

天地壹号饮料股份有限公司  
TIANDI NO.1 BEVERAGE INC.

天地壹号

公开转让说明书



主办券商： 广发证券股份有限公司  
GF SECURITIES CO.,LTD.

广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 43 楼（4301-4316 房）

# 声 明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、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。

本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公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

全国股份转让系统公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

# 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

## 一、消费者喜好、消费模式变化的风险

公司产品的需求受到消费者喜好、消费习惯及观感的变化等因素影响。消费者的喜好包括产品包装、味道、安全及健康益处等方面的偏好。消费者的消费习惯受整体经济趋势等多个因素影响。消费者对产品的偏好可能会受多个方面不利影响，包括竞争对手的营销工作以及传媒对公司产品的负面报道。公司可能因消费者喜好、消费习惯的变化，被迫调低价格、增加营销开支，以及改变产品组合，任何一项均会导致公司成本费用增加。另外，如果公司未能应消费者喜好或消费模式的变化来及时调整公司产品组合、营销及定价，可能导致产品销量下滑。前述情况，均可能会对公司的业务、财务状况、经营成果及前景造成不利影响。

## 二、新产品推广和新市场拓展风险

公司正在广东省以外进行新市场拓展。新市场的市场环境、竞争情况、消费者喜好及消费模式可能有别于公司目前所在的市场，令新市场开拓不确定性加大。另外，醋饮料饮品相较传统果汁、茶及含汽饮料而言仍是较新的饮料品类，故不能保证公司产品会被新市场快速接受。此外，公司未必能在新市场获得合适的业务机会、取得政府及其他第三方同意、许可及执照、有效运用管理及财务资源，或聘用、培训及挽留熟练人员。公司也可能难以在新市场按有利条款选择经销商以及和他们建立稳定合作关系。综合上述原因，公司可能在扩充业务及新市场方面产生比预期更高的支出，包括但不限于有关营销工作的开支，且不能保证公司的市场扩展顺利开展。如果公司扩展至新市场和推广新产品的计划未能成功，公司的业务、财务状况、经营成果及前景可能会受到不利影响。

## 三、品牌形象受损的风险

作为直接面对广大消费者的饮料企业，品牌形象对公司而言至关重要。随着公司的不断发展壮大，产品存在被仿冒、模仿的风险，公司及品牌亦可能存在被恶意攻击、侵权的风险。公司产品被他人仿冒、模仿可能影响公司的利益及品牌

形象；公司及品牌被竞争对手或其他第三方恶意攻击、侵权将可能动摇消费者对公司及产品的信任、忠实度，从而影响正常生产经营，对公司的财务状况和经营成果造成不利影响。

#### **四、销售市场相对集中风险**

通过十几年来不断的深耕细作，公司在广东地区已经形成了较为完善、稳固的经销商网络，广东市场是公司目前最重要的市场。报告期内公司在广东市场实现的营业收入占当年度营业收入的比例分别为 95.50%、92.64%和 98.05%，销售区域较为集中导致公司对广东市场存在一定程度的依赖风险。由于公司的销售份额主要集中在广东省内，如果广东省市场对公司产品的需求减少或增长放缓，或者公司无法顺利进行广东商省以外的市场开拓，公司的业务、财务状况、经营成果及市场前景可能面临不利影响。

#### **五、经销商管理的风险**

公司产品主要通过经销商销售，经销商是连接公司和消费者的桥梁。报告期内，伴随公司业务的快速增长、品牌与知名度日益提升、营销网络的拓展，公司经销商队伍发展到了比较大的规模，截至 2015 年 3 月 31 日，一级经销商已达到 239 家。公司对经销商的选择标准较高且管理完善，与此同时，公司给予经销商较高的利润空间，故报告期内公司与大部分经销商的合作关系较为稳定。

尽管如此，如果经销商暂停、中断或减少业务往来，公司未必能及时按可接受成本找到合格的经销商，这样一来也可能对公司的业务、财务状况、经营成果或前景造成不利影响。

此外，经销商或第三方运输商处理不当、自然灾害及罢工等公司控制范围以外的因素也可能使交货中断，因而导致产品损坏及延迟交货最后失去订单。如出现未按时交付产品，或产品在交付过程中损坏，公司可能须支付赔偿并面临公司声誉受损的影响，因而导致业务、财务状况、经营成果及前景受到重大不利影响。

#### **六、税收优惠政策终止的风险**

本公司于 2012 年 11 月 22 日经广东省科学技术厅、广东省财政局、广东省国家税务局、广东省地方税务局以粤科函高字(2012)1645 号文复审批准为高新

技术企业。2012年11月26日，公司取得证书编号为GF201244000602的《高新技术企业证书》，**有效期为三年**。根据《国家税务总局关于企业所得税减免税管理问题的通知》（国家发【2008】111号）文件规定国家需要重点扶持的高新技术企业减按15%的税率征收企业所得税，**因此，公司于2012年度、2013年度、2014年度的企业所得税按15%的比例缴纳**。2015年公司需要重新申请高新技术企业认定，截至本公开转让说明书签署之日，公司尚未办理复审手续。若公司未来未能通过高新技术企业重新认定，则可能因为企业所得税税率上升影响公司盈利水平。同时，若国家相关部门对所得税优惠政策做出调整，则可能对公司经营业绩及利润水平产生不利影响。

## 目 录

声 明.....	0
重大事项提示.....	0
目 录.....	1
释 义.....	8
第一节 基本情况.....	11
一、公司简要情况.....	11
二、股票挂牌情况.....	12
（一）股票挂牌基本情况.....	12
（二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺.....	12
三、公司股权结构及股东基本情况.....	14
（一）公司股权结构.....	14
（二）主要股东的基本情况.....	15
（三）公司历史沿革.....	17
（四）公司重大资产重组情况.....	25
（五）公司董事、监事、高级管理人员.....	25
（六）最近两年一期主要财务数据和财务指标.....	31
（七）与本次挂牌有关的机构.....	33
第二节 公司业务.....	34
一、业务情况.....	34
（一）主营业务.....	34
（二）主要产品及其用途.....	34
（三）主要生产流程及方式.....	36
（四）公司产品使用的主要技术.....	43
（五）公司主要业务资质.....	46
二、主要无形资产.....	48
（一）土地使用权.....	48
（二）注册商标.....	48

(三) 专利技术.....	57
(四) 互联网域名使用权.....	60
三、主要固定资产.....	60
(一) 房屋建筑物.....	61
(二) 主要机器设备.....	62
四、员工情况.....	64
(一) 员工结构.....	64
(二) 核心技术人员.....	65
五、业务收入的主要构成、主要客户及供应商情况.....	66
(一) 业务收入的主要构成.....	66
(二) 报告期内公司前五名客户销售情况.....	66
(三) 报告期内公司前五名供应商采购情况.....	67
(四) 公司董事、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%以上股份的股东在前五大供应商或客户中所占的权益情况.....	67
六、重大合同.....	68
(一) 销售合同.....	68
(二) 采购合同.....	69
(三) 设备合同.....	69
(四) 租赁合同.....	69
(五) 货运合同.....	70
(六) 技术服务合同.....	70
七、公司商业模式.....	71
(一) 研发模式.....	71
(二) 采购模式.....	72
(三) 生产模式.....	73
(四) 销售模式.....	74
(五) 盈利模式.....	76
八、公司所处行业基本情况.....	76
(一) 公司所处行业概况.....	77
(二) 行业管理体制及主要法规政策.....	79

(三) 行业规模和盈利状况 .....	80
(四) 行业市场前景 .....	82
(五) 行业竞争格局 .....	84
(六) 行业发展的有利和不利因素 .....	85
九、公司的主要竞争状况 .....	87
(一) 公司的竞争优势 .....	87
(二) 公司的竞争劣势 .....	95
(三) 公司采取的竞争策略和应对措施 .....	96
第三节 公司治理 .....	98
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况 .....	98
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果 .....	98
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年一期的违法违规情况 .....	99
四、公司的独立性 .....	99
(一) 业务的独立性 .....	99
(二) 资产的独立性 .....	99
(三) 人员的独立性 .....	100
(四) 财务的独立性 .....	100
(五) 机构的独立性 .....	100
五、同业竞争情况 .....	100
六、最近两年一期资金占用、违规担保的情况 .....	105
(一) 关联方资金占用情况 .....	105
(二) 公司为关联方担保的情况 .....	105
(三) 为防止关联方资金占用采取的措施 .....	105
七、公司董事、监事、高级管理人员的相关情况 .....	105
(一) 董事、监事、高级管理人员持股情况 .....	105
(二) 董事、监事、高级管理人员兼职情况 .....	106
(三) 董事、监事、高级管理人员对外投资情况 .....	107
(四) 董事、监事、高级管理人员的其他相关情况 .....	108
(五) 董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况 .....	108
第四节 公司财务会计信息 .....	111

一、 审计意见.....	111
二、 财务报表.....	111
(一) 合并财务报表范围.....	111
(二) 最近两年及一期合并财务报表.....	111
(三) 最近两年及一期母公司财务报表.....	121
三、 财务报表的编制基础.....	129
四、 报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	129
(一) 遵循企业会计准则的声明.....	129
(二) 会计期间.....	129
(三) 记账本位币.....	129
(四) 记账基础和计价原则.....	129
(五) 合并财务报表的编制方法.....	129
(六) 收入确认原则.....	130
(七) 外币业务和外币报表折算.....	131
(八) 应收款项.....	131
(九) 存货核算方法.....	133
(十) 长期股权投资.....	133
(十一) 固定资产.....	135
(十二) 在建工程.....	136
(十三) 无形资产.....	136
(十四) 研究与开发.....	137
(十五) 借款费用.....	137
(十六) 政府补助.....	138
(十七) 非金融长期资产减值.....	138
(十八) 商誉.....	139
(十九) 职工薪酬.....	140
(二十) 股份支付.....	140
(二十一) 递延所得税资产和递延所得税负债.....	141
(二十二) 主要会计政策、会计估计的变更和前期更正.....	141
五、 盈利能力和财务状况分析.....	141

(一) 营业收入、营业成本构成及变动分析 .....	141
(二) 经营成果变动分析 .....	145
(三) 公司最近两年一期主要财务指标分析 .....	148
(四) 报告期内的期间费用情况 .....	149
(五) 重大投资收益和非经常性损益情况 .....	152
(六) 适用税率及主要财政税收优惠政策 .....	155
(七) 主要资产情况 .....	156
(八) 报告期内各期末的主要债务情况 .....	177
(九) 报告期内各期末的股东权益情况 .....	180
(十) 报告期内现金流量情况 .....	181
六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况 .....	182
(一) 关联方及关联关系 .....	182
(二) 关联交易 .....	183
(三) 关联交易的公允性 .....	184
(四) 规范关联交易的制度安排及执行情况 .....	185
(五) 关于规范关联交易的承诺 .....	185
(六) 规范和减少关联交易的措施 .....	187
七、期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	187
(一) 期后事项 .....	187
(二) 或有事项 .....	187
(三) 其他重要事项 .....	187
八、报告期内的资产评估情况 .....	187
九、股利分配政策及最近两年的分配情况 .....	188
(一) 股利分配政策 .....	188
(二) 最近两年股利分配情况 .....	188
(三) 公开转让后的股利分配政策 .....	188
十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况 .....	188
(一) 承德红源果业有限公司 .....	190
(二) 山西老陈壹号生物科技有限公司 .....	190
(三) 江西天地壹号饮料有限公司 .....	191

(四) 河北天地壹号生物科技有限公司 .....	191
(五) 巴马壹号食品饮料有限公司 .....	192
(六) 广州壹号好水商贸有限公司 .....	192
(七) 广东天地壹号食品研究院有限公司 .....	193
(八) 广东天地壹号饮料销售有限公司 .....	193
(九) 巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司 .....	194
(十) 深圳市天地共赢投资管理有限公司 .....	195
十一、风险因素 .....	196
(一) 消费者喜好、消费模式变化的风险 .....	196
(二) 新产品推广和新市场拓展风险 .....	196
(三) 品牌形象受损的风险 .....	196
(四) 销售市场相对集中风险 .....	197
(五) 经销商管理的风险 .....	197
(六) 食品安全风险 .....	198
(七) 市场竞争日趋激烈的风险 .....	198
(八) 原材料价格波动风险 .....	199
(九) 税收优惠政策终止的风险 .....	199
(十) 在建工程受处罚风险 .....	199
(十一) 管理人员、管理能力与公司发展不匹配风险 .....	201
(十二) 季节性波动风险 .....	201
(十三) 控股股东控制不当的风险 .....	201
第五节 定向发行 .....	203
一、发行目的 .....	203
二、发行对象 .....	203
(一) 本次股票发行对象 .....	203
(二) 现有股东优先认购安排 .....	203
三、发行价格 .....	203
四、发行股份数量 .....	204
五、公司的分红派息、转增股本情况及其对公司股价的影响 .....	204
六、股票的限售安排或发行对象自愿锁定的承诺 .....	204

七、募集资金用途.....	204
八、本次发行前滚存未分配利润的处置方案.....	204
九、本次发行拟提交股东大会批准和授权的相关事项.....	204
第六节 有关声明.....	206
第七节 附件.....	211

## 释 义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

中国、我国、国内	指	中华人民共和国
公司、天地壹号、股份公司	指	天地壹号饮料股份有限公司
天地壹号有限	指	广东天地壹号饮料有限公司,原名为江门市天地壹号饮料有限公司
股东大会	指	天地壹号饮料股份有限公司股东大会
董事或董事会	指	天地壹号饮料股份有限公司董事或董事会
监事或监事会	指	天地壹号饮料股份有限公司监事或监事会
公司章程	指	现行的《天地壹号饮料股份有限公司章程》
公司控股股东、实际控制人	指	陈生
红源果业	指	承德红源果业有限公司,公司全资子公司
老陈壹号	指	山西老陈壹号生物科技有限公司,原名为晋中百家醋潭味业有限公司,公司全资子公司
江西天地壹号	指	江西天地壹号饮料有限公司,公司全资子公司
河北天地壹号	指	河北天地壹号生物科技有限公司,公司全资子公司
巴马壹号	指	巴马壹号食品饮料有限公司,公司全资子公司
壹号好水	指	广州壹号好水商贸有限公司,公司全资子公司
天地共赢	指	深圳市天地共赢投资管理有限公司,公司全资子公司
巴马长寿村	指	巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司,公司全资子公司
天地饮料销售	指	广东天地壹号饮料销售有限公司,公司全资子公司
食品研究院	指	广东天地壹号食品研究院有限公司,公司全资子公司
江门分厂	指	天地壹号饮料股份有限公司江门分厂,公司分支机构
深创投	指	深圳市创新投资集团有限公司,公司股东
广东红土	指	广东红土创业投资有限公司,公司股东
中科恒业	指	中山中科恒业投资管理有限公司,公司股东
广州红土	指	广州红土科信创业投资有限公司,公司股东
深圳红土	指	深圳市红土生物创业投资有限公司,公司股东
深圳御风	指	深圳御风天地创业投资合伙企业(有限合伙),公司股东
中慧三源	指	北京中慧三源投资中心(有限合伙),公司股东
天地共富	指	江门天地共富投资中心(有限合伙),公司股东
壹号食品	指	广东壹号食品股份有限公司
正无穷生物	指	广州正无穷生物科技有限公司
安徽壹号	指	安徽壹号食品有限公司
湛江美而美	指	湛江美而美食品有限公司
海南壹号	指	海南壹号畜牧发展有限公司
肇庆农博士	指	肇庆农博士禽业有限公司

壹号厨房电子商务	指	广州壹号厨房电子商务有限公司
壹号厨房	指	广州壹号厨房食品有限公司
壹号厨房深圳	指	壹号厨房（深圳）食品有限公司
熟了餐饮	指	广州熟了餐饮有限公司
江门新马单	指	江门市新马单农业资源发展有限公司
壹号种养	指	开平市壹号种养有限公司
扁家兄弟	指	广州扁家兄弟企业投资管理有限公司
扁家中医	指	广州扁家兄弟中医门诊有限公司
上景房地产、新光辉房地产	指	湛江市上景房地产有限公司
湛江新鸿业	指	湛江市新鸿业房地产开发有限公司
龙虎豹酒业	指	广东龙虎豹酒业有限公司
达观营销	指	江门市达观营销管理有限公司
达观投资	指	广东达观健康产业投资管理有限公司
国智生物	指	江门市蓬江区国智生物科技有限公司
香港国智	指	香港国智控股科技有限公司
达观养生	指	江门市蓬江区达观养生有限公司
佛山达观	指	佛山市达观美容有限公司
达观经营	指	江门市达观经营管理有限公司
天地之中	指	北京天地之中贸易有限公司
汇金科技	指	珠海汇金科技股份有限公司
新华电视	指	中国新华电视控股有限公司
招商证券	指	招商证券股份有限公司
国信证券	指	国信证券股份有限公司
中信证券	指	中信证券股份有限公司
国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
红土基金	指	红土创新基金管理有限公司
中科招商	指	广东中科招商创业投资管理有限责任公司
沃土五号	指	沃土新三板五号证券投资基金
红石 15 号	指	红土创新-红石 15 号新三板资产管理计划
红石 16 号	指	红土创新-红石 16 号新三板资产管理计划
红石 21 号	指	红土创新-红石 21 号新三板资产管理计划
睿联新杉	指	北京睿联新杉投资管理有限公司
新三板	指	全国中小企业股份转让系统
《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》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
330 苹果醋	指	330ml 苹果醋
650 苹果醋	指	650ml 苹果醋
650 陈醋	指	650ml 陈醋
江门醋饮料生产基地项目	指	江门醋饮料生产项目，公司在建工程项目之一

研发大楼建设项目	指	工程技术研究中心升级建设项目，公司在建工程项目之一
河北原料果醋及醋饮料生产研发基地项目	指	河北天地壹号原料果醋及醋饮料生产研发基地项目，公司在建工程项目之一
江西醋饮料生产基地项目	指	江西天地壹号原料果醋及醋饮料生产研发基地项目，公司在建工程项目之一
报告期、两年一期	指	2013 年度、2014 年度、2105 年 1—3 月
广发证券、推荐主办券商	指	广发证券股份有限公司
律师、大成律所	指	北京大成（广州）律师事务所
会计师、信永中和	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估师、中广信	指	广东中广信资产评估有限公司

本公开转让说明书中任何表格中若出现总数与表格所列数值总和不符，均为采用四舍五入所致。

## 第一节 基本情况

### 一、公司简要情况

- 1、中文名称：天地壹号饮料股份有限公司
- 2、英文名称：TIANDI NO.1 BEVERAGE INC.
- 3、法定代表人：陈生
- 4、有限公司成立日期：2002年9月12日
- 5、股份公司成立日期：2012年7月10日
- 6、注册资本：**定向发行前 40,000 万元；定向发行后 41,000 万元**
- 7、住所：江门市蓬江区棠下江盛二路 21 号
- 8、邮编：529000
- 9、信息披露事务负责人：蔡术良
- 10、电话：0750-3680398
- 11、传真：0750-3856366
- 12、互联网网址：<http://www.tdyh.com.cn>

13、所属行业：根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订版），公司所属行业为“酒、饮料和精制茶制造业（C15）”。

根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2011），公司所属行业为“饮料制造（C152）”中的“茶饮料及其他饮料制造（C1529）”。

根据全国中小企业股份转让系统有限公司《挂牌管理型行业分类指引》，公司所属行业为“饮料制造（C152）”中的“茶饮料及其他饮料制造（C1529）”。

- 14、经营范围：生产、销售：饮料【果汁及蔬菜汁类、其他饮料类】、酿造

食醋（凭有效的《全国工业产品生产许可证》经营）；批发：预包装食品（凭有效的《食品流通许可证》经营）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，涉及行政许可前置审批的取得许可证后经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

15、主营业务：醋饮料和其他饮料的研发、生产和销售。

16、组织机构代码：74298291-2

## 二、股票挂牌情况

### （一）股票挂牌基本情况

股票代码	
股票简称	
股票种类	人民币普通股
每股面值	人民币 1.00 元
股票总量	定向发行前 400,000,000 股；定向发行后 410,000,000 股
转让方式	协议转让
挂牌日期	年 月 日
主办券商	广发证券股份有限公司

### （二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

《公司法》第一百四十二条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份做出其他限制性规定”。

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年”、“挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执

行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外”。

本次定向发行前，公司进入全国中小企业股份转让系统公开转让的股票情况如下：

序号	股东名称	股东在公司的任职情况	持股数量（股）	有限售条件股份数量（股）	无限售条件股份数量（股）
1	陈生	董事长、首席执行官	328,735,500	246,551,625	82,183,875
2	王广	董事、副总裁	20,560,000	15,420,000	5,140,000
3	张鑫	副董事长	20,420,000	15,315,000	5,105,000
4	深创投	-	6,500,000	0	6,500,000
5	广东红土	-	5,550,000	0	5,550,000
6	闫斌	行政总裁	4,000,000	3,000,000	1,000,000
7	中科恒业	-	4,000,000	0	4,000,000
8	广州红土	-	3,250,000	0	3,250,000
9	深圳御风	-	2,400,000	0	2,400,000
10	中慧三源	-	2,000,000	0	2,000,000
11	天地共富	-	1,464,500	0	1,464,500
12	深圳红土	-	700,000	0	700,000
13	要爱龙	-	420,000	0	420,000
合计			400,000,000	280,286,625	119,713,375

本次定向发行后，公司进入全国中小企业股份转让系统公开转让的股票情况如下：

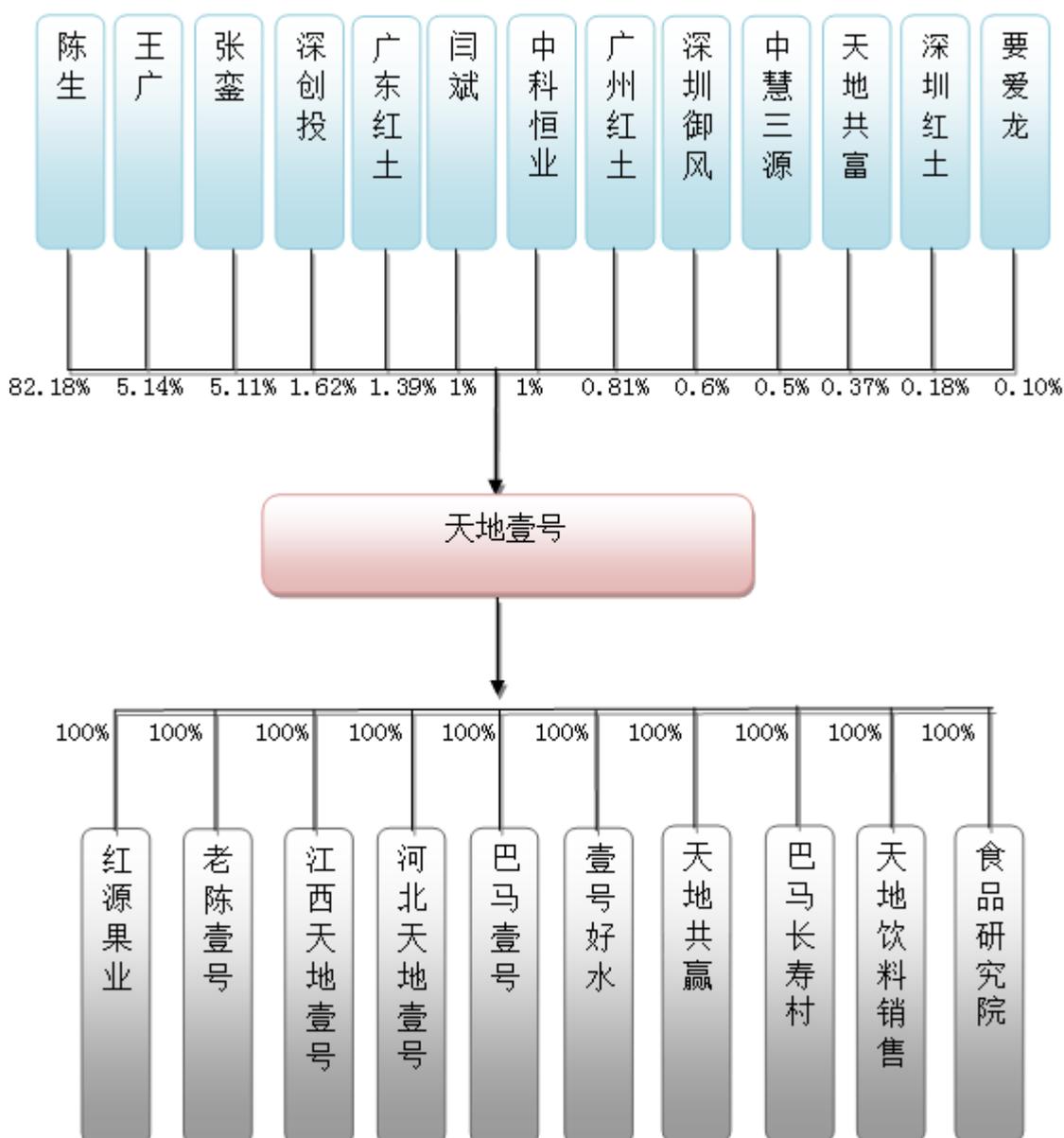
序号	股东名称	股东在公司的任职情况	持股数量（股）	有限售条件股份数量（股）	无限售条件股份数量（股）
1	陈生	董事长、首席执行官	328,735,500	246,551,625	82,183,875
2	王广	董事、副总裁	20,560,000	15,420,000	5,140,000
3	张鑫	副董事长	20,420,000	15,315,000	5,105,000
4	深创投	-	6,500,000	0	6,500,000
5	广东红土	-	5,550,000	0	5,550,000
6	广发证券	-	4,700,000	0	4,700,000
7	闫斌	行政总裁	4,000,000	3,000,000	1,000,000
8	中科恒业	-	4,000,000	0	4,000,000
9	广州红土	-	3,250,000	0	3,250,000
10	深圳御风	-	2,400,000	0	2,400,000
11	中慧三源	-	2,000,000	0	2,000,000
12	天地共富	-	1,464,500	0	1,464,500

13	睿联新杉	-	1,000,000	0	1,000,000
14	招商证券	-	850,000	0	850,000
15	国信证券	-	750,000	0	750,000
16	深圳红土	-	700,000	0	700,000
17	中信证券	-	500,000	0	500,000
18	国泰君安	-	500,000	0	500,000
19	红石15号	-	500,000	0	500,000
20	红石16号	-	500,000	0	500,000
21	要爱龙	-	420,000	0	420,000
22	红石21号	-	400,000	0	400,000
23	沃土五号	-	300,000	0	300,000
合计			410,000,000	280,286,625	129,713,375

除上述情况外，公司全体股东所持股份均无冻结、质押或其他转让限制情况。

### 三、公司股权结构及股东基本情况

#### (一) 公司股权结构



截至本公开转让说明书签署之日，上述股东持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

## （二）主要股东的基本情况

### 1、控股股东、实际控制人的基本情况

陈生为公司控股股东及实际控制人，持有公司股份 **328,735,500.00 股**，占公司总股本的 82.18%，同时担任公司董事长、首席执行官。

报告期内，公司的控股股东、实际控制人未发生变化。

陈生简历，见本节“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”。

## 2、前十名股东及持有 5%以上股份股东的持股情况

序号	股东姓名/名称	直接持股数量 (股)	持股比例(%)	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
1	陈生	328,735,500.00	82.18	自然人	无
2	王广	20,560,000.00	5.14	自然人	无
3	张奎	20,420,000.00	5.11	自然人	无
4	深创投	6,500,000.00	1.63	法人	无
5	广东红土	5,550,000.00	1.39	法人	无
6	闫斌	4,000,000.00	1.00	自然人	无
7	中科恒业	4,000,000.00	1.00	法人	无
8	广州红土	3,250,000.00	0.81	法人	无
9	深圳御风	2,400,000.00	0.60	合伙企业	无
10	中慧三源	2,000,000.00	0.50	合伙企业	无
	合计	397,415,500.00	99.36	-	-

## 3、公司现有股东之间的关联关系

公司现有股东中，陈生和王广为兄弟关系；天地共富为公司股权激励平台。除上述情况外，其他股东之间不存在关联关系。

天地共富为公司股权激励平台，其合伙人均为天地壹号在职员工或原在职员工。持有公司股份 1,464,500.00 股，占公司股权比例为 0.37%，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类别	在天地壹号的职务
1	吴华向	161.60	17.07	普通合伙人	董事、副总裁
2	王广	373.62	39.47	有限合伙人	董事、副总裁
3	熊贤平	80.80	8.54	有限合伙人	董事、副总裁
4	蔡术良	80.80	8.54	有限合伙人	董事会秘书
5	胡松	64.64	6.83	有限合伙人	人力资源管理中心总经理
6	林治鸣	14.54	1.54	有限合伙人	监事会主席、审计监察中心副总监
7	李锦龙	9.70	1.02	有限合伙人	事业部总监
8	王才祥	9.70	1.02	有限合伙人	区域负责人
9	陈剑波	9.70	1.02	有限合伙人	区域负责人

10	吴光勇	9.70	1.02	有限合伙人	区域负责人
11	苏瑞兴	9.70	1.02	有限合伙人	商超部负责人
12	邓广良	9.70	1.02	有限合伙人	督察部负责人
13	柯吉	9.70	1.02	有限合伙人	市场部负责人
14	尹建红	9.70	1.02	有限合伙人	审计部负责人(高级经理级)
15	曾彬	9.70	1.02	有限合伙人	技术研发中心副总监
16	陈冰	9.70	1.02	有限合伙人	部门副经理
17	王国君	9.70	1.02	有限合伙人	子公司江西天地壹号总经理
18	屈广军	9.70	1.02	有限合伙人	机械高级工程师(经理级)
19	杨岩	5.82	0.61	有限合伙人	区域负责人
20	陈香	5.82	0.61	有限合伙人	区域负责人
21	郑秋景	5.82	0.61	有限合伙人	区域负责人
22	许华东	5.82	0.61	有限合伙人	媒体管理部经理
23	邓存东	3.88	0.41	有限合伙人	品牌推广部负责人
24	卢欢庆	3.88	0.41	有限合伙人	-
25	李永红	3.88	0.41	有限合伙人	策划部负责人
26	冯为富	3.88	0.41	有限合伙人	办事处负责人
27	陈祝	3.88	0.41	有限合伙人	办事处负责人
28	朱光文	3.88	0.41	有限合伙人	办事处负责人
29	陈福宁	3.88	0.41	有限合伙人	培训后勤主管
30	吴进辉	3.88	0.41	有限合伙人	策划部经理
合计		946.65	100.00	-	-

### (三) 公司历史沿革

#### 1、公司设立及历史沿革

##### (1) 2002年9月，天地壹号有限设立

天地壹号有限系由王广、黎少梅共同出资设立的有限公司。王广、黎少梅分别出资 45 万元、5 万元，中山市花城会计师事务所有限公司于 2002 年 9 月 12 日出具中花国内验字(2002)249 号《验资报告》对设立时的出资予以验证。2002 年 9 月 20 日，天地壹号有限取得江门市工商行政管理局颁发的注册号为 4407012002985 的《企业法人营业执照》，注册资本为 50 万元，注册地址为江门市外海麻园平顶山 1 号，法定代表人：王广，经营范围为：生产、销售饮料。

(领齐有关许可证方能开展经营)。公司设立时股权结构及出资方式如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	王广	45.00	90.00
2	黎少梅	5.00	10.00

合计	50.00	100.00
----	-------	--------

(2) 2002年11月，天地壹号有限第一次增资至100万元

2002年11月2日，天地壹号有限召开股东会，决定增加注册资本至100万元，其中王广认购新增出资45万元，黎少梅认购新增出资5万元，上述增资经东莞市华联会计师事务所有限公司于2002年11月5日出具华联验字(2002)663号《验资报告》予以审验。

2002年11月13日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次增资后，天地壹号有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	王广	90.00	90.00
2	黎少梅	10.00	10.00
合计		100.00	100.00

(3) 2006年3月，天地壹号有限第二次增资至1,100万元

2006年3月1日，天地壹号有限召开股东会，决定增加注册资本至1,100万元，其中王广以货币资金认缴20万元，黎少梅以实物资产550万元、货币资金430万认缴。同日，王广、黎少梅签订了相应的《增资协议书》。上述增资业经江门市江源会计师事务所有限公司于2006年3月28日出具的江源所验字(2006)3-18号《验资报告》审验。

2006年3月31日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次增资后，天地壹号有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	王广	110.00	10.00
2	黎少梅	990.00	90.00
合计		1,100.00	100.00

本次增资中，黎少梅以制冷机、杀菌机等机器设备出资550万元，该等实物经江门市经华资产评估有限公司于2006年3月6日出具的经华评报字[2006]12号《资产评估报告》予以评估，评估值为5,527,700元，其中550万元计入天地壹号有限的注册资本，余额27,700元计入资本公积。该次资产评估中，虽然评估报告没有附相关发票，并且未能确认其产权归属，但是该资产一直为公司占有

并为生产所使用，且股东未就公司使用相关资产取得或按照相关安排取得费用，并未损害公司的利益。为了规范该部分实物出资，陈生于 2012 年 1 月以现金 550 万元补足出资，计入资本公积 550 万元。信永中和于 2012 年 1 月 13 日出具的 XYZH/2011GZA1084 号《验资报告》对上述出资进行了审验。

(4) 2006 年 4 月，天地壹号有限变更企业名称

2006 年 4 月 17 日，天地壹号有限召开股东会，决定将公司名称变更为“广东天地壹号饮料有限公司”。2006 年 4 月 20 日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。

(5) 2007 年 11 月，天地壹号有限第三次增资至 3,000 万元

2007 年 11 月 20 日，天地壹号有限召开股东会，决定增加注册资本至 3,000 万元，新增出资 1,900 万全部由王广以货币认缴。本次增资业经江门市江源会计师事务所有限公司于 2007 年 11 月 19 日出具江源所验字（2007）11-13 号《验资报告》审验。

2007 年 11 月 21 日，天地壹号有限完成了该次变更登记手续，取得了新的营业执照，注册号变更为 440700000009017。本次增资后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	王广	2,010.00	67.00
2	黎少梅	990.00	33.00
合计		3,000.00	100.00

(6) 2009 年 2 月，天地壹号有限第四次增资至 7,000 万元

2009 年 1 月 8 日，天地壹号有限召开股东会，决定增加注册资本至 7,000 万元。新增注册资本 4,000 万元中，王广认购 2,680 万元，黎少梅认购 1,320 万元，全部以货币缴纳。本次增资业经江门市江源会计师事务所有限公司于 2009 年 1 月 16 日出具的江源所验字（2009）1-15 号《验资报告》对上述出资予以审验。

2009 年 2 月 6 日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次增资后，天地壹号有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	王广	4,690.00	67.00
2	黎少梅	2,310.00	33.00
合计		7,000.00	100.00

(7) 2009年12月，天地壹号有限股权转让，实际控制人发生变更

2009年12月5日，天地壹号有限召开股东会，同意黎少梅、王广分别将其持有天地壹号有限的2,310万元、3,890万元出资以原始价格转让给陈生。同日，黎少梅、王广分别与陈生签订《股权转让合同》。此次股权转让完成后，陈生持股比例为88.57%，为天地壹号有限实际控制人。

根据陈生、王广和黎少梅签署的《关于股权代持及终止的备忘录》，黎少梅系陈生的母亲，王广为陈生的弟弟。天地壹号有限成立后，曾于2002年11月、2006年3月、2007年11月、2009年2月先后四次增加注册资本累计至7,000万元。直至2009年2月，天地壹号有限7,000万元出资当中，除800万元出资为王广实际持有外，其余黎少梅、王广对天地壹号有限的出资合计人民币6,200万元（相当于届时天地壹号注册资本的88.57%），均为黎少梅、王广代陈生持有。此次股权转让系为解除股权代持关系，本次股权转让后，天地壹号有限不存在委托持股情况。

2009年12月15日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次股权转让后，天地壹号有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈生	6,200.00	88.57
2	王广	800.00	11.43
合计		7,000.00	100.00

(8) 2010年3月，天地壹号有限第五次增资至16,000万元

2010年2月24日，天地壹号有限召开股东会，同意增加注册资本9,000万元，注册资本增加至16,000万元，其中陈生认购新增注册资本8,200万元，张鑫认购新增注册资本800万元。2010年2月25日，江门市江源会计师事务所有限公司出具的江源所验字（2010）2-13号《验资报告》对上述增资予以审验。2010年3月24日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次增资后，

天地壹号有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈生	14,400.00	90.00
2	王广	800.00	5.00
3	张銮	800.00	5.00
合计		16,000.00	100.00

(9) 2011年12月，天地壹号有限股权转让

2011年12月23日，天地壹号有限召开股东会，同意股东陈生转让其部分股权，同日，闫斌、要爱龙、张銮、王广和天地共富根据股东会决议的内容分别与股权出让方陈生签署了《股东转让股权合同书》，具体情况如下：

转让方	受让方	转让出资		
		出资额（万元）	转让价格（万元）	比例（%）
陈生	闫斌	160.00	2,560.00	1.00
	天地共富	58.80	937.28	0.37
	王广	22.40	358.40	0.14
	要爱龙	16.80	268.80	0.11
	张銮	16.80	268.80	0.11
合计		274.80	4,393.28	1.73

2011年12月31日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次股权转让后，天地壹号有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈生	14,125.42	88.28
2	王广	822.40	5.14
3	张銮	816.80	5.11
4	闫斌	160.00	1.00
5	天地共富	58.58	0.37
6	要爱龙	16.80	0.11
合计		16,000.00	100.00

(10) 2012年3月，天地壹号有限股权转让

2012年3月28日，天地壹号有限召开股东会，同意股东陈生转让其部分股权，同日，深创投、广东红土、中科恒业、广州红土、深圳御风、中慧三源、深圳红土根据股东会决议的内容分别与股权出让方陈生签订了《股权转让合同书》，具体情况如下：

转让方	受让方	转让出资		
		出资额（万元）	转让价格（万元）	比例（%）
陈生	深创投	260.00	6,423.30	1.62
	广东红土	222.00	5,484.51	1.39
	中科恒业	160.00	3,952.8	1.00
	广州红土	130.00	3,211.65	0.81
	深圳御风	96.00	2,371.68	0.60
	中慧三源	80.00	1,976.40	0.50
	深圳红土	28.00	691.74	0.18
<b>合计</b>		<b>976.00</b>	<b>24,112.08</b>	<b>6.10</b>

根据陈生与深圳红土、广州红土、中科恒业、广东红土、深创投、中慧三源、深圳御风于 2012 年 3 月签署的《股权转让合同书》及《股权转让之补充协议》中约定，陈生承诺公司 2012 年实现税后净利润（指经具有证券期货审计资格的会计师事务所审计的税后净利润，并以扣除非经常性损益前后孰低者为准）不低于 36,000 万元人民币，公司 2013 年实现税后净利润不低于 54,000 万元人民币。如公司 2012 年实现的税后净利润、2013 年实现的税后净利润或两年度累计实现的税后净利润未达到上述标准，则陈生应按照相应的计算公式无条件补偿上述七家机构投资人现金。

如果：①公司在 2015 年 12 月 31 日前未实现公开发行上市；或②公司存在构成境内公开发行 A 股实质性障碍的情形；或③2012 或 2013 年度公司当年实现净利润尚未达到上述承诺之利润目标的 60%；或④2012 或 2013 年度公司业绩较上年实现净利润下滑超过 20%，则受让方可要求出让方回购受让方持有的公司股权。回购价格应等于受让方对公司的投资成本按照 10% 的年利率计算的本利和（单利，不扣除回购前已经进行的分红）。

此外，公司上市或被整体并购前，未经深创投、广东红土、中科恒业、广州红土、深圳御风、中慧三源、深圳红土以书面形式同意，陈生不得对外转让所持有的公司股权。

根据陈生与深圳红土、广州红土、中科恒业、广东红土、深创投、中慧三源、深圳御风于 2015 年 5 月 22 日签署的《股权转让合同书补充协议（二）》，各方同意解除此前签署的《股权转让补充协议》中有关业绩对赌及陈生的回购责任等条款，以及《股权转让合同书》中有关陈生股份限制转让的条款，同意

陈生按照所适用的法律法规、证券交易所交易规则或全国中小企业股份转让系统业务规则中有关股份限售的规定作出相应承诺，并按照上述规定及承诺的内容自觉执行股份限售安排。

2012年3月30日，天地壹号有限完成了该次工商变更登记手续。本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈生	13,149.42	82.18
2	王广	822.40	5.14
3	张奎	816.80	5.11
4	深创投	260.00	1.62
5	广东红土	222.00	1.39
6	闫斌	160.00	1.00
7	中科恒业	160.00	1.00
8	广州红土	130.00	0.81
9	深圳御风	96.00	0.60
10	中慧三源	80.00	0.50
11	天地共富	58.58	0.37
12	深圳红土	28.00	0.18
13	要爱龙	16.80	0.10
合计		16,000.00	100.00

## 2、股份公司设立及演变情况

### （1）整体变更

2012年6月6日，天地壹号有限股东会决议公司整体变更为股份有限公司，原公司股东作为拟变更设立的股份有限公司发起人签署了《发起人协议》。

根据信永中和2012年5月15日出具的审字XYZH/2011GZA1110号《审计报告》，公司截至2012年3月31日经审计净资产为人民币265,279,538.40元。在此基础上，公司按1:0.6031的比例折合股本**160,000,000**股，剩余105,279,538.40元转入资本公积。

2012年5月25日，中广信出具了中广信珠评报字[2012]第011号《评估报告》，经评估，天地壹号有限截至2012年3月31日之净资产为30,023.93万元。

2012年6月25日，信永中和出具了XYZH/2011 GZA1122号《验资报告》对

上述出资予以审验。

2012年6月21日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》及有限公司整体变更为股份有限公司等相关议案，并选举了第一届董事会和第一届监事会。

2012年7月10日，江门市工商行政管理局核发《企业法人营业执照》，整体变更设立的公司股本结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	陈生	131,494,200.00	82.18
2	王广	8,224,000.00	5.14
3	张銮	8,168,000.00	5.11
4	深创投	2,600,000.00	1.62
5	广东红土	2,220,000.00	1.39
6	闫斌	1,600,000.00	1.00
7	中科恒业	1,600,000.00	1.00
8	广州红土	1,300,000.00	0.81
9	深圳御风	960,000.00	0.60
10	中慧三源	800,000.00	0.50
11	天地共富	585,800.00	0.37
12	深圳红土	280,000.00	0.18
13	要爱龙	168,000.00	0.10
合计		160,000,000.00	100.00

## （2）资本公积和未分配利润转增股本

2012年12月12日，经2012年第二次临时股东大会审议通过，根据经信永中和报告号为XYZH/2012GZA1013的《审计报告》，将截至2012年10月31日的资本公积和部分未分配利润共计24,000.00万元，转增股本24,000.00万元，按照每10股送15股的比例向全体股东派送红股。上述转增事项经信永中和XYZH/2012GZA1013-1号《验资报告》验证。

公司五名自然人股东在本次转股时未缴纳个人所得税，公司亦未代扣代缴。上述五名自然人股东已分别出具承诺：如因此次以资本公积、未分配利润转增注册资本导致需缴纳个人所得税，将按照主管税务机关要求及时足额缴纳相关税款，并保证使公司不受损失。

本次转股完成后，公司的注册资本增至40,000万元，股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	陈生	328,735,500.00	82.18
2	王广	20,560,000.00	5.14
3	张銮	20,420,000.00	5.11
4	深创投	6,500,000.00	1.62
5	广东红土	5,550,000.00	1.39
6	闫斌	4,000,000.00	1.00
7	中科恒业	4,000,000.00	1.00
8	广州红土	3,250,000.00	0.81
9	深圳御风	2,400,000.00	0.60
10	中慧三源	2,000,000.00	0.50
11	天地共富	1,464,500.00	0.37
12	深圳红土	700,000.00	0.18
13	要爱龙	420,000.00	0.10
合计		400,000,000.00	100.00

#### (四) 公司重大资产重组情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在重大资产重组情况。

#### (五) 公司董事、监事、高级管理人员

##### 1、董事

序号	姓名	任职情况
1	陈生	董事长、首席执行官
2	张銮	副董事长
3	王广	董事、副总裁
4	熊贤平	董事、副总裁
5	吴华向	董事、副总裁
6	靳海涛	董事
7	杨大贺	独立董事
8	周韬	独立董事
9	吴伯凡	独立董事

陈生，男，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，北京大学经济学学士，清华大学EMBA。曾荣获“第八届中国优秀创新企业家”、“广东生产力发展卓越贡献企业家”、“2010年中国营销标志人物”、“2011年永业生命素杯首届全国三农致富榜样最佳商业模式奖”、“2011永业生命素杯首届

全国三农致富榜样”、“中国营销盛典十大营销人物”、“2012年（第九届）广东十大经济风云人物”、“2012广东十大新闻人物”等称号。1984年7月至1986年1月任广州市委办公厅干部；1986年1月至1991年7月任湛江市委办公室干部；1991年7月至1993年10月任湛江美龙房产开发公司副总经理；1993年12月至2004年1月任湛江新鸿业总经理；1996年8月至2010年1月任龙虎豹酒业董事长；2009年12月至2012年6月历任天地壹号有限监事、董事长，2012年6月至2013年10月任公司董事长，2013年10月至今任公司董事长、首席执行官。目前兼任壹号食品董事长、壹号厨房电子商务执行董事、扁家兄弟执行董事、壹号种养执行董事、广东省政协协商委员会第十一届政协委员、湛江市人大常委会第十三届人大代表。

**张奎**，1965年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，华南理工大学食品工程专业工学学士，食品工程助理工程师、食品工艺工程师。曾荣获“广东省食品行业协会优秀企业家”、“2006-2007年度全国食品安全优秀管理企业家”、“2007年度中国食品安全年会工程技术先进个人”等称号。1988年9月至1996年9月于雷州市食品饮料总厂车间，历任主任、生产经理及副厂长；1996年10月至2003年4月任龙虎豹酒业副总经理；2003年5月至2012年6月历任天地壹号有限监事、董事、副总经理；2012年6月至2013年10月任公司董事、常务副总经理，2013年10月至今任公司副董事长。目前兼任中国饮料工业协会供货商分会专家顾问团专家、中国人民政治协商会议江门市蓬江区委员会委员、江门市蓬江区工商联（总商会）第三届执委会副主席。

