



东鹏饮料（集团）股份有限公司

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



首次公开发行股票招股意向书摘要

保荐机构（主承销商）



（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋
401）

财务顾问



（深圳市福田区福田街道福华一路 111 号）

声明

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股意向书全文的各部分内容。招股意向书全文同时刊载于 www.cninfo.com.cn 网站。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股意向书全文，并以其作为投资决定的依据。

投资者若对本招股意向书摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股意向书及其摘要真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

（本招股意向书摘要中如无特别说明，相关简称用语具有与《东鹏饮料（集团）股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》中相同的含义）

第一节 重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股意向书摘要“风险因素和其他重要事项”章节的全部内容，并特别关注以下重大事项及公司风险。

一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺

（一）控股股东、实际控制人

控股股东、实际控制人林木勤承诺如下：

“1、自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。

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

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

（二）担任公司董事、高级管理人员的股东

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

“1、自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。

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

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

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

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

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

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

（三）担任公司监事的股东

担任公司监事的股东蔡运生、陈义敏、黎增永承诺如下：

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

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

（四）股东君正投资

公司股东君正投资承诺如下：

“自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理所持有的公司公开发行股份前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。

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

（五）鲲鹏投资、东鹏远道、东鹏致远、东鹏致诚

公司股东鲲鹏投资、东鹏远道、东鹏致远、东鹏致诚承诺如下：

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

2、在东鹏饮料上市之日起 36 个月内，本企业不主动转让或接受林木勤的指令转让其通过合伙企业间接持有的发行人股权；在东鹏饮料上市之日起 36 个月后林木勤担任东鹏饮料董事长、高级管理人员期间，本企业每年不主动转让或接受林木勤的指令转让超过其所持有本合伙企业财产份额的 25.00%；如林木勤作

为东鹏饮料控股股东、实际控制人锁定期需要延长的，本企业不主动转让或接受林木勤的指令转让其通过合伙企业间接持有的发行人股权。

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

（六）其他股东

公司其他股东承诺如下：

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

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

二、股东持股及减持意向的承诺

（一）持有公司 5%以上股份的董事或高级管理人员

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

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

2、若本人在锁定期满后两年内减持，减持价格将不低于本次发行的发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、

配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整），并将通过上海证券交易所竞价交易系统、大宗交易平台或上海证券交易所允许的其他转让方式转让公司股票。减持时，须提前三个交易日予以公告。上述承诺不会因本人在发行人的职务变更、离职等原因而放弃履行。

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

（二）其他担任公司董事或高级管理人员的股东

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

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

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

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

（三）其他持有公司 5%以上股份的股东

其他持有公司 5%以上股份的股东君正投资、鲲鹏投资承诺如下：

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

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

三、公司稳定股价的预案及相关承诺

（一）公司稳定股价的预案

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

“1、启动稳定股价措施的实施条件

公司自股票正式挂牌上市之日起3年内，若公司股票连续20个交易日的收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与最近一期经审计的每股净资产不具有可比性的，上述股票收盘价应相应调整），在不会导致公司股权结构不符合上市条件、同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定的前提下，启动稳定股价措施。

2、稳定股价预案的措施及顺序

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

股价稳定措施的实施顺序如下：

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

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

致使公司将不满足法定上市条件。

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

3、稳定股价的具体措施

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

（1）公司回购

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

公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中以其控制的股份投赞成票。

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

（2）控股股东、实际控制人增持

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

公司控股股东、实际控制人承诺：单次用于增持股份的资金金额不低于自公

司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 20%；单一年度用于增持股份的资金不超过自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 50%；增持公司股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产值。

（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

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

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

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

4、终止条件

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

5、稳定股价措施的启动程序

（1）公司回购

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

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

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

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

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

（2）控股股东、实际控制人增持

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

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

（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

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

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

6、应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

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

（1）公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、高级管理人员

将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

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

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

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

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

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

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

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

上市后三年稳定股价预案>的议案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对回购股份的相关决议投赞成票。”

四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人

发行人就《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺如下：

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

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

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

（二）控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员

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

“因公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，控股股东将依法回购首次公开发行的全部新股、回购已转让的原限售股份。”

（三）中介机构

1、发行人保荐机构华泰联合证券有限责任公司承诺如下：

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

二、华泰联合证券为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将先行赔偿投资者损失。

三、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，华泰联合证券将承担相应的法律责任。

四、本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。”

2、发行人会计师普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）承诺如下：

“本所对东鹏饮料(集团)股份有限公司(以下简称“东鹏饮料”)2018年度、2019年度及2020年度的财务报表进行了审计，出具了普华永道中天审字(2021)第11006号审计报告。本所审核了东鹏饮料于2020年12月31日的财务报告内部控制，出具了普华永道中天特审字(2021)第0107号内部控制审核报告。本所对东鹏饮料2018年度、2019年度及2020年度的非经常性损益明细表执行了鉴证业务，出具了普华永道中天特审字(2021)第0106号非经常性损益明细表专项报告。本所对东鹏饮料截至2021年3月31日止三个月期间的财务报表进行了审阅，出具了普华永道中天阅字(2021)第0014号审阅报告。

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

导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、发行人律师北京德恒律师事务所承诺如下：

“如因本所律师未能依照法律、法规及行业准则的要求勤勉尽责、存在过错致使本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接损失的，本所律师将依生效的仲裁裁决书或司法判决书赔偿投资者损失，如能证明其没有过错的除外。”

4、发行人评估机构北京中天华资产评估有限责任公司承诺如下：

“1、本公司为发行人本次发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

2、因本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

五、未履行承诺事项的约束措施

（一）发行人

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

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

1、本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

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

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

易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。”

（二）控股股东、董事、监事及高级管理人员

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

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

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

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

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

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

六、发行前滚存利润分配方案

根据公司第一届董事会第十次会议及2020年第一次临时股东大会审议通过的决议，公司首次公开发行股票并上市前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东按照持股比例共同享有。

七、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划

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

如下：

“一、公司制定本规划考虑的因素

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

二、本规划的制定原则

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

三、公司未来三年的具体股东回报规划

（一）利润分配形式

公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。

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

上述重大现金支出事项是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的20%，且超过30,000万元的情形或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的10%。

2、股票股利分配：采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以提出并实施股票股利分配预案。

（二）差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

（三）利润分配的研究论证及决策程序

1、定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

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

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

5、利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决

通过方可提交股东大会审议；监事会须经全体监事过半数通过。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意；股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

6、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利派发事项。

四、股东回报规划的制订周期和调整机制

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

（二）如遇到战争、自然灾害等不可抗力，或者公司外部经营环境发生重大变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化，或现行的具体股东回报规划影响公司的可持续经营，确有必要对股东回报规划进行调整的，公司可以根据本规划第二条确定的基本原则，重新制订股东回报规划。

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

八、关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

（一）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、加强募集资金管理，保证募集资金规范、有效使用

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

2、加快募投项目建设

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

3、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本提升盈利能力

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

4、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

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

5、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

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

（二）控股股东、实际控制人关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺

控股股东、实际控制人林木勤承诺如下：

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

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

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

（三）董事、高级管理人员关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺

公司董事、高级管理人员承诺如下：

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

二、对自身的职务消费行为进行约束；

三、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

四、将积极促使由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

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

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

九、公司关于股东情况的专项承诺

发行人就本次首次公开发行股票并上市前股东情况的专项承诺如下：

“1、本次发行前本公司共有 24 名股东，均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形。本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

2、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。”

十、公司提请投资者特别关注的风险因素

（一）市场竞争风险

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

（二）宣传推广效果不及预期的风险

公司一直注重通过多种手段加强品牌的宣传和推广工作。宣传推广对扩大公司品牌影响力，提升销售收入有很大帮助。公司所处饮料行业竞争较为激烈，需要在宣传推广方面持续进行较大规模的资源投入，但该等投入能否取得预期效果，存在一定的不确定性。如果宣传推广的投入未能有效维护品牌形象和获取良好的市场口碑，无法带来利润贡献，将会对公司盈利能力和长期发展造成不利影响。

（三）原材料价格波动风险

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

（四）产品质量风险

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

（五）新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险

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

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

（六）租赁和使用集体土地及地上房产的风险

发行人下属公司莞鹏在东莞市道滘镇租赁 2 宗集体土地并存在租赁及受

让地上房屋用作厂房、仓库、宿舍等用途的情形，因历史原因上述房屋未取得不动产权证，合计占发行人房屋使用总面积的 13.89%（具体情况详见招股意向书“第六节 业务和技术”之“五、与发行人业务相关的资产情况”）。

尽管发行人已取得东莞市道滘镇人民政府出具的证明文件以及东莞市道滘镇大罗沙经联社出具的确认函，发行人控股股东及实际控制人林木勤亦对上述事项可能对发行人造成的罚款、滞纳金、搬迁费用或其他损失由实际控制人承担进行了承诺，同时，发行人华南生产基地建设项目建成后，预计将形成 48.12 万吨饮料的生产能力，可以承接莞鹏相关产能，但该等权属瑕疵问题仍存在可能导致房屋无法正常使用的风险，从而对公司生产经营产生不利影响。

十一、公司财务报告审计截止日后的主要经营情况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日。普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审阅了公司 2021 年 1-3 月财务报告，并出具了《审阅报告》（普华永道中天阅字(2021)第 0014 号），具体财务数据详见招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“九、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 171,126.17 万元，同比增长 83.37%；实现归母净利润 34,188.95 万元，同比增长 122.52%；实现扣非归母净利润 33,658.99 万元，同比增长 108.25%。公司收入及利润规模持续增长，主要系受 500ml 金瓶良好的销售势头、全国化战略的不断推进、春节档促销活动的加强以及渠道布局的不断深化等因素的驱动。

财务报告审计截止日至本招股意向书摘要签署日，公司总体经营情况良好，生产经营的内外部环境未发生重大变化，公司所处行业产业政策、进出口业务、税收政策、行业周期、公司业务模式及竞争趋势未发生重大变化；公司主要原材料采购规模及采购价格、主要产品生产规模、主要产品销售规模及销售价格、主要客户、主要供应商、重大合同条款及执行情况等未发生重大变化；未新增发生对公司未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项、未发生重大安全事故及其他可能影响投资者判断的重大事项。

十二、业绩预计情况

公司预计 2021 年 1-6 月财务指标与 2020 年度同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月（预计）	2020 年 1-6 月	同比增长率
营业收入	325,000.00-365,000.00	246,946.27	31.61%至 47.81%
归母净利润	57,000.00-72,000.00	44,130.71	29.16%至 63.15%
扣非归母净利润	56,500.00-71,500.00	44,746.22	26.27%至 59.79%

2021 年 1-6 月，公司收入、利润等业绩指标预计较去年同期有所增长，主要系 500ml 金瓶销量快速提升，公司持续开拓全国市场以及不断加强渠道拓展和精细化管理。

