

	其他	392.75	14,620.20	0.60%	-
	菌类	3.89	69.83	-	-
	小计	4,957.43	199,419.12	8.20%	18.84
天猫	藻类	14,236.06	286,586.92	11.78%	17.16
	菌类	1,273.49	36,493.82	1.50%	17.15
	海珍味	433.78	36,620.64	1.51%	261.82
	其他	356.95	12,052.43	0.50%	-
	小计	16,300.28	371,753.81	15.28%	296.13
其他	藻类	15,361.05	192,858.97	7.93%	2,184.58
	海珍味	3,573.75	242,477.96	9.97%	-
	其他	2,289.86	57,003.31	2.34%	-
	菌类	1,202.31	32,911.62	1.35%	230.09
	山野菜	693.60	3,746.72	0.15%	-
	小计	23,120.57	528,998.58	21.74%	2,414.67
合计		93,573.44	2,432,964.44	100.00%	24,788.05

C、2018 年度销售情况

单位：元

平台名称	产品类别	销售数量(公斤)	销售金额	占比	退换货金额
京东自营	藻类	12,609.00	220,429.54	12.85%	18,567.57
	海珍味	5,862.20	254,814.00	14.85%	-
	其他	949.00	65,178.20	3.80%	975.22
	菌类	40.00	924.13	0.05%	-
	小计	19,460.20	541,345.87	31.56%	19,542.79
京东商城	藻类	10,016.30	246,384.53	14.36%	84.66
	海珍味	1,546.43	137,816.65	8.03%	137.82
	其他	547.70	20,072.76	1.17%	-
	菌类	2.37	79.11	-	-
	小计	12,112.80	404,353.05	23.57%	222.48
天猫	藻类	7,055.05	144,010.77	8.39%	12.84
	海珍味	1,984.10	127,042.74	7.41%	-
	菌类	2,231.74	70,031.92	4.08%	147.69
	其他	2,212.10	57,751.25	3.37%	37.35
	鱼籽	2.60	417.66	0.02%	
	小计	13,485.59	399,254.34	23.27%	197.88
其他	海珍味	2,086.57	189,412.69	11.04%	248.56
	藻类	5,894.71	85,679.27	4.99%	15.52
	菌类	2,722.55	54,917.54	3.20%	20,468.96
	其他	1,492.50	35,907.26	2.09%	

	鱼籽	40.00	4,608.55	0.27%	
	小计	12,236.33	370,525.31	21.60%	20,733.04
合计		57,294.92	1,715,478.57	100.00%	40,696.19

D、2017 年度销售情况

单位：元

平台名称	产品类别	销售数量(公斤)	销售金额	占比	退换货金额
京东商城	藻类	5,046.00	108,626.00	9.45%	-
	海珍味	504.54	46,820.22	4.07%	-
	菌类	213.67	8,045.46	0.70%	-
	鱼籽	41.74	4,886.91	0.43%	-
	小计	5,805.95	168,378.59	14.65%	-
天猫	藻类	14,363.96	280,426.07	24.40%	-
	菌类	9,196.32	255,169.00	22.21%	-
	鱼籽	201.80	16,073.52	1.40%	-
	海珍味	124.52	9,496.11	0.83%	-
	小计	23,886.60	561,164.70	48.84%	-
微商	藻类	5,608.65	76,254.33	6.64%	-
	菌类	3,314.19	81,574.34	7.10%	-
	海珍味	470.70	29,812.04	2.59%	-
	鱼籽	36.55	3,619.61	0.32%	-
	小计	9,430.09	191,260.32	16.64%	-
其他	藻类	8,124.00	135,606.21	11.80%	7,905.98
	菌类	4,530.83	80,633.15	7.02%	-
	海珍味	93.69	6,252.81	0.54%	-
	鱼籽	37.85	5,770.96	0.50%	-
	小计	12,786.37	228,263.13	19.87%	7,905.98
合计		51,909.01	1,149,066.74	100.00%	7,905.98

报告期内，上述电商模式退货原因主要是规格不合格或者包装破损。

②同一平台下不同店铺销售情况

项目	京东自营	京东商城
运营主体	京东	发行人
销售流程	1、与京东自营采购签订（续签）年度合同，每周双方确认采购数量，京东自营出具采购订单； 2、盖世食品发货京东自营各大地区仓库； 3、京东自营入仓后确认入仓数量，上架销售； 4、消费者购买后由京东自营发货	1、消费者在京东平台购买产品； 2、公司根据客户订单明细从公司发货；
合同	1、订单方式：京东自营进货必须向公司下达各	1、客户：针对京东平台购买产品

主要条款	<p>种形式的正式订单，公司接到京东自营订单之日起1日内以书面、系统或邮件形式答复京东自营；</p> <p>2、交货方式：公司负责将订单列明的产品，通过京东自营仓储预约系统按照约定的时间（即除双方另有约定外）送达，产品在交付于京东自营验收入库前的一切费用及风险责任由公司承担；</p> <p>3、结算方式：账期付款，公司交付产品，京东自营验收入库60天后开始为公司结算，京东自营于结算单核定付款日起7个工作日付款；</p> <p>4、退换货条件：公司接受京东自营库存过剩或滞销、残次品、质量问题退货</p>	<p>的消费者；</p> <p>2、交货方式：公司直接快递给消费者；</p> <p>3、结算方式：“京东”系统在每个自然日对已完成订单相应款项自动生成结算单，京东在获得满足结算条件及消费者结算请求指令时，将消费者的货款转付至公司京东钱包账户，并从公司京东钱包账户中扣除技术服务费、京豆服务费及其他费用，公司每月从京东钱包提现；</p> <p>4、退换货条件：产品破损和变质；</p>
收入分成	<p>公司应保证京东自营的账面毛利率16%，凡低于该账面毛利的，公司同意京东自营在当月或次月货款中以账扣方式扣收。公式如下：账面粉偿金额=甲方当期实际销售金额×协议约定账面毛利率-实际账面毛利额</p>	<p>1、固定技术服务费（亦称“平台使用费”）：商家在获得缴费权限后应向京东支付的与特定店铺服务期对应的技术服务费，金额为12,000元/年；</p> <p>2、按比例计收的服务费（亦称“技术服务费”）：京东在收取固定技术服务费之外，在商家每达成一笔交易而向商家收取的技术服务费（款项的3%）；</p>
销售费用	转运服务费	平台使用费12,000元/年、技术服务费3%
配送方式	京东配送	发行人配送

③ 电商模式收入确认等情况

公司电商模式包括公司自主运营管理和电商平台自运营两种。

报告期内除京东自营采用电商平台自运营模式外，其他电商全部为公司自主运营管理模式，不同商业模式下收入确认情况如下：

店铺	商业模式	收入确认方法
京东自营	电商平台运营	<p>按京东自营平台系统入库时间确认收入。京东自营属于B2B电商模式，B2B的业务流程中，在客户收到货后即客户拥有了控制权，此时即可确认收入。公司对京东自营销售合同中附有退换货条件，对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债。公司2017年末发生京东自营销售业务，2018年末因京东自营销售业务发生期后退货金额0.35万元，占当期对京东自营销售金额比例为0.64%，</p>

		2019年发生期后退货金额0万元。根据历史退货情况公司2020年6月30日预期因京东自营销售退回将退还的金额为0万元，按照已实现收入全额确认收入，预期因销售退回将退还的金额而确认负债金额为0万元。截至本回复出具日京东自营销售期后实际退货金额为0万元。
京东商城、 天猫、微商 等其他	自主运营	常温产品和冷冻品中零食类（裙带菜零食）按客户退货期满后确认收入；其他产品按客户收货时间确认收入。

公司电商收入主要来自京东、天猫两个平台，每年活动力度最大的三个节日：618、双十一和年货节，折扣情况在满足平台规定折扣的基础上自行确定，如399减200、299减150、2件8折、3件7折等，所以各年度折扣力度大的月份收入相对较多。公司电商销售的产品以零食类小包装产品为主，单价较低，客户在购买商品后进行商品评价的积极性较低，所以商品评价数量与销售收入没有可比性。

公司电商模式收入规模不大，占公司主营业务收入的比重较低，公司不存在刷单虚增收入情况。

(7) 发行人贸易模式的具体情况

报告期内，发行人贸易销售模式下销售情况如下：

①主要客户各期销售情况

A、德国巨石北方有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	销售金额	占各期贸易收入比重
2020年1-6月	菌类	101,760.00	12.87	1,309,442.34	16.72%
2019年度	菌类	465,459.84	11.63	5,411,032.90	23.99%
2018年度	菌类	178,080.00	11.72	2,086,787.67	10.47%
	山野菜	35,794.08	8.72	312,043.08	
2017年度	山野菜	1,888.00	51.71	97,625.46	17.81%
	菌类	390,843.32	12.35	4,825,507.36	

B、美国盖世实业有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	销售金额	占各期贸易收入比重
2020年1-6月	菌类	19,407.00	64.00	1,242,085.15	15.86%
2019年度	菌类	31,378.60	72.80	2,284,514.34	10.60%
	其他	4,536.00	23.29	105,620.94	

2018 年度	菌类	54,485.20	85.86	4,678,327.71	21.45%
	藻类	945.00	162.21	153,288.65	
	其他	3,628.80	23.38	84,849.64	
2017 年度	菌类	48,401.80	71.68	3,469,336.90	12.55%

C、你好国际贸易有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	销售金额	占各期贸易收入比重
2020 年 1-6 月	其他	18,630.00	9.56	178,193.80	3.59%
2019 年度	藻类	6,340.00	162.97	1,033,255.72	6.18%
	其他	37,230.00	9.69	360,766.37	
2018 年度	藻类	5,900.00	170.90	1,008,322.84	6.02%
	其他	42,000.00	8.87	372,352.95	
2017 年度	其他	600.00	18.01	10,805.11	0.04%

D、北京宏昌英杰贸易有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	销售金额	占各期贸易收入比重
2017 年度	海珍味	140,570.00	20.82	2,927,091.84	10.59%

E、天津鱼酷烤全鱼餐饮管理有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	销售金额	占各期贸易收入比重
2018 年度	其他	198,326.00	6.71	1,330,077.27	5.80%
2017 年度	其他	204,054.56	7.03	1,433,540.38	5.19%

②贸易业务主要供应商各期采购情况

A、大山合集团有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	采购价格	占贸易类采购比重
2020 年 1-6 月	菌类	19,407.00	58.15	1,128,539.31	15.79%
2019 年度	菌类	32,878.60	66.17	2,175,488.37	10.78%
2018 年度	菌类	54,885.20	79.68	4,373,269.16	21.25%
2017 年度	菌类	50,351.80	67.86	3,416,754.52	13.48%

B、丹东幸福食品有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	采购价格	占贸易类采购比重
2020年1-6月	菌类	139,920.00	11.88	1,662,832.91	23.27%
2019年度	菌类	356,160.00	11.24	4,003,604.68	19.84%
2018年度	菌类	63,600.00	10.30	655,307.00	3.18%
2017年度	菌类	375,843.32	12.01	4,513,212.70	17.82%

C、江苏鲜之源水产食品有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	采购价格	占贸易类采购比重
2020年1-6月	藻类	6,900.00	163.19	1,126,022.97	15.76%
2019年度	藻类	15,290.64	164.58	2,516,530.07	12.47%
2018年度	藻类	19,293.30	164.68	3,177,271.08	15.44%
2017年度	藻类	16,810.40	150.99	2,538,167.71	10.02%

D、鞍山纳曼科食品有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	采购价格	占贸易类采购比重
2019年度	菌类	110,724.48	10.61	1,174,642.60	6.81%
	山野菜	24,015.36	8.33	200,156.58	
2018年度	菌类	254,400.00	10.79	2,745,003.82	14.63%
	山野菜	35,794.08	7.44	266,207.43	
2017年度	山野菜	1,888.00	45.74	86,355.99	0.34%

E、上海航太食品有限公司

单位：公斤、元/公斤、元

期间	产品类别	数量	单价	采购价格	占贸易类采购比重
2017年度	海珍味	140,570.00	20.72	2,912,529.75	11.50%

③贸易业务中客户向发行人采购的合理性

报告期内，公司贸易客户向发行人采购而不直接向供货商采购的原因主要包括：

A、公司贸易客户向发行人采购的产品主要是菌类、藻类等与发行人产品相似的产品，属于食品类，对于产品安全性要求较高，但一般采购细分种类多、单次采购规模小、采购频次高，需要按细分产品耗费较多的时间和精力去筛选不同的供应商以及进行品质把控，

采购效率低、品质风险高；

B、公司贸易客户主要为境外客户，国外客户受信息渠道闭塞和语言交流的障碍，直接寻找国内终端供应商存在一定难度，采购及沟通效率低，且客户产品质量把控难度大；

C、发行人在菌类、藻类产品领域深耕多年，除自身的产能保证外，还建立了比较完善的采购渠道，设有独立的乐世国际和香港盖世贸易子公司，具有丰富的供应商资源和严格的品质把控流程与经验，在采购效率、产品供应、品质把控上相比客户自行采购具有明显的优势。

因此，公司贸易客户向发行人采购而不直接向供货商采购具备合理性。

4、研发模式

公司从事海洋食品和食用菌食品等即食开胃凉菜的研发、生产和销售。公司立足自主研发及新产品开发，具备较强的研发能力。公司围绕提升产品质量、降低生产成本、开发新型产品、改进生产工艺等进行持续技术研发，并根据客户需求以及业务部门的反馈进行可靠性验证。公司通过自主研发、引进海外团队，消化和再创造国外先进技术，同时与大连工业大学、国家农产品加工技术研发中心、辽宁省农科院等科研院所进行产学研合作，成立联合研发中心。经过多年积累，截至**2020年6月30日**，公司已取得**12项**专利（其中发明**3项**、实用新型**9项**）。