**王广**，1970年生，中国国籍，无境外永久居留权，中山大学在职MBA、EMBA。1994年10月至1999年11月任湛江新鸿业主管；1999年12月至2002年8月任龙虎豹酒业总经理；2002年9月至2012年6月历任天地壹号有限执行董事、总经理；2012年6月至2013年10月任公司董事、总经理，2013年10月至今任公司董事、副总裁。目前兼任红源果业、老陈壹号、江西天地壹号、河北天地壹号、巴马壹号、壹号好水、天地共赢、巴马长寿村、天地饮料销售、食品研究院执行董事和棠下商会理事会理事。

**熊贤平**，1970年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，江西农业大学园艺专业农学学士，食品工程助理工程师，高级经营师。曾荣获“武汉市政府颁发武汉市优秀进城务工青年”、“江门市第六批优秀青年专家和拔尖人才”称号、“江门市科学技术进步一等奖”和“乐百氏集团颁发的总裁特别贡献奖”奖项。1993年7月至1997年3月任江西果王饮料有限公司车间主任；1997年4月至1999年12月历任广东乐百氏食品饮料有限公司带班主任；1999年12月至2008年7月任乐百氏（广东）饮用水有限公司厂长；2008年8月至2009年7月任可口可乐装瓶商生产（武汉）有限公司生产经理；2009年7月至2009年10月任广东加多宝饮料食品有限公司南宁工厂经理；2009年11月至2012年6月任天地壹号有限生产总监；2012年6月至2013年10月任公司董事、副总经理，2013年10月至今任公司董事、副总裁。目前兼任食品研究院总经理、中国饮料工业协会技术工作委员会单位委员、江门市食品安全咨询专家委员会专家。

**吴华向**，1977年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中共中央党校函授学院经济管理专业管理学学士。1996年11月至2001年6月任湛江新鸿业出纳；2001年6月至2002年10月任龙虎豹酒业会计；2002年10月至2010年8月任天地壹号有限营销中心经理；2010年8月至2012年6月任天地壹号有限营销总监；2012年6月至2013年10月担任公司董事、副总经理，2013年10月至今任公司董事、副总裁。目前兼任天地共富执行事务合伙人。

**靳海涛**，1954年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，华中理工大学（现已更名为华中科技大学）管理工程专业工学硕士。1976年2月至1991年2月任电子部七六一厂主任；1991年3月至1993年4月任中国电子工业总公司处长；1993年5月至2001年5月任赛格集团有限公司常务副总经理；2001年6月至2004年8月任全球策略投资基金特别代表；2004年9月至今任深圳市创新投资集团有限公司董事长，2012年6月至今任公司董事。目前还兼任中国新华电视独立非执行董事、深圳政协委员、中国投资协会创业投资专门委员会联席会长、深圳创业投资同业公会会长、深圳私募基金协会会长、深圳科技专家委员会专家、深圳市电子商务协会会长、深圳市投资商会副会长、深圳市商业联合会会董。

**杨大贺**，1972年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，毕业于辽宁省交通高等专科学校汽车交通运输管理专业，注册会计师、审计师。1992年9月至1996年6月历任辽阳市运输管理处出纳、会计；1996年7月至1999年12月历任深圳市会计师事务所审计员、项目经理；2000年1月至2001年12月任深圳华鹏会计师事务所项目经理；2002年1月至2006年3月任中华财务顾问咨询公司高级经理；2006年4月至2008年12月任北京立信会计师事务所部门副经理；2009年1月至今任中勤万信会计师事务所部门经理；2014年9月至今任公司独立董事。目前兼任汇金科技独立董事。

**周韬**，1970年生，中国国籍，香港永久居民，本科学历，厦门大学法律学士、曼彻斯特都会大学法律学士，香港律师，具有中国律师资格。2004年9月至2010年4月任中国光大集团有限公司法律部助理主任；2011年1月至2012年5月任海通国际证券集团有限公司策略发展部法务经理；2012年6月至2013年4月任海通国际证券集团有限公司助理董事；2013年5月至2014年2月任华保亚洲发展有限公司执行董事；2014年2月至2014年9月任礼德齐伯礼律师行律师；2014年9月至今任兴证（香港）金融控股有限公司合规部总监；2013年5月至今任公司独立董事。

**吴伯凡**，1966年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，中国人民大学哲学学士、中国社会科学院哲学硕士。1991年1月至2000年12月任中国社会科学院文献情报中心社会科学文献出版社编辑；2001年1月至2001年10月任《环球管理》杂志总编辑；2001年10月至2002年12月任《环球企业家》杂志总策划；2003年1月至2003年10月任《公司(INC)》（中文版）杂志主编；2003年11月至2004年5月任《创业家》杂志总编辑；2004年6月至今历任广东《二十一世纪商业评论》杂志社有限公司杂志执行主编、主编及编辑委员会成员，现任该杂志发行人；2012年6月至今任公司独立董事。目前还兼任友成企业家扶贫基金会理事。

## 2、监事

序号	姓名	任职情况
1	林治鸣	监事会主席
2	陈郁华	监事

3	李昌辉	职工监事
---	-----	------

**林治鸣**，1981年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，华南理工大学化学工程与工艺专业工学学士，华南理工大学工业催化专业工学硕士。2004年7月至2005年8月任华南理工大学化工与能源学院研究生工作秘书；2008年5月至2014年6月任天地壹号有限高级经理、公司高级经理；2013年10月至今任公司监事会主席，2014年6月至今任公司副总监。

**陈郁华**，1982年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，广东工业大学工商管理专业管理学学士。2007年4月至2012年6月历任天地壹号有限业务员、办事处负责人、区域负责人；2012年6月至今历任公司区域负责人、营销总经理助理、监事，现任公司监事、营销管理中心后勤部负责人。

**李昌辉**，1972年生，中国国籍，无境外永久居留权，食品工业企业诚信管理体系内审员。1992年12月至1995年12月任职于武警郴州消防支队桂阳中队；1996年5月至2006年2月任江门弘本工艺实业有限公司总务；2006年3月至2012年6月历任天地壹号有限技术员、工段长、总管、生产主任；2012年6月至今任公司职工代表监事、生产主任。

### 3、高级管理人员

序号	姓名	担任职务
1	陈生	董事、首席执行官
2	王广	董事、副总裁
3	熊贤平	董事、副总裁
4	吴华向	董事、副总裁
5	闫斌	行政总裁
6	刘彬	副总裁
7	蔡术良	董事会秘书
8	黄水荣	财务负责人

**陈生**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**王广**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**熊贤平**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**吴华向**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**闫斌**，1963年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，郑州轻工业学院食品工程专业工学学士，高级工程师。曾荣获“中央国家机关优秀青年”、“一九九三年度国家科委优秀青年”等称号和“1995-1996年度业务带头人岗位贡献津贴”证书。**1984年7月至1997年7月**历任中国科技信息研究所业务处长、所长助理；2003年3月至2012年10月历任红源果业董事长、总经理，2012年9月至2013年10月任公司副总经理，2013年10月至今任公司行政总裁。

**注：闫斌于1997年7月辞去中国科技信息研究所行政职务后，并未正式办理辞职及人事关系、档案转出手续。1997年7月至2012年1月期间保留在中国科技信息研究所的事业编制，但并未担任中国科技信息研究所的任何职务，直到2012年1月才完成档案转出的手续办理。**

**刘彬**，1973年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中国人民解放军国防信息学院信息系统管理专业管理学学士，高级人力资源管理师。曾荣获武汉理工大学管理学院“人力资源专业本科生成长导师”称号。2004年10月至2005年3月任湛江市新光辉房地产开发有限公司办公室主任；2005年3月至2007年10月任龙虎豹酒业办公室主任；2007年10月至2009年4月任广东天地食品有限公司人力资源总监；2009年4月至2011年9月任壹号食品培训部总监；2011年9月至2012年6月任天地壹号有限培训总监；2012年6月至2013年10月任公司培训管理中心总经理、监事会主席；2013年10月至今任公司副总裁。

**蔡术良**，1969年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，毕业于天津财经大学工业企业管理系计划统计专业。1989年7月至2000年6月任广东省汕头市二轻企业总公司财务主任；2000年6月至2002年6月任乐百氏（广东）食品饮料有限公司营销总部销售主管；2002年6月至2003年4月任量子高科（中国）生物股份有限公司营销经理；2003年4月至2010年2月历任龙虎豹酒业营销总监、营销副总经理；2010年2月至2011年3月任广东天地食品有限公司营

运总监；2011年3月至2012年6月任天地壹号有限董事长助理；2012年6月至今任公司董事会秘书。

**黄水荣**，1974年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，华南理工大学会计学专业管理学学士，中南财经政法大学EMBA，高级会计师、经济师。1997年7月至1998年9月任潮阳液化石油气有限公司会计；1998年10月至2001年8月历任马华隆（潮阳）纺织有限公司成本会计、主办会计；2001年9月至2003年2月历任汕头市联美集团有限公司财务主任、财务副经理；2003年2月至2004年12月任广东健力宝集团有限公司财务经理；2004年12月至2012年2月任西陇化工股份有限公司财务总监；2012年6月至今任公司财务负责人。

## （六）最近两年一期主要财务数据和财务指标

公司最近两年一期的财务报告已经信永中和会计师事务所审计，并出具了标准无保留意见的XYZH/2015GZA10030号《审计报告》。公司主要财务数据及财务指标如下：

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计(万元)	141,467.32	149,758.66	108,240.07
股东权益合计(万元)	98,334.81	95,787.37	76,524.48
归属于申请挂牌公司的 股东权益合计(万元)	98,334.81	95,787.37	76,524.48
每股净资产(万元)	2.46	2.39	1.91
归属于申请挂牌公司 股东的每股净资产(万元)	2.46	2.39	1.91
资产负债率(母公司) (%)	28.19	34.17	29.08
流动比率(倍)	1.90	1.66	2.00
速动比率(倍)	1.75	1.52	1.80
项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	26,617.94	112,616.40	117,271.94
净利润(万元)	2,547.44	25,262.89	31,444.57
归属于申请挂牌公司 股东的净利润(万元)	2,547.44	25,262.89	31,444.57
扣除非经常性损益后 的净利润(万元)	1,985.84	24,145.32	30,706.31
归属于申请挂牌公司	1,985.84	24,145.32	30,706.31

股东的扣除非经常性损益后的净利润(万元)			
毛利率(%)	53.61	61.48	64.84
净资产收益率(%)	10.50	29.84	46.18
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	8.20	28.52	45.10
基本每股收益(元/股)	0.06	0.63	0.79
稀释每股收益(元/股)	0.06	0.63	0.79
应收帐款周转率(次)	58.56	55.58	101.17
存货周转率(次)	6.00	6.23	8.28
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-5,437.21	52,559.50	40,888.04
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-0.14	1.31	1.02

注：(1) 2015年1-3月份净资产收益率、应收账款周转率及存货周转率系前3个月计算数据的年化法；

(2) 除特别指出外，上述财务指标系以合并财务报表的数据为基础进行计算。

(3) 上述指标的计算公式如下：

每股净资产=净资产/期末股本总额

资产负债率=(负债总额/资产总额)×100%

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

应收账款周转率(次)=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率(次)=营业成本/存货平均余额

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/期末股本总数

净资产收益率=PO/(E0+NP÷2+Ei×Mi÷MO - Ej×Mj÷MO±Ek×Mk÷MO)

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；MO 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。

基本每股收益=P0÷S

S= S0+S1+Si×Mi÷MO - Sj×Mj÷MO-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；MO 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。每股净资产=净资产/期末股本总额

稀释每股收益=P1/(S0+S1+Si×Mi÷MO - Sj×Mj÷MO - Sk+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。

### (七) 与本次挂牌有关的机构

1	<b>主办券商:</b>	广发证券股份有限公司
	法定代表人:	孙树明
	住所:	广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 43 楼 (4301-4316 房)
	联系电话:	020-8755 5888 / 0755-8828 6964
	传真:	020-8755 3577/ 0755-8273 9761
	项目负责人:	蒋伟驰
	项目小组成员:	余仲伦、陈鑫、方熹、易莹、许宁
2	<b>律师事务所:</b>	北京大成(广州)律师事务所
	单位负责人:	卢跃峰
	住所:	广州市天河区体育西路 103 号维多利广场A座 45、51 楼
	联系电话:	020-85277000
	传真:	020-85277002
3	<b>会计师事务所:</b>	信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)
	单位负责人:	叶韶勋
	住所:	北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 8 层
	联系电话:	010-65542288
	传真:	010-65547190
4	<b>资产评估机构:</b>	广东中广信资产评估有限公司
	法定代表人:	汤锦东
	住所:	广东省广州市越秀区东风中路 300 号之一 11 楼A室
	联系电话:	020-83637941
	传真:	020-83637840
5	<b>证券登记结算机构:</b>	中国证券登记结算有限责任公司
	地址:	北京市西城区太平桥大街 17 号
	联系电话:	4008058058-3-6
	传真:	010-59378824
6	<b>证券交易场所</b>	全国中小企业股份转让系统
	法定代表人:	杨晓嘉
	住所	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
	联系电话:	010-63889512
	传真:	010-63889514

## 第二节 公司业务

### 一、业务情况

#### （一）主营业务

天地壹号饮料股份有限公司是一家集研发、生产、销售醋饮料及其他饮料的股份企业，是具有中国元素的新锐健康饮料产品的价值挖掘者和品牌运营商。公司拥有承德红源果业有限公司、山西老陈壹号生物科技有限公司、江西天地壹号饮料有限公司等 10 家全资子公司及天地壹号饮料股份有限公司江门分厂，主要生产基地设在广东省江门市，营销管理中心设在广州市天河区维多利广场。公司是我国最早进入醋饮料行业的企业之一，2008 年被广东省食品饮料协会评定为“2008 年度广东省食品工业软饮料制造十强企业”和“改革开放三十年广东省食品行业软饮料产品 10 强”；2009 年公司的陈醋饮料获得广东省食品行业协会颁发的“广东省食品行业协会金奖”；2011 年第二届中国饮料行业Bev-Model颁奖盛典上，天地壹号与国内外饮料巨头同台竞技，荣膺“研发创意奖”、“成长品牌奖”和“广告语奖”三项大奖；2012 年“天地壹号”注册商标被认定为“中国驰名商标”；2013 年公司荣获中国饮料业“5 年优秀企业”称号；2014 年天地壹号与可口可乐、怡宝等行业巨头荣获“中国饮料行业实践社会责任优秀企业”称号。天地壹号历经十几年的积淀发展，已然发展成为国内知名的醋饮料品牌与市场领先者。

公司自成立以来，主营业务未发生重大变更。

#### （二）主要产品及其用途

##### 1、主要产品情况简介



天地壹号以健康佐餐饮料为产品定位，以服务顾客为导向，先后推出了陈醋饮料、苹果醋饮料、山楂醋饮料等，陈醋饮料以山西老陈醋为主要原料，苹果醋饮料是以浓缩苹果汁发酵成的苹果醋再与苹果汁进行配比制作而成，山楂醋饮料以山楂汁发酵成的山楂醋再与山楂汁进行配比制作而成。经过多年的市场培育和品牌运营，“天地壹号”醋饮料凭借独特口感与健康功效，日益成为消费者喜爱的新一代佐餐饮料，在全国醋饮料行业中拥有较高的市场占有率和品牌美誉度。近年来，为满足消费者不断变化的消费体验需求，公司相继开发了百草壹号、巴马壹号等健康饮品。

经过十多年的品牌沉淀，天地壹号成功地从产品生产向品牌经营转型。2010年初，天地壹号与电视剧《家有儿女》的五位主演签约，宋丹丹、张一山等五位明星成为天地壹号产品的代言人，而“吃饭喝啥？天地壹号！”的广告语更是被消费者熟知。2011年初，天地壹号提出“给健康加道菜，第五道菜——天地壹号”，致力于将天地壹号打造成居民餐桌上继鱼、肉、青菜、米饭后的“第五道标配菜”。2014年，公司通过幽默诙谐的广告场景成功打造了山楂妹妹纯情可爱的形象，“我是山楂妹妹，试我一口可好”的广告语也为新品百草壹号山楂醋饮料的快速推广集聚了品牌和人气基础。公司主要产品情况如下表所示：

阶段	类型	细分品牌	产品特性	目标消费者
成熟阶段	苹果醋饮料	天地壹号	采用公司子公司红源果业优质苹果醋制得，口感清爽，最大程度保留苹果营养物质。	关注饮食健康且追求品质生活的老中青少群体
	陈醋饮料	天地壹号	采用公司子公司老陈壹号正宗山西老陈醋制得，酸甜可口，清油解	关注饮食健康及身体亚健康状态的中老年群体

			赋。	
发展阶段	山楂醋饮料	百草壹号	含有丰富的对人体有益的黄酮物质，且山楂有助消化作用。	在休闲即饮方面关注健康、追求品质生活的老中青少群体
培育阶段	饮用天然山泉水	巴马壹号	源于世界长寿之乡广西巴马的优质山泉水。	追求健康、讲究品质的老中青群体且多为中产阶层

## 2、主要产品收入构成及占比情况

公司主要从事健康佐餐醋饮料和其他饮料的研发、生产和销售，公司主要产品的收入情况以及占公司营业收入比例情况如下：

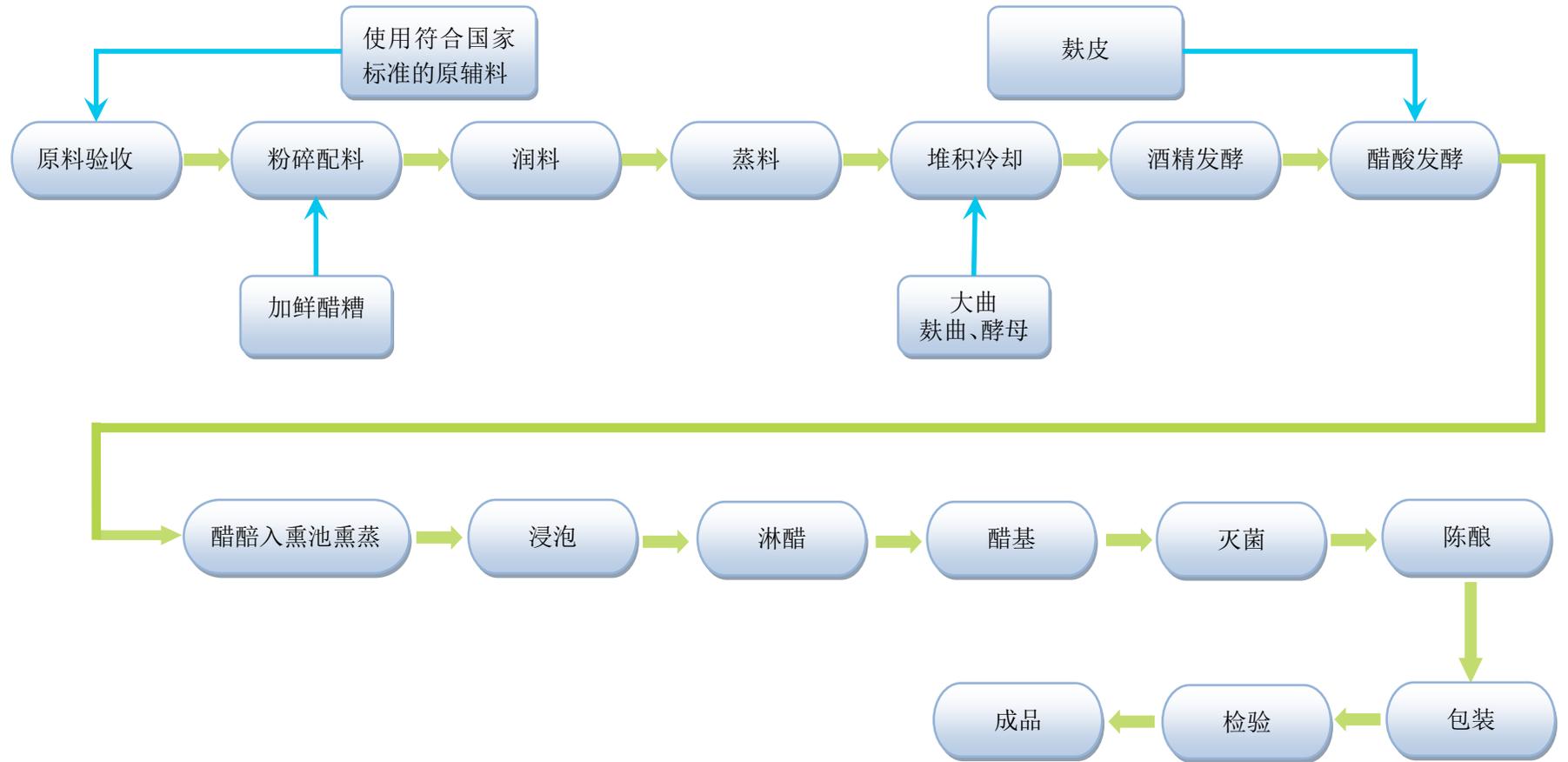
单位：万元

产品名称	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
苹果醋饮料	20,879.13	79.09%	100,613.70	89.94%	98,003.91	84.18%
陈醋饮料	1,887.40	7.15%	7,579.55	6.78%	14,820.69	12.73%
山楂醋饮料	3,331.95	12.62%	3,719.92	3.33%	3,146.71	2.70%

## （三）主要生产流程及方式

### 1、陈醋工艺流程图

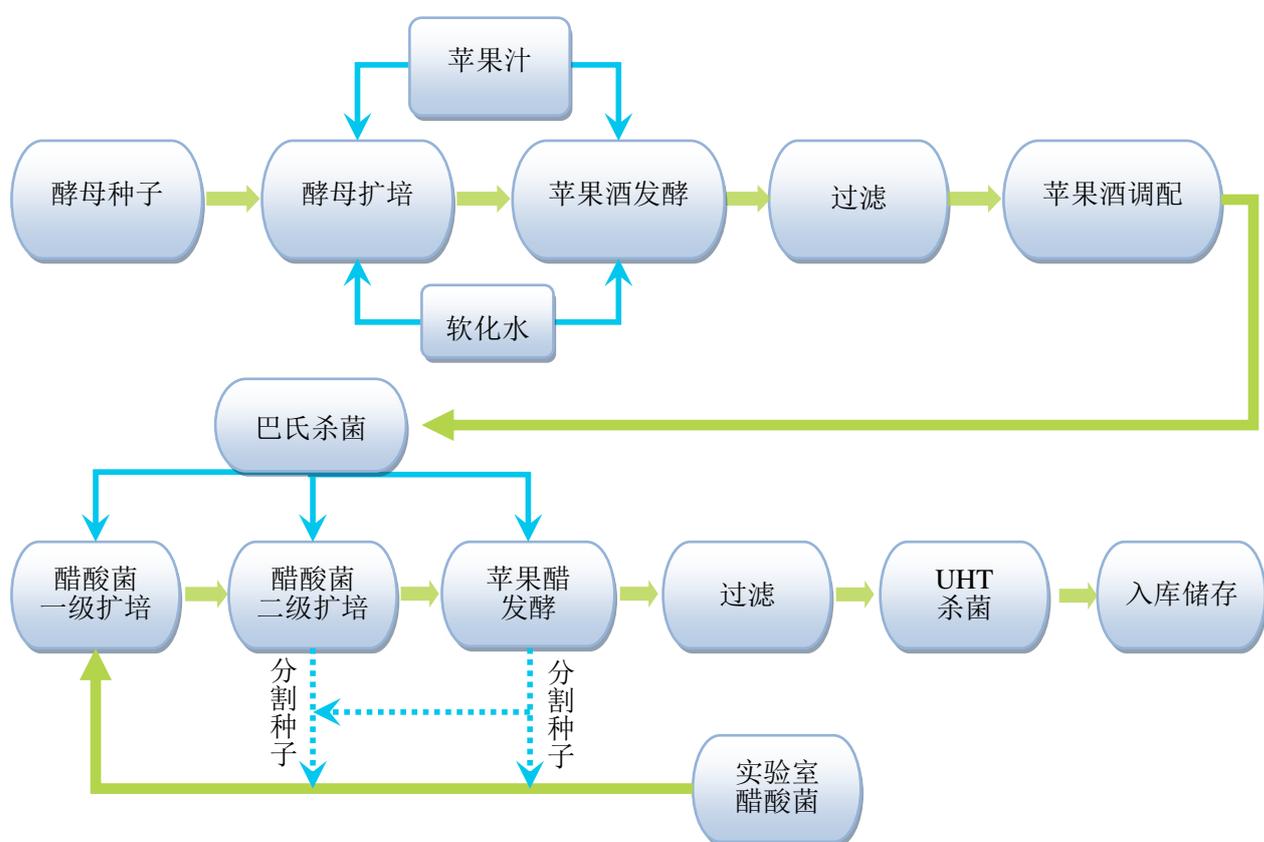
作为天地壹号陈醋饮料的主要原材料之一，陈醋的酿造工艺质量直接影响着产品的稳定性和口感，公司除了将陈醋生产基地设在山西酿醋第一村“怀仁村”，对原料进行源头把控之外，还通过研发一系列的专利和非专利技术对陈醋工艺进行不断的改进，保证了陈醋发酵的质量和速度，陈醋工艺生产流程如下：



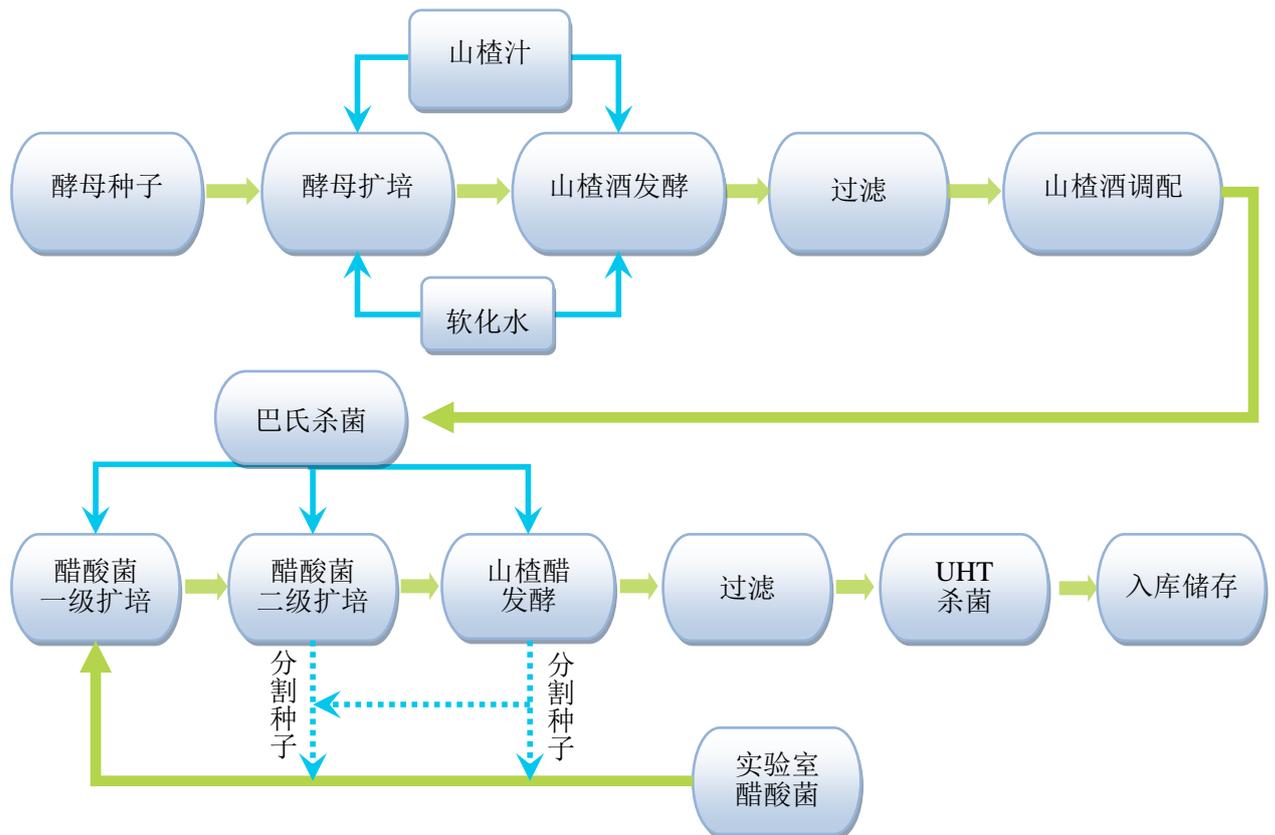
## 2、苹果醋/山楂醋工艺流程图

苹果醋/山楂醋作为天地壹号苹果醋/山楂醋饮料的主要原料之一，公司对苹果醋/山楂醋的技术开发主要着重于改进生产工艺和进行菌种驯化。通过对流程的改进和菌种驯化使得公司苹果醋/山楂醋具有较强的稳定性和较高的良品率，有利于大规模量产以及生产成本的降低，公司苹果醋/山楂醋工艺流程如下图所示：

### (1) 苹果醋生产工艺流程



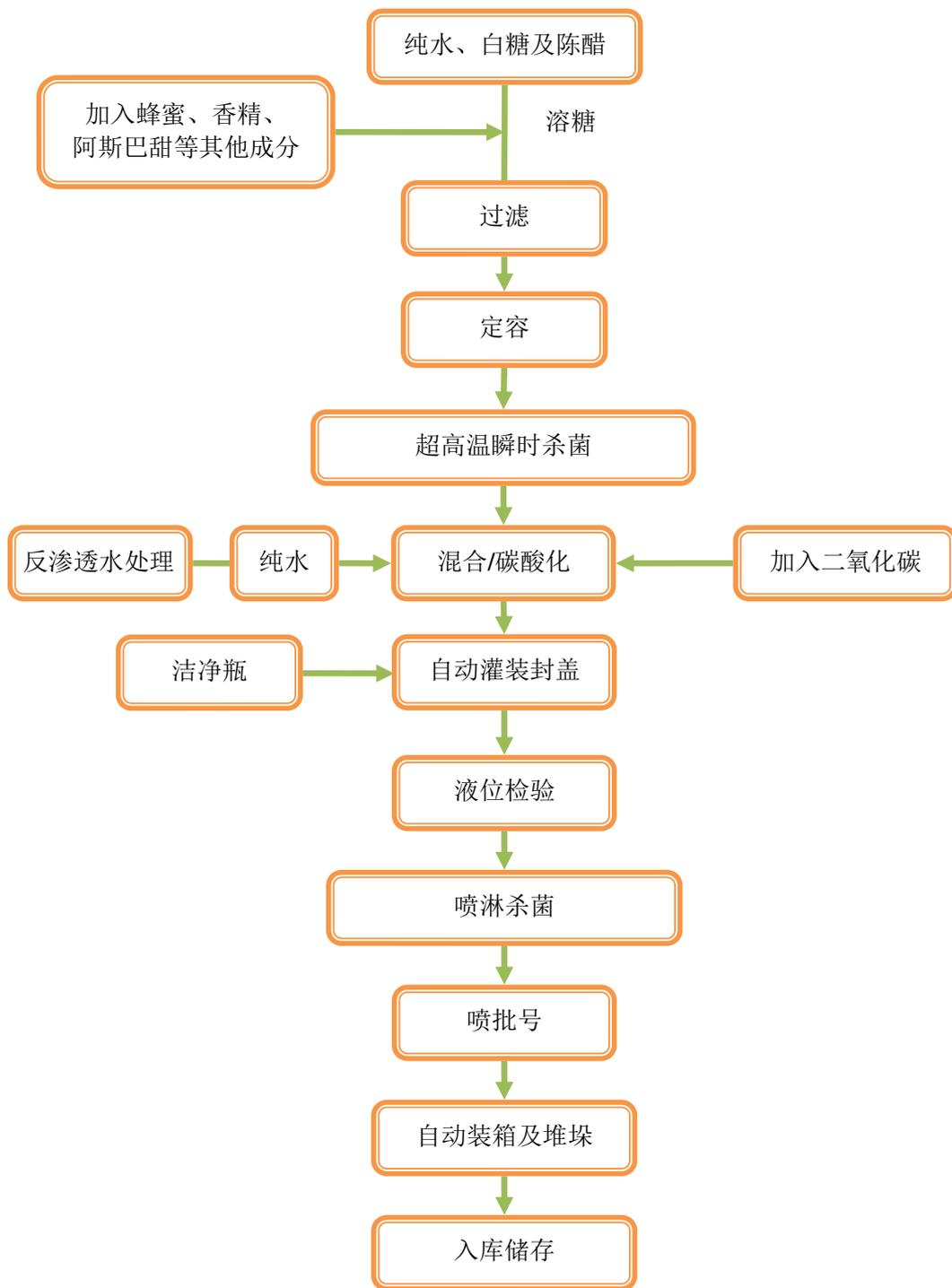
### (2) 山楂醋生产工艺流程



### 3、天地壹号陈醋/苹果醋饮料生产流程

山西老陈醋是天地壹号陈醋饮料中的主要成分，山西老陈醋具有平衡人体酸碱水平、改善消化系统以及增强免疫力的功效；苹果醋饮料的主要成分为苹果原醋，苹果原醋采用苹果汁进行发酵，公司苹果醋饮料经过科学的产品配方，口味纯正香醇，适宜广大消费者饮用。下图显示天地壹号陈醋/苹果醋饮料的生产工艺流程：

#### (1) 陈醋饮料生产工艺流程

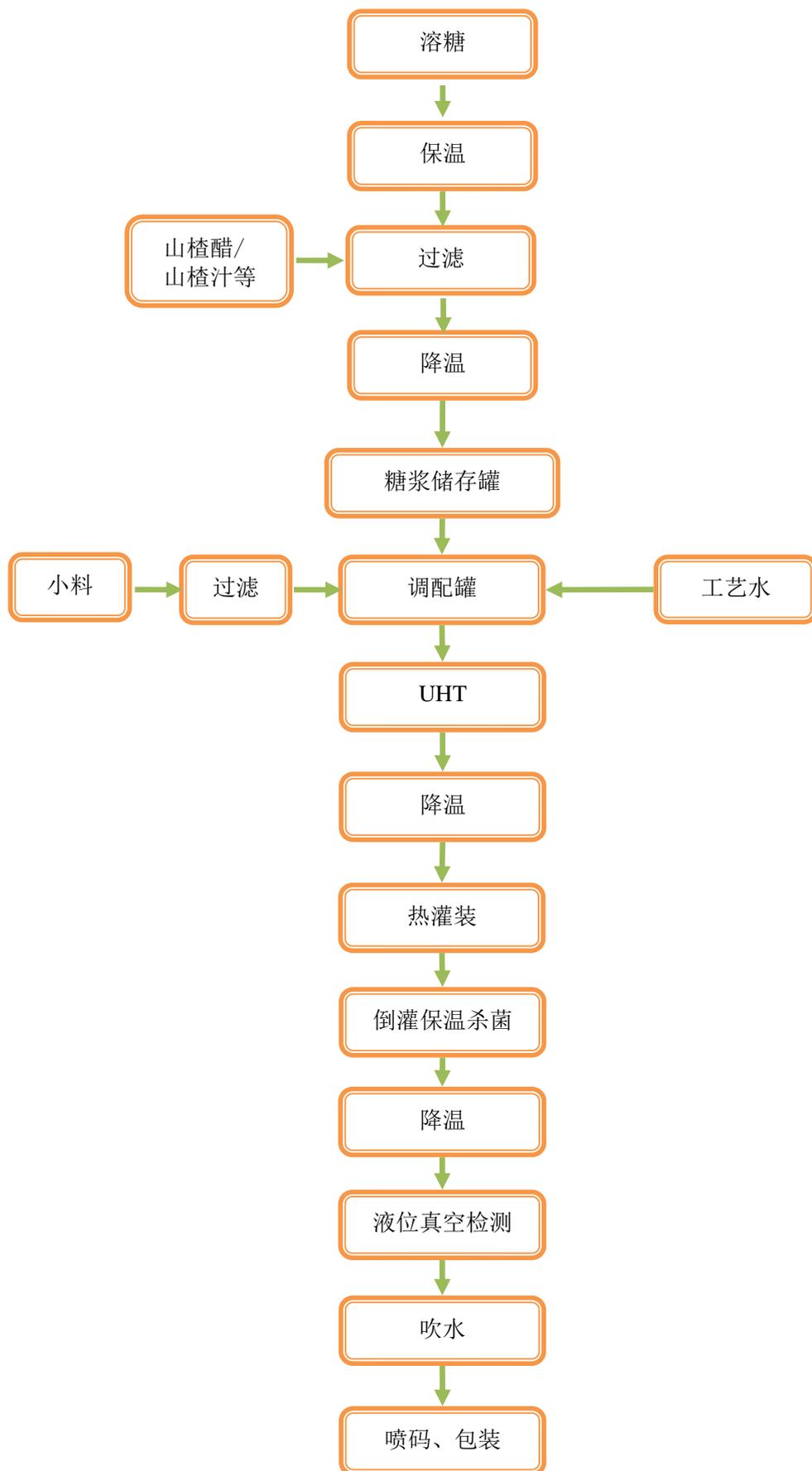


(2) 苹果醋饮料生产工艺流程



#### 4、天地壹号山楂醋饮料生产流程

公司于 2013 年推出优质山楂醋饮料百草壹号。百草壹号山楂醋饮料以山楂汁发酵成的山楂醋再与山楂汁进行配比制作而成。其生产流程如下：



#### (四) 公司产品使用的主要技术

序号	技术名称	简要描述	取得方式	技术水平	创新类型	可替代性
1	一种含汽陈醋饮料	将柠檬香料与老陈醋配合得到良好的香味、口感,该项技术成功应用于公司陈醋饮品产品中,取得了良好的市场效应。	自主研发	国内领先	自主创新	较难
2	前稀后固工艺生产山西老陈醋的方法及设备	该技术是对老陈醋生产工艺的创新,酒精发酵工艺由固态改为稀态,除可提高产酒率外,主要具备了机械化生产操作,节约生产场地和生产效率,所制得的老陈醋与传统固态发酵老陈醋标准致,具备应用于公司陈醋饮料产品的条件。	受让	国内领先	子公司创新	较难
3	一种山楂醋发酵饮料及其生产工艺	该技术不仅适用于山楂醋的发酵、同时也适用于苹果醋的液态发酵,目前该技术一直应用于天地壹号苹果醋系列产品。	受让	国内领先	子公司创新	较难
4	一种陈醋饮料生产过程中的碳酸化设备	技术解决了陈醋饮品生产过程中充入二氧化碳产生大量泡沫,影响产品品质以及灌装容量的稳定性和效率的问题。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
5	一种洗瓶机清洗消毒设备	应用于醋饮料产品实际生产上,并能有效控制玻璃瓶的微生物指标和清洗效果,节省了洗瓶机蒸汽能源和碱液的用量,简化了清洗消毒的流程,提高了生产效率,节省了成本。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
6	一种加速陈醋陈酿的存储装置	解决了公司老陈醋原料陈酿温度不稳定,陈酿反应缓慢的情况,缩短了陈醋陈酿工艺所需的时间,保证了醋液特有的醋香味。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
7	一种快速溶糖设备	该技术使醋饮料生产的溶糖效率提高 2-3 倍,时间缩短 50%。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
8	一种自动分拣系统	该技术实现了产品生产过程的自动分拣,降低了人工成本,提高了生产效	自主研发	国内领先	自主创新	一般

		率。				
9	一种无压力高速自动封箱设备	该技术应用于最终产品的封箱,实现了自动化封箱,大大缩短了时间,提高了生产效率。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
10	一种提高圆盘机过滤糖浆回收率的设备	该技术应用于饮料产品生产过滤工序,实现了高清晰度过滤,提高了过滤过程中糖浆的回收率,降低了生产成本。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
11	一种溶糖罐	该技术应用于醋饮料生产过程,实现了最佳的溶糖效果,保证了产品品质。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
12	一种提高陈醋糖浆澄清度的方法	该技术应用于陈醋饮料生产,包括陈醋糖浆的制取、粗滤、精滤等,所获得的陈醋饮料的澄清度能达到在 4000r/min的条件下离心处理 15 分钟后仍透明无任何沉淀,从而提升了产品的感官品质。	自主研发	国内领先	自主创新	较难
13	一种吸附固定化醋酸杆菌发酵果醋的工艺方法	本技术用于果醋的生产,将固定化醋酸杆菌接种到果酒基质中进行连续的液态深层发酵生产果醋,乙酸转化率达到 90%-95%,发酵周期缩短到 8 天以下,降低生产成本和提高生产效率,并增强果醋的风味。	自主研发	国内领先	自主创新	较难
14	一种西番莲果醋的生产工艺	该西番莲果醋是以西番莲原浆为原料,葡萄酒活性干酵母、醋酸菌为菌种,添加低聚肽类,经发酵、过滤、陈酿获得。经液态发酵得到的西番莲果醋清澈透明、酸度醇和、醋酸含量在 3.5%-5.5%,具有西番莲果的特殊香气。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
15	醋酸杆菌及其在制备苹果醋中的应用	新分离得到的固定化醋酸杆菌在发酵苹果果醋中应用,可以多批次使用,且连续的批次发酵时间可达 90 天以上,相应转酸率为 90%以上,简化发酵生产操作,提高生产效率,增加生产能力,且	自主研发	国内领先	自主创新	较难

		在生产后期易于细胞分离，可回收再利用。				
16	一种灌装机自动控制装置	该装置全部电气模块集中控制，能够精确计算，解决“空瓶”与“无盖”产品现象。提高机械效率，使企业生产成本降低，给企业带来更多的盈利。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
17	一种具有就地无功补偿与谐波消除装置的车间供配电系统	该实用新型技术通过合理进行就地随机补偿，可以降低电压降，减少内线损耗，提高设备出力；使得配变利用率提高，满足了车间更多动力客户的供电需求。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
18	一种果醋发酵装置	通过在发酵罐内增设CIP清洗消毒设备，提高了清洗灭菌质量；增设无菌空气主动添加系统和气液混合循环单元，大幅增加了发酵液中所需的溶解氧浓度，提高了发酵效果。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
19	一种果酒发酵装置	该装置可使果酒发酵过程中罐体内部的压力达到稳定状态，有效地防止了外界对发酵引起的污染；同时保证料液的温度更快达到均匀分布状态，使控制温度更加符合实际的温度，更好地保证了果酒发酵风味的稳定。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
20	混合机罐内液位自动控制装置	本装置在原料罐内设置一浮球，浮球连接一连杆，连杆与罐体外部气体流量调节装置的控制端连接，采用气动的方式控制原料罐内的液位，实现控制精准的效果。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
21	醋酸菌高酒度驯化	以现有不耐高酒度醋酸菌进行逐步高酒度培养及传代转接。逐步复壮结果显示：醋酸菌对高酒度耐性已逐步加强。	自主研发	国内领先	自主创新	较难
22	山楂醋发酵工艺探究	由于山楂汁的高酸度，酵母菌不耐受而发酵酒度较低，现经过几种工艺及糖度配比，逐步提高发酵酒度，使得山楂醋发酵趋	自主研发	国内领先	自主创新	较难

		于稳定，并相应降低成本。				
23	苹果醋发酵工艺及技术	优化现有发酵工艺，使得苹果醋发酵 30 小时左右完成，在口感及风味方面保存苹果香气，发酵效率大幅度提高。	自主研发	国内领先	自主创新	较难
24	活性酵母菌传代的研究及大生产扩培流程的设计	对酵母菌多次传代发酵产物进行分析，并对比发酵效率，设计实验室至大生产的扩培转接流程。降低生产使用干酵母成本。	自主研发	国内领先	自主创新	一般
25	酵母菌低温发酵驯化	对酵母菌低温发酵进行驯化及传代，有效降低酵母菌的自溶现象，使得终产物口感异杂味降低。	自主研发	国内领先	自主创新	较难

公司主要技术大部分为公司自主研发取得，不存在涉及其他单位职务发明的问题，不存在侵犯他人知识产权或违反竞业禁止义务的问题。其中，“前稀后固工艺生产山西老陈醋的方法及设备”及“一种山楂果醋饮料及其生产工艺”分别受让自老陈壹号及红源果业原股东闫斌，在对老陈壹号和红源果业的收购完成后，上述专利技术均已办理完毕专利权属变更手续，不存在权属瑕疵。

## （五）公司主要业务资质

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司拥有的主要业务资质情况如下：

### 1、天地壹号主要业务资质

许可证名称	证书号或备案编号	许可范围	许可单位	有效期至
全国工业产品生产许可证	QS440706011397	饮料【果汁及蔬菜汁类、其他饮料类】	广东省江门市质量技术监督局	2016. 12. 27
全国工业产品生产许可证	QS440703023736	酿造食醋	广东省江门市质量技术监督局	2016. 12. 30
全国工业产品生产许可证	QS440706011344	饮料【果汁及蔬菜汁类、其他饮料类】	广东省江门市质量技术监督局	2017. 8. 29
食品流通许可证	SP4407031110101249	批发：预包装食品	江门市工商行政管理局蓬江分局	2017. 6. 16
保健食品生产企业卫生许可证	GD•FDA健证字（2012）第 0703S0514 号	保健食品生产销售（饮	广东省食品药品监督管理局	2016. 5. 27

保健食品GMP证书	粤BGMP20120028	饮料	广东省食品药品监督管理局	2016.12.11
-----------	---------------	----	--------------	------------

## 2、各子公司主要业务资质

许可证名称	资质拥有人	证书号或备案编号	许可范围	许可单位	有效期至
全国工业产品生产许可证	红源果业	QS130803022009	食醋(酿造食醋)	河北省质量技术监督局	2015.12.25
全国工业产品生产许可证	老陈壹号	QS140703026003	食醋(酿造食醋)	山西省质量技术监督局	2016.6.20
粮食收购许可证	老陈壹号	晋31100860	-	山西省晋中市榆次区商务粮食局	2016.1.10
食品流通许可证	江西天地壹号	SP3604061210008182	批发兼零售:预包装食品	江西省江门市工商行政管理局蓬江分局	2015.8.19
食品流通许可证	巴马壹号	SP4512271310100010	批发兼零售:预包装食品	广西河池市巴马瑶族自治县工商行政管理局	2016.1.30
食品流通许可证	壹号好水	SP440106110007115	批发兼零售:预包装食品(不含酒精饮料,不含乳制品)	广州市工商行政管理局天河分局	2016.3.31
全国工业产品生产许可证	巴马长寿村	桂XK16-204-00073	食品用塑料包装容器工具等制品	广西壮族自治区质量技术监督局	2017.3.31
全国工业产品生产许可证	巴马长寿村	QS450006010362	饮料【瓶(桶)装饮用水类(其他饮用水)】	广西河池市食品药品监督管理局	2017.11.16
食品流通许可证	巴马长寿村	SP4512271010004542	预包装食品、散装食品;批发兼零售	广西河池市巴马瑶族自治县工商行政管理局	2016.11.4
取水许可证	巴马长寿村	取水(巴)字【2014】第016号	确定取水地点、取水方式、取水量、取水用途	广西河池市巴马瑶族自治县水利电力局	2017.9.2
食品流通许可证	天地饮料销售	SP4407031310009845	批发兼零售:预包装食品	广东省江门市工商行政管理局	2016.10.17

