

国投中鲁果汁股份有限公司

关于上海证券交易所监管问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

2020 年 4 月 24 日，国投中鲁果汁股份有限公司（以下简称“公司”）收到上海证券交易所《关于国投中鲁果汁股份有限公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2020】0391 号）（以下简称《问询函》），现就《问询函》有关问题回复如下：

一、关于主营业务模式及盈利能力

年报披露，公司主营浓缩果蔬汁（浆），产品服务于下游饮料制造行业生产企业，为其提供生产原料，业务模式为企业对企业销售产品。公司产品 80%以上出口外销，浓缩苹果汁占公司产品 75%以上。报告期内，公司实现营业收入 13.3 亿元，同比增长 38.09%，实现归母净利润 359.73 万元，但扣非后净利润亏损 704.6 万元，同比下滑 390.96%，主要原因包括主营饮料制造业务毛利率下滑。

1. 报告期内，公司各个季度业绩差异较大。公司四个季度分别实现营业收入 1.85 亿元、2.16 亿元、2.61 亿元、6.68 亿元，其中，第四季度营业收入占全年总营收的 50%以上；四个季度分别实现归母净利润 150 万元、177 万元、407 万元、-374 万元，扣非后净利润分别为-27 万元、101 万元、160 万元、-939 万元。请公司补充披露：（1）结合业务特点、同行业生产经营及主营产品的产量、销量、平均销售价格季度变动趋势以及回款、收入确认时点、政策等，补充披露四个季度营业收入及净利润波动较大的原因及合理性；（2）结合各季度具体经营数据，说明第四季度营业收入明显高于前三季度的原因；（3）分析第四季度收入大幅增长，但利润却显著下降的原因及合理性。

公司回复：

（1）结合业务特点、同行业生产经营及主营产品的产量、销量、平均销售价格季度变动趋势以及回款、收入确认时点、政策等，补充披露四个季度营业收入及净利润波动较大的原因及合理性。

公司主营业务是以苹果、梨等果蔬农产品为生产原料进行的浓缩果汁的加工生产和销售，公司的主要产品以浓缩苹果汁为主，是全球生产规模位居前列的浓缩果汁加工企业之一。公司生产的浓缩果汁产品是饮料制造行业所需基础配料，属于食品制造原料，广泛应用于食品饮料生产行业。目前，国内具有规模和竞争实力的企业有本公司、烟台北方安德利果汁股份有限公司（02218.HK）、中国海升果汁控股有限公司（00359.HK）及陕西恒通果汁集团股份有限公司（未上市）四家企业。

根据公司原材料苹果的特性，浓缩苹果汁行业呈现一定的季节性。苹果每年结果一次，根据产地不同，浓缩苹果汁加工企业一般在 8-12 月（榨季）进行果汁的加工生产，其余月份（非榨季）除了间歇性地加工一些半成品外，因为原料的缺乏而停止浓缩苹果汁的生产，行业特点为季产年销。

截至 2019 年底，公司在国内苹果原料主产区陕西、山东、山西、河北、辽宁、云南、江苏等地设有 11 家果汁生产加工基地，同时，在全球第二大苹果汁产区欧洲波兰设有三个果汁生产基地，分别位于波兰南部的小波兰省(LG 基地)、东部的卢布林省(OL 基地)和中部的马佐夫舍省(PT 基地)，三个生产基地年产浓缩果汁 1.5 万吨左右，NFC 果汁 3 万吨左右，品种主要为苹果汁和少量浆果汁。此外，公司在美国设有销售公司。

公司下游客户主要为饮料生产商，销售模式以直销为主。考虑到公司生产的季节性特点，主要采取先产后销的方式组织生产。公司产品 80%以上出口外销，主要市场为美国、日本、欧洲、澳大利亚、加拿大、俄罗斯等国家和地区，与世界知名的食品饮料企业建立了长期稳定的贸易伙伴关系。同时，由于西方国家节日消费旺季主要集中在第四季度，是中国出口的旺季，公司第四季度销售也较高。

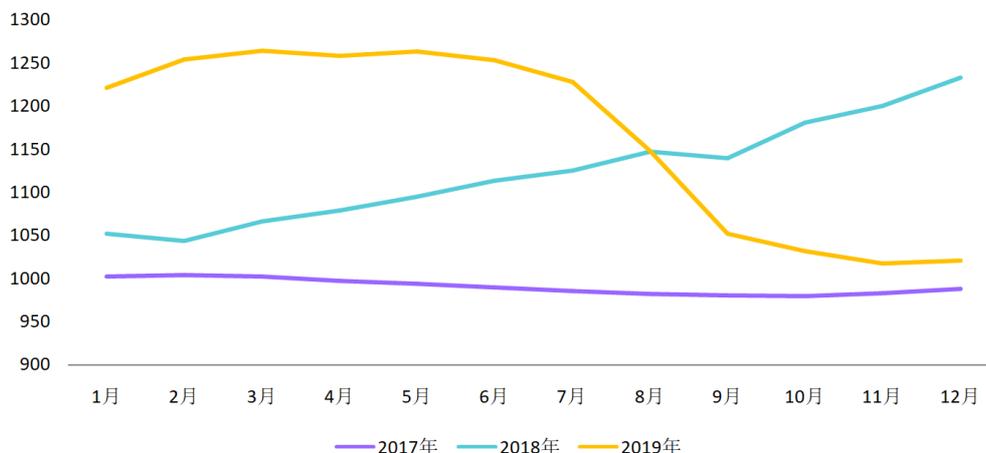
2019 年公司主要产品浓缩苹果汁的产量、销量、平均销售价格各季度变动情况如下表：

产品名称	季度	产量（吨）	销售数量（吨）	平均销售价格（元/吨）
浓缩苹果汁	第一季度	2,368.59	14,741.26	9,106.03
	第二季度	5,316.52	18,063.37	8,884.06
	第三季度	39,968.77	24,181.49	8,563.78
	第四季度	100,384.00	72,347.73	7,926.22

由上表可知，公司产量符合公司季节性生产的业务特点。公司浓缩苹果汁销售价格各季度呈下降趋势，与市场价格走势一致；公司销量各季度呈上升趋势，与市场需求及出口数据趋于一致。详见下图：

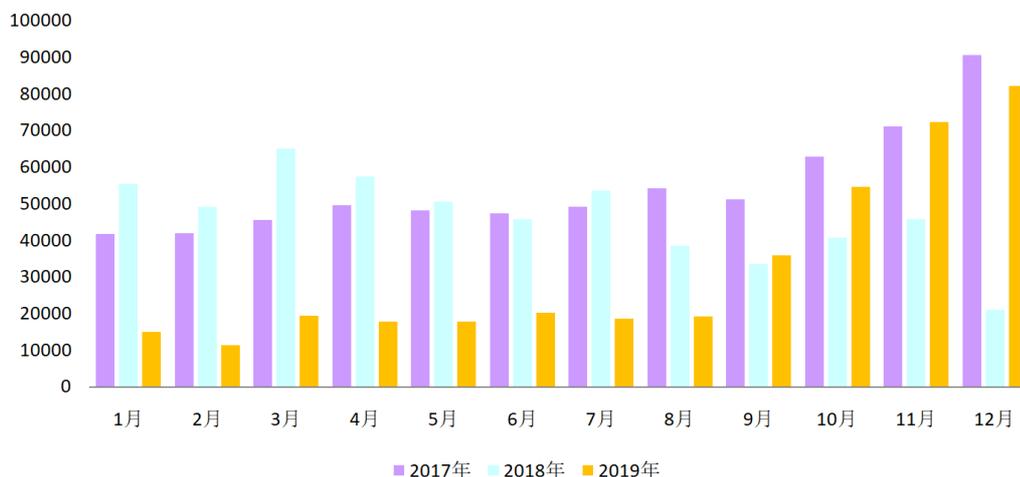
2017-2019年1-12月中国浓缩苹果汁出口价格走势

数据来源：中国海关



2017-2019年1-12月中国浓缩苹果汁出口量趋势图

数据来源：中国海关



公司销售商品收入分为国内销售和出口销售，具体销售收入确认的时点和依据如下：

国内销售（内销）：根据销售合同，主要分为客户自提和送货至指定地点两种条款。公司通常委托运输公司将商品送至客户指定的交货地点，客户对数量及外观进行初步验视，经客户验收合格后公司确认相应的销售收入；客户上门自提方式购买商品的，经客户现场验收，产品交付客户后确认销售收入。**出口销售（外销）：**在 FOB、CFR、CIF 贸易方式下，销售收入以产品实际报关出口，产品装运至指定船运公司的轮船为交付地点，取得船运公司的提单时作为确认销售收入的时点。

公司的产品一般出售给食品饮料行业的客户，并且同一家客户经常采购多种产品，因此，信用政策不具体根据产品品种进行区别。公司会对客户的资质、行业反馈和资信情况等进行调查并进行内部风险评估，并根据客户需求、市场条件、境内外销售及客户资信情况的不同采用不同的信用政策。公司境内销售对于信用良好的大客户，一般给予 7 天至 90 天的账期；境外销售一般给予客户 30-120 天不等的账期。

2019 年前三个季度公司主要销售 2018 榨季产品，虽然 2018 榨季国内浓缩苹果汁生产成本上升推动销售价格走高，但是由于受到美国加征关税和欧洲产品的低成本竞争的不利影响，导致各季度收入和净利润水平波动较大。2018 年 4 月中国内地苹果主产区遭受恶劣的倒春寒天气导致苹果大幅减产，浓缩苹果汁供应量减少，致使中国果汁全行业 2019 年一季度出口销量同比下降 73%，二季度出口销量同比下降 64%，三季度出口销量同比下降 41%，故公司 2019 年前三季度销售收入较少。美国市场历来是公司最大的境外销售市场，在 2018 年加征关税前，销售额占公司营业收入的 65%左右，由于关税的影响，2019 年公司调整销售布局，2019 年全年美洲市场销售额占公司营业收入的 39.61%，同行业烟台北方安德利果汁股份有限公司年报披露 2019 年全年北美洲市场销售额占公司营业收入的占比由 2018 年的 38.26%下降至 9.97%，和同行业相比公司产品销售受美国加征关税影响更大。鉴于 2019 年上半年浓缩苹果汁成交价格较高，加上子公司中鲁欧洲 2018 榨季成本较低，故公司前三个季度利润处于正常水平；公司第三季度利润稍高于前两个季度，主要原因是第三季度人民币贬值导致汇兑净收益 923 万元。

2019 年第四季度公司主要销售 2019 榨季产品，2019 榨季中国苹果原料恢复正常，中国产区浓缩苹果汁产量得以恢复。由于国内 2018 榨季减产，导致 2019 年前三季度可销售产品减少，下游客户安全库存降低，第四季度原本就是国外消费的传统旺季，下游客户加大采购量，为此 2019 年第四季度中国浓缩苹果汁出口销量同比大幅增长，故公司 2019 年第四季度浓缩苹果汁出口销售量同比也大幅增长，营业收入较前三季度增长较多，波动较大。但销售价格为原料成本降低、市场竞争激烈以及关税的压制等因素影响下，持续走低，第四季度平均销售价格较一季度下降约 13%；单位销售成本受美国从 2019 年 5 月 10 日起征收 25%关税，欧洲地区 2019 榨季苹果原料出现减产，生产成本提高等影响下，导致毛利率下降；加之公司发往美国的产品，入关时由子公司中鲁美洲有限公司交纳 25%关税，而货物陆续发往客户，且大部分都有信用期，导致资金占用增加，利息支出增加；第四季度人民币升值导致汇兑净损失较大等因素导致 2019 年第四季度利润较低，与前三季度相比波动较大。

(2) 结合各季度具体经营数据，说明第四季度营业收入明显高于前三季度的原因。

2019 年各季度公司主要产品浓缩苹果汁营业收入如下表：

产品名称	季度	产量（吨）	销售数量（吨）	销售单价（元/吨）	销售额（万元）
浓缩苹果汁	第一季度	2,368.59	14,741.26	9,106.03	13,423.43
	第二季度	5,316.52	18,063.37	8,884.06	16,047.61
	第三季度	39,968.77	24,181.49	8,563.78	20,708.50
	第四季度	100,384.00	72,347.73	7,926.22	57,344.41

2018 榨季与 2019 榨季均为行业历史上极为特殊的年份。2018 榨季中国受到严重冻害影响，造成中国浓缩苹果汁行业有史以来最严重的减产，苹果减产不低于 20%，浓缩苹果汁减产 30%以上。2019 榨季，欧洲受到严重霜冻袭击，也是欧洲浓缩苹果汁行业历史上的最为严重的冻害之一，造成苹果原料减产约 40%，浓缩苹果汁产量也同比下降。中国和欧洲是浓缩苹果汁

