



河北养元智汇饮品股份有限公司

Hebei Yangyuan ZhiHui Beverage Co., Ltd.

（衡水经济开发区北区新区六路南、滏阳四路以西）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐人暨主承销商



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

（深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16 层至 26 层）



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。

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	2,900万股
每股面值	1.00元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	11,480万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺	1、第一大股东、实际控制人姚奎章所持股份的流通限制 第一大股东、实际控制人姚奎章所持有的公司股份自公司股票在证券交易所上市之日起36个月内不得转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。姚奎章已就此流通限制作出承诺。 2、2010年2月参与增资的85名自然人股东（不包括第一大股东、实际控制人姚奎章）所持新增股份的流通限制 2010年2月参与增资的85名自然人股东所持有的公司新增股份自本次增资完成工商变更登记之日（2010年2月25日）起36个月内，不转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。上述股东已就此流通限制作出承诺。 3、2010年2月增资前的48名自然人股东（不包括第一大股东、实际控制人姚奎章）所持股份的流通限制 2010年2月增资前的48名自然人股东（不包括实际控制人姚奎章及2010年2月增资的83名新股东）所持有的公司股份自公司股票在证券交易所上市之日起12个月内不得转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。上述股东已就此流通限制作出承诺。 4、公司董事、监事、高级管理人员所持股份的流通限制 公司董事、监事、高级管理人员姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、马永利、薛源茂所持有的公司股份，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不得转让其所持有的公司股份。上述股东已就此流通限制作出承诺。
保荐人（主承销商）	国信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2011年4月8日



发行人声明

发行人及全体董事、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。

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。

中国证监会、其他政府机关对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对本发行人股票的价值或投资者收益作出实质性判断或保证。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

一、本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺

（一）第一大股东、实际控制人姚奎章所持股份的流通限制

第一大股东、实际控制人姚奎章所持有的公司股份自公司股票在证券交易所上市之日起36个月内不得转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。姚奎章已就此流通限制作出承诺。

（二）2010年2月参与增资的85名自然人股东（不包括第一大股东、实际控制人姚奎章）所持新增股份的流通限制

2010年2月参与增资的85名自然人股东所持有的公司新增股份自本次增资完成工商变更登记之日（2010年2月25日）起36个月内，不转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。上述股东已就此流通限制作出承诺。

（三）2010年2月增资前的48名自然人股东（不包括第一大股东、实际控制人姚奎章）所持股份的流通限制

2010年2月增资前的48名自然人股东（不包括实际控制人姚奎章及2010年2月增资的83名新股东）所持有的公司股份自公司股票在证券交易所上市之日起12个月内不得转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。上述股东已就此流通限制作出承诺。

（四）公司董事、监事、高级管理人员所持股份的流通限制

公司董事、监事、高级管理人员姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、马永利、薛源茂所持有的公司股份，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不得转让其所持有的公司股份。上述股东已就此流通限制作出承诺。



二、发行前滚存利润的分配

2010年2月8日，公司召开2010年第一次临时股东大会，会议审议通过了《关于公司首次公开发行股票前的滚存利润的分配方案》：公司本次公开发行股票前的滚存利润由所有新老股东共同享有。

三、公司特别提示投资者应注意的风险因素

（一）产品安全、质量控制风险

公司的产品直接供消费者饮用、食用，产品的安全、质量状况关系到消费者的生命、健康。自2008年9月爆发“三聚氰胺”事件以来，政府对食品安全、质量的监管日益加强，公众对食品安全、质量问题日益重视。

如果公司在原材料采购、生产、包装、存储等环节的安全、质量控制措施不能满足国家法律、法规以及行业规定的要求或消费者的需求，原材料检验、员工投料、产成品检测等环节操作不规范，以及流通运输不当等，将会导致产品质量不合格，甚至发生食品安全事故，进而导致消费者信誉度下降、公司面临处罚或赔偿等情形发生，最终对公司的生产、经营造成重大不利影响。因此，公司存在安全、质量控制出现失误而带来的产品安全、质量控制风险。

公司具有完善的食品安全、质量管理体系。该体系吸取了国外先进的管理模式，采用HACCP管理体系，对原料采购、生产工艺、人员卫生及操作、厂房环境、设施设备和成品的品质管理及贮存运输等环节进行分析，对可能危害产品安全质量的关键环节进行严格控制，保证产品安全质量，同时，建立从原材料进厂、生产过程、成品检验到销售的完整的记录制度，做到质量控制可追溯、质量责任可追究。公司及其前身自1997年9月成立以来从未发生过产品安全、质量事故。

（二）主要原材料及包装物价格波动的风险

公司主要产品核桃饮料的主要原材料为核桃仁，主要包装物为铁制易拉罐。最近三年，核桃仁的平均价格分别为29,795.02元/吨、31,564.44元/吨、42,705.12元/吨，其成本占公司营业成本的比例分别为15.73%、20.72%、26.44%；易拉罐的平均价格分别为0.6500元/罐、0.5939元/罐、0.5873元/罐，其成本占公司营业成



本的比例分别为 61.29%、55.25%、52.50%。根据公司对核桃饮料销售的测算，在其他条件不变的情况下，2010 年，核桃仁价格每上涨 5%，毛利将减少 2.98%；易拉罐的价格每上涨 5%，毛利将减少 5.92%。因此，公司原材料及包装物的价格波动在较大程度上影响生产成本的波动，进而影响公司的盈利情况。

总体上看，最近三年，公司的综合毛利率分别为 18.06%、28.89%、30.71%，呈现稳定上升态势，显示公司对主要原材料及包装物价格波动的消化能力较强。

（三）主要包装物采购相对集中的风险

公司主要产品核桃饮料的包装物为铁制易拉罐，公司对易拉罐的采购集中于几家长期合作的供应商。最近三年，公司向河北嘉美印铁制罐有限公司（包括衡水嘉美印铁制罐有限公司）及升兴（北京）包装有限公司(包括昇兴（山东）包装有限公司)两家供应商采购金额占当期易拉罐采购总金额的比例分别为 92.37%、92.29%、93.65%。

集中采购易拉罐的主要原因在于，易拉罐生产厂家经营水平参差不齐，为稳定公司的生产供应，降低成本，公司通过与行业内较为知名的厂家开展长期合作的形式以稳定供应，获得采购价格上的优惠。

虽然易拉罐生产厂家较多，采购较为方便，但若因主要供应商不可预见之原因导致公司的供应受到影响，短期内可能会对公司的生产经营产生一定影响，存在对主要包装物采购相对集中的风险。

（四）销售市场相对集中及市场开拓风险

公司的营业收入主要来自核桃饮料的销售。最近三年，公司的营业收入分别为 28,459.49 万元、52,507.00 万元、107,746.18 万元，其中，来自河北、河南及山东三个省份的销售占营业收入的比例分别为 93.19%、93.85%、93.72%，而来自河北的销售又占营业收入的比例分别为 71.01%、62.82%、51.32%，显示公司销售市场相对集中，但呈逐步分散趋势。

公司销售市场相对集中的主要原因为，在公司发展的现阶段，为了集中有限资源进行网络建设和市场开发，最大限度发挥前期市场推广投入的效果，提高投

入产出效率，公司采取逐个地区市场进行拓展的模式。未来三年，公司仍将按照这一模式深入挖掘现有市场的潜力，并根据公司的生产能力和资源能力及时拓展新市场。

现阶段，销售市场的相对集中导致公司对该市场有一定程度的依赖风险；未来，如果公司不能有效开拓新市场，对该市场的依赖风险依然存在，同时还存在销售收入增速放缓的风险。

公司将在保持在现有核桃饮料市场的占有率领先的同时，逐渐加大对新市场的开拓力度，进一步提升公司市场竞争力，继续保持快速增长势头。

（五）市场竞争加剧的风险

核桃饮料因为具有“天然、健康、营养”的特点，已逐渐为越来越多的消费者所偏好和关注，具有广阔的市场空间，因而也吸引了越来越多的厂商进入该行业。目前，承德露露、汇源等知名品牌均已进入核桃饮料行业或有意进入该行业，公司面临市场竞争加剧的风险。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一。经过十多年的市场历练、积累，公司已逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、生产能力、营销等方面形成了自身的核心竞争力。这些竞争优势使得公司能够在快速发展的市场中继续保持领先地位。

同时，公司本次募集资金将全部运用于从全方位、全流程提升公司主营业务的竞争力，具体投资于“年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”，以及“营销网络建设和市场开发项目”。项目建成投产、实施后，公司的产品研发能力将进一步提高，核桃饮料生产能力将由项目建设前的 10 万吨增长至 30 万吨，产品结构中将增加 PE 瓶包装的核桃饮料，适合目标消费者日常饮用，使产品品种与产品定位更加切合，生产设备与工艺技术的先进性将进一步提高，产品质检水平将会获得更大提升，公司的根据地市场河北、河南、山东三省将得到深度挖潜，周边天津、辽宁、山西、安徽四省市的市场份额将强势扩大，最终将显著提高公司的市场占有率和行业地位，提升公司核心价值。



（六）主导产品“养元六个核桃”核桃露所使用的商标“六个核桃”如果最终不能获准注册可能导致的风险

公司的主要产品核桃饮料包括核桃露、核桃杏仁露、核桃花生露三大品种、六个系列，其中，公司在香浓、香纯、精品型核桃露、木糖醇型核桃露、加强型核桃露三个系列上同时使用“养元”、“六个核桃”商标（统称为“养元六个核桃”核桃露），其他产品均只标识“养元”商标。

最近三年，公司“养元六个核桃”核桃露分别实现销售收入170,032,427.74元、376,422,268.91元、913,606,579.66元，在公司营业收入中的占比分别为59.74%、71.69%、84.79%；分别实现毛利30,978,255.02元、108,039,347.69元、272,965,387.52元，在公司毛利中的占比分别为60.28%、71.23%、82.50%。

目前，公司“养元”商标已取得商标注册证，三个“六个核桃”的商标注册申请（申请号分别为5127315、6821856、6821859）正在国家工商行政管理总局商标管理评审机关的审核当中。

截至本招股书签署日，三个“六个核桃”的商标申请均已通过国家商标局的初步审定，并予以初审公告，但之后均被提出异议，其中5127315号商标已被国家商标局作出裁定，认为异议人所提异议理由不成立，对第5127315号“六个核桃”商标予以核准注册，但异议人不服，又向国家工商行政管理总局商标评审委员会提出异议复审；6821856、6821859号商标的异议申请正在国家商标局的审核裁定当中。

根据《中华人民共和国商标法》关于商标注册的审查和核准程序规定，公司三个“六个核桃”商标的注册申请还要经过一系列的法定程序，如果该等商标没能最终获准注册，短期内将会对公司“养元六个核桃”核桃露产品的销售造成一定影响。



目 录

第一节 释义	11
一、普通词语	11
二、专业词语	12
第二节 概览	14
一、发行人简要情况	14
二、发行人第一大股东、实际控制人简介	23
三、发行人主要财务数据和财务指标	23
四、本次发行情况及募集资金用途	24
第三节 本次发行概况	25
一、本次发行的基本情况	25
二、与本次发行有关的当事人	25
三、与本次发行上市有关的重要日期	26
第四节 风险因素	27
一、经营风险	27
二、市场风险	29
三、主导产品“养元六个核桃”核桃露所使用的商标“六个核桃”如果最终不能获准注册可能导致的风险	31
四、新产品开发不足的风险	33
五、管理风险	34
六、募集资金投资项目的风险	34
第五节 发行人基本情况	37
一、发行人基本情况	37
二、发行人改制重组情况	37
三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况	42
四、发行人的组织结构	81
五、发行人控股子公司、参股子公司的简要情况	81
六、发行人的实际控制人及持有其 5%以上股份的主要股东的情况	82
七、发行人的股本情况	82
八、发行人员工及其社会保障情况	87
九、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员的重要承诺及其履行情况	89
第六节 业务与技术	91
一、发行人的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况	91
二、发行人所处行业的基本情况	92
三、发行人在行业中的竞争地位	102
四、发行人主营业务的具体情况	112
五、发行人的主要资产	138
六、发行人拥有的特许经营权的情况	144



七、发行人主要生产技术所处的阶段以及发行人研发、技术创新情况	144
八、发行人境外经营情况	147
九、发行人产品质量控制情况	147
第七节 同业竞争与关联交易	153
一、发行人同业竞争情况	153
二、发行人关联方、关联关系和关联交易情况	154
第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员	170
一、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况	170
二、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资的情况	174
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取薪酬的情况	175
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况	176
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在亲属关系的说明	177
六、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其履行情况	177
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺及其履行情况	177
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格	177
九、董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况	177
第九节 公司治理	180
一、发行人股东大会、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	180
二、发行人最近三年是否存在违法违规行为的情况	189
三、发行人最近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况	189
四、发行人的内部控制制度	189
第十节 财务会计信息	191
一、发行人最近三年的财务报表	191
二、会计师事务所关于发行人财务报表的审计意见类型	194
三、发行人财务报表的编制基础	195
四、发行人报告期内采用的主要会计政策和会计估计	195
五、发行人最近三年的非经常性损益明细表	213
六、发行人最近一年末的固定资产	214
七、发行人最近一年末的在建工程	215
八、发行人最近一年末的无形资产	216
九、发行人最近一年末的主要债项	218
十、发行人最近三年末的所有者权益	225
十一、发行人最近三年的现金流量	229
十二、发行人财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项	230
十三、发行人最近三年的主要财务指标	230
十四、发行人设立时及以后历次验资报告	233
第十一节 管理层讨论与分析	234



一、发行人财务状况分析	234
二、发行人盈利能力分析	249
三、发行人资本性支出分析	274
四、发行人重大会计政策或会计估计差异或变更的影响	275
五、发行人目前存在的重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项的影响	275
六、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析	275
第十二节 业务发展目标	277
一、发行人本次发行当年及未来两年的业务发展规划	277
二、拟定上述计划所依据的假设条件	280
三、实施上述计划将面临的主要困难	280
四、上述业务发展规划与现有业务的关系	281
五、本次募集资金运用对实现上述发展目标的作用	281
第十三节 募集资金运用	282
一、预计募集资金数额和募集资金投资项目	282
二、募集资金投资项目的具体情况	283
三、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响	306
第十四节 股利分配政策	308
一、发行人最近三年股利分配政策、实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策	308
二、公司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	310
第十五节 其他重要事项	311
一、发行人有关信息披露和投资者关系的负责部门	311
二、发行人重要合同	312
三、发行人对外担保的情况	327
四、发行人涉及重大诉讼或仲裁的情况	327
五、发行人第一大股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项	327
六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	327
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	328
一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明	328
二、保荐机构(主承销商)声明	329
三、发行人律师声明	330
四、会计师事务所声明	331
五、验资机构声明	332
第十七节 备查文件	333
一、备查文件目录	333
二、备查文件查阅时间、地点、联系人及电话	333



第一节 释义

本招股书中，除非另有说明，下列词语具有如下含义：

一、普通词语

发行人、公司、养元饮品	指 姚奎章实际控制阶段（2005 年 12 月 29 日至今）的河北养元保健饮品有限公司、河北养元智汇饮品股份有限公司
河北养元	指 为姚奎章实际控制阶段前（1997 年 9 月 24 日至 2005 年 12 月 28 日）的河北养元保健饮品有限公司
河北元源	指 成立于 1997 年 9 月 24 日的河北元源保健饮品有限公司
《公司法》	指 《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指 《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指 《河北养元智汇饮品股份有限公司章程》
中国证监会	指 中国证券监督管理委员会
SFDA	指 国家食品药品监督管理局
卫生部	指 中华人民共和国卫生部
质检总局	指 国家质量监督检验检疫总局
工信部	指 中华人民共和国工业和信息化部
科技部	指 中华人民共和国科学技术部
国家质检总局	指 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
国家环保总局	指 中华人民共和国国家环境保护总局
银鹭	指 厦门银鹭食品有限公司
承德露露	指 河北承德露露股份有限公司
椰树	指 椰树集团有限公司
大寨	指 山西大寨饮品有限公司
汇源	指 北京汇源饮料食品集团有限公司
深交所	指 深圳证券交易所
元、万元	指 人民币元、人民币万元
本次发行	指 公司本次首次公开发行 2,900 万股面值为 1.00 元的人民币普通股的行为
最近三年、报告期	指 2008 年、2009 年、2010 年
国信证券、保荐人、主承销商	指 国信证券股份有限公司
中磊会计师事务所	指 中磊会计师事务所有限责任公司



康达律师事务所	指 北京市康达律师事务所

二、专业词语

《食品安全法》	指 《中华人民共和国食品安全法》
HACCP 体系	指 HACCP 指 Hazard Analysis and Critical Control Point，表示危害分析和临界控制点。HACCP 体系是鉴别、评价和控制对食品安全至关重要的危害的一种体系。该体系是国际上广为认可的控制食品安全的有效管理体系。
无菌冷灌装	指 在无菌条件下对饮料产品进行冷（常温）灌装，这是相对于通常采用在一般条件下进行的高温热灌装方式而言的。在无菌条件下灌装时，设备上可能会引起饮料发生微生物污染的部位均保持无菌状态，所以不必在饮料灌装封口后再进行后期杀菌，同时可保持饮料的口感、色泽和风味。
PE	指 聚乙烯，英文名字为 polyethylene，简称 PE，是乙烯经聚合制得的一种热塑性树脂。聚乙烯具有无臭，无毒，手感似蜡等特点，具有优良的耐低温性能(最低使用温度可达-70℃到-100℃)，化学稳定性好，能耐大多数酸碱的侵蚀(不耐具有氧化性质的酸)，常温下不溶于一般溶剂，吸水性小，电绝缘性能优良。
深度分销模式	指 通过有组织地努力，提升客户关系价值以掌控终端，滚动式培育与开发市场，取得市场综合竞争优势，冲击区域市场第一的有效市场策略与方法。在此模式下，生产厂商将帮助分销商开拓、管理制定区域内的各种零售终端，增加网点和市场覆盖率，提高陈列质量，最终提高销量。
商超	指 采取自选销售方式，以销售大众化实用品为主，品种齐全，能够满足顾客一次性购齐的零售终端店，主要是指营业面积超过 300 平方米的商场、超市。
铺货	指 对销售区域内的销售网点，集中进行一次大范围主动上门销售。
堆头	指 为提高消费者对产品的关注度，在商超主要位置做的集中产品陈列，一般数量在 100 件以上。
成熟市场	指 公司根据销售市场的大小，将所有销售市场进行划分为若干销售区域，预定每一销售区域的销售额，将销售额达到预定规模之上的销售区域市场划分为成熟市场。
5.3.28 工艺	指 公司独创的核桃饮料制作工艺流程，由“五个关键环节、三



	项独有技术、二十八道工序”组成，简称“5.3.28”工艺。



第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者做出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简要情况

公司名称：河北养元智汇饮品股份有限公司

英文名称：Hebei Yangyuanzhihui Beverage Co., Ltd.

法定代表人：姚奎章

注册资本：8,580 万元

成立日期：1997 年 9 月 24 日

住所：衡水经济开发区北区新区六路南、滏阳四路以西

邮政编码：053000

电话：0318—2088006

传真：0318—2088025

互联网网址：<http://www.hbyangyuan.com>

电子邮箱：yangyuan_bgs@163.com

经营范围：生产饮料（果汁及蔬菜汁类、蛋白饮料类）；生产罐头（其他罐头）。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一，在长期的市场竞争中逐步形成了自身的核心竞争优势。目前，公司已发展成为我国核桃饮料生产规模最大的龙头企业，“YANGYUAN 及图”商标已被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”。公司的核心竞争优势主要有以下几个方面：

1、领先的“核桃饮品专家”的企业定位优势

核桃为胡桃科植物胡桃的种仁，与扁桃、榛子、腰果并成为“世界四大干果”。核桃含有较多的蛋白质及人体营养必需的不饱和脂肪酸，这些成分皆为大脑组织细胞代谢的重要物质，能滋养脑细胞，增强脑功能；核桃还有防止动脉

硬化,降低胆固醇、镇痛、提升白细胞及保护肝脏等作用;此外,核桃含有的大量维生素 E,经常食用有润肌肤、乌须发、缓解疲劳和压力的作用。一般人群均可食用,尤其适合脑力劳动者和青少年,肾虚、肺虚、神经衰弱、气血不足者可多食。

与其他被广泛应用于植物蛋白饮料生产的杏仁、花生、豆类等相比,核桃具有得天独厚的优势:一是核桃的功效特别是其健脑益智功效已深深根植于广大消费者的心智;二是消费者的心智中所形成的这种共识没有地域限制,我国北方、南方的认识相同,国外也一样;三是在消费者的心智中,健脑益智功效方面可以与核桃比肩的替代品不多;此外,核桃虽有营养,直接吃会有“味儿涩”、“难砸”、“营养得不到全面吸收”等问题,喝核桃饮料相对而言是更好的食用方法。核桃的以上优势和特点使核桃饮品较之于其他饮品具有更为广阔的市场前景。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起,一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售,是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一。目前,核桃饮料作为植物蛋白饮料的一个细分品类,在经历了较长的市场培育期后已进入了迅速发展的时期,也吸引了一些饮料行业和其他相关行业的厂家进入,同时,经过十多年的市场历练、积累,公司已逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、生产能力、营销等方面形成了自身的核心竞争力。这些竞争优势使得公司能够在快速发展的市场中保持领先地位。

2、品牌优势

公司与其“养元”、“养元六个核桃”核桃饮料已成为公司销售区域中消费者认知度最高的核桃饮料厂商和品牌之一。随着公司本次募集资金投资项目的陆续建成投产、实施,公司的主营业务竞争力将获得全面、系统、显著地提升,品牌影响力将会进一步扩大,将由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌。

最近三年,公司营业收入保持高速增长态势,分别为 284,594,921.22 元、525,069,999.78 元、1,077,461,798.66 元,同比分别增长 136.31%、84.50%、105.20%,其中,河北、河南、山东三省的销售收入占比分别为 93.18%、93.85%、93.72%,即是公司销售区域内消费者高度认同公司产品的有力证明,也是公司品牌效应发挥作用的结果。

公司于2006年12月被河北省工商行政管理局评为“河北省著名商标”，2008年、2009年、2010年连续三年被中国食品产业成长之星评选委员会、糖烟酒周刊杂志社评选为“中国食品产业最具成长性企业”并于2009年10月被其评选为“2009年度中国食品产业（植物蛋白饮料）标杆品牌”，2008年9月被河北省消费者协会评为“河北省第九届消费者信得过单位”，2010年8月公司被河北省林业局评为“2010-2011年度河北省林果产业重点龙头企业”，2010年10月8日“YANGYUAN 及图”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”，2010年10月公司“核桃乳饮料预处理新工艺研究”项目被河北省食品工业协会授予“河北省食品工业协会科学技术奖2008—2009年度特等奖”，2010年11月公司技术中心被河北省发展改革委、省科技厅、省财政厅、省国税局、省地税局、石家庄海关评为“河北省企业技术中心”，2010年12月公司被中国诚信万里行活动委员会授予“（国家级）诚信示范单位”称号，等等。

根据公司的发展战略，本次募集资金将全部运用于从全方位、全流程提升公司主营业务的竞争力，具体投资于“年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”，以及“营销网络建设和市场开发项目”。项目建成投产、实施后，公司的产品研发能力将进一步提高，核桃饮料生产能力将由项目建设前的10万吨增长至30万吨，产品结构中将增加PE瓶包装的核桃饮料，适合目标消费者日常饮用，使产品品种与产品定位更加切合，生产设备与工艺技术的先进性将进一步提高，产品质检水平将会获得更大提升，公司的根据地市场河北、河南、山东三省将得到深度挖潜，周边天津、辽宁、山西、安徽四省市的市场份额将会强势扩大，最终将显著提高公司的市场占有率和行业地位，为公司品牌由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌奠定坚实的基础。

公司已利用自筹资金对上述两个募集资金投资项目进行了先期投入，截至2010年12月31日，年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目已累计投入资金9076.28万元，项目完工进度为32%，已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力6万吨，为2010年公司经营业绩的高速增长奠定坚实的基础，目前正在建设第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线；营销网络建设和市场开发项目已累计投入资金4,672.34万元，项目完工进度为20%，传统市场和周边新市场的网络建设和市场开发工作正在大举进行，并

已初现成效，2010 年公司携手凤凰卫视知名主持人鲁豫推出了新版广告，并在 2010 年 9 月 1 日起登陆央视《新闻联播》后黄金时段，极大地提升了公司的品牌形象和品牌影响力。

3、产品安全质量控制优势

公司高度重视产品的安全、质量，成立了产品安全领导小组，公司董事长任产品安全领导小组组长，总经理任领导小组副组长，各部门经理及质量主管人员任领导小组成员。产品安全领导小组的主要工作职责是：1、在 HACCP 小组组长的领导下实施 HACCP 体系的开发、建立、保持和评审；2、负责对产品安全危害控制措施组合进行有效性确认；3、负责标识和可追溯性系统的建立、实施及改进；4、负责产品安全质量管理体系改进活动的策划和监督实施，并对实施效果进行验证，通过对验证结果分析来评价其适宜性、充分性和有效性，以促进体系的更新；5、对公司产品安全、质量控制情况进行检查，保证每月进行 2 次以上检查，发现问题及时改进。

公司在总经理下设技术部，技术部分设品控中心，全面负责公司日常的安全质量控制，覆盖从原材料进厂到成品出厂的各环节，具体负责质量控制流程、质量监控、监督检查，并负责日常监测数据的信息采集、传递工作，及时分析汇总。

公司具有完善的食品安全、质量管理体系。该体系吸取了国外先进的管理模式，采用 HACCP 管理体系，对原料采购、生产工艺、人员卫生及操作、厂房环境、设施设备和成品的品质管理及贮存运输等环节进行分析，对可能危害产品安全质量的关键环节进行严格控制，保证产品卫生安全质量，同时，建立从原材料进厂、生产过程、成品检验到销售的完整的记录制度，做到质量控制可追溯、质量责任可追究。

公司在全面、严格执行上述产品安全、质量管理体系的同时，还时刻强化公司全体员工的产品安全意识。公司定期组织对产品安全小组成员的培训，同时外聘食品安全领域的专家对员工进行培训，开展知识竞答及比赛等各种活动，提高员工自身的专业技能和素质能力。特别是对于技术人员，公司利用生产淡季时间，组织检验员、品控员进行培训，提高质量意识。公司经常与主要的供应商厂家进行沟通、交流，组织各厂家的质检员进行原材料验收标准的不定期培训，确保公

司的产品安全质量控制制度得以有效执行。

公司及其前身自1997年9月成立以来从未发生过产品安全、质量事故，也未出现过因产品质量、安全引发的重大纠纷。

4、研发工艺技术优势

公司在技术部下设的研发中心，负责产品的研发工作。该近年来，随着公司的快速发展，对产品研发的投入力度逐步加大，该中心配备了一流的检验设施，建立了标准的综合实验室，拥有专业的科研队伍，并不断培训、引进研发人员。该中心是经河北省认定的“企业技术中心”，获河北省食品工业协会颁发的“河北省食品工业协会科学技术奖特等奖”。

公司核桃饮料生产工艺为公司独创的“5.3.28”生产工艺，由“五个关键环节、三项独有技术、二十八道工序”组成。其中，去皮去涩技术、研磨萃取技术及细胞破壁技术为公司掌握的先进的核桃饮料生产技术，这一技术不但减少了原料损耗，提高了原料的利用率，而且在不影响产品风味、色泽、稳定性的前提下，有效解决了植物蛋白饮料沉淀及脂肪上浮等不稳定现象，大大提高了产品的稳定性，确保了产品的品质。

5、产销规模优势

目前，公司是我国核桃饮料产销规模最大的企业，其产销量在整个植物蛋白饮料行业中亦位居前列。截至2010年底，公司已拥有年产16万吨核桃饮品的生产能力。

最近三年，核桃饮料作为植物蛋白饮料的一个细分品类，在经历了较长的市场培育期后已进入了迅速发展的时期，同时，公司经过十多年的市场历练、积累，逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、营销等方面形成了自身的核心竞争力。公司核桃饮料在市场上销售旺盛，供不应求。为了把握市场机遇，最近三年，公司主要依靠自身积累逐年建设新的产能，为公司经营业绩的高速增长奠定了坚实的基础。最近三年，公司主要产品的产销情况如下表：

年度	产品名称	产能 (吨)	产量(吨)			销量 (吨)	产销率	销售收入 (元)
			自产	委托加工	合计			

2010	核桃饮料	160,000	151,087	5,937	157,024	158,940	101.22%	1,065,774,541
	核桃露		125,371	5,579	130,950	132,140	100.91%	922,844,388
	复合核桃饮料		25,716	358	26,074	26,800	102.78%	142,930,153
	核桃食品		2,247	-	2,247	2,149	95.64%	11,436,069
	合计	160,000	153,334	5937	159,271	161,089	101.14%	1,077,210,610
2009	核桃饮料	100,000	85,525	-	85,525	82,236	96.15%	506,186,023
	核桃露		59,396	-	59,396	58,461	93.30%	388,015,689
	复合核桃饮料		26,129	-	26,129	23,774	88.00%	118,170,334
	核桃食品		2,924	-	2,924	2,992	102.33%	15,395,994
	合计	100,000	88,449	-	88,449	85,228	96.36%	521,582,017
2008	核桃饮料	55,000	49,616	-	49,616	49,697	100.16%	270,078,455
	核桃露		30,826	-	30,826	28,870	93.65%	176,326,153
	复合核桃饮料		18,790	-	18,790	20,827	110.84%	93,752,302
	核桃食品		2,753	-	2,753	2,472	89.79%	11,705,088
	合计	55,000	52,369	-	52,369	52,169	99.62%	281,783,543

随着公司本次募集资金拟新建的年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的最后建成投产，公司将形成年产 30 万吨核桃饮料的生产能力，规模优势将更加显著。

公司的产销规模优势可以确保公司较低的采购成本、生产成本，在核桃饮料行业的市场占有率和龙头地位将得到进一步的巩固和提升。

6、营销优势

自 2005 年 12 月 29 日以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工将老白干集团持有的河北养元全部的国有产权收购以来，是公司全面打造自身营销核心竞争力的主要时期。经过近六年的不懈努力，公司已经在品牌树立与市场定位、营销团队建设、营销模式确立、销售网络建设等方面逐步确立了自己的核心竞争优势。

(1) 创设、成功打造“养元”、“六个核桃”品牌

2005 年 11 月 7 日，公司为其产品创设“八个核桃”商标，并向国家商标局申请注册登记；2006 年 1 月 19 日，公司为其产品创设“六个核桃”商标，并向国家商标局申请注册登记。而在此之前，河北养元（公司前身）虽拥有“养元”商标，但缺乏市场影响力，其产品销售曾一度通过与其他厂家的授权协议使用其他厂家的商标。

目前，公司已拥有取得商标注册证的商标 16 个，正在申请注册的商标 15 个。公司与其“养元”、“养元六个核桃”核桃饮料已成为公司销售区域中消费者认知度最高的核桃饮料厂商和品牌之一，正在由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌；2010 年 10 月，“养元”商标取得“中国驰名商标”称号。

(2) “养元”、“六个核桃”品牌有效地借助消费者的心智认知，不断提升品牌定位，有力地拉动了公司的销售

核桃的功效特别是其健脑益智功效已深深根植于国内外广大消费者的心智，且在消费者的心智中，健脑益智功效方面可以与核桃比肩的替代品不多。2006 年以来，“养元”、“六个核桃”核桃饮料的销售之所以能够得以高速发展，除了公司在营销方面的全面推动外，市场消费者对于核桃饮料的这种心智认知是基础。

随着公司对市场的认识趋于深刻，2010 年公司对“养元六个核桃”核桃露的品牌定位进行了重新设计，推出“经常用脑，多喝六个核桃”市场定位，将目标客户对准学生、脑力劳动者等经常用脑群体，进一步强化消费者心智中核桃饮料的健脑益智功效，并引导目标客户日常消费。

2010 年，公司聘请凤凰卫视知名知性主持人鲁豫作为公司的形象代言人，并推出以“经常用脑，多喝六个核桃”为主旨的新版广告。此广告在 2010 年 9 月 1 日起登陆央视《新闻联播》后黄金时段，极大地提升了公司的品牌形象和品牌影响力，有力地拉动了公司的销售。

(3) 职责清晰、高效协作的营销团队

营销机构是公司组织机构中最重要的组成部分之一。公司设销售总部，由总经理直接管理，下设市场部、业务部、督导部和综合办，其职责分别为：市场部负责制订市场开发计划、年度销售战略及促销计划，品牌管理及选择合适的顾问公司开展业务合作；业务部负责市场开发建设，包括分销网络及终端网络建设，稳定市场秩序及价格体系，促销活动执行、实施、开展、落实，市场信息的整理反馈，完善办事处各级人员的管理；督导部负责督促、检查促销政策的落实，动态管理市场，打击、扼制窜货销售行为，负责销售人员的管理；综合办负责销售信息的汇总、整理、销售后台服务。

2010年12月31日，公司员工总数为559人，其中营销人员184人，占员工总数的32.92%。

（4）与经销商和谐共赢、相互尊重的营销模式

公司的主要销售模式为分区域定渠道独家经销模式，即公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商按约定的区域和渠道向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者，同时，该一级经销商不得再经销其他与公司产品相同或相近的产品。

公司销售模式的运行主要包括两方面的内容，一是销售，公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者；二是管理，公司的管理覆盖包括一级经销商、二级经销商和零售终端的整个销售渠道，主要围绕两个核心问题：一是对一级经销商的资格管理，二是制订一系列销售政策，要求经销商严格执行，确保正常的市场秩序，最终使经销商获利。

在要保证经销商赢利方面，公司的管理措施主要有以下几个方面：

A、制定产品价格体系，要求经销商统一执行，以确保一级经销商高于行业平均水平的销售利润，充分调动经销商开拓市场的主动性和积极性。

B、为了防范经销商之间相互竞争，打价格战，在《经销合同》中严格约定经销商的经销区域和品类。一般在一个销售区域只安排一个经销商，严禁经销商在其他经销商区域销售产品（俗称“窜货”）。

C、对销售渠道进行监管。公司在销售市场设置大区管理中心、办事处，在市场一线对一级经销商执行公司销售政策的情况进行日常监督，严厉打击跨区域窜货和低价销售行为，确保市场秩序和确保经销商的销售毛利率。

D、对一级经销商进行人力、物力、智力等方面的扶持和营销引导，帮助其扩大销售规模，提升盈利水平。

E、制订促销政策，降低一级经销商的成本，或协助其扩大销售规模，提高其毛利水平。

公司销售模式的有效运行，使公司与经销商保持和谐共赢、相互尊重的合作关系，一方面有效地调动了经销商经营公司产品的积极性，充分地挖掘市场潜力，提升公司的产品竞争力，另一方面也使公司的销售政策能够在渠道中得到全面贯彻和执行，极大地增强了公司对渠道的掌控力，最终保证公司的持续稳健发展。

(5) 覆盖范围广、渗透力强的销售网络

在公司的分区域定渠道独家经销模式下，公司已建立起包括一级经销商、二级经销商并延伸至零售终端、覆盖范围广、渗透力强的销售网络。首先，从经销商数量上看，截至 2010 年底，公司已有一级经销商约 900 家；其次，从销售网络的广度看，目前，公司销售区域已基本覆盖河北、河南、山东三省，并已进入辽宁、山西、安徽、天津等地，销售区域逐渐扩大；第三，从销售网络的深度看，在对县域市场进行重点开发的基础上，已往上向地级市和核心城市市场、往下向广大乡、村市场渗透。

截至 2010 年末，公司经销商的主要情况如下表：

地区	经销商家数			平均单个经销商销售额（万元，含税）		
	2010 年	2009 年	2008 年	2010 年	2009 年	2008 年
河北	303	243	152	213.50	154.32	153.13
河南	274	191	119	128.11	77.38	41.26
山东	148	132	67	123.97	34.82	36.91
其他	175	25	12	45.27	37.26	53.65
合计	900	591	350	140.07	97.81	89.44

7、管理优势

2005 年 12 月 29 日以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工从老白干集团收购了公司后，公司由老白干集团的全资子公司变更为姚奎章实际控制、包括董事、监事、高级管理人员在内的 58 名公司员工所有的民营企业。此次产权制度改革所带来的员工持股制度及其激励作用极大地激发了公司员工的积极性和公司活力，是最近三年公司业绩高速增长的制度基础。

公司目前的管理层基本都是 1999 年老白干集团承债兼并河北养元时就在公司工作的，对本行业具有深刻的认识，并且在“核桃饮品专家”的企业定位、“诚信、专注、共赢”的经营理念 and “憨厚朴实、激情四射、缔造传奇”的企业精神

方面具有共识，引领公司经过艰苦奋斗和不懈努力，实现跨越式发展。

二、发行人第一大股东、实际控制人简介

公司的第一大股东、实际控制人为姚奎章先生，其持有公司股份 26,083,297 股，占公司总股份的比例为 30.40%，并担任公司董事长。

三、发行人主要财务数据和财务指标

根据经中磊会计师事务所审计的财务报表，公司主要财务数据如下：

（一）资产负债表主要数据

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
资产总计	627,861,910.83	302,951,066.86	102,841,721.42
流动资产	483,915,797.96	220,760,917.79	63,758,015.59
负债合计	404,266,161.36	208,804,363.01	72,032,252.00
流动负债	388,391,146.88	208,174,363.00	71,432,252.00
所有者权益合计	223,595,749.47	94,146,703.85	30,809,469.42

（二）利润表主要数据

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业收入	1,077,461,798.66	525,069,999.78	284,594,921.22
营业利润	211,970,270.27	112,309,166.92	32,120,097.49
利润总额	219,897,087.13	112,958,863.17	32,177,011.29
净利润	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90

（三）现金流量表主要数据

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	263,227,584.12	42,613,576.12	21,249,057.36
投资活动产生的现金流量净额	-54,353,623.75	-49,527,858.77	-21,770,935.15
筹资活动产生的现金流量净额	-51,490,328.05	-2,968,804.38	954,187.18
现金及现金等价物净增额	157,383,632.32	-9,883,087.03	432,309.39

（四）主要财务指标

财务指标	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
流动比率	1.25	1.06	0.89
速动比率	1.02	0.78	0.35
资产负债率	64.39%	68.92%	70.04%
无形资产（扣除土地使用权）占净	0.05%	0	0



资产比例			
财务指标	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率	3,699.60	1,157.60	385.93
存货周转率	10.27	7.74	8.00
加权平均净资产收益率	94.28%	127.00%	120.38%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	90.88%	126.25%	120.21%
息税折旧摊销前利润	228,396,132.27	116,489,383.10	33,989,353.25
利息保障倍数	216.52	533.86	219.09
每股经营活动产生的现金流量净额	3.07	0.53	0.27
每股净现金流量	1.83	-0.12	0.01

四、本次发行情况及募集资金用途

2010 年 2 月 8 日，公司召开 2010 年第一次临时股东大会，会议逐项审议通过了《关于公司首次公开发行股票具体方案的议案》等议案。本次拟公开发行股票 2900 万元人民币普通股，占发行后公司总股份的 25.26%，募集资金拟投资于以下两个项目：

序号	项目名称	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目	28,000.00	28,000.00
2	营销网络建设和市场开发项目	23,300.00	23,300.00
合计	-	51,300.00	51,300.00

如果实际募集资金额小于上述项目拟投入募集资金额，缺口部分由公司通过银行贷款等自筹资金予以解决；如果实际募集资金额大于上述项目拟投入募集资金额，超过部分公司将用于补充流动资金。



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	约2,900万股
占发行后总股本的比例	约25.26%
每股发行价	【 】元
发行市盈率	【 】倍（按发行后总股本计算）
	【 】倍（按发行前总股本计算）
每股净资产	【 】元（发行前每股净资产）
	【 】元（发行后每股净资产）
市净率	【 】倍
发行方式	采用网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象	1、符合资格的询价对象；2、在证券交易所开设A股股票账户的自然人、法人（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
预计募集资金总额	【 】万元
预计募集资金净额	【 】万元
发行费用概算	【 】万元
其中：承销费用	【 】万元
保荐费用	【 】万元
审计费用	【 】万元
律师费用	【 】万元
发行手续费用	【 】万元

二、与本次发行有关的当事人

（一）发行人	河北养元智汇饮品股份有限公司
法定代表人	姚奎章
住所	衡水经济开发区北区新区六路南、滏阳四路以西
联系地址	衡水经济开发区北区新区六路南、滏阳四路以西
电话	0318-2088006
传真	0318-2088025
联系人	李志斌
（二）保荐人（主承销商）	国信证券股份有限公司
法定代表人	何如
住所	深圳市红岭中路1012号国信证券大厦16-26层
联系地址	北京市西城区金融大街兴盛街6号国信证券大厦
电话	010-88003400
传真	010-66211975



保荐代表人	郭晓彬、苏勋智
项目协办人	杨涛
项目组其他成员	刘峰、刘亚飞、宋超
(三) 发行人律师	北京市康达律师事务所
单位负责人	付洋
住所	北京市朝阳区建国门外大街19号国际大厦2301室
联系地址	北京市朝阳区建国门外大街19号国际大厦2301室
电话	010-85262828
传真	010-85262826
经办律师	肖钢、陈蕊
(四) 会计师事务所	中磊会计师事务所有限责任公司
法定代表人	耿殿明
住所	北京市丰台区桥南科学城星火路1号
联系地址	北京市丰台区桥南科学城星火路1号
电话	010-51120372
传真	010-51120377
经办注册会计师	曹忠志、邱淦泳
(五) 股份登记机构	中国登记结算有限责任公司深圳分公司
法定代表人	戴文华
住所	广东省深圳市深南中路1093号中信大厦18楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122
(六) 申请上市证券交易所	深圳证券交易所
负责人	宋丽萍
住所	广东省深圳市深南东路5045号
电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

公司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。

三、与本次发行上市有关的重要日期

询价推介时间	年 月 日至 年 月 日
定价公告刊登日期	年 月 日
网下申购、缴款日期	年 月 日至 年 月 日
网上申购、缴款日期	年 月 日
预计股票上市日期	年 月 日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述风险。下述风险是依据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）产品安全、质量控制风险

公司的产品直接供消费者饮用、食用，产品的安全、质量状况关系到消费者的生命、健康。自 2008 年 9 月爆发“三聚氰胺”事件以来，政府对食品安全、质量的监管日益加强，公众对食品安全、质量问题日益重视。

如果公司在原材料采购、生产、包装、存储等环节的安全、质量控制措施不能满足国家法律、法规以及行业规定的要求或消费者的需求，原材料检验、员工投料、产成品检测等环节操作不规范，以及流通运输不当等，将会导致产品质量不合格，甚至发生食品安全事故，进而导致消费者信誉度下降、公司面临处罚或赔偿等情形发生，最终对公司的生产、经营造成重大不利影响。因此，公司存在安全、质量控制出现失误而带来的产品安全、质量控制风险。

公司具有完善的食品安全、质量管理体系。该体系吸取了国外先进的管理模式，采用 HACCP 管理体系，对原料采购、生产工艺、人员卫生及操作、厂房环境、设施设备和成品的品质管理及贮存运输等环节进行分析，对可能危害产品安全质量的关键环节进行严格控制，保证产品安全质量，同时，建立从原材料进厂、生产过程、成品检验到销售的完整的记录制度，做到质量控制可追溯、质量责任可追究。公司及其前身自 1997 年 9 月成立以来从未发生过产品安全、质量事故。

（二）主要原材料及包装物价格波动的风险

公司主要产品核桃饮料的主要原材料为核桃仁，主要包装物为铁制易拉罐。最近三年，核桃仁的平均价格分别为 29,795.02 元/吨、31,564.44 元/吨、42,705.12 元/吨，其成本占公司营业成本的比例分别为 15.73%、20.72%、26.44%；易拉罐的平均价格分别为 0.6500 元/罐、0.5939 元/罐、0.5873 元/罐，其成本占公司营业成

本的比例分别为 61.29%、55.25%、52.50%。根据公司对核桃饮料销售的测算，在其他条件不变的情况下，2010 年，核桃仁价格每上涨 5%，毛利将减少 2.98%；易拉罐的价格每上涨 5%，毛利将减少 5.92%。因此，公司原材料及包装物的价格波动在较大程度上影响生产成本的波动，进而影响公司的盈利情况。

总体上看，最近三年，公司的综合毛利率分别为 18.06%、28.89%、30.71%，呈现稳定上升态势，显示公司对主要原材料及包装物价格波动的消化能力较强。

（三）主要包装物采购相对集中的风险

公司主要产品核桃饮料的包装物为铁制易拉罐，公司对易拉罐的采购集中于几家长期合作的供应商。最近三年，公司向河北嘉美印铁制罐有限公司（包括衡水嘉美印铁制罐有限公司）及升兴（北京）包装有限公司（包括昇兴（山东）包装有限公司）两家供应商采购金额占当期易拉罐采购总金额的比例分别为 92.37%、92.29%、93.65%。

集中采购易拉罐的主要原因在于，易拉罐生产厂家经营水平参差不齐，为稳定公司的生产供应，降低成本，公司通过与行业内较为知名的厂家开展长期合作的形式以稳定供应，获得采购价格上的优惠。

虽然易拉罐生产厂家较多，采购较为方便，但若因主要供应商不可预见之原因导致公司的供应受到影响，短期内可能会对公司的生产经营产生一定影响，存在对主要包装物采购相对集中的风险。

（四）经营业绩持续大幅增长的風險

最近三年，公司经营业绩保持高速增长态势，营业收入分别为 284,594,921.22、525,069,999.78、1,077,461,798.66，同比分别增长 136.31%、84.50%、105.20%；净利润分别为 24,027,760.90 元、84,629,546.73 元、164,919,045.62 元，同比分别增长 422.49%、252.22%、94.87%。公司经营业绩高速增长的主要原因是公司长期积累的在企业定位、品牌定位、安全质量控制、工艺技术、产能积累、市场营销、企业文化制度等多方面优势综合作用的结果，而这些优势在公司未来的发展中仍将继续保持、巩固并发扬光大，并决定公司的未来发展。

但是，随着植物蛋白饮料市场竞争的不断加剧，以及公司营业收入、净利润

基数的不断增大，公司在能否持续保持经营业绩大幅增长的态势方面存在风险。

二、市场风险

（一）销售市场相对集中及市场开拓风险

公司的营业收入主要来自核桃饮料的销售。最近三年，公司的营业收入分别为 28,459.49 万元、52,507.00 万元、107,746.18 万元，其中，来自河北、河南及山东三个省份的销售占营业收入的比例分别为 93.19%、93.85%、93.72%，而来自河北的销售又占营业收入的比例分别为 71.01%、62.82%、51.32%，显示公司销售市场相对集中，但呈逐步分散趋势。

公司销售市场相对集中的主要原因为，在公司发展的现阶段，为了集中有限资源进行网络建设和市场开发，最大限度发挥前期市场推广投入的效果，提高投入产出效率，公司采取逐个地区市场进行深度拓展的模式。未来三年，公司仍将按照这一模式深入挖掘现有市场的潜力，并根据公司的生产能力和资源能力及时拓展新市场。

现阶段，销售市场的相对集中导致公司对该市场有一定程度的依赖风险；未来，如果公司不能有效开拓新市场，对该市场的依赖风险依然存在，同时还存在销售收入增速放缓的风险。

公司将在保持在现有核桃饮料市场的占有率领先的同时，逐渐加大对新市场的开拓力度，进一步提升公司市场竞争力，继续保持快速增长势头。

（二）市场竞争加剧的风险

核桃饮料因为具有“天然、健康、营养”的特点，已逐渐为越来越多的消费者所偏好和关注，具有广阔的市场空间，因而也吸引了越来越多的厂商进入该行业。目前，承德露露、汇源等知名品牌均已进入核桃饮料行业或有意进入该行业，公司面临市场竞争加剧的风险。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一。经过十多年的市场历练、积累，公司已逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、生产能力、营销等方面形成了自身的核心竞争力。这些竞争优势使得公司能够在快速发展的市场中继续保持领先

地位。

同时，公司本次募集资金将全部运用于从全方位、全流程提升公司主营业务的竞争力，具体投资于“年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”，以及“营销网络建设和市场开发项目”。项目建成投产、实施后，公司的产品研发能力将进一步提高，核桃饮料生产能力将由项目建设前的 10 万吨增长至 30 万吨，产品结构中将增加 PE 瓶包装的核桃饮料，适合目标消费者日常饮用，使产品品种与产品定位更加切合，生产设备与工艺技术的先进性将进一步提高，产品质检水平将会获得更大提升，公司的根据地市场河北、河南、山东三省将得到深度挖潜，周边天津、辽宁、山西、安徽四省市的市场份额将强势扩大，最终将显著提高公司的市场占有率和行业地位，提升公司核心价值。

（三）消费偏好变化的风险

公司所处的植物蛋白饮料行业因其产品具有“天然、营养、健康”的特点，已逐渐为越来越多的消费者所偏好和关注。经过多年的市场培育和市场推广，核桃饮料日益成为主流饮料品类，公司的主导产品“养元六个核桃”核桃露已经成为核桃饮料的代表性品牌之一，推动最近几年公司销售规模的快速增长。

上述业已形成的消费偏好是行业及公司维持高速增长态势的重要市场基础。但消费偏好的形成和演变受文化因素、经济因素、社会因素及品牌竞争等多种因素的影响，具有一定的不确定性，公司面临消费者偏好变化的风险。

公司将继续跟踪市场消费趋势，及时推出适应市场变化的产品，满足消费者的需求，保证公司销售规模的持续快速增长。

（四）季节性销售风险

公司的销售具有明显的季节性特征。节日期间，特别是在我国传统节日中秋节、春节等节日期间，居民探亲访友、亲朋外出就餐、家庭聚餐等活动频繁，消费集中释放，饮料消费会出现高峰。因此，饮料生产企业的销售量会在节日前明显增加，形成节日前逐渐升温、节日后迅速回落的节日效应，从月份上看，一般一年中的 7 月、8 月、9 月为中秋节销售旺季，12 月、1 月、2 月为春节销售旺季，其他 6 个月为销售淡季，反映在季度上，第一季度（包含春节、元宵节）和第三

季度（包含中秋节）的销售会显著大于另外两个季度。最近三年，公司每年一、三季度销售收入占全年销售收入的比重分别为 61.20%、65.37%、58.13%。

在销售旺季，如果遭遇恶劣天气，交通受阻，公司的销售可能会因为产品配送能力不足及消费者减少消费活动而受到较大影响。

公司的产品适合不同人群消费，公司将有针对性地采取增加产品种类、加强市场培育力度等措施，提高人们对公司产品的日常消费水平，以降低上述不利影响程度。

三、主导产品“养元六个核桃”核桃露所使用的商标“六个核桃”如果最终不能获准注册可能导致的风险

公司的主要产品核桃饮料包括核桃露、核桃杏仁露、核桃花生露三大品种、六个系列，其中，公司在香浓、香纯、精品型核桃露、木糖醇型核桃露、加强型核桃露三个系列上同时使用“养元”、“六个核桃”商标（统称为“养元六个核桃”核桃露），其他产品均只标识“养元”商标。

最近三年，公司“养元六个核桃”核桃露分别实现销售收入170,032,427.74元、376,422,268.91元、913,606,579.66元，在公司营业收入中的占比分别为59.74%、71.69%、84.79%；分别实现毛利30,978,255.02元、108,039,347.69元、272,965,387.52元，在公司毛利中的占比分别为60.28%、71.23%、82.50%。

目前，公司“养元”商标已取得商标注册证，三个“六个核桃”的商标注册申请（申请号分别为5127315、6821856、6821859）正在国家工商行政管理总局商标管理评审机关的审核当中，其具体审核进度情况如下：

5127315号“六个核桃”：2009年3月27日，国家商标局对此项商标申请予以初审公告；2009年10月22日，国家商标局发出此商标的《商标异议答辩通知书》（2009异15123DS，附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司对此项商标的《商标异议申请书》）；2009年11月9日，公司向国家商标局递交关于此项商标的《异议答辩理由书》；2010年3月15日，国家商标局作出《“六个核桃”商标异议裁定书》[（2010）商标异字第05169]，认为被异议人提交的使用证据可以证明被异议商标“六个核桃”通过被异议人的广泛宣传和使用已经能够起到区分商品来

源的作用，具有了商标的显著特征，同时，异议人称被异议商标具有夸大宣传并带有欺骗性，易造成消费者混淆误认的理由缺乏事实依据，裁定异议人所提异议理由不成立，对第5127315号“六个核桃”商标予以核准注册；2010年10月26日，国家工商行政管理总局商标评审委员会（以下简称“商标评审委员会”）发出此项商标的《商标异议复审答辩通知书》（PY201017867DS，别附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司对此2项商标的《商标异议复审申请书》）；2010年11月15日，公司向商标评审委员会递交关于此项商标的《商标异议复审答辩理由书》。截至本次招股书签署日，公司尚未收到商标评审委员会对上述两项异议作出的复审裁定。

6821856号“养元六个核桃”：2010年1月27日，国家商标局对此项商标申请予以初审公告；2010年8月12日，国家商标局发出此项商标的《商标异议答辩通知书》（附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司对此项商标的《商标异议申请书》）；2010年9月7日，公司向国家商标局递交关于此项商标的《异议答辩理由书》；2010年9月16日，国家商标局发出此项商标的《商标异议答辩通知书》（附自然人宋继良（370104196811172239）对此项商标的《商标异议申请书》）；2010年10月9日，公司向国家商标局递交关于此项商标的《异议答辩理由书》。截至本次招股书签署日，公司尚未收到国家商标局对上述两项异议作出的裁定。

6821859号“六个核桃”：2010年7月20日，国家商标局对此项商标申请予以初审公告；2011年2月17日，国家商标局发出此项商标的《商标异议答辩通知书》（附山东汇友乳业有限责任公司对此项商标的《商标异议申请书》）；2011年2月25日，公司分别向国家商标局递交关于此项商标的《异议答辩理由书》；2011年3月24日，国家商标局发出此项商标的《商标异议答辩通知书》（附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司对此项商标的《商标异议申请书》）；2011年4月6日，公司向国家商标局递交关于此项商标的《异议答辩理由书》。截至本招股书签署日，公司尚未收到国家商标局对上述两项异议作出的裁定。

根据《中华人民共和国商标法》关于商标注册的审查和核准程序规定，申请注册的商标，凡符合商标法有关规定的，由商标局初步审定，予以公告；对初步审定的商标，自公告之日起三个月内，任何人均可以提出异议，公告期满无异议

的，予以核准注册，发给商标注册证，并予公告；对初步审定、予以公告的商标提出异议的，商标局应当听取异议人和被异议人陈述事实和理由，经调查核实后，做出裁定；当事人对商标局的裁定不服的，可以自收到通知之日起十五日内向商标评审委员会申请复审，由商标评审委员会做出裁定，并书面通知异议人和被异议人；当事人对商标评审委员会的裁定不服的，可以自收到通知之日起三十日内向人民法院起诉。人民法院应当通知商标复审程序的对方当事人作为第三人参加诉讼。

根据上述《中华人民共和国商标法》关于商标注册的审查和核准程序规定，公司三个“六个核桃”商标的注册申请还要经过一系列的法定程序，如果该等商标没能最终获准注册，短期内将会对公司“养元六个核桃”核桃露产品的销售造成一定影响。

公司产品三大品种六个系列中，除了核桃露中的香浓、香纯、精品型、木糖醇型、加强型同时使用“养元”、“六个核桃”商标外，其他产品均只标识“养元”商标；对于“养元六个核桃”，虽然该品牌已经在公司的销售区域形成了显著的品牌效应，但品牌背后最终起决定作用的是公司的产品品质，只要公司的核桃露产品的品质不变，只标识“养元”商标的核桃露同样也会得到消费者的认同；目前，公司“六个核桃”商标的注册申请正在审核当中，但最近三年，公司销售收入大幅增长，2010年突破10亿，其主要原因不仅仅简单地是靠一个“名字”叫响了，而是公司长期积累的在企业定位、产品定位、安全质量控制、工艺技术、营销、企业文化等多方面优势综合作用的结果，而这些优势在公司未来的发展中仍将继续保持、巩固并发扬光大，并决定公司的未来发展。

四、新产品开发不足的风险

对于饮料生产企业来说，若没有不断的产品创新，可能会出现现有消费群体的流逝，也难以进一步吸引新的消费者。公司从成立特别是2006年以来，相继开发了针对不同消费群体的核桃露，包括无糖核桃露、木糖醇核桃露及核桃花生露、核桃杏仁露等核桃饮料，为公司“单品突破、多品巩固”的市场拓展战略提供支持。

在从目前的区域性强势品牌向全国品牌过渡的过程中，若公司不能有效提升

新产品开发能力，不能不断开发出新产品以满足市场不断发展的需要，则存在竞争力下降的风险。

公司将进一步加强新产品开发，以满足巩固现有市场及开拓新市场的需要，本次募集资金拟投资项目将投入 1,380 万元建设新的研发中心，将进一步提高公司新产品开发能力。

五、管理风险

公司已建立起比较完善和有效的法人治理结构，拥有独立健全的研发、采购、生产、销售体系，并已经制定了一系列行之有效的规章制度，且在实际执行中的效果良好。本次发行股票完成后，随着募集资金到位、募集资金投资项目的陆续建成投产和实施，公司的经营规模将会快速扩张，将在资源整合、产品开发、市场开拓等方面对公司的管理层提出更高的要求，增加公司管理与运作的难度。

如果公司管理层的业务素质及管理水平不能适应公司经营规模的迅速扩张，组织模式和管理制度未能随着公司规模扩大而及时调整、完善，将给公司带来较大的管理风险。

公司将通过健全组织机构、调整和充实管理人员、采用国际先进的管理模式和理念、加强对现有管理人员的培训、创造各种有利条件以吸引更多的专业人才、行业顶尖人才参与公司管理等一系列有力措施使得公司管理能力不断提高，以适应公司发展要求。

六、募集资金投资项目的风险

（一）募集资金到位后净资产收益率大幅下降的风险

2010 年度，公司加权平均净资产收益率为 94.28%。本次公开发行股票募集资金到位后，公司的净资产规模将大幅提高。由于募集资金投资项目的建设和实施需要一定时间，在项目建成投产后才能达到预计的收益水平，因此，短期内公司净资产收益率将会有较大幅度的下降，存在净资产收益率大幅下降的风险。

（二）原材料采购风险

公司募集资金投资项目中的年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目

将大幅增加公司核桃饮料产能，新增核桃仁采购量 8,200 吨/年。2007 年、2008 年和 2009 年全国核桃产量分别为 63.00 万吨、82.86 万吨和 97.94 万吨，核桃产量逐年大幅增加，公司的核桃仁采购对全国核桃市场的影响较小。

但是如果核桃仁的市场供应减少或者价格上涨，可能导致公司生产不能顺利进行及生产成本的上涨。

为稳定核桃仁的供应、应对其价格上涨的风险，公司采取如下风险防范措施：和主要核桃仁供应商建立深度合作，并不断增加新的优秀供应商，保障核桃仁的供应；及时掌握各地市场行情，根据各地核桃仁的品质、价格情况调整进货；根据国际核桃仁价格情况，增加进口核桃仁的使用，以稳定供应并降低成本。

（三）固定资产折旧上升及期间费用增加的风险

本次募集资金主要用于年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目、营销网络建设和市场开发项目，前一项目投产后，预计公司每年将增加固定资产折旧 2,016.06 万元，后一项目开始实施后三年，预计公司每年将增加期间费用分别为 3,932 万元、9,316 万元、6,892 万元，如果公司项目无法取得合理效益，则存在净利润因募集资金投资项目实施而下滑的风险。

针对这些风险，公司将加强对募集资金投资项目的管理，使募集资金投资项目尽早产生效益，努力化解净利润下降的风险。

（四）市场拓展风险

公司募集资金投资项目有两个，即年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目和营销网络建设和市场开发项目。年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目于2009年12月开始建设，拟建设20万吨植物蛋白饮料生产能力，具体包括年产12万易拉罐植物蛋白饮料生产能力和年产8万吨PE瓶植物蛋白饮料生产能力。截至2010年底，公司已完成部分生产车间和生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力6万吨。营销网络建设和市场开发项目主要是为了消化年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的新增产能而同步配套建设的。

营销网络建设和市场开发项目经过公司审慎的可行性研究，根据公司最近三年的发展战略，制定了深度挖掘现有三个传统市场河北、河南、山东，并拓展天



津、辽宁、山西、安徽四个新市场的详细计划，并制定了品牌提升、扩充商超渠道、“三下乡”挖潜和“管理机构在市场”组织结构调整四项具体策略。2013年及以后，坚持“立足华北，拓展华东、覆盖全国”策略，将销售区域拓展到江苏、浙江、湖北、湖南等省份，有计划、有步骤地拓展公司产品的市场区域。

尽管该项目已经严密分析论证，具有广阔的市场前景，且公司品牌知名度高、营销能力强、经销商认知度高，为公司产品的销售提供了有力的保证，但若市场本身发生改变，竞争对手加大促销力度，公司可能面临不能及时消化新增产能的风险。针对募集资金投资项目产品的市场拓展风险，公司大力加强营销网络建设及市场开发工作，扩大产品在市场上的知名度，拓展新市场，稳步巩固旧市场，加强营销管理，迅速提高公司产品的市场占有率，以达到消化新增产能的目的。



第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：河北养元智汇饮品股份有限公司

英文名称：Hebei Yangyuanzhihui Beverage Co., Ltd.

注册资本：8,580万元

法定代表人：姚奎章

成立日期：1997年9月24日

住所：衡水经济开发区北区新区六路南、滏阳四路以西

邮政编码：053000

电话：0318-2088006

传真：0318-2088025

互联网网址：<http://www.hbyangyuan.com>

电子信箱：yangyuan_bgs@163.com

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司是由河北养元保健饮品有限公司整体变更而来，而河北养元保健饮品有限公司的前身是成立于1997年9月24日的河北元源保健饮品有限公司。公司及其前身自河北元源保健饮品有限公司1997年9月24日成立之日起的历史沿革详见本招股书本节之“三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况”。

河北养元保健饮品有限公司整体变更为股份有限公司的过程如下：

中磊会计师事务所有限责任公司接受公司委托，对公司2008年12月31日、2009年9月30日的资产负债表，2008年度、2009年1-9月的利润表、股东权益变动表、现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并于2009年10月16日出

具《审计报告》[中磊审字（2009）第 10019 号]。经审计，2009 年 9 月 30 日，公司净资产合计 84,490,640.99 元。

2009 年 11 月 15 日，公司召开 2009 年临时股东会，会议审议通过河北养元保健饮品有限公司整体变更为股份有限公司，将公司 2009 年 9 月 30 日经审计的净资产 84,490,640.99 元中的 80,000,000.00 元折为股份有限公司的总股本 80,000,000.00 元（每股面值 1 元），超过总股本的部分 4,490,640.99 元计入股份有限公司的资本公积。

2009 年 11 月 15 日，中磊会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（中磊验字[2009]第 10007 号），对公司整体变更为股份有限公司导致公司注册资本及实收资本增加的事宜进行了验证，验证结论为：“经我们审验，截至 2009 年 11 月 15 日止，贵公司已收到上述股东投入的股本人民币 80,000,000.00 元。”

2009 年 12 月 2 日，衡水市工商行政管理局为公司颁发《企业法人营业执照》（注册号：131100000006414）。据其记载，公司整体变更后的基本情况如下：

名称：河北养元智汇饮品股份有限公司

注册资本：8,000 万元

实收资本：8,000 万元

公司类型：股份有限公司（非上市）

（二）整体变更为股份有限公司时的股东

公司整体变更为股份有限公司时，股东均为自然人股东，总人数为 49 人，各股东持股情况如下表。

公司股东中，持有 5%以上股份的主要股东为姚奎章、范召林和李红兵 3 人，其中，姚奎章持有 24,608,297 股，持股比例为 30.76%，并担任公司董事长，为公司第一大股东及实际控制人；范召林持有 11,454,951 股，持股比例为 14.32%，并担任公司董事、总经理；李红兵持有 11,454,951 股，持股比例为 14.32%，并担任公司副董事长。

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）



1	姚奎章	24,608,297	30.76
2	范召林	11,454,951	14.32
3	李红兵	11,454,951	14.32
4	高森林	3,437,861	4.30
5	李志斌	2,291,907	2.86
6	邢淑兰	2,291,907	2.86
7	邓立峰	2,291,907	2.86
8	李营威	2,291,907	2.86
9	润艳英	2,291,907	2.86
10	支建章	2,291,907	2.86
11	赵庆勋	2,291,907	2.86
12	朱占波	2,291,907	2.86
13	刘景兰	1,833,526	2.29
14	黄新宽	1,145,954	1.43
15	任重民	1,145,954	1.43
16	马永利	572,977	0.72
17	宋庆普	572,977	0.72
18	张新措	572,977	0.72
19	孙天玉	458,381	0.57
20	崔继森	343,786	0.43
21	张洪斌	323,159	0.40
22	张永会	320,867	0.40
23	时晓红	229,191	0.29
24	啜文青	229,191	0.29
25	布建玲	229,191	0.29
26	李春花	229,191	0.29
27	刘红娟	229,191	0.29
28	张雪莲	229,191	0.29
29	王书强	229,191	0.29
30	刘 赛	228,686	0.29
31	王怀新	210,855	0.26
32	王德攀	190,572	0.24
33	谢 浩	133,389	0.17
34	张秀省	114,595	0.14
35	王立军	91,676	0.11
36	夏同发	91,676	0.11
37	刘 婷	91,676	0.11
38	王红卫	76,229	0.10
39	耿雅环	68,757	0.09
40	李 娜	68,757	0.09
41	杨通刚	68,757	0.09
42	齐学娟	68,757	0.09
43	石丽梅	68,757	0.09



44	张 峰	68,757	0.09
45	徐海舰	45,838	0.06
46	王建华	45,838	0.06
47	张仕泽	34,379	0.04
48	杜藏暖	22,919	0.03
49	周建云	22,919	0.03
合计		80,000,000	100.00

（三）在变更为股份有限公司之前，主要股东拥有的主要资产和实际从事的主要业务

变更为股份有限公司之前，公司主要股东为姚奎章、范召林和李红兵3人。3人拥有的主要资产为持有的公司股权，实际从事的主要业务为与其在公司任职相对应的业务。

（四）在变更为股份有限公司时，公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司是由河北养元保健饮品有限公司整体变更而来，公司形式的该种变更未对公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务产生影响。

首先，公司整体变更为股份有限公司时，承继了变更前的全部资产，主要包括货币资金、预付账款和存货等流动资产，以及固定资产等非流动资产。

其次，公司整体变更为股份有限公司时，沿袭了变更前的全部业务，即以核桃为主要原料的植物蛋白饮料、食品的研发、生产和销售。

（五）在变更为股份有限公司之后，主要股东拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司由河北养元保健饮品有限公司整体变更时，以经中磊会计师事务所有限责任公司审计的2009年9月30日所有者权益（净资产）84,490,640.99元中的80,000,000.00元折为股份有限公司的总股本80,000,000.00元（每股面值为1元），超过总股本的部分4,490,640.99元计入股份有限公司的资本公积。

除上述折股事项外，包括主要股东姚奎章、范召林和李红兵在内的公司所有股东均未对公司进行任何形式的资产投入，因此，在公司变更为股份有限公司之后，主要股东拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未因公司形式的变更而发

生变化。

（六）在变更为股份有限公司前、后，公司的业务流程及其间的联系

由于公司整体变更为股份有限公司时，沿袭了变更前的全部业务，因此，公司变更前后的业务流程不变。公司的业务流程详见本招股书“第六节业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”

（七）变更为股份有限公司以来，公司在生产经营方面与主要股东的关联关系及演变情况

2009年12月2日公司变更为股份有限公司以来，主要股东姚奎章、范召林和李红兵与公司的关联关系体现在持有公司股份和在公司任职两方面，具体情况为：姚奎章为公司第一大股东及实际控制人，并担任公司董事长；范召林为公司主要投资者个人，并担任公司董事、总经理；李红兵为公司主要投资者个人，并担任公司副董事长。

除上述关联关系外，姚奎章、范召林和李红兵与公司无其他关联关系。

（八）主要股东出资资产的产权变更手续办理情况

公司由河北养元保健饮品有限公司整体变更时，以经中磊会计师事务所有限责任公司审计的2009年9月30日所有者权益（净资产）84,490,640.99元中的80,000,000.00元折为股份有限公司的总股本80,000,000.00元（每股面值为1元），超过总股本的部分4,490,640.99元计入股份有限公司的资本公积。

除上述折股事项外，包括主要股东姚奎章、范召林和李红兵在内的公司所有股东均未对公司进行任何形式的资产投入，因此，公司不涉及主要股东出资资产的产权变更问题。

（九）公司独立性情况

公司的股东全部为自然人。公司的第一大股东和实际控制人为姚奎章，其持有公司股份26,083,297股，持股比例为30.40%。除此之外，姚奎章未控制任何其他企业。公司在业务、资产、人员、财务、机构等方面是完全独立的，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。



1、资产完整情况

公司的资产是完整的。公司具有独立的供应、生产和销售系统，具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权。

2、人员独立情况

公司的人员是独立的。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员没有在实际控制人处担任任何职务，没有在实际控制人处领薪；公司的财务人员没有在实际控制人处兼职。

3、财务独立情况

公司的财务是独立的。公司具有独立的财务核算体系，独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度；公司没有与实际控制人共用银行账户。

4、机构独立情况

公司的机构是独立的。公司具有健全的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与实际控制人间没有机构混同的情形。

5、业务独立情况

公司的主营业务是以核桃为主要原料的植物蛋白饮料、罐头食品的研发、生产和销售，独立于实际控制人，与实际控制人没有同业竞争或者显失公平的关联交易。

三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况

公司是由河北养元保健饮品有限公司整体变更而来，而河北养元保健饮品有限公司的前身是成立于1997年9月24日的河北元源保健饮品有限公司。

公司及其前身自1997年9月24日河北元源保健饮品有限公司成立之日起至今的历史沿革，经历了二次控股股东或实际控制人的变更，根据其控股股东或实际控制人的具体情况，可以分为三个阶段：第一阶段（1997年9月24日至1999年1月24日）为衡水电力实业总公司控股阶段；第二阶段（1999年1月25日至2005年12

月28日)为河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司控股阶段;第三阶段(2005年12月29日至今)为姚奎章实际控制阶段。

上述三个阶段中,公司及其前身股本的形成及其变化情况如下所述。其间,公司及其前身未发生过重大资产重组情况。

(一) 姚奎章实际控制阶段(2005年12月29日至今)的股本变化情况

1、2005年12月29日,河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司将持有的河北养元保健饮品有限公司全部的国有产权(100万元国有资本金对应的所有者权益)依法转让给以姚奎章为主要成员的58名公司员工,公司注册资本100万元保持不变

(1) 国有产权转让的大背景

此次国有产权转让是在河北省人民政府、衡水市人民政府认真贯彻执行党中央、国务院关于进一步加快推进国有企业改革的决策和布署的背景下展开的。

2002年11月8日,《中国共产党第十六次全国代表大会报告》提出“继续调整国有经济的布局 and 结构”,“进一步放开搞活国有中小企业”的要求,推动了全国国有企业改革工作进入新的阶段。

2003年7月10日,中共河北省委、河北省人民政府联合下发《关于加快推进国有企业改革的指导意见》(冀发[2003]15号),指出河北省“国有经济布局 and 结构不尽合理,国有经济比重高于全国平均水平16个百分点,71%的国有资产还配置在一般竞争性领域”,要求“加快国有资本从一般竞争性领域退出,大幅度降低国有资产比重”,对河北省国有企业改革工作提出了具体要求。

2003年8月11日,中共衡水市委、衡水市人民政府联合下发《关于进一步加快全市企业产权制度改革的实施意见》(衡发[2003]12号),提出总体要求:“依照十六大会议精神,全市工业、商贸、流通、建筑、交通等系统的国有、集体企业包括企业化管理的事业单位,原则上全部进行产权制度改革。通过改革实现产权主体多元化、股权社会化。要用退出的国有集体资本,置换职工身份,安置离退休职工,处理原企业负债,使改制后企业真正建立起新的经营机制和现代企业制度。”坚持“对于一般中小企业的国有资本实行全部退出”。



2003年11月30日,《国务院办公厅转发国务院国有资产监督管理委员会关于规范国有企业改制工作意见的通知》(国办发[2003]96号)要求“国有企业改制要坚持国有经济控制重要行业和关键领域,提高国有经济的控制力、影响力和带动力。在其他行业和领域,国有企业通过重组改制、结构调整、深化改革、转换机制,在市场竞争中实现优胜劣汰。”并对国有产权转让工作提出了具体的指导意见。

(2) 国有产权转让之前河北养元的基本情况和转让原因

国有产权转让之前,河北养元的基本情况如下:

名称:河北养元保健饮品有限公司

住所:衡水市高新技术开发区

法定代表人:甄小平

注册资本:100万元整

企业类型:有限责任(国有独资)