（1）研发机制

试制：研发部门按照市场需要，划分国内产品、日本产品和欧美产品三个研发小组，围绕企业核心业务，根据客户需求，定制化开发，提供客户满意的试制样品。

中试：研发部门会同生产部门开始进行模拟量产中试，形成相关支持文件。财务部门组织研发部、采购部和生产部等相关部门成立成本测算小组，根据试生产费用情况核算产品成本。

量产：研发部门组织市场、销售、生产、财务、采购等部门召开新品上市研讨会，以会议决议的形式通知确认并组织量产。

（2）研发激励制度

为充分调动公司研发团队的积极性，促进产品创新，公司针对研发部门制定了较为完善的激励措施。公司会根据工艺改进对生产过程的提升效果、新产品市场销售情况，对研发人员给予一定的奖励。

（五）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自成立以来，主营业务一直为海洋食品和食用菌食品等即食开胃凉菜的研发、生产和销售，主要产品包括藻类、菌类、山野菜、鱼籽及海珍味等深加工产品。

报告期内，公司的主营业务、主要产品、主要经营模式未发生重大变化。

（六）公司组织结构及主要产品的生产流程图

1、公司组织结构图



2、公司各部门职责

公司总部机构设置根据职责不同，分为生产部、计划部、品管部、研发部、财务部、仓储物流部、国内销售部、国际销售部、策略采购部、人事行政部、商学院、市场部及基建部。公司主要职能部门的职责如下：

部门	主要职责
生产部	负责按质按量地完成下达的各项生产任务、生产车间和库房的工作环境管理，加工过程中产品标识和可追溯性控制等
计划部	负责销售订单接收、订购计划（包材/辅料）、配套工艺获取、跟进生产加工计划的完成及异常订单处理
品管部	在质量及食品安全小组组长和执行组长领导下组织质量策划，建立、实施、监督质量及食品安全卫生管理体系有效运行，负责组织各部门进行公司文件的编制、发行、控制及记录控制，负责涉及质量及食品安全类外来文件及各类相关法律法规的管理等
研发部	负责新产品和改进产品的研发策划、输入、控制、输出和更改，新产品和改进产品负责技术讨论、指导和总结改进，公司产品市场情报收集及报告等
财务部	负责公司财务、税务和资金管理，负责库房账物盘点及改进库存管理，负责公司经营绩效评价及改善，负责公司的内外部沟通管理工作等
仓储物流部	负责成品库存的统计及当日生产计划的安排，公司仓库物资的保管发放，仓库管理工作等
国内销售部	负责公司产品国内销售、合同评审及经销商的选择、产品售后服务工作
国际销售部	分为国际销售一部、国际销售二部、国际销售三部，负责公司产品境

	外销售、合同评审及经销商的选择、产品售后服务工作，以及进出口报关报检等工作
策略采购部	负责原、辅料的采购和管理，供应商调查、评估与选择，对外合同的签订等
人事行政部	负责员工招聘与培训，合同、文件档案管理，员工绩效考核与福利待遇管理等
商学院	公司员工的培训管理（含年度培训计划，实施，效果评价）
市场部	负责市场/产品调研报告，新产品开发规划，活动方案策划及落实，新媒体运营管理及跟进，客户满意度调查等
基建部	负责组织公司建设项目的可行性分析与投资效益研讨，建设项目的申报、规划、设计、审批、备案、报价审核等
审计部	负责审查公司财务会计资料，评价公司内部控制制度的完整性和可行性等
生物技术部	负责开发食用菌、海藻深加工产品及蘑菇粉等生物技术类产品

3、主要产品的生产流程图

参见本节“（四）主要经营模式”之“2、生产模式”。

（七）环境保护情况

1、主要污染物及处理设施

公司自成立以来，坚持经营生产与环保工作同步发展的原则，加强环保设备的管理和日常维护，严格执行各项环保法律法规，建立健全了一系列环境保护措施，保证生产经营的各个环节符合环保要求。公司生产过程中产生的污染主要包括废气、废水、固体废弃物及噪音。

（1）废气

公司产生的废气主要来源于燃气锅炉燃烧废气、污水处理站臭气及食堂油烟。燃气锅炉燃烧废气通过 8 米高排气筒直排，排放的废气浓度符合《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）中“表 2 新建锅炉大气污染物排放浓度限值”的要求；污水处理站废气依托专用装置处理后，通过高排气筒排放，排放臭气浓度满足《恶臭（异味）污染物排放标准》（DB31/1025-2016）排放限值；食堂油烟由排烟罩收集后经油烟净化器净化后排入烟道，再经专用烟道引至房顶排放，排放的油烟浓度符合《餐饮业油烟排放标准》（DB31/844-2014）。

（2）废水

公司产生的废水主要来源于原料清洗、地面冲洗及器具消毒，员工生活用水经化粪池沉淀后与前述生产废水共同排放至厂内污水池预处理，达标后排放至大连市旅顺口区三涧堡污水处理厂进一步处理，上述污水经三涧堡污水处理厂处理后达到《城镇污水处理厂污染物排放标准》（GB18918—2002）规定的水污染物排放限值。

(3) 固体废弃物

公司产生的固体废弃物主要为生产过程中产生的原料废料、包装废料、生活垃圾以及污水站污泥等。公司对上述固体废弃物由专业处置单位或环卫公司清运处理。公司产生的固体废弃物均有妥善的处理途径，不会给周围环境造成污染。

(4) 噪音

公司的生产噪音主要来自于冷库循环泵、海藻生产线搅拌机、输送线等设备，此类噪音经墙壁隔音后厂界噪音能够达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中第3类标准要求，不会对外界声环境产生影响。

2、主要污染物处理能力

目前公司污染物主要处理设施为污水池，采用“气浮+A池+FDR生物接触氧化法”作为污水处理的主体工艺，报告期内公司废水中主要污染物排放情况如下：

单位：吨、mg/L

污染物		2017年		2018年		2019年		2020年1-6月	
		总量	单位排放量	总量	单位排放量	总量	单位排放量	总量	单位排放量
COD (化学需氧量)	核定排放 (年度)	27.00	450.00	27.00	450.00	54.00	450.00	54.00	450.00
	实际排放	1.73	19.00	6.74	34.50	14.52	82.75	9.58	82.00
SS(悬浮物)	核定排放 (年度)	40.50	300.00	40.50	300.00	81.00	300.00	81.00	300.00
	实际排放	3.18	35.00	26.96	138.00	16.41	93.50	11.01	94.20
氨氮	核定排放 (年度)	2.70	30.00	2.70	30.00	5.40	30.00	5.40	30.00
	实际排放	0.03	0.36	0.32	1.62	0.22	1.27	0.15	1.30

二、行业基本情况

(一) 公司所处行业及其监管体制与法规政策

1、公司所属行业

公司主营业务是海洋食品和食用菌食品等即食开胃凉菜的研发、生产和销售，所属行业为农副食品加工业。根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“农副食品加工业（C13）”；根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2017），公司

属于 C1317 “蔬菜加工”；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》的分类标准，公司所处行业为“日常消费品（14）”中的食品“农产品(14111110)”；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》的分类标准，公司所处行业为“农副食品加工业（C13）”中的“蔬菜加工(C1371)”。

2、行业主管部门和监管体制

农副食品加工业的监管部门有国家发改委、国家市场监督管理总局、商务部及各级商务主管部门等。国家发改委主要拟定食品行业中长期规划并指导行业发展运行。国家市场监督管理总局通过食品、质量监督部门制定食品安全监督管理的政策，并对食品的研究、生产、流通、使用进行行政监督和技术监督；通过市场监督管理部门进行市场监督管理和行政执法，制定食品市场监督管理规章和政策等。商务部及各级商务主管部门主要职责是推进食品流通产业结构调整，指导食品流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，推动物流配送、电子商务等现代流通方式的发展等。

行业相关的主要自律组织为中国食品工业协会、中国藻业协会。中国食品工业协会主要职能是：对食品安全情况进行调查分析，向政府有关部门提出食品安全建议和意见；协助立法机关和行政机关，制定和完善食品安全方针政策、法律法规；举办报告会、研讨会、经验交流会等，促进行业学习交流，指导和帮助企业改善经营管理；参与或经国家有关部门授权组织制定食品行业有关标准，并组织宣传和贯彻实施等。中国藻业协会主要职能是：推进藻类产业组织化建设，提高产业市场化运作能力；加强行业沟通与协调，促进产业资源合理配置；构建产业技术创新平台，提高产业科技水平；全面提升产业素质和竞争能力，增加产业经济效益、社会效益和生态效益。

3、主要法律法规和产业政策

（1）法律法规

国家针对食品行业特点，相继出台了多项行业管理规定，对食品安全、消费者权益、产品质量、食品添加剂等重要方面进行了制度规范，主要法律法规如下：

序号	文件名	实施时间	颁布单位
1	《食品生产许可管理办法》	2020.3.1	国家食品药品监督管理总局
2	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019年修订）	2019.12.1	国务院
3	《中华人民共和国食品安全法》（2018年修订）	2018.12.29	全国人民代表大会常务委员会
4	《中华人民共和国产品质量法》（2018年修订）	2018.12.29	全国人民代表大会常务委员会

5	《中华人民共和国进出口商品检验法》（2018年12月修订）	2018.12.29	全国人民代表大会常务委员会
6	《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》	2017.3.28	国家食品药品监督管理总局
7	《食品生产许可审查通则》	2016.10.1	国家食品药品监督管理总局
8	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年修订）	2014.3.15	全国人民代表大会常务委员会
9	《食品生产通用卫生规范》	2013.5.24	国家卫生和计划生育委员会
10	《农产品质量安全监测管理办法》	2012.10.1	农业部
11	《国务院关于加强食品安全工作的决定》	2012.6.23	国务院
12	《国家食品安全事故应急预案》（2011年修订）	2011.10.5	国务院
13	《国务院办公厅关于严厉打击食品非法添加行为切实加强食品添加剂监管的通知》	2011.4.20	国务院办公厅
14	《食品安全国家标准管理办法》	2010.12.1	卫生部
15	《食品标识管理规定》（2009年修订）	2009.10.22	国家质检总局
16	《关于依法规范食品加工企业的指导意见》	2009.10.12	国家质检总局，工信部，卫生部，商务部，环保部
17	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	2007.7.26	国务院
18	《商业特许经营管理条例》	2007.5.1	国务院
19	《定量包装商品计量监督管理办法》	2006.1.1	国家质检总局
20	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》	2005.9.1	国务院
21	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	2005.9.1	国家质检总局

（2）主要产业政策

随着经济水平的发展，居民收入稳步上升推动居民饮食消费升级，食品行业市场规模不断扩大。为扶持我国食品行业的发展，国家相关部门出台了一系列产业扶持政策。近年来推出的主要产业政策如下：

序号	产业政策	发文时间	颁布单位	主要内容
1	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	2019.5.9	中共中央、国务院	严把食品加工质量安全关，实行生产企业食品安全风险分级管理；严把流通销售质量安全关，建立覆盖基地贮藏、物流配送、市场批发、

				销售终端全链条的冷链配送系统；建立食品安全追溯体系，食品生产企业对其产品追溯负责。
2	《国民营养计划（2017-2030年）》	2017.6.30	国务院	加快食品加工营养化转型。提出食品加工工艺营养化改造路径，集成降低营养损耗和避免有毒有害物质产生的技术体系。研究不同贮运条件对食物营养物质等的影响，控制食物贮运过程中的营养损失
3	《“十三五”食品科技创新专项规划》	2017.5.24	科技部	加快食品高新技术产业发展，推进科技和产业深度融合；增强食品科技创新，培育食品新业态和新兴产业；强化食品品牌建设，促进一二三产业融合发展
4	《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》	2017.4.13	国务院办公厅	健全冷链物流标准和服务规范体系、完善冷链物流基础设施网络、鼓励冷链物流企业经营创新、提升冷链物流信息化水平、加快冷链物流技术装备创新和应用
5	《“十三五”国家食品安全规划》	2017.2.14	国务院	全面落实企业主体责任，确保生产过程整洁卫生并符合有关标准规范，确保生产经营各环节数据信息采集留存真实、可靠、可溯源；加快食品安全标准与国际接轨，建立最严谨的食品安全标准体系
6	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	2017.1.5	国家发改委、工信部	营造食品工业良好发展环境，提高政府公共服务能力和水平，优化行政审批流程，为企业提供优质公共服务；完善食品工业支持政策，充分利用现有资金渠道，重点支持食品行业重大技术改造；加强队伍建设，鼓励高等院校加强食品行业亟需中高端人才的培养
7	《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》	2016.12.14	商务部	培育和壮大消费热点，优化消费供给结构；推进内贸流通创新，拓宽消费供给渠道；加强流通基础设施建设，提升消费供给条件；整顿和规范市场秩序，改善消费供给环境四项主要任务，推动消费规模扩大和消费结构升级
8	《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》	2016.12.17	国务院办公厅	拓宽主食供应渠道，加快培育示范企业，积极打造质量过硬、标准化程度高的主食品牌。研制生产一批传统米面、杂粮、预制菜肴等产品，

				加快推进马铃薯等薯类产品主食化
9	《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划（2016-2020年）》	2016.11.14	农业部	到2020年，力争规模以上农产品加工业主营业务收入达到26万亿元，年均增长6%左右，农产品加工业与农业总产值比达到2.4:1。主要农产品加工转化率达到68%左右，其中粮食、水果、蔬菜、肉类、水产品分别达到88%、23%、13%、17%、38%；农产品精深加工和副产物综合利用水平明显提高。规模以上食用农产品加工企业自建基地拥有率达到50%，专用原料生产水平明显提高
10	《全国绿色食品产业发展规划纲要（2016-2020年）》	2016.4.6	农业部	着力扶强生产主体，持续扩大总量规模，大力引导各类龙头企业，发挥骨干企业的引领作用；不断强化市场营销服务，完善市场流通体系，推动绿色食品步入“以品牌引导消费、以消费拉动市场、以市场促进生产”的发展轨道
11	《中国食物与营养发展纲要（2014-2020年）》	2014.1.28	国务院	重点发展方便营养加工食品。加快发展符合营养科学要求和食品安全标准的方便食品、营养早餐、快餐食品、调理食品等新型加工食品，不断增加膳食制品供应种类。加快传统食品生产的工业化改造，推进农产品综合开发与利用

4、行业主要法律法规和政策对发行人经营发展的影响

上述法律法规、规范性文件旨在丰富市场产品种类，保障供应稳定，完善我国农副食品加工业产品流通体系，提升流通效率，提高行业集中度，从而促进行业健康、有序、规范发展，满足人民不断增长的对优质开胃凉菜产品的需求。