## 二、主要无形资产

截至本公开转让说明书签署之日，公司所拥有的无形资产主要有土地使用权、商标、专利、域名使用权等。公司无形资产的情况分项说明如下：

### （一）土地使用权

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	土地权证号/地号	权属人	座落	用途/性质	面积/m <sup>2</sup>	终止日期	权利取得方式
1	江国用(2013)第202071号	天地壹号	江门市棠下镇江盛二路21号	工业用地	17689.10	2054.12.28	出让
2	江国用(2013)第200192号	天地壹号	江门市棠下镇金桐一路11号	工业用地	30978.70	2057.6.29	出让
3	江国用(2013)第203811号	天地壹号	江门市蓬江区棠下镇桐井村委会树夹山(土名)	工业用地	139305.60	2063.10.21	出让
4	隆国用(2006)第0209号	红源果业	隆化镇南街村	工业用地	14747.50	2056.4.20	出让
5	九城国用(2013)第103号	江西天地壹号	九江经济技术开发区城西港区港兴路以南、爱民路以西、港口河以北地块	工业用地	66710.73	2062.12.2	出让
6	巴国土资国用2011第193号	巴马长寿村	巴马县那桃乡那桃街上	工业用地	6418.00	2059.12.29	出让
7	巴国土资国用2011第194号	巴马长寿村	巴马县那桃乡那桃街上	工业用地	3508.00	2059.12.29	出让
8	永国用2013第109号	河北天地壹号	韩村镇韩村村东，西解口村西南，大站桃	工业用地	113335.27	2059.10.26	受让

### （二）注册商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司拥有的注册商标情况如下：

### 1、天地壹号境内注册商标

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
1	天地壹号	天地壹号醋碧	4801497	32	2018.06.13
2	天地壹号	<b>天地壹号</b>	3817409	32	2015.09.06
3	天地壹号	天地红	1152884	32	2018.02.20
4	天地壹号		3764759	32	2015.06.13
5	天地壹号		3538044	33	2015.03.13
6	天地壹号	天地清	1184976	33	2018.06.20
7	天地壹号	天地壹号	1567648	33	2021.05.06
8	天地壹号	TianDiNo.1	1474551	33	2020.11.13
9	天地壹号	天地壹号	1199725	33	2018.08.13
10	天地壹号	天地壹号	1201558	32	2018.08.20

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
11	天地壹号		1575542	32	2021.05.20
12	天地壹号	天地壹号醋乐	4801496	32	2018.06.13
13	天地壹号	天地清	1152885	32	2018.02.20
14	天地壹号	<i>TianDiNo.1</i> 天地壹号	5583018	35	2020.04.20
15	天地壹号	<i>TianDiNo.1</i> 天地壹号	5583019	30	2020.09.06
16	天地壹号	<i>TianDiNo.1</i> 天地壹号	5583020	29	2019.09.13
17	天地壹号	<i>TianDiNo.1</i> 天地壹号	5583021	28	2019.10.20
18	天地壹号	<i>TianDiNo.1</i> 天地壹号	5583022	25	2020.01.27
19	天地壹号	<i>TianDiNo.1</i> 天地壹号	5583023	24	2019.09.27
20	天地壹号	天地壹号	5839621	42	2020.03.27
21	天地壹号	天地壹号	5839622	43	2020.05.13
22	天地壹号	天地壹号	5839643	44	2020.02.06
23	天地壹号	天地壹号	5839654	45	2020.01.27

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
24	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839747	39	2020. 03. 27
25	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839748	40	2020. 02. 06
26	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839749	41	2020. 03. 27
27	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839750	21	2020. 01. 27
28	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839751	22	2020. 01. 27
29	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839753	26	2020. 01. 06
30	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839754	27	2020. 01. 27
31	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839755	31	2020. 06. 27
32	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839756	34	2019. 08. 06
33	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839757	36	2020. 05. 13
34	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839758	37	2020. 05. 13
35	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839759	38	2020. 02. 06
36	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839760	11	2019. 10. 20
37	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839761	12	2020. 01. 20
38	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839762	13	2019. 10. 13
39	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839763	14	2019. 10. 27
40	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839764	15	2019. 10. 27
41	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839765	16	2019. 11. 06
42	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839766	17	2020. 02. 06
43	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839767	18	2020. 01. 13
44	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839768	19	2020. 04. 27
45	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839769	20	2019. 10. 27
46	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839770	1	2020. 06. 27
47	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839771	2	2020. 06. 27
48	天地壹号	<b>天地壹号</b>	5839773	4	2019. 12. 13

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
49	天地壹号	天地壹号	5839774	5	2021. 03. 20
50	天地壹号	天地壹号	5839775	6	2020. 01. 20
51	天地壹号	天地壹号	5839776	7	2020. 01. 20
52	天地壹号	天地壹号	5839777	8	2019. 10. 20
53	天地壹号	天地壹号	5839778	9	2020. 02. 06
54	天地壹号	天地壹号	5839779	10	2020. 01. 20
55	天地壹号	天地壹号醋碧	6946868	32	2020. 06. 20
56	天地壹号	天地壹号醋乐	6946869	32	2020. 06. 20
57	天地壹号	椰王壹号	7282299	32	2020. 10. 13
58	天地壹号	天地壹号	7407270	32	2020. 09. 20
59	天地壹号	天地壹号	7407772	33	2020. 09. 20
60	天地壹号	TianLi No.1	7460512	32	2021. 07. 06
61	天地壹号		8711710	32	2021. 11. 13
62	天地壹号	花草树木	8747368	32	2021. 12. 20
63	天地壹号	第五道菜	9316802	32	2022. 04. 20
64	天地壹号	第五道菜天地壹号	9316840	32	2022. 04. 20
65	天地壹号		10274757	32	2023. 02. 13
66	天地壹号	百草壹号	10364460	31	2023. 03. 20
67	天地壹号	来神壹号	10364911	31	2023. 03. 06
68	天地壹号	来神壹号	10364942	32	2023. 03. 06
69	天地壹号	陈老壹号	10386335	30	2023. 03. 13
70	天地壹号	加大力	10549936	32	2023. 04. 20
71	天地壹号	第五份菜	12007876	33	2024. 6. 27
72	天地壹号	一大地壹号	12007719	33	2024. 6. 27

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
73	天地壹号	第五盘菜	12008859	32	2024. 6. 27
74	天地壹号	天土地壹号	12008788	32	2024. 6. 27
75	天地壹号	第五杯	12007889	33	2024. 6. 27
76	天地壹号	天地壹号	11967479	29	2024. 9. 6
77	天地壹号	天地壹号	11966245	8	2024. 6. 13
78	天地壹号	天地壹号	11966193	6	2024. 9. 6
79	天地壹号	天地壹号	11989334	43	2024. 8. 20
80	天地壹号	天地壹号	11975181	36	2024. 7. 6
81	天地壹号	陈老壹号	11060335	29	2023. 11. 27
82	天地壹号	冲锋号	11060460	30	2024. 2. 13
83	天地壹号		11060483	30	2024. 8. 13
84	天地壹号	天地壹号	11908912	32	2024. 5. 27
85	天地壹号	天地壹号	11966293	10	2024. 9. 6
86	天地壹号	天地壹号	11965917	2	2024. 7. 20
87	天地壹号	天地壹号	11967028	19	2024. 8. 20
88	天地壹号	百果壹号	10364811	32	2023. 5. 20
89	天地壹号	天地壹号	11967139	24	2024. 6. 13
90	天地壹号	醋尽健康	12008898	32	2024. 6. 27
91	天地壹号	天地壹号	11967588	35	2024. 6. 20
92	天地壹号	天地壹号	11966049	3	2024. 7. 20
93	天地壹号	天地壹号	11967087	21	2024. 8. 20
94	天地壹号	天地壹号	11989000	40	2024. 6. 20
95	天地壹号	天地壹号	11988987	39	2024. 6. 20
96	天地壹号		8701263	33	2021. 10. 20
97	天地壹号	冲锋号	10589231	32	2023. 4. 27
98	天地壹号	冲锋壹号	10589821	30	2023. 4. 27
99	天地壹号	冲锋壹号	10589883	32	2023. 4. 27

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
100	天地壹号		11935308	16	2024. 6. 6
101	天地壹号	天土地壹号	12007700	33	2024. 6. 27
102	天地壹号	第五款菜	12008865	32	2024. 6. 27
103	天地壹号	天地臺號	12008809	32	2024. 6. 27
104	天地壹号	一大地壹号	12008794	32	2024. 6. 27
105	天地壹号	天地壹号	11989200	42	2024. 8. 20
106	天地壹号	天地壹号	11966797	13	2024. 6. 13
107	天地壹号	老陈壹号	10402338	30	2023. 7. 20
108	天地壹号	老陈壹号	11060374	29	2023. 10. 20
109	天地壹号		11060416	32	2024. 7. 27
110	天地壹号	天地二号	12007834	33	2024. 6. 27
111	天地壹号	天地壹号	11967541	32	2024. 6. 20
112	天地壹号	天地壹号	11967520	30	2024. 9. 6
113	天地壹号	天地壹号	11967205	27	2024. 8. 20
114	天地壹号	天地壹号	11967186	26	2024. 6. 13
115	天地壹号	天地壹号	11989160	41	2024. 8. 20
116	天地壹号		11943738	9	2024. 6. 13
117	天地壹号	天天壹号	5926998	32	2019. 11. 27
118	天地壹号	来神壹号	10364869	32	2023. 5. 20

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
119	天地壹号		11950073	25	2024. 6. 20
120	天地壹号	醋景生情	12007912	33	2024. 6. 27
121	天地壹号	天地壹号	11967223	28	2024. 6. 13
122	天地壹号	天地壹号	11975138	1	2024. 7. 20
123	天地壹号	天地壹号	11974541	7	2024. 7. 20
124	天地壹号	天地壹号	11966884	14	2024. 6. 13
125	天地壹号	天地壹号	11966853	14	2024. 6. 13
126	天地壹号	天地壹号	11908911	32	2024. 5. 27
127	天地壹号	壹号	12864413	32	2024. 11. 20
128	天地壹号		11935634	21	2024. 6. 20
129	天地壹号		11934938	8	2024. 7. 20
130	天地壹号	天帝一昊	12007808	33	2024. 6. 27
131	天地壹号	第五杯	12008882	32	2024. 6. 27
132	天地壹号	天地二号	12008854	32	2024. 6. 27
133	天地壹号	天地壹号	11967043	20	2024. 8. 20
134	天地壹号	冲锋壹号	10589712	5	2025. 3. 27
135	天地壹号	邕马壹号	12003368	32	2025. 4. 13
136	天地壹号	第五款菜	12007868	33	2024. 6. 27
137	天地壹号	天地老陈	13696389	31	2025. 2. 27
138	天地壹号	第五盘菜	12007856	33	2024. 6. 27
139	天地壹号	第五份菜	12008877	32	2024. 6. 27
140	天地壹号	天帝一昊	12008817	32	2024. 6. 27
141	天地壹号	天边壹号	12008815	32	2024. 7. 6
142	天地壹号	天地壹号	11967531	31	2024. 9. 6
143	天地壹号	天地壹号	11966330	11	2024. 6. 20

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
144	天地壹号		11966074	4	2024. 6. 13
145	天地壹号		11989568	45	2024. 7. 6
146	天地壹号		11966739	12	2024. 7. 20
147	天地壹号		12007774	33	2024. 6. 27
148	天地壹号		11966121	5	2024. 7. 20

## 2、天地壹号境外注册商标

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至	注册地
1	天地壹号		300702062	32、33	2016. 8. 14	中国香港
2	天地壹号		302474668	5、30、32、33	2022. 12. 20	中国香港
3	天地壹号		302475072	5、30、32、33	2022. 12. 20	中国香港
4	天地壹号		302475063	5、30、32、33	2022. 12. 20	中国香港
5	天地壹号		N/023628	32	2013. 12. 7	中国澳门
6	天地壹号		T0701979H	32	2017. 1. 29	新加坡
7	天地壹号		01275563	32	2017. 8. 15	中国台湾

## 3、红源果业注册商标

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
1	红源果业		1659126	32	2021. 10. 27

2	红源果业		9832262	30	2024. 4. 27
3	红源果业		3171095	29	2023. 5. 27
4	红源果业		3171096	32	2013. 10. 13
5	红源果业		4365516	32	2017. 06. 06
6	红源果业		8159236	29	2022. 04. 13
7	红源果业		8159251	30	2021. 04. 20

#### 4、老陈壹号注册商标

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
1	老陈壹号		5145226	30	2018. 12. 13
2	老陈壹号		6914111	30	2020. 06. 20

#### 5、巴马长寿村注册商标

序号	商标权人	商标外观	注册号	类别	商标期限至
1	巴马长寿村		6484233	32	2020. 3. 27
2	巴马长寿村		9492801	32	2022. 6. 13
3	巴马长寿村		6484235	32	2020. 3. 27
4	巴马长寿村		9492814	32	2022. 6. 13

### (三) 专利技术

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司拥有已授权的专利情况如下：

#### 1、发明专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利权期限	取得方式
1	天地壹号	前稀后固工艺生产山西老陈醋的方法及设备	200610048373.1	2006.09.28-2026.09.27	受让
2	天地壹号	一种山楂果醋饮料及其生产工艺	200510090829.6	2005.08.18-2025.08.17	受让
3	天地壹号	一种含汽陈醋饮料	201110196949.X	2011.07.14-2031.07.13	自主研发
4	天地壹号	一种提高陈醋饮料澄清度的方法	201110251862.8	2011.08.30-2031.08.29	自主研发
5	天地壹号	一种西番莲果醋的生产工艺	201210533605.8	2012.12.12-2032.12.11	自主研发
6	天地壹号	一种吸附固定化醋酸杆菌发酵果醋的工艺方法	201210510324.0	2012.12.4-2032.12.3	自主研发
7	天地壹号	醋酸杆菌及其在制备苹果醋中的应用	201310114214.7	2013.4.3-2023.4.2	自主研发

注：“前稀后固工艺生产山西老陈醋的方法及设备”及“一种山楂果醋饮料及其生产工艺”是在全资收购老陈壹号和红源果业股权时受让取得，专利转让手续已履行完毕。

## 2、实用新型专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利权期限	取得方式
1	天地壹号	一种陈醋饮料生产过程中的碳酸化设备	201120148148.1	2011.05.11-2021.05.10	自主研发
2	天地壹号	一种洗瓶机清洗消毒设备	201120248175.6	2011.07.14-2021.07.13	自主研发
3	天地壹号	一种加速陈醋陈酿的存储装置	201120248156.3	2011.07.14-2021.07.13	自主研发
4	天地壹号	一种快速溶糖设备	201120248165.2	2011.07.14-2021.07.13	自主研发
5	天地壹号	一种自动分拣系统	201120285400.3	2011.08.08-2021.08.07	自主研发
6	天地壹号	一种无压力高速自动封箱设备	201120285396.0	2011.08.08-2021.08.07	自主研发
7	天地壹号	一种提高圆盘机过滤糖浆回收率的设备	201120248162.9	2011.07.14-2021.07.13	自主研发
8	天地壹号	一种溶糖罐	201120254695.8	2011.07.19-2021.07.18	自主研发
9	天地壹号	混合机罐内液位自动控制装置	201420565963.1	2014.9.28-2024.9.27	自主研发
10	天地壹号	一种果醋发酵装置	201320509814.9	2013.8.21-2023.8.20	自主研发
11	天地壹号	一种具有就地无功补偿与谐波消除装置的车间供配电系统	201320509815.3	2013.8.21-2023.8.20	自主研发
12	天地壹号	一种灌装机自动控制装置	201320509772.9	2013.8.21-2023.8.20	自主研发
13	天地壹号	一种果酒发酵装置	201320509775.2	2013.8.21-2023.8.20	自主研发

## 3、外观设计专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利权期限	取得方式
1	天地壹号	包装箱	200830248649.0	2008.10.30-2018.10.29	自主研发
2	天地壹号	外包纸箱	200930188534.1	2009.06.12-2019.06.11	自主研发
3	天地壹号	易拉罐	200930188559.1	2009.06.12-2019.06.11	自主研发
4	天地壹号	酒瓶标签	200830248650.3	2008.10.30-2018.10.29	自主研发
5	天地壹号	易拉罐（冲锋壹号果味咖啡饮料）	201230468234.0	2012.09.29-2022.9.28	自主研发
6	天地壹号	饮料瓶（天地壹号苹果醋饮料）	201330340133.X	2013.7.19-2023.7.18	自主研发
7	天地壹号	纸箱（苹果醋饮料-半红绿版）	201430000031.8	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
8	天地壹号	纸箱（陈醋饮料650mlX6）	201430000044.5	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
9	天地壹号	纸箱（巴马壹号饮用天然泉水）	201430000023.3	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
10	天地壹号	纸箱（百草壹号植物山楂醋饮料）	201430000038.X	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
11	天地壹号	纸箱（苹果醋饮料-红绿版）	201430000030.3	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
12	天地壹号	纸箱（冲锋壹号果味咖啡饮料）	201430000032.2	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
13	天地壹号	纸箱（陈醋饮料330mlX12）	201430000033.7	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
14	天地壹号	纸箱（苹果醋饮料650mlX6）	201430000029.0	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
15	天地壹号	易拉罐（陈醋饮料330ml）	201430000039.4	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
16	天地壹号	纸箱（百草壹号植物山楂醋饮料-斜罐）	201430000045.X	2014.1.1-2023.12.31	自主研发
17	天地壹号	饮料瓶（天地壹号陈醋饮料）	201330340134.4	2013.7.19-2023.7.18	自主研发
18	天地壹号	饮料瓶（巴马壹号饮用天然泉水）	201430171726.2	2014.6.4-2024.6.3	自主研发
19	天地壹号	易拉罐（百草壹号植物山楂醋饮料）	201330221752.7	2013.5.31-2023.5.30	自主研发

#### 4、子公司专利情况

序号	专利权人	专利类别	专利名称	专利号	专利权期限	取得方式
1	红源果业	实用新型	一种自吸式果醋发酵罐	201120326985.9	2011.09.02-2021.09.01	自主研发
2	红源果业	发明	一种苹果醋液态发酵工艺	201110257695.8	2011.09.02-2031.09.01	自主研发

3	红源果业	发明	一种苹果醋的生产方法	201110257694.3	2011.09.02-2031.09.01	自主研发
4	老陈壹号	实用新型	一种酿醋用熏醋池	201220021836.6	2012.01.18-2022.01.17	自主研发
5	老陈壹号	实用新型	一种采用稀固结合工艺生产食醋酒醅的装置	201320573671.8	2013.9.17-2023.9.16	自主研发
6	巴马长寿村	外观设计	矿泉水瓶(1)	201230279394.0	2012.6.28-2022.6.27	自主研发
7	巴马长寿村	外观设计	矿泉水瓶(2)	201230279946.8	2012.6.28-2022.6.27	自主研发

#### (四) 互联网域名使用权

截至本公开转让说明书签署之日,公司及其全资子公司目前享有使用权的互联网域名如下:

序号	域名	证书类型	权属人	注册日期	有效期至
1	tdyh.cn	《中国国家顶级域名证书》	天地壹号有限	2012.2.3	2016.2.3
2	tdyh.com.cn	《中国国家顶级域名证书》	天地壹号有限	2011.5.27	2015.5.27
3	天地壹号饮料.中国	《中文域名注册证书》	天地壹号有限	2012.4.27	2022.4.27
4	天地壹号饮料.公司	《中文域名注册证书》	天地壹号有限	2012.4.27	2022.4.27
5	天地壹号饮料.网络	《中文域名注册证书》	天地壹号有限	2012.4.27	2022.4.27
6	天地壹号饮料.cn	《中文域名注册证书》	天地壹号有限	2012.4.27	2022.4.27
7	天地壹号饮料.net	《国际域名注册证书》	天地壹号	2012.4.27	2022.4.27
8	天地壹号饮料.com	《国际域名注册证书》	天地壹号	2012.4.27	2022.4.27
9	天地壹号.net	《国际域名注册证书》	天地壹号	2012.4.27	2022.4.27

注:部分域名在公司变更为股份公司之后未变更登记至股份公司名下。由于整体变更后的股份公司概括地承继天地壹号有限的全部权利与义务,部分域名未变更权属登记至股份有限公司名下将不会影响公司对该部分域名享有的专用权。

### 三、主要固定资产

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备等,均为公司所拥有并已取得相关权属证明、经营所必备的资产,截至本公开转让说明书签署之日,公司及其全资子公司固定资产情况如下:

单位：万元

固定资产类别	折旧年限（年）	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值
房屋建筑物	5-20	11,808.68	2,081.77	9,726.90
机器设备	3-10	18,560.72	4,375.50	14,185.22
运输工具	3-10	4,077.12	2,109.38	1,967.74
办公设备	3-10	660.04	386.06	273.98
合计		35,106.56	8,952.71	26,153.85

### （一）房屋建筑物

截至本公开转让说明书签署之日，公司已经取得产权证的房屋建筑物具体情况如下：

序号	所有权人	房地产权证号	座落	建筑面积 m <sup>2</sup>	证载用途	实际用途	登记时间	土地使用权终止日
1	天地壹号	粤房地产权证江 门字第 0112057 641号	江门市蓬 江区棠下 镇江盛二 路21号 办公楼	534.00	非住宅	办公 楼	2012.12.7	2054.12.28
2	天地壹号	粤房地产权证江 门字第 0112057 642号	江门市蓬 江区棠下 镇江盛二 路21号 车间	3255.63	非住宅	车间	2012.12.7	2054.12.28
3	天地壹号	粤房地产权证江 门字第 0112057 639号	江门市蓬 江区棠下 镇江盛二 路21号	1454.64	住宅、 非住宅	宿舍	2012.12.7	2054.12.28
4	天地壹号	粤房地产权证江 门字第 0112057 640号	江门市蓬 江区棠下 镇江盛二 路21号 仓库	4847.93	非住宅	仓库	2012.12.7	2054.12.28
5	天地壹号	粤房地产权证江 门字第 0114114 362号	江门市蓬 江区棠下 镇金桐一 路11号3 幢全部	20928.06	非住宅	成品 仓	2014.7.17	2057.6.29
6	天地壹号	粤房地产权证江 门字第 0112057 607号	江门市蓬 江区棠下 镇金桐一 路11号1 幢全部	6281.47	非住宅	办公	2012.12.7	2057.6.29
7	天地壹号	粤房地产权证江	江门市蓬 江区棠下	5724.00	非住宅	生产 厂房	2012.12.7	2057.6.29

序号	所有权人	房地产权证号	座落	建筑面积 m <sup>2</sup>	证载用途	实际用途	登记时间	土地使用权终止日
		门字第0112057636号	镇金桐一路11号5幢全部					
8	天地壹号	粤房地权证江门字第0112057608号	江门市蓬江区棠下镇金桐一路11号2幢全部	19791.42	非住宅	生产厂房	2012.12.7	2057.6.29
9	天地壹号	粤房地权证江门字第0112057630号	江门市蓬江区棠下镇金桐一路11号4幢全部	1701.24	非住宅	成品仓	2012.12.7	2057.6.29
10	天地壹号	粤房地权证穗字第0920132277号	天河区体育西路103号4301房	1341.50	办公	办公	<b>2013.7.11</b>	2054.3.7

截至本公开转让说明书签署之日，子公司已经取得产权证的房屋建筑物具体情况如下：

序号	所有权人	房地产权证号	座落	建筑面积 m <sup>2</sup>	房屋用途	登记时间	土地使用权终止日
1	红源果业	隆房权证隆房字第00260567号	隆化镇工业路1号	1164.12	办公	2007.10.29	2056.4.20
				3527.74	仓库		
				1044.88	办公		
2	红源果业	隆房权证隆房字第00260580号	隆化镇工业路1号	1176.36	工业厂房	2008.5.15	2056.4.20
3	巴马长寿村	桂房权证巴产字第2011000279号	巴马县那桃乡那泉天然水厂（那桃街上）	1366.45	工业用地	2011.12.13	2059.12.29

## （二）主要机器设备

截至2015年3月31日，公司主要设备的情况（抽取原值在50万元以上的生产设备）如下：

单位：元

固定资产名称	开始使用日期	原值	净值
饮料冷热灌装生产设备	2014.09.30	13,806,846.98	12,445,121.09

果酒发酵系统	2014.07.17	3,934,326.45	3,685,152.45
水处理系统	2014.12.25	3,675,213.60	3,587,927.28
果酒发酵系统	2013.09.28	3,504,273.57	3,004,914.51
醋饮料前处理整包工程及溶糖系统及陈醋处理调配生产线	2012.04.30	3,185,470.01	2,309,223.66
水煤浆蒸汽锅炉	2011.09.30	3,144,481.65	2,534,275.77
热灌装前处理	2014.09.30	3,084,463.32	2,791,439.28
巴氏杀菌机	2014.09.30	2,603,418.81	2,359,149.97
灌装压盖机	2011.06.25	2,365,811.97	1,527,745.72
输瓶系统	2011.06.25	2,192,478.63	1,411,408.23
空瓶、实瓶、箱输送链	2014.09.30	1,779,418.41	1,610,373.67
果醋发酵系统	2014.07.17	1,741,659.05	1,631,354.01
600线制冷系统	2015.01.28	1,707,342.04	1,680,309.12
冲洗/灌装/封盖三合一机	2014.09.30	1,667,298.47	1,508,905.13
杀菌机	2009.10.22	1,649,543.10	856,560.35
杀菌机	2009.11.07	1,607,948.71	793,744.76
1200线制冷系统	2015.01.28	1,523,427.17	1,499,306.23
多口型往复式垂直输送系统	2013.08.28	1,521,367.60	1,292,528.56
洗瓶机	2011.08.26	1,468,632.48	808,300.61
杀菌机	2011.06.25	1,372,905.99	883,808.19
1200线灌装线管路系统	2014.07.14	1,313,982.90	1,230,764.02
24000BPH PET热灌装生产线（冲峰壹号/百草壹号线前调配系统）	2014.09.30	1,307,692.28	1,195,230.74
空瓶检验、速度控制系统、X射线液位检测	2011.06.25	1,282,051.28	825,320.63
新美星灌装系统	2008.06.30	1,230,000.00	443,918.20
发酵车间制冷系统	2013.01.31	1,225,641.02	973,363.28
新美星杀菌系统	2008.06.30	1,212,393.16	455,538.45
美国VBC Easydose G2 PLUS液氮加注机及动态真空管路供应系统	2014.09.30	1,059,829.11	959,145.33
卸垛机	2014.09.30	1,026,000.00	928,530.00
全自动CIP系统	2013.09.28	1,025,640.99	879,487.11
螺杆式乙二醇机组	2011.09.30	918,435.80	598,561.70
空气过滤净化设备	2012.08.08	915,384.60	690,733.98
贴标机	2011.07.31	850,427.34	556,766.42
混合机	2009.11.17	802,859.28	441,771.55
高温巴氏杀菌机	2013.09.28	769,230.75	659,615.43
纯水制取系统	2011.09.30	760,683.80	507,756.44
15T/H超高温杀菌机	2014.07.16	760,683.77	712,507.13
码垛机	2015.01.31	747,863.25	736,022.09
单道码垛机	2014.09.30	724,161.84	655,366.44
螺杆式乙二醇机组	2011.09.30	715,380.79	466,237.45
果醋酵母扩培系统	2013.09.28	700,854.71	600,982.97
1200线全自动CIP系统	2014.07.18	700,854.71	656,467.27
电气控制系统	2013.09.28	658,119.67	564,337.69
动力螺旋滚道输送系统	2012.10.19	648,820.48	499,862.06
净化设备	2013.11.11	632,478.64	552,364.72

混合机	2009.12.22	628,205.13	314,887.86
全自动纸箱全裹机	2014.09.30	623,089.91	563,896.37
板式UHT高温瞬时杀菌机	2013.09.28	615,384.60	527,692.32
不锈钢动力螺旋滚筒输送系统	2011.06.07	589,743.60	379,647.55
易拉罐卸垛机	2011.07.31	580,042.07	388,105.35
全自动双通道热收缩膜包装机	2011.11.30	560,707.38	391,380.98
二氧化碳储罐系统	2014.07.04	558,280.35	522,922.59
电气控制系统	2014.07.17	551,765.29	516,820.17
全自动纸箱裹包机	2012.11.23	551,039.99	432,215.07
卸垛机	2011.06.25	547,008.55	352,136.80
调配系统	2013.09.28	547,008.55	469,059.90
全自动纸箱包装机	2011.11.30	531,705.25	371,137.05
卸瓶垛机	2011.06.25	512,820.51	330,128.16

## 四、员工情况

### (一) 员工结构

截至2015年3月31日，公司共有员工3,600人。公司员工的专业结构、受教育程度、年龄划分结构情况如下：

#### 1、按专业构成划分

专业分工	人数(人)	占总人数比例
销售人员	2,548	70.78%
行政后勤人员	189	5.25%
财务人员	44	1.22%
生产人员	603	16.75%
技术研发人员	169	4.69%
管理人员	22	0.61%
采购人员	25	0.69%
合计	3,600	100.00%

#### 2、按受教育程度划分

受教育程度	人数(人)	占员工总数比例
硕士及以上学历	11	0.31%
大专及本科学历	1,217	33.81%
大专以下学历	2,372	65.89%
合计	3,600	100.00%

#### 3、按年龄划分

年龄区间	人数(人)	占员工总数的比例
30岁以下	2,612	72.56%
31-40岁	836	23.22%

41-50 岁	126	3.50%
51 岁以上	26	0.72%
合计	3,600	100.00%

## (二) 核心技术人员

**张鑫**，相关情况详见第一节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**闫斌**，相关情况详见第一节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“3、高级管理人员”的基本情况。

**熊贤平**，相关情况详见第一节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**要爱龙**，1964 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，1987 年毕业于山西广播电视大学管理工程专业，取得经济师、酿醋技师等资质。2000 年后从事酿造技术研究，曾任晋中新生代生物研究所所长、山西省醋产业协会理事，主持“挖掘优化山西老陈醋”项目，参与了“多菌种生产山西老陈醋的方法”的发明，参与了“固定化酵母在山西陈醋中的应用”研究。1997 年至 2006 年担任山西四眼井公司总经理、研究所所长，2006 年至 2012 年担任晋中百家醋潭味业有限公司总经理，2012 年 12 月至今担任山西老陈壹号生物科技有限公司总经理。

**曾彬**，1980 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，2003 年 6 月毕业于韶关大学，取得食品工程师（中级）职称，2003 年 6 月至 2015 年 4 月担任天地壹号饮料股份有限公司研发经理，2015 年 4 月至今担任天地壹号饮料股份有限公司技术研发副总监，曾获得江门市科学技术奖三等奖、江门市蓬江区科学技术奖三等奖等荣誉。

**朱娅媛**，1987 年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，2009 年 7 月毕业于法国南锡第一大学取得学士学位，2012 年获得法国巴黎第六大学双硕士文凭，2012 年 5 月至 2013 年 2 月担任法国巴黎 L'etoile du berger 食品公司（大巴黎地区）生产工程师，2013 年 2 月至 2014 年 3 月担任广东燕京啤酒有限公司研发工程师，2014 年 4 月至今担任天地壹号饮料股份有限公司技术部副经理。

## 五、业务收入的主要构成、主要客户及供应商情况

### (一) 业务收入的主要构成

报告期内，公司的主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

产品名称	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
陈醋饮料	1,887.40	7.15%	7,579.55	6.78%	14,820.69	12.73%
苹果醋饮料	20,879.13	79.09%	100,613.70	89.94%	98,003.91	84.18%
山楂醋饮料	3,331.95	12.62%	3,719.92	3.33%	3,146.71	2.70%
其他	302.30	1.15%	-48.35	-0.04%	447.02	0.48%
合计	26,400.77	100.00%	111,864.82	100.00%	116,418.34	100.00%

### (二) 报告期内公司前五名客户销售情况

2015年1-3月前五名客户销售情况表

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占总收入比例
1	普宁市康轩贸易有限公司	2,125.70	9.30%
2	广州市白云区同和海桩商行	995.00	4.35%
3	深圳市鼎汇商贸有限公司	694.48	3.04%
4	海丰县海城信颖贸易商行	651.20	2.85%
5	惠东县平山聚泉贸易商行	486.75	2.13%
	合计	4,953.13	21.67%

2014年前五名客户销售情况表

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占总收入比例
1	普宁市康轩贸易有限公司	4,681.59	4.53%
2	惠州市惠城区天浩食品贸易部	3,150.62	3.05%
3	广州市白云区同和海桩商行	3,026.74	2.93%
4	中山市西区粤桂副食品商行	2,795.14	2.70%
5	广州市番禺区市桥逸旺食品店	2,248.87	2.17%
	合计	15,902.96	15.38%

2013年前五名客户销售情况表

单位：万元

序号	客户名称	销售额	所占比例
1	惠州市康乐贸易有限公司	2,973.48	2.56%
2	广州市白云区同和海桩商行	2,825.71	2.43%
3	佛山市南海区大沥浩林饮料经营部	2,498.89	2.15%
4	汕头市龙湖区信德食品商行	2,131.20	1.83%

5	中山市西区粤桂副食品商行	2,128.98	1.83%
合计		12,558.25	10.80%

### (三) 报告期内公司前五名供应商采购情况

2015年1-3月前五名供应商采购情况表

单位:万元

序号	客户名称	采购金额	所占比例
1	波尔亚太(佛山)金属容器有限公司	2,224.09	20.28%
2	太平洋制罐(肇庆)有限公司	1,052.53	9.60%
3	东方先导(湛江)糖酒有限公司	1,047.03	9.55%
4	太平洋制罐(漳州)有限公司	951.47	8.68%
5	广东华兴玻璃股份有限公司	649.11	5.92%
合计		5,924.23	54.03%

2014年前五名供应商采购情况表

单位:万元

序号	客户名称	采购金额	所占比例
1	波尔亚太(佛山)金属容器有限公司	7,886.98	18.53%
2	佛山华兴玻璃有限公司	4,164.29	9.78%
3	鹤山皇冠制罐有限公司	2,981.93	7.00%
4	佛山市粤玻实业有限公司	2,941.21	6.91%
5	广州市中荣糖业有限公司	2,120.31	4.98%
合计		20,094.72	47.20%

2013年前五名供应商采购情况表

单位:万元

序号	客户名称	采购金额	所占比例
1	佛山华兴玻璃有限公司	1,667.34	21.72%
2	惠州皇冠制罐有限公司	779.95	10.16%
3	波尔亚太(佛山)金属容器有限公司	665.78	8.67%
4	鹤山皇冠制罐有限公司	665.31	8.67%
5	东方先导(湛江)糖酒有限公司	489.41	6.37%
合计		4,267.80	55.58%

### (四) 公司董事、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%以上股份的股东在前五大供应商或客户中所占的权益情况

本公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的50%或严重依赖于少数客户，或该客户为本公司关联方的情况。

本公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的50%或严重依赖于少数

供应商，或该供应商为本公司关联方的情况。

## 六、重大合同

本部分所称重大合同，是指公司正在履行或将要履行，或者虽已履行完毕但可能存在潜在纠纷的对公司生产经营构成重大影响的合同。

### （一）销售合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司重大销售合同如下：

序号	客户名称	经销区域	产品	合同期限	履行情况
1	普宁市康轩贸易有限公司	揭阳市、汕头市潮阳区、潮南区	百草壹号、陈醋、苹果醋	2014. 7. 16-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
2	惠州市惠城区天浩食品贸易部	除超市外的惠州市区流通渠道	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
3	广州市白云区同和海桩商行	白云区乡镇	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
4	中山市西区粤桂副食品商行	中山市除黄圃、南头、商超系统外的区域	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
5	广州市番禺区市桥逸旺食品店	番禺区石楼、石基、市桥镇、沙湾镇	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
6	广州禧誉贸易有限公司	广州市海珠区、芳村区	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
7	惠东县平山聚泉贸易商行	广东省惠东县	百草壹号、陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
8	深圳市盐田区深源发商行	深圳市罗湖区、盐田区、福田区	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
9	东莞市东城骏兴饮料店	东莞市南城、东城、莞城、万江	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
10	海丰县海城信颖贸易商行	汕尾市	百草壹号、陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
11	惠州市惠阳区秋长豪悦百货商行	惠州市惠阳区、大亚湾开发区	百草壹号、陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
12	广州市黄埔区盛发达日用百货经营部	广州市黄埔区及新塘、沙埔、宁西、永和、新村5镇	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
13	深圳市龙岗区冠思源经营部	深圳市龙岗区、坪山新区	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
14	深圳市鼎汇商贸有限公司	深圳市商超系统	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-2014. 12. 31	履行完毕正在续签
15	东莞市长安明	东莞市长安、大	陈醋、苹果醋	2014. 1. 1-	履行完毕

	光酒业商行	岭山		2014.12.31	正在续签
16	汕头市龙湖区信德食品商行	汕头市区、潮州市饶平县	陈醋、苹果醋	2014.1.1-2014.12.31	履行完毕

注：公司与其经销商之间具有可信赖的长期稳定的合作关系，所签合同大部分为一年一签的战略合作框架合同，且按以往惯例合同签订时间为每年五六月份召开经销商大会之时，不会影响公司正常生产经营。具体销货量和销售金额以订货单为主。

## （二）采购合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司的重大采购合同如下：

序号	供应商名称	货物名称	订购数量	合同期限	履行情况
1	波尔亚太(佛山)金属容器有限公司	330 易拉罐、环保易拉盖	2014-2016 预测合计总量 95,000 万套	2014.1.1-2016.12.31	正在履行
2	佛山华兴玻璃有限公司	640/650 玻璃瓶	预测计划数 8,350 万个，以每月订购单为准	2014.6.1-2015.6.30	正在履行
3	鹤山皇冠制罐有限公司	330 易拉罐	数量 1,000 万个	2014.1.24	履行完毕 正在续签
4	佛山市粤玻实业有限公司	650 玻璃瓶	以每月订购单为准	2014.1.1-2014.12.31	履行完毕 正在续签
5	东方先导(湛江)糖酒有限公司	白砂糖(一级)	1,500 吨	2015.3.24	履行完毕

注：公司与其供应商之间具有可信赖的长期稳定的合作关系，所签合同大部分为一年一签的战略合作框架合同，合同签署流程正在进行，不会影响公司正常生产经营。具体订货量和采购金额以订单为主。

## （三）设备合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司的重大设备采购合同如下：

序号	供货方	设备名称	签订日期	履行情况
1	肇庆洛克流体技术有限公司	饮料前处理工艺系统设备	2014.7.8	正在履行
2	卡泰利食品机械(天津)有限公司	易拉罐生产线	2013.9.11	正在履行
3	重庆爱默生节能环保工程技术有限公司	制冷系统设备	2014.9.15	正在履行

## （四）租赁合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司的重大租赁合同如下：

序号	承租方	出租方	物业位置	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	履行情况
1	天地壹号	江门市蓬江区资产经营管理有限公司	江门市蓬江区棠下镇堡棠路 21 号 江门市先进制造业园区配套区第一期物业 4#楼的 52 套公租房	2,340	2014. 4. 16-2016. 4. 15	正在履行
2	老陈壹号	常保林	晋中市榆次区张庆乡怀仁村	约 600	2015. 4. 4-2020. 3. 31	正在履行
3	河北天地壹号	北京和平里化工规划招待所	北京市东城区和平里七区 16 楼 3018 号	-	2015. 3. 5-2016. 3. 4	正在履行

### (五) 货运合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司的重大货运合同如下：

序号	承运方	起讫地	运输货物	合同期限	履行情况
1	深圳市南晨国际物流有限公司	起运地：天地壹号 江门生产厂； 到达地：具体约定	天地壹号系列 饮料、宣传物品	2014. 5. 1-2014. 10. 31 2014. 12. 1-2015. 3. 31	履行完毕 正在续签
2	江门市蓬江区锦濠运输队	起运地：天地壹号 江门生产厂； 到达地：具体约定	天地壹号系列 饮料、宣传物品	2013. 5. 1-2014. 10. 31 2014. 12. 1-2015. 3. 31	履行完毕 正在续签
3	江西吉通物流有限公司	起运地：天地壹号 江门生产厂； 到达地：具体约定	天地壹号系列 饮料、宣传物品	2014. 12. 1-2015. 3. 31	履行完毕 正在续签

注：公司为控制油价变动风险，与承运商签订的都是较为短期的承运合同，但是在合同履行完毕之后，会及时通过补充协议的方式续签，补充协议签署流程正在进行。

### (六) 技术服务合同

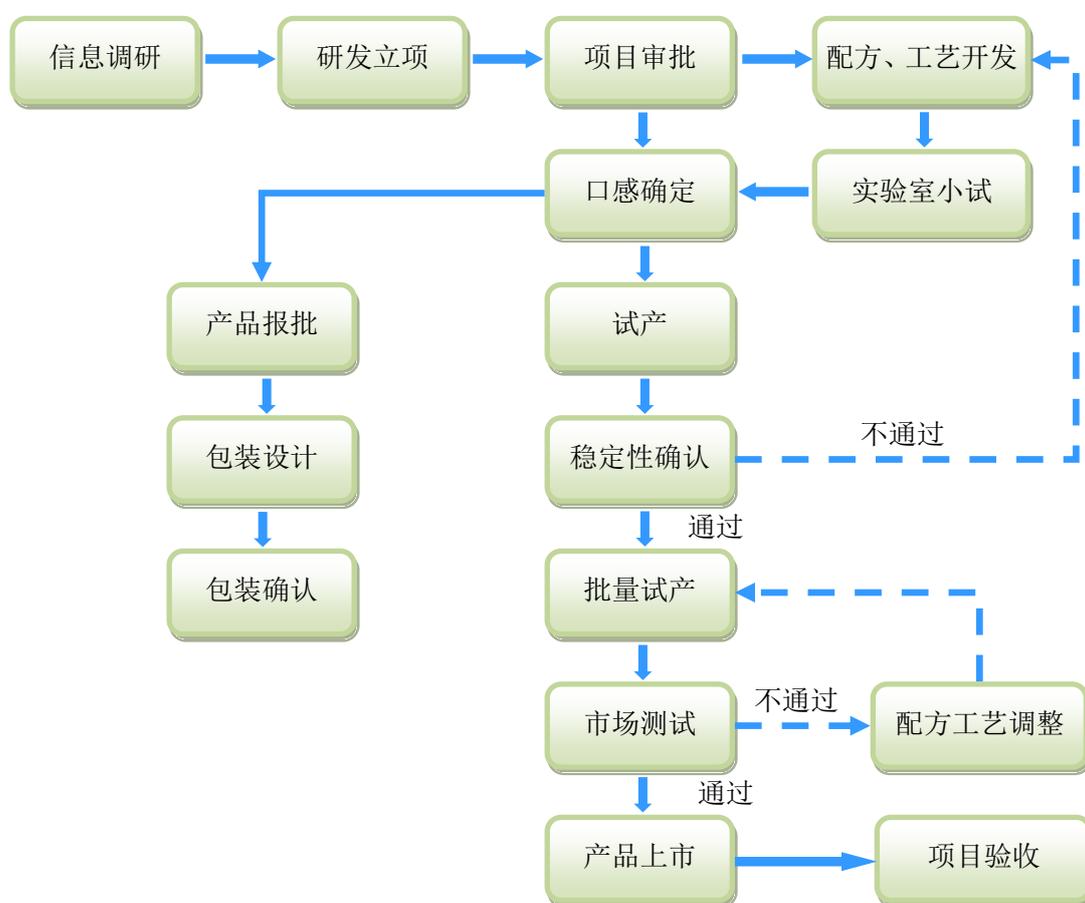
截至本公开转让说明书签署之日，公司及其全资子公司的重大技术服务合同如下：

序号	项目名称	合作单位	合同期限	履行情况
1	醋饮料质量安全控制技术研究	中国食品发酵工业研究院	2013. 12. 18-2016. 12. 17	正在履行
2	巴马壹号饮用天然泉水预防治疗高尿酸血症临床试验	广州蓝韵医药研究有限公司	2014. 3. 15-2019. 3. 15	正在履行

## 七、公司商业模式

### （一）研发模式

公司立足于自身行业特点和市场需求，实行以市场为导向的、科研和生产相结合的研发体制。第一，公司的营销和研发团队根据市场上热销的产品品种以及消费者的潜在需求等多方面信息，进行相关的产品预测，提出立项申请。第二，根据立项申请进行项目审批，项目通过后进行详细的产品信息调研，对产品的社会需要、市场占有率、技术现状、风味口感、包装信息、发展趋势以及资源效益等几个方面进行科学预测及经济性的分析论证。第三，论证基本可行之后，确认立项的新产品进入研发阶段，进行配方、工艺的研发，初步确定产品配方和工艺后，进行小批量材料采购和实验室小试。第四，产品小试得到认可之后，制定原辅料质量标准，并进行市场口感确定，之后进行产品确定，并根据小试的配方和制定的原辅料质量标准进行生产线中试，确认工艺稳定性。第五，在保证产品稳定和市场测试通过后，新产品最终得以上市，新产品研发流程如下图所示：



---

由于公司立足醋饮料行业，除了根据消费者的需求进行产品研发之外，还要针对醋饮料工艺进行醋发酵领域的技术研发工作，以进一步改善生产工艺，提高生产效率以及改进产品品质。公司每年都会投入营业收入的 3%左右进行产品研发，这在醋饮料行业是处于较高水平的。较大的研发投入和强大的研发团队使得天地壹号获得 7 项发明专利、13 项实用新型专利、19 项外观设计专利以及百余个注册商标，公司对研发的重视是天地壹号系列产品获得成功的重要因素。

## （二）采购模式

公司设立采购与工程建设管理中心，全面统筹管理公司及其下属各分支机构的采购与工程管理工作。公司建立了科学的供应商管理体系，保证原材料的供应，采购部门根据生产计划来编制采购预算，通过集中采购方式按期完成各项采购任务，并努力实现采购成本和质量的不断优化。

