

证券代码：002702

证券简称：海欣食品

海欣食品股份有限公司

HaiXin Foods Co.,Ltd

(福州市仓山区建新镇建新北路 150 号 1#楼)



百年鱼丸世家

向特定对象发行股票

募集说明书

(修订稿)

保荐机构（主承销商）



国金证券股份有限公司

SINOLINK SECURITIES CO.,LTD.

(成都市东城根上街 95 号)

声 明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺募集说明书及其他信息披露资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证募集说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，证券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责。投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

一、本次发行情况

(一)本次向特定对象发行的相关事项已经公司第六届董事会第二十四次会议、第六届董事会第二十五次会议及 2022 年第二次临时股东大会审议通过。除公司第六届董事会第二十五次会议审议通过的《关于公司向特定对象发行 A 股股票发行方案的论证分析报告的议案》尚需经公司股东大会审议通过外，本次向特定对象发行股票已履行公司内部的批准和授权手续。根据有关法律法规的规定，本次向特定对象发行股票尚需通过深交所审核，并取得中国证监会同意注册的批复方可实施。

(二)本次向特定对象发行股票的发行对象为不超过 35 名符合中国证监会规定的特定投资者，包括证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托公司、财务公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者等符合相关规定条件的法人、自然人或其他合法投资者等。其中，证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的 2 只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在公司取得中国证监会关于本次发行的同意注册批复后，由公司董事会（或其授权人士）在股东大会授权范围内，与保荐机构（主承销商）根据发行竞价结果，以竞价方式协商确定。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

公司控股股东、实际控制人不参与认购本次向特定对象发行的股票。

所有发行对象均以人民币现金方式并以相同价格认购本次向特定对象发行的股票。

(三)本次发行的定价基准日为公司本次向特定对象发行股票发行期首日，定价原则为：发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%（定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价 = 定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总额 / 定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总量）（以下简称“发

行底价”)。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生除权、除息事项，将对发行底价进行相应调整。

最终发行价格将在公司取得中国证监会同意本次向特定对象发行的注册批复文件后，根据发行对象的申购报价情况，由公司董事会根据股东大会的授权，与保荐机构（主承销商）协商以竞价方式确定。

（四）本次向特定对象发行的股票数量最终以本次向特定对象发行募集资金总额除以发行价格确定，本次向特定对象发行的股票数量不超过 75,000,000.00 股（含本数），且不超过本次发行前公司总股本的 30%。在上述范围内，最终发行数量将在公司取得中国证监会同意本次发行的注册批复后，由公司董事会在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）根据发行竞价结果协商确定。

若在本次向特定对象发行的董事会决议公告日至发行日期间，公司发生送股、资本公积金转增股本等除权事项或限制性股票登记、股票期权行权、回购注销股票等导致股本变动事项的，则本次向特定对象发行的股票数量上限将进行相应调整。

（五）本次向特定对象发行募集资金总额不超过 52,000 万元，扣除发行费用后用于以下项目：

单位：万元

项目名称	实施主体	项目投资总额	项目已投资金额	拟投入募集资金金额
水产品精深加工及速冻菜肴制品项目	福建长恒	67,599.04	19,374.56	45,000.00
补充流动资金项目	海欣食品	7,000.00	-	7,000.00
合计		74,599.04	19,374.56	52,000.00

注：项目已投资金额为截至第六届董事会第二十四次会议决议公告日项目实际已发生的投资金额。

若实际募集资金净额（扣除发行费用后）少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

在本次向特定对象发行募集资金到位之前,公司将根据募投项目进度的实际情况以自筹资金先行投入,待募集资金到位后,公司将以募集资金对前期投入的资金进行置换(不含在第六届董事会第二十四次会议决议公告日前实际已发生的投资额部分)。

(六) 本次向特定对象发行完成后,公司的实际控制人不会发生变化。

(七) 本次向特定对象发行完成后,为兼顾新老股东的利益,由公司新老股东按照在本次向特定对象发行后的股份比例共享公司本次发行前滚存的截至本次发行日止的未分配利润。

(八) 公司一直重视对投资者的持续回报,最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。最近三年扣除分红后的未分配利润均用于公司主营业务。公司现行有效的《公司章程》及股东分红回报规划中,对公司的利润分配政策进行了明确的规定。

(九) 本次向特定对象发行股票后,公司股本及净资产规模将会相应增加。由于本次向特定对象发行股票募集资金使用效益需要一定时间才能得以体现,本次募集资金到位后公司即期回报(每股收益、净资产收益率等财务指标)存在被摊薄的风险,特此提醒投资者关注本次向特定对象发行股票摊薄即期回报的风险。公司对此制定了填补回报的措施,但公司提醒投资者,公司制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证,投资者不应据此进行投资决策,投资者据此进行投资决策造成损失的,公司不承担赔偿责任。

(十) 公司本次向特定对象发行符合《公司法》《证券法》及《上市公司证券发行注册管理办法》等法律、法规、规范性文件的有关规定,本次向特定对象发行后,公司的股权分布不会导致公司不符合上市条件。

二、重大风险提示

与本次发行相关的风险因素请参见本募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”。其中,特别提醒投资者应注意以下风险:

(一) 募集资金投资项目相关风险

1、募集资金投资项目产能消化风险

本次募投项目建成投产后，公司将新增 7.5 万吨鱼、肉糜制品、2.5 万吨速冻菜肴制品年产能，相较 2021 年度公司产能，整体扩产幅度达 107%。虽然公司已就本次募投项目进行了充分的可行性论证，有利于减小和控制新增产能风险。但如果宏观经济波动，未来市场需求发生重大不利变化，或公司拟采取的产能消化措施未能得到有效实施，则有可能会影响未来新增产能的消化，影响募投项目未来收益的实现，导致本次募投项目投产后可能存在产能消化风险。

2、新建大豆拉丝蛋白产能的风险

本次募投项目建成投产后，公司将新增 2000 吨大豆拉丝蛋白年产能。大豆拉丝蛋白系公司含肉产品原材料，公司目前同类原材料均由外购获得。虽然公司在具有的大豆拉丝蛋白相关人才、技术储备，以及大豆拉丝蛋白制成产品的相关客户储备，但公司此前并未有同类原材料的生产经验，若大豆拉丝蛋白生产质量及市场对于其制成产品的接受度不及预期，将对公司业务发展及盈利水平造成不利影响。

（二）经营风险

1、市场竞争风险

随着我国速冻食品安全的标准越来越高，行业进入门槛不断提高，加之市场竞争的日益深入，速冻食品行业市场份额逐步呈现集中的趋势。但由于公司的产品市场在不同地域反映出不同消费者习惯，因此公司在不同类型区域市场面临不同的市场竞争风险，在成熟地区竞争有序，市场份额逐年集中，各竞争对手为提高市场占有率导致竞争强度有所加强，公司在该区域主要面临来自少数同档次企业以非价格手段展开的竞争；在高速发展地区，消费者对产品的辨识度正在形成，品质竞争与价格竞争同存，公司既面临同档次企业的竞争，也面临低端品牌产品的冲击；在拓展地区，尚无占据明显优势的企业品牌，消费习惯尚待引导，市场尚需培育，低端品牌产品的价格竞争冲击较为明显。未来随着竞争对手投入力度的加大、管理与运营水平的逐渐提升，行业市场竞争不断加剧，若公司不能持续巩固并扩大竞争优势，继续保持在行业内的技术、质量、市场、品牌等方面的优势，无法进一步提升核心竞争力，公司将面临市场竞争加剧的风险。

2、需求不均衡所导致的经营风险

由于我国中秋节、春节和元宵节等传统节日大多集中在每年的8月份至次年2月份，且此期间天气逐渐转冷，对火锅料制品的消费需求也逐渐增加。在销售旺季期间，公司虽然在生产上不断加大投入力度，但受限于产能不足，产品无法完全满足市场需求，旺季时会出现断货情况，对市场占有率的扩大造成不利影响。因此公司存在因需求不均衡所导致的经营风险。

3、主要原材料价格变动的风险

公司生产所需的主要原材料包括鱼浆、肉类和粉类等，直接材料成本占营业成本的比例约为70%，原材料价格的波动直接影响公司的盈利水平。原材料价格的波动主要受宏观经济周期、市场供求关系、运输条件、气候及其他因素影响，未来若主要原材料的市场价格出现大幅波动，导致单位生产成本的提高，公司可能存在产品毛利率下降、业绩下滑的风险。

（三）财务风险

1、业绩波动风险

公司报告期内的净利润分别为683.99万元、7,049.53万元、-3,662.22万元及5,549.22万元。2020年，速冻食品行业整体销量增长，2021年非理性消费、囤货性消费减少，尤其是商超和BC类渠道消费量明显下降。同时，2021年不同区域的物流、存储和正常销售受阻，抑制了局部地区的销售增长；2021年受国内外市场环境的影响，公司生产所需的原材料、人工、能源、运输等成本均出现不同程度的上涨；2022年1-9月，得益于公司降本增效管控效果及资产处置收益增加，净利润有较大增长。

公司为缓解近几年日益突出的产能供应不足问题，于2020年前后采用并购、租赁和自建的方式扩充产能。但由于食品制造业对产品质量安全的要求较高，该行业内企业在产能扩张过程中，生产磨合、设备调试以及员工培养等方面的要求均高于其他行业，产能逐步释放所需时间较长，规模效应体现相对较慢，固定资产折旧及人员工资等固定成本增加，将进一步降低公司综合毛利率，从而导致公司净利润显著下降。未来若公司销售不能实现持续增长，或新增产能实现完全达产用时过长，原材料、人工、能源、运输等成本继续上涨，则势必会影响公司的盈利能力，公司将面临经营业绩波动的风险。

2、固定资产折旧大幅增加的风险

截至 2022 年 9 月 30 日，公司固定资产账面余额为 42,311.99 万元。本次募集资金投资项目建成后，公司固定资产规模将大幅增加，年折旧费用将相应增加。如果未来市场发生重大不利状况，募集资金投资项目未能实现预期效益，则存在因固定资产折旧费用大量增加导致利润下滑的风险。

3、存货管理风险

近年来，随着业务规模的快速扩张，公司的存货规模增长较快。报告期各期末，公司存货金额分别为 29,453.51 万元、32,247.06 万元、37,149.19 万元及 32,464.26 万元，占流动资产的比例较高，分别为 39.69%、38.63%、50.83%及 44.30%。若公司未来不能对存货进行有效管理，导致存货过期或规模过大，存在存货跌价风险，将可能给公司生产经营带来负面影响。

4、应收账款管理风险

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 20,227.92 万元、22,203.59 万元、19,685.38 万元及 16,566.71 万元，应收账款账面余额占营业收入比例分别为 14.60%、13.83%、12.70%及 15.13%。虽然报告期各期末公司应收账款账龄结构良好，1 年以内账龄的应收账款占比均在 95%以上，且公司一贯重视应收账款的管控工作，但仍无法完全排除客户发生信用风险导致违约的可能，进而造成坏账损失并对公司盈利水平造成不利影响。

（四）食品质量安全风险

食品是直接关系到人民健康和生命安全的特殊消费品，近年来，消费者的食品安全意识和权益保护意识日益增强，食品安全问题也受到监管部门和社会舆论的高度关注。若公司在生产过程中因任一环节出现疏忽将导致食品安全问题或事故；或在产品流通环节中因偶发事件导致冷链物流断链，进而引发产品变质；或在终端销售中因经销商、商超保存不当导致食品安全存在问题；或在原材料采购环节中因上游供应商的原料隐藏安全问题而导致产品存在潜在的食品安全问题，都将对生产经营造成重大不利影响。因此，公司存在因产品质量管理失误而带来的食品质量安全控制风险，从而对公司的业务、财务状况和经营业绩产生重大不利影响。

目 录

声 明.....	1
重大事项提示	2
目 录.....	8
释 义.....	10
一、常用名词解释.....	10
二、专业术语解释.....	11
第一节 发行人基本情况	12
一、股权结构、控股股东及实际控制人情况.....	12
二、所处行业的主要特点及行业竞争情况.....	14
三、主要业务模式、产品或服务的主要内容.....	26
四、现有业务发展安排及未来发展战略.....	33
五、截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况.....	33
第二节 本次证券发行概要	37
一、本次发行的背景和目的.....	37
二、发行对象及与发行人的关系.....	49
三、本次向特定对象发行的方案概要.....	49
四、募集资金金额及投向.....	51
五、本次发行是否构成关联交易.....	51
六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化.....	52
七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序	52
第三节 董事会关于本次发行募集资金使用的可行性分析	53
一、关于最近五年募集资金使用情况的调查.....	53
二、本次募集资金使用情况.....	53
三、募投项目基本情况.....	54
四、本次募集资金投向符合国家产业政策和板块定位.....	85
五、本次募集资金投向对同业竞争和关联交易的影响.....	86
六、本次募集资金运用的影响.....	87

第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	88
一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划.....	88
二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化.....	88
三、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况.....	88
四、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况.....	88
第五节 最近五年内募集资金运用的基本情况	89
第六节 与本次发行相关的风险因素	90
一、经营风险.....	90
二、食品质量安全风险.....	91
三、财务风险.....	92
四、募集资金投资项目产能消化风险.....	93
五、实际控制人控制风险.....	94
六、与本次发行相关的发行风险.....	94
第七节 发行人及各中介机构声明	95
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	95
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	96
三、保荐机构（主承销商）声明.....	97
四、发行人律师声明.....	100
五、发行人会计师声明.....	101
六、董事会声明.....	102

释 义

在本募集说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、常用名词解释

发行人、本公司、公司、股份公司、海欣食品	指	海欣食品股份有限公司
控股股东	指	滕用雄
实际控制人	指	滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严
东山腾新	指	东山腾新食品有限公司，本公司全资子公司
舟山腾新	指	舟山腾新食品有限公司，本公司全资子公司
武汉海欣	指	武汉海欣食品有限公司，本公司全资子公司
上海闽芝	指	上海闽芝食品有限公司，本公司全资子公司
广州腾新	指	广州腾新食品有限公司，本公司全资子公司
北京鼓山	指	北京鼓山食品有限公司，本公司全资子公司
南京腾新	指	南京腾新食品有限公司，本公司全资子公司
沈阳腾新	指	沈阳腾新食品有限公司，本公司全资子公司
成都腾新	指	成都腾新食品有限公司，本公司全资子公司
浙江鱼极	指	浙江鱼极食品有限公司，本公司全资子公司
浙江海欣	指	浙江海欣水产有限公司，本公司全资子公司
福建长恒	指	福建长恒食品有限公司，本公司全资子公司
福建腾新	指	福建腾新食品有限公司，本公司全资子公司
百肴鲜	指	江苏百肴鲜食品有限公司，本公司控股子公司
海欣吉强	指	山东海欣吉强食品有限公司，本公司控股子公司
海萌餐饮	指	北京海萌餐饮管理有限公司，本公司参股公司
猫诚股份	指	上海猫诚电子商务股份有限公司，本公司参股公司
腾新投资	指	腾新投资有限公司
本次发行、本次向特定对象发行	指	发行人以向特定对象发行股票的方式发行人民币普通股（A股）股票的行为
董事会	指	海欣食品股份有限公司董事会
股东大会	指	海欣食品股份有限公司股东大会
监事会	指	海欣食品股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》

《注册管理办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
公司章程	指	海欣食品股份有限公司章程
保荐机构	指	国金证券股份有限公司
发行人律师	指	福建至理律师事务所
发行人会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
元，万元	指	人民币元，人民币万元，特别注明的除外
报告期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-9 月

二、专业术语解释

鱼糜、鱼浆	指	将原料鱼经采肉、漂洗、精滤、脱水搅拌加工制成的黏稠糊状物。
鱼肉制品、鱼糜制品	指	以鱼糜或鱼浆为主要原料并添加其它配料和调味剂，经擂溃或斩拌成型等工艺过程制得的食品。
终端	指	产品销售渠道的最末端，是产品到达消费者完成交易的最终端口，是商品与消费者面对面展示和交易的场所。
KA	指	在营业面积、客流量等方面满足一定标准的较大规模的终端。
BC	指	区域性的中型超市、便利连锁企业
流通渠道	指	指各级经销商代理本公司产品，通过批发市场、农贸市场、专营门店等将公司产品销售给终端消费者
现代渠道	指	指公司产品通过 KA、BC 等连锁大卖场、中小型超市、社区便利店及精品超市等销售给终端消费者
电商渠道	指	指公司通过电商平台将产品销售给终端消费者
特通渠道	指	指公司向大型连锁餐饮、企事业单位直接供应产品，以及公司出口业务
HACCP	指	Hazard Analysis and Critical Control Point （危害分析与关键控制点）的英文缩写，是生产（加工）安全食品的一种控制手段，通过对原料、关键生产工序及影响产品安全的人为因素进行分析，确定加工过程中的关键环节，建立、完善监控程序和监控标准，采取规范的纠正措施。
NCBD	指	广州餐宝典信息科技有限公司，一家专注于新餐饮的大数据研究与测评机构
冷链物流	指	冷藏冷冻类食品在生产、贮藏、运输、销售的各个环节中始终处于规定的低温环境下，以保证食品质量，减少食品损耗的一项系统工程。

第一节 发行人基本情况

一、股权结构、控股股东及实际控制人情况

(一) 发行人股权结构

1、发行人股权结构

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人股份总数为 480,760,000 股，股权结构如下：

股份类别	股份数量（股）	比例
一、有限售条件股份	94,605,000	19.68%
1、国家持股	-	-
2、国有法人持股	-	-
3、其他内资持股	94,605,000	19.68%
其中：境内法人持股	-	-
境内自然人持股	94,605,000	19.68%
4、外资持股	-	-
其中：境外法人持股	-	-
境外自然人持股	-	-
二、无限售条件股份	386,155,000	80.32%
1、人民币普通股	386,155,000	80.32%
2、境内上市的外资股	-	-
3、境外上市的外资股	-	-
4、其他	-	-
三、股份总数	480,760,000	100.00%

2、发行人前十大股东持股情况

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人前十名股东持股情况如下：

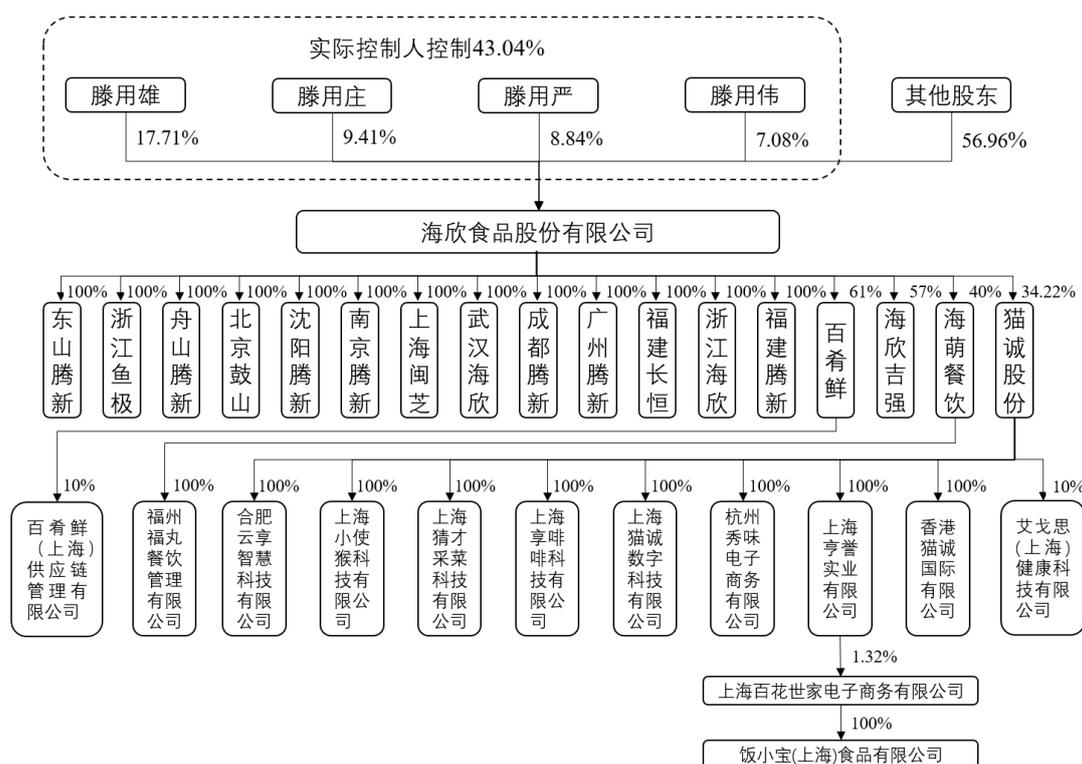
序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	比例	持有人类别
1	滕用雄	85,160,000.00	17.71%	境内自然人
2	滕用庄	45,220,000.00	9.41%	境内自然人
3	滕用严	42,500,000.00	8.84%	境内自然人
4	滕用伟	34,026,700.00	7.08%	境内自然人
5	王君施	3,832,900.00	0.80%	境内自然人

序号	股东名称/姓名	持股数量(股)	比例	持有人类别
6	高华一汇丰-GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	3,370,700.00	0.70%	境外法人
7	国泰君安证券股份有限公司	3,320,704.00	0.69%	国有法人
8	中信证券股份有限公司	2,894,864.00	0.60%	国有法人
9	华泰证券股份有限公司	1,885,438.00	0.39%	国有法人
10	JPMORGAN CHASE BANK,NATIONAL ASSOCIATION	1,551,238.00	0.32%	境外法人
	合计	223,762,544.00	46.54%	-

(二) 控股股东及实际控制人

1、公司股权控制关系

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人股权结构图如下：



2、控股股东

发行人控股股东为滕用雄先生，系发行人第一大股东，截至 2022 年 12 月 31 日，滕用雄先生持有发行人股票的比例为 17.71%。

3、实际控制人

发行人实际控制人为滕用雄、滕用庄、滕用严及滕用伟。截至 2022 年 12 月

31日，上述四名股东合计直接持有发行人 20,690.67 万股股票，占发行人总股本的 43.04%，为发行人的实际控制人。滕用雄、滕用庄、滕用严及滕用伟四人系兄弟关系。

发行人实际控制人基本情况如下：

序号	姓名	身份证号	国籍	境外永久居留权	住所
1	滕用雄	35012219721124XXXX	中国	无	福建省福州市鼓楼区杨桥东路
2	滕用庄	35012219780615XXXX	中国	无	福建省福州市仓山区闽江大道
3	滕用严	35012219790703XXXX	中国	无	福建省连江县浦口镇
4	滕用伟	35012219731124XXXX	中国	无	福建省福州市仓山区金山大道

4、控股股东、实际控制人所持发行人股份的质押情况

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人控股股东滕用雄持有 85,160,000 股股票，无质押股票。实际控制人滕用雄、滕用庄、滕用严及滕用伟合计持有发行人 206,906,700 股股票，占发行人总股本的 43.04%，其中处于质押状态的股票累计 49,654,000 股，占实际控制人所持有发行人股份总数的 24.00%，占发行人总股本的 10.33%。发行人控股股东和实际控制人持有发行人的股份不存在其他有争议的情况。

二、所处行业的主要特点及行业竞争情况

（一）所处行业的主要特点

发行人主营业务为速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品及常温休闲食品的研发、生产和销售。

根据国家质量监督检验检疫总局和国家标准化委员会发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），发行人所属行业为“农副食品加工业（C13）”。

1、行业主管部门及管理体制

我国速冻食品及常温休闲食品行业的监管体制与国家食品行业监管体制一致，形成了政府主管部门依法行政、行业协会自律管理的格局。

国家市场监督管理总局为我国食品行业的主管部门，负责食品安全监督管理综合协调，组织制定食品安全重大政策并组织实施，食品安全应急体系建设，组

织指导重大食品安全事件应急处置和调查处理工作，建立健全食品安全重要信息直报制度，承担国务院食品安全委员会日常工作；负责食品安全监督管理，建立覆盖食品生产、流通、消费全过程的监督检查制度和隐患排查治理机制并组织实施，防范区域性、系统性食品安全风险，推动建立食品生产经营者落实主体责任的机制，健全食品安全追溯体系，组织开展食品安全监督抽检、风险监测、核查处置和风险预警、风险交流工作，组织实施特殊食品注册、备案和监督管理。

食品行业的自律性组织主要为各级食品行业协会，主要职责是加强行业自律管理，积极为行业内企业服务，引导食品生产经营者依法生产经营，推动行业诚信建设，宣传、普及食品安全知识。

