



# 东鹏饮料（集团）股份有限公司

（深圳市南山区桃源街道珠光北路 142 号众冠红花岭工业西区 3 栋 1 楼）

## 首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

### 保荐机构（主承销商）



（住所：深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦第五层（01A、02、03、04）、17A、18A、24A、25A、26A）

### 财务顾问



（深圳市福田区福田街道福华一路 111 号）

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书(申报稿)不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

## 本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
发行股数：	不超过 4,001.00 万股
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所：	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 40,001.00 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及期限、股东对所持股份自愿锁定的承诺：	<p>一、控股股东、实际控制人林木勤承诺如下：</p> <p>“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直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格（若公司在首次公开发行上市后六个月内发生派发股利、送红股、转增股本等除息、除权行为，收盘价格将作相应调整），本人直接或间接持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。上述承诺不会因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。</p> <p>3、在本人于公司担任董事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%。”</p> <p>二、除林木勤外，其他担任公司董事及/或高级管理人员的股东林木港、林戴钦承诺如下：</p> <p>“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所持有的公司公开发行股份前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。</p> <p>2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格（若公司在首次公开发行上市后六个月内发生派发股利、送红股、转增股本等除息、除权行为，收盘价格将作相应调整），本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。</p>

	<p>上述承诺不会因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。</p> <p>3、在本人于公司担任董事及/或高级管理人员期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%。”</p> <p>三、除林木勤、林木港、林戴钦外,其他担任公司董事、高级管理人员的股东刘美丽、李达文、刘丽华、卢义富、蒋薇薇承诺如下:</p> <p>“1、自公司股票上市之日起 24 个月内,不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。</p> <p>2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格,或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格(若公司在首次公开发行上市后六个月内发生派发股利、送红股、转增股本等除息、除权行为,收盘价格将作相应调整),本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。上述承诺不会因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。</p> <p>3、在本人于公司担任董事、高级管理人员期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%。”</p> <p>四、担任公司监事的股东蔡运生、陈义敏、黎增永承诺如下:</p> <p>“1、自公司股票上市之日起 24 个月内,不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。</p> <p>2、在本人于公司担任监事期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%。”</p> <p>五、公司股东君正投资承诺如下:</p> <p>“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所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。</p> <p>本企业将向发行人申报本企业通过直接或间接方式持有发行人股份数量及相应变动情况。本企业通过直接或间接方式持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《中华人民共和国公司法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。”</p> <p>六、公司其他股东承诺如下:</p>
--	--

	<p>“自公司股票上市之日起 24 个月内，不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。</p> <p>本人/本企业将向发行人申报本人通过直接或间接方式持有发行人股份数量及相应变动情况。本人通过直接或间接方式持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《中华人民共和国公司法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。”</p>
保荐人（主承销商）：	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期：	2020 年 4 月 15 日

## 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做的任何决定或意见，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。

## 重大事项提示

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“风险因素”章节的全部内容,并特别关注以下重大事项及公司风险。

### 一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺

#### (一) 控股股东、实际控制人

控股股东、实际控制人林木勤承诺如下:

“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直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份,也不由公司回购该部分股份。

2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格,或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格(若公司在首次公开发行上市后六个月内发生派发股利、送红股、转增股本等除息、除权行为,收盘价格将作相应调整),本人直接或间接持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。上述承诺不会因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。

3、在本人于公司担任董事、高级管理人员期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%。”

#### (二) 担任公司董事、高级管理人员的股东

除林木勤外,其他担任公司董事及/或高级管理人员的股东林木港、林戴钦承诺如下:

“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所持有的

公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。

2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格,或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格(若公司在首次公开发行上市后六个月内发生派发股利、送红股、转增股本等除息、除权行为,收盘价格将作相应调整),本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。上述承诺不会因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。

3、在本人于公司担任董事及/或高级管理人员期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的25%。”

除林木勤、林木港、林戴钦外,其他担任公司董事、高级管理人员的股东刘美丽、李达文、刘丽华、卢义富、蒋薇薇承诺如下:

“1、自公司股票上市之日起24个月内,不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。

2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格,或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格(若公司在首次公开发行上市后六个月内发生派发股利、送红股、转增股本等除息、除权行为,收盘价格将作相应调整),本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。上述承诺不会因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。

3、在本人于公司担任董事、高级管理人员期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的25%。”

### (三) 担任公司监事的股东

担任公司监事的股东蔡运生、陈义敏、黎增永承诺如下:

“1、自公司股票上市之日起 24 个月内,不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。

2、在本人于公司担任监事期间,每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%;离职后半年内,不转让本人直接和间接持有的公司股份。在本人任期届满前离职的,在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内,每年转让的股份不得超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%。”

### (四) 股东君正投资

公司股东君正投资承诺如下:

“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所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。

本企业将向发行人申报本企业通过直接或间接方式持有发行人股份数量及相应变动情况。本企业通过直接或间接方式持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《中华人民共和国公司法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。”

### (五) 其他股东

公司其他股东承诺如下:

“自公司股票上市之日起 24 个月内,不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份,也不由公司回购该等股份。

本人/本企业将向发行人申报本人通过直接或间接方式持有发行人股份数量及相应变动情况。本人通过直接或间接方式持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《中华人民共和国公司法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实



施细则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。”

## 二、股东持股及减持意向的承诺

### (一) 持有公司 5%以上股份的董事或高级管理人员

持有公司 5%以上股份且担任公司董事或高级管理人员的林木勤、林木港、林戴钦承诺如下：

“1、本人对于本次公开发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

2、若本人在锁定期满后两年内减持，减持价格将不低于本次发行的发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整），并将通过上海证券交易所竞价交易系统、大宗交易平台或上海证券交易所允许的其他转让方式转让公司股票。减持时，须提前三个交易日予以公告。上述承诺不会因本人在发行人的职务变更、离职等原因而放弃履行。

3、本人保证减持公司股份的行为将严格遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等法律法规的相关规定。”

### (二) 其他担任公司董事或高级管理人员的股东

其他担任公司董事或高级管理人员的股东刘美丽、李达文、刘丽华、卢义富、蒋薇薇承诺如下：

“1、本人对于本次公开发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

2、若本人在锁定期满后两年内减持，减持价格将不低于本次发行的发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整），并将通过上海

证券交易所竞价交易系统、大宗交易平台或上海证券交易所允许的其他转让方式转让公司股票。上述承诺不会因本人在发行人的职务变更、离职等原因而放弃履行。

3、本人保证减持公司股份的行为将严格遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等法律法规的相关规定。”

### **(三) 其他持有公司 5%以上股份的股东**

其他持有公司 5%以上股份的股东君正投资、鲲鹏投资承诺如下：

“1、本企业对于本次公开发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

2、如本企业拟在锁定期满后减持股票的，将认真遵守中国证监会、上海证券交易所等关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，通过合法方式进行减持，并通过公司在减持前 3 个交易日予以公告，按照相关规定及时、准确地履行信息披露义务。”

## **三、公司稳定股价的预案及相关承诺**

### **(一) 公司稳定股价的预案**

根据公司第一届董事会第十次会议及 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《关于<东鹏饮料(集团)股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年稳定股价预案>的议案》，公司首次公开发行股票并上市后三年稳定股价的预案具体如下：

#### **“1、启动稳定股价措施的实施条件**

公司自股票正式挂牌上市之日起 3 年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产(若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与最近一期经审计的每股净资产不具有可比性的，上述股票收盘价应相应调

整),在不会导致公司股权结构不符合上市条件、同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定的前提下,启动稳定股价措施。

## 2、稳定股价预案的措施及顺序

股价稳定措施包括:(1)公司回购股票;(2)公司控股股东、实际控制人增持公司股票;(3)董事(不含独立董事)、高级管理人员增持公司股票。

股价稳定措施的实施顺序如下:

第一选择为公司回购股票。但如公司回购股票将导致公司不满足法定上市条件,则第一选择为控股股东增持公司股票。

第二选择为控股股东、实际控制人增持公司股票。启动该选择的条件为:在公司回购股票方案实施完成后,如公司股票仍未满足连续3个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产值之条件,并且控股股东增持股票不会致使公司将不满足法定上市条件。

第三选择为董事(不含独立董事)、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为:在控股股东增持公司股票方案实施完成后,如公司股票仍未满足连续3个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产值之条件,并且董事(不含独立董事)、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事(不含独立董事)、高级管理人员的要约收购义务。

## 3、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件触发后,公司将及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价。

### (1) 公司回购

公司为稳定股价之目的回购股份应符合相关法律、法规及交易所相关文件的规定,且不应导致公司股权分布不符合上市条件,不影响公司正常的生产经营,并依法履行有关回购股份的具体程序,及时进行信息披露。

公司股东大会对回购股份作出决议,须经出席会议的股东所持表决权的 2/3

以上通过,公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中以其控制的股份投赞成票。

公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集的资金总额,公司单次用于回购股份的资金总额不低于上一个会计年度经审计净利润的 10%, 单次回购股份不低于公司总股本的 1.00%, 回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产值。

## (2) 控股股东、实际控制人增持

公司控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持公司股份应符合相关法律、法规及交易所相关文件的规定,且不应导致公司股权分布不符合上市条件,并依法履行相应程序,及时进行信息披露。

公司控股股东、实际控制人承诺:单次用于增持股份的资金金额不低于自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 20%;单一年度用于增持股份的资金不超过自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 50%;增持公司股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产值。

## (3) 董事(不含独立董事)、高级管理人员增持

在公司任职并领取薪酬的公司董事(不含独立董事)、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股份应符合相关法律、法规及交易所相关文件的规定,且不应导致公司股权分布不符合上市条件,并依法履行相应程序,及时进行信息披露。

有义务增持的公司董事(不含独立董事)、高级管理人员承诺:用于增持公司股份的资金不少于该等董事(不含独立董事)、高级管理人员上年度从公司领取薪酬(税后)总和的 20.00%,但不超过该等董事(不含独立董事)、高级管理人员上年度从公司领取的薪酬(税后)总和。

公司在首次公开发行股票并上市后 3 年内聘任新的董事(不含独立董事)、高级管理人员前,将要求其签署承诺书,保证其履行公司首次公开发行并上市时董事(不含独立董事)、高级管理人员已做出的相应承诺。

#### 4、终止条件

如在实施稳定股价措施的过程中,公司股价连续五个交易日高于公司最近一期经审计净资产的,相关责任主体可不再继续实施稳定股价措施,原已实施的措施不再取消。

#### 5、稳定股价措施的启动程序

##### (1) 公司回购

①公司董事会应在稳定股价措施启动条件触发之日起5个交易日内,作出实施回购股份或不实施回购股份的决议。

②公司董事会应当在做出决议后2个交易日内公告董事会决议、回购股份预案(应包括回购的数量范围、价格区间、完成时间等信息)或不回购股份的理由,并发布召开股东大会的通知。

③经股东大会决议通过实施回购的,应在履行完毕法律法规规定的程序后30日内实施完毕。

④公司回购方案实施完毕后,应在2个交易日内公告公司股份变动报告,并依法注销所回购的股份,办理工商变更登记手续。

⑤公司董事会公告回购股份预案后,公司股票若连续5个交易日收盘价超过最近一期经审计的每股净资产值时,公司董事会可以做出决议终止回购股份事宜。

##### (2) 控股股东、实际控制人增持

①公司控股股东、实际控制人应在稳定股价措施启动条件触发之日起10个交易日内,就其增持公司股票的具体计划(包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息)书面通知公司并进行公告。

②公司控股股东、实际控制人增持股份应在履行完毕法律法规规定的程序后30日内实施完毕。

### (3) 董事(不含独立董事)、高级管理人员增持

①董事(不含独立董事)、高级管理人员应在稳定股价措施启动条件触发之日起 10 个交易日内,就其增持公司股票的具体计划(应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息)书面通知公司并进行公告。

②董事(不含独立董事)、高级管理人员增持股份应在履行完毕法律法规规定的程序后 30 日内实施完毕。

### 6、应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时,如公司、控股股东、实际控制人、董事(不含独立董事)、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施,公司、控股股东、实际控制人、董事(不含独立董事)、高级管理人员承诺接受以下约束措施:

(1) 公司、控股股东、实际控制人、董事(不含独立董事)、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如果控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的,则控股股东、实际控制人持有的公司股份不得转让,直至其按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

(3) 如果董事(不含独立董事)、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的,公司将停止发放未履行承诺董事、高级管理人员的薪酬,同时该等董事(不含独立董事)、高级管理人员持有的公司股份不得转让,直至该等董事(不含独立董事)、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

本预案需经公司控股股东、公司董事及高级管理人员同意,经公司股东大会审议通过,公司完成首次公开发行 A 股股票并上市之日起生效并执行,有效期三年。

任何对本预案的修订均应该经股东大会审议通过，且需经出席股东大会的股东所持有表决权股份总数的三分之二以上同意通过。”

## **（二）发行人及其控股股东、董事（非独立董事）及高级管理人员关于稳定股价措施的承诺**

发行人、控股股东林木勤、其他非独立董事及高级管理人员林木港、林戴钦、宋向前、刘美丽、李达文、刘丽华、卢义富、蒋薇薇承诺如下：

“公司首次公开发行股票并上市后三年内，如果公司股票收盘价连续二十个交易日低于上一会计年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与最近一期经审计的每股净资产不具有可比性的，上述股票收盘价应相应调整），即触及启动稳定股价的条件，本公司/本人应在发生上述情形后，严格按照《关于<东鹏饮料（集团）股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年稳定股价预案>的议案》的规定启动稳定股价措施，增持公司股份，并将根据公司股东大会批准的《关于<东鹏饮料（集团）股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年稳定股价预案>的议案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对回购股份的相关决议投赞成票。”

## **四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺**

### **（一）发行人**

发行人就《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺如下：

“如果本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股，并将在中国证监会、证券交易所等证券监管机构或者司法机关认定有关违法事实之日起 10 个交易日内制订回购股份方案，按照有关法律法规和公司章程的规定提交董事会审议，审议通过后及时公告回购股份方案，同时发出股东大会会议通知，将回购本公司股份的方案提交股东大会批准。

本公司回购首次公开发行的全部新股应符合证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的规定,并按照该等规定的要求履行有关回购股份的具体程序,并及时进行信息披露。回购股份的价格按照二级市场价格进行,且不低于发行价格并加算银行同期存款利息。如截至董事会审议通过有关回购议案之日本公司股份发生过除权除息等事项的,本公司的发行价格及新股数量的计算口径应相应调整。

本公司招股说明书如存在虚假记载、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,本公司将根据证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件,以及最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的相关规定依法及时赔偿投资者损失。”

## **(二) 控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员**

公司控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员就《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺如下:

“因公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,将依法赔偿投资者损失。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,控股股东将依法回购首次公开发行的全部新股、回购已转让的原限售股份。”

## **(三) 中介机构**

### **1、发行人保荐机构华泰联合证券有限责任公司承诺如下:**

“一、华泰联合证券严格履行法定职责,遵守业务规则和行业规范,对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查,督导发行人规范运行,对其他中介机构出具的专业意见进行核查,对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断,确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整、及时。

二、华泰联合证券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,本公司将先行赔偿投资者损失。

三、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守,华泰联合证券将承担相应的



法律责任。

四、本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。”

## **2、发行人会计师普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)承诺如下:**

“本所以对东鹏饮料(集团)股份有限公司(以下简称“东鹏饮料”)2017 年度、2018 年度、2019 年度的财务报表进行了审计,于 2020 年 3 月 20 日出具了普华永道中天审字(2020)第 11021 号审计报告。本所审核了东鹏饮料于 2019 年 12 月 31 日的财务报告内部控制,于 2020 年 3 月 20 日出具了普华永道中天特审字(2020)第 1522 号内部控制审核报告。本所以对东鹏饮料 2017 年度、2018 年度、2019 年度的非经常性损益明细表执行了鉴证业务,于 2020 年 3 月 20 日出具了普华永道中天特审字(2020)第 1521 号非经常性损益明细表专项报告。

本所确认,对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任,包括如果本所出具的上述报告有虚假记载、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。”

## **3、发行人律师北京德恒律师事务所承诺如下:**

“如因本所律师未能依照法律、法规及行业准则的要求勤勉尽责、存在过错致使本所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,给投资者造成直接损失的,本所律师将依生效的仲裁裁决书或司法判决书赔偿投资者损失,如能证明其没有过错的除外。”

## **4、发行人评估机构北京中天华资产评估有限责任公司承诺如下:**

“1、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;

2、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,将依法赔偿投资者损失。”

## **五、未履行承诺事项的约束措施**

## (一) 发行人

发行人就在首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺之履行事宜,承诺如下:

“本公司保证将严格履行首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺,全面且有效地履行本公司的各项义务和责任。同时,将敦促其他相关方全面且有效地履行其各项义务和责任。当承诺未能履行时,相关约束措施如下:

1、本公司将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承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、本公司将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺,以尽可能保护本公司及投资者的权益,并经本公司董事会将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议。

3、如果因本公司未履行相关承诺事项(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外),致使投资者在证券交易中遭受损失的,本公司将依法向投资者赔偿相关损失。”

## (二) 控股股东、董事、监事及高级管理人员

公司控股股东、董事、监事及高级管理人员,就在首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺之履行事宜,承诺如下:

“保证将严格履行首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺,当承诺未能履行时,相关约束措施如下:

1、相关责任主体将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、相关责任主体将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺,以尽可能保护公司及投资者的权益,并经公司董事会将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议。

3、如果相关责任主体未履行相关承诺事项(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外),致使投资者在证

券交易中遭受损失的,相关责任主体将依法向投资者赔偿相关损失。

4、如果未承担前述赔偿责任,则相关责任主体持有的公司股份在相关责任主体履行完毕前述赔偿责任之前不得转让,同时公司有权扣减所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。”

## **六、发行前滚存利润分配方案**

根据公司第一届董事会第十次会议及2020年第一次临时股东大会审议通过的决议,公司首次公开发行股票并上市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按照持股比例共同享有。

## **七、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划**

根据公司第一届董事会第十次会议及2020年第一次临时股东大会审议通过的《关于审议公司首次公开发行股票并上市后未来三年股东分红回报规划的议案》,公司首次公开发行股票并上市后的股利分配政策和未来三年分红规划具体如下:

### **“一、公司制定本规划考虑的因素**

公司着眼于长远、可持续的发展,综合考虑公司实际情况、发展战略规划以及行业发展趋势,按照《公司法》、《证券法》以及中国证监会、上海证券交易所有关规定,建立对投资者科学、持续、稳定的回报规划与机制,从而对利润分配做出制度性安排,以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

### **二、本规划的制定原则**

本规划将在符合国家相关法律法规及《公司章程》的前提下,充分重视对投资者的回报,保持公司的利润分配政策的连续性和稳定性,同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。公司在利润分配政策的研究论证和决策过程中,应充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

### **三、公司未来三年的具体股东回报规划**

### (一) 利润分配形式

公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。

1、现金股利分配：在现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司应当优先采取现金方式分配股利。如无重大现金支出事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之二十。

上述重大现金支出事项是指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20%，且超过30,000万元的情形或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者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10%。

2、股票股利分配：采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。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，可以提出并实施股票股利分配预案。

### (二) 差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、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，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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%；

### (三) 利润分配的研究论证及决策程序

1、定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生

产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下,研究论证利润分配的预案,独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、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。

3、公司董事会制定具体的利润分配预案时,应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策;利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明,独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

4、董事会、监事会和股东大会对现金分红具体方案进行审议时,应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式,充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。

5、利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时,须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议;监事会须经全体监事过半数通过。股东大会在审议利润分配方案时,须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意;股东大会在表决时,应向股东提供网络投票方式。

6、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个月内完成股利派发事项。

#### **四、股东回报规划的制订周期和调整机制**

(一)公司应以三年为一个周期,制订股东回报规划。公司应当在总结之前三年股东回报规划执行情况的基础上,充分考虑本规划第一条所列各项因素,以及股东(特别是中小股东)、独立董事和监事的意见,确定是否需对公司利润分配政策及未来三年的股东回报规划予以调整。

(二)如遇到战争、自然灾害等不可抗力,或者公司外部经营环境发生重大变化并对公司生产经营造成重大影响,或公司自身经营状况发生较大变化,或现行的具体股东回报规划影响公司的可持续经营,确有必要对股东回报规划进行调

整的, 公司可以根据本规划第二条确定的基本原则, 重新制订股东回报规划。

五、本规划未尽事宜, 依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程》规定执行。本规划由公司董事会负责解释, 自公司股东大会审议通过之日起实施。”

## 八、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

### (一) 发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

#### 1、加强募集资金管理, 保证募集资金规范、有效使用

本次发行募集资金到账后, 公司董事会将开设募集资金专项账户, 并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议, 确保募集资金专款专用。同时, 公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理办法》的规定, 在进行募集资金项目投资时, 履行资金支出审批手续; 明确各控制环节的相关责任, 按投资计划申请、审批、使用募集资金, 并对使用情况进行内部检查与考核。

#### 2、加快募投项目建设

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略, 具有良好的市场前景。公司已对募投项目可行性进行充分论证, 结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身经营情况, 最终确定募投项目规划。募集资金到位后, 公司将进一步提高募集资金使用效率, 加快募投项目建设进度。随着募投项目逐步完成, 公司的盈利能力和经营业绩将会有效提升, 有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

#### 3、提高公司日常运营效率, 降低公司运营成本, 提升盈利能力

公司将加强内部运营管理, 提高战略分析能力、决策质量以及运营效率, 完善产品生产和销售网络的全国布局, 加强渠道建设, 提升市场的精细化管理水平, 持续提升市场份额, 努力提高资金的使用效率, 有效运用各种融资工具和渠道, 控制公司资金成本, 严格控制各项成本费用支出, 加强成本管理从而提升公司的盈利能力。

#### 4、完善利润分配政策, 强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等规定以及《上市公司章程指引》（2019年修订）的精神，公司制定了《东鹏饮料（集团）股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容。公司未来将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

## **5、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障**

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》和《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程规定履行职权，作出科学、谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，特别是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。以上填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。”

### **（二）控股股东、实际控制人关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺**

控股股东、实际控制人林木勤承诺如下：

“本人在作为公司控股股东/实际控制人期间，本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

本人承诺切实履行本人作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

本人同意中国证监会和证券交易所等证券监管机构依据其指定或发布的有关规定、规则，对本人作出处罚或采取有关管理措施。”

### **（三）董事、高级管理人员关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺**

公司董事、高级管理人员承诺如下：

“一、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

二、对自身的职务消费行为进行约束;

三、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动;

四、将积极促使由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;

五、如公司未来制定、修改股权激励方案,本人将积极促使未来股权激励方案的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

六、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺,若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的,本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任,并且同意中国证监会和证券交易所等证券监管机构按照其指定或发布的有关规定、规则,对本人作出处罚或采取有关管理措施。”

## 九、公司提请投资者特别关注的风险因素

### (一) 市场竞争风险

我国能量饮料行业市场化程度较高,经过多年发展,已形成了红牛、东鹏特饮、乐虎、体质能量、战马等知名品牌,同时随着行业的快速发展,吸引了众多参与者。近年来,部分知名企业纷纷推出了新型能量饮料产品,如统一旗下的够燃、安利旗下的XS、伊利旗下的焕醒源等,竞争较为激烈。虽然公司目前已在品牌建设、消费者口碑、营销网络、规模化生产、食品安全及质量控制、技术研发等方面积累了丰富的经验,建立起一定的竞争优势,但未来公司能否持续保持市场竞争优势,能否持续及时应对市场变化,仍存在一定不确定性和风险。

### (二) 宣传推广效果不及预期的风险

公司一直注重通过多种手段加强品牌的宣传和推广工作。宣传推广对扩大公司品牌影响力,提升销售收入有很大帮助。公司所处饮料行业竞争较为激烈,需要在宣传推广方面持续进行较大规模的资源投入,但该等投入能否取得预期效果,存在一定的不确定性。如果宣传推广的投入未能有效维护品



牌形象和获取良好的市场口碑,无法带来利润贡献,将会对公司盈利能力和长期发展造成不利影响。

### **(三) 原材料价格波动风险**

公司产品原材料主要包括瓶坯、瓶盖、白砂糖等,该等原材料占公司生产成本比重较高。虽然经过多年经营,公司已建立一套完善的采购管理体系,并与众多行业龙头供应商建立了良好的合作关系,实现了优质、稳定的生产物料供给,但如果公司主要原材料的供求发生较大变化或者价格出现异常波动,将可能对公司生产经营及利润率水平产生一定影响。

### **(四) 产品质量风险**

公司主要从事饮料的研发、生产及销售,属于饮料制造业。随着行业监管力度日趋严格,消费者对食品饮料安全及维权意识的日益增强,产品质量安全已经成为食品饮料制造企业是否能够稳健、持续发展的关键因素与基本要务。公司经营饮料行业多年,质量控制体系严格遵循国家食品安全及保健食品相关法律法规及标准,积累了较多质量控制方面的业务经验。但如果公司在采购、生产、仓储等环节质量管理工作出现纰漏,且公司未能及时、妥善处理上述问题,将可能对公司的品牌声誉和产品销售产生较大不利影响。

## 目 录

本次发行概况 .....	1
发行人声明 .....	4
重大事项提示 .....	5
一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺 .....	5
二、股东持股及减持意向的承诺 .....	8
三、公司稳定股价的预案及相关承诺 .....	9
四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺 .....	14
五、未履行承诺事项的约束措施 .....	16
六、发行前滚存利润分配方案 .....	18
七、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划 .....	18
八、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺 .....	21
九、公司提请投资者特别关注的风险因素 .....	23
第一节 释 义 .....	31
一、一般释义 .....	31
二、专业释义 .....	33
第二节 概 览 .....	34
一、发行人概况 .....	34
二、发行人股权结构、控股股东及实际控制人简介 .....	35
三、发行人主营业务概述 .....	36
四、发行人主要财务数据及主要财务指标 .....	36
五、本次发行情况 .....	38

六、募集资金用途.....	39
<b>第三节 本次发行概况 .....</b>	<b>40</b>
一、本次发行的基本情况.....	40
二、本次发行有关机构.....	40
三、发行人与中介机构关系的说明.....	43
四、本次发行的重要日期.....	43
<b>第四节 风险因素 .....</b>	<b>44</b>
一、政策风险.....	44
二、消费需求和消费习惯改变的风险.....	44
三、市场竞争风险.....	44
四、产品质量风险.....	45
五、产品结构相对单一风险.....	45
六、原材料价格波动风险.....	45
七、经销商管理风险.....	45
八、营销团队管理风险.....	46
九、销售区域较为集中的风险.....	46
十、宣传推广效果不及预期的风险.....	46
十一、新产品推广的风险.....	47
十二、经营规模扩大导致的管理风险.....	47
十三、产品被仿冒的风险.....	47
十四、新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险.....	48
十五、募集资金投资项目风险.....	48
<b>第五节 发行人基本情况 .....</b>	<b>50</b>
一、发行人基本情况.....	50
二、发行人改制及设立情况.....	50
三、发行人股本的形成、变化及重大资产重组情况.....	53

四、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性.....	79
五、发行人组织结构.....	79
六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况.....	81
七、发行人股东、实际控制人的基本情况.....	83
八、发行人股本情况.....	87
九、发行人员工及其社会保障情况.....	92
十、持有 5% 以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况.....	95
<b>第六节 业务和技术 .....</b>	<b>98</b>
一、公司的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....	98
二、发行人所处行业的基本情况.....	100
三、发行人在行业中的竞争地位.....	122
四、发行人主营业务的具体情况.....	128
五、与发行人业务相关的资产情况.....	154
六、发行人拥有的生产特许经营情况.....	183
七、发行人取得的资质认证和许可情况.....	183
八、发行人核心技术及研发情况.....	184
九、发行人境外经营情况.....	190
十、发行人产品质量控制情况.....	190
<b>第七节 同业竞争与关联交易 .....</b>	<b>194</b>
一、独立性情况.....	194
二、同业竞争.....	195
三、关联方、关联关系和关联交易.....	196
<b>第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 .....</b>	<b>209</b>
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况.....	209
二、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有股	

份及其变动情况.....	214
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况...	218
四、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....	219
五、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在外兼职情况...	220
六、公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系.....	222
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的相关协议及重要承诺.....	222
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	222
九、报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动情况.....	223
<b>第九节 公司治理 .....</b>	<b>225</b>
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	225
二、董事会专门委员会的设置情况.....	231
三、报告期内违法违规情况.....	234
四、报告期内资金占用和对外担保情况.....	234
五、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见.....	234
六、注册会计师对公司内部控制的鉴证意见.....	234
<b>第十节 财务会计信息 .....</b>	<b>236</b>
一、报告期内的财务报表.....	236
二、审计意见.....	243
三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	243
四、主要会计政策和会计估计情况.....	245
五、分部报告.....	270
六、税项.....	270
七、最近一年主要收购兼并情况.....	271
八、非经常性损益.....	271

九、主要资产情况.....	271
十、主要负债情况.....	272
十一、股东权益情况.....	275
十二、现金流量状况.....	276
十三、资产负债表期后事项、或有事项及其他重大事项.....	277
十四、主要财务指标.....	278
十五、设立时及报告期内资产评估情况.....	279
十六、历次验资情况.....	280
<b>第十一节 管理层讨论与分析 .....</b>	<b>281</b>
一、财务状况分析.....	281
二、盈利能力分析.....	302
三、现金流量分析.....	323
四、重大资本性支出分析.....	326
五、发行人的重大会计政策或会计估计与可比上市公司的比较.....	326
六、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	326
七、对财务状况和盈利能力未来趋势的分析.....	326
八、摊薄即期回报分析.....	327
<b>第十二节 业务发展目标 .....</b>	<b>331</b>
一、公司发展战略和发展目标.....	331
二、未来三年的发展计划.....	332
三、拟定上述计划的假设条件.....	333
四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采取的措施.....	334
五、公司业务发展规划与现有业务的关系.....	335
<b>第十三节 募集资金运用.....</b>	<b>336</b>
一、募集资金运用概况.....	336
二、募集资金投资项目实施的可行性分析.....	337

三、募集资金投资项目的具体情况.....	340
<b>第十四节 股利分配政策 .....</b>	<b>365</b>
一、发行人的股利分配政策.....	365
二、最近三年公司股利分配情况.....	365
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	366
四、发行人上市后股利分配计划.....	366
<b>第十五节 其他重要事项 .....</b>	<b>369</b>
一、信息披露与投资者关系.....	369
二、重大合同.....	369
三、对外担保情况.....	372
四、重大诉讼、仲裁事项.....	372
<b>第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 .....</b>	<b>374</b>
全体董事、监事、高级管理人员声明.....	374
保荐机构(主承销商)声明.....	375
保荐机构(主承销商)董事长和总经理声明.....	376
发行人律师声明.....	377
会计师事务所声明.....	378
资产评估机构声明.....	379
验资机构声明.....	380
<b>第十七节 备查文件 .....</b>	<b>381</b>
一、本招股说明书的备查文件.....	381
二、查阅地点.....	381
三、查询时间.....	381
四、查阅网址.....	381

## 第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

### 一、一般释义

东鹏饮料、发行人、公司	指	东鹏饮料(集团)股份有限公司
东鹏实业	指	深圳市东鹏饮料实业公司，系发行人前身
东鹏有限	指	深圳市东鹏饮料实业有限公司，系发行人前身
东方有限	指	深圳市东方企业有限公司，曾为东鹏实业的股东
深圳莱英达	指	深圳市莱英达集团有限责任公司
鲲鹏投资	指	深圳市鲲鹏投资发展合伙企业(有限合伙)，系东鹏饮料的股东
君正投资	指	天津君正投资管理合伙企业(有限合伙)，系东鹏饮料的股东
东鹏远道	指	深圳市东鹏远道投资发展合伙企业(有限合伙)，系东鹏饮料的股东
东鹏致远	指	深圳市东鹏致远投资发展合伙企业(有限合伙)，系东鹏饮料的股东
东鹏致诚	指	深圳市东鹏致诚投资发展合伙企业(有限合伙)，系东鹏饮料的股东
增鹏	指	广州市东鹏食品饮料有限公司，系东鹏饮料子公司
徽鹏	指	安徽东鹏食品饮料有限公司，系东鹏饮料子公司
莞鹏	指	广东东鹏维他命饮料有限公司，系东鹏饮料子公司
华鹏	指	东鹏饮料(广州)有限公司，系东鹏饮料子公司
桂鹏	指	南宁东鹏食品饮料有限公司，系东鹏饮料子公司
渝鹏	指	重庆东鹏维他命饮料有限公司，系东鹏饮料子公司
鹏讯云商	指	深圳市鹏讯云商科技有限公司，系东鹏饮料子公司
广东营销	指	东鹏饮料市场营销(广东)有限公司，系东鹏饮料子公司
东鹏捷迅	指	深圳市东鹏捷迅供应链管理有限公司，系东鹏饮料子公司
海丰水厂	指	东鹏饮料(集团)股份有限公司海丰云莲天然水厂，系东鹏饮料分支机构
上海分公司	指	东鹏饮料(集团)股份有限公司上海分公司，系东鹏饮料分支机构



成都分公司	指	东鹏饮料（集团）股份有限公司成都分公司，系东鹏饮料分支机构
济南分公司	指	东鹏饮料（集团）股份有限公司济南分公司，系东鹏饮料分支机构
九制斋	指	广州市九制斋饮料有限公司，曾为东鹏饮料子公司
顺宝泉	指	海丰县顺宝泉物业管理有限公司，系东鹏饮料关联方
工业和信息化部	指	中华人民共和国工业和信息化部，为国务院组成部门
国家卫生健康委员会	指	中华人民共和国国家卫生健康委员会，为国务院组成部门
国家卫计委	指	中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会（现为国家卫生健康委员会）
卫生部	指	中华人民共和国卫生部（现为国家卫生健康委员会）
国家食药监总局	指	国家食品药品监督管理局（职能现已整合至国家市场监督管理总局）
国家质检总局	指	国家质量监督检验检疫总局（职能现已整合至国家市场监督管理总局）
国家工商总局	指	国家工商行政管理总局（职能现已整合至国家市场监督管理总局）
国家商标局	指	国家知识产权局商标局（原为国家工商行政管理总局商标局）
欧睿国际	指	Euromonitor International Ltd.，欧睿信息咨询公司，1972年成立于英国伦敦，是一家全球领先的市场信息提供商，独立的市场调研机构
本次发行	指	发行人本次向中国证券监督管理委员会申请在境内首次公开发行新股不超过4,001.00万股人民币普通股（A股）的行为
本次发行上市	指	发行人本次向中国证券监督管理委员会申请在境内首次公开发行新股不超过4,001.00万股人民币普通股（A股）并于上海证券交易所挂牌交易的行为
招股说明书	指	《东鹏饮料（集团）股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》
保荐人/保荐机构/主承销商/华泰联合	指	华泰联合证券有限责任公司
发行人审计机构/发行人验资机构/普华永道	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京德恒律师事务所
最近三年/报告期	指	2017年、2018年、2019年
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所

元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
---------	---	------------------

## 二、专业释义

饮料	指	经过定量包装的,供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的,乙醇含量(质量分数)不超过0.5%的制品
能量饮料	指	含有一定能量并添加适量营养成分或其他特定成分,能为机体补充能量,或加速能量释放和吸收的饮料制品
饮用天然水	指	以水井、山泉、水库、湖泊或高山冰川等,且未经公共供水系统的自然来源的水为水源,制成的制品
饮用纯净水	指	以直接来源于地表、地下或公共供水系统的水为水源,经适当的水净化加工方法,制成的制品
传统渠道	指	小卖店、独立便利店、报刊亭等传统食品饮料贩卖流通渠道
特通渠道/现代渠道	指	连锁超市、大型卖场、连锁便利店、社区商超、交通渠道、自动贩卖机等新型零售渠道
动销	指	在营销的渠道终端,通过一系列的营销组合手段,提高单店/单点销售业绩,拉动销售
搭赠	指	购买一定数量的产品后,获得搭配赠送本品或其他产品的一种促销形式

注:1、本招股说明书中所列出的数据可能因四舍五入原因与根据招股说明书中所列示的相关单项数据计算得出的结果略有不同;

2、本招股说明书中涉及的我国、我国经济以及行业的事实、预测和统计,包括公司的市场份额等信息,来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。公司从上述来源转载或摘录信息时,已保持了合理的谨慎,但是由于编制方法可能存在潜在偏差,或市场管理存在差异,或基于其它原因,此等信息可能与国内和国外所编制的其他资料不一致。

## 第二节 概 览

本概览仅对本招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前,应认真阅读本招股说明书全文。

### 一、发行人概况

发行人名称(中文)	东鹏饮料(集团)股份有限公司
发行人名称(英文)	EASTROC BEVERAGE (GROUP) CO.,LTD.
法定代表人	林木勤
东鹏有限成立日期	2003年10月13日
整体变更设立日期	2018年3月15日
注册资本	36,000万元
注册地址	深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1楼
经营范围	食品机械及包装材料的销售与技术咨询;房屋租赁;电子商务平台技术开发和系统开发、电子政务系统开发;信息传输、软件和信息技术服务;计算机软件、信息系统软件的开发、销售;信息系统设计、集成、运行维护;信息技术咨询;集成电路设计、研发;企业管理咨询(不含限制项目);信息化解决方案开发与应用;高可信计算、智能网络、移动互联网、物联网等技术与应用;基于网络的软件服务平台技术开发、软件的开发、测试服务;信息系统集成、技术咨询。(以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营);国内贸易(不含专营、专卖、专控商品);经营进出口业务(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营)。预包装食品(不含复热预包装食品)批发(饮料、无酒精饮料、包装饮用水);保健食品(限东鹏特饮)批发;普通货运;饮料、无酒精饮料、包装饮用水生产与销售。生产、销售:保健食品、饮料(凭许可证在有效期内经营,具体项目以审批部门批准的为准);酒、精致茶;生产、加工:饮料包装容器;生产、销售瓶(桶)装引用水类(饮用纯净水);生产销售其他饮料(营养素饮料);数据挖掘、数据分析与数据服务;互联网数字内容开发;中药有效成份的提取、纯化及销售。
邮政编码	518057
电话号码	0755-26980181
传真号码	0755-26980181
网站地址	<a href="http://www.szeastroc.com/">http://www.szeastroc.com/</a>
电子信箱	boardoffice@szeastroc.com

## 二、发行人股权结构、控股股东及实际控制人简介

### (一) 股权结构

截至本招股说明书签署日, 公司总股本 36,000.00 万元, 股权结构如下:

序号	股东	持股数额(股)	持股比例(%)
1	林木勤	198,967,411	55.2687
2	君正投资	36,000,000	10.0000
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.1533
4	林木港	20,885,866	5.8016
5	林戴钦	20,885,866	5.8016
6	蔡运生	9,282,607	2.5785
7	陈海明	6,961,955	1.9339
8	李达文	5,105,434	1.4182
9	东鹏远道	4,730,000	1.3139
10	陈义敏	3,573,804	0.9927
11	梁维钊	3,480,978	0.9669
12	于楠	3,202,499	0.8896
13	翟兴	3,202,499	0.8896
14	黄深博	2,320,652	0.6446
15	黎增永	2,320,652	0.6446
16	邱汉财	2,320,652	0.6446
17	肖光华	2,320,652	0.6446
18	彭得新	2,320,652	0.6446
19	刘美丽	2,088,587	0.5802
20	东鹏致远	1,510,000	0.4194
21	东鹏致诚	1,160,000	0.3222
22	刘丽华	800,000	0.2222
23	蒋薇薇	400,000	0.1111
24	卢义富	400,000	0.1111
合计		360,000,000	100.0000

### (二) 控股股东及实际控制人

截至本招股说明书签署日, 林木勤直接持有公司 198,967,411 股股份, 并通

过鲲鹏投资间接持有公司 2,320,652 股股份，通过东鹏远道间接持有公司 1,740,000 股股份，通过东鹏致远间接持有公司 20,000 股股份，通过东鹏致诚间接持有公司 40,000 股股份，合计共持有公司 203,088,063 股股份，占比 56.41%，为公司控股股东和实际控制人。

### 三、发行人主营业务概述

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售，主要产品包括东鹏特饮、由柑柠檬茶、陈皮特饮、包装饮用水等，其中东鹏特饮是公司的主导产品。公司作为能量饮料的先行者之一，致力于推动能量饮料的发展，经过多年努力，成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”，“年轻就要醒着拼”的品牌主张深入人心。目前，东鹏特饮在我国能量饮料市场占有率排名第二<sup>1</sup>。

公司精耕饮料市场，是“新零售”的探索者和践行者。公司以互联网为依托，运用大数据、二维码等技术，对产品生产、营销和渠道管理进行升级改造，逐步实现精细化管理和精准营销。目前，公司已形成广东、安徽、广西等辐射全国主要地区的生产基地，共有 1,000 余家经销商，销售网络覆盖全国近 100 万家终端门店。

### 四、发行人主要财务数据及主要财务指标

#### (一) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

科目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
资产总计	334,070.03	210,752.57	205,101.44
负债合计	170,551.94	102,058.17	117,990.15
归属于母公司股东权益合计	163,518.09	108,694.40	87,111.30
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	163,518.09	108,694.40	87,111.30

<sup>1</sup> 数据来源：《Energy Drinks in China》，Euromonitor International，2019年12月，按照非现场消费渠道终端销售金额口径。

**(二) 合并利润表主要数据**

单位: 万元

科目	2019年	2018年	2017年
营业收入	420,872.85	303,753.60	284,380.76
利润总额	73,650.29	27,332.79	38,980.82
净利润	57,057.39	21,583.10	29,616.89
归属于母公司股东的净利润	57,057.39	21,583.10	29,616.89

**(三) 合并现金流量表主要数据**

单位: 万元

科目	2019年	2018年	2017年
经营活动产生的现金流量净额	121,098.14	19,493.97	18,970.81
投资活动产生的现金流量净额	-53,235.65	1,074.60	-54,116.33
筹资活动产生的现金流量净额	-5,740.23	-5,243.92	24,333.67
现金及现金等价物净增加额	62,122.26	15,324.65	-10,811.84

**(四) 主要财务指标**

财务指标	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动比率(倍)	1.00	0.71	0.88
速动比率(倍)	0.85	0.59	0.76
资产负债率(母公司)	44.06%	38.73%	61.62%
资产负债率(合并)	51.05%	48.43%	57.53%
无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权)占净资产的比例	0.20%	0.11%	0.14%
归属于母公司普通股股东的每股净资产(元)	4.54	3.11	-
财务指标	2019年	2018年	2017年
应收账款周转率(次)	129.27	113.29	265.51
存货周转率(次)	13.43	12.90	14.36
息税折旧摊销前利润(万元)	91,214.95	36,520.62	47,737.67
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润(万元)	59,525.61	18,762.76	28,141.78
利息保障倍数(倍)	67.33	30.55	30.10
每股经营活动产生的现	3.36	0.56	-

财务指标	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
现金流量(元)			
每股净现金流量(元)	1.73	0.44	-

上述指标的计算公式如下:

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额\*100%
- 4、无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权)占净资产的比例=无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权)/净资产\*100%
- 5、归属于母公司普通股股东的每股净资产(元)=归属于母公司股东权益合计/期末股本总额
- 6、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值
- 7、存货周转率=营业成本/存货平均账面价值
- 8、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+费用化利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+股份支付费用
- 9、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润=归属于公司普通股股东的净利润-归属于母公司的非经常性损益
- 10、利息保障倍数=(利润总额+费用化利息支出)/利息支出
- 11、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- 12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

注:公司于2018年变更为股份有限公司,因此2017年末归属于母公司普通股股东的每股净资产、2017年度每股经营活动产生的现金流量和每股净现金流量指标不适用。

## 五、本次发行情况

- 1、股票种类:人民币普通股(A股)
- 2、发行股数:不超过4,001.00万股
- 3、每股面值:1.00元
- 4、每股发行价格:【】元
- 5、预计发行日期:【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
- 6、拟上市证券交易所:上海证券交易所
- 7、发行后总股本:不超过40,001.00万股
- 8、发行前每股净资产:【】元

9、发行方式：本次发行采用网下向投资者询价配售与网上资金申购发行相结合的方式或中国证监会规定的其他方式

10、发行对象：符合资格的网下投资者和在上交所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

## 六、募集资金用途

根据公司 2020 年第一次临时股东大会通过的有关公司首次公开发行股票募集资金投资项目的决议，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 4,001.00 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%，募集资金总额将根据发行定价结果最终确定。

本次公司发行股票募集资金总额扣除发行费用后将用于以下具体项目：

单位：万元

项目类型	序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟用募集资金投入金额
生产基地建设	1	华南生产基地建设项目	华鹏	72,878.00	46,907.67
	2	重庆西彭生产基地建设项目	渝鹏	50,853.00	33,996.10
	小计			123,731.00	80,903.77
营销网络升级及品牌推广	3	营销网络升级及品牌推广项目	公司	37,091.07	37,091.07
信息化升级建设	4	集团信息化升级建设项目	公司	5,309.18	5,309.18
	5	鹏讯云商信息化升级建设项目	鹏讯云商	2,212.04	2,212.04
	小计			7,521.22	7,521.22
研发中心建设	6	研发中心建设项目	华鹏	3,147.00	3,147.00
总部大楼建设	7	总部大楼建设项目	公司	20,640.35	20,640.35
合计				<b>192,130.64</b>	<b>149,303.41</b>

若实际募集资金不足，资金缺口将由公司自筹解决。本次募集资金到位前，公司将视市场环境，根据项目进展需求以自筹资金进行前期投入，待募集资金到位后，再以募集资金置换前期投入的自筹资金。



## 第三节 本次发行概况

### 一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例	本次公开发行股票数量不超过 4,001.00 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍（每股收益按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于公司普通股股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（根据发行前一年经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（根据发行前一年经审计的净资产加上本次预计募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在上交所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	主承销商余额包销
发行新股募集资金总额和净额	募集资金总额不超过【】万元；扣除发行费用后，募集资金净额不超过【】万元
新股发行费用概算	新股发行费用总额为【】万元，主要包括： 保荐及承销费用：【】万元 审计及验资费用：【】万元 律师费用：【】万元 用于本次发行的信息披露费用：【】万元 发行上市手续费及其他：【】万元

### 二、本次发行有关机构

#### （一）发行人：东鹏饮料（集团）股份有限公司

法定代表人：林木勤

住 所：深圳市南山区桃源街道珠光北路 142 号众冠红花岭工业西区 3 栋 1 楼

电 话：0755-26980181

传 真：0755-26980181

联系人: 刘丽华

**(二) 保荐人/主承销商: 华泰联合证券有限责任公司**

法定代表人: 江禹

住 所: 深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦第  
五层(01A、02、03、04)、17A、18A、24A、  
25A、26A

电 话: 0755-82492030

传 真: 0755-82493959

保荐代表人: 金巍锋、王锋

项目协办人: 李子清

项目经办人: 夏荣兵、杨逸飞、王然、罗步景、谢志才、龙  
伟、皮嘉勇、徐迪

**(三) 财务顾问: 招商证券股份有限公司**

法定代表人: 霍达

住 所: 深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

电 话: 0755-82943666

传 真: 0755-82943121

项目经办人: 张晓斌、刘兴德、罗立

**(四) 发行人律师: 北京德恒律师事务所**

负 责 人: 王丽

住 所: 北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层

电 话: 010-52682888

传 真: 010-52682999

经办律师: 浦洪、李广新、汤海龙

**(五) 发行人审计机构(验资机构): 普华永道中天会计师事务所(特殊普通  
合伙)**

负 责 人: 李丹

住 所: 中国(上海)自由贸易试验区陆家嘴环路 1318  
号星展银行大厦 507 单元 01 室  
电 话: 021-23233388  
传 真: 021-23238800  
经办会计师: 王斌、李晓蕾

**(六) 保荐机构(主承销商) 律师: 北京市嘉源律师事务所**

负 责 人: 郭斌  
住 所: 北京市西城区复兴门内大街 158 号远洋大厦  
F408  
电 话: 010-66413377  
传 真: 010-66413377  
经办律师: 徐莹、张舟

**(七) 资产评估机构: 北京中天华资产评估有限责任公司**

法定代表人: 李晓红  
住 所: 北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 1 单元  
1303 室  
电 话: 010-88395166  
传 真: 010-88395661  
经办资产评估师: 孙彦君、赵爽鸣

**(八) 股票登记机构: 中国证券登记结算有限责任公司上海分公司**

住 所: 中国(上海)自由贸易试验区陆家嘴东路 166 号  
电 话: 021-68870587  
传 真: 021-58754185

**(九) 申请上市的证券交易所: 上海证券交易所**

住 所: 上海市浦东南路 528 号证券大厦  
电 话: 021-68808888  
传 真: 021-68804868

### 三、发行人与中介机构关系的说明

截至本招股说明书签署日,发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

### 四、本次发行的重要日期

询价推介时间	【】年【】月【】日—【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

## 第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行及作出投资决定时,除本招股说明书提供的其他资料外,应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。

### 一、政策风险

近年来,食品安全问题日益受到国家和消费者的重视,2017年以来相关部门陆续颁布或修订了《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》等法律法规。食品饮料行业受到的监管日趋严格,进一步提高了行业准入门槛,对企业生产质量控制体系提出了更高的要求,可能不同程度地增加食品饮料制造企业的运营成本,对行业内企业的盈利能力造成影响。

### 二、消费需求和消费习惯改变的风险

饮料作为快速消费品,以大众消费者的消费需求和消费习惯为基础,其中能量饮料在我国经过多年的发展,已成为饮料行业中重要的细分品类,主力消费群体已从工作时间较长的司机、蓝领工人、快递员、医护工作者等逐步扩大至白领、学生等更多的消费群体,消费场景也更加多元化。未来消费者对于能量饮料的消费需求和消费习惯是否发生改变,公司能否通过不断跟踪市场并及时捕捉、培养消费习惯,将对公司经营业绩产生较大影响。

### 三、市场竞争风险

我国能量饮料行业市场化程度较高,经过多年发展,已形成了红牛、东鹏特饮、乐虎、体质能量、战马等知名品牌,同时随着行业的快速发展,吸引了众多参与者。近年来,部分知名企业纷纷推出了新型能量饮料产品,如统一旗下的够燃、安利旗下的XS、伊利旗下的焕醒源等,竞争较为激烈。虽然公司目前已在品牌建设、消费者口碑、营销网络、规模化生产、食品安全及质量控制、技术研发等方面积累了丰富的经验,建立起一定的竞争优势,但未来公司能否持续保持市场竞争优势,能否持续及时应对市场变化,仍存在一定不确定

性和风险。

#### **四、产品质量风险**

公司主要从事饮料的研发、生产及销售,属于饮料制造业。随着行业监管力度日趋严格,消费者对食品饮料安全及维权意识的日益增强,产品质量安全已经成为食品饮料制造企业是否能够稳健、持续发展的关键因素与基本要务。公司经营饮料行业多年,质量控制体系严格遵循国家食品安全及保健食品相关法律法规及标准,积累了较多质量控制方面的业务经验。但如果公司在采购、生产、仓储等环节质量管理工作出现纰漏,且公司未能及时、妥善处理上述问题,将可能对公司的品牌声誉和产品销售产生较大不利影响。

#### **五、产品结构相对单一风险**

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售,公司旗下产品涵盖能量饮料、非能量饮料以及包装饮用水三大类型,其中能量饮料是公司的主导产品,报告期内占公司总收入的比例分别为96.19%、94.99%和95.11%。公司作为能量饮料的先行者之一,致力于推动能量饮料发展,经过多年努力,成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”,然而相对单一的产品结构使得公司经营业绩对能量饮料的销售依赖程度较高。虽然公司近年来陆续推出由柑柠檬茶等其他系列产品,但整体销售规模相对较小,短期公司仍存在产品结构相对单一的风险,如果能量饮料行业市场环境出现恶化,可能对公司经营业绩产生不利影响。

#### **六、原材料价格波动风险**

公司产品原材料主要包括瓶坯、瓶盖、白砂糖等,该等原材料占公司生产成本比重较高。虽然经过多年经营,公司已建立一套完善的采购管理体系,并与众多行业龙头供应商建立了良好的合作关系,实现了优质、稳定的生产物料供给,但如果公司主要原材料的供求发生较大变化或者价格出现异常波动,将可能对公司生产经营及利润率水平产生一定影响。

#### **七、经销商管理风险**

报告期内公司产品销售主要采取经销模式,经销商是公司产品触达终端消费者的重要环节。截至报告期末,公司拥有1,000余家经销商,已初步完成

广东、广西、华中、华东等重要市场的销售布局与渠道渗透。公司高度重视经销商队伍的管理与维护,经过多年的市场探索与精耕,已建立了一系列完善的经销商管理制度。

随着公司销售规模及销售网络的不断扩大,经销商数量和销售范围不断增加,公司对经销商管理的难度也随之加大,若未来公司对经销商的管理无法跟上销售规模的扩张、经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标、经销商的实力跟不上公司发展要求,则可能对公司品牌推广、渠道建设、产品销售等方面产生不利影响。

## **八、营销团队管理风险**

自设立以来,公司高度重视营销团队的建设及销售网络的完善。截至报告期末,公司建立了广东、广西、华中、华东等事业部,通过经验丰富的营销团队与经销商、邮差商、批发商及终端门店共同进行市场及消费者开发维护的模式,打造网点众多、覆盖面广、渗透力强、层次扁平的经销网络。虽然经过多年运营,公司已建立了一系列针对营销团队的考核管理制度,但随着公司业务规模及营销网络的扩大、营销体系日趋复杂,若未来公司对营销团队的管理无法跟上销售规模的扩张,则可能对公司品牌推广、渠道建设、产品销售等方面产生不利影响。

## **九、销售区域较为集中的风险**

公司起步于广东地区,经过多年的市场培育,已建立了较强的品牌影响力及市场竞争优势,报告期内,广东区域销售收入占公司主营业务收入比例分别为66.66%、61.10%及60.12%。虽然公司积极开拓广西、华中、华东等市场,报告期内广东区域收入占比不断下降,但整体而言公司在广东区域的销售占比仍然较高,销售区域较为集中。因此该区域的经济结构、市场容量、消费水平及偏好等因素的变化,将对公司未来盈利水平产生一定影响。

## **十、宣传推广效果不及预期的风险**

公司一直注重通过多种手段加强品牌的宣传和推广工作。宣传推广对扩大公司品牌影响力,提升销售收入有很大帮助。公司所处饮料行业竞争较为

激烈,需要在宣传推广方面持续进行较大规模的资源投入,但该等投入能否取得预期效果,存在一定的不确定性。如果宣传推广的投入未能有效维护品牌形象和获取良好的市场口碑,无法带来利润贡献,将会对公司盈利能力和长期发展造成不利影响。

## 十一、新产品推广的风险

为培育新的盈利增长点,近年来公司不断进行新产品的研发及推广,上市了由柑柠檬茶、陈皮特饮等新产品,进一步拓宽了消费群体,丰富了产品线。虽然公司推出的新产品均会经过严格的内部分析论证、前期市场调研和区域试点,但依旧可能存在新产品没有充分得到市场认可的风险。同时,由于新产品通常需要一定的培育时间,前期推广过程中在广告营销、消费者宣传等方面需投入较多资源,因此部分产品在培育期可能出现利润率较低的情况,如果新品推广效果不及预期,可能对公司未来经营业绩产生一定影响。

## 十二、经营规模扩大导致的管理风险

随着本次募投项目建成达产,公司将进一步扩充广东区域的生产能力,并建成重庆生产基地,形成广东、安徽、广西、重庆等辐射全国的产能布局。随着公司经营规模的进一步扩大,对公司组织管理、资源整合、产购销运营、技术研发、质量管理等各方面均提出了更高的要求。如果公司不能同步建立未来企业发展所需的管理体系和治理机制,将可能对公司的经营发展产生不利影响。

## 十三、产品被仿冒的风险

公司主要产品为能量饮料,经过多年的品牌建设与市场精耕,成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”。由于公司产品销售范围广,消费人群多,容易成为不法生产厂家的仿冒目标;同时因为饮料行业门槛相对较低,市场参与者众多,公司存在产品被仿冒的风险。

如果仿冒产品大规模流入市场,可能侵占公司的市场份额,从而影响公司经营业绩,与此同时,仿冒产品的产品质量难以保证,一旦发生食品安全事故,将可能对公司的市场声誉造成不良影响,从而影响公司的经营业绩。



## 十四、新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险

2020年1月以来,我国及全球范围内陆续爆发新型冠状病毒肺炎疫情,我国各地政府陆续启动了重大突发公共卫生事件一级响应,并采取了推迟企业复工时间、实施交通卫生检疫及管制等防控措施阻断疫情传播。新冠肺炎疫情导致的终端消费场景气度暂时性下降、延期复工以及交通物流不便等因素对食品饮料行业整体运行以及本公司的生产经营活动造成了一定短期影响。

目前,随着国内疫情得到有效控制,公司已恢复生产经营,各项工作有序开展,但随着国外疫情蔓延以及我国境外输入性病例的增加,疫情的持续时间及影响范围尚不明朗,若疫情出现反复或进一步加剧,可能对公司2020年盈利水平产生不利影响,甚至出现业绩下滑的风险。

## 十五、募集资金投资项目风险

### (一) 募投项目实施的风险

本次募投项目的实施对公司内部组织协调、人员管理、资源配置、市场开拓、技术研发及财务管理等各方面能力均提出了较高要求。虽然公司已在饮料行业积累了多年经验,且对本次募集资金投资项目进行了审慎的可行性研究论证,但若未来公司组织管理等内部条件或外部环境出现重大不利变化,将可能出现募投项目无法按期实施的风险。

### (二) 募集资金投资项目未达到预期回报的风险

公司对本次募集资金投资项目做了充分的论证分析,投资计划及经济效益测算是在对市场需求、营销网络、生产运营等谨慎分析的基础之上;但是,项目达产后,仍可能因为市场竞争格局变化、原材料价格波动等不可预测的原因,出现产品价格下降、原材料价格上升、市场需求下降等情形,募集资金投资项目存在收益率未达预期的风险。

### (三) 即期收益和净资产收益率下降的风险

本次募集资金到位后,公司总股本和净资产规模将进一步提高,但募投项目从实施、建设到产生实际效益需要一定时间,募集资金到位后短期内净

利润增幅可能低于净资产增幅。因此,本次发行后,公司即期收益和净资产收益率存在下降的风险。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本情况

公司名称	东鹏饮料（集团）股份有限公司
英文名称	EASTROC BEVERAGE (GROUP) CO.,LTD.
公司类型	其他股份有限公司（非上市）
公司住址	深圳市南山区桃源街道珠光北路 142 号众冠红花岭工业西区 3 栋 1 楼
公司网址	<a href="http://www.szeastroc.com/">http://www.szeastroc.com/</a>
电子信箱	boardoffice@szeastroc.com
邮编	518057
电话	0755-26980181
传真	0755-26980181
法定代表人	林木勤
注册资本	36,000.00 万元
实收资本	36,000.00 万元
统一社会信用代码	91440300192277214F
经营范围	食品机械及包装材料的销售与技术咨询；房屋租赁；电子商务平台技术开发和系统开发、电子政务系统开发；信息传输、软件和信息技术服务；计算机软件、信息系统软件的开发、销售；信息系统设计、集成、运行维护；信息技术咨询；集成电路设计、研发；企业管理咨询（不含限制项目）；信息化解决方案开发与应用；高可信计算、智能网络、移动互联网、物联网等技术与应用；基于网络的软件服务平台技术开发、软件的开发、测试服务；信息系统集成、技术咨询。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。预包装食品（不含复热预包装食品）批发（饮料、无酒精饮料、包装饮用水）；保健食品（限东鹏特饮）批发；普通货运；饮料、无酒精饮料、包装饮用水生产与销售。生产、销售：保健食品、饮料（凭许可证在有效期内经营，具体项目以审批部门批准的为准）；酒、精致茶；生产、加工：饮料包装容器；生产、销售瓶（桶）装引用水类（饮用纯净水）；生产销售其他饮料（营养素饮料）；数据挖掘、数据分析与数据服务；互联网数字内容开发；中药有效成份的提取、纯化及销售。
成立日期	1994 年 6 月 30 日

### 二、发行人改制及设立情况

#### （一）设立方式

东鹏饮料系由东鹏有限整体变更设立的股份有限公司。

2018年1月15日,东鹏有限股东会作出决议,一致同意通过《公司整体变更设立股份公司方案》的议案,同意以截至2017年10月31日经审计的账面净资产作为出资,将东鹏有限整体变更为股份有限公司,整体变更后总股本35,000.00万股。东鹏有限全体股东作为发起人,以各自在东鹏有限中的权益所对应的净资产认购东鹏饮料的股份。

2018年1月22日,公司全体发起人签署了《发起人协议》。

2018年1月31日,公司召开创立大会,审议通过了关于东鹏有限整体变更设立股份有限公司的相关议案。

2018年3月15日,深圳市市场监督管理局核发了东鹏有限变更为股份有限公司的《营业执照》。

## (二) 发起人

公司的发起人股东及发起设立时的持股情况如下:

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	林木勤	198,967,411	56.85
2	君正投资	35,000,000	10.00
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.36
4	林木港	20,885,866	5.97
5	林戴钦	20,885,866	5.97
6	蔡运生	9,282,607	2.65
7	陈海明	6,961,955	1.99
8	李达文	5,105,434	1.46
9	陈义敏	3,573,804	1.02
10	梁维钊	3,480,978	0.99
11	于楠	3,202,499	0.92
12	翟兴	3,202,499	0.92
13	黄深博	2,320,652	0.66
14	黎增永	2,320,652	0.66
15	邱汉财	2,320,652	0.66
16	肖光华	2,320,652	0.66

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
17	彭得新	2,320,652	0.66
18	刘美丽	2,088,587	0.60
合计		350,000,000	100.00

### **(三) 发行人改制设立前, 主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务**

持有公司 5% 以上股权的发起人为林木勤、君正投资、鲲鹏投资、林木港、林戴钦。发行人整体变更设立股份有限公司前后, 前述发起人持有的资产主要为其持有的发行人股权, 主要发起人拥有的主要资产没有发生重大变化。

### **(四) 发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务**

发行人整体变更设立时承继了东鹏有限全部资产和负债, 拥有的资产主要包括货币资金、应收账款、其他应收款、存货、固定资产等。发行人整体变更设立时从事饮料的研发、生产和销售, 自设立以来主营业务未发生变化。

### **(五) 发行人成立后, 主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务**

发行人系由有限责任公司整体变更设立的股份有限公司, 变更设立股份有限公司前后, 主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务未因发行人成立而发生重变化。

### **(六) 发行人改制前的业务流程、改制后的业务流程, 以及原企业和发行人业务流程间的联系**

发行人改制前后的业务流程未发生重大变化, 公司业务流程的具体情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“(三) 主要经营模式”。

### **(七) 发行人成立以来, 在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况**

发行人持股 5% 以上的主要发起人为林木勤、君正投资、鲲鹏投资、林木港、林戴钦, 公司主营业务独立于发起人股东及其关联方, 在生产经营方面不存在依赖发起人股东及其关联方的情形。公司成立以来, 在生产经营方面与主要发起人的关联关系未发生变化。

### **(八) 发起人出资资产的产权变更手续办理情况**

东鹏有限整体变更为股份有限公司后,其资产负债全部由公司承继,相应的资产及权利证书由公司办理更名手续。截至本招股说明书签署日,公司资产产权变更登记的相关手续已办理完毕。具体情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、与发行人业务相关的资产情况”。

## **三、发行人股本的形成、变化及重大资产重组情况**

### **(一) 发行人股本的形成及变化情况**

#### **1、股本演变情况**



## 2、设立及其股权变化情况

### (1) 东鹏有限前身东鹏实业成立

1994年6月25日,东方有限签署《关于成立深圳市东鹏饮料实业公司的通知》(深东企[94]13号),同意将非法人企业深圳市东方有限公司东鹏饮料厂变更为具有独立法人资格的东鹏实业。

1994年6月28日,东方有限签署东鹏实业《公司章程》,东鹏实业注册资本为1,652.00万元,性质为全民所有制企业,为东方有限的全资子公司。

1994年6月30日,深圳市工商行政管理局核准东鹏实业的工商设立登记。

### (2) 东鹏有限改制成立

2003年10月,东鹏实业完成全民所有制企业改制,东鹏有限成立。东鹏实业改制的具体情况如下:

#### 1) 改制基本情况

根据深圳市人民政府于2003年6月3日发布的《关于印发深圳市属国有企业改制审批工作程序的通知》(深府办[2003]55号),《深圳市属国有企业改制审批工作程序》(以下简称“《改制审批工作程序》”)经深圳市人民政府同意执行。

《改制审批工作程序》系根据十五届四中全会《关于国有企业改革和发展若干重大问题的决定》的精神,为规范深圳市属国有企业改制审批工作,简化审批程序,提高办事效率而制定的工作程序。根据《改制审批工作程序》,三级市属国有企业改制和企业产权转让审批权限在一级企业,资产评估结果备案管理权限在资产经营公司,企业产权转让在产权交易中心挂牌交易后办理鉴证。

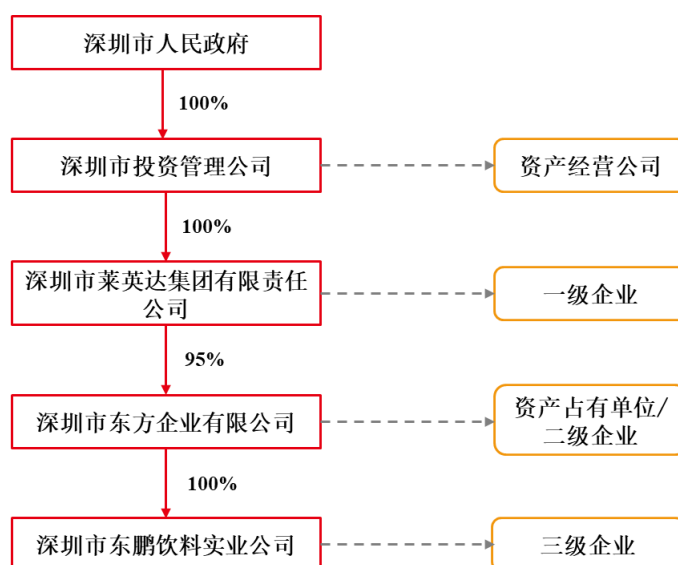
#### ① 资产评估及备案

2003年8月22日,深圳深信会计师事务所出具《关于深圳市东鹏饮料实业公司的资产评估报告书》(深信单评字[2003]第019号),在评估基准日2003年3月31日持续经营前提下,东鹏实业的资产总值253.66万元,负债总额0元,所有者权益253.66万元。该资产评估结果经东鹏实业资产占有单位东方有限及其一级企业深圳莱英达审核同意,于2003年10月13日由国有资产授权经营单位深圳市投资管理公司予以备案。

东鹏实业改制时,其资产占有单位、一级企业及国有资产授权经营单位的股



权结构如下:



东鹏实业改制时, 深圳市投资管理公司系由深圳市人民政府 100% 持股的资产经营公司, 深圳莱英达系深圳市投资管理公司的一级企业。东鹏实业改制涉及的资产评估结果经深圳莱英达审核同意后由深圳市投资管理公司予以备案, 符合《改制审批工作程序》的规定。

## ② 改制方案审批

2003 年 8 月 28 日, 东方有限股东会作出决议, 同意《深圳市东鹏饮料实业公司改制方案》, 即将东鹏实业的 100% 产权一次性全部转让给自然人, 转让价格以深圳深信会计师事务所《关于深圳市东鹏饮料实业公司的资产评估报告书》(深信单评字[2003]第 019 号) 所评定的净资产价值 253.66 万元作为转让底价, 东鹏实业根据《深圳市东鹏饮料实业公司改制方案》载明的改制资产范围、改制形式、员工补偿与安置等内容, 由全民所有制企业改制设立为东鹏有限, 性质为有限责任公司。

2003 年 9 月 2 日, 深圳莱英达作出《关于<关于深圳市东鹏饮料实业公司产权转让的请示>的批复》(深莱[2003]141 号), 同意东方有限将所持东鹏实业产权按不低于资产评估值转让给东鹏实业员工。深圳莱英达系一级企业, 有权审批东鹏实业的改制方案和产权转让方案, 符合《改制审批工作程序》的规定。

## ③ 产权交易

2003 年 9 月 2 日, 深圳国际高新技术产权交易所在中国高交网发布《深圳

市东鹏饮料实业公司提示性公告》，东方有限意向转让所持有的东鹏实业 100% 的产权，本着公开、公平、公正的原则进行交易，产权转让已得到深圳莱英达批复。

2003 年 9 月 25 日，深圳国际高新技术产权交易所在中国高交网发布《深圳市东鹏饮料实业公司截止公告》，截止挂牌期满，共有林木勤、梁维钊、李达文、陈义敏、刘美丽、刘广吉、陈楚武、黎增永、姜军、孙兆林、夏伟、温世颂、肖璞宏、徐远芝、文广礼、王春珍、代福山、林方策、庄建恩和张华共计 20 人（以下简称“林木勤等 20 人”，为东鹏实业员工）提出购买意向，根据《深圳国际高新技术产权交易所国有、集体产权交易规则》规定，交易双方将通过协议方式完成交易。

同日，东方有限与林木勤等 20 人签署《产权转让合同书》，林木勤等 20 人以 253.66 万元受让东鹏实业 100% 产权。

2003 年 9 月 25 日，深圳国际高新技术产权交易所在中国高交网发布《深圳市东鹏饮料实业公司成交公告》，东方有限就转让所持有的东鹏实业 100% 产权事宜已与林木勤等 20 人达成协议，成交总金额为 253.66 万元，并对受让人及受让比例公示如下：

序号	受让人	受让比例 (%)
1	林木勤	58.04
2	梁维钊	14.13
3	李达文	13.04
4	陈义敏	2.18
5	刘美丽	2.18
6	刘广吉	1.74
7	陈楚武	1.74
8	黎增永	1.09
9	姜军	1.09
10	孙兆林	1.09
11	夏伟	0.65
12	温世颂	0.43
13	肖璞宏	0.43

序号	受让人	受让比例(%)
14	徐远芝	0.43
15	文广礼	0.43
16	王春珍	0.43
17	代福山	0.22
18	林方策	0.22
19	庄建恩	0.22
20	张华	0.22
合 计		100.00

2003年9月25日,深圳国际高新技术产权交易所出具《成交鉴证合同》对上述产权转让事项进行鉴证。同日,林木勤等20人向东方有限支付了产权转让款合计253.66万元。

根据《改制审批工作程序》的规定,国有产权转让必须通过产权交易中心公开挂牌交易。东鹏实业改制系在深圳国际高新技术产权交易所完成挂牌交易,且《产权转让合同书》经产权交易所鉴证,符合《改制审批工作程序》规定的产权交易程序。

#### ④ 工商登记

根据深圳国际高新技术产权交易所在中国高交网发布的《深圳市东鹏饮料实业公司截止公告》和《深圳市东鹏饮料实业公司成交公告》,东方有限于2003年9月25日作出《关于改组深圳市东鹏饮料实业公司的决定》,决定将东鹏实业改组规范为有限责任公司,将东鹏实业100%的出资,以253.66万元转让给林木勤等20人,东鹏有限注册资本为460.00万元,东鹏实业净资产253.66万元转为东鹏有限的注册资本,不足部分由林木勤等20人以现金补足(即以货币出资206.34万元)。

2003年9月26日,深圳深信会计师事务所出具《验资报告》(深信验字[2003]第278号),经验证截至2003年9月25日止,东鹏有限已收到全体股东缴纳的注册资本合计460.00万元,其中净资产出资253.66万元,货币出资206.34万元。

2003年10月13日,深圳市工商行政管理局核准本次改制的工商变更登记。

东鹏实业在深圳国际高新技术产权交易所办理产权交易手续后,在深圳市工

商行政管理部门办理工商注册登记符合《改制审批工作程序》中关于国有企业改制工商注册登记的规定。

经核查,保荐机构及发行人律师认为,东鹏实业改制已经履行完备的法律手续,符合改制时有效的深圳市有关政策及规定,上述改制行为合法有效,不存在现实或潜在的争议、纠纷,亦不存在造成国有资产流失或侵害国有资产权益的情形。

东鹏有限成立时的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	267.00	58.04
2	梁维钊	65.00	14.13
3	李达文	60.00	13.04
4	陈义敏	10.00	2.17
5	刘美丽	10.00	2.17
6	刘广吉	8.00	1.74
7	陈楚武	8.00	1.74
8	黎增永	5.00	1.09
9	姜军	5.00	1.09
10	孙兆林	5.00	1.09
11	夏伟	3.00	0.65
12	温世颂	2.00	0.43
13	肖璞宏	2.00	0.43
14	徐远芝	2.00	0.43
15	文广礼	2.00	0.43
16	王春珍	2.00	0.43
17	代福山	1.00	0.22
18	林方策	1.00	0.22
19	庄建恩	1.00	0.22
20	张华	1.00	0.22
合计		460.00	100.00

### (3) 第一次股权转让

2004年8月10日,姜军、孙兆林、陈楚武、温世颂、肖璞宏、代福山6人

与林木勤签署《股权转让合同》，约定上述 6 人分别将其持有的出资额 5.00 万元、5.00 万元、3.00 万元、2.00 万元、2.00 万元、1.00 万元转让给林木勤。同日，东鹏有限股东会作出决议，同意本次股权转让，其他股东放弃优先购买权。本次转让经深圳市公证处公证，并出具（2004）深证内壹字第 10233 号《公证书》。

本次股权转让具体情况如下表所示：

转让方	受让方	转让出资 (万元)	转让比例 (%)	转让价格 (万元)
姜军	林木勤	5.00	1.09	5.00
孙兆林		5.00	1.09	5.00
陈楚武		3.00	0.65	3.00
温世颂		2.00	0.43	2.00
肖璞宏		2.00	0.43	2.00
代福山		1.00	0.22	1.00
合计		<b>18.00</b>	<b>3.91</b>	<b>18.00</b>

2004 年 9 月 4 日，深圳市工商行政管理局核准本次股权转让的工商变更。

本次股权转让完成后，东鹏有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	林木勤	285.00	61.96
2	梁维钊	65.00	14.13
3	李达文	60.00	13.04
4	陈义敏	10.00	2.17
5	刘美丽	10.00	2.17
6	刘广吉	8.00	1.74
7	黎增永	5.00	1.09
8	陈楚武	5.00	1.09
9	夏伟	3.00	0.65
10	徐远芝	2.00	0.43
11	文广礼	2.00	0.43
12	王春珍	2.00	0.43
13	林方策	1.00	0.22
14	庄建恩	1.00	0.22
15	张华	1.00	0.22
合计		<b>460.00</b>	<b>100.00</b>

#### (4) 代持形成

2005年11月29日,东鹏有限召开股东会,一致同意部分股东股权转让事项:梁维钊将其持有的出资额30.00万元、15.00万元、10.00万元分别转让给林木港、蔡运生、李建林;李达文将其持有的出资额30.00万元、7.00万元、5.00万元、5.00万元、3.00万元分别转让给林戴钦、林木勤、邱汉财、肖光华、陈海明;刘美丽将其持有的出资额7.00万元转让给陈海明;夏伟将其持有的出资额3.00万元转让给刘伯春。本次股权转让的具体情况如下:

转让方	受让方	转让出资(万元)	转让比例(%)	转让价格(万元)
梁维钊	林木港	30.00	6.52	30.00
	蔡运生	15.00	3.26	15.00
	李建林	10.00	2.17	10.00
李达文	林戴钦	30.00	6.52	30.00
	林木勤	7.00	1.52	7.00
	邱汉财	5.00	1.09	5.00
	肖光华	5.00	1.09	5.00
	陈海明	3.00	0.65	3.00
刘美丽	陈海明	7.00	1.52	7.00
夏伟	刘伯春	3.00	0.65	3.00

本次股权转让因未及时办理工商变更登记手续,形成代持如下:

登记股东	出资额(万元)	持股比例(%)	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
梁维钊	65.00	14.13	林木港	30.00	6.52
			蔡运生	15.00	3.26
			李建林	10.00	2.17
			<b>代持小计</b>	<b>55.00</b>	<b>11.96</b>
			梁维钊	10.00	2.17
李达文	60.00	13.04	林戴钦	30.00	6.52
			林木勤	7.00	1.52
			邱汉财	5.00	1.09
			肖光华	5.00	1.09
			陈海明	3.00	0.65
			<b>代持小计</b>	<b>50.00</b>	<b>10.87</b>
			李达文	10.00	2.17
刘美丽	10.00	2.17	陈海明	7.00	1.52

登记 股东	出资额 (万元)	持股比例 (%)	实际股东	实际出资额 (万元)	实际持股比例 (%)
			代持小计	<b>7.00</b>	<b>1.52</b>
			刘美丽	3.00	0.65
夏伟	3.00	0.65	刘伯春	3.00	0.65
			代持小计	<b>3.00</b>	<b>0.65</b>

#### (5) 第二次股权转让暨部分代持还原、新增代持

根据 2006 年 5 月股权变动的工商变更档案资料、相关股权转让协议、保荐机构及发行人律师对股权变动相关人员的访谈及该等人员的确认, 本次股权变动, 一方面实际股东刘广吉、徐远芝、文广礼、王春珍、张华的全部股权转让退出, 被代持股东陈海明(由刘美丽代持出资额 7.00 万元、李达文代持出资额 3.00 万元) 将其股权全部转让给林木勤; 另一方面林木港、蔡运生、李建林、林戴钦、林木勤被代持的股权还原, 新增陈楚武、黎增永、刘美丽、刘伯春、林方策、庄建恩等人的股权由李达文代持。

2006 年 2 月 19 日, 东鹏有限股东会作出决议同意相关股权转让事项, 其他股东放弃优先购买权。相关股权转让经深圳市南山区公证处公证, 并出具(2006)深南内经证字第 106 号、107 号和 108 号《公证书》。

2006 年 5 月 31 日, 深圳市工商行政管理局核准本次股权转让的工商变更。

本次股权转让完成后, 东鹏有限工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例 (%)
1	林木勤	317.00	68.91
2	李达文	38.00	8.26
3	林木港	30.00	6.52
4	林戴钦	30.00	6.52
5	蔡运生	15.00	3.26
6	梁维钊	10.00	2.17
7	李建林	10.00	2.17
8	陈义敏	10.00	2.17
合 计		<b>460.00</b>	<b>100.00</b>

#### 1) 股权转让实际执行情况

刘广吉、徐远芝、文广礼、王春珍、张华转让其持有的全部股权, 具体情况

如下:

转让方	受让方	转让出资(万元)	转让比例(%)	转让价格(万元)
刘广吉	林木勤	8.00	1.74	8.00
徐远芝		2.00	0.43	2.00
文广礼		2.00	0.43	2.00
王春珍		2.00	0.43	2.00
张华		1.00	0.22	1.00
合计		15.00	3.26	15.00

被代持股东陈海明将其由刘美丽代持出资额 7.00 万元、由李达文代持的出资额 3.00 万元全部转让给林木勤, 具体情况如下:

登记股东	转让前的实际股东	转让后的实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
李达文	陈海明	林木勤	3.00	0.65
刘美丽			7.00	1.52
合计			10.00	2.17