股东结构:河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司持有资本100万元

河北养元为老白干集团的全资子公司,在规模上属于中小型国有企业,其主营业务为核桃饮料的生产和销售,在老白干集团总体的业务体系中属于辅业,且自1999年1月25日控股以来,经营状况不佳,效益低下,故老白干集团决定将其列入市直系统改制试点企业,将持有的其全部国有股权转让给其管理层和职工。

(3) 国有产权转让依法履行的程序

在上述背景下,2005年12月29日,根据国务院办公厅《转发国务院国有资产监督管理委员会关于规范国有企业改制工作意见的通知》(国办发[2003]96号)、《企业国有产权转让管理暂行办法》(国务院国有资产监督管理委员会、财政部令第3号)、《企业国有产权向管理层转让暂行规定》(国资发产权[2005]78号)等法律法规,老白干集团将持有的河北养元全部国有产权转让给以姚奎章为主要成员的58名公司员工。此次国有产权转让操作规范,依法履行了如下程序:

1) 内部决策

2004年9月1日，老白干集团召开董事会，会议审议通过了《河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司董事会关于加快企业产权制度改革的决议》，决定根据衡水市人民政府的统一安排，将河北养元保健饮品有限公司列入市直系统改制试点企业。

2004年9月24日，河北养元召开全体职工大会，会议审议通过了《河北养元保健饮品有限公司改制规划方案》。该方案包括四部分内容：1、产权改革：决定河北养元国有股全部退出，按照法定程序和衡水市有关文件精神，由管理层和职工一次性买断；2、职工安置；3、债权债务处置；4、土地处置。

2) 衡水市企业改制领导小组原则批准国有产权转让方案

2004年9月24日，老白干集团向衡水市国有资产监督管理委员会上报《衡水老白干酿酒（集团）有限公司关于河北养元保健饮品有限公司改制的申请》。

2004年9月30日，衡水市国有资产监督管理委员会向衡水市企业改制领导小组上报《关于衡水老白干酿酒（集团）有限公司子公司“衡水长虹包装装潢有限公司”、“河北养元保健饮品有限公司”、“衡水兴亚畜牧养殖有限公司”改制的申请》（衡国资办[2004]65号），说明河北养元“改制方案已经职工大会或职代会表决通过，并经市国资委认真研究同意，现提出改制申请”。

2004年10月21日，衡水市企业改制领导小组以《衡水市企业改制领导小组关于市国资委<关于河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司子公司衡水长虹包装装潢有限公司、河北养元保健饮品有限公司、衡水兴亚畜牧养殖有限公司改制的申请>批复》（衡企改函[2004]9号），原则同意河北养元改制规划方案。

3) 清产核资和审计

2004年12月17日至2004年12月30日，河北养元根据衡水市国有资产监督管理委员会的工作安排，以2004年9月30日为清查基准日，对账面资产、负债和所有者权益项目进行了清产核资，包括资产总额11,807,726.52元，负债总额8,148,957.71元，所有者权益3,658,768.81元。经清查，共清理出资产损失总额（盈亏相抵后）1,709,882.54元。

深州天成会计师事务所有限责任公司接受衡水市人民政府国有资产监督管

理委员会的委托，对清查基准日2004年9月30日的清产核资结果及相关资料进行了专项审计，并于2004年12月30日出具《关于河北养元保健饮品有限公司清产核资的专项审计报告》（深天专审字[2004]第3号）。经审计，符合清产核资申报条件的资产损失共计1,374,430.19元。

2005年5月18日，衡水市国有资产监督管理委员会以《关于河北养元保健饮品有限公司清产核资资金核实的批复》（衡国资办[2005]26号），批准河北养元确认并核销资产净损失1,095,542.43元，并据此调整有关账务。河北养元的所有者权益应经核减为2,563,226.38元。

2005年6月6日至2005年7月31日，衡水市审计局对河北养元保健饮品有限公司法定代表人甄小平2003年1月1日至2004年12月31日任河北养元董事长期间的经济责任进行了审计，并于2005年8月7日出具《审计报告》（2005第32号）。

4) 资产评估

A、土地评估

2005年5月11日—2005年9月14日，衡水信达房地产评估咨询有限公司接受衡水市国有资产监督管理委员会的委托，以2004年9月30日为估价基准日，对河北养元使用的23,599.9平方米划拨国有土地使用权进行评估，并于2005年9月14日出具《土地估价报告》（衡信达[2005]（估）字第0902号）。经评估，该宗地使用权总价为5,132,978.25元。

2005年9月15日，河北养元向衡水市国土资源局提交《河北养元保健饮品有限公司改制土地处置方案》，申请将公司使用的23,599.9平方米划拨国有土地使用权列入改制范围，以出让方式进行处置。

2005年9月16日，衡水市国土资源局以《关于河北养元保健饮品有限公司土地资产处置方案的意见》批复：“23,599.9平方米原划拨工业用地，按工业用途评估单价为每平方米217.5元，总额为513.3万元，根据衡政函[2005]74号批复及现行地价标准审核，价格合理，同意上报改制领导小组审核、市政府审批，并按工业用途以土地出让方进行处置”。

B、资产评估

2005年5月30日—2005年9月12日，衡水方圆会计师事务所有限责任公司接受衡水市国有资产监督管理委员会的委托，以2004年9月30日为评估基准日，对河北养元的资产进行了评估，并于2005年9月12日出具《河北养元保健饮品有限公司资产评估报告书》[衡方评报字（2005）第041号]。资产评估结果汇总如下：

单位：元

项目	账面价值	调整后 账面价值	评估价值 (含土地使用权)	增减值	增值率
资产总计	11,807,726.52	13,911,112.33	15,398,382.58	-3,645,708.00	-19.14%
负债合计	8,148,957.71	11,347,885.95	11,408,459.72	60,573.77	0.53%
净资产合计	3,658,768.81	2,563,226.38	3,989,922.86	-3,706,281.77	-48.16%

资产减值的主要原因为房屋建筑物和机器设备使用年限长，陈旧损坏，工艺落后，重置价值低于账面价值。

2005年10月10日，衡水市国有资产监督管理委员会出具《关于对河北养元保健饮品有限公司资产评估结果予以核准的函》（衡国资办[2005]108号）对上述评估结果予以核准。

2005年10月26日，衡水市国有资产监督管理委员会出具《国有资产评估项目备案表》（编号：05002）对上述评估结果予以备案。

5) 挂牌公开征集受让方

2005年9月25日，老白干集团向衡水市产权交易中心提出申请，拟挂牌公开转让其持有的河北养元100%的国有产权。

2005年9月28日至2005年10月31日，衡水市产权交易中心在《河北经济日报》、《衡水日报》、河北产权交易网站、衡水产权交易网站上公开披露了河北养元国有产权转让信息，面向社会广泛征集受让方。公告期满20个工作日。在公告期内，只有姚奎章报名，经公开征集只产生一个受让方。

6) 清产核资、资产评估后续期间审计

2005年10月20日至2005年10月28日，鉴于评估基准日至招标结束日之间间隔较长，河北天成会计师事务所接受衡水市国有资产监督管理委员会的委托，对河北养元2005年9月30日的资产、负债、所有者权益情况以及2004年10月1日至2005

年9月30日的损益情况进行了专项审计，并于2005年10月28日出具《河北天成会计师事务所关于河北养元保健饮品有限公司清产核资后续期间专项审计报告》[冀天专审字（2005）第2号]。经审计，河北养元增加纳税义务746,856.08元，评估基准日2004年9月30日之后公司亏损146,500.86元，导致净资产相对于评估基准日减少893,356.94元。

7) 衡水市人民政府批准国有产权全部转让方案

2005年11月9日，衡水市人民政府向衡水市国有资产监督管理委员会下发《衡水市人民政府关于<河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司子公司河北养元保健饮品有限公司、衡水长虹包装装潢有限公司、衡水平安医院资产处置方案>的批复》（衡政函[2005]91号），同意河北养元资产处置方案、土地处置方案和国有产权全部退出方案。

8) 衡水市国资委批准转让方式和受让方

2005年11月22日，衡水市国有资产监督管理委员会向老白干集团下发《关于对河北养元保健饮品有限公司国有产权转让和姚奎章同志受让河北养元保健饮品有限公司国有产权资格审查报告的批复》（衡国资办[2005]92号），同意采取协议转让方式对河北养元的国有产权进行转让，同意姚奎章作为国有产权意向受让方的资格审查报告。

9) 衡水市国资委确定转让价格

2005年12月6日，衡水市国有资产监督管理委员会向老白干集团下发《关于河北养元保健饮品有限公司国有产权转让价格的确认意见》（衡国资办[2005]96号），确认经清产核资、资产评估后续期间审计，河北养元净资产减少89.5万元，并以资产评估和后续期间审计结果为依据，将河北养元国有产权转让价格确定为309.49万元。

10) 签署国有产权转让合同

2005年12月7日，老白干集团与以姚奎章为代表的河北养元受让员工签署《产权转让合同》（编号：05003），约定老白干集团以协议转让方式将持有的河北养元全部国有产权转让给以姚奎章为代表的河北养元受让员工，转让价格为309.49

万元。

2005年12月18日，衡水市产权交易中心出具了《河北养元保健饮品有限公司国有产权转让成交确认书》（衡产交[2005]3号），对河北养元国有产权转让过程予以确认。

11) 受让方支付受让价款

姚奎章等58名公司员工的受让价款先在公司归集后，2005年12月29日，由公司将全部股权转让款309.49万元以支票转账的方式支付给老白干集团。同日，老白干集团签发了认股款收据。

受让方姚奎章等58名河北养元员工的受让价款均来源于其个人合法资金。

（4）国有产权转让之后的公司实收资本结构

2005年12月29日河北养元国有产权转让完成后，由于实际股东人数58名已超过《公司法》关于有限责任公司股东人数的规定，为了使公司章程能在衡水市工商局依法备案，38名股东与另外5名股东之间确立了出资委托代持关系，最终58名实际股东在公司章程中体现为20位股东。具体而言，上述国有产权转让完成后，公司实收资本结构（包括代持关系）如下表：

名义股东		实际股东		名义出资		实际出资	
序号	名称	序号	名称	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
1	姚奎章	1	姚奎章	300,068	30.01	300,068	30.01
2	李红兵	2	李红兵	140,036	14.00	140,036	14.00
3	范召林	3	范召林	140,036	14.00	140,036	14.00
4	高森林	4	高森林	42,973	4.30	42,973	4.30
5	李志斌	5	李志斌	28,649	2.86	28,649	2.86
6	邢淑兰	6	邢淑兰	28,649	2.86	28,649	2.86
7	邓立峰	7	邓立峰	28,649	2.86	28,649	2.86
8	李营威	8	李营威	28,649	2.86	28,649	2.86
9	润艳英	9	润艳英	28,649	2.86	28,649	2.86
10	支建章	10	支建章	28,649	2.86	28,649	2.86
11	赵庆勋	11	赵庆勋	28,649	2.86	28,649	2.86
12	朱占波	12	朱占波	28,649	2.86	28,649	2.86



13	马永利	13	马永利	27,216	2.72	7,162	0.72
		14	张雪莲	0	0	2,865	0.29
		15	孙天玉	0	0	5,730	0.57
		16	刘红娟	0	0	2,865	0.29
		17	布建玲	0	0	2,865	0.29
		18	王立军	0	0	2,865	0.29
		19	李春花	0	0	2,865	0.29
14	刘景兰	20	刘景兰	22,919	2.29	22,919	2.29
15	宋庆普	21	宋庆普	22,517	2.25	7,162	0.72
		22	牛志旺	0	0	3,335	0.33
		23	刘 赛	0	0	2,859	0.29
		24	崔继森	0	0	5,730	0.57
		25	韩 旭	0	0	573	0.06
		26	王连龙	0	0	476	0.05
		27	王德攀	0	0	2,382	0.24
16	张新措	28	张新措	18,049	1.80	7,162	0.72
		29	刘 婷	0	0	1,146	0.11
		30	王金长	0	0	859	0.09
		31	张通水	0	0	573	0.06
		32	王书强	0	0	2,865	0.29
		33	齐学娟	0	0	859	0.09
		34	夏君霞	0	0	859	0.09
		35	王香红	0	0	859	0.09
		36	石丽梅	0	0	859	0.09
		37	李玉胜	0	0	1,146	0.11
		38	张 峰	0	0	859	0.09
17	李娜	39	李 娜	17,374	1.74	859	0.09
		40	啜文青	0	0	2,865	0.29
		41	时晓红	0	0	3,724	0.37
		42	王红卫	0	0	953	0.10
		43	张永会	0	0	4,011	0.40
		44	耿雅环	0	0	859	0.09
		45	徐海舰	0	0	573	0.06
		46	张仕泽	0	0	430	0.04

		47	谢 浩	0	0	1,667	0.17
		48	周建云	0	0	286	0.03
		49	杨通刚	0	0	859	0.09
		50	杜藏暖	0	0	286	0.03
18	任重民	51	任重民	14,324	1.43	14,324	1.43
19	黄新宽	52	黄新宽	14,324	1.43	14,324	1.43
20	夏同发	53	夏同发	10,973	1.10	1,146	0.11
		54	王怀新	0	0	2,636	0.26
		55	张洪斌	0	0	4,039	0.40
		56	李 宝	0	0	1,432	0.14
		57	王建华	0	0	1,146	0.11
		58	刘凤勇	0	0	573	0.06
合计	-	-	-	1,000,000	100.00	1,000,000	100.00

(5) 河北省政府关于 2005 年 12 月 29 日老白干集团将持有的河北养元国有产权全部转让给以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工的相关情况的确认意见

2010 年 10 月 27 日，河北省人民政府办公厅向中国证监会致函《河北省人民政府办公厅关于对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况进行确认的函》（冀政办函[2010]51 号），明确说明：“省政府同意衡水市人民政府对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况的确认意见”。

2010 年 9 月 27 日，衡水市人民政府向河北省人民政府上报《衡水市人民政府关于对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况予以确认的请示》（衡政[2010]71 号），确认河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程属实，并就河北元源设立的相关情况确认如下：

“六、关于本次国有产权转让的合法有效性。本次国有产权转让是根据国务院办公厅《转发国务院国有资产监督管理委员会关于规范国有企业改制工作意见的通知》（国办发[2003]96 号）、《企业国有产权转让管理暂行办法》（国务院国有资产监督管理委员会、财政部令第 3 号）、《企业国有产权向管理层转让暂行规定》（国资发产权[2005]78 号）等法律法规进行的国有股权转让。此次国有产权转让合法有效，相关职工安置和费用处理合法有效，不存在侵占国有资产的

情形，58 位公司员工作为受让方的资金来源于其个人合法资金。

七、关于国有产权转让完成后代持关系形成的真实性和清理过程的合法有效性。本次国有产权转让完成后，由于实际股东人数 58 名已超过《公司法》关于有限责任公司股东人数的规定，为了使公司章程能在衡水市工商局依法备案，38 名股东与另外 5 名股东之间确立了出资委托代持关系，最终 58 名实际股东在公司章程中体现为 20 位股东。此代持关系的形成是真实的，2009 年 9 月对此代持关系的清理过程是合法有效的。”

2、2006 年 3 月，公司增资 249.05 万元，注册资本变更为 349.05 万元

2006 年 3 月 1 日，公司召开股东会，会议审议通过增资 249.05 万元，将公司注册资本增加至 349.05 万元。

此次增资为全体股东同比例增资，增资价格为每 1 元实收资本 1 元，增资方式为资本公积转增资本与货币出资相结合的方式，其中以资本公积 209.49 万元转增资本 209.49 万元，以货币资金 39.56 万元增资 39.56 万元。

用以转增资本的 209.49 万元资本公积的来源为 2005 年 12 月 29 日国有产权转让时，与转让价格 309.49 万元对应的公司净资产 309.49 万元超过实收资本 100 万元的部分，由河北养元占用的 23,599.9 平方米划拨国有土地使用权在此次国有产权转让时经评估作价以出让方式处置形成；用以增资的 39.56 万元货币资金的来源为公司 58 名股东认购国有产权时，准备的全部资金中支付完转让价款 309.49 万元后剩余的、暂存于公司账户的部分，其均为该等股东个人财产。

2006 年 3 月 14 日，河北天成会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》[冀天事验字（2006）第 13 号]，验证此次增资到位。

2006 年 3 月 17 日，衡水市工商行政管理局为公司颁发新的《企业法人营业执照》（注册号：1311001002595），公司注册资本变更为 349.05 万元。

此次增资完成后，公司实收资本结构变更如下：

名义股东		实际股东		名义出资		实际出资	
序号	名称	序号	名称	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
1	姚奎章	1	姚奎章	1,047,400	30.01	1,047,400	30.01



2	李红兵	2	李红兵	488,800	14.00	488,800	14.00
3	范召林	3	范召林	488,800	14.00	488,800	14.00
4	高森林	4	高森林	150,000	4.30	150,000	4.30
5	李志斌	5	李志斌	100,000	2.86	100,000	2.86
6	邢淑兰	6	邢淑兰	100,000	2.86	100,000	2.86
7	邓立峰	7	邓立峰	100,000	2.86	100,000	2.86
8	李营威	8	李营威	100,000	2.86	100,000	2.86
9	润艳英	9	润艳英	100,000	2.86	100,000	2.86
10	支建章	10	支建章	100,000	2.86	100,000	2.86
11	赵庆勋	11	赵庆勋	100,000	2.86	100,000	2.86
12	朱占波	12	朱占波	100,000	2.86	100,000	2.86
13	马永利	13	马永利	95,000	2.72	25,000	0.72
		14	张雪莲	0	0	10,000	0.29
		15	孙天玉	0	0	20,000	0.57
		16	刘红娟	0	0	10,000	0.29
		17	布建玲	0	0	10,000	0.29
		18	王立军	0	0	10,000	0.29
		19	李春花	0	0	10,000	0.29
14	刘景兰	20	刘景兰	80,000	2.29	80,000	2.29
15	宋庆普	21	宋庆普	78,597	2.25	25,000	0.72
		22	牛志旺	0	0	11,641	0.33
		23	刘 赛	0	0	9,978	0.29
		24	崔继森	0	0	20,000	0.57
		25	韩 旭	0	0	2,000	0.06
		26	王连龙	0	0	1,663	0.05
		27	王德攀	0	0	8,315	0.24
16	张新措	28	张新措	63,000	1.80	25,000	0.72
		29	刘 婷	0	0	4,000	0.11
		30	王金长	0	0	3,000	0.09
		31	张通水	0	0	2,000	0.06
		32	王书强	0	0	10,000	0.29
		33	齐学娟	0	0	3,000	0.09
		34	夏君霞	0	0	3,000	0.09
		35	王香红	0	0	3,000	0.09



		36	石丽梅	0	0	3,000	0.09
		37	李玉胜	0	0	4,000	0.11
		38	张 峰	0	0	3,000	0.09
17	李娜	39	李 娜	60,646	1.74	3,000	0.09
		40	啜文青	0	0	10,000	0.29
		41	时晓红	0	0	13,000	0.37
		42	王红卫	0	0	3,326	0.10
		43	张永会	0	0	14,000	0.40
		44	耿雅环	0	0	3,000	0.09
		45	徐海舰	0	0	2,000	0.06
		46	张仕泽	0	0	1,500	0.04
		47	谢 浩	0	0	5,820	0.17
		48	周建云	0	0	1,000	0.03
		49	杨通刚	0	0	3,000	0.09
		50	杜藏暖	0	0	1,000	0.03
18	任重民	51	任重民	50,000	1.43	50,000	1.43
19	黄新宽	52	黄新宽	50,000	1.43	50,000	1.43
20	夏同发	53	夏同发	38,300	1.10	4,000	0.11
		54	王怀新	0	0	9,200	0.26
		55	张洪斌	0	0	14,100	0.40
		56	李 宝	0	0	5,000	0.14
		57	王建华	0	0	4,000	0.11
		58	刘凤勇	0	0	2,000	0.06
合计	-	-	-	3,490,543	100.00	3,490,543	100.00

此次增资新增募集资金 39.56 万元，全部用于补充公司流动资金。

3、2009 年 9 月，公司股东之间的出资委托代持关系全部消除，股东人数变更为 49 人

2009 年 9 月，公司股东之间的出资委托代持关系全部消除，消除过程如下：

(1) 2009 年 9 月 6 日，9 名被代持人分别与其代持人签订《委托代理转让出资协议》，委托代为转让其所持有的公司全部出资

2009 年 9 月 6 日，夏君霞、王香红、王金长、张通水、李玉胜分别与其代持

人张新措签订《委托代理转让出资协议》，分别委托张新措代为转让其所持有的公司全部出资 3,000 元、3,000 元、3,000 元、2,000 元、4,000 元。

同日，王连龙、牛志旺、韩旭分别与其代持人宋庆普签订《委托代理转让出资协议》，分别委托宋庆普代为转让其所持有的公司全部出资 1,663 元、11,641 元、2,000 元。

同日，刘凤勇与其代持人夏同发签订《委托代理转让出资协议》，委托夏同发代为转让其所持有的公司全部出资 2,000 元。

上述委托代理转让出资关系如下表：

委托人	委托转让 出资额（元）	委托转让 出资比例（%）	受托代持人	受托转让 出资额（元）	受托转让 出资比例（%）
夏君霞	3,000	0.09	张新措	15,000	0.43
王香红	3,000	0.09			
王金长	3,000	0.09			
张通水	2,000	0.06			
李玉胜	4,000	0.11			
王连龙	1,663	0.05	宋庆普	15,304	0.44
牛志旺	11,641	0.33			
韩旭	2,000	0.06			
刘凤勇	2,000	0.06	夏同发	2,000	0.06

上述委托人在其签署的《委托代理转让出资协议》中明确声明：知悉公司正在就向中国证监会申请首次公开发行股票并上市进行相关工作。

（2）2009 年 9 月 8 日，3 名受托代持人分别将其受托转让的出资转让给公司股东姚奎章、范召林、李红兵

2009 年 9 月 8 日，受托代持人张新措与公司股东范召林签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其受托代理转让的出资 11,000 元转让给范召林。

同日，受托代持人张新措与公司股东李红兵签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其受托代理转让的出资 4,000 元转让给李红兵。

同日，受托代持人宋庆普与公司股东姚奎章签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其受托代理转让的出资 15,304 元转让给姚奎章。

同日，受托代持人夏同发与公司股东李红兵签订《出资转让协议》，以每 1

元出资 25 元的价格，将其受托代理转让的出资 2,000 元转让给李红兵。

上述受托转让关系如下表：

受托转让人	受托转让出资额（元）	受托转让出资比例（%）	受让人
张新措	11,000	0.32	范召林
	4,000	0.11	李红兵
宋庆普	15,304	0.44	姚奎章
夏同发	2,000	0.06	李红兵
合计	32,304	0.93	-

上述受托转让价格确定的依据为：参考公司 2009 年 8 月 30 日未经审计的每 1 元出资对应的净资产 25.70 元，由被代持人、受托代持人与受让人协商确定。9 名被代持人已分别出具《确认函》，确认其同意上述受托转让价格，并已收到上述转让价款。

受让人姚奎章、范召林、李红兵三人的出资受让价款均来源于其合法资金。

上述受托转让出资完成后，公司 5 名名义股东代持的出资额减少至 221,239 元，代持出资比例减少至 6.34%，被代持的实际股东减少至 29 名。

（3）2009 年 9 月 9 日，5 名代持人分别与其被代持人签署《出资确认协议》，结束委托代持关系

2009 年 9 月 9 日，马永利分别与其 6 名被代持人张雪莲、孙天玉、刘红娟、布建玲、王立军、李春花签订《出资确认协议》，结束委托代持关系。

同日，宋庆普分别与其 3 名被代持人刘赛、崔继森、王德攀签订《出资确认协议》，结束委托代持关系。

同日，张新措分别与其 5 名被代持人刘婷、齐学娟、王书强、石丽梅、张峰签订《出资确认协议》，结束委托代持关系。

同日，李娜分别与其 11 名被代持人啜文青、时晓红、王红卫、张永会、耿雅环、徐海舰、张仕泽、谢浩、周建云、杨通刚、杜藏暖签订《出资确认协议》，结束委托代持关系。

同日，夏同发分别与其 4 名被代持人王怀新、张洪斌、李宝、王建华签订《出资确认协议》，结束委托代持关系。

上述代持人与其被代持人的出资确认完成后，公司名义股东与实际股东之间的出资委托代持关系全部消除，公司股东变更为 49 名，全部为实际股东。

(4) 2009 年 9 月 9 日，公司 4 名股东向另外 2 名股东转让其部分出资

2009 年 9 月 9 日，王立军与公司股东姚奎章签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其持有的 10,000 元出资中的 6,000 元转让给姚奎章。

同日，崔继森与公司股东姚奎章签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其持有的 20,000 元出资中的 5,000 元转让给姚奎章。

同日，时晓红与公司股东李红兵签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其持有的 13,000 元出资中的 3,000 元转让给李红兵。

同日，王建华与公司股东李红兵签订《出资转让协议》，以每 1 元出资 25 元的价格，将其持有的 4,000 元出资中的 2,000 元转让给李红兵。

上述出资转让关系如下表：

转让人	转让出资额 (元)	转让出资比例 (%)	转让后持有 出资额(元)	转让后持有 出资比例(%)	受让人
王立军	6,000	0.17	4,000	0.11	姚奎章
崔继森	5,000	0.14	15,000	0.43	
时晓红	3,000	0.09	10,000	0.29	李红兵
王建华	2,000	0.06	2,000	0.06	
合计	16,000	0.46	31,000	0.89	-

上述出资转让价格的确定依据为：参考公司 2009 年 8 月 30 日未经审计的每 1 元出资对应的净资产 25.70 元，由转让人与受让人协商确定。

受让人姚奎章、李红兵二人的出资受让价款均来源于其个人合法资金。

(5) 经过上述出资委托代理转让、代理转让、出资确认和实际转让一系列过程，公司的实收资本结构

经过上述出资委托代理转让、代理转让、出资确认和实际转让一系列过程，公司实收资本结构变更如下：

序号	股东名称	出资额(元)	出资比例(%)
1	姚奎章	1,073,704	30.76
2	李红兵	499,800	14.32



3	范召林	499,800	14.32
4	高森林	150,000	4.30
5	李志斌	100,000	2.86
6	邢淑兰	100,000	2.86
7	邓立峰	100,000	2.86
8	李营威	100,000	2.86
9	润艳英	100,000	2.86
10	支建章	100,000	2.86
11	赵庆勋	100,000	2.86
12	朱占波	100,000	2.86
13	刘景兰	80,000	2.29
14	任重民	50,000	1.43
15	黄新宽	50,000	1.43
16	张新措	25,000	0.72
17	马永利	25,000	0.72
18	宋庆普	25,000	0.72
19	孙天玉	20,000	0.57
20	崔继森	15,000	0.43
21	张洪斌	14,100	0.40
22	张永会	14,000	0.40
23	王书强	10,000	0.29
24	张雪莲	10,000	0.29
25	刘红娟	10,000	0.29
26	布建玲	10,000	0.29
27	李春花	10,000	0.29
28	啜文青	10,000	0.29
29	时晓红	10,000	0.29
30	刘 赛	9,978	0.29
31	王怀新	9,200	0.26
32	王德攀	8,315	0.24
33	谢 浩	5,820	0.17
34	张秀省	5,000	0.14
35	刘 婷	4,000	0.11
36	王立军	4,000	0.11
37	夏同发	4,000	0.11
38	王红卫	3,326	0.10
39	齐学娟	3,000	0.09
40	石丽梅	3,000	0.09
41	张 峰	3,000	0.09
42	李 娜	3,000	0.09
43	耿雅环	3,000	0.09
44	杨通刚	3,000	0.09
45	王建华	2,000	0.06



46	徐海舰	2,000	0.06
47	张仕泽	1,500	0.04
48	周建云	1,000	0.03
49	杜藏暖	1,000	0.03
合并		3,490,543	100.00

注：原股东李宝去逝，其母亲张秀省依法继承其所持有的 5,000 元出资。

2009 年 9 月 28 日，公司在衡水市工商行政管理局办理了上述实收资本结构的工商备案登记。

4、2009 年 12 月 2 日，公司整体变更为河北养元智汇饮品股份有限公司，注册资本变更为 8,000 万元

中磊会计师事务所有限责任公司接受公司委托，对公司 2008 年 12 月 31 日、2009 年 9 月 30 日的资产负债表，2008 年度、2009 年 1-9 月的利润表、股东权益变动表、现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并于 2009 年 10 月 16 日出具《审计报告》[中磊审字（2009）第 10019 号]。经审计，2009 年 9 月 30 日，公司净资产合计 84,490,640.99 元。

2009 年 11 月 15 日，公司召开 2009 年临时股东会，会议审议通过河北养元保健饮品有限公司整体变更为股份有限公司，将公司 2009 年 9 月 30 日经审计的净资产 84,490,640.99 中的 80,000,000 元折为股份有限公司的总股本 80,000,000 元（每股面值 1 元），超过部分 4,490,641 元计入股份有限公司资本公积。

2009 年 11 月 15 日，中磊会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（中磊验字[2009]第 10007 号），对公司整体变更为股份有限公司导致公司注册资本及实收资本增加的事宜进行了验证，验证结论为：“经我们审验，截至 2009 年 11 月 15 日止，公司已收到股东投入的股本人民币 80,000,000 元。”

2009 年 12 月 2 日，衡水市工商行政管理局为公司颁发《企业法人营业执照》（注册号：131100000006414），据其记载，变更为股份有限公司后，公司基本情况如下：

名称：河北养元智汇饮品股份有限公司

注册资本：8,000 万元



实收资本：8,000万元

公司类型：股份有限公司（非上市）

公司整体变更为股份有限公司后，股本结构如下：

序号	股东名称	持股金额（元）	持股比例（%）
1	姚奎章	24,608,297	30.76
2	范召林	11,454,951	14.32
3	李红兵	11,454,951	14.32
4	高森林	3,437,861	4.30
5	李志斌	2,291,907	2.86
6	邢淑兰	2,291,907	2.86
7	邓立峰	2,291,907	2.86
8	李营威	2,291,907	2.86
9	润艳英	2,291,907	2.86
10	支建章	2,291,907	2.86
11	赵庆勋	2,291,907	2.86
12	朱占波	2,291,907	2.86
13	刘景兰	1,833,526	2.29
14	黄新宽	1,145,954	1.43
15	任重民	1,145,954	1.43
16	马永利	572,977	0.72
17	宋庆普	572,977	0.72
18	张新措	572,977	0.72
19	孙天玉	458,381	0.57
20	崔继森	343,786	0.43
21	张洪斌	323,159	0.40
22	张永会	320,867	0.40
23	时晓红	229,191	0.29
24	啜文青	229,191	0.29
25	布建玲	229,191	0.29
26	李春花	229,191	0.29
27	刘红娟	229,191	0.29
28	张雪莲	229,191	0.29
29	王书强	229,191	0.29
30	刘 赛	228,686	0.29
31	王怀新	210,855	0.26
32	王德攀	190,572	0.24
33	谢 浩	133,389	0.17
34	张秀省	114,595	0.14
35	王立军	91,676	0.11
36	夏同发	91,676	0.11
37	刘 婷	91,676	0.11
38	王红卫	76,229	0.10
39	耿雅环	68,757	0.09
40	李 娜	68,757	0.09
41	杨通刚	68,757	0.09



42	齐学娟	68,757	0.09
43	石丽梅	68,757	0.09
44	张 峰	68,757	0.09
45	徐海舰	45,838	0.06
46	王建华	45,838	0.06
47	张仕泽	34,379	0.04
48	杜藏暖	22,919	0.03
49	周建云	22,919	0.03
合计		80,000,000	100

5、2010年2月，公司增资580万元，注册资本变更为8,580万元

2010年2月8日，公司召开2010年第一次临时股东大会，会议审议通过向姚奎章、范召林、李红兵等86名特定自然人发行新股5,800,000元，每股发行价格3.5元。

姚奎章、范召林、李红兵、张学军等86名自然人以现金认购了公司新发行的5,800,000股份，认购人及具体认购情况如下表：

序号	认购人名称	认购人身份	认购股份（股）	占新增股份比例（%）
1	姚奎章	公司员工	1,475,000	25.43
2	范召林	公司员工	800,000	13.79
3	李红兵	公司员工	800,000	13.79
4	张学军	智达天下董事长	150,000	2.59
5	周美华	糖酒周刊广告部经理	100,000	1.72
6	杜建新	糖酒周刊行政主管	100,000	1.72
7	李玉胜	公司员工	95,000	1.64
8	王 辉	栾城经销商经营者	80,000	1.38
9	夏君霞	公司员工	70,000	1.21
10	王香红	公司员工	70,000	1.21
11	李双成	武安经销商法定代表人	60,000	1.03
12	徐庆义	寿光经销商法定代表人之弟	60,000	1.03
13	常具芝	淄川经销商经营者	60,000	1.03
14	黄建秀	菏泽经销商经营者	60,000	1.03
15	曹红霞	新乡经销商法定代表人	60,000	1.03
16	宗亚利	郑州经销商法定代表人	60,000	1.03
17	都学民	濮阳经销商法定代表人	60,000	1.03
18	秦建永	新乐经销商经营者	60,000	1.03
19	王西恩	平乡经销商经营者之丈夫	60,000	1.03
20	连红军	邯郸经销商经营者	60,000	1.03
21	孙利刚	鹤壁经销商法定代表人	60,000	1.03
22	申立建	藁城经销商经营者	60,000	1.03
23	陈士忠	正定经销商法定代表人之父	60,000	1.03
24	王 英	石家庄经销商法定代表人	60,000	1.03



25	何成杰	定兴经销商法定代表人	60,000	1.03
26	刘宝利	徐水经销商法定代表人	60,000	1.03
27	张菊根	任丘经销商经营者	60,000	1.03
28	刘志文	遵化经销商经营者	60,000	1.03
29	韩旭	公司员工	50,000	0.86
30	王连龙	公司员工	40,000	0.69
31	王汉双	枣强经销商法定代表人妻子	40,000	0.69
32	徐俊勇	公司员工	30,000	0.52
33	李铁树	公司员工	30,000	0.52
34	路顺虎	公司员工	30,000	0.52
35	杨培刚	公司员工	30,000	0.52
36	李智孔	公司员工	30,000	0.52
37	李爱玺	公司员工	30,000	0.52
38	薛源茂	公司员工	30,000	0.52
39	尤建辉	公司员工	20,000	0.34
40	张中浩	公司员工	20,000	0.34
41	王保怀	公司员工	20,000	0.34
42	杨世峰	公司员工	20,000	0.34
43	徐建壮	公司员工	20,000	0.34
44	袁麦熟	公司员工	20,000	0.34
45	李佳铭	公司员工	20,000	0.34
46	谢卫峰	公司员工	20,000	0.34
47	崔兰英	公司员工	20,000	0.34
48	孙汝胜	公司员工	20,000	0.34
49	吴凤起	公司员工	20,000	0.34
50	李金锋	公司员工	20,000	0.34
51	白卫华	公司员工	20,000	0.34
52	袁永行	公司员工	20,000	0.34
53	陈洪广	公司员工	20,000	0.34
54	崔战辉	公司员工	20,000	0.34
55	方建保	公司员工	10,000	0.17
56	朱建军	公司员工	10,000	0.17
57	张英慧	公司员工	10,000	0.17
58	李红权	公司员工	10,000	0.17
59	单秀智	公司员工	10,000	0.17
60	周艳明	公司员工	10,000	0.17
61	王书平	公司员工	10,000	0.17
62	张晓海	公司员工	10,000	0.17
63	史建国	公司员工	10,000	0.17
64	安建龙	公司员工	10,000	0.17
65	李志勇	公司员工	10,000	0.17
66	李云飞	公司员工	10,000	0.17
67	李亚辉	公司员工	10,000	0.17



68	马英贤	公司员工	10,000	0.17
69	赵高松	公司员工	10,000	0.17
70	常江民	公司员工	10,000	0.17
71	李 超	公司员工	10,000	0.17
72	张石生	公司员工	10,000	0.17
73	付士强	公司员工	10,000	0.17
74	刘 兵	公司员工	10,000	0.17
75	李会强	公司员工	10,000	0.17
76	张文宾	公司员工	10,000	0.17
77	孔 健	公司员工	10,000	0.17
78	李泽勇	公司员工	10,000	0.17
79	王宝维	公司员工	10,000	0.17
80	张 喆	公司员工	10,000	0.17
81	高 攀	公司员工	10,000	0.17
82	袁向辉	公司员工	10,000	0.17
83	毛金行	公司员工	10,000	0.17
84	秦继广	公司员工	10,000	0.17
85	李 宁	公司员工	10,000	0.17
86	吴 彬	公司员工	10,000	0.17
合计	-	-	5,800,000	100.00

2010年2月11日，中磊会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（中磊验字[2010]第10001号），验证结论为：“经我们审验，截至2010年2月11日止，贵公司已收到上述自然人缴纳的新增注册资本（股本）合计人民币伍佰捌拾万元。各股东以货币出资伍佰捌拾万元。”

2010年2月25日，衡水市工商行政管理局为公司颁发《企业法人营业执照》（注册号：131100000006414），据其记载，公司基本情况如下：

名称：河北养元智汇饮品股份有限公司

注册资本：8,580万元

实收资本：8,580万元

本次增资完成后，公司股本结构变更如下：

序号	股东名称	所持股本（元）	持股比例（%）
1	姚奎章	26,083,297	30.40
2	范召林	12,254,951	14.28
3	李红兵	12,254,951	14.28
4	高森林	3,437,861	4.01



5	李志斌	2,291,907	2.67
6	邢淑兰	2,291,907	2.67
7	邓立峰	2,291,907	2.67
8	李营威	2,291,907	2.67
9	润艳英	2,291,907	2.67
10	支建章	2,291,907	2.67
11	赵庆勋	2,291,907	2.67
12	朱占波	2,291,907	2.67
13	刘景兰	1,833,526	2.14
14	黄新宽	1,145,954	1.34
15	任重民	1,145,954	1.34
16	马永利	572,977	0.67
17	宋庆普	572,977	0.67
18	张新措	572,977	0.67
19	孙天玉	458,381	0.53
20	崔继森	343,786	0.40
21	张洪斌	323,159	0.38
22	张永会	320,867	0.37
23	时晓红	229,191	0.27
24	啜文青	229,191	0.27
25	布建玲	229,191	0.27
26	李春花	229,191	0.27
27	刘红娟	229,191	0.27
28	张雪莲	229,191	0.27
29	王书强	229,191	0.27
30	刘 赛	228,686	0.27
31	王怀新	210,855	0.25
32	王德攀	190,572	0.22
33	张学军	150,000	0.17
34	谢 浩	133,389	0.16
35	张秀省	114,595	0.13
36	周美华	100,000	0.12
37	杜建新	100,000	0.12
38	王立军	91,676	0.11
39	夏同发	91,676	0.11
40	刘 婷	91,676	0.11
41	李玉胜	95,000	0.11
42	王 辉	80,000	0.09
43	王红卫	76,229	0.09
44	夏君霞	70,000	0.08
45	王香红	70,000	0.08
46	耿雅环	68,757	0.08
47	李 娜	68,757	0.08



48	杨通刚	68,757	0.08
49	齐学娟	68,757	0.08
50	石丽梅	68,757	0.08
51	张 峰	68,757	0.08
52	李双成	60,000	0.07
53	徐庆义	60,000	0.07
54	常具芝	60,000	0.07
55	黄建秀	60,000	0.07
56	曹红霞	60,000	0.07
57	宗亚利	60,000	0.07
58	都学民	60,000	0.07
59	秦建永	60,000	0.07
60	王西恩	60,000	0.07
61	连红军	60,000	0.07
62	孙利刚	60,000	0.07
63	申立建	60,000	0.07
64	陈士忠	60,000	0.07
65	王 英	60,000	0.07
66	何成杰	60,000	0.07
67	刘宝利	60,000	0.07
68	张菊根	60,000	0.07
69	刘志文	60,000	0.07
70	韩 旭	50,000	0.06
71	徐海舰	45,838	0.05
72	王建华	45,838	0.05
73	王连龙	40,000	0.05
74	王汉双	40,000	0.05
75	张仕泽	34,379	0.04
76	徐俊勇	30,000	0.03
77	李铁树	30,000	0.03
78	路顺虎	30,000	0.03
79	杨培刚	30,000	0.03
80	李智孔	30,000	0.03
81	李爱玺	30,000	0.03
82	薛源茂	30,000	0.03
83	杜藏暖	22,919	0.03
84	周建云	22,919	0.03
85	尤建辉	20,000	0.02
86	张中浩	20,000	0.02
87	王保怀	20,000	0.02
88	杨世峰	20,000	0.02
89	徐建壮	20,000	0.02
90	袁麦熟	20,000	0.02



91	李佳铭	20,000	0.02
92	谢卫峰	20,000	0.02
93	崔兰英	20,000	0.02
94	孙汝胜	20,000	0.02
95	吴凤起	20,000	0.02
96	李金锋	20,000	0.02
97	白卫华	20,000	0.02
98	袁永行	20,000	0.02
99	陈洪广	20,000	0.02
100	崔战辉	20,000	0.02
101	方建保	10,000	0.01
102	朱建军	10,000	0.01
103	张英慧	10,000	0.01
104	李红权	10,000	0.01
105	单秀智	10,000	0.01
106	周艳明	10,000	0.01
107	王书平	10,000	0.01
108	张晓海	10,000	0.01
109	史建国	10,000	0.01
110	安建龙	10,000	0.01
111	李志勇	10,000	0.01
112	李云飞	10,000	0.01
113	李亚辉	10,000	0.01
114	马英贤	10,000	0.01
115	赵高松	10,000	0.01
116	常江民	10,000	0.01
117	李 超	10,000	0.01
118	张石生	10,000	0.01
119	付士强	10,000	0.01
120	刘 兵	10,000	0.01
121	李会强	10,000	0.01
122	张文宾	10,000	0.01
123	孔 健	10,000	0.01
124	李泽勇	10,000	0.01
125	王宝维	10,000	0.01
126	张 喆	10,000	0.01
127	高 攀	10,000	0.01
128	袁向辉	10,000	0.01
129	毛金行	10,000	0.01
130	秦继广	10,000	0.01
131	李 宁	10,000	0.01
132	吴 彬	10,000	0.01
合计	-	85,800,000	100.00

本次增资的对象主要为公司核心管理层、骨干员工以及公司的优秀经销商。本次增资进一步健全了对核心管理层、骨干员工的激励和约束机制，加强了公司核心管理层和骨干员工的稳定性，同时，也进一步有效地调动了经销商经销公司产品的积极性。

本次增资的定价依据为：在参考公司 2009 年未经审计的每股净资产值 1.18 元、估测公司本次首次公开发行股票前、后的市盈率水平、考虑本次增资的具体对象并充分征求老股东意见的基础上，董事会提出价格预案，最终由股东大会审议决定。

本次增资的对象姚奎章、范召林、李红兵、张学军等86名自然人认购股份的价款均来源于个人合法资金。

本次增资完成后，公司第一大股东、实际控制人仍为姚奎章。

本次增资募集资金2,030万元，全部用于补充公司流动资金。

本次增资完成后至本招股书签署日，公司股本结构未发生任何变化。

（二）姚奎章实际控制前（1997 年 9 月 24 日至 2005 年 12 月 28 日）实收资本的形成及其变化情况

1、1997 年 9 月 24 日，河北元源保健饮品有限公司成立，注册资本为 800 万元

（1）设立过程

1) 股东基本情况

河北元源保健饮品有限公司（以下简称“河北元源”）是由衡水电力实业总公司和衡水电业局劳动服务公司两家单位于 1997 年 9 月 24 日出资设立的。

根据衡水市工商行政管理局 1997 年 4 月 15 日为衡水电力实业总公司颁发的《企业法人营业执照》（注册号：10979553-X），该公司基本情况如下：住所：衡水市和平中路 15 号、昌平胡同；法定代表人：严树青；注册资金：陆佰壹拾肆万元整；经济性质：集体所有制；经营范围：输变电工程、配电工程，电气制造，电器设备、管道设备、木制品维修，礼仪服务，饮食服务，销售家用电器、五金、

化工、百货、建筑材料、煤炭、钢材、木材、其他食品（烟限零售）。

根据衡水市工商行政管理局 1997 年 3 月 19 日为衡水电业局劳动服务公司颁发的《企业法人营业执照》（注册号：10979517-7），该公司基本情况如下：住所：衡水市问津街 236 号；法定代表人：杨铁馈；注册资金：壹佰肆拾贰万玖仟元整；经济性质：集体所有制；经营方式：服务，批发，零售；经营范围：主营：管理和组织下属企业生产经营，为所属企业采购原材料并推销其产品。

2) 出资情况及来源

衡水电力实业总公司、衡水电业局劳动服务公司两家股东单位的出资总额为 8,000,000 元，具体出资情况如下表：

股东名称	出资额（元）	占比（%）	出资方式
衡水电力实业总公司	7,900,000	98.75	场地（土地使用权）：770,000 元； 厂房：3,730,000 元；机器设备： 1,560,000 元；产成品：1,840,000 元。
衡水电业局劳动服务公司	100,000	1.25	货币
合计	8,000,000	100	—

衡水电力实业总公司用以出资的非货币资产来源于其合法公司资产，具体来源于其与台湾德亿企业股份有限公司 1993 年 6 月 3 日设立的中外合资经营企业性质的“河北元源保健饮品有限公司”的清算所得资产。衡水电业局劳动服务公司的货币出资来源于其合法公司资产。

中外合资经营企业性质的“河北元源保健饮品有限公司”（以下简称“原合资公司”）的设立及注销情况如下：

1993 年 4 月 26 日，衡水电力实业总公司与台湾德亿企业股份有限公司签署《合资经营河北元源保健饮品有限公司合同》、《合资经营河北元源保健饮品有限公司章程》。

1993 年 5 月 28 日，衡水地区行政公署对外经济贸易委员会下发《关于〈河北元源保健饮品有限公司〉合同、章程的批复》，批准原合资公司合资合同、章程以及设立相关事项。

1993 年 5 月 31 日，河北省人民政府颁发《中华人民共和国外商投资企业批

准证书》（外经贸冀衡字[1993]033号），批准衡水电力实业总公司与台湾德亿企业股份有限公司合资组建原合资公司。

1993年6月3日，国家工商行政管理局为该合资公司颁发《中华人民共和国企业法人营业执照》（注册号：工商企合冀衡地副字第00065号）。

原合资公司成立后，由于外方股东台湾德亿企业股份有限公司未按《合资经营河北元源保健饮品有限公司合同》、《合资经营河北元源保健饮品有限公司章程》的规定投入资金，以至严重影响企业的正常生产经营，故1997年4月29日，原合资公司向衡水市对外贸易经济合作局提交《关于撤消河北元源保健饮品有限公司的申请》，申请收回外商投资企业批准证书，公司的债权债务归衡水电力实业总公司所有。

1997年5月13日，衡水市对外贸易经济合作局下发《关于河北元源保健饮品有限公司终止合同撤销批准证书的批复》[(97)衡外经贸经技字第29号]，批复：一、同意终止该合资公司的合同及章程；二、缴回批准证书，同时到工商、税务、外汇管理和海关等部门办理注销登记手续。

1997年6月3日，原合资公司向衡水市工商行政管理局申请注销登记。

3) 决策情况

河北元源设立登记时，衡水电力实业总公司、衡水电业局劳动服务公司分别向衡水市工商行政管理局出具《委派书》、《投资说明书》，说明两家公司已分别通过各自内部的决策程序。

衡水电力实业总公司的《委派书》说明：“衡水电力实业总公司决定出资组建“河北元源保健饮品有限公司”，经总公司研究决议由严树清、贾丽华、苏基太、胡光作为股东代表参与组建等事项。”；衡水电业局劳动服务公司的《委派书》说明：“衡水电业局劳动服务公司决定出资组建“河北元源保健饮品有限公司”，经研究我公司派任杨铁馈、王彦重二位同志作为股东代表参与组建等事项。”

衡水电力实业总公司的《投资说明书》说明：“河北元源保健饮品有限公司是衡水电力实业总公司与衡水电业局劳动服务公司共同出资组建，衡水电力实业总公司决定以场地43亩/77万元；厂房4035米²/373万元；饮料设备三条灌装线

156 万元；养元核桃乳产品 164 吨/184 万元；合计 790 万元作为投入资本并承担连带责任。”；衡水电业局劳动服务公司的《投资说明书》说明：“河北元源保健饮品有限公司是衡水电力实业总公司新组建单位，衡水电业局劳动服务公司作为股东之一，决定投入壹拾万元货币资金，依法享有《中华人民共和国公司法》中规定的权利和义务。”

1997 年 5 月 10 日，河北元源召开股东会，全体股东一致通过公司章程。该公司章程第二条约定：“本公司是股份制企业，由衡水电力实业总公司、电业局劳动服务公司，根据《中华人民共和国公司法》及相关规定发起组建。”

4) 验资

1997年8月22日，衡水市审计师事务所出具《变更验资报告》，验证两家单位出资全部到位。

5) 设立登记

1997年9月24日，衡水市工商行政管理局为河北元源颁发《企业法人营业执照》（注册号：23625601-0）。据其记载，设立时，河北元源基本情况如下：

名称：河北元源保健饮品有限公司

住所：衡水市高新技术开发区

法定代表人：严树清

注册资本：800万元整

企业类型：有限责任（国内合资）。

关于衡水电力实业总公司、衡水电业局劳动服务公司两家单位决定共同出资组建新公司时，之所以决定仍使用与原合资公司相同的名称——河北元源保健饮品有限公司以及保持相同的注册资本，衡水电力实业总公司办理新公司名称预核准时，向河北省工商行政管理局提交的《关于保留“河北元源保健饮品有限公司”企业名称的申请报告》对此进行了说明：原合资公司生产的产品“养元核桃乳”在市场已有一定的基础，开辟市场已投入大量的资金，产品在国内多次获奖，是省和衡水地区向外推荐的名牌产品，故申请继续使用该名称，保持相同的注册资

本。

（2）设立相关问题

河北元源设立相关的问题，主要有以下三个方面：

1）衡水电力实业总公司用以出资的实物和土地使用权共作价7,900,000元未经过评估作价

河北元源设立时，衡水电力实业总公司用以出资的实物和土地使用权共作价7,900,000元未经过评估作价，不符合当时适用的《公司法》的有关规定。

2）衡水电力实业总公司用以出资并作价770,000元的国有土地使用权在河北元源成立后被政府收回，导致其出资中与该土地使用权对应的770,000元出资不实

1994年10月25日，衡水电力实业总公司在未全额缴纳国有土地出让金的情况下，从衡水市人民政府取得了位于东团马村西43.875亩国有土地使用权，领取了《国有土地使用证》〔衡国用（94）字第A33号〕。1997年9月24日河北元源设立后，由于衡水电力实业总公司不能将欠缴土地出让金足额上缴，故衡水市人民政府收回了其已征用的国有土地使用权。因此，造成衡水电力实业总公司作价770,000元的土地使用权出资不实。

上述土地使用权被衡水市人民政府收回后，1997年11月3日，河北元源与衡水市土地管理局签署《国有土地使用权租赁合同》，约定将上述土地使用权租赁给河北元源，租赁期限为5年，自1997年11月3日起，至2002年11月3日止。1997年11月10日，经衡水市人民政府批准，河北元源取得《国有土地使用权承租许可证》。

3）衡水市审计师事务所出具的设立验资报告存在两方面问题

衡水市审计师事务所1997年8月22日出具的、验证两家股东单位出资全部到位的《变更验资报告》，存在两方面的问题：一是在形式上，该报告对引发当次验资的经济实质存在误解，将河北元源的“新设”理解为原合资公司的“变更”，从而使得该验资报告从名称到内容描述均存在不当和前后矛盾；二是在内容上，在衡水电力实业总公司用以出资的实物和土地使用权未经过评估作价，并且其用以出资的土地使用权由于未全额缴纳国有土地出让金而存在潜在风险的情况下，

仍出具出资到位的验证结论。

(3) 河北省人民政府关于河北元源设立相关情况的确认意见

2010年10月27日，河北省人民政府办公厅向中国证监会致函《河北省人民政府办公厅关于关于对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况进行确认的函》（冀政办函[2010]51号），明确说明：“省政府同意衡水市政府对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况的确认意见”。

2010年9月27日，衡水市人民政府向河北省人民政府上报《衡水市人民政府关于对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况予以确认的请示》（衡政[2010]71号），确认河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程属实，并就河北元源设立的相关情况确认如下：

“一、关于原合资公司和河北元源的关系。原合资公司和河北元源虽然名称、注册资本相同，但原合资公司的设立、存续及注销过程清晰，河北元源是原合资公司注销后由衡水电力实业总公司和衡水电业局劳动服务公司两家公司于1997年9月24日出资设立的新公司，两者是不同的企业法人。

二、关于衡水电力实业总公司设立河北元源的非货币资产出资来源。衡水电力实业总公司用以出资的非货币资产是其公司资产，具体是其与台湾德亿企业股份有限公司1993年9月3日设立的中外合资经营企业性质的“河北元源保健饮品有限公司”清算后归属于其的合法资产，不存在潜在风险和纠纷。

三、关于河北元源设立时衡水电力实业总公司用以出资的非货币资产未经过评估作价和用以出资并作价770,000元的国有土地使用权出资不实问题的影响。2005年12月29日老白干集团将持有的河北养元全部的国有产权100万元依法转让给以姚奎章为主要成员的58名公司员工时，河北元源设立时衡水电力实业总公司用以出资的非货币资产未经过评估作价和用以出资并作价770,000元的国有土地使用权出资不实的问题对公司实收资本的影响已全部彻底消除，因此，自姚奎章实际控制公司之日起，公司即出资规范，此两方面问题对公司的合法存续和持续经营已不存在任何影响，进而也不会对公司2009年12月2日由有限责任公司整体变更为股份有限公司的合法变更和持续经营产生任何影响。”

(4) 会计师事务所关于河北元源设立时出资情况的复核意见

中磊会计师事务所对衡水市审计师事务所1997年8月22日为河北元源设立出具的验资报告进行了复核，并于2010年8月1日出具《关于对衡水市审计师事务所1997年8月22日为河北元源保健饮品有限公司出具的〈变更验资报告〉的专项复核说明》[中磊审核字[2010]第10037号]，说明如下：1、1997年8月22日衡水市审计师事务所出具的该验资报告中对引发此次验资的经济实质存在误解，将元源公司的“新设”错误理解为“变更”，因而使得该验资报告从名称到内容描述均存在不当和前后矛盾。2、元源公司重新设立时，电力实业总公司77万元土地使用权出资不实。3、衡水电力实业总公司用以出资的实物和土地使用权共作价7,900,000元未经过评估作价。

(5) 保荐人关于河北元源设立相关问题对公司申请首次公开发行股票影响的意见

关于与河北元源设立相关的三个问题，国信证券意见如下：

一，2005年12月29日老白干集团将持有的河北养元全部的国有产权依法转让给以姚奎章为主要成员的58名公司员工时，河北元源设立时衡水电力实业总公司用以出资的非货币资产未经过评估作价和用以出资并作价770,000元的国有土地使用权出资不实的问题对公司实收资本的影响已全部彻底消除，因此，自姚奎章实际控制公司之日起，公司即出资规范，此两方面问题对公司的合法存续和持续经营已不存在任何影响，进而也不会对公司2009年12月2日由有限责任公司整体变更为股份有限公司的合法变更和持续经营产生任何影响，故最终不会对公司本次公开发行股票并上市构成法律障碍。

2005年12月29日老白干集团将持有的河北养元全部的国有产权依法转让给以姚奎章为主要成员的58名员工时，上述两个问题对公司实收资本影响的具体消除过程如下：

(一) 1999年1月25日老白干集团承债兼并河北养元后，鉴于河北养元的实收资本状况已与其营业执照上所记载的800万元发生严重背离，河北养元实施了名义减资，将注册资本减少至100万元（此次减资的具体过程详见本招股书本

节之“三、（二）、3、1999年1月25日，河北养元被老白干集团承债兼并。1999年4月23日，注册资本由800万元变更为100万元，法定代表人变更为姚奎章，企业类型变更为国有独资”）。河北养元的实收资本状况已与其营业执照上所记载的800万元发生严重背离的主要原因为其在衡水电力实业总公司控股阶段（1997年9月24日至1999年1月24日）经营亏损和剔除了河北元源设立时由于衡水电力实业总公司用以出资并作价770,000元的国有土地使用权出资不实因素。至此，消除了河北元源设立时遗留下来的770,000元国有土地使用权出资不实问题的影响。

（二）2005年12月29日，根据国务院办公厅《转发国务院国有资产监督管理委员会关于规范国有企业改制工作意见的通知》（国办发[2003]96号）、《企业国有产权转让管理暂行办法》（国务院国有资产监督管理委员会、财政部令第3号）、《企业国有产权向管理层转让暂行规定》（国资发产权[2005]78号）等法律法规，老白干集团公司将其持有的河北养元国有产权全部转让给以姚奎章为主要成员的58名公司员工。此次国有产权转让操作规范，依法履行了清产核资、审计、资产评估和后续期间审计等程序，并且通过评估作价以出让方式对河北养元使用的23,599.9平方米划拨国有土地使用权一并进行了处置，最终确认2005年9月30日河北养元净资产（包括该土地使用权价值）为309.49万元（此次国有产权转让的具体过程详见本招股书本节之“三、（一）姚奎章实际控制阶段（2005年12月29日至今）的股本变化情况”）。此309.49万元即为2005年12月29日国有产权转让时公司净资产的最主要构成。至此，消除了河北元源设立时衡水电力实业总公司用以出资的713万元实物资产（不含土地使用权）未经过评估作价而可能导致出资不实的影响，并且使公司在国有产权转让之后以出让方式合法取得已使用的23,599.9平方米国有土地使用权。

二、原合资公司和河北元源虽然名称、注册资本相同，但原合资公司的设立、存续及注销过程清晰，河北元源是原合资公司注销后衡水电力实业总公司和衡水电业局劳动服务公司于1997年9月24日出资设立的新公司，两家公司是不同的企业法人。衡水市审计师事务所1997年8月22日出具的《变更验资报告》将河北元源的“新设”理解为原合资公司的“变更”，不影响对公司前身设立时间的认定以及相关信息披露，不会对公司本次公开发行股票并上市构成法律障碍。

（6）发行人律师关于河北元源设立相关问题对公司申请首次公开发行股票影响的意见

康达律师事务所认为：河北元源在 1997 年设立时存在的出资不规范问题不会对发行人的设立以及主体资格的合法延续造成重大不利影响，亦不会对发行人本次首发构成实质性障碍。

2、1998年2月，河北元源名称变更为河北养元保健饮品有限公司

1998年2月23日，河北元源向河北省工商行政管理局申请更名为“河北养元保健饮品有限公司”。

1998年3月13日，河北元源取得衡水市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》（注册号：23625601-0），名称变更为“河北养元保健饮品有限公司”。

3、1999 年 1 月 25 日，河北养元被老白干集团承债兼并。1999 年 4 月 23 日，注册资本由 800 万元变更为 100 万元，法定代表人变更为姚奎章，企业类型变更为国有独资

（1）承债兼并、减资的原因和过程

河北养元在被老白干集团承债兼并前，已经资不抵债，处于破产境地，实收资本与注册资本已经完全背离。为了使其能够存续下去，在衡水市人民政府的推动下，经与河北养元的股东衡水电力实业总公司、衡水电业局劳动服务公司协商，老白干集团决定承债兼并河北养元。

根据衡水市工商局1998年4月14日为老白干集团颁发的《企业法人营业执照》（注册号23625507-7），老白干集团当时的基本情况如下：住所：衡水市人民东路39号；法定代表人：张永增；注册资本：玖仟陆佰捌拾贰万元整；企业类型：有限责任公司（国有独资）；经营范围：国有资产经营、参股、控股。生产销售白酒、啤酒及保健养生酒，生产销售制酒用大曲及纸箱、饲料，兽禽产品，种禽养殖，屠宰加工，畜牧生产服务，冷藏；成立日期：1996年12月12日。

1999年1月22日，衡水市经济贸易委员会印发《关于衡水老白干集团承债兼并河北养元保健饮品有限公司会议纪要》，决定：1、河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司承债兼并河北养元保健饮品有限公司；2、衡水老白干集团在接受

河北养元保健饮品有限公司厂房设备的同时，承担其在工行新华路办事处的贷款等负债共计9,000,000元，承债兼并前的其他所有债权债务由电力实业总公司负责清理。

1999年1月25日，老白干集团与衡水电力实业总公司（同时也代表衡水电业局劳动服务公司）签署《协议书》，协议约定：协议签署之日起，河北养元保健饮品有限公司的所有权归老白干集团；老白干集团负责偿还该公司在工商银行衡水分行新华路办事处的贷款7,000,000元和应付电力实业总公司的流动负债2,000,000元；其他所有债权债务由原股东电力实业总公司承担。

根据《协议书》后附的财产移交清单，老白干集团承债兼并河北养元时，其资产账面价值总计5,523,264.13元，负债合计9,000,000元，所有者权益合计-3,476,735.87元，显示其已经资不抵债，处于破产境地。

2010年4月7日，衡水电业局劳动服务公司出具《关于1999年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司承债兼并河北养元保健饮品有限公司时相关事项的确认函》确认：“虽然本公司未亲自参加上述衡水市经贸委主持召开的会议也未在上述《协议书》上签章，但是本公司已经经过了必要的内部决策程序，并与电力实业总公司约定，由电力实业总公司作为代表，参加上述会议并签署相关协议，且本公司确实参与了养元有限财产的清点和移交工作，对上述会议精神和相关协议认可且无异议。本公司在此确认，本公司和电力实业总公司已于1999年将养元有限转让给衡水老白干集团，本公司在养元有限已无任何股东权利，对于前述权益的转让本公司在目前及将来均不会提出任何异议，也无债权债务纠纷，亦不会以任何形式主张权利。”

同日（1999年1月25日），为了使当时已经资不抵债、处于破产境地的河北养元起死回生，河北衡水老白干酒厂（以下简称“老白干酒厂”，届时为老白干集团的全资子公司）与河北养元签署关于贷款转移的《协议书》，老白干集团、电力实业总公司以及工商银行衡水分行新华路办事处同时在协议上签字盖章确认。协议约定：由老白干酒厂承担河北养元在工商银行衡水分行新华路办事处的人民币贷款7,000,000元，其利息由河北养元于签字生效时全部付清。

依据上述贷款转移协议，河北养元向衡水老白干酒厂转移700万元负债，由

此引起河北养元净资产增加700万元。至此，河北养元的净资产变更为3,523,264.13元。

鉴于河北养元的实收资本状况已与其营业执照上所记载的800万元发生严重背离，老白干集团根据河北养元的净资产状况决定将其实收资本恢复为100万元。至此，河北养元实收资本结构变更如下：

股东名称	出资额（元）	占比（%）
河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司	1,000,000	100.00
合计	1,000,000	100.00

鉴于其所有权、实收资本和企业类型已发生变更，河北养元向衡水市工商行政管理局申请法定代表人、注册资本和企业类型变更登记。

1999年4月23日，衡水市工商行政管理局为河北养元颁发了《企业法人营业执照》[注册号：1311001002595（2-1）]。据其记载，河北养元基本情况如下：

名称：河北养元保健饮品有限公司

住所：衡水市高新技术开发区

法定代表人：姚奎章

注册资本：100万元

企业类型：有限责任（国有独资）。

（2）减资过程存在的问题

河北养元减资过程存在的主要问题是：河北养元减资时，未按照当时适用的《公司法》履行“自作出减少注册资本决议之日起十日内通知债权人，并于三十日内在报纸上至少公告三次”、验资等的法定程序。

（3）河北省人民政府关于河北养元被老白干集团承债兼并、减资相关情况的确认意见

2010年10月27日，河北省人民政府办公厅向中国证监会致函《河北省人民政府办公厅关于关于对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况进行确认的函》（冀政办函[2010]51号），明确说明：“省政府同意衡水市

政府对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况的确认意见”。

2010年9月27日，衡水市人民政府向河北省人民政府上报《衡水市人民政府关于对河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程及相关情况予以确认的请示》（衡政[2010]71号），确认河北养元智汇饮品股份有限公司前身历史沿革过程属实，并就河北养元被老白干集团承债兼并、减资的相关情况确认如下：

“四、关于老白干集团承债兼并河北养元的合法有效性。河北养元在被老白干集团承债兼并前，已经资不抵债，处于破产境地，实收资本与注册资本已经完全背离。为了使其能够存续下去，在衡水市人民政府的推动下，经与河北养元的股东衡水电力实业总公司、衡水电业局劳动服务公司协商，老白干集团决定承债兼并河北养元。1999年1月25日，衡水电力实业总公司作为河北养元的大股东，同时接受股东衡水电业局劳动服务公司的委托，与老白干集团签署了关于承债兼并的《协议书》。衡水电业局劳动服务公司未直接作为协议一方当事人参与该《协议书》的签署不影响该《协议书》以及本次承债兼并的合法有效性，不存在潜在风险和纠纷。

五、关于河北养元减资时未履行法定通知公告、验资程序是否存在潜在风险和纠纷。河北养元减资时，未按照当时适用的《公司法》履行“自作出减少注册资本决议之日起十日内通知债权人，并于三十日内在报纸上至少公告三次”、验资等的法定程序。河北养元减资时在法定程序上存在的上述瑕疵，未对河北养元债权人的利益造成实质侵害，未影响河北养元的净资产和100万元实收资本的真实性和持续经营，不存在潜在风险和纠纷。”

（4）会计师事务所关于河北养元被老白干集团承债兼并时净资产变动情况的复核意见

鉴于河北养元减资时未履行法定验资程序，以及为了验证减资后河北养元100万元注册资本足额到位的可行性，中磊会计师事务所对河北养元被老白干集团承债兼并时净资产的变动情况进行了复核，并于2010年4月12日出具《关于河北养元保健饮品有限公司被河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司承债兼并时净资产情况的专项说明》（中磊审核字[2010]第10010号），认为“1999年4月23日养

元有限公司100万元注册资本的足额到位具有可行性”。

（5）保荐人关于减资过程存在的问题对公司申请首次公开发行股票影响的意见

国信证券意见如下：

“河北养元减资时，未按照当时适用的《公司法》履行“自作出减少注册资本决议之日起十日内通知债权人，并于三十日内在报纸上至少公告三次”、验资等的法定程序。河北养元减资时在法定程序上存在的上述瑕疵，未对河北养元债权人的利益造成实质侵害，未影响河北养元的净资产和100万元实收资本的真实性，不存在潜在风险和纠纷，不存在遭受处罚的风险，不构成公司本次申请首次公开发行股票并上市的实质性障碍。具体情况如下：

一、未对河北养元债权人的利益造成实质侵害。首先，老白干集团控股河北养元阶段实施的本次减资只是名义上的减资，只是根据河北养元实收资本状况已与其营业执照上所记载的800万元的严重背离状况将其营业执照上的注册资本由800万元减少至100万元，而实质性的实收资本减少则发生于衡水电力实业总公司控股河北养元阶段（1997年9月24日至1999年1月24日），主要由其经营亏损和1997年9月24日设立时衡水电力实业总公司用以出资的77万元国有土地使用权出资不实导致。其次，1999年1月25日河北养元被老白干集团承债兼并时，根据老白干集团与衡水电力实业总公司签署的关于承债兼并的《协议书》及后附的财产移交清单，河北养元的债权人只有工商银行衡水分行新华路办事处和衡水电力实业总公司两家，且双方均已知晓其实收资本已实质性发生减少的事实和资不抵债的财务状况。第三，同日（1999年1月25日），经老白干集团、衡水电力实业总公司以及工商银行衡水分行新华路办事处同意，已对债权人工商银行衡水分行新华路办事处的人民币贷款7,000,000元的偿还作出安排：河北衡水老白干酒厂与河北养元签署关于贷款转移的《协议书》，约定由老白干酒厂承担河北养元在工商银行衡水分行新华路办事处的人民币贷款7,000,000元。第四、河北养元实施名义减资之后沿革至今，从未出现过截至1999年4月23日（该减资的工商变更登记日）的债权人以此次减资为由向河北养元主张权利的情形。

二、未影响河北养元的净资产和100万元实收资本的真实性和持续经营。1999

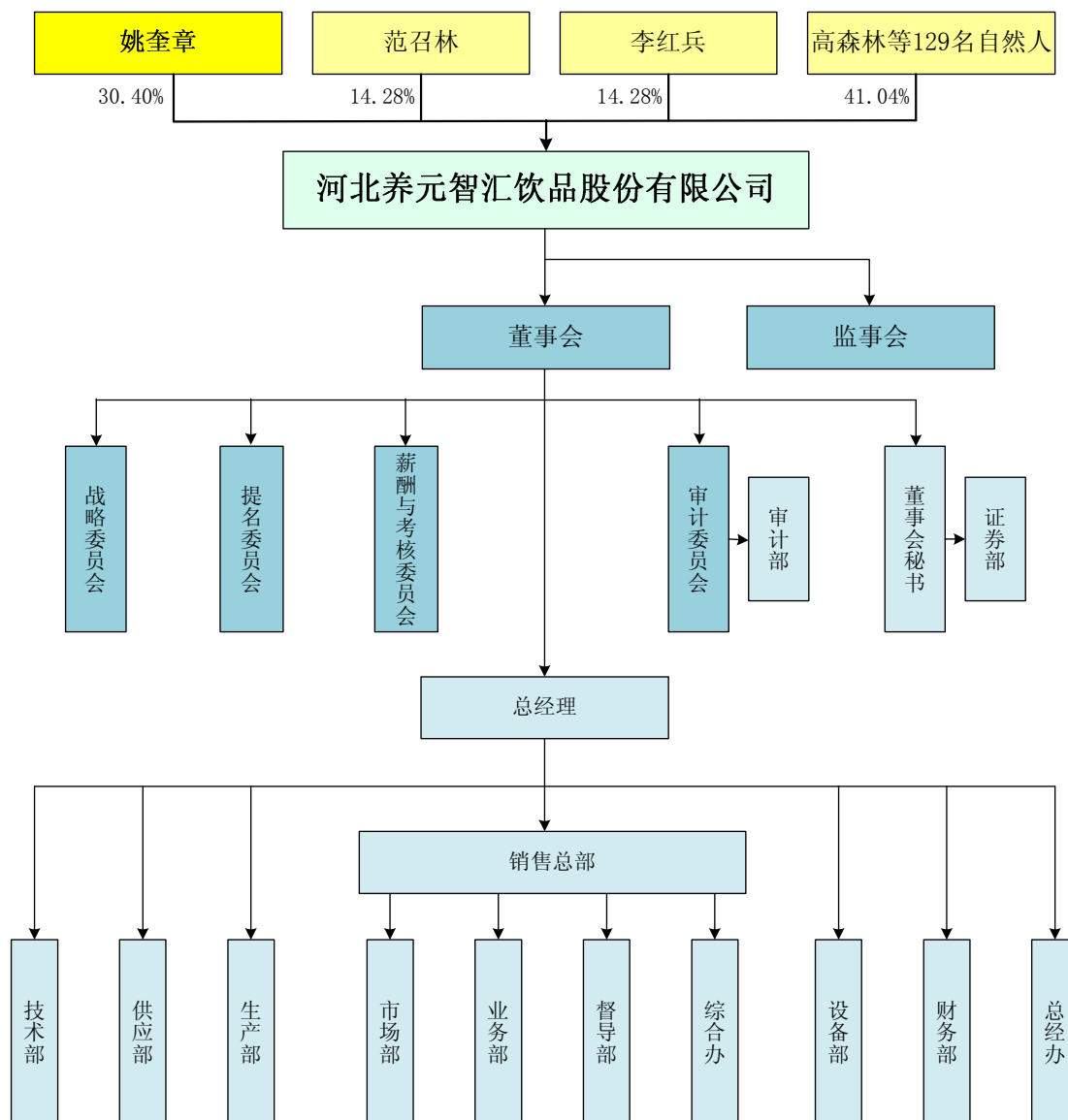
年1月25日老白干集团承债兼并河北养元时，与电力实业总公司签署《协议书》，约定：协议签署之日起，河北养元的所有权归老白干集团；老白干集团负责偿还该公司在工商银行衡水分行新华路办事处的贷款7,000,000元和应付电力实业总公司的流动负债2,000,000元；其他所有债权债务由原股东电力实业总公司承担。可见，河北养元被老白干集团承债兼并时，只有两家债权人，不必承担其他任何债务，因此，不会因河北养元被老白干集团承债兼并前可能存在的或有债务变为现实债务或隐形债务出现而对其净资产和100万元实收资本的真实性和持续经营产生影响。

三、减资程序方面的瑕疵发生在老白干集团控股河北养元阶段（1999年1月25日至2005年12月28日），距今已十年以上，不违反《证券法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》（中国证监会令第32号）关于发行人“规范运行”的发行条件。”

（6）发行人律师关于河北养元1999年4月减资未履行相关法定程序的问题对公司申请首次公开发行股票影响的意见

康达律师事务所认为：该次减资行为中的上述瑕疵应属发行人历史上的不规范行为，最终并未实际侵害债权人的利益。同时鉴于河北养元已通过了工商部门的历年年检，且根据衡水市工商局出具的《证明》，发行人及其前身未因出资问题受到过行政处罚。因此本所律师认为，上述不规范行为亦不影响发行人的有效存续。