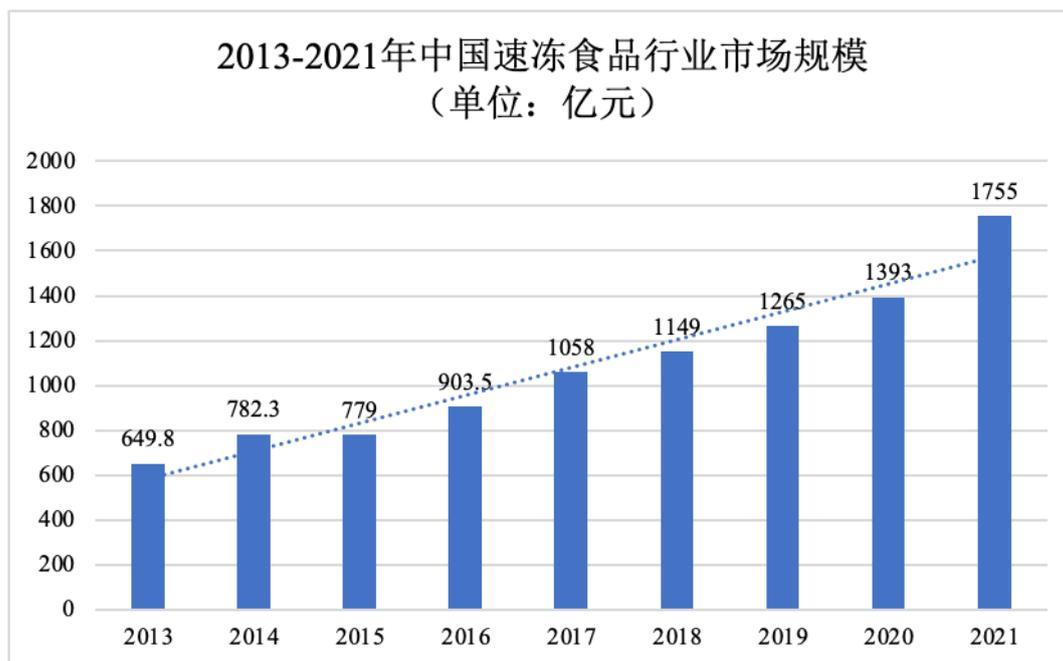
2、行业概况

(1) 速冻食品行业概况

速冻食品是指以米、面、杂粮、肉类、蔬菜等为材料，经加工制成各类烹制或未烹制的食品后，立即采用速冻工艺制成并可以在冻结条件下运输储存及销售的各类主食品，可分为速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品等诸多品类。

我国速冻食品行业的发展主要经历了萌芽期、成长期及高速发展期等几个阶段。我国速冻食品行业起步于上世纪 70 年代，从 70 年代至 90 年代初，我国速冻食品行业处于萌芽期，主要表现在食品储存方式上的冷藏冷冻，在 70 年代，产品主要以速冻蔬菜、海鲜和肉类为主，进入 80 年代，随着农副产品出现大量富余，速冻面米食品逐渐出现；90 年代初至 2005 年，我国速冻食品行业进入成长期，鱼糜生产技术进入国内，各类鱼糜、肉糜类产品的出现，以及冷链物流的逐步形成促使行业快速发展；2006 年至今，行业市场进一步细分化、多元化，各色产品层出不穷，加之冷链物流配套设施愈发完善，速冻食品行业进入了高速发展期。

受到消费习惯变化、冷链运输技术水平提高等因素影响，近年来我国速冻食品行业市场规模稳步增长。根据 Frost & Sullivan 数据，我国速冻食品行业市场规模从 2013 年的 649.8 亿元增加至 2021 年的 1,755 亿元，年均复合增长率达 13.22%。



数据来源: Frost & Sullivan

(2) 火锅料制品行业概况

火锅料制品属于速冻食品的重要分支,以速冻鱼糜制品及速冻肉制品为代表。随着上世纪 90 年代,日本的鱼糜制品生产技术传播进入我国,我国火锅料制品行业逐步出现并持续发展。

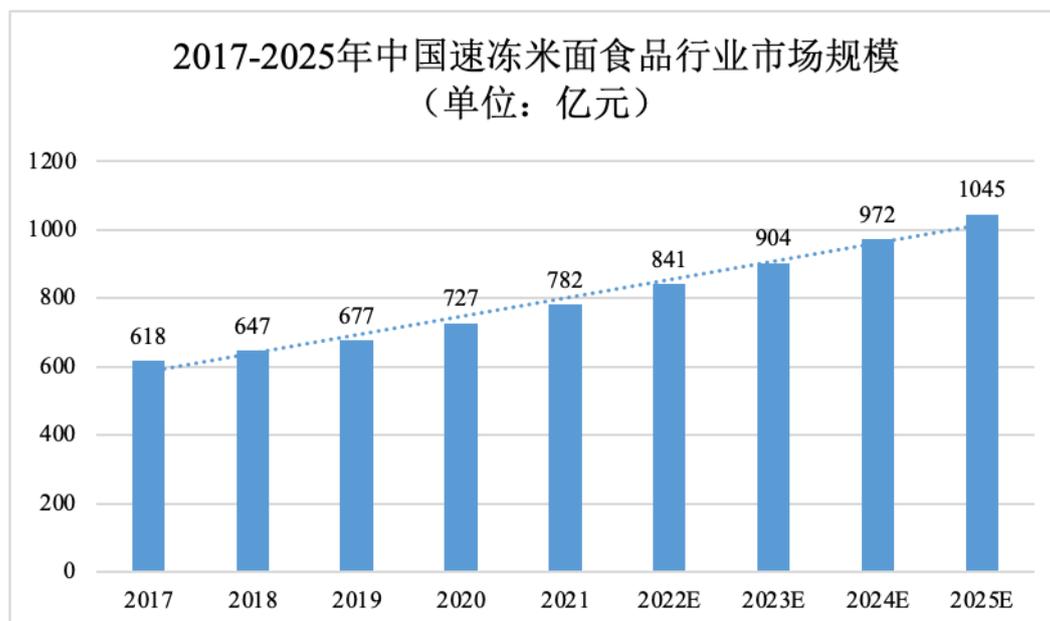
进入 21 世纪以来,我国火锅料制品市场规模整体呈现快速增长趋势,2020 年市场规模略有下滑。根据 Frost & Sullivan 预测,2021 年至 2025 年,我国速冻火锅料市场的复合增长率将达到 13%。



数据来源: Frost & Sullivan

(3) 速冻米面制品行业概况

速冻米面制品主要包括速冻水饺、汤圆、包子、油条、芝麻球等,是速冻食品行业的重要品类。我国速冻米面制品行业市场较为成熟,根据 Frost & Sullivan 预测,未来将持续保持稳定增长。



数据来源: Frost & Sullivan

(4) 预制菜行业概况

预制菜是指把食材按照预先设置好的生产流程规范,提前在中央厨房或食品

厂生产出的菜肴，通常采取冷冻、真空等方式进行包装运输，消费者购买后只需通过简单烹调或直接开封即可食用。速冻菜肴制品是预制菜的重要品类之一。

对于餐饮企业来说，使用预制菜可以减少人工成本，缩小后厨面积，提升出餐效率，保证产品口味稳定，提升食品安全质量保证；对于家庭消费者来说，预制菜能满足居民烹饪需求的同时，最大程度的简化烹饪程序，方便快捷。

我国预制菜行业市场正处于快速增长期。根据 NCBD 数据，2020 年我国预制菜行业市场规模约为 2,527 亿元，预计 2025 年市场规模将达到 8,361.7 亿元。



数据来源：NCBD

3、行业进入壁垒

(1) 品牌门槛

中国是传统美食大国，随着国内居民生活水平的提升，人们对食品的消费要求也在不断提高，消费者更加关注产品的安全、质量、口味、营养、功能等特质，关注企业的经营历史、信用等因素，而品牌正是产品和企业在上述方面经过长期沉淀的综合体现。市场上的知名品牌都是经过消费者的认同和市场竞争的考验逐渐形成的，企业塑造、维护一个知名品牌不仅需要建立严格的产品质量控制体系、强大的产品研发体系以及较高的广告费用投入，而且要经过长期的耕耘和发展，在食品行业尤其如此，因此品牌是进入本行业的重要门槛。品牌形象一旦树立，

消费者将会对品牌产生良好的忠诚度，习惯性消费自己熟悉的品牌产品，而较少选择其他品牌产品，新进入企业需要集中性大额投入和长时间的市场影响力积累，在与具有品牌优势的企业竞争中处于不利局面。

(2) 营销及销售渠道门槛

我国地域辽阔、人口众多、饮食习惯复杂多变，速冻食品生产企业如果要建立全国性品牌，必须建立密集高效的营销网络，方能分区域管理营销工作，以接近消费者、探索当地市场的市场规律并对市场需求作出快速反应。

行业内现有大企业均在主要城市拥有经销商或设立销售公司；新进者如要自行建立营销网络，需付出大量的资金建立制度、培训人才、扩展终端、增强物流，并经过长时间的落实管理，方能发挥营销网络的效果。更重要的是，在成熟市场和高速发展市场，行业龙头企业基本已将区域内实力较强、辐射面较广的经销商资源纳入了自身的营销网络，树立了先发优势，行业内优质经销商的有限性使得新进者新建高质量营销网络的难度进一步提高。

(3) 产品质量、研发水平门槛

随着国民经济水平的提高，人们对消费品的营养、健康、安全、卫生等方面愈加重视。2021年第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议表决通过修改《食品安全法》的决定，食品安全法中强调食品安全工作实行预防为主、风险管理、全程控制、社会共治，建立科学、严格的监督管理制度。近年来，《食品安全抽样检验管理办法》《食品生产许可管理办法》《食品安全国家标准速冻面米与调制食品》等一系列新制定或修订的规章和标准开始逐步推行，对速冻食品行业产品质量提出了更高的要求。另外，由于区域性生活习惯的差异，人们对速冻鱼糜制品的口味亦有多样化需求，使得速冻食品生产企业在提高产品质量的同时还要不断研发出新的产品，以满足终端消费市场的不同需求。新进生产企业在先进生产和研发设备的占有和使用、生产经验的积累和高素质、高水平的研发人才储备等方面与行业龙头企业存在较大差距，在产品质量与研发水平上处于劣势。

(4) 冷链物流门槛

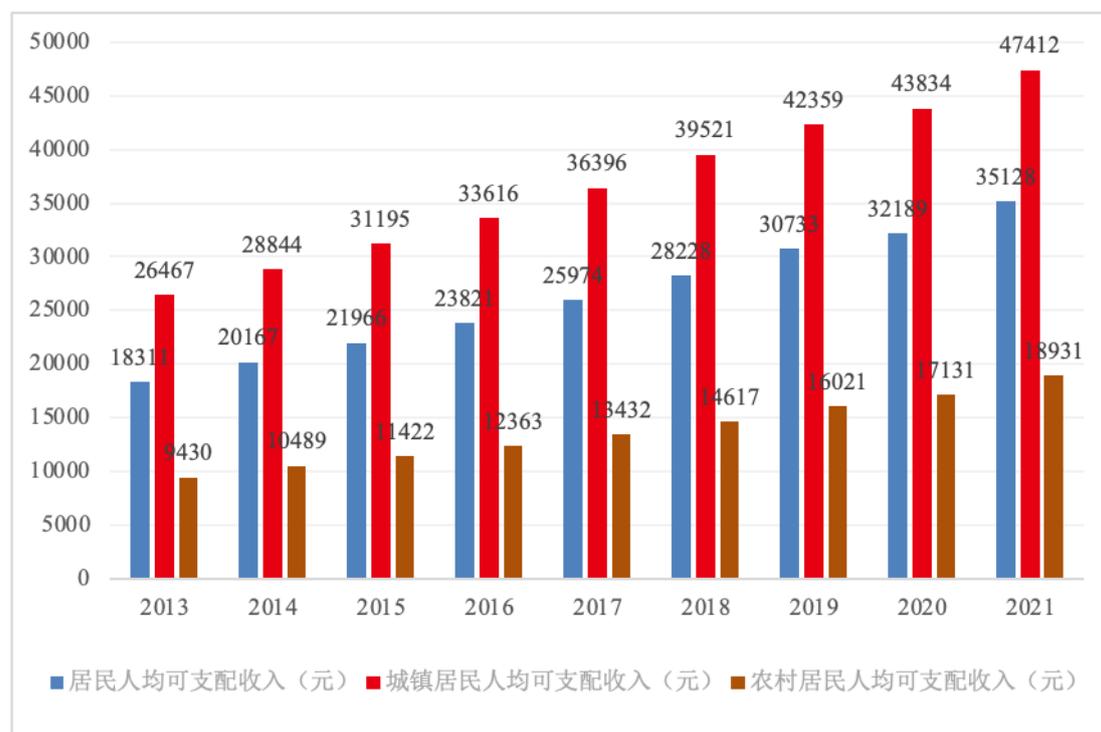
为保证速冻食品的品质，其生产、运输、储藏、销售等环节均需保持在低温

环境中，需要有相应的冷链物流资源支持。由于冷链物流资源相对有限，现有速冻食品生产企业与冷链物流企业经过长期合作已形成了相对稳固的合作关系，新进企业短时间内难以打破现有冷链物流资源的分配格局，从而对其产品销售形成制约。

4、市场供求状况分析

收入决定消费，收入增长方式决定消费升级方式，收入结构变化带来消费结构变化。随着我国经济的不断发展，国民收入整体呈现上升趋势，国民收入从2009年的347,934.9亿元增长至2021年的1,133,239.8亿元，年均复合增长率达10.34%。而2021年，我国居民人均可支配收入达到35,128元，其中城镇居民人均可支配收入达到47,412元，同比增长8.16%，农村居民人均可支配收入达到18,931元，同比增长10.51%。

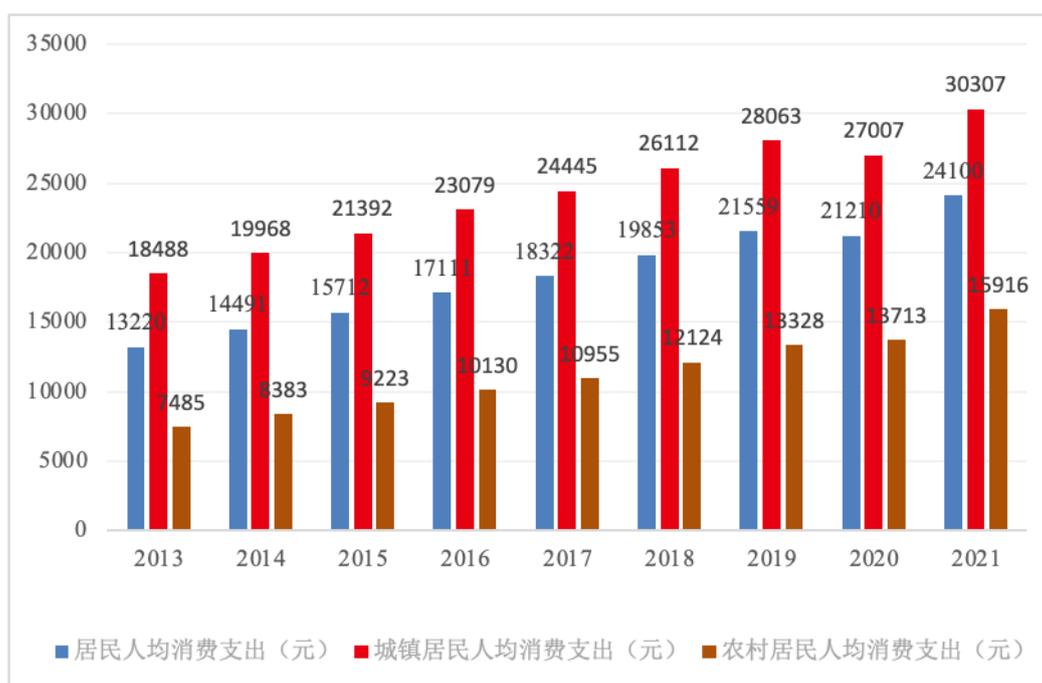
2013-2021年我国居民人均可支配收入



数据来源：国家统计局

收入水平的发展为消费水平的提高提供了经济基础，得益于收入水平的不断提高，居民消费水平也呈现上升趋势，2021年我国居民人均消费支出达到24,100元，同比增长13.63%，其中城镇居民人均消费支出达到30,307元，同比增长12.22%，农村居民人均消费支出达到15,916元，同比增长16.07%。

2013-2021 年我国居民人均消费支出（元）



数据来源：国家统计局

居民生活水平和消费水平的不断提高有力带动了消费需求结构升级，消费重心从生存型消费逐步向享受型消费转移，消费形式呈现多样化趋势。未来，随着国民经济的持续稳步发展，人们收入水平和消费水平持续提高，进而推进社会消费结构的进一步升级，低质产品的市场空间被进一步压缩，高品质产品迎来新的发展阶段。对于消费者而言，在购买力提高及消费理念转变的背景下，将越来越倾向于选择高品质的产品。

在餐饮、食品领域，消费需求升级趋势明显。过去传统餐饮需求注重产品本身的价格、功能、品质，而新需求在产品本身上更注重高性价比、口碑、高品质、健康度、定制化、爆款产品，消费者越来越倾向于为健康和品质消费支付更高的溢价。同时，消费群体迭代，新生代（20世纪80年代后出生的群体）将成为中国消费的中坚力量，相对于价格，其更加关注产品品质。消费升级无疑将在助力速冻食品行业继续增长的同时，对速冻食品生产厂商提出更高的要求。

5、行业利润水平及变动趋势

速冻食品行业利润水平受到原材料价格变化、企业自身经营管理水平等多方面因素影响。近年来，上游大宗商品原材料的价格出现较大幅度的波动，加大了行业内企业在存货管理、现金周转、产品定价等方面的难度，增加了企业的运营

成本，使得经营成本压力日渐增大，利润水平有所降低。但同时，消费者对速冻食品的价格敏感性不高，更加注重产品的营养、口味和安全，倾向于选择品牌产品，因此，品牌企业能够将成本上升的压力部分向消费者转移。

6、行业技术水平、经营模式、周期性、区域性和季节性

(1) 行业技术水平

我国速冻食品行业的技术水平在生产工艺及产品开发方面不断发展。

一方面，我国速冻食品生产企业在生产设备、工艺技术方面不断进行创新和投入，从欧美等发达国家引入先进生产设备，行业的机械化、自动化水平大幅提高，技术水平与国际差距不断缩小。

另一方面，行业内企业不断推陈出新，鱼糜制品、肉糜制品、米面制品、菜肴制品等速冻食品种类不断丰富，产品在风味、口味、色度、口感、营养等方面持续优化，最大程度满足消费者多样化的需求。

(2) 行业经营模式

速冻食品行业的经营模式具有以下较为显著的特征：

一方面，为确保速冻制品的鲜度和品质，产品的生产、加工、运输、销售全过程都要求在低温环境中完成，由此决定了速冻食品生产企业的经营受销售渠道及物流的影响较大。为降低运输成本及过程损耗，需建立并完善速冻食品生产、储藏、运输和销售的完整冷链。

另一方面，由于各地消费者对于速冻食品消费习惯的不同，销售渠道的选择对于速冻食品生产企业尤为重要。目前，行业内多采用经销模式进行销售，部分规模较大、品牌意识较强的企业通过商场、超市等零售终端直接面向消费者，在增加销量的同时提升企业的品牌知名度，并有利于收集客户反馈信息，从而促进新产品研发、提升产品竞争力。

(3) 行业的周期性

速冻食品属于终端日常消费品行业，消费者具有刚性需求，因而行业周期性不明显，主要随着宏观经济周期、居民可支配收入水平及上下游行业的波动而波动，目前行业仍处于高速发展期。

(4) 行业的区域性

生产方面，我国速冻食品生产企业主要集中在沿海的福建、山东、浙江、广东、辽宁等地区，这与上述地区丰富的原料供应有着密切关系。

消费方面，福建、浙江、广东、广西、山东、辽宁等沿海地区也是我国速冻食品的主要消费区域，消费需求长期旺盛，这主要得益于沿海地区对水产品的食用历史较长，对深加工类水产品接受速度较快；华北、华中、西南及西北等内陆地区由于消费者饮食习惯的差异，同时受居民收入水平和消费水平的影响，在速冻鱼糜制品消费方面与沿海地区尚有较大差距，市场尚待开发。随着我国国内经济水平的不断提升和居民收入的增加，加之交通、资讯日渐发达，各地消费者饮食习惯互相渗透、融合，鱼糜制品由于其高蛋白、低脂肪的特性，受到越来越多内陆地区消费者的青睐，消费量逐年上升，未来华北、华中、西南及西北等内陆地区的市场容量将持续扩大，逐渐成为速冻食品行业新的增长点。

(5) 行业的季节性

受气候和消费习惯影响，速冻及常温休闲食品行业存在一定季节性特征，特别是火锅料制品，在第一季度、第四季度因天气寒冷消费量较大，而在第二季度因天气炎热为销售淡季。

(二) 行业竞争状况

1、竞争格局

我国速冻食品行业企业众多，竞争较为激烈。中高端企业已经建立起市场知名度和美誉度，走向规模化生产销售和产品品质化、中高端化；同时，由于行业的高速发展，也吸引了一部分低端市场参与者，以在局部地区销售中低档产品为主。随着国家对食品安全的日益重视，一系列新制定或修订的规章和标准开始逐步推行，规模小、卫生条件差的中小速冻食品企业被逐步规范或淘汰，行业集中度逐渐提高，进入品牌发展时代。

2、发行人主要竞争对手情况

公司主要竞争对手包括安井食品集团股份有限公司、郑州千味央厨食品股份有限公司、山东惠发食品股份有限公司。

(1) 安井食品集团股份有限公司 (603345.SH)

安井食品集团股份有限公司成立于 2001 年 12 月 24 日，统一社会信用代码为 913502007054909195，法定代表人为刘鸣鸣，注册地址为厦门市海沧区新阳路 2508 号，注册资本 29,329.4232 万元人民币。安井食品集团股份有限公司于 2017 年 2 月 22 日在上海证券交易所主板挂牌上市，股票简称为“安井食品”，股票代码为“603345.SH”。

安井食品主要从事速冻火锅料制品（以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主）和速冻面米制品、速冻菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售。经过多年发展，安井食品已形成了以华东地区为中心并辐射全国的营销网络，逐步成长为国内最具影响力和知名度的速冻食品企业之一。

(2) 郑州千味央厨食品股份有限公司 (001215.SZ)

郑州千味央厨食品股份有限公司成立于 2012 年 4 月 25 日，统一社会信用代码为 91410100594879787D，法定代表人为孙剑，注册地址为郑州高新区红枫里 2 号，注册资本 8,664.2436 万元人民币。郑州千味央厨食品股份有限公司于 2021 年 9 月 6 日在深圳证券交易所主板挂牌上市，股票简称为“千味央厨”，股票代码为“001215.SZ”。

千味央厨主营业务为面向餐饮企的速冻面米制品研发、生产和销售。千味央厨作为国内知名的餐饮渠道速冻面米制品提供商，秉承“只为餐饮、厨师之选”的战略定位，致力于为餐饮企业提供定制化、标准化的速冻食品及相关餐饮后厨解决方案。

(3) 山东惠发食品股份有限公司 (603536.SH)

山东惠发食品股份有限公司成立于 2005 年 2 月 2 日，统一社会信用代码为 91370700735779916D，法定代表人为惠增玉，注册地址为山东省诸城市舜耕路 139 号；诸城市舜德路 159 号，注册资本 24,464.23 万元人民币。山东惠发食品股份有限公司于 2017 年 6 月 13 日在上海证券交易所主板挂牌上市，股票简称为“惠发食品”，股票代码为“603536.SH”。

惠发食品主要从事速冻类预制菜的丸类制品、肠类制品、油炸类制品、串类制品、菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售，旗下拥有“惠发”、“泽众”、

“惠发鲜厨”、“爱沙一品”、“涮帮主”等产品品牌，和“润农供应链”“惠发小厨”、“惠发云厨”、“惠发美厨”、“伊兰小甸”、“米洛可”等服务品牌。

（三）行业上下游及其关联关系

1、上游行业对速冻食品行业的影响

速冻食品以鱼糜、肉类和粉类等为主要原材料，均属大宗农产品，其关联的上游行业主要有水产业、畜牧业、种植业和加工行业。

（1）上游产业供应量对本行业的影响

农业是国家的命脉，每年的中央一号文件和“两会”都会聚焦“三农”工作，并出台多个利农政策，尤其是近年来国家对农业的政策扶持力度不断加强，有力地促进了种植业、养殖业等行业的迅速发展，使得农产品的产量稳中有升，保证了速冻食品原料的充足供应。

若发生大规模的自然灾害或动物疫情导致肉类、粉类等大宗农产品的供应大幅减少，短期内可能会对本行业的原材料供应造成一定程度的影响，但从长远看，自然灾害或动物疫情的发生并不会对大宗农产品的供应持续产生重大影响，因此从总体上看，上游行业的原材料供应充足，能够满足本行业发展的需求。

（2）上游产品价格变化对本行业的影响

由于主要原材料鱼糜、肉类和粉类在速冻鱼糜制品的成本中所占比重较大，因此主要原材料价格的变动将直接影响速冻鱼糜制品行业的盈利水平。

近年来，原材料成本的波动给行业内企业造成了一定的影响，并导致行业进一步分化。行业内的大型企业原材料采购量大，议价能力强，使得原材料价格波动的影响相对较小；同时，由于渠道完善和品牌知名度较高，可结合生产成本对销售价格进行调整，因此大型企业能够部分消化原材料价格波动压力。对于行业内的小型企业，由于对原材料价格波动的消化能力弱，生产成本不断上升，导致其经营逐步趋于艰难而最终退出市场。