### 1、供应商管理

供应商管理委员会负责供应商准入评审、供应商评价、确定淘汰供应商名单，研究物资采购、验收、付款等环节的流程优化。

#### （1）供应商准入资格管理

公司建立供应商评估和准入制度，对供应商资质信誉情况的真实性和合法性进行审查，确认供应商清单，在每次采购中，会从合作供应商中选择不少于三家供应商作为备选供应商。

#### （2）新供应商开发的条件

①新物资的采购：原物资不能满足公司的运作，发生了新的需求。

②替代品的采购：根据原需求，寻找性价比更优的产品或供应商。

③原物料的采购：根据原需求，原供应商不能满足公司的运作而需要更新供应商，如交期、价格、服务、质量等。

#### （3）供应商开发程序与原则

①经市场调研后，需开发 2-3 家供应商进行候选，供应商开发需严格按照程序：供应商信息收集、供应商基本资料表填写、样品鉴定、提出供应商现场评审

---

申请，以保证公司寻找合适的潜在供应源。

②供应商开发的基本原则是质量、成本、交付与服务并重。

③公司组成供应商委员会以公平、公正原则，分别对供应商的价格、质量、技术、生产管理等评核，选出合格供应商并列入“合格供方名录”。

## 2、采购定价方式

采购与工程建设管理中心根据采购物资的特性、市场供求关系及采购计划，确定最佳采购模式。采取协议采购、招标采购、询比价采购、谈判采购、动态竞价采购等多种市场化方式，科学合理地确定采购价格，最大限度地减小市场变化对公司采购价格的影响。

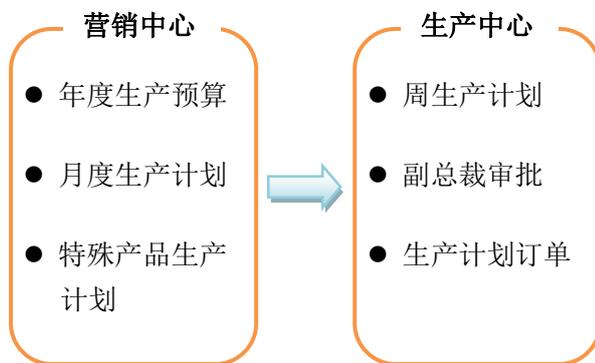
## 3、付款方式

公司根据供应商等级、信用度及采购金额大小确定付款周期，一般采用月结。

## （三）生产模式

公司的生产模式主要采取自产和外包生产两种方式，公司会根据产品所处的不同阶段采用不同的生产模式。在新产品研制、试销阶段，根据公司稳健的经营理念，公司会尽量避免或减少过多的固定资产投资，而是采用外包生产的方式，向合约制造商提供产品规格、生产所需原材料、半成品及包装材料，同时在制造商处派有专业人员以确保成品质量；得到良好的市场反馈之后，公司才会有选择性的将外包产品转为自产产品，进行生产线等固定资产的投入。对于自产产品，公司采取以销定产的生产模式，建立科学合理的产量预测方法及库存管理办法以应对市场需求的变化，同时实现批量化、自动化生产，提高生产效率，产生规模效应，报告期内公司主要产品的产销率皆在 95%以上，产品库存较少，以销定产的生产模式取得良好的成效。公司目前拥有五条生产线、两条在建生产线和三套发酵设施、一套在建发酵设施，随着公司产品受到更多消费者的欢迎与认可以及公司向全国市场进军步伐的加快，公司在江西和河北地区新建生产扩充设施，以满足不断扩大的市场需求。公司的生产模式如下图所示：

## 自产

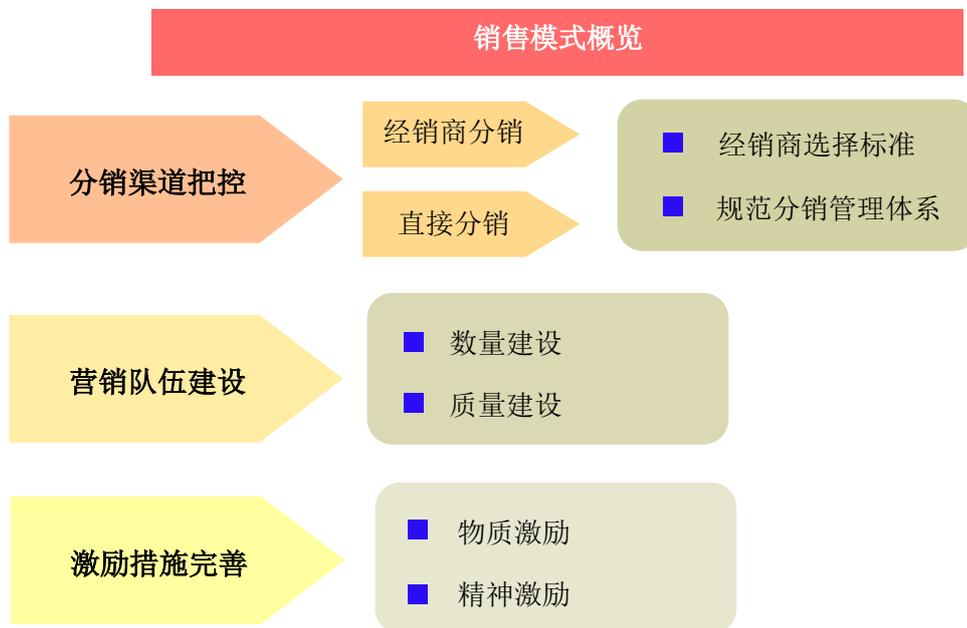


## 外包生产



### (四) 销售模式

根据Wind资讯的数据显示，传统的实体销售渠道在饮料行业仍然占据主导地位，完善而强大的销售网络在饮料行业发挥着不可替代的作用。公司通过对分销渠道的把控、营销队伍的建设以及激励措施的完善等手段建立起了成熟的分销网络以及规范的管理体系。



#### 1、分销渠道把控

公司的销售网络扎根广东省，同时以广东省为腹地向周围地区延伸。公司的销售网络主要通过经销商经销和直接分销两种方式展开。

---

### （1）经销商分销

随着醋饮料行业市场规模的不断扩大，越来越需要具备战略合作高度的经销商作为合作伙伴，经销商的营销理念、管理方式也越发关键。同时，销售额的不断增长，对经销商的仓储、渠道等能力也提出更高的要求。

经销商择选条件：①销售网络覆盖范围：渠道相对完善，适合天地壹号产品，同时在当地拥有良好的人脉、社会关系；②往绩记录：所代理产品有畅销的一线品牌，或属酒水销售行业中的前几名；③财务及人力资源：必须有专人、专车负责天地壹号产品的铺市、配送、市场跟踪和拓展工作。同时，要有两部以上车辆配送产品，能及时为客户提供配送服务。另外还要有专门用于天地壹号产品的仓库以及专项资金。

规范的管理体系：公司分销网络包括几百家经销商，经销商通过数千家分销商及零售商在数十万个销售终端销售公司产品。为确保各级经销商能够传达公司统一的营销理念，公司采取了规范、缜密的管理体系进行管理。①与合约经销商签订分销协议，有关协议有效期一般为 1-2 年；②协议中签订销售价格及经销商协定购买的最低数量；③公司采用预收款的方式接受经销商订单。

### （2）直接分销

公司为了降低经销成本，并拓宽分销及销售的机会，也会采取直接分销的方式。自 2013 年初起，已与多家大型连锁超市建立业务关系，签订合作协议，向其直接销售产品，并供其不同地区的店铺内销售。协议包含一定的奖励机制，以激励零售连锁店达成既定销量目标。销售协议期一般为一年，在此协议期间，公司负责协议覆盖店铺内产品的陈列与推广。另外，公司也会向企业或政府单位以批量采购的形式出售小部分产品。

## 2、营销队伍建设

为了提升分销商的效率和积极性，公司建立了专业的销售队伍。公司拥有超过两千多人的强大自有销售团队，并通过经销商在销售终端配备了数千名营销人员，公司为他们提供集中、统一的培训，确保具有一致的销售管理理念及清晰的产品定位。销售人员熟知每个地区的销售情况、市场动向和消费者需求，能够有效地根据公司的要求，结合当地市场特点，开展营销和推广活动。公司的营销人

---

员专注于在各个销售终端向消费者“面对面”宣传和推荐产品，同时以高强度、高集中的营销方式给消费者对产品留下最深刻的印象，确保能够及时、有效地将公司的营销理念传递给消费者。另外，销售人员会为每个地区制定本土化的销售策略，避免经销商之间任何可能构成的冲突或竞争。

### 3、激励手段完善

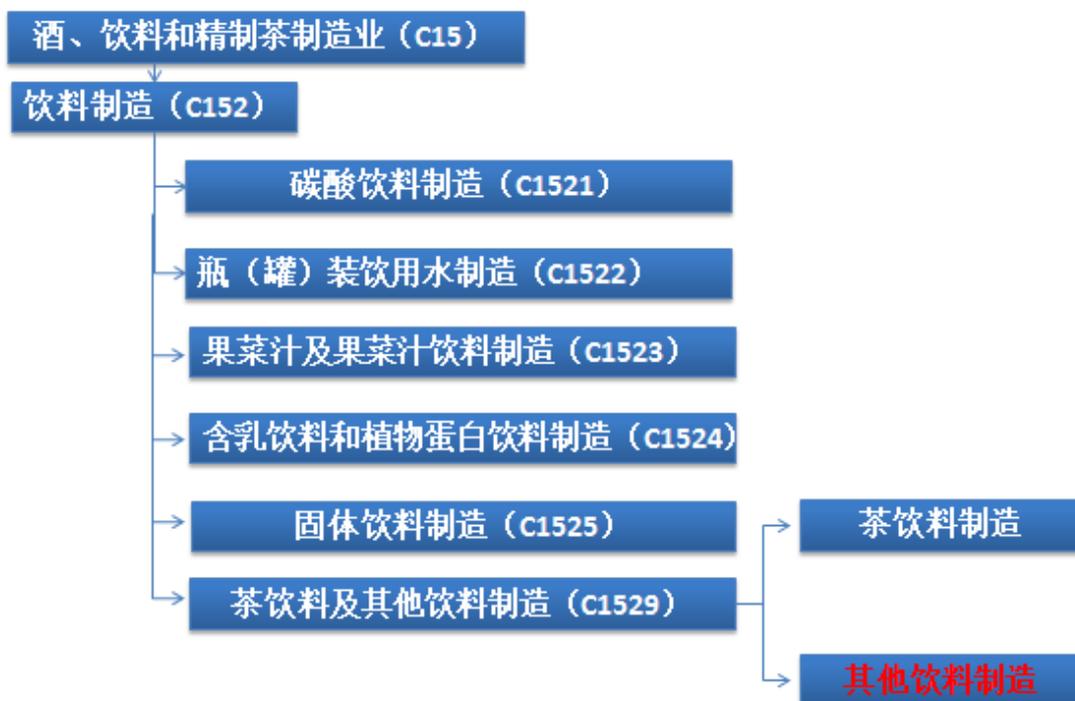
为了进一步提升分销网络的销售效率和效果，公司通过具有竞争力的利润分成及激励计划为经销商及销售人员提供充足的销售动力。公司除了通过提供免费商品方式向达到或超额完成销量的经销商提供价格折扣等物质手段进行激励之外，还会定期召开经销商表彰大会，对经销商的成果表示认可和肯定，为经销商分销提供精神源动力。

## （五）盈利模式

公司自成立以来，一直致力于具有中国元素的新锐健康饮料产品的价值挖掘和品牌运营，历经十几年的积淀发展，天地壹号秉承差异化定位的经营策略，由初始的单一产品运营起步（天地壹号陈醋饮料），逐步发展为多品类运营（天地壹号陈醋饮料+天地壹号苹果醋饮料），然后再成功切入多品牌运营模式（天地壹号品牌系列和百草壹号品牌等饮料并举），目前已然发展成为国内健康佐餐醋饮料领域的知名品牌与市场领先者。展望未来，凭借着产品、品牌、渠道和技术的综合优势，公司将以消费者体验为核心导向，打造一个多元化健康特色饮料品牌孵化平台，在这个平台正在孕育出更多的新锐健康饮料，如：即将面世的巴马壹号天然山泉水和百果壹号天然果汁产品；同时，依托自身强大的“点对点”线下营销策划能力和下游渠道把控能力，开拓其他区域市场，确立天地壹号全国性的品牌地位。

## 八、公司所处行业基本情况

根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2011），公司所属行业为“饮料制造（C152）”中的“茶饮料及其他饮料制造（C1529）”，具体如下图所示：



## （一）公司所处行业概况

### 1、饮料行业发展概况

经济的持续高速增长及城乡居民收入的稳步提高为我国消费产品的增长奠定了坚实的基础。近年来，我国国民经济整体保持了平稳健康的发展态势。伴随着宏观经济的增长，我国广大居民的收入水平和生活质量也有了较大幅度的提高，消费活动日趋活跃，成为国内饮料行业强大的需求动力。饮料作为快速消费品，随着我国居民消费水平的提高，中国饮料行业的市场规模也在不断地扩大，我国饮料行业呈持续增长态势。

纵观中国饮料行业，不仅其市场规模在不断扩大，饮料行业的产品结构也随着消费者消费观的改变而不断升级。饮料行业经历了从碳酸饮料到含乳和植物蛋白饮料、果蔬汁饮料、凉茶饮料、醋饮料的拓展过程，而且像王老吉、六个核桃、营养快线、天地壹号等新锐饮料的市场份额不断扩大，反映出消费者对饮料的需求也从最初的解渴、好喝，向着差异化、营养健康化、本土化等方向发展。同时，饮料企业也不断根据市场需求变化加大产品创新，新产品层出不穷，成为中国饮料市场持续繁荣的重要助推剂。饮料行业的发展如下图所示：



## 2、新锐饮料发展简介

以王老吉、六个核桃、营养快线、天地壹号等为代表的新锐饮料的快速发展，除了受益于饮料行业稳步发展与本土化趋势的东风之外，也是与各大企业“好产品、巧定位、强营销”的价值理念分不开的。

首先，新锐饮料的快速崛起，依赖于好的产品。只有被消费者认可、接受的好产品，才能在饮料市场的激烈竞争中占据一席之地。养元智汇的核桃饮料成功解决了核桃饮品“涩和腻”的口感问题，促成了核桃饮品由“窄众市场”向“大众市场”的转变；天地壹号醋饮料口感清爽、开胃促消化，是居民餐桌上的佐餐佳品，成为其近年来快速发展的重要因素之一。总之，打造一款好产品，是新锐饮料企业取得成功的重要基础。

其次，在消费需求越来越注重个性化，消费者对商品需求日趋差异化的今天，市场定位成为饮料企业取得成功的关键。再好的产品，缺乏准确定位，则会面临销不对路的困境；相反，巧妙的市场定位则能准确把握消费市场，避免与国际饮料巨头的正面竞争，挖掘新的“蓝海”市场。娃哈哈的牛奶果昔饮品“早餐喝一瓶，精神一上午”的独特定位打通特定时段消费通路，使其产品很快成为了深受白领和学生族喜爱的早餐辅助饮料；天地壹号醋饮料定位健康佐餐饮料这一细分市场，打造餐桌第五道菜的健康概念，从而得以迅速成长。因此，巧定位成为饮料企业取得成功的关键。

最后，对于新锐饮料企业来说，面对传统饮料企业及国际巨头的激烈竞争，只有将营销做得更为出色，才能脱颖而出。因此，强营销成为企业占领市场、获得持续发展的核心。强营销包涵了品牌推广、渠道建设等诸多方面的长期投入。在羊年央视广告营销争夺战中，王老吉以 8100 万元突出重围，斩获央视“第一

---

标”，同时以 4000 万抢得《舌尖上的中国》第三季饮料行业唯一合作伙伴席位，宣传打造“吉”文化；在渠道建设方面，王老吉的销售渠道覆盖商超、餐饮等各个渠道，网络布及全国主要城市，并在全国拥有庞大的销售队伍。天地壹号的品牌推广始终坚持以消费者为导向，从“健康美丽，天地壹号”、“不喝酒，就喝天地壹号！”到“吃饭喝啥？天地壹号！”再到现在的“给健康加道菜，第五道菜——天地壹号”，天地壹号一直根据消费者的“花心”开展品牌营销和品牌运营。同时，天地壹号也广布渠道，通过“激励”与“培育”双管齐下打造与经销商之间稳定持久的合作共赢模式。强营销，成为新锐饮料迅速发展的核心要素，也是新锐饮料企业取得成功的最突出特征。

随着醋饮料不断扩大的市场规模以及不断增强的品牌影响力，醋饮料业已成为我国新锐饮料的重要组成部分。醋饮料是对我国饮料行业，以及本土传统食醋文化的创新与发展。食醋在我国拥有悠久的历史，被古人列在“五味之首”，并已成为人们生活的必需品，近年来其消费方式得到创新，在部分省市形成了饮用醋饮料的热潮，并推动了醋饮料的高速发展。醋饮料口感清新、增进食欲，同时具备增强肠胃功能，促进消化，调节人体酸碱平衡增强人体免疫力的功效。随着人们健康饮食意识的不断增强，以及醋饮料企业对消费者的大力教育与宣传，醋饮料“营养健康”的理念必将深入人心，获得更大的发展。

## （二）行业管理体制及主要法规政策

### 1、行业主管部门及监管体制

公司主要从事醋饮料及其他饮料的生产经营，属于食品工业范畴。食品工业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。从 2009 年 6 月 1 日《中华人民共和国食品安全法》重新修改并施行后，我国对食品工业的管理业已形成了多层次、多部门参与的行业许可体系及食品安全监管体系。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、生产流通等主要由农业部、卫生部、质检总局、工商行政管理总局、国家食品药品监督管理局等部门制定。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。

目前专业的醋饮料行业自律性组织尚未形成。行业的自律性组织主要为中国饮料工业协会。中国饮料工业协会（英文名称China Beverage Industry Association，简称CBIA）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。

## 2、行业主要法律法规和政策

醋饮料行业的主要法律法规和政策如下表所示：

序号	主要政策	发布单位	发布时间
1	《食品生产加工企业质量安全监督管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2003年
2	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则》试行	国家质量监督检验检疫总局	2005年
3	《食品卫生许可证管理办法》	国家卫生部	2006年
4	《重大活动食品卫生监督规范》	国家卫生部	2006年
5	《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人大常委会	2006年
6	《中华人民共和国国家标准饮料通则》（GB 10789-2007）	国家质量监督检验检疫总局 国家标准化管理委员会	2007年
7	《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2009年
8	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2009年
9	《食品安全企业标准备案办法》	国家卫生部	2009年
10	《食品流通许可证管理办法》	国家工商行政管理总局	2009年
11	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2009年修订
12	《食品生产许可管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2010年
13	《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760-2011）	国家卫生部	2011年
14	《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718-2011）	国家卫生部	2011年
15	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会	2013年修订
16	《中华人民共和国安全生产法》	全国人大常委会	2014年修订

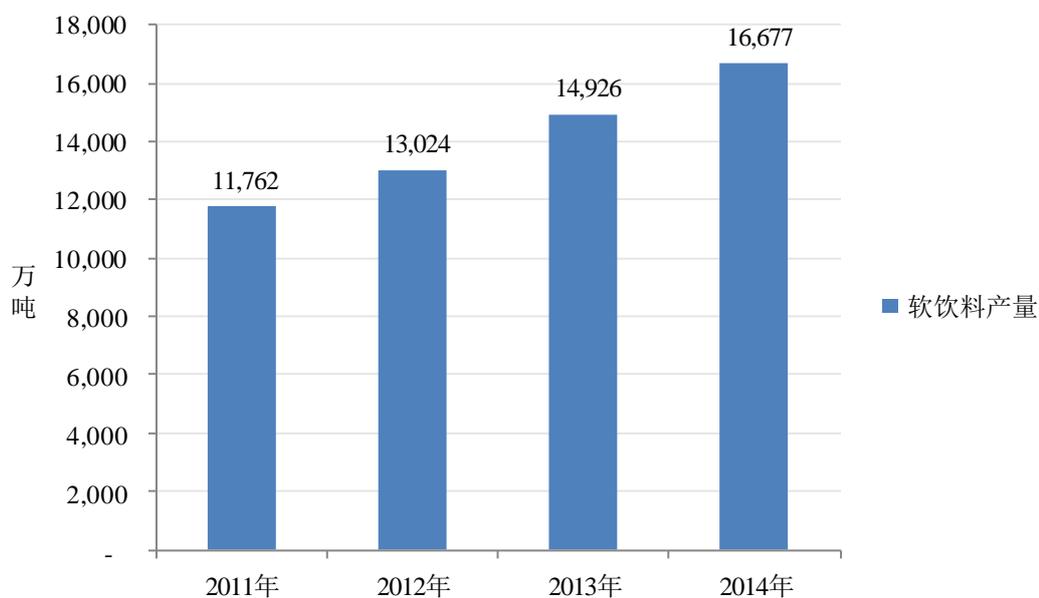
### （三）行业规模和盈利状况

#### 1、饮料行业规模情况

消费群体的扩大，消费能力的提升，为我国饮料行业的快速发展创造了有利条件。2014年，我国人口达到13.68亿人，与此同时，城镇居民人均可支配收入

入由 2011 年的 21,809 元上升到了 2014 年的 28,844 元,消费者的消费潜力增强。

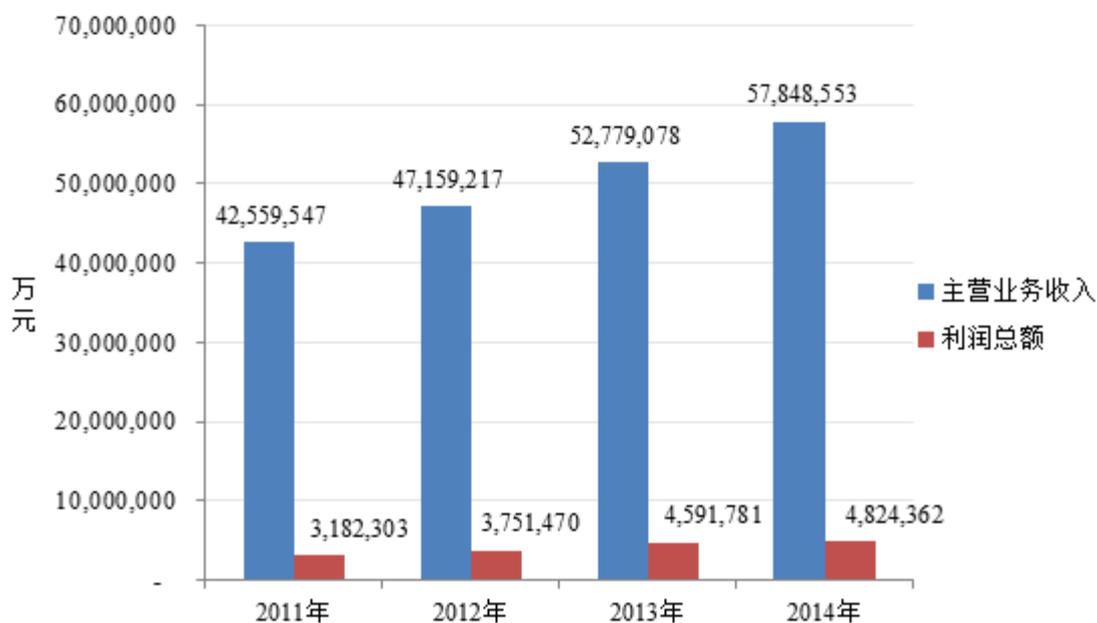
2011 年至 2014 年,我国饮料产量由 11,762 万吨增长至 16,677 万吨,年均复合增长率为 12.34%,呈稳步增长态势。饮料行业每年的具体产量情况如下图所示:



数据来源: Wind资讯

## 2、饮料行业盈利情况

2011 年至 2014 年,我国饮料行业累计实现收入由 42,559,547 万元增长至 57,848,553 万元,累计实现利润总额由 3,182,303 万元增长至 4,824,362 万元,呈稳步增长态势。饮料行业每年的累计收入和利润情况如下图所示:

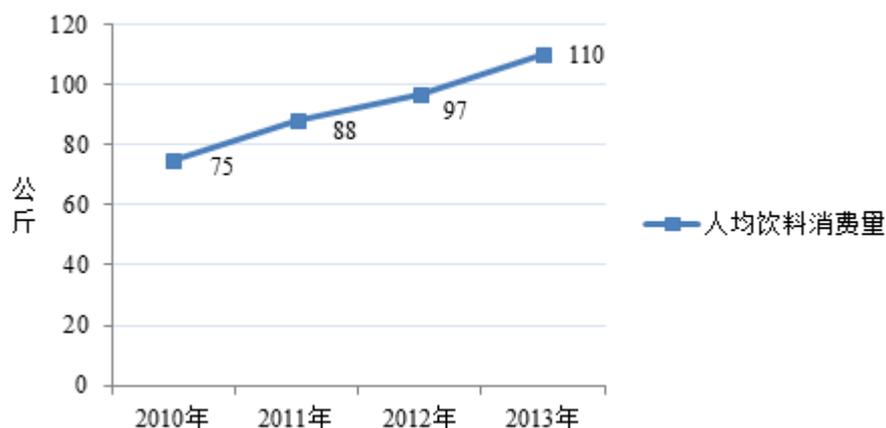


数据来源：Wind资讯

#### (四) 行业市场前景

##### 1、人均消费量尚有差距，饮料市场潜力巨大

近几年，我国人均年饮料消费量快速上升，由2010年的75公斤上升到2013年的110公斤。但2013年数据显示，欧洲国家人均消费瓶装饮用水104公斤/年、美国人均消费碳酸饮料112公斤/年，北美人均果汁消费量17公斤/年，而我国人均110公斤的年消费量囊括了所有的11个饮料品类，可见我国饮料消费与西方国家还有不小的差距，饮料市场空间巨大。



数据来源：中国饮料工业协会

##### 2、饮料行业结构进一步优化，醋饮料市场份额提高

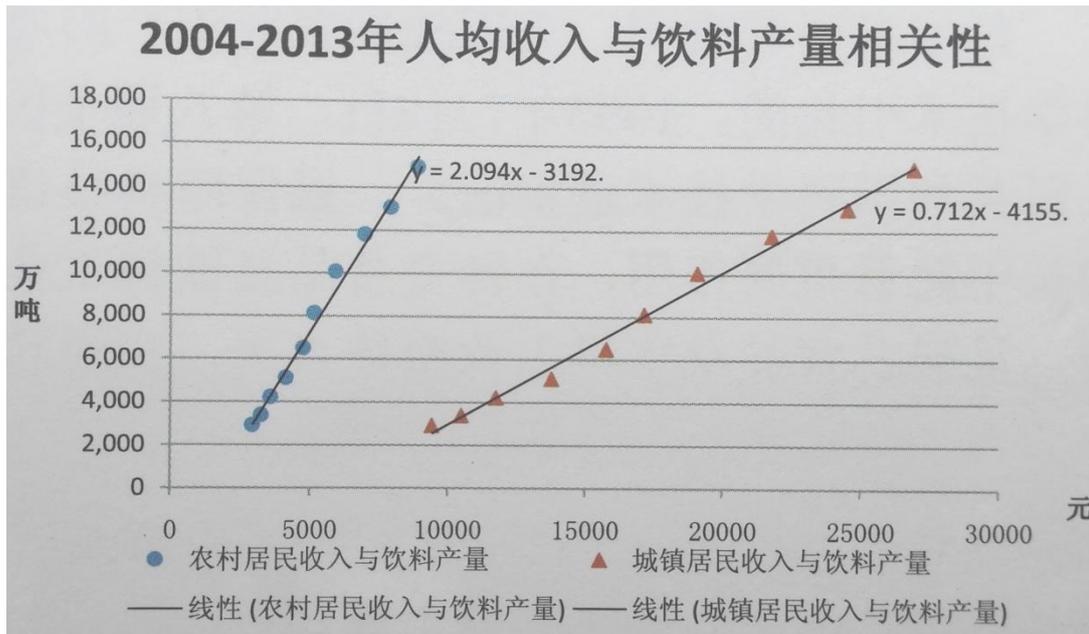
---

根据Wind资讯软饮料各子行业收入增速的数据显示，碳酸饮料等子行业的收入增速不断降低，而含乳饮料和植物蛋白饮料等子行业的收入增速不断上升，这说明随着我国居民消费水平的提高，消费者对生活品质的要求也越来越高，消费者营养、健康的意识不断增强，营养、健康、天然的饮品将成为饮料行业发展的必然趋势，而醋饮料凭借其良好的口感及独特的营养价值必将在未来饮料行业结构优化的过程中占据一席之地。

### **3、醋饮料从区域市场逐步走向全国市场，由城镇市场走向农村市场**

根据国家统计局及旗讯产业研究院的数据显示，全国醋饮料市场主要集中在华南和华东地区。虽然现阶段醋饮料行业的消费区域相对集中，但以天地壹号为代表的行业领先企业已经开始向周边省市发展。随着企业对品牌建设力度、业务拓展幅度以及市场精耕深度的加强，醋饮料必将从目前的区域市场走向全国市场。另外，人们生活水平的持续提高，健康饮食诉求的日趋强烈，以及对醋饮料认识的加深，也将为醋饮料走向全国提供良好的机遇。

饮料行业的发展在城市和农村市场有着不同的特点。目前，我国饮料消费主要集中在城市市场，农村市场销售总量较低，消费多为附加值较低的产品，但近年来，随着农村城镇化进程的加快和农民收入的提高，农村市场表现出较好的增长势头。根据近5年间居民收入与饮料消费量的数据相关性分析，可以看出，五年间农村居民人均收入的增长幅度高于城镇居民人均收入增长幅度，因此农村市场具有巨大的潜力。



数据来源：中国饮料工业协会

#### 4、醋饮料产品品类不断丰富，促进行业持续发展

从消费者需求层面来看，随着营养、健康、天然的理念深入人心，以及消费者需求的日益丰富，醋饮料的品种也将得以创新。从企业竞争策略来看，增强创新能力，不断推陈出新也将是醋饮料企业保持竞争力，巩固市场地位的重要举措。目前，我国醋饮料品种主要以陈醋饮料和苹果醋饮料为主，未来山楂醋、柠檬醋、蓝莓醋等诸多品种将在醋饮料整体市场迅速扩大的前提下，有望实现快速发展。另外，产品品种的丰富和完善，不仅能够持续满足消费者的多样性需求，更能促进醋饮料行业的持续、健康发展。

### （五）行业竞争格局

#### 1、企业分布较集中，中小型企业数量较多

从企业数量上看，醋饮料生产企业众多，并主要位于河南和广东两省，尤其是河南省，由于是粮食和水果的产量大省，因此成为醋饮料的主要生产基地，但大多数均为中小型生产企业。目前国内规模以上的著名醋饮料生产企业不足十余家，主要包括广东天地壹号、沈阳麦金利、河南淼雨、中山创康等几家大型醋饮料生产企业。

#### 2、梯队特征明显，行业呈现“一枝独秀”态势

醋饮料生产企业基本可分为三个梯队：一是少数醋饮料领军企业占据市场的

---

领先地位并涉及全国多个省份，品牌营销意识强，营销策略成熟，对醋饮料的发展起着主导作用；二是地方性优势品牌；三是众多小型醋饮料生产企业，这些小型企业面临着少数资金实力薄弱，技术水平落后、品牌知名度低的困境，同时部分企业利用现阶段醋饮料相关标准和法规还不够健全的特点开展低价销售、以次充好的行为，不利于醋饮料市场的健康、正常发展。

随着我国市场经济的逐步成熟与完善，市场竞争势必进一步激烈，而这种竞争最终都会归于品牌的竞争，产品的质量、公司的信誉，都将靠品牌来体现，最终形成“少数几家强势品牌主导，另外几家补充”的局面。

## （六）行业发展的有利和不利因素

### 1、有利因素

#### （1）国民经济总量和居民收入水平增长拉动市场需求

饮料是快速消费品，我国宏观经济发展与居民的收入水平都将直接影响饮料的消费。随着我国经济快速发展和城乡居民收入的提高，消费需求继续升温，为我国饮料消费市场提供了强劲的需求动力。

近年来，我国国民经济整体保持了平稳健康的发展态势。伴随着宏观经济增长，近几年来我国广大人民群众的生活水平也有了较大幅度的提高，消费活动日趋活跃，成为国内饮料行业强大的需求动力。2014 年我国城镇居民可支配收入已经达到 28,844 元、农村居民人均纯收入达到 9,892 元，2011—2014 年年均复合增长率分别 9.77%和 12.34%，不断提高的收入水平为我国饮料产品的增长奠定了坚实的基础。

#### （2）消费者健康意识提升，醋饮料符合健康消费新需求

“十二五”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，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。随着消费者消费实力与消费习惯的改变，城乡居民对食品的消费将从生存型消费加速向健康型、享受型消费转变，从“吃饱、吃好”向“吃得安全、吃得健康”转变，食品消费进一步多样化，醋饮料等新锐健康饮料的需求也将快速增长。

---

### (3) 醋饮料国家标准的出台有助于行业的可持续发展

随着生活质量的提高，公众对食品健康意识的逐渐增强，媒体等监督体系对食品质量问题的不断关注和曝光，近年来，国家监管部门不断加大市场管理和处罚力度，强化对市场上不合格生产企业、不合格饮料产品和假冒伪劣产品的清理和打击，加速质量管理体系、HACCP体系以及GMP生产规范的推广和实施，提高全行业的产品质量水平。2015年4月1日，由中国饮料工业协会技术工作委员会、广东天地壹号饮料有限公司、沈阳麦金利食品制造有限公司、沈阳农业大学、河南省淼雨饮品股份有限公司共同起草的苹果醋国家标准正式实施，一直以来醋饮料行业缺乏统一的国家标准和规范，业内企业参差不齐、产品品质差异较大、扰乱市场秩序的情况将会得到改善，有助于行业的可持续发展。

### (4) 醉驾相关法律法规的实施极大地拉动了醋饮料消费

酒在我国也有着悠久的历史，并逐渐形成了特有的“酒文化”，酒也成为了我国重要的佐餐饮品。但自2009年以来，国家加大了对醉酒驾驶的检查 and 处罚力度；2011年5月1日，修改后的《道路交通安全法》和《中华人民共和国刑法修正案（八）》正式实施，对醉酒驾车违法行为的处罚，已从行政处罚上升到更加严厉的刑事处罚。醉驾处罚力度的不断加大，在一定程度上改变了人们就餐饮酒的习惯，“驾车不喝酒”的观念逐渐深入人心。

因此，醋饮料等非酒精类新锐饮料作为酒精类饮料的极佳替代品，发展迅速。未来，国家对醉驾查处趋于严厉的政策将继续贯彻执行，因此也将极大刺激健康佐餐醋饮料等非酒精类新锐饮料的消费。

## 2、不利因素

### (1) 全国范围消费者认可度依然较低

醋饮料自九十年代中后期开始在全国销售，经过十几年的技术储备和市场开拓与培育，醋饮料已经作为一种健康性佐餐饮料逐渐被消费者接受，近年来行业发展迅速，并形成了少数优秀的知名品牌。但是从全国范围来看，醋饮料目前还处于成长期，仅广东等省份形成了一定的规模市场并建立了一批稳定的消费群体，全国大部分省市消费者的接受程度还有很大的发展空间。此外，从行业品牌知名度来看，目前行业内还没有一家具有全国销售范围的知名品牌，行业内较大

---

的醋饮料生产商天地壹号其主要销售范围在广东，并对广东区域进行了长期的深耕细作，近年来逐渐扩展至周边区域。但是受营销人员的局限、品牌宣传投入的制约等，在长江以北区域品牌知名度和消费者认可度还很有限。

醋饮料作为时尚健康的新锐饮品，目前正进入成长期，消费者的认知度和饮食习惯需要进行精心的培育。而在全国的大部分省份往往以区域性的中小企业经营为主，对消费者的培育投入还非常有限，不利于行业的整体发展。

## （2）行业法规依然不够完善

食品质量安全一直是食品工业的头等大事，关系到每个食品生产加工企业的生存与发展以及每位消费者切身利益。近年来随着诸多如双汇瘦肉精事件、台湾塑化剂风波、山西老陈醋勾兑事件的曝光，在给消费者带来身心伤害的同时也给相关行业和生产企业带来了巨大的不良影响。一旦发生食品安全事故，消费者将在相当一段时间留下阴影，整个企业甚至行业极可能一蹶不振，如 2008 年的三聚氰胺事件。

尽管国家越来越重视食品安全性，并健全食品安全监管体制机制，对食品加工行业颁布和实施了 HACCP、ISO9001 质量管理体系等认证，提高重点行业准入门槛，但是目前我国食品质量标准体系依然不完善，食品卫生标准、食品质量标准、农产品质量安全标准和农药残留标准等标准体系有待进一步整合，不同行业间制定的标准在技术内容上存在交叉矛盾等。尽管 2015 年 4 月 1 日苹果醋的国家标准正式实施，但是醋饮料的相关法规仍然相对缺乏，不利于行业的健康发展。

# 九、公司的主要竞争状况

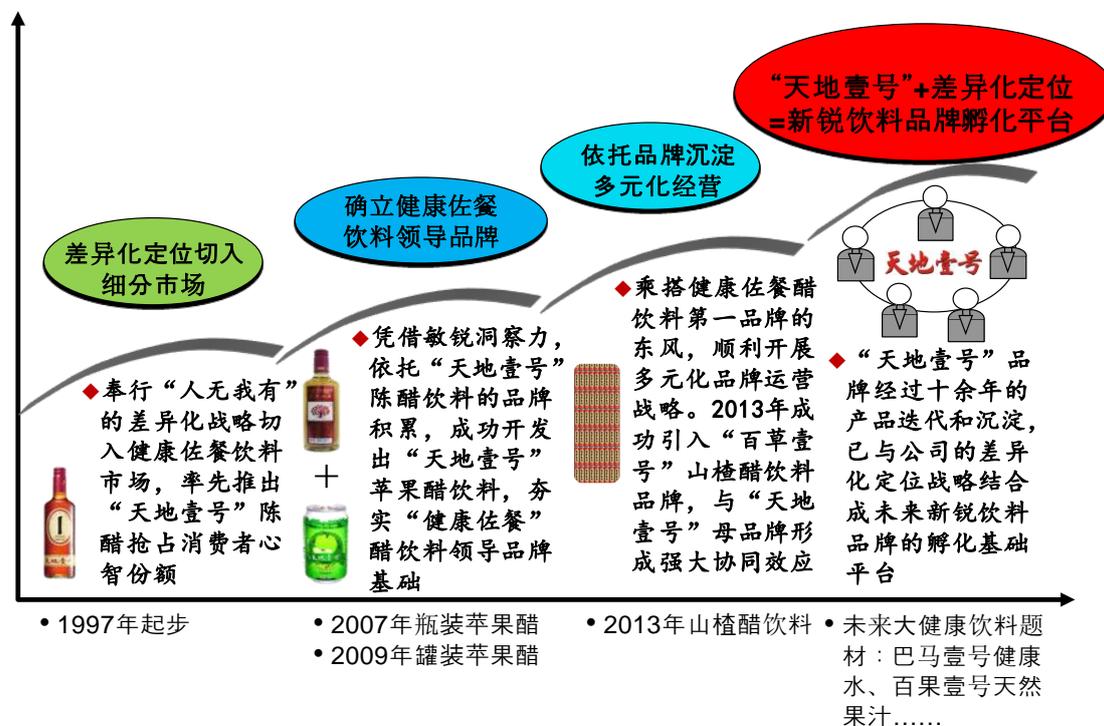
## （一）公司的竞争优势

### 1、经营定位优势

目前饮料行业主要有两种经营策略：一种是“跟随策略”，具体做法是行业主体在发现市场中新兴崛起的盈利题材后，凭借资金、品牌、渠道等综合实力强势切入到该领域运营；另一种是“差异化定位策略”，即行业主体集中资源率先切入饮料行业中的特色细分领域进行深耕细作，由于定位足够精准，具备先发优势，一旦新品推广成功，往往会形成极强的客户忠诚度，在构筑起牢固的品牌壁

全同时，也为后续新品牌的开发和运营打下坚实的口碑基础。

回望十余年的经营历程，公司会兼顾外部环境和自身发展阶段灵活运用差异化定位策略。如下图所示：



在差异化经营策略的主导下，公司凭借对饮料行业变化敏锐的洞察力和新品开发、运营的高效执行力，依托细分领域的先发优势，深耕细作中国醋饮料市场。截至目前，公司已成为醋饮料领域领军企业。未来公司会进一步推广“百草壹号”山楂醋饮料品牌（定位于休闲饮用），同时将着力开发包括“巴马壹号”健康饮用水、“百果壹号”150%天然果汁等在内的健康特色饮料品牌。在“天地壹号”这块品牌孵化的土壤上，预计未来会有越来越多小而美的特色“壹号”健康新锐饮料品牌面世，满足各个细分领域消费者的偏好体验。

## 2、市场竞争地位优势

对饮料行业主体而言，品牌、产品、渠道和研发是检验竞争地位的核心标准。秉承差异化定位策略，经过十多年的经营，公司在品牌美誉度、产品话语权、渠道把控力和技术实力方面构筑了强大的综合竞争优势。

### (1) 拥有多年精耕细作沉淀的品牌美誉度

经过多年的品牌推广和市场培育，依托行业的快速增长和市场的巨大潜力，

---

并深刻研究消费者的需求变化，“天地壹号”品牌已经深入人心，拥有众多忠实的消费者。公司凭借可靠的产品质量、良好的企业形象和深入的市场推广，使得“天地壹号”品牌的市场影响力和渗透力得到了迅速的提升，得到了销售区域消费者的高度认可。2004年天地壹号商标即获得“广东省著名商标”，2006年获得中国食品工业协会颁发的“中国食品工业质量效益奖”，2008年荣获广东省食品行业协会颁发的“改革开放30年广东省食品行业突出贡献奖”，2009年获得广东省食品行业协会颁发的“广东省食品行业协会金奖”。2011年第二届中国饮料行业Bev-Model颁奖盛典上，天地壹号与国内外饮料巨头同台竞技，荣膺“研发创意奖”、“成长品牌奖”和“广告语奖”三项大奖。2012年“天地壹号”注册商标被认定为“中国驰名商标”；2013年公司荣获中国饮料业“5年优秀企业”称号；2014年天地壹号与可口可乐、怡宝等行业巨头荣获“中国饮料行业实践社会责任优秀企业”称号。“天地壹号”历经十几年的积淀与发展，成为消费者值得信赖的优选品牌。

### （2）践行产品优质优价策略，拥有强大的产品定价话语权

基于对自身产品定位、产品价值和消费者消费习惯的深刻理解，公司具备较强的定价话语权。首先，公司将产品定位于“健康佐餐饮料”，这一差异化新锐饮料的定位给了公司更大的定价自由度。其次，公司的产品是“创新型的具有差异化的产品”，能给消费者带来独特价值，在保证口感的同时符合现代消费者健康、养生的消费理念，消费者愿意支付更高价格。另外，鉴于公司非常注重对品牌的塑造，“天地壹号”品牌知名度和消费者使用率遥遥领先其他竞争对手，使得天地壹号产品较竞争对手产品拥有更高品牌溢价能力。最后，公司注重在酒楼、饭店等餐饮渠道的销售，该部分消费群体对酒店饮料价格的敏感度较低，而对饮品的品质、功能和品牌比较关注，“天地壹号”系列产品恰恰符合该部分消费群体的消费心理，所以“天地壹号”系列产品作为具有高知名度和优质口感的健康饮品在餐饮渠道广受欢迎，而产品于酒店渠道的售价较商超渠道更高，使得公司能够获得更高的消费溢价。与公司的品牌和实力相匹配的优质优价策略，使得公司在确保口感和产品质量的前提下能够实现经济利益的最大化。

### （3）广布渠道，与经销商构建了持续双赢的可持续发展伙伴关系

公司建立了广泛的经销网络。从销售网络数量看，公司有几百家经销商，经

---

销商通过数千家分销商及零售商在数十万个销售终端销售公司产品；从销售网络的广度看，销售区域在已基本覆盖广东、广西、海南和江西四省，并已进入扩展至福建、湖北和重庆等地，销售区域逐渐扩大；从销售渠道的类型看，公司建立了多层次的经销网络，包括大型商场、连锁超市和酒楼餐饮等；从销售网络的深度看，在广东省内，天地壹号的产品不仅遍布一二线城市的各种大型商超、酒店等，还广泛渗透到三四线城市的酒楼、小型超市等。

在广布渠道的同时，公司通过“激励”与“培育”双管齐下打造与经销商之间稳定持久的合作共赢模式。“激励”方面，公司通过利润分成和激励机制对经销商具有强大的控制力。“培育”方面，公司为经销商提供统一的产品培训和销售策划指导，务求向终端市场精准传达公司品牌形象和产品定位，在增强渠道伙伴对天地壹号品牌文化认同感的同时，促进了销售业绩的良性增长，互惠共赢。

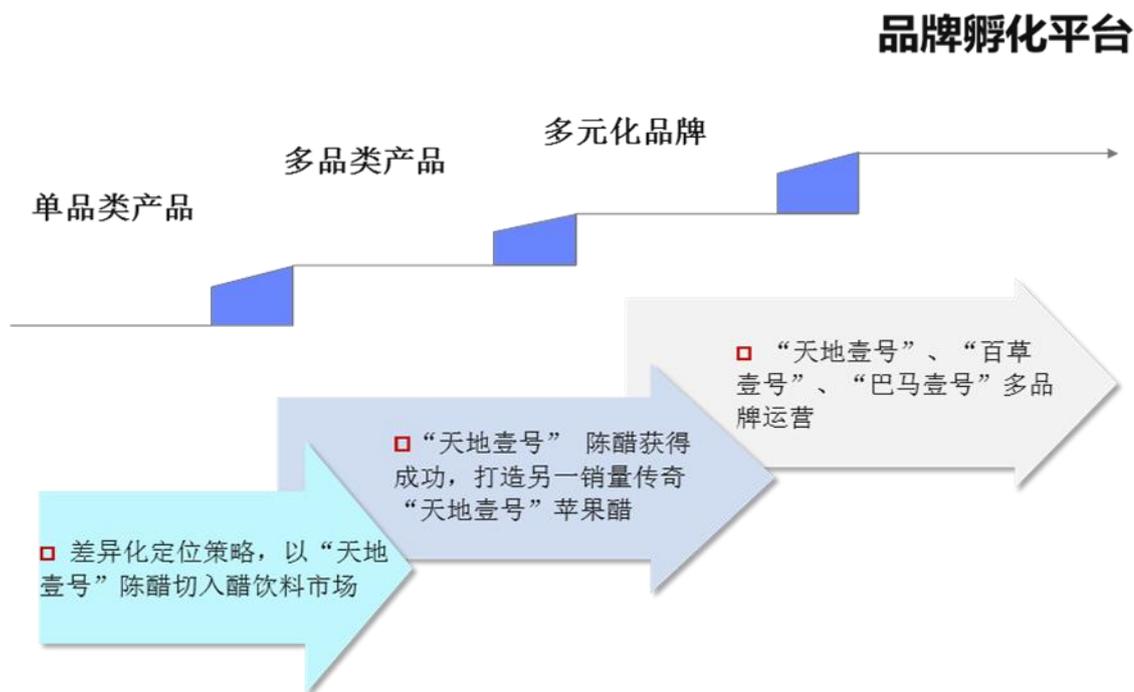
#### （4）具备强大的技术实力

醋饮料行业不同于饮料行业的其他子行业的重要特点之一是它涉及醋发酵技术，而醋发酵技术水平的高低则直接影响了醋饮料的品质及口感。因此，公司非常重视醋饮料技术及其他技术的研发工作，不仅建立了企业研究院和专门的内部研发团队，而且将产学研相结合，与国内食品发酵领域权威研究机构中国食品发酵工业研究院及天津科技大学、华南理工大学等高校强强合作，共同开发与产品相关的新配方与新技术。2015年4月1日实施的苹果醋国家标准，天地壹号便是主要起草单位之一，充分显示了公司较强的技术工艺与行业认可度。