上述 2021 年 1-6 月业绩预计情况为公司初步估算数据，不构成盈利预测或业绩承诺。

第二节 本次发行概况

本次发行的基本情况如下表所示：

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例	本次公开发行股票数量为 4,001.00 万股，占发行后总股本的比例为 10%
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍（每股收益按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于公司普通股股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	5.31 元（根据发行前一年经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（根据发行前一年经审计的净资产加上本次预计募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象询价配售与网上申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在上交所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	主承销商余额包销
发行新股募集资金总额和净额	募集资金总额不超过【】万元；扣除发行费用后，募集资金净额不超过【】万元
新股发行费用概算	新股发行费用总额（不含增值税）为 11,933.59 万元，主要包括： 保荐及承销费用：9,525.74 万元 审计及验资费用：1,171.43 万元 律师费用：518.00 万元 用于本次发行的信息披露费用：500.00 万元 发行上市手续费及其他：218.42 万元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

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

二、发行人改制及设立情况

（一）设立方式

东鹏饮料系由东鹏有限整体变更设立的股份有限公司。

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

2018年1月22日，公司全体发起人签署了《发起人协议》。

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

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

（二）发起人

公司的发起人股东及发起设立时的持股情况如下：

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

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
12	翟兴	3,202,499	0.92
13	黄深博	2,320,652	0.66
14	黎增永	2,320,652	0.66
15	邱汉财	2,320,652	0.66
16	肖光华	2,320,652	0.66
17	彭得新	2,320,652	0.66
18	刘美丽	2,088,587	0.60
合 计		350,000,000	100.00

三、发行人股本情况

（一）总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

- 1、公司目前总股本为 36,000.00 万股。
- 2、本次拟公开发行 4,001.00 万股，发行后总股本 40,001.00 万股，发行完成后公开发行股份数占发行后总股数的比例为 10.00%。
- 3、本次发行前，全体股东已按照法律法规和上市规则的要求就所持股份的流通限制和锁定安排事项作出了书面承诺，详细情况请见本招股意向书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、股份流通限制和股东对所持股份自愿锁定承诺”。

（二）股东的持股数量及比例

截至本招股意向书摘要签署日，发行人股东情况如下：

序号	股东	持股数额（股）	持股比例（%）
1	林木勤	198,967,411	55.2687
2	君正投资	36,000,000	10.0000
3	鲲鹏投资	25,759,234	7.1533
4	林木港	20,885,866	5.8016
5	林戴钦	20,885,866	5.8016
6	蔡运生	9,282,607	2.5785
7	陈海明	6,961,955	1.9339
8	李达文	5,105,434	1.4182

序号	股东	持股数额（股）	持股比例（%）
9	东鹏远道	4,730,000	1.3139
10	陈义敏	3,573,804	0.9927
11	梁维钊	3,480,978	0.9669
12	于楠	3,202,499	0.8896
13	翟兴	3,202,499	0.8896
14	黄深博	2,320,652	0.6446
15	黎增永	2,320,652	0.6446
16	邱汉财	2,320,652	0.6446
17	肖光华	2,320,652	0.6446
18	彭得新	2,320,652	0.6446
19	刘美丽	2,088,587	0.5802
20	东鹏致远	1,510,000	0.4194
21	东鹏致诚	1,160,000	0.3222
22	刘丽华	800,000	0.2222
23	蒋薇薇	400,000	0.1111
24	卢义富	400,000	0.1111
合计		360,000,000	100.0000

（三）发行人主要股东之间的关联关系

截至本招股意向书摘要签署日，各股东之间的关联关系及各自持股比例如下：

1、股东林木勤与林木港系兄弟关系，林木勤直接及间接持有发行人 202,958,063 股股份，持股比例 56.38%，林木港直接持有发行人 20,885,866 股股份，持股比例为 5.80%；

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

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

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

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

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

7、股东于楠与翟兴系夫妻关系。于楠直接持有发行人 3,202,499 股股份，持股比例为 0.89%；翟兴直接持有发行人 3,202,499 股股份，持股比例为 0.89%。

四、发行人主营业务情况

（一）主营业务概况

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

公司精耕饮料市场，是“新零售”的探索者和践行者。公司以互联网为依托，运用大数据、二维码等技术，对产品生产、营销和渠道管理进行升级改造，逐步实现精细化管理和精准营销。目前，公司已形成广东、安徽、广西等辐射全国主要地区的生产基地，共有 1,000 余家经销商，销售网络覆盖全国约 120 万家终端

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

门店。

（二）主要产品及其用途



公司旗下产品涵盖能量饮料、非能量饮料以及包装饮用水三大类型，其中能量饮料是公司的主导产品，2018 年度、2019 年度及 2020 年度分别贡献收入 288,549.71 万元、400,303.06 万元及 465,515.40 万元，占公司总收入的 94.99%、95.11% 及 93.88%。



1、能量饮料

公司能量饮料主要为东鹏特饮，具体可分为金瓶特饮（250ml 及 500ml）、金罐特饮（250ml）和金砖特饮（250ml）共 3 种包装类型；2020 年，公司新推出含气能量饮料东鹏加气。

东鹏特饮（金瓶特饮）	东鹏特饮（金罐特饮）

	
<p>东鹏特饮（金砖特饮）</p>	<p>东鹏加气</p>

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

2、非能量饮料

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

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

3、包装饮用水

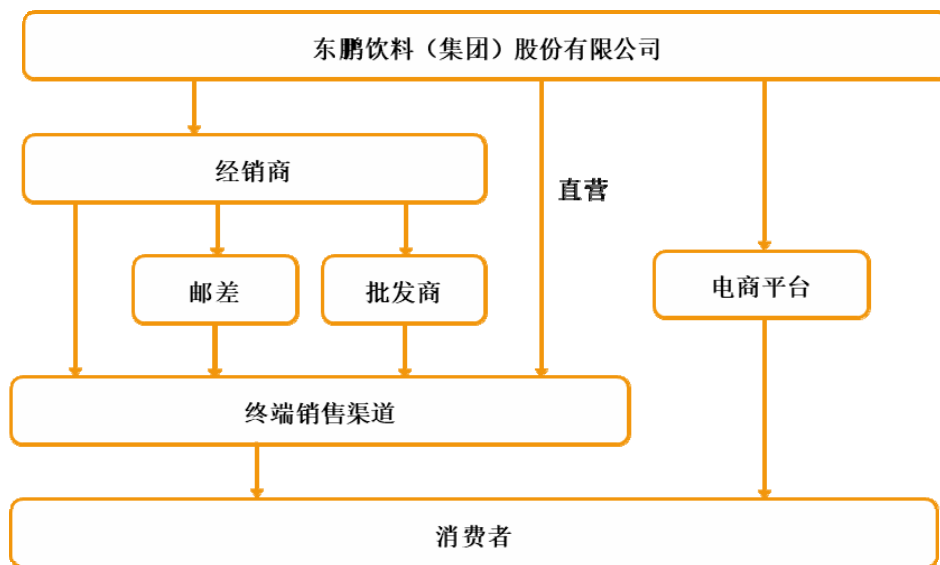
公司包装饮用水系列主要包括饮用天然水及饮用纯净水。

（三）产品销售方式和渠道

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

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

公司各销售模式如下图所示：



报告期内，公司各销售模式下收入及占主营业务收入比例情况如下所示：

单位：万元

模式	2020年		2019年		2018年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
经销	480,612.52	97.38%	407,870.60	97.30%	294,775.70	97.57%

模式	2020年		2019年		2018年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上销售	5,670.17	1.15%	4,144.20	0.99%	4,431.99	1.47%
直营	4,788.12	0.97%	4,871.01	1.16%	1,049.54	0.35%
其他	2,495.50	0.51%	2,294.93	0.55%	1,860.55	0.62%
合计	493,566.32	100.00%	419,180.74	100.00%	302,117.78	100.00%

（四）主要原材料情况

报告期内，公司主要原材料包括白砂糖、瓶坯、瓶盖、外帽、纸箱等，其采购金额及占比如下表所示：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	采购金额	比例	采购金额	比例	采购金额	比例
白砂糖	70,386.19	30.81%	49,901.03	25.07%	29,064.08	21.63%
瓶坯	43,267.93	18.94%	41,495.64	20.85%	33,704.59	25.08%
纸箱	17,619.73	7.71%	16,075.87	8.08%	12,908.27	9.60%
香精	18,072.06	7.91%	14,503.37	7.29%	8,306.31	6.18%
外帽	14,889.63	6.52%	13,890.97	6.98%	10,477.24	7.80%
瓶盖	11,965.46	5.24%	11,309.71	5.68%	9,560.76	7.11%
合计	176,201.00	77.14%	147,176.59	73.95%	104,021.25	77.40%

（五）行业竞争情况

我国饮料行业是一个开放的、市场化程度较高的行业，在改革开放后的 40 余年间快速发展。2019 年我国能量饮料市场排名前四大的企业合计实现销售金额 377.81 亿元，市场占有率为 88.3%²。能量饮料市场潜力十分可观，对潜在进入者具有较大的吸引力。经过多年的发展，行业形成了红牛、东鹏特饮、乐虎、体质能量、战马等知名品牌，领先的形势已经确立。领先企业在品牌、营销网络、规模经济、食品安全及质量控制、技术研发等方面对潜在进入者形成壁垒，行业集中度较高。近年来，东鹏特饮、乐虎、体质能量等国产品牌的市场份额正在不

² 数据来源：《Energy Drinks in China》，Euromonitor International，2019年12月。

断扩大。

随着能量饮料市场的兴起，较高的毛利率也吸引了众多参与者。近年来，部分知名企业纷纷推出了新型能量饮料产品，如统一旗下的够燃、安利旗下的XS、伊利旗下的焕醒源等，但此类产品在国内销量较小。

（六）发行人在行业中的竞争地位

1、发行人的行业地位

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售，主要产品为能量饮料东鹏特饮。公司作为能量饮料的先行者之一，一直致力于推动能量饮料发展，经过多年努力，成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”，2009年开创了能量饮料瓶装时代，“年轻就要醒着拼”的品牌主张深入人心，东鹏特饮在我国能量饮料市场占有率排名第二³，已成为国内能量饮料市场销售规模第一的民族品牌，目前拥有金瓶特饮（250ml和500ml）、金罐特饮（250ml）和金砖特饮（250ml）三大系列。公司是“新零售”的探索者和践行者，以互联网为依托，运用大数据、二维码等技术，对产品生产、营销和渠道管理进行升级改造，逐步实现精细化管理和精准营销。公司在能量饮料行业深耕多年，目前已建立了较为完善的市场营销体系，营销网络覆盖范围广，并形成了自己的品牌影响力。