2005 年 11 月, 李达文代林木勤持有出资额 7.00 万元, 上述转让完成后, 李达文代林木勤持有出资额合计 10.00 万元。

## 2) 部分代持还原及新增代持情况

部分代持还原及新增代持的原因: 为理顺股权关系、减少名义股东数量, 以方便办理工商变更登记和签署相关决议, 出资金额 10.00 万元以上的代持股权全部予以还原, 出资金额小于 10.00 万元的股权全部由李达文作为名义股东代持。具体过程如下: ①梁维钊代林木港、蔡运生、李建林持有的出资额 30.00 万元、15.00 万元、10.00 万元, 还原为林木港、蔡运生、李建林持有; ②李达文代林戴钦、林木勤持有的出资额 30.00 万元、10.00 万元, 还原为林戴钦、林木勤持有; ③原由夏伟代刘伯春持有的出资额 3.00 万元, 变更为由李达文代刘伯春持有; ④陈楚武、黎增永、刘美丽、林方策、庄建恩持有的出资额 5.00 万元、5.00 万元、3.00 万元、1.00 万元、1.00 万元由李达文代持。具体情况如下:



单位:万元、%

本次变动前						本次变动后					
登记 股东	出资额	持股 比例	实际 股东	实际 出资额	实际持 股比例	登记 股东	出资额	持股 比例	实际 股东	实际 出资额	实际持 股比例
梁维钊	55.00	11.96	林木港	30.00	6.52	林木港	30.00	6.52	-	-	-
			蔡运生	15.00	3.26	蔡运生	15.00	3.26	-	-	-
			李建林	10.00	2.17	李建林	10.00	2.17	-	-	-
李达文	40.00	8.70	林戴钦	30.00	6.52	林戴钦	30.00	6.52	-	-	-
			林木勤	10.00	2.17	林木勤	10.00	2.17	-	-	-
刘美丽	7.00	1.52	林木勤	7.00	1.52		李达文	18.00	3.91	-	-
	3.00	0.65	-	-	-	刘美丽				3.00	0.65
夏伟	3.00	0.65	刘伯春	3.00	0.65				刘伯春	3.00	0.65
陈楚武	5.00	1.09	-	-	-				陈楚武	5.00	1.09
黎增永	5.00	1.09	-	-	-				黎增永	5.00	1.09
林方策	1.00	0.22	-	-	-				林方策	1.00	0.22
庄建恩	1.00	0.22	-	-	-				庄建恩	1.00	0.22
合计	120.00	26.09	-	-	-	合计	120.00	26.09	-	-	-

本次股权转让完成后,东鹏有限的股东李达文持有出资额为 38.00 万元,其中实际持有出资额 10.00 万元,李达文持有股权的具体代持情况如下:

序号	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
1	邱汉财	5.00	1.09
2	肖光华	5.00	1.09
3	陈楚武	5.00	1.09
4	黎增永	5.00	1.09
5	刘美丽	3.00	0.65
6	刘伯春	3.00	0.65
7	林方策	1.00	0.22
8	庄建恩	1.00	0.22
代持小计		28.00	6.09

#### (6) 股权继承

根据湖北省荆州市公证处于 2011 年 9 月 7 日出具的《公证书》((2011)荆

证字第 1927 号), 李建林于 2011 年 7 月 19 日逝世, 其持有的东鹏有限出资额 10.00 万元由配偶周丽莎继承。

2011 年 9 月 7 日, 东鹏有限股东会作出决议, 同意上述股权继承。

2011 年 10 月 18 日, 深圳市市场监督管理局核准本次股权继承的工商变更。

本次股权继承完成后, 东鹏有限工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	317.00	68.91
2	李达文	38.00	8.26
3	林木港	30.00	6.52
4	林戴钦	30.00	6.52
5	蔡运生	15.00	3.26
6	梁维钊	10.00	2.17
7	周丽莎	10.00	2.17
8	陈义敏	10.00	2.17
合计		460.00	100.00

### (7) 第三次股权转让暨新增代持

#### 1) 股权转让情况

2011 年 10 月 26 日, 周丽莎与李达文签署《股权转让协议》, 约定周丽莎将其持有的出资额 10.00 万元以 10.00 万元转让给李达文。本次转让经深圳市公证处公证, 并出具(2011)深证字第 140034 号《公证书》。

2011 年 10 月, 东鹏有限股东会作出决议, 同意本次股权转让, 其他股东放弃优先购买权。

#### 2) 新增代持情况

截至本次股权转让前, 李达文代 8 名实际股东合计持有东鹏有限出资额 28.00 万元。本次股权转让中, 李达文受让周丽莎持有的出资额 10.00 万元, 实际由李达文代林景照、蔡顺源、杨健群、陈赛贤、王焕杨、郑细强、胡海娥、林永森、王立文、林建锋、陈焕明、梁洪源 12 人持有。本次股权转让完成后, 李达文代 20 名实际股东合计持有东鹏有限出资额 38.00 万元。

### 3) 工商变更

2011年11月3日,深圳市市场监督管理局核准本次股权转让的工商变更。

本次股权转让完成后,东鹏有限工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	317.00	68.91
2	李达文	48.00	10.43
3	林木港	30.00	6.52
4	林戴钦	30.00	6.52
5	蔡运生	15.00	3.26
6	梁维钊	10.00	2.17
7	陈义敏	10.00	2.17
合计		460.00	100.00

本次股权转让后,东鹏有限的股东李达文持有出资额为48.00万元,其中李达文实际持有出资额10.00万元,李达文持有股权的具体代持情况如下:

序号	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
1	邱汉财	5.00	1.09
2	肖光华	5.00	1.09
3	陈楚武	5.00	1.09
4	黎增永	5.00	1.09
5	刘美丽	3.00	0.65
6	刘伯春	3.00	0.65
7	蔡顺源	1.67	0.36
8	林景照	1.67	0.36
9	杨健群	1.67	0.36
10	陈赛贤	1.67	0.36
11	林方策	1.00	0.22
12	庄建恩	1.00	0.22
13	王焕杨	0.67	0.15
14	郑细强	0.67	0.15

序号	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
15	胡海娥	0.33	0.07
16	林永森	0.33	0.07
17	王立文	0.33	0.07
18	林建锋	0.33	0.07
19	陈焕明	0.33	0.07
20	梁洪源	0.33	0.07
代持小计		38.00	8.26

### (8) 第一次增资暨新增代持

#### 1) 增资情况

2013年6月6日,东鹏有限股东会作出决议,同意公司注册资本由460.00万元增至7,590.00万元。本次新增注册资本7,130.00万元,均由原股东认缴。其中林木勤认缴4,853.00万元,李达文认缴870.50万元,林木港认缴465.00万元,林戴钦认缴465.00万元,蔡运生认缴205.00万元,陈义敏认缴171.50万元,梁维钊认缴100.00万元,出资方式均为货币。

2013年6月21日,深圳铭审会计师事务所出具《验资报告》(深铭审验字[2013]021号),验证截至2013年6月20日,东鹏有限已收到股东缴纳的新增注册资本7,130.00万元,东鹏有限变更后的累计注册资本实收金额为7,590.00万元。

#### 2) 新增代持情况

截至本次增资前,李达文代20名实际股东合计持有东鹏有限出资额38.00万元。本次增资中,东鹏有限新增彭得新、黄深博、陈海明3名股东,均由李达文代持,李达文原代持的20名实际股东亦在公司增资。本次增资完成后,李达文代23名实际股东合计持有东鹏有限出资额797.50万元。

#### 3) 工商变更

2013年6月25日,深圳市市场监督管理局核准本次增资的工商变更。

本次增资后,东鹏有限工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	5,170.00	68.12
2	李达文	918.50	12.10
3	林木港	495.00	6.52
4	林戴钦	495.00	6.52
5	蔡运生	220.00	2.90
6	陈义敏	181.50	2.39
7	梁维钊	110.00	1.45
合计		7,590.00	100.00

本次增资后,东鹏有限的股东李达文持有出资额为 918.50 万元,其中实际持有出资额 121.00 万元,李达文持有股权的具体代持情况如下:

序号	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
1	陈海明	165.00	2.17
2	黎增永	82.50	1.09
3	肖光华	55.00	0.72
4	邱汉财	55.00	0.72
5	陈楚武	55.00	0.72
6	彭得新	55.00	0.72
7	黄深博	55.00	0.72
8	刘美丽	49.50	0.65
9	刘伯春	33.00	0.43
10	蔡顺源	27.50	0.36
11	林景照	27.50	0.36
12	杨健群	27.50	0.36
13	陈赛贤	27.50	0.36
14	庄建恩	16.50	0.22
15	林方策	11.00	0.14
16	王焕杨	11.00	0.14
17	郑细强	11.00	0.14
18	胡海娥	5.50	0.07

序号	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
19	林永森	5.50	0.07
20	王立文	5.50	0.07
21	林建锋	5.50	0.07
22	陈焕明	5.50	0.07
23	梁洪源	5.50	0.07
代持小计		<b>797.50</b>	<b>10.51</b>

### (9) 第二次增资

2013年7月18日,东鹏有限股东会作出决议,同意公司注册资本由7,590.00万元增至13,800.00万元。本次新增注册资本6,210.00万元,均由原股东认缴。其中林木勤缴纳4,230.00万元,李达文缴纳751.50万元,林木港缴纳405.00万元,林戴钦缴纳405.00万元,蔡运生缴纳180.00万元,陈义敏缴纳148.50万元,梁维钊缴纳90.00万元,出资方式均为货币。

2013年7月30日,深圳铭审会计师事务所出具《验资报告》(深铭审验字[2013]027号),验证截至2013年7月26日止,东鹏有限已收到股东缴纳的新增注册资本6,210.00万元,变更后的累计注册资本实收金额为13,800.00万元。

截至本次增资前,李达文代23名实际股东合计持有东鹏有限出资额797.50万元。本次增资系全体股东同比例增资,李达文代23名实际股东亦在公司同比例增资,合计代持东鹏有限出资额1,450.00万元。

2013年8月13日,深圳市市场监督管理局核准本次增资的工商变更。

本次增资后,东鹏有限工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	9,400.00	68.12
2	李达文	1,670.00	12.10
3	林木港	900.00	6.52
4	林戴钦	900.00	6.52
5	蔡运生	400.00	2.90
6	陈义敏	330.00	2.39

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
7	梁维钊	200.00	1.45
合计		<b>13,800.00</b>	<b>100.00</b>

本次增资后,东鹏有限的股东李达文持有出资额为1,670.00万元,其中实际持有出资额220.00万元,李达文持有股权的具体代持情况如下:

序号	实际股东	实际出资额(万元)	实际持股比例(%)
1	陈海明	300.00	2.17
2	黎增永	150.00	1.09
3	肖光华	100.00	0.72
4	邱汉财	100.00	0.72
5	陈楚武	100.00	0.72
6	彭得新	100.00	0.72
7	黄深博	100.00	0.72
8	刘美丽	90.00	0.65
9	刘伯春	60.00	0.43
10	蔡顺源	50.00	0.36
11	林景照	50.00	0.36
12	杨健群	50.00	0.36
13	陈赛贤	50.00	0.36
14	庄建恩	30.00	0.22
15	林方策	20.00	0.14
16	王焕杨	20.00	0.14
17	郑细强	20.00	0.14
18	胡海娥	10.00	0.07
19	林永森	10.00	0.07
20	王立文	10.00	0.07
21	林建锋	10.00	0.07
22	陈焕明	10.00	0.07
23	梁洪源	10.00	0.07
代持小计		<b>1,450.00</b>	<b>10.51</b>

## (10) 第四次股权转让暨代持还原

### 1) 股权转让情况

截至本次股权转让前,李达文代 23 名实际股东合计持有东鹏有限出资额 1,450.00 万元。

2016 年 4 月 20 日,东鹏有限股东会作出决议,同意李达文代他人持有的股权予以还原。李达文将代其中 8 名实际股东持有合计出资额 1,040.00 万元,按实际持股比例分别以 1.00 元价格转让给各实际股东,并将其所持有出资额 410.00 万元以 1.00 元价格转让给鲲鹏投资,对应的 15 名实际股东按其实际持有公司股权的比例持有鲲鹏投资的份额。同意林木勤将所持有的出资额 600.00 万元以 1.00 元价格转让给鲲鹏投资,林木勤之子林煜鹏在鲲鹏投资实际持有该股权。其他股东放弃优先购买权。

2016 年 4 月 24 日,李达文分别与陈海明、黎增永、陈楚武、邱汉财、肖光华、黄深博、彭得新、刘美丽就本次股权转让签署《股权转让协议》;李达文与鲲鹏投资就本次股权转让签署《股权转让协议》;林木勤与鲲鹏投资就本次股权转让签署《股权转让协议》。本次转让经深圳市前海公证处公证,并出具(2016)深前证字第 009754 号、009755 号、009756 号、009757 号、009758 号、009759 号、009760 号、009761 号、009762 号、009763 号《公证书》。

本次股权转让具体情况如下表所示:

转让方	受让方	转让出资 (万元)	转让比例 (%)	转让价格 (元)
林木勤	鲲鹏投资	600.00	4.35	1.00
李达文	陈海明	300.00	2.17	1.00
	黎增永	150.00	1.09	1.00
	陈楚武	100.00	0.72	1.00
	邱汉财	100.00	0.72	1.00
	肖光华	100.00	0.72	1.00
	黄深博	100.00	0.72	1.00
	彭得新	100.00	0.72	1.00
	刘美丽	90.00	0.65	1.00
	鲲鹏投资	410.00	2.97	1.00

### 2) 代持还原情况

李达文通过直接向陈海明、黎增永、陈楚武、邱汉财、肖光华、黄深博、彭



得新和刘美丽转让公司股权的形式,还原上述 8 人持有的东鹏有限的股权;通过向鲲鹏投资(实际股东按其实际持有公司股权的比例持有鲲鹏投资的份额)转让股权的形式,还原刘伯春、庄建恩、林方策、蔡顺源、林景照、杨健群、陈赛贤、林建锋、王立文、陈焕明、林永森、胡海娥、梁洪源、郑细强、王焕杨 15 人持有东鹏有限的股权。

本次股权转让后,公司的股权代持已全部还原。

### 3) 工商变更

2016 年 5 月 30 日,深圳市市场监督管理局核准本次股权转让的工商变更。

本次股权转让完成后,东鹏有限的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	8,800.00	63.77
2	鲲鹏投资	1,010.00	7.32
3	林木港	900.00	6.52
4	林戴钦	900.00	6.52
5	蔡运生	400.00	2.90
6	陈义敏	330.00	2.39
7	陈海明	300.00	2.17
8	李达文	220.00	1.59
9	梁维钊	200.00	1.45
10	黎增永	150.00	1.09
11	陈楚武	100.00	0.72
12	邱汉财	100.00	0.72
13	肖光华	100.00	0.72
14	黄深博	100.00	0.72
15	彭得新	100.00	0.72
16	刘美丽	90.00	0.65
合计		<b>13,800.00</b>	<b>100.00</b>

#### (11) 第五次股权转让

2016 年 7 月 26 日,东鹏有限股东会作出决议,同意陈楚武将其持有的出资额 100.00 万元以 300.00 万元转让给鲲鹏投资,其他股东放弃优先购买权。

2016年8月19日,陈楚武与鲲鹏投资就本次股权转让签署《股权转让协议》。本次转让经深圳市前海公证处公证,并出具(2016)深前证字第020489号《公证书》。

2016年9月7日,深圳市市场监督管理局核准本次股权转让的工商变更。

本次股权转让完成后,东鹏有限的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	8,800.00	63.77
2	鲲鹏投资	1,110.00	8.04
3	林木港	900.00	6.52
4	林戴钦	900.00	6.52
5	蔡运生	400.00	2.90
6	陈义敏	330.00	2.39
7	陈海明	300.00	2.17
8	李达文	220.00	1.59
9	梁维钊	200.00	1.45
10	黎增永	150.00	1.09
11	邱汉财	100.00	0.72
12	肖光华	100.00	0.72
13	黄深博	100.00	0.72
14	彭得新	100.00	0.72
15	刘美丽	90.00	0.65
合计		13,800.00	100.00

### (12) 第三次增资

2017年4月28日,东鹏有限与君正投资签订《深圳市东鹏饮料实业有限公司增资协议》(以下简称“《增资协议》”),君正投资以29,750.00万元取得东鹏有限8.50%的股权,其中1,281.97万元用于增加注册资本,28,468.03万元计入资本公积。本次增资后,东鹏有限注册资本变更为15,081.97万元。

2017年4月30日,东鹏有限股东会作出决议,同意本次增资。

2017年7月7日,深圳市市场监督管理局核准本次增资的工商变更。

2020年3月16日,普华永道出具《验资报告》(普华永道中天验字(2020)

第 0194 号), 审验截至 2017 年 5 月 16 日止, 东鹏有限已收到君正投资增资款 29,750 万元, 其中 1,281.97 万元用于增加注册资本, 28,468.03 万元计入资本公积, 变更后东鹏有限注册资本由 13,800.00 万元增至 15,081.97 万元。

本次增资完成后, 东鹏有限的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	8,800.00	58.35
2	君正投资	1,281.97	8.50
3	鲲鹏投资	1,110.00	7.36
4	林木港	900.00	5.97
5	林戴钦	900.00	5.97
6	蔡运生	400.00	2.65
7	陈义敏	330.00	2.19
8	陈海明	300.00	1.99
9	李达文	220.00	1.46
10	梁维钊	200.00	1.33
11	黎增永	150.00	0.99
12	邱汉财	100.00	0.66
13	肖光华	100.00	0.66
14	黄深博	100.00	0.66
15	彭得新	100.00	0.66
16	刘美丽	90.00	0.60
合 计		<b>15,081.97</b>	<b>100.00</b>

### (13) 第六次股权转让

2017 年 4 月 18 日, 陈义敏与翟兴签署《股权转让协议》, 陈义敏、梁维钊、黎增永分别与于楠签署《股权转让协议》, 对股权转让事项作出约定。上述《股权转让协议》同时约定, 在协议签署后 90 天内, 公司发生增资事项, 则该等股权转让比例按增资摊薄后的股权比例进行调整。本次股权转让经过深圳市前海公证处公证, 并出具(2017)深前证字第 015365-015368 号《公证书》。

2017 年 7 月 7 日, 东鹏有限完成第三次增资。鉴于公司发生增资事项, 陈义敏与翟兴签署《〈股权转让协议〉补充协议》, 股权转让比例调整为陈义敏将其持有的 138.00 万元出资额转让给翟兴; 陈义敏、梁维钊、黎增永分别与于楠签

署《〈股权转让协议〉补充协议》，股权转让比例调整为陈义敏将其持有的出资额 38.00 万元转让给于楠，梁维钊将其持有的出资额 50.00 万元转让给于楠，黎增永将其持有的出资额 50.00 万元转让给于楠。

2017 年 4 月 29 日，林木勤与君正投资签署《关于深圳市东鹏饮料实业有限公司之股权转让协议》（以下简称“《股权转让协议》”），约定林木勤将其持有的 2017 年增资后（即注册资本 15,081.97 万元）的出资额 226.23 万元以 5,250.00 万元转让给君正投资。

2017 年 7 月 8 日，东鹏有限股东会作出决议，同意本次股权转让，其他股东放弃优先购买权。

本次股权转让具体情况如下表所示：

转让方	受让方	转让出资 (万元)	转让比例 (%)	转让价格 (万元)
陈义敏	翟兴	138.00	0.92	2,000.00
	于楠	38.00	0.25	550.72
梁维钊	于楠	50.00	0.33	724.64
黎增永	于楠	50.00	0.33	724.64
林木勤	君正投资	226.23	1.50	5,250.00

2017 年 9 月 20 日，深圳市市场监督管理局核准本次股权转让的工商变更。

本次股权转让完成后，东鹏有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	林木勤	8,573.77	56.85
2	君正投资	1,508.20	10.00
3	鲲鹏投资	1,110.00	7.36
4	林木港	900.00	5.97
5	林戴钦	900.00	5.97
6	蔡运生	400.00	2.65
7	陈海明	300.00	1.99
8	李达文	220.00	1.46
9	陈义敏	154.00	1.02
10	梁维钊	150.00	0.99

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
11	翟兴	138.00	0.92
12	于楠	138.00	0.92
13	黎增永	100.00	0.66
14	邱汉财	100.00	0.66
15	肖光华	100.00	0.66
16	黄深博	100.00	0.66
17	彭得新	100.00	0.66
18	刘美丽	90.00	0.60
合计		15,081.97	100.00

#### (14) 整体变更为股份有限公司

2018年1月15日,东鹏有限股东会作出决议,一致同意通过《公司整体变更设立股份公司方案》的议案,同意以截至2017年10月31日经审计的账面净资产作为出资,将东鹏有限整体变更为股份有限公司,整体变更后总股本35,000.00万股。

2018年1月10日,北京中天华资产评估有限责任公司出具《深圳市东鹏饮料实业有限公司拟股份制改制所涉及净资产价值资产评估报告》(中天华资评报字[2018]1003号),东鹏有限截至2017年10月31日净资产评估值为97,634.96万元。

2018年1月22日,东鹏饮料全体发起人签署了《发起人协议》。

2018年1月31日,东鹏饮料召开创立大会,审议通过东鹏饮料章程及三会议事规则等议案,选举了公司董事、监事。

2018年3月15日,深圳市市场监督管理局核准东鹏有限整体变更为股份有限公司的工商变更。

2020年3月,普华永道对公司截至2017年10月31日资产负债表重新进行审计,并出具《审计报告》(普华永道中天特审字(2020)第1062号)。经审计,东鹏饮料截至2017年10月31日的净资产为62,868.22万元。2020年3月16日,东鹏饮料股东大会作出决议,确认公司从有限责任公司整体变更为股份有限公司后总股本仍为35,000.00万股,每股面值1.00元,根据经普华永道审定的账面净

资产,折股比例为 1: 0.5567,其余净资产 27,868.22 万元计入资本公积。

2020 年 3 月 18 日,普华永道出具《验资报告》(普华永道中天验字(2020)第 0195 号),经审验截至 2018 年 3 月 15 日止,东鹏饮料已根据股东会决议审议通过的整体变更议案进行账务处理,以东鹏有限截至 2017 年 10 月 31 日的账面净资产作为折股基础,将东鹏有限整体变更为股份有限公司,整体变更后总股本 35,000.00 万股,每股面值 1.00 元,占申请变更登记后注册资本的 100.00%。

东鹏饮料成立时的股权结构如下:

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	林木勤	198,967,411	56.85
2	君正投资	35,000,000	10.00
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.36
4	林木港	20,885,866	5.97
5	林戴钦	20,885,866	5.97
6	蔡运生	9,282,607	2.65
7	陈海明	6,961,955	1.99
8	李达文	5,105,434	1.46
9	陈义敏	3,573,804	1.02
10	梁维钊	3,480,978	0.99
11	于楠	3,202,499	0.92
12	翟兴	3,202,499	0.92
13	黄深博	2,320,652	0.66
14	黎增永	2,320,652	0.66
15	邱汉财	2,320,652	0.66
16	肖光华	2,320,652	0.66
17	彭得新	2,320,652	0.66
18	刘美丽	2,088,587	0.60
合计		<b>350,000,000</b>	<b>100.00</b>

#### (15) 第四次增资

2019 年 4 月 28 日,东鹏饮料股东大会作出决议,通过股权激励方案。2019 年 7 月,君正投资、刘丽华、卢义富、蒋薇薇、东鹏远道、东鹏致远、东鹏致诚分别与东鹏饮料签署《增资协议》,合计认购公司 1,000.00 万股股本。其中,君

正投资以 571.43 万元新增认购 100.00 万股；刘丽华以 457.14 万元认购 80.00 万股；卢义富以 228.57 万元认购 40.00 万股；蒋薇薇以 228.57 万元认购 40.00 万股；东鹏远道以 2,702.86 万元认购 473.00 万股；东鹏致远以 862.86 万元认购新增股本 151.00 万股；东鹏致诚以 662.86 万元认购 116.00 万股。

2019 年 9 月 12 日，深圳市市场监督管理局核准本次增资的工商变更。

2019 年 12 月 31 日，普华永道出具《验资报告》(普华永道中天验字(2019)第 0809 号)，审验截至 2019 年 12 月 25 日，东鹏饮料已收到君正投资、刘丽华、卢义富、蒋薇薇、东鹏远道、东鹏致远、东鹏致诚增资款 5,714.30 万元，其中 1,000.00 万元计入新增注册资本，剩余 4,714.30 万元计入资本公积，变更后东鹏饮料的注册资本由 35,000.00 万元增至 36,000.00 万元。

本次增资完成后，东鹏饮料的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	林木勤	198,967,411	55.27
2	君正投资	36,000,000	10.00
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.16
4	林木港	20,885,866	5.80
5	林戴钦	20,885,866	5.80
6	蔡运生	9,282,607	2.58
7	陈海明	6,961,955	1.93
8	李达文	5,105,434	1.42
9	东鹏远道	4,730,000	1.31
10	陈义敏	3,573,804	0.99
11	梁维钊	3,480,978	0.97
12	于楠	3,202,499	0.89
13	翟兴	3,202,499	0.89
14	黄深博	2,320,652	0.64
15	黎增永	2,320,652	0.64
16	邱汉财	2,320,652	0.64
17	肖光华	2,320,652	0.64
18	彭得新	2,320,652	0.64
19	刘美丽	2,088,587	0.58

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
20	东鹏致远	1,510,000	0.42
21	东鹏致诚	1,160,000	0.32
22	刘丽华	800,000	0.22
23	卢义富	400,000	0.11
24	蒋薇薇	400,000	0.11
合计		360,000,000	100.00

## (二) 发行人重大资产重组情况

公司自设立以来,未发生重大资产重组。

## 四、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

### (一) 发行人历次验资情况

序号	验资基准日	验资目的	验资额(万元)	验资机构	验资报告编号
1	2003.09.25	改制为有限公司	460.00	深圳深信会计师事务所	深信验字[2003]第 278 号
2	2013.06.20	增资	7,590.00	深圳铭审会计师事务所	深铭审验字[2013]021 号
3	2013.07.26	增资	13,800.00	深圳铭审会计师事务所	深铭审验字[2013]027 号
4	2017.05.16	增资	15,081.97	普华永道	普华永道中天验字(2020)第 0194 号
5	2018.03.15	整体变更为股份有限公司	35,000.00	普华永道	普华永道中天验字(2020)第 0195 号
6	2019.12.25	增资	36,000.00	普华永道	普华永道中天验字(2019)第 0809 号

### (二) 发起人投入资产的计量属性

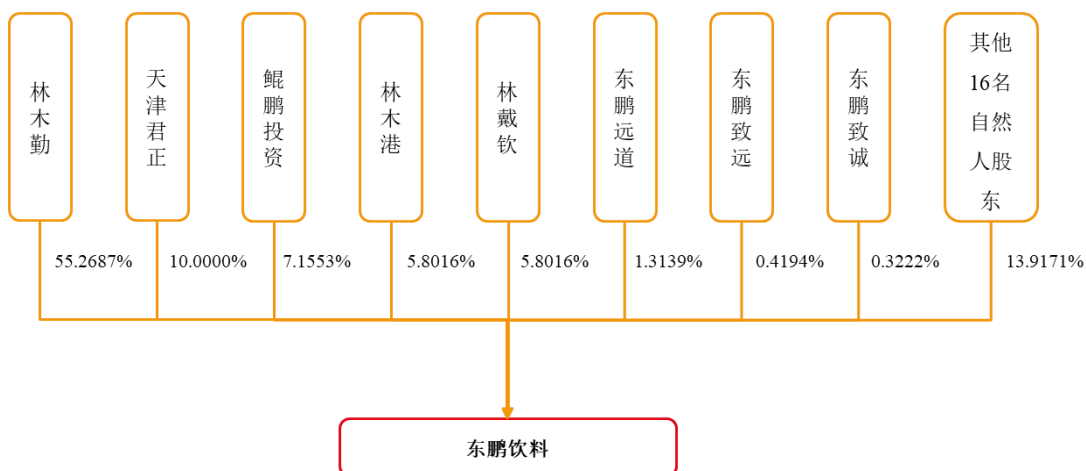
公司是由东鹏有限整体变更设立,发起人以东鹏有限截至 2017 年 10 月 31 日经审计净资产 62,868.22 万元,按 1: 0.5567 的折股比例,折为股份有限公司股本 35,000 万股,每股面值 1 元,未折股的净资产 27,868.22 万元计入股份有限公司的资本公积,按账面价值入账。

## 五、发行人组织结构



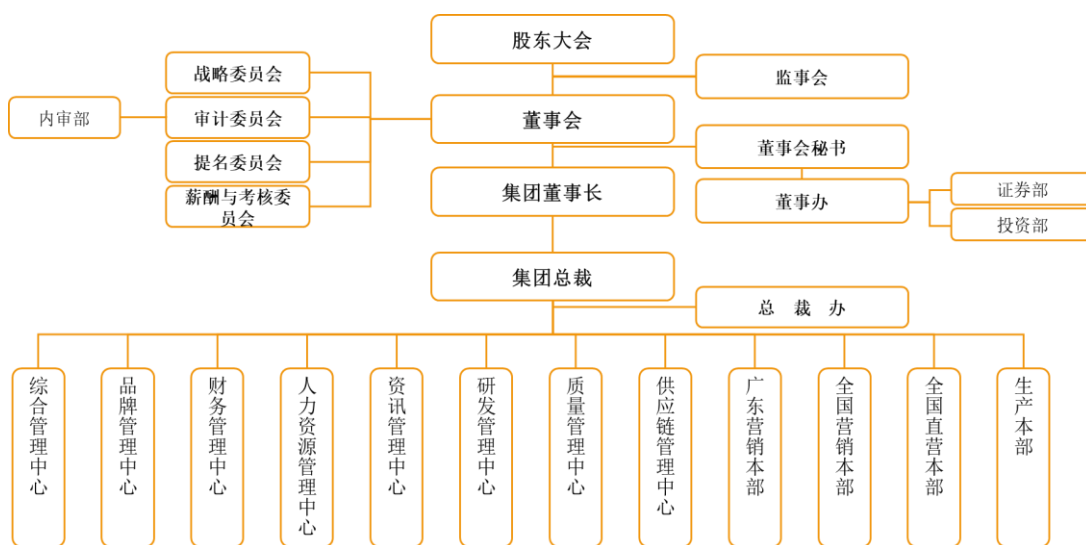
### (一) 发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日,公司股权结构如下:



### (二) 发行人组织架构图

截至本招股说明书签署日,公司组织架构如下:



### (三) 发行人主要职能部门

发行人主要职能部门及具体职责如下:

部门名称	部门职责
广东营销本部	广东省、海南省的销售、经销商管理
全国营销本部	除广东/海南省之外的全国区域的销售、经销商管理
全国直营本部	公司自营全国区域重点客户及电商渠道的销售管理
生产本部	生产体系管理,按计划生产出满足市场需求的产品

部门名称	部门职责
供应链管理中心	产销协调、订单管理、物流及采购规划管理
品牌管理中心	公司品牌建设、宣传推广、公益活动组织等
资讯管理中心	公司大数据系统搭建以及整体信息化体系建设
总裁办	经营发展战略规划与执行督导、行政事务体系建设
综合管理中心	负责公共关系部、法务部、工程部、督查管理部等部门的相关管理工作
财务管理中心	会计核算、资金管理、成本控制、财务管理
研发管理中心	按照国家及地方法律法规进行产品研发、测试评估、技术管理、设计管理及国内外学术、信息、技术交流
质量管理中心	负责建立公司质量管理体系及质量监督体系,建立并监督各工厂质量管理体系的运营,确保产品质量合格率
人力资源管理中心	负责公司人力资源制度建设以及整体人力资源管理、企业文化建设等
董事会办公室	负责公司股东大会、董事会、监事会的召开安排与材料准备;负责对外信息披露工作;做好投资者关系管理;办理股份有限公司工商事务
内审部	负责公司内部审计体系的建立和完善,包括公司财务收支情况的内部审计,公司日常运营管理的监督、检查和评价

## 六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况

### (一) 发行人控股子公司

#### 1、基本情况

截至本招股说明书签署日,发行人共有9家全资子公司,该等子公司的基本情况如下:

序号	公司名称	注册资本(万元)	实收资本(万元)	主要经营地	主营业务	成立日期	股权结构
1	增鹏	8,000.00	8,000.00	广州	饮料的生产与销售	2006.04.05	东鹏饮料持股 100%
2	莞鹏	1,000.00	1,000.00	东莞	饮料的生产与销售	2011.11.10	东鹏饮料持股 100%
3	徽鹏	30,000.00	30,000.00	滁州	饮料的生产与销售	2012.08.28	东鹏饮料持股 100%
4	桂鹏	30,000.00	30,000.00	南宁	饮料的生产与销售	2017.03.01	东鹏饮料持股 100%
5	华鹏	20,000.00	20,000.00	广州	饮料的生产与销售	2017.04.26	东鹏饮料持股 100%
6	渝鹏	15,000.00	13,900.00	重庆	饮料的生产与销售	2015.02.03	东鹏饮料持股 100%
7	鹏讯云商	500.00	500.00	深圳	信息系统开发服务	2017.07.24	东鹏饮料持股 100%

序号	公司名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	主要经营地	主营业务	成立日期	股权结构
8	广东营销	500.00	500.00	广州	饮料销售	2018.12.04	东鹏饮料持股 100%
9	东鹏捷迅	10,000.00	50.00	深圳	供应链管理 服务	2019.04.23	东鹏饮料持股 100%

## 2、财务状况

发行人子公司最近一年主要财务数据如下:

单位: 万元

序号	公司名称	2019.12.31/2019年度		
		总资产	净资产	净利润
1	增鹏	32,696.80	12,050.62	11,281.75
2	莞鹏	26,796.91	6,281.50	6,598.64
3	徽鹏	47,663.55	35,298.73	5,341.97
4	桂鹏	76,635.42	33,101.53	14,335.96
5	华鹏	37,675.77	19,579.67	-202.66
6	渝鹏	14,383.74	12,395.56	-174.11
7	鹏讯云商	2,758.30	2,178.94	676.02
8	广东营销	12,955.34	1,767.83	1,113.21
9	东鹏捷迅	65.87	50.33	0.33

注: 普华永道已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

## 3、报告期内发行人子公司注销情况

发行人子公司的注销情况如下:

序号	公司名称	住所	主营业务	成立日期
1	九制斋	广州市增城石滩镇岗尾村大笪(土名)	饮料的生产与销售	2006.03.16

注: 因被增鹏吸收合并, 九制斋于 2017 年 12 月 21 日完成国税注销, 于 2018 年 7 月 5 日完成地税注销, 于 2018 年 8 月 3 日完成工商注销。

### (二) 发行人参股公司

截至本招股说明书签署日, 发行人无参股公司。

### (三) 发行人分公司

截至本招股说明书签署日, 发行人 4 家分公司的基本情况如下:

序号	分支机构名称	住所	主营业务	成立日期
1	上海分公司	上海市松江区泖港镇中库路 165 号	饮料销售	2018.05.23
2	成都分公司	成都高新区吉庆三街 333 号 1 幢 1 单元 14 层 1401 号	饮料销售	2018.04.25
3	济南分公司	山东省济南市高新区新泺大街 888 号 山东福瑞达医药集团公司办公楼八楼 803、805、807、809、811、813、815、 817 房间	饮料销售	2017.06.19
4	海丰水厂	海丰县莲花山镇建祖寮村猪槽坑山地	饮用水生产与销售	2017.09.29

## 七、发行人股东、实际控制人的基本情况

### (一) 发行人股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	林木勤	198,967,411	55.2687
2	君正投资	36,000,000	10.0000
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.1533
4	林木港	20,885,866	5.8016
5	林戴钦	20,885,866	5.8016
6	蔡运生	9,282,607	2.5785
7	陈海明	6,961,955	1.9339
8	李达文	5,105,434	1.4182
9	东鹏远道	4,730,000	1.3139
10	陈义敏	3,573,804	0.9927
11	梁维钊	3,480,978	0.9669
12	于楠	3,202,499	0.8896
13	翟兴	3,202,499	0.8896
14	黄深博	2,320,652	0.6446
15	黎增永	2,320,652	0.6446
16	邱汉财	2,320,652	0.6446
17	肖光华	2,320,652	0.6446
18	彭得新	2,320,652	0.6446
19	刘美丽	2,088,587	0.5802
20	东鹏致远	1,510,000	0.4194

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
21	东鹏致诚	1,160,000	0.3222
22	刘丽华	800,000	0.2222
23	卢义富	400,000	0.1111
24	蒋薇薇	400,000	0.1111
合计		360,000,000	100.0000

## (二) 持有发行人5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日,持有发行人5%以上股份的主要股东为林木勤、君正投资、鲲鹏投资、林木港、林戴钦。

### 1、林木勤、林木港、林戴钦

林木勤、林木港、林戴钦的基本情况如下:

序号	自然人股东	公司任职情况	住所	身份证号码	国籍	是否拥有永久境外居留权
1	林木勤	董事长、总裁	广东省深圳市罗湖区宝安南路3042号	4403011964XXXXXXXX	中国	无
2	林木港	董事、执行总裁	广东省深圳市罗湖区布心路布心花园	4425311970XXXXXXXX	中国	无
3	林戴钦	董事、大区销售总监	广东省深圳市罗湖区文锦中路2014号	4415021983XXXXXXXX	中国	无

林木勤、林木港、林戴钦的简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

### 2、君正投资

截至本招股说明书签署日,君正投资持有发行人36,000,000股,持股比例为10%,具体情况如下:

名称	天津君正投资管理合伙企业(有限合伙)
统一社会信用代码	91120116MA07J84719
出资金额	35,571.43万元
执行事务合伙人	加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)
住所	天津市滨海新区中新生态城建设公寓9号楼3层301房间-222
成立日期	2016年2月19日

经营范围	投资管理。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
------	-----------------------------------

君正投资最近一年的基本财务数据如下:

单位:万元

时间	2019年12月31日/2019年度
总资产	41,660.68
净资产	41,567.88
净利润	5,599.11

注:以上财务数据未经审计。

截至本招股说明书签署日,君正投资合伙人构成及出资比例如下:

序号	合伙人	合伙人性质	出资额(万元)	出资比例(%)
1	加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)	普通合伙人	406.53	1.14
2	安徽加华安元投资基金合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	5,081.63	14.29
3	宋向前	有限合伙人	4,268.57	12.00
4	五道口创新(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	4,065.31	11.43
5	陈先保	有限合伙人	3,048.98	8.57
6	北京加华屹唐股权投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	2,794.90	7.85
7	天津德济投资管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	2,794.90	7.85
8	中饮巴比食品股份有限公司	有限合伙人	2,032.65	5.71
9	合兴(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	1,931.02	5.43
10	嘉华原龙(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	1,626.12	4.57
11	蔚然(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	1,321.22	3.71
12	苏文俊	有限合伙人	1,016.33	2.86
13	韩燕	有限合伙人	1,016.33	2.86
14	张兰	有限合伙人	1,016.33	2.86
15	李洪侠	有限合伙人	1,016.33	2.86
16	赵亮	有限合伙人	508.16	1.43
17	加华资本管理股份有限公司	有限合伙人	508.16	1.43
18	陈军	有限合伙人	304.90	0.86
19	李秀国	有限合伙人	304.90	0.86

序号	合伙人	合伙人性质	出资额 (万元)	出资比例(%)
20	杨浩	有限合伙人	304.90	0.86
21	俞太尉	有限合伙人	203.27	0.57
合计			<b>35,571.43</b>	<b>100.00</b>

### 3、鲲鹏投资

截至本招股说明书签署日，鲲鹏投资持有发行人 25,759,234 股，持股比例为 7.16%，其具体情况如下：

名称	深圳市鲲鹏投资发展合伙企业(有限合伙)
统一社会信用代码	91440300359818423T
出资金额	555.00 万元
执行事务合伙人	庄建恩
住所	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)
成立日期	2016 年 1 月 6 日
经营范围	投资兴办实业(具体项目另行申报); 投资管理; 企业管理咨询、投资咨询、商务信息咨询(以上均不含限制项目)

鲲鹏投资最近一年的基本财务数据如下：

单位：万元

时间	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	1,012.80
净资产	964.95
净利润	1,053.03

截至本招股说明书签署日，鲲鹏投资合伙人构成及出资比例如下：

序号	合伙人	性质	出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	庄建恩	普通合伙人	15.00	2.70
2	林煜鹏	有限合伙人	300.00	54.05
3	林木勤	有限合伙人	50.00	9.01
4	蔡顺源	有限合伙人	25.00	4.50
5	林景照	有限合伙人	25.00	4.50
6	杨健群	有限合伙人	25.00	4.50
7	陈赛贤	有限合伙人	25.00	4.50

序号	合伙人	性质	出资额 (万元)	出资比例 (%)
8	刘伯春	有限合伙人	20.00	3.60
9	林方策	有限合伙人	10.00	1.80
10	郑细强	有限合伙人	10.00	1.80
11	王焕杨	有限合伙人	10.00	1.80
12	宋近山	有限合伙人	10.00	1.80
13	林建锋	有限合伙人	5.00	0.90
14	王立文	有限合伙人	5.00	0.90
15	陈焕明	有限合伙人	5.00	0.90
16	林永森	有限合伙人	5.00	0.90
17	胡海娥	有限合伙人	5.00	0.90
18	梁洪源	有限合伙人	5.00	0.90
合计			555.00	100.00

### (三) 控股股东及实际控制人

截至本招股说明书签署日,林木勤直接持有公司 198,967,411 股股份,并通过鲲鹏投资间接持有公司 2,320,652 股股份,通过东鹏远道间接持有公司 1,740,000 股股份,通过东鹏致远间接持有公司 20,000 股股份,通过东鹏致诚间接持有公司 40,000 股股份,合计共持有公司 203,088,063 股股份,占比 56.41%,为公司的控股股东及实际控制人。林木勤的简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”之“(一) 董事会成员”。

### (四) 控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日,公司控股股东、实际控制人林木勤持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

## 八、发行人股本情况



**(一) 本次发行前后的股本情况**

发行人本次发行前总股本为 36,000.00 万股,本次拟公开发行不超过 4,001.00 万股,发行后总股本不超过 40,001.00 万股,发行完成后公开发行股份数占发行后总股数的比例不低于 10.00%。发行前后公司的股本结构变化情况如下:

序号	股东	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数(股)	持股比例(%)	持股数(股)	持股比例(%)
1	林木勤	198,967,411	55.2687	198,967,411	49.7406
2	君正投资	36,000,000	10.0000	36,000,000	8.9998
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.1533	25,759,234	6.4396
4	林木港	20,885,866	5.8016	20,885,866	5.2213
5	林戴钦	20,885,866	5.8016	20,885,866	5.2213
6	蔡运生	9,282,607	2.5785	9,282,607	2.3206
7	陈海明	6,961,955	1.9339	6,961,955	1.7404
8	李达文	5,105,434	1.4182	5,105,434	1.2763
9	东鹏远道	4,730,000	1.3139	4,730,000	1.1825
10	陈义敏	3,573,804	0.9927	3,573,804	0.8934
11	梁维钊	3,480,978	0.9669	3,480,978	0.8702
12	于楠	3,202,499	0.8896	3,202,499	0.8006
13	翟兴	3,202,499	0.8896	3,202,499	0.8006
14	黄深博	2,320,652	0.6446	2,320,652	0.5801
15	黎增永	2,320,652	0.6446	2,320,652	0.5801
16	邱汉财	2,320,652	0.6446	2,320,652	0.5801
17	肖光华	2,320,652	0.6446	2,320,652	0.5801
18	彭得新	2,320,652	0.6446	2,320,652	0.5801
19	刘美丽	2,088,587	0.5802	2,088,587	0.5221
20	东鹏致远	1,510,000	0.4194	1,510,000	0.3775
21	东鹏致诚	1,160,000	0.3222	1,160,000	0.2900
22	刘丽华	800,000	0.2222	800,000	0.2000
23	卢义富	400,000	0.1111	400,000	0.1000
24	蒋薇薇	400,000	0.1111	400,000	0.1000
公开发行股份		-	-	40,010,000	10.0022
<b>合计</b>		<b>360,000,000</b>	<b>100.0000%</b>	<b>400,010,000</b>	<b>100.0000%</b>

## (二) 发行人前十名股东

截至本招股说明书签署日, 公司共有 24 名股东, 公司前十名股东持股情况如下:

序号	股东	持股数(股)	持股比例(%)	股权性质
1	林木勤	198,967,411	55.2687	自然人持股
2	君正投资	36,000,000	10.0000	有限合伙企业持股
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.1533	有限合伙企业持股
4	林木港	20,885,866	5.8016	自然人持股
5	林戴钦	20,885,866	5.8016	自然人持股
6	蔡运生	9,282,607	2.5785	自然人持股
7	陈海明	6,961,955	1.9339	自然人持股
8	李达文	5,105,434	1.4182	自然人持股
9	东鹏远道	4,730,000	1.3139	有限合伙企业持股
10	陈义敏	3,573,804	0.9927	自然人持股
	合计	332,152,177	92.2645	-

## (三) 发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	在发行人处担任的职务
1	林木勤	198,967,411	55.2687	董事长、总裁
2	林木港	20,885,866	5.8016	董事、执行总裁
3	林戴钦	20,885,866	5.8016	董事、大区销售总监
4	蔡运生	9,282,607	2.5785	监事、广东事业部总经理
5	陈海明	6,961,955	1.9339	海丰水厂厂长
6	李达文	5,105,434	1.4182	董事、服务处经理
7	陈义敏	3,573,804	0.9927	监事、重点客户部客户经理
8	梁维钊	3,480,978	0.9669	已退休
9	于楠	3,202,499	0.8896	-
10	翟兴	3,202,499	0.8896	-

## (四) 发行人股本中的国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日, 公司股本中不含有国有股份或外资股份。

### **(五) 发行人股东中的战略投资者持股及其简况**

截至本招股说明书签署日,发行人无战略投资者。

### **(六) 本次发行前各股东之间的关联关系及各自持股比例**

截至本招股说明书签署日,各股东之间的关联关系及各自持股比例如下:

1、股东林木勤与林木港系兄弟关系,林木勤直接及间接持有发行人 203,088,063 股股份,持股比例 56.41%,林木港直接持有发行人 20,885,866 股股份,持股比例为 5.80%;

2、股东林木勤、林木港与林戴钦系叔侄关系,林戴钦直接持有发行人 20,885,866 股股份,持股比例为 5.80%;

3、股东鲲鹏投资的有限合伙人林煜鹏系控股股东林木勤之子,通过鲲鹏投资间接持有发行人 13,923,910 股股份,持股比例为 3.87%;

4、股东陈海明、股东鲲鹏投资的有限合伙人陈焕明、股东东鹏远道的合伙人陈韦鸣系兄弟关系,陈海明、陈焕明、陈韦鸣系股东林木勤之配偶陈惠玲之兄弟。陈海明直接持有发行人 6,961,955 股股份,持股比例为 1.93%;陈焕明通过鲲鹏投资间接持有发行人 232,065 股股份,持股比例为 0.06%;陈韦鸣通过东鹏远道间接持有发行人 60,000 股股份,持股比例为 0.02%;

5、股东东鹏致远的有限合伙人陈响武、陈响松系股东林木港配偶之兄弟。陈响武间接持有发行人 30,000 股股份,持股比例为 0.01%;陈响松间接持有发行人 20,000 股股份,持股比例为 0.01%;

6、股东东鹏远道的有限合伙人郑智勇系股东林木勤外甥,郑智勇间接持有发行人 670,000 股股份,持股比例为 0.19%。

### **(七) 本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺**

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺”。

## **(八) 发行人内部职工股的情况**

截至本招股说明书签署日,公司未发行过内部职工股,不存在内部职工股的情况。

## **(九) 发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股和股东数量超过二百人的情况**

1、截至本招股说明书签署日,公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股的情况。

2、公司历史上曾存在委托持股的情形,已于2016年5月全部解除,具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成、变化及重大资产重组情况”之“(一) 发行人股本的形成及变化情况”。

3、发行人登记在册的直接股东共有24名,其中自然人股东19名,非自然人股东5名。发行人前述非自然人股东均为有限合伙企业,不存在属于契约型私募基金、资产管理计划、信托计划等“三类股东”的情形。

4、发行人登记在册的直接股东共有24名,东鹏远道、东鹏致远、东鹏致诚、鲲鹏投资为持股平台,需穿透至最终持股的自然人计算股东人数。君正投资已完成私募投资基金备案登记,根据《私募投资基金监督管理暂行办法》的相关规定可作为合格投资者按照一名股东计算。

经核查,发行人股东人数穿透计算为169人,不存在股东人数超过二百人的情况。

## **(十) 发行人与股东之间的对赌协议或类似安排情况**

### **1、对赌协议签署情况**

为增强资金实力、优化治理结构,东鹏有限进行增资扩股,引入君正投资作为新股东。君正投资与发行人及关联方于2017年4月28日、2017年4月29日、2019年7月签署的《增资协议》、《股权转让协议》、《东鹏饮料(集团)股份有限公司与天津君正投资管理合伙企业(有限合伙)之增资协议(二)》(以下简称“《增资协议(二)》”) (《增资协议》、《股权转让协议》、《增资协议(二)》以下统称为“原协议”) 中对特定事项董事会一票否决权、反摊薄

及股东权利安排、股份回购及涉及股份回购内容的其他联动条款、出售限制及随同出售安排等进行了约定(以下统称为“特殊条款”)。

## 2、对赌协议解除情况

2019年12月20日,公司与鲲鹏投资、林木勤、林木港、林戴钦、君正投资签署《〈深圳市东鹏饮料实业有限公司增资协议〉和〈林木勤与天津君正投资管理合伙企业(有限合伙)关于深圳市东鹏饮料实业有限公司之股权转让协议〉及〈东鹏饮料(集团)股份有限公司与天津君正投资管理合伙企业(有限合伙)之增资协议(二)〉之补充协议一》,各方一致同意并确认,自原协议生效之日起,特殊条款全部解除并终止,即各方在特殊条款项下享有的任何权利和义务解除。

除上述对赌条款之外,发行人的股东与发行人之间未签署其他对赌协议,亦不存在其他类似安排。

综上,前述对赌条款已彻底终止,不会对发行人股权结构的稳定性构成影响。

## 九、发行人员工及其社会保障情况

### (一) 员工情况

#### 1、员工人数及变化情况

截至2019年12月31日,公司员工总数5,919人,近三年变动情况如下:

项目/时点	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
员工总数(人)	5,919	5,819	5,799

#### 2、员工结构

截至2019年12月31日,公司员工的结构情况如下:

##### (1) 员工专业结构

岗位类别	人数	占总人数比例(%)
财务人员	76	1.28
管理与行政人员	454	7.67
生产人员	1,413	23.87

岗位类别	人数	占总人数比例(%)
销售人员	3,880	65.55
研发人员	96	1.62
合计	<b>5,919</b>	<b>100.00</b>

### (2) 员工学历结构

学历	人数	占员工比例(%)
硕士	27	0.46
本科	585	9.88
大专	1,352	22.84
中专及以下	3,955	66.82
合计	<b>5,919</b>	<b>100.00</b>

### (3) 员工年龄分布

年龄	人数	占员工比例(%)
30岁以下	2,234	37.74
31-40岁	2,751	46.48
41-50岁	774	13.08
51岁以上	160	2.70
合计	<b>5,919</b>	<b>100.00</b>

## (二) 发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

### 1、社会保险及住房公积金缴纳情况

(1) 报告期内，发行人及下属子公司缴纳社会保险费的情况如下：

期限	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日	
员工人数	5,919	5,819	5,799	
社会保险缴纳人数	5,685	5,304	5,452	
未缴纳人数	234	515	347	
缴纳比例	96.05%	91.15%	94.02%	
未缴纳社会保险人数及原因	当月入职、离职	198	472	319
	退休返聘	33	28	22
	其他	3	15	6

(2) 报告期内，发行人及下属子公司为员工缴纳住房公积金的情况如下：

期限		2019年12月 31日	2018年12月 31日	2017年12月 31日
员工人数		5,919	5,819	5,799
住房公积金缴纳人数		2,329	2,079	603
未缴纳人数		3,590	3,740	5,196
缴纳比例		39.35%	35.73%	10.40%
缴纳比例(不含农村户籍)		78.63%	67.61%	30.56%
未缴纳住房公 积金人数及原 因	当月入职、离职	198	472	319
	退休返聘	41	25	22
	农村户籍	2,957	2,744	3,826
	其他	394	499	1,029

报告期内,发行人为员工缴纳住房公积金的比例逐年上升,除因新进员工正在办理缴存手续,退休返聘人员不需缴纳外,未缴纳住房公积金的员工主要为户籍在农村地区的外来务工人员,亦或是流动性较强,无在城市购房意愿的人员,缴纳住房公积金的意愿不强,公司为该等未缴纳住房公积金的员工提供宿舍或住房补贴。

## 2、主管部门出具的证明和控股股东、实际控制人的承诺

根据相关社会保险、住房公积金主管部门出具的合规证明并经保荐机构和发行人律师核查,报告期内发行人及其子公司不存在因重大违法违规受到行政处罚的情形。

发行人控股股东、实际控制人林木勤就公司为全体员工缴纳社会保险及住房公积金事项作出承诺:“若公司及其子公司因社会保险和住房公积金缴纳不规范,经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险或住房公积金、或因社会保险和住房公积金事宜受到主管部门处罚、或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持,本人将无条件全额承担相关补缴、处罚款项和对利益相关方的赔偿或补偿款项,以及公司因此所支付的相关费用。”

## (三) 发行人劳务派遣用工情况

报告期内,为满足用工需求,发行人采取劳务派遣作为劳动用工的一种补充方式。报告期各期末,发行人从劳务派遣单位接受派遣人员的数量及占员工总数的比例情况如下:

期限	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
劳务派遣人数	69	29	27
员工总数	5,919	5,819	5,799
劳务派遣人数占员工总数的比例	1.17%	0.50%	0.47%

报告期各期末,劳务派遣人员占发行人用工总数的比例均未超过10%,符合《劳务派遣暂行规定》关于“使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的10%”的规定,劳务派遣人员的主要工种为叉车员、搬运工、清洁员等,用工情况符合《劳务派遣暂行规定》关于“用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者”的规定。

## 十、持有5%以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况

### (一) 股份锁定承诺

请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺”。

### (二) 稳定股价承诺

请参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、公司稳定股价的预案及相关承诺”。

### (三) 持股5%以上股东持股意向及减持意向承诺

持股5%以上股东已出具了《关于持股意向及减持意向的承诺函》,请参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、股东持股及减持意向的承诺”。

### (四) 避免同业竞争承诺

公司控股股东、实际控制人已出具了《关于避免同业竞争的承诺函》,请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“(二) 避免同业竞争的承诺”。



### **(五) 避免或减少关联交易承诺**

公司控股股东、实际控制人已出具了《避免或减少关联交易的承诺函》，请参见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“三、关联方、关联关系和关联交易”之“(三) 公司减少和规范关联交易的主要措施”。

### **(六) 避免违规担保和资金占用的承诺**

公司控股股东、实际控制人已出具了《关于无违规担保和资金占用的承诺函》，承诺如下：

#### **“1、无违规担保**

本人承诺将严格遵守公司关联交易管理制度，在任何情况下，不要求公司向本人提供任何形式的担保。

#### **2、无资金占用**

(1) 本人及本人控制的其他企业严格遵守法律、法规、规范性文件以及公司相关规章制度的规定。截至本承诺函出具之日，本人及本人控制的其他企业不存在占用公司及其子公司资金的情况；且本人承诺，本人及本人控制的其他企业未来不以任何方式占用公司及其子公司的资金。

(2) 本人及本人控制的其他企业不得要求公司为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得互相代为承担成本和其他支出。

(3) 本人及本人控制的其他企业不会要求且不会促使公司通过下列方式将资金直接或间接地提供给本人及本人控制的其他企业使用：

- ① 有偿或无偿地拆借公司的资金给本人及关联方使用；
- ② 通过银行或非银行金融机构向本人及关联方提供委托贷款；
- ③ 委托本人及关联方进行投资活动；
- ④ 为本人及关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；
- ⑤ 代本人及关联方偿还债务。

(4) 上述承诺在本人作为发行人的控股股东、实际控制人期间持续有效。若本人违反前述承诺并给公司及公司的投资者造成损失的,本人将对上述损失承担赔偿责任。”

#### **(七) 招股说明书信息披露承诺**

公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已就招股说明书信息披露出具承诺函,请参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

#### **(八) 填补回报措施承诺**

请参见本招股说明书“重大事项提示”之“八、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺”。

## 第六节 业务和技术

### 一、公司的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

#### (一) 公司主营业务概况

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售,主要产品包括东鹏特饮、由柑柠檬茶、陈皮特饮、包装饮用水等,其中东鹏特饮是公司的主导产品。公司作为能量饮料的先行者之一,致力于推动能量饮料的发展,经过多年努力,成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”,“年轻就要醒着拼”的品牌主张深入人心。目前,东鹏特饮在我国能量饮料市场占有率排名第二<sup>2</sup>。

公司精耕饮料市场,是“新零售”的探索者和践行者。公司以互联网为依托,运用大数据、二维码等技术,对产品生产、营销和渠道管理进行升级改造,逐步实现精细化管理和精准营销。目前,公司已形成广东、安徽、广西等辐射全国主要地区的生产基地,共有1,000余家经销商,销售网络覆盖全国近100万家终端门店。

#### (二) 公司的主要产品及其用途

公司旗下产品涵盖能量饮料、非能量饮料以及包装饮用水三大类型,其中能量饮料是公司的主导产品,2017年度、2018年度及2019年度分别贡献收入273,537.51万元、288,549.71万元和400,303.06万元,占公司总收入的96.19%、94.99%和95.11%。

---

<sup>2</sup> 数据来源:《Energy Drinks in China》,Euromonitor International,2019年12月,按照非现场消费渠道终端销售金额口径。



## 1、能量饮料

公司能量饮料主要为东鹏特饮,具体可分为金瓶特饮(250ml及500ml)、金罐特饮(250ml)和金砖特饮(250ml)共3种包装类型。

		
东鹏特饮(金瓶特饮)	东鹏特饮(金罐特饮)	东鹏特饮(金砖特饮)

作为公司的拳头产品,东鹏特饮通过牛磺酸、赖氨酸及多种B族维生素等营养成分的科学配比和有机结合,形成了一套完整的抗疲劳体系,有助于缓解身体困乏、促进能量代谢、补充机体所需能量。

## 2、非能量饮料

公司非能量饮料产品主要包括茶饮类产品由柑柠檬茶,陈皮特饮、清凉饮料(菊花茶、冬瓜汁饮料、清凉茶)等植物饮料,以及乳味饮料。

			
由柑柠檬茶		陈皮特饮	
			
冬瓜汁饮料	菊花茶植物饮料	清凉茶	乳味饮料

### 3、包装饮用水

公司包装饮用水系列主要包括饮用天然水及饮用纯净水。

#### (三) 公司主营业务变化情况

自设立以来,公司主营业务均为饮料的研发、生产和销售,主营业务未发生重大变化。

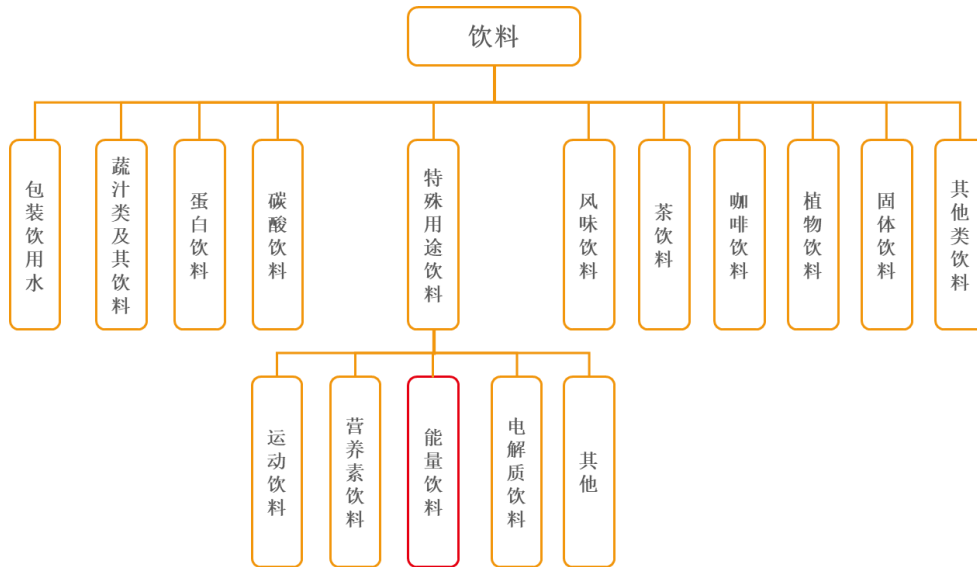
## 二、发行人所处行业的基本情况

### (一) 发行人所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司属于“制造业”之“酒、饮料和精制茶制造业”(C15);根据《国民经济行业分类与代码》(GB/T4754—2017),公司属于“制造业”之“酒、饮料和精制茶制造业”(C15),细分行业为“茶饮料及其他饮料制造”(C1529)。

根据国家质检总局、国家标准化管理委员会2015年2月4日发布的《饮料通则》(GB/T 10789-2015),东鹏特饮属于“特殊用途饮料”之“能量饮料”。特殊用途饮料是指加入具有特定成分的适应所有或某些人群需要的液体饮料,分为“运

动饮料”、“营养素饮料”、“能量饮料”、“电解质饮料”和“其他特殊用途饮料”，其中能量饮料是指含有一定能量并添加适量营养成分或其他特定成分，能为机体补充能量，或加速能量释放和吸收的制品。此外，根据《饮料通则》“经国家相关部门批准，可声称具有特定保健功能的制品为功能饮料。”东鹏特饮取得了保健食品批准证书，亦可称为功能饮料。



注 1：经国家相关部门批准，可声称具有特定保健功能的制品为功能饮料。

注 2：资料来源于《饮料通则》(GB/T 10789-2015)。

## (二) 行业主管部门、监管体制和主要法律法规及政策

### 1、行业主管部门及监管体制

从行业监管的角度来看，饮料属于食品范畴。根据《中华人民共和国食品安全法》(2018 年修正)的定义，“食品，指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。”行业监管部门主要包括国务院食品安全委员会、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局等。行业自律组织主要包括中国食品工业协会、中国饮料工业协会等。行业监管体制具体如下：

#### (1) 国务院食品安全委员会：统筹指导、提出政策、督促落实

2010 年 2 月 6 日，国务院设立食品安全委员会，作为国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，其主要职责为分析食品安全形势，研究部署、统筹指导食品安全工作；提出食品安全监管的重大政策措施；督促落实食品安全监管责任。

2013年3月14日,经十二届全国人大一次会议表决通过,保留国务院食品安全委员会,其具体工作由国家食药监总局(职能现已整合至国家市场监督管理总局)承担。

(2) 国家卫生健康委员会:负责监测和评估食品安全风险,制定食品安全国家标准

国家卫生健康委员会为国务院组成部门,下设食品安全标准与监测评估司,其主要职责为组织拟订食品安全国家标准;开展食品安全风险监测、评估和交流;承担新食品原料、食品添加剂新品种、食品相关产品新品种的安全性审查。

(3) 国家市场监督管理总局:负责食品安全监督管理及综合协调

国家市场监督管理总局为国务院直属机构,下设食品安全协调司、食品生产安全监督管理司、食品经营安全监督管理司、特殊食品安全监督管理司、食品安全抽检监测司等多个食品安全监管机关,其主要职责包括:

①负责食品安全监督管理综合协调。组织制定食品安全重大政策并组织实施。负责食品安全应急体系建设,组织指导重大食品安全事件应急处置和调查处理工作。建立健全食品安全重要信息直报制度。承担国务院食品安全委员会日常工作。

②负责食品安全监督管理。建立覆盖食品生产、流通、消费全过程的监督检查制度和隐患排查治理机制并组织实施,防范区域性、系统性食品安全风险。推动建立食品生产经营者落实主体责任的机制,健全食品安全追溯体系。组织开展食品安全监督抽检、风险监测、核查处置和风险预警、风险交流工作。组织实施特殊食品注册、备案和监督管理。

(4) 中国食品工业协会、中国饮料工业协会:行业自律

全国性的自律组织主要包括中国食品工业协会、中国饮料工业协会等。

中国食品工业协会成立于1981年,是经国务院批准的全国食品工业的自律性行业管理组织。其主要职责包括:协助政府在食品工业领域开展统筹、规划、协调工作,加强对食品工业企业的指导和服务,促进交流与合作,推动行业标准化,推动科技发展与应用,约束行业行为,加强行业自律,帮助企业成长,推动

全民营养, 发展公益事业, 推动中国食品工业持续健康发展。

中国饮料工业协会成立于 1993 年, 是饮料行业及相关企业、事业单位自愿参加的非营利性、全国性社团组织, 是经民政部批准的国家一级社团法人机构。其主要职责包括: 对饮料行业基础信息进行调查、分析, 提出饮料行业发展规划建议, 推动饮料行业的技术进步, 推动饮料上中下游产业链的技术进步, 根据行业需要, 组织和参与制(修)订饮料行业的国家食品安全标准和产品的国家标准、行业标准, 围绕产品质量与安全开展行业自律和质量评价工作等。

## 2、行业主要法律法规及政策

### (1) 行业主要法律法规及标准

序号	法律、法规或标准名称	颁布单位	文号	实施时间
<b>一、法律法规</b>				
1	《中华人民共和国食品安全法》(2018 修正)	全国人大常委会	主席令第 22 号	2018 年
2	《中华人民共和国产品质量法》(2018 修正)	全国人大常委会	主席令第 22 号	2018 年
3	《中华人民共和国广告法》(2018 年修订)	全国人大常委会	主席令第 16 号	2018 年
4	《中华人民共和国消费者权益保护法》(2013 年修订)	全国人大常委会	主席令第 7 号	2014 年
5	《中华人民共和国食品安全法实施条例》(2019 年修订)	国务院	国务院令 第 721 号	2019 年
6	《食品安全工作评议考核办法》	国务院	国办发(2016)65 号	2016 年
7	《食品生产许可管理办法》	国家市场监督管理总局	总局令第 24 号	2020 年
8	《食品安全抽样检验管理办法》	国家市场监督管理总局	总局令第 15 号	2019 年
9	《国家食品安全监督抽检实施细则》(2018 年版)	国家食药监总局	食药监办食监三(2018)14 号	2018 年
10	《饮料生产许可审查细则》(2017 年版)	国家食药监总局	总局公告 2017 年第 166 号	2017 年
11	《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	国家食药监总局	总局公告 2017 年第 39 号	2017 年
12	《食品生产经营日常监督检查管理办法》	国家食药监总局	总局令第 23 号	2016 年
13	《网络食品安全违法行为查处办法》	国家食药监总局	总局令 第 27 号	2016 年
14	《食品药品投诉举报管理办法》	国家食药监总局	总局令第 21 号	2016 年
15	《食品安全信用信息管理办法》	国家食药监总局	食药监食监二(2016)110 号	2016 年
16	《食品召回管理办法》	国家食药监总局	总局令第 12 号	2015 年
17	《食品标识管理规定》(2009 年修订)	国家质检总局	总局令第 123 号	2009 年



序号	法律、法规或标准名称	颁布单位	文号	实施时间
18	《定量包装商品计量监督管理办法》	国家质检总局	总局令第75号	2006年
19	《食品广告发布暂行规定》(1998年修订)	国家工商总局	总局令第86号	1998年
20	《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》	国家市场监督管理总局	总局令第21号	2020年
21	《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》	国家市场监督管理总局	总局令第13号	2019年
22	《关于规范保健食品功能声称标识的公告》	国家食药监总局	总局公告2018年第23号	2018年
23	《保健食品生产许可审查细则》	国家食药监总局	食药监食监三(2016)151号	2017年
24	《保健食品注册与备案管理办法》	国家食药监总局	总局令第22号	2016年
25	《保健食品生产经营企业索证索票和台账管理规定》	国家食药监总局	总局公告2012年第67号	2013年
26	《保健食品命名规定》	国家食药监总局	国食药监保化[2012]78号	2012年
27	《保健食品广告审查暂行规定》	国家食药监总局	国食药监市[2005]211号	2005年
28	《关于进一步规范保健食品原料管理的通知》	卫生部	卫法监发[2002]51号	2002年
29	《保健食品管理办法》	卫生部	卫生部令第46号	1996年
30	《保健食品标识规定》	卫生部	卫监发[1996]第38号	1996年
<b>二、标准</b>				
1	《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》	农业农村部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局	GB 2763-2019	2020年
2	《食品安全国家标准 饮料生产卫生规范》	国家卫计委、国家食药监总局	GB 12695-2016	2017年
3	《食品安全国家标准 食品中真菌毒素限量》	国家卫计委、国家食药监总局	GB 2761-2017	2017年
4	《食品安全国家标准 食品中污染物限量》	国家卫计委、国家食药监总局	GB 2762-2017	2017年
5	《食品安全国家标准 饮料》	国家卫计委	GB 7101-2015	2016年
6	《饮料通则》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 10789-2015	2016年
7	《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》	国家卫计委	GB 2760-2014	2015年
8	《食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》	国家卫计委	GB 14881-2013	2014年
9	《食品安全国家标准 食品中致病菌限量》	国家卫计委	GB 29921-2013	2014年
10	《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》	卫生部	GB 28050-2011	2013年

序号	法律、法规或标准名称	颁布单位	文号	实施时间
11	《食品安全国家标准 食品营养强化剂使用标准》	卫生部	GB 14880-2012	2013 年
12	《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》	卫生部	GB 7718-2011	2012 年
13	《危害分析与关键控制点(HACCP)体系 食品生产企业通用要求》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	GB/T 27341-2009	2009 年
14	《食品安全管理体系 食品链中各类组织的要求》	国家质检总局	GB/T 22000-2006	2006 年
15	《定量包装商品净含量计量检验规则》	国家质检总局	JJF 1070-2005	2006 年
16	《食品安全国家标准 保健食品》	国家卫计委	GB 16740-2014	2015 年
17	《保健食品良好生产规范》	卫生部	GB 17405-1998	1999 年

## (2) 行业主要政策

2016 年 3 月,十二届全国人大四次会议、全国政协十二届四次会议发布了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》(2016-2020 年),该纲要指出:“实施食品安全战略。完善食品安全法规制度,提高食品安全标准,强化源头治理,全面落实企业主体责任,实施网格化监管,提高监督检查频次和抽检监测覆盖面,实行全产业链可追溯管理。”

2016 年 5 月,国务院办公厅发布了《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》(国办发[2016]40 号),该意见指出:要开展消费品工业“三品”专项行动,要增品种、提品质、创品牌,并提出了“到 2020 年,消费品工业传统优势得到巩固提升,新兴产业不断壮大,市场环境进一步优化,“三品”专项行动取得积极进展,品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升,产品和服务对消费升级的适应能力显著增强”的主要目标。

2016 年 10 月,中共中央、国务院印发《健康中国“2030”规划纲要》,提出“普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业”五方面的战略任务。按照《健康中国“2030”规划纲要》确定的目标,2020 年健康服务业总规模将超过 8 万亿人民币,2030 年达到 16 万亿。大健康产业尤其保健食品及其饮料行业在我国将迎来历史上的黄金发展时期。

2016 年 11 月,国家卫计委发布了《食品安全标准与监测评估“十三五”规划》,该规划指出要不断健全食品安全标准体系,提升标准实用性;提高风险监测工作质量,提升监测科学性;夯实风险评估工作基础,保障风险评估权威性;

加强食源性疾病预防报告,提高通报及时性;加强营养与食品安全知识科普宣传,防控食品安全引发的营养健康问题等。

2017年1月,国家发改委和工业和信息化部联合发布了《关于促进食品工业健康发展的指导意见》(发改产业[2017]19号),提出了到2020年的主要目标,即食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升,供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大,产业结构持续优化,规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长7%左右等。

2017年2月,国务院发布了《“十三五”国家食品安全规划》,该规划指出要全面落实企业主体责任,加快食品安全标准与国际接轨,完善法律法规制度,严格源头治理,严格过程监管,强化抽样检验,严厉处罚违法违规行为,提升技术支撑能力,加快建立职业化检查员队伍,加快形成社会共治格局。

2017年5月,科技部发布了《“十三五”食品科技创新专项规划》(国科发农[2017]143号),明确“十三五”时期食品科技创新的发展思路与目标,细化重点任务与措施,全面推进食品科技创新工作和产业化发展。

2019年5月,中共中央、国务院发布了《关于深化改革加强食品安全工作的意见》,该意见提出要推动食品产业高质量发展:推动食品产业转型升级,调整优化食品产业布局,鼓励企业获得认证认可,实施增品种、提品质、创品牌行动。引导食品企业延伸产业链条,建立优质原料生产基地及配套设施,加强与电商平台深度融合,打造有影响力的百年品牌。

### **(三) 行业概况及发展趋势**

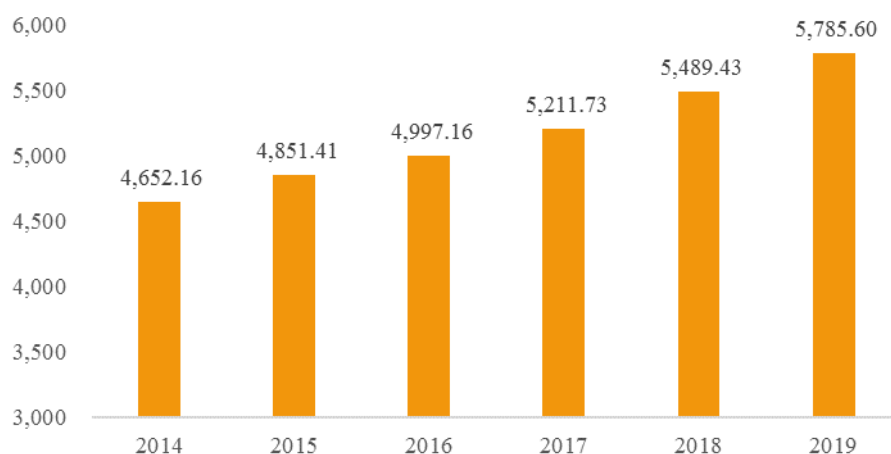
#### **1、饮料行业概况及发展趋势**

饮料按乙醇含量可以分为酒精饮料和非酒精饮料两大类,酒精饮料包含各种酒类如啤酒、白酒、黄酒、红酒等;非酒精饮料指乙醇含量(质量分数)不超过0.5%的饮品,人们通常也将其称为软饮。国家标准《饮料通则》(GB/T 10789-2015)直接用饮料代替软饮一词,根据《饮料通则》的定义,饮料是指经过定量包装的,供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的,乙醇含量(质量分数)不超过0.5%的制品。

近年来,随着国民经济持续稳定增长、居民消费水平的不断提升及消费结构

的升级,我国饮料行业呈现出良好的增长态势。根据欧睿国际(Euromonitor International)数据统计,我国包含包装饮用水、碳酸饮料、浓缩饮料、果汁、即饮咖啡、即饮茶饮料、能量饮料、运动饮料及亚洲特色饮料在内的饮料销售金额由2014年的4,652.16亿元增长至2019年的5,785.60亿元,复合增长率为4.46%。

中国饮料市场规模(销售金额:亿元)



数据来源:《Energy Drinks in China》, Euromonitor International, 2019年12月

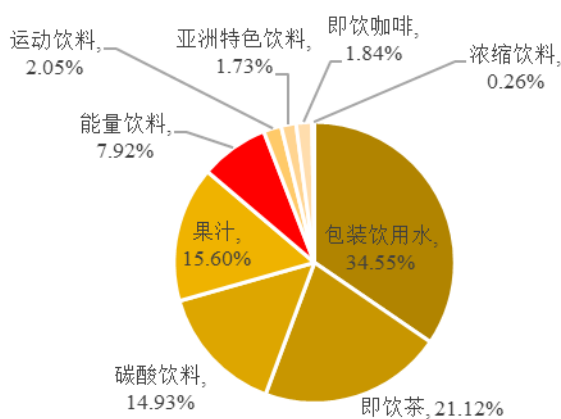
经过30多年的快速发展,我国饮料行业呈现出了以下发展趋势:

(1) 产品种类、口味日益丰富,能量饮料是增速最快的细分品类之一

随着我国居民消费水平的不断提高和消费习惯的变化,消费者对饮料的需求呈现出多样化的趋势,促使我国饮料产品类别、口味日益丰富,各细分领域的发展情况出现较大差异。上世纪80-90年代,我国饮料市场基本以碳酸饮料、包装饮用水为主;21世纪初,茶饮料、果蔬汁兴起;近年来,能量饮料等特殊用途饮料、咖啡饮料、风味饮料等呈现出快速发展的态势。

一直以来,中国饮料市场以包装饮用水、即饮茶饮料和碳酸饮料为主,2019年三者占中国饮料销售额的比重分别为34.55%、21.12%、14.93%。经过多年的发展,果汁和能量饮料也已成为饮料行业的重要组成部分,2019年二者占中国饮料销售额的比重分别为15.60%、7.92%。

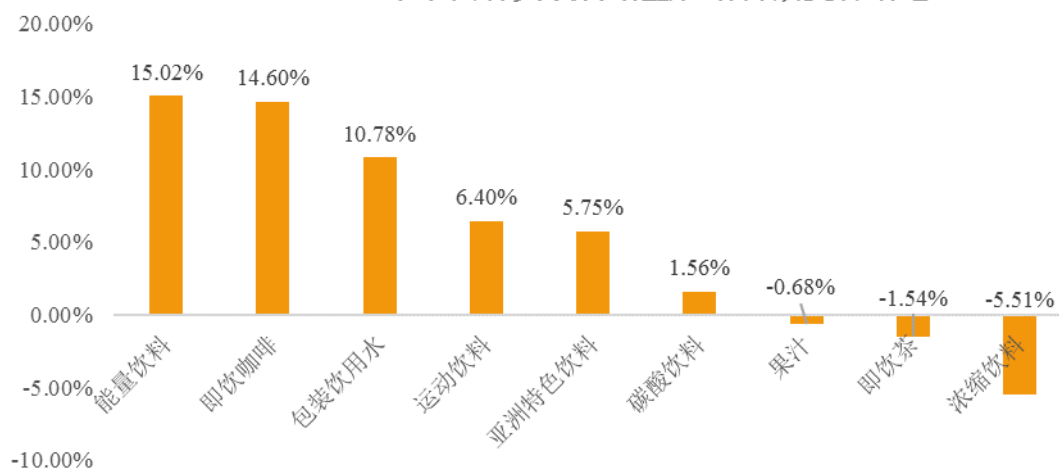
2019年中国各类饮料销售额占比



数据来源:《Energy Drinks in China》, Euromonitor International, 2019年12月

随着我国居民消费水平的提高,消费者对饮料的健康、功能属性需求日益提升,各细分类别饮料中,能量饮料、即饮咖啡、包装饮用水和亚洲特色饮料表现出超越行业的快速增长,其中能量饮料在2014年至2019年期间销售额复合增长率高达15.02%,是增速最快的细分品类之一。

2014-2019年中国各类饮料销量和销售额复合增速

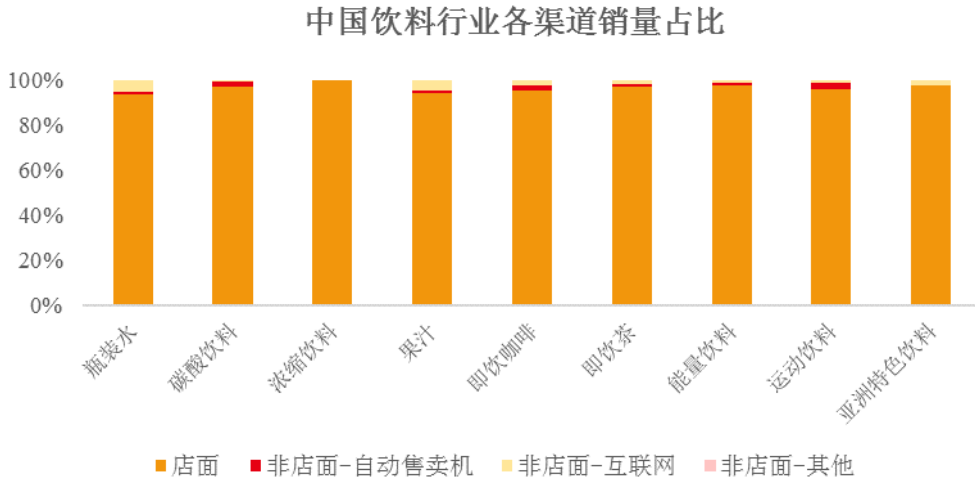


数据来源:《Energy Drinks in China》, Euromonitor International, 2019年12月,上述数据均以非现场消费数据计算<sup>3</sup>

