

甘源食品股份有限公司
GANYUANFOODSCO.,LTD.

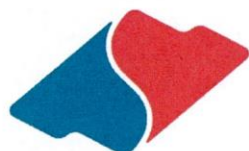
(住所:江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园)

甘源

首次公开发行股票招股说明书摘要



保荐人(主承销商)



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO.,LTD.

(住所:深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层)

发行人声明

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

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

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

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

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

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

第一节 重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书摘要“第五节 风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项。

一、本次发行上市后的股利分配政策和股东分红回报规划

根据上市后适用的《公司章程（草案）》及发行人上市后未来三年分红回报规划，公司在上市后适用的有关利润分配的主要规定如下：

（一）利润分配政策

1、利润分配原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

2、利润分配方式

公司利润分配可采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。在具备现金分红条件下，公司应当优先采用现金分红进行利润分配。公司分配现金股利，以人民币计价和支付。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。

3、现金利润分配的期间间隔、条件及最低比例

在符合现金利润分配条件情况下，公司原则上每年进行一次现金利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金利润分配。当公司当年可供分配利润为正数，且无重大投资计划或重大现金支付发生时，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

重大投资计划或重大现金支付指以下情形之一：

(1) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元。

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

(3) 公司当年经营活动产生的现金流量净额为负。

4、股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

5、利润分配履行的决策程序

进行利润分配时，公司董事会应当先制定分配预案；独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

董事会、监事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成专项决议后提交股东大会审议。公司当年盈利但未提出现金利润分配预案，董事会应当在定期报告中披露未进行现金利润分配的原因以及未用于现金利润分配的资金留存公司的用途，并由公司独立董事对此发表相关的独立意见。

6、利润分配政策的调整或变更

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；有关利润分配政策调整的议案由董事会制定并经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事及监事会应当对利润分配政策调整发表独立意见；调整利润分配政策的议案经董事会审议后提交股东大会以特别决议审议，公司应安排网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，充分反映股东的要求和意愿。

（二）公司上市后三年的股东分红回报规划

经公司 2019 年第四次临时股东大会审议通过的《未来三年股东分红回报规划》对公司上市后三年的分红回报规划规定如下：

公司在提取法定公积金、盈余公积金以后，每年以现金形式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的 20%；若公司净利润实现增长，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配的同时，提出股票股利分配预案。公司每个会计年度结束后，由公司董事会在充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见的基础上提出分红议案，并提交公司股东大会进行表决，股东大会表决时应安排网络投票方式为公众股东参会提供便利。

二、本次发行前滚存利润的分配

根据公司 2019 年第四次临时股东大会决议，公司本次公开发行股票并上市方案如果经中国证监会核准并得以实施，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

三、发行人股份流通限制、自愿锁定承诺

（一）公司控股股东、实际控制人严斌生承诺：1、自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；2、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；3、自公司上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理持有本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间因发生派发现金股利、送股、转送股本、配股等原因进行除权、除息的，上述价格将按照规定作相应调整。

（二）股东红杉铭德、严海雁、领誉基石、铭智投资、铭望投资、铭益投资承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由本公司回购该部分股份。

（三）担任公司董事、监事、高级管理人员的股东承诺：其担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%，

离职后半年内，不转让其所持有的公司股份。

(四) 担任公司董事、高级管理人员的股东承诺：

1、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；自本公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期自动延长6个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理其所持有的本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间因发生派发现金股利、送股、转送股本、配股等原因进行除权、除息的，上述价格将按照规定作相应调整。

2、本人将严格遵守《公司法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》以及其他相关法律、法规、规章和规范性文件关于股份转让的规定。

四、关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司特制定《公司上市后稳定公司股价的预案》（以下简称“本预案”），公司、控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员就公司股价稳定预案作出了相关承诺：

(一) 本预案有效期及触发条件

1、本预案自公司股票上市之日起三年内有效。

2、在本预案有效期内，一旦公司股票出现连续十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产的情形（如果因派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因进行除权、除息的，须按照有关规定作复权处理，下同），则立即启动本预案第一阶段措施；若公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，则立即依次启动本预案第二、第三、第四阶段措施。

(二) 稳定股价的具体措施

本预案具体包括四个阶段的稳定股价措施，分别是：第一阶段，公司召开董事会会议，启动投资者交流和沟通方案；第二阶段，公司回购股票；第三阶段，公司控股股东增持公司股票；第四阶段，公司董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股票。具体如下：

1、第一阶段，董事会启动投资者交流和沟通方案

自公司股票上市之日起三年内，一旦出现公司股票连续十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产的情形，公司将在 3 个交易日内通知召开董事会采取以下措施：

(1) 分析公司股价低于每股净资产的原因。董事会应以定性或定量的方式区别分析资本市场的系统性原因、行业周期的系统性原因、公司业绩波动的影响等不同因素的作用。

(2) 公司董事会战略委员会应提出专项报告。报告应包括以下内容：公司已制定经营战略的执行落实情况；公司未来经营战略是否符合行业市场的未来趋势；公司经营战略及资本战略是否需要修订及如何修订等。

(3) 公司董事会应以专项公告或召开投资者交流沟通会的方式，向投资者介绍公司的当前经营业绩情况、未来经营战略、未来业绩预测或趋势说明、公司的投资价值及公司为稳定股价拟进一步采取的措施等。

2、第二阶段，公司回购股票

(1) 启动条件：在本预案有效期内，若本公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产情形，公司将根据相关规定，在确保回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件前提下，经董事会、股东大会审议同意，通过交易所集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式，向社会公众股东回购公司部分股票，以维护公司股价的稳定性，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

(2) 回购资金或股票数量至少满足以下标准之一：①单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%且不低于 2,000 万元；②单一会计年度回购股份数量达到公司总股本的 1%。（上述两项要求达到一项即可）。

(3) 达到以下标准之一时，即可终止回购股份措施：

①满足回购资金或股票数量要求中①②两项之一；

②本次回购股份措施开始实施后，任意连续 20 个交易日公司股票交易均价高于最近一期经审计的每股净资产；

③继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

(4) 回购程序：

①公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在公司股价符合股价稳定预案的启动条件之日起 3 个交易日内通知召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。具体实施方案将在董事会、股东大会作出股份回购决议后公告，并在股东大会审议通过后 2 个月之内实施完毕；

②在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将在依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续后 5 个交易日内实施稳定股价的具体方案。

（5）公司违反承诺时的约束措施

公司股价触发启动条件时，如发行人未采取上述稳定股价的措施，发行人承诺采取以下约束措施：

①公司将就未能履行公开承诺事项的原因、具体情况和相关约束性措施予以及时披露；

②公司将在 5 个工作日内自动冻结相当于上一年度归属于本公司股东的净利润 20% 的货币资金，以用于公司履行稳定股价的承诺。

3、第三阶段，公司控股股东、实际控制人严斌生增持公司股票

（1）启动条件：当公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，且公司未在 3 个交易日内启动股价稳定措施的审议程序或稳定股价措施实施完毕后发行人股价仍然触发稳定预案的启动条件。

（2）增持资金或股票数量至少满足以下标准之一：

①单一会计年度控股股东用以增持的资金合计不低于上年度从公司获得的税后薪酬总额及税后现金分红总额的 50%，且不超过 100%；

②单一会计年度合计增持股份超过公司总股本的 1%，且不超过 2%。

（3）达到以下标准之一时，即可终止增持股份措施：

①达到增持资金要求或股票数量要求中①②两项之一；

②本次增持股份措施开始实施后，任意连续 20 个交易日公司股票交易均价高于最近一期经审计的每股净资产；

③继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

④继续增持股票将导致控股股东、实际控制人需要履行要约收购义务且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。

(4) 增持程序：公司控股股东、实际控制人将在触发启动条件 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），发行人应按照规定披露增持股份的计划。在发行人披露增持股份计划的 3 个交易日后，公司控股股东、实际控制人将按照方案开始实施增持发行人股份的计划，并在 2 个月之内实施完毕（如公司控股股东、实际控制人因受股票交易规则的限制不能在 2 个月内实施完毕的，则该等履行期限相应顺延）。

(5) 控股股东、实际控制人违反承诺时的约束措施

①如控股股东未采取上述股价稳定措施，则控股股东持有的公司股份不得转让，直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕；

②公司将扣留下一个年度对控股股东、实际控制人的现金分红和薪酬，直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

4、第四阶段，公司董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股票

(1) 启动条件：公司股票连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，如发行人和控股股东、实际控制人未在规定时间内采取股价稳定措施，或发行人和控股股东、实际控制人稳定股价措施实施完毕后发行人股价仍然触发稳定预案的启动条件。

(2) 增持资金要求：在公司领取薪酬的董事（不包括独立董事）和高级管理人员本年度用于购买股份的资金总额不低于其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬总额及税后现金分红总额的 30% 且不高于 50%。

(3) 达到以下标准之一时，即可终止增持股份措施：

①相关董事和高级管理人员均达到增持资金要求；

②本次增持股份措施开始实施后，任意连续 20 个交易日公司股票交易均价高于最近一期经审计的每股净资产；

③继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

④继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购；

⑤继续增持股票将导致董监高违反法律法规和部门规章的规定。

(4) 增持程序：公司董事和高级管理人员将在触发启动条件 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），发行人应按照规定披露增持股份的计划。在发行人披露其买入发行人股份计划

的 3 个交易日后,公司董事和高级管理人员将按照方案开始实施买入发行人股份的计划,并在 2 个月之内实施完毕(如公司董事和高级管理人员因受股票交易规则的限制不能在 2 个月内实施完毕的,则该等履行期限相应顺延)。

(5) 违反承诺时的约束措施

①如相关董事和高级管理人员未采取上述股价稳定措施,则该董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让,直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕;

②公司将扣留下一个年度对该董事、高级管理人员的现金分红或薪酬,直至其按上述规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

公司将严格按照证监会和交易所要求实施上述措施,根据规定、指引要求及时进行公告。

五、关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

(一) 发行人承诺

发行人就招股说明书所记载内容,作出如下承诺:

1、发行人首次公开发行股票招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的,发行人将依法回购首次公开发行的全部新股。

(1) 启动回购措施的时点

在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书存在对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后 10 个交易日内,发行人将根据相关法律、法规、规章及公司章程的规定召开董事会,并提议召开股东大会,并经相关主管部门批准、核准或备案,启动股份回购措施,回购首次公开发行的全部新股。

(2) 回购价格

回购价格根据相关法律法规确定,且不低于首次公开发行股份的发行价格(如果因派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因进行除权、除息的,则做

相应调整)。

3、如果发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将依法赔偿投资者损失。

(二) 发行人控股股东、实际控制人承诺

就本招股说明书所记载内容，发行人控股股东、实际控制人承诺：

1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质性影响的，本人将依法督促发行人回购本次已经公开发行的股份。

3、如发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

(三) 发行人全体董事、监事和高级管理人员承诺

就本招股说明书所记载内容，发行人全体董事、监事和高级管理人员承诺：

1、发行人招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

2、如发行人招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

3、本人承诺不因职务变更、离职等原因而拒绝履行已作出的承诺。

(四) 证券服务机构承诺

1、保荐机构承诺

国信证券股份有限公司承诺：本公司为发行人本次发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若因本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。本公司保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。

2、发行人律师承诺

中伦律师事务所承诺：本所为发行人本次发行上市制作、出具的上述法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本

所将依法赔偿投资者损失。

3、会计师事务所承诺

天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为甘源食品股份有限公司首次公开发行股票并在中小板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

六、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

（一）公司控股股东、实际控制人严斌生承诺：

公司控股股东、实际控制人严斌生承诺如下：

1、在不丧失实际控制人、控股股东地位的前提下，实际控制人、控股股东所持股份在满足锁定期后的两年内，累计减持不超过发行时所持股份总数的 25%。

2、实际控制人、控股股东减持公司股份将按照相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，以协议转让、大宗交易、集中竞价交易或其他方式进行，锁定期满后 2 年内减持公司股份的，减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、配股等原因进行除权、除息的，则做相应调整）。

3、实际控制人、控股股东减持公司股份将按照相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，及时履行信息披露义务。

4、若中国证券监督管理委员会或其他监管机构对实际控制人、控股股东所持有公司的股份减持操作另有要求的，同意按照中国证券监督管理委员会或其他监管机构的监管意见进行相应调整。

若未能履行上述承诺，实际控制人和控股股东自愿采取或接受如下措施：

1、在发行人的股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉；

2、由此而获得收入的，所得收入归发行人所有；

3、由此而给发行人或其他投资者造成损失的，向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）公司股东严海雁、红杉铭德承诺：

公司股东严海雁、红杉铭德作出承诺如下：

1、股份锁定期满后，在其持有发行人 5% 以上股份期间，其拟减持股份的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于持有上市公司 5% 以上股份的股东减持股份的相关规定，审慎制定股份减持计划，在股份锁定期满后方可减持；

2、严海雁、红杉铭德将严格遵守相关法律、法规、规章和规范性文件的规定减持其所持有的公司本次首次公开发行前发行的股份，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

3、严海雁、红杉铭德将按照相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，及时履行信息披露义务；

4、若中国证券监督管理委员会或其他监管机构对股份减持操作另有要求的，同意按照中国证券监督管理委员会或其他监管机构的监管意见进行相应调整。

若未能履行上述承诺，严海雁、红杉铭德自愿承担因此而产生的一切法律责任。

七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）发行人关于被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行完成后，公司总股本和归属于公司股东所有者权益将有较大幅度增加，且募集资金投资项目建设需要一定周期。虽然公司的募集资金项目将用于公司主营业务发展并进行了严格论证，但在公司股本和净资产均增加的情况下，短期内，公司的每股收益和加权平均净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降。针对上述情况，公司提出以下措施进行应对并承诺如下：

1、加强主营业务的不断开拓，提高公司市场竞争力和持续盈利能力

公司将依托现有渠道优势、品牌优势、技术研发优势、人才优势和生产优势，大力拓展现有主营业务，稳固在行业中的市场地位；同时，公司将加强企业内部控制，提升经营效率和盈利能力，促进业绩上升，降低由于新股发行对投资者回报摊薄的风险。

2、提高募集资金使用效率，加强募集资金管理

公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。本次发行募

集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。同时，为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专项用于募投项目，公司已经根据《公司法》、《证券法》等法律、法规和交易所规则，结合公司实际情况，制定了《募集资金使用管理办法》，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

3、完善公司的分红政策，保证公司股东的利益回报

公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、及《上市公司章程指引》（2016年修订）的相关规定拟订上市后适用的《公司章程（草案）》中的利润分配政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。同时，为进一步细化有关利润分配决策程序和分配政策条款，增强现金分红的透明度和可操作性，便于投资者对公司经营和利润分配进行监督，公司已制定《公司上市后未来三年股东分红回报规划》。

（二）公司董事及高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺公司董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、若公司后续推出股权激励的，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并同意由中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规

则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施；本人违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，将依法承担补偿责任。

（三）发行人控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司控股股东、实际控制人严斌生对公司首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺如下：

1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、自本承诺出具日至本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会做出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人做出相关处罚或采取相关管理措施，且本人应按照相关规定履行解释、道歉等相应义务。

八、相关责任主体承诺事项的约束措施

（一）发行人违反关于首次公开发行股票并上市的招股说明书及其摘要的承诺的约束措施

为维护公众投资者的利益，本公司将严格履行本公司在首次公开发行过程中所做出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若未能履行承诺事项（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），则本公司将采取以下措施：

1、将通过证券监督管理机构、证券交易所等指定途径披露未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、如果因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依照相关法律法规规定向投资者承担赔偿责任。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等因素导致本公司未能履行承诺事项的，则本公司将采取以下措施：

1、在股东大会及中国证监会指定媒体上及时、充分说明未能履行承诺的具体原因；

2、向本公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

(二) 控股股东、实际控制人关于首次公开发行股票所作约束措施的承诺

为维护公众投资者的利益，发行人的控股股东和实际控制人承诺将严格履行在《招股说明书》中做出各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若未能完全有效履行承诺事项中的各项义务和责任（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），则发行人控股股东、实际控制人严斌生将采取以下措施：

1、在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、如因控股股东、实际控制人未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任，赔偿金额通过与投资者协商确定或由有关机关根据相关法律法规进行认定补偿；

3、除因被强制执行、公司上市后重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形外，不得转让公司股份；

4、如果因未履行相关承诺而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得相关收益后10个工作日内将所获得的收益支付给发行人指定账户；