上述法规政策对以开胃凉菜为主业的盖世食品做大做强，提供了良好的制度和市场环境。

（二）行业发展概况

1、开胃凉菜行业发展概况

开胃凉菜是中华美食的重要组成部分，在我国有着悠久的历史。开胃凉菜是指直接以农、林、牧、副、渔产品为原料按照中国传统工艺加工后低常温保存并可即食的菜品。开胃凉菜

行业属于传统行业，主要以摊、店、柜形式或餐饮业方式出现。21 世纪以来，随着人工成本和场地租金的上涨，以及人们对食品安全、食品口味要求的提高，海底捞、喜家德等中式大型连锁餐饮逐渐减少或停止制作开胃凉菜，转为由专业凉菜企业加工配送，来保证产品质量和口味的稳定性。

目前，开胃凉菜行业企业众多，随着国家对安全环保监管力度加大和消费者对食品安全卫生的要求不断提高，行业进一步调整分化，竞争更加激烈。未来，开胃凉菜行业将进一步向高端化、品牌化、产业化发展。这将给品牌、市场、质量控制、产品研发、资金、人才及管理等方面具有明显优势的企业带来更多的发展红利和发展空间，企业间发展水平差距将进一步拉大，行业整合将会不断涌现，行业集中度将进一步提高。

由于开胃凉菜加工行业进入门槛较低，主体数量众多，产品同质化严重，竞争较为激烈，这使得本行业的整体毛利率水平较低。但是，部分优质开胃凉菜加工企业通过利用其在品牌、研发、规模化采购、规模化生产及销售渠道等方面的优势，降低采购成本，提升管理效率，发展中高端产品，以不断提高利润水平和行业竞争力。

开胃凉菜加工的主要原材料为农副产品，农副产品易受自然条件、市场供求等因素影响，价格存在一定的波动性，因此，农副产品的价格波动将影响凉菜加工企业的生产成本和盈利水平。同时，由于开胃凉菜加工行业下游主要面向餐饮连锁企业和终端消费者，因此消费者的消费偏好和消费能力也将直接影响凉菜加工企业的经营成果。而随着居民收入水平的提高，对凉菜加工食品品牌和品质的重视，行业内的优质企业具有一定的盈利优势。此外，随着我国政府部门对食品安全的监管日趋严格，行业内规模小、品质差的凉菜加工食品企业利润水平将逐渐下降，而具有品质、品牌、渠道、管理优势的行业领先企业的销售规模和利润水平将会得到有效提升。

2、行业技术水平和技术特点

近年来，我国农副食品加工行业的技术装备和生产工艺取得了较大幅度的进步，但行业整体的技术水平与国外相比仍然有一定差距。在部分行业龙头企业的引领下，开胃凉菜行业正逐步朝工业化、标准化和规模化生产的方向发展，推动着行业的整体技术水平逐渐提高。

一方面，生产设备机械化、自动化水平不断提高。作为传统中式工艺的代表，我国开胃凉菜产品在制作加工过程中的机械化、自动化水平普遍不高，从而限制了行业的生产效率。近年来，包括发行人在内的一些业内领先企业开始针对加工过程中人工操作较多的环节加大了技改力度，将机械化、自动化水平的提高与统一、标准、规范化的操作流程相结合，从而

确保产品的质量和品质的统一。

另一方面，食品安全控制能力逐渐完善。开胃凉菜产品对技术工艺的要求较高，其产品配方、杀菌技术、保质期等技术指标对产品的品味、口感、色泽等具有决定性影响，因此企业对建立完善的食品安全控制体系的重视程度越来越高。

3、主要技术门槛和技术壁垒

(1) 技术门槛

以备受公众关注的杀菌技术为例，传统的杀菌方式如臭氧因由于杀菌不彻底等原因已被逐渐淘汰。目前，行业内部分企业引入国外广泛用于食品储藏保鲜的辐照技术，对特定农产品和食品进行消毒、杀菌、防霉等处理，以达到提高食品卫生质量，保持营养品质及风味的目的。未来随着行业技术水平的提升，行业的杀菌技术也将更加完善，引导该行业朝着健康、安全的方向发展。

(2) 技术贸易壁垒

各国设置种种技术贸易壁垒来限制外国食品进入本国，保护本国消费者能吃到安全健康的食品。例如美国 FDA、欧盟 IFS、BRC 和水产注册认证制，犹太 KOSHER 洁食认证，东南亚清真 HALAL 认证，中国 CIQ 备案和 SC 生产许可证制度均为这类制度。以上种种技术贸易指标的要求提高了凉菜加工企业的进入标准，同时无形中形成了行业的进入壁垒。

(3) 规模化经营壁垒

凉菜加工行业处于市场化竞争的环境中，产品之间销售价格差异较小，企业需要通过规模化经营降低整体经营成本，获得合理的利润空间。开胃凉菜产品多品种、小规模的生产特点也要求企业生产线在具备规模化生产的同时能够柔性化调整，以适应不同产品切换生产的需求。而企业实现规模化生产需要达到一定的销售规模作为支撑，否则会出现生产线空置、产能过剩。对于行业新进入者来讲，不能实现规模化经营，则无法形成自身的竞争优势，在激烈的竞争中容易被淘汰。

4、衡量核心竞争力的关键指标

开胃凉菜行业企业众多，随着国家对安全环保监管力度加大和消费者对食品安全卫生的要求不断提高，行业将进一步调整分化，竞争更加激烈。衡量核心竞争力的关键指标主要包括生产技术、渠道及品牌、产品质量控制三个方面。

(1) 生产技术

在部分行业龙头企业的引领下，开胃凉菜行业正逐步朝工业化、标准化和规模化生产的

方向发展，推动着行业的整体技术水平逐渐提高。通过针对加工过程中人工操作较多的环节加大了技改力度，将机械化、自动化水平的提高与统一、标准、规范化的操作流程相结合，从而确保产品的质量和品质的统一。

（2）渠道和品牌

渠道和品牌是企业的核心竞争力之一，也是开胃凉菜行业主要壁垒之一。由于产品和消费者的健康息息相关，所以客户在选购时一般会选择具有品牌知名度和市场美誉度的企业。因此只有在市场经过长期耕耘的企业，才能积累一定的品牌知名度。市场新进入者除了必须拥有高质量产品外，需要经过长期不断的市场积累，才能树立良好品牌形象。同时，拥有国内外和线上线下的多种销售渠道，使得消费者和渠道商对企业的品牌形成了一定认知，也是促进销售增长的重要因素之一。

（3）产品质量控制

随着法律法规、监管政策和食品安全标准体系日趋完善，凉菜加工产品质量标准将会进一步提高。同时，社会公众对于食品安全重视程度逐步加强，选择食品时愈发谨慎和严格，对食品卫生问题容忍度日益降低。这些因素都给凉菜加工企业生产经营提出了更高的要求。目前，多数作坊式半成品生产企业在原材料采购、生产流程、仓储物流等方面与规模化生产经营企业差距较大，难以实现原材料追溯、标准化生产和冷链物流配送，无法保证食品卫生安全，未来将会被逐步淘汰。行业新进入者在短期内难以达到较高的食品质量安全标准，获得消费者认可也是个长期的过程，面临较大的食品质量及安全壁垒。

5、行业技术的发展趋势

随着生产技术的不断提升，开胃凉菜生产线的自动化程度不断提高。随着产业政策引导以及食品安全价值观念的不断深入，未来行业内产品将朝着自动化、标准化的方向发展。

6、行业的主要经营模式

（1）采购模式

在采购环节，开胃凉菜生产企业向上游供应商采购主要包括裙带菜、杏鲍菇、山野菜等原材料及油脂、辣椒等其他辅助材料，以满足生产需要。

（2）生产模式

一般采用以销定产的生产模式。在生产环节，开胃凉菜行业中存在大量中小型生产企业，技术含量较低，产业化程度不高，对生产工艺及产品质量的控制能力较差；部分行业优势企业经过多年的发展，具备领先的研发技术及成熟稳定的生产工艺，对产品质量的控制能力较

强，产品更具有市场知名度及认可度。

（3）销售模式

开胃凉菜行业的下游是餐饮市场与终端消费市场，行业内企业一般采用直销、经销、电商或合同生产销售等模式。

7、行业的周期性、区域性和季节性特征

（1）周期性

随着经济的发展和居民对饮食要求的提升，开胃凉菜加工产品需求量逐步提升。宏观经济波动对行业整体消费有一定影响，但行业整体处于上升区间，周期性不明显。

（2）区域性

不同区域气候、土壤、环境差异较大，物产各异，形成了不同的饮食习惯和口味，因此凉菜加工行业存在较大的区域性特征。规模较大的企业不断丰富产品类别和口味，开拓全国销售市场，可以满足不同地区的消费者偏好。

（3）季节性

由于部分食材的供应存在季节性差异，相应产品供应受到季节限制；节假日和旅游旺季的应节食品消费和餐饮消费具有一定的季节性；但定位于开胃凉菜等非应节食品的家庭日常餐饮消费和餐饮连锁企业消费，全年需求较为稳定，不存在明显的季节性特征。

（三）公司产品或服务的市场地位、竞争优势与劣势

1、公司产品的市场地位

公司是农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业、国家食用菌加工技术研发分中心、国家农产品加工业示范中心、中国藻业协会副会长单位，是国标 GB 2760 海藻沙拉产品标准的修订者。公司现已取得管理体系注册证书（HACCP 体系）、管理体系注册证书（ISO9001:2015）、美国 FDA 认证、欧盟水产品生产企业认证、BRC 认证、清真认证等多项国内外食品相关认证。公司主打产品调味裙带菜被评为辽宁省名牌产品，“盖世”商标被认定为辽宁省著名商标。

大连市地处中国东北辽东半岛最南端，东濒黄海，西临渤海，大连海域受黄海暖流影响，冬季不结冰，几乎不受台风侵扰，因此适宜裙带菜大面积浮筏养殖，2010 年中华人民共和国农业部批准对“大连裙带菜”实施农产品地理标志登记保护；2013 年大连市旅顺口区成为辽宁省裙带菜出口示范区。公司坐落大连旅顺口区，不但有着丰富、优质、稳定的裙带菜原材料来源，而且可以享受地处产业集聚区带来的品牌、技术、人力资源等溢出效应，有利

于增强市场竞争力和巩固公司市场地位。

2、行业内的主要竞争对手

企业名称	所在地	主营业务	主要客户类型	行业地位
大连浩和食品有限公司	辽宁大连	简餐和健康海洋产品的生产与销售	餐饮连锁企业和食品生产销售企业	细分行业领先
时代海洋食品(大连)有限公司	辽宁大连	以海藻为主的调味品的生产加工和销售	餐饮连锁企业和食品生产销售企业	细分行业领先
大连海宝食品有限公司	辽宁大连	裙带菜深加工产品的生产与销售	餐饮连锁企业和食品生产销售企业	细分行业领先
承德森源绿色食品有限公司	河北承德	以食用菌为主的冷冻调制产品和蘑菇酱等即食系列产品的生产与销售	餐饮连锁企业和食品生产销售企业	细分行业领先
江苏绿雅食品有限公司	江苏宿迁	速冻食用菌及速冻调理食用菌的生产与销售	餐饮连锁企业和食品生产销售企业	细分行业领先
山东美佳集团有限公司	山东日照	水产蔬菜调理食品的生产与销售	餐饮连锁企业和食品生产销售企业	细分行业领先

注：上述主要竞争对手简要情况主要摘自其各自的公司网站及网络公开信息。

3、公司竞争优势

(1) 区位优势

公司坐落于辽宁省大连市。大连是中国东北对外开放的窗口和最大的港口城市，是辽宁沿海经济带的金融中心、航运物流中心，也是东北亚国际航运中心。大连地区的滑子蘑、裙带菜和东北山野菜资源比较丰富，是大连的优势出口产品。而公司所处的旅顺口区创建了国内首个出口裙带菜加工质量安全示范区，并于2014年被国家质检总局正式批准为国家级示范区，进一步推动了公司裙带菜的出口。

(2) 生产技术优势

公司通过自主研发、引进海外团队，消化和再创造国外先进技术。同时与大连工业大学、国家农产品加工技术研发中心、辽宁省农科院等科研院所进行产学研合作，成立联合研发中心。公司形成了一系列独有的核心技术，优化生产工艺、提高效率的同时，降低了生产成本，提升了产品质量。公司获得的名为“一种漂白的半成品罐头食品的脱硫方法”（专利号为ZL 2008 1 0012303.X）的发明专利解决了食用菌行业出口被国外通报的关键性技术难题即二氧化硫超标的问题，并获得辽宁省科技厅成果鉴定证书。公司完成的改造海藻和食用菌高值化技术项目，缩短了加工周期，提高了产品的质量和稳定性以及生产效率。

(3) 渠道及品牌优势

公司自成立以来，一直以先进的生产技术、高质量的产品、优质的服务与国内外的客户

建立起长期的合作关系，在客户中树立起良好的品牌形象。公司是我国国家农业产业化重点龙头企业、国家食用菌加工技术研发分中心、全国农产品加工示范企业。主要品牌包括“盖世”、“山珍源”、“北国之春”、“盖世香”，在食用菌和海藻类加工领域享有较高的知名度。“盖世”商标被认定为辽宁省著名商标。公司拥有国内外多个国家和地区日餐产品的销售渠道，消费者和渠道商对公司品牌形成了一定的认知，公司的品牌已经有了一定的知名度。

（4）全面、严谨的产品质量控制优势

由于所处食品行业，公司历来十分重视产品质量及食品安全。为持续保障产品质量，公司构建了多层级的全面质量及产品管理体系，包括：

第一，通过 ISO9001:2015 国际质量管理体系认证，并以此为基础，建立了制度化、标准化、规范化的企业管理体系，推动高效运作；

第二，通过 HACCP 危害分析与关键控制点体系等食品安全体系认证，严格监督各生产环节，确保产品质量及安全；

第三，通过 SC 许可、美国 FDA 认证、欧盟水产注册、BRC 认证和清真认证等多项国内外食品相关认证，生产全过程的环保、安全和健康。

（5）精细化管理优势

公司一直探索精细化管理，通过引入日本阿米巴管理理念，加强员工管理培训，注重产品品质精细化、日常管理精细化、倡导人性化管理，激发员工工作热情，提高工作效率。

4、公司竞争劣势

（1）公司规模有待提高

相对于行业市场需求，公司产品品种、产量等整体规模有较大的成长空间。公司将进一步扩充产品线、逐步开展全国布局、加快上市步伐，提升公司产能，壮大公司资产规模、营收规模。