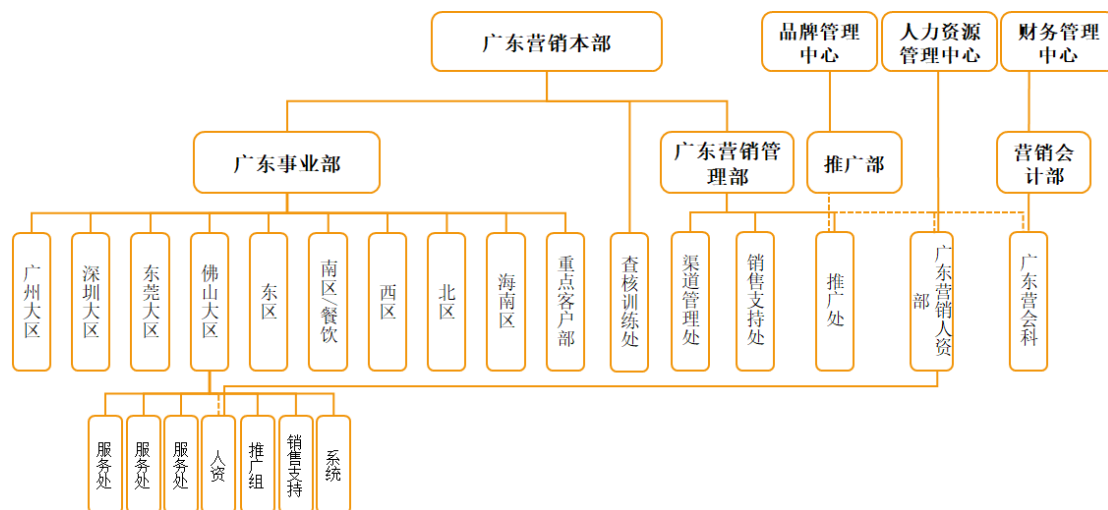
2、发行人的竞争优势

（1）销售网络发达，市场覆盖广泛

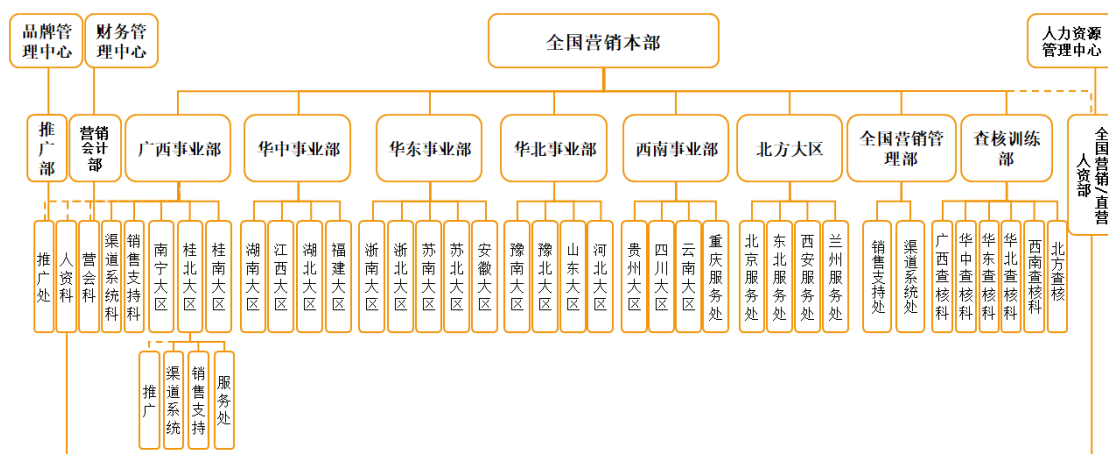
公司销售模式以经销模式为主，与直营、线上等多种模式相结合，形成了全方位、立体化、覆盖广的销售体系，并摸索出了一套完善的销售网络管理体系。公司下设广东营销本部、全国营销本部和全国直营本部，其分工职能和组织架构具体如下：

广东营销本部组织架构图

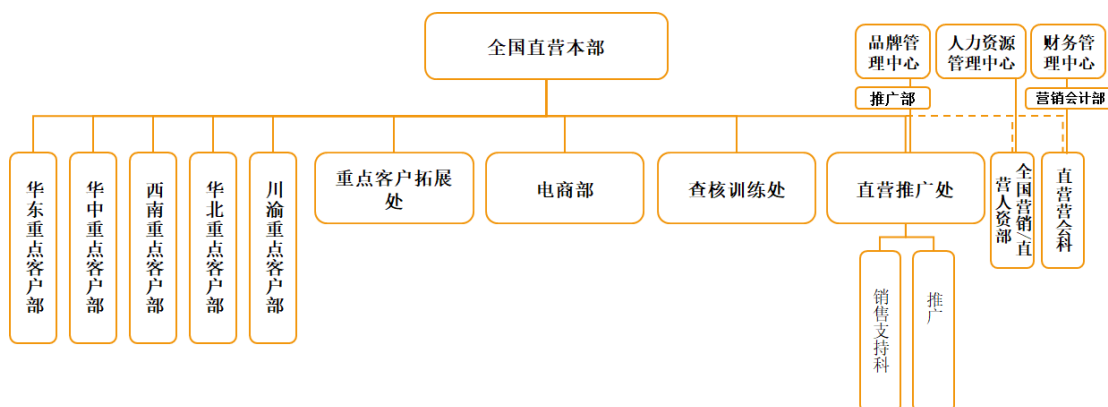
³ 数据来源：《Energy Drinks in China》，Euromonitor International，2019年12月，按照非现场消费渠道终端销售金额口径统计。



全国营销本部组织架构图



全国直营本部组织架构图



公司高度重视销售网络的拓展和管理：

①在广东、广西、华东、华中等核心市场，主要采取公司精耕的运营模式，配备经验丰富的销售团队，全方位服务下游渠道和零售终端，与经销商、邮差/

批发商及终端门店共同进行市场维护及开发，提升产品铺市率，加强产品陈列辨识度和精准度，提高品牌影响力，提高渠道渗透能力，增强公司对销售网络的控制力进而提升产品市场占有率；

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

经过多年的不懈努力，公司已建立起网点众多、覆盖面广、渗透力强的销售网络。截至目前，公司在全国各地布局销售人员，合作经销商 1,000 余家，覆盖终端门店约 120 万家。依靠发达的销售网络和完善的销售管理体系，报告期内公司的销售规模持续增长，市场占有率稳步提升。

(2) 积极践行“新零售”，实现全链条、精细化营销管理体系

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

①创新的使用二维码技术

公司创新的使用二维码技术，为产品赋予一物一码的产品标识，在产品生产、入库、仓储、出库以及运输过程中通过扫码准确记录商品流转信息，做到精细化管理，并可有效防止窜货乱市现象。与此同时，终端门店、消费者通过扫描二维码参与公司组织的各项活动，实现公司与终端门店及消费者之间的直接互动。

②构建“鹏讯云商”平台

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

③运用大数据分析技术辅助决策

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

经过多年努力，公司通过鹏讯云商平台与线下业务员拜访等方式，运用各项先进技术，已经构建了一套较为完善的“新零售”体系，使管理链条越来越完整，管理内容越来越精细化，营销越来越精准化，并积累了丰富的“数据资产”，截至目前，公司共有超百万个终端销售网点注册用户，积累了过亿条消费者活动数据，为公司长远发展奠定了坚实的基础。

（3）品牌形象深入人心，深受年轻消费群体喜爱

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

2013年，公司邀请谢霆锋作为品牌代言人，通过央视广告强势曝光，提高了品牌全国知名度；2016年，公司的视频网站“压屏条”广告，在剧集关联的场景下，精准触发屏条形式的广告内容，传达品牌的能量功能和拼搏精神，充满趣味性和记忆点，实现了视频内容和品牌广告的完美结合和互动。

2018年，公司相继赞助了中超联赛、央视俄罗斯世界杯转播、葡萄牙国家足球队等。

2019年，东鹏抖音挑战赛获得超60亿曝光量；同时，公司植入、冠名了《三生三世十里桃花》、《亲爱的，热爱的》、《欢乐颂》、《人民的名义》、《高能少年团》、《欢乐喜剧人》等热门影视和综艺节目。

2020年，东鹏特饮冠名了湖南卫视第二季度的《天天向上》、由柑柠檬茶冠名了湖南卫视的《54晚会》以及其他卫视多档综艺节目，双品牌与年轻人紧密相连；同时公司植入了《爱情公寓5》、《安家》、《猎狐》、《盗墓笔记-重启》等热门

影视，还与 B 站合作为高考生加油打气，赞助多档 B 站综艺，并携手“韩红爱心”开启百人援滇公益行动，与“韩红爱心”达成连续 3 年的公益战略合作。公司一系列的新型营销模式迅速吸引了年轻消费群体的目光，打造了较强的品牌知名度，提升了品牌美誉度。

经过公司多年的积累和努力，公司的品牌影响力不断提升，已成为能量饮料的领导品牌，品牌形象深入人心，获得了“中国驰名商标”、“广东省著名商标”、“深圳老字号”、“18-30 岁年龄段消费者最喜爱的品牌”等荣誉，在市场中形成了较强的号召力。

(4) 深耕饮料行业多年，产品获市场青睐

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

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

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

(5) 生产基地全国布局，形成规模效应，满足不断增长的市场需求

相对传统的饮料行业，能量饮料仍处于发展期，市场需求不断增长。公司作为我国能量饮料的领导企业，具有较强的综合实力。伴随不断增长的市场需求，公司已发展为拥有增鹏、莞鹏、徽鹏、桂鹏、华鹏、渝鹏等多处生产基地。其中，

华鹏部分产线以及渝鹏基地正在建设中。目前公司的全产品线产能约为 180 万吨/年，在建生产基地全部达产后，预计可实现产能约 250 万吨/年。

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

（6）质量控制体系完善，保障产品安全及质量

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

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

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

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

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

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

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

（7）经营团队经验丰富，人才基础雄厚

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

3、发行人的竞争劣势

（1）收入来源相对单一

经过公司研发团队多年来的努力，目前，公司产品除了能量饮料系列外，还包括由柑柠檬茶、陈皮特饮、冬瓜汁饮料、清凉茶、菊花茶、乳味饮料和包装饮用水等。其中，能量饮料系列产品报告期内的收入占比分别为 94.99%、95.11% 及 93.88%，收入来源较为单一。

在饮料行业，企业产品单一的现象较为普遍。一款饮料的成功往往需要经历长时间的市场考验，而消费者的消费习惯一旦养成，通常较为稳定，因此很多饮料企业会长期专注于某一细分领域，集中力量将某一特定系列产品做大做强，强化自己的品牌优势。以 A 股上市饮料企业为例：香飘飘（603711.SH）专注奶茶细分领域，2019 年度，其奶茶产品收入占营业收入的比例为 99.09%；养元饮品（603156.SH）专注植物蛋白饮料细分领域，围绕“六个核桃”打造大单品战略，2019 年度，“六个核桃”核桃乳产品收入占营业收入的比例为 98.91%；承德露露（000848.SZ）专注植物蛋白饮料细分领域，主导产品为“露露”杏仁露，2019 年度，“露露”杏仁露产品收入占营业收入的比例为 99.91%。