的两个最主要产区，公司得利于两个主产区的产能分布，在以上极端年份通过两个区域的产能互补、协调配合，发挥了极大的互补和协同作用。

公司第四季度营业收入明显高于前三季度的总体原因为市场供求关系变化所致。由于西方节日消费旺季主要集中在第四季度，受市场需求季节性分布影响，浓缩果汁行业在第四季度销售占比较高，一般占全年销售的 30%-40%。由于 2018 榨季中国苹果原料大幅减产导致浓缩苹果汁供应量减少、美国加征关税导致中国浓缩苹果汁丧失低成本竞争优势等因素，致使中国果汁全行业 2019 年前三季度出口销售量同比整体下降 61%。因此，受行业影响公司前三季度营业收入较低。2019 榨季中国苹果原料供应恢复正常，成本下降，产量恢复正常，由于 2018 榨季减产带来的延续影响，下游客户安全库存降低，第四季度本身也为国外消费的传统旺季，因此下游客户加大采购量，以上市场供求变化，使得前三季度销售较少，与第四季度较大的销售相比，更加放大了对比所产生的差异。

从以下三点具体情况，可以进一步清晰的说明：

1、如《2017-2019 年 1-12 月中国浓缩苹果汁出口量趋势图》所示，2019 年中国全行业出口销售量前三季度占比为 45.90%，第四季度的占比为 54.10%，公司 2019 年前三季度销售量占比为 44.06%，第四季度占比为 55.94%，公司整体情况与行业历史趋势保持高度吻合；

2、2019 年由于美国进口关税的提升，公司从下半年开始积极开拓非美国市场，使公司在多个市场的合同量及销售提升 100%以上，有力补充了中美关税带来的市场缺口，第四季度在非美国市场的浓缩苹果汁销售量同比增加了 2.64 万吨；

3、2019 年榨季时间为 8-12 月份，欧洲产区受到冻害影响，期间浓缩苹果汁产量大幅下降、成本上升，导致其市场份额受到限制，使第四季度的全球采购向中国产区倾斜，各市场客户的需求陆续涌向中国产区。以上为公司第四季度营业收入明显高于前三季度的原因。

(3) 分析第四季度收入大幅增长，但利润却显著下降的原因及合理性。

第四季度收入大幅增长，但利润显著下降的主要原因是：虽然第四季度销量及销售收入上升，但 2019 年浓缩苹果汁市场价格一路走低，第四季度平均销售价格较一季度下降约 13%；受美国自 2019 年 5 月 10 日起征收 25%关税及欧洲地区 2019 榨季苹果原料出现减产的影响，导致单位销售成本增加，毛利率下降；公司出口美国的产品，入关时由子公司中鲁美洲有限公司交纳 25%关税，而货物陆续发往客户，且大部分都有信用期，导致资金占用增加，利息支出增加；第四季度人民币升值产生大额汇兑净损失 597 万元。上述原因综合导致公司虽然第四季度收入大幅增长，但利润却显著下降。

会计师回复：

1、2019 年度财务报表审计过程中，我们对收入实施的审计程序主要包括：

(1) 了解、测试和评价销售循环有关的内部控制，包括销售价格的制定与审批、销售订单的处理与发货、销售收入与销售成本的确认、应收账款管理及销售收款等；

(2) 将本期主营业务收入与上期主营业务收入进行比较，分析主营业务收入及其构成的变动是否异常，并分析异常变动的原因；

(3) 计算本期重要产品的毛利率，与上期比较，检查是否存在异常，各期之间是否存在重大波动，查明原因；

(4) 将本期重要产品的毛利率与同行业企业的毛利率进行对比分析，检查是否存在异常波动并分析主要原因；

(5) 对于外销收入，获取出口数据信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、销售发票、发货单、出口报关单、货运提单等支持性文件；

(6) 对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、出库单、运输单及客户签收单等；

(7) 选取样本，将销售收入与出库记录、合同、发货单及签收记录等支持性文件进行核对，特别关注资产负债表日前后的样本是否计入正确的会计期间；

(8) 结合对应收账款的审计，选择主要客户函证本期销售额。

2、2019 年度财务报表审计过程中，我们对成本实施的审计程序主要包括：

(1) 了解公司的生产工艺流程和成本核算方法，检查成本核算方法与生产工艺流程是否匹配，前后期是否一致；

(2) 对生产车间本期发生的生产成本进行分析性复核，检查各月及前后期单位成本是否有异常波动；

(3) 抽查成本计算单，检查直接材料、直接人工及制造费用的计算和分配是否正确，并与相关佐证文件核对；

(4) 检查生产成本在当期完工产品与在产品之间的分配是否正确；

(5) 抽取主要原材料、半成品、产成品检查发出计价是否正确；

(6) 结合期末存货的实地监盘情况，对成本进行了成本倒轧；

(7) 检查存货出入库的截止性是否正确，是否存在跨期情况；

我们认为，公司上述回复中关于 2019 年四个季度营业收入及净利润波动较大的原因合理，第四季度收入大幅增长，利润却显著下降符合公司实际经营情况。

2. 年报披露，报告期内营收占比超过 96% 的饮料制造业务实现营业收入 13.16 亿元，同比增长 39.41%，毛利率 20.01%，同比减少 6.29%。主要原因包括美国加征关税美洲地区毛利率同比下降 6.61%，以及欧洲苹果减产成本上升，欧洲地区毛利率同比下降 20.76%。同时，饮料制造业务“原料”成本占比为 47.17%。请公司补充披露：(1) 结合公司美洲、欧洲地区

销售产品价格变动情况，说明相关毛利率水平及其变动趋势是否符合市场价格趋势，如存在差异请说明原因；（2）导致美洲和欧洲毛利率大幅下降的因素是否具有持续性，针对相关成本变动公司拟采取的应对措施；（3）公司主营产品单一、依赖外销出口所面临的主要风险，并进行风险提示；（4）公司未来拟采取的改善主营业务盈利能力的相关计划和具体措施。

公司回复：

（1）结合公司美洲、欧洲地区销售产品价格变动情况，说明相关毛利率水平及其变动趋势是否符合市场价格趋势，如存在差异请说明原因。

公司 2019 年度及 2018 年度美洲、欧洲地区主要产品销售价格及毛利率的变动情况如下：

单位：元/吨

产品名称	2019 年美洲地区		2018 年美洲地区		同比	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价变动率	毛利率变动额
浓缩苹果汁	9,588.62	18.49%	8,385.04	26.34%	14.35%	-7.85%
浓缩梨汁	9,947.70	32.99%	7,473.52	28.07%	33.11%	4.92%
其他	7,643.31	32.99%	8,848.21	43.97%	-13.62%	-10.98%

产品名称	2019 年欧洲地区		2018 年欧洲地区		同比	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价变动率	毛利率变动额
浓缩苹果汁	7,154.07	23.01%	6,386.34	39.42%	12.02%	-16.41%
浓缩梨汁	6,907.50	32.99%	6,835.66	28.07%	1.05%	4.92%
其他	1,752.90	7.81%	2,406.53	49.44%	-27.16%	-41.63%

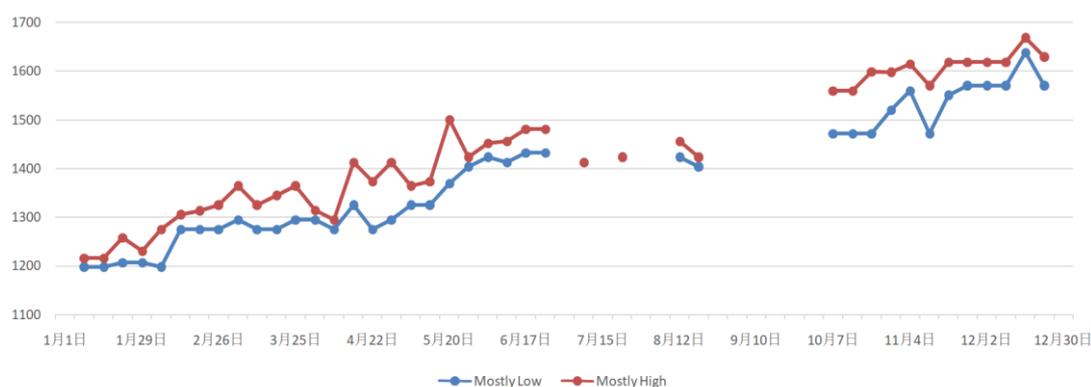
美国是全球浓缩苹果汁消费量最大的单体国家，年消费量在 30 万吨左右，占全球的总消费量 20%以上，在销售价格上具有市场风向标和重要影响力等作用。

公司 2019 年美洲地区主要销售产品为浓缩苹果汁，平均销售单价较 2018 年增长 14.35%，平均单位销售成本比 2018 年增长 26.55%，主要是 2019 年前三个季度主要销售 2018 榨季产品，2018 年前三个季度主要销售 2017 榨季产品。2018 榨季因天气原因国内苹果原料大幅减产，使得浓缩苹果汁成本同比 2017 榨季增加 2,191.59 元/吨，增幅 41.64%；2018 年 9 月之前出口至美国的产品无关税，2018 年 9 月 24 日开始美国加征 10%进口关税，2019 年 5 月 10 日开始美国进口关税提高至 25%，在榨季成本增加和关税提高的双重影响下，推动销售价格走高，同时也使得单位销售成本增加，但由于平均销售单价增幅低于单位销售成本增幅，使得毛利率下降了 7.85 个百分点。2019 年中国浓缩苹果汁在美国平均交易单价大约 1,400 美元/吨至 1,600 美元/吨，2018 年大约 1,200 美元/吨至 1,500 美元/吨。可以看出，公司在美洲地区浓缩苹果汁交易价格与行业走势相符。2019 年 5 月后美国进口关税提高至 25%，使得公司产品竞争力下降，但市场价格在下半年却仍不断下滑，销售毛利率也随之降低。

公司 2019 年欧洲地区主要销售产品为浓缩苹果汁，平均销售单价比 2018 年增长 12.02%，主要是 2019 年欧洲地区销售量中中国产品销售量占比较高为 60.81%，2018 榨季因天气原因国内苹果原料大幅减产，成本上升推动销售价格上升，因此平均销售单价同比上升。2018 年欧洲地区销量中欧洲产品销量占比较高为 71.49%，2018 榨季欧洲丰产，子公司中鲁欧洲成本较低，因此 2018 年欧洲地区毛利率较高。2019 年国内产品受欧洲征收 30%关税影响，加上欧洲地区本身也是世界上浓缩苹果汁产区之一，中国产品在欧洲地区没有竞争优势，毛利率偏低，与此同时，2019 榨季欧洲地区因天气原因苹果原料减产，导致生产成本大幅上升，两者相加导致销售毛利率下降明显。2019 年欧洲浓缩苹果汁在美国平均交易单价大约 1,300 美元/吨至 1,600 美元/吨，2018 年大约 1,300 美元/吨至 1,400 美元/吨。可以看出，公司在欧洲地区浓缩苹果汁交易价格与行业走势相符。

