

# 信息披露

# A14

## Disclosure

(上接A13版)

19	宁国沁心	钟怀军持有6%的合伙份额并担任执行合伙企业人,邓惠玲持有36%的合伙份额	无实际经营	与发行人主营业务无关
20	南京沪惠通	钟勤川持股51%,邓惠玲持股49%	无实际经营	与发行人主营业务无关
21	南京吕兆	南京吕惠通科技有限公司持股100%,邓惠玲担任执行董事	无实际经营	与发行人主营业务无关
22	成都六通	钟怀军持股57.50%并担任执行董事	无实际经营	与发行人主营业务无关
23	海南佳	钟勤川持股100%并担任执行董事	无实际经营	与发行人主营业务无关

(2)实际控制人近亲属全资或控股的企业

实际控制人近亲属邓兆邦、谢斌控制的企业部分企业及个体工商户作为公司经销商或加盟店,与公司存在上下游关系,但不存在竞争关系,不存在与公司利益冲突的情形,与公司不存在行业竞争;其他企业实际经营业务主要为房屋租赁、房产开发或无实际经营等,与公司主营业务存在明显差异,不存在与公司利益冲突的情形,不存在与公司及其控股子公司从事相同或相似业务的情形,与公司之间不存在同业竞争。具体情况如下:

序号	企业名称	关系说明	实际经营业务	与公司业务的关系
1	四川紫燕投资	邓惠玲兄弟邓兆邦持股60%并担任执行董事,邓兆邦配偶桂芳持40%	房屋租赁	与发行人主营业务无关
2	南京金义文	邓惠玲兄弟邓兆邦持股70%	食品销售	
3	杭州侍橙	邓惠玲兄弟邓兆邦持股60%并担任执行董事,邓兆邦配偶桂芳持40%	食品销售	
4	杭州银粮食品管理有限公司	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股90%;邓惠玲的配偶桂芳持20%	食品销售	
5	石家庄景振	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股90%	食品销售	
6	南京金紫食品有限公司	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股90%	食品销售	
7	南京味翔食品有限公司	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股70%	食品销售	
8	南京荷润食品贸易有限公司	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股70%	食品销售	
9	南京易行	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股70%;邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股60%	食品销售	报告期内,公司向谢斌控制的主要关联交易为“采购商品、接受劳务”之“(一)报告期内的关联交易”相关内容。
10	南京秀燕	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股60%	食品销售	
11	杭州景振	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制企业,邓兆邦之女邓惠玲持股100%	食品销售	
12	南京金易瑞	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股70%	食品销售	
13	南京锦池	邓惠玲兄弟邓兆邦持股70%	食品销售	
14	南京珍珍	邓惠玲兄弟邓兆邦实际控制的企业,邓兆邦之女邓惠玲持股70%且担任执行董事	食品销售	
15	郑州紫邦	邓惠玲姐妹的配偶谢斌持股80%且担任执行董事	食品销售	上下游关系,系发行人的经销商,公司与邓兆邦控制的企业有合作关系,邓兆邦配偶桂芳持40%
16	郑州川燕	邓惠玲姐妹的配偶谢斌持股95%且担任执行董事	食品销售	
17	合肥紫燕	邓惠玲姐妹的配偶谢斌持股51%并担任执行董事,邓惠玲之子谢川持股49%	食品销售	报告期内,公司向谢斌控制的主要关联交易为“采购商品、接受劳务”之“(一)报告期内的关联交易”相关内容。
18	黑龙江省嘉州房地产开发有限公司	邓惠玲姐妹的配偶谢斌持股85%并担任总经理	房地产开发	与发行人主营业务无关
19	苏州工业园区研科技发展有限公司	戈吴超姐姐戈吴蝶持股100%并担任总经理兼任执行董事	无实际经营	与发行人主营业务无关
20	苏州紫燕	戈吴超姐姐戈吴蝶持股42%、戈吴蝶配偶的父子戈惠、戈惠的女儿戈惠娟分别持股25%、戈惠娟之子沈惠娟三人已签订一致行动协议	房屋租赁	与发行人主营业务无关
21	江阴市澄南奥美商业广场(个体工商户)	钟怀军兄弟钟伟担任经营者	无实际经营	与发行人主营业务无关
22	南京市浦口区邓兆彬肉制品店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
23	南京市玄武区官莲卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
24	南京市江宁区大沟卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
25	南京市江宁区大沟卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
26	南京市雨花区邓兆彬卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
27	南京市六合区邓兆彬泰亿市场卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
28	南京市六合区邓兆彬刘家湖市场卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
29	南京市秦淮区邓兆彬天长村卤店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
30	南京市秦淮区邓兆彬阳光里卤菜店(个体工商户)	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
31	南京市秦淮区邓兆彬卤菜店	邓惠玲兄弟邓兆彬担任经营者	食品销售	加盟店
32	苏州市雅戈服装厂	戈吴超父亲戈文奇持股100%	房屋租赁	与发行人主营业务无关