依托高水平的研发能力、完善的生产体系和强大的销售渠道，公司一直在积

极的布局其他类别的饮料产品，并在茶饮料、植物浸提饮料领域有所突破，推出了由柑柠檬茶、陈皮特饮等产品，颇受目标消费者的喜爱，并为公司业绩提供了新的增长点。

（2）销售区域性明显

报告期内，公司的销售收入主要来源于广东区域，广东区域产生的收入占比分别为 61.10%、60.12% 及 55.74%。

为了更好的布局全国市场，扩大市场占有率，满足下游客户需求，2013 年、2018 年安徽、广西生产基地相继投产，目前华鹏（部分产线已投产）、渝鹏也正在按计划建设中，随着上述基地的建设投产，周边市场覆盖能力逐渐变强。报告期内公司不断拓展广东区域以外的市场，其他区域的销售收入逐年增加，预计未来将进一步增加。

（3）资金实力较弱

报告期内，公司经营活动产生的现金流净额分别为 19,493.97 万元、121,098.14 万元和 134,036.32 万元，报告期各期末货币资金余额分别为 33,929.50 万元、94,509.57 万元和 122,485.37 万元，占总资产的比例分别为 16.10%、28.29% 和 28.08%，呈快速增长趋势，现金流充足。但与可比上市公司相比，公司货币资金规模及占比仍处于较低水平，一方面系公司尚未上市，与上市公司相比资金实力相对较弱，另一方面系公司正处于快速拓展阶段，对固定资产、在建工程等非流动资产投入较大，占用了部分货币资金。

未来，随着公司利润积累、在建工程等项目投产经济效益逐渐释放以及上市后募集资金到位，公司的资金实力将逐步增强。

五、发行人业务及生产经营有关的资产权属情况

（一）主要固定资产情况

1、固定资产概览

截至报告期末，公司的固定资产明细项目如下表所示：

单位：万元

项目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子设备及办公设备	合计
资产原值	87,031.77	96,758.52	2,095.39	4,323.75	190,209.43
累计折旧	11,956.50	33,460.04	1,144.05	2,553.46	49,114.05
减值准备	-	657.68	-	-	657.68
账面价值	75,075.27	62,640.79	951.35	1,770.29	140,437.70

2、主要生产设备

截至报告期末，公司正在使用的主要生产设备情况如下：

单位：万元

序号	设备类型	数量（台、套）	账面原值	成新率	账面价值
1	前水处理系统	6	11,777.63	71.58%	8,430.36
2	水处理系统	6	4,902.41	65.66%	3,218.99
3	灌装机	20	15,669.35	56.12%	8,793.77
4	吹旋灌一体机	8	7,442.89	82.14%	6,113.58
5	吹瓶机	15	10,178.95	41.97%	4,272.17
6	杀菌系统	6	4,094.95	74.30%	3,042.35
7	高低压系统	6	1,841.04	61.13%	1,125.44
8	高压系统	6	2,074.92	67.23%	1,394.98
9	喷淋机	5	993.35	85.22%	846.53
10	冷却水系统	6	759.39	73.18%	555.73

（二）主要经营性房产

截至本招股意向书摘要签署日，发行人拥有的自有房屋共 29 处；用于主要经营及生产场所的租赁土地及房屋 6 处；用于办事处的租赁房屋 160 处。

（三）无形资产情况

截至本招股意向书摘要签署日，发行人拥有 8 宗土地使用权；拥有 405 项注册商标，该等商标不存在设置质押或者其他权利限制的情形；拥有 59 项已获得授权的专利，该等专利不存在设置质押或者其他权利限制的情形；拥有 65 项已登记的计算机软件著作权，该等计算机软件著作权不存在设置质押或者其他权利限制的情形；拥有 31 项作品著作权，该等作品著作权不存在设置质押或者其他

权利限制的情形。

六、同业竞争与关联交易

（一）同业竞争

1、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业情况

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

2、避免同业竞争的承诺

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

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

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

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

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

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

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

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

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）销售商品

报告期内，公司向关联方销售商品的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
中饮巴比食品股份有限公司	销售商品	-	-	-	-	2.67	0.0009%

报告期内，公司向关联方中饮巴比食品股份有限公司销售饮料，交易价格系双方参照市场价格协商确定，且交易金额较小，占 2018 年营业收入的比例仅为 0.0009%，对公司业务独立不构成重大影响。

（2）租赁

报告期内，公司作为承租方向关联方租赁的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
顺宝泉	厂房及配套设施	200	0.08%	200.00	0.09%	200.00	0.12%

出于对生产用房稳定性及适用性需求，报告期内，公司作为承租人向关联方顺宝泉租赁位于海丰县的厂房、宿舍、办公楼、仓库等及其配套场地、设施，用于海丰水厂生产基地使用，并签署租赁协议。

顺宝泉向发行人出租房屋的租金为 200 万元/年，租赁单价为 10.73 元/m²/月，处于可比市场价格区间内，定价公允，且交易金额较小。

综上，发行人与顺宝泉的关联租赁，定价公允，占发行人营业成本比例较低，对公司业务独立性不构成重大影响。

（3）关键管理人员薪酬

报告期内，公司关键管理人员薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关键管理人员薪酬	2,774.38	1,130.18	640.83

2、偶发性关联交易

（1）购买设备

单位：万元

关联方	关联交易类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
顺宝泉	购买设备	-	-	174.74

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

（2）商标转让

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

（3）关联担保

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

单位：万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	截至报告期末是否已经履行完毕
-----	------	-------	-------	----------------

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	截至报告期末是否已经履行完毕
林木勤、陈惠玲	8,500.00	2014年5月9日	2020年5月9日	是
林木勤	9,300.00	2016年9月28日	2021年9月27日	是
林木勤、陈惠玲	10,000.00	2016年10月10日	2021年10月10日	是
林木勤、林木港、林戴钦	1,985.87	2017年1月5日	2022年1月5日	是
林木勤、林木港	5,000.00	2017年3月29日	2020年3月29日	是
林木勤、陈惠玲	8,000.00	2017年5月8日	2020年5月8日	是
林木勤、林木港	5,000.00	2018年6月20日	2021年6月20日	是
林木勤、陈惠玲	13,800.00	2018年8月3日	2021年1月25日	是
林木勤、陈惠玲	3,300.00	2018年9月29日	2021年4月10日	是
林木勤、陈惠玲	37,000.00	2018年10月26日	2025年10月25日	否
林木勤、陈惠玲	8,000.00	2018年10月31日	2021年10月31日	是
林木勤、林木港	6,000.00	2019年9月6日	2022年9月6日	是
林木勤、林木港	5,000.00	2019年11月7日	2022年11月7日	否
林木勤	5,500.00	2019年11月30日	2022年11月30日	是
林木勤、林木港	8,000.00	2019年12月20日	2023年12月19日	否
林木勤	10,000.00	2020年3月29日	2024年3月27日	否
林木勤	20,000.00	2020年7月15日	2028年6月23日	否
林木勤	8,000.00	2020年7月24日	2023年6月2日	否
林木勤	5,500.00	2020年11月30日	2023年11月30日	否

注：以上担保未到期但已履行完毕的关联担保系相关的主债务合同已偿还完毕。

上述关联担保系为发行人银行贷款提供的保证担保，未由发行人提供反担保，不存在损害发行人利益的情形。

（4）其他关联交易

2020年6月23日，公司实际控制人林木勤无偿向公司赠与一辆汽车，该汽车经深圳市致丰二手车有限公司评估的公允价值为29.80万元。

3、关联方往来余额

单位：万元

项目名称	关联方	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
其他应付款	顺宝泉	122.67	103.68	289.54

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

4、关联方承诺

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

（三）报告期内发行人关联交易制度的执行情况及独立董事意见

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

东鹏饮料召开第一届董事会第十一次会议，审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易的议案》。

东鹏饮料召开2020年第二次临时股东大会，审议通过了上述议案。

公司独立董事就公司最近三年的相关关联交易事项出具了独立意见，认为“公司在报告期内的关联交易符合公司的经营需要，有利于公司经营，符合公司经营发展需要，交易定价合理、公允，关联交易均按照正常商业条款进行，交易

条款公平合理，不会损害公司的独立性，符合有关法律、行政法规和规范性文件以及《公司章程》《东鹏饮料（集团）股份有限公司关联交易管理制度》，符合发行人及股东的整体利益，不存在损害公司或其他股东利益的情形，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响”。

七、董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员的基本情况如下表所示：

姓名	职务	性别	出生时间	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2020年从发行人领取报酬(万元)	截至本招股意向书摘要签署日持有公司股份的数量(股)
林木勤	董事长、总裁	男	1964年	2021.2-2024.2	毕业于中山大学工商管理专业, 硕士学历。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至2019年4月任东鹏饮料及其前身董事长、总经理; 2019年4月至今任东鹏饮料董事长、总裁	顺宝泉监事	908.45	直接 198,967,411 间接 3,990,652
林木港	董事、执行总裁	男	1970年	2021.2-2024.2	毕业于北京大学工商管理专业, 硕士学历。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至2019年4月任东鹏饮料及其前身董事、副总经理; 2019年4月至今任东鹏饮料董事、执行总裁	无	271.68	直接 20,885,866
林戴钦	董事	男	1983年	2021.2-2024.2	毕业于深圳市职业技术学校食品物流专业, 大专学历。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至2018年1月任东鹏有限大区销售总监, 2018年1月至今任东鹏饮料董事、大区销售总监	无	70.75	直接 20,885,866
李达文	董事	男	1969年	2021.2-2024.2	毕业于惠东县多祝中学, 高中学历。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至2017年任东鹏有限董事、大区销售总监、服务处经理, 2017年至今任东鹏饮料及其前身董事、服务处经理	无	40.62	直接 5,105,434
刘美丽	董事、副总裁	女	1970年	2021.2-2024.2	毕业于太原工业大学化学工程专业, 本科学历。最近五年的从业经历如下:	无	246.63	直接 2,088,587

姓名	职务	性别	出生时间	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2020年从发行人领取报酬(万元)	截至本招股意向书摘要签署日持有公司股份的数量(股)
					2015年1月至2019年4月任东鹏饮料及其前身董事并历任综合办主任、副总经理,2019年4月至今任东鹏饮料董事、副总裁			
宋向前	董事	男	1971年	2021.2-2024.2	毕业于清华大学五道口金融学院,硕士学历。2018年1月至今担任东鹏饮料董事,目前主要兼任北京加华伟业资本管理有限公司董事长、经理,加华资本管理股份有限公司董事长、总经理,上海朴靖资产管理有限公司执行董事、总经理,广东新明珠陶瓷集团有限公司董事,加华盈峰(天津)投资管理有限公司、北京加华丰盛投资管理有限公司、北京加华优势投资管理有限公司执行董事、经理,奥山控股有限公司独立董事、加华裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人、雅戈尔集团股份有限公司独立董事、安正时尚集团股份有限公司独立董事等	北京加华伟业资本管理有限公司董事长、经理;加华资本管理股份有限公司董事长、总经理;上海朴靖资产管理有限公司执行董事、总经理;加华盈峰(天津)投资管理有限公司执行董事、经理;北京加华丰盛投资管理有限公司执行董事、经理;北京加华优势投资管理有限公司执行董事、经理;奥山控股有限公司(ORSUN HOLDINGS LIMITED)独立董事;广东新明珠陶瓷集团有限公司董事;加华	-	间接 7,176,240