四、发行人的组织结构



注：公司销售总部由总经理直接管理，下设市场部、业务部、督导部和综合办，其职责分别为：市场部负责制订市场开发计划、年度销售战略及促销计划，品牌管理及选择合适的顾问公司开展业务合作；业务部负责市场开发建设，包括分销网络集终端网络建设，稳定市场秩序及价格体系，促销活动执行、实施、开展、落实，市场信息的整理反馈，完善办事处各级人员的管理；督导部负责督促、检查促销政策的落实，动态管理市场，打击、扼制窜货销售行为，负责销售人员的管理；综合办负责销售信息的汇总、整理、销售后台服务。

五、发行人控股子公司、参股子公司的简要情况

公司无控股子公司、参股子公司。

六、发行人的实际控制人及持有其5%以上股份的主要股东的情况

（一）实际控制人和主要股东的基本情况

公司的第一大股东、实际控制人为姚奎章先生。其他持有公司5%以上股份的主要股东为范召林先生、李红兵先生。

上述三人的基本情况如下表：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	公司身份号码	住所
姚奎章	中国	无	13300119650108XXXX	河北省衡水市桃城区
范召林	中国	无	13300119720923XXXX	河北省衡水市桃城区
李红兵	中国	无	13300119660818XXXX	河北省衡水市桃城区

（二）实际控制人控制的其他企业

公司实际控制人姚奎章先生未控制其他企业。

（三）实际控制人直接或间接持有公司的股份是否存在质押或其他有争议的情况

公司实际控制人姚奎章先生直接持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。其未间接持有公司的股份。

七、发行人的股本情况

（一）本次发行前的总股本、本次发行的股份及其占发行后总股本的比例

本次发行前的总股本为 85,800,000 元，本次发行的股本为 29,000,000 元，占发行后总股本的 25.26%。本次发行前后公司股本结构如下表：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		股本（元）	比例（%）	股本（元）	比例（%）
1	姚奎章	26,083,297	30.40	26,083,297	22.72
2	范召林	12,254,951	14.28	12,254,951	10.68
3	李红兵	12,254,951	14.28	12,254,951	10.68
4	高森林	3,437,861	4.01	3,437,861	2.99
5	李志斌	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
6	邢淑兰	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
7	邓立峰	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
8	李营威	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
9	润艳英	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00



10	支建章	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
11	赵庆勋	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
12	朱占波	2,291,907	2.67	2,291,907	2.00
13	刘景兰	1,833,526	2.14	1,833,526	1.60
14	黄新宽	1,145,954	1.34	1,145,954	1.00
15	任重民	1,145,954	1.34	1,145,954	1.00
16	马永利	572,977	0.67	572,977	0.50
17	宋庆普	572,977	0.67	572,977	0.50
18	张新措	572,977	0.67	572,977	0.50
19	孙天玉	458,381	0.53	458,381	0.40
20	崔继森	343,786	0.4	343,786	0.30
21	张洪斌	323,159	0.38	323,159	0.28
22	张永会	320,867	0.37	320,867	0.28
23	时晓红	229,191	0.27	229,191	0.20
24	啜文青	229,191	0.27	229,191	0.20
25	布建玲	229,191	0.27	229,191	0.20
26	李春花	229,191	0.27	229,191	0.20
27	刘红娟	229,191	0.27	229,191	0.20
28	张雪莲	229,191	0.27	229,191	0.20
29	王书强	229,191	0.27	229,191	0.20
30	刘 赛	228,686	0.27	228,686	0.20
31	王怀新	210,855	0.25	210,855	0.18
32	王德攀	190,572	0.22	190,572	0.17
33	张学军	150,000	0.17	150,000	0.13
34	谢 浩	133,389	0.16	133,389	0.12
35	张秀省	114,595	0.13	114,595	0.10
36	周美华	100,000	0.12	100,000	0.09
37	杜建新	100,000	0.12	100,000	0.09
38	王立军	91,676	0.11	91,676	0.08
39	夏同发	91,676	0.11	91,676	0.08
40	刘 婷	91,676	0.11	91,676	0.08
41	李玉胜	95,000	0.11	95,000	0.08
42	王 辉	80,000	0.09	80,000	0.07
43	王红卫	76,229	0.09	76,229	0.07
44	夏君霞	70,000	0.08	70,000	0.06
45	王香红	70,000	0.08	70,000	0.06
46	耿雅环	68,757	0.08	68,757	0.06
47	李 娜	68,757	0.08	68,757	0.06
48	杨通刚	68,757	0.08	68,757	0.06
49	齐学娟	68,757	0.08	68,757	0.06
50	石丽梅	68,757	0.08	68,757	0.06
51	张 峰	68,757	0.08	68,757	0.06
52	李双成	60,000	0.07	60,000	0.05



53	徐庆义	60,000	0.07	60,000	0.05
54	常具芝	60,000	0.07	60,000	0.05
55	黄建秀	60,000	0.07	60,000	0.05
56	曹红霞	60,000	0.07	60,000	0.05
57	宗亚利	60,000	0.07	60,000	0.05
58	都学民	60,000	0.07	60,000	0.05
59	秦建永	60,000	0.07	60,000	0.05
60	王西恩	60,000	0.07	60,000	0.05
61	连红军	60,000	0.07	60,000	0.05
62	孙利刚	60,000	0.07	60,000	0.05
63	申立建	60,000	0.07	60,000	0.05
64	陈士忠	60,000	0.07	60,000	0.05
65	王 英	60,000	0.07	60,000	0.05
66	何成杰	60,000	0.07	60,000	0.05
67	刘宝利	60,000	0.07	60,000	0.05
68	张菊根	60,000	0.07	60,000	0.05
69	刘志文	60,000	0.07	60,000	0.05
70	韩 旭	50,000	0.06	50,000	0.04
71	徐海舰	45,838	0.05	45,838	0.04
72	王建华	45,838	0.05	45,838	0.04
73	王连龙	40,000	0.05	40,000	0.03
74	王汉双	40,000	0.05	40,000	0.03
75	张仕泽	34,379	0.04	34,379	0.03
76	徐俊勇	30,000	0.03	30,000	0.03
77	李铁树	30,000	0.03	30,000	0.03
78	路顺虎	30,000	0.03	30,000	0.03
79	杨培刚	30,000	0.03	30,000	0.03
80	李智孔	30,000	0.03	30,000	0.03
81	李爱玺	30,000	0.03	30,000	0.03
82	薛源茂	30,000	0.03	30,000	0.03
83	杜藏暖	22,919	0.03	22,919	0.02
84	周建云	22,919	0.03	22,919	0.02
85	尤建辉	20,000	0.02	20,000	0.02
86	张中浩	20,000	0.02	20,000	0.02
87	王保怀	20,000	0.02	20,000	0.02
88	杨世峰	20,000	0.02	20,000	0.02
89	徐建壮	20,000	0.02	20,000	0.02
90	袁麦熟	20,000	0.02	20,000	0.02
91	李佳铭	20,000	0.02	20,000	0.02
92	谢卫峰	20,000	0.02	20,000	0.02
93	崔兰英	20,000	0.02	20,000	0.02
94	孙汝胜	20,000	0.02	20,000	0.02
95	吴凤起	20,000	0.02	20,000	0.02



96	李金锋	20,000	0.02	20,000	0.02
97	白卫华	20,000	0.02	20,000	0.02
98	袁永行	20,000	0.02	20,000	0.02
99	陈洪广	20,000	0.02	20,000	0.02
100	崔战辉	20,000	0.02	20,000	0.02
101	方建保	10,000	0.01	10,000	0.01
102	朱建军	10,000	0.01	10,000	0.01
103	张英慧	10,000	0.01	10,000	0.01
104	李红权	10,000	0.01	10,000	0.01
105	单秀智	10,000	0.01	10,000	0.01
106	周艳明	10,000	0.01	10,000	0.01
107	王书平	10,000	0.01	10,000	0.01
108	张晓海	10,000	0.01	10,000	0.01
109	史建国	10,000	0.01	10,000	0.01
110	安建龙	10,000	0.01	10,000	0.01
111	李志勇	10,000	0.01	10,000	0.01
112	李云飞	10,000	0.01	10,000	0.01
113	李亚辉	10,000	0.01	10,000	0.01
114	马英贤	10,000	0.01	10,000	0.01
115	赵高松	10,000	0.01	10,000	0.01
116	常江民	10,000	0.01	10,000	0.01
117	李 超	10,000	0.01	10,000	0.01
118	张石生	10,000	0.01	10,000	0.01
119	付士强	10,000	0.01	10,000	0.01
120	刘 兵	10,000	0.01	10,000	0.01
121	李会强	10,000	0.01	10,000	0.01
122	张文宾	10,000	0.01	10,000	0.01
123	孔 健	10,000	0.01	10,000	0.01
124	李泽勇	10,000	0.01	10,000	0.01
125	王宝维	10,000	0.01	10,000	0.01
126	张 喆	10,000	0.01	10,000	0.01
127	高 攀	10,000	0.01	10,000	0.01
128	袁向辉	10,000	0.01	10,000	0.01
129	毛金行	10,000	0.01	10,000	0.01
130	秦继广	10,000	0.01	10,000	0.01
131	李 宁	10,000	0.01	10,000	0.01
132	吴 彬	10,000	0.01	10,000	0.01
133	本次公开发行	-	-	29,000,000	25.26
合计		85,800,000	100.00	114,800,000	100.00

（二）前十名股东及其在公司担任的职务

公司前十名股东及其在公司担任职务的情况如下表：



序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	姚奎章	26,083,297	30.40	董事长
2	范召林	12,254,951	14.28	董事、总经理
3	李红兵	12,254,951	14.28	副董事长
4	高森林	3,437,861	4.01	工会主席
5	李志斌	2,291,907	2.67	董事、董事会秘书、 总经办主任
6	邢淑兰	2,291,907	2.67	董事、财务负责人
7	邓立峰	2,291,907	2.67	董事、业务部经理
8	李营威	2,291,907	2.67	监事会主席、市场部经理
9	润艳英	2,291,907	2.67	供应部经理
10	支建章	2,291,907	2.67	生产部经理
合计	—	67,782,502	79.00	—

（三）股东中的战略投资者持股及其简况

公司股东中无战略投资者。

（四）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司各股东间不存在关联关系。

（五）发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、第一大股东、实际控制人姚奎章所持股份的流通限制

第一大股东、实际控制人姚奎章所持有的公司股份自公司股票在证券交易所上市之日起36个月内不得转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。姚奎章已就此流通限制作出承诺。

2、2010年2月参与增资的85名自然人股东（不包括第一大股东、实际控制人姚奎章）所持新增股份的流通限制

2010年2月参与增资的85名自然人股东所持有的公司新增股份自本次增资完成工商变更登记之日（2010年2月25日）起36个月内，不转让或者委托他人管理，也不得由公司回购。上述股东已就此流通限制作出承诺。

3、2010年2月增资前的48名自然人股东（不包括第一大股东、实际控制人姚



奎章)所持股份的流通限制

2010年2月增资前的48名自然人股东(不包括实际控制人姚奎章及2010年2月增资的83名新股东)所持有的公司股份自公司股票在证券交易所上市之日起12个月内不得转让或者委托他人管理,也不得由公司回购。上述股东已就此流通限制作出承诺。

4、公司董事、监事、高级管理人员所持股份的流通限制

公司董事、监事、高级管理人员姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、马永利、薛源茂所持有的公司股份,在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的25%;离职后半年内,不得转让其所持有的公司股份。上述股东已就此流通限制作出承诺。

八、发行人员工及其社会保障情况

(一) 员工人数及变化情况

随着公司经营规模的持续扩大,公司员工人数不断增加。报告期末,公司员工总数分别为129人、574人和559人。

(二) 员工结构

2010年12月31日,公司员工总数为559人,员工按专业结构、受教育程度及年龄分布如下:

1、按专业结构

专业分工	人数(人)	占员工总数比例(%)
技术人员	36	6.44
生产人员	277	49.55
营销人员	184	32.92
财务人员	15	2.68
管理人员	39	6.98
其他	8	1.43
合计	559	100.00

2、按受教育程度



受教育程度	人数（人）	占员工总数比例（%）
本科	53	9.48
大专	110	19.68
大专以下	396	70.84
合计	559	100.00

3、按年龄分布

年龄区间	人数（人）	占员工总数的比例（%）
30岁以下	396	70.84
31—40岁	137	24.51
41—50岁	19	3.40
51岁以上	7	1.25
合计	559	100.00

（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

报告期，公司根据《中华人民共和国劳动合同法》以及国家、地方其他有关劳动的法律、法规等的规定，实行劳动合同制，并按照国家有关社会保障的法律、法规和衡水市有关社会保障的具体政策，为员工缴纳了养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，提供了基本社会保障。此外，公司根据相关法律、法规和地方政策建立了住房公积金制度，为员工缴存了住房公积金。

报告期末，公司员工总数分别为129人、574人和559人。此外，根据销售的季节性特点，公司在2008年、2009年生产、销售旺季时，招聘部分临时工（主要为农民工）补充生产一线，直到旺季结束。因此，报告期末，公司员工总数分别为353人、686人和559人。

公司自2010年1月起，已为全体员工足额缴纳社会保险基金和住房公积金；2010年1月前的报告期内，公司只为正式员工缴纳了社会保险基金和住房公积金。

2010年1月之前，公司未为临时工缴纳社会保险基金和住房公积金的主要原因是：公司的生产、销售及相应的用工有较大的季节性，导致其旺季需要聘用一定数量的临时工补充生产一线，直到旺季结束。公司根据该等员工的意愿，并出于简便管理的考虑，未为其缴纳社会保险和住房公积金。公司已在2010年1月1日

起消除了此种不规范行为。

经公司测算，若为全部应当缴纳社会保险基金和住房公积金的员工按照法律法规的要求缴纳相应费用，报告期内公司应多缴纳社会保险基金和住房公积金约3,079,398.257元。

公司第一大股东、实际控制人姚奎章承诺：“如果应有权部门要求或决定，养元股份需要为员工补缴2010年1月之前的社会保险费用和住房公积金或者由此引发诉讼、仲裁，抑或因此受到有关行政管理机关的行政处罚，本人承诺全额承担该部分补缴或被罚款的损失，且无需养元股份支付任何对价。”

2011年2月10日，衡水市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明：公司“自2008年1月1日起至本证明出具日，河北养元智汇饮品股份有限公司及其前身河北养元保健饮品有限公司严格执行国家有关劳动和社会保障的法律、行政法规的规定，未发生违反劳动和社会保障法律、行政法规的情况，未受我局行政处罚。”

2011年2月10日，衡水市住房公积金管理中心出具《证明》，证明：公司“按规定比例为其全体职工按期缴存住房公积金。本中心确认，公司及其前身河北养元保健饮品有限公司自2008年1月1日以来不存在因违反住房公积金管理办法等规定被我中心予以处罚的情形。”

九、持有5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员的重要承诺及其履行情况

（一）第一大股东、实际控制人姚奎章关于避免同业竞争的承诺

公司第一大股东、实际控制人姚奎章先生已就避免与公司产生同业竞争作出承诺。具体情况详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、（二）第一大股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺”。

（二）第一大股东、实际控制人姚奎章、其他持股5%以上股份的股东关于减少关联交易的承诺

第一大股东、实际控制人姚奎章、其他持股5%以上股份的股东范召林、李红兵已就减少与公司之间的关联交易作出承诺。具体情况详见本招股书“第七节



同业竞争与关联交易”之“二、（五）公司避免并规范关联交易的措施”。

（三）第一大股东、实际控制人姚奎章、其他持股 5%以上股份的股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员关于其所持有股份的流通限制和自愿锁定承诺

第一大股东、实际控制人姚奎章、其他持股5%以上股份的股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员关于其所持有股份的流通限制和自愿锁定的承诺详见本招股书本节之“七、（五）发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。



第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况

（一）公司的主营业务

公司的主营业务是以核桃为主要原料的植物蛋白饮料（以下简称“核桃饮料”）、食品（以下简称“核桃食品”）的研发、生产和销售。

根据《饮料通则》（GB10789-2007）的说明，植物蛋白饮料属于蛋白饮料类。《饮料通则》按原料和产品性状将饮料划分为碳酸饮料类、果汁和蔬菜汁类、蛋白饮料类、包装饮用水类、茶饮料类、咖啡饮料类等11个类别，每一类别又包括若干种类。蛋白饮料是以乳或乳制品或有一定蛋白质含量的植物的果实、种子或种仁等为原料，经加工或发酵制成的饮料，具体可分为含乳饮料、植物蛋白饮料和复合蛋白饮料三个种类。

植物蛋白饮料是用有一定蛋白质含量的植物果实、种子或果仁等为原料，经加工制得（可经乳酸菌发酵）的浆液中加水，或加入其他食品配料制成的饮料，如豆奶（乳）、豆浆、豆奶（乳）饮料、椰子汁（乳）、杏仁露（乳）、核桃露（乳）、花生露等。

（二）公司的主要产品

公司的主要产品分为两大类：核桃饮料和核桃食品。

核桃饮料中，根据其配方中其他原料、配料的添加情况，主要有核桃露、核桃花生露、核桃杏仁露三大品种，共六个系列，其中“养元六个核桃”核桃露为公司主导产品。核桃罐头食品中，主要有核桃八宝粥。

（三）公司主营业务、主要产品设立以来的变化情况

公司自其前身1997年9月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，主营业务和主要产品均未发生重大变化。

公司是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一，在长期的市场竞争中逐步形成了自身的核心竞争优势。目前，公司已发展成为我国核桃饮料产销量最大的龙头企业，“YANGYUAN及图”商标已被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”。



标”。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）公司所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2001年4月30日）及《国民经济行业分类》（GB/T4754—2002），公司的两大类产品核桃饮料和核桃罐头食品分别隶属于下列行业：

产品	所属行业					
	大类		中类		小类	
	上市公司行业分类	国民经济行业分类	上市公司行业分类	国民经济行业分类	上市公司行业分类	国民经济行业分类
核桃饮料	饮料制造业（C05）	饮料制造业（C15）	软饮料制造业（C0510）	软饮料制造（C153）	—	含乳饮料和植物蛋白饮料制造
核桃食品	食品制造业（C03）	食品制造业（C14）	罐头食品制造业（C0320）	罐 头 制 造（C145）	—	其他罐头制造

根据上述标准，以及最近三年公司营业收入的构成情况，公司所处的行业主要为软饮料制造业中的“植物蛋白饮料制造业”（以下简称“本行业”或“行业”）。根据行业内生产厂商主要产品使用的原料不同，本行业可细分为核桃饮料行业、花生饮料行业、杏仁饮料行业、椰汁饮料行业等。

（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

本行业属食品工业范畴。我国对食品工业的管理已形成了多层次、多部门参与的行业许可体系及食品安全监管体系。

国家高度重视食品安全，成立了国务院食品安全委员会，负责分析食品安全形势，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。

行业管理部门为工信部，主要负责制订和完善行业的法律、法规、条例和规章制度，对行业发展进行宏观指导，引导并促进行业生产结构和产品结构的调整，优化产业布局，推动行业品牌建设，组织发布食品行业经济运行信息，引导行业健康有序发展。

行业准入、产品质量、卫生标准主要由农业部、卫生部、质检总局等部门制



定。行业内企业由各地的卫生主管部门、质量监督检验检疫主管部门实施管理。

(1) 食品安全监管

部门	主要职责
卫生部	建立食品安全综合协调机制，负责食品安全综合协调及监督；组织查处食品安全重大事故的责任
农业部	负责农产品生产环节的监管
质检总局	负责食品生产加工环节和进出口食品安全的监管
SFDA	负责餐饮业、食堂等消费环节食品安全监管

(2) 食品生产、流通、消费环节许可工作监督管理

部门	主要职责
卫生部	负责提出食品生产、流通环节的卫生规范和条件，纳入食品生产、流通许可的条件
质检总局	负责食品生产环节许可的监督管理（食品生产加工环节质量安全卫生监督管理、食品质量安全准入）
工商总局	负责食品流通环节许可的监督管理
SFDA	负责餐饮业、食堂等消费环节食品卫生许可的监督管理

行业的自律性组织包括中国饮料工业协会 China Beverage Industry Association（CBIA）、中国食品工业协会 China National Food Industry Association（CNFIA）。

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协会。其主要职责是：对饮料行业基础资料进行调查、统计，掌握行业全面情况，开展市场调查和行业研究；提出饮料行业发展规划、经济技术政策、扶优限劣政策及经济立法等方面的建议；推动饮料行业的技术进步，开展饮料行业国家标准和行业标准的制定、修订工作；加强产品质量管理工作；协调企业的生产、技术、市场等方面的问题，促进企业发展。

中国食品工业协会于 1981 年经国务院批准成立，是全国食品工业的行业组织，面向全国食品行业开展服务、协调、自律、监督工作。其主要职责包括：开展食品行业调查、分析研究工作，就我国食品工业发展的规划、方针和产业政策及法规等有关问题向国家政府部门提出建议；加强行业内的自律，创造和维护行业内的公平竞争环境；参与制定、修订食品行业有关标准，促进食品工业产品质量水平的提高。



2、行业主要法律法规及产业政策

（1）行业主要法律法规

2009年2月28日，国家颁布《中华人民共和国食品安全法》，自2009年6月1日起正式实施。根据该法，国务院设立食品安全委员会；卫生部对现行的食用农产品质量安全标准、食品卫生标准、食品质量标准和有关食品的行业标准中强制执行的标准予以整合，统一公布为食品安全国家标准；国家对食品添加剂的生产实行许可制度；食品不得免检。该法将为系统有序地解决当前食品安全问题提供法律制度保障。

行业的其他主要法律法规包括：《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》、《中华人民共和国农产品质量法》、《食品生产许可实施细则》、《食品企业通用卫生规范》、《食品标识管理规定》、《预包装食品标签通则》、《食品添加剂使用卫生标准》、《饮料企业良好生产规范》、《生活饮用水卫生标准》、《饮料通则》、《植物蛋白饮料卫生标准》等。

（2）行业主要产业政策

根据《全国食品工业“十一五”发展纲要》（发改工业[2006]2240号，以下简称“《纲要》”），饮料制造业是我国食品工业中发展最快的行业之一，“十五”期间，我国饮料制造业产值年均增长18.3%。但制造业存在地区发展不平衡，品种结构不够合理等问题；“十一五”期间应继续提高饮料生产总量，进一步调整产品结构，重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品，鼓励通过兼并、重组、融资等手段，培育大型饮料企业集团，实现产业升级，“十一五”期末将建立一个产品结构更趋合理、产业集中度更高的现代饮料加工体系。

《纲要》为行业的发展提供了有力的政策支持。

（三）行业竞争情况

1、行业竞争格局和市场化程度

（1）本行业包括若干细分行业

目前，市场上的植物蛋白饮料主要有包含单一植物原料的植物蛋白饮料，如核桃露、花生露、杏仁露、椰汁、豆奶等，还有在一种植物原料之外添加其他植



物原料的复合植物蛋白饮料，如核桃花生露、核桃杏仁露等。按其主要原料划分，植物蛋白饮料可以分为核桃饮料、花生饮料、杏仁饮料和椰汁等种类。

各类产品在主要的饮用场合和消费群体方面具有一定程度的替代性，但在面临充分选择的情况下，不同品类的产品又以其独特的功能而为不同的消费群体所偏好。目前，市场上植物蛋白饮料主要种类的具体情况如下表：

类别	主要成分	功能	用途	主要包装形态	口味	消费群体
核桃饮料	以核桃仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	益智、健脑、抗衰老、降低胆固醇、美容等	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	香浓滑爽	适合所有人群，尤其是学生、脑力劳动者等主要用脑群体
杏仁饮料	以杏仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	止咳、平喘、润肺、美容	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐、利乐包	香浓滑爽略有苦味	消费人群广泛，但杏仁油性大、具有滑肠作用，脾胃虚寒的人或有腹泻症状的人不宜饮用
花生饮料	以花生为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	润肺、和胃、补脾、止血	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐、利乐包、PET瓶	香浓滑爽	适合所有人群
椰汁	以鲜椰肉汁或椰子原浆为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	清凉消暑、生津止渴	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐、利乐包	爽滑	适合所有人群

与不同种类的植物蛋白饮料相对应，本行业的细分行业主要有核桃饮料行业、花生饮料行业、杏仁饮料行业和椰汁行业等。

（2）各细分行业的市场化程度和市场竞争格局

各细分行业均具有完全的市场化程度，但其竞争格局各有特点。

细分行业	市场竞争格局
核桃饮料	市场起步晚，增长快，吸引越来越多的企业进入该行业，市场竞争日趋激烈。代表性的品牌为公司的“养元六个核桃”核桃露，正在由区域性领导品牌向全国性领导品牌转变。
杏仁饮料	市场起步较早，增长较慢，生产厂家较少。领导性品牌为承德露露，其市场占有率高，一直保持行业第一。
花生饮料	市场规模小，多为小企业通过低价格争抢市场。领导性品牌为厦门银鹭。



椰汁	市场起步早，但受原料限制，成长缓慢，竞争品牌很少，领导性品牌为海南椰树集团。

在各细分行业中，生产规模较大、品牌知名度较高的生产厂商的基本情况如下：

企业名称	所在地	成立时间	主要产品、年产能	主要销售区域
河北养元智汇饮品股份有限公司	河北省衡水市	1997 年	核桃饮料等，产能 16 万吨	河北、河南、山东、山西、辽宁、天津等
厦门银鹭食品有限公司	厦门市	1985 年	八宝粥罐头、花生牛奶、豆奶等，产能 100 万吨	全国
河北承德露露股份有限公司（深交所，000848）	河北省承德市	1997 年	杏仁露等，产能超过 30 万吨	北方地区，尤其是华北地区
椰树集团有限公司	海南省海口市	1956 年	椰子汁、矿泉水等，产能超过 30 万吨	东南沿海地区
北京汇源饮料食品集团有限公司	北京市	1992 年	果汁及果汁饮料，开始进入植物蛋白饮料行业	全国
山西大寨饮品有限公司	山西省阳泉市	2001 年	核桃饮料，产能超过 5 万吨	北京、天津、河北、河南、山东、山西

注：除公司信息外，其他信息主要来源于上述公司官方网站。此外，承德露露的产能情况来源于其 2010 年年度报告。

2、进入行业的主要障碍

（1）消费者心智障碍

在消费者心智中的品牌阶梯上，第一品牌一旦形成，在一段时期内就很难再接受其他品牌，比如，在大多数消费者的心目中，果汁的第一品牌是汇源，杏仁露的第一品牌是承德露露，消费者在选择此类商品时一般会把相应的品牌列为第一选择，直至因各种原因使得消费者改变原有的认知。

（2）产品开发的技术障碍

植物蛋白饮料只有符合“既好喝、又营养”的消费要求，才能最终被广大的消费者所认同。因此，行业新进入者需要相当长的时间不断进行产品开发，对产品口味进行调整，直至形成广为消费者接受的口味。

（3）销售网络障碍

植物蛋白饮料的消费人群非常广泛，几乎囊括所有消费人群，需要有健全的密集型销售网络来满足人们的便利性购买要求。这对任何一个新进入的企业，都



是时间、资源和能力的严重考验。

3、市场供求状况及其变动

(1) “十一五”期间，植物蛋白饮料市场发展迅猛

“十一五”期间，中国饮料工业从容应对复杂的经济形势，克服国际金融危机冲击，抓住机遇，趋利避害，饮料总产量和经济效益逆势上扬，产业结构不断优化，产品质量不断提高，企业规模不断扩大，一批本土品牌也日益强大，饮料工业成为食品工业中发展最快的行业之一，有力拉动了农副产品深加工、包装技术、检测技术、食品添加剂等全产业链的技术进步。

根据中国饮料工业协会《中国饮料行业“十二五”发展规划建议》（2010年12月发布），2009年，全国饮料总产量8130万吨，是2005年3380万吨的2.4倍，年均增长24.4%；全国饮料销售收入2676.1亿元，是2005年1139.5亿元的2.35倍，年均增长24%；全国饮料利税总额341.5亿元，是2005年128.7亿元的2.65倍，年均增长27.5%；从饮料的消费结构看，“十一五”期间，随着人民生活水平的日益提高，消费者的健康意识逐渐加强，中国饮料品种结构也逐渐发生变化，饮料品类结构渐趋合理、平衡：高热量饮料的市场占比逐年下滑，而低糖饮料、无糖饮料、茶饮料、含乳饮料等则表现良好；碳酸饮料市场占有率呈现下降趋势，果蔬汁饮料及包装饮用水平稳发展；含乳饮料和植物蛋白饮料发展势头很猛，2009年的市场份额超过了10%；其他如谷物饮料、植物饮料、特殊用途饮料、咖啡饮料等也获得发展；此外，还有大量新型产品面市，其中包括碳酸茶、果粒饮料、复合果蔬汁、矿物质水、营养强化饮料、含果汁果肉的乳酸菌饮料、复合蛋白饮料、奶茶饮料等，以及各种谷物饮料、本草饮料（如凉茶）；从企业规模和品牌影响看，企业的规模不断扩大，一批本土品牌逐渐成为或全国、或区域、或品种的主力品牌。

“十一五”之前，植物蛋白饮料在我国的发展较慢，在饮料市场中所占比重较小。“十一五”期间植物蛋白饮料才开始显示出迅猛发展的势头。根据中国饮料工业协会的统计，2009年全国饮料工业159家生产企业共生产植物蛋白饮料约111万吨，占饮料总产量的比例已上升为11.86%。

植物蛋白饮料市场显示快速发展态势的主要原因是，相对于其他饮料，植物



蛋白饮料具有明显的优点：一是植物蛋白能够提供比动物蛋白更完善的营养结构，不仅解渴，还可以快速补充营养。二是植物蛋白饮料不会对消费者产生乳糖不耐受症，更适合中国人的饮食结构与习惯；三是植物蛋白饮料原料来源充足、易得，而且安全可靠。

核桃饮料行业是植物蛋白饮料的细分行业，行业起步较晚，经以公司为代表的众多核桃饮料企业多年的引导和培育，行业已步入快速成长阶段。作为行业龙头企业，公司连续三年营业收入同比增速平均超过 100%。

(2) “十二五”期间，植物蛋白饮料的市场需求将不断扩大，为本行业创造了巨大的发展空间，竞争将加剧、升级

从植物蛋白饮料的市场需求趋势看，由于植物蛋白饮料天生具备的“天然、绿色、营养、健康”的品类特征，符合饮料市场发展潮流和趋势，越来越受消费者喜爱，消费人群将快速增长，需求发展前景广阔，预计“十二五”期间，市场容量年增长率在 40%以上，至 2015 年将超过 500 亿元。

由于我国目前的人均饮料消费量(70kg/年)尚低于世界平均水平(90 升/年)，国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

本行业具有完全的市场化程度，植物蛋白饮料不断增长的市场前景必然吸引越来越多厂家进入，这就决定了本行业市场竞争加剧、升级的必然性。“十一五”期间的竞争主要表现为价格层面的低水平竞争，今后的竞争将更多体现在企业美誉度、品牌亲和力、食品安全、产品质量、产品特质、渠道渗透、广告投入等方面，将会有更多的新设计、新包装、新的市场推广活动。

4、行业利润水平的变动趋势及变动原因

目前，植物蛋白饮料行业的利润水平较高。以主导产品为杏仁露的上市公司承德露露为例，2008 年、2009 年、2010 年，其销售毛利率分别为 28.98%、34.27%、34.22%，稳定维持在较高水平上。随着消费者对植物蛋白饮料的消费习惯逐渐形成，市场需求增长迅速，行业内企业的规模效应日益显著，行业平均利润水平还会有所增长。但随着行业进入者的逐渐增多，竞争将日趋激烈，行业利润水平将



会有所下降。

（四）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）人们消费习惯正向植物蛋白饮料转移

随着人们健康意识的提高，饮料消费呈现出了“安全、营养、健康”化的发展趋势。人们对饮料的消费不再仅仅满足于产品的口味，同时追求产品的营养价值。植物蛋白饮料作为饮料产业中为数不多的具备“天然、绿色、营养、健康”属性的饮料品类，日益受到消费者的认可和推崇。

（2）植物蛋白饮料消费较少受地域限制，为消费者广泛接受

植物蛋白饮料中的豆奶、花生露、核桃露等均广为消费者所接受，较少受地域及不同消费群体的限制。特别是核桃露，因核桃具有补脑、抗衰老功效，自古以来广为传播，人们对核桃干果的认知度高，无地域限制。在知识经济时代，用脑疲劳等成为人们的生活常态，因而孕育着“补脑”这一巨大的市场需求。核桃饮料既有效解决了核桃直接食用的不方便和口味的不适应，又能够给大脑补充营养，由此催生了巨大的市场需求。自公司率先提出“经常用脑、多喝六个核桃”的品类诉求和品牌诉求以来，核桃饮料已由“可有可无、可替代的风味饮品”向需求型主流饮品转变。

2、不利因素

植物蛋白饮料正处于快速发展期，行业发展环境良好，不存在明显影响行业发展的不利因素。

（五）行业特点

1、行业的技术水平和技术特点

植物蛋白饮料生产技术主要解决饮料的口味、色泽及包装的问题。生产工艺一般包括原料预处理→研磨制浆→配料→均质→灌装→杀菌→包装等环节。除配料环节的技术具有保密性外，其他环节均采用通用机器设备，技术具有公开性。

行业生产技术的改进主要体现在产品的口味、色泽、形态的改进和生产效率



的提升等方面。经过不断地摸索，植物蛋白饮料在口感、色泽上有了提高，饮料的外观表现更均匀，口感适应性更强。此外，随着生产工艺及生产设备的改进，行业从作坊式的手工生产过渡到现代化的半自动或全自动生产线，技术水平有了很大提高，如均质机的均质能力从原来的每小时几吨到现在的几十吨，灌装速度从原来每分钟的 90 罐提高到现在每分钟的 700 罐以上，使得企业可实现生产规模的迅速扩张。

2、行业特有的经营模式

长期性的品牌维护至关重要，是保持企业稳定增长的必要手段。

一般来说，对饮料这种快速消费品来说，消费者的敏感度不高，产品的可替换性大，产品质量很容易被消费者直接感受和判断，而且对消费者的二次购买行为和忠诚度有决定性的影响。因此，品牌是影响销售的非常重要的因素。

同时，一个饮料品牌的持久力实际是以不断推陈出新为特点的。

上述特点可简化表示如下：

快速消费品=基本的行业原则+更多细节关注+创新的产品概念+必要的广告投入+长期性品牌维护

3、行业的周期性、区域性或季节性特征

本行业不具有明显的周期性。植物蛋白饮料为民众普通的饮食消费品，受经济周期的影响较小。

本行业具有明显的区域性特征。饮料产品销售时，运输费用一般根据运输距离增加而增加，运输条件也会制约运输距离。因此，受运输费用及物流配送能力的限制，公司的销售半径一般在 600 公里左右，向销售半径之外的市场进行销售会导致销售费用增加，销售净利率下降。

本行业具有明显的季节性特征。节日期间，特别是在我国传统节日中秋节、春节等节日期间，居民探亲访友、亲朋外出就餐、家庭聚餐等活动频繁，消费集中释放，饮料消费会出现高峰。因此，饮料生产企业的销售量会在节日前明显增加，形成节日前逐渐升温、节日后迅速回落的节日效应，从月份上看，一般一年中的 7 月、8 月、9 月为中秋节销售旺季，12 月、1 月、2 月为春节销售旺季，其

他 6 个月为销售淡季，从季度上看，第一季度（包含春节、元宵节）和第三季度（包含中秋节）的销售会显著大于另外两个季度。

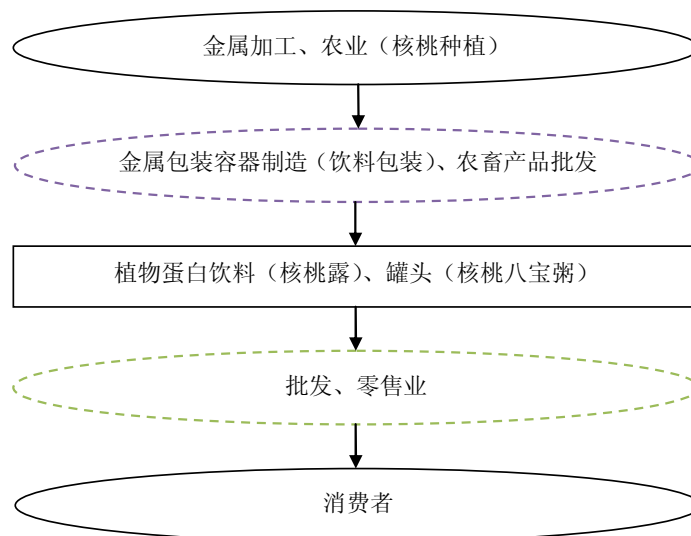
（六）与上、下游行业的关联性及其影响

1、与上、下游行业的关联性

本行业的供应商主要有两类，一类是为公司提供核桃仁、杏仁、花生等具有一定蛋白质含量的植物果实、种子或果仁等原料的农畜产品批发单位，另一类是为公司提供金属包装容器易拉罐等的企业。相应地，本行业的上游行业也有两个，一个是农畜产品批发行业，另一个是金属制品业中的包装容器制造（饮料包装）行业。

本行业的销售模式一般为经销商制，产品销售基本面向经销商，由经销商经渠道销售给终端消费者群体。相应地，本行业的直接下游行业为食品、饮料及烟草制品批发、零售业，最终客户为终端消费者。

本行业与上、下游行业的关联性如下图：



2、上、下游行业的发展状况对本行业的有利和不利影响

（1）上游行业的发展状况及影响

采购植物果实、种子或果仁等原料及包装物占据了植物蛋白饮料行业生产成本的大部分。因此，本行业的生产成本随上游行业的波动而波动。



就核桃饮料行业来说,采购的原料主要为核桃仁,包装物主要为铁制易拉罐。由于近年来核桃饮料消费快速增长,核桃仁的价格也呈逐年上升趋势。易拉罐的价格则一般随镀锡铁价格(或钢价)的波动而波动,具有一定的周期性。对于镀锡铁易拉罐来说,镀锡铁资源在国内较稀少,大部分镀锡铁需进口,再加上植物蛋白饮料行业的季节性比较强,每到旺季来临,易拉罐的供应会比较紧张。

(2) 下游行业的发展状况及影响

总体来讲,本行业的直接下游行业食品、饮料及烟草制品批发、零售行业及社会终端消费需求的波动性都具有“周期长、起伏小”的特点。

核桃饮料作为普通、饮食消费品,其经销商群体可以概括为“两多”,即“类别多、商家多”,大卖场、超市、社区店、批发部、便民便利店、餐饮店、网吧、车站码头乃至农村的农贸市场和集市等都是产品的重要销售渠道,每个渠道类别中都有数量不菲的从业商家,并且随着人们购买力的提高,群体规模将进一步得到扩大。任何渠道类别、任何从业商家都不能独自改变这种销售格局,行业发展及波动主要受消费者购买心理及购买行为的变化影响,波动期长且平缓,因此对企业的发展带来的影响不大。

对于终端消费者,其对植物蛋白饮料消费需求的波动主要来自于消费观念的改变。植物蛋白饮料的“天然、绿色、营养、健康”的特点将使得消费需求继续保持增长势头。

三、发行人在行业中的竞争地位

(一) 公司的竞争优势

公司自其前身 1997 年 9 月设立起,一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售,是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一,在长期的市场竞争中逐步形成了自身的核心竞争优势。目前,公司已发展成为我国核桃饮料生产规模最大的龙头企业,“YANGYUAN 及图”商标已被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。公司的核心竞争优势主要有以下几个方面:

1、领先的“核桃饮品专家”的企业定位优势

核桃为胡桃科植物胡桃的种仁,与扁桃、榛子、腰果并称为“世界四大干



果”。核桃含有较多的蛋白质及人体营养必需的不饱和脂肪酸，这些成分皆为大脑组织细胞代谢的重要物质，能滋养脑细胞，增强脑功能；核桃还有防止动脉硬化，降低胆固醇、镇痛、提升白细胞及保护肝脏等作用；此外，核桃含有的大量维生素 E，经常食用有润肌肤、乌须发、缓解疲劳和压力的作用。一般人群均可食用，尤其适合脑力劳动者和青少年，肾虚、肺虚、神经衰弱、气血不足者可多食。

与其他被广泛应用于植物蛋白饮料生产的杏仁、花生、豆类等相比，核桃具有得天独厚的优势：一是核桃的功效特别是其健脑益智功效已深深根植于广大消费者的心智；二是消费者的心智中所形成的这种共识没有地域限制，我国北方、南方的认识相同，国外也一样；三是在消费者的心智中，健脑益智功效方面可以与核桃比肩的替代品不多；此外，核桃虽有营养，但直接吃会有“味儿涩”、“难砸”、“营养得不到全面吸收”等问题，喝核桃饮料相对而言是更好的食用方法。核桃的以上优势和特点使核桃饮品较之于其他饮品具有更为广阔的市场前景。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一。目前，核桃饮料作为植物蛋白饮料的一个细分品类，在经历了较长的市场培育期后已进入了迅速发展的时期，也吸引了一些饮料行业和其他相关行业的厂家进入，同时，经过十多年的市场历练、积累，公司已逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、生产能力、营销等方面形成了自身的核心竞争力。这些竞争优势使得公司能够在快速发展的市场中继续保持领先地位。

2、品牌优势

公司与其“养元”、“养元六个核桃”核桃饮料已成为公司销售区域中消费者认知度最高的核桃饮料厂商和品牌之一。随着公司本次募集资金投资项目的陆续建成投产、实施，公司的主营业务竞争力将获得全面、系统、显著地提升，品牌影响力将会进一步扩大，将由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌。

最近三年，公司营业收入保持高速增长态势，分别为 284,594,921.22 元、525,069,999.78 元、1,077,461,798.66 元，同比分别增长 136.31%、84.50%、105.20%，其中，河北、河南、山东三省的销售收入占比分别为 93.18%、93.85%、93.72%，



即是公司销售区域内消费者高度认同公司产品的有力证明,也是公司品牌效应发挥作用的结果。

公司于2006年12月被河北省工商行政管理局评为“河北省著名商标”,2008年、2009年、2010年连续三年被中国食品产业成长之星评选委员会、糖烟酒周刊杂志社评选为“中国食品产业最具成长性企业”并于2009年10月被其评选为“2009年度中国食品产业(植物蛋白饮料)标杆品牌”,2008年9月被河北省消费者协会评为“河北省第九届消费者信得过单位”,2010年8月公司被河北省林业局评为“2010-2011年度河北省林果产业重点龙头企业”,2010年10月8日“YANGYUAN及图”商标被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”,2010年10月公司“核桃乳饮料预处理新工艺研究”项目被河北省食品工业协会授予“河北省食品工业协会科学技术奖2008—2009年度特等奖”,2010年11月公司技术中心被河北省发展改革委、省科技厅、省财政厅、省国税局、省地税局、石家庄海关评为“河北省企业技术中心”,2010年12月公司被中国诚信万里行活动委员会授予“(国家级)诚信示范单位”称号,等等。

根据公司的发展战略,本次募集资金将全部运用于从全方位、全流程提升公司主营业务的竞争力,具体投资于“年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”,以及“营销网络建设和市场开发项目”。项目建成投产、实施后,公司的产品研发能力将进一步提高,核桃饮料生产能力将由项目建设前的10万吨增长至30万吨,产品结构中将增加PE瓶包装的核桃饮料,适合目标消费者日常饮用,使产品品种与产品定位更加切合,生产设备与工艺技术的先进性将进一步提高,产品质检水平将会获得更大提升,公司的根据地市场河北、河南、山东三省将得到深度挖潜,周边天津、辽宁、山西、安徽四省市的市场份额将强势扩大,最终将显著提高公司的市场占有率和行业地位,为公司品牌由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌奠定坚实的基础。

公司已利用自筹资金对上述两个募集资金投资项目进行了先期投入,截至2010年12月31日,年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目已累计投入资金9076.28万元,项目完工进度为32%,已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设,增加核桃饮料年生产能力6万吨,为2010年公司经



营业绩的高速增长奠定坚实的基础，目前正在建设第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线；营销网络建设和市场开发项目已累计投入资金 4,672.34 万元，项目完工进度为 20%，传统市场和周边新市场的网络建设和市场开发工作正在大举进行，并已初现成效，2010 年公司携手凤凰卫视知名主持人鲁豫推出了新版广告，并在 2010 年 9 月 1 日起登陆央视《新闻联播》后黄金时段，极大地提升了公司的品牌形象和品牌影响力。

3、产品安全质量控制优势

公司高度重视产品的安全、质量，成立了产品安全领导小组，公司董事长任产品安全领导小组组长，总经理任领导小组副组长，各部门经理及质量主管人员任领导小组成员。产品安全领导小组的主要工作职责是：1、在 HACCP 小组组长的领导下实施 HACCP 体系的开发、建立、保持和评审；2、负责对产品安全危害控制措施组合进行有效性确认；3、负责标识和可追溯性系统的建立、实施及改进；4、负责产品安全质量管理体系改进活动的策划和监督实施，并对实施效果进行验证，通过对验证结果分析来评价其适宜性、充分性和有效性，以促进体系的更新；5、对公司产品安全、质量控制情况进行检查，保证每月进行 2 次以上检查，发现问题及时改进。

公司在总经理下设技术部，技术部分设品控中心，全面负责公司日常的安全质量控制，覆盖从原材料进厂到成品出厂的各环节，具体负责质量控制流程、质量监控、监督检查，并负责日常监测数据的信息采集、传递工作，及时分析汇总。

公司具有完善的食品安全、质量管理体系。该体系吸取了国外先进的管理模式，采用 HACCP 管理体系，对原料采购、生产工艺、人员卫生及操作、厂房环境、设施设备和成品的品质管理及贮存运输等环节进行分析，对可能危害产品安全质量的关键环节进行严格控制，保证产品卫生安全质量，同时，建立从原材料进厂、生产过程、成品检验到销售的完整的记录制度，做到质量控制可追溯、质量责任可追究。

公司在全面、严格执行上述产品安全、质量管理体系的同时，还时刻强化公司全体员工的产品安全意识。公司定期组织对产品安全小组成员的培训，同时外聘食品安全领域的专家对员工进行培训，开展知识竞答及比赛等各种活动，提高



员工自身的专业技能和素质能力。特别是对于技术人员，公司利用生产淡季时间，组织检验员、品控员进行培训，提高质量意识。公司经常与主要的供应商厂家进行沟通、交流，组织各厂家的质检员进行原材料验收标准的不定期培训，确保公司的产品安全质量控制制度得以有效执行。

公司及其前身自1997年9月成立以来从未发生过产品安全、质量事故，也未出现过因产品质量、安全引发的重大纠纷。

4、研发工艺技术优势

公司在技术部下设的研发中心，负责产品的研发工作。该近年来，随着公司的快速发展，对产品研发的投入力度逐步加大，该中心配备了一流的检验设施，建立了标准的综合实验室，拥有专业的科研队伍，并不断培训、引进研发人员。该中心是经河北省认定的“企业技术中心”，获河北省食品工业协会颁发的“河北省食品工业协会科学技术奖特等奖”。

公司核桃饮料生产工艺为公司独创的“5.3.28”生产工艺，由“五个关键环节、三项独有技术、二十八道工序”组成。其中，去皮去涩技术、研磨萃取技术及细胞破壁技术为公司掌握的先进的核桃饮料生产技术，这一技术不但减少了原料损耗，提高了原料的利用率，而且在不影响产品风味、色泽、稳定性的前提下，有效解决了植物蛋白饮料沉淀及脂肪上浮等不稳定现象，大大提高了产品的稳定性，确保了产品的品质。

5、产销规模优势

目前，公司是我国核桃饮料产销规模最大的企业，其产销量在整个植物蛋白饮料行业中亦位居前列。截至2010年底，公司已拥有年产16万吨核桃饮品的生产能力。

最近三年，核桃饮料作为植物蛋白饮料的一个细分品类，在经历了较长的市场培育期后已进入了迅速发展的时期，同时，公司经过十多年的市场历练、积累，逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、营销等方面形成了自身的核心竞争力。公司核桃饮料在市场上销售旺盛，供不应求。为了把握市场机遇，最近三年，公司主要依靠自身积累逐年建设新的产能，为公司经营业绩的高速增长奠定了坚实



的基础。最近三年，公司主要产品的产销情况如下表：

年度	产品名称	产能 (吨)	产量(吨)			销量 (吨)	产销率	销售收入 (元)
			自产	委托加工	合计			
2010	核桃饮料	160,000	151,087	5,937	157,024	158,940	101.22%	1,065,774,541
	核桃露		125,371	5,579	130,950	132,140	100.91%	922,844,388
	复合核桃饮料		25,716	358	26,074	26,800	102.78%	142,930,153
	核桃食品		2,247	-	2,247	2,149	95.64%	11,436,069
	合计	160,000	153,334	5937	159,271	161,089	101.14%	1,077,210,610
2009	核桃饮料	100,000	85,525	-	85,525	82,236	96.15%	506,186,023
	核桃露		59,396	-	59,396	58,461	93.30%	388,015,689
	复合核桃饮料		26,129	-	26,129	23,774	88.00%	118,170,334
	核桃食品		2,924	-	2,924	2,992	102.33%	15,395,994
	合计	100,000	88,449	-	88,449	85,228	96.36%	521,582,017
2008	核桃饮料	55,000	49,616	-	49,616	49,697	100.16%	270,078,455
	核桃露		30,826	-	30,826	28,870	93.65%	176,326,153
	复合核桃饮料		18,790	-	18,790	20,827	110.84%	93,752,302
	核桃食品		2,753	-	2,753	2,472	89.79%	11,705,088
	合计	55,000	52,369	-	52,369	52,169	99.62%	281,783,543

注：

1、公司核桃饮料生产线与核桃食品生产线可以相互替代，故产能合并统计。

2、2010年核桃饮料的产量包括公司委托加工的产量5,937吨，占公司总产量的3.78%。为缓解产能紧张和解决运输半径的问题，公司自2010年10月起部分产品采取委托加工形式生产，委托加工情况详见本说明书本节“四、发行人主营业务的具体情况”之“（三）公司主要经营模式”部分。

3、两类主要产品的销售额合计只是公司营业收入的一部分。此外，公司的营业收入还包括少量果醋等其他产品的销售，其最近三年的销售额分别为2,811,378元、3,487,983元、251,189元。

随着公司本次募集资金拟新建的年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的最后建成投产，公司将形成年产30万吨核桃饮料的生产能力，规模优势将更加显著。

公司的产销规模优势可以确保公司较低的采购成本、生产成本，在核桃饮料行业的市场占有率和龙头地位将得到进一步的巩固和提升。

6、营销优势



自 2005 年 12 月 29 日以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工将老白干集团持有的河北养元全部的国有产权收购以来，是公司全面打造自身营销核心竞争力的主要时期。经过近六年的不懈努力，公司已经在品牌树立与市场定位、营销团队建设、营销模式确立、销售网络建设等方面逐步确立了自己的核心竞争优势。

（1）创设、成功打造“养元”、“六个核桃”品牌

2005 年 11 月 7 日，公司为其产品创设“八个核桃”商标，并向国家商标局申请注册登记；2006 年 1 月 19 日，公司为其产品创设“六个核桃”商标，并向国家商标局申请注册登记。而在此之前，河北养元（公司前身）虽拥有“养元”商标，但缺乏市场影响力，其产品销售曾一度通过与其他厂家的授权协议使用其他厂家的商标。

目前，公司已拥有取得商标注册证的商标 16 个，正在申请注册的商标 15 个。公司与其“养元”、“养元六个核桃”核桃饮料已成为公司销售区域中消费者认知度最高的核桃饮料厂商和品牌之一，正在由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌；2010 年 10 月，“养元”商标取得“中国驰名商标”称号。

（2）“养元”、“六个核桃”品牌有效地借助消费者的心智认知，不断提升品牌定位，有力地拉动了公司的销售

核桃的功效特别是其健脑益智功效已深深根植于国内外广大消费者的心智，且在消费者的心智中，健脑益智功效方面可以与核桃比肩的替代品不多。2006 年以来，“养元”、“六个核桃”核桃饮料的销售之所以能够得以高速发展，除了公司在营销方面的全面推动外，市场消费者对于核桃饮料的这种心智认知是基础。

随着公司对市场的认识趋于深刻，2010 年公司对“养元六个核桃”核桃露的品牌定位进行了重新设计，推出“经常用脑，多喝六个核桃”市场定位，将目标客户对准学生、脑力劳动者等经常用脑群体，进一步强化消费者心智中核桃饮料的健脑益智功效，并引导目标客户日常消费。

2010 年，公司聘请凤凰卫视知名知性主持人鲁豫作为公司的形象代言人，并推出以“经常用脑，多喝六个核桃”为主旨的新版广告。此广告在 2010 年 9 月 1



日起登陆央视《新闻联播》后黄金时段，极大地提升了公司的品牌形象和品牌影响力，有力地拉动了公司的销售。

（3）职责清晰、高效协作的营销团队

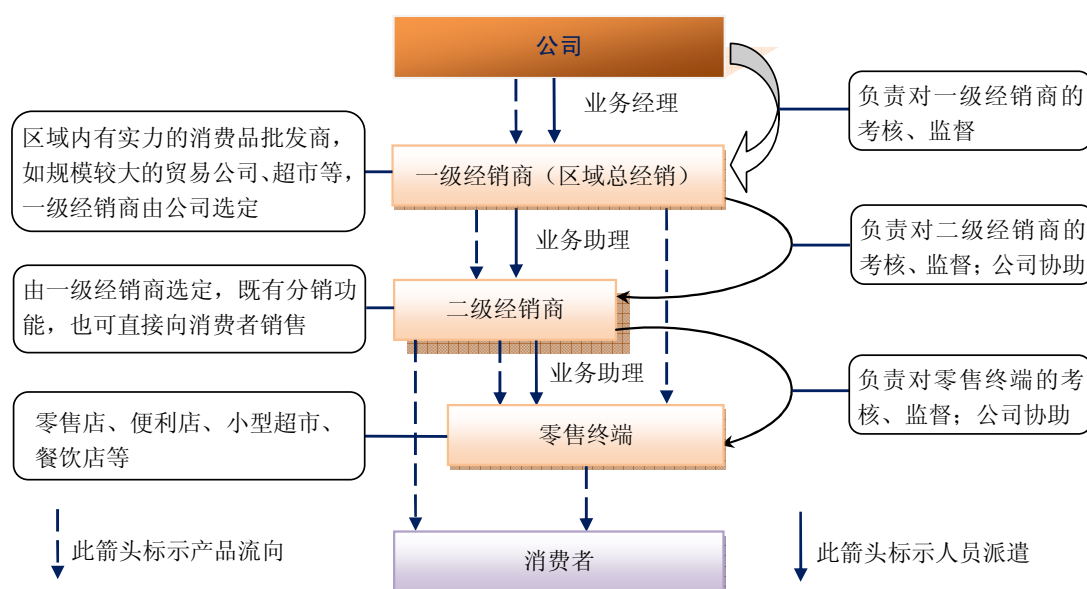
营销机构是公司组织机构中最重要的组成部分之一。公司设销售总部，由总经理直接管理，下设市场部、业务部、督导部和综合办，其职责分别为：市场部负责制订市场开发计划、年度销售战略及促销计划，品牌管理及选择合适的顾问公司开展业务合作；业务部负责市场开发建设，包括分销网络集终端网络建设，稳定市场秩序及价格体系，促销活动执行、实施、开展、落实，市场信息的整理反馈，完善办事处各级人员的管理；督导部负责督促、检查促销政策的落实，动态管理市场，打击、扼制窜货销售行为，负责销售人员的管理；综合办负责销售信息的汇总、整理、销售后台服务。

2010年12月31日，公司员工总数为559人，其中营销人员184人，占员工总数的32.92%。

（4）与经销商和谐共赢、相互尊重的营销模式

公司的主要销售模式为分区域定渠道独家经销模式，即公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商按约定的区域和渠道向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者，同时，该一级经销商不得再经销其他与公司产品相同或相近的产品。

公司销售模式的架构如下图所示：



注：图中的产品流向表示公司的产品销售逐级销售的过程；人员派遣流向表示销售网络各环节派出业务人员对下属渠道逐级跟踪管理过程。

公司销售模式的运行主要包括两方面的内容，一是销售，公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者；二是管理，公司的管理覆盖包括一级经销商、二级经销商和零售终端的整个销售渠道，主要围绕两个核心问题：一是对一级经销商的资格管理，二是制订一系列销售政策，要求经销商严格执行，确保正常的市场秩序，最终使经销商获利。

在要保证经销商赢利方面，公司的管理措施主要有以下几个方面：

A、制定产品价格体系，要求经销商统一执行，以确保一级经销商高于行业平均水平的销售利润，充分调动经销商开拓市场的主动性和积极性。

B、为了防范经销商之间相互竞争，打价格战，在《经销合同》中严格约定经销商的经销区域和品类。一般在一个销售区域只安排一个经销商，严禁经销商在其他经销商区域销售产品（俗称“窜货”）。

C、对销售渠道进行监管。公司在销售市场设置大区管理中心、办事处，在市场一线对一级经销商执行公司销售政策的情况进行日常监督，严厉打击跨区域窜货和低价销售行为，确保市场秩序和确保经销商的销售毛利率。



D、对一级经销商进行人力、物力、智力等方面的扶持和营销引导，帮助其扩大销售规模，提升盈利水平。

E、制订促销政策，降低一级经销商的成本，或协助其扩大销售规模，提高其毛利水平。

公司销售模式的有效运行，使公司与经销商保持和谐共赢、相互尊重的合作关系，一方面有效地调动了经销商经营公司产品的积极性，充分地挖掘市场潜力，提升公司的产品竞争力，另一方面也使公司的销售政策能够在渠道中得到全面贯彻和执行，极大地增强了公司对渠道的掌控力，最终保证公司的持续稳健发展。

(5) 覆盖范围广、渗透力强的销售网络

在公司的经销商模式下，公司已建立起包括一级经销商、二级经销商并延伸至零售终端、覆盖范围广、渗透力强的销售网络。首先，从经销商数量上看，截至 2010 年底，公司已有一级经销商约 900 家；其次，从销售网络的广度看，目前，公司销售区域已基本覆盖河北、河南、山东三省，并已进入辽宁、山西、安徽、天津等地，销售区域逐渐扩大；第三，从销售网络的深度看，在对县域市场进行重点开发的基础上，已往上向地级市和核心城市市场、往下向广大乡、村市场渗透。

截至 2010 年末，公司经销商的主要情况如下表：

地区	经销商家数			平均单个经销商销售额（万元，含税）		
	2010 年	2009 年	2008 年	2010 年	2009 年	2008 年
河北	303	243	152	213.50	154.32	153.13
河南	274	191	119	128.11	77.38	41.26
山东	148	132	67	123.97	34.82	36.91
其他	175	25	12	45.27	37.26	53.65
合计	900	591	350	140.07	97.81	89.44

7、管理优势

2005 年 12 月 29 日以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工从老白干集团收购了公司后，公司由老白干集团的全资子公司变更为姚奎章实际控制、包括董事、监事、高级管理人员在内的 58 名公司员工所有的民营企业。此次产权制度改革所带来的员工持股制度及其激励作用极大地激发了公司员工的积极性和公司活力，是最近三年公司业绩高速增长的制度基础。



公司目前的管理层基本都是 1999 年老白干集团承债兼并河北养元时就在公司工作的，对本行业具有深刻的认识，并且在“核桃饮品专家”的企业定位、“专注、诚信、共赢”的经营理念 and “憨厚朴实、激情四射、缔造传奇”的企业精神方面具有共识，引领公司经过艰苦奋斗和不懈努力，实现跨越式发展。

（二）公司最近三年的市场占有率情况及未来变化趋势

最近三年，公司的产能、产量、销售额快速增长，目前已成长为我国产销量最大的核桃饮料生产厂商，在公司产品销售区域内市场占有率领先。

公司本次公开发行股票募集资金拟建设年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目，并实施营销网络建设和市场开发项目。项目建成后，公司的产销规模、市场占有率将得到更进一步的提升。

（三）主要竞争对手的简要情况

公司的竞争对手主要为本行业各细分行业的龙头企业，如承德露露、椰树、银鹭等公司，其基本情况详见本招股书本节“二、（三）、1、行业竞争格局和市场化程度”。

四、发行人主营业务的具体情况

（一）主要产品的用途

公司的主要产品分为两大类：核桃饮料和核桃食品。

核桃饮料中，根据其配方中其他原料、配料的添加情况，主要有核桃露、核桃花生露、核桃杏仁露三大品种，共六个系列，其中“养元六个核桃”核桃露为公司主导产品。核桃食品中，主要有核桃八宝粥。

公司主要产品的具体类别如下表：

产品类别			具体产品
核 桃 饮 料	核 桃 露	养元六个核桃香浓、香纯、精品型	养元六个核桃香浓型、香纯型、精品型，养元顶级六个核桃，养元金装六个核桃，养元核桃露
		养元六个核桃木糖醇型	养元六个核桃绿木糖醇型、红木糖醇型、福木糖醇型
		养元六个核桃加强型	养元六个核桃加强型、磷脂加强型、营养强化型



核 桃 饮 料		养元智尊智圣	养元八个核桃，养元顶级八个核桃，智尊，智尊至圣、顶智尊
	复合 核桃 饮料	养元核桃杏仁露	养元核桃杏仁露、养元特装杏仁露（310ml）、养元杏仁优露、养元强化型杏仁露
		养元核桃花生露	养元核桃花生露、养元特装核桃花生露、核桃特装花生露（310ml）、养元金装花生露
核 桃 食 品	核桃八宝粥		核桃八宝粥、核桃桂圆八宝粥



核桃露-养元六个核桃香纯型

核桃露-养元六个核桃精品型

核桃露-养元六个核桃香浓型



核桃露-养元六个核桃木糖醇型

核桃露-养元六个核桃磷脂加强型

核桃露-养元智尊智圣



核桃花生露-养元核桃花生露

核桃杏仁露-养元核桃杏仁露

核桃食品-养元核桃八宝粥

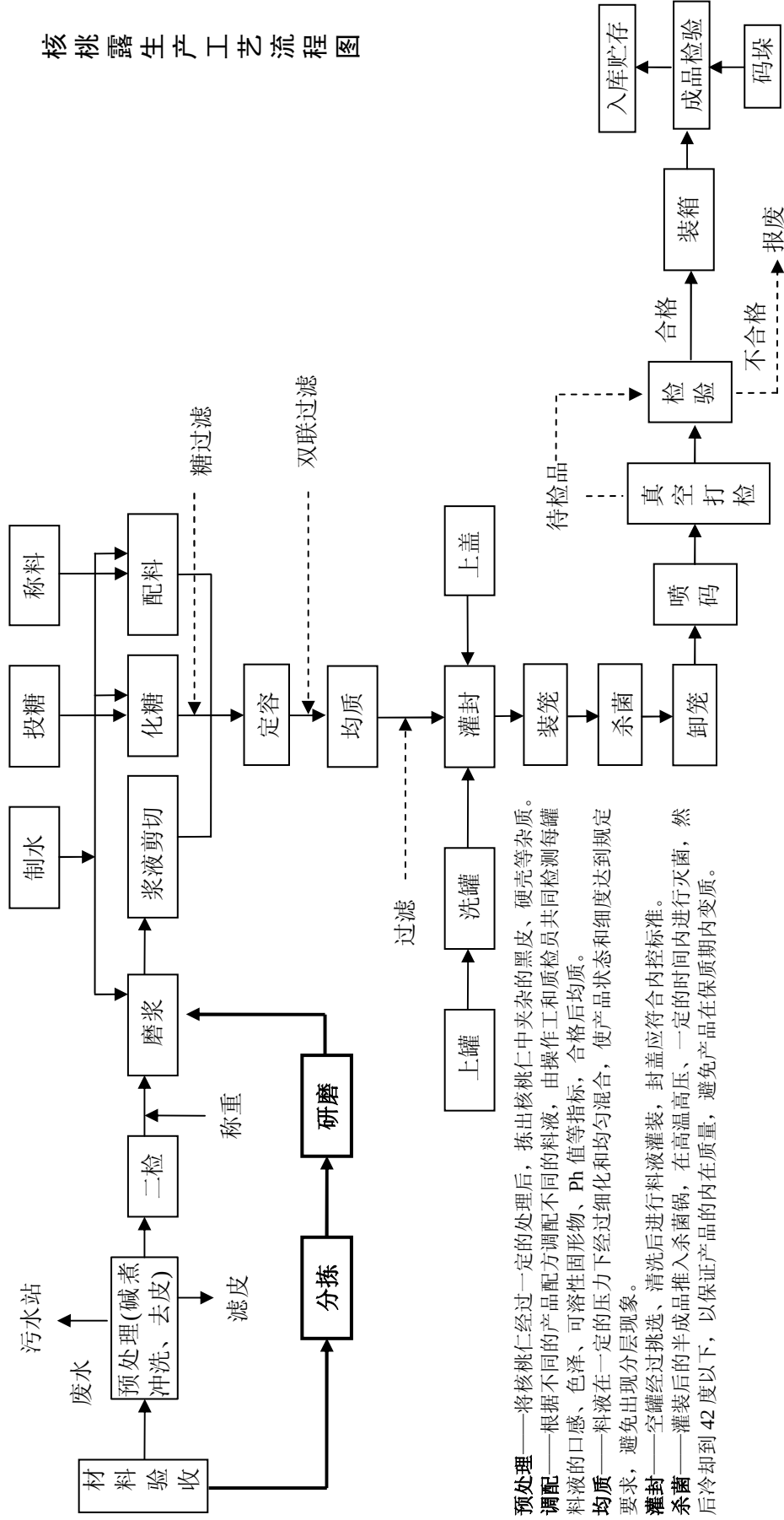
核桃饮料的具体情况如下：

品种	系列	主要成分	功能	用途	包装	口味	消费群体
核 桃 露	养元六个核桃精品型、香浓型、香纯型	以核桃仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	健脑益智、抗衰老、降低胆固醇、美容等	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	细腻、香浓	适合所有人群，尤其适合学生、白领等用脑主要群体
	养元六个核桃木糖醇型	以核桃仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	健脑益智、抗衰老、降低胆固醇、美容等	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	细腻、香浓、不甜腻	适合所有人群，尤其适用于忌食蔗糖的人群
	养元六个核桃加强型	以核桃仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	含更多磷脂，更有益于健脑益智、抗衰老、降低胆固醇、美容等	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	细腻、香浓	适合所有人群，尤其适合学生、白领等用脑主要群体



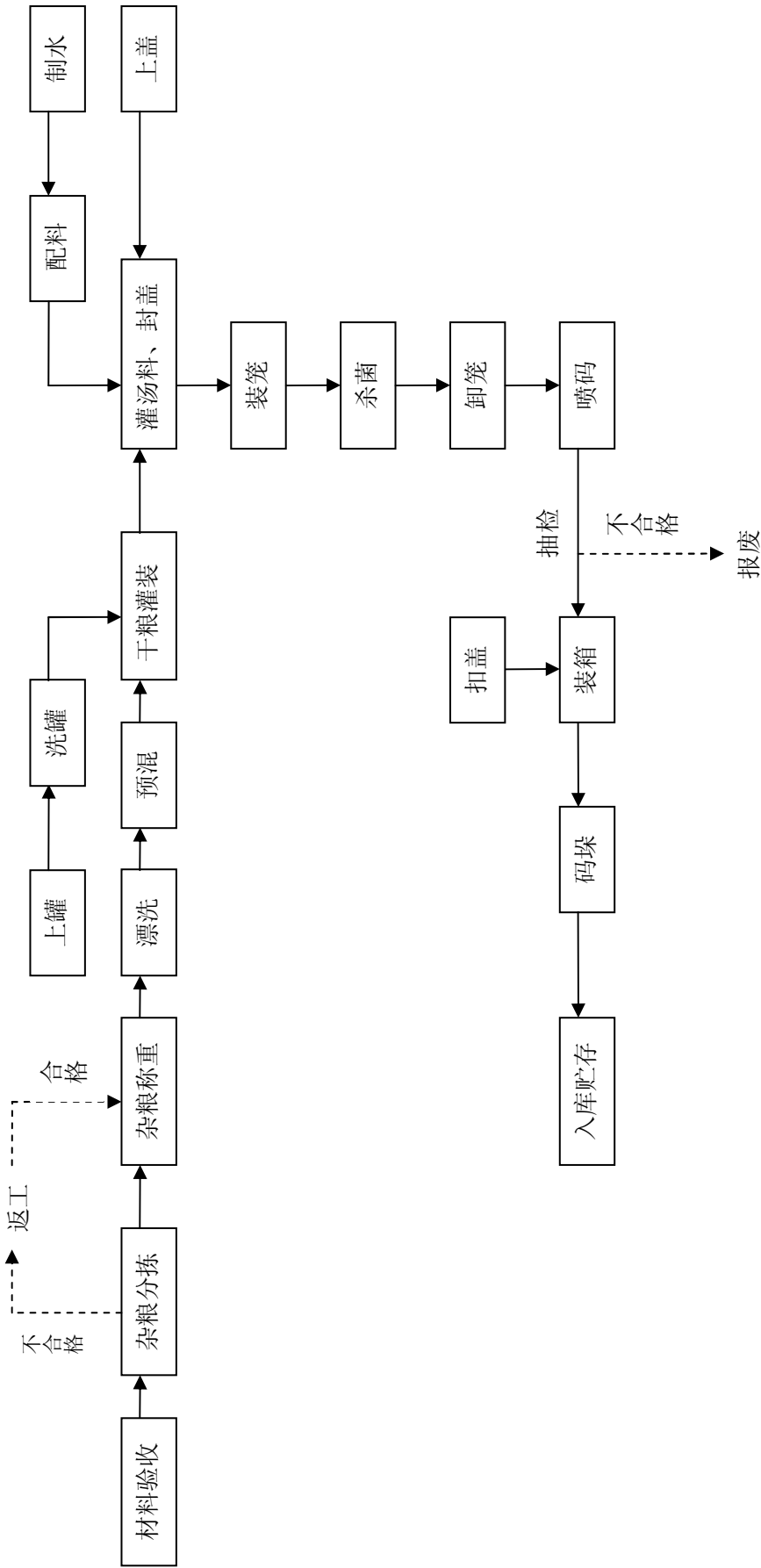
	养元智尊智圣	以精选优质核桃仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分，品质更好	健脑益智、抗衰老、降低胆固醇、美容等	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	纯、香、浓、	适合所有人群
核桃花生露	养元核桃花生露	以核桃、花生为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	益智、润肺、止血	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	香浓、清爽	适合所有人群
核桃杏仁露	养元核桃杏仁露	以核桃、杏仁为主要原料，含脂肪、蛋白质、碳水化合物等主要成分	益智、润肺、养颜	饮用、提供蛋白质、不饱和脂肪酸等	易拉罐	香浓、清爽	消费人群广泛，但脾胃虚寒的人或有腹泻症状的人不宜饮用

(二) 主要产品的工艺流程图





八宝粥工艺流程图

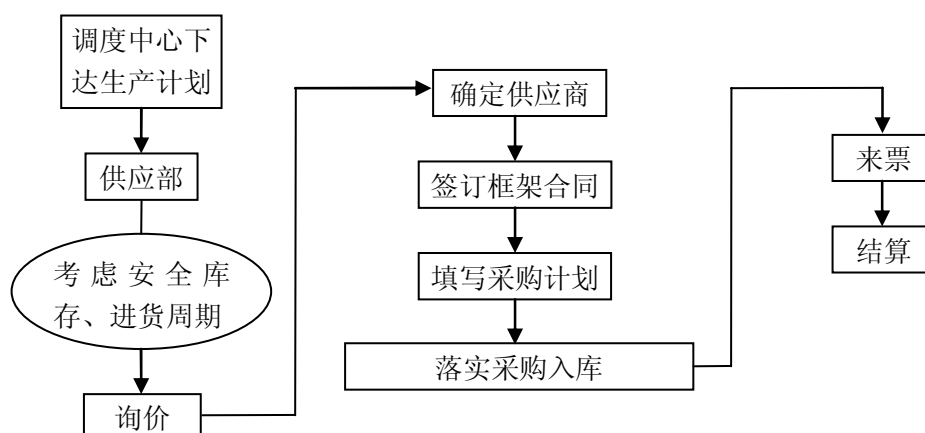


（三）公司主要经营模式

1、采购模式

公司设供应部，负责公司的采购事宜。供应部根据《供应商管理手册》，对供应商的供货质量、服务态度等进行评定，对不符合要求的供应商予以淘汰。公司每年对供应商进行一次实地考察，对其整个生产环境、生产工艺过程和现场的质量控制进行实地考察。对于入库的原材料，公司均进行严格的检测，切实保障进厂原材料的质量合格。

对于主要原材料的采购，生产计划由总经办调度中心按照公司规定时间及时下达到供应部，供应部根据生产计划、安全库存、进货周期确定需采购货物的品种，选择供应商，制定采购计划并落实进货入库，以保障正常生产。一般的流程如下：



