

国金证券股份有限公司
关于福建腾新食品股份有限公司
首次公开发行股票并上市
之
发行保荐工作报告

保荐人(主承销商)



二〇一二年八月

声 明

本保荐机构及保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关法律、行政法规和中国证券监督管理委员会的规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐工作报告，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

释 义

在本发行保荐工作报告中，除非文义另有所指，下列词语具有如下涵义：

发行人、公司、腾新食品	指	福建腾新食品股份有限公司
海欣有限	指	发行人的前身福州海欣冷冻食品有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
本保荐机构、主承销商、国金证券	指	国金证券股份有限公司
发行人律师、国枫所	指	北京国枫凯文律师事务所，原北京市国枫律师事务所
发行人会计师、福建华兴	指	福建华兴会计师事务所有限公司
本次发行	指	公司本次向不特定对象首次公开发行股票
元/万元	指	人民币元/人民币万元
报告期	指	2008年度、2009年度、2010年度及2011年1-3月
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《保荐管理办法》	指	《证券发行上市保荐业务管理办法》
《首发办法》	指	《首次公开发行股票并上市管理办法》
《尽调准则》	指	《保荐人尽职调查工作准则》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
本次发行	指	本次向社会公众公开发行人民币普通股的行为
募投项目	指	募集资金投资项目

第一节 项目运作流程

一、项目审核流程及规则

国金证券的项目运作流程主要包括前期尽职调查、项目立项审核、申报材料制作、项目内核等阶段，其中项目立项审核和项目内核为项目的审核环节，其具体流程及规则分别如下：

（一）项目立项审核

项目立项是一个项目筛选过程，本保荐机构制订了《项目管理办法》，对项目的立项审核程序进行规范，具体审核程序为：首先由经办业务部门对拟承接的项目进行前期尽职调查，了解发行人基本情况，并搜集相关的资料和信息，然后由经办业务部门负责人组织部门会议审慎判断项目质量。经业务部门判断认为可行的项目，在与客户达成合作意向后提出立项申请，并按要求报送包括项目尽调报告、相关协议和其他补充材料等申请材料。立项申请由立项评估决策机构进行审核，必要时咨询外部专家的专业意见。经立项评估决策机构审核通过的，准予项目立项。立项评估小组成员包括保荐业务负责人、经办业务部门负责人、质量控制部负责人、资本市场部负责人、质量控制部合规风险控制岗、质量控制部工作人员、经办业务部门合规风险控制岗。

（二）项目内核

项目内核是一个项目质量控制过程，本保荐机构制订了《项目内核管理办法》，对项目的内核程序进行规范，审核程序分为项目内核申请、现场检查及预审、项目内核会议准备、召开内核会议、同意申报等环节，具体如下：

1、项目内核申请

在完成申报材料制作后，项目组向质量控制部提出内核申请，并提交《招股说明书》、《律师工作报告》、《法律意见书》初稿和财务资料等申报材料。

2、现场检查及预审

质量控制部在接受内核申请后，派出人员进驻项目现场，对发行人的生产、经营管理流程、项目组现场工作情况等进行现场考察，对项目组提交的申报材料

中涉及的重大法律、财务问题，各种文件的一致性、准确性、完备性和其他重要问题进行重点核查，并就项目中存在的问题与发行人相关负责人及项目组进行探讨。考察完毕后，由质量控制部将材料核查和现场考察中发现的问题进行整理，出具《预审意见》。项目组收到《预审意见》后，根据《预审意见》对相关文件材料进行修改。

3、项目内核会议准备

质量控制部与项目组协商确定召开内核会议时间。项目组在内核会议召开五个工作日前将《招股说明书》以及相关申报文件（包括《审计报告》、《法律意见书》、《律师工作报告》等）提交质量控制部。质量控制部同时准备各项内核会议文件，安排会议召开并通知内核小组成员和项目组。

内核小组成员收到项目申报材料后进行认真地审查与复核，核查重点为申报材料中涉及的重大法律问题、财务问题和其他相关重要问题，以及申报文件的一致性、准确性、完整性等。

4、召开内核会议

内核会议由内核小组成员参加，质量控制部、合规管理部、审计稽核部工作人员、项目组人员列席内核会议，会议由内核会议召集人主持。内核会议包括下列程序：项目组负责人介绍项目概况；质量控制部报告项目预审意见；内核小组成员针对项目申报材料中存在的问题自由提问，项目组人员回答；内核小组成员投票表决，质量控制部工作人员计票；内核会议主持人总结项目意见，宣布投票结果。投票结果为四种：“内核通过”票数超过参与决议人员 2/3 的为“内核通过”；“内核通过”和“有条件通过”票数合计超过参与决议人员 2/3 的为“有条件通过”；“建议放弃该项目”票数超过参与决议人员 2/3 的为“建议放弃该项目”；其他表决结果为“暂缓表决”。

5、同意申报

项目经内核会议审核通过后，项目组对内核意见进行逐项落实，质量控制部对内核意见落实情况进行检查。内核意见落实后，经本保荐机构相关负责人审核同意后报送中国证监会审核。

二、本项目立项审核的主要过程

2010年12月13日，项目组开始对腾新食品首次公开发行股票项目进行前期尽职调查，初步了解发行人的基本情况，确认项目不存在重大实质性障碍，并向本保荐机构递交立项申请，经本保荐机构立项评估小组审议，于2011年2月22日同意立项申请，并办理项目立项手续。

三、项目执行的主要过程

（一）项目执行成员构成和进场工作的时间

1、项目执行成员构成

项目组成员	姓名	具体工作
保荐代表人	庄海峻	组织并参与了对发行人的尽职调查工作、中介协调会议、主要问题讨论会议，并对主要客户、供应商及相关政府部门等进行走访，复核整套申报文件和反馈文件，主要负责对历史沿革、业务与技术、公司治理、募集资金运用等部分的复核。
	李刚	组织并参与了对发行人的尽职调查、中介协调会议、主要问题讨论会议，并对主要客户、供应商及相关政府部门等进行走访，复核整套申报文件和反馈文件，主要负责对财务会计信息与管理层分析、同业竞争及关联交易等部分的复核。
项目协办人	邓晓艳	参与了对发行人的尽职调查、中介协调会议、主要问题讨论会议，负责收集和整理申报文件和反馈文件，主要负责对历史沿革和风险因素等部分的核查和整理。
其他项目人员	俞琳	参与了对发行人的尽职调查、中介协调会议、主要问题讨论会议，并对主要客户、供应商及相关政府部门等进行走访，负责收集和整理申报文件和反馈文件，主要负责对业务与技术、同业竞争及关联交易、募集资金运用等部分的核查和整理。
	陈钟林	参与了对发行人的尽职调查、中介协调会议、主要问题讨论会议，并对主要客户、供应商及相关政府部门等进行走访，负责收集和整理申报文件和反馈文件，主要负责对财务会计信息与管理层分析等部分的核查和整理。
	郑珺文	参与了对发行人的尽职调查，主要负责对公司治理等部分的核查和整理，并负责收集和整理工作底稿。

2、进场工作时间

2010年12月6日，中国证监会核发“证监许可[2010]1766号”《关于不予核准福建腾新食品股份有限公司首次公开发行股票申请的决定》。

2010年12月13日，国金证券项目组进场工作，确定以2011年3月31日

为基准日，制作申报材料二次申报首次公开发行股票。

（二）尽职调查主要过程

项目经审核立项后，项目小组即开始了本项目的尽职调查及申报材料制作工作。此间，项目小组根据中国证监会有关规范性文件的要求对发行人首次公开发行有关问题进行了全面的尽职调查，调查范围涵盖了发行人基本情况、业务与技术、同业竞争与关联交易、高管人员、组织结构与内部控制、财务与会计、业务发展目标、募集资金运用、风险因素及其他重要事项等多个方面。

项目小组采用的调查方法主要包括：

1、向发行人提交调查文件清单，向发行人收集与本次发行有关的文件、资料、权利证书并进行核查、确认，对原件和复印件进行核对；

2、到有关行政主管部门依法查阅资料、向有关行政主管部门询证发行人守法状况等；

3、与发行人董事长、董事会秘书、财务负责人等高管人员及相关业务人员进行交谈，制作尽职调查笔录，就本次发行涉及的有关问题向其了解情况；

4、取得发行人及其董事、监事、高级管理人员或有关主管部门的书面声明、承诺和/或证言，并进行审慎核查和确认；

5、参加发行人组织的有关本次发行的协调会；与发行人及有关中介机构人员就专项问题沟通；

6、现场核查发行人有关资产的状况；

7、计算相关数据并进行分析复核；

8、项目小组对在工作中发现的问题，及时向发行人有关部门提出，在对发行人充分了解的基础上，根据不同情况向发行人提出意见或建议。

项目小组尽职调查过程中获取和形成的文件资料和工作记录归类成册，以便作为本发行保荐工作报告和所出具发行保荐书的事实依据。

在前述尽职调查工作的基础上，项目小组依据事实和法律，对发行人首次公开发行进行全面的评价并出具本发行保荐工作报告、发行保荐书。项目小组还协助发行人确定本次发行方案及其他有关文件和起草发行人首次公开发行股票并上市的申请文件，参与发行人申请文件的讨论，并提出相关意见。

（三）保荐代表人及项目组成员参与尽职调查的工作时间以及主

要过程

本项目保荐代表人庄海峻和李刚组织并参与了本次发行尽职调查的主要工作，具体工作内容如下：

工作时间	工作内容
2010年12月13日至 2010年12月31日	✧ 初步尽职调查。
2011年1月5日至 2011年5月10日	<ul style="list-style-type: none"> ✧ 对发行人进行辅导，督促其学习掌握《公司法》、《证券法》、《首发办法》、《上市规则》、新《会计准则》等法律法规，建立健全治理结构，督促其规范化运作。 ✧ 针对发行人前次申请首次公开发行股票被否决问题进行规范和整改。 ✧ 对发行人进行全面的尽职调查，范围主要包括：发行人基本情况、业务与技术、同业竞争与关联交易、组织机构与内部控制、财务与会计、募集资金运用、公司或有风险等，并收集相关的工作底稿。 ✧ 对尽职调查情况进行总结，并着手制作招股说明书等申报材料。 ✧ 形成招股说明书等申报材料初稿，召开中介协调会对申报材料进行讨论，并根据讨论意见进行修改。 ✧ 向质量控制部提出内核申请，提交招股说明书等申报材料初稿。 ✧ 配合质量控制部现场考察和预审工作。
2011年5月10日	✧ 通过内核会议审核。
2011年5月11日至 2011年6月7日	<ul style="list-style-type: none"> ✧ 根据质量控制部预审意见及内核会议反馈意见对招股说明书等申报材料进行修改。 ✧ 修改、完善申报材料，会同发行人及其他中介机构对申报材料审阅确认定稿，完成申报工作。
2011年9月7日至 2011年11月2日	✧ 对《中国证监会行政许可项目审查反馈意见通知书》(111153号)进行回复，并根据经审计的2011年三季度财务报表更新财务数据
2012年1月3日至2012 年3月16日	✧ 根据经审计的2011年度财务报表更新申报材料
2012年3月21日至2012 年3月25日	✧ 制作上会和预披露资料
2012年5月14日至2012 年5月18日	✧ 上会准备
2012年5月28日至2012 年5月30日	✧ 封卷工作
2012年7月15日至2012 年8月17日	✧ 根据经审计的2012年1-6月财务报表更新申报文件

