,042.24 万元和 1,161.23 万元，为主要直销产品类型，同时，公司 SA 产品和  $\beta$ -胡萝卜素产品境外直销规模呈现上涨趋势。

## 2、首轮回复未回答全面的理由

除少数型号外，公司境内外销售产品基本一致，首轮回复中，公司仅分区域列示了境外销售收入，未详细披露境外销售产品具体情况，本次回复补充回答了相关问题。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入按地区分布分析”中进行补充披露。

### （七）继续回答前次问询问题 27，列表说明各种核查手段下对经销商及经销商最终销售的核查比例

各种核查手段下，申报会计师对经销商及经销商最终销售情况的核查比例如下：

主要核查方式	核查比例			
	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
函证销售收入发生额	92.30%	85.94%	84.29%	84.21%
函证应收账款余额	89.84%	79.59%	87.51%	83.72%
实地走访经销商	84.93%	78.67%	85.62%	88.10%
实地走访终端客户	74.48%	66.85%	74.27%	63.48%
通过中国电子口岸执法系统核查外销收入	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：对经销商和终端客户走访比例均以经销总收入金额作为分母计算。

首轮回复中，由于理解偏差，公司仅披露了经销商核查方式和走访比例，未详细披露各种核查手段下的核查比例和终端客户核查比例，本次回复补充回答了相关问题。

### （八）说明外协加工的货物流、资金流情况，是否涉及进出口业务，并结合上述情况进一步分析外协加工的业务实质是否属于经销或代销

报告期内，公司主要委托荷兰奇异鸟公司加工 ARA 金粉，2019年1-6月，公司新增外协厂商美泰科技，委托其加工 ARA 10%粉剂和 DHA 10%粉剂产品。具体情况如下：

## 1、货物流和资金流

### (1) 境外外协加工——荷兰奇异鸟公司

报告期内，公司将原材料 ARA 油剂出口，交由境外厂商荷兰奇异鸟公司按照公司要求加工成成品 ARA 金粉复运进口，由公司按照合同要求支付其加工费。该项业务所涉及的货物流和资金流为：

#### 1) 货物流转

货物流转主要分为：合同登记备案、原材料出口、复进口已加工货物、合同核销结案、验收入库等环节，具体流程如下：

环节	具体流程
合同登记备案	双方签订外协加工框架合同，报税务部门审批，进行框架合同备案。在办理出料加工业务前，到主管海关部门办理《加工贸易手册》，建立《出料加工账册》，对每一单进出货物进行登记，手册到期进行核销。
原材料出口	根据加工计划准备每次加工订单的 ARA 油剂，委托第三方物流办理《出口货物报关单》和国际承运操作。 承运商办理出口报关并登记出料账册后，承运到荷兰奇异鸟公司进行加工。
复进口已加工货物	加工完成后的 ARA 金粉，由公司委托承运商按 DDU 条款办理进口承运，从荷兰到武汉。在入境地海关办理《进口货物报关单》并对应登记出料账册，同时对复进口的金粉加工业务予以缴税后通关。
验收入库	通关后货物运到工厂，按公司流程卸货验收入库。合格金粉根据销售订单进行直接销售。
合同核销结案	海关《加工贸易手册》期限为一年，到期前所有出口油对应金粉入境手续完成后，到海关进行当期手册核销。次年的加工业务办理新的加工手册。

双方签订的外协加工框架合同期满后，重新签订新的合同，并按上述流程进行备案和操作。

#### 2) 资金流

委托加工费支付：公司按照与荷兰奇异鸟公司签订协议约定加工单价和每批次加工物资数量确定加工费金额，并进行加工费支付。

进出口增值税、关税缴纳：出料加工项下出口的 ARA 油剂，免于缴纳出口关税和增值税；出料加工项下加工后成品复进口时，海关按照境外的加工费、运费、保险费等对加工金粉征收进口增值税和关税。

---

## (2) 境内外协加工——美泰科技

美泰科技为一家从事硫酸软骨素、奶粉营养辅料及保健品研发、生产和销售的新三板挂牌企业，与公司不存在关联关系。2019年1-6月，公司向其委托加工费用为143.98万元。

### 1) 货物流

由公司对委托加工物资原材料ARA油剂和DHA油剂办理出库，运送至美泰科技指定仓库，美泰科技按照公司要求加工成品ARA10%粉剂和DHA10%粉剂产品，加工完成后运送至公司仓库，经验收合格后办理入库。

### 2) 资金流

公司按照与美泰科技签订协议约定加工单价和每批次加工物资数量确定加工费金额，并进行加工费支付。

## 2、是否涉及进出口业务

### (1) 荷兰奇异鸟公司外协加工涉及进出口业务

公司委托荷兰奇异鸟公司外协加工业务为加工贸易中的出境加工贸易，涉及进出口业务。

公司对出口加工合同项下出口的原材料ARA油剂，比照暂时出口货物的有关规定填写出口货物报关单向海关办理报关手续，该业务属于出料加工，根据国家相关规定免征出口环节关税；出口加工合同项下复运进口货物ARA金粉时，公司持原出口货物报关单并填写进口货物报关单一并向海关申请办理进口报关手续，按照支付的境外的加工费、运费、保险费等征收关税、增值税。

### (2) 美泰科技外协加工不涉及进出口业务

公司委托美泰科技加工ARA和DHA粉剂属境内委托加工，不涉及进出口业务。

## 3、结合上述情况进一步分析外协加工的业务实质是否属于经销或代销

公司委托荷兰奇异鸟公司出境加工和委托美泰科技境内加工，货物整体流程



为：委托加工原材料出库——受托方按公司要求加工——加工成品办理验收入库——销售出库，并按照签订委托加工协议约定支付加工费。该外协加工业务实质不属于经销或代销。

#### 4、首轮回复未回答全面的理由

首轮回复中，由于理解偏差，公司仅披露了外协加工工序及加工商的基本情况，本次回复补充回答了相关问题。

（九）说明报告期内研发费用加计扣除金额的情况及与发行人研发费用的差异情况、差异原因，未申报加计扣除的研发费用对应的项目情况、发行人的研发费用中是否存在其他用途而非研发用途的费用，是否存在列报不准确的情况

1、报告期内研发费用加计扣除金额情况及与发行人研发费用的差异情况、差异原因，未申报加计扣除的研发费用对应的项目情况

报告期内，公司研发费用金额与申请加计扣除的研发费用金额对比情况如下：

单位：万元

项目	2019年 1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
申请加计扣除的研发费用金额	596.57	1,135.80	937.54	860.43
合并财务报表的研发费用金额研发费用账面金额	782.63	1,637.60	1,363.03	1,427.20
差异	-186.05	-501.80	-425.49	-566.77
其中：不属于研发加计扣除范围的相关费用	186.05	482.30	390.77	266.84
出于谨慎性考虑未申报加计扣除的研发费用所对应的具体项目情况	-	14.87	24.37	-
超过可加计扣除研发费用总额10%限制的其他研发相关费用	-	4.63	10.35	14.39
作为不征税收入处理的财政性资金用于研发的部分	-	-	-	84.74
中科光谷研发费用2016年整体未申报加计扣除	-	-	-	200.80

报告期内，财务报表确认的研发费用与申报加计扣除的研发费用存在差异，

差异主要包括部分不属于研发加计扣除范围的研发费用、发行人出于谨慎性考虑未申报加计扣除的研发项目费用、超过可加计扣除研发费用总额 10%限制的其他研发相关费用、作为不征税收入处理的财政性资金用于研发的部分以及中科光谷研发费用整体未加计扣除的研发项目费用。具体金额如下：

单位：万元

项目	2019年 1-6月	2018年	2017年	2016年	未加计扣除的相关说明
(1)不属于研发加计扣除范围的相关费用	186.05	482.30	390.77	266.84	-
人工费用	5.37	72.73	35.25	57.32	车间试验工资及计提未发放奖金
材料、租赁费	-	2.01	1.75	4.84	包装材料，物业租赁费，不属于可加计扣除的研发费用
能源动力费	13.29	38.63	77.06	41.06	能源动力费整体未进行加计扣除申报
折旧及摊销	23.25	55.93	81.30	43.88	车间试验生产设备、非仪器仪表（房屋建筑物、办公设备）
委托研发费、维修费	10.65	192.98	111.04	93.85	委托外部机构进行研发活动所发生的费用、研发设备的运行维护维修等费用整体未进行加计扣除申报
办公费	133.49	120.04	84.36	25.89	办公费类，不可加计
(2)出于谨慎性考虑未申报加计扣除的研发项目费用	-	14.87	24.37	-	-
(3)超过可加计扣除研发费用总额10%限制而未申请的其他相关费用	-	4.63	10.35	14.39	超过限额的部分，未进行加计扣除
(4)作为不征税收入处理的财政性资金用于研发的部分	-	-	-	84.74	作为不征税收入处理的财政性资金用于研发的部分不予加计
(5)中科光谷研发费用2016年整体未申报加计扣除	-	-	-	200.80	因处于弥补亏损阶段，研发费整体未进行申报
<b>合计</b>	<b>186.05</b>	<b>501.79</b>	<b>425.49</b>	<b>566.77</b>	<b>-</b>

(1) 不属于研发加计扣除范围的相关费用

---

### 1) 人工费用

根据国家税务总局相关规定，可以加计扣除的人员人工费用是指直接从事研发活动人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金，以及外聘研发人员的劳务费用。故发行人研发项目相关车间试验的人工费用，以及发行人于年末计提的本年研发人员奖金，由于未在当年发放，因此也不属于当年可加计扣除的研发费用。

### 2) 材料、租赁

根据国家税务总局相关规定，可以加计扣除的材料是指研发活动直接消耗的材料。出于谨慎考虑，发行人耗用的包装材料未进行加计扣除申报。

根据国家税务总局相关规定，可以加计扣除的租赁费是指通过经营租赁方式租入的用于研发活动的仪器、设备租赁费。故发行人为开展研发活动租赁的物业租赁费，不属于可加计扣除的研发费用。

### 3) 能源动力费

根据国家税务总局相关规定，可以加计扣除的能源动力费是指研发活动直接消耗的燃料和动力费用。发行人的能源动力费主要为电费及蒸汽，发行人于日常核算过程中，未明确区分研发办公和研发项目直接耗用的能源动力费，出于谨慎考虑，发行人动力费整体未进行加计扣除申报。

### 4) 折旧与摊销

根据国家税务总局相关规定，可以加计扣除的折旧与摊销费是指用于研发活动的仪器、设备的折旧费；软件、专利权、非专利技术（包括许可证、专有技术、设计和计算方法等）的摊销费用。故发行人部分用于研发活动的非研发仪器设备的固定资产的折旧费，不符合加计扣除条件。

### 5) 委托研发费、设备维护费

根据国家税务总局相关规定，企业委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的 80% 计入委托方研发费用并计算加计扣除。

根据国家税务总局相关规定，可以加计扣除的设备维护费，是指用于研发活

动的仪器、设备的运行维护、调整、维修等费用。出于谨慎考虑，发行人委托研发费及设备维护费整体未进行加计扣除申报。

## 6) 办公费类

根据国家税务总局相关规定，办公费不属于法规规定的加计扣除范围，发行人未申请该类研发费用加计扣除。

### (2) 出于谨慎性未申报加计扣除的研发费用所对应的具体项目情况

根据《完善研究开发费用税前加计扣除政策》（财税〔2015〕119号）规定，企业发生产品（服务）的常规性升级或对现存产品、服务、技术、材料或工艺流程进行的重复或简单改变活动支出不适用研发费用加计扣除优惠政策。

因此，对于研发成果应用拓展类项目，基于谨慎原则，公司未申请研发费用加计扣除。此外，对于金额较小的研发项目，公司也未申请费用加计扣除。

报告期内，公司研发项目费用中出于谨慎性未申报加计扣除的具体项目及未申报加计扣除的金额情况如下：

单位：万元

项目名称	研发费用中未申报加计扣除的金额		未申请原因
	2018年	2017年	
纳他霉素高产菌株选育项目	-	0.04	金额较小
利用枯草芽孢杆菌发酵法生产N-乙酰神经氨酸项目	-	0.51	金额较小
利用法夫酵母菌发酵生产虾青素技术与开发项目	-	23.83	子公司中科光谷未申请加计扣除
油料脂质功能产品创制与应用研究项目	14.87	-	应用拓展项目
合计	14.87	24.37	-

### (3) 超过可加计扣除研发费用总额 10%限制的其他研发相关费用

根据财税〔2015〕119号规定，允许加计扣除的其他研发费用范围为与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费等，研发成果的检索、分析等，知识产权的申请费、注册费等，此项费用总额不得超过可加计扣除

---

研发费用总额的 10%。故发行人研发部门发生的前述研发费用中超过限额的部分，未进行加计扣除。报告期内，超过可加计扣除研发费用总额 10%限制的其他研发相关费用分别为 14.39 万元、10.35 万元、4.63 万元和 0 万元。

(4) 作为不征税收入处理的财政性资金用于研发的部分

根据税务总局公告 2015 年第 97 号中第二条第（五）项的规定，企业取得作为不征税收入处理的财政性资金用于研发活动形成的费用或无形资产，不得计算加计扣除及摊销。报告期内，作为不征税收入处理的财政性资金用于研发的部分分别为 84.74 万元、0 万元、0 万元和 0 万元。

(5) 中科光谷研发费用 2016 年整体未申报加计扣除

中科光谷因处于弥补亏损阶段，出于谨慎考虑，2016 年研发费用整体未进行加计扣除申报，金额为 200.80 万元。

**3、发行人的研发费用中是否存在其他用途而非研发用途的费用，是否存在列报不准确的情况**

(1) 研究开发过程中发生的研发费用及相应的归集方式

1) 直接费用

直接费用指与特定研发项目具有直接对应关系的研发费用，主要包括设计开发费、检测费、直接材料投入等；直接费用由研发人员发起订单审批申请，发行人在“研发费用”科目下设立“研发费用-咨询服务费、研发费用-试验检测费、研发费用-材料费”等二级科目进行研发费用归集核算，所依据的主要原始凭证包括订单报账单、研发项目立项明细、合同、验收单、发票等，上述原始凭证能够反映相关费用与发行人研发项目的直接对应关系，可以将研发费用与其他费用或生产成本进行明确区分。

2) 研发人员的人工费用

研发人员的人工费用主要包括研发人员的工资、社会保险、住房公积金等人工费用，人工费用在“研发费用-工资费用”科目进行归集核算，发行人研发人员与其他人员具有明确的岗位职责区分，不存在与其他生产人员或管理、销售人

---

员的人工费用混同的情况。

### 3) 其他费用

其他费用主要包括用于研发活动的仪器、设备、软件等资产的折旧摊销费，研发人员的差旅费、办公费等；发行人单独区分用于研发活动的仪器、设备、软件等资产，将上述资产的折旧摊销费用在“研发费用-折旧及摊销”科目进行核算；根据差旅费用单据在“研发费用-差旅费”科目归集研发人员差旅费用。

#### (2) 公司研发部门及人员职责清晰，与其他部门划分明确

公司研发部门根据研发需求确定具体研发项目，成立项目组并配置相应研发人员。公司按照研发项目逐月归集研发费用，归集范围为研发部门人员产生的研发费用，具体内容包括研发人员的工资、奖金、津贴、社会保险费、住房公积金等职工薪酬费用；与研发活动直接相关的费用，包括差旅费、办公费、技术交流费等；以及用于研发活动的仪器、设备、房屋等固定资产的折旧费以及无形资产摊销。在研发费用归集过程中，职工薪酬根据研发项目人员名单归集至各研发项目；与研发活动直接相关的费用中，差旅费、办公费等研发人员产生的费用，按人员名单归集至各研发项目；折旧摊销中，各固定资产严格划分使用部门，研发部门的固定资产折旧额计入研发费用中。

对于无法直接归属于某一研发项目的燃料动力费按照项目工时占比等合理的方法分摊至具体研发项目并入账。

#### (3) 公司研发费用列报准确

报告期内，公司研发费用均为研发用途产生，费用列报准确。

综上所述，公司研发费中不存在其他用途而非研发用途的费用，公司研发费用列报准确，符合《企业会计准则》的规定。

## 4、首轮回复未回答全面的理由

首轮回复中，由于理解偏差，公司仅说明了申请加计扣除的研发费用情况以及税务部门认定情况，未详细说明未申请加计扣除的研发费用相关情况，本次回复补充回答了相关问题。

(十) 披露存货跌价准备计提比例显著高于可比上市公司的情况是否对发行人的生产经营产生不利影响、发行人未来的生产经营及产品前景是否存在不确定性，并揭示相关财务或经营风险

### 1、公司对比同行业上市公司存货余额及存货跌价准备计提比例情况

报告期内，公司与同行业上市公司存货金额及存货跌价准备计提比例对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2019年1-6月		2018年末		2017年末		2016年末	
	存货余额	跌价准备计提比例	存货余额	跌价准备计提比例	存货余额	跌价准备计提比例	存货余额	跌价准备计提比例
金达威	50,304.66	1.70%	46,636.24	2.28%	35,212.24	2.76%	29,761.67	3.33%
量子生物	7,136.63	3.51%	5,022.90	0.67%	2,478.19	0.00%	2,259.81	0.00%
安琪酵母	189,179.89	2.16%	189,399.21	1.29%	155,177.74	0.94%	123,211.29	1.46%
圣达生物	16,910.64	3.05%	12,997.52	3.97%	9,976.71	0.32%	12,252.96	0.33%
<b>平均值</b>	<b>65,882.95</b>	<b>2.16%</b>	<b>63,513.97</b>	<b>1.60%</b>	<b>50,711.22</b>	<b>1.21%</b>	<b>41,871.43</b>	<b>1.69%</b>
嘉必优	8,398.60	10.75%	8,101.98	16.65%	9,573.84	17.97%	11,076.70	16.04%
嘉必优(剔除β-胡萝卜素产品跌价准备)	8,398.60	1.67%	8,101.98	1.46%	9,573.84	2.40%	11,076.70	3.26%

### 2、公司存货跌价准备计提比例相对较高的原因

#### (1) 存货跌价准备主要为β-胡萝卜素产品

发行人严格按照计提存货跌价的依据和方法进行减值测试，确保存货跌价准备计提的充分性。报告期内，发行人的存货跌价比例远高于同行业上市公司，主要系公司基于谨慎性原则，对其库存商品——β-胡萝卜素产品计提的跌价，各期末β-胡萝卜素产品跌价准备余额分别为1,416.46万元、1,490.64万元、1,230.00万元和762.96万元，剔除该项因素后，公司存货跌价准备计提比例分别为3.26%、2.40%、1.46%和1.67%，与同行业公司计提比例差异较小。

#### (2) 公司主要产品ARA和DHA不存在大幅跌价风险

报告期内，公司主要产品 ARA 和 DHA 存货余额合计分别为 8,017.62 万元、6,472.29 万元、5,623.79 万元和 6,606.68 万元，其存货跌价准备合计分别为 227.95 万元、102.98 万元、19.35 万元和 19.62 万元，占比合计分别为 2.84%、1.59%、0.34%和 0.30%，占比较小，公司 ARA 和 DHA 产品具有较为稳定的和较高的毛利率水平，发展趋势良好。β-胡萝卜素产品收入占公司营业收入占比分别为 0.05%、0.68%、0.72%和 2.70%，其成本占公司营业成本比例分别为 1.50%、7.82%、4.92%和 5.97%，对公司经营业绩影响较小。

### 3、公司的生产经营和产品前景不存在重大不确定性

报告期内，公司存货跌价准备主要为 β-胡萝卜素产品生产成本高于可变现净值所形成，β-胡萝卜素产品为公司近年研制推出的新产品，实现经济效益需要一定的周期，符合新产品开发的客观规律。2017 年以来，β-胡萝卜素产品的存货跌价准备逐年降低，存货跌价风险整体可控，2019 年 1-6 月，β-胡萝卜素产品毛利率为-4.75%，亏损幅度较往年大幅缩小。同时，公司主营产品 ARA 和 DHA 生产技术和应用市场成熟，产品销售收入和利润逐年增长，公司的生产经营和产品前景较好，不存在重大不确定性。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产的构成及变动情况分析”之“6、存货”中进行补充披露。

### 4、存货跌价准备相关财务或经营风险

公司已在招股说明书之“第四节 风险因素”之“一、经营风险”中补充披露如下：

#### “（八）存货跌价准备相关风险

报告期各期末，公司计提存货跌价准备分别为 1,777.23 万元、1,720.24 万元、1,348.65 万元和 902.93 万元，占期末存货余额的比例分别为 16.04%、17.97%、16.65%和 10.75%，主要系 β-胡萝卜素产品处于新产品推广阶段，产品成本高于可变现净值所形成。若未来公司在新产品开发中不能准确判断市场需求或有效控制生产成本，需根据情况计提存货跌价准备，将对公司的资产状况和



---

利润水平造成不利影响。”

## 5、首轮回复未回答全面的理由

首轮回复中，公司仅披露了存货跌价准备计提水平及与同行业公司对比情况，未详细说明是否存在不利影响及公司前景，本次回复补充回答了相关问题并做风险揭示。

## 二、中介机构核查意见

### （一）核查方式

申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、查阅《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》等行业分类指导文件，核查发行人所属行业；
- 2、查阅行业相关资料，核查发行人产品与生物油脂的关系；
- 3、邮件咨询国家发展和改革委员会生物油脂及战略性新兴产业相关问题并取得回复；
- 4、取得中国生物发酵产业协会出具的关于发行人产品行业分类的证明，核查发行人产品与生物油脂的关系；
- 5、查阅核心技术人员简历及任职情况；
- 6、了解发行人采购和销售业务流程、定价机制和定价策略，并结合发行人采购销售数据，定量分析相关价格差异及变动原因；
- 7、核查发行人产品价格、成本变动情况，了解发行人市场竞争应对策略、分析其议价能力和价格下降的应对措施；
- 8、了解发行人销售业务模式，取得境外销售台账，走访部分境外客户；
- 9、梳理经销商及终端客户核查手段及比例；
- 10、了解发行人外协加工具体业务流程，分析外协加工的业务实质；
- 11、查阅发行人研发费用加计扣除资料，了解未申报加计扣除原因，核查研

---

发费用核算准确性和合规性；

12、取得发行人存货跌价准备计提资料，了解计提原因，分析与可比上市公司存在差异的原因，分析发行人未来生产经营及产品前景。

## （二）核查意见

经核查，会计师认为：发行人收入占比较高的 ARA 产品属于生物油脂，属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》所列示的重点产品，信息披露准确；报告期内，发行人的核心技术人员未发生变动；发行人购销价格具有公允性，产品销售单价变动具有合理性；发行人具有清晰的境外销售模式和准确的销售记录；发行人经销业务及销售数据具有真实性；外协加工涉及进出口业务，外协加工的业务实质不属于经销或代销；公司研发费中不存在其他用途而非研发用途的费用，公司研发费用列报准确，符合《企业会计准则》的规定；发行人存货跌价准备计提合理，未来的生产经营及产品前景不存在不确定性，发行人已就相关财务或经营风险进行揭示。

## 问题 2

### 关于与嘉吉的关联交易

根据前次问询函回复，嘉吉转让公司股权前后，公司与嘉吉之间的采购和销售业务模式未发生变化，且价格变动较小，股权转让事项对公司经营和业绩不存在重大影响。为了提高数据的可比性，本次将向嘉吉的销售价格与向其他境外客户和境外经销商销售价格进行比较。同时，在选取可比第三方时，还剔除了向达能、蒙牛、伊利三家客户在境外的子公司或其指定的代工厂的销售情况，主要原因系蒙牛和伊利在采购 ARA 产品时，采用境内境外相同的采购价格标准；同时，达能曾经控制的境内企业多美滋曾向公司采购 ARA 产品，公司给予达能境内市场价格。

请发行人补充披露：（1）葡萄糖采购价格的差异原因，而非采购规模情况变动；（2）嘉吉投资转让发行人股权前后年度关联交易价格的变化情况，进一步论证股权转让事项对发行人关联交易价格是否存在影响；（3）向嘉吉销售 ARA 毛油的价格与向可比第三方销售价格差异较大的具体原因，“Numega 采购毛油

---

用于生产粉剂自营销售，由于其同时作为达能的代工厂通过嘉吉采购公司 ARA 油剂产品，公司按照达能价格体系向其定价销售”的商业逻辑及论证逻辑，Numega 通过嘉吉采购可以按照达能价格体系定价单嘉吉自己采购不能按照达能定价体系定价的原因及合理性；发行人是否存在其他类似定价策略；（4）完整的定价策略及定价机制，并分析发行人的定价策略是否具有随意性；（5）发行人报告期内是否将与嘉吉的交易比照关联交易进行披露。

请发行人说明：（1）境内销售和境外销售价格逻辑不同的原因，若对嘉吉的销售既涉及境内也涉及境外，请做分类比较；（2）“将向嘉吉的销售价格与向其他境外客户和境外经销商销售价格进行比较”的原因，向嘉吉销售是否全部属于境外销售，是否存在与嘉吉类似的客户，若存在类似客户请说明是否将其列入比较对象；（3）“剔除了向达能、蒙牛、伊利三家客户在境外的子公司或其指定的代工厂的销售情况”时，是否仅剔除不可比部分，还是剔除了全部三家客户的销售数据；（4）“假设向嘉吉销售价格与可比第三方的价格保持一致，在成本和其他费用均不变的前提下，测算对公司营业利润、净利润等指标的影响”中的第三方价格的具体计算依据，请说明计算时是否剔除某些不可比因素、具体的剔除因素情况及剔除原因，并说明相关测算的过程是否合理及测算结果是否准确；（5）前次申报创业板披露了向无关第三方销售价格与向嘉吉销售的价格差异，而本次申报材料中披露的是毛利率，请说明申报材料中是否存在误导，本次问询函回复中“本次申报材料中的关于关联交易的论证方法和论述内容考虑了可比性和各项业务实际情况，分析更加合理，因此较前次申报有所调整”的论述是否表明前次申报创业板时的相关论述更为合理、申报科创板的申报材料中存在使用较为不合理的方式进行论述的情况。

