

证券代码:603020 证券简称:爱普股份 公告编号:2019-016

爱普香料集团股份有限公司

关于上海证券交易所对公司2018年度报告的事后审核问询函的回复公告

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

爱普香料集团股份有限公司（以下简称“公司”）于2019年5月15日收到上海证券交易所上市公司监管一部《关于对爱普香料集团股份有限公司2018年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2019】1063号，以下简称“《问询函》”）。公司董事会对《问询函》高度重视，组织相关各方对《问询函》中涉及的问题进行逐项落实，现就《问询函》相关问题公司回复：

一、关于主营业务发展

近两年，公司业绩下滑明显，2017年公司实现营业收入23.25亿元，同比增长1.91%，实现归属于上市公司股东的净利润1.4亿元，同比下滑24.45%，实现扣除非经常性损益的净利润1.32亿元，同比下滑26.6%，2018年公司实现营业收入25亿元，同比增长5.2%，实现归属于上市公司股东的净利润1.1亿元，同比下滑23.5%，实现扣除非经常性损益的净利润1.07亿元，同比下滑19.2%。公司结合行业发展趋势及公司经营情况，补充披露以下信息。

1、关于公司业绩及主营业务，公司披露，香精、香料及食品配料行业周期性不明显，其国内市场处于成熟期。请公司补充披露：(1)公司具体的经营模式，包括主要生产工艺，主要生产环节、上下游、主要产品等情况，近几年是否发生较大变化，如是，请说明原因；(2)在主营业务国内市场上处于成长期的环境下，公司近两年营收微增、净利润连续下滑的原因，是否与行业发展相悖；(3)针对公司净利润连续下滑状况，未来拟采取的应对措施。

公司回复：

(1)公司具体的经营模式，包括主要生产工艺，主要生产环节、上下游、主要产品等情况，近几年是否发生较大变化，如是，请说明原因；

公司主营业务的经营模式：“以销定产”。即以各销售部门的订单为核心，通过制造系统衔接研发、制造和采购的采购计划，按时、保质、保量完成销售订单。公司贸易业务的经营模式：“以销定购”。

公司具体的经营模式，包括主要生产工艺，主要生产环节、上下游、主要产品等情况，与招股说明书的披露一致，近几年未发生较大变化。

(2)在主营业务国内市场上处于成长期的环境下，公司近两年营收微增、净利润连续下滑的原因，是否与行业发展相悖：

近年来，国内香料香精行业、食品制造业平稳增长。2015年至2017年，香料香精行业年复合增长率约3%，食品制造业年复合增长率为3.22%。公司近两年主营业务的营收增长率与行业发展水平相匹配。净利润下滑主要是产品毛利率下滑所致。公司近两年毛利率变动趋势与同行业公司一致。

(3)针对公司净利润连续下滑情况，未来拟采取的应对措施。

基于公司主营业务所处行业的发展趋势，结合公司现有的资源、经验和技术，公司将主要采取以下措拖来实现经营业绩的长期、持续稳定。

公司将通过在现有主营业务的细分领域进行业务拓展，逐步以本土制造原料替代进口原料，持续优化工艺及配方，以降低成本。积极跟踪下游客户产品研究方向，提升细分产品的市场占有率；同时加强业务板块之间的良性互动，发挥协同效应，有效提升资源整合能力，从而保持国内领先地位。

公司将按照现代企业管理制度的要求，进一步着力构建规范、高效的公司治理结构。加强对公司各项决策的决策、管理、监督，确保公司战略目标的实现。

继续开展新产品的自主研发与应用研究，加大香精香料技术的研究，加大力度型香精香料的开发与应用，持续进行工艺、质量控制技术的研究；加大绿色合成工艺路线的改进，开展环保与节能技术的应用，遵循国际产品质量与安全标准，建立和健全香料香精产品的检测技术体系、风险评估体系、安全溯源和预警体系。

关于毛利率。2015年至2018年，公司的毛利率分别为23.86%、21.15%、19.09%、17.59%，近年来持续下降。分产品项下，报告期内公司香精、香料及食品配料毛利率分别同比下滑2.15%、7.93%、0.78%，其中，香精毛利在下滑下系上游部分产品单价及原材料涨价。请公司结合主要产品分细部分的供求关系、发展态势，同行业情况等，补充披露：(1)香料毛利率下滑的主要原因；(2)香精调价部分产品单价的具体情况以及下调的原因；(3)食品配料上游的主要产品改变销售模式的具体情况和具体影响；(4)对标同行业可比公司细分产品所在存在的差异，分析并说明存在差异的原因。

公司回复：

(1)香料毛利率大幅下滑的原因：

大型香料制造企业是公司的核心客户，这类企业的某些口味产品在市场上生命周期较长，生命周期较长的产品，香精的采购量一般较大。公司作为供应商，每年都会收到此类下游客户的降价要求。基于商业利益的综合考量，公司下调了大型香料制造企业客户部分香精的单价。