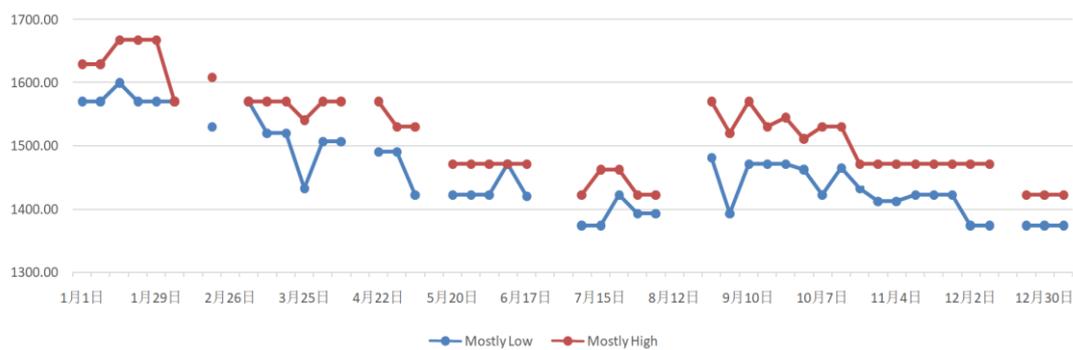
2018中国浓缩苹果汁在美国交易价格范围走势图

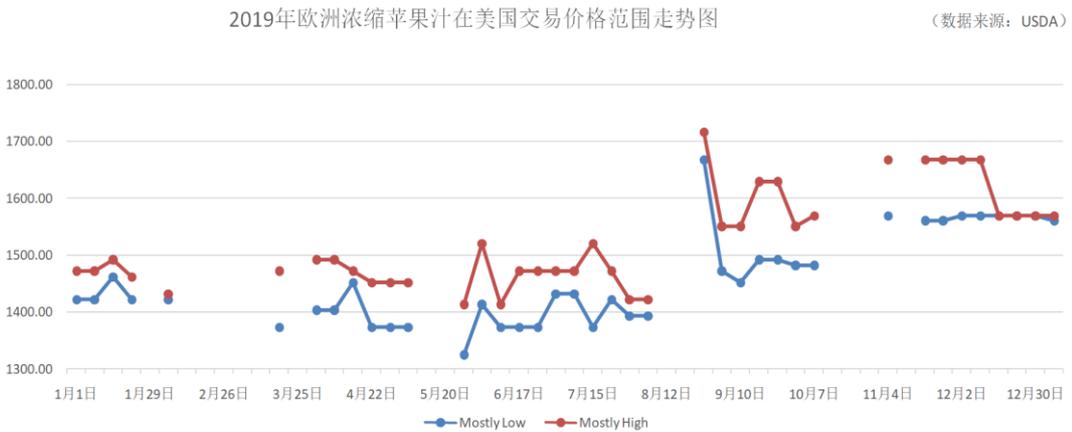
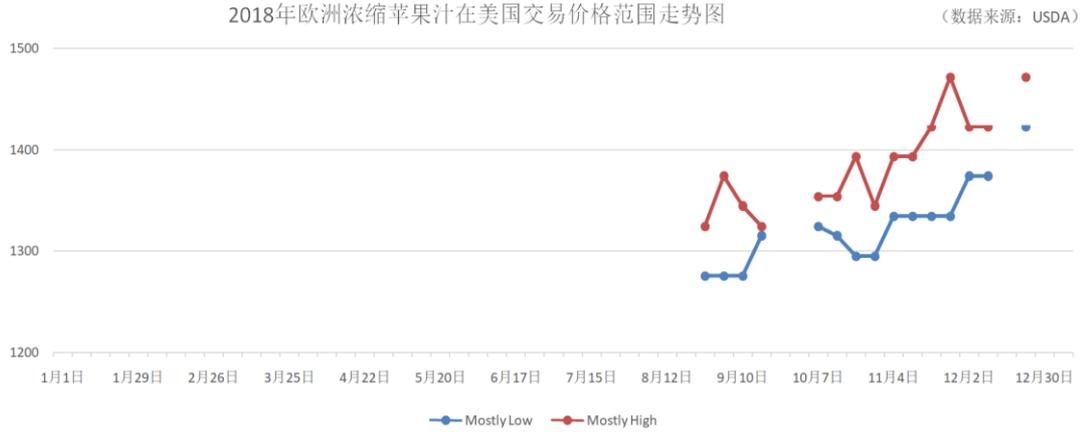
(数据来源: USDA)



2019年中国浓缩苹果汁在美国交易价格范围走势图

(数据来源: USDA)





(2) 导致美洲和欧洲毛利率大幅下降的因素是否具有持续性, 针对相关成本变动公司拟采取的应对措施。

美洲地区毛利率下降主要是受中美贸易摩擦, 美国加征关税影响。如果美国关税税率保持不变, 毛利率下降具有持续性。目前中美已积极磋商, 期待有良好的协商结果, 降低美国进口关税。公司已积极开拓美国以外市场, 减少对美国市场的依赖。

欧洲地区 2019 年因天气原因苹果原料减产约 40%, 子公司中鲁欧洲 2019 榨季成本大幅上升致使毛利率大幅下降, 情况将会维持到 2019 榨季结束。2020 榨季如果不出现较大自然灾害, 毛利率大幅下降就不具有持续性。

近两年浓缩果汁消费量总体维持稳定, 过去两年全球浓缩苹果汁供应因产区自然灾害等原因变化剧烈, 因此形成毛利率大幅波动的结果。未来如果全球苹果产量, 尤其是浓缩苹果汁产量恢复至相对稳定的水平, 大幅下降的因素将不具有持续性。

(3) 公司主营产品单一、依赖外销出口所面临的主要风险, 并进行风险提示。

公司主营产品单一、依赖外销出口, 特别是欧美为主要消费国, 一旦该市场出现大幅需求下降, 公司将出现产品滞销的风险。此外, 贸易壁垒、汇率变动也是公司依赖外销的潜在风险。

为此，公司在河北国投中鲁投资建设多品种 NFC 果蔬汁（浆）生产线项目，应对主营产品单一的风险。为减少对欧美国家出口的依赖，公司积极扩大新兴市场和中国市场的销售，2019 年公司产品在国内市场销售份额提高了 10%。

（4）公司未来拟采取的改善主营业务盈利能力的相关计划和具体措施。

1) 持续扩大市场份额，优化市场布局

公司在继续维护好出口份额较大的北美、日本等高端果汁市场的同时，积极扩大新兴市场和中国市场的占有份额。通过积极开发新客户，进一步拓宽销售渠道。公司通过新兴市场的增长来弥补美国关税所带来的影响，借助市场多元化减小市场集中风险。

2) 加强新产品新业务的开发，寻求新的利润增长点

公司不仅限于浓缩果蔬汁的生产及销售，还需不断探寻新的利润增长点。公司将以果汁业务为支柱，结合产业链向上下游方面延伸，通过开发新产品、开拓主剂等新业务模式，在果汁及果汁以外的农产品行业寻找发展机会。

3) 加大市场行情预判力度

公司为浓缩苹果汁行业的领头羊企业，在国内外行业均享有极高的品牌声誉，并作为中国和美国的行业会议主报告企业，不但有丰富的行业资源和数据积累，且对行业和市场有一定的影响力。公司将进一步整合资源与行业数据，通过加强信息收集，市场行情走势分析，提高公司对市场行情的预判能力。不仅要关注中国浓缩果汁产量和成本，更应在全球供求形势的大背景下来分析中国的销售走势，进而优化销售节奏。

4) 通过金融等手段对冲汇率风险

公司将进一步与境内外银行加强合作，通过订单融资等回收货款，做到早收汇早结汇，规避汇兑风险。

会计师回复：

2019 年度财务报表审计过程中，我们对毛利率执行的审计主要程序包括：

（1）结合收入、成本及存货的审计基础上，从产品的销量、单位售价、单位成本、产品结构的变化进行本期与同行业的比较，分析毛利率是否存在异常变动；

（2）选取公司重要产品的毛利率，本期与上期进行对比分析，关注是否存在显著异常；

（3）将公司重要产品的毛利率与同行业可比公司进行对比分析，关注是否存在异常波动，分析产生波动的主要原因及其解释的合理性。

我们认为，公司相关毛利率水平及其变动趋势符合市场价格趋势。

3. 年报披露，全球浓缩苹果汁产量较为稳定，年平均产量基本维持在 140 万吨左右，中国浓缩苹果汁产量占世界总产量的 35%以上。报告期内，公司苹果清汁生产量为 14.8 万吨，

同比增长 72.7%，主要因原料供应相对充足。此外，国内浓缩苹果汁行业仍需克服产能过剩、季节性加工带来的生产成本及费用控制等问题。请公司补充披露：（1）结合国内果汁制造行业经营情况，说明公司在饮料制造业务的市场地位和份额、主要竞争对手基本情况以及公司具备的市场优势及劣势；（2）针对产能过剩、季节性加工带来的生产成本及费用控制等问题，公司已采取及拟采取的应对措施。

公司回复：

（1）结合国内果汁制造行业经营情况，说明公司在饮料制造业务的市场地位和份额、主要竞争对手基本情况以及公司具备的市场优势及劣势。

国内果汁制造行业中具有规模和竞争实力的企业有国投中鲁果汁股份有限公司（以下简称“国投中鲁或本公司”）、烟台北方安德利果汁股份有限公司（02218.HK）（以下简称“安德利果汁”）、中国海升果汁控股有限公司（00359.HK）（以下简称“海升果汁”）及陕西恒通果汁集团股份有限公司（未上市）四家企业。下面以三家上市公司披露信息进行对比分析：

公司名称	基本情况	市场地位及占有份额
国投中鲁果汁股份有限公司	公司始创于 1982 年，是国内最早从事浓缩苹果汁业务的企业，目前是国家开发投资集团有限公司控股的股份制企业，2004 年 6 月，公司在上海证券交易所挂牌上市，成为浓缩苹果汁行业内第一家在国内主板上市的企业，主要产品为浓缩苹果汁、浓缩梨汁、浓缩红薯汁等。公司生产工厂分布于山东、山西、陕西、河北、辽宁、江苏、云南等苹果优势产区，浓缩果汁产品出口率占到 80% 以上。2018 年公司收购波兰 Appol 集团 100% 股权，是国内果汁行业首次在境外进行产能布局，拥有实体企业。	公司在我国浓缩果汁行业处于领军地位，国家级农业产业化重点龙头企业，中国食品工业出口五十强企业。作为出口外向型企业，公司高度重视食品安全管理及质量控制体系的建设，通过 FSSC22000、CIQ、CQC、ISO9000、QS、KOSHER、SGF 等多项质量认证。经过多年的生产经营，公司拥有丰富的优质海外客户资源，客户的地域分布较为稳定，公司产品品牌与信誉基础好，海外客户认知度高。公司 2019 年主要销售市场呈现出多元化态势，对新兴市场、国内市场开拓卓有成效，2019 年公司外销收入为 10.94 亿元，内销收入为 2.32 亿元，收入同比增加 38%。
烟台北方安德利果汁股份有限公司	安德利果汁创建于 1996 年，是山东安德利集团的支柱企业，世界浓缩果汁主要生产与供应商之一。公司在山东、辽宁、江苏、山西、陕西、四川等省建有八个浓缩果汁子公司。2003 年 4 月，公司在香港上市。	安德利果汁产品主要销往国内和中国以外的亚洲国家、欧洲、北美洲和非洲市场，且已逐步开拓了大洋洲和南美洲市场。2019 年，内销收入为 2.9 亿元，外销收入为 5.41 亿元，外销收入同比下降 35%。
中国海升果汁控股有限公司	海升果汁创建于 1996 年，于 2005 年 11 月 4 日在香港联交所主板挂牌上市。公司在陕西乾县、渭南、辽宁大连、山东青岛、山东栖霞、山西运城、安徽砀山、河南灵宝等地建有浓缩果汁子公司。公司主要从事浓缩果汁及浓缩果汁相关产品的生产和销售。	2019 年海升果汁销售浓缩果汁产品收入为 7.51 亿元，占其营业收入的 61%，销售鲜果和果树苗木等其他业务收入为 4.81 亿元，占其营业收入的 39%。

公司根据安德利果汁和海升果汁（未经审计）对外公告的 2019 年年报数据，选取收入、成本、费用等重要财务指标进行对比分析。

2019 年主要财务数据对比如下：

单位：万元

项目	国投中鲁	安德利果汁	海升果汁
----	------	-------	------

主营业务收入	132,607.88	83,152.99	75,091.30
主营业务毛利率	20.02%	31.31%	8.20%
销售费用	11,892.42	4,478.08	28,612.80
管理费用	9,322.73	5,427.28	28,042.70
财务费用	3,502.88	-646.79	15,506.60
利润总额	2,021.93	16,953.79	-10,137.60
净利润	1,540.74	16,926.87	-11,083.90
归属于母公司所有者的净利润	359.73	16,926.87	-12,705.40

1) 营业收入分析

2019 年营业收入构成明细表

单位：万元

项目	国投中鲁	占比 (%)	安德利果汁	占比 (%)	海升果汁	占比 (%)
主营业务收入	132,607.88	99.70	83,152.99	99.21	75,091.30	60.93
其他业务收入	402.27	0.30	659.74	0.79	48,147.80	39.07
合计	133,010.15	100.00	83,812.73	100.00	123,239.10	100.00

注：根据年报数据，各公司主营业务均为浓缩果汁及相关产品销售。

从营业收入构成来看，2019 年公司实现主营业务收入 132,607.88 万元，主营业务占比 99.70%；安德利果汁实现主营业务收入 83,152.99 万元，主营业务占比 99.21%；海升果汁实现主营业务收入 75,091.30 万元，主营业务占比 60.93%，其他业务收入 48,147.80 万元（主要由销售苹果及其他水果 39,618.40 万元和销售苹果苗木 8,529.40 万元构成）。

由于公司和安德利果汁的主要业务占比均在 99%以上，表明两家公司的主营业务突出、营业收入组成结构相近。

2019 年公司的主营业务收入比安德利果汁多 49,454.89 万元，安德利果汁年报披露收入下跌主要是受中美贸易摩擦及上年度美国客户加收关税的影响，采购量和销售量相比去年出现下降。而公司销售量因在维持美国市场的基础上扩大销售，同比增加 4.55 万吨，同比收入上升 3.67 亿元，增幅 38.09%。

2) 期间费用对标

A、销售费用

销售费用明细对比表

单位：万元

项目	国投中鲁	安德利果汁	差额
运费	6,322.50	2,931.80	3,390.70

工资及福利	647.19	155.63	491.56
其他	4,922.73	1,390.65	3,532.08
合计	11,892.42	4,478.08	7,414.34