请发行人重写撰写关联交易价格公允性相关内容，按照要求进一步详细论证价格公允性；在做关联交易价格比较时，完整比较所有交易对象群体；若需要剔除特殊情况，请做定量分析并作完整考虑。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、公司补充披露

## （一）葡萄糖采购价格的差异原因，而非采购规模情况变动

### 1、发行人向嘉吉采购价格与其他供应商采购价格差异情况

公司建立了一套完善的供应商询价、比价制度，关注原料市场相关信息，并对具备招标条件的物料采用季度招标的方式，以保障采购价格合理、公允。报告期内，发行人向嘉吉采购葡萄糖均为葡萄糖粉，价格与向其他供应商采购葡萄糖粉的价格对比情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	向嘉吉采购金额	向嘉吉采购平均价格	向第三方采购同类产品金额	向第三方采购平均价格	价格差异率
2019年1-6月	2.66	3.47	239.64	2.83	22.55%
2018年度	21.28	3.21	183.69	2.92	9.72%
2017年度	43.91	3.01	581.84	2.98	1.22%
2016年度	198.53	2.67	333.46	2.70	-1.45%

### 2、2018年度以来，嘉吉葡萄糖价格走高，公司大幅降低向嘉吉采购金额

报告期内，公司向嘉吉采购葡萄糖的金额分别为198.53万元、43.91万元、21.28万元和2.66万元，采购金额大幅下降，占同类产品采购比例分别为37.32%、7.02%、10.38%、1.10%，采购金额和占比明显降低。公司大幅降低向嘉吉采购葡萄糖的主要原因系嘉吉葡萄糖价格逐步提高，2017年以后高于其他供应商采购价格。报告期内，公司向嘉吉采购葡萄糖的平均价格分别为2.67元/kg、3.01元/kg、3.21元/kg和3.47元/kg，向其他供应商采购葡萄糖的平均价格分别为2.70元/kg、2.98元/kg、2.92元/kg和2.83元/kg，各年度采购价格差异分别为-1.45%、1.22%、9.72%和22.55%。

### 3、嘉吉葡萄糖价格高于其他供应商的原因

2016年和2017年，公司向嘉吉采购葡萄糖和向其他供应商采购的平均采购价格差异很小，主要系不同采购招标时点葡萄糖价格小幅波动导致。2017年嘉吉葡萄糖平均价格为3.01元/公斤，较其他供应商平均价格高了0.03元/公斤，公司根据低价中标的采购原则，大幅减少了向嘉吉采购葡萄糖的金额。

2018年、2019年上半年，公司向嘉吉采购价格较向其他供应商采购价格分

别高出 9.72%、22.55%。嘉吉葡萄糖价格较其他供应商的平均价格逐步提高，主要系随着 2016 年底以来国家粮食收储政策变化，东北地区玉米临储政策取消，玉米价格走高，嘉吉在东北采购原材料玉米的价格提高，其生产的葡萄糖价格亦有所增加，且嘉吉厂址位于吉林省松原市，运输距离相对更远，运输成本更高；公司其他主要葡萄糖供应商秦皇岛骊骅的厂址位于河北秦皇岛，诸城东晓厂址位于山东省，距离相对较近或可采取海运运输，运输费用较低，原料售价中包含了运输费用，因此嘉吉葡萄糖售价较其他供应商相对更高。

#### 4、2018 年以来公司仍向嘉吉采购少量葡萄糖的合理性

由于嘉吉不具有价格优势，公司大幅减少了向嘉吉采购葡萄糖的规模。2018 年和 2019 年上半年，公司仍分别向嘉吉少量采购葡萄糖 21.28 万元、2.66 万元，主要系公司在向嘉吉采购麦芽糊精时，在运输车辆未满载存在闲置运力的前提下，顺带向嘉吉采购少量葡萄糖，装满运输车辆，以降低单位原材料的运输成本。

2018 年和 2019 年 1-6 月，公司向嘉吉采购葡萄糖订单信息如下：

订单时间	采购数量（吨）		
	固体玉米糖浆	麦芽糊精	葡萄糖
2018.01.25	16	-	12
2018.02.27	-	8	22
2018.03.23/2018.04.04	20	8	2
2018.03.23/2018.05.18	22	-	8
2018.06.04	12	8	10
2018.08.10	24	4	1
2018.10.09	16	-	8
2018.10.29	14	8	2
2018.11.23	15	8	1
2018.12.14	19	4	1
2019.01.11	15	8	1
2019.03.04	15	8	2
2019.04.08	15	8	1
2019.04.22	12.75	8	1

订单时间	采购数量 (吨)		
	固体玉米糖浆	麦芽糊精	葡萄糖
2019.05.13	15	8	1
2019.05.23	15	8	1

例如：公司根据生产计划和仓储能力，一般单次向嘉吉采购固体玉米糖浆和麦芽糊精产品约为 16-23 吨，运输车辆满载 24-30 吨，每吨核算运费约为 650 元，若闲置 1 吨运力，公司亦需在固体玉米糖浆和麦芽糊精产品采购中承担闲置运力成本 650 元。据此模拟测算，搭配采购 1 吨葡萄糖的费用将降低 0.65 元/kg，2018 年嘉吉葡萄糖价格将由 3.21 元/kg 降低至 2.56 元/kg，低于向其他供应商采购的平均价格，拼车采购葡萄糖有利于降低公司采购成本。

根据上表，公司向嘉吉采购葡萄糖基本为采购固体玉米糖浆和麦芽糊精时搭配采购，存在少量采购具有合理性。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（一）经常性关联交易事项”中进行补充披露。

（二）嘉吉投资转让发行人股权前后年度关联交易价格的变化情况，进一步论证股权转让事项对发行人关联交易价格是否存在影响

#### 1、嘉吉投资转让发行人股权前后年度，关联采购价格的变化情况

##### （1）公司向嘉吉采购原材料价格变动情况

2015 年 4 月，嘉吉对外转让公司股权，股权转让前后年度，公司向其采购原材料价格对比情况如下：

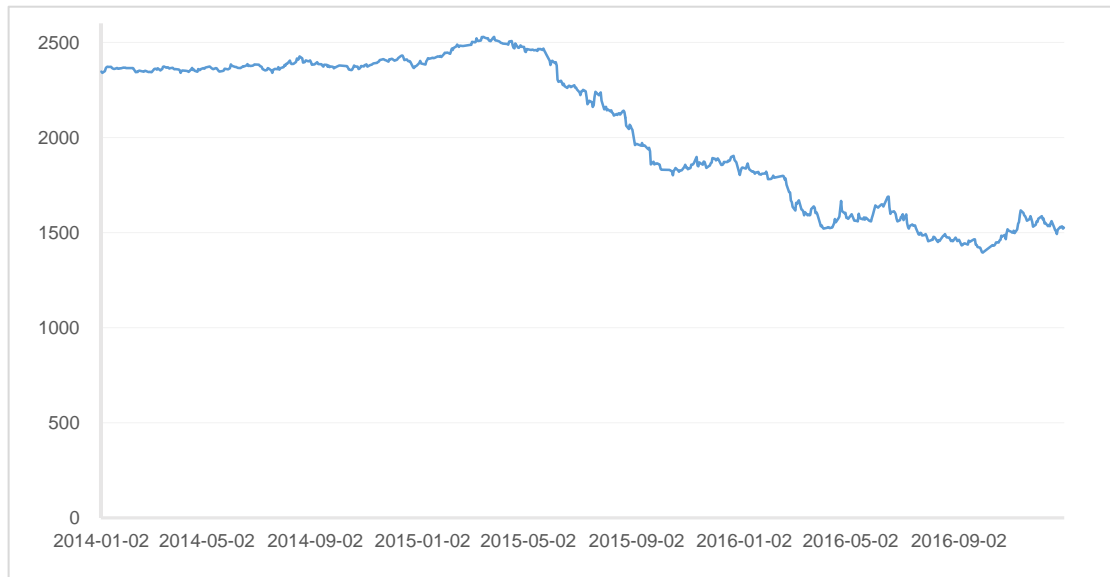
单位：万元、元/kg

原材料类别	2014 年度		2016 年度		价格差异
	金额	平均单价	金额	平均单价	
葡萄糖	122.48	3.66	198.53	2.67	-27.04%
固体玉米糖浆	58.86	6.40	77.85	6.41	0.15%
麦芽糊精	14.95	5.00	25.88	5.00	0.00%
葵花籽油	-	-	84.18	9.08	-
高油酸葵花籽油	-	-	4.21	14.57	-

嘉吉转让公司股权前后，公司均以招标方式采购主要原材料，股权转让事项对采购模式和定价机制不存在影响。2016 年度，公司向嘉吉采购葡萄糖价格较 2014 年度下降 27.04%，系葡萄糖的生产原料玉米大宗商品价格大幅下降，葡萄糖价格随之下降所致，除葡萄糖外，固体玉米糖浆和麦芽糊精价格保持稳定。

### (2) 2016 年葡萄糖市场价格下降的原因

2014 年-2016 年，玉米价格指数总体呈现下降，玉米系生产葡萄糖的主要原材料，公司 2016 年向嘉吉采购葡萄糖价格与玉米价格变动趋势一致，玉米价格指数走势如下：



数据来源：wind 玉米指数

### (3) 公司向嘉吉采购葡萄糖价格公允性

2014 年度和 2016 年度，公司向其他供应商采购葡萄糖的价格情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	向嘉吉采购葡萄糖		向其他供应商采购葡萄糖		价格差异
	金额	平均单价	金额	平均单价	
2016 年度	198.53	2.67	333.46	2.70	-1.45%
2014 年度	122.48	3.66	584.09	3.42	7.02%

公司一贯执行葡萄糖招标采购政策，2014 年度，公司向嘉吉采购葡萄糖价格高于向其他供应商采购价格，主要原因为公司向嘉吉采购发生在 2014 年下半

年, 向其他供应商诸城东晓采购时点较为分散, 向诸城东晓下半年采购价格 3.59 元/kg 明显高于上半年采购价格 3.29 元/kg~3.33 元/kg, 同一时间段公司向嘉吉采购价格与向诸城东晓采购价格相差 1.95%, 价格差异较小。

## 2、嘉吉投资转让发行人股权前后年度, 关联销售价格的变化情况

嘉吉转让公司股权前后, 公司向嘉吉销售的模式保持稳定, 主要销售产品价格对比情况如下:

单位: 万元、元/kg

销售区域	产品型号	2014 年度		2016 年度		价格差异率
		金额	平均单价	金额	平均单价	
内销	ARA7%粉剂	423.35	172.09	-	-	-
	ARA10%粉剂	104.86	205.20	174.79	205.63	0.21%
	DHA7%粉剂	74.52	172.09	-	-	-
	DHA10%粉剂	94.34	188.31	-	-	-
外销	ARA 毛油	47.07	480.34	145.77	569.41	18.54%
	ARA 精油	462.48	735.96	260.74	827.75	12.47%
	ARA10%粉剂	932.20	282.61	2,514.37	268.82	-4.88%
	ARA 金粉	9.08	336.47	-	-	-
	DHA10%粉剂	30.10	301.02	25.53	255.27	-15.20%

### (1) 股权转让前后, 境内经销价格保持稳定

股权转让前后, 2016 年度, 公司向嘉吉销售 ARA10%粉剂平均价格为 205.63 元/kg, 与 2014 年度平均价格 205.20 元/kg 基本一致。

2016 年度, 嘉吉境内经销金额为 174.79 万元, 较 2014 年度境内经销金额 697.07 万元出现大幅下降, 主要系嘉吉内销终端客户多美滋因业务规模缩小和健合集团(合生元)因自身业务重心调整, 采购大幅减少所致。

### (2) 股权转让前后, 境外经销价格变动原因

2016 年度, 美元兑人民币平均汇率为 6.6423, 较 2014 年度平均汇率 6.1428 提升 8.13%, 2014 年美元定价以 2016 年平均汇率换算后, 价格对比情况如下:

单位: 元人民币/kg



产品型号	2014 年度	2016 年度	价格差异率
ARA 毛油	519.40	569.41	9.63%
ARA 精油	797.34	827.75	3.81%
ARA 金粉	363.83	-	-
ARA10%粉剂	305.30	268.82	-11.95%
DHA10%粉剂	325.50	255.27	-21.58%

### 1) ARA 毛油价格有所提高的原因

2016 年度，公司向嘉吉境外销售 ARA 毛油价格较 2014 年度提升 9.63%，主要原因为终端客户 GIVAUDAN 未达到嘉吉预期采购量，因此对其提升售价。

### 2) ARA10%粉剂价格降低的原因

2016 年度，嘉吉境外经销 ARA10%粉剂价格较 2014 年度下降 11.95%，主要原因为其开拓了 PT Sanghiang、新莱特等大客户，经销收入由 2014 年度的 932.20 万元快速增长至 2016 年度的 2,514.37 万元，实现了较好的销售，对境外大客户公司的销售价格相对较低。因此，拉低了 ARA10%粉剂的平均售价。

### 3) DHA10%粉剂价格降低的原因

2016 年度，嘉吉境外经销 DHA10%粉剂价格较 2014 年度下降 21.58%，主要系公司 DHA 产品发展相对较晚，2014 年尚未实现规模经济效应，随着公司 DHA 技术和工艺逐步成熟，生产效率和成本不断优化，DHA 产品的毛利率不断提高，产品具备降价推广的条件，因此，公司直销和经销 DHA 产品价格均有所下降。

## 3、结论意见

综上所述，嘉吉转让公司股权前后，公司与嘉吉之间的采购和销售业务模式未发生变化，各产品价格的变化属于合理的市场化行为，股权转让事项对公司关联交易定价不存在重大影响。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（一）经常性关联交易事项”中进行补充披露。

（三）向嘉吉销售 ARA 毛油的价格与向可比第三方销售价格差异较大的具体原因，“Numega 采购毛油用于生产粉剂自营销售，由于其同时作为达能的代

工厂通过嘉吉采购公司 ARA 油剂产品，公司按照达能价格体系向其定价销售”的商业逻辑及论证逻辑，Numega 通过嘉吉采购可以按照达能价格体系定价单嘉吉自己采购不能按照达能定价体系定价的原因及合理性；发行人是否存在其他类似定价策略

### 1、公司向嘉吉和可比第三方销售 ARA 毛油的情况

报告期内，公司向嘉吉销售 ARA 毛油的平均价格分别为 569.41 元/kg、555.51 元/kg、563.71 元/kg、619.48 元/kg，2017 年度和 2018 年度，公司向可比第三方 Numega 销售的平均价格分别为 325.57 元/kg 和 231.34 元/kg，销售价格存在较大差异。具体对比情况如下：

单位：元/kg、kg、万元

年度	销售对象	平均单价	销量	销售金额	终端/直销客户
2019 年 1-6 月	嘉吉	619.48	2,880	178.41	GIVAUDAN
	可比第三方	-	-	-	-
2018 年度	嘉吉	563.71	3,320	187.15	GIVAUDAN
	可比第三方	231.34	16,200	374.77	Numega
2017 年度	嘉吉	555.51	3,525	195.82	GIVAUDAN、VIATMIN
	可比第三方	325.57	7,200	234.41	Numega
2016 年度	嘉吉	569.41	2,560	145.77	GIVAUDAN
	可比第三方	-	-	-	-

注 1：2017 年，嘉吉 ARA 毛油终端客户主要为 GIVAUDAN，VIATMIN 仅销售 0.26 万元。

注 2：2016 年及 2019 年 1-6 月，ARA 毛油销售无可比第三方。

### 2、售价差异较大的具体原因

#### (1) ARA 毛油价格差异主要系向 GIVAUDAN 和 Numega 销售价格差异

公司向嘉吉销售 ARA 毛油与可比第三方的价格差异，主要为嘉吉终端客户 GIVAUDAN 和公司直销客户 Numega 之间的价格差异。报告期内，公司向嘉吉销售的 ARA 毛油除 2017 年向 VIATMIN 销售 0.26 万元以外，其余均系向 GIVAUDAN 销售；公司 ARA 毛油的境外直销客户为 Numega，无其他境外直销客户。

#### (2) GIVAUDAN 对产品品质有特殊要求，价格较高

---

报告期内，公司向嘉吉销售 ARA 毛油的终端客户主要为 GIVAUDAN，系一家位于瑞士的主要从事食用香精和日用香精业务的上市公司，产品广泛应用于食品和饮料制造、家庭用品、美容、个人护理和高级香水产品，为境外上市公司，2018 年度实现销售收入 5.5 亿瑞士法郎，约合 40 亿元人民币。GIVAUDAN 采购 ARA 毛油具有特殊的要求，需要 ARA 毛油保留其特有香味和成分，在于其产品进行调配时，对其产品的品质有促进作用，因此，嘉吉向 GIVAUDAN 销售价格较高。

### **(3) 公司参照达能价格体系向 Numega 销售 ARA 毛油**

报告期内，Numega 向公司直接采购毛油用于生产粉剂自营销售，同时作为达能的代工厂通过经销商嘉吉采购公司 ARA 精油产品。在为达能代工及采购业务来往中，Numega 对公司的产品价格较为熟悉，经过双方协商，公司按照达能价格体系向其直销 ARA 毛油产品，售价相对较低。

2018 年度，公司向 Numega 销售的 ARA 毛油因双方在产品指标验收确认上差异和分歧，经协商，公司在货款结算时对其给予销售折让，因此结算价格 231.34 元/kg 较 2017 年的 325.57 元/kg 有所下降。2019 年以来，双方未发生新的业务合作。

综上所述，公司对嘉吉销售 ARA 毛油价格相对较高系 GIVAUDAN 对产品品质要求较高所致；可比第三方 Numega 销售价格相对较低系其为达能的代工厂，与公司协商的结果，对嘉吉销售 ARA 毛油和向可比第三方销售价格差异具有合理性。

**3、Numega 通过嘉吉采购可以按照达能价格体系定价，嘉吉自己采购不能按照达能定价体系定价的原因及合理性**

#### **(1) 嘉吉有维持较高价格的动力**

根据公司与嘉吉的经销协议，嘉吉可以获得其对终端客户销售金额的一定比例作为佣金，终端销售价格越高，嘉吉可以获得的佣金越高。自公司 2004 年设立以来，公司与嘉吉的经销模式未发生实质性变化。因此，嘉吉具有维持较高终端销售价格的动力。

#### **(2) 向 Numega 销售价格较低主要系其为达能代工厂**

---

嘉吉需要根据终端客户的议价能力进行定价，部分议价能力较强的终端客户销售价格可能较低。达能是一家全球的乳品、饮料等食品巨头。达能曾经控制的境内企业多美滋从 2005 年开始向嘉必优采购 ARA 产品，熟悉公司产品境内的价格，且达能属于全球知名食品企业，建立和维护与达能的合作关系有助于公司开拓市场。因此，经嘉吉与公司协商，公司同意向达能以境内的产品价格体系进行销售，产品价格相对较低。

Numega 为一家注册地位于澳大利亚的主要从事粉剂包埋加工的企业，系澳大利亚上市公司 Clover Corporation Limited 的子公司。报告期内，Numega 系达能 ARA 粉剂的代工厂，通过嘉吉采购 ARA 精油，同时，该公司亦向嘉必优直接采购 ARA 毛油，公司对 Numega 定价均采用了达能的价格体系。

#### 4、发行人存在其他类似定价策略的客户

公司除了向 Numega 销售时采用达能的价格以外，报告期内，蒙牛和伊利均为公司的大客户，公司向蒙牛和伊利境外子公司和代工厂销售 ARA 产品时，采用与境内相近的价格标准，因此相关售价低于公司向除达能以外的嘉吉终端客户的售价。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（一）经常性关联交易事项”中进行补充披露。

### （四）完整的定价策略及定价机制，并分析发行人的定价策略是否具有随意性

#### 1、公司定价策略和定价机制

公司结合产品成本，维持一定的毛利率空间确定产品价格区间；并根据产品的市场结构和竞争状况，对不同客户采取差异化定价的策略。公司在产品定价时采取以下原则：

##### （1）成本导向原则

公司产品价格需参考产品成本变化情况，维持合理毛利率水平。在成本导向定价方面，公司主要采取以下措施：

---

一是维持合理毛利率水平，若公司产品成本下降，为扩大市场份额，可降低产品价格。二是充分考虑客户的边际贡献，若对某客户降低产品价格后，该客户加大采购规模，将增加公司的净利润，则可以降低该客户的产品价格。三是客户个性化需求的产品成本较高，亦采取较高销售价格，维持合理毛利率水平。

## (2) 差异化定价原则

公司产品具有较高的准入门槛，下游客户对产品品质和供应能力要求较高，客户粘性较强。在差异化定价方面，公司主要采取以下措施：

一是针对境内外市场结构差异化定价。公司产品定价贴近所在的市场的竞争对手产品价格，在境外市场，采取跟随帝斯曼价格的定价原则，产品价格低于帝斯曼；在境内市场，产品价格高于国内竞争对手。由于帝斯曼产品价格较高，公司境外销售价格较高。

二是针对不同客户差异化定价。公司飞鹤、蒙牛、伊利等大客户的采购规模较大，议价能力较强，公司对大客户的销售价格相对较低；或者，客户较大幅度地增加采购规模，经公司评估，亦可向该客户适度降价，以获得更多的采购订单。此外，公司还会结合与客户以往合作情况、是否属于战略合作伙伴等因素，在销售价格方面有所差异化。

## 2、发行人产品定价有所差异，但并非随意性

报告期内，根据公司的定价策略，发行人对不同客户销售同类型产品的定价有所差异，公司根据市场结构、竞争对手价格、客户议价能力、产品毛利率变化等因素综合考虑，差异化定价符合公司利益。

报告期内，发行人对多数客户的产品价格销售价格稳中有降，对少部分客户产品销售价格存在大幅下降的情况，例如，向嘉吉 ARA 精油销售价格主要系达能等终端客户价格较低所致；向蒙牛销售价格 2017 年大幅降低，主要系蒙牛成为公司的战略客户并将加大采购规模，公司给予其优惠的价格。

综上所述，发行人有既定的定价策略，产品定价具有合理性，差异化定价符合公司利益，但产品定价并非随意性。

### 3、发行人的定价策略符合公司利益

根据发行人定价策略的成本导向原则，随着公司生产成本的逐渐下降，公司部分产品价格有所下降。报告期内，公司 ARA 产品价格小幅下降；公司 DHA 产品起步较晚，随着技术和工艺不断成熟，产品成本大幅下降，毛利率明显提高，2019 上半年，公司 DHA 油剂产品毛利率为 45.81%，DHA 粉剂产品毛利率为 51.41%，为了提高市场份额，公司下调了 DHA 产品价格。

根据发行人定价策略的差异化原则，公司产品价格，特别是 ARA 产品普遍在境外销售价格较高，境内销售价格相对较低；同时，针对不同客户，产品价格并非完全相同，各客户之间的价格有所差异，总体而言，大客户产品价格低于小客户产品价格。

公司采取以上定价策略，系根据公司所处的市场环境和竞争格局的战略选择，有助于提高公司的市场占有率，也能够增强公司的盈利能力，符合公司利益。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（一）公司主要产品的产销情况”中进行补充披露。

#### （五）发行人报告期内是否将与嘉吉的交易比照关联交易进行披露

报告期内，公司将与嘉吉发生的全部交易比照关联交易进行充分披露。

## 二、公司说明

（一）境内销售和境外销售价格逻辑不同的原因，若对嘉吉的销售既涉及境内也涉及境外，请做分类比较

### 1、境内销售和境外销售价格逻辑不同的原因

#### （1）ARA 产品境外市场格局类似于寡头垄断

由于 ARA 产品市场格局类似于寡头垄断，即处于一种由少数卖方（寡头）相对占据主导市场的市场状态。目前，公司所在行业的集中度相对较高，对于技术门槛、产品品质、产业化能力以及品牌认可度等方面的要求较高，市场上的竞争者不多，特别是境外市场竞争者较少。

在 ARA 产品领域，帝斯曼占据全球 ARA 市场的主要份额，是全球最大的 ARA 供应商，帝斯曼在 ARA 领域具有先发优势和专利保护权限，因此其在国际市场具有价格主导权，产品售价相对较高。公司产品在技术指标和品质方面均符合国际客户要求，产品具备参照帝斯曼产品售价进行定价的基础与条件。

## (2) ARA 产品境内市场竞争强度相对较大，境内市场价格相对较低

公司 ARA 产品主要用途为生产婴幼儿配方奶粉。随着各国对婴幼儿配方奶粉质量和安全要求的提高，奶粉企业对 ARA 产品品质有着较高的质量要求，主要通过招标或议价方式向合格供应商采购。

近年来，我国陆续出现一批以 ARA 为主要产品的生产企业，包括嘉必优、润科生物、福星生物、罗盖特等，国内市场 ARA 生产企业数量相对较多，各企业根据自身产品成本和预期利润率向奶粉企业进行报价。因此，ARA 生产企业对不同奶粉企业销售价格可能存在一定的差异。受限于境内市场参与者竞争现状，公司产品在境内销售价格相对较低，因此公司产品境外售价一般高于境内售价。在境外市场，由于帝斯曼申请了 ARA 专利保护、且客户对产品品牌和品质要求高等原因，合格的 ARA 产品供应商数量更少，帝斯曼在境外 ARA 市场占据绝对市场份额，产品定价较高，因此境外市场 ARA 产品价格普遍高于国内。

## 2、公司对嘉吉境内和境外销售价格的比较

### (1) 向嘉吉境内和境外销售的总体情况

报告期内，公司对嘉吉主要为境外销售，涉及少量境内销售，向嘉吉销售金额分别为 3,121.20 万元、4,152.64 万元、4,401.69 万元和 3,235.12 万元，其中，境外销售金额分别为 2,946.41 万元、4,078.34 万元、4,364.95 万元和 3,176.73 万元，境内销售金额分别为 174.79 万元、74.30 万元、36.74 万元和 58.40 万元。报告期内，公司向嘉吉内销和外销产品具体情况如下：