注:杭州景振食品管理有限公司2021年8月12日成立,南京味翔食品有限公司2021年12月10日成立,南京荷润食品贸易有限公司2022年1月11日成立,报告期内发行人未发生交易。

综上,实际控制人及其近亲属全资或控股的企业中,邓兆邦、谢斌控制的企业部分企业及个体工商户作为公司经销商或加盟店,与公司存在上下游关系,但不存在竞争关系,不存在与公司利益冲突的情形,与公司之间不存在同业竞争;其他企业实际经营业务与公司主营业务存在明显差异,不存在与公司利益冲突的情形,不存在与公司及其控股子公司从事相同或相似业务的情形,与公司之间不存在同业竞争。

(二)关联交易

1、经常性关联交易

报告期内,公司向关联方采购货物的情况如下:

关联方	交易内容	2021年度		2020年度		2019年度	
		交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
四川多味	采购复合调味料等	83.60	0.03%	-	-	-	-

注:占比指关联交易金额占当年度营业收入的比例。

四川多味是公司和四川川娃子食品有限公司、四川味乐美食品科技有限公司等共同投资的食品研发企业,在产品研发方面可为公司提供技术服务、供应链服务等支持。2021年11月,公司与四川多味合作研发牛鞭肠、草本猪蹄等新产品,其中:四川多味提供定制的复合调味料,公司运用生产工艺生产产品并以四川多味为销售平台。公司与四川多味的交易定价主要采取产品成本加成方式,即双方根据以成本核算为基础,同时兼顾考虑市场环境、供需状况等因素确定一定比例的利润。2021年度,公司向四川多味采购定制的复合调味料等合计183.60万元,向四川多味销售定制产品等合计140.83万元,相关交易具有必要性、合理性。

公司与四川多味的交易产品为定制产品,无公开市场参考价用作对比,按成本加成定价,加成比例为10.00%~20.00%,该成本加成比例为双方依据行业惯例及市场情况经协商一致确定,具备公允性,不存在对公司或关联方的利益输送。

(2)关联销售

报告期内,公司向关联方销售货物、提供服务情况如下:

关联方	交易内容	2021年度		2020年度		2019年度	
		交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
四川多味	销售定制产品	83.60	0.03%	-	-	-	-

注:占比指关联交易金额占当年度营业收入的比例。

四川多味是公司和四川川娃子食品有限公司、四川味乐美食品科技有限公司等共同投资的食品研发企业,是公司于南京、杭州等地区的经销商。报告期内,公司与该公司的关联交易金额分别为36,434.71万元、37,943.01万元和47,400.96万元,交易内容为特许经营产品以及包材、设备,相关运输服务,相关交易与公司的主营业务相关。2016年,公司开始采用以经销为主的连锁经营模式,建立“公司—经销商—终端加盟店—消费者”的经销商管理制度,对所有经销商执行统一的价格体系和促销政策,保证相关交易按市场化原则和公允价格进行,并严格执行法律、法规、规范性文件和公司内部制定的关联交易程序,不利用该类交易从事任何损害公司或其中小股东利益的行为,同时按相关规定进行信息披露义务。

2、与谢斌控制的企业之关联交易

谢斌是公司实际控制人邓惠玲的兄弟,南京金义文、杭州侍橙等经销商是邓兆邦控制的企业,是公司于南京、杭州等地区的经销商。

报告期内,公司与该公司的关联交易金额分别为36,434.71万元、37,943.01万元和47,400.96万元,交易内容为特许经营产品以及包材、设备,相关运输服务,相关交易与公司的主营业务相关。2016年,公司开始采用以经销为主的连锁经营模式,建立“公司—经销商—终端加盟店—消费者”的经销商管理制度,对所有经销商执行统一的价格体系和促销政策,与谢斌发生的关联交易具有必要性和合理性。2016年,邓兆邦实际控制业务开拓至杭州、贵阳等地。综上所述,公司与邓兆邦控制的企业发生的关联交易具有必要性、合理性。

报告期内,公司执行统一的经销商管理制度,与所有经销商签订《特许经营合同》标准合同条款,格式合同及条款适用于所有经销商。公司制定全国统一出厂价,并综合考虑市场竞争情况及产品定价情况等制定供货点、进货运利、开店返利、促销返利等折扣以及返利政策,对所有经销商执行统一的价格体系和促销政策,与邓兆邦发生的关联交易具有必要性和合理性。

2016年,公司开始采用以经销为主的连锁经营模式,建立“公司—经销商—终端加盟店—消费者”的经销商管理制度,对所有经销商执行统一的价格体系和促销政策,与谢斌发生的关联交易具有必要性和合理性。

2016年,公司开始采用以经销为主的连锁经营模式,建立“公司—经销商—终端加盟店—消费者”的经销商管理制度,对所有经销商执行统一的价格体系和促销政策,与谢斌发生的关联交易具有必要性和合理性。