四、项目内部核查过程

项目组向质量控制部提出内核申请，之后提交了有关材料。质量控制部张文静进驻本项目现场，于2011年4月26日至2011年4月29日对发行人的生产、经营管理流程、项目组现场工作情况等进行了现场考察，对项目组提交的申报材料中涉及的重大法律、财务问题，各种文件的一致性、准确性、完备性和其他重要问题进行了重点核查，并就项目中存在的问题与发行人相关负责人及项目组进行了探讨。现场考察完毕后，由质量控制部将材料核查和现场考察中发现的问题进行整理，出具了《预审意见》。项目组收到《预审意见》后，根据《预审意见》对相关文件材料进行了修改。

五、内核小组审核过程

腾新食品首次公开发行并上市项目内核会议于2011年5月10日召开，应到内核小组成员12人，实到11人，具体如下：

王晋勇先生，本保荐机构副董事长，内核小组组长，本次证券发行项目内核负责人和召集人；

姜文国先生，本保荐机构副总裁，投资银行业务负责人；

纪路先生，本保荐机构副总裁，研究所负责人；

廖卫平先生，本保荐机构质量控制部负责人，保荐代表人；

冯建凯先生，本保荐机构资本市场部负责人；

吕红兵先生，本保荐机构外聘法律专家，律师，国浩律师集团事务所首席执行合伙人；

孙勇先生，本保荐机构外聘财务专家，注册会计师，上海众华沪银会计师事务所副主任会计师；

吕秋萍女士，本保荐机构外聘财务专家，注册会计师，立信会计师事务所副主任会计师。

韩炯先生，本保荐机构外聘法律专家，律师，通力律师事务所执行合伙人。

梁彬女士，本保荐机构外聘资产评估专家，注册资产评估师，上海东洲资产评估有限公司合伙人、副总评估师；

江浩雄先生，本保荐机构外聘法律专家，律师，上海市瑛明律师事务所合伙

人。

质量控制部工作人员 3 人、公司合规管理部人员 1 人、稽核审计部人员 1 人和项目小组人员 3 人列席内核会议，会议由内核会议召集人主持。内核会议主要程序为：项目小组负责人介绍项目概况；质量控制部报告项目预审意见；内核成员针对项目申报材料中存在的问题自由提问，项目小组人员回答；投票表决，质量控制部人员计票；内核会议主持人总结项目意见，宣布投票结果。

参加本次内核会议表决的内核小组成员 11 人，经投票表决同意保荐腾新食品首次公开发行股票并上市。内核小组认为本保荐机构已经对腾新食品首次公开发行股票并上市项目相关事项进行了必要的尽职调查，申报文件已达到有关法律法规的要求，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；同时认为发行人具备首次公开发行股票的基本条件，发行人拟通过公开发行股票募集资金投资的项目符合国家产业政策和公司发展战略，有利于促进公司未来成长。

第二节 项目存在问题及其解决情况

一、本项目的立项审议情况

在项目组提交项目尽调报告、相关协议和其他补充材料等申请材料后，经立项评估小组审核评议，于 2011 年 2 月 22 日准予项目立项。立项评估小组成员包括保荐业务负责人、经办业务部门负责人、质量控制部负责人、资本市场部负责人、质量控制部合规风险控制岗、质量控制部工作人员、经办业务部门合规风险控制岗。

立项评估决策审议意见为：腾新食品项目符合立项基本条件，同意福建腾新食品股份有限公司首次公开发行股票项目的立项申请。发行人为二次申请首次公开发行，请项目组注意以下前次申报否决意见中提及的问题：

1、发行人原独立董事郑庆昌存在最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚的情形，发行人是否已经进行整改并对相关内控制度进行规范。

2、发行人报告期内业绩增长幅度较大，但 2010 年 1-6 月经销商数量下降较为明显，且 2010 年大额经销合同的完成率不高，请项目小组予以关注。

二、项目尽职调查过程中发现和关注的主要问题及解决情况

在本项目的尽职调查过程中，项目小组发现和关注的主要问题及其解决情况如下：

问题一、发行人原独立董事郑庆昌存在最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚的情形，发行人是否已经进行整改并对相关内控制度进行规范和完善。

经核查，2010 年 1 月 20 日，郑庆昌收到中国证监会《行政处罚决定书》（[2009]53 号），该处罚决定书主要内容是针对华通天香集团股份有限公司（以下简称“天香集团”）2004 年年报披露问题对九名时任天香集团董事及天香集团给予相应处罚。根据该文件，郑庆昌作为时任天香集团独立董事受到警告并处 3 万元罚款的处罚。

郑庆昌于 2010 年 1 月 20 日收到该《行政处罚决定书》后，于 2010 年 3 月 11 日向中国证监会提出行政复议。中国证监会于 2010 年 6 月 17 日出具《行政复议决定书》（[2010]22 号），维持《行政处罚决定书》（[2009]53 号）前述行政处罚决定。

在郑庆昌对中国证监会“[2009]53 号”《行政处罚决定书》提起行政复议的同时，天津松江股份有限公司（天香集团变更后的名称，以下简称“天津松江”）亦对该行政处罚决定提出行政复议，该公司于 2010 年 7 月 20 日收到中国证监会《行政复议决定书》（[2010]25 号）并于 2010 年 7 月 21 日在媒体上以简讯公告。根据天津松江公司公告，该《行政复议决定书》决定撤销中国证券监督管理委员会“[2009]53 号”《行政处罚决定书》对该公司作出的行政处罚。郑庆昌以为其后的中国证监会 [2010]25 号《行政复议决定书》撤销[2009]53 号《行政处罚决定书》对该公司作出的行政处罚亦包括撤销了对其本人的处罚。因为认识上的错误，郑庆昌未将该情况及时告知发行人及相关中介机构。

发行人于 2010 年 10 月 18 日知悉独立董事郑庆昌因曾任华通天香集团股份有限公司独立董事时受到过行政处罚后，立即与郑庆昌本人取得了联系，向其核实了情况，同时也通过中国证监会福建监管局和天津监管局对该事项进行了核实；在确认郑庆昌确实存在受到过行政处罚的情形后，发行人第一时间向中国证监会履行了汇报披露的义务，并发出紧急通知召开临时董事会，审议更换独立董事事宜。发行人于 2010 年 10 月 22 日召开了董事会，同意郑庆昌提出的辞职申

请，并提名张伙星为独立董事候选人。2010年11月7日，发行人召开临时股东大会，同意郑庆昌辞去独立董事职务，并选举张伙星为新任独立董事。

在发生独立董事因不符合任职资格条件而辞职的事件后，发行人意识到自身在内控制度的建设和执行方面仍存在着一些薄弱环节，在保荐机构和发行人律师的协助下，发行人采取了必要的措施进行规范和整改，对其现有的内控制度重新做了系统性的梳理，并根据新颁布的《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关法规对现有的内控制度进行了修订，特别是为了加强对董事、监事、高级管理人员任职资格的后续管理，发行人对《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等相关内控制度进行了补充完善，具体修订内容如下：

1、将《股东大会议事规则》第二十一条修订为：“股东大会拟讨论董事、监事选举事项的，股东大会通知中应充分披露董事、监事候选人的详细资料，至少包括以下内容：

- (1) 教育背景、工作经历、兼职等个人情况；
- (2) 与公司或公司的控股股东及实际控制人是否存在关联关系；
- (3) 披露持有公司股份数量；
- (4) 是否存在《中华人民共和国公司法》第一百四十七条规定不得担任公司董事情形；
- (5) 是否被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期；
- (6) 是否被证券交易所公开认定不适合担任上市公司董事、监事和高级管理人员；
- (7) 是否曾受到中国证监会行政处罚或者证券交易所公开谴责；
- (8) 是否因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见；
- (9) 是否曾受到中国证监会非行政处罚性监管措施。

除采取累积投票制选举董事、监事外，每位董事、监事候选人应当以单项提案提出。”

2、将《董事会议事规则》第十条修订为：“有下列情形之一的，不能担任公司的董事：

- (1) 无民事行为能力或者限制民事行为能力；
- (2) 因犯有贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产罪或者破坏社会经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因其他犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；
- (3) 担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，并对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；
- (4) 担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年；
- (5) 个人所负数额较大的债务到期未清偿；
- (6) 被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；
- (7) 被证券交易所公开认定不适合担任上市公司董事、监事和高级管理人员；
- (8) 最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近三年内受到证券交易所公开谴责；
- (9) 因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见；
- (10) 法律、行政法规或部门规章规定的其他内容。

违反前款规定提名、选举董事的，该提名、选举或聘任无效。董事在任职期间出现前款情形的，公司解除其职务。

董事候选人被提名后，应当自查是否符合任职资格，及时向公司提供其是否符合任职资格的书面说明和相关资格证书（如适用）。公司董事会、监事会应当对候选人的任职资格进行核查，发现不符合任职资格的，应当要求提名人撤销对该候选人的提名。

董事候选人在股东大会审议其受聘议案时，应当亲自出席会议，就其任职资格、专业能力、从业经历、违法违规情况、与公司是否存在利益冲突，与公司控股股东、实际控制人以及其他董事、监事和高级管理人员的关系等情况进行说明。

公司董事候选人在被提名时，应当对其是否具有本条规定的各类情形作出书面说明，并承诺如在其任职期间出现与其原声明不一致的本条所列情形时，在五日内书面报告公司董事会，同时通知公司董事会秘书。”

在《董事会议事规则》第五十条中增加一款“董事会秘书的主要职责是：……
(九) 对公司董事、监事和高级管理人员的任职资格进行持续审核”。

3、将《监事会议事规则》第七条修订为：“有下列情形之一的，不得担任公司的监事：

(1) 无民事行为能力或者限制民事行为能力；

(2) 因犯有贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产罪或者破坏社会经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因其他犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；