单位：万元

年度	销售区域	销售金额	占比
2019 年 1-6 月	外销	3,176.73	98.20%
	内销	58.40	1.81%

	合计	3,235.12	100.00%
2018 年度	外销	4,364.95	99.17%
	内销	36.74	0.83%
	合计	4,401.69	100.00%
2017 年度	外销	4,078.34	98.21%
	内销	74.30	1.79%
	合计	4,152.64	100.00%
2016 年度	外销	2,946.41	94.40%
	内销	174.79	5.60%
	合计	3,121.20	100.00%

报告期内，嘉吉经销终端客户主要为境外客户，嘉吉境内销售收入分别为 174.79 万元、74.30 万元、36.74 万元和 58.40 万元，占嘉吉全部销售收入的比重分别为 5.60%、1.79%、0.83%和 1.81%。

嘉吉境内客户为多美滋和健合集团。其中，多美滋报告期内通过嘉吉采购金额分别为 174.79 万元、19.02 万元、0 万元和 0 万元，2015 年底蒙牛旗下的雅士利收购多美滋，收购后逐步转由蒙牛向公司直接采购，多美滋采购金额逐年下降；报告期内，健合集团通过嘉吉采购金额分别为 0 万元、55.28 万元、36.74 万元和 58.40 万元。

## (2) 向嘉吉境内和境外销售的价格比较

报告期内，公司向嘉吉境内和境外销售产品的金额和价格情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	销售区域	销售产品类型	销售金额	价格	金额占比
2019 年 1-6 月	外销	ARA 油剂	835.50	461.60	25.83%
		ARA 粉剂	2,329.59	237.86	72.01%
		DHA 粉剂	11.63	342.16	0.36%
	内销	ARA 粉剂	32.14	203.42	0.99%
		DHA 粉剂	26.26	188.89	0.81%
	合计			3,235.12	-
2018 年	外销	ARA 油剂	1,642.60	433.75	37.32%



度		ARA 粉剂	2,676.55	241.09	60.81%
		DHA 粉剂	45.79	228.96	1.04%
	内销	ARA 粉剂	21.16	203.42	0.48%
		DHA 粉剂	15.58	188.89	0.35%
	合计		<b>4,401.69</b>	-	<b>100.00%</b>
2017 年 度	外销	ARA 油剂	783.20	483.16	18.86%
		ARA 粉剂	3,243.31	270.95	78.10%
		DHA 粉剂	51.82	259.12	1.25%
	内销	ARA 粉剂	48.71	175.53	1.17%
		DHA 粉剂	25.59	189.53	0.62%
	合计		<b>4,152.64</b>	-	<b>100.00%</b>
2016 年 度	外销	ARA 油剂	406.51	711.93	13.02%
		ARA 粉剂	2,514.37	268.82	80.56%
		DHA 粉剂	25.53	255.27	0.82%
	内销	ARA 粉剂	174.79	205.63	5.60%
	合计		<b>3,121.20</b>	-	<b>100.00%</b>

报告期内，公司向嘉吉存在境内和境外销售同款产品的情形，境内外销售价格亦存在差异，公司 ARA 产品向嘉吉内销的价格较低，而外销的价格较高，符合公司产品内销和外销价格体系存在差异的客观情况。

### (3) 公司向嘉吉内销的价格公允性

报告期内，公司向嘉吉内销收入分别为 174.79 万元、74.30 万元、36.74 万元 58.40 万元，终端客户为多美滋和健合集团，公司向嘉吉境内销售产品价格与向除嘉吉外其他客户境内销售同类产品对比情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	产品类型	销售区域	向嘉吉销售的金额	向嘉吉销售的均价	向其他客户境内销售金额	向其他客户境内销售均价	销售价格差异率
2019 年 1-6 月	ARA10%粉剂	内销	32.14	203.42	3,574.72	142.97	42.28%
	DHA10%粉剂	内销	26.26	188.89	681.33	185.85	1.64%
2018 年度	ARA10%粉剂	内销	21.16	203.42	7,681.52	141.12	44.15%
	DHA10%粉剂	内销	15.58	188.89	1,663.59	209.24	-9.73%

2017 年度	ARA10%粉剂	内销	48.71	175.53	6,002.83	161.37	8.77%
	DHA10%粉剂	内销	25.59	189.53	487.16	248.38	-23.69%
2016 年度	ARA10%粉剂	内销	174.79	205.63	6,395.46	175.17	17.39%
	DHA10%粉剂	内销	-	-	-	-	-

#### 1) ARA10%粉剂销售价格公允性

报告期内，公司通过嘉吉境内销售 ARA10%粉剂产品价格高于向可比第三方客户销售价格，主要原因为 ARA10%粉剂产品为公司向蒙牛、伊利、飞鹤、贝因美直销大客户销售的主要产品型号之一，对该等客户销售的价格相对较低，拉低了公司 ARA10%粉剂产品的平均价格，同时嘉吉境内经销 ARA10%粉剂的规模较小，除 2017 年下调向多美滋售价外，价格基本保持稳定。

#### 2) DHA10%粉剂销售价格公允性

2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司向嘉吉内销 DHA10%粉剂产品价格基本稳定，各期均接近 189 元/kg；向其他客户内销价格快速下降，两者差异率逐渐缩小。报告期内，公司向其他境内客户销售 DHA10%粉剂的平均价格快速下降，主要系蒙牛采购 DHA10%粉剂产品金额增长较快，公司为鼓励蒙牛增加采购量，适当降低了向其销售价格所致。2019 年 1-6 月，公司向其他境内客户销售 DHA10%粉剂价格为 185.85 元/kg，与公司向嘉吉内销 DHA10%粉剂价格非常接近。

#### (4) 公司向嘉吉外销的价格公允性

由于嘉吉主要为外销，公司向嘉吉外销产品的价格公允性详见首轮问询回复之问题 22 之“一、公司补充披露”之“（六）向嘉吉及所属企业销售的价格与市场公允价格对比的情况、向嘉吉及所属企业销售的价格与向无关第三方销售价格对比情况，并进一步论证销售价格的公允性”。

**（二）“将向嘉吉的销售价格与向其他境外客户和境外经销商销售价格进行比较”的原因，向嘉吉销售是否全部属于境外销售，是否存在与嘉吉类似的客户，若存在类似客户请说明是否将其列入比较对象**

#### 1、“将向嘉吉的销售价格与向其他境外客户和境外经销商销售价格进行比

## 较”的原因

报告期内，公司对嘉吉主要为境外销售，涉及少量境内销售，境外销售金额分别为 2,946.41 万元、4,078.34 万元、4,364.95 万元和 3,176.73 万元，境外销售占比分别为 94.40%、98.21%、99.17%和 98.20%；同时，公司对嘉吉主要销售 ARA 产品，ARA 产品销售金额分别为 3,095.67 万元、4,075.23 万元、4,340.31 万元和 3197.23 万元，ARA 产品销售占比分别为 99.18%、98.14%、99.09%和 98.83%。

公司向嘉吉销售主要为境外销售，销售产品类型主要为 ARA 产品，在 ARA 产品境内境外市场价格存在较大差异的情况下，为了能够更加直观、有效地反应公司向嘉吉销售的公允性，选择将向嘉吉的销售价格与向其他境外客户和境外经销商销售价格进行比较。

## 2、是否存在与嘉吉类似的客户，若存在类似客户请说明是否将其列入比较对象

报告期内，除嘉吉外，公司还拥有沃尔夫坎亚、天津班得利、四海佳悦、IFUN INTERNATIONAL、Tricom Trade、BR FOOD 等一批稳定合作的境内外经销商，在分析嘉吉销售价格公允性时，公司已将涉及到同类产品销售的经销商一并列入了比较对象中。具体情况如下：

年度	向嘉吉销售产品	销售区域	列入比较对象的其他经销商 (以下列举销售额 20 万元以上)
2019 年 1-6 月	ARA 精油	境外	Tricom Trade CO LTD、IFUN INTERNATIONAL
	ARA10%粉剂	境内	天津市班得利生物科技有限公司、湖南麦田岁宝贸易有限公司、成都志合恒达商贸有限公司、哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司
		境外	无
	DHA10%粉剂	境内	无
境外		无	
2018 年 度	ARA 精油	境外	Tricom Trade CO LTD、IFUN INTERNATIONAL、BR Food
	ARA10%粉剂	境内	天津市班得利生物科技有限公司、湖南麦田岁宝贸易有限公司、成都志合恒达商贸有限公司、哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司、天津市骏通达生物科技有限公司、无锡西

			玛生物科技有限公司、北京四海佳悦供应链管理有限公司
		境外	无
	DHA10%粉剂	境内	道勤生物科技（上海）有限公司、武汉市弘天华生物科技有限公司、哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司、天津市班得利生物科技有限公司
		境外	无
2017 年度	ARA 精油	境外	Tricom Trade CO LTD、IFUN INTERNATIONAL 、BR Food、Harvestage international.INC
	ARA10%粉剂	境内	天津市班得利生物科技有限公司、哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司、无锡西玛生物科技有限公司、北京四海佳悦供应链管理有限公司、成都志合恒达商贸有限公司、湖南麦田岁宝贸易有限公司
		境外	无
	DHA10%粉剂	境内	道勤生物科技（上海）有限公司
		境外	无
2016 年度	ARA 精油	境外	IFUN INTERNATIONAL 、BR Food 、Harvestage international.INC、
	ARA10%粉剂	境内	天津市班得利生物科技有限公司、北京四海佳悦供应链管理有限公司、哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司、无锡西玛生物科技有限公司
		境外	无
	DHA10%粉剂	境外	无

（三）“剔除了向达能、蒙牛、伊利三家客户在境外的子公司或其指定的代工厂的销售情况”时，是否仅剔除不可比部分，还是剔除了全部三家客户的销售数据

#### 1、分析时，剔除达能、蒙牛、伊利境外子公司或其指定的代工厂的原因

公司在分析销售价格公允性时，选择剔除达能、蒙牛、伊利境外子公司或其指定的代工厂的销售情况，系由于达能、蒙牛、伊利相关企业销售价格具有一定的特殊性，这与公司面临的市场结构和选择的销售策略相关。通过剔除不可比的销售数据，能够更加准确地体现公司向嘉吉销售的公允性。

达能系嘉吉的终端客户，达能是一家全球的乳品、饮料等食品巨头。达能境内的控股子公司多美滋从 2005 年开始向嘉必优采购 ARA 产品，熟悉公司产品

境内的价格，且达能属于全球知名食品企业，建立和维护与达能的合作关系有助于公司开拓市场。公司给予达能境内市场价格，境内价格体系相对较低，与境外市场售价差异较大。

蒙牛和伊利属于境内乳制品企业，主要采用招标的方式采购 ARA 和 DHA 原材料。由于蒙牛和伊利的境外子公司和指定的代工厂亦参照境内价格，境内价格体系相对较低，与嘉吉采取经销模式境外销售产品的价格差异较大，不具备可比性。

综上所述，在分析公司向嘉吉销售价格公允性时，剔除了向达能、蒙牛、伊利三家客户在境外的子公司或其指定的代工厂的销售情况。

## 2、向嘉吉销售金额及价格与所有其他外销客户对比

报告期内，在不剔除相关销售数据的情况下，公司向嘉吉境外销售 ARA 精油、ARA10%粉剂和 DHA10%粉剂金额及价格与向所有其他外销客户销售价格存在较大差异，具体情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	产品类型	销售区域	向嘉吉销售的金额	向嘉吉销售的均价	向第三方销售的金额	向第三方销售的均价	销售价格差异率
2019年1-6月	ARA 精油	外销	657.09	431.73	170.39	541.79	-20.31%
	ARA10%粉剂	外销	2,329.59	203.42	640.15	135.05	50.63%
	DHA10%粉剂	外销	11.63	342.16	282.04	159.35	114.72%
2018年度	ARA 精油	外销	1,455.45	421.26	533.27	549.76	-23.37%
	ARA10%粉剂	外销	2,697.71	240.74	789.30	139.77	72.24%
	DHA10%粉剂	外销	45.79	228.96	91.47	189.76	20.66%
2017年度	ARA 精油	外销	587.39	463.06	675.03	600.24	-22.85%
	ARA10%粉剂	外销	3,243.31	270.95	1,242.46	161.66	67.60%
	DHA10%粉剂	外销	51.82	259.12	532.97	195.94	32.24%
2016年度	ARA 精油	外销	260.74	827.75	468.09	628.31	31.74%
	ARA10%粉剂	外销	2,514.37	268.82	272.43	208.04	29.22%
	DHA10%粉剂	外销	25.53	255.27	0.03	346.88	-26.41%

注：向第三方销售 ARA 油剂的金额，为除嘉吉外向其他境外经销商销售的金额。

根据上表，公司向嘉吉境外销售价格一般比向其他外销客户销售价格高，但2017年、2018年和2019年1-6月向嘉吉外销ARA精油的价格较低，主要系嘉吉终端客户达能采购规模较大，且价格较低，其他终端客户较为分散且价格相对较高，对达能的销售拉低了嘉吉外销ARA精油的平均价格。

报告期内，嘉吉境外销售价格较高的重要原因系其他境外客户中的蒙牛、伊利的境外子公司和代工厂，向公司采购规模较大，均采用境内价格体系，与嘉吉其他终端客户采用境外价格体系的差异较大，导致价格不太具有可比性。

公司产品境内、境外价格差异分析详见本问题回复之“二、公司说明”之“（一）境内销售和境外销售价格逻辑不同的原因，若对嘉吉的销售既涉及境内也涉及境外，请做分类比较”。

### 3、剔除达能、蒙牛、伊利境外子公司或代工厂的全部销售数据

报告期内，公司通过嘉吉向达能销售，以及公司直接向蒙牛、伊利在境外的子公司或其指定的代工厂的全部销售情况如下：

单位：万元

年度	产品类型	剔除的向嘉吉销售中对达能相关金额	向可比第三方销售中剔除的蒙牛、伊利相关金额			
			蒙牛境外子公司	蒙牛境外代工厂	伊利境外子公司	合计
2019年1-6月	ARA精油	514.38	-	-	-	-
	ARA10%粉剂	-	307.63	175.90	136.71	620.24
	DHA10%粉剂	-	192.14	89.90	-	282.04
2018年度	ARA精油	1,303.62	-	-	-	-
	ARA10%粉剂	-	16.48	48.31	493.05	557.84
	DHA10%粉剂	-	8.83	37.03	-	45.86
2017年度	ARA精油	452.71	-	-	-	-
	ARA10%粉剂	-	834.10	-	270.02	1,104.12
	DHA10%粉剂	-	484.74	-	-	484.74
2016年度	ARA精油	-	-	-	-	-
	ARA10%粉剂	-	-	-	154.23	154.23
	DHA10%粉剂	-	-	-	-	-

注：“-”代表未向达能、蒙牛、伊利三家客户境外子公司或其指定的代工厂销售该产品。

报告期内，公司通过嘉吉向达能（代工厂 Numega）销售 ARA 精油的金额分别为 0 万元、452.71 万元、1,303.62 万元和 514.38 万元；公司向蒙牛和伊利境外子公司及其代工厂销售 ARA10%粉剂的金额分别为 154.23 万元、1,104.12 万元、557.84 万元和 620.24 万元；公司向蒙牛和伊利境外子公司及其代工厂销售 DHA10%粉剂的金额分别为 0 万元、484.74 万元、45.86 万元和 282.04 万元。

公司进行公允性比较的原则为排除明显不具有可比性的干扰因素，由于公司对达能、蒙牛、伊利三家客户境外子公司或其指定的代工厂的销售全部执行对该客户境内价格体系，该等客户的相关境外销售份额均不具有可比性，因此全部予以剔除。

#### 4、剔除后向嘉吉销售金额及价格与可比第三方对比

剔除不可比因素，公司向嘉吉外销 ARA 精油的价格高于可比第三方；公司向嘉吉外销 ARA10%粉剂的价格均低于可比第三方，上述价格差异与终端客户采购规模和议价能力相关，一般来说，终端客户规模较小，价格较高；公司向嘉吉外销 DHA10%粉剂价格略低于可比第三方价格，价格差异不大。

剔除前述数据后，公司向嘉吉及可比第三方境外销售金额及价格如下：

单位：万元、元/kg

年度	产品类型	销售区域	向嘉吉销售的金额*	向嘉吉销售的均价	向可比第三方销售的金额*	向可比第三方销售的均价	销售价格差异率
2019年1-6月	ARA 精油	外销	142.71	544.70	170.39	541.79	0.54%
	ARA10%粉剂	外销	2,329.59	237.86	19.19	220.77	7.74%
	DHA10%粉剂	外销	11.63	342.16	-	-	-
2018年度	ARA 精油	外销	151.83	706.19	533.27	549.76	28.45%
	ARA10%粉剂	外销	2,676.55	241.09	231.47	296.40	-18.65%
	DHA10%粉剂	外销	45.79	228.96	45.61	253.37	-9.63%
2017年度	ARA 精油	外销	134.68	714.47	675.03	600.24	19.03%
	ARA10%粉剂	外销	3,243.31	270.95	138.34	351.56	-22.93%
	DHA10%粉剂	外销	51.82	259.12	48.23	267.94	-3.29%

2016 年度	ARA 精油	外销	260.74	827.75	468.09	628.31	31.74%
	ARA10%粉剂	外销	2,514.37	268.82	118.19	395.98	-32.11%
	DHA10%粉剂	外销	25.53	255.27	0.03	346.88	-26.41%

ARA 精油方面，报告期各期，公司向嘉吉销售 ARA 精油产品价格高于向可比第三方客户销售价格，主要原因系可比第三方客户 BR Food、IFUN、Tricom 等经销商向公司的年采购量基本在 2,000-4,000kg 范围内，采购规模较大，适用量大价优的原则；而嘉吉除达能以外的终端客户采购量较小，客户年度采购量基本在 20-700kg 范围内，因此售价相对较高。2019 年 1-6 月，公司向嘉吉销售 ARA 精油产品价格与向可比第三方客户销售价格基本一致，向嘉吉销售价格较 2018 年度有较大幅度下降，主要原因为嘉吉新增终端客户 PT Sarihusada 采购量较大，定价相对较低，拉低了平均价格。

ARA10%粉剂方面，2016 年-2018 年，公司向嘉吉销售 ARA10%粉剂产品价格低于向可比第三方客户销售价格，主要原因为可比第三方客户 GMP、Farmland Dairy 等为公司境外直销客户，年采购量基本在 2,000-4,000kg 范围内，而嘉吉的主要终端客户年采购量在 7,000-63,000kg 范围内，采购规模较大，适用量大价优的原则，因此售价相对较低。2019 年 1-6 月，公司向嘉吉销售 ARA10%粉剂产品价格为 237.86 元/kg，高于向可比第三方客户销售价格 220.77 元/kg，主要原因为向可比第三方销售金额为 19.19 万元，主要为飞鹤境外子公司首次采购，飞鹤为公司大客户，公司向其销售价格较低。

公司向嘉吉销售产品价格公允性详见首轮问询回复之问题 22 之“一、公司补充披露”之“（六）向嘉吉及所属企业销售的价格与市场公允价格对比的情况、向嘉吉及所属企业销售的价格与向无关第三方销售价格对比情况，并进一步论证销售价格的公允性”。

综上所述，剔除达能、蒙牛、伊利境外销售因素前后，公司向嘉吉销售价格与向第三方销售价格差异率具有明显不同，说明大客户定价体系对价格公允性分析具有显著影响，将该因素重点考虑并做定量剔除计算具有合理性。

（四）“假设向嘉吉销售价格与可比第三方的价格保持一致，在成本和其他费用均不变的前提下，测算对公司营业利润、净利润等指标的影响”中的第



三方价格的具体计算依据，请说明计算时是否剔除某些不可比因素、具体的剔除因素情况及剔除原因，并说明相关测算的过程是否合理及测算结果是否准确

### 1、可比第三方价格计算依据及剔除不可比因素情况

报告期内，按照本次问询问题，区分向嘉吉境内和境外销售情况下，公司向可比第三方销售产品价格计算依据如下：

向嘉吉销售产品	向嘉吉销售区域	可比第三方价格计算依据
ARA 毛油	外销	除嘉吉外，向境外客户销售的金额/相应数量
ARA 精油	外销	除嘉吉外，向其他境外经销商销售的金额/相应数量
ARA10%粉剂	内销	向境内客户销售的金额/相应数量
	外销	除嘉吉、蒙牛、伊利外，向境外客户销售的金额/相应数量
DHA10%粉剂	内销	除嘉吉外向境内客户销售的金额/相应数量
	外销	除嘉吉、蒙牛、伊利外，向境外客户销售的金额/相应数量

公司对不可比因素进行了剔除，具体剔除对象、原因、金额参见本问题回复之“二、公司说明”之“剔除了向达能、蒙牛、伊利三家客户在境外的子公司或其指定的代工厂的销售情况时，是否仅剔除不可比部分，还是剔除了全部三家客户的销售数据”。

公司在 ARA 精油比较分析中，可比第三方为除嘉吉以外的境外经销商，未考虑境外直销客户，主要原因为嘉吉为经销商，且报告期各期公司均存在其他境外经销，采用经销价格进行比较最为合适，因此将境外直销客户予以剔除。其他产品未仅采取境外经销数据进行对比，原因为其他产品在各期仅存在直销或部分年度存在少量经销，因此将比较范围扩大至境外客户。

### 2、对公司营业利润、净利润影响的测算

报告期内，假设向嘉吉销售价格与可比第三方的价格保持一致，公司对嘉吉销售价格测算方法如下：

单位：万元、kg、元/kg

年度	向嘉吉销售产品类型	销售区域	向嘉吉销售的金额 ①	向嘉吉销售的数量 ②	向可比第三方平均 售价③	假设以可比第三方 平均售价	模拟测算 影响营业 利润⑤=④	模拟测算 影响净利 润⑥=⑤
----	-----------	------	---------------	---------------	-----------------	------------------	-----------------------	----------------------

						向嘉吉销售的金 额 ④=②*③	-①	*85%
2019 年 1-6 月	ARA 毛油	外销	178.41	2,880	-	-	-	-
	ARA 精油	外销	142.71	2,620	541.79	141.95	-0.76	-0.65
	ARA10%粉 剂	内销	32.14	1,580	142.97	22.59	-9.55	-8.12
		外销	2,329.59	97,940	220.77	2,162.20	-167.39	-142.28
	DHA10%粉 剂	内销	26.26	1,390	185.85	25.83	-0.42	-0.36
		外销	11.63	340	-	-	-	-
合计	-	<b>2,720.74</b>	-	-	<b>2,352.57</b>	<b>-178.12</b>	<b>-151.41</b>	
2018 年度	ARA 毛油	外销	187.15	3,320	231.34	76.80	-110.35	-93.79
	ARA 精油	外销	151.83	2,150	549.76	118.20	-33.63	-28.59
	ARA10%粉 剂	内销	21.16	1,040	141.41	14.71	-6.45	-5.48
		外销	2,676.55	111,020	296.36	3,290.18	613.63	521.58
	DHA10%粉 剂	内销	15.58	825	209.24	17.26	1.68	1.43
		外销	45.79	2,000	253.37	50.67	4.88	4.15
合计	-	<b>3,098.06</b>	-	-	<b>3,567.83</b>	<b>469.76</b>	<b>399.30</b>	
2017 年度	ARA 毛油	外销	195.82	3,525	325.57	114.76	-81.06	-68.90
	ARA 精油	外销	134.68	1,885	600.24	113.15	-21.53	-18.30
	ARA10%粉 剂	内销	48.71	2,775	161.37	44.78	-3.93	-3.34
		外销	3,243.31	119,700	351.57	4,208.30	964.98	820.23
	DHA10%粉 剂	内销	25.59	1,350	248.38	33.53	7.94	6.75
		外销	51.82	2,000	267.94	53.59	1.76	1.50
合计	-	<b>3,699.93</b>	-	-	<b>4,568.11</b>	<b>868.17</b>	<b>737.95</b>	
2016 年度	ARA 毛油	外销	145.77	2,560	-	-	-	-
	ARA 精油	外销	260.74	3,150	628.31	197.92	-62.82	-53.40
	ARA10%粉 剂	内销	174.79	8,500	175.17	148.90	-25.89	-22.01
		外销	2,514.37	93,535	395.95	3,703.55	1,189.18	1,010.80
	DHA10%粉 剂	内销	-	-	-	-	-	-
		外销	25.53	1,000	346.88	34.69	9.16	7.79
合计	-	<b>3,121.20</b>	-	-	<b>4,085.05</b>	<b>1,109.62</b>	<b>943.18</b>	

注：公司根据本次问询回复要求，对 ARA10%粉剂和 DHA10%粉剂产品区分内销和外销，分别进行公允性比较和模拟业绩测算。

报告期内，公司将不可比因素剔除后形成可比第三方销售价格数据，将向嘉

---

吉实际销售的产品数量按照可比第三方售价模拟计算销售金额，与向嘉吉实际销售金额之间的差异影响营业利润，同时按照营业利润扣除公司适用的企业所得税率 15%后形成对净利润影响金额，测算方法具有合理性，测算过程严谨、结果准确。

假设公司按照可比第三方售价向嘉吉进行销售，各期将分别增加净利润 943.18 万元、737.95 万元、399.30 万元和-151.41 万元，占各期净利润的比例分别为 20.35%、11.25%、4.08%和 2.39%。

（五）前次申报创业板披露了向无关第三方销售价格与向嘉吉销售的价格差异，而本次申报材料中披露的是毛利率，请说明申报材料中是否存在误导，本次问询函回复中“本次申报材料中的关于关联交易的论证方法和论述内容考虑了可比性和各项业务实际情况，分析更加合理，因此较前次申报有所调整”的论述是否表明前次申报创业板时的相关论述更为合理、申报科创板的申报材料中存在使用较为不合理的方式进行论述的情况