（3）上游行业产品质量对本行业的影响

食品安全是事关人民生命安全的头等大事，近年来全国陆续曝出多起食品安全事件，深深牵动着消费者的神经。速冻食品作为直接面向消费者的终端消费品，

相关企业能否把好原材料质量关从而保障产品的质量安全，直接关系到消费者的身体健康，并影响到行业的形象和声誉。

针对频发的食品安全事件，国家相关部门给予了高度的关注，2021年第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议表决通过修改《食品安全法》的决定，食品安全法中强调食品安全工作实行预防为主、风险管理、全程控制、社会共治，建立科学、严格的监督管理制度。近年来，《食品安全抽样检验管理办法》《食品生产许可管理办法》《食品安全国家标准速冻面米与调制食品》等一系列新制定或修订的规章和标准开始逐步推行。国家相关部门对食品安全监管力度的加强，食品安全标准的不断提高，将有力保障上游行业产品的质量和安全，从源头上为速冻食品行业的产品质量提供保证。

2、下游行业对速冻食品行业的影响

速冻食品行业的下游主要面向经销商、以卖场为主的商超客户、连锁餐饮、企事业单位以及电商平台，产品的最终消费者为家庭普通消费者，下游行业的市场需求程度和发展水平以及终端消费者的消费习惯决定了速冻食品行业未来的发展方向和规模。

中国素有“民以食为天”之说，中国人民历来重视饮食，尤其是随着现代人生活水平的提高，对吃的问题更加重视，除了追求食物的口味和品种多样化外，愈加重视食物的安全和营养。速冻食品因其兼具安全、营养、食用方便的特点，迎合了现代人的消费观念和快节奏生活的需要，随着国民经济持续、健康、快速的发展，人民生活水平稳步提高，速冻食品行业将迎来广阔的发展空间。

三、主要业务模式、产品或服务的主要内容

（一）产品或服务的主要内容

1、发行人主营业务

发行人主营业务为速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品及常温休闲食品的研发、生产和销售。滕氏家族经营鱼糜制品已有百年传承之历史，“百年鱼丸世家”在业内享有声誉，作为速冻食品行业内首家上市企业，发行人的产能、产量、销售规模 and 市场份额位于行业前列。

经过多年发展，公司在行业内已经具有极高的知名度，产品和服务获得行业及客户的普遍认可。2006年9月，公司成为速冻鱼糜制品行业首批荣获“中国名牌”称号的企业，2006年11月，“海欣”商标被认定为“中国驰名商标”；公司获得“中国改革开放30年中华老字号传承创新优秀企业”等荣誉称号，并入选“中国食品行业质量放心品牌”数据库；公司还先后获得“福建省著名商标”、“福建省品牌农业企业金奖”、“福建省农业产业化省级重点龙头企业”称号。

2、发行人主要产品

发行人的主要产品为各色速冻产品及常温休闲食品，其中，速冻产品主要包括速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品。

产品类别	图例	主要产品品种
速冻鱼肉制品及肉制品		鱼丸、肉丸、福袋、龙虾球、香肠、蟹肉棒、鱼豆腐等
速冻米面制品		蛋黄烧麦、糯米球、流沙包、红糖馒头等

产品类别	图例	主要产品品种
速冻菜肴制品		牛肉卷、芝士年糕、蛋饺、肉燕、脆毛肚、培根等
常温休闲食品		蟹柳、鱼豆腐、速食关东煮等

(二) 营业收入构成情况

报告期内，公司营业收入构成情况如下表所示：

单位：万元

产品类别	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
速冻鱼肉制品及肉制品	85,435.01	78.04%	133,722.58	86.26%	143,537.56	89.39%	130,179.60	93.98%
常温休闲食品	9,935.39	9.08%	11,663.38	7.52%	11,320.17	7.05%	7,477.60	5.40%
速冻米面制品	2,683.21	2.45%	7,268.10	4.69%	3,810.75	2.37%	-	
速冻菜肴制品	10,796.86	9.86%	1,132.58	0.73%	712.64	0.44%	-	
其他	619.28	0.57%	1,243.13	0.80%	1,194.02	0.74%	861.17	0.62%
合计	109,469.76	100.00%	155,029.77	100.00%	160,575.14	100.00%	138,518.37	100.00%

（三）主要业务模式

1、采购模式

公司通常与供应商签订年度采购合同，并通过具体采购订单来进行采购。公司材料采购主要分大宗农产品（鱼糜、肉类、粉类等）、工业产品（纸箱、包装袋、五金配件、劳保用品等）、初级农副产品（新鲜杂鱼等）等三类。大宗农产品和工业产品是通过采购合同，公司与供应商结算。初级副产品的采购通过年度计划、订单管理、一对一结算的方式进行。

（1）供应商的选定

公司通过招投标，对供应商进行综合评价，评价的标准包括产品质量、交货期、价格、应变能力、交货期与价格的均衡、价格与批量的均衡、地理位置等。

（2）采购流程

采购部依据各部门提交的月度、年度物资需求预算和申购单，组织进行价格谈判，通过比价、议价选定具体供应商并与之签订采购合同，以订单方式分批采购；采购物品到货验收合格入库后，根据合同约定和发票进行支付。

（3）账务处理

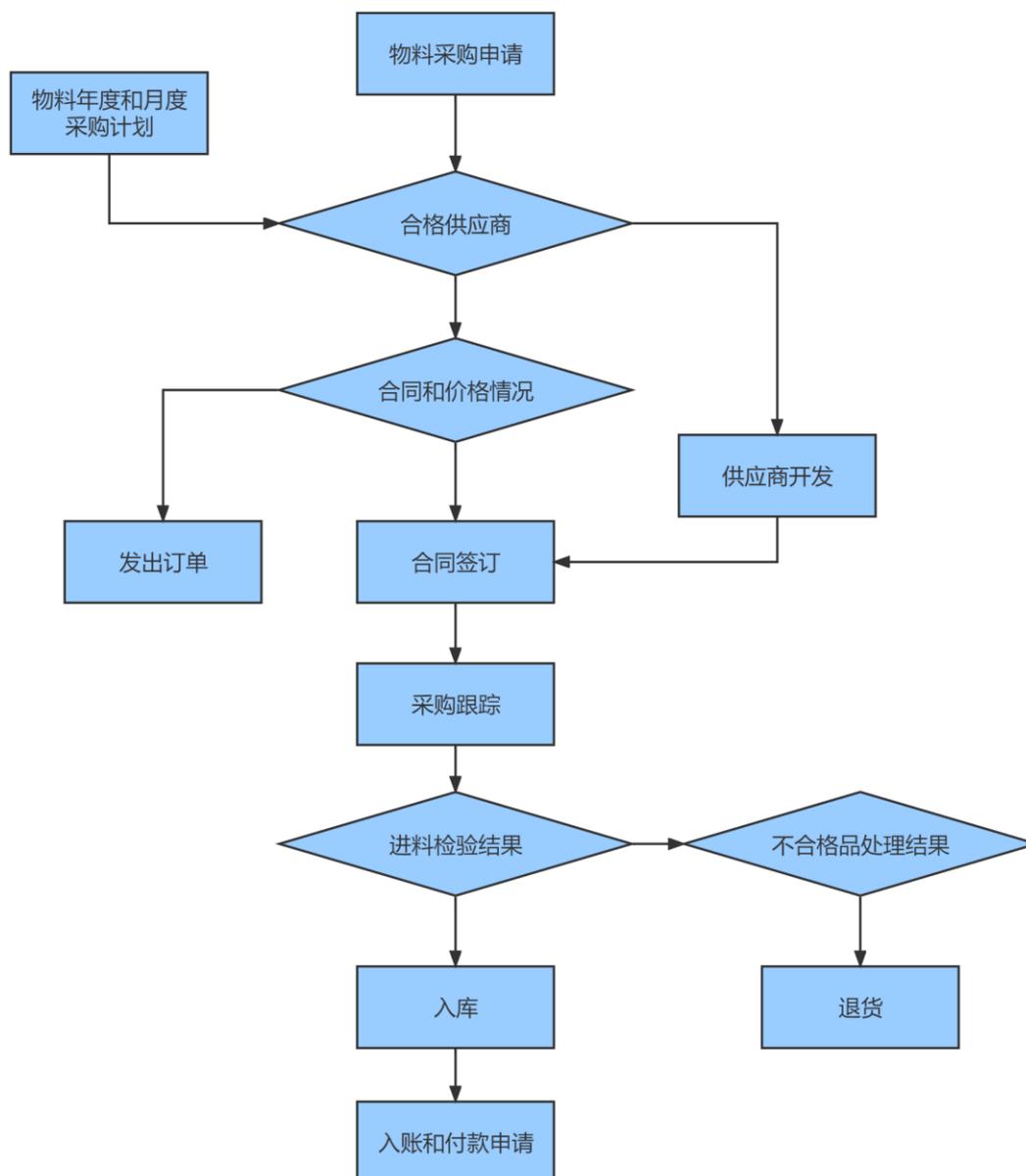
供应商根据入库单及时开具发票，材料会计在系统中进行入库单与发票的核对，检查入库与发票数量、金额是否完全一致，核对无误后把发票附入库单转应付会计审核记账。

（4）采购结算政策

根据结算付款政策不同，公司的采购可分为现购、赊购、预付款三种情况。

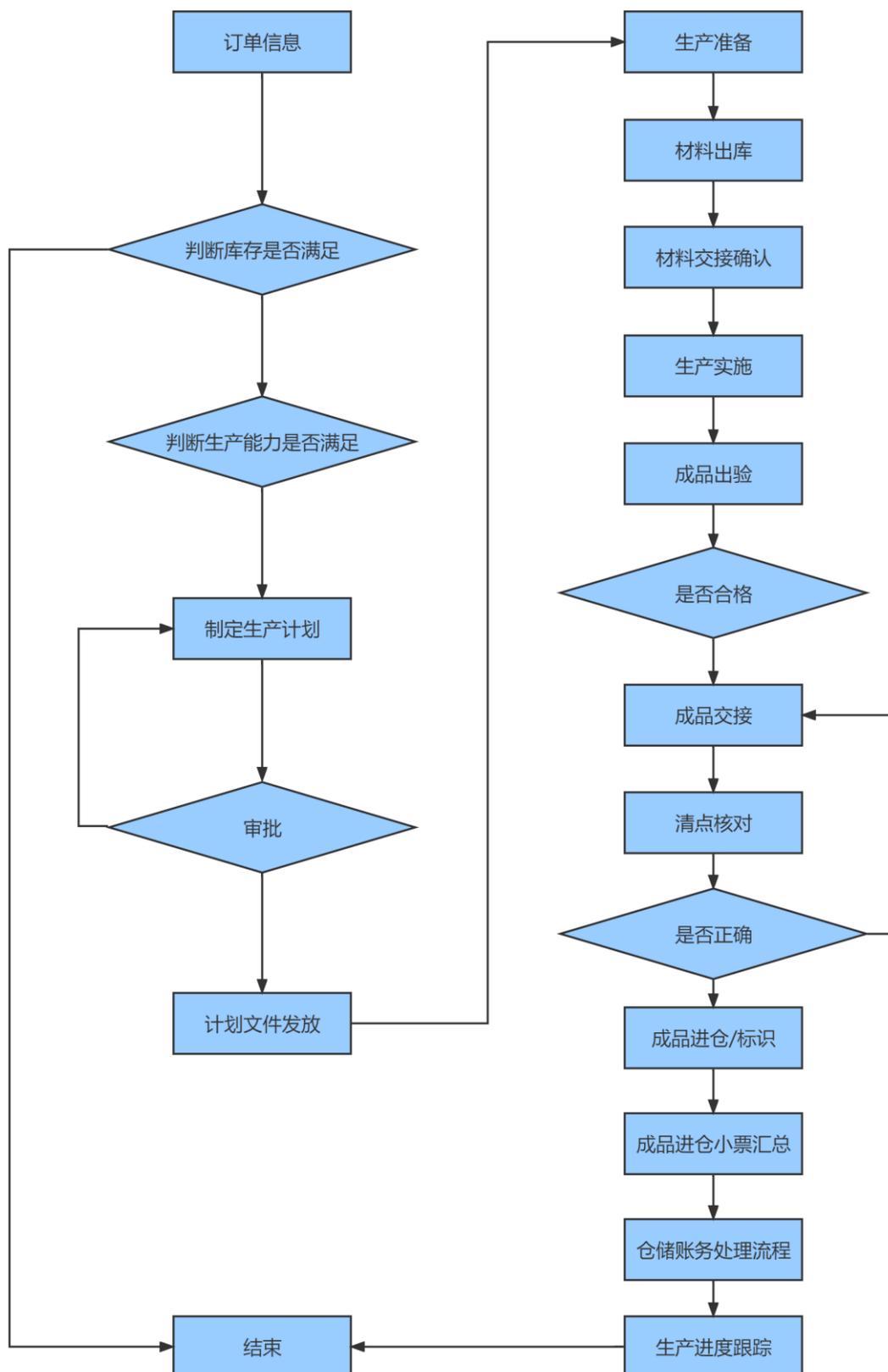
公司付款的主要方式是赊购，公司事先与供应商在采购合同中约定结算账期，在结算账期到达后，公司以转账、电汇、银行承兑汇票等方式向供应商付款。对于有账期的结算，财务每月3日前由应付会计按合同账期填制结算单，把本月需付款明细汇总成《月付款计划表》，经采购经理、财务经理、财务总监审批后转资金出纳处付款。

（5）采购流程



2、生产模式

公司主要以自有全自动或半自动生产设备对各种原辅材料进行加工，并通过速冻、包装、金属探测、冻藏，制成各类速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、常温休闲食品、速冻菜肴制品。公司基本生产流程如下：



3、销售模式

公司销售模式以流通和现代渠道销售为主，特通和电商渠道销售为辅。

(1) 流通渠道

公司流通渠道销售是指由各级经销商代理本公司产品，通过批发市场、农贸市场、专营门店等将公司产品销售给终端消费者。

区别于卖断给经销商后，由经销商自行销售的传统经销模式，为了加强对销售渠道的掌控、提升品牌影响力和对市场的反应速度，公司采用“掌控终端、合作共赢”的联合分销模式。公司通过引进外部优秀的营销团队，在全国各主要销售大区设立销售子公司，根据各区域销售特性及经销商对市场的掌控情况，整合经销商资源及经销商团队，由公司销售人员与经销商团队共同开展对各地市场的开拓、维护工作，从而实现产品的深度分销；同时由于终端作为直接与消费者对接的窗口，对消费者的品牌认知起着最为关键的作用，按照“掌控终端”的营销战略意图，公司对终端进行重点管控，在终端按照公司统一的标准进行形象设计、产品陈列与生动化展示，将终端打造成为公司品牌展示的窗口。

(2) 现代渠道

公司现代渠道销售是指公司产品通过 KA、BC 等连锁大卖场、中小型超市、社区便利店及精品超市等销售给终端消费者。

现代渠道客户在公司营销策略中主要起“树形象、建品牌”的作用。公司与沃尔玛、易初莲花、家乐福、乐购、麦德龙等国际型大卖场，以及人人乐、永辉、中百、联华、新华都等国内连锁大卖场建立了稳固的合作关系。在市场营销策略上，以全国统一为主，区域特色为辅，针对不同客户制定全年推广活动计划表，着重开展“主题营销”、“文化营销”等加强终端形象的展示活动，从而提升品牌形象。

(3) 特通渠道

公司特通渠道销售是指公司向大型连锁餐饮、企事业单位直接供应产品，以及公司出口业务。该类客户为塑造自身品牌形象、提升自身品牌质量，对公司产品质量有严格的检验入库准则，有助于协助公司进行终端销售质量控制管理。

(4) 电商渠道

公司电商渠道销售是指公司通过第三方电商平台将产品销售给终端消费者。

为适应近年来终端消费者消费习惯由线下转向线上的大趋势，公司逐步加大力度拓展电商销售渠道，并已与天猫、京东、朴朴、叮咚买菜等知名电商平台达成合作关系。

四、现有业务发展安排及未来发展战略

（一）现有业务发展安排

发行人主营业务为速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品及常温休闲食品的研发、生产和销售。公司计划通过优化产品结构、丰富产品品类、整合生产资源、加强营销建设、增强人才团队实力等方式持续强化核心竞争力，提升公司盈利能力。

（二）未来发展战略

公司自成立以来便坚持“创造健康美食，倡导优质生活”的经营理念，以及“为了客户满意，精益求精”的企业核心文化。公司未来计划继续围绕海洋高值低脂白色蛋白为代表的食品大消费品板块业务，通过产品开发、模式创新、资源整合和产业并购等方式，在夯实现有速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品及常温休闲食品业务的同时，扩大中高端系列产品体量，进一步加强公司核心竞争力。

五、截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况

（一）财务性投资的认定标准

根据 2023 年 2 月中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 61 号——上市公司向特定对象发行证券募集说明书和发行情况报告书》第八条规定，发行人基本情况应包括：“截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况”。

根据 2023 年 2 月中国证监会发布的《<上市公司证券发行注册管理办法>第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》，对财务性投资界定如下：

“（一）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营

业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

（二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

（三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。

（四）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。”

此外，根据中国证监会 2020 年 7 月发布的《监管规则适用指引——上市类第 1 号》，对上市公司募集资金投资产业基金以及其他类似基金或产品的，如同时属于以下情形的，应当认定为财务性投资：（1）上市公司为有限合伙人或其投资身份类似于有限合伙人，不具有该基金（产品）的实际管理权或控制权；（2）上市公司以获取该基金（产品）或其投资项目的投资收益为主要目的。

（二）自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今公司实施或拟实施的财务性投资情况

2022 年 10 月 20 日及 2023 年 3 月 1 日，发行人分别召开第六届董事会第二十四次会议和第六届董事会第二十五次会议，审议通过了本次向特定对象发行股票相关事项，自本次发行董事会决议日前六个月（即 2022 年 4 月 20 日起至今），公司不存在新增财务性投资情形，具体分析如下：

1、投资或从事类金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在新增投资类金融业务的情形。

2、与公司主营业务无关的股权投资

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司参与的股权投资与发行人主营业务及战略布局具备较好的协同性，不属于财务性投资。

3、投资或设立产业基金、并购基金

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在投资或设立产业基金、并购基金的情形。

4、拆借资金

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在借予他人款项的情形，亦无拟借予他人款项的计划。

5、委托贷款

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在委托贷款的情形，亦无拟实施委托贷款的计划。

6、以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情形。

7、购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品的情形。

8、非金融企业投资金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在新增实施及拟实施投资金融业务的情况。

(三)最近一期末，公司不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形

截至 2022 年 9 月 30 日，公司财务报表中可能涉及财务性投资（包括类金融业务）的相关资产情况如下表所示：

科目	账面价值 (万元)	主要构成	是否财务 性投资
其他应收款	806.27	保证金、备用金、往来及其他等	否
其他流动资产	3,337.43	待认证进项税额、增值税留抵税额、 预缴企业所得税和待摊费用等	否

长期股权投资	1,319.70	持有上海猫诚电子商务股份有限公司股份等	否
其他非流动资产	1,492.98	预付工程、房屋、设备款项等	否

综上所述，公司最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形，符合相关法律法规的规定。

第二节 本次证券发行概要

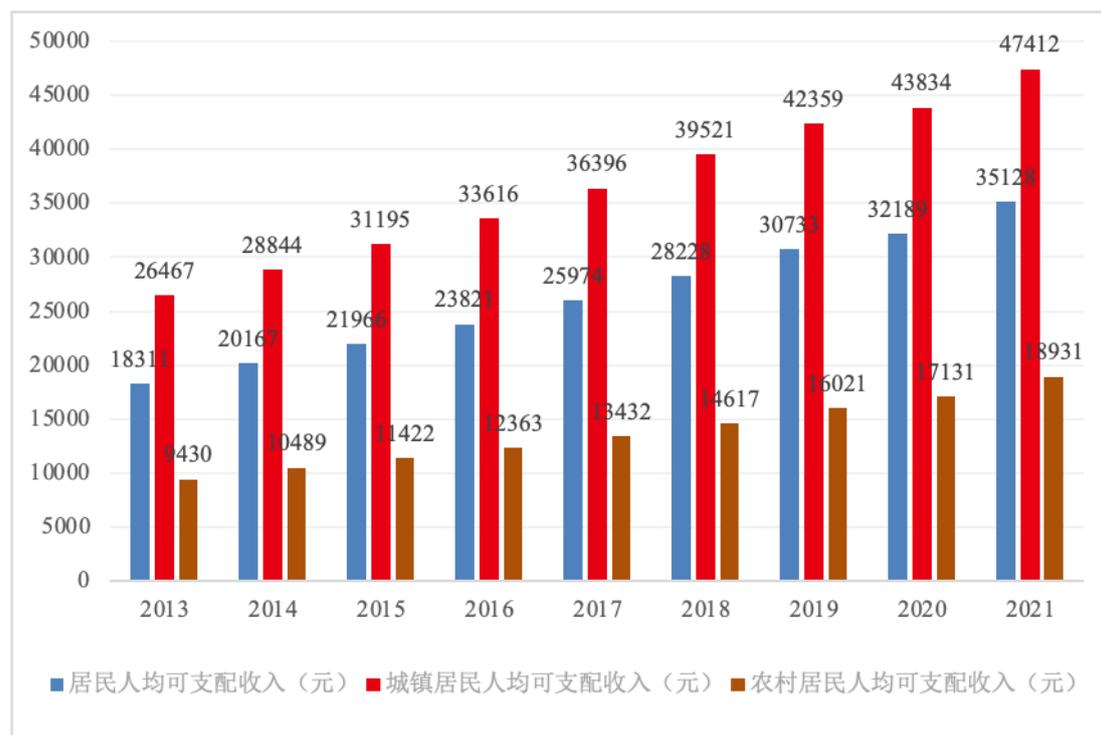
一、本次发行的背景和目的

(一) 本次向特定对象发行股票的背景

1、国民收入水平不断提高，促进消费结构优化升级

收入决定消费，收入增长方式决定消费升级方式，收入结构变化带来消费结构变化。随着我国经济的不断发展，国民收入整体呈现上升趋势，国民收入从2009年的347,934.9亿元增长至2021年的1,133,239.8亿元，年均复合增长率达10.34%。而2021年，我国居民人均可支配收入达到35,128元，其中城镇居民人均可支配收入达到47,412元，同比增长8.16%，农村居民人均可支配收入达到18,931元，同比增长10.51%。

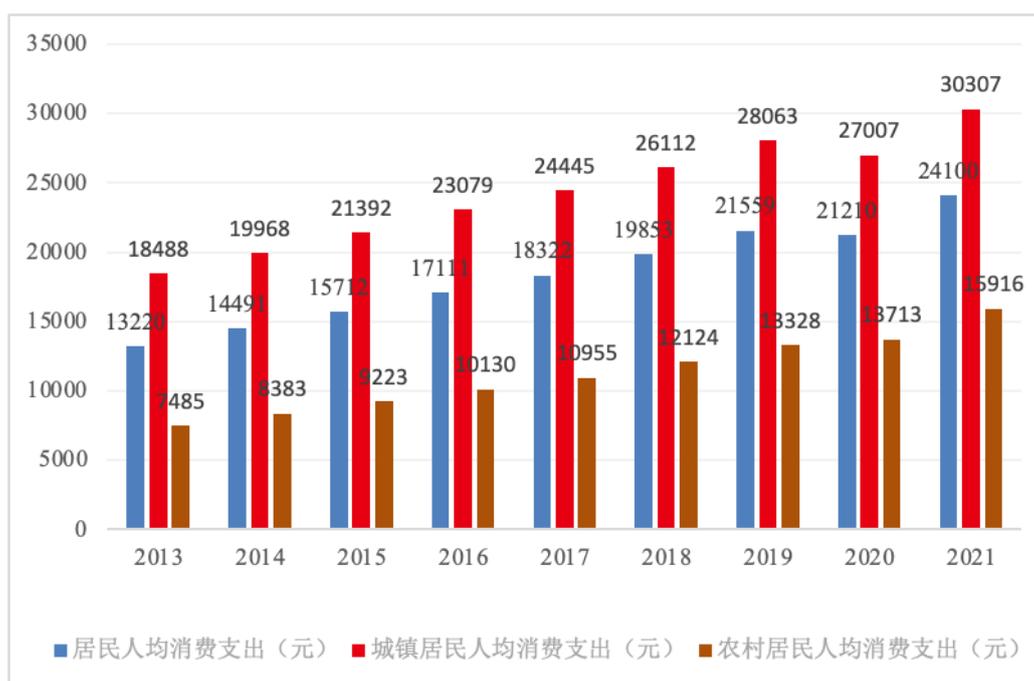
2013-2021年我国居民人均可支配收入



数据来源：国家统计局

收入水平的发展为消费水平的提高提供了经济基础，得益于收入水平的不断提高，居民消费水平也呈现上升趋势，2021年我国居民人均消费支出达到24,100元，同比增长13.63%，其中城镇居民人均消费支出达到30,307元，同比增长12.22%；农村居民人均消费支出达到15,916元，同比增长16.07%。