（2）国内市场占有率不高

公司前期将主要业务布局于国外市场，进入国内市场时间较晚，国内市场占有率不高，虽然公司已全力开拓国内市场，但需要一定的时间提高市场占有率。

（3）融资渠道单一

公司日常经营的资金来源仍主要依靠自身积累和外部银行间接融资，由于所在行业正处于快速发展阶段，根据公司的业务规划，未来业务扩张、产能建设、研发投入及日常运营的

资金需求量将持续增加，以公司当前的资金筹措能力难以满足日益增长的资金需求，限制了公司的发展壮大。因此，公司需要进一步拓宽融资渠道，提升资金实力。通过本次发行并在精选层挂牌，公司的融资能力将得到极大改善，同时可借助资本平台以多种形式补充资本，带动业务规模、研发实力的持续提升，增强自身竞争能力。

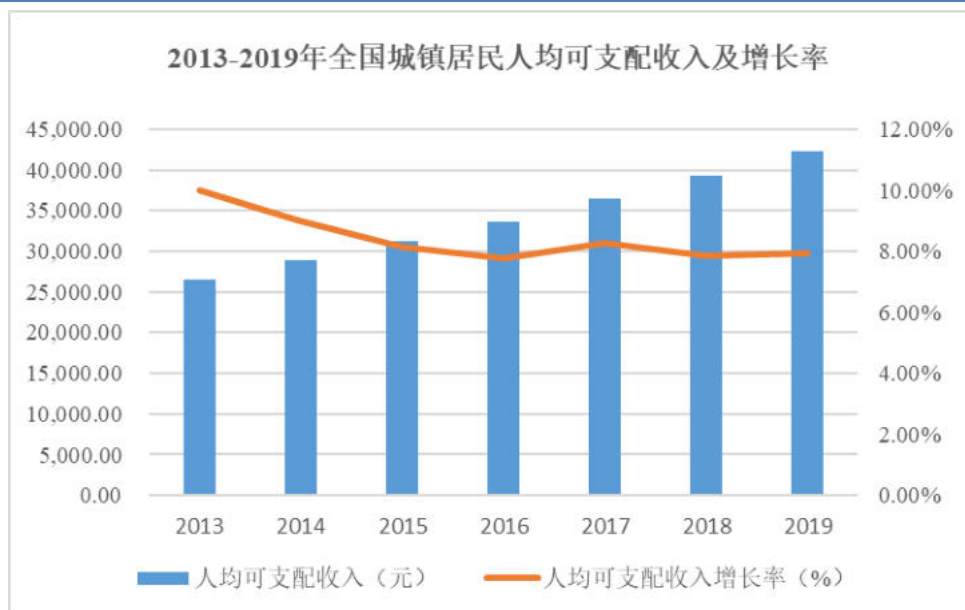
5、行业发展态势

开胃凉菜行业属于食品加工业，中央供给侧结构性改革总体战略的提出，为食品加工产业的发展指明了方向，以新供给引领新需求的理念推动食品工业健康发展，国内食品工业面临重大机遇。一是随着消费结构升级，消费者对食品的方便性、营养化和安全水平提出更高的要求，人口老龄化加剧，健康营养、功能保健食品的市场需求扩容，为食品加工业发展提供了更大的市场空间；二是“千禧一代”正成为电商消费的主力群体，线上平台发展迅速，多维营销模式同步发展，食品消费模式将更加便捷高效；三是国家“一带一路”战略的实施为食品企业加快“走出去”提供了有利条件，食品加工业加快走向国际市场的时机日趋成熟。

同时，食品加工业也面临诸多挑战：一是消费者对食品质量安全更加关注，食品质量安全标准要求更高；二是资源与环境双重约束加剧，对生产过程中能耗、水耗和污染物排放要求更严。

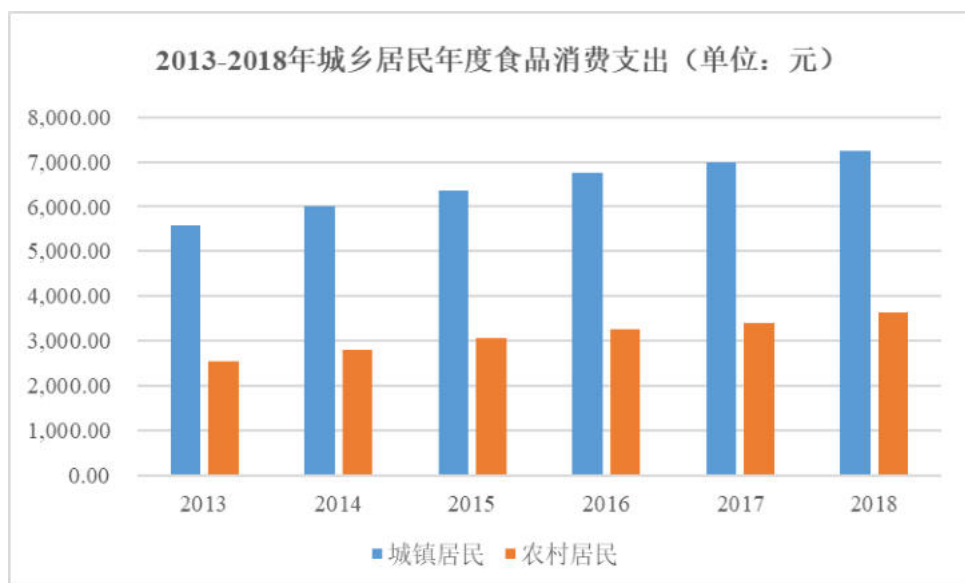
（1）居民收入水平提高，食品消费支出增多

近年来，我国宏观经济从高速增长转变为中高速增长，国内经济结构逐步优化，消费成为需求增长的重要推动力，而居民收入水平的增长是社会消费能力提升的重要支撑，根据国家统计局数据，2013-2019年，我国居民人均可支配收入从18,311元增长至30,733元，年均复合增长率达7.68%；城镇居民人均可支配收入从2013年的26,467元增长到2019年的42,359元，复合增长率为6.95%。



数据来源：国家统计局

在收入水平上升的背景下，我国居民人均食品消费支出整体呈上升趋势。城镇居民 2013 年人均食品消费金额为 5,571.00 元，2018 年则达到了 7,239.00 元，复合增长率为 4.46%；农村居民年度人均食品消费金额在 2013 年和 2018 年分别为 2,554.00 元和 3,646.00 元，复合增长率为 6.11%。



数据来源：国家统计局

(2) 现代社会生活形态变迁，开胃凉菜需求上升

经济快速发展给社会形态带来了诸多影响，也深刻地影响了人们生活方式。目前我国城镇居民消费水平已由“温饱型”迈向了“小康型”，饮食结构质量有了显著提高，已不再是仅仅为了温饱的低水平食物消费。随着个人旅行、公务差旅、商务活动、居家消费、休闲娱乐等成为餐饮消费的动因，开胃凉菜也将突破传统的家庭餐食范畴，进一步拓展到休闲、自

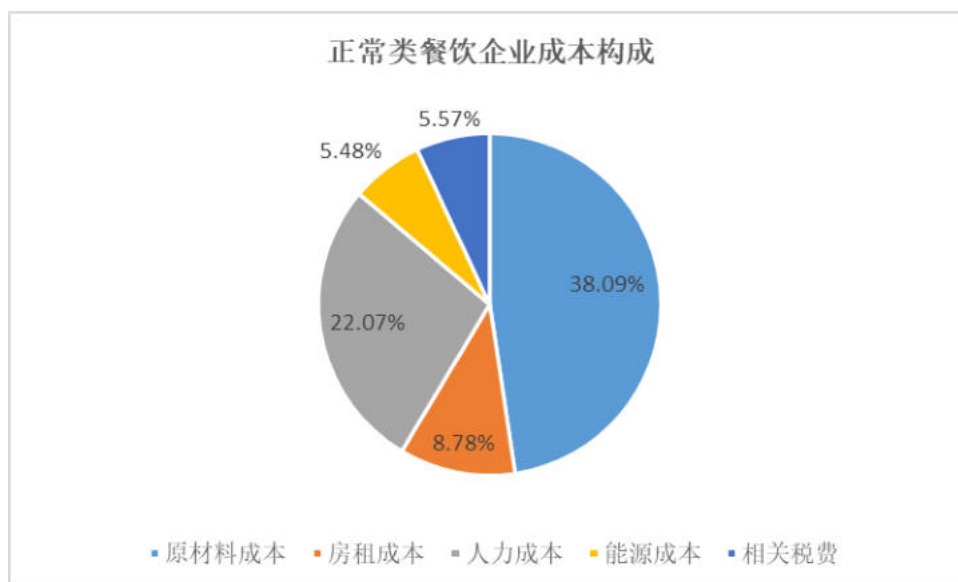
助、宴席、礼品等领域，人们对开胃凉菜的需求量变得越来越大。

快节奏的工作模式下，快餐、外卖以及便利店即食食品等便捷类食品成为了多数人的选择，开胃凉菜因其口味独特、绿色健康和存储方便的特点，成为便捷类食品重要的组成部分。随着现代社会生活形态变迁，人们在准备正餐的同时，愿意搭配开胃凉菜来调整每餐口味，提升食欲，均衡营养。

(3) 餐饮企业对开胃凉菜需求增加

近年来，泡菜、榨菜、下饭菜、日式小菜等作为深受消费者喜爱的开胃凉菜品类，整体保持了较为稳健的发展。随着中国城市化、工业化、网络化进程的加快，人口进一步向城镇集中。城市生活节奏加快，消费者对产品方便快捷的需求增加，居民消费能力将进一步提升。传统消费能力的稳定增长、新渠道的开拓、新的食用方法、功能的挖掘，开胃凉菜市场容量还将进一步扩大。

我国餐饮市场是一个规模巨大、分散程度高且竞争激烈的市场，众多餐饮企业独立参与市场竞争，未能规模化经营，导致成本居高不下。餐饮企业的经营成本主要由原材料成本、房租成本、人力成本、能源成本及相关税费构成。根据中国饭店协会《2018 中国餐饮业年度报告》数据，正餐类餐饮企业平均人力费用占营业收入比例达 22.07%，房租成本比例达 8.78%。



资料来源：中国饭店协会

大型连锁餐饮和饭店统一采购开胃凉菜的优势体现在：①凉菜加工企业会批量采购原材料，在食材采购、物流运输上具有更强的议价权，具备规模效应，有效降低原材料成本；②凉菜加工企业原材料周转要好于单个餐厅，冷藏及物流运输更有保障，食材更加新鲜安全；

③凉菜加工企业标准化的生产流程保证菜品口味稳定；④减少后厨所需人员，避免专设凉菜操作间，在降低成本的同时，避免了繁琐的食材处理过程，使餐厅集中资源和精力打造独家菜品，凸显餐厅特色；⑤凉菜加工企业可以解决餐饮门店手工分散制作凉菜，导致微生物容易超标，甚至中毒的食品安全风险。

（4）行业集中度逐步上升

目前，开胃凉菜行业企业众多，竞争程度较高。随着国家对安全环保监管力度加大和消费者对食品安全卫生的要求不断提高，行业开始调整分化，行业集中度将逐步提高。未来开胃凉菜行业将进一步向高端化、品牌化、产业化发展，这将给在品牌、市场、质量控制、产品研发、资金、人才及管理等方面具有明显优势的企业带来更多的发展红利和发展空间。

6、行业发展面临的机遇与挑战

（1）机遇因素

①国家产业政策支持有利于规模化食品企业的发展

食品产业关乎国计民生，是国民经济的重要产业和保障民生的基础性产业，具有举足轻重的战略地位和作用，一直以来备受国家的高度重视。2017年1月国家发改委和工信部发布的《关于促进食品工业健康发展的指导意见》明确提出，到2020年，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；创新能力显著增强，“两化”融合水平显著提升；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善。上述政策给包括凉菜加工行业带来了巨大的发展机遇，有助于本行业，特别是行业内的规模企业快速发展。

②行业监管的日趋完善促进企业长期规范发展

在国家对食品安全工作日益重视的背景下，《中华人民共和国食品安全法》等一系列法规陆续颁布并实施。同时，消费者对食品安全关注度的不断提升及消费意识的普遍增强，促使了餐饮连锁企业等领域的下游客户在采购开胃凉菜时，会倾向于选择品质有保证、供货有保障、研发效率高、市场口碑好的供应商。另一方面，日趋严格的食品监管环境也提高了凉菜加工行业的进入门槛，将加速淘汰业内规范性较弱、产品品质较差的企业，有利于行业长期规范发展。

③产品需求日益绿色化、健康化，推动行业良性发展

随着人民生活水平的提高和健康、安全意识的进一步增强，居民日常饮食消费逐渐由“吃得饱”、“吃得好”向“吃得健康”开始转变，人们对凉菜加工绿色化、健康化产品的消费

需求日益高涨，未来我国凉菜加工产品消费将持续增长，产品多样化、差异化程度将进一步提升。

④产业集中度的提升和技术水平的不断提高

随着凉菜加工行业的不断发展，行业的产业集中度持续提升，行业技术水平也在不断进步，更多的新技术、新设备、新工艺运用到生产过程中，自动化水平显著提高，不仅提高了生产效率，节约了人工成本和能耗，同时提高并保证了产品的品质。

(2) 挑战因素

①融资渠道不畅阻碍企业业务规模的扩大

受未来我国市场需求持续增长、行业政策有效推动等因素影响，我国凉菜加工行业内具有较强综合实力的企业已获得了良好的发展机遇。但是该行业企业属于传统行业，融资渠道较为单一，主要依靠自身积累发展业务，无法充分应对经营成本变动、客户需求规模化等因素的影响；同时，资金不足限制了企业的研发投入，从而对行业内企业的中长期发展形成制约，在一定程度上限制了企业的快速成长，从而不利于本行业的发展。