(2) 电商和自动售卖渠道快速增长,线下零售渠道仍是主流

<sup>3</sup> 《Energy drink in China》中根据消费方式不同,将饮料销售分为现场消费和非现场消费,其中2019年能量饮料销售金额按现场消费和非现场消费的比例分别为6.7%和93.3%,因此使用非现场消费的数据变化趋势具有较强的代表性。

近年来,自动售卖机网点的铺开和互联网销售平台发展迅速,中国饮料行业明显呈现出渠道多元化发展的特征,自动售卖机和互联网销售的饮料占比有所提升,但仍以线下店面销售为主要销售渠道。根据欧睿国际的统计,2019年,我国各类饮料的线下店面渠道销售量占比均为90%以上。



数据来源:《Energy Drinks in China》, Euromonitor International, 2019年12月

### (3) 国产品牌迅速崛起, 驱动国内市场增长、引领行业创新潮流

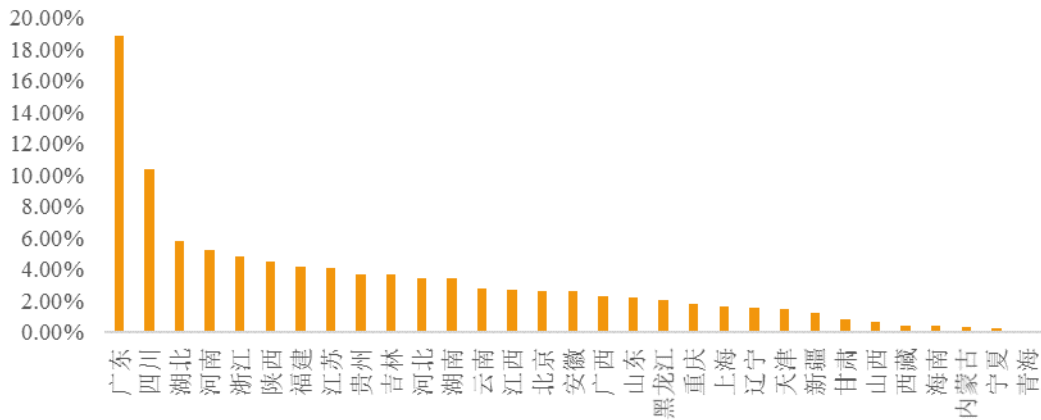
跨国品牌历史悠久、市场知名度高、市场份额相对较大,然而近几年国产品牌迅速崛起,通过差异化的产品和营销策略逐步提高了市场份额,驱动国内市场的增长,并引领着行业的创新潮流。如国产品牌农夫山泉在包装饮用水、茶饮料等诸多领域都获得了亮眼的表现。其他较为成功的国产品牌还包括茶饮料中的王老吉,包装饮用水中的怡宝,风味饮料中的天地壹号,能量饮料中的东鹏特饮和乐虎等。

### (4) 经济发达、人口较多省份产销规模更大,其他地区具备较大潜力

基于经济发展水平、人口总量和消费观念的差异,我国饮料在不同区域之间的生产、消费水平存在较大差异。总体上,经济发达、人口较多地区饮料的生产、消费水平高于其他地区。以广东省为例,根据国家统计局数据,2018年广东省饮料生产量占中国饮料生产总量的比例为18.88%,由于饮料行业有经济运输半径,生产基地通常靠近消费集中区域,而广东常住人口占比仅7.51%,可以合理推断广东省饮料消费水平高于全国平均水平。伴随居民整体收入水平不断提升、消费渠道延伸和观念的革新,其他地区对饮料的整体需求将逐步释放出来,具备

更大的发展潜力。

2018年中国各省饮料产量占比



数据来源：国家统计局。

## 2、能量饮料行业概况及发展趋势

公司主要产品东鹏特饮属于能量饮料，根据《饮料通则》的定义，能量饮料是指含有一定能量并添加适量营养成分或其他特定成分，能为机体补充能量，或加速能量释放和吸收的饮料制品。

能量饮料的发展可追溯到 20 世纪 20 年代，1927 年葡萄适（Lucozade）作为第一代能量饮料于英国出现，1966 年红牛诞生于泰国，在此之后，各种能量饮料陆续问世。2002 年怪兽饮料（Monster）于美国上市并获得了巨大的成功，进入 21 世纪以来，能量饮料逐渐风靡于欧美各国。能量饮料目前已发展成为饮料行业重要的细分品类，并呈持续、稳定的发展态势。

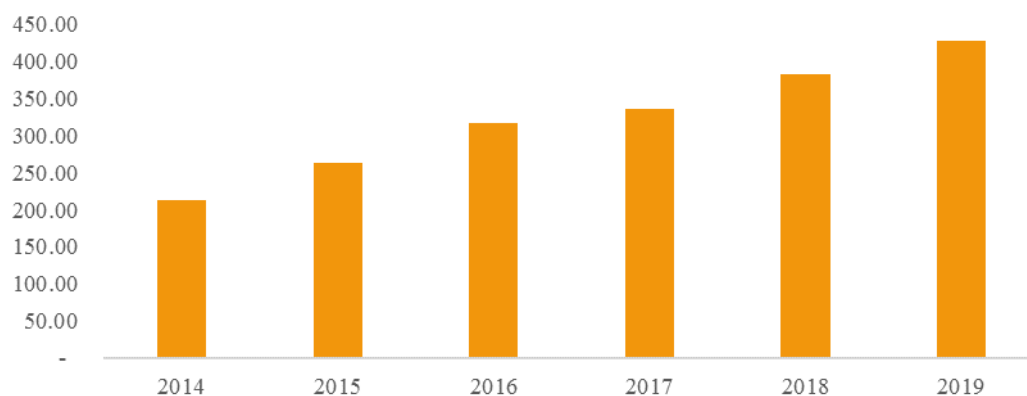
我国能量饮料市场起步较晚。1995 年底红牛进入中国标志着我国能量饮料产业的正式起步，此后行业呈现快速增长。

中国能量饮料行业的主要特征如下：

（1）中国能量饮料市场起步较晚，但增速位居各类饮料前列

能量饮料在中国市场虽然起步较晚，但增长速度较快。2019 年，我国能量饮料市场销售总金额为 427.75 亿。2014 年至 2019 年能量饮料非现场消费的销售金额复合增速为 15.02%，是饮料中增速最快的细分品类之一。

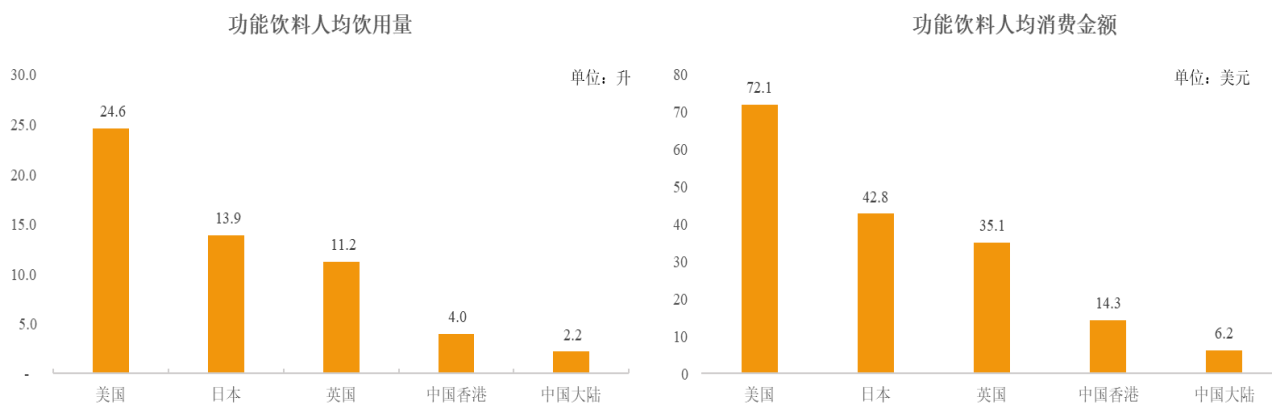
## 2014-2019年中国能量饮料市场增长趋势(销售金额, 亿元)



数据来源:《Energy Drinks in China》, Euromonitor International, 2019年12月, 非现场消费数据

## (2) 中国人均能量饮料消费水平较低, 成长空间广阔

中国能量饮料市场起步晚, 能量饮料的人均消费水平仍显著偏低, 成长空间广阔。根据欧睿国际及中金公司研究部整理的数据, 2017年中国大陆功能饮料<sup>4</sup>人均消费量为2.2升, 消费金额为6.2美元, 人均消费金额不足中国香港的50%, 与英国、日本和美国差距更大, 约10%-20%, 具体情况如下:



数据来源:《创新中的食品饮料之功能饮料: 群雄逐鹿, 何不同风起》, 中金公司研究部, 2018年8月

近年来, 能量饮料的消费群体逐步扩大, 消费场景也更加多元化。从职业分类上看, 能量饮料的主力消费军从工作时间较长的司机、蓝领工人、快递员、医

<sup>4</sup> 《创新中的食品饮料之功能饮料: 群雄逐鹿, 何不同风起》中所指的功能饮料包括能量饮料和运动饮料两类, 其中主要为能量饮料。



护工作者等逐步扩大至白领、学生等更多的消费群体。而消费场景也从加班、熬夜、运动后等各类“疲劳”场景逐渐扩展到聚会、旅行、日常保健等更为休闲的消费场景，部分能量饮料品牌开始赞助游戏电竞、音乐节等活动，开发了新的消费场景，更加符合消费年轻化的趋势。消费群体的持续扩大、消费场景趋于多元化以及品牌不断丰富是中国能量饮料消费水平不断增长的重要驱动因素。

### (3) 消费者对能量饮料接受度不断提高，主动消费意识增强

上个世纪 90 年代，消费者开始初步认识能量饮料，各大品牌逐步涉入能量饮料领域，消费者接触越来越多，对其“能量激活”、“提神醒脑”、“抗疲劳”印象加深，并通过口碑传播给潜在的消费者，形成了正向的消费反馈，增强了消费者对能量饮料的接受度和主动消费意识。同时，随着现代社会工作和生活节奏加快，工作时长增加，加之运动、电竞、音乐节等能量饮料消费场景不断拓宽，消费者对能量饮料的需求不断增长，部分年轻一代消费者养成了对能量饮料的消费习惯。此外，销售渠道的不断铺设、下沉和自动售卖机、互联网等新销售渠道的引入，让越来越多消费者可以方便购买到能量饮料，市场接受度不断提高。

## (四) 行业竞争和供求情况

### 1、行业竞争格局和市场化程度

我国饮料行业是一个开放的、市场化程度较高的行业，在改革开放后的 40 余年间快速发展。2019 年我国能量饮料市场排名前四大的企业合计实现销售金额 377.81 亿元，市场占有率为 88%<sup>5</sup>。能量饮料市场潜力十分可观，对潜在进入者具有较大的吸引力。经过多年的发展，行业形成了红牛、东鹏特饮、乐虎、体质能量、战马等知名品牌，领先的形势已经确立。领先企业在品牌、营销网络、规模经济、食品安全及质量控制、技术研发等方面对潜在进入者形成壁垒，行业集中度较高。近年来，东鹏特饮、乐虎、体质能量等国产品牌的市场份额正在不断扩大。

随着能量饮料市场的兴起，较高的毛利率也吸引了众多参与者。近年来，部分知名企业纷纷推出了新型能量饮料产品，如统一旗下的够燃、安利旗下的 XS、

---

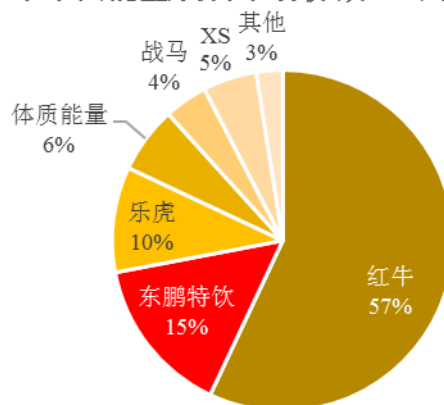
<sup>5</sup> 数据来源：《Energy Drinks in China》，Euromonitor International，2019年12月。

伊利旗下的焕醒源等,但此类产品在国内销量较小。

## 2、行业内的主要企业及其市场份额

国内能量饮料市场的主要参与者及其 2019 年按终端零售销售金额口径统计的市场份额情况如下:

2019年中国能量饮料市场份额(终端销售金额)



数据来源:《Energy Drinks in China》, Euromonitor International, 2019年12月,按照非现场消费的销售金额

由上图可知,在2019年,东鹏特饮市场排名第二,为行业领导品牌之一。

## 3、进入行业的主要障碍

### (1) 品牌壁垒

随着人们生活水平的提升,人们对于饮料的选择更加看重该消费品牌所传达的理念和产品质量。知名品牌更容易获得消费者的信任,且部分消费者具有品牌忠诚度,会习惯性的消费特定品牌的产品,形成品牌粘性。产品的品牌形象从某种程度上是企业产品品质的保证和反映,企业塑造、维护一个知名品牌需要经过产品研发与创新、生产质量管理、营销与推广等多方面长时间的投入与积累,一经建立就形成企业的重要竞争力。

因此,对于行业新进入者来说,很难在短时间内形成自己的品牌影响力,原有知名品牌的信誉度和因客户粘性而形成的客户基础均是新进企业的壁垒。

### (2) 营销网络壁垒

目前我国饮料行业仍以线下零售渠道为主流,饮料企业需要有健全的密集型

销售网络来满足消费者便利性的购买需求,因此营销网络的建设对于饮料企业的发展起着至关重要的作用。而营销网络的开拓、建设和维护是一个复杂而艰难的过程,需要时间和经验的积累。

目前我国知名的能量饮料企业已在营销网络建设、市场推广与销售人才培养等方面投入了大量的资源并积累了丰富的经验,对于行业新进入者来说,难以在短时间内建立较为完善的营销网络并与知名企业竞争。

### (3) 规模化经营壁垒

规模化生产能力使得行业领先企业具有多方面优势。

首先,具备大规模生产能力的企业更容易获得产业链上游供应商及下游销售渠道的认同,并逐渐形成上下游互惠互利的长期战略合作关系,为企业提供较强的议价能力。

其次,规模化经营形成的规模效应,可以使企业在降低采购及生产成本的同时提升产品质量,形成多方面竞争优势。规模化经营的形成需要企业具备一定的资源优势 and 雄厚的资本实力,在产品研发、生产及质量控制、销售渠道、营销推广方面进行大量的资本投入,并需要一定周期的运作实现规模、成本、质量、效率等多方面的协同。

因此,对于行业新进入者来说,投入大量资本进行规模化经营风险较大,且很难在短时间内形成规模效应并与行业内的领先企业竞争。

### (4) 食品安全及质量控制壁垒

随着经济社会的发展,消费者的消费理念逐步得到提升、食品安全消费意识越来越强。2016年3月,十二届全国人大四次会议、全国政协十二届四次会议将“实施食品安全战略”写进了“十三五”规划中,食品安全提升到了国家战略高度,《中华人民共和国食品安全法》、《国家食品安全监督抽检实施细则》、《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》等法律法规的出台也都体现了国家对食品安全问题的重视。

国家及消费者对食品安全问题的重视,对食品行业企业的生产质量提出了更高的要求。对食品饮料行业企业来说,产品质量的保障取决于原材料采购、生产

工艺和仓储流通等多环节的系统控制。以公司的主要产品东鹏特饮为例,其主要生产工序包括混合、配制、过滤、高温瞬时灭菌、灌装、包装等 30 多道生产工序、100 多项检验程序,并通过基地代码、生产线号、产品批号、生产日期、生产记录及物料平衡可在任何节点生产出的每一瓶产品进行质量追溯。

完善的质量控制体系是需要经过长时间的技术、经验积累形成,因此,对于行业新进入者来说,严格的食品安全及质量控制要求也是其进入市场的一大壁垒。

#### (5) 技术研发及行业准入壁垒

能量饮料含有一定能量并添加适量营养成分或其他特定成分,能为机体补充能量,或加速能量释放和吸收,一般具有“抗疲劳”、“提神”等功效,这也是能量饮料区别于一般饮料的重要特性。因此,能量饮料产生的功效是产品本身的核心价值体现。

能量饮料是结合营养学、运动学等学科的研究成果,在保证抗疲劳等基本功效的同时,也要兼顾附加营养价值、口感、风味等因素。目前市场内主要参与者的产品均是经过了长时间的研发和市场考验形成的,产品的功效、风味、口感获得了市场的认可。同时,企业要在行业内占据有利的竞争地位,维持企业的可持续发展,需要在产品、生产工艺、质量控制等方面进行持续稳定的研发投入,以保证技术的先进性、降低生产成本、提高产品质量。因此,对于行业新进入者来说,组建研发团队,进行持续稳定的研发投入,研发差异化产品,并获得市场的认可,将成为其进入的一大壁垒。

根据《饮料通则》对功能饮料的定义,“经国家相关部门批准,可声称具有特定保健功能的制品为功能饮料。”因此,具备国家《保健食品批准证书》的部分能量饮料属于功能饮料。保健食品属于特殊食品,属于国家严格监督管理的一类食品,使用保健食品原料目录以外原料的保健食品需经国家市场监督管理总局注册,即产品的安全性、保健功能和质量可控性通过系统评价和审评合格,获得保健食品注册证书。自 2016 年以来,随着《保健食品注册与备案管理办法》的实施,我国对保健食品的管理日益规范,进入注册、备案双轨管理阶段。对于类似含有属于国家管制的第二类精神药物的咖啡因作为原料的保健食品注册,政府

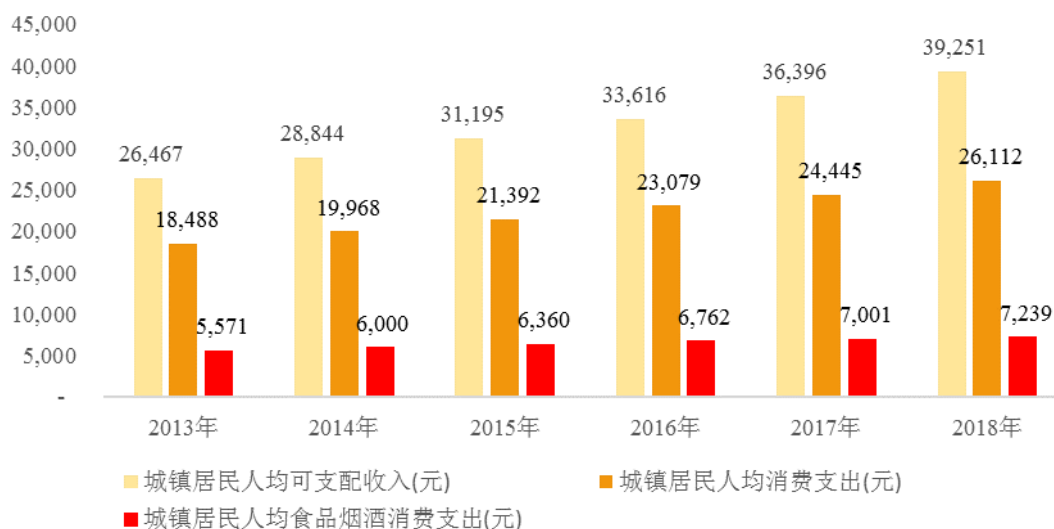
审批部门要求提供更充分的安全性、功能性证实资料, 获准注册的难度较大, 形成了该类功能饮料较高的准入壁垒。

#### 4、市场供求状况及其变动

(1) 随着收入水平的提高, 我国居民对饮料的需求量持续增长

自 2013 年以来, 我国城镇居民的人均可支配收入基本以每年 8%-9% 的速度增长, 至 2018 年人均可支配收入达 39,251 元, 而人均消费支出基本占收入的 65%-70%, 其中对食品烟酒的支出约占总支出的 30%, 随着城镇居民消费结构升级, 该比例略有下降, 但对食品烟酒的支出金额仍呈增长趋势, 至 2018 年人均食品烟酒的支出达 7,239 元。

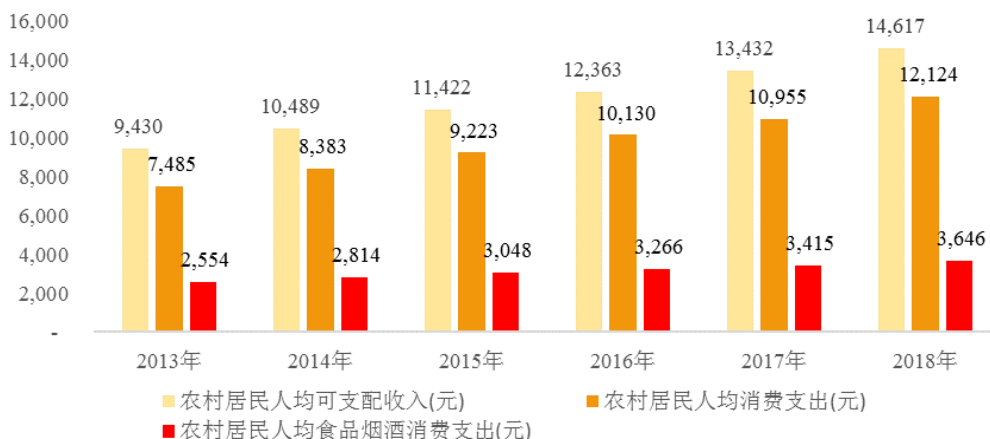
城镇居民可支配收入与支出情况



数据来源: 国家统计局。

自 2013 年以来, 我国农村居民的人均可支配收入基本以每年 9%-11% 的速度增长, 增速略高于城镇居民, 至 2018 年人均可支配收入达 14,617 元, 而人均消费支出约占收入的 80%, 其中对食品烟酒的支出约占总支出的 30%-35%, 随着农村居民消费结构升级, 该比例略有下降, 但对食品烟酒的支出金额仍呈增长趋势, 至 2018 年人均食品烟酒的支出达 3,646 元。

农村居民可支配收入与支出情况



数据来源：国家统计局。

随着居民消费水平的提高，我国居民人均食品烟酒消费支出持续增长，2018年度，城镇和农村居民人均食品烟酒消费支出分别为 7,239 元和 3,646 元。随着下游需求的不断增加，我国的饮料行业的总体规模也持续增长。根据欧睿国际数据统计，我国包含包装饮用水、碳酸饮料、浓缩饮料、果汁、即饮咖啡、即饮茶饮料、能量饮料、运动饮料及亚洲特色饮料在内的饮料销量由 2004 年 276.10 亿升增长至 2018 年 867.34 亿升，复合增长率为 8.52%；期间销售金额由 1,422.53 亿元增长至 5,723.99 亿，复合增长率为 10.46%。

(2) 我国的能量饮料市场起步较晚，近年来随着消费者意识的提高，能量饮料成为增长最快的饮料品类之一

我国能量饮料市场相比欧美等发达地区起步较晚，然而近年来，受益于能量饮料龙头企业的宣传和引导，消费者的意识不断提高，消费场景和消费人群范围不断扩大。根据欧睿国际的统计数据，2019 年，我国能量饮料的销售规模已增长至 427.75 亿元，是增长最快的饮料品类之一。即便在持续高增长的情况下，我国的能量饮料市场规模仍与海外发达地区有一定差距，我国能量饮料人均饮用量仅为英国、日本和美国的 10%-20%，对标海外市场，我国能量饮料的未来需求仍有很大的空间。

## 5、行业利润水平的变动趋势及变动原因

我国饮料行业总体而言市场化程度较高，竞争较为激烈，然而知名饮料厂商在品牌、营销网络、规模经济、食品安全及质量控制、技术研发等方面拥有竞争

优势。报告期内,公司与饮料行业部分 A 股上市公司的毛利率水平情况如下:

股票代码	公司简称	2019 年	2018 年	2017 年
603711.SH	香飘飘	39.22%	40.39%	40.20%
603156.SH	养元饮品	51.85%	49.96%	47.85%
000848.SZ	承德露露	52.62%	50.76%	47.25%
平均值		47.90%	45.05%	43.52%
中位值		51.85%	46.40%	45.50%
发行人		<b>46.74%</b>	<b>45.97%</b>	<b>47.92%</b>

注:同行业上市公司财务数据来源于 wind 资讯,均采用最近一期披露的定期报告数据,其中承德露露 2019 年度毛利率数据来源为 2019 年年度报告,香飘飘及养元饮品 2019 年度毛利率数据来源为各公司 2019 年第三季度报告。

## (五) 影响行业发展的有利和不利因素

### 1、有利因素

#### (1) 国家政策支持及行业逐渐规范化发展

我国政府高度重视食品质量安全,十三五规划纲要中将食品安全提升到国家战略高度,且随着法律法规的不断完善,我国基本形成了以《食品安全法》为核心的监管体系,明确各监管部门职责,建立食品生产经营者落实主体责任的机制,健全食品安全追溯体系。国家的高度重视、法律法规及监管体系的完善,推动了行业规范运作和高质量发展。

近年来,国家对保健食品的监管体系日益完善,2015 年 4 月份修订的《食品安全法》明确将保健食品纳入特殊食品,要求实行严格监督管理,对入市前的许可管理、生产管理、市场监督、广告管理、违法处罚均予以规定。新法首次提出对于保健食品的注册实行备案制和注册制双轨并行。备案监管部门对产品的生产、销售等过程作备案,以便全面监控。此后《保健食品注册与备案管理办法》、《关于规范保健食品功能声称标识的公告》、《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》等规范性文件相继出台,保健食品行业进一步规范,有利于保健食品行业持续健康发展。

2016 年 5 月,国务院办公厅发布了《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》(国办发[2016]40 号),提出了增品种、提品质、创品牌的“三品”专项行动,支持新兴品种研发推出,鼓励国产品牌发展壮大,促

进了饮料行业的发展和国产饮料品牌的崛起。

## (2) 生产技术的进步及信息化应用加快行业发展

随着饮料行业的不断向前发展,更多智能制造和信息化管理的新技术、新设备运用到生产过程中,一方面,新的生产工艺可提取更多种类的生产原料、可实现更复杂的饮品配方,改良饮品的风味、口感等,满足消费者多样化的需求,另一方面,新设备的运用使得饮料行业的自动化水平显著提高,不仅提高了生产效率,减少了人工成本,还有助于加强对产品质量及安全的管控。

同时,信息化的大量运用使产品销售过程更加清晰透明,有助于将产品的生产与销售紧密结合,根据销售情况制定生产计划,根据生产状态完善销售计划,实现生产资源与社会资源的合理分配与利用,加快行业的升级。此外,互联网的应用,也带来了营销上的创新,使定制化、个性化等方案更易实现,多方位贴合消费者需求。

## (3) 消费者意识提高,市场需求不断增大,成长空间广阔

近年来,随着国民经济的不断发展,我国居民人均可支配支出不断增加,且在消费升级政策的推动下,消费者的需求日益多元化和个性化,驱动饮料行业不断发展升级,而能量饮料作为新兴的细分饮料行业,能够有效满足消费者对饮品提出的多元化功能性诉求,具备充沛的发展活力与广阔的成长空间。

在中国质量协会用户委员会发布的《2016年中国饮料行业满意度测评结果》中,中国质量协会通过“行业热度模型”对行业的发展现状和未来走向做出宏观的判断,其中功能饮料的热度模型呈持续升温状态,未来发展空间较大。

能量饮料在过去几年来快速发展,在各细分饮料行业中增速尤为突出,然而目前,我国能量饮料人均消费与海外市场相比仍有较大成长空间。

## 2、不利因素

### (1) 消费者意识有待进一步提高

我国能量饮料人均消费量远低于欧美等发达国家水平,除了行业发展还未饱和的因素外,消费者对能量饮料的消费观念落后也是重要原因。伴随着我国居民人均可支配收入不断提高、消费结构升级和能量饮料领导企业对市场的长期培



育,消费者对能量饮料的接受和重视程度正在不断提高,消费习惯逐渐改变,未来对能量饮料的消费意识有望进一步增强。

## (2) 地区差异对行业的营销能力提出更高要求

我国幅员辽阔,南北气候不同,各地域经济水平有所差异,导致不同地区的饮食文化和消费习惯有很大的不同,企业需要深入了解各地的风土人情与消费习惯,制定相应的营销策略,才能成功开拓新的市场区域,发掘新的消费群体。上述因素对行业的营销能力提出了更高的要求,对企业的综合实力提出了较大的挑战。

## (六) 行业特点

### 1、行业的技术水平和技术特点

能量饮料的生产技术主要聚焦于配方设计、原材料研究开发、生产工艺技术改进和包装创新等方面。经过多年的积累,我国能量饮料的配方、原材料更加多样化;高温瞬时杀菌、热灌装等工艺技术日渐成熟并广泛应用,同时近年来,行业兴起了无菌冷灌装技术,产品品质更优异和稳定;产品包装根据消费者审美需求,设计日益丰富,视觉效果升级,同时考虑包装的环保、便携等。经过不断的探索,目前我国能量饮料产品类型更加丰富,安全性和功能稳定性提高,口感适应性更强,包装更加多元化。

此外,随着工艺技术及生产设备的改进,行业逐步过渡到了自动化生产线,生产效率大幅提高。

### 2、行业的周期性、区域性和季节性特征

#### (1) 周期性

能量饮料是大众日常饮用的快消品,消费需求较稳定,不具备明显的周期性。

#### (2) 区域性

由于我国不同地区的经济发展不平衡,不同地区居民的可支配收入水平和消费观念的差异较大。且由于能量饮料的消费群体以工作时间较长、经常加班的群体为主,因此在生活节奏较快的发达地区市场规模较大。

从企业生产角度而言,受产品特点影响,饮料行业运输费用较高,同时受运

输条件和配送能力的影响,向销售半径之外的市场进行销售会导致供应不经济。因此对于单一企业的单一生产基地来说,其产品覆盖通常具有一定的区域性。

### (3) 季节性

一般来说在天气较热的时节,能量饮料的销量较大。第二季度、第三季度为销售旺季,第一季度、第四季度相对属于销售淡季,因此能量饮料行业的销售具有一定的季节性。

## (七) 与上、下游行业的关联性及其影响

能量饮料的供应商主要包括白砂糖、牛磺酸、咖啡因,以及瓶坯、瓶盖、纸箱等供应商。

能量饮料行业的销售模式一般为经销模式,企业的产品销售基本面向经销商,再由经销商将产品销售给分销商,再销售至终端销售渠道,最终销售给消费者。

### 1、上游行业与本行业的关联性及其影响

本行业的内容物供应商所处行业主要包括食品制造业、医药制造业等,包装物供应商所处行业主要包括塑料制品业、造纸业等。本行业向上述行业采购原材料,原材料成本为本行业生产成本的主要组成部分。

由于近年来国家对农业的扶持力度持续加强,白砂糖供应较为充足,市场竞争充分。2017年初至2018年末,白砂糖的价格呈下滑趋势,2019年下半年有所回升。牛磺酸作为能量饮料中起到“抗疲劳”功效的主要原材料,其价格波动直接影响本行业的原材料的采购成本。随着牛磺酸行业的生产工艺改进及产能释放,牛磺酸供应充足。咖啡因属于第二类精神药物,根据《麻醉药品和精神药品管理条例》,国家对其实施定点生产制度,相关部门根据咖啡因的需求总量,确定咖啡因定点生产企业的数量和布局。食品等非药品生产企业需要使用咖啡因作为原料的,应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准,凭咖啡因购用证明向定点批发企业或者定点生产企业购买。咖啡因的生产和销售受国家管控,供应量能满足下游需求,价格较为稳定。

包装物供应商所处行业为塑料制品业、造纸业,产品同质化较强,市场参与

者众多,市场竞争充分,供应充足。

## 2、下游行业与本行业的关联性及其影响

本行业的下游行业为食品、饮料批发、零售行业。能量饮料作为快消品,主要通过经销渠道抵达最终消费者。经销渠道具有经销商数量多、零售终端网点多的特点,因此本行业对单一经销商、单一终端网点没有依赖性。

能量饮料通过零售终端网点最终销售给消费者,消费者需求的稳定增长是本行业持续发展的基础。随着居民消费水平的提升及消费结构的升级,能量饮料将迎来广阔的发展空间。

## 三、发行人在行业中的竞争地位

### (一) 发行人的行业地位

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售,主要产品为能量饮料东鹏特饮。公司作为能量饮料的先行者之一,一直致力于推动能量饮料发展,经过多年努力,成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”,2009年开创了能量饮料瓶装时代,“年轻就要醒着拼”的品牌主张深入人心,东鹏特饮在我国能量饮料市场占有率排名第二<sup>6</sup>,已成为国内能量饮料市场销售规模第一的民族品牌,目前拥有金瓶特饮(250ml和500ml)、金罐特饮(250ml)和金砖特饮(250ml)三大系列。公司是“新零售”的探索者和践行者,以互联网为依托,运用大数据、二维码等技术,对产品生产、营销和渠道管理进行升级改造,逐步实现精细化管理和精准营销。公司在能量饮料行业深耕多年,目前已建立了较为完善的市场营销体系,营销网络覆盖范围广,并形成了自己的品牌影响力。

### (二) 发行人的竞争优势

#### 1、深耕饮料行业多年,产品获市场青睐

公司秉持“工匠精神”,深耕饮料行业多年,自成立起,一直专注于饮料的研发、生产与销售,对产品打造独具匠心、对质量精益求精、对生产一丝不苟。公司经过多年对产品的不断打磨,生产的能量饮料产品已获得市场消费者的深度

---

<sup>6</sup> 数据来源:《Energy Drinks in China》,Euromonitor International,2019年12月,按照非现场消费渠道终端销售金额口径统计。

认可。

1998年,公司的能量饮料产品东鹏特饮获得了卫生部颁发的《保健食品批准证书》(卫食健字[1998]第580号),产品获得国家官方认证。2009年,东鹏特饮首创PET塑料瓶包装和独特的防尘盖专利设计,以差异化的产品包装在市场中独树一帜,打破了能量饮料产品罐装包装的市场局限,迅速打开了市场。根据市场需求,公司不断对东鹏特饮进行更新迭代,在独创的250ml金瓶之后,相继推出了250ml金罐、500ml金瓶等具有市场竞争力的包装。

经过长时间的研发和市场考验,东鹏特饮的功效、风味、口感和包装均获得了市场的认可,报告期内销量逐年提升。除东鹏特饮外,公司还培育了由柑柠檬茶、陈皮特饮、清凉饮料、包装饮用水等多个系列产品,坚实的产品基础形成了公司内在的核心竞争力。

## 2、品牌形象深入人心,深受年轻消费群体喜爱

公司高度重视品牌形象,制定了“品牌年轻化”的战略,提出“年轻就要醒着拼”的品牌主张,注重品牌宣传投入,在线上线下进行了多维度、全方面、饱和式的营销宣传,提升品牌曝光度。除了传统的电视广告宣传以及公交车身、地铁、高铁站等户外宣传方式外,公司结合当代年轻人的生活方式及消费习惯,开展了互联网、影视植入、体育电竞赞助等新型营销模式。

2013年,公司邀请谢霆锋作为品牌代言人,通过央视广告强势曝光,提高了品牌全国知名度;2016年,公司的视频网站“压屏条”广告,在剧集关联的场景下,精准触发屏条形式的广告内容,传达品牌的能量功能和拼搏精神,充满趣味性和记忆点,实现了视频内容和品牌广告的完美结合和互动;2018年,公司相继赞助了中超联赛、央视俄罗斯世界杯转播、葡萄牙国家足球队等;2019年,东鹏抖音挑战赛获得超60亿曝光量。同时,公司植入、冠名了《三生三世十里桃花》、《亲爱的,热爱的》、《欢乐颂》、《人民的名义》、《高能少年团》、《欢乐喜剧人》等热门影视和综艺节目。公司一系列的新型营销模式迅速吸引了年轻消费群体的目光,打造了较强的品牌知名度,提升了品牌美誉度。

经过公司多年的积累和努力,公司的品牌影响力不断提升,已成为能量饮料的领导品牌,品牌形象深入人心,获得了“中国驰名商标”、“广东省著名商标”、

“深圳老字号”、“18-30 岁年龄段消费者最喜爱的品牌”等荣誉，在市场中形成了较强的号召力。

### 3、销售网络发达，市场覆盖广泛

公司销售模式以经销模式为主，与直营、线上等多种模式相结合，形成了全方位、立体化、覆盖广的销售体系，并摸索出了一套完善的销售网络管理体系。

公司高度重视销售网络的拓展和管理：

(1) 在广东、广西、华东、华中等核心市场，主要采取公司精耕的运营模式，配备经验丰富的销售团队，全方位服务下游渠道和零售终端，与经销商、邮差/批发商及终端门店共同进行市场维护及开发，提升产品铺市率，加强产品陈列辨识度和精准度，提高品牌影响力，提高渠道渗透能力，增强公司对销售网络的控制力进而提升产品市场占有率；

(2) 在其他区域，主要采取大流通的运营模式，精选经验丰富、实力雄厚的经销商进行合作，由经销商主要负责终端的维护及执行，公司为经销商提供广告宣传、营销培训与指导等支持。

经过多年的不懈努力，公司已建立起网点众多、覆盖面广、渗透力强的销售网络。截至报告期末，公司在全国各地布局销售人员，合作经销商 1,000 余家，覆盖终端门店近百万家。依靠发达的销售网络和完善的销售管理体系，报告期内公司的销售规模持续增长，市场占有率稳步提升。

### 4、积极践行“新零售”，实现全链条、精细化营销管理体系

公司是“新零售”的探索者和践行者。公司以互联网为依托，运用大数据、二维码等技术，对产品生产、营销和渠道管理进行升级改造，实现了公司、经销商、邮差/批发商、终端门店、消费者多方数据信息互动，从而实现以“大数据”为基础精细化管理和精准营销。

#### (1) 创新的使用二维码技术

公司创新的使用二维码技术，为产品赋予一物一码的产品标识，在产品生产、入库、仓储、出库以及运输过程中通过扫码准确记录商品流转信息，做到精细化管理，并可有效防止窜货乱市现象。与此同时，终端门店、消费者通过扫描二维

码参与公司组织的各项活动,实现公司与终端门店及消费者之间的直接互动。

## (2) 构建“鹏讯云商”平台

公司构建“鹏讯云商”平台,将线下业务员管理、渠道库存监控、终端销售网点服务等融为一体,形成信息汇总和交互的平台。公司通过鹏讯云商平台,规划业务员拜访路线,记录并考核拜访时间、地点以及商品陈列效果,定期记录经销商库存情况,传递销售网点的补货信息,使复杂的商品流通系统透明化。

## (3) 运用大数据分析技术辅助决策

公司使用大数据技术,对渠道库存数据、销售网点数据以及消费者数据进行综合分析,根据分析结果合理分配采购、人员、生产、供应链等各项资源,制定针对性的营销策略,提高资源使用效率,提升决策质量,满足更多消费者的需求,不断开拓市场,提高市场占有率。

经过多年努力,公司通过鹏讯云商平台与线下业务员拜访等方式,运用各项先进技术,已经构建了一套较为完善的“新零售”体系,使管理链条越来越完整,管理内容越来越精细化,营销越来越精准化,并积累了丰富的“数据资产”,截至2019年12月31日,公司共有近百万个终端销售网点注册用户,积累了过亿条消费者活动数据,为公司长远发展奠定了坚实的基础。

## 5、生产基地全国布局,形成规模效应,满足不断增长的市场需求

相对传统的饮料行业,能量饮料仍处于发展期,市场需求不断增长。公司作为我国能量饮料的领导企业,具有较强的综合实力。伴随不断增长的市场需求,公司已发展为拥有增鹏、莞鹏、徽鹏、桂鹏、华鹏、渝鹏等多处生产基地。其中,华鹏、渝鹏基地正在建设中。目前公司的全产品线产能约为150万吨/年,在建生产基地全部达产后,预计可实现产能约240万吨/年。

规模化、专业化的生产使得公司具有明显的规模效应优势,对上游供应商有较强的议价能力,且更容易获得下游销售渠道的认同。随着规模效应的显现,生产效率和产品质量逐步提高,边际生产成本逐步下降。同时,由于饮料行业具有经济运输半径,公司生产基地在全国范围内多点布局可以降低物流成本,提高产品供应的及时性和稳定性,形成多方面竞争优势,更好的满足全国市场需求,扩大公司的市场占有率。

## 6、质量控制体系完善，保障产品安全及质量

对于食品企业来说，食品安全控制及质量管理始终是企业可持续发展的基础。公司一直以来高度重视食品安全，严格执行国家食品安全及保健食品相关法律法规及标准要求，建立了严格的质量安全控制体系，在供应商准入评审、采购、生产、成品质量检测、仓储流通等环节严格把控。

经过多年实践总结完善，公司在满足国家各项法律法规的基础上，总结出了“三把关、三控制、三追溯、三保障”四个“三”的控制方法，严格把控产品质量：

①三把关：一是原材料入厂检验关；二是中间产品检验关；三是出厂成品检验关，保证不合格产品不出厂；

②三控制：一是物料采用高温瞬时灭菌工艺，控制物料无菌；二是包装容器三清洗，控制包材无菌；三是灌装环境洁净度达十万级；

③三追溯：一是原料入库后进行物料编码，保证每批原料可追溯；二是每瓶产品喷有生产批号、生产日期及时间，保证每瓶产品可追溯；三是每箱产品喷有二维码，一箱一码保证每箱产品流向可追溯；

④三保障：一是定期对员工进行培训，提高员工质量意识，做到生产人员保障；二是生产线高度自动化，做到生产设备保障；三是厂房设施按保健食品良好生产规范要求规范布局，做到生产环境保障。

通过以上四个“三”的控制，公司近年来市场产品抽检合格率 100%，接受政府监督检查通过率 100%，奠定了质量管控优势。

## 7、经营团队经验丰富，人才基础雄厚

公司深耕饮料行业多年，拥有一支经验丰富的管理、生产、销售和研发队伍，形成了以林木勤先生为首的管理团队，主要核心人员具有多年饮料行业生产和销售经验，对行业有着深刻的认识。秉承以人为本的经营理念，公司主要核心人员保持开放的管理思维，注重人才的储备和结构的优化，通过部门轮岗、以老带新等内部培养方式和外部引进等多种渠道不断扩充核心团队，为公司的持续发展奠定了坚实的人才基础。为保持管理团队稳定、充分激发团队工作积极性，公司建

立了公平的竞争机制和良好的企业文化。

### **(三) 发行人的竞争劣势**

#### **1、收入来源相对单一**

经过公司研发团队多年来的努力,目前,公司产品除了东鹏特饮系列外,还包括由柑柠檬茶、陈皮特饮、冬瓜汁饮料、清凉茶、菊花茶、乳味饮料和包装饮用水等。其中,东鹏特饮系列产品报告期内的收入占比分别为 96.19%、94.99% 和 95.11%,收入来源较为单一。

在饮料行业,企业产品单一的现象较为普遍。一款饮料的成功往往需要经历长时间的市場考验,而消费者的消费习惯一旦养成,通常较为稳定,因此很多饮料企业会长期专注于某一细分领域,集中力量将某一特定系列产品做大做强,强化自己的品牌优势。以 A 股上市饮料企业为例:香飘飘(603711.SH)专注奶茶细分领域,2018 年度,其奶茶产品收入占营业收入的比例为 99.15%;养元饮品(603156.SH)专注植物蛋白饮料细分领域,围绕“六个核桃”打造大单品战略,2018 年度,“六个核桃”核桃乳产品收入占营业收入的比例为 98.49%;承德露露(000848.SZ)专注植物蛋白饮料细分领域,主导产品为“露露”杏仁露,2018 年度,“露露”杏仁露产品收入占营业收入的比例为 97.81%。

依托高水平的研发能力、完善的生产体系和强大的销售渠道,公司一直在积极的布局其他类别的饮料产品,并在茶饮料、植物浸提饮料领域有所突破,储备了由柑柠檬茶、陈皮特饮等产品,颇受目标消费者的喜爱,并为公司业绩提供了新的增长点。

#### **2、销售区域性明显**

报告期内,公司的销售收入主要来源于广东区域,广东区域产生的收入占比分别为 66.66%、61.10% 及 60.12%。

为了更好的布局全国市场,扩大市场占有率,满足下游客户需求,2013 年、2017 年安徽、广西生产基地相继投产,目前华鹏、渝鹏也正在按计划建设中,随着上述基地的建设投产,周边市场覆盖能力逐渐变强。报告期内公司不断拓展广东区域以外的市场,其他区域的销售收入逐年增加,预计未来将进一步增加。



#### **(四) 发行人的主要竞争对手**

公司的主导产品为能量饮料东鹏特饮系列产品。公司的主要竞争对手包括泰国天丝医药保健有限公司、华彬集团、达利食品集团有限公司、河南中沃实业有限公司等。

##### **1、泰国天丝医药保健有限公司 (T.C.Pharmaceutical Industries Co., Ltd.)**

泰国天丝医药保健有限公司成立于 1956 年，总部位于泰国曼谷。泰国天丝医药保健有限公司将“红牛”、“Red Bull”商标授权给广州曜能量饮料有限公司，并通过该公司在中国市场推出了红牛安奈吉品牌，产品于 2019 年在中国上市。

##### **2、华彬集团**

华彬集团成立于 1984 年，旗下拥有能量饮料企业红牛维他命饮料有限公司和战马(北京)饮料有限公司。根据其微信公众号发布的数据，2019 年度，“红牛”能量饮料实现销售金额 236 亿元，“战马”为华彬集团推出的新品牌于 2017 年上市。

##### **3、达利食品集团有限公司**

达利食品集团有限公司系港股上市公司(达利食品 3799.HK)，成立于 1993 年，拥有糕点类、薯类膨化食品、饼干、凉茶、复合蛋白饮料及能量饮料。根据其上市公司年报，2018 年度，能量饮料实现的营业收入为 30.79 亿元。

##### **4、河南中沃实业有限公司**

河南中沃实业有限公司成立于 2001 年，旗下能量饮料品牌为“体质能量”。公司总部位于河南。

#### **四、发行人主营业务的具体情况**

## (一) 公司的主要产品及其用途

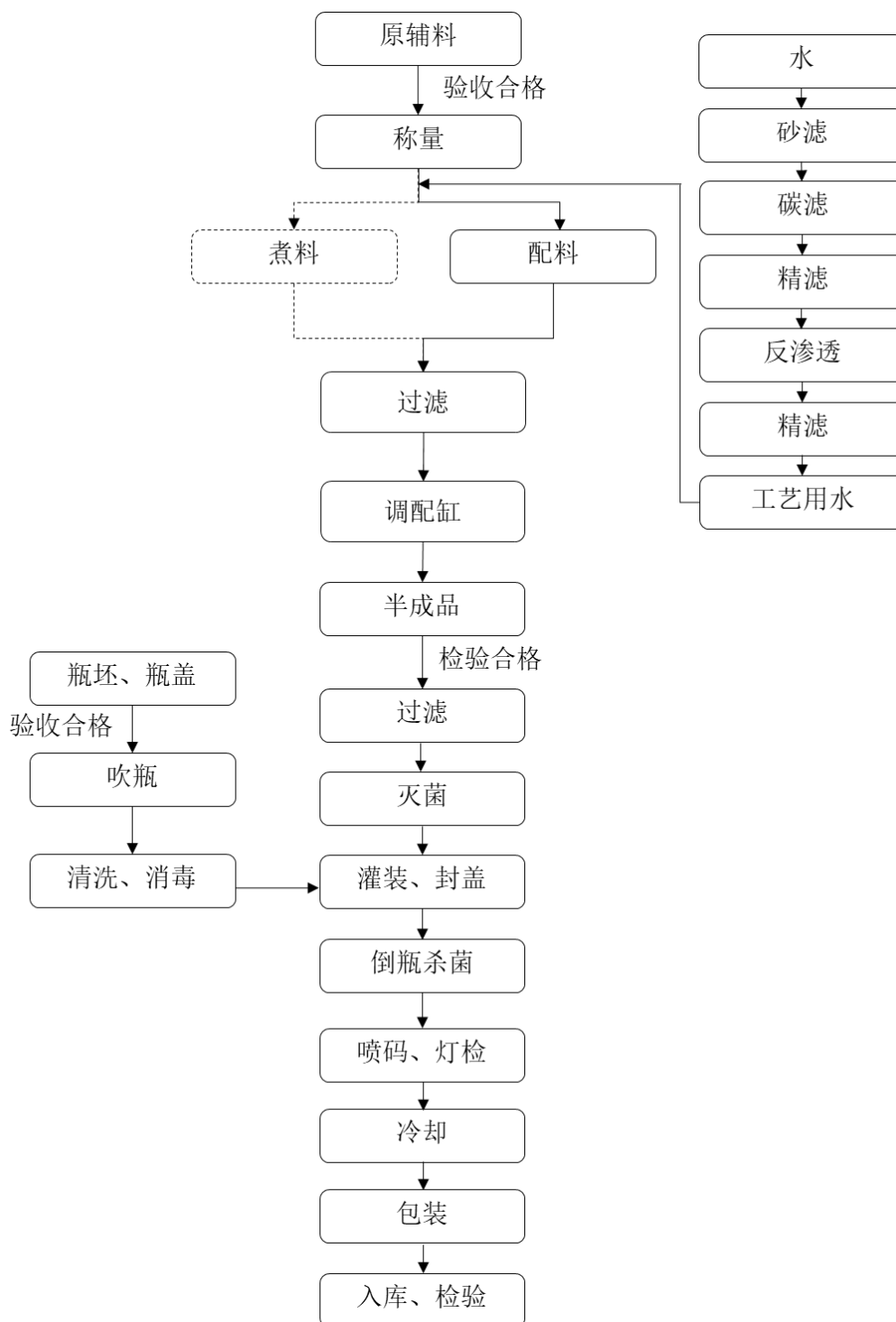


公司的主要产品及其用途请参见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况”。

## (二) 主要产品的工艺流程图

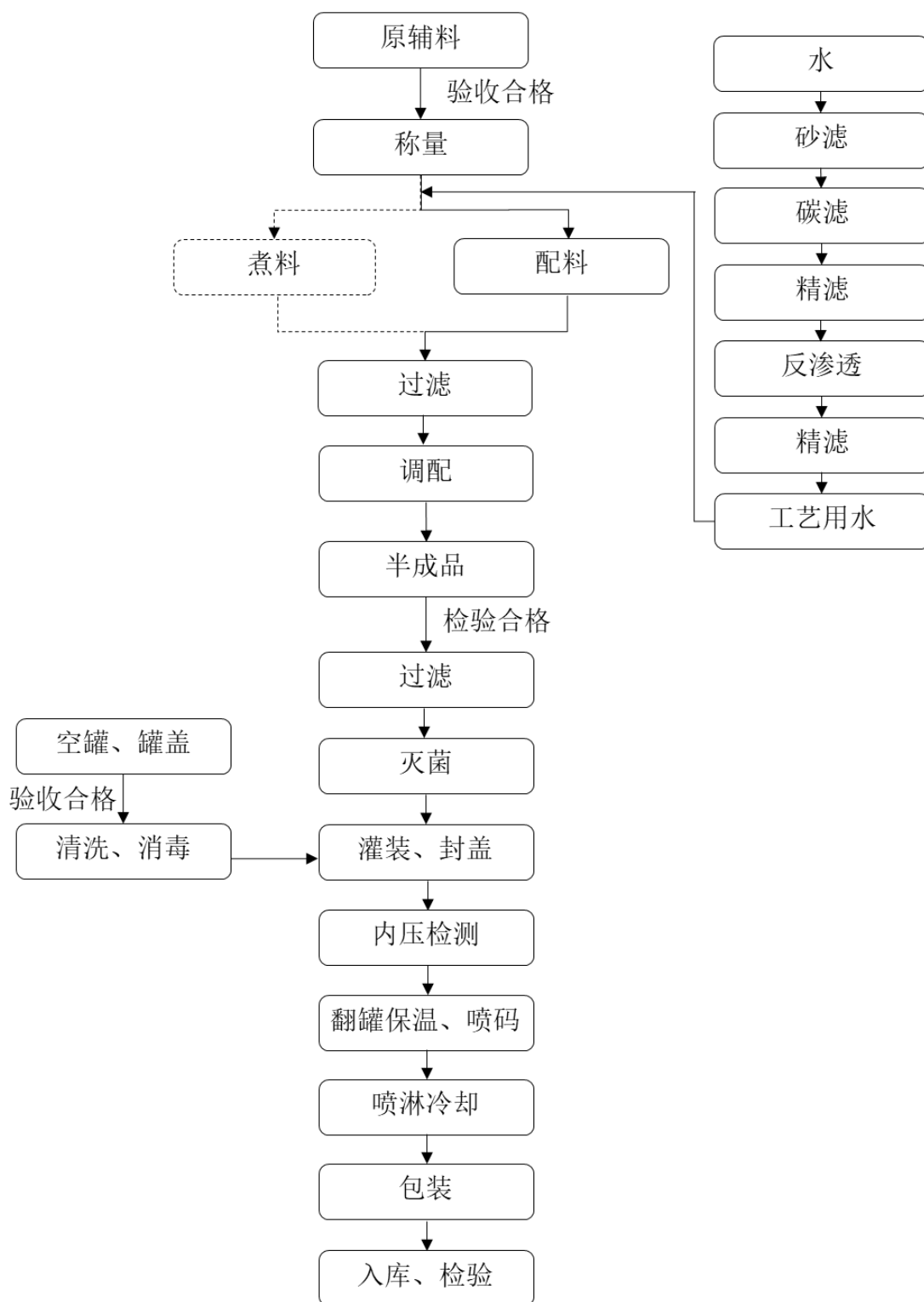
### 1、能量饮料及非能量饮料工艺流程

#### (1) 瓶装产品工艺流程



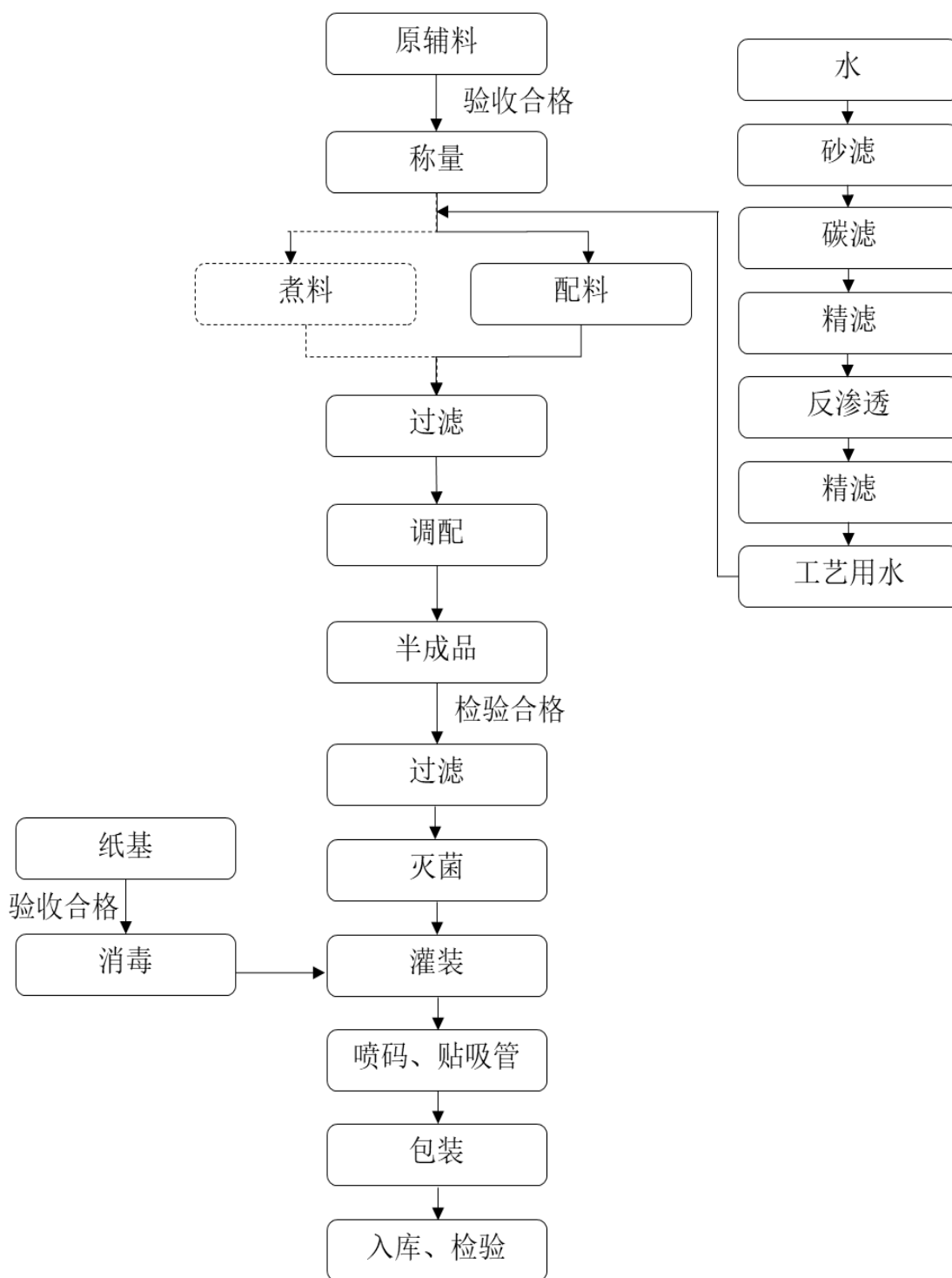
注：虚线部分煮料工艺为由柑柠檬茶生产流程所需。

(2) 罐装产品工艺流程



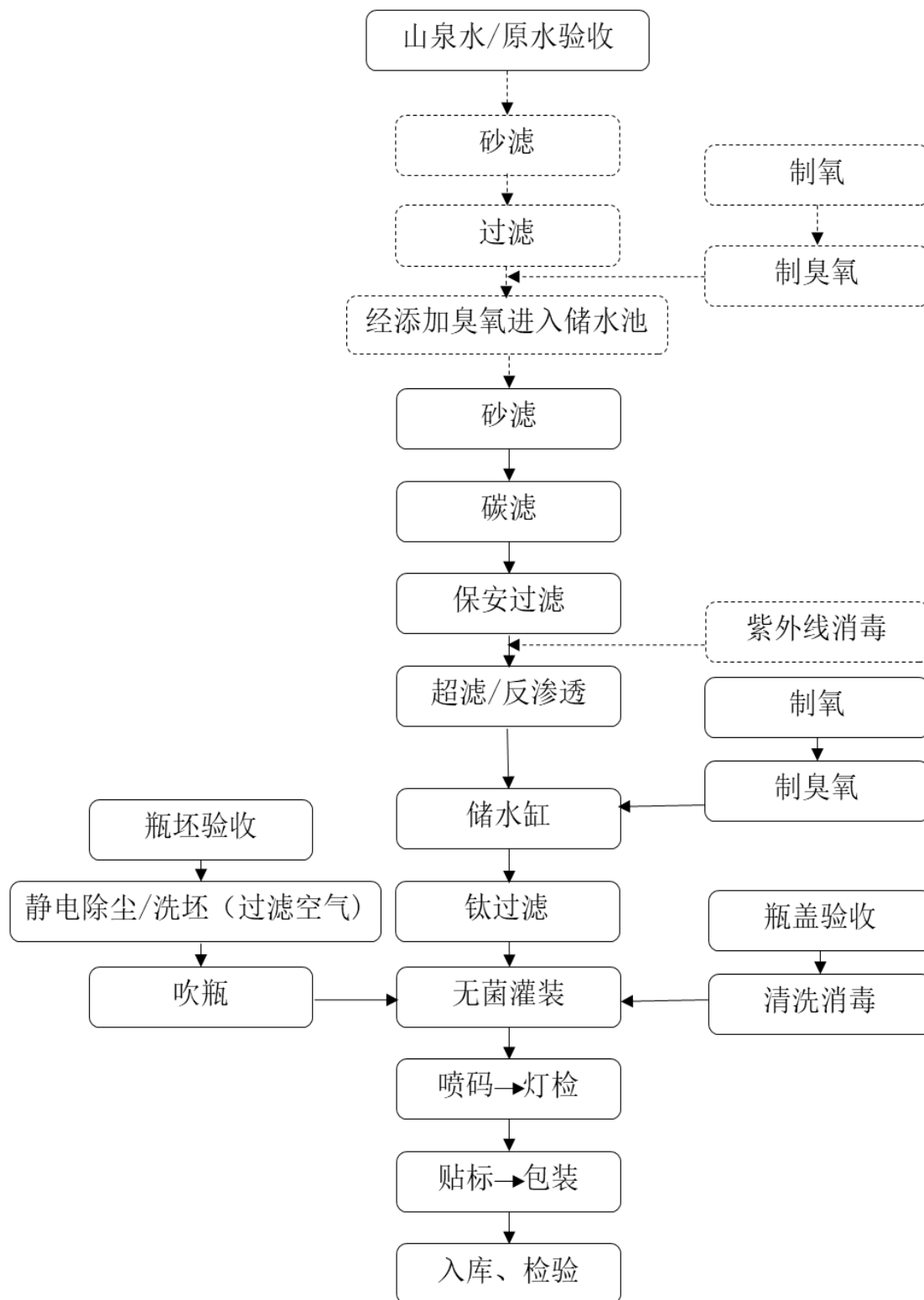
注：虚线部分煮料工艺为由柑柠檬茶生产流程所需。

(3) 盒装产品工艺流程



注：虚线部分煮料工艺为由柑柠檬茶生产流程所需。

## 2、包装饮用水工艺流程



注：虚线部分为生产天然水流程所需。

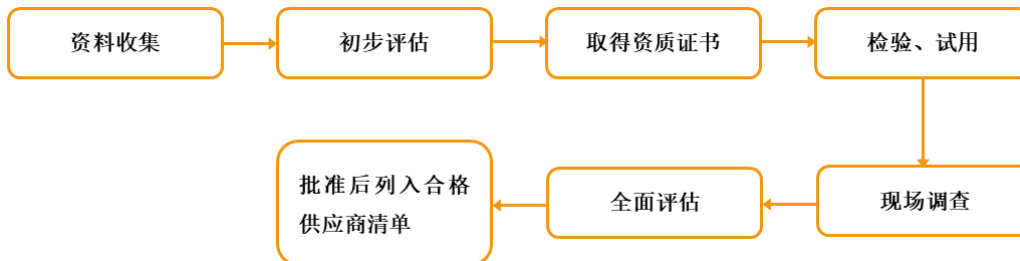
### (三) 主要经营模式

公司专注于从事饮料的研发、生产和销售,拥有独立完整的采购、生产、销售体系。

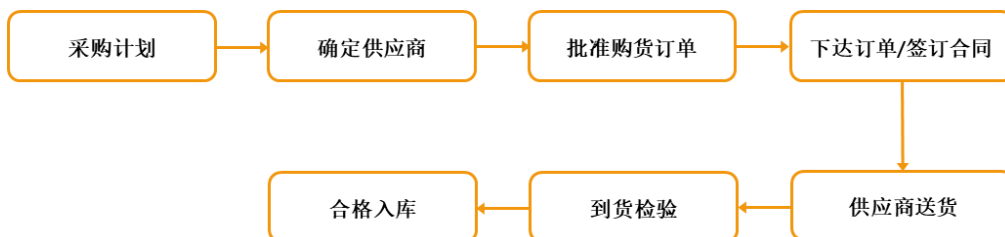
#### 1、采购模式

公司采取“以销定产、以产定购”的采购模式,供应链管理中心根据营销年度销售需求计划拟定公司各生产基地年度及月度生产计划,在综合考虑结合产品品类及安全库存后编制采购预算及跟进预算执行,并根据月度及周生产计划落实物料采购明细;同时针对部分重要原材料,公司会基于市场调研情况进行策略性备货,以应对原材料供应及价格波动风险。

目前公司已建立一套完善的采购管理体系,实现了优质稳定的生产物料供给。在外部合作方面,公司致力于与供应商共同打造合作共赢的生态圈,与多家上市公司、行业龙头供应商建立了稳固的合作关系。经过多年的发展,公司制订了成熟的《供应商管理制度》,并建立了合格供应商清单,每年进行评估考察,以保证供应商在产品质量、响应速度、供货价格、履约能力等方面能够持续满足公司的生产要求。公司供应商选择的主要流程如下:



在内部管理方面,公司制定了《采购控制程序》、《食品添加剂管理制度》、《咖啡因管理制度》、《酸、碱、酒精和危险化学品管理制度》等一系列制度,对采购、验收、存储、领用、退库、保质期管理等整个采购流程各环节进行监控和标准化管理。公司主要采购流程如下:



公司采购模式主要包括一般采购和外协加工。一般采购是指公司向供应商发出原材料采购订单, 供应商自行准备生产订单指定货物所需相关材料物资, 并按照订单要求向公司交付原材料的采购模式。外协加工是指公司向供应商提供生产所需的全部或部分材料物资, 由供应商按照公司要求进行加工, 向公司交付原材料的采购模式。

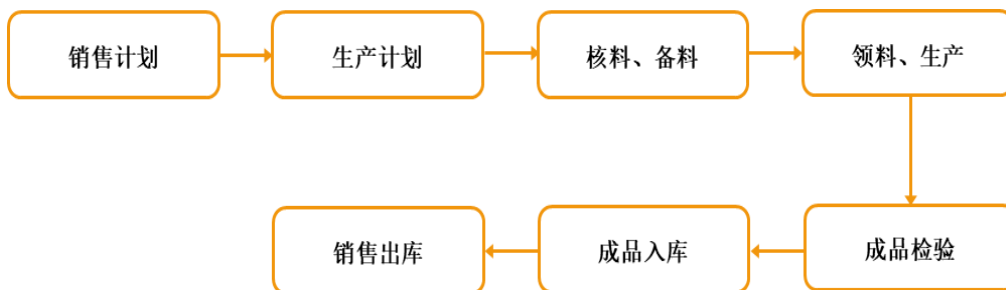
报告期内公司主要采取一般采购模式, 部分瓶坯的采购采取外协加工模式, 由公司采购聚酯切片提供给瓶坯加工厂商, 并由其生产加工后向公司交付瓶坯。

## 2、生产模式

公司采取“以销定产”的生产模式, 根据业绩目标、销售计划、实际销售情况及产能情况制定年度生产计划。在年度生产计划框架下, 由供应链计划管理部门根据月度 4 周+ 预计未来 2 月的销售需求、库存情况、订单情况, 综合促销推广活动等情况制订相应产品的月度生产计划, 并根据销售区域的分布情况、物流运输情况、各基地产能负荷情况以及安全库存情况, 将编制的月度生产计划分解发放至各生产基地, 由生产本部统筹资源, 各生产基地完成生产计划。在实际周生产计划执行过程中, 通过 1+1 周生产计划滚动排产及时调整生产进度, 既确保供货的及时性又减少公司库存, 提高整体经济效益。

为建立统一的生产管控体系、实现高标准的产品质量, 同时确保产品的供应速度及新鲜度, 报告期内公司主要采取自主生产模式。2017 年及 2018 年部分金罐特饮采取委托加工的方式进行生产, 委托生产产量占比为 3.36% 和 0.96%。

公司生产模式如下图所示:



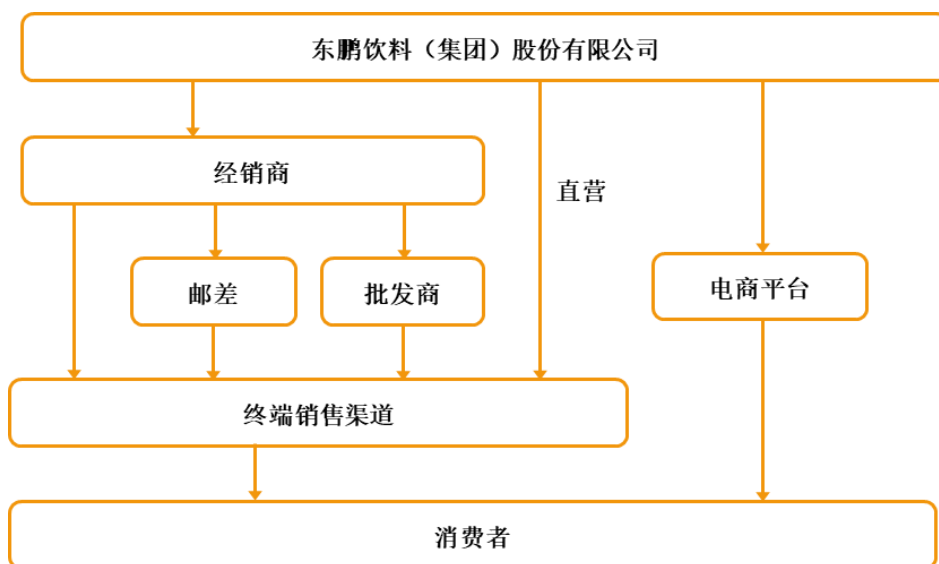
## 3、销售模式

报告期内, 公司销售模式以经销模式为主, 与直营、线上等多种销售模式相结合, 形成了全方位、立体化的销售体系。公司销售模式介绍如下:



销售模式	模式简介	代表性客户
经销	公司将产品以卖断式销售给经销商，经销商将产品销售给下级邮差及批发商、终端销售渠道（超市、便利店等），然后由终端渠道销售给消费者	商贸公司或个体工商户
直营	公司对部分交通渠道（加油站便利店、高速路服务区）及大型卖场或区域性连锁超市等终端销售渠道采取直营销售，将产品直接销售给终端销售渠道，然后销售给消费者	中石油昆仑好客、河北国建高速公路投资管理有限公司
线上销售	公司将产品销售给电商平台，电商平台再将产品销售给消费者；公司通过在电商平台上开设的线上旗舰店将产品直接销售给消费者	京东自营超市、京东POP旗舰店、天猫超市

公司各销售模式如下图所示：



报告期内，公司各销售模式下收入及占主营业务收入比例情况如下所示：

单位：万元

模式	2019年		2018年		2017年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
经销	407,870.60	97.30%	294,775.70	97.57%	280,672.95	98.80%
直营	4,871.01	1.16%	1,049.54	0.35%	108.37	0.04%
线上销售	4,144.20	0.99%	4,431.99	1.47%	1,654.99	0.58%
其他	2,294.93	0.55%	1,860.55	0.62%	1,658.61	0.58%
合计	<b>419,180.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>302,117.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,094.92</b>	<b>100.00%</b>

(1) 经销模式

## ①经销网络

经过多年的市场拓展与精耕,公司已建立起由经销商、邮差和批发商、零售终端商组成的网点众多、覆盖面广、渗透力强、层次扁平的经销网络。截至2019年12月31日,公司拥有1,263家经销商,产品覆盖近100万家终端门店。报告期各期末,公司经销商数量及区域分布情况如下表:

区域	2019年12月末		2018年12月末		2017年12月末	
	数量	比例	数量	比例	数量	比例
广东区域	208	16.47%	209	18.63%	166	17.36%
广西区域	94	7.44%	70	6.24%	67	7.01%
华东区域	257	20.35%	252	22.46%	193	20.19%
华中区域	250	19.79%	225	20.05%	185	19.35%
华北区域	207	16.39%	217	19.34%	201	21.03%
西南区域	164	12.98%	97	8.65%	88	9.21%
北方区域	83	6.57%	52	4.63%	56	5.86%
<b>合计</b>	<b>1,263</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,122</b>	<b>100.00%</b>	<b>956</b>	<b>100.00%</b>

注1:广东区域包括广东、海南;

注2:华东区域包括安徽、江苏、浙江、上海;

注3:华中区域包括湖南、湖北、江西、福建;

注4:华北区域包括山东、河北、山西、河南;

注5:西南区域包括四川、重庆、云南、贵州、西藏;

注6:北方区域包括北京、天津、内蒙古、黑龙江、吉林、辽宁、陕西、甘肃、新疆、青海、宁夏。

公司因地制宜,对经销网络的管理主要采取公司精耕和大流通两种运营模式。在广东、广西、华东、华中等核心市场,主要采取公司精耕的运营模式,通过配备经验丰富的销售业务人员与经销商、邮差/批发商及终端门店共同进行销售市场和消费者的维护及开发,提升产品铺市率,加强产品陈列辨识度和精准度,提高品牌影响力,以此增强公司渠道渗透能力及对销售网络的控制力,实现与终端消费者的近距离接触和及时反应;在其他区域主要采取大流通运营模式,公司与具备较强自有销售团队及销售渠道的经销商建立合作关系,充分利用经销商自身的服务能力及市场资源,由经销商主要负责在指定区域市场进行公司产品经销及渠道的维护与执行工作。

公司经销商覆盖的销售渠道主要分为传统渠道及特通/现代渠道,包括传统小卖店、连锁超市、大型卖场(KA)、连锁便利店(CVS)、加油站、高速公路

服务区、餐饮、网吧、自动贩卖机等,终端布局类型多元化,能够满足不同市场不同消费群体的购买需求。

销售渠道	终端类型
传统渠道	小卖店、独立便利店、报刊亭等
特通/现代渠道	连锁超市、大型卖场、连锁便利店、社区商超、加油站、高速公路服务区、餐饮、自动贩卖机等

## ②销售方式及流程

公司对经销商的销售方式为卖断式销售,通常的销售流程为经销商向销售人员提出供货需求并将货款预付至公司指定的对公账户,财务部对付款信息审核无误后,供应链管理中心审批销售订单并安排发货,由经销商上门自提(广东省内)或通过物流商运送至经销商指定地点(广东省外),交付货物,并由客户签收相关单据。

## ③销售价格

为了使公司产品在整个市场中的销售价格稳定有序、各销售层级及渠道间的价格及利润空间公平健康、维护公司产品的品牌形象和市场定位,公司结合产品生产成本、同类型产品价格、不同地区及市场的消费水平等因素,综合考虑各环节利润率的分配,制订了一套完整的价格体系。

公司产品价格体系如下:①公司供货价格(出厂价格/到岸价格),即产品销售给经销商的价格,由公司统一制订;②渠道供货价格,主要为经销商供货给包括邮差、批发商及终端门店的进货价格;③终端零售价格,即零售终端门店向最终消费者销售的价格。对于渠道供货价格及终端零售价格,公司统一制订指导价并由销售人员督导经销商、邮差、批发商及终端门店执行。

## ④经销商管理

### 第一、经销商设立与准入

公司对经销商的设立制订了严格的评估指标及准入制度,主要考察及评估因素包括:(1)经销商所处区域的市场规模及竞争态势;(2)经销商资金、仓储、人力配备等硬件实力;(3)经销商从业经验、经营管理能力、渠道网络及信誉度等软件实力。各经销商在公司指定的经销区域及渠道内享有独家经销权,以此实

现经销商的优化布局,避免内部竞争和资源重叠。在成熟市场,原则上经销商最大的经销范围为一个县级市,而在开发市场原则上经销商最大的经销范围为一个地级市;较空白的市场,经销商可以跨地级市经营。此外,经销商不得经营与东鹏特饮同品类的竞品。

经销商设立审核环节,首先由服务处负责人完成对相关资质文件的收集整理并发起经销商设立流程,大区负责人需实地对新设立经销商经营资质进行考察,大区负责人审核通过后由事业部负责人进行二次审核同时由销售支持部对相关资质文件进行审核,最后由营销本部负责人通过整个审核流程。核准生效后的经销商方可设立账户及打款发货。

## 第二、经销商考核

公司对经销商的考核主要包括基于销售指标的量化考核以及基于合同义务履约情况的考核,其中量化考核内容主要包括年度合同目标累计达成率、近三个月合同目标累计达成率、年度累计达成排名等指标,合同义务履约情况的考核内容主要包括经销商人员/车辆/仓库配置情况、是否经营同类竞品、是否存在扰乱市场秩序、是否配合促销方案执行、是否配合开发空白市场、鹏讯通运用及配合情况等。对于未实现考核目标且整改无效的经销商,公司有权终止合作。

## 第三、经销商维护与支持

公司高度重视经销商队伍的管理与维护,形成了与经销商利益共享的合作机制,为品牌推广、渠道建设、影响力提升及销售增长奠定了良好的渠道基础。在经销商维护与支持方面,公司提供了包括营销宣传支持、返利补贴支持、营销培训与指导等全面的举措。

### 1) 营销宣传支持

通过多年的探索与经验积累,公司目前已建立了多层次、立体化的营销宣传体系,通过央视、地方卫视、广播电台、影视剧、社交网络等媒体平台的广告投放、体育赛事赞助、线下活动筹办、户外营销宣传、品牌形象建设等方式全方位提升公司品牌的影响力和知名度,为经销商提供强大的营销支持。

### 2) 返利补贴支持

为提高经销商销售积极性,鼓励经销商在公司制定的区域渠道内进行销售推广,实施公司品牌营销战略,共同提升公司品牌价值,扩大市场知名度,公司制订了包括返利、折扣、产品搭赠促销、渠道建设补贴等多样化的经销商返利及补贴政策。

### 3) 营销培训与指导

公司通过对经销商进行市场形势、渠道开拓、产品陈列、营销策略、人员管理等方面的培训以及每年召开经销商大会等方式,全方位提升经销商团队的专业素质,并向经销商传递公司经营理念、文化及发展愿景,一方面提高经销商对终端市场的反应和服务能力,使公司的销售政策能够在渠道中得到全面贯彻和执行,另一方面不断增强经销商的归属感和品牌意识,维持经销商队伍的稳定,实现与公司共同发展的愿景。

## 第四、经销商库存管理

为保证产品的正常供应及新鲜度,提升终端消费者的消费体验,防止经销商恶意囤货,公司制订了《库存管理办法》,所有经销商月末库存,均由销售人员现场实地盘点,盘点数据上传至大区/事业部汇总、审核,同时公司查核人员将不定期对经销商库存进行实地抽查。

## 第五、跨区销售及竞品销售管理

为维护市场销售秩序、规范市场纪律、保证各区域经销商的利润空间与积极性,经销商必须在公司指定的销售区域及渠道内销售产品,不得擅自跨区域、跨渠道销售。此外,经销商不得经营与东鹏特饮同类、近似的竞争性产品,如发现经销商出现该等情况,公司有权单方解除协议并要求经销商支付违约金。

## 第六、退货及换货

公司对经销商实行卖断式销售,在商品已经发出、并由客户签收相关单据时,已将商品所有权上的风险和报酬转移给购货方,如非产品生产质量问题,公司不接受其他任何无正当理由的退货及换货行为。

### (2) 直营模式

报告期内,公司与中石油昆仑好客有限公司、河北国建高速公路投资管理有限公司、幸福家佳超市等大型加油站便利店、大型连锁超市以直营模式合作,即

公司与该等终端零售客户签署购销合同并直接发货给客户并结算货款。报告期内,公司直营模式销售收入占主营业务收入的比例较低,2017年、2018年及2019年分别为0.04%、0.35%及1.16%。