### **1、本次申报科创板披露向嘉吉销售毛利率更具合理性，并非误导**

毛利率是公司在生产经营中衡量利润水平的重要指标，公司在计算关联销售与可比第三方销售的毛利率时采用相同的产品成本作为计算依据，毛利率与价格具有直接相关性，能够反映出销售定价水平差异情况和公允性水平。同时，毛利率包含了成本与销售价格的信息，仅披露销售价格不能反映成本的高低，不能反映业务的盈利水平。因此，在本次申报材料的公允性论述中采用毛利率差异对比方式予以分析，具有合理性。

公司已按照首轮问询要求，在招股说明书中按照销售价格指标进行比较分析，同时根据本次问询要求，增加全部交易对象群体的比较分析，充分分析并披露关联销售的公允性情况。

### **2、两次申报分析嘉吉销售价格公允性的差异**

#### **（1）公允性分析比较对象不同**

前次申报创业板的招股书中，未考虑境内外客户所处区域，将嘉吉与贝因美、伊利、飞鹤等境内大客户进行售价对比；本次选取和嘉吉具有类似销售模式和特

---

点的第三方客户，同时剔除嘉吉终端大客户达能的采购份额以及公司境内大客户蒙牛、伊利境外子公司或代工厂的采购份额后比较销售平均价格，减少境内外销售价格体系差异和大客户定价差异对分析关联交易公允性的干扰。

### (2) 采用平均价格而非价格区间进行对比

前次申报创业板的招股书中，采取比较不同客户发生交易的最高价格和最低价格所形成的价格区间。由于公司采取差异化定价原则，不同规模的客户之间的产品最高价格和最低价格差异可能较大。本次申报科创板的申请文件中，采用不同客户的平均价格，更加具有代表性，减少最高价格和最低价格偶然性和偏差的干扰。

### (3) 终端客户具体情况分析

本次申报科创板的申请文件中，公司根据嘉吉的终端客户性质及采购规模，分析对最终价格的影响，通过穿透核查终端客户具体情况解释销售价格差异原因。前次申报创业板的申请文件中，未通过终端客户进行详细比较。

## **3、本次申报科创板时采用的公允性比较分析方式更为合理，体系更为完善**

公司主要产品价格，特别是 ARA 产品境内和境外市场价格体系差异较大，在分析向嘉吉销售价格公允性时，由于嘉吉主要为外销，因此，需要充分考虑境内和境外市场格局，在对向嘉吉销售产品价格的公允性进行比较时，需要更多与境外价格体系进行比较。

达能、蒙牛、伊利均为乳制品行业知名企业，并在境内采购公司产品，熟悉公司产品境内价格。鉴于前述三家客户具有较强的行业影响力，采购规模相对较大，公司为保持和维护大客户关系，增加销售收入，提高市场份额，采取境内价格向前述三家客户进行销售。因此，在与境外价格体系比较时，达能、蒙牛、伊利的境外子公司及其代工厂采取境内价格体系不具有可比性，需要剔除这三家客户后，再与其他境外客户价格进行比较。

此外，公司在产品销售定价中，一般综合考虑客户所处区域、市场竞争环境、合作历史、采购规模、发展潜力等因素协商确定销售价格，不同销售模式、区域和不同体量客户适用不同的价格体系。因此，公司产品定价采取差异化策略，反

映为不同客户销售价格存在一定差异。本次分析时，对相同产品采取平均价格进行分析比较，一定程度上，减少最高价格和最低价格偶然性和偏差的干扰，更具合理性。

综上所述，公司本次申报科创板时并非简单列举少数客户采购价格区间后进行定性分析，而是充分挖掘影响价格差异的根本因素，对嘉吉销售价格公允性进行细致和定量的分析，结合业务实质分析价格，使得分析更具合理性。

三、请发行人重写撰写关联交易价格公允性相关内容，按照要求进一步详细论证价格公允性；在做关联交易价格比较时，完整比较所有交易对象群体；若需要剔除特殊情况，请做定量分析并作完整考虑

### 1、关联方采购

报告期内，本公司对关联方的经常性采购主要为向嘉吉生化有限公司和嘉吉粮油（南通）有限公司、东莞嘉吉粮油有限公司采购原材料，具体情况如下表所示：

单位：万元

年份	关联方名称	关联采购内容	金额	占当期营业成本的比重
2019年 1-6月	嘉吉生化	葡萄糖、麦芽糊精、固体玉米糖浆	108.43	1.55%
	东莞嘉吉	高油酸葵花籽油	10.95	0.16%
	合计		<b>119.38</b>	<b>1.71%</b>
2018年度	嘉吉生化	葡萄糖、麦芽糊精、固体玉米糖浆	196.29	1.34%
	嘉吉粮油	葵花籽油、高油酸葵花籽油	25.83	0.18%
	东莞嘉吉	高油酸葵花籽油	15.25	0.10%
	合计		<b>237.38</b>	<b>1.62%</b>
2017年度	嘉吉生化	葡萄糖、麦芽糊精、固体玉米糖浆	182.82	1.49%
	嘉吉粮油	葵花籽油、高油酸葵花籽油	49.84	0.41%
	合计		<b>232.66</b>	<b>1.90%</b>
2016年度	嘉吉生化	麦芽糊精、葡萄糖、固体玉米糖浆	302.25	3.17%
	嘉吉粮油	葵花籽油、高油酸葵花籽油	88.39	0.93%
	合计		<b>390.64</b>	<b>4.10%</b>

报告期内，公司向关联方采购原材料金额分别为390.64万元、232.66万元、

237.38 万元和 119.38 万元，占营业成本的比重分别为 4.10%、1.90%、1.62% 和 1.71%，占比呈逐年降低趋势，主要系公司开发新的合格供应商所致。

### (1) 向嘉吉及所属企业采购原材料的背景和必要性

#### 1) 公司原材料品质要求较高

公司主要生产 ARA、DHA 产品，主要原材料包括葡萄糖、麦芽糊精、葵花籽油、玉米糖浆等。公司以高标准严格执行从原材料选择、生产至仓储销售全流程的质量管理体系，并通过了 ISO9001 质量管理体系认证、FSSC22000 食品安全体系认证、ARA 产品通过了欧盟 NOVEL FOOD、美国 FDA GRAS 认证。公司一贯坚持品质和健康的产品生产理念，采购符合质量要求的原材料。

#### 2) 嘉吉具有供应部分原材料的能力

嘉吉是一家跨国公司，经营范围涵盖农产品、食品、金融和工业产品及服务，尤其在农产品及食品领域占据全球重要地位，旗下多个公司从事农产品及食品相关原材料的生产、销售业务。嘉吉在中国的业务包括谷物油籽价值链、食品配料与应用、特种配料及营养等。

嘉吉的葡萄糖、麦芽糊精、葵花籽油等原辅料产品的品质、供应能力等方面均能够较好满足公司的要求，公司通过市场化询价和招标等方式，向嘉吉采购部分生产所需原辅料。公司自 2006 年以来向嘉吉采购部分原材料，长期以来，双方保持良好采购合作关系。

### (2) 公司向嘉吉及所属企业采购公允性分析

报告期内，发行人向嘉吉采购价格与第三方采购价格存在差异的原材料为葡萄糖和葵花籽油，相关产品的采购价格对比情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	产品类型	向关联方采购金额	向关联方采购价格	向第三方采购同类产品金额	向第三方采购价格	价格差异率
2019年 1-6月	葡萄糖	2.66	3.47	239.64	2.83	22.55%
	麦芽糊精	28.96	5.00	-	-	-
	玉米糖浆	76.80	6.41	-	-	-

年度	产品类型	向关联方采购金额	向关联方采购价格	向第三方采购同类产品金额	向第三方采购价格	价格差异率
	高油酸葵花籽油	10.95	18.02	-	-	-
2018年度	葡萄糖	21.28	3.21	183.69	2.92	9.72%
	麦芽糊精	35.61	5.00	-	-	-
	玉米糖浆	139.39	6.41	-	-	-
	葵花籽油	19.22	8.72	27.92	8.35	4.44%
	高油酸葵花籽油	21.87	15.98	-	-	-
2017年度	葡萄糖	43.91	3.01	581.84	2.98	1.22%
	麦芽糊精	43.34	5.00	-	-	-
	玉米糖浆	95.58	6.41	-	-	-
	葵花籽油	39.64	8.84	2.56	8.41	5.16%
	高油酸葵花籽油	10.20	14.51	-	-	-
2016年度	葡萄糖	198.53	2.67	333.46	2.70	-1.45%
	麦芽糊精	25.88	5.00	-	-	-
	玉米糖浆	77.85	6.41	-	-	-
	葵花籽油	84.18	9.08	3.23	10.62	-14.51%
	高油酸葵花籽油	4.21	14.57	-	-	-

公司执行严格的食品生产安全体系和供应商遴选标准,对于部分原材料如麦芽糊精、固体玉米糖浆和高油酸葵花籽油,公司在产品品质、供应商食品安全生产环境、供应能力方面要求较高,经过实地考察和比较后确定嘉吉相关指标较优,因此目前公司向嘉吉独家采购,双方合作采取市场化定价模式。

对于产品生产工艺成熟的大宗类原材料,如葡萄糖、葵花籽油,公司采购方式为开发合格供应商并每季度向市场询价招标并择优选用,嘉吉为公司葡萄糖、葵花籽油供应商之一,公司对嘉吉和第三方执行相同的招标政策,产品价格由市场因素和招标情况决定。

#### 1) 葡萄糖采购价格差异及合理性

##### ① 发行人向嘉吉采购价格与其他供应商采购价格差异情况

公司建立了一套完善的供应商询价、比价制度,关注原料市场相关信息,并

对具备招标条件的物料采用季度招标的方式，以保障采购价格合理、公允。报告期内，发行人向嘉吉采购葡萄糖均为葡萄糖粉，价格与向其他供应商采购价格对比情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	向嘉吉采购金额	向嘉吉采购平均价格	向第三方采购同类产品金额	向第三方采购平均价格	价格差异率
2019年1-6月	2.66	3.47	239.64	2.83	22.55%
2018年度	21.28	3.21	183.69	2.92	9.72%
2017年度	43.91	3.01	581.84	2.98	1.22%
2016年度	198.53	2.67	333.46	2.70	-1.45%

②由于嘉吉葡萄糖价格高于其他供应商，公司大幅降低向嘉吉采购金额

报告期内，公司向嘉吉采购葡萄糖的金额分别为 198.53 万元、43.91 万元、21.28 万元和 2.66 万元，采购金额大幅下降，占同类产品采购比例分别为 37.32%、7.02%、10.38%、1.10%，采购金额和占比明显降低。公司大幅降低向嘉吉采购葡萄糖的主要原因系嘉吉葡萄糖价格逐步提高，2017 年以后高于其他供应商采购价格。报告期内，公司向嘉吉采购葡萄糖的平均价格分别为 2.67 元/kg、3.01 元/kg、3.21 元/kg 和 3.47 元/kg，向其他供应商采购葡萄糖的平均价格分别为 2.70 元/kg、2.98 元/kg、2.92 元/kg 和 2.83 元/kg，各年度采购价格差异分别为 -1.45%、1.22%、9.72%和 22.55%。

③嘉吉葡萄糖价格高于其他供应商的原因

2016 年和 2017 年，公司向嘉吉采购葡萄糖和向其他供应商采购的平均采购价格差异很小，主要系不同采购招标时点葡萄糖价格小幅波动导致。2017 年嘉吉葡萄糖平均价格为 3.01 元/公斤，较其他供应商平均价格高了 0.03 元/公斤，公司根据低价中标的采购原则，大幅减少了向嘉吉采购葡萄糖的金额。

2018 年、2019 年上半年，公司向嘉吉采购价格较向其他供应商采购价格分别高出 9.72%、22.55%。嘉吉葡萄糖价格较其他供应商的平均价格逐步提高，主要系随着 2016 年底以来国家粮食收储政策变化，东北地区玉米临储政策取消，玉米价格走高，嘉吉在东北采购原材料玉米的价格提高，其生产的葡萄糖价格亦



---

有所增加，且嘉吉厂址位于吉林省松原市，运输距离相对更远，运输成本更高；公司其他主要葡萄糖供应商秦皇岛骊骅的厂址位于河北秦皇岛，诸城东晓、沂水大地的厂址位于山东省，距离相对较近或可采取海运运输，运输费用较低，因此嘉吉葡萄糖售价较其他供应商相对更高。

#### ④2018年以来公司仍向嘉吉采购少量葡萄糖的合理性

由于嘉吉不具有价格优势，公司大幅减少了向嘉吉采购葡萄糖的规模。2018年和2019年上半年，公司仍分别向嘉吉少量采购葡萄糖21.28万元、2.66万元，主要系公司在向嘉吉采购麦芽糊精时，在运输车辆未满载存在闲置运力的前提下，顺带向嘉吉采购少量葡萄糖，装满运输车辆，以降低单位原材料的运输成本。

#### 2) 葵花籽油采购价格差异及合理性

2016年度第三方葵花籽油价格相对较高，主要原因为第三方上海辰浩生物技术有限公司其葵花籽油具有HALAL认证，价格相对较高，公司为维持合格供应商数量，仅向其少量采购3.23万元；2017年以来该供应商主动调低了葵花籽油售价，因此公司2017年度向第三方采购葵花籽油价格较2016年度有所下降。

#### (3) 发行人向嘉吉采购不存在利益输送

在嘉吉转让公司股权前后，公司均按照商业原则和市场价格向嘉吉采购，采购原则和定价模式未发生明显变化。公司向嘉吉采购原材料系基于业务发展需要，采购行为具有正常的商业合理性，向嘉吉采购规模系根据公司生产需要和原材料市场情况综合考虑，采购规模占公司营业成本比例较小，且采购价格与其他供应商不存在重大差异，不存在利益输送的情况。

#### (4) 相关采购持续原因及必要性

报告期内，公司存在向嘉吉采购原材料的情况，双方合作情况良好。嘉吉是全球食品和农业领域重要的跨国企业，公司平等对待合格供应商，按照原材料品质和价格决定向各个供应商的采购规模。

综上，公司向嘉吉及所属企业采购原材料价格为市场化定价，定价公允。

## 2、关联方销售

### (1) 关联方销售情况

报告期内，本公司对关联方的经常性销售主要为向嘉吉及其所属企业销售ARA和DHA产品。公司向关联方销售商品情况如下：

单位：万元

年份	关联方名称	关联销售内容	销售收入	占当期营业收入的比例
2019年1-6月	嘉吉及所属企业	ARA油剂、粉剂、DHA粉剂	3,235.12	21.99%
	合计		<b>3,235.12</b>	<b>21.99%</b>
2018年度	嘉吉及所属企业	ARA油剂、粉剂、DHA粉剂	4,401.69	15.38%
	法玛科	鱼油	60.16	0.21%
	合计		<b>4,461.85</b>	<b>15.60%</b>
2017年度	嘉吉及所属企业	ARA油剂、粉剂、DHA粉剂	4,152.64	18.17%
	易德伟等公司董监高	其他健康产品	0.20	0.00%
	合计		<b>4,152.84</b>	<b>18.17%</b>
2016年度	嘉吉及所属企业	ARA油剂、粉剂、DHA粉剂	3,121.20	16.44%
	易德伟等公司董监高	其他健康产品	2.74	0.01%
	合计		<b>3,123.95</b>	<b>16.46%</b>

报告期内，公司向关联方销售商品金额分别为3,123.95万元、4,152.84万元、4,461.85万元和3,235.12万元，占营业收入的比重分别为16.46%、18.17%、15.60%和21.99%，公司主要向嘉吉及所属企业销售ARA和DHA产品。报告期内，易德伟等董监高向公司购买含有藻油DHA的糖果健康产品，采购金额分别为2.74万元、0.20万元、0万元和0万元。同时，公司2018年为参股公司法玛科采购少量鱼油并向其销售。

### (2) 向嘉吉及所属企业销售产品情况

#### 1) 向嘉吉及所属企业销售产品的背景和必要性

##### ①嘉吉具有销售多种油脂、食品配料的业务

嘉吉是一家集食品、农业、金融和工业产品及服务为一体的多元化跨国企业集团，在农产品及食品领域占据全球重要地位，具有广泛的销售渠道和客户资源。

---

嘉吉在全球从事多种营养素产品的销售,包括多种油脂、食品配料、特种配料等。婴幼儿配方奶粉可添加的营养元素超过 100 种,婴幼儿配方奶粉生产企业需要采购多种营养素原材料,为采购便利性,部分下游客户倾向于向能够提供多种营养素的企业综合采购。

②嘉吉需要采购 ARA 产品以满足其客户的需求

嘉吉不具有独立生产 ARA 产品的能力,随着添加了 ARA 的婴幼儿奶粉所占比重的增加,ARA 产品成为婴幼儿配方奶粉企业需采购的重要原材料之一。在境外市场,除帝斯曼以外能够提供高品质且满足专利保护要求的 ARA 产品的企业较少,嘉吉与帝斯曼在多个业务领域存在竞合关系,嘉吉为向其客户提供多品类的营养素产品,满足其客户集中采购的需求,在认可本公司产品品质的基础上,选择作为公司的经销商,共同开拓国际市场客户。

③长期以来,嘉吉与嘉必优经销合作模式保持稳定

长期以来,嘉吉作为经销商与公司的合作模式基本稳定。公司于 2004 年设立时即与嘉吉签订了《中国地区产品独家经销及供应合同》和《非中国区域产品独家经销及供应合同》,给予嘉吉对部分国际客户的独家经销权,双方长期保持良好的经销合作,并分别于 2012 年 3 月、2015 年 3 月和 2018 年 4 月续签经销合作协议。嘉吉根据其客户订单需求,作为经销商采购公司产品,并销售给其终端客户。

④与嘉吉开展经销合作是嘉必优开拓境外市场的方式之一

境外 ARA 市场空间广阔,嘉必优历来重视境外市场的开发。公司主要通过经销商拓展境外市场,并随着品牌认可度的提高,公司向境外客户直销的规模也在逐步增加。嘉吉系跨国公司,在全球农业和食品领域具有重要地位,享有较好的品牌知名度,嘉必优选择嘉吉作为经销商可以拓宽产品的销售渠道,双方的经销合作是互利共赢的选择。同时,公司积极开发其他境外经销商,并自主开发客户资源,形成了相当规模的境外直销。报告期内,公司境外销售规模分别为 5,667.50 万元、9,232.60 万元、8,407.65 万元和 5,286.66 万元,总体保持增长。

2) 公司与嘉吉合作模式

嘉吉自身不具备生产 ARA 产品的能力,随着添加了 ARA 婴幼儿配方奶粉所占比重的增加, ARA 产品成为婴幼儿配方奶粉企业采购的重要原材料之一。在境外市场能够提供 ARA 的企业较少, 嘉吉基于提升供应产品丰富度, 提高客户粘性的综合考量, 希望经销嘉必优的产品; 同时, 嘉必优也有意向借助嘉吉在国际市场中的地位和资源, 拓宽自身产品销售渠道。因此, 公司于 2004 年设立时即与嘉吉签订了《中国地区产品独家经销及供应合同》和《非中国区域产品独家经销及供应合同》, 给予嘉吉对部分国际客户的独家经销权, 嘉吉根据其客户订单需求, 作为经销商采购公司产品, 并销售给其终端客户。

嘉吉以其自身名义向客户销售公司产品, 且由其自行承担购买、转售的费用和风险, 双方签署的协议已经约定了经销合作关系, 关于产品退货责任具有清晰的划分, 因此, 公司与嘉吉的交易属于经销而非代销。

### 3) 经销协议主要内容

自 2004 年以来, 发行人及前身与嘉吉签署经销相关协议, 嘉吉向公司采购 ARA 等产品, 2012 年、2015 年和 2018 年分别续签协议。长期以来, 双方合作关系稳定, 协议条款未发生重大变化, 2018 年双方合作协议主要内容具体如下:

项目	合同内容
合同名称	《主经销协议》
合同期限	有效期三年
独家经销权及内容	指定客户的独家经销权
	1、公司授予嘉吉中国就用于应用市场的向附件所列的客户及其各自的代加工商销售和供应公司现有产品的独家经销权
	2、在本协议期间, 公司不得直接, 或者通过其代理、销售代表或者经销商, 向任何属于嘉吉中国被授予独家经销权并指定为独家经销商之人或实体销售任何现有产品; 进一步, 若公司在本协议期间接到任何属于嘉吉中国被授予独家经销权并指定为独家经销商之人或实体发出的关于产品的询价或订单, 公司应迅速将此询价或订单转交嘉吉中国
	3、(1) 如果自协议签署日起, 嘉吉中国独家经销客户由其他供应商充分供应, 并且连续 12 个月嘉吉未能获得该客户的商业性销售订单; (2) 嘉吉中国向某一独家经销客户实际销售不足年度销售预算的 75%; 上述 2 种情况出现, 该客户应从嘉吉中国独家经销客户清单中移入联合排他经销权客户清单, 除非该情况发生是因为以下 5 种情况导致: (1) 法规的变化; (2) 公司及产品不能满足客户需求; (3) 政府对产品申请的任何干预或其他行为; (4) 客户配方调整等原因导致其整体或者部分停止采购某一产品; (5) 不可抗力
	4、以下两种情况出现, 则该客户自动纳入嘉吉中国独家经销客户清单: (1) 嘉吉中国或嘉吉中国其指定方已经先于公司向该客户销售商业性数量的产品, 或

	<p>(2) 客户启动了供应商资质审计，包括被审计产品样品的寄出或者已经安排对公司工厂的审核； 但如果自上述客户成为独家经销客户之日起的一年或者双方另行协商同意的更长的期限之内，嘉吉中国仍未实现向该客户销售商业数量的现有产品的，该客户应不再作为独家经销客户</p> <p>5、双方将自本协议起始日起每 6 个月届满，进行一次独家经销项目的回顾。对于恒天然、达能、葛兰素史克、新莱特等主要客户，每 2 个月进行一次经销项目回顾</p>
联合排他经销 权及内容	联合排他经销权
	1、在向应用市场的销售和供应范围内，公司授予嘉吉中国向任何及所有在新西兰、泰国、马来西亚、印度尼西亚、越南和印度客户销售和供应现有产品联合排他经销权
	2、在本协议期间，除非本协议另有约定，公司不得开发新的经销商或代理商、指定销售代表，并且现有经销商和代理商、指定销售代表不得发展新的客户。但是，公司保留使用其已有经销商、代理或者销售代表为该等当事方继续服务于现有客户的权利。如果任何第三方经销商、代理或者销售代表主动向公司推荐属于联合排他经销范围内的客户，公司在委托其转售产品前应取得嘉吉中国书面同意，但嘉吉中国无合理理由不得拒绝
	3、为联合排他经销范围内产品向客户的销售和供应，双方应：（1）共享关于现有客户和新客户的信息；（2）相互合作以采用一方向每一特定客户提供直接的客户服务；（3）使得销量、总利润、长期关系及客户服务最为优化。本合同签订日形成对联合排他经销范围的协调机制
	4、嘉吉中国有权根据市场和价格附件自主判断而决定在本协议项下所经销产品的产品价格、销售条款和条件。但是公司有权要求嘉吉中国事先告知嘉必优该等价格和交付条件，以确定是否符合本合同价格附件的约定。如不符合价格附件约定，嘉必优有权要求与嘉吉中国在商业上达成一致后确定
续约安排	协议届满前六个月内，双方将协商本协议的续展事宜或协议终止的情形下需配合的事宜

#### 4) 经销合同对发行人海外业务拓展、议价能力的影响

##### ①与嘉吉经销合作是公司海外业务拓展的重要方式之一

嘉吉作为食品、农业、金融和工业产品及服务为一体的多元化跨国企业集团，拥有丰富的市场客户资源和良好的品牌信誉，公司与嘉吉签订经销协议，并由嘉吉承担部分客户的需求对接工作，有助于公司海外业务拓展。报告期内，公司向嘉吉销售收入分别为 3,121.20 万元、4,152.64 万元、4,401.69 万元和 3,235.12 万元，逐年增长。同时，除嘉吉以外的海外销售收入分别为 2,721.09 万元、5,154.26 万元、4,042.70 万元和 2,109.93 万元，总体保持增长，公司海外销售能力逐步增强。

##### ②境外市场价格高于境内市场价格

公司给予嘉吉根据市场自主判断决定所经销产品价格、销售条款和条件的权

利，但公司要求嘉吉事先告知嘉必优该等价格和交付条件，以确定是否符合相关价格约定并有权进行协商，因此公司具备最终定价和决定是否接受订单的权利。目前，公司海外销售平均价格普遍高于国内平均价格，海外市场价格仍保持较高水平。

在海外竞争市场中，嘉吉和公司均有条件参照竞争对手帝斯曼进行产品定价，能够各自独立或共同服务客户，嘉吉在经销合作中获取收入，其有动力在商业谈判中制定有利定价，亦提升了公司产品在境外销售的定价空间，因此，经销协议并不会降低公司对其他客户的议价能力。

#### 5) 向嘉吉及所属企业销售产品情况

##### ①公司向嘉吉及所属企业销售产品总体情况

报告期内，公司向嘉吉及所属企业销售 ARA 油剂、粉剂和 DHA 油剂、粉剂产品，合计销售金额分别为 3,121.20 万元、4,152.64 万元、4,401.69 万元和 3,235.12 万元，占公司营业收入的比重分别为 16.44%、18.17%、15.38%和 21.99%，通过嘉吉及所属企业向境外销售收入分别为 2,946.41 万元、4,078.34 万元、4,364.95 万元和 3,176.73 万元，占公司境外销售的比重分别为 51.99%、44.17%、51.92%和 60.09%。报告期内，嘉吉主要经销 ARA 产品，ARA 产品经销金额分别为 3,095.67 万元、4,075.23 万元、4,340.31 万元和 3,197.23 万元；DHA 产品经销金额较低，分别为 25.53 万元、77.41 万元、61.37 万元和 37.89 万元，具体情况如下：