②加工企业规模偏小，行业集中度不高

目前，我国凉菜加工企业规模和整体水平还比较低。中小型加工企业较多，产业集中度较低。中小型加工企业参与市场竞争主要以价格竞争为主，在技术设备方面投入较小，不利于市场价格的稳定，亦不利于行业整体技术水平的提高。

③受原材料价格波动影响较大

公司凉菜加工主要原材料是藻类、菌类等食材，油、盐及其他调料在产品成本中占比较小。藻类及菌类等通常占产品成本较多，其价格对产品成本影响较大。由于藻类及菌类的产量容易受自然条件等不可抗力的影响而产生波动，并通过市场供求关系影响原材料价格，产生价格波动，对凉菜加工行业的成本造成影响。

④食品安全问题影响行业信誉

人们对于食品安全问题的重视程度逐步加强，食品安全问题不仅影响单个企业声誉，也会对整个行业的信誉造成影响。目前，我国凉菜加工行业中规模以上企业较少，多数仍采用作坊式加工模式。这类企业生产、销售规模较小，设备工艺落后，相应的质量控制体系和管理制度不够完善，无法对生采购、生产、销售过程的主要环节进行充分可靠的食品安全控制。这类企业如果发生食品安全问题，可能会波及整个行业，使消费者丧失对凉菜加工产品的信心，有损行业信誉。

（四）同行业可比公司情况

1、同行业可比公司选择依据

综合考虑公司业务模式、产品种类、业务区域、公司规模以及数据的可获得性等因素，选取海欣食品（002702.SZ）、安井食品（603345.SH）、惠发食品（603536.SH）作为同行业可比公司。

2、同行业可比公司经营情况

单位：万元

序号	公司名称	2020年1-6月		2019年度	
		营业收入	归属于母公司股东净利润	营业收入	归属于母公司股东净利润
1	海欣食品	66,780.79	4,259.42	138,518.37	683.99
2	安井食品	285,269.95	25,992.89	526,666.30	37,334.38
3	惠发食品	47,734.77	-565.91	120,981.43	595.14
4	盖世食品	9,400.48	1,039.59	22,963.93	3,093.27

单位：万元

序号	公司名称	2018年度		2017年度	
		营业收入	归属于母公司股东净利润	营业收入	归属于母公司股东净利润
1	海欣食品	114,451.30	3,489.45	96,795.96	-2,728.19
2	安井食品	425,909.02	27,025.63	348,401.09	20,243.24
3	惠发食品	104,177.65	4,546.08	93,851.19	6,038.11
4	盖世食品	19,012.23	1,968.27	13,615.59	710.10

3、同行业可比公司市场地位与技术实力

序号	公司名称	市场地位	技术实力
1	海欣食品 (002702.SZ)	海欣食品是一家具有百年历史传承的国家农业产业化重点龙头企业，致力于用现代科技改造传统海产品加工业，先后获得“高新技术企业”、“福州市现代农业技术创新基地”、“全国农产品加工业示范企业”和“国家鱼糜制品加工技术研发分中心”等认定	2019年海欣食品研发支出共计投入1,526.14万元，2019年全年共申请省市科技项目3项，申请海洋示范项目3个，平台类1项，补助奖励类3项
2	安井食品 (603345.SH)	安井食品是一家国内较具影响力和知名度的速冻食品生产企业，荣获了“国家级企业技术中心”、“农业产业化国家重点龙头企业”和“全国主食加工业示范企业”、“福建省海洋产业	2019年安井食品研发支出共计投入7,452.00万元，已被选为鱼糜行业“十二五”科技部国家科技支撑项目《海洋水产食

		龙头企业”等多项殊荣	品加工技术研发与产业化示范》的子项目《低值海产蛋白的重组加工与高值化利用》的承办单位
3	惠发食品 (603536.SH)	惠发食品已成为国内大型速冻调理肉制品生产基地, 荣获“国家安全生产标准化一级示范企业”、“中国农产品市场畅销品牌”、“高新技术企业”、“山东省农业产业化重点龙头企业”、“中国(青海)国际清真食品及用品展览优秀企业”等多项荣誉称号	2019年惠发食品研发支出共计投入1,798.52万元, 通过与南京农业大学、山东农业大学等顶尖团队的紧密合作, 不断加强肉丸制品行业标准的完善, 推动提升行业创新能力
4	盖世食品	公司在开胃凉菜行业具有领先地位, 是农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业, 荣获“国家食用菌加工技术研发分中心”、“国家农产品加工业示范中心”、“中国藻业协会副会长单位”、“中国食用菌协会常务理事单位”等多项殊荣	2019年公司研发支出共计投入382.84万元, 公司拥有12项专利, 8项著作权

注: 上述主要竞争对手简要情况主要摘自其各自的公司网站、公开披露信息及网络公开信息。

4、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

公司与同行业可比公司在关键业务数据、财务指标等方面的比较情况具体参见公开发行说明书“第八节 管理层讨论与分析”相关内容。

三、 发行人业务情况

(一) 公司销售情况和主要客户

1、主要产品销售情况

(1) 公司主要产品的环评审批/备案产能、设计产能、产量及销量情况

产品名称	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
藻类	环评审批/备案产能(公斤)	3,750,000.00	2,000,000.00	-	-
	设计产能(公斤)	3,750,000.00	7,500,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00
	产量(公斤)	2,909,774.20	7,630,102.36	5,569,572.22	3,898,996.04
	销量(公斤)	2,942,109.77	7,498,634.38	5,451,311.04	3,777,130.00
	产销率	101.11%	98.28%	97.88%	96.87%

	产能利用率	77.59%	101.73%	92.83%	64.98%
菌类	环评审批/备案产能（公斤）	2,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
	设计产能（公斤）	2,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
	产量（公斤）	850,356.30	2,651,686.70	2,498,547.72	1,337,590.09
	销量（公斤）	739,772.93	2,668,397.56	2,441,971.11	1,232,869.82
	产销率	87.00%	100.63%	97.74%	92.17%
	产能利用率	42.52%	88.39%	83.28%	44.59%
山野菜	环评审批/备案产能（公斤）	300,000.00	600,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
	设计产能（公斤）	300,000.00	600,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
	产量（公斤）	312,650.25	945,877.41	1,402,032.46	900,056.22
	销量（公斤）	265,736.05	982,174.71	1,400,225.62	881,124.82
	产销率	84.99%	103.84%	99.87%	97.90%
	产能利用率	104.22%	157.65%	70.10%	45.00%

注：此处产量不包含贸易类数据，上述产能利用率的具体计算方式为：产能利用率=剔除贸易类数据后的产量/设计产能，其中2020年1-6月的环评审批/备案产能和设计产能按2020年全年环评审批/备案产能和设计产能的1/2列示。因此，影响产能利用率的主要因素包括剔除贸易类数据后的产量和设计产能两个因素。

发行人报告期内主要产品的设计产能根据产品的生产工艺流程结合瓶颈工序日产能（即单班作业日最大产能）、日作业班次及年生产天数计算得出，计算公式为：设计产能=瓶颈工序日产能*日作业班次*年生产天数，具体情况如下：

产品	瓶颈工序日产能（吨）				日作业班次	年生产天数	设计产能（吨/年）			
	2017年度	2018年度	2019年度	2020年1-6月			2017年度	2018年度	2019年度	2020年1-6月
藻类	10.00	10.00	12.50	12.50	2	300	6,000	6,000	7,500	3,750
菌类	10.00	10.00	10.00	13.33	1	300	3,000	3,000	3,000	2,000
山野菜	6.67	6.67	2.00	2.00	1	300	2000	2000	600	300

在计算设计产能的过程中，藻类产品采用双班制（即日作业班次为2次）而其他产品采用单班制（即日作业班次为1次）的主要原因包括：

A、生产工艺时效要求不同

藻类和菌类、山野菜产品原材料脱盐和清洗过程时间要求不同。其中，藻类产品包括

裙带菜和海带，均为海洋水产品，且已基本实现原材料半成品化，故原材料在脱盐和清洗环节耗时相对较少，约 30 分钟；菌类和山野菜产品，其原材料相对比较初级，其脱盐（如需）和清洗过程相对比较耗时，一般需要夜间 12 个小时的脱盐、浸泡过程，前处理程序比较耗费时间且一般选择夜间操作。

B、原材料种类丰富度不同，工艺调整频次不同

公司主要核心产品原材料种类及工艺调整频次情况如下：

核心产品	主要原材料大类	工艺调整频次
藻类	裙带菜、海带	低
菌类	杏鲍菇、木耳、双孢菇、滑子菇、草菇、金针菇、姬菇、蟹味菇	高
山野菜	刺嫩芽、山蜇菜、干瓢、笋条、高菜、牛蒡	高

①产能、产量和产能利用率

报告期各期，公司藻类产品的产量分别为 3,898,996.04 公斤、5,569,572.22 公斤、7,630,102.36 公斤和 2,909,774.20 公斤，产能利用率分别为 64.98%、92.83%、101.73%和 77.59%；公司菌类产品的产量分别为 1,337,590.09 公斤、2,498,547.72 公斤、2,651,686.70 公斤和 850,356.30 公斤，产能利用率分别为 44.59%、83.28%、88.39%和 42.52%。公司山野菜的产量分别为 900,056.22 公斤、1,402,032.46 公斤、945,877.41 公斤和 312,650.25 公斤，产能利用率分别为 45.00%、70.10%、157.65%和 104.22%。公司整体产能处于较饱和状态，产能利用率较高。

发行人报告期内产能利用率超过 100%的产品为藻类（2019 年）和山野菜（2019 年、2020 年 1-6 月），藻类产品 2019 年产能利用率为 101.73%，实际产量略高于设计产能 1.73 个百分点，主要原因系公司 2019 年藻类产品的整体销量预期较好，并且从第四季度开始向核心客户海底捞供应海带丝产品，发行人从 2019 年 8 月开始增加了劳务派遣用工数量（2019 年底含劳务派遣总人数为 396 人，同比 2018 年底增加 108 人），公司整体生产人员充沛，其中部分人员系投入到藻类产品辅助生产环节，特别是人力投入比较大的辅助生产瓶颈环节，如挑选、包装等，2019 年下半年生产效率一直保持着较好状态，产能利用率得到充分释放，导致实际产量略高于设计产能；山野菜产品存在产能利用率超过 100%的原因系公司自 2019 年起调整产品结构而降低山野菜产能，但整体销售情况较好，发行人当期下半年增加了劳务派遣用工人员，对部分产能瓶颈的辅助性生产环节增派了人员，整体生产效率大幅提高，导致产能利用率超过 100%。

发行人报告期内员工人数与主要产品的设计产能和产量情况如下：

产品名称	项目	2020年1-6月 /2020年6月末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末	2017年度 /2017年末
员工人数 (含劳务派遣)		248	396(含劳务派遣 194人)	288	263
藻类	设计产能 (公斤)	3,750,000.00	7,500,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00
	产量(公斤)	2,909,774.20	7,630,102.36	5,569,572.22	3,898,996.04
	销量(公斤)	2,942,109.77	7,498,634.38	5,451,311.04	3,777,130.00
菌类	设计产能 (公斤)	2,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
	产量(公斤)	850,356.30	2,651,686.70	2,498,547.72	1,337,590.09
	销量(公斤)	739,772.93	2,668,397.56	2,441,971.11	1,232,869.82
山野菜	设计产能 (公斤)	300,000.00	600,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
	产量(公斤)	312,650.25	945,877.41	1,402,032.46	900,056.22
	销量(公斤)	265,736.05	982,174.71	1,400,225.62	881,124.82

报告期内，除2019年末的员工人数（含劳务派遣）同比增加37.50%、2020年6月末的员工人数同比减少37.37%外，发行人员工人数的整体变动趋势与主要产品的设计产能和产量的变动趋势基本一致。前述变动趋势异常的主要原因一方面是发行人生产系以销定产，2019年藻类产品的市场销量预期较好，藻类产品的产量和销量大幅增加导致人员需求增加，故采取增加劳务派遣人员来满足市场和订单的增长需要；另一方面由于劳务派遣人员占发行人用工人数超过法定比例要求，2020年上半年发行人对劳务派遣用工进行了规范（劳务派遣人数由194人减为0人），同时又受疫情影响发行人主要产品的产量和销量有所下降，故员工总人数由2019年末的396人减为2020年6月末的248人。

根据2020年7月16日大连市生态环境局出具的《关于大连盖世健康食品股份有限公司扩建项目环境影响报告表的审批决定》（大环评准字（2020）050026号），公司藻类产品的产能为7,500吨/年，菌类产品的产能为4,000吨/年，山野菜的产能为600吨/年，海珍味产品的产能为800吨/年，鱼籽产品的产能为1,200吨/年。2020年9月22日，大连市旅顺口生态环境分局出具证明，证明发行人自2017年1月1日至2020年9月22日，未因产品结构调整和产品规模增加导致生产污染物排放超标，未造成环境污染事故，未对周边居民生产生活造成不利影响。经企业自查自纠，已主动履行相关产品生产项目的环评批复手续并通过环保竣工验收，上述产品结构和产品规模的变更情形不属于严重环境违法行为。

发行人的实际控制人盖泉泓于 2020 年 10 月出具承诺：“公司藻类产品曾存在未履行环评审批的情况下进行生产的情形，如因上述行为受到环保处罚，引起的一切损失由公司实际控制人盖泉泓自行承担。”

②销量和产销率情况

报告期各期，公司藻类产品的销量分别为 3,777,130.00 公斤、5,451,311.04 公斤、7,498,634.38 公斤和 2,942,109.77 公斤，各期整体产销率均高于 96.00%；公司菌类产品的销量分别为 1,232,869.82 公斤、2,441,971.11 公斤、2,668,397.56 公斤和 739,772.93 公斤，各期整体产销率均高于 87.00%；公司山野菜的销量分别为 881,124.82 公斤、1,400,225.62 公斤、982,174.71 公斤和 265,736.05 公斤，各期整体产销率均高于 84.00%。藻类产品、菌类产品和山野菜的产销情况良好，公司会根据未来预期销量灵活调整生产计划，产量与销量相适应，因此产销率较为稳定。

