

海欣食品股份有限公司

关于收到深圳证券交易所

2015 年年报问询函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

海欣食品股份有限公司(以下简称“公司”)于近日收到深圳证券交易所《关于对海欣食品股份有限公司 2015 年年报的问询函》(中小板年报问询函【2016】第 158 号),函中就公司 2015 年年报审查过程中发现的问题要求公司进行回复。

公司已按照相关要求向深圳证券交易所做出了回复,现公告如下:

问题一、报告期内,你公司实现归属于母公司所有者的净利润为亏损 3,951.41 万元,同比下降 327.05%,为上市以来的首次亏损。此外,报告期末,你公司全部资产现金回收率和销售现金比率分别同比增长 265.72%和 258.40%。请说明:

(1) 请结合行业环境、公司经营情况以及产品构成等,说明 2015 年度经营业绩亏损的主要原因,以及拟采取的应对措施;

(2) 请结合近三年的收入确认政策和应收账款信用政策,说明全部资产现金回收率和销售现金比率同比增幅较大的原因、合理性。

公司回复:

1、关于公司 2015 年度亏损的原因以及应对措施:

亏损原因: 2015 年度公司首次出现年度亏损,具体如下:

1) 公司具有成长前景的战略新品高端鱼极和常温休闲份额仍然偏少。而海欣品牌冷冻系列产品同质低价竞争及行业产能过剩等行业问题仍然严峻,消费者受行业负面新闻影响消费信心不足;与此同时,公司内部营销系统人员流动性偏高、个别区域经销商客户不能适应新政策而被裁减等因素,都直接导致了海欣冷冻产品销量下降 5,524.44 吨,营业收入合计减少了 13,523 万元,其中销售收入

占比 62.85%的海欣速冻鱼肉制品毛利率下降了 1.78 个百分点:

年度	项目	海欣速冻肉制品	海欣速冻鱼肉制品	合计
2015年	销售数量 (吨)	11,609.49	50,593.57	62,203.07
	销售金额 (万元)	15,335.67	51,208.67	66,544.34
	收入占比	18.82%	62.85%	81.68%
	毛利率	30.37%	28.41%	28.86%
2014年	销售数量 (吨)	14,434.63	53,292.87	67,727.50
	销售金额 (万元)	20,244.60	59,823.23	80,067.83
	收入占比	23.67%	69.95%	93.62%
	毛利率	28.42%	30.19%	29.74%
对比	销售数量 (吨)	-2,825.14	-2,699.30	-5,524.44
	销售金额 (万元)	-4,908.93	-8,614.55	-13,523.48
	收入增减幅度%	-24.25%	-14.40%	-16.89%
	毛利率	1.94%	-1.78%	0.16%

2) 由于销售增长乏力公司各生产企业的产能利用率总体偏低、制造费用偏高: 公司东山腾新工厂产能利用率仅为 58%, 浙江鱼极高端鱼极产品生产线产能利用率仅为 35%, 福州金山分厂产能也未饱和。

3) 为应对竞争公司销售费用同比去年增加了 4,759 万元, 该等费用主要用于培育高端鱼极和常温休闲食品等战略新品, 具体如下:

A、市场费用同比增加 2,182 万元, 增长率 187.78%, 主要用于鱼极和休闲食品在电视、车身、电梯等传统媒体以及互联网平台品牌推广等广告费用同比增加 1,735 万元;

B、商超费用同比增加 1,378 万元, 增长率 60.66%, 主要是鱼极产品商超渠道拓展、商超系统增加、商超部门变更、商超第三方服务费增加等因素导致;

C、休闲食品及鱼极产品项目新增销售人员, 相应增加工资及劳务费 346 万元。

D、基于营销侧重以及前期销售费用投入, 公司战略新品的收入成长优于公司海欣传统冷冻系列产品。

产品大类	2015年		2014年		同比	
	金额	占比	金额	占比	金额	增减幅度%
鱼极速冻鱼肉制品	8,244.91	10.12%	5,068.78	5.93%	3,176.13	62.66%
海欣休闲食品	6,297.54	7.73%		0.00%	6,297.54	100.00%
合计	14,542.45	17.85%	5,068.78	5.93%	9,473.67	186.90%

应对措施: 公司内生发展与外延并购相结合, 促进公司品类升级, 改善公司盈利水平, 具体措施如下:

(1) 主营业务方面: 公司面临传统冷冻食品竞争压力, 毛利率将维持较低水平, 2016年公司将以“利润优先、营收稳增、结构调整”为经营方针, 具体将采取改善措施如下:

A、拓展和创新销售渠道, 深耕KA渠道, 开发餐饮特通渠道, 拓展互联网电商渠道, 引导从B2B向B2C转型销售模式;

B、提升高端鱼极产品和休闲食品品牌知名度及曝光度, 促进产品结构调整, 增加高毛利的高端鱼极产品和休闲食品销售占比, 调减低毛利产品销售占比;

C、根据市场环境有效规划促销政策并执行, 合理控制销售费用并有效促进销售收入提升;

D、严格通过预算控制, 重视费用投入产出效益。

(2) 外延扩张方面: 2016年公司将积极利用上市公司投融资优势, 拟通过收购、参股、合作、设立产业基金等方式推进公司向消费品、大健康领域的布局, 构筑新的盈利增长点, 实现战略转型升级和可持续发展。

2、全部资产现金回收率和销售现金比率同比增幅较大的原因、合理性说明:

(1) 公司严格执行有关收入的具体会计准则, 应收账款信用政策及销售商品确认收入具体方法未发生变化, 收入确认具体方法如下:

①对经销商的销售: 根据公司与经销商签订的年度框架性购销协议和经销商的要货申请单, 货物发出、经销商验收完毕并签收收货单, 公司财务部在收到收货单后开具发票并确认收入。

②对商超的销售: 对商超的销售分为两种情况, 一种是基于供销合同的标准销售, 公司根据和商超签订的年度框架式供销合同, 按商超的采购订单进行发货, 双方依据合同约定的账期对账、结算。公司在发货时对该部分商品通过“发出商品”科目核算, 对账后确认收入; 一种是寄售代销, 公司根据商超销售进度送货, 商超定期向公司提供销售清单, 按该期间商超实际销售数量与公司进行对账、结算并确认收入。在这种销售方式下, 对已送往商超尚未收到对方销售清单的产品与产品所有权相关的风险尚未转移, 公司对该部分商品通过“发出商品”科目进行核算, 作为存货管理。

③少量的直接零售：以提货单交给买方并货物交付、收到货款或取得索取货款的凭证时确认收入。

(2) 公司全部资产现金回收率 2015 年度为 2.06%，同比去年-1.24%增长 265.72%；销售现金比率 2015 年度为 2.43%，同比去年-1.54%增长 258.40%。增幅较大的主要原因是经营活动现金流量净额同比增加 3,298 万元，同时总资产减少 9,466 万元(主要原因是本期将闲置资金及闲置募集资金主要用于支付各项款项)，营业收入减少 4,035 万元(主要原因见上述问题一相关说明)。现金流量净额增加的主要原因如下：

A、报告期末应收账款余额同比减少 2,212 万元，下降 13.58%，公司对应收款进行全过程动态管理与监督，商超渠道应收款管控效果明显，同比应收款回笼增加，休闲食品及部分速冻产品订单直接采用先收款后发货的预收款结算方式，预收账款同比增长 24.66%。报告期内销售商品、提供劳务收到的现金同比增加 1,088 万元，同比增长 14.06%。

B、存货同比减少 2,922 万元，下降 15.98%，其中：原材料下降 2,238 万元，主要是主要原材料战略采购库存调整；库存商品下降 1,035 万元，主要是受市场环境及销售情况的影响调整产能结构，减少成品库存所致。

C、应付账款同比减少 3,269 万元，下降 24.54%，主要原因是 2015 年度末东山新建 3 万吨募投项目及浙江鱼极收购及扩产项目建设应付账款余额同比减少等。

问题二、你公司第四季度业绩与上年同期相比下降幅度为 237.77%。请你公司结合产品价格、成本及产品构成、期间费用、非经常性损益等的变化情况，说明第四季度业绩较上年同期相比变化较大的原因及其合理性。

公司回复：

公司 2015 年第四季度实现营业收入 26,625.51 万元，减少 3,510.74 万元，同比去年下降 11.65%，实现净利润-1,661.46 万元，同比去年同期下降 237.77%，主要原因如下：

(1) 传统冷冻产品受行业同质低价竞争影响，销售数量和单位售价同比下降较多，具体数据如下：

产品大类	2015年4Q		2014年4Q		同比	
	金额	占比	金额	占比	金额	增减幅度%
海欣速冻肉制品	5,260.51	19.76%	7,051.15	23.40%	-1,790.64	-25.39%
海欣速冻鱼肉制品	16,965.94	63.72%	20,210.75	67.06%	-3,244.81	-16.05%
鱼极速冻鱼肉制品	2,083.47	7.83%	2,731.52	9.06%	-648.06	-23.73%
鱼糜		0.00%		0.00%	-	0.00%
海欣休闲食品	2,166.57	8.14%		0.00%	2,166.57	100.00%
其他	149.02	0.56%	142.82	0.47%	6.20	4.34%
合计	26,625.51	100.00%	30,136.25	100.00%	-3,510.74	-11.65%