(2)香精调价部分产品单价的具体情况以及下调的原因：

公司披露，香精的主要品种在市场上的生命周期较长，生命周期较长的产品，香精的采购量一般较大。公司作为供应商，每年都会收到此类下游客户的降价要求。基于商业利益的综合考量，公司下调了大型香料制造企业客户部分香精的单价。

(3)食品配料上游的主要产品改变销售模式的具体情况和具体影响：

2016年起，公司食品配料贸易业务上游主要供应商，占同类业务采购额的60%以上，开始直接在国内设立仓库供货，同时变更更中国区销售政策，逐步开放销售渠道，导致其产品国内经销商准入门槛降低，市场竞争加剧，公司利润空间被压缩，食品配料经销商毛利率下降20%。

(4)对标同行业可比公司细分产品所在存在的差异，分析并说明存在差异的原因。

从收入结构来看，2017、2018年香精收入约占公司主营业务的65.29%、6.51%，系公司非贸易业务的主要收入和利润来源。公司与同行业可比公司细分业务毛利率对比如下：

单位:人民币万元

项目	2018年	2017年
华宝股份香精业务	77.60%	70.44%
百润股份香精业务	64.20%	67.21%
本公司香精业务	40.62%	43.18%

注：1.华宝股份收入中，烟草用香精占比约为85%；

2.百润股份收入中，烟草用香精占比最高。

(3)针对公司净利润连续下滑情况，未来拟采取的应对措施。

基于公司主营业务所处行业的发展趋势，结合公司现有的资源、经验和技术，公司将主要采取以下措拖来实现经营业绩的长期、持续稳定。

公司将通过在现有主营业务的细分领域进行业务拓展，逐步以本土制造原料替代进口原料，持续优化工艺及配方，以降低成本。积极跟踪下游客户产品研究方向，提升细分产品的市场占有率；同时加强业务板块之间的良性互动，发挥协同效应，有效提升资源整合能力，从而保持国内领先地位。

公司将按照现代企业管理制度的要求，进一步着力构建规范、高效的公司治理结构。加强对公司各项决策的决策、管理、监督，确保公司战略目标的实现。

继续开展新产品的自主研发与应用研究，加大香精香料技术的研究，加大力度型香精香料的开发与应用，持续进行工艺、质量控制技术的研究；加大绿色合成工艺路线的改进，开展环保与节能技术的应用，遵循国际产品质量与安全标准，建立和健全香料香精产品的检测技术体系、风险评估体系、安全溯源和预警体系。

关于毛利率。2015年至2018年，公司的毛利率分别为23.86%、21.15%、19.09%、17.59%，近年来持续下降。分产品项下，报告期内公司香精、香料及食品配料毛利率分别同比下滑2.15%、7.93%、0.78%，其中，香精毛利在下滑下系上游部分产品单价及原材料涨价。请公司结合主要产品分细部分的供求关系、发展态势，同行业情况等，补充披露：(1)香料毛利率下滑的主要原因；(2)香精调价部分产品单价的具体情况以及下调的原因；(3)食品配料上游的主要产品改变销售模式的具体情况和具体影响；(4)对标同行业可比公司细分产品所在存在的差异，分析并说明存在差异的原因。

公司回复：

(1)香料毛利率大幅下滑的原因：

大型香料制造企业是公司的核心客户，这类企业的某些口味产品在市场上生命周期较长，生命周期较长的产品，香精的采购量一般较大。公司作为供应商，每年都会收到此类下游客户的降价要求。基于商业利益的综合考量，公司下调了大型香料制造企业客户部分香精的单价。

(2)香精调价部分产品单价的具体情况以及下调的原因：

公司披露，香精的主要品种在市场上的生命周期较长，生命周期较长的产品，香精的采购量一般较大。公司作为供应商，每年都会收到此类下游客户的降价要求。基于商业利益的综合考量，公司下调了大型香料制造企业客户部分香精的单价。

(3)食品配料上游的主要产品改变销售模式的具体情况和具体影响：

2016年起，公司食品配料贸易业务上游主要供应商，占同类业务采购额的60%以上，开始直接在国内设立仓库供货，同时变更更中国区销售政策，逐步开放销售渠道，导致其产品国内经销商准入门槛降低，市场竞争加剧，公司利润空间被压缩，食品配料经销商毛利率下降20%。

(4)对标同行业可比公司细分产品所在存在的差异，分析并说明存在差异的原因。

从收入结构来看，2017、2018年香精收入约占公司主营业务的65.29%、6.51%，系公司非贸易业务的主要收入和利润来源。公司与同行业可比公司细分业务毛利率对比如下：

单位:人民币万元

项目	2018年	2017年	2016年	2015年
华宝股份香精业务	77.60%	70.44%	73.01%	72.06%
百润股份香精业务	64.20%	67.21%	73.04%	72.20%
本公司香精业务	40.62%	43.18%	46.01%	45.03%