2013-2021 年我国居民人均消费支出



数据来源：国家统计局

随着居民生活水平和消费水平的不断提高，有力带动了消费需求结构升级，消费重心从生存型消费逐步向享受型消费转移，消费形式呈现多样化趋势。改革开放以来，我国共经历了四轮明显的消费升级，从最初的全面增长到逐步实现结构性调整，每一轮的消费升级都由相对应的收入驱动。根据消费经济学的分类，居民消费大致可分为生存型消费、享受型消费和发展型消费三种类型。本阶段的消费升级以结构性调整为主要特征，表现为城乡居民生存型消费占比收缩，发展型消费占比扩大，整体而言，以注重高品质、个性化的结构升级开始取代总量的快速扩张。因此，未来生存型消费并不具备大幅扩张的空间，主要增长动力依旧来源于品质提升。

未来，随着国民经济的持续稳步发展，人们收入水平和消费水平持续提高，进而推进社会消费结构的进一步升级，低质产品的市场空间被进一步压缩，高品质产品迎来新的发展阶段。对于消费者而言，在购买力提高及消费理念转变的背景下，将越来越倾向于选择高品质的产品。

在餐饮、食品领域，消费需求升级趋势明显。过去传统餐饮需求注重产品本身的价格、功能、品质，而新需求在产品本身上更注重高性价比、口碑、高品质、健康度、定制化、爆款产品，消费者越来越倾向于为健康和品质消费支付更高的

溢价。同时，消费群体迭代，新世代（20世纪80年代后出生的群体）将成为中国消费的中坚力量，相对于价格，其更加关注产品品质。消费升级无疑将对速冻食品生产厂商在产品品质、品类、制作工艺、运用场景以及食材附加值等方面提出更高的要求，从而进一步推动速冻食品行业产品结构升级，促使厂商生产品类丰富、品质高端化、高附加值的产品。

2、行业法规政策促进速冻食品行业快速健康发展

速冻食品行业是农产品深加工的重要方向之一，近年来，随着国民经济的持续稳定增长，城乡居民收入稳步提高，人们对速冻食品行业的需求逐年上升，我国速冻食品行业市场规模不断扩大。为鼓励和扶持行业进一步发展，国家出台及修订了一系列产业法规及政策，对行业在发展方向、品牌建设、科技研发以及冷链物流服务等方面提供支持，其中主要法规政策内容如下：

产业政策	颁布时间	颁布机构	主要内容
《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》	2022年	国家卫生健康委员会	提出“十四五”期间，要以提升卫生健康系统基层食品安全风险防范能力为重点，发挥好食品安全标准与风险监测评估工作在“预防为主、风险管理、全程控制、社会共治”的食品安全治理体系中的基础性作用。
《食品安全抽样检验管理办法》（2022年修订）	2022年	国家市场监督管理总局	就市场监督管理部门组织实施的食品安全监督抽检和风险监测的抽样检验工作作出法律规范，并明确食品生产经营者是食品安全第一责任人，应当依法配合市场监督管理部门组织实施的食品安全抽样检验工作。
《关于促进农业产业化龙头企业做大做强的意见》	2021年	农业农村部	到2025年，龙头企业队伍不断壮大，规模实力持续提升，科技创新能力明显增强，质量安全水平显著提高，品牌影响力不断扩大，新产业新业态蓬勃发展，全产业链建设加快推进，产业集聚度进一步提升，联农带农机制更加健全，保障国家粮食安全和重要农产品供给的作用更加突出。到2025年末，培育农业产业化国家重点龙头企业超过2000家、国家级农业产业化重点联合体超过500

产业政策	颁布时间	颁布机构	主要内容
			个,引领乡村产业高质量发展。
《“十四五”冷链物流发展规划》	2021年	国务院办公厅	到2025年,初步形成衔接产地销地、覆盖城市乡村、联通国内国际的冷链物流网络,基本建成符合我国国情和产业结构特点、适应经济社会发展需要的冷链物流体系,调节农产品跨季节供需、支撑冷链产品跨区域流通的能力和效率显著提高,对国民经济和社会发展的支撑保障作用显著增强。
《“十四五”全国农业农村科技发展规划》	2021年	农业农村部	研究海上快速分选、高效预处理、精准分割等技术与设备、保活运输装置、节能型海上保鲜装备、水产品全链条加工与品控技术、冷链流通过程品质保持技术。
《“十四五”全国渔业发展规划》	2021年	农村农业部	优化加工布局,聚焦主产区,引导加快塘头、港口等产地初加工设施设备建设,紧密联系服务一产。提升加工比例,聚焦重点品种,通过低温暂养、保鲜冷冻、清洗分割、分拣包装等加工处理,实现生产减损增效。促进结构调整,聚焦国内市场需求,发展鲜活、冷冻、调理、预制、鱼糜、干制等产品生产,满足不同消费口味、品质、场景等多样化需求。
《中华人民共和国食品安全法》(2021年修订)	2021年	全国人大常委会	国家鼓励和支持开展与食品安全有关的基础研究、应用研究,鼓励和支持食品生产经营者为提高食品安全水平采用先进技术和先进管理规范。
《食品召回管理办法》(2020年修订)	2020年	国家市场监督管理总局	对不安全食品的停止生产经营、召回和处置及其监督管理等作出法律规范。食品生产经营者应当依法承担食品安全第一责任人的义务。
《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	2019年	中共中央、国务院	调整优化食品产业布局,鼓励企业获得认证认可,实施增品种、提品质、创品牌行动。引导食品企业延伸产业链条,建立优质原料生产基地及配套设施,加强与电商平台深度融合,打造有影响力的百年品牌。大力发展专业化、规模化冷链物流企业,保障生鲜食品流通环

产业政策	颁布时间	颁布机构	主要内容
			节质量安全。
《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019年修订）	2019年	国务院	细化并严格落实新《食品安全法》，进一步增强制度的可操作性。针对新《食品安全法》实施以来食品安全领域依然存在的问题，完善相关制度措施。重点细化过程管理、处罚规定等内容，夯实企业责任，加大违法成本。
《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	2017年	国家发展和改革委员会、工业和信息化部	提出优化产品结构，提升产品品质，强化品牌建设；完善产业组织体系，优化区域布局，推动特色食品加工示范基地建设，加强产业链建设；强化企业创新主体地位，推动产业科技发展，完善创新服务体系，推进“两化”深度融合，培育发展新业态新模式等主要任务
《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》	2017年	国务院办公厅	到2020年，初步形成布局合理、覆盖广泛、衔接顺畅的冷链基础设施网络，基本建立“全程温控、标准健全、绿色安全、应用广泛”的冷链物流服务体系。生鲜农产品和易腐食品冷链流通率、冷藏运输率显著提高，腐损率明显降低
《关于促进海洋渔业持续健康发展的若干意见》	2013年	国务院	积极发展海水产品精深加工，全面提升水产品加工工艺、装备现代化和质量安全水平；加强海水产品冷链物流体系建设，实现产地和销地有效对接
《关于支持农业产业化龙头企业发展的意见》	2012年	国务院	培育一批产品竞争力强、市场占有率高、影响范围广的知名品牌；鼓励合理发展农产品精深加工，延长产业链条，提高产品附加值；鼓励开展新品种新技术新工艺研发；鼓励加大科技投入，建立研发机构加强与科研院所和大专院校合作；支持符合条件的国家重点龙头企业上市融资、发行债券、在境外发行股票并上市，增强企业发展实力

3、食品冷链物流快速发展，助力速冻食品渠道下沉

所谓冷链物流是指为了保持药品、食品等产品的品质，从生产到消费的过程中，使其始终处于恒定低温状态的一系列整体冷藏解决方案和供应链体系，属于

物流业的重要子行业之一。由于速冻食品主要依赖于低温来保持产品原有的营养、口感以及品质不变，从生产、加工、储存、运输和配送，直到上柜销售整个过程都要求在低温环境下进行，因此在生产、运输、销售中都对冷链物流存在较大的依赖性，尤其在速冻食品行业的渠道建设中其具有重要影响。

目前中国的综合冷链流通率远低于欧美发达国家，尚存在较大的发展空间。为支持和鼓励冷链物流行业的发展，国家相继出台了各类相关政策。2014年，国务院发布《物流业发展中长期规划（2014-2020年）》（国发〔2014〕42号），提出加快食品冷链等专业物流装备的研发，提升物流装备的专业化水平。2016年4月15日，国务院办公厅发布《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》（国办发〔2016〕24号），要求加大对物流基地建设、冷链系统建设等领域的政策性扶持力度。2017年4月13日，国务院办公厅发布《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》（国办发〔2017〕29号），提出健全冷链物流标准和服务规范体系，完善冷链物流基础设施网络，提升冷链物流信息化水平，加快冷链物流技术装备创新和应用。

此外，近年来，冷链物流“互联网+”模式发展趋势显著，该模式通过整合产品、冷库、冷藏运输车辆等资源，构建“产品+冷链设施+服务”信息平台，实现市场需求和冷链资源之间的高效匹配对接，提高冷链资源综合利用率。2015年，中国冷链物流联盟运用互联网技术和大量行业资源，逐步实施“冷链蜘蛛计划”，开启冷链物流4.0时代。“互联网+”冷链物流模式的不断发展，有助于提高冷链物流行业的信息化程度，推动冷链物流行业的进一步发展。

经过几年的大力发展，我国冷链物流水平显著提高，尽管目前我国尚未形成完整、独立的冷链物流体系，但未来随着政府对该领域的高度重视，在国家层面的支持力度进一步加大，以及市场需求的逐步扩大，行业发展将越来越趋向规范化、完善化。

冷链物流潜在的巨大发展空间为依附于冷链的速冻食品行业带来更为广阔的市场规模前景，助力速冻食品渠道下沉。过去，由于冷链物流发展水平较低，但速冻食品又需要通过低温来保证产品在生产、运输、销售中不发生变质，对冷链物流有着较高的要求，因此速冻食品行业内企业多采用“产地销”的生产销售模式，产品销售局限在生产地附近区域，渠道仅覆盖到重点大城市。近年来，冷

链物流的发展与完善在很大程度上解决了速冻食品在长距离运输过程中因冷藏条件不足或冷藏掉链而发生变质的问题,使得速冻食品的销售网络可以延伸到更远的区域,同时实现渠道的进一步下沉,逐步覆盖地级市以下区域,极大地推动速冻食品行业的进一步发展。

速冻食品行业的渠道下沉工作及进一步的发展有赖于冷链物流的不断发展完善,未来,随着国家对冷链物流发展的大力支持,我国冷链物流行业发展将更加规范化,冷链物流体系更加完善,从而推动速冻食品行业渠道进一步下沉,为速冻食品行业的发展起到重要支撑作用。

4、食品安全法规及标准相继出台,推动食品行业规范化发展

近年来,我国食品生产加工销售过程质量安全问题时有发生,食品质量安全隐患依然存在。诸多食品安全事件的接连曝出,严重打击了消费者对食品行业的信任感,也促使消费者不断提高对食品安全的关注度,食品安全法制工作也在社会的广泛关注下取得长足进展。

为保障食品安全,我国相继出台了一系列的法律法规,规范行业发展。2009年,我国颁布《中华人民共和国食品安全法》,该法律将食品安全建立在全食品产业链的基础上;2021年第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议表决通过修改《食品安全法》的决定,食品安全法中强调食品安全工作实行预防为主、风险管理、全程控制、社会共治,建立科学、严格的监督管理制度。近年来,《食品安全抽样检验管理办法》、《食品生产许可管理办法》、《食品安全国家标准速冻面米与调制食品》等一系列新制定或修订的规章和标准开始逐步推行,标志着我国食品产业法治体系基本形成。各类法律法规、行业政策、国家标准、行业标准的颁布,提高了食品行业的市场准入门槛,有效阻挡劣质产品进入市场,有利于行业的规范化发展。

未来,随着消费者消费观念的转变、食品安全意识和素质的提高,国家食品安全长效监管机制的构建,食品行业相关法律法规、行业政策、国家标准、行业标准的逐步健全,各级监管部门依法监管力度不断加大以及行业协会有效发挥监督作用,食品安全风险将得到严格管控,食品行业的发展日益规范化。在食品行业监管趋严、日渐规范的背景下,速冻食品行业也将面临行业整顿期,部分不规

范的中小企业、作坊式厂商将逐步被市场淘汰，行业规范程度有所提高，进而促进行业稳步健康发展。

5、餐饮行业快速发展，餐饮企业走向连锁化、标准化、升级化，速冻食品渗透加强

餐饮行业是速冻食品的重要下游，速冻食品行业的发展与餐饮行业密切相关，一方面，餐饮行业规模日益庞大，对原材料之一的速冻食品需求持续提升；另一方面，伴随餐饮企业走向连锁化、标准化、升级化，速冻食品高度标准化的优势将不断提高速冻食品在连锁餐饮中的渗透率。

餐饮业是基础民生产业，行业增长与经济发展及人均收入水平提升密切相关。随着我国经济快速发展，餐饮行业规模持续扩大，2021年中国人均GDP超万美元，餐饮消费快速增长的经济基础已经形成。根据国家统计局数据显示，2021年全国餐饮收入实现46,894.9亿元，同比增长18.64%，且占社会消费品零售总额的比重达到10.64%，餐饮行业的快速发展将带动上游原材料供应商的进一步发展，速冻食品行业作为餐饮企业的重要上游行业，市场规模将实现新一轮的增长。

2010-2021年我国餐饮收入及同比增长率

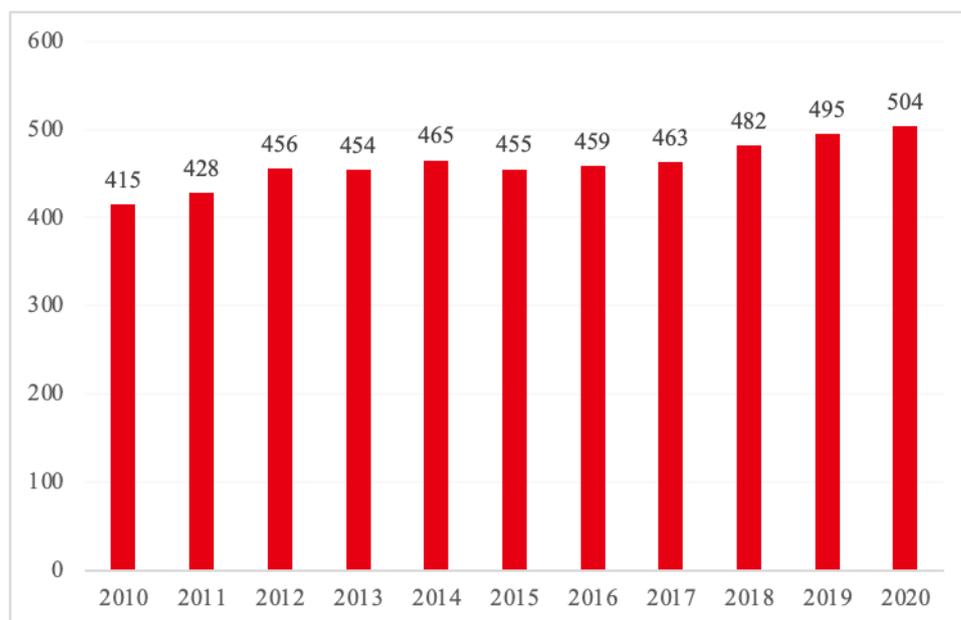


数据来源：国家统计局

目前国内的餐饮行业市场连锁化率低，餐饮行业标准化程度也相对较低，餐

饮企业连锁化、标准化的发展空间巨大。与此同时，随着消费者品牌认知意识以及人均餐饮消费支出水平的提高，加之需求端的消费升级以及供给端的效率提升，标准化、连锁型餐饮企业凭借门店数量快速扩张实现品牌价值的不断沉淀，规模化优势逐渐凸显，行业内的标准化、连锁化程度将得到进一步的发展。

2010-2020 年我国连锁餐饮企业总店数（个）



数据来源：国家统计局

在餐饮业标准化、连锁化逐步提高的同时，速冻食品在连锁企业中的渗透率不断提升。首先，各餐饮企业也面临着人工、房租等成本不断上升的困境，在这一背景下，向速冻食品生产企业采购成品、半成品成为降低成本的最佳选择；其次，连锁化的餐饮对标准化食材的要求会越来越强和越来越多，速冻食品作为工业化的半成品、成品，相对生鲜食材标准化程度更高、安全性更为可控、使用更为便捷，更符合连锁餐饮企业的食材采购要求；最后，速冻食品对店长、厨师能力要求更低，可以降低餐厅的人力需求，提升餐厅效率。

综上所述，在国民人均收入不断提高的背景下，餐饮行业规模进一步发展，餐饮行业连锁化、标准化逐步提高，速冻食品行业在餐饮领域的市场需求将不断扩大。

6、伴随消费场景转移以及业务市场的快速发展，速冻食品市场空间有望进一步释放

新场景、新消费者和新竞争是新需求产生的三大要素。新消费时代，伴随着消费者需求的多元化、细分化以及消费结构的升级，速冻食品行业的消费场景趋于多样化。近年来，餐饮领域消费场景出现转移趋势，从传统场景转向火锅、麻辣烫、串串香、关东煮等新的消费场景，此类新消费场景对速冻食品的消费量远高于传统场景。同时，外卖、团餐等业务市场的快速发展，推进速冻食品的需求量持续增长，速冻食品市场空间有望进一步释放。

火锅是餐饮行业的重要子行业，其口味接受度高、范围广，具备标准化、扩张性、社交属性强等特征。近年来，由于消费场景转移，以及火锅企业调整自身经营策略，大力向冒菜、烧烤等与自身属性类似的领域延伸并积极发展火锅外卖，火锅行业快速发展。我国火锅市场规模从 2014 年的 3,167 亿元增长至 2019 年的 5,295 亿元，期间年复合增长率达 10.03%。海底捞、呷哺呷哺、德庄、小龙坎等知名火锅连锁品牌在 2018 年均实现了门店的迅速扩张。同时，根据中国饭店协会发布的《2018 中国餐饮业年度报告》预测，预计至 2022 年，火锅行业市场规模将增长至近 8,000 亿元，行业集中度进一步提升。受益于火锅行业的快速发展，速冻食品中的火锅料制品迎来新一轮的高速发展期，火锅料制品行业企业收入规模实现快速增长。

与此同时，消费场景还出现向串串香、方便火锅、关东煮、麻辣烫、一人食小火锅等场景转移的趋势。此类消费场景多具备规模小型化、食用或操作方便的特点，迎合了现代年轻人社交细分化的趋势，满足了消费者对方便经济的需求，因此得到快速发展。新消费场景的崛起必然将带动其上游行业的进一步发展，而速冻食品中的速冻鱼肉制品及速冻肉制品作为麻辣烫、火锅等行业的重要消费品类，在消费场景不断更新、消费规模不断扩大的背景下，将迎来行业的高速发展期，实现行业的进一步发展。

外卖作为速冻食品行业重要的业务市场之一，我国互联网餐饮外卖市场发展迅猛，截至 2020 年，其市场规模达到 8,352 亿元左右，同比增长 14.82%。外卖业务市场的快速发展极大的促进了餐饮行业进一步发展，并且间接拉动了包括速冻食品行业生产供应商在内的部分上游食品供应商的餐饮渠道端业务。同时，速

冻食品企业开始跨界外卖，进入外卖系统，开启外卖接单服务的趋势，在互联网的影响下，国内速冻食品行业将进入前所未有的新发展时期。

团餐作为速冻食品的另一重要业务市场，国民经济的稳步发展，互联网信息技术的不断发展以及食堂日益显著的社会化趋势，不断推进团餐这一业务市场的快速发展。根据中国饭店协会发布的《2021 中国餐饮业年度报告》数据显示，团餐市场总规模已从 2016 年的 0.9 万亿元提升至 2020 年的 1.53 万亿元，复合增速达 13.6%，占整体餐饮行业约 38.3% 的市场份额，保持平稳增长。与社会餐饮不同，团餐送餐需求稳定且巨大，对食品安全、机械化程度、标准化程度以及供应产业链方面有较高的要求，而速冻食品由于具备卫生安全、标准化程度较高等特点，极大的满足了团餐的需求，在团餐行业高速发展的背景下，将迎来新的需求增长，实现餐饮渠道端的进一步开拓。

未来随着传统火锅业的稳步发展、消费场景转移的多样化，速冻食品市场覆盖面将更广，市场空间将加速释放，再加之外卖、团餐等业务市场的快速发展，速冻食品作为以上行业的重要消费品类将迎来巨大的市场空间，实现行业的高速发展。

7、人口老龄化、家庭结构变化以及女性就业率提高的背景下，饮食趋向轻便化

伴随中国经济进步和社会发展水平提升，人口老龄化、家庭结构变化以及女性就业率提高等社会因素的变化不断催动方便经济发展，饮食日渐轻便化。

根据国家统计局数据，中国 65 岁及以上人口占比从 2005 年的 7.7% 上升到 2021 年的 14.2%，老龄化问题日益严重。由于老年人自理能力日渐下降，且不便进行家庭烹饪，加之新一代年轻人工作忙碌，难以投入时间和精力照顾老年人的饮食起居，速冻食品方便快捷、营养美味的特点迎合了老年人对饮食轻便化的需求，随着老龄人口的逐渐增加，将拉动速冻食品需求量的增长，推动速冻食品行业的发展。

与此同时，我国家庭规模呈现出不断缩减的趋势，根据国家卫生健康委员会发布的数据显示，目前我国家庭发展呈现出家庭规模小型化、家庭类型多样化的特点，主要家庭模式以二人家庭、三人家庭为主，由两代人组成的核心家庭占比

达六成以上，同时，单人家庭、空巢家庭、丁克家庭不断涌现。家庭规模缩小，相应的在饮食上就会越来越倾向于选择简单便捷的食品，既能克服缺少烹饪时间的缺点，又能满足小家庭小食量的需求，轻便化的餐饮方式日益受到消费者的推崇，速冻食品也因节省烹饪时间、快捷方便的特点而受到小型家庭群体的广泛喜爱。未来，随着小型家庭数量的增加，必然将带动速冻食品销量的增长。

此外，女性就业规模持续扩大，职业女性数量不断增加，相应的全职家庭主妇比例有所下降，这一变化趋势也推动了对方便经济的需求。我国女性就业率在世界范围内处于较高水平，根据国家统计局发布的《〈中国妇女发展纲要（2011-2020年）〉终期统计监测报告》显示，2020年，我国女性就业人员占全社会就业人员的比重达到43.5%，其中城镇单位女性就业人员达到6,779.4万人，占城镇单位就业人员的比重约为40.7%，女性就业规模持续扩大。越来越多的女性走上职业道路，相较于全职家庭主妇，其花费在家庭上的时间较少，家庭劳动时间成本越来越高，因此对家庭烹饪的要求越来越趋向于方便快捷，对方便食品的需求日益增加，而速冻食品营养、健康的特性将促使其成为消费者在方便食品中的最佳选择，进而拉动速冻食品行业的进一步发展。

人口老龄化、家庭规模小型化、女性就业规模扩大等趋势的出现，促使消费者对饮食提出方便快捷的诉求，此外经济高速发展对高效率的要求也促使饮食趋向轻便化发展。在饮食轻便化发展趋势的背景之下，速冻食品由于具备方便快捷、营养美味、安全卫生等特点，在较大程度上满足了新时代消费者对餐饮的需求，因此将迎来新的发展机遇。

（二）本次向特定对象发行股票的目的

1、提升公司综合竞争力，巩固公司行业地位

公司作为速冻食品行业内首家上市企业，在产能、产量、销售规模 and 市场份额等指标位于行业前列。为进一步巩固公司行业地位，公司需要进一步提升产能产量，提升产线信息化、智能化水平，整合优化生产资源，实现集约化、柔性化生产。

本次募投项目水产品精深加工及速冻菜肴制品项目引入高度自动化的速冻食品生产线，可以优化生产工艺，改善生产布局，提高生产自动化、智能化程度，

将有效帮助公司突破产能瓶颈，增强柔性化生产能力，推出更加符合消费者需求的高品质产品，进而满足不断增长的市场需求；同时也有利于大幅提升中高端产品产能，优化产品结构。产能扩张带来的规模效应亦有助于降低产品的边际成本，提高产品的利润率，提高公司盈利能力。

2、补充流动资金，满足公司日渐增加的营运资金需求，优化公司财务结构

随着公司的持续发展以及本次募投项目水产品精深加工及速冻菜肴制品项目的投产，公司的业务规模将持续扩大，将对公司营运资金造成压力，本次发行募集资金部分用于补充流动资金将有效满足公司未来业务发展的流动资金需求，提升公司市场竞争力，同时降低市场环境变化、国家信贷政策变化等潜在风险对公司的影响，提升公司财务安全水平和灵活性。