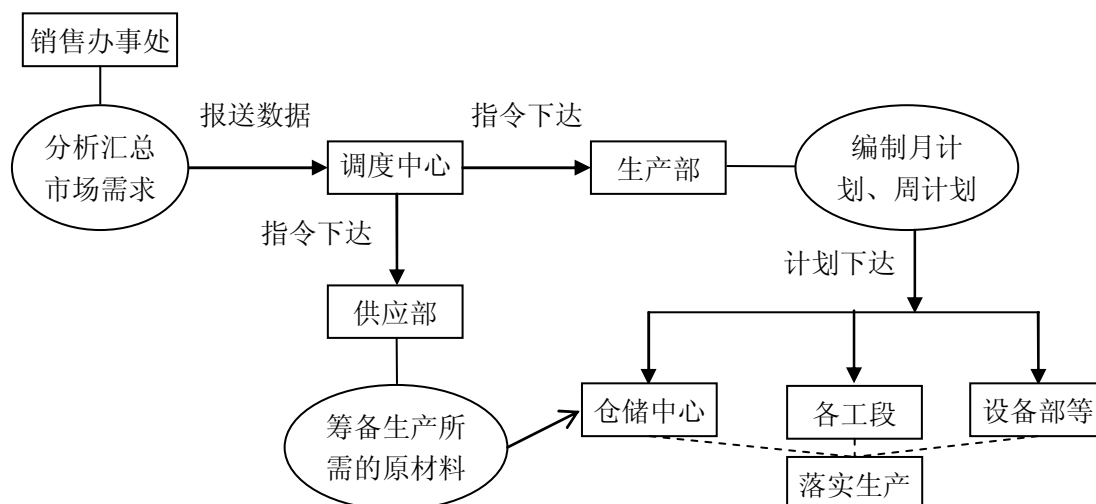
对于核桃仁的采购，由于农产品的价格波动较大，公司一般采取签订较为短期的合同、价格及时调整的形式进行采购；对于易拉罐的采购，一般采取一年签订两次定量合同、每季度确定一次采购价格的形式，集中采购；对于其他原材料的采购，则一般采取随行就市的采购策略，根据需要即时采购。

2、生产模式

（1）自产

目前，公司拥有核桃饮品产能 16 万吨，用以自行生产核桃饮料和核桃食品，具体生产模式是：公司下设区域销售办事处，将所有产品的市场需求总量报至总经办调度中心，总经办调度中心根据当月市场产品品种需求量制定月计划总量，

并及时通知供应部、生产部。生产部根据月计划总量编制当月的月计划及周计划，并将编制的计划提前发放至设备部、仓储中心等部门，以备各部门均能提前计划，做好部门协调工作安排。计划最终发放至各工段长及材料员处，并传达给各班组长组织落实生产任务。具体生产组织过程图示如下：



（2）委托加工

为了缓解公司现有生产线产能紧张及解决运输半径的问题，公司与河南华冠养元饮料有限公司（以下简称“河南华冠”）签订《委托加工合同》，以支付加工费的方式委托其加工生产公司产品以供应河南南部及其周边市场，具体情况如下：

1) 河南华冠简介

名称：河南华冠养元饮料有限公司

住所：临颍县产业集聚区纬一路与经一路交汇处东北角

法定代表人：陈民。根据河南华冠设立时向漯河市工商行政管理局提交的法定代表人登记表，陈民基本情况为：国别（地区）：香港；性别：男；证件类型：香港居民身份证；证件号码：P580082（3）

注册资本：150 万美元

实收资本：90 万美元

公司类型：有限责任公司（台港澳法人独资）



经营范围：饮料（蛋白饮料类）生产，马口铁三片罐的生产和销售

股东（发起人）：G&Y（HK）Limited。根据河南华冠设立登记时向漯河市工商行政管理局提交的《证明书》，该公司于 2010 年 1 月 11 日在香港依据香港公司条例注册成为有限公司，注册编号为 1410078，注册地址为香港新界荃湾众安街 68 号荃湾城市中心一期 14 楼 1407 室，现任董事分别为王惠敏（香港身份证号码：K457593（8））和陈民（香港身份证号码：P580082（3））。该公司为与公司有长期合作关系的易拉罐供应商河北嘉美印铁制罐有限公司为同一控制下公司。

成立日期：2010 年 6 月 4 日

工商登记管理机关：漯河市工商行政管理局

《企业法人营业执照》注册号：411100400008564（1-1）

《全国工业产品生产许可证》情况：许可生产产品名称：饮料（蛋白饮料类）；证书编号：QS411106010003；有效期至：2013 年 9 月 8 日；发证时间：2010 年 9 月 9 日

2) 委托加工模式

2010 年 9 月 21 日，公司与河南华冠签署了《委托加工合同》。2011 年 1 月 10 日，双方又签署了《委托加工合同之补充合同》（以下简称“《补充合同》”）。双方在《委托加工合同》及《补充合同》中关于委托加工事项的主要约定如下：

①加工产品

品名：核桃露、核桃花生露、核桃杏仁露

商标：产品统一使用公司的商标

执行标准：同公司产品标准

②加工期限

加工期限：2010 年 9 月 21 日至 2011 年 9 月 20 日。

③加工费用标准

加工费：0.11 元/听（含税）。



④责任约定

公司的责任：提供符合国家标准的主辅料、添加剂、包装物（空罐、纸箱等）；提供产品执行标准、原辅料验收标准、工艺流程等技术文件。

河南华冠的责任：保证具有生产委托产品的资质和能力，严格按照公司的产品标准执行并保证达到公司工艺指标各项要求；承担加工过程所需人员、设备及配套水、电等；负责为公司派驻人员提供办公场所、检验设备、住宿等；提供生产使用的原辅料、包装物及产成品的日出入库单给公司驻场人员；提供存放原辅材料、包装物、产成品的仓库并承担管理不当损失；不得销售公司委托其生产的产品、半成品及含有“养元”标识的包装材料等，该类产品（或材料）的销售权归公司所有。

⑤结算方式

加工费每月结算一次，以双方签字确认的入库产成品数据为结算依据。

⑥商标及商号的授权使用

A、河南华冠同意在接受公司委托期间不再接受其他公司、企业、个人及其他组织的委托为其加工产品，也不自行生产、销售饮料类产品。

B、公司许可河南华冠在受托加工产品的期限内公司名称中使用“养元”字样。

C、未经公司事先书面批准，河南华冠不得将许可商号用于任何与《委托加工合同》及《补充合同》约定的委托加工事项无关的其他宣传、活动。

河南华冠承诺采取各种措施在其小册子、出版物和促销资料等宣传材料上妥善使用“养元”字样的商号，特别是使用时以河南华冠名义的，使用时不得损害公司的在先权利，不得做虚假宣传或误导性陈述，不得用于除《委托加工合同》及补充合同所约定事项以外的其他活动。

在有关介绍许可商号的任何出版物面世之前，河南华冠必须经公司的书面批准。

D、河南华冠只能在《委托加工合同》及《补充合同》所约定的委托加工期间内使用“养元”作为商号。



E、合同终止

河南华冠违反《补充合同》的任何义务，公司有权解除《委托加工合同》及《补充合同》；公司由于其他原因决定终止《委托加工合同》及《补充合同》；公司与河南华冠所签署的委托加工合同期限届满，且双方不再订立相关委托加工合同。

F、合同终止后，河南华冠同意：立即停止任何使用带有“养元”字样的商号的行为，并于《补充合同》终止之日起 10 个工作日内办理变更名称的工商变更登记手续，河南华冠新公司名称中不得再使用“养元”及相似字样，并将申请变更登记的工商证明文件以书面的形式送达给公司；立即采取各种措施停止将带有“养元”字样的公司名称用于广告、商业登记、目录、互联网和网址、电话簿和任何其他类似名册。

⑦保密

双方对为履行合同而得自对方的所有技术及商业秘密，包括供应商合同、配方、工艺、价格、甲方之订单等，以及在履行合同期间得自对方的资料负有保密义务。

3) 公司关于委托加工产品的安全质量控制

河南华冠作为公司的委托加工商，在各环节的安全质量控制方面执行与公司相同的安全质量控制体系，包括从原材料使用到产成品出厂的整个链条，以确保委托加工产品质量。公司对委托加工生产的重点环节控制情况如下：

①原材料检验

公司设驻厂原材料检验员一名，监督厂方检验员对验收标准的执行情况，并对入厂原材料进行随机抽检，不合要求的原材料一律不得入厂使用，对于各入厂原材料供应商供应的原材料质量情况及时、准确记录并反馈回公司，协调其改善供货质量，保证入厂原材料的质量稳定；随时关注原材料的车间使用情况，不定期进行巡检；针对入厂的原材料严格按验收标准进行批批检验，并验证当批次检验报告和第三方检验报告，切实保障进厂原材料的质量。

②生产车间过程控制



公司在河南华冠每条生产线设驻厂品控人员一名，监督加工方现场品管人员对工艺标准的执行情况，对预处理、二检、配料、定容、均质、灌封、上罐、杀菌、包装等工序进行核查，确保严格按质量标准进行检验，根据作业指导书进行操作，对每道工序的原料质量、加工效果、工艺执行情况进行现场巡查、抽检；对出现的异常问题严格按照相关流程进行传递、处理，及时准确的填制各种记录、表格，以便于以后有据可查。

③产成品检验

公司设驻厂成品检验员一名，监督加工厂方成品检验员是否严格按照公司提供的检验方法、质量标准进行检验，是否对每批次的各类成品的出厂检验项目作安全检测，并随机对成品进行抽检。为充分保证其成品检验的准确性，河南华冠技术部严格按照公司提供的检验方法，配备先进的检测设备，为成品检验提供了强有力的保障。

4) 公司关于委托加工的财务控制

为确保财务的及时准确记录，公司对委托加工生产全过程进行的财务控制如下：

A、原材料入库由公司派驻的仓储会计与对方仓管人员共同确认入库数量，原材料入库数据通过远程登录本公司 ERP 软件即时录入数据库。

B、生产过程中原材料领用数据通过远程登录本公司 ERP 软件即时录入数据库。

C、产成品由公司派驻技术主管与仓储会计共同确认入库成品规格及数量，成品入库数据通过远程登录本公司 ERP 软件即时录入数据库。

D、产成品销售时，根据公司订单，由公司派驻配送人员组织配送发货，发货数据通过远程登录本公司 ERP 软件即时录入数据库。

E、公司每月组织一次原材料和产成品盘点。

5) 委托加工产品的产销情况

2010 年，公司委托加工产品的产量、销量、销售收入情况如下：



2010 年度	产量（听）	销量（听）	销售收入
委托加工产品	24,938,408	21,269,270	35,964,642
占公司相应指标的比重	3.89%	3.19%	3.34%

公司将适时根据市场需要，动态调整委托加工产品产量，确保委托加工产品的销售。

3、销售模式

公司的主要销售模式为“分区域定渠道独家经销模式”（以下简称“经销模式”），即公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商按约定的区域和渠道向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者，同时，该一级经销商不得再经销其他与公司产品相同或相近的产品。

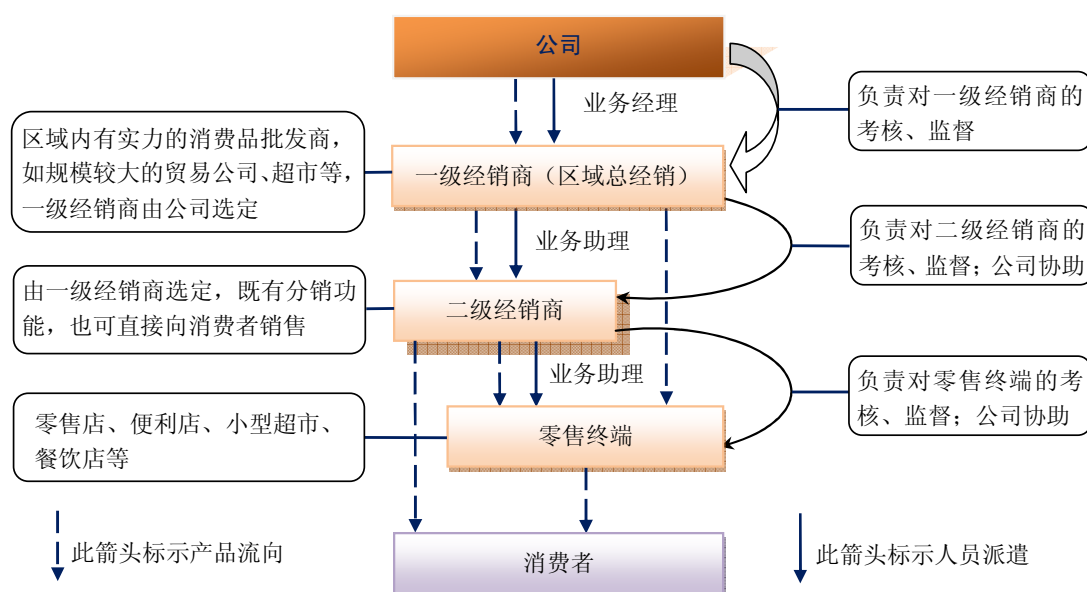
在此经销模式下，公司秉持“共识、共拓、共担、共赢、共享”的合作理念，已建立起包括一级经销商、二级经销商并延伸至零售终端、覆盖范围广、渗透能力强的销售网络。首先，从经销商数量上看，截至 2010 年底，公司已有一级经销商 900 家。其次，从销售网络的广度看，目前，公司销售区域已基本覆盖河北、河南、山东三省，并已进入辽宁、山西、安徽、天津等地，销售区域逐渐扩大；第三，从销售网络的深度看，在对县域市场进行重点开发的基础上，已往上向地级市和核心城市市场、往下向广大乡、村市场渗透。

截至 2010 年底，公司一级经销商的主要情况如下表：

地区	经销商家数			平均单个经销商销售额（万元，含税）		
	2010 年	2009 年	2008 年	2010 年	2009 年	2008 年
河北	303	243	152	213.50	154.32	153.13
河南	274	191	119	128.11	77.38	41.26
山东	148	132	67	123.97	34.82	36.91
其他	175	25	12	45.27	37.26	53.65
合计	900	591	350	140.07	97.81	89.44

（1）经销模式的架构

公司经销商模式的架构如下图所示：



注：图中的产品流向表示公司的产品销售逐级销售的过程；人员派遣流向表示销售网络各环节派出业务人员对下属渠道逐级跟踪管理过程。

(2) 经销模式的运行

公司经销模式的运行主要包括两方面的内容，一是销售，公司的产品直接面向一级经销商销售，一级经销商向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端销售或直接销售给消费者；二是管理与支持，公司的管理与支持覆盖包括一级经销商、二级经销商和零售终端的整个销售渠道。

1) 公司直接面向一级经销商销售

公司产品的销售只面向一级经销商。一级经销商为公司销售区域内的、具有较强实力的、从事食品饮料等批发业务的批发商和大型零售商，如规模较大的贸易公司、超市等，由公司选定。

A、销售方式

公司对一级经销商的销售通常有以下形式：

一是预收款销售：在我国传统节日春节和元宵节、中秋节期间的部分销售通常采用这种形式。春节和元宵节、中秋节前后 2—3 个月是公司一年中的销售旺季，为了确保旺季销售，公司通常制定单独的旺季销售计划，包括：进一步明确一级经销商的销售任务，并向其下达；要求一级经销商在旺季到来前一定时间内



（具体时间根据市场情况安排），根据与公司核定的销售任务，将一定比例的货款预付给公司；制订旺季促销政策等。一级经销商预付货款后，根据市场需求从公司进货就形成预付款销售，直到预付款结转完毕；

二是直接收款销售：一级经销商向公司采购时，先全额打款，款到提货或由公司发货。预收款销售以外的其他销售通常采用这种形式。

三是赊销或代销：在开拓新市场时，公司为了调动经销商的积极性，也会视具体情况采用赊销形式，给予经销商一定期间的信用期；对于一级经销商中的大型超市，公司通常采用代销形式。

B、销售价格

价格是公司整个销售政策中的重要组成部分。公司虽然一般只对一级经销商销售，但为了确保各级经销商和零售终端合理的毛利率，最终保证公司经销模式的持续稳定运行，公司会制订整个销售渠道各级经销和零售终端环节的价格并要求执行或给予指导。公司产品价格体系的构成、制订方法如下：

①产品价格体系构成：公司产品价格体系由三个价格组成：一是公司的出厂价，即公司产品销售给一级经销商的价格；二是一级经销商的出货价格，即一级经销商向二级经销商及以下渠道的销售价格；三是终端零售价格。

对于出厂价格，公司统一制订；对于一级经销商的出货价格，公司制订价格范围，经销商可以在价格范围内制订；对于终端零售价格，公司制订指导价格，并对其进行指导，防止其大幅波动。

②各级价格确定方法：公司采用反向定价法对产品进行销售定价，即综合成本、同类或类似产品价格、居民可支配收入变动、市场消费倾向、国民经济及行业发展等五个方面的情况，首先确定产品的终端销售价格，然后根据同行业状况逐级预留各级经销商利润，最后推算出产品出厂价格。

报告期内，公司主要产品在主要销售区域的终端定价情况如下：

单位：元/件（箱）

期间	养元六个核桃 香浓、香浓、精品型	养元六个核桃 木糖醇型	养元六个核桃 加强型	养元核桃 杏仁露	养元核桃 花生露
2010 年	60—68	120—144	78—85	48-50	48—50



2009 年	58—62	96—144	-	45—50	45—50
2008 年	55—58	96—144	-	45—48	45—48

注：公司上述终端售价以每件（箱）24 听的包装规格计算。以件（箱）计价的原因在于，公司在向一级经销商销售时，以及一级经销商向二级经销商和零售终端销售时，一般都是批量按件（箱）销售。公司的包装规格有 1X12 听、1X20 听、1X24 听等几种，但以 1X24 听形为主。

C、收入确认方式

与上述四种销售形式相对应，公司收入确认的具体原则如下：

预收款销售及直接收款销售：收款后客户提货的，货物发出后即确认收入的实现；收款后公司送货的，以货物送达客户仓库并取得客户签字确认的销售回执单后确认收入的实现；

赊销：客户提货的，货物发出后即确认收入的实现；公司送货的，以货物送达客户仓库并取得客户签字确认的销售回执单后确认收入的实现。

代销：收到购货方代销清单时确认收入的实现；

2) 对经销商的管理与支持

公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者。公司上述经销模式的顺利运行主要取决于两个方面的条件：一是公司的销售政策能确保包括一级经销商在内的整个销售渠道的各环节获利，只有这样，各级经销商、零售终端才愿意通过买断式方式经销公司产品；二是一级经销商要具有较强的销售能力。因此，公司对经销商的管理与支持主要围绕两个核心问题：一是对一级经销商的资格管理，二是制订一系列销售政策，要求经销商严格执行，确保正常的市场秩序，同时给予广告宣传、促销、商超渠道地堆与陈列费用、流通渠道建网等支持，最终确保包括一级经销商在内的各销售环节获得合理利润率。

A、对一级经销商的资格管理

资格认定：公司为某一区域选择一级经销商时，首先要求经销商认同公司营销理念，有强烈的合作意愿，能够将公司产品作为主营品牌经营，具有先进的经



营理念和良好的市场开拓能力，具有良好的商业信誉，同时，根据该区域大小、经销商的销售网络、资金规模等情况进行严格选定。

考核与奖罚：如果一级经销商完成公司的考核计划，并能有效执行公司的销售政策，公司会对一级经销商进行激励，在销售价格方面予以优惠，提高其盈利水平。如果一级经销商不按约定完成销售任务，或发现销售渠道中存在违反公司销售政策、价格政策的情况，均由一级经销商承担责任，对一级经销商进行处罚，直至对难以达到公司要求的经销商进行淘汰，以确保强有力的销售队伍。

B、确保包括一级经销商在内的各销售环节获得合理利润率

在确保经销商赢利方面，公司的管理与支持措施主要有以下几个方面：

A、制定产品价格体系，要求经销商统一执行，以确保一级经销商高于行业平均水平的销售利润，充分调动经销商开拓市场的主动性和积极性。

B、为了防范经销商之间相互竞争，打价格战，在《经销合同》中严格约定一级经销商的经销区域和品类。一般在一个销售区域只安排一个经销商，严禁一级经销商在其他经销商区域销售产品（俗称“窜货”）。

C、对销售渠道进行监管。公司在销售市场设置大区管理中心、办事处，在市场一线对一级经销商执行公司销售政策的情况进行日常监督，严厉打击跨区域窜货和低价销售行为，确保市场秩序和经销商的销售毛利率。

D、制订促销政策，降低一级经销商的成本，或协助其扩大销售规模，提高其毛利水平。公司的促销政策一般包括两个方面：

一是对于完成销售任务并满足公司的考核条件的一级经销商给予奖励。对于该类经销商，公司每月给予一定额度的奖励，数额可能在几千元至几万元不等，该部分奖励通常在经销商从公司进货时以价格优惠的方式给予兑现，具体方式是，在经销商进货时，在不增加货款的情况下，按产品售价将奖励额折算为一定数量的产品，给予经销商，从另一角度看即公司以一定程度的优惠价格销售产品给该经销商。

二是对于从一级经销商采购的二级经销商、零售终端等销售渠道，为促进其采购并销售公司产品，公司制订相应促销政策，如“搭送促销礼品”、“多买多送



（即购买公司产品达到一定数量或金额后附送一定的公司产品）”、“堆头陈列奖励”（在商超主要位置做的集中产品陈列）等。该部分促销政策均由一级经销商在销售时负责实施，公司负责指导和监督落实。

E、对一级经销商进行人力、物力、财力、智力等方面的扶持和营销引导，帮助其扩大销售规模，提升盈利水平：①在渠道建立初期，责任业务人员有一个不低于 15 天的跟进帮助期，帮助一级经销商制定渠道价格体系、促销政策、铺货技巧，对业务人员进行培训，通过两到三轮的示范性铺货，帮助经销商真正实现产品的顺利上市；②公司坚持多于同行业的沟通频次，建立了月例会制度、定期访谈制度，了解市场现状，提出工作要求，和经销商共同制定产品销售策略，对于经销商开发市场中遇到的特定困难和问题给予各方面的扶持，不断增强双方共识，规范引导经销商的经营意识和市场运作思路，集聚双方共同智慧和力量，迅速取得市场突破；③公司有效利用经销商的资源，强化对资金使用、车辆人员安排、仓储库存等经销商市场必要资源的管理。公司通过月度考核事项，明确经销商工作目标和努力方向，最大限度占用经销商的资金、人员、车辆、库房等资源，减少经销商运作其他品牌的精力与资源，引导经销商向只专注经销公司产品的方向发展。经销商的专一和专注大大提高了公司和经销商在市场开发上的联动能力，在同类产品中形成竞争优势；④在央视或地方卫视等进行广告宣传，提升品牌影响力；⑤公司根据市场开发和营销计划，提供品尝品、终端展示宣传物料、POP 等给经销商，营造产品销售氛围；⑥对商超渠道地堆与陈列费用、流通渠道建网等提供支持；⑦公司定期组织经销商进行培训，不断提高经销商的市场运作能力；⑧公司定期组织经销商峰会，及时传达企业经营发展状况，不断提高或增强经销商的归属感、安全感、成就感，不断坚定经销商与公司共同发展的信念与信心。

报告期内，公司产品销量大幅增长，经销商利润逐年提高，经销商与公司长期合作的信念更加坚定，产品经营更加专注，公司的经销模式由此进入良性运行。

4、品牌管理

根据公司由区域性强势品牌向全国性品牌过度的战略，公司对于品牌的管理主要采取了一下措施：



公司以建立并拥有一个享誉全国的养元品牌作为努力方向。自成立以来，公司坚持走品牌化发展之路，始终把品牌创建和品牌管理作为经营核心。公司的品牌管理可概括为以下几点：

（1）坚持核桃饮料的产品定位。公司敏锐地观察到，随着人们生活水平的提高，“绿色、营养、健康”将成为饮料产业的发展趋势，因此选择了“对极具营养价值的核桃进行深加工”的发展战略，确立了公司要成为“中国核桃饮品专家”的企业定位。

（2）持续提高产品质量。产品是品牌的基础，好的品牌必然是以好的产品为支点的。公司为了实现“养元——中国核桃饮品专家”的品牌建设目标，投入人力、物力研发能够树立并提升养元品牌的好产品，不断引进国内专业的核桃饮品研发人员，持续对研发技术和工艺革新投入。公司于 2005 年取得了核桃饮品研发技术上的重大突破，自主创立的“5•3•28”核桃饮品生产工艺有效去除了核桃的涩和腻，一举将食用不便的核桃干果变身成为好喝、营养、方便的日常饮品，实现了核桃饮品的广泛性接受，销量快速上升。

（3）不断提升品牌知名度和美誉度。公司遵循“任何营销策略和行为的目的都是增加品牌的信任度”这一原则，围绕“中国核桃饮品专家”的品牌定位，不断创新营销举措，品牌知名度和美誉度建设工作同步展开，以电视、广播、户外为主要媒体来不断提高养元品牌的知名度，以报纸、专刊、培训、会议等以不断增强养元品牌的美誉度，通过精耕区域市场和深度分销，方便广大消费者购买产品，将消费者对养元品牌的认知由媒体推介转变为自身体验。系统性的推广举措，使得养元品牌得到了广大消费者的认可、信赖与忠诚。

（4）树立核桃饮料品类代表的品牌形象。公司努力让消费者确信养元品牌是一个可靠的、值得信赖的品类代表。为此，公司多年来一直坚持专注核桃饮品的发展战略，以引领核桃饮品行业发展为己任，在中央电视台进行广告投入，尽快完成区域性强势品牌向全国性品牌的过渡，进一步提升消费者对养元品牌的认知，以使得消费者将养元品牌作为核桃饮料品类的品类代表。

（四）公司主要产品的生产和销售情况

1、主要产品的产能、产量、销量、销售收入及销售价格



年度	产品名称	产能 (吨)	产量						销量		产销率 (以听计)	销售收入(元)	平均价格	
			公司生产		委托加工生产		合计		吨	听			元/吨	元/听
			吨	听	吨	听	吨	听						
2010 年度	核桃饮料	160,000	151,087	627,691,939	5,937	24,938,408	157,024	652,630,347	158,940	660,543,543	101.21%	1,065,774,541	6,706	1.61
	核桃露		125,371	526,557,626	5,579	23,432,880	130,950	549,990,506	132,140	554,989,916	100.91%	922,844,388	6,984	1.66
	复合核桃饮料		25,716	101,134,313	358	1,505,528	26,074	102,639,841	26,800	105,553,627	102.84%	142,930,153	5,333	1.35
	核桃八宝粥		2,247	6,357,812	-	-	2,247	6,357,812	2,149	6,260,539	98.47%	11,436,069	5,322	1.83
	合计	160,000	153,334	634,049,751	5,937	24,938,408	159,271	658,988,159	161,089	666,804,082	101.19%	1,077,210,610	6,687	1.62
2009 年度	核桃饮料	100,000	85,525	351,518,326	-	-	85,525	351,518,326	82,236	338,459,341	96.15%	506,186,023	6,155	1.50
	核桃露		59,396	249,462,936	-	-	59,396	249,462,936	58,461	245,589,434	93.30%	388,015,689	6,637	1.58
	复合核桃饮料		26,129	102,055,390	-	-	26,129	102,055,390	23,774	92,869,907	88.00%	118,170,334	4,971	1.27
	核桃八宝粥		2,924	8,490,813	-	-	2,924	8,490,813	2,992	8,843,151	102.33%	15,395,994	5,145	1.74
	合计	100,000	88,449	360,009,139	-	-	88,449	360,009,139	85,227	347,302,492	96.47%	521,582,017	6,120	1.50
2008 年度	核桃饮料	55,000	49,616	204,952,523	-	-	49,616	204,952,523	49,697	203,987,946	100.16%	270,078,455	5,435	1.32
	核桃露		30,826	129,470,189	-	-	30,826	129,470,189	28,870	121,251,613	93.65%	176,326,153	6,108	1.45
	复合核桃饮料		18,790	75,482,334	-	-	18,790	75,482,334	20,827	82,736,333	110.84%	93,752,302	4,501	1.13
	核桃八宝粥		2,753	8,474,184	-	-	2,753	8,474,184	2,472	7,687,967	89.79%	11,705,088	4,735	1.52
	合计	55,000	52,369	213,426,707	-	-	52,369	213,426,707	52,169	211,675,913	99.18%	281,783,543	5,401	1.33

注：

1、公司核桃饮料生产线与核桃食品生产线可以相互替代，故产能合并统计。

2、2010年核桃饮料的产量包括公司委托加工的产量5,937吨，占公司总产量的3.78%。

为缓解产能紧张和解决运输半径的问题，公司自2010年10月起部分产品采取委托加工形式生产，委托加工情况详见本说明书本节“四、发行人主营业务的具体情况”之“（三）公司主要经营模式”部分。

3、两类主要产品的销售额合计只是公司营业收入的一部分。此外，公司的营业收入还包括少量果醋等其他产品的销售，其最近三年的销售额分别为2,811,378元、3,487,983元、251,189元。

2、产品的主要消费群体

首先，从地域来看，目前公司产品的销售区域主要包括河北、河南及山东三省，因此，消费群体也主要来自这三个省份。最近三年，公司向该区域销售的情况如下：

区域	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	营业收入（万元）	占比	营业收入（万元）	占比	营业收入（万元）	占比
河北	55,290.77	51.32%	32,987.22	62.82%	20,210.40	71.01%
河南	30,002.46	27.85%	12,363.50	23.55%	4,196.24	14.74%
山东	15,681.63	14.55%	3,928.27	7.48%	2,113.74	7.43%
其他	6,771.31	6.28%	3,228.01	6.15%	1,939.11	6.81%
合计	107,746.18	100.00%	52,507.00	100.00%	28,459.49	100.00%

其次，从产品功能看，公司产品适合所有人群，男女老少均宜，特别适合学生、脑力劳动者等经常用脑人群。



3、向前五名客户销售情况

最近三年，公司向前五名客户的销售情况如下表：

期间	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比例
2010 年	邢台世纪龙贸易有限公司	1,856.29	1.72%
	郑州市永丰商贸有限公司	1,512.17	1.40%
	士忠综合经销部	1,167.23	1.08%
	隆尧县永安商贸有限公司	1,127.09	1.05%
	永年县中原市场想娥牛奶点经销处	1,055.24	0.98%
	合计	6,718.02	6.23%
2009 年	邢台世纪龙贸易有限公司	1,016.01	1.93%
	正定士忠名烟名酒超市	876.76	1.67%
	宁晋宁纺副食经销处	853.76	1.63%
	河北石家庄藁城利健批发部	849.05	1.62%
	隆尧县永安商贸有限公司	846.56	1.61%
	合计	4,442.14	8.46%
2008 年	邢台世纪龙贸易有限公司	894.31	3.14%
	宁晋宁纺副食经销处	671.59	2.36%
	正定士忠名烟名酒超市	641.93	2.26%
	河北石家庄藁城利健批发部	622.26	2.19%
	保定市五洋商贸有限公司	588.02	2.06%
	合计	3,418.12	12.01%

注：2010 年，正定士忠名烟名酒超市更名为“士忠综合经销部”。

公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述客户中未拥有任何权益。

（五）公司的主要原材料及能源供应情况

1、主要原材料和能源的供应情况

名称	供应厂家或产地
主要原材料及包装物	易拉罐 衡水嘉美印铁制罐有限公司、河北嘉美印铁制罐有限公司、升兴（北京）包装有限公司、昇兴（山东）包装有限公司
	核桃仁 赞皇县嘉欣农副产品购销处、赞皇县同兴果品有限公司、石家庄市远东边贸商行、山西汾州裕源土特产品有限公司、深州市旭日精选花生加工厂
	糖 石家庄盛华祥商贸有限公司、石家庄鼎升亿商贸有限公司、石家庄华鹿糖业有限公司等公司
能源	煤 衡水达润商贸有限公司、深州市恒瑞丰商贸有限公司（煤产自陕西神木、山西府谷）
	电 本地电网



2、主要原材料及包装物的价格变动情况

公司主要产品的原材料为核桃仁和糖，主要包装物为铁制易拉罐。最近三年，公司主要原材料价格的变化情况如下：

类别	数量 单位	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
		均价（元）	增幅	均价（元）	增幅	均价（元）	增幅
易拉罐	个	0.5873	-1.11%	0.5939	-8.63%	0.6500	14.04%
核桃仁	吨	42,705.10	35.29%	31,564.44	5.94%	29,795.02	-0.10%
糖	吨	5,166.46	46.88%	3,517.52	16.83%	3,010.76	-12.33%

（1）易拉罐

报告期，公司主要包装材料易拉罐的价格总体上保持稳中有降态势。易拉罐价格的主要影响因素是其供求关系，以及主要原材料马口铁的价格变动。主要供应商在协议价格的基础上，根据宝钢每季度公布的马口铁的价格变化对协议价格进行调整。

2008 年，因上半年国内饮料等消费品行业持续快速增长，对易拉罐的市场需求持续上升，易拉罐的价格持续走高，下半年虽然由于金融危机的影响，价格走低，但 2008 年仍保持相对较高的均价；2009 年，由于金融危机导致钢铁等大宗基础原材料价格下降，易拉罐价格有所下降；2010 年，由于全球经济均处于缓慢复苏阶段，钢铁等大宗基础原材料价格变动不大，使得易拉罐的价格也相应稳定于较低水平上。

随着经济的全面复苏，以及对易拉罐需求的持续增长，易拉罐的价格可能会上升。公司与国内主要易拉罐生产厂商建立了长期稳定的合作关系，保证了公司原材料的稳定供应，同时有利于降低采购成本。

（2）核桃仁

报告期，核桃仁的价格总体上呈加快上升态势。核桃仁价格的主要影响因素是核桃仁市场的供求关系。2008 年，我国核桃丰收，但国际金融危机导致国内经济下滑，核桃仁的市场价格微降；2009 年核桃产量相比 2008 年增幅放缓，同时国内核桃消费较以前快速增长，导致 2009 年下半年核桃仁的市场价格较高；2010 年，国内核桃消费需求持续增加，核桃仁价格上涨较快。

核桃的主要产区及产量情况如下：



产区\产量(吨)	2009 年	2008 年	2007 年
云南	191,213	198,630	126,262
四川	123,683	91,170	76,721
陕西	89,648	84,590	45,803
新疆	124,240	80,997	64,707
河北	70,518	61,590	52,253
山西	70,399	61,414	47,200
甘肃	48,184	42,554	36,446
辽宁	67,845	42,122	44,830
其他	193,636	165,568	135,764
全国合计	979,366	828,635	629,986

注：数据来自《中国统计年鉴》。

为了稳定核桃仁供应，应对价格上升的风险，公司主要采取了以下措施：

A、和主要核桃仁供应商建立深度合作，并不断增加新的优秀供应商，保障核桃仁的供应。

B、及时掌握各地市场行情，根据各地核桃仁的品质、价格情况调整进货。采购范围由最初的河北、山西的太行山脉，扩大至陕西、甘肃、云南、吉林等省。

C、保持必要的库存：随着公司规模扩大，资本实力的增强，公司加大了库房容量，可以保持至少一个月用量的核桃仁库存，并根据市场情况进行库存调整，在市场价格上涨时减少采购，在市场价格降低时增加采购。

D、根据国际核桃仁价格情况，增加进口核桃仁的使用。

(3) 糖

报告期，白糖价格先跌后涨，升幅较大，主要为白糖需求上升较快及恶劣天气对白糖产量影响较大所致。2008 年受经济危机的影响，白糖价格处于相对低位，此后随着经济的复苏，饮料制造业等主要用糖行业产销良好，对白糖的需求逐步增加，同时国内云南、广西、河北等白糖主要产区因遭遇恶劣天气而出现大幅减产，供需矛盾突出，致使白糖价格不断上升。

3、主要原材料和能源占成本的比重

报告期，公司主要原材料核桃仁、糖、易拉罐占成本的比重情况如下表：

时间	类别	数量	金额（万元）	单价（元）	占营业成本比例



2010 年度	易拉罐（个）	667,384,813	39,195.35	0.5873	52.50%
	核桃仁（吨）	4,622.34	19,739.75	42,705.10	26.44%
	糖（吨）	10,169.46	5,254.01	5,166.46	7.04%
	合计	-	64,189.11	-	85.98%
2009 年度	易拉罐（个）	347,347,895	20,628.99	0.5939	55.25%
	核桃仁（吨）	2,451.42	7,737.77	31,564.44	20.72%
	糖（吨）	4,707.38	1,655.83	3,517.52	4.43%
	合计	-	30,022.59	-	80.40%
2008 年度	易拉罐（个）	219,900,171	14,293.51	0.6500	61.29%
	核桃仁（吨）	1,230.83	3,667.26	29,795.02	15.73%
	糖（吨）	2,628.10	791.26	3,010.76	3.39%
	合计	-	18,752.03	-	80.41%

报告期，公司耗用的煤、电占成本的比重情况如下表：

项目	煤		电费	
	金额（万元）	占营业成本比例	金额（万元）	占营业成本比例
2010 年度	517.61	0.69%	496.22	0.66%
2009 年度	340.78	0.91%	253.36	0.71%
2008 年度	152.95	0.66%	157.25	0.67%

4、公司向前五名供应商采购情况

（1）易拉罐

报告期，公司向前五名易拉罐供应商的采购情况如下表：

时间	排名	易拉罐供应商	金额（万元）	占易拉罐采购总额的比例	占采购总额的比例
2010 年度	1	衡水嘉美印铁制罐有限公司	17,413.27	43.08%	22.30%
	2	河北嘉美印铁制罐有限公司	8,372.57	20.71%	10.72%
	3	升兴（北京）包装有限公司	6,647.31	16.45%	8.51%
	4	昇兴（山东）包装有限公司	5,420.95	13.41%	6.94%
	5	中粮包装（天津）有限公司	2,566.79	6.35%	3.29%
		合计	40,420.89	100%	51.76%
2009 年度	1	河北嘉美印铁制罐有限公司	10,605.41	51.72%	27.41%
	2	升兴（北京）包装有限公司	8,319.04	40.57%	21.50%
	3	中粮包装（天津）有限公司	1,506.54	7.34%	3.89%
	4	辽宁利达集团包装有限公司	75.83	0.37%	0.20%
	5	-	-	-	-
		合计	20,506.82	100%	53.01%
2008 年度	1	河北嘉美印铁制罐有限公司	9,017.91	58.18%	36.19%
	2	升兴（北京）包装有限公司	5,299.32	34.19%	21.27%
	3	辽宁利达集团包装有限公司	1,009.50	6.52%	4.05%
	4	中粮包装（天津）有限公司	172.78	1.11%	0.69%
	5	-	-	-	-
		合计	15,499.51	100%	62.20%

注：2010 年前五名供应商中，衡水嘉美印铁制罐有限公司与河北嘉美印铁制罐有限公



司为同一控制下公司；升兴（北京）包装有限公司与昇兴（山东）包装有限公司为同一控制下公司。

上表中，公司向前五名供应商采购金额占当期采购总额比例较大，显示公司对易拉罐的采购较为集中。最近三年，公司向河北嘉美印铁制罐有限公司（包括衡水嘉美印铁制罐有限公司）及升兴（北京）包装有限公司（包括昇兴（山东）包装有限公司）两家供应商采购金额占当期易拉罐采购总金额的比例分别为92.37%、92.29%、93.65%，而相应各期公司易拉罐采购总金额占当期公司采购总额的比例分别为62.20%、53.01%、51.76%。

集中采购易拉罐的主要原因在于，易拉罐生产厂家产品水平参差不齐，为稳定公司的生产供应，降低成本，公司通过与行业内较为知名的厂家开展长期合作的形式以稳定供应，获得采购价格上的优惠。

公司不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额的50%或严重依赖于少数供应商的情况。

（2）核桃仁

报告期，公司向前五名核桃仁供应商的采购情况如下表：

时间	排名	核桃仁供应商	金额 (万元)	占核桃仁采购 总额的比例	占采购总 额的比例
2010 年度	1	石家庄市远东边贸商行	2,438.16	12.65%	3.12%
	2	赞皇县嘉欣农副产品购销处	2,286.11	11.86%	2.93%
	3	赞皇县同兴果品有限公司	2,183.88	11.33%	2.80%
	4	赞皇县凤鸣农副产品商贸有限公司	1,849.43	9.60%	2.37%
	5	云南信威食品有限公司	1,380.72	7.17%	1.76%
		合计	10,138.30	52.61%	12.98%
2009 年度	1	赞皇县嘉欣农副产品购销处	2,510.50	26.70%	6.49%
	2	石家庄市远东边贸商行	2,038.23	21.67%	5.27%
	3	深州市旭日精选花生加工厂	1,501.93	15.97%	3.88%
	4	赞皇县同兴果品有限公司	1,079.73	11.48%	2.79%
	5	汾州裕源土特产品有限公司	751.46	7.99%	1.94%
		合计	7,881.85	83.81%	20.37%
2008 年度	1	赞皇县嘉欣农副产品购销处	1,940.77	47.83%	7.79%
	2	赞皇同兴果品有限公司	1,053.12	25.96%	4.23%
	3	北京达美新贸易有限公司	567.28	13.98%	2.28%
	4	汾阳市兴广土特产加工销售有限公司	346.8	8.55%	1.39%
	5	石家庄远东边贸商行	73.44	1.81%	0.29%
		合计	3,981.41	98.13%	15.98%



(3) 糖

报告期，公司向前五名糖供应商的采购情况如下表：

时间	排名	糖供应商	金额 (万元)	占糖采购总额 的比例	占采购总 额的比例
2010 年度	1	石家庄盛华祥商贸有限公司	2,217.24	45.76%	2.84%
	2	石家庄鼎升亿商贸有限公司	1,542.17	31.83%	1.97%
	3	石家庄华鹿糖业有限公司	467.40	9.65%	0.60%
	4	衡水丰泰糖业贸易有限公司	227.88	4.70%	0.29%
	5	河南中润糖业物流有限公司	146.63	3.03%	0.19%
		合计	4,601.32	94.96%	5.89%
2009 年度	1	石家庄盛华祥商贸有限公司	1,182.43	62.11%	3.06%
	2	石家庄鼎升亿商贸有限公司	507.53	26.66%	1.31%
	3	衡水万兴糖业酒类有限公司	166.16	8.73%	0.43%
	4	云南英茂糖业有限公司	22.90	1.20%	0.06%
	5	昆明立成冠糖业贸易有限责任公司	22.81	1.20%	0.06%
		合计	1,901.83	99.9%	4.92%
2008 年度	1	昆明立成冠糖业贸易有限责任公司	200.05	25.26%	0.80%
	2	云南东方糖酒有限公司	110.73	13.98%	0.44%
	3	北京市糖业烟酒公司食糖经营公司	107.44	13.57%	0.43%
	4	云南糖业物流交易市场	101.43	12.81%	0.41%
	5	云南省昌宁恒盛糖业有限责任公司	56.51	7.14%	0.23%
		合计	576.16	72.76%	2.31%

公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述易拉罐、核桃仁、糖供应商中未拥有任何权益。

(六) 发行人的安全生产和环境保护情况

1、安全生产情况

公司为避免安全事故的发生和确保职工的人身安全，在安全管理方面始终坚持预防为主的原则，从培养职工安全意识入手，针对不同岗位的安全特点，采取岗位安全培训、配备劳动保护用品等安全防范措施，以保证职工的人身安全。

2、环境保护情况

公司的生产类型为食品饮料加工，在生产过程中无重大污染。公司严格执行《中华人民共和国环境保护法》及地方工业生产环境保护条例，各项治理符合国家和地方的环境保护标准，并取得了《河北省排放污染物许可证》（编号：PWL-D-0318-0273），同时接受地方环保部门监督检查，按时缴纳排污费用。主要指标如下：



污染物排放及环保达标指标

类别		废气	噪声	固体废物沉渣	废水
污染物情况	排放物	SO ₂ 、烟尘	机械设备运行过程产生噪声	无	COD
	排放量	SO ₂ （7.2吨 / 年） 烟尘（5.4吨 / 年）	达标		COD: 5.217吨 / 年
环保处理	环保设施	麻石水膜脱硫除尘器	减震基础、泡沫		污水处理站1座
	处理能力	除尘效率92%以上	达标		2000m ³ /d
	处理方式	废气经处理后由50米高烟囱排空	隔声门窗、隔音罩、消音器		生化法+物化法处理
排放标准		环境空气质量标准（GB3095-1996）、大气污染物排放标准（GB16297-1996）《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2001）	工业企业厂界噪声标准（GB12348-90）	不属于危险废物，无强制性污染控制标准	《城镇污水处理厂污染物排放标准》（GB18918-2002）表1中一级A标准

报告期，公司在环境保护方面的投入分别为20万元、26.7万元、604.36万元。其中，2010年的投入为本次募集资金运用项目有关环境保护的1000万元预算中的一部分。在未来几年，公司还将继续加大环境保护的投入。

2011年2月10日，衡水市环境保护局出具《证明》：“自2008年1月1日至本证明出具日，河北养元智汇饮品股份有限公司及其前身河北养元保健饮品有限公司的生产经营活动符合国家关于环境保护的要求，严格执行国家环境保护法律、行政法规，未发生违反国家环境保护法律、行政法规的情况，未受我局行政处罚。”

（七）公司从事业务所必需的许可或认证

公司的主营业务是以核桃为主要原料的植物蛋白饮料、罐头食品的研发、生产和销售。公司已经按照相关法律法规的要求获得生产经营所必需的许可，具体情况如下：

2007年12月21日，根据《中华人民共和国食品卫生法》（自2009年6月1日起废止）的相关规定，公司取得了衡水市卫生局颁发的《食品卫生许可证》（冀卫食证字（2007）第131100341001号），许可范围：碳酸饮料制造、植物饮料制造，蛋白饮料类制造，其他饮料制造（果味类、八宝粥罐头）。证书有效期



至 2011 年 12 月 20 日。

根据 2009 年 6 月 1 日起实施的《中华人民共和国食品安全法》（主席令第 9 号）及 2009 年 7 月 20 日实施的《中华人民共和国食品安全法实施条例》（国务院令第 557 号）的相关规定，国务院质量监督管理部门对食品生产活动实施监督管理，国家对食品生产经营实行许可制度，从事食品生产、食品流通、餐饮服务，应当依法取得食品生产许可、食品流通许可、餐饮服务许可，同时规定，自 2009 年 6 月 1 日起《中华人民共和国食品卫生法》废止。

根据 2010 年 6 月 1 日起施行的《食品生产许可管理办法》（国家质量监督检验检疫总局令第 129 号）的相关规定，在中华人民共和国境内，企业从事食品生产活动以及质量技术监督部门实施食品生产许可，必须遵守本办法。企业未取得食品生产许可，不得从事食品生产活动。

公司已根据上述法律法规取得食品生产许可，具体情况如下：

许可证名称	符合取得生产许可证条件的产品	证书编号	有效期至	发证机构	发证时间
《全国工业产品生产许可证》	饮料（果汁及蔬菜汁类、蛋白饮料类）	QS131106013678	2011.6.29	国家质量监督检验检疫总局	2010.3.23
《全国工业产品生产许可证》	罐头（其他罐头）	QS131109012027	2013.3.11	国家质量监督检验检疫总局	2010.4.8

根据卫生部、工业和信息化部、农业部、商务部、工商总局、质检总局、食品药品监督管理局于 2009 年 6 月 5 日联合发布的《关于贯彻实施<食品安全法>有关问题的通知》（卫监督发[2009]52 号）的规定，自 2009 年 6 月 1 日起，各级卫生行政部门不再发放食品生产单位的食品卫生许可证。申请人提交食品生产许可申请材料中，不必再提供食品卫生许可证。

五、发行人的主要资产

（一）主要固定资产

1、机器设备

2010 年 12 月 31 日，公司固定资产中机器设备账面价值合计为 47,029,031.16



元，主要为核桃饮品生产线及其配套设施，均为公司购置并正在使用，具体情况如下表：

序号	名称	数量（台/套）	成新率	设备尚可使用年限（年）
1	研磨机	13	77.03%	6.5
2	均质机	21	81.23%	6.8
3	杀菌设备	174	85.82%	7.9
4	灌装包装设备	13	83.44%	8.2
5	真空压力检测设备	5	86.50%	8.8
6	污水处理系统	2	94.15%	8.8

2、房屋建筑物

2010年12月31日，公司固定资产中房屋建筑物账面价值合计为50,409,990.35元，主要为公司自建的生产经营和办公用房，建筑面积合计为54,363.30平方米。

目前，公司的房屋建筑物均取得《房屋所有权证》，具体情况如下表：

序号	房屋坐落	建筑面积 (平方米)	房权证号	取得 方式	成新率	尚可使 用年限 (年)
1	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区1幢1-4层	2,090.10	衡房权证路北區字第021135号	自建	90.76%	27.08
2	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区2幢1层	570.00	衡房权证路北區字第021138号	自建	90.76%	27.08
3	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区3幢1层	335.50	衡房权证路北區字第021139号	自建	90.76%	27.08
4	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区4幢1层	600.00	衡房权证路北區字第021141号	自建	90.76%	27.08
5	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区5幢1层	7,792.20	衡房权证路北區字第021143号	自建	90.76%	27.08
6	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区6幢1层	3,975.00	衡房权证路北區字第021144号	自建	90.76%	27.08
7	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区7幢1层	257.30	衡房权证路北區字第021145号	自建	90.76%	27.08
8	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区8幢1层	2,554.30	衡房权证路北區字第021146号	自建	92.35%	27.58
9	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区9幢1层	1,832.30	衡房权证路北區字第021147号	自建	92.35%	27.58
10	路北新区滏阳西路西侧新区六路南侧养元厂区10幢1-5层	5,064.50	衡房权证路北區字第021148号	自建	97.89%	29.33
11	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区11幢1-4层	800.1	衡房权证路北區字第021150号	自建	97.36%	29.17
12	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区12幢1-2层	22,561.00	衡房权证路北區字第021151号	自建	97.36%	29.17



13	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区 13 幢 1 层	5,076.00	衡房权证路北区分字第 021153 号	自建	97.36%	29.17
14	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区 14 幢 1 层	576	衡房权证路北区分字第 021157 号	自建	97.36%	29.17
15	路北新区滏阳四路西侧新区六路南侧养元厂区 15 幢 1 层	279	衡房权证路北区分字第 021158 号	自建	97.36%	29.17
合计	-	54,363.30	-	-		

(二) 主要无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司拥有土地使用权 2 宗，均为公司的生产经营与办公用地，面积合计为 113,152.23 平方米，均以出让方式取得《国有土地使用证》，具体情况如下表：

序号	产权证书	位置	面积 (平方米)	取得方式 及用途	权利期限
1	衡国用(2010)第0020号	路北新区滏阳四路西侧、新区六路南侧	65,921.83	出让 工业用地	2060年1月29日
2	衡国用(2010)第0021号	路北新区滏阳四路西侧、新区六路南侧	47,230.4	出让 工业用地	2060年1月29日
合计	-	-	113,152.23	-	-

2、商标

目前，公司拥有取得商标注册证的商标 16 个，均为公司自行申请取得并使用，具体情况如下：

序号	商标	注册人	注册号	注册有效期限	类别	使用人
1		公司	758372	2005.7.28—2015.7.27	第 32 类	公司
2			823058	2006.3.14—2016.3.13	第 32 类	
3			4116896	2006.9.7—2016.9.6	第 32 类	
4			5200336	2009.4.7—2019.4.6	第 30 类	
5			6283740	2009.9.28—2019.9.27	第 29 类	
6			6283754	200.9.28—2019.9.27	第 29 类	
7			6008948	2009.12.14—2019.12.13	第 30 类	
8			6008951	2009.12.14—2019.12.13	第 30 类	



序号	商标	注册人	注册号	注册有效期限	类别	使用人
9			6283738	2010.1.7—2020.1.6	第 31 类	
10			6008952	2010.3.14—2020.3.13	第 43 类	
11			6283755	2010.3.14—2020.3.13	第 32 类	
12			6627779	2010.5.28—2020.5.27	第 32 类	
13			6283742	2010.7.14—2020.7.13	第 1 类	
14			7294421	2010.8.21—2020.8.20	第 30 类	
15			7296181	2010.8.21—2020.8.20	第 30 类	
16			6283739	2010.9.14—2020.9.13	第 30 类	

目前，公司正在申请注册的商标 15 个，具体情况如下：

序号	商标	申请人	申请日期	申请号	核定使用商品类别	审核进度	使用人
1		公司	2005.11.7	4984160	32	已初审公告 注 1	公司
2			2006.1.19	5127315	32		
3			2008.3.31	6627941	32	已受理	
4			2008.7.4	6821856	32	已初审公告 注 2	
5			2008.7.4	6821857	32		
6			2008.7.4	6821858	32		
7			2008.7.4	6821859	32	已初审公告 注 3	



序号	商标	申请人	申请日期	申请号	核定使用商品类别	审核进度	使用人
8	八个核桃		2008.7.4	6821860	32		
9	六个核桃		2008.7.4	6821861	32		
10	智尊		2009.5.27	7428403	32	已初审公告	
11	智汇露		2009.7.16	7548171	32	已初审公告	
12	太行山		2010.6.13	8393579	31	已受理	
13	智尊智圣		2010.8.19	8589743	32	已受理	
14	经常用脑 多喝六个		2010.10.26	8778599	32	已受理	
15	经常用脑		2010.10.26	8778623	32	已受理	

注1:

2009年3月27日，中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局（以下简称“国家商标局”）对此2项商标申请予以初审公告。

2009年10月22日，国家商标局分别发出此2项商标的《商标异议答辩通知书》（分别为2009异15138DS、2009异15123DS，分别附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司对此2项商标的《商标异议申请书》）。

2009年11月9日，公司分别向国家商标局递交关于此2项商标的《异议答辩理由书》。

2010年3月15日，国家商标局分别作出《“八个核桃”商标异议裁定书》[（2010）商标异字第05170]、《“六个核桃”商标异议裁定书》[（2010）商标异字第05169]，认为被异议人提交的使用证据可以证明被异议商标“八个核桃”、“六个核桃”通过被异议人的广泛宣传和使用已经能够起到区分商品来源的作用，具有了商标的显著特征，同时，异议人称被异议商标具有夸大宣传并带有欺骗性，易造成消费者混淆误认的理由缺乏事实依据，裁定异议人所提异议理由不成立，对第4984160号“八个核桃”、第5127315号“六个核桃”商标予以核准注册。

2010年10月26日，国家工商行政管理总局商标评审委员会（以下简称“商标评审委员会”）分别发出此2项商标的《商标异议复审答辩通知书》（分别为PY201017866DS、PY201017867DS，分别附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司对此2项商标的《商标异议复审申请



书》)。

2010年11月15日，公司分别向商标评审委员会递交关于此2项商标的《商标异议复审答辩理由书》。

目前，公司尚未收到商标评审委员会对上述两项异议作出的复审裁定。

根据异议人昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司向商标评审委员会提交的《商标异议复审申请书》所附的《企业法人营业执照》(注册号：140724000001483)，该公司基本情况如下：

名称：昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限责任公司

住所：晋中市昔阳县大寨工贸园区

法定代表人：李广龙

注册资本：叁万元整

实收资本：叁万元整

公司类型：有限责任公司

经营范围：销售副食品、饮料

成立日期：2007年3月13日

注2：

2010年1月27日，国家商标局对此3项商标申请予以初审公告。

2010年8月12日，国家商标局分别发出此3项商标的《商标异议答辩通知书》(分别附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限公司对此3项商标的《商标异议申请书》)；2010年9月7日，公司分别向国家商标局递交关于此3项商标的《异议答辩理由书》。

2010年9月16日，国家商标局分别发出此3项商标的《商标异议答辩通知书》(分别附自然人宋继良(370104196811172239)对此3项商标的《商标异议申请书》)；2010年10月9日，公司分别向国家商标局递交关于此3项商标的《异议答辩理由书》。

目前，公司尚未收到国家商标局对上述两项异议作出的裁定。

注3：

2010年7月20日，国家商标局对此3项商标申请予以初审公告。

2011年2月17日，国家商标局发出“六个核桃”商标(申请号为6821859)的《商标异议答辩通知书》(附山东汇友乳业有限责任公司对此项商标的《商标异议申请书》)；2011



年2月25日，公司分别向国家商标局递交关于此项商标的《异议答辩理由书》。截至本招股书签署日，公司尚未收到国家商标局对上述异议作出的裁定。

2011年3月24日，国家商标局分别发出此3项商标的《商标异议答辩通知书》（分别附昔阳县大寨工贸园区带露保健饮品有限公司对此3项商标的《商标异议申请书》）；2011年4月6日，公司分别向国家商标局递交关于此3项商标的《异议答辩理由书》。截至本招股书签署日，公司尚未收到国家商标局对上述异议作出的裁定。

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司取得两项专利，具体情况如下：

专利名称	类型	专利号	专利申请日	专利权人	授权公告日
一种核桃仁脱皮罐	实用新型	ZL 2010 2 0143012.7	2010年3月29日	公司	2010年12月15日
一种核桃仁输送装置	实用新型	ZL 2010 2 0143026.9	2010年3月29日	公司	2010年12月15日

4、非专利技术

公司核桃饮料生产工艺为公司独创的“5.3.28”生产工艺，由“五个关键环节、三项独有技术、二十八道工序”组成。其中，去皮去涩技术、研磨萃取技术及细胞破壁技术为公司掌握的先进的核桃饮料生产技术，这一技术不但减少了原料损耗，提高了原料的利用率，而且大大提高了产品的稳定性，确保了产品的品质。

六、发行人拥有的特许经营权的情况

截至本招股书签署日，公司未拥有任何特许经营权。

七、发行人主要产品生产技术所处的阶段以及发行人研发、技术创新情况

（一）主要产品生产技术所处的阶段

目前，公司主要生产产品的生产技术均处于大批量生产阶段。

（二）研发情况

公司的技术研发工作由技术部下设的研发中心负责。近年来，随着公司的快速发展，对产品研发的投入力度逐步加大，配备了一流的检验设施，建立了标准的综合实验室，拥有专业的科研队伍，并不断培训、引进研发人员。



公司本着“生产一代、试制一代、预研一代、储备一代”的思路，结合市场情况，根据每年的饮料行情推陈出新。目前，公司正在进行的研发项目主要有以下几个方面：

1、新产品添加剂调配

研发中心试用多种添加剂小样进行新产品的性能试验，以确定最佳的产品配方，不断对现有产品进行完善。

2、核桃花生露新产品

为进一步提升公司的产品技术水平，改善产品的色泽、细度及口感，公司对核桃花生露等产品的配方进行调整，同时进行核桃类新产品的研发。

3、核桃养生粥等新产品

目前公司正在研发的新产品“核桃养生粥”，不仅食用方便快捷，更加强了营养和保健的功效；核桃露新产品采用了无糖配方生产，适合于大众人群，更适合于糖尿病患者和肥胖人群；正在开发的新产品“核桃银杏露”除具有核桃的营养外，还加强了对心血管的保健功效，此款产品适合于中老年人饮用，正处于中试阶段；另外正在做八宝粥防反生、抗老化、抗冻技术的实验，处于研究阶段。

报告期内，公司研发投入情况如下：

年度	2010 年度	2009 年度	2008 年度
研发经费（万元）	76.79	96.69	57.21
营业收入（万元）	107,746.18	52,507.00	28,459.49
占比	0.07%	0.18%	0.20%

注：表中统计的研发经费包括研发人员工资及研发设备购买支出。

（三）保持技术不断创新机制、技术储备及技术创新的安排

为了进一步降低生产成本，促进新产品、新技术的开发，调动研发人员的积极性、主动性、创新性，提高产品质量和公司的创新能力，公司采取了一系列的措施，具体如下：

1、建立并完善专业的研发中心

为了进一步提高公司的技术及研发水平，不断进行产品创新，确保公司的行



业地位及持续快速发展，公司成立了专业的研发中心，该中心拥有一批食品相关专业的研究人员，其中相当一部分有较为丰富的产品研发经验。

2、加强技术人才的储备、培养

公司坚持“以人为本”，认为人才是提高核心竞争力的关键。公司每年从专业院校招收食品相关专业的毕业生，充实研发队伍，增强研发力量。为了提升技术研发人员的专业知识、工作技能和综合素质，确保满足相关工作岗位的要求，公司制定了厂前培训、岗前培训、在岗培训等相关培训制度，通过以老带新、车间现场实习、外部参观学习等方式培养，使开发的新产品更适合消费者的口味和要求，进一步提高产品的接受度。

3、有效进行技术储备和产品创新

公司及时对新产品进行种类开发、结构调整，对产品的更新换代做出战略决策，着力提高产品的科技含量，对市场和客户未来需求进行预测，形成“形象产品、主导产品、辅助产品、战斗产品”的产品结构，为公司做好技术、产品储备，适应市场和技术发展的需求，为公司始终走在核桃饮料行业的前列奠定了坚实的基础。

4、对外加强技术交流与合作

公司建立以产、学、研联合为主要形式的技术创新支撑体系，大力推进与各高校及科研单位的合作，充分运用外部力量与内部研发人员相结合的方式，不断地自主创新。如技术部研发中心与中国发酵研究院建立了合作关系，重点在于调整产品的配方、改善产品的色泽、细度及口感、核桃类新品的开发等几个方面；与国内最权威的食品添加剂生产厂家进行技术上的合作，反复试验以确定产品的最佳配方。

公司还积极参加与国际或国内同行业企业的技术交流与合作，不断搜集国内行业动态和植物蛋白饮料方面的技术信息，采用“走出去”与“引进来”相结合的方式，扩大视野，不断地积累经验，加快采用新工艺、新技术、新设备，开发新产品，促进行业的技术进步与产业升级。

5、建立研发人员的竞争和激励机制



公司对原有的薪酬制度进行改革，建立适合于自身发展的薪酬体系和薪酬政策，采用“总薪资=岗位工资+绩效工资”的薪资模式，把绩效考核的结果直接作为确定薪酬的直接依据，使研发人员的薪资与业绩考核的结果直接挂钩。根据岗位的能力要求以及工作表现，考核研发人员完成工作的量与质的情况，对于超额完成工作以及对新产品开发做出突出贡献的人员给予一定的奖励，以此来激励研发人员注重产品的开发和创新。

八、发行人境外经营情况

截至本招股书签署日，发行人不存在境外经营情况。

九、发行人产品质量控制情况

（一）质量控制标准

标准名称	标准编码	标准类型
《植物蛋白饮料无糖核桃露（乳）》	Q/HYY18-2008	企业备案标准
《核桃杏仁露（乳）》	Q/HYY12-2009	企业备案标准
《核桃花生露（乳）》	Q/HYY11-2009	企业备案标准
《粥类罐头》	Q/HYY20-2009	企业备案标准
《八宝粥罐头》	QB/T2221-1996	行业标准
《植物蛋白饮料核桃乳》	QB/T2301-1997	行业标准
《植物蛋白饮料卫生标准》	GB16322-2003	国家标准

（二）质量控制机构

公司高度重视产品的安全、质量，成立了产品安全领导小组，公司董事长任产品安全领导小组组长，总经理任领导小组副组长，各部门经理及质量主管人员任领导小组成员。产品安全领导小组的主要工作职责是：1、在 HACCP 小组组长的领导下实施 HACCP 体系的开发、建立、保持和评审；2、负责对产品安全危害控制措施组合进行有效性确认；3、负责标识和可追溯性系统的建立、实施及改进；4、负责产品安全质量管理体系改进活动的策划和监督实施，并对实施效果进行验证，通过对验证结果分析来评价其适宜性、充分性和有效性，以促进体系的更新；5、对公司产品安全、质量控制情况进行检查，保证每月进行 2 次以上检查，发现问题及时改进。



公司在总经理下设技术部，技术部分设品控中心，全面负责公司日常的安全质量控制，覆盖从原材料进厂到成品出厂的各环节，具体负责质量控制流程、质量监控、监督检查，并负责日常监测数据的信息采集、传递工作，及时分析汇总。

（三）质量控制措施

公司具有完善的食品安全、质量管理体系。该体系吸取了国外先进的管理模式，采用 HACCP 管理体系，对原料采购、生产工艺、人员卫生及操作、厂房环境、设施设备和成品的品质管理及贮存运输等环节进行分析，对可能危害产品安全质量的关键环节进行严格控制，保证产品卫生安全质量，同时，建立从原材料进厂、生产过程、成品检验到销售的完整的记录制度，做到质量控制可追溯、质量责任可追究。

公司的产品安全、质量管理体系均通过认证，具体如下：

证书名称	注册号	认证结论	覆盖产品及过程	有效期
食品安全管理体系认证证书	CQM-13-2004-0089-0002	管理体系符合GB/T 22000-2006/ISO 22000：2005标准及FSMS-01：2007、CCAA/CTS 0026-2008《食品安全管理体系罐头生产企业要求、饮料生产企业要求》要求	植物蛋白饮料、果汁饮料、八宝粥罐头的开发与生产	至2012年8月16日
质量管理体系认证证书	CQM-13-2004-0089-0001	管理体系符合GB/T 19001-2008/ISO 9001：2008标准要求	植物蛋白饮料、果醋饮料、八宝粥罐头的开发与生产	至2013年8月25日

具体来说，公司产品安全质量控制措施主要有以下几个方面：

1、供应商资质认定及管理

（1）公司制订了《供应商评定流程》，据之对供应商和外包方进行选定。

（2）公司制订了《供应商管理手册》，据之对供应商的企业资质、生产能力、供货质量、服务态度、交货及时率及其他情况进行综合评定，评出优劣等级，确定合格供应商目录。

（3）每年对供应商的资质进行核实，对超过年检的督促其进行更换，以确保供应商资质的准确性和有效性，对不符合要求的供应商予以淘汰。

（4）公司还采取第二方的现场审核方式，每年由供应部组织技术部、总经理办有选择地对供应商厂家进行考察，对供应商的整个生产环境和工艺过程、品质



控制及质量稳定性进行现场评定，对不符合要求的供应商进行淘汰。

2、原辅材料采购、入厂验收质量控制

(1) 公司制订了《采购控制程序》，对原辅材料的采购过程进行严格控制。公司必须与各供应商签订《采购合同》，所采购的商品必须符合国家标准、行业标准或企业标准。特别对于食品添加剂的采购，公司供应部设专人负责，选择有资质的厂家作为供应商，所采购的食品添加剂必须符合食品添加剂使用卫生标准（GB2760-2007）的规定及相应的产品标准，要求供应商对其所提供的产品提供第三方检验报告。

(2) 设立专门的质检中心，加强质检人员配备。公司技术部下设检验中心，有专职材料检验员 9 人，均经过省级部门的专业技术培训并取得相关证书，各项检验操作规范熟练，业务能力较高。

(3) 公司制定了《原辅材料验收标准》、《材料检验员现场操作规范》、《异常情况处理流程》等 23 个关于验收流程和操作的规范文件。

(4) 公司技术部在验收时严格按上述规范文件执行。每一位材料检验员都严格按照相应标准、流程进行操作，对入厂原辅材料进行批批检验，根据实际检验结果出具相应的检验报告，合格的予以接收，不合格的坚决予以退回，切实保障原辅材料的质量安全。

3、生产过程中质量控制

(1) 机构设置，人员配备。公司技术部下设品控中心，设专职质检员 18 人、督查员 1 名，质检员全程监控生产过程中各工序的产品质量，每一道工序的产品只有经过操作工自检、上下道工序互检、质检员专检合格后才能放行，且有督查员在过程中进行食品安全方面的巡检，发现异常情况及时反馈和隔离。

(2) 生产过程质检规程。公司技术部制定了各产品《操作规程》、《质检员检验作业指导书》、《质量控制及问题解决流程》和《质检员现场操作规范》等 13 个技术工艺文件，并在实际过程中严格按相应规程、标准执行。

公司在车间的调配区域、杀菌等重点工序安装了监控设备，用以监督操作工的规范操作情况。管理人员除去现场进行检查外，还在办公室的监控器前随时监



控操作工的操作情况。食品安全小组每月 2 次对车间现场及工艺卫生等情况进行突击检查，及时提出不合格项，并制定纠正措施责令其限期整改。

(3) 异常处理。生产过程中出现异常情况时，品控中心按照《异常情况处理流程》及时给出处理意见，并对出现异常情况进行原因分析，采取纠正措施以防止异常情况的再次发生。

质检员对生产过程中出现的异常产品及时进行隔离打检，在打检过程中，操作工及时将不合格品挑出，并跟踪验证打检情况，保证每批出厂产品的质量合格。

4、产品贮存及流通过程中的质量控制

(1) 产品贮存过程中的质量控制

仓储中心采取了多方面的控制措施保证入库后的产品质量及安全：在库房门口放置了挡鼠板，并安排人员定期对虫鼠害进行检查；装卸工每天对库房卫生进行清扫，设置专人对库房卫生、产品防护情况进行检查，随时清理产品表面的尘土；定期倒库，对库房进行消毒，确保产品质量得到很好的控制。

(2) 产品流通过程中的质量控制

产品出库时，装卸工对运输的车辆进行卫生及安全方面的检查，合格后给予装车。公司制定了《操作性前提方案》，对运输过程中的产品质量及安全控制做出详细规定，要求装卸工在装车过程中轻搬轻放，严禁野蛮操作，避免人为原因造成次品。

5、产品召回制度

公司建立了不合格产品召回制度，建立并完善了《撤回控制程序》，控制、降低预交付或已交付产品的食品安全危害，完全、及时地撤回不安全产品，以保障消费者的人身健康和生命安全。

6、关键控制点的质量监控情况

公司的 ISO22000 食品安全管理体系高度重视对 4 个关键点即原材料验收、配料、灌封、杀菌 4 个重要工序的安全质量控制。

(1) 原材料验收



公司所购原辅材料种类较多，检验时重点监控核桃仁、杏仁、花生仁、白砂糖、食品添加剂等大宗原料的质量情况，并对原材料从生物、化学、物理三方面特性进行食品安全方面的危害分析，对原辅材料中的砷、铅、铜等重金属指标进行检测。

技术部检验中心对入厂的可食性原辅材料除验证当批次检验报告和第三方检验报告外，还对其安全性方面进行批批检验，并根据实际的检验结果出具相应原料的检验报告，合格的予以接收，不合格的坚决退回，杜绝不合格的原辅材料流入到生产过程中的现象。

（2）配料

配料是生产过程中的一道重要工序，辅料添加量的多少影响料液的内容物指标。辅料有专人进行称量，且有添加剂称量组长和品控中心督察员进行不定时抽查，以核实辅料品种及数量符合配方要求及 GB2760 的规定。

生产过程中质检员对辅料进行拆袋检查，查看其色泽、状态、称量数量等有无异常，并亲自监控辅料的投料情况，确保每一种辅料都准确无误地投入罐中，并在工作记录上签字确认。定容完毕后，质检员对料液指标进行检测，确保每一罐料液的内容物指标均符合标准要求。

（3）灌封

产品封口效果的好坏严重影响产品的质量。为保证封盖质量，封盖维修工每隔 1 小时对封口效果进行抽检，每隔 3 小时进行拆罐检测一次，并对各项指标进行测量，发现问题立即停机调修，异常产品及时进行隔离。质检员与封盖维修工交替进行，确保每 1 听产品的封口质量合格。

（4）杀菌

杀菌效果的好坏直接影响产品的内在质量。为保证产品质量，设定了每种产品的关键限值，操作工时刻监视杀菌工艺参数是否符合关键限值的要求，质检员对产品的杀菌情况进行抽检，并核实杀菌记录表填写是否准确。若发现关键限值偏离时，及时进行纠偏，并将偏离期间的产品隔离，日后进行打检验证，挑出不合格品，确保产品质量和安全。



公司在全面、严格执行上述产品安全、质量管理体系的同时，还时刻强化公司全体员工的产品安全意识。公司定期组织对产品安全小组成员的培训，同时外聘食品安全领域的专家对员工进行培训，开展知识竞答及比赛等各种活动，提高员工自身的专业技能和素质能力。特别是对于技术人员，公司利用生产淡季时间，组织检验员、品控员进行培训，提高质量意识。公司经常与主要的供应商厂家进行沟通、交流，组织各厂家的质检员进行原材料验收标准的不定期培训，确保公司的产品安全质量控制制度得以有效执行。

总之，公司坚持对安全质量管理体系的有效运行保持警惕，不断提高管理水平，增强产品的安全性和质量，为增强市场竞争力提供产品保证，确保公司的发展安全。

（四）质量纠纷情况

公司高度重视产品安全、质量控制，公司及其前身自1997年9月成立以来从未发生过产品安全、质量事故，也未出现过因产品质量、安全引发的重大纠纷。

2011年2月10日，衡水市质量技术监督局出具《证明》，说明：“自1997年设立起至本证明出具日，河北养元智汇饮品股份有限公司及其前身河北养元保健饮品有限公司的生产经营活动严格遵守国家质量监督法律、行政法规，未发生违反国家质量监督法律、行政法规的情况，未发生过食品安全责任事故，未受到过我局行政处罚。”



