股票代码:600381　　股票简称:青海春天　　公告编号:2022-027

青海春天药用资源科技股份有限公司关于对上海证券交易所《关于青海春天药用资源科技股份有限公司2022年半年度报告的信息披露监管问询函》的回复公告

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

青海春天药用资源科技股份有限公司(以下简称“公司”)于2022年9月2日收到上海证券交易所上市公司管理一部上证公函【2022】2469号《关于青海春天药用资源科技股份有限公司2022年半年度报告的信息披露监管问询函》(以下简称“《问询函》”)。

公司对该《问询函》予以了高度重视,积极组织有关人员和担任公司年度审计工作的大信会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“大信所”、“年审会计师”)对有关问题逐项予以核查、落实后,向上海证券交易所进行了书面回复,现将有关回复公告如下:

1. 半年度报告披露,公司主营酒水销售及虫草业务,报告期内酒水销售业务收入7269.82万元,同比增长746.14%,占公司营业收入比重升至73.27%。报告期内公司销售费用6905.57万元,同比增长277.14%,已超过去年全年的销售费用,主要系酒水快消品板块市场推广费增加。请公司补充披露:(1)本期酒水业务前十大客户名称、与公司是否存在关联关系、本期销售金额、形成应收款项以及同比变动情况和原因;(2)公司对上述客户的具体营销情况,是否存在销售折扣或费用返还,如有,请说明营销方式、金额及会计处理及依据;(3)公司酒水业务销售费用前十大支付对象,包括对象名称、与公司关联关系、对应金额、费用性质及具体销售推广活动等;(4)核实公司销售费用支付对象是否涉及公司经销商、关联方或其他利益相关方,相关方是否与公司经销商、关联方存在资金或业务往来,以及是否存在为其他方垫付资金、承担费用等变相利益输送的情形。请年审会计师就问题(2)、(4)发表意见。

回复:

1.(1)本期酒水业务前十大客户名称、销售情况及同比变动情况如下:

单位:万元

序号	本期酒水业务前十大客户名称	本期销售额	去年同期销售额	销售额同比增减变动率(%)	2022年6月30日应收账款余额	同比变动原因
1	苏州听花酒业有限公司	934.33	-	-3.18		2021年6月新增经销商
2	众香国(山东)品牌管理有限公司	845.14	43.42	1,846.43	-0.77	2021年11月经考核成为经销商
3	金华市读花酒业有限公司	796.31	-	-0.16		本期新增经销商
4	北京清凉山酒业有限公司	463.75	8.96	5,075.78	106.15	本期由凉露及火露经销商转为听花经销商
5	天津谦恒巽酒水贸易有限公司	448.23	15.97	2,706.70	-0.07	本期由凉露及火露经销商转为听花经销商
6	北京富都江南科技产业发展有限公司	441.21	-		-0.25	2021年12月新增经销商
7	杭州读花酒业有限公司	277.84	-		-0.89	本期新增经销商
8	广东百年上品健康科技有限公司	179.52	-		2.86	本期新增经销商
9	榆林听花酒业有限公司	176.80	-		-0.22	本期新增经销商
10	小众漫游(北京)商务有限公司	156.07	-		-0.20	2021年12月新增经销商
合计		4,719.20	68.35		103.27	

注:①上述销售金额为不含税销售额;②上表“2022年6月30日应收账款余额”中“-”为预收货款;③上述客户与公司无关联关系。

1.(2)公司对上述客户的具体营销情况,是否存在销售折扣或费用返还,如有,请说明营销方式、金额及会计处理及依据

上述客户均为公司授权区域经销商,双方严格依据签订的《经销商协议》约定履行各自权利和义务。公司对上述客户原则上均采用现款销售,对于个别未来具有较好发展潜力的客户,履行相关审批手续后,授予其1个月至1年的信用期。除部分客户涉及“应付客户对价”情形外(详见下述本问询问题1.(4)回复),公司在销售过程中不存在销售折扣或费用返还的情况。

1.(3)公司酒水业务销售费用前十大支付对象,包括对象名称、与公司关联关系、对应金额、费用性质及具体销售推广活动等

公司酒水业务销售费用前十大支付对象名称、本期销售费用金额、费用性质及具体销售推广活动如下:

单位:万元

序号	酒水业务销售费用前十大支付对象名称	本期销售费用金额	费用性质	具体销售推广活动
1	北京中创盛京文化传媒有限公司	1,488.79	宣传推广费用	央视及机场媒体推广
2	人民日报传媒广告有限公司	690.57	宣传推广费用	报刊推广
3	中视智扬体育文化产业(北京)有限公司	298.86	宣传推广费用	央视推广
4	广州市粤语传媒有限公司	283.02	宣传推广费用	广播电视推广
5	同方优联(天津)文化传播有限公司	202.83	宣传推广费用	电视推广
6	上海端莎商务咨询事务所	200.00	业务宣传费	咨询推广服务
7	北京聚品互动广告有限公司	160.39	宣传推广费用	电梯媒体投放
8	深圳市全景网络有限公司	130.47	宣传推广费用	宣传推广
9	众香国(山东)品牌管理有限公司	125.78	业务宣传费	宣传推广
10	河南省芸聚信息科技有限公司	111.87	业务宣传费	宣传推广

上述支付对象中,支付对象6的法定代表人的直系亲属曾担任公司独立董事,已于2020年6月4日因董事会换届不再担任公司任何职务,不构成关联关系,其余九名支付对象与公司也均不存在关联关系。

1.(4)核实公司销售费用支付对象是否涉及公司经销商、关联方或其他利益相关方,相关方是否与公司经销商、关联方存在资金或业务往来,以及是否存在为其他方垫付资金、承担费用等变相利益输送的情形

经认真核实,公司销售费用支付对象中涉及部分公司经销商。公司选择部分有实力的经销商,就经销商通过自身线下运营渠道及相关资源进行公司相关产品推广和展示,达成《推广服务协议》。由经销商提供包括公司产品品鉴活动、展示、推送、渠道推广、产品培训推广服务,公司根据其提供的服务结算申请及发票,向其支付相应推广服务费,并计入销售费用。

经逐项检查相关推广服务费支付、结算凭证以及会计处理,涉及公司支付相关推广服务费用的客户共5家。其中:众香国(山东)品牌管理有限公司提供推广服务的期间为2021年11月-2022年4月,公司分别于2021年12月16日、2022年4月22日各向其支付服务费100.00万元;根据其服务费结算明细以及发票,2021年12月确认销售费用628,930.80元(不含税,下同),2022年1月确认销售费用314,465.40元,2022年4月确认销售费用943,396.20元;该客户2021年度实现销售收入2,560,070.80元,2022年第一季度、第二季度分别实现销售收入7,099,610.61元、1,351,863.72元。向北京富都江南科技产业发展有限公司等4家经销商或客户累计支付服务费505.20万元,其中2022年1月支付300.00万元、3月支付105.20万元、4月支付100.00万元;根据结算申请和发票,2022年第一季度和第二季度分别确认销售费用1,992,452.80元和2,943,396.20元;该4家客户2022年第一季度和第二季度分别确认销售收入14,711,745.13元和58,118.78元。

收到本回询函后,公司与年审会计师认真核查论证,依据《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》第十九条规定严格判断,认为公司向经销商(客户)取得宣传推广服务的公允价值不能合理估计,不符合“应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品”的规定。故向公司经销商(客户)支付的推广服务费应当作为“应付客户对价”,将该应付对价全额冲减交易价格,并在确认相关收入与支付(或承诺支付)客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

依据上述规定,2021年度、2022年第一季度和第二季度应冲减收入的应付客户对价与账面确认销售费用明细情况如下:

单位:元

项目	2021年度	2022年第一季度	2022年第二季度	合计
应付客户对价	628,930.80	4,306,918.20	1,886,792.40	6,822,641.40
账面销售费用	628,930.80	2,306,918.20	3,886,792.40	6,822,641.40
差异	-	2,000,000.00	-2,000,000.00	-

上述差异构成会计差错。其中:2021年影响营业收入、销售费用同时减少628,930.80元,影响比例分别为-0.49%、-1.13%,其他报表项目无影响;2022年第一季度影响营业收入减少4,306,918.20元、销售费用减少2,306,918.20元、利润总额减少2,000,000.00元,影响比例分别为-5.73%、-4.78%、-8.55%;2022年第二季度影响营业收入减少1,886,792.40元、销售费用减少3,886,792.40元、利润总额增加2,000,000.00元,影响比例分别为-6.25%、-18.71%、7.69%。