销售费用 2019 年公司累计发生 11,892.42 万元，比安德利果汁多 7,414.34 万元。销售费用占主营业务收入比例分别为 8.97%和 5.39%。差异原因主要如下：

a. 安德利果汁年报披露其销售费用同比下降 4,643.10 万元，主要原因是其北美市场销量大幅下滑，对北美出口额仅占其收入的 9.97%。公司 2019 年北美市场销售收入虽呈下降趋势，但仍占总收入的 39.73%。公司对北美市场的销售主要由子公司中鲁美洲有限公司承担，除了正常产生的国内销售费用外，在北美地区也会产生仓储、运输、港杂、清关等销售费用，2019 年中鲁美洲累计发生销售费用 3,481.29 万元。因北美业务的特殊性，且公司和安德利果汁在北美市场业务量的巨大差异，该部分销售费用不具备可比性，应剔除北美地区销售费用后进行分析。剔除后公司销售费用为 8,411.13 万元，修正后公司和安德利果汁销售费用占主营业务收入的比例分别为 6.34%，5.39%；

b. 公司产能布局以西部为主，西部地区调运至港口的长途费用较高，导致公司销售费用较高；

c. 公司自有冷库配备有限，需租赁外部冷库，仓储费用较高导致公司销售费用较高。

B、管理费用

管理费用明细对比表

单位：万元

项目	国投中鲁	安德利果汁	差额
工资及福利	4,890.27	2,456.54	2,433.73
折旧摊销	882.68	690.12	192.56
维修费和车辆费	841.47	490.79	350.68
中介机构、其他咨询服务费	606.98	841.67	-234.69
其他项	2,101.33	948.16	1,153.17
合计	9,322.73	5,427.28	3,895.45

2019 年公司管理费用为 9,322.73 万元，比安德利果汁多 3,895.45 万元。安德利果汁年报披露的管理费用明细项目仅五项，工资及福利两家相差较大，一是公司管理总部在北京，人员工资等管理成本比较高，安德利果汁管理人员在山东地区，其人员工资等管理成本相对较低；二是公司的子公司比安德利果汁的子公司多，故职工人数较安德利果汁多，人工成本

比安德利果汁大；三是公司境外子公司有三家，安德利果汁无境外子公司，由于境外人员工资等相对较高，导致公司的人工成本较高。

C、财务费用

财务费用明细对比表 单位：万元

项目	国投中鲁	安德利果汁	差额
贷款利息支出	3,235.49	4.31	3,231.18
政府补助贴息	0.00	-105.00	105.00
利息收入	-54.20	-452.95	398.75
汇兑净损益	-295.88	-123.59	-172.29
其他项	617.47	30.44	587.03
合计	3,502.88	-646.79	4,149.67

2019年公司发生财务费用3,502.88万元较比安德利果汁多4,149.67万元。主要是因为安德利果汁无借款，公司短期贷款2019年底为10.50亿元，贷款相关的利息支出比安德利果汁多3,231.18万元。

2019年末融资情况明细对比表 单位：万元

项 目	国投中鲁	安德利果汁	海升果汁
短期借款	105,011.00	-	258,953.40
长期借款	12,604.06	-	100,282.30
借款总计	117,615.06	-	359,235.70

安德利果汁年报披露货币资金年初为3.79亿元，年末为2.74亿元，资金产生的利息收入比公司多398.75万元；公司汇兑收益比安德利果汁多172.28万元；同时安德利果汁年报披露2019年收到林业贷款中央财政贴息资金105万元，冲减了财务费用。

3) 毛利率对标

主营业务毛利率对比表

项目	国投中鲁	安德利果汁	海升果汁
主营业务毛利率	20.02%	31.31%	8.20%

公司毛利率为20.02%，在三家公司中位居第二；安德利果汁毛利率最高为31.31%；海升果汁公司毛利率最低为8.20%。由此可以看出整个果汁行业安德利果汁盈利能力最强。公司毛

利率比安德利果汁低 11.29 个百分点，一是截至 2018 年，公司已有八家下属企业完成“煤改气”升级改造工作，排放指标达到国家高标准要求，在环保治理进度及效果都走在了果汁行业前列，环保支出的增加势必导致成本的增加，使毛利率降低；二是公司主要销售市场在美国，受美国加征关税影响，毛利率较低，虽然公司在 2019 年对市场进行重新布局，但为了维护原有客户关系，在美国的销售份额由 2018 年的 58.15% 降至 39.73%，但占比仍位居第一，美国关税的大幅提高，使该区域的毛利率降低，导致公司的综合毛利率降低。安德利果汁在美国的销售份额由 2018 年的 38.26% 降至 9.97%，其受美国加征关税的影响较小，其他国际市场没有新增关税情况，其毛利率变化不大。

通过上述五方面的行业对标分析，公司目前的优劣势如下

1) 公司优势

A、公司为浓缩苹果汁行业的领军企业，在国内外行业均享有较好的品牌声誉。

公司参与行业标准制定，在相关果汁饮料行业组织中发挥主导和协调作用。作为行业领军企业，公司是中国食品土畜进出口商会副会长单位、果汁分会理事长单位；中国饮料工业协会常务理事单位、果蔬汁分会副会长单位；中国苹果加工协会副会长单位；美国果汁加工企业协会（JPA）董事会中唯一的中国成员企业；国家首批农业产业化重点龙头企业以及国家食药同源产业科技创新联盟副理事长单位。公司拥有丰富的行业经验，凭借着多年积累的信誉，在行业树立了良好的口碑和形象。此外，2019 年公司被评为“中国轻工业百强企业”及“中国轻工业食品行业五十强企业”，是浓缩果汁行业唯一上榜企业，彰显了行业龙头实力。

公司将持续发挥自身优势，深耕浓缩果汁加工业，把握饮料市场消费趋势，以品质为基石，依托创新和国际化双轮驱动，不断满足国民对健康食品的需求和人民日益增长的美好生活需要。

B、优良的客户群体、业务稳定

公司在美国、日本市场占有率均为第一，在加拿大及南非市场的目前占有率排名靠前，且新兴市场今年仍有望持续提高占有率。公司与百事可乐、可口可乐、三菱、卡夫等一大批世界著名的饮料企业建立了长期稳定的贸易伙伴关系，于 2019 年成为世界上最大的浓缩苹果汁生产商。

C、国内外协同优势

2018 年公司收购波兰 Appol 集团 100% 股权，是国内果汁行业首次在境外进行产能布局，拥有实体企业，平衡了国际市场贸易壁垒风险及国内苹果原料减产带来的风险，减缓了公司成本压力，国内主业与欧洲地区在产能、资源以及销售上形成协同，优化了主营业务产能布局，为公司整体业绩和国际市场布局提供了有力支撑。由此，公司具备了总部、欧洲、美洲多位一体的销售团队，能够为各个市场提供更直接的客户服务。国内外的市场协同优势，可使产品资源共享、信息共享、市场战略协同。

D、丰富技术沉淀及研发创新

公司一直将科技领先作为企业的立足之本，力求通过加大研发资金投入、持续科技创新来促进公司的基数改革和管理创新，并通过产、学、研相结合的模式实现自主创新，推进新产品、新工艺和新技术的开发，拥有多项自主研发的核心技术和专利技术，企业核心竞争力稳步上升。

2) 公司劣势

A、过度依赖出口

北美、日本及欧洲市场是全球浓缩苹果汁最大的消费区域，目前，国际形势复杂多变，全球经济复苏缓慢，国际市场竞争的激烈给公司发展提出挑战。目前公司产品销售主要用于出口，国内销售尚需进一步拓展，一旦进口国利用技术壁垒、贸易壁垒等手段制约苹果汁贸易，上述因素或将直接影响公司经营业绩。

B、产品结构单一，抵御贸易风险薄弱

近年来，公司大力开拓新品销售，虽然开展了小量的新品合作，但没有取得理想的规模，目前非浓缩苹果汁业务收入仅占公司总营业收入的 15%以下，产品结构不合理，或将影响到公司的持续盈利能力。

C、提高主营业务的盈利能力

通过与安德利果汁对比，公司主营业务毛利率比安德利果汁低 11.29 个百分点，销售费用比安德利果汁多 7,414.34 万元，管理费用比安德利果汁多 3,895.45 万元，财务费用比安德利果汁多 4,149.67 万元，导致利润总额比安德利果汁少 10,137.60 万元。由于美国市场历来是公司最大的销售市场，近两年受美国加征关税影响较大，公司在 2019 年努力开拓美国海外市场，深挖潜在优质客户，及时调整市场，后续公司会加大市场预判力度，收集各产区原料情况及各个市场的需求情况，精准把握销售时机；通过精细化管理及技术研发创新努力降低生产成本；通过瘦身健体、合理配运、提高应收账款及存货周转率，减少资金占用以及努力争取低成本融资等手段降低各项费用。

(2) 针对产能过剩、季节性加工带来的生产成本及费用控制等问题，公司已采取及拟采取的应对措施。

1) 通过区域协调、工艺优化、平衡生产和延长生产周期等方式，减少消耗，降低生产成本；

2) 通过提高设备自动化的效率，加强生产过程管理，坚持内外对标，实施定额管理，降低生产成本。

3) 通过优化物流模式，加快销售进度，提高存货周转率，降低销售费用；

4) 通过优化管理流程，重新定岗定编，减少管理层级等措施降低管理费用。

4. 年报披露，公司产品以浓缩果蔬汁为主，辅以 NFC 果汁、多品种饮料浓缩液及水果原浆等系列产品结构。现有产能方面，报告期内公司苹果汁与梨汁设计产能分别为 560 吨/时、55 吨/时，实际产能 345 吨/时、34 吨/时。同时，公司拟投资 2584.78 万元投资建设多品牌 NFC 果蔬汁（浆）生产线项目。请公司补充披露：（1）报告期内系列产品结构的具体经营信息，包括营业收入、营业成本、毛利率及其同比情况；（2）报告期内实际产能低于设计产能的原因；（3）结合公司近三年公司产能利用率、现有市场发展情况，说明新建上述生产线项目的主要原因及相关商业合理性。

公司回复：

（1）报告期内系列产品结构的具体经营信息，包括营业收入、营业成本、毛利率及其同比情况。

2018 年度及 2019 年度公司各种产品的具体经营信息详见下表：

单位：万元

产品名称	2019 本年累计			2018 本年累计			同比		
	销售收入	销售成本	毛利率 (%)	销售收入	销售成本	毛利率 (%)	销售收入变动 (%)	销售成本变动 (%)	毛利率变动 (%)
浓缩苹果汁	107,523.95	86,507.20	19.55	77,051.76	57,157.19	25.82	39.55	51.35	-6.27
浓缩梨汁	8,213.76	5,488.27	33.18	5,712.81	4,110.20	28.05	43.78	33.53	5.13
其他	16,870.17	14,061.51	16.65	13,016.42	9,488.76	27.10	29.61	48.19	-10.45
合计	132,607.88	106,056.98	20.02	95,780.99	70,756.15	26.13	38.45	49.89	-6.11

公司主要产品为浓缩苹果汁，2019 年浓缩苹果汁平均销售单价同比增加 5.73%，平均单位销售成本同比增加 14.67%，浓缩苹果汁毛利率 19.55%，同比下降 6.27%。毛利率同比下降主要是由于 2019 年前三个季度主要销售 2018 榨季产品，2018 年前三个季度主要销售 2017 榨季产品，2018 榨季因天气原因国内苹果原料大幅减产，使得浓缩苹果汁成本同比 2017 榨季增加 2,191.59 元/吨，增幅 41.64%，2018 年 9 月之前出口至美国的产品无关税，2018 年 9 月 24 日开始美国加征 10%关税，2019 年 5 月 10 日开始美国进口关税提高至 25%，在榨季成本增加和关税提高的双重影响下，推动销售价格走高，同时也使得单位销售成本增加，但由于平均销售单价增幅低于单位销售成本增幅，导致浓缩苹果汁毛利率下降了 6.27 个百分点。

（2）报告期内实际产能低于设计产能的原因。

设计产能是指单位时间内生产产品数量的最大能力，实际产能指有限加工期内生产产品数量的能力。

近年来，国内水果种植的品种呈现多样化，部分区域苹果和梨等果树栽培面积减少，随着水果培植管理水平不断提高，高等级商品化率大幅度增加，且水果休闲食品及水果罐头行业的快速发展，分流了部分水果资源，可用于加工浓缩果汁的水果量随之减少，浓缩果汁有