姓名	职务	性别	出生时间	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2020年从发行人领取报酬(万元)	截至本招股意向书摘要签署日持有公司股份的数量(股)
						裕丰(天津)股权投资管理合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人; 雅戈尔集团股份有限公司独立董事、安正时尚集团股份有限公司独立董事		
姚禄仕	独立董事	男	1962年	2021.2-2024.2	毕业于合肥工业大学管理专业, 博士学位, 职称为教授。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至2018年9月任合肥工业大学管理学院会计系教授、系主任, 2018年10月至今任合肥工业大学管理学院会计系教授, 2019年4月至今任东鹏饮料独立董事。目前兼任安徽实华工程技术股份有限公司、安徽天立泰科技股份有限公司、安徽新安银行股份有限公司、中饮巴比食品股份有限公司、铜陵有色金属集团股份有限公司的独立董事; 兼任中国会计学会高等工科院校分会秘书长、安徽省总会计师协会副会长	安徽实华工程技术股份有限公司独立董事; 安徽天立泰科技股份有限公司独立董事; 安徽新安银行股份有限公司独立董事; 中饮巴比食品股份有限公司独立董事; 铜陵有色金属集团股份有限公司独立董事	5.50	无
康晓斌	独立董事	男	1986年	2021.2-2024.2	毕业于天津商业大学发酵工程专业, 硕士学历, 职称为工程师。最近五年的从	无	5.50	无

姓名	职务	性别	出生时间	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2020年从发行人领取报酬(万元)	截至本招股意向书摘要签署日持有公司股份的数量(股)
					业经历如下: 2015年1月至今任中国饮料工业协会技术部主任、功能饮料分会副秘书长、蛋白饮料分会秘书长、《饮料工业》责任编辑, 2019年4月至今任东鹏饮料独立董事			
游晓	独立董事	女	1981年	2021.2-2024.2	毕业于武汉大学法学专业, 本科学历。2006年3月至2006年12月, 任广东晟典律师事务所律师助理; 2007年1月至2013年10月, 任北京市中伦(深圳)律师事务所律师; 2013年11月至2015年7月, 任北京大成(深圳)律师事务所合伙人; 2015年7月至2020年6月, 任上海市锦天城(深圳)律师事务所高级合伙人; 2020年6月至今, 任北京市中伦(深圳)律师事务所合伙人。	东莞市净诺环境科技股份有限公司独立董事	0.84	无
蔡运生	监事会主席	男	1974年	2021.2-2024.2	毕业于武汉大学行政管理专业, 本科学历。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至今任东鹏饮料及其前身广东事业部总经理、监事会主席	无	248.19	直接 9,282,607
黎增永	监事	男	1963年	2021.2-2024.2	毕业于博罗县罗浮中学, 高中学历。最近五年的从业经历如下: 2015年1月至今历任东鹏饮料及其前身供应链中心采购部高级采购经理、监事	无	15.25	直接 2,320,652

姓名	职务	性别	出生时间	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2020年从发行人领取报酬(万元)	截至本招股意向书摘要签署日持有公司股份的数量(股)
陈义敏	职工代表监事	男	1963年	2021.2-2024.2	毕业于广东暨南大学教育学院财政金融专业,大专学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至今任东鹏饮料及其前身重点客户部客户经理、监事	无	16.96	直接 3,573,804
刘丽华	副总裁、财务总监、董事会秘书	女	1973年	2021.2-2024.2	毕业于四川大学工商管理专业,硕士学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2018年10月任招商证券股份有限公司投资银行部董事,2018年10月至2019年4月任东鹏饮料财务管理中心负责人,2019年4月至今任东鹏饮料副总裁、董事会秘书、财务总监	深圳广联赛讯股份有限公司独立董事	302.74	直接 800,000
卢义富	副总裁	男	1972年	2021.2-2024.2	毕业于湘潭大学化学工程专业,大专学历。最近五年的从业经历如下:2015年1月至2017年7月任加多宝(中国)饮料有限公司分公司总经理,2017年8月至2018年8月任香飘飘食品股份有限公司营销中心总经理,2018年9月至2019年4月任东鹏饮料全国营销本部负责人,2019年4月至今任东鹏饮料副总裁	无	279.14	直接 400,000
蒋薇薇	副总裁	女	1980年	2021.2-2024.2	毕业于安徽大学新闻专业,本科学历。最近五年的从业经历如下:2015年担任昌荣传媒股份有限公司广州公司副总	无	192.74	直接 400,000

姓名	职务	性别	出生时间	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2020年从发行人领取报酬(万元)	截至本招股意向书摘要签署日持有公司股份的数量(股)
					经理, 2017年至2019年4月任东鹏饮料及其前身品牌中心负责人, 2019年4月至今任东鹏饮料副总裁			

截至本招股意向书摘要签署日, 公司董事、监事、高级管理人员与公司不存在其他利益关系。

八、发行人控股股东及其实际控制人的简要情况

截至本招股意向书签署日，林木勤直接持有公司 198,967,411 股股份，并通过鲲鹏投资间接持有公司 2,320,652 股股份，通过东鹏远道间接持有公司 1,600,000 股股份，通过东鹏致远间接持有公司 20,000 股股份，通过东鹏致诚间接持有公司 50,000 股股份，合计共持有公司 202,958,063 股股份，占比 56.38%，为公司的控股股东及实际控制人。

九、财务会计信息及管理层的讨论与分析

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：万元

项 目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	122,485.37	94,509.57	33,929.50
交易性金融资产	5,000.00	-	-
应收账款	1,285.17	2,557.18	3,954.23
预付款项	17,875.32	15,928.02	7,649.26
其他应收款	1,502.14	1,746.05	2,934.86
存货	27,270.13	21,422.81	11,962.86
一年内到期的非流动资产	8,000.00	-	-
其他流动资产	12,479.59	8,990.37	7,817.95
流动资产合计	195,897.72	145,154.00	68,248.67
非流动资产：			
债权投资	10,000.00	13,000.00	-
固定资产	140,437.70	104,897.47	93,085.28
在建工程	45,627.12	34,058.05	17,702.88
无形资产	23,657.92	16,355.30	15,496.63
长期待摊费用	2,480.91	2,313.88	2,035.13
递延所得税资产	13,360.16	8,203.30	4,282.64
其他非流动资产	4,667.11	10,088.02	9,901.34

项 目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
非流动资产合计	240,230.93	188,916.03	142,503.90
资产总计	436,128.64	334,070.03	210,752.57
流动负债：			
短期借款	11,000.00	1,000.00	15,479.78
应付票据	300.00	1,500.00	1,542.20
应付账款	29,497.95	30,439.92	19,469.27
预收款项	-	26,481.39	5,879.89
合同负债	95,034.29	-	-
应付职工薪酬	10,365.66	15,324.63	4,925.05
应交税费	11,996.31	13,684.05	5,753.12
其他应付款	41,129.10	56,771.14	42,077.69
一年内到期的非流动负债	6,197.34	-	550.13
其他流动负债	7,479.67	-	-
流动负债合计	213,000.31	145,201.14	95,677.13
非流动负债：			
长期借款	30,172.66	23,687.50	5,000.00
预计负债	-	-	125.43
递延收益	1,531.70	1,544.96	1,200.29
递延所得税负债	98.64	118.35	55.32
非流动负债合计	31,803.00	25,350.81	6,381.05
负债合计	244,803.31	170,551.94	102,058.17
所有者权益：			
股本/实收资本	36,000.00	36,000.00	35,000.00
资本公积	38,847.96	38,247.06	27,480.76
盈余公积	11,232.95	8,869.50	3,587.73
未分配利润	105,244.42	80,401.52	42,625.90
所有者权益合计	191,325.34	163,518.09	108,694.40
负债和所有者权益总计	436,128.64	334,070.03	210,752.57

2、合并利润表

单位：万元

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
-----	--------	--------	--------

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
一、营业收入	495,850.26	420,872.85	303,753.60
减：营业成本	264,784.75	224,171.93	164,124.21
税金及附加	5,035.76	4,430.63	3,956.91
销售费用	104,034.73	98,359.32	96,945.03
管理费用	18,389.64	20,122.72	12,182.02
研发费用	3,554.25	2,803.03	2,180.82
财务费用	-1,593.09	-1,396.57	508.21
其中：利息费用	977.59	540.21	690.68
利息收入	2,604.04	2,008.09	273.87
加：其他收益	2,340.37	1,618.63	2,556.71
投资收益	983.71	718.93	1,306.07
信用减值损失	61.75	84.50	-
资产减值损失	-	-740.60	-228.46
二、营业利润	105,030.05	74,063.25	27,490.74
加：营业外收入	197.49	179.90	141.05
减：营业外支出	2,272.58	592.85	298.99
三、利润总额	102,954.96	73,650.29	27,332.79
减：所得税费用	21,748.61	16,592.90	5,749.69
四、净利润	81,206.35	57,057.39	21,583.10
（一）按经营持续性分类	-	-	-
其中：持续经营净利润	81,206.35	57,057.39	21,583.10
（二）按所有权归属分类	-	-	-
其中：归属于母公司股东的净利润	81,206.35	57,057.39	21,583.10
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	0.00	57,057.39	21,583.10
归属于母公司所有者的综合收益总额	81,206.35	57,057.39	21,583.10
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	2.26	1.63	0.62
（二）稀释每股收益	2.26	1.63	0.62

3、合并现金流量表

单位：万元

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	626,871.21	517,297.64	344,962.35
收到的税费返还	178.74	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	6,013.18	6,111.86	5,484.58
经营活动现金流入小计	633,063.13	523,409.50	350,446.93
购买商品、接受劳务支付的现金	294,055.40	245,032.46	168,275.55
支付给职工以及为职工支付的现金	69,406.85	48,433.68	48,872.94
支付的各项税费	65,209.15	44,936.88	38,914.25
支付其他与经营活动有关的现金	70,355.41	63,908.33	74,890.23
经营活动现金流出小计	499,026.81	402,311.36	330,952.96
经营活动产生的现金流量净额	134,036.32	121,098.14	19,493.97
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	83,000.00	56,950.00	192,347.00
取得投资收益收到的现金	980.39	714.12	1,283.17
处置固定资产收回的现金净额	84.87	6.82	33.45
收到其他与投资活动有关的现金	213.46	-	-
投资活动现金流入小计	84,278.73	57,670.94	193,663.62
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	64,536.88	50,826.80	39,188.84
投资支付的现金	97,000.00	59,950.00	153,164.00
支付其他与投资活动有关的现金	6.88	129.80	236.18
投资活动现金流出小计	161,543.76	110,906.59	192,589.02
投资活动产生的现金流量净额	-77,265.04	-53,235.65	1,074.60
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	5,714.30	-
取得借款收到的现金	52,388.44	40,900.32	25,479.78
筹资活动现金流入小计	52,388.44	46,614.62	25,479.78
偿还债务支付的现金	29,705.94	36,692.61	22,200.00
分配股利及偿付利息支付的现金	55,638.19	15,092.36	6,787.75
支付其他与筹资活动有关的现金	447.68	569.88	1,735.95
筹资活动现金流出小计	85,791.81	52,354.85	30,723.70
筹资活动产生的现金流量净额	-33,403.37	-5,740.23	-5,243.92