(2) 公司产品的销售区域分布情况

报告期内公司主营业务收入按照地区分类如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
国内	5,158.38	54.88%	10,206.36	45.20%
国外	4,240.32	45.12%	12,376.43	54.80%
合计	9,398.70	100.00%	22,582.79	100.00%

单位：万元

类别	2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比
国内	7,787.77	41.69%	3,505.80	25.82%
国外	10,894.16	58.31%	10,073.94	74.18%
合计	18,681.93	100.00%	13,579.74	100.00%

报告期内，发行人与主要境外客户的订单量、产品单价、退换货等情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
日本兼贞食品株式会社				
本期新增订单 (万美元)	48.83	138.32	195.97	163.67
本期产品销售单价 (元/KG)	24.35	26.84	25.75	23.45
退货金额 (万元)	-	-	-	-

杰夫西日本有限公司				
本期新增订单 (万美元)	28.42	118.23	105.07	65.84
本期产品销售单价 (元/KG)	20.36	19.96	20.64	19.39
退货金额 (万元)	-	-	-	-
荷兰海洋连接有限公司				
本期新增订单 (万美元)	31.85	140.61	75.57	74.05
本期产品销售单价 (元/KG)	20.36	19.96	20.64	19.39
退货金额 (万元)	-	-	-	-
西班牙康明达有限公司				
本期新增订单 (万美元)	21.88	102.56	78.23	64.54
本期产品销售单价 (元/KG)	15.85	15.61	15.83	16.49
退货金额 (万元)	-	-	-	-
法国福迪克斯集团				
本期新增订单 (万美元)	40.50	94.47	78.48	44.61
本期产品销售单价 (元/KG)	17.24	17.16	16.64	17.15
退货金额 (万元)	-	-	-	-
美国卡米国际贸易有限公司				
本期新增订单 (万美元)	10.54	84.55	81.81	69.45
本期产品销售单价 (元/KG)	18.32	18.63	18.63	18.60
退货金额 (万元)	-	-	-	-
以上主要境外客户小计				
本期新增订单 (万美元)	182.02	678.74	615.13	482.16

2020年3月以来,新冠疫情在境外各地陆续爆发,受此影响部分境外客户无法正常办公、市场需求下降,导致部分境外客户推迟或取消了采购计划,对公司境外销售业务造成了不利影响。

2020年1-6月,上述主要境外客户新增订单量合计182.02万美元,为2019年全年的26.82%。2020年1-6月,发行人外销收入4,240.32万元,2019年1-6月外销收入5,353.25万元,2020年1-6月外销收入同比下降20.79%。

2020年下半年,公司境外主要客户均已经逐步复工复产,生产经营情况逐步恢复正常。2020年7-9月,上述境外主要客户新增订单量159.21万美元,占2020年1-6月新增订单量的87.47%,占2019年全年新增订单量的23.46%,年化计算后为2019年全年的93.83%

($= (159.21/3*12)/678.74*100\%$)，接近恢复到去年水平。2020年7-9月，公司境外收入2,879.35万元（未经审计），2019年7-9月境外收入3,145.07万元，同比下降8.45%，境外销售收入降幅逐渐收窄。目前，新冠疫情对于公司境外销售和生产经营的影响总体可控，不存在境外销售持续下降的风险，新冠疫情未来对公司整体经营业绩不会产生重大不利影响。

境外按照国家和地区划分销售情况

单位：万元

区域分布	2020年1-6月		2019年	
	金额	占比	金额	占比
亚洲	1,684.07	39.72%	4,107.58	33.19%
日本	1,208.40	28.50%	3,383.49	27.34%
中国台湾	94.62	2.23%	65.01	0.53%
中国香港	112.62	2.66%	181.07	1.46%
马来西亚	68.81	1.62%	169.80	1.37%
其他	199.62	4.71%	308.21	2.49%
欧洲	1,865.72	43.99%	5,722.86	46.24%
波兰	141.90	3.35%	331.04	2.67%
德国	212.78	5.02%	645.15	5.21%
俄罗斯	277.19	6.54%	836.15	6.76%
法国	287.13	6.77%	706.73	5.71%
荷兰	312.61	7.37%	972.12	7.85%
西班牙	201.17	4.74%	912.76	7.37%
意大利	77.96	1.84%	272.46	2.20%
英国	107.85	2.54%	204.48	1.65%
其他	247.13	5.82%	841.97	6.82%
北美洲	449.28	10.60%	1,754.41	14.18%
加拿大	13.91	0.33%	83.29	0.67%
美国	435.37	10.27%	1,671.12	13.50%
南美洲	111.34	2.62%	111.42	0.90%
巴西	97.24	2.29%	49.76	0.40%
墨西哥	-	-	-	-
厄瓜多尔	14.10	0.33%	3.47	0.03%
智利	-	-	58.19	0.47%

非洲	93.59	2.21%	225.37	1.82%
摩洛哥	-	-	151.39	1.22%
塞舌尔	93.59	2.21%	56.04	0.45%
其他	-	-	17.94	0.14%
大洋洲	36.32	0.86%	454.79	3.67%
澳大利亚	36.32	0.86%	454.79	3.67%
合计	4,240.32	100.00%	12,376.43	100.00%

(续表)

区域分布	2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比
亚洲	3,745.97	34.39%	3,732.98	37.05%
日本	3,247.10	29.81%	3,359.56	33.35%
中国·台湾	71.12	0.65%	1.48	0.01%
中国·香港	184.53	1.69%	177.23	1.76%
马来西亚	-	-	-	-
其他	243.22	2.24%	194.71	1.93%
欧洲	4,055.10	37.22%	3,793.31	37.65%
波兰	167.85	1.54%	110.05	1.09%
德国	334.13	3.07%	522.41	5.19%
俄罗斯	1,056.09	9.69%	1,112.13	11.04%
法国	466.63	4.28%	395.92	3.93%
荷兰	654.87	6.01%	500.6	4.97%
西班牙	578.59	5.31%	434.31	4.31%
意大利	169.65	1.56%	345.85	3.43%
英国	98.86	0.91%	104.07	1.03%
其他	528.43	4.85%	267.97	2.66%
北美洲	2,719.57	24.96%	2,222.73	22.07%
加拿大	364.35	3.34%	346.14	3.44%
美国	2,355.22	21.62%	1,876.59	18.63%
南美洲	55.19	0.50%	139.85	1.39%
巴西	43.92	0.40%	19.29	0.19%
墨西哥	11.27	0.10%	120.56	1.20%
厄瓜多尔	-	-	-	-

智利	-	-	-	-
非洲	39.84	0.37%	82.56	0.82%
摩洛哥	-	-	-	-
塞舌尔	39.84	0.37%	72.24	0.72%
其他	-	-	10.32	0.10%
大洋洲	278.49	2.56%	102.51	1.02%
澳大利亚	278.49	2.56%	102.51	1.02%
合计	10,894.16	100.00%	10,073.94	100.00%

报告期内，发行人境外产品销售范围比较广，但主要集中在亚洲和欧洲。

发行人境外销售交货方式包括 FOB、CIF 及 CFR 三种方式。

①FOB（船上交货价亦称“离岸价”）指当货物在指定的装运港越过船舷，并办理了出口清关手续，卖方即完成交货。

②CIF（成本加保险费加运费），货价的构成因素中包括从装运港至约定目的地港的通常运费和约定的保险费，装运港被装上承运人船舶时即完成交货。

③CFR（成本加运费）指在装运港船上交货，卖方需支付将货物运至指定目的地港所需的费用。但货物的风险是在装运港船上交货时转移。

不同交货方式下的具体情况：

单位：万元

交货方式	2020年1-6月		2019年		主要因素
	金额	占比	金额	占比	
FOB	1,866.37	50.70%	5,433.02	49.44%	客户偏好
CIF	461.77	12.55%	1,419.23	12.92%	
CFR	1,352.70	36.75%	4,136.07	37.64%	
合计	3,680.84	100.00%	10,988.32	100.00%	-

单位：万元

交货方式	2018年		2017年		主要因素
	金额	占比	金额	占比	
FOB	4,261.91	44.53%	4,079.63	46.65%	客户偏好
CIF	1,203.16	12.57%	534.77	6.11%	
CFR	4,103.18	42.88%	4,130.90	47.24%	
合计	9,568.25	100.00%	8,745.30	100.00%	-

报告期内，发行人与主要境外客户的交货方式如下：

客户名称	交货方式			
	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
日本兼贞食品株式会社	FOB, CFR	FOB, CFR	FOB, CFR	FOB, CFR
日本杰夫西有限公司	FOB, CFR	FOB, CFR	FOB, CFR	FOB, CFR
荷兰海洋连接有限公司	CFR	FOB, CFR	CFR	CFR
美国卡米国际贸易有限公司	CFR	CFR	CFR	CFR
西班牙康明达有限公司	FOB	FOB	FOB	FOB
法国福迪克斯集团	FOB	FOB	FOB	FOB

报告期内，各期主要境外客户交货方式未发生重大变化。其中，2019年荷兰海洋连接有限公司新增FOB交货方式，原因系客户偏好。

(3) 公司产品的销售价格变动情况

按产品种类统计：

单位：元/公斤

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
藻类	14.52	14.99	15.91	16.68
菌类	19.58	18.73	19.50	18.55
山野菜	20.64	19.77	17.32	21.98
鱼籽	89.26	57.63	33.31	18.94
海珍味	46.27	48.84	55.54	31.08
其他	12.23	14.56	10.03	9.61

注：公司产品销售价格为各类产品的平均价格。

2、报告期内主要客户

(1) 报告期内前五名客户销售情况

报告期内，公司向前五名客户销售情况如下：

单位：万元

时间	排名	客户名称	是否关联方	销售额	占营业收入比例
2020年 1-6月	1	海底捞国际控股有限公司	否	2,602.36	27.69%
	2	福建安井食品股份有限公司	否	1,242.76	13.22%
	3	日本兼贞食品株式会社	否	471.55	5.02%
	4	杰夫西日本有限公司	否	269.36	2.87%
	5	法国福迪克斯集团司	否	257.21	2.74%
			合计		4,843.24

2019年	1	海底捞国际控股有限公司	否	6,503.16	28.32%
	2	日本兼贞食品株式会社	否	1,308.89	5.70%
	3	杰夫西日本有限公司	否	925.34	4.03%
	4	荷兰海洋连接有限公司	否	839.22	3.65%
	5	西班牙康明达有限公司	否	682.07	2.97%
	合计				10,258.68
2018年	1	海底捞国际控股有限公司	否	4,562.23	24.00%
	2	日本兼贞食品株式会社	否	1,305.06	6.86%
	3	杰夫西日本有限公司	否	657.03	3.46%
	4	卡米国际贸易有限公司	否	578.58	3.04%
	5	荷兰海洋连接有限公司	否	541.34	2.85%
	合计				7,644.24
2017年	1	日本兼贞食品株式会社	否	1,264.37	9.29%
	2	海底捞国际控股有限公司	否	601.48	4.42%
	3	日本翔龙株式会社	否	569.28	4.18%
	4	大连喜家德水饺餐饮管理有限公司	否	535.82	3.94%
	5	德国巨石北方有限公司	否	505.23	3.71%
	合计				3,476.18

注：海底捞国际控股有限公司包含上海海雁贸易有限公司四川海之雁贸易有限公司、蜀海（北京）食品有限公司、蜀海（杭州）供应链管理有限公司等多家同一控制下客户；福建安井食品股份有限公司包含福建安井食品股份有限公司、辽宁安井食品有限公司、四川安井食品有限公司、泰州安井食品有限公司等4家同一控制下客户；日本兼贞食品株式会社包含日本兼贞食品株式会社和兼贞食品福建有限公司2家同一控制下客户；杰夫西日本有限公司包含杰夫西日本有限公司和杰夫西圣源宏（北京）商贸有限公司2家同一控制下客户。

（2）销售依赖性和关联性说明

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额50%的情况，不存在严重依赖少数客户的情形。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述客户中未持有股份。公司主要客户与公司及其董事、监事、高级管理人员、实际控制人之间不存在关联关系或其他特殊关系。

（3）发行人与海底捞的合作情况

报告期内发行人与海底捞的销售合作情况如下：

获取订单的方式	获取订单合法合规性	定价方式	定价原则	合同到期后如何安排
招标与商务谈判均有，根据海底捞每次采购具体要求	订单获取方式独立、公开、公平	协商定价	参考产品生产成本、市场供求关系和市场价格等	双方按照届时市场情况提前洽谈后进行续签合同

注：除海底捞从发行人采购凉菜产品后免费向终端消费者供应以外，发行人其他客户向终端消费者均为有偿供应

关于发行人与海底捞 2020 年度内已到期合同的续签事宜：发行人与上海海雁贸易有限公司签订的《常用采购框架合同》有效期为 2019 年 5 月 28 日起至 2020 年 5 月 27 日止，发行人已于 2020 年 5 月 1 日与上海海雁贸易有限公司就前述合同进行续签，合同编号为 HT2020042400010，有效期为 2020 年 5 月 1 日起至 2021 年 4 月 30 日止；发行人与四川海之雁贸易有限公司签订的《常用采购框架合同》有效期为 2019 年 9 月 1 日起至 2020 年 8 月 31 日止，发行人已于 2020 年 8 月 26 日与四川海之雁贸易有限公司就前述合同进行续签，合同编号为 HT2020082100001，有效期为 2020 年 8 月 26 日起至 2021 年 12 月 31 日止。

截至公开发行说明书签署日，发行人与海底捞正在履行中的合同情况如下：

序号	客户名称	主要产品	主要条款	金额	履行期限	执行情况
1	蜀海（北京）食品有限公司郑州分公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品	合同标的、合同有效期、订单确认、交货期、验收标准、质量保证与承诺、违约责任、宣传限制及商誉保护、反商业贿赂、保密条款	框架合同	2020.1.5 至 2021.1.4	正在履行
2	东莞蜀海食品有限公司	鱼籽		框架合同	2019.3.4 至 2021.2.28	正在履行
3	蜀海（杭州）供应链管理有限公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品		框架合同	2020.3.5 至 2021.3.4	正在履行
4	蜀海（山东）供应链管理有限责任公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品		框架合同	2020.4.8 至 2021.4.7	正在履行
5	上海海雁贸易有限公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品		框架合同	2020.5.1 至 2021.4.30	正在履行
6	四川海之雁贸易有限公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品		框架合同	2020.8.26 至 2021.12.31	正在履行
7	广东蜀海供应链管理有限责任公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品		框架合同	2020.8.29 至 2021.8.28	正在履行