第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人同业竞争情况

（一）发行人与第一大股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争情况

公司的主营业务是以核桃为主要原料的植物蛋白饮料、罐头食品的研发、生产和销售。

公司第一大股东、实际控制人姚奎章先生持有公司发行前30.40%的股份。除公司外，姚奎章先生没有投资或控制其他企业，也不存在以个人名义从事与发行人相同、相似业务的情形。

因此，公司与第一大股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争情况。

（二）第一大股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

公司第一大股东、实际控制人姚奎章先生就避免与公司发生同业竞争承诺如下：

“本人作为河北养元智汇饮品股份有限公司（以下简称“股份公司”）的股东及实际控制人，为了避免与股份公司的同业竞争，特作出如下承诺：

- 1、截至本承诺出具日，本人未持有除股份公司以外的任何其他公司股权；
- 2、本人及本人未来控制的其他公司，不会在中国境内及/或境外单独或与他人以任何形式（包括但不限于投资、并购、联营、合资、合作、合伙、承包或租赁经营、购买上市公司股票或参股）直接或间接从事、参与、协助从事或参与任何与股份公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；
- 3、本人及本人未来控制的其他公司，不会在中国境内及/或境外，以任何形式支持除股份公司以外的他人从事与股份公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务；
- 4、本人将不利用对股份公司的控制关系进行损害股份公司及股份公司的其他股东利益的经营活动。”



二、发行人关联方、关联关系和关联交易情况

（一）公司的关联方、关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等法律法规的有关规定，截至本招股书签署日，公司的主要关联方如下表：

关联方名称	关联关系
1、实际控制人	
(1) 姚奎章	公司董事长，直接持有公司 30.40%的股份
2、主要投资者个人	
(1) 姚奎章	同上“1、实际控制人”
(2) 范召林	公司董事、总经理，直接持有公司 14.28%的股份
(3) 李红兵	公司副董事长，直接持有公司 14.28%的股份
3、董事、监事及高级管理人员	
(1) 姚奎章	同上“1、实际控制人”
(2) 范召林	同上“2、主要投资者个人”
(3) 李红兵	同上“2、主要投资者个人”
(4) 李志斌	公司董事、董事会秘书，直接持有公司 2.67%的股份
(5) 邢淑兰	公司董事、财务负责人，直接持有公司 2.67%的股份
(6) 邓立峰	公司董事、业务部经理，直接持有公司 2.67%的股份
(7) 朱保成	公司独立董事
(8) 崔树军	公司独立董事
(9) 邓文胜	公司独立董事
(10) 李营威	公司监事会主席、市场部经理，直接持有公司 2.67%的股份
(11) 马永利	公司监事、证券事务代表、财务部主管会计，直接持有公司 0.67%的股份
(12) 薛源茂	公司职工监事，生产部副主任，直接持有公司 0.04%的股份

除了上表列示的关联方外，公司的关联方还包括与公司第一大股东、实际控制人、主要投资者个人、公司的董事、监事及高级管理人员关系密切的家庭成员，以及公司第一大股东、实际控制人、主要投资者个人、公司的董事、监事及高级管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。

（二）发行人关联交易情况

1、经常性关联交易

最近三年，公司除了向董事、监事和高级管理人员支付薪酬外，与关联方之间未发生经常性关联交易。

最近三年，公司支付给董事、监事和高级管理人员的薪酬分别为 22.92 万元、23.46 万元、103.41 万元，占公司当期管理费用比例分别为 3.90%、3.20%、6.39%，



具体情况如下表：

单位：万元

姓名	所任公司职务	2010 年度	2009 年度	2008 年度
姚奎章	董事长	9.32	4.20	4.20
范召林	董事、总经理	25.10	3.60	3.60
李红兵	副董事长	8.70	3.60	3.60
李志斌	董事、董事会秘书	13.56	2.16	2.16
邢淑兰	董事、财务负责人	13.56	2.16	2.16
邓立峰	董事、业务部经理	8.72	2.16	2.16
申富平	独立董事	3.00	—	—
崔树军	独立董事	3.00	—	—
邓文胜	独立董事	3.00	—	—
李营威	监事会主席、监事、市场部经理	8.72	2.16	2.16
马永利	监事、证券事务代表、主管会计	4.53	1.80	1.44
薛源茂	监事、生产部副主任	2.20	0.32	—
刘 婷	有限公司第一届监事会监事	—	1.30	1.44
合计		103.41	23.46	22.92

注：由于申富平辞职，2011年3月26日，公司召开2011年度第一次临时股东大会，会议选举朱保成为独立董事。

2、偶发性关联交易

（1）关联保证担保

2009 年 12 月 31 日，公司从衡水市商业银行股份有限公司红旗支行取得短期保证借款 1,500.00 万元，借款到期日为 2010 年 10 月 15 日。衡水泰华建筑工程有限公司为该笔借款提供保证担保，保证方式为连带责任保证。公司 6 位关联自然人股东姚奎章、范召林、李红兵、邢淑兰、邓立峰及李志斌为上述借款的借款人和担保人全面履行借款合同及相应担保合同承担连带责任保证。

名称	合同编号	担保金额 (万元)	履行期限	解决争议的方式	附带条款或 限制条件
保证人：姚奎章、范召林、李红兵、邢淑兰、邓立峰、李志斌 债权人：衡水市商业银行股份有限公司红旗支行	0209131C2114734 号借款合同的附件和组成部分。	1,500.00	主合同借款人及担保人不履行该借款合同和相应担保合同、致使贷款人不能及时、全部收回贷款本息，贷款人向本合同保证人主张权利时起之后两年。	本合同项下争议向债权人所在地有管辖权的法院起诉。争议期间，各方仍应继续履行未涉及的条款。	—



2010年7月，公司已将上述保证借款提前全部清偿，6位关联自然人的担保责任已经解除。

6位关联自然人姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰为公司借款提供担保，对公司财务状况和经营成果不存在负面影响，符合公司、股东的利益，不存在损害中小股东利益的情况。

(2) 最近三年，发行人向姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、姚仁在、姚奎祥、王艳普 10 位关联自然人借款

2008 年初至 2009 年 9 月，公司存在向姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、姚仁在、姚奎祥、王艳普 10 位关联自然人借款的情形。截至 2009 年 9 月 30 日，上述借款已全部归还借款人。

上述借款的具体情况如下：

1) 借款类型、金额、利率

公司向关联自然人的上述借款，根据是否向其支付利息，分为付息借款和未付息借款两类。

A、付息借款

公司向关联自然人的此类借款，借贷双方不约定借款期限，关联自然人可根据自身需要随时向公司申请偿还本金，公司在年末一次性计提利息，利率参考同期中国人民银行公布的人民币 1 年期贷款基准利率及其调整情况确定。2008 年初至 2009 年 9 月，此类借款的具体情况如下表：

2008 年度：

单位：元

姓名	期初余额	本期增加额	本期减少额	期末余额	期末计提利息	年利率
姚奎章	—	600,000.00	—	600,000.00	15,369.86	5.00%
范召林	46,186.62	496,000.00	152,186.62	390,000.00	10,655.35	5.00%
邢淑兰	—	255,000.00	—	255,000.00	6,363.70	5.00%
邓立峰	—	100,000.00	—	100,000.00	27.40	5.00%
李营威	—	160,000.00	100,000.00	60,000.00	1,293.15	5.00%
姚仁在	50,000.00	—	—	50,000.00	2,500.00	5.00%
姚奎祥	110,000.00	—	110,000.00	0.00	3,028.77	5.00%
王艳普	—	1,385,000.00	495,000.00	890,000.00	29,087.67	5.00%



合计	206,186.62	2,996,000.00	857,186.62	2,345,000.00	68,325.90	—

注：2008 年，中国人民银行人民币 1 年期贷款基准利率进行了 5 次调整，由年初的 7.47% 调整至年末的 5.31%。

2009 年 1-9 月：

单位：元

姓名	期初余额	本期增加额	本期减少额	期末余额	期末计提利息	年利率
姚奎章	600,000.00	500,000.00	1,100,000.00	—	35,263.89	5.00%
范召林	390,000.00	630,000.00	1,020,000.00	—	33,700.00	5.00%
邢淑兰	255,000.00	400,000.00	655,000.00	—	14,700.70	5.00%
邓立峰	100,000.00	410,000.00	510,000.00	—	13,152.77	5.00%
李营威	60,000.00	260,000.00	320,000.00	—	7,958.33	5.00%
姚仁在	50,000.00	0.00	50,000.00	—	1,666.67	5.00%
姚奎祥	—	—	—	—	0.00	5.00%
王艳普	890,000.00	60,000.00	950,000.00	—	31,837.51	5.00%
合计	2,345,000.00	2,260,000.00	4,605,000.00	—	138,279.87	—

注：2009 年，中国人民银行人民币 1 年期贷款基准利率未进行调整，为 5.31%。

B、未付息借款

单位：元

姓 名	2008 年 1 月 1 日	2008 年 12 月 31 日	2009 年 9 月 30 日
姚奎章	390,000.00	390,000.00	—
范召林	372,000.00	372,000.00	—
李红兵	300,000.00	300,000.00	—
李志斌	220,000.00	220,000.00	—
邢淑兰	360,000.00	360,000.00	—
邓立峰	187,416.08	187,416.08	—
李营威	200,000.00	200,000.00	—
合 计	2,029,416.08	2,029,416.08	—

2) 借款原因

2005 年 12 月 29 日以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工完成对河北养元的收购后，公司一方面群情振奋，上下一心，致力于把公司做大做强，但另一方面，当时公司各方面基础还较为薄弱，实收资本、净资产较少，经营规模较小，从银行取得贷款支持非常困难，公司的发展资金严重不足，已成为制约公司发展的瓶颈。

在这种情况下，公司管理层主要采取了以下两种措施：

一是实施增资，以增加公司的实收资本、净资产，降低公司资产负债率，优



化偿债指标。

最初设想的具体方式是将公司账面资本公积 209.49 万元转为股本、39.56 万元现金增资，并把 2005 年 12 月 31 日公司其他应付款中属于向 7 位关联自然人的借款 202.94 万元转为实收资本。

最终实施的增资方案为：2006 年 3 月，公司全体股东同比例增资 249.05 万元，将注册资本增加至 349.05 万元，增资方式为资本公积转增资本与货币出资相结合的方式，其中以资本公积转增资本 209.49 万元，股东以货币资金增资 39.56 万元（关于此次增资的具体情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况”）。

最终实施的增资方案未按最初设想将其他应付款中属于向关联自然人的借款 202.94 万元转为实收资本的主要原因是：当时适用的《公司法》关于可以用作出资的标的规定中未明列债权，故为了能够顺利办理增资的工商变更登记，公司决定将最初的增资设想分为两步走，第一步全体股东同比例以资本公积转增资本与货币出资相结合的方式增资 249.05 万元；第二步是对 7 位关联自然人定向增资，具体操作时先中止与关联自然人的债权债务关系，原关联自然人债权转变为其暂存于公司的款项，用于公司实施第二步增资时其对公司的出资，相应地，公司将该部分已投入使用并用于相关关联自然人在公司实施第二步增资时的出资款暂归集于资本公积科目下核算。

在第一步增资已于 2006 年 3 月实施、第二步增资的债权处理已调整到位的情况下，第二步增资最终主要由于对股东间出资金额、比例的平衡考虑而被取消。相应地，2006 年末，公司又将 7 位关联自然人暂先存于公司的投资款从资本公积项下转入其他应付款。之后至 2009 年 9 月公司将上述借款全部归还给 7 位关联自然人期间，公司未向其支付任何利息，同时，7 位关联自然人作为公司的前十名股东和董事、监事、高级管理人员或中级管理人员从支持公司的角度出发，也自愿同意将相关款项借给公司无偿使用。

以上也是报告期 2008 年初至 2009 年 9 月公司向关联自然人无息借款的形成背景和原因。

二是继续向公司员工借款，为公司带来增量资金，扩大经营规模。2006 年起，



姚奎章、范召林等公司股东、核心管理人员号召全体员工股东、普通员工积极借钱给公司，身体力行并发动家人倾囊相助，相应地，公司承诺参考中国人民银行人民币 1 年期贷款基准利率给付利息——这也是报告期 2008 年初至 2009 年 9 月公司存在向 8 位关联自然人付息借款情形的成因。

2008 年，在全体股东、员工的奋力拼搏下，公司的经营状况明显好转，但当年公司进行了厂址搬迁新厂建设，经营规模也不断扩大，故所面临的资金压力也十分巨大，因此，向上述关联自然人借款的情形仍然持续。

2009 年，公司的经营状况获得进一步提升，财务状况和经营业绩取得长足发展，同时，当年公司确立了通过首次公开发行股票并上市以促进公司战略目标实现的方针，随着保荐人、律师事务所等中介机构进场对公司展开股票发行上市辅导，公司于当年 9 月最终彻底清偿了对上述关联自然人的全部借款。

3) 借款对公司财务状况和经营成果的影响

2008 年初至 2009 年 9 月，公司从 10 位关联自然人处借款，对同期财务状况和经营成果的影响主要有：在公司无法获得银行贷款的情况下，增加了公司的流动资产，有助于缓解公司资金严重不足的状况；有助于公司扩大经营规模，不付息借款减少了公司财务费用支出，按同期付息借款的利率测算，2008 年度、2009 年度，不付息借款少支出的财务费用分别为 101,470.80 元、76,103.10 元，占同期公司利润总额的比例分别为 0.32%、0.07%。

（三）公司关于关联交易的规定

2010 年 1 月 23 日，公司第一届董事会第二次会议审议通过了《河北养元智汇饮品股份有限公司关联交易决策制度》；2010 年 2 月 8 日，公司 2010 年第一次临时股东大会审议通过了《河北养元智汇饮品股份有限公司股东大会议事规则》；2010 年 2 月 8 日，公司 2010 年第一次临时股东大会审议通过了符合上市公司要求的《河北养元智汇饮品股份有限公司章程（草案）》，对关联交易决策权力与程序、关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决的回避制度作出了规定。

1、关于关联交易决策权力的规定

（1）《河北养元智汇饮品股份有限公司关联交易决策制度》关于关联交易



决策权力规定如下：

“第八条 总经理有权判断并实施的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）：

（一）与关联自然人发生的金额在30万元以下（含30万元）的关联交易；

（二）与关联法人发生的金额在300万元以下（含300万元），或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%（含0.5%）以下的关联交易。

第九条 董事会有权判断并实施的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）：

（一）与关联自然人发生的交易金额在30万元以上但不足300万元，或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.05%以上但不足0.5%的关联交易；

（二）与关联法人发生的交易金额在300万元以上但不足3000万元，或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上但不足5%的关联交易；

（三）虽属总经理有权判断并实施的关联交易，但董事会、独立董事或监事会认为应当提交董事会审核的；

（四）股东大会授权董事会判断并实施的关联交易。

第十条 应由股东大会审议的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）：

（一）与关联自然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；

（二）与关联法人发生的交易金额在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；

（三）虽属总经理、董事会有权判断并实施的关联交易，但独立董事或监事会认为应当提交股东大会审核的；

（四）对公司可能造成重大影响的关联交易；

（五）相关国家机关规定的应提交股东大会审议的关联交易。”



(2)《河北养元智汇饮品股份有限公司章程（草案）》关于关联交易决策权力规定如下：

“第一百一十条 董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；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。

在不违反法律、法规及本章程其他规定的情况下，就公司发生的购买或出售资产、对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资等）、提供财务资助、提供担保、租入或租出资产、签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）、赠与或受赠资产（受赠现金资产除外）、债权或债务重组、研究与开发项目的转移、签订许可协议等交易行为，股东大会授权董事会的审批权限为：

（一）交易涉及的资产总额低于公司最近一期经审计总资产的 50%，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据。其中，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，应当由董事会作出决议，提请股东大会以特别决议审议通过；

（二）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入低于公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%，或绝对金额低于 5000 万元人民币；

（三）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润低于公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%，或绝对金额低于 500 万元人民币；

（四）交易的成交金额（含承担债务和费用）低于公司最近一期经审计净资产的 50%，或绝对金额低于 5000 万元人民币；

（五）交易产生的利润低于公司最近一个会计年度经审计净利润的50%，或绝对金额低于500万元人民币；

上述指标涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

交易标的为股权，且购买或出售该股权将导致公司合并报表范围发生变更的，该股权对应公司的全部资产和营业收入视为交易涉及的资产总额和与交易标的相关的营业收入。

上述交易属于购买、出售资产的，不含购买原材料、燃料和动力，以及出售



产品、商品等与日常经营相关的资产，但资产置换中涉及购买、出售此类资产的，仍包含在内。

上述交易属于公司对外投资设立有限责任公司或者股份有限公司，按照《公司法》第二十六条或者第八十一条规定可以分期缴足出资额的，应当以协议约定的全部出资额为标准适用本款的规定。

上述交易属于提供财务资助和委托理财等事项时，应当以发生额作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算，适用本款的规定。已按照本款的规定履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

公司发生提供担保事项时，应当由董事会审议通过。公司发生本章程第四十一条规定的提供担保事项时，还应当在董事会审议通过后提交股东大会审议通过。

公司在 12 个月内发生的交易标的相关的同类交易，应当按照累计计算的原则适用本条第二款的规定。已按照本条第二款的规定履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

董事会决定公司关联交易的决策权限为：公司与关联自然人发生的交易金额在30万元人民币以上低于300万元人民币的关联交易；公司与关联法人发生的交易金额在300万元人民币以上低于3000万元人民币的关联交易；且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上低于5%的关联交易。公司在连续十二个月内对同一关联交易分次进行的，以其在此期间交易的累计数量计算。

公司进行证券投资，应经董事会审议通过后提交股东大会审议，并应取得全体董事三分之二以上和独立董事三分之二以上同意。

公司控股子公司的对外投资、资产处置等交易事项，依据其公司章程规定执行，但控股子公司的章程授予该公司董事会或执行董事行使的决策权限不得超过公司董事会的权限。公司在子公司股东大会上的表决意向，须依据权限由公司董事会或股东大会作出指示。

上述事项涉及其他法律、行政法规、部门规章、规范性文件、公司章程或者交易所另有规定的，从其规定。



第一百一十二条 董事长行使下列职权：

- （一）主持股东大会和召集、主持董事会会议；
- （二）督促、检查董事会决议的执行；
- （三）签署董事会文件和其他应当由法定代表人签署的其他文件；
- （四）行使法定代表人的职权；
- （五）在发生特大自然灾害等不可抗力的紧急情况下，对公司事务行使符合法律规定和公司利益的特别处置权，并在事后向公司董事会和股东大会报告；
- （六）在董事会闭会期间行使本章程第一百零七条第（二）、（十三）、（十五）项职权；
- （七）提名公司总经理和董事会秘书；
- （八）决定低于公司最近一期经审计总资产10%的交易，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；
- （九）决定交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的10%以下，或绝对金额低于1000万元人民币的交易；
- （十）决定交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的10%以下，或绝对金额低于100万元人民币的交易；
- （十一）决定交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的10%以下，且绝对金额低于1000万元人民币的交易；
- （十二）决定交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的10%以下，或绝对金额低于100万元人民币的交易；
- （十三）组织实施经年度股东大会审议批准的财务预算范围内的贷款；
- （十四）决定公司与关联自然人发生的交易金额低于 30 万元人民币的关联交易；决定公司与关联法人发生的低于 300 万元人民币，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以下的关联交易。公司在连续十二个月内对同一关联交易分次进行的，以其在此期间交易的累计数量计算。”



2、关于关联交易决策程序的规定

《河北养元智汇饮品股份有限公司关联交易决策制度》关于关联交易决策程序规定如下：

“第十三条 属于总经理判断并实施的关联交易，应由第一时间接触到该事宜的相关职能部门将关联交易情况以书面形式报告总经理，由公司总经理或总经理办公会议对该等关联交易的必要性、合理性、定价的公平性进行审查。对于其中必须发生的关联交易，由总经理或总经理办公会议审查通过后实施。

总经理应将日常生产经营活动中，可能涉及董事会审议的关联交易的信息及资料应充分报告董事会。

第十四条 属于董事会判断并实施的关联交易，应由第一时间接触到该事宜的总经理或董事向董事会报告。董事会依照董事会召开程序就是否属于关联交易作出合理判断并决议。

第十五条 经董事会判断应提交股东大会审议的关联交易，董事会应作出报请股东大会审议的决议并发出召开股东大会的通知，通知中应明确召开股东大会的日期、地点、议题等，并明确说明涉及关联交易的内容、性质、关联方情况及聘请具有证券从业资格的中介机构对交易标的评估或审计情况等。

第十六条 重大关联交易（指与关联自然人发生的金额高于30万元的关联交易和与关联法人发生的金额高于300万元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）应由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断前，可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

第十七条 出席董事会的独立董事及列席的监事会成员，对董事的回避事宜及关联交易的表决事项应予以特别关注并发表独立意见，认为董事或董事会有违背公司章程及本制度规定的，应建议董事会立即纠正。

第十八条 符合关联交易回避条件的股东（或股东代表）应在股东大会表决关联事项前，明确表明回避。

第十九条 有关董事或股东在审议关联事项时违背本制度的相关规定未予回避的，该关联交易决议无效，若该关联交易事实上已实施并经司法裁判、仲裁确



认应当履行的，则有关董事及股东应对公司损失负责。

第二十条 公司拟与关联自然人达成的关联交易总额高于300万元或高于公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的及拟与关联法人达成的关联交易总额高于3000万元且高于公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的，监事会应就该交易的公允性发表意见。”

3、关于关联股东回避制度的规定

（1）《河北养元智汇饮品股份有限公司关联交易决策制度》关于关联股东回避制度规定如下：

“第十二条 股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决，且其表决权不计入表决基数内：

交易对方；

（一）拥有交易对方直接或间接控制权的；

（二）被交易对方直接或间接控制的；

（三）与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；

（四）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其表决权受到限制或影响的；

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

（2）《河北养元智汇饮品股份有限公司章程（草案）》关于关联股东回避制度规定如下：

“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；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应主动向股东大会声明关联关系并回避表决。股东没有主动说明关联关系并回避的，其他股东可以要求其说明



情况并回避。召集人应依据有关规定审查该股东是否属关联股东及该股东是否应当回避。

应予回避的关联股东对于涉及自己的关联交易可以参加讨论，并可就该关联交易产生的原因、交易基本情况、交易是否公允合法等事宜向股东大会作出解释和说明。

如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得中国证券监督管理部门的同意后，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议中作出详细说明。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据本章程的有关规定向人民法院起诉。”

4、关于利益冲突的董事回避制度的规定

(1)《河北养元智汇饮品股份有限公司关联交易决策制度》关于利益冲突董事回避制度规定如下：

“第十一条 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，董事会会议所做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，应当由全体董事（含关联董事）就将该等交易提交公司股东大会审议等程序性问题作出决议，由股东大会对该等交易作出相关决议。

前款所称关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：

- （一）交易对方；
- （二）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或其他组织、该交易对方直接或间接控制的法人或其他组织任职；
- （三）拥有交易对方的直接或间接控制权的；
- （四）交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员；
- （五）交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员；
- （六）中国证监会、证券交易所或公司认定的因其他原因使其独立的商业判



断可能受到影响的人士。”

(2)《河北养元智汇饮品股份有限公司章程（草案）》关于利益冲突董事回避制度规定如下：

“第一百二十条 董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。”

(四) 报告期的关联交易履行《公司章程》规定程序的情况以及独立董事意见

最近三年，公司除了向董事、监事和高级管理人员支付薪酬外，与关联方之间未发生经常性关联交易。偶发性关联交易主要有以下两项，其履行《公司章程》规定程序的情况以及独立董事意见如下：

1、2009 年 12 月，公司向衡水市商业银行股份有限公司红旗支行申请 1,500 万元短期借款，公司关联自然人股东姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰为上述借款提供连带责任保证

2009 年 12 月 28 日，公司召开董事会会议，审议通过了《关于关联自然人股东姚奎章、范召林、李红兵、邢淑兰、邓立峰、李志斌 6 人向公司提供贷款保证担保的议案》。本次担保未超过当时《公司章程》所规定的董事会的审批权限，故无需提交股东大会审批。

对于上述交易，公司独立董事崔树军、申富平、邓文胜于 2009 年 12 月 28 日共同出具《关于公司关联自然人为公司借款提供保证担保事宜的意见》，认为：“董事会对关联交易履行的审议程序合法合规。董事会在审议该关联交易事项时，关联董事姚奎章、范召林、李红兵、邢淑兰、邓立峰、李志斌 6 人回避了表决，也没有代理其他董事行使表决权。审议程序符合《公司法》和《公司章程》的规定。关联自然人股东姚奎章、李红兵、范召林、李志斌、邢淑兰、邓立峰 6 人为了支持公司生产经营发展提供担保，符合股东、公司的长远利益，不存在损



害中小股东利益的情况，不会给公司的生产经营和业绩产生负面影响。且以上担保符合中国证监会《关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知》、《关于规范上市公司对外担保行为的通知》等有关规定。”

2、最近三年，发行人向姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、姚仁在、姚奎祥、王艳普 10 位关联自然人借款

2008 年初至 2009 年 9 月，公司存在向姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、姚仁在、姚奎祥、王艳普 10 位关联自然人借款的情形。截至 2009 年 9 月 30 日，上述借款已全部归还借款人。

根据当时适用的《公司法》、《公司章程》的规定，公司上述交易无需提交董事会和股东会审议批准，同时，又由于当时公司尚未建立独立董事制度，故无独立董事就此发表意见。

关于上述交易，保荐人国信证券意见认为：2008 年初至 2009 年 9 月，公司向姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、李营威、姚仁在、姚奎祥、王艳普 10 位关联自然人借款的交易是公允的。具体来讲，首先，付息借款是公允的，主要原因为：此项交易是交易双方基于对交易金额及交易价格共同认可的情况下自愿进行的，不对任何一方的利益产生损害。交易价格公司参考市场利率即同期中国人民银行人民币 1 年期贷款基准利率而定；其次，不付息借款中，虽然未向关联自然人给付利息，但从较长时间看，此项交易也具一定程度的公允性，主要原因为：借款的形成有其特殊背景和成因，开始是作为以后增资时的认购款暂存于公司的，后来在原增资计划取消后才转为负债，这种情况是交易各方共同认可的，并自愿进行的；从交易结果来看，不对任何一方的利益产生损害，因为相关关联自然人均为公司前十名股东，此项借款使得公司在无法获得银行贷款的情况下，增加了公司的流动资产，有助于缓解公司当时资金严重不足的状况，扩大经营规模，提升经营业绩，最终有利于股东价值的增值，事实上，最近三年，公司业绩高速增长、股东权益大幅提升，包括相关关联自然人在内的公司股东都获得了高额回报。

关于上述交易，发行人律师北京市康达律师事务所认为：“发行人前身向关联自然人付息借款均系在双方自愿且对利率认可的情况下进行的，关联交易的定



价依据合理、价格公允；无息借款虽然未支付借款利息，但无息借款对发行人前身养元有限同期利润总额的影响很小，因此不存在发行人通过关联交易操纵利润的情形，亦未侵害公司及其他股东利益。”

（五）公司避免并规范关联交易的措施

为进一步规范和减少关联交易，公司主要股东姚奎章、范召林、李红兵分别出具了《河北养元智汇饮品股份有限公司主要股东关于减少关联交易的承诺函》，承诺：“在本人作为股份公司的主要股东期间，将尽可能减少和规范本人及本人未来控制的其他公司（目前控制的以及将来控制的）与股份公司及其控股子公司之间的关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，包括但不限于商品交易，相互提供服务或作为代理，本人及本人控制的其他公司（目前控制的以及将来控制的）将一律严格遵循等价、有偿、公平交易的原则，在一项市场公平交易中不要求股份公司及其控股子公司提供优于任何第三者给予或给予第三者的条件，并依据《关联交易制度》等有关规范性文件及股份公司公司章程履行合法审批程序并订立相关协议/合同，及时进行信息披露，规范相关交易行为，保证不通过关联交易损害股份公司及其股东的合法权益。”

公司在业务、机构、资产、人员和财务上均独立于各关联方，具备面向市场的独立运营能力。公司将根据实际情况，杜绝发生不必要的关联交易；对于正常的，有利于公司发展的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格按照公司有关规定履行决策程序，确保交易价格的公允，并及时予以充分披露。

第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

一、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况

（一）董事简历

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。公司董事简历如下：

姚奎章先生：中国国籍，无境外永久居留权，1965 年 1 月出生，本科学历，中共党员，高级工程师。姚先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司技术科技技术员、生产科副科长、一分厂副厂长、集团生产处处长，河北养元保健饮品有限公司总经理；2006 年 3 月起至今担任公司董事长，本届任期至 2012 年 11 月止，兼任河北食品工业协会常务理事、衡水市食品工业协会副会长、衡水市企业家协会副会长。姚先生为河北省衡水市第十二届人大代表，曾获“河北省轻工行业劳动模范”、“衡水市优秀民营企业家”、“纪念改革开放三十年经济社会发展优秀带头人”等荣誉称号。

范召林先生：中国国籍，无境外永久居留权，1972 年 9 月出生，大专学历，中共党员。范先生曾任河北衡水老白干酒厂销售分公司经理，河北裕丰实业股份有限公司销售分公司经理，河北养元保健饮品有限公司副总经理；2006 年 3 月起至今担任公司董事，2008 年 9 月起至今任公司总经理，本届任期至 2012 年 11 月止。

李红兵先生：中国国籍，无境外永久居留权，1966 年 8 月出生，大专学历，中共党员。李先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司车间主任，河北养元保健饮品有限公司副总经理；2006 年 3 月起至今担任公司董事，2008 年 9 月起至今担任公司副董事长，本届任期至 2012 年 11 月止。李先生曾获“河北省轻工业企业技术进步奖”、“河北省轻工业科技进步奖”等荣誉称号。

李志斌先生：中国国籍，无境外永久居留权，1972 年 5 月出生，大专学历，中共党员，中级工程师。李先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司技术部质检员，河北养元保健饮品有限公司车间主任、办公室主任；2006 年 3 月起至今担任公司董事，2009 年 11 月起任公司董事会秘书，本届任期至 2012 年 11 月止。

邢淑兰女士：中国国籍，无境外永久居留权，1968 年 11 月出生，本科学历，

中共党员，中级经济师，中级会计师，注册高级税务筹划师，财务管理专业国家职业资格一级。邢女士曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司财务部会计，河北养元保健饮品有限公司主管会计、财务部副经理；2006年3月起至今担任公司董事、财务负责人，本届任期至2012年11月止。

邓立峰先生：中国国籍，无境外永久居留权，1975年8月出生，大专学历，助理经济师。邓先生曾任河北衡水老白干酒厂销售公司业务员，河北裕丰实业股份有限公司销售总公司业务员，河北养元保健饮品有限公司业务部副经理；2002年2月起至今担任公司业务部经理，2009年11月起任公司第二届董事会董事，本届任期至2012年11月止。

朱保成先生：中国国籍，无境外居留权，1973年出生，博士研究生学历，高级会计师，中国注册会计师，中国注册资产评估师。朱先生曾任河北华安会计师事务所审计部经理，北京世纪万通科技投资有限公司财务总监，中国远大集团有限公司投资管理部经理、医药事业部首席会计师；现任北京京能国际能源股份有限公司财务负责人，2011年3月起兼任公司第二届董事会独立董事，任期至2012年11月止，此外还兼任巨力索具股份有限公司独立董事。

崔树军先生：中国国籍，无境外永久居留权，1969年12月出生，博士研究生学历，中共党员。崔先生曾任河北工学院工管系辅导员、办公室主任，河北工学院管理系副书记，河北工业大学管理学院党委副书记、副院长；现任河北工业大学就业指导中心主任，学生处处长，2009年11月起兼任公司第二届董事会独立董事，任期三年，此外还兼任黄骅信誉楼商贸有限公司独立董事、邢台家乐园企业集团有限公司顾问、唐山晶源裕丰电子股份有限公司独立董事。

邓文胜先生：中国国籍，无境外永久居留权，1969年4月出生，硕士研究生学历，中共党员，律师。邓先生曾任北京市统计局主任科员，北京市中银律师事务所律师，北京市华联律师事务所律师；现任北京市君致律师事务所合伙人、律师，2009年11月起兼任公司第二届董事会独立董事，任期三年，此外还兼任四川友利投资控股股份有限公司独立董事、沧州明珠塑料股份有限公司独立董事、北京高能时代环境技术股份有限公司独立董事。

（二）监事简历

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工监事 1 名。公司监事简历如下：

李营威先生：中国国籍，无境外永久居留权，1975 年 2 月出生，大专学历，中共党员，助理经济师。李先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司销售总公司天津区经理，河北养元保健饮品有限公司业务部副经理；2002 年 2 月起至今担任公司市场部经理，2006 年 3 月起至今担任公司监事会监事，2009 年 11 月起任公司第二届监事会主席，本届任期至 2012 年 11 月止。

马永利先生：中国国籍，无境外永久居留权，1976 年 3 月出生，大专学历，助理工程师。马先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司销售总公司业务员，河北养元保健饮品有限公司包装车间班长、销售内勤；2006 年 3 月起至今担任公司监事会监事，财务部主管会计，2009 年 11 月起任公司证券事务代表，本届任期至 2012 年 11 月止。

薛源茂先生：中国国籍，无境外永久居留权，1975 年 9 月出生，大专学历。薛先生曾任河北冀衡集团电化分公司动力车间主任，河北华威制药有限公司阿扑洛事业部销售主管，河北养元保健饮品有限公司销售公司廊坊市区销售主管、生产部副主任；2009 年 11 月起任公司第二届监事会监事、生产部副主任，本届任期至 2012 年 11 月止。

（三）高级管理人员简历

公司高级管理人员由 3 名成员组成。公司高级管理人员简历如下：

范召林先生：董事兼总经理，简历情况详见本节“一、（一）董事简历”部分。

邢淑兰女士：董事兼财务负责人，简历情况详见本节“一、（一）董事简历”部分。

李志斌先生：董事兼董事会秘书，简历情况详见本节“一、（一）董事简历”部分。

（四）核心技术人员简历

刘景兰女士：中国国籍，无境外永久居留权，1969 年 3 月出生，本科学历，中级工程师，食品安全师。刘女士曾任衡水市副食果品盐业公司技术部技术主管，

1999 年至今担任公司技术部经理。刘女士主要参与并研发了“养元六个核桃”、“核桃花生露”、“核桃杏仁露”、“养元核桃乳”、“养元智多星核桃花生奶”等公司多项产品，并获得“河北省轻工业企业技术进步奖”、“河北省轻工业科技进步奖”、“河北省科技成果完成者”、“河北省食品工业科学技术奖”等荣誉。

夏君霞女士：中国国籍，无境外永久居留权，1975 年 3 月出生，本科学历，助理工程师，食品检验工。夏女士曾任公司质检部质检员；现任公司技术部品控中心主管。夏女士主要参与并研发了“养元智多星核桃花生奶”等产品，并获得“河北省科技成果完成者”、2008 年度“河北省质量标兵”等荣誉。

李玉胜先生：中国国籍，无境外永久居留权，1974 年 2 月出生，本科学历，助理工程师。李先生曾任公司技术部研发中心研究员；现任公司技术部研发中心主管。企业标准的主要起草人。

黄新宽先生：中国国籍，无境外永久居留权，1966 年 10 月出生，本科学历，高级工程师。黄先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司设备科副科长；1999 年至今担任公司设备部经理。黄先生主要参与并研发了“物质采购规范化管理”、“养元核桃乳”、“养元智多星核桃花生奶”等公司多项产品及项目，并获得“2000 年全国轻工业企业管理现代化成果奖”、“河北省轻工业企业技术进步奖”、“河北省轻工业科技进步奖”、“河北省科技成果完成者”、“河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司 1996 年度劳动模范”、“河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司 1998 年度设备管理先进工作者”等荣誉。

支建章先生：中国国籍，无境外永久居留权，1970 年 8 月出生，中专学历，助理工程师。支先生曾任河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司白酒车间二分厂动力车间副主任；现任公司生产部经理。支先生主要参与并研发了“养元核桃乳”、“养元智多星核桃花生奶”等公司多项产品，并获得“河北省轻工业企业技术进步奖”、“河北省轻工业科技进步奖”、“河北省科技成果完成者”等荣誉。

（五）董事、监事的提名和选聘情况

河北养元智汇饮品股份有限公司第一届董事会董事、监事会监事的提名和选聘情况如下表：

姓名	提名入		选聘机构	
	姓名/名称	单独或合计持股比例	名称	召开时间
一、董事				
姚奎章	董事会	—	2009 年临时股东会	2009.11.15
范召林	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
李红兵	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
李志斌	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
邢淑兰	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
邓立峰	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
朱保成	董事会	—	2011 年第一次临时股东大会	2011.3.26
崔树军	董事会	—	2009 年临时股东会	2009.11.15
邓文胜	董事会	—	2009 年临时股东会	2009.11.15
二、监事				
李营威	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
马永利	姚奎章	30.40%	2009 年临时股东会	2009.11.15
薛源茂	职工代表大会	—	2009 年职工代表大会	2009.11.15

二、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资的情况

(一) 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员直接持有公司股份情况

姓名	职务	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31		质押冻结情况
		持股数 (万股)	持股比例	持股数 (万股)	持股比例	实际出资额(万元)	实际出资比例	
一、董事								
姚奎章	董事长	2,608.33	30.40%	2,460.83	30.76%	104.74	30.01%	
范召林	董事	1,225.50	14.28%	1,145.50	14.32%	48.88	14.00%	—
李红兵	副董事长	1,225.50	14.28%	1,145.50	14.32%	48.88	14.00%	—
李志斌	董事	229.19	2.67%	229.19	2.86%	10.00	2.86%	—
邢淑兰	董事	229.19	2.67%	229.19	2.86%	10.00	2.86%	—
邓立峰	董事	229.19	2.67%	229.19	2.86%	10.00	2.86%	—
朱保成	独立董事	—	—	—	—	—	—	—
崔树军	独立董事	—	—	—	—	—	—	—
邓文胜	独立董事	—	—	—	—	—	—	—
二、监事								
李营威	监事会主席、市场部经理	229.19	2.67%	229.19	2.86%	10.00	2.86%	—
马永利	监事、证券事务代表、主管会计	57.30	0.67%	57.30	0.72%	2.50	0.72%	—
薛源茂	监事、生产部副主任	3.00	0.04%	—	—	—	—	—
三、高级管理人员								
范召林	总经理	同上“一、董事”						
李志斌	董事会秘书	同上“一、董事”						
邢淑兰	财务负责人	同上“一、董事”						
四、核心技术人员								
刘景兰	技术部经理	183.35	2.14%	183.35	2.29%	8.00	2.29%	
夏君霞	技术部品控	7.00	0.08%	—	—	0.30	0.09%	



	中心主管							
李玉胜	研发中心主管	9.50	0.11%	—	—	0.40	0.11%	—
黄新宽	设备部经理	114.60	1.34%	114.60	1.43%	5.00	1.43%	—
支建章	生产部经理	229.19	2.67%	229.19	2.86%	10.00	2.86%	—

(二) 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股书签署日，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。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取薪酬的情况

姓名	所任公司职务	2010 年度从公司领取薪酬 (万元)
一、董事		
姚奎章	董事长	9.32
范召林	董事、总经理	25.10
李红兵	副董事长	8.70
李志斌	董事、董事会秘书	13.56
邢淑兰	董事、财务负责人	13.56
邓立峰	董事、业务部经理	8.72
申富平	独立董事	3.00
崔树军	独立董事	3.00
邓文胜	独立董事	3.00
二、监事		
李营威	监事会主席、市场部经理	8.72
马永利	监事、证券事务代表、主管会计	4.53
薛源茂	监事、生产部副主任	2.20
三、高级管理人员		
范召林	同上“一、董事”	
李志斌	同上“一、董事”	
邢淑兰	同上“一、董事”	
四、核心技术人员		
刘景兰	技术部经理	3.72
夏君霞	技术部品控中心主管	2.75
李玉胜	研发中心主管	2.75
黄新宽	设备部经理	3.72
支建章	生产部经理	3.72
合计	-	120.07

注：2011年3月26日，公司召开2011年度第一次临时股东大会，由于申富平辞职，会议选举朱保成为独立董事。



四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至2010年12月31日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况如下表：

姓名	职务	任职情况	所兼职单位与公司的关联关系
一、董事			
姚奎章	董事长	河北食品工业协会常务理事	非关联方
		衡水市食品工业协会副会长	非关联方
		衡水市企业家协会副会长	非关联方
范召林	董事	—	—
李红兵	副董事长	—	—
李志斌	董事	—	—
邢淑兰	董事	—	—
邓立峰	董事	—	—
朱保成	独立董事	北京京能国际能源股份有限公司财务负责人	
		巨力索具股份有限公司独立董事	非关联方
崔树军	独立董事	河北工业大学就业指导中心主任，学生处处长	非关联方
		黄骅信誉楼商贸有限公司独立董事	非关联方
		邢台家乐园企业集团有限公司顾问	非关联方
		唐山晶源裕丰电子股份有限公司独立董事	非关联方
邓文胜	独立董事	北京市君致律师事务所合伙人、律师	非关联方
		四川友利投资控股股份有限公司独立董事	非关联方
		沧州明珠塑料股份有限公司独立董事	非关联方
		北京高能时代环境技术股份有限公司独立董事	非关联方
二、监事			
李营威	监事会主席、监事、市场部经理	—	—
马永利	监事、证券事务代表、主管会计	—	—
薛源茂	监事、生产部副主任	—	—
三、高级管理人员			
范召林	总经理	同上“一、董事”	
李志斌	董事会秘书	同上“一、董事”	
邢淑兰	财务负责人	同上“一、董事”	
四、核心技术人员			
刘景兰	技术部经理	—	—
夏君霞	技术部品控中心主管	—	—
李玉胜	研发中心主管	—	—
黄新宽	设备部经理	—	—
支建章	生产部经理	—	—

除上表所列示的兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员特此声明：“本人除了本说明书公开披露的兼职情况外，没有其他任何兼职情况。”



五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在亲属关系的说明

截至本招股书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

六、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其履行情况

公司的董事和由股东代表出任的监事由股东大会选举产生和更换。

公司根据国家有关规定与高级管理人员、核心技术人员分别签订了《劳动合同》、《保密协议》等。

截至本招股书签署之日，上述有关合同、协议等均履行正常，不存在违约情形。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺及其履行情况

公司董事、监事、高级管理人员对所持公司股份的流通限制已作出承诺，其具体内容请详见本招股书概览。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员的任职资格符合法律法规的规定，均经过合法的程序选聘。

九、董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员的变动均履行了合法程序，公司的实际控制人未发生变化，董事、监事、高级管理人员没有发生重大变化，个别人员变化的主要原因为工作需要发生的调动。

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员变动的具体情况如下：

名称	公司职务	2011年3月26日至 本招股书签署日	2009年11月15日至 2011年3月25日	2008年9月29日至 2009年11月14日	2008年1月 1日至2008 年9月28日



		姓名	变动原因	姓名	变动原因	姓名	变动原因	姓名
董事会成员	董事长	姚奎章	—	姚奎章	—	姚奎章	—	姚奎章
	副董事长	李红兵	—	李红兵	—	李红兵	工作需要聘任为副董事长	—
	董事	范召林	—	范召林	—	范召林	—	李红兵
	董事	李志斌	—	李志斌	—	李志斌	—	范召林
	董事	邢淑兰	—	邢淑兰	—	邢淑兰	—	李志斌
	董事	邓立峰	—	邓立峰	—	—	—	邢淑兰
	独立董事	朱保成	申富平辞职,新增选	申富平	增选新董事,同时建立独立董事制度	—	—	—
	独立董事	崔树军	—	崔树军		—		—
	独立董事	邓文胜	—	邓文胜		—		—
监事会成员	监事会主席	李营威	—	李营威	—	李营威	—	李营威
	监事	马永利	—	马永利	—	马永利	—	马永利
	职工代表监事	薛源茂	—	薛源茂	选聘新职工监事	刘婷	—	刘婷
高级管理人员	总经理	范召林	—	范召林	—	范召林	工作需要聘任为总经理	姚奎章
	副经理	—	—	—	—	—	工作需要辞职	范召林
	副经理	—	—	—	—	—	工作需要辞职	李红兵
	财务负责人	邢淑兰	—	邢淑兰	—	邢淑兰	—	邢淑兰
	董事会秘书	李志斌	—	李志斌	建立董事会秘书制度	—	—	—

注：（1）2008年9月29日，公司召开董事会会议，会议审议通过了《关于姚奎章同志辞去河北养元总经理职务》、《关于范召林同志辞去河北养元副经理职务》、《关于李红兵同志辞去河北养元副经理职务》、《关于聘任范召林同志为河北养元总经理职务》、《关于选举李红兵同志为河北养元副董事长》的议案。

（2）2009年11月10日，公司召开职工代表大会，会议选聘薛源茂为公司第二届监事会职工监事。刘婷自此不再担任公司监事会职工监事。2009年11月15日，公司召开临时股东会，会议选举出公司第二届董事会成员及监事会非职工监事成员。公司第二届董事会成员共9名，分别为：姚奎章、范召林、李红兵、李志斌、邢淑兰、邓立峰、申富平、崔树军、邓文胜，其中申富平、崔树军、邓文胜为独立董事。第二届监事会非职工监事成员共2名，分别为：李营威、马永利。

（3）2009年11月15日，公司召开第二届董事会第一次会议，会议选举姚奎章为董事长，选举李红兵为副董事长，聘任范召林为总经理，聘任李志斌为董事会秘书，聘任邢淑兰为财务负责人。

（4）2009年11月15日，公司召开监事会会议，会议选举李营威为监事会主席。

（5）2011年3月26日，公司召开2011年度第一次临时股东大会，会议选举朱保成为独立



董事。



第九节 公司治理

一、发行人股东大会、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

公司已按照《公司法》等法律法规以及中国证监会关于上市公司治理的规定，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，相关的机构和人员均能依法履行职责，具体情况如下：

（一）公司股东大会制度的建立健全和运行情况

1、股东大会制度的建立健全情况

2009年11月15日，公司召开了临时股东会，会议审议通过了《关于河北养元智汇饮品股份有限公司章程的议案》。

2010年2月8日，公司召开了2010年第一次临时股东大会，会议审议通过了《关于股东大会议事规则的议案》。

2、股东大会的职权

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) 审议批准第三十八条规定的担保事项;
- (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。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

3、股东大会运行情况

报告期内，公司股东大会（股东会）一直按照《公司法》和《公司章程》的规定规范运作。报告期内，公司共召开了9次股东大会（股东会）。

公司一直严格遵循有关法律、法规和《公司章程》的规定执行股东大会制度。股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理和规范公司运作发挥了积极的作用。

（二）公司董事会制度的建立健全和运行情况

1、董事会制度的建立健全情况

2009年11月15日，公司召开了临时股东会，会议审议通过了《选举董事成员议案》。董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。董事会设董事长一人，副董事长一人。

2009年11月15日，公司召开了第一届董事会第一次会议，会议审议通过了《关于选举姚奎章先生为董事长的议案》、《关于选举李红兵先生为副董事长的议案》。

2010年1月23日，公司召开了第一届董事会第二次会议，会议审议通过了

《关于设立董事会下设战略委员会的议案》、《关于董事会下设战略委员会构成的议案》、《关于设立董事会下设提名委员会的议案》、《关于董事会下设提名委员会构成的议案》、《关于设立董事会下设审计委员会的议案》、《关于董事会下设审计委员会构成的议案》、《关于设立董事会下设薪酬与考核委员会的议案》、《关于董事会下设薪酬与考核委员会构成的议案》、《关于董事会议事规则的议案》、《关于独立董事工作制度的议案》、《关于战略委员会工作细则的议案》、《关于提名委员会工作细则的议案》、《关于审计委员会工作细则的议案》、《关于薪酬与考核委员会工作细则的议案》。

2010年2月8日，公司召开了2010年第一次临时股东大会，审议通过了《关于董事会议事规则的议案》、《关于独立董事工作制度的议案》。

2、董事会的职权

董事会的职权包括：

- (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经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、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) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、行政法规、部门规章、本章程及股东大会授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会专门委员会的设置情况及主要职责

董事会专门委员会的设置情况及主要职责如下：

(1) 战略委员会

战略委员会设召集人一名、委员四名。其中，姚奎章为召集人；范召林、李红兵、李志斌、邓立峰为委员。

战略委员会的主要职责是：

- 1) 对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；
- 2) 对《公司章程》规定或股东大会授权须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；
- 3) 对《公司章程》规定或股东大会授权须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；
- 4) 对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；
- 5) 对以上事项的实施情况进行检查；
- 6) 董事会授权的其他事宜。

(2) 审计委员会

审计委员会设召集人一名、委员两名。其中，朱保成为召集人；崔树军、邢淑兰为委员。

审计委员会的主要职责是：

- 1) 提议聘请或更换外部审计机构；
- 2) 监督公司的内部审计制度及其实施；
- 3) 负责内部审计与外部审计之间的沟通；
- 4) 审核公司的财务信息及其披露；
- 5) 审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；
- 6) 公司董事会授予的其他权限。

（3）提名委员会

提名委员会设召集人一名、委员二名。其中，邓文胜为召集人；朱保成、姚奎章为委员。

提名委员会的主要职责是：

- 1) 根据公司经营情况、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) 对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；
- 6) 董事会授权的其他事项。

（4）薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会设召集人一名、委员两名。其中，崔树军为召集人；邓文胜、李红兵为委员。

薪酬与考核委员会的主要职责是：

- 1) 根据董事及高管人员管理岗位的主要范围、职责、重要性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；

2) 薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系,奖励和惩罚的主要方案和制度等;

3) 审查公司非独立董事及高管人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评;

4) 负责对公司薪酬制度执行情况进行监督;

5) 董事会授权的其他事项。

4、董事会的运行情况

报告期内,公司共召开了12次董事会会议。公司董事会一直严格按照有关法律、法规和公司章程的规定规范运作。

(三) 公司监事会制度的建立健全和运行情况

1、监事会制度的建立健全情况

2009年11月10日,公司召开职工代表大会,会议选举产生了股份公司第一届监事会职工监事1名;2009年11月15日,公司召开了临时股东会,会议审议通过了《选举监事成员议案》,选举2名非由职工代表出任的监事。监事会由此三名监事组成,设主席一人。

2009年11月15日,公司召开第一届监事会第一次会议,审议通过了《关于选举李营威先生为监事会主席的议案》

2010年2月8日,公司召开了2010年第一次临时股东大会,审议通过了《关于监事会议事规则的议案》。

2、监事会的职权

监事会的职权包括:

(1) 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》第一百五十二条的规定，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。

3、监事会的运行情况

报告期内，公司共召开了5次监事会会议。公司监事会一直按照法律法规和公司《公司章程》的规定规范运作。

(四) 公司独立董事制度的建立健全和运行情况

1、独立董事制度的建立健全情况

2009年11月15日，公司召开临时股东会，会议审议通过了《选举董事成员议案》，选举产生了股份公司第一届董事会，其中包括三名独立董事，占董事会总人数的三分之一，且有一名为会计专家。

2010年1月23日，公司召开了第一届董事会第二次会议，会议审议通过了《关于设立董事会下设战略委员会的议案》、《关于董事会下设战略委员会构成的议案》、《关于设立董事会下设提名委员会的议案》、《关于董事会下设提名委员会构成的议案》、《关于设立董事会下设审计委员会的议案》、《关于董事会下设审计委员会构成的议案》、《关于设立董事会下设薪酬与考核委员会的议案》、《关于董事会下设薪酬与考核委员会构成的议案》、《关于董事会议事规则的议案》、《关于独立董事工作制度的议案》、《关于战略委员会工作细则的议案》、《关于提名委员会工作细则的议案》、《关于审计委员会工作细则的议案》、《关于薪酬与考核委员会工作细则的议案》。公司独立董事分别担任了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会的召集人和委员，并在三个委员会中



占大多数。

2010年2月8日，公司召开了2010年第一次临时股东大会，审议通过了《关于独立董事工作制度的议案》。

2、独立董事的职责

独立董事除具有《公司法》和公司章程赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

(1) 重大关联交易（指公司拟与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易以及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）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

(2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

(3) 向董事会提请召开临时股东大会；

(4) 提议召开董事会；

(5) 独立聘请外部审计机构或咨询机构；

(6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

3、独立董事履行职责情况

公司自聘任独立董事以来，独立董事在公司关联交易、规范运作、重大投资项目论证、募集资金投资项目的选择等方面给予了积极指导和建议。

公司独立董事就公司最近三年的关联交易发表了独立意见（详见本招股书“第七节同业竞争与关联交易”之“二、（四）报告期内的关联交易履行《公司章程》规定程序的情况以及独立董事意见”）。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立健全情况

2009年11月15日，公司召开了第一届董事会第一次会议，会议审议通过了《关于聘任李志斌先生为公司董事会秘书的议案》，聘请李志斌先生为公司董事会秘书。



2010年1月23日，公司召开了第一届董事会第二次会议，会议审议通过了《关于董事会秘书工作细则的议案》。

2、董事会秘书工作细则

公司设公司董事会秘书一名，董事会秘书任期三年，可连聘连任。负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

董事会秘书应当遵守法律、行政法规、部门规章及公司章程的有关规定。

董事会秘书的主要职责包括：

（1）公司上市之前：

- 1) 按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；
- 2) 参加董事会会议，制作会议记录并签字；
- 3) 负责与为公司筹备上市的各个中介机构、政府部门进行联络；
- 4) 负责组织、协调、实施公司上市的各项筹备工作；
- 5) 《公司章程》及股东大会、董事会赋予的其他职责。

（2）公司上市之后：

- 1) 负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；
- 2) 负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；
- 3) 组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；
- 4) 负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向交易所报告并办理公告；
- 5) 关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复交易所所有问



询；

6) 组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、本规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

7) 督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、规章、规范性文件及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，应予以提醒并立即如实地向交易所报告；

8) 《公司法》、《证券法》、中国证监会和交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书履行职责情况

董事会秘书自受聘以来积极履行了其在公司信息披露事务和董事会相关事务方面的职责。

二、发行人最近三年是否存在违法违规行为的情况

最近三年，公司不存在违法违规行为。

三、发行人最近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

公司有严格的资金管理制度，最近三年不存在资金被股东以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

公司已在《公司章程》中明确对外担保的审批权限和审议程序，最近三年不存在为股东进行担保的情形。

四、发行人的内部控制制度

(一) 公司管理层对内部控制制度完整性、合理性及有效性的自我评估意见

董事会对公司的内部控制制度的自我评估意见如下：

“公司现有内控制度全面覆盖了经营运作的各个方面，系依据《公司法》、《会计法》、《企业内部控制基本规范》和《公司章程》结合公司本身的现实情况而制订，符合现代企业制度的要求。本公司内部控制制度和相关工作制度自制订以来，能得到有效执行，未发生因制度缺陷导致的重大经营失误，在完整性、有



效性和合法性等方面不存在重大缺陷。”

（二）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

中磊会计师事务所有限责任公司已就公司内部控制制度出具了《内部控制审核报告》，认为养元饮品“按照控制标准于2010年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。



第十节 财务会计信息

本节中，“金额单位”除非特指，均指人民币元；“最近三年”、“报告期”除非特指，均指 2008 年度、2009 年度及 2010 年度。

一、发行人最近三年的财务报表

(一) 资产负债表

资产	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	346,356,032.15	71,487,733.35	13,324,209.22
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	223,764.99	329,585.61	507,959.97
预付款项	49,486,284.85	91,050,632.75	10,840,706.51
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	150,285.28	252,287.79	274,166.21
存货	87,699,430.69	57,640,678.29	38,810,973.68
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	483,915,797.96	220,760,917.79	63,758,015.59
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	101,053,446.46	35,775,392.91	33,871,928.43
在建工程	7,731,087.98	41,316,722.01	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	31,187,903.08	4,932,877.92	5,034,238.44
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-
递延所得税资产	3,973,675.35	165,156.23	177,538.96
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	143,946,112.87	82,190,149.07	39,083,705.83
资产总计	627,861,910.83	302,951,066.86	102,841,721.42

资产负债表（续）

负债和股东权益	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日



流动负债：			
短期借款	10,000,000.00	25,000,000.00	-
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	185,531,277.64	68,046,611.16	-
应付账款	46,655,652.26	13,699,626.33	41,198,229.04
预收款项	120,546,973.77	91,816,543.02	4,468,659.26
应付职工薪酬	350,157.22	249,452.12	208,295.13
应交税费	21,567,136.88	2,070,404.58	6,859,279.87
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	3,739,949.11	7,291,725.79	18,697,788.70
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债小计	388,391,146.88	208,174,363.00	71,432,252.00
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	15,875,014.48	630,000.01	600,000.00
非流动负债小计	15,875,014.48	630,000.01	600,000.00
负债合计	404,266,161.36	208,804,363.01	72,032,252.00
股东权益：			
实收资本（或股本）	85,800,000.00	80,000,000.00	3,490,543.00
资本公积	18,990,640.99	4,490,640.99	-
减：库存股	-	-	-
盈余公积	17,457,510.84	965,606.28	2,976,230.66
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	101,347,597.64	8,690,456.58	24,342,695.76
所有者权益（或股东权益）合计	223,595,749.47	94,146,703.85	30,809,469.42
负债和所有者权益（或股东权益）总计	627,861,910.83	302,951,066.86	102,841,721.42

（二）利润表

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度



一、营业收入	1,077,461,798.66	525,069,999.78	284,594,921.22
减：营业成本	746,612,668.29	373,401,443.54	233,204,149.63
营业税金及附加	6,653,192.08	2,878,703.71	793,355.28
销售费用	96,896,589.59	29,482,649.83	12,966,209.49
管理费用	16,186,920.71	7,338,507.32	5,870,578.22
财务费用	-846,904.22	-234,598.14	-339,527.07
资产减值损失	-10,938.06	-79,530.93	-19,941.82
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	-	26,342.47	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	211,970,270.27	112,309,166.92	32,120,097.49
加：营业外收入	7,927,709.36	858,955.39	206,924.61
减：营业外支出	892.50	209,259.14	150,010.81
其中：非流动资产处置损失	892.50	110,550.52	-
三、利润总额	219,897,087.13	112,958,863.17	32,177,011.29
减：所得税费用	54,978,041.51	28,329,316.44	8,149,250.39
四、净利润	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90
五、每股收益			
（一）基本每股收益	1.94	1.06	0.30
（二）稀释每股收益	1.94	1.06	0.30
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90

(三) 现金流量表

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,289,249,308.65	697,370,917.92	303,870,817.50
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	20,767,018.49	1,911,581.99	1,974,129.59



经营活动现金流入小计	1,310,016,327.14	699,282,499.91	305,844,947.09
购买商品、接受劳务支付的现金	824,561,325.70	555,890,771.10	252,077,738.67
支付给职工以及为职工支付的现金	15,993,083.03	15,011,089.72	9,581,441.16
支付的各项税费	109,149,879.53	61,877,985.63	11,575,545.76
支付其他与经营活动有关的现金	97,084,454.76	23,889,077.34	11,361,164.14
经营活动现金流出小计	1,046,788,743.02	656,668,923.79	284,595,889.73
经营活动产生的现金流量净额	263,227,584.12	42,613,576.12	21,249,057.36
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	5,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	-	26,342.47	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	11,075,600.00	100,380.00	5,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	11,075,600.00	5,126,722.47	5,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	65,429,223.75	49,654,581.24	21,775,935.15
投资支付的现金	-	5,000,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	65,429,223.75	54,654,581.24	21,775,935.15
投资活动产生的现金流量净额	-54,353,623.75	-49,527,858.77	-21,770,935.15
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	20,300,000.00	-	-
取得借款收到的现金	10,000,000.00	28,025,000.00	3,973,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	30,300,000.00	28,025,000.00	3,973,000.00
偿还债务支付的现金	25,000,000.00	9,470,316.08	1,337,186.62
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	56,790,328.05	21,523,488.30	1,681,626.20
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	81,790,328.05	30,993,804.38	3,018,812.82
筹资活动产生的现金流量净额	-51,490,328.05	-2,968,804.38	954,187.18
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	157,383,632.32	-9,883,087.03	432,309.39
加：期初现金及现金等价物余额	3,441,122.19	13,324,209.22	12,891,899.83
六、期末现金及现金等价物余额	160,824,754.51	3,441,122.19	13,324,209.22

二、会计师事务所关于发行人财务报表的审计意见类型

公司聘请的中磊会计师事务所有限责任公司对公司 2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日的资产负债表及 2008 年度、2009 年度、2010 年度的利润表、现金流量表、所有者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》。

本节以下引用的最近三年的财务数据，除非特别说明，均引自经审计的财务报告。

三、发行人财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，自 2007 年 1 月 1 日起执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则—基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释以及其他相关规定（以下简称“企业会计准则”），在此基础上按照所制定的会计政策进行确认和计量，编制财务报表。

公司按照中国证监会《关于做好与新会计准则相关财务会计信息披露工作的通知》（证监发[2006]136 号文）、《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号—新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》（证监会计字[2007]10 号）规定的原则，并以此为基础分析《企业会计准则第 38 号-首次执行企业会计准则》第五条至第十九条和企业会计准则相关解释对财务报表的影响，按照追溯调整的原则，调整编制 2007 年资产负债表的年初数。

四、发行人报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、商品销售收入

公司商品销售收入同时满足下列条件时才能予以确认：

- （1）公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- （3）收入的金额能够可靠地计量；
- （4）相关的经济利益很可能流入企业；
- （5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

公司收入确认的具体原则如下：



(1) 预收款销售及直接收款销售：收款后客户提货的，货物发出后即确认收入的实现；收款后公司送货的，以货物送达客户仓库并取得客户签字确认的销售回执单后确认收入的实现。

(2) 赊销销售：客户提货的，货物发出后即确认收入的实现；公司送货的，以货物送达客户仓库并取得客户签字确认的销售回执单后确认收入的实现。

(3) 代销销售：收到购货方代销清单时确认收入的实现。

2、建造合同收入

(1) 当建造合同的结果可以可靠地估计时，与其相关的合同收入和合同费用在资产负债表日按完工百分比法予以确认。完工百分比法，是指根据合同完工进度确认合同收入和合同费用的方法。合同完工程度按照累计实际发生的合同费用占合同预计总成本的比例确定。

固定造价合同的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- 1) 合同总收入能够可靠地计量；
- 2) 与合同相关的经济利益很可能流入企业；
- 3) 实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量；
- 4) 合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可靠地确定。

成本加成合同的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- 1) 与合同相关的经济利益很可能流入企业；
- 2) 实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量。

在资产负债表日，按照合同总收入乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认收入后的金额，确认为当期合同收入；同时，按照合同预计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认费用后的金额，确认为当期合同费用。因合同工程变更而产生的收入、索赔及奖励会在与客户达成协议时记入合同收入。

(2) 建造合同的结果不能可靠估计的，分别下列情况处理：

- 1) 合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，



合同成本在其发生的当期确认为合同费用。

2) 合同成本不可能收回的, 在发生时立即确认为合同费用, 不确认合同收入。

3) 如果合同总成本很可能超过合同总收入, 则预期损失立即确认为费用。

3、提供劳务

(1) 公司在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的, 采用完工百分比法确认提供劳务收入。完工百分比法, 是指按照提供劳务交易的完工进度确认收入与费用的方法。

提供劳务交易的结果能够可靠估计, 是指同时满足下列条件:

- 1) 收入的金额能够可靠地计量;
- 2) 相关的经济利益很可能流入企业;
- 3) 交易的完工进度能够可靠地确定;
- 4) 交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的, 分别下列情况处理:

1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿, 按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入, 并按相同金额结转劳务成本;

2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿, 将已经发生的劳务成本计入当期损益不确认劳务收入。

4、让渡资产使用权

让渡资产使用权收入包括利息收入、使用费收入等, 在同时满足以下条件时予以确认:

- (1) 与交易相关的经济利益能够流入企业公司;
- (2) 收入的金额能够可靠地计量。

利息收入金额, 按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。



使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

公司按照投资目的和经济实质对拥有的金融资产分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款及应收款项和可供出售金融资产四大类。

按照经济实质将金融负债划分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两大类。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债：包括交易性金融资产或金融负债和指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债：

1) 取得该金融资产或承担该金融负债的目的，主要是为了近期内出售或回购；

2) 属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理；

3) 属于衍生工具。但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融：

1) 该指定可以消除或明显减少由于该金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；

2) 企业风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。



(2) 持有至到期投资：是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且企业有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。主要包括公司管理层有明确意图和能力持有至到期的固定利率国债、浮动利率公司债券等。

(3) 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。公司应收款项主要是指公司销售商品或提供劳务形成的应收账款以及其他应收款。

(4) 可供出售金融资产：是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项的金融资产。

(5) 其他金融负债：指没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

2、金融资产和金融负债的计量

公司金融资产或金融负债在初始确认时，按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，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或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司对金融资产和金融负债的后续计量方法如下：

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动及终止确认产生的利得或损失计入当期损益。

持有至到期投资，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失计入当期收益。

应收款项，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失计入当期收益。

可供出售金融资产，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失计入资本公积。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。该类金融资产减值损失及外币货币性金融资产汇兑差额计入当期损益。可供出售金融资产持有期间取得的利息



及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

其他金融负债，与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债按照成本进行后续计量。

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以及没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：a、《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；b、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累计摊销额的余额。

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销时产生的损益计入当期损益。

公允价值：是指在公平交易中，熟悉情况的交易双方自愿进行资产交换或者债务清偿的金额。在公平交易中，交易双方应当是持续经营企业，不打算或不需要进行清算、重大缩减经营规模，或在不利条件下仍进行交易。存在活跃市场的金融资产或金融负债，活跃市场中的报价应当用于确定其公允价值。不存在活跃市场的，企业应当采用估值技术确定其公允价值。

摊余成本：金融资产或金融负债的摊余成本，是指该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除金融资产已发生的减值损失后的余额。

实际利率法，是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或利息费用的方法。实际利率，是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。在确定实际利率时，应当在考虑金融资产或金融负债所有合同条款（包括提前还款权、看涨期权、类似期权等）的基础上预计未来现金流量，但不应当考虑未来信用损失。

3、金融资产的转移及终止确认



(1) 满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：

1) 将收取金融资产现金流量的合同权利终止；

2) 该金融资产已经转移，且该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) 该金融资产已经转移，但是企业既没有转移也没有保留该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且放弃了对该金融资产的控制。

(2) 公司在金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项的差额计入当期损益：

1) 所转移金融资产的账面价值；

2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。

(3) 公司的金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

1) 终止确认部分的账面价值；

2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

(4) 金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，将所收到的对价确认为一项金融负债。对于采用继续涉入方式的金融资产转移，企业应当按照继续涉入所转移金融资产的程度确认一项金融资产，同时确认一项金融负债。

4、金融资产减值测试方法及减值准备计提方法

(1) 公司在有以下证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备：

发行方或债务人发生严重财务困难；

债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；



债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

债务人可能倒闭或进行其他财务重组；

因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；

债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

其他表明金融资产发生减值的客观证据。

(2) 公司在资产负债表日对不同类别的金融资产采取不同的方法进行减值测试，并计提减值准备：

1) 持有至到期投资：在资产负债表日公司对于持有至到期投资有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失。

2) 可供出售金融资产：在资产负债表日公司对可供出售金融资产的减值情况进行分析，判断该项金融资产公允价值是否持续下降。通常情况下，如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，可以认定该可供出售金融资产已发生减值，确认减值损失。可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。

(三) 应收款项

公司应收款项（包括应收账款和其他应收款）按合同或协议价款作为初始入账金额。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该应收账款列为坏账损失。



1、单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法：

公司于资产负债表日，将应收账款余额大于 100 万元，其他应收款余额大于 50 万元的应收款项划分为单项金额重大的应收款项，采用个别认定法逐项进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

2、单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项坏账准备的确定依据、计提方法：

公司将单项金额不重大但涉及诉讼、债务人解散或进入破产清算程序等的应收款项分类为单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项。

公司对于划分为单项金额不重大但按信用风险特征组合后风险较大确定的应收款项，全额计提坏账准备。

3、对于经单独测试后未发生减值的单项金额重大的应收款项及除上述“单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项”以外的其他单项金额不重大的应收款项公司采用账龄分析法计提坏账准备，计提坏账准备的比例如下：

账 龄	计提比例
1 年以下（含 1 年）	5%
1-2 年（含 2 年）	10%
2-3 年（含 3 年）	30%
3 年以上	100%

（四）存货

1、存货的分类

公司存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。包括在途物资、原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资、周转材料等大类。

2、发出存货的计价方法



存货发出采用加权平均法核算；存货日常核算以计划成本计价的,年末结转材料成本差异,将计划成本调整为实际成本。

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

(1) 存货可变现净值的确定：产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。需要经过加工的材料存货，以所生产的产品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

(2) 存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。公司按照单个存货项目计提存货跌价准备；对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

计提存货减值准备以后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

公司存货采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品采用一次摊销法；周转用包装物采用一次摊销法。

(五) 长期股权投资

长期股权投资包括公司持有的能够对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的权益性投资，或者公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响，



并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资。

1、初始投资成本确定

公司分别下列两种情况对长期股权投资进行初始计量：

(1) 合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

1) 同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。公司以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。为企业合并发生的各项直接相关费用，包括为进行企业合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益。

2) 非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，合并成本为在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。企业合并成本大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，确认为合并资产负债表中的商誉。企业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（营业外收入）。为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入企业合并成本（债券及权益工具的发行费用除外）。

(2) 除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

1) 以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。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出，但实际支付的价款中包含的已宣告但尚未领取的现金股利，应作为应收项目单独核算。



2) 以发行权益性证券取得的长期股权投资, 按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3) 投资者投入的长期股权投资, 按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本, 但合同或协议约定价值不公允的除外。

4) 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资, 如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量, 则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本, 换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益; 若非货币资产交换不同时具备上述两个条件, 则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

5) 以债务重组方式取得的长期股权投资, 按取得的股权的公允价值作为初始投资成本, 初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

2、后续计量及损益确认方法

对子公司的长期股权投资采用成本法核算, 编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

对被投资单位不具有共同控制或重大影响且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资, 采用的成本法核算。

对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资, 采用权益法核算。

(1) 采用成本法核算时, 追加或收回投资调整长期股权投资的成本。取得被投资单位宣告发放的现金股利或利润, 除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外, 按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

(2) 采用权益法核算时, 按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额, 确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。

当期投资损益为按应享有或应分担的被投资单位当年实现的净利润或发生的净亏损的份额。在确认应享有或应分担被投资单位的净利润或净亏损时, 在被投资单位账面净利润的基础上, 对被投资单位采用的与公司不一致的会计政策、以公司取得投资时被投资单位固定资产及无形资产的公允价值为基础计提的折



旧额或摊销额,以及以公司取得投资时有关资产的公允价值为基础计算确定的资产减值准备金额等对被投资单位净利润的影响进行调整,并且将公司与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益予以抵销,在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的内部交易损失,按照《企业会计准则第8号——资产减值》等规定属于资产减值损失的则全额确认。

在确认应分担的被投资单位发生的净亏损时,以长期股权投资及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限(投资企业负有承担额外损失义务的除外);如果被投资单位以后各期实现盈利的,在收益分享额超过未确认的亏损分担额以后,按超过未确认的亏损分担额的金额,依次恢复长期权益、长期股权投资的账面价值。

对于首次执行日之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资,如存在与该投资相关的股权投资借方差额,按原剩余期限直线法摊销,摊销金额计入当期损益。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

(1) 存在以下一种或几种情况时,确定对被投资单位具有共同控制:**A.**任何一个合营方均不能单独控制合营企业的生产经营活动。**B.**涉及合营企业基本经营活动的决策需要各合营方一致同意。**C.**各合营方可能通过合同或协议的形式任命其中的一个合营方对合营企业的日常活动进行管理,但其必须在各合营方已经一致同意的财务和经营政策范围内行使管理权。当被投资单位处于法定重组或破产中,或者在向投资方转移资金的能力受到严格的长期限制情况下经营时,通常投资方对被投资单位可能无法实施共同控制。但如果能够证明存在共同控制,合营各方仍应当按照长期股权投资准则的规定采用权益法核算。

(2) 存在以下一种或几种情况时,确定对被投资单位具有重大影响:**1)**在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表。**2)**参与被投资单位的政策制定过程,包括股利分配政策等的制定。**3)**与被投资单位之间发生重要交易。**4)**向被投资单位派出管理人员。**5)**向被投资单位提供关键技术资料。

4、长期股权投资减值测试方法及减值准备计提方法:



公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查,根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时,将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。长期股权投资减值准备一经确认,在以后会计期间不再转回。

(六) 投资性房地产

1、投资性房地产的种类

公司投资性房地产是指为赚取租金或资本增值,或两者兼有而持有的房地产,该投资性房地产能够单独计量和出售,包括:(1)已出租的土地使用权。(2)持有并准备增值后转让的土地使用权。(3)已出租的建筑物。

2、投资性房地产的计量模式

公司投资性房地产按取得时的成本进行初始计量。在资产负债表日,公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量。