效生产时间缩短了一半（生产时间由以前的 6-8 个月缩短至现在的 3-4 个月），导致浓缩果汁产量下降，即产生了实际生产数量低于最大生产数量的原因。

(3) 结合公司近三年公司产能利用率、现有市场发展情况，说明新建上述生产线项目的主要原因及相关商业合理性。

公司近三年的浓缩果汁生产受自然天气影响而产生了产量上的波动，2017 和 2019 年水果开花坐果期间未出现极端天气，浓缩果汁产量都达到了近年来的较高水平，而 2018 年遭受多年来最严重的霜冻灾害，导致水果减产超过 40%，相应地造成了浓缩果汁产量的下降。对于主要靠浓缩果汁生产经营为主的企业，有效加工时间本身就已经压缩到 3-4 个月，还要依靠正常自然天气进行经营，因此公司需要在延长生产时间和增加产品的多样性上迈出步伐，经过考察调研，确定了 NFC 果汁可以进行有效补充。

公司主营业务产品为浓缩果汁，根据《饮料通则》GB/T 10789-2015，浓缩果汁（Concentrated Juice）指：以水果为原料，从采用物理方法榨取的果汁浆中去除一部分水分制成的，加入其加工过程中除去的等量水分复原后，具有果汁浆应有特征的制品。NFC 果汁（Not From Concentrate，非浓缩还原）指：以水果为原料，采用物理方法直接制成的可发酵但未发酵的汁液、浆液制品。浓缩果汁本身不可直接食用，属于食品原料，经过加水复原后可制成复原果汁或饮料。

NFC 果汁，因直接压榨制成，能够保留原果的原汁原味，营养成分流失少。因此，NFC 果汁和浓缩果汁在原料规格、生产工艺、加工周期、目标市场、储运条件、保质期、销售价格等方面有本质的不同。NFC 产品符合逐渐兴起的健康消费潮流，与人民日益增长的美好生活需求相吻合，是果汁行业发展的趋势之一。NFC 果汁的国内需求在逐步扩大，目前市场处于培育期，行业预测 NFC 产品将具有较好市场前景。

与公司主业浓缩果汁相比，NFC 产品种类多样且保质期较短，因此，客户对 NFC 产品的需求呈现品种多样、单次需求量更小和需求频次更高的特点，这决定公司 NFC 产品主要定位于国内市场并根据客户的需求进行定制加工。公司旗下各生产工厂内均为 40t/h 以上的大型生产线，在设备选型和工艺参数上与 NFC 生产线有明显区别，不适用于生产 NFC 产品，所以需要新增一条生产能力适中，操作灵活性强，能够满足多种果蔬加工需求的生产线。

目前公司拟投资建设的多品牌 NFC 果蔬汁（浆）生产线项目系在全资子公司河北国投中鲁果蔬汁有限公司（以下简称“河北国投中鲁”）既有工厂的基础上进行布局，充分利用工厂的闲置土地以及共用水、电、气、污水处理、冷库仓储等公用工程，减少了项目整体的投资成本。NFC 果蔬汁（浆）项目计划加工十余种果蔬产品，可以实现全年生产，与公司浓缩果汁榨季生产模式相比，生产加工期大幅度延长，可以充分提高河北国投中鲁各项配套设施的综合利用率和员工的生产效率。

因此，NFC 果蔬汁（浆）项目的投资建设符合公司的中长期发展战略。公司拟通过本项目的投建运营，逐步化解公司产品结构单一和过于依赖海外市场的经营风险，将有利于提升公司盈利能力和抗风险能力。

会计师回复：

2019 年度财务报表审计过程中，我们针对新建 NFC 果蔬汁（浆）项目实施的审计程序主要包括：

- （1）访谈了解新建 NFC 果蔬汁（浆）项目的用途；
- （2）获取并检查内部讨论研究资料，如：河北国投中鲁果蔬汁有限公司执行董事决定、河北国投中鲁果蔬汁有限公司多品种生产线项目工作小组碰头会会议纪要等文件；
- （3）获取并检查河北国投中鲁多品种 NFC 果蔬汁（浆）生产线项目可行性研究项目合同和可行性研究项目报告，多品种 NFC 果蔬汁生产线环评技术服务合同；
- （4）检查企业投资项目备案信息，建设项目环境影响评价文件报批申请表等资料；
- （5）获取并检查河北国投中鲁多品种 NFC 果蔬汁（浆）生产车间施工项目-生产车间施工合同和河北国投中鲁 ST 多品种加工生产线设备定制合同，检查相应入账凭证等原始附件。

我们认为，公司上述回复中关于实际产能低于设计产能的解释合理且符合浓缩果汁行业实际情况，为丰富公司产品结构而投资建设 NFC 果蔬汁生产线具备商业合理性。

5. 2019 年，公司前五名客户销售额 3.38 亿元，占年度销售总额的 25.42%，其中，前五名客户销售额中关联方销售额 5974 万元，占年度销售总额的 4.51%；前五名供应商采购额 4193 万元，占年度采购总额的 71.88%。请公司补充披露：（1）近三年前五大客户名称、销售产品类别、销售金额、占比、是否为关联方；（2）近三年前五名客户中关联方销售业务背景、具体交易明细及金额；（3）近三年前五大供应商名称、采购内容、金额、占比、是否为关联方；（4）除已披露的关联方采购外，公司是否与上述客户、供应商存在关联关系或其他长期合作协议。

公司回复：

- （1）近三年前五大客户名称、销售产品类别、销售金额、占比、是否为关联方

公司近三年前五大客户情况表：

单位：万元

年度	客户名称	销售产品	是否为关联方	销售金额	占比
2019 年	终端品牌客户	浓缩果汁	否	8,934.30	6.72%
	终端客户及贸易商	浓缩果汁	否	7,370.96	5.54%
	大型贸易商	浓缩果汁	是	5,974.09	4.51%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	5,948.63	4.47%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	5,579.26	4.18%

年度	客户名称	销售产品	是否为关联方	销售金额	占比
	合计			33,807.24	25.42%

(续上表)

年度	客户名称	销售产品	是否为关联方	销售金额	占比
2018年	终端品牌客户	浓缩果汁	否	7,565.96	7.91%
	终端品牌客户及灌装商	浓缩果汁	否	6,811.32	7.11%
	大型贸易商	浓缩果汁	是	6,096.11	6.36%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	5,544.14	5.79%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	4,352.98	4.54%
	合计			30,370.51	31.71%

(续上表)

年度	客户名称	销售产品	是否为关联方	销售金额	占比
2017年	终端品牌客户	浓缩果汁	否	7,126.74	7.27%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	5,930.48	6.05%
	终端品牌客户及灌装商	浓缩果汁	否	5,650.78	5.77%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	5,328.51	5.44%
	终端品牌客户	浓缩果汁	否	5,159.20	5.27%
	合计			29,195.71	29.80%

(2) 近三年前五名客户中关联方销售业务背景、具体交易明细及金额

近三年前五名客户中，仅日本三菱商事株式会社与公司存在合资经营关系，除此之外，公司与其他客户均不存在任何关联方关系。

1992年8月14日，公司与日本三菱商事株式会社共同合资建立了山东鲁菱果汁有限公司，其中公司投资占比70%，日本三菱商事株式会社投资占比30%。

日本三菱商事株式会社是在日本国内和海外约80个国家拥有200多个分支机构的综合商社，拥有进行联合结算的超过500家公司的企业集团，约有48,000名来自世界各地的出色人才。长期以来，与世界各地的客户在能源，金属，机械，化学品，食品和资材等各个领域进行着广泛的贸易及合作。2019年7月，《财富》世界500强排行榜发布，日本三菱商事株式会社位列第33位。

日本每年对中国浓缩苹果汁的需求和进口量约在45,000吨左右，中国浓缩苹果汁因品质好、价格合理、船运时间短等优势，在日本饮料市场有着举足轻重的地位。作为日本国最大的商社，三菱商事株式会社一直占据最高的进口市场份额。日本三菱商事株式会社下属公司MC FOODS LIMITED负责其所有果汁业务，终端合作客户大都是享誉国内外的知名大企业。

主要向公司采购浓缩苹果清汁、脱色浓缩苹果汁和地瓜汁等品种，年合作量保持在 12,000-15,000 吨左右。

公司向日本三菱商事株式会社销售价格公允，近三年具体交易明细及金额详见下表：

单位：万元

客户名称	销售产品	销售金额		
		2019 年度	2018 年度	2017 年度
日本三菱商事株式会社	浓缩果汁	5,974.09	6,096.11	4,148.44

(3) 近三年前五大供应商名称、采购内容、金额、占比、是否为关联方

公司近三年前五大供应商情况详见下表：

年度	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	占比（%）	是否为关联方
2019 年	某较大果汁包装制造商	外包装	1,284.18	22.01	否
	某较大果汁包装制造商	外包装	1,162.66	19.93	否
	某较大果汁包装制造商	外包装	755.02	12.94	否
	燃料供应商	能源	506.57	8.68	否
	某较大辅料供应商	辅料	485.29	8.32	否
	合计		4,193.72	71.88	
2018 年	某较大果汁包装制造商	外包装	1,200.38	17.33	否
	某较大果汁包装制造商	外包装	812.71	11.73	否
	某较大果汁包装制造商	外包装	750.49	10.84	否
	燃料供应商	能源	606.18	8.75	否
	某较大辅料供应商	辅料	320.76	4.63	否
	合计		3,690.52	53.28	
2017 年	某较大果汁包装制造商	外包装	2,101.63	19.83	否
	某较大果汁包装制造商	外包装	1,590.89	15.01	否
	某较大果汁包装制造商	外包装	940.82	8.88	否
	燃料供应商	能源	815.4	7.70	否
	燃料供应商	能源	791.57	7.47	否
	合计		6,240.31	58.89	

(4) 除已披露的关联方采购外，公司是否与上述客户、供应商存在关联关系或其他长期合作协议。

除已披露的公司与日本三菱商事株式会社共同合资建立了山东鲁菱果汁有限公司以及向日本三菱商事株式会社销售浓缩果汁外，公司与上述客户、供应商不存在关联关系或其他长期合作协议。

会计师回复：

1、2019 年度财务报表审计过程中，我们对主要客户执行的审计程序主要包括：

(1) 了解销售与收款的内部控制制度，并选取关键控制点进行控制测试，评价公司内部控制设计是否合理、是否得到有效执行；

(2) 了解公司的销售模式、信用政策和主要客户的销售情况；

(3) 核查公司主要客户的基本情况、交易背景和历史合作情况，检查与主要客户的重要合作协议和购销合同，查询主要客户的工商信息，对比交易价格是否公允，是否存在关联交易非关联化的情况；

(4) 检查公司本期应收账款回款及期后回款情况；

(5) 对公司本期主要客户执行函证程序，并对未回函的部分执行替代程序。

2、2019 年度财务报表审计过程中，我们对主要供应商执行的审计程序主要包括：

(1) 了解公司备货政策、生产计划、生产周期、采购计划等；

(2) 执行控制测试，结合合同付款条件及资金流水、检查应付账款的支付情况；

(3) 取得公司主要供应商名单和各期采购数据，分析期末应付账款是否为主要的供应商，分析报告期内主要供应商的采购金额、采购占比及变动情况，并对本期向主要供应商的采购金额及应付账款期末余额执行函证程序；分析产量、销量、存货余额的变动与原材料、应付账款期末余额变动的合理性。

(4) 检查公司与主要供应商签订的采购合同及其对应的入库单和采购发票，检查单据时间、金额等信息的一致性。

我们认为，公司上述回复的内容真实、客观，与我们在审计过程中获取的与财务报告相关的信息一致。

二、关于会计处理及其他

6. 2018 年，公司子公司公司（欧洲）有限公司（以下简称欧洲公司）收购波兰 Appol 集团 100% 股权。报告期内，欧洲公司实现净利润仅 739.03 万元，同比下滑 68.24%。此外，公司商誉期末余额 7316.73 万元。请公司补充披露：（1）结合主要财务数据，说明欧洲公司业绩大幅下滑的具体原因；（2）商誉减值测试过程、关键参数及商誉减值损失的确认方法；（3）结合欧洲公司近两年营业收入、净利润、毛利率、经营 现金流净额等主要财务数据及

同比变动情况，分析说明公司未计提商誉减值的主要考虑，相关减值测试是否合理，是否存在商誉大额减值的风险。

公司回复：

(1) 结合主要财务数据，说明欧洲公司业绩大幅下滑的具体原因。

欧洲公司 2018 年和 2019 年主要合并财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年 (6-12 月)
营业收入	19,787.54	13,756.25
营业成本	15,343.91	8,644.08
净利润	739.03	2,497.02

公司于 2018 年 6 月完成收购公司欧洲（主要生产地位于波兰的 Appol 集团），2018 年 6 月起将其纳入合并范围，因此 2018 年度公司欧洲为 6-12 月份财务数据。由于西方国家是浓缩果汁的主要消费地区，西方国家节日消费旺季主要集中在第四季度，因此下半年的销售占全年销售比重在 60%-70%左右，受到 2018 榨季欧洲苹果产区出现历史性丰收、中国产区持续减产等综合因素影响，使得欧洲地区产品更具有成本优势、毛利率水平更高，因此公司欧洲 2018 年下半年收入及利润均较高。