### (3) 线上销售模式

为拓宽公司产品渠道、构建立体化的销售体系,报告期内公司与天猫、京东等主流线上销售平台建立合作关系,通过开设旗舰店自营、经销等方式销售公司产品。报告期内,公司线上渠道销售收入占主营业务收入的比例较低,2017年、2018年及2019年分别为0.58%、1.47%及0.99%。

## 4、结算模式

公司与客户采用银行转账、支付宝(电商平台)等方式进行结算,公司与不同模式客户的结算方式如下:

销售模式	结算方式	付款方式
经销	大部分采用款到发货的方式进行交易,少量合作时间长、信用情况较好的经销商经申请可以给予一定信用期	银行转账
直营	款到发货,或者到货签收后一定信用期内结算货款	银行转账
线上销售	经销商到货签收后一定信用期间内与公司进行结算;消费者确认收货或者公司发货后一定时间后,款项直接转入公司第三方支付平台账户	银行转账或支付宝、财付通等第三方支付平台

## 5、物流运输模式

报告期内,公司各经营模式下物流运输方式如下表所示:

项目		运输方式
经销	广东省内	经销商向公司订货后,产品运输主要由经销商自行负责,运费和卸货费用由经销商承担
	广东省外	经销商向公司订货后,由公司负责将产品运送到协议约定的地点,运输费用由公司承担,卸货费用由经销商承担
直营		公司负责将订单列明的产品按照约定的时间送到客户指定的地点
线上销售		公司负责将订单列明的产品按照约定的时间送到客户指定的地点

**(四) 主要产品的产能及销售情况****1、主要产品的产能、产量及产能利用情况**

报告期内,公司主要产品的按照生产吨数计量的产能、产量及产能利用率情况如下表所示:

单位:吨

期间	产品	合计		
		产能	自主产量	产能利用率
2019年	250ml 金瓶特饮	305,850	234,906	76.80%
	500ml 金瓶特饮	708,300	515,606	72.79%
	250ml 金罐特饮	154,800	96,382	62.26%
	250ml 金砖特饮	22,500	22,819	101.42%
	东鹏特饮合计	1,191,450	869,713	73.00%
	非能量饮料	188,628	71,467	37.89%
	包装饮用水	150,750	74,951	49.72%
	<b>合计</b>	<b>1,530,828</b>	<b>1,016,131</b>	<b>66.38%</b>
2018年	250ml 金瓶特饮	403,847	288,170	71.36%
	500ml 金瓶特饮	309,806	186,978	60.35%
	250ml 金罐特饮	71,250	33,849	47.51%
	250ml 金砖特饮	22,500	19,675	87.44%
	东鹏特饮合计	807,403	528,672	65.48%
	非能量饮料	108,180	55,385	51.20%
	包装饮用水	129,713	64,344	49.60%
	<b>合计</b>	<b>1,045,296</b>	<b>648,402</b>	<b>62.03%</b>
2017年	250ml 金瓶特饮	461,250	441,855	95.80%
	500ml 金瓶特饮	45,000	18,420	40.93%
	250ml 金罐特饮	45,000	10,708	23.80%
	250ml 金砖特饮	22,500	17,840	79.29%
	东鹏特饮合计	573,750	488,823	85.20%
	非能量饮料	100,080	63,840	63.79%
	包装饮用水	66,600	3,383	5.08%
	<b>合计</b>	<b>740,430</b>	<b>556,046</b>	<b>75.10%</b>

注:报告期内公司部分金罐特饮产品采取委托生产方式生产,上表产量仅为自有产能对应产量

报告期内,公司按照生产吨数计量的总产量分别为 556,046 吨、648,402 吨及 1,016,131 吨,产能利用率分别为 75.10%、62.03%及 66.38%。

## 2、主要产品的产销情况

报告期内,公司主要产品的按照吨数计量的产量、销量及产销率情况如下表所示:

单位:吨

期间	产品	合计		
		产量	销量	产销率
2019 年	250ml 金瓶特饮	234,906	226,744	96.53%
	500ml 金瓶特饮	515,606	504,284	97.80%
	250ml 金罐特饮	96,382	95,012	98.58%
	250ml 金砖特饮	22,819	22,556	98.85%
	东鹏特饮合计	869,713	848,597	97.57%
	非能量饮料	71,467	67,584	94.57%
	包装饮用水	74,951	74,659	99.61%
	<b>合计</b>	<b>1,016,131</b>	<b>990,839</b>	<b>97.51%</b>
2018 年	250ml 金瓶特饮	288,170	298,158	103.47%
	500ml 金瓶特饮	186,978	185,674	99.30%
	250ml 金罐特饮	38,912	37,837	97.24%
	250ml 金砖特饮	19,675	20,409	103.73%
	东鹏特饮合计	533,735	542,077	101.56%
	非能量饮料	55,385	56,941	102.81%
	包装饮用水	64,344	60,901	94.65%
	<b>合计</b>	<b>653,464</b>	<b>659,919</b>	<b>100.99%</b>
2017 年	250ml 金瓶特饮	441,855	435,579	98.58%
	500ml 金瓶特饮	18,420	15,634	84.87%
	250ml 金罐特饮	29,458	28,868	98.00%
	250ml 金砖特饮	17,840	16,630	93.22%
	东鹏特饮合计	507,573	496,711	97.86%
	非能量饮料	63,840	60,940	95.46%
	包装饮用水	3,383	3,606	106.60%
	<b>合计</b>	<b>574,796</b>	<b>561,258</b>	<b>97.64%</b>



注:报告期内公司部分金罐特饮产品采取委托生产方式生产,2017-2019年委托生产产量分别为18,750吨、5,062.50吨、0吨;上表产量包括自主生产产量及委托生产产量

公司采取“以销定产”的生产模式,根据销售计划编制生产计划,同时根据实际销售情况进行动态调整,确保供货的及时性、减少公司及渠道库存、保证产品的新鲜度,因此报告期内公司产销率基本保持在约100%的水平。

### 3、主要产品的销售收入情况

报告期内,公司主要产品的销售收入及占比如下表所示:

单位:万元

产品	2019年		2018年		2017年	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
500ml金瓶	216,663.24	51.69%	79,877.72	26.44%	5,954.21	2.10%
250ml金瓶	122,528.44	29.23%	174,038.91	57.61%	241,329.10	84.95%
250ml金罐	53,757.74	12.82%	27,528.02	9.11%	20,796.67	7.32%
250ml金砖	7,353.63	1.75%	7,105.06	2.35%	5,457.52	1.92%
<b>东鹏特饮合计</b>	<b>400,303.06</b>	<b>95.50%</b>	<b>288,549.71</b>	<b>95.51%</b>	<b>273,537.51</b>	<b>96.28%</b>
非能量饮料	14,789.16	3.53%	9,905.42	3.28%	10,320.32	3.63%
包装饮用水	4,088.52	0.98%	3,662.65	1.21%	237.10	0.08%
<b>合计</b>	<b>419,180.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>302,117.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,094.92</b>	<b>100.00%</b>

报告期内东鹏特饮为公司的主导产品,报告期内分别实现销售收入273,537.51万元、288,549.71万元及400,303.06万元,占同期主营业务收入的比例分别为96.28%、95.51%及95.50%。同时,为进一步提升市场竞争力,拓宽消费群体,公司在报告期内不断丰富产品线,2018年对陈皮特饮重新进行了包装,2019年推出了新品“由柑柠檬茶”,带动非能量饮料及包装饮用水销售收入由2017年的10,557.42万元增加至2019年的18,877.68万元。

### 4、主要产品的销售价格及变动情况

报告期各期末,公司能量饮料主要区域到岸价(含税)及变动如下表所示:

单位:元/标准箱

产品	2019年末		2018年末		2017年末	
	到岸价	变动幅度	到岸价	变动幅度	到岸价	变动幅度
250ml金瓶	46	-16.36%	55	-	55	-
500ml金瓶	80	2.56%	78	1.30%	77	-

产品	2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	到岸价	变动幅度	到岸价	变动幅度	到岸价	变动幅度
250ml 金罐	56	-	56	-34.88%	86	-
250ml 金砖	27	-	27	-	27	-

注 1: 24 瓶(罐/盒)为一标准箱

注 2: 不同区域因运输距离差异到岸价略有不同

报告期内, 公司 500ml 金瓶及 250ml 金砖到岸价稳定; 250ml 金罐 2018 年 8 月由三片罐改为两片罐, 到岸价由 86 元/箱下调至 56 元/箱, 终端零售指导价格由 5 元/罐下调至 4 元/罐; 250ml 金瓶 2019 年末由 55 元/箱下调至 46 元/箱, 终端零售指导价格由 3.5 元/瓶下调至 3 元/瓶, 由此形成 250ml 金砖、250ml 金瓶、250ml 金罐、500ml 金瓶, 终端零售指导价格 2 元/盒、3 元/瓶、4 元/罐和 5 元/瓶的产品梯队, 满足市场的多样化需求。

## 5、主要客户销售情况

报告期内, 公司前 5 大客户的销售金额及占比如下表所示:

单位: 万元

序号	客户名称	销售收入	占比 (%)
<b>2019 年度</b>			
1	东莞市东瑞商贸有限公司	9,708.44	2.31%
2	东莞市金愉食品有限公司及其关联方	8,311.54	1.97%
3	深圳市安尔雅供应链管理有限公司及其关联方	6,400.58	1.52%
4	深圳市华茂兴物流有限公司及其关联方	6,349.92	1.51%
5	东莞市横沥鹏远饮料商行及其关联方	6,037.06	1.43%
<b>合计</b>		<b>36,807.54</b>	<b>8.75%</b>
<b>2018 年度</b>			
1	东莞市东瑞商贸有限公司	6,134.82	2.02%
2	东莞市金愉食品有限公司及其关联方	5,878.47	1.94%
3	海丰县瞳缙贸易有限公司及其关联方	5,028.12	1.66%
4	广州市白云区松洲美丰园食品商行及其关联方	3,878.88	1.28%
5	深圳市安尔雅供应链管理有限公司及其关联方	3,632.69	1.20%
<b>合计</b>		<b>24,552.97</b>	<b>8.08%</b>
<b>2017 年度</b>			
1	东莞市金愉食品有限公司及其关联方	5,594.76	1.97%

2	东莞市东瑞商贸有限公司	5,428.00	1.91%
3	海丰县瞳缙贸易有限公司及其关联方	3,975.59	1.40%
4	广州市白云区松洲美丰园食品商行及其关联方	3,837.74	1.35%
5	广州市民隆贸易有限公司	3,705.82	1.30%
<b>合计</b>		<b>22,541.91</b>	<b>7.93%</b>

注 1: 东莞市金愉食品有限公司关联方包括东莞市厚街金愉百货店、东莞市厚街兴怡日用品店、东莞市厚街醒哥日用品店、佛山市禅德利食品有限公司;

注 2: 深圳市安尔雅供应链管理有限公司关联方包括深圳市怡强拓实业发展有限公司、深圳市益旺多贸易有限公司、深圳市罗湖区惠利伍商行、深圳市龙岗区旺鹏通商行、深圳市龙岗区益旺多商行、巴南区兴祥通副食百货商行;

注 3: 深圳市华茂兴物流有限公司关联方包括深圳市恒久缘贸易有限公司、深圳市宇恒乐实业有限公司;

注 4: 东莞市横沥鹏远饮料商行关联方包括东莞市横沥凤林饮料商行、东莞市炫林贸易有限公司、东莞市横沥卓林饮料商行;

注 5: 海丰县瞳缙贸易有限公司关联方包括海丰县城东永鹏食品贸易商行;

注 6: 广州市白云区松洲美丰园食品商行关联方包括广州市白云区松洲南杰洲食品商行、广州普发轩贸易有限公司。

由于公司主要采取经销模式, 报告期内市场覆盖范围较大、区域划分较细, 因此报告期内合作经销商数量较多, 单个客户的销售金额占比较小, 符合行业经营特点。

2017 年、2018 年及 2019 年, 公司前 5 大客户销售收入占总体销售收入的比例分别为 7.93%、8.08% 及 8.75%, 不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50% 或严重依赖于少数客户的情况。

东莞市金愉食品有限公司及其关联方的实际控制人林景照为鲲鹏投资合伙人之一, 持有鲲鹏投资 4.50% 份额; 深圳市安尔雅供应链管理有限公司及其关联方的实际控制人郑细强为鲲鹏投资合伙人之一, 持有鲲鹏投资 1.80% 份额; 海丰县瞳缙贸易有限公司及其关联方的实际控制人蔡安特为鲲鹏合伙人之一蔡顺源之子, 蔡顺源持有鲲鹏投资 4.50% 份额。报告期内公司与东莞市金愉食品有限公司及其关联方、深圳市安尔雅供应链管理有限公司及其关联方、海丰县瞳缙贸易有限公司及其关联方的供货价格、考核方法、管理维护体系等均与其他所处同一大区的经销商完全一致, 均按照公司统一制订的相关规则执行。

除上述情况以外, 发行人的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员, 主要关联方或持有发行人 5% 以上股份的股东未在上述客户中持有任何权益。

## (五) 原材料和能源及其供应情况

### 1、主要原材料采购情况

报告期内，公司主要原材料采购金额及占比如下表所示：

单位：万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	采购金额	比例	采购金额	比例	采购金额	比例
白砂糖	49,901.03	25.07%	29,064.08	21.63%	27,754.38	21.90%
瓶坯	41,495.64	20.85%	33,704.59	25.08%	27,710.77	21.86%
纸箱	16,075.87	8.08%	12,908.27	9.60%	12,144.00	9.58%
香精	14,503.37	7.29%	8,306.31	6.18%	8,457.48	6.67%
外帽	13,890.97	6.98%	10,477.24	7.80%	11,487.12	9.06%
瓶盖	11,309.71	5.68%	9,560.76	7.11%	10,469.33	8.26%
合计	<b>147,176.59</b>	<b>73.95%</b>	<b>104,021.25</b>	<b>77.40%</b>	<b>98,023.09</b>	<b>77.34%</b>

### 2、主要原材料采购价格情况

报告期内，公司主要原材料采购价格均价如下表所示：

项目	2019年		2018年		2017年	
	采购均价	变动比例	采购均价	变动比例	采购均价	变动比例
白砂糖(元/公斤)	5.05	-2.76%	5.19	-13.40%	6.00	-
瓶坯(元/个)	0.19	-4.02%	0.20	32.66%	0.15	-
纸箱(元/个)	1.38	-7.50%	1.49	16.67%	1.28	-
香精(元/公斤)	89.16	3.21%	86.39	-0.28%	86.63	-
外帽(元/个)	0.07	4.18%	0.07	4.75%	0.06	-
瓶盖(元/个)	0.05	-7.02%	0.06	-1.84%	0.06	-

自设立以来，公司长期专注于饮料的研发、生产及销售，在长期业务发展过程中公司与国内外知名原材料供应商建立了稳定的合作关系，公司主要原材料供应充足稳定。

#### (1) 白砂糖

根据 wind 资讯，白砂糖价格 2017 年初至 2018 年末呈现较明显的下跌趋势，2019 年下半年有所回升。报告期内公司白砂糖采购均价主要受同期市场价格波

动影响,变动趋势与市场情况基本一致。



数据来源: wind 资讯

## (2) 瓶坯

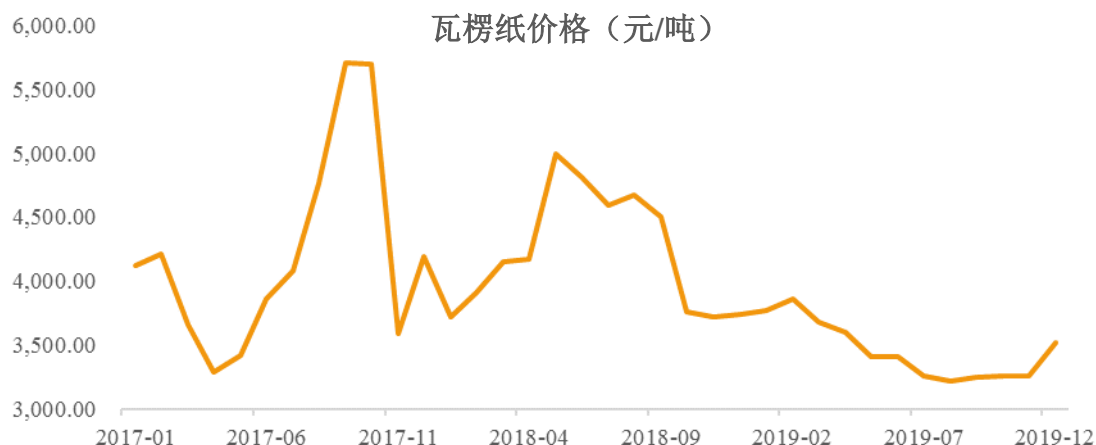
报告期内公司瓶坯主要为 PET 材质,其采购价格与原材料聚酯切片的采购价格相关度较高,通常由原材料价格及加工费两部分构成。根据 wind 资讯,2017 年至 2018 年 10 月,聚酯切片(瓶级)市场价格呈现上涨趋势,随后开始下跌并逐步回落至 2017 年上半年的价格水平。2018 年公司瓶坯采购价格较 2017 年上涨 32.66%,一方面系聚酯切片市场价格上涨,另一方面主要系因公司 2018 年瓶坯单价较高的 500ml 东鹏特饮产量大幅提升。



数据来源: wind 资讯

### (3) 纸箱

根据 wind 资讯, 纸箱价格于 2017 年 4 月探底后快速上涨, 在 2017 年 8 月达到价格高点后迅速回落至 2017 年年初水平, 随后呈现震荡上行趋势, 并于 2018 年 8 月后逐步下跌至价格低位。2018 年公司纸箱采购均价有所上升, 主要为 500ml 金瓶产量提升较快, 其纸箱单价较高; 2019 年纸箱采购均价同比下降, 主要是受到纸箱市场价格整体下跌影响。



数据来源: wind 资讯

### (4) 其他原材料

报告期内, 公司瓶盖、外帽、香精等原材料采购价格较为稳定。

## 3、主要能源采购情况

报告期内, 公司主要能源采购金额及采购均价如下表所示:

项目		2019 年	2018 年	2017 年
水	采购金额 (万元)	1,069.04	791.66	836.49
	采购量 (万吨)	353.88	247.46	248.79
	单价 (元/吨)	3.02	3.20	3.36
电力	采购金额 (万元)	4,400.97	3,426.22	3,123.46
	采购量 (万度)	7,019.58	5,207.35	4,930.38
	单价 (元/度)	0.63	0.66	0.63
天然气	采购金额 (万元)	3,091.99	1,040.61	766.17
	采购量 (万立方米)	957.17	360.12	190.54
	单价 (元/立方米)	3.23	2.89	4.02

项目		2019年	2018年	2017年
蒸汽	采购金额(万元)	856.86	915.30	515.13
	采购量(万吨)	4.49	4.84	2.71
	单价(元/吨)	190.79	189.06	190.39

报告期内,公司能源采购价格基本保持稳定。其中,2019年用水单位价格略有下降主要系随着公司南宁基地产量上升、用水量增加,而南宁水价相对较低;2018年天然气采购均价较2017年有所下降主要系2017年公司年度用气总量达到一定额度后,自2018年开始执行较为优惠的价格,因此2018年用气均价有所下降,2019年天然气采购均价较2018年有所上升主要系南宁地区天然气价格上涨。

#### 4、主要供应商采购情况

##### (1) 原材料供应商

报告期内,公司前5大原材料供应商的采购金额及占比如下表所示:

单位:万元

序号	供应商名称	采购金额	占原材料采购总额比例	主要采购内容
<b>2019年度</b>				
1	鹤山市富源塑料五金制品有限公司及其关联方	22,559.93	11.34%	瓶坯、盖帽
2	宏全食品包装(清新)有限公司及其关联方	22,433.21	11.27%	瓶坯、瓶盖、盖帽
3	雅韦安糖业(上海)有限公司	17,283.84	8.68%	白砂糖
4	广州嘉利高糖业有限公司	15,305.94	7.69%	白砂糖
5	广州联合至富贸易有限公司及其关联方	13,081.61	6.57%	瓶坯、聚酯切片
<b>合计</b>		<b>90,664.53</b>	<b>45.56%</b>	-
<b>2018年度</b>				
1	宏全食品包装(清新)有限公司及其关联方	21,225.37	15.79%	瓶坯、瓶盖、盖帽
2	南宁糖都贸易有限公司	12,778.64	9.51%	白砂糖
3	鹤山市昌泰贸易有限公司	8,645.45	6.43%	聚酯切片
4	广州联合至富贸易有限公司及其关联方	8,492.17	6.32%	瓶坯、聚酯切片
5	广西宁明东亚糖业有限公司	7,573.99	5.64%	白砂糖
<b>合计</b>		<b>58,715.62</b>	<b>43.69%</b>	-

2017 年度				
1	宏全食品包装(清新)有限公司及其关联方	19,380.44	15.29%	瓶坯、瓶盖、盖帽
2	南宁糖都贸易有限公司	13,608.75	10.74%	白砂糖
3	广西南明东亚糖业有限公司	10,113.92	7.98%	白砂糖
4	广州希仲石油化工有限公司	7,443.27	5.87%	聚酯切片
5	鹤山市昌泰贸易有限公司	7,238.47	5.71%	聚酯切片
合计		<b>57,784.85</b>	<b>45.59%</b>	-

注 1: 鹤山市富源塑料五金制品有限公司关联方包括南宁满谷食品包装有限公司、佛山市顺德区容桂佳信塑料厂;

注 2: 宏全食品包装(清新)有限公司关联方包括宏全食品包装(滁州)有限公司、宏全企业(苏州)有限公司;

注 3: 广州联合至富贸易有限公司关联方包括广州共富塑料包装容器有限公司。

报告期内, 发行人前五名原材料供应商合计采购金额分别为 57,784.85 万元、58,715.62 万元及 90,664.53 万元, 占各期原材料采购总额的比例分别为 45.59%、43.69% 及 45.56%。报告期内发行人不存在向单个原材料供应商的采购额超过总采购额的 50% 或严重依赖于少数供应商的情况。发行人的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员, 主要关联方及持有公司 5% 以上股份的股东未在上述原材料供应商中拥有任何权益。

## (2) 物流供应商

报告期内, 公司前 5 大物流供应商的采购金额及占比如下表所示:

单位: 万元

序号	物流商名称	采购金额	占物流费用比例
2019 年度			
1	深圳市凯依克物流有限公司	1,756.97	15.60%
2	广西南宁安博物流有限公司	1,479.37	13.13%
3	滁州正通物流有限公司	1,238.72	11.00%
4	安徽省吉象物流有限公司及其关联方	1,201.12	10.66%
5	广州东鹏物流有限公司	981.01	8.71%
合计		<b>6,657.19</b>	<b>59.10%</b>
2018 年度			
1	安徽省吉象物流有限公司及其关联方	2,132.15	24.65%
2	深圳市凯依克物流有限公司	1,462.07	16.90%
3	滁州正通物流有限公司	1,129.45	13.06%



序号	物流商名称	采购金额	占物流费用比例
4	广州市庆捷物流有限公司	744.33	8.60%
5	广州东鹏物流有限公司	576.62	6.67%
合计		<b>6,044.62</b>	<b>69.88%</b>
<b>2017 年度</b>			
1	广州东鹏物流有限公司	1,191.25	17.76%
2	安徽省吉象物流有限公司及其关联方	1,095.72	16.34%
3	广州市庆捷物流有限公司	831.94	12.40%
4	滁州正通物流有限公司	748.79	11.16%
5	深圳市神舟环球物流有限公司	589.11	8.78%
合计		<b>4,456.81</b>	<b>66.45%</b>

注：安徽省吉象物流有限公司关联方包括滁州汇高商贸有限公司。

报告期内，发行人前五名物流供应商合计采购金额分别为 4,456.81 万元、6,044.62 万元及 6,657.19 万元，占运费总额的比重分别为 66.45%、69.88% 及 59.10%。发行人的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员，主要关联方及持有公司 5% 以上股份的股东未在上述物流供应商中拥有任何权益。

## (六) 安全生产及环境保护情况

### 1、安全生产情况

公司高度重视安全生产问题，始终将安全作为生产经营的前提条件，严格执行国家以及有关部委颁布的与安全生产有关的各种规章制度，牢固树立“安全第一”的思想，坚持预防为主的方针。在组织机构设置上，公司组建了环保安全办，负责公司日常安全工作的执行和落地工作。制度制订方面，公司建立了一系列《生产管理制度》、《标准操作规程》、《设备设施控制程序》，严格执行岗前安全教育、在岗安全操作以及安全监督检查，并及时对安全隐患制订整改措施。根据相关主管部门出具的证明文件，报告期内发行人及下属公司没有发生违反国家安全生产管理相关法律法规的行为，也未受到与此相关的行政处罚。

### 2、环境保护情况

公司高度重视日常环境保护和污染防治工作，始终将环保达标作为首要工作之一，严格执行国家以及有关部委颁布的与环境保护有关的各种规章制度。在组织机构设置上，公司组建了环保安全办，负责公司环境保护工作的执行和落地

工作,做好日常环保自查自纠,从源头抓起,实施清洁生产,控制和减少污染物的排放。制度制订方面,公司建立《生产车间卫生管理制度》、《车间化学品管理制度》等制度,切实提高公司人员的环保意识,确保环保达标。

公司生产过程中产生的污染物主要有废气、废水、固废和噪声,对此公司采取了有效的治理措施,具体情况如下:

污染物	防治措施
大气污染物	集气罩收集后引至屋顶排放、烟囱高空排放等、加强车间机械通风措施
水污染物	污水处理站处理达标后排入市政污水管网
固体废物	集中收集处理、专业回收公司回收处理、环卫部门处理
噪声	对生产设备采取相应的隔声、消声和减振处理;采用低噪声设备

独立第三方环保机构对发行人主要生产基地进行环境评价意见如下:

序号	生产基地	环保机构	环境影响评价意见
1	增鹏	广州市鑫达环保科技有限公司	工艺及产品符合国家和地方的产业政策,污染防治措施完善,污染物排放达到相关排放标准,对周围环境不会产生明显的影响
2	莞鹏	广东粤辉环保工程有限公司	在核查时段内,严格执行了环评批复及竣工验收有关要求,安装了相应的污染防治设施,环保设施稳定运行;各次监测的废气、废水、噪声均符合排放标准,符合环保要求及当地环保部门的监管要求
3	徽鹏	安徽省环协环境规划设计研究院有限公司	项目废水处理达标;针对固体废物的产生情况采取了合理的处置措施;各监测点噪声均满足国家质量标准要求;废气满足国家排放标准限值
4	桂鹏	广州广茂环境管理服务服务有限公司	采取的环保设施运行良好,防治措施基本可行有效,各项污染物排放指标均达到国家相关排放标准,对周边环境影响很小
5	海丰水厂	广州市鑫达环保科技有限公司	工艺及产品符合国家和地方的产业政策,污染防治措施完善,污染物排放达到相关排放标准,对周围环境不会产生明显的影响

报告期内,公司环保相关费用支出总额分别为 357.33 万元、1,009.01 万元及 1,350.80 万元,具体情况如下:

单位: 万元

项目	2019年	2018年	2017年
环保工程及设施购置	952.62	709.12	79.48
排污费等其他支出	398.19	299.89	277.84
合计	<b>1,350.80</b>	<b>1,009.01</b>	<b>357.33</b>

报告期内公司各项环保设施运行良好,未发生因环保问题而被有关部门处罚的情况。

## 五、与发行人业务相关的资产情况

### (一) 主要固定资产情况

#### 1、固定资产概览

截至报告期末,公司的固定资产明细项目如下表所示:

单位: 万元

项目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子设备及办公设备	合计
资产原值	62,393.50	75,422.16	1,872.70	3,442.29	143,130.65
累计折旧	8,592.41	25,982.77	996.84	2,003.48	37,575.50
减值准备	-	657.68	-	-	657.68
账面价值	<b>53,801.10</b>	<b>48,781.71</b>	<b>875.86</b>	<b>1,438.81</b>	<b>104,897.47</b>

#### 2、主要生产设备

截至报告期末,公司正在使用的主要生产设备情况如下:

单位: 万元

序号	设备类型	数量(台、套)	账面原值	成新率	账面价值
1	前水处理系统	5	7,464.87	65.80%	4,911.94
2	水处理系统	5	3,454.18	58.42%	2,017.99
3	灌装机	19	14,276.00	62.66%	8,944.71
4	吹旋灌一体机	7	5,049.36	76.61%	3,868.44
5	吹瓶机	15	10,111.74	51.14%	5,170.69
6	杀菌系统	5	3,392.32	79.31%	2,690.47
7	高低压系统	5	1,841.04	65.95%	1,214.19
8	高压系统	5	1,671.61	63.03%	1,053.64
9	喷淋机	4	406.99	92.44%	376.24

序号	设备类型	数量(台、套)	账面原值	成新率	账面价值
10	冷却水系统	5	507.54	69.83%	354.44

## (二) 主要经营性房屋

### 1、房屋建筑物

截至本招股说明书签署日,发行人共拥有自有房屋 29 处,其中 18 处房屋已取得权属证书,10 处房屋正在办理权属证书,另有 1 处房屋未取得权属证书。具体如下:

#### (1) 已取得权属证书的房屋

序号	所有权人	权证号	地址	房屋用途	建筑面积(平方米)	他项权利
1	东鹏饮料	川(2019)成都市不动产权第 0102362 号	高新区吉庆三路 333 号 1 栋 1 单元 14 层 1401	办公	628.42	-
2	增鹏	粤(2017)广州市不动产权第 10204291 号	增城区石滩镇三江荔三路 752 号(厂房 A1)	用途:其它	16,239.53	-
3	增鹏	粤(2017)广州市不动产权第 10204292 号	增城区石滩镇三江荔三路 752 号(厂房 C1)	用途:其它	187.55	-
4	增鹏	粤(2020)广州市不动产权第 10201935 号	广州市增城区石滩镇荔三路 750 号 7 栋	用途:其它	10,677.52	-
5	增鹏	粤(2020)广州市不动产权第 10201936 号	广州市增城区石滩镇荔三路 750 号 4 栋	用途:其它	2,071.40	-
6	增鹏	粤(2018)广州市不动产权第 10211482 号	增城市石滩镇岗尾村大萝(土名)厂房 A-2	用途:其它	2,000.00	-
7	增鹏	粤(2018)广州市不动产权第 10211483 号	增城市石滩镇岗尾村大萝(土名)宿舍楼 C1	用途:其它	3,918.44	-
8	增鹏	粤(2018)广州市不动产权第 10211484 号	增城市石滩镇岗尾村大萝(土名)厂房 A1	用途:其它	10,155.64	-
9	增鹏	粤(2018)广州市不动产权第 10211485 号	增城市石滩镇岗尾村大萝(土名)办公楼 D1	用途:其它	596.19	-
10	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008190 号	阜阳路 1 号 1#生产车间	工业用地/车间	36,761.10	抵押
11	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008191 号	阜阳路 1 号食堂	工业用地/食堂	2,959.04	抵押
12	徽鹏	皖(2016)滁州市不	阜阳路 1 号 2#生	工业用	36,721.20	抵押

序号	所有权人	权证号	地址	房屋用途	建筑面积(平方米)	他项权利
		动产权第 0008192 号	产车间	地/车间		
13	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008193 号	阜阳路 1 号 2#完成车间	工业用地/车间	22,167.17	抵押
14	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008194 号	阜阳路 1 号 2#倒班宿舍	工业用地/集体宿舍	4,581.94	-
15	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008195 号	阜阳路 1 号 3#倒班宿舍	工业用地/集体宿舍	4,581.94	-
16	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008196 号	阜阳路 1 号 3#包装车间	工业用地/车间	13,153.19	-
17	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008197 号	阜阳路 1 号 3#生产车间	工业用地/车间	34,810.98	-
18	徽鹏	皖(2016)滁州市不动产权第 0008199 号	阜阳路 1 号 1#完成车间	工业用地/车间	22,167.17	抵押
合计			—		224,378.42	-

### (2) 正在办理权属证书的房屋

位于南宁高新区明华路北面、新际路东面的土地(土地使用权证号为:桂(2017)南宁市不动产权第 0056717 号)系桂鹏自有土地,位于该地块的桂鹏生产基地的 10 处房屋正在办理房产证书,共计 98,178.27 平方米。

### (3) 未取得权属证书的房屋

序号	所有权人	地址	房屋用途	建筑面积(平方米)	他项权利
1	莞鹏	东莞市道滘大罗沙村大漳沙洲(土地涌)	办公楼、仓库	11,745.00	-

上述 1 项莞鹏拥有的未取得权属证书的房屋系根据《转让合同书》受让取得。根据《转让合同书》,叶展钧将位于东莞市道滘大罗沙村大漳沙洲面积 11,132.90 平方米土地转租给莞鹏,附着于该宗土地上一栋 3 层办公楼、3 栋简易厂房及该地块红线图纸内的建筑物转让给莞鹏,归莞鹏所有和使用。

2018 年 4 月 13 日,东莞市道滘镇人民政府出具《证明》,对上述未取得权属证书的房屋情况予以说明,确认位于道滘镇大罗沙工业区的厂房权属莞鹏,该等厂房未取得房屋产权证。厂房所在土地属集体建设用地,所有权人为大罗沙村经联社,土地用途为工业用途,莞鹏依相关合同及现状使用该集体土地及厂房,符合道滘镇土地利用整体规划。道滘镇政府确认上述情形不构成重大违法违规,

也不会因租赁使用该集体土地及土地上未取得产权的厂房对出租方或使用方进行处罚,该地块房产未来十年没有纳入拆迁规划。如有拆迁将提前通知。

2020年1月9日,东莞市住房和城乡建设局出具《证明》,报告期内莞鹏不存在受到该局处罚记录;2020年3月5日,东莞市自然资源局出具《核查证明》,报告期内莞鹏不存在因违反国土资源管理和城乡规划法律法规而受到该局行政处罚的情形。

发行人控股股东、实际控制人林木勤出具《关于东鹏饮料(集团)股份有限公司土地、房屋问题的承诺函》,承诺如下:“如公司及其子公司因使用租赁土地受到相关主管部门行政处罚的,本人将承担由此给公司及其子公司造成的全部损失。针对公司尚未取得权属证书的房屋,本人将积极与有权房产管理部门及相关方进行沟通,并尽最大努力为该等房产办理权属证书。如因公司建设房屋暂未取得房屋产权证书致使该等房屋被拆除、没收或致使公司受到行政处罚的,本人将承担由此给公司造成的全部损失。若公司及其子公司因租赁无产权证书房屋以及未办理租赁备案事宜而受到相关主管部门的行政处罚,本人将承担由此产生的任何滞纳金、罚款或另行租房等可能给公司及其子公司造成的损失。”

经核查,保荐机构及发行人律师认为,莞鹏租赁的前述土地及购买房屋的行为已取得镇政府书面确认,莞鹏使用上述土地及房产符合所在地区的土地利用总体规划,相关房产未来十年没有纳入拆迁规划,上述行为不构成重大违法违规。东莞市住房和城乡建设局、东莞市自然资源局也书面确认发行人不存在受到行政处罚的情形。发行人控股股东、实际控制人已出具承诺,如因上述情况导致公司损失的全部由其承担。结合该宗土地上建筑物的资产价值和实际用途,上述情况对发行人生产经营不构成重大风险,对本次发行不构成实质性法律障碍。

## 2、租赁土地及房屋

截至本招股说明书签署日,发行人及其子公司用于主要经营及生产场所的租赁土地及房屋情况如下:

序号	承租方	出租方	坐落位置	租赁情况(m <sup>2</sup> )	租赁期限	产权证书	租赁用途
1	东鹏饮料	深圳市明亮行顾问咨询有限公司	众冠红花岭工业区西区3栋1层、3层	建筑面积2,928.55	2018.07.08-2021.07.31	深房地字第4000082646号	办公

序号	承租方	出租方	坐落位置	租赁情况(m <sup>2</sup> )	租赁期限	产权证书	租赁用途
2	东鹏饮料	深圳市明亮行顾问咨询有限公司	众冠红花岭工业区西区3栋2层	建筑面积1,444.26	2019.10.01-2021.07.31	深房地字第4000082646号	办公
3	增鹏	广州市盟骏实业有限公司	广东省增城市石滩镇岗尾村广州市盟骏实业有限公司2栋厂房	建筑面积5,000.00	2012.10.01-2032.09.30	粤房地权证自字第10031487号、粤房地权证自字第10031488号	仓库
4	莞鹏	大罗沙经联社	东莞市道滘镇大罗沙村大漳沙洲(土地涌)	土地面积11,132.90	2017.01.01-2052.09.30	-	仓库办公楼、仓库用地
5	莞鹏	李应祥	东莞市道滘镇大罗沙工业区	土地面积25,700.00; 建筑面积47,992.98	2012.01.01-2032.01.01	-	厂房、宿舍
6	东鹏饮料	顺宝泉	海丰县莲花山镇建祖寮存猪槽坑山地	建筑面积15,535.90	2017.09.01-2037.08.31	-	厂房、宿舍、办公楼、仓库等

#### (1) 莞鹏生产基地用地及用房

①上述第4项土地租赁参见本节之“1、房屋建筑物”之“(3)未取得权属证书的房屋”。

②上述第5项土地及房屋系由莞鹏向李应祥租赁，土地系集体土地。该等土地及房屋主要作为莞鹏生产基地使用，租赁房屋面积占发行人在用房屋总面积的11.31%。

2018年4月13日，东莞市道滘镇人民政府出具《证明》，确认莞鹏租赁位于道滘镇大罗沙工业区的土地及厂房，出租人为李应祥。厂房所在土地属集体建设用地，所有权人为大罗沙村经联社，土地用途为工业用途，莞鹏依相关租赁合同及现状使用该集体土地及厂房，符合道滘镇土地利用整体规划。东莞市道滘镇人民政府确认出租方和使用方上述情形不构成重大违法违规，不会因租赁使用该集体土地及土地上未取得产权的厂房对出租方和使用方进行处罚，该地块房产未来十年没有纳入拆迁规划，如有拆迁将提前通知。

东莞市住房和城乡建设局、东莞市自然资源局针对报告期内莞鹏不存在被处

以行政处罚的情形出具的证明，及发行人控股股东、实际控制人林木勤出具《关于东鹏饮料（集团）股份有限公司土地、房屋问题的承诺函》，参见本节之“1、房屋建筑物”之“(3) 未取得权属证书的房屋”。

发行人部分募集资金将用于华南生产基地建设项目，该项目建成后，预计形成年产 48.12 万吨饮料的生产能力，可以承接莞鹏相关产能，降低因莞鹏租赁土地、房屋及自有房屋产权瑕疵给公司生产经营造成损失的风险。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，莞鹏租赁前述土地及房屋行为已取得镇政府书面确认，莞鹏使用上述土地及房屋符合土地所在地区的土地利用整体规划，相关房屋未来十年没有纳入拆迁规划，相关租赁行为不构成重大违法违规。东莞市住房和城乡建设局、东莞市自然资源局也书面确认发行人不存在受到行政处罚的情形。此外，发行人控股股东、实际控制人已出具承诺，如因上述情况导致公司损失的全部由其承担。并且，发行人华南生产基地建设项目可承接莞鹏相关产能，降低因莞鹏租赁土地、房屋及自有房屋产权瑕疵给发行人生产经营造成损失的风险。因此，上述情况对发行人生产经营不构成重大风险，对本次发行不构成实质性法律障碍。

## （2）海丰水厂生产基地用房

上述第 5 项房屋系由东鹏饮料向顺宝泉租赁，主要作为海丰水厂生产基地使用。该等房屋占发行人在用房屋总面积的 3.66%，比例较低。针对该等租赁房屋，发行人控股股东、实际控制人已出具《关于东鹏饮料（集团）股份有限公司土地、房屋问题的承诺函》，参见本节之“1、房屋建筑物”之“(3) 未取得权属证书的房屋”。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，上述发行人向顺宝泉租赁的未取得不动产权证书的房屋面积占发行人在用房屋总面积的比例较低。此外，发行人控股股东、实际控制人林木勤已对租赁使用该等瑕疵房屋做了承诺，上述情况不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

## 3、办事处用房

发行人租赁使用的用于办事处的房屋共 119 处，具体如下：



序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
1	东鹏饮料	张雷	佛山市禅城区南庄镇南庄大道中68号1区4座201号	150.84	办公	粤(2017)佛禅不动产权第0045507号	2019.12.01-2020.11.30
2	东鹏饮料	邱文亮	广东省中山市西区歧沙路骏华庭B栋1005	96.83	办公	粤(2018)中山市不动产权第0114424号	2019.12.01-2020.11.30
3	东鹏饮料	汪小琬	中山市西区沙朗金港路73号朗城家园10栋801	85.00	办公	粤房地权证0213031266	2019.12.01-2020.11.30
4	东鹏饮料	黄靖	广州市天河区燕岭路25号1413房	95.19	办公	粤房地权证穗字第0950116407号	2019.01.01-2020.12.31
5	东鹏饮料	广州信隆鑫物业管理有限公司	广东省广州市番禺区南村镇兴业大道东610号311室	110.00	办公	粤2019广州市不动产权第07203213号	2019.12.06-2021.12.05
6	东鹏饮料	冯耀祥	广东省广州市荔湾区花地大道南66号芳华都汇远大财富大厦1309房	78.16	办公	粤2017广州市不动产权第00107588号	2019.12.01-2020.11.30
7	东鹏饮料	邝伟兴	广东省广州市花都区新华镇迎宾大道15号融通商务中心208室	120.00	办公	粤2019广州市不动产权第08206129号	2019.12.01-2020.11.30
8	东鹏饮料	陈碧凤	广东省广州市增城区荔城国际锦绣四期H2栋1201房	111.83	办公	粤2019广州市不动产权第10016292	2018.12.01-2020.11.30
9	东鹏饮料	李清文	江门市新会区新会碧桂园丽景清泉一街9座1303	113.64	办公	粤(2017)江门市不动产权第2016354号	2019.12.01-2020.11.30
10	东鹏饮料	梁启康	广东省江门市蓬江区江门万达广场1幢2512室	150.55	办公	粤房地权证江门字第0116005521号	2020.04.01-2021.03.31
11	东鹏饮料	曾丽	湛江市赤坎区金城一横路8号沿江华庭3幢2507房	69.30	办公	粤房地权证湛江CQ字第0100097650号	2019.12.01-2020.11.30
12	东鹏饮料	朱欣柏	茂名市站前二路朝阳小区口岸南街129号3楼301室	159.40	办公	粤房地证字第C2374147号	2019.12.01-2020.11.30
13	东鹏饮料	黄绍永	湛江市廉江市春晖中路16号	483.48	办公	粤房地权证廉江字第1100004315号	2019.12.01-2020.11.30

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
14	东鹏饮料	黄金全	广东省珠海市香洲区前山粤海西路28号中联国际一单元2607室	94.91	办公	粤房地权证珠字第0100116519号	2019.12.01-2020.11.30
15	东鹏饮料	曾吉英	广东省东莞市黄江镇社贝二街1号201	100.00	办公	粤房地证字第C4289954号	2019.12.01-2020.11.30
16	东鹏饮料	郑炳南	广东省东莞市虎门镇卢屋向北新区一路一巷18号	96.00	办公	粤房地权证中府字第1900061104683号	2019.12.01-2020.11.30
17	东鹏饮料	冯远华	东莞市凤岗镇五联村盛联路6号雍景居2号商业、住宅楼1302	97.38	办公	粤(2018)东莞不动产权第0310082号	2019.12.01-2020.11.30
18	东鹏饮料	耿晓理	韶关市武江区新华南路新津小区华泰苑3幢303房	99.88	办公	粤房地证字第C1262822号	2019.12.01-2021.11.30
19	东鹏饮料	蔡琦聪	清远市新城凤翔大道一号丽晶豪庭一座28层02号	395.85	办公	粤房地权证中府字第0100059298号	2019.06.01-2020.05.31
20	东鹏饮料	邓友泉	肇庆市黄岗镇石牌村委会仕贤村小组107区星湖大道西侧邓友泉宅	196.60	办公	粤房地权证肇字第0200037052号	2019.12.01-2020.11.30
21	东鹏饮料	彭大新	海口市海盛路6号省二轻物资供销公司宿舍二轻花园510房	116.13	办公	海口市房权证海房改字第HK043452号	2019.12.01-2020.11.30
22	东鹏饮料	符钱菊	三亚市吉阳区榆亚路碧海佳园1栋5区5楼503号	80.88	办公	三土房(2011)字第017794号	2019.12.01-2020.11.30
23	东鹏饮料	甘细连	贵港市桂林路728号(东方巴黎)6幢1203房	140.07	办公	贵港房权证港北区字第10089944号	2019.12.01-2020.11.30
24	东鹏饮料	梁永就	桂平市现代豪庭1栋3单元2403房	115.00	办公	浔房权证西山字第201507075号	2019.12.25-2020.12.25
25	东鹏饮料	彭岳军	北海市京泰路天和花园D栋3单元402室	147.00	办公	北房权证(2006)字第00087172号	2019.12.01-2020.11.30
26	东鹏饮料	李明兆	灵山县灵城镇新华路51号荔都花园A座A-1-401号	129.63	办公	房权证灵房字第200822703号	2019.12.01-2020.11.30
27	东鹏饮料	唐金凤/王窈瀛	广西壮族自治区桂林市七星区环城北二路36号冠泰水晶城16	94.05	办公	桂林市房产证七星区字第30454281	2019.12.01-2020.11.30

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
			栋 502 室			号	
28	东鹏饮料	刘善华	广西河池市宜州区中山大道公务员西区 13 栋二单元 202	160.22	办公	宜房权证宜州字第 0103853798 号	2019.12.01-2020.11.30
29	东鹏饮料	黄健/肖桂莲	广西贺州市八步区灵峰南路远东国际城万象苑 D 单元 305 号房	86.45	办公	贺房权证八步字第 (2010) 00037424 号	2019.12.01-2020.11.30
30	东鹏饮料	樊伟龙	广西省柳州市文兴路 29 号兆安·现代城 64 栋 13-1 号	161.15	办公	柳房权证字第 D0300846 号	2019.12.01-2020.11.30
31	东鹏饮料	黄春华/黄剑华	广西省梧州市长洲区新兴二路 132 号御山帝景 5 栋 2 单元 501	95.47	办公	桂(2018)梧州市不动产权第 0013729 号	2019.12.01-2020.11.30
32	东鹏饮料	朱洪立	广西百色市右江区城东大道幸福东郡六栋一单元 2602 室	123.22	办公	桂(2019)百色市不动产权第 0022459 号	2019.12.01-2020.11.30
33	东鹏饮料	冯艳春/谢海湖	崇左市园区西路西侧(天琴馨苑小区)第 4 栋 2-603 号房	103.29	办公	桂(2018)崇左市不动产权第 0001430 号	2019.12.12-2020.12.11
34	东鹏饮料	刘小燕	来宾市兴宾区红水河大道 258 号领秀新天地 11 号楼 1702 号	81.39	办公	来房产证来字第 2014000587 号	2019.12.01-2020.11.30
35	东鹏饮料	陈树峰	南宁市青秀区七星路 135 号 14 栋 2 单元 1-1 号房	68.63	办公	桂(2019)南宁市不动产权第 0270387 号	2019.12.01-2020.11.30
36	东鹏饮料	厦门优宗信息科技有限公司	厦门市软件园三期诚毅北大街 51 号 1403-1 单元	160.00	办公	闽(2017)厦门市不动产权证明第 0061415 号	2019.12.01-2020.11.30
37	东鹏饮料	陈超华	福建省福州市台江区河下街 103 号颐景园二区 1 号楼 301	146.21	办公	榕房产证 FZ 字第 16040489 号	2019.12.16-2020.12.15
38	东鹏饮料	李荣庆、江文莉	湖北省黄冈市黄川区明珠大道金家上城 7 号楼 1 单元 1103 室	131.27	办公	黄冈市房权证黄州字第 065898-1/2 号	2019.12.01-2020.11.30
39	东鹏饮料	黄骏弘	湖南省邵阳市大祥区东湖日欣 1 栋 2 单元 1304	162.00	办公	邵房权证字第 R0071467 号	2020.03.01-2021.02.29
40	东鹏饮料	苏敏	郴州市北湖区韩溪路恒大华府 11 栋 1504	121.00	办公	郴房权证北湖字第	2019.12.01-2020.11.30

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
			房			715017096号	
41	东鹏饮料	毕杰、李富	湖南省长沙市芙蓉区银港水晶城B5栋1单元1101	208.09	办公	长房产证芙蓉字第712187336号	2019.11.15-2020.11.14
42	东鹏饮料	宋先果、宋欣鸿	湖南省株洲市芦松区建设中路阳光新城1栋2501室	133.48	办公	株房权证株字第1000520878号	2020.02.01-2021.01.31
43	东鹏饮料	刘林杰	湖南省益阳市赫山区太一御江城二期四栋二章元1503室	135.13	办公	湘(2017)益阳市不动产权第0012863号	2019.05.08-2020.05.07
44	东鹏饮料	吴鑫锋	娄底区新星南路东方豪苑0016幢1704	145.90	办公	娄房权证娄底字第00149309号	2019.12.23-2020.12.23
45	东鹏饮料	周学英	九江市前进东路匡庐苑二栋二单元1406室	98.00	办公	九房权证庐字第1000126568号	2019.12.01-2020.11.30
46	东鹏饮料	曾国生	江西省赣州市章贡区杨公路1号金樽花园6栋3单元506室	143.00	办公	赣房权证字第00132444号	2020.01.01-2020.12.31
47	东鹏饮料	钟丽娜	江西省瑞金市金都大道金都一号6栋一单元702	124.90	办公	赣(2016)瑞金市不动产权第004688号	2019.12.01-2020.11.30
48	东鹏饮料	万云春	高安市瑞州街办瑞阳大道以北状元府6幢2单元504号	84.67	办公	赣(2016)高安市不动产权第0002004号	2019.12.01-2020.11.30
49	东鹏饮料	易艳玲	江西省宜春市宜春北路891号8号楼幢11层1104号	106.12	办公	宜房产证宜春字第2-20130007-1/4号	2019.12.01-2020.11.30
50	东鹏饮料	周香彩	江西省上饶市上饶县吉阳西路9号上层时代6幢1单元502室	124.58	办公	饶(县)房权证旭日街道办事处办字第12000593-1号	2019.12.01-2020.11.30
51	东鹏饮料	李群	南昌市迎宾中大道百城晶典1栋2单元1203室	88.00	办公	南房权证莲塘镇字第00151663号	2019.12.01-2020.11.30
52	东鹏饮料	卢世华	温州市瓯海区潘桥镇屏山村	229.86	办公	温房权证瓯海区字第0217619号	2019.12.01-2020.11.30
53	东鹏饮料	穆冠宇	江苏省徐州市鼓楼区风尚米兰小区L1幢903室	50.91	办公	国房产证徐州字第SY0091280号	2018.12.01-2020.11.30

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
54	东鹏饮料	宿迁奥拓机械电子有限公司	江苏省宿迁市经济开发区浦东路560号	310.00	办公	房产证宿迁字第46-A-776号	2019.12.01-2020.11.30
55	东鹏饮料	许海英/徐韬	盐城市开放大道11号东圣花园12号104室	97.58	办公	苏(2019)盐城市不动产权第0065585号	2019.12.01-2020.11.30
56	东鹏饮料	韩国强	南通市崇川区中南世纪城33幢2805室	69.96	办公	南通房产证字第130044068号	2019.12.01-2020.11.30
57	东鹏饮料	苏州市江南国际置业有限公司	苏州市相城区嘉园路588号6楼603室	123.00	办公	苏房产证相城字第30126760号	2019.06.01-2020.05.31
58	东鹏饮料	张林根/陈镁	江苏省昆山市张浦镇心泊兰花苑3栋804号	126.51	办公	苏(2018)昆山市不动产权第0092812号	2019.12.01-2020.11.30
59	东鹏饮料	袁志东/汪凤霞	江苏省常州市天宁区银河湾名苑37-515号	54.31	办公	常房产证字第00595545号/常房产证字第00595545-1号	2019.12.14-2020.11.30
60	东鹏饮料	华佩玉	江苏省无锡市梁溪区锡沪东路8号名品城A1栋1919	38.09	办公	锡房产证字第WX1000544801号	2019.12.01-2020.11.30
61	东鹏饮料	韩露	安徽省蚌埠市新怡绿洲(一期)8号楼2-2-2	142.77	办公	房地权证蚌私字第430179号	2019.12.01-2020.11.30
62	东鹏饮料	王鹏飞	安徽省亳州市谯城区木兰路华德御景小区1号3单元705	119.24	办公	房地权证亳字第201200752号	2019.06.26-2020.06.25
63	东鹏饮料	江道林	合肥市政务区蔚蓝商务港A栋601	72.69	办公	产地权合产字第631034号	2019.12.01-2020.11.30
64	东鹏饮料	潘声青/喻道芬	安徽省六安市裕安区恒生阳光城50栋1201	118.47	办公	房地权证房产中心字第3230401号	2020.04.01-2020.09.30
65	东鹏饮料	蒋铭	湖州市百盛国际大厦1707室	61.16	办公	浙2018湖州市不动产权第0042640号	2019.12.10-2020.12.09
66	东鹏饮料	嘉兴市南湖区	浙江省嘉兴市南湖区竹园路100号环球金	115.00	办公	浙(2017)嘉南不动产权	2019.12.20-2021.12.19

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
		基金小镇物业管理有限公司	融中心 1506			第0040112号	
67	东鹏饮料	上海佳钢餐饮设备有限公司	上海市松江区九亭区盛富路36号一楼	1,070.00	办公	沪(2017)松字不动产权第024636号	2016.11.20-2022.11.19
68	东鹏饮料	颜炳升/杜念秀	山东省临沂市兰山区工业大道91-29鑫盛家园1号楼3单元102室	90.22	办公	鲁(2018)临沂市不动产权第0070936号	2019.12.01-2020.11.30
69	东鹏饮料	王瑞忠	潍坊市高新技术开发区玉清街13736号荣昌花园5号楼1-1502	159.33	办公	鲁(2019)潍坊市奎文区不动产权第0068027号	2019.12.01-2020.11.30
70	东鹏饮料	张世忠	荣校路18号荣康医院家属院6号楼东流2单元5层东户	85.42	住宅	豫(2017)新乡市不动产权第0024846号	2019.12.01-2020.11.30
71	东鹏饮料	乔纪荣	幸福里4-2-1203室	126.54	住宅	豫(2016)开封市不动产权第0015343号	2019.12.01-2020.11.30
72	东鹏饮料	王瑞香	许昌市魏都区天瑞街NAPA溪地1号楼2单元901室	137.28	住宅	豫(2017)许昌市不动产权第0017596号	2019.12.01-2020.11.30
73	东鹏饮料	黄明霞	河南省信阳市羊山新区新七大道恒大名都9号楼1单元1202室	123.43	住宅	豫(2019)信阳市不动产权第0016016号	2019.12.01-2020.11.30
74	东鹏饮料	山东福瑞达医药集团有限公司	济南高新区新泺大街888号	627.78	办公	鲁(2018)济南市不动产权第0211897号	2017.03.01-2023.02.28
75	东鹏饮料	刘芳	达川区三里坪街道骑龙大道87号(罗浮·南山美庐)5-2-17-1	99.65	办公	川(2016)达川区不动产权第0001283号	2019.12.01-2020.11.30
76	东鹏饮料	江洋	南充市顺庆区文峰街二段瑞露嘉都8栋1单元9层2号	215.29	办公	南房权证南监字第00272002号	2019.12.01-2020.11.30
77	东鹏饮料	刘龙涛	文山市肉联厂旁安置区	441.60	办公	云(2019)文山市不动产权第0010756号	2019.12.01-2020.11.30

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
78	东鹏饮料	潘世玉/邓群娟	昆明市四季城沁春苑7栋6东源1Q号	185.34	办公	昆明市房权证官字第200801066号	2019.11.15-2020.11.14
79	东鹏饮料	王靖/刀晓林	普洱市思茅区石龙路7号北岸逸景8栋4层403号	134.82	办公	普洱市房产证普房字第201603690-1/2号	2019.12.10-2020.12.09
80	东鹏饮料	阿应棠/黄晓芸	大理州经济开发区西源小区F-1栋2-1号	104.90	办公	云(2019)大理市不动产权第0020590号	2019.12.05-2020.12.05
81	东鹏饮料	陈文萍	九龙坡区西郊支路12号16幢6-1号	158.17	办公	渝(2017)九龙坡区不动产权第000839176号	2019.12.01-2020.11.30
82	东鹏饮料	彭秀红/王铭	凯里经济开发区中吴大道19号屹东新城1栋1单元2层201号、凯里经济开发区中吴大道19号屹东新城1栋1单元2层205号	82.79	办公	黔(2018)凯里市不动产权第0003784号、黔(2018)凯里市不动产权第0003785号	2019.05.01-2020.04.30
83	东鹏饮料	甘茂	贵州省兴义市大商汇B3组团12栋2601	142.56	办公	黔(2017)兴义市不动产权第0004597号	2019.12.01-2020.11.30
84	东鹏饮料	龚兰英	贵州省安顺市开发区西航路车城锦绣黔城3栋2单元4层5号	131.69	办公	安市房权证开发字第030051436号	2019.12.10-2020.12.10
85	东鹏饮料	张霞	兰州市城关区南街道雁西路241号第5单元6房6010室	103.61	办公	甘(2019)兰州市不动产权第0047630号	2019.12.01-2020.11.30
86	东鹏饮料	邱国芳	上海市虹口区逸仙路300号705室	55.52	办公	沪房地虹字2009第013570号	2019.12.01-2020.11.30
87	东鹏饮料	王汉炎	广东省广州市白云区石井镇石沙公路38号E栋葵发商务楼4楼4108室	120.00	办公	穗府国用(2007)第01300034号	2019.12.01-2020.11.30
88	东鹏饮料	梁贵斌	开平市长沙区新城路8号金碧豪庭5幢204房	84.52	办公	开府国用(2007)第0042号	2019.12.08-2020.11.08
89	东鹏饮料	东莞市汇庭物业管理有限公司	广东省东莞市寮步镇香市路125号龙庭大厦409室	115.00	办公	东府集用(2008)第1900161912919	2019.12.01-2020.11.30

序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
90	东鹏饮料	刘彦河	东莞市厚街镇桥头第三工业区莲涌东路三巷54号	141.00	办公	东府集用(2002)第1900131009319	2019.12.01-2020.11.30
91	东鹏饮料	陈俊兆	云浮市区岔路村委田心村(即府前路旁)	150.00	办公	云府集用(2016)第000068号	2020.03.01-2020.11.30
92	东鹏饮料	白小芹	武汉市汉阳区南国明珠一期4栋2单元1001室	134.92	办公	阳国(商2007)第3652号	2019.12.01-2020.11.30
93	东鹏饮料	何钊华	广东省中山市小榄镇环镇西路三号三楼西边	120.00	办公	居委会证明	2019.12.01-2022.11.30
94	东鹏饮料	深圳市锦基实业有限公司	深圳市宝安区沙井街道沙三路44号智客家园二楼A208号房	80.00	办公	社区证明	2020.01.01-2020.12.31
95	东鹏饮料	梁继雄	广州市天河区车陂龙口大街6号楼汇德商业大厦206房	172.00	办公	社区证明	2017.12.01-2020.11.30
96	东鹏饮料	张树群	普宁市流沙镇秀陇村康南五栋22-23号楼三楼	140.00	办公	村委会证明	2019.12.01-2020.11.30
97	东鹏饮料	深圳市大邦投资有限公司	深圳市龙岗区深汕路218号银山商务中心5楼501	135.00	办公	村委证明	2019.12.01-2020.11.30
98	东鹏饮料	唐亚义	湖南省永州市冷水滩区春江安置小区7栋3单元4楼(近菜市场)	120.00	办公	村委证明	2020.02.01-2021.01.31
99	东鹏饮料	金国芳	浙江省义乌市福田街道陶界岭小区83栋3单元3楼	144.00	办公	村委证明	2019.12.01-2020.11.30
100	东鹏饮料	王义林	山东省菏泽市牡丹区北城办事处刘庄新村东数第三排	100.00	办公	村委会证明	2019.12.01-2020.11.30
101	东鹏饮料	钟开群	广西壮族自治区玉林市玉州区人民东路516号水利电力设计院B栋903房	145.00	办公	房屋证明	2019.12.01-2020.11.30
102	东鹏饮料	胡小燕	南昌市青山湖区锦湖花园B区2栋1单元1201室	125.86	办公	安置房还房协议书	2019.12.01-2020.11.30
103	东鹏饮料	孙贺岐	河北省唐山市丰南区白石家园1-2-1403	114.00	办公	回迁确认卡	2019.12.01-2020.11.30
104	东鹏饮料	吕洪丞	北流市中央广场2栋1602房	122.63	办公	购房合同	2019.12.01-2020.11.



序号	承租方	出租方	所在地	面积(m <sup>2</sup> )	用途	房屋权属证明	租赁起始期限
							30
105	东鹏饮料	蒙永华、谢海湖	广西省南宁市横县横州镇茉莉花大道圣达雅苑15东202	107.00	办公	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
106	东鹏饮料	林新锋	福建省泉州市丰泽区东海中芸洲海景国际花园城高层高尚住宅区天域3#楼名尊2502	196.00	办公	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
107	东鹏饮料	黎俊波	天门市西湖路298号鑫龙中央公园3栋2单元2101室	117.22	办公	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
108	东鹏饮料	刘懿	湖南省衡阳市蒸湘区立新路32融冠·水印豪庭B13栋305房	139.46	办公	购房合同	2020.01.01-2020.12.31
109	东鹏饮料	唐香莲	怀化市鹤城区金海路京都景苑A栋1003室	133.08	办公	购房合同	2019.11.10-2020.11.09
110	东鹏饮料	刘春卫、黄盈盈	江西省吉安市吉州区吉州大道国隆花园里2栋2单元2003室	89.14	办公	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
111	东鹏饮料	刘五姣	江西省赣州市信丰县嘉定镇健康路北侧安置区601	116.65	办公	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
112	东鹏饮料	赵峰	凯旋路佳境天城2号楼1单元103室	94.31	住宅	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
113	东鹏饮料	常慧珍	周口市文昌街中段金色东方·佳苑5号楼2单元205室	111.60	住宅	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
114	东鹏饮料	田耀吾	南阳市孔明南路嘉润公馆2号楼2单元901	129.01	住宅	购房合同	2019.12.01-2020.11.30
115	东鹏饮料	陆兴元	贵州省都匀市北城财阜小区2号楼704号	136.26	办公	购房合同	2019.07.08-2020.07.07
116	东鹏饮料	刘锦萍	贵州省贵阳市观山湖区金融城中天长岭阳光A3组团10栋11楼1号	246.04	办公	购房合同	2019.10.01-2020.09.30
117	东鹏饮料	曾明霞	贵州省遵义市红花岗区富华国际B幢1004	178.84	办公	购房合同	2019.09.01-2020.08.31
118	东鹏饮料	雷雪琴	西安恒天国际城18幢1单元4层10403号房	109.74	办公	购房合同	2019.11.20-2020.11.19
119	东鹏饮料	唐丹	贵州省铜仁市碧江区西外环路书香名苑安置区375栋5楼	150.00	办公	购房合同	2020.02.01-2021.01.31

上述 119 处租赁房屋均为办事处用房，其中 85 处租赁房屋已取得权属证书。未取得权属证书的 34 处租赁房屋中，7 处房屋已提供土地权属证书，11 处房屋已提供安置房还房确认书、回迁确认卡、村委或居委会证明等其他权属证明，16 处房屋已提供购房合同。

针对上述房屋，控股股东、实际控制人林木勤已出具《关于东鹏饮料（集团）股份有限公司土地、房屋问题的承诺函》，参见本节之“1、房屋建筑物”之“（3）未取得权属证书的房屋”。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人对该等用房无特殊条件要求，亦无明显经营依赖。如因第三方异议等原因无法继续承租该等房屋，发行人可在较短的时间内搬迁至其他用房，搬迁难度较小、成本较低。此外，发行人控股股东、实际控制人已出具承诺，上述情况不会对公司生产经营的稳定性产生重大不利影响，对本次发行不构成实质性法律障碍。

### （三）无形资产情况

#### 1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 6 宗土地使用权，具体情况如下：

序号	所有人	权证号	地址	使用期限	土地用途	使用权面积（平方米）	他项权利
1	徽鹏	滁国用（2013）第 05714 号	阜阳路 1 号	至 2063.04.28	工业用地	200,595.00	-
2	增鹏	增国用（2007）第 C0500044 号	石滩镇岗尾村大箩（土名）	至 2057.05.21	工业	26,666.71	-
3	增鹏	粤（2018）广州市不动产权第 10215289 号、粤（2018）广州市不动产权第 10215326 号	增城区石滩镇三江荔三路 752 号（厂房 A1）	至 2057.06.28	工业	13,333.26	-
4	桂鹏	桂（2017）南宁市不动产权第 0056717 号	南宁高新区明华路北面、新际路东面	至 2067.05.16	工业用地	78,157.20	抵押
5	渝鹏	渝（2016）九龙坡区不动产权第 000681738 号	九龙坡区西彭组团 D 分区 D76-2/01、	至 2065.12.31	工业用地	86,814.00	-

序号	所有人	权证号	地址	使用期限	土地用途	使用权面积(平方米)	他项权利
			D76-1/01号宗地				
6	华鹏	粤(2017)广州市不动产权第10208958	广州市增城区石滩镇岗尾村	至2067.05.14	一类工业用地(M1)	66,666.67	抵押
合计						472,232.84	-

## 2、商标

截至本招股说明书签署日,公司拥有142项注册商标,该等商标不存在设置质押或者其他权利限制的情形,具体情况如下:

序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
1		由甘	东鹏饮料	32259131	30	2029.06.27	原始取得
2		由甘	东鹏饮料	32259130	29	2029.06.27	原始取得
3		由柑	东鹏饮料	32259129	32	2029.04.06	原始取得
4		多润	东鹏饮料	31755926	30	2029.06.27	原始取得
5		多润	东鹏饮料	31755925	29	2029.09.06	原始取得
6		醒娘子	东鹏饮料	30932587	32	2029.04.13	原始取得
7		醒宝	东鹏饮料	27734398	29	2029.01.27	原始取得
8		醒宝	东鹏饮料	27734397	30	2029.01.13	原始取得
9		东鹏	东鹏饮料	27427343	16	2029.02.27	原始取得
10		东鹏	东鹏饮料	27427342	28	2029.02.13	原始取得
11		东鹏	东鹏饮料	27427341	38	2028.11.13	原始取得
12		东鹏 WATER	东鹏饮料	27427339	32	2028.11.27	原始取得
13		东鹏特饮	东鹏饮料	27148293	30	2029.07.13	原始取得
14		东鹏	东鹏饮料	26584422	32	2028.09.20	原始取得

序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
15	东鹏特饮	东鹏特饮	东鹏饮料	26584421	32	2028.09.20	原始取得
16		多润	东鹏饮料	23888730	32	2028.04.20	原始取得
17	醒着拼	醒着拼	东鹏饮料	23204128	29	2028.05.13	原始取得
18	醒着拼	醒着拼	东鹏饮料	23204127	30	2028.05.13	原始取得
19		东鹏特饮	东鹏饮料	22621816	29	2028.04.06	原始取得
20		东鹏特饮	东鹏饮料	22621807	29	2028.04.06	原始取得
21		东鹏特饮	东鹏饮料	22621806	30	2028.04.06	原始取得
22		东鹏特饮	东鹏饮料	22621805	32	2028.02.13	原始取得
23		图形	东鹏饮料	22621804	32	2028.02.13	原始取得
24		图形	东鹏饮料	22621803	30	2028.02.13	原始取得
25		图形	东鹏饮料	22621802	29	2028.02.13	原始取得
26		东鹏	东鹏饮料	22621801	29	2028.04.06	原始取得
27		东鹏	东鹏饮料	22621800	30	2028.04.06	原始取得
28		东鹏	东鹏饮料	22621799	32	2028.02.13	原始取得
29		东鹏特饮	东鹏饮料	22621798	32	2028.02.13	原始取得
30	时润	时润	东鹏饮料	21410847	32	2027.11.20	原始取得
31	由甘	由甘	东鹏饮料	20899068	32	2027.11.27	原始取得
32		图形	东鹏饮料	20826282A	28	2027.10.20	原始取得
33		图形	东鹏饮料	20826281A	32	2027.10.20	原始取得
34		图形	东鹏饮料	20826280A	28	2027.10.20	原始取得
35		图形	东鹏饮料	20826279A	32	2027.10.20	原始取得
36		图形	东鹏饮料	20826278	28	2027.09.20	原始取得
37		图形	东鹏饮料	20826277A	32	2027.10.20	原始取得

序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
38		图形	东鹏饮料	20826277	32	2028.05.20	原始取得
39		陈皮大叔	东鹏饮料	20826276	28	2027.09.27	原始取得
40		陈皮大叔	东鹏饮料	20826275	32	2028.05.06	原始取得
41		桔红妹妹	东鹏饮料	20826274	28	2027.09.27	原始取得
42		胖大海哥哥	东鹏饮料	20826273	28	2027.09.20	原始取得
43		桔红妹妹	东鹏饮料	20826257	32	2027.12.06	原始取得
44		东鹏	东鹏饮料	19659018	29	2027.08.20	原始取得
45		东鹏	东鹏饮料	19659017	30	2027.08.20	原始取得
46		东鹏	东鹏饮料	19659016	32	2027.06.06	原始取得
47		多润	东鹏饮料	19563907	32	2027.05.27	原始取得
48		醒着拼	东鹏饮料	18336864	32	2026.12.20	原始取得
49		东鹏特饮	东鹏饮料	17723347	32	2026.10.06	原始取得
50		东鹏特饮	东鹏饮料	15877964	32	2026.02.06	原始取得
51		东鹏特饮 维生素功能饮料	东鹏饮料	15824388	32	2026.01.27	原始取得
52		东鹏特饮	东鹏饮料	15824387	30	2026.05.13	原始取得
53		东鹏特饮	东鹏饮料	15824386	29	2026.04.27	原始取得
54		图形	东鹏饮料	15824385	29	2026.01.27	原始取得
55		图形	东鹏饮料	15824384	30	2026.01.27	原始取得
56		图形	东鹏饮料	15824383	32	2026.01.27	原始取得
57		东鹏时刻	东鹏饮料	14540488	29	2025.06.27	原始取得
58		东鹏时刻	东鹏饮料	14540487	30	2025.06.27	原始取得
59		东鹏时刻	东鹏饮料	14540486	32	2025.06.27	原始取得
60		加动力	东鹏饮料	13533762	32	2025.02.06	原始取得

序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
61		加动力	东鹏饮料	13533720	32	2025.02.13	原始取得
62		杰可	东鹏饮料	13320818	32	2025.01.06	原始取得
63		杰可	东鹏饮料	13320817	30	2025.08.20	原始取得
64		杰可	东鹏饮料	13320816	29	2025.01.20	原始取得
65		猎豹	东鹏饮料	12730118	30	2025.07.13	原始取得
66		东鹏饮料	东鹏饮料	12015187	32	2024.06.27	原始取得
67		东鹏饮料	东鹏饮料	12015152	30	2024.06.27	原始取得
68		东鹏饮料	东鹏饮料	12015110	29	2024.06.27	原始取得
69		东鹏清凉茶 EASTROC	东鹏饮料	12010363	32	2024.06.27	原始取得
70		东鹏清凉茶 EASTROC	东鹏饮料	12010292	29	2024.06.27	原始取得
71		东鹏特饮	东鹏饮料	12010201	40	2024.09.06	原始取得
72		东鹏特饮	东鹏饮料	12010171	31	2024.06.27	原始取得
73		东鹏 EASTROC	东鹏饮料	12010136	40	2024.09.06	原始取得
74		东鹏 EASTROC	东鹏饮料	12010103	31	2025.08.20	原始取得
75		东鹏	东鹏饮料	12000142	41	2024.06.20	原始取得
76		东鹏	东鹏饮料	12000106	40	2024.09.06	原始取得
77		东鹏	东鹏饮料	12000071	38	2024.06.20	原始取得
78		东鹏	东鹏饮料	11999952	31	2024.06.20	原始取得
79		东鹏	东鹏饮料	11999932	13	2024.06.20	原始取得
80		东鹏	东鹏饮料	11999899	14	2024.06.20	原始取得
81		东鹏	东鹏饮料	11999875	10	2024.06.20	原始取得
82		东鹏特饮	东鹏饮料	11528072	32	2024.02.27	原始取得

序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
83		东鹏特饮	东鹏饮料	11528054	30	2024.02.27	原始取得
84		东鹏特饮	东鹏饮料	11528007	29	2024.02.27	原始取得
85		东鹏特饮	东鹏饮料	11228780	32	2023.12.13	原始取得
86		东鹏特饮	东鹏饮料	11228704	30	2023.12.13	原始取得
87		东鹏九制斋 EASTROC	东鹏饮料	9937947	32	2022.11.13	原始取得
88		东鹏九制斋	东鹏饮料	9486505	30	2022.09.27	原始取得
89		九制斋	东鹏饮料	9338404	29	2022.05.20	原始取得
90		盒牛	东鹏饮料	7964122	32	2021.01.27	原始取得
91		乐达 100	东鹏饮料	7070482	32	2030.09.27	原始取得
92		乐达	东鹏饮料	7070480	32	2030.07.06	原始取得
93		呵谓宝	东鹏饮料	5999905	32	2029.12.13	原始取得
94		幸福雨	东鹏饮料	4905753	32	2028.06.20	原始取得
95		冷 吧;COOLBAR	东鹏饮料	4112277	32	2026.10.27	原始取得
96		三活	东鹏饮料	3840951	32	2025.09.20	原始取得
97		东鹏	东鹏饮料	3057041	32	2023.03.13	受让取得
98		EASTROC	东鹏饮料	3053188	32	2023.03.13	受让取得
99		图形	东鹏饮料	1985885	29	2022.11.06	受让取得
100		东鹏	东鹏饮料	1578921	29	2021.05.27	受让取得
101		多润 RAINKON	东鹏饮料	1415059	32	2030.06.27	受让取得
102		东鹏特饮	东鹏饮料	1314192	32	2029.09.13	受让取得
103		东鹏	东鹏饮料	1294375	32	2029.07.13	受让取得

序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
104		东鹏	东鹏饮料	1293925	30	2029.07.13	受让取得
105		东鹏特饮	东鹏饮料	1293924	30	2029.07.13	受让取得
106		东鹏 EASTROC	东鹏饮料	572703	32	2021.11.29	受让取得
107		东鹏	东鹏饮料	273658	32	2026.12.29	受让取得
108		东鹏 EASTROC	东鹏饮料	273656	30	2026.12.29	受让取得
109		云莲; CLOUDLOUT S	东鹏饮料	3287070	32	2024.02.13	受让取得
110		莲花高	东鹏饮料	6940859	32	2030.05.20	受让取得
111		多润一点	东鹏饮料	19521619	32	2027.05.20	原始取得
112		敢览	东鹏饮料	37198817	30	2029.11.20	原始取得
113		敢览	东鹏饮料	37192142	32	2029.11.13	原始取得
114		敢览	东鹏饮料	37184781	29	2029.11.20	原始取得
115		由柑	东鹏饮料	37192128	32	2029.11.20	原始取得
116		由柑	东鹏饮料	37184557	30	2029.11.27	原始取得
117		由柑	东鹏饮料	37188645	29	2029.11.27	原始取得
118		东鹏 WATER	东鹏饮料	36700519	32	2029.12.20	原始取得
119		东鹏饮料	东鹏饮料	36700509	32	2029.11.06	原始取得
120		东鹏饮料	东鹏饮料	36693931	32	2029.11.13	原始取得
121		东鹏饮料	东鹏饮料	36688634	30	2029.11.6	原始取得
122		东鹏饮料	东鹏饮料	36697732	30	2029.11.20	原始取得
123		图形	东鹏饮料	36693829	32	2029.11.06	原始取得
124		东鹏饮料	东鹏饮料	36686926	32	2029.11.13	原始取得
125		东鹏饮料	东鹏饮料	36683644	30	2029.11.06	原始取得



序号	商标图案	商标名称	权利人	注册号	国际分类号	有效期至	取得方式
126		东鹏饮料	东鹏饮料	36679361	29	2030.02.06	原始取得
127		由柑	东鹏饮料	36683224	30	2029.11.13	原始取得
128		东鹏饮料	东鹏饮料	36678043	32	2029.11.13	原始取得
129		东鹏饮料	东鹏饮料	36678019	32	2029.11.06	原始取得
130		由柑	东鹏饮料	36676338	29	2029.11.20	原始取得
131	陈小皮	陈小皮	东鹏饮料	35860503	29	2029.11.13	原始取得
132	陈小皮	陈小皮	东鹏饮料	35850481	30	2029.11.06	原始取得
133	小鹏	小鹏	东鹏饮料	35867334	32	2029.11.27	原始取得
134	陈小皮	陈小皮	东鹏饮料	35864640	32	2030.01.13	原始取得
135		东鹏饮料	东鹏饮料	36693910	29	2030.02.06	原始取得
136		东鹏饮料	东鹏饮料	36698963	29	2030.02.06	原始取得
137		东鹏 WATER	东鹏饮料	36699043	30	2030.01.27	原始取得
138		东鹏饮料 EASTROC BEVERAGE	东鹏饮料	36693240	29	2030.02.20	原始取得
139		东鹏 WATER	东鹏饮料	36697702	29	2030.02.20	原始取得
140	小鹏鸟	小鹏	东鹏饮料	35863459	29	2030.02.20	原始取得
141		给能	增鹏	9405211	30	2022.08.13	原始取得
142		真逗	增鹏	6426016	32	2030.03.13	原始取得

### 3、专利

截至本招股说明书签署日,公司拥有 49 项已获得授权的专利,该等专利不存在设置质押或者其他权利限制的情形,具体情况如下:

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请时间	公告日	有效期	取得方式
1	东鹏饮料	一种塑料防盗瓶盖清洗消毒	实用新型	ZL201620507996.X	2016.05.27	2016.11.30	10 年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请时间	公告日	有效期	取得方式
		装置						
2	东鹏饮料	一种二片罐饮料灌装加氮装置	实用新型	ZL201620507611.X	2016.05.27	2016.11.30	10年	原始取得
3	东鹏饮料	一种小料定量投料装置	实用新型	ZL201620505816.4	2016.05.27	2016.11.30	10年	原始取得
4	东鹏饮料	一种超高温瞬时饮料灭菌机出口温度自动补偿装置	实用新型	ZL201620505794.1	2016.05.27	2017.02.15	10年	原始取得
5	东鹏饮料	一种饮料调配缸水冲洗系统装置	实用新型	ZL201620505792.2	2016.05.27	2016.12.07	10年	原始取得
6	东鹏饮料	一种五步法CIP自动清洗装置	实用新型	ZL201620499504.7	2016.05.27	2016.11.30	10年	原始取得
7	东鹏饮料	包装瓶(9制陈皮特饮)	外观设计	ZL201930215636.1	2019.05.06	2019.09.20	10年	原始取得
8	东鹏饮料	包装盒(由柑柠檬茶)	外观设计	ZL201930094757.5	2019.03.08	2019.09.20	10年	原始取得
9	东鹏饮料	包装瓶(不带标签)	外观设计	ZL201730634636.6	2017.12.13	2018.04.06	10年	原始取得
10	东鹏饮料	包装瓶(带标签)	外观设计	ZL201730634629.6	2017.12.13	2018.08.24	10年	原始取得
11	东鹏饮料	包装瓶(油柑柠檬茶)	外观设计	ZL201730012266.2	2017.01.12	2017.09.05	10年	原始取得
12	东鹏饮料	包装瓶(1)	外观设计	ZL201630531379.9	2016.11.03	2017.03.29	10年	原始取得
13	东鹏饮料	包装瓶(2)	外观设计	ZL201630530079.9	2016.11.03	2017.03.29	10年	原始取得
14	东鹏饮料	橄榄水包装瓶	外观设计	ZL201630499003.4	2016.10.11	2017.08.08	10年	原始取得
15	东鹏饮料	包装瓶(1)	外观设计	ZL201530519366.5	2015.12.10	2016.05.25	10年	原始取得
16	东鹏饮料	包装瓶(2)	外观设计	ZL201530519341.5	2015.12.10	2016.05.25	10年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请时间	公告日	有效期	取得方式
17	东鹏饮料	包装瓶	外观设计	ZL201530045451.2	2015.02.13	2015.07.22	10年	原始取得
18	东鹏饮料	包装瓶(九制斋)	外观设计	ZL201330098900.0	2013.04.03	2013.07.24	10年	原始取得
19	东鹏饮料	包装瓶	外观设计	ZL201330098834.7	2013.04.03	2013.07.24	10年	原始取得
20	增鹏	一种酸性饮料的中温灌装工艺	发明	ZL201210343251.0	2012.09.17	2014.06.18	20年	原始取得
21	增鹏	一种陈皮饮料的制备工艺	发明	ZL201210342615.3	2012.09.17	2014.06.18	20年	原始取得
22	增鹏	一种多重指标控制瓶装净含量的真空饮料灌装机	实用新型	ZL201821578842.5	2018.09.27	2019.04.19	10年	原始取得
23	增鹏	一种过氧乙酸在线自动调配系统	实用新型	ZL201821578841.0	2018.09.27	2019.05.07	10年	原始取得
24	增鹏	三通阀内漏液自检制动报警装置	实用新型	ZL201821578840.6	2018.09.27	2019.04.19	10年	原始取得
25	增鹏	一种饮料半成品在线连续检测装置	实用新型	ZL201821578825.1	2018.09.27	2019.05.10	10年	原始取得
26	增鹏	一种运行安全的均质杀菌控制装置	实用新型	ZL201821578769.1	2018.09.27	2019.07.16	10年	原始取得
27	增鹏	一种RO水高效制备装置	实用新型	ZL201720736549.6	2017.06.23	2018.01.12	10年	原始取得
28	增鹏	一种物料回流控制装置	实用新型	ZL201720736547.7	2017.06.23	2018.01.12	10年	原始取得
29	增鹏	一种重量感应器剔除装置	实用新型	ZL201720736539.2	2017.06.23	2018.01.12	10年	原始取得
30	增鹏	一种罐体清洗过程中的防漩	实用新型	ZL201720736537.3	2017.06.23	2018.01.12	10年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请时间	公告日	有效期	取得方式
		涡装置						
31	增鹏	一种全方位自动剔除包装不合格装置	实用新型	ZL201720736470.3	2017.06.23	2018.01.12	10年	原始取得
32	增鹏	一种自动打检机的固态颗粒异物检测装置	实用新型	ZL201720736469.0	2017.06.23	2017.12.26	10年	原始取得
33	增鹏	一种饮料调配管道防混控制装置	实用新型	ZL201720736414.X	2017.06.23	2018.02.02	10年	原始取得
34	增鹏	一种多重指标液位感应控制装置	实用新型	ZL201720736411.6	2017.06.23	2018.01.12	10年	原始取得
35	增鹏	一种橄榄除叶除梗机	实用新型	ZL201720056957.7	2017.01.18	2017.11.14	10年	原始取得
36	增鹏	一种橄榄搓皮机	实用新型	ZL201720056147.1	2017.01.18	2017.11.14	10年	原始取得
37	增鹏	一种饮料生产设备就地清洗装置	实用新型	ZL201620882575.5	2016.08.16	2017.01.18	10年	原始取得
38	增鹏	一种重量感应式饮料配制定容装置	实用新型	ZL201620882574.0	2016.08.16	2017.06.16	10年	原始取得
39	增鹏	一种自动式饮料配制缸水冲洗装置	实用新型	ZL201620882573.6	2016.08.16	2017.01.18	10年	原始取得
40	增鹏	一种饮料配制自动式定容装置	实用新型	ZL201620882570.2	2016.08.16	2017.06.16	10年	原始取得
41	增鹏	PET瓶灌装机洗瓶单元消毒液回流装置	实用新型	ZL201520306892.8	2015.05.14	2015.09.09	10年	原始取得
42	增鹏	PET瓶灌装机瓶口清洗装置	实用新型	ZL201520306856.1	2015.05.14	2015.09.09	10年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请时间	公告日	有效期	取得方式
43	增鹏	一种高稳定性 PET 瓶清洗消毒装置	实用新型	ZL201520306825.6	2015.05.14	2015.09.09	10 年	原始取得
44	增鹏	小料配料装置	实用新型	ZL201420365003.0	2014.07.03	2014.11.19	10 年	受让取得
45	增鹏	吹瓶成型自动化控制装置	实用新型	ZL201420364993.6	2014.07.03	2014.12.03	10 年	受让取得
46	增鹏	全自动灌装控制装置	实用新型	ZL201420364992.1	2014.07.03	2014.12.03	10 年	受让取得
47	增鹏	糖浆过滤装置	实用新型	ZL201220481751.6	2012.09.20	2013.04.10	10 年	原始取得
48	增鹏	糖浆回流加热装置	实用新型	ZL201220477640.8	2012.09.19	2013.06.12	10 年	受让取得
49	增鹏	一种咸橄榄的制备方法	发明	ZL201710034763.1	2017.01.18	2020.01.03	20 年	原始取得

#### 4、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日, 公司拥有 50 项已登记的计算机软件著作权, 该等计算机软件著作权不存在设置质押或者其他权利限制的情形, 具体情况如下:

序号	著作权人	软件名称	登记号	登记日期
1	东鹏饮料	二维码数据采集传输系统 V1.0	2018SR386603	2018.05.28
2	东鹏饮料	一物一码消费者促销娱乐系统 V1.0	2018SR385903	2018.05.28
3	东鹏饮料	东鹏饮料商户促销系统 V1.0	2018SR385882	2018.05.28
4	东鹏饮料	东鹏饮料灌装生产流水线 PLC 控制系统 V1.0	2014SR111862	2014.08.04
5	东鹏饮料	东鹏饮料瓶质量检测视觉系统 V1.0	2014SR111806	2014.08.04
6	东鹏饮料	东鹏饮料生产线电路保护控制系统 V1.0	2014SR111796	2014.08.04
7	东鹏饮料	东鹏饮料瓶喷淋式清洗机系统 V1.0	2014SR111542	2014.08.04
8	东鹏饮料	东鹏饮料原液杀菌机监控系统 V1.0	2014SR111510	2014.08.04
9	东鹏饮料	东鹏饮料灌装机干燥除湿控制系统 V1.0	2014SR111504	2014.08.04
10	东鹏饮料	东鹏饮料全自动套膜装箱包装控制系统 V1.0	2014SR111365	2014.08.04
11	东鹏饮料	东鹏 CIP 喷淋清洗控制系统软件 V1.0	2014SR009885	2014.01.23

序号	著作权人	软件名称	登记号	登记日期
12	东鹏饮料	东鹏 PET 瓶超声检测机内软件 V1.0	2014SR009881	2014.01.23
13	东鹏饮料	东鹏 PET 灌装机在线检测诊断系统软件 V1.0	2014SR009149	2014.01.22
14	东鹏饮料	东鹏杀菌锅计算器监控软件 V1.0	2013SR158421	2013.12.26
15	东鹏饮料	东鹏饮料瓶盖质量检测软件系统 V1.0	2013SR158413	2013.12.26
16	东鹏饮料	东鹏饮料气体浓度监测系统软件 V1.0	2013SR158408	2013.08.23
17	东鹏饮料	东鹏饮料套膜包装控制软件 V1.0	2013SR158372	2013.12.26
18	增鹏	东鹏维生素功能饮料因子配比分析检测软件 V1.0	2019SR0594604	2019.06.11
19	增鹏	东鹏饮料人工牛磺酸含量及成分检测分析平台 V1.0	2019SR0594594	2019.06.11
20	增鹏	东鹏特饮(PET 瓶)半成品连续检测系统 V1.0	2019SR0583277	2019.06.06
21	增鹏	东鹏特饮(PET 瓶)饮料外包装不合格及防伪异常识别提出自动控制平台 V1.0	2019SR0581978	2019.06.06
22	增鹏	饮料后包装异物监控和称重剔除系统 V1.0	2019SR0581538	2019.06.06
23	增鹏	东鹏特饮(PET 瓶)消毒用过氧乙酸在线紫宗调配控制系统 V1.0	2019SR0581460	2019.06.06
24	增鹏	植物饮料输送管路漏液自检制动报警控制系统 V1.0	2019SR0581448	2019.06.06
25	增鹏	饮料制备生产工艺控制软件 V1.0	2016SR282383	2016.09.30
26	增鹏	饮料调配控制系统 V1.0	2016SR279840	2016.09.28
27	增鹏	饮料杀菌消毒自动控制系统 V1.0	2016SR279321	2016.09.28
28	增鹏	饮料包装设计软件 V1.0	2016SR278887	2016.09.28
29	增鹏	饮料无菌灌装智能控制系统 V1.0	2016SR277704	2016.09.27
30	增鹏	饮料销售市场调查评估系统 V1.0	2016SR276104	2016.09.27
31	增鹏	自动灌装控制软件 V1.0	2015SR255456	2015.12.11
32	增鹏	视觉自动检测回收平台 V1.0	2015SR253136	2015.12.10
33	增鹏	自动高温杀菌系统 V1.0	2015SR252910	2015.12.10
34	增鹏	自动包装一体化平台 V1.0	2015SR252763	2015.12.10
35	增鹏	浸出温控自动调节软件 V1.0	2015SR249578	2015.12.08
36	莞鹏	吹瓶成形自动化控制系统 V1.0	2014SR063249	2014.05.20

序号	著作权人	软件名称	登记号	登记日期
37	莞鹏	全自动调配警报控制系统 V1.0	2014SR063219	2014.05.20
38	莞鹏	投料监测控制软件 V1.0	2014SR063208	2014.05.20
39	莞鹏	CCD 自动封装打码控制平台 V1.0	2014SR063066	2014.05.20
40	莞鹏	全自动灌装控制平台软件 V1.0	2014SR063064	2014.05.20
41	莞鹏	综合数据处理与监测平台 V1.0	2014SR063004	2014.05.20
42	莞鹏	产品优选识别控制软件 V1.0	2014SR062988	2014.05.20
43	莞鹏	消毒灭菌自动控制平台 V1.0	2014SR062967	2014.05.20
44	增鹏	东鹏 CIP 清洗控制系统软件 V1.0	2012SR092288	2012.09.27
45	增鹏	东鹏调配控制系统平台 V1.0	2012SR092285	2012.09.27
46	增鹏	东鹏 PET 灌装检测平台 V1.0	2012SR090743	2012.09.22
47	增鹏	东鹏 PET 瓶检测软件 V1.0	2012SR088292	2012.09.17
48	增鹏	东鹏喷淋冷却控制系统 V1.0	2012SR088244	2012.09.17
49	增鹏	东鹏设备灭菌系统控制软件 V1.0	2012SR088235	2012.09.17
50	增鹏	东鹏污水处理控制系统软件 V1.0	2012SR088094	2012.09.17

## 5、作品著作权

截至本招股说明书签署日, 公司拥有 14 项作品著作权, 该等作品著作权不存在设置质押或者其他权利限制的情形, 具体情况如下:

序号	著作权人	作品名称	登记号	登记日期
1	东鹏饮料	东鹏特饮维生素功能饮料罐装标签	粤作登字 -2018-L-00000793	2018.05.18
2	东鹏饮料	东鹏特饮维生素功能饮料瓶装标签	粤作登字 -2018-L-00000794	2018.05.18
3	东鹏饮料	陈皮特饮九制陈皮饮品	粤作登字 -2018-L-00000662	2019.12.25
4	东鹏饮料	金罐东鹏特饮维生素功能饮料 大鹏展翅篇主画面	粤作登字 -2018-F-00009076	2018.05.18
5	东鹏饮料	陈皮大叔	国作登字 -2016-F-00285024	2016.06.22
6	东鹏饮料	桔红妹妹	国作登字 -2016-F-00285026	2016.06.22
7	东鹏饮料	胖大海哥哥	国作登字 -2016-F-00285025	2016.06.22
8	东鹏饮料	9 制陈皮特饮	粤作登字 -2019-F-00008034	2019.05.23
9	东鹏饮料	9 制陈皮特饮标签	粤作登字 -2019-F-00006632	2019.05.14

序号	著作权人	作品名称	登记号	登记日期
10	东鹏饮料	由柑柠檬跳舞小人	粤作登字 -2019-F-00005600	2019.04.28
11	东鹏饮料	由柑柠檬茶	国作登字 -2019-F-00888311	2019.11.21
12	东鹏饮料	东鹏饮料-由柑柠檬茶	粤作登字 -2019-F-00027707	2019.11.14
13	东鹏饮料	由柑小丑全身照	粤作登字 -2019-F-00032987	2019.12.25
14	东鹏饮料	由柑小丑半身照	粤作登字 -2019-F-00032986	2019.12.25

## 六、发行人拥有的生产特许经营情况

截至本招股说明书签署日, 发行人无特许经营权。

## 七、发行人取得的资质认证和许可情况

### (一) 发行人取得的与主营业务相关的主要资质情况

截至本招股说明书签署日, 发行人及其子公司与主营业务相关的主要资质具体情况如下:

序号	资质名称	证书编号	发证机关	发证日期	有效期至
1	食品生产许可证	SC12744018300749	广州市增城区 市场监督管理局	2019.05.31	2024.05.14
2	食品生产许可证	SC12744190002365	东莞市食品药 品监督管理局	2016.03.31	2021.03.30
3	食品生产许可证	SC10634111100010	安徽省食品药 品监督管理局	2017.08.14	2022.06.22
4	食品生产许可证	SC12745014001049	广西壮族自治 区食品药品监 督管理局	2018.06.06	2023.06.05
5	食品生产许可证	SC10644152100770	汕尾市食品药 品监督管理局	2018.05.10	2023.01.28
6	食品经营许可证	JY4403050003946	深圳市食品药 品监督管理局	2016.05.24	2020.05.23
7	食品经营许可证	JY14401830269577	广州市增城区 食品药品监督 管理局	2019.01.21	2024.01.20
8	保健食品批准证 书	卫食健字[1998]第 580号	中华人民共和 国卫生部	1998.11.09	-
9	取水许可证	取水(粤尾海)字 [2019]第17号	海丰县水利局	2019.03.13	2023.03.12
10	增值电信业务经营许可证	粤B2-20191502	广东省通信管 理局	2019.10.12	2024.10.12



## (二) 发行人取得的其他认证证书情况

截至本招股说明书签署日,公司及其子公司共持有4项认证证书,具体情况如下:

序号	持证单位	资质证书名称	证书编号	发证机关	发证日期	有效期至
1	莞鹏	食品安全管理体系认证证书	007FSMS1400012	中鉴认证有限责任公司	2019.11.08	2021.06.29
2	增鹏	食品安全管理体系认证证书	001FSMS1600574	中国质量认证中心	2019.12.13	2022.12.25
3	增鹏	HACCP体系认证证书	001HACCP1701120	中国质量认证中心	2019.12.13	2022.12.12
4	徽鹏	食品安全管理体系认证证书	007FSMS1700009	中鉴认证有限责任公司	2019.12.20	2021.06.29

## 八、发行人核心技术及研发情况

### (一) 主要产品生产技术情况

公司目前主要拥有的核心技术如下:

序号	技术名称	技术来源	相关技术证明编号	关键工艺及技术	所处阶段
1	东鹏特饮配方及工艺技术	自主研发	卫食健字[1998]第580号	<p>根据营养学、运动学的机理,采用维生素B族、氨基酸等功效原料科学配伍成缓解体力疲劳的功能饮料。根据适宜人群的消费需求,综合考虑疲劳的主要产生机制开发而成:</p> <p>①根据生理性疲劳特点,配伍相应的维生素B族、氨基酸、咖啡因等。维生素B族促进机体能源物质代谢,参与有氧运动时肌肉中的氧的传递,有助于缓解运动过程中疲劳;氨基酸对抗代谢产物自由基的产生,有助于运动后机体氧化损伤的修复;咖啡因促进新陈代谢,促进脂解作用、呼吸作用,促进肠道吸收,加速能量释放。通过以上作用缓解生理性疲劳,提高运动和活动表现</p> <p>②根据认知性疲劳特点,配伍的维生素作为辅酶参与合成神经递质;咖啡因促进神经递质释放,提高神经系统兴奋性;氨基酸参与神经细胞修复。通过以上作用缓解认知性疲劳,提高认知能力、反应能力等</p> <p>③人体在运动过程中会消耗大量能量,东鹏特饮提供糖类物质,并添加适量酸味成分,搭配杂果风味,饮用时既补充能量又产生清甜愉悦感</p> <p>根据产品特性进行工艺开发及测试验证,通过采用多级过滤、高温瞬时灭菌、中温灌装等工艺,</p>	批量生产阶段

序号	技术名称	技术来源	相关技术证明编号	关键工艺及技术	所处阶段
				确保产品质量可控、均一、稳定： ①生产过程经过多级过滤，使产品呈现出良好的清甜细腻口感 ②根据水果酸甜风味特性、配以适宜的甜酸比，再经试制研究采用工艺，使产品既能呈现风味特点，又保证理化、功效、卫生指标稳定 ③采用中温灌装工艺，丰富了保健功能饮料的包装形式，方便产品饮用和携带	
2	一种酸性饮料的中温灌装工艺	自主研发	专利授权号 ZL20121034 3251.0	灌装工艺简单，灌装时饮料的温度为 65-72℃，对原材料的营养或药用价值破坏很小，保持产品色、香、味不受损失，灌装区不要求严格的无菌洁净环境，不要求耐高温的包装，保证产品质量的同时降低包材成本	批量生产阶段
3	一种陈皮饮料的制备工艺	自主研发	专利授权号 ZL20121034 2615.3	以陈皮为主要原料，通过高效浸提技术提取其中的有效成分，并通过独特的粗滤、精滤工艺去除提取液沉淀，采用高温瞬时灭菌，有效杀灭微生物，最大限度地保持陈皮的药用价值	批量生产阶段
4	岭南特色陈皮饮料的关键技术	广东省省级科技计划项目(研发与产业化项目)	科学技术成果登记号 GK180165	首次将复合酶辅助水提取技术应用于陈皮饮料加工，显著提高原料的浸出率，饮料中的总黄酮、橙皮苷、挥发油含量显著提高。充分利用陈皮资源，节约原料成本，开发产品风味独特，附加值高	成果转化阶段
5	一种由柑柠檬茶的配方和生产工艺	自主研发	科学技术成果登记号 GK190465	创新地组合余甘子、柠檬和茶原料，制成的饮料口感独特。通过配方中添加果胶稳定剂及生产工艺上采用高压均质等方式，使产品稳定澄清，解决了分层和沉淀问题，并优化余甘子浸提工艺，充分提取出其有效成分	批量生产阶段
6	一种咸橄榄及其饮料的制备方法	自主研发	专利授权号 ZL20171003 4763.1	鲜橄榄去皮过程中添加角质酶、腌制过程对盐水进行循环，腌制完成后，去除油垢，得到黄酮、多酚保留率显著提高的咸橄榄蜜饯食品。再以咸橄榄为原料浸提，配伍其他辅料制成健康美味富有特色的蜜饯风味饮料	中试阶段
7	一种九制陈皮及其饮料的制备方法	自主研发	广东省科技进步奖(粤府证[2019]2005号)	九制陈皮是广东潮汕地区的传统地方特色凉果类食品，所谓“九制”指的就是它传统腌制过程的九道工序技艺，分别是：选料、预处理、盐腌、晒胚、糖渍、晒制、拌料、烘干、调香，传统工艺繁复。通过现代科技研究手段，鉴定九制陈皮腌制过程中的风味物质，制定原料和成品质量标准，并实现标准化、工业化的现代腌制工艺。在此基础上，创制质量优异、稳定的陈皮饮料产品	中试阶段
8	一种牛磺酸强化型缓解体力疲劳饮料	自主研发	国食健中 G20160907	根据现代运动营养学研究成果，科学配伍各种氨基酸、维生素功效成分，并强化主要成分牛磺酸，并通过对安全性毒理学、保健功能评价，生产工艺及质量标准研究，研制安全无毒、具有缓解体力疲劳功能、质量可控的保健食品饮料	中试阶段

## (二) 在研项目及进展情况

公司设置研发管理中心,全面负责新产品及工艺的研发工作。公司结合每年饮料市场的情况,持续改进、推陈出新。目前,公司正在进行的主要研发项目如下:

项目名称	项目内容及目标	项目来源	研发时间
天然植物型缓解体力疲劳饮料的研发	筛选优质咖啡、茶等原料品种,制备特色植物原料。以植物原料为主要原料,研究其提取、分离、调配、过滤、灌装等饮料关键生产工艺,研发风味物质、有效成分含量高的缓解体力疲劳饮料 <b>目标:</b> 开发原料技术壁垒高、风味优良、功效显著、竞争力强的天然植物型缓解体力疲劳饮料	自主立项	2019.06.01-2021.06.31 (原料研发阶段)
岭南特色果蔬汁饮料的研发	选取岭南特色水果橄榄、余甘子为原料,建立原料合作种植和加工基地,通过深加工技术研究,去除其苦涩不良风味,保留特征性风味物质和有效成分,并探究其功能作用机制、构效和量效关系,研发风味独特、营养保健的果蔬汁饮料 <b>目标:</b> 开发具有岭南特色的营养保健果蔬汁饮料	自主立项	2019.09.01-2022.12.31 (原料研发阶段)
运动营养食品(饮料)的研发	依据运动营养食品(属于特殊膳食食品)法规要求,结合运动营养学研究成果,进行配方配伍研究和运动试验测试,研发满足不同运动项目人群特殊营养需求的运动营养食品(饮料) <b>目标:</b> 利用公司在运动消费人群中的市场基础,开发适用运动人群营养需要的系列运动营养食品(饮料)	自主立项	2018.07.01-2020.06.31 (中试阶段)
中药保健饮料的研发	按中医药“治未病”和养生理论,依据“君、臣、佐、使”配伍要求,选取我国传统药食同源中药原料品种(灵芝、金银花、山楂、白术等)进行科学配伍,研究饮料浸提、灭菌生产工艺和技术要求,并进行安全性评价和保健功能评价试验,研制具有保健功能的饮料,并申报注册保健食品 <b>目标:</b> 选取我国传统药食同源中药原料,研制中药保健饮料	自主立项	2018.05.10-2021.10.30 (工艺研究阶段)

## (三) 对外技术合作情况

公司与其他机构合作研发的具体情况如下:

序号	合作方	有效期限	协议主要内容	研究成果分配方案	保密措施
1	华南农业大学	2018年2月-2020年6月	蜜饯食品发酵腌制工艺及质量标	合作各方确定,因履行本合同所产生的最终研究开发技术成果及其相关知识产权权利归属,归增鹏所有,但属于华南农业大学在本研究项目之前已拥有的知识产	保密内容(包括技术信息和经营信息):华南农业大学对涉及本实验研究的一切资料、技术概念、工艺条件、技术成果(包括但不限于各种数据、图标、方法等技术信息,财务信息以及增鹏向华南农业大学提供的各种信息)具有

序号	合作方	有效期限	协议主要内容	研究成果分配方案	保密措施
			准化研究	权除外。	保密义务, 未经增鹏同意不得向任何第三方泄露或用作其他用途。
2	北京采瑞医药科技有限公司	2018年3月1日至获得保健食品注册证书止	东鹏促消化保健食品的研究开发与申报	专利申请权、非专利成果和技术秘密的使用权及转让权、保健食品相关的所有证书归增鹏所有。本合同取得的所有技术成果的所有权归增鹏所有, 项目完成后, 北京采瑞医药科技有限公司须将本合同的全部技术信息及研究资料移交增鹏。	增鹏和北京采瑞医药科技有限公司双方应对合同涉及的技术信息及研究资料承担保密义务。北京采瑞医药科技有限公司不得向第三方泄露任何相关资料信息, 保密期限为增鹏获得保健食品证书后永久保密。如有违反北京采瑞医药科技有限公司承担相应的法律责任。
3	广东省食品安全学会	拿到合格的中试生产样品后36个月内完成	清咽功能保健食品产品研发	广东省食品安全学会向增鹏交付技术服务成果的方式: (1)一套申报资料(电子版和纸质版), 包括产品配方、生产工艺、产品研发报告、产品技术要求、产品标签、说明书等; (2)一份《国产保健食品注册证书》原件。	增鹏和广东省食品安全学会双方应对合同涉及的技术信息及研究资料承担保密义务。未经增鹏同意, 广东省食品安全学会不得向第三方泄露任何相关资料信息, 保密期限为持续有效。按合同约定或按照国产保健食品注册申请批准程序规定, 双方从公开渠道获得的信息或为向有关政府部门及其成员办理注册申请手续目的而披露相关信息的情况不在此限。同时, 如有委托的, 增鹏应与委托研发机构、中试生产企业签订保密协议。
4	华南农业大学	2019年11月-2021年12月	发酵型陈皮普洱茶加工技术及其饮料开发研究	合作各方确定, 因履行本合同所产生的最终研究开发技术成果及其相关知识产权权利归属, 归增鹏所有, 但属于华南农业大学在本研究项目之前已拥有的知识产权除外。	保密内容(包括技术信息和经营信息): 华南农业大学对涉及本实验研究的一切资料、技术概念、工艺条件、技术成果(包括但不限于各种数据、图标、方法等技术信息, 财务信息以及增鹏向华南农业大学提供的各种信息)具有保密义务, 未经增鹏同意不得向任何第三方泄露或用作其他用途。

#### (四) 研发投入情况

公司重视对研发的投入, 每年投入一定的资金用于研发新产品、新技术、新工艺或新型生产装置, 以提升产品质量及生产效率, 保持产品的创新性, 维护公司的市场影响力, 创造新的盈利点, 推进研发创新与经济效益的良性循环。报告期内, 公司的研发投入情况如下:

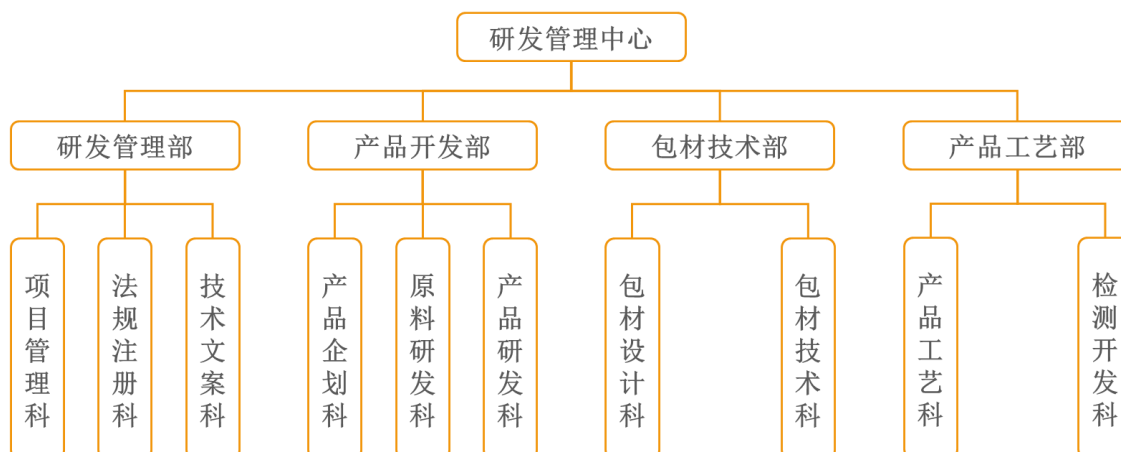
项目	2019年	2018年	2017年
研发费用(万元)	2,803.03	2,180.82	2,151.58
营业收入(万元)	420,872.85	303,753.60	284,380.76
占营业收入的比例	0.67%	0.72%	0.76%

报告期内,公司研发费用占营业收入的比例分别为0.76%、0.72%和0.67%,占比较为稳定。

## (五) 技术创新机制和制度安排

为提高生产效率,控制生产成本,提升产品质量,促进新产品、新技术和新工艺的开发,调动研发人员的积极性与创新性,提高公司的创新能力,公司采取了一系列的措施,具体如下:

### 1、建立完善专业的研发平台



公司下设研发管理中心,位于增鹏,该中心于2016年通过广州市企业研究开发机构认定,2017年通过广东省功能饮料与地方特色饮料工程技术研究中心认定,2018年通过广州市市级企业技术中心认定。中心按职能下设研发管理部、产品开发部、包材技术部、产品工艺部,各部门按研发职能和业务流程,再分设科,形成了较为完善的专业研究开发平台。

公司也单独成立了信息技术部门,大力开展信息化建设与研发工作,为公司产品销售以及其他后勤支持提供IT技术,为各部门提升工作效率,加快沟通保驾护航。

### 2、建立健全的研发机制

为切实保障公司研发体系的高效率运行,进一步提高研发技术团队的工作效率,公司制定了完善的研发机制和管理办法,包括《新产品开发控制程序》、《新产品概念开发办法》、《新产品外观设计作业办法》、《产品配方开发作业办法》、《包装开发作业办法》、《整合性试车作业办法》、《品质试车作业办法》、《新产品上市管理办法》等,规定了各研发流程和参与部门的职责,从产品概念到产品上市,各研发活动环节中,相关部门按流程规范作业,保持良好的沟通和审核决策机制。

### 3、加强研发人员的储备、培养

公司通过内部培养和外部聘请等多种渠道相结合,积极培养和引进各种优秀技术研发人员,提高公司技术研发水平。

首先,公司以技术产业化应用为导向,不断推进国内外先进技术的引进、吸收和开发,促进产品技术创新,为技术人才提供广阔的发展平台。

同时,公司和华南农业大学、广东省食品安全学会等高校和科研单位建立了合作关系,结合高校和科研单位的科研教学优势和公司的技术转化优势,实现新技术的快速产业化。

最后,公司坚持“以人为本”,着力打造一支专业化的研发团队,通过在线巡检岗位学习、中心各职能部门轮岗、以老带新等方式为研发人员奠定坚实的基础,并通过丰富的研发项目实践,为研发人员积累研发经验和成果,培育研发人员成长。

公司也大力从外部引进信息技术的开发人员,加快各项信息化系统的开发与应用。

截至2019年12月31日,公司共有研发人员96人,专业化的研发团队是公司应对市场变化与挑战,创造新的盈利点的重要推动力,而“产学研”三者的有机结合有助于研发人员的培养,为公司的可持续发展提供了保障。

### 4、建立研发人员激励机制

为充分调动研发团队的工作积极性,形成良性的竞争氛围,公司秉持着“尊重人才”的理念,制定了《研发人员奖励办法》、《科技成果转化的实施与奖励制

度》等激励机制,依据研发人员承担研发任务的比重及对科研成果的贡献程度,按成果转化后产生的经济效益进行奖励。

## 九、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日,公司未在境外进行生产经营。

## 十、发行人产品质量控制情况

### (一) 公司质量控制体系

公司严格遵循食品安全法及相关法律法规,制定了《食品安全手册》、程序文件以及食品安全管理体系要求的三级文件,对产品从供应商选择准入到产成品运抵客户全过程的质量进行把控。通过质量管理中心、供应链管理中心、生产本部等部门的通力配合,确保产品质量符合国家及企业标准要求,同时公司借鉴国内外先进的食品安全控制体系,将质量管理活动提前至产品的研发设计阶段,研发管理中心为产品的质量安全性提供技术性研究与指导。公司下属子公司增鹏、莞鹏、徽鹏、桂鹏,经中国质量认证中心和中鉴认证有限责任公司认证,取得了《食品安全管理体系认证证书》。公司获得了中国质量检验协会“2012-2015年全国质量信得过产品奖”、“2014年度最佳产品质量奖”等奖项,产品质量在行业内具有一定的示范效应。

经过多年产品质量管理工作实践,公司总结出“三把关、三控制、三追溯、三保障”四个“三”的控制方法,严格把控产品质量。四个“三”控制方法的具体内容参见本节“三、发行人在行业中的竞争地位”之“(二)发行人的竞争优势”之“6、质量控制体系完善,保障产品安全及质量”。

在四个“三”的控制管理方法下,公司在供应商资质认定及管理、原辅材料质量控制、生产过程质量控制、仓储流通质量控制等主要环节建立了切实完善的执行管理办法。

### 1、供应商筛选和管理

依据《保健食品生产经营企业索证索票和台账管理规定》(国家食品药品监督管理局公告2012年第67号)的要求,公司制定了完善的供应商准入、评估和管理体系,对现有供应商及新增供应商进行动态管理。首先,公司对供应商进行

严格的筛选,制定了《供应商管理制度》,从了解经营理念、审核许可资质、样品检测、样品小试、中试、实地评估等方面规定了严格的供应商筛选流程;其次,在供货过程,公司供应链管理中心和质量管理中心对供应商进行不定期的飞行检查,并联合研发管理中心、生产本部对供应商进行年度评估分级,进一步加强产品的质量,公司根据相关评估结果对供应商进行动态管理。

## 2、原辅材料采购、入厂验收质量控制

根据公司《采购管理制度》等体系文件的规定,公司对原辅材料的采购过程进行严格控制,采购员需按订单要求向合格供应商采购,所采购的食品原料必须符合国家、行业及企业的食品安全标准。

公司根据《原材料进货查验管理制度》、《原材料储存管理制度》等规定,对供应商供货质量进行严格把关。仓管员负责对原材料的信息、数量、规格、外观质量、厂家检验报告等相关内容进行查验,查验合格后通知化验员进行抽样检验。化验员根据原材料验收标准进行检验,检验合格后方可入库。原料入库后进行物料编码,保证每批原料可追溯。

## 3、生产环节质量控制

公司在生产过程中,严格遵循《保健食品良好生产规范》(GB17405-1998)、《食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》(GB14881-2013)、《食品安全国家标准 饮料生产卫生规范》(GB12695-2016)等国家相关标准,制定了公司《生产过程管理制度》、《生产批次管理制度》、《车间卫生管理制度》、《车间管理制度》、《人员卫生管理制度》等体系文件,建立了完善的生产质量控制体系。同时,公司以《ISO22000-2018 食品安全管理体系》及《危害分析与关键控制点(HACCP)体系食品生产企业通用要求》(GB/T 27341-2009)为导向,对生产过程可能存在的风险进行识别,建立食品安全关键控制点,并针对各工序的工艺技术与质量要求制定了作业指导书,明确操作程序与标准,确保生产过程产品质量可控。生产过程中在线品控员会对人员卫生与操作、生产环境、设备卫生及过程产品质量进行巡查,对发现的问题及时予以纠正,确保生产环节中的质量安全。

公司严格执行《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》(总局公告2017年第39号),对产品生产、入库环节进行监控,通过基地代码、



生产线号、产品批号、生产日期、生产记录及物料平衡,可对任何节点生产出的单品进行质量追溯。

#### **4、成品质量检测与管理**

公司执行严格的产品出厂检验制度。公司制定了《成品检验作业指导书》、《成品抽样作业指导书》等制度,由公司质量管理中心下属的质量部负责对公司产品进行出厂检测,并出具《成品检测报告》,检测结果合格的方可出厂;同时负责每半年将公司产品送往具有资质的检验机构进行检测。

#### **5、仓储流通环节质量控制**

公司仓储物流部负责产成品的储存、发货和运输。在产成品库存管理方面,公司制定了《仓库管理制度》、《成品储存管理制度》等体系文件,明确产品储存及摆放要求,维护仓库储存环境,保证产成品质量;在产品运输方面,公司制定了《成品出库管理制度》、《物流管理制度》、《运输车辆管理制度》等体系文件,保障出库产品质量合格、运输车辆环境卫生,并对在途产品进行跟踪,全方位保证产品运输质量。

同时,公司设立了WMS仓储管理系统,为产品赋予一物一码的产品标识,管理产品的入库、仓储、出库以及运输过程,从而监控产品各个流转环节,严防窜货现象。

#### **6、不合格产品召回**

公司高度重视产品质量,依据《食品安全法》、《食品召回管理办法》等相关法律法规,建立了《潜在不合格产品管理办法》、《产品召回控制程序》等体系文件,对不合格产品进行及时召回,并调查产品质量问题原因,经相关部门讨论确定解决方案;同时由相关责任部门完善预防措施并监督执行情况,避免同类事件再次发生。报告期内,发行人不存在不合格产品召回情况。

### **(二) 公司食品安全企业标准**

根据《食品安全企业标准备案办法》,公司制定了如下产品的企业标准,并经广东省卫生健康委员会备案:

序号	标准号	产品名称	实施日期
1	Q/GZDP 0013S-2019	能量型营养素饮料	2019-11-21
2	Q/GZDP 0001S-2019	果蔬汁饮料	2019-09-01
3	Q/GZDP 0002S-2019	东鹏牌蜜饯风味饮料	2019-05-15
4	Q/GZDP 0003S-2019	东鹏牌植物饮料	2019-09-01
5	Q/GZDP 0004S-2017	风味饮料	2017-12-01
6	Q/GZDP 0005S-2018	胖大海凉粉	2018-06-20
7	Q/GZDP 0007S-2018	东鹏特饮	2018-07-20
8	Q/GZDP 00011S-2018	陈皮胖大海饮料	2018-06-20
9	Q/GZDP 00012S-2018	咸橄榄饮料	2018-07-20

### (三) 质量纠纷或投诉情况

公司高度重视产品安全、质量控制。报告期内,公司未发生重大产品质量或产品安全事故,未出现因违反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规而受到重大处罚的情况,也未出现因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。

## 第七节 同业竞争与关联交易

### 一、独立性情况

#### (一) 资产完整

发行人具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施,合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或使用权,具有独立的原料采购和产品销售系统。公司资产完整、权属清晰,不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖情况,不存在资金或其他资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。

#### (二) 人员独立

发行人建立了独立的劳动、人事、工资报酬及社会保障管理体系,人员独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。董事、监事、高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举及聘任。公司的董事、监事、高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务,未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

#### (三) 财务独立

发行人设有独立的财务会计部门,配备了专职的财务人员,并建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度,独立开展财务工作和进行财务决策。发行人开设了独立的银行账号,不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账号的情形,依法独立进行纳税申报和履行纳税义务,无混合纳税现象。

#### (四) 机构独立

发行人依法设立了股东大会、董事会、监事会,按照《公司章程》的规定聘任了高级管理人员,同时根据公司业务发展的需要设置了各职能部门,建立健全内部经营管理机构,独立行使经营管理职权;公司各组织机构的设置、运行和管理均完全独立,与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同

的情形。

## **(五) 业务独立**

公司具备经营所需的相应资质,拥有从事经营业务所必须的独立完整的业务体系、信息系统和管理体系等,并具备独立完整的研发、生产能力以及采购、销售业务体系。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情况,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间亦不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查,保荐机构认为,发行人资产完整,人员、财务、机构及业务独立,具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人在本招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整,符合独立性相关要求。

## **二、同业竞争**

### **(一) 控股股东、实际控制人及其控制的其他企业情况**

#### **1、控股股东与实际控制人**

截至本招股说明书签署日,林木勤直接持有公司 198,967,411 股股份,并通过鲲鹏投资间接持有公司 2,320,652 股股份,通过东鹏远道间接持有公司 1,740,000 股股份,通过东鹏致远间接持有公司 20,000 股股份,通过东鹏致诚间接持有公司 40,000 股股份,合计共持有公司 203,088,063 股股份,占比 56.41%,为公司的控股股东及实际控制人。

#### **2、控股股东、实际控制人控制的其他企业**

截至本招股说明书签署日,除东鹏饮料外,公司控股股东、实际控制人林木勤直接或间接控制的其他企业还包括顺宝泉。林木勤持有顺宝泉 40.00%的股权,其配偶陈惠玲持有顺宝泉 60.00%的股权并担任执行董事、总经理。该公司的经营范围为“物业管理;房屋租赁”,与公司不存在同业竞争。

### **(二) 避免同业竞争的承诺**

为避免未来可能出现同业竞争,公司控股股东、实际控制人林木勤出具《关于避免同业竞争的承诺函》,承诺内容如下:

“1、在本承诺函签署之日,本人不存在且不从事任何与东鹏饮料及其子公司主营业务相同、相似或构成竞争的业务,也未直接或间接经营任何与东鹏饮料及其子公司的主营业务相同、相似或构成竞争的业务;

2、自本承诺函签署之日起,本人将不以任何方式从事,包括与他人合作直接或间接从事与东鹏饮料及其子公司相同、相似或在任何方面构成竞争的业务;

3、自本承诺函签署之日起,本人将尽一切可能之努力使本人其他关联企业不从事与东鹏饮料及其子公司相同、相似或在任何方面构成竞争的业务;

4、自本承诺函签署之日起,本人不投资控股于业务与东鹏饮料及其子公司相同、相似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织;

5、自本承诺函签署之日起,本人不向其他业务与东鹏饮料及其子公司相同、相似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密;

6、自本承诺函签署之日起,如果未来本人拟从事的业务可能与东鹏饮料及其子公司存在同业竞争,将本着东鹏饮料及其子公司优先的原则与东鹏饮料协商解决;

7、在本人作为东鹏饮料实际控制人或关联方期间,本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实或未被遵守,本人将向东鹏饮料赔偿一切直接和间接损失,并承担相应的法律责任。”

### **三、关联方、关联关系和关联交易**

#### **(一) 关联方及关联关系**

根据《公司法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所规则等相关规定,截至本招股说明书签署日,公司的关联方包括:

##### **1、关联自然人**

###### **(1) 控股股东、实际控制人**

发行人控股股东、实际控制人为林木勤,其基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人股东、实际控制人的基本情况”之(三)

控股股东及实际控制人”。

## （2）持股 5%以上的自然人股东

除公司控股股东、实际控制人林木勤外，持有公司 5%以上股份的自然人股东为林木港、林戴钦。该等股东的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人股东、实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

## （3）公司董事、监事及高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况”。

## （4）与上述人员关系密切的家庭成员

与上述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母。

## 2、关联法人或其他关联组织

### （1）控股股东、实际控制人控制的其他企业

公司的控股股东、实际控制人为林木勤，其控制的其他企业为顺宝泉，具体情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业情况”。

报告期内，林木勤控制的其他企业还包括已完成注销的深圳市多润实业有限公司、东鹏饮料（香港）有限公司，具体情况如下：

#### ① 深圳市多润实业有限公司

深圳市多润实业有限公司的股东为林木勤、陈惠玲。其中林木勤持股 50%，担任执行董事、总经理；陈惠玲持股 50%，担任监事。该公司主营业务为“饮料容器的购销”。该公司报告期内未实际开展业务，于 2018 年 5 月 10 日完成注销。

#### ② 东鹏饮料（香港）有限公司

东鹏饮料（香港）有限公司的股东为林木勤、林木港、李达文。其中林木勤

持股 70.30%，担任董事；林木港持股 15.90%，担任董事；李达文持股 13.80%，任董事。该公司报告期内未实际开展业务，于 2018 年 3 月 16 日完成注销。

### (2) 持股 5%以上的非自然人股东

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份的非自然人股东为君正投资、鲲鹏投资。该等股东的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人股东、实际控制人的基本情况”之“(二)持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

### (3) 其他关联企业

除公司控股股东、实际控制人控制的其他企业及持股 5%以上的非自然人股东外，其他关联企业包括上述关联自然人直接或间接控制的企业，担任董事、高级管理人员的企业，以及根据相关法律法规和证券交易所相关规则认定为关联方的其他企业。公司的其他关联企业包括：

序号	公司名称	关联关系	主营业务
<b>A.公司董事长林木勤及其关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员或控制的关联企业</b>			
1	海丰县顺宝泉物业管理有限公司	林木勤持股 40.00%，其配偶陈惠玲持股 60.00%，并担任执行董事、总经理	物业管理、房屋租赁
2	汕尾市红海湾昆鹏酒店	林木勤的兄弟林木喜担任经营者	住宿业
3	汕尾市红海湾遮浪喜兴鱼行	林木勤的兄弟林木喜的配偶翁拖担任经营者	批发零售；水产品
<b>B.公司董事宋向前担任董事、高级管理人员或控制的关联企业</b>			
1	北京加华伟业资本管理有限公司	宋向前持股 99.18%，并担任董事长、经理	项目投资；投资及资产管理
2	加华资本管理股份有限公司	宋向前持股 69.76%，并担任董事长、总经理	资产管理；股权投资管理
3	上海朴靖资产管理有限公司	宋向前持股 1.00%，并担任执行董事、总经理	资产管理，投资管理
4	加华盈峰(天津)投资管理有限公司	宋向前担任执行董事、经理	投资管理
5	北京加华丰盛投资管理有限公司	宋向前担任执行董事、经理	投资管理
6	北京加华优势投资管理有限公司	宋向前担任执行董事、经理	投资管理
7	加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)	宋向前持有 0.001%份额，担任执行事务合伙人	受托管理股权投资基金，从事投融资管理及相关咨询服务

序号	公司名称	关联关系	主营业务
8	上海捷宣资产管理有限公司	宋向前直接持股 66.67%	资产管理, 投资管理, 实业投资, 投资咨询
9	中饮巴比食品股份有限公司	宋向前担任董事	食品流通、生产、餐饮企业管理
10	奥山控股有限公司 (ORSUN HOLDINGS LIMITED)	宋向前担任独立董事	地产、商业、冰雪娱乐
11	嘉华优选(天津)企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	宋向前直接持股 19.88%	企业咨询管理
12	嘉华原龙(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	宋向前直接持股 9.80%	投资管理
13	天津德济投资管理合伙企业(有限合伙)	宋向前直接持股 7.41%	投资管理
14	广东新明珠陶瓷集团有限公司	宋向前任董事	生产销售陶瓷制品; 研发、生产、加工、销售: 卫生洁具、办公用品、家具及配件、家用电器及其零部件
<b>C.公司董事刘美丽关系密切的家庭成员担任高级管理人员的关联企业</b>			
1	深圳市仪电精密技术有限公司	东鹏饮料董事刘美丽的配偶杨琨担任副总经理	精密仪器的技术开发、销售
<b>D.公司独立董事姚禄仕担任董事的关联企业</b>			
1	安徽国风塑业股份有限公司	姚禄仕担任独立董事	膜材料生产、销售
2	安徽实华工程技术股份有限公司	姚禄仕担任独立董事	建设工程总承包, 项目管理和相关的技术与管理服务
3	安徽天立泰科技股份有限公司	姚禄仕担任独立董事	计算机及配套设备, 数字实验室设计、安装
4	安徽省股权服务集团有限责任公司	姚禄仕担任独立董事	资产管理, 股权、债权投资
5	安徽新安银行股份有限公司	姚禄仕担任独立董事	银行业务
6	中饮巴比食品股份有限公司	姚禄仕担任独立董事	食品生产与销售
<b>E.公司独立董事陈峻峰及关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员或控制的其他企业</b>			
1	上海佰迦乐影院投资管理有限公司	陈峻峰担任总经理	影院投资管理
2	广东德纳律师事务所	陈峻峰担任主任	法律服务
3	深圳市德纳资产管理有限公司	陈峻峰持股 51.00%, 其兄弟陈家峻担任执行董事、总经理	受托资产管理



序号	公司名称	关联关系	主营业务
4	深圳市德纳黄金珠宝有限公司	陈峻峰持股 75.00%；其兄弟陈家骏持股 25.00%，担任执行董事、总经理	金银制品、钻石及其饰品、工艺品的销售
<b>F.公司副总裁、董事会秘书、财务总监刘丽华及关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员或控制的关联企业</b>			
1	深圳市捷越科技有限公司	刘丽华配偶王茂生持股 100.00%，并担任执行董事	电子产品的研发设计和销售
2	湛江市亨百瑞商贸有限公司	刘丽华配偶王茂生持股 31.00%，并担任经理	商品贸易
<b>G.公司副总裁卢义富关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员或控制的关联企业</b>			
1	罗莱生活科技股份有限公司	卢义富配偶的兄弟冷志敏担任副总裁	家用纺织品生产销售
2	南通廊湾家居用品有限公司	卢义富配偶的兄弟冷志敏担任总经理	日用百货、家用纺织品销售
3	上海廊湾家居用品有限公司	卢义富配偶的兄弟冷志敏担任总经理	日用百货，家用纺织品销售
4	上海冷志投资管理有限公司	卢义富配偶的兄弟冷志敏持股 100.00%，并担任执行董事	投资管理
<b>H.公司副总裁蒋薇薇及关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员或控制的关联企业</b>			
1	广州一本文化创意有限公司	蒋薇薇持股 100.00%，担任法定代表人、执行董事、总经理	正在办理注销
2	北京中藏金酿酒业有限公司	蒋薇薇配偶徐志农持有该公司 38.25% 的股权，并担任该公司经理	预包装食品，酒类批发、零售等
3	广州国樽贸易有限公司	蒋薇薇配偶徐志农持股 95.00%，担任法定代表人、执行董事、总经理	酒类零售；预包装食品批发；商品贸易
4	海南华橡酒业有限公司	蒋薇薇配偶徐志农担任董事兼总经理	其他酒制造，以及酒、饮料及茶叶批发
5	江西电化乐丰化工股份有限公司	蒋薇薇配偶的兄弟徐建农担任董事、总经理	三氯化磷、三氯氧磷生产销售
6	江西省博浩源化工有限公司	蒋薇薇配偶的兄弟徐建农担任总经理	废弃资源综合利用、再生资源回收利用

## (二) 关联交易情况

### 1、经常性关联交易

#### (1) 销售商品

报告期内，公司向关联方销售商品的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中饮巴比食品股份有限公司	销售商品	-	2.67	-

报告期内,公司向关联方中饮巴比食品股份有限公司销售饮料,交易价格系双方参照市场价格协商确定,且交易金额较小,对公司业务不构成重大影响。

## (2) 租赁

报告期内,公司作为承租方向关联方租赁的关联交易情况如下:

单位:万元

关联方	关联交易类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
顺宝泉	厂房及配套设施	200.00	200.00	66.67

报告期内,公司作为承租人向关联方顺宝泉租赁位于海丰县的厂房、宿舍、办公楼、仓库等及其配套场地、设施。租金系参照市场价格由双方协商确定,且交易金额较小,对公司运营不构成重大影响。

## (3) 关键管理人员薪酬

报告期内,公司关键管理人员薪酬情况如下:

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬	1,130.18	640.83	460.30

## 2、偶发性关联交易

### (1) 购买设备

单位:万元

关联方	关联交易类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
顺宝泉	购买设备	-	174.74	-

报告期内,公司向关联方顺宝泉购买设备及备品配件,交易价格系双方参照市场价格协商确定,且交易金额较小,对公司业务不构成重大影响。

### (2) 商标转让

2018年7月13日,公司无偿受让了顺宝泉6940859号注册商标和3287070号注册商标,并取得了国家商标局的商标转让证明。

## (3) 关联担保

报告期内,公司不存在为关联方提供担保的行为,关联方为公司提供担保的情况如下:

单位:万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	截至报告期末是否已经履行完毕
林木勤、陈惠玲	8,500.00	2014年5月10日	2020年5月9日	是
林木勤	9,300.00	2016年9月28日	2021年9月27日	是
林木勤、陈惠玲	10,000.00	2016年10月10日	2021年10月10日	是
林木勤、林木港、林戴钦	1,985.87	2017年1月5日	2022年1月5日	是
林木勤、林木港	5,000.00	2017年3月29日	2020年3月29日	是
林木勤、陈惠玲	8,000.00	2017年5月8日	2020年5月8日	是
林木勤、林木港	5,000.00	2018年6月20日	2021年6月20日	是
林木勤、陈惠玲	13,800.00	2018年8月3日	2021年1月25日	是
林木勤、陈惠玲	3,300.00	2018年9月29日	2021年4月10日	是
林木勤、陈惠玲	37,000.00	2018年10月26日	2025年10月25日	否
林木勤、陈惠玲	8,000.00	2018年10月31日	2021年10月31日	是
林木勤	5,500.00	2019年11月30日	2022年11月30日	否
林木勤、林木港	8,000.00	2019年12月20日	2023年12月19日	否

注:以上担保未到期但已履行完毕的关联担保系相关的主债务合同已偿还完毕。

## 3、关联方往来余额

单位:万元

项目名称	关联方	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
其他应付款	顺宝泉	103.68	289.54	66.67
其他应付款-应付股利	林木勤	-	-	3,429.51
其他应付款-应付股利	君正投资	-	-	603.28
其他应付款-应付股利	鲲鹏投资	-	-	444.00
其他应付款-应付股利	林木港	-	-	360.00
其他应付款-应付股利	林戴钦	-	-	360.00
其他应付款-应付股利	蔡运生	-	-	160.00

项目名称	关联方	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
其他应付款-应付股利	陈海明	-	-	120.00
其他应付款-应付股利	李达文	-	-	88.00
其他应付款-应付股利	陈义敏	-	-	61.60
其他应付款-应付股利	黎增永	-	-	40.00
其他应付款-应付股利	刘美丽	-	-	36.00
<b>总计</b>		<b>103.68</b>	<b>289.54</b>	<b>5,769.05</b>

报告期各期末,公司与关联方的往来余额为对顺宝泉的其他应付款和对股东的应付股利。公司应付顺宝泉的款项余额主要系公司向其租赁房产及购买设备及备品配件形成。

#### 4、关联方承诺

2017年9月,公司与顺宝泉签订了《租赁合同》,承租顺宝泉位于海丰县的厂房、宿舍、办公楼、仓库等及其配套场地、设施。租赁期为2017年9月1日至2037年8月31日,租赁期满5年内租金为200万元/年,租赁期满5年后,按照每年年租金总额5%递增。

#### (三) 公司减少和规范关联交易的主要措施

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易,使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。为减少和规范关联交易,公司采取的措施如下:

1、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》对关联交易的决策权力和程序、股东大会及董事会关联股东的回避和表决程序均作出了详细的规定,公司将严格遵照执行。

2、公司建立了《独立董事工作制度》,将充分发挥独立董事的监督作用,减少和规范关联交易,确保关联交易的公允性、批准程序的合规性,保护中小股东的合法权益。

3、对于不可避免的关联交易,公司将严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度及信息披露制度,遵循公平、公正、公开以及等价有偿的基本商业原则,切实履行信息披露的有关规定,避免关联交易损害公司及股东(尤其是中

小股东)利益。

4、为了减少和规范未来可能发生的关联交易,保护投资者的权益,公司控股股东、实际控制人林木勤出具了《避免或减少关联交易的承诺函》,承诺如下:

“(1)本人将尽量避免与公司之间产生关联交易事项,对于不可避免发生的关联业务往来或交易,将在平等、自愿的基础上,按照公平、公允和等价有偿的原则进行,本人及本人控制的其他企业将严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《东鹏饮料(集团)股份有限公司章程》、《东鹏饮料(集团)股份有限公司关联交易管理制度》等相关规定规范关联交易行为,并将履行合法程序,及时对关联交易事项进行信息披露;本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润,不会利用控股股东或实际控制人的地位及与公司的关联关系损害公司及其他股东的合法权益。

(2)本人将督促本人的父母、配偶、配偶的父母、成年子女及其配偶,子女配偶的父母,本人的兄弟姐妹及其配偶、本人配偶的兄弟姐妹及其配偶,以及本人投资的企业等关联方,同受本承诺函的约束。

(3)若本人未履行减少和规范关联交易承诺而给公司或其他投资者造成损失的,本人将向公司或其他投资者依法承担赔偿责任。”

#### **(四) 规范关联交易的制度安排**

为规范公司关联交易,维护公司股东特别是中小股东的合法权益,保证公司与关联方之间的关联交易符合公开、公平、公正的原则,根据国家有关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件的相关规定,公司在《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》及《关联交易管理办法》等公司制度中对关联方及关联交易的类型、关联方的回避措施、关联交易的披露、关联交易决策权力与程序做了明确规定。

##### **1、《公司章程》的规定**

(1)《公司章程》第四十一条:“公司下列对外担保行为,须经股东大会审议通过……(六)对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。”

(2)《公司章程》第七十九条:“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。”

(3)《公司章程》第一百零八条:“董事会行使下列职权……(八)在股东大会授权范围内,决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项。”

(4)《公司章程》第一百一十一条:“董事会应当确定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易以及债务性融资等事项的权限,建立严格的审核和决策程序:重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审,并报股东大会批准……(七)与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易;与关联法人发生的交易金额在300万元以上,且占公司最近一期经审计净资产绝对值的0.5%以上的关联交易;但与关联人发生的交易(公司获赠现金资产和提供担保除外)金额在3,000万元以上,且占公司最近一期经审计净资产绝对值的5%以上的关联交易,还应提交股东大会审议。”

(5)《公司章程》第一百二十条:“事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的,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。”

## 2、《关联交易管理办法》对关联交易决策程序的规定

(1)《关联交易管理办法》第九条:“公司董事会审议关联交易事项时,关联董事应当回避表决,也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行,董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的,公司应当将该交易提交股东大会审议。”

(2)《关联交易管理办法》第十条:“股东大会审议关联交易事项时,下列股东应当回避表决:

- (一) 交易对方;
- (二) 拥有交易对方直接或间接控制权的;

(三) 被交易对方直接或间接控制的;

(四) 与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的;

(五) 在交易对方任职,或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的(适用于股东为自然人的);

(六) 因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使表决权受到限制或影响的;

(七) 中国证监会或证券交易所认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或自然人。”

(3) 《关联交易管理办法》第十一条:“公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易,应当提交董事会审议后及时披露(上市公司提供担保除外)。公司不得直接或通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。”

(4) 《关联交易管理办法》第十二条:“公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上,且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易(上市公司提供担保除外),应当提交董事会审议后及时披露。”

(5) 《关联交易管理办法》第十三条:“公司与关联人发生的交易((上市公司提供担保除外、获赠现金资产和单纯减免上市公司义务的债务除外)金额在 3000 万元以上,且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易,除应当及时披露外,还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构,对交易标的进行评估或审计,并将该交易提交股东大会审议。

与公司日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的,可以不进行审计或评估。”

(6) 《关联交易管理办法》第十四条:“公司为关联人提供担保的,不论数额大小,均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。”

(7) 《关联交易管理办法》第十七条:“公司与关联人首次进行本制度规定的与日常经营相关的关联交易事项,应当按照下述规定履行相应审议程序:

(一) 对于首次发生的日常关联交易,公司应当与关联人订立书面协议并及时披露,根据协议涉及的交易金额分别适用本制度的规定提交董事会或股东大会

审议;协议没有具体交易金额的,应当提交股东大会审议;

(二)已经公司董事会或者股东大会审议通过且正在执行的日常关联交易协议,如果在执行过程中主要条款未发生重大变化的,公司应当在定期报告中按要求披露相关协议的实际履行情况,并说明是否符合协议的规定;如果协议在执行过程中主要条款发生重大变化或者协议期满需要续签的,公司应当将新修订或者续签的日常关联交易协议,根据协议涉及的交易金额分别适用本制度的规定提交董事会或者股东大会审议;协议没有具体交易金额的,应当提交股东大会审议;

(三)对于每年发生的数量众多的日常关联交易,因需要经常订立新的日常该关联交易协议而难以按照本条第(一)项规定将每份协议提交董事会或者股东大会审议的,公司可以在披露上一年度报告之前,对公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计,根据预计金额分别适用本制度的规定提交董事会或者股东大会审议并披露;对于预计范围内的日常关联交易,公司应当在年度报告和半年度报告中予以披露。如果在实际执行中日常关联交易金额超过预计总金额的,公司应当根据超出金额分别适用本制度的规定重新提交董事会或者股东大会审议。”

### 3、《独立董事工作制度》的相关规定

(1)《独立董事工作制度》第十九条:“为了充分发挥独立董事的作用,独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外,还应当具有以下特别职权:(一)需要提交股东大会审议的重大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,可以聘请中介机构出具专项报告;……”

(2)《独立董事工作制度》第二十二条:“独立董事除履行上述职责外,还应当对下列事项向董事会或股东大会发表独立意见:……(五)需由董事会审议的关联交易、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、对外提供财务资助、变更募集资金用途、上市公司自主变更会计政策、股票及其衍生品种投资等重大事项;(六)公司股东、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300万元且高于公司最近一期经审计净资产的5%的借款或其他资金往来,以及公司是否采取有效措施回收欠款……”



### （五）报告期内发行人关联交易制度的执行情况及独立董事意见

公司严格按照制定的《公司章程》、《关联交易管理办法》等内部规章制度对关联交易事项进行规范与决策。对于报告期内存在的关联交易，公司亦已履行必要的决策程序并获得独立董事发表的独立意见，具体情况如下：

东鹏饮料召开第一届董事会第十一次会议，审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易的议案》。

东鹏饮料召开 2020 年第二次临时股东大会，审议通过了上述议案。

公司独立董事就公司最近三年的相关关联交易事项出具了独立意见，认为“公司在报告期内的关联交易符合公司的经营需要，有利于公司经营，符合公司经营发展需要，交易定价合理、公允，关联交易均按照正常商业条款进行，交易条款公平合理，不会损害公司的独立性，符合有关法律、行政法规和规范性文件以及《公司章程》《东鹏饮料（集团）股份有限公司关联交易管理制度》，符合发行人及股东的整体利益，不存在损害公司或其他股东利益的情形，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响”。

## 第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

### 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员概况

#### (一) 董事会成员

根据《公司章程》，公司共设9名董事，其中独立董事3名，均由股东大会选举产生。公司现任董事如下：

姓名	在公司任职	本届董事会任职期限
林木勤	董事长、总裁	2018.1-2021.1
林木港	董事、执行总裁	2018.1-2021.1
林戴钦	董事	2018.1-2021.1
李达文	董事	2018.1-2021.1
刘美丽	董事、副总裁	2018.1-2021.1
宋向前	董事	2018.1-2021.1
姚禄仕	独立董事	2019.4-2021.1
康晓斌	独立董事	2019.4-2021.1
陈峻峰	独立董事	2019.4-2021.1

公司现任董事最近五年的简历如下：

林木勤，男，1964年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于中山大学工商管理专业，硕士学历。最近五年的从业经历如下：2015年1月至2019年4月任东鹏饮料及其前身董事长、总经理；2019年4月至今任东鹏饮料董事长、总裁。

林木港，男，1970年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于北京大学工商管理专业，硕士学历。最近五年的从业经历如下：2015年1月至2019年4月任东鹏饮料及其前身董事、副总经理；2019年4月至今任东鹏饮料董事、执行总裁。

林戴钦，男，1983年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于深圳市职业技术学校食品物流专业，大专学历。最近五年的从业经历如下：2015年1

月至2018年1月任东鹏有限大区销售总监,2018年1月至今任东鹏饮料董事、大区销售总监。

李达文,男,1969年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于惠东县多祝中学,高中学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2017年任东鹏有限董事、大区销售总监、服务处经理,2017年至今任东鹏饮料及其前身董事、服务处经理。

刘美丽,女,1970年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于太原工业大学化学工程专业,本科学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2019年4月任东鹏饮料及其前身董事并历任综合办主任、副总经理,2019年4月至今任东鹏饮料董事、副总裁。

宋向前,男,1971年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于清华大学五道口金融学院,硕士学历。2018年1月至今担任东鹏饮料董事,目前主要兼任北京加华伟业资本管理有限公司董事长、经理,加华资本管理股份有限公司董事长、总经理,上海朴靖资产管理有限公司执行董事、总经理,中饮巴比食品股份有限公司、广东新明珠陶瓷集团有限公司董事,加华盈峰(天津)投资管理有限公司、北京加华丰盛投资管理有限公司、北京加华优势投资管理有限公司执行董事、经理,奥山控股有限公司独立董事、加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人等。

姚禄仕,男,1962年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于合肥工业大学管理学专业,博士学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2018年9月任合肥工业大学管理学院会计系教授、系主任,2018年10月至今任合肥工业大学管理学院会计系教授,2019年4月至今任东鹏饮料独立董事。目前兼任安徽国风塑业股份有限公司、安徽实华工程技术股份有限公司、安徽天立泰科技股份有限公司、安徽省股权服务集团有限责任公司、安徽新安银行股份有限公司、中饮巴比食品股份有限公司的独立董事;兼任中国会计学会高等工科院校分会秘书长、安徽省总会计师协会副会长。

康晓斌,男,1986年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于天津商业大学发酵工程专业,硕士学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至今

任中国饮料工业协会技术部主任、功能饮料分会副秘书长、蛋白饮料分会秘书长、《饮料工业》责任编辑，2019年4月至今任东鹏饮料独立董事。

陈峻峰，男，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于武汉大学法学专业，硕士学历。最近五年的从业经历如下：2015年1月至今任广东德纳律师事务所主任，2019年4月至今任东鹏饮料独立董事。目前兼任海佰迦乐影院投资管理有限公司总经理。

## (二) 监事会成员

根据《公司章程》，公司共设3名监事，其中职工代表监事1名，由职工代表大会选举产生。公司现任监事如下：

姓名	监事类型	本届任期
蔡运生	监事会主席	2018.1-2021.1
黎增永	监事	2018.1-2021.1
陈义敏	职工代表监事	2018.1-2021.1

公司现任监事最近五年的简历如下：

蔡运生，男，1974年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于武汉大学行政管理专业，本科学历。最近五年的从业经历如下：2015年1月年至今任东鹏饮料及其前身广东事业部总经理、监事会主席。

黎增永，男，1963年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于博罗县罗浮中学，高中学历。最近五年的从业经历如下：2015年1月至今历任东鹏饮料及其前身供应链中心采购部高级采购经理、监事。

陈义敏，男，1963年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于广东暨南大学教育学院财政金融专业，大专学历。最近五年的从业经历如下：2015年1月至今任东鹏饮料及其前身重点客户部客户经理、监事。

## (三) 高级管理人员

根据《公司章程》，公司的高级管理人员为公司的总裁、副总裁、财务总监和董事会秘书。公司现有高级管理人员6名，由公司董事会聘任。公司现任高级管理人员如下：

姓名	职务	本届任期
林木勤	董事长、总裁	2018.1-2021.1
林木港	董事、执行总裁	2018.1-2021.1
刘美丽	董事、副总裁	2018.1-2021.1
刘丽华	副总裁、财务总监、董事会秘书	2019.4-2021.1
卢义富	副总裁	2019.4-2021.1
蒋薇薇	副总裁	2019.4-2021.1

除担任公司董事以外的其他高级管理人员最近五年的简历如下:

刘丽华,女,1973年出生,中国国籍,拥有瓦努阿图永久居留权。毕业于四川大学工商管理专业,硕士学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2018年10月任招商证券股份有限公司投资银行部董事,2018年10月至2019年4月任东鹏饮料财务管理中心负责人,2019年4月至今任东鹏饮料副总裁、董事会秘书、财务总监。

卢义富,男,1972年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于湘潭大学化学工程专业,大专学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2017年7月任加多宝(中国)饮料有限公司分公司总经理,2017年8月至2018年8月任香飘飘食品股份有限公司营销中心总经理,2018年9月至2019年4月任东鹏饮料全国营销本部负责人,2019年4月至今任东鹏饮料副总裁。

蒋薇薇,女,1980年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于安徽大学新闻专业,本科学历。最近五年的从业经历如下:2015年担任昌荣传媒股份有限公司广州公司副总经理,2017年至2019年4月任东鹏饮料及其前身品牌中心负责人,2019年4月至今任东鹏饮料副总裁。

#### (四) 核心技术人员

##### 1、林木勤先生:

林木勤先生的简历参见本节“一、董事、监事高级管理人员与核心技术人员概况”之“(一)董事会成员”。林木勤先生曾获“2016年度广东省食品行业特殊贡献企业家”、“2019年度广东省食品行业科技创新发展卓越领导者”称号,系4项发明专利、6项实用新型专利的发明人;其作为主要研制人员参与的

“岭南特色陈皮饮料的关键技术研究”项目已通过科技成果评价并完成广州市科技成果登记(登记号: GK180165)。

## 2、胡海娥女士:

胡海娥,女,1970年出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于华南理工大学工程管理专业,本科学历,食品科学技术高级工程师。最近五年的从业经历如下:2015年1月至今,历任东鹏饮料及其前身质量技术中心总经理、质量技术研发中心总工程师、研发管理中心总工程师。胡海娥女士曾获得“2017年度广东省食品行业科技创新卓越领导者”、“2019年度广东省食品行业科技创新发展卓越工作者”称号,系3项发明专利、3项实用新型专利的发明人,发表学术论文4篇;其作为主要研制人员参与的“一种由柑柠檬茶的配方和生产工艺”、“岭南特色陈皮饮料的关键技术研究”项目已通过科技成果评价并完成广州市科技成果登记(登记号: GK190465、GK180165)。

## 3、李学莉先生:

李学莉,男,1989年9月出生,中国国籍,无境外永久居留权。毕业于华南农业大学食品科学专业,硕士学历,食品工程师。最近五年的从业经历如下:2015年1月至今历任东鹏饮料及其前身产品研发工艺工程师、质量技术中心技术经理、质量技术研发中心技术副总监、研发管理中心研发管理副总监。李学莉先生曾获广东省科技进步奖二等奖(相关项目名称:广式凉果安全生产及提质增效关键技术与产业化),系1项发明专利、2项实用新型的发明人,发表学术论文3篇;其作为主要研制人员参与的“一种由柑柠檬茶的配方和生产工艺”、“岭南特色陈皮饮料的关键技术研究”项目已通过科技成果评价并完成广州市科技成果登记(登记号: GK190465、GK180165)。

## (五) 董事、监事提名和选聘情况

### 1、董事提名和选聘情况

2018年1月31日,公司召开创立大会,选举林木勤、林木港、林戴钦、刘美丽、李达文、宋向前为公司第一届董事会董事,董事任期自各候选人被正式选举为董事之日起三年。同日,公司召开第一届董事会第一次会议,选举林木勤为

公司第一届董事会董事长。2019年4月28日,公司召开2018年年度股东大会,选举姚禄仕、陈峻峰、康晓斌担任第一届董事会独立董事,任期与第一届董事会董事任期一致。

## 2、监事提名和选聘情况

2018年1月31日,公司召开创立大会,选举黎增永、蔡运生为公司第一届监事会监事,监事任期自各候选人被正式选举为监事之日起三年;同日,公司职工代表大会审议选举陈义敏为第一届监事会职工代表监事,任期三年;同日,公司召开第一届监事会第一次会议,选举蔡运生为公司第一届监事会主席,任期三年。

## 二、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有股份及其变动情况

### (一) 公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日,公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下:

姓名	职位	持有发行人股份数量(股)	持股比例(%)	说明
林木勤	董事长、总裁	198,967,411	55.27	董事、高级管理人员直接持股
陈海明	海丰水厂厂长	6,961,955	1.93	林木勤配偶陈惠玲之兄弟直接持股
林木港	董事、执行总裁	20,885,866	5.80	董事、高级管理人员直接持股
林戴钦	董事、大区销售总监	20,885,866	5.80	董事直接持股
刘美丽	董事、副总裁	2,088,587	0.58	董事、高级管理人员直接持股
李达文	董事、服务处经理	5,105,434	1.42	董事直接持股
蔡运生	监事、广东事业部总经理	9,282,607	2.58	监事直接持股
陈义敏	监事、重点客户部客户经理	3,573,804	0.99	监事直接持股
黎增永	监事、供应链中心采购部高级采购	2,320,652	0.64	监事直接持股

姓名	职位	持有发行人股份数量(股)	持股比例(%)	说明
	经理			
刘丽华	副总裁、财务总监、董事会秘书	800,000	0.22	高级管理人员直接持股
卢义富	副总裁	400,000	0.11	高级管理人员直接持股
蒋薇薇	副总裁	400,000	0.11	高级管理人员直接持股

## (二) 公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日,公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有公司股份的情况如下:

姓名	职位	持股方式	持有发行人股份数量(股)	持股比例(%)	说明
林木勤	董事长、 总裁	通过鲲鹏投资 间接持股	2,320,652	0.64	董事、高级管 理人员间接 持股
		通过东鹏远道 间接持股	1,740,000	0.48	
		通过东鹏致远 间接持股	20,000	0.01	
		通过东鹏致诚 间接持股	40,000	0.01	
林煜鹏	资讯管理 中心信息 技术部项 目专员	通过鲲鹏投资 间接持股	13,923,910	3.87	林木勤之子 间接持股
陈焕明	销售总监	通过鲲鹏投资 间接持股	232,065	0.06	林木勤配偶 陈惠玲之兄 弟间接持股
陈韦鸣	退休	通过东鹏远道 间接持股	60,000	0.02	林木勤配偶 陈惠玲之兄 弟间接持股
陈响武	大区总监	通过东鹏致远 间接持股	30,000	0.01	林木港配偶 之兄弟间接 持股
陈响松	服务处经 理	通过东鹏致远 间接持股	20,000	0.01	林木港配偶 之兄弟间接 持股
郑智勇	华东事业 部副总理	通过东鹏远道 间接持股	670,000	0.19	林木勤外甥 间接持股
宋向前	董事	通过君正投资 间接持股	7,183,116	2.00	董事间接持 股



姓名	职位	持股方式	持有发行人股份数量(股)	持股比例(%)	说明
胡海娥	总工程师	通过鲲鹏投资间接持股	232,065	0.06	核心技术人员间接持股
		通过东鹏远道间接持股	200,000	0.06	
李学莉	研发管理副总监	通过东鹏致诚间接持股	50,000	0.01	核心技术人员间接持股

### (三) 报告期内所持股份增减变动情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有的公司股份报告期内增减变动情况如下:

姓名	职位	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
		持股比例(%)	情况说明	持股比例(%)	情况说明	持股比例(%)	情况说明
林木勤	董事长、总裁	56.41	因受让东鹏远道、东鹏致诚、东鹏致远出资份额,直接及间接持有公司的股份由201,288,063股增加至203,088,063股	57.51	因通过鲲鹏投资新增持有公司1,000,000元出资额,股改后,直接及间接持有公司201,288,063股股份	56.85	股改前,直接持有公司85,737,700元出资额
陈韦鸣	退休	0.02	通过东鹏远道新增持有公司60,000股股份,持有的公司总股份由0股增加至60,000股	-	-	-	-
陈响武	大区总监	0.01	通过东鹏致远新增持有公司30,000股股份,持有的公司总股份由0股增加至30,000股	-	-	-	-
陈响松	服务处经理	0.01	通过东鹏致远新增持有公司20,000股股份,持有的公司总股份由0股增加至20,000股	-	-	-	-
郑智勇	华东事业部副经理	0.19	通过东鹏远道新增持有公司670,000股股份,持有的公司	-	-	-	-

姓名	职位	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
		持股比例(%)	情况说明	持股比例(%)	情况说明	持股比例(%)	情况说明
	理		总股份由0股增加至670,000股				
宋向前	董事	2.00	因持有君正投资股权比例变化及君正投资增资,通过君正投资间接持有的公司总股份调整为7,183,116股	1.91	因持有君正投资股权比例变化,通过君正投资间接持有的公司总股份调整为6,692,140股股份	1.77	君正投资以增资及受让股权方式入股,宋向前通过君正投资间接持有公司2,662,661元出资额
刘丽华	副总裁、财务总监、董事会秘书	0.22	因增资入股,持有的公司总股份数由0股增加至800,000股	-	-	-	-
卢义富	副总裁	0.11	因增资入股,持有的公司总股份数由0股增加至400,000股	-	-	-	-
蒋薇薇	副总裁	0.11	因增资入股,持有的公司总股份数由0股增加至400,000股	-	-	-	-
胡海娥	总工程师	0.12	通过东鹏远道新增持有公司200,000股股份,持有的公司总股份数由232,065股增加至432,065股	0.07	股改后,通过鲲鹏投资间接持有公司232,065股股份	0.07	通过鲲鹏投资间接持有公司109,900.99元出资额
李学莉	研发管理副总监	0.01	通过东鹏致诚新增持有公司50,000股股份,持有的公司总股份数由0股增加至50,000股	-	-	-	-

#### (四) 报告期内所持股份的质押或冻结情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有的公司股份在报告期内不存在质押或冻结情况。

### 三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日,公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他直接对外投资情况如下表所示:

姓名	担任东鹏饮料职务	对外投资单位名称	持股比例 (%)	主营业务
林木勤	董事长、总裁	顺宝泉	40.00	物业管理; 房屋租赁
		鲲鹏投资	9.01	持股平台, 未实际开展业务
		东鹏远道	36.79	持股平台, 未实际开展业务
		东鹏致远	1.32	持股平台, 未实际开展业务
		东鹏致诚	3.45	持股平台, 未实际开展业务
宋向前	董事	北京加华伟业资本管理有限公司	99.18	项目投资; 投资及资产管理
		加华资本管理股份有限公司	69.76	资产管理, 股权投资管理
		上海捷宣资产管理有限公司	66.67	资产管理, 投资管理, 实业投资, 投资咨询
		嘉华优选(天津)企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	19.88	企业管理咨询
		天津君正投资管理合伙企业(有限合伙)	12.00	投资管理
		嘉华原龙(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	9.80	投资管理
		天津德济投资管理合伙企业(有限合	7.41	投资管理

姓名	担任东鹏饮料职务	对外投资单位名称	持股比例(%)	主营业务
		伙)		
		天津睿通投资管理合伙企业(有限合伙)	1.38	投资管理
		上海朴靖资产管理有限公司	1.00	资产管理, 投资管理
		加华原龙(天津)投资管理合伙企业(有限合伙)	0.01	投资管理、投资咨询
		加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)	0.001	受托管理股权投资基金, 从事投融资管理及相关咨询服务
陈峻峰	独立董事	深圳市德纳资产管理有限公司	51.00	受托资产管理
		深圳市德纳黄金珠宝有限公司	75.00	金银制品及其饰品、工艺品的销售
蒋薇薇	副总裁	广州一本文化创意有限公司	100.00	正在办理注销

除上述对外投资外, 公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无其他对外投资情况, 上述人员的对外投资均不与发行人业务产生利益冲突。

#### 四、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员于 2019 年在发行人领取薪酬情况如下:

单位: 万元

姓名	现任公司职务	2019 年自发行人领薪	2019 年是否在实际控制人控制的其他企业领薪
林木勤	董事长、总裁	193	否
林木港	董事、执行总裁	118	否
林戴钦	董事	73	否
李达文	董事	30	否
刘美丽	董事、副总裁	103	否

姓名	现任公司职务	2019年自发行人领薪	2019年是否在实际控制人控制的其他企业领薪
宋向前	董事	-	否
姚禄仕	独立董事	4	否
康晓斌	独立董事	4	否
陈峻峰	独立董事	4	否
蔡运生	监事	120	否
黎增永	监事	21	否
陈义敏	监事	22	否
刘丽华	副总裁、财务总监、董事会秘书	114	否
卢义富	副总裁	118	否
蒋薇薇	副总裁	116	否
胡海娥	总工程师	67	否
李学莉	研发管理副总监	22	否

## 五、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在外兼职情况

截至本招股说明书签署日,公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员除东鹏饮料及其下属公司以外的其他单位的兼职情况如下:

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
林木勤	董事长、总裁	顺宝泉	监事	实际控制人控制的其他企业
宋向前	董事	北京加华伟业资本管理有限公司	董事长、经理	公司董事担任董事长、高级管理人员的其他企业
		加华资本管理股份有限公司	董事长、总经理	公司董事担任董事长、高级管理人员的其他企业
		上海朴靖资产管理有限公司	执行董事、总经理	公司董事担任执行董事、高级管理人员的其他企业