依据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和差错更正》第十二条 企业应当采用追溯重述法更正重要的前期差错,但确定前期差错累积影响数不切实可行的除外。根据《财政部会计准则委员会实务问答》,企业应当区分前期差错的重要性进行不同的会计处理。其中,不重要的前期差错,是指不足以影响财务报表使用者对企业财务状况、经营成果和现金流量作出正确判断的前期差错;重要的前期差错,是指足以影响财务报表使用者对企业财务状况、经营成果和现金流量作出正确判断的前期差错。对于不重要的前期差错,企业不需要调整财务报表相关项目的期初数,但应调整发现当期与前期相同的相关项目。属于影响损益的,应当直接计入本期与上期相同的净损益项目;属于不影响损益的,应调整本期与前期相同的相关项目。

2021年度,公司扣除与主营业务无关的业务收入后营业收入金额11,525.59万元,上述应冲减收入客户对价62.89万元,占同类交易的比例为0.55%,冲减后的营业收入扣除后金额为11,462.70万元。除同时减少营业收入、销售费用两个报表项目金额外,对公司2021年12月31日的财务状况以及2021年度的经营成果、现金流量无实质影响,因此不需要采用追溯重述法更正2021年度财务报表;2022年度第一季度,公司主营业务收入7,377.79万元,应冲减收入客户对价430.69万元,占同类交易的比例为5.84%,冲减后的主营业务收入为6,947.10万元;应减少利润总额200.00万元,占2022年第一季度利润总额的8.55%。2022年半年度主营业务收入10,277.10万元,累计应冲减收入客户对价682.26万元,占同类交易的比例为6.64%,冲减后的主营业务收入为9,594.84万元;应减少利润对半年度利润总额已无影响。上述各期间会计差错均不具有重要性,系不会影响财务报表使用者对企业财务状况、经营成果和现金流量作出正确判断的前期差错,拟在发现当期调整本期(即2022年第三季度)财务报表与之相同的项目,累计影响2022年第三季度营业收入以及销售费用同时减少682.26万元。

除上述情况外,截止本函回复日,公司未继续发生向经销商支付相关推广服务费等情况。公司销售费用支付对象均未涉及公司关联方或其他利益相关方,相关方与公司经销商、关联方不存在资金或业务往来,公司不存在为其他方垫付资金、承担费用等变相利益输送的情形。今后将督促公司财务人员加强学习,根据准则要求和业务实质严格判断,提高财务管理及核算的准确性。

年审会计师核查程序及结论:

针对本期酒水业务销售收入,我们核查了公司各类客户业务类型、业务模式、收入确认的标准以及信用政策及结算方式等,分析了公司酒水收入与上年同期的变化的原因是否合理,是否存在异常。对主要客户,还通过查询客户的信用公示信息、查阅公司近几年公开披露的年度报告以识别其是否存在关联关系以及交易实质。

选择重要或异常的销售费用,检查销售费用各项目开支标准是否符合有关规定,开支内容是否与被审计单位的产品销售或专设销售机构的经费有关,计算是否正确,原始凭证是否合法,会计处理是否正确。取得相关合同、协议,查看具体约定条款,并根据具体约定条款进行严格判断。

核查中我们关注到,公司酒水业务销售费用支付对象中涉及部分经销商。经询问,公司选择部分有实力的经销商,就经销商通过自身线下运营渠道及相关资源进行公司相关产品推广和展示,达成《推广服务协议》,由经销商提供包括公司产品品鉴活动、展示、推送、渠道推广、产品培训推广服务,公司根据其提供的服务结算申请及发票,向其支付相应推广服务费,并计入销售费用。

《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》第十九条规定:“企业应付客户(或向客户购买本企业商品的第三方,本条下同)对价的,应当将该应付对价冲减交易价格,并在确认相关收入与支付(或承诺支付)客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入,但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。青海春天向经销商销售商品,经销商是公司的客户,公司支付给经销商的产品推广服务费属于应付客户对价,应当按照准则有关应付客户对价的原则进行会计处理。