(3) 担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，并对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；

(4) 担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年；

(5) 个人所负数额较大的债务到期未清偿；

(6) 公司董事、总经理和其他高级管理人员；

(7) 被中国证监会确定为市场禁入处罚，期限未届满的；

(8) 被证券交易所公开认定不适合担任上市公司董事、监事和高级管理人员；

(9) 最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近三年内受到证券交易所公开谴责；

(10) 因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

(11) 法律、行政法规或部门规章规定的其他内容。

公司违反本条规定提名、选举的监事，该提名、选举无效。监事在任职期间出现前款情形的，公司召开股东大会或职工代表大会解除其职务。

监事候选人被提名后，应当自查是否符合任职资格，及时向公司提供其是否符合任职资格的书面说明和相关资格证书（如适用）。公司监事会应当对候选人的任职资格进行核查，发现不符合任职资格的，应当要求提名人撤销对该候选人的提名。

监事候选人在股东大会或职工代表大会等有权机构审议其受聘议案时，应当

亲自出席会议，就其任职资格、专业能力、从业经历、违法违规情况、与公司是否存在利益冲突，与公司控股股东、实际控制人以及其他董事、监事和高级管理人员的关系等情况进行说明。

公司监事候选人在被提名时，应当对其是否具有本条规定的各类情形作出书面说明，并承诺如在其任职期间出现与其原声明不一致的本条所列情形时，在五日内书面报告公司监事会，同时书面通知公司董事会秘书。

董事、总经理和其他高级管理人员不得兼任监事。”

在《监事会议事规则》第八条中增加一款：“监事享有以下权利：……（六）对独立董事履行职责的情况进行监督，充分关注独立董事是否持续具备应有的独立性，是否有足够的时间和精力有效履行职责，履行职责时是否受到公司主要股东、实际控制人或非独立董事、监事、高级管理人员的不当影响等。”

4、在《董事会秘书工作细则》中增加一款：“董事会秘书职责：……对公司董事、监事和高级管理人员的任职资格进行持续性审查”。

5、将《总经理工作细则》第五条修订为：“有下列情形之一的，不能担任公司总经理及其他高级管理人员：

（1）无民事行为能力或者限制民事行为能力；

（2）因犯有贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产罪或者破坏社会经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因其他犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；

（3）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，并对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；

（4）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年；

（5）个人所负数额较大的债务到期未清偿；

（6）被中国证监会确定为市场禁入处罚，期限未届满的；

（7）被证券交易所公开认定不适合担任上市公司董事、监事和高级管理人员；

（8）最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近三年内受到证券交易所公开谴责；

(9) 因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

(10) 法律、行政法规或部门规章规定的其他内容。

违反前款规定提名、聘任总经理及其他高级管理人员的，该提名、聘任无效。总经理及其他高级管理人员在任职期间出现前款情形的，公司董事会解除其职务。

总经理及其他高级管理人员候选人被提名后，应当自查是否符合任职资格，及时向上市公司提供其是否符合任职资格的书面说明和相关资格证书(如适用)。公司董事会、监事会应当对候选人的任职资格进行核查，发现不符合任职资格的，应当要求提名人撤销对该候选人的提名。

总经理及其他高级管理人员候选人在董事会审议其受聘议案时，应当亲自出席会议，就其任职资格、专业能力、从业经历、违法违规情况、与公司是否存在利益冲突，与公司控股股东、实际控制人以及其他董事、监事和高级管理人员的关系等情况进行说明。

公司总经理及其他高级管理人员候选人在被提名时，应当对其是否具有本条规定的各类情形作出书面说明，并承诺如在其任职期间出现与其原声明不一致的本条所列情形时，在第五日内书面报告公司董事会，同时书面通知公司董事会秘书。”

6、在《独立董事工作细则》中增加一款：“对于不具备独立董事资格或能力、未能独立履行职责或未能维护公司和中小股东合法权益的独立董事，单独或者合计持有公司 1%以上股份的股东可以向公司董事会提出对独立董事的质疑或罢免提议。被质疑的独立董事应当及时解释质疑事项并予以披露。公司董事会应当在收到相关质疑或罢免提议后及时召开专项会议进行讨论，并将讨论结果予以披露。”

通过对上述制度的修订，公司已经为董事、监事及高级管理人员的持续任职资格管理提供了制度上的保障，今后公司将严格按照上述制度的规定执行，从最大限度上防范因董事、监事和高级管理人员不符合任职资格条件而可能给公司带来的损失。

此外，发行人的主要股东、全体董事、监事和高级管理人员在辅导期内还接

受了项目小组和律师、会计师等中介机构的辅导培训，培训分为6次共21小时，培训内容包括《公司法》、《证券法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》以及其他上市相关法律法规和会计准则的讲解。保荐机构等各中介机构重点加强了内部控制尤其是董事会制度和独立董事制度方面知识的培训，通过辅导培训，发行人的主要股东、董事、监事和高级管理人员进一步加深了对企业内部控制重要性和具体运作的理解，有利于未来发行人内控制度得到有效地贯彻执行。

发行人在独立董事郑庆昌受到中国证监会行政处罚后未能及时发现并更换独立董事，这表明发行人的内部控制制度存在着一定的缺陷，但鉴于：（1）郑庆昌已主动辞去独立董事职务，目前发行人的董事、监事和高级管理人员均符合《公司法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》等相关法律法规规定的任职资格条件；（2）发行人在获悉该事件的真实情况后，立即采取了有效的措施控制该事件可能引发的风险，及时改选了独立董事，未对公司正常的生产经营造成不良影响，事后公司对该事件进行了认真的总结，并修改了《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》等相关的内控制度，为董事、监事及高级管理人员的任职资格及后续的任职资格管理提供了制度上的保障；（3）报告期内发行人的三会运作情况良好，总体上看发行人的内控制度得到了有效的执行。因此，独立董事郑庆昌一事不构成公司本次发行上市的实质性障碍。

项目小组对公司董事、监事、高级管理人员进行了逐一访谈，并取得了其出具的承诺函，同时通过走访相关当事人户口所在地法院和仲裁机构以及互联网搜索的形式对公司董事、监事、高级管理人员是否存在《公司法》第一百四十七条规定的情形、是否受到过证监会的行政处罚或交易所公开谴责、是否被证监会采取市场禁入措施尚在禁入期内的、是否因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查而尚未有明确结论意见等情形进行了逐一核查，经核查，发行人的董事、监事及高级管理人员均符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第二十三条“发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不得有下列情形：（一）被中国证监会采取证券市

场禁入措施尚在禁入期的；（二）最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；（三）因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。”规定的要求。

项目小组还查阅了发行人的《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》等相关内控制度以及报告期内发行人董事会、监事会、股东大会的会议记录、会议决议等相关资料，经核查，项目小组认为，发行人目前已依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度等相关的内控制度，并在董事、监事和高级管理人员任免、重大对外投资、关联交易、对外担保等各方面均按照内控制度的要求规范运行，独立董事、董事会秘书均能依法履行职责，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第二十一条“发行人已经依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，相关机构和人员能够依法履行职责。”规定的要求。

综上，项目小组认为，目前发行人的董事、监事、高级管理人员均符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第二十三条规定的任职资格条件的要求；发行人已依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度等相关的内控制度，相关机构和人员能够依法履行职责，独立董事郑庆昌一事不构成本次发行上市的实质性障碍。

问题二、发行人报告期内业绩增长幅度较大，但 2010 年 1-6 月经销商数量下降较为明显，且 2010 年大额经销合同的完成率不高。

项目小组通过查看销售合同、销售发票、收款凭证、出库单等相关凭证，并实地走访各主要经销商客户，深入到农贸批发市场、麻辣烫、商超门店等各种销售终端进行访谈和查看，对发行人的业绩增长情况和企业销售模式进行了全面的了解，全面核查了发行人业绩情况，具体如下：

1、报告期内发行人经销商数量的变化情况及稳定性

根据原招股说明书的划分口径，2009 年、2010 年发行人经销商数量的变化情况如下：

经销商家数	1-6 月	1-12 月
-------	-------	--------

2009 年	566	782
2010 年	525	759

从上表可以看出，2010 年 1-6 月公司经销商家数为 525 家，而 2009 年 1-6 月为 566 家；2010 年全年的经销商家数为 759 家，而 2009 年全年为 782 家。2010 年经销商家数的同期数据与 2009 年相比，基本保持稳定，经销商的数量不存在重大不利变化。

以上经销商统计口径中包含了以下几类客户：稳定合作的经销商、零星客户和出口客户。其中稳定合作的经销商与发行人保持稳定合作关系，一般全年不分淡旺季都持续向发行人采购产品；而零星客户一般只在销售旺季时偶然与发行人发生交易（比如夏季经销雪糕、冰淇淋，而秋冬季时转而经销发行人产品；或者向本公司购买产品直接用于消费的客户）。

原招股说明书中所述经销商中包含数量众多的年销售金额较小的零星客户，这些客户向发行人采购的季节性特征更为突出，大多集中在秋冬季（即三、四季度）采购，因此原招股说明书中的经销商客户家数呈现上半年少、下半年大幅增加的态势。

在本次申报的招股说明书中，为了更好地反映公司的业务特征和销售渠道情况，将原招股说明书中的经销商作了重新分类，进一步细分为稳定合作的经销商、零星客户和出口客户，其中稳定合作的经销商在本次申报招股说明书中作为经销商进行披露，零星客户和出口客户作为其他客户披露。

公司在长期经营管理实践过程中，形成了较为完善的经销商管理体系，对于经销商的选择和管理有一套严格的标准和管理措施，公司选择经销商的标准主要包括：①有意愿与发行人稳定合作，全年持续向发行人采购产品，并承担一定的销售任务；②有较强的资金实力和丰富的客户资源，拥有一定规模的销售门面，且具备相应的仓储和物流配送设施；③有行业操作经验，熟悉速冻鱼糜制品和速冻肉制品的经营特点；④认同公司的文化和价值观，有与公司共同发展壮大的强烈意愿；⑤有高度责任心，行业口碑好，诚信可靠；⑥愿意接受公司的管理，负责公司指定区域或渠道的配送和销售。