5、自完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，控股股东、实际控制人停止在发行人处领取股东分红。

如控股股东、实际控制人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

(三) 董事、监事和高级管理人员关于首次公开发行股票所作约束措施的承诺

为维护公众投资者的利益，发行人的董事、监事和高级管理人员承诺将严格履行其在《招股说明书》中做出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若未能完全有效地履行承诺事项中各项义务和责任（因相关法律法规、政策变化、自

然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外)，则相关董事、监事和高级管理人员将采取以下措施：

1、在发行人股东大会及中国证监会指定媒体上就未履行相关承诺事项公开向发行人和社会公众投资者道歉；

2、如果因相关董事、监事和高级管理人员未履行相关承诺事项，使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法承担赔偿责任，赔偿金额通过与投资者协商确定或由有关机关根据相关法律法规进行认定；

3、所持发行人股份的锁定期自动延长至相关董事、监事和高级管理人员未履行相关承诺事项所有不利影响消除之日；

4、如果因未履行相关承诺而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得相关收益后 10 个工作日内将所获得的收益支付给发行人指定账户；

5、自相关董事、监事和高级管理人员完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，相关董事、监事和高级管理人员不得以任何方式要求发行人为其本人增加薪资或津贴，且亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴。

如相关董事、监事和高级管理人员因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

九、发行人特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）食品质量及安全风险

近年来，随着消费升级和新零售趋势的兴起，新兴食品企业在崛起的同时，产品质量却参差不齐；由于部分食品厂商的不规范生产经营，食品质量安全问题偶有发生，成为社会与舆论媒体的关注热点，国家也相继出台了一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。

针对食品质量及安全问题，公司已建立起一套完整的产品质量控制体系，依托公司的信息管理系统及产品溯源体系，实现从原材料采购、生产、仓储、配送、

销售等过程的质量控制，以确保公司生产的产品符合质量标准。但是本公司产品仍不可避免的受限于原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免产品质量出现问题；在公司日常经营过程中，仍有可能因为质量控制制度和标准未得到严格执行、生产和检测流程操作不当等原因导致食品质量及安全问题的发生。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司品牌形象产生不利影响，进而对公司业绩产生影响。

（二）产品研发未能跟上市场需求变化的风险

休闲食品属于典型的快速消费品，下游直接面向广大终端消费者，消费者的偏好和购买力对休闲食品行业具有直接影响，因此公司需要及时了解不断变化的消费者需求，并在产品和工艺上进行快速响应。

公司从最初的瓜子仁、青豌豆、蚕豆等籽类炒货品类新增了坚果果仁、谷物酥类品类，并在积极尝试更多新品的研发与生产。在生产工艺上，公司不断研发新口味，优化生产工艺，以更好的满足消费者的多元化需求。但是，如果公司对消费者偏好的感知存在偏差，或者市场需求短时间内出现重大变化，则公司现有产品品类的销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩波动。

（三）销售渠道管理的风险

公司产品的销售以经销模式为主，公司通过与经销商签订合同，在下单、定价、送货、结算等方面做出约定，对经销商体系进行规范和管理。经销商主要在其购销业务上受本公司影响，其余管理皆独立于公司。如果经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的实力跟不上公司发展的需求，或因经销商严重违反合同，公司将解除或不与其续签经销合同，从而对公司的销售收入造成影响。

除经销商渠道，公司还拓展了电子商务等销售渠道。目前，天猫商城、京东商城等第三方电商平台已发展成为成熟的销售渠道，并成为了社会消费品零售增长的重要驱动因素；但如果该等电商平台自身经营的稳定性或业务模式、经营策略发生了重大变化，或公司生产、物流的响应速度无法跟上电商平台的销售政策，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为葵花籽、青豆、蚕豆、花生、棕榈油等，关联的上游行业主要为上述农副产品种植业。种植面积、气候条件、病虫害等因素将影响农副产品的产量和质量，进而直接给本行业企业的生产经营带来影响。此外，受到中美贸易摩擦的影响，如果部分进口自美国的农产品价格上涨，也将对行业内生产企业带来不利影响。虽然公司近年来提前做好了相对完善的防范措施，如加大原材料储存力度、增加其他国家的供应商选择数量、与供应商锁定固定期限的采购价格等，如果公司产品销售价格无法同步于原材料价格的波动，则可能会对公司的经营业绩产生影响。

（五）公司经营业绩季节性波动的风险

公司产品为休闲食品，具有明显的季节性消费特点，销售旺季集中在中秋、国庆、“双十一”、“双十二”、元旦、春节等节假日前后，销售旺季主要集中在下半年。随着居民消费水平的提高，休闲食品有消费日常化的趋势，销售的季节性特征将趋于淡化。但如果在消费集中的旺季，公司不能及时把握市场动向，制定适宜的销售策略，公司将面临经营业绩出现波动的风险。

（六）新冠疫情对公司经营的风险

2020年初出现的新冠病毒疫情对全球贸易、产业链体系和消费者心理等产生了较大的负面影响，目前国家及各地政府采取了延迟复工等措施以阻止新冠病毒进一步蔓延。公司所从事的业务与家庭消费密切相关，截至招股说明书签署之日，虽然国内新冠病毒疫情逐步得到了有效控制，但消费者信心、供应链恢复等尚需时间，对发行人存在一定的不利影响；若全球疫情的持续蔓延导致疫情反向输入国内，或因全球疫情控制不利导致全球经济出现衰退，将对发行人的持续经营能力产生较大的影响。

十、财务报告审计日后的财务信息及经营状况

2020年1月至今，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，本次疫情对公司销售情况影响较小，主要有以下几个方面的原因：1、公司产品有较强的季节性，下半年销售占比较高，春节后的两到三个为销售淡季，本次疫情爆发时为销售淡季；2、公司主要产品为青豌豆、蚕豆和瓜子仁系列产品，属于休闲食品，该类产品的家庭消费场景占比较高，疫情期间居家消费增加，使得主要产品销售有所增加；

3、公司的终端销售渠道以商超渠道和流通渠道为主，商超渠道的销售额在疫情期间受消费者集中采购增多影响也有所增加。因此本次疫情对公司产品销售影响较小，本次疫情未对公司销售构成重大不利影响；公司主要原材料供应商在内蒙古、云南、福建、新疆、广东、湖南、浙江等地区，2019年度公司向湖北地区供应商采购占比为2.95%，湖北等重点疫区的供应商采购占比较小，且主要原辅料均有多家供应商，可以向其他地区供应商采购，本次疫情未对公司采购构成重大不利影响；公司已于2月12日正式复工，目前复工率在90%左右，生产情况恢复正常，本次疫情未对公司的生产构成重大不利影响。因此，本次疫情未对公司全年经营业绩情况产生重大负面影响，不会对公司持续经营能力及发行条件产生重大不利影响。

根据发行人会计师出具的审阅报告，公司2020年1-3月营业收入、净利润、扣除非经常性损益后净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年1-3月	变动比例
营业收入	24,337.79	22,366.95	8.81%
净利润	3,659.48	3,378.67	8.31%
扣除非经常性损益后的净利润	3,274.47	3,068.69	6.71%

根据公司当前经营情况及在手订单和销售预算情况，预计公司2020年1-6月营业收入、净利润、扣除非经常性损益后净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	同比
营业收入	46,450.85至51,340.41	44,889.57	3.48%至14.37%
净利润	6,649.08至7,348.98	5,455.13	21.89%至34.72%
扣除非经常性损益后的净利润	6,049.40至6,686.18	5,059.51	19.56%至32.15%

注：上述数据未经审计或审阅，且不构成盈利预测

本次疫情对公司的销售收入和净利润不存在重大不利影响，相应期间预计营业收入、扣非前后净利润等主要财务数据情况及与上年同期相比没有发生重大变化。

2019年12月31日至本招股说明书签署日，公司经营模式、主要原材料的采购情况、生产运营情况、主要产品的销售情况、主要客户及供应商构成、核心技术人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项，均未发生重大变化，公司整体经营情况良好。

第二节 本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
发行股数	本次拟公开发行不超过 2,330.40 万股。公司本次公开发行股票全部为公开发行新股，公司股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
发行价格	38.76 元/股
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所已开设证券账户的中国境内自然人、法人或其他投资者（中国法律、法规及本公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）
发行前每股净资产	7.21 元（按 2019 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东权益和发行前总股本计算）
发行后每股净资产	14.39 元（按全面摊薄法计算，扣除发行费用）
发行市盈率	22.99 倍（每股发行价格/发行后每股收益，发行后每股收益按照 2019 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	2.69 倍（每股发行价格/发行后每股净资产）
预计募集资金总额	90,326.3040 万元
预计募集资金净额	83,703.8549 万元
承销方式	余额包销
本次发行股份的流通限制和锁定安排	（一）控股股东、实际控制人严斌生承诺：1、自公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；2、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；自公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期自动延长6个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理持有本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整。

	<p>(二) 股东红杉铭德、严海雁、领誉基石、铭智投资、铭望投资、铭益投资承诺：自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由本公司回购该部分股份。</p> <p>(三) 担任公司董事、高级管理人员的股东承诺：1、股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；自本公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，持有本公司股票的锁定期自动延长6个月。在延长的锁定期内，不转让或委托他人管理其所持有的本公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由本公司回购该部分股份。若公司股票在此期间因发生派发现金股利、送股、转送股本、配股等原因进行除权、除息的，上述价格将按照规定作相应调整；2、本人将严格遵守《公司法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》以及其他相关法律、法规、规章和规范性文件关于股份转让的规定。</p>
发行费用概算	<p>保荐、承销费用：4,543.6936 万元 审计、验资费用：1,003.7736 万元 律师费用：516.9811 万元 用于本次发行的信息披露费用：519.8113 万元 发行手续费及材料制作费：38.1895 万元</p>

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称:	甘源食品股份有限公司
英文名称:	GANYUAN FOODS CO., LTD.
注册资本:	人民币 6,991.1831 万元
法定代表人:	严斌生
有限公司成立日期:	2006 年 2 月 14 日
股份公司设立日期:	2012 年 8 月 28 日
住 所:	江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园
邮政编码:	337000
联系电话:	0799-7175598
传真号码:	0799-6239955
互联网地址:	www.ganyuanfood.com
电子信箱:	zhengquanbu@ganyuanfood.com

二、发行人改制重组及设立情况

(一) 发行人的设立方式

本公司系由甘源有限整体变更设立的股份有限公司。

2012 年 8 月 15 日, 萍乡德龙会计师事务所有限公司出具“萍德龙审字[2012]第 133 号”的《审计报告》, 确认甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经审计的净资产为 11,517,893 元。

2012 年 8 月 16 日, 萍乡市国审资产评估事务所出具“萍国审评字[2012]第 85 号”的《资产评估报告书》, 确认甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经评估的净资产为 11,665,656.30 元。

2012 年 8 月 17 日, 经萍乡德龙会计师事务所有限公司于 2012 年 8 月 17 日萍德龙验字(2012)第 183 号《验资报告》验证, 截至 2012 年 8 月 17 日止, 公司已收到全体出资者所拥有的截至 2012 年 7 月 31 日止甘源有限经审计的净资产

11,517,893 元，将上述净资产折合首次实收资本 10,500,000 元，其中严斌生实缴出资 950 万元，严海雁实缴出资 100 万元，净资产值与实缴出资的差额列入发行人资本公积。

2012 年 8 月 20 日，甘源有限的全体股东签订发起人协议，并于同日召开甘源食品创立大会，将甘源有限整体变更为股份有限公司，股本总额为 5,000 万元，股份总数为 5,000 万股，每股面值 1 元人民币，由各发起人按其在甘源有限的出资比例认购相应数额的股本；发起人以甘源有限截至 2012 年 7 月 31 日经审计的净资产值 1,151.7893 万元折合为发行人的首期出资额 1,050 万元，净资产值与首期出资额的差额 101.7893 万元列入发行人资本公积，股本总额的剩余部分由发起人在股份公司成立之日起两年内缴足。

2012 年 8 月 28 日，公司取得了萍乡市工商行政管理局核准的企业法人营业执照。

2018 年 7 月 18 日，发行人聘请的具有证券期货业资产评估资质的万隆评估出具“万隆评核字（2018）第 30001 号”《关于<萍乡市甘源食品有限公司拟整体变更股份有限公司之公司净资产价值资产评估报告书>资产评估复核报告》，对萍乡市国审资产评估事务所出具的“萍国审评字[2012]第 85 号”《资产评估报告书》进行了复核确认。

（二）发起人及其投入的资产内容

发行人设立时，各发起人及其持股情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	严斌生	4,500.00	950.00	90.00
2	严海雁	500.00	100.00	10.00
合计		5,000.00	1,050.00	100.00

三、有关股本的情况

（一）总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

本次发行前公司总股本 6,991.1831 万股，本次拟首次公开发行不超过 2,330.40 万股社会公众股，占发行后总股本比例不高于 25.00%。本次发行前的股东所持股份的流通限制和锁定安排详见本摘要的“第一节 重大事项提示”的相关内容。

（二）股东持股数量及比例

假定本次公开发行股数为 2,330.40 万股，则本次发行前后发行人股本变动情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)
一、有限售条件股份					
1	严斌生	5,242.6980	74.99	5,242.6980	56.24
2	红杉铭德	818.1800	11.70	818.1800	8.78
3	严海雁	582.5220	8.33	582.5220	6.25
4	领誉基石	174.7800	2.50	174.7800	1.88
5	铭智投资	73.0013	1.04	73.0013	0.78
6	铭望投资	50.0008	0.72	50.0008	0.54
7	铭益投资	50.0010	0.72	50.0010	0.54
二、无限售条件股份					
8	社会公众股	-	-	2,330.4000	25.00
合计		6,991.1831	100.00	9,321.5831	100.00

（三）发行人的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系

本次发行前发行人的发起人、控股股东和主要股东之间无关联关系，也不存在相互持股的情形。

四、业务和技术

（一）主营业务、主要产品及其用途

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为以籽类^①炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业，目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的多品类休闲食品组合。

公司对传统籽类休闲食品的口味配方、工艺路线、生产设备、包装材料和营销手段进行了改良和创新，实现了籽类休闲食品从手工作坊制作到生产自动化、标准化与品牌化运营的转变，确立了公司在瓜子仁、青豌豆、蚕豆等籽类休闲食品市场的领导地位。报告期内，公司以标准化自主生产为基础，以品牌化运营和

^① 籽类：根据食品安全标准 GB19300-2014“坚果与籽类食品”，籽类指瓜、果、蔬菜、油料等植物的籽粒，包括葵花籽、西瓜籽、南瓜籽、花生、蚕豆、豌豆、大豆等。

全渠道销售为通路，打造多样化、新风味休闲零食市场，有效满足消费者多元化休闲食品的需求。

公司产品销售已覆盖至全国各地区，形成了以经销商为主，电子商务为辅的营销体系。截至 2019 年 12 月 31 日，公司合作的经销商超过 1,000 家。同时，公司在天猫、京东等各大主流电商平台拥有多家线上旗舰店，近年来线上收入保持较快发展。

公司通过了 HACCP 体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证等，构建了完善的质量控制体系。公司通过对原料采购、生产、储存及销售的全过程进行监控，以保证各环节间可相互追查为原则，有力保障了公司产品的食品质量安全。公司是省级农业产业化龙头企业，先后荣获中国食品工业协会坚果炒货委员会副会长单位、江西省著名商标、江西省专精特新中小企业、江西省工信委示范企业、江西省电子商务示范企业、江西省食品协会副会长单位等荣誉称号。

目前公司主要产品分为三大类：籽类炒货包括瓜子仁、蚕豆、青豌豆和花生等；坚果果仁包括核桃、杏仁、开心果、夏威夷果和松子等；谷物酥类包括米酥、锅巴、麻花、江米条等。其中籽类炒货和坚果果仁属于休闲食品行业坚果炒货细分品类，谷物酥类产品属于休闲食品行业其他类。

系列	产品展示			
籽类炒货	 <p>蟹黄味瓜子仁 Crab Roe Flavor Sunflower Seeds</p>	 <p>原味青豌豆 Peas Original Taste</p>	 <p>蟹黄味蚕豆 Crab Roe Flavor Broad Beans</p>	 <p>椒盐味花生</p>
坚果果仁	 <p>综合果仁 A套餐</p>	 <p>综合豆果 A套餐</p>	 <p>会水果干</p>	 <p>会蔬菜干</p>