8	蜀海(北京)食品有限公司	杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四种凉菜产品		框架合同	2020.11.4至2021.11.3	正在履行
---	--------------	-------------------------	--	------	---------------------	------

注：海底捞从发行人采购的鱼籽作为原材料进行再加工使用

报告期内，发行人与海底捞旗下各个子（分）公司的销售情况如下：

单位：万元

序号	公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
1	四川海之雁贸易有限公司	2,215.77	2,264.80	-	-
2	上海海雁贸易有限公司	253.82	4,068.55	4,150.77	-
3	海底捞国际食品服务私人有限公司	51.54	23.67	-	-
4	海底捞火锅股份有限公司	72.91	47.17	-	-
5	蜀海（北京）食品有限公司	0.42	33.90	299.58	452.27
6	东莞蜀海食品有限公司	6.47	39.41	6.76	-
7	蜀海（杭州）供应链管理有限公司	1.22	4.01	-	-
8	蜀海（山东）供应链管理有限责任公司	0.22	3.40	-	-
9	蜀海（上海）食品有限公司	-	-	97.75	137.71
10	蜀蕴（上海）供应链管理有限公司	-	1.05	-	-
11	四川蜀海供应链管理有限责任公司	-	1.13	-	-
12	蜀海（北京）供应链管理有限责任公司	-	16.07	-	-
13	四川海底捞餐饮股份有限公司成都分公司	-	-	7.37	11.50
	合计	2,602.36	6,503.16	4,562.23	601.48

注：发行人与海底捞部分子（分）公司未签订框架合同而直接以订单方式进行合作，其1和2为海底捞向发行人采购的主要主体，3为海底捞新加坡公司，4为海底捞中国台湾公司，5-11均为蜀海（北京）供应链管理有限责任公司的子公司。

报告期内，海底捞基于内部供应链管理架构需要，采购主体比较集中。自2017年开始合作以来，四川海之雁贸易有限公司、上海海雁贸易有限公司一直为发行人主要销售对象，2018年至2020年1-6月发行人对其两个主体销售收入合计金额分别为4,150.77万元、6,333.35万元和2,469.59万元，占各期发行人向海底捞合计销售额的比重分别为90.98%、97.39%和94.90%，发行人对海底捞下属主体的销售对象较为集中且具有持续性。

同时，海底捞国际食品服务私人有限公司、海底捞火锅股份有限公司分别为海底捞新

加坡和台湾采购主体，自 2019 年开始合作以来，发行人向其销售规模呈持续扩大趋势。

上述海底捞其他主体的销售规模较小但变化情况较大，其中蜀海（北京）食品有限公司采购规模持续减少，主要系海底捞内部供应链管理调整原因导致。其他主体的采购金额非常少，主要系因临时需要或者偶然性采购引起，对发行人向海底捞销售总规模的影响非常小。

报告期内，发行人与海底捞签订的框架合同及订单均能正常履行，到期后的框架合同也顺利完成续签。发行人近三年向海底捞销售金额持续扩大。因此，发行人与海底捞的合作关系具有可持续性，不存在重大不确定性风险。

鉴于，海底捞未公开披露报告期内其采购凉菜产品的总金额，故采用报告期内发行人向海底捞销售凉菜产品的金额与海底捞公开披露的原材料及易耗品成本进行对比，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
海底捞原材料及易耗品成本	434,820.00	1,123,900.00	693,500.00	431,320.00
海底捞向发行人采购凉菜产品的金额	2,602.36	6,503.16	4,562.23	601.48
所占比例	0.60%	0.58%	0.66%	0.14%

注：以上海底捞数据来源于海底捞（6862.HK）wind 公开披露数据。

海底捞作为国内餐饮龙头企业，其对供应商尤其是食材供应商的筛选标准非常严格，对各供应商在产品品质、价格、配送及售后服务等方面均提出了较高的考核要求，且在后续持续合作过程中执行严格的退出机制。

发行人与海底捞业务合作从 2017 年开始，最初合作的凉菜产品为杏鲍菇、裙带菜梗片。发行人自 2019 年第四季度开始向海底捞供应豆腐丝和海带丝凉菜产品，报告期内发行人向海底捞供应豆腐丝和海带丝凉菜产品的数量和金额情况如下：

单位：公斤、万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
向海底捞供应豆腐丝产品的数量	218,460.00	13,200.00	-	-
向海底捞供应豆腐丝产品的金额	278.36	16.82	-	-
向海底捞供应海带丝产品的数量	572,089.00	379,660.00	-	-

向海底捞供应海带丝产品的金额	734.54	487.16	-	-
----------------	--------	--------	---	---

2020 年上半年，发行人为海底捞提供的凉菜产品已经扩大到杏鲍菇、海带丝、裙带菜梗片、豆腐丝四个大类，发行人供应凉菜产品种类日益丰富。

(4) 发行人与安井食品的合作情况

发行人所属行业为农副食品加工业，主要产品为冷冻调味品，发行人主要定位为餐饮企业或餐饮供应链企业供货的 B 端品牌食品供应商。

发行人选取同行业可比公司的具体标准如下：

- ①与公司所属行业相同，同为农副食品加工业；
- ②为便于获取公开资料，可比公司主要为上市公司；
- ③主要产品为冷冻食品或速冻食品；
- ④具有“为餐饮企业或餐饮供应链企业供货的 B 端品牌食品供应商”或相似的企业定位。

安井食品（603345.SH）为上交所上市公司，主要从事火锅料制品（以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主）和速冻面米制品的研发、生产和销售。经过十多年的发展，安井食品形成了以华东地区为中心、辐射全国的营销网络，逐步成长为国内较具影响力和知名度的速冻食品生产企业。安井食品基本符合上述可比公司选择标准，因此被选取为同行业可比公司。

发行人对安井食品的销售模式为合同生产销售模式，销售产品类别主要为飞鱼籽及青鱼籽，定价方式为以产品实际成本为基本依据，主要根据预期利润、市场行情、地理位置、客户情况及具体商品等因素，并通过商务谈判来确定销售价格。

发行人具有较好的鱼籽产品供应能力，需要拓展鱼籽销售客户。安井食品因其鱼籽鱼丸等产品生产需要采购鱼籽，拓展鱼籽供应商，通过展会接洽发行人之后，经过 2018 年、2019 年小批量合作后奠定良好的合作基础，于 2020 年开始大幅采购发行人鱼籽产品，成为发行人 2020 年一季度第一大客户。因此，发行人与安井食品的合作系基于双方实际业务开展相互需要，具备商业合理性，双方不构成潜在竞争关系。

受新冠疫情影响，发行人 2020 年上半年向海底捞销售收入同比 2019 年 1-6 月下月 8.45%，下滑幅度较小。伴随 2020 年下半年国内新冠疫情管控措施效果的逐渐显现，发行人 2020 年 7-10 月向海底捞销售收入逐渐恢复并实现增长，同比 2019 年 7-10 月销售收入增长 28.50%，增幅较大。2020 年 1-10 月发行人向海底捞的整体销售收入实现了小幅增长，

同比增幅 6.66%。发行人向海底捞的销售情况持续向好。

2020 年 1-9 月，安井食品的营业收入和净利润均保持了较好的增长。在前期初步的合作的基础上，2020 年 1-10 月发行人向安井食品销售金额较上年同期增长 1,242.79%，其中 2020 年 7-10 月较上年同期增长 309.54%。发行人向安井食品的销售情况良好。

2020 年 1-6 月，发行人向日本兼贞食品株式会社、杰夫西日本有限公司、荷兰海洋连接有限公司的销售金额同比 2019 年 1-6 月合计减少了 454.55 万元，同比下降幅度 31.35%；2020 年 7-10 月，上述客户合计销售金额同比 2019 年 7-10 月减少 323.97 万元，同比下降幅度 30.17%。2020 年 7-10 月发行人向上述客户合计销售金额同比下降幅度开始小幅收窄。同时，面对海外疫情的蔓延，发行人也在积极开发新的境外客户并同时深入挖掘其他老客户需求，2020 年 1-10 月发行人境外销售收入同比下滑 16.43%，其中 2020 年 7-10 月发行人境外销售收入同比下滑 11.12%，境外销售收入下滑幅度逐渐收窄。

截至 2020 年 10 月 31 日，发行人在手订单合计 2,285.02 万元（其中美元计价订单按照本说明书出具日汇率 6.5974 折算），交货周期主要为 11-12 月份。其中，对海底捞在手订单金额为 553.74 万元，对日本兼贞食品株式会社、杰夫西日本有限公司和荷兰海洋连接有限公司的合计在手订单 58.74 万美元，对安井食品的前期订单已执行完毕，截至 2020 年 10 月 31 日，新的订单尚未签署。同时，预期 2020 年 11 月至 12 月发行人将会新增部分订单并在 2020 年底前完成并形成收入。发行人在手订单充足，具有稳定的未来订单获取能力和持续经营能力。

（二）公司采购情况和主要供应商

1、公司采购情况

（1）主要原材料采购情况

公司主要原材料为裙带菜、杏鲍菇和鱼籽等，原材料市场供应充足，市场化程度较高。公司建立了合格供应商名录，与主要原材料供应商建立了稳定的合作关系，在原材料选择、质量控制方面形成了完整有效的规范体系，能够保证原材料的供应和质量的稳定。

报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

单位：万元、公斤

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	1,192.22	1,286,215.00	3,203.71	3,489,368.75
菌类	580.73	1,049,069.00	2,158.35	3,548,820.50

山野菜	239.35	248,714.00	857.74	624,788.94
鱼籽	1,713.62	214,740.00	1,906.68	248,508.55
海珍味	46.67	11,520.80	283.70	102,881.55
合计	3,772.59	2,810,258.80	8,410.18	8,014,368.29

单位：万元、公斤

项目	2018 年度		2017 年度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	2,557.19	3,162,213.10	2,139.47	1,802,455.70
菌类	2,099.66	3,232,991.90	1,361.97	1,625,925.00
山野菜	855.77	1,016,464.90	994.37	730,094.10
鱼籽	556.81	94,471.00	310.33	60,578.55
海珍味	135.68	53,955.10	136.25	81,165.50
合计	6,205.11	7,560,096.00	4,942.39	4,300,218.85

报告期内，公司主要原材料按季度的采购情况如下：

单位：万元、公斤

项目	2020 年第二季度		2020 年第一季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	476.37	661,290.00	715.85	624,925.00
菌类	287.75	573,123.00	292.98	475,946.00
山野菜	80.69	154,857.00	158.66	93,857.00
鱼籽	223.82	21,000.00	1,489.80	193,740.00
海珍味	7.83	2,790.80	38.84	8,730.00
合计	1,076.46	1,413,060.80	2,696.13	1,397,198.00
项目	2019 年第四季度		2019 年第三季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	1,061.32	886,774.00	806.86	765,747.75
菌类	543.42	864,298.00	432.14	831,174.00
山野菜	223.69	162,609.00	142.58	96,345.34
鱼籽	472.29	60,729.55	417.41	36,960.00
海珍味	101.64	39,874.00	12.42	3,670.00
合计	2,402.36	2,014,284.55	1,811.41	1,733,897.09
项目	2019 年第二季度		2019 年第一季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	643.65	895,338.00	691.88	941,509.00

菌类	628.40	1,028,121.50	554.39	825,227.00
山野菜	181.83	112,104.60	309.64	253,730.00
鱼籽	445.76	76,239.00	571.22	74,580.00
海珍味	83.75	20,192.00	85.89	39,145.55
合计	1,983.39	2,131,995.10	2,213.02	2,134,191.55
项目	2018年第四季度		2018年第三季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	540.69	656,365.50	599.63	813,323.00
菌类	689.50	971,696.50	419.78	667,101.20
山野菜	341.36	268,647.00	214.66	264,224.20
鱼籽	98.71	15,979.00	339.20	59,952.00
海珍味	6.75	2,500.00	29.38	17,420.00
合计	1,677.01	1,915,188.00	1,602.65	1,822,020.40
项目	2018年第二季度		2018年第一季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	894.91	1,090,693.70	521.96	601,830.90
菌类	542.74	908,811.10	447.64	685,383.10
山野菜	122.55	204,960.30	177.20	278,633.40
鱼籽	91.09	14,000.00	27.81	4,540.00
海珍味	7.60	3,800.10	91.95	30,235.00
合计	1,658.89	2,222,265.20	1,266.56	1,600,622.40
项目	2017年第四季度		2017年第三季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	415.01	407,678.70	699.28	619,093.00
菌类	532.50	841,382.00	323.18	279,763.00
山野菜	329.73	351,854.10	468.41	252,705.00
鱼籽	79.69	19,260.00	1.29	255.00
海珍味	14.96	5,000.00	0.25	62.50
合计	1,371.89	1,625,174.80	1,492.41	1,151,878.50
项目	2017年第二季度		2017年第一季度	
	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
藻类	507.06	405,290.00	518.12	370,394.00
菌类	195.34	212,600.00	310.95	292,180.00

山野菜	129.48	61,691.00	66.75	63,844.00
鱼籽	203.65	36,099.05	25.70	4,964.50
海珍味	47.32	30,998.00	73.72	45,105.00
合计	1,082.85	746,678.05	995.24	776,487.50

(2) 能源情况

公司生产消耗的主要能源为电力和燃气。

报告期内，公司生产所在地的能源供应充足，价格基本稳定。报告期内，公司主要能源采购情况如下表所示：

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
电力	用量(度)	1,782,864.00	3,632,428.00	3,348,120.00	2,536,672.00
	单价(元/度)	0.55	0.65	0.65	0.65
	金额(元)	976,132.33	2,361,078.49	2,176,329.48	1,648,836.52
燃气	用量(m ³)	454,137.00	831,761.00	659,377.88	306,475.00
	单价(元/m ³)	3.82	4.10	4.50	3.55
	金额(元)	1,733,382.25	3,411,174.90	2,968,555.31	1,089,510.97