参照上述规定,我们核查了公司支付给经销商相关宣传推广费的具体方式和计算依据,逐项检查了相关推广服务费支付、结算凭证以及会计处理。双方签订的《推广服务协议》约定,经销商在合作期限内通过线下运营渠道及相关资源进行公司品牌及产品推广和展示,用于提升产品知名度及产品销量,达到双方协议期内约定的目标后,结算相关推广服务费。根据上述结算条件,我们认为,虽然《推广服务协议》约定了服务内容及相应费用价格,但是否完成相关服务以及服务的效果系依据经销商是否达成相关业绩目标进行。公司向其支付的上述费用主要目的是为了对经销商进行激励,并未从经销商处取得可明确区分的商品或公允价值可合理估计的服务,则应按照上述准则规定,作为应付客户对价冲减交易价格,并在确认相关收入与支付(或承诺支付)客户对价二者孰晚的时点冲减当期营业收入。经逐项核实并重新计算,其中:2021年影响营业收入、销售费用同时减少628,930.80元,影响比例分别为-0.49%、-1.13%,对其他报表项目无影响;2022年1季度影响营业收入减少4,306,918.20元、销售费用减少2,306,918.20元、利润总额减少2,000,000.00元,影响比例分别为-5.73%、-4.78%、-8.55%;2022年2季度影响营业收入减少1,886,792.40元、销售费用减少3,886,792.40元、利润总额增加2,000,000.00元,影响比例分别为-6.25%、-18.71%、7.69%。累计影响营业收入减少6,822,641.40元、销售费用减少6,822,641.40元,未对其他项目造成影响。

根据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和差错更正》相关规定,上述差异属于应用会计政策差异产生的前期会计差错。依据《财政部会计准则委员会实务问答》相关规则,上述差错对各期间的财务状况、经营成果以及现金流量均未造成重大影响,属于不重要的前期差错,公司不需要调整财务报表相关项目的期初数,但应调整发现当期与前期相同的相关项目。应当将累计影响数调整当期财务报表与之相同的项目,将综合影响2022年3季度营业收入以及销售费用同时减少682.26万元。

通过实施上述核查程序,公司除支付部分经销商推广服务费应当冲减交易价格外,不存在其他销售折扣或费用返还的情况。销售费用支付对象均不涉及公司关联方或其他利益相关方;相关方与公司经销商、关联方不存在资金或业务往来,公司不存在为其他方垫付资金、承担费用等变相利益输送的情形。

2. 半年度报告披露,报告期内公司研发费用为297.76万元,同比下降26.83%。前期,公司披露拟聘请两名诺奖教授担任公司联席首席科学家,分别指导公司研发团队对一氧化氮提升现象对人体健康的作用、诺奖成果在酒类工艺及风味的应用等展开研究。请公司补充披露:(1)结合公司研发团队构成及变化,研发项目开展及费用投入情况,说明公司研发费用同比下降的原因;(2)公司聘请诺奖教授指导的具体研发项目,包括研发项目名称、研究对象、研究方法、主要观测指标以及研发内容与诺奖教授研发方向是否相符,截至目前诺奖教授对于公司研发的具体贡献;(3)公司前期与诺奖教授沟通、达成聘请意向并签署合作协议过程、协议条款及聘请费用等情况,并结合协议内容及诺奖教授实际履行情况,说明“联席首席科学家”是否仅为荣誉性头衔;(4)结合公司聘请诺奖教授费用、研发费用投入比较,以及诺奖教授实际履约情况,说明公司是否存在利用信息披露误导投资者、配合炒作股价的不当动机。

回复:

2.(1)结合公司研发团队构成及变化,研发项目开展及费用投入情况,说明公司研发费用同比下降的原因

公司核心研发团队一直处于稳定状态,核心研发人员共12人,占公司员工总数的6.41%,其中博士研究生学历1人,硕士研究生学历3人、本科学历7人、大专学历1人,均具有产品研发、开发经验。报告期内研发费用同比下降的主要原因系延续到本报告期的研发项目比去年同期减少和因疫情原因人员往来出差频次减少,导致因研发产生的差旅费、材料消耗、折旧及摊销、燃料动力费、专利申请等费用减少,因此同比研发费用下降。目前公司仍在进行的项目为“新型调味酒的研究”,报告期内发生的研发费用主要用于该项目的开展。

2.(2)公司聘请诺奖教授指导的具体研发项目,包括研发项目名称、研究对象、研究方法、主要观测指标以及研发内容与诺奖教授研发方向是否相符,截至目前诺奖教授对于公司研发的具体贡献

公司目前正通过在美团队和人员与两位教授沟通、协商拟开展的具体项目和课题,已确定研究方向主要为从酒的减害增益效果和风味两个维度开展并达成共识,两位教授已给予了指导性的意见。公司与穆拉德教授的合作主要是对一氧化氮的受体传递机制开展进一步的研究和人才推荐;与瓦谢尔教授的合作主要是通过采用复杂生物系统的计算机模拟等方式,深入系统了解酒中的各种微量成分和组合等对人体的影响,实现定向微生物体系和定向风味物质的生成,提升酿造工艺技术和产品风味口感。受目前疫情等客观环境的影响,上述工作还未能确定开展的具体地点及时间,因此截至本回复披露日,诺奖教授尚未对上述项目进行具体的现场指导。