（二）公司主要经营模式

1、采购模式

公司建立了符合自身业务发展特点的采购体系，从采购制度、供应商管理、采购实施、质量检测、库存管理等多个角度保障产品品质和食品安全。

公司原材料供应商均为贸易商或生产商。公司在对供应商进行初选时，首先会进行供应商资质审查，采购人员和品控人员会取得样品进行检测，检测合格后，再进行供应商的现场核查，通过样品检测和现场检查的厂家纳入公司《合格供应商名录》。

公司根据年度目标与计划，编制全年采购预算，制订年度采购计划；公司日常采购的材料主要为各类产品原材料、辅料、调味料以及包装材料等。

公司每年对进入《合格供应商名录》的供应商进行年度评审，组织公司采购、生产、品控人员对供应商进行评审，通过审核的供应商继续合作，不合格的供应商淘汰，调整供应商名录。

2、生产模式

公司产品作为快速消费品，消费者对其新鲜度有较高要求，因此公司实行“以销定产”的生产模式，根据市场需求合理组织生产，严格控制库存，确保产品新鲜度。公司根据市场需求制定生产计划，并进行排产，将生产计划分解到生产车间，生产车间生产完后将产品入库。

公司主要以自有生产设备进行原辅材料加工，经过浸泡、油炸、脱油、裹粉、调味、金检等工序生产不同类型的产品。不同类型的产品加工工艺及流程不一样，具体生产工艺详见本招股说明书“第六节业务和技术”之“四、（一）公司主要产品或服务及其用途”之“2、产品工艺流程”。

3、销售模式

公司的销售模式分为经销模式、电商模式和其他模式三种。其他模式主要指

商超直营、受托加工等，占比较低。报告期内，公司三种销售模式占收入比重如下表所示：

单位：万元

销售模式	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比
经销商模式	94,960.55	85.62%	76,361.03	83.78%	63,453.72	80.57%
电商模式	13,126.09	11.83%	12,976.75	14.24%	13,437.52	17.06%
-电商自营业务	7,723.70	6.96%	8,105.67	8.89%	9,909.11	12.58%
-电商平台销售	5,402.39	4.87%	4,871.08	5.34%	3,528.41	4.48%
其他模式	2,564.25	2.31%	1,593.83	1.75%	1,670.97	2.12%
主营业务收入	110,650.90	99.76%	90,931.61	99.77%	78,562.21	99.75%
其他收入	262.57	0.24%	209.39	0.23%	195.92	0.25%
营业收入	110,913.47	100.00%	91,141.00	100.00%	78,758.13	100.00%

（1）经销模式

经销模式是公司最主要的销售模式，公司发展经销商渠道负责全国各地大卖场、连锁商超、小型超市、便利店、批发市场等渠道的销售，每个市或县级市选取一至两家经销商从事产品的推广和销售。经销商与公司签订年度经销合同，约定产品的销售种类、区域和渠道类型，并规定不得在约定区域外进行产品销售。

公司设立专门的营销中心，负责营销计划的制定与实施、经销商的管理、销售区域的管理、新市场的开发、客户服务以及团队建设与管理等工作。

①经销商管理政策

I 经销商的开发、遴选标准及淘汰

公司通过糖酒会、食品经销展会、招商活动、业务拜访等方式开发经销商资源，并遵照资质合规、实力优先和互利共赢的原则进行经销商遴选。

在遴选标准方面，公司结合经销商的经营资质、企业规模、销售渠道、资金实力、信用等级、财务水平等因素进行综合考量，遴选出资质齐全、实力较强、渠道丰富、信用良好的经销商。

在淘汰标准方面，公司与经销商在协议中约定了终止合作的条款，会将部分业绩不理想、销售不规范、商业侵权、有信用风险的经销商进行淘汰。

II 经销商授权和市场管理

公司按照产品类别、渠道类别对经销商的销售区域进行区隔，经销协议中约定了经销的品类范围及渠道范围，品类范围包括散装、袋装、礼包礼盒、流通类

等类别，渠道范围主要按照行政区域或商超系统进行划分。协议约定品类范围或渠道范围以外的，经销商不得销售其产品。

III 经销商的性质及特点

i 买断式经销

发行人经销商为买断式经销，根据公司与经销商签订的经销协议约定，公司产品在交付并由经销商验收后，产品的主要风险报酬转移至经销商；若非因产品质量问题，产品不允许退还公司。

ii 非专营经销

发行人的经销商均为非专营经销，其除经销发行人产品之外，还会经销其他如休闲零食品牌。

②经销商政策及执行情况

I 运输费用的承担

发行人与经销商在经销协议中约定，发行人负责办理货物发运，将商品送达经销商指定地点，运输费用由发行人承担。

II 保证金政策

报告期内，发行人与经销商的合作模式为先款后货的买断式销售。公司在经销协议中对保证金政策进行了约定，经销商向发行人缴纳保证金，保证金缴纳比例为年度销售目标金额的 0.5%，最高不超过 3 万元。截至 2019 年 12 月 31 日，公司保证金余额为 328.38 万元。

III 信用政策及实际执行情况

发行人与经销商在产品购销上实行先款后货的买断方式，并未给予经销商信用期。特别情况下，发行人会给予极少数经销商一定额度的信用账期。报告期内，公司年末存在应收账款的情况如下所示：

单位：万元

应收账款金额	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款金额	9.43	9.43	37.43
经销商收入	94,960.55	76,361.03	63,453.72
占经销商收入比重	0.01%	0.01%	0.06%

IV 退换货政策及各期实际退换货情况

公司与经销商在经销协议中约定，因公司生产、运输等原因造成产品内在品质瑕疵的，经公司确认后，公司负责调换同种数量同种类别的产品，其他问题则

不予退换货。报告期内，公司实际退换货情况统计如下：

单位：万元

退换货金额	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	168.38	163.63	390.01
经销商收入	94,960.55	76,361.03	63,453.72
占经销商收入比重	0.18%	0.21%	0.61%

V 经销商激励政策情况

发行人对经销商的激励政策有市场推广专项补贴、专项返利及搭赠三种。

i 市场推广专项补贴

市场推广专项补贴是公司最主要的经销商激励政策，为鼓励经销商进行市场开拓及组织活动，公司针对经销商进行点对点的专项补贴，补贴的内容主要包括经销商的卖场进场费、条码费、陈列费、临时促销员工资等。

公司对经销商的市场推广专项补贴实行严格的总预算控制，对经销商费用的预算及支出的使用要求、适用范围、申请流程、执行检查标准、审批流程等均做了明确规定，报告期内，该政策在实施过程中不存在重大变更，主要流程如下：

A.使用要求：经销商申请市场推广专项补贴需保证公司可执行和检查终端门店的实际推广情况。

B.申请流程：申请流程为经销商提交申请、省区经理每月汇总、营销中心总监审批、董事长审批、销管部备案、抄送财务部。

C.执行检查标准：发行人在检查过程中执行三方检查：1) 经销商对自己执行的市场费用按照公司要求拍照并提交相应执行资料；2) 发行人业务代表定期按照公司要求到终端门店现场检查，并在终端门店考核系统中拍照自查；3) 公司督导部外勤人员不定期对执行中的市场费用进行随机验核，并在终端门店考核系统中拍照自查。

D.审批流程：经销商将执行的证明材料提交给城市经理→城市经理汇总区域材料，上交省区→省区将资料汇总，提交督导部→督导部登记备案，并对费用执行资料做真实性、完整性审核，转交督导部经理签批→督导部签批，转交销管部进行系统录入→审批资料转交财务部进行票据系统审核→财务部审核通过。

大部分经销商发生的市场推广费，公司与经销商约定采用在以后订货中以销售折扣方式兑现，公司通过销售折扣的形式给予经销商。公司批准给予经销商专项补贴时形成经销商折扣额度，在经销商以后订货中可抵扣一定额度的购货款。

公司在批准的当期预提该折扣金额，冲减当期收入。小部分经销商发生的市场推广费，公司与经销商约定以直接抵减货款或以货币资金兑现，经销商向公司提供相应发票后，公司向其支付对应补贴并计入销售费用的促销推广费。

公司报告期内扣减营业收入的市场推广专项补贴与计入销售费用的市场推广专项补贴情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
扣减营业收入	8,090.16	5,427.10	6,281.01
计入销售费用	906.76	643.20	508.72
市场推广专项补贴合计	8,996.92	6,070.30	6,789.73

报告期内，市场推广专项补贴具体明细类别情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
陈列费用	5,854.32	65.07%	4,043.92	66.62%	3,521.90	51.87%
进场费用	1,421.79	15.80%	1,202.24	19.81%	2,500.26	36.82%
促销费用	1,383.48	15.38%	565.58	9.32%	667.63	9.83%
其他	337.33	3.75%	258.56	4.26%	99.93	1.47%
合计	8,996.92	100.00%	6,070.30	100%	6,789.73	100%

注 1：陈列费用主要是把商品有规律、集中展示而需向商超支付的费用，具体形式包括散称专柜陈列、整组货架陈列、堆头、端架、坡梯等；

注 2：进场费用指产品首次进入商超需支付的一次性费用，主要包括新品进场费、条码费、转场费用等；

注 3：促销费用指经销商在商超组织促销活动发生的费用，主要包括临时促销员工资、海报等。

2017 年度进场费用较高系经销商渠道大力推广综合豆果和综合果仁系列的定量装产品，定量装产品条码费用较高；2018 年度开始，公司主推散装专柜陈列，打造品牌专柜，因此陈列费较高。2018 年第四季度开始，公司开始推散装专柜陈列，打造品牌专柜，因此 2019 年陈列费较高。

ii 专项返利

为推进特定品类、特定区域或特定渠道的产品市场推广，公司不定期推出专项返利计划。经销商与销售经理讨论拟定订货目标后向公司申请专项返利，经公司审批通过，在经销商订货达标后可享受一定的商业折扣。公司在批准专项返利的当期预提该折扣金额，冲减当期收入。

报告期内，公司专项返利金额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
专项返利	1,761.61	1,254.20	1,078.23

iii 搭赠

公司不定期根据市场销售情况、产品品种推广需要制定搭赠政策，搭赠与单次订货量挂钩，满足条件时销售部门直接根据已发布的政策进行搭送。

报告期内，公司搭赠金额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
搭赠	1,396.59	1,123.35	767.94

报告期内，上述三种经销商激励费用金额及占折前收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
市场推广专项补贴	8,996.92	6,070.30	6,789.73
专项返利	1,761.61	1,254.20	1,078.23
搭赠	1,396.59	1,123.35	767.94
小计	12,155.12	8,447.85	8,635.90
经销商收入	94,960.55	76,361.03	63,453.72
折扣前经销商收入	107,115.67	84,808.89	72,089.62
经销商激励费用占折扣前经销商收入	11.35%	9.96%	11.98%

③各期经销商数量变动情况

I 经销商进入、存续、退出情况

报告期内，公司经销商数量超过 1,000 家，分布在全国各省市及自治区，随着公司业务规模的扩大，经销商数量也逐年增长。公司除正常经销商以外，还存在部分试销经销商（试销经销商是指年度下单次数小于 2 次或年销售金额小于 10 万元的非正式经销商），报告期内，公司经销商情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
试销客户	2,192.38	2.31%	1,346.65	1.76%	2,257.99	3.56%
不含试销客户的经销商	92,768.17	97.69%	75,014.38	98.24%	61,195.73	96.44%
全部经销商	94,960.55	100.00%	76,361.03	100.00%	63,453.72	100.00%

报告期内，发行人各年度试销经销商数量及试销经销商转化为经销商的情况如下表：

年份	经销商总数量 (个)	试销客户数量 (个)	次年转经销客户数 (个)	转化比例
2019 年	1,571	616	-	-
2018 年	1,463	457	100	21.88%
2017 年	1,512	727	93	12.79%

注 1: 经销商总数量不包括试销客户数量, 包括本年度有订单但期末已关户的经销商;

公司试销客户为年度下单次数小于 2 次或年销售金额小于 10 万元的非正式经销商, 上述试销客户中存在较多的小微型企业, 销售金额微小, 其数量变动对发行人经销商收入影响较小。报告期内, 试销客户收入占发行人经销商收入比重分别为 3.56%、1.76% 和 2.31%。

报告期内, 公司正常经销商 (不含试销经销商) 进入、存续、退出变化情况如下:

单位: 个、万元

年度	期初经销商			新增经销商			减少经销商			期末经销商		
	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比
2019 年度	1,180	81,700.84	88.07%	389	11,067.33	11.93%	128	2,498.98	2.69%	1,441	90,269.19	97.31%
2018 年度	1,157	66,480.53	88.62%	306	8,533.85	11.38%	283	5,167.12	6.89%	1,180	69,847.26	93.11%
2017 年度	1,074	50,419.26	82.39%	438	10,776.47	17.61%	355	4,306.89	7.04%	1,157	56,888.84	92.96%

注 1: 本表家数及金额不包括试销经销商。

注 2: 本表期末经销商不包括当年有交易但已终止合作的经销商。

注 3: 本表销售占比之分母不包括试销经销商, 但包括当年有交易但已终止合作的经销商。

报告期内, 公司经销商结构总体较为稳定, 经销商数量逐年上升, 主要原因是公司近年加大对全国各类渠道及市场的业务开发, 业务发展较快, 新开户经销商数量比终止合作经销商数量多, 报告期新增经销商收入总额大于撤销经销商减少收入总额。

2017 年度、2018 年度及 2019 年度, 公司新增经销商数量分别为 438 家、306 家、389 家, 占销售比重分别为 17.61%、11.38%、11.93%; 新增经销商的主要原因是空白市场区域开发、渠道细分新增经销商、替代终止合作的经销商等; 2017 年度、2018 年度及 2019 年度, 公司减少经销商数量分别为 355 家、283 家、128 家, 占销售比重分别为 7.04%、6.89%、2.69%, 减少经销商销售占比较小; 减少经销商的主要原因是原经销商经营能力较弱被新经销商替代、原经销商因自身原因终止合作等。

II 经销商地区数量分布及销售情况

报告期内，公司正常经销商（不含试销客户）的地区数量及金额分布统计如下表所示：

单位：个/万元

销售区域	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	数量	金额	销售占比	数量	金额	销售占比	数量	金额	销售占比
华东	472	23,863.20	25.72%	427	19,342.68	25.79%	447	16,258.12	26.57%
华中	311	19,760.63	21.30%	294	15,985.28	21.31%	309	12,737.14	20.81%
西南	189	13,418.42	14.46%	172	10,087.73	13.45%	181	7,947.27	12.99%
华北	198	11,814.81	12.74%	189	10,120.24	13.49%	193	8,966.57	14.65%
华南	120	8,746.99	9.43%	109	7,604.47	10.14%	106	5,526.03	9.03%
西北	134	8,110.48	8.74%	126	5,904.09	7.87%	116	4,060.56	6.64%
东北	145	6,976.03	7.52%	143	5,921.70	7.89%	146	5,138.57	8.40%
其他	2	77.62	0.08%	3	48.19	0.06%	14	561.47	0.92%
合计	1,571	92,768.17	100.00%	1,463	75,014.38	100.00%	1,512	61,195.73	100.00%

注 1：本表家数及金额不包括试销经销商。

注 2：本表销售占比之分母不包括试销经销商，但包括当年有交易但已终止合作的经销商

注 3：各区域划分标准如下：

东北：辽宁、黑龙江、吉林

华北：北京、河北、山西、天津、内蒙

华东：山东、浙江、安徽、江西、江苏、福建、上海

华南：广东、海南、广西

华中：湖北、河南、湖南

西北：陕西、新疆、甘肃、宁夏、青海

西南：四川、重庆、云南、贵州、西藏

公司经销商网络已覆盖全国各地，经销商的区域分布较为分散和均匀，其中山东、湖北、四川、湖南、河南等省份的经销商数量和收入占比相对较高，主要与这些省份的人口密度、当地气候及饮食习惯有关。

III 报告期持续与发行人存在业务往来的经销商数量及各期收入占比

报告期内，公司的正常经销商（不含试销经销商）的存续时间情况统计如下：

单位：个/万元

项目	2019 年 12 月 31 日			2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日		
	家数	金额	销售占比	家数	金额	销售占比	家数	金额	销售占比
3 年以上	656	56,009.38	62.05%	430	36,171.08	51.79%	331	25,164.59	44.23%
2-3 年	250	14,764.62	16.36%	201	12,991.88	18.60%	189	9,656.16	16.97%
1-2 年	247	10,340.17	11.45%	274	12,822.25	18.36%	263	12,270.07	21.57%
1 年以下	288	9,155.02	10.14%	275	7,862.06	11.26%	374	9,798.02	17.22%