二、发行对象及与发行人的关系

本次发行对象为不超过 35 名特定对象。发行对象为：符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者及其他符合法律法规规定的法人、自然人和其他合法投资者等。其中，证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象。信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在公司取得中国证监会关于本次发行的同意注册批复后，由公司董事会（或其授权人士）在股东大会授权范围内，与保荐机构（主承销商）根据发行竞价结果，以竞价方式协商确定。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

截至本募集说明书签署日，公司本次向特定对象发行股票尚无确定的发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。公司将在本次发行结束后公告的发行情况报告中披露发行对象与公司的关系。

三、本次向特定对象发行的方案概要

项目	内容
股票类型	人民币普通股（A股）

项目	内容
每股面值	人民币 1.00 元
发行方式和发行时间	本次发行采用向特定对象发行股票的方式，在中国证监会同意注册后的有效期内选择适当时机向特定对象发行股票。
发行对象和认购方式	<p>本次向特定对象发行股票的发行对象为不超过 35 名的特定对象，其应当为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者和其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他合法投资者等。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的 2 只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。</p> <p>最终发行对象将在公司取得中国证监会关于本次发行的同意注册批复后，由公司董事会（或其授权人士）在股东大会授权范围内，与保荐机构（主承销商）根据发行竞价结果，以竞价方式协商确定。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。</p> <p>所有发行对象均以人民币现金方式并以相同价格认购本次向特定对象发行的股票。</p>
定价基准日	发行期首日
发行价格	<p>本次发行的定价基准日为公司本次向特定对象发行股票发行期首日。定价原则为：发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%（定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价 = 定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总额 / 定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总量）。</p> <p>若公司股票在定价基准日至发行日期间发生除权、除息事项，将对发行底价进行相应调整。</p> <p>最终发行价格将在公司取得中国证监会关于本次向特定对象发行的同意注册文件后，根据发行对象的申购报价情况，由公司董事会根据股东大会的授权，与保荐机构（主承销商）协商以竞价方式确定。</p>
发行数量	<p>本次向特定对象发行的股票数量最终以本次向特定对象发行股票募集资金总额除以发行价格确定，本次向特定对象发行的股票数量不超过 75,000,000.00 股（含本数），且不超过本次发行前公司总股本的 30%。在上述范围内，最终发行数量将在公司取得中国证监会关于本次发行的同意注册文件后，由公司董事会在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）根据发行竞价结果协商确定。</p> <p>若在本次向特定对象发行的董事会决议公告日至发行日期间，公司发生送股、资本公积金转增股本等除权事项或限制性股票登记、股票期权行权、回购注销股票等导致股本变动事项的，则本次向特定对象发行的股票数量上限将进行相应调整。</p>
募集资金数额及用途	本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 52,000.00 万元，扣除发行费用后的募集资金净额拟用于的投资项目，详见下文“四、募集资金金额及投向”。
股票上市地点	深圳证券交易所
限售期安排	投资者认购的本次发行的股票自本次向特定对象发行结束之日起 6 个月内不得转让。若后续相关法律、法规、证券监管部门规范性文件发生变更，则限售期相应调整。在上述股份限售期限内，发行对象所认购的本次发行股份因公司送股、公积金转增股本等事项而衍生取得的股份，亦应遵守上述股份限售安排。发行对象因本次向特定对象发行所获得的公

项目	内容
	司股份在限售期限届满后尚需遵守中国证监会和深圳证券交易所的相关规定。
未分配利润安排	为兼顾新老股东的利益，本次向特定对象发行股票完成后，由公司新老股东按照本次向特定对象发行股票完成后的持股比例共享本次向特定对象发行前滚存的截至本次发行日止的未分配利润。
本次发行决议的有效期	本次向特定对象发行股票决议的有效期为本次发行预案提交公司股东大会审议通过之日起 12 个月。

四、募集资金金额及投向

本次向特定对象发行募集资金总额不超过 52,000.00 万元，扣除发行费用后用于以下项目：

单位：万元

项目名称	实施主体	项目投资总额	项目已投资金额	拟投入募集资金金额
水产品精深加工及速冻菜肴制品项目	福建长恒	67,599.04	19,374.56	45,000.00
补充流动资金项目	海欣食品	7,000.00	-	7,000.00
合计		74,599.04	19,374.56	52,000.00

注：项目已投资金额为截至第六届董事会第二十四次会议决议公告日项目实际已发生的投资金额。

若实际募集资金净额(扣除发行费用后)少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

在本次向特定对象发行募集资金到位之前，公司将根据募投项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位后，公司将以募集资金对前期投入的资金进行置换(不含在第六届董事会第二十四次会议决议公告日前实际已发生的投资额部分)。

五、本次发行是否构成关联交易

截至本募集说明书签署日，公司尚未确定具体的发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。具体发行对象与公司之间的关系将在本次发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化

截至 2022 年 12 月 31 日，公司实际控制人为滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严，合计持有公司股份 206,906,700 股，占公司总股本的 43.04%。本次向特定对象发行股票数量合计不超过 7,500 万股，若以本次发行数量上限计算，本次发行完成后，公司总股本由发行前 48,076 万股增加到 55,576 万股，上述实际控制人合计持股比例为 37.23%，仍处于控股地位。本次发行不会导致公司控制权发生变化。

七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

1、本次向特定对象发行股票的相关事项已经公司第六届董事会第二十四次会议、第六届董事会第二十五次会议审议通过；

2、除本次《关于公司向特定对象发行 A 股股票发行方案的论证分析报告的议案》尚需提请公司股东大会审议外，本次向特定对象发行股票的相关事项已经公司 2022 年第二次临时股东大会审议通过；

3、本次向特定对象发行股票尚需通过深交所审核，并取得中国证监会同意注册的批复。

在本次向特定对象发行股票取得中国证监会同意注册的批复后，公司将在中国证监会批复文件的有效期限内择机实施本次发行。本次发行完成后，公司将向深圳证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理股票发行、登记、限售锁定和上市事宜，并向公司登记机关申请办理注册资本变更登记等相关手续，完成本次向特定对象发行股票并上市的全部法律程序。

第三节 董事会关于本次发行募集资金使用的可行性分析

一、关于最近五年募集资金使用情况的调查

公司自 2012 年 10 月首次公开发行股票并上市后至今未通过配股、增发、可转换公司债券等《上市公司证券发行管理办法》规定的证券品种募集资金，前次募集资金到账已经超过五年且使用完毕，公司最近五年并无募集资金情况。

二、本次募集资金使用情况

（一）预计募集资金金额

根据发行人 2022 年 10 月 20 日召开的第六届董事会第二十四次会议、第六届监事会第十六次会议，2022 年 11 月 7 日召开的 2022 年第二次临时股东大会，以及 2023 年 3 月 1 日召开的第六届董事会第二十五次会议、第六届监事会第十七次会议相关决议，发行人本次发行股票数量不超过 7,500 万股（含 7,500 万股），拟募集资金总额不超过人民币 52,000 万元。

（二）募集资金投向

公司本次发行股票募集资金总额扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

项目名称	实施主体	项目投资总额	项目已投资金额	拟投入募集资金金额
水产品精深加工及速冻菜肴制品项目	福建长恒	67,599.04	19,374.56	45,000.00
补充流动资金项目	海欣食品	7,000.00	-	7,000.00
合计		74,599.04	19,374.56	52,000.00

注：项目已投资金额为截至第六届董事会第二十四次会议决议公告日项目实际已发生的投资金额。

若实际募集资金净额（扣除发行费用后）少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募投项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位后，公司将以募集资金对前期投入的资金进行置

换（不含在第六届董事会第二十四次会议决议公告日前实际已发生的投资额部分）。

三、募投项目基本情况

（一）水产品精深加工及速冻菜肴制品项目

1、项目概况

（1）项目名称：水产品精深加工及速冻菜肴制品项目

（2）项目投资：总投资 67,599.04 万元，拟投入募集资金金额 45,000.00 万元

（3）项目建设期限：42 个月

（4）项目选址：本项目选址位于福建省福州市连江县琯头镇阳岐村、竹岐村

（5）项目实施主体：福建长恒食品有限公司

（6）项目建设规模：项目达产后，将新增 7.5 万吨鱼、肉糜制品、2.5 万吨速冻菜肴制品及 2000 吨大豆拉丝蛋白年产能

（7）预计销售额：项目投产后，预计年均新增销售收入 142,991.56 万元（不含税），年均新增净利润 9,484.59 万元。

2、项目建设内容及产品方案

（1）项目建设内容

本次募投项目投资总额 67,599.04 万元，项目建设期 42 个月。拟建厂房及附属设施总建筑面积 73,774.88 平方米，土建投资额 38,746.57 万元；本项目拟购置斩拌机、绞肉机、成型机、切片机、旋转炒锅、托盘式包装机等先进设备，设备投资额 25,771.00 万元。

（2）项目产品方案

本项目完全达产后，产品及产能规模如下：

产品		生产规模（万吨/年）
主产品	速冻鱼肉制品及肉制品	7.50
主产品	速冻菜肴制品	2.50
原材料	大豆拉丝蛋白	0.20

3、项目投资估算

本项目总投资 67,599.04 万元，其中土建投资 38,746.57 万元，设备投资 25,771.00 万元，其他投资 3,081.47 万元，具体如下：

序号	工程或费用名称	总投资额（万元）		拟使用募集资金（万元）	
		投资总额	占比	募集资金总额	占比
1	土建工程	38,746.57	57.32%	20,000.00	44.44%
2	机器设备	25,771.00	38.12%	25,000.00	55.56%
3	铺底流动资金	2,292.98	3.39%	-	-
4	建设期利息	788.49	1.17%	-	-
	合计	67,599.04	100.00%	45,000.00	100.00%

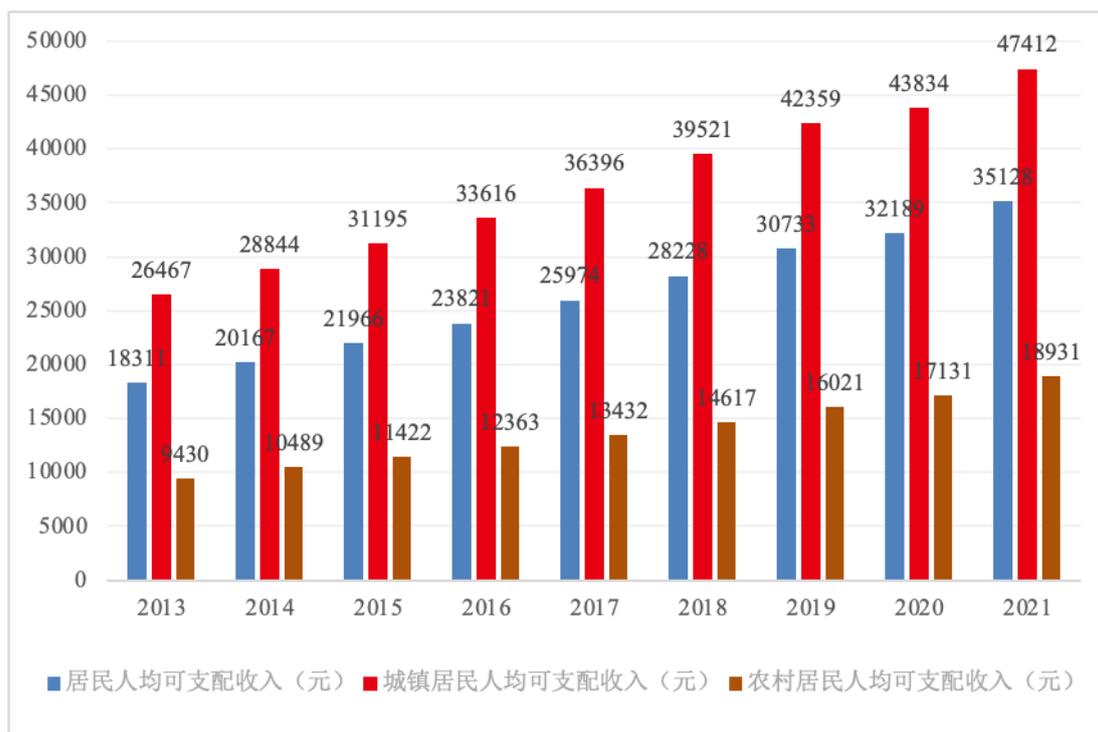
4、项目建设背景及目的

（1）项目背景

①国民收入水平不断提高，促进消费结构优化升级

收入决定消费，收入增长方式决定消费升级方式，收入结构变化带来消费结构变化。随着我国经济的不断发展，国民收入整体呈现上升趋势，国民收入从 2009 年的 347,934.9 亿元增长至 2021 年的 1,133,239.8 亿元，年均复合增长率达 10.34%。2021 年，我国居民人均可支配收入达到 35,128 元，其中城镇居民人均可支配收入达到 47,412 元，同比增长 8.16%；农村居民人均可支配收入达到 18,931 元，同比增长 10.51%。

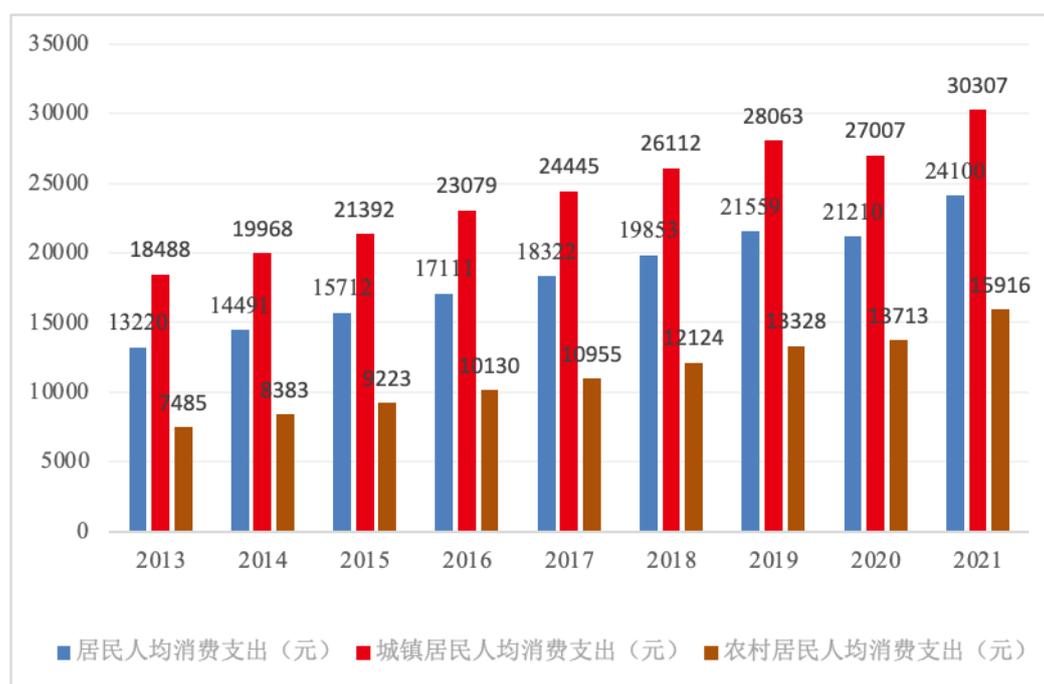
2013-2021 年我国居民人均可支配收入



数据来源：国家统计局

收入水平的发展为消费水平的提高提供了经济基础，得益于收入水平的不断提高，居民消费水平也呈现上升趋势，2021 年我国居民人均消费支出达到 24,100 元，同比增长 13.63%，其中城镇居民人均消费支出达到 30,307 元，同比增长 12.22%；农村居民人均消费支出达到 15,916 元，同比增长 16.07%。

2013-2021 年我国居民人均消费支出



数据来源：国家统计局

随着居民生活水平和消费水平的不断提高，有力带动了消费需求结构升级，消费重心从生存型消费逐步向享受型消费转移，消费形式呈现多样化趋势。改革开放以来，我国共经历了四轮明显的消费升级，从最初的全面增长到逐步实现结构性调整，每一轮的消费升级都由相对应的收入驱动。根据消费经济学的分类，居民消费大致可分为生存型消费、享受型消费和发展型消费三种类型。本阶段的消费升级以结构性调整为主要特征，表现为城乡居民生存型消费占比收缩，发展型消费占比扩大，整体而言，以注重高品质、个性化的结构升级开始取代总量的快速扩张。因此，未来生存型消费并不具备大幅扩张的空间，主要增长动力依旧来源于品质提升。

未来，随着国民经济的持续稳步发展，人们收入水平和消费水平持续提高，进而推进社会消费结构的进一步升级，低质产品的市场空间被进一步压缩，高品质产品迎来新的发展阶段。对于消费者而言，在购买力提高及消费理念转变的背景下，将越来越倾向于选择高品质的产品。

在餐饮、食品领域，消费需求升级趋势明显。过去传统餐饮需求注重产品本身的价格、功能、品质，而新需求在产品本身上更注重高性价比、口碑、高品质、健康度、定制化、爆款产品，消费者越来越倾向于为健康和品质消费支付更高的

溢价。同时，消费群体迭代，新世代（20世纪80年代后出生的群体）将成为中国消费的中坚力量，相对于价格，其更加关注产品品质。消费升级无疑将对速冻食品生产厂商在产品品质、品类、制作工艺、运用场景以及食材附加值等方面提出更高的要求，从而进一步推动速冻食品行业产品结构升级，促使厂商生产品类丰富、品质高端化、高附加值的产品。

②行业法规政策促进速冻食品行业快速健康发展

速冻食品行业是农产品深加工的重要方向之一，近年来，随着国民经济的持续稳定增长，城乡居民收入稳步提高，人们对速冻食品行业的需求逐年上升，我国速冻食品行业市场规模不断扩大。为鼓励和扶持行业进一步发展，国家出台及修订了一系列产业法规及政策，对行业在发展方向、品牌建设、科技研发以及冷链物流服务等方面提供支持。

③食品冷链物流快速发展，助力速冻食品渠道下沉

所谓冷链物流是指为了保持药品、食品等产品的品质，从生产到消费的过程中，使其始终处于恒定低温状态的一系列整体冷藏解决方案和供应链体系，属于物流业的重要子行业之一。由于速冻食品主要依赖于低温来保持产品原有的营养、口感以及品质不变，从生产、加工、储存、运输和配送，直到上柜销售整个过程都要求在低温环境下进行，因此在生产、运输、销售中都对冷链物流存在较大的依赖性，尤其在速冻食品行业的渠道建设中其具有重要影响。

目前中国的综合冷链流通率远低于欧美发达国家，尚存在较大的发展空间。为支持和鼓励冷链物流行业的发展，国家相继出台了各类相关政策。2014年，国务院发布《物流业发展中长期规划（2014-2020年）》（国发〔2014〕42号），提出加快食品冷链等专业物流装备的研发，提升物流装备的专业化水平。2016年4月15日，国务院办公厅发布《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》（国办发〔2016〕24号），要求加大对物流基地建设、冷链系统建设等领域的政策性扶持力度。2017年4月13日，国务院办公厅发布《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》（国办发〔2017〕29号），提出健全冷链物流标准和服务规范体系，完善冷链物流基础设施网络，提升冷链物流信息化水平，加快冷链物流技术装备创新和应用。2021年11月26日，国务院办公厅

发布了《“十四五”冷链物流发展规划》（国办发〔2021〕46号），提出要完善产地冷链物流设施布局，完善销地冷链物流网络，加快城市冷链物流设施建设，健全销地冷链分拨配送体系，创新面向消费的冷链物流模式，优化冷链物流全品类服务，健全支撑水产品消费的冷链物流体系，推动冷链物流与速冻食品产业联动发展，提升冷链物流对速冻食品消费保障能力。

此外，近年来，冷链物流“互联网+”模式发展趋势显著，该模式通过整合产品、冷库、冷藏运输车辆等资源，构建“产品+冷链设施+服务”信息平台，实现市场需求和冷链资源之间的高效匹配对接，提高冷链资源综合利用率。2015年，中国冷链物流联盟运用互联网技术和大量行业资源，逐步实施“冷链蜘蛛计划”，开启冷链物流4.0时代。“互联网+”冷链物流模式的不断发展，有助于提高冷链物流行业的信息化程度，推动冷链物流行业的进一步发展。

经过几年的大力发展，我国冷链物流水平显著提高，虽然目前我国尚未形成完整、独立的冷链物流体系，但未来随着政府对该领域的高度重视，在国家层面上的支持力度进一步加大，以及市场需求的逐步扩大，冷链物流行业发展将越来越趋向规范化、完善化。

冷链物流行业潜在的巨大发展空间为依附于冷链的速冻食品行业带来更为广阔的市场规模前景，助力速冻食品渠道下沉。过去，由于冷链物流发展水平较低，但速冻食品又需要通过低温来保证产品在生产、运输、仓储、销售中不发生变质，对冷链物流有着较高的要求，因此速冻食品行业内企业多采用“产地销”的生产销售模式，产品销售局限在生产地附近区域，渠道仅覆盖到重点大城市。近年来，冷链物流的发展与完善在很大程度上解决了速冻食品在长距离运输过程中因冷藏条件不足或冷藏掉链而发生变质的问题，使得速冻食品的销售网络可以延伸到更远的区域，同时实现渠道的进一步下沉，逐步覆盖地级市以下区域，极大地推动速冻食品行业的进一步发展。

速冻食品行业的渠道下沉工作及进一步的发展有赖于冷链物流的不断发展完善，未来，随着国家对冷链物流发展的大力支持，我国冷链物流行业发展将更加规范化，冷链物流体系更加完善，从而推动速冻食品行业渠道进一步下沉，为速冻食品行业的发展起到重要支撑作用。

④食品安全法规及标准相继出台，推动食品行业规范化发展

近年来，我国食品生产加工销售过程质量安全问题时有发生，食品质量安全隐患依然存在。诸多食品安全事件的接连曝出，严重打击了消费者对食品行业的信任感，也促使消费者不断提高对食品安全的关注度，食品安全法制工作也在社会的广泛关注下取得长足进展。

为保障食品安全，我国相继出台了一系列的法律法规，规范行业发展。2009年，我国颁布《中华人民共和国食品安全法》，该法律将食品安全建立在全食品产业链的基础上；2021年第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议表决通过修改《食品安全法》的决定，食品安全法中强调食品安全工作实行预防为主、风险管理、全程控制、社会共治，建立科学、严格的监督管理制度。近年来，《食品安全抽样检验管理办法》《食品生产许可管理办法》《食品安全国家标准 速冻面米与调制食品》等一系列新制定或修订的规章和标准开始逐步推行，标志着我国食品产业法治体系基本形成。各类法律法规、行业政策、国家标准、行业标准的颁布，提高了食品行业的市场准入门槛，有效阻挡劣质产品进入市场，有利于行业的规范化发展。

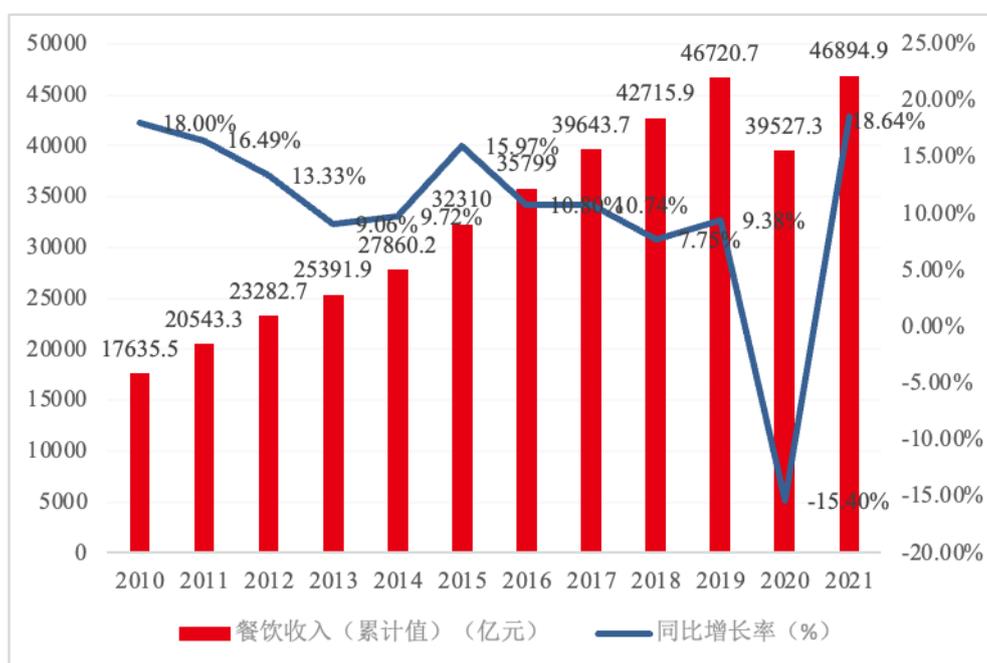
未来，随着消费者消费观念的转变、食品安全意识和素质的提高，国家食品安全长效监管机制的构建，食品行业相关法律法规、行业政策、国家标准、行业标准的逐步健全，各级监管部门依法监管力度不断加大以及行业协会有效发挥监督作用，食品安全风险将得到严格管控，食品行业的发展日益规范化。在食品行业监管趋严、日渐规范的背景下，速冻食品行业也将面临行业整顿期，部分不规范的中小企业、作坊式厂商将逐步被市场淘汰，行业规范程度有所提高，进而促进行业稳步健康发展。