### 3、品牌运营平台优势

由于饮料行业下游终端消费者对饮料产品的口味喜好变化较快，因此新品类或新品牌的培育能力对行业主体而言至关重要。成立至今，公司经营经历了单品类运营（天地壹号陈醋）到多品类运营（天地壹号陈醋、苹果醋）再到多元化品牌运营（天地壹号、百草壹号、巴马壹号）的发展阶段，期间培育成功了天地壹号陈醋、天地壹号苹果醋，百草壹号山楂醋等特色新锐饮品，同时在天然饮用水和果汁饮料等新领域有了充足的技术储备。凭借固有的品牌、渠道、研发和技术积累，新品牌和新品类的培育、量产、商业化具备了更强大的基础平台。以公司2013年上市的新品牌百草壹号为例，仅仅通过两年的时间其累计销售收入就接

近 7,000 万元水平，而传统品牌天地壹号苹果醋实现这个成绩用了足足三年的时间。可以看出，“天地壹号”的品牌效应和公司强大的品牌运营平台，为新品牌的衍生、发展提供了良好孕育土壤。



#### 4、以消费者为导向的营销模式优势

面对不断变化更迭的消费体验需求，公司的营销模式始终以消费者为导向，具备“因地制宜”、“精准定位”、“与时俱进”和“市场导向”四大特色：

一是因地制宜。公司建立了“陆海空”立体营销网络体系，在不同生活场景将天地壹号系列品牌内涵传达给终端消费者。



二是精准定位。在新品试销阶段，公司会采取依赖经销商的营销渠道迅速拓

展市场；到了品牌培育成熟期，公司会将营销重点定位于满足消费者善变的体验诉求，采取“点对点”的精准营销活动。公司营销人员在“点对点”市场推广方面非常有特色：一般情况下，营销人员以促销为主要工作内容，但是公司会要求营销人员促销的同时，重点做宣传推广，而将日常送、配货工作交给经销商。营销人员日常工作主要是利用各种场所、各种机会对消费者进行点对点、面对面的价值传递、传播活动。相对于电视等媒体短时间的广告，营销人员生动的长时间现场推广，使天地壹号的品牌宣传活动更加生动有趣。

“一对一，面对面”的营销活动使“健康佐餐饮料”概念深入人心



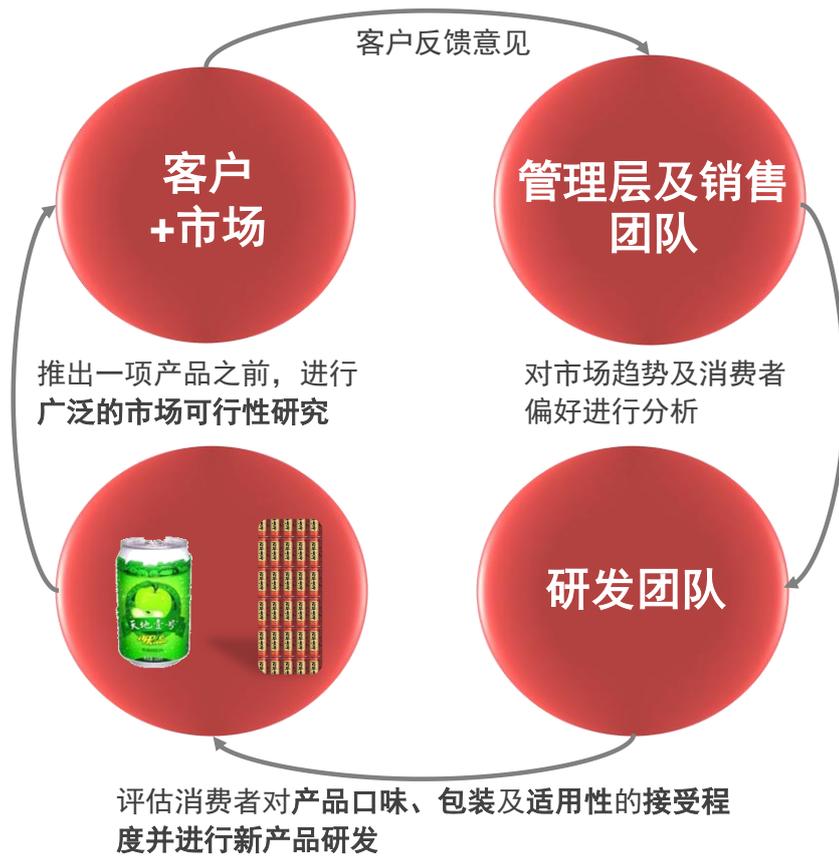
- 公司以有奖猜谜的方式举办了千余场名为“原子弹”的“一对一，面对面”营销活动
- 每场活动“少则上千人，多则上万人”，使得天地壹号的品牌和“健康佐餐饮料”的概念深入人心



三是与时俱进。公司通过主打广告语的创新变化突出产品定位，同时品牌外延不断扩展，市场空间不断渗透。



四是市场导向。公告能够根据消费者的“花心”适时完善现有产品、开发出新产品以满足消费者不断转变的口味，多角度调动消费者的感官、满足消费者的需求。



## 5、稳健经营策略优势

公司的经营策略会对应产品的开发周期，分阶段稳健推进，这与公司未来的品牌孵化平台战略思路相得益彰。在产品初期和试产阶段，以外包加工方式的轻资产模式降低新品推广风险。在产品度过推广期并且具有较强的增长潜力之后，公司便开始收购上游原材料提供商、以最先进的硬件扩张制造基地、严格把关质量、并且有效掌控经销渠道并引导消费者教育和认知度，切入产业链一体化运营模式。



## 6、对原材料的把控优势

优秀的饮料企业通常对原材料的把控极为重视，原因有两方面：首先，原材料生产环节直接决定原材料的品质水平，进而影响终端产品的口感稳定度。根据Wind资讯的数据，“味道口感”是饮料消费群体进行饮料品牌选择的首要考虑因素，因此把控原材料的生产环节是保障产品品质水平、增强客户需求粘性和巩固自主品牌的必要手段。第二，原材料的生产工艺水平，直接影响产品的良品率：生产工艺水平越高，单位生产成本越低，对企业的业绩贡献越大，反之亦然。

作为国内醋饮料行业的领导品牌，公司在原材料把控环节上具备显著优势：公司旗下拥有两家专门生产供应核心原材料的全资子公司：红源果业和陈壹号，其中红源果业生产供应公司苹果醋和山楂醋系列产品的原醋，陈壹号生产供应公司陈醋系列产品的原醋。相较于醋饮料行业中绝大多数竞争主体，以全资子公司的模式把控生产环节的优势主要体现在管理模式、工艺流程、菌种驯化和材料产地四个方面，如下表所示：

项目	大部分醋饮料企业	天地壹号	效果对比说明
管理模式	原材料生产以外包为主，较难控制原材料品质的标准化和稳定性	全资子公司管理模式，原材料品质有强大的机制保障	<b>控制力度差异：</b> 天地壹号在原材料的品质控制力度方面高于大多数竞争主体。
工艺流程	苹果醋发酵环节采用的发酵罐机械水平和工艺水平较低	苹果醋发酵环节采用的发酵罐在机械水平和工艺水平方面较高，已获得若干专利	<b>口感差异：</b> 天地壹号的产品口感稳定度要高于大多数竞争主体。 <b>良品率差异：</b> 醋饮料的原材料生产良品率在 90%的水平，而天地壹号的原材料生产良品率达到接近

菌种驯化	使用“通用菌种”	将“通用菌种”驯化培育成能获得更高稳定性果醋的“菌种”	100%水平。较高的良品率有利于控制单位生产成本和大规模量产。
材料产地	各地取材,对原材料产地要求不高	老陈壹号地处山西酿醋第一村“怀仁村”,接近老陈醋最佳原材料产地,保证产品口味正宗	<b>文化气息差异:</b> 相较大多数醋饮料竞争主体,天地壹号陈醋饮料的原材料取自怀仁村的老陈醋,多出一分醋文化古风的原汁原味,也为产品品牌构建增添厚重的人文气息。

醋饮料行业发展前景良好,除了实力较强的醋饮料行业主体谋求进一步做大做强外,不少前瞻意识较强的优秀食品集团也觉察到商机,逐步切入该领域跨界布局。截至目前,在核心知识产权保护措施完备的基础上,天地壹号的子公司红源果业已与多家知名饮料食品企业签订了原醋供应协议,这既是食品饮料行业优秀同行对公司原材料品质的认可,也充分展现了公司在醋饮料领域对核心原材料出众的把控能力。

## 7、人力资源优势

以创始人为核心的管理团队是公司竞争优势的最基础性因素,毕业于北京大学的公司董事长陈生拥有19年饮料行业经验,曾获得“广东十大经济风云人物”、“中国优秀创新企业家”、“广东省十大新闻人物”等表彰。公司的研发、采购、生产、品牌运营等主要管理团队均具有十余年从业经验,是我国醋饮料行业发展的先行者,对行业的特点有着深刻的理解,对行业的发展现状和动态有着准确的把握。凭借在饮料行业积累的丰富经验以及独到的见解,公司在核心管理团队的领导下不断实现持续高速增长。另外,公司还建立了健全的培训体系,设立企业商学院,专门用于内部人才的培训和培养。新员工一般要进行一个月的入职培训,老员工每年要接受不少于两次为期三天的轮训。不仅如此,为了企业和员工个人的可持续发展,公司还每年按比例选派优秀的中、高层员工到北京大学、中山大学等地方高校接受MBA或EMBA教育。

## (二) 公司的竞争劣势

### 1、融资渠道相对单一

经过多年的快速发展和积累,公司逐步形成了现有的生产规模。但是,随着产销规模的进一步扩大,以往的融资方式已经不能满足公司未来发展对资金的需求

---

求。因此，在未来公司需要扩大融资渠道，打破长期以来单一的融资方式，为公司今后的发展创造条件。

## **2、缺乏全国范围内的知名度和影响力**

公司作为醋饮料行业的领军企业，在南方市场（广东省内及周边省份如广西、海南、江西等）已经拥有明显的竞争优势和较高的品牌优势，但对全国范围内消费市场的开拓仍有待增强。随着公司业务的不拓展，公司将进一步走向全国市场，但现阶段公司在全国范围内较低的品牌知名度和影响力将对业务推广构成一定障碍，并可能增加公司的广告等宣传成本。

### **（三）公司采取的竞争策略和应对措施**

#### **1、巩固公司领导地位，深入渗透广东市场，开拓其他区域市场**

中国居民可支配家庭收入的持续增加以及消费者对营养、健康的日益关注，将推动中国健康佐餐饮料市场在未来加速增长。公司作为中国领先的健康佐餐饮料生产商之一，将致力在中国不断扩大的健康佐餐饮料市场中发展，并不断提升市场份额。公司将会继续集中投放资源，进一步提升公司在广东省及周边地区的渗透力和覆盖率，巩固公司在广东省乃至全国健康佐餐饮料市场的领导地位。同时，公司也会进行其他重要区域的地位、销售和渠道拓展，做好消费者教育和市场培育工作，开拓其他区域市场，确立天地壹号全国性的品牌地位。

#### **2、以市场为导向，凭借强大的研发实力，丰富和优化产品组合**

公司将会继续以市场为导向，通过对消费者需求的深度发掘，对现有生产工艺的升级改建，投入先进的研发和检测设备，通过多个研究中心的协同合作，持续开发新产品。公司将会继续采取在“天地壹号”品牌孵化平台之下，采取多品牌多品类的策略，丰富子品牌。该策略包括但不限于培育新的子品牌，发展同一子品牌的不同口味和包装，并最大化各子品牌的辨识度，优化产品组合。

为满足消费者需求，降低市场风险，优化盈利水平，公司在进行市场调查、研究开发以及消费者教育之后，将会主推“百草壹号”（植物山楂醋饮料）的销售，同时将于今年试销新产品“巴马壹号”（饮用天然泉水）。

#### **3、夯实线下实体布局，计划O2O发展战略**

---

根据Wind资讯的数据显示,传统的实体销售渠道在饮料行业仍然占据主导地位,公司将继续专注于对产品价值的挖掘和提升,在丰富品牌的文化的同时,加大消费者教育的投入,通过媒体广告投放、一系列有奖竞猜、小区学校活动等多种营销推广活动,在消费者中建立和加强健康醋饮的理念,影响消费者的购买行为,提高含醋佐餐饮料市场的整体规模。另外,依托自身强大的“点对点”线下营销策划能力和下游渠道把控能力,公司未来计划逐步建立包含仓储、配送环节在内的销售布局,充分利用线下的巨大用户流量入口优势,稳健切入O2O的全新运营模式。

---

## 第三节 公司治理

### 一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

有限公司时期，公司制订了有限公司章程，并根据有限公司章程的规定建立了股东会，2002年9月至2010年2月，未设立董事会、监事会，仅设执行董事一名、监事一名，2010年2月至2011年7月，增设一名监事，2011年7月至2012年6月设立董事会，由三名董事组成，未设监事会，设董事长一名、监事一名。有限公司依照相关法律法规经营运作，公司历次股权、经营范围、住所变更等事项均通过了有限公司股东会审议，并履行了相应的工商变更登记手续，取得相应的核准文件，合法有效。

股份公司成立后，公司进一步完善其法人治理结构，选举了9名董事，设董事长1名；选举了3名监事，设监事会主席1名。公司按照《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》等相关法律法规的要求，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等规章制度。“三会”议事规则对股东大会、董事会、监事会的职权、召开方式、条件、表决方式等做了明确规定。

公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，能够按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》履行其职责义务。“三会”会议不存在损害股东、债权人及第三人合法权益的情形。“三会”会议文件完整齐全，会议决议均能正常签署并正确、有效地执行。

### 二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司董事会认为：公司依法建立了股东大会、董事会、监事会等健全的法人治理结构，治理机制运行良好，并在实际运行中逐步完善。

有限公司成立之初，按照《公司法》和《公司章程》的规定建立起了公司治理的基本架构，股东会、执行董事和经理、监事能够各司其职；有限公司在实际运作过程中，基本能够按照《公司法》和《公司章程》的规定进行运作，公司不

---

存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，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。

股份公司成立后，公司按照《公司法》制定了股份公司章程、三会议事规则和总经理工作细则以及相关管理制度。股东大会选举组成了第一届董事会和监事会，建立了日常经营管理班子。公司日常运作能够按照《公司法》、《公司章程》和相关制度进行，监事会能够发挥正常作用，履行监督职能。

### **三、公司及控股股东、实际控制人最近两年一期的违法违规情况**

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

公司的控股股东、实际控制人陈生最近两年不存在违法违规行为及因违法违规而受到相应处罚的情况。

### **四、公司的独立性**

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

#### **（一）业务的独立性**

公司主要从事醋饮料和其他饮料的研发、生产和销售。公司具有面向市场自主经营的能力，拥有完整的业务流程、独立的生产经营场所，不存在其它需要依赖股东及其他关联方进行生产经营活动的情况。

#### **（二）资产的独立性**

公司系由天地壹号有限整体变更设立的股份有限公司，天地壹号有限的资产和人员全部进入股份公司。整体变更后，公司依法办理了相关资产的产权变更登记手续，拥有独立完整的采购、生产和销售配套设施及固定资产。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害

---

公司利益的情况。

### **（三）人员的独立性**

公司的董事、监事和高级管理人员的任职，均按照《公司法》及其他法律、法规、规范性文件、《公司章程》规定的程序进行。公司的高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务或领薪。公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

公司建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与公司员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

### **（四）财务的独立性**

公司设有独立的财务会计部门，配备专职财务人员。公司根据现行会计制度及相关法规、条例，结合公司实际情况制定了内部财务会计管理制度，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司独立在银行开户、独立办理纳税登记、依法独立纳税。公司不存在货币资金或其他资产被股东单位或其他关联方占用的情况，也不存在为股东及其下属单位、其他关联企业提供担保的情况。

### **（五）机构的独立性**

公司拥有独立的经营办公场所，与关联企业不存在混合经营、合署办公的情形。公司的机构设置均独立于其他关联企业，也未发生股东或其他关联企业干预公司机构设置和生产经营活动的情况。

## **五、同业竞争情况**

陈生为公司控股股东、实际控制人，持有天地壹号 82.18%的股权。截至本公开转让说明书签署之日，陈生除持有本公司股份外，亦控制壹号食品、扁家兄弟、扁家中医、壹号种养、江门新马单、壹号厨房电子商务、壹号厨房、壹号厨房深圳、正无穷生物、安徽壹号、湛江美而美、海南壹号，具体情况如下：

### **1、壹号食品**

---

壹号食品成立于2004年9月2日,注册资本为25,000万元,陈生持有89.28%的股权,经营范围为:生猪、猪肉、鸡、鸡蛋、肉牛、牛肉收购、销售;收购:农畜产品(除烟叶、棉花、种子、种苗、种禽畜)、粮食;以下项目限分支机构凭许可证经营:生产陆川母猪、杜洛克、二元杂交母猪、三元杂交商品猪,销售二元杂交、三元杂交商品猪,生猪、鸡、肉牛养殖。壹号食品主要从事于肉猪的养殖、繁育、销售。截至本公开转让说明书签署之日,壹号食品与公司不存在同业竞争情形。

## **2、正无穷生物**

正无穷生物成立于2011年06月30日,注册资本300万元,系壹号食品的全资子公司,经营范围为:生物技术开发服务;生物技术转让服务;饲料添加剂零售;饲料添加剂、添加剂预混合饲料生产。正无穷生物主要从事于生物技术开发、饲料添加剂生产及经营。截至本公开转让说明书签署之日,与天地壹号不存在同业竞争关系。

## **3、安徽壹号**

安徽壹号成立于2013年10月17日,注册资本300万元,系壹号食品的全资子公司,经营范围为:猪肉销售;生猪收购、销售。安徽壹号主要从事于肉猪收购及销售。截至本公开转让说明书签署之日,与天地壹号不存在同业竞争关系。

## **4、湛江美而美**

湛江美而美成立于2011年08月09日,注册资本200万元,系壹号食品的全资子公司,经营范围为:批发:预包装食品(肉类熟食制品,米面制品)(有效期至2017年12月22日),饲料及其原材料。湛江美而美主要从事于预包装食品、饲料及其原材料的批发。截至本公开转让说明书签署之日,与天地壹号不存在同业竞争关系。

## **5、海南壹号**

海南壹号畜牧发展有限公司成立于2013年07月10日,注册资本500万元,系壹号食品的全资子公司,经营范围为:生猪收购、养殖、销售。海南壹号主要从事于生猪收购、养殖和销售。截至本公开转让说明书签署之日,与天地壹号不存在同业竞争关系。

---

## 6、扁家兄弟

扁家兄弟成立于2011年7月4日，注册资本为1,000万元，陈生持有69%的股权，其配偶黎小兵持有1%的股权，经营范围为：投资管理咨询；以自有资金投资；批发、零售、贸易；市场营销策划、会议及展览服务、商务信息咨询、营养健康咨询（不含疾病诊断、治病活动）、企业管理咨询。扁家兄弟主要从事于投资咨询与企业管理。截至本公开转让说明书签署之日，扁家兄弟与公司不存在同业竞争情形。

## 7、扁家中医

扁家中医成立于2011年9月14日，注册资本为60万元，系扁家兄弟全资子公司，经营范围为：医学检验科/医学影像科；超声诊断专业；心电诊断专业；中医科；内科专业；骨伤科专业；推拿科专业；康复医学专业。（在《医疗机构执业许可证》核定范围和有效期内从事经营）。扁家中医主要从事于中医理疗和康复治疗。截至本公开转让说明书签署之日，扁家中医与公司不存在同业竞争情形。

## 8、壹号种养

壹号种养成立于2011年2月25日，注册资本为50万元，陈生持有100%的股权，经营范围为：蔬菜、玉米种植。壹号种养主要从事于农作物种植。截至本公开转让说明书签署之日，壹号种养与公司不存在同业竞争情形。

## 9、江门新马单

江门新马单成立于2008年11月5日，注册资本1,700万元，陈生持有75.29%的股权，经营范围为：种植业，养殖业，现代农业及生态旅游资源项目的开发。江门新马单主要从事于种植、养殖业及生态旅游开发服务。截至本公开转让说明书签署之日，江门新马单与公司不存在同业竞争情形。

## 10、壹号厨房电子商务

壹号厨房电子商务成立于2012年8月2日，注册资本1,600万元，陈生持有90%的股权，其配偶黎小兵持有10%的股权，经营范围为：商品批发贸易（许可审批类商品除外）；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；稻谷种植；

---

收购农副产品；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；数据处理和存储服务；计算机技术开发、技术服务；软件开发；水果种植；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；蔬菜种植；广告业；水产品冷冻加工；食用植物油加工；谷物磨制；粮食收购；肉制品零售；预包装食品零售；预包装食品批发；散装食品批发；水果和坚果加工；米、面制品制造；调味品批发；粮油零售；酱油、食醋及类似制品制造；肉制品批发（鲜肉、冷却肉除外）；方便面及其他方便食品制造；蔬菜加工；速冻食品制造；肉制品及副产品加工；鱼糜制品及水产品干腌制加工；小型综合商店、小卖部；蛋品加工；瓶（罐）装饮用水制造；散装食品零售；非酒精饮料及茶叶零售；非酒精饮料、茶叶批发；熟食零售；米、面制品及食用油批发。壹号厨房电子商务主要从事于生鲜食品线上销售。公司虽与壹号厨房及其子公司存在关联交易，但金额很小（报告期内，关联销售额占公司总销售额比例在千分之二以下），主要为公司向壹号厨房销售醋饮料，通过壹号厨房及其子公司的住宅社区网络及线上销售平台进行销售。未来公司采取的O2O战略如果与壹号厨房及其子公司的发展有同业竞争冲突，将采取重组整合的手段消除同业竞争。

## 11、壹号厨房

壹号厨房成立于2014年5月22日，注册资本1,000万元，系壹号厨房电子商务的全资子公司，经营范围为：熟食零售；肉制品零售；预包装食品零售；粮油零售；非酒精饮料及茶叶零售；糕点、面包零售；豆制品零售；调味品零售；散装食品零售；谷物磨制；食用植物油加工；肉制品及副产品加工；蔬菜加工；水果和坚果加工；蛋品加工；糕点、面包制造（不含现场制售）；米、面制品制造；速冻食品制造；方便面及其他方便食品制造；酱油、食醋及类似制品制造；瓶（罐）装饮用水制造；粮食收购；预包装食品批发；米、面制品及食用油批发；肉制品批发（鲜肉、冷却肉除外）；调味品批发；非酒精饮料、茶叶批发；散装食品批发；小型综合商店、小卖部；中餐服务；快餐服务；餐饮配送服务；烘焙食品制造（现场制售）；糕点、糖果及糖批发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；鲜肉分割加工（限猪肉）；鲜肉分割加工（限牛肉）；鲜肉、冷却肉配送；零售鲜肉（仅限猪、牛、羊肉）；其他肉类零售（猪、牛、羊肉除外）；广告业；餐饮管理；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；房屋租赁”。壹号

---

厨房主要从事于生鲜食品销售及配送。

截至本公开转让说明书签署之日，壹号厨房委托无关联第三方广州市圣八宝矿泉水饮料实业有限公司生产加工矿泉水，并在销售生鲜食品给客户的同时赠送该等矿泉水。因此，基于公司目前亦有开发巴马壹号矿泉水，壹号厨房与公司存在同业竞争情况。为避免该等情形，实际控制人陈生作出以下承诺：“本人承诺最迟于该承诺作出之日起六个月内，将促使壹号厨房将其所有的与委托加工生产矿泉水有关的资产及业务无偿转让给公司或公司下属全资子公司。陈生及其关系密切的家庭成员及由陈生及其关系密切的家庭成员控制的其他关联企业均不再从事饮料生产与销售业务或其他同类、近似业务，以避免与公司存在同业竞争关系。”

## 12、壹号厨房深圳

壹号厨房深圳成立于2014年10月16日，注册资本1,000万元，系壹号厨房电子商务的全资子公司，经营范围为：初级农产品销售；房屋租赁；国内贸易；经营进出口业务。预包装食品、散装食品的批发和零售；餐饮服务；仓储服务；从事广告业务；食品加工；饮料制造；普通货运。壹号厨房深圳主要从事于生鲜食品销售及配送。截至本公开转让说明书签署之日，壹号厨房深圳与公司不存在同业竞争情形。

为避免未来发生同业竞争情形，公司实际控制人陈生以及其配偶黎小兵分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体承诺内容如下：

“1、本人将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。

2、本人愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。”

综上，公司与控股股东、实际控制人不存在同业竞争，并已采取有效措施避免同业竞争。

## 六、最近两年一期资金占用、违规担保的情况

### （一）关联方资金占用情况

报告期内本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

### （二）公司为关联方担保的情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

### （三）为防止关联方资金占用采取的措施

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，保障公司权益，公司制定和通过了《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易的内部控制》、《担保业务管理制度》等内部管理制度，对关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项均进行了相应制度性规定。这些制度措施，将对关联方的行为进行合理的限制，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，确保公司资产安全，促进公司健康稳定发展。

## 七、公司董事、监事、高级管理人员的相关情况

### （一）董事、监事、高级管理人员持股情况

#### 1、直接持股情况

公司董事、监事、高级管理人员合计直接持有公司 373,715,500.00 股股份，占公司股本总额的 93.43%，具体情况如下：

股东名称	公司任职	直接持股数量 (股)	直接持股所占公司 股本的比例(%)	股份是否冻 结/质押
陈生	董事长、首席执行官	328,735,500.00	82.18	否
王广	董事、副总裁	20,560,000.00	5.14	否
张鑫	副董事长	20,420,000.00	5.11	否
闫斌	行政总裁	4,000,000.00	1.00	否
合计	—	373,715,500.00	93.43	—

#### 2、间接持股情况

天地共富为员工股权激励平台，其合伙人均为天地壹号在职员工或原在职员工。持有公司股份 **1,464,500.00 股**，占公司股权比例为 0.37%。公司董事、监事、高级管理人员还通过天地共富间接持有公司股权，具体情况如下：

股东姓名	公司任职	在天地共富的出资额（万元）	在天地共富的出资比例（%）	间接持股占公司股本的比例（%）	股份是否冻结/质押
王广	董事、副总裁	373.62	39.47	0.15	否
吴华向	董事、副总裁	161.60	17.07	0.06	否
熊贤平	董事、副总裁	80.80	8.54	0.03	否
蔡术良	董事会秘书	80.80	8.54	0.03	否
林治鸣	监事会主席	14.54	1.54	0.01	否
<b>合计</b>	-	<b>711.36</b>	<b>75.16</b>	<b>0.28</b>	-

公司董事、监事、高级管理人员中，除上述人员持有本公司股份外，不存在直接、间接持有本公司股份的情况。

## （二）董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至本公开转让说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员兼职情况如下：

姓名	在天地壹号的职务	兼职单位	兼职职务	与天地壹号的关联关系
陈生	董事长、首席执行官	壹号食品	董事长	公司实际控制人陈生控制的企业
		扁家兄弟	执行董事	
		壹号种养	执行董事	
		壹号厨房电子商务	执行董事	
		广东省政协协商委员会	第十一届政协委员	无
		湛江市人大常委会	第十三届人大代表	
王广	董事、副总裁	红源果业	执行董事	全资子公司
		老陈壹号	执行董事	
		江西天地壹号	执行董事	
		河北天地壹号	执行董事	
		天地共赢	执行董事	
		食品研究院	执行董事	
		巴马长寿村	执行董事	
		天地饮料销售	执行董事	
		壹号好水	执行董事	
		巴马壹号	执行董事	
		棠下商会理事会	理事	无
张銮	副董事长	中国饮料工业协会	供应商分会专家顾问团专家	无
		中国人民政治协调会议江门市蓬江区委员会	委员	
		江门市蓬江区工商联（总商会）	第三届执委会副主席	

熊贤平	董事、副总裁	食品研究院	总经理	全资子公司
		中国饮料工业协会技术工作委员会	委员	无
		江门市食品安全咨询专家委员会	专家	
吴华向	董事、副总裁	天地共富	执行事务合伙人	股东
靳海涛	董事	深创投	董事长	股东
		新华电视	独立非执行董事	无
		深圳政协	委员	
		中国投资协会创业投资专门委员会	联席会长	
		深圳创业投资同业公会	会长	
		深圳私募基金协会	会长	
		深圳科技专家委员会	专家	
		深圳市电子商务协会	会长	
		深圳市投资商会	副会长	
深圳市商业联合会	会董			
杨大贺	独立董事	汇金科技	独立董事	无
		中勤万信会计师事务所	经理	无
周韬	独立董事	兴证（香港）金融控股有限公司	合规部总监	无
吴伯凡	独立董事	广东《二十一世纪商业评论杂志社》有限公司	发行人	无
		友成企业家扶贫基金会	理事	

### （三）董事、监事、高级管理人员对外投资情况

截至本公开转让说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	被投资公司名称	出资额（万元）	出资占比（%）	所投资公司与天地壹号关系
陈生	壹号食品	22,319.64	89.28	公司实际控制人陈生控制的企业
	扁家兄弟	690.00	69.00	公司实际控制人陈生控制的企业
	壹号种养	50.00	100.00	公司实际控制人陈生控制的企业
	江门新马单	1,280.00	75.29	公司实际控制人陈生控制的企业
	壹号厨房电子商务	1,440.00	90.00	公司实际控制人陈生控制的企业
王广	江门新马单	420.00	24.71	公司实际控制人陈生控制的企业
	天地共富	373.62	39.47	股东
吴华向	天地共富	161.60	17.07	股东
熊贤平	天地共富	80.80	8.54	股东
闫斌	天地之中	40.00	40.00	无
蔡术良	天地共富	80.80	8.54	股东
林治鸣	天地共富	14.54	1.54	股东

---

## （四）董事、监事、高级管理人员的其他相关情况

### 1、相互之间的亲属关系

公司董事长陈生与公司董事、副总裁王广为兄弟关系，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在其他亲属关系。

2、最近两年一期受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

公司董事、监事、高级管理人员最近两年不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

### 3、其它对申请挂牌公司持续经营有不利影响的情形。

公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对申请挂牌公司持续经营有不利影响的情形。

## （五）董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

### 1、董事变动情况

2012年6月21日，公司召开创立大会选举陈生、王广、张鑫、靳海涛、吴华向、熊贤平、吴伯凡、陶长春和廖朝理为公司第一届董事会董事，其中吴伯凡、陶长春和廖朝理为独立董事。同日，经公司第一届董事会第一次会议审议通过，选举陈生为公司第一届董事会董事长。

2013年5月29日，公司召开第一届董事会第六次会议及2013年第一次临时股东大会，同意陶长春辞去公司独立董事职务，选举周韬为独立董事。

2013年10月9日，公司召开第一届董事会第七次会议，同意选举张鑫先生为公司副董事长。

2014年9月29日，公司召开第二次临时股东大会，同意廖朝理辞去独立董事职务，选举杨大贺为独立董事。

### 2、监事变动情况

2012年6月21日，公司召开创立大会选举刘彬、陈郁华和李昌辉为公司第一届监事会股东代表监事，其中刘彬为监事会主席。同日，经公司职工代表大

会审议通过，选举李昌辉为职工代表监事。

2013年10月9日，公司召开第二次临时股东大会，同意刘彬辞去监事会主席职务，选举林治鸣为监事会主席。

### 3、高级管理人员变动情况

2012年6月21日，公司召开第一届董事会第一次会议，同意聘任王广为总经理，张銮为常务副总经理，吴华向、熊贤平为副总经理，黄水荣为财务负责人、蔡术良为董事会秘书。

2012年9月25日，公司召开第一届董事会第三次会议，同意聘任闫斌为公司副总经理。

2013年10月9日，公司召开第一届董事会第七次会议，同意王广辞去总经理职务，张銮辞去常务副总经理职务，聘任陈生为公司首席执行官、闫斌先生为公司行政总裁、王广为公司副总裁、刘彬为公司副总裁，吴华向和熊贤平原职务称谓由“副总经理”变更为“副总裁”。

公司上述人员变动，**主要因公司业务政策调整或原任职人员个人原因所致**，均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定，对公司的持续经营不会产生重大不利影响。

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事会、监事会成员、高级管理人员情况具体如下：

姓名	职务	产生方式
陈生	董事长、首席执行官	选举、聘任
张銮	副董事长	选举
王广	董事、副总裁	选举、聘任
熊贤平	董事、副总裁	选举、聘任
吴华向	董事、副总裁	选举、聘任
靳海涛	董事	选举
杨大贺	独立董事	选举
周韬	独立董事	选举
吴伯凡	独立董事	选举
林治鸣	监事会主席	选举
陈郁华	监事	选举
李昌辉	职工监事	选举
闫斌	行政总裁	聘任
刘彬	副总裁	聘任

---

姓名	职务	产生方式
蔡术良	董事会秘书	聘任
黄水荣	财务负责人	聘任

## 第四节 公司财务会计信息

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近两年及一期经审计的财务报表及有关附注的重要内容，引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表及有关附注，并以合并数反映。

### 一、审计意见

信永中和审计了公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日及 2015 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2013、2014 年度及 2015 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了标准无保留意见的XYZH/2015GZA10030 号《审计报告》。

### 二、财务报表

#### (一) 合并财务报表范围

公司将拥有实际控制权的子公司及特殊目的主体纳入合并财务报表范围。报告期内合并报表范围及其变化情况如下：

项 目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
承德红源果业有限公司	√	√	√
山西老陈壹号生物科技有限公司	√	√	√
巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司	√	√	√
河北天地壹号生物科技有限公司	√	√	√
江西天地壹号饮料有限公司	√	√	√
巴马壹号食品饮料有限公司	√	√	√
广州壹号好水商贸有限公司	√	√	√
广东天地壹号食品研究院有限公司	√	√	√
广东天地壹号饮料销售有限公司	√	√	√
深圳市天地共赢投资管理有限公司	√	√	-

注：其中巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司、巴马壹号食品饮料有限公司、广州壹号好水商贸有限公司、广东天地壹号食品研究院有限公司、广东天地壹号饮料销售有限公司是在 2013 年新纳入合并报表范围的公司；深圳市天地共赢投资管理有限公司是 2014 年新纳入合并报表范围的公司。

#### (二) 最近两年及一期合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

项 目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产：</b>	-	-	-
货币资金	136,647,763.63	107,209,431.07	253,723,580.67
交易性金融资产	460,999,999.98	575,999,999.97	178,900,000.00
应收票据	940,000.00	5,833,700.00	40,454,451.00
应收账款	17,443,541.10	18,924,456.65	21,600,881.80
预付款项	125,223,003.06	105,766,532.18	71,092,467.29
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	3,197,133.28	2,515,357.05	3,831,488.14
存货	66,520,409.45	75,238,008.85	64,250,967.13
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	910,095.26	2,142,237.99	974,709.16
<b>流动资产合计</b>	<b>811,881,945.76</b>	<b>893,629,723.76</b>	<b>634,828,545.19</b>
<b>非流动资产：</b>	-	-	-
可供出售金融资产	24,000,000.00	24,000,000.00	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	9,723,176.01	9,815,917.52	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	261,538,482.05	263,714,079.92	190,739,478.12
在建工程	128,076,266.19	127,190,539.11	68,449,207.32
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
无形资产	171,874,891.45	174,118,335.06	183,275,215.81
商誉	4,735,310.12	4,735,310.12	4,735,310.12
长期待摊费用	-	-	-
递延所得税资产	2,843,094.71	382,717.08	372,938.85
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>602,791,220.53</b>	<b>603,956,898.81</b>	<b>447,572,150.22</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,414,673,166.29</b>	<b>1,497,586,622.57</b>	<b>1,082,400,695.41</b>

(续)

项 目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动负债：</b>	-	-	-
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	57,975,814.31	87,380,983.64	82,649,187.90
应付账款	65,978,935.80	74,542,217.43	89,310,361.69
预收款项	255,344,797.37	300,747,828.95	60,499,802.19
应付职工薪酬	18,705,449.17	33,149,874.63	19,036,435.29
应交税费	23,370,610.08	39,772,062.87	59,043,277.79

应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	1,833,970.49	2,508,031.34	5,972,332.62
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	3,582,578.15	1,492,760.66	644,496.63
<b>流动负债合计</b>	<b>426,792,155.37</b>	<b>539,593,759.52</b>	<b>317,155,894.11</b>
<b>非流动负债:</b>			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
递延收益	4,367,516.00	-	-
递延所得税负债	165,385.92	119,141.95	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>4,532,901.92</b>	<b>119,141.95</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>431,325,057.29</b>	<b>539,712,901.47</b>	<b>317,155,894.11</b>
<b>所有者权益:</b>			
股本	400,000,000.00	400,000,000.00	400,000,000.00
资本公积	-	-	-
减: 库存股	-	-	-
盈余公积	90,894,630.19	87,246,297.52	60,687,622.22
未分配利润	492,453,478.81	470,627,423.58	304,557,179.08
<b>归属于母公司股东权益合计</b>	<b>983,348,109.00</b>	<b>957,873,721.10</b>	<b>765,244,801.30</b>
少数股东权益	-	-	-
<b>股东权益合计</b>	<b>983,348,109.00</b>	<b>957,873,721.10</b>	<b>765,244,801.30</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>1,414,673,166.29</b>	<b>1,497,586,622.57</b>	<b>1,082,400,695.41</b>

## 2、合并利润表

单位: 元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>266,179,365.09</b>	<b>1,126,163,983.05</b>	<b>1,172,719,395.79</b>
<b>减: 营业成本</b>	<b>123,742,712.64</b>	<b>434,462,287.00</b>	<b>413,791,248.47</b>
营业税金及附加	2,497,297.87	12,029,214.65	12,330,940.61
销售费用	72,753,935.49	272,194,384.46	272,453,750.75
管理费用	26,922,219.31	119,170,058.35	109,205,110.71
财务费用	-76,190.25	6,896.21	-381,340.49
资产减值损失	9,502,443.07	377,386.83	5,108,427.12
加: 公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
投资收益(损失以“-”号填列)	6,029,369.91	12,271,768.60	7,375,509.45
其中: 对联营企业和合营企业的投资收益	-92,741.51	-184,082.48	-
<b>二、营业利润(亏损以“-”号填列)</b>	<b>36,866,316.87</b>	<b>300,195,524.15</b>	<b>367,586,768.07</b>
加: 营业外收入	1,380,123.28	1,832,010.26	1,774,044.56

其中：非流动资产处置利得		182,568.09	14,154.37
减：营业外支出	37,780.84	1,291,074.13	418,368.44
其中：非流动资产处置损失	10,564.19	629,480.66	13,753.20
<b>三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）</b>	<b>38,208,659.31</b>	<b>300,736,460.28</b>	<b>368,942,444.19</b>
减：所得税费用	12,734,271.41	48,107,540.48	54,496,763.66
<b>四、净利润（净亏损以“－”号填列）</b>	<b>25,474,387.90</b>	<b>252,628,919.80</b>	<b>314,445,680.53</b>
归属于母公司股东的净利润	25,474,387.90	252,628,919.80	314,445,680.53
少数股东损益	-	-	-
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>25,474,387.90</b>	<b>252,628,919.80</b>	<b>314,445,680.53</b>
归属于母公司股东的综合收益总额	25,474,387.90	252,628,919.80	314,445,680.53
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
<b>七、每股收益：</b>	-	-	-
（一）基本每股收益	0.06	0.63	0.79
（二）稀释每股收益	0.06	0.63	0.79

### 3、合并现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	270,894,336.30	1,585,227,224.99	1,388,542,344.84
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,576,085.39	21,392,034.43	8,487,139.89
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>272,470,421.69</b>	<b>1,606,619,259.42</b>	<b>1,397,029,484.73</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	159,115,485.69	497,446,288.10	506,047,605.73
支付给职工以及为职工支付的现金	73,898,269.21	193,095,294.23	136,959,143.14
支付的各项税费	56,017,042.35	193,882,602.68	171,009,064.58
支付其他与经营活动有关的现金	37,811,728.53	196,600,029.89	174,133,276.73
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>326,842,525.78</b>	<b>1,081,024,214.90</b>	<b>988,149,090.18</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-54,372,104.09</b>	<b>525,595,044.52</b>	<b>408,880,394.55</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	730,999,999.97	2,385,310,000.00	1,521,880,000.00
取得投资收益收到的现金	6,122,111.42	12,455,851.08	7,375,509.45
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	30,000.00	207,123.07	203,173.08
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-

<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>737,152,111.39</b>	<b>2,397,972,974.15</b>	<b>1,529,458,682.53</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	41,709,190.76	188,304,248.30	231,540,589.13
投资支付的现金	615,999,999.98	2,821,777,919.97	1,700,780,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	17,561,027.32
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>657,709,190.74</b>	<b>3,010,082,168.27</b>	<b>1,949,881,616.45</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>79,442,920.65</b>	<b>-612,109,194.12</b>	<b>-420,422,933.92</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款所收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	4,367,516.00	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>4,367,516.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
偿还债务所支付的现金	-	-	1,252,125.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	60,000,000.00	110,000,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>-</b>	<b>60,000,000.00</b>	<b>111,252,125.00</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>4,367,516.00</b>	<b>-60,000,000.00</b>	<b>-111,252,125.00</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>29,438,332.56</b>	<b>-146,514,149.60</b>	<b>-122,794,664.37</b>
加：期初现金及现金等价物余额	107,209,431.07	253,723,580.67	376,518,245.04
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>136,647,763.63</b>	<b>107,209,431.07</b>	<b>253,723,580.67</b>

#### 4、合并所有者权益变动表

##### (1) 2015年1-3月所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-3月							少数 股东 权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益								
	股本	资本 公积	减：库 存股	盈余公积	未分配利润	其他			
一、上年年末余额	400,000,000.00	-	-	87,246,297.52	470,627,423.58	-	-	957,873,721.10	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	400,000,000.00	-	-	87,246,297.52	470,627,423.58	-	-	957,873,721.10	
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	3,648,332.67	21,826,055.23	-	-	25,474,387.90	
（一）净利润	-	-	-	-	25,474,387.90	-	-	25,474,387.90	
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计					25,474,387.90	-	-	25,474,387.90	
（三）所有者投入和减少资本									
1.所有者投入资本									
2.股份支付计入所有者权益的金额									
3.其他									
（四）利润分配	-	-	-	3,648,332.67	-3,648,332.67	-	-	-	
1.提取盈余公积				3,648,332.67	-3,648,332.67			-	
2.提取一般风险准备									
3.对所有者（或股东）的分配								-	

4. 其他								
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）								
2. 盈余公积转增资本（或股本）								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取								
2. 本期使用								
（七）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>400,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>90,894,630.19</b>	<b>492,453,478.81</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>983,348,109.00</b>

(2) 2014 年度所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度							少数股 东权益	所有者 权益合计
	归属于母公司股东权益								
	股本	资本公积	减： 库存 股	盈余公积	未分配利润	其他			
一、上年年末余额	400,000,000.00	-	-	60,687,622.22	304,557,179.08		-	765,244,801.30	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-		-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-		-	-	
其他	-	-	-	-	-		-	-	
二、本年年初余额	400,000,000.00	-	-	60,687,622.22	304,557,179.08		-	765,244,801.30	
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)	-	-	-	26,558,675.30	166,070,244.50		-	192,628,919.80	
（一）净利润	-	-	-	-	252,628,919.80		-	252,628,919.80	
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-		-	-	
上述（一）和（二）小	-	-	-	-	252,628,919.80		-	252,628,919.80	

计								
(三) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入普通股	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 利润分配	-	-	-	26,558,675.30	-86,558,675.30		-	-60,000,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	26,558,675.30	-26,558,675.30		-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-		-	-
3. 对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-	-60,000,000.00		-	-60,000,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-		-	-
(五) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-		-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-		-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-		-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-		-	-
4. 其他	-	-	-	-	-		-	-
(六) 专项储备	-	-	-	-	-		-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-		-	-
2. 本年使用	-	-	-	-	-		-	-
(七) 其他	-	-	-	-	-		-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>400,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>87,246,297.52</b>	<b>470,627,423.58</b>		<b>-</b>	<b>957,873,721.10</b>

(3) 2013 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	2013 年度							
	归属于母公司股东权益						少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减： 库存股	盈余公积	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	400,000,000.00	-	-	28,404,709.47	132,394,411.30	-	-	560,799,120.77
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	400,000,000.00	-	-	28,404,709.47	132,394,411.30	-	-	560,799,120.77
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	32,282,912.75	172,162,767.78	-	-	204,445,680.53
（一）净利润	-	-	-	-	314,445,680.53	-	-	314,445,680.53
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	-	314,445,680.53	-	-	314,445,680.53
（三）所有者投入和减少资本								-
1. 所有者投入资本								-
2. 股份支付计入所有者权益的金额								-
3. 其他								-
（四）利润分配	-	-	-	32,282,912.75	-142,282,912.75	-	-	-110,000,000.00
1. 提取盈余公积				32,282,912.75	-32,282,912.75			-
2. 提取一般风险准备								-
3. 对所有者（或股东）的分配					-110,000,000.00			-110,000,000.00
4. 其他								-

(五)所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本(或股本)								-
2. 盈余公积转增资本(或股本)								-
3. 盈余公积弥补亏损								-
4. 其他								-
(六)专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取								-
2. 本期使用								-
(七)其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>400,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>60,687,622.22</b>	<b>304,557,179.08</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>765,244,801.30</b>