2.(3)公司前期与诺奖教授沟通、达成聘请意向并签署合作协议过程、协议条款及聘请费用等情况,并结合协议内容及诺奖教授实际履行情况,说明“联席首席科学家”是否仅为荣誉性头衔

公司本次与诺奖教授前期沟通,主要由公司在美人员于2022年4月至6月间分别通过多次电话、社交媒体或见面等方式进行,两位教授认为公司前期研究结果和拟开展的项目研究方向与其自身的研究领域具备一定的契合度,和公司签署了有关的《合作协议》。

公司与两位教授签署的《合作协议》约定,双方合作期限为三年,两位教授在此期间将服务于公司的科学研究、人才培养、引进符合我公司人才培养和科学研究需要的高水平人才、出席我公司安排的相关公务活动等,相关活动、人才推荐和引进工作所涉及到的具体合作模式及我公司向两位教授支付额外费用的金额由双方协商并另行签订协议决定。

根据上述约定,公司是根据项目开展情况、人才引进情况与两位教授另行协商、确定相关费用和签署协议。公司后续具体研究项目、课题和方案基本确定后,公司将根据方案确定的人员、地点、所需设备等编制有关的研发费用预算,两位教授并将在客观环境允许的情况下开展相关的现场工作。因具体的项目还未开展,截至本回复披露日,公司尚未支付相应的费用。

根据《合作协议》约定的联席首席科学家,指的是两位教授作为科学导师指导科研工作,《合作协议》的中英文表述已经双方确认达成一致。结合前期两位教授给予的指导、《合作协议》内容和后续计划开展的实质性工作,“联席首席科学家”并非仅为荣誉性头衔。

2.(4)结合公司聘请诺奖教授费用、研发费用投入比较,以及诺奖教授实际履约情况,说明公司是否存在利用信息披露误导投资者、配合炒作股价的不当动机

公司已确定了后续的研发方向,诺奖教授也给予了公司指导性的意见,具体研究项目、课题、研发费用等事项正在进一步的沟通、落实和推进中。待上述事项确定后,以及客观环境条件允许,两位教授也将开展具体的现场指导工作。因此,公司有关信息披露事项符合信息披露的原则,不存在利用信息披露误导投资者、配合炒作股价的不当动机。

3. 半年度报告及前期公告披露,报告期末公司其他非流动资产1亿元,主要为对宜宾听花酒业发展有限责任公司(以下简称宜宾听花酒业)投资款。公司酒水销售业务主要为采购宜宾听花酒业产品对外销售,投资款主要用以确保对方核心制酒技术不外泄。请公司补充披露:(1)在与公司开展酒类销售合作前,宜宾听花酒业对外销售酒水情况及规模,其制酒工艺存在何种竞争优势或技术储备,公司以预付投资款形式以换取对方制酒技术排他性的合理性;(2)双方是否签署相关协议明确前述义务,其业务实质是否为一次性买断授权,并结合相应投资协议条款、款项支付时点、实际用途及最终流向,说明该笔款项的会计处理是否合理,是否存在费用类支出资本化的情形,以及是否存在损害公司利益的情形。

回复:

3.(1)在与公司开展酒类销售合作前,宜宾听花酒业对外销售酒水情况及规模,其制酒工艺存在何种竞争优势或技术储备,公司以预付投资款形式以换取对方制酒技术排他性的合理性

公司于2018年第二季度开始开展酒的销售、研发等工作,并逐步开始与宜宾听花酒业进行合作。宜宾听花酒业主要生产车间于2014年年底建设完毕,于2015年正式投入生产,产品主要为自产的“润翁”、“叙屏液”牌白酒及调味酒。2017年度该企业经审计的营业收入14.07万元,净利润-677.45万元,截至2017年12月31日,总资产7,468.22万元、净资产-573.54万元。