公司对经销商的管理措施（包括扶植措施）主要包括：①对经销商进行分区域规范管理，限定其在指定的区域或渠道内进行配送和销售，严格限制串货，以

保证各区域经销商之间的公平竞争和规范运作；②公司配备业务人员与经销商共同进行二级经销商和终端的开发和维护；③经销商当年达到事先约定的销售额之后可享受公司的返利奖励（一般为销售额的 3%-5%）；④经销商可享受公司给予的促销政策支持，如公司举行的订货会、促销活动以及门店生动化布置等。以上管理措施和优惠政策通过公司与经销商签订的年度经销合同中的条款予以明确。

而对于其他客户，由于其向公司采购次数和金额有限，且随机性较大，一般不签订合同，公司不对其进行重点管理，也不享受公司给予经销商的扶植政策。

本次申报的招股说明书中，客户细分成经销商和其他客户之后，其对应的 2009 年和 2010 年的家数和销售收入情况具体如下：

单位：万元

渠道	2010 年度			2009 年度		
	家数	收入	占比	家数	收入	占比
经销商客户	235	36,618.27	92.82%	212	29,148.50	91.77%
其他客户	524	2,832.41	7.18%	570	2,615.07	8.23%
合计	759	39,450.67	100.00%	782	31,763.57	100.00%
渠道	2010 年 1-6 月			2009 年 1-6 月		
	家数	收入	占比	家数	收入	占比
经销商客户	230	15,273.57	91.34%	189	10,995.78	85.78%
其他客户	295	1,448.09	8.66%	377	1,823.32	14.22%
合计	525	16,721.66	100.00%	566	12,819.11	100.00%

注：经销商客户数量为期末数量。

从上表可以看出，2009 年度和 2010 年度公司经销商的销售收入占比均在 91% 以上，且呈上升趋势，分别为 91.77% 和 92.82%；经销商数量也保持稳步增长，从 2009 年的 212 家增加到 2010 年的 235 家。

其他客户一般只在销售旺季时偶尔与公司发生交易，淡季时该类客户数量大幅减少，从而导致公司上半年的客户总体数量与全年相比出现较大波动，而且这部分客户的采购具有较大的随机性，客户数量一般波动幅度较大。报告期内其他客户的销售收入占比较小，对公司的整体业绩不会造成重大影响。

综上所述，报告期内公司经销商的数量和销售收入均保持稳定增长的良好态势，经销商稳定性良好。

2、2010 年签订的大额经销合同相关情况的说明

签订年度经销合同是公司对经销商规范管理的重要一环。公司在签订经销合同之前，均会与经销商进行充分、慎重的沟通，在综合考虑经销商上期业绩的完成情况、当年市场销售的预期情况以及公司支持力度情况等多方面因素后，与经销商协商确定合同金额。但出于激励经销商的目的，公司与经销商确定的合同金额一般不能太保守，而是给经销商设定一个比较切合实际的目标值，因此经销合同中的合同金额属于目标金额的概念，公司称之为激励目标金额。一般而言，经销商只要实现合同金额的 70%-80% 公司即认为经销商已经完成当年预期业绩，即可开始享受公司给予的返利奖励，公司将经销商开始享受返利的金额称为基础目标金额。

如北京市西南郊一都水产经营部在 2010 年与公司签订的年度经销合同中，激励目标金额定为 3,600 万元，基础目标金额定为 2,880 万元，合同中返利条款规定如下：

1	完成既定合同销量 100% 以上，即 3,600 万元以上，享受年终返利 5%；
2	完成既定合同销量 90% 以上，即 3,240 万元以上，享受年终返利 4%；
3	完成既定合同销量 80% 以上，即 2,880 万元以上，享受年终返利 3%；
4	完成既定合同销量 80% 以下，即 2,880 万元以下，不享受年终返利。
5	以上返利不重复享受

注：各家经销商开始享受返利的金额（比例）根据具体情况的不同会有细微差别，但开始享受返利的金额一般均在合同金额的 70% 至 80% 之间。

原招股说明书中披露的经销合同的合同金额为激励目标金额，因此与 2009 年度相应经销商的实际销售额相比，有较大幅度的提高。截至 2011 年 3 月 31 日，原招股说明书中大额经销合同在合同期间实际销售额的完成情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称/姓名	激励目标金额 (万元)	基础目标金额 (万元)	2010 年 4 月至 2011 年 3 月累计		
				完成额(万元)	激励目标完成比例	基础目标完成比例
1	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	4,300.00	3,010.00	3,165.59	73.62%	105.17%

2	北京市西南郊一都水产经营部	3,600.00	2,880.00	2,883.61	80.10%	100.13%
3	上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部	2,500.00	1,750.00	1,988.39	79.54%	113.62%
4	成都鑫顶峰食品有限公司	2,500.00	2,000.00	2,683.27	107.33%	134.16%
5	普宁市流沙西河食品经营部	1,800.00	1,000.00	1,248.42	69.36%	124.84%
6	天津市南开区南洋水产经营部	1,550.00	868.00	1,156.60	74.62%	133.25%
7	帮帮江众副食品服务社	1,500.00	1,050.00	86.43	5.76%	8.23%
8	南京海泰隆食品有限公司	1,300.00	1,040.00	609.55	46.89%	58.61%
9	上海普陀区佳诚百货经营部	1,137.00	795.90	387.30	34.06%	48.66%
10	诺亚副食品配送服务社	1,100.00	1,000.00	1,220.91	110.99%	122.09%
11	福州青和食品配送有限公司	1,000.00	700.00	768.55	76.85%	109.79%
12	南昌市彤业食品有限公司	1,000.00	700.00	621.43	62.14%	88.78%
13	大连泰连商贸有限公司	1,000.00	800.00	672.41	67.24%	84.05%
14	苏州工业园区肉食品市场御福晟食品经营部	1,000.00	1,000.00	447.09	44.71%	44.71%
15	合肥东立食品商行	800.00	700.00	780.44	97.56%	111.49%
16	漳州市芗城区建泉冷冻食品店	875.00	560.00	10.25	1.17%	1.83%
17	哈尔滨市南岗区万福食品经营部	820.00	656.00	778.91	94.99%	118.74%
18	南通市文峰饭店有限公司	800.00	700.00	920.85	115.11%	131.55%
19	青岛市市北区汇丰水产肉食批发部	800.00	240.00	331.37	41.42%	138.07%
20	太原市迎泽区福泉水产品经销部	750.00	600.00	394.15	52.55%	65.69%
21	无锡市昇腾副食品商行	750.00	600.00	541.88	72.25%	90.31%
22	常州市雅林食品商行	750.00	600.00	1.75	0.23%	0.29%

23	义乌市笑风食品商行	700.00	700.00	536.70	76.67%	76.67%
24	杭州市食品交易市场 洪河干冻水产食品商行	700.00	700.00	598.46	85.49%	85.49%
25	郭天从（洪梅水产肉食经销部）	700.00	560.00	1,131.89	161.70%	202.12%
26	宽城区农贸水产大市场王艺儒水产经销部	650.00	520.00	232.48	35.77%	44.71%
27	南京责贷冷冻食品经营部	600.00	540.00	453.44	75.57%	83.97%
28	哈尔滨鹏程食品有限公司	600.00	480.00	710.21	118.37%	147.96%
29	东莞市海峰食品有限公司	550.00	200.00	354.72	64.49%	177.36%
30	南平龙兴贸易有限公司	500.00	300.00	238.58	47.72%	79.53%
31	沈阳经济技术开发区 水产市场晟金隆水产品经营部	500.00	400.00	333.03	66.61%	83.26%
32	天津宽达水产食品有限公司	500.00	400.00	322.01	64.40%	80.50%
合计		37,632.00	28,049.90	26,610.66	70.71%	94.87%

注：以上合同金额、开始享受返利金额、完成额均为含税金额；合同期限均为2010年4月1日至2011年3月31日。

从上表可以看出，公司主要经销合同的实际完成情况良好，有十五家经销商在合同年度内的实际完成业绩超过了基础目标金额，特别是前六大经销商的销售额均达到了基础目标金额，而且有不少经销商实现的销售额超过了激励目标金额，如洪梅水产肉食经销部，激励目标的完成比例达到161.70%，这也表明了发行人与经销商协商确定的激励目标金额是综合考虑各种因素后合理设定的，而同时又能对经销商起到较大的激励作用。总体上看，大部分经销合同的基础目标完成比例达到或超过了80%，上述所有经销合同实际实现的销售额达到经销合同基础目标金额的94.87%，经销合同总体完成情况良好。

部分经销合同完成情况较差，主要分为以下几种情形：

①由于经销商经营转型，主动向发行人提出终止经销合同。帮帮江众副食品服务社由于经营转型，彻底退出速冻鱼糜制品经营，因此提前与发行人终止合作，

导致其基础目标完成比例仅达到 8.23%。在其与发行人终止合作关系后，公司及时在原由其负责的区域内培育了新的经销商上海杰尔成食品有限公司，合同期内上海杰尔成食品有限公司实现销售额 421 万元（含税），实现了新老经销商的平稳交接。

②公司主动取消了三家未严格履行经销合同的经销商的资格。常州市雅林食品商行、太原市迎泽区福泉水产品经销部和漳州市芗城区建泉冷冻食品店在签订经销合同后，未严格在合同约定的区域开展业务，造成区域串货等不良现象，损害了其他经销商的利益，且未在规定时间内整改，公司业务人员核实了实际情况后，公司取消了该三家经销商的资格，终止经销合同，导致该三家经销商的基础目标完成比例较低。由于该三家经销商都是从 2010 年开始与公司合作，上述经销合同终止后，公司即在该区域内培养新的经销商，逐步取代原经销商，原经销商的退出对公司经营未产生重大影响。

③公司对市场区域进一步细分，新增经销商导致原经销商业绩受到一定程度的影响。原则上公司与经销商签订合同后，合同中划定的区域都由该经销商负责销售，但在经销合同实际执行过程中，公司也会根据该地区及经销商的实际情况进行动态调整。由于各家经销商都有自己的优势区域/渠道，公司一般会将经销商各自的优势区域/渠道划给其负责，但由于在开拓市场中经销商分布的不均衡，也存在着经销商所负责区域超出其优势区域的情形。由于经销商的人员、资金和物流设施等相对有限，所负责区域超出其优势区域在一定程度上会导致其对原有优势区域开发不足，因而公司会开发新经销商来负责超出其优势区域的部分地区，在公司开发出符合要求的经销商后，会与原经销商协调，要求其集中精力作好自己的优势区域的销售，公司的业务人员则会协助其做精做细现有的优势区域，而将其原负责区域中的一部分划分给其他具有比较优势的新经销商负责。经销区域的调整短期内会对原经销商的业绩造成分流，部分经销商 2010 年的业绩完成情况也因此而受到一定的影响。但从长远来看，区域重新调整后，各经销商便可集中精力对自己的优势区域进行深入开发，公司也会有针对性地对其加大支持力度，对于经销商而言，其巩固了在原有优势区域中的地位；对于公司而言，由于在同一区域市场开发的细化，将会带动销售收入出现较大幅度增长。