3、投资性房地产的折旧或摊销方法

公司对按照成本模式进行后续计量的投资性房地产,按照固定资产和无形资产的规定,对投资性房地产进行计提折旧或摊销。

4、投资性房地产的减值准备计提方法

公司资产负债表日按投资性房产的成本与可收回金额孰低计价,可收回金额低于成本的,按两者的差额计提减值准备。如果已经计提减值准备的投资性房地产的价值又得以恢复,前期已计提的减值准备不得转回。

5、投资性房地产的转换

当公司改变投资性房地产用途时,将相关投资性房地产转入其他资产,并将投资性房地产转换前的账面价值作为转换后其他资产的入账价值。

(七) 固定资产的核算方法

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用年限超



过一年的单位价值较高的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

公司固定资产折旧采用年限平均法。

各类固定资产的折旧年限、残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限（年）	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋、建筑物	20-30	5	3.17-4.75
机器设备	10	5	9.50
运输工具	4	5	23.75
电子设备及其他	3	5	31.67

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断，当存在减值迹象，估计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，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的，表明固定资产可能发生了减值：

（1）资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；

（2）企业经营所处的经济、技术或法律等环境以及资产所处的市场在当期或将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；

（3）市场利率或者其他市场投资回报率在当期已经提高，从而影响企业用来计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；

（4）有证据表明资产已经陈旧过时或其实体已经损坏；



(5) 资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；

(6) 企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如：资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者损失）远远低于预计金额等；

(7) 其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司在租入的固定资产实质上转移了与资产有关的全部风险和报酬时确认该项固定资产的租赁为融资租赁。融资租赁取得的固定资产的成本，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者确定。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计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

(八) 在建工程

1、在建工程的分类

公司在建工程以立项项目进行分类。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

3、在建工程减值测试方法、减值准备计提方法

公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查，如果有证据表明在建工程已经发生了减值，估计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，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或若干项情况的，应当对在建工程进行减值测试：



(1) 长期停建并且预计在未来3年内不会重新开工的在建工程；

(2) 所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性；

(3) 其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

(九) 借款费用

1、借款费用资本化的确认原则和资本化期间

公司发生的可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或生产的借款费用在同时满足下列条件时予以资本化计入相关资产成本：

(1) 资产支出已经发生；

(2) 借款费用已经发生；

(3) 为使资产达到预定可使用状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

其他的借款利息、折价或溢价和汇兑差额，计入发生当期的损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止其借款费用的资本化；以后发生的借款费用于发生当期确认为费用。

2、借款费用资本化金额的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，应当以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定为专门借款利息费用的资本化金额。

购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，一般借款应予资本化的利息金额按累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算。

(十) 无形资产



1、无形资产的计价方法

无形资产按成本进行初始计量。

2、无形资产使用寿命及摊销

根据无形资产的合同性权利或其他法定权利、同行业情况、历史经验、相关专家论证等综合因素判断，能合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，作为使用寿命有限的无形资产；无法合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

(1) 对使用寿命有限的无形资产，估计其使用寿命时通常考虑以下因素：1) 运用该资产生产的产品通常的寿命周期、可获得的类似资产使用寿命的信息；2) 技术、工艺等方面的现阶段情况及对未来发展趋势的估计；3) 以该资产生产的产品或提供劳务的市场需求情况；4) 现在或潜在的竞争者预期采取的行动；5) 为维持该资产带来经济利益能力的预期维护支出，以及公司预计支付有关支出的能力；6) 对该资产控制期限的相关法律规定或类似限制，如特许使用期、租赁期等；7) 与公司持有其他资产使用寿命的关联性等。

(2) 使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

3、寿命不确定的无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，应当在资产负债表日进行减值测试。当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：

(1) 该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；

(2) 该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；



(3) 其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

4、划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：(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) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，可证明其有用性；(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；(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(十一) 报告期会计政策或会计估计的变更情况

1、会计政策变更

报告期公司无会计政策变更事项。

2、会计估计变更

报告期公司无重大会计估计变更事项。

五、发行人最近三年的非经常性损益明细表

中磊会计师事务所已核验了公司最近三年的非经常性损益明细表。

序号	非经常性损益项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
1	非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	6,078,167.50	-110,550.52	
2	计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	1,808,959.53	854,299.99	180,300.00
3	除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	26,342.47	-
4	根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响（冲回未使用的应付职工薪酬-福利费余额）	-	-	-
5	除上述各项之外的其他营业外收入和支出	39,689.83	-94,053.22	-123,386.20
6	非经常性损益合计	7,926,816.86	676,038.72	56,913.80
7	所得税税率	25%	25%	25%



8	所得税影响数	1,981,704.22	176,186.84	21,731.15
9	非经常性损益净影响额	5,945,112.64	499,851.88	35,182.65
10	净利润	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90
11	扣除非经常性损益后的净利润	158,973,932.98	84,129,694.85	23,992,578.25
12	非经常性损益净影响额占净利润比例	3.60%	0.59%	0.15%

六、发行人最近一年末的固定资产

项目	2009 年 12 月 31 日	增加	减少	2010 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	42,213,302.65	73,433,021.20	2,897,765.82	112,748,558.03
房屋及建筑物	17,431,596.19	37,969,567.89	2,578,265.82	52,822,898.26
机器设备	19,756,434.75	34,126,181.34	230,800.00	53,651,816.09
运输工具	4,519,394.27	985,911.97	87,000.00	5,418,306.24
电子设备及其他	505,877.44	351,360.00	1,700.00	855,537.44
二、累计折旧合计	6,437,909.74	6,843,253.62	1,586,051.79	11,695,111.57
房屋及建筑物	2,130,858.68	1,572,176.02	1,290,126.79	2,412,907.91
机器设备	2,751,938.83	4,083,313.60	212,467.50	6,622,784.93
运输工具	1,376,183.55	993,624.41	82,650.00	2,287,157.96
电子设备及其他	178,928.68	194,139.59	807.50	372,260.77
三、固定资产账面净值合计	35,775,392.91	-	-	101,053,446.46
房屋及建筑物	15,300,737.51	-	-	50,409,990.35
机器设备	17,004,495.92	-	-	47,029,031.16
运输工具	3,143,210.72	-	-	3,131,148.28
电子设备及其他	326,948.76	-	-	483,276.67
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
机器设备	-	-	-	-
运输工具	-	-	-	-
电子设备及其他	-	-	-	-
五、固定资产账面价值合计	35,775,392.91	-	-	101,053,446.46
房屋及建筑物	15,300,737.51	-	-	50,409,990.35
机器设备	17,004,495.92	-	-	47,029,031.16
运输工具	3,143,210.72	-	-	3,131,148.28
电子设备及其他	326,948.76	-	-	483,276.67

2010 年，在建工程完工转入固定资产原价为 64,416,335.42 元。

固定资产 2010 年 12 月 31 日账面价值较 2009 年 12 月 31 日账面价值增加 65,278,053.55 元，增幅 182.47%，主要原因为新建生产车间及仓库、购建生产设备等完工转入固定资产所致。

2010 年，公司固定资产账面原值减少 2,897,765.82 元，其主要原因为公司将 2008 年迁至现厂址后闲置的原老厂房屋建筑物出售，相应减少固定资产账面原值。



公司在建工程项目不存在减值情况。

公司于 2010 年 7 月 16 日从中国农业银行股份有限公司衡水城中支行取得短期抵押借款 1,000 万元，借款到期日 2011 年 6 月 24 日，该笔借款用公司位于衡水市经济开发区新区北区新区六路南、滏阳四路以西的土地使用权、办公楼、厂房等资产作为抵押，用于抵押的办公楼、厂房等固定资产账面原值 18,459,664.81 元。

七、发行人最近一年末的在建工程

（一）在建工程明细

项 目	2010 年 12 月 31 日			2009 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面净值	账面余额	减值准备	账面净值
年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目：						
联合车间及仓库	-	-	-	16,492,000.00	-	16,492,000.00
办公楼	-	-	-	3,015,925.80	-	3,015,925.80
锅炉房	-	-	-	747,775.00	-	747,775.00
污水处理	-	-	-	2,185,079.23	-	2,185,079.23
五金库	-	-	-	200,000.00	-	200,000.00
配电室	-	-	-	225,655.00	-	225,655.00
泵房	-	-	-	600,000.00	-	600,000.00
设备（含第一、二条生产线）	-	-	-	15,759,602.66	-	15,759,602.66
第三条生产线	7,731,087.98	-	7,731,087.98	-	-	-
其他	-	-	-	2,090,684.32	-	2,090,684.32
合 计	7,731,087.98	-	7,731,087.98	41,316,722.01	-	41,316,722.01

在建工程项目全部属于公司年产 20 万吨植物蛋白饮料生产及研发中心建设项目总投资的一部分。该项目预计总投资 28,000.00 万元，其中：建设投资 26,400.00 万元，铺底流动资金 1,600.00 万元。

在建工程 2010 年 12 月 31 日账面净值较 2009 年 12 月 31 日账面净值减少 33,585,634.03 元，降幅为 81.29%，主要原因为新建生产车间及仓库、购建生产设备等完工转入固定资产所致。

公司在建工程项目不存在减值情况。

（二）重大在建工程变动情况



项目名称	2009年12月31日	本期增加	转入固定资产	其他减少	2010年12月31日
年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目：					
联合车间及仓库	16,492,000.00	5,708,673.99	22,200,673.99	-	-
办公楼	3,015,925.80	3,036,008.50	6,051,934.30	-	-
锅炉房	747,775.00	371,400.00	1,119,175.00	-	-
污水处理	2,185,079.23	824,185.98	3,009,265.21	-	-
五金库	200,000.00	126,000.00	326,000.00	-	-
配电室	225,655.00		225,655.00	-	-
泵房	600,000.00		600,000.00	-	-
设备（含第一、二条生产线）	15,759,602.66	9,265,990.23	25,025,592.89	-	-
第三条生产线	-	7,731,087.98	-	-	7,731,087.98
其他	2,090,684.32	3,941,854.71	5,858,039.03	174,500.00	-
合 计	41,316,722.01	31,005,201.39	64,416,335.42	174,500.00	7,731,087.98

2010年末在建工程其他减少为安装完毕后转入无形资产的软件129,500.00元及转入无形资产的为购买土地发生的土地价值评估费用45,000.00元。

（三）重大在建工程完工进度、利息资本化和资金来源情况

项目名称	预算数	截至2010年12月31日累计投入	工程投入占预算的比例	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率	资金来源
年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目	280,000,000.00	90,762,857.40	32%	32%	-	-	-	自有资金

上表中，年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目截至2010年12月31日的累计投入包括本项目购买土地使用权的投入18,440,934.00元。

八、发行人最近一年末的无形资产

项目	2009年12月31日	本期增加	本期减少	2010年12月31日
一、账面原值合计	5,338,320.00	31,781,133.00	5,338,320.00	31,781,133.00
土地使用权	5,338,320.00	31,651,633.00	5,338,320.00	31,651,633.00
软件	-	129,500.00	-	129,500.00
二、累计摊销合计	405,442.08	635,463.47	447,675.63	593,229.92
土地使用权	405,442.08	622,513.47	447,675.63	580,279.92
软件	-	12,950.00	-	12,950.00



三、无形资产账面净值合计	4,932,877.92	-	-	31,187,903.08
土地使用权	4,932,877.92	-	-	31,071,353.08
软件	-	-	-	116,550.00
四、减值准备合计	-	-	-	-
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
五、无形资产账面价值合计	4,932,877.92	-	-	31,187,903.08
土地使用权	4,932,877.92	-	-	31,071,353.08
软件	-	-	-	116,550.00

2010 年 12 月 31 日，公司无形资产账面价值合计为 31,187,903.08 元，主要为公司拥有的 2 宗土地使用权的价值，具体情况详见本招股书“第六节业务与技术”之“五、发行人的主要资产”。公司无形资产的取得方式、摊销年限和确定依据、截至 2010 年 12 月 31 日剩余摊销年限的情况如下：

项目	取得方式	摊销年限（月）及确定依据	剩余摊销年限（月）
新厂土地 [土地使用权证：衡国用（2010）第 0020 号、衡国用（2010）第 0021 号]	出让	600 个月（摊销开始日至土地使用权到期日）	589
ERP 财务软件	购买	120 个月（税法规定 10 年）	108
OA 办公系统软件	购买	120 个月（税法规定 10 年）	108

无形资产 2010 年 12 月 31 日账面价值较 2009 年 12 月 31 日账面价值增加 26,255,025.16 元，增幅为 532.25%，主要原因为公司 2010 年 1 月 29 日购置新厂区土地使用权所致，土地使用权证号分别为衡国用（2010）第 0020 号、衡国用（2010）第 0021 号，原始入账价值分别为 18,440,934.00 元、13,210,699.00 元。

2010 年，无形资产的摊销额为 635,463.47 元。

2010 年，无形资产账面原值减少 5,338,320.00 元，原因是公司处置了老厂土地使用权，相应减少了无形资产账面原值。

公司无形资产不存在减值情况。

公司于 2010 年 7 月 16 日从中国农业银行股份有限公司衡水城中支行取得短期抵押借款 1,000 万元，借款到期日 2011 年 6 月 24 日，该笔借款用本公司位于衡水市经济开发区新区北区新区六路南、滏阳四路以西的土地使用权、办公楼、



厂房等资产作为抵押，用于抵押的土地使用权〔衡国用（2010）第 0021 号〕账面原值 13,210,699.00 元。

九、发行人最近一年末的主要债项

（一）短期借款

类别	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
质押借款	-	-
抵押借款	10,000,000.00	10,000,000.00
保证借款	-	15,000,000.00
信用借款	-	-
合计	10,000,000.00	25,000,000.00

短期借款 2010 年 12 月 31 日账面价值较 2009 年 12 月 31 日账面价值减少 15,000,000.00 元，降幅为 60.00%，原因为公司偿还短期借款所致。

公司于 2010 年 7 月 16 日从中国农业银行股份有限公司衡水城中支行取得短期抵押借款 1,000 万元，借款到期日 2011 年 6 月 24 日，该笔借款用本公司位于衡水市经济开发区新区北区新区六路南、滏阳四路以西的土地使用权、办公楼、厂房等资产作为抵押，用于抵押的土地使用权〔衡国用（2010）第 0021 号〕账面原值 13,210,699.00 元；用于抵押的办公楼、厂房等固定资产账面原值 18,459,664.81 元。

（二）应付票据

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	185,531,277.64	68,046,611.16
商业承兑汇票	-	-
合计	185,531,277.64	68,046,611.16

应付票据 2010 年 12 月 31 日账面价值较 2009 年 12 月 31 日账面价值增加 117,484,666.48 元，增幅为 172.65%，主要原因为公司购买原材料增加相应用票据结算金额增加所致。上述应付票据于 2011 年 6 月 30 日前全部到期。

金额重大的应付票据如下：

收款单位	出票日	到期日	金额	备注
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-7-23	2011-1-23	5,000,000.00	银行承兑汇票



衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-7-23	2011-1-23	5,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-7-23	2011-1-23	3,348,952.67	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-7-23	2011-1-23	4,991,533.23	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	3,000,000.00	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	3,000,000.00	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	3,000,000.00	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	3,000,000.00	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	2,216,917.68	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	2,000,000.00	银行承兑汇票
升兴（北京）包装有限公司	2010-8-12	2011-2-12	3,000,000.00	银行承兑汇票
中粮包装（天津）有限公司	2010-8-17	2011-2-17	3,000,000.00	银行承兑汇票
中粮包装（天津）有限公司	2010-8-17	2011-2-17	3,480,000.00	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-9-16	2011-3-16	2,000,000.00	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-9-16	2011-3-16	2,602,040.33	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-9-28	2011-3-28	2,616,866.68	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-9-28	2011-3-28	2,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-9-29	2011-3-29	3,294,345.44	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-9-29	2011-3-29	3,111,814.37	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-15	2011-4-15	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-15	2011-4-15	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-15	2011-4-15	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-15	2011-4-15	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-15	2011-4-15	3,427,264.62	银行承兑汇票
中粮包装（天津）有限公司	2010-10-27	2011-4-27	2,634,042.60	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-28	2011-4-28	4,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-28	2011-4-28	4,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-10-28	2011-4-28	3,386,290.05	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-11-2	2011-5-2	2,505,186.43	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-11-8	2011-5-8	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-11-8	2011-5-8	3,569,576.13	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-11-23	2011-5-23	3,000,000.00	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-11-23	2011-5-23	3,000,000.00	银行承兑汇票
河北嘉美印铁制罐有限公司	2010-11-23	2011-5-23	4,000,000.00	银行承兑汇票



衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-3	2011-6-3	3,500,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-3	2011-6-3	3,821,000.00	银行承兑汇票
昇兴（山东）包装有限公司	2010-12-3	2011-6-3	2,000,000.00	银行承兑汇票
昇兴（山东）包装有限公司	2010-12-3	2011-6-3	2,953,558.50	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-9	2011-6-9	3,725,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-9	2011-6-9	3,725,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-9	2011-6-9	3,725,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-9	2011-6-9	3,725,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-17	2011-6-17	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-17	2011-6-17	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-17	2011-6-17	4,000,000.00	银行承兑汇票
中粮包装（天津）有限公司	2010-12-17	2011-6-17	4,427,486.71	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-22	2011-6-22	2,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-22	2011-6-22	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-22	2011-6-22	3,000,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-29	2011-6-29	2,800,000.00	银行承兑汇票
衡水嘉美印铁制罐有限公司	2010-12-29	2011-6-29	2,000,000.00	银行承兑汇票
昇兴（山东）包装有限公司	2010-12-29	2011-6-29	5,000,000.00	银行承兑汇票
昇兴（山东）包装有限公司	2010-12-29	2011-6-29	5,000,000.00	银行承兑汇票
昇兴（山东）包装有限公司	2010-12-29	2011-6-29	5,000,000.00	银行承兑汇票
中粮包装（天津）有限公司	2010-12-31	2011-6-30	4,000,000.00	银行承兑汇票
中粮包装（天津）有限公司	2010-12-31	2011-6-30	3,944,402.20	银行承兑汇票
合 计			185,531,277.64	

（三）应付账款

账龄	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
1 年以内	46,551,851.96	6,904,297.96
1-2 年	33,800.00	6,795,328.37
2-3 年	70,000.30	-
3 年以上	-	-
合计	46,655,652.26	13,699,626.33

应付账款 2010 年 12 月 31 日余额较 2009 年 12 月 31 日余额增加 32,956,025.93 元，增幅为 240.56%，主要原因为应付昇兴（山东）包装有限公司、石家庄盛华



祥商贸有限公司款项增加所致。

期末余额中无欠持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

账龄超过 1 年的大额应付账款情况如下：

单位名称	所欠金额	账龄	未偿还原因	资产负债表日后 偿还金额
河北省冀州市电器开关厂	16,000.00	1-2 年	设备质量保证金	0.00
廊坊市汇宇食品设备厂	17,800.00	1-2 年	设备质量保证金	0.00
冀州市华兴钢构工程有限公司	70,000.30	2-3 年	工程质量保证金	0.00
合 计	103,800.30	-	-	0.00

（四）预收款项

账龄	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
1 年以内	120,546,973.77	91,811,543.02
1-2 年	-	5,000.00
2-3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	120,546,973.77	91,816,543.02

预收款项 2010 年 12 月 31 日余额较 2009 年 12 月 31 日余额增加 28,730,430.75 元，增幅为 31.29%；主要原因为随着销售规模的扩大导致 2010 年预收款项较 2009 年有所增加。

公司的销售具有明显的季节性特征。节日期间，特别是在我国传统节日中秋节、春节等节日期间，居民探亲访友、亲朋外出就餐、家庭聚餐等活动频繁，消费集中释放，饮料消费会出现高峰。因此，公司的销售量会在节日前明显增加，形成节日前逐渐升温、节日后迅速回落的节日效应，从月份上看，一般一年中的 7 月、8 月、9 月为中秋节销售旺季，12 月、1 月、2 月为春节销售旺季，其他 6 个月为销售淡季。公司一般在中秋节、春节前的适当期间（节日前 2 到 3 个月左右），要求经销商上报节日期间的购货计划，并根据购货计划支付一定比例的预付款。经销商（客户）预付货款后根据市场情况陆续提货，随着客户提货，预收款项余额逐渐减少。一般越临近节日，经销商提货越频密。

截至 2010 年 12 月 31 日，无账龄超过 1 年的预收款项。



期末余额中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

（五）应付职工薪酬

项目	2009 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2010 年 12 月 31 日
一、工资、奖金、津贴和补贴		10,799,267.00	10,799,267.00	-
二、职工福利费	-	762,409.05	762,409.05	-
三、社会保险费	158,089.07	3,130,983.03	3,057,841.61	231,230.49
其中：① 医疗保险费	27,831.56	610,108.02	559,584.00	78,355.58
② 基本养老保险费	102,364.42	2,185,805.40	2,185,805.40	102,364.42
③ 年金缴费	-	-	-	-
④ 失业保险费	12,874.99	203,369.34	203,369.34	12,874.99
⑤ 工伤保险费	13,778.50	101,684.67	77,827.67	37,635.50
⑥ 生育保险费	1,239.60	30,015.60	31,255.20	-
四、住房公积金	12,711.20	915,162.03	915,036.03	12,837.20
五、辞退福利	-	-	-	-
六、工会经费和职工教育经费	78,651.85	485,967.02	458,529.34	106,089.53
七、非货币性福利	-	-	-	-
八、因解除劳动关系给予的补偿	-	-	-	-
九、其他	-	-	-	-
其中：以现金结算的股份支付	-	-	-	-
合计	249,452.12	16,093,788.13	15,993,083.03	350,157.22

（六）应交税费

税 种	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
增值税	8,206,267.60	-1,234,157.76
城市维护建设税	574,438.73	0.00
教育费附加	410,313.38	0.00
企业所得税	12,169,597.77	3,253,830.75
房产税		50,623.59
个人所得税	148,440.40	108.00
印花税	58,079.00	0.00



合 计	21,567,136.88	2,070,404.58

应交税费 2010 年 12 月 31 日余额较 2009 年 12 月 31 日余额增加 19,496,732.30 元, 增幅 941.69%, 主要原因为: 1、2010 年, 公司营业收入和利润总额增长较多, 12 月份应缴增值税及 4 季度应缴企业所得税相应增加较多; 2、因留抵增值税较多, 2009 年应缴增值税为负。

(七) 其他应付款

账龄	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
1 年以内	2,116,549.11	2,144,839.93
1 至 2 年	1,623,400.00	108,600.00
2 至 3 年	0.00	5,000,000.00
3 年以上	0.00	38,285.86
合计	3,739,949.11	7,291,725.79

其他应付款 2010 年 12 月 31 日余额较 2009 年 12 月 31 日余额减少 3,551,776.68 元, 降幅 48.71%, 主要原因为应付衡水泰华建筑工程有限公司款项减少所致。

其他应付款中应付持有公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东或关联方的款项情况如下:

股东名称	款项内容	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
范召林	工伤赔偿款	-	7,180.75
合计		-	7,180.75

账龄超过 1 年的其他应付款情况如下:

单位名称	2010 年 12 月 31 日余额	账龄	未偿还原因	资产负债表日 后偿还金额
经销商	1,623,400.00	1-2 年	客户保证金	0.00
合计	1,623,400.00			0.00

客户保证金余额 3,711,250.00 元, 其中 1 年以内 2,087,850.00 元, 1-2 年 1,623,400.00 元。

账龄 1 年以内的金额较大的其他应付款情况如下:

单位名称	所欠金额	内容
经销商	2,087,850.00	客户保证金



合计	2,087,850.00

(八) 其他非流动负债

项 目	2009 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2010 年 12 月 31 日
递延收益(政府补助—环境保护专项资金)	630,000.01	100,000.00	74,999.99	655,000.02
递延收益(政府补助—年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目)	-	13,415,974.00	245,959.54	13,170,014.46
递延收益(政府补助—食品安全检测中心建设项目)	-	2,000,000.00	-	2,000,000.00
递延收益(政府补助—饮品灌装灌马口铁电子检测装备的研制)	-	50,000.00	-	50,000.00
合 计	630,000.01	15,565,974.00	320,959.53	15,875,014.48

衡水市环境保护局、衡水市财政局 2007 年 8 月 7 日联合下发衡环计(2007)4 号文件,拨付公司 2007 年环境保护专项资金(废水处理改造项目)100,000.00 元(2007 年收到);衡水市财政局、衡水市环境保护局 2008 年 10 月 22 日联合下发衡财建(2008)144 号文件,拨付公司 2008 年第三批省级环保专项治理资金(废水处理改造项目)500,000.00 元(2008 年收到);衡水市财政局 2008 年 12 月 25 日下发衡财建(2008)221 号文件,拨付公司 2008 年环境保护专项资金(废水处理改造项目)100,000.00 元(2009 年 1 月收到)。公司 2008 年 12 月用上述专项资金购入污水处理设备,该设备自 2009 年 1 月份起按 10 年计提折旧,上述拨款按 10 年分期确认营业外收入(政府补助),其中 2009 年度确认营业外收入(政府补助)69,999.99 元,2010 年度确认营业外收入(政府补助)70,000.01 元。

衡水市财政局 2010 年 3 月 2 日下发衡财预复(2010)44 号文件,拨付本公司排污专项治理资金(废水处理设施更新改造)100,000.00 元(2010 年收到),该废水处理设施自 2010 年 7 月起按 10 年计提折旧,上述拨款按 10 年分期确认营业外收入(政府补助),其中 2010 年度确认营业外收入(政府补助)4,999.98 元。

根据衡水经济开发区管理委员会《关于对河北养元智汇饮品股份有限公司年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目予以补助的说明》,鉴于公司正在投资建设的年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目投资总额较大,衡水经济开发区管理委员会于 2010 年给予公司基本建设项目补助累计 13,415,974.00 元,



公司自 2010 年 2 月份开始按土地使用权年限 50 年分期确认营业外收入（政府补助），2010 年度确认营业外收入（政府补助）245,959.54 元。

衡水市财政局 2010 年 11 月 23 日下发衡财建（2010）134 号文件，拨付公司专项用于重点产业振兴和技术改造项目建设资金（食品安全检测中心建设项目）2,000,000.00 元（2010 年 12 月收到），该项目尚未开始建设。

衡水市财政局、衡水市科技局 2010 年 11 月 30 日联合下发衡财教（2010）66 号文件，拨付公司 2010 年度科学技术研究与发展计划项目市场专项经费（饮品灌装灌马口铁电子检测装备的研制）50,000.00 元（2010 年 12 月收到），该项目尚未开始实施，递延收益尚未摊销。

十、发行人最近三年末的所有者权益

（一）实收资本或股本

1、股本情况

项目	2009 年 12 月 31 日	本年变动增减（+、-）					2010 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金 转股	其他	小计	
一、有限售条件股份							
1、国家持股	-	-	-	-	-	-	-
2、国有法人持股	-	-	-	-	-	-	-
3、其他内资持股	80,000,000.00	5,800,000.00	-	-	-	5,800,000.00	85,800,000.00
其中：境内法人持股	-	-	-	-	-	-	-
境内自然人持股	80,000,000.00	5,800,000.00	-	-	-	5,800,000.00	85,800,000.00
4、外资持股	-	-	-	-	-	-	-
其中：境外法人持股	-	-	-	-	-	-	-
境外自然人持股	-	-	-	-	-	-	-
有限售条件股份合计	80,000,000.00	5,800,000.00	-	-	-	5,800,000.00	85,800,000.00
二、无限售条件流通股 份	-	-	-	-	-	-	-
1、人民币普通股	-	-	-	-	-	-	-
2、境内上市的外资股	-	-	-	-	-	-	-
3、境外上市的外资股	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-



无限售条件流通股份合计	-	-	-	-	-	-	-
股份总数	80,000,000.00	5,800,000.00	-	-	-	5,800,000.00	85,800,000.00

续表：

项目	2008年12月31日	本年变动增减(+、-)					2009年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
一、有限售条件股份							
1、国家持股	-	-	-	-	-	-	-
2、国有法人持股	-	-	-	-	-	-	-
3、其他内资持股	3,490,543.00	-	-	-	76,509,457.00	76,509,457.00	80,000,000.00
其中：境内法人持股	-	-	-	-	-	-	-
境内自然人持股	3,490,543.00	-	-	-	76,509,457.00	76,509,457.00	80,000,000.00
4、外资持股	-	-	-	-	-	-	-
其中：境外法人持股	-	-	-	-	-	-	-
境外自然人持股	-	-	-	-	-	-	-
有限售条件股份合计	3,490,543.00	-	-	-	76,509,457.00	76,509,457.00	80,000,000.00
二、无限售条件流通股份						-	
1、人民币普通股	-	-	-	-	-	-	-
2、境内上市的外资股	-	-	-	-	-	-	-
3、境外上市的外资股	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-
无限售条件流通股份合计	-	-	-	-	-	-	-
股份总数	3,490,543.00	-	-	-	76,509,457.00	76,509,457.00	80,000,000.00

最近三年，公司实收资本或股本的变动情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况”。

（二）资本公积

类别	2009年12月31日	本期增加	本期减少	2010年12月31日
资本溢价（股本溢价）	4,490,640.99	14,500,000.00	0.00	18,990,640.99
其他资本公积	-	-	-	-
合计	4,490,640.99	14,500,000.00	0.00	18,990,640.99

续表：



类别	2008 年 12 月 31 日	本年增加	本年减少	2009 年 12 月 31 日
资本溢价(股本溢价)	0.00	4,490,640.99	0.00	4,490,640.99
其他资本公积				
合计	0.00	4,490,640.99	0.00	4,490,640.99

最近三年,公司资本公积的变动情况详见本招股书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况”。

(三) 盈余公积

类别	2009 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2010 年 12 月 31 日
法定盈余公积	965,606.28	16,491,904.56	-	17,457,510.84
任意盈余公积	-	-	-	-
储备基金	-	-	-	-
企业发展基金	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
合计	965,606.28	16,491,904.56	-	17,457,510.84

续表:

类别	2008 年 12 月 31 日	本年增加	本年减少	2009 年 12 月 31 日
法定盈余公积	2,976,230.66	8,462,954.67	10,473,579.05	965,606.28
任意盈余公积	-	-	-	-
储备基金	-	-	-	-
企业发展基金	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
合计	2,976,230.66	8,462,954.67	10,473,579.05	965,606.28

公司按净利润的 10%提取法定盈余公积。

2009 年 11 月 15 日河北养元保健饮品有限公司临时股东会决议,公司整体变更为河北养元智汇饮品股份有限公司,以 2009 年 9 月 30 日经审计后的净资产折合股份 80,000,000 股,每股面值 1 元,实收资本共计 80,000,000.00 元,其余部分 4,490,640.99 元记入股份有限公司的资本公积。该事项导致 2009 年度盈余公积减少 10,473,579.05 元。

(四) 未分配利润



项 目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
调整前上年末未分配利润	8,690,456.58	24,342,695.76	4,113,928.15
调整年初未分配利润合计数	-	-	-
调整后年初未分配利润	8,690,456.58	24,342,695.76	4,113,928.15
加：本年归属于所有者的净利润	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90
减：提取法定盈余公积	16,491,904.56	8,462,954.67	2,402,776.09
提取任意盈余公积	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-
应付普通股股利	55,770,000.00	21,292,312.30	1,396,217.20
转作股本的普通股股利	-	-	-
其他（净资产折股减少未分配利润）	-	70,526,518.94	-
年末未分配利润	101,347,597.64	8,690,456.58	24,342,695.76

1、股利分配情况

根据公司 2008 年 10 月 15 日临时股东会决议，公司 2008 年实施每 10 股分配现金股利 4 元（含税）共计 1,396,217.20 元的利润分配方案。

根据公司 2009 年 1 月 17 日及 2009 年 9 月 28 日股东会决议，公司 2009 年分别实施了如下两次利润分配：（1）每 10 股分配现金股利 5 元（含税）共计 1,745,271.50 元；（2）每 10 股分配现金股利 56 元（含税）共计 19,547,040.80 元。

根据公司 2010 年 8 月 17 日临时股东会决议，公司 2010 年中期实施每 10 股分配现金股利 6.50 元（含税）共计 55,770,000.00 元的利润分配方案。

2、公司整体变更为股份有限公司对未分配利润的影响

2009 年 11 月 15 日河北养元保健饮品有限公司临时股东会决议，公司整体变更为河北养元智汇饮品股份有限公司，以 2009 年 9 月 30 日经审计后的净资产折合股份 80,000,000 股，每股面值 1 元，实收资本共计 80,000,000.00 元，其余部分 4,490,640.99 元记入股份有限公司的资本公积。该事项导致 2009 年度未分配利润减少 70,526,518.94 元。



十一、发行人最近三年的现金流量

（一）现金流量情况

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	263,227,584.12	42,613,576.12	21,249,057.36
投资活动产生的现金流量净额	-54,353,623.75	-49,527,858.77	-21,770,935.15
筹资活动产生的现金流量净额	-51,490,328.05	-2,968,804.38	954,187.18
现金及现金等价物净增加额	157,383,632.32	-9,883,087.03	432,309.39

最近三年，公司无不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

2009 年度，公司现金及现金等价物净增减额为-9,883,087.03 元，较 2008 年度的 432,309.39 元有一定的下降，主要原因在于 2009 年度公司大幅增加了固定资产投入，投资活动产生的现金流量净额为-49,527,858.77 元。

（二）经营活动产生的现金流量情况

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	1,289,249,308.65	697,370,917.92	303,870,817.50
收到的税费返还		-	-
收到其他与经营活动有关的现金	20,767,018.49	1,911,581.99	1,974,129.59
经营活动现金流入小计	1,310,016,327.14	699,282,499.91	305,844,947.09
购买商品、接受劳务支付的现金	824,561,325.70	555,890,771.10	252,077,738.67
支付给职工以及为职工支付的现金	15,993,083.03	15,011,089.72	9,581,441.16
支付的各项税费	109,149,879.53	61,877,985.63	11,575,545.76
支付的其他与经营活动有关的现金	97,084,454.76	23,889,077.34	11,361,164.14
经营活动现金流出小计	1,046,788,743.02	656,668,923.79	284,595,889.73
经营活动产生的现金流量净额	263,227,584.12	42,613,576.12	21,249,057.36

最近三年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 21,369,057.36 元、42,613,576.12 元、263,227,584.12 元，均为正数并呈现稳定良好的态势，主要原因在于，最近三年公司经营稳定，销售持续向好，且公司先款后货的结算方式保证了销售回款的稳定。

最近三年，经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的主要原因见下表：

补充资料	2010 年度	2009 年度	2008 年度
净利润	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90
存货的减少（增加以“-”号列示）	-30,058,752.40	-18,829,704.61	-19,313,754.40
经营性应收项目的减少（增加	41,752,484.18	-67,893,852.61	8,770,550.39



以“-”号列示)			
经营性应付项目的增加(减少以“-”号列示)	88,013,386.26	41,160,006.83	6,092,114.87
经营活动产生的现金净流量	263,227,584.12	42,613,576.12	21,249,057.36

可见,公司经营性现金流量净额与净利润的差额主要是由经营性应收应付项目及存货变动引起的。

十二、发行人财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

(一) 日后事项

2011年1月23日,公司于召开董事会,会议审议通过了《2010年度利润分配方案》。根据该议案,公司2010年拟实施每10股分配现金股利5元(含税)共计42,900,000.00元的利润分配方案。

(二) 或有事项

公司无需披露的或有事项。

(三) 其他重要事项

截至审计报告日,公司未发生影响财务报表阅读和理解的其他重大事项。

十三、发行人最近三年的主要财务指标

(一) 净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第九号——净资产收益率和每股收益的计算及披露(2010年修订)》的要求,公司最近三年的净资产收益率及每股收益如下:

时间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
2010年度	归属于公司普通股股东的净利润	94.28%	1.94	1.94
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	90.88%	1.87	1.87
2009年度	归属于公司普通股股东的净利润	127.00%	1.06	1.06
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	126.25%	1.05	1.05
2008年度	归属于公司普通股股东的净利润	120.38%	0.30	0.30
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	120.21%	0.30	0.30



净资产收益率和每股收益的计算过程如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P0 / (E0 + NP \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0 \pm Ek \times Mk \div M0)$$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

$$\text{基本每股收益} = P0 \div S$$

$$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

注：2008 年及 2009 年的基本每股收益按整体变更后的股份总数 8,000 万股进行了重新计算。

稀释每股收益 = $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入



稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

注：2008 年及 2009 年的稀释每股收益按整体变更后的股份总数 8,000 万股进行了重新计算。

（二）其他主要财务指标

财务指标	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
流动比率	1.25	1.06	0.89
速动比率	1.02	0.78	0.35
资产负债率	64.39%	68.92%	70.04%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例	0.05%	0	0
财务指标	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率	3,699.60	1,157.60	385.93
存货周转率	10.27	7.74	8.00
息税折旧摊销前利润	228,396,132.27	116,489,383.10	33,989,353.25
利息保障倍数	216.52	533.86	219.09
每股经营活动产生的现金流量净额	3.07	0.53	0.27
每股净现金流量	1.83	-0.12	0.01

上述财务指标计算公式如下：

流动比率 = 流动资产 / 流动负债

速动比率 = (流动资产 - 存货) / 流动负债

资产负债率 = 负债总额 / 资产总额 * 100%

无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例 = 无形资产（扣除土地使用权） / 净资产

应收账款周转率 = 营业收入 / 应收账款平均余额

存货周转率 = 营业成本 / 存货平均余额

息税折旧摊销前利润 = 利润总额 + 利息支出 + 固定资产折旧 + 无形资产摊销 + 长期待摊费用摊销

利息保障倍数 = (利润总额 + 利息支出) / (利息支出 + 资本化利息)

每股经营活动产生的现金流量净额 = 经营活动产生的现金流量净额 / 期末普通股股份总数

每股净现金流量 = 现金流量净额 / 期末普通股股份总数



十四、发行人设立时及以后历次验资报告

公司设立时及以后历次验资报告详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成及其变化和重大资产重组情况”。



第十一节 管理层讨论与分析

本节中，“金额单位”除非特指，均指人民币元；“最近三年”及“报告期”除非特指，均指 2008 年度、2009 年度及 2010 年度。

一、发行人财务状况分析

（一）资产结构

1、最近一年末的资产构成

2010 年 12 月 31 日，公司资产构成如下：

资产	2010.12.31	
	金额	占比
流动资产：		
货币资金	346,356,032.15	55.16%
应收账款	223,764.99	0.04%
预付款项	49,486,284.85	7.88%
其他应收款	150,285.28	0.02%
存货	87,699,430.69	13.97%
流动资产合计	483,915,797.96	77.07%
非流动资产：		
固定资产	101,053,446.46	16.09%
在建工程	7,731,087.98	1.23%
无形资产	31,187,903.08	4.97%
递延所得税资产	3,973,675.35	0.63%
非流动资产合计	143,946,112.87	22.93%
资产总计	627,861,910.83	100.00%

2010 年 12 月 31 日，公司资产总计为 627,861,910.83 元，其中流动资产为 483,915,797.96 元，占总资产的比例为 77.07%；非流动资产 143,946,112.87 元，占总资产的比例为 22.93%。

上述流动资产中，主要资产为货币资金、预付款项和存货，三者占流动资产的比例分别为 71.57%、10.23%和 18.12%，合计为 99.92%；三者占总资产的比例分别为 55.16%、7.88%、13.97%，合计为 77.01%。

上述非流动资产中，主要资产为固定资产和无形资产，二者占非流动资产的比例分别为 70.20%和 21.67%，合计为 91.87%；二者占总资产的比例分别为 16.09%、4.97%，合计为 21.06%。

（1）货币资金



项目	2010年12月31日
库存现金	197.55
银行存款	160,824,556.96
其中：美元	-
其他货币资金	185,531,277.64
其中：美元	-
合计	346,356,032.15

2010年12月31日，公司货币资金合计346,356,032.15元，主要为银行存款160,824,556.96元和其他货币资金185,531,277.64元。其他货币资金均为银行承兑汇票保证金存款。银行承兑汇票保证金存款余额较大的原因在于，公司自2009年开始大量使用银行承兑汇票作为支付方式，同时存入100%比例的保证金。

(2) 应收账款

项目	2010年12月31日		
	金额	比例	坏账准备
单项金额重大的应收账款			
单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收账款			
其他单项金额不重大的应收账款	235,542.09	100.00%	11,777.10
合计	235,542.09	100.00%	11,777.10

公司与客户的主要结算方式是“先款后货”，故应收账款较少。2010年12月31日，公司应收账款余额合计235,542.09元，主要为应收郑州丹尼斯百货有限公司的账款，账龄均在一年以内。公司已按照会计政策足额计提了坏账准备，不会影响公司的资产质量及持续经营能力。

(3) 预付款项

账龄	2010年12月31日	
	金额	比例
1年以内	49,486,284.85	100.00%
1—2年	-	-
2—3年	-	-
3年以上	-	-
合计	49,486,284.85	100.00%

2010年12月31日，公司预付款项合计49,486,284.85元，主要为预付给供应商的包装物采购款、广告商的广告费，以及预付的购买办事处房产款项，账龄均在1年以内，无预付持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东款项。



预付款项金额前五名单位情况如下表：

单位名称	与公司的关系	金额	年限	未结算原因
衡水嘉美印铁制罐有限公司	公司供应商	14,685,896.42	1 年以内	采购包装物
昌荣传媒有限公司	公司的广告商	9,936,814.00	1 年以内	预付广告费
河北电视台	公司的广告商	8,508,230.00	1 年以内	预付广告费
升兴（北京）包装有限公司	公司供应商	7,057,030.72	1 年以内	采购包装物
河北正阳房地产开发有限公司	公司购买该公司开发的房产	3,044,390.00	1 年以内	预付的购买办事处房产款
合计		43,232,361.14		-

(4) 存货

项目	2010 年 12 月 31 日			
	金额	占比	跌价准备	净值
原材料	45,562,239.28	51.95%		45,562,239.28
库存商品	21,060,635.30	24.01%		21,060,635.30
委托加工物资	21,076,556.11	24.03%		21,076,556.11
合计	87,699,430.69	100.00%		87,699,430.69

2010 年 12 月 31 日，公司存货合计 87,699,430.69 元，分别为原材料、库存商品、委托加工物资，三者占比分别为 51.95%、24.01%、24.03%。

公司原材料均为日常生产经营所必要的原材料，公司以销定产并适量备货的生产组织模式使公司原材料的采购均依据生产计划实施，因此原材料周转较快，结存情况正常。

公司的库存商品为满足销售旺季经销商大量提货要求而进行的旺季备货。公司不断强化存货的管理，提高对生产供应的保障力度，并根据销售计划及时调整产成品库存，避免积压。

公司部分产品采用委托加工形式生产，形成委托加工物资，委托加工情况详见本招股书“第六节 业务与技术”之“四、（三）、2、（2）、5）委托加工产品的产销情况”。

经检查，截至 2010 年末，公司存货无账面价值高于可收回金额的情况，也未发现存货明显减值迹象，故无需计提跌价准备。

(5) 固定资产

固定资产	2010 年 12 月 31 日



	金额	占比
房屋及建筑物	50,409,990.35	49.88%
机器设备	47,029,031.16	46.54%
运输设备	3,131,148.28	3.10%
电子设备及其他	483,276.67	0.48%
合计	101,053,446.46	100.00%

2010 年 12 月 31 日，公司固定资产合计 101,053,446.46 元，主要为房屋及建筑物、机器设备，两者占比分别为 49.88%、46.54%。公司固定资产主要为正常经营所需之房屋及建筑物及机器设备。

公司制定了严格的固定资产管理、维修、保养制度，各类固定资产使用状况良好。同时，期末对使用中的固定资产进行盘点，未发生因性能缺失、技术落后、产能下降等因素使其发生减值的情形，故无需计提减值准备。

(6) 在建工程

项目	2010 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面净值
年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目：			
第三条生产线	7,731,087.98	-	7,731,087.98
合计	7,731,087.98	-	7,731,087.98

2010 年 12 月 31 日，公司在建工程账面价值合计 7,731,087.98 元，为公司本次募集资金投资项目——年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目中第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线的投入。

该项目预计总投资 28,000 万元，截至 2010 年 12 月 31 日，公司已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力 6 万吨，正在建设第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线；已累计投入资金 9,076.28 万元，项目完工进度为 32%。该项目的具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、（一）年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”部分。

经检查，上述在建工程于 2010 年期末无迹象表明已发生减值，故未计提在建工程减值准备。

(7) 无形资产



无形资产	2010 年 12 月 31 日	
	金额	占比
土地使用权	31,071,353.08	99.63%
软件	116,550.00	0.37%
合计	31,187,903.08	100.00%

2010 年 12 月 31 日，公司无形资产账面价值合计为 31,187,903.08 元，主要为公司拥有的 2 宗土地使用权的价值，具体情况详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“五、发行人的主要资产”。公司无形资产的取得方式、摊销年限和确定依据、截至 2010 年 12 月 31 日剩余摊销年限的情况如下：

项目	取得方式	摊销年限（月）及确定依据	剩余摊销年限（月）
新厂土地[土地使用权证：衡国用（2010）第 0020 号、衡国用（2010）第 0021 号]	出让	600 个月（摊销开始日至土地使用权到期日）	589
ERP 财务软件	购买	120 个月（税法规定 10 年）	108
OA 办公系统软件	购买	120 个月（税法规定 10 年）	108

2、最近三年末资产结构的变化情况

资产	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产：						
货币资金	346,356,032.15	55.16%	71,487,733.35	23.60%	13,324,209.22	12.96%
应收账款	223,764.99	0.04%	329,585.61	0.11%	507,959.97	0.49%
预付款项	49,486,284.85	7.88%	91,050,632.75	30.05%	10,840,706.51	10.54%
其他应收款	150,285.28	0.02%	252,287.79	0.08%	274,166.21	0.27%
存货	87,699,430.69	13.97%	57,640,678.29	19.03%	38,810,973.68	37.74%
流动资产合计	483,915,797.96	77.07%	220,760,917.79	72.87%	63,758,015.59	62.00%
非流动资产：						
固定资产	101,053,446.46	16.09%	35,775,392.91	11.81%	33,871,928.43	32.94%
在建工程	7,731,087.98	1.23%	41,316,722.01	13.64%	-	-
无形资产	31,187,903.08	4.97%	4,932,877.92	1.63%	5,034,238.44	4.90%
递延所得税资产	3,973,675.35	0.63%	165,156.23	0.05%	177,538.96	0.17%
非流动资产合计	143,946,112.87	22.93%	82,190,149.07	27.13%	39,083,705.83	38.00%
资产总计	627,861,910.83	100.00%	302,951,066.86	100.00%	102,841,721.42	100.00%

（1）最近三年，公司资产结构变化的特点

1) 从总量上看，最近三年，公司流动资产及其主要构成项货币资金与存货、非流动资产及其主要构成项固定资产和无形资产的总量水平都获得了持续快速稳定的增长，从而导致总资产也持续快速稳定增长。

最近三年，流动资产由 2008 年末的 63,758,015.59 元增加至 2010 年末的



483,915,797.96 元，增幅为 658.99%；非流动资产由 39,083,705.83 元增加至 143,946,112.87 元，增幅为 268.30%；公司总资产由 102,841,721.42 元增加至 627,861,910.83 元，增幅为 510.51%。

各项资产持续快速稳定增长的主要原因是：在公司产品市场需求不断增长的情况下，为了满足公司产品市场不断增长的需求，公司加大了固定资产、在建工程、无形资产等非流动资产的投资力度，不断提升各主要产品的产能，生产经营规模也获得持续较快增长，从而也导致了货币资产、存货等流动资产的增长。

2) 从结构上看，最近三年，在各项主要资产总量水平持续稳定快速增长的情况下，公司流动资产占总资产的比例逐步提高，资产流动性进一步增强。

最近三年末，公司流动资产占总资产的比例分别为 62.00%、72.87%及 77.07%。流动资产占比逐步上升的主要原因在于，在公司产品市场需求不断增长的情况下，公司作为消费品生产企业，固定资产、无形资产等非流动资产的投资所形成的产能可以支持产销规模的大幅增加，故公司流动资产增幅大于非流动资产增幅，流动资产占总资产的比例逐步提高。

(2) 各项主要资产的变化情况

1) 货币资金

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
库存现金	197.55	262.85	325.44
银行存款	160,824,556.96	3,440,859.34	13,323,883.78
其他货币资金	185,531,277.64	68,046,611.16	-
合计	346,356,032.15	71,487,733.35	13,324,209.22

最近三年末，公司货币资金总量快速增长，分别为 13,324,209.22 元、71,487,733.35 元及 346,356,032.15 元，占总资产的比例分别为 12.96%、23.60%及 55.16%。

2009 年末货币资金余额比 2008 年末增加 58,163,524.13 元，增幅为 436.53%，主要是由于同期营业收入增长 84.50%，经营活动现金流量净额 42,613,576.12 元所致。

公司 2010 年末货币资金余额比 2009 年末增加 274,868,298.80 元，增幅为 384.50%，主要是由于 2010 年经营活动现金流入增加所致，2010 年经营活动现金



流量净额为 263,227,584.12 元。公司经营活动现金流量净额较大主要是因为公司销售收入的增长及预收款项的增加。

2) 预付款项

资产	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预付款项	49,486,284.85	7.88%	91,050,632.75	30.05%	10,840,706.51	10.54%

最近三年末，公司预付款项分别为 10,840,706.51 元、91,050,632.75 元、49,486,284.85 元，占总资产的比例分别为 10.54%、30.05%、7.88%。

公司 2009 年末预付款项余额较 2008 年末增长了 739.90%，增长的主要原因在于，为了应对 2010 年春节节日需求，确保包装物易拉罐的及时供应，以及锁定价格，公司向长期供应商预付了较大比例的采购款。

2010 年末预付款项余额较 2009 年末减少 41,564,347.9 元，减少了 45.65%。减少的主要原因在于，公司根据易拉罐价格走势情况未再大额预付易拉罐采购款以锁定价格，导致预付的易拉罐采购款由 2009 年末的 72,218,439.87 元减少为 2010 年末的 14,685,896.42 元。

3) 存货

存货	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	45,562,239.28	51.95%	30,584,818.08	53.06%	16,868,164.88	43.46%
库存商品	21,060,635.30	24.01%	27,055,860.21	46.94%	21,942,808.80	56.54%
委托加工物资	21,076,556.11	24.03%	-	-	-	-
合计	87,699,430.69	100.00%	57,640,678.29	100.00%	38,810,973.68	100.00%

最近三年，公司期末存货分别为 38,810,973.68 元、57,640,678.29 元、87,699,430.69 元，同比增幅分别为 99.06%、48.52%、52.15%，占总资产的比例分别为 37.74%、19.03%、13.97%。

公司年末存货的金额与公司销售存在的节日效应、公司针对春节旺季制订的销售策略以及春节时间的早晚密切相关，具体情况如下：

节日期间，特别是在我国传统节日中秋节、春节等节日期间，居民探亲访友、亲朋外出就餐、家庭聚餐等活动频繁，消费集中释放，饮料消费会出现高峰。因此，公司的销售量会在节日前明显增加，形成节日前逐渐升温、节日后迅速回落



的节日效应，从月份上看，一般一年中的 7 月、8 月、9 月为中秋节销售旺季，12 月、1 月、2 月为春节销售旺季，其他 6 个月为销售淡季。公司一般在中秋节、春节销售旺季到来之前，增加原材料的采购和产成品的储备，以备旺季之需。随着旺季的到来，经销商（客户）提货量明显增加。一般越临近节日，经销商提货越频密。

故此，最近三年末，随着公司销售规模的上升，公司为春节旺季储备的原材料也随之增长，导致期末原材料存货逐年增长。

但最近三年末库存商品的金额，一方面与旺季储备有关外，另一方面还与次年春节的具体时间有关。由于 2010 年春节在 2010 年 2 月 14 日，距上年末时间较长，经销商截至上年末提货相对较少，因此 2009 年末的产成品存货占总资产的比例相对较高，2010 年末的存货相对次之。需要特别说明的是，虽然 2009 年春节在 2009 年 1 月 26 日，距 2008 年末最近，但产成品存货占总资产的比例最高，其主要原因在于 2008 年公司为次年春节旺季储备了较多的产成品。

4) 固定资产

资产	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	101,053,446.46	16.09%	35,775,392.91	11.81%	33,871,928.43	32.94%

最近三年末，公司固定资产账面价值逐年增加，分别为 33,871,928.43 元、35,775,392.91 元、101,053,446.46 元，同比增幅分别为 5.62%、182.47%，但其占总资产的比例则有所下降，分别为 32.94%、11.81%、16.09%。

最近三年末，公司固定资产账面价值逐年增加的原因是：在公司产品市场需求不断增长的情况下，为了满足公司产品市场不断增长的需求，公司加大了固定资产、在建工程、无形资产等非流动资产的投资力度，不断提升各主要产品的产能。特别是在 2010 年，公司年产 20 万吨植物蛋白饮料生产和研发中心建设项目部分工程已完工，新建的两条生产线已投入使用，转入固定资产 69,969,890.23 元。

最近三年末，在公司固定资产账面价值逐年增加的情况下，其占总资产的比例则有所下降的主要原因是：随着公司加大固定资产、在建工程、无形资产等非流动资产的投资力度，不断提升各主要产品的产能，生产经营规模也获得持续较快增长，从而导致了流动资产的大幅增长，最终导致总资产的大幅上升。特别是



在 2009 年，固定资产占总资产比例大幅下降的主要原因在于公司产品销量的迅速增加提高了公司的总资产规模，同时，公司固定资产由于 2009 年投资建设的年产 20 万吨植物蛋白饮料生产和研发中心建设项目尚未达到预定可使用状态而增幅较小（2009 年末公司在建工程余额 41,316,722.01 元，占总资产的 13.64%，固定资产及在建工程合计占总资产的比例为 25.45%）。

5) 在建工程

资产	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
在建工程	7,731,087.98	1.23%	41,316,722.01	13.64%	-	0.00%

2010 年末公司在建工程账面价值的绝对金额、在总资产中的占比均比 2009 年末有所下降，主要原因为：在建工程全部为公司年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的前期投入，该项目已累计投入 90,762,857.40 元，其中 2010 年度已转入固定资产 64,416,335.42 元，已投入资金全部为自有资金，该项目详细情况见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、（一）年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”部分。

6) 无形资产

资产	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
无形资产	31,187,903.08	4.97%	4,932,877.92	1.63%	5,034,238.44	4.90%

最近三年末，公司无形资产账面价值分别为 5,034,238.44 元、4,932,877.92 元、31,187,903.08 元，同比增幅分别为-2.01%、532.25%，占总资产的比例分别为 4.90%、1.63%、4.97%。

无形资产 2010 年 12 月 31 日账面价值较 2009 年 12 月 31 日账面价值增加 26,255,025.16 元，增幅为 532.25%，主要原因为公司于 2010 年 1 月 29 日取得证号分别为衡国用（2010）第 0020 号、衡国用（2010）第 0021 号土地使用权证，原始入账价值分别为 18,440,934.00 元、13,210,699.00 元，合计为 31,651,633.00 元。

（二）负债结构

1、最近一年末的负债构成

负债	2010.12.31



	金额	占比
流动负债：		
短期借款	10,000,000.00	2.47%
应付票据	185,531,277.64	45.89%
应付账款	46,655,652.26	11.54%
预收款项	120,546,973.77	29.82%
应付职工薪酬	350,157.22	0.09%
应交税费	21,567,136.88	5.33%
其他应付款	3,739,949.11	0.93%
流动负债合计	388,391,146.88	96.07%
非流动负债：		
其他非流动负债	15,875,014.48	3.93%
非流动负债合计	15,875,014.48	3.93%
负债合计	404,266,161.36	100.00%

2010 年 12 月 31 日，公司负债合计为 404,266,161.36 元，其中流动负债合计 388,391,146.88 元，占总负债的比例为 96.07%；非流动负债合计 15,875,014.48 元，占总负债的比例为 3.93%。

在流动负债中，主要债项为应付票据、应付账款、预收款项和应交税费，占流动负债的比例分别为 47.77%、12.01%、31.04%和 5.55%，合计占流动负债的比例为 96.37%，合计占总负债的比例为 92.59%。

在非流动负债中，主要为公司收到的政府补助，计入递延收益尚未摊销的部分，详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“九、发行人最近一年末的主要债项”之“（八）其他非流动负债”部分。

1) 应付票据

2010 年末，公司应付票据账面余额为 185,531,277.64 元，占总负债的比例为 45.89%，全部为银行承兑汇票，公司在申请银行承兑时存入 100%比例的保证金。应付票据主要用于公司的原材料采购，上述票据均于 2011 年 6 月 30 日前到期。

2) 应付账款

2010 年末应付账款账面余额为 46,655,652.26 元，占总负债的比例为 11.54%。其中，一年以内的为 46,551,851.96 元，占 99.78%。上述应付账款主要为公司日常采购而尚未结算的采购款。

3) 预收款项



2010 年末预收款项账面余额为 120,546,973.77 元，占总负债的比例为 29.82%，主要为公司的经销商客户预付给公司的货款。公司一般要求经销商根据其春节销售旺季期间销售目标提前预付一定比例的货款，因每年年末距离春节节日较近，经销商客户的预付款一般发生在年末之前，提货则发生于预付货款后的较长期间，导致年末形成较大的预收款项。

4) 应交税费

2010 年末公司应交税费为 21,567,136.88 元，占总负债的比例为 5.33%，主要为应交增值税 8,206,267.60 元和应交企业所得税 12,169,597.77 元，分别占应交税费的 38.05%、56.43%。

2、最近三年末负债结构的变化情况

负债	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债：						
短期借款	10,000,000.00	2.47%	25,000,000.00	11.97%	-	-
应付票据	185,531,277.64	45.89%	68,046,611.16	32.59%	-	-
应付账款	46,655,652.26	11.54%	13,699,626.33	6.56%	41,198,229.04	57.19%
预收款项	120,546,973.77	29.82%	91,816,543.02	43.97%	4,468,659.26	6.20%
应付职工薪酬	350,157.22	0.09%	249,452.12	0.12%	208,295.13	0.29%
应交税费	21,567,136.88	5.33%	2,070,404.58	0.99%	6,859,279.87	9.52%
其他应付款	3,739,949.11	0.93%	7,291,725.79	3.49%	18,697,788.70	25.96%
流动负债合计	388,391,146.88	96.07%	208,174,363.00	99.70%	71,432,252.00	99.17%
非流动负债：						
其他非流动负债	15,875,014.48	3.93%	630,000.01	0.30%	600,000.00	0.83%
非流动负债合计	15,875,014.48	3.93%	630,000.01	0.30%	600,000.00	0.83%
负债合计	404,266,161.36	100.00%	208,804,363.01	100.00%	72,032,252.00	100.00%

(1) 最近三年末，公司负债结构变化的特点

1) 从总量上看，最近三年，公司负债的总量水平有较大幅度的增长。

流动负债由 2008 年末 71,432,252.00 元增加至 2010 年末的 388,391,146.88 元，增幅为 443.72%；同期，非流动负债由 600,000.00 元增加至 15,875,014.48 元，增幅为 2545.83%；总负债由 72,032,252.00 元增加至 404,266,161.36 元，增幅为 461.23%。

负债总量增长较快由其主要原因是：随着公司生产经营规模的不断扩大，经营性应付项目（应付票据和应付账款）、预收款项及应交税费等流动负债逐年增长。



2) 从结构上看, 公司以流动负债为主的负债结构基本保持稳定。

最近三年末, 公司流动负债占总负债的比例分别为 99.17%、99.70%、96.07%, 非流动负债占总负债的比例分别为 0.83%、0.30%、3.93%, 负债结构基本保持稳定。

(2) 主要债项的具体变化情况

1) 应付票据

负债	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	185,531,277.64	45.89%	68,046,611.16	32.59%	-	-

最近三年末, 公司应付票据分别为 0 元、68,046,611.16 元、185,531,277.64 元, 增长的主要原因为, 公司自 2009 年开始大量使用银行承兑汇票作为日常采购的支付方式, 同时存入 100%比例保证金。随着公司经营规模的扩大, 采购规模随之增长, 开出的汇票增加, 期末应付票据增加。

2) 应付账款

负债	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	46,655,652.26	11.54%	13,699,626.33	6.56%	41,198,229.04	57.19%

最近三年末, 公司的应付账款分别为 41,198,229.04 元、13,699,626.33 元、46,655,652.26 元, 占总负债的比例分别为 57.19%、6.56%、11.54%, 主要为应付原材料及包装物易拉罐的采购款。2009 年末、2010 年末应付账款比例有所下降的主要原因是: 公司自 2009 年开始大量使用银行承兑汇票作为日常采购的支付方式, 此外, 2009 年末应付账款较低的原因还在于, 为应对易拉罐价格的可能上涨, 锁定价格及稳定供应, 公司向主要易拉罐供应商预付的易拉罐采购款比例较高, 故交易完成后应付易拉罐采购款减少。

3) 预收款项

负债	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收款项	120,546,973.77	29.82%	91,816,543.02	43.97%	4,468,659.26	6.20%

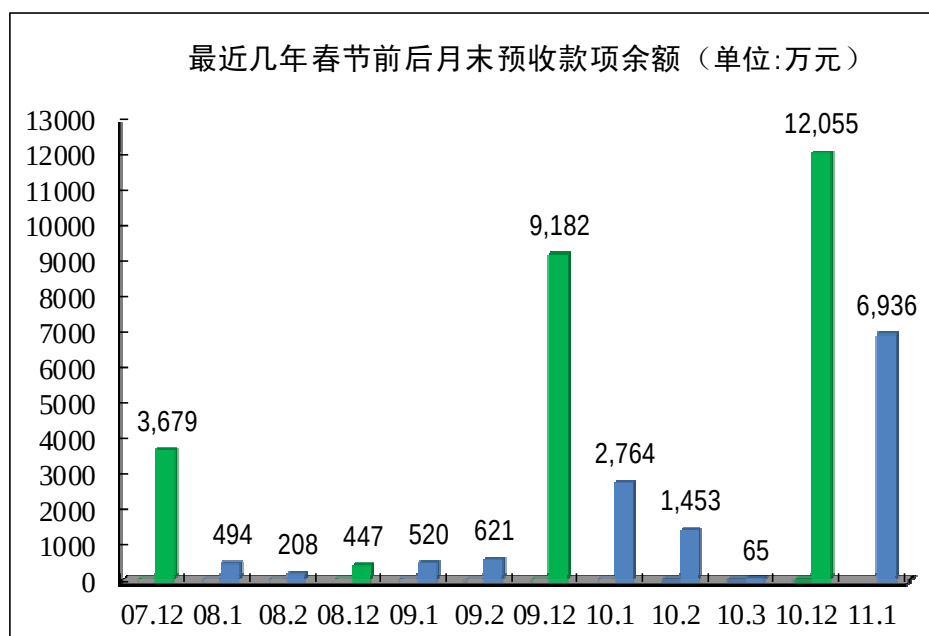
最近三年末, 公司预收款项分别为 4,468,659.26 元、91,816,543.02 元、120,546,973.77 元, 占总负债的比例分别为 6.20%、43.97%、29.82%。



公司年末预收款项的金额与公司销售存在的节日效应、公司针对春节旺季制订的销售策略以及春节时间的早晚密切相关，具体情况如下：

节日期间，特别是在我国传统节日中秋节、春节等节日期间，居民探亲访友、亲朋外出就餐、家庭聚餐等活动频繁，消费集中释放，饮料消费会出现高峰。因此，公司的销售量会在节日前明显增加，形成节日前逐渐升温、节日后迅速回落的节日效应，从月份上看，一般一年中的7月、8月、9月为中秋节销售旺季，12月、1月、2月为春节销售旺季，其他6个月为销售淡季。公司一般在中秋节、春节前的适当期间（节日前2到3个月左右），要求经销商上报节日期间的购货计划，并根据购货计划支付一定比例的预付款。经销商（客户）预付货款后根据市场情况陆续提货，随着客户提货，预收款项余额逐渐减少。一般越临近节日，经销商提货越频密。

2009年春节在2009年1月26日，2010年春节在2010年2月14日，2011年春节在2011年2月3日，故2008年末距2009年春节最近，经销商预付款项后提货量最大，预收款项结转金额最多，预收款项余额的相对水平最低，2010年次之，2009年最高。报告期内，春节节日销售期间预收款项余额变动情况见下图：



注：07.12 指 2007 年 12 月 31 日，09.12 指 2009 年 12 月 31 日，10.12 指 2010 年 12 月 31 日，其他类推。

4) 应交税费

税种	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日



增值税	8,206,267.60	-1,234,157.76	-395,043.64
城市维护建设税	574,438.73	0.00	-0.01
教育费附加	410,313.38	0.00	
企业所得税	12,169,597.77	3,253,830.75	7,138,652.76
房产税		50,623.59	86,519.76
个人所得税	148,440.40	108.00	29,151.00
印花税	58,079.00	0.00	
合计	21,567,136.88	2,070,404.58	6,859,279.87

最近三年末，公司应交税费分别为 6,859,279.87 元、2,070,404.58 元、21,567,136.88 元，2009 年有所下降，总体呈上升趋势。

2009 年末应交税费较 2008 年末减少 4,788,875.29 元，减少了 69.82%，主要是由于 2009 年末应交所得税余额 3,253,830.75 元较 2008 年末 7,138,652.76 元减少了 54.42%且尚未抵扣的增值税进项税额较多所致。上述应交所得税减少的主要原因在于，2009 年末距 2010 年春节时间较长，2009 年 12 月份销售收入未因春节销售旺季而大幅增加，相应地应纳税所得额较少。

应交税费 2010 年末余额较 2009 年末余额增加 19,496,732.30 元，增幅为 941.69%，主要原因在于，公司 2010 年四季度经营业绩较好，2010 年 12 月份应交纳增值税及 2010 年 4 季度应交纳企业所得税较多。

5) 其他非流动负债

负债	2010.12.31		2009.12.31		2008.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他非流动负债	15,875,014.48	3.93%	630,000.01	0.30%	600,000.00	0.83%

最近三年末，公司其他非流动负债分别为 600,000.00 元、630,000.01 元、15,875,014.48 元，占总负债的比例分别为 0.83%、0.30%、3.93%。2010 年末非流动负债账面余额大幅上升的主要原因是 2010 年公司获得的政府补助较多，计入其他非流动负债的未摊销的递延收益较多。

(三) 偿债能力分析

财务指标	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
流动比率	1.25	1.06	0.89
速动比率	1.02	0.78	0.35
资产负债率	64.39%	68.92%	70.04%



财务指标	2010 年度	2009 年度	2008 年度
息税折旧摊销前利润	228,396,132.27	116,489,383.10	33,989,353.25
利息保障倍数	216.52	533.86	219.09
每股经营活动产生的现金流量净额	3.07	0.53	0.27
每股净现金流量	1.83	-0.12	0.01

注：2008 年的每股经营活动产生的现金流量净额及每股净现金流量指标在计算时采用公司整体变更为股份公司时股本 8,000 万股为计算依据。

总体来看，最近三年，随着公司盈利能力的稳步增长，公司偿债能力大幅提高，主要表现在以下方面：

1、最近三年，公司流动比率、速动比率总体上呈上升趋势。其中，2008 年速动比率较低，主要原因在于，为提高产能，公司于 2008 年投资进行了新厂建设，年末流动资产增幅小于流动负债增幅。

2、从资产负债率看，最近三年末，公司的资产负债率相对较高，但呈稳定下降趋势。公司期末资产负债率较高受公司的节日预收款销售策略影响，因年末一般临近春节节日，对于春节期间的销售，公司一般要求经销商在旺季开始前根据制定的销售完成目标预付一定比例的货款，形成较大的预收款项，增加了期末负债总额和资产总额，从而提高了资产负债率水平。随着春节销售旺季中经销商逐步提货，预收款项逐步结转，公司的资产负债率将有所降低。

3、从息税折旧摊销前利润看，最近三年，公司息税折旧摊销前利润提升显著，由 2008 年的 33,989,353.25 元增加至 2010 年的 228,396,132.27 元，反映最近三年公司经营业绩的大幅提升为公司偿还债务提供了更高的保障。

4、从利息保障倍数看，最近三年，公司利息保障倍数分别为 219.09 倍、533.86 倍、216.52 倍，利息保障倍数较高，偿债压力很小。利息保障倍数较高的主要原因在于，公司盈利能力强，利润总额快速增长，同时，负债主要为经营性负债，利息支出较少，从而导致利息保障倍数较高。

5、从现金流量看，最近三年，公司现金流量正常，盈利质量较高，为偿还债务奠定了坚实的基础。

最近三年，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 303,870,817.50 元、697,370,917.92 元、1,289,249,308.65 元，同期营业收入分别为 284,594,921.22 元、



525,069,999.78 元、1,077,461,798.66 元，显示最近三年，公司在销售收入快速增长的同时，收到的现金流量同步增长；最近三年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 21,249,057.36 元、42,613,576.12 元、263,227,584.12 元，同期净利润分别为 24,027,760.90 元、84,629,546.73 元、164,919,045.62 元，盈利质量较高。

（四）资产周转能力分析

财务指标	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率	3,699.60	1,157.60	385.93
存货周转率	10.27	7.74	8.00

总体来看，最近三年，公司在经营规模不断扩大、营业收入快速增长的形势下，资产周转状况良好，主要表现在以下方面：

最近三年，公司应收账款周转率维持在较高水平，且呈快速上升趋势，主要原因在于，公司销售规模增长迅速，同时，公司行业地位突出，产品竞争力强，销售时主要采取“先款后货”的结算方式，导致应收账款周转率迅速提高。

最近三年，公司存货周转率相对稳定并维持在相对较高水平上，2009 年略有下降的主要原因在于，为应对 2010 年春节节日旺季的销售及做好生产准备，公司采购的原材料及产品备货较多，同时，由于 2009 年末距 2010 年春节时间较长，经销商提货较少，导致年末存货余额较大，相应降低了存货周转率。

二、发行人盈利能力分析

（一）最近三年营业收入的情况

1、营业收入的构成

（1）营业收入按产品类别的构成

产品			2010 年		2009 年		2008 年	
			营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
核 桃 饮 料	核 桃 露	养元六个核桃香浓、香纯、精品型	847,548,129.76	78.66%	364,833,627.17	69.48%	163,334,554.96	57.39%
		养元六个核桃木糖醇型	47,330,917.02	4.39%	11,588,641.74	2.21%	6,697,872.78	2.35%
		养元六个核桃加强型	18,727,532.88	1.74%		0.00%		0.00%
		养元智尊智圣	9,237,808.53	0.86%	11,593,419.94	2.21%	6,293,724.88	2.21%
		小计	922,844,388.19	85.65%	388,015,688.85	73.90%	176,326,152.62	61.96%
	复合 核桃	养元核桃杏仁露	93,374,237.38	8.67%	55,468,565.98	10.56%	43,832,274.24	15.40%
		养元核桃花生露	49,555,915.76	4.60%	62,701,768.51	11.94%	49,920,027.91	17.54%



	饮料	小计	142,930,153.14	13.27%	118,170,334.49	22.51%	93,752,302.15	32.94%
		合计	1,065,774,541.33	98.92%	506,186,023.34	96.40%	270,078,454.77	94.90%
核 桃 食 品	核桃八宝粥		11,436,068.64	1.06%	15,395,993.79	2.93%	11,705,088.11	4.11%
其他	果醋等		251,188.69	0.02%	3,487,982.65	0.66%	2,811,378.34	0.99%
	总计		1,077,461,798.66	100.00%	525,069,999.78	100.00%	284,594,921.22	100.00%

最近三年，公司营业收入全部来自主营业务收入，即核桃饮料、核桃食品等产品的销售收入。

从产品类别看，最近三年，公司的营业收入主要来自核桃饮料的销售收入，其在营业收入中的占比分别为 94.90%、96.41%、98.92%。

在核桃饮料中，最近三年，核桃露的销售收入在营业收入中的占比最高，且呈现逐年稳步提高态势，分别为 61.96%、73.90%、85.65%。

最近三年，核桃露营业收入占比呈现逐年稳步提高态势的原因有两个方面的原因：一是市场对“养元六个核桃”核桃露的需求增长超过了其他产品，销量增长超过其他产品，销售额占公司销售收入比重逐渐提高；二是公司准确及时把握市场动向，调整产品结构，集中将产能、市场推广方面的资源向“养元六个核桃”倾斜，从而进一步促进了该品类产品的销售。

（2）营业收入按销售区域的构成

最近三年，公司营业收入按销售区域的构成情况如下：

销售区域	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
河北	552,907,714.50	51.32%	329,872,241.91	62.82%	202,104,006.60	71.01%
河南	300,024,637.59	27.85%	123,634,977.54	23.55%	41,962,442.01	14.74%
山东	156,816,337.18	14.55%	39,282,656.95	7.48%	21,137,383.82	7.43%
其他	67,713,109.39	6.28%	32,280,123.38	6.15%	19,391,088.79	6.81%
合计	1,077,461,798.66	100.00%	525,069,999.78	100.00%	284,594,921.22	100.00%

注：其他区域主要包括辽宁、安徽、山西、天津、北京等省份的部分区域。

最近三年，公司产品的销售区域主要集中于河北、河南及山东三省，三个省份的销售收入占公司营业收入的比例分别为 93.19%、93.85%、93.72%。销售区域相对集中，其中既有客观原因，也有主观原因。