(3) 主要原材料的价格变动情况

公司主要原材料涉及农牧和水产养殖，其价格变动与国内宏观经济、自然环境及市场环境密切相关。报告期内，公司主要原材料采购价格受市场影响存在波动，其变动趋势符合行业走势情况。具体情况如下：

单位：元/公斤

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	均价	变动比例	均价	变动比例	均价	变动比例	均价
藻类	9.27	0.98%	9.18	13.47%	8.09	-31.84%	11.87
菌类	5.54	-8.88%	6.08	-6.32%	6.49	-22.55%	8.38
山野菜	9.62	-29.93%	13.73	63.06%	8.42	-38.18%	13.62
鱼籽	79.80	4.01%	76.72	30.17%	58.94	15.05%	51.23
海珍味	40.51	46.88%	27.58	9.71%	25.14	49.73%	16.79

公司采购原材料按种类分为藻类、菌类、山野菜、鱼籽和海珍味，采用以销定产、以产定购的模式组织生产及采购，由于产品种类繁多，生产使用的原材料品类和原材料的规格、型号均不同，需根据订单生产需要进行原材料采购和提前备货，日常保有一定的原材料库存。

原材料采购均价受多种因素的影响，包括市场价格走势、原材料明细种类、品质（比

如泡发水点)等。

报告期内,公司主要原材料按季度的采购价格情况如下:

单位:元/公斤

项目	2020年第二季度		2020年第一季度
	均价	变动比例	均价
藻类	7.20	-37.12%	11.45
菌类	5.02	-18.51%	6.16
山野菜	5.21	-69.17%	16.90
鱼籽	106.58	38.60%	76.90
海珍味	28.06	-36.93%	44.49

(续表)

单位:元/公斤

项目	2019年第四季度		2019年第三季度		2019年第二季度		2019年第一季度
	均价	变动比例	均价	变动比例	均价	变动比例	均价
藻类	11.97	13.57%	10.54	46.59%	7.19	-2.18%	7.35
菌类	6.29	20.96%	5.20	-14.89%	6.11	-9.08%	6.72
山野菜	13.76	-7.03%	14.80	-8.75%	16.22	32.95%	12.20
鱼籽	77.77	-31.14%	112.94	93.16%	58.47	-23.66%	76.59
海珍味	25.49	-24.65%	33.83	-18.44%	41.48	89.06%	21.94

(续表)

单位:元/公斤

项目	2018年第四季度		2018年第三季度		2018年第二季度		2018年第一季度
	均价	变动比例	均价	变动比例	均价	变动比例	均价
藻类	8.24	11.80%	7.37	-10.12%	8.20	-5.42%	8.67
菌类	7.10	12.88%	6.29	5.36%	5.97	-8.58%	6.53
山野菜	12.71	56.53%	8.12	35.79%	5.98	-5.97%	6.36
鱼籽	61.78	9.19%	56.58	-13.03%	65.06	6.20%	61.26
海珍味	26.98	60.02%	16.86	-15.70%	20.00	-34.23%	30.41

(续表)

单位:元/公斤

项目	2017年第四季度		2017年第三季度		2017年第二季度		2017年第一季度
	均价	变动比例	均价	变动比例	均价	变动比例	均价

藻类	10.18	-9.91%	11.30	-9.67%	12.51	-10.58%	13.99
菌类	6.33	-45.19%	11.55	25.68%	9.19	-13.63%	10.64
山野菜	9.37	-49.46%	18.54	-11.67%	20.99	100.86%	10.45
鱼籽	41.37	-18.11%	50.52	-10.44%	56.41	8.94%	51.78
海珍味	29.91	-25.63%	40.22	163.39%	15.27	-6.55%	16.34

①2020年上半年公司主要原材料采购价格的季节性变化情况：

A. 藻类价格季节波动

2020年上半年，藻类采购均价第二季度较第一季度下降37.12%，主要系受采购原料结构和采购原料品级变化影响：

一方面，采购藻类种类结构变化

单位：元/公斤

项目	2020年第二季度		2020年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
盐渍裙带菜	41.84%	10.46	81.70%	13.60
盐渍海带丝	32.88%	7.09	9.55%	6.83

注：金额占比为该细分类别采购金额占同期所属大类原材料总采购金额的比例（下同）

由上表可知，公司采购盐渍裙带菜的均价明显高于盐渍海带丝均价，但由于盐渍裙带菜二季度采购占比大幅下降，导致整体藻类采购均价在第二季度大幅下降。

另一方面，采购藻类原材料品级差异

2020年第一季度和第二季度，盐渍裙带菜均系发行人主要采购原材料。其在2020年第一、二季度采购单价也存在较大差异，主要系其采购品级差异导致，详细情况如下表：

单位：元/公斤

项目	2020年第二季度		2020年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
盐渍裙带菜2.0水点及以下	21.58%	8.49	37.75%	9.89
盐渍裙带菜2.0水点以上 (主要为4.0水点)	17.62%	15.45	43.91%	20.12

由上表可知，2.0水点以上品级的盐渍裙带菜采购均价明显高于2.0水点及以下品级的盐渍裙带菜均价。2020年第一季度发行人采购2.0水点以上（主要是4.0水点）的盐渍裙带菜金额比重高于2.0水点及以下品级，而2020年第二季度发行人采购2.0水点以上（主要

是 4.0 水点) 的盐渍裙带菜金额比重低于 2.0 水点及以下品级, 由于 2.0 水点以上品级盐渍裙带菜采购均价明显高于 2.0 水点及以下品级的盐渍裙带菜均价, 导致 2020 年第一季度盐渍裙带菜的采购均价明显高于 2020 年第二季度均价。

综上所述, 由于 2020 年第二季度采购高均价的盐渍裙带菜占比低于一季度, 同时第二季度采购盐渍裙带菜中高品级高均价的占比要低于第一季度, 从而导致藻类采购均价 2020 年第二季度较第一季度下降 37.12%。

B. 山野菜采购均价季节波动

2020 年上半年, 山野菜采购均价第二季度较第一季度下降 69.17%, 主要系受采购山野菜种类结构变化影响, 具体情况如下:

单位: 元/公斤

项目	2020 年第二季度		2020 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
鲜品豆芽	11.95%	2.41	0.01%	2.18
鲜品胡萝卜	11.25%	2.15	3.83%	1.86
干麻笋丝	18.90%	149.54	34.63%	151.38
盐渍刺嫩芽	-	-	21.51%	23.21
其他	57.90%	6.52	40.02%	14.85

由上表可知, 2020 年第二季度采购均价相对较低的鲜品豆芽和鲜品胡萝卜的采购金额比重比 2020 年第一季度明显增加, 2020 年第二季度采购均价相对较高的干麻笋丝和盐渍刺嫩芽的采购金额比重比 2020 年第一季度明显减少, 从而导致山野菜采购均价 2020 年第二季度较第一季度下降 69.17%。

C. 鱼籽采购均价季节波动

2020 年上半年, 鱼籽采购均价第二季度较第一季度上涨 38.60%, 主要系受采购鱼籽种类结构变化影响, 具体情况如下:

单位: 元/公斤

项目	2020 年第二季度		2020 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
冷冻青鱼籽	-	-	37.97%	58.74
冷冻飞鱼籽	100.00%	106.58	62.03%	94.84

由上表可知, 2020 年上半年公司采购的鱼籽原材料主要包括冷冻青鱼籽和冷冻飞鱼籽, 其中冷冻青鱼籽采购价格明显低于冷冻飞鱼籽采购价格, 公司第一季度采购冷冻青鱼籽和

冷冻飞鱼籽，第二季度仅采购冷冻飞鱼籽，从而导致鱼籽采购均价 2020 年第二季度较第一季度上涨 38.60%。

D. 海珍味采购均价季节波动

2020 年上半年，海珍味采购均价第二季度较第一季度下降 36.93%，主要系受采购海珍味种类结构变化影响，具体情况如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年第二季度		2020 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
冷冻章鱼	-	-	85.27%	46.51
金钩海米	39.36%	73.39	9.45%	73.39
其他	60.64%	20.03	5.28%	18.49

由上表可知，2020 年上半年公司采购的海珍味原材料主要包括冷冻章鱼、金钩海米及其他海珍味原料，其中冷冻章鱼采购均价明显高于其他海珍味原料。2020 年第二季度未采购相对高均价的冷冻章鱼，同时第二季度低均价的其他海珍味原料采购金额比重明显高于第一季度，从而导致海珍味采购均价 2020 年第二季度较第一季度下降 36.93%。

②2019 年度公司主要原材料季节采购价格的季节性变化情况：

A. 藻类价格季节波动

2019 年藻类采购均价第三季度较第二季度上涨 46.59%，主要系受采购原料品级影响：

单位：元/公斤

项目	2019 年第四季度		2019 年第三季度		2019 年第二季度		2019 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
盐渍裙带菜	74.01%	17.17	80.82%	15.68	82.13%	10.02	85.27%	10.31
盐渍海带丝	12.91%	6.64	1.59%	4.98	0.83%	5.29	0.07%	5.40

单位：元/公斤

项目	2019 年第四季度		2019 年第三季度		2019 年第二季度		2019 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
盐渍裙带菜 2.0 水点及 以下	15.16%	9.71	20.07%	9.43	94.85%	10.20	99.47%	10.40
盐渍裙带菜	84.76%	20.00	79.18%	19.05	-	-	-	-

2.0 水点以上（主要为 4.0 水点）								
----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

由上表可知，2019 年盐渍裙带菜系发行人主要采购藻类原材料，2.0 水点以上品级的盐渍裙带菜采购均价明显高于 2.0 水点及以下品级的盐渍裙带菜均价。由于 2019 年第三季度采购盐渍裙带菜中高级高均价的占比要明显高于第二季度，从而导致藻类原材料采购均价 2019 年第三季度比第二季度上涨 46.59%。

B. 山野菜价格季节波动

2019 年山野菜采购均价第二季度较第一季度上涨 32.95%，主要系受采购山野菜种类结构变化影响，具体情况如下：

单位：元/公斤

项目	2019 年第四季度		2019 年第三季度		2019 年第二季度		2019 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
干花生米	-	-	2.57%	10.18	23.12%	10.18	46.77%	9.05
干麻笋丝	13.65%	125.65	17.03%	96.33	26.70%	96.33	15.54%	95.45
干瓢	14.94%	33.03	10.24%	31.74	11.87%	32.11	13.78%	31.46
其他	71.41%	10.64	70.17%	11.68	38.31%	11.80	23.91%	9.86

由上表可知，干麻笋丝的采购均价明显高于干花生米、干瓢及其他山野菜原料。公司 2019 年第二季度采购高均价的干麻笋丝金额比重明显高于第一季度，从而导致山野菜原材料采购均价 2019 年第二季度比第一季度上涨 32.95%。

C. 鱼籽价格季节波动

2019 年鱼籽采购均价第三季度较第二季度上涨 93.16%、第四季度较第三季度下降 31.14%，主要系受采购鱼籽种类结构变化影响，具体情况如下：

单位：元/公斤

项目	2019 年第四季度		2019 年第三季度		2019 年第二季度		2019 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
干品飞鱼籽	18.88%	330.28	60.59%	281.02	-	-	24.85%	273.01
其他	81.12%	66.02	39.41%	58.83	100.00%	58.47	75.15%	61.87

由上表可知，干品飞鱼籽的采购均价明显高于其他鱼籽原料。公司 2019 年第三季度采购高均价的干品飞鱼籽金额比重明显高于第二季度，从而导致鱼籽原材料采购均价 2019 年

第三季度比第二季度上涨 93.16%。公司 2019 年第四季度采购高均价的干品飞鱼籽金额比重明显低于第三季度,从而导致鱼籽原材料采购均价 2019 年第四季度比第三季度下降 31.14%。

D. 海珍味价格季节波动

2019 年海珍味采购均价第二季度较第一季度上涨 89.06%, 主要系受采购海珍味种类结构变化影响, 具体情况如下:

单位: 元/公斤

项目	2019 年第四季度		2019 年第三季度		2019 年第二季度		2019 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
冷冻章鱼	53.83%	46.06	-	-	69.25%	52.76	28.58%	45.45
小龙虾	6.91%	81.34	-	-	12.28%	102.87	-	-
其他	39.26%	14.71	100.00%	33.83	18.46%	18.86	71.42%	18.18

由上表可知, 2019 年公司采购的海珍味原材料主要包括冷冻章鱼、小龙虾及其他海珍味原料, 其中小龙虾的采购均价明显高于冷冻章鱼, 冷冻章鱼采购均价明显高于其他海珍味原料。2019 年第二季度小龙虾和冷冻章鱼的采购金额比重明显高于第一季度, 同时第二季度其他海珍味原料采购金额比重明显低于第一季度, 从而导致海珍味采购均价 2019 年第二季度较第一季度上涨 89.06%。

③2018 年度公司主要原材料季节采购价格的季节性变化情况:

A. 山野菜价格季节波动

2018 年山野菜采购均价第四季度较第三季度上涨 56.53%、第三季度较第二季度上涨 35.79%, 主要系受采购山野菜种类结构变化影响, 具体情况如下:

单位: 元/公斤

项目	2018 年第四季度		2018 年第三季度		2018 年第二季度		2018 年第一季度	
	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格	金额占比	平均价格
干花生米	31.28%	9.05	62.32%	8.66	4.85%	8.49	0.31%	8.55
盐渍刺嫩芽	28.43%	24.77	0.55%	23.74	-	-	-	-
其他	40.30%	12.34	37.13%	7.29	95.15%	5.89	99.69%	6.35

由上表可知, 2018 年公司采购的山野菜原材料主要包括干花生米、盐渍刺嫩芽及其他山野菜原料, 其中盐渍刺嫩芽采购均价明显高于干花生米及其他山野菜原料。2018 年第三季度干花生米采购金额比重明显高于第二季度、第三季度其他山野菜采购金额比重明显低于第二季度, 第二、三季度干花生米的采购均价高于其他山野菜原料, 从而导致山野菜采