合计	1,441	90,269.19	100.00%	1,180	69,847.26	100.00%	1,157	56,888.84	100.00%
----	-------	-----------	---------	-------	-----------	---------	-------	-----------	---------

注 1：本表家数及金额不包括试销经销商。

注 2：本表销售占比之分母不包括试销经销商和当年有交易但已终止合作的经销商。

报告期内，公司经销商的存续时间较为稳定，合作 2 年、3 年以上的经销商收入占比逐年上升。截至 2019 年 12 月 31 日，合作 2 年以上的经销商收入占比超过 75%，合作 3 年以上的经销商收入占比超过 60%，公司经销商的合作情况较为良好，可持续经营能力较强。

④发行人各期对非法人实体销售收入及占比

报告期内，公司存在与少量个人、个体工商户等非法人实体交易的情形，各期销售的收入及占比情况如下表所示：

单位：万元

期间	当期经销商总收入	个人销售收入		个体工商户等非法人实体销售收入	
		金额	占比	金额	占比
2019 年	94,960.55	0.00	0.00%	11,955.44	12.59%
2018 年	76,361.03	0.00	0.00%	9,792.06	12.82%
2017 年	63,453.72	30.33	0.05%	8,319.37	13.11%

⑤与经销商的结算方式，各期现金回款情况和第三方回款情况

I 基本情况

报告期内，发行人与经销商的结算方式主要为银行转账，不存在现金回款的情形，报告期内的现金收款额为厂内零售及废品销售。发行人 2017 年度销售存在销售回款人与客户不一致的问题，部分客户通过第三方向发行人回款，2018 年度及 2019 年不存在第三方回款情况；2017 年度公司第三方回款及现金收款情况统计如下：

单位：万元

项目	2017 年度	占比
现金收款额	83.86	0.09%
第三方银行回款额	390.30	0.43%
客户账户回款额	90,983.08	99.48%
年回款总额	91,457.24	100.00%

注：上表年回款总额为全部渠道销售回款额

II 第三方回款形成的原因

由于公司的经销商从组织形式上存在小型公司制商贸公司或个体工商户性

质的非法人实体的情况，其经营方式主要是夫妻、父子、兄弟等家庭成员共同经营，从业人员较少，关键岗位如财务均由家庭核心成员担任。同时公司一贯对经销商采取先款后货的销售模式，出于便利考虑，客户使用个人卡支付更为快捷，有利于其尽快完成付款并发货，因此存在第三方回款的现象。

III 公司的控制措施

i 账户备案制度

针对客户的第三方账户回款要求，2017年5月份之前，公司允许每个客户可以在公司备案2至3个账户，用以支付对公司的货款。公司销售回款备案制度的执行过程如下：

如客户存在用第三方账户向公司支付货款，需提前向公司销售服务部及财务部提交说明文件，以表明该第三方客户汇入公司的款项为该客户的货款。

当公司收到客户备案账户的汇款时，出纳根据备案账户在系统中将款项计入对应的经销商户头，并发往销售服务部进行确认，销售服务部确认后再由销售会计进行最终审核。

ii 个别甄别法

对于收到客户备案账户以外账户的收款时，采用个别甄别法。当公司财务部收到客户备案账户以外的汇款时，出纳将该款项信息发往销售服务部进行识别确认，销售服务部与客户通过通讯软件、电话、邮件等多渠道方式来确认该款项归属，后由销售服务部进行系统操作将款项入账至确认的经销商户头，销售服务部确认后再由销售会计进行最终审核。

IV 规范过程

公司自2016年9月开始，为降低第三方回款的业务风险，开始进行逐步规范，于2017年5月起，公司整改完成，不再接受经销商第三方回款，经销商第三方回款统一做退款处理，自2017年5月起，不再存在第三方回款情况。

⑥经销商库存和产品主要去向

I 各报告期主要经销商的终端销售及期末库存情况

根据公司与经销商签订的合作协议，经销商需要在公司发货之前支付全部货款，在货物移交经销商并取得其签字的验收记录后，商品的风险报酬已经转移，公司对于经销商的存货不具有控制权。

发行人产品销售给经销商后，经销商的终端销售渠道以商超渠道、流通渠道

为主，以电商渠道、特殊渠道为辅。

渠道类别	说明
商超渠道	包括沃尔玛、大润发、华润万家、家乐福、永辉、麦德龙等辐射全国的大型连锁超市系统，家得乐、联华等省市级地区性连锁超市系统，全家、7-11、好德、红旗等连锁便利店
流通渠道	主要包括各地批发市场、非连锁性质的休闲零食店、炒货店、食杂店等
电商渠道	经销商自行在电商平台开设的零食店
特殊渠道	主要包括学校、车站、机场等特殊地点的配食

为掌握经销商终端销售的实际去向，发行人已建立起跟踪经销商实现销售情况的制度，包括（1）发行人经销商系统于 2017 年 12 月上线，经调试运行之后，自 2018 年 3 月起，公司要求经销商将每月末存货结存数据填报公司经销商系统进行备案，以便发行人能够实时掌握主要经销商的产品销售进度；（2）公司的各区域业务人员定期走访区域内主要终端销售渠道，将终端网点的产品陈列、市场活动、销售情况等信息上传至发行人经销商管理系统。

（2）电商模式

公司的电商模式主要有电商自营（B2C）和电商平台销售（B2B）两种业务模式。

在电商自营（B2C）模式下，电商平台为公司提供销售平台，由公司在电商平台上开设自营管理的网店销售公司产品，消费者在电商平台直接向公司下单，由公司组织发货，寄送消费者。目前，公司开展电商自营（B2C）的自营品牌旗舰店主要有天猫、京东等。

在电商平台销售（B2B）模式下，消费者直接对天猫超市、京东自营等第三方销售平台发出商品购买需求，销售平台通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发出货品，公司则不参与后续的物流配送及售后环节，公司在收到代销结算清单确认收入。目前，公司合作开展电商平台销售（B2B）模式的第三方销售平台主要有天猫超市、京东自营、唯品会等。

（3）其他模式

公司除了经销模式、电商模式外，还存在少量商超直营、受托加工等销售方式。

在商超直营模式下，公司将产品直接供给大型商超进行销售，公司与商超签订年度框架购销合同，公司根据对方的采购需求发货，由物流公司将货物送到指定地点，商超将产品销售给消费者。在受托加工模式下，公司接受部分休闲食品

企业委托，在接到委托方的代工订单后，按照委托方的生产标准组织生产。

（三）公司在行业中的竞争地位

1、行业竞争格局

总体来说，行业竞争程度和格局主要体现在以下两个方面：

（1）工业化水平和经营规模低，市场集中度较低

由于进入门槛较低，我国休闲食品行业经营主体数量众多，行业集中度较低。集中度低一方面导致我国休闲食品企业加工规模小、行业技术装备水平落后、整体技术水平不高，产品标准和质量控制体系不完善等不足，另一方面加剧了企业间的竞争，大量小微企业进行低水平生产，产品结构不合理，存在食品安全的隐患。我国休闲食品行业工业化水平和经营规模均处于较低程度，呈现“小个体、大市场”的特征，小微企业市场竞争激烈，规模化企业呈现有序竞争态势。

（2）差异化定位策略助推休闲食品品牌形成

面对激烈的市场竞争，部分企业采取差异化定位策略来争夺细分市场份额。差异化定位能加深品牌在消费者心智中的印象，更有益于企业形成品牌、构建壁垒，从而在市场竞争中脱颖而出，差异化竞争成为国内众多品牌的重要策略之一，并助推休闲食品品牌形成，促使休闲食品企业的竞争方式发生转变，由纯粹的价格竞争转变为企业综合实力的竞争。

未来，一些技术实力强、品牌知名度高的企业，将顺应消费品发展趋势，利用自身的研发优势，推出顺应市场需求的新产品，开拓新的增长点，并利用渠道、品牌、标准化生产等优势构筑行业壁垒，不断扩大自身优势，提升行业竞争力和市场地位。

2、公司在行业竞争中的地位

公司自成立以来，专注于休闲食品的研发、生产和销售。公司对休闲食品的工艺路线、生产设备、包装材料及口味风味等进行了全方位的革新，并建立了休闲食品自动生产线，实现了休闲产品标准化生产。

公司品牌在市场拥有较高的知名度和美誉度，先后获得了“省级农业产业化龙头企业”、“中国食品工业协会坚果炒货委员会副会长单位”、“江西省著名商标”、“江西省专精特新中小企业”、“江西省工信委示范企业”、“江西省电子商务示范企业”、“江西省食品协会副会长单位”等多项荣誉称号。

3、公司主要竞争对手、行业内主要企业及市场份额

公司的产品包括瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的多品类休闲食品组合，与公司构成竞争的企业包括休闲食品生产企业，也包括休闲食品连锁销售企业。公司的主要竞争对手如下所示：

(1) 洽洽食品股份有限公司

成立于 2001 年，总部位于安徽合肥，从事坚果炒货类产品的生产销售，2011 年 3 月上海证券交易所上市，股票代码 002557，2018 年营业收入 41.97 亿元，主要产品有葵花子类、西瓜子类、南瓜子类、豆类、花生类等传统炒货产品和以开心果、核桃、杏仁等为代表的坚果产品。

(2) 三只松鼠股份有限公司

成立于 2012 年 2 月，总部位于安徽芜湖，从事休闲食品的研发、检测、分装及销售，旗下拥有“三只松鼠”核心品牌及“松鼠小酷”、“松鼠小美”、“松鼠小贱”三个松鼠形象，2019 年 7 月深圳创业板上市，股票代码 300783，2018 年营业收入 70.02 亿元，产品包括坚果系列、干果系列、果干系列、花茶系列、零食系列。

(3) 盐津铺子食品股份有限公司

成立于 2005 年，总部位于湖南省浏阳市，从事中国传统特色小品类休闲食品的研发、生产与销售，2017 年 2 月深圳中小板上市，股票代码 002847，2018 年主营业务收入 11.08 亿元，其中蜜饯炒货类产品收入 1.41 亿元，主要产品包括休闲豆制品、凉果蜜饯、坚果炒货、休闲素食、休闲肉制品、糕点制品等，其中坚果炒货类产品和企业形成竞争关系。

五、发行人主要固定资产和无形资产

(一) 主要固定资产情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净额	成新率
房屋建筑物	18,008.70	1,725.85	16,282.85	90.42%
机器设备	13,077.98	3,578.02	9,499.96	72.64%
运输设备	610.52	324.31	286.22	46.88%
电子设备	717.90	491.46	226.44	31.54%
其他设备	2,040.59	517.02	1,523.58	74.66%
合计	34,455.70	6,636.65	27,819.04	80.74%

1、房屋所有权情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司拥有的自有房产的情况如下：

序号	房产名称	建筑面积 (m ²)	产权证号	坐落地址	使用期限
1	办公楼	2,970.72	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014706 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
2	1#生产车间	9,743.04	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014708 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
3	2#宿舍楼	4,058.95	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014710 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
4	1#宿舍	3,457.49	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014712 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
5	2#生产车间	12,200.29	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014715 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
6	纸箱仓库	1,823.60	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014713 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
7	包材仓库	980.10	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014716 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
8	4#生产车间	9,540.00	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014717 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
9	2#生产车间	7,867.26	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014719 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
10	危化品仓库	113.19	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014720 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
11	3#宿舍楼	4,058.23	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014722 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
12	原料仓库	1,928.58	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014726 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
13	辅料仓库	14,722.53	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014727 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
14	设备配件仓库	420.81	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014728 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
15	原料精选车间	3,943.44	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014731 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
16	蒸汽锅炉房	431.64	赣(2018)萍乡市不动产权第 0014724 号	萍乡市经济技术开发区上流源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
17	三期 3#生产车间	15,615.02	赣(2019)萍乡市不动产权第 0001821 号	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
18	三期 5#生产车间	15,486.62	赣(2018)萍乡市不动产权第 0001820 号	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14
19	水泵房	230.04	赣(2018)萍乡市不动产权第 0001822 号	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	2016-07-15 至 2066-07-14

2、房屋租赁情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司承租的房产情况如下：

序号	承租方	出租方	房产证字号	房屋位置	租赁面积 (m ²)	租赁用途
1	甘源食品	周媛、刘骐昊	长房权证雨花字第 716093108 号和长房权证雨花字第 716093109 号	长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 1、2 栋及地下室 20012 房	114.60	办公
2	甘源食品	周细云	湘 (2018) 长沙市不动产权第 0183768 号	长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 1、2 栋及地下室 20013 房	127.65	办公
3	甘源食品	湖南金昆仑资产管理有限公司	湘 (2017) 长沙市不动产权第 0231380 号、湘 (2017) 长沙市不动产权第 0231386 号、湘 (2017) 长沙市不动产权第 0231383 号	长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 1、2 栋及地下室 20009 房、20010 房、20011 房	470.10	办公

(二) 主要无形资产情况

1、土地使用权

截至 2019 年 12 月 31 日，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	土地证号	使用人	位置	面积 (m ²)	用途	使用权类型	终止日期	他项权利
1	赣 (2018) 萍乡市不动产权第 (0008453) 号	发行人	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	194,122.41	工业用地	出让	2066.7.14	无
2	豫 (2018) 汤阴县不动产权第 (0004452) 号	安阳甘源	安阳市汤阴县城关镇工兴大道与光明路交叉口西南方位	41,275.54	工业用地	出让	2068.5.21	无
3	豫 (2018) 汤阴县不动产权第 (0004447) 号	安阳甘源	安阳市汤阴县城关镇工兴大道与光明路交叉口西南方位	218,758.47	工业用地	出让	2068.3.15	无
4	赣 (2019) 萍乡市不动产权第 0020344 号	发行人	萍乡市经济技术开发区上柳源村甲公祠 69 号	5,327.30	工业用地	出让	2069.10.13	无

2、商标

截至 2019 年 12 月 31 日，公司持有国内商标 99 个，具体情况如下：

序号	商标	注册证号	商品类别	专用权期至	取得方式	是否使用过
1		4658057	29	2028-02-27	继受取得	否
2		5247595	30	2029-04-06	继受取得	是
3		6931741	29	2020-11-13	继受取得	否
4		7159423	29	2021-02-20	继受取得	否
5		7847094	29	2021-03-13	继受取得	否
6		7847077	30	2020-12-20	继受取得	否
7		10958993	30	2023-09-27	继受取得	否
8		10958995	29	2023-09-20	继受取得	是
9		10958994	35	2023-09-06	继受取得	否
10		11272531	35	2023-12-27	继受取得	否
11		11272533	29	2023-12-27	继受取得	是
12		11272532	30	2023-12-27	继受取得	是
13		11708158	30	2024-06-20	继受取得	是
14		11708159	29	2024-04-20	继受取得	是
15		11708157	35	2024-04-13	继受取得	否

16		11823123	29	2024-05-13	原始取得	是
17		11823122	30	2024-05-13	原始取得	否
18		11946876	30	2024-06-13	继受取得	否
19		11946877	29	2024-06-13	继受取得	否
20		11946875	35	2024-06-13	继受取得	否
21		12397511	29	2024-09-13	原始取得	是
22		12397312	30	2024-09-20	原始取得	否
23		12423768	30	2024-09-20	继受取得	否
24		12423769	29	2024-09-20	继受取得	是
25		13363773	29	2025-02-06	原始取得	是
26		13364122	29	2025-02-06	原始取得	是
27		14070673	29	2025-04-20	原始取得	是
28		14071394	29	2025-04-20	原始取得	否
29		14070725	30	2025-04-20	原始取得	是
30		14071516	30	2025-04-20	原始取得	否
31		14070773	35	2025-07-13	原始取得	否