单位：万元

销售情况	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
向嘉吉的销售收入	3,235.12	4,401.69	4,152.64	3,121.20
公司营业收入	14,712.11	28,610.56	22,855.92	18,980.31
占比	21.99%	15.38%	18.17%	16.44%
其中：向嘉吉销售 ARA 产品收入	3,197.23	4,340.31	4,075.23	3,095.67
向嘉吉销售 DHA 产品收入	37.89	61.37	77.41	25.53

公司向嘉吉及所属企业和向其他客户销售同类产品具体情况如下：

单位：万元

年度	销售产品类型	向嘉吉及所属企业销售金额	向其他客户销售同类型产品的金额	占同类交易比重
2019年1-6月	ARA毛油	178.41	-	100.00%
	ARA精油	657.09	548.22	54.52%
	ARA10%粉剂	2,361.73	4,214.87	35.91%
	DHA10%粉剂	37.89	963.37	3.78%
2018年度	ARA毛油	187.15	374.77	33.31%
	ARA精油	1,455.45	2,011.03	41.99%
	ARA10%粉剂	2,697.71	8,470.81	24.15%
	DHA10%粉剂	61.37	1,755.06	3.38%
2017年度	ARA毛油	195.82	236.96	45.25%
	ARA精油	587.39	1,986.61	22.82%
	ARA10%粉剂	3,292.02	7,245.29	31.24%
	DHA10%粉剂	77.41	1,020.12	7.05%
2016年度	ARA毛油	145.77	-	100.00%
	ARA精油	260.74	1,285.05	16.87%
	ARA10%粉剂	2,689.16	6,667.89	28.74%
	DHA10%粉剂	25.53	655.66	3.75%

根据上表,报告期内,公司主要向嘉吉及其所属企业销售ARA精油和ARA10%粉剂,前述两款产品合计销售金额分别为2,949.90万元、3,879.41万元、4,153.16万元和3,018.82万元,销售金额稳定增长,占同类交易比重分别为27.06%、29.59%、28.38%和38.79%。

②公司向嘉吉及所属企业内销和外销情况

报告期内,嘉吉经销终端客户主要为境外客户,嘉吉境内销售收入分别为174.79万元、74.30万元、36.74万元58.40万元,占嘉吉全部销售收入的比重分别为5.60%、1.79%、0.83%和1.81%。

报告期内,公司向嘉吉境内和境外销售产品的金额和价格情况如下:

单位:万元、元/kg

年度	销售区域	销售产品类型	销售金额	价格	金额占比
----	------	--------	------	----	------

2019年 1-6月	外销	ARA 油剂	835.50	461.60	25.83%
		ARA 粉剂	2,329.59	237.86	72.01%
		DHA 粉剂	11.63	342.16	0.36%
	内销	ARA 粉剂	32.14	203.42	0.99%
		DHA 粉剂	26.26	188.89	0.81%
合计		<b>3,235.12</b>	-	<b>100.00%</b>	
2018年 度	外销	ARA 油剂	1,642.60	433.75	37.32%
		ARA 粉剂	2,676.55	241.09	60.81%
		DHA 粉剂	45.79	228.96	1.04%
	内销	ARA 粉剂	21.16	203.42	0.48%
		DHA 粉剂	15.58	188.89	0.35%
合计		<b>4,401.69</b>	-	<b>100.00%</b>	
2017年 度	外销	ARA 油剂	783.20	483.16	18.86%
		ARA 粉剂	3,243.31	270.95	78.10%
		DHA 粉剂	51.82	259.12	1.25%
	内销	ARA 粉剂	48.71	175.53	1.17%
		DHA 粉剂	25.59	189.53	0.62%
合计		<b>4,152.64</b>	-	<b>100.00%</b>	
2016年 度	外销	ARA 油剂	406.51	711.93	13.02%
		ARA 粉剂	2,514.37	268.82	80.56%
		DHA 粉剂	25.53	255.27	0.82%
	内销	ARA 粉剂	174.79	205.63	5.60%
	合计		<b>3,121.20</b>	-	<b>100.00%</b>

报告期内，公司存在向嘉吉境内和境外销售同款产品的情形，境内外销售价格亦存在差异，公司向嘉吉内销的价格较低，而外销的价格较高，符合公司产品内销和外销价格体系存在差异的情况。

#### 6) 向嘉吉及其所属企业的销售公允性分析

##### ①ARA 产品市场格局及市场价格情况

##### A、ARA 产品境外市场格局类似于寡头垄断

由于 ARA 产品市场格局类似于寡头垄断，即处于一种由少数卖方（寡头）



---

相对占据主导市场的市场状态。目前，公司所在行业的集中度相对较高，对于技术门槛、产品品质、产业化能力以及品牌认可度等方面的要求较高，市场上的竞争者不多，特别是境外市场竞争者较少。在 ARA 产品领域，帝斯曼占据全球 ARA 市场的主要份额，是全球最大的 ARA 供应商。近年来，我国陆续出现一批以 ARA 为主要产品的生产企业，包括嘉必优、润科生物、福星生物、罗盖特等。公司是国内 ARA 产业的早期培育者和领军企业，与国内竞争对手相比，公司占据了最大的国内市场份额，已成为国内 ARA 产品市场最重要的供应商。

#### B、ARA 产品的市场价格存在一定的差异，境外市场价格相对较高

目前，帝斯曼在境外 ARA 市场占据绝对市场份额，其他企业在境外市场采取跟随帝斯曼定价的策略；国内市场 ARA 生产企业数量相对较多，各企业根据自身产品成本和预期利润率向奶粉企业进行报价。因此，ARA 生产企业对不同奶粉企业销售价格可能存在一定的差异。特别是在境外市场，由于帝斯曼申请了 ARA 专利保护、且客户对产品品牌和品质要求高等原因，合格的 ARA 产品供应商数量更少，境外市场 ARA 产品价格普遍高于国内。

#### ②公司定价策略和定价机制

公司结合产品成本，维持一定的毛利率空间确定产品价格区间；并根据产品的市场结构和竞争状况，对不同客户采取差异化定价的策略。公司在产品定价时采取以下原则：

##### A、成本导向原则

公司产品价格需参考产品成本变化情况，维持合理毛利率水平。在成本导向定价方面，公司主要采取以下措施：

一是维持合理毛利率水平，若公司产品成本下降，为扩大市场份额，可降低产品价格。二是充分考虑客户的边际贡献，若对某客户降低产品价格后，该客户加大采购规模，将增加公司的净利润，则可以降低该客户的产品价格。三是客户个性化需求的产品成本较高，亦采取较高销售价格，维持合理毛利率水平。

##### B、差异化定价原则

公司产品具有较高的准入门槛，下游客户对产品品质和供应能力要求较高，客户粘性较强。在差异化定价方面，公司主要采取以下措施：

一是针对境内外市场结构差异化定价。公司产品定价贴近所在的市场的竞争对手产品价格，在境外市场，采取跟随帝斯曼价格的定价原则，产品价格低于帝斯曼；在境内市场，产品价格高于国内竞争对手。由于帝斯曼产品价格较高，公司境外销售价格较高。

二是针对不同客户差异化定价。公司飞鹤、蒙牛、伊利等大客户的采购规模较大，议价能力较强，公司对大客户的销售价格相对较低；或者，客户较大幅度地增加采购规模，经公司评估，亦可向该客户适度降价，以获得更多的采购订单。此外，公司还会结合与客户以往合作情况、是否属于战略合作伙伴等因素，在销售价格方面有所差异化。

③公司向嘉吉销售价格与可比第三方销售价格对比情况

A、向嘉吉销售金额及价格与所有其他外销客户对比

报告期内，在不剔除相关销售数据的情况下，公司向嘉吉境外销售 ARA 精油、ARA10%粉剂和 DHA10%粉剂金额及价格与向所有其他外销客户销售价格存在较大差异，具体情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	产品类型	销售区域	向嘉吉销售的金额	向嘉吉销售的均价	向第三方销售的金额	向第三方销售的均价	销售价格差异率
2019年1-6月	ARA 精油	外销	657.09	431.73	170.39	541.79	-20.31%
	ARA10%粉剂	外销	2,329.59	203.42	640.15	135.05	50.63%
	DHA10%粉剂	外销	11.63	342.16	282.04	159.35	114.72%
2018年度	ARA 精油	外销	1,455.45	421.26	533.27	549.76	-23.37%
	ARA10%粉剂	外销	2,697.71	240.74	789.30	139.77	72.24%
	DHA10%粉剂	外销	45.79	228.96	91.47	189.76	20.66%
2017年度	ARA 精油	外销	587.39	463.06	675.03	600.24	-22.85%
	ARA10%粉剂	外销	3,243.31	270.95	1,242.46	161.66	67.60%
	DHA10%粉剂	外销	51.82	259.12	532.97	195.94	32.24%

2016 年度	ARA 精油	外销	260.74	827.75	468.09	628.31	31.74%
	ARA10%粉剂	外销	2,514.37	268.82	272.43	208.04	29.22%
	DHA10%粉剂	外销	25.53	255.27	0.03	346.88	-26.41%

注：向第三方销售 ARA 精油的金额，为除嘉吉外向其他境外经销商销售的金额。

根据上表，公司向嘉吉境外销售价格一般比向其他外销客户销售价格高，但 2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月向嘉吉外销 ARA 精油的价格较低，主要系嘉吉终端客户达能采购规模较大，且价格较低，拉低了嘉吉外销 ARA 精油的平均价格。

报告期内，嘉吉境外销售价格较高的另一重要原因系其他境外客户中的蒙牛、伊利的境外子公司和代工厂，向公司采购规模较大，均采用境内价格体系，与嘉吉其他终端客户采用境外价格体系的差异较大，导致价格不太具有可比性。

#### B、剔除达能、蒙牛、伊利境外子公司或其指定的代工厂的原因

公司在分析销售价格公允性时，选择剔除达能、蒙牛、伊利境外子公司或其指定的代工厂的销售情况，系由于达能、蒙牛、伊利相关企业销售价格具有一定的特殊性，这与公司面临的市场结构和选择的销售策略相关。通过剔除不可比的销售数据，能够更加准确地体现公司向嘉吉销售的公允性。

达能系嘉吉的终端客户，达能是一家全球的乳品、饮料等食品巨头。达能境内的控股子公司多美滋从 2005 年开始向嘉必优采购 ARA 产品，熟悉公司产品境内的价格，且达能属于全球知名食品企业，建立和维护与达能的合作关系有助于公司开拓市场。公司给予达能境内市场价格，境内价格体系相对较低，与境外市场售价差异较大。

蒙牛和伊利属于境内大型知名乳制品企业，系公司的大客户。公司给予蒙牛和伊利的境外子公司和指定的代工厂与境内采购相同的价格，由于境内价格体系相对较低，与嘉吉采取经销模式境外销售产品的价格差异较大，不具备可比性。

#### C、向嘉吉销售金额及价格与剔除相关数据后可比第三方价格对比

##### a、ARA 产品

为了提高数据的可比性，本次将向嘉吉的销售价格与向其他境外客户和境外

经销商销售价格进行比较。同时，在选取可比第三方时，还剔除了向达能、蒙牛、伊利三家客户在境外的子公司或其指定的代工厂的销售情况，主要原因系蒙牛和伊利在采购 ARA 产品时，采用境内境外相同的采购价格标准；同时，达能曾经控制的境内企业多美滋曾向公司采购 ARA 产品，公司给予达能境内市场价格。

公司向嘉吉及可比第三方销售 ARA 产品的数据如下：

单位：万元、元/kg

年度	销售产品类型	向嘉吉销售的金额*	向嘉吉销售的均价	向可比第三方销售的金额*	向可比第三方销售的均价	销售价格差异率
2019年1-6月	ARA 毛油	178.41	619.48	-	-	-
	ARA 精油	142.71	544.70	170.39	541.79	0.54%
	ARA10%粉剂	2,361.73	237.31	19.91	220.77	7.49%
2018年度	ARA 毛油	187.15	563.71	374.77	231.34	143.67%
	ARA 精油	151.83	706.19	533.27	549.76	28.45%
	ARA10%粉剂	2,697.71	240.74	231.47	296.40	-18.78%
2017年度	ARA 毛油	195.82	555.51	234.41	325.57	70.63%
	ARA 精油	134.68	714.47	675.03	600.24	19.03%
	ARA10%粉剂	3,292.02	268.79	138.34	351.56	-23.54%
2016年度	ARA 毛油	145.77	569.41	-	-	-
	ARA 精油	260.74	827.75	468.09	628.31	31.74%
	ARA10%粉剂	2,689.16	263.55	118.19	395.98	-33.44%

注：1、向嘉吉销售的 ARA 产品金额中，剔除了最终销售给达能的金额。

2、向可比第三方销售 ARA 毛油的金额，为除嘉吉外向境外客户销售的金额，向可比第三方销售 ARA 精油的金额，为除嘉吉外向其他境外经销商销售的金额，向可比第三方销售 ARA10%粉剂的金额，为除嘉吉、蒙牛、伊利以外，向境外客户销售的金额。

根据上表，公司向嘉吉销售 ARA 毛油和油剂的价格高于可比第三方水平，向嘉吉销售 ARA10%粉剂的价格低于可比第三方水平。

#### I、ARA 毛油

报告期内，公司向嘉吉销售 ARA 毛油的价格与向可比第三方销售价格差异较大，可比第三方 Numega 采购毛油用于生产粉剂自营销销售，由于其同时作为达能的代工厂通过嘉吉采购公司 ARA 精油产品，公司按照达能价格体系向其定

---

价销售。2018 年度，公司向 Numega 销售的 ARA 毛油存在一定的销售折让，因此与向嘉吉的销售价格差异较大。

## II、ARA 精油

2016 年度-2018 年度，公司向嘉吉销售 ARA 精油产品价格高于向可比第三方客户销售价格，主要原因系可比第三方客户 BR Food、IFUN、Tricom 等经销商向公司的年采购量基本在 2,000-4,000kg 范围内，采购规模较大，适用量大价优的原则；而嘉吉除达能以外的终端客户采购量较小，客户年度采购量基本在 20-700kg 范围内，因此售价相对较高。公司直销、嘉吉对终端客户与其他经销商对终端客户定价策略基本一致，根据客户经营业务和采购规模等因素确定售价，一般遵照量大从优的原则，终端客户接受价格不存在重大差异。2019 年 1-6 月，公司向嘉吉销售 ARA 精油产品价格与向可比第三方客户销售价格基本一致，向嘉吉销售价格较 2018 年度有较大幅度下降，主要原因为其新增终端客户 PT Sarihusada 采购量相对原有终端客户较高，定价相对较低，拉低了平均价格。

## III、ARA10%粉剂

2016 年-2018 年，公司向嘉吉销售 ARA10%粉剂产品价格低于向可比第三方客户销售价格，主要原因为可比第三方客户 GMP、Farmland Dairy 等为公司境外直销客户，经销与直销定价存在差异，同时 GMP、Farmland Dairy 的年采购量基本在 2,000-4,000kg 范围内，而嘉吉的主要终端客户年采购量在 7,000-63,000kg 范围内，采购规模较大，适用量大价优的原则，因此售价相对较低。2019 年，公司向嘉吉销售 ARA10%粉剂产品价格高于向可比第三方客户销售价格，主要原因为可比第三方为飞鹤境外子公司且首次采购公司产品，因此综合考虑客户关系和合作规模，销售定价高于境内价格体系但低于境外销售价格体系。

### b、DHA 产品

报告期内，公司向嘉吉销售少量 DHA 产品，金额分别为 25.53 万元、77.41 万元、61.37 万元和 37.89 万元，向嘉吉销售 DHA 产品平均价格与向第三方销售的比较情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	销售产品类型	向嘉吉销售的金额	向嘉吉销售的均价	向可比第三方销售的金额	向可比第三方销售的均价	销售价格差异率
2019年1-6月	DHA10%粉剂	37.89	219.01	-	-	-
2018年度	DHA10%粉剂	61.37	217.26	45.61	253.37	-14.25%
2017年度	DHA10%粉剂	77.41	231.07	48.23	267.94	-13.76%
2016年度	DHA10%粉剂	25.53	255.27	0.03	346.88	-26.41%

注：向可比第三方销售 DHA10%粉剂的金额，为除嘉吉、蒙牛外向境外客户销售的金额。

2016年，公司向嘉吉销售 DHA10%粉剂产品价格低于向可比第三方销售价格原因为可比第三方采购数量非常小，嘉吉采购规模相对较高，适用量大从优的原则。2017年和2018年，公司向嘉吉销售 DHA10%粉剂产品价格低于向可比第三方销售价格，主要原因系嘉吉向终端客户健合集团销售参照境内价格体系，价格相对较低，拉低了粉剂销售平均价格。若剔除嘉吉向健合集团销售的 DHA粉剂后，公司向嘉吉销售的平均价格分别为 259.12 元/kg 和 228.96 万元，与向可比第三方销售价格差异不大。

### ③公司向嘉吉销售价格的公允性结论意见

报告期内，公司向嘉吉销售产品遵循市场化原则，向嘉吉销售价格与向其他可比第三方销售价格存在一定差异，定价具有充分合理性，不存在嘉吉向公司输送利益的情况，关联交易不存在显失公允的情形。

### 7) 公司向嘉吉及其他主要客户信用期对比

公司向嘉吉及其他主要客户销售产品信用期情况如下：

客户名称	信用期
嘉吉	1、Cargill( Malaysia) S/BHD 收到发票后的当月 15 日；2、Cargill Australia Limited 发票日 30 天；3、Cargill Incorporated 发票日 45 天；4、Cargill Japan LTD 提单日 60 天；5、嘉吉亚太收到发票后 90 天
蒙牛	收到发票后 90 天内付款，其中旗帜婴儿乳品股份有限公司收到发票后 30 天内付款

伊利	2018 年度：货到验收合格并收到发票后 60 天内电汇付款或 25 天内以 3 个月银行承兑汇票付款； 2017 年度：货到验收合格并收到发票后 60 天内以银行电汇形式付清或 5 天内以 90 天银行承兑汇票形式付清； 2016 年度：奶粉事业部：1、货到验收合格并收到发票后 90 天内（奶粉事业部）、60 天内（液奶事业部）以银行电汇形式付清；2、货到验收合格并收到发票后在 45 天内以三个月的银行承兑汇票形式付清
贝因美	上月拦账日前所到合格品的货款，顺延 60 天付款（节假日顺延）
飞鹤	到货并经飞鹤检验合格后 15 天内提供发票，收到发票后 90 天内付款
其他主要境外经销商	
其中：沃尔夫坎亚	发货后 2 个月内付款
Tricom Trade	提单日后 30 天内付款
IFUN INTERNATIONAL	提单日后 60 天内付款
BR FOOD	信用证付款，无账期

根据上表，公司给嘉吉和其他非关联方客户的信用期有所区别，但不存在向嘉吉放宽信用期的情况。

综上分析，公司向嘉吉销售产品合作模式长期保持稳定，对双方均具有商业合理性和必要性。报告期内，公司向嘉吉销售价格与向其他可比第三方销售价格存在一定差异，定价具有充分合理性，不存在嘉吉向公司输送利益的情况。

#### 8) 嘉吉采购发行人产品后的最终去向及占比

报告期内，嘉吉主要经销公司 ARA、DHA 产品，终端客户主要为新莱特和 Numega、PT Sanghiang Perkasa 等公司，具体情况如下：

单位：万元

年度	嘉吉终端客户	金额	占比
2019 年 1-6 月	新莱特	1,472.66	45.52%
	Numega（作为达能代工厂采购）	514.38	15.90%
	NEW ZEALAND NEW MILK	384.02	11.87%
	PT Sanghiang Perkasa	341.65	10.56%
	GIVAUDAN FLAVORS CORPORATION	178.41	5.51%
	恒天然	129.18	3.99%

	其他	214.82	6.64%
	<b>合计</b>	<b>3,235.12</b>	<b>100.00%</b>
2018 年度	新莱特	1,585.47	36.02%
	Numega (作为达能代工厂采购)	1,303.62	29.62%
	PT Sanghiang Perkasa	568.30	12.91%
	NEW ZEALAND NEW MILK	227.01	5.16%
	恒天然	194.78	4.43%
	其他	522.50	11.87%
	<b>合计</b>	<b>4,401.69</b>	<b>100.00%</b>
2017 年度	新莱特	1,580.06	38.05%
	PT Sanghiang Perkasa	1,008.95	24.30%
	Numega (作为达能代工厂采购)	452.71	10.90%
	BINH DUONG NUTIFOOD NUTRITION FOOD JOINT STOCK CO.	306.33	7.38%
	GIVAUDAN FLAVORS CORPORATION	195.56	4.71%
	其他	609.04	14.66%
	<b>合计</b>	<b>4,152.64</b>	<b>100.00%</b>
2016 年度	PT Sanghiang Perkasa	985.73	31.58%
	新莱特	812.95	26.05%
	CAMPERDOWN POWDER PTY LTD	214.12	6.86%
	多美滋婴幼儿食品有限公司	174.79	5.60%
	ALPHA LABORATORIES (NZ) LTD	170.6	5.47%
	其他	763.02	24.45%
	<b>合计</b>	<b>3,121.20</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，嘉吉根据终端客户需求向公司进行采购，新莱特、Numega、PT Sanghiang 等终端客户采购规模较大，嘉吉经销规模逐年上升，发展趋势良好。其中新莱特系光明乳业股份有限公司控股子公司，是一家新西兰上市公司；Numega 系注册地位于澳大利亚的主要从事粉剂包埋加工的企业，系澳大利亚上市公司 CLOVER Corporation Limited 的子公司，以及达能的 ARA 粉剂代工厂；PT Sanghiang 系一家注册地位于印度尼西亚的乳品企业；GIVAUDAN FLAVORS CORPORATION 系一家位于瑞士的主要从事食用香精和日用香精业务的上市公司的子公司。



### 9) 发行人对嘉吉及所属企业销售的产品最终销售实现情况

报告期内，公司向嘉吉经销产品的销售模式主要为：嘉吉向公司下订单并指定终端客户，由公司直接将产品发送至终端客户，因此嘉吉不会形成期末库存。经对嘉吉现场访谈，嘉吉向申报会计师出具期末库存情况的盖章确认文件，根据该文件，嘉吉于报告期各期末不存在公司产品库存。

### 10) 公司与嘉吉合作具有稳定性和可持续性

2015年3月，嘉吉对外转让所持嘉必优全部股权时作出不竞争承诺，承诺3年内不在亚太区或印度采购或自行生产ARA产品。根据向嘉吉的访谈，报告期内，嘉吉遵守上述承诺及协议的内容，在亚洲地区不存在向其他第三方采购ARA产品的情形。

基于对公司ARA产品质量的认可，以及提升向其客户供应产品丰富度的综合考量，嘉吉持续经销公司产品，同时公司也通过嘉吉作为经销商拓宽公司产品销售渠道，双方合作自2004年公司设立以来一直持续，经销合作方式未发生重大改变。报告期内，公司向嘉吉销售收入稳定增长，双方建立了长期互利共赢的合作关系，合作关系将保持稳定并持续发展。

## 3、对公司业绩影响的测算

报告期内，嘉吉与公司不存在相互输送利益的情况。若假设公司向嘉吉采购和销售的价格与可比第三方价格保持一致，经测算，报告期内，公司各期营业利润将分别增加1,280.36万元、925.96万元、492.67万元和-164.93万元。

单位：万元

年度	对营业利润影响金额	目前扣非净利润	测算后的扣非净利润
2019年1-6月	-164.93	3,972.53	3,832.34
2018年度	492.67	6,651.70	7,070.47
2017年度	925.96	4,291.64	5,078.71
2016年度	1,280.36	3,163.85	4,252.15

## 4、嘉吉转让股权前后，关联交易价格变动情况

### (1) 嘉吉投资转让发行人股权前后年度，关联采购价格的变化情况

1) 公司向嘉吉采购原材料价格变动情况

2015年4月，嘉吉对外转让公司股权，股权转让前后年度，公司向其采购原材料价格对比情况如下：

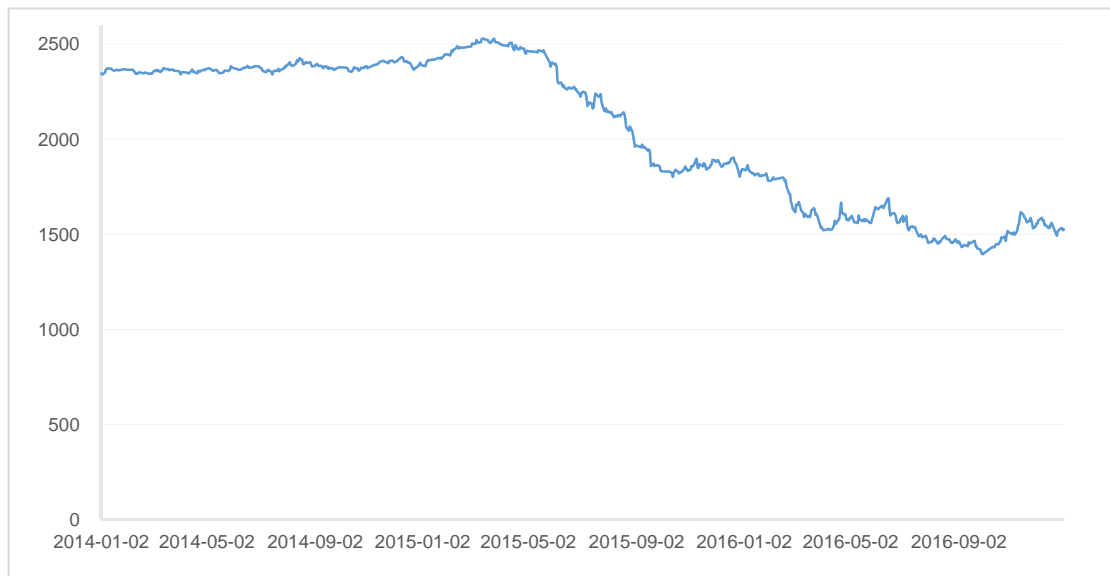
单位：万元、元/kg

原材料类别	2014年度		2016年度		价格差异
	金额	平均单价	金额	平均单价	
葡萄糖	122.48	3.66	198.53	2.67	-27.04%
固体玉米糖浆	58.86	6.40	77.85	6.41	0.15%
麦芽糊精	14.95	5.00	25.88	5.00	0.00%
葵花籽油	-	-	84.18	9.08	-
高油酸葵花籽油	-	-	4.21	14.57	-