2019 榨季波兰苹果产区产量较去年同期大幅减少，下降幅度约 40%。因此，从 2019 年下半年开始，波兰苹果原料价格上涨迅速，并持续保持价格高位，原料成本超过 2018 榨季一倍左右，从而造成生产成本大幅上涨。同时 2019 榨季中国苹果产区丰收，浓缩苹果汁成品产量与销售价格更具有竞争优势，给公司欧洲 2019 榨季生产及成本控制造成困难，客户纷纷转向中国等其他地区，因此，公司欧洲经营业绩出现大幅下滑。

(2) 商誉减值测试过程、关键参数及商誉减值损失的确认方法

1) 商誉减值测试方法

公司商誉期末余额 7,316.73 万元，其中归属于波兰 Appol 集团（以下简称“Appol 集团”）金额为 6,517.72 万元，本期商誉减值测试所在资产组与购买日商誉所确定的资产组一致。纳入评估范围的商誉所在资产组包括 Appol 集团的固定资产、在建工程及运营资金。

Appol 集团采用预计未来现金流现值的方法计算该资产组的可收回金额。预计未来现金流以经管理层批准的预测未来 10 年期现金流为基础。管理层根据历史实际经营数据、行业发展趋势、预期收入增长率、毛利率等指标编制预测未来 10 年税前现金流，其后年度采用的现金流增长率为零。按照现金流与折现率口径一致的原则选取加权平均资本成本作为折现率，对未来年度与商誉有关资产组的净现金流进行折现得出可收回金额，可收回金额与其账面价值的确定基础保持一致，根据包含商誉的资产组账面价值与资产组的可收回金额进行比较，以确认资产组商誉是否存在减值。

预测期内息税前净现金流为息税前利润+折旧和摊销-资本性支出-净营运资金变动额, 预测期现金流是管理层综合考虑 Appol 集团所处行业平均增长率、历史经营数据、行业发展趋势等指标进行预测的。截至 2019 年 12 月 31 日, 关于 Appol 集团商誉所在的资产组未来息税前净现金流、税前折现率及该资产组预计未来可收回金额情况如下:

单位: 万元

商誉所在资产组主要构成	预测期间	预测期间内相关资产组息税前净现金流区间	税前折现率	资产组预计未来现金流现值(可收回金额)
Appol 集团的固定资产、在建工程及营运资金	2020 年至永续年	2,636.13 至 3,786.19	8.70%	32,633.04

商誉减值测试过程如下表:

单位: 万元

Appol 集团商誉账面价值	商誉相关资产组账面价值	账面价值合计	资产组预计未来现金流现值(可收回金额)	商誉减值
6,517.72	21,145.68	27,663.40	32,633.04	-

2) 商誉减值测试中的关键参数

资产组预计未来现金流现值(可收回金额)计算之关键参数	数据
无风险收益率	2.11%
市场风险溢价	5.2%
Beta 系数	0.63
特有风险的调整	3.8%
股权资本成本	9.86%
债务资本成本	3.1%
税前折现率	8.7%

注: 上表所列之关键参数确定依据具体如下:

1) 折现率

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定, 商誉所在资产组预计未来现金流量现值计算中, “折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业购置或者投资资产时所要求的必要报酬率”, “折现率的确定应与未来现金流量税前口径一致采用税前折现率”。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》应用指南的规定, “折现率的确定通常应当以该资产的市场利率为依据。无法从市场获得的, 可以使用替代利率估计折现率。替代利率

可以根据加权平均资金成本、增量借款利率或者其他相关市场借款利率作适当调整后确定。”

2) 折现率的计算

加权平均资本成本（WACC）具体计算公式如下： $WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1-T) \times W_d$

其中： K_e ：权益资本成本

K_d ：债务资本成本

W_e ：权益资本结构比例

W_d ：付息债务资本结构比例

T：所得税率

加权平均资本成本的计算需要确定如下指标：权益资本成本、付息债务资本成本和付息债务与权益价值比例。

采用资本资产定价模型（CAPM）计算权益资本成本，公式如下： $K_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + \alpha$

其中： K_e — 权益资本成本

R_f — 无风险收益率

$R_m - R_f$ — 市场风险溢价

β — Beta 系数

α — 企业特有风险

3) 无风险收益率（ R_f ）的确定

无风险收益率是根据波兰国债收益率确定的，因持有该债券到期不能兑付的风险很小。无风险报酬率为 2.11%，采用的是近期（2019 年 12 月 30 日）波兰 10 年期国债利率。

4) 市场风险溢价的计算

采用美国纽约大学斯特恩商学院著名金融学教授、估值专家 Aswath Damodaran 的计算方法，通过在成熟股票市场风险溢价的基础上进行国家信用违约风险息差调整，得出波兰的风险溢价是 5.2%。

5) β 的计算

β 系数反映了投资收益率与市场收益率之间的相关关系。 β 系数采用欧洲食品加工业在不考虑财务杠杆的 β 系数。考虑财务杠杆的 β 指标值与不考财务杠杆的 β 指标值换算公式如下： $\beta_L = \beta_U \times [1 + (1-T) \times D/E]$

式中： β_L ：考虑财务杠杆的 Beta

β_U ：不考虑财务杠杆的 Beta

T：所得税率

经计算，对 Appol 集团综合不考虑财务杠杆 β 系数为 0.63。

6) 特有风险的调整

采用 Ibbotson Associates (Ibbotson Associates 是美国著名的金融数据服务机构) 对市值少于 3,000 万美元小型公司股票回报率率的计算，特有风险调整为 3.80%。

7) 股权资本成本的计算

通过以上计算，依据 $K_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + \alpha$ ，计算股权资本成本为 9.86%。

8) 债务资本成本

债务资本成本的计算以 Appol 集团提供的相关借款信息为基础，即 3.10%。

9) 税前折现率

通过计算，得出税前折现率为 8.70%。

10) 一般假设

- 假设报告期后，Appol 集团商誉所在资产组的经营环境所处的政治、经济、社会等宏观环境不发生影响其经营的重大变动；

- 除报告期内，政府已经颁布和已经颁布尚未实施的影响 Appol 集团商誉所在资产组经营的法律、法规外，假设预测期内与 Appol 集团商誉所在资产组经营相关的法律、法规不发生重大变化；

- 假设报告期后，Appol 集团商誉所在资产组经营所涉及的汇率、利率、税赋等因素的变化不对其经营状况产生重大影响（考虑利率在报告期至报告日的变化）；

- 假设报告期后不发生影响 Appol 集团商誉所在资产组经营的不可抗拒、不可预见事件；

- 假设 Appol 集团商誉所在资产组在未来预测期持续经营、资产组持续使用；

- 假设预测期内，Appol 集团商誉所在资产组所采用的会计政策与报告期在重大方面保持一致，具有连续性和可比性；

- 假设预测期内，Appol 集团商誉所在资产组经营符合国家各项法律、法规，不出现违法事项；

- 假设未来预测期内，Appol 集团商誉所在资产组经营相关当事人是负责的，且管理层有能力担当其责任，主要管理人员基于报告期状况，不发生影响其经营变动的重大变更，管理团队稳定发展，管理制度不发生影响其经营的重大变动。

(3) 结合欧洲公司近两年营业收入、净利润、毛利率、经营性现金流净额等主要财务数据及同比变动情况，分析说明公司未计提商誉减值的主要考虑，相关减值测试是否合理，是否存在商誉大额减值的风险。

公司欧洲 2018 年和 2019 年主要合并财务数据如下：

单位：元

项目	2019 年	2018 年	增减变动	变化幅度 (%)
营业收入	197,875,371.70	137,562,501.38	60,312,870.32	43.84
营业成本	153,439,148.53	86,440,817.27	66,998,331.26	77.51
毛利率	22.46%	37.16%	-14.70%	-39.56
净利润	7,390,274.95	24,970,220.83	-17,579,945.88	-70.40
经营性现金流净额	11,099,778.71	-3,284,708.73	14,384,487.44	437.92

注：公司 2018 年 6 月完成对欧洲公司 100% 股权收购。

2019 榨季波兰地区苹果产量较去年同期大幅减少，下降幅度约 40%，波兰苹果原料价格自 2019 年下半年开始上涨迅猛，直接导致存货生产成本大幅上涨。与此同时，2019 榨季中国苹果产量供应充足，中国的浓缩果汁产品凭借着质优价低的竞争优势深受欧洲市场的欢迎。但是在市场售价的涨幅比例低于存货成本的涨幅比例的情况下，欧洲公司主要产品的毛利率和净利润出现较大幅度的下滑。

公司认为，2019 榨季由于突发极端恶劣天气导致欧洲产区苹果大幅减产，原料价格翻倍，是欧洲果汁行业历史上难得一遇的情形，这种情况极其偶然且不具有未来可预测性和可持续性，在考虑商誉减值测试时应当剔除该项因素的影响。同时，欧洲公司的基本生产经营情况未发生较大变化，销售订单数量仍维持正常合理的水平，客户群体与合作关系依然保持稳定。

综上所述，公司认为 2019 年末欧洲公司未计提商誉减值的考虑是合理的，期末商誉不存在大额减值的风险。

会计师回复：

2019 年度财务报表审计过程中，我们对期末商誉减值测试执行的审计程序主要包括：

(1) 了解与商誉减值相关的关键内部控制，评价其设计是否合理、执行是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 评估外部评估师的胜任能力、专业素质和客观性；

(3) 复核公司对商誉所在资产组或资产组组合的划分是否合理，是否将商誉账面价值在资产组或资产组组合之间恰当分摊；

(4) 复核商誉减值测试方法：评价商誉减值测试关键假设的适当性；评价使用关键参数的合理性，包括预测期增长率、稳定期增长率、利润率、折现率等及其确定依据；

(5) 获取管理层对商誉减值测试的相关资料以及外部评估师出具的商誉减值测试报告，评估商誉减值测试模型是否符合现行的企业会计准则；

(6) 复核商誉减值计算过程；

(7) 检查与商誉减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

经实施上述审计程序后，我们认为公司 2019 年末针对波兰 Appol 集团商誉不计提减值准备的依据合理、充分。

7. 年报披露，报告期内公司资产负债率 57.96%，较以往年度进一步上升。流动性方面，货币资金期末余额 1.11 亿元，短期借款与长期借款分别增长 52.79%、8.93%，合计 11.76 亿元。同时，财务费用期末余额 3502.88 万元，同比增长 346.59%。请公司补充披露：（1）结合同行业公司的负债率和流动比率情况，说明公司的负债水平和偿债能力是否合理；（2）结合公司流动资金、经营性现金流情况，说明相关债务偿付资金安排；（3）财务费用大幅增长的具体原因；（4）公司进一步改善财务状况的计划和安排。

公司回复：

（1）结合同行业公司的负债率和流动比率情况，说明公司的负债水平和偿债能力是否合理

项目	日期	国投中鲁	安德利果汁 (02218.HK)	海升果汁 (00359.HK)
流动比率	2019 年 12 月 31 日	1.21	14.45	0.37
	2018 年 12 月 31 日	1.28	7.69	0.63
	变动	-0.07	6.76	-0.26
资产负债率	2019 年 12 月 31 日	57.96%	6.24%	77.87%
	2018 年 12 月 31 日	49.89%	7.41%	71.69%
	变动	8.07%	-1.17%	6.18%

注：上述指标的计算公式如下

流动比率 = 流动资产 / 流动负债

资产负债率 = 总负债 / 总资产 * 100%

如上表数据所示，与同行业上市公司相比，公司的流动比率和资产负债率均处于同行业上市公司的中等水平。

从流动比率指标来看，公司截至 2019 年 12 月 31 日的流动比率为 1.21，较 2018 年 12 月 31 日的流动比率 1.28 下降 0.07，表明公司流动资产的变现能力略微下降。

从资产负债率指标来看，公司 2019 年 12 月 31 日的资产负债率为 57.96%，较 2018 年 12 月 31 日的资产负债率 49.89% 增加 8.07 个百分点，主要原因是公司 2019 年的产、销量情况较 2018 年出现大幅增长，涨幅比例均超过 38%。一般认为，一家公司资产负债率的适宜水平是

40%-60%，资产负债率达到 70%称为警戒线，公司 2019 年 12 月 31 日资产负债率 57.96%处于安全、可控的合理范围之内。

根据浓缩果汁行业季节性生产的特点，公司一般会在每年下半年生产榨季开始时采用银行借款方式开展融资，用于补充公司日常生产经营所需的大量流动资金，在次年的上半年使用销售回款资金偿还银行借款。公司与金融机构长期保持着密切良好的合作关系，公司在与金融机构循环续贷的前提下，日常经营和业务发展所需资金的流动性能得到充分满足。