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	23,367.91	62,122.26	15,324.65
加：期初现金及现金等价物余额	94,509.57	32,387.31	17,062.66
六、期末现金及现金等价物余额	117,877.48	94,509.57	32,387.31

（二）非经常性损益

报告期内，发行人非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入当期损益的政府补助	2,486.53	1,618.63	2,556.71
一次性计入当期损益的员工股权激励计划费用	-571.10	-6,052.00	-
债权投资持有期间取得的利息收入	686.58	426.99	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	238.69	291.94	485.94
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	797.23
其他投资收益	58.44	-	22.90
非流动资产毁损报废利得	49.92	23.67	-
非流动资产毁损报废损失	-280.59	-206.22	-198.82
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,844.42	595.50	40.87
合计	824.05	-3,301.49	3,704.84
减：非经常性损益的所得税影响数	-108.87	833.27	-884.50
扣除所得税影响后的非经常性损益	715.18	-2,468.22	2,820.34
归属于公司普通股股东的净利润	81,206.35	57,057.39	21,583.10
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	80,491.17	59,525.61	18,762.76

（三）报告期内主要财务指标

1、基本财务指标

报告期内，发行人基本财务指标情况如下：

财务指标	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
流动比率（倍）	0.92	1.00	0.71
速动比率（倍）	0.79	0.85	0.59
资产负债率（母公司）	61.00%	44.06%	38.73%
资产负债率（合并）	56.13%	51.05%	48.43%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权）占净资产的比例	0.37%	0.20%	0.11%
归属于公司普通股股东的每股净资产（元）	5.31	4.54	3.11
财务指标	2020年	2019年	2018年
应收账款周转率（次）	258.10	129.27	113.29
存货周转率（次）	10.88	13.43	12.90
息税折旧摊销前利润（万元）	117,947.93	91,214.95	36,520.62
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	80,491.17	59,525.61	18,762.76
利息保障倍数（倍）	62.19	67.33	30.55
每股经营活动产生的现金流量（元）	3.72	3.36	0.56
每股净现金流量（元）	0.65	1.73	0.44

上述指标的计算公式如下：

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

2、净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订），发行人报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

项目	报告期间	加权平均 净资产收益率 (%)	每股收益	
			基本每股收益 (元/股)	稀释每股收益 (元/股)
归属于母公司股东的净利润	2020年度	45.82	2.26	2.26
	2019年度	43.14	1.63	1.63
	2018年度	22.05	0.62	0.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2020年度	45.42	2.24	2.24
	2019年度	45.01	1.70	1.70
	2018年度	19.16	0.54	0.54

（四）管理层讨论与分析

1、财务状况分析

报告期各期末，公司资产总额分别为 210,752.57 万元、334,070.03 万元和 436,128.64 万元，2018 年末至 2020 年末的复合增长率为 43.85%，资产总额保持稳定增长，一方面系公司对桂鹏、华鹏、渝鹏等生产基地持续投入，在建工程、固定资产增加，另一方面系公司销售规模持续扩大，销售商品收到的现金增加。

报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为 32.38%、43.45% 和 44.92%，非流动资产占资产总额的比例分别为 67.62%、56.55% 和 55.08%。2019 年末，流动资产比例较 2018 年末有所提高，主要原因系货币资金有所增加。2020 年 12 月末，流动资产和非流动资产比例与 2019 年末基本一致。

报告期各期末，公司负债总额分别为 102,058.17 万元、170,551.94 万元和 244,803.31 万元，2019 年末及 2020 年 12 月末，公司负债总额有所增长，一方面系随着公司销售规模的增加，预收账款有所增加，同时公司加大对终端门店的返利与折扣力度，应付销售返利与折扣款有所增加；另一方面系随着生产基地建设的资金不断投入，公司长期借款有所增加。

2、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入分别为 303,753.60 万元、420,872.85 万元及 495,850.26 万元，保持良好增长势头。公司自设立以来一直专注于饮料的研发、生产及销售，报告期内公司主营业务突出，主营业务收入占比分别为 99.46%、99.60% 及 99.54%。

报告期内，公司主营业务收入的产品构成情况如下表所示：

单位：万元

产品	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
能量饮料	465,515.40	94.32%	400,303.06	95.50%	288,549.71	95.51%
非能量饮料	23,992.69	4.86%	14,789.16	3.53%	9,905.42	3.28%
包装饮用水	4,058.24	0.82%	4,088.52	0.98%	3,662.65	1.21%
合计	493,566.32	100.00%	419,180.74	100.00%	302,117.78	100.00%

总体来看，能量饮料作为公司的核心产品，为公司最主要的收入来源，报告期内销售收入持续稳定增长，报告期内占主营业务收入的比例均超过 90%。为满足能量饮料消费者对于不同场景及不同价位的多种需求，公司目前推出了 250ml 金瓶特饮、500ml 金瓶特饮、250ml 金罐特饮、250ml 金砖特饮、东鹏加气等多种能量饮料产品。

除能量饮料外，公司不断丰富产品品类，非能量饮料及包装饮用水的销售收入有所增加，报告期合计占比分别为 4.49%、4.50% 及 5.68%。2020 年占收入比例增加，主要为公司新推出的由柑柠檬茶系列产品受到消费者青睐，销量增速较高。整体来看，非能量饮料整体规模仍相对较小，尚处于市场开拓阶段。

3、现金流量分析

（1）经营活动现金流

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 19,493.97 万元、121,098.14 万元及 134,036.32 万元，与当期净利润的比值分别为 0.90、2.12 及 1.65，现金流情况良好，与经营规模匹配。

报告期内，公司经营活动现金流入主要为销售商品、提供劳务收到的现金，公司主要采取“款到发货”的结算模式，销售回款率良好。公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及宣传推广费、运输费等支付其他与经营活动有关的现金。随着公司业务规模的不断扩大，经营活动现金流入及流出金额相应呈现增长趋势。

（2）投资活动现金流

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 1,074.60 万元、-53,235.65 万元及-77,265.04 万元。为扩大生产能力，公司持续投资固定资产投资，报告期内购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金较多。2018 年公司投资活动产生的现金流量净额为正，主要是因为当年赎回部分理财产品收回现金。

（3）筹资活动现金流

公司筹资活动现金流入主要为取得借款及吸收投资收到的现金，筹资活动现金流出主要为公司分配现金股利、偿付利息及偿还债务等支付的现金。2020 年筹资活动现金流出金额较大主要系公司于 2020 年分派现金股利。

十、股利分配情况

（一）发行人的股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》的规定，公司报告期内股利分配政策的一般规定如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配

利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司的利润分配方案由股东大会审议批准。公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（二）最近三年公司股利分配情况

2019 年 4 月 28 日，东鹏饮料 2018 年年度股东大会作出决议，向全体股东每 10 股派发现金股利 4.00 元（含税），共计派现金股利 140,000,000.00 元。

2020 年 4 月 9 日，东鹏饮料 2019 年年度股东大会作出决议，向全体股东每 10 股派发现金股利 10.00 元（含税），共计派现金股利 360,000,000.00 元。

2020 年 10 月 10 日，东鹏饮料 2020 年第三次临时股东大会作出决议，向全体股东每 10 股派发现金股利 5.00 元（含税），共计派现金股利 180,000,000.00 元。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司2020年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司申请首次公开发行股票并上市前滚存利润分配方案的议案》，对于公司首次公开发行股票并上市前的滚存利润，由首次公开发行股票并上市后的新老股东按照持股比例共同享有。

（四）发行人上市后股利分配计划

根据公司2020年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行上市后的股利分配政策如下：

（一）利润分配原则：公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

（二）利润分配形式：公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合及法律、法规允许的其他方式分配股利，并优先采用现金分红的方式分配利润。如无重大现金支出事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之二十。

上述重大现金支出事项是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的20%，且超过30,000万元的情形或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的10%。

（三）差异化的现金分红政策：公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红方案：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

（四）公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过，提交股东大会审议决定。

（五）利润分配研究论证及决策程序

1、定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证

利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

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

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

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

6、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利派发事项。

（六）利润分配政策调整

如公司根据生产经营情况、投资规划、长期发展的需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，需要调整利润分配政策的，相关议案需经董事会、监事会审议后提交股东大会批准。

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由，并由独立董事发表明确意见；董事会在审议调整利润分配政策时，须经全体董事过半数表决同意，且经全体独立董事表决同意。监事会在审议利润分配政策调整时，须经全体监事过半数以上表决同意。股东大会在审议利润分配政策时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意；股东大会在表决时，

应向股东提供网络投票方式。

十一、发行人控股子公司或纳入合并会计报表的其他企业情况

（一）发行人控股子公司

1、基本情况

截至本招股意向书摘要签署日，发行人共有 10 家全资子公司，该等子公司的基本情况如下：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	主要经营 营地	主营业务	成立日期	股权结构
1	增鹏	8,000.00	8,000.00	广州	饮料的生产 与销售	2006.04.05	东鹏饮料 持股 100%
2	莞鹏	1,000.00	1,000.00	东莞	饮料的生产 与销售	2011.11.10	东鹏饮料 持股 100%
3	徽鹏	30,000.00	30,000.00	滁州	饮料的生产 与销售	2012.08.28	东鹏饮料 持股 100%
4	桂鹏	30,000.00	30,000.00	南宁	饮料的生产 与销售	2017.03.01	东鹏饮料 持股 100%
5	华鹏	20,000.00	20,000.00	广州	饮料的生产 与销售	2017.04.26	东鹏饮料 持股 100%
6	渝鹏	15,000.00	15,000.00	重庆	饮料的生产 与销售	2015.02.03	东鹏饮料 持股 100%
7	鹏讯云商	500.00	500.00	深圳	信息系统开 发服务	2017.07.24	东鹏饮料 持股 100%
8	广东营销	500.00	500.00	广州	饮料销售	2018.12.04	东鹏饮料 持股 100%
9	东鹏捷迅	10,000.00	10,000.00	深圳	供应链管理 服务	2019.04.23	东鹏饮料 持股 100%
10	上海营销	1,000.00	1,000.00	上海	饮料销售	2020.6.22	东鹏饮料 持股 100%

2、财务状况

发行人子公司最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31/2020年		
		总资产	净资产	净利润

序号	公司名称	2020.12.31/2020年		
		总资产	净资产	净利润
1	增鹏	24,989.50	21,123.23	9,072.61
2	莞鹏	25,875.22	16,004.96	9,723.46
3	徽鹏	61,153.71	45,249.32	9,950.59
4	桂鹏	69,697.54	50,220.44	17,118.90
5	华鹏	71,469.80	21,207.58	1,627.90
6	渝鹏	28,217.93	14,128.30	-267.26
7	鹏讯云商	3,651.58	3,187.98	1,009.05
8	广东营销	16,960.98	7,053.79	5,285.96
9	东鹏捷迅	45,637.62	16,130.64	6,130.31
10	上海营销	13,329.23	459.08	449.08