嘉吉转让公司股权前后，公司均以招标方式采购主要原材料，股权转让事项对采购模式和定价机制不存在影响。2016年度，公司向嘉吉采购葡萄糖价格较2014年度下降27.04%，系葡萄糖的生产原料玉米大宗商品价格大幅下降，葡萄糖价格随之下降所致，除葡萄糖外，固体玉米糖浆和麦芽糊精价格保持稳定。

2) 2016年葡萄糖市场价格下降的原因

2014年-2016年，玉米价格指数总体呈现下降，玉米系生产葡萄糖的主要原材料，公司2016年向嘉吉采购葡萄糖价格与玉米价格变动趋势一致，玉米价格指数走势如下：



数据来源：wind 玉米指数

### 3) 公司向嘉吉采购葡萄糖价格公允性

2014 年度和 2016 年度，公司向其他供应商采购葡萄糖的价格情况如下：

单位：万元、元/kg

年度	向嘉吉采购葡萄糖		向其他供应商采购葡萄糖		价格差异
	金额	平均单价	金额	平均单价	
2016 年度	198.53	2.67	333.46	2.70	-1.45%
2014 年度	122.48	3.66	584.09	3.42	7.02%

公司一贯执行葡萄糖招标采购政策，2014 年度，公司向嘉吉采购葡萄糖价格高于向其他供应商采购价格，主要因为公司向嘉吉采购发生在 2014 年下半年，向其他供应商诸城东晓采购时点较为分散，向诸城东晓下半年采购价格 3.59 元/kg 明显高于上半年采购价格 3.29 元/kg~3.33 元/kg，同一时间段公司向嘉吉采购价格与向诸城东晓采购价格相差 1.95%，价格差异较小。

#### (2) 嘉吉投资转让发行人股权前后年度，关联销售价格的变化情况

嘉吉转让公司股权前后，公司向嘉吉销售的模式保持稳定，主要销售产品价格对比情况如下：

单位：万元、元/kg

销售区域	产品型号	2014 年度		2016 年度		价格差异率
		金额	平均单价	金额	平均单价	
内销	ARA7%粉剂	423.35	172.09	-	-	-
	ARA10%粉剂	104.86	205.20	174.79	205.63	0.21%
	DHA7%粉剂	74.52	172.09	-	-	-
	DHA10%粉剂	94.34	188.31	-	-	-
外销	ARA 毛油	47.07	480.34	145.77	569.41	18.54%
	ARA 精油	462.48	735.96	260.74	827.75	12.47%
	ARA10%粉剂	932.20	282.61	2,514.37	268.82	-4.88%
	ARA 金粉	9.08	336.47	-	-	-
	DHA10%粉剂	30.10	301.02	25.53	255.27	-15.20%

#### 1) 股权转让前后，境内经销价格保持稳定

股权转让前后，2016 年度，公司向嘉吉销售 ARA10%粉剂平均价格为 205.63 元/kg，与 2014 年度平均价格 205.20 元/kg 基本一致。

2016 年度，嘉吉境内经销金额为 174.79 万元，较 2014 年度境内经销金额 697.07 万元出现大幅下降，主要系嘉吉内销终端客户多美滋因业务规模缩小和健合集团因自身业务重心调整，采购大幅减少所致。

## 2) 股权转让前后，境外经销价格变动原因

2016 年度，美元兑人民币平均汇率为 6.6423，较 2014 年度平均汇率 6.1428 提升 8.13%，2014 年美元定价以 2016 年平均汇率换算后，价格对比情况如下：

单位：元人民币/kg

产品型号	2014 年度	2016 年度	价格差异率
ARA 毛油	519.40	569.41	9.63%
ARA 精油	797.34	827.75	3.81%
ARA 金粉	363.83	-	-
ARA10%粉剂	305.30	268.82	-11.95%
DHA10%粉剂	325.50	255.27	-21.58%

### ①ARA 毛油价格有所提高的原因

2016 年度，公司向嘉吉境外销售 ARA 毛油价格较 2014 年度提升 9.63%，主要原因为终端客户 GIVAUDAN 未达到嘉吉预期采购量，因此对其提升售价。

### ②ARA10%粉剂价格降低的原因

2016 年度，嘉吉境外经销 ARA10%粉剂价格较 2014 年度下降 11.95%，主要原因为其开拓了 PT Sanghiang、新莱特等大客户，经销收入由 2014 年度的 932.20 万元快速增长至 2016 年度的 2,514.37 万元，实现了较好的销售，对境外大客户公司的销售价格相对较低。因此，拉低了 ARA10%粉剂的平均售价。

### ③DHA10%粉剂价格降低的原因

2016 年度，嘉吉境外经销 DHA10%粉剂价格较 2014 年度下降 21.58%，主要系公司 DHA 产品发展相对较晚，2014 年尚未实现规模经济效应，随着公司 DHA 技术和工艺逐步成熟，生产效率和成本不断优化，DHA 产品的毛利率不断

---

提高，产品具备降价推广的条件，因此，公司直销和经销 DHA 产品价格均有所下降。

### （3）结论意见

综上所述，嘉吉转让公司股权前后，公司与嘉吉之间的采购和销售业务模式未发生变化，各产品价格的变化属于合理的市场化行为，股权转让事项对公司关联交易定价不存在重大影响。

公司已按照本次问询要求，详细撰写与嘉吉交易价格公允性，在剔除特殊情况时，从完整考虑角度出发，定量分析剔除因素及剔除后比较结果，区分境内销售和境外销售分别进行比较，确保交易价格公允性比较和分析具有合理性和客观性，并在招股说明书对相关内容进行补充和修改。

## 四、中介机构核查意见

### （一）核查方式

申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、核查发行人向嘉吉关联采购价格及规模变动原因；
- 2、访谈发行人了解股权转让背景，了解股权转让事项对发行人与嘉吉间业务模式和购销业务定价机制是否存在影响；
- 3、查阅嘉吉转让发行人股权前后年度关联交易数据，核查关联交易价格变动情况；
- 4、访谈发行人了解完整的定价策略及定价机制，核查是否具有随意性，了解对嘉吉、达能、Numega、蒙牛、伊利等客户的价格体系；
- 5、核查发行人是否将与嘉吉间的交易作为关联交易披露；
- 6、查阅发行人向嘉吉销售业务凭证资料及数据，区分境内和境外销售数据；
- 7、核查发行人是否存在与嘉吉类似的客户，是否纳入关联交易价格公允性比较；
- 8、核查发行人剔除不可比因素的原因和具体数据，核查可比第三方价格计

---

算依据及影响经营业绩模拟测算的合理性和准确性；

9、查阅前次创业板申报材料关于关联交易论证方法，根据实际情况分析本次科创板申报材料关联交易公允性论述的合理性。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人向嘉吉采购葡萄糖与第三方价格差异较小且具有合理性；

嘉吉对外转让发行人股权事项对双方业务模式和购销业务定价机制不存在重大影响；

发行人向嘉吉销售 ARA 毛油的价格与向可比第三方销售价格差异较大具有合理原因，嘉吉不具有向达能以外客户主动降价销售 ARA 毛油的必要性，公司按照达能价格体系向 Numega 定价销售具有合理的商业逻辑和论证逻辑。发行人存在类似定价策略的客户，如公司向蒙牛和伊利境外子公司和代工厂销售 ARA 产品时，采用境内价格体系；

发行人已披露完整的定价策略和定价机制，发行人产品定价不具有随意性；

发行人已在首次申报文件和首轮问询回复中将与嘉吉的全部交易比照关联交易披露；

发行人已在本次问询回复中区别境内和境外销售进行价格比较，发行人向嘉吉境内和境外销售价格均具有公允性和合理性；

发行人将向嘉吉销售与向其他境外客户和境外经销商进行比较，主要考虑为对嘉吉主要为境外销售从而简化处理；发行人已将其他类似客户列入比较对象中；

由于发行人对达能、蒙牛、伊利三家客户境外子公司或其指定的代工厂的境外销售份额均不具有可比性，因此全部予以剔除；

发行人剔除不可比因素具有合理性，可比第三方价格计算依据及影响经营业绩模拟测算具有合理性和准确性；

发行人本次申报科创板时关于关联交易价格公允性的论述较前次申报更加

具有合理性。

### 问题 3

#### 关于帝斯曼业绩补偿款

根据前次问询函回复，帝斯曼将在第二年 60 日内支付上一年度的现金补偿金额，帝斯曼均在次一年度第一季度之前支付现金补偿，回款情况较好，未出现长时间逾期的情形。公司对于帝斯曼的现金赔偿计入其他应收账款，并按照公司统一的会计政策，按照账龄法对于帝斯曼的应收账款按照 5%的比例计提坏账准备。公司与帝斯曼签署的协议得到有效执行。

请发行人进一步披露：（1）“报告期内，公司收到帝斯曼的现金补偿金额为 2,341.24 万元、2,971.53 万元和 3,784.29 万元”相关金额在非经常性损益表中的列示情况；（2）2018 年度实际收到的补偿款与计算出的补偿款之间存在差异的原因，帝斯曼是否未按相关协议支付补偿款，发行人是否计提相关准备、是否需要揭示相关风险；（3）发行人是否在资产负债表日按照实际收到的补偿款来确认相关收入及其他应收款，上述处理是否符合《企业会计准则》的规定；补偿金是资产负债表日后收到的，发行人在资产负债表日不按照其计算的金额确认收入及其他应收款的合理性。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

#### 一、公司补充披露

（一）“报告期内，公司收到帝斯曼的现金补偿金额为 2,341.24 万元、2,971.53 万元和 3,784.29 万元”相关金额在非经常性损益表中的列示情况

2016 年度至 2018 年度，公司收到帝斯曼的现金补偿金额为 2,341.24 万元、2,971.53 万元和 3,784.29 万元，公司收到帝斯曼补偿款相关金额列示在非经常性损益项目“除上述各项之外的其他营业外收入和支出”中，具体情况如下：

单位：万元

公司非经常性损益项目	2019 年上	2018 年度	2017 年度	2016 年度
------------	---------	---------	---------	---------

	半年			
非流动资产处置损益	22.88	-46.24	-5.84	-48.86
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	34.80	365.17	304.30	139.33
委托他人投资或管理资产的损益	46.24	21.17	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-57.18	-169.56
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	512.44	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	2,087.03	3,320.69	2,467.11	1,902.41
其中:由帝斯曼赔偿带来的营业外收入	2,293.55	3,784.29	2,971.53	2,341.24
其他符合非经常性损益定义的损益项目(均为计提帝斯曼赔偿相关其他应收款的坏账损失)	72.97	-40.22	-29.96	-62.27
所得税影响额	-414.39	-521.24	-408.62	-289.59
其中:帝斯曼赔偿带来的所得税影响额	-354.98	-561.61	-441.24	-341.85
少数股东权益影响额	-4.96	-52.43	16.45	61.04
合计	2,357.01	3,046.90	2,286.27	1,532.50

根据上表,“其他符合非经常性损益定义的损益项目”系公司对帝斯曼赔偿款其他应收款计提的坏账损失。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“(六)资产使用许可情况”之“4、相关协议对公司的影响”中补充披露。

(二)2018年度实际收到的补偿款与计算出的补偿款之间存在差异的原因,帝斯曼是否未按相关协议支付补偿款,发行人是否计提相关准备、是否需要揭示相关风险

#### 1、2018年度实际收到的补偿款与计算出的补偿款之间存在差异的原因

报告期内,公司收到的现金补偿款计算方式如下:

项目	2019年上半年	2018年度	2017年度	2016年度
A、帝斯曼承诺采购量(公斤)	150,000	250,000	200,000	150,000
B、实际采购量(公斤)	0	0	0	0
C、差额(公斤)=A-B	150,000	250,000	200,000	150,000



D、补偿款(美元)=C×22.50 美元/公斤	3,375,000	5,625,000	4,500,000	3,375,000
E、实际收到补偿款(美元)	未到支付时间	5,456,250	4,500,000	3,375,000
F、差额(美元)=D-E	不适用	168,750	0	0

注 1: 2019 年 1-6 月补偿款以全年采购量的 1/2 确认, 并扣除了公司向 PT Sanghiang 销售的 ARA 产品折油数量按照 1:1 抵扣《加工及供货协议》约定的当年的采购量。

注 2: 帝斯曼于每个自然年度结束后向公司支付补偿金额, 2019 年上半年计算的补偿金额需至 2020 年初一并支付 2019 年全年度补偿款。

2019 年 3 月 21 日, 帝斯曼与公司签署《专利许可协议修正案 2 号》, 双方约定, 帝斯曼允许公司向 P.T. Sanghiang Perkasa 每年度销售 15 吨含量 40% 的 ARA 油脂产品, 同时应按同等数量扣减帝斯曼承诺向嘉必优采购的总量。帝斯曼已在 2019 年支付 2018 年度补偿款时, 将公司 2018 年度向 P.T. Sanghiang Perkasa 销售数量折算成 ARA 油脂产品予以扣减。公司在计算 2019 年上半年帝斯曼的赔偿金额时, 亦将 2019 年上半年向 P.T. Sanghiang Perkasa 的销售金数量予以扣减。

2018 年, 抵扣发行人向 P.T. Sanghiang Perkasa 销售的 30 吨 ARA 粉剂产品, 折合 ARA 油剂 7.50 吨, 按 22.50 美元/公斤抵减补偿款 168,750 美元。

2019 年上半年, 抵扣发行人向 P.T. Sanghiang Perkasa 销售 9 吨 ARA 粉剂产品, 折合 ARA 油剂 2.25 吨, 按 22.50 美元/公斤预计将抵减补偿款 50,625 美元。

上述情形均已在资产负债表日确认营业外收入及其他应收款时考虑在内, 实际收到的补偿款与公司在资产负债表日确认的营业外收入及其他应收款不存在差异。

## 2、帝斯曼已经按相关协议支付补偿款

2015 年 1 月, 公司与帝斯曼达成和解并签署《和解协议》, 同时签署了《专利许可协议》和《加工及供货协议》。基于《加工及供货协议》, 2015 年-2023 年帝斯曼预计向公司采购 ARA 油脂产品的数量依次为: 75 吨、150 吨、200 吨、250 吨、300 吨、315 吨、331 吨、347 吨、157 吨, 若未达到协议约定的采购量, 则差额由帝斯曼以 22.5 美元/公斤向公司进行现金补偿。因此, 根据协议规

定，帝斯曼具有选择权，既可以选择向公司采购 ARA 产品，也可以选择直接给予现金补偿。

自协议签订以来，帝斯曼实际并未进行商品采购，每年按照协议约定以现金补偿未向公司采购 ARA 油脂产品的差额。最近三年，公司根据帝斯曼协议约定分别确认补偿款 2,341.24 万元、2,971.53 万元和 3,784.29 万元。帝斯曼均于次年年初支付相关补偿款。

综上所述，帝斯曼每年度均按照相关协议支付补偿协议，协议执行情况良好。

### 3、发行人已充分计提坏账准备

报告期各期末，公司将帝斯曼的现金赔偿计入其他应收账款进行核算，并按照统一的会计政策执行，公司对帝斯曼的其他应收账款账龄均在 1 年以内，按照账龄法采用 5%的比例计提坏账准备。

报告期内，公司对帝斯曼其他应收款的坏账计提情况如下：

项目	2019 年上 半年	2018 年	2017 年	2016 年
期末确认来自帝斯曼的其他应收款金额（万元）	2,285.41	3,744.73	2,940.39	2,341.24
坏账计提比例	5%			
报告期末计提坏账（万元）	114.27	187.24	147.02	117.06

注：期末确认的其他应收款金额与确认的营业外收入金额存在一定的差异系所采用的汇率不同所致。

综上所述，公司已对于帝斯曼赔偿款项按照其他应收款的坏账计提会计政策充分计提坏账准备。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“(六)资产使用许可情况”之“3、相关协议的履行情况”中补充披露。

### 4、发行人已对于相关风险进行披露

发行人已对帝斯曼相关协议的风险进行风险提示如下：

“与帝斯曼签署相关协议的履约风险

公司与帝斯曼签署《和解协议》《专利许可协议》和《加工及供货协议》，公司与帝斯曼就专利纠纷达成和解，公司可以依据协议向专利区的部分客户和非专利区客户销售 ARA 产品，帝斯曼同意在 2023 年以前每年向公司采购一定规模的 ARA 产品或支付现金补偿。未来，如因任何一方的违约行为导致合同提前解除或者发生重大条款变化，可能致使公司与帝斯曼存在专利纠纷，增加公司经营的不确定性。同时，帝斯曼不再向公司采购 ARA 产品或支付现金补偿，公司净利润存在下滑的风险”。

(三) 发行人是否在资产负债表日按照实际收到的补偿款来确认相关收入及其他应收款，上述处理是否符合《企业会计准则》的规定；补偿金是资产负债表日后收到的，发行人在资产负债表日不按照其计算的金额确认收入及其他应收款的合理性

1、公司在资产负债表日计算的补偿金额与期后收到的补偿款一致

公司于每年度 12 月份取得帝斯曼出具的 CREDIT NOTE，公司在资产负债表日，根据公司与帝斯曼签署的《加工及供货协议》《专利许可协议修正案 2 号》以及公司向 P.T. Sanghiang Perkasa 的采购情况等，计算当年公司应收到的补偿金额。次年 2-3 月份，公司收到帝斯曼的现金补偿款，与公司在资产负债表日计算的补偿金额一致。

报告期内，公司计算的补偿金额与收到的补偿金额对比情况如下：

项目	2019 年上半年	2018 年度	2017 年度	2016 年度
A、帝斯曼年度承诺采购量（公斤）	150,000	250,000	200,000	150,000
B、实际采购量（公斤）	0	0	0	0
C、公司向 P.T. Sanghiang Perkasa 销售应扣减的数量	2,250	7,500	0	0
D、差额（公斤）=A-B-C	147,750	242,500	200,000	150,000
E、补偿款（美元） =D×22.50 美元/公斤	3,324,375	5,456,250	4,500,000	3,375,000
实际收到补偿款（美元）	未到支付时间	5,456,250	4,500,000	3,375,000

补偿金收到时间	不适用	2019年3月11日	2018年2月22日	2017年3月15日
---------	-----	------------	------------	------------

报告期内，除2019年上半年帝斯曼的赔偿款尚未到支付时间以外，公司在资产负债表日计算的补偿金额与期后收到的补偿款一致。由于帝斯曼向公司支付的补偿款为美元，公司在期末确认的其他应收款金额与确认的营业外收入金额存在一定的差异系所采用的汇率不同所致。

**2、发行人在资产负债表日按照预计收到的补偿款来确认营业外收入及其他应收款，相关处理符合《企业会计准则》的规定**

公司于每年度12月份左右取得了帝斯曼出具的CREDIT NOTE，帝斯曼对各年度应支付的补偿款的金额及计算过程进行了确认。2016年度至2018年度，帝斯曼向公司出具CREDIT NOTE的具体情况如下：

单位：美元、公斤

项目	2018年度	2017年度	2016年度
DESCRIPTION (类型)	补偿款		
QUANTITY (数量)	242,500	200,000	150,000
UNIT PRICE (单价)	22.50	22.50	22.50
AMOUNT (总额)	5,456,250	4,500,000	3,375,000
确认日期	2018年12月7日	2017年11月28日	2016年12月21日

注：因帝斯曼每年12月份对补偿款金额进行确认，2019年1-6月份数据依据与帝斯曼签署的协议确定，尚未取得帝斯曼出具的CREDIT NOTE确认文件。

公司根据与帝斯曼签署的相关协议及其出具的CREDIT NOTE确认文件进行记账，CREDIT NOTE的内容与公司帝斯曼签署的相关协议约定相符。

公司在资产负债表日有充分依据确认可收到的补偿款，确认金额与期后实际收到的补偿款金额一致，因此公司在资产负债表日按实际收到的补偿款来确认相关收入及其他应收款的处理符合《企业会计准则》的规定。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“(六)资产使用许可情况”之“4、相关协议对公司的影响”中补充披露。

---

**3、补偿金是资产负债表日后收到的，发行人在资产负债表日不按照其计算的金额确认收入及其他应收款的合理性**

如前所述，发行人在资产负债表日已经按照计算的金额确认营业外收入和其他应收款，相关会计处理合规。

具体问题回复详见本问题回复之“2、发行人在资产负债表日按照预计收到的补偿款来确认营业外收入及其他应收款，相关处理符合《企业会计准则》的规定”。

## **二、中介机构核查意见**

### **（一）核查方式**

申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、核查公司同帝斯曼签订的相关合同及补充协议，查看合同条款约定；
- 2、核查帝斯曼补偿款在非经常性损益金额中列示的恰当性和正确性；
- 3、核查报告期内帝斯曼补偿款确认文件及期后收款记录，复核确认金额的准确性。

### **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

公司已将帝斯曼的现金补偿金额在非经常性损益表中进行合理列示；帝斯曼已按照协议支付补偿款，发行人根据会计政策计提相关坏账准备，已对于帝斯曼的协议履约风险进行揭示；发行人已在资产负债表日按照实际收到的补偿款确认营业外收入及其他应收款，会计处理符合《企业会计准则》。

## **问题 4**

### **关于应收账款**

**根据前次问询函回复，截至 2018 年末，公司对贝因美及所属企业应收账款余额为 3,213.55 万元，其中，超出信用期的应收账款为 2,383.67 万元，占贝因美应收账款余额的 74.18%，逾期比例相对较高。基于会计谨慎性原则，对贝**

因美的全部应收账款，按照单项金额重大并单独计提坏账准备的原则计提坏账准备。

请发行人补充披露：（1）贝因美的回款中使用银行承兑汇票及商业承兑汇票支付的款项是否存在无法兑付的情况或相关风险；（2）发行人持续与贝因美产生交易的原因，结合贝因美的情况分析和披露发行人的主要客户是否存在经营风险、发行人的应收账款是否存在不能的风险；（3）账龄较长的应收账款的客户构成情况、相关客户与发行人是否存在关联关系、计提坏账准备后的处理情况；（4）逾期应收账款中坏账计提的比例及账龄分布情况，并披露逾期款项及账龄较长的款项不计提或不全额计提坏账准备的原因；（5）2016 及 2017 年应收账款至今尚未还款的原因，发行人相应的处理情况。

请发行人说明：（1）“公司对贝因美按照单项金额重大并单独计提坏账准备的原则计提坏账准备情况”的表格中列示金额是否有误，3,213.55 万元对应的是否为应收贝因美及所属企业全部款项，756.59 万元的坏账准备及 23.54% 的计提比例的含义是否有误；（2）发行人对单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项计提坏账准备的方式及金额的计算依据，若该部分应收账款经测试后未计提坏账准备，是否计入其他信用风险特征的应收账款中继续计提坏账准备；（3）“公司对贝因美的全部应收账款采取了单项计提坏账准备会计处理”的含义、具体的计提比例，并检查发行人在招股说明书及问询函回复中各处的表述是否一致；（4）“黑龙江摇篮乳业股份有限公司、太仓市晖恒贸易有限公司等无偿还能力公司逾期账款超过 600 万元，公司已全额计提坏账准备”的含义，并明确说明发行人坏账准备计提的政策与逾期应收账款是否相关。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

一、公司补充披露

（一）贝因美的回款中使用银行承兑汇票及商业承兑汇票支付的款项是否存在无法兑付的情况或相关风险

1、银行承兑汇票不存在无法兑付的情况及相关风险

贝因美回款中使用的银行承兑汇票是由其委托银行签发，由银行在见票时按照实际结算金额无条件支付给收款人或者持票人的票据。银行承兑汇票的承兑与贝因美的实际支付能力并无直接关系，不存在无法兑付的情况或相关风险。报告期内，贝因美回款中使用的银行承兑汇票不存在无法兑付的情况。

报告期各期末，公司收到贝因美使用的银行承兑汇票的具体情况如下：

单位：万元

时间	兑付银行	银行承兑 汇票金额	票据到期日	期后兑付 情况
2019年6 月末	交通银行杭州浣纱支行	300.00	2019.07.24	到期兑付
	工商银行济南高新支行	100.00	2019.08.26	到期兑付
	恒丰银行青岛经济技术开发区支行	480.00	2019.09.29	未到期
	交通银行杭州浣纱支行	470.00	2019.10.11	未到期
	交通银行杭州浣纱支行	700.00	2019.11.22	未到期
	<b>合计</b>	<b>2,050.00</b>	-	-
2018年末	徽商银行淮南分行清算中心	30.00	2019.04.19	到期兑付
	<b>合计</b>	<b>30.00</b>	-	-
2017年末	交通银行杭州浣纱支行	180.00	2017.10.26	到期兑付
	交通银行杭州浣纱支行	190.00	2017.11.29	到期兑付
	<b>合计</b>	<b>370.00</b>	-	-
2016年末	交通银行浙江省分行营业部	110.00	2017.01.18	到期兑付
	杭州银行保俶支行	100.00	2017.04.26	到期兑付
	<b>合计</b>	<b>210.00</b>	-	-