⑤餐饮行业快速发展，餐饮企业走向连锁化、标准化、升级化，速冻食品渗透加强

餐饮行业是速冻食品的重要下游，速冻食品行业的发展与餐饮行业密切相关，一方面，餐饮行业规模日益庞大，对原材料之一的速冻食品需求持续提升；另一方面，伴随餐饮企业走向连锁化、标准化、升级化，速冻食品高度标准化的优势将不断提高速冻食品在连锁餐饮中的渗透率。

餐饮业是基础民生产业，行业增长与经济发展及人均收入水平提升密切相关。随着我国经济快速发展，餐饮行业规模持续扩大，2021年中国人均GDP超万美元，餐饮消费快速增长的经济基础已经形成。根据国家统计局数据显示，2021年全国餐饮收入实现46,894.9亿元，同比增长18.64%，且占社会消费品零售总额的比重达到10.64%。餐饮行业的快速发展将带动上游原材料供应商的进一步发展，速冻食品行业作为餐饮行业的重要上游行业，市场规模将实现新一轮的增长。

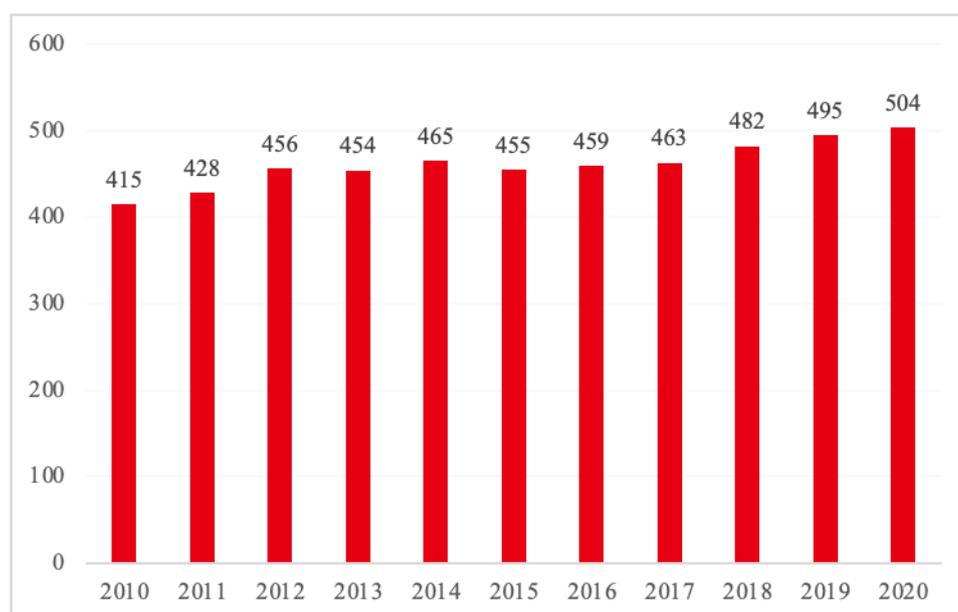
2010-2021年我国餐饮收入及同比增长率



数据来源：国家统计局

目前国内的餐饮行业市场连锁化率低，餐饮行业标准化程度也相对较低，餐饮企业连锁化、标准化的发展空间巨大。与此同时，随着消费者品牌认知意识以及人均餐饮消费支出水平的提高，加之需求端的消费升级以及供给端的效率提升，标准化、连锁型餐饮企业凭借门店数量快速扩张实现品牌价值的不断沉淀，规模化优势逐渐凸显，行业内的标准化、连锁化程度将得到进一步的发展。

2010-2020 年我国连锁餐饮企业总店数（个）



数据来源：国家统计局

在餐饮业标准化、连锁化逐步提高的同时，速冻食品在连锁企业中的渗透率不断提升。首先，各餐饮企业面临着人工、房租等成本不断上升的困境，在这一背景下，向速冻食品生产企业采购成品、半成品成为降低成本的最佳选择；其次，连锁化的餐饮对标准化食材的要求会越来越强和越来越多，速冻食品作为工业化的半成品、成品，相对生鲜食材标准化程度更高、安全性更为可控、使用更为便捷，更符合连锁餐饮企业的食材采购要求；最后，速冻食品对店长、厨师能力要求更低，可以降低餐厅的人力需求，提升餐厅效率。

综上所述，在国民人均收入不断提高的背景下，餐饮行业规模进一步发展，餐饮行业连锁化、标准化逐步提高，速冻食品行业在餐饮领域的市场需求将不断扩大。

⑥伴随消费场景转移以及业务市场的快速发展，速冻食品市场空间有望进一步释放

新场景、新消费者和新竞争是新需求产生的三大要素。新消费时代，伴随着消费者需求的多元化、细分化以及消费结构的升级，速冻食品行业的消费场景趋于多样化。近年来，餐饮领域消费场景出现转移趋势，从传统场景转向火锅、麻辣烫、串串香、关东煮等新的消费场景，此类新消费场景对速冻食品的消耗量远高于传统场景。同时，外卖、团餐等业务市场的快速发展，推进速冻食品的需求

量持续增长，速冻食品市场空间有望进一步释放。

火锅是餐饮行业的重要子行业，其口味接受度高、范围广，具备标准化、扩张性、社交属性强等特征。近年来，由于消费场景转移，以及火锅企业调整自身经营策略，大力向冒菜、烧烤等与自身属性类似的领域延伸并积极发展火锅外卖，火锅行业快速发展。我国火锅市场规模从 2014 年的 3,167 亿元增长至 2019 年的 5,295 亿元，期间年复合增长率达 10.03%。海底捞、呷哺呷哺、德庄、小龙坎等知名火锅连锁品牌在 2018 年均实现了门店的迅速扩张。同时，根据中国饭店协会发布的《2018 中国餐饮业年度报告》预测，预计至 2022 年，火锅行业市场规模将增长至近 8,000 亿元，行业集中度进一步提升。受益于火锅行业的快速发展，速冻食品中的火锅料制品迎来新一轮的高速发展期，火锅料制品行业企业收入规模实现快速增长。

与此同时，消费场景还出现向串串香、方便火锅、关东煮、麻辣烫、一人食小火锅等场景转移的趋势。此类消费场景多具备规模小型化、食用或操作方便的特点，迎合了现代年轻人社交细分化的趋势，满足了消费者对方便经济的需求，因此得到快速发展。新消费场景的崛起必然将带动其上游行业的进一步发展，而速冻食品中的速冻鱼肉制品及速冻肉制品作为麻辣烫、火锅等行业的重要消费品类，在消费场景不断更新、消费规模不断扩大的背景下，将迎来行业的高速发展期，实现行业的进一步发展。

外卖是速冻食品行业重要的业务市场之一。我国互联网餐饮外卖市场发展迅猛，截至 2020 年，其市场规模达到 8,352 亿元左右，同比增长 14.82%。外卖业务市场的快速发展极大的促进了餐饮行业进一步发展，并且间接拉动了包括速冻食品行业生产供应商在内的部分上游食品供应商的餐饮渠道端业务。同时，速冻食品企业开始跨界外卖，进入外卖系统，开启外卖接单服务的趋势，在互联网的影响下，国内速冻食品行业将进入前所未有的新发展时期。

团餐是速冻食品行业的另一重要业务市场。国民经济的稳步发展，互联网信息技术的不断发展以及食堂日益显著的社会化趋势，不断推进团餐这一业务市场的快速发展。根据中国饭店协会发布的《2021 中国餐饮业年度报告》数据显示，团餐市场总规模已从 2016 年的 0.9 万亿元提升至 2020 年的 1.53 万亿元，复合增速达 13.6%，占整体餐饮行业约 38.3% 的市场份额，保持平稳增长。与社会餐饮

不同，团餐供餐需求稳定且巨大，对食品安全、机械化程度、标准化程度以及供应产业链方面有较高的要求，而速冻食品由于具备卫生安全、标准化程度较高等特点，极大的满足了团餐的需求，在团餐行业高速发展的背景下，将迎来新的需求增长，实现餐饮渠道端的进一步开拓。

未来随着传统火锅业的稳步发展、消费场景转移的多样化，速冻食品市场覆盖面将更广，市场空间将加速释放，再加之外卖、团餐等业务市场的快速发展，速冻食品作为以上行业的重要消费品类将迎来巨大的市场空间，实现行业的高速发展。

⑦人口老龄化、家庭结构变化以及女性就业率提高的背景下，饮食趋向轻便化

伴随中国经济进步和社会发展水平提升，人口老龄化、家庭结构变化以及女性就业率提高等社会因素的变化不断催动方便经济发展，饮食日渐轻便化。

根据国家统计局数据，中国 65 岁及以上人口占比从 2005 年的 7.7% 上升到 2021 年的 14.2%，老龄化问题日益严重。由于老年人自理能力日渐下降，且不利于进行家庭烹饪，加之新一代年轻人工作忙碌，难以投入时间和精力照顾老年人的饮食起居，速冻食品方便快捷、营养美味的特点迎合了老年人对饮食轻便化的需求，随着老龄人口的逐渐增加，将拉动速冻食品需求量的增长，推动速冻食品行业的发展。

与此同时，我国家庭规模呈现出不断缩减的趋势，根据国家卫生健康委员会发布的数据显示，目前我国家庭发展呈现出家庭规模小型化、家庭类型多样化的特点，主要家庭模式以二人家庭、三人家庭为主，由两代人组成的核心家庭占比达六成以上，同时，单人家庭、空巢家庭、丁克家庭不断涌现。家庭规模缩小，相应的在饮食上就会越来越倾向于选择简单便捷的食品，既能克服缺少烹饪时间的缺点，又能满足小家庭小食量的需求，轻便化的餐饮方式日益受到消费者的推崇，速冻食品也因节省烹饪时间、快捷方便的特点而受到小型家庭群体的广泛喜爱。未来，随着小型家庭数量的增加，必然将带动速冻食品销量的增长。

此外，女性就业规模持续扩大，职业女性数量不断增加，相应的全职家庭主妇比例有所下降，这一变化趋势也推动了对方便经济的需求。我国女性就业率在

世界范围内处于较高水平，根据国家统计局发布的《〈中国妇女发展纲要（2011-2020年）〉终期统计监测报告》显示，2020年，我国女性就业人员占全社会就业人员的比重达到43.5%，其中城镇单位女性就业人员达到6,779.4万人，占城镇单位就业人员的比重约为40.7%，女性就业规模持续扩大。越来越多的女性走上职业道路，相较于全职家庭主妇，其花费在家庭上的时间较少，家庭劳动时间成本越来越高，因此对家庭烹饪的要求越来越趋向于方便快捷，对方便食品的需求日益增加，而速冻食品营养、健康的特性将促使其成为消费者在方便食品中的最佳选择，进而拉动速冻食品行业的进一步发展。

人口老龄化、家庭规模小型化、女性就业规模扩大等趋势的出现，促使消费者对饮食提出方便快捷的诉求，此外经济高速发展对高效率的要求也促使饮食趋向轻便化发展。在饮食轻便化发展趋势的背景之下，速冻食品由于具备方便快捷、营养美味、安全卫生等特点，在较大程度上满足了新时代消费者对餐饮的需求，因此将迎来新的发展机遇。

（2）项目目的

①提升公司综合竞争力，巩固公司行业地位

公司作为速冻食品行业内首家上市企业，产能、产量、销售规模 and 市场份额等指标位于行业前列。为进一步巩固公司行业地位，公司需要进一步提升产能产量，提升产线信息化、智能化水平，整合优化生产资源，实现集约化、柔性化生产。

本次募投项目水产品精深加工及速冻菜肴制品项目引入高度自动化的速冻食品生产线，可以优化生产工艺，改善生产布局，提高生产自动化、智能化程度，将有效帮助公司突破产能瓶颈，增强柔性化生产能力，推出更加符合消费者需求的高品质产品，进而满足不断增长的市场需求；同时也有利于大幅提升中高端产品产能，优化产品结构。产能扩张带来的规模效应亦有助于降低产品的边际成本，提高产品的利润率，提高公司盈利能力。

②补充流动资金，满足公司日渐增加的营运资金需求，优化公司财务结构

随着公司的持续发展以及本次募投项目水产品精深加工及速冻菜肴制品项目的投产，公司的业务规模将持续扩大，将对公司营运资金造成压力，本次发行

募集资金部分用于补充流动资金将有效满足公司未来业务发展的流动资金需求，提升公司市场竞争力，同时降低市场环境变化、国家信贷政策变化等潜在风险对公司的影响，提升公司财务安全水平和灵活性。

5、项目必要性

(1) 突破产能瓶颈，满足日益增长的市场需求

速冻食品作为快速消费产品，具备卫生安全、方便快捷、营养美味、加热即食的优点，在当代快节奏的社会生活中，极大程度的满足了消费者对方便产品的要求，因此不断取代传统产品，成为日常食品消费的新潮流。根据《中国速冻食品行业概览》数据显示，我国速冻食品行业市场规模从 2013 年的 649.8 亿元发展到 2021 年的 1,755 亿元，年复合增长率达到 13.22%。

公司作为一家速冻鱼肉制品、速冻肉制品和常温鱼肉制品与肉制品以及速冻菜肴制品的研发、生产、销售企业，近年来凭借高品质的产品、相对完善的营销网络、较强的自主研发实力等优势取得快速发展。随着品牌知名度的进一步提升以及营销网络建设的日渐完善，预计公司将在未来几年内保持较高的发展速度。但目前公司现有的产能已经无法满足市场消费需求增长的需要，销售旺季时产品供不应求，无法承接所有客户的订单，只能选择性承接效益较好的订单，产能不足成为公司规模扩张与持续快速发展的重要制约因素。

此次项目的实施，是公司在综合考虑行业发展趋势及市场需求发展的基础上做出的重大决策，未来随着项目的逐步推进，将帮助公司突破产能瓶颈，增强柔性化生产能力，及时把握行业发展趋势，推出更加符合消费者需求的高品质产品，进而满足不断增长的市场需求，促使公司实现进一步的发展。

(2) 大幅提升中高端产品产能，优化产品结构，提升盈利能力

消费者购买力增强以及社会消费结构的优化升级有力地推动了速冻食品行业的消费升级，行业中高端产品需求不断提升，产品高端化趋势渐显。公司是行业内较早涉足中高端市场业务拓展的企业，旗下中高端产品包括“鱼极”系列、“海欣精品”系列以及速冻菜肴制品，属于公司的核心品牌和主打产品，具备较高的利润空间。未来，受益于行业消费结构升级带来的中高端产品需求增长，公司在中高端市场的提前布局将取得显著成效。但由于人员、设备、场地等因素的

限制，导致现有的高端产品产能供应能力无法满足未来业务发展的需要。

因此，公司亟需通过此次项目的实施，扩大中高端产品的产能，优化产品结构，提高公司在中高端市场的份额，从而扩大公司品牌在国内的影响力。同时，产能扩张带来的规模效应有助于降低产品的边际成本，提高产品的利润率，推动公司盈利能力达到一个新的水平。

(3) 建设大豆拉丝蛋白生产能力，从源头提升原材料质量、供应掌控能力，为进军素肉类产品打造研发及产业化基础

公司主要从事速冻鱼肉制品与速冻肉制品、常温鱼肉制品与肉制品以及速冻菜肴制品的研发、生产、销售，产品定位为中高端市场，经过多年的耕耘，凭借高水准的产品质量赢得行业内的高度认可。原材料质量水平的高低在极大程度上决定了产品品质的高低。但目前食品行业各原料市场的产品质量参差不齐，品质无法保证。为保证高水准的产品品质，公司一直严抓原材料采购工作，致力于从源头处提升原材料供应质量，不断强化原材料供应能力。公司在实行严格的供应商筛选制度的同时，还逐步向上游原材料产业链延伸，从源头把控原材料质量，已在浙江舟山建设了专业的鱼糜生产基地，以保证高品质鱼糜这一主要原材料的供应。

大豆拉丝蛋白含有天然抗氧化剂，能有效防止肉制品氧化酸败，并改进产品口感，改善风味，是速冻食品的重要配料。该募投项目将建立原材料大豆拉丝蛋白的生产线，在一定程度上提高公司产品质量的同时，有助于公司从源头处提高原材料质量水平，进一步强化对原材料供应质量及供应的掌控能力，完善原材料供应链，降低原材料成本，并减小原材料价格及质量波动风险对公司生产经营活动造成的影响。

同时，大豆拉丝蛋白是生产素肉食品的主要原材料，在拉丝蛋白中添加维生素、微量元素、植物香料等配料可制成具有肉类味道和营养价值的素肉食品。当前在环保、健康饮食理念驱动下，素肉食品正成为食品行业的发展热点，国内外食品企业正在积极部署素肉食品领域。本项目建设的拉丝蛋白生产能力，可以为公司进行素肉即食休闲食品、素肉速冻食品的研发以及未来产业化打下基础，有利于公司未来利用已有的休闲食品、速冻食品营销渠道，进军素肉食品领域。

(4) 优化工艺流程，提升自动化水平，进一步提高产品质量

受益于人们生活水平的逐步提高以及餐饮行业的不断发展，未来速冻食品行业市场规模将持续增长，行业发展空间十分可观，因此也吸引着越来越多的资本和企业涉足该领域，但目前速冻食品行业的进入门槛相对较低，因此导致了行业内市场竞争进一步加剧。尽管公司在速冻食品行业深耕多年，拥有高效的管理水平、丰富的生产经验、先进的生产工艺和设备、覆盖全国的营销网络以及优质的产品等竞争优势，属于行业内少数的优势企业，但在目前行业日益激烈的市场竞争背景下，公司仍然需要继续优化产品生产工艺流程，改进生产设备，提升自动化水平，从而提高产品品质，以便于构筑更高的竞争壁垒，保持在行业的领先地位。

产品质量的优劣对公司的品牌形象及发展前景有直接的影响，先进的生产工艺有助于提高产品质量，打造高品质产品，从而塑造公司高端品牌形象。由于公司产品的原材料多为深海鱼类、新鲜禽畜肉等，对生产工艺要求较高，先进的生产工艺有助于在最大程度上保留原材料原有的营养、口感和风味，进而生产出高品质的产品。公司凭借自身的研发优势，相继研发出“鱼丸自动加工机”等生产设备以及“海洋低值小杂鱼深加工技术”、“灌汤速冻丸及其制备工艺关键性技术”等生产工艺技术，不断优化生产工艺流程，实现了产品质量的进一步提高，成功打造出“鱼极”、“海欣精品”等中高端产品。

目前，公司作为业内领先的大型优势企业，自主研发了鱼丸自动加工设备，推动生产自动化的逐步实现，极大的提高了生产效率及产品品质。但在部分环节，公司尚处于半自动化或人工操作阶段，生产管理、质量管控以及生产效率仍存在较大的提升空间。未来，在行业需求快速增长对生产效率提出更高要求以及电子工业快速发展的背景下，生产自动化成为不可阻挡的行业趋势。本项目的实施是基于市场需求增加及公司生产效率水平提高的共同要求，引入高度自动化的速冻食品生产线，优化生产工艺，改善生产布局，提高生产自动化、智能化程度，有助于公司提升产品质量的一致性 & 生产效率，提升公司市场竞争力。

(5) 为公司深化渠道、提高市场占有率提供产能基础

我国地域辽阔、人口众多、饮食习惯复杂多变，公司为打造全国性品牌，以

福州为中心，在北京、上海、广州、武汉、南京、沈阳、成都设立七大营销大区，构建了辐射全国的营销网络。未来，公司计划实现全国范围内地级市的 100% 全覆盖，并且加速推进渠道下沉工作，实现销售渠道横向拓宽与纵向加深的同步推进，从而进一步提高公司的市场占有率水平。

近年来，公司产品销量持续快速增长，为满足快速增长的订单需求，公司通过增设流水线、改进生产设备、优化生产工艺等方式持续扩张产能，但现有产能依旧无法满足快速增长的市场需求。销售渠道的进一步拓宽及深化必然导致市场对公司产品需求的进一步增长，加剧公司供给不足的矛盾。

本项目的实施将在较大程度上提升公司的产能规模，有助于解决公司面临的供需矛盾，为进一步拓宽及深化销售渠道，进而提高市场占有率提供产能基础，推动公司的长期持续健康发展。

(6) 满足公司战略发展需求

公司成立于 1996 年，主要从事速冻鱼肉制品与速冻肉制品和常温鱼肉制品与肉制品以及速冻菜肴制品的研发、生产和销售。经过多年的发展，在速冻鱼、肉制品行业具备较高的声誉和认知度，沉淀了稳定的管理团队、专业的研发团队及完善的品控体系，拥有丰富的速冻鱼、肉制品行业研发、生产、管理、技术和销售经验，对行业发展有深刻认识，能充分把握行业发展的趋势，并结合公司的实际情况，及时且高效制定符合公司实际的发展战略。

未来，随着行业市场的进一步发展，公司规划围绕海洋高值低脂白色蛋白为代表的食品大消费品板块业务，继续夯实速冻鱼、肉制品业务，并扩大“海欣精品”系列、“鱼极”系列、速冻菜肴制品等中高端系列产品的产能，同时开发海欣休闲常温鱼制品品类，提高整体业务量及利润空间。此外，公司还将坚持以用户和消费者为中心，积极通过产品开发、模式创新、资源整合和产业并购等方式，实现产品的创新发展、品牌的进一步升级、品类的多元化等目标，进而构建公司的新核心竞争力，形成新的利润增长点。

为了实现这一发展战略，公司有必要通过此次项目的实施，扩大公司产能规模，尤其是提高中高端产品的产能，从而进一步优化公司产品结构，借助中高端产品带来的高利润空间以及扩产带来的规模效益提高公司盈利能力；同时，不断

改进生产工艺及设备，实现生产工艺的优化升级，进一步提升公司生产的自动化水平，从而实现产品质量的提高，进而提升公司品牌的影响力，增强公司的核心竞争力。

6、项目实施可行性

(1) 项目拥有良好的政策环境

受益于国民经济的稳步发展，人们生活水平不断提高，社会消费结构持续升级，餐饮行业规模快速发展，速冻食品行业进入高速发展阶段。为促进速冻食品行业的长期持续健康发展，国家及各级政府相继出台了一系列的政策予以大力支持，并逐步完善食品安全监管体系及行业标准建设。2016年12月农业部发布的《全国渔业发展第十三个五年规划（2016-2020年）》提出“积极发展水产品精深加工；提高水产品的附加值；培植壮大一批消费引导型的水产品加工龙头企业”。2017年1月农业部发布的《“十三五”渔业科技发展规划》（农渔发〔2017〕3号）中提出“构建完成主导水产品的全产业链精深加工与质量安全保障技术体系，建成一批主导水产品精深加工的区域性产业基地和水产品精深加工的产业化示范生产线”。2017年5月科学技术部发布的《“十三五”食品科技创新专项规划》（国科发农〔2017〕143号）中提出“要推动中华老字号食品传承升级，打造百年食品品牌；大力开发适应市场新需求变化的新工艺和新产品”。2018年12月修订的《中华人民共和国食品安全法》中提出“国家鼓励和支持开展与食品安全有关的基础研究、应用研究，鼓励和支持食品生产经营者为提高食品安全水平采用先进技术和先进管理规范”。一系列产业政策的出台为速冻鱼、肉制品行业的发展构建了良好的政策环境。此外，国家还出台了《食品生产许可管理办法》及《食品添加剂使用标准》《速冻食品生产和经营卫生规范》《速冻调制食品》等一系列国家标准或行业标准，促进了行业的规范化发展。

受益于国家政策的大力支持以及行业的规范化发展，速冻食品行业发展得到良好的政策保障，行业内的无序竞争及不规范的生产行为将得到有效的遏制，行业技术水平、质量水平及盈利水平将显著提升，有助于行业内优势企业实现快速发展，为该募投项目的实施提供有利的政策环境。

(2) 行业市场前景广阔

近年来，中国经济增长保持中高速水平，居民收入水平不断提高，并拉动居民消费水平的进一步发展以及消费结构的优化升级。加之，在当代快节奏的社会生活中，消费者对方便快捷的方便食品需求日益增加，速冻食品加热即食和安全营养的优点极好的迎合了消费者方便快捷的诉求以及崇尚健康生活的消费理念，因此，未来公司的消费端业务市场发展前景广阔。同时，随着我国餐饮行业进入消费快速增长周期，受益于消费场景转移以及餐饮企业连锁化、标准化程度提升，速冻食品在餐饮行业的市场需求快速增长，从而拉动公司业务市场板块快速增长，为其提供广阔的市场空间。

公司自成立以来就专注于速冻食品行业，经过多年的生产经营，产品品类丰富且品质水平相对较高。公司的产品不仅能够满足终端消费者对高品质产品的要求，同时也能满足餐饮企业对高标准化、高性价比产品的要求，因此终端消费者消费需求的增长以及餐饮业务市场的快速发展，可为公司消化新增产能提供市场基础，有助于保证该募投项目的顺利推进，推动公司的发展迈入新阶段。