注：普华永道已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

3、报告期内发行人子公司注销情况

发行人子公司的注销情况如下：

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

注：因被增鹏吸收合并，九制斋于 2017 年 12 月 21 日取得广州市增城区国家税务局作出《税务事项通知书》（穗增国税税通[2017]113041 号），完成国税注销；于 2018 年 7 月 5 日取得广州增城地税石滩税务分局作出《税务事项通知书》（增税通[2018]22768 号），完成地税注销，于 2018 年 8 月 3 日取得广州市增城区工商行政管理局作出《准予注销登记通知书》（（穗）登记内销字 2012 第 25201808020086 号），完成工商注销。

（二）发行人参股公司

截至本招股意向书摘要签署日，发行人无参股公司。

（三）发行人分公司

截至本招股意向书摘要签署日，发行人 4 家分公司的基本情况如下：

序号	分支机构名称	住所	主营业务	成立日期
1	上海分公司	上海市松江区泖港镇中库路 165 号	饮料销售	2018.05.23
2	成都分公司	成都高新区吉庆三街 333 号 1 幢 1 单元 14 层 1401 号	饮料销售	2018.04.25

序号	分支机构名称	住所	主营业务	成立日期
3	济南分公司	山东省济南市高新区新泺大街 888 号 山东福瑞达医药集团公司办公楼八楼 803、805、807、809、811、813、815、 817 房间	饮料销售	2017.06.19
4	海丰水厂	海丰县莲花山镇建祖寮村猪槽坑山地	饮用水生产与销售	2017.09.29

第四节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

根据公司2020年第一次临时股东大会及2020年第三次临时股东大会通过的有关公司首次公开发行股票募集资金投资项目的决议，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股4,001.00万股，占发行后总股本的比例为10%，募集资金总额将根据发行定价结果最终确定。

本次公司发行股票募集资金总额扣除发行费用后将用于以下具体项目：

单位：万元

项目类型	序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟用募集资金投入金额
生产基地建设	1	华南生产基地建设项目	华鹏	72,878.00	46,907.67
	2	重庆西彭生产基地建设项目	渝鹏	50,853.00	33,996.10
	3	南宁生产基地二期建设项目	桂鹏	20,000.00	15,000.00
	小计			143,731.00	95,903.77
营销网络升级及品牌推广	4	营销网络升级及品牌推广项目	公司	67,081.61	37,091.07
信息化升级建设	5	集团信息化升级建设项目	公司	5,309.18	5,309.18
	6	鹏讯云商信息化升级建设项目	鹏讯云商	2,212.04	2,212.04
	小计			7,521.22	7,521.22
研发中心建设	7	研发中心建设项目	华鹏	3,147.00	3,147.00
总部大楼建设	8	总部大楼建设项目	公司	20,640.35	20,640.35
补充流动资金及偿还银行借款	9	补充流动资金及偿还银行借款项目	公司	8,889.27	8,889.27
合计				251,010.45	173,192.68

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

二、募集资金投资项目概况

（一）生产基地建设项目

本项目投资总额为 143,731.00 万元，由三个子项目组成，其中“华南生产基地建设项目”投资总额为 72,878.00 万元，“重庆西彭生产基地建设项目”投资总额为 50,853.00 万元，“南宁生产基地二期建设项目”投资总额为 20,000 万元。

1、华南生产基地建设项目

本项目的实施主体为公司全资子公司华鹏，拟在广东省广州市增城区建设生产基地。本项目拟规划建设 6 条生产线，包括 2 条罐装饮料生产线、2 条瓶装饮料生产线以及 2 条瓶装饮料（冷灌装）生产线，建设周期为 36 个月。本项目建成后，将形成年产 48.12 万吨饮料的生产能力。

2、重庆西彭生产基地建设项目

本项目的实施主体为公司全资子公司渝鹏，拟在重庆市九龙坡区西彭镇建设生产基地。本项目拟规划建设 5 条生产线，包括 3 条瓶装饮料生产线、1 条瓶装饮料（冷灌装）生产线以及 1 条包装饮用水生产线。本项目建成后，将形成年产 39.50 万吨的生产能力。

3、南宁生产基地二期建设项目

本项目的实施主体为公司全资子公司桂鹏，拟在广西壮族自治区南宁市高新技术产业开发区现有生产基地的基础上进行二期扩产建设。本项目拟规划建设 3 条瓶装饮料生产线。本项目建成后，将形成年产 22.50 万吨的生产能力。

（二）营销网络升级及品牌推广项目

公司拟投入募集资金用于营销网络升级及品牌推广项目，完善营销网络和渠道建设，加大品牌推广力度。本项目投资总额为 67,081.61 万元，分为营销网点升级、渠道建设和品牌建设三部分。

（1）营销网点升级：购置场地，建设华南、华东等区域多个营销大区、服务处和事业部办公场所，同时配套办公设备。

(2) 渠道建设：通过加强广东营销、直营本部、全国营销本部等渠道的智能冰柜投放规模（包括现代渠道/特通渠道和传统渠道等），更加高效、精准地监管产品在各渠道的投放情况，提高产品铺市率、铺货率，促进渠道销售。

(3) 品牌建设：通过投放央视、卫视等电视广告，短视频 APP、视频网站等互联网广告以及公交、地铁、高铁等户外广告等形式，加大品牌推广力度，提升品牌知名度，强化品牌领先地位。

(三) 信息化升级建设项目

本项目投资总额为 7,521.22 万元，由两个子项目组成，其中“集团信息化升级建设项目”投资总额为 5,309.18 万元，用于支持公司内部运营的信息化建设，“鹏讯云商信息化升级建设项目”投资总额为 2,212.04 万元，用于支持公司营销渠道及终端信息化建设，丰富公司现有的营销管理功能，建设更加全面、完善的营销管理体系，为公司深化“新零售”提供支持。

(四) 研发中心建设项目

本项目的实施主体为公司全资子公司华鹏，项目投资总额为 3,147.00 万元，拟以公司现有的研发管理中心为基础，整合资源在华南生产基地组建软硬件水平高，研发环境规范的研发中心，研究、储备关于饮料行业的新材料、新工艺、新产品配方等方面的技术，持续提升公司的研发能力。

根据公司战略发展目标，本项目拟引入多种先进的研发设备、成分检测设备、包材检测设备，及基础的试验台柜和净化等设备，同时配置研发办公室，引进多名复合型的技术人才。

(五) 总部大楼建设项目

本项目投资总额为 20,640.35 万元，拟投资建设公司总部办公大楼，建筑面积约 13,545.56 平方米，地址位于深圳市南山区留仙洞二街坊，建设期为 48 个月。公司投资新建总部大楼，扩大公司办公面积，改善员工办公环境，提高管理效率，提升企业形象，满足公司快速发展的需求。

（六）补充流动资金及偿还银行借款项目

为进一步优化财务结构，提升风险抵御能力，满足生产规模不断扩大带来的资金需求，拟使用募集资金8,889.27万元用于补充流动资金及偿还银行借款。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

公司除了在本招股意向书摘要“重大事项提示”所披露的风险之外还具有如下风险：

（一）政策风险

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

（二）消费需求和消费习惯改变的风险

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

（三）市场竞争风险

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

性和风险。

（四）产品质量风险

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

（五）产品结构相对单一风险

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售，公司旗下产品涵盖能量饮料、非能量饮料以及包装饮用水三大类型，其中能量饮料是公司的主导产品，报告期内占公司总收入的比例分别为 94.99%、95.11%及 93.88%，占比较高。在经营中具有以下风险：

1、政策性限制的风险

食品饮料行业受国务院食品安全委员会、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局等多个部门监管，同时能量饮料部分原料，例如咖啡因，采购需要药品监督管理部门批准。如果监管部门对能量饮料提出更高的要求，公司无法持续满足相关监管要求，或者原材料采购受到限制，将对公司生产经营产生重大不利影响。

2、食品安全的风险

食品安全是饮料制造企业是否能够稳健、持续发展的关键因素与基本要务。如果公司食品安全相关工作出现纰漏，出现产品质量纠纷、食品安全事故或食品安全违法违规，将可能对公司的品牌声誉和产品销售产生重大不利影响。

3、消费喜好转变的风险

能量饮料在我国经过多年的发展，已成为饮料行业中重要的细分品类。未来，如果消费者对于能量饮料的消费需求和消费习惯发生改变，将对公司经营业绩产

生重大不利影响。

公司作为能量饮料的先行者之一，致力于推动能量饮料发展，经过多年努力，成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”，然而相对单一的产品结构使得公司经营业绩对能量饮料的销售依赖程度较高。虽然公司近年来陆续推出由柑柠檬茶等其他系列产品，但整体销售规模相对较小，短期公司仍存在产品结构相对单一的风险，如果能量饮料行业市场环境出现恶化、消费者偏好发生改变以及相关行业监管政策发生不利变化，可能对公司经营业绩产生不利影响。

（六）原材料价格波动风险

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

（七）经销商管理风险

报告期内公司产品销售主要采取经销模式，经销商是公司产品触达终端消费者的重要环节。截至报告期末，公司拥有 1,000 余家经销商，已初步完成广东、广西、华中、华东等重要市场的销售布局与渠道渗透。公司高度重视经销商队伍的管理与维护，经过多年的市场探索与精耕，已建立了一系列完善的经销商管理制度。

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

（八）营销团队管理风险

自设立以来，公司高度重视营销团队的建设及销售网络的完善。截至报告期末，公司建立了广东、广西、华中、华东等事业部，通过经验丰富的营

销团队与经销商、邮差商、批发商及终端门店共同进行市场及消费者开发维护的模式，打造网点众多、覆盖面广、渗透力强、层次扁平的经销网络。虽然经过多年运营，公司已建立了一系列针对营销团队的考核管理制度，但随着公司业务规模及营销网络的扩大、营销体系日趋复杂，若未来公司对营销团队的管理无法跟上销售规模的扩张，则可能对公司品牌推广、渠道建设、产品销售等方面产生不利影响。

（九）销售区域较为集中的风险

公司起步于广东地区，经过多年的市场培育，已建立了较强的品牌影响力及市场竞争优势，报告期内，广东区域销售收入占公司主营业务收入比例分别为 61.10%、60.12% 及 55.74%。虽然公司积极开拓广西、华中、华东等市场，报告期内广东区域收入占比不断下降，但整体而言公司在广东区域的销售占比仍然较高，销售区域较为集中，发行人经营业绩一定程度上依赖于该区域的市场情况。因此该区域的经济结构、市场容量、消费水平及偏好等因素的变化，将对公司未来盈利水平产生一定影响。