32	每购	14070790	42	2025-04-20	原始取得	否
33	每购	14070744	32	2025-04-20	原始取得	否
34	伴随	14112777	32	2025-04-13	原始取得	否
35	伴随	14112628	30	2025-07-13	原始取得	否
36	HAPPY TO EAT OUT	14111880	30	2025-04-20	原始取得	否
37		14111851	29	2025-07-13	原始取得	否
38	HAPPY TO EAT OUT	14111813	29	2025-04-20	原始取得	否
39	get_{right}	17232833	29	2026-08-13	原始取得	否
40	get_{right}	17233189	30	2026-10-20	原始取得	否
41	甘源牌	17399226	29	2026-09-27	原始取得	否
42		19688831	29	2027-08-20	原始取得	否
43		20061138	29	2027-07-13	原始取得	否
44		20062227	30	2027-10-06	原始取得	否
45		21661047	29	2028-02-06	原始取得	否
46	咁原	22679653	29	2028-02-20	原始取得	否
47	甘原	22679481	29	2028-04-27	原始取得	否

48	甘愿	22679530	29	2028-04-27	原始取得	否
49	玕源	22680045	29	2028-02-20	原始取得	否
50	新甘原	22680057	29	2028-02-20	原始取得	否
51	甘之原	22680108	29	2028-02-20	原始取得	否
52	昔源	22679803	29	2028-04-27	原始取得	否
53	甜源	22679864	29	2028-04-27	原始取得	否
54	甘源	22678384	29	2028-04-27	原始取得	是
55	咁源	22679623	29	2028-04-13	原始取得	否
56	涓源	22679852	29	2028-04-13	原始取得	否
57	绀源	22679884	29	2028-04-13	原始取得	否
58	新甘源	22680172	29	2028-04-13	原始取得	否
59	昔原	22679666	29	2028-02-20	原始取得	否
60	坩源	22679823	29	2028-04-27	原始取得	否
61	侂源	22679894	29	2028-04-27	原始取得	否
62	甘之源	22679991	29	2028-04-27	原始取得	否
63	绀源	22680705	30	2028-04-13	原始取得	否

64	甘之源	22680766	30	2028-04-13	原始取得	否
65	咁原	22680622	30	2028-02-20	原始取得	否
66	新甘原	22680795	30	2028-02-20	原始取得	否
67	新甘源	22680769	30	2028-04-13	原始取得	否
68	泔源	22680792	30	2028-04-13	原始取得	否
69	甘愿	22680535	30	2028-02-20	原始取得	否
70	昔原	22680660	30	2028-02-20	原始取得	否
71	甜源	22680836	30	2028-04-27	原始取得	否
72	咁源	22680642	30	2028-04-13	原始取得	否
73	昔源	22680680	30	2028-04-13	原始取得	否
74	甘原	22680690	30	2028-04-13	原始取得	否
75	柑源	22680693	30	2028-04-13	原始取得	否
76	甘之原	22680809	30	2028-04-13	原始取得	否
77	柑源	22680831	30	2028-04-13	原始取得	否
78	甜源	22680873	30	2028-04-13	原始取得	否
79	甘源	22678789	30	2028-04-13	原始取得	是

80		22678946	31	2028-02-20	原始取得	否
81		22679021	33	2028-02-20	原始取得	否
82		22679363	40	2028-02-20	原始取得	否
83		22679267	35	2028-02-20	原始取得	否
84		22834421	35	2028-02-20	原始取得	否
85		22834392	30	2028-04-13	原始取得	否
86		22834209	29	2028-05-27	原始取得	否
87		28257457	33	2028-11-20	原始取得	否
88		32336956	30	2028-07-18	原始取得	否
89		32328228	29	2028-07-18	原始取得	否
90		32327942	32	2028-07-18	原始取得	否
91		32326360	30	2028-07-18	原始取得	否
92		32316884	29	2028-07-18	原始取得	否
93		28919962	30	2028-01-25	原始取得	否
94		28917382	29	2028-01-25	原始取得	否
95		28280168	28	2027-12-22	原始取得	否
96		28275960	5	2027-12-22	原始取得	否
97		28263747	30	2027-12-22	原始取得	否
98	甘源上上果	34079316	29	2029.07.20	原始取得	否
99	甘源每日三果	34089724	29	2029.07.20	原始取得	否

上述发行人通过继受方式取得的商标，均为发行人在报告期起始日前从第三方及发行人关联方处受让取得，并由转让双方在主管机关完成了将该等商标的权利人变更登记为发行人的手续。

3、专利权

截至 2019 年 12 月 31 日，公司持有专利 121 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 93 项，外观专利 27 项，具体情况如下：

序号	名称	申请日	专利号	取得方式	类别	目前是否使用
1	蟹黄味瓜子仁及其制备方法	2016-07-08	CN201610533348.6	原始取得	发明专利	是
2	一种连续式油炸机	2014-12-26	CN201420841186.9	原始取得	实用新型	是
3	一种用于油炸机上的油槽	2014-12-26	CN201420841187.3	原始取得	实用新型	是
4	一种油炸机	2014-12-26	CN201420845053.9	原始取得	实用新型	是
5	连续式油炸机	2014-12-26	CN201420845068.5	原始取得	实用新型	是
6	一种滚筒油炸机	2014-12-26	CN201420841188.8	原始取得	实用新型	是
7	一种二段式油炸机	2014-12-26	CN201420845120.7	原始取得	实用新型	是
8	一种节油滚筒油炸机	2014-12-26	CN201420841189.2	原始取得	实用新型	是
9	一种离心脱油机	2014-12-26	CN201420840952.X	原始取得	实用新型	是
10	用于油炸机上的油槽	2014-12-26	CN201420845169.2	原始取得	实用新型	是
11	离心脱油机	2014-12-26	CN201420840955.3	原始取得	实用新型	是
12	滚筒油炸机	2014-12-26	CN201420845185.1	原始取得	实用新型	是
13	物料称重机构	2014-12-25	CN201420841126.7	原始取得	实用新型	是
14	电磁振荡给料机构	2014-12-25	CN201420844550.7	原始取得	实用新型	是
15	浸泡罐	2014-12-25	CN201420844465.0	原始取得	实用新型	是
16	一种用于浸泡豆子的罐体	2014-12-25	CN201420840840.4	原始取得	实用新型	是
17	便于运输的浸泡罐	2014-12-25	CN201420841027.9	原始取得	实用新型	是
18	浸泡桶	2014-12-25	CN201420841001.4	原始取得	实用新型	是
19	用于输送系统的料槽	2014-12-25	CN201420840954.9	原始取得	实用新型	是

20	用于对食品裹粉机进料的自动进料设备	2014-12-25	CN201420841028.3	原始取得	实用新型	是
21	一种用于对食品裹粉机进料的自动进料设备	2014-12-25	CN201420841127.1	原始取得	实用新型	是
22	用于对食品裹粉机进料的进料设备	2014-12-25	CN201420840953.4	原始取得	实用新型	是
23	一种用于对食品裹粉机进料的进料设备	2014-12-25	CN201420844461.2	原始取得	实用新型	是
24	烘焙机的托盘	2015-12-20	CN201521071494.9	原始取得	实用新型	是
25	烘焙机使用托盘	2015-12-20	CN201521071520.8	原始取得	实用新型	是
26	烘焙机的输送带装置	2015-12-20	CN201521088673.3	原始取得	实用新型	是
27	食品裹粉摇床	2015-12-20	CN201521071530.1	原始取得	实用新型	否
28	下料裹粉一体机	2015-12-20	CN201521074949.2	原始取得	实用新型	否
29	粉料下料装置	2015-12-20	CN201521074950.5	原始取得	实用新型	否
30	花生生产线的自动平衡分料装置	2015-12-20	CN201521075011.2	原始取得	实用新型	是
31	花生生产线的自动分料输送带	2015-12-20	CN201521063887.5	原始取得	实用新型	是
32	油炸机	2015-12-20	CN201521075027.3	原始取得	实用新型	是
33	蜜滴花生生产线专用油炸机	2015-12-20	CN201521075066.3	原始取得	实用新型	否
34	食品裹粉装置	2015-12-20	CN201521088689.4	原始取得	实用新型	否
35	裹粉装置	2015-12-20	CN201521088711.5	原始取得	实用新型	否
36	用于均分物料的装置	2015-12-20	CN201521088715.3	原始取得	实用新型	是
37	物料均分装置	2015-12-20	CN201521071544.3	原始取得	实用新型	是
38	用于均分物料的设备	2015-12-20	CN201521071578.2	原始取得	实用新型	是
39	物料均分设备	2015-12-20	CN201521071611.1	原始取得	实用新型	是
40	用于均分物料的结构	2015-12-20	CN201521075081.8	原始取得	实用新型	是
41	物料均分机构	2015-12-20	CN201521088731.2	原始取得	实用新型	是
42	用于自动均分物料的装置	2015-12-20	CN201521071638.0	原始取得	实用新型	是
43	用于连续均分物料的装置	2015-12-20	CN201521075106.4	原始取得	实用新型	是
44	物料溶解装置	2015-12-16	CN201521053686.7	原始取得	实用新型	否
45	一种物料溶解装置	2015-12-16	CN201521053650.9	原始取得	实用新型	否

				取得		
46	带有加液功能的溶糖桶	2016-08-27	CN201620970825.0	原始取得	实用新型	是
47	用于溶糖桶上的搅拌棍	2016-08-27	CN201620970883.3	原始取得	实用新型	是
48	泡油槽	2016-08-27	CN201620970923.4	原始取得	实用新型	是
49	食品油炸槽	2016-08-27	CN201620971023.1	原始取得	实用新型	否
50	溶糖桶	2016-08-27	CN201620970839.2	原始取得	实用新型	是
51	食品用的自动油炸槽	2016-08-27	CN201620970908.X	原始取得	实用新型	否
52	带有保温功能的溶糖桶	2016-08-27	CN201620970951.6	原始取得	实用新型	是
53	一种豆壳的回收线	2016-08-27	CN201620970989.3	原始取得	实用新型	是
54	豆类生产线用的豆壳回收系统	2016-08-27	CN201620972575.4	原始取得	实用新型	是
55	蚕豆干法脱壳生产线	2016-08-27	CN201620972861.0	原始取得	实用新型	是
56	一种溶糖用的搅拌桶	2016-08-27	CN201620973131.2	原始取得	实用新型	是
57	用于溶糖的搅拌桶	2016-08-27	CN201620972685.0	原始取得	实用新型	是
58	豆壳回收线	2016-08-27	CN201620973177.4	原始取得	实用新型	是
59	豆壳的回收线	2016-08-27	CN201620973222.6	原始取得	实用新型	是
60	豆制品输送管的震动机构	2016-08-27	CN201620973273.9	原始取得	实用新型	是
61	一种蒸汽加热的油炸槽	2016-08-27	CN201620973508.4	原始取得	实用新型	否
62	一种溶糖桶	2016-08-27	CN201620973592.X	原始取得	实用新型	是
63	油炸槽	2016-08-27	CN201620973674.4	原始取得	实用新型	否
64	食品输送管的震动机构	2016-08-27	CN201620972946.9	原始取得	实用新型	是
65	一种带有保温功能的溶糖桶	2016-08-27	CN201620973733.8	原始取得	实用新型	是
66	豆壳回收线上用的输送管	2016-08-27	CN201620973761.X	原始取得	实用新型	是
67	搅拌棍搁置架	2016-08-27	CN201620973066.3	原始取得	实用新型	否
68	一种自动油炸槽	2016-08-27	CN201620973568.6	原始取得	实用新型	否
69	豆壳回收用的生产线	2016-08-27	CN201620973624.6	原始取得	实用新型	是
70	一种豆壳回收线	2016-08-27	CN201620973698.X	原始取得	实用新型	是
71	一种多段式螺旋输送	2016-08-16	CN201620882309.2	原始	实用新型	是

	机			取得		
72	一种热风循环烘箱	2016-08-16	CN201620882367.5	原始取得	实用新型	是
73	一种花生浸泡及运输装置	2016-08-16	CN201620882402.3	原始取得	实用新型	是
74	一种应用于油炸机中的翻转装置	2016-08-16	CN201620882306.9	原始取得	实用新型	是
75	一种油炸锅	2016-08-16	CN201620882307.3	原始取得	实用新型	是
76	一种应用于食品加工流水线上的冷却装置	2016-08-16	CN201620883068.3	原始取得	实用新型	是
77	一种应用于多层筛选机中的底层震板机构	2016-08-16	CN201620883087.6	原始取得	实用新型	是
78	一种螺旋输送装置	2016-08-16	CN201620882308.8	原始取得	实用新型	是
79	一种搅拌锅	2016-08-16	CN201620882446.6	原始取得	实用新型	是
80	一种物料冷却设备	2016-08-16	CN201620882454.0	原始取得	实用新型	是
81	一种具有除水功能的螺旋式输送机	2016-08-16	CN201620882374.5	原始取得	实用新型	否
82	一种炒米提升机构	2016-08-16	CN201620882415.0	原始取得	实用新型	否
83	一种炒米油炸机	2016-08-16	CN201620882434.3	原始取得	实用新型	是
84	一种物料提升机构	2016-08-16	CN201620882440.9	原始取得	实用新型	是
85	一种应用于搅拌锅中的起锅翻转机构	2016-08-16	CN201620882409.5	原始取得	实用新型	是
86	一种自动化物料运输小车	2016-08-16	CN201620882470.X	原始取得	实用新型	是
87	一种震动筛选机	2016-08-16	CN201620882447.0	原始取得	实用新型	是
88	一种物料脱水烘干及冷却设备	2016-08-16	CN201620882448.5	原始取得	实用新型	是
89	一种应用于搅拌锅中的搅拌铲组件	2016-08-16	CN201620882449.X	原始取得	实用新型	是
90	一种应用于物料浸泡流水线上的运输小车	2016-08-16	CN201620882636.8	原始取得	实用新型	是
91	一种防粘料的螺旋输送机	2016-08-16	CN201620882637.2	原始取得	实用新型	否
92	一种物料自动化浸泡流水线	2016-08-16	CN201620882638.7	原始取得	实用新型	是
93	一种炒米自动化浸泡流水线	2016-08-16	CN201620882450.2	原始取得	实用新型	否
94	一种应用于搅拌锅中的行星搅拌机构	2016-08-16	CN201620883271.0	原始取得	实用新型	是
95	蟹黄蚕豆包装袋（甘源）	2010-11-24	CN201030630176.8	继受取得	外观专利	否
96	包装袋（甘源美国青豆）	2010-11-24	CN201030630180.4	继受取得	外观专利	否
97	包装袋（甘源蟹黄瓜子）	2010-11-24	CN201030630198.4	继受	外观专利	否

	仁)			取得		
98	包装袋(炒米系列)	2016-04-15	CN201630125912.1	原始取得	外观专利	否
99	包装袋(花生系列-1)	2016-12-15	CN201630619388.3	原始取得	外观专利	否
100	包装袋(2017瓜子仁系列)	2017-02-05	CN201730032271.X	原始取得	外观专利	否
101	包装袋(2017青豌豆系列)	2017-02-05	CN201730032260.1	原始取得	外观专利	否
102	包装袋(2017新品白色系列)	2017-02-05	CN201730032272.4	原始取得	外观专利	否
103	包装袋(2017新品黑色系列)	2017-02-05	CN201730032267.3	原始取得	外观专利	否
104	包装袋(2017新品银色系列)	2017-02-05	CN201730032259.9	原始取得	外观专利	否
105	食品包装袋	2018-04-04	CN201830134253.7	原始取得	外观专利	否
106	包装袋(2017蚕豆系列)	2017-02-05	CN201730032265.4	原始取得	外观专利	否
107	包装袋(2017新品花生系列)	2017-02-05	CN201730032266.9	原始取得	外观专利	否
108	包装袋(花心子系列2)	2019-01-08	CN201930008955.5	原始取得	外观专利	是
109	包装袋(花心子系列3)	2019-01-08	CN201930009274.0	原始取得	外观专利	是
110	包装袋(花心子系列1)	2019-01-08	CN201930009292.9	原始取得	外观专利	是
111	包装袋(蚕豆系列)	2019-01-22	CN201930033534.8	原始取得	外观专利	是
112	包装袋(青豌豆系列)	2019-01-22	CN201930033928.3	原始取得	外观专利	是
113	包装袋(豆果系列)	2018-12-28	CN201830765750.7	原始取得	外观专利	是
114	包装袋(炒米系列)	2018-12-28	CN201830765752.6	原始取得	外观专利	是
115	包装袋(水果干系列)	2018-12-28	CN201830765779.5	原始取得	外观专利	是
116	包装袋(花生系列1)	2018-12-28	CN201830766404.0	原始取得	外观专利	是
117	包装袋(兰花豆系列)	2018-12-28	CN201830766432.2	原始取得	外观专利	是
118	包装袋(综合豆果系列)	2018-12-28	CN201830766481.6	原始取得	外观专利	是
119	包装袋(综合果仁系列)	2018-12-28	CN201830766497.7	原始取得	外观专利	是
120	包装袋(花生系列2)	2018-12-28	CN201830765780.8	原始取得	外观专利	是
121	包装袋(瓜子仁系列)	2019-01-22	CN201930033926.4	原始取得	外观专利	是