(3) 公司拥有深厚的生产技术积淀及行业经验

作为国内较早运用现代化食品生产工艺改造地方特色食品的企业，经过多年的生产经营活动，公司在实践中积累了丰富的生产技术及行业经验。公司以海洋水产品的精深和高值化加工、鱼糜制品配方改进及安全检测、加工设备的更新和工艺改造为研发方向，经过多年的技术积累，在海洋低值鱼类陆基加工新技术及设备方面取得丰硕的研发成果，例如，首创的海洋低值小杂鱼深加工技术，解决了行业内鱼糜品质低下的瓶颈，极大的拓宽了海洋低值经济鱼类的使用范围，大幅提高小杂鱼的经济价值；研制出的鱼丸自动加工机，实现了地方传统风味食品从作坊式手工加工向流水线自动化生产方式的转变，有效提高了产品品质及生产效率，并降低了企业的生产成本。公司先进的生产工艺、技术及丰富的行业经验，都将为本次募投项目的实施提供良好的工艺、技术保障，推动项目的顺利进行。

(4) 公司拥有完善的品控制度，齐全的管理认证及生产资质，保障产品品质稳定可靠

公司在多年的生产经营中构建了成熟完善的品质控制体系。在人员方面，拥

有一批长期从事速冻鱼肉制品、速冻肉制品加工及品质管理方面的专业技术人员和管理人员。在原材料采购方面，为保证原料鱼糜的供应及质量，公司采取了向产业上游延伸的战略，通过在浙江舟山建设鱼糜生产基地来确保形成高品质鱼糜供应渠道。在品控标准方面，针对不同业务环节制定了质量管理体系，明确了对产品研发、采购、生产、储存、销售全过程的质量控制要求，并陆续通过了 ISO9001 质量管理体系认证以及 HACCP 认证，取得食品生产许可证、食品经营许可证、出口食品生产企业备案证明等相关资质和许可。公司所具备的成熟的品控体系和齐全的管理认证及生产资质、许可将为募投项目的顺利推进奠定扎实的基础。

(5) 公司营销网络完善，客户资源丰富

自 2008 年起，公司以福州为中心，逐步在北京、上海、广州、武汉、南京、沈阳、成都设立七大营销大区，并持续致力于营销网络的搭建和营销渠道的建设工作。公司产品不仅进入各大型连锁商超系统，包括沃尔玛、永辉、大润发、家乐福、华润万家、麦德龙等，还供给社区便利店以及张亮麻辣烫、海底捞、杨国福、中石化等特通客户，构筑了覆盖全国的营销网络，保证公司产品在一周内即可推广到全国各地的终端市场。

同时，公司采用“掌控终端、合作共赢”的联合分销模式，通过主动对终端进行登记、建档、开发、生动化陈列和维护，降低在非商超终端对经销商的依赖程度，提高公司对终端的控制力，形成自上而下的一体化营销网络系统。此外，还通过引导经销商根据销售终端的需求指令发挥自身铺货、配货功能，培养经销商的忠诚度，进一步强化公司对渠道的掌控力，巩固公司的市场份额及地位。这一创新营销模式，不仅有助于完善公司的营销网络建设，而且将推动实现公司与经销商的共同发展。此外，公司还拥有一批经验丰富的营销队伍，针对不同渠道特点，开展营销推广活动，进行市场开发和业务拓展。

公司全面而完善的营销网络、丰富的客户资源、创新的营销模式以及专业的营销队伍是未来项目新增产能得以充分消化的重要保障，有助于募投项目的快速推进。

(6) 公司品牌形象良好，享有较高的知名度和美誉度

公司以“创造健康美食，倡导优质生活”为经营理念，自成立以来，一直致

力于打造品牌形象。目前，公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 认证，并取得出口食品生产企业备案证明，产品质量稳定可靠，得到行业内的广泛认可，为公司塑造优秀品牌形象打下坚实的基础。同时，近年来，公司通过线上媒体广告以及线下推广活动持续进行品牌推广，并积极参与亚洲食材展、中国国际渔业博览会、中国火锅料节、成都餐饮供应链展等国内有影响力的行业展会。此外，公司加大公交车媒体、广播、户外大牌、社区媒体和冷冻品批发市场的品牌推广投入，有效扩大了公司品牌的受众群，提高了公司品牌的知名度和美誉度。

公司实际控制人家族自 1903 年开始经营鱼糜制品，迄今已有百年历史传承，“百年鱼丸世家”在行业内享有盛誉。此外，公司被认定为“中国改革开放 30 年中华老字号传承创新优秀企业”、“2018 年中国 500 最具价值品牌”、“2018 年亚洲品牌 500 强”等荣誉称号，入选“中国食品行业质量放心品牌”数据库，产品鱼丸及太平燕被福建省烹饪协会认定为“福建省名小吃”。

良好的品牌形象提升了公司的知名度和综合竞争力，提高了终端消费者渠道的业务体量，有助于保障未来新增产能的充分消化，从而推动公司实现进一步的发展。

(7) 公司具备成熟的管理团队及专业的研发团队

公司自成立以来，始终重视员工队伍的建设，积极引进优秀人才，形成了经验丰富、创新力强的高素质团队。公司各个部门的管理人员在相应的行业岗位有着多年的技能知识及管理经验积累，均具备较强的管理能力，可有效保证企业持续健康发展。

同时，公司非常重视产品的研发工作，注重通过多种形式的专项培训快速提高员工的产品研发水平，组建了一支专业的速冻制品研发团队，通过加大研发投入等方式不断提升公司的研发实力，优质的研发队伍为公司的发展提供了强大的动力。

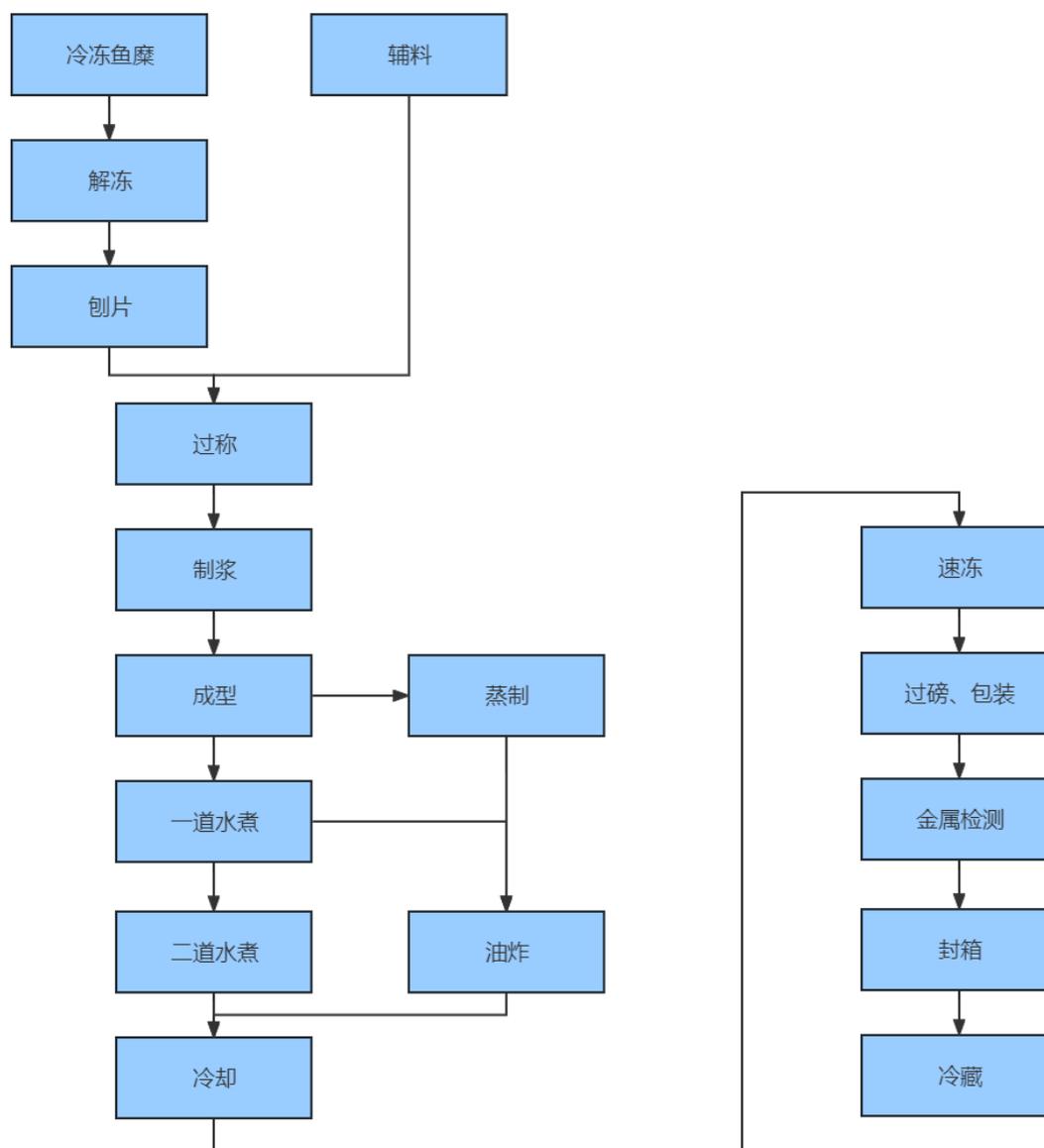
在现有的优秀员工队伍和科学有效的研发方式下，公司将通过社招与校招相结合的招聘方式继续吸引具有管理经验和技术经验的高级人才，进一步充实员工队伍，打造更加富有竞争力的管理及研发团队。经验丰富的管理团队和专业的研发团队将为该募投项目提供可靠的人才及技术创新保障，从而提升公司的竞争

力，推动公司持续稳定的发展。

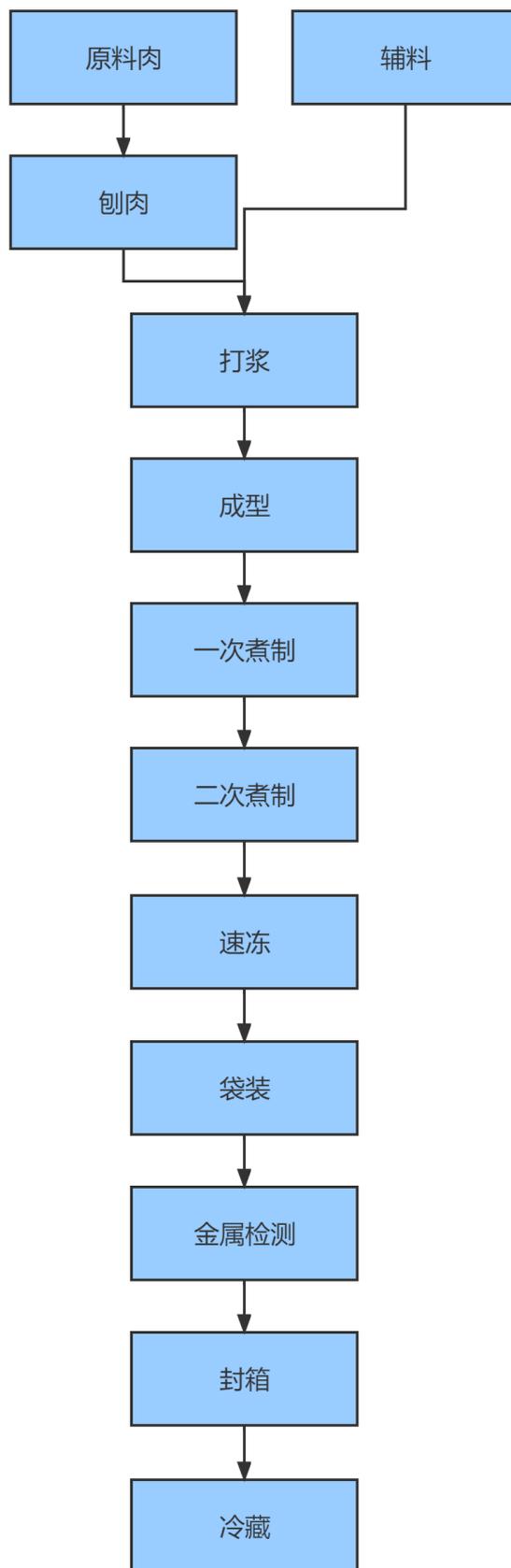
7、项目工艺流程及特点

本项目涉及的产品主要包括速冻鱼肉制品（包括速冻鱼肉制品、鱼极系列产品、精品系列产品）、速冻肉制品、速冻菜肴制品以及大豆拉丝蛋白，各类产品的主要工艺流程如下：

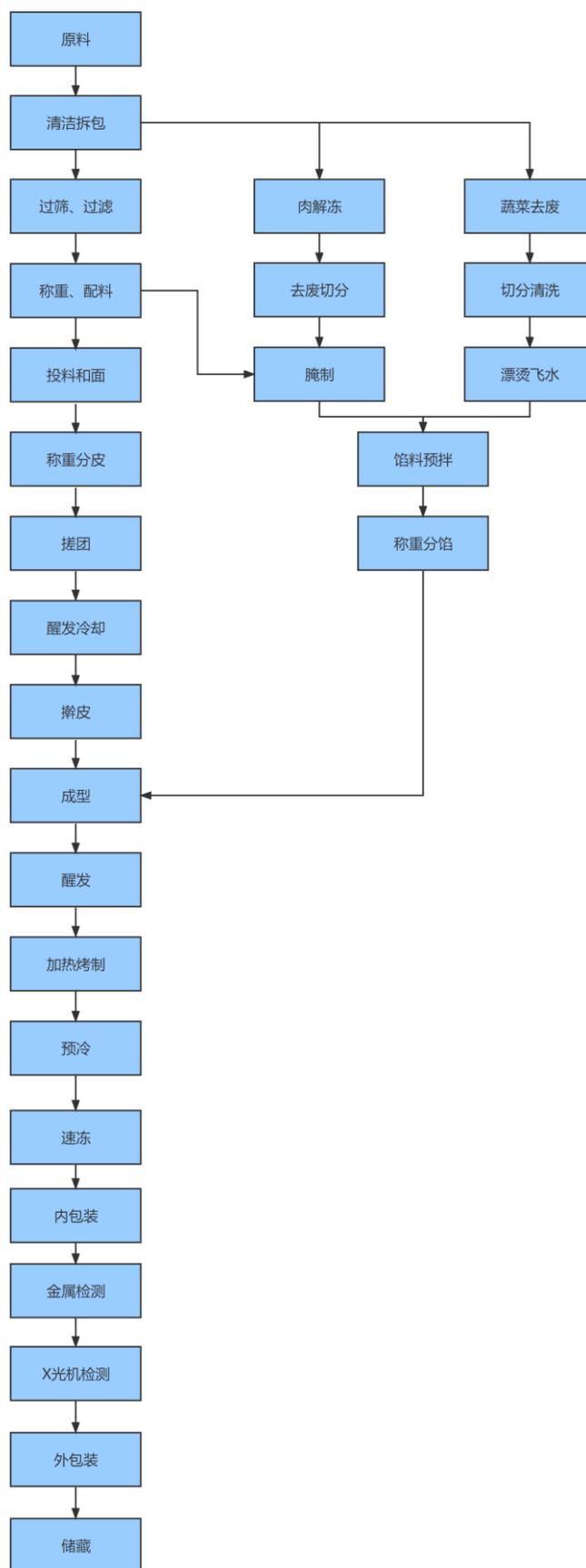
(1) 速冻鱼肉制品



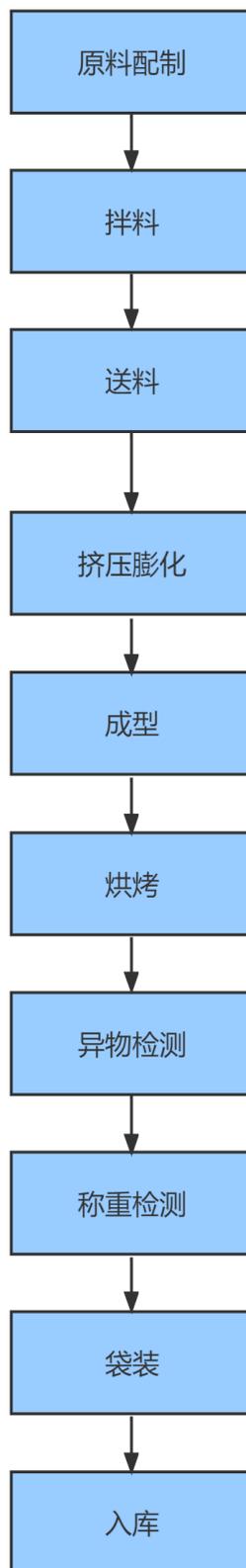
(2) 速冻肉制品



(3) 速冻菜肴制品



(4) 大豆拉丝蛋白



8、主要设备方案

本项目所需设备大部分为高端生产及测试设备,可以使公司的整体装备水平得到提高,保障项目实施与产品质量,具体如下:

序号	设备名称	数量
1	微波解冻	3
2	低温保鲜库	8
3	刨片机	8
4	绞肉机	7
5	地磅	16
6	高频打浆机	18
7	片冰机	9
8	斩拌机	9
9	大型斩拌机	7
10	物料钢桶	200
11	泵馅设备	12
12	低温高湿解冻	2
13	花色米面生产线(全套线)	4
14	水煮生产线	19
15	油炸生产线	3
16	成型机	70
17	自动蒸线	1
18	多功能包馅鱼丸机	2
19	氟系统单冻机	9
20	自动包装机(含秤)	22
21	自动拉伸膜真空机	1
22	金属检测仪	28
23	检重机	30
24	智能装箱系统	13
25	码垛机	9
26	自动真空机	2
27	X光检测机	2
28	拉丝蛋白生产线	6

序号	设备名称	数量
29	微生物检测设备	1
30	理化检测设备	1
31	空气净化温控系统	2
32	天然气锅炉（小）	2
33	空压机	40
34	储油罐	1
35	电梯	9
36	电动小叉车	5
37	电动叉车	6
38	洗衣机、烘干机等	2
39	车间数据系统	2
40	车间监控系统	2
41	IT 硬件设备	1
42	IT 软件	1
43	车间吊顶	2
44	排气系统	3
45	车间地坪及排水设施	2
46	电缆、水管安装	1
47	污水处理设施	1
48	厂区电房配置	1
49	天然气锅炉（大）	2
50	更衣室智能储物柜	1
51	MES 系统	1
52	冷库制冷设备与系统	1
53	办公设备	1
54	厂区监控	1
55	托盘	11,000
56	大地磅	1

9、项目涉及的土地、立项、环评事宜

（1）项目用地

建设项目拟选址在福建省福州市连江县琯头镇阳岐村、竹岐村，该地块属于

工业用地。福建长恒已取得项目用地的《不动产权证书》（证号：闽（2017）连江县不动产权第 0011925 号）。

（2）项目立项

本项目于 2019 年 11 月获得福建省连江县发展和改革局出具的《福建省投资项目备案证明》（闽发改备[2019]A120191 号）。

由于市场环境发生变化，公司对本项目进行了调整，并于 2022 年 11 月获得连江县发展和改革局出具的调整后的《福建省投资项目备案证明》（闽发改备[2019]A120191 号）。

（3）项目环评

公司制定了各种环境保护措施方案，以最大限度降低项目建设及生产期间对周边环境所造成的影响。本项目已取得福州市连江生态环境局出具的《关于福建长恒食品有限公司水产品精深加工及速冻菜肴制品项目环境影响报告表的批复》（榕连环评〔2023〕7 号）。

10、项目实施进度安排

本项目建设工期为 42 个月。具体进度安排如下：

项目实施内容	第一年				第二年				第三年				第四年	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
项目筹备														
工程实施														
设备购置及安装调试														
人员招聘及培训														
设备陆续投产														

12、项目实施方式

本项目实施主体为发行人全资子公司福建长恒食品有限公司，募集资金到位后，发行人将以增资的方式，将募集资金投入到福建长恒食品有限公司，用于本募投项目。

13、项目经济效益情况

本次募集资金投资项目投产后的主要财务指标如下：

序号	指标名称	指标金额
1	年均销售收入（万元）（不含税）	142,991.56
2	年均净利润（万元）	9,484.59
3	财务内部收益率（所得税后）	15.76%
4	项目投资回收期（年，所得税后）	7.80

（1）效益测算的依据

①营业收入测算。产品销售数量按照本项目建成后的产品方案及相应产能估算，销售价格参考公司同类产品的报告期平均价格并基于谨慎性原则进行测算。

②营业成本测算。本项目的主要生产成本包括直接材料、直接人工、制造费用以及运输成本。直接材料参考公司同类产品报告期该项成本占收入比重进行测算。直接人工成本按照产能确定的劳动定员，乘以单位人员工资确定。制造费用包含折旧与摊销、间接人工、其他制造费用，其中折旧摊销，按照项目固定资产投资，采用公司确定的折旧摊销政策进行测算。运输成本参考报告期公司同类产品的运输成本占收入比例测算。

③期间费用测算。人工费用根据本项目预计需要人员数量及薪酬情况测算。折旧费用根据本项目预计设备相关投入及折旧年限测算。其余期间费用参考公司历史的期间费用率测算。

④税费测算。增值税按照适用 13% 的增值税税率计算，企业所得税按照适用 25% 的企业所得税税率计算。

（2）效益测算的具体过程

公司本次募集资金投资项目具体收入、成本、费用及利润情况预计如下：

单位：万元

项目	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
营业收入	78,351.54	125,362.46	156,703.07	156,703.07	156,703.07	156,703.07	156,703.07	156,703.07
业务成本	62,105.31	98,387.61	122,610.86	122,610.86	122,610.86	122,558.21	122,494.94	122,439.18
税金及附加	-	512.70	963.37	963.37	963.37	963.37	963.37	963.37

项目	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
管理费用	2,670.50	4,182.84	5,176.31	5,176.31	5,176.31	5,095.98	5,084.51	5,084.51
销售费用	7,052.09	10,932.79	13,450.95	13,450.95	13,450.95	13,450.95	13,450.95	13,450.95
财务费用	541.80	995.52	1,062.96	960.83	662.19	83.73	7.76	-
利润总额	5,981.84	10,351.00	13,438.61	13,540.74	13,839.38	14,550.82	14,701.55	14,765.06
所得税	1,495.46	2,587.75	3,359.65	3,385.19	3,459.84	3,637.71	3,675.39	3,691.26
净利润	4,486.38	7,763.25	10,078.96	10,155.56	10,379.53	10,913.12	11,026.16	11,073.79

本项目税后内部收益率测算系按照历年所得税后净现金流量，依照内部收益率计算公式测算。税后回收期测算系按照项目累计所得税后净现金流量金额测算。

(3) 毛利率与净利率的合理性

本项目达产后的毛利率为 21.76% 至 21.87%。2021 年，公司同行业可比公司安井食品、千味央厨、惠发食品的毛利率分别为 22.12%、22.36%、15.13%，平均毛利率为 19.33%，与本项目达产后毛利率较为接近。

本项目达产后的销售净利率水平为 6.43% 至 7.07%。2021 年，公司同行业可比公司安井食品、千味央厨、惠发食品的净利率分别为 7.41%、6.85%、-8.48%，除惠发食品 2021 年因原料价格变动、实施股权激励、提高员工薪酬待遇、加大宣传推广投入等原因导致亏损外，安井食品、千味央厨净利率与本项目达产后净利率较为接近。

综上，本次募投项目的效益测算具有谨慎性与合理性。

(二) 补充流动资金

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的 7,000 万元用于补充流动资金，满足公司日常生产经营资金需求，进一步确保公司的战略实施、增强公司抗风险能力及市场竞争力。

2、项目实施的必要性分析

(1) 公司业务规模快速增长，营运资金需求逐步增加

随着公司的持续发展以及本次募投项目水产品精深加工及速冻菜肴制品项

目的投产，公司的业务规模将持续扩大，在存货、应收账款等资产增加的同时，人力成本也将持续上升，将对公司营运资金造成压力，因此，本次发行补充流动资金项目将有效满足公司未来业务发展的流动资金需求，提升公司市场竞争力，帮助公司实现进一步发展。

补充流动资金项目具体测算依据及测算过程如下：

①基本计算方法

本次补充营运资金测算系在公司 2019 年、2020 年、2021 年收入增长率的基础上，估算未来三年营业收入，按照销售百分比法测算未来收入增长所导致的经营性流动资产及经营性流动负债的变化，进而测算公司未来三年生产经营对流动资金的需求量，即因营业收入增长所导致的营运资金缺口。

②营业收入增长预测

2019 年、2020 年、2021 年，公司营业收入增长率分别为 21.03%、15.92%、-3.45%，平均增长率为 11.17%。假设 2022 年至 2024 年公司营业收入增长率为 11.17%，则预计营业收入分别为 172,340.46 万元、191,584.07 万元、212,976.43 万元。

③营运资金需求测算过程

在公司经营模式保持稳定不发生较大变化的情况下，假设公司经营性流动资产和经营性流动负债与公司的营业收入呈一定比例，即经营性流动资产销售百分比和经营性流动负债销售百分比一定，且未来三年保持不变。