分产品	2015年4Q		2014年4Q		同比增减	
	销售数量 (吨)	单位售价 (元/吨)	销售数量 (吨)	单位售价 (元/吨)	数量增减 (吨)	售价增减 (元/吨)
海欣速冻肉制品	4,096.96	12,840.02	5,153.68	13,681.78	-1,056.71	-841.76
海欣速冻鱼肉制品	17,416.20	9,741.47	18,361.71	11,007.01	-945.51	-1,265.54
鱼极速冻鱼肉制品	636.20	32,748.73	748.74	36,481.46	-112.55	-3,732.73
鱼糜					-	-
海欣休闲食品	807.23	26,839.69			807.23	26,839.69
其他	375.68	3,966.67	557.81	2,560.44	-182.13	1,406.22
合计	23,332.26	11,411.46	24,821.94	12,140.97	-1,489.67	-729.52

如上表所示，2015年第四季度，海欣速冻肉制品、海欣速冻鱼肉制品和鱼极速冻鱼肉制品的销量及平均售价下降，导致前述三类产品第四季度销售收入同比减少5,683.51万元，毛利减少1,640.26万元。

(2) 公司第四季度非经常性损益同比增加344.59万元，主要系处置固定资产损失同比减少，具体数据如下：

项目	2015第四季度	2014第四季度	同比增减
非流动资产处置损益 (包括已计提资产减值准备的冲销部分)	-107.05	-220.23	113.19
计入当期损益的政府补助 (与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	156.65	93.65	63.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	31.97	-184.95	216.93
减：所得税影响额	25.77	-22.75	48.52
合计	55.80	-288.79	344.59

(3) 公司2015年第四季度期间费用同比增加2,552.36万元，同比增长32.91%，主要原因如下：

A、2015年第四季度广告费投入1,387万元，同比增加858万元，主要用于休闲食品的推广，主要项目有：浙江卫视广告费441万元，淘宝钻石展位、蟹柳钻

展推广费144万, 广告设计、招牌制作安装费、产品图册、TVC广告费、户外广告、LCD楼宇液晶等342万元;

B、商超费用1, 479万元, 同比增加503万元, 主要是商超第三方服务费、华润、苏果、大润发、家乐福、永辉超市、农工商等商超陈列费及新进场费同比增加;

C、存货损失361万元, 同比增加288万元, 主要是因产品改版升级或停止生产产品项原因造成相应的原材料及包材报废100万元, 因过期成品报废同比增加188万元;

D、咨询服务费287万元, 同比增加180万元, 主要是法定信息披露媒体三年合同到期于2015年第四季度续期, 以及拟对外投资项目进行尽调相关中介费用增加;

E、工资及劳务费1, 872万元, 同比增加154万元, 主要是休闲食品和鱼极产品项目新增销售人员所致;

F、维修费179万元, 同比增加128万元, 主要是设备老化维修费用增加。

问题三、本报告期, 你公司实现营业收入 81, 474. 30 万元, 同比下降 4. 74%; 销售费用为 22, 332. 31 万元, 同比增长 27. 09%。请说明在营业收入同比下降的情况下, 销售费用增幅较大的原因及其合理性。

公司回复: 销售费用的增长情况请见前述问题一的相关回复。

问题四、报告期末, 你公司存货账面价值为 15, 371. 13 万元, 占总资产的比例为 15. 96%, 但仅计提了 38. 69 万元的跌价准备。请说明在行业低迷、产品低价竞争严重的情况下, 公司存货跌价准备计提是否充分。

公司回复:

存货可变现净值的确定依据: A、为生产而持有的材料等, 用其生产的产成品的可变现净值高于成本的, 该材料仍然按照成本计量; 材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的, 该材料应当按照可变现净值计量; B、为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货, 其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的, 超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

存货跌价准备的计提方法: 按单个存货项目的成本与可变现净值孰低法计提

存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货按存货类别计提存货跌价准备。

本报告期末存货如下表：

项目	期末余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	65,560,717.34	386,914.95	65,173,802.39
库存商品	61,345,627.95		61,345,627.95
周转材料	9,975,769.70		9,975,769.70
发出商品	17,216,117.70		17,216,117.70
合计	154,098,232.69	386,914.95	153,711,317.74