报告期各期末，公司对贝因美应收银行承兑汇票均由商业银行承诺兑付，票据到期兑付情况正常，未出现银行承兑汇票无法兑付的情形。

## 2、商业承兑汇票未发生无法兑付的情况，相关风险较低

### (1) 贝因美以往使用的商业承兑汇票未发生无法兑付的情况

贝因美回款中使用的商业承兑汇票是由贝因美签发，委托银行在指定日期内以贝因美银行存款可足额支付承兑金额的前提下支付确定的金额给收款人或者持票人的票据。发行人同贝因美自2005年交易以来，贝因美以商业承兑汇票形式支付的货款均能够到期兑付，从未出现无法兑付的情形。

报告期各期末，公司收到贝因美使用商业承兑汇票的具体情况如下：

单位：万元

时间	票据到期日	商业承兑汇票金额	期后兑付情况
2019年6月末	2019.10.31	495.48	到期兑付
	2019.12.18	1,047.95	未到期
	2019.12.18	152.05	未到期
	2019.12.27	130.00	未到期
	2019.12.30	220.00	未到期
	合计	<b>2,045.48</b>	-
2018年末	2019.06.27	500.00	到期兑付
	2019.10.31	495.48	未到期
	合计	<b>995.48</b>	-
2017年末	2017.12.15	7.62	到期兑付
	2017.12.27	1,005.00	到期兑付
	合计	<b>1,012.62</b>	-

报告期各期末，公司对贝因美应收商业承兑汇票均在期后到期兑付，未出现商业承兑汇票无法兑付的情形。

## (2) 贝因美经营情况总体有所好转

贝因美是国内知名的婴幼儿配方奶粉企业，主要从事婴幼儿食品的研发、生产和销售等业务，2011年，贝因美在深圳证券交易所上市，由于该公司2016年和2017年连续两年亏损，股票被深交所实施“退市风险警示”特别处理，2018年度贝因美经营业绩有所好转，实现盈利，2019年4月，深交所已经对其股票取消“退市风险警示”特别处理。

2016年-2019年6月，贝因美主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年6月末 /2019年1-6月	2018年末 /2018年	2017年末 /2017年	2016年末 /2016年
总资产	447,374.74	504,548.70	505,648.41	600,655.39
净资产	172,220.11	184,749.49	188,313.49	290,687.69
营业收入	129,563.09	249,082.48	266,045.16	276,449.71



净利润	-12,060.61	5,059.10	-105,978.29	-77,197.68
经营活动产生的现金流量净额	-10,092.52	29,127.05	-15,299.47	-42,334.71

2018 年度，贝因美营业收入为 24.91 亿元，净利润 0.51 亿元；2018 年末总资产为 50.45 亿元，净资产为 18.47 亿元，仍具有较强的持续经营能力。2018 年度，贝因美营业利润和净利润扭亏为盈，经营活动产生的现金流量净额、现金及现金等价物净增加额较 2017 年有较大幅度改善，经营状况有所改观。

2019 年上半年，贝因美营业收入为 12.96 亿元，净利润-1.21 亿元；2019 年 6 月末总资产为 44.74 亿元，净资产为 17.22 亿元。2019 年上半年贝因美营业收入同比增长 5.16%，业绩出现了亏损，根据其 2019 年半年度报告，主要原因系乳铁蛋白等关键原材料价格持续上涨，同时公司加大销售推广宣传投入力度等因素所致。

### (3) 发行人对贝因美商业承兑汇票计提了坏账准备

发行人根据在收入确认时对应收账款进行初始确认，后又将该应收账款转为商业承兑汇票结算的，按照账龄连续计算的原则对应收票据计提坏账准备的原则，对贝因美商业承兑汇票按照对应应收账款账龄计提相应坏账准备，报告期各期末计提坏账情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
商业承兑汇票余额	2,045.48	995.48	1,012.62	0
计提坏账准备金额	196.44	49.77	50.63	0
商业承兑汇票账面价值	1,849.04	945.71	961.99	0

综上所述，贝因美使用商业承兑汇票支付的款项历史上不存在无法兑付的情形，贝因美为国内知名婴幼儿配方奶粉企业，其经营业绩有所好转，无法兑付的风险较低，发行人已经对贝因美商业承兑汇票计提了坏账准备。

(二) 发行人持续与贝因美产生交易的原因，结合贝因美的情况分析和披露发行人的主要客户是否存在经营风险、发行人的应收账款是否存在不能回收的风险

---

## 1、发行人持续与贝因美产生交易的原因

### (1) 发行人与贝因美有较长的合作历史和稳定的合作关系

公司生产的 ARA 和 DHA 产品是婴幼儿配方奶粉的原材料，贝因美从事婴幼儿配方奶粉业务，具有采购 ARA 和 DHA 产品的需求。公司与贝因美自 2005 年起建立合作关系，至今从未间断。贝因美或其下属子公司与公司每年签订《产品战略采购合同书》、《产品采购合同书》就相关产品订货、交货、价格、货款结算、产品指标等进行约定。

自 2009 年起，公司被贝因美评为“金牌供应商”或“战略合作伙伴”，除日常购销业务交流外，多年来双方持续深入开展食品安全与供应商管理经验分享、产品应用研究及新产品开发、技术研发及供应链优化项目合作、检测方法交流及对标等多维度战略合作交流，预计双方业务合作将持续进行。

### (2) 贝因美系国内知名婴幼儿奶粉企业，具有较强的实力和影响力

贝因美为国内知名婴幼儿奶粉企业，于 2011 年在深圳证券交易所上市，2018 年营业收入 24.91 亿元，业务范围涵盖婴幼儿配方奶粉、营养米粉、亲子食品、儿童奶和其他婴幼儿辅食等，具有较强的技术研发实力，旗下爱加品牌奶粉通过国家首批配方奶粉注册且获得“国食注字 YP20170001”注册号，无乳糖配方奶粉获得特殊医学用途婴儿配方食品“国食注字 TY20180001”注册号，同时具备广泛的销售渠道，采用自营、总承销、工厂直营（包销）多种营销模式拓展业务，在国内婴幼儿配方奶粉领域具有较强的市场影响力。

### (3) 在国家政策的支持下，国产奶粉企业具有广阔发展空间

2018 年 6 月，国务院发布《国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》，要求进一步提升国产婴幼儿配方奶粉品质；2019 年 6 月，国家发改委等七部委联合发布《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》，全面提升国产婴幼儿配方乳粉的品质、竞争力和美誉度，力争婴幼儿配方乳粉自给水平稳定在 60% 以上。随着国家相关政策的实施，对贝因美等国产奶粉的市场开拓具有促进作用。

### (4) 发行人与贝因美合作未出现实质性商业障碍

2016 年以来，贝因美经营业绩出现下滑，销售收入下降，同时 2016 年和 2017 年出现亏损，向公司采购产品的金额有所下降，但是仍能够向公司支付货款，未出现货款不能收回的情况；针对贝因美应收账款逾期的情况，经公司与贝因美协商，确定还款期限，贝因美亦能够按照还款约定履行支付义务。总之，发行人与贝因美商业合作期间，未出现贝因美不履行合同约定而使公司遭受商业损失的情况。

综上所述，公司对贝因美当前所处的环境和未来发展趋势进行综合研判，认为继续保持与贝因美的商业合作关系，有利于公司的长远发展和利益，因此选择继续与贝因美进行合作。

## 2、结合贝因美的情况分析和披露发行人的主要客户是否存在经营风险、发行人的应收账款是否存在不能回收的风险

### （1）发行人前五大客户情况

报告期内，除贝因美外，发行人历年前五大客户为嘉吉及所属企业、飞鹤及所属企业、蒙牛及所属企业、伊利及所属企业和沃尔夫坎亚及其关联方。发行人与上述主要客户建立了持久的合作关系，上述主要客户具有较强的履约能力，经营风险较低，公司对上述主要客户的应收账款未出现不能收回的情况。报告期内，前五大客户销售收入占比均超过 60%。

报告期内，公司向前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占公司营业收入的比例
2019 年 1-6 月	嘉吉及所属企业	3,235.12	21.99%
	蒙牛及所属企业	2,705.40	18.39%
	贝因美及所属企业	1,605.95	10.92%
	飞鹤及所属企业	1,576.32	10.71%
	沃尔夫坎亚及其关联方	1,113.74	7.57%
	合计	<b>10,236.54</b>	<b>69.58%</b>
2018 年度	嘉吉及所属企业	4,401.69	15.38%
	贝因美及所属企业	4,156.26	14.53%

	飞鹤及所属企业	3,883.39	13.57%
	蒙牛及所属企业	3,366.51	11.77%
	伊利及所属企业	2,263.59	7.91%
	合计	<b>18,071.44</b>	<b>63.16%</b>
2017 年度	贝因美及所属企业	4,433.03	19.40%
	嘉吉及所属企业	4,152.64	18.17%
	飞鹤及所属企业	3,036.26	13.28%
	蒙牛及所属企业	1,887.40	8.26%
	沃尔夫坎亚及其关联方	1,851.70	8.10%
	合计	<b>15,361.04</b>	<b>67.21%</b>
2016 年度	贝因美及所属企业	5,328.29	28.07%
	嘉吉及所属企业	3,121.20	16.44%
	飞鹤及所属企业	1,983.33	10.45%
	蒙牛及所属企业	1,889.79	9.96%
	沃尔夫坎亚及其关联方	1,230.12	6.48%
	合计	<b>13,552.73</b>	<b>71.40%</b>

报告期内，公司向贝因美销售收入占逐年下降，分别为 28.07%、19.40%、14.53%和 10.92%，公司向蒙牛、飞鹤、伊利销售收入快速提高，合计收入分别为 5,020.51 万元、6,102.60 万元、9,513.63 万元和 5,066.72 万元，占营业收入比重分别为 26.45%、26.70%、33.25%和 34.44%。

## (2) 发行人前五大客户基本情况介绍

报告期内，发行人前五大客户基本情况如下：

客户简称	品牌标识	简介	合作时间
嘉吉		世界上最大的动物营养品和农产品制造商，经营范围涵盖农产品、食品、金融和工业产品及服务。嘉吉经营体量庞大，2019 财年实现营业收入 1,135 亿美元	自 2005 年起
贝因美		深交所上市公司，主要从事婴幼儿食品的研发、生产和销售等业务；拥有年产 10 万吨专业生产婴幼儿配方奶粉的单体工厂，2018 年度实现营业收入 24.91 亿元和净利润 5,059.10	自 2005 年起

客户简称	品牌标识	简介	合作时间
		万元	
伊利		我国乳业行业中规模最大、产品线最健全的企业，目前唯一一家进入全球 10 强的亚洲乳品企业，最近三年业绩稳步增长，2018 年度实现营业收入 795.53 亿元和净利润 64.52 亿元	自 2005 年起
蒙牛		我国领先的乳制品供应商，专注于研发生产适合国人的乳制品，连续 10 年位列全球乳业 20 强，最近三年业绩稳步增长，2018 年度实现营业收入 689.77 亿元和净利润 32.04 亿元	自 2005 年起
飞鹤		我国最早的奶粉企业之一，50 余年来一直专门针对中国人体质研制奶粉，开创多种提升奶粉对中国宝宝体质适应性的技术、配方与工艺，最近三年业绩快速增长，2018 年度实现营业收入 103.92 亿元和净利润 22.42 亿元	自 2005 年起
沃尔夫坎亚	-	成立于 2002 年，主营化工产品及其原料（食物配料）进出口，是一家专业从事食品添加剂贸易的公司。出口产品销往欧洲、南美、美国、日本、韩国和东南亚等 60 个国家和地区	自 2004 年起

发行人历年前五大客户为嘉吉及所属企业、飞鹤及所属企业、蒙牛及所属企业、伊利及所属企业和沃尔夫坎亚及其关联方，合作期限较长，且为行业内的知名企业，综合实力较强。

(3) 除贝因美以外，公司前五大客户经营情况和应收账款回款情况良好

报告期内，公司前五大客户各期末应收账款及期后回款情况如下：

单位：万元

项目	项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
嘉吉	应收账款余额	476.77	399.94	885.08	404.87
	账龄分布	1 年以内	1 年以内	1 年以内	1 年以内
	期后回款比例	98.10%	100.00%	100.00%	100.00%
贝因美	应收账款余额	1,274.27	3,213.55	1,717.94	2,834.19
	账龄分布	1 年以内	1 年以内	1 年以内	1 年以内

	期后回款比例	1.57%	99.38%	100.00%	100.00%
伊利	应收账款余额	510.73	801.05	475.12	516.88
	账龄分布	1年以内	1年以内	1年以内	1年以内
	期后回款比例	48.09%	100.00%	100.00%	100.00%
蒙牛	应收账款余额	1,787.66	1,404.26	230.28	917.96
	账龄分布	1年以内	1年以内	1年以内	1年以内 832.46 万元; 1-2年 85.50万 元
	期后回款比例	66.64%	100.00%	100.00%	100.00%
飞鹤	应收账款余额	1,291.50	2,012.32	1,567.49	862.00
	账龄分布	1年以内	1年以内	1年以内	1年以内
	期后回款比例	2.93%	100.00%	100.00%	100.00%
沃尔夫坎亚	应收账款余额	518.60	156.14	227.74	156.75
	账龄分布	1年以内	1年以内	1年以内	1年以内
	期后回款比例	42.28%	100.00%	100.00%	100.00%

注：期后回款金额统计截至2019年8月30日

2016年末-2018年末，公司前五大客户的应收账款账龄基本在一年以内，除贝因美因经营现金流紧张，出现较大金额款项逾期以外，其他前五大客户经营情况和应收账款回款情况良好。截至2019年8月30日，伊利、蒙牛、飞鹤、沃尔夫坎亚2019年6月末应收账款回款比例相对较低，主要系其习惯于季度末回款，伊利、蒙牛、飞鹤均为国内知名乳品企业，近年业绩快速发展，综合实力较强，发生坏账的风险较小。

(三) 账龄较长的应收账款的客户构成情况、相关客户与发行人是否存在关联关系、计提坏账准备后的处理情况

#### 1、账龄较长的应收账款的客户构成情况

截至2019年6月末，账龄超过1年的应收账款对应的客户构成情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	3年以上	2-3年	1-2年
------	------	------	------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
黑龙江摇篮乳业股份有限公司	218.63	2.20%	-	-	-	-
太仓市晖恒贸易有限公司	161.98	1.63%	-	-	-	-
白城龙丹乳业科技有限公司	75.20	0.76%	-	-	-	-
大庆乳品厂有限责任公司	69.75	0.70%	-	-	-	-
哈尔滨乳多宝乳业有限责任公司青冈分公司	69.35	0.70%	-	-	-	-
西安博康兴业食用化工有限公司	45.34	0.46%	-	-	-	-
黑龙江龙丹乳业科技股份有限公司	11.18	0.11%	-	-	-	-
辽宁辉山乳业集团（秀水）有限公司	-	-	21.60	0.22%	-	-
哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司	-	-	-	-	20.99	0.21%
合计	651.42	6.56%	21.60	0.22%	20.99	0.21%

截至 2019 年 6 月末，公司账龄 3 年以上的应收账款金额为 651.42 万元，其中主要为黑龙江摇篮乳业股份有限公司、太仓市晖恒贸易有限公司等无力偿还公司货款，公司已对账龄 3 年以上的应收账款全额计提坏账准备；公司账龄 1 年以上 3 年以下的应收账款共有两家，金额合计 42.59 万元。

## 2、相关客户与发行人是否存在关联关系

经核查，上述相关客户与发行人均不存在关联关系。

## 3、计提坏账准备后的处理情况

### （1）账龄较长应收账款坏账准备计提情况

2019 年 6 月末，公司对账龄较长的应收账款具体计提坏账准备的金额如下：

单位：万元

客户名称	3 年以上		2-3 年		1-2 年	
	应收账款金额	坏账准备	应收账款金额	坏账准备	应收账款金额	坏账准备
黑龙江摇篮乳业股份有限公司	218.63	218.63	-	-	-	-
太仓市晖恒贸易有限公司	161.98	161.98	-	-	-	-
白城龙丹乳业科技有限公司	75.20	75.20	-	-	-	-
大庆乳品厂有限责任公司	69.75	69.75	-	-	-	-

哈尔滨乳多宝乳业有限责任公司青冈分公司	69.35	69.35	-	-	-	-
西安博康兴业食用化工有限公司	45.34	45.34	-	-	-	-
黑龙江龙丹乳业科技股份有限公司	11.18	11.18	-	-	-	-
辽宁辉山乳业集团(秀水)有限公司	-	-	21.60	21.60	-	-
哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司	-	-	-	-	20.99	4.20
合计	651.42	651.42	21.60	21.60	20.99	4.20

根据上表，公司对3年以上的应收账款、2-3年的应收账款已经全额计提了坏账准备，对1-2年的应收账款已经按照20%的比例计提了坏账准备。总之，公司已严格按照坏账计提政策，对账龄较长的应收账款充分计提坏账准备。

#### (2) 计提坏账准备后的处理情况

公司对计提坏账准备后的应收账款的处理情况，通常有以下做法：

1) 建立应收账款动态回款监测机制，要求市场营销部门与客户积极沟通回款，并定期反馈沟通结果；

2) 在每个资产负债表日，对尚未回款的客户应收账款账面价值执行减值测试，以预计未来可收回现金流量现值低于账面价值差额确认资产减值损失，计提坏账准备，确保各报告期末应收账款列报的准确性；

3) 实行对客户信誉状况和经营情况的动态跟踪，对于信誉状况下降或存在经营风险的客户，重新评价客户回款能力，并对其重新制定信用政策；

4) 对于经评估后风险较高、不符合公司要求客户，终止与其合作关系。

(四) 逾期应收账款中坏账计提的比例及账龄分布情况，并披露逾期款项及账龄较长的款项不计提或不全额计提坏账准备的原因

#### 1、逾期应收账款中坏账计提的比例及账龄分布情况

报告期内，公司应收账款坏账计提政策为：

1、单项金额重大判断标准	2、组合计提	
	应收账款账龄	计提比例(%)
单项超过100万元(含100万元)	1年以内(含1年)	5



1、单项金额重大判断标准	2、组合计提	
	应收账款账龄	计提比例 (%)
	1-2 年	20
	2-3 年	80
	3 年以上	100

报告期各期末，公司逾期应收账款对应账龄分布情况如下：

单位：万元

日期	账龄	账面原值	坏账准备	坏账计提比例	账面价值
2019年6月末	1年以内(含1年)	2,760.12	318.09	11.52%	2,442.03
	1-2年(含2年)	20.99	4.20	20.00%	16.79
	2-3年(含3年)	21.60	21.60	100.00%	-
	3年以上	651.42	651.42	100.00%	-
	合计	3,454.13	995.31	28.82%	2,458.82
2018年末	1年以内(含1年)	4,199.25	803.38	19.13%	3,395.87
	1-2年(含2年)	65.46	31.37	47.92%	34.09
	2-3年(含3年)	10.20	8.16	80.00%	2.04
	3年以上	651.22	651.22	100.00%	-
	合计	4,926.14	1,494.13	30.33%	3,432.01
2017年末	1年以内(含1年)	1,762.70	88.14	5.00%	1,674.56
	1-2年(含2年)	31.80	6.36	20.00%	25.44
	2-3年(含3年)	50.13	40.10	80.00%	10.03
	3年以上	625.15	625.15	100.00%	-
	合计	2,469.77	759.75	30.76%	1,710.03
2016年末	1年以内(含1年)	1,208.34	60.42	5.00%	1,147.92
	1-2年(含2年)	135.63	27.13	20.00%	108.50
	2-3年(含3年)	163.69	130.95	80.00%	32.74
	3年以上	466.46	466.46	100.00%	-
	合计	1,974.11	684.95	34.70%	1,289.16

报告期内，公司对账龄3年以上的应收账款已经100%计提坏账准备，账龄2-3年(含3年)的应收账款坏账计提比例均不低于80%，账龄1-2年(含2年)的应收账款坏账计提比例均不低于20%，账龄1年以内(含1年)的应收账款坏

账计提比例均不低于 5%，各类账龄逾期应收账款实际计提坏账比例均不低于公司确定的计提标准，公司已严格按照坏账计提政策充分计提坏账准备。

## 2、逾期款项及账龄较长的款项不计提或不全额计提坏账准备的原因

公司已经按照应收账款坏账计提政策充分计提坏账准备；同时，公司基于谨慎性考虑，对贝因美应收账款进行了单项计提。公司在计提坏账准备时严格依照应收账款坏账准备政策规定，对每笔应收账款单独进行减值测试，若未出现减值迹象，则按照信用组合中账龄分析法计提坏账准备。公司认为上述应收账款计提情况能够合理、谨慎反应公司应收账款的质量，针对逾期 1 年以上 3 年以下的部分应收账款仍存在收回可能性，无需全额计提坏账准备。

截至 2019 年 6 月末，公司 1 年以上 3 年以下的应收账款分别为：对辽宁辉山乳业集团（秀水）有限公司应收账款 21.60 万元和对哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司应收账款 20.99 万元。其中，公司对辽宁辉山乳业集团（秀水）有限公司应收账款 21.60 万元全额计提坏账准备；公司对哈尔滨鑫斯嘉商贸有限公司应收账款 20.99 万元按照账龄计提 20%的坏账准备，仍积极向对方催收款项。

（五）2016 及 2017 年应收账款至今尚未还款的原因，发行人相应的处理情况

### 1、2016 及 2017 年应收账款至今尚未还款的原因

公司 2016 及 2017 年应收账款至今尚未还款具体情况如下：

单位：万元

客户名称	2017 年形成的未收回款项	2016 年形成的未收回款项	2016 年以前形成的未收回款项	客户未还款原因	坏账计提比例
辽宁辉山乳业集团（秀水）有限公司	21.60	-	-	该公司资不抵债，已经无力偿还账款	100.00%
哈尔滨乳多宝乳业有限责任公司青冈分公司	-	10.20	59.15	该公司资金紧张，后期会逐步争取收回	100.00%
黑龙江摇篮乳业股份有限公司	-	-	218.63	该公司已资不抵债，无力偿还应付账款	100.00%

太仓市晖恒贸易有限公司	-	-	161.98	该公司已经注销	100.00%
白城龙丹乳业科技有限公司	-	-	75.20	已经用房产抵押，但是房产还未办理房产证	100.00%
大庆乳品厂有限责任公司	-	-	69.75	该公司资金紧张，暂时无法偿付账款	100.00%
西安博康兴业食用化工有限公司	-	-	45.34	该公司资金紧张，后期会争取分批逐步偿还	100.00%
黑龙江龙丹乳业科技股份有限公司			11.18	该工厂所在地已经拆迁，资金紧张，未来将逐步争取偿还	100.00%
合计	21.60	10.20	641.23	-	-

注：2017年、2016年、2016年以前发生的应收账款尚未还款金额统计截止2019年8月30日。

## 2、发行人相应的处理情况

由于账龄较长的应收账款为客户资金紧张或公司经营出现问题无力支付货款所致，对于因公司资金紧张无法偿还贷款的客户，公司仍积极沟通回款，争取待对方财务状况好转后要求逐步分批偿还贷款。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产的构成及变动情况分析”之“3、应收票据及应收账款”中进行补充披露。

## 二、公司说明

（一）“公司对贝因美按照单项金额重大并单独计提坏账准备的原则计提坏账准备情况”的表格中列示金额是否有误，**3,213.55**万元对应的是否为应收贝因美及所属企业全部款项，**756.59**万元的坏账准备及**23.54%**的计提比例的含义是否有误

“公司对贝因美按照单项金额重大并单独计提坏账准备的原则计提坏账准备情况”的表格中列示金额无误，具体为：截至2018年12月31日公司对贝因美及所属企业全部应收账款金额（不含应收票据）为**3,213.55**万元，因公司对贝因美及所属企业应收账款存在回收风险，主要风险因素为贝因美自身存在经营风险，对公司超过合同信用期未支付款项金额占比较大，故公司将其全部应收账

款 3,213.55 万元划分为单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款，对其进行单独减值测试后以未来现金流量现值低于账面价值的差额，计算确定减值损失计提坏账准备，共计提坏账准备 756.59 万元，计提比例为 23.54%。其中，对未超过信用期的应收账款按照账龄计提 5%坏账准备，对超过信用期的应收账款计提 30%的坏账准备。

2018 年末，公司对贝因美应收账款计提情况如下：

单位：万元

项目	金额	坏账计提比例	坏账准备金额
未超过信用期限	829.89	5.00%	41.49
超过信用期限	2,383.67	30.00%	715.10
合计	3,213.55	23.54%	756.59

公司坏账准备 756.59 万元和计提比例 23.54%的计提方法和计算步骤为：

1、公司以应收账款是否发生逾期为基础，对于尚在信用期内应收账款，按公司应收账款账龄 1 年以内 5%比例计提坏账准备，计提坏账准备 41.49 万元；对于超过合同约定信用期限应收账款，因存在部分无法收回风险，按照 30%的比例计提坏账准备，计提坏账准备 715.10 万元，两项合计计提 756.59 万元；

2、以确定计提的坏账准备 756.59 万元与全部应收账款余额 3,213.55 万元相比，得出综合计提比例为 23.54%。

**（二）发行人对单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项计提坏账准备的方式及金额的计算依据，若该部分应收账款经测试后未计提坏账准备，是否计入其他信用风险特征的应收账款中继续计提坏账准备**

发行人对单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项计提坏账准备的方式为按未来现金流量现值低于其账面价值的差额来计提坏账准备，金额计算依据为：综合考虑发行人同客户历史交易回款情况、交易持续情况、销售部门同客户催款情况反馈及客户期后回款、期后交易、客户诚信和经营状况等因素，确定截至报告期日应收账款可回收的预计未来现金流量现值金额，依据预计未来现金流量现值低于账面价值的差额确定资产减值损失，计提坏账准备。