### (三) 最近两年及一期母公司财务报表

#### 1、资产负债表

单位：元

项 目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	118,644,088.70	62,143,031.25	238,299,656.86
交易性金融资产	443,999,999.98	575,999,999.97	160,000,000.00
应收票据	-	4,853,700.00	40,454,451.00
应收账款	18,656,983.40	24,257,165.46	20,825,870.80
预付款项	106,035,294.55	85,915,156.65	79,564,043.05
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	21,317,108.78	19,819,920.75	4,596,577.24
存货	55,555,977.05	65,386,261.47	58,951,437.26
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>764,209,452.46</b>	<b>838,375,235.55</b>	<b>602,692,036.21</b>
<b>非流动资产：</b>			
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	214,167,920.00	214,167,920.00	180,067,920.00
投资性房地产	-	-	-
固定资产	241,942,050.22	243,613,541.50	171,071,594.13
在建工程	124,304,314.00	123,708,874.92	68,088,221.42
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
无形资产	67,536,158.59	67,813,321.50	69,183,632.44
商誉	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-
递延所得税资产	2,630,852.08	131,678.69	65,024.17
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>650,581,294.89</b>	<b>649,435,336.61</b>	<b>488,476,392.16</b>
<b>资 产 总 计</b>	<b>1,414,790,747.35</b>	<b>1,487,810,572.16</b>	<b>1,091,168,428.37</b>

(续)

项 目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动负债：</b>			
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	57,975,814.31	87,380,983.64	82,649,187.90

应付账款	77,390,054.67	85,864,939.78	89,553,645.69
预收款项	231,108,851.02	287,161,934.66	69,710,625.89
应付职工薪酬	5,226,466.65	11,698,718.16	15,711,629.03
应交税费	20,888,367.48	33,729,652.46	53,721,275.92
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	1,699,603.12	2,369,840.00	5,923,455.44
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>394,289,157.25</b>	<b>508,206,068.70</b>	<b>317,269,819.87</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	4,367,516.00	-	-
递延所得税负债	165,385.92	119,141.95	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>4,532,901.92</b>	<b>119,141.95</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>398,822,059.17</b>	<b>508,325,210.65</b>	<b>317,269,819.87</b>
<b>所有者权益：</b>			
股本	400,000,000.00	400,000,000.00	400,000,000.00
资本公积	-	-	-
减：库存股	-	-	-
盈余公积	90,894,630.19	87,246,297.52	60,687,622.22
未分配利润	525,074,057.99	492,239,063.99	313,210,986.28
<b>股东权益合计</b>	<b>1,015,968,688.18</b>	<b>979,485,361.51</b>	<b>773,898,608.50</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>1,414,790,747.35</b>	<b>1,487,810,572.16</b>	<b>1,091,168,428.37</b>

## 2、利润表

单位：元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	228,524,408.79	1,034,327,675.31	1,162,786,862.06
减：营业成本	126,705,395.39	461,425,317.74	434,260,767.25
营业税金及附加	1,808,057.83	9,830,867.83	11,796,037.37
销售费用	28,274,521.10	166,904,886.08	252,715,279.04
管理费用	20,785,341.00	97,304,766.89	96,828,615.81
财务费用	-63,890.71	19,816.16	-334,891.15
资产减值损失	9,645,550.39	444,363.48	250,172.15
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	6,051,541.56	11,100,874.71	6,263,101.44

其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
<b>二、营业利润</b> （亏损以“-”号填列）	<b>47,420,975.35</b>	<b>309,498,531.84</b>	<b>373,533,983.03</b>
加：营业外收入	1,299,905.71	1,496,489.74	1,588,578.44
减：营业外支出	36,519.37	1,031,234.87	119,455.45
其中：非流动资产处置损失	10,564.19	629,480.66	-
<b>三、利润总额</b> （亏损总额以“-”号填列）	<b>48,684,361.69</b>	<b>309,963,786.71</b>	<b>375,003,106.02</b>
减：所得税费用	12,201,035.02	44,377,033.70	52,173,978.57
<b>四、净利润</b> （净亏损以“-”号填列）	<b>36,483,326.67</b>	<b>265,586,753.01</b>	<b>322,829,127.45</b>
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>36,483,326.67</b>	<b>265,586,753.01</b>	<b>322,829,127.45</b>

### 3、现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	221,718,624.71	1,457,422,165.82	1,388,229,928.04
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	2,121,375.70	33,375,113.96	6,393,722.10
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>223,840,000.41</b>	<b>1,490,797,279.78</b>	<b>1,394,623,650.14</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	160,995,425.26	501,276,011.58	522,812,396.72
支付给职工以及为职工支付的现金	24,163,471.01	114,258,165.57	129,152,419.40
支付的各项税费	44,616,107.27	168,071,869.23	163,500,010.60
支付其他与经营活动有关的现金	39,737,677.21	210,840,384.14	162,431,334.40
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>269,512,680.75</b>	<b>994,446,430.52</b>	<b>977,896,161.12</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-45,672,680.34</b>	<b>496,350,849.26</b>	<b>416,727,489.02</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	707,999,999.97	2,217,430,000.00	1,151,980,000.00
取得投资收益收到的现金	6,051,541.56	11,100,874.71	6,263,101.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	30,000.00	177,700.00	8,173.08
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>714,081,541.53</b>	<b>2,228,708,574.71</b>	<b>1,158,251,274.52</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	40,275,319.76	168,318,129.61	183,158,997.27

投资支付的现金	575,999,999.98	2,672,897,919.97	1,364,980,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>616,275,319.74</b>	<b>2,841,216,049.58</b>	<b>1,548,138,997.27</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>97,806,221.79</b>	<b>-612,507,474.87</b>	<b>-389,887,722.75</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款所收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	4,367,516.00	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>4,367,516.00</b>	-	-
偿还债务所支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	60,000,000.00	110,000,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	-	<b>60,000,000.00</b>	<b>110,000,000.00</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>4,367,516.00</b>	<b>-60,000,000.00</b>	<b>-110,000,000.00</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	-	-	-
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>56,501,057.45</b>	<b>-176,156,625.61</b>	<b>-83,160,233.73</b>
加：期初现金及现金等价物余额	62,143,031.25	238,299,656.86	321,459,890.59
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>118,644,088.70</b>	<b>62,143,031.25</b>	<b>238,299,656.86</b>

#### 4、所有者权益变动表

##### (1) 母公司 2015 年 1-3 月所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015 年 1-3 月					
	股本	资本公积	减：库存股	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	400,000,000.00	-	-	87,246,297.52	492,239,063.99	979,485,361.51
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	400,000,000.00	-	-	87,246,297.52	492,239,063.99	979,485,361.51
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	3,648,332.67	32,834,994.00	36,483,326.67
（一）综合收益总额	-	-	-	-	36,483,326.67	36,483,326.67
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入普通股	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	3,648,332.67	-3,648,332.67	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	3,648,332.67	-3,648,332.67	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-

4. 其他	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>400,000,000.00</b>	-	-	<b>90,894,630.19</b>	<b>525,074,057.99</b>	<b>1,015,968,688.18</b>

(2) 母公司 2014 年度所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度					
	股本	资本公积	减：库存股	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	400,000,000.00	-	-	60,687,622.22	313,210,986.28	773,898,608.50
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	400,000,000.00	-	-	60,687,622.22	313,210,986.28	773,898,608.50
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	26,558,675.30	179,028,077.71	205,586,753.01
（一）净利润	-	-	-	-	265,586,753.01	265,586,753.01
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	-	265,586,753.01	265,586,753.01
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入普通股	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-

4. 其他	-	-	-	-	-	-
(四) 利润分配	-	-	-	26,558,675.30	-86,558,675.30	-60,000,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	26,558,675.30	-26,558,675.30	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-	-60,000,000.00	-60,000,000.00
3. 其他	-	-	-	-	-	-
(五) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
(六) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用	-	-	-	-	-	-
(七) 其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>400,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>87,246,297.52</b>	<b>492,239,063.99</b>	<b>979,485,361.51</b>

(3) 母公司 2013 年度所有者权益变动表

单位：元

项 目	2013 年度					
	股本	资本公积	减：库存股	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	400,000,000.00	-	-	28,404,709.47	132,664,771.58	561,069,481.05
加：会计政策变更						-
前期差错更正						-
其他						-
二、本年年初余额	400,000,000.00	-	-	28,404,709.47	132,664,771.58	561,069,481.05
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	32,282,912.75	180,546,214.70	212,829,127.45
（一）净利润					322,829,127.45	322,829,127.45
（二）其他综合收益						-

上述（一）和（二）小计	-	-	-	-	322,829,127.45	322,829,127.45
（三）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.所有者投入资本						-
2.股份支付计入所有者权益的金额						-
3.其他						-
（四）利润分配	-	-	-	32,282,912.75	-142,282,912.75	-110,000,000.00
1.提取盈余公积				32,282,912.75	-32,282,912.75	-
2.提取一般风险准备						-
3.对所有者（或股东）的分配					-110,000,000.00	-110,000,000.00
4.其他						
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）						-
2.盈余公积转增资本（或股本）						-
3.盈余公积弥补亏损						-
4.其他						-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本期提取						-
2.本期使用						-
（七）其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>400,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>60,687,622.22</b>	<b>313,210,986.28</b>	<b>773,898,608.50</b>

---

### 三、财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定，并基于财务报表附注“四、重要会计政策及会计估计”所述会计政策和会计估计编制。

### 四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

#### （一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

#### （二）会计期间

本公司的会计期间为公历1月1日至12月31日。

#### （三）记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。

#### （四）记账基础和计价原则

本公司会计核算以权责发生制为记账基础，除交易性金融资产、可供出售金融资产等以公允价值计量外，以历史成本为计价原则。

#### （五）合并财务报表的编制方法

本公司将所有控制的子公司及结构化主体纳入合并财务报表范围。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

合并范围内的所有重大内部交易、往来余额及未实现利润在合并报表编制时予以抵销。子公司的所有者权益中不属于母公司的份额以及当期净损益、其他综合收益及综合收益总额中属于少数股东权益的份额，分别在合并财务报表“少数股东权益、少数股东损益、归属于少数股东的其他综合收益及归属于少数股东的综合收益总额”项目列示。

---

对于同一控制下企业合并取得的子公司，其经营成果和现金流量自合并当期期初纳入合并财务报表。编制比较合并财务报表时，对上年财务报表的相关项目进行调整，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

对于非同一控制下企业合并取得子公司，经营成果和现金流量自本公司取得控制权之日起纳入合并财务报表。在编制合并财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整。

## **（六）收入确认原则**

### **1、收入确认原则**

本公司的营业收入主要包括销售商品收入、提供劳务收入、让渡资产使用权收入，收入确认原则如下：

（1）销售商品收入：本公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方、本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、收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入企业、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认销售商品收入的实现。

（2）提供劳务收入：本公司在劳务总收入和总成本能够可靠地计量、与劳务相关的经济利益很可能流入本公司、劳务的完成进度能够可靠地确定时，确认劳务收入的实现。在资产负债表日，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，按完工百分比法确认相关的劳务收入，完工百分比按已完工作的测量/已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例/（已经发生的成本占估计总成本的比例）确定；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的能够得到补偿的劳务成本金额确认提供劳务收入，并结转已经发生的劳务成本；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计全部不能得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产收入：与交易相关的经济利益很可能流入本公司、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权收入的实现。

### **2、收入确认具体政策**

---

**对经销商的销售**系货物已经发出并经客户验收确认后，依据双方签订的合同价格确认收入并结转相应的成本。**对大型连锁超市的销售为根据双方的合同，在每月根据双方对账来确认收入和结转相应成本。**

## （七）外币业务和外币报表折算

公司外币业务采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率作为折算汇率折合成人民币记账；在资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑损益按资本化原则处理外，均计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目仍以交易发生日的即期汇率折算。

境外经营实体的资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，股东权益项目中除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算；境外经营实体的利润表中的收入和费用项目采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率折算。上述折算产生的外币报表折算差额，在资产负债表中股东权益项目下单独列示，处置境外经营时，计入处置当期损益。境外经营实体的现金流量项目，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

## （八）应收款项

本公司应收款项包括应收账款和其他应收款。

本公司将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：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，该等应收账款列为坏账损失。

本公司以应收债权向银行等金融机构转让、质押或贴现等方式融资时，根据相关合同的约定，当债务人到期未偿还该项债务时，若本公司负有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为质押贷款处理；若本公司没有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为转让处理，并确认债权的转让损益。

本公司收回应收款项时，将取得的价款和应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，期末按账龄分析法与个别认定法相结合计提坏账准备，计入当期损益。对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，经本公司按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

### 1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	本公司将单项金额超过 300 万元(含 300 万元)的应收款项视为重大应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备

### 2、按组合计提坏账准备应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	本公司将其与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定本期度以账龄为信用特征划分应收款项组合，并按下表的比例计提坏账准备。
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备

应收款项按账龄划分组合的坏账准备计提比例如下：

账龄	风险特征 (%)			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
合并范围内应收款项	0	0	0	0
销售货物	5	20	50	100
其他	5	20	50	100

### 3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

本公司对合并范围内的关联方应收款项不计提坏账准备。

---

## （九）存货核算方法

本公司存货主要包括原材料、包装物、低值易耗品、在产品、库存商品等。

### 1、存货的核算

存货在取得时按实际成本计价；领用或发出存货，采用加权平均法确定其实际成本。低值易耗品和包装物采用一次转销法进行摊销。

### 2、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

### 3、存货跌价准备的确认和计提

期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。库存商品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取；其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别提取存货跌价准备。

库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按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；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成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。

## （十）长期股权投资

长期股权投资主要包括本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，以及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权益性投资。

共同控制是指按合同约定对某项经济活动所共有的控制。共同控制的确定依据主要为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；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等。

重大影响是指对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能控制或与其他方一起共同控制这些政策的制定。重大影响的确凿依据主要为本公

---

司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含）以上但低于 50% 的表决权股份，如果有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，则不能形成重大影响。

通过同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，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投资成本。通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以在合并（购买）日为取得对被合并（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作为合并成本。

除上述通过企业合并取得的长期股权投资外，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投资成本；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投资成本；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投资成本；以债务重组、非货币性资产交换等方式取得的长期股权投资，按相关会计准则的规定确定投资成本。

本公司对子公司投资采用成本法核算，编制合并财务报表时按权益法进行调整；对合营企业及联营企业投资采用权益法核算；对不具有控制、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，采用成本法核算；对不具有控制、共同控制或重大影响，但在活跃市场中有报价、公允价值能够可靠计量的长期股权投资，作为可供出售金融资产核算。

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本。采用权益法核算时，当期投资损益为应享有或应分担的被投资单位当年实现的净损益的份额。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照本公司的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，对被投资单位的净利润进行调整后确认。对于首次执行日之前已经持有的对联营企业及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，还应扣除按原剩余期限直线摊销的股权投资借方差额，确认投资损益。

本公司对因减少投资等原因对被投资单位不再具有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，改按成本法核算；对因追加投资等原因能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，也改按成本法核算；对因追加投资等原因能够对被投资单位实施共同控制或重大影响但不构成控制的，或因处置投资等原因对被投资单位不再具有控制但能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的长期股权投资，改按权益法核算。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期投资收益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期投资收益。

## （十一）固定资产

本公司固定资产是指同时具有以下特征，即为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年，单位价值较高（一般为超过 2000 元）的有形资产。

固定资产包括房屋及建筑物、生产设备、运输设备、办公设备和其他，按其取得时的成本作为入账的价值，其中，外购的固定资产成本包括买价和进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出；自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账；融资租赁租入的固定资产，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作为入账价值。

与固定资产有关的后续支出，包括修理支出、更新改造支出等，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，对于被替换的部分，终止确认其账面价值；不符合固定资产确认条件的，于发生时计入当期损益。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，本公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法，并根据用途分别计入相关资产的成本或当期费用。本公司固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

序号	类别	折旧年限(年)	预计残值率(%)	年折旧率(%)
1	房屋建筑物	5-20	3-5	4.75-32.33
2	机器设备	3-10	3-5	9.50-32.33
3	运输设备	3-10	3-5	9.50-32.33
4	办公设备及其他	3-10	3-5	9.50-32.33

本公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

## （十二）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。自营建筑工程按直接材料、直接工资、直接施工费等计量；出包建筑工程按应支付的工程价款等计量；设备安装工程按所安装设备的价值、安装费用、工程试运转等所发生的支出等确定工程成本。在建工程成本还包括应当资本化的借款费用和汇兑损益。

在建工程在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧，待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异进行调整。

## （十三）无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、商标权、ERP管理软件、专利权及非专利技术、山泉水使用权等，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

本公司无形资产为使用寿命有限的土地使用权、山泉水使用权、商标权、ERP管理软件、专利权及非专利技术，采用直线法摊销，摊销年限如下：

使用寿命有限的无形资产使用寿命如下：

序号	类别	使用寿命
1	土地使用权	50年
2	商标权	10年
3	ERP管理软件	3年、5年
4	专利及非专利技术	10年、20年
5	山泉水使用权	10年

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的预计使用寿命进行复核，如有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，则估计其使用寿命并在预计使用寿命内摊销。

#### （十四）研究与开发

本公司的研究开发支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；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、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；
- 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。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出在以后期间不再确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产列报。

#### （十五）借款费用

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费

---

用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；当购建或生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据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，确定资本化金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间（通常指1年以上）的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

如果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，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

## **（十六）政府补助**

政府补助在本公司能够满足其所附的条件以及能够收到时予以确认。政府补助为货币性资产的，按照实际收到的金额计量，对于按照固定的定额标准拨付的补助，按照应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额(1元)计量。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

## **（十七）非金融长期资产减值**

本公司于每一资产负债表日对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等项目进行检查，当存在下列迹象时，表明资产可能发生了减值，本公司将进行减值测试。对商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在

---

在减值迹象，每期末均进行减值测试。难以对单项资产的可收回金额进行测试的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础测试。

减值测试后，若该资产的账面价值超过其可收回金额，其差额确认为减值损失，上述资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。资产的可收回金额是指资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。

出现减值的迹象如下：

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、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者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报酬率在当期已经提高，从而影响企业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者其实体已经损坏；

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（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；

7、其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

## （十八）商誉

商誉为股权投资成本或非同一控制下企业合并成本超过应享有的或企业合并中取得的被投资单位或被购买方可辨认净资产于取得日或购买日的公允价值份额的差额。

与子公司有关的商誉在合并财务报表上单独列示，与联营企业和合营企业有关的商誉，包含在长期股权投资的账面价值中。

---

## （十九）职工薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。因解除与职工的劳动关系而给予的补偿，计入当期损益。

职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费及住房公积金、工会经费和职工教育经费等与获得职工提供的服务相关的支出。

如在职工劳动合同到期之前决定解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，如果本公司已经制定正式的解除劳动关系计划或提出自愿裁减建议，并即将实施，同时本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议的，确认因解除与职工劳动关系给予补偿产生的预计负债，计入当期损益。

## （二十）股份支付

股份支付是指为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

用以换取职工提供服务的以权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

以现金结算的股份支付，按照本集团承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本集团承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应调整负债。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益

## (二十一) 递延所得税资产和递延所得税负债

本公司递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损和税款抵减,视同暂时性差异确认相应的递延所得税资产。于资产负债表日,递延所得税资产和递延所得税负债,按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限,确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。对已确认的递延所得税资产,当预计到未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产时,应当减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时,减记的金额予以转回。

## (二十二) 主要会计政策、会计估计的变更和前期更正

报告期内,公司主要会计政策、会计估计未发生变更,不存在前期差错更正。

## 五、盈利能力和财务状况分析

### (一) 营业收入、营业成本构成及变动分析

#### 1、营业收入

最近两年及一期,公司营业收入构成及变化趋势如下表所示:

单位:万元

项目	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	26,400.77	99.19%	111,864.82	99.33%	116,418.34	99.27%
其他业务收入	217.16	0.81%	751.58	0.67%	853.60	0.73%
合计	26,617.93	100.00%	112,616.40	100.00%	117,271.94	100.00%

报告期内,公司营业收入大部分来源于主营业务,主营业务突出。

2014年度实现营业收入112,616.40万元,较2013年略有下降3.97%,主要系2014年饮料行业景气度有所下降,市场竞争有进一步加剧的趋势,为了迅速适应市场竞争格局的变化,继续保持公司在醋饮料的行业地位,公司2014年开

始，主动运用了包括调价、让利、促销和赠饮等一系列的营销策略以进一步强化公司行业地位和扩大公司市场份额。虽然上述营销策略的推出使得公司2014年的销售规模得到一定程度的增加，但也使得公司2014年的销售金额略有下降。

## 2、主营业务收入构成分析

### (1) 产品构成分析

公司最近两年及一期主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

产品名称	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
330 苹果醋	15,413.84	58.38%	48,894.79	43.71%	50,260.04	43.17%
650 苹果醋	5,465.29	20.70%	51,718.90	46.23%	47,743.87	41.01%
<b>苹果醋类小计</b>	<b>20,879.13</b>	<b>79.09%</b>	<b>100,613.70</b>	<b>89.94%</b>	<b>98,003.91</b>	<b>84.18%</b>
650 陈醋	1,506.38	5.71%	6,180.66	5.53%	12,627.10	10.85%
其他陈醋饮品	381.01	1.44%	1,398.90	1.25%	2,193.56	1.88%
<b>陈醋类小计</b>	<b>1,887.40</b>	<b>7.15%</b>	<b>7,579.55</b>	<b>6.78%</b>	<b>14,820.69</b>	<b>12.73%</b>
百草壹号	3,331.95	12.62%	3,719.92	3.33%	3,146.71	2.70%
冲锋壹号	302.30	1.15%	-48.35	-0.04%	447.02	0.48%
<b>其他类小计</b>	<b>3,634.24</b>	<b>13.77%</b>	<b>3,671.57</b>	<b>3.28%</b>	<b>3,593.73</b>	<b>3.09%</b>
<b>总营业收入</b>	<b>26,400.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>111,864.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>116,418.34</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入来源于苹果醋饮料的销售，其次是陈醋饮料、百草壹号和冲锋壹号，收入结构较为稳定。各报告期末，苹果醋饮料的销售收入占主营业务收入的比例分别为84.18%、89.94%、79.09%，是公司的主要收入来源。另一方面，百草壹号为公司在2013年初新推出上市的产品，占主营业务收入的比例逐年增加，从2013年度的2.70%上升到2015年一季度的12.62%，增长速度较快，预计随着公司未来市场营销手段的进一步丰富和完善，该产品未来的成长空间较大，或将成为公司未来主营业务收入的新的增长点。

### (2) 地域构成分析

单位：万元

项目	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
广东	25,885.95	98.05%	103,633.21	92.64%	110,028.30	95.50%
其他地区	514.82	1.95%	8,231.61	7.36%	6,390.04	4.50%
<b>合计</b>	<b>26,400.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>111,864.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>116,418.34</b>	<b>100.00%</b>

如上表所示，公司产品主要集中在广东地区，主要原因是公司产品所在市场是一个新开拓的细分饮料市场，产品的消费习惯培育需要一定的市场投入和时间。而新兴市场的开发、培育以及市场推广需要大量的财力、人力支持，受资金、人员、品牌等因素的限制，公司自成立以来一直致力于广东市场的精耕细作。通过十几年来不断的开拓积累，公司在广东地区已经形成了较为完善、稳固的经销商网络，产品知名度、认可度、美誉度较高。此外，报告期内，公司在广东地区以外市场的拓展也取得积极效果，广西、江西、海南等地区销售收入均呈快速增长态势。未来公司将继续坚持巩固现有市场，积极稳健地开拓新市场，逐步搭建覆盖全国的销售网络。

### 3、报告期内公司经销销售收入情况及合作模式

#### (1) 公司经销销售收入情况

报告期内，公司主要通过两个渠道销售产品：①通过经销商分销，再由他们向批发商及零售店（如酒店、餐厅、超市及便利店）转售产品；②直接通过大型连锁超市零售。此外，公司亦有少量产品通过批量销售方式直接销售给客户。报告期内，公司主要通过经销模式销售产品，其销售情况如下：

单位：万元

年度	经销销售收入	营业收入	占比
2015年1-3月	25,007.60	26,617.94	93.95%
2014年度	107,028.64	112,616.40	95.04%
2013年度	113,482.61	117,271.94	96.77%

#### (2) 与经销商的合作模式、产品定价原则、交易结算方式

##### ①与经销商合作模式

公司对经销商主要是采用先款后货的结算方式。根据经销协议，公司销售给经销商的产品的所有权于货物交付时已经转嫁给经销商，同时公司确认销售收入。此外，公司与经销商的经销协议通常采取一年一签形式，经销商的任务及经销范围会根据其往年业绩相应调整，经销商与公司的交易属于买断销售模式。

##### ②产品定价原则

公司根据自身产品特色和营销规划，采取品牌差异化的产品定价策略，制

定了各产品终端零售环节和各分销环节的价格体系和指导价格，以保障每个环节的合理盈利空间和公司的盈利空间。同时，公司亦会及时跟进市场的实际营销情况，对相关产品的结算价格做出相应调整以满足市场的需要。

### ③相关退货政策与销售退回情况

公司2013年1月1日至2015年3月31日未发生退货情况。此外，经销协议还约定：如存在超过生产日期九个月以上的产品（注：公司产品保质期为十八个月），在公司批准的前提下，经销商可以要求按2:1的比例以旧品换新品。其中，报告期内，公司的经销商分别调换货为16.51吨、88.44吨及21.75吨，分别占各期总销量的0.01%、0.06%、0.05%。

### (3) 经销商家数、地域分布情况

①公司的分销网络涵盖广东省以及广西、江西、海南、福建、湖北地区。

具体情况如下表：

省份	2015年1-3月 经销商数量	占比	2014年 经销商数量	占比	2013年 经销商数量	占比
广东省	167	69.58%	186	69.92%	186	71.54%
广西省	31	12.92%	34	12.78%	32	12.31%
江西省	18	7.50%	22	8.27%	21	8.08%
海南省	13	5.42%	10	3.76%	7	2.69%
湖北省	8	3.33%	10	3.76%	9	3.46%
福建省	3	1.25%	4	1.50%	5	1.92%
合计	240	100.00%	266	100.00%	260	100.00%

### ②主要经销商名称、各期对其销售内容及金额

单位：万元

2013年度前五大经销商明细表					
客户名称	陈醋饮料	冲锋壹号	苹果醋饮料	山楂醋饮料	合计
惠州市康乐贸易有限公司	133.60	3.02	2,816.03	20.83	2,973.48
广州市白云区同和海桩商行	309.56	6.63	2,443.09	66.43	2,825.71
佛山市南海区大沥浩林饮料经营部	215.95	1.53	2,249.54	31.88	2,498.89
汕头市龙湖区信德食品商行	7.14	0.49	1,983.44	140.13	2,131.20
中山市西区粤桂副食品商行	301.17	0.00	1,817.92	9.89	2,128.98
合计	967.42	11.67	11,310.02	269.15	12,558.25
2014年度前五大经销商明细表					
客户名称	陈醋饮料	冲锋壹号	苹果醋饮料	山楂醋饮料	合计
普宁市康轩贸易有限公司	0.30	-	4,503.54	177.75	4,681.59
惠州市惠城区天浩食品贸易部	55.21	-	3,095.41	-	3,150.62
广州市白云区同和海桩商行	43.15	-0.09	2,849.64	134.04	3,026.74

中山市西区粤桂副食品商行	201.25	-	2,401.95	191.93	2,795.14
广州市番禺区市桥逸旺食品店	532.03	-	1,668.35	48.48	2,248.87
合计	831.94	-0.09	14,518.89	552.20	15,902.96

2015年一季度的前五大经销商明细表

客户名称	陈醋饮料	冲锋壹号	苹果醋饮料	山楂醋饮料	合计
普宁市康轩贸易有限公司	-	-	1,913.30	212.40	2,125.70
广州市白云区同和海桩商行	28.96	51.24	809.65	105.15	995.00
深圳市鼎汇商贸有限公司	28.25	-	666.06	0.18	694.48
海丰县海城信颖贸易商行	11.95	-	567.15	72.09	651.20
惠东县平山聚泉贸易商行	5.29	-	381.58	99.88	486.75
合计	74.45	51.24	4,337.74	489.70	4,953.13

#### 4、营业成本构成分析

根据公司所属行业特点，报告期内公司主要产品的成本构成如下：

单位：万元

成本项目	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	10,521.94	85.91%	36,466.62	84.63%	34,989.02	85.49%
直接人工	547.86	4.47%	1,901.10	4.41%	1,555.43	3.80%
制造费用	1,177.23	9.61%	4,719.54	10.95%	4,383.21	10.71%
合计	12,247.03	100.00%	43,087.26	100.00%	40,927.66	100.00%

公司主营业成本中，直接材料为主要部分，符合饮料生产企业的成本特征，公司成本构成与可比公司相比不存在异常，公司主要产品成本结构比例的变化主要系产品产量的增加和机器的稳定运行。

## (二) 经营成果变动分析

### 1、经营成果总体情况

报告期内，经营成果总体情况如下：

单位：万元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
营业收入	26,617.94	112,616.40	117,271.94
减：营业成本	12,374.27	43,446.23	41,379.12
营业税金及附加	249.73	1,202.92	1,233.09
销售费用	7,275.39	27,219.44	27,245.38
管理费用	2,692.22	11,917.01	10,920.51
财务费用	-7.62	0.69	-38.13
资产减值损失	950.24	37.74	510.84
投资收益	602.94	1,227.18	737.55
营业利润	3,686.63	30,019.55	36,758.68
加：营业外收入	138.01	183.20	177.40

减：营业外支出	3.78	129.11	41.84
其中：非流动资产处置损失	1.06	62.95	1.38
<b>利润总额</b>	<b>3,820.87</b>	<b>30,073.65</b>	<b>36,894.24</b>
减：所得税费用	1,273.43	4,810.75	5,449.68
<b>净利润</b>	<b>2,547.44</b>	<b>25,262.89</b>	<b>31,444.57</b>
归属于母公司股东的净利润	2,547.44	25,262.89	31,444.57
少数股东损益	-	-	-
<b>综合收益总额</b>	<b>2,547.44</b>	<b>25,262.89</b>	<b>31,444.57</b>
归属于母公司股东的综合收益总额	2,547.44	25,262.89	31,444.57
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

报告期内，营业利润占利润总额比例分别为 99.63%、99.82%和 96.49%，占利润总额的绝大部分。公司 2014 年营业收入出现 4,655.54 万元的下降，而营业成本出现了 2,067.11 万元的增加，在其他期间费用和其他损益项目的综合作用下，使得营业利润下降了 6,739.13 万元。公司的营业利润和毛利率的变动情况分析如下。

## 2、毛利及毛利率变动分析

报告期内，公司毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

产品名称	2015 年 1-3 月			2014 年度			2013 年度			
	金额	比例 (%)	毛利率 (%)	金额	比例 (%)	毛利率 (%)	金额	比例 (%)	毛利率 (%)	
主营业务	330 苹果醋	7,796.60	55.09	50.58	23,943.28	34.81	48.97	26,884.70	35.61	53.49
	650 苹果醋	3,946.78	27.89	72.22	38,210.97	55.56	73.88	36,048.65	47.75	75.50
	陈醋	1,367.04	9.66	72.43	5,521.43	8.03	72.85	11,444.42	15.16	77.22
	百草壹号	974.95	6.89	29.26	1,123.73	1.63	30.21	972.15	1.29	30.89
	冲锋壹号	68.37	0.48	22.62	-21.86	-0.03	45.21	140.76	0.19	31.49
合计	14,153.74	100.00	53.61	68,777.56	100.00	61.48	75,490.68	100.00	64.84	

从毛利构成来看，报告期内公司毛利主要来源于陈醋、650 苹果醋及 330 苹果醋三类主打产品。报告期三款产品毛利合计分别为 74,377.77 万元、67,675.68 万元和 13,110.42 万元，占当年毛利总额的比重分别为 98.53%、98.40%和 92.64%，是公司利润的主要来源。

报告期内，公司主要产品的毛利率变化如下表：

产品	2015年1-3月		2014年度		2013年度
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
330 苹果醋	50.58%	1.61%	48.97%	-4.52%	53.49%
650 苹果醋	72.22%	-1.67%	73.88%	-1.62%	75.50%
陈醋	72.43%	-0.42%	72.85%	-4.37%	77.22%

#### (1) 330 苹果醋

2014年较2013年毛利率下降4.52%，主要是由于公司2014年4月开始调低了该产品的结算价格，以及加大市场推广力度，提高对经销商的价格折扣所致。2015年一季度毛利率较2014年略有提高，主要是由于苹果醋和苹果汁等原材料成本有所下降引起。

#### (2) 650 苹果醋

650 苹果醋产品毛利率在报告期内基本保持稳定，毛利率变动主要是由于报告期各期不同的促销力度导致。

#### (3) 陈醋

2014年陈醋毛利率较2013年下降了4.37%，主要是由于公司调低了产品结算价格和加大市场推广、增加价格折扣所致。

公司的综合毛利率变动主要是由不同产品的毛利率变动和销售结构变化引起。

其中，2014年综合毛利率较2013年下降3.36%，主要原因是：（1）为适应市场的需求，2014年4月公司开始加大了给经销商让利的力度，主动调低了与经销商的结算单价，使得综合毛利率下降约**1.95%**；（2）此外，公司采取了一系列的市场推广活动，如通过加大节假日赠饮、促销活动、价格折扣等方式积极推动、支持经销商进一步巩固和占领市场份额，是公司综合毛利率下降的另外一个主要原因；（3）毛利率较高的陈醋产品占总体销售收入的比例下降了5.95%亦使综合毛利率有所下降。

2015年公司综合毛利率较2014年下降较大，主要由于毛利率为70%以上的650 苹果醋的收入占比从2014年的46.23%下降到2015年一季度的20.70%，结构的变化是综合毛利率下降的主要原因。

### (三) 公司最近两年一期主要财务指标分析

公司最近两年一期主要财务指标详见第一节之“(六)最近两年一期主要财务数据和财务指标”。

#### 1、盈利能力分析

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	26,617.94	112,616.40	117,271.94
净利润(万元)	2,547.44	25,262.89	31,444.57
毛利率(%)	53.61	61.48	64.84
净资产收益率(%)	10.50	29.84	46.18
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	8.20	28.52	45.10

2014年和2015年1-3月毛利率及净利润下降,主要系2014年饮料行业景气度有所下降,市场竞争有进一步加剧的趋势,为了迅速适应市场竞争格局的变化,继续保持公司在醋饮料的行业地位,公司2014年开始,主动运用了包括调价、让利、促销和赠饮等一系列的营销策略以进一步强化公司行业地位和扩大公司市场份额。虽然上述营销策略的推出使得公司2014年的销售规模得到一定程度的增加,但也使得公司2014年的销售金额略有下降。

#### 2、偿债能力分析

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率(母公司)(%)	28.19	34.17	29.08
流动比率(倍)	1.90	1.66	2.00
速动比率(倍)	1.75	1.52	1.80

2013年、2014年和2015年第一季度末,公司的资产负债率分别为29.08%、34.17%和28.19%,由此可以看出公司的负债率比较低,偿债能力比较强。

#### 3、营运能力分析

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应收帐款周转率(次)	58.56	55.58	101.17
应收帐款周转天数	6.23	6.57	3.61
存货周转率(次)	6.00	6.23	8.28
存货周转天数	60.83	58.59	44.08

2013年、2014年和2015年第一季度,公司应收账款周转率分别为101.17、55.58和58.56,应收账款余额分别为2,160.09万元、1,892.45万元、1,744.35

万元，变动幅度较小。公司对经销商主要采用预收款模式，应收账款的产生主要系 2013 年 5 月公司设立了专供 KA 的销售公司壹号好水所产生赊销占款，且占比较小。

2013 年和 2014 年，公司存货周转率分别为 8.28 和 6.23，周转率下降主要原因是销量增加，相应的增加了产品备货及新增两条生产线增加了所需易耗备件，同时为了加大市场的宣传力度，增加了广告宣传品所致。

#### 4、获取现金能力分析

单位：万元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	-5,437.21	52,559.50	40,888.04
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.14	1.31	1.02
投资活动产生的现金流量净额	7,944.29	-61,210.92	-42,042.29
筹资活动产生的现金流量净额	436.75	-6,000.00	-11,125.21
现金及现金等价物净增加额	2,943.83	-14,651.41	-12,279.47

(1) 公司 2013 年、2014 年经营活动产生的现金流量净额分别为 40,888.04 万元、52,559.50 万元，公司获取现金能力基本稳定。2014 年现金流量净额增加的主要原因为 2014 年预收经销商的货款增加。

(2) 公司 2013 年、2014 年投资活动产生的现金流量净额分别为-42,042.29 万元、-61,210.92 万元，主要是由于 2013 年、2014 年公司新厂房的建设，新生产线的设备购置，以及为了充分利用富余资金，而投资了风险比较低的银行理财产品和可供出售金融资产。

(3) 2013 年、2014 年筹资活动产生的现金流量净额分别为-11,125.21 万元、-6,000.00 万元，主要是公司 2013 年和 2014 年进行的股利分配额分别为 11,000.00 万元、6,000.00 万元。

#### (四) 报告期内的期间费用情况

最近两年及一期公司期间费用及变动趋势如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
销售费用	7,275.39	27.33%	27,219.44	24.17%	27,245.38	23.23%
管理费用	2,692.22	10.11%	11,917.01	10.58%	10,920.51	9.31%

财务费用	-7.62	-0.03%	0.69	0.00%	-38.13	-0.03%
<b>合计</b>	<b>9,960.00</b>	<b>37.42%</b>	<b>39,137.13</b>	<b>34.75%</b>	<b>38,127.75</b>	<b>32.51%</b>

报告期内，期间费用占营业收入的比重分别为 32.51%、34.75%、37.42%，呈上升趋势，主要系公司的生产销售规模不断扩大，费用逐年增加。销售费用的占比较大，在 23%以上，呈上升趋势，主要系公司营销特点和所处食品饮料行业的特性所致，公司须在各大终端网点开展促销，同时也需要进行广告宣传，因此生产经营成本的投放重点除了产品的创新研发，另一个重点就是营销传播和消费者培育。

## 1、销售费用

最近两年及一期，公司的销售费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
广告费	794.96	7,539.10	12,401.81
市场费用	1,247.13	2,916.62	2,228.36
人工费用	4,057.67	11,875.82	8,024.87
运输费	864.18	3,782.56	3,383.75
其他费用	311.45	1,105.34	1,206.59
<b>合计</b>	<b>7,275.39</b>	<b>27,219.44</b>	<b>27,245.38</b>

公司销售费用主要为广告费用、人工费用、市场费用和运输费用等。

报告期内，公司的销售费用总额基本保持稳定，其中各项费用的变动原因如下：（1）广告费。2014 年公司的广告投放策略发生了变化，考虑到公司在广东省的品牌知名度和影响力，更高的广告费用无法带来更高的边际效应，因此相降低广告的投入；（2）人工费用。2014 年公司新设了“百草事业部”，招募了 500 多名营销专员，此外为了开发在广东省以外的市场，扩大品牌影响力，公司加强了营销队伍规模的建设，从而使得 2014 年度人工费用大幅提升；（3）市场费用。2014 年公司新成立了“百草事业部”人员有所增加，同时公司新购了 200 多台汽车用于市场推广，相应的费用增加；（4）运输费。运输费基本与公司的销售规模增长保持一致。

## 2、管理费用

最近两年及一期，公司管理费用的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
研发费用	773.31	4,330.39	3,695.86
差旅费、招待费、会议费及办公费	295.80	1,065.65	1,115.12
固定资产折旧及无形资产摊销	398.87	1,534.57	1,018.88
人工费用	873.41	3,645.72	2,691.66
上市费用	-	57.30	1,350.75
其他费用	350.83	1,283.38	1,048.23
<b>合计</b>	<b>2,692.22</b>	<b>11,917.01</b>	<b>10,920.51</b>

报告期内，公司管理费用主要构成是研发费用、人工费用、固定资产折旧及无形摊销费等。2014年，随着公司经营规模的扩大，管理费用总额同比增长9.12%，主要原因为：（1）2014年度人工费用较同期增长954.06万元，增幅35.45%，主要原因是公司高管人员工资费用占管理费用的比例很高，2014年公司为加强对高管人员的薪酬激励，又大幅提升了高管人员工资水平，从而拉升了公司整体的人工费用；（2）2014年度固定资产折旧及无形资产摊销费用较2013年度增加515.69万元，增幅为50.61%，其中固定资产折旧的变动不大，主要是无形资产摊销大幅增加所致，主要原因是河北天地壹号生产基地土地使用权、**天地壹号**土地使用权、巴马长寿村渡假旅游公司山泉水使用权皆系2013年底才取得，从而导致2014年的无形资产摊销大幅增加；（3）报告期内，公司研发费用支出分别为3,695.86万元、4,330.39万元和773.31万元，占当期营业收入的比重分别为3.15%、3.85%和2.91%，2014年研发费用支出占比有所上升，主要系增加了新的产品研发项目。

### 3、财务费用

最近两年及一期，公司财务费用的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	10.97	16.82	57.00
加：汇兑损失	-	-	-
加：其他支出	3.35	17.51	18.87
<b>合计</b>	<b>-7.62</b>	<b>0.69</b>	<b>-38.13</b>

公司的财务费用主要由利息收入和其他支出组成。其中利息收入主要是由银行存款产生，其他支出主要是公司在银行办理业务时所产生的手续费。

## (五) 重大投资收益和非经常性损益情况

### 1、重大投资收益

单位：万元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
权益法核算的长期股权投资收益	-9.27	-18.41	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	612.21	1,245.59	737.55
<b>合计</b>	<b>602.94</b>	<b>1,227.18</b>	<b>737.55</b>

### 2、非经常性损益情况

报告期内，公司非经常性损益的具体内容如下：

单位：万元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
非流动资产处置损益	-1.06	-44.69	0.04
计入当期损益的政府补助	129.80	138.32	158.72
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
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	612.21	1,245.59	737.55
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	5.49	-39.53	-23.20
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
<b>小计</b>	<b>746.45</b>	<b>1,299.68</b>	<b>873.12</b>
所得税影响额	184.85	182.10	134.86
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
<b>合计</b>	<b>561.60</b>	<b>1,117.58</b>	<b>738.25</b>

公司的非经常性损益主要包括两部分：

(1) 计入当期损益的政府补助：

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度	来源和依据	与资产相关/与收益相关
江门棠下区政府企业纳税重大贡献奖	0.80	0.80	1.00	《江门市蓬江区棠下镇人民政府企业纳税一等奖证书》	收益
销售使用过旧固定资产税款减免	-	-	0.02	财税[2008]170号、财税[2009]9号、国税函[2009]90号	收益
科技三项费用	-	30.00	1.00	江科[2012]134号、《蓬江区科技计划项目合同书》(项目编号SF201212124)	收益
代扣代缴个人所得税手续费返还奖励	29.00	59.82	75.21	《个人所得税法》第十一条、《个人所得税代扣代缴暂行办法》第十七条	收益
财政上市扶持奖励金	-	-	50.00	江门市财政局文件—江财外[2013]51号	收益
江门市蓬江区经济促进局中小企业资金	20.00	-	30.00	《江门市蓬江区专项扶持资金申领表》	收益
江门市蓬江区生产力促进中心专利资助费	-	2.00	1.30	《江门市蓬江区生产力促进中心专利资助费申领表》	收益
江门市经济和信息化局第十届中博会专项经费	-	-	0.20	中博会秘财处[2013]45号	收益
江门市科学技术局科技奖励金	-	1.00	-	《江门市科技局科技奖励金申领表》	收益
江门市蓬江区经济促进局诚信企业激励扶持资金	-	11.70	-	蓬江财工[2014]43号	收益
江门市蓬江区生产力促进中心知产奖励金	-	5.00	-	《江门市蓬江区国内外授权专利奖励申领表》	收益
江门市科学技术局(含市地震局)科技局知识产权示范企业扶持资金	-	3.00	-	江门市知识产权局关于认定2014年江门市知识产权示范企业的通知	收益

江门市科学技术局（含市地震局）科技局市级工程中心扶持资金	-	5.00	-	2014 年度江门市第一批产业技术与开发项目资金名单公示	收益
江西省九江市财政局扶持资金	-	20.00	-	九开管办字[2012]48号	收益
江门市蓬江区财政国库集中支付中心2013年省部产学研合作专项资金	80.00	-	-	粤科公示[2014]13号	收益
<b>合计</b>	<b>129.80</b>	<b>138.32</b>	<b>158.72</b>		

(2) 公司购买理财产品产生的投资收益

2013年、2014年以及2015年1-3月，公司均将一部分闲置资金用于购买低风险的银行理财产品，获取一定投资收益，各年理财产品明细以及实现投资收益的情况如下所示：

2015年1-3月的理财产品明细：

单位：万元

投资银行	投资期间	2014年度跨期	投资本金	赎回金额	期末跨期	收益汇总
中国银行	2015年1-3月	20,500.00	26,000.00	36,500.00	10,000.00	235.82
邮政储蓄银行	2015年1-3月	4,800.00	2,000.00	-	6,800.00	76.88
建设银行	2015年1-3月	8,000.00	<b>4,000.00</b>	<b>8,000.00</b>	4,000.00	76.87
平安银行	2015年1-3月	-	6,000.00	-	6,000.00	-
农商银行	2015年1-3月	17,000.00	2,000.00	19,000.00	-	197.48
民生银行	2015年1-3月	7,300.00	17,600.00	7,300.00	17,600.00	18.11
光大银行	2015年1-3月	-	4,000.00	2,300.00	1,700.00	7.06
<b>合计</b>		<b>57,600.00</b>	<b>61,600.00</b>	<b>73,100.00</b>	<b>46,100.00</b>	<b>612.21</b>

2014年的理财产品明细：

单位：万元

投资银行	投资期间	2013年度跨期	投资本金	赎回金额	期末跨期	收益汇总
------	------	----------	------	------	------	------

中国银行	2014年	10,990.00	101,128.00	91,618.00	20,500.00	515.74
邮政储蓄银行	2014年	-	4,800.00	-	4,800.00	148.42
建设银行	2014年	2,000.00	66,560.00	60,560.00	8,000.00	235.75
农业银行	2014年	900.00	11,860.00	12,760.00	-	84.01
平安银行	2014年	4,000.00	4,000.00	8,000.00	-	57.55
农商银行	2014年	-	24,000.00	7,000.00	17,000.00	34.26
民生银行	2014年	-	51,393.00	44,093.00	7,300.00	94.71
光大银行	2014年	-	4,500.00	4,500.00	-	75.15
<b>合计</b>		<b>17,890.00</b>	<b>268,241.00</b>	<b>228,531.00</b>	<b>57,600.00</b>	<b>1,245.59</b>