截至 2019 年末，公司不存在对正常生产、经营活动有重大影响的或有负债，亦不存在表外融资的情形。截至 2020 年第一季度末，公司经营活动产生的现金流量净额 29,557.35 万元，投资活动产生的现金流量净额-1,443.86 万元，筹资活动产生的现金流量净额-15,304.28 万元，现金及现金等价物净增加额 12,803.21 万元。

综上所述，公司目前经营状况良好，现金流状况及偿债能力属于正常范围。

(2) 结合公司流动资金、经营性现金流情况，说明相关债务偿付资金安排。

截至 2020 年 4 月末，公司货币资金期末余额 1.44 亿元，2020 年 1 月至 4 月公司经营性现金流量状况良好，期间累计归还贷款 3.32 亿元，根据公司近期的还款计划，预计 5 月份归还贷款 1 亿元，6 月至 12 月预计产生销售回款 5.61 亿元，均能按时足额的归还相应到期贷款。同时，截至 2020 年 4 月底公司已取得银行金融机构授信额度 10.30 亿元，尚未实施的授信额度占比 81%，公司在各家银行的信用记录良好，授信状况正常。此外，在公司日常生产经营方面，国投财务有限公司为公司提供了充足的资金支持，2017 年提供贷款 2.76 亿元，2018 年提供贷款 2.50 亿元，2019 年提供贷款 5 亿元，保证了公司的正常运转。

(3) 财务费用大幅增长的具体原因

财务费用对比分析如下：

单位：万元

费用性质	2019 年发生额	2018 年发生额	变动额
利息支出	3,235.49	2,139.71	1,095.78
减：利息收入	54.20	130.69	-76.49
利息支出净额	<u>3,181.29</u>	<u>2,009.02</u>	<u>1,172.27</u>
汇兑损失（收益）	-295.88	-1,600.20	1,304.32
其他支出	617.47	375.54	241.93
合计	3,502.88	784.36	2,718.52

公司主要的融资方式为银行借款，且公司销售大多以美元结算，公司财务费用的主要构成成为银行借款的利息支出和汇兑净收益（损失）。

公司 2019 年利息支出 3,235.49 万元较 2018 年利息支出 2,139.71 万元增加 1,095.78 万元，利息支出大额增加主要是公司 2019 年增加银行借款和国投财务有限公司借款所致。其

中，仅短期借款 2019 年末较 2018 年末增加 36,282.32 万元，增加比例 52.79%，公司增加借款的主要原因如下：①2019 榨季国内苹果供应相对充足且采购成本较低，公司为把握原料成本低廉的机会需要耗用大量周转资金用于支付原材料采购和果汁产品的生产储备，2019 榨季较 2018 榨季国内果汁产量大幅增长，创造最近十年公司国内产量的最高水平；②2019 年伴随中美贸易摩擦进一步升级，自 2019 年 5 月 10 日起美国对来自中国的浓缩果汁征收 25%的关税，公司针对美国市场中合作良好的重要客户的销售回款周期相应适当延长，进一步增加了公司对流动资金的需求量。

公司汇兑损益受汇率变动、外币项目余额变动及外币项目性质等因素的综合影响。公司外销收入以美元结算为主，汇兑损益主要由美元结算产生，具体形成原因主要包括：①公司收回美元应收账款与确认收入时因汇率变动产生汇兑损益；②公司偿付债务与确认债务时汇率变动产生汇兑损益；③各月末公司根据月末美元兑人民币汇率中间价调整账面汇兑损益；④公司日常结汇、购汇形成的汇兑损益。

公司 2019 年汇兑净收益 295.88 万元较 2018 年汇兑净收益 1,600.20 万元减少 1,304.32 万元，主要原因是 2017 榨季美元借款占比较大，且 2018 榨季开始前（2018 年 8 月之前）汇率自 6.2881 至 6.8246 之间宽幅震荡，有利于美元还款及结汇时点把控，2018 年产生较多的汇兑净收益，化解了人民币升值风险。

(4) 公司进一步改善财务状况的计划和安排。

- 1) 公司将努力提高应收账款周转率和存货周转率，降低资金占用，增强经营现金水平。
- 2) 公司积极保持主营业务的持续和稳定，加强项目全过程管理提升经营指标，开展资产盘活并优化改善财务状况。

会计师回复：

2019 年度财务报表审计过程中，我们对财务费用执行的审计程序主要包括：

- (1) 获取并检查与银行或其他非银行金融机构签订的借款合同和补充协议；
- (2) 根据借款合同的借款种类、借款期限、借款金额和借款利率，复核利息支出的金额；
- (3) 检查计入财务费用的汇兑损益计算方法是否正确，核实采用的汇率是否准确。

我们认为公司财务费用的金额真实、准确，符合公司银行借款、出口销售、汇率波动等实际情况，财务费用大幅增长合理。

8. 年报披露，公司应收账款期末余额 5.34 亿元，同比增长 115.01%，应收账款占营业收入的比例为 40%，应收账款周转率 3.4，较以前年度进一步下降。请公司补充披露：(1) 结合公司销售情况、信用政策及回款期限等，补充披露应收账款大幅增加的合理性；(2) 结合前五名应收账款的账龄、逾期情况、欠款方经营能力、财务状况与期后回款情况，补充披露

应收账款是否存在无法足额收回的风险，以及是否充分计提坏账准备；（3）结合公司的业务模式、信用政策、收入确认条件等，补充说明公司应收账款周转率持续下降的原因及合理性。

公司回复：

（1）结合公司销售情况、信用政策及回款期限等，补充披露应收账款大幅增加的合理性

应收账款大幅增加的主要原因是受浓缩果汁行业每年第四季度市场需求较高的影响，第四季度销售收入占比较高，因此，造成期末在信用期内尚未收回的应收账款大幅增加。

2018年度和2019年度主要果汁品种季度销量情况详见下表：

单位：吨、万元

品种	季度	2019年		2018年		变动额	
		销售数量	销售收入	销售数量	销售收入	销售数量	销售收入
浓缩苹果汁	第一季度	14,741.26	13,423.43	22,783.96	16,705.76	-8,042.70	-3,282.33
	第二季度	18,063.37	16,047.61	22,292.98	16,831.04	-4,229.61	-783.43
	第三季度	24,181.49	20,708.50	20,647.46	16,878.97	3,534.03	3,829.53
	第四季度	72,347.73	57,344.41	32,264.48	26,635.99	40,083.25	30,708.42
	合计	129,333.85	107,523.95	97,988.88	77,051.76	31,344.97	30,472.19
浓缩梨汁	第一季度	2,388.28	2,178.48	2,810.32	1,917.93	-422.04	260.55
	第二季度	1,668.99	1,635.02	1,508.86	1,053.82	160.13	581.20
	第三季度	1,976.55	1,784.11	892.33	688.73	1,084.22	1,095.38
	第四季度	3,382.43	2,616.15	2,566.39	2,052.33	816.04	563.82
	合计	9,416.25	8,213.76	7,777.90	5,712.81	1,638.35	2,500.95

由于2018榨季国内原料大幅减产，导致2019年前三季度可销售产品减少，2019榨季国内原料供应恢复正常、果汁产量增加，下游客户加大采购量，销量同步增加，同时公司在北美以外市场大力开拓，销售渠道大幅度扩宽，公司在2019年第四季度销售增速迅猛，因赊销产生的应收账款大多仍处于赊销信用期内，导致应收账款2019年期末余额较2018年期末余额出现大幅增加，该项增加变动为2019年度公司实际业务开展的正常反映，公司通过加强对客户信用期内回款的追踪控制，相应货款大部分已于2020年4月底前收回。

公司的产品一般出售给食品饮料行业的客户，并且同一家客户经常采购多种产品，因此，信用政策不根据具体产品品种进行区别。公司一贯重视对应收账款的管理和客户风险控制，制定了严格的内控制度及风险管理措施，公司会对客户的资质、行业反馈和资信情况等进行调查并进行内部风险评估，并根据客户需求、市场条件、境内外销售及客户资信情况的不同采用不同的信用政策。公司境内销售原则上采取款到发货方式或者货到付款销售，对于信用良好的客户一般给予7天至90天的账期，境外销售一般给予客户30-120天不等的

账期。2019 年，公司的信用政策和回款期限除因美国大幅加征关税，公司延长部分大客户的赊销期限外，其他客户未发生明显变化。

(2) 结合前五名应收账款的账龄、逾期情况、欠款方经营能力、财务状况与期后回款情况，补充披露应收账款是否存在无法足额收回的风险，以及是否充分计提坏账准备。

公司在制定并严格执行内控制度和应收账款风险管理措施的基础上，通过与中国出口信用保险公司合作开展出口信用保险等措施，为公司评估新客户资信，挑选信用良好的买家开展业务，持续开拓新兴市场提供收汇安全保障，为公司产品出口到高风险地区市场保驾护航。正常情况下，如产品质量无异常情况，应收账款不存在无法足额收回的风险。

1. 2019 年末，应收账款前五名客户情况：

单位：万元

客户名称	账面余额	账龄	期后回款	是否存在无法足额收回的风险
西安卓越食品有限公司	4,159.51	未逾期	2,366.89	否
S.T AGRI GLOBAL INC	3,854.54	未逾期	935.29	否
中农昕泰（北京）生物技术有限公司	3,523.13	未逾期	351.00	否
GOKNUR GIDA MADDELERI ENERJI IMALAT	3,430.38	未逾期	3,430.38	否
DOHLER NEUENKIRCHEN GMBH	3,277.14	未逾期	3,237.40	否
合计	18,244.70		10,320.96	

注：期后回款时间截至 2020 年 5 月 8 日。

西安卓越食品有限公司（简称“西安卓越”）为国内大型果蔬类加工产品贸易商，与国内外多家行业内大型企业保持密切合作，其中浓缩果汁为其主要经营产品，2019 年采购浓缩果汁数量超过万吨。与公司开展合作以来，西安卓越从未出现回款不良记录，双方合作愉快、进展顺利。截至 2020 年 4 月 30 日，公司针对西安卓越 2019 年末应收账款的回款比例为 56.90%，公司严格执行《国投中鲁果汁股份有限公司应收款项管理办法》，对达到或超过信用期的部分应收账款履行催收程序。西安卓越解释其销售情况和回款进度受到新冠肺炎疫情影响，自 2020 年 2 月初国内交通运输紧张，西部货物东调迟缓而阻碍了向其下游客户销售供货。伴随疫情防控初步取得成效，公司对西安卓越的经营情况和财务状况保持紧密跟踪，西安卓越销售业务逐步恢复正常，公司对其信用评级暂不存在重大变化，西安卓越承诺于 2020 年 5 月底全部回款完毕。

ST ARGIGLOBLE 公司是美国一家从事食品及饮料加工生产、生鲜果蔬加工和销售的企业，面对的下游渠道是北美主流市场，例如劳布罗和沃尔玛。该公司成立以来一直与国内外多家食品饮料企业保持密切合作关系，该公司研发的食品饮料技术、农产品生鲜冷藏运输技术优势明显。ST ARGIGLOBLE 公司主要从本公司采购果蔬汁产品，双方持续合作时间超过 10 年，自开展合作以来，该公司信誉良好，运营情况正常。ST ARGIGLOBLE 公司主要在美国市场开展经营，在美国关税大幅增长的情况下，该公司仍以较高的市场价格采购公司产品，并主动承担了因关税涨幅带来的额外成本，导致其购货成本大幅增加且资金占用金额巨大，经过公司内部审慎风险评估及履行相应的审批程序，公司决定延长对 ST ARGIGLOBLE 公司的销售回

款信用期。截至 2020 年 4 月底，美国仍遭受较为严重的新冠肺炎疫情，这对美国市场的果汁销售和应收账款回收产生了不利影响。目前，公司严格跟踪 STARGIGLOBLE 公司的销售情况和回款进度，STARGIGLOBLE 公司承诺 2020 年 6 月底基本恢复正常的回款进度。

中农昕泰（北京）生物技术有限公司（简称“中农昕泰”）注册于 2015 年 6 月 11 日，专业从事饲料、饲料原料、饲料添加剂和生物饲料的研发、生产和销售，同时为国内外大型生态农业、养殖企业和畜牧企业提供专业的技术咨询服务。中农昕泰的主营产品有苹果粕饲料、苹果粕生物饲料和果蔬渣粕原料，2018~2019 年采购相关渣粕类饲料原料近万吨。中农昕泰凭借资深的专业背景和良好的企业信誉，与公司开展合作以来，合作融洽。公司对其向下游客户的销售进度等经营状况和财务状况保持紧密跟踪，其贸易业务和专业技术服务均在正常开展，对其信用评级在报告期内暂不存在重大变化。