综上所述，个别经销商由于经营转型而终止合同、公司出于经销商管理的需要而调整经销商合同是公司在生产经营过程中的一种正常现象，公司已分别采取

了相应的应对措施，少数经销商合同的变动对公司生产经营不会产生重大影响。从总体上看 2010 年公司签订的大额经销合同在合同期内完成情况良好，上述合同的基础目标总体完成率达到了 94.87%，这表明公司与经销商签订经销合同时所综合考虑的市场预期等因素基本符合市场的实际状况；同时上述合同的激励目标总体完成率到达 70.71%，而且有 5 家经销商的业绩达到并明显超过了激励目标金额，说明公司所设定激励目标是比较合理的，经销商要达到激励目标金额既非遥不可及，但也难以轻易实现，而是需要经过一定程度的努力才能达成，从而真正起到激励经销商的作用。

3、业绩大幅增长的合理性及盈利能力的可持续性

报告期内发行人营业收入总体呈现持续快速增长的态势。2009 年度公司营业收入较 2008 年度增加 13,018.94 万元，增幅为 42.81%；2010 年度公司营业收入较 2009 年度增加 7,908.62 万元，增幅为 18.21%；2011 年 1-3 月公司营业收入较 2010 年同期增加 2,897.94 万元，增幅为 19.86%。

发行人业绩快速增长的主要原因分析如下：

(1) 经济增长和行业发展带动了发行人营业收入的持续增长。

近年来我国国民经济持续快速增长，居民收入稳步提高，为食品消费增长奠定了坚实的物质基础；同时随着城镇化进程的推进和扩大内需政策的实施，居民生活节奏加快，消费结构升级，人们在食品消费方面越来越注重安全和营养，而速冻鱼糜制品因兼具安全营养和食用方便的特性，迎合了现代人的消费观念和快节奏生活的需要，因此速冻鱼糜制品行业近年来保持了快速增长的势头。

此外，随着不同地区经济的发展，人口流动速度加快，消费习惯和饮食文化也在互相影响、互相融合，交通条件的改善、经济水平的提高为地方特色食品的全国流动提供了保障，具有品牌知名度的地方特色食品逐步走向全国市场，并成为人们的日常餐桌食品。作为速冻鱼糜制品和速冻肉制品细分行业内品牌知名度高、产品质量好的龙头企业，发行人从中受益较大。

(2) 报告期内，发行人的销售区域不断拓展，各种销售渠道发展迅速。

报告期内，发行人在全国范围内的地区扩展情况和各种渠道数量情况如下：

项 目	2011 年 1-3 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
地区扩张情况：				

公司开展业务的城市数量	191	189	162	95
渠道扩张情况:				
经销商数量	234	235	212	114
商超门店数量	983	1,228	1,034	900
可控终端数量(不含商超)	7,687	7,341	3,518	1,161

注: 公司开展业务的城市数量指直辖市、省会城市及地级市; 经销商数量为期末数量。

报告期内发行人不仅实现了销售区域从传统成熟地区到新兴市场地区的横向快速扩张, 同时在各地区内销售渠道和销售网络的纵向发展速度也较为迅速。

经过近几年的开发和拓展, 发行人在上海等核心一线城市的联合分销模式和营销网络建设相对成熟, 并逐步将成熟市场的成功营销模式推广到新兴市场地区及众多二线城市, 各新兴市场地区销售迅速增长, 公司的市场份额逐步提高。报告期内, 公司开展业务的城市数量逐年增加, 从 2008 年的 95 个增长到 2011 年一季度的 191 个, 销售收入随着开展业务的城市数量增加而逐年增长。在销售区域从传统成熟地区向新兴市场地区横向快速扩张的同时, 发行人在成熟地区进一步采取深度分销策略, 加大可控终端的开发和维护力度, 协助经销商扩大销售终端网点和提高单点销售额, 将业务深入到众多的县或县级市, 截至 2011 年 3 月末, 公司产品辐射的县及县级市已经超过 500 个。

另外, 随着发行人销售区域的扩大和品牌影响力的提升, 各种销售渠道的客户数量也在不断增加, 报告期内公司经销商数量从 2008 年末的 114 家增加到 2010 年末的 235 家、合作商超门店数量从 2008 年的 900 家增加到 2010 年的 1,228 家, 可控终端数量从 2008 年的 1,161 家增加到 2010 年的 7,341 家。

(3) 报告期内, 公司重视销售网络建设, 销售渠道向纵深方向不断拓展。

单位: 万元

渠道	2011 年 1-3 月			2010 年度		
	家数	收入	占比	家数	收入	占比
经销商客户	234	11,104.64	63.60%	235	36,618.27	71.58%
商超客户	983	5,640.19	32.30%	1,228	10,691.78	20.90%
其它客户	268	716.60	4.10%	659	3,843.64	7.51%
主营业务收入合计	1,485	17,461.43	100.00%	2,122	51,153.70	100.00%

渠道	2009 年度			2008 年度		
	家数	收入	占比	家数	收入	占比
经销商客户	212	29,148.50	67.29%	114	17,190.70	56.58%
商超客户	1,034	11,061.77	25.54%	900	9,726.80	32.02%
其它客户	663	3,109.72	7.18%	333	3,462.99	11.40%
主营业务收入合计	1,909	43,319.99	100.00%	1,347	30,380.49	100.00%

① 经销商的数量、规模和销售额均持续增长

报告期内经销商数量和销售收入均稳步上涨,经销商家数由 2008 年度的 114 家发展到 2009 年度和 2010 年度的 212 家和 235 家,经销渠道实现的销售收入逐年快速增长,所占销售比重也不断提高,从 2008 年的 56.58%提高到 2009 年、2010 年的 67.29%和 71.58%。经销商数量和销售收入的增长一方面是由于销售区域的拓展、新市场地区销售渠道的开拓,另一方面是由于公司在现有市场地区销售渠道的深入挖掘,开发出更多的经销商客户。

A、各地区经销商数量和销售收入持续增长

报告期内,分地区统计的经销商销售情况如下:

单位:万元

项目		2011 年 1-3 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
华东地区	家数	104	104	105	74
	销售额	5,664.18	19,278.79	17,742.18	11,369.24
华北地区	家数	21	22	21	8
	销售额	1,998.40	6,640.00	4,345.56	2,217.66
华南地区	家数	30	30	27	6
	销售额	608.84	1,951.14	1,438.20	760.50
东北地区	家数	12	12	10	8
	销售额	796.32	2,807.44	2,175.35	1,564.22
华中地区	家数	29	29	18	12
	销售额	478.39	2,028.93	1,127.78	946.72
西南地区	家数	17	17	14	3

	销售额	1,178.50	2,905.80	1,671.02	289.99
西北地区	家数	21	21	17	3
	销售额	380.01	1,006.17	648.41	42.37
合计	家数	234	235	212	114
	销售额	11,104.64	36,618.27	29,148.50	17,190.70

报告期内，公司在不同地区实行差异化营销策略，根据各地区的实际情况有针对性地调整公司营销策略的工作重点，以推动各地区经销商渠道的快速发展。从上表可以看出，报告期内公司在全国各地经销商数量及其销售额增长明显。

在华东、华南等成熟地区，经销商体系已经比较完善，公司多年来培养了不少信用良好的大规模经销商，目前公司在这两个地区加强深度分销和宽度分销，协助经销商建立密集型的分销网络，努力增加产品市场铺货率，加大对终端的开发和掌控；并在重点开发区域派驻专业开发小组，协助经销商开发更多的终端客户。近年来由于产能的限制，公司采取对高速发展区域和新开拓区域的先占策略，在传统地区如华南地区主要集中在广州、深圳等一线核心城市，对二线城市的开发力度还不够，未来随着产能的提高，公司将加大传统地区的开拓力度，全面进入二线城市。

在华北等高速发展地区和东北、西南等新开拓地区，公司进一步寻找、开发和培养渠道多、信用好的经销商，重点扶持信用和能力良好的经销商，加快一级市网络覆盖速度，建立起通向二、三级城市的分销网络，形成完整的城市销售网络；充分利用经销商原有销售终端的同时，派驻专业开发人员组建区域内开发小组帮助经销商开拓农贸市场、中小型零售、中小型餐饮、二级分销等终端客户，提高经销商的分销能力，并加强对终端的掌控力度。

报告期内公司各地区的经销商数量和销售额均呈不断上涨的良好态势，主要原因系公司一直将开发和培养经销商作为公司经销商策略的工作重心，在各地区建立和完善经销商网络渠道，经销商分销能力、自身的网络和终端拓展能力的提高也相应增加了公司经销渠道的销售收入；同时公司坚持采取销售渠道下沉的营销方式，在做好现有市场的同时，不断开发新的销售区域、经销商和终端客户。

B、经销商的规模不断增强

报告期内分级别统计的经销商收入情况如下：

项目		500 万以上	300 万—500 万	100 万—300 万	30 万—100 万	30 万以下	合计
2010 年度	家数	16	16	52	74	77	235
	收入(万元)	16,126.79	6,300.01	9,272.52	3,851.76	1,067.19	36,618.27
	占经销商收入比例	44.04%	17.20%	25.32%	10.52%	2.91%	100.00%
2009 年度	家数	12	15	52	70	63	212
	收入(万元)	10,089.51	5,778.05	8,557.91	3,705.74	1,017.29	29,148.50
	占经销商收入比例	34.61%	19.82%	29.36%	12.71%	3.49%	100.00%
2008 年度	家数	4	16	34	28	32	114
	收入(万元)	2,809.33	5,918.61	6,434.59	1,476.10	552.07	17,190.70
	占经销商收入比例	16.34%	34.43%	37.43%	8.59%	3.21%	100.00%

从上表可以看出,报告期内公司在经销商数量和销售收入增长的同时,经销商的销售规模也在不断扩大,各级别的经销商数量和销售占比增长明显,年经销额在300万元以上的大型经销商数量从2008年的20家增长到2009年的27家和2010年的32家,对应经销额占有所有经销商收入的比重由2008年的50.77%提高到2009年的54.44%和2010年的61.24%。经销商规模的不断增大主要是得益于公司独特的营销模式,公司在经销商渠道的营销策略主张和经销商一起做分销,协助经销商开发终端客户,与经销商共同合作实现双赢的效果,主要经销商与公司共同成长;公司在不断开发新经销商的同时注重对经销商的培养,对经销商进行优胜劣汰,因此随着公司规模的发展,原有经销商规模逐渐增大,新经销商也不断成长,报告期内公司的经销商整体规模呈不断增大的趋势。