2013年的理财产品明细:

单位: 万元

投资银行	投资期间	2012年度跨期	投资本金	赎回金额	期末跨期	收益汇总
中国银行	2013年	-	93,688.00	82,698.00	10,990.00	237.13
建设银行	2013年	-	22,400.00	20,400.00	2,000.00	225.07
农业银行	2013年	-	25,990.00	25,090.00	900.00	112.66
平安银行	2013年	-	19,200.00	15,200.00	4,000.00	96.86
民生银行	2013年	-	2,800.00	2,800.00	-	6.96
南粤银行	2013年	-	6,000.00	6,000.00	-	58.88
<b>合计</b>		<b>-</b>	<b>170,078.00</b>	<b>152,188.00</b>	<b>17,890.00</b>	<b>737.55</b>

(3) 最近两年及一期非经常性损益对当期净利润的影响

单位: 万元

项目	序号	2015年1-3月	2014年度	2013年度
归属于母公司股东的净利润	1	2,547.44	25,262.89	31,444.57
归属于母公司的非经常性损益	2	<b>561.60</b>	<b>1,117.58</b>	<b>738.25</b>
扣除非经常性损益后的净利润	3=1-2	1,985.84	24,145.31	30,706.32
非经常性损益占净利润的比例	4=2/1	<b>22.05%</b>	<b>4.42%</b>	<b>2.35%</b>

公司的非经常性损益主要是各类政府补助和各项金融资产的投资收益。报告期内各期, 归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东净利润比例分别为 2.35%、4.42%和 22.05%, 2013 年与 2014 年公司非经常性损益占净利润比重较低, 对公司盈利情况影响较小, 2015 年非经常性损益占比较大, 主要系 2015 年一季度的投资收益为 612.21 万元, 对其造成了较大影响。

## (六) 适用税率及主要财政税收优惠政策

### 1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率
----	------	----

税种	计税依据	税率
增值税	商品及材料销售收入、提供服务收入	6%、17%
营业税	除商品销售收入、材料销售收入外的其他收入	5%
城市维护建设税	应缴流转税	1%、5%、7%
教育费附加	应缴流转税	3%
地方教育费附加	应缴流转税	2%
房产税	自用房屋按照房产原值的 70%	1.2%
	出租房屋按照租赁收入	12%
城镇土地使用税	应税面积	4 元
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%
资源税	应税重量	4 元/吨

注：公司全资子公司承德红源果业有限公司城市维护建设税适用税率 5%，山西老陈壹号生物科技有限公司城市维护建设税适用税率 1%，2013 年、2014 年天地壹号饮料股份有限公司企业所得税适用税率 15%，2015 年 1-3 月公司企业所得税适用税率 25%。公司全资子公司广东天地壹号食品研究院有限公司的研发和技术服务中研发服务增值税税率为 6%，饮料销售增值税率为 17%。公司全资子公司深圳市天地共赢投资管理有限公司的增值税率为 6%。

## 2、税收优惠及批文

本公司于 2012 年 11 月 22 日经广东省科学技术厅、广东省财政局、广东省国家税务局、广东省地方税务局以粤科函高字(2012)1645 号文复审批准为高新技术企业。2012 年 11 月 26 日，公司取得证书编号为 GF201244000602 的《高新技术企业证书》，有效期为三年。根据《国家税务总局关于企业所得税减免税管理问题的通知》(国家发【2008】111 号)文件规定国家需要重点扶持的高新技术企业减按 15% 的税率征收企业所得税，因此，公司于 2012 年度、2013 年度、2014 年度的企业所得税按 15% 的比例缴纳。

## (七) 主要资产情况

公司报告期内，各期末的资产结构情况如下：

单位：万元

项 目	2015 年 3 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	13,664.78	9.66%	10,720.94	7.16%	25,372.36	23.44%
交易性金融资产	46,100.00	32.59%	57,600.00	38.46%	17,890.00	16.53%
应收票据	94.00	0.07%	583.37	0.39%	4,045.45	3.74%
应收账款	1,744.35	1.23%	1,892.45	1.26%	2,160.09	2.00%
预付款项	12,522.30	8.85%	10,576.65	7.06%	7,109.25	6.57%
应收利息	-	-	-	-	-	-
其他应收款	319.71	0.23%	251.54	0.17%	383.15	0.35%
存货	6,652.04	4.70%	7,523.80	5.02%	6,425.10	5.94%

其他流动资产	91.01	0.06%	214.22	0.14%	97.47	0.09%
<b>流动资产合计</b>	<b>81,188.19</b>	<b>57.39%</b>	<b>89,362.97</b>	<b>59.67%</b>	<b>63,482.85</b>	<b>58.65%</b>
可供出售金融资产	2,400.00	1.70%	2,400.00	1.60%	-	-
长期股权投资	972.32	0.69%	981.59	0.66%	-	-
固定资产	26,153.85	18.49%	26,371.41	17.61%	19,073.95	17.62%
在建工程	12,807.63	9.05%	12,719.05	8.49%	6,844.92	6.32%
无形资产	17,187.49	12.15%	17,411.83	11.63%	18,327.52	16.93%
商誉	473.53	0.33%	473.53	0.32%	473.53	0.44%
长期待摊费用	-	-	-	-	-	-
递延所得税资产	284.31	0.20%	38.27	0.03%	37.29	0.03%
其他非流动资产	-	-	-	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>60,279.12</b>	<b>42.61%</b>	<b>60,395.69</b>	<b>40.33%</b>	<b>44,757.22</b>	<b>41.35%</b>
<b>资产总计</b>	<b>141,467.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>149,758.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>108,240.07</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司主要资产是货币资金、交易性金融资产、预付账款、存货、固定资产、在建工程和无形资产，七项资产合计金额分别占公司总资产的比例达到 93.35%、95.42%、95.49%。

### 1、货币资金

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
现金	0.98	3.58	7.69
银行存款	13,663.79	10,717.37	25,364.67
<b>合计</b>	<b>13,664.77</b>	<b>10,720.94</b>	<b>25,372.36</b>

报告期各期末，公司货币资金分别为 25,372.36 万元、10,720.94 万元、13,664.77 万元。2014 年货币资金的变动主要系公司将闲置资金购买理财产品所致。

### 2、交易性金融资产

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
交易性金融资产	46,100.00	57,600.00	17,890.00
<b>合计</b>	<b>46,100.00</b>	<b>57,600.00</b>	<b>17,890.00</b>

交易性金融资产主要是公司购买的风险较低的银行理财产品，2014 年交易性金融资产增加 39,710.00 万元，增长幅度为 221.97%，主要系公司经营性现金流较好，货币资金逐年增加，2014 年公司制定了完善的投资理财规划，购买了风险较低的银行理财产品。

### 3、应收账款

### (1) 应收账款规模分析

报告期各期末，公司应收账款的主要情况如下：

单位：万元

应收账款	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面价值	1,744.35	1,892.45	2,160.09
占营业收入比例	6.55%	1.68%	1.84%
占流动资产比例	2.15%	2.15%	3.40%
占总资产的比例	1.23%	1.26%	2.00%

报告期各期末，公司应收账款金额较小，比较稳定，未出现大的波动，占营业收入、流动资产、总资产比例很低，且基本保持稳定，主要是由于公司一般是采取先款后货的销售政策。

### (2) 应收账款账龄分析

截至2015年3月31日，公司应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2015年3月31日			
	应收账款	坏账准备	计提比例(%)	净值
1年以内	1,822.25	91.11	5.00	1,731.14
1-2年	10.27	2.05	20.00	8.22
2-3年	10.00	5.00	50.00	5.00
3年以上	-	-	100.00	-
合计	1,842.52	98.17	5.33	1,744.35

截至2014年12月31日，公司应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2014年12月31日			
	应收账款	坏账准备	计提比例(%)	净值
1年以内	1,966.89	98.34	5.00	1,868.54
1-2年	22.44	4.49	20.00	17.95
2-3年	11.90	5.95	50.00	5.95
3年以上	0.36	0.36	100.00	0.00
合计	2,001.59	109.15	5.45	1,892.45

截至2013年12月31日，公司应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2013年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	净值
按组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-

账龄	2013年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	净值
按组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-
1年以内	2,259.70	112.99	5.00	2,146.72
1-2年	11.90	2.38	20.00	9.52
2-3年	-	-	50.00	-
3年以上	0.36	0.36	100.00	-
组合小计	2,271.97	115.73	5.09	2,156.24
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	9.11	5.26	57.76	3.85
合计	2,281.08	120.99	5.30	2,160.09

截至2015年3月31日，公司应收账款账龄基本在1年以内，各报告期末1年以内的应收账款占比分别为99.38%、98.74%、99.24%，结构比较稳定。

(3) 报告期内，应收账款中无持公司5.00%（含5.00%）以上表决权股份的股东单位及个人款项。

(4) 应收账款前五名情况

截至2015年3月31日，公司应收账款金额前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)
沃尔玛(中国)投资有限公司	非关联方	438.96	1年以内	23.82
华润万家有限公司	非关联方	350.09	1年以内	19.00
广州易初莲花连锁超市有限公司	非关联方	326.28	1年以内	17.71
昆山润华商业有限公司	非关联方	227.38	1年以内	12.34
广州家广超市有限公司	非关联方	103.51	1年以内	5.62
合计	—	1,446.21	-	78.49

截至2014年12月31日，公司应收账款金额前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款年末余额合计数的比例 (%)
昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司	非关联方	728.16	1年以内	36.38
华润万家有限公司	非关联方	666.39	1年以内	33.29

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款年末余额合计数的比例(%)
广州易初莲花连锁超市有限公司	非关联方	199.98	1年以内	9.99
沃尔玛(中国)投资有限公司	非关联方	81.90	1年以内	4.09
山东玉兔食品有限责任公司	非关联方	64.10	1年以内	3.20
<b>合计</b>	<b>—</b>	<b>1,740.53</b>	<b>-</b>	<b>86.96</b>

截至2013年12月31日,公司应收账款金额前五名单位情况如下:

单位:万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款年末余额合计数的比例(%)
昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司	非关联方	730.70	1年以内	32.03
华润万家有限公司	非关联方	546.21	1年以内	23.95
沃尔玛(中国)投资有限公司	非关联方	468.90	1年以内	20.56
广州易初莲花连锁超市有限公司	非关联方	188.80	1年以内	8.28
广州家广超市有限公司	非关联方	70.08	1年以内	3.07
<b>合计</b>	<b>—</b>	<b>2,004.70</b>	<b>—</b>	<b>87.89</b>

应收账款的前五大客户皆为公司的非关联方,且主要是与公司合作时间较长的客户,账龄均在一年以内,无法收回的风险较小。

#### 4、预付款项

##### (1) 预付款项账龄分析

报告期各期末,公司预付款项情况如下:

单位:万元

项目	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	12,100.82	96.63	9,921.60	93.81	6,898.55	97.04
1-2年	364.81	2.92	598.01	5.65	177.69	2.50
2-3年	36.07	0.29	36.44	0.34	33.00	0.46
3年以上	20.60	0.16	20.60	0.19	-	-
<b>合计</b>	<b>12,522.30</b>	<b>100.00</b>	<b>10,576.65</b>	<b>100.00</b>	<b>7,109.25</b>	<b>100.00</b>

公司预付账款系预付设备款、工程款以及原材料采购款。截至2015年3月31日,公司预付款项余额中无持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位款项,无预付关联方款项。

(2) 期末大额前五名情况

截至 2015 年 3 月 31 日，预付款项余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项期末余额合计数的比例 (%)
广东开平建安集团有限公司	非关联关系	4,583.82	1 年以内	36.61
晋中市榆次区大地建设投资开发有限公司	非关联关系	1,000.00	1 年以内	7.99
开平市龙胜镇现龙百香果种植专业合作社	非关联关系	686.14	1 年以内	5.48
中国石化销售有限公司广东江门石油分公司	非关联关系	598.52	1 年以内	4.78
肇庆洛克流体技术有限公司	非关联关系	566.75	1 年以内	4.53
<b>合计</b>	-	<b>7,435.23</b>	-	<b>59.39</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，预付款项余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项年末余额合计数的比例 (%)
广东开平建安集团有限公司	非关联方	2,381.48	1 年以内	22.52
晋中市榆次区大地建设投资开发有限公司	非关联方	1,000.00	1 年以内	9.45
开平市龙胜镇现龙百香果种植专业合作社	非关联方	693.61	1 年以内	6.56
肇庆东洋洛克流体设备科技发展有限公司	非关联方	567.77	1 年以内	5.37
中国石油化工股份有限公司广东江门石油分公司	非关联方	549.07	1 年以内	5.19
<b>合计</b>	-	<b>5,191.93</b>	-	<b>49.09</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，预付款项余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项年末余额合计数的比例 (%)
肇庆东洋洛克流体设备科技发展有限公司	非关联方	893.82	1 年以内	12.57
北京汇源集团万荣有限公司	非关联方	688.57	1 年以内	9.69
江门市蓬江区精高科技有限公司	非关联方	891.61	1 年以内	12.54
上海诚一食品原料有限公司	非关联方	450.00	1 年以内	6.33
卡泰利食品机械(天津)有限公司	非关联方	356.00	1 年以内	5.01

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项年末余额合计数的比例(%)
合计	-	3,280.00	-	46.14

各报告期末，预付款项余额前五名皆为公司非关联方，且账龄都在 1 年以内。

## 5、存货

### (1) 各期末存货情况

单位：万元

项目	2015年3月31日			2014年12月31日		2013年12月31日	
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值
原材料	2,453.91	451.91	2,002.00	3,260.60	3,260.60	3,035.02	3,035.02
在产品	1,734.76	-	1,734.76	494.77	494.77	275.32	275.32
库存商品	1,865.93	-	1,865.93	2,780.18	2,780.18	2,664.19	2,664.19
发出商品	258.26	-	258.26	177.54	177.54	-	-
低值易耗品	791.10	-	791.10	810.70	810.70	450.56	450.56
合计	7,103.95	451.91	6,652.04	7,523.80	7,523.80	6,425.10	6,425.10

各报告期末，公司的存货主要由原材料、库存商品、在产品构成，三者合计分别占到存货总额的 92.99%、86.87%、84.23%。2013 年、2014 年不存在计提存货跌价准备的情况，2015 年因产品结构调整，部分原材料不再使用，故对这部分原材料相应计提了跌价准备。

### (2) 存货规模分析

报告期各期末，公司的存货净额分别为 6,425.10 万元、7,523.80 万元和 6,652.04 万元，公司存货净额占流动资产和资产总额的比例情况如下：

单位：万元

存货	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面价值	6,652.04	7,523.80	6,425.10
占流动资产比例(%)	8.19	8.42	10.12
占总资产的比例(%)	4.70	5.02	5.94

2014 年末公司的存货账面价值比上年末增加了 1,098.70 万元，主要系公司生产及销售规模不断扩大，主要原材料、在产品相应增加所致。此外，公司存货占总资产比例及流动资产的比例较低，基本保持在维持企业正常生产经营的数量

范围，且呈逐年降低的趋势。

## 6、固定资产

报告期各期末，公司主要固定资产构成情况如下：

单位：万元

类别	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>固定资产原价：</b>			
房屋及建筑物	11,808.68	11,808.68	11,806.76
机器设备	18,560.72	18,155.55	9,141.49
运输设备	4,077.12	3,803.89	3,012.05
其他设备	660.04	645.30	507.60
<b>小计</b>	<b>35,106.56</b>	<b>34,413.42</b>	<b>24,467.90</b>
<b>累计折旧：</b>			
房屋及建筑物	2,081.77	1,942.10	1,382.53
机器设备	4,375.50	3,854.73	2,437.74
运输设备	2,109.38	1,901.57	1,361.89
其他设备	386.06	343.60	211.78
<b>小计</b>	<b>8,952.71</b>	<b>8,042.01</b>	<b>5,393.95</b>
<b>固定资产净值：</b>			
房屋及建筑物	9,726.90	9,866.57	10,424.22
机器设备	14,185.22	14,300.82	6,703.74
运输设备	1,967.74	1,902.32	1,650.16
其他设备	273.98	301.70	295.81
<b>合计</b>	<b>26,153.85</b>	<b>26,371.41</b>	<b>19,073.95</b>

截至2015年3月31日，公司固定资产主要由机器设备、房屋及建筑物、运输设备组成。2014年固定资产净值比上年同期增加7,297.46万元，增幅为38.26%，主要原因是公司为了开拓新的产品和区域，购进了相关生产线，以扩大产能。

各报告期末，公司不存在重大闲置、通过融资租赁租入、通过经营租赁租出以及未办妥产权证书的固定资产。

## 7、在建工程

截至2015年3月31日，在建工程净额为12,807.63万元。公司在建工程变动明细列示如下：

单位：万元

项目	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值

江门醋饮料生产基地待安装设备	7,614.63	7,614.63	7,726.98	7,726.98	6,591.24	6,591.24
江门醋饮料生产基地项目	4,693.93	4,693.93	4,526.19	4,526.19	171.79	171.79
河北原料果醋及醋饮料生产研发基地项目	212.12	212.12	212.12	212.12	-	-
江西醋饮料生产基地项目	158.24	158.24	129.21	129.21	36.10	36.10
研发大楼建设项目	121.87	121.87	117.71	117.71	45.79	45.79
研究院待安装设备	6.84	6.84	6.84	6.84	-	-
<b>合计</b>	<b>12,807.63</b>	<b>12,807.63</b>	<b>12,719.05</b>	<b>12,719.05</b>	<b>6,844.92</b>	<b>6,844.92</b>

截至2015年3月31日，公司不存在需计提在建工程减值准备的情形。2014年公司在建工程价值比2013年增加了85.82%，主要系公司新建江门醋饮料生产基地、河北天地壹号、江西天地壹号醋饮料生产基地，研发大楼建设等项目。

截至2015年3月31日，公司重大在建工程项目变动情况列示如下：

单位：万元

工程名称	年初余额	本年增加	本年减少		年末余额
			转入固定资产	其他减少	
江门醋饮料生产基地待安装设备	7,726.98	286.58	398.93	-	7,614.63
江门醋饮料生产基地项目	4,526.19	167.74	-	-	4,693.93
研发大楼建设项目	117.71	4.16	-	-	121.87
河北原料果醋及醋饮料生产研发基地项目	212.12	-	-	-	212.12
江西醋饮料生产基地项目	129.21	29.03	-	-	158.24
研究院待安装设备	6.84	-	-	-	6.84
<b>合计</b>	<b>12,719.05</b>	<b>487.50</b>	<b>398.93</b>	<b>-</b>	<b>12,807.63</b>

截至2014年12月31日，公司重大在建工程项目变动情况列示如下：

单位：万元

工程名称	年初余额	本年增加	本年减少		年末余额
			转入固定资产	其他减少	

江门醋饮料生产基地待安装设备	6,591.24	8,818.81	7,674.85	8.22	7,726.98
江门醋饮料生产基地项目	171.79	4,354.40	-	-	4,526.19
研发大楼建设项目	45.79	71.92	-	-	117.71
河北原料果醋及醋饮料生产研发基地项目	-	212.12	-	-	212.12
江西醋饮料生产基地项目	36.10	93.11	-	-	129.21
研究院待安装设备	-	6.84	-	-	6.84
<b>合计</b>	<b>6,844.92</b>	<b>13,557.20</b>	<b>7,674.85</b>	<b>8.22</b>	<b>12,719.05</b>

截至2013年12月31日，公司重大在建工程项目变动情况列示如下：

单位：万元

工程名称	年初余额	本年增加	本年减少		年末余额
			转入固定资产	其他减少	
江门分厂2号厂房	2,043.69	960.78	3,004.47	-	-
江门醋饮料生产基地待安装设备	2,554.30	7,004.95	2,968.02	-	6,591.24
研发大楼建设项目		45.79			45.79
江门醋饮料生产基地项目		171.79			171.79
江西醋饮料生产基地项目	-	36.10	-	-	36.10
江门醋饮料生产基地1栋		658.50	658.50	-	-
<b>合计</b>	<b>4,597.99</b>	<b>8,877.91</b>	<b>6,630.98</b>	<b>-</b>	<b>6,844.92</b>

各报告期末，公司重大在建工程主要是厂房、研发大楼、生产线建设。

截至2015年3月末，公司在建工程进度说明情况如下表：

单位：万元

项 目	账面余额	用途	预计完成时间
江门醋饮料生产基地待安装设备	7,614.63	生产使用	2015/8/31
江门醋饮料生产基地项目	4,693.93	生产使用	2015/8/31
河北原料果醋及醋饮料生产研发基地项目	212.12	研发及生产使用	2017/6/30
江西醋饮料生产基地项目	158.24	生产使用	2016/6/30
研发大楼建设项目	121.87	研发使用	2016/8/31
研究院待安装设备	6.84	研发使用	2015/6/30
<b>合计</b>	<b>12,807.63</b>		

在建工程项目主要是江门新生产基地及河北、江西生产基地项目，公司销售规模在快速扩张的同时对研发及生产配套的需求日趋紧迫，在建工程的如期完工是未来期间的生产和销售计划实施的重要保障。

其中，2015年3月末在建工程-江门醋饮料生产基地待安装设备主要明细如

下:

单位: 万元

项目	账面余额	主要用途	原产国及制造商
(800罐每分钟) 灌装生产线 (冷灌装)	2,885.63	生产使用	意大利帕尔玛 CFT S. P. A.
(800罐每分钟) 灌装生产线 (冷热灌装)	2,931.00	生产使用	意大利帕尔玛 CFT S. P. A.
自动卸垛机/低位码垛机/传送带等设备	1,340.00	生产使用	意大利帕尔玛 CFT S. P. A.
其他设备	458.00	生产使用	中国

2015年3月末在建工程-江门醋饮料生产基地项目基本情况如下:

工程名称	施工方	合同金额 (万元)	建筑面积 (平方米)	单位造价 (元/平方米)
新建醋饮料生产基地 (包括发酵车间、联合车间、制冷站、动力车间、办公楼、宿舍、礼堂、培训中心等)	广州石化建设监理有限公司	35.00	47,010.00	1,468.41
一期、二期设计	中国中轻国际工程有限公司	238.00		
发酵车间、联合车间、制冷站、动力车间代建管理	江门博信投资管理有限公司	80.00		
发酵车间、联合车间、制冷站、动力车间土建	广东开平建安集团有限公司	5,000.00		
轻钢屋面结构 (动力车间、发酵车间和食堂) 和构造大棚 (动力车间、发酵车间和联合车间一之间)	广州市中虹钢结构工程有限公司	500.00		
联合车间一钢结构工程	广州市中虹钢结构工程有限公司	1,050.00		

公司的产品有较大的季节性, 每年的春节和中秋节是销售旺季, 销售量会大幅的增加, 当销售旺季的到来, 产能明显的跟不上销售, 为了弥补产能的不足, 公司在江门新建了醋饮料生产基地, 引进了 2 条意大利帕尔玛CFT S. P. A. 进口生产线, 目前在新建生产基地厂房的扩建待安装中。

报告期内公司主要产品的产能、产量、销量情况如下表:

年度	瓶装生产线				
	产能 (吨)	产量 (吨)	产能利用率	销量 (吨)	产销率
2015 年一季 度	21,809.39	8,806.9	40.38%	7,262.23	82.46%
2014 年	88,092.81	51,996.27	59.02%	54,465.7	104.75%
2013 年	88,092.81	54,553.70	61.93%	52,519.77	96.27%
年度	罐装生产线 (1000 线&575 线&1200 线)				
	产能 (吨)	产量 (吨)	产能利用率	销量 (吨)	产销率

2015年一季度	47,383.6	32,919.36	69.47%	30,738.92	93.38%
2014年	191,392.59	95,403.47	49.85%	97,393.77	102.09%
2013年	98,828.38	83,830.18	84.82%	83,703.45	99.85%
罐装600线					
	产能(吨)	产量(吨)	产能利用率	销量(吨)	产销率
2015年一季度	10,065.87	4,879.75	48.48%	6,452.26	132.23%
2014年	40,658.22	6,066.87	14.92%	6,515.36	101.51%
2013年	-	-	-	-	-

注：产能按照日均2班21.5小时计算，灌装600线系2014年新增投入使用。

附表：旺季产能利用率

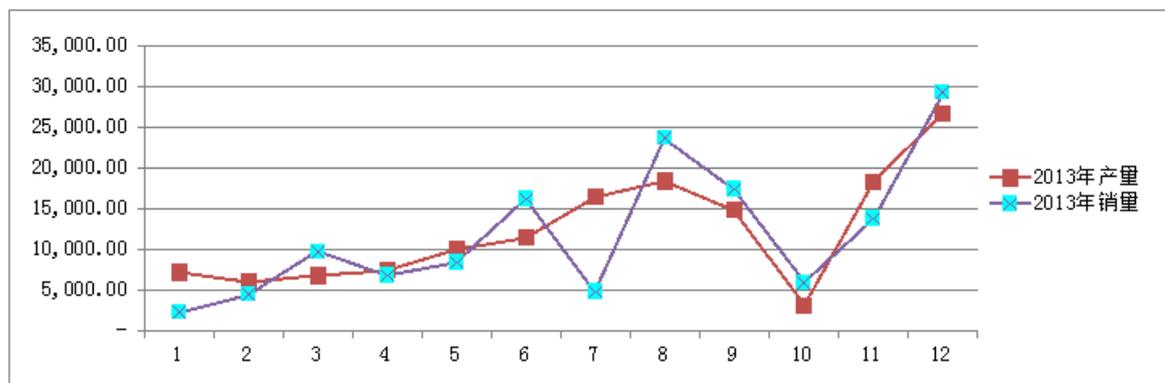
生产线 \ 产能利用率	2013年8月	2013年12月	2014年8月	2014年12月
瓶装	33.78%	98.27%	35.28%	88.88%
罐装1000线&575线&1200线	96.93%	84.68%	91.55%	85.67%
罐装600线	68.82%	91.42%	45.86%	0.00%

公司新建醋饮料江门生产基地主要是由于两个方面的考虑：

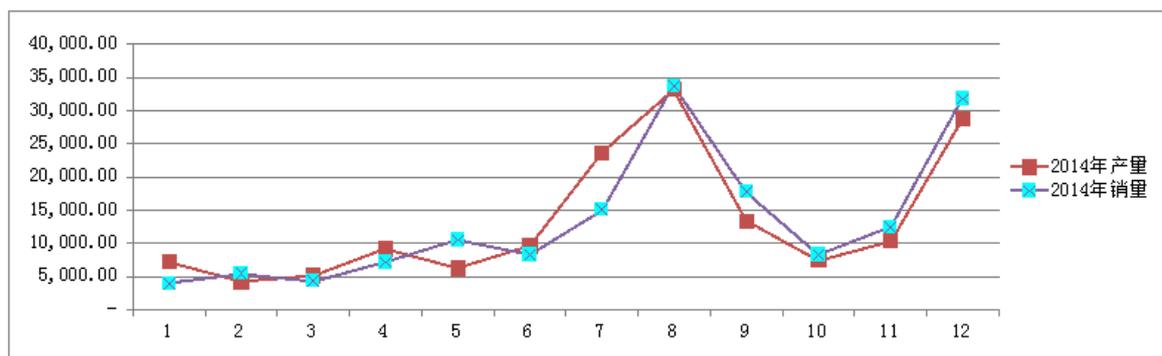
一是公司的产品销售存在较为明显的季节性特征，每年的春节和中秋节是销售旺季，销售量会大幅的增加，当销售旺季的到来，产能一定程度上跟不上销售，上述在建项目主要是为了满足未来市场进一步增长而导致的产能不足。

公司产品的销量和产量的季节性变化如下图：

2013年产品产量销量变化图：



2014年产品产量销量变化图：



二是上述在建项目是公司实现从多品类运营（天地壹号陈醋饮料+天地壹号苹果醋饮料）切入多品牌运营模式（天地壹号系列和百草壹号系列饮料并举）的战略规划的前提和基本条件。”

## 8、无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

### （1）无形资产原值

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
土地使用权	13,436.66	13,436.66	13,436.66
商标	221.90	221.90	221.90
ERP管理软件	188.89	161.97	104.83
专利权及非专利技术	3,652.36	3,652.36	3,646.36
山泉水使用权	1,950.00	1,950.00	1,950.00
合计	19,449.82	19,422.89	19,359.76

### （2）累计摊销

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
土地使用权	624.18	554.71	276.96
商标	51.39	44.10	14.87
ERP管理软件	120.20	102.00	54.56
专利权及非专利技术	1,131.07	1,037.66	663.94
山泉水使用权	335.48	272.58	21.91
合计	2,262.33	2,011.06	1,032.24

### （3）账面价值

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
土地使用权	12,812.48	12,881.95	13,159.71
商标	170.51	177.80	207.03

ERP管理软件	68.69	59.96	50.27
专利权及非专利技术	2,521.29	2,614.70	2,982.42
山泉水使用权	1,614.52	1,677.42	1,928.09
<b>合计</b>	<b>17,187.49</b>	<b>17,411.83</b>	<b>18,327.52</b>

各报告期末，公司无形资产主要由土地使用权、专利权及非专利技术、山泉水使用权构成，亦不存在抵押或担保的无形资产。期末无形资产不存在成本高于可回收金额的情形，故未计提减值准备。

## 9、资产减值准备

截至2015年3月31日，公司资产减值准备余额变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本年增加	本年减少		期末余额
			转回	其他转出	
坏账准备	200.80	498.34	-	-	699.14
存货跌价准备	-	451.91	-	-	451.91
商誉减值准备	520.34	-	-	-	520.34
<b>合计</b>	<b>721.14</b>	<b>950.24</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1,671.39</b>

截至2014年12月31日，公司资产减值准备余额变动情况如下：

单位：万元

项目	年初余额	本年增加	本年减少		年末余额
			转回	其他转出	
坏账准备	168.64	32.17	-	-	200.80
商誉减值准备	520.34	-	-	-	520.34
<b>合计</b>	<b>688.98</b>	<b>32.17</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>721.14</b>

截至2013年12月31日，公司资产减值准备余额变动情况如下：

单位：万元

项目	年初余额	本年增加	本年减少		年末余额
			转回	其他转出	
坏账准备	68.02	100.62	-	-	168.63
商誉减值准备	109.89	410.44	-	-	520.34
<b>合计</b>	<b>177.91</b>	<b>511.06</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>688.98</b>

## 10、商誉

公司商誉产生的原因，初始及后续计量方法，期末减值测试情况如下：

(1) 巴马长寿村商誉形成过程及商誉减值准备的计提

①巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司系2007年8月7日由徐小康、高

兆荣、陈桂安共同出资设立的有限责任公司，设立时注册资本为 200 万元，后经过一次股权转让，截止 2013 年 9 月 30 日股权结构为：

股东名称	实收资本(元)	持股比例(%)
徐小康	840,000.00	42.00
高兆荣	420,000.00	21.00
陈桂安	420,000.00	21.00
陈桂富	320,000.00	16.00
合计	2,000,000.00	100.00

2013 年 11 月 21 日，公司与徐小康、高兆荣、陈桂安、陈桂富签署股权转让合同，徐小康、高兆荣、陈桂安、陈桂富分别将其持有的巴马长寿村 42%、21%、21%、16%股权以人民币 23,367,920.00 元（股权转让款 1,980 万元，股权转让相关税费 3,567,920.00 元由天地壹号缴纳）转让给天地壹号，巴马长寿村已办理工商变更登记，巴马瑶族自治县工商行政管理局于 2013 年 12 月 5 日核发注册号为 451227200000180(1-1)《企业法人营业执照》，本次股权转让后，股权结构变更为：

股东名称	实收资本(元)	持股比例(%)
天地壹号饮料股份有限公司	2,000,000.00	100.00
合计	2,000,000.00	100.00

营业执照注册号：451227200000180(1-1)

注册地址：巴马瑶族自治县那桃乡廷炉那汉

法定代表人：王广

经营范围：饮料【瓶(桶)装饮用水类(其他饮用水)】生产、销售；包装容器生产(筹建分支机构经营项目)。

②购买日为 2013 年 12 月 1 日，确定依据为：

天地壹号、徐小康、高兆荣、陈桂安、陈桂富(以下简称“各方”)于 2013 年 11 月 21 日签署股权转让合同，截至 2013 年 12 月 2 日(银行结算时间)公司已将股权转让款中 1,800 万元支付给股权出让方，交易各方已于 2013 年 12 月 2 日完成了必要的财产权移交手续，王广先生在该日正式成为巴马长寿村的法定代表人，天地壹号获得了对该公司的控制权；从而认定购买日为 2013 年 12 月 2 日，为了保证一个完整的会计期间(月份)，所以确定巴马长寿村于 2013 年 12 月 1 日纳入本公司的合并范围。

### ③被购买方可辨认资产负债情况

单位：元

项目	2013年12月1日(购买日)	
	账面价值	公允价值
资产总额	7,237,476.33	29,993,232.81
负债总额	10,436,183.23	10,436,183.23
所有者权益	-3,198,706.90	19,557,049.58

### ④商誉的计算方法：

根据信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)广州分所(报告号XYZH/2013GZA1021)对巴马长寿村截止2013年9月30日净资产进行审计,巴马长寿村截止2013年9月30日经审计的净资产为人民币-3,007,878.00元,双方在审计的基础上协商确定土地、商标、专利、山泉水使用权等无形资产价值24,250,000.00元,在此基础上,经各方协商同意,实际交易价格为:人民币19,800,000.00元。公司将双方协商确定的无形资产价值与其账面价值的差异作为巴马长寿村收购时增值部分,金额为22,755,756.48元。

审计基准日为2013年9月30日,而购买日为2013年12月1日,由于购买日与审计基准日时间间隔较短,可辨认净资产公允价值未发生较大变动,因此天地壹号有限购买日可辨认净资产的公允价值以购买日经审计的净资产(即-3,198,706.90元)加上审计基准日的双方协商确定的无形资产增值(即22,755,756.48元)确定。即购买日巴马长寿村的可辨认净资产公允价值如前述③所示为19,557,049.58元。

### 商誉的计算过程：

合并商誉=企业合并成本-购买日取得被购买方可辨认净资产

=23,367,920.00元-19,557,049.58元

=3,810,870.42元

### ⑤商誉减值准备的计提

由于天地壹号收购巴马长寿村以后尚未开展运营,预计2015年下半年产品开始投入市场,待产生效益以后比较业绩与天地壹号收购时预计效益进行对比,商誉是否发生减值,故报告期内未对该商誉计提相应的减值准备。

## (2) 红源果业商誉形成过程及商誉减值准备的计提

### ①历史沿革

承德红源果业有限公司系 2000 年 1 月 18 日由王东升、裴中辰、牛明亮、冉松杰、勾中原、闫斌、陈东彦、郭云超和河南新密市昌源集团电力有限公司共同出资设立的有限责任公司，设立时的注册资本为人民币 80 万元，后经过一系列股权转让及增资，截至 2011 年 9 月 30 日股权结构如下：

股东姓名或名称	实收资本(元)	出资方式	持股比例(%)
闫斌	7,600,000.00	现金	95.00
刘宝元	200,000.00	现金	2.50
郭云地	200,000.00	现金	2.50
合计	8,000,000.00		100.00

2011 年 11 月 25 日，天地壹号有限、红源果业、闫斌、刘宝元、郭云地签署《关于承德红源果业有限公司的股权收购协议》，约定闫斌、刘宝元、郭云地分别将其持有的红源果业 95%、2.5%、2.5% 股权以人民币 3,800 万元转让给天地壹号有限，同时闫斌需在此次股权转让前，对红源果业增资 730 万元用于清偿部分历史债权债务。2011 年 11 月 28 日，红源果业股东会决议通过，增加注册资本 730 万元，由闫斌以货币增资。此次增资经隆化鑫正会计师事务所有限责任公司审验，并出具了文号为“隆会变验字【2011】第 79 号”的验资报告。本次增资已于 2011 年 11 月 30 日完成工商变更登记，增资后股权结构变更为：

股东姓名或名称	实收资本(元)	出资方式	持股比例(%)
闫斌	14,900,000.00	现金	97.38
刘宝元	200,000.00	现金	1.31
郭云地	200,000.00	现金	1.31
合计	15,300,000.00		100.00

2011 年 12 月 30 日，红源果业完成工商变更登记，成为天地壹号有限全资子公司，隆化县工商行政管理局核发了注册号为 130825000000636《企业法人营业执照》，本次股权转让后，股权结构变更为：

股东名称	实收资本(元)	持股比例(%)
天地壹号有限	15,300,000.00	100.00
合计	15,300,000.00	100.00

根据红源果业 2012 年 11 月 21 日股东会决议和修改后章程的规定，申请增加注册资本人民币 1,470 万元，由本公司于 2012 年 12 月 6 日之前缴足，变更

后的注册资本为人民币 3,000 万元，股东仍为本公司。该项出资业经信永中和会计师事务所审验，并于 2012 年 12 月 7 日出具 XYZH/2012GZA1038《验资报告》，红源果业已于 2012 年 12 月 12 日完成工商变更登记手续。

营业执照注册号：130825000000636

注册地址：隆化县隆化镇工业路 1 号

法定代表人：王广

经营范围：果醋、蜜饯制造、销售及其相关技术开发、研究、转让；果树、蔬菜栽培技术开发研究转让；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外（上述项目在有效的许可证范围内生产经营）

②购买日为 2011 年 12 月 31 日，确定依据为：

天地壹号有限、红源果业、闫斌、刘宝元、郭云地（以下简称“各方”）于 2011 年 11 月 25 日签署《关于承德红源果业有限公司的股权收购协议》，截至 2011 年 12 月 13 日（银行结算时间）公司已将全部款项支付给股权出让方，交易各方已于 2011 年 12 月 30 日完成了必要的财产权移交手续，王广先生在该日正式成为红源果业的法定代表人，天地壹号有限获得了对该公司的控制权；从而认定购买日为 2011 年 12 月 30 日，为了保证一个完整的会计期间(月份)，所以确定红源果业于 2011 年 12 月 31 日纳入本公司的合并范围。

③被购买方可辨认资产负债情况

项目	2011 年 12 月 31 日（购买日）	
	账面价值	公允价值
资产总额	24,344,194.45	65,863,121.59
负债总额	28,787,561.29	28,787,561.29
所有者权益	-4,443,366.84	37,075,560.30

④商誉的计算

根据信永中和会计师事务所有限责任公司广州分所及广东中广信资产评估有限公司对红源果业截止 2011 年 9 月 30 日净资产进行审计和评估，红源果业截止 2011 年 9 月 30 日经审计的净资产为-14,599,402.28 元，成本法评估的净

资产为 26,919,524.86 元，评估增值 41,518,927.14 元，系固定资产、无形资产评估增值，收益法评估的净资产为 52,080,000.00 元，经各方协商，将红源果业部分债权债务剥离，由闫斌以增资方式承担，于此次股权转让前，对红源果业增资 730 万元，在上述基础上各方同意以收益法评估值为依据，确定实际交易价格为：人民币 38,000,000.00 元。

评估基准日为 2011 年 9 月 30 日，而购买日为 2011 年 12 月 31 日，由于购买日与评估基准日时间间隔较短，可辨认净资产公允价值未发生较大变动，因此天地壹号有限购买日可辨认净资产的公允价值以购买日经审计的净资产（即 -4,443,366.84 元）加上评估基准日的固定资产、无形资产评估增值（即 41,518,927.14 元）确定。即购买日红源果业的可辨认净资产公允价值如前述③所示为 37,075,560.30 元。

商誉的计算过程：

$$\begin{aligned} \text{合并商誉} &= \text{企业合并成本} - \text{购买日取得被购买方可辨认净资产公允价值} \\ &= 38,000,000.00 \text{ 元} - 37,075,560.30 \text{ 元} \\ &= 924,439.70 \text{ 元} \end{aligned}$$

#### ⑤商誉减值准备的计提

公司将红源果业报告期内实际完成的业绩与当时天地壹号收购其评估时需完成的业绩进行对比分析如下表：

单位：元

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年 1-3 月
实际净利润	5,640,282.03	9,549,017.41	1,468,358.72
收购评估时预计净利润	5,415,500.00	6,728,900.00	944,716.67
收购时评估价格	52,080,000.00		
实际交易价格	38,000,000.00		
收购时实际交易价格占评估价格比率	72.96%		

从上表可以看出，红源果业报告期内实际完成业绩远远高于收购时评估预计需完成的业绩，该项收购确认的商誉无需计提减值准备。

### (3) 山西老陈壹号生物科技有限公司商誉形成过程及减值准备计提情况

#### ①历史沿革

山西老陈壹号生物科技有限公司（原名晋中百家醋潭味业有限公司，2012年10月变更为现名）系2006年3月14日由自然人张奎、王广、要爱龙共同出资设立的有限责任公司，设立时注册资本人民币50万元，后经过一系列增资，截至2011年9月30日股权结构为：

单位：元

股东名称	实收资本	持股比例 (%)
张奎	1,050,000.00	30.00
王广	1,400,000.00	40.00
要爱龙	1,050,000.00	30.00
合计	3,500,000.00	100.00

2011年11月30日，天地壹号有限、老陈壹号、王广、张奎、要爱龙签署《关于晋中百家醋潭味业有限公司的股权收购协议》，王广、张奎、要爱龙分别将其持有的老陈壹号40%、30%、30%股权以人民币900万元转让给天地壹号有限，老陈壹号已办理工商变更登记，山西省晋中市工商行政管理局于2011年12月30日核发注册号为140700200001892《企业法人营业执照》，本次股权转让后，股权结构变更为：

单位：元

股东名称	实收资本	持股比例 (%)
天地壹号有限	3,500,000.00	100.00
合计	3,500,000.00	100.00

营业执照注册号：140700200001892

注册地址：晋中市榆次区张庆乡怀仁村

法定代表人：王广

经营范围：许可经营项目：生产：食醋；粮食收购（凭有效的许可证件核定的范围、期限经营）

②购买日为2011年12月31日，确定依据为：

天地壹号有限、老陈壹号、王广、张奎、要爱龙（以下简称“各方”）于2011年11月30日签署《关于晋中百家醋潭味业有限公司的股权收购协议》，截至2011年12月12日（银行结算时间）公司已将全部款项支付给股权出让方，交易各方已于2011年12月30日完成了必要的财产权移交手续，王广先生在该日正式成为老陈壹号的法定代表人，天地壹号有限获得了对该公司的控制权；

从而认定购买日为 2011 年 12 月 30 日，为了保证一个完整的会计期间(月份)，所以确定老陈壹号于 2011 年 12 月 31 日纳入本公司的合并范围。

③被购买方可辨认资产负债情况

单位：元

项目	2011 年 12 月 31 日 (购买日)	
	账面价值	公允价值
资产总额	5,739,186.72	5,828,822.41
负债总额	2,032,213.63	2,032,213.63
所有者权益	3,706,973.09	3,796,608.78

④商誉的计算方法：

根据信永中和会计师事务所有限责任公司广州分所及广东中广信资产评估有限公司对老陈壹号截止 2011 年 9 月 30 日净资产进行审计和评估，老陈壹号截止 2011 年 9 月 30 日经审计的净资产为 3,158,780.75 元，成本法评估的净资产为 3,248,416.44 元，评估增值 89,635.69 元，系固定资产评估增值，收益法评估的净资产为 13,880,000.00 元，经各方协商同意，以上述收益法评估值为依据，确定实际交易价格为：人民币 9,000,000.00 元。

评估基准日为 2011 年 9 月 30 日，而购买日为 2011 年 12 月 31 日，由于购买日与评估基准日时间间隔较短，可辨认净资产的公允价值未发生较大变动，因此天地壹号有限购买日的公允价值以购买日经审计的净资产（即 3,706,973.09 元）加上评估基准日固定资产的增值额（即 89,635.69 元）确定。即购买日老陈壹号的可供辨认净资产公允价值如前述③所示为 3,796,608.78 元。

商誉的计算过程：

合并商誉=企业合并成本-购买日取得被购买方可辨认净资产公允价值

=9,000,000.00 元-3,796,608.78 元

=5,203,391.22 元

⑤商誉减值准备的计提

公司将老陈壹号收购后实际完成的业绩与当时天地壹号收购其评估时需完成的业绩进行对比分析如下表：

单位：元

项目	2012年	2013年	合计
实际净利润	1,299,227.15	-1,002,344.13	296,883.02
收购评估时预计净利润	2,540,200.00	5,078,400.00	7,618,600.00
收购时评估价格	13,880,000.00		
实际交易价格	9,000,000.00		
收购时实际交易价格占评估价格比率	64.84%		

从上表可以看出，实际收益未达到评估时预计利润，出于谨慎性原则，对收购时形成的商誉全额计提减值准备。

## （八）报告期内各期末的主要债务情况

公司报告期内，各期末的负债结构情况如下：

单位：万元

项 目	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
短期借款	-	-	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-	-	-
应付票据	5,797.58	13.44	8,738.10	16.19	8,264.92	26.06
应付账款	6,597.89	15.30	7,454.22	13.81	8,931.04	28.16
预收款项	25,534.48	59.20	30,074.78	55.72	6,049.98	19.08
应付职工薪酬	1,870.54	4.34	3,314.99	6.14	1,903.64	6.00
应交税费	2,337.06	5.42	3,977.21	7.37	5,904.33	18.62
应付利息	-	-	-	-	-	-
其他应付款	183.40	0.43	250.80	0.46	597.23	1.88
其他流动负债	358.26	0.83	149.28	0.28	64.45	0.20
<b>流动负债合计</b>	<b>42,679.22</b>	<b>98.95</b>	<b>53,959.38</b>	<b>99.98</b>	<b>31,715.59</b>	<b>100.00</b>
递延收益	436.75	1.01	-	-	-	-
递延所得税负债	16.54	0.04	11.91	0.02	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>453.29</b>	<b>1.05</b>	<b>11.91</b>	<b>0.02</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负 债 合 计</b>	<b>43,132.51</b>	<b>100.00</b>	<b>53,971.29</b>	<b>100.00</b>	<b>31,715.59</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司应付票据、应付账款、预收账款、应交税费、应付职工薪酬所占负债比例较大，且流动负债占到全部负债的绝大部分。公司的流动负债主要系正常的生产采购销售业务所产生，负债结构良好。

### 1、应付票据

单位：万元

票据种类	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
银行承兑汇票	5,797.58	8,738.10	8,264.92
合计	5,797.58	8,738.10	8,264.92

截至 2015 年 3 月 31 日，期末已到期公司尚未支付的应付票据总额为 0.00 元。

## 2、应付账款

### (1) 应付账款账龄

报告期各期末，公司应付账款情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 3 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
1 年以内	6,503.38	7,358.37	8,710.27
1 年以上	94.51	95.85	220.76
<b>合计</b>	<b>6,597.89</b>	<b>7,454.22</b>	<b>8,931.04</b>