上述客户生产、经营均正常展开，基本系与公司长期合作的客户。同时，公司针对客户经营情况及财务状况进行实施跟踪，了解对方资信，并对其进行信用评级，信用政策在报告期内不存在重大变化。

2、公司针对应收账款的会计政策

公司使用预期信用损失模型，始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对应收款项预期信用损失进行估计。

（1）单项计提减值准备的应收账款

公司对于单项风险特征明显的应收款项，根据应收款项类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力），按历史款项损失情况及债务人经济状况预计可能存在的损失情况，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

单项金额重大的判断标准	单项认定且应收账款账面余额 10%以上的款项
单项金额虽不重大但单项计提减值准备的判断标准	单项认定且应收账款账面余额 10%以下的款项

（2）按风险组合计提减值准备的应收账款

确定风险组合的依据	
账龄分析法组合	相同账龄的应收账款具有类似信用风险特征
按风险组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法

对于划分为风险组合的应收账款，公司在计量应收款项预期信用损失时参照历史信用损失经验，并考虑前瞻性信息，使用逾期天数与预期信用损失率对照表确定该应收账款组合的预期信用损失。

公司编制应收账款逾期天数与预期信用损失率对照表（如下表），以此为基础计算预期信用损失。

账龄	应收账款预期信用损失率(%)
未逾期	0
逾期1年以内(含1年)	20
逾期1-2年(含2年)	30
逾期2-3年(含3年)	50
逾期3年以上	100

应收账款逾期的确认方法：超过销售合同或收回方式规定的收款期尚未收回的款项确认为逾期。

2019年末，公司应收账款账面余额及坏账准备情况表：

单位：元

应收账款分类	账龄	账面余额	坏账准备	预期信用损失率(%)
单项认定		810,935.25	810,935.25	100.00
账龄分析组合	未逾期	532,741,628.53		
	逾期1年以内(含1年)	299,659.00	59,931.80	20.00
	逾期1-2年(含2年)	424,647.55	127,394.25	30.00
	逾期2-3年(含3年)	451,686.56	225,843.28	50.00
	逾期3年以上	17,527,604.33	17,527,604.33	100.00
	合计	552,256,161.22	18,751,708.91	

截至2019年12月31日，公司严格按照企业会计政策中关于坏账准备计提的相关规定、逾期账龄的认定划分，并结合新金融工具准则中预期信用损失模型的应用，对期末应收账款的坏账准备进行了充分计提。

(3) 结合公司的业务模式、信用政策、收入确认条件等，补充说明公司应收账款周转率持续下降的原因及合理性。

公司最近两年应收账款周转率数据如下：

单位：万元

项目	2019年	2018年
主营业务收入	132,607.88	95,780.99
应收账款平均余额	41,272.65	28,059.54
应收账款周转率	3.21	3.41
应收账款周转天数	112.05	105.46

公司最近两年应收账款周转率保持相对稳定，2019 年较 2018 年相比应收账款周转率下降 0.20，应收账款周转天数增加 7 天，该项波动处于合理变动范围之内，且与公司 2019 年的实际经营业务相符。

公司对外销售产品，主要采取赊销的形式，与多家国内外客户合作均有回款信用期。公司会对客户的资质、行业反馈和资信情况等进行调查并进行内部风险评估，并根据客户需求、市场条件、境内外销售及客户资信情况的不同采用不同的信用政策。公司境内销售原则上采取款到发货方式或者货到付款销售，对于信用良好的客户一般给予 7 天至 90 天的账期，境外销售一般给予客户 30-120 天不等的账期。根据各个市场不同情况，产品的交付速度变化，应收账款周转率也存在相应变动。

国内销售业务中，公司签订销售合同，主要分为送货至指定地点和客户自提两种条款。公司通常委托运输公司将商品送至客户指定的交货地点，进行货物交付，完成交易；客户采用上门自提方式购买商品的，公司以客户现场验收，产品交付客户后完成交易。

出口销售业务中，公司签订销售合同主要分为 FOB、CFR、CIF 条款。公司根据合同约定及客户需求，将产品装运至指定船运公司的轮船作为交付地点，或者通过海运、铁路、公路等单一或混合模式将产品运输到客户指定地点进行交付，以完成交易。

2018 榨季因天气原因，中国苹果原料大幅减产，浓缩苹果汁供应量减少，使得 2018 年下半年至 2019 年上半年销售量较少。受到 2018 年产量下降的影响，2019 年前三季度可供销售数量受到硬性限制。2019 年中国苹果产量恢复，因此在第四季度公司才得以向客户提供所需数量产品以满足市场需求。从 2019 年下半年开始，公司积极加大市场开拓力度，2019 年销售额较 2018 年大幅增长，增长比例为 38.09%。销售收入的增长比率低于应收账款的增长比率，导致出现应收账款周转率小幅下降的情况。

会计师回复：

2019 年度财务报表审计过程中，我们对应收账款实施的审计程序主要包括：

(1) 了解与应收账款相关的关键内部控制，评价其设计是否合理、执行是否有效，并测试相关内部控制运行的有效性；

(2) 检查应收账款减值计提的会计政策，评估所使用的方法的恰当性以及会计政策的一贯性；

(3) 获取管理层坏账计提计算表，并结合信用风险特征及账龄分析发生坏账的可能性，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

(4) 检查非记账本位币应收账款的折算汇率及折算是否正确；

(5) 结合营业收入，针对外销收入获取出口数据信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、销售发票、发货单、出口报关单、货运提单等支持性文件；

(6) 对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、出库单、运输单及客户签收单等；

(7) 应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证期末余额及本期销售发生额；

(8) 检查应收账款的期后回款情况。

我们认为公司计提应收账款减值准备的会计政策是合理的，根据会计政策计算的应收账款坏账准备是充分、合理的。

9. 年报披露，公司存货期末余额 7.14 亿元，同比增长 7.73%，其中库存商品期末余额 6.72 亿元，计提跌价准备 394 万元；2018 年，公司存货期末余额 6.63 亿元，同比增长 26.46%，其中，库存商品期末余额 6.35 亿元，计提跌价准备 873 万元。请公司补充披露：

(1) 存货中原材料、库存商品的主要构成；(2) 结合公司存货减值测试的具体会计政策，以及主要材料、产成品价格走势、保质期等，说明公司存货跌价准备计提的合理。

公司回复：

(1) 存货中原材料、库存商品的主要构成

2019 年末，公司存货中原材料及库存商品的主要构成详见下表：

单位：万元

项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占比 (%)
原材料	3,225.55	515.99	2,709.56	3.79
其中：备品备件	1,352.82	36.97	1,315.85	1.84
包装物及辅料	1,176.52	479.02	697.50	0.98
库存商品（产成品）	67,613.49	393.88	67,219.61	94.09
其中：浓缩苹果汁	57,334.34	388.30	56,946.04	79.71
浓缩梨汁	3,848.46		3,848.46	5.39
合计	70,839.04	909.87	69,929.17	97.88

浓缩苹果汁行业生产呈现一定的季节性。苹果每年结果一次，根据产地不同，浓缩苹果汁加工企业一般在 8-12 月（榨季）进行果汁的加工生产，其余月份（非榨季）除了间歇性地加工一些半成品外，因为原料的缺乏而停止浓缩苹果汁的生产。因此，浓缩果汁行业生产呈现一定的季节性，公司需要在榨季储备一定的浓缩果汁库存以满足客户全年的订单需求。在公司年末时，生产榨季基本结束，因此年末存货账面余额中库存商品（产成品）占比较大。

(2) 结合公司存货减值测试的具体会计政策，以及主要材料、产成品价格走势、保质期等，说明公司存货跌价准备计提的合理。

目前公司规模化生产的浓缩苹果汁，主要是采取摄氏 4℃ 以下的冷藏方式，其保质期可长达 24 个月。有些定向加工的浓缩苹果汁，由于某些指标受温度影响较大而采取摄氏-18℃ 以下冷冻贮存，其产品保质期可以长达 36 个月。其余小批量浓缩果汁，为了确保产品指标的稳定性，均会采取摄氏-18℃ 以下冷冻贮存，其产品保质期可以长达 36 个月。

1) 公司存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法:

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以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其可变现净值。

资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

2) 2019 年，原材料和库存商品的存货跌价准备情况如下:

单位：万元

项目	期初余额	本年计提	本年转回	本年转销	期末余额
原材料	520.62			4.63	515.99
库存商品	873.16			479.28	393.88
合计	1,393.78			483.91	909.87

原材料的存货跌价准备期初余额为 520.62 万元，其中主要包括备品备件的存货跌价准备 37.00 万元，包装物及辅料的存货跌价准备 479.40 万元，计提跌价准备的主要原因是包装果汁使用的大容量液袋毁损变质，因此全额计提存货减值；库存商品的存货跌价准备期初余额为 873.16 万元，主要为苹果汁产品计提的跌价，计提存货跌价的原因是产品酸度不能满足正常销售要求，根据可变现净值低于存货成本的部分计提存货减值。公司 2019 年转销存货跌价准备的原因是前期已计提跌价准备的相应原材料和库存商品已对外销售。

3) 公司本期对主要库存商品的存货跌价准备测试过程如下:

单位：元/吨

产品类别	销售方式	产品 预计售价 ①	产品 毛利率% ②	预计 销售费用 ③	单位可变 现净值 ④=①-③	存货期 末余额 (万元) ⑤	期末 单位成本 ⑥	期末账面应有 减值准备金额 ⑦=⑥-④
浓缩苹果汁	出口销售	7,165.00	23.00	627.00	6,538.00	57,334.34	6,214.84	-
	国内销售	7,370.00	21.00	627.00	6,743.00			-
浓缩梨汁	出口销售	6,697.00	35.00	627.00	6,070.00	3,848.46	5,012.34	-
	国内销售	6,364.00	25.00	627.00	5,737.00			-

测试存货可变现净值的关键参数有产品预计售价、产品毛利率、预计销售费用，选取原则如下：

产品预计售价及产品毛利率：公司主要产品为浓缩苹果清汁和梨汁，选取 2020 年 1 月份对外平均销售价格和当月毛利率作为减值测试的关键参数。

预计销售费用：公司产品预计销售费用主要包括运输费、仓储费和港杂费，因此预计销售费用=存货预计售价×预计销售费用率（运输费、仓储费等相关销售费用÷本期销售收入）作为进行减值测试的关键参数。

综上，结合主要产品价格、毛利率及预计销售费用，根据测试结果，将存货可变现净值与期末单位账面成本进行比较，公司 2019 年末无需计提存货跌价准备。

4) 截至 2019 年末，公司浓缩苹果汁、浓缩梨汁库龄如下：

单位：吨

项目	年末数量	其中：1 年以内	1-2 年	2-3 年	是否在保质期内
浓缩苹果汁	92,253.97	91,558.95	132.00	563.02	是
浓缩梨汁	7,677.96	7,677.96			是
合计	99,931.93	99,236.91	132.00	563.02	

5) 截至 2019 年末，可比公司原材料、库存商品的跌价准备计提比例如下：

单位：万元

公司	项目	账面余额	跌价准备余额	账面价值	计提比例 (%)
国投中鲁	原材料	3,225.55	515.99	2,709.56	16.00
	库存商品	67,613.49	393.88	67,219.61	0.58
安德利果汁 (02218.HK)	原材料及包装物	3,398.89		3,398.89	
	产成品	61,487.31	184.13	61,303.18	0.30

注：截至 2020 年 4 月 30 日，海升果汁尚未公告经审计的 2019 年年报数据

截至 2019 年末，公司原材料的存货跌价准备计提比例为 16%，库存商品的存货跌价准备计提比例 0.58%。根据安德利果汁 2019 年年报，安德利果汁 2019 年末原材料及包装物的存货跌价准备计提比例为 0.00%，产成品存货跌价准备计提比例为 0.30%。2019 年末，公司原材料和库存商品的存货跌价准备计提比例均高于安德利果汁。

综上，公司 2019 年末存货跌价准备计提合理、充分。

会计师回复：

2019 年度财务报表审计过程中，我们对存货实施的审计程序主要包括：

(1) 了解、评价和测试与计提存货跌价准备相关内部控制设计的合理性和运行的有效性；

(2) 了解并评价公司存货跌价准备计提政策的适当性；

(3) 评价管理层对直接出售的存货，在正常经营过程中将要发生的销售费用和相关税费估计的合理性；

(4) 对期末存货实施监盘程序，检查存货的数量、关注存货的现实状况；

(5) 了解本期计提和转销存货跌价准备的原因及合理性，复核存货跌价准备金额的真实性和准确性。

我们认为公司期末存货真实存在，存货中原材料、库存商品的主要构成与企业实际经营情况相符，期末存货跌价准备计提合理、充分。

特此公告。

国投中鲁果汁股份有限公司董事会

二〇二〇年五月八日