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
		加华盈峰(天津)投资管理有限公司	执行董事、经理	公司董事担任执行董事、高级管理人员的其他企业
		北京加华丰盛投资管理有限公司	执行董事、经理	公司董事担任执行董事、高级管理人员的其他企业
		北京加华优势投资管理有限公司	执行董事、经理	公司董事担任执行董事、高级管理人员的其他企业
		中饮巴比食品股份有限公司	董事	公司董事担任董事的其他企业
		奥山控股有限公司 (ORSUN HOLDINGS LIMITED)	独立董事	公司董事担任独立董事的其他企业
		广东新明珠陶瓷集团有限公司	董事	公司董事担任董事的其他企业
		加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)	执行事务合伙人	公司董事担任执行事务合伙人的其他企业
姚禄仕	独立董事	安徽国风塑业股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的其他企业
		安徽实华工程技术股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的其他企业
		安徽天立泰科技股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的其他企业
		安徽省股权服务集团有限责任公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的其他企业
		安徽新安银行股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的其他企业
		中饮巴比食品股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的其他企业
陈峻峰	独立董事	上海佰迦乐影院投资管理有限公司	总经理	公司独立董事担任高级管理人员的其他企业
		广东德纳律师事务所	主任	公司独立董事担任主任的其他企业
蒋薇薇	副总裁	广州一本文化创意	执行董事、总经理	公司副总裁担任

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
		有限公司		董事、高级管理人员的其他企业

除上述情况外,公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均无其他兼职情况。

## 六、公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的亲属关系

公司董事长、总裁林木勤与董事、执行总裁林木港系兄弟关系,林木勤、林木港与公司董事林戴钦系叔侄关系,其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间均不存在亲属关系。

## 七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的有关协议及重要承诺

### (一) 公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所签署的协议及履行情况

公司与除外部董事外的董事、全体监事、全体高级管理人员、核心技术人员均已签订劳动合同。截至本招股说明书签署日,上述合同履行正常,不存在违约情形。

### (二) 公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所作出的重要承诺及履行情况

持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员作出的相关承诺参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、持有5%以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况”。

## 八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日,公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合《公司法》、《证券法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定,

且不存在中国证监会规定的其他不允许担任上市公司董事、监事、高级管理人员的情形。

## 九、报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动情况

### (一) 董事报告期内的变动情况

报告期内，发行人董事变动情况如下：

时间	成员	职位	董事会人数	变动原因
2017.01.01-2018.01.31	林木勤	董事长	5	-
	林木港	董事		
	刘美丽	董事		
	李达文	董事		
	梁维钊	董事		
2018.01.31-2019.04.28	林木勤	董事长	6	东鹏有限改制设立为东鹏饮料，梁维钊退出董事会，创立大会选举第一届董事会成员
	林木港	董事		
	刘美丽	董事		
	李达文	董事		
	林戴钦	董事		
	宋向前	董事		
2019.04.28 至今	林木勤	董事长	9	为满足关于上市公司董事会治理结构的要求，在保持原董事会核心成员不变的情况下，增选姚禄仕、康晓斌、陈峻峰为独立董事
	林木港	董事		
	刘美丽	董事		
	李达文	董事		
	林戴钦	董事		
	宋向前	董事		
	姚禄仕	独立董事		
	康晓斌	独立董事		
	陈峻峰	独立董事		

### (二) 监事报告期内的变动情况

报告期内，发行人监事未发生变动，监事会人员如下：

期间	成员	职位
2017.01.01	蔡运生	监事会主席



期间	成员	职位
至今	陈义敏	监事
	黎增永	监事

### (三) 高级管理人员报告期内的变动情况

报告期内，发行人高级管理人员变动情况如下：

时间	成员	职位	高管人数	变动原因
2017.01.01-2018.01.31	林木勤	总经理	3	-
	林木港	副总经理		
	刘美丽	副总经理		
2018.01.31-2019.04.08	林木勤	总经理	4	东鹏有限改制设立为东鹏饮料，为满足股份有限公司财务工作需要，经第一届董事会审议通过，聘任吴允乐为财务总监
	林木港	副总经理		
	刘美丽	副总经理		
	吴允乐	财务总监		
2019.04.08至今	林木勤	总裁	6	为满足上市的规范运作需要，在核心高级管理人员不变的情况下： (1) 原财务总监辞任，聘任刘丽华为公司副总裁、董事会秘书、财务总监； (2) 新增聘任卢义富、蒋薇薇为公司副总裁
	林木港	执行总裁		
	刘美丽	副总裁		
	刘丽华	副总裁、董事会秘书、财务总监		
	卢义富	副总裁		
	蒋薇薇	副总裁		

## 第九节 公司治理

### 一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

#### (一) 股东大会制度的建立健全及运行情况

2018年1月31日,东鹏饮料创立大会暨2018年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》,建立了规范的股东大会制度。2020年3月12日,公司召开2020年第一次临时股东大会,根据发行并上市的需要,重新制定《股东大会议事规则》并审议制定上市后的《公司章程(草案)》。

#### 1、股东大会的职权

根据《公司章程》的规定,股东大会是公司的权力机构,依法行使下列职权:

- (1) 决定公司的经营方针和投资计划;
- (2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事,决定有关董事、监事的报酬事项;
- (3) 审议批准董事会的报告;
- (4) 审议批准监事会报告;
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案;
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案;
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议;
- (8) 对发行公司债券作出决议;
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议;
- (10) 修改本章程;
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议;
- (12) 审议批准第四十一条规定的担保事项;

(13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项;

(14) 审议批准变更募集资金用途事项;

(15) 审议股权激励计划;

(16) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

## 2、股东大会运行情况

公司根据《公司法》、《上市公司股东大会规则》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》制定了《股东大会议事规则》，对公司股东大会的召集、提案与通知、股东大会的表决和决议、股东大会记录等作出了明确的规定。公司股东大会一直严格依照有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作。

自 2018 年 1 月 31 日创立大会暨首次股东大会以来，公司召开股东大会对公司董事、监事和独立董事的选举，公司财务预算、财务决算、利润分配、《公司章程》及三会议事规则等其他公司治理制度的订立、首次公开发行股票的决策和募集资金投向等重大事项作出了有效决议。公司的股东大会会议在召集方式、议事程序、表决程序方面均合法有效。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

### (二) 董事会制度的建立健全及运行情况

2018 年 1 月 31 日，东鹏饮料创立大会暨 2018 年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》、《董事会议事规则》，建立了规范的董事会制度。2020 年 3 月 12 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，根据发行并上市的需要，重新制定《董事会议事规则》。

根据《公司章程》和《董事会议事规则》，董事会对股东大会负责。董事由股东大会选举或更换，并可在任期届满前由股东大会解除其职务。董事任期三年，任期届满可连选连任。公司董事会由 9 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。董事会设董事长 1 名，由董事会以全体董事的过半数选举产生。

#### 1、董事会的职权

根据《公司章程》的规定,董事会对股东大会负责,行使下列职权:

- (1) 召集股东大会,并向股东大会报告工作;
- (2) 执行股东大会的决议;
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案;
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案;
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案;
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案;
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案;
- (8) 在股东大会授权范围内,决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项;
- (9) 决定公司内部管理机构的设置;
- (10) 聘任或者解聘公司总裁、董事会秘书;根据总裁的提名,聘任或者解聘公司执行总裁、集团副总裁、财务负责人等高级管理人员,并决定其报酬事项和奖惩事项;
- (11) 制订公司的基本管理制度;
- (12) 制订本章程的修改方案;
- (13) 管理公司信息披露事项;
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所;
- (15) 听取公司总裁的工作汇报并检查总裁的工作;
- (16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

## 2、董事会运行情况

公司根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》制定了《董事会议事规则》,对公司董事会的年度会议、临时会议、会议的召集和主持、审议权限等作出了明确的规定。公司董事会一直严格依照有关法律、法规和《公司

章程》的规定规范运作。

报告期内,公司召开董事会会议对公司高级管理人员的考核选聘、公司财务预算、财务决算、利润分配、公司主要管理制度的制定等重大事宜做出了有效决议。公司的董事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

### **(三) 监事会制度的建立健全及运行情况**

2018年1月31日,东鹏饮料创立大会暨2018年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》、《监事会议事规则》,建立了规范的监事会制度。2020年3月12日,公司召开2020年第一次临时股东大会,根据发行并上市的需要,重新制定《监事会议事规则》。

根据《公司章程》和《监事会议事规则》,公司监事会由3名监事组成,包括股东代表和适当比例的公司职工代表,其中职工代表人数1名。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。公司设监事会主席1名,由全体监事过半数选举产生。

#### **1、监事会的职权**

根据《公司章程》的规定,监事会依法行使下列职权:

- (1) 应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见;
- (2) 检查公司财务;
- (3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督,对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议;
- (4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时,要求董事、高级管理人员予以纠正;
- (5) 提议召开临时股东大会,在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会;
- (6) 向股东大会提出提案;

(7) 依照《公司法》第一百五十一条的规定,对董事、高级管理人员提起诉讼;

(8) 发现公司经营情况异常,可以进行调查;必要时,可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作,费用由公司承担。

## 2、监事会的运行情况

公司根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》制定了《监事会议事规则》,对公司监事会的定期会议和临时会议、提案、召集和主持、会议记录、决议公告等作出了明确的规定。公司监事会一直严格依照有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作。

报告期内,公司召开监事会会议对选举监事会主席、审议监事会工作开展情况、监事年度考核等事项做出了有效决议。公司的监事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

### (四) 独立董事制度的建立健全及运行情况

2018年1月31日,东鹏饮料创立大会审议通过了《独立董事工作制度》,建立了规范的独立董事工作制度。2020年3月12日,公司召开2020年第一次临时股东大会,根据发行并上市的需要,对《独立董事工作制度》进行修订。

为完善公司董事会的结构,保护中小股东的利益,加强董事会决策的科学性和客观性,公司董事会成员中设有3名独立董事。公司的独立董事能满足相关法律法规及《公司章程》规定的独立性要求。根据《独立董事工作制度》的规定,公司董事会、监事会、单独或合并持有公司已发行股份1%以上的股东可以提出独立董事候选人,并经股东大会选举决定。独立董事每届任期与公司其他董事任期相同、任期届满,连选可以连任,但是连任时间不得超过6年。

### 1、独立董事的职权

根据《独立董事工作制度》的规定,独立董事除具有《公司法》及其他有关法律,法规赋予董事的职权外,还具有以下特别职权:

(1) 需要提交股东大会审议的重大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,可以聘请中介机构出具专项报告;

- (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) 征集中小股东的意见, 提出利润分配提案, 并直接提交董事会审议;
- (5) 提议召开董事会;
- (6) 独立聘请外部审计机构和咨询机构;

(7) 在股东大会召开前公开向股东征集投票权, 但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

根据《独立董事工作制度》的规定, 独立董事除履行上述职责外, 还应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、解聘高级管理人员;
- (3) 董事、高级管理人员的薪酬;

(4) 公司现金分红政策的制定、调整、决策程序、执行情况及信息披露, 以及利润分配政策是否损害中小投资者合法权益;

(5) 需由董事会审议的关联交易、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、对外提供财务资助、变更募集资金用途、上市公司自主变更会计政策、股票及其衍生品种投资等重大事项;

(6) 公司股东、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300万元且高于公司最近一期经审计净资产的5%的借款或其他资金往来, 以及公司是否采取有效措施回收欠款;

- (7) 重大资产重组方案、股权激励计划;

(8) 公司拟决定其股票不在证券交易所交易, 或者转而申请在其他交易场所交易或者转让;

- (9) 独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项;

(10) 有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、证券交易所业务规则以及公司章程规定的其它事项。

### (五) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2018年1月31日,东鹏饮料第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作细则》,建立了规范的董事会秘书工作制度。2020年3月12日,公司召开2020年第一次临时股东大会,根据发行并上市的需要,对《董事会秘书工作细则》进行修订。

董事会秘书聘任以来,有效履行了《公司章程》和《董事会秘书工作细则》赋予的职责,按照法定程序组织董事会会议和股东大会,协助公司董事、监事和高级管理人员了解法律法规及规范性文件规定,促使董事会依法行使职权,在法人治理结构的完善、与各中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调等方面发挥了重要作用。

发行人《董事会秘书工作细则》系根据《公司法》、《证券法》等法律法规及《公司章程》制定,符合《上市公司治理准则》等公司治理方面的规范性文件关于董事会秘书的要求,与上市公司治理的规范性要求不存在实质差异。

## 二、董事会专门委员会的设置情况

2019年5月16日,公司召开第一届董事会第七次会议,审议通过了设立董事会专门委员会并选举专门委员会成员的议案,并审议通过了相应专门委员会的工作细则。

截至本招股说明书签署日,董事会共下设四个专门委员会,分别为战略发展委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会,各委员会成员构成如下:

委员会	主任委员	委员
战略发展委员会	林木勤	林木勤、林木港、宋向前、刘美丽、康晓斌
审计委员会	姚禄仕	林木勤、姚禄仕、陈峻峰
提名委员会	陈峻峰	林木勤、陈峻峰、康晓斌
薪酬和考核委员会	陈峻峰	林木勤、姚禄仕、陈峻峰



截至本招股说明书签署日,各专门委员会依据其各自的职责权限履行了相应职责,能够正常发挥专门委员会的作用。

## **(一) 战略发展委员会**

### **1、战略发展委员会构成**

根据《公司章程》的规定,战略发展委员会由5名董事组成,设主任委员一名,战略发展委员会主任委员负责召集和主持战略发展委员会会议。

### **2、战略发展委员会主要职责**

根据《公司章程》和《董事会战略发展委员会工作细则》的规定,战略发展委员会主要职责权限如下:

- (1) 对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议;
- (2) 对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议;
- (3) 对公司重大战略性投资、融资方案进行研究并提出建议;
- (4) 对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议;
- (5) 对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议;
- (6) 对以上事项的事实进行跟踪检查;
- (7) 对公司董事会授权的其他事宜提出建议。

## **(二) 审计委员会**

### **1、审计委员会构成**

根据《公司章程》的规定,审计委员会由3名董事组成,其中独立董事应不少于2名,独立董事中至少有1名会计专业人士,并由该会计专业人士担任主任委员。

### **2、审计委员会主要职责**

根据《公司章程》和《董事会审计委员会工作细则》的规定,审计委员会主要职责是:

- (1) 监督及评估外部审计工作, 提议聘请或者更换外部审计机构;
- (2) 监督及评估内部审计工作, 负责内部审计与外部审计的协调;
- (3) 审阅公司的财务报告并对其发布意见;
- (4) 评估内部控制的有效性;
- (5) 协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通;
- (6) 公司董事会授予的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

### **(三) 提名委员会**

#### **1、提名委员会构成**

根据《公司章程》的规定, 提名委员会由 3 名董事组成, 其中独立董事应不少于 2 名, 并由独立董事担任主任委员。

#### **2、提名委员会主要职责**

根据《公司章程》和《董事会提名委员会工作细则》的规定, 提名委员会主要行使下列职权:

- (1) 根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议;
- (2) 研究董事、经理人员的选择标准和程序, 并向董事会提出建议;
- (3) 广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选;
- (4) 对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议;
- (5) 董事会授权的其他事宜。

### **(四) 薪酬与考核委员会**

#### **1、薪酬与考核委员会人员构成**

根据《公司章程》的规定, 薪酬与考核委员会由 3 名董事组成, 其中独立董事应不少于 2 名, 并由独立董事担任主任委员。

#### **2、薪酬与考核委员会主要职责**

根据《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定,薪酬与考核委员会对董事会负责,依法行使下列职权:

(1) 根据董事及高级管理人员管理岗位的主要工作范围、职责、重要程度以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案;

薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效平角标准、程序及主要评价体系、奖励与惩罚的主要方案和制度等;

(2) 审查公司董事(非独立董事)及高级管理人员的职责履行情况并对其进行年度绩效考评;

(3) 负责对公司薪酬制度执行情况进行监督;

(4) 研究董事与高级管理人员考核的标准,进行考核并提出建议;

(5) 董事会授权的其他事项。

### **三、报告期内违法违规情况**

发行人报告期内不存在重大违法违规行为。

### **四、报告期内资金占用和对外担保情况**

截至本招股说明书签署日,公司不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式违规占用的情形。

报告期及截至本招股说明书签署日,公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

### **五、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见**

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为:

公司于2019年12月31日按照《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

### **六、注册会计师对公司内部控制的鉴证意见**

普华永道接受委托,在审核公司董事会对 2019 年 12 月 31 日与财务报表相关的内部控制有效性的认定后,出具了内部控制审核报告(普华永道中天特审字(2020)第 1522 号),普华永道认为:

公司于 2019 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

## 第十节 财务会计信息

本节中,非经特别说明,均引自发行人经审计的财务报告。本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了发行人2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日的财务状况以及2017年度、2018年度、2019年度的经营成果和现金流量。

请投资者关注与本招股说明书同时披露的相关经审计财务报告全文,以获取更详细的财务资料。

### 一、报告期内的财务报表

#### (一) 合并资产负债表

单位:万元

项 目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
<b>流动资产:</b>			
货币资金	94,509.57	33,929.50	19,357.07
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	25,000.00
应收账款	2,557.18	3,954.23	1,408.40
预付款项	15,928.02	7,649.26	11,864.74
其他应收款	1,746.05	2,934.86	2,354.43
存货	21,422.81	11,962.86	13,475.05
其他流动资产	8,990.37	7,817.95	27,057.76
<b>流动资产合计</b>	<b>145,154.00</b>	<b>68,248.67</b>	<b>100,517.45</b>
<b>非流动资产:</b>			
债权投资	13,000.00	-	-
固定资产	104,897.47	93,085.28	58,484.29
在建工程	34,058.05	17,702.88	18,907.04
无形资产	16,355.30	15,496.63	15,821.00
长期待摊费用	2,313.88	2,035.13	2,188.24
递延所得税资产	8,203.30	4,282.64	6,530.82

项 目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
其他非流动资产	10,088.02	9,901.34	2,652.61
<b>非流动资产合计</b>	<b>188,916.03</b>	<b>142,503.90</b>	<b>104,584.00</b>
<b>资产总计</b>	<b>334,070.03</b>	<b>210,752.57</b>	<b>205,101.44</b>
<b>流动负债:</b>			
短期借款	1,000.00	15,479.78	12,500.00
应付票据	1,500.00	1,542.20	2,294.41
应付账款	30,439.92	19,469.27	15,593.67
预收款项	26,481.39	5,879.89	9,275.89
应付职工薪酬	15,324.63	4,925.05	5,452.86
应交税费	13,684.05	5,753.12	10,638.41
其他应付款	56,771.14	42,077.69	56,378.17
一年内到期的非流动负债	-	550.13	1,806.61
<b>流动负债合计</b>	<b>145,201.14</b>	<b>95,677.13</b>	<b>113,940.01</b>
<b>非流动负债:</b>			
长期借款	23,687.50	5,000.00	-
预计负债	-	125.43	-
长期应付款	-	-	550.13
应付债券	-	-	3,500.00
递延收益	1,544.96	1,200.29	-
递延所得税负债	118.35	55.32	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>25,350.81</b>	<b>6,381.05</b>	<b>4,050.13</b>
<b>负债合计</b>	<b>170,551.94</b>	<b>102,058.17</b>	<b>117,990.15</b>
<b>所有者权益:</b>			
股本/实收资本	36,000.00	35,000.00	15,081.97
资本公积	38,247.06	27,480.76	28,468.03
盈余公积	8,869.50	3,587.73	2,481.87
未分配利润	80,401.52	42,625.90	41,079.43
<b>所有者权益合计</b>	<b>163,518.09</b>	<b>108,694.40</b>	<b>87,111.30</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>334,070.03</b>	<b>210,752.57</b>	<b>205,101.44</b>

**(二) 合并利润表**

单位: 万元

项 目	2019 年	2018 年	2017 年
<b>一、营业收入</b>	<b>420,872.85</b>	<b>303,753.60</b>	<b>284,380.76</b>
减：营业成本	224,171.93	164,124.21	148,099.48
税金及附加	4,430.63	3,956.91	4,594.46
销售费用	98,359.32	96,945.03	82,524.98
管理费用	20,122.72	12,182.02	8,927.30
研发费用	2,803.03	2,180.82	2,151.58
财务费用	-1,396.57	508.21	1,045.40
其中：利息费用	540.21	690.68	1,339.59
利息收入	2,008.09	273.87	346.63
加：其他收益	1,618.63	2,556.71	1,030.32
投资收益	718.93	1,306.07	1,902.10
信用减值损失	84.50	-	-
资产减值损失	-740.60	-228.46	-53.54
<b>二、营业利润</b>	<b>74,063.25</b>	<b>27,490.74</b>	<b>39,916.43</b>
加：营业外收入	179.90	141.05	72.78
减：营业外支出	592.85	298.99	1,008.39
<b>三、利润总额</b>	<b>73,650.29</b>	<b>27,332.79</b>	<b>38,980.82</b>
减：所得税费用	16,592.90	5,749.69	9,363.93
<b>四、净利润</b>	<b>57,057.39</b>	<b>21,583.10</b>	<b>29,616.89</b>
(一) 按经营持续性分类			
其中：持续经营净利润	57,057.39	21,583.10	29,616.89
(二) 按所有权归属分类			
其中：归属于母公司股东的净利润	57,057.39	21,583.10	29,616.89
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>57,057.39</b>	<b>21,583.10</b>	<b>29,616.89</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	57,057.39	21,583.10	29,616.89
<b>七、每股收益：</b>			
(一) 基本每股收益	1.63	0.62	不适用
(二) 稀释每股收益	1.63	0.62	不适用

**(三) 合并现金流量表**

单位: 万元

项 目	2019 年	2018 年	2017 年
<b>一、经营活动产生的现金流量:</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	517,297.64	344,962.35	337,118.60
收到其他与经营活动有关的现金	6,111.86	5,484.58	4,595.79
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>523,409.50</b>	<b>350,446.93</b>	<b>341,714.39</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	245,032.46	168,275.55	182,035.09
支付给职工以及为职工支付的现金	48,433.68	48,872.94	40,142.26
支付的各项税费	44,936.88	38,914.25	47,833.64
支付其他与经营活动有关的现金	63,908.33	74,890.23	52,732.59
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>402,311.36</b>	<b>330,952.96</b>	<b>322,743.58</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>121,098.14</b>	<b>19,493.97</b>	<b>18,970.81</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量:</b>			
收回投资收到的现金	56,950.00	192,347.00	450,188.92
取得投资收益收到的现金	714.12	1,283.17	1,902.10
处置固定资产收回的现金净额	6.82	33.45	27.90
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>57,670.94</b>	<b>193,663.62</b>	<b>452,118.93</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	50,826.80	39,188.84	33,543.15
投资支付的现金	59,950.00	153,164.00	472,366.92
支付其他与投资活动有关的现金	129.80	236.18	325.18
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>110,906.59</b>	<b>192,589.02</b>	<b>506,235.25</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-53,235.65</b>	<b>1,074.60</b>	<b>-54,116.33</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量:</b>			
吸收投资收到的现金	5,714.30	-	29,750.00
取得借款收到的现金	40,900.32	25,479.78	15,500.00
发行债券收到的现金	-	-	3,500.00
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>46,614.62</b>	<b>25,479.78</b>	<b>48,750.00</b>
偿还债务支付的现金	36,692.61	22,200.00	19,300.00
分配股利及偿付利息支付的现金	15,092.36	6,787.75	3,892.77
支付其他与筹资活动有关的现金	569.88	1,735.95	1,223.56
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>52,354.85</b>	<b>30,723.70</b>	<b>24,416.33</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,740.23</b>	<b>-5,243.92</b>	<b>24,333.67</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



项 目	2019 年	2018 年	2017 年
五、现金及现金等价物净增加额	62,122.26	15,324.65	-10,811.84
加：期初现金及现金等价物余额	32,387.31	17,062.66	27,874.50
六、期末现金及现金等价物余额	94,509.57	32,387.31	17,062.66

#### (四) 公司资产负债表

单位：万元

项 目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	74,162.49	28,182.97	13,664.54
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	25,000.00
应收账款	2,433.10	3,263.81	945.55
预付款项	2,870.47	4,463.30	17,461.38
其他应收款	37,764.47	17,462.66	17,260.08
存货	10,045.33	1,260.39	779.18
其他流动资产	2,573.59	737.40	24,611.72
<b>流动资产合计</b>	<b>129,849.45</b>	<b>55,370.54</b>	<b>99,722.46</b>
<b>非流动资产：</b>			
债权投资	13,000.00	-	-
长期股权投资	104,470.46	85,088.17	47,188.17
固定资产	3,455.40	3,797.75	559.69
在建工程	9.61	14.08	2,021.93
无形资产	296.50	120.74	119.53
长期待摊费用	268.68	73.41	152.29
递延所得税资产	6,594.03	3,840.54	6,481.43
其他非流动资产	3,797.43	8,124.10	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>131,892.12</b>	<b>101,058.78</b>	<b>56,523.06</b>
<b>资产总计</b>	<b>261,741.56</b>	<b>156,429.32</b>	<b>156,245.52</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	1,000.00	6,000.00	11,000.00
应付账款	32,897.17	16,179.55	12,560.15
预收款项	23,935.12	5,781.51	9,275.87
应付职工薪酬	11,362.94	3,008.83	4,034.89

项 目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应交税费	8,433.68	3,039.95	8,745.55
其他应付款	37,688.03	26,453.40	47,165.70
<b>流动负债合计</b>	<b>115,316.93</b>	<b>60,463.23</b>	<b>92,782.17</b>
<b>非流动负债:</b>			
应付债券	-	-	3,500.00
预计负债	-	125.43	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>125.43</b>	<b>3,500.00</b>
<b>负债合计</b>	<b>115,316.93</b>	<b>60,588.66</b>	<b>96,282.17</b>
<b>所有者权益:</b>			
股本/实收资本	36,000.00	35,000.00	15,081.97
资本公积	38,634.52	27,868.22	28,855.49
盈余公积	8,869.50	3,587.73	2,481.87
未分配利润	62,920.61	29,384.70	13,544.02
<b>所有者权益合计</b>	<b>146,424.63</b>	<b>95,840.65</b>	<b>59,963.35</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>261,741.56</b>	<b>156,429.32</b>	<b>156,245.52</b>

### (五) 公司利润表

单位: 万元

项 目	2019年度	2018年	2017年
<b>一、营业收入</b>	<b>383,240.34</b>	<b>298,887.22</b>	<b>282,666.75</b>
减: 营业成本	269,651.08	215,632.11	193,461.09
税金及附加	2,215.31	2,335.18	3,002.85
销售费用	71,354.14	64,052.86	54,189.69
管理费用	14,401.40	6,800.38	4,956.17
财务费用	-1,360.56	124.01	232.97
其中: 利息费用	298.32	310.76	513.54
利息收入	1,715.78	243.58	311.05
加: 其他收益	194.91	120.04	338.19
投资收益	34,207.88	28,797.05	1,794.83
信用减值损失	74.42	-	-
资产减值损失	-76.24	-179.44	-34.67
<b>二、营业利润</b>	<b>61,379.94</b>	<b>38,680.33</b>	<b>28,922.33</b>

项 目	2019 年度	2018 年	2017 年
加：营业外收入	60.31	61.90	38.50
减：营业外支出	355.41	22.43	358.77
<b>三、利润总额</b>	<b>61,084.84</b>	<b>38,719.80</b>	<b>28,602.06</b>
减：所得税费用	8,267.16	2,842.50	7,184.30
<b>四、净利润</b>	<b>52,817.68</b>	<b>35,877.30</b>	<b>21,417.76</b>
按经营持续性分类			
其中：持续经营净利润	52,817.68	35,877.30	21,417.76
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>六、综合收益总额</b>	<b>52,817.68</b>	<b>35,877.30</b>	<b>21,417.76</b>

### (六) 公司现金流量表

单位：万元

项 目	2019 年	2018 年	2017 年
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	470,660.40	339,421.06	335,476.10
收到其他与经营活动有关的现金	1,960.63	1,078.42	3,581.77
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>472,621.02</b>	<b>340,499.48</b>	<b>339,057.88</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	298,435.21	217,211.23	251,229.83
支付给职工以及为职工支付的现金	29,929.85	34,639.92	28,853.45
支付的各项税费	25,535.07	27,126.41	35,382.54
支付其他与经营活动有关的现金	43,072.36	41,310.39	22,170.07
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>396,972.48</b>	<b>320,287.94</b>	<b>337,635.88</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>75,648.54</b>	<b>20,211.54</b>	<b>1,422.00</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	52,000.00	190,847.00	427,188.92
取得投资收益收到的现金	8,703.07	1,274.14	1,794.83
处置固定资产收回的现金净额	0.01	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	18,934.64	34,616.45	1,764.40
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>79,637.71</b>	<b>226,737.60</b>	<b>430,748.14</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,082.57	3,176.00	1,505.69
投资支付的现金	75,650.00	187,564.00	467,766.92
支付其他与投资活动有关的现金	14,787.69	26,764.20	8,664.41

项 目	2019 年	2018 年	2017 年
投资活动现金流出小计	95,520.26	217,504.20	477,937.02
投资活动产生的现金流量净额	-15,882.55	9,233.39	-47,188.88
三、筹资活动产生的现金流量:			
吸收投资收到的现金	5,714.30	-	29,750.00
取得借款收到的现金	12,000.00	11,000.00	11,000.00
发行债券收到的现金	-	-	3,500.00
筹资活动现金流入小计	17,714.30	11,000.00	44,250.00
偿还债务支付的现金	17,000.00	19,500.00	4,500.00
分配股利及偿付利息支付的现金	14,298.32	6,426.50	3,198.12
支付其他与筹资活动有关的现金	202.46	-	-
筹资活动现金流出小计	31,500.77	25,926.50	7,698.12
筹资活动产生的现金流量净额	-13,786.47	-14,926.50	36,551.88
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	45,979.52	14,518.43	-9,215.00
加: 期初现金及现金等价物余额	28,182.97	13,664.54	22,879.54
六、期末现金及现金等价物余额	74,162.49	28,182.97	13,664.54

## 二、 审计意见

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)依据中国注册会计师审计准则对发行人截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日及 2019 年 12 月 31 日的合并及公司资产负债表, 2017 年度、2018 年度及 2019 年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计, 并出具了标准无保留意见的《审计报告》(普华永道中天审字(2020)第 11021 号)。

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)认为, 发行人的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制, 公允反映了发行人 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日及 2019 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度及 2019 年度的合并及公司经营成果和现金流量。

## 三、 财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

## (一) 财务报表的编制基础

发行人以持续经营为基础,按照财政部于2006年2月15日及以后期间颁布的《企业会计准则—基本准则》、各项具体会计准则及相关规定(以下合称“企业会计准则”)、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号—财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

## (二) 合并报表范围及变化情况

### 1、合并财务报表的范围

截至2019年12月31日,纳入发行人合并范围的子公司情况如下:

子公司名称	注册地及主要经营地	业务性质	持股比例与表决权比例	取得方式
广州市东鹏食品饮料有限公司	广州	饮料的生产与销售	100%	同一控制下企业合并
广东东鹏维他命饮料有限公司	东莞	饮料的生产与销售	100%	同一控制下企业合并
安徽东鹏食品饮料有限公司	滁州	饮料的生产与销售	100%	同一控制下企业合并
重庆东鹏维他命饮料有限公司	重庆	饮料的生产与销售	100%	新设
南宁东鹏食品饮料有限公司	南宁	饮料的生产与销售	100%	新设
东鹏饮料(广州)有限公司	广州	饮料的生产与销售	100%	新设
深圳市鹏讯云商科技有限公司	深圳	信息系统开发服务	100%	新设
东鹏饮料市场营销(广东)有限公司	广州	饮料销售	100%	新设
深圳市东鹏捷迅供应链管理有限公司	深圳	供应链管理	100%	新设

### 2、报告期内合并报表范围的变化情况

发行人全资子公司南宁东鹏食品饮料有限公司于2017年3月1日成立,主营业务为饮料的生产与销售,自成立之日纳入合并财务报表范围。

发行人全资子公司东鹏饮料(广州)有限公司于2017年4月26日成立,主营业务为饮料的生产与销售,自成立之日纳入合并财务报表范围。

发行人全资子公司深圳市鹏讯云商科技有限公司于2017年7月24日成立,主营业务为信息系统开发服务,自成立之日纳入合并财务报表范围。

发行人全资子公司东鹏饮料市场营销(广东)有限公司于2018年12月4日成立,主营业务为饮料销售,自成立之日纳入合并财务报表范围。

发行人全资子公司深圳市东鹏捷迅供应链管理有限公司于2019年4月23日成立,主营业务为供应链管理服务,自成立之日纳入合并财务报表范围。

发行人原全资子公司广州市九制斋饮料有限公司被广州市东鹏食品饮料有限公司吸收合并,于2017年10月其资产负债由广州市东鹏食品饮料有限公司承继。

## 四、主要会计政策和会计估计情况

### (一) 合并财务报表

#### 1、同一控制下的企业合并

合并方支付的合并对价及取得的净资产均按账面价值计量,如被合并方是最终控制方以前年度从第三方收购来的,则以被合并方的资产、负债(包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉)在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额,调整资本公积(股本溢价);资本公积(股本溢价)不足以冲减的,调整留存收益。为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益。为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用,计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

#### 2、非同一控制下的企业合并

购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额,确认为商誉;合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额,计入当期损益。为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益。为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用,计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

#### 3、合并财务报表的编制方法

编制合并财务报表时,合并范围包括本公司及全部子公司。

从取得子公司的实际控制权之日起,发行人开始将其纳入合并范围;从丧失

实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于同一控制下企业合并取得的子公司，自其与本公司同受最终控制方控制之日起纳入本公司合并范围，并将其在合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

集团内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益、当期净损益及综合收益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益、少数股东损益及归属于少数股东的综合收益总额在合并财务报表中股东权益、净利润及综合收益总额项下单独列示。本公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，全额抵销归属于母公司股东的净利润；子公司向本公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，按本公司对该子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对出售方子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。

如果以集团为会计主体与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从公司整体合并财务报表角度对该交易予以调整。

## **(二) 现金及现金等价物**

现金及现金等价物是指库存现金，可随时用于支付的银行存款，以及持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

## **(三) 金融工具(自 2019 年 1 月 1 日起适用)**

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。当发行人成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

### **1、金融资产**

#### **(1) 分类和计量**

发行人根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金

融资产划分为：(1)以摊余成本计量的金融资产；(2)以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；(3)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，发行人按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

### ①债务工具

发行人持有的债务工具是指从发行方角度分析符合金融负债定义的工具，分别采用以下两种方式进行计量：

1) 以摊余成本计量：发行人管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致，即在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。发行人对于此类金融资产按照实际利率法确认利息收入。此类金融资产主要包括货币资金、应收账款、其他应收款、债权投资等。发行人将自资产负债表日起一年内(含一年)到期的债权投资，列示为一年内到期的非流动资产；取得期限在一年内(含一年)的债权投资列示为其他流动资产。

2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益：发行人将持有的未划分为以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具，以公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产。在初始确认时，发行人为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产。

### ②权益工具

发行人将对其没有控制、共同控制和重大影响的权益工具投资按照公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产；自资产负债表日起预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产。



此外,发行人将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产,列示为其他权益工具投资。该类金融资产的相关股利收入计入当期损益。

报告期内发行人并无此等权益工具。

## (2) 减值

发行人对于以摊余成本计量的金融资产以预期信用损失为基础确认损失准备。

发行人考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息,以发生违约的风险为权重,计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额,确认预期信用损失。

于每个资产负债表日,发行人对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的,处于第一阶段,发行人按照未来12个月内的预期信用损失计量损失准备;金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的,处于第二阶段,发行人按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备;金融工具自初始确认后已经发生信用减值的,处于第三阶段,发行人按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具,发行人假设其信用风险自初始确认后并未显著增加,按照未来12个月内的预期信用损失计量损失准备。

发行人对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具,按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具,按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收账款,无论是否存在重大融资成分,发行人均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时,发行人依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合,在组合基础上计算预期信用损失,确定

组合的依据和计提方法如下:

组合名称	组合依据
应收账款组合 1	应收集团内部往来款项
应收账款组合 2	除集团内部往来之外的其他客户组合
其他应收款组合 1	应收集团内部往来款项及股利
其他应收款组合 2	应收押金保证金、第三方平台资金及利息
其他应收款组合 3	其他不存在重大信用风险组合

对于划分为组合的应收账款,发行人参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失。对于划分为组合的其他应收款,发行人参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

发行人将计提或转回的损失准备计入当期损益。对于持有的以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具,发行人在将减值损失或利得计入当期损益的同时调整其他综合收益。

### (3) 终止确认

金融资产满足下列条件之一的,予以终止确认:(1)收取该金融资产现金流量的合同权利终止;(2)该金融资产已转移,且发行人将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方;(3)该金融资产已转移,虽然发行人既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬,但是放弃了对该金融资产控制。

## 2、金融负债

金融负债于初始确认时分类为以摊余成本计量的金融负债和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

发行人的金融负债主要为以摊余成本计量的金融负债,包括应付票据、应付账款、其他应付款、借款及应付债券等。该类金融负债按其公允价值扣除交易费用后的金额进行初始计量,并采用实际利率法进行后续计量。期限在一年以下(含一年)的,列示为流动负债;期限在一年以上但自资产负债表日起一年内(含一年)

到期的,列示为一年内到期的非流动负债;其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时,发行人终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额,计入当期损益。

### 3、金融工具的公允价值确定

存在活跃市场的金融工具,以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具,采用估值技术确定其公允价值。在估值时,发行人采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术,选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值,并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下,使用不可观察输入值。

#### (四) 原金融工具准则

发行人于 2018 年度及 2017 年度仍执行财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等(合称“原金融工具准则”),原金融工具准则主要会计政策及会计估计如下:

#### 1、金融资产

##### (1) 金融资产分类

金融资产于初始确认时分类为:以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收款项和可供出售金融资产。金融资产的分类取决于发行人对金融资产的持有意图和持有能力。发行人的金融资产包括以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收款项和可供出售金融资产。

##### ①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括持有目的为短期内出售的金融资产。

##### ②应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融

资产。

### ③可供出售金融资产

可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产及未被划分为其他类的金融资产。自资产负债表日起一年内(含一年)将出售的可供出售金融资产在资产负债表中列示为其他流动资产。

#### (2) 确认和计量

金融资产于发行人成为金融工具合同的一方时,按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,取得时发生的相关交易费用直接计入当期损益;其他金融资产的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和可供出售金融资产按照公允价值进行后续计量,但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资,按照成本计量;应收款项采用实际利率法,以摊余成本计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动作为公允价值变动损益计入当期损益;在资产持有期间所取得的利息或现金股利以及处置时产生的处置损益计入当期损益。

除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外,可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益,待该金融资产终止确认时,原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息,以及被投资单位已宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利,作为投资收益计入当期损益。

#### (3) 金融资产减值

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外,发行人于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查,如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的,计提减值准备。

表明金融资产发生减值的客观证据,是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响,且发行人能够对该影响进行可靠计量的事项。

以摊余成本计量的应收款项发生减值时,按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额,计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复,且客观上与确认该损失后发生的事项有关,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时,原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资,在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的,原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资,期后公允价值上升直接计入股东权益。以成本计量的可供出售金融资产发生减值时,将其账面价值与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额,确认为减值损失,计入当期损益。已发生的减值损失以后期间不再转回。

#### **(4) 金融资产的终止确认**

金融资产满足下列条件之一的,予以终止确认:(1)收取该金融资产现金流量的合同权利终止;(2)该金融资产已转移,且发行人将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方;或者(3)该金融资产已转移,虽然发行人既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬,但是放弃了对该金融资产控制。

金融资产终止确认时,其账面价值与收到的对价以及原直接计入股东权益的公允价值变动累计额之和的差额,计入当期损益。

## **2、应收款项减值**

应收款项包括应收账款和其他应收款等。发行人对外销售商品或提供劳务形成的应收账款,按从购货方或劳务接受方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。

#### **(1) 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项**

对于单项金额重大的应收款项,单独进行减值测试。当存在客观证据表明发行人将无法按应收款项的原有条款收回款项时,计提坏账准备。

单项金额重大的判断标准	应收款项单项金额超过 100 万元
单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法	根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提

## (2) 按组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大的应收款项,与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合,根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础,结合现时情况确定应计提的坏账准备。

发行人 2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日按组合计提坏账准备的应收款项确定组合的依据及计提方法如下:

组合名称	确定依据	组合内容	计提方法
组合 1	内部往来组合	所有应收合并范围内子公司的款项及股利	由于历史实际损失率极低,计提比例为零
组合 2	基本确定没有信用违约风险或风险极小组合	应收押金保证金、第三方平台资金及利息	由于历史实际损失率极低,计提比例为零
组合 3	其他款项	除上述款项组合以外的其他应收款项	账龄分析法

组合中,采用账龄分析法的计提比例列示如下:

账龄	应收款项计提比例
一年以内	5%
一到二年	20%
二到三年	50%
三年以上	100%

## (3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为:存在客观证据表明发行人将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为:根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

## 3、金融负债

金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。发行人的其他金融负债主要包括应付款项、借款及应付债券等。

应付款项包括应付票据、应付账款、其他应付款等,以公允价值进行初始计量,并采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。

借款及应付债券按其公允价值扣除交易费用后的金额进行初始计量,并采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。

其他金融负债期限在一年以下(含一年)的,列示为流动负债;期限在一年以上但自资产负债表日起一年内(含一年)到期的,列示为一年内到期的非流动负债;其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时,终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额,计入当期损益。

#### **4、金融工具的公允价值确定**

存在活跃市场的金融工具,以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具,采用估值技术确定其公允价值。在估值时,发行人采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术,选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值,并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下,使用不可观察输入值。

### **(五) 存货**

#### **1、分类**

存货包括原材料、发出商品、库存商品和周转材料等,按成本与可变现净值孰低计量。

#### **2、发出存货的计价方法**

存货发出时的成本按加权平均法核算,库存商品成本包括原材料、直接人工以及在正常生产能力下按系统的方法分配的制造费用。

#### **3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法**

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中,以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用

以及相关税费后的金额确定。

#### **4、存货盘存制度**

发行人的存货盘存制度采用永续盘存制。

#### **5、低值易耗品和包装物的摊销方法**

周转材料包括低值易耗品和包装物等,低值易耗品和包装物采用一次转销法进行摊销。

### **(六) 长期股权投资**

长期股权投资为本公司对子公司的长期股权投资。

子公司为本公司能够对其实施控制的被投资单位。

对子公司的投资,在公司财务报表中按照成本法确定的金额列示,在编制合并财务报表时按权益法调整后进行合并。

#### **1、投资成本确定**

对于企业合并形成的长期股权投资:同一控制下企业合并取得的长期股权投资,在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为投资成本;非同一控制下企业合并取得的长期股权投资,按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于以企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资:支付现金取得的长期股权投资,按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

#### **2、后续计量及损益确认方法**

采用成本法核算的长期股权投资,按照初始投资成本计量,被投资单位宣告分派的现金股利或利润,确认为投资收益计入当期损益。

#### **3、确定对被投资单位具有控制、共同控制及重大影响的依据**

控制是指拥有对被投资单位的权力,通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报,并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。

共同控制是指按照相关约定对某项安排所共有的控制,并且该安排的相关活动必须经过发行人及分享控制权的其他参与方一致同意后才能决策。



重大影响是指对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

#### 4、长期股权投资减值

对子公司的长期股权投资,当其可收回金额低于其账面价值时,账面价值减记至可收回金额。

### (七) 固定资产

#### 1、固定资产确认及初始计量

固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备以及办公设备等。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入发行人、且其成本能够可靠计量时予以确认。购置或新建的固定资产按取得时的成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出,在与其有关的经济利益很可能流入发行人且其成本能够可靠计量时,计入固定资产成本;对于被替换的部分,终止确认其账面价值;所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

#### 2、固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产,则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下:

固定资产	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20年	5%	4.75%
机器设备	10年	5%	9.50%
运输工具	5年	5%	19.00%
电子设备及办公设备	3至5年	5%	19.00%至31.67%

对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

#### 3、固定资产减值准备

当固定资产的可收回金额低于其账面价值时, 账面价值减记至可收回金额。

#### **4、融资租入固定资产的认定依据和计量方法**

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁。融资租入固定资产以租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中的较低者作为租入资产的入账价值。租入资产的入账价值与最低租赁付款额之间的差额作为未确认融资费用。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策。能够合理确定租赁期届满时将取得租入资产所有权的, 租入固定资产在其预计使用寿命内计提折旧; 否则, 租入固定资产在租赁期与该资产预计使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

#### **5、固定资产处置**

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时, 终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

#### **(八) 在建工程**

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时, 转入固定资产并自次月起开始计提折旧。当在建工程的可收回金额低于其账面价值时, 账面价值减记至可收回金额。

#### **(九) 借款费用**

发行人发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之资产的购建的借款费用, 在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时, 开始资本化并计入该资产的成本。当购建的资产达到预定可使用状态时停止资本化, 其后发生的借款费用计入当期损益。如果资产的购建活动发生非正常中断, 并且中断时间连续超过3个月, 暂停借款费用的资本化, 直至资产的购建活动重新开始。

对于为购建符合资本化条件的资产而借入的专门借款, 以专门借款当期实际

发生的利息费用减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定专门借款借款费用的资本化金额。

对于为购建符合资本化条件的资产而占用的一般借款,按照累计资产支出超过专门借款部分的资本支出加权平均数乘以所占用一般借款的加权平均实际利率计算确定一般借款借款费用的资本化金额。实际利率为将借款在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量折现为该借款初始确认金额所使用的利率。

## **(十) 无形资产**

无形资产包括土地使用权及软件使用权,以成本计量。

### **1、土地使用权**

土地使用权按使用年限 50 年平均摊销。外购土地及建筑物的价款难以在土地使用权与建筑物之间合理分配的,全部作为固定资产。

### **2、软件使用权**

软件使用权按使用年限 3 年平均摊销。

### **3、定期复核使用寿命和摊销方法**

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

### **4、研究与开发**

内部研究开发项目支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性,被分为研究阶段支出和开发阶段支出。

为研究生产工艺而进行的有计划的调查、评价和选择阶段的支出为研究阶段的支出,于发生时计入当期损益;大规模生产之前,针对生产工艺最终应用的相关设计、测试阶段的支出为开发阶段的支出,同时满足下列条件的,予以资本化:

- 1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性;
- 2) 管理层具有完成该无形资产并使用或出售的意图;
- 3) 能够证明该无形资产将产生经济利益;
- 4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持,以完成该无形资产的开发,

并有能力使用或出售该无形资产；以及

5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

## 5、无形资产减值

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

### (十一) 长期待摊费用

长期待摊费用包括经营租入固定资产改良及其他已经发生但应由本年和以后各期负担的、分摊期限在一年以上的各项费用，按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

当长期待摊费用的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

### (十二) 长期资产减值

固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、对子公司的长期股权投资以及长期待摊费用等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试；尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

### (十三) 职工薪酬

职工薪酬是发行人为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿，包括短期薪酬、离职后福利和辞退福利等。

#### 1、短期薪酬

短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费等。发行人在职工提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。其中,非货币性福利按照公允价值计量。

## 2、离职后福利

发行人将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。设定提存计划是发行人向独立的基金缴存固定费用后,不再承担进一步支付义务的离职后福利计划;设定受益计划是除设定提存计划以外的离职后福利计划。于报告期内,发行人的离职后福利主要是为员工缴纳的基本养老保险和失业保险,均属于设定提存计划。

发行人职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。发行人以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例,按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后,当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。发行人在职工提供服务的会计期间,将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

## 3、辞退福利

发行人在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿,在发行人不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日,确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债,同时计入当期损益。

### (十四) 股利分配

现金股利于股东大会批准的当期,确认为负债。

### (十五) 预计负债

因合同终止发生的退货行为形成的现时义务,当履行该义务很可能导致经济利益的流出,且其金额能够可靠计量时,确认为预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量,并综

合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的,通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数;因随着时间推移所进行的折现还原而导致的预计负债账面价值的增加金额,确认为利息费用。

于资产负债表日,对预计负债的账面价值进行复核并作适当调整,以反映当前的最佳估计数。

预期在资产负债表日起一年内需支付的预计负债,列示为流动负债。

## **(十六) 股份支付**

股份支付,分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。于本资产负债表日,发行人股份支付为以权益结算的股份支付。以权益结算的股份支付,是指集团为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的,以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的,在授予日按照公允价值计入相关成本或费用,相应增加资本公积;完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的,在等待期内每个资产负债表日,发行人根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计,以此为基础,按照授予日的公允价值,将当期取得的服务计入相关成本或费用,相应增加资本公积。

在满足业绩条件和服务期限条件的期间,应确认以权益结算的股份支付的成本或费用,并相应增加资本公积。可行权日之前,于每个资产负债表日为以权益结算的股份支付确认的累计金额反映了等待期已届满的部分以及发行人对最终可行权的权益工具数量的最佳估计。

对于最终未能达到可行权条件的股份支付,不确认成本或费用,除非可行权条件是市场条件或非可行权条件,此时无论是否满足市场条件或非可行权条件,只要满足所有可行权条件中的非市场条件,即视为可行权。

发行人若以不利于职工的方式修改条款和条件,发行人仍继续对取得的服务进行会计处理,如同该变更从未发生,除非发行人取消了部分或全部已授予的权益工具。此外,任何增加所授予权益工具公允价值的修改,或在修改日对职工有

利的变更,均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付,则于取消日作为加速行权处理,立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的,作为取消以权益结算的股份支付处理。但是,如果授予新的权益工具,并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的,则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式,对所授予的替代权益工具进行处理。

## **(十七) 收入确认**

收入的金额按照发行人在日常经营活动中销售商品、提供劳务时,已收或应收合同或协议价款的公允价值确定。收入按扣除销售返利、折扣、折让及销售退回的净额列示。

与交易相关的经济利益很可能流入发行人,相关的收入能够可靠计量且满足下列各项经营活动的特定收入确认标准时,确认相关的收入:

### **1、销售商品**

发行人生产饮料并销售予各地客户。在商品已经发出、并由客户签收相关单据时,与商品的所有权相关的风险和报酬转移至客户,发行人确认销售商品收入。

针对商品销售的返利、折扣及折让等促销政策,发行人定期估计和预提销售返利与折扣,抵减销售当期商品收入。针对经销商客户,管理层根据制定的销售返利政策及对经销商业绩预计完成度的评估,对销售返利的金额进行合理的估计;针对终端消费者,根据制定的销售折扣活动政策及对终端消费者活动预计参与率的评估,对销售折扣的金额进行合理的估计。

### **2、提供劳务**

发行人就向第三方提供的广告展示服务收取的广告费,按提供的服务进度确认收入。

## **(十八) 政府补助**

政府补助为发行人从政府无偿取得的货币性资产,包括税费返还、财政补贴等。

政府补助在发行人能够满足政府补助所附条件并且能够收到时,予以确认。政府补助按照收到或应收的金额计量。

与资产相关的政府补助,是指发行人取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助,是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

发行人将与资产相关的政府补助确认为递延收益并在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分摊计入损益。

对于与收益相关的政府补助,若用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的,确认为递延收益,并在确认相关成本费用或损失的期间,计入当期损益;若用于补偿已发生的相关成本费用或损失的,直接计入当期损益。

发行人对同类政府补助采用相同的列报方式。

与日常活动相关的政府补助纳入营业利润,与日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

### **(十九) 递延所得税资产和递延所得税负债**

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损,确认相应的递延所得税资产。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异,不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日,递延所得税资产和递延所得税负债,按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

同时满足下列条件的递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示:

1) 递延所得税资产和递延所得税负债与同一税收征管部门对发行人内同一纳税主体征收的所得税相关;



2) 发行人拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利。

## (二十) 租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

### 1、经营租赁

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

经营租赁的租金收入在租赁期内按照直线法确认。

### 2、融资租赁

以租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者作为租入资产的入账价值,租入资产的入账价值与最低租赁付款额之间的差额作为未确认融资费用,在租赁期内按实际利率法摊销。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额作为长期应付款列示。

## (二十一) 分部信息

发行人以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部,以经营分部为基础确定报告分部并披露分部信息。

经营分部是指发行人内同时满足下列条件的组成部分:(1)该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用;(2)发行人管理层能够定期评价该组成部分的经营成果,以决定向其配置资源、评价其业绩;(3)发行人能够取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。如果两个或多个经营分部具有相似的经济特征,并且满足一定条件的,则可合并为一个经营分部。

## (二十二) 重要会计估计和判断

发行人根据历史经验和其他因素,包括对未来事项的合理预期,对所采用的重要会计估计和关键判断进行持续的评价。

下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险:

### 1、销售返利与折扣的估计

发行人针对经销商客户和终端消费者制定并实施销售返利与折扣的促销政策,管理层定期评估促销政策对财务报表的影响,以对计提销售返利与折扣的金额做出最佳估计。该估计影响收入的确认和其他应付款。

上述估计涉及重要判断及估计,管理层主要从以下方面进行评估和分析:(1)针对经销商客户,根据制定的销售返利政策及对经销商业绩预计完成度的评估,对应计提的销售返利金额进行合理的估计;(2)针对终端消费者,根据制定的销售折扣活动政策及对终端消费者活动预计参与率的评估,对应计提的销售折扣的金额进行合理的估计。上述对经销商业绩以及消费者活动参与率的评估与最终结果的差异,将会对收入和其他应付款确认的金额产生影响。

## **2、所得税**

发行人在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中,部分交易和事项的最终税务处理存在不确定性。在计提各个地区的所得税费用时,发行人需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异,该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

## **3、长期资产减值的估计**

发行人在资产负债表日对存在减值迹象的固定资产等长期资产,进行减值测试。

在判断上述资产是否存在减值迹象时,管理层主要从以下方面进行评估和分析:(1)影响资产减值的事项是否已经发生;(2)资产继续使用或处置的预期可获得的现金流量现值是否低于资产的账面价值;以及(3)预计未来现金流量现值中使用的重要假设是否适当。

## **4、授予股权单位公允价值的确定**

发行人基于近期实际交易的市场价格,采用第三方评估师的评估结果计算股权在授予日的公允价值。发行人对主要参数做出了最佳估计,以确定拟授予股权的公允价值以及分摊期限。如果上述参数出现重大变动,可能导致对发行人净利润和资本公积的调整。

## (二十三) 重要会计政策变更

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等(以下合称“新金融工具准则”),并于 2018 年颁布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15 号)及其解读、于 2019 年颁布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)及修订后的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》(以下简称“非货币性资产交换准则”)和《企业会计准则第 12 号——债务重组》(以下简称“债务重组准则”),发行人已采用上述准则和通知编制截至 2019 年 12 月 31 日财务报表。修订后非货币性资产交换准则及债务重组准则对发行人无显著影响,其他修订对发行人报表的影响列示如下:

### 1、一般企业报表格式的修改

(1) 对合并资产负债表及利润表的影响列示如下:

单位:万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额—增加/(减少)	
		2017 年 12 月 31 日	2017 年 1 月 1 日
将应付利息、应付股利和其他应付款合并计入其他应付款项目	应付利息	(16.61)	(28.68)
	应付股利	(6,032.79)	-
	其他应付款	6,049.40	28.68

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额—增加/(减少)	
		-	2017 年度
将原计入管理费用项目的研发费用单独列示为研发费用项目	研发费用		2,151.58
	管理费用		(2,151.58)

(2) 对公司资产负债表的影响列示如下:

单位: 万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额—增加/(减少)	
		2017年 12月31日	2017年 1月1日
将应付利息、应付股利和其他应付款合并计入其他应付款项目	应付利息	(12.94)	(7.54)
	应付股利	(6,032.79)	-
	其他应付款	6,045.73	7.54

## 2、新金融工具准则

根据新金融工具准则的相关规定,发行人对于首次执行该准则的累积影响数调整 2019 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额,2018 年度及 2017 年度的比较财务报表未重列。于 2018 年 12 月 31 日及 2019 年 1 月 1 日,发行人均没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

(1) 于 2019 年 1 月 1 日,发行人合并财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比表:

单位: 万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报科目	计量类别	账面价值	列报科目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	33,929.50	货币资金	摊余成本	33,929.50
应收账款	摊余成本	3,954.23	应收账款	摊余成本	3,954.23
其他应收款	摊余成本	2,934.86	其他应收款	摊余成本	2,934.86
其他非流动资产	摊余成本	8,000.00	债权投资	摊余成本	8,000.00
可供出售金融资产 (含其他流动资产)	以公允价值 计量且其变 动计入其他 综合收益 (权益工具)	2,000.00	交易性金融 资产	以公允价值 计量且其变 动计入当期 损益	2,000.00
			其他非流动 金融资产		

(2) 于 2019 年 1 月 1 日,发行人母公司财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比表:

单位: 万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报科目	计量类别	账面价值	列报科目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	28,182.97	货币资金	摊余成本	28,182.97
应收账款	摊余成本	3,263.81	应收账款	摊余成本	3,263.81

原金融工具准则			新金融工具准则		
其他应收款	摊余成本	17,462.66	其他应收款	摊余成本	17,462.66
其他非流动资产	摊余成本	8,000.00	债权投资	摊余成本	8,000.00

(3) 于 2019 年 1 月 1 日, 发行人根据新金融工具准则下的计量类别, 原金融资产账面价值调整为新金融工具准则下的账面价值的调节表:

新金融工具准则下以摊余成本计量的金融资产

单位: 万元

项目	账面价值	
	合并	公司
货币资金		
2018 年 12 月 31 日	33,929.50	28,182.97
减: 转出至以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(新金融工具准则)	-	-
2019 年 1 月 1 日	33,929.50	28,182.97
项目	账面价值	
	合并	公司
应收款项		
2018 年 12 月 31 日	6,889.09	20,726.47
重新计量: 预期信用损失合计	-	-
2019 年 1 月 1 日	6,889.09	20,726.47
项目	账面价值	
	合并	公司
债权投资		
2018 年 12 月 31 日	-	-
加: 自其他非流动资产转入(原金融工具准则)	8,000.00	8,000.00
重新计量: 预期信用损失合计	-	-
2019 年 1 月 1 日	8,000.00	8,000.00

新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

单位: 万元

交易性金融资产(含其他非流动金融资产)	账面价值	
	合并	公司
2018年12月31日	-	-
加: 自可供出售金融资产转入(原金融工具准则)	2,000.00	-
2019年1月1日	2,000.00	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产合计(新金融工具准则)	<b>2,000.00</b>	-

于2018年12月31日及2019年1月1日, 应收款项余额包括应收账款和其他应收款等报表项目。

于2018年12月31日, 发行人持有银行大额存单账面价值共为8,000万元。发行人执行新金融工具准则后, 由于此类金融资产的商业模式为以收取合同现金流量为目标, 且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致, 故于2019年1月1日, 发行人将此银行大额存单从其他非流动资产重分类为以摊余成本计量的债权投资。

于2018年12月31日, 发行人持有浮动收益的短期理财产品账面价值共为2,000万元。发行人执行新金融工具准则后, 由于该理财产品的合同现金流量特征不符合基本借贷安排, 故于2019年1月1日, 发行人将此银行理财产品从可供出售金融资产重分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

(4) 于2019年1月1日, 发行人将原金融资产减值准备调整为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表:

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产				
应收账款减值准备	215.44	-	-	215.44
其他应收款减值准备	12.00	-	-	12.00
合计	<b>227.44</b>	-	-	<b>227.44</b>

于2019年1月1日, 本公司将原金融资产减值准备调整为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表:

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产				
应收账款减值准备	179.10	-	-	179.10
其他应收款减值准备	-	-	-	-
合计	179.10	-	-	179.10

## 五、分部报告

报告期内发行人主要从事饮料的生产销售,发行人各公司的业务属于发行人统一管理下的一个经营分部,无需编制分部信息。

## 六、税项

### (一) 发行人适用的主要税种及其税率

税种	计税依据	税率
企业所得税	应纳税所得额	15%及25%
增值税 <sup>注</sup>	应纳税增值额(应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算)	6%、13%、16%及17%
房产税	房产的租金收入或房产的原值减除扣除比例后的余值	12%或1.2%
城市维护建设税	缴纳的增值税税额	5%、7%

注:

1、根据财政部、国家税务总局颁布的《财政部、国家税务总局关于调整增值税税率的通知》(财税[2018]32号)及相关规定,自2018年5月1日起,发行人的业务收入适用的增值税税率为16%,2018年5月1日前该业务适用的增值税税率为17%。

2、根据财政部、国家税务总局及海关总署颁布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》(财政部 税务总局 海关总署公告[2019]39号)及相关规定,自2019年4月1日起,发行人的销售商品业务收入适用的增值税税率为13%,2019年4月1日前该业务适用的增值税税率为16%。

### (二) 税收优惠

于2016年11月30日,发行人子公司增鹏取得广东省科学技术厅等单位颁发的《高新技术企业证书》(证书编号为GR201644003091),该证书的有效期为3年,于2019年11月30日到期。于2020年2月18日,全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室出具《关于广东省2019年第一批高新技术企业备案的复函》,增鹏通过高新技术企业复审,取得的《高新技术企业证书》编号为GR201944002843。根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条的有关规

定, 2017 年度、2018 年度及 2019 年度增鹏适用的企业所得税税率为 15%。

根据《广西壮族自治区地方税务局关于深入贯彻落实“五大发展理念”服务“一带一路”发展战略若干税收政策的通知》(桂地税发[2016]34 号)的相关规定, 在广西投资新办的法人工业企业, 从其取得第一笔主营业务收入所属纳税年度起, 给予 5 年免征地方分享部分的企业所得税优惠。2018 年为发行人的子公司桂鹏取得第一笔主营业务收入的纳税年度。2017 年度桂鹏尚不符合上述税收优惠的相关规定, 故适用的所得税税率为 25%; 2018 年度及 2019 年度桂鹏符合上述税收优惠的相关规定, 故适用的企业所得税税率为 15%。

## 七、最近一年主要收购兼并情况

发行人最近一年内无收购兼并情况。

## 八、非经常性损益

报告期内, 发行人非经常性损益具体情况如下:

单位: 万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
计入当期损益的政府补助	1,618.63	2,556.71	1,030.32
一次性计入当期损益的员工股权激励计划费用	-6,052.00	-	-
债权投资持有期间取得的利息收入	426.99	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	291.94	485.94	601.24
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	797.23	1,300.86
其他投资收益	-	22.90	-
非流动资产毁损报废利得	23.67	-	-
非流动资产毁损报废损失	-206.22	-198.82	-613.93
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	595.50	40.87	-321.68
<b>合计</b>	<b>-3,301.49</b>	<b>3,704.84</b>	<b>1,996.81</b>
减: 非经常性损益的所得税影响数	-833.27	884.50	521.70
<b>发行人股东权益影响额(税后)</b>	<b>-2,468.22</b>	<b>2,820.34</b>	<b>1,475.11</b>
<b>扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润(万元)</b>	<b>59,525.61</b>	<b>18,762.76</b>	<b>28,141.78</b>

## 九、主要资产情况



## (一) 固定资产

截至 2019 年 12 月 31 日, 发行人固定资产情况如下表所示:

单位: 万元

固定资产类别	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子设备及办公设备	合计
折旧年限	20 年	10 年	5 年	3 至 5 年	-
原值	62,393.50	75,422.16	1,872.70	3,442.29	143,130.65
累计折旧	8,592.41	25,982.77	996.84	2,003.48	37,575.50
减值准备	-	657.68	-	-	657.68
账面价值	<b>53,801.10</b>	<b>48,781.71</b>	<b>875.86</b>	<b>1,438.81</b>	<b>104,897.47</b>

报告期内, 固定资产的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(一) 主要资产分析”相关内容。

## (二) 无形资产

截至 2019 年 12 月 31 日, 发行人无形资产情况如下:

单位: 万元

无形资产类别	土地使用权	软件使用权	合计
摊销年限	50 年	3 年	-
原值	17,404.78	1,137.10	18,541.88
累计摊销	1,369.33	817.25	2,186.58
账面价值	16,035.45	319.85	16,355.30

报告期内, 无形资产的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(一) 主要资产分析”相关内容。

## 十、主要负债情况

截至 2019 年末, 发行人主要债项包括短期借款、应付票据、应付账款、预收款项、其他应付款、长期借款等。

### (一) 短期借款

截至 2019 年 12 月 31 日, 发行人短期借款情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日	
	金额	比例
信用证	1,000.00	100.00%
合计	1,000.00	100.00%

报告期内,公司短期借款的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”相关内容。

## (二) 应付票据

截至2019年12月31日,发行人应付票据情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日	
	金额	比例
应付票据	1,500.00	100.00%

报告期内,公司应付票据变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”相关内容。

## (三) 应付账款

截至2019年12月31日,发行人应付账款情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日	
	金额	比例
应付账款	30,439.92	100.00%

报告期内,公司应付账款的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”相关内容。

## (四) 预收款项

截至2019年12月31日,发行人预收款项情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日	
	金额	比例
预收货款	26,481.39	100.00%

报告期内,公司预收款项的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”相关内容。

#### (五) 其他应付款

截至2019年12月31日,发行人其他应付款情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日	
	金额	比例
应付销售返利与折扣款	28,238.78	49.74%
应付工程款	13,017.57	22.93%
应付保证金及押金	6,122.95	10.79%
应付广告费	5,086.19	8.96%
应付运输费	2,238.51	3.94%
应付水电燃气费	746.72	1.32%
应付股利	-	-
应付非金融机构往来款	-	-
其他	1,320.44	2.33%
<b>合计</b>	<b>56,771.14</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司其他应付款的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”相关内容。

#### (六) 长期借款

截至2019年12月31日,发行人长期借款的情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日
抵押借款	23,687.50
<b>合计</b>	<b>23,687.50</b>

报告期内,公司长期借款的变动情况及原因分析参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”相关内容。

## 十一、股东权益情况

报告期内,发行人所有者权益变动情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019 年度					
	股本/实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	其他综合收益	股东权益合计
一、本年年初余额	35,000.00	27,480.76	3,587.73	42,625.90	-	108,694.40
二、本年增减变动金额(减少以“—”号填列)						
(一)净利润	-	-	-	57,057.39	-	57,057.39
(二)其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述(一)和(二)小计	-	-	-	57,057.39	-	57,057.39
(三)股东投入资本						
1. 股东投入的普通股	1,000.00	4,714.30	-	-	-	5,714.30
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	6,052.00	-	-	-	6,052.00
(四)利润分配						
1. 提取盈余公积	-	-	5,281.77	-5,281.77	-	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-14,000.00	-	-14,000.00
三、本年年末余额	36,000.00	38,247.06	8,869.50	80,401.52	-	163,518.09
项目	2018 年度					
	股本/实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	其他综合收益	股东权益合计
一、本年年初余额	15,081.97	28,468.03	2,481.87	41,079.43	-	87,111.30
二、本年增减变动金额(减少以“—”号填列)						
(一)净利润	-	-	-	21,583.10	-	21,583.10
(二)其他综合收益	-	-	-	-	-	-

上述(一)和(二)小计	-	-	-	21,583.10	-	21,583.10
(三)股东投入资本	-	-	-	-	-	-
(四)利润分配						
1. 提取盈余公积	-	-	3,587.73	-3,587.73	-	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-
(五)股东权益内部结转	19,918.03	-987.27	-2,481.87	-16,448.90	-	-
<b>三、本年年末余额</b>	<b>35,000.00</b>	<b>27,480.76</b>	<b>3,587.73</b>	<b>42,625.90</b>	<b>-</b>	<b>108,694.40</b>
项目	2017 年度					
	股本/实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	其他综合收益	股东权益合计
一、本年年初余额	13,800.00	-	340.09	22,397.11	-	36,537.20
二、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)						
(一)净利润	-	-	-	29,616.89	-	29,616.89
(二)其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述(一)和(二)小计	-	-	-	29,616.89	-	29,616.89
(三)股东投入资本	1,281.97	28,468.03	-	-	-	29,750.00
(四)利润分配	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	2,141.78	-2,141.78	-	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-8,792.79	-	-8,792.79
<b>三、本年年末余额</b>	<b>15,081.97</b>	<b>28,468.03</b>	<b>2,481.87</b>	<b>41,079.43</b>	<b>-</b>	<b>87,111.30</b>

## 十二、现金流量状况

报告期内发行人现金流量基本情况如下表所示:

单位: 万元

项 目	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动现金流入小计	523,409.50	350,446.93	341,714.39
经营活动现金流出小计	402,311.36	330,952.96	322,743.58
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>121,098.14</b>	<b>19,493.97</b>	<b>18,970.81</b>
投资活动现金流入小计	57,670.94	193,663.62	452,118.93

项 目	2019 年	2018 年	2017 年
投资活动现金流出小计	110,906.59	192,589.02	506,235.25
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-53,235.65</b>	<b>1,074.60</b>	<b>-54,116.33</b>
筹资活动现金流入小计	46,614.62	25,479.78	48,750.00
筹资活动现金流出小计	52,354.85	30,723.70	24,416.33
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,740.23</b>	<b>-5,243.92</b>	<b>24,333.67</b>
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
<b>现金及现金等价物净增加额</b>	<b>62,122.26</b>	<b>15,324.65</b>	<b>-10,811.84</b>
加：期初现金及现金等价物余额	32,387.31	17,062.66	27,874.50
<b>期末现金及现金等价物余额</b>	<b>94,509.57</b>	<b>32,387.31</b>	<b>17,062.66</b>

### 十三、资产负债表期后事项、或有事项及其他重大事项

#### (一) 资产负债表期后事项

发行人无重大期后事项。

#### (二) 或有事项

报告期内发行人无重要或有事项。

#### (三) 承诺事项

报告期内发行人的承诺事项主要包括资本性支出以及经营租赁承诺事项。

##### 1、资本性支出承诺事项

以下为发行人于资产负债表日，已签约而尚不必在资产负债表上列示的资本性支出承诺：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
房屋、建筑物及机器设备	34,156.09	25,122.86	27,458.62
软件	13.43	48.00	96.70
<b>合计</b>	<b>34,169.52</b>	<b>25,170.86</b>	<b>27,555.32</b>

##### 2、经营租赁承诺事项

根据已签订的不可撤销的经营性租赁合同，发行人未来最低应支付租金汇总如下：

单位: 万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
一年以内	2,013.27	1,698.37	1,124.95
一到二年	1,326.03	1,639.29	1,698.37
二到三年	835.16	1,297.06	1,639.29
三年以上	10,350.26	11,175.77	12,472.84
合计	14,524.71	15,810.50	16,935.45

#### (四) 其他重大事项

报告期内发行人无其他重大事项。

### 十四、主要财务指标

#### (一) 基本财务指标

报告期内, 发行人基本财务指标情况如下:

财务指标	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动比率(倍)	1.00	0.71	0.88
速动比率(倍)	0.85	0.59	0.76
资产负债率(母公司)	44.06%	38.73%	61.62%
资产负债率(合并)	51.05%	48.43%	57.53%
无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权)占净资产的比例	0.20%	0.11%	0.14%
归属于公司普通股股东的每股净资产(元)	4.54	3.11	-
财务指标	2019年	2018年	2017年
应收账款周转率(次)	129.27	113.29	265.51
存货周转率(次)	13.43	12.90	14.36
息税折旧摊销前利润(万元)	91,214.95	36,520.62	47,737.67
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润(万元)	59,525.61	18,762.76	28,141.78
利息保障倍数(倍)	67.33	30.55	30.10
每股经营活动产生的现金流量(元)	3.36	0.56	-
每股净现金流量(元)	1.73	0.44	-

上述指标的计算公式如下:

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额\*100%
- 4、无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权)占净资产的比例=无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权)/净资产\*100%
- 5、归属于公司普通股股东的每股净资产(元)=归属于母公司股东权益合计/期末股本总额
- 6、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值
- 7、存货周转率=营业成本/存货平均账面价值
- 8、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+费用化利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+股份支付费用
- 9、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润=归属于公司普通股股东的净利润-归属于母公司的非经常性损益
- 10、利息保障倍数=(利润总额+费用化利息支出)/利息支出
- 11、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- 12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

注：公司于 2018 年变更为股份有限公司，因此 2017 年末归属于母公司普通股股东的每股净资产、2017 年度每股经营活动产生的现金流量和每股净现金流量指标不适用。

## (二) 净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010 年修订)，发行人报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

项目	报告期间	加权平均 净资产收益率 (%)	每股收益	
			基本每股收益 (元/股)	稀释每股收益 (元/股)
归属于母公司股东的 净利润	2019 年度	43.14	1.63	1.63
	2018 年度	22.05	0.62	0.62
	2017 年度	43.34	-	-
扣除非经常性损益后 归属于母公司股东的 净利润	2019 年度	45.01	1.70	1.70
	2018 年度	19.16	0.54	0.54
	2017 年度	41.18	-	-

## 十五、设立时及报告期内资产评估情况

公司整体变更设立期间，北京中天华资产评估有限责任公司于 2018 年 1 月 10 日出具《深圳市东鹏饮料实业有限公司拟股份制改制所涉及净资产价值资产评估说明》(中天华资评报字[2018]1003 号)。截至 2017 年 10 月 31 日，东鹏有限总资产账面价值 157,437.37 万元，评估值 199,554.25 万元，增值率 26.75%；总负债账面价值 101,919.29 万元，评估值 101,919.29 万元，无评估增减值；净资



产账面价值 55,518.08 万元, 评估值 97,634.96 万元, 增值率 75.86%。

## 十六、历次验资情况

发行人设立以来的历次验资情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性”。

## 第十一节 管理层讨论与分析

公司管理层以 2017 年度、2018 年度、2019 年度经审计的财务报表为基础，对报告期内公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出进行了讨论和分析。

本节内容可能含有前瞻性描述。该类前瞻性描述包含了部分不确定事项，可能与公司的最终经营结果不一致。投资者阅读本节内容时，应同时参考本招股说明书“第十节 财务会计信息”中的相关内容，以及本次发行经普华永道审计的财务报表及其附注。

本节讨论与分析所指的数据，除非特别说明，均指合并口径数据。

### 一、财务状况分析

#### (一) 主要资产分析

##### 1、资产构成及其变化分析

报告期各期末，公司资产的构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	145,154.00	43.45%	68,248.67	32.38%	100,517.45	49.01%
非流动资产	188,916.03	56.55%	142,503.90	67.62%	104,584.00	50.99%
合计	<b>334,070.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>210,752.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>205,101.44</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司资产总额分别为 205,101.44 万元、210,752.57 万元和 334,070.03 万元，复合增长率为 27.62%，资产总额保持稳定增长。2018 年末，公司资产总额有所增加，主要原因系公司推进桂鹏、华鹏、徽鹏等生产基地的投资建设，固定资产随之增加。2019 年末，公司资产总额进一步增加，一方面系公司对桂鹏、华鹏、渝鹏等生产基地持续投入，在建工程、固定资产增加，另一方面系公司销售规模持续扩大，销售商品收到的现金增加。

报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为 49.01%、32.38%和

43.45%，非流动资产占资产总额的比例分别为 50.99%、67.62%和 56.55%。2018 年末，非流动资产比例有所提高的主要原因系固定资产有所增加。2019 年末，流动资产比例有所提高的主要原因系货币资金有所增加。

## 2、流动资产构成及其变化分析

报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>流动资产：</b>						
货币资金	94,509.57	65.11%	33,929.50	49.71%	19,357.07	19.26%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	25,000.00	24.87%
应收账款	2,557.18	1.76%	3,954.23	5.79%	1,408.40	1.40%
预付款项	15,928.02	10.97%	7,649.26	11.21%	11,864.74	11.80%
其他应收款	1,746.05	1.20%	2,934.86	4.30%	2,354.43	2.34%
存货	21,422.81	14.76%	11,962.86	17.53%	13,475.05	13.41%
其他流动资产	8,990.37	6.19%	7,817.95	11.46%	27,057.76	26.92%
<b>合计</b>	<b>145,154.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>68,248.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,517.45</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司的流动资产分别为 100,517.45 万元、68,248.67 万元和 145,154.00 万元，主要由货币资金、存货和其他流动资产构成，三者合计占流动资产的比例分别为 59.58%、78.70%和 86.06%。2018 年末，公司流动资产规模减小，主要原因系 2018 年度公司加大了对桂鹏、华鹏、徽鹏等生产基地建设的资金投入，流动资产金额有所下降。2019 年末，公司流动资产规模增加，主要原因系 2019 年度公司销售规模持续扩大，销售商品收到的现金有所增加。

### (1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	21.48	0.02%	46.03	0.14%	2.66	0.01%

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行存款	94,488.09	99.98%	32,341.28	95.32%	17,060.00	88.13%
其他货币资金	-	-	1,542.20	4.55%	2,294.41	11.85%
<b>合计</b>	<b>94,509.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>33,929.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,357.07</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司货币资金分别为 19,357.07 万元、33,929.50 万元和 94,509.57 万元,占同期末流动资产的比例分别为 19.26%、49.71%和 65.11%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成,其他货币资金为银行承兑汇票的保证金。

2018 年末,公司货币资金较 2017 年末增长了 75.28%,主要原因系公司销售规模扩大,销售商品收到的现金增加,以及理财产品到期收回资金。2019 年末,公司货币资金较 2018 年末增长了 178.55%,主要原因系公司销售规模持续扩大,销售商品收到的现金持续增加。

### (2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

报告期各期末,公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分别为 25,000.00 万元、0 万元和 0 万元。2017 年末,公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产为银行理财产品,2018 年该笔理财产品已到期收回。

### (3) 应收账款

报告期各期末,公司应收账款账面价值分别为 1,408.40 万元、3,954.23 万元和 2,557.18 万元,占同期末流动资产的比例分别为 1.40%、5.79%和 1.76%。

#### ①应收账款余额分析

公司应收账款余额相对于营业收入的变化趋势比较如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度
应收账款余额	2,691.77	4,169.67	1,484.97
当期营业收入	420,872.85	303,753.60	284,380.76
当期营业收入增长率	38.56%	6.81%	-
应收账款余额占当期 营业收入的比例	0.64%	1.37%	0.52%

报告期各期末,公司的应收账款余额分别为1,484.97万元、4,169.67万元和2,691.77万元,占同期营业收入的比例分别为0.52%、1.37%和0.64%,应收账款余额占营业收入的比例较小。公司一般采用款到发货的结算方式,报告期各期末,公司应收账款余额占营业收入的比例维持在较低水平。

## ②应收账款账龄分析

报告期各期末,公司应收账款余额的账龄情况如下:

单位:万元

账龄	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
一年以内	2,691.77	100.00%	4,154.23	99.63%	1,469.52	98.96%
一到二年	-	-	-	-	15.44	1.04%
二到三年	-	-	15.44	0.37%	-	-
合计	<b>2,691.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,169.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,484.97</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司应收账款账龄绝大部分在1年以内,账龄结构良好。公司应收账款对象主要为合作多年且信誉良好的经销商,天猫、京东等大型电商平台以及直营模式下的大型加油站便利店等,坏账风险较低。

## ③应收账款坏账准备计提情况

2017年末及2018年末,公司应收账款余额均为按组合计提坏账的应收帐款,采用账龄分析法计提坏账。2019年1月1日起,公司执行新金融工具准则,应收账款以摊余成本计量,以预期信用损失为基础确认损失准备。报告期各期末,坏账计提的情况如下:

单位:万元

账龄	2019年12月31日		
	应收账款账面余额	坏账准备	整个存续期预期信用损失率
1年以内	2,691.77	134.59	5.00%
合计	<b>2,691.77</b>	<b>134.59</b>	<b>5.00%</b>
账龄	2018年12月31日		
	应收账款账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内	4,154.23	207.72	5.00%
1至2年	-	-	-