上述发行人通过继受方式取得的专利,均为发行人在报告期起始日前从发行

人关联自然人严剑处受让取得，并在主管机关完成了将该等专利的权利人变更登记为发行人的手续。

4、域名

截至 2019 年 12 月 31 日，公司持有以下域名：

序号	域名	注册所有人	到期时间	证书类型	备案号
1	ganyuanfood.com	发行人	2022.11.20	《顶级国际域名证书》	赣 ICP 备 15009905 号-1
2	ganyuanfoods.com	发行人	2022.10.16	《顶级国际域名证书》	尚未备案（未实际使用）

5、美术作品著作权

截至 2019 年 12 月 31 日，公司持有以下美术作品著作权：

序号	著作权名称	证书号	著作权人	首次发表日期	取得方式
1	甘源 GANYUAN	国作登字-2017-F-00346955	发行人	2013.12.21	原始取得
2	甘源 KAMYUE	国作登字-2017-F-00346956	发行人	2006.03.29	原始取得

（三）取得的业务许可资格或资质情况

根据《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国食品安全法实施条例》等相关法律法规，公司已经依法取得了其生产经营必要的行政许可，办理了《食品生产许可证》、《食品流通许可证》等，具体情况如下：

1、食品生产许可证

序号	名称	证书编号	颁发单位	有效期	许可范围
1	全国工业产品生产许可证	QS360012010046	江西省食品药品监督管理局	2015-5-26 至 2018-5-25	膨化食品
2	全国工业产品生产许可证	QS360018010005	江西省食品药品监督管理局	2015-5-26 至 2018-5-25	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）
3	食品生产许可证	SC11836030310026	江西省食品药品监督管理局	2017-4-18 至 2022-1-16	薯类和膨化食品，炒货食品及坚果制品，食品添加剂
4	食品生产许可证	SC11836030310026	江西省食品药品监督管理局	2018-4-13 至 2022-1-16	方便食品、薯类和膨化食品、水果制品、炒货食品及坚果制品、食品添加剂、糕点

报告期内，发行人取得了《全国工业产品生产许可证》和《食品生产许可证》两个生产许可证，原因系监管法规和政策的变更所致，详情如下：

2015年10月1日之前，根据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（国务院令第四百四十号，2005年发布并生效）的规定，生产食品需取得《全国工业产品生产许可证》。因此公司于2015年5月26日取得编号为QS360012010046和QS360018010005的《全国工业产品生产许可证》，公司取得两份《全国工业产品生产许可证》主要由于许可生产产品的范围不同。

2015年10月1日，新修订的《中华人民共和国食品安全法》（全国人民代表大会2015年4月发布，下称“《食品安全法》”）和《食品生产许可管理办法》（国家食品药品监督管理总局2015年8月发布）生效后，生产食品应依据《食品安全法》和《食品生产许可管理办法》的规定，取得《食品生产许可证》。公司于2017年4月18日取得了编号为SC11836030310026的《食品生产许可证》，后由于新增产品品类“方便食品”、“水果食品”及“糕点”，公司于2018年4月13日取得了新换发的《食品生产许可证》。

根据国家食品药品监督管理总局（现已撤销）2015年9月30日，发布的《国家食品药品监督管理总局关于贯彻实施<食品生产许可管理办法>的通知》（食药监食监一〔2015〕225号）规定“持有旧版食品生产许可证的生产者申请变更或者延续许可，应当向原有关许可机关提出申请，经审查符合要求的，一律换发新版食品生产许可证”。

报告期内，发行人取得了两个《食品生产许可证》，原因系发行人报告期内因增加新产品品类“方便食品”、“水果食品”及“糕点”，故向主管行政部门申请换发了新《食品生产许可证》。发行人报告期内不存在无证经营的情形，现有证件符合公司经营需要，均在有效期内。

2、食品流通许可证

序号	名称	证书编号	颁发单位	有效期截止日	许可范围
1	食品流通许可证	SP3603011510015745	萍乡市经济开发区市场监督管理局	2018-09-23	经营方式：批发兼零售项目：预包装食品兼散装食品
2	食品经营许可证	JY33603010008023	萍乡市市场和质量监督管理局	2022-06-28	热食类食品制售

注：根据《中华人民共和国食品安全法》（2015年10月1日施行），已取得《食品生产许可证》的经营者在其生产场所销售自产食品，不需要取得食品流通许可证。

根据《食品经营许可管理办法》（2015年10月1日施行），食品流通许可证和餐饮服务许可证合并为食品经营许可证。

3、自理报检企业备案登记证明书

公司持有宜春出入境检验检疫局颁发的《自理报检企业备案登记证明书》，证书编号 3605601328，颁发日期为 2013 年 9 月 12 日，长期有效。

4、对外贸易经营者备案登记表

公司持有编号为 02393994 的《对外贸易经营者备案登记表》，颁发日期为 2016 年 11 月 8 日，长期有效。

5、中华人民共和国海关报关单位注册登记证

发行人持有新余海关颁发的海关注册编码为 360396060L 的《中华人民共和国海关报关单位注册登记证》，企业经营类别为进出口货物收发货人，发证日期为 2015 年 6 月 26 日，长期有效。

6、出口食品生产企业备案证明

公司持有中华人民共和国南昌海关核发的备案编号为 3600/13001 的《出口食品生产企业备案证明》，备案品种为蚕豆系列、瓜子仁系列、青豌豆系列、花生、花生酥系列，有效期为 2019 年 7 月 12 日至 2024 年 7 月 11 日。

7、出入境检验检疫报检企业备案表

公司持有江西出入境检验检疫局颁发的《出入境检验检疫报检企业备案表》，证书编号 3600605104，颁发日期为 2015 年 12 月 31 日，长期有效。

8、食品安全管理体系认证情况

截至招股说明书签署之日，发行人持有的主要产品质量认证证书如下：

证书名称	持证单位	证书编号	认证范围	发证时间	有效期	认证机构
HACCP 体系认证	发行人	001HACCP1300268	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）、膨化类食品（油炸型）的生产	2019 年 4 月 23 日	2022 年 5 月 1 日	中国质量认证中心
食品安全管理体系认证	发行人	001FSMS1300457	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）、膨化类食品（油炸型）的生产	2019 年 4 月 23 日	2022 年 5 月 1 日	中国质量认证中心
环境管理体系认证	发行人	00119E31612ROM/3600	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）、膨化类食品（油炸型）的生产及相关管理活	2019 年 06 月 14 日	2022 年 6 月 13 日	中国质量认证中心

			动			
职业健康安全管理体系认证证书	发行人	00119S21193ROM/3600	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）、膨化类食品（油炸型）的生产及相关管理活动	2019年6月14日	2022年6月13日	中国质量认证中心
质量管理体系认证证书	发行人	00118Q312339ROM/3600	炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）、膨化类食品（油炸型）的生产和研发	2018年12月8日	2021年12月7日	中国质量认证中心

六、同业竞争与关联交易

（一）同业竞争

1、截至招股说明书签署日的同业竞争情况

本公司的控股股东及实际控制人为严斌生先生，截至本招股说明书签署日，严斌生先生除实际控制本公司外，没有实际控制其他企业，公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争。

2、控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

为了保护公司及公司其他股东、债权人的合法权益，发行人控股股东和实际控制人严斌生出具了《不存在同业竞争的说明及避免同业竞争的承诺函》，承诺：

- 1、本人目前未直接或间接从事与发行人主营业务相同或构成竞争的业务；
- 2、本人为发行人的实际控制人或控股股东期间，本人现有的正常经营的或将来成立的全资附属公司、持有 51% 股权以上的控股公司和其它实质上受本人控制的企业，不直接或间接从事与发行人有实质性竞争的或可能有实质性竞争的业务；
- 3、在本人为发行人实际控制人或控股股东期间，本人及本人实际控制的其它企业从任何第三方获得的任何商业机会可能导致本人违反前款承诺的，则本人将立即通知发行人，并尽力将该商业机会让予发行人；
- 4、本人保证，本人作为发行人的实际控制人或控股股东期间，所作出的上述声明和承诺不可撤销。如因本人未履行在本承诺函中所作的承诺给发行人造成损失的，本人将依法赔偿发行人的实际损失。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）关联销售

报告期内，不存在出售商品和提供劳务的关联交易。

（2）关联方资金拆借

① 单位：万元

关联方	拆借金额	起始日	到期日
拆出			
严海雁	24.87	2016年	2017年
拆入			
严斌生	231.25	2016年	2017年
	68.75	2017年	2017年
小计	300.00		

② 报告期公司向关联方拆出资金的原因及收回情况

报告期内，公司向关联方拆出资金情况为：2016年1月14日、2016年1月15日及2016年3月14日向严海雁合计拆出资金24.87万元，拆出资金原因为个人周转，其于2017年12月29日归还。

③ 模拟测算关联资金拆出未收取资金占用费对公司当期利润的影响

报告期内，公司与关联方之间的资金拆出行为均未收取资金占用费，对于公司与关联之间未收取利息的资金拆借，按照实际占款天数和同期中国人民银行贷款基准利率模拟测算对利润影响情况如下：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
模拟拆出资金应收取的利息	-	-	1.08
模拟对税后净利润的影响	-	-	0.81
当期经审计的净利润	16,799.60	11,987.94	6,212.77
占比	-	-	0.01%

根据以上模拟测算的结果，公司报告期内未收取资金占用费对公司财务状况影响极小。

④ 发行人已制定防范资金被关联方占用的制度且有效执行

1.公司关于规范关联交易的制度安排情况

2017年8月，为完善公司治理，甘源食品制定或完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》，其中对关联交易决策权力和程序作出了严格的规定，以保证公司关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

2019年8月，公司制定了《甘源食品股份有限公司关于防止大股东及其关联方占用公司资金的管理制度》，从制度上进一步保障公司全体股东及公司债权人的合法利益，杜绝大股东及关联方占用公司资金行为的发生。

A 《公司章程》相关规定情况

《公司章程》第三十七条规定：“第三十七条 公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反前述规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。”

《公司章程》第三十九条规定：“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（六）对股东、实际控制人及其他关联方提供的担保。”

《公司章程》第七十七条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

会议主持人应当在股东大会审议有关关联交易的提案前提示关联股东对该项提案不享有表决权，并宣布现场出席会议除关联股东之外的股东和代理人人数及所持有表决权的股份总数。

关联股东违反本条规定参与投票表决的，其表决票中对于有关关联交易事项的表决归于无效。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及本章程第七十五条

规定的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的2/3以上通过方为有效。”

《公司章程》第一百一十三条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。”

《公司章程》第一百三十五条规定：“监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

B 《股东大会议事规则》关于关联交易的规定

《股东大会议事规则》第十九条规定：“股东大会采取记名方式投票表决。股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。”

C 《董事会议事规则》关于关联交易的规定

《董事会议事规则》第十三条规定：“委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（一）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。……”

《董事会议事规则》第二十条规定：“董事与会议提案所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。出现下述情形时，董事应当对有关提案回避表决：

- （一）有关法律、法规、规范性文件规定董事应当回避的情形；
- （二）董事本人认为应当回避的情形；
- （三）公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业或个人有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席

即可举行。形成决议须无关联关系董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，应将该事项提交股东大会审议。”

D 《独立董事工作制度》关于关联交易的规定

《独立董事工作细则》第十六条规定：“独立董事除具有《中华人民共和国公司法》、公司章程和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司独立董事还享有以下特别职权：

1、公司涉及的重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

- 2、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- 3、向董事会提请召开临时股东大会；
- 4、提议召开董事会；
- 5、独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- 6、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。”

《独立董事工作细则》第十八条规定：“独立董事除履行本制度第十六条之职权外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- 1、提名、任免董事；
- 2、聘任或解聘高级管理人员；
- 3、公司董事、高级管理人员的薪酬；
- 4、公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施收回欠款；
- 5、重大关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资质、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等事项；
- 6、重大资产重组方案、股权激励计划；

7、独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

8、有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及公司章程规定的其他事项。

独立董事发表的独立意见类型包括同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其障碍，所发表的意见应当明确、清楚。”

E 《关联交易管理制度》关于关联交易的规定

公司制定了《关联交易管理制度》，对关联方及关联交易的认定、关联交易的定价原则、关联交易的提出和初步审查、关联交易的决策权限以及关联交易信息披露等内容进行具体规定，保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

F 《甘源食品股份有限公司关于防止大股东及其关联方占用公司资金的管理制度》关于防止大股东及关联方的资金占用的规定

《甘源食品股份有限公司关于防止大股东及其关联方占用公司资金的管理制度》关于防止大股东及关联方的资金占用做出了如下规定：

“第五条 公司与大股东及其关联方发生的关联交易必须严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等进行决策和实施。发生关联交易行为后，公司应及时结算，不得形成非正常的经营性资金占用。

第六条 公司与大股东及其关联方发生的经营性资金往来中，应当严格限制占用公司资金。公司不得以垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，预付投资款等方式将资金、资产和资源直接或间接地提供给大股东及其关联方使用，也不得互相代为承担成本和其他支出。

第七条 公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给大股东及其关联方使用：

- （一）有偿或无偿地拆借公司的资金给大股东及其关联方使用；
- （二）通过银行或非银行金融机构向大股东及其关联方提供委托贷款；
- （三）委托大股东及其关联方进行投资活动；

(四) 为大股东及其关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票;

(五) 代大股东及其关联方偿还债务;

(六) 监管机关及公司董事会认定的其他资金占用方式。”

2.报告期内关联交易的审议情况

自 2017 年 8 月公司制定和完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》以来,公司未新增关联交易,对于 2017 年 8 月前已发生的关联交易,公司于 2019 年 2 月 28 日召开了第三届董事会第四次会议和第三届监事会第三次会议,于 2019 年 3 月 15 日召开了 2019 年第三次临时股东大会,审议通过了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内(2016 年、2017 年和 2018 年度)关联交易的议案》,对报告期的内关联交易情况进行了确认。

独立董事出具了《关于确认甘源食品股份有限公司报告期内(2016 年、2017 年和 2018 年度)关联交易的议案》的专项意见,认为:

“公司报告期内关联交易均为公司生产经营所需,交易价格公允,不存在损害公司和其他股东利益的情况。”

综上所述,公司报告期内与关联方之间的资金拆借行为已经审批确认,公司自 2017 年 8 月建立严格的关联交易决策权力和程序以来,未新增关联交易,相关制度取得了有效的执行。

(3) 关键管理人员报酬

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员报酬	398.37	406.44	353.52

2、偶发性关联交易

报告期内未发生偶发性关联交易。

3、关联方往来款余额

1、应收款项

报告期内,公司不存在应收关联方款项。

2、应付款项

单位：万元

项目名称	关联方	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他应付款	铭益投资	2.15	2.15	-
其他应付款	铭智投资	3.14	3.14	-
其他应付款	铭望投资	2.15	2.15	-
合计	-	7.43	7.43	-

公司制定了《关联交易管理制度》，对关联方及关联交易的认定、关联交易的定价原则、关联交易的提出和初步审查、关联交易的决策权限以及关联交易信息披露等内容进行具体规定，保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