C、经销商合作的稳定性

截至2010年底,按合作年限统计的经销商情况如下:

合作时间	3 年以上	2-3 年	1-2 年	1 年以内	合计
经销商数量(家)	50	30	123	32	235
对应销售收入(万元)	14,074.92	8,729.81	12,362.78	1,450.75	36,618.27
销售收入占比	38.44%	23.84%	33.76%	3.96%	100.00%

可见大部分的经销商与公司的合作年限都比较长,稳定性较高,与公司合作

年限超过两年的经销商合计销售总额超过公司经销商渠道销售总额的62.28%。

截至2010年，前十大经销商的销售额和合作年限情况如下：

客户名称	销售商品	销售额 (万元)	合作年限
上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	2,109.04	3年以上
北京市西南郊一都水产经营部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	2,103.17	3年以上
成都市鑫顶峰食品有限公司	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	1,908.01	1-2年
上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	1,754.56	2-3年
洪梅水产肉食经销部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	925.77	2-3年
诺亚副食品配送服务社	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	909.55	1-2年
天津市南开区南洋水产经营部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	817.59	3年以上
普宁市流沙西河食品经营部	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	793.71	3年以上
大连泰连商贸有限公司	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	663.99	3年以上
南通市文峰饭店有限公司	鱼丸\贡丸\撒尿牛肉丸等	656.57	2-3年
合 计		12,641.97	

由上表可以看出，前十大经销商的合作年限大部分在2-3年或者3年以上，稳定性良好，这主要得益于公司多年来所采取的联合分销模式并逐步形成独特的经销商体系，主要经销商也随着公司的快速发展而迅速成长，实现了公司和经销商的双赢，因此双方合作稳定性逐渐增强。

② 商超业绩平稳发展

报告期内，分地区统计的商超销售情况如下：

单位：万元

项目		2011年1-3月	2010年度	2009年度	2008年度
华东地区	门店数	420	476	382	404
	销售额	2,724.27	4,183.89	4,572.67	4,117.12
华南地区	门店数	260	365	330	224
	销售额	1,249.23	2,706.88	3,015.41	2,751.94
华中地区	门店数	111	135	117	115

	销售额	720.04	1,130.87	1,088.66	1,043.64
华北地区	门店数	58	74	70	62
	销售额	400.23	1,177.46	1,159.83	919.94
西南地区	门店数	90	123	88	52
	销售额	323.28	767.69	520.94	358.37
西北地区	门店数	26	34	32	31
	销售额	148.86	555.83	567.42	497.18
东北地区	门店数	18	21	15	12
	销售额	74.29	169.16	136.84	38.61
合计	门店数	983	1,228	1,034	900
	销售额	5,640.19	10,691.78	11,061.77	9,726.80

发行人对商超渠道的总体策略是将其打造成为公司市场形象的“桥头堡”。商超客户在公司营销策略中起着“树形象、建品牌”的重要作用，公司注重对其进行主题营销，以及品牌建设和推广，目前公司已经在很多地区树立了良好的市场形象和品牌，并和众多大型连锁商超建立了良好的合作关系。

报告期内发行人不断完善对商超渠道的管理体系，注重对商超客户的反馈分析，采取积极稳健的进入退出策略，每月汇总分析各门店销售实绩、促销费用，进行月度促销活动效果评估，若某一门店销售业绩持续走低，难以维持盈亏平衡，公司将采取退出策略，转而加大对黄金门店的投入或者对新门店的开拓；在选择商超系统及门店合作前，均进行详细的投入产出分析，慎重选择有实力、有潜力的伙伴进行合作，以避免重规模轻效益的盲目扩张；此外，公司产品消费淡季明显的特点，在部分地区或商超门店采取旺季进入，淡季退出的灵活策略。

A、商超门店数量持续增长

报告期内，发行人进驻商超门店数持续增长，铺货率和品牌影响范围持续扩大，2009年度、2010年度和2011年第一季度商超门店数量分别比上年同期增加134家、194家和60家。

发行人善于抓住各商超系统的特点，选择加大与优质商超的合作力度。近年来部分商超（如沃尔玛和永辉超市等）发展和扩张速度较快，对全国各主要城市

的影响力较大，公司与这些商超的合作门店数也在持续增长；沃尔玛近年来通过新开门店和收购兼并等方式在华南地区的网络不断扩张，同时在华东、华北、西南等地区扩张速度也很快，其在全国各地区的卖场数量和影响力迅速扩大，2009年度、2010年度和2011年1-3月公司和沃尔玛合作的门店数与上年同期相比分别增加了53家、77家和85家，主要集中在华东、华南和西南地区；永辉超市近年来发展迅速，系统逐渐完善，其在全国主要布局华东、西南和华北地区，公司从2009年开始加快了和永辉超市的合作步伐，报告期内公司和永辉超市合作的门店数也呈不断上涨的趋势，2009年度、2010年度和2011年1-3月公司和永辉超市合作的门店数同比分别增加了18家、52家和34家，主要集中在华东、西南和华北地区。

在加大与优质商超合作力度的同时，公司对商超渠道客户同样采取优胜劣汰的策略，对客流量较小或影响力较小的部分商超门店，公司选择退出转向优质门店或旺季进入淡季退出的灵活策略。

B、商超业绩平稳增长

报告期内发行人商超渠道实现的业绩平稳增长，2009年度商超收入同比增长13.72%，2010年度由于商超渠道竞争的加剧和部分商超系统并购的影响，公司商超渠道收入略有下降，2011年1-3月公司利用销售旺季加大对优质商超门店的投入力度，使得业绩同比增长了20.37%。

报告期内公司加大与沃尔玛和永辉超市等发展较快的优质商超的合作力度，在各地区与这些优质商超的合作门店数量持续增长带来了商超渠道业绩的增长。

同时，近年来受商超行业兼并收购和速冻食品行业竞争加剧的影响，商超渠道的竞争逐渐加剧，公司商超渠道的业绩增长受到一定程度的影响。特别是2010年沃尔玛系统逐步合并好又多门店，使得公司在华南地区的商超渠道销售受到较大的影响。公司根据各商超门店的具体情况及时采取有针对性的措施，对恶性竞争的部分商超门店采取暂时退出策略，不采取打价格战的策略，转而加大其它商超门店的投入，同时增加对其它优势渠道的发展力度，如经销商渠道和业务客户渠道的拓展；公司还通过内部生产策略的调整，增加产品品项和增加产品价格层次等方式，扩大消费对象的范围以应对商超的激烈竞争。

③ 其它渠道客户数量和业绩稳定增长

其它渠道客户包括零星客户，餐饮、学校和医院等业务客户以及少量的出口客户。报告期内随着发行人品牌影响力的增大，以及公司对各种销售渠道的深入开发，其它渠道客户的数量和销售额呈稳定增长的趋势。

(4) 加大产品研发力度，新品的推出有效带动销售收入的增长

报告期内，公司每年不断开发推出新产品，有效带动了公司销售收入的增长。2008年—2010年，公司每年开发新品品种数及当年对应的销售收入如下：

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
新品增加数	56	79	55
新品销售收入(万元)	3,880.21	4,222.53	2,124.67

公司开发的新品不仅在开发当年实现收入，较为成功的新品在未来几年都能带来持续增长的收入。报告期内，公司开发的新品在开发当年及后续年份实现收入情况如下：

开发年份	品名	实现收入（万元）			
		2008 年	2009 年	2010 年	2011 年 1-3 月
2007 年开发新品	香港撒尿牛肉丸	1,466.85	5,453.02	6,557.49	2,206.98
	开花肠	29.73	898.14	1,589.87	497.41
	金陵鱼脆	63.53	482.40	541.66	109.37
	小计	1,560.10	6,833.57	8,689.02	2,813.76
	其他新品小计	1,721.90	1,786.94	2,145.61	72.52
	合计	3,282.00	8,620.51	10,834.63	2,886.28
2008 年开发新品	鱼皮脆	27.03	4,324.23	5,942.72	1,528.67
	鱼排	5.96	1,474.97	2,352.52	830.99
	香肠	641.72	1,371.00	1,701.10	466.24
	小计	674.71	7,170.20	9,996.35	2,825.90
	其他新品小计	1,449.97	6,449.34	5,127.10	1,484.78
	合计	2,124.67	13,619.54	15,123.45	4,310.68
2009 年开发新品	鱼皮豆腐	-	912.40	1,147.60	350.88
	港式鱼皮脆	-	607.12	709.37	419.62

	AA 仿蟹肉棒	-	146.19	495.26	140.14
	灌汤珍珠鱼丸	-	52.35	221.33	90.36
	小计	-	1,718.06	2,573.56	1,001.01
	其他新品小计	-	2,504.47	2,475.59	352.87
	合计	-	4,222.53	5,049.15	1,353.88
2010年开发新品	西湖肉燕	-	-	548.95	490.82
	招牌香菇贡丸	-	-	443.60	272.77
	日式仿蟹肉棒	-	-	376.73	201.44
	章鱼丸	-	-	318.21	142.60
	小计	-	-	1,687.48	1,107.64
	其他新品小计	-	-	2,192.73	1,744.06
	合计	-	-	3,880.21	2,851.70
2007年-2010年开发新品销售合计		5,406.67	26,462.58	34,887.44	11,402.54

随着公司研发创新机制的不断完善，公司新产品开发能力不断增强，每年不断推出适合消费者需求的新产品，新产品的销售有效带动了公司业绩的增长，公司2007年和2008年自主开发的香港撒尿牛肉丸和鱼皮脆等产品，经过市场推广得到了消费者逐步认可接受，已经成为最受消费者欢迎的产品，在2009年度和2010年度这两大新品的销售额实现大幅增长，同时也带动其它主力产品的增长。香港撒尿牛肉丸等包心系列产品和鱼皮脆等产品作为公司自主研发产品中成功的代表，目前在速冻鱼糜制品和肉制品的市场上已经占据了主导地位，树立了良好的市场品牌形象，有效提高了公司产品在同行业中的竞争地位。

(5) 品牌推广使产品的知名度和美誉度得到了有效的提升，对公司业绩快速增长起到了积极的促进作用

报告期内，公司一方面加大广告投入，聘请形象代言人，通过电视媒体、报纸书刊、户外媒体、广播、展会、赞助运动会等多种途径对“海欣”品牌进行宣传，同时公司在各经销商及批发市场渠道、商超及农贸市场等销售终端通过张贴海报、举行各种活动、宣讲食用方法等方式加大产品宣传力度，进一步提高了公司产品的知名度、美誉度以及公司品牌的接受度，对提升产品销量起到了良好的