1) 客观原因

①公司发展初期不具备大区域市场拓展的实力。公司发展初期产能规模较



小，资金、人员不足，品牌知名度不高，不具备大区域开发的资源和实力，所以公司选择了精耕冀鲁豫的市场策略，特别是以河北为根据地进行市场开拓。

②公司的营销模式不支持大区域市场拓展。公司在低起点情况下要想立足市场，唯有营销制胜。因此，公司采用了以“深度分销”为核心的市场精耕营销模式，通过资源聚焦在局部市场形成比较竞争优势，谋求市场突破。但这种营销模式需要企业前期投入大量的人力、物力和财力，在资源有限的情况下公司只能采取销售区域集中的方式。

③公司发展初期核桃饮料市场处于孕育期，并未在全国范围内成为消费主流。消费者对核桃饮料的消费需求尚未激发出来，大区域的市场拓展必然要以消费引导和市场培育为前提，而公司当时并不具备进行大范围市场培育的资源和能力，只能选择局部市场进行突破。

2) 主观原因

①从全国范围来看，华北区域尤其是冀鲁豫津有着深厚的植物蛋白饮料消费基础，人们对植物蛋白饮料的接受程度最高，优先将销售集中在这些区域，开发的成功率高、市场投入小。

②公司发掘了县域核桃饮料消费市场这一利基市场。在资源有限的情况下，公司集中力量聚焦竞争尚不激烈但潜在市场空间很大的县域市场，并形成明显的比较优势，可以迅速实现市场占有并予以巩固。

③销售区域集中避免了发展初期与更多竞争对手进行竞争而导致资源消耗。如果进行大区域市场拓展，公司势必会面临着更多的竞争对手，会分散企业有限的资源，也会增加企业营销策略的复杂性和管理难度。

④通过示范效应，可以减少后期市场开发的阻力和成本。公司成功开发了某些区域市场后，会对周边或其他市场带来辐射和影响，从而降低其他市场的开发难度。

公司将继续坚持“巩固+开拓”的市场拓展战略，在重点巩固现有市场的同时，量力进行新市场开拓，以降低市场开拓风险。随着规模的扩大，公司将逐步建成覆盖全国的销售网络，实现市场的全国化。



2、营业收入增减变化情况及其原因

项 目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
核桃饮料						
核桃露	922,844,388.19	137.84%	388,015,688.85	120.06%	176,326,152.62	177.29%
复合核桃饮料	142,930,153.14	20.95%	118,170,334.49	26.05%	93,752,302.15	72.48%
小计	1,065,774,541.33	110.55%	506,186,023.34	87.42%	270,078,454.77	128.99%
核桃食品	11,436,068.64	-25.72%	15,395,993.79	31.53%	11,705,088.11	33416.77%
果醋等其他	251,188.69	-92.80%	3,487,982.65	24.07%	2,811,378.34	14.57%
合 计	1,077,461,798.66	105.20%	525,069,999.78	84.50%	284,594,921.22	136.31%

注：因 2007 年公司开始在市场试售八宝粥产品，实现收入较少，导致 2008 年核桃八宝粥销售收入增长比例较大。

最近三年，公司营业收入保持高速增长态势，分别为 284,594,921.22 元、525,069,999.78 元、1,077,461,798.66 元，同比分别增长 136.31%、84.50%、105.20%。营业收入的持续高速增长的动力主要来自核桃饮料销售收入的持续高速增长。最近三年，核桃饮料销售收入分别为 270,078,454.77 元、506,186,023.34 元、1,065,774,541.33 元，同比分别增长 128.99%、87.42%、110.55%。核桃饮料销售收入高速增长的原因具体分析如下：

（1）最近三年销量、价格因素对销售额增长的影响情况

核桃 饮料	销售额增长 (万元)	销量变化			销售均价变化		
		吨	影响销售额 (万元)	影响比重	元/吨	影响销售额 (万元)	影响比重
2010 年	55,969	76,704	47,211	84.35%	551	8,758	15.65%
2009 年	23,606	32,539	17,685	74.92%	720	5,921	25.08%
2008 年	15,215	24,320	11,304	74.30%	787	3,911	25.70%

注：因四舍五入原因，销售额增长一列数据存在尾数误差。

2010 年度，公司核桃饮料产品销量由 2009 年的 82,236 吨增加到 158,940 吨，增加了 76,704 吨，影响销售额 47,211 万元；均价由 2009 年的 6,155 元/吨增加到 6,706 元/吨，增加了 551 元/吨，影响销售额 8,758 万元。两者合计影响销售额 55,969 万元。

2009 年度，公司核桃饮料产品销量由 2008 年的 49,697 吨增加到 82,236 吨，增加了 32,539 吨，影响销售额 17,685 万元；均价由 2008 年的 5,435 元/吨增加到 6,155 元/吨，增加了 720 元/吨，影响销售额 5,921 万元。两者合计影响销售额 23,606



万元。

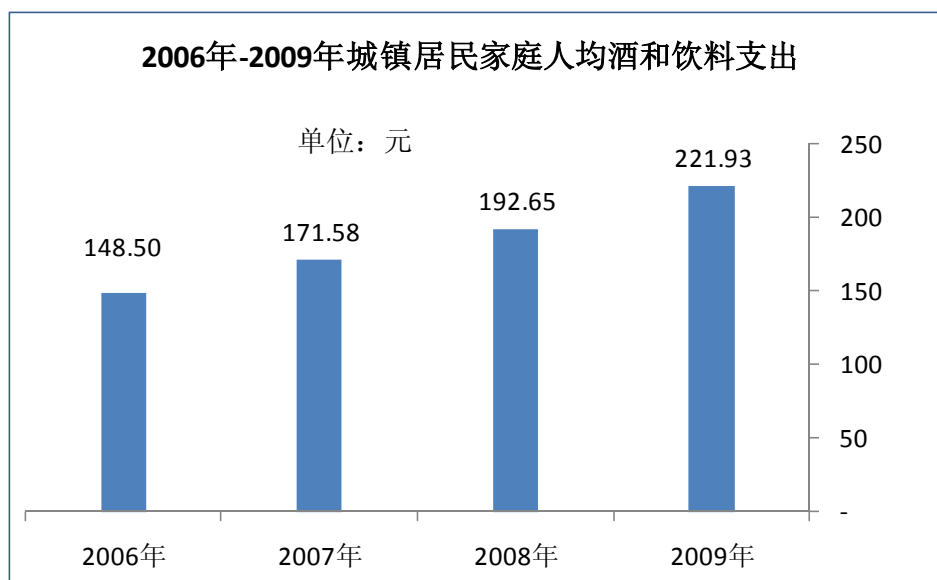
2008 年，公司核桃饮料产品销量由 2007 年的 25,377 吨增加到 49,697 吨，增加了 24,320 吨，影响销售额 11,304 万元；2008 年单价由 2007 年的 4,648 元/吨增加到 5,435 元/吨，增加了 787 元/吨，影响销售额 3,911 万元。两者合计影响销售额 15,215 万元。

上述分析显示，最近三年，公司核桃饮料销售额的高速增长直接原因中，既有销量增长的因素，又有价格增长的因素，但销量因素的影响明显大于价格因素的影响。最近三年，销量增长对销售额增长的影响比重分别为 74.30%、74.92%、84.35%，价格增长对销售额增长的影响比重分别为 25.70%、25.08%、15.65%。

（2）销售额高速增长的深层原因

A、植物蛋白饮料以其“天然”、“营养”的特点，为越来越多的消费者所认同，其市场需求一直保持持续增长。核桃饮料更以其独特的益智功效，比其他类型的植物蛋白饮料更能获得消费者的青睐。

经过多年的经济高速增长，我国居民可支配收入的提高促进了消费观念和习惯的改变，形成了长期消费升级的趋势。经济增长方式的转变及经济结构调整均促进国内消费，从而进一步加快人均收入水平的提升、刺激广大居民的消费需求；中西部地区的经济发展等区域经济的平衡发展也有利于扩大消费，给食品饮料行业带来长期的需求增长。下图为 2006 年—2009 年我国城镇居民家庭人均酒和饮料年度支出统计：



资料来源：《城镇居民家庭人均酒和饮料支出》，国家统计局。

另外，人口结构是促进我国消费的另一个重要因素，人口红利使得食品饮料行业长期处于黄金发展期，促进了饮料消费需求的长期快速增加。

提供“营养、健康”的饮料代表了饮料行业的发展趋势，特别是食品安全事故的发生，促使这一趋势成为消费主流。植物蛋白饮料具有天然的绿色特征，符合消费趋势。就核桃饮料来说，核桃的营养价值广为认可，中药典籍《神农本草经》、《本草纲目》均有记载。因此，在知识经济时代，核桃饮料消费潜力很大，具有较大的市场空间，特别是经过长时间的市场培育，消费核桃饮料的观念已经形成，市场步入快速成长期。

B、2005年12月29日以姚奎章为主要成员的58名公司员工从老白干集团收购了公司后，公司由老白干集团的全资子公司变更为姚奎章实际控制、包括董事、监事、高级管理人员在内的58名公司员工所有的民营企业。此次产权制度的改革极大地激发了公司的活力，员工持股制度及其激励作用是最近三年及一期公司业绩高速增长的制度基础。

公司132名股东全部为自然人，其中包括董事、监事、高级管理人员在内的员工股东104名。公司董事、监事、高级管理人员中，除3名独立董事外，均为公司股东。随着公司经营业绩的不断提升，自2007年至今，公司股东于受让国有产权时投入的349.0543万元已累计获分配现金股利115,735,600.40元（税前），已获分配股利是投资额的33.16倍；公司股东于2010年增资时投入的2,030万元



已累计获分配现金股利 6,670,092.00 元，已获分配股利达投资额的 33%；均获得良好的投资回报，董事、监事、高级管理人员在内的员工股东获得了巨大的激励。

C、最近三年，为了满足不断增长的市场需求，公司加快新生产线建设，不断增加设备投入，提高生产能力。2008 年，公司新建的核桃饮料生产线经过技术改造，进一步提升了产能，使得 2009 年产能增长了约一倍，达到了 10 万吨/年；截至 2010 年底，公司投资建设的募投项目之一——年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目部分生产线投产，公司的产能增加到 16 万吨/年；公司及时进行的产能扩张缓解了公司产品销量快速增长导致供不应求的压力，为公司业绩的高速增长提供了生产供应支持。

最近三年，公司核桃饮料产销量具体情况见下表：

核桃 饮料	产能 (吨)	产量(吨)			销量 (吨)	产销率	销售收入 (元)
		自产	委托加工	合计			
2010	160,000	151,087	5,937	157,024	158,940	101.22%	1,065,774,541
2009	100,000	85,525	-	85,525	82,236	96.15%	506,186,023
2008	55,000	49,616	-	49,616	49,697	100.16%	270,078,455

D、近几年，公司在扩大产能的同时，积极进行销售网络建设和市场开发，销售市场在广度和深度上都获得不断延伸。

公司的主要销售模式是分区域定渠道经销模式。在销售网络建设和市场开发上，公司立足自身资源状况，制订了集中力量、逐个突破的发展模式。最近三年，在建设新的产能的同时，积极进行销售网络建设和市场开发，销售市场在深度和广度上都获得不断延伸。

首先，从市场范围看，在市场广度上方面，销售区域由期初的河北中南部，进一步向周边河南、山东等省份延伸，目前销售区域主要集中于河北、河南、山东三个省份，辽宁、北京、天津等地已经进入市场开发范围，销售区域逐渐扩大。下表为近几年主要销售区域变动情况：

	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
主 要 分 布 区 域	河北省 中南部	河北省除张家口、承德、秦皇岛外所有地市，河南省北部(豫北)，山东省(除胶东半岛外)	河北省、河南省，山东省(除胶东半岛外)	河北、河南、山东(除胶东半岛外)、辽宁、安徽、北京、天津等局部区域

在市场深度方面，在以县域市场为核心市场的基础上，逐步向上向二类地级



市和核心城市市场渗透，向下向广大乡、村市场渗透。

其次，从经销商数量看，最近三年，公司的经销商数量由 2008 年的 350 家增加至 2010 年的 900 家，销售网络进一步完善，公司对销售区域的控制力进一步增强。

E、品牌影响力逐步提高。

公司坚持“中国核桃饮品专家”的品牌定位，投入人力、物力研发能够树立并提升公司产品，自主创立的“5•3•28”核桃饮品生产工艺，实现了核桃饮料的广泛性接受。公司将品牌知名度和美誉度建设工作同步展开，以电视、广播、户外为主要媒体来不断提高公司品牌的知名度，以报纸、专刊、培训、会议等以不断增强公司品牌的美誉度，通过精耕区域市场和深度分销，以系统性的推广举措，使得公司品牌得到了广大消费者的认可、信赖与忠诚，努力在消费者心中树立核桃饮料品类代表的品牌形象。

报告期内，公司在销售区域中的品牌影响力逐渐增强，先后获得“河北省著名商标”、“河北省中小企业名牌产品”、“河北省第九届消费者信得过单位”、“河北省名牌产品”、“中国食品产业最具成长性企业”、“中国食品产业（植物蛋白饮料）标杆品牌”、“国家级 诚信示范单位”等诸多荣誉，并于 2010 年 10 月取得“中国驰名商标称号”，消费者认同度逐步提高，在已有市场的占有率快速增加。

3、营业收入的季节性波动情况

公司所在的植物蛋白饮料行业具有明显的季节性特征。节日临近及期间，特别是在我国传统节日中秋节、春节等节日临近及期间，居民探亲访友、亲朋外出就餐、家庭聚餐等活动频繁，消费集中释放，饮料消费会出现高峰，因此，饮料生产企业的销售存在节前逐渐升温、节日后迅速回落的节日效应。从月份上看，一般一年中的 7 月、8 月、9 月为中秋节销售旺季，12 月、1 月、2 月为春节销售旺季，其他 6 个月为销售淡季。从季度上看，一季度（包含春节、元宵节）和三季度（包含中秋节）的销售明显大于另外两个季度。

下表为最近三年公司各季度销售收入占全年销售收入比例情况，一季度、三季度销售收入之和占全年销售收入的比重分别为 61.20%、65.37%、58.13%：



季度\销售收入占比	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一季度	28.79%	32.38%	30.04%
二季度	12.61%	15.71%	14.45%
三季度	29.33%	32.99%	31.16%
四季度	29.27%	18.91%	24.35%
其中：12 月	17.97%	11.98%	13.72%
合计	100%	100%	100%

（二）最近三年利润的情况

1、利润的主要来源

最近三年，公司产品的毛利情况见下表：

产品			2010 年		2009 年		2008 年	
			毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
核 桃 饮 料	核 桃 露	养元六个核桃香浓 香纯 精品型个核桃	250,494,700.20	75.71%	104,712,883.87	69.04%	29,759,681.53	57.91%
		养元六个核桃木糖醇型	13,988,755.86	4.23%	3,326,463.82	2.19%	1,218,573.49	2.37%
		养元六个核桃加强型	8,481,931.46	2.56%				
		养元智尊智圣	3,320,550.62	1.00%	3,917,508.06	2.58%	2,082,462.27	4.05%
		小计	276,285,938.14	83.51%	111,956,855.75	73.82%	33,060,717.29	64.33%
	复 合 核 桃 饮 料	养元核桃杏仁露	33,608,356.51	10.16%	19,201,916.25	12.66%	4,648,032.42	9.04%
		养元核桃花生露	18,265,121.80	5.52%	17,155,331.82	11.31%	10,628,101.81	20.68%
		小计	51,873,478.31	15.68%	36,357,248.07	23.97%	15,276,134.23	29.73%
	合计		328,159,416.45	99.19%	148,314,103.82	97.79%	48,336,851.52	94.06%
核 桃 食 品	核桃八宝粥		2,575,865.62	0.78%	1,952,185.82	1.29%	1,719,212.87	3.35%
其他	果醋等		113,848.30	0.03%	1,402,266.60	0.92%	1,334,707.20	2.60%
总计			330,849,130.37	100.00%	151,668,556.24	100.00%	51,390,771.59	100.00%

与公司营业收入的构成相对应，最近三年，公司的毛利全部来自主营业务的毛利，即核桃饮料、核桃食品等产品的毛利。

从产品类别看，最近三年，核桃饮料对毛利的贡献率最高，且保持稳定，其毛利占比分别为 94.06%、97.79%、99.19%。

在核桃饮料中，最近三年，核桃露的毛利占比最高，且保持逐年稳步上升态势，其毛利占比分别为 64.33%、73.82%、83.51%，相对而言，其他核桃饮料的毛利占比呈快速下降态势，分别为 29.73%、23.97%、15.68%，显示出核桃饮料内部产品毛利结构的调整。

最近三年，核桃露毛利占比呈现稳定快速上升态势的原因有两个方面的原



因：一是市场对“养元六个核桃”的需求增长超过了其他产品，销量增长超过其他产品，销售额占公司销售收入比重逐渐提高；二是公司准确及时把握市场动向，调整产品结构，集中将产能、市场推广方面的资源向“养元六个核桃”倾斜，从而进一步促进了该品类产品的销售。

2、可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

截至 2010 年底，公司核桃饮料的产能已经由 2009 年底的 10 万吨/年增加到 16 万吨/年，核桃饮料产销量居行业首位。公司管理层认为，从目前公司业务情况及市场环境来看，公司在未来几年内的盈利能力的持续性与稳定性是有保障的，但公司能否进一步强化公司的市场地位，确保公司的竞争优势，实现长期稳定发展，需要考虑以下几方面因素：

（1）产能

随着核桃饮料成为主流饮料消费品类，市场需求快速增长，公司的产品供不应求，公司已将少部分产品采取委托加工形式进行生产以缓解供给压力。随着公司年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的逐步投产，公司的产能逐渐增加，一定程度上缓解了产能紧张局面。但是随着公司品牌影响力的提高和市场的拓展，产品需求仍将持续增长，公司仍需进一步增加产能。由于新生产线的建设到投产需要较长时间，公司的快速发展可能会因产能不足而受到限制。

（2）新市场开拓的有效性

公司目前的销售区域相对集中，这与公司目前所处的发展阶段是相适应的。随着公司规模壮大，公司需要逐步扩展销售区域，开拓新市场。新市场的开拓需要前期大量的广告及渠道投入，但新市场对公司销售业绩的贡献存在不确定性。若公司要实现全国性市场的突破，新市场开拓有效性将成为公司未来发展壮大的重要影响因素。

（三）最近三年经营成果的变化情况及其原因

最近三年，公司简要利润表项目变动情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例



一、营业收入	1,077,461,798.66	100.00%	525,069,999.78	100.00%	284,594,921.22	100.00%
减：营业成本	746,612,668.29	69.29%	373,401,443.54	71.11%	233,204,149.63	81.94%
营业税金及附加	6,653,192.08	0.62%	2,878,703.71	0.55%	793,355.28	0.28%
销售费用	96,896,589.59	8.99%	29,482,649.83	5.61%	12,966,209.49	4.56%
管理费用	16,186,920.71	1.50%	7,338,507.32	1.40%	5,870,578.22	2.06%
财务费用	-846,904.22	-0.08%	-234,598.14	-0.04%	-339,527.07	-0.12%
资产减值损失	-10,938.06	0.00%	-79,530.93	-0.02%	-19,941.82	-0.01%
投资收益	-	-	26,342.47	0.01%	-	-
二、营业利润	211,970,270.27	19.67%	112,309,166.92	21.39%	32,120,097.49	11.29%
加：营业外收入	7,927,709.36	0.74%	858,955.39	0.16%	206,924.61	0.07%
减：营业外支出	892.5	0.00%	209,259.14	0.04%	150,010.81	0.05%
三、利润总额	219,897,087.13	20.41%	112,958,863.17	21.51%	32,177,011.29	11.31%
减：所得税费用	54,978,041.51	5.10%	28,329,316.44	5.40%	8,149,250.39	2.86%
四、净利润	164,919,045.62	15.31%	84,629,546.73	16.12%	24,027,760.90	8.44%

1、营业收入

最近三年，公司营业收入情况及其变动原因分析详见本招股说明书本节“二、发行人盈利能力分析”之“（一）最近三年营业收入的情况”。

2、营业成本

最近三年，公司营业成本的构成如下表：

项目	2010年度	2009年度	2008年度
主营业务成本	746,612,668.29	373,401,443.54	233,204,149.63
其他业务成本	-	-	-
合计	746,612,668.29	373,401,443.54	233,204,149.63

其中，主营业务成本明细如下：

项目	2010年度	2009年度	2008年度
核桃饮料	737,615,124.88	357,871,919.52	221,741,603.25
核桃食品	8,860,203.02	13,443,807.97	9,985,875.24
其他	137,340.39	2,085,716.05	1,476,671.14
合计	746,612,668.29	373,401,443.54	233,204,149.63

最近三年，公司营业成本占营业收入的比例分别为 81.94%、71.11%、69.29%，显示公司的营业成本逐年降低，也即毛利率逐年上升。公司毛利率逐年上升的原因详见本招股说明书本节“二、发行人盈利能力分析”之“（五）最近三年综合、分行业毛利率的情况”。

3、营业税金及附加



项目	2010年度	2009年度	2008年度
城市维护建设税	3,980,432.40	1,831,902.36	504,862.45
教育费附加	2,672,759.68	1,046,801.35	288,492.83
合计	6,653,192.08	2,878,703.71	793,355.28

最近三年，公司营业税金及附加分别为 793,355.28 元、2,878,703.71 元、6,653,192.08 元，占营业收入的比例分别为 0.28%、0.55%、0.62%，随公司缴纳的增值税的增加而增加。

4、销售费用

销售费用	2010 年度	2009 年度	2008 年度
广告及宣传费	80,165,002.26	18,594,572.19	5,897,907.23
差旅费	4,211,626.40	2,565,427.20	1,703,595.30
人工薪酬	3,747,262.45	6,112,396.32	3,815,481.90
运输费	276,662.50	265,765.50	1,172,793.62
办公费及其他	8,496,035.98	1,944,488.62	376,431.44
合计	96,896,589.59	29,482,649.83	12,966,209.49

注：“其他”主要包括业务招待费、会议费等。

最近三年，公司销售费用及占营业收入的比例逐年增长，分别为 12,966,209.49 元、29,482,649.83 元、96,896,589.59 元，占营业收入的比例分别为 4.56%、5.61%、8.99%。

公司销售费用逐年增长的主要原因主要有以下几个方面：

(1) 最近三年，广告及宣传费用增长较快。为提高公司品牌知名度和促进产品销售，公司逐步增加广告宣传投入。其中，2010 年销售费用占营业收入比例上升较多，主要原因在于，为实现由区域性强势品牌向全国性品牌的过渡，公司增加了广告宣传方面的投入，特别是公司自 2010 年 9 月开始在中央电视台的广告投入，此项增加公司 2010 年广告费用 27,483,366 元；公司于 2010 年开始募集资金拟投资项目营销网络建设及市场开发项目的投入，加大市场宣传力度，相应增加了宣传和广告费用。

(2) 最近三年，随着销售市场的细化和市场的精耕，销售渠道的管理成本增加，销售人员的差旅费增加。

(3) 最近三年，随着市场开发和产品宣传力度的加大以及销售规模的扩大，公司销售机构的办公费及其他业务招待费及会议费等支出亦随之增长。



2010 年，销售人员的人工薪酬有所下降，其主要原因在于，随着公司与经销商合作的深入及经销商效益的提高，经销商逐渐分担了部分销售网络维护和市场推广费用，下属渠道部分业务员及促销员等人员改由经销商聘用并发放工资，公司负责人员培训和管理，从而使得 2010 年公司销售人员的人工薪酬费用同比下降。

最近三年，公司运输费用保持在较低水平并总体呈下降趋势，其主要原因在于，在销售时，对于经销商提货的销售，其自行承担运输过程中发生的费用；随着销售规模的扩大，公司已逐渐不再负责送货。

5、管理费用

管理费用	2010 年度	2009 年度	2008 年度
人工薪酬	7,188,309.74	2,639,903.47	1,461,457.74
折旧摊销	2,210,400.35	821,748.95	566,506.82
办公费	842,233.85	1,311,986.55	792,790.75
车辆费	611,511.76	183,224.29	337,244.27
招待费	541,813.30	378,635.00	255,189.50
会议费	381,465.00	287,046.50	188,485.00
其他	4,411,186.71	1,715,962.56	2,268,904.14
合计	16,186,920.71	7,338,507.32	5,870,578.22

注：车辆费主要是公司车队发生的油费、修理费等费用；“其他”项目主要包括聘请咨询机构的咨询服务费、保险费、绿化及环评费、土地使用税及房产税及其他费用项目。

最近三年，随着经营规模的扩大，公司管理费用逐年增长，分别为 5,870,578.22 元、7,338,507.32 元、16,186,920.71 元，但管理费用占营业收入的比例仍保持在较低水平，分别为 2.06%、1.40%、1.50%。

最近三年，管理费用绝对额逐年增长的原因主要有以下几个方面：

(1) 随着公司经营规模的不断扩大，中层及以上管理人员的薪酬提高、人员增加，人工薪酬及日常办公支出逐年增长，其中 2010 年人工薪酬较 2009 年的增加较为显著。

(2) 公司于 2008 年启用新建职工宿舍楼及食堂，2010 年启用新的办公大楼，增加了折旧费用；2010 年，公司土地使用权增加较多，无形资产摊销增加。

(3) 为快速提升公司的管理水平，广泛吸取先进的管理经验，公司聘请了



外部咨询机构，对公司的发展战略、市场营销及绩效考核机制等进行了完善，相应增加了支出。

与可比上市公司承德露露对比，公司的管理费用和销售费用占营业收入的比例相对较低，具体如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	承德露露	公司	承德露露	公司	承德露露	公司
销售费用	17.22%	8.99%	14.33%	5.61%	12.60%	4.56%
管理费用	3.03%	1.50%	3.60%	1.40%	4.57%	2.06%
合计	20.25%	10.49%	17.93%	7.01%	17.17%	6.62%

与承德露露相比，最近三年，公司的销售费用及管理费用合计占公司营业收入的比例分别为 6.62%、7.01%、10.49%，分别比承德露露低 10.55、10.92、9.76 个百分点。

公司上述 2 项费用低于承德露露的主要原因有以下几点：

（1）公司的广告及宣传主要集中于销售区域，广告及宣传费用相对较低

公司的销售集中于河北、河南及山东地区，在 2010 年 9 月公司于中央电视台投放广告之前，公司的广告投放及宣传主要集中于这三个地区。因销售区域集中，公司在省级媒体的广告投放已经可以基本覆盖公司的销售区域，使得公司在此后的市场开发中新增加的广告投放较少；此外，公司充分利用销售网络健全的优势，采取“先推后拉”的广告投放策略，即在市场开发前期先借助经销商在当地的网络和影响力来完成产品的铺货建网，待产品达到一定的铺货率且有了一定规模的销售后，公司才开始大规模投放广告，这种广告投放模式大大提高了公司广告费的使用效率和广告效果；而承德露露广告投放则是在全国进行布局，特别是在中央电视台的广告投入费用较高。

（2）公司的固定资产较少，折旧费用较低

固定资产	2010 年末	2009 年末	2008 年末
承德露露	195,540,800.21	217,413,692.91	219,184,354.55
公司	101,053,446.46	35,775,392.91	33,871,928.43

2008 年末、2009 年末、2010 年末，公司固定资产账面价值分别为 33,871,928.43 元、35,775,392.91 元、101,053,446.46 元，分别为承德露露的 15.45%、16.45%、51.68%。公司处于快速发展期，办公楼等办公设施本着精简、有效的原则配备，提高了资



源的使用效率。

(3) 公司所在地区的工资水平较低, 节省了工资费用

公司注册于河北省衡水市, 地处非经济发达地区, 当地工资水平相对较低, 一定程度上节省了工资费用支出。

(4) 公司通过制订较低的产品出厂价格, 让利于经销商, 在利益得到充分保障的同时经销商承担了部分销售过程中的费用

为激励一级经销商积极经销公司产品, 公司制订相对较低的出厂价, 让利于经销商, 此亦是公司的毛利率与承德露露有一定差距的原因之一。

随着公司品牌影响力的提高, 产品需求的不断增长, 经销商经销公司产品的效益也随之提高。随着合作的深入, 公司逐渐与经销商协商共同分担部分销售过程中的费用。如, 最近三年公司的产品运输费用维持在较低水平, 即是经销商提货时自行负责产品运输过程中发生的费用所致; 公司 2010 年销售费用中的人工薪酬部分同比下降即是公司部分销售区域的部分业务人员及促销员等人员改由经销商聘用并支付工资所致, 相应减少了公司此部分费用支出。

6、财务费用

项目	2010年度	2009年度	2008年度
利息支出	1,020,328.05	211,985.09	147,542.59
减: 利息收入	2,046,681.98	491,626.59	504,454.98
汇兑损益			
银行手续费	179,449.71	45,043.36	17,385.32
其他			
合计	-846,904.22	-234,598.14	-339,527.07

最近三年, 公司财务费用较低, 分别为-339,527.07 元、-234,598.14 元、-846,904.22 元, 占营业收入的比例分别为-0.12%、-0.04%、-0.08%。

最近三年, 公司财务费用较低的主要原因在于, 公司的负债主要为经营性负债, 利息支出较少。

2010 年, 公司利息收入增长较多的原因在于, 公司销售规模持续扩大, 货币资金规模不断增长, 相应增加利息收入; 利息支出增长较多的原因在于, 公司 2009 年 12 月借入银行存款 2500 万元, 其利息支出产生于 2010 年度。



7、资产减值损失

项目	2010年度	2009年度	2008年度
坏账损失	-10,938.06	-79,530.93	-19,941.82
合计	-10,938.06	-79,530.93	-19,941.82

最近三年，公司资产减值损失均为提取的坏账准备，分别为-19,941.82元、-79,530.93元、-10,938.06元，资产减值损失为负主要是公司计提的坏账准备冲回所致。

8、投资收益

产生投资收益的来源	2010年度	2009年度	2008年
中国工商银行无固定期限超短期人民币理财产品	0.00	26,342.47	0.00
合计	0.00	26,342.47	0.00

公司2009年4月27日投资中国工商银行无固定期限超短期人民币理财产品——0701CDQB 5,000,000.00元，2009年9月18日收回该项投资，取得投资收益26,342.47元。

9、营业外收入

项目	2010年度	2009年度	2008年度
政府补助	1,808,959.53	854,299.99	180,300.00
非流动资产处置利得	6,079,060.00		
其他	39,689.83	4,655.40	26,624.61
合计	7,927,709.36	858,955.39	206,924.61

最近三年，公司营业外收入分别为206,924.61元、858,955.39元、7,927,709.36元，占营业收入的比例分别为0.07%、0.16%、0.74%。营业外收入主要构成部分的具体情况如下：

（1）政府补助

1) 2008年度180,300.00元：2008年2月10日，中共衡水经济开发区委员会衡开字（2008）3号文件，表彰2007年度星级企业，奖励公司180,300.00元；

2) 2009年度854,299.99元：A、2009年2月4日，中共衡水经济开发区委员会衡开字（2009）1号文件，表彰2008年度“优秀企业”，奖励公司384,300.00元；



元；B、2009 年对衡水市财政局衡财预报（2009）54 号文件（关于对争创名牌产品企业进行奖励的请示）的批复，表彰 2006 年度“河北省著名商标”企业，奖励公司 50,000 元；C、2009 年 10 月 29 日，衡水市财政局衡财农（2009）65 号文件，拨付公司 2009 年度农业产业化企业贷款贴息资金 350,000.00 元；D、递延收益（政府补助）确认的营业外收入 69,999.99 元，具体情况详见本招股说明书之“第十节财务会计信息”之“九、发行人最近一年末的主要债项”之“（八）其他非流动负债”。

（3）2010 年度 1,808,959.53 元：A、2010 年 2 月 24 日，中共衡水经济开发区委员会衡开字（2010）3 号文件，表彰 2009 年度“优秀企业”，奖励公司 1,458,000.00 元；B、2009 年 12 月 23 日，衡水市财政局、衡水市科学技术局衡财教（2009 年）68 号文件，下达衡水市 2009 年科学技术研究与发展计划项目市场专项经费，拨付公司 30,000.00 元，该款项于 2010 年 3 月收到；C、递延收益（政府补助）确认的营业外收入 320,959.53 元，具体情况详见本招股说明书之“第十节财务会计信息”之“九、发行人最近一年末的主要债项”之“（八）其他非流动负债”。

（2）非流动资产处置利得

非流动资产处置利得主要为公司处置旧厂区土地、房屋及建筑物利得，其中处置旧厂区土地的原值 5,338,320.00 元，净值 4,890,644.37 元；处置旧厂区房屋的原值 2,578,265.82 元，净值 1,288,139.03 元；处置旧厂区建筑物的原值 22,000.00 元，净值 7,892.50 元；处置旧厂区土地、房屋及建筑物的收入合计 16,000,000.00 元，扣除相关税费后处置利得为 6,018,250.00 元。

10、营业外支出

项目	2010年度	2009年度	2008年度
非流动资产处置损失合计	892.50	110,550.52	-
其中：固定资产处置损失	892.50	110,550.52	-
捐赠	-	-	120,000.00
其他	-	98,708.62	30,010.81
合计	892.50	209,259.14	150,010.81

最近三年，公司营业外支出分别为 150,010.81 元、209,259.14 元、892.50 元，占营业收入的比例分别为 0.05%、0.04%、0.0001%，主要是 2008 年四川地震捐赠支出、2009 年处置老厂陈旧机器设备损失。



11、所得税费用

项目	2010年度	2009年度	2008年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	58,786,560.63	28,316,933.71	8,269,264.93
递延所得税调整	-3,808,519.12	12,382.73	-120,014.54
合计	54,978,041.51	28,329,316.44	8,149,250.39

最近三年，公司所得税费用分别为 8,149,250.39 元、28,329,316.44 元、54,978,041.51 元，占营业收入的比例分别为 2.86%、5.40%、5.10%，显示随公司盈利水平的提高，应缴纳的所得税相应增长。

12、净利润

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
净利润	164,919,045.62	84,629,546.73	24,027,760.90

最近三年，公司净利润高速增长，分别为 24,027,760.90 元、84,629,546.73 元、164,919,045.62 元，销售净利率（净利润占营业收入的比例）总体上看也上升较快，分别为 8.44%、16.12%、15.31%。

公司净利润、销售净利率高速增长的主要原因为：（1）2008 年、2009 年，2010 年公司营业收入的同比增幅分别为 136.31%、84.50%、105.20%，营业收入的高速增长是净利润大幅增长的基础；（2）随着公司产品产销量的不断提高，单位固定成本进一步下降，规模效应越来越大。在原材料等变动成本不断上升的情况下，公司营业成本占营业收入的比例逐年降低，分别为 81.94%、71.11%、69.29%；（3）管理费用和销售费用占营业收入的比重受到较好控制。2008 年、2009 年，上述两项费用合计占营业收入的比例分别为 6.62%、7.01%，2010 年，公司为实现从区域性强势品牌向全国性品牌的过渡，大幅增加了广告宣传投入，开始在中央电视台进行广告投放，上述两项费用占营业收入的比例上升至 10.49%，受到较好控制。但因 2010 年公司广告宣传费用较大，为 80,165,002.26 元，同比增长 331.12%，导致公司销售净利率略有下降。

（四）最近三年主要原材料价格和主要产品销售价格的变动情况

1、主要原材料及包装物的价格变动情况

公司主要产品的原材料为核桃仁和糖，主要包装物为铁制易拉罐。最近三年，



公司主要原材料价格的变化情况如下：

类别	数量 单位	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
		均价（元）	增幅	均价（元）	增幅	均价（元）	增幅
易拉罐	个	0.5873	-1.11%	0.5939	-8.63%	0.6500	14.04%
核桃仁	吨	42,705.10	35.29%	31,564.44	5.94%	29,795.02	-0.10%
糖	吨	5,166.46	46.88%	3,517.52	16.83%	3,010.76	-12.33%

（1）易拉罐

报告期，公司主要包装材料易拉罐的价格总体上保持稳中有降态势。易拉罐价格的主要影响因素是其供求关系，以及主要原材料马口铁的价格变动。主要供应商在协议价格的基础上，根据宝钢每季度公布的马口铁的价格变化对协议价格进行调整。

2008 年，因上半年国内饮料等消费品行业持续快速增长，对易拉罐的市场需求持续上升，易拉罐的价格持续走高，下半年虽然由于金融危机的影响，价格走低，但 2008 年仍保持相对较高的均价；2009 年，由于金融危机导致钢铁等大宗基础原材料价格下降，易拉罐价格有所下降；2010 年，由于全球经济均处于缓慢复苏阶段，钢铁等大宗基础原材料价格变动不大，使得易拉罐的价格也相应稳定于较低水平上。

（2）核桃仁

报告期，核桃仁的价格总体上呈加快上升态势。核桃仁价格的主要影响因素是核桃仁市场的供求关系。2008 年，我国核桃丰收，但国际金融危机导致国内经济下滑，核桃仁的市场价格微降；2009 年核桃产量相比 2008 年增幅放缓，同时国内核桃消费较以前快速增长，导致 2009 年下半年核桃仁的市场价格较高；2010 年，国内核桃消费需求持续增加，核桃仁价格上涨较快。

（3）糖

报告期，白糖价格先跌后涨，升幅较大，主要为白糖需求上升较快及恶劣天气对白糖产量影响较大所致。2008 年受经济危机的影响，白糖价格处于相对低位，此后随着经济的复苏，饮料制造业等主要用糖行业产销良好，对白糖的需求逐步增加，同时国内云南、广西、河北等白糖主要产区因遭遇恶劣天气而出现大幅减产，供需矛盾突出，致使白糖价格不断上升。



2、主要产品销售价格的变动情况

产品类别	2010 年度			2009 年度			2008 年度		
	销售均价		增幅	销售均价		增幅	销售均价		增幅
	元/吨	元/听		元/吨	元/听		元/吨	元/听	
核桃饮料	6,706	1.61	8.94%	6,155	1.50	13.25%	5,435	1.32	16.93%
核桃露	6,984	1.66	5.23%	6,637	1.58	8.66%	6,108	1.45	12.30%
复合核桃饮料	5,333	1.35	7.28%	4,971	1.27	10.44%	4,501	1.13	13.32%
核桃食品	5,322	1.83	3.44%	5,145	1.74	8.66%	4,735	1.52	35.60%
合计	6,687	1.62	9.27%	6,120	1.50	13.30%	5,401	1.33	16.23%

注：表中增幅为按吨计算的均价的增幅。

最近三年，公司产品销售均价均持续上涨。价格上涨的原因在于，一方面，核桃饮料的市场需求一直在保持高速增长，构成了产品价格上涨的基本推动力；另一方面，主要原材料的上涨也推动了公司产品销售价格的上涨。

2008 年，公司核桃八宝粥价格上涨幅度较大的原因在于，公司 2008 年推出的以“爱粥客”为品牌的核桃八宝粥提升了八宝粥的产品档次，相应提高了售价。

3、主要原材料及包装物价格、产品销售价格变动对利润影响的敏感性分析

2010 年度，公司主要业务核桃饮料毛利对原材料采购价格、产品销售价格变动的敏感性分析如下：

序号	变化因素	价格变化幅度	毛利变化幅度
1	核桃饮料销售单价	10%	32.21%
		5%	16.11%
		-5%	-16.11%
		-10%	-32.21%
2	易拉罐单价	10%	-11.85%
		5%	-5.92%
		-5%	5.92%
		-10%	11.85%
3	核桃仁单价	10%	-5.97%
		5%	-2.98%
		-5%	2.98%
		-10%	5.97%

注：上述敏感性测试时均假设其他因素不变，各单价变动互不干扰；单价均为均价。

从以上结果可以看出，公司核桃饮料毛利对核桃饮料的销售单价敏感度较大，易拉罐采购价格次之，敏感度最小的是核桃仁采购单价。

（五）最近三年综合、分行业毛利率的情况

产品	2010 年	2009 年	2008 年



			毛利率	同比变动值 (百分点)	毛利率	同比变动值 (百分点)	毛利率	同比变动值 (百分点)
核 桃 饮 料	核 桃 露	养元六个核桃香浓 香纯 精品型	29.56%	0.86	28.70%	10.48	18.22%	2.66
		养元六个核桃木糖醇型	29.56%	0.86	28.70%	10.51	18.19%	2.63
		养元六个核桃加强型	45.29%					
		养元智尊智圣	35.95%	2.16	33.79%	0.70	33.09%	15.66-
		小计	29.94%	1.09	28.85%	10.10	18.75%	3.08
	复 合 核 桃 饮 料	养元核桃杏仁露	35.99%	1.37	34.62%	24.02	10.60%	4.01
		养元核桃花生露	36.86%	9.50	27.36%	6.07	21.29%	0.31
		小计	36.29%	5.52	30.77%	14.48	16.29%	0.33
	合计		30.79%	1.49	29.30%	11.40	17.90%	2.10
核 桃 食 品	核桃八宝粥	22.52%	9.84	12.68%	-2.01	14.69%	33.98	
其他	果醋等	45.32	5.12	40.20%	-7.28	47.48%	26.02	
总计			30.71%	1.82	28.89%	10.83	18.06%	2.15

1、公司综合、分行业毛利率的情况

(1) 综合毛利率

最近三年，公司的综合毛利率呈现快速上升并渐趋稳定的态势，分别为18.06%、28.89%、30.71%，同比分别增长2.15、10.83、1.82个百分点。由于核桃饮料的收入、成本在公司营业收入、成本中的比重最大，因此综合毛利率的态势主要是由于核桃饮料毛利率的变动趋势决定的。

(2) 核桃饮料毛利率

最近三年，核桃饮料的毛利率呈现快速上升并渐趋稳定的态势，分别为17.90%、29.30%、30.79%，同比分别增长2.10、11.40、1.49个百分点。核桃饮料毛利率变动的原因分析如下：

1) 2008 年变动

核桃饮料	主要原材料、包装物价格			产品销售价格		毛利率	
	均价（元）		同比增幅	销售单价（元/吨）	同比增幅	毛利率	同比变动值（百分点）
核桃露	核桃仁(吨)	29,795	-0.10%	6,108	12.30%	18.75%	3.08
	糖(吨)	3,011	-12.33%				
	易拉罐(个)	0.6500	14.04%				
	综合		8.17%				
复合核桃饮料	杏仁(吨)	18,253	11.45%	4,501	13.32%	16.29%	0.33
	花生仁(吨)	9,400	32.20%				
	糖(吨)	3,011	-12.33%				
	易拉罐(个)	0.6500	14.04%				



	综合	8.89%				

注：上表中在计算原材料价格综合变动幅度时以当年特定原材料成本占主营业务成本的比例作为权重。

2008 年度，公司核桃饮料的毛利率为 17.90%，较 2007 年度提高了 2.10 个百分点，其中核桃露、复合核桃饮料的毛利率分别为 18.75%、16.29%，分别较 2007 年度提高 3.08、0.33 个百分点。可见，核桃饮料毛利率的上升主要是由于核桃露毛利率的上升导致的。

核桃露毛利率上升的原因主要是：在产品主要成本综合增幅为 8.17% 的情况下，销售价格相应有所上调，较 2007 年度上升 12.30%。具体情况如下：

1) 在主要包装物易拉罐价格上涨 14.04% 的情况下，主要原材料核桃仁的价格不升略降，因此导致产品主要成本综合增幅为 8.17%。2008 年度，核桃仁不升略降的原因为市场供求关系未发生显著变化，故价格保持平稳。

2) 在产品成本上升的情况下，产品销售价格相应有所上涨，较 2007 年度上升 12.30%。2008 年，公司销售收入大幅上升，因此，在制定产品价格体系时，适度提高出厂价，也不会对经销商的总体盈利产生大的影响。

2) 2009 年变动

核桃饮料	主要原材料、包装物价格			产品销售价格		毛利率	
	均价（元）		同比增幅	销售单价（元/吨）	同比增幅	毛利率	同比变动值（百分点）
核桃露	核桃仁(吨)	31,564	5.94%	6,637	8.66%	28.85%	10.10
	糖(吨)	3,518	16.83%				
	易拉罐(个)	0.5939	-8.63%				
	综合		-2.79%				
复合核桃饮料	杏仁(吨)	18,163	-0.49%	4,971	10.44%	30.77%	14.48
	花生仁(吨)	7,203	-23.37%				
	糖(吨)	3,518	16.83%				
	易拉罐(个)	0.5939	-8.63%				
	综合		-4.27%				

注：上表中在计算原材料价格综合变动幅度时以当年特定原材料成本占主营业务成本的比例作为权重。

2009 年度，公司核桃饮料的毛利率大幅上升至 29.30%，较 2008 年度提高了 11.40 个百分点，其中核桃露、复合核桃饮料的毛利率分别为 28.85%、30.77%，分别较 2008 年度提高 10.10、14.48 个百分点。



核桃饮料毛利率大幅上升的原因主要是：一是在产品主要变动成本有所下降的情况下，销售价格仍有所上调，具体情况如下：

1) 产品主要成本综合变动幅度有所下降，其中核桃露、复合核桃饮料主要成本的综合变动幅度分别为-2.79%、-4.27%。核桃露主要成本综合降幅较小的原因是主要原材料核桃仁的价格上升 5.94%，同时糖的价格上涨 16.83%，抵消了部分易拉罐价格下降对成本的影响，核桃仁价格有所上升的原因是随着公司产销量的逐步提高，以及进入核桃饮料行业的厂商增加，核桃仁的市场需求有所增加。

2) 在产品主要成本综合变动幅度有所下降的情况下，核桃露、复合核桃饮料的售价增幅分别为 8.66%、10.44%。公司在产品成本下降的情况下上调销售价格的原因如下：

首先，公司品牌影响力逐步提高。随着销量的增加，公司在销售区域的品牌影响力逐渐提高，产品逐渐为消费者所认可，产品形象得到提升，产品溢价提高。

其次，准确的市场定位形成产品的差异化，市场需求大增。公司产品定位于核桃饮料，既充分利用了华北地区是植物蛋白饮料传统消费区域的优势，同时又与杏仁露等其他产品形成了有效区隔，同时公司提出了健脑的产品品类诉求，准确地抓住了市场需求，差异化的产品定位增强了公司的议价能力。随着植物蛋白饮料天然、营养、健康的特点逐渐为消费者所接受，市场需求迅速增加，公司的产品供不应求，公司根据市场情况逐步提高产品出厂价格。

第三、产品包装的不断改进。公司聘请专业设计公司产品的包装进行更新设计，随品牌形象的提升更换包装，以吸引消费者。公司的产品包装经历了明显代言、形象改进等变化，以适应消费潮流。

第四、随着品牌效应也进一步增强，市场需求大增，经销商经销公司产品的积极性很高，公司对销售渠道的控制力的增强，对经销商的议价能力也有了进一步的提升，公司在产销量大幅增长的情况下，制定产品价格体系时，适度提高出厂价，仍能保持经销商的总体盈利水平获得较大提高。报告期内，随着公司销售市场的拓展和销量的增加，公司的经销商总数快速增加，截至 2010 年末，公司已有经销商总数 900 家，是 2008 年经销商总数的 2.57 倍，在目前的销售区域形成了既有广度又有深度的销售网络覆盖。在公司完成市场布局 and 强化对经销商的



掌控后，随着公司产品需求的增加，公司适当提高了产品出厂价格，与经销商实现共赢。

3) 2010 年变动

核桃 饮料	主要原材料、包装物价格			产品销售价格		毛利率	
	均价（元）		同比 增幅	销售单价 （元/吨）	同比 增幅	毛利率	同比变动值 （百分点）
核桃露	核桃仁(吨)	42,705	35.30%	6,984	5.23%	29.94%	1.09
	糖(吨)	5,166	46.88%				
	易拉罐(个)	0.5873	-1.11%				
	综合		12.05%				
复合核 桃饮料	杏仁(吨)	30,978	70.55%	5,333	7.28%	36.29%	5.52
	花生仁(吨)	8,921	23.85%				
	糖(吨)	5,166	46.88%				
	易拉罐(个)	0.5873	-1.11%				
	综合		3.35%				

注：上表中在计算原材料价格综合变动幅度时以当期特定原材料成本占相应主营业务成本的比例作为权重。

2010 年，公司核桃饮料的毛利率为 30.79%，同比较 2009 年提高了 1.49 个百分点，基本保持稳定，其中核桃露、复合核桃饮料的毛利率分别为 29.94%、36.29%，同比分别增长 1.09、5.52 个百分点。

核桃饮料毛利率略有上升、保持高位平稳的原因主要是：虽然两类产品的原料核桃仁、杏仁、花生仁及糖的价格明显上升，但占成本权重较高的主要包装物易拉罐的成本却有所下降，抵消了部分原料上升对产品成本的影响，同时公司产品价格也随着主要原材料成本的上升有所上调。

(3) 核桃食品毛利率

最近三年，公司核桃食品毛利率分别为 14.69%、12.68%、22.52%，总体上保持向好、上升的态势，同比分别增长 33.98、-2.01、9.84 个百分点。

报告期，公司核桃食品的具体品种主要为核桃八宝粥，该产品是公司 2008 年推出的品种，目前产销较低，2010 年该产品销售收入为 11,436,068.64 元，占公司营业收入的比例为 1.06%。

2、毛利率同行业比较

毛利率	2010 年度	2009 年度	2008 年度



毛利率	2010 年度	2009 年度	2008 年度
承德露露	34.22%	34.27%	28.98%
公司	30.71%	28.89%	18.06%

最近三年，公司的综合毛利率分别为 18.06%、28.89%、30.71%，分别比承德露露低 10.92、5.38、3.51 个百分点。公司综合毛利率与承德露露相比相对较低的主要原因有以下几个方面：

（1）成本因素

与公司相比，承德露露既有固定成本优势，又有变动成本优势。首先，承德露露的生产规模大于公司，承德露露以杏仁露为主的植物蛋白饮料 2009 年产能超过 30 万吨/年，2009 年销量约 20 万吨；公司的核桃饮料 2009 年产能 10 万吨/年，2009 年产量约 8.55 万吨；2010 年公司核桃饮料产量上升至 157,024 吨，销量上升至 158,940 吨，缩小了与承德露露规模上的差距；其次，承德露露主要原料杏仁的价格较公司主要原料核桃的价格便宜，且由于其生产规模较大，在原材料采购方面也具有相对优势。

（2）销售价格因素

A、承德露露杏仁露的市场占有率相对较高，超过 90%，具有市场垄断地位，具有相对较强的产品定价能力，有定价优势。

B、承德露露的品牌知名度高于公司，可以享受到较高的溢价：公司的销售区域主要集中于河北、河南、山东，广告投放也较为集中，品牌影响力受限；承德露露长期在中央电视台进行广告投放，品牌知名度较高，可以享受到一定的溢价。

C、公司经历了较长时期的市场培育和市场开发阶段，为开拓市场，调动经销商经销公司产品的积极性，公司出厂价格定得较低，以确保经销商毛利水平高于同行业平均水平。此外，经销商承担了如产品运输费用等部分销售过程中的费用，增加了经销商的成本，公司制订价格亦考虑这一因素。

随着公司的产品需求不断增加，市场影响力和品牌知名度逐渐提高，经销商的盈利也随之增加，公司逐步提高了产品出厂价格，同时生产规模的提高降低了单位成本，致使公司的毛利率在报告期内快速提高。



（六）最近三年非经常性损益、合并财务报表范围以外的投资收益以及少数股东损益对公司经营成果的影响

公司最近三年非经常性损益明细情况详见本招股书“第十节 财务会计信息”之“五、发行人最近三年的非经常性损益明细表”部分。

最近三年，公司非经常性损益净影响额分别为 35,182.65 元、499,851.88 元、5,945,112.64 元，占当期净利润的比例分别为 0.15%、0.59%、3.60%，对公司经营业绩的影响较小。2010 年公司非经常性损益净额增加较多主要原因为公司因快速发展获得了政府奖励，政府补助增加，该事项详见本招股书本节“二、发行人盈利能力分析”之“（三）最近三年经营成果的变化情况及其原因”之“9、营业外收入”部分。

三、发行人资本性支出分析

（一）最近三年重大资本性支出的情况及其影响

最近三年，公司重大资本性支出的情况及其影响如下：

1、本次公开发行股票募集资金运用项目

本次公开发行股票募集资金约为 51,300 万元，拟投资于以下两个项目：

序号	募集资金投资项目	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设	28,000.00	28,000.00
2	营销网络建设及市场开发项目	23,300.00	23,300.00
合计	-	51,300.00	51,300.00

两个项目的具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”，其中涉及重大资本性支出的年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的投入情况为：截至 2010 年 12 月 31 日，公司已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力 6 万吨，正在建设第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线；已累计投入资金 9076.28 万元，项目完工进度为 32%。

2、2008 年新厂区建设

为应对日益增加的产品需求，增加产能，公司自 2007 年度开始投资兴建新厂区（现公司住所），主要投入情况如下：



项目	总投入	进度	资金来源
新厂区植物蛋白饮料生产线	26,173,454.30	2008年12月31日达到预定可使用状态	自筹
新厂区宿舍楼	1,695,395.14	2008年1月31日达到预定可使用状态	自筹
新厂区食堂	387,103.23		自筹

新厂区的建设大幅增加了公司的产能，满足了公司规模日益扩大的经营需要。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

公司未来可预见的重大资本性支出为正在建设的年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的后续投入和营销网络建设及市场开发项目的资本性支出。两个项目将增加公司核桃饮料的产能，同时增加营销网络覆盖范围并提高营销能力，符合公司的战略方向，是公司实现战略目标的重要举措，能够有力地促进公司主营业务的长足发展和经营业绩的显著提高。

四、发行人重大会计政策或会计估计差异或变更的影响

公司所属行业为软饮料制造业中的植物蛋白饮料制造，与同行业可比上市公司相比，公司的重大会计政策或会计估计不存在较大差异。公司也无按规定将要进行变更的重大会计政策或会计估计。

五、发行人目前存在的重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项的影响

截至招股书签署日，公司不存在重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

六、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析

最近三年，公司抓住核桃饮料行业市场规模不断扩大的机遇，发挥自身优势，积极进取，取得了良好的经营业绩。公司财务状况良好，经营业绩突出，现金流量正常。在可预见的将来，公司仍将保持良好的财务状况和较强的盈利能力。

（一）行业发展和机遇

植物蛋白饮料具有“天然、绿色、营养、健康”的特点，正逐渐为消费者普遍认可，市场容量迅速增长。根据《全国食品工业“十一五”发展纲要》，饮料



制造业是我国食品工业中发展最快的行业之一。“十五”期间，我国饮料制造业产值年均增长 18.3%。“十一五”期间应“继续提高饮料生产总量，进一步调整产品结构，重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品”。因此，行业面临着良好的发展机遇。

（二）发行人新增项目情况

公司近期计划进行的重大新项目主要为本次募集资金拟投资的二个项目，即年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目、营销网络建设和市场开发项目。本次发行所募集资金到位后，公司净资产规模将有大幅增长，短期内净资产收益率有所下降，但随着募集资金项目投产，产能将有大幅提高，有效缓解公司产品供不应求的状况，为公司市场拓展提供有力支持，从而推动公司盈利能力的稳步提高，大幅增加公司营业收入和利润。

（三）资金实力和融资渠道

目前公司业务发展所需资金基本上通过自有资金解决，随着业务的快速拓展，发行人投入的资金必然要增加，资金实力和融资渠道是直接影响公司进一步发展的主要因素。若仅依靠公司自身的积累解决资金问题，可能会影响公司发展速度，甚至丧失良好的发展机遇，可能使公司处于不利的竞争地位。因此，公司将在继续维护良好的信誉、保持通畅的融资渠道的基础上，积极推动公开发行上市等股权融资渠道，使公司融资平台得到进一步提升。



第十二节 业务发展目标

一、发行人本次发行当年及未来两年的业务发展规划

（一）经营理念

公司的经营宗旨是“以卓越的产品和服务，引领自然、健康的生活方式”。

（二）业务发展战略

公司将进一步做大做强核桃露行业，将业务区域由目前集中于河北、河南、山东扩展到全国主要省市地区；持续不断地扩大核桃类产品线，满足消费者对优质核桃制品的需求，使公司成为核桃饮品的代表，进一步巩固公司的行业领先地位。

根据公司的规划，公司未来3年将继续保持经营业绩的同比稳定增长。公司将坚持“先易后难、先近后远、农村包围城市”、“先做区域强势品牌，再做全国性品牌”的稳健性扩张策略，将业务区域从华北市场逐步向华东市场、全国市场进行扩张。

（三）产品开发计划

公司秉承“单产品突破，多产品围攻，掌控核桃制品领先性研发”的原则，制定产品开发计划，根据这一原则，公司将在：

1、2010 年，继续完善针对不同的消费者的核桃露产品群的研发，丰富主导产品“六个核桃”的产品线，尝试推广利乐装、PET 装、屋顶盒装六个核桃；

2、2011 年至 2013 年，进一步开发核桃食品群，向核桃食用油、核桃休闲食品、核桃粉等进行产品延伸。

在具体产品细分上，公司计划：

1、在核桃饮品群中，形成超高端特浓纯核桃乳、高端纯核桃乳、中档复合核桃露的基本系列，后续不断补充核桃饮料的新品类；

2、在核桃食品群中，形成超高端核桃油品、高端核桃粉、高端养生粥、中档核桃小食品、中档生核桃的基本系列。



在核桃产品开发上，公司将运用各种各样、各种规格的新式包装式样，以吸引消费者。

（四）市场开拓计划

2010 年-2012 年，公司在市场开拓方面将坚持“立足河北，拓展华北及安徽”策略，将销售区域拓展覆盖华北地区。在对现有主要销售区域河北、河南、山东进行深度挖掘、加大营销力度的同时，公司将积极培育津、晋、辽、皖市场。对于上述新开拓市场，公司将依托有竞争力的少数产品进行前期突破，集中资源，有针对性地进行局部招商，选择有实力的经销商，争取尽快打开局面。

2013 年及以后，公司在市场开拓方面将坚持“立足华北，拓展华东、覆盖全国”策略，将销售区域拓展到江苏、浙江、湖北、湖南等省份，利用公司已经形成的规模优势和品牌效应，采取有针对性的营销模式完成对华东市场的开拓，并进一步加大品牌覆盖力度，完成强势区域性品牌向全国品牌的过渡，确立公司在全国范围内的行业领先地位，实现公司品牌价值的有效提升。

（五）人力资源发展计划

根据公司未来几年发展规划，为提高企业的市场竞争力，实现跨越式的发展，公司将视人才为企业的根本，通过各种有效的方式吸引人才，逐步调整人才结构，形成一支专业、创新型人才队伍。公司加强人才培养与扩充所采取的措施有：

（1）按需引进人才，优化人才结构，重点吸纳核桃食品生产、销售、研发以及管理方面的人才；聘请具有实践经验与能力的管理人才、资本运作人才，大力引进学科带头人和专家型高级人才，使公司形成一支能够适应市场竞争和公司发展需求的人才队伍。

（2）完善绩效考核机制：加强业绩指标的考核工作，将关键业绩指标的考核结果真正落实到个人薪酬及岗位升降上，做到有奖有罚，奖惩有据，区别对待。

（3）加强员工培训：在设置公共培训课程的同时，也要对不同岗位、不同级别和不同学历的员工实施不同层次的培训计划，并鼓励员工自学相关的业务知识，建立学习型的组织，实现公司发展带动员工进步，员工进步促进公司进一步发展的良性循环。



(4) 加强人才储备工作：各级管理岗位均要有后备梯队储备，建立公司人力资源数据库，为公司的重大人事变动提供客观、系统的人事意见，坚持内部提拔和外部招聘相结合的原则，以激励骨干员工。

通过以上措施，提高公司的人才素质和人才储备，同时调整人才结构，提高技术、管理人才的比例，为公司的发展奠定人才基础。公司将积极探索和不断完善对各类人才有持久吸引力的绩效评价体系和相应的激励机制，实现人力资源的可持续发展，从而建立一支高素质的人才队伍，实现公司竞争实力的不断增强。

(六) 筹资计划

公司目前正处于快速发展阶段，要实施上述发展战略，需要大量资金。在融资安排上，公司计划通过本次发行进入资本市场，根据本招股书所列募集资金项目合理安排资金使用。本次拟募集的资金将会满足公司现阶段计划投资项目的资金需求。

此外，公司不排除今后通过发行新股、债券等方式来筹集资金，在发挥财务杠杆和保持稳健财务结构方面寻求有利于公司价值最大化的融资方式，以满足公司快速发展的需要。

(七) 收购兼并计划

公司暂无具体的收购兼并计划，但随着规模的扩大，实力的增强，公司将充分依托资本市场的平台优势，通过兼并、收购等方式达到迅速扩大公司规模的目标。公司将根据保障原料供应、一定条件下进行产品发展战略进行整合，形成完整的产业链条，实现公司的低成本快速扩张和跨越式发展。

(八) 组织结构改革和调整计划

为确保公司的高效、规范运作，维护全体股东的利益，公司将规模扩大和业务发展的需要，不断完善治理结构，按照上市公司的规范要求完善股东大会、董事会、监事会的运作和公司经理等高级管理人员的工作制度，切实发挥独立董事的作用，适时调整和优化公司组织机构和职能设置，建立完善的激励和约束机制，完善各项管理规章制度。

随着公司业务发展的需要，公司可能相应增加参、控股子公司及分支机构，



前瞻性地、有计划地逐步调整公司组织结构，提高各组织间的运行效率，进一步促进公司的快速成长。

二、拟定上述计划所依据的假设条件

- （一）公司此次股票发行能够顺利完成，募集资金尽快到位；
- （二）公司能够保持现有高级管理人员、核心技术人员稳定性或连续性；
- （三）公司运营所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展的状态，没有对公司生产经营产生重大影响的不可抗力事件发生；
- （四）公司经营的各项业务所遵循的现行法律、法规及国家有关行业政策无重大变化；
- （五）公司所处的行业领域和所服务的行业领域处于正常的发展状态下，没有出现重大的市场突变情况；
- （六）募集资金投资项目能按计划组织实施并如期完工。

三、实施上述计划将面临的主要困难

- （一）众多国内知名饮料厂商已经进入或者计划进入国内植物蛋白饮料市场，公司虽然在品牌、网络、产品等方面具有一定的先发优势，但在资本实力和品牌影响力等方面还需要进一步的提高，未来的市场竞争将日趋激烈；
- （二）公司未来三年将处于快速成长阶段，迫切需要各类高级人才，尤其是市场营销方面的人才。公司在今后的发展中将面临如何进行人才的培养、引进和合理应用的挑战。
- （三）实施公司上述发展战略和各项具体发展计划，需要雄厚的资金支持，资金因素成为主要的约束条件。本次发行的成功将为公司产能的扩张和市场开拓提供必要的资金支持，促进公司持续快速发展。
- （四）本次募集资金到位后，公司的资产规模将有较大的增长，相应地人员及组织结构可能也会相应的进行调整，将给公司的资源配置及运营管理等方面带来新的挑战。



四、上述业务发展规划与现有业务的关系

经过近几年的快速成长及良好的市场培育和积累，公司目前已经成为植物蛋白饮料行业的龙头企业，核桃露市场占有率超过 30%，已在品牌、产品、销售网络、人员等方面奠定了较好的发展基础。公司的业务发展规划正是以此作出，是对公司现有业务的全面拓展和提升，与公司的总体发展目标和发展战略相适应。

假设发展规划如能顺利实施，公司的竞争优势将得到进一步加强，市场占有率将进一步提升，市场地位将得到进一步巩固。

五、本次募集资金运用对实现上述发展目标的作用

本次股票发行对于公司实现上述发展目标具有决定性作用，本次募集资金可在较大程度上解决目前公司发展所遇到的资金缺口，提高公司的资本实力和竞争能力，主要体现在：

1、公司的目标是尽快做大做强，树立并巩固在核桃露行业的领先地位，提高市场占有率。公司目前生产能力不足，受资金限制，无法进行全国范围的市场开拓和品牌推广，已成为制约公司实现跨越式发展的重要障碍，要解决上述问题必须依靠强大的资金支持。因此本次发行募集资金对企业的发展和经营目标的实现具有十分重要的意义。

2、本次股票的公开发行将使得公司具备资本市场这一发展平台，将进一步拓展公司的发展空间，提高公司的社会知名度和品牌的市场影响力，增强公司对优秀人才的吸引力。同时，公司股票的公开发行上市将对公司的治理提出更为严格的要求，将进一步完善公司的法人治理结构，规范公司的运作，提高公司的经营效率，为实现上述发展目标创造更为有利的条件。



第十三节 募集资金运用

根据公司的发展战略，本次募集资金将全部运用于从全方位、全流程提升公司主营业务的竞争力，具体投资于“年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目”，以及“营销网络建设和市场开发项目”。项目建成投产、实施后，公司的产品研发能力将进一步提高，核桃饮料生产能力将由项目建设前的 10 万吨增长至 30 万吨，产品结构中将增加 PE 瓶包装的核桃饮料，适合目标消费者日常饮用，使产品品种与产品定位更加切合，生产设备与工艺技术的先进性将进一步提高，产品质检水平将会获得更大提升，公司的根据地市场河北、河南、山东三省将得到深度挖潜，周边天津、辽宁、山西、安徽四省市的市场份额将强势扩大，最终将显著提高公司的市场占有率和行业地位，提升公司核心价值。

一、预计募集资金数额和募集资金投资项目

（一）预计募集资金数额和项目

2010 年 2 月 8 日，公司召开 2010 年第一次临时股东大会，会议逐项审议通过了《关于公司首次公开发行股票具体方案的议案》等议案。本次公开发行股票募集资金拟投资于以下两个项目：

序号	募集资金投资项目	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目	28,000.00	28,000.00
2	营销网络建设和市场开发项目	23,300.00	23,300.00
合计	-	51,300.00	51,300.00

如果实际募集资金额小于上述项目拟投入募集资金额，缺口部分由公司通过银行贷款等自筹资金予以解决；如果实际募集资金额大于上述项目拟投入募集资金额，超过部分公司将用于补充流动资金。

（二）预计募集资金投入的时间进度

本次募集资金运用项目的投资进度如下表：

金额单位：万元				
募集资金项目	截至 2010 年末 已累计投入	2011 年	2012 年	合计



年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目	9,076.29	18,923.71	0.00	28,000.00
营销网络建设和市场开发项目	4,672.34	11,767.66	6,860.00	23,300.00
合计	13,748.63	30,691.37	6,860.00	51,300.00

公司已利用自筹资金对上述两个募集资金投资项目进行了先期投入，具体投入情况为：

1、年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目：截至 2010 年 12 月 31 日，公司已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力 6 万吨，正在建设第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线；已累计投入资金 9076.29 万元，项目完工进度为 32%。

2、营销网络建设和市场开发项目：截至 2010 年 12 月 31 日，公司已在办事处建设、商超渠道扶持和广告宣传等方面累计投入资金 4,672.34 万元，项目完工进度为 20%。

（三）募集资金投资项目履行的备案情况

公司年产 20 万吨植物蛋白饮料生产及研发中心建设项目已履行固定资产投资项目备案程序，并于 2009 年 12 月 1 日取得衡水市经济开发区经济发展局颁发的《河北省固定资产投资项目备案证》（衡开经字〔2009〕85 号）。

二、募集资金投资项目的具体情况

（一）年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目

1、项目的产能、产品方案

本项目的建设分为两个部分：第一部分是建设年产 20 万吨植物蛋白饮料的生产能力及配套设施，具体包括一条年产 8 万吨无菌冷灌装 PE 瓶植物蛋白饮料的生产线、四条年产共计 12 万吨易拉罐植物蛋白饮料生产线及其配套设施；第二部分建设集新产品研发与产品质检为一体的研发中心。

本项目具体的产品方案如下表：

序号	产品品种	产能（吨/年）	比例（%）
1	核桃露/无菌冷灌装 PE 瓶	80,000.00	40.00



2	核桃露/易拉罐	80,000.00	40.00
3	核桃花生露/易拉罐	20,000.00	10.00
4	核桃杏仁露/易拉罐	20,000.00	10.00
合计	-	200,000.00	100.00

项目建成投产后，公司的产品研发能力将进一步提高，核桃饮料生产能力将由项目建设前的 10 万吨增长至 30 万吨，产品结构中将增加 PE 瓶包装的核桃饮料，适合目标消费者日常饮用，使产品品种与产品定位更加切合，生产设备与工艺技术的先进性将进一步提高，产品质检水平将会获得更大提升。

2、项目的市场前景

(1) “十二五”期间，植物蛋白饮料的市场需求将保持“十一五”期间迅猛发展的势头，为本行业创造了巨大的发展空间。

“十一五”期间，中国饮料工业从容应对复杂的经济形势，克服国际金融危机冲击，抓住机遇，趋利避害，饮料总产量和经济效益逆势上扬，产业结构不断优化，产品质量不断提高，企业规模不断扩大，一批本土品牌也日益强大，饮料工业成为食品工业中发展最快的行业之一，有力拉动了农副产品深加工、包装技术、检测技术、食品添加剂等全产业链的技术进步。

根据中国饮料工业协会《中国饮料行业“十二五”发展规划建议》(2010 年 12 月发布)，2009 年，全国饮料总产量 8130 万吨，是 2005 年 3380 万吨的 2.4 倍，年均增长 24.4%；全国饮料销售收入 2676.1 亿元，是 2005 年 1139.5 亿元的 2.35 倍，年均增长 24%；全国饮料利税总额 341.5 亿元，是 2005 年 128.7 亿元的 2.65 倍，年均增长 27.5%；从饮料的消费结构看，“十一五”期间，随着人民生活水平的日益提高，消费者的健康意识逐渐加强，中国饮料品种结构也逐渐发生变化，饮料品类结构渐趋合理、平衡：高热量饮料的市场占比逐年下滑，而低糖饮料、无糖饮料、茶饮料、含乳饮料等则表现良好；碳酸饮料市场占有率呈现下降趋势，果蔬汁饮料及包装饮用水平稳发展；含乳饮料和植物蛋白饮料发展势头很猛，2009 年的市场份额超过了 10%；其他如谷物饮料、植物饮料、特殊用途饮料、咖啡饮料等也获得发展；此外，还有大量新型产品面市，其中包括碳酸茶、果粒饮料、复合果蔬汁、矿物质水、营养强化饮料、含果汁果肉的乳酸菌饮料、复合蛋白饮料、奶茶饮料等，以及各种谷物饮料、本草饮料（如凉茶）；从企业规模



和品牌影响看，企业的规模不断扩大，一批本土品牌逐渐成为或全国、或区域、或品种的主力品牌。

“十一五”之前，植物蛋白饮料在我国的发展较慢，在饮料市场中所占比重较小。“十一五”期间植物蛋白饮料才开始显示出迅猛发展的势头。根据中国饮料工业协会的统计，2009年全国饮料工业159家生产企业共生产植物蛋白饮料约111万吨，占饮料总产量的比例已上升为11.86%。

植物蛋白饮料市场显示快速发展态势的主要原因是，相对于其他饮料，植物蛋白饮料具有明显的优点：一是植物蛋白能够提供比动物蛋白更完善的营养结构，不仅解渴，还可以快速补充营养；二是植物蛋白饮料不会对消费者产生乳糖不耐受症，更适合中国人的饮食结构与习惯；三是植物蛋白饮料原料来源充足、易得，而且安全可靠。

核桃饮料行业是植物蛋白饮料的细分行业，行业起步较晚，经以公司为代表的众多核桃饮料企业多年的引导和培育，行业已步入快速成长阶段。作为行业龙头企业，公司连续三年营业收入同比增速平均超过100%。

从植物蛋白饮料的市场需求趋势看，由于植物蛋白饮料天生具备的“天然、绿色、营养、健康”的品类特征，符合饮料市场发展潮流和趋势，越来越受消费者喜爱，消费人群将快速增长，需求发展前景广阔，预计“十二五”期间，市场容量年增长率在40%以上，至2015年将超过500亿元。

(2)“十二五”期间，本行业显现的巨大发展空间必须吸引越来越多厂家进入，市场竞争将加剧、升级，但公司长期以来形成的竞争优势将继续确保公司在竞争中处于领先地位。

本行业各细分行业中，生产规模较大、品牌知名度较高的生产厂商的基本情况如下：

企业名称	所在地	成立时间	主要产品、年产能	主要销售区域
河北养元智汇饮品股份有限公司	河北省衡水市	1997年	核桃饮料等，产能16万吨	河北、河南、山东、山西、辽宁、天津等
厦门银鹭食品有限公司	厦门市	1985年	八宝粥罐头、花生牛奶、豆奶等，产能100万吨	全国
河北承德露露股份有限公司	河北省	1997年	杏仁露等，产能超过30万吨	北方地区，尤其是华



公司（深交所，000848）	承德市			北地区
椰树集团有限公司	海南省海口市	1956 年	椰子汁、矿泉水等，产能超过 30 万吨	东南沿海地区
北京汇源饮料食品集团有限公司	北京市	1992 年	果汁及果汁饮料，开始进入植物蛋白饮料行业	全国
山西大寨饮品有限公司	山西省阳泉市	2001 年	核桃饮料，产能超过 5 万吨	北京、天津、河北、河南、山东、山西