公司未来三年营运资金缺口计算公式如下：

营运资金缺口=2024 年末营运资金占用金额-2021 年末营运资金占用金额

营运资金占用金额=经营性流动资产金额-经营性流动负债金额

经营性流动资产金额=应收票据金额（含应收款项融资）+应收账款金额+预付账款金额+存货金额

经营性流动负债金额=应付票据金额+应付账款金额+预收账款及合同负债金额

公司采用 2021 年末各指标比重的平均值作为营运资金缺口的测算比重。

根据上述预测营业收入及基本假设，未来三年新增营运资金需求的测算过程如下：

单位：万元

项目	2021 年末 实际数	比例	2022 年至 2024 年预计经营资产及经营 负债数额（预计）		
			2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	155,029.77	100.00%	172,340.46	191,584.07	212,976.43
应收票据及应收款项 融资	7.40	0.00%	8.22	9.14	10.16
应收账款	19,685.38	12.70%	21,883.46	24,326.98	27,043.34
预付账款	1,479.84	0.95%	1,645.07	1,828.76	2,032.96
存货	37,149.19	23.96%	41,297.29	45,908.56	51,034.73
经营性流动资产合计	58,321.81	37.62%	64,834.05	72,073.45	80,121.20
应付账款	24,577.89	15.85%	27,322.26	30,373.08	33,764.55
应付票据	8,808.30	5.68%	9,791.84	10,885.20	12,100.65
预收账款及合同负债	1,700.09	1.10%	1,889.92	2,100.95	2,335.54
经营性流动负债合计	35,086.27	22.63%	39,004.02	43,359.23	48,200.74
流动资金占用额（经营 性流动资产-经营性流 动负债）	23,235.54	14.99%	25,830.03	28,714.22	31,920.46
测算营运资金需求					8,684.92

根据上述测算，公司 2022 年-2024 年新增营运资金缺口为 8,684.92 万元。本次补充流动资金将有效补充公司营运资金，与公司的生产经营规模和业务状况相匹配。

（2）优化公司财务结构，提高抗风险能力

目前，公司主要通过银行借款等方式进行融资，截至 2021 年末，公司短期借款、应付票据和长期借款合计金额达 27,363.34 万元，资产负债率达 46.34%。通过本次发行补充流动资金项目，公司将改善资产负债结构，降低市场环境变化、国家信贷政策变化等潜在风险对公司的影响，为公司日常经营活动和发展提供保证，提升公司财务安全水平和灵活性。

四、本次募集资金投向符合国家产业政策和板块定位

本次发行满足《注册管理办法》第三十条关于符合国家产业政策和板块定位（募集资金主要投向主业）的规定。

（一）本次募集资金投向符合国家产业政策要求

发行人主营业务为速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、速冻菜肴制品及常温休闲食品的研发、生产和销售，本次募集资金投向水产品精深加工及速冻菜肴制品项目、补充流动资金项目。

为促进速冻食品行业的长期持续健康发展，国家及各级政府相继出台了一系列的政策予以大力支持，并逐步完善食品安全监管体系及行业标准建设。2016年12月农业部发布的《全国渔业发展第十三个五年规划（2016-2020年）》提出“积极发展水产品精深加工；提高水产品的附加值；培植壮大一批消费引导型的水产品加工龙头企业”。2017年1月农业部发布的《“十三五”渔业科技发展规划》（农渔发〔2017〕3号）中提出“构建完成主导水产品的全产业链精深加工与质量安全保障技术体系，建成一批主导水产品精深加工的区域性产业基地和水产品精深加工的产业化示范生产线”。2017年5月科学技术部发布的《“十三五”食品科技创新专项规划》（国科发农〔2017〕143号）中提出“要推动中华老字号食品传承升级，打造百年食品品牌；大力开发适应市场新需求变化的新工艺和新产品”。2018年12月修订的《中华人民共和国食品安全法》中提出“国家鼓励和支持开展与食品安全有关的基础研究、应用研究，鼓励和支持食品生产经营者为提高食品安全水平采用先进技术和先进管理规范”。一系列产业政策的出台为速冻鱼、肉制品行业的发展构建了良好的政策环境。

综上，发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策要求，不存在需要取得主管部门意见的情形。

（二）关于募集资金投向与主业的的关系

公司本次募集资金主要投向主业：

项目	水产品精深加工及速冻菜肴制品项目	补充流动资金项目
1 是否属于对现有业务（包括产品、服务、技术等，下同）的扩产	是。 水产品精深加工及	否

项目	水产品精深加工及速冻菜肴制品项目	补充流动资金项目
	速冻菜肴制品项目是对公司现有业务的补充,旨在帮助公司突破产能瓶颈,优化产品结构。本次募投项目涉及的速冻鱼肉制品、速冻肉制品、鱼极系列产品、精品系列产品、速冻菜肴制品等产成品均为公司已有产品品类,在扩大公司产能的同时,公司可以优化产品结构,提升中高端产品占比,提升公司盈利能力。	
2 是否属于对现有业务的升级	否	否
3 是否属于基于现有业务在其他应用领域的拓展	否	否
4 是否属于对产业链上下游的(横向/纵向)延伸	是。 水产品精深加工及速冻菜肴制品项目涉及的大豆拉丝蛋白系公司产品原材料,通过新增原材料产能可以帮助公司从源头提升原材料质量、供应掌控能力,增强公司综合竞争力。	否
5 是否属于跨主业投资	否	否
6 其他	无	无

五、本次募集资金投向对同业竞争和关联交易的影响

本次发行前,发行人已按照《公司法》《证券法》和中国证监会的有关要求,建立了比较完善的法人治理结构,发行人与控股股东、实际控制人之间在人员、资产、财务、机构、业务等方面相互独立,本次发行不会对发行人的独立性产生负面影响。本次发行募集资金投资项目实施后,发行人不会与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争或影响发行人业务经营的独立性。

六、本次募集资金运用的影响

（一）对股东结构的影响

本次发行完成后，公司将增加不超过 7,500.00 万股的有限售条件流通股份。按照本次发行的数量上限及截至 2022 年 12 月 31 日实际控制人持股数量测算，本次发行完成后，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严合计持有公司股份比例为 37.23%，仍为公司的实际控制人。本次发行不会导致公司实际控制权发生变化，本次发行完成后，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严仍是公司的实际控制人。

（二）对高管人员结构的影响

截至本募集说明书签署日，公司尚无对高级管理人员结构进行调整的计划。本次发行完成后，不会对高级管理人员结构造成重大影响。

（三）对业务结构的影响

本次发行募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务展开，系公司对主营业务的拓展和完善，项目实施后将增强公司主营业务的盈利能力，不会导致公司业务收入结构发生重大变化。

（四）对发行人财务状况和盈利能力的影响

本次发行完成后，公司总资产、净资产将相应增加，资金压力得到一定程度的缓解，资产负债率将有所下降，财务结构更加合理。本次发行完成后，公司的生产能力及规模将得到提高，公司整体盈利能力将得到较大提升，有利于公司为股东创造更多的回报。本次发行完成后，公司筹资活动现金流量将大幅增加；随着资金投入募集资金投资项目，投资活动产生的现金流出量也将逐渐提升。待项目完工后，募集资金投资的项目带来的现金流量逐年体现，公司经营活动产生的现金流入量将显著提升。因此，本次发行将使公司现金流状况明显改善。

（五）对发行人独立性的影响

本次发行前，发行人已按照《公司法》《证券法》和中国证监会的有关要求，建立了比较完善的法人治理结构。

本次发行完成后，发行人与控股股东、实际控制人之间在人员、资产、财务、机构、业务等方面相互独立。

第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划

本次向特定对象发行股票募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务展开，系公司对主营业务的拓展和完善，项目实施后将增强公司主营业务的盈利能力，不会导致公司业务收入结构发生重大变化。公司的业务范围保持不变，不涉及公司业务与资产的整合。

若公司在未来拟进行重大资产重组，将根据有关法律、法规的规定，履行必要的法律程序和信息披露义务。

二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化

截至 2022 年 12 月 31 日，公司实际控制人为滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严，合计持有公司股份 206,906,700 股，占公司总股本的 43.04%。本次向特定对象发行股票数量合计不超过 7,500 万股，若以本次发行数量上限计算，本次发行完成后，公司总股本由发行前 48,076 万股增加到 55,576 万股，上述实际控制人合计持股比例为 37.23%，仍处于控股地位。本次发行不会导致公司控制权发生变化。

三、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况

截至本募集说明书签署日，本次向特定对象发行股票尚未确定发行对象，本公司是否与发行对象或发行对象的控股股东、实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

四、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况

截至本募集说明书签署日，本次向特定对象发行股票尚未确定发行对象，本公司是否与发行对象或发行对象的控股股东、实际控制人存在关联交易的情况，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

第五节 最近五年内募集资金运用的基本情况

发行人于 2012 年 9 月 27 日首次公开发行股票并上市，募集资金总额 51,330.00 万元，前次募集资金到账已经超过五年，公司本次向特定对象发行 A 股股票无需编制前次募集资金使用情况报告，亦无需聘请会计师事务所对前次募集资金使用情况出具鉴证报告。

第六节 与本次发行相关的风险因素

一、经营风险

（一）市场竞争风险

随着我国速冻食品安全的标准越来越高，行业进入门槛不断提高，加之市场竞争的日益深入，速冻食品行业市场份额逐步呈现集中的趋势。但由于公司的产品市场在不同地域反映出不同消费者习惯，因此公司在不同类型区域市场面临不同的市场竞争风险，在成熟地区竞争有序，市场份额逐年集中，各竞争对手为提高市场占有率导致竞争强度有所加强，公司在该区域主要面临来自少数同档次企业以非价格手段展开的竞争；在高速发展地区，消费者对产品的辨识度正在形成，品质竞争与价格竞争同存，公司既面临同档次企业的竞争，也面临低端品牌产品的冲击；在拓展地区，尚无占据明显优势的企业品牌，消费习惯尚待引导，市场尚需培育，低端品牌产品的价格竞争冲击较为明显。未来随着竞争对手投入力度的加大、管理与运营水平的逐渐提升，行业市场竞争不断加剧，若公司不能持续巩固并扩大竞争优势，继续保持在行业内的技术、质量、市场、品牌等方面的优势，无法进一步提升核心竞争力，公司将面临市场竞争加剧的风险。

（二）需求不均衡所导致的经营风险

由于我国中秋节、春节和元宵节等传统节日大多集中在每年的8月份至次年2月份，且此期间天气逐渐转冷，对火锅料制品的消费需求也逐渐增加。在销售旺季期间，公司虽然在生产上不断加大投入力度，但受限于产能不足，产品无法完全满足市场需求，旺季时会出现断货情况，对市场占有率的扩大造成不利影响。因此公司存在因需求不均衡所导致的经营风险。

（三）管理风险

经过多年的持续经营和发展，公司已逐步形成了较为成熟的经营管理体系，组建了稳定高效的管理团队。本次发行完成后，公司资产规模将进一步扩大，将对公司的管理层提出新的和更高的要求。如果公司的管理水平和管理人员配置不能与其快速扩张的规模相适应，公司的组织结构、内部控制、人员管理制度、激励机制不能得到及时、适当的调整，公司竞争力将出现被削弱的情形，公司的长

期发展将受到不利影响。此外，公司与全国各地大量的经销商和大型商超系统之间均存在合作关系，而多区域市场经营需要较强的管理能力作为基础，未来随着市场的扩大，若公司无法在管理上实现快速响应，将对经营产生一定影响。

（四）主要原材料价格变动的风险

公司生产所需的主要原材料包括鱼浆、肉类和粉类等，直接材料成本占营业成本的比例约为 70%，原材料价格的波动直接影响公司的盈利水平。原材料价格的波动主要受宏观经济周期、市场供求关系、运输条件、气候及其他因素影响，未来若主要原材料的市场价格出现大幅波动，导致单位生产成本的提高，公司可能存在产品毛利率下降、业绩下滑的风险。

（五）发生自然灾害等不可抗力风险

台风、地震、洪水等自然灾害、战争及其他突发性公共事件会造成公司的经济损失或导致盈利能力下降。鱼浆、肉类等产品是公司生产所需的主要原材料。若我国主要养殖及捕捞区域发生自然灾害，公司可能难以及时、充足的采购到符合质量管理要求的原辅材料，可能产生原材料供应中断或供应数量不足、原材料价格上涨、消费者对速冻食品的消费需求降低等风险。

二、食品质量安全风险

食品是直接关系到人民健康和生命安全的特殊消费品，近年来，消费者的食品安全意识和权益保护意识日益增强，食品安全问题也受到监管部门和社会舆论的高度关注。若公司在生产过程中因任一环节出现疏忽将导致食品安全问题或事故；或在产品流通环节中因偶发事件导致冷链物流断链，进而引发产品变质；或在终端销售中因经销商、商超保存不当导致食品安全存在问题；或在原材料采购环节中因上游供应商的原料隐藏安全问题而导致产品存在潜在的食品安全问题，都将对生产经营造成重大不利影响。因此，公司存在因产品质量管理失误而带来的食品质量安全控制风险，从而对公司的业务、财务状况和经营业绩产生重大不利影响。

三、财务风险

（一）业绩波动风险

公司报告期内的净利润分别为 683.99 万元、7,049.53 万元、-3,662.22 万元及 5,549.22 万元。2020 年速冻食品行业整体销量增长，2021 年非理性消费、囤货性消费减少，尤其是商超和 BC 类渠道消费量明显下降。同时，2021 年不同区域的物流、存储和正常销售受阻，抑制了局部地区的销售增长；2021 年受国内外市场环境的影响，公司生产所需的原材料、人工、能源、运输等成本均出现不同程度的上涨；2022 年 1-9 月，得益于公司降本增效管控效果及资产处置收益增加，净利润有较大增长。

公司为缓解近几年日益突出的产能供应不足问题，于 2020 年前后采用并购、租赁和自建的方式扩充产能。但由于食品制造业对产品质量安全的要求较高，该行业内企业在产能扩张过程中，生产磨合、设备调试以及员工培养等方面的要求均高于其他行业，产能逐步释放所需时间较长，规模效应体现相对较慢，固定资产折旧及人员工资等固定成本增加，将进一步降低公司综合毛利率，从而导致公司净利润显著下降。未来若公司销售不能实现持续增长，或新增产能实现完全达产用时过长，原材料、人工、能源、运输等成本继续上涨，则势必会影响公司的盈利能力，公司将面临经营业绩波动的风险。

（二）固定资产折旧大幅增加的风险

截至 2022 年 9 月 30 日，公司固定资产账面余额为 42,311.99 万元。本次募集资金投资项目建成后，公司固定资产规模将大幅增加，年折旧费用将相应增加。如果未来市场发生重大不利状况，募集资金投资项目未能实现预期效益，则存在因固定资产折旧费用大量增加导致利润下滑的风险。

（三）存货管理风险

近年来，随着业务规模的快速扩张，公司的存货规模增长较快。报告期各期末，公司存货金额分别为 29,453.51 万元、32,247.06 万元、37,149.19 万元及 32,464.26 万元，占流动资产的比例较高，分别为 39.69%、38.63%、50.83% 及 44.30%。若公司未来不能对存货进行有效管理，导致存货过期或规模过大，存在存货跌价风险，将可能给公司生产经营带来负面影响。

（四）应收账款管理风险

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 20,227.92 万元、22,203.59 万元、19,685.38 万元及 16,566.71 万元，应收账款账面余额占营业收入比例分别为 14.60%、13.83%、12.70% 及 15.13%。虽然报告期各期末公司应收账款账龄结构良好，1 年以内账龄的应收账款占比均在 95% 以上，且公司一贯重视应收账款的管控工作，但仍无法完全排除客户发生信用风险导致违约的可能，进而造成坏账损失并对公司盈利水平造成不利影响。

（五）本次发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后公司总股本及净资产将有一定幅度的增加。由于募集资金投资项目建设周期较长及项目建成投产并产生效益需要一定的过程和时间，建设期内股东回报仍主要通过现有业务实现。在公司总股本和净资产增加的情况下，若公司业务规模和净利润未能获得相应幅度的增长，每股收益和加权平均净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降，本次募集资金到位后公司即期回报（每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的风险。

四、募集资金投资项目相关风险

（一）募集资金投资项目产能消化风险

本次募投项目建成投产后，公司将新增 7.5 万吨鱼、肉糜制品、2.5 万吨速冻菜肴制品年产能，相较 2021 年度公司产能，整体扩产幅度达 107%。虽然公司已就本次募投项目进行了充分的可行性论证，有利于减小和控制新增产能风险。但如果宏观经济波动，未来市场需求发生重大不利变化，或公司拟采取的产能消化措施未能得到有效实施，则有可能会影响未来新增产能的消化，影响募投项目未来收益的实现，导致本次募投项目投产后可能存在产能消化风险。

（二）新建大豆拉丝蛋白产能的风险

本次募投项目建成投产后，公司将新增 2000 吨大豆拉丝蛋白年产能。大豆拉丝蛋白系公司含肉产品原材料，公司目前同类原材料均由外购获得。虽然公司在具有的大豆拉丝蛋白相关人才、技术储备，以及大豆拉丝蛋白制成产品的相关客户储备，但公司此前并未有同类原材料的生产经验，若大豆拉丝蛋白生产质量及市场对于其制成产品的接受度不及预期，将对公司业务发展及盈利水平造

成不利影响。

五、实际控制人控制风险

根据截至 2022 年 12 月 31 日实际控制人持股数量测算，本次发行前，公司实际控制人滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严合计持有 43.04% 的公司股份；本次发行成功后，公司实际控制人合计持股比例将降为 37.23%（按照本次发行股数上限 75,000,000 股测算），滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严仍处于实际控制地位。虽然本公司已经建立“三会”议事规则、独立董事制度，并由独立董事担任董事会提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会的主任委员，完善了公司法人治理结构，但是实际控制人仍然可以通过行使表决权等方式控制本公司的生产经营和重大决策，可能做出对其有利但损害本公司和中小股东利益的行为。

六、与本次发行相关的发行风险

（一）本次发行股票的审批风险

本次向特定对象发行股票尚需通过深交所审核，并需取得中国证监会同意注册的批复，能否通过审核并取得同意注册的批复，以及最终取得注册批复的时间均存在不确定性。因此，本次发行方案能否最终成功实施存在不确定性。

（二）发行风险

本次向特定对象发行股票募集资金，受证券市场波动、公司股票价格走势、投资者对本次发行方案的认可程度等多种因素的影响，公司本次发行存在发行风险和不能足额募集资金的风险。

（三）股票价格波动风险

股票市场投资收益与风险并存。股票的价格不仅受公司盈利水平和公司未来发展前景的影响，还受投资者心理、股票供求关系、公司所处行业的发展与整合、国家宏观经济状况以及政治、经济、金融政策等诸多因素的影响。同时，公司本次发行尚需履行相关审批程序，需要一定的时间方能完成，在此期间，公司股票的市场价格可能会出现波动，从而影响投资者的收益，在此提请投资者关注相关风险。

第七节 发行人及各中介机构声明

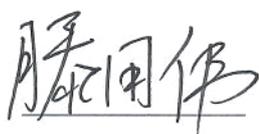
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：



滕用庄



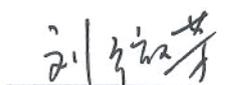
滕用伟



滕用严



吴迪年



刘微芳



吴丹

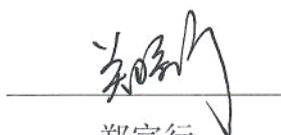


吴飞美

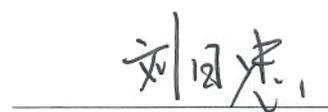
全体监事：



陈为味



郑宗行



刘日忠

非董事高级管理人员：



郑顺辉



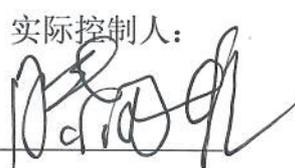
郑铭



二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：
滕用雄

实际控制人：   
滕用雄 滕用庄 滕用严 滕用伟



三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对募集说明书进行核查，确认募集说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人： 陈玉春
陈玉春

保荐代表人： 郑珺文
郑珺文

俞琳
俞琳

法定代表人： 冉云
冉云

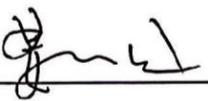


国金证券股份有限公司

2023年3月26日

保荐人（主承销商）管理层声明

本人已认真阅读海欣食品股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理： 
姜文国

董事长： 
冉云



保荐机构法定代表人声明

本人已认真阅读海欣食品股份有限公司募集说明书的全部内容,确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人:


冉云



四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师： 蔡钟山
蔡钟山

陈禄生
陈禄生

律师事务所负责人： 柏涛
柏涛



审计机构声明

大华特字[2023]000795号

本所及签字注册会计师已阅读海欣食品股份有限公司(以下简称“发行人”)募集说明书,确认募集说明书与本所出具的大华审字[2020]007242号审计报告、大华审字[2021]008891号审计报告及大华审字[2022]0010248号审计报告的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告的内容无异议,确认募集说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人:



梁春

签字注册会计师:

曹隆森

李夏凡



六、董事会声明

（一）关于未来十二个月内其他股权融资计划的声明

除本次发行外，公司在未来十二个月内暂无其他股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况安排股权融资，将按照相关法律法规履行审议程序和信息披露义务。

（二）关于本次向特定对象发行股票摊薄即期回报的填补措施及相关承诺

针对发行人本次发行摊薄即期回报，发行人已按照国务院和中国证监会有关规定制定了填补措施及并作出相关承诺。

1、本次发行摊薄即期回报填补的具体措施

（1）加强募集资金管理，提高资金使用效率

公司对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合国家产业政策、行业发展趋势以及公司发展战略，具有较好的发展前景和预期效益。本次发行募集资金到位后，公司将根据《募集资金管理制度》等规定，对募集资金进行专项存储，保障募集资金按照预定用途使用，并配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督。公司未来将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升公司盈利能力。

（2）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司将加强项目事后跟踪和风险管理，将深入挖掘自身潜力，加强节能降耗和成本管理，并积极进行必要的设施工艺改造和技术提升。同时，公司将加强日常经营管理和内部控制，不断完善法人治理结构，加强预算、投资管理，全面提升公司日常经营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩。

本次发行完成后，公司将加强内部管理，合理规范使用募集资金，提高资金使用效率，采取多种措施提升公司盈利水平，加快募投项目实施进度，尽快实现项目预期效益。在符合利润分配条件的前提下，积极推动对股东的利润分配，提高公司对投资者的回报能力，有效降低原股东即期回报被摊薄的风险。

(3) 不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的规定，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》的规定行使职权，作出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，维护公司全体股东的合法权益。

(4) 完善利润分配制度，强化投资者分红回报机制

为进一步健全和完善公司的利润分配政策，建立科学、持续、稳定的分红决策和监督机制，增强利润分配的透明度，积极回报投资者，引导投资者树立长期投资和理性投资理念，根据《公司法》《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定，结合公司经营发展情况，公司制定了《未来三年股东回报规划（2021-2023年）》，明确了公司利润分配的具体形式、条件、比例、决策程序等，完善了公司利润分配的决策程序和机制，强化了中小投资者权益保障机制。

2、公司董事、高级管理人员关于保证发行人填补即期回报措施切实履行的承诺

为贯彻落实《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》，忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，确保公司填补回报措施能够得到切实履行，特作出如下承诺：

“1、本人承诺忠实、勤勉地履行公司董事及/或高级管理人员的职责，维护公司和全体股东的合法权益。

2、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不会采用其他方式损害公司利益。

3、本人承诺对董事、高级管理人员的职务消费行为进行约束。

4、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动。

5、本人承诺在本人自身职责和合法权限范围内，全力促使由公司董事会或董事会薪酬与考核委员会制订的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投赞成票（如有表决权）。

6、如公司未来制订股权激励计划的，本人承诺在本人自身职责和合法权限范围内，全力促使公司制订的股权激励计划的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投赞成票（如有表决权）。

7、自本承诺函出具日至公司本次发行股票实施完毕前，如中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会发布的该等新的监管规定的，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

8、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报的相关措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，如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。

9、本人作为填补回报措施相关责任主体之一，如违反上述承诺或拒不履行上述承诺的，本人同意中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。”

3、公司控股股东、实际控制人关于保证发行人填补即期回报措施切实履行的承诺

为贯彻落实《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》，维护公司和全体股东的合法权益，确保公司填补回报措施能够得到切实履行，特作出如下承诺：

“1、本人承诺依照相关法律、法规及《海欣食品股份有限公司章程》的有关规定行使股东及/或实际控制人的权利，承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2、自本承诺函出具日至公司本次发行股票实施完毕前，如中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会发布的该等新的监管规定的，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出

具补充承诺。

3、本人承诺切实履行海欣食品制定的有关填补回报的相关措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，如本人违反该等承诺并给海欣食品或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对海欣食品或者投资者的补偿责任。

4、本人作为填补回报措施相关责任主体之一，如违反上述承诺或拒不履行上述承诺的，本人同意中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。”

海欣食品股份有限公司董事会

2023年3月26日