促进作用。

(6) 产能的增长为销售增长提供了保障

报告期内，公司产能、产量和销量增长速度均较快。2009年、2010年和2011年1-3月公司产量同比分别增加38.11%、30.61%和10.92%，销量同比分别增加51.79%、22.29%和22.89%，具体情况如下：

单位：万吨

项目	2011年1-3月		2010年度		2009年度		2008年度
	数量	增长率	数量	增长率	数量	增长率	数量
产能	1.01	9.19%	3.70	15.26%	3.21	38.96%	2.31
产量	1.04	10.92%	4.40	30.61%	3.37	38.11%	2.44
销量	1.39	22.89%	4.16	22.29%	3.40	51.79%	2.24

报告期内，为了满足不断增加的市场需求，公司通过技改扩能、添置生产线等方式不断扩充产能，各年产能不断增加。但尽管如此，目前的产能还是无法满足公司快速发展的需要，现有产能已基本饱和，尤其是在旺季，公司设备已经处于满负荷运行状态，产能瓶颈在一定程度上制约了公司销售收入的增长。在产能受限的情况下，公司在生产上只能保证主力品种和全国需求量大的品种的生产，而舍弃部分新品的生产。例如华东和华南地区是本公司最主要的新品推广市场，2010年度由于产能瓶颈的影响，部分新品在推广之后出现供货量不足的情况，从而导致这些新品未能成为公司新的业绩增长点，影响了公司2010年度在这两个地区的业绩增长速度。公司拟通过生产线技改和添置新设备等方式缓解产能瓶颈问题，未来募投项目投产后将大大缓解产能瓶颈制约的问题，从而进一步提高公司的市场份额和地位。

4、项目小组核查过程

为了更深刻地理解发行人的营销模式，项目小组成员分成四个小组，走访了发行人各地区主要经销商，实地走访的经销商收入合计占2010年度所有经销商收入总额的69.99%。同时，项目小组深入到麻辣烫、农贸市场和商超门店等各种销售终端了解发行人产品销售情况和客户反馈情况。

项目小组实地走访的经销商名单及其2010年度销售额情况如下：

序	客户名称	2010年度销售金额	占当年经销商收入总额
---	------	------------	------------

号		(万元)	比重
1	上海市闸北区临汾路街道闽兴食品商店	2,109.04	5.76%
2	北京市西南郊一都水产经营部	2,103.17	5.74%
3	成都市鑫顶峰食品有限公司	1,908.01	5.21%
4	上海市浦东新区浦兴街道海韵冷冻食品经营部	1,754.56	4.79%
5	洪梅水产肉食经销部	925.77	2.53%
6	诺亚副食品配送服务社	909.55	2.48%
7	天津市南开区南洋水产经营部	817.59	2.23%
8	普宁市流沙西河食品经营部	793.71	2.17%
9	大连泰连商贸有限公司	663.99	1.81%
10	南通市文峰饭店有限公司	656.57	1.79%
11	哈尔滨市南岗区万福食品经营部	625.79	1.71%
12	天津市宽达水产食品有限公司	624.55	1.71%
13	福州青和食品配送有限公司	593.78	1.62%
14	合肥东立食品商行	574.33	1.57%
15	哈尔滨鹏程食品有限公司	546.33	1.49%
16	南昌市彤业食品有限公司	520.04	1.42%
17	蚌埠鸿运商贸有限公司	463.33	1.27%
18	无锡市昇腾副食品商行	461.02	1.26%
19	南京海泰隆食品有限公司	446.45	1.22%
20	上海普陀区佳诚百货经营部	434.21	1.19%
21	杭州市食品交易市场洪河干冻水产食品商行	424.28	1.16%
22	福州水产批发市场伙官冷冻食品经营部	386.23	1.05%
23	青岛市市北区汇丰水产肉食批发部	379.08	1.04%
24	淮南香铭德食品商行	277.68	0.76%
25	义乌市笑风食品商行	372.54	1.02%
26	南京贵贷冷冻食品经营部	359.86	0.98%

27	沈阳经济技术开发区水产市场 晟金隆水产品经营部	357.27	0.98%
28	福州水产批发市场国良水产品 贸易商行	340.13	0.93%
29	东莞市海峰食品有限公司	312.58	0.85%
30	李心浦	291.79	0.80%
31	苏州孜博食品经营部	285.85	0.78%
32	苏州肉食品市场南阳食品经营 部	283.66	0.77%
33	石狮市安顺冷冻食品销售部	272.26	0.74%
34	武汉康怡食品有限公司	262.72	0.72%
35	上海杰而成食品有限公司	243.63	0.67%
36	郑州市惠济区水产大世界广厦 水产商行	232.64	0.64%
37	朱小花	222.97	0.61%
38	上海豪瀚食品有限公司	218.44	0.60%
39	福清市功斌贸易有限公司	209.78	0.57%
40	保定市茂源水产经销部	207.04	0.57%
41	嘉兴市乍浦镇安群调味商店	203.96	0.56%
42	平阳县昆阳镇小钟冷冻食品批 发部	203.73	0.56%
43	青岛福盛祥商贸有限公司	200.49	0.55%
44	长乐金峰银官食杂店	196.01	0.54%
45	桐乡市副食品批发市场阿泉副 食品商行	133.87	0.37%
46	苏州昌裕食品有限公司	115.28	0.31%
47	常州凌家塘龙腾食品批发部	112.00	0.31%
48	漳州市芗城区志豹冷冻店	108.37	0.30%
49	长乐市吴航航玉冰棒厂	102.91	0.28%
50	沈阳市领先商贸有限公司	89.26	0.24%
51	杭州锋铭经营部	88.79	0.24%
52	武汉市武昌区隆海峰水产品经 营部	88.52	0.24%
53	厦门市永福达贸易有限公司	80.17	0.22%

54	成都和美商贸有限公司	34.40	0.09%
合计		25,630.00	69.99%

通过对经销商的实地访谈和各种终端的实地考察，项目小组深刻理解了发行人独特的联合分销模式，发行人通过联合分销模式与各经销商之间建立了良好的合作关系，发行人的服务和产品质量深得经销商和终端客户的认可，在市场上具有较高的品牌认知度。

通过核查与主要经销商的购销合同、出库单、销售发票、对账记录以及对主要经销商访谈和对销售终端的实地考察，项目小组认为：报告期内，经销渠道收入逐年大幅增长与发行人采取的联合分销策略、目前市场开拓情况等因素紧密相关，经销渠道收入增长情况符合发行人目前的实际发展状况，发行人未来的业绩增长具有可持续性。

三、内部核查部门意见及其具体落实情况

2011年4月29日，本项目小组收到了质量控制部反馈的预审意见，项目小组对预审意见提及的主要问题进行了落实，详细情况如下：

问题一、项目组是否对上次否决意见中所提到的内控制度问题和业绩增长问题进行了充分的落实和说明，企业是否已经进行了相应的整改和规范。

落实情况参见本节“二、项目尽职调查过程中发现和关注的主要问题及解决情况”。

问题二、2008年、2009年、2010年销售渠道中的商超模式的比重分别为32.02%、25.54%、20.90%，一直呈下降趋势，但2011年一季度商超模式比重上升为32.30%，比重大幅增加。商超渠道的销售结算方式与经销渠道是不同的，请项目组补充披露销售渠道的改变是否会增加未来的应收账款的比重，是否会影响未来的经营活动产生的现金流净额，对公司未来的经营有无影响。

经核查，公司2008年、2009年、2010年销售渠道中的商超模式的比重分别为32.02%、25.54%、20.90%，呈下降趋势，主要系报告期内公司联合分销模式逐渐成熟，经销商渠道扩张较为迅速，公司经销商数量从2008年的114家增长到2010年的235家，经销商渠道的销售收入从2008年的17,190.70万元增加到2010年的36,618.27万元。报告期内经销商渠道收入的迅速增长导致商超渠道的收入比重呈下降的趋势。

2011 年一季度商超模式销售收入比重上升为 32.30%，主要系商超模式的特点所致，商超渠道的销售一般集中在每年的第一季度春节前后，商超渠道第一季度的销售收入一般占全年收入的 40%-50%，2011 年一季度和 2010 年一季度对比情况具体如下：

渠道	2011 年 1-3 月		2010 年 1-3 月	
	收入	占比	收入	占比
经销商客户	11,104.64	63.60%	8,777.58	60.25%
商超客户	5,640.19	32.30%	4,685.77	32.17%
其它客户	716.60	4.10%	1,104.49	7.58%
主营业务收入合计	17,461.43	100.00%	14,567.84	100.00%

通过上表对比可见，2011 年一季度和 2010 年一季度商超渠道销售收入分别占当期主营业务收入的 32.30%和 32.17%，所占比重相近，主要是商超渠道的模式特点所决定，公司的销售渠道和公司的整体销售策略并未出现明显变化，对公司未来应收账款结构、现金流情况以及未来经营不会产生较大影响。

问题三、报告期内，公司的销售费用分别为 3,117.48 万元、6,673.36 万元、8,592.12 万元、2,698.86 万元，金额较大。且除 2011 年一季度外销售费用的增长幅度均超过同期营业收入的增长幅度，公司仍需加强期间费用的管理。

经核查，报告期内公司销售费用明细如下：

单位：万元

类别	2011 年 1-3 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
职工薪酬及福利费	401.80	1,250.74	770.00	377.35
劳务费	599.16	1,500.02	986.58	101.88
市场费用	250.26	881.35	795.97	101.54
运费	712.56	2,495.33	1,868.78	1,190.45
商超费用	489.26	1,393.13	1,227.67	912.79
仓库费用	78.19	282.03	268.86	84.69
差旅费	56.33	290.66	323.80	148.98
折旧	54.26	180.33	130.17	79.01
业务招待费	30.20	69.89	55.50	29.05

办公费用等其他费用	26.85	248.64	246.02	91.74
合 计	2,698.86	8,592.12	6,673.36	3,117.48

报告期内，随着公司市场开拓力度的加大，在销售收入快速增长的同时，公司的销售费用也相应增长。销售费用的增长主要是运费、市场费用、商超费用、劳务费、职工薪酬等费用的增长引起的，该等费用的增长与发行人近年来销售网络和销售规模的扩张相匹配，而其他销售费用则得到较好的控制，未出现明显增长。报告期内公司销售区域和销售渠道扩张较为迅速，公司开展业务的地区数量增长较为明显，经销商数量从2008年的114家增长到2010年的235家，对应的销售费用增长较快。未来随着公司销售区域的扩张和营销渠道的成熟，以及公司对各种费用控制力度的加强，公司的销售费用将会逐渐趋于稳定。