本报告期末自产冷冻原浆鱼糜库存余量 328 吨，相应质量等级不能满足公司生产标准要求而停止使用，经公司讨论决定折价销售处理，2016 年 1 月份签订销售合同，合同售价 6,500 元/吨，截止目前，该批冷冻原浆鱼糜已折价变卖销售 322 吨，剩余 6 吨未处理；公司根据存货跌价准备政策有关规定，本报告期末对该批存货进行相应计提跌价准备 38.69 万元。

本报告期末原材料（除上述自产冷冻原浆鱼糜库存余量 328 吨外）及周转材料库存均可正常生产领用，不存在跌价情况。

通过如下表一、表二数据分析发现，2016 年第一季度已实现销量 17,602.12 吨，公司商品销售出库采用先进先出法原则，本报告期末商品结存 7,542.21 吨已基本通过 2016 年第一季度实现销售，并且平均销售价格均高于本报告期末平均成本，同时经过表二估算，本报告期末库存商品可变现净值为 7,826.75 万元，高于库存成本金额 6,998.55 万元，不存在跌价情况。

2015年末库存商品可变现净值估算表（一）

库存商品类别	海欣速冻肉制品	海欣速冻鱼肉制品	鱼极速冻鱼肉制品	常温休闲食品	合计
2015年末库存数量（吨）	1,422.16	5,475.38	585.71	58.97	7,542.21
2015年末库存金额（万元）	1,271.03	4,360.98	1,244.67	121.86	6,998.54
2015年末库存平均成本（元/吨）	8,937.36	7,964.70	21,250.68	20,666.15	
预计平均售价（元/吨）	13,619.73	10,331.28	41,277.73	27,839.04	
预计可实现销售（万元）	1,936.94	5,656.77	2,417.67	164.15	10,175.54
预计相关税费					92.65
预计销售费用					2,256.13
可变现净值					7,826.75
结论	期末可变现净值高于期末结存金额，不存在跌价情况				

2016年第一季度产品大类售价与成本情况表（二）

产品类别	2016年1-3月			
	销售数量（吨）	单位售价（元/吨）	单位成本（元/吨）	毛利率
海欣速冻鱼肉制品	12,917.30	10,331.28	7,008.94	32.16%
海欣速冻肉制品	3,128.88	13,619.73	8,746.59	35.78%
鱼极速冻鱼肉制品	568.42	41,277.73	21,026.27	49.06%
常温休闲食品	987.52	27,839.04	19,799.39	28.88%
鱼糜				
合计	17,602.12	12,897.39	8,488.04	34.19%

问题五、根据年报披露，你公司报告期内积极布局手撕蟹柳、鱼豆腐等常温休闲即食产品，并称上述常温休闲即食产品“已成为公司重要的盈利增长点，目前该品类以现金订单销售仍供不应求”。请结合常温休闲即食产品的市场容量、销售价格等，说明截至目前公司来自常温休闲即食产品的销售收入、盈利贡献以及是否达到预期收益。

公司回复：

我国休闲食品大致可分为八大类，即谷物膨化类、油炸果仁类、油炸薯类、油炸谷物类、非油炸果仁类、糖食类、肉禽鱼类、干制蔬果类。根据《中国产业信息网》相关研究报告，2013年，我国休闲食品行业累计实现销售收入3,760.20亿元，同比增长18.12%；行业共计实现利润总额342.98亿元，同比增长15.00%。而中美两国休闲食品人均消费差距约为150倍。随着我国经济水平及居民消费水平、购买能力的不断提高，休闲食品市场仍将会以15%-20%以上的速度增长，我国休闲食品企业在未来具有巨大的发展潜力和市场空间。

本公司目前生产的常温休闲食品属于上述分类中的肉禽鱼类休闲食品，目前在整个休闲食品行业中所占比例不高，正处于高速发展期。肉禽鱼类休闲食品因为具有独特的美味口感、低脂肪高蛋白的属性以及较高营养价值，加上其便于携带和能够佐餐的特性，正在被越来越多的消费者所青睐，预计未来市场发展空间巨大。

截至2016年一季度，公司常温休闲即食产品销售数量、销售收入、单价、成本和毛利率情况如下表：

项目	15年1Q	15年2Q	15年3Q	15年4Q	15年累计	16年1Q
销量(吨)	271.16	639.75	649.22	807.23	2,367.36	987.52
收入(万元)	701.30	1,699.84	1,729.83	2,166.57	6,297.54	2,749.15
单吨售价(万元)	2.586	2.657	2.664	2.684	2.660	2.784
成本(万元)	620.47	1,426.36	1,462.96	1,606.05	5,115.84	1,955.22
单吨成本(万元)	2.288	2.230	2.253	1.990	—	1.980
销售毛利	80.83	273.48	266.87	560.52	1,181.70	793.93
毛利率%	11.53%	16.09%	15.43%	25.87%	18.76%	28.88%