七、董事、监事、高级管理人员

姓名	职务	性别	年龄	任期起止日期	简要经历	兼职情况	薪酬情况(万元)	持有公司股份比例
严斌生	董事长、总经理	男	44	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于广东七宝一丁食品有限公司、佛山市高明森和园食品有限公司、广州市番禺区石基甘源食品厂、顺德市花之心食品有限公司、佛山市南海新甘源食品有限公司。2006年2月至2011年11月，任甘源有限营销总监；2011年11月至2012年8月，任甘源有限执行董事；2012年8月至2015年10月，任甘源食品董事长；2015年10月至今，任甘源食品董事长、总经理及法定代表人；2017年10月至今，任安阳甘源执行董事、总经理及法定代表人。	无对外兼职	76.71	74.99
严海雁	董事、副总经理、董事会秘书	男	47	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于江西省萍乡市质量技术监督局，2011年12月至2012年8月，任甘源有限监事；2012年8月至2017年8月，任甘源食品副董事长；2017年8月至今，任甘源食品副董事长兼副总经理；2018年10月至今，任甘源食品董事会秘书。	无对外兼职	64.57	8.33
严剑	副总经理	男	41	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于东莞市润达食品责任有限公司、江西正源食品工业有限公司。2006年2月至2011年11月，任甘源有限执行董事兼总经理；2011年11月至2012年8月，任甘源有限执行董事；2012年8月至2015年10月，任甘源食品董事兼总经理；2015年10月至2017年8月，任甘源食品董事；2017年8月至今，任甘源食品董事兼副总经理。	无对外兼职	64.20	0.94
梁祥林	董事	男	54	2018年11月25日至	曾任职于萍乡市轴承厂、惠州唐德电子(中国)有限公司，曾先后担任深圳市高时石材有限公司、浙江苏强格	无对外兼职	42.06	0.07

				2021年11月24日	液压股份有限公司、江西福斯特新能源股份有限公司、江西特种电机股份有限公司、江西正拓新能源科技股份有限公司财务总监。2017年7月至今，任甘源食品审计总监；2018年10月至今，任甘源食品董事。			
CEN WANG	董事	男	46	2018年11月25日至2021年11月24日	2005年至2009年5月，任华鸿创投集团执行董事；2009年5月至2014年3月，任深圳天图资本管理中心（有限合伙）高级合伙人兼投委会成员；2014年3月至今，任红杉资本顾问咨询（北京）有限公司合伙人；2017年12月至2019年5月，任宁波梅山保税港区红杉恒畅投资管理有限公司合伙人；现兼任美尚（广州）化妆品股份有限公司副董事长，现兼任韩后化妆品股份有限公司、四川好彩头实业股份有限公司、溜溜果园集团股份有限公司、骏捷（北京）网络技术有限公司、上海艾德韦宣股份有限公司、泰笛（上海）网络科技有限公司、上海猎享信息技术有限公司、中青旅红奇（横琴）基金管理有限公司、北京窝客信息技术有限公司、杭州蓝兔子网络技术有限公司董事；2015年10月至今，任甘源食品股份有限公司董事。	红杉资本顾问咨询（北京）有限公司合伙人、韩后化妆品股份有限公司董事、四川好彩头实业股份有限公司董事、溜溜果园集团股份有限公司董事、骏捷（北京）网络技术有限公司董事、上海艾德韦宣股份有限公司董事、泰笛（上海）网络科技有限公司董事、中青旅红奇（横琴）基金管理有限公司董事、上海猎享信息技术有限公司董事、杭州蓝兔子网络技术有限公司董事、北京窝客信息技术有限公司董事	0.00	-
朱子玉	董事	女	37	2018年11月25日至2021年11月24日	2011年3月至今任职于江西省萍乡市燃气有限公司，2017年8月至今兼任甘源食品董事。	江西省萍乡市燃气有限公司湘东分公司客服中心主任	2.00	-
钱力	独立董事	女	37	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于广东志高空调有限公司，2006年7月至今任职于萍乡学院政法学院，2015年11月至今兼任江西鸿天律师事务所律师，2017年8月至今兼任甘源食	江西信达法律服务有限责任公司执行董事、江西鸿天律师事务所律师	5.00	-

					品独立董事。			
吴鑫	独立董事	男	54	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任江西工业工程职业技术学院经济管理系系主任；2016年3月至今，任萍乡学院商学院教授；2017年8月至今，任甘源食品独立董事。	萍乡学院商学院教授	5.00	-
邓丹雯	独立董事	女	62	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于江西省轻工业学校、中德食品工程中心；2001年8月至今，任南昌大学中德食品工程中心研究员；2014年7月至今，任江西鑫达装饰工程有限公司监事；2017年8月至今，兼任甘源食品独立董事。	江西鑫达装饰工程有限公司监事	5.00	-
彭红	监事会主席	女	33	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于上元电子有限公司、南昌琳娜贸易有限公司；2009年4月至今，历任甘源食品物控部主任、采购账务主任、物流部经理；2017年8月至今，任甘源食品监事。	无对外兼职	13.73	0.01

周国新	监事	男	48	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于南昌天然饮料食品厂、南昌中宝饮料食品厂、东莞市健泉饮料实业有限公司、东莞市仙津保健饮料食品有限公司、东莞迈仕通咨询服务公司、开封市开德利果酒有限公司；2012年10月至今，历任甘源食品品管部经理、总经办督查经理、技术中心经理；2017年8月至今，任甘源食品监事。	无对外兼职	15.14	0.01
谢义先	职工监事	男	47	2018年11月25日至2021年11月24日	曾任职于东莞桥头帝宝塑胶电子制品厂、东莞华汉塑胶制品有限公司；2010年7月至2012年8月，任甘源有限经理；2012年8月至2015年10月，任甘源食品董事；2012年8月至今，任甘源食品技术中心副总监；2015年10月至今，任甘源食品监事。	无对外兼职	17.74	0.07
涂文莉	财务总监	女	38	2018年10月13日至今	曾任职于岳阳岳泰集团科技饲料贸易有限公司、青岛海信电器股份有限公司、湖南金旺实业有限公司金旺大酒店、东莞市时艺时装制衣有限公司、广东小猪班纳服饰股份有限公司、广州心赢销服装有限公司，2017年7月至2018年9月任甘源食品财务副总监。2018年10月至今，任甘源食品财务总监。	无对外兼职	39.58	0.02

八、控股股东及其实际控制人简要情况

严斌生直接持有公司本次发行前 52,426,980.00 股股份,持股比例为 74.99%,为公司控股股东及实际控制人。

九、财务会计信息和管理层讨论与分析

(一) 发行人报告期内财务报表

合并资产负债表

单位:万元

项目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
资产			
货币资金	7,122.26	12,093.08	422.43
交易性金融资产	23,840.15	-	-
应收票据及应收账款	1,112.03	793.26	681.26
预付款项	666.74	917.92	1,468.67
其他应收款	440.19	439.88	491.88
存货	9,863.77	7,211.15	7,298.12
其他流动资产	39.90	9,090.37	17,515.77
流动资产合计	43,085.03	30,545.66	27,878.14
固定资产	27,819.04	21,855.43	14,307.43
在建工程	1,443.47	2,172.70	1,618.14
无形资产	10,051.41	10,103.33	4,198.46
长期待摊费用	1,084.97	969.03	1,469.13
递延所得税资产	2,721.51	2,634.84	613.60
其他非流动资产	-	47.40	-
非流动资产合计	43,120.40	37,782.73	22,206.76
资产总计	86,205.43	68,328.40	50,084.90

负债与股东权益项目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
负债			
应付票据及应付账款	8,410.24	5,334.75	5,391.56
预收款项	7,879.35	3,535.80	3,418.37
应付职工薪酬	1,957.39	1,486.10	1,356.96
应交税费	3,593.80	4,715.00	1,908.98
其他应付款	3,115.02	2,436.35	2,147.10
流动负债合计	24,955.80	17,508.00	14,222.99
长期借款	-	-	-
递延收益	9,422.17	9,251.40	1,213.55
递延所得税负债	1,391.54	932.69	-
非流动负债合计	10,813.72	10,184.09	1,213.55
负债合计	35,769.52	27,692.09	15,436.54
所有者权益			
股本	6,991.18	6,991.18	6,991.18
资本公积	14,453.53	14,453.53	14,453.53
盈余公积	4,222.31	2,531.02	1,321.87
未分配利润	24,768.89	16,660.57	11,881.79
归属于母公司股东权益合计	50,435.91	40,636.31	34,648.37
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	50,435.91	40,636.31	34,648.37
负债和所有者权益总计	86,205.43	68,328.40	50,084.90

合并利润表

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	110,913.47	91,141.00	78,758.13
减：营业成本	64,773.11	54,164.72	48,941.72
税金及附加	1,398.15	990.02	790.25
销售费用	19,220.88	17,262.08	16,726.66
管理费用	3,753.19	3,589.94	3,969.60
研发费用	430.22	604.30	305.69
财务费用	-17.53	-32.19	-12.81
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	-8.72	-2.65	-2.08
加：其他收益	781.10	806.25	196.61
投资收益（损失以“-”号填列）	592.74	635.44	509.80
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	100.06	-	-
信用减值损失	-77.49	-	-
资产减值损失	-153.11	-342.01	-47.32
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	22,598.76	15,661.81	8,696.11
加：营业外收入	21.05	466.45	24.90
减：营业外支出	78.28	36.83	58.57
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	22,541.52	16,091.43	8,662.43
减：所得税费用	5,741.92	4,103.49	2,449.66
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	16,799.60	11,987.94	6,212.77
归属于母公司股东的净利润	16,799.60	11,987.94	6,212.77
少数股东损益	-	-	-
五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	-	-	-
归属于母公司所有者的综合收益总额	16,799.60	11,987.94	6,212.77
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	2.40	1.71	0.91
（二）稀释每股收益	2.40	1.71	0.91

合并现金流量表

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	130,077.31	105,832.54	91,457.24
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,464.72	10,558.53	1,763.55
经营活动现金流入小计	131,542.02	116,391.06	93,220.79
购买商品、接受劳务支付的现金	65,702.48	57,087.13	51,381.73
支付给职工以及为职工支付的现金	15,400.88	13,776.92	11,980.69
支付的各项税费	14,705.27	9,410.67	11,570.54
支付其他与经营活动有关的现金	12,069.11	11,185.21	11,559.76
经营活动现金流出小计	107,877.74	91,459.93	86,492.73
经营活动产生的现金流量净额	23,664.28	24,931.14	6,728.06
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	208,727.88	174,588.26	218,630.07
取得投资收益收到的现金	592.74	635.44	480.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5.53	5.00	1.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	24.87
投资活动现金流入小计	209,326.15	175,228.70	219,136.38
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,583.08	16,356.87	7,008.66
投资支付的现金	223,377.60	166,162.86	220,275.42
支付其他与投资活动有关的现金	-	0.00	0.00
投资活动现金流出小计	230,960.67	182,519.73	227,284.08
投资活动产生的现金流量净额	-21,634.53	-7,291.03	-8,147.71
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	2,595.05
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	68.75
筹资活动现金流入小计	-	-	2,663.80
偿还债务支付的现金	-	-	1,200.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,000.00	6,000.00	60.03
支付其他与筹资活动有关的现金	10.57	0.00	300.00
筹资活动现金流出小计	7,010.57	6,000.00	1,560.03
筹资活动产生的现金流量净额	-7,010.57	-6,000.00	1,103.76
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	9.99	30.55	-17.04
五、现金及现金等价物净增加额	-4,970.82	11,670.65	-332.92
加：期初现金及现金等价物余额	12,093.08	422.43	755.35
六、期末现金及现金等价物余额	7,122.26	12,093.08	422.43

(二) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据经天健所核验的非经常性损益明细表,报告期内公司非经常性损益的具体内容、金额如下:

单位:万元

序号	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	非流动性资产处置损益	-52.01	-33.72	-17.88
2	计入当期损益的政府补助,但与企业正常经营业务密切相关,符合国家政策规定,按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	781.10	1,261.75	292.06
3	委托他人投资或管理资产的损益	592.74	635.44	509.80
4	除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益,以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	100.06	-	-
5	除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-5.23	7.83	-25.24
6	其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-747.88
减:非经常性损益的所得税影响数		333.38	467.90	196.55
少数股东权益影响额(税后)		-	-	-
税后非经常性损益		1,083.29	1,403.40	-185.70

(三) 报告期内主要财务指标

以下财务指标除特别注明外均以合并报表数据为基础计算。

项目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率(倍)	1.73	1.74	1.96
速动比率(倍)	1.33	1.33	1.45
资产负债率(母公司)	39.67%	38.89%	36.75%
无形资产(扣除土地使用权等)占净资产的比例	0.46%	0.63%	0.64%
项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率(次)	7.34	113.38	85.39
存货周转率(次)	25,373.85	7.31	7.06
息税折旧摊销前利润(万元)	16,799.60	18,691.10	10,609.64
利息保障倍数(倍)	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	3.38	3.57	0.96
每股净现金流量(元)	-0.71	1.67	-0.05

注：2017 年度、2018 年度及 2019 年度公司无利息支出，故利息保障倍数指标不适用。

（四）管理层讨论与分析

公司自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为以籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业。报告期内公司保持稳定的发展势头，公司资产与业务规模均呈现较快的增长，市场竞争力和品牌影响力不断增强。

1、盈利能力分析

报告期内，公司的营业收入构成如下表所示：

单位：万元

产品类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	110,650.90	99.76%	90,931.61	99.77%	78,562.21	99.75%
其他业务收入	262.57	0.24%	209.39	0.23%	195.92	0.25%
合计	110,913.47	100.00%	91,141.00	100.00%	78,758.13	100.00%

报告期内公司主营业务收入占营业收入比例分别为 99.75%、99.77% 和 99.76%，主营业务突出。其他业务收入主要为废料处置收入，金额和占比均较小。

报告期内公司营业收入分别为 78,758.13 万元、91,141.00 万元和 110,913.47 万元。2018 年营业收入较 2017 年增加 12,382.87 万元，增幅为 15.72%，2019 年营业收入较 2018 年增加 19,772.47 万元，增幅为 21.69%，公司营业收入保持着良好的增长势头。

报告期内，公司的主营业务收入按照销售渠道分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	94,960.55	85.82%	76,361.03	83.98%	63,453.72	80.77%
电商模式	13,126.09	11.86%	12,976.75	14.27%	13,437.52	17.10%
-电商自营业务	7,723.70	6.98%	8,105.67	8.91%	9,909.11	12.61%
-电商平台销售	5,402.39	4.88%	4,871.08	5.36%	3,528.41	4.49%
其他模式	2,564.25	2.32%	1,593.83	1.75%	1,670.97	2.13%
合计	110,650.90	100.00%	90,931.61	100.00%	78,562.21	100.00%

公司的销售模式分为经销模式、电商模式和其他模式。其他模式主要指商超直营、受托加工等。

公司目前销售以经销模式为主，经销模式占公司主营业务收入的比例保持在80%以上。

报告期内公司主营业务收入按照产品类别划分如下：

单位：万元

产品名称	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
瓜子仁系列	27,869.54	25.19%	25,398.05	27.93%	24,790.26	31.55%
青豌豆系列	27,405.53	24.77%	20,914.88	23.00%	17,253.69	21.96%
蚕豆系列	23,686.41	21.41%	21,164.18	23.27%	20,115.46	25.60%
综合果仁及豆果系列	17,344.06	15.67%	13,726.80	15.10%	9,232.17	11.75%
其他	14,345.36	12.96%	9,727.71	10.70%	7,170.63	9.13%
合计	110,650.90	100.00%	90,931.61	100%	78,562.21	100%

报告期内，公司的主打产品为瓜子仁系列、蚕豆系列和青豌豆系列，该三类产品合计占公司主营业务收入的比例为79.12%、74.21%和71.36%，该三类产品的销售额保持稳定增长，但占收入的比例有所下降，主要由于公司其他类别的产品实现了较好的增长，其中综合果仁及豆果系列销售收入合计由2017年的9,232.17万元增长至2019年的17,344.06万元。

报告期内公司主营业务收入按照地区分类如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	26,740.01	24.17%	21,186.58	23.30%	17,999.60	22.91%
华中	20,266.38	18.32%	16,379.10	18.01%	13,629.68	17.35%
华北	12,170.30	11.00%	10,301.40	11.33%	9,180.87	11.69%
西南	13,755.53	12.43%	10,253.20	11.28%	8,422.44	10.72%
华南	8,938.11	8.08%	7,692.89	8.46%	5,748.98	7.32%
东北	8,432.56	7.62%	6,071.42	6.68%	5,429.74	6.91%
西北	7,121.82	6.44%	6,012.55	6.61%	4,145.61	5.28%
电商	13,126.09	11.87%	12,976.75	14.27%	13,437.52	17.10%
其他	100.10	0.09%	57.72	0.06%	567.77	0.72%
合计	110,650.90	100.00%	90,931.61	100.00%	78,562.21	100.00%

公司在全国各地均铺设了营销渠道，营业收入地域来源较为分散。公司产品销售地主要在华东、华中、华北和西南，报告期内，公司华东、华中、华北和西南地区合计销售收入占主营业务收入的比重分别为62.67%、63.92%和65.92%。