注：除公司信息外，其他信息主要来源于上述公司官方网站。此外，承德露露的产能情况来源于其 2010 年年度报告。

本行业具有完全的市场化程度，植物蛋白饮料不断增长的市场前景必须吸引越来越多厂家进入，这就决定了本行业市场竞争加剧、升级的必然性。“十一五”期间的竞争主要表现为价格层面的低水平竞争，今后的竞争将更多体现在企业美誉度、品牌亲和力、食品安全、产品质量、产品特质、渠道渗透、广告投入等方面。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一，在长期的市场竞争中逐步形成了自身的核心竞争优势。目前，公司已发展成为我国核桃饮料生产规模最大的龙头企业，“YANGYUAN 及图”商标已被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。公司的核心竞争优势主要有以下几个方面：

1) 领先的“核桃饮品专家”的企业定位优势

核桃为胡桃科植物胡桃的种仁，与扁桃、榛子、腰果并成为“世界四大干果”。核桃含有较多的蛋白质及人体营养必需的不饱和脂肪酸，这些成分皆为大脑组织细胞代谢的重要物质，能滋养脑细胞，增强脑功能；核桃还有防止动脉硬化，降低胆固醇、镇痛、提升白细胞及保护肝脏等作用；此外，核桃含有的大量维生素 E，经常食用有润肌肤、乌须发、缓解疲劳和压力的作用。一般人群均可食用，尤其适合脑力劳动者和青少年，肾虚、肺虚、神经衰弱、气血不足者可多食。

与其他被广泛应用于植物蛋白饮料生产的杏仁、花生、豆类等相比，核桃具有得天独厚的优势：一是核桃的功效特别是其健脑益智功效已深深根植于广大消费者的心智；二是消费者的心智中所形成的这种共识没有地域限制，我国北方、南方的认识相同，国外也一样；三是在消费者的心智中，健脑益智功效方面可以



与核桃比肩的替代品不多。核桃的以上优势使核桃饮品较之于其他饮品具有更广阔的市场前景。

公司自其前身 1997 年 9 月设立起，一直致力于核桃饮品的研发、生产和销售，是中国最早进入核桃饮料行业的企业之一。目前，核桃饮料作为植物蛋白饮料的一个细分品类，在经历了较长的市场培育期后已进入了迅速发展的时期，也吸引了一些饮料行业和其他相关行业的厂家进入，同时，经过十多年的市场历练、积累，公司已逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、生产能力、营销等方面形成了自身的核心竞争力。这些竞争优势使得公司在快速发展的市场中保持领先地位。

2) 品牌优势

公司与其“养元”、“养元六个核桃”核桃饮料已成为公司销售区域中消费者认知度最高的核桃饮料厂商和品牌之一。随着公司本次募集资金投资项目的陆续建成投产、实施，公司的主营业务竞争力将获得全面、系统、显著地提升，品牌影响力将会进一步扩大，将由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌。

最近三年，公司营业收入保持高速增长态势，分别为 284,594,921.22 元、525,069,999.78 元、1,077,461,798.66 元，同比分别增长 136.31%、84.50%、105.20%，其中，河北、河南、山东三省的销售收入占比分别为 93.18%、93.85%、93.72%，即是公司销售区域内消费者高度认同公司产品的有力证明，也是公司品牌效应发挥作用的结果。

公司于 2006 年 12 月被河北省工商行政管理局评为“河北省著名商标”，2008 年、2009 年、2010 年连续三年被中国食品产业成长之星评选委员会、糖烟酒周刊杂志社评选为“中国食品产业最具成长性企业”并于 2009 年 10 月被其评选为“2009 年度中国食品产业（植物蛋白饮料）标杆品牌”，2008 年 9 月被河北省消费者协会评为“河北省第九届消费者信得过单位”，2010 年 8 月公司被河北省林业局评为“2010-2011 年度河北省林果产业重点龙头企业”，2010 年 10 月 8 日“YANGYUAN 及图”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”，2010 年 10 月公司“核桃乳饮料预处理新工艺研究”项目被河北省食品工业协会授予“河北省食品工业协会科学技术奖 2008—2009 年度特等奖”，2010 年



11 月公司技术中心被河北省发展改革委、省科技厅、省财政厅、省国税局、省地税局、石家庄海关评为“河北省企业技术中心”，2010 年 12 月公司被中国诚信万里行活动委员会授予“(国家级) 诚信示范单位”称号，等等。

3) 产品安全质量控制优势

公司高度重视产品的安全、质量，成立了产品安全领导小组，公司董事长任产品安全领导小组组长，总经理任领导小组副组长，各部门经理及质量主管人员任领导小组成员。产品安全领导小组的主要工作职责是：1、在 HACCP 小组组长的领导下实施 HACCP 体系的开发、建立、保持和评审；2、负责对产品安全危害控制措施组合进行有效性确认；3、负责标识和可追溯性系统的建立、实施及改进；4、负责产品安全质量管理体系改进活动的策划和监督实施，并对实施效果进行验证，通过对验证结果分析来评价其适宜性、充分性和有效性，以促进体系的更新；5、对公司产品安全、质量控制情况进行检查，保证每月进行 2 次以上检查，发现问题及时改进。

公司在总经理下设技术部，技术部分设品控中心，全面负责公司日常的安全质量控制，覆盖从原材料进厂到成品出厂的各环节，具体负责质量控制流程、质量监控、监督检查，并负责日常监测数据的信息采集、传递工作，及时分析汇总。

公司具有完善的食品安全、质量管理体系。该体系吸取了国外先进的管理模式，采用 HACCP 管理体系，对原料采购、生产工艺、人员卫生及操作、厂房环境、设施设备和成品的品质管理及贮存运输等环节进行分析，对可能危害产品安全质量的关键环节进行严格控制，保证产品卫生安全质量，同时，建立从原材料进厂、生产过程、成品检验到销售的完整的记录制度，做到质量控制可追溯、质量责任可追究。

公司在全面、严格执行上述产品安全、质量管理体系的同时，还时刻强化公司全体员工的产品安全意识。

公司及其前身自1997年9月成立以来从未发生过产品安全、质量事故，也未出现过因产品质量、安全引发的重大纠纷。

4) 研发工艺技术优势



公司在技术部下设的研发中心，负责产品的研发工作。该近年来，随着公司的快速发展，对产品研发的投入力度逐步加大，该中心配备了一流的检验设施，建立了标准的综合实验室，拥有专业的科研队伍，并不断培训、引进研发人员。该中心是经河北省认定的“企业技术中心”，获河北省食品工业协会颁发的“河北省食品工业协会科学技术奖特等奖”。

公司核桃饮料生产工艺为公司独创的“5.3.28”生产工艺，由“五个关键环节、三项独有技术、二十八道工序”组成。其中，去皮去涩技术、研磨萃取技术及细胞破壁技术为公司掌握的先进的核桃饮料生产技术，这一技术不但减少了原料损耗，提高了原料的利用率，而且在不影响产品风味、色泽、稳定性的前提下，有效解决了植物蛋白饮料沉淀及脂肪上浮等不稳定现象，大大提高了产品的稳定性，确保了产品的品质。

5) 产销规模优势

目前，公司是我国核桃饮料产销规模最大的企业，其产销量在整个植物蛋白饮料行业中亦位居前列。截至 2010 年底，公司已拥有年产 16 万吨核桃饮品的生产能力。

随着公司本次募集资金拟新建的年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的最后建成投产，公司将形成年产 30 万吨核桃饮料的生产能力，规模优势将更加显著。

公司的产销规模优势可以确保公司较低的采购成本、生产成本，在核桃饮料行业的市场占有率和龙头地位将得到进一步的巩固和提升。

6) 营销优势

自 2005 年 12 月 29 日以姚奎章为主要成员的 58 名公司员工将老白干集团持有的河北养元全部的国有产权收购以来，是公司全面打造自身营销核心竞争力的主要时期。经过近六年的不懈努力，公司已经在品牌树立与市场定位、营销团队建设、营销模式确立、销售网络建设等方面逐步确立了自己的核心竞争优势。

A、创设、成功打造“养元”、“六个核桃”品牌

2005 年 11 月 7 日，公司为其产品创设“八个核桃”商标，并向国家商标局



申请注册登记；2006年1月19日，公司为其产品创设“六个核桃”商标，并向国家商标局申请注册登记。而在此之前，河北养元（公司前身）虽拥有“养元”商标，但缺乏市场影响力，其产品销售曾一度通过与其他厂家的授权协议使用其他厂家的商标。

目前，公司已拥有取得商标注册证的商标16个，正在申请注册的商标15个。公司与其“养元”、“养元六个核桃”核桃饮料已成为公司销售区域中消费者认知度最高的核桃饮料厂商和品牌之一，正在由区域性强势品牌转化为全国性强势品牌；2010年10月，“YANGYUAN 及图”商标取得“中国驰名商标”称号。

B、“养元”、“六个核桃”品牌有效地借助消费者的心智认知，不断提升品牌定位，有力地拉动了公司的销售

核桃的功效特别是其健脑益智功效已深深根植于广大消费者的心智，且在消费者的心智中，健脑益智功效方面可以与核桃比肩的替代品不多。2006年以来，“养元”、“六个核桃”核桃饮料的销售之所以能够得以高速发展，除了公司在营销方面的全面推动外，市场消费者对于核桃饮料的这种心智认知是基础。

随着公司对市场的认识趋于深刻，2010年公司对“养元六个核桃”核桃露的品牌定位进行了重新设计，推出“经常用脑，多喝六个核桃”市场定位，将目标客户对准学生、白领、财智人群等经常用脑群体，引导目标客户日常消费，进一步强化消费者心智中核桃饮料的健脑益智功效。

2010年，公司聘请凤凰卫视知名知性主持人鲁豫作为公司的形象代言人，并推出以“经常用脑，多喝六个核桃”为主旨的新版广告。此广告在2010年9月1日起登陆央视《新闻联播》后黄金时段，极大地提升了公司的品牌形象和品牌影响力，有力地拉动了公司的销售。

C、职责清晰、高效协作的营销团队

营销机构是公司组织机构中最重要的组成部分之一。公司设销售总部，由总经理直接管理，下设市场部、业务部、督导部和综合办，其职责分别为：市场部负责制订市场开发计划、年度销售战略及促销计划，品牌管理及选择合适的顾问公司开展业务合作；业务部负责市场开发建设，包括分销网络集终端网络建设，



稳定市场秩序及价格体系，促销活动执行、实施、开展、落实，市场信息的整理反馈，完善办事处各级人员的管理；督导部负责督促、检查促销政策的落实，动态管理市场，打击、扼制窜货销售行为，负责销售人员的管理；综合办负责销售信息的汇总、整理、销售后台服务。

2010年12月31日，公司员工总数为559人，其中营销人员184人，占员工总数的32.92%。

D、与经销商和谐共赢、相互尊重的营销模式

公司的主要销售模式为分区域定渠道独家经销模式，即公司的产品主要通过卖断式方式直接面向一级经销商销售，再由一级经销商按约定的区域和渠道向二级经销商或零售终端销售，二级经销商向零售终端或直接销售给消费者，同时，该一级经销商不得再经销其他与公司产品相同或相近的产品。

公司销售模式的有效运行，使公司与经销商保持和谐共赢、相互尊重的合作关系，一方面有效地调动了经销商经营公司产品的积极性，充分地挖掘市场潜力，提升公司的产品竞争力，另一方面也使公司的销售政策能够在渠道中得到全面贯彻和执行，极大地增强了公司对渠道的掌控力，最终保证公司的持续稳健发展。

E、覆盖范围广、渗透力强的销售网络

在公司的经销商模式下，公司已建立起包括一级经销商、二级经销商并延伸至零售终端、覆盖范围广、渗透力强的销售网络。首先，从经销商数量上看，截至2010年底，公司已有一级经销商约900家；其次，从销售网络的广度看，目前，公司销售区域已基本覆盖河北、河南、山东三省，并已进入辽宁、山西、安徽、天津等地，销售区域逐渐扩大；第三，从销售网络的深度看，在对县域市场进行重点开发的基础上，已往上向地级市和核心城市市场、往下向广大乡、村市场渗透。

7) 管理优势

2005年12月29日以姚奎章为主要成员的58名公司员工从老白干集团收购了公司后，公司由老白干集团的全资子公司变更为姚奎章实际控制、包括董事、监事、高级管理人员在内的58名公司员工所有的民营企业。此次产权制度改革



所带来的员工持股制度及其激励作用极大地激发了公司员工的积极性和公司活力，是最近三年公司业绩高速增长的制度基础。

公司目前的管理层基本都是 1999 年老白干集团承债兼并河北养元时就在公司工作的，对本行业具有深刻的认识，并且在“核桃饮品专家”的企业定位、“专注、诚信、共赢”的经营理念 and “憨厚朴实、激情四射、缔造传奇”的企业精神方面具有共识，引领公司经过艰苦奋斗和不懈努力，实现跨越式发展。

(3) 最近三年，在公司竞争力的作用下，公司产品供不应求。为了把握市场需求，公司不断建设新的产能，但新增产能均在第二年度即被基本消化。2010 年第四季度始，为了确保旺季供应，公司通过委托加工的方式扩大产量。产能不足已成为制约公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素。

最近三年，核桃饮料作为植物蛋白饮料的一个细分品类，在经历了较长的市场培育期后已进入了迅速发展的时期，同时，公司经过十多年的市场历练、积累，逐步在品牌、质量安全控制、工艺技术、营销等方面形成了自身的核心竞争力。公司核桃饮料在市场上销售旺盛，供不应求。为了把握市场机遇，公司主要依靠自身积累逐年建设新的产能，为公司经营业绩的高速增长奠定了坚实的基础。

最近三年，尽管公司不断建设新的产能，但新增产能均在第二年度即被基本消化，产销量的增幅仍赶不上需求的增幅，故自 2010 年第四季度始，为了确保旺季供应，公司通过委托加工的方式扩大产量。产能不足已成为制约公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素。也正是基于此，公司董事会、股东大会审议通过了利用本次募集资金建设年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目。

最近三年，公司主要产品的产销情况如下表：

年度	产品名称	产能 (吨)	产量(吨)			销量 (吨)	产销率	销售收入 (元)
			自产	委托加工	合计			
2010	核桃饮料	160,000	151,087	5,937	157,024	158,940	101.22%	1,065,774,541
	核桃露		125,371	5,579	130,950	132,140	100.91%	922,844,388
	其他		25,716	358	26,074	26,800	102.78%	142,930,153
	核桃食品		2,247	-	2,247	2,149	95.64%	11,436,069
	合计	160,000	153,334	5937	159,271	161,089	101.14%	1,077,210,610
2009	核桃饮料	100,000	85,525	-	85,525	82,236	96.15%	506,186,023
	核桃露		59,396	-	59,396	58,461	93.30%	388,015,689



	其他		26,129	-	26,129	23,774	88.00%	118,170,334
	核桃食品		2,924	-	2,924	2,992	102.33%	15,395,994
	合计	100,000	88,449	-	88,449	85,228	96.36%	521,582,017
2008	核桃饮料	55,000	49,616	-	49,616	49,697	100.16%	270,078,455
	核桃露		30,826	-	30,826	28,870	93.65%	176,326,153
	其他		18,790	-	18,790	20,827	110.84%	93,752,302
	核桃食品		2,753	-	2,753	2,472	89.79%	11,705,088
	合计	55,000	52,369	-	52,369	52,169	99.62%	281,783,543

(4) 本次募集资金运用的两个项目——年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目和营销网络建设和市场开发项目是配套的，营销网络建设和市场开发项目的实施将为年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的新增产能的全部消化提供强有力的保障。

为了充分消化年产20万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目的新增产能，公司拟利用募集资金同步实施营销网络建设和市场开发项目。该项目经过公司审慎的可行性研究，根据公司最近三年的发展战略，制定了深度挖掘现有三个传统市场河北、河南、山东，并拓展天津、辽宁、山西、安徽四个新市场的详细计划，并制定了品牌提升、扩充商超渠道、“三下乡”挖潜和“管理机构在市场”组织结构调整四项具体策略。2013年及以后，坚持“立足华北，拓展华东、覆盖全国”策略，将销售区域拓展到江苏、浙江、湖北、湖南等省份。有计划、有步骤地拓展公司产品的市场区域。公司消化新增产能的具体措施详见本招股书本节之“二、（二）营销网络建设和市场开发项目”。

(5) 为了把握市场机遇，公司已利用自筹资金对上述两个募集资金投资项目进行了先期投入。2010年已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力6万吨，但同年该新增产能已基本消化完毕，为项目建成后新增产能的消化奠定了一个良好基础。

3、项目的投资概算

(1) 投资总额与构成

金额单位：万元

项目名称	总投资	建设投资				铺底流动资金
		建筑工程费	设备购置费	土地购置费	其他费用	
年产 20 万吨植物蛋	28,000.00	5,500.00	17,000.00	1,912.00	1,988.00	1,600.00



白饮料及研发中心建设项目						

注：投资总额中 1,380 万元为研发中心建设项目投资。

(2) 项目引致的固定资产变化与产能变化的匹配关系说明

项目投资总额 28,000.00 万元，其中固定资产投资 22,500.00 万元。

募集资金投资项目新增固定资产与产能的匹配关系、公司原有固定资产原值（2009 年 12 月 31 日）与产能的匹配关系如下：

指标名称	项目固定资产投资	2009 年 12 月 31 日
固定资产（万元）	22,500.00	4,221.33
产能（万吨）	20	10
固定资产原值/产品产能（元/吨）	1,125.00	422.13

相对于原有固定资产原值与产品产能的配比情况，本项目单位产能所需要的固定资产投资更多，主要是因为：

1) 公司在本项目中增加了一条年产 8 万吨无菌冷灌装植物蛋白饮料生产线，建设成本预计为 10,673.10 万元。目前，饮料行业中可口可乐、百事可乐、康师傅、汇源、银鹭等品牌的生产商均已采用该技术。该技术的突出优点有：包装成本低、容量大、解渴功能强、更具时尚性、风味营养保留更好、杀菌效率更高。预计该条生产线全面投产后每 500 毫升植物蛋白饮料包装成本可降低 0.7 元。

2) 公司在进行原有 10 万吨产能的固定资产投资时，由于资金、技术的限制，采用了自动化程度较低的生产设备。公司本次拟投资建设四条易拉罐植物蛋白饮料生产线在前处理系统、调配系统、单极反渗透系统、均质机、杀菌系统、卸罐输送系统、真空打检系统、自动装箱码垛系统等子系统均采用了自动化程度较高的技术。此四条易拉罐植物蛋白饮料生产线的固定资产投资与产能的比率为 749.60 元/吨，略高于原有固定资产与产能的比率。

4、项目的产品质量标准和技术

(1) 产品质量标准

标准名称	标准编码	标准类型
《植物蛋白饮料卫生标准》	GB16322-2003	国家标准
《植物蛋白饮料核桃乳》	QB/T2301-1997	行业标准
《八宝粥罐头》	QB/T2221-1996	行业标准



标准名称	标准编码	标准类型
《植物蛋白饮料无糖核桃露（乳）》	Q/HYY18-2008	企业备案标准
《核桃杏仁露（乳）》	Q/HYY12-2009	企业备案标准
《核桃花生露（乳）》	Q/HYY11-2009	企业备案标准
《粥类罐头》	Q/HYY20-2009	企业备案标准

（2）生产方法

本项目主要采用公司现有的生产方法，过程中采用了自动化程度较高的生产线和更为先进的杀菌系统。

（3）工艺流程

项目产品的工艺流程详见本招股书“第六节 业务与技术”之“四、（二）主要产品的工艺流程图”部分。

（4）生产技术选择、核心技术及其取得方式

项目采用的生产技术和行业通用的生产技术和公司自主研发的生产技术，技术来源合法。

（5）主要设备选择

项目的设备购置费用总额 17,000.00 万元，其中主要设备 15,126.00 万元，辅助设备 1,874.00 万元。

需购置的主要设备的情况如下表所示：

序号	设备名称	型号/规格	数量 (台 / 套)	单价 (万元)	总值 (万元)
1	调配系统	20T/H	1	173.50	173.50
2	CIP 中心（双回路半自动）	20T/H	1	36.96	36.96
3	待装、灌装系统	20T/H	1	6.43	6.43
4	换热器	C20-0.6	3	4.90	14.70
5	胶体磨	JMS-240Q	3	3.42	10.26
6	均质机	GTB-6000-6S	4	15.58	62.30
7	均质机	GTB-6000-4S	4	13.18	52.70
8	灌装封盖机	HY-GF55A	2	105.00	210.00
9	真空打检机	T500-RTV-A	2	28.80	57.60
10	喷码机	A100+	2	5.70	11.40
11	喷码机	A200+	2	8.00	16.00
12	自动胶带封箱机	FJ-C	2	1.00	2.00
13	码垛机	Y-777	2	37.50	75.00
14	自动装箱机	Y-35	2	34.00	68.00



15	螺杆式空压机	GA30-8.0	2	10.50	21.00
16	空罐喷洗机	700 罐/分钟	2	212.50	425.00
17	全自动装笼机	700 罐/分钟	2		
18	全自动卸罐机	700 罐/分钟	2		
19	全自动卸笼机	700 罐/分钟	2		
20	输送线	700 罐/分钟	2		
21	电动台车	6M*2M	2		
22	盘式过滤器	3DF-6	2	12.00	24.00
23	玻璃钢冷却塔	GFML250T	2	5.50	11.00
24	脱皮罐	1200 型	4	2.10	8.40
25	前处理水设施	-	1	3.50	3.50
26	真空吸料装置	1000 型	1	2.00	2.00
27	振动筛	S49-1500 型-2S	2	2.60	5.20
28	轻型立式多级离心泵	CDLF16-5FSWSC	3	0.60	1.80
29	全自动不锈钢杀菌釜	1500 型	12	25.50	306.00
30	大热水罐	1500 型	2	12.00	24.00
31	不锈钢杀菌框	1500 型	90	0.51	45.90
32	一级反渗透	30T/H	1	53.90	53.90
33	15T 锅炉及配套设施	GHF15-1.25	2	120.50	241.00
34	除尘器系统	TDX-15	2	14.10	28.20
35	电力变压器	S11-800/10/0.4	2	7.00	14.00
36	高低压配电柜	高低压	16	1.00	16.00
37	车间分线柜	-	15	0.43	6.45
38	车间控制柜	-	12	0.50	6.00
39	供水系统	-	1	1.80	1.80
40	软化水制备	30T/H	1	34.00	34.00
41	化糖辅料剪切及储存设备	25T/H	1	65.00	65.00
42	核桃仁前处理工序	-	1	35.00	35.00
43	主调配系统	25T/H	1	102.00	102.00
44	均质机	6000-6S	4		264.00
45	均质机	6000-4S	4		
46	中央 CIP 系统	-	1	35.00	35.00
47	系统不锈钢管材(含配电、 线材、线槽、阀等)	-	1	40.80	40.80
48	空罐卸垛机及输送机	700 罐/分钟	2	146.50	293.00
49	灌装卷封机	GF-55A	2	122.40	244.80
50	无篮垂直式杀菌系统	MALO-5	2	882.00	1,764
51	真空打检机	TAPTONE	2	124.00	248.00
52	日期打印机	CTT-2000-4			
53	纸箱包装机、箱输送机及 低床码垛机	40 箱/分钟	2	129.20	258.40
54	制坯吹瓶机及辅助设备	36,000 瓶/小时	1	2,000.00	2,000.00
55	无菌灌装线及辅助设备	36,000 瓶/小时	1	5,800.00	5,800.00
56	套标、封箱、码垛机输送 设备	36,000 瓶/小时	1	1,900.00	1,900.00
合计			242	—	15,126.00

注：前处理水设施、车间分线柜、车间控制柜、供水系统、核桃仁前处理工序、中央 CIP 系



统、系统不锈钢管材等设备无型号。

5、主要原材料、辅助材料及燃料的供应

序号	名称	单位	年需求量	可能供应方
1	核桃仁	吨/年	8,200	赞皇县嘉欣农副产品购销处、赞皇县同兴果品有限公司、石家庄市远东边贸商行、山西汾州裕源土特产品有限公司、深州市旭日精选花生加工厂等
2	花生仁	吨/年	800	深州旭日精选花生加工厂、莒南县三圆花生加工厂等
3	杏仁	吨/年	800	保定正大食品有限公司、河北光明饮片有限公司、安国兴利圆杏仁食品有限公司等
4	糖	吨/年	14,200	石家庄盛华祥商贸有限公司、石家庄鼎升亿商贸有限公司等
5	食品添加剂	吨/年	882	上海健音食品科技有限公司、石家庄市天宇糖业有限公司、南京丽源香料有限公司等
6	易拉罐	万个/年	50,400	河北嘉美印铁制罐有限公司、升兴（北京）包装有限公司、中粮包装(天津有限公司)等
7	罐盖	万个/年	50,400	河北嘉美印铁制罐有限公司、升兴（北京）包装有限公司、中粮包装(天津有限公司)等
8	PE 颗粒	吨/年	3,800	中国石化齐鲁股份有限公司、北京燕山石油化工有限公司、中石化北京分公司、佳泰（东莞）塑胶原料有限公司等
9	PE 瓶盖	万个/年	16,800	上海紫日包装有限公司、石家庄市金星塑料制品有限公司、浙江华林瓶盖有限公司等
10	纸箱	万个/年	3,500	衡水四通印刷厂、石家庄市博迪包装有限公司、赵县绿宝露包装有限公司、保定凯圣兰包装装潢彩印有限公司等
11	原煤	吨/年	14,280	衡水达润商贸有限公司、深州市恒瑞丰商贸有限公司等

6、项目的环保情况

(1) 污染物排放及采取的措施

类别	废气	噪声	固体废物沉渣	废水
污染物详细情况	排放物 二氧化硫、烟尘、恶臭、粉尘	设备运行时噪音	杂质及坏果、果皮、浆渣、灰渣、污泥	BOD ₅ 、COD、SS、氨氮、色度
	排放量 36.6t/a、13.05t/a、<20、<1.0mg/m ³	<50dB（A）	不外排	3.663t/a、18.32t/a、18.32t/a、3.053t/a、<20



环保处理	防治措施	采用旋风除尘+文丘里水膜除尘双碱法脱硫处理后采用48m排气筒高空排放二氧化硫和烟尘、集中收集恶臭物并通入锅炉中进行燃烧处理、通过建立高围墙和定期洒水处理粉尘	主要噪声源安装减震装置并设置隔声罩、车间墙体及门窗采用隔声结构、种植高大吸声降噪的树种	集中收集后出售给饲料厂用于加工饲料、出售做建材、用于农业堆肥	建立综合污水处理站，采用“厌氧+好氧+沉淀过滤等”处理后排入开发区纳污管网
	处理能力	除尘效率95%、脱硫效率80%	—	100%	2500吨/天
排放标准		二氧化硫及烟尘：《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2001）中的二类区II时段标准 恶臭：《恶臭污染物排放标准》（GB14554-1993）中表1二类区新扩改建标准 粉尘：《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）表2的二级标准	工业企业厂界噪声标准（GB12348-2008）中的二类区标准	《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）	《污水综合排放标准》（GB8978-1996）中表4二级标准

（2）环保资金投入情况

项目投资 552.00 万元新建日处理 2,000 吨污水的污水处理工程。

项目投资 28.20 万元配套建设 2×15 吨/小时的锅炉除尘和脱硫设施。

上述两项投资合计 580.20 万元，占本项目总投资的 2.07%。

公司还在固定资产投资中购置了其他环保设施，确保各项污染物得到合适的处理，达标排放。

（3）环境保护核查情况

该项目已经河北省环境保护厅以《关于报送河北养元智汇饮品股份有限公司上市环保核查情况的函》（冀环防函[2011]101 号）核查通过。

7、项目的选址与土地使用

项目位于河北省衡水市经济开发区北区、公司新征用地内，与公司现址南端相接。

公司已为项目新征用土地 65,921.83 平方米，并取得衡水市国土资源局颁发的《国有土地使用证》[衡国用（2010）第 0020 号]，土地用途为工业用地，取



得方式为出让取得，使用年限终止日期为 2060 年 1 月 29 日。

8、项目的组织方式与实施进度

本项目由中国中轻国际工程有限公司进行设计，河北省衡水市工程项目管理有限公司进行监理，公司通过招标确定施工单位进行施工。

本项目建设期为 2009 年 12 月至 2011 年。截至 2010 年 12 月 31 日，公司已完成部分生产车间和两条易拉罐植物蛋白饮料生产线的建设，增加核桃饮料年生产能力 6 万吨，正在建设第三条易拉罐植物蛋白饮料生产线；已累计投入资金 9076.28 万元，项目完工进度为 32%。

（二）营销网络建设和市场开发项目

1、项目实施的必要性

公司的发展战略和目前的营销网络建设与市场开发状况决定了本项目实施的必要性。

（1）公司的发展战略

公司根据外部环境和自身优势制定了长期战略目标：将公司的核桃饮品打造为核桃饮品行业第一品牌，在全国核桃饮品行业占据绝对领导地位。

为实现该战略目标，公司拟定了“3+4”的三年发展战略，即：将现有冀鲁豫三省市场打造为公司的核心根据地市场，核心根据地市场即距离公司最近的市场，公司通过在核心根据地市场投入主要的人力、物力和精力，深度掌控各级经销商，最终在区域植物蛋白饮料市场占据主导地位，单个省级核心根据地市场年销售额应达到 2 亿元以上；将周边天津、辽宁、山西、安徽四省市市场打造为公司的战略市场，战略市场即距离公司较近、市场潜力较大、开发难度较小的市场，公司在战略市场投入较多的物力，赋予经销商一定的自主权，公司与经销商共同进行市场培育和开发，单个省级战略市场年销售额应达到 8,000 万元以上。

为实现“3+4”战略，公司拟定了具体到各个省级市场的市场销售增长目标，具体如下：

单位：万元

市场	2010 年	2011 年	2012 年	合计



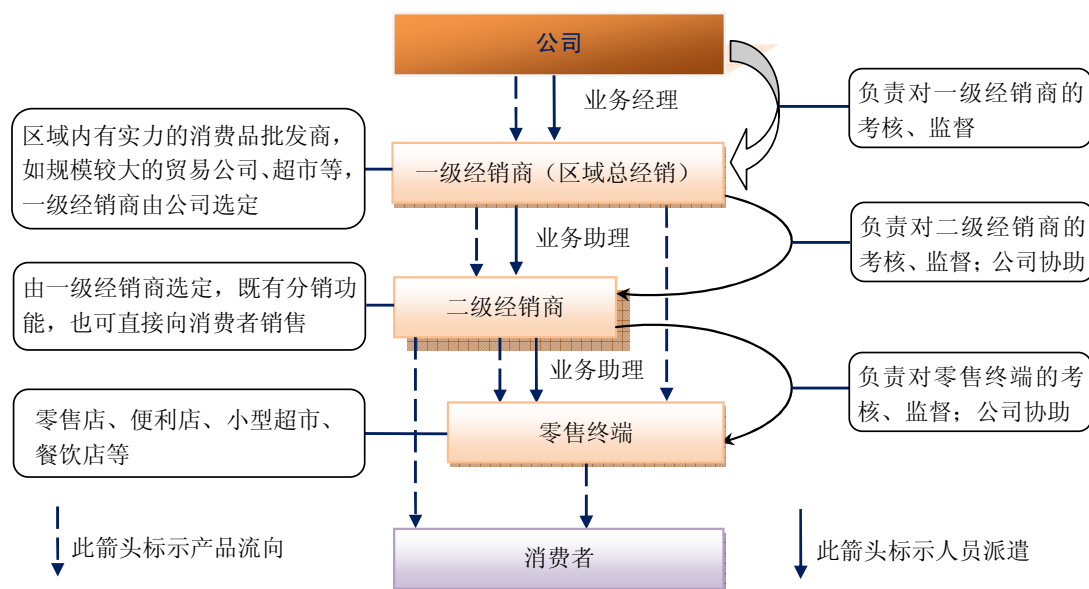
河北	16,000	10,000	6,000	32,000
河南	8,000	17,000	17,000	42,000
山东	3,000	6,000	10,000	19,000
天津	2,000	3,000	4,000	9,000
辽宁	1,000	4,000	4,000	9,000
山西	1,000	4,000	3,000	8,000
安徽	1,000	4,000	6,000	11,000
合计	32,000	48,000	50,000	130,000

注：预计河北将在 2011 年左右进入成熟期，增长幅度将会放缓；山西人口数量少且分散，开发成本较高，故公司将从 2012 年起降低在山西的投入，预计山西市场的销售增长也会随之放缓。

（2）公司目前的营销网络建设与市场开发状况

1）公司的营销模式

如下图所示：



公司目前的营销模式主要包括 3 个方面的内容：

①广告宣传拉动，公司在目标市场省级电视台、主要报纸、主要广播和路牌进行广告投放；

②营销网络推动，公司的产品通过两级经销商到达零售终端，由零售终端销售给消费者，或者直接由二级经销商销售给消费者，公司根据各市场的销售状况和各经销商的配合程度制定日常性和阶段性的销售策略。



③公司管理营销，公司对一级经销商进行“帮、扶、管、控”，即在初期帮助经销商制定价格体系、促销政策及铺货方法，对于经销商开发市场过程中遇到的特定困难和问题给予人力、物力、智力、财力等方面的扶持，以管理者的角色对经销商的经营思路和日常工作提出要求，渐进式地实现对经销商的掌控；公司协助一级经销商对二级经销商进行培训、管理；公司对零售终端的货架陈列进行管理，对零售终端贯彻公司市场纪律的情况进行监督检查。

2) 公司目前营销网络建设与市场开发的局限性

公司 2006 年以来在营销网络建设和市场开发方面的长足进步是公司过去几年在市场上取得成功的最重要因素之一，但是公司发展战略的实现需要突破目前营销网络建设与市场开发的局限性：

首先，营销网络覆盖面较小，公司目前的营销网络仅仅在河北、河南和山东市场能够有效覆盖，虽然公司产品在三个省的核桃饮料市场取得了主导地位，但是面临无法覆盖其他重要市场的问题；

其次，已有营销网络不够深入，在公司营销网络已经有效覆盖、各种营销策略能够得到执行的河北、河南、山东市场中，农村人口分别占总人口的 59.75%、65.66%和 53.25%¹，而公司在大量的乡镇、村级市场尚无销售网点，产品配送也主要依赖于经销商的自有车辆，保障性不强，占人口大多数的乡镇、村级市场尚未得到有效开发；

第三，营销管理过于集中，公司总部集中了经销商管理、阶段性营销方案的制定、经销商培训等几乎全部与经销商管理和营销策划相关的职能，降低了公司对市场信息的反应能力，不利于针对区域市场的特点及时采取有针对性的营销策略。

2、项目实施的主要内容

(1) 营销网络建设和市场开发的具体策略

公司有针对性的提出了品牌提升策略、扩充商超渠道策略、“三下乡”挖潜策略和“管理机构在市场”组织结构调整策略，其中：

¹ 数据来源于：中国统计年鉴 2008，3-4 各地区人口的城乡构成(2007 年)。

品牌提升策略即通过各种形式的广告全面提升公司产品的品牌影响力；

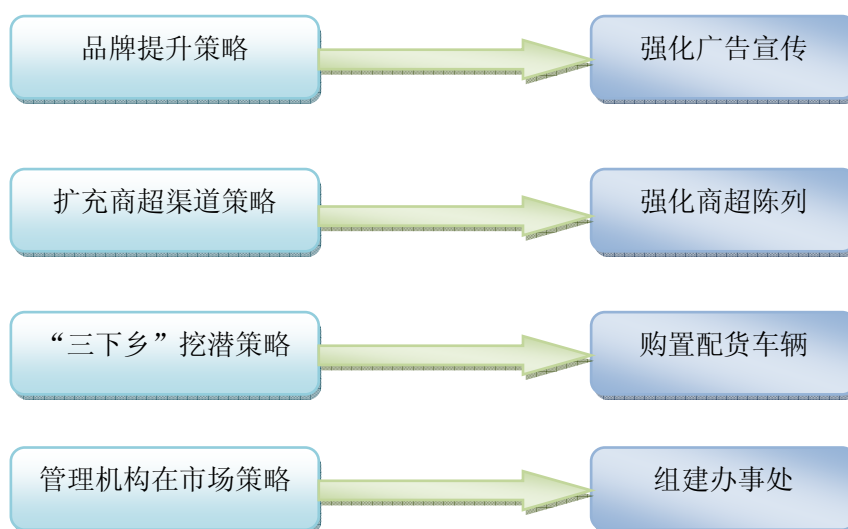
扩充商超渠道策略即在营业面积超过 300 平方米的大中型商场、超市进行产品陈列和销售；

“三下乡”挖潜策略即产品要下乡、人员要下乡、服务要下乡，全面提高产品在乡镇、村级市场销售网点的数量和质量；

“管理机构在市场”的组织结构调整策略即在每一个省会及中心城市、地级市均设立办事处，作为营销工作最前沿的指挥和管理机构，负责对市场进行开发、管理和维护，承担部分以往由公司总部承担的管理、培训职能。

（2）项目实施的具体内容

以品牌提升策略、扩充商超渠道策略、“三下乡”挖潜策略、“管理机构在市场”组织结构调整策略等四个策略为指导，公司有针对性的制订了本项目的具体实施内容，如下图所示：



具体实施内容如下：

1) 开始在中央电视台黄金时段投放广告，同时强化目标市场包括电视、广播、报纸、路牌等形式在内的广告宣传体系；

2) 精心筛选目标市场中较有影响力的商场、超市，将产品陈列其中进行促销；



3) 在三个核心根据地市场中筛选部分一级经销商进行车辆支持, 与其共同完成“三下乡”挖潜策略;

4) 在目标市场区域, 以省会、中心城市、地级市为单位建立办事处。

3、项目投资概算

本项目共需投资 23,300.00 万元, 具体构成如下:

单位: 万元

项目名称	广告宣传支出	商超渠道投资	建设办事处投资	配送车辆投资	合计
营销网络建设和市场开发项目	13,370.00	4790.00	4,400.00	740.00	23,300.00

各构成部分的具体情况如下:

(1) 广告宣传支出

为最大限度的发挥广告的作用, 公司拟定了分步推进、强弱相间的广告策略, 即: 在第一年增加河北、河南、山东三个核心根据地市场的广告宣传强度, 同时开始天津、山西、辽宁、安徽等四个战略性市场的广告宣传; 在第二年启动央视黄金时段广告, 保持在核心根据地市场的广告强度, 增加战略性市场的广告强度; 在第三年在央视非黄金时段投放广告, 适度降低在七个目标市场的广告强度。

广告宣传具体投资计划如下:

单位: 万元

目标媒体	第一年	第二年	第三年	合计
央视	0	3,000	1,000	4,000
省级卫视	1,800	2,600	1,300	5,700
省级报纸	400	600	350	1,350
省级广播	270	350	350	970
路牌	350	500	500	1,350
合计	2,820	7,050	3,500	13,370

注: 2010 年公司产品市场竞争加剧, 新品牌不断呈现, 同时公司产品的销售情况较好, 天津、辽宁、山西等市场的开拓情况好过与其, 因此公司 2010 年提前投资 2,748.34 万元在央视黄金时段进行了广告投放, 导致 2010 年营销网络建设和市场开发项目中广告宣传支出较上述投资计划增加 1,382.22 万元, 2011 年、2012 年公司将根据新市场拓展情况进行广告宣传支出的投资。

饮料行业的一个普遍特点就是广告宣传支出在收入中占比较高, 根据公开资



料，承德露露和汇源果汁均有较大比例的广告宣传支出：

河北承德露露股份有限公司 2008 年度、2009 年度、2010 年度审计报告记载，承德露露 2008 年、2009 年、2010 年的广告费支出分别为 9,853.82 万元和 10,554.25 万元、17,062.57 万元，分别占当年营业收入的 6.50%、7.94%、9.39%。

中国汇源果汁集团有限公司 2008 年度、2009 年度报告记载，汇源果汁 2007 年、2008 年和 2009 年的广告及其他营销开支分别为 42,851.30 万元、46,803 万元和 62,636.00 万元，分别占当年营业收入的 16.13%、16.60%和 22.11%。

公司 2008 年、2009 年和 2010 年的广告费支出分别为 589.79 万元、1,577.39 万元和 7,393.26 万元，分别占当年营业收入的 2.07%、3.00%和 6.86%，明显低于同行业公司的支出比例。

2010 年公司在本项目中的广告宣传一项中投入 4,202.22 万元，占 2010 年营业收入的 3.90%。预计 2011 年、2012 年广告宣传支出相对于不实施本项目预计将增加 7,050 万元、3,500 万元，分别占当年预计营业收入的 4.41%、1.82%。

本项目的实施是实现公司发展战略所必须，同时也是行业通行的做法，是必要且合理的。

广告宣传计划实施完成后，公司产品知名度可得到大幅提升，真正成为全国性知名饮料品牌。拉动消费者主动购买，带动市场各销售网点提高产品销量，并为今后开拓其它市场奠定基础。

（2）商超渠道投资

公司将在 3 个核心根据地市场，增加在 670 家大中型商场、超市进行产品陈列；在 4 个战略重点市场，增加在 980 家大中型商场、超市进行产品陈列。

公司在商场、超市进行产品陈列、销售将产生堆头陈列支出，根据公司的调研，一个市级商超渠道需要的堆头陈列支出为 1,200 元/月到 2,000 元/月不等，一个县级商超渠道需要的堆头陈列支出为 500 元/月到 800 元/月不等。

商超渠道投资计划如下：

单位：万元				
-	第一年	第二年	第三年	合计



投资额	950.00	1,780.00	2,060.00	4790.00

注：2010 年公司商超渠道投资 196.36 万元，较 950.00 万元的计划投资金额少投资 703.64 万元，主要是因为公司目前产品的销售情况良好，主要靠不需要投入的流通渠道即实现了产品的供不应求，因此公司适度顺延了商超渠道投资计划，2011 年和 2012 年公司将根据市场发展情况进行商超渠道投资。

商超渠道投资将使公司的商超销售网点由 2009 年底的 215 家增加到 2012 年底的 1860 家，三年累计增加约 1,650 家，将有力支持公司的“3+4”战略和长期发展战略。

（3）配送车辆投资

公司将在河北、河南、山东 3 个核心根据地市场，选择 93 个市场帮助一级经销商实施“三下乡”工程，公司为每个一级经销商提供价值 8 万元的厢式货车一辆。

配送车辆投资计划如下：

单位：万元			
-	第一年	第二年	合计
投资额	510.00	230.00	740.00

注：2010 年公司尚未正式开展“三下乡”挖潜战略，也未开始配送车辆投资，主要是经销商内部的组织结构、人员配置、规章制度、业务模式尚未达到公司要求，即使为其配送车辆也难以有效发挥起作用，因此公司顺延了“三下乡”挖潜战略，目前公司正在对经销商进行培训，以使其尽快达到公司要求，加快推进公司“三下乡”挖潜战略的实施。

为一级经销商配送车辆将有力支持公司“三下乡”挖潜策略和 3 个核心根据地市场的打造，三年累计增加乡镇村级支持网点 13,000 家，预计将为公司增加销售收入 2.3 亿元，同时加强公司在该区域的市场领先地位。

（4）建设办事处投资

在七个目标市场区域，公司将在 3 年内按照每个省会城市或中心城市购买一个办事处、其他地级市租赁一个办事处的标准设立 85 个销售办事处，共需在 3 年内购买 11 个办事处、租赁 74 个办事处。

自购一个办事处需投资 220.00 万元，主要投资项目包括：

单位：万元



-	办公场地购置	装修	车辆	办公设备	合计
投资额	200.00	8.00	10.00	2.00	220.00

租赁一个办事处每年需投资 18 万元，主要投资项目包括：

单位：万元

-	场地租赁费	装修费	车辆购置费	办公设备购置费	合计
投资额	6.00	5.00	5.00	2.00	18.00

建设办事处的投资计划如下：

单位：万元

-	第一年	第二年	第三年	合计
投资额	1,100.00	2,000.00	1,300.00	4,400.00

注：2010 年 2010 年公司建设办事处投资共计 273.76 万元，较 1,100.00 万元的计划投资金额少投资 726.24 万元，主要是因为 2010 年房地产市场风险较高，公司无法判断购买办事处的最佳时机，因此 2010 年公司未购置办事处。2011 年、2012 年公司将根据对房地产市场的判断进行办事处建设投资。

办事处的组建将大大提高公司对经销商的管理和对市场的反应能力，真正实现公司“管理机构在市场”的组织机构调整策略。

4、项目投资进度

本项目建设期为 2010-2012 年，截至 2010 年 12 月 31 日，已投入资金 46,723,414.90 元。

三、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响

（一）对财务状况的影响

1、对净资产和每股净资产的影响

募集资金到位后，公司净资产和每股净资产将出现较大幅度的增长。假设本次发行募集资金净额为募集资金项目总投资额，则公司净资产将增加 51,300 万元，以发行后的总股本 11,480 万股计算，公司的每股净资产将增加 4.47 元。

2、对资产负债率和资本结构的影响

募集资金到位后，公司的资产负债率将出现较大幅度的下降。同时，资本结构中，所有者权益占比将大幅提高，资本结构更加稳健。

（二）对经营成果的影响

本次募集资金的两个项目即年产 20 万吨植物蛋白饮料及研发中心建设项目



和营销网络建设和市场开发项目将从全方位、全流程提升公司主营业务的竞争力，在产能建设和消化方面是配套推出的。项目建成达产、实施后，预计平均每年可增加销售收入 126,724.79 万元，增加毛利 36,790.51 万元，净利润将增加 15,700 万元，按照发行完成后的总股本 11,480 万元计算，每股收益将增加 1.37 元。



第十四节 股利分配政策

一、发行人最近三年股利分配政策、实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策

（一）公司最近三年的股利分配政策

2009年11月15日，河北养元保健饮品有限公司召开临时股东会审议通过了《关于河北养元保健饮品有限公司整体变更为股份有限公司的议案》，《关于河北养元智汇饮品股份有限公司章程的议案》。

公司现行《河北养元智汇饮品股份有限公司章程》关于股利分配政策的规定如下：

“第一百四十五条 公司分配当年税后利润时，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，但本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。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

第一百四十六条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

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

第一百四十七条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。



第一百四十八条 公司可以采取现金或者股票方式分配股利。”

（二）公司最近三年的实际股利分配情况

最近三年，公司的股利分配情况如下表：

期间	分配方案	是否派发
2010年度	（1）根据2010年8月1日河北养元智汇饮品股份有限公司董事会会议决议，公司拟按出资比例向召开董事会时股东名册上登记的股东按每10股派发6.5元（税前）现金股利，共计派发55,770,000.00元（税前）。本议案经2010年8月17日召开的河北养元智汇饮品股份有限公司2010年第二次临时股东大会审议通过。 （2）根据2011年1月23日河北养元智汇饮品股份有限公司董事会会议决议，公司拟按出资比例向召开董事会时股东名册上登记的股东按每10股派发5元（税前）现金股利，共计派发42,900,000元（税前）。本议案经2011年2月12日召开的河北养元智汇饮品股份有限公司2010年年度股东大会审议通过。	是
2009年度	根据2009年9月11日河北养元保健饮品有限公司董事会会议决议，公司拟按出资比例向召开董事会时股东名册上登记的股东派发现金股利19,547,040.80元（税前）。本议案经2009年9月28日召开的河北养元保健饮品有限公司2009年临时股东会审议通过。	是
2008年度	（1）根据2008年9月29日河北养元保健饮品有限公司董事会会议决议，公司拟按出资比例向全体股东派发现金股利1,396,217.20元（税前）。本议案经2008年10月15日召开的河北养元保健饮品有限公司临时股东会审议通过。 （2）根据2009年1月2日河北养元保健饮品有限公司董事会会议决议，公司拟按出资比例向全体股东派发现金股利1,745,271.50元（税前）。本议案经2009年1月17日召开的河北养元保健饮品有限公司股东会审议通过。	是

（三）公司发行后的股利分配政策

2010年2月8日公司2010年第一次临时股东大会审议通过的《关于制订首次公开发行股票并上市后适用的<河北养元智汇饮品股份有限公司章程（草案）>的议案》对公司上市后的股利分配政策规定如下：

“第一百五十五条 公司分配当年税后利润时，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，但本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。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

第一百五十六条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

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

第一百五十七条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百五十八条 公司可以采取现金或者股票方式分配股利。公司将实行持续、稳定的利润分配办法，并遵守下列规定：

（一）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红；

（二）公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

（三）公司每年以现金方式分配的利润应当不少于当年可分配利润的 10%；

（四）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

二、公司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

根据公司于 2010 年 2 月 8 日召开的 2010 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，公司首次公开发行股票前的滚存利润由本次发行完成后的新老股东共享。



第十五节 其他重要事项

一、发行人有关信息披露和投资者关系的负责部门

公司负责信息披露和投资者关系的部门为证券部，联系方式如下：

（一）联系人：李志斌（董事会秘书）

（二）联系地址：衡水市经济开发区北区新区六路南、滏阳四路以西

（三）邮政编码：053000

（四）电话号码：0318—2088006

（五）传真号码：0318—2088025

（六）电子信箱：hbyangyuanlzb@163.com



二、发行人重要合同

(一) 采购合同

截至2010年12月31日，公司已签署且正在履行的合同金额在500万元以上的采购合同如下：

序号	供应商名称	标的名称	数量	采购金额 (万元)	合同有效期、履行情况、地点和方式	解决争议的方式	附带条款或 限制条件
1	衡水嘉美印铁制罐有限公司	养元系列易拉罐	2亿套	13,670.00	(1) 合同有效期：2010年9月21日至2011年2月20日； (2) 履行情况：截至2010年12月31日，已交付1.30亿套，占合同总量65%； (3) 履行地点：分批次在定作方指定地点仓库交货； (4) 履行方式：分批次在定作方指定地点仓库交货；每批制作数量和交货时间由定作方以传真的形式通知为准；由供应商负责代运及运费。	凡因履行本合同所发生的争议，甲乙双方应友好协商解决，如协商不成，任何一方都有权向有管辖权的人民法院提起诉讼。	—
2	河北嘉美印铁制罐有限公司	养元系列易拉罐	1亿套	6,835.00	(1) 合同有效期：2010年9月21日至2011年2月20日； (2) 履行情况：截至2010年12月31日，已交付0.16亿套，占合同总量16%； (3) 履行地点：分批次在定作方指定地点仓库交货； (4) 履行方式：分批次在定作方指定地点仓库交货；每批制作数量和交货时间由定作方以传真的形式通知为准；由供应商负责代运及运费。	同“序号1合同—解决争议的方式”	—
3	昇兴（山东）包装有限公司	养元系列易拉罐	1亿套	6,820.00	(1) 合同有效期：2010年9月21日至2011年2月20日； (2) 履行情况：截至2010年12月31日，已交付0.53亿套，占合同总量53%； (3) 履行地点：分批次在定作方指定地点仓库交货； (4) 履行方式：分批次在定作方指定地点仓库交	同“序号1合同—解决争议的方式”	—



					货；每批制作数量和交货时间由定作方以传真的形式通知为准；由供应商负责代运及运费。		
4	升兴（北京）包装有限公司	养元系列易拉罐	8,000万套	5,456.00	(1) 合同有效期：2010年9月21日至2011年2月20日； (2) 履行情况：截至2010年12月31日，已交付1,405.04万套，占合同总量17.56%； (3) 履行地点：分批次在定作方指定地点仓库交货； (4) 履行方式：分批次在定作方指定地点仓库交货；每批制作数量和交货时间由定作方以传真的形式通知为准；由供应商负责代运及运费。	同“序号1合同一解 决争议的方式”	—
5	中粮包装（天津）有限公司	养元系列易拉罐	5,000万套	3,285.00	(1) 合同有效期：2010年9月26日至2011年3月31日； (2) 履行情况：截至2010年12月31日，已交付2,074.04万套，占合同总量41.48%； (3) 履行地点：分批次在定作方指定地点仓库交货； (4) 履行方式：分批次在定作方指定地点仓库交货；每批制作数量和交货时间由定作方以传真的形式通知为准；由供应商负责代运及运费。	同“序号1合同一解 决争议的方式”	—
6	河北嘉美印铁制罐有限公司	养元系列易拉罐	2,400万套	1,832.00	(1) 合同有效期：2010年9月21日至2011年2月20日； (2) 履行情况：截至2010年12月31日，已交付594.32万套，占合同总量24.76%； (3) 履行地点：分批次在定作方指定地点仓库交货； (4) 履行方式：分批次在定作方指定地点仓库交货；每批制作数量和交货时间由定作方以传真的形式通知为准；由供应商负责代运及运费。	同“序号1合同一解 决争议的方式”	—

（二）委托加工合同

截至2010年12月31日，公司已签署且正在履行的委托加工合同如下：



序号	合同当事人名称	加工产品名称	加工费 (元/听)	执行标准	履行期限、地点和结算方式	解决争议的方式	附带条款或 限制条件
1	委托方：河北养元智汇饮品股份有限公司 加工方：河南华冠养元饮料有限公司	核桃乳、 核桃花生露、 核桃杏仁露	0.11	Q/HYY11、 Q/HYY12、 Q/HYY18、 QB/T2301-1997	(1) 履行期限：2010年9月21日至2011年9月20日； (2) 履行地点：加工方厂区； (3) 履行方式：(1) 委托方负责提供符合国家标准的主辅料，加工方不得销售委托方委托其生产的成品、半成品及含有“养元”标识的包材等，该类产品（或材料）的销售权归委托方；(2) 加工费每月结算一次，以双方签字确认的入库成品数据为结算依据。	若出现纠纷，双方协商解决。如协商不成，由起诉方所在地法院处理。	—

注：(1) 2010年9月26日，河南省临颍县公证处出具《公证书》([2010]临证经字第251号)，对上述《委托加工合同》予以公证。

(2) 2010年9月27日，漯河市质量技术监督局批复同意对上述委托加工进行备案，备案有效期至2011年9月26日。2010年9月30日，衡水市质量技术监督局批复同意对上述委托加工进行备案，备案有效期至2011年6月29日。

(3) 2011年1月10日，河北养元智汇饮品股份有限公司与河南华冠养元饮料有限公司签订了《委托加工合同之补充合同》，合同主要约定：加工方同意在接受委托方委托加工期间不再接受其他公司、企业、个人及其他组织的委托为其加工产品，也不自行生产、销售饮料类产品；加工方在合同终止后立即停止任何使用带有“养元”字样的商号的行为，并于合同终止之日起10个工作日内办理公司变更名称的工商变更登记手续，加工方名称中不得再使用“养元”及相似字样。

(三) 销售合同

截至2010年12月31日，公司已签署且正在履行的合同金额在500万元以上的销售合同如下：

序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
1	邢台世纪龙贸易有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	2,100.00	1、合同有效期限：2010年6月21日至2011年6月30日；2、合同履行方式：乙方按照甲方制定的价格体系操作；乙方购货款经甲方财务部门确认到帐后，甲方根据乙方要求组织发	本合同项下所产生的任何争议，首先应在双方之间通过协商解决；如果自	1、乙方要严格按照国家有关法律、法规从事商业活动，为甲方产品营造良好的销售环境；2、乙方在本合同有效期内不得经销与甲方产品为同一类别的其他厂家产品，否则，甲方有权单



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
				货；乙方须向甲方交纳10,000.00元市场秩序保证金；乙方首批进货贷款和保证金须在合同签订之日起三日内，全额汇入甲方指定账户，否则，视为乙方自动放弃合同；3、本合同履行地点：甲方住所组织发货。	争议发生之日起在30天内未能通过协商解决，争议双方均可向甲方所在地的人民法院提起诉讼。	方解除本合同，以书面形式通知乙方，通知到达时生效；3、乙方保证经销产品均在约定销售区域、约定销售渠道、约定价格体系内销售。乙方如有破坏甲方市场保护机制的行为，如跨区域销售、低价销售，甲方将根据公司相关规定给予乙方处罚，直至取消乙方经销资格；4其他市场的产品如冲击乙方市场，经甲方评估后，甲方视情况给予乙方一定补偿；5、不可转让：除非经本合同双方事先书面同意，甲方和乙方均不能分配和转让本合同项下的任何权利。
2	郑州市永丰商贸有限公司	精品六个核桃、 香浓六个核桃 核桃杏仁露	1,350.00	1、合同有效期限：2010年6月21日至2011年6月30日；2、合同履行方式：乙方按照甲方制定的价格体系操作；乙方购货款经甲方财务部门确认到帐后，甲方根据乙方要求组织发货；乙方须向甲方交纳20,000.00元市场秩序保证金；乙方首批进货贷款和保证金须在合同签订之日起三日内，全额汇入甲方指定账户，否则，视为乙方自动放弃合同；3、本合同履行地点：甲方住所组织发货。	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
3	濮阳市曙光商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	1,200.00	1、合同有效期限：2010年6月21日至2011年6月30日；2、合同履行方式：乙方按照甲方制定的价格体系操作；乙方购货款经甲方财务部门确认到帐后，甲方根据乙方要求组织发货；乙方须向甲方交纳5,000.00元市场秩序保证金；乙方首批进货贷款和保证金须在合同签订之日起三日内，全额汇入甲方指定账户，否则，视为乙方自动放弃合同；3、本合同履行地点：甲方住所组织发货。	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
4	藁城市六个核桃总代理	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	1,200.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
5	宁纺玉峰	核桃智尊、	1,200.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
	烟酒副食 经销处	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃			决争议的方式”	
6	新乡市博 尔食品有 限公司	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃	1,120.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
7	士忠综合 经销部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,100.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
8	河北宝沁 林商贸有 限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃	1,100.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
9	隆尧县永 安商贸有 限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,050.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
10	磁县星光 烟酒副食 门市	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,000.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
11	建永糖酒 批发	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,000.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
12	滦城县慷 达糖酒销 售部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	1,000.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
13	武安市双 成商贸有 限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,000.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
14	永年县中 原市场想 娥牛奶经	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,000.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
	销处	香浓六个核桃、 智汇露				
15	邯郸市复兴区顺丰食品商行	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	1,000.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
16	北京澳汶鑫业商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	900.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
17	徐水县青云伟业商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	880.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
18	定州市腾达副食批发部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	860.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
19	保定市玉洋商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	850.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
20	沙河市大正酒业营销部	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	810.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
21	无极县华兴名优烟酒购销站	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	800.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
22	遵化市八方酒业饮品经销处	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	800.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
23	安阳盛邦	精品六个核桃、 智汇露	800.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
	商贸有限责任公司	香浓六个核桃			决争议的方式”	
24	任丘市利民糖酒食品店	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 核桃杏仁露	760.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
25	唐山市政昊商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃	750.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
26	迁安祺盛商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃	750.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
27	郑州市二七区珍老酒业商行	精品六个核桃、 核桃杏仁露	750.00	同“序号2合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
28	任县龙枝中华烟酒门市部	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	750.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
29	邢台腾雨商贸有限公司	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	730.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
30	衡水老白干长垣总经销	核桃智尊 磷脂强化型六个核桃 精品六个核桃	720.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
31	辉县市孟庄镇环城批发部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	720.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
32	鹿泉市万	核桃智尊、	710.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
	泉商店	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃			决争议的方式”	
33	曲阳县东旭商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	700.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
34	平乡县食品公司批发部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	700.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
35	元氏县志会食品方便部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	700.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
36	唐山蓝宝商贸有限公司	香浓六个核桃	700.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
37	定兴县惠达食品饮料有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	700.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
38	泊头市恒盛副食经销部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	660.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
39	沧州市宏顺食品有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	640.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
40	许昌蓬源佳辉商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、	600.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
41	行唐烟酒 副食大世界	核桃杏仁露 核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	600.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
42	郑州市上 街区许昌 路宏利酒 业商店	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	600.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
43	寿光鸿运 商贸有限 公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	600.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
44	广跃糖酒 批发部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	600.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
45	长葛好时 运副食饮 品配送中 心	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	600.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
46	巨鹿县泰 昊食品销 售部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	580.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
47	魏县冷饮 批发门市	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	580.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
48	洛阳达兴 酒业有限 公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	580.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
49	清苑县元 龙综合商 店	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	570.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
50	河北枣强 县天外天 商贸有限 公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	560.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
51	安溪县京 精酒业有 限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	560.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
52	赵县庆阳 食品供销 站	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	550.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
53	冀州市永 光综合商 店	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	550.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
54	鹤壁市源 丰商贸有 限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	550.00	1、合同有效期限：2010年6月21日至2011年6月30日；2、合同履行方式：乙方按照甲方制定的价格体系操作；乙方购货款经甲方财务部门确认到帐后，甲方根据乙方要求组织发货；乙方须向甲方交纳2,000.00元市场秩序保证金；乙方首批发货款和保证金须在合同签订之日起三日内，全额汇入甲方指定账户，否则，视为乙方自动放弃合同；3、本合同履行地点：甲方住所组织发货。	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
55	安国市鸿发综合商店	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	540.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
56	石家庄市新华区康茂烟酒店	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	530.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
57	大为糖酒批发站	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	520.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
58	新密市市区永铸副食经营部	商超装六个核桃、 流通装六个核桃	520.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
59	浚县日盛粮油销售中心	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	520.00	同“序号54合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
60	伊川县远通商贸有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 核桃杏仁露	520.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
61	滑县道上建英副食批发部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露	510.00	1、合同有效期限：2010年6月21日至2011年6月30日；2、合同履行方式：乙方按照甲方制定的价格体系操作；乙方购货款经甲方财务部门确认到账后，甲方根据乙方要求组织发货；乙方须向甲方交纳3,000.00元市场秩序保证金；乙方首批发货款和保证金须在合同签订之日起三日内，全额汇入甲方指定账户，否则，视为乙方自动放弃合同；3、本合同履	同“序号1合同，解决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
				行地点：甲方住所组织发货。		
62	石家庄市 长安和平 糖烟酒经 销部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	500.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
63	故城县郑 口镇青年 路付食门 市	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
64	邯郸市汇 华商贸有 限公司	商超装六个核桃	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
65	焦作市穆 萍贸易有 限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃	500.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
66	深圳市鑫 世纪副食 商行	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 核桃杏仁露	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
67	满城县利 静烟酒经 销部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
68	河北省高 阳县欣平 副食购销 部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	500.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
69	唐山市丰 南二批中 厅七十号 刘桂清店	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
70	林州市百	核桃智尊、	500.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解	同“序号1合同—附带条款或限制条件”



序号	销售客户名称	标的名称	销售金额 (万元)	履行期限、方式和地点	解决争议的方式	附带条款或限制条件
	链家超市有限公司	磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 香浓六个核桃、 智汇露			决争议的方式”	
71	晋州市新昌和糖酒公司	商超装六个核桃	500.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
72	石家庄市桥西区鹏达综合经销部	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
73	玉田县京东糖酒批发站	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
74	滦南县银丰食品商行	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	500.00	同“序号3合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”
75	唐山奇世食品有限公司	核桃智尊、 磷脂强化型六个核桃、 精品六个核桃、 智汇露	500.00	同“序号1合同—履行期限、方式和地点”	同“序号1合同，解 决争议的方式”	同“序号1合同—附带条款或限制条件”

(四) 广告合同

截至2010年12月31日，公司已签署且正在履行的合同金额在300万元以上的广告合同如下：

序号	合同当事人名称	标的名称	合同金额 (万元)	签署日、履行期限、地点和方式	解决争议的方式	附带条款或限制条件



1	甲方：河北养元智汇饮品股份有限公司 乙方：昌荣传媒有限公司	(1) 年度媒介服务； (2) 中央电视台招标段购买服务； (3) 根据合作深度所提供的媒介增值服务。	(1) 主标段金额：刊例金额3,987.67万元,实付3,389.52万元,折扣85%。 (2) 套售金额：折扣8.5%，全年套售平均额期望值为60%以上。具体额度由每月执行排期决定。	(1) 履行期限：2011年1月1日至2011年12月31日； (2) 履行地点及方式：甲方委托乙方负责甲方在委托期内的中央电视台广告投放事宜；甲方需在委托期内的每月25日前以电汇方式支付给乙方其当月媒介购买费用。	发生争议若为合同内约定按合同约定解决；未在合同内约定的争议由双方友好协商解决，协商不成由起诉方向所在地人民法院起诉。	—
	甲方：河北养元智汇饮品股份有限公司 乙方：石家庄君悦广告有限公司 丙方：河北电视台广告经营管理中心	养元六个核桃电视广告	650.00	(1) 履行期限：2011年1月1日至2011年12月31日； (2) 履行地点及方式：甲方委托乙方代理于委托期内在河北电视台河北卫视频道投放合家欢剧场特约播映广告；甲方应于2010年9月28日前一次性支付合同费用。	发生争议若为合同内约定按合同约定解决；未在合同内约定的争议由双方友好协商解决，协商不成由起诉方向所在地人民法院起诉。	—
3	甲方：河北养元智汇饮品股份有限公司 乙方：山东世纪阳光影视文化传播有限公司	养元六个核桃电视广告	519.27	(1) 履行期限：2011年1月1日至2011年12月31日； (2) 履行地点及方式：甲方委托乙方代理于委托期内在山东电视台齐鲁频道、山东公共新闻频道发布养元六个核桃电视广告；甲方需按合同约定支付广告费。	发生争议双方协商解决，协商不成的任何一方均有权向其所在地人民法院起诉。	—
	甲方：河北养元智汇饮品股份有限公司 乙方：石家庄君悦广告有限公司	养元六个核桃电视广告	496.73	(1) 履行期限：2011年1月1日至2012年1月31日； (2) 履行地点及方式：甲方委托乙方代理于委托期内在河南电视台区域发布养元六个核桃电视广告；甲方需按合同约定按月支付广告费。	发生争议若为合同内约定按合同约定解决；未在合同内约定的争议由双方友好协商解决，协商不成由起诉方向所在地人民法院起诉。	—

(五) 银行借款及抵押、保证合同

截至2010年12月31日，公司已签署且正在履行的合同金额在500万元以上的银行借款合同如下：

序号	合同当事人名称	住所	合同编号及用途	贷款金额 (万元)	贷款 利率	贷款期限、 还贷方式	解决争议的方式	附带条款或 限制条件



序号	合同当事人名称	住所	合同编号及用途	贷款金额 (万元)	贷款 利率	贷款期限、 还贷方式	解决争议的方式	附带条款或 限制条件
1	借款人：河北养元智汇饮品股份有限公司	衡水经济开发区北区新发区六路南， 潞阳四路以西	1310120100000176 2用于购买养元系列铁罐	1,000.00	年利率 5.31%	1、贷款期限：自2010年6月25日起至2011年6月24日止； 2、还款方式：(1) 合同借款本息应在贷款期限内归还，可在贷款人同意的情况下提前还款； (2) 合同借款按月结息，结息日为每月的20日。借款人须于每一结息日当日付息。如借款本金的最后一期偿还日不在结息日，则未付利息应利随本清。	发生争议由双方协商解决，或由合同双方任何一方向贷款人住所地人民法院提起诉讼。	1、本合同项下借款的担保方式为最高额抵押，担保合同编号为131006201000000035。 2、借款承诺：不将贷款用于固定资产、股权等投资和国家禁止生产、经营的领域和用途；向农业银行提供真实、完整、有效的材料；配合农业银行进行贷款支付管理、贷后管理及相应检查；进行对外投资、实质性增加债务融资；以及进行合并、分立、股权转让等重大事项前征得农业银行同意；借款人资金回笼情况出现重大问题时，农业银行有权提前收回贷款；发生影响偿债能力的重大不利事项时及时通知农业银行。

截至2010年12月31日，公司已签署且正在履行的合同金额在500万元以上的银行借款合同相对应的最高额抵押合同如下：

序号	合同当事人名称	合同编号	抵押标的及其评估价值	抵押担保最高金额	抵押期限	解决争议的方式	附带条款或 限制条件
1	抵押人：河北养元智汇饮品股份有限公司 抵押权人：中国农业银行股份有限公司衡水城中支行	131006201000000035号， 13101201000001762号借款合同相对应的抵押合同	(1) 抵押标的物：养元饮品办公楼、厂房及占地； (2) 抵押标的物的评估值：32,368,766.00元	担保的债权最高额折合人民币1,050.00万元	自2010年6月25日起至2011年6月24日止。	双方发生的争议由各方协商解决，协商不成由申诉方向抵押权人住所地人民法院提起诉讼	—



三、发行人对外担保的情况

截至本招股书签署之日，公司未涉及任何对外担保情况。

四、发行人涉及重大诉讼或仲裁的情况

截至本招股书签署之日，公司未涉及任何对财务状况、生产经营、经营成果、声誉、业务活动、未来前景有重大影响的诉讼及仲裁事项。

五、发行人第一大股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股书签署之日，发行人及其第一大股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未发生作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及刑事诉讼的情况。



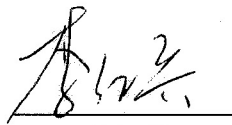
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

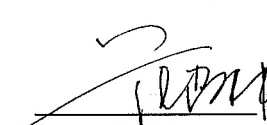
一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明

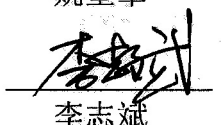
公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

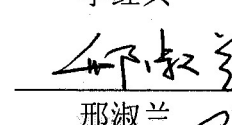
(一) 全体董事签名：

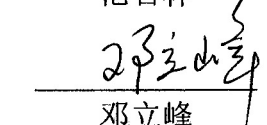

姚奎章

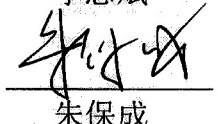

李红兵

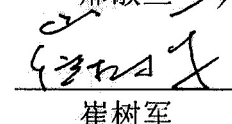

范召林

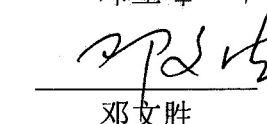

李志斌


邢淑兰

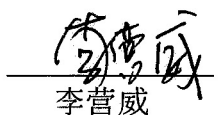

邓立峰


朱保成

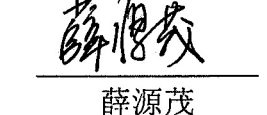

崔树军


邓文胜

(二) 全体监事签名：

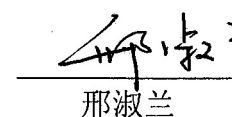

李营威

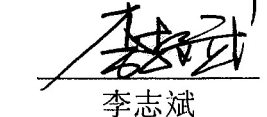

马永利


薛源茂

(三) 全体高级管理人员签名：


范召林


邢淑兰


李志斌

河北养元智汇饮品股份有限公司

2011年4月8日





二、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。

项目协办人:

杨涛

保荐代表人:

郭晓彬

苏勋智

法定代表人:

何 如



2011年4月8日



三、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。

律师事务所负责人签名：_____

付洋

经办律师签名：_____

肖钢

陈蕊

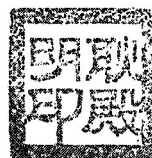


四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计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审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。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审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，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。

会计师事务所负责人签名：

耿殿明

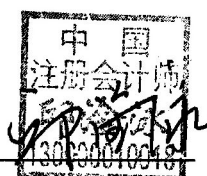


耿殿明

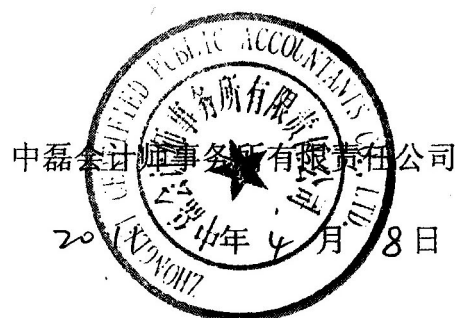
签字注册会计师签名：



曹忠志



邱淦泳

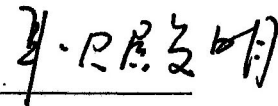




五、验资机构声明

本机构及签字注册会计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验资报告无矛盾之处。本机构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。

验资机构负责人签名：





耿殿明

签字注册会计师签名：

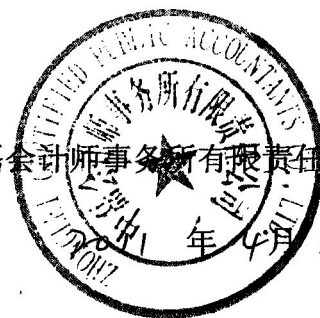


曹忠志



邱淦泳

中磊会计师事务所有限责任公司





第十七节 备查文件

一、备查文件目录

- (一) 发行保荐书及保荐工作报告
- (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、备查文件查阅时间、地点、联系人及电话

(一) 查阅时间

每周一至周五上午 9:00-11:00，下午 1:30-4:30

(二) 查阅地点

1、河北养元智汇饮品股份有限公司

联系地址：衡水市开发区北区新区六路南、滏阳四路以西

电话：0318—2088006

传真：0318—2088025

联系人：李志斌

2、国信证券股份有限公司

联系地址：北京市西城区金融大街兴盛街 6 号国信证券大厦

电话：010-88003400

传真：010-66211975

联系人：郭晓彬、苏勋智、杨涛、刘峰、刘亚飞、宋超