2至3年	15.44	7.72	50.00%
合计	<b>4,169.67</b>	<b>215.44</b>	<b>5.17%</b>
账龄	2017年12月31日		
	应收账款账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内	1,469.52	73.48	5.00%
1至2年	15.44	3.09	20.00%
合计	<b>1,484.97</b>	<b>76.56</b>	<b>5.16%</b>

#### (4) 预付款项

报告期各期末,公司预付款项及其账龄情况如下:

单位:万元

账龄	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一年以内	15,928.02	100.00%	7,573.06	99.00%	11,697.48	98.59%
一到二年	-	-	76.20	1.00%	167.26	1.41%
合计	<b>15,928.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,649.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,864.74</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司的预付款项余额分别为11,864.74万元、7,649.26万元和15,928.02万元,占流动资产的比例分别为11.80%、11.21%和10.97%,主要为向供应商预付的材料款和代言款。公司预付款项的账龄主要在一年以内。2019年末,公司预付款项有所增加,主要原因系随着公司业务规模的扩大,公司材料采购规模随之扩大,且2019年公司根据发展战略,大力宣传由柑柠檬茶产品,聘请了品牌形象代言人,产生预付代言款。

#### (5) 其他应收款

##### ①其他应收款余额分析

报告期各期末,公司其他应收款按性质分类的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应收押金保证金	1,274.07	1,390.83	985.69
第三方平台资金	313.47	1,316.58	1,324.16
其他	166.86	239.44	67.98
其他应收款账面余额	<b>1,754.40</b>	<b>2,946.85</b>	<b>2,377.83</b>

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
坏账准备	8.34	12.00	23.39
其他应收款账面价值	<b>1,746.05</b>	<b>2,934.86</b>	<b>2,354.43</b>

报告期各期末,公司的其他应收款账面价值分别为 2,354.43 万元、2,934.86 万元和 1,746.05 万元,占流动资产的比例分别为 2.34%、4.30%和 1.20%,占比较小,主要为应收押金保证金和第三方平台资金。

## ②其他应收款账龄分析

报告期各期末,公司其他应收款账龄分析如下:

单位:万元

账龄	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一年以内	1,034.74	58.98%	2,243.27	76.12%	2,181.10	91.73%
一到二年	250.02	14.25%	620.65	21.06%	74.24	3.12%
二到三年	391.19	22.30%	14.00	0.48%	62.01	2.61%
三年以上	78.44	4.47%	68.94	2.34%	60.48	2.54%
合计	<b>1,754.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,946.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,377.83</b>	<b>100.00%</b>

公司其他应收款账龄主要系 3 年以内,其他应收款坏账风险较小。

## ③其他应收款坏账准备计提情况

2017 至 2018 年,公司其他应收款分为按组合计提坏账准备的其他应收款和单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款。按组合计提坏账准备的其他应收款中,应收押金保证金、第三方平台资金及利息组合因风险极小而不计提减值准备,其他组合按账龄分析法计提减值准备。坏账准备的计提情况如下:

单位:万元

项目	2018年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例
按组合计提坏账准备			
-应收押金保证金、第三方平台资金及利息	2,707.42	-	-
-其他不存在重大信用风险组合	239.44	12.00	5.01%
单项金额不重大但单独计提坏账准备	-	-	-
合计	<b>2,946.85</b>	<b>12.00</b>	<b>0.41%</b>

项目	2017年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例
按组合计提坏账准备			
-应收押金保证金、第三方平台资金及利息	2,233.80	-	-
-其他不存在重大信用风险组合	127.11	6.47	5.09%
单项金额不重大但单独计提坏账准备	16.92	16.92	100.00%
<b>合计</b>	<b>2,377.83</b>	<b>23.39</b>	<b>0.98%</b>

2018年度,公司实际核销的其他应收款为16.92万元。

2019年1月1日起,公司执行新金融工具准则,截至2019年12月31日,公司其他应收款自初始确认后信用风险未显著增加,按照未来12个月内预期信用损失率确认坏账准备。报告期各期末,坏账准备的计提情况如下:

单位:万元

账龄	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	未来12个月内预期信用损失率
单项计提			
-押金保证金	1,274.07	-	-
-第三方平台资金	313.47	-	-
组合计提			
-其他应收款项	166.86	8.34	5.00%
<b>合计</b>	<b>1,754.40</b>	<b>8.34</b>	<b>0.48%</b>

## (6) 存货

报告期各期末,公司存货的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	9,615.07	44.88%	5,998.12	50.14%	5,581.42	41.42%
发出商品	131.94	0.62%	303.38	2.54%	204.88	1.52%
库存商品	8,582.01	40.06%	2,834.89	23.70%	5,440.07	40.37%
周转材料	3,093.80	14.44%	2,826.47	23.63%	2,248.67	16.69%
<b>合计</b>	<b>21,422.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,962.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,475.05</b>	<b>100.00%</b>



报告期各期末,公司存货的账面价值分别为13,475.05万元、11,962.86万元和21,422.81万元,占流动资产的比例分别为13.41%、17.53%和14.76%。

报告期各期末,公司的存货以原材料和库存商品为主,两项合计占同期末存货的比例分别为81.79%、73.84%和84.94%,周转材料主要为广宣品、五金备件、劳保用品等低值易耗品。2018年末,公司存货较2017年末有所减少,主要系2018年底公司大力推广东鹏特饮礼盒装,获得了市场的青睐,销售情况良好,出货较多,因此期末库存商品金额有所下降。2019年末,公司存货较2018年末有所增加,主要系2019年度公司销售规模增长较快,采购生产规模随之扩大,因此期末原材料和库存商品的金额有所提高。

②报告期各期末,公司存货的跌价准备计提情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日			2018年12月31日			2017年12月31日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	9,615.07	-	9,615.07	5,998.12	-	5,998.12	5,581.42	-	5,581.42
发出商品	131.94	-	131.94	303.38	-	303.38	204.88	-	204.88
库存商品	8,664.93	-82.92	8,582.01	2,918.96	-84.06	2,834.89	5,440.07	-	5,440.07
周转材料	3,093.80	-	3,093.80	2,826.47	-	2,826.47	2,248.67	-	2,248.67
合计	<b>21,505.74</b>	<b>-82.92</b>	<b>21,422.81</b>	<b>12,046.92</b>	<b>-84.06</b>	<b>11,962.86</b>	<b>13,475.05</b>	<b>-</b>	<b>13,475.05</b>

#### (7) 其他流动资产

报告期各期末,公司其他流动资产的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
待认证/抵扣进项税	8,760.19	97.44%	5,469.50	69.96%	2,874.76	10.62%
预付发行中介费用	202.46	2.25%	-	-	-	-
应收利息	27.71	0.31%	22.90	0.29%	-	-
可供出售金融资产	-	-	2,000.00	25.58%	24,183.00	89.38%
预交所得税	-	-	325.55	4.16%	-	-
合计	<b>8,990.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,817.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,057.76</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司的其他流动资产分别为27,057.76万元、7,817.95万元

和 8,990.37 万元, 占流动资产的比例分别为 26.92%、11.46% 和 6.19%, 主要由可供出售金融资产、待认证/抵扣进项税等构成, 其中可供出售金融资产主要为银行理财产品。2018 年末, 公司其他流动资产较 2017 年末下降 71.11%, 主要原因系 2018 年度公司桂鹏、华鹏、徽鹏等生产基地建设持续投入, 购买银行理财产品的规模下降。

### 3、非流动资产构成及其变化分析

报告期各期末, 公司非流动资产的构成情况如下:

单位: 万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>非流动资产:</b>						
债权投资	13,000.00	6.88%	-	-	-	-
固定资产	104,897.47	55.53%	93,085.28	65.32%	58,484.29	55.92%
在建工程	34,058.05	18.03%	17,702.88	12.42%	18,907.04	18.08%
无形资产	16,355.30	8.66%	15,496.63	10.87%	15,821.00	15.13%
长期待摊费用	2,313.88	1.22%	2,035.13	1.43%	2,188.24	2.09%
递延所得税资产	8,203.30	4.34%	4,282.64	3.01%	6,530.82	6.24%
其他非流动资产	10,088.02	5.34%	9,901.34	6.95%	2,652.61	2.54%
<b>合计</b>	<b>188,916.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>142,503.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>104,584.00</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末, 公司的非流动资产分别为 104,584.00 万元、142,503.90 万元和 188,916.03 万元, 主要由固定资产、在建工程和无形资产构成, 三者合计占非流动资产的比例分别为 89.13%、88.62% 和 82.21%。

#### (1) 固定资产

报告期各期末, 公司固定资产原值、累计折旧、计提的减值准备及固定资产账面价值的具体构成如下:

单位: 万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
<b>一、账面原值合计:</b>	<b>143,130.65</b>	<b>121,165.21</b>	<b>79,194.25</b>
其中: 房屋及建筑物	62,393.50	49,107.75	32,390.07
机器设备	75,422.16	67,511.31	43,661.04

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
运输工具	1,872.70	1,627.09	1,233.66
电子设备及办公设备	3,442.29	2,919.07	1,909.48
<b>二、累计折旧合计:</b>	<b>37,575.50</b>	<b>28,079.92</b>	<b>20,709.96</b>
其中:房屋及建筑物	8,592.41	6,049.70	4,069.62
机器设备	25,982.77	19,607.95	14,749.22
运输工具	996.84	879.10	692.66
电子设备及办公设备	2,003.48	1,543.18	1,198.46
<b>三、减值准备:</b>	<b>657.68</b>	-	-
其中:房屋及建筑物	-	-	-
机器设备	657.68	-	-
运输工具	-	-	-
电子设备及办公设备	-	-	-
<b>四、固定资产账面价值合计</b>	<b>104,897.47</b>	<b>93,085.28</b>	<b>58,484.29</b>
其中:房屋及建筑物	53,801.10	43,058.05	28,320.45
机器设备	48,781.71	47,903.36	28,911.83
运输工具	875.86	747.99	541.00
电子设备及办公设备	1,438.81	1,375.89	711.02

报告期各期末,公司的固定资产账面价值分别为 58,484.29 万元、93,085.28 万元和 104,897.47 万元,占非流动资产的比例分别为 55.92%、65.32%和 55.53%。报告期内,公司正处于布局全国生产基地、提升产能的发展阶段,因此固定资产投资较大。

2018 年度,由在建工程转入固定资产的原值为 35,634.36 万元,主要系桂鹏、徽鹏等基地工程建设项目部分达到了预定可使用状态并转入了固定资产。2019 年度,由在建工程转入固定资产的原值为 18,337.16 万元,主要系桂鹏基地工程建设项目转入固定资产。

## (2) 在建工程

报告期各期末,公司在建工程的账面价值构成情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
华鹏基地产能提升工程	24,667.41	4,847.85	15.85
渝鹏基地建设工程	9,299.88	382.79	211.20
桂鹏基地产能提升工程	11.80	10,962.11	13,461.52
徽鹏基地产能提升工程	-	1,496.05	3,192.92
海丰水厂产能提升工程	9.61	14.08	2,021.93
其他	69.35	-	3.60
<b>合计</b>	<b>34,058.05</b>	<b>17,702.88</b>	<b>18,907.04</b>

报告期各期末,公司的在建工程账面价值分别为 18,907.04 万元、17,702.88 万元和 34,058.05 万元,占非流动资产的比例分别为 18.08%、12.42%和 18.03%。2018 年末,公司在建工程较 2017 年末有所下降,主要原因系桂鹏、徽鹏等基地工程建设项目部分资产达到了预定可使用状态,结转至固定资产。2018 年和 2019 年,公司推进了华鹏基地项目的建设,旨在提高公司的产能,满足广东区域日益增长的市场需求,华鹏基地产能提升工程金额持续增加。

### (3) 无形资产

报告期各期末,公司无形资产的构成情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
土地使用权	16,035.45	98.04%	15,372.21	99.20%	15,701.46	99.24%
软件	319.85	1.96%	124.41	0.80%	119.53	0.76%
<b>合计</b>	<b>16,355.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,496.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,821.00</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司的无形资产账面价值分别为 15,821.00 万元、15,496.63 万元和 16,355.30 万元,占非流动资产的比例分别为 15.13%、10.87%和 8.66%。报告期各期末,公司无形资产主要为土地使用权,具体内容请参见“第六节 业务和技术”之“五、与发行人业务相关的资产情况”之“(三)无形资产情况”。

### (4) 长期待摊费用

报告期各期末,公司的长期待摊费用分别为 2,188.24 万元、2,035.13 万元和

2,313.88 万元, 主要为经营租入固定资产改良, 占非流动资产的比例分别为 2.09%、1.43% 和 1.22%, 占比较小。

### (5) 递延所得税资产

报告期各期末, 公司递延所得税资产的构成情况如下:

单位: 万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损
资产减值准备	152.86	883.53	72.89	311.5	22.75	99.96
计提销售返利与折扣款	7,059.69	28,238.78	3,872.00	15,488.00	6,480.01	25,920.06
递延收益	199.2	1,328.01	144.42	962.79	-	-
可抵扣亏损	292.93	1,171.72	168.21	672.83	17.6	70.38
内部未实现利润	498.61	1,994.44	25.12	100.5	10.46	41.84
<b>合计</b>	<b>8,203.30</b>	<b>33,616.48</b>	<b>4,282.64</b>	<b>17,535.61</b>	<b>6,530.82</b>	<b>26,132.24</b>

报告期各期末, 公司的递延所得税资产分别为 6,530.82 万元、4,282.64 万元和 8,203.30 万元, 主要是由计提销售返利与折扣款形成。2018 年 11 月, 公司推出了“壹元乐享”换购的新型促销活动, 并于 2019 年在全国范围内推广, 因此 2019 年末计提销售返利与折扣款金额增大, 递延所得税资产金额随之增加。

### (6) 债权投资和其他非流动资产

报告期各期末, 公司的其他非流动资产分别为 2,652.61 万元、9,901.34 万元和 10,088.02 万元。2018 年末, 其他非流动资产较 2017 年末有所增加, 主要原因系公司为提高资金收益, 对部分资金进行现金管理, 购买大额存单。

2019 年 1 月 1 日起, 公司执行新金融工具准则, 将大额存单归类为债权投资。截至 2019 年末, 公司债权投资金额为 13,000 万元。

## (二) 主要负债分析

### 1、负债构成及其变化分析

报告期各期末, 公司负债的构成及变化情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	145,201.14	85.14%	95,677.13	93.75%	113,940.01	96.57%
非流动负债	25,350.81	14.86%	6,381.05	6.25%	4,050.13	3.43%
<b>合计</b>	<b>170,551.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>102,058.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>117,990.15</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司负债总额分别为117,990.15万元、102,058.17万元和170,551.94万元,流动负债占比逐年下降。

## 2、流动负债构成及其变化分析

报告期各期末,公司流动负债的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>流动负债:</b>						
短期借款	1,000.00	0.69%	15,479.78	16.18%	12,500.00	10.97%
应付票据	1,500.00	1.03%	1,542.20	1.61%	2,294.41	2.01%
应付账款	30,439.92	20.96%	19,469.27	20.35%	15,593.67	13.69%
预收款项	26,481.39	18.24%	5,879.89	6.15%	9,275.89	8.14%
应付职工薪酬	15,324.63	10.55%	4,925.05	5.15%	5,452.86	4.79%
应交税费	13,684.05	9.42%	5,753.12	6.01%	10,638.41	9.34%
其他应付款	56,771.14	39.10%	42,077.69	43.98%	56,378.17	49.48%
一年内到期的非流动负债	-	-	550.13	0.57%	1,806.61	1.59%
<b>合计</b>	<b>145,201.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>95,677.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>113,940.01</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末,公司的流动负债分别为113,940.01万元、95,677.13万元和145,201.14万元,主要由短期借款、应付账款、预收款项以及其他应付款构成,四者合计占流动负债的比例分别为82.28%、86.65%和78.99%。

### (1) 短期借款

报告期各期末,公司短期借款的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
抵押借款	-	6,500.00	1,500.00

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
保证借款	-	2,979.78	7,500.00
信用证	1,000.00	6,000.00	3,500.00
合计	<b>1,000.00</b>	<b>15,479.78</b>	<b>12,500.00</b>

报告期各期末,公司的短期借款余额分别为12,500.00万元、15,479.78万元和1,000.00万元,为银行借款和向银行贴现的信用证。

2018年末,公司短期借款有所增长,主要原因系2018年,公司以自有资金加大了生产基地项目的建设投资,为保证正常的生产经营,公司增加了短期借款,以满足日常运营的资金需求。

2019年末,公司的短期借款减少,一方面系公司销售规模持续扩大,销售商品收到的现金增加,提前归还了部分短期借款,另一方面系公司增加了长期借款,以投入桂鹏及华鹏生产基地的建设。

## (2) 应付票据

报告期各期末,公司应付票据金额分别为2,294.41万元、1,542.20万元和1,500.00万元。为提高资金利用效率,公司与部分供应商采用票据方式进行结算,主要用于支付原材料采购款。

## (3) 应付账款

报告期各期末,公司应付账款分别为15,593.67万元、19,469.27万元和30,439.92万元,为应付供应商的采购款。报告期各期末,随着公司业务规模的扩大,公司应付账款整体呈上升趋势。

报告期各期末,公司应付账款账龄明细情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	30,422.59	99.94%	19,352.13	99.40%	15,563.13	99.80%
1年以上	17.34	0.06%	117.14	0.60%	30.54	0.20%
合计	<b>30,439.92</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,469.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,593.67</b>	<b>100.00%</b>

从账龄结构来看,公司应付账款的账龄主要在1年以内,账龄超过1年的应付账款金额较小。

#### (4) 预收款项

报告期各期末,公司的预收款项分别为 9,275.89 万元、5,879.89 万元和 26,481.39 万元,占流动负债的比例分别为 8.14%、6.15%和 18.24%,为预收客户的货款。公司销售模式以经销为主,在经销模式下,公司主要采用款到发货的方式进行交易。

2019 年末,公司预收款项增加,一方面系因公司销售规模持续扩大,公司主要采用款到发货的销售方式,预收的经销商货款随之增加,另一方面系因 2020 年春节时间较早,为避开春运物流高峰,经销商普遍会提前下单预付货款,为即将到来的春节销售旺季备货。

#### (5) 应付职工薪酬

报告期各期末,公司应付职工薪酬分别为 5,452.86 万元、4,925.05 万元和 15,324.63 万元,主要为应付职工的工资、奖金、津贴和补贴。2019 年末,公司应付职工薪酬余额较 2018 年末有所增加,主要系 2019 年度公司经营业绩较好,并完善了考核体系,年终奖计提金额有所提高。

#### (6) 应交税费

报告期各期末,公司应交税费的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应交企业所得税	10,289.38	1,569.42	7,225.30
未交增值税	2,246.34	3,615.44	2,776.09
应交个人所得税	750.51	45.06	110.34
应交城市维护建设税	149.31	219.82	184.88
应交教育费附加	112.29	163.54	138.59
其他	136.22	139.83	203.20
<b>合计</b>	<b>13,684.05</b>	<b>5,753.12</b>	<b>10,638.41</b>

报告期各期末,公司应交税费分别为 10,638.41 万元、5,753.12 万元和 13,684.05 万元,主要为应交企业所得税和增值税。2017 年末和 2019 年末,公司应交企业所得税余额较大,主要是由于 2017 年和 2019 年预缴的企业所得税相对较少。



### (7) 其他应付款

报告期各期末, 公司其他应付款的构成情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应付销售返利和折扣款	28,238.78	15,488.00	25,920.06
应付工程款	13,017.57	12,236.55	4,418.71
应付保证金及押金	6,122.95	6,201.40	5,539.68
应付广告费	5,086.19	5,271.15	11,343.44
应付运输费	2,238.51	1,120.30	620.93
应付水电燃气费	746.72	737.48	826.17
应付股利	-	-	6,032.79
应付非金融机构往来款	-	-	1,000.00
其他	1,320.44	1,022.80	676.39
<b>合计</b>	<b>56,771.14</b>	<b>42,077.69</b>	<b>56,378.17</b>

报告期各期末, 公司的其他应付款分别为 56,378.17 万元、42,077.69 万元和 56,771.14 万元, 占流动负债的比例分别为 49.48%、43.98%和 39.10%, 主要为应付销售返利和折扣款、应付工程款和广告费等。2019 年末, 公司其他应付款的增加主要系随着销售规模的扩大, 应付销售返利和折扣款随之增加。

### 3、非流动负债构成及其变化分析

报告期各期末, 公司非流动负债的构成情况如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>非流动负债:</b>						
长期借款	23,687.50	93.44%	5,000.00	78.36%	-	-
预计负债	-	-	125.43	1.97%	-	-
长期应付款	-	-	-	-	550.13	13.58%
应付债券	-	-	-	-	3,500.00	86.42%
递延收益	1,544.96	6.09%	1,200.29	18.81%	-	-
递延所得税负债	118.35	0.47%	55.32	0.87%	-	-

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	25,350.81	100.00%	6,381.05	100.00%	4,050.13	100.00%

报告期各期末,公司的非流动负债分别为4,050.13万元、6,381.05万元和25,350.81万元,主要由长期借款、应付债券以及递延收益构成,三者合计占非流动负债的比例分别为86.42%、97.17%和99.53%。2018年和2019年末,公司非流动负债持续增加,主要原因系公司为建设桂鹏和华鹏生产基地而增加了长期借款。

### (1) 长期借款

报告期各期末,公司长期借款的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
抵押借款	23,687.50	5,000.00	1,200.00
减:一年内到期的长期借款	-	-	-1,200.00
合计	23,687.50	5,000.00	-

2014年,公司为建设徽鹏生产基地借入为期4年的长期借款1,200.00万元,2017年末,将其重分类为一年内到期的非流动负债,截至2018年末,该笔借款已还清。2018年,公司为建设桂鹏生产基地,取得了中国银行37,000.00万元、为期5年的授信额度,截至2018年末和2019年末,桂鹏生产基地的长期借款余额分别为5,000.00万元和11,687.50万元。

2019年,公司为建设华鹏生产基地,取得了招商银行20,000.00万元、为期5年的授信额度,截至2019年末,华鹏生产基地的长期借款余额为12,000.00万元。

### (2) 长期应付款

报告期各期末,公司长期应付款的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应付融资租赁款	-	550.13	1,156.74

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
减：一年内到期的长期借款	-	-550.13	-606.61
合计	-	-	<b>550.13</b>

报告期各期末,公司的长期应付款系因增鹏融资租赁设备而形成的应付融资租赁款,截至2019年末,公司应付融资租赁款已支付完毕。

### (3) 应付债券

公司于2017年3月24日发行深圳市中小企业2017年度第一期集合私募债,面值3,500.00万元,期限2年。2018年12月26日,公司提前偿还了此债券。

### (4) 递延收益

报告期各期末,公司递延收益金额分别为0万元、1,200.29万元和1,544.96万元,由政府补助而形成,具体明细如下:

单位:万元

项目	2017年12月31日	本期增加	本期计入其他收益	2018年12月31日	本期增加	本期计入其他收益	2019年12月31日	与资产/收益相关
地区财政投资补助	-	1,000.00	37.21	962.79	-	100.00	862.79	与资产相关
自治区工业和信息化发展专项补贴	-	250.00	12.50	237.50	-	20.55	216.95	与资产相关
技术改造补贴	-	-	-	-	500.00	34.78	465.22	与资产相关
合计	-	<b>1,250.00</b>	<b>49.71</b>	<b>1,200.29</b>	<b>500.00</b>	<b>155.33</b>	<b>1,544.96</b>	

### (5) 递延所得税负债

2018年及2019年末,公司因利息资本化形成可抵扣暂时性差异分别为226.68万元和473.39万元,对应递延所得税负债分别为55.32万元和118.35万元。

## (三) 偿债能力分析

### 1、偿债能力指标分析

报告期内,公司的偿债能力指标情况如下表所示:

财务指标	2019年12月31日 /2019年	2018年12月31日 /2018年	2017年12月31日 /2017年
流动比率(倍)	1.00	0.71	0.88
速动比率(倍)	0.85	0.59	0.76
资产负债率(母公司)	44.06%	38.73%	61.62%
资产负债率(合并)	51.05%	48.43%	57.53%
息税折旧摊销前利润 (万元)	91,214.95	36,520.62	47,737.67
利息保障倍数(倍)	67.33	30.55	30.10

上述指标的计算公式如下:

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额\*100%
- 4、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+费用化利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+股份支付费用
- 5、利息保障倍数=(利润总额+费用化利息支出)/利息支出

#### (1) 流动比率和速动比率

报告期各期末,公司流动比率分别为 0.88、0.71 和 1.00,速动比率分别为 0.76、0.59 和 0.85。2018 年末,公司流动比率和速动比率有所下降,主要系 2018 年,公司桂鹏、华鹏、徽鹏等基地工程建设项目持续投入,流动资产有所减小。2019 年末,公司流动比率和速动比率有所回升,主要系 2019 年,公司销售规模持续扩大,销售商品收到的现金增加,流动资产有所增加。

#### (2) 资产负债率

报告期各期末,公司合并口径资产负债率分别为 57.53%、48.43%和 51.05%。资产变化的具体情况参见本节“一、财务状况分析”之“(一)主要资产分析”之“1、资产构成及其变化分析”。负债变化的具体情况参见本节“一、财务状况分析”之“(二)主要负债分析”之“1、负债构成及其变化分析”。

#### (3) 息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内,公司息税折旧摊销前利润金额分别为 47,737.67 万元、36,520.62 万元和 91,214.95 万元。2018 年,公司息税折旧摊销前利润金额有所下降的主要原因系营业成本及期间费用增加,净利润有所下降。2019 年,公司息税折旧摊销前利润金额有所增长的主要原因系营业收入增加,净利润有所增长。报告期内,公司利息保障倍数分别为 30.10、30.55 和 67.33,保持在较高水平。2019 年,公

司利息保障倍数上升主要系利润总额增加。利润变化的具体情况参见本节“二、盈利能力分析”。

## 2、偿债能力指标同行业比较

公司与可比上市公司的偿债能力指标对比如下：

财务指标	公司	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动比率(倍)	香飘飘	1.49	1.80	2.45
	养元饮品	8.82	4.09	2.43
	承德露露	2.47	2.67	2.99
	行业均值	<b>4.26</b>	<b>2.85</b>	<b>2.62</b>
	本公司	<b>1.00</b>	<b>0.71</b>	<b>0.88</b>
速动比率(倍)	香飘飘	1.37	1.66	2.26
	养元饮品	8.38	3.85	2.19
	承德露露	2.17	2.34	2.64
	行业均值	<b>3.97</b>	<b>2.62</b>	<b>2.36</b>
	本公司	<b>0.85</b>	<b>0.59</b>	<b>0.76</b>
资产负债率(合并)	香飘飘	36.63%	33.67%	31.35%
	养元饮品	10.32%	21.72%	34.43%
	承德露露	34.60%	31.18%	27.69%
	行业均值	<b>27.18%</b>	<b>28.86%</b>	<b>31.16%</b>
	本公司	<b>51.05%</b>	<b>48.43%</b>	<b>57.53%</b>

注：同行业上市公司财务数据来源于 wind 资讯，均采用最近一期披露的定期报告数据，其中承德露露 2019 年末数据来源为 2019 年年度报告，香飘飘及养元饮品 2019 年末数据来源为各公司 2019 年第三季度报告。

报告期各期末，公司流动比率、速动比率低于同行业可比公司平均水平，资产负债率高于同行业可比公司平均水平，一方面系公司尚未上市，与上市公司相比资金实力相对较弱；另一方面系公司正处于生产基地布局及产能提升的发展阶段，对固定资产、在建工程等非流动资产的投入较多，因此账面货币资金相对较少，同时增加了短期借款、应付工程款和长期借款等负债规模。

随着公司利润积累，资金实力将逐步增强，流动比率、速动比率以及资产负债率等偿债能力指标将逐步改善。

## (四) 资产周转能力分析

## 1、资产周转能力指标分析

报告期内，公司的资产周转能力指标如下表所示：

财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	129.27	113.29	265.51
存货周转率（次）	13.43	12.90	14.36

上述指标的计算公式如下：

- 1、 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值
- 2、 存货周转率=营业成本/存货平均账面价值

### (1) 应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 265.51、113.29 和 129.27，保持在较高水平，应收账款管理较好，主要原因是公司在饮料行业深耕多年，产品深受下游经销商认同，公司一般采用款到发货的结算方式。

### (2) 存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 14.36、12.90 和 13.43，保持在较高水平，存货管理较好。公司采用“以销定产”的生产模式和“以产定购”的采购模式，报告期各期末的存货余额较小。关于存货变动的原因参见本节“一、财务状况分析”之“(一) 主要资产分析”之“2、流动资产构成及其变化分析”之“(6) 存货”。

## 2、资产周转能力指标同行业比较

报告期内，公司与可比上市公司的资产周转能力指标对比如下：

财务指标	公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率	香飘飘	108.21	51.97	58.08
	养元饮品	189.79	294.83	387.57
	承德露露	27,787.88	9,942.23	741.27
	行业均值	<b>9,361.96</b>	<b>3,429.68</b>	<b>395.64</b>
	本公司	<b>129.27</b>	<b>113.29</b>	<b>265.51</b>
存货周转率	香飘飘	12.37	13.19	13.61
	养元饮品	4.91	4.96	5.09
	承德露露	3.58	3.86	4.53
	行业均值	<b>6.95</b>	<b>7.34</b>	<b>7.74</b>

财务指标	公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	本公司	13.43	12.90	14.36

注：同行业上市公司财务数据来源于 wind 资讯，均采用最近一期披露的定期报告数据，其中承德露露 2019 年末数据来源为 2019 年年度报告，香飘飘及养元饮品 2019 年末数据来源为各公司 2019 年第三季度报告。

### (1) 应收账款周转率

同行业可比公司的应收账款周转率主要受各自结算模式的影响。公司以“款到发货”的结算模式为主。根据香飘飘和养元饮品公开披露的《招股说明书》，二者同样以对经销商客户“款到发货”的结算模式为主，其应收账款周转率较高。公司应收账款周转率水平符合行业“款到发货”结算模式的特征。

### (2) 存货周转率

同行业可比公司的存货周转率主要受各自生产模式的影响。公司采取“以销定产”的生产模式，根据香飘飘和养元饮品公开披露的《招股说明书》，二者同样采取“以销定产”的生产模式，存货周转率相对较高。因此，公司存货周转率水平符合行业“以销定产”生产模式的特征，公司存货周转率高于同行业可比公司平均水平，反映了公司良好的存货管控能力。

## 二、盈利能力分析

### (一) 营业收入分析

#### 1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入分别为 284,380.76 万元、303,753.60 万元及 420,872.85 万元，同比增长 6.81%、38.56%，保持良好增长势头，公司营业收入构成情况如下表所示：

单位：万元

产品	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	419,180.74	99.60%	302,117.78	99.46%	284,094.92	99.90%
其他业务收入	1,692.11	0.40%	1,635.82	0.54%	285.83	0.10%
合计	<b>420,872.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>303,753.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,380.76</b>	<b>100.00%</b>

公司自设立以来一直专注于饮料的研发、生产及销售，报告期内公司主营业

务突出, 主营业务收入占比分别为 99.90%、99.46% 及 99.60%。

## 2、主营业务收入构成分析

### (1) 主营业务收入的产品构成情况

报告期内, 公司主营业务收入的产品构成情况如下表所示:

单位: 万元

产品	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
能量饮料	400,303.06	95.50%	288,549.71	95.51%	273,537.51	96.28%
非能量饮料	14,789.16	3.53%	9,905.42	3.28%	10,320.32	3.63%
包装饮用水	4,088.52	0.98%	3,662.65	1.21%	237.10	0.08%
合计	<b>419,180.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>302,117.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,094.92</b>	<b>100.00%</b>

总体来看, 能量饮料作为公司的核心产品, 为公司最主要的收入来源, 报告期内销售收入持续稳定增长, 占主营业务收入的比例均超过 95%。

除能量饮料外, 公司不断丰富产品品类, 非能量饮料及包装饮用水的销售收入有所增加, 报告期合计占比分别为 3.72%、4.49% 及 4.50%, 但整体规模相对较小, 仍处于市场开拓阶段。

为满足能量饮料消费者对于不同场景及不同价位的多种需求, 公司目前推出了 250ml 金瓶特饮、500ml 金瓶特饮、250ml 金罐特饮、250ml 金砖特饮四种产品规格, 各产品收入构成情况如下表所示:

单位: 万元

产品	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
500ml 金瓶	216,663.24	54.12%	79,877.72	27.68%	5,954.21	2.18%
250ml 金瓶	122,528.44	30.61%	174,038.91	60.32%	241,329.10	88.23%
250ml 金罐	53,757.74	13.43%	27,528.02	9.54%	20,796.67	7.60%
250ml 金砖	7,353.63	1.84%	7,105.06	2.46%	5,457.52	2.00%
合计	<b>400,303.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>288,549.71</b>	<b>100.00%</b>	<b>273,537.51</b>	<b>100.00%</b>

金瓶特饮作为公司自设立以来的旗舰及主导产品, 报告期内销售收入占能量饮料比例超过 80%, 其中, 500ml 金瓶自 2017 年上市后, 迅速获得消费者青睐, 销售收入增长较快, 2019 年度销售收入占比达到 54.12%; 金罐及金砖则作为瓶



装产品的补充,满足部分消费者的差异化需求,报告期内保持稳定增长。

## (2) 主营业务收入的渠道构成情况

报告期内,公司销售渠道包括经销渠道、直营渠道、线上渠道等模式,其中经销为公司最重要的销售渠道,2017年、2018年及2019年占比分别为98.80%、97.57%及97.30%。报告期内,公司各销售渠道收入情况如下所示:

单位:万元

模式	2019年		2018年		2017年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
经销	407,870.60	97.30%	294,775.70	97.57%	280,672.95	98.80%
直营	4,871.01	1.16%	1,049.54	0.35%	108.37	0.04%
线上销售	4,144.20	0.99%	4,431.99	1.47%	1,654.99	0.58%
其他	2,294.93	0.55%	1,860.55	0.62%	1,658.61	0.58%
合计	<b>419,180.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>302,117.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,094.92</b>	<b>100.00%</b>

## (3) 主营业务收入的区域分布情况

报告期内,公司主营业务收入区域分布如下表所示:

单位:万元

区域	2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
广东区域	251,994.28	60.12%	184,583.28	61.10%	189,381.36	66.66%
华中区域	46,318.80	11.05%	28,536.35	9.45%	22,169.69	7.80%
广西区域	41,367.14	9.87%	32,889.04	10.89%	30,031.24	10.57%
华东区域	39,410.60	9.40%	26,633.82	8.82%	21,307.97	7.50%
西南区域	19,134.93	4.56%	10,835.78	3.59%	9,948.16	3.50%
华北区域	14,438.68	3.44%	11,635.62	3.85%	7,574.60	2.67%
北方区域	2,370.51	0.57%	2,571.92	0.85%	2,026.91	0.71%
线上销售	4,145.78	0.99%	4,431.99	1.47%	1,654.99	0.58%
合计	<b>419,180.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>302,117.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,094.92</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司主要的销售区域为广东、广西、华中、华东等市场,合计收入占比约90%。其中,广东区域经过公司多年的培育,已成为公司最重要的销售市场,报告期内收入占比分别为66.66%、61.10%及60.12%,公司整体品牌影响力及市场竞争优势突出。

报告期内,公司持续推进全国化战略,带动发行人除广东区域外的销售收入不断提升,由2017年的94,713.56万元提高至2019年的167,186.46万元,增长76.52%。

#### (4) 主营业务收入的季节性分布情况

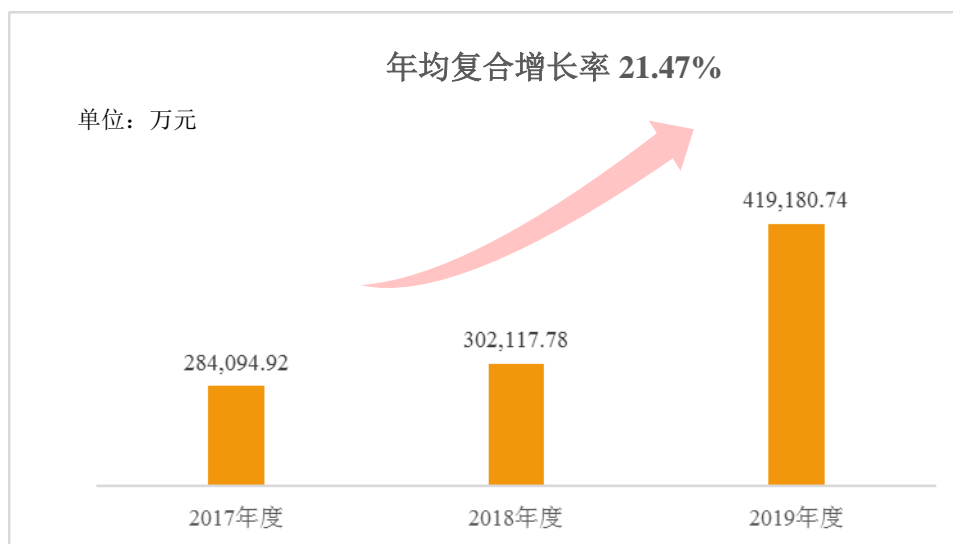
报告期内,公司主营业务收入的季节性分布情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	67,427.42	16.09%	70,557.18	23.35%	65,137.99	22.93%
二季度	121,612.70	29.01%	89,408.99	29.59%	87,924.97	30.95%
三季度	133,037.82	31.74%	80,172.38	26.54%	86,830.80	30.56%
四季度	97,102.79	23.16%	61,979.23	20.51%	44,201.17	15.56%
合计	419,180.74	100.00%	302,117.78	100.00%	284,094.92	100.00%

由于二、三季度气温较高时能量消耗较大,补充摄入能量的需求量相对更加旺盛。此外,公司其他产品如由柑柠檬茶、陈皮特饮、清凉饮料等亦属于解暑消暑类饮品,因此通常在二、三季度销量相对较高。

### 3、主营业务收入变动趋势分析



报告期内,公司主营业务收入分别为284,094.92万元、302,117.78万元及419,180.74万元,年均复合增长率21.47%,其中2019年度公司主营业务收入突破40亿元,同比提升38.75%,实现快速增长,主要驱动因素如下:

### **(1) 完善产品品类，形成产品梯队，满足市场需求缺口**

2017年下半年，公司推出500ml金瓶，在华东、华北、西南等区域先行推广；2018年，500ml金瓶逐步在全国范围内上市，并于下半年登陆广东区域市场，迅速获得了消费者青睐。500ml金瓶的推出，成功填补了市场主要品牌在大容量能量饮料品类的缺口，满足了消费者对于大容量产品的差异化需求。此外，5元/瓶的终端零售指导价格相较其他品类单位容量的价格更低，性价比更高，销量迅速增长。公司形成了250ml金砖、250ml金瓶、250ml金罐、500ml金瓶，终端零售指导价格2元/盒、3元/瓶、4元/罐和5元/瓶的产品梯队，满足市场的多样化需求。

2019年，公司进一步加大500ml金瓶的促销推广，拉动产品销售量不断提升。报告期内，500ml金瓶销售收入分别为5,954.21万元、79,877.72万元及216,663.24万元，同比增长1,241.53%、171.24%，目前已成为公司销量最大的单品。500ml金瓶在2019年销量的快速攀升，带动公司整体销售收入实现快速增长。

### **(2) 加强渠道精细化管理，提升消费粘性**

渠道作为公司产品直接面向消费者的主要途径，在消费者触达、品牌感知、市场推广中具有重要的战略地位。公司历来高度重视对于渠道的建设与管理，2018年四季度起，公司在渠道的覆盖深度及广度方面进行了一系列提升措施：

在渠道的覆盖深度方面，为进一步实现终端门店与公司的合作共赢，提升消费者对于东鹏品牌的消费感受，公司实施了增强终端门店精细化管理的一系列举措，包括：（1）加强公司产品在终端门店的“冰冻化”、提升冰柜的覆盖率及精准投放；（2）增加终端陈列的牌面数量、扩张陈列覆盖的网点数量，从而提升终端的整体陈列质量和产品的覆盖面，增强消费粘性；（3）加强对销售人员拜访维护终端门店的考核，提升销售团队的整体执行力；（4）通过鹏讯云商平台，及时跟踪流通渠道中的库存情况、产品铺市情况及终端陈列效果，迅速决策并反馈到各销售服务处，提升公司对于渠道的管理力度及透明度。

在渠道类型的覆盖层面，公司在巩固小卖店、独立便利店、报刊亭等传统渠道优势的同时，加速开发高速路服务区、加油站、大型卖场、连锁商超、连锁便

利店等特通/现代渠道,提升产品的整体铺市率与覆盖广度。

### **(3) 优化管理架构,分市场制订营销管理策略**

公司高度重视市场的管理与维护,2019年度,公司进一步优化了营销管理架构及管理路径,成立了广东营销本部、全国营销本部及全国直营本部三大营销本部,并对全国营销本部进行重新梳理,确定了广西事业部、华中事业部、华东事业部、华北事业部、西南事业部以及北方大区的营销管理架构,持续推进全国化战略。同时,公司进一步加强了营销管理精细度,针对不同市场的发展阶段和市场特点,因地制宜制订经销策略。

在传统强势区域广东及广西市场,公司继续实行全渠道精耕、细化乡镇市场、产品全系列覆盖的策略,加强执行管控,2019年广东及广西区域分别实现营业收入251,994.28万元、41,367.14万元,同比增长36.52%、25.78%。

针对华东、华中及西南等具有较大消费潜力的成长市场区域,公司2018年下半年进行了战略梳理,加大在该等区域的开拓力度,完善销售网络,引入了部分资金实力强、渠道广、市场开拓能力较好的经销商,并对经销商的人员配备、车辆部署、仓储能力等方面的条件都进一步作出了规范和标准化。2019年,公司在华中、华东、西南区域分别实现营业收入46,318.80万元、39,410.60万元及19,134.93万元,同比增长62.32%、47.97%及76.59%。

### **(4) 不断丰富促销形式,保持消费者参与度与新鲜感**

公司高度重视与消费者之间的直接互动与信息反馈,作为“新零售”的探索者和践行者,运用大数据、二维码等技术,不断推出各类丰富的日常促销与档期促销活动,保持消费者的参与度与新鲜感,在与消费者的充分互动中实现精准营销。2018年末,公司根据市场情况推出了“壹元乐享”新型促销活动,得到了消费者广泛认可,经过前期宣传推广,于2019年第二季度消费者参与度逐步提升,带动公司2019第二、三、四季度主营业务收入同比增长36.02%、65.94%、56.67%。

### **(5) 饱和式广告营销,提高品牌形象辨识度,拉近消费者距离**

在饮料以及快消品行业,广告宣传对于消费意识培养、持续提升公司品牌形象的感知具有不可替代的作用。报告期内,公司通过立体化的广告投放,树立了

良好的口碑与品牌号召力。

2018年度,公司以俄罗斯世界杯为契机,投入约1.5亿元与中央电视台、广东体育频道、今日头条、抖音、优酷等媒体平台,在赛事直播赞助、广告投放、内容运营等方面开展合作,并赞助葡萄牙国家队,成功实现了品牌形象升级。

2019年度,公司推行饱和式营销策略:(1)线上广告方面,2019年8-9月,公司顺应媒介环境的变化,加强了在短视频平台的合作,东鹏抖音挑战赛获得超60亿曝光量;(2)在央视、卫视、影视剧植入等提升品牌形象的领域投放“高空广告”之外,重点加强了与消费者日常距离更近、接触更频繁的“地面广告”领域投放,全年户外共投放1,800多辆公交,1,700多块候车亭、400多块T牌、2,800多块墙体等,极大的提升了公司的品牌辨识度;(3)在重点市场的旺季,多个城市极具冲击力的地铁包站、高铁大屏联投,打造高强度的品牌记忆,深化“累了困了喝东鹏特饮”的品牌映像。

2019年度,随着“高空广告”传播效应与品牌红利的逐步释放,以及“地面广告”对消费者正面的高密度覆盖,带动公司业绩快速提升。

## (二) 营业成本分析

### 1、营业成本构成分析

报告期内,公司营业成本构成情况如下表所示:

单位:万元

产品	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	223,589.91	99.74%	163,821.03	99.82%	147,993.54	99.93%
其他业务成本	582.02	0.26%	303.18	0.18%	105.95	0.07%
合计	<b>224,171.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>164,124.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,099.48</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司营业成本分别为148,099.48万元、164,124.21万元及224,171.93万元,与公司营业收入的变动趋势基本一致。报告期内,公司营业成本主要由主营业务成本构成,占比分别为99.93%、99.82%及99.74%。

### 2、主营业务成本构成

报告期内,公司主营业务成本构成情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	187,290.11	83.77%	136,274.09	83.18%	127,098.33	85.88%
直接人工	7,275.19	3.25%	6,687.83	4.08%	4,084.58	2.76%
制造费用	29,024.60	12.98%	20,859.11	12.73%	16,810.63	11.36%
合计	<b>223,589.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>163,821.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,993.54</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用等,其中直接材料为最主要的构成部分,占主营业务成本比例分别为85.88%、83.18%及83.77%,基本保持稳定。

报告期内,公司主营业务成本的产品构成情况如下表所示:

单位:万元

产品	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
能量饮料	204,109.44	91.29%	149,808.23	91.45%	138,526.75	93.60%
非能量饮料	15,686.15	7.02%	10,253.52	6.26%	9,161.20	6.19%
包装饮用水	3,794.31	1.70%	3,759.28	2.29%	305.58	0.21%
合计	<b>223,589.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>163,821.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,993.54</b>	<b>100.00%</b>

### (三) 毛利率分析

#### 1、综合毛利率

报告期内,公司毛利率情况如下表所示:

单位:万元

产品	2019年		2018年		2017年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
主营业务	195,590.83	46.66%	138,296.75	45.78%	136,101.39	47.91%
其他业务	1,110.09	65.60%	1,332.64	81.47%	179.89	62.93%
合计	<b>196,700.92</b>	<b>46.74%</b>	<b>139,629.39</b>	<b>45.97%</b>	<b>136,281.27</b>	<b>47.92%</b>

报告期内,公司综合毛利率、主营业务毛利率基本保持稳定,其中主营业务毛利占整体毛利的比例分别为99.87%、99.05%及99.44%,为报告期内公司毛利的主要来源。

## 2、主营业务毛利率

报告期内，公司主要产品毛利率及主营业务毛利率具体如下：

单位：万元

产品	2019年			2018年			2017年		
	收入	毛利率	变动	收入	毛利率	变动	收入	毛利率	变动
能量饮料	400,303.06	49.01%	0.93%	288,549.71	48.08%	-1.27%	273,537.51	49.36%	-
非能量饮料	14,789.16	-6.07%	-2.56%	9,905.42	-3.51%	-14.75%	10,320.32	11.23%	-
包装饮用水	4,088.52	7.20%	9.84%	3,662.65	-2.64%	26.25%	237.10	-28.89%	-
<b>主营业务合计</b>	<b>419,180.74</b>	<b>46.66%</b>	<b>0.88%</b>	<b>302,117.78</b>	<b>45.78%</b>	<b>-2.13%</b>	<b>284,094.92</b>	<b>47.91%</b>	<b>-</b>

公司主营业务毛利率总体较为稳定，其中能量饮料报告期内收入占比较高，分别为96.28%、95.51%及95.50%，能量饮料整体毛利率变动为公司综合毛利率变动的主要影响因素。

报告期内，公司能量饮料毛利率分别为49.36%、48.08%及49.01%，整体较为稳定。

报告期内公司非能量饮料2018年毛利率同比下降14.75%，主要系2018年非能量饮料产量有所下降，单位成本同比上升；2019年非能量饮料毛利率同比下降2.56%，主要系公司加大对新品的促销力度，平均销售价格较低，整体毛利率有所下降。

包装饮用水报告期内毛利率由-28.89%提高至7.20%，主要系产量上升较快，单位成本同比下降，但由于包装饮用水目前仍处于市场推广阶段，且用于搭赠促销较多，因此毛利率较低。

## 3、同行业上市公司毛利率对比

报告期内，公司与可比上市公司香飘飘、养元饮品、承德露露毛利率比较情况如下表所示：

股票代码	公司简称	2019年	2018年	2017年
603711.SH	香飘飘	39.22%	40.39%	40.20%
603156.SH	养元饮品	51.85%	49.96%	47.85%
000848.SZ	承德露露	52.62%	50.76%	47.25%
平均值		47.90%	47.04%	45.10%

股票代码	公司简称	2019年	2018年	2017年
中位值		51.85%	49.96%	47.25%
发行人		<b>46.74%</b>	<b>45.97%</b>	<b>47.92%</b>

注：同行业上市公司财务数据来源于 wind 资讯，均采用最近一期披露的定期报告数据，其中承德露露 2019 年度毛利率数据来源为 2019 年年度报告，香飘飘及养元饮品 2019 年度毛利率数据来源为各公司 2019 年第三季度报告。

报告期内，上述 3 家可比公司均从事饮料的研发、生产和销售，发行人与上述 3 家可比公司的平均毛利率无明显差异，处于合理水平。

#### (四) 期间费用分析

##### 1、期间费用构成分析

单位：万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	98,359.32	23.37%	96,945.03	31.92%	82,524.98	29.02%
管理费用	20,122.72	4.78%	12,182.02	4.01%	8,927.30	3.14%
研发费用	2,803.03	0.67%	2,180.82	0.72%	2,151.58	0.76%
财务费用	-1,396.57	-0.33%	508.21	0.17%	1,045.40	0.37%
<b>期间费用合计</b>	<b>119,888.51</b>	<b>28.49%</b>	<b>111,816.08</b>	<b>36.81%</b>	<b>94,649.26</b>	<b>33.28%</b>

注：费用率系指各项期间费用占当期销售收入的比例

报告期内，公司期间费用率整体较为稳定，其中 2018 年同比有所上升主要为当年销售费用增加，具体分析参见本节“二、盈利能力分析”之“(四) 期间费用分析”之“2、销售费用”相关内容。

##### 2、销售费用

报告期内，公司销售费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宣传推广费	43,023.11	43.74%	54,287.52	56.00%	43,673.87	52.92%
职工薪酬	37,730.53	38.36%	31,473.61	32.47%	29,331.35	35.54%
运输费	11,264.93	11.45%	8,651.16	8.92%	6,707.44	8.13%
差旅费	2,116.46	2.15%	1,295.64	1.34%	1,035.90	1.26%
会议及办公费	1,792.34	1.82%	356.64	0.37%	970.72	1.18%



项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
股份支付	1,513.00	1.54%	-	-	-	-
租赁费	470.62	0.48%	548.15	0.57%	469.60	0.57%
其他	448.33	0.46%	332.32	0.34%	336.09	0.41%
合计	<b>98,359.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>96,945.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>82,524.98</b>	<b>100.00%</b>

公司销售费用主要由宣传推广费、职工薪酬、运输费、差旅费等费用构成。报告期内，公司销售费用支出总体呈现上升趋势，主要系随着公司规模的提升，逐步加大在广告、渠道、人员等方面的投入，同时由于产品销量的增长，运输费有所增加。

### (1) 宣传推广费

报告期内，公司宣传推广费主要包括广告宣传费及渠道推广费。

公司广告宣传投入主要包括电视电台广告、互联网广告、户外广告及专题活动费用等支出，报告期内广告宣传投入金额分别为 38,541.88 万元、48,227.58 万元及 34,529.01 万元。

2018 年公司广告宣传费投入较大，主要原因系公司为进一步提升品牌形象与品牌地位，2018 年俄罗斯世界杯期间，公司投入约 1.5 亿元与中央电视台、广东体育频道、今日头条、抖音、优酷等媒体平台在赛事直播赞助、广告投放、内容运营等方面开展合作。

公司渠道推广费主要包括消费者活动、商超进场费等，报告期内支出金额分别为 5,131.99 万元、6,059.94 万元及 8,494.09 万元。

### (2) 职工薪酬

公司销售费用中职工薪酬主要为销售人员的工资、社保公积金、职工教育经费及福利费等，报告期内，支出金额分别为 29,331.35 万元、31,473.61 万元及 37,730.53 万元，公司销售人员薪酬整体呈上升趋势，主要系因随着公司经营业绩不断提升，销售人员人均薪酬持续增长。

### (3) 运输费

运输费主要为公司产品销售发生的运输费用，针对广东省内客户，产品运输

由经销商自行负责,相应的运输费用由经销商承担,而针对广东省外客户则由公司承担运输费用。报告期内,公司运输费用分别为6,707.44万元、8,651.16万元及11,264.93万元,占广东省外营业收入的比例分别为7.08%、7.36%及6.74%,随着公司销售规模的不断扩大,报告期内运输费用金额相应增长,与广东省外营业收入的变动趋势一致。

#### (4) 股份支付

为建立长效激励机制,充分调动公司员工的积极性,公司于2019年4月通过股权激励方案,对部分核心骨干人员进行股权激励,其中1,513.00万元股份支付费用计入销售费用。

### 3、管理费用

报告期内,公司管理费用构成情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	9,574.53	47.58%	7,153.60	58.72%	4,409.71	49.40%
股份支付	4,539.00	22.56%	-	-	-	-
折旧与摊销	1,433.45	7.12%	1,621.77	13.31%	1,615.05	18.09%
会议及办公费	1,186.09	5.89%	1,155.25	9.48%	736.95	8.26%
信息服务费	794.98	3.95%	429.91	3.53%	669.19	7.50%
租赁费	536.54	2.67%	432.14	3.55%	297.78	3.34%
中介费	545.17	2.71%	386.64	3.17%	364.34	4.08%
差旅费	459.91	2.29%	438.83	3.60%	413.93	4.64%
维修费	361.02	1.79%	301.33	2.47%	173.51	1.94%
业务招待费	232.01	1.15%	191.53	1.57%	165.64	1.86%
其他	460.03	2.29%	71.01	0.58%	81.20	0.91%
<b>合计</b>	<b>20,122.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,182.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,927.30</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司管理费用分别为8,927.30万元、12,182.02万元及20,122.72万元,占营业收入的比例分别为3.14%、4.01%及4.78%,主要包括职工薪酬、股份支付、折旧与摊销、会议及办公费、信息服务费、租赁费等。

#### (1) 职工薪酬

报告期内,职工薪酬金额分别为4,409.71万元、7,153.60万元及9,574.53万元,整体呈现上升趋势,主要系随着公司经营规模的扩大,管理人员由2017年末的344人增加至2019年末的467人,其中新引进了部分中高级管理人员,整体薪酬有所提高。

## (2) 股份支付

公司于2019年4月通过股权激励方案,对部分核心骨干人员进行股权激励,其中4,539.00万元股份支付费用计入管理费用。

## (3) 会议及办公费

会议及办公费主要包括办公用品支出、会务费、物业保洁费及水电费等。报告期内,会议及办公费分别为736.95万元、1,155.25万元及1,186.09万元,2018年金额同比有所增加主要系公司运营规模扩大,同时桂鹏生产基地投入运营,相应各项办公费用支出均有所增加。

## (4) 信息服务费

报告期内,公司信息服务费分别为669.19万元、429.91万元及794.98万元,信息服务费主要包括软件使用、云计算服务、系统维护、服务器租赁等费用,公司注重信息系统的建设、维护及更新,因此报告期内信息服务费整体支出较大。

## (5) 租赁费

租赁费主要为公司及下属子公司租赁办公场所支付的相关租金。报告期内,公司租赁费分别为297.78万元、432.14万元及536.54万元。2018年租赁费同比有所增加主要因为公司深圳总部租金上涨;2019年租赁费同比增加主要因为公司深圳总部租金上涨以及新增租赁一层办公场地。

## 4、研发费用

报告期内,公司研发费用构成情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料投入	1,592.81	56.82%	1,208.45	55.41%	1,317.11	61.22%

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,046.50	37.33%	785.49	36.02%	567.11	26.36%
其他	163.72	5.84%	186.88	8.57%	267.36	12.43%
<b>合计</b>	<b>2,803.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,180.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,151.58</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司研发费用分别为2,151.58万元、2,180.82万元及2,803.03万元,主要包括原材料投入、职工薪酬等。

## 5、财务费用

报告期内,公司财务费用构成情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
利息费用	540.21	-38.68%	690.68	135.91%	1,339.59	128.14%
减:利息收入	-2,008.09	143.79%	-273.87	-53.89%	-346.63	-33.16%
其他	71.31	-5.11%	91.40	17.98%	52.43	5.02%
<b>合计</b>	<b>-1,396.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>508.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,045.40</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,公司财务费用分别为1,045.40万元、508.21万元及-1,396.57万元,公司财务费用主要为银行贷款利息支出、手续费等。报告期内,公司财务费用整体呈下降趋势,主要系销售回款情况良好,随着销售规模的不断扩大,现金流较为充足,利息收入有所增加。

## 6、与同行业上市公司期间费用对比情况

### (1) 销售费用

报告期内,公司销售费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示:

股票代码	股票简称	销售费用率		
		2019年	2018年	2017年
603711.SH	香飘飘	25.61%	24.61%	23.38%
603156.SH	养元饮品	16.16%	12.67%	13.86%
000848.SZ	承德露露	21.22%	22.53%	17.88%
平均值		21.00%	19.94%	18.37%

股票代码	股票简称	销售费用率		
		2019年	2018年	2017年
	中位值	21.22%	22.53%	17.88%
	发行人	<b>23.37%</b>	<b>31.92%</b>	<b>29.02%</b>

注：1、销售费用率=销售费用/营业收入；

2、同行业上市公司财务数据来源于 wind 资讯，均采用最近一期披露的定期报告数据，其中承德露露 2019 年度数据来源为 2019 年年度报告，香飘飘及养元饮品 2019 年度毛利率数据来源为各公司 2019 年第三季度报告。

报告期内，公司销售费用率分别为 29.02%、31.92%及 23.37%，略高于同行业上市公司平均水平，主要系因为公司目前处于快速发展阶段，广告宣传和品牌建设投入以及销售人员职工薪酬支出较高。

报告期内，公司销售人员数量较多，主要系因为公司注重对销售渠道及市场的深耕及精细化管理。

## (2) 管理费用

报告期内，公司管理费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示：

股票代码	股票简称	管理费用率		
		2019年	2018年	2017年
603711.SH	香飘飘	6.57%	4.00%	3.80%
603156.SH	养元饮品	0.94%	0.85%	0.70%
000848.SZ	承德露露	2.85%	2.04%	2.47%
	平均值	3.45%	2.30%	2.32%
	中位值	2.85%	2.04%	2.47%
	发行人	<b>4.78%</b>	<b>4.01%</b>	<b>3.14%</b>

注：1、管理费用率=管理费用/营业收入；

2、同行业上市公司财务数据来源于 wind 资讯，均采用最近一期披露的定期报告数据，其中承德露露 2019 年度数据来源为 2019 年年度报告，香飘飘及养元饮品 2019 年度毛利率数据来源为各公司 2019 年第三季度报告。

发行人报告期内管理费用率略高于同行业上市公司平均水平，主要系公司目前尚处于快速发展阶段，管理人员整体薪酬有所增加。同时，2019 年发行人对核心员工进行了股权激励，扣除股份支付的影响，2019 年公司管理费用率为 3.70%，略高于同行业上市公司管理费用率平均值。

此外，由于养元饮品收入规模远高于发行人以及其他可比公司，其管理费用

率远低于同行业上市公司,对可比公司平均值水平影响较大,在发行人目前收入规模下可比性相对较低。未来随着公司业务水平的持续提升及规模效应的显现,公司管理费用率有望下降。

### (3) 研发费用

报告期内,公司研发费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示:

股票代码	股票简称	研发费用率		
		2019年	2018年	2017年
603711.SH	香飘飘	1.18%	0.27%	0.53%
603156.SH	养元饮品	0.39%	0.26%	0.14%
000848.SZ	承德露露	0.61%	0.54%	0.54%
	平均值	0.73%	0.36%	0.40%
	中位值	0.61%	0.27%	0.53%
	发行人	<b>0.67%</b>	<b>0.72%</b>	<b>0.76%</b>

注:1、研发费用率=研发费用/营业收入;

2、同行业上市公司财务数据来源于wind资讯,均采用最近一期披露的定期报告数据,其中承德露露2019年度数据来源为2019年年度报告,香飘飘及养元饮品2019年度毛利率数据来源为各公司2019年第三季度报告。

报告期内,公司研发费用率分别为0.76%、0.72%及0.67%,与同行业上市公司水平基本一致。

### (4) 财务费用

报告期内,公司财务费用率与同行业上市公司对比情况如下表所示:

股票代码	股票简称	财务费用率		
		2019年	2018年	2017年
603711.SH	香飘飘	-0.01%	-0.31%	-0.29%
603156.SH	养元饮品	-1.13%	-1.31%	-0.03%
000848.SZ	承德露露	-0.97%	-1.24%	-0.90%
	平均值	-0.70%	-0.96%	-0.41%
	中位值	-0.97%	-1.24%	-0.29%
	发行人	<b>-0.33%</b>	<b>0.17%</b>	<b>0.37%</b>

注:1、财务费用率=财务费用/营业收入;

2、同行业上市公司财务数据来源于wind资讯,均采用最近一期披露的定期报告数据,其中承德露露2019年度数据来源为2019年年度报告,香飘飘及养元饮品2019年度毛利率数据来源为各公司2019年第三季度报告。

报告期内,公司财务费用率分别为 0.37%、0.17%及-0.33%,高于同行业平均水平,主要系近年来公司经营规模增长较快,公司新增部分借款用于日常营运以及构建固定资产。

## (五) 资产减值损失及信用减值损失分析

### 1、资产减值损失

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
固定资产减值损失	657.68	-	-
存货跌价损失	82.92	84.06	-
坏账损失	-	144.40	53.54
<b>合计</b>	<b>740.60</b>	<b>228.46</b>	<b>53.54</b>

报告期内,公司资产减值损失分别为 53.54 万元、228.46 万元及 740.60 万元。公司资产减值损失主要由固定资产减值损失、应收款项的坏账损失及存货跌价损失构成。公司资产减值损失的金额较小,对公司整体利润水平影响较小。

### 2、信用减值损失

公司自 2019 年 1 月起执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》,2019 年度发生的应收款项减值损失通过“信用减值损失”科目核算,2019 年度公司信用减值损失为 84.50 万元。

## (六) 投资收益分析

报告期内,公司投资收益构成情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
债权投资持有期间取得的利息收入	426.99	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	291.94	485.94	601.24
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	797.23	1,300.86
其他	-	22.90	-
<b>合计</b>	<b>718.93</b>	<b>1,306.07</b>	<b>1,902.10</b>

报告期内,公司投资收益分别 1,902.10 万元、1,306.07 万元及 718.93 万元,

主要为公司使用暂时性闲置资金进行现金管理, 购买理财产品获得的投资收益。

## (七) 其他收益分析

报告期内, 公司其他收益主要为政府补助, 具体情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度	说明
地区财政投资补助	100.00	37.21	-	与资产相关
自治区工业和信息化发展专项补贴	20.55	12.50	-	与资产相关
技术改造补贴	34.78	-	-	与资产相关
企业发展扶持补贴	919.10	1,963.35	167.59	与收益相关
清洁能源补助款	206.42	-	-	与收益相关
自主创新产业发展补贴	110.45	57.52	50.00	与收益相关
电子商务创新发展扶持项目资金	80.00	-	-	与收益相关
创新领军人才补贴	50.00	-	-	与收益相关
南宁高新区财政局入区协议补贴	-	133.00	-	与收益相关
广州市“中国制造 2025”产业发展资金专项补贴	-	86.40	-	与收益相关
广东省企业研究开发省级财政补贴	-	65.20	262.89	与收益相关
研发机构补贴	-	60.00	-	与收益相关
产业转型升级补贴	-	50.00	239.00	与收益相关
广州市增城区科技创新扶持资金补贴	-	21.19	116.04	与收益相关
其他	97.32	70.35	194.80	与收益相关
<b>合计</b>	<b>1,618.63</b>	<b>2,556.71</b>	<b>1,030.32</b>	

报告期内, 公司其他收益分别为 1,030.32 万元、2,556.71 万元及 1,618.63 万元, 占各期归母净利润的比例分别为 3.48%、11.85% 及 2.84%, 其他收益占公司净利润的比例较小。

## (八) 营业外收支分析

### 1、营业外收入

报告期内, 公司营业外收入构成情况如下表所示:

单位: 万元



项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
罚没收入	75.05	20.27	30.14
非流动资产毁损报废利得	23.67	-	-
诉讼赔偿款	16.40	30.00	-
其他	64.77	90.77	42.65
<b>合计</b>	<b>179.90</b>	<b>141.05</b>	<b>72.78</b>

报告期内, 公司营业外收入分别为 72.78 万元、141.05 万元及 179.90 万元, 主要为罚没收入、非流动资产毁损报废利得、诉讼赔偿款等, 营业外收入金额较小, 对利润水平影响较小。

## 2、营业外支出

报告期内, 公司营业外支出构成情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
对外捐赠	375.00	37.25	367.05
非流动资产报废损失	206.22	198.82	613.93
其他	11.63	62.93	27.41
<b>合计</b>	<b>592.85</b>	<b>298.99</b>	<b>1,008.39</b>

报告期内, 公司营业外支出分别为 1,008.39 万元、298.99 万元及 592.85 万元, 主要为对外捐赠、非流动资产报废损失等, 营业外支出金额较小, 对利润水平影响较小。

## (九) 非经常性损益对公司盈利的影响

报告期内, 公司非经常性损益构成如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
计入当期损益的政府补助	1,618.63	2,556.71	1,030.32
一次性计入当期损益的员工股权激励计划费用	-6,052.00	-	-
债权投资持有期间取得的利息收入	426.99	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	291.94	485.94	601.24
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	797.23	1,300.86
投资收益	-	22.90	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产毁损报废利得	23.67	-	-
非流动资产毁损报废损失	-206.22	-198.82	-613.93
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	595.50	40.87	-321.68
<b>合计</b>	<b>-3,301.49</b>	<b>3,704.84</b>	<b>1,996.81</b>
减: 非经常性损益的所得税影响数	833.27	-884.50	-521.70
扣除所得税影响后的非经常性损益	<b>-2,468.22</b>	<b>2,820.34</b>	<b>1,475.11</b>
归属于公司普通股股东的净利润	<b>57,057.39</b>	<b>21,583.10</b>	<b>29,616.89</b>
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	<b>59,525.61</b>	<b>18,762.76</b>	<b>28,141.78</b>
扣除所得税影响后的非经常性损益占归属于公司普通股股东的净利润的比例	<b>-4.33%</b>	<b>13.07%</b>	<b>4.98%</b>

报告期内,公司扣除所得税影响后非经常性损益占归属于公司普通股股东的净利润比例分别为 4.98%、13.07%及-4.33%,占比较小,对利润的影响较小。

#### (十) 利润主要来源及影响盈利能力的因素分析

##### 1、报告期公司利润的主要来源及 2019 年净利润增速较快的原因分析

自设立以来,公司一直专注于饮料的研发、生产及销售业务,报告期内公司利润主要来源于营业利润,公司营业利润占各期利润总额的比例分别为 102.40%、100.58%及 100.56%,营业外收支对利润影响相对较小。此外,报告期内扣除所得税影响后的非经常性损益占归属于公司普通股股东的净利润的比例分别为 4.98%、13.07%及-4.33%,占比较小,对利润的影响较小。报告期内,对公司净利润影响较大的因素如下表所示:

单位:万元

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
营业收入	420,872.85	38.56%	303,753.60	6.81%	284,380.76	-
营业毛利	196,700.92	40.87%	139,629.39	2.46%	136,281.27	-
广告宣传费用	34,529.01	-28.40%	48,227.58	25.13%	38,541.88	-
归属于母公司股东的净利润	<b>57,057.39</b>	<b>164.36%</b>	<b>21,583.10</b>	<b>-27.13%</b>	<b>29,616.89</b>	-
净利润率	<b>13.56%</b>		<b>7.11%</b>		<b>10.41%</b>	

报告期内,公司归属于母公司股东净利润分别为 29,616.89 万元、21,583.10

万元及 57,057.39 万元。2019 年度公司净利润增速较快的主要影响因素如下:

### (1) 营业收入

报告期内,公司营业收入分别为 284,380.76 万元、303,753.60 万元及 420,872.85 万元,保持持续增长,其中 2019 年公司通过全方位开展促销活动、完善产品品类、加强市场精耕及渠道建设,提升品牌形象及影响力,带动公司营业收入同比增长 38.56%。营业收入增速较高是 2019 年公司净利润水平增长较快的主要因素之一,关于营业收入的分析参见本节“二、盈利能力分析”之“(一)营业收入分析”相关内容。

### (2) 营业毛利及毛利率

报告期内,公司综合毛利率分别为 47.92%、45.97%及 46.74%,基本保持稳定。

关于报告期内公司毛利率的分析参见本节“二、盈利能力分析”之“(一)营业收入分析”相关内容。

### (3) 广告宣传费用

报告期内,公司广告宣传支出分别为 38,541.88 万元、48,227.58 万元及 34,529.01 万元,占同期营业收入的比例分别为 13.55%、15.88%及 8.20%,为影响公司净利润水平的重要因素之一。

关于广告宣传费用的具体分析参见本节“二、盈利能力分析”之“(四)期间费用分析”之“2、销售费用”之“(1)宣传推广费”相关内容。

## 2、影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

### (1) 有利因素

#### ①行业整体发展增速较快,市场需求旺盛

近年来,我国能量饮料的市场规模不断提升,2014 年至 2019 年能量饮料非现场消费的销售金额复合增速为 15.02%,已成为我国饮料行业增速最快的细分品类之一。因此,广阔的行业空间和快速增长的市场需求为公司业务收入的持续增长创造了良好的宏观市场环境。

### ① 公司具备良好的竞争优势及市场地位

公司作为能量饮料的先行者之一,一直致力于推动能量饮料发展,已实现研发、生产、销售、品牌、人才等方面的初步积累。2019年,公司能量饮料的市场占有率处于行业第二。公司在能量饮料行业深耕多年,目前已形成广东、安徽、广西等辐射全国主要地区的生产基地,共有1,000余家经销商,销售网络覆盖全国近100万家终端门店。公司建立了多元化的市场营销体系,成功塑造了“年轻就要醒着拼”的品牌形象,市场竞争优势突出。因此,报告期内公司在行业中的综合竞争地位带动了公司利润规模的快速增长。

### (2) 风险因素

#### ① 原材料价格波动风险

报告期内,公司原材料成本占主营业务成本的比例超过80%,原材料价格的变动会对产品成本构成一定影响,影响公司盈利稳定性。公司虽然凭借自身的规模优势及在长期业务开展过程中建立起了原材料供应渠道优势,不断优化原材料采购策略,但公司原材料占比较高的特点使公司仍面临一定的原材料价格波动风险。

#### ② 市场竞争风险

我国能量饮料行业总体而言市场化程度较高,竞争较为激烈,虽然公司目前已经在品牌建设、消费者口碑、营销网络、规模化生产、食品安全及质量控制、技术研发等方面建立起一定的竞争优势,但未来公司能否持续保持上述市场竞争优势,仍存在一定不确定性及风险。

## 三、现金流量分析

报告期内,公司现金流量总体情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年	2018年	2017年
经营活动产生的现金流量净额	121,098.14	19,493.97	18,970.81
投资活动产生的现金流量净额	-53,235.65	1,074.60	-54,116.33
筹资活动产生的现金流量净额	-5,740.23	-5,243.92	24,333.67
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-

项目	2019年	2018年	2017年
现金及现金等价物净增加额	62,122.26	15,324.65	-10,811.84
加: 期初现金及现金等价物余额	32,387.31	17,062.66	27,874.50
期末现金及现金等价物余额	94,509.57	32,387.31	17,062.66

报告期内,公司现金及现金等价物净增加额分别为-10,811.84万元、15,324.65万元及62,122.26万元,其中2017年现金及现金等价物减少主要系公司当年购建固定资产及购买理财产品现金支出较多。

### (一) 经营活动现金流量分析

报告期内,公司经营活动产生的现金流量如下表所示:

单位:万元

项目	2019年	2018年	2017年
<b>经营活动产生的现金流量:</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	517,297.64	344,962.35	337,118.60
收到其他与经营活动有关的现金	6,111.86	5,484.58	4,595.79
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>523,409.50</b>	<b>350,446.93</b>	<b>341,714.39</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	-245,032.46	-168,275.55	-182,035.09
支付给职工以及为职工支付的现金	-48,433.68	-48,872.94	-40,142.26
支付的各项税费	-44,936.88	-38,914.25	-47,833.64
支付其他与经营活动有关的现金	-63,908.33	-74,890.23	-52,732.59
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>-402,311.36</b>	<b>-330,952.96</b>	<b>-322,743.58</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>121,098.14</b>	<b>19,493.97</b>	<b>18,970.81</b>
<b>净利润</b>	<b>57,057.39</b>	<b>21,583.10</b>	<b>29,616.89</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值</b>	<b>2.12</b>	<b>0.90</b>	<b>0.64</b>

报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额分别为18,970.81万元、19,493.97万元及121,098.14万元,与当期净利润的比值分别为0.64、0.90及2.12,现金流情况良好,与经营规模匹配。

报告期内,公司经营活动现金流入主要为销售商品、提供劳务收到的现金,公司主要采取“款到发货”的结算模式,销售回款率良好。公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及宣传推广费、运输费等支付其他与经营活动有关的现金。随

着公司业务规模的不断扩大,经营活动现金流入及流出金额相应呈现增长趋势。

## (二) 投资活动现金流量分析

报告期内,公司投资活动产生的现金流量如下表所示:

单位:万元

项目	2019年	2018年	2017年
<b>投资活动产生的现金流量:</b>			
收回投资收到的现金	56,950.00	192,347.00	450,188.92
取得投资收益所收到的现金	714.12	1,283.17	1,902.10
处置固定资产收回的现金净额	6.82	33.45	27.90
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>57,670.94</b>	<b>193,663.62</b>	<b>452,118.93</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-50,826.80	-39,188.84	-33,543.15
投资支付的现金	-59,950.00	-153,164.00	-472,366.92
支付其他与投资活动有关的现金	-129.80	-236.18	-325.18
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>-110,906.59</b>	<b>-192,589.02</b>	<b>-506,235.25</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-53,235.65</b>	<b>1,074.60</b>	<b>-54,116.33</b>

报告期内,公司投资活动产生的现金流量净额分别为-54,116.33万元、1,074.60万元及-53,235.65万元。为扩大生产能力,公司持续投资固定资产投资,报告期内购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金较多。2018年公司投资活动产生的现金流量净额为正,主要是因为当年赎回部分理财产品收回现金。

## (三) 筹资活动现金流量分析

报告期内,公司筹资活动产生的现金流量如下表所示:

单位:万元

项目	2019年	2018年	2017年
<b>筹资活动产生的现金流量:</b>			
吸收投资收到的现金	5,714.30	-	29,750.00
取得借款收到的现金	40,900.32	25,479.78	15,500.00
发行债券收到的现金	-	-	3,500.00
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>46,614.62</b>	<b>25,479.78</b>	<b>48,750.00</b>
偿还债务支付的现金	-36,692.61	-22,200.00	-19,300.00

项目	2019年	2018年	2017年
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-15,092.36	-6,787.75	-3,892.77
支付其他与筹资活动有关的现金	-569.88	-1,735.95	-1,223.56
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>-52,354.85</b>	<b>-30,723.70</b>	<b>-24,416.33</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,740.23</b>	<b>-5,243.92</b>	<b>24,333.67</b>

公司筹资活动现金流入主要为取得借款及吸收投资收到的现金,筹资活动现金流出主要为公司分配现金股利、偿付利息及偿还债务等支付的现金。2017年,公司筹资活动现金流入金额较大主要系公司当年取得投资者增资款项。

## 四、重大资本性支出分析

### (一) 报告期重大资本性支出

报告期内,公司业务规模快速扩大,产品线不断丰富,为满足持续增长的业务需求,公司进行了较大规模的固定资产投资、在建工程建设等资本性支出。报告期内,公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为33,543.15万元、39,188.84万元及50,826.80万元。

### (二) 未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次公开发行募集资金投资项目的投入,具体情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”相关内容。

## 五、发行人的重大会计政策或会计估计与可比上市公司的比较

报告期内,公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司不存在较大差异。

## 六、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署日,公司不存在对外担保、其他或有事项或重大期后事项。

公司重大诉讼事项参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、重大诉讼、仲裁事项”。

## 七、对财务状况和盈利能力未来趋势的分析

### (一) 财务状况

报告期内,公司资产规模持续增长,资产负债结构稳健,应收账款周转率、存货周转率、利息保障倍数等维持在合理水平,整体财务状况良好。未来,随着本次公开发行股票募集资金到位,公司整体资金实力及抗风险能力将得以进一步提升,资本结构更加合理;同时,随着公司募集资金投资项目的实施及逐步投产,公司固定资产规模将呈现上升趋势,整体业务规模亦将进一步增长,从而带动公司货币资金、存货等流动资产相应增加。

## **(二) 盈利能力**

自设立以来,公司一直专注于饮料的研发、生产及销售,经过多年的发展,公司建立了覆盖面广、渗透力强的销售网络以及良好的品牌形象和市场认可度,目前公司主导产品东鹏特饮在我国能量饮料市场占有率排名第二。未来,随着我国能量饮料行业的快速发展,人均消费量的不断提升,有望带动公司业务规模进一步提升。

此外,随着本次募集资金投资项目的逐步投产,公司将形成更加完善的生产销售布局,并进一步巩固公司在品牌、营销宣传等方面的优势,提升整体竞争实力,公司持续盈利能力有望进一步增强。

## **八、摊薄即期回报分析**

### **(一) 本次发行对即期回报摊薄的影响**

根据本次发行方案,公司拟向社会公众公开发行不超过 4,001.00 万股人民币普通股股票,公开发行股份数量不低于发行后总股本比例的 10%。本次公开发行完成后,公司净资产及股本规模均得到提升,本次募集资金使用计划已通过发行人详细论证,符合公司战略规划,有利于推动公司未来业务发展。但由于募集资金投资项目具有一定的建设周期,产生收益需要一定的时间,在上述项目产生收益之前,公司盈利主要依赖于现有主营业务。如果募集资金到位当年,公司盈利增长幅度低于股本扩张幅度,预计本次发行完成当年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的每股收益将被摊薄。公司特提请广大投资者注意公司即期回报被摊薄的风险。

### **(二) 本次发行的必要性和合理性**

公司本次发行募集资金扣除发行费用后,将用于生产基地建设、营销网络升



级及品牌推广、信息化升级建设、研发中心建设、总部大楼建设等,将有利于公司解决产能瓶颈、提升品牌知名度、完善营销渠道、提高管理水平、加强研发能力、改善办公环境。本次发行的必要性和合理性参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目实施的可行性分析”和“三、募集资金投资项目的具体情况”。

### **(三) 本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系**

本次募集资金投资项目围绕主营业务发展方向及战略规划,从现有产能提升、重点市场布局、销售网络及渠道完善、品牌形象及文化建设、信息化建设、研发技术水平提升等各方面加强公司的主营业务核心竞争能力,是对公司现有业务体系的继承、巩固、深化及完善,有利于全面提升公司未来持续盈利能力及综合实力。