报告期内公司销售额随季度波动如下：

单位：万元

季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	22,283.05	20.14%	23,314.86	25.64%	14,792.14	18.83%
第二季度	22,515.59	20.35%	14,902.07	16.39%	16,575.30	21.10%
第三季度	27,369.48	24.73%	23,880.85	26.26%	22,222.54	28.29%
第四季度	38,482.78	34.78%	28,833.84	31.71%	24,972.24	31.79%
合计	110,650.90	100.00%	90,931.61	100.00%	78,562.21	100.00%

坚果炒货类休闲食品行业具有较强的季节性。公司主营业务收入呈现较为明显的季节性特征，由于下半年中国传统佳节较多，四季度还有双十一、双十二、年货节等电商大型促销活动，且特别是春节一般在每年的年初，公司经销商一般会提前进货准备，因此第四季度销售量明显较高。

2、现金流量分析

报告期内，公司现金流量简表如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	23,664.28	24,931.14	6,728.06
投资活动产生的现金流量净额	-21,634.53	-7,291.03	-8,147.71
筹资活动产生的现金流量净额	-7,010.57	-6,000.00	1,103.76
汇率变动对现金及现金等价物的影响	9.99	30.55	-17.04
现金及现金等价物净增加额	-4,970.82	11,670.65	-332.92

(1) 经营活动产生的现金流量分析

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,728.06 万元、24,931.14 万元和 23,664.28 万元。其中经营活动现金流入分别为 93,220.79 万元、116,391.06 万元和 131,542.02 万元，经营活动现金流出分别为 86,492.73 万元、91,459.93 万元和 107,877.74 万元。

报告期内公司销售商品、提供劳务收到现金分别为 91,457.24 万元、105,832.54 万元和 130,077.31 万元，均高于当期营业收入，与公司主要采取款到发货的方式销售模式相符。

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,728.06 万元、24,931.14 万元和 23,664.28 万元，同期净利润为 6,212.77 万元、11,987.94 万元和 16,799.60

万元，报告期内公司营业规模稳定增长，平均经营活动现金流量净额总体高于公司净利润，体现了公司良好的收益质量。

2018 年度，公司经营活动产生的现金流量净额大幅增长，主要系 2018 年度收到三期建设项目及河南生产线建设项目的与资产性相关的政府补助 8,168.19 万元。

(2) 投资活动产生的现金流量分析

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额分别为-8,147.71 万元、-7,291.03 万元和-21,634.53 万元。报告期内公司投资活动的现金流出主要为购买土地使用权、设备和新建厂房。公司的主要投资活动围绕公司的主营业务展开，资本性支出为公司的后续发展提供了坚实的物质基础和资产保障。

(3) 筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为 1,103.76 万元、-6,000.00 万元和-7,010.57 万元。公司筹资活动较少，筹资活动现金流入主要为 2017 年引进新股东获得的投资款项，筹资活动现金流出主要为偿还银行借款及分配股利。

(五) 报告期内股利分配政策和实际分配情况

1、公司现行股利分配政策

2012 年 8 月 20 日，甘源食品召开创立大会暨 2012 年度第一次临时股东大会，审议通过了《关于变更设立甘源食品股份有限公司的议案》和《关于<甘源食品股份有限公司章程>的议案》。

公司现行《公司章程》关于股利分配政策的规定如下：

第一百四十六条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百四十七条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百四十八条 公司可以采取现金或者股票的方式分配股利。

2、最近三年实际分配股利情况

2018年6月8日，公司召开2017年度股东大会，审议并通过了《关于甘源食品股份有限公司2017年度利润分配方案的议案》，对公司截至2017年12月31日的未分配利润进行分配，本次分配利润共计6,000万元，各股东按照其持有公司的股权比例分得相应的利润。此次股利已于2018年7月19日前全部派发完毕，且公司已按照法律法规的规定履行个人所得税的代扣代缴义务。

2019年3月15日，公司召开2019年第三次临时股东大会，审议并通过了《关于公司2018年度利润分配方案的议案》，以截至2018年12月31日的总股份为基数，按照股东持有公司股份的比例，向全体股东分配现金红利共计7,000万元人民币（税前）。此次股利已于2019年3月21日前全部派发完毕，且公司已按照法律法规的规定履行个人所得税的代扣代缴义务。

除上述股利分配外，公司在报告期内无其他股利分配行为。公司报告期内的股利分配均合法合规。

十、纳入发行人合并会计报表的其他企业的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有 1 家全资子公司，具体情况如下：

基本情况	
公司名称	甘源食品（安阳）有限公司
注册资本	5,000.00 万元
法定代表人	严斌生
设立日期	2017 年 10 月 20 日
住所	汤阴县创业大厦 10 楼
主要生产经营地	汤阴县创业大厦 10 楼
经营范围	食品加工（按食品生产许可证核准的范围经营）；电子商务、营运；食品

	添加剂自制氮气生产（限自用）;餐饮服务		
股东构成	甘源食品持股 100%		
实际控制人	严斌生		
主要财务数据（单位：万元）（以下财务数据已审计）			
项目	总资产	净资产	净利润
2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	10,002.77	4,768.13	-113.24

第四节 募集资金主要用途

经公司 2019 年度第四次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公开发行人人民币普通股不超过 2,330.40 万股，公开发行股票所筹的资金扣除发行费用后，将根据所处行业发展态势及公司发展战略，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况投资建设以下 6 个项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	拟投入募集资金	项目备案	环评批复	实施主体
1	年产 3.6 万吨休闲食品河南生产线建设项目	41,315.72	30,760.7149	2017-410523-13-03-042717	汤环管字(2018)88 号	安阳甘源
2	营销网络升级及品牌推广项目	35,409.71	35,409.7100	萍开发改字[2018]124 号	豁免	发行人
3	电子商务平台建设项目	6,010.24	0.0000	2018-410523-14-03-034598	豁免	安阳甘源
4	信息化建设项目	5,220.46	5,220.4600	萍开发改字[2018]16 号	豁免	发行人
5	研发中心建设项目	4,576.99	4,576.9900	萍开发改字[2018]15 号	萍开环字[2018]133 号	发行人
6	自动化生产线技术改造项目	7,735.98	7,735.9800	萍开经字[2018]66 号	萍开环字[2019]17 号	发行人
	合计	100,269.10	83,703.8549			

若本次公开发行实际募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决；若本次发行募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

发行人保荐机构认为，发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书摘要提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述各项风险主要根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。公司的主要风险因素如下：

（一）食品质量及安全风险

近年来，随着消费升级和新零售趋势的兴起，新兴食品企业在崛起的同时，产品质量却参差不齐；由于部分食品厂商的不规范生产经营，食品质量安全问题偶有发生，成为社会与舆论媒体的关注热点，国家也相继出台了一系列加强食品质量安全的法律法规，并加大了对于违反食品安全相关规定的处罚力度。

针对食品质量及安全问题，公司已建立起一套完整的产品质量控制体系，依托公司的信息管理系统及产品溯源体系，实现从原材料采购、生产、仓储、配送、销售等过程的质量控制，以确保公司生产的产品符合质量标准。但是本公司产品仍不可避免的受限于原材料供应、加工工艺、生产设备及管理水平等因素影响，可能无法完全避免产品质量出现问题；在公司日常经营过程中，仍有可能因为质量控制制度和标准未得到严格执行、生产和检测流程操作不当等原因导致食品质量及安全问题的发生。如果公司销售的产品存在不符合国家食品安全标准，甚至发生重大的食品安全事故，将会面临行政监管部门的处罚及舆论媒体的关注，对公司品牌形象产生不利影响，进而对公司业绩产生影响。

（二）产品研发未能跟上市场需求变化的风险

休闲食品属于典型的快速消费品，下游直接面向广大终端消费者，消费者的偏好和购买力对休闲食品行业具有直接影响，因此公司需要及时了解不断变化的消费者需求，并在产品和工艺上进行快速响应。

公司从最初的瓜子仁、青豌豆、蚕豆等籽类炒货品类新增了坚果果仁、谷物酥品类，并在积极尝试更多新品的研发与生产。在生产工艺上，公司不断研发新口味，优化生产工艺，以更好的满足消费者的多元化需求。但是，如果公司对

消费者偏好的感知存在偏差，或者市场需求短时间内出现重大变化，则公司现有产品品类的销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩波动。

（三）销售渠道管理的风险

公司产品的销售以经销模式为主，公司通过与经销商签订合同，在下单、定价、送货、结算等方面做出约定，对经销商体系进行规范和管理。经销商主要在其购销业务上受本公司影响，其余管理皆独立于公司。如果经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的实力跟不上公司发展的需求，或因经销商严重违反合同，公司将解除或不与其续签经销合同，从而对公司的销售收入造成影响。

除经销商渠道，公司还拓展了电子商务等销售渠道。目前，天猫商城、京东商城等第三方电商平台已发展成为成熟的销售渠道，并成为了社会消费品零售增长的重要驱动因素；但如果该等电商平台自身经营的稳定性或业务模式、经营策略发生了重大变化，或公司生产、物流的响应速度无法跟上电商平台的销售政策，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为葵花籽、青豆、蚕豆、花生、棕榈油等，关联的上游行业主要为上述农副产品种植业。种植面积、气候条件、病虫害等因素将影响农副产品的产量和质量，进而直接给本行业企业的生产经营带来影响。此外，受到中美贸易摩擦的影响，如果部分进口自美国的农产品价格上涨，也将对行业内生产企业带来不利影响。虽然公司近年来提前做好相对完善的防范措施，如加大原材料储存力度、增加其他国家的供应商选择数量、与供应商锁定固定期限的采购价格等，如果公司产品销售价格无法同步于原材料价格的波动，则可能会对公司的经营业绩产生影响。

（五）公司经营业绩季节性波动的风险

公司产品为休闲食品，具有明显的季节性消费特点，销售旺季集中在中秋、国庆、“双十一”、“双十二”、元旦、春节等节假日前后，销售旺季主要集中在下半年。随着居民消费水平的提高，休闲食品有消费日常化的趋势，销售的季节性特征将趋于淡化。但如果在消费集中的旺季，公司不能及时把握市场动向，制定适宜的销售策略，公司将面临经营业绩出现波动的风险。

（六）新冠疫情对公司经营的风险

2020年初出现的新冠病毒疫情对全球贸易、产业链体系和消费者心理等产生了较大的负面影响，目前国家及各地政府采取了延迟复工等措施以阻止新冠病毒进一步蔓延。公司所从事的业务与家庭消费密切相关，截至招股说明书签署之日，虽然国内新冠病毒疫情逐步得到了有效控制，但消费者信心、供应链恢复等尚需时间，对发行人存在一定的不利影响；若全球疫情的持续蔓延导致疫情反向输入国内，或因全球疫情控制不利导致全球经济出现衰退，将对发行人的持续经营能力产生较大的影响。

二、重要合同

公司本节披露的重要合同指正在履行的交易金额大于 500 万的原材料采购框架合同和交易金额大于 500 万的产品销售框架合同，或未达到上述金额但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）采购合同

截至 2019 年 12 月 31 日，公司尚未履行完毕的重大采购框架合同情况如下：

序号	供应商名称	采购产品	签订日期
1	吉安市金庐陵粮油食品有限公司	糯米粉	2019.06.01
2	五原县腾飞食品有限责任公司	瓜子仁、葵花籽、南瓜籽、西瓜籽	2019.11.01
3	浏阳市天鹰包装印务有限公司	纸箱	2019.08.31
4	海宁市粤海彩印有限公司	包装袋	2019.07.16
5	长沙银腾塑印包装有限公司	包装袋	2019.07.16
6	浙江阳阳包装有限公司	包装袋	2019.07.16
7	萍乡市明兴纸品有限公司	纸箱	2019.08.31
8	南京邦农国际贸易有限公司	青豌豆	2019.08.24
9	甘肃茂丰源农产品有限责任公司	蚕豆片、带壳蚕豆	2019.03.05
10	广西诚杨食品有限公司	腰果仁	2019.05.11
11	新疆润森工贸有限公司	葡萄干、黑加仑	2019.11.15
12	五原县兴达贸易有限责任公司	瓜子仁	2019.11.01
13	湖南疆来食品有限责任公司	核桃仁	2019.11.01
14	鹤山市东源食品有限公司	扁桃仁	2019.05.05
15	杭州泉丽包装有限公司	包装袋	2019.07.16
16	山东艺特软包装有限公司	包装袋	2019.07.16
17	上海灏砺包装制品有限公司	包装袋	2019.07.16

18	江苏申凯包装高新技术股份有限公司	包装袋	2019.07.16
----	------------------	-----	------------

（二）销售合同

截至 2019 年 12 月 31 日，公司尚未履行完毕的重大销售框架合同情况如下：

序号	客户名称	销售产品	签订日期
1	北京京东世纪贸易有限公司	休闲食品	2019.04.01
2	浙江天猫供应链管理有限公司	休闲食品	2019.01.01
3	唯品会（中国）有限公司	休闲食品	2018.12.20
4	家家悦集团股份有限公司	休闲食品	2019.05.13
5	深圳派风堂食品有限公司	休闲食品	2019.01.01
6	襄阳市美特好商贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
7	深圳品味一族工贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
8	长沙市博特食品贸易有限公司	休闲食品	2019.01.01
9	武汉鑫豪安商贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
10	双流区鑫惠利商贸部	休闲食品	2019.01.01
11	武汉丰之神商贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
12	成都纷果贸易有限公司	休闲食品	2019.01.01
13	宁波大库商贸有限公司	休闲食品	2019.01.01
14	西安市大库商贸有限责任公司	休闲食品	2019.01.01
15	济南福巧食品有限公司	休闲食品	2019.01.01
16	淄博中悦食品有限公司	休闲食品	2019.01.01

（三）授信合同

截至 2019 年 12 月 31 日，公司不存在尚在执行的银行授信合同。

（四）借款合同

截至 2019 年 12 月 31 日，公司不存在尚在执行的借款合同。

（五）其他商务合同

截至 2019 年 12 月 31 日，公司尚未履行完毕的其他重要商务合同情况如下：

序号	交易对象	交易内容	签订日期
1	江西省鑫隆建筑有限公司河南汤阴县分公司	甘源食品（安阳）建设项目一期工程	2019.09.23

第六节 本次发行各方当事人

发行人：甘源食品股份有限公司
法定代表人：严斌生
住所：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园
联系人：严海雁、张婷
电话：0799-7175555-326
传真：0799-6239955
网址：www.ganyuanfood.com
电子信箱：zhengquanbu@ganyuanfood.com

保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司
法定代表人：何如
住所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16 至 26 层
电话：0755-82130833
传真：0755-82133367
保荐代表人：付爱春、朱锦峰
项目协办人：郑尚荣
项目经办人：肖戎、朱树李、汪乐林、申飞

发行人律师：北京市中伦律师事务所
负责人：张学兵
住所：北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 28、31、33、36、37 层
电话：86-10-5957 2288
传真：86-10-6568 1022/1838
经办律师：刘方誉、宋昆、杨晓霞

发行人会计师：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：胡少先
住所：浙江省杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦
电话：0571-8821 6888
传真：0571-8821 6999
经办注册会计师：李立影、李凤

资产评估机构：万隆（上海）资产评估有限公司
法定代表人：刘宏
住所：上海迎勋路 168 号 16 楼
电话：021-63788398
传真：021-63767768
经办注册资产评估师：郑铭、洪德钦

股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
地址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话：0755-25938000
传真：0755-25988122

申请上市证券交易所：深圳证券交易所
住所：深圳市深南东路 5045 号
电话：0755-82083333
传真：0755-82083164

收款银行：中国工商银行股份有限公司深圳市分行深港支行
户名：国信证券股份有限公司
账号：4000029129200042215

第七节 备查文件

一、备查文件

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制审核报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、《公司章程》（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件（尚未取得）；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间、地点

（一）备查时间

周一至周五：上午 9:30—11:30，下午 14:00—16:00

（二）备查地点

1、发行人：甘源食品股份有限公司

地 址：江西省萍乡市萍乡经济技术开发区清泉生物医药食品工业园

联系人：张婷

电 话：0799-7175598

传 真：0799-6239955

2、保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

地 址：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层

联系人：朱锦峰、付爱春、肖戎、郑尚荣、朱树李、汪乐林、申飞

电 话：0755-82130833

传 真：0755-82133367

（本页无正文，为《甘源食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书摘要》
之签字盖章页）