各报告期末，应付账款主要为公司尚未支付的原材料采购款及包装材料款，且付款期限大部分在 1 年以内，报告期内各期 1 年内到期的应付账款分别占到总金额的 97.53%、98.71%、98.57%。截至 2015 年 3 月 31 日，应付账款中不含应付持本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

### (2) 各期末大额前五名情况

截至 2015 年 3 月 31 日，应付账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应付账款余额的比例
广东华兴玻璃股份有限公司	非关联关系	1,009.69	1 年以内	15.30%
广东奥瑞金包装有限公司	非关联关系	463.22	1 年以内	7.02%
太平洋制罐（肇庆）有限公司	非关联关系	442.39	1 年以内	6.71%
鹤山市广顺包装印刷有限公司	非关联关系	419.66	1 年以内	6.36%
广州中粮制罐有限公司	非关联关系	361.07	1 年以内	5.47%
<b>合计</b>		<b>2,696.03</b>		<b>40.86%</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，应付账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应付账款余额的比例
广东华兴玻璃股份有限公司	非关联关系	900.62	1 年以内	12.08%
太平洋制罐（漳州）有限公司	非关联关系	444.00	1 年以内	5.96%
佛山市粤玻实业有限公司	非关联关系	405.24	1 年以内	5.44%
广州中粮制罐有限公司	非关联关系	386.26	1 年以内	5.18%
广州市中荣糖业有限公司	非关联关系	375.52	1 年以内	5.04%
<b>合计</b>		<b>2,511.64</b>		<b>33.70%</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，应付账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应付账款余额的比例
惠州皇冠制罐有限公司	非关联关系	1,918.93	1 年以内	21.49%
波尔亚太(佛山)金属容器有限公司	非关联关系	1,718.97	1 年以内	19.25%
佛山高丰彩印包装有限公司	非关联关系	574.33	1 年以内	6.43%
太平洋制罐(北京)有限公司	非关联关系	422.96	1 年以内	4.74%
广东电网公司江门供电局	非关联关系	232.69	1 年以内	2.61%
<b>合计</b>		<b>4,867.88</b>		<b>54.52%</b>

### 3、预收款项

#### (1) 预收账款账龄分析

报告期各期末，公司预收账款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 3 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
1 年以内	25,534.48	30,074.78	6,049.98
1 年以上	-	-	-
<b>合计</b>	<b>25,534.48</b>	<b>30,074.78</b>	<b>6,049.98</b>

各报告期末，公司的预收账款账龄全部在 1 年以内，期末预收账款中无持有本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

预收账款主要是公司对经销商采取先款后货的销售结算方式形成的。2014 年预收账款较去年同期增加较大，主要是受相关政策影响，2014 年饮料行业，特别是佐餐饮料类别的饮料行业的景气度有所下降，部分经销商因无法完成公司年初制定的销售任务，从而使得 2014 年预收账款相应增加。2015 年开始行业景气度有所回升，2015 年同期销售收入较去年同期增幅达 145.08%，相应预收账款有所减少。

#### (2) 各期末大额前五名情况

截至 2015 年 3 月 31 日，预收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收账款余额的比例
广州市白云区同和海桩商行	非关联关系	1,228.48	1 年以内	4.81%
中山市西区粤桂副食品商行	非关联关系	1,187.05	1 年以内	4.65%
广州市增城福懋商店	非关联关系	940.43	1 年以内	3.68%

珠海市拱北佳辉商行	非关联关系	790.28	1年以内	3.09%
海丰县海城信颖贸易商行	非关联关系	735.00	1年以内	2.88%
<b>合计</b>		<b>4,881.24</b>		<b>19.12%</b>

截至2014年12月31日，预收账款金额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收账款余额的比例
广州市白云区同和海桩商行	非关联关系	1,787.34	1年以内	5.94%
普宁市康轩贸易有限公司	非关联关系	1,561.72	1年以内	5.19%
中山市西区粤桂副食品商行	非关联关系	1,471.01	1年以内	4.89%
广州市增城福懋商店	非关联关系	1,085.05	1年以内	3.61%
广州禧誉贸易有限公司	非关联关系	1,011.95	1年以内	3.36%
<b>合计</b>		<b>6,917.07</b>		<b>23.00%</b>

截至2013年12月31日，预收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收账款余额的比例
东莞市虎门张金祥饮料商行	非关联关系	698.52	1年以内	11.55%
深圳市宝安区石岩鸿锦商行	非关联关系	500.25	1年以内	8.27%
东莞市东城骏兴饮料店	非关联关系	424.20	1年以内	7.01%
广州市番禺区市桥逸旺食品店	非关联关系	317.76	1年以内	5.25%
普宁市流沙宝通润食品经营部	非关联关系	316.80	1年以内	5.24%
<b>合计</b>		<b>2,257.53</b>		<b>37.31%</b>

#### 4、应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应交增值税	752.45	1,853.73	2,836.40
应交所得税	1,431.74	1,842.40	2,645.17
其他	152.87	281.08	422.76
<b>合计</b>	<b>2,337.06</b>	<b>3,977.21</b>	<b>5,904.33</b>

公司应交税费期末余额主要为企业所得税和增值税，报告期各期末，应交企业所得税、增值税合计占应交税费比例分别为92.84%、92.93%和93.46%。

#### (九) 报告期内各期末的股东权益情况

报告期内，公司股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
----	------------	-------------	-------------

股本	40,000.00	40,000.00	40,000.00
资本公积	-	-	-
盈余公积	9,089.46	8,724.63	6,068.76
未分配利润	49,245.35	47,062.74	30,455.72
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	98,334.81	95,787.37	76,524.48
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	98,334.81	95,787.37	76,524.48

## (十) 报告期内现金流量情况

### 1、报告期内公司现金流量分析

报告期内公司现金流量分析详见本节之“五、(三)、4、获取现金能力分析”。

### 2、报告期内公司经营活动现金流量净额与净利润的匹配性情况如下：

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
净利润	2,547.44	25,262.89	31,444.57
经营活动现金流量净额	-5,437.21	52,559.50	40,888.04
经营活动现金流量净额/净利润	-2.13	2.08	1.30

2015年1-3月经营性现金流为负数，主要原因系经营性现金流支出较大及经营现金流流入减少所致，具体如下：A. 2014年末预收账款30,074.78万元，2015年3月31日预收账款为25,534.48万元，减少4,540万元，即公司2015年1-3月销售占用2014年底预收账款，经营性现金流流入减少4,540万元；B. 人员增加及调薪，致使人工及市场费用增加1,600多万元，即经营性现金流出增加1,600多万元；C. 2014年年末应付票据及应付账款为16,192.32万元，2015年3月31日应付票据及应付账款为12,395.48万元，即年底为公司销售旺季，原材料采购款增加，季节性差异致使经营性现金流出增加3,797万元；D. 扣除上述影响后，经营性现金流为4,500万元，与净利润的对比为1.77。

2014年经营性现金流量净额/净利润比例较高，主要系2014年整个饮料行业不景气，经销商为了获取来年价格折扣，预付货款比2013年年底增加24,024.80万元，扣除上述影响后，经营性现金流为28,535万元，与净利润的对比为1.13。即扣除相应的上述影响后公司报告内各期经营活动现金流波动的合理，经营活动现金流量净额与净利润匹配。

## 六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

### （一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号——关联方披露》相关规定，公司主要的关联方及关联关系如下：

序号	名称	关联关系	备注
1	陈生	控股股东、实际控制人	公司董事长、首席执行官；持有本公司 82.18%的股权
2	王广	持有公司股份 5%以上的主要股东	公司董事、副总裁；直接持有本公司 5.14%的股权，通过天地共富间接持有本公司 0.15%的股权
3	张鑫		公司副董事长；持有本公司 5.11%的股权
4	吴华向	公司董事、监事、高级管理人员	公司董事、副总裁；通过天地共富间接持有本公司 0.06%的股权
5	熊贤平		董事，副总裁；通过天地共富间接持有本公司 0.03%的股权
6	靳海涛		董事
7	周韬		董事
8	吴伯凡		董事
9	杨大贺		董事
10	林治鸣		监事；通过天地共富间接持有本公司 0.01%的股权
11	李昌辉		监事
12	陈郁华		监事
13	蔡术良		董事会秘书；通过天地共富间接持有本公司 0.03%的股权
14	黄水荣		财务负责人
15	闫斌		行政总裁；直接持有公司 1.00%的股权
16	刘彬		副总裁
17	红源果业		公司的子公司
18	老陈壹号	本公司的全资子公司	
19	江西天地壹号	本公司的全资子公司	
20	河北天地壹号	本公司的全资子公司	
21	天地共赢	本公司的全资子公司	
22	食品研究院	本公司的全资子公司	
23	巴马长寿村	本公司的全资子公司	
24	天地饮料销售	本公司的全资子公司	
25	壹号好水	本公司的全资子公司	
26	巴马壹号	本公司的全资子公司	
27	壹号食品	公司实际控制人控制或投资产生重大影响的企	陈生持有 89.28%的股权
28	正无穷生物		壹号食品全资子公司
29	安徽壹号		壹号食品全资子公司
30	湛江美而美		壹号食品全资子公司

31	海南壹号	业	壹号食品全资子公司
32	扁家兄弟		陈生持有 69%的股权, 黎小兵持有 1%的股权
33	扁家中医		扁家兄弟全资子公司
34	壹号种养		陈生持有 100%的股权
35	江门新马单		陈生持有 75.29%的股权, 王广持有 24.71%的股权
36	壹号厨房电子商务		陈生持有 90%的股权, 黎小兵持有 10%的股权
37	壹号厨房		壹号厨房电子商务全资子公司
38	壹号厨房深圳		壹号厨房电子商务全资子公司
39	熟了餐饮		陈生持有 31.5%的股权
40	肇庆农博士		陈生持有 35.71%的股权
41	达观营销	公司董事、 监事、高级 管理人员及 其亲属控制 的企业	王广的亲属控制的企业
42	达观投资		王广的亲属控制的企业
43	国智生物		王广的亲属控制的企业
44	香港国智		王广的亲属控制的企业
45	达观养生		王广的亲属控制的企业
46	佛山达观		王广的亲属控制的企业
47	达观经营		王广的亲属控制的企业
48	天地之中		闫斌控制的企业
49	天地共富	其他关联方	吴华向担任执行事务合伙人的企业
50	汇金科技		杨大贺担任独立董事的企业
51	深创投		靳海涛担任董事长的企业
52	新华电视		靳海涛担任独立非执行董事的企业

注：陈生与黎小兵是夫妻关系。

## (二) 关联交易

### 1、经常性关联交易

#### (1) 销售货物

报告期内，公司与其关联方发生的经常性关联交易主要是销售商品，具体情况如下：

单位：万元

关联方类型及关联方名称	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
广州壹号厨房电子商务有限公司	-	-	24.20	0.02%	-	-
广州壹号厨房食品有限公司	4.58	0.02%	9.27	0.01%	-	-
壹号厨房(深圳)食品有限公司	8.26	0.04%	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>12.84</b>	<b>0.06%</b>	<b>33.47</b>	<b>0.03%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

报告期内，公司与关联方发生的经常性关联交易主要系公司向壹号厨房销售醋饮料，通过壹号厨房及其子公司的住宅社区网络及线上销售平台进行销售，在各住宅社区以及线上对公司产品起到推广作用，有助于公司在成熟市场的渗透率。对关联方的商品销售均以市场价格销售，发生的交易较小，对报告期内的经营业绩不构成重大影响。

## 2、偶发性关联交易

各报告期内，公司不存在与关联方的偶发性关联交易。

## 3、关联方往来款项余额

### (1) 应收项目

单位：万元

项目名称	关联方	2015年3月31日		2014年12月31日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	广州壹号厨房食品有限公司	-	-	5.36	0.27
应收账款	广州壹号厨房电子商务有限公司	28.32	1.42	28.32	1.42
合计		28.32	1.42	33.68	1.69
占营业收入的比例		0.11%	-	0.03%	-

### (2) 应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2015年3月31日		2014年12月31日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预收款项	广州壹号厨房食品有限公司	2.70	-	-	-
预收款项	壹号厨房（深圳）食品有限公司	0.13	-	-	-
合计		2.83	-	-	-
占营业收入的比例		0.01%	-	-	-

2013年不存在关联方往来款项，2014年与2015年一季度，关联方往来款项余额占营业收入的比例非常低，不造成实质性的影响。

### (三) 关联交易的公允性

公司与关联方之间存在的应收/预收款项账面余额多数为基于销售商品所产生的应收/预收账款。公司向关联方销售商品的行为属于基于公司日常生产经

---

营需要所产生的日常性关联交易行为，关联交易价格由双方参照市场价格在协商一致的基础上确定，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

#### （四）规范关联交易的制度安排及执行情况

公司已在《公司章程》中对关联交易决策权力与程序作出了规定，同时也就关联方在关联交易表决中的回避制度作出了规定。此外，《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》以及《关联交易管理制度》等公司治理文件已对关联交易基本原则、关联交易回避制度与措施、关联交易决策权限、关联交易定价等事项作出了明确规定，以确保关联交易的公允。

公司产供销系统独立、完整，生产经营上不存在依赖关联方的情形；**报告期内公司虽制定相关关联交易制度，但进行关联交易时并未严格遵守相关制度履行内部决策程序。日后公司将依据法律法规、《公司章程》及各项制度的规定，切实严格履行、规范关联交易的内部决策程序，进一步保护公司和股东的利益。**

#### （五）关于规范关联交易的承诺

公司实际控制人就规范关联交易做出如下承诺：

“一、本人将诚信和善意履行作为天地壹号实际控制人的义务，尽量避免和减少本人及本人控制的其他企业与天地壹号(包括其控制的企业，下同)之间的关联交易；对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，将与天地壹号依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和公司章程的规定履行批准程序；关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；保证不利用关联交易非法转移天地壹号的资金、利润，不利用关联交易损害天地壹号及非关联股东的利益。

二、本人承诺在天地壹号董事会或股东大会对涉及本人及本人控制的其他企业的有关关联交易事项进行表决时，本人履行回避表决的义务。

三、本人将不会要求和接受天地壹号给予本人或本人控制的其他企业的与天地壹号在任何一项市场公平交易中给予独立第三方的条件相比更为优惠的条

---

件。

四、本人保证将依照天地壹号的章程规定参加股东大会，平等地行使股东权利并承担股东义务，不利用控股股东地位谋取不正当利益，不损害天地壹号及其他股东的合法权益。”

公司控股股东及其他持股 5%以上的股东就规范关联交易做出如下承诺：

“一、本人将诚信和善意履行作为天地壹号股东的义务，尽量避免和减少本人及本人控制的其他企业与天地壹号(包括其控制的企业，下同)之间的关联交易；对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，将与天地壹号依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和公司章程的规定履行批准程序；关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；保证不利用关联交易非法转移天地壹号的资金、利润，不利用关联交易损害天地壹号及股东的利益。

二、本人承诺在天地壹号股东大会对涉及本人及本人控制的其他企业的有关关联交易事项进行表决时，本人履行回避表决的义务。

三、本人将不会要求和接受天地壹号给予本人或本人控制的其他企业的与天地壹号在任何一项市场公平交易中给予独立第三方的条件相比更为优惠的条件。

四、本人将不以任何形式(包括但不限于以借款、代偿债务、代垫款项等方式)占用天地壹号的资金。”

公司董事、监事、高级管理人员就规范关联交易做出如下承诺：

“一、本人将诚信和善意履行作为公司董事、监事、高级管理人员的义务，尽量避免和减少本人及本人控制的其他企业与公司(包括其控制的企业，下同)之间的关联交易；对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，将与公司依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和公司章程的规定履行批准程序；关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润，不利用关联交易损害公司及股东的

---

利益。

二、本人承诺在公司董事会或监事会对涉及本人及本人控制的其他企业的有关关联交易事项进行表决时，本人履行回避表决的义务。

三、本人将不会要求和接受公司给予本人或本人控制的其他企业的与公司在任何一项市场公平交易中给予独立第三方的条件相比更为优惠的条件。

四、本人将不以任何形式(包含但不限于以借款、代偿债务、代垫款项等方式)占用公司的资金。

除非本人不再为天地壹号之董事、监事、高级管理人员，本承诺始终有效。若本人违反上述承诺给公司及股东造成损失，一切损失将由本人承担。”

#### **(六) 规范和减少关联交易的措施**

本公司将以股东利益最大化为原则，尽量减少关联交易。对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥独立董事、监事会的作用，以确保关联交易价格的公开、公允、合理，保护公司及股东利益不受损害。

### **七、期后事项、或有事项及其他重要事项**

#### **(一) 期后事项**

公司不存在需披露的资产负债表日后事项。

#### **(二) 或有事项**

报告期公司无需要披露的或有事项。

#### **(三) 其他重要事项**

报告期公司无需要披露的其他重要事项。

### **八、报告期内的资产评估情况**

报告期内，公司不存在进行资产评估的情况。

## 九、股利分配政策及最近两年的分配情况

### (一) 股利分配政策

公司缴纳所得税后的利润按下列顺序分配：

- (1) 弥补以前年度亏损；
- (2) 提取 10%法定盈余公积金；
- (3) 经股东大会决议，可提取任意公积金；
- (4) 剩余利润根据股东大会决议予以分配。

### (二) 最近两年股利分配情况

报告期内，公司进行过三次股利分配，全部采用现金分红方式：2013 年 3 月 26 日，公司召开 2012 年年度股东大会，审议通过 6,000.00 万元现金分红的议案；2013 年 10 月 9 日，公司召开 2013 年第二次临时股东大会，审议通过 5,000.00 万元现金分红的议案；2014 年 3 月 24 日，公司召开 2014 年第一次临时股东大会，审议通过 6,000.00 万元现金分红的议案。截至报告期末，三次现金分红均已实施完毕。

### (三) 公开转让后的股利分配政策

根据中国证监会《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》（证监会公告[2013]3 号），2014 年 5 月 28 日，公司召开 2014 年第 2 次临时股东大会审议并通过了关于修改《公司章程》的议案，根据经修改的《公司章程》，公司公开转让后执行的股利分配政策为现行的股利分配政策。

## 十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司纳入合并报表的有全资 10 家子公司。子公司的业务定位以及公司与子公司之间协同效应情况如下：

子公司	主营业务	天地壹号母、子公司之间的业务协同关系描述	在整个集团战略布局中的定位
承德红源果业有限公司	果醋、果醋饮料、蜜饯制造、销售	生产供应公司苹果醋产品的原醋	把控上游原材料原材料的生产环节，

	及其相关技术开发、研究、转让		保障原材料的品质和良品率的“双高”
山西老陈壹号生物科技有限公司	食醋生产	生产供应公司陈醋系列产品的原醋	
江西天地壹号饮料有限公司	包装食品批发兼零售	满足随着公司销售规模的快速扩大对产能的需求，优化公司生产基地布局，加快拓展江西、福建等地区的市场，为未来进一步提升产品的全国市场影响力奠定基础。	江西、福建等市场拓展的有力支点，实现规模效应
河北天地壹号生物科技有限公司	醋发酵、果醋、果醋饮料相关技术开发、研发	公司向上游原料果醋发展，是从源头保障醋饮料的质量安全与品质，从而进一步提高公司核心竞争优势。	扩大产能，提高工艺技术水平，增强质量安全和产品品质，进一步巩固行业龙头地位，充分发挥规模效应
巴马壹号食品饮料有限公司	预包装食品批发兼零售	通过专门设立项目运营平台实现新项目的科学管理，确保项目的顺利推进和风险控制。	作为公司运营天然泉水项目的平台同时，为开拓西南地区市场提供保障
广州壹号好水商贸有限公司	预包装食品批发	销售公司饮料产品	公司产品直营销售渠道子公司
广东天地壹号食品研究院有限公司	食品、饮料的研究开发、技术许可转让；食用农产品初级加工；农业种植（种植场地另设）	进一步加强母公司在技术研发方面的力度，全面提升公司自主创新能力。	加大对技术研发的投入，革新技术、生产工艺，加强食品安全检测能力，不断推出适应市场需求的新产品，是增强自主创新能力、提升品牌形象、进一步增强核心竞争力
广东天地壹号饮料销售有限公司	销售：预包装食品（凭有效的《食品流通许可证》经营）	销售公司饮料产品	公司产品直营销售渠道子公司
巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司	饮料[瓶（桶）装饮用水类（其他饮用水）]生产、销售；包装容器生产（筹建分支机构经营项目）。	负责即将上市的“巴马壹号”饮用天然山泉水产品的生产、销售环节	公司利用“巴马长寿村”的健康品牌优势，孵化出新的品牌“巴马壹号”天然山泉水，这是公司迈向构建多元化新锐健康饮料品牌孵化平台的重要一环
深圳市天地共赢	投资管理	运用股权投资方式，寻找合	集团化运营下设置

投资管理有限公 司		适兼并收购或参股标的，挖 掘新的盈利增长点	的投资机构
--------------	--	--------------------------	-------

## （一）承德红源果业有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2000年1月18日

公司地址：隆化县隆化镇工业1路

法定代表人：王广

注册资本：3,000.00万元

经营范围：果醋、果醋饮料、蜜饯制造、销售及其相关技术开发、研究、转让；果树、蔬菜栽培技术开发研究转让；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外（上述项目在有效的许可证范围内生产经营）。

### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	34,928,977.02	37,810,723.58
净资产	33,229,001.59	31,760,642.87
营业收入	9,811,839.69	38,365,064.30
净利润	1,468,358.72	9,549,017.41

## （二）山西老陈壹号生物科技有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2006年3月14日

公司地址：晋中市榆次区张庆乡怀仁村

法定代表人：王广

注册资本：350.00万元

经营范围：许可经营项目：生产：食醋；粮食收购（凭有效的许可证件核定

的范围、期限经营)

## 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	18,277,427.38	17,617,535.15
净资产	4,018,270.85	4,075,752.87
营业收入	1,654,251.59	7,171,324.68
净利润	-57,482.02	71,896.76

### (三) 江西天地壹号饮料有限公司

#### 1、基本情况

设立时间：2012年8月20日

公司地址：江西省九江市城西港区兴路以南、爱民路以西、港口河以北地块

法定代表人：王广

注册资本：1,000.00万元

经营范围：预包装食品批发兼零售（凭食品流通许可证有效期经营至2015年8月19日止）。

#### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	8,876,378.30	8,359,497.40
净资产	7,227,926.25	7,664,188.32
营业收入	0.00	0.00
净利润	-436,262.07	-1,404,941.71

### (四) 河北天地壹号生物科技有限公司

#### 1、基本情况

设立时间：2012年8月27日

公司地址：河北廊坊现代服务产业园区天地道1号

法定代表人：王广

注册资本：5,000.00 万元

经营范围：醋发酵、果醋、果醋饮料相关技术开发、研发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

## 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	51,728,656.32	52,225,348.91
净资产	47,548,667.56	48,046,952.35
营业收入	0.00	0.00
净利润	-498,284.79	-1,888,400.64

## （五）巴马壹号食品饮料有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2013年1月31日

公司地址：巴马镇寿乡大道746-1号

法定代表人：王广

注册资本：1,000.00 万元

经营范围：预包装食品批发兼零售。

### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	10,401,211.17	10,416,433.24
净资产	9,390,412.02	9,405,634.09
营业收入	0.00	0.00
净利润	-15,222.07	-43,221.72

## （六）广州壹号好水商贸有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2013年4月16日

公司地址：广州市天河区体育西路 103 号 4301 房

法定代表人：王广

注册资本：500.00 万元

经营范围：预包装食品批发。

## 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015 年 3 月 31 日/2015 年 1-3 月	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	23,521,272.49	28,384,844.91
净资产	1,840,881.57	843,969.24
营业收入	24,250,770.24	64,592,230.20
净利润	996,912.33	-3,125,751.29

## (七) 广东天地壹号食品研究院有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2013 年 12 月 3 日

公司地址：江门市蓬江区棠下镇江盛二路 21 号车间 203 室

法定代表人：王广

注册资本：1,000.00 万元

经营范围：食品、饮料的研究开发、技术许可转让；食用农产品初级加工；农业种植（种植场地另设）。

### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015 年 3 月 31 日/2015 年 1-3 月	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	9,961,708.16	10,437,744.53
净资产	9,823,605.95	10,200,096.54
营业收入	0.00	1,886,792.40
净利润	-376,490.59	204,103.43

## (八) 广东天地壹号饮料销售有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2013年10月22日

公司地址：江门市蓬江区棠下镇金桐一路11号2幢101室

法定代表人：王广

注册资本：1,000.00万元

经营范围：销售：预包装食品（凭有效的《食品流通许可证》经营）。

## 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	70,713,793.73	106,626,729.10
净资产	-7,794,483.14	4,347,694.13
营业收入	91,741,321.57	313,676,623.72
净利润	-12,142,177.27	-5,658,150.84

## （九）巴马世界长寿村度假旅游发展有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2007年8月7日

注册地址：巴马瑶族自治县那桃乡廷炉那汉

法定代表人：王广

注册资本：200.00万元

经营范围：饮料[瓶（桶）装饮用水类（其他饮用水）]生产、销售；包装容器生产（筹建分支机构经营项目）。（以上涉及许可证项目的凭许可证有效期经营）

### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	10,419,227.23	8,029,383.83
净资产	-5,925,990.23	-5,521,445.97
营业收入	4,513.35	50,804.85
净利润	-404,544.26	-2,038,921.96

## (十) 深圳市天地共赢投资管理有限公司

### 1、基本情况

设立时间：2014年4月3日

注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路鲤鱼门街一号前海深港合作区管理局综合办公楼A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

法定代表人：王广

注册资本：5,000.00万元

经营范围：投资管理（不含项目项目）；股权投资；投资兴办实业（具体项目另行申报）；受托资产管理；从事担保业务（不含融资性担保业务及其它限制项目）；企业管理咨询（不含限制项目）；商务信息咨询（不含限制项目）；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务。

### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年3月31日/2015年1-3月	2014年12月31日/2014年度
总资产	33,755,241.36	33,828,330.62
净资产	33,723,241.36	33,828,330.62
营业收入	0.00	0.00
净利润	-105,089.26	-271,669.38

### 3、对外投资情况

天地共赢作为天地壹号全资持有的投资公司，截至本公开转让说明书签署之日，其对外投资情况如下：

名称	出资总额	认缴 注册资本/出 资额	持股或持有财 产份额比例	备注
艾格（天津）股权投资 基金管理有限公司	1,000万元	425万元	20.00%	--
苏州工业园区天惠食 品产业投资合伙企业 （有限合伙）	1,000万元	1,000万元	2.68%	有限合伙人
广州市考拉先生网络	400万元	40万元	10.00%	--

科技有限公司				
深圳市启赋众盛创业 投资合伙企业(有限合 伙)	1,000 万元	1,000 万元	11.6959%	有限合伙人

## 十一、风险因素

### (一) 消费者喜好、消费模式变化的风险

公司产品的需求受到消费者喜好、消费习惯及观感的变化等因素影响。消费者的喜好包括产品包装、味道、安全及健康益处等方面的偏好。消费者的消费习惯受整体经济趋势等多个因素影响。消费者对产品的偏好可能会受多个方面不利影响，包括竞争对手的营销工作以及传媒对公司产品的负面报道。公司可能因消费者喜好、消费习惯的变化，被迫调低价格、增加营销开支，以及改变产品组合，任何一项均会导致公司成本费用增加。另外，如果公司未能应消费者喜好或消费模式的变化来及时调整公司产品组合、营销及定价，可能导致产品销量下滑。前述情况，均可能会对公司的业务、财务状况、经营成果及前景造成不利影响。

### (二) 新产品推广和新市场拓展风险

公司正在广东省以外进行新市场拓展。新市场的市场环境、竞争情况、消费者喜好及消费模式可能有别于公司目前所在的市场，令新市场开拓不确定性加大。另外，醋饮料饮品相较传统果汁、茶及含汽饮料而言仍是较新的饮料品类，故不能保证公司产品会被新市场快速接受。此外，公司未必能在新市场获得合适的业务机会、取得政府及其他第三方同意、许可及执照、有效运用管理及财务资源，或聘用、培训及挽留熟练人员。公司也可能难以在新市场按有利条款选择经销商以及和他们建立稳定合作关系。综合上述原因，公司可能在扩充业务及新市场方面产生比预期更高的支出，包括但不限于有关营销工作的开支，且不能保证公司的市场扩展顺利开展。如果公司扩展至新市场和推广新产品的计划未能成功，公司的业务、财务状况、经营成果及前景可能会受到不利影响。

### (三) 品牌形象受损的风险

作为直接面对广大消费者的饮料企业，品牌形象对公司而言至关重要。随着公司的不断发展壮大，产品存在被仿冒、模仿的风险，公司及品牌亦可能存在被

---

恶意攻击、侵权的风险。公司产品被他人仿冒、模仿可能影响公司的利益及品牌形象；公司及品牌被竞争对手或其他第三方恶意攻击、侵权将可能动摇消费者对公司及产品的信任、忠实度，从而影响正常生产经营，对公司的财务状况和经营成果造成不利影响。

#### **（四）销售市场相对集中风险**

通过十几年来不断的深耕细作，公司在广东地区已经形成了较为完善、稳固的经销商网络，广东市场是公司目前最重要的市场。报告期内公司在广东市场实现的营业收入占当年度营业收入的比例分别为 95.50%、92.64%和 98.05%，销售区域较为集中导致公司对广东市场存在一定程度的依赖风险。由于公司的销售份额主要集中在广东省内，如果广东省市场对公司产品的需求减少或增长放缓，或者公司无法顺利进行广东商省以外的市场开拓，公司的业务、财务状况、经营成果及市场前景可能面临不利影响。

#### **（五）经销商管理的风险**

公司产品主要通过经销商销售，经销商是连接公司和消费者的桥梁。报告期内，伴随公司业务的快速增长、品牌与知名度日益提升、营销网络的拓展，公司经销商队伍发展到了比较大的规模，截至 2015 年 3 月 31 日，一级经销商已达到 239 家。公司对经销商的选择标准较高且管理完善，与此同时，公司给予经销商较高的利润空间，故报告期内公司与大部分经销商的合作关系较为稳定。

尽管如此，如果经销商暂停、中断或减少业务往来，公司未必能及时按可接受成本找到合格的经销商，这样一来也可能对公司的业务、财务状况、经营成果或前景造成不利影响。

此外，经销商或第三方运输商处理不当、自然灾害及罢工等公司控制范围以外的因素也可能使交货中断，因而导致产品损坏及延迟交货最后失去订单。如出现未按时交付产品，或产品在交付过程中损坏，公司可能须支付赔偿并面临公司声誉受损的影响，因而导致业务、财务状况、经营成果及前景受到重大不利影响。

---

## （六）食品安全风险

公司产品直接供消费者饮用，产品的质量安全关系到消费者的生命健康。随着国家对食品安全的日趋重视和消费者食品安全意识以及权益保护意识的增强，产品质量、食品安全控制已经成为食品生产企业经营的重中之重。

公司自成立以来一直注重产品质量管理，建立了符合国际标准的质量控制体系，制定、实施了系统严格的质量控制措施，并依照国际标准制定了环境作业规范，切实将严格的质量环境管理落实到采购、生产、销售、服务等各个环节在原材料采购、陈醋（苹果醋）酿造、生产加工、存储、运输、销售各个环节严格执行产品质量标准。2009年公司通过了ISO9001:2008质量管理体系认证、出口企业认证、保健食品良好操作规范GMP认证，2011年通过了ISO22000:2005食品管理体系认证。

公司虽建立、健全了严密的产品安全控制体系，日常业务过程中也严格执行上述控制体系，且公司自成立以来质量控制体系运作良好，从未因产品质量问题发生过重大质量纠纷。然而，公司无法保证饮料产品日后将不会发生质量污染事件。污染可能影响公司产品的味道或导致产品消费者蒙受严重伤害，公司可能被迫回收产品，因此产生重大成本并严重损害品牌。即使不需要回收产品，公司也不能完全保证不受产品责任追偿。公司跟从行业惯例，并未投购产品责任保险，因此一旦出现产品质量污染事件公司可能承担产品责任追偿当中裁定的损害赔偿的全部金额。即使公司不需要全数赔偿，但由于公司产品导致的人身伤害或疾病的负面宣传（包括新闻报道在内），都可能对公司的销售、声誉以及企业品牌形象造成不利影响，大幅降低公司的收入，从而对公司的业务、财务状况和经营业绩产生重大不利影响。

## （七）市场竞争日趋激烈的风险

总体来讲，饮料行业市场化程度较高，在产品分销网络、品牌知名度、味道、质量、价格、供应情况等方面存在着激烈的竞争。从国内饮料市场上近几年竞争情况看，消费热点更新换代较快，客户忠诚度相对较低。此外，相关竞争对手的资源可能因兼并、合并或结盟而增加，而公司日后也可能面对新的竞争对手。公司可能被迫调低产品的定价，与竞争对手竞争，导致利润率下跌。鉴于公司目

---

前面对及日后可能加剧的激烈竞争，公司无法保证能够维持过去的或提升产品的销售，或保证利润率将不会因调低定价而下跌。若公司无法增加产品的销售，或维持过去的销售水平及利润率，公司业务、财务状况、经营成果及前景可能会受到重大不利影响。

## （八）原材料价格波动风险

公司的产能及生产成本的大小取决于能否以合理价格维持稳定充足的原材料供应。公司产品的原材料主要包括易拉罐、玻璃瓶和纸箱等包装材料以及白糖、苹果醋、苹果汁、香熏醋等直接材料。公司生产所用的主要原材料面对由外界环境变动造成的大幅价格波动，包括但不限于气候及环境状况、政府计划变动等。如果公司无法有效应对原材料成本的上升或提高产品售价以作抵销，公司未来的盈利能力可能会下跌，这将对公司的业务、财务状况、经营成果及前景造成重大不利影响。

## （九）税收优惠政策终止的风险

本公司于 2012 年 11 月 22 日经广东省科学技术厅、广东省财政局、广东省国家税务局、广东省地方税务局以粤科函高字(2012)1645 号文复审批准为高新技术企业。2012 年 11 月 26 日，公司取得证书编号为 GF201244000602 的《高新技术企业证书》，**有效期为三年**。根据《国家税务总局关于企业所得税减免税管理问题的通知》（国家发【2008】111 号）文件规定国家需要重点扶持的高新技术企业减按 15% 的税率征收企业所得税，**因此，公司于 2012 年度、2013 年度、2014 年度的企业所得税按 15% 的比例缴纳**。2015 年公司需要重新申请高新技术企业认定，截至本公开转让说明书签署之日，公司尚未办理复审手续。若公司未来未能通过高新技术企业重新认定，则可能因为企业所得税税率上升影响公司盈利水平。同时，若国家相关部门对所得税优惠政策做出调整，则可能对公司经营业绩及利润水平产生不利影响。

## （十）在建工程受处罚风险

公司及其子公司目前共投资建设 4 项在建工程，包括江门醋饮料生产基地项目、研发大楼建设项目、**江西醋饮料生产基地项目**及河北天地壹号原料果醋及醋饮料生产研发基地项目。其中，江门醋饮料生产基地项目中的生产线和研发大楼

---

建设项目目前正在进行施工，但由于施工过程中施工图纸多次变更，因此未及时处理《建设工程施工许可证》。公司目前已正在积极办理《建设工程施工许可证》，然而未取得《建设工程施工许可证》之前进行施工不符合《建设工程质量管理条例》、《建设工程施工许可管理办法》等法规的相关规定。根据《建设工程质量管理条例》，建设单位未取得施工许可证或者开工报告未经批准，擅自施工的，责令停止施工，限期改正，处工程合同价款百分之一以上百分之二以下的罚款。因此，公司的江门醋饮料生产基地项目、研发大楼建设项目将会面临停止施工，限期改正，并处罚款的风险。

除此之外，江西醋饮料生产基地项目目前正处于强夯地基阶段，暂未取得《建设用地规划许可证》、《建设工程规划许可证》及《建设工程施工许可证》。虽然江西天地壹号目前正在向相关政府主管部门申请办理上述证件，但未取得上述相关证件开工不符合《中华人民共和国城乡规划法》、《城市国有土地使用权出让规划管理办法》及《建设工程质量管理条例》等法律法规的规定。除根据上述《建设工程质量管理条例》中关于未取得《建设工程施工许可证》将会面临的相关处罚外，根据《中华人民共和国城乡规划法》，未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规划许可证的规定进行建设的，由县级以上地方人民政府城乡规划主管部门责令停止建设；尚可采取改正措施消除对规划实施的影响的，限期改正，处建设工程造价百分之五以上百分之十以下的罚款；无法采取改正措施消除影响的，限期拆除，不能拆除的，没收实物或者违法收入，可以并处建设工程造价百分之十以下的罚款。因此，公司将面临停止建设，限时改正、强制拆除、处罚款、不能取得土地使用权属证明或取得的土地使用权属证明无效的风险。

公司目前江门醋饮料生产基地项目中尚未取得《建设工程施工许可证》的发酵车间工程合同价款约为 1,053 万元，根据上述相关罚款规定，公司可能承受的罚款范围为 10.53 万元至 21.06 万元；公司的研发大楼建设项目及江西天地壹号醋饮料生产基地项目暂未签订工程合同，暂无法确定工程造价。因此，公司可能面临的罚款对公司业绩影响较小。

上述在建工程项目均未开始投产，按目前状态测算，江门醋饮料生产基地项目中的发酵车间产能大约能达到 2 万吨，江西醋饮料生产基地项目由于还处

---

于强夯地基阶段，生产线数量尚未确定，因此暂无作产能测算，但根据公司的规划，公司未来新产品的大部分产能将会投放于江门醋饮料生产基地项目。因此，江门醋饮料生产基地项目的发酵车间若停止施工将会对公司未来新产品的产能造成一定影响。

### （十一）管理人员、管理能力与公司发展不匹配风险

公司的业绩表现取决于董事及高级管理层的持续服务。公司过往的成就主要归功于公司的首席执行官兼创办人——陈生的专业知识及经验，其在饮料业已经拥有多年经验。陈生带领公司业务不断增长及扩充，取得了显著成绩。陈生连同公司其他董事及高级管理层一直负责制定及推行公司的整体业务战略及企业发展，公司未来亦将继续依赖其服务及表现。

公司业务的持续成功也取决于能否挽留经验丰富的高级管理层，在可预见的未来几年内他们将引领公司实施业务战略并在未来计划中担当重要角色。尽管各董事已初步与公司订立了服务协议，但根据协议条款，任何董事可随时提出解除与公司的服务协议。如果上述任何主要人员终止为公司效力，而公司未必能及时找到合适的人员来替代。另外新员工在上岗前还需花大量的财力、物力、时间去培育，因此关键管理人员的离职将给公司的业务造成较大干扰和影响。

### （十二）季节性波动风险

由于公司处于饮料行业，所以其销量很大一部分受季节波动影响。一般在每年天气炎热干燥以及公众假期前后，产品销量最高。公司销量亦因其他原因在财政年度内波动，包括天气情况、新产品推出时间以及广告及推广活动的时间。鉴于此等原因，公司的经营成果可能在财政年度内大幅波动。由于此等波动，单一财政年度相同期间或不同财政年度不同期间之间的销量及经营成果进行相互比较未必具有可比性，因此仅仅将其作为公司业绩衡量的指标，其参考作用将大打折扣。

### （十三）控股股东控制不当的风险

陈生本次发行前持有公司 82.18%的股份，为公司控股股东及实际控制人，并担任公司董事长。本次发行完成后，陈生仍为公司控股股东及实际控制人。虽

---

然公司建立了关联交易回避表决制度、独立董事制度等，但实际控制人仍可凭借其控股地位，通过行使表决权其他方式影响公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大决策，如果实际控制人滥用权限，则可能会损害公司以及中小股东的利益。

---

## 第五节 定向发行

### 一、发行目的

本次募集资金公司将用于产品研发、技术升级、市场开拓及补充公司流动资金。同时，为做市商提供库存股票，拟将公司股票转让方式由协议转让变更为做市转让。

### 二、发行对象

#### （一）本次股票发行对象

本次发行对象为广发证券股份有限公司、招商证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、广东中科招商创业投资管理有限责任公司-沃土新三板五号证券投资基金、红土创新基金管理有限公司-红土创新-红石 15 号新三板资产管理计划、红土创新-红石 16 号新三板资产管理计划、红土创新-红石 21 号新三板资产管理计划、北京睿联新杉投资管理有限公司。

本次发行对象中，沃土新三板五号证券投资基金的资产管理人广东中科招商创业投资管理有限责任公司为天地壹号股东之一中山中科恒业投资管理有限责任公司的股东；红土创新-红石 15 号新三板资产管理计划、红土创新-红石 16 号新三板资产管理计划、红土创新-红石 21 号新三板资产管理计划的资产管理人红土创新基金管理有限公司的唯一股东为天地壹号股东深圳市创新投资集团有限公司。

#### （二）现有股东优先认购安排

本次股票发行前，公司董事会已与在册股东进行充分沟通，在册股东均自愿放弃股份有限认购权，并出具相应承诺书，不参与本次发行。

### 三、发行价格

本次发行的价格为每股 17.50 元，由发行对象以现金形式认缴。

---

本次股票发行的价格综合考虑了公司所处行业、公司成长性、市盈率及公司股份在全国中小企业股份转让系统交易价格等多种因素，并与投资者沟通后最终确定。

#### 四、发行股份数量

本次发行股票的种类为人民币普通股，发行股份数量上限为 10,000,000 股，预计募集资金总额不超过 175,000,000 元。

#### 五、公司的分红派息、转增股本情况及其对公司股价的影响

公司在董事会决议日至股份认购股权登记日期间预计不会发生除权、除息、转增股本等情况，不需对发行数量和发行价格进行调整。

#### 六、股票的限售安排或发行对象自愿锁定的承诺

本次股票发行的新增股份登记在中国证券登记结算有限公司北京分公司，为无限售条件的人民币普通股，新增股份可以一次性进入全国股份转让系统进行转让。本次股票发行无自愿锁定承诺等相关安排。

#### 七、募集资金用途

本次募集资金公司将用于产品研发、技术升级、市场开拓及补充公司流动资金。同时，为做市商提供库存股票，拟将公司股票转让方式由协议转让变更为做市转让。

#### 八、本次发行前滚存未分配利润的处置方案

本次发行前滚存的未分配利润由新老股东共同享有。

#### 九、本次发行拟提交股东大会批准和授权的相关事项

涉及本次股票发行的《关于申请公司股份在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让、纳入非上市公众公司监管的议案》、《关于提请股东大会授权董

---

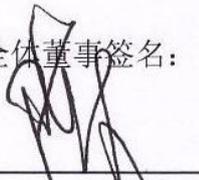
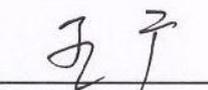
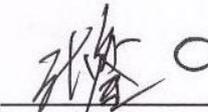
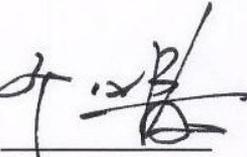
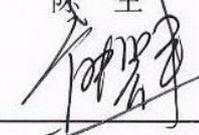
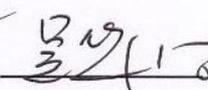
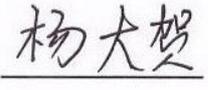
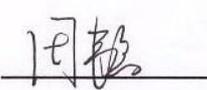
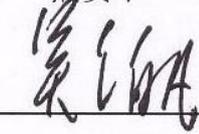
事会全权办理公司股份在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让相关事宜的议案》、《关于修改〈天地壹号饮料股份有限公司章程〉的议案》、《关于调整公司在全国中小企业股份转让系统申报挂牌同时定向发行股份之发行方案的议案》，已经股东大会批准和授权。

## 第六节 有关声明

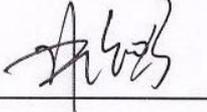
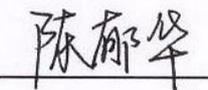
### 公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本定向发行情况报告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

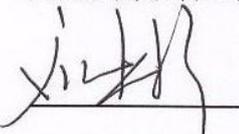
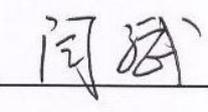
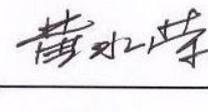
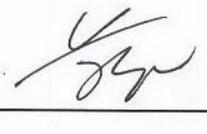
全体董事签名：

 陈 生	 王 广	 张 銓	 靳海涛
 熊贤平	 吴华向	 杨大贺	 周 韬
 吴伯凡			

全体监事签名：

 林治鸣	 陈郁华	 李昌辉
--	--	---

非董事高级管理人员签名：

 刘 彬	 闫 斌	 黄水荣	 蔡术良
--	--	---	--

天地壹号饮料股份有限公司

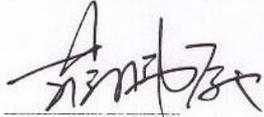
2015年7月27日



## 主办券商声明

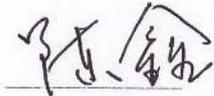
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目负责人签名：

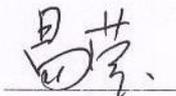


蒋伟驰

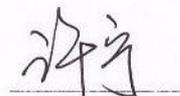
项目组成员签名：



陈鑫



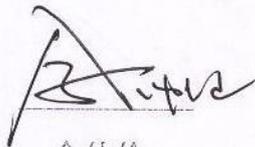
易莹



许宁

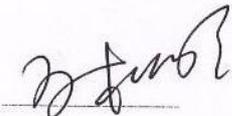


方薰



余仲伦

法定代表人签名：



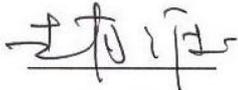
孙树明



## 律师事务所声明

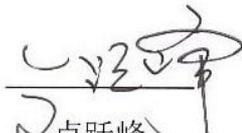
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师签名：

  
赵 涯

  
严 爽

律师事务所负责人签名：

  
卢跃峰



## 会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让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、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师签名：

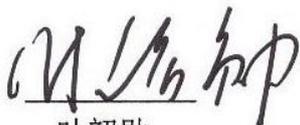


贺春海



文娜杰

会计师事务所负责人签名：



叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2015年7月27日



## 评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告书无矛盾之处。本机构及注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告书的内容无异议，确认公开转让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、完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师签名：



法定代表人签名：



广东中广信资产评估有限公司

2015年7月27日



---

## 第七节 附件

本公开转让说明书附件包括：

- (一)主办券商推荐报告；
- (二)财务报表及审计报告；
- (三)法律意见书；
- (四)公司章程；
- (五)全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见；
- (六)其他与公开转让有关的重要文件。