### **(四) 本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况**

#### **1、人员储备**

自设立以来,公司一直重视销售、管理、研发等各方面人才的培养。销售人员方面,经过多年的市场精耕,公司目前已拥有一支熟悉公司产品、贴近市场一线、了解消费者需求的销售队伍;管理人员方面,公司组建了一支优秀、稳定的管理团队,在公司经营管理、业务发展、营销、财务等方面具备丰富的从业经验和职业素养;研发人员方面,截至2019年12月31日,公司共有研发人员96人,专业化的研发团队是公司应对市场变化与挑战,创造新的盈利点的重要推动力,而“产学研”三者的有机结合有助于研发人员的培养,为公司的可持续发展提供了保障。

#### **2、技术储备**

公司高度重视饮料研发技术的投入及储备,公司下设研发管理中心,位于增鹏,该中心于2016年通过广州市企业研究开发机构认定,2017年通过广东省功能饮料与地方特色饮料工程技术研究中心认定,2018年通过广州市市级企业技术中心认定。作为能量饮料行业的领军企业,公司不断研究探索产品风味、生产工艺技术、安全性、产品检测等方面的技术改进。

同时,公司和华南农业大学、广东省食品安全学会等高校和科研单位建立了

合作关系,结合高校和科研单位的科研教学优势和公司的技术转化优势,实现新技术的快速产业化。

### **3、市场储备**

经过多年的发展,公司建立了专注力高、渗透力强、高度粘性的销售网络,具备专业的渠道建设能力,目前公司合作经销商 1,000 余家,销售覆盖全国近 100 万家终端门店。市场区域方面,公司深耕饮料市场多年,以华南地区为根基,逐步加强对华东、华中、西南等重点销售地区的覆盖,并辐射华北、西北、东北等新兴增量市场区域,目前公司已基本实现了全国范围的市场储备。

#### **(五) 本次发行摊薄即期回报的填补措施**

##### **1、加强募集资金管理,保证募集资金规范、有效使用**

本次发行募集资金到账后,公司董事会将开设募集资金专项账户,并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议,确保募集资金专款专用。同时,公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理办法》的规定,在进行募集资金项目投资时,履行资金支出审批手续;明确各控制环节的相关责任,按投资计划申请、审批、使用募集资金,并对使用情况进行内部检查与考核。

##### **2、加快募投项目建设**

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略,具有良好的市场前景。公司已对募投项目可行性进行充分论证,结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身经营情况,最终确定募投项目规划。募集资金到位后,公司将进一步提高募集资金使用效率,加快募投项目建设进度。随着募投项目逐步完成,公司的盈利能力和经营业绩将会有效提升,有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

##### **3、提高公司日常运营效率,提升盈利能力**

公司将加强内部运营管理,提高战略分析能力、决策质量以及运营效率,完善产品生产和销售网络的全国布局,加强渠道建设,提升市场的精细化管理水平,持续提升市场份额,努力提高资金的使用效率,有效运用各种融资工具和渠道,控制公司资金成本,严格控制各项成本费用支出,加强成本管理从而提升公司的

盈利能力。

#### **4、完善利润分配政策，强化投资者回报机制**

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》(证监发[2012]37号)、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》(证监会公告[2013]43号)等规定以及《上市公司章程指引》(2019年修订)的精神，公司制定了《东鹏饮料(集团)股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容。公司未来将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

#### **5、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障**

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》和《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程规定履行职权，作出科学、谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，特别是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

公司提醒投资者，以上填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

#### **(六) 相关责任主体关于填补回报措施的承诺**

为使公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，发行人及其控股股东、实际控制人、董事和高级管理人员已作出相关承诺，承诺内容参见本招股说明书“重大事项提示”之“八、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺”。

## 第十二节 业务发展目标

本业务发展目标是公司在目前国内外经济形势和市场环境条件下,对可预见的未来作出的发展计划和安排。投资者不应排除公司根据经济形势变化和实际经营状况对本发展目标进行调整、补充和完善的可能性。

### 一、公司发展战略和发展目标

#### (一) 公司的发展战略

公司将以消费者需求为导向,以现有的产品、品牌、营销网络、质控研发体系和信息化建设等优势为基础,不断提升研发、生产、销售能力,借助资本市场,实现快速发展。

公司将继续保持和巩固能量饮料行业的领导地位,进一步加强全国市场布局,同时利用研发平台和营销网络积极发展功能饮料,为消费者提供健康功效饮品,通过完善的市场布局和丰富的产品类别,不断扩大产品的品牌影响力和市场占有率,使公司逐步发展成为领先的功能饮料企业。

#### (二) 公司发展目标

##### 1、整体经营目标

根据公司发展战略,公司将秉承“为消费者提供健康功效饮品”的使命,以产品创新、技术进步为动力,以品牌战略、营销网络为支撑,以质量控制为保障,进一步提高公司在能量饮料行业的市场份额,同时积极发展以由柑柠柠檬茶为代表的其他健康功效饮品,通过资金、技术、人才的持续投入,不断满足、引导消费者的消费需求,努力将公司打造成国际一流的饮料企业。

##### 2、业务经营目标

公司将充分利用品牌基础,进一步完善产品生产和销售网络的全国布局,加强渠道建设,促进销售渠道进一步下沉,提高市场的精细化管理水平,持续提升公司能量饮料市场份额,并积极研制、发展其他健康功效饮品,满足消费者多元化需求,为公司业绩创造新的增长点。

## 二、未来三年的发展计划

### (一) 提升产品产能，并形成完善的产能布局

近年来,在我国能量饮料市场快速发展的背景下,公司凭借多年积累的产品、品牌、营销等方面的优势,业务规模持续增长。公司计划进一步扩充华南地区的生产能力,以满足日益增长的产能需求。

与此同时,面对极具发展潜力的中西部市场,公司计划建设重庆西彭生产基地,加大对中西部市场的投入,缩短在中西部地区的服务半径,降低运输费用,完善全国产能布局。

### (二) 聚焦主导产品,同时着力培养具有成长潜力的新品

产品线方面,公司计划集中主要资源聚焦于主导产品东鹏特饮,进一步巩固公司在能量饮料行业的领先地位。公司将以消费者需求为导向,加强品牌建设,完善渠道管理,持续开拓空白市场,并加强现有市场渗透,提升公司能量饮料的市场占有率和品牌影响力。

同时,公司一直积极布局其他类别的饮料产品,并在茶饮料、植物浸提饮料领域有所突破,分别推出了由柑柠檬茶和陈皮特饮。未来,公司将加大由柑柠檬茶等新品的投入,并持续关注市场动向,以消费者需求为导向,推出具有成长潜力的新品,为公司的长久发展持续提供动力。

### (三) 升级营销网络,加强品牌建设

公司精耕饮料行业多年,已建立起以经销为主,直营、线上等多种销售模式相结合的销售体系,覆盖近百万家的销售终端,形成了较为完善的营销网络。公司将持续升级营销网络,提升渠道管理的办公效率,提高营销服务质量,完善全国市场布局,扩大公司销售网络的覆盖范围。

公司将通过“东鹏特饮”品牌的市场影响力,持续推进“品牌年轻化”战略,开展电视、户外、互联网、影视植入、体育电竞赞助等多维度、全方位的品牌宣传,不断提升公司品牌在市场上的知名度,巩固公司良好的品牌形象。

### (四) 深化“新零售”,加强信息化建设,提升管理水平

随着公司业务规模持续扩大,提高战略分析能力、决策质量以及运营效率的

需求越发强烈,深化“新零售”布局的条件也越来越成熟。公司计划对生产运营各环节信息系统进行持续投入,建设集成度更高、更为智能高效的信息系统,同时构建智能供应链体系,对采购、生产、销售、仓储运输各环节管理进行全面升级;

此外,公司还计划持续升级鹏讯云商平台,进一步完善渠道和终端信息化建设,将更多渠道商和零售终端纳入平台,通过平台进行更多数据汇总和交互,提升渠道运行效率,增强对分销过程及零售终端的掌控能力。公司计划通过信息化建设,全面提升数据分析和决策支持能力,提高办公效率和市场反应速度,增强执行控制能力,从而有效提升公司管理水平。

### **(五) 提高研发能力, 巩固技术优势**

公司深耕饮料行业多年,主要产品均是经过了长时间的研发和市场考验而形成,为了可持续发展,公司拟在工艺、产品等方面进行持续的研发投入。未来,公司拟在华南生产基地增设研发中心,引入先进研发设备、引进技术人才,开展关于原材料、工艺技术、新产品、新包装等方面的研发活动,进一步提高研发能力,为公司的持续发展奠定坚实基础。

### **(六) 人力资源计划**

公司将秉承优秀人才是保持企业核心竞争力最关键要素的理念,未来三年将根据业务发展需求,在现有人力资源的基础上,对外吸引优秀人员、对内加快人才培养。同时根据公司发展战略,不断优化组织架构和人才结构;建设企业文化,重点加强对品牌与营销业务、研发与质量管理的队伍建设,打造行业标杆的优秀人才队伍。

## **三、拟定上述计划的假设条件**

(一) 公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展状态,没有对公司产生重大不利影响;

(二) 公司所处行业及上下游行业的国家产业政策未出现重大不利变化;

(三) 公司经营所遵循的法律、法规无重大不利变化;

(四) 公司所处行业及领域的市场处于正常发展状态,市场前景没有发生重

大不利变化;

(五) 本次公开发行股票顺利实施, 募集资金及时到位, 募集资金投资项目能如期实施;

(六) 无其他不可抗力或不可预见因素造成重大不利影响

## **四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采取的措施**

### **(一) 实施发展计划所面临的困难**

随着公司的进一步发展和募集资金到位后募投项目的实施, 公司的资产规模、业务规模、资金运用规模都将进一步扩大, 对公司的经营决策、组织设计、财务规划以及人力资源配置等提出了更高的要求, 公司在运营管理方面将面临更大的挑战。同时, 随着公司业务规模的扩大, 对管理、生产、营销、研发等方面的要求越来越高, 对公司各部门的人才队伍提出了更高的标准。

针对以上困难, 公司将进一步升级内部信息化建设, 提高信息的集成度, 实现企业信息流、资金流、工作流的有效融合, 提高管理效率, 并将严格按照上市公司的要求规范运作, 进一步完善公司的法人治理结构。同时, 通过内部培养和外部引进等多种方式, 储备公司管理、生产、营销、研发等方面的人才, 强化公司的人才队伍建设。

### **(二) 为实现发展计划拟采取的措施**

1、为确保上述发展计划的顺利实施, 公司拟通过本次发行股票募集资金实施相关投资项目, 建设华南、重庆西彭生产基地, 升级营销网络, 加强品牌推广和渠道建设, 升级公司信息系统, 整合资源并增设研发中心, 增强技术储备。公司将认真组织募集资金投资项目的实施, 进一步增强公司的核心竞争力。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作, 进一步完善公司的法人治理结构, 强化各项决策的科学性和透明度, 促进公司的机制创新和管理升级。

3、公司将通过内部培养和外部引进等多种方式, 积极建设人才队伍, 培养具有现代管理理念的管理人才、具有较强市场开拓能力和市场洞察力的营销人才、具有技术创新能力的研发人才和具有互联网营销思维的信息化建设人才。

## 五、公司业务发展规划与现有业务的关系

公司现有业务是公司制定发展计划的基础,是实现业务发展计划的前提;公司业务发展规划是对现有业务的拓展和提升。公司在现有业务良好发展的基础上,通过完善生产基地布局,提升产能规模,升级营销网络,强化信息化建设,增设研发平台,拓展了公司主营业务发展的深度和广度,多方面提升公司核心竞争力,提升公司现有业务规模和盈利能力,进一步夯实公司长远发展的基础。



## 第十三节 募集资金运用

### 一、募集资金运用概况

#### (一) 募集资金投资项目概况

根据公司 2020 年第一次临时股东大会通过的有关公司首次公开发行股票募集资金投资项目的决议, 公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 4,001.00 万股, 占发行后总股本的比例不低于 10%, 募集资金总额将根据发行定价结果最终确定。

本次公司发行股票募集资金总额扣除发行费用后将用于以下具体项目:

单位: 万元

项目类型	序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟用募集资金投入金额
生产基地建设	1	华南生产基地建设项目	华鹏	72,878.00	46,907.67
	2	重庆西彭生产基地建设项目	渝鹏	50,853.00	33,996.10
	小计			123,731.00	80,903.77
营销网络升级及品牌推广	3	营销网络升级及品牌推广项目	公司	37,091.07	37,091.07
信息化升级建设	4	集团信息化升级建设项目	公司	5,309.18	5,309.18
	5	鹏讯云商信息化升级建设项目	鹏讯云商	2,212.04	2,212.04
	小计			7,521.22	7,521.22
研发中心建设	6	研发中心建设项目	华鹏	3,147.00	3,147.00
总部大楼建设	7	总部大楼建设项目	公司	20,640.35	20,640.35
合计				<b>192,130.64</b>	<b>149,303.41</b>

若实际募集资金不足, 资金缺口将由公司自筹解决。本次募集资金到位前, 公司将视市场环境, 根据项目进展需求以自筹资金进行前期投入, 待募集资金到位后, 再以募集资金置换前期投入的自筹资金。

#### (二) 募集资金专项存储制度的建立

为规范公司募集管理, 提高募集资金使用效率, 切实保护广大投资者的利益,

公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《募集资金管理办法》，建立募集资金专项存储制度，募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理，做到专款专用。公司将严格按照有关规定管理和使用本次募集资金。

### (三) 募集资金投资项目备案与环评情况

公司本次发行募集资金投资项目的备案及环保机构批复情况如下：

序号	项目类型	项目名称	项目备案编号/国家统一编码	项目环评情况
1	生产基地建设	华南生产基地建设项目	2017-440183-15-03-008112	穗增环评[2020]81号
2		重庆西彭生产基地建设项目	2017-500107-34-03-004806	渝(九)环准[2020]031号
3	营销网络升级及品牌推广	营销网络升级及品牌推广项目	深南山发改备案[2019]0612号	不适用
4	信息化升级建设	集团信息化升级建设项目	深南山发改备案[2019]0622号	不适用
5		鹏讯云商信息化升级建设项目	深南山发改备案[2019]0639号	
6	研发中心建设	研发中心建设项目	2019-440118-15-03-075999	穗增环评[2020]79号
7	总部大楼建设	总部大楼建设项目	深南山发改备案[2019]0621号	不适用

### (四) 募集资金投资项目的合规性

公司募集资金投资项目已在相关部门备案，并根据相关法律法规取得了必要的环评批复和土地使用权证。经核查，保荐机构及律师认为，发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他相关法律、法规和规章规定。

### (五) 募集资金投资项目实施后对发行人独立性的影响

本次发行的募集资金投资项目均以公司及全资子公司为实施主体，不涉及与他人合作的情形。项目实施后不会产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

## 二、募集资金投资项目实施的可行性分析

## (一) 募集资金投资项目实施的可行性

### 1、能量饮料市场具有广阔的发展前景

能量饮料在中国市场虽起步较晚,但增长速度较快。2019年,我国能量饮料市场销售总金额为427.75亿。2014年至2019年能量饮料非现场消费的销售金额复合增速为15.02%,是饮料中增速最快的细分品类之一。在持续高增长的情况下,我国的能量饮料市场规模仍与海外发达地区有一定差距,对标海外市场,我国能量饮料行业仍有数倍成长空间。

近年来,我国能量饮料的消费群体逐步扩大,主力消费人群从工作时间较长的从工作时间较长的司机、蓝领工人、快递员、医护工作者等逐步扩大至白领、学生等更多的消费群体。能量饮料的消费场景也更加多元化,从加班、熬夜、运动后等各类“疲劳”场景逐渐扩展到聚会、旅行、电竞、音乐节、日常保健等更为休闲的消费场景。消费群体的持续扩大、消费场景趋于多元化是中国能量饮料消费水平不断增长的重要驱动因素。

行业广阔的发展空间和日益增长的市场需求将直接拉动我国能量饮料的产销量,为募集资金投资项目的实施奠定良好的市场基础。

### 2、公司具备丰富的行业经营经验

公司自成立以来,一直从事饮料的研发、生产和销售,积累了丰富的生产、营销、研发及信息化建设等相关经验,形成了核心竞争优势,行业地位突出。

在生产方面,公司经过多年的积累,不断更新、优化生产工艺,通过自主研发和定制自动化设备,提升生产效率与产品质量,并建立了完善的产品质量控制体系;在营销方面,公司销售网络发达,并通过线上线下多维度、全方位的营销宣传,形成了较强的品牌影响力;在技术研发方面,公司建立了专业的研发平台和健全的研发机制,研发团队历经东鹏特饮、由柑柠檬茶等产品的研发、升级及改良,研发经验丰富;在信息化建设方面,公司已将信息系统运用到内部行政管理、生产运营管理、营销渠道建设等方方面面,积累了丰富的信息化建设经验。

公司丰富的行业经营经验,为募集资金投资项目的顺利实施奠定了坚实的基础。

### 3、公司具备丰富的人才储备

公司深耕饮料行业多年,拥有一支经验丰富的管理、生产、销售、研发和信息化建设队伍。

公司管理团队以林木勤先生为首,主要核心人员具有多年饮料行业生产和销售管理经验,对行业有着深刻的认识;公司营销团队核心成员从业多年,具备准确判断市场状况的能力,了解客户对产品功能及服务的需求,为产品开发和营销策划提供了强有力的决策支持;公司研发团队核心成员历经多个重点产品研发项目,研发经验丰富,同时公司通过内部培养和外部聘请等多种方式相结合,积极培养和引进优秀技术研发人员,研发人才储备丰富;公司信息化建设团队核心成员具有丰富的信息管理从业经验,对企业信息化建设和互联网营销模式有着深刻的理解。

公司丰富的人才储备,为募集资金投资项目的顺利实施奠定了人才基础。

#### **(二) 本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应**

本次募集资金投资项目实施后,公司产能将得到进一步扩充,生产基地全国布局将更加完善,营销网络和信息化管理水平进一步提升,研发创新能力得到加强,总部办公环境得到改善,综合实力和市场竞争力显著提高。募投项目均围绕公司现有业务或未来业务发展方向,具有切实的可行性。

生产经营规模方面,本次生产基地建设项目将提升现有产品的产能。报告期内,公司营业收入分别为 284,380.76 万元、303,753.60 万元及 420,872.85 万元,保持持续增长,产能利用率、产销率均处于较高水平,预计未来我国能量饮料行业仍有较大的成长空间。本次生产基地建设项目扩张的产能规模合理,符合公司未来发展战略和规划。

盈利能力和财务状况方面,公司当前盈利能力良好,报告期内实现净利润分别为 29,616.89 万元、21,583.10 万元和 57,057.39 万元,且公司资产质量良好,经营性现金流量正常,资产负债结构合理,财务状况总体良好,有能力支撑本次募集资金投资项目的实施及后续运营。

技术水平方面,公司作为能量饮料的领导企业,拥有专业的技术研发平台,

在能量饮料的生产和质量控制方面积累了丰富的经验,掌握生产经营的核心技术。公司研发管理中心于2017年获得广东省功能饮料与地方特色饮料工程技术研究中心认定。同时,公司在茶饮料、植物浸提饮料技术领域均有所突破,分别推出了由柑柠檬茶、陈皮特饮等新产品,为公司增加了新的业绩增长点。此外,公司建立了健全的研发制度,注重研发人员的培养和储备,并拟通过“研发中心建设项目”进一步提升公司的研发能力。因此,本次募集资金投资项目与公司现有技术水平相适应,并有助于进一步提高公司的研发能力。

管理能力方面,公司经过多年的发展,打造了一支经验丰富的管理、生产、销售、研发和信息化建设队伍,主要核心人员具有多年饮料行业从业经验,对行业有着深刻的理解。同时,公司建立了健全的内部控制体系,在采购、生产、销售、研发等方面制定了完善的内部管理制度和流程,形成了权责明确、科学规范的制度框架和决策体系,为本次募集资金投资项目的实施提供了管理保障。

公司本次募集资金数额、投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应,投资项目符合公司的发展战略,有利于提高公司盈利能力,增强公司持续发展能力和核心竞争力。募集资金投资项目具有可行性。

### **三、募集资金投资项目的具体情况**

#### **(一) 生产基地建设项目**

##### **1、项目建设内容**

本项目投资总额为123,731.00万元,由两个子项目组成,其中“华南生产基地建设项目”投资总额为72,878.00万元,“重庆西彭生产基地建设项目”投资总额为50,853.00万元。

##### **(1) 华南生产基地建设项目**

本项目的实施主体为公司全资子公司华鹏,拟在广东省广州市增城区建设生产基地。本项目拟规划建设6条生产线,包括2条罐装饮料生产线、2条瓶装饮料生产线以及2条瓶装饮料(冷灌装)生产线,建设周期为36个月。本项目建成后,将形成年产48.12万吨饮料的生产能力。

##### **(2) 重庆西彭生产基地建设项目**

本项目的实施主体为公司全资子公司渝鹏,拟在重庆市九龙坡区西彭镇建设

生产基地。本项目拟规划建设 5 条生产线, 包括 3 条瓶装饮料生产线、1 条瓶装饮料(冷罐装)生产线以及 1 条包装饮用水生产线。本项目建成后, 将形成年产 39.50 万吨的生产能力。

## 2、项目建设的必要性分析

### (1) 缓解产能瓶颈, 提高公司供货能力

伴随着能量饮料行业的快速发展, 以及公司多年以来在产品、生产、品牌、渠道等方面积累的竞争优势, 公司业务规模持续增长。公司起步于广东, 华南地区是公司重要的市场区域, 市场占有率较高。目前, 公司广东地区生产基地能量饮料的产能利用率已经趋于饱和, 产能不足的矛盾日益凸显。华南生产基地的建设, 有利于缓解公司产能瓶颈, 提高供货能力。

### (2) 进一步拓展中西部地区, 完善产能布局

公司一直专注于饮料的研发、生产和销售, 经过长期的发展和积累, 公司初步完成了全国市场的营销网络布局, 产品获市场青睐, 品牌形象深入人心。目前公司已在广东、广西、安徽等地布局了生产基地, 根据公司的发展战略, 为了进一步满足中、西部地区的市场需求, 缩短运输半径, 降低运输费用, 提升产品的盈利水平, 拟建设重庆西彭生产基地。

重庆系长江上游的经济中心, 毗邻四川、贵州、陕西、湖北等地。公司建设重庆西彭生产基地, 加强该区域市场的饮料供应能力, 有利于公司进一步提升市场占有率和行业地位。随着重庆西彭生产基地的建成, 公司在华南、华东、西南均有生产基地, 将形成完善的产能分布。

### (3) 加强规模效应, 提升市场竞争优势

作为能量饮料行业的领导企业, 公司具备规模化生产能力。本次募集资金投资项目实施后, 公司在华南、重庆基地扩张的产能将进一步加强公司规模效应, 在产品单位成本、生产管理效率、产品质量等方面持续巩固公司的竞争优势, 提升生产运营能力。同时, 公司在华南、重庆西彭生产基地新建过程中还将应用无菌冷灌装技术、配备先进的生产设备, 进一步提升产品品质和生产效率, 降低生产过程中的人力成本和经营成本, 提升公司整体盈利水平。

### 3、项目投资概算

#### (1) 华南生产基地建设项目

本项目投资总额为 72,878.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	建设投资	<b>67,865.85</b>	<b>93.12%</b>
1	场地投入	31,063.43	42.62%
2	设备投入	36,802.42	50.50%
二	基本预备费	<b>3,393.28</b>	<b>4.66%</b>
三	铺底流动资金	<b>1,618.87</b>	<b>2.22%</b>
四	项目投资总额	<b>72,878.00</b>	<b>100.00%</b>

其中，场地投入明细如下：

序号	投资内容	建筑面积 (平方米)	投资总额 (万元)
<b>1</b>	<b>工程建设费</b>		
1.1	生产厂房	30,085	6,919.55
1.2	原料仓库	22,802	4,104.36
1.3	成品仓库	9,743	2,143.46
1.4	锅炉房	320	80.00
1.5	研发品控车间	6,950	1,112.00
1.6	污水处理站	500	250.00
1.7	宿舍楼	15,139	6,358.38
1.8	垃圾处理站	80	16.00
	<b>小计 1</b>	<b>85,619</b>	<b>20,983.75</b>
<b>2</b>	<b>配套设施建设费</b>	-	<b>4,530.78</b>
<b>3</b>	<b>工程建设其他费用</b>	-	<b>1,098.90</b>
<b>4</b>	<b>土地购置费</b>	-	<b>4,450.00</b>
	<b>合计</b>		<b>31,063.43</b>

设备投入明细如下：

单位：万元

序号	投资内容	数量	投资总额
1	二片罐装生产线	2	6,332.08

序号	投资内容	数量	投资总额
2	PET 瓶装生产线	2	4,323.56
3	PET 瓶装(冷罐装)生产线	2	19,632.00
4	公共设备	-	5,994.78
5	产线辅助设施	-	520.00
合计		-	<b>36,802.42</b>

## (2) 重庆西彭生产基地建设项目

本项目投资总额为 50,853.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	建设投资	<b>45,141.94</b>	<b>88.77%</b>
1	场地投入	21,401.78	42.09%
2	设备投入	23,740.16	46.68%
二	基本预备费	<b>2,257.06</b>	<b>4.44%</b>
三	铺底流动资金	<b>3,454.00</b>	<b>6.79%</b>
四	项目投资总额	<b>50,853.00</b>	<b>100.00%</b>

其中，场地投入明细如下：

序号	投资内容	建筑面积 (平方米)	投资总额 (万元)
<b>1</b>	<b>工程建设费</b>		
1.1	生产车间	32,334.21	7,436.87
1.2	配套包材车间	5,847.80	1,052.60
1.3	成品仓库	12,334.77	2,713.65
1.4	化学品库	336.00	67.20
1.5	固废品库	564.00	90.24
1.6	生产辅助用房	1,369.80	479.43
1.7	倒班宿舍楼	5,785.98	1,388.64
1.8	污水处理站	467.35	233.68
1.9	门卫房	262.25	31.47
小计 1		<b>59,302.16</b>	<b>13,493.77</b>
<b>2</b>	<b>配套设施建设费</b>	-	<b>2,201.01</b>
<b>3</b>	<b>工程建设其他费用</b>	-	<b>671.00</b>



序号	投资内容	建筑面积 (平方米)	投资总额 (万元)
4	土地购置费	-	5,036.00
合计			21,401.78

设备投入明细如下:

单位: 万元

序号	投资内容	数量	投资总额
1	PET 瓶装生产线	3	6,485.34
2	PET 瓶装(冷罐装)生产线	1	9,816.00
3	包装饮用水生产线	1	2,132.58
4	公共设备	-	4,786.24
5	产线辅助设施	-	520.00
合计			23,740.16

#### 4、主要原材料的供应情况

本项目主要生产饮料, 所需原材料主要包括瓶坯、瓶盖、白砂糖等。

华南生产基地项目位于广州市增城区。公司深耕华南地区多年, 在华南区域已有长期稳定合作的优质供应商, 可以保障华南生产基地的原材料需求。重庆西彭生产基地项目位于重庆市九龙坡区。重庆系长江上游的经济中心, 毗邻四川、贵州、陕西等地, 资源丰沛, 原材料供应充足。

#### 5、项目环保情况

华南生产基地项目于 2020 年 4 月 3 日取得了广州市生态环境局出具的环评批复(穗增环评[2020]81 号)。

重庆西彭生产基地项目于 2020 年 2 月 21 日取得了重庆市九龙坡区生态环境局出具的环评批复(渝(九)环准[2020]031 号)。

#### 6、项目组织方式及实施地点

公司全资子公司华鹏为华南生产基地建设项目的实施主体。项目建设地点为广东省广州市增城区石滩镇岗尾村。本项目的土地使用权已于 2017 年 7 月 20 日以出让方式取得, 权证号为“粤(2017)广州市不动产权第 10208958 号”, 用途为工业用地。

公司全资子公司渝鹏为重庆西彭生产基地建设项目的实施主体。项目建设地点为重庆市九龙坡区西彭组团D分区。本项目的土地使用权已于2016年9月5日以出让方式取得,权证号为“渝(2016)九龙坡区不动产权第000681738号”,用途为工业用地。

## 7、项目实施计划和进度

项目预计建设期为36个月,计划分六个阶段实施完成,包括:可行性研究、初步规划与设计、房屋建筑及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目建设进度安排如下:

(1) 华南生产基地建设项目进度计划表

阶段/时间(月)	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究	■																	
初步规划、设计	■																	
房屋建筑及装修	■	■																
设备采购及安装	■	■	■			■	■	■				■	■	■				
人员招聘及培训		■	■				■	■					■	■				
试运营			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

(2) 重庆西彭生产基地建设项目进度计划表

阶段/时间(月)	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究	■																	
初步规划、设计	■																	
房屋建筑及装修	■	■	■	■	■	■	■											
设备采购及安装							■	■	■				■	■	■			
人员招聘及培训								■	■					■	■			
试运营									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

## 8、项目经济效益

华南生产基地建设项目建设期3年,达产期5年。项目所得税后静态投资回收期(含建设期)5.72年,所得税后内部收益率22.14%。

重庆西彭生产基地建设项目建设期3年,达产期5年。项目所得税后静态投资回收期(含建设期)6.02年,所得税后内部收益率23.02%。

## **(二) 营销网络升级及品牌推广项目**

### **1、项目建设内容**

公司拟投入募集资金用于营销网络升级及品牌推广项目,完善营销网络和渠道建设,加大品牌推广力度。本项目投资总额为 37,091.07 万元,分为营销网点升级、渠道建设和品牌建设三部分。

(1) 营销网点升级:购置场地,建设华南、华东等区域多个营销大区、服务处和事业部办公场所,同时配套办公设备。

(2) 渠道建设:通过加强对下游特通/现代渠道和传统渠道的冰柜投放,提高产品市场占有率,拓展销售渠道。

(3) 品牌建设:通过投放央视、卫视等电视广告,短视频 APP、视频网站等互联网广告以及公交、地铁、高铁等户外广告等形式,加大品牌推广力度,提升品牌知名度,强化品牌领先地位。

### **2、项目建设的必要性分析**

#### **(1) 提供稳定的营销人员办公环境,提升服务质量**

目前,公司服务处的办公场所主要是通过租赁方式取得。随着公司经营规模逐步扩大,公司加强营销服务网点建设、提升营销服务质量对提高公司市场竞争力和达成长期发展目标具有十分重大的意义。

本项目的实施将购置场地,建设华南、华东区域的多个营销大区、服务处和事业部办公场所,对购置的新场地进行装修并配套办公设备,为员工提供稳定的办公环境和树立良好的品牌形象,巩固并提高公司市场竞争力。通过加强营销服务网点的建设,公司将进一步提升服务质量,实现产品营销和服务的本地化,能够快速、准确地收集客户需求信息,进一步提升公司市场反应速度和问题解决能力,提高客户满意度。

#### **(2) 加强渠道建设**

公司在饮料行业深耕多年,形成以经销模式为主,与直营、线上销售等多种销售模式相结合的全方位、立体化的销售体系。对于饮料行业而言,传统零售门店是最主要的销售渠道,其次,随着人们消费水平的提高和消费场景的多元化,

连锁超市、大型卖场、连锁便利店等特通/现代渠道也成为饮料行业的重要销售渠道。

通过本项目的实施,公司将加大对全国范围内各传统渠道和特通/现代渠道的冰柜投放,积极开发、维护重点销售渠道,促进销售渠道进一步下沉,持续提高市场服务能力。

### (3) 加大产品推广力度,进一步提高品牌影响力

根据《关于促进食品工业健康发展的指导意见》(发改产业[2017]19号),“引导企业增强品牌意识,鼓励食品企业加强品牌建设,夯实品牌发展基础,提升产品附加值和软实力”是促进食品工业健康发展的主要任务。

公司主要产品是以“东鹏特饮”为代表的各类饮料,属于快消品,具有消费者数量多、覆盖面广、渠道层级多等特点。各类媒体广告是食品饮料等快消品行业品牌建设及推广的重要手段。公司本次募投项目的实施对品牌推广,巩固和提升品牌影响力和市场地位具有长远的战略意义。

## 3、项目投资概算

本项目投资总额为 37,091.07 万元,具体情况如下:

单位:万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	<b>营销网点升级投入</b>	<b>10,491.30</b>	<b>28.29%</b>
1	场地投入	10,415.00	28.08%
2	设备投入	76.30	0.21%
二	<b>渠道建设投入</b>	<b>2,575.20</b>	<b>6.94%</b>
三	<b>品牌建设投入</b>	<b>23,500.00</b>	<b>63.36%</b>
四	<b>基本预备费</b>	<b>524.57</b>	<b>1.41%</b>
五	<b>项目投资总额</b>	<b>37,091.07</b>	<b>100.00%</b>

#### (1) 营销网点升级

公司营销网点升级拟投入 10,491.30 万元,购置营销事业部及服务处办公场地,并配套办公设备,新增面积约 4,400 平方米。其中,场地投入明细如下:

序号	投资内容	地点	办公面积 (平方米)	投资总额 (万元)
一	全国营销网络建设			
(一)	场地购置		2,200.00	5,560.00
1	华南地区		1,000.00	1,760.00
1.1	湖北大区办/武汉服务处	武汉市	200.00	560.00
1.2	湖南大区办/长沙服务处	长沙市	800.00	1,200.00
2	华东地区		1,200.00	3,800.00
2.1	华东事业部办公室/浙北大区	杭州市	800.00	2,800.00
2.2	安徽大区办/合肥服务处	合肥市	200.00	400.00
2.3	苏南大区办/苏州服务处	苏州市	200.00	600.00
(二)	场地装修		2,200.00	440.00
1	华南地区		1,000.00	200.00
1.1	湖北大区办/武汉服务处	武汉市	200.00	40.00
1.2	湖南大区办/长沙服务处	长沙市	800.00	160.00
2	华东地区		1,200.00	240.00
2.1	华东事业部办公室/浙北大区	杭州市	800.00	160.00
2.2	安徽大区办/合肥服务处	合肥市	200.00	40.00
2.3	苏南大区办/苏州服务处	苏州市	200.00	40.00
小计一				6,000.00
二	广东营销网络建设			
(一)	场地购置		2,200.00	3,975.00
1	广东佛山大区	佛山	300.00	450.00
2	广东西区	江门	300.00	315.00
3	广东北区	清远	300.00	390.00
4	广东广州大区	广州	300.00	1,050.00
5	广东东区	惠州	300.00	510.00
6	广东南区+东莞大区	东莞	700.00	1,260.00
(二)	场地装修		2,200.00	440.00
1	广东佛山大区	佛山	300.00	60.00
2	广东西区	江门	300.00	60.00
3	广东北区	清远	300.00	60.00
4	广东广州大区	广州	300.00	60.00
5	广东东区	惠州	300.00	60.00

序号	投资内容	地点	办公面积 (平方米)	投资总额 (万元)
6	广东南区+东莞大区	东莞	700.00	140.00
小计二				<b>4,415.00</b>
合计				<b>10,415.00</b>

## (2) 渠道建设

公司渠道建设拟投入 2,575.20 万元,用于购买冰柜,加大对下游渠道的冰柜投放量,具体明细如下:

商超类别	投资内容	投入数量(台)	单价	投资总额(万元)
传统渠道	单门冰柜	2,469	0.30	740.70
	双门冰柜	148	0.50	74.00
特通/现代渠道	单门冰柜	4,800	0.30	1,440.00
	双门冰柜	641	0.50	320.50
合计		<b>8,058</b>	-	<b>2,575.20</b>

## (3) 品牌建设

公司品牌建设拟投入 23,500.00 万元,用于投放央视、卫视广告、互联网以及户外广告等,具体明细如下:

单位:万元

序号	投资类型	投资内容	投资总额
1	电视广告	央视、卫视等	5,500.00
2	互联网广告	视频网站、短视频 APP、新闻资讯等	7,500.00
3	户外广告	公交、地铁、高速、高铁等	10,500.00
合计			<b>23,500.00</b>

## 4、项目实施计划和进度

本项目预计建设期为 36 个月,分为可行性研究、初步规划与设计、事业部、大区办/服务处升级、渠道建设和品牌建设。项目建设进度安排如下:

阶段/时间(月)	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究	■																	
初步规划、设计	■	■																

阶段/时间(月)	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
事业部、大区办/服务处升级																		
渠道建设																		
品牌建设																		

### (三) 信息化升级建设项目

#### 1、项目建设内容

本项目投资总额为 7,521.22 万元,由两个子项目组成,其中“集团信息化升级建设项目”投资总额为 5,309.18 万元,“鹏讯云商信息化升级建设项目”投资总额为 2,212.04 万元。

#### (1) 集团信息化升级建设项目

本项目拟投入 5,309.18 万元用于支持公司内部运营的信息化建设,具体建设内容如下:

模块名称	各模块具体内容/功能
决策控制与报表平台	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.平台升级</li> <li>2.日志脱离库,减轻 DB 资源开销</li> <li>3.提高系统稳定性</li> <li>4.外观更好看,大屏更美观,支持扁平化风格</li> <li>5.功能更强大,支持权限复用</li> </ol>
企业 ERP 系统	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.系统菜单,权限整合</li> <li>2.UI 优化,不相关信息隐藏,栏位调整,按顺序录入数据,界面更美观</li> <li>3.与用户沟通,生产、采购、销售、库存、财务管理等模块优化</li> <li>4.根据公司业务情况,调整或开发相关模块</li> </ol>
人事管理系统	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.提升系统处理速度(提升 50%)</li> <li>2.升级系统架构</li> <li>3.优化 UI 界面</li> <li>4.升级移动端支持功能</li> </ol>
协同作业平台	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.系统支持秒开</li> <li>2.搭建流程可利用 EXCEL 导入,实现秒建</li> <li>3.UI 界面升级</li> <li>4.修复已知的 BUG</li> <li>5.支持语音功能</li> </ol>
供应链管理系统	<p>供应链管理系统从集团产销协调入手,强化销售的计划性。通过 4+2 的销售计划,制定生产计划与采购计划,以销售带动采购、生产各环节的协调运作。优化销售端的管理,使得销售订单创建、审核、排车、配送等环节自动运行,减少作业过程中的沟通成本,加快作业流程。</p>

模块名称	各模块具体内容/功能
固定资产管理	固定资产管理信息系统是以企业固定资产为管理对象,以资产台帐为基础,通过对固定资产运转生命周期和经济生命周期进行动态、可视化管理,为企业搭建起规范化、体系化、协同化资产管理信息化平台。
合同与信用管理系统	合同管理系统是建立在信息技术基础上,利用现代企业的先进管理思想,为企业提供决策、计划、控制与经营绩效评估的全方位、系统化的合同管理平台。
配方管理系统	配方管理系统以对技术中心相关资源的统一管理与调配为出发点,从人、财(成本)、物、信息四个方面集中统一管理入手,通过对技术中心的业务进行分析,结合企业发展的需要,以产品设计为核心,以辅助设计为手段,以产品为纽带,实现对产品相关的数据、过程、资源一体化集成管理的信息系统。
物流管理系统	物流信息管理系统是企业的物流管理(包括第三方物流)的信息管理系统,系统涉及到仓储作业管理、运输及配载管理、财务管理、人力资源管理等内容,通过使用计算机技术、通信技术、网络技术等手段,建立物流信息化管理,以提高物流信息的处理和传递速度,使物流活动的效率和快速反应能力得到提高,完善实时物流跟踪并减少物流成本。
档案管理系统	通过建立统一的标准,规范整个文件管理,包括规范各业务系统的文件管理;构建完整的档案资源信息共享服务平台,支持档案管理全过程的信息化处理,包括:采集、移交接收、归档、存储管理、借阅利用和编研发布等等,同时逐步将业务管理模式转换为服务化管理模式,以服务模型为业务管理基础,业务流和数据流建立在以服务为模型的系统平台之上。
大数据分析平台	大数据分析平台主要针对数据仓库、数据安全、数据分析、数据挖掘等方面,围绕大数据的商业价值进行挖掘和利用。大数据分析包含:可视化分析,数据挖掘算法,预测分析能力,语义引擎,数据质量与数据管理,数据存储与数据仓库。
WMS 仓储管理系统	WMS 仓储管理系统是一个实时的计算机软件系统,它能够按照运作的业务规则和运算法则,对信息、资源、行为、存货和分销运作进行更完美地管理。仓储管理系统中的软件指的是支持整个系统运作的软件部分,包括收货处理、上架管理、拣货作业、月台管理、补货管理、库内作业、越库操作、循环盘点、RF 操作、加工管理、矩阵式收费等。

## (2) 鹏讯云商信息化系统升级建设项目

本项目的实施主体为公司全资子公司鹏讯云商。本项目拟投入 2,212.04 万元用于支持公司营销渠道及终端信息化建设,丰富公司现有的营销管理功能,建设更加全面、完善的营销管理体系,为公司深化“新零售”提供支持,具体建设内容如下:



模块名称	各模块具体内容/功能
DMS 经销商管理系统	1.系统架构升级改造,整合打通集成到企业微信 2.品牌共享终端资料、终端销售数据 3.提供本区域各种消费者分析报表 4.品牌开放更多功能权限,流程优化,利用互联网信息手段共同经营好渠道
终端商户管理系统	1.整合打通集成到企业微信,业务员企业微信加终端好友 2.深化信息流,品牌和终端沟通更及时 3.加入 AI 识别技术优化陈列等任务 4.加入瓶盖外码后,实现更多运用方式 5.实现自主在线下单
消费者营销互动管理系统	1.升级一物一码方案落地,加入瓶盖外码,提供更灵活的营销方式 2.开发通用市场化工具如智能问卷,深化用户运营和大数据 3.优化 UI 界面 4.提供专用的大数据接口,实现标签和数据精准营销 5.更丰富的数据采集 6.支持银联红包 7.和品牌部、市场部联通,更丰富的在线手机端互动工具
客户关系管理	客户关系管理系统是服务于营销线路的系统平台,可有效地收集各个渠道的客户信息、订单信息、营销费用投放分析,并据此制定各个渠道的促销政策,实现针对不同渠道的精准触达与分类管理。
大数据分析平台	大数据分析平台主要在营销领域围绕大数据的商业价值进行挖掘分析,具体功能包括:主题挖掘、区域动销分析、时段分析、产品分析、货龄分析、窜货、活动效果以及客户分析等,为营销层面提供数据支持。
一体化电子商务系统	实现一体化信息互通,并提供订单智能拆分整合、丰富促销、线上营销工具等功能,赋能渠道,助力终端,让销售转化更高效。
促销推广管理系统	为品牌商品推广提供专用互动管理平台,提供促销活动管理、推广人员管理、促销活动执行、促销活动互动、促销活动评比评审、统计分析报表等功能,并打通企业微信,纳入大数据分析平台
数据墙展示和监控系统	开发企业关键业务和数据智能报表展示(涵盖生产、流通、营销、数据分析等),并在实时事件关键触发时提供预警通知和方案解决

## 2、项目建设的必要性分析

### (1) 升级信息系统建设,全面提高管理和运营效率

近年来,公司业务规模持续扩大,为及时应对市场变化,提高战略分析能力、决策质量以及运营效率的需求越发强烈。

通过本项目的实施,公司将对产销各环节管理信息系统进行全面升级。在仓储物流阶段,公司将进一步完善 WMS 仓储管理系统及物流信息管理系统,对收

货处理、仓位管理、拣货补货、库存盘点、运输协调、出货单管理等功能综合运用,实施跟踪仓储物流,实现智能仓储物流,节约人工成本。同时,公司还将完善供应链管理系统,一方面强调销售的计划性,以销售预测带动采购、生产各环节的协调运作;另一方面通过优化销售端的系统管理,在订单创建、审核、配送等各环节实现自动化运行,减少沟通成本,加快公司经营运作流程。此外,公司还将全面提升人事管理、合同和信用管理、固定资产管理以及其他资源管理的信息化和智能化水平,全面提高管理和运营效率。

## (2) 升级渠道及终端管理系统,提高创新营销能力

随着公司营销网络的进一步壮大以及渠道、终端数据体量的不断扩充,现有系统在流量负载、功能扩展、数据采集汇总、智能分析等方面将难以满足需求。因此,公司有必要对现有营销管理系统进行全面升级,增添更多功能以支持公司营销业务的开拓。

通过本项目的实施,公司计划全面提升渠道管理、终端商户管理、消费者营销互动管理等管理模块的信息化和智能化水平,依据大数据技术对渠道及终端数据进行实时汇总分析,提升决策质量。同时,公司将继续加强渠道、终端业务的支持及管理,加快销售决策人员应对市场变化的响应速度,提升公司处理销售业务的效率,进一步提高公司的创新营销能力。

## 3、项目投资概算

### (1) 集团信息化系统升级建设项目

本项目投资总额为 5,309.18 万元,具体情况如下:

单位:万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	场地投入	156.00	2.94%
二	设备购置	1,755.60	33.07%
1	设备投入	1,739.60	32.77%
2	软件投入	16.00	0.30%
三	开发支出	3,302.00	62.19%
四	基本预备费	95.58	1.80%
五	项目总投资	5,309.18	100.00%

其中, 场地投入为本项目新增机房对应的租赁、装修和机房配套设施费用, 金额较小。设备购置具体明细如下:

单位: 万元

序号	设备类型	数量	投资总额
<b>1</b>	<b>网络安全</b>		
1.1	防火墙	10	230.00
1.2	上网行为管理	10	180.00
1.3	WOC	10	250.00
1.4	下一代防火墙	10	235.00
1.5	三层交换机	30	60.00
1.6	SSVPN	1	50.00
1.7	中央交换机	2	40.00
小计 1			<b>1,045.00</b>
<b>2</b>	<b>服务器(数据中心升级)</b>		
2.1	服务器(OA、ERP、WMS、HR、门禁等)	20	120.00
2.2	存储(ERP/OA/WMS/FR/e-HR等)	5	175.00
2.3	UPS(各基地、各事业部)	10	50.00
小计 2			<b>345.00</b>
<b>3</b>	<b>数据安全</b>		
3.1	堡垒机	1	20.00
3.2	日志审计	1	50.00
3.3	准入网关(中央机房、5大基地、总部)	7	166.60
3.4	存储(备份)	3	54.00
3.5	加密软件	1	50.00
小计 3			<b>340.60</b>
<b>4</b>	<b>办公设备—电脑</b>	<b>18</b>	<b>9.00</b>
<b>5</b>	<b>办公软件—windows+office(专业版)</b>	<b>40</b>	<b>16.00</b>
合计		-	<b>1,755.60</b>

开发支出合计为 3,302.00 万元, 其中软件开发及实施费用为 1,910.00 万元, 人员投入为 1,392.00 万元。软件开发及实施费用具体明细如下:

单位: 万元

序号	系统/模块名称	软件开发及实施费					合计
		软件许可费	系统费用	实施与集成	需求差异开发	技术支持与维护费	
1	决策控制与报表平台	-	-	-	-	20.00	20.00
2	企业 ERP 系统	40.00	40.00	200.00	100.00	40.00	420.00
3	人事管理系统	-	40.00	10.00	20.00	10.00	80.00
4	协同作业平台	-	-	20.00	50.00	30.00	100.00
5	供应链管理系统系统	-	300.00	100.00	50.00	50.00	500.00
6	固定资产管理	-	100.00	20.00	-	20.00	140.00
7	合同与信用管理系统	-	50.00	20.00	10.00	10.00	90.00
8	配方管理系统	-	50.00	20.00	10.00	10.00	90.00
9	物流管理系统	-	-	20.00	20.00	10.00	50.00
10	档案管理系统	20.00	30.00	5.00	-	5.00	60.00
11	大数据商务智能分析平台	-	-	-	30.00	30.00	60.00
12	仓储管理系统	-	200.00	50.00	-	50.00	300.00
合计							<b>1,910.00</b>

## (2) 鹏讯云商信息化系统升级建设项目

本项目投资总额为 2,212.04 万元, 具体情况如下:

单位: 万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	场地投入	<b>230.00</b>	<b>10.40%</b>
二	设备购置	<b>701.47</b>	<b>31.71%</b>
1	设备投入	105.53	4.77%
2	软件投入	595.94	26.94%
三	开发支出	<b>1,234.00</b>	<b>55.79%</b>
四	基本预备费	<b>46.57</b>	<b>2.11%</b>
五	项目总投资	<b>2,212.04</b>	<b>100.00%</b>

其中, 场地投入为本项目新增机房对应的租赁、装修和机房配套设施费用, 金额较小。设备购置具体明细如下:

单位: 万元

序号	设备类型	数量	投资总额
<b>1</b>	<b>硬件设备</b>		
1.1	服务器	4	8.00
1.2	设计 PC	2	3.00
1.3	PC 机	60	30.00
1.4	网络交换机	3	3.00
1.5	笔记本电脑	10	6.00
1.6	大数据监控展示墙	1	30.00
1.7	机房灾备系统服务器	1	15.00
1.8	其他	-	5.53
<b>小计 1</b>			<b>100.53</b>
<b>2</b>	<b>办公设备-电脑</b>	<b>10</b>	<b>5.00</b>
<b>3</b>	<b>办公软件</b>		
3.1	Window+Office	45	18.00
3.2	Navicat	5	10.00
3.3	天锐绿盾软件	1	20.00
3.4	腾讯云服务器	45	500.00
3.5	数据库	56	
3.6	网络流量+CDN 流量	-	
3.7	存储	1	
3.8	天御防刷服务	1	
3.9	AI 识别服务	1	40.00
3.10	其他	-	7.94
<b>小计 3</b>			<b>595.94</b>
<b>合计</b>			<b>701.47</b>

项目开发支出由人员投入组成，人员投入为 1,234.00 万元。

#### 4、项目实施计划和进度

本项目建设期为 36 个月，计划分六个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步设计、场地租赁及装修、软硬件设备购置及安装、人员招聘、软件开发实施。

项目建设进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究																		
初步规划																		
场地租赁及装修																		
软硬件设备采购、安装及调试																		
人员招聘及培训																		
软件开发实施																		

#### (四) 研发中心建设项目

##### 1、项目建设内容

本项目的实施主体为公司全资子公司华鹏，项目投资总额为 3,147.00 万元，拟以公司现有的研发管理中心为基础，整合资源在华南生产基地组建软硬件水平高，研发环境规范的研发中心，研究、储备关于饮料行业的新材料、新工艺、新产品配方等方面的技术，持续提升公司的研发能力。

根据公司战略发展目标，本项目拟引入多种先进的研发设备、成分检测设备、包材检测设备，及基础的试验台柜和净化等设备，同时配置研发办公室，引进多名复合型的技术人才。

##### 2、项目建设的必要性分析

###### (1) 满足消费者更高需求，保持产品技术领先

随着饮料行业的迅猛发展和我国居民消费水平的不断提高，消费者对产品的功效、附加营养价值、口感、风味、外观包装等属性提出了更高的要求。公司为继续保持其竞争优势，引领行业技术发展，需进行持续稳定的研发投入，引进更加前沿的研发设备，开展产品功能、口味、包装等方面的研发创新，改良升级现有产品，满足消费者更高的消费需求，保持公司产品技术的领先性。

###### (2) 持续完善产品质量安全控制体系，增强产品市场竞争力

食品饮料的质量安全问题一直是政府和消费者关注的焦点。从 1996 年初版的《饮料通则》，至 2009 年初版、2016 年修订的《中华人民共和国食品安全法》，到 2016 年将食品安全战略写进国家“十三五”发展纲要，再到 2018 年国家卫生健康委员会发布的《关于 2018 年度食品安全国家标准立项计划的通知》，我国法

律法规和产业政策对食品饮料质量安全的高度重视,且执行规范与要求越来越具体。

公司一直高度重视产品质量安全,在长期发展过程中,依托公司质量管理中心、研发管理中心和信息系统,已建立了从供应商准入到仓储流通全环节的质量控制体系。通过本项目的实施,公司将持续对产品质量控制技术 & 工艺进行研发,进一步完善产品质量安全管控体系,保证产品质量,增强产品的市场竞争力。

### (3) 丰富产品类型, 满足市场多元化需求

公司依托完善的销售体系,高水平的研发能力,积极布局其他类别饮料产品,推出了由柑柠檬茶、陈皮特饮、包装饮用水等饮料。其中,由柑柠檬茶配方成分来源天然,富含有效成分,颇受消费者的喜爱;陈皮特饮应用了高效浸提技术,显著提高了九制陈皮中功效成分浸出率,进一步优化产品口感,提升产品的营业价值和风味,在岭南地区颇受欢迎。通过本项目的实施,公司将加大研发投入、升级研发设备,持续研发新产品,增加公司的产品储备,满足市场多元化需求,为公司业绩提供新的增长点。

### 3、研发方向和具体内容

公司本次新建的研发中心,研发方向主要包括基础研究、应用研究和产品研究,具体开展关于原材料、工艺技术、新产品、新包装等方面的研发创新活动。

基础研究的主要目标是建立功效成分和风味物质的筛选方法、鉴定方法及评价方法,开展风味物质鉴定、功能因子鉴定和量效关系研究,为饮料原料研发提供科学导向,最终研发针对性强、具有科技含量的原料,打造原料技术壁垒。应用研究的主要目标包括以下三个方面:一是研究选择适合饮料加工的原料品种,完善对应原料质量控制体系;二是在基础研究成果上研究原料鲜榨、提取或腌制等加工工艺技术;三是开发具有核心竞争力优势的创新饮品。产品研究的主要目标是研究、分析和升级现有产品结构,确保公司产品在品质和概念上始终保持核心竞争力。具体内容如下:

方向	具体内容
1.基础研究	(1) 功能评价方法研究 通过研究应用特定功效评价模型,探索功能基因组学、蛋白组学及代谢组学等组学技术评价方法,为原料及产品功能因子鉴定和功效评估提供科学依据。

方向	具体内容
	<p>(2) 风味物质评价模型研究 通过 GC-MS/GC-O、HPLC/HPLC-MS/HPLC-O、电子舌等风味成分检测分析系统,建立原料及产品种的风味物质评价模型,为产品风味调试提供依据。</p> <p>(3) 风味物质鉴定 对余甘子、橄榄、茶原料中的呈味风味成分进行分离和鉴定,确定特征风味物质成分,为饮料研发提供风味导向。</p> <p>(4) 功能因子鉴定和量效评估 通过活性追踪法,分离和鉴定余甘子、橄榄、茶及其他适用于饮料的药食同源中的功效成分,并评估功效成分的量效关系,为原料靶向精制和转化研究提供导向。</p> <p>(5) 个性化需求和体验数据收集 开发个性化产品数据收集工具,如生活方式检测、表观健康数据检测、基因型分析(包括方法及仪器),评估不同生活场景下(起居、运动和情志)用户的需求,分析用户的评价及体验,为开发不同应用场景的产品提供数据基础。</p> <p>(6) 发酵微生物鉴定研究 对传统发酵食品原料,如红茶、普洱茶,腌制蜜饯食品中的微生物进行分离、鉴定,通过 16SrDNA(细菌)或 18SrDNA(酵母菌)基因序列分析,建立菌株的系统发育树,研究各菌株在发酵腌制过程中的作用,确定主导微生物的种类和适宜生长条件,确定原料的科学发酵或腌制工艺,制取适宜饮料使用的原料。</p>
2.应用研究	<p>1、原料品种</p> <p>(1) 原料品种筛选:通过对余甘子、橄榄、茶等原料品种的筛选和培育,筛选出风味良好、营养成分高,适合饮料加工的原料品种。</p> <p>(2) 原料种植管理:探索种植管理方法,包括对余甘子、橄榄、茶等原料的选址、种植、施肥、农药使用管理,有效控制原料种植安全。</p> <p>(3) 原料质量控制:进行以功效成分为研究对象的资源区划研究、分子地理标识及其遗传研究、鉴别技术研究,对全过程中的原料品质进行功效物质稳定性和有害物质可控性系统研究,保障原料以产品的有效与安全。</p> <p>2、加工工艺</p> <p>(1) 原料鲜榨工艺研究:研究余甘子、橄榄等鲜果的压榨、澄清、杀菌、浓缩、包装、不良风味因子去除工艺,及果汁营养成分含量的变化,确定原料鲜榨最优工艺,制备口感良好、营养成分不受损失的果汁作为饮料原料。</p> <p>(2) 原料提取分离研究:研究超声提取、微波提取、超临界流体萃取、半仿生提取、酶法提取、动态逆流提取、减压沸腾提取等技术,实现对余甘子、橄榄、茶等原料的高效提取。并对提取物进行分离,去除影响口感和稳定性成分,富集具有营养和功效的成分,制备适用于不同饮料品类、风味独特、营养健康又方便保存和运输的提取物原料。</p> <p>(3) 原料腌制研究:对余甘子、橄榄原料的腌制工艺进行研究,形成独特的腌制蜜饯食品风味,制成蜜饯风味饮料的原料。</p> <p>3、创新饮品</p> <p>(1) 新品开发:根据公司发展战略,市场营销规划,进行果蔬汁饮料、蛋白饮料、特殊用途饮料、风味饮料、茶饮料、咖啡饮料等新品开发。</p> <p>(2) 新品储备:根据行业发展趋势、消费升级趋势,进行新品储备研发,重点以我国传统药食同源资源为原料,开发以传统养生保健理论为指导的新功能饮料。</p> <p>(3) 老品升级:根据市场发展的需要,做好现有产品包括维生素功能饮料、植物饮料(凉茶、菊花茶)、果蔬汁饮料(冬瓜茶)、蜜饯风味饮料(九制陈皮饮品)的优化及升级,提升产品品质满足消费者和市场的消费升级需求。</p> <p>(4) 工艺研究:将先进的提取技术应用于功效成分的提取分离中,在谱效关系</p>



方向	具体内容
	指导下实现功效成分的精确提取和富集,增加产品的附加值。同时研究应用行业先进的低温冷萃技术、非热杀菌技术、低温冷灌装技术,实现对原料天然成分和风味成分的最大化保留,生产天然健康饮料产品。 (5)质量控制:研究建立原料特征性指标检测方法,以及有害物质(如重金属、农药残留等)快速检测方法研究,通过薄层色谱、液相色谱、气相色谱、近红外光谱、原子光谱等多种检测手段结合,建立特征性指标和有害物质检测评估体系。同时建立原料进货到产品流向市场全生产销售链条电子化追溯系统,实现产品质量可追溯。
3.产品研究	(1)品质对标:现有产品品质持续提升,确保产品品质稳定性及保持产品在市场中的竞争优势;与市场同类主导品牌进行品质对标,找差异和差距,为研发和市场提供品质改良方向,完善相关流程标准体系。 (2)品类研究:根据功能型饮料产品战略,针对国内外流行的新品趋势、主要竞品特征、消费购买产品行为及体验大数据收集,进行新品流行趋势、品类产品特征分析及消费者分析。 (3)新产品开发规划:根据公司发展规划,结合新品趋势,市场产品特征、消费者分析,提出乳业新品规划思考。 (4)包装研究:针对国内外流行的新品包装设计趋势、新型环保材料趋势,消费购喜好数据搜集,进行包装设计提案。通过对包装的承压、密封、透光、隔氧、饮用便利性研究和测试,赋予产品最佳的品质和消费体验。

#### 4、项目投资概算

本项目投资总额为 3,147.00 万元,具体情况如下:

单位:万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	场地投入	444.78	14.13%
二	设备投入	995.00	31.62%
三	研发投入	1,557.50	49.49%
1.1	研发支出	1,032.50	32.81%
1.2	研发人员投入	525.00	16.68%
四	基本预备费	149.72	4.76%
五	项目投资总额	3,147.00	100.00%

其中场地投入为场地装修及装修设计费,明细如下:

序号	投资内容	建筑面积 (平方米)	投资金额 (万元)
1	研发大楼	2,118	381.24
2	装修设计费	2,118	63.54
合计			444.78

设备投入明细如下:

单位: 万元

序号	设备名称	数量	投资金额
一	研发设备	12	180.00
二	检测设备(成分检测)	14	568.00
三	检测设备(包材检测)	21	173.00
四	基础设备(试验台柜、净化设备)	-	74.00
合计			<b>995.00</b>

研发投入明细如下:

单位: 万元

序号	项目	投资金额
<b>1</b>	<b>研发支出</b>	
1.1	调研差旅费	25.00
1.2	产品研发、小试及中试费用	800.00
1.3	专利申请费	50.00
1.4	对外合作费	150.00
1.5	培训费	7.50
小计 1		<b>1,032.50</b>
<b>2</b>	<b>研发人员投入</b>	<b>525.00</b>
合计		<b>1,557.50</b>

## 5、项目环保情况

研发中心建设项目于2020年4月3日取得了广州市生态环境局出具的环评批复(穗增环评[2020]79号)。

## 6、项目实施计划和进度

本项目预计建设期为24个月,计划分六个阶段实施完成,包括:可行性研究、初步规划与设计、房屋建筑及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目建设进度安排如下:

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究												
初步规划、设计												
房屋建筑装修												

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
设备采购及安装												
人员招聘及培训												
试运行												

### (五) 总部大楼建设项目

#### 1、项目建设内容

本项目投资总额为 20,640.35 万元, 拟投资建设公司总部办公大楼, 建筑面积约 13,545.56 平方米, 地址位于深圳市南山区留仙洞二街坊, 建设期为 48 个月。公司投资新建总部大楼, 扩大公司办公面积, 改善员工办公环境, 提高管理效率, 提升企业形象, 满足公司快速发展的需求。

#### 2、项目建设的必要性分析

##### (1) 解决现有办公场地限制, 满足持续发展需要

目前, 公司总部租赁办公场所约 4,800 平方米, 包含营销管理中心、财务管理中心等职能部门并统筹公司运营管理工作。近年来, 公司业务规模的不断扩大, 公司员工队伍持续扩充, 随着公司经营规模的进一步扩大, 现有租用物业预计将无法满足总部运营需要。

本项目拟新建约 13,545.56 平方米总部办公大楼, 解决办公场地限制, 满足公司持续发展的需求。公司总部大楼项目建成后, 办公环境将显著改善和提升。同时, 公司将完善相关产品展示、休闲文化配套设施的建设, 提高员工的办公环境和办公空间, 提升团队的凝聚力和公司整体精神面貌。

##### (2) 提高经济效益, 促进公司长期稳定发展

目前, 公司在深圳市没有自有物业, 办公场所都是通过长期租赁的方式取得, 公司经营场所面临一定的不确定性。同时, 持续的租赁支出以及未来快速增长的办公场所需求将大幅增加公司管理费用。在长期租赁不能满足公司快速发展和规模扩张的背景下, 公司投资参与南山区联合大厦项目的建设, 降低租赁支出, 从长远来看, 有利于提高公司经济效益, 促进公司长期稳定发展。

#### 3、项目投资概算

本项目拟投资建设公司总部办公大楼,新建办公区、企业展示区、员工之家、培训室等区域,具体投入情况如下:

单位:万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	建设投资	<b>19,657.48</b>	<b>95.24%</b>
1	场地投入	17,826.48	86.37%
2	设备投入	1,831.00	8.87%
二	基本预备费	<b>982.87</b>	<b>4.76%</b>
三	项目投资总额	<b>20,640.35</b>	<b>100.00%</b>

其中,场地投入明细如下:

序号	投资内容	建筑面积 (平方米)	投资总额 (万元)
1	工程建设费-标准写字楼(4层)	<b>13,545.56</b>	<b>14,900.12</b>
2	场地装修		
2.1	企业展示区	1,500.00	300.00
2.2	办公区	6,000.00	1,200.00
2.3	会议室	650.00	130.00
2.4	会客室	450.00	90.00
2.5	员工之家	1,000.00	200.00
2.6	培训室	500.00	100.00
2.7	其他(食堂、公摊等)	2,500.00	500.00
小计 2		<b>12,600.00</b>	<b>2,520.00</b>
3	工程建设其他费用-装修设计费	<b>13,545.56</b>	<b>406.37</b>
合计			<b>17,826.48</b>

设备投入明细如下:

单位:万元

序号	投资内容	投资总额
一	办公设备	913.60
二	办公软件	917.40
合计		<b>1,831.00</b>

#### 4、项目环保措施

根据深圳市生态环境局南山管理局筹备组 2019 年 5 月 5 日出具的《关于反

馈“南山区科技联合大厦”项目有关情况的函》，依据《深圳市建设项目环境影响评价审批和备案管理名录》，本项目无需实施建设项目环境影响评价审批或者备案。

## 5、项目组织方式及实施地点

本项目地址位于深圳市南山区留仙洞二街坊，项目建设系深圳市南山区政府组织，将采取与其他14家优质企业联合建设的方式进行。2019年2月，公司等15家企业与深圳市规划和自然资源局南山管理局签订《深圳市土地使用权出让合同书》(深地合字(2018)8022号)。2019年7月，公司及其他14家企业、深圳市深汇通投资控股有限公司(深圳市南山区国资委下属企业)与深圳市万科城市建设管理有限公司签订了《留仙洞二街坊南山区科技联合总部大厦项目代建合同》，由深圳市万科城市建设管理有限公司负责项目全过程代建。

## 6、项目实施计划和进度

本项目预计建设期为48个月，计划分五个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步规划与设计、房屋建筑及装修、设备采购及安装、试运营。项目建设进度安排如下：

阶段/时间 (月)	T+48											
	2	4	6	8	...	36	38	40	42	44	46	48
可行性研究	■											
初步规划、 设计	■	■										
房屋建筑及 装修		■	■	■	■	■	■	■	■			
设备采购及 安装									■	■	■	
试运营											■	■

## 第十四节 股利分配政策

### 一、发行人的股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》的规定,公司报告期内股利分配政策的一般规定如下:

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,但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。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。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是,资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时,所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司的利润分配方案由股东大会审议批准。公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的,应当采用现金分红进行利润分配。

### 二、最近三年公司股利分配情况

2017 年 4 月 18 日,东鹏有限股东会作出决议,向全体股东分配现金股利 27,600,000.00 元(含税)。

2017 年 10 月 31 日,东鹏有限股东会作出决议,向全体股东分配现金股利 60,327,880.00 元(含税)。

2019 年 4 月 28 日,东鹏饮料 2018 年年度股东大会作出决议,向全体股东每 10 股派发现金股利 4.00 元(含税),共计派现金股利 140,000,000.00 元。

2020年4月9日,东鹏饮料2019年年度股东大会作出决议,向全体股东每10股派发现金股利10.00元(含税),共计派现金股利360,000,000.00元。

### 三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司2020年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司申请首次公开发行股票并上市前滚存利润分配方案的议案》,对于公司首次公开发行股票并上市前的滚存利润,由首次公开发行股票并上市后的新老股东按照持股比例共同享有。

### 四、发行人上市后股利分配计划

根据公司2020年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程(草案)》,本次发行上市后的股利分配政策如下:

(一)利润分配原则:公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策,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当年的实际经营情况和可持续发展。

(二)利润分配形式:公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合及法律、法规允许的其他方式分配股利,并优先采用现金分红的方式分配利润。如无重大现金支出事项发生,公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之二十。

上述重大现金支出事项是指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20%,且超过30,000万元的情形或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者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10%。

(三)差异化的现金分红政策:公司董事会应当综合考虑所处行业特点、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,区分下列情形,提出差异化的现金分红方案:

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%。

#### (四) 公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

#### (五) 利润分配研究论证及决策程序

1、定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、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。

3、公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

4、董事会、监事会和股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

5、利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；监事会须经全体监事过半数通过。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意；股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

6、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个月内完成股利派发事项。

#### (六) 利润分配政策调整

如公司根据生产经营情况、投资规划、长期发展的需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化,需要调整利润分配政策的,相关议案需经董事会、监事会审议后提交股东大会批准。

公司调整利润分配方案,必须由董事会作出专题讨论,详细论证说明理由,并由独立董事发表明确意见;董事会在审议调整利润分配政策时,须经全体董事过半数表决同意,且经全体独立董事表决同意。监事会在审议利润分配政策调整时,须经全体监事过半数以上表决同意。股东大会在审议利润分配政策时,须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意;股东大会在表决时,应向股东提供网络投票方式。

## 第十五节 其他重要事项

### 一、信息披露与投资者关系

公司的信息披露及投资者服务工作由董事会统一领导和管理,董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露及投资者服务事宜,相关人员的联系方式如下:

负责信息披露和投资者关系的部门:董事会办公室

联系人:刘丽华

联系地址:深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1楼

邮政编码:518057

联系电话:0755-26980181

传真号码:0755-26980181

电子邮箱:boardoffice@szeastroc.com

### 二、重大合同

#### (一) 采购合同

截至本招股说明书签署日,发行人与最近一期前五大供应商已签署且正在履行的框架合同如下:

序号	合同类型	合同金额(万元)	买方	卖方	合同标的	合同有效期
1	原物料采购框架协议合同	-	增鹏、莞鹏、徽鹏、桂鹏、华鹏	雅韦安糖业(上海)有限公司	白砂糖	2020.01.01-2020.12.31
2	原物料采购框架协议合同	-	增鹏、莞鹏、徽鹏、桂鹏、华鹏	广州嘉利高糖业有限公司	白砂糖	2020.01.01-2020.12.31
3	原物料采购框架协议合同	-	徽鹏	宏全食品包装(滁州)有限公司	瓶坯、瓶盖、外帽	2020.01.01-2020.12.31
4	原物料采购框架协议合同	-	增鹏、桂鹏、莞鹏、华鹏	宏全食品包装(清新)有限公司	瓶坯、瓶盖	2020.01.01-2020.12.31
5	原物料采购框架协议合同	-	增鹏、莞鹏、海丰水厂	鹤山市富源塑料五金制品有限公司	外帽、瓶坯	2020.01.01-2020.12.31

注:上述最近一期前五大供应商系以单体排序的前五大供应商。

## (二) 销售合同

截至本招股说明书签署日,公司与最近一期前五大客户已签署且正在履行的销售合同如下:

序号	合同名称	买方	卖方	合同标的	合同有效期
1	东鹏饮料经销协议	东莞市东瑞商贸有限公司	东鹏饮料	饮料	2019.12.01-2020.11.30
2	东鹏饮料经销协议	海丰县瞳缙贸易有限公司	东鹏饮料	饮料	2019.12.01-2020.11.30
3	东鹏饮料经销协议	佛山市顺德区北滘镇永净食品商行	东鹏饮料	饮料	2019.12.01-2020.11.30
4	东鹏饮料经销协议	广州市白云区松洲美丰园食品商行	东鹏饮料	饮料	2019.12.01-2020.11.30
5	东鹏饮料经销协议	中山市东升镇顺香长和商店	东鹏饮料	饮料	2019.12.01-2020.11.30

注:上述最近一期前五大客户系以单体排序的前五大客户

## (三) 借款、授信及担保合同

截至本招股说明书签署日,公司正在履行的借款、授信及担保合同的具体情况如下:

序号	借款/授信银行	借款人/被授信人	借款/授信合同	借款/授信金额(万元)	借款/授信期间	保证/抵押合同	担保人/抵押人
1	中国银行南宁市城北支行	桂鹏	《固定资产借款合同》(2018年城中银贷字第026号)	37,000.00	2018.10.26-2023.10.25	《抵押合同》(2018年城中银抵字第008号)	桂鹏
			《固定资产借款合同》补充协议(2018年城中银贷补字第026号)			《保证合同》(2018年城中银保字第019号)	东鹏饮料
			《固定资产借款合同》补充协议(2019年西中银贷补字第002号)			《保证合同》(2018年城中银保字第020号)	林木勤
2	招商银行广州分行	华鹏	《固定资产借款合同》(120570HT2019062001)	20,000.00	2019.7.15-2024.7.14	《不可撤销担保书》(120570HT2019062001-1)	东鹏饮料
						《抵押合同》(120570HT2019062001-2)	华鹏

序号	借款/授信银行	借款人/被授信人	借款/授信合同	借款/授信金额(万元)	借款/授信期间	保证/抵押合同	担保人/抵押人
3	招商银行深圳分行	东鹏饮料	《授信协议》 (755XY2019033566)	8,000.00	2019.12.20-2020.12.19	《最高额不可撤销担保书》 (755XY201903356601)	林木勤
						《最高额不可撤销担保书》 (755XY201903356602)	林木港
4	汇丰银行深圳分行	东鹏饮料、莞鹏	银行授信 (CN11002134153-181119-EASTRO C) 银行授信 (CN11002134153-181119-GDDP)	5,000.00	2019.11.30-2020.11.30	《公司/企业保证书》	东鹏饮料、莞鹏
						《公司/企业保证书》	增鹏
						《公司/企业保证书》	徽鹏
						《个人保证书》	林木勤
5	中国建设银行股份有限公司滁州城南支行	徽鹏	人民币流动资金借款合同 (CN20190801)	5,000.00	2019.08.07-2020.08.06	《保证合同》 (CN20190801-1)	东鹏饮料
						《最高额抵押合同》 (CND20190801)	徽鹏
6	华夏银行股份有限公司东莞分行	莞鹏	最高额融资合同 (DG(融资)20200008)	5,000.00	2019.11.07-2020.11.07	《个人最高额保证合同》 (DG(高保)20200009)	林木勤
						《个人最高额保证合同》 (DG(高保)20200010)	林木港
						《最高额保证合同》 (DG(高保)20200007)	东鹏饮料
						《最高额保证合同》 (DG(高保)20200008)	增鹏
7	中国建设银行股份有限公司深圳市分行	东鹏饮料	综合融资额度合同 (借2020综09636田背)	10,000.00	2020.03.29-2021.03.27	《自然人额度保证合同》 (保2020综09636田背)	林木勤

#### (四) 广告类合同

截至本招股说明书签署日,公司正在履行的金额 500 万以上的广告类合同如下:

1、2019 年 7 月 7 日,公司与上饶市天同文化传播有限公司签订了《联合市场推广合作协议》,约定与上饶市天同文化传播有限公司旗下 RNG 英雄联盟战队及 RNG 和平精英战队进行联合市场推广,合作期限为 2019 年 8 月 1 日至 2020 年 7 月 30 日。

2、2019 年 8 月 1 日,公司与上海华与华营销咨询有限公司签订了《咨询服务合同书》,委托上海华与华营销咨询有限公司进行品牌管理咨询及整合营销传播咨询服务的有关事宜,合同有效期为 2019 年 8 月 1 日至 2020 年 7 月 31 日。

3、2019 年 9 月 27 日,公司与东阳欢瑞世纪艺人经纪有限公司、青岛奥博影视文化工作室签订了《由柑品牌系列茶饮料品牌形象代言人合同》,公司聘请东阳欢瑞世纪艺人经纪有限公司签约艺人杨紫作为公司旗下由柑品牌系列茶饮料产品的形象代言人,代言期限为 2019 年 9 月 27 日至 2021 年 9 月 26 日。

#### (五) 其他重大合同

截至本招股说明书签署日,公司正在履行的金额 2,000 万元以上的其他重大合同如下:

序号	合同名称	买方	卖方
1	利乐包装成套设备销售合同	华鹏	利乐包装(昆山)有限公司
2	无菌吹灌旋设备采购合同	华鹏	西得乐机械(北京)有限公司
3	智能立体仓库系统采购合同	华鹏	江苏新美星物流科技有限公司

### 三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日,公司不存在对外担保的情况。

### 四、重大诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日,公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动及未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项;公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员不存在作为

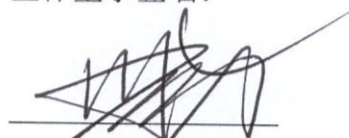
一方当事人的重大诉讼或仲裁事项;公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及刑事诉讼。

## 第十六节 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明

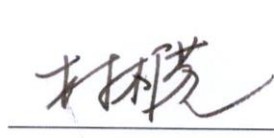
### 全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名:



林木勤



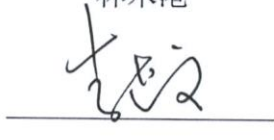
林木港



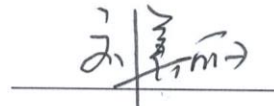
宋向前



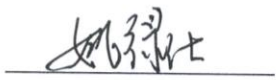
林戴钦



李达文



刘美丽



姚禄仕

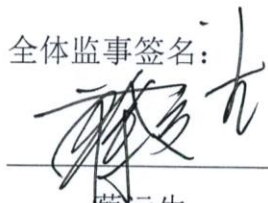


康晓斌

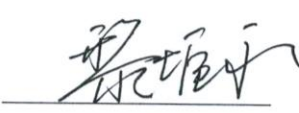


陈峻峰

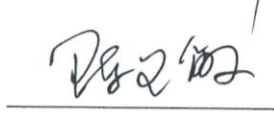
全体监事签名:



蔡运生

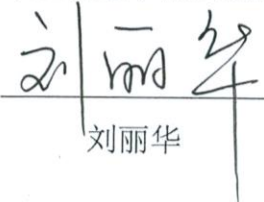


黎增永



陈义敏

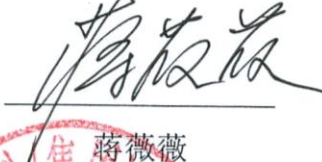
不担任董事的其他高级管理人员签名:



刘丽华



卢义富



蒋薇薇

东鹏饮料(集团)股份有限公司

2020年4月15日



### 保荐机构(主承销商)声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查,确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人:



江禹

保荐代表人:



金巍锋



王锋

项目协办人:



李子清

华泰联合证券有限责任公司





## 保荐机构(主承销商)董事长和总经理声明


本人已认真阅读东鹏饮料(集团)股份有限公司招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理:



马 骁

保荐机构董事长:



江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2023年4月15日



## 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人:



王丽

经办律师:



浦洪



李广新



汤海龙





普华永道

## 关于东鹏饮料(集团)股份有限公司 招股说明书及其摘要的会计师事务所声明

东鹏饮料(集团)股份有限公司董事会:

本所及签字注册会计师已阅读东鹏饮料(集团)股份有限公司首次公开发行股票招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要中引用的有关经审计的 2017、2018 及 2019 年度申报财务报表、内部控制审核报告所针对的于 2019 年 12 月 31 日的财务报告内部控制及经核对的 2017 年度、2018 年度及 2019 年度非经常性损益明细表的内容,与本所出具的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无异议,确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师

中國註冊會計師  
王斌  
311200072239

王斌

签字注册会计师

李會 中國註冊會計師  
李曉蕾

李晓蕾

会计师事务所负责人

李丹 中國註冊會計師

李丹

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2020年4月15日



### 资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人:



李晓红

经办注册资产评估师:



孙彦君



赵爽鸣



北京中天华资产评估有限责任公司

2020年4月15日







普华永道

## 关于东鹏饮料(集团)股份有限公司 招股说明书及其摘要的验资机构声明

东鹏饮料(集团)股份有限公司董事会:

本所及签字注册会计师已阅读东鹏饮料(集团)股份有限公司首次公开发行股票招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要中引用的本所对东鹏饮料(集团)股份有限公司(原深圳市东鹏饮料实业有限公司)新增注册资本和实收资本出具的验资报告(普华永道中天验字(2020)第 0194 号)的内容、对深圳市东鹏饮料实业有限公司整体变更为东鹏饮料(集团)股份有限公司时出具的验资报告(普华永道中天验字(2020)第 0195 号)的内容、对东鹏饮料(集团)股份有限公司新增的注册资本及股本出具的验资报告(普华永道中天验字(2019)第 0809 号)的内容,与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议,确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对本所出具的上述验资报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师



王斌

签字注册会计师

李晓蕾



李晓蕾

会计师事务所负责人



李丹

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2020年4月15日



## 第十七节 备查文件

### 一、本招股说明书的备查文件

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告
- (二) 财务报表及审计报告;
- (三) 内部控制审核报告;
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表;
- (五) 法律意见书及律师工作报告;
- (六) 公司章程(草案);
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件;
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、查阅地点

投资者可于本次发行承销期间,到本公司或保荐人(主承销商)的办公地点查阅。

### 三、查询时间

本次发行承销期间,除法定节假日以外的每日 9:00-11:00, 14:00-17:00。

### 四、查阅网址

巨潮资讯网站: [www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)