如上表所示，公司常温休闲即食产品于 2015 年初正式投入市场销售，初期由于销量有限，成本较高，随着销量的增加，单位成本逐步下降，毛利率逐步提升。预计未来常温休闲食品对公司销售收入和净利润贡献会继续增加，理由如下：

1、在新品研发方面，公司将继续开发高端鱼籽、蟹类、虾类等新产品以扩充和丰富休闲食品品类，以品类的增加带动销量的增长；

2、在销售渠道方面，在巩固现有经销商渠道和互联网销售渠道的基础上，继续开发扩展新的销售渠道，以创新模式发展和团结更多经销商，促进常温休闲食品的渗透和推广，以提升销量；

3、在品牌推广方面，公司将加大休闲食品的品牌策划和推广力度，提高其品牌认知度及曝光度，同时也会注重费用投入产出比，选择更适合年轻一代主力消费人群接受及转化效率更高的品牌宣传及推广方式以促进休闲食品销量的增长；

4、2015 年度公司常温休闲食品累计销量 2,367 吨，产能利用率仅为 30%左右，保守预计 2016 年度公司常温休闲食品销量达到 5,600 吨，基于生产规模的扩张带来的单位成本的下降进而提升毛利率尚有很大空间。

问题六、报告期内，你公司通过支付现金 4,495 万元的方式收购上海猫诚电子商务股份有限公司（以下简称“上海猫诚”）40%股权，本报告期上述股权实现投资亏损 119.98 万元。请结合上海猫诚的主营业务，说明投资上海猫诚的主要目的，与公司现有主营业务是否存在协同效应，如存在，请说明具体的协同效应以及是否达到预期收益。

公司回复：

上海猫诚是一家主营休闲食品的电子商务公司，主要通过自有 B2C 网站（www.morefood.com）和天猫、京东、1 号店、当当网、苏宁等主流的电商渠道

从事休闲食品 B2C 电子商务贸易，拥有丰富的 B2C 电子商务经营管理经验，经营模式也较为成熟。本公司该次投资的协同性和收益主要体现在如下几个方面：

1、上海猫诚拥有电子商务销售渠道销售，与本公司传统营销渠道(KA 渠道、经销商渠道)可以形成互补；同时，上海猫诚的电子商务技术团队也可以为海欣食品电商团队的建设提供良好的帮助。公司常温休闲食品自 2015 年 5 月起进入上海猫诚的电子商务销售渠道销售，直接销售的拉动效应正在逐步显现，具体数据如下：

单位：元

2015 年 5 月	2015 年 6 月	2015 年 7 月	2015 年 8 月	2015 年 9 月	2015 年 10 月
15,794.88	51,464.94	131,388.91	56,165.81	245,401.73	406,230.79
2015 年 11 月	2015 年 12 月	2015 年 1 月	2016 年 2 月	2016 年 3 月	合计
2,241,613.73	101,914.52	384,500.00	0.00	644,433.35	4,278,908.66

2、公司休闲食品通过上海猫诚的广告投放效果：公司休闲食品自 2015 年 11 月起在上海猫诚的天猫旗舰店首页投放品牌宣传广告，累计覆盖 6765.55 万人次，有效提高了海欣休闲系列产品的品牌曝光度，提升消费者对海欣休闲产品的品牌认知度，并品牌树立和产品销售发挥助推作用。

3、上海猫诚已超额达成了投资时的业绩对赌，2015 年度实现销售收入同比上年增长 120%，净利润减亏也在预期范围内，且粉丝数和现金流良性增加明显，并完成了新三板挂牌工作。

4、上海猫诚于 2016 年 5 月 23 日启动新三板挂牌后首次非公开发行，以 14.706 元/股的价格发行 91.5 万股，相对于本公司投资入股时的 6.6 元/股，整体估值已实现翻倍。

综上，公司认为对上海猫诚的投资，已达到预期效果。

问题七、2016 年 1 月至 3 月，你公司控股股东、实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严、陈月娇（以下简称“滕氏家族”）通过大宗交易的方式累计减持公司股份 3,300 万股，占公司总股本的比例为 11.67%。请说明滕氏家族减持公司股份的主要原因、公司近期经营环境是否已经或即将发生较大变化、以及是否存在应披露而未披露的信息。

公司回复：

公司控股股东、实际控制人滕氏家族 2016 年一季度的减持，是出于个人投资的资金需求，减持后仍持有本公司 44.91%的股份。公司近期经营环境未发生重大变化，不存在应披露未披露的信息。

特此公告。

海欣食品股份有限公司董事会

2016 年 6 月 2 日