四、内核小组会议讨论的主要问题及审核意见

项目内核会议于2011年5月10日召开，会议上主要对以下问题进行了讨论：

1、发行人原独立董事郑庆昌存在最近36个月内受到中国证监会行政处罚的情形，发行人是否已经进行整改并对相关内控制度进行规范。

2、发行人报告期内业绩增长幅度较大，但2010年1-6月经销商数量下降较为明显，且2010年大额经销合同的完成率不高，请项目小组说明报告期内发行人业绩增长的合理性和未来盈利能力的持续性。

3、2008年、2009年、2010年销售渠道中的商超模式的比重分别为32.02%、25.54%、20.90%，一直呈下降趋势，但2011年一季度商超模式比重上升为32.30%，比重大幅增加。商超渠道的销售结算方式与经销渠道是不同的，请项目组补充披露销售渠道的改变是否会增加未来的应收账款的比重，是否会影响未来的经营活动产生的现金流净额，对公司未来的经营有无影响。

4、公司2008年末、2009年末、2010年末和2011年3月末的存货余额分别为7,172.82万元、8,071.70万元、11,706.03万元和8,513.83万元，占各期末流动资产的比例分别为46.71%、43.85%、50.28%和39.49%。腾新食品在报告期均未计提存货跌价准备，请项目小组说明是否合理。

本项目小组于2011年5月11日收到内核小组会议的审核意见后，对审核意见提及的主要问题进行了落实，详细情况如下：

问题一、发行人原独立董事郑庆昌存在最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚的情形，发行人是否已经进行整改并对相关内控制度进行规范。

落实情况参见本节“二、项目尽职调查过程中发现和关注的主要问题及解决情况”。

问题二、发行人报告期内业绩增长幅度较大，但 2010 年 1-6 月经销商数量下降较为明显，且 2010 年大额经销合同的完成率不高，请项目小组说明报告期内发行人业绩增长的合理性和未来盈利能力的持续性。

落实情况参见本节“二、项目尽职调查过程中发现和关注的主要问题及解决情况”。

问题三、2008 年、2009 年、2010 年销售渠道中的商超模式的比重分别为 32.02%、25.54%、20.90%，一直呈下降趋势，但 2011 年一季度商超模式比重上升为 32.3%，比重大幅增加。商超渠道的销售结算方式与经销渠道是不同的，请项目组补充披露销售渠道的改变是否会增加未来的应收账款的比重，是否会影响未来的经营活动产生的现金流净额，对公司未来的经营有无影响。

落实情况参见本节“三、内部核查部门意见及其具体落实情况”。

问题四、公司 2008 年末、2009 年末、2010 年末和 2011 年 3 月末的存货余额分别为 7,172.82 万元、8,071.70 万元、11,706.03 万元和 8,513.83 万元，占各期末流动资产的比例分别为 46.71%、43.85%、50.28%和 39.49%。腾新食品在报告期均未计提存货跌价准备，请项目小组说明是否合理。

经核查，报告期内公司存货余额增加较明显，主要是由于产销规模的扩大对存货需求量增加和原材料战略库存增加所致。公司存货周转速度较快，原材料和产成品等均可以在短期内消耗完毕。

报告期内年底的原材料在次年一季度都可以消耗完毕，周转速度较快，具体情况如下：

单位：万元

项 目		2010/12/31		2009/12/31		2008/12/31
原材料期末余额		5,876.48		4,645.45		2,480.51
其中三大主材的期末余额		5,386.63		4,065.75		1,772.25
项 目	2011 年		2010 年		2009 年	

1月份三大主材实际消耗金额	3,210.87		3,369.15		2,286.32	
2月份三大主材实际消耗金额	1,202.31		795.25		1,133.29	
3月份三大主材实际消耗金额	1,659.97		1,026.76		649.63	
合计	6,073.15		5,191.16		4,069.24	

由上表可见，报告期内公司每年末的主要原材料在次年第一季度的旺季生产均能消耗完毕，期末原材料的库存较为合理。

报告期内，各年末产成品和发出商品的余额与次年1月份公司销售收入情况如下：

单位：万元

项目		2010年末	2009年末	2008年末
产成品		4,131.69	1,819.59	2,366.93
发出商品		1,453.46	1,432.56	2,084.85
合计		5,585.15	3,252.15	4,451.78
项目	2011年1月份	2010年1月份	2009年1月份	
销售收入	7,322.43	6,919.01	4,549.19	

2008年末、2009年末和2010年末产成品和发出商品合计分别为4,451.78万元、3,252.15万元和5,585.15万元，2009年1月份、2010年1月份和2011年1月份公司销售收入分别为4,549.19万元、6,919.01万元和7,322.43万元，公司上年末产成品及发出商品在次年1月份基本上实现销售并确认收入。

报告期内，各年末发出商品和次年1-2月商超收入情况如下：

单位：万元

项目		2010年末	2009年末	2008年末
发出商品		1,453.46	1,432.56	2,084.85
项目	2011年1-2月	2009年1-2月	2009年1-2月	
商超收入	3,438.92	3,239.76	3,840.77	

2008年末、2009年末和2010年末发出商品金额分别为2,084.85万元、1,432.56万元和1,453.46万元，2009年1-2月、2010年1-2月和2011年1-2月商超销售收入分别为3,840.77万元、3,239.76万元和3,438.92万元，公司

上年末发出商品已在合同约定的对账期内（不超过 60 天）与商超对账后确认收入。

公司期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。公司采用ERP系统，在期末对产成品和主要原材料如鱼糜、肉类、粉类等材料按单个存货项目将账面价值与可变现净值逐一进行比较；对周转材料如包装箱、包装袋等数量繁多且单价较低的存货，公司按存货类别比较计量成本与可变现净值。

报告期内，公司期末原材料未计提存货跌价准备，原因如下：

（1）公司期末原材料均为生产所需，周转速度较快，报告期内公司产品保持较高的毛利率，期末可变现净值高于原材料账面成本；

（2）不存在库存原材料不适应新产品的需要，而该原材料的市场价格又低于其账面成本的情形；

（3）公司产品生产周期较短，每天投产的原料均于当天完工入库，当天不存在在产品的情况。

报告期内，公司期末产成品未计提存货跌价准备，其原因如下：

（1）报告期内，公司产品综合毛利率分别为24.51%、33.39%、34.23%和31.94%，产品品质优良，销售状况良好，深受消费者喜爱，市场需求不断增加，不存在期末产成品可变现净值低于生产成本的情形；

（2）公司产品属于食品行业中快速消费品，产品周转快，库存产品均在保质期内，不存在产品过期和积压的情形；

（3）公司产品价格相对稳定，不存在市场价格持续下跌，在未来无回升希望的情形。

报告期内，公司期末发出商品未计提存货跌价准备，其原因如下：

公司根据商超定单发出商品，未与商超结算前记入发出商品核算，该部分发出商品属于执行销售合同而持有的存货，且销售合同订购数量等于企业发出商品数量，因商超促销活动等原因致使最终结算价与下定单价格存在较小差异，公司采用定单价作为发出商品的可变现净值的计算基础。同时，报告期内商超渠道销售的毛利率分别为37.48%、45.04%、49.63%和45.56%，不存在发出商品可变现净值低于生产成本的情形。

经核查，项目小组认为报告期内公司存货储备正常，不存在产品积压或过期的情况，期末未计提跌价准备符合谨慎性原则。

五、对证券服务机构出具专业意见的核查情况

本保荐机构对本项目相关的其他证券服务机构出具的专业意见进行了核查，各证券服务机构出具的专业意见与本保荐机构的判断不存在重大差异。

六、发行人利润分配政策和未来分红规划核查情况

在制定利润分配政策时，公司着眼于长远的可持续发展，综合了公司实际经营情况、未来发展目标、股东意愿和要求、社会资金成本和外部融资环境等因素，特别是在充分考虑和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿的基础上，不仅考虑了投资者持续、稳定、合理的投资回报，而且充分考虑了公司未来经营发展过程中的资金需求因素，从而对股利分配做出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

公司的利润分配政策议案已经全体独立董事、监事会和董事会表决通过，并提交公司2011年第一次临时股东大会和2012年第一次临时股东大会决议通过。2012年5月29日，公司召开第三届董事会第七次会议审议通过《关于修订〈福建腾新食品股份有限公司章程（草案）〉（上市后适用）的议案》，按照中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》对公司的利润分配政策进行了进一步的完善，上述议案尚需提交股东大会批准。

公司本次发行后的股利分配政策主要条款如下：

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

2、公司采用现金或股票方式分配股利，可以进行中期现金分红。

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

公司应坚持现金分红为主这一基本原则。若公司快速成长，公司认为其股票价格与公司的股本规模不匹配时，可以在按照前项规定进行现金分红后仍有可供

分配利润的条件下，采取股票股利的方式予以分配。公司采取股票股利分配方式时应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相匹配，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

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

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

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

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

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

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

本保荐机构对发行人的利润分配政策及其决策机制、以及未来分红规划进行了核查，认为发行人已经建立和完善相关利润分配政策，并在《公司章程》（草案）中做出了明确规定；发行人的利润分配决策程序符合中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的相关规定；发行人利润分配政策和未来分红规划是综合了考虑了公司实际经营情况、未来发展目标、股东意愿和要求、社会资金成本和外部融资环境等因素，注重对投资者持续、稳定、合理的投资回报，有利于保证股利分配政策的连续性和稳定性和保护投资者合法权益。

(本页无正文,为《国金证券股份有限公司关于福建腾新食品股份有限公司首次公开发行股票并上市之发行保荐工作报告》之签署页)

项目协办人: 邓晓艳 2012年8月17日
邓晓艳

保荐代表人: 庄海峻 2012年8月17日
庄海峻

李刚 2012年8月17日
李刚

其他项目组人员: 俞琳 陈钟林 郑珺文 2012年8月17日
俞琳 陈钟林 郑珺文

保荐业务部门负责人: 韦建 2012年8月17日
韦建

内核负责人: 廖卫平 2012年8月17日
廖卫平

保荐业务负责人: 姜文国 2012年8月17日
姜文国

保荐机构法定代表人: 冉 2012年8月17日

保荐机构: 国金证券股份有限公司 2012年8月17日