（十）宣传推广效果不及预期的风险

公司一直注重通过多种手段加强品牌的宣传和推广工作。宣传推广对扩大公司品牌影响力，提升销售收入有很大帮助。公司所处饮料行业竞争较为激烈，需要在宣传推广方面持续进行较大规模的资源投入，但该等投入能否取得预期效果，存在一定的不确定性。如果宣传推广的投入未能有效维护品牌形象和获取良好的市场口碑，无法带来利润贡献，将会对公司盈利能力和长期发展造成不利影响。

（十一）新产品推广的风险

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

况，如果新品推广效果不及预期，可能对公司未来经营业绩产生一定影响。

（十二）经营规模扩大导致的管理风险

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

（十三）产品被仿冒的风险

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

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

（十四）新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险

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

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

（十五）募集资金投资项目风险

1、募投项目实施的风险

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

2、募集资金投资项目未达到预期回报的风险

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

3、即期收益和净资产收益率下降的风险

本次募集资金到位后，公司总股本和净资产规模将进一步提高，但募投项目从实施、建设到产生实际效益需要一定时间，募集资金到位后短期内净利润增幅可能低于净资产增幅。因此，本次发行后，公司即期收益和净资产收益率存在下降的风险。

（十六）租赁和使用集体土地及地上房产的风险

发行人下属公司莞鹏在东莞市道滘镇租赁 2 宗集体土地并存在租赁及受让地上房屋用作厂房、仓库、宿舍等用途的情形，因历史原因上述房屋未取得不动产权证，合计占发行人房屋使用总面积的 13.89%（具体情况详见招股意向书“第六节 业务和技术”之“五、与发行人业务相关的资产情况”）。

尽管发行人已取得东莞市道滘镇人民政府出具的证明文件以及东莞市道滘镇大罗沙经联社出具的确认函，发行人控股股东及实际控制人林木勤亦对上述事项可能对发行人造成的罚款、滞纳金、搬迁费用或其他损失由实际控制人承担进行了承诺，同时，发行人华南生产基地建设项目建成后，预计将

形成 48.12 万吨饮料的生产能力，可以承接莞鹏相关产能，但该等权属瑕疵问题仍存在可能导致房屋无法正常使用的风险，从而对公司生产经营产生不利影响。

二、其他重要事项

（一）重大合同

1、采购合同

截至本招股意向书摘要签署日，发行人与最近一期前五大供应商已签署且正在履行的框架合同如下：

序号	合同类型	合同金额 (万元)	买方	卖方	合同标的	合同有效期
1	原物料采购框架合同	-	东鹏捷迅	雅韦安糖业（上海）有限公司	白砂糖	2020.12.01-2021.11.30
2	原物料采购框架合同	-	东鹏捷迅	东方先导（上海）糖酒有限公司	白砂糖	2020.12.01-2021.11.30
3	原物料采购框架合同	-	东鹏捷迅	奥瑞金（湖北）销售有限公司	空罐、印字盖、易拉盖	2020.12.01-2021.11.30
4	原物料采购框架合同	-	东鹏捷迅	广东华糖实业有限公司	白砂糖	2020.12.01-2021.11.30
5	原物料采购框架合同	-	东鹏捷迅	宏全食品包装（滁州）有限公司	瓶坯、瓶盖、外帽	2020.12.01-2021.11.30

注：上述最近一期前五大供应商系以单体排序的前五大供应商。

2、销售合同

截至本招股意向书摘要签署日，公司与最近一期前五大客户已签署且正在履行的销售合同如下：

序号	合同名称	买方	卖方	合同标的	合同有效期
1	东鹏饮料经销协议	东莞市东瑞商贸有限公司	东鹏饮料	饮料	2020.12.01-2021.11.30
2	东鹏饮料经销协议	东莞市厚街兴怡日用品店	东鹏饮料	饮料	2020.12.01-2021.11.30
3	东鹏饮料经销协议	中山市东升镇顺香长和商店	东鹏饮料	饮料	2020.12.01-2021.11.30
4	东鹏饮料经销协议	海丰县瞳缙贸易有限公司	东鹏饮料	饮料	2020.12.01-2021.11.30
5	东鹏饮料经销协议	广州市白云区松洲美丰园食品商行	东鹏饮料	饮料	2020.12.01-2021.11.30

注：上述最近一期前五大客户系以单体排序的前五大客户

3、授信及担保合同

截至本招股意向书摘要签署日，公司正在履行的授信及担保合同的具体情况

如下：

序号	借款/授信银行	借款人/被授信人	借款/授信合同	借款/授信金额 (万元)	借款/授信期间	保证/抵押合同	担保人/抵押人
1	中国银行南宁市城北支行	桂鹏	《固定资产借款合同》(2018年城中银贷字第026号) 《固定资产借款合同》补充协议(2018年城中银贷补字第026号) 《固定资产借款合同》补充协议(2019年西中银贷补字第002号)	37,000.00	2018.10.26-2023.10.25	《抵押合同》(2018年城中银抵字第008号)	桂鹏
						《保证合同》(2018年城中银保字第019号)	东鹏饮料
						《保证合同》(2018年城中银保字第020号)	林木勤
2	招商银行广州分行	华鹏	《固定资产借款合同》(120570HT2019062001)	20,000.00	2019.7.15-2024.7.14	《不可撤销担保书》(120570HT2019062001-1)	东鹏饮料
						《抵押合同》(120570HT2019062001-2)	华鹏
3	汇丰银行深圳分行	东鹏饮料、莞鹏	银行授信(CN11002134153-191120-EASTRO C) 银行授信(CN11002134153-191120-GDDP)	5,000.00	2020.11.30-2021.11.30	《公司/企业保证书》	东鹏饮料、莞鹏
						《公司/企业保证书》	增鹏
						《公司/企业保证书》	徽鹏
						《个人保证书》	林木勤
4	招商银行股份有限公司重庆分行	渝鹏	固定资产借款合同(2020年渝十三字第1062240号)	20,000.00	2020.06.23-2025.06.23	《不可撤销担保书》(2020年渝十三字第1062240-1号)	东鹏饮料
						《不可撤销担保书》(2020年渝十三字第	林木勤

序号	借款/授信银行	借款人/被授信人	借款/授信合同	借款/授信金额 (万元)	借款/授信期间	保证/抵押合同	担保人/抵押人
						1062240-2号	
						《抵押合同》 (2020年渝 十三字第 1062240-3 号)	渝鹏
5	中国银行股份有限公司深圳南头支行	东鹏饮料	授信额度协议 (2020圳中银南 额协字第000040 号)	8,000.00	2020.07.24- 2021.06.02	《最高额保证合同》 (2020圳中 银南保字第 00025号)	林木勤
						《最高额应收账款质押合同》 (2020圳中银南质 字第0033号)	东鹏饮料

4、广告类合同

截至本招股意向书摘要签署日，公司正在履行的金额500万以上的广告类合同如下：

1、2019年9月27日，公司与东阳欢瑞世纪艺人经纪有限公司、青岛奥博影视文化工作室签订了《由柑品牌系列茶饮料品牌形象代言人合同》，公司聘请东阳欢瑞世纪艺人经纪有限公司签约艺人杨紫作为公司旗下由柑品牌系列茶饮料产品的形象代言人，代言期限为2019年9月27日至2021年9月26日。

2、2020年8月10日，增鹏与上海播传企业管理咨询中心（有限合伙）签订了《服务合同书》，委托上海播传企业管理咨询中心（有限合伙）进行“东鹏饮料”系列产品的包装设计服务工作，并为企业发展战略提供询意见，合同有效期为2020年8月1日至2021年7月31日。

3、2020年9月20日，莞鹏与深圳海川广告有限公司签署《2020年度（东鹏特饮广东卫视）深圳海川广告有限公司代理投放（电视）广告合同》（以下简称“原《广告合同》”），深圳海川广告有限公司为莞鹏在广东卫视平台投放广告项目，投放时间为2020年1月1日至2020年12月30日。因原《广告合同》实际执行过程中部分权益有所调整，莞鹏与深圳海川广告有限公司于2020年1月

28 日签署《东鹏饮料 2020 广东卫视项目权益变更协议》，对原《广告合同》变更内容进行补充约定，截至目前仍在履行中。

4、2021 年 1 月 21 日，莞鹏与湖南华淼文化传媒有限公司签署《电视广告发布合同》，向湖南华淼文化传媒有限公司购买相关广告资源并发布东鹏饮料集团旗下所有系列产品，合同有效期自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

5、其他重大合同

截至本招股意向书摘要签署日，公司正在履行的金额 2,000 万元以上的其他重大合同如下：

序号	合同名称	合同标的	买方	卖方
1	设备采购合同	干法中温超洁净吹灌旋生产线—A 线	渝鹏	江苏新美星包装机械股份有限公司
2	设备采购合同	干法中温超洁净吹灌旋生产线—B 线	渝鹏	江苏新美星包装机械股份有限公司

（二）对外担保情况

截至本招股意向书摘要签署日，公司不存在并表范围外的对外担保的情况。

（三）重大诉讼、仲裁事项

截至本招股意向书摘要签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动及未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项；公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项；公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及刑事诉讼。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行各方当事人

各方当事人	名称	住所	联系电话	传真	经办人/联系人
发行人	东鹏饮料（集团）股份有限公司	深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1楼	0755-26980181	0755-26980181	刘丽华
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司	深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401	0755-82492030	0755-82493959	金巍锋、王锋
财务顾问	招商证券股份有限公司	深圳市福田区福田街道福华一路111号	0755-82943666	0755-82943121	张晓斌、刘兴德、罗立
律师事务所	北京德恒律师事务所	北京市西城区金融街19号富凯大厦B座12层	010-52682888	010-52682999	浦洪、李广新、汤海龙
会计师事务所	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）	中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴环路1318号星展银行大厦507单元01室	021-23233388	021-23238800	王斌、李晓蕾
保荐人（主承销商）律师	北京市嘉源律师事务所	北京市西城区复兴门内大街158号远洋大厦F408	010-66413377	010-66413377	徐莹、张舟
资产评估机构	北京中天华资产评估有限责任公司	北京市西城区车公庄大街9号院1号楼1单元1303室	010-88395166	010-88395661	孙彦君、赵爽鸣
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴东路166号	021-68870587	021-58754185	-
拟上市的证券交易所	上海证券交易所	上海市浦东南路528号证券大厦	021-68808888	021-68804868	-
收款银行	-	-	-	-	-

二、本次发行的重要日期

初步询价时间	2021年5月11日
发行公告刊登日期	2021年5月14日
申购日期	2021年5月17日
缴款日期	2021年5月19日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在证券交易所挂牌交易

第七节 备查文件

一、本招股意向书全文及摘要的备查文件

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制审核报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点

投资者可于本次发行承销期间，到本公司或保荐人（主承销商）的办公地点查阅。

三、查询时间

本次发行承销期间，除法定节假日以外的每日 9:00-11:00，14:00-17:00。

四、查阅网址

巨潮资讯网站：www.cninfo.com.cn

（此页无正文，为《东鹏饮料（集团）股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要》之盖章页）