注：1.华宝股份收入中，烟草用香精占比约为85%；

2.百润股份收入中，烟草用香精占比最高。

(3)针对公司净利润连续下滑情况，未来拟采取的应对措施。

基于公司主营业务所处行业的发展趋势，结合公司现有的资源、经验和技术，公司将主要采取以下措拖来实现经营业绩的长期、持续稳定。

公司将通过在现有主营业务的细分领域进行业务拓展，逐步以本土制造原料替代进口原料，持续优化工艺及配方，以降低成本。积极跟踪下游客户产品研究方向，提升细分产品的市场占有率；同时加强业务板块之间的良性互动，发挥协同效应，有效提升资源整合能力，从而保持国内领先地位。

公司将按照现代企业管理制度的要求，进一步着力构建规范、高效的公司治理结构。加强对公司各项决策的决策、管理、监督，确保公司战略目标的实现。

继续开展新产品的自主研发与应用研究，加大香精香料技术的研究，加大力度型香精香料的开发与应用，持续进行工艺、质量控制技术的研究；加大绿色合成工艺路线的改进，开展环保与节能技术的应用，遵循国际产品质量与安全标准，建立和健全香料香精产品的检测技术体系、风险评估体系、安全溯源和预警体系。

关于毛利率。2015年至2018年，公司的毛利率分别为23.86%、21.15%、19.09%、17.59%，近年来持续下降。分产品项下，报告期内公司香精、香料及食品配料毛利率分别同比下滑2.15%、7.93%、0.78%，其中，香精毛利在下滑下系上游部分产品单价及原材料涨价。请公司结合主要产品分细部分的供求关系、发展态势，同行业情况等，补充披露：(1)香料毛利率下滑的主要原因；(2)香精调价部分产品单价的具体情况以及下调的原因；(3)食品配料上游的主要产品改变销售模式的具体情况和具体影响；(4)对标同行业可比公司细分产品所在存在的差异，分析并说明存在差异的原因。

公司回复：

(1)香料毛利率大幅下滑的原因：

大型香料制造企业是公司的核心客户，这类企业的某些口味产品在市场上生命周期较长，生命周期较长的产品，香精的采购量一般较大。公司作为供应商，每年都会收到此类下游客户的降价要求。基于商业利益的综合考量，公司下调了大型香料制造企业客户部分香精的单价。

(2)香精调价部分产品单价的具体情况以及下调的原因：

公司披露，香精的主要品种在市场上的生命周期较长，生命周期较长的产品，香精的采购量一般较大。公司作为供应商，每年都会收到此类下游客户的降价要求。基于商业利益的综合考量，公司下调了大型香料制造企业客户部分香精的单价。

(3)食品配料上游的主要产品改变销售模式的具体情况和具体影响：

2016年起，公司食品配料贸易业务上游主要供应商，占同类业务采购额的60%以上，开始直接在国内设立仓库供货，同时变更更中国区销售政策，逐步开放销售渠道，导致其产品国内经销商准入门槛降低，市场竞争加剧，公司利润空间被压缩，食品配料经销商毛利率下降20%。

(4)对标同行业可比公司细分产品所在存在的差异，分析并说明存在差异的原因。

从收入结构来看，2017、2018年香精收入约占公司主营业务的65.29%、6.51%，系公司非贸易业务的主要收入和利润来源。公司与同行业可比公司细分业务毛利率对比如下：

单位:人民币万元

项目	2018年	2017年	2016年	2015年
华宝股份香精业务	77.60%	70.44%	73.01%	72.06%
百润股份香精业务	64.20%	67.21%	73.04%	72.20%
本公司香精业务	40.62%	43.18%	46.01%	45.03%

注：1.华宝股份收入中，烟草用香精占比约为85%；

2.百润股份收入中，烟草用香精占比最高。

(3)针对公司净利润连续下滑情况，未来拟采取的应对措施。

基于公司主营业务所处行业的发展趋势，结合公司现有的资源、经验和技术，公司将主要采取以下措拖来实现经营业绩的长期、持续稳定。

公司将通过在现有主营业务的细分领域进行业务拓展，逐步以本土制造原料替代进口原料，持续优化工艺及配方，以降低成本。积极跟踪下游客户产品研究方向，提升细分产品的市场占有

率，同时加强与客户沟通，提前购进部分原料储备。合香料制造的上游供应商为加工企业，近年来，由于环保因素，加工品的供应量、供应价格存在不确定性。为能完成及时交货及稳定供应，需提前采购一些供量供应不稳定原料的。

(3)2018年主要产品新增库存量情况，与往年相比是否存在较大差异，如是请说明原因。

公司回复：

(1)分产品项下库存商品的具体构成情况；

单位:人民币万元

库存商品	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
香精	3,139.00			3,139.00
香料	3,624.23			3,624.23
白油食品配料	2,004.02			2,004.02
调味食品配料	17,465.02			17,465.02
小计	26,211.44			26,211.44
期末余额	20,294.49			20,294.49

(2)以销定产模式下存货同比增加21.83%、主要产品库存量同比增加58.71%