---

若该部分应收账款经测试后未单独计提坏账准备，发行人将对其计入其他信用风险特征的应收账款中继续计提坏账准备。

**（三）“公司对贝因美的全部应收账款采取了单项计提坏账准备会计处理”的含义、具体的计提比例，并检查发行人在招股说明书及问询函回复中各处的表述是否一致**

“公司对贝因美的全部应收账款采取了单项计提坏账准备会计处理”的含义：因公司对贝因美及所属企业应收账款存在回收风险，主要风险因素为贝因美自身存在经营风险，对公司超过合同信用期末支付款项金额占比较大，故公司将其全部应收账款 3,213.55 万元划分为单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款，对其进行单独减值测试后以未来现金流量现值低于账面价值的差额，计算确定减值损失计提坏账准备，共计提坏账准备 756.59 万元，计提比例为 23.54%。

具体计提方法和过程参见本题回复之“二、公司说明”之“（一）‘公司对贝因美按照单项金额重大并单独计提坏账准备的原则计提坏账准备情况’的表格中列示金额是否有误，3,213.55 万元对应的是否为应收贝因美及所属企业全部款项，756.59 万元的坏账准备及 23.54%的计提比例的含义是否有误”。

发行人已在招股说明书及问询回复中各处统一表述。

**（四）“黑龙江摇篮乳业股份有限公司、太仓市晖恒贸易有限公司等无偿还能力公司逾期账款超过 600 万元，公司已全额计提坏账准备”的含义，并明确说明发行人坏账准备计提的政策与逾期应收账款是否相关**

黑龙江摇篮乳业股份有限公司、太仓市晖恒贸易有限公司等公司无偿还能力系指部分客户存在一定经营风险，相关应收账款的账龄超过 3 年，属于逾期账款。发行人对账龄超过 3 年的应收账款 100%计提坏账准备。

发行人坏账准备政策与逾期应收账款无明确关系，公司根据“单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项”、“按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项”、“单项金额不重大但单独计提坏账准备” 3 种类型，计提应收账款坏账，应收账款逾期仅作为单项减值测试的风险因素之一。

### 三、中介机构核查意见

---

## （一）核查方式

申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、核查贝因美经营业绩情况，了解其票据兑付信用情况；
- 2、了解发行人与贝因美持续交易的原因；
- 3、结合销售收入细节测试、函证程序、实地走访等方式核查报告期各期末应收账款期末余额的真实性和准确性；
- 4、了解部分应收账款账龄较长的原因，核查与发行人的关联关系，核查账龄较长应收账款和逾期应收账款坏账计提情况及后续处理方式；
- 5、对不同客户应收账款执行单项减值测试，确定是否存在回收风险。对存在回收风险的客户，以预计未来现金流量现值低于账面价值金额计提坏账准备；对不存在回收风险客户，按照公司应收账款坏账准备计提政策相应计提坏账确认资产减值损失；
- 6、检查客户以商业承兑汇票形式支付的货款到期兑付情况；
- 7、检查客户应收账款期后收款情况，评估坏账准备计提合理性。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人对贝因美的应收票据历史上不存在无法兑付的情形，相关风险较低；发行人与贝因美交易风险可控，对其应收账款回收相关风险较低，不会对发行人造成严重影响，发行人其他主要客户不存在经营风险；对于账龄较长仍未收回的应收账款，发行人仍继续保持收款权利且会催促还款，故仍在在账面核算，但根据公司坏账准备计提政策已全额计提坏账，不会对发行人财务报表列报造成影响，该等客户与发行人不存在关联关系；发行人已对逾期应收账款充分计提坏账准备；发行人对贝因美应收账款坏账计提金额及比例无误；发行人对单项金额重大并单独计提坏账准备，若该部分应收账款经测试后未计提坏账准备，计入其他信用风险特征的应收账款中继续计提坏账准备；发行人已统一在招股说明书及问询函回复中各处关于贝因美应收账款坏账计提的表述；发行人坏账准备政策与逾期应收

---

账款无明确关系。

综上，发行人应收账款期末余额合理、坏账准备计提充分。

## 问题 5

### 关于非专利技术

根据前次问询函回复，湖北中真资产评估有限责任公司评估人员按照收益现值法先计算出整体资产的价值，再依据非专利技术在整体资产价值中的技术分成比例，确定“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专利技术的价值；按照重置成本法确定房屋建筑物及机器设备等固定资产的价值。

请发行人：（1）补充说明武汉烯王两次在使用实物出资前后生产经营的变动情况，并说明中国科学院等离子体物理研究所使用非专利技术向武汉烯王出资时，相关非专利技术的定价依据及定价是否公允；（2）结合评估相关内容，进一步披露相关非专利技术评估大幅增值的依据、非专利技术入账价值的公允性，非专利技术摊销年限的确定依据及合理性；（3）上述非专利技术是否仍然在发行人生产经营中发挥作用，相关资产确认计量是否符合企业会计准则规定，是否进行减值测试、是否存在减值迹象及其他风险。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

#### 一、公司说明及补充披露

（一）补充说明武汉烯王两次在使用实物出资前后生产经营的变动情况，并说明中国科学院等离子体物理研究所使用非专利技术向武汉烯王出资时，相关非专利技术的定价依据及定价是否公允

#### 1、武汉烯王两次在使用实物出资前后生产经营的变动情况

（1）2004 年武汉烯王出资设立嘉必优有限前后的生产经营变动情况

1) 出资前，武汉烯王主要从事 ARA 业务

2004 年，武汉烯王以“发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专

利技术及其他用于生产经营的固定资产出资设立嘉必优有限。设立嘉必优有限前，武汉烯王已拥有生产ARA的相关技术及设备，并已开始ARA产品的生产及销售，2003年，武汉烯王实现营业收入995.64万元，净利润-46.46万元。

## 2) 出资时，武汉烯王和嘉吉的关于ARA业务的约定

武汉烯王与嘉吉签署的《合营合同》中约定：“各方同意，在公司有能力提供产品客户所要求质量及数量的足够产品的情况下，只要一方在公司拥有股权，该方及其任何一家关联机构不得在公司以外生产产品，或经销、销售或分销非公司生产的产品。”基于该合同的约定，武汉烯王在嘉必优有限设立以后，不得从事ARA产品的生产业务。

在完成与嘉吉合资设立嘉必优有限后，武汉烯王相关设备及技术已经转移到嘉必优有限，武汉烯王不再从事ARA产品的生产业务。

## 3) 出资后，武汉烯王的主要业务

2005年，武汉烯王不再从事ARA的生产，营业收入主要为向嘉必优有限销售剩余库存的ARA产品。根据武汉烯王与嘉吉签署的《合营合同》，设立嘉必优有限后，武汉烯王不得从事ARA的生产，但可以将以前年度生产的ARA销售给嘉必优有限。2006年以后，武汉烯王未从事ARA产品的生产和研发。

## 4) 出资前后，武汉烯王的主要财务数据

2003年度至2005年度，武汉烯王的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2003年度/ 2003年末	2004年度/ 2004年末	2005年度/ 2005年末
总资产	2,336.96	6,648.89	5,455.22
净资产	1,437.62	5,091.93	3,950.24
营业收入	995.64	1,120.37	612.26
净利润	-46.46	2,292.56	-205.87

注：以上财务数据未经审计。

2003年和2004年，武汉烯王的营业收入主要为销售ARA产品。2004年，武汉烯王实现净利润较高，主要来源于ARA非专利技术出资评估增值等事项。



2005 年，武汉烯王营业收入 612.26 万元主要为向嘉必优有限销售剩余库存的 ARA 产品。

## (2) 2012 年武汉烯王增资嘉必优有限前后的生产经营变动情况

### 1) 本次增资前，武汉烯王的生产经营情况

2012 年，武汉烯王以“双鞭甲藻和裂殖壶菌 DHA 菌种以及初始技术”及土地使用权、房产向嘉必优有限增资。在增资前，武汉烯王分别在 2005 年及 2008 年委托李正鹏及中国科学院合肥物质科学研究院研发 DHA 技术，并在此基础上结合自主研发形成“双鞭甲藻和裂殖壶菌 DHA 菌种以及初始技术”，但未进行规模化生产及销售。

### 2) 本次增资时，武汉烯王和嘉吉的关于 DHA 业务的约定

2012 年，武汉烯王增资嘉必优有限，武汉烯王与嘉吉签署《修订和重述的合营合同》约定：“甲方同意，只要甲方在公司拥有股权，甲方及其任何一家关联机构不得在公司以外生产产品，或经销、销售或分销非公司生产的产品。”上文中的甲方为武汉烯王。基于该合同的约定，武汉烯王在向嘉必优有限技术出资后，不得从事藻油 DHA 产品的生产业务。

在本次增资完成后，武汉烯王将“双鞭甲藻和裂殖壶菌 DHA 菌种以及初始技术”转移到嘉必优有限，武汉烯王未从事藻油 DHA 产品的生产、销售等业务。

### 3) 本次增资后，武汉烯王的主要业务

本次增资后，武汉烯王未从事藻油 DHA 的生产和销售业务，2013 年，武汉烯王开展少量鱼油 DHA 的销售业务。

### 4) 本次增资前后，武汉烯王的主要财务数据

2011 年度至 2013 年度，武汉烯王的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度/ 2011 年末	2012 年度/ 2012 年末	2013 年度/ 2013 年末
总资产	7,414.26	10,851.62	9,953.94
净资产	6,985.03	10,176.98	9,729.79

营业收入	88.03	97.21	84.20
净利润	2,313.85	4,118.79	-189.96

注：以上财务数据未经审计。

2011 年度至 2013 年度，武汉烯王的营业收入分别为 88.03 万元、97.21 万元、84.20 万元，主要来源于外购鱼油 DHA 进行转售所产生的销售收入，未规模化从事藻油 DHA 的生产、销售业务。

2011 年度及 2012 年度，武汉烯王的净利润水平较高，主要来自于嘉必优有限现金分红的投资收益。

## 2、中国科学院等离子体物理研究所使用非专利技术向武汉烯王出资非专利技术的定价依据及公允性

### (1) 相关出资的评估情况

2000 年 9 月，中国科学院等离子体物理研究所以其所有的“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸”专有技术向武汉烯王出资。

2000 年 4 月 25 日，湖北中环会计师事务所有限公司出具《资产评估报告书》（鄂中环评字[2000]18 号），经收益现值法评估，中国科学院等离子体物理研究所所属利用发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）的非专利技术在 2000 年 4 月 1 日这一基准日的估值为 360.12 万元。依据评估结果，经各方最终协商确定“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸”以 360 万元的价格向武汉烯王进行出资。

### (2) 相关出资经主管部门的批复同意

中国科学院高技术产业发展局及中国科学院综合计划局出具《关于同意向武汉烯王生物工程有限公司增资的批复》，同意中国科学院等离子体物理研究所“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”专有技术约 360 万元（以资产评估值为作价依据）向武汉烯王增资。

因此，中国科学院等离子体物理研究所使用非专利技术向武汉烯王出资非专利技术的定价系依据评估结果并获得主管部门的同意批复，相关定价公允。

## (二) 结合评估相关内容，进一步披露相关非专利技术评估大幅增值的依

---

据、非专利技术入账价值的公允性，非专利技术摊销年限的确定依据及合理性

## 1、非专利技术评估增值的依据

### (1) 相关非专利技术两次评估估值差异情况

2004年9月，嘉必优有限设立，武汉烯王以价值12,343,529元的设施和价值16,480,000元的非专利技术进行出资。

2004年8月16日，湖北中真资产评估有限责任公司出具《武汉烯王生物工程有限资产价值评估咨询项目资产评估咨询报告书》（鄂中真评报字[2004]第052号）。经评估，武汉烯王作价入股嘉必优有限的上述设施委托资产评估的价值约为2,882万元。其中，非专利技术评估价值为1,648万元，较2000年中国科学院等离子体物理研究所“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸”非专利技术向武汉烯王增资的评估价值360.12万元增值较大。

### (2) 相关非专利技术评估大幅增值的原因

2000年，中国科学院等离子体物理研究所“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸”非专利技术向武汉烯王增资。中国科学院等离子体物理研究所用于出资的技术属于实验室技术，尚未实现产业化应用。

本次出资完成后，武汉烯王基于该非专利技术，进行多项研发实验，对于技术的生产工艺、设备配置、技术路线等进行了探索，同时进一步对发酵工艺、微生物油脂提取及精炼技术、油脂微胶囊化技术等改进和完善，有效提高了产品质量，降低了生产成本，成功将该实验室技术开发为成熟的产业化技术。2000年至2003年，由于ARA相关技术尚未成熟等原因，武汉烯王均处于亏损状态，随着武汉烯王持续改进技术和市场的开拓，于2004年上半年实现扭亏为盈。

相较于前次出资，武汉烯王在该非专利技术的基础之上，通过4年的时间进行了更为深入的研发并逐步实现该非专利技术的产业化。武汉烯王2004年用于出资设立嘉必优有限的非专利技术与2000年中国科学院等离子体物理研究所出资的非专利技术已有较为明显的提升，且具有产业化应用的良好前景，因此，该非专利技术出现较大幅度增值。

## 2、非专利技术入账价值的公允性

嘉必优有限“发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专利技术的入账价值为 1,648 万元，系根据该非专利技术出资作价情况进行入账，该非专利技术为公司研发、生产和销售 ARA 产品的基础资产。

### (1) 非专利技术资产评估情况

经湖北中真资产评估有限责任公司评估，相关非专利技术评估价值为 1,648 万元，评估机构综合考虑“发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专利技术在企业整体资产价值中的技术价值成分，评估选取的技术分成比例为 28%。

技术分成比例是技术在经济上使用效果的评价，一般综合考虑评价对象的多种因素的综合价值来确定专利的技术分成率。评估方法中，确定技术分成率有“三分法”和“四分法”两种主流方式。三分法认为，使用某一技术获得的收益是由资金、技术、运营三个因素综合而成，因此技术分成比例在三分之一左右。四分法认为，使用某一技术获得的收益是由资金、劳力、技术和管理四方面构成，技术分成比例在四分之一左右。本次评估最终选取的技术分成比例在 25%-33%的区间内，系根据调查、分析及咨询专家的意见综合考虑的结果，具有合理性。

### (2) 评估案例情况

经过搜集和比较 IPO 企业对无形资产评估的情况，采用类似评估方法的相关案例将利润分成率确定在 25%-33%之间，具体情况如下：

股票代码	公司简称	资产评估情况	相关评估报告文号
002130.SZ	沃尔核材	我国理论工作者和评估人员通常认为专利技术的利润分成率在 25—33%之间较为合理，该专利技术属技术密集型行业，对于专利技术的贡献，还可以采用三分法进行评估	中广信咨报字[2006]第 002 号《关于对“电力电缆分支手套实用新型专利技术无形资产评估报告书”的复核意见》
601126.SH	四方股份	鉴于行业及产品相关度较高，评估时把账面列示的无形资产作为一个组合来估算价值。根据国内惯例及测算，专利或专有技术等所获利润	《资产评估报告书》（中天华资评报字[2010]第 1020 号）

		按三分法理论分成。该理论认为，利润的取得是资本、技术和管理相互作用的结果。结合四方电气实际情况，确定该无形资产组合的利润分成率（技术贡献率）为 30%	
603858.SH	步长制药	评估报告采用“三分法”估值方法，假定专有技术、人力和资金在产品生产销售过程中贡献程度相同，依据专有技术对企业未来净利润 33% 贡献程度，折现后得出产品的专有技术的账面价值。	沪众评报字[2015]第 254 号和沪众评报字[2015]第 286 号评估报告

### (3) 评估结果与实际业绩情况对比

湖北中真资产评估有限责任公司出具的《武汉烯王生物工程有限公司资产价值评估咨询项目资产评估咨询报告书》（鄂中真评报字[2004]第 052 号）采用收益现值法进行评估，收益现值法的评估净利润预测与公司实际经营业绩的对比情况如下：

单位：万元

项目	2004年8月-2005年7月	2005年8月-2006年7月	2006年8月-2007年7月	2007年8月-2008年7月	2008年8月-2009年7月
收益法评估净利润	250	837	1,136	2,705	2,705
项目	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
公司净利润（经审计）	271.39	2,971.22	6,867.23	8,243.50	8,991.08

注：公司 2005 年、2006 年财务数据经武汉众环会计师事务所有限责任公司审计，2007 年财务数据经湖北永安联合会计师事务所审计，2008 年、2009 年财务数据经湖北永鉴会计师事务所有限公司审计。

嘉必优有限 2004 年 8 月-2009 年 7 月的全部收入来源于该非专利技术对应的产品，嘉必优有限获得相关资产后，生产经营情况正常，公司实际业绩明显高于收益法评估预测的净利润，评估结果具有合理性。

### (4) 评估复核情况

2017 年 7 月 7 日，北京华信众合资产评估有限公司出具《<武汉烯王生物工程有限公司资产价值评估咨询项目>鄂中真评报字[2004]第 052 号资产评估咨

---

询报告书资产评估复核报告》（华信众合评咨字[2017]第 B1013 号），经该机构复核，认为鄂中真评报字[2004]第 052 号《资产评估咨询报告书》符合有关评估规范的要求。

综上所述，2004 年武汉烯王将“发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专利技术作价 1,648 万元出资设立嘉必优已评估及评估复核程序，非专利技术的入账价值公允。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况”之“（一）有限公司设立情况”之“5、评估程序的履行情况，不存在高估作价的情形”中补充披露。

### 3、非专利技术摊销年限的确定依据及合理性

#### （1）非专利技术摊销年限的确定依据

公司取得“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专利技术后，预计该非专利技术可以在未来十年甚至更长时间持续为公司带来收入，因此，选择采用年限平均法进行摊销，摊销期限为 10 年，从 2004 年 12 月到 2014 年 11 月。截至目前，该非专利技术已经摊销完毕。

#### （2）非专利技术摊销年限的确定的合理性

##### 1) 会计准则关于无形资产摊销期限的规定

根据《企业会计准则第 6 号—无形资产》的应用指南：企业持有的无形资产，通常来源于合同性权利或其他法定权利，且合同规定或法律规定有明确的使用年限；来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限；合同性权利或其他法定权利在到期时因续约等延续、且有证据表明企业续约不需要付出大额成本的，续约期应当计入使用寿命。合同或法律没有规定使用寿命的，企业应当综合各方面因素判断，以确定无形资产能为企业带来经济利益的期限。比如，与同行业的情况进行比较、参考历史经验，或聘请相关专家进行论证等。

公司基于对该非专利技术使用寿命的判断，选择按照 10 年期限进行摊销。

## 2) 同行业可比上市公司的摊销期限

同行业可比上市公司，对于专利及非专利技术的摊销政策如下：

公司	项目	摊销年限
花园生物	专利权	20 年
量子生物	专利权	2-11 年
	专有技术	3.33-10 年
金达威	非专利技术	5-10 年
安琪酵母	-	-

公司非专利技术均按照 10 年的摊销期限进行摊销。同行业上市公司花园生物的专利权摊销期为 20 年，量子生物、金达威无形资产的摊销年限为 2-11 年不等，公司非专利技术摊销期间处于同行业上市公司类似资产摊销期限范围内。

## 3) 非专利技术仍持续为公司产生经济效益

武汉烯王用于出资的非专利技术系公司生产 ARA 的重要技术，至今已经使用超过 15 年，目前仍在继续使用，使用该技术生产的 ARA 产品为公司主要产品之一，持续为公司产生和贡献经济效益。

综上所述，公司将该非专利技术的摊销期限确定为 10 年具有合理性。

以上楷体加粗内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况”之“（一）有限公司设立情况”之“6、非专利技术的摊销和减值合理”中补充披露。

**（三）上述非专利技术是否仍然在发行人生产经营中发挥作用，相关资产确认计量是否符合企业会计准则规定，是否进行减值测试、是否存在减值迹象及其他风险**

### 1、上述非专利技术仍然在发行人生产经营中发挥作用

武汉烯王以非专利技术出资的“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”技术，是公司生产 ARA 产品的基础技术，包括菌种技术和 ARA 生产工艺技术等，在此基础上，公司持续进行研发投入，开展了菌种选育与优化、发酵调控技术研究等工作，以不断提高生产效率、提升产品质量和降低生产成本。因此，

---

该非专利技术系公司生产 ARA 的技术，经过改进和持续研发，目前仍在使用，并持续为公司产生经济效益。

## **2、非专利技术相关资产确认计量符合企业会计准则规定**

非专利技术在账面确认为无形资产，按有效期限 10 年进行摊销。该项无形资产的确认和计量符合企业会计准则的规定，理由如下：一是该非专利技术是发行人所拥有或控制没有实物形态的可辨认非货币性资产；二是该非专利技术是发行人生产产品所必须的重要技术，预计的经济利益可以流入发行人企业；三是该非专利技术由武汉烯王出资而来，其价值已经由湖北中真资产评估有限责任公司鄂中真评报字[2004]第 052 号评估报告评估，并经北京华信众合资产评估有限公司华信众合评咨字[2017]第 B1013 号评估评估咨询报告书复核，该资产的成本能够可靠的计量。

综上所述，该非专利技术的确认和计量符合企业会计准则的规定。

## **3、该项非专利技术报告期内已摊销完毕，无账面价值**

截至目前，该项“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸（花生四烯酸）”非专利技术仍未发行人生产 ARA 产品使用的重要技术。该无形资产的摊销期限为 2004 年 12 月至 2014 年 11 月，报告期内无账面价值，无需进行减值测试。

## **二、中介机构核查意见**

### **（一）核查方式**

申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、查阅了发行人设立时的工商登记资料，包括合营各方签署的《合营合同》、设立时资产评估机构出具的评估咨询报告书等文件；
- 2、查阅了发行人 2012 年武汉烯王以非货币增资嘉必优的工商档案，包括相关《出资转让协议》、《修订和重述的合营合同》、评估报告书等文件；
- 3、查阅了武汉烯王设立至今的全套工商登记资料；
- 4、查阅了武汉烯王 2003 年-2005 年、2011 年-2013 年的财务报表；



---

5、查阅了非专利技术的委托开发协议及其补充协议，及《房产、土地、非专利技术移交清单》；

6、查阅了中国科学院高技术产业发展局及中国科学院综合计划局出具《关于同意向武汉烯王生物工程有限公司增资的批复》；

7、查阅了关于技术分成比例的相关规定及市场上的案例；

8、查阅了北京华信众合资产评估有限公司出具的《<武汉烯王生物工程有限公司资产价值评估咨询项目>鄂中真评报字[2004]第 052 号资产评估咨询报告书资产评估复核报告》；

9、查阅《企业会计准则第 6 号—无形资产》中关于无形资产摊销的相关规定及同行业上市公司的无形资产摊销政策；

10、查阅了公司的无形资产摊销明细表。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：中国科学院等离子体物理研究所使用非专利技术向武汉烯王出资时，相关非专利技术定价公允；发行人取得的“利用发酵法生产多不饱和脂肪酸(花生四烯酸)”非专利技术仍然在发行人生产经营中发挥作用，相关资产确认计量符合企业会计准则规定，报告期内该项非专利技术对应无形资产账面金额已摊销完毕，账面价值为零，无需进行减值测试。

(本页无正文,为立信会计师事务所(特殊普通合伙)有关《嘉必优生物技术(武汉)股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》所涉相关问题的回复意见之签章页)

立信会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师: 梁谦海



中国注册会计师: 郑凤玉



二〇一九年九月十五日



# 营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91310101568093764U

证照编号: 01000000201906280040

扫描二维码登录  
“国家企业信用信息公示系统”  
了解更多登记、备案信息。



此证有效期至2020年01月24日  
附年使用, 以每年01月24日至不约定期限  
作为上海市浦东新区南京东路61号四楼  
立信会计师事务所(普通合伙) 专用



名称 立信会计师事务所(普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 朱建弟, 杨志国

成立日期 2019年01月24日

合伙期限 2019年01月24日至不约定期限

主要经营场所 上海市浦东新区南京东路61号四楼

经营范围 审查企业会计报表, 出具审计报告; 验证企业资本, 出具验资报告; 办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务, 出具有关报告; 基本建设年度决算审计; 代理记账; 会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训; 信息系统领域内的技术服务。【依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动】



2019年06月28日

登记机关



证书序号: 0001247



## 说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转借。
- 4、会计师事务所经准予注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

# 会计师事务所 执业证书



名称: 立信会计师事务所(特殊普通合伙)  
 首席合伙人: 朱建弟  
 主任会计师:  
 经营场所: 上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式: 特殊普通合伙制

执业证书编号: 31000006

批准执业文号: 沪财会[2000]26号(转制批文 沪财会[2010]82号)

批准执业日期: 2000年6月13日(转制日期 2010年12月31日)

发证机关:



二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制



证书序号: 000396

# 会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准  
立信会计师事务所(特殊普通合伙)执行证券、期货相关业务。

首席合伙人: 朱建弟

证书号: 34

发证时间: 二〇一二年七月十日

证书有效期至: 二〇一三年七月十日

此复印件仅作为报告附件使用, 不能作为原件使用





姓名 梁湛海  
 Full name 梁 湛 海  
 性别 男  
 Sex 男  
 出生日期 1979-08-25  
 Date of birth 1979-08-25  
 工作单位 立信会计师事务所有限公司  
 Working unit 立信会计师事务所有限公司  
 身份证号码 420222197908250034  
 Identity card No. 420222197908250034



年度检验登记  
 Renewal Registration

经检验合格，继续有效一年，  
 after

梁湛海 (420003204825)

2019年已通过



证书编号: 420003204825  
 No. of Certificate

批准注册协会: 湖北省注册会计师协会  
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2006 年 09 月 19 日  
 Date of Issuance y m d

年 月 日  
 y /m /d



此证复印件仅作为报告附件使用，不能作为他用



姓名 Full name  
性别 Sex  
出生日期 Date of birth  
工作单位 Working unit  
身份证号码 Identity card No



年 月 日 检验登记  
Renewal Registration

证书经检验合格，继续有效一年。  
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号: No. of Certificate 31000061816

批准注册协会: Authorized Institute of CPAs 深圳市注册会计师协会

发证日期: Date of Issuance 20 年 月 日



郑凤玉  
31000061816  
深圳市注册会计师协会

年 月 日  
y m d