在与公司开展合作前,该企业拥有“老酒陈化技术”和“酒体升级技术”等技术储备和白酒酿造、生产设施,目前拥有“定向菌”、“二次发酵”、“精馏浓缩”等独有制酒工艺技术优势,和我公司有关研究结果相结合,能获得在保持中国白酒传统风味基础上的减害增益升级酒体,符合我公司在传统中国白酒酿造工艺基础上,综合运用生物与发酵工程、食品分析与风味感官科学、现代医学等多学科前沿成果,酿造“增益减害”、能满足消费者“好喝又健康”需求的产品的发展经营思路。

另外,近几年国内白酒市场的商务消费和个人消费占比不断上升,消费者对产品品牌和品质的要求不断提高,产品消费升级趋势明显,优质且能满足健康需求的白酒将越加受到市场和消费者的青睐,白酒行业在满足消费者健康饮酒的需求方面仍然存在较大的创新和提升空间,公司在此方面面临着新的发展机遇。

因此,公司结合宜宾听花酒业具有技术优势但缺乏资金及营销优势的实际情况和我公司在资金、营销方面的优势,通过以预付投资款形式换取对方制酒技术的排他性,有利于公司发展战略的实现,具有合理性。

3.(2)双方是否签署相关协议明确前述义务,其业务实质是否为一次性买断授权,并结合相应投资协议条款、款项支付时点、实际用途及最终流向,说明该笔款项的会计处理是否合理,是否存在费用类支出资本化的情形,以及是否存在损害公司利益的情形

我公司全资子公司石河子市恒朗股权投资有限公司(以下简称“恒朗投资”)和宜宾听花及其股东签署了有关的《投资协议》,明确约定宜宾听花未经恒朗投资同意,不允许以任何方式将相关制酒核心技术对外转让和授权使用,相关款项用于宜宾听花主营业务的经营和发展、补充流动资金和偿还对外负债或经股东会或董事会批准的其他用途,如我公司在产品销售方面达到一定条件后,可根据资产评估结果为依据收购相关的技术,不属于一次性买断授权。

经核查,相关预付投资款分批分次于2020年11月支付完毕,该款项宜宾听花的使用符合《投资协议》的约定,主要用于生产经营相关支出,无流往我公司控股股东、实际控制人及有关关联企业。本事项系我公司执行酒水快消品板块长远发展规划的工作之一,可确保宜宾听花相关核心技术不外泄,也为公司酒水快消品板块业务的后续发展留有一定的选择空间,可较高程度保障公司该板块业务经营计划目标的实现,对制化生津白酒未来的发展具有战略意义,不存在损害公司利益的情形。我公司将该款项记入“其他非流动资产”科目,会计处理符合《企业会计准则》的要求和规定,不存在费用类支出资本化的情形。

4. 半年度报告及前期公告披露,报告期末公司向宜宾听花酒业预付款余额2.03亿元,占公司预付款总额比例85.24%,其中1.40亿元账龄超过1年。请公司补充披露:(1)本期预付款额结算情况及对应酒水采购规模、金额情况;(2)本期预付款额结算情况、新增预付款金额及用途,核实是否存在资金变相流向公司控股股东、实际控制人及关联方的情形。

回复:

4.(1)本期预付款额结算情况及对应酒水采购规模、金额情况

本期期初公司向宜宾听花酒业预付款余额为21,609.00万元,本期新增预付款5,000.00万元,本期采购额6,286.09万元,期末预付款余额为20,322.91万元,比期初金额减少5.95%。

4.(2)本期预付款额结算情况、新增预付款金额及用途,核实是否存在资金变相流向公司控股股东、实际控制人及关联方的情形

本期新增预付款5,000.00万元,主要为公司原计划在第二季度开展次高端新产品的销售工作(后因客观环境因素延后),增加了酒水采购计划,宜宾听花酒业主要用于采购基酒及原辅包、支付税费等,经核查,不存在资金变相流向公司控股股东、实际控制人及关联方的情形。

专此公告。

青海春天药用资源科技股份有限公司董事会
2022年9月19日

兴业沪深300交易型开放式指数证券投资基金发起式联接基金开放日常申购、赎回、转换及定投业务的公告

公告送出日期:2022年9月20日

1公告基本信息

基金名称	兴业沪深300交易型开放式指数证券投资基金发起式联接基金	
基金简称	兴业沪深300ETF发起式联接	
基金主代码	015906	
基金运作方式	普通开放式	
基金合同生效日	2022年8月30日	
基金管理人名称	兴业基金管理有限公司	
基金托管人名称	中信银行股份有限公司	
基金注册登记机构名称	兴业基金管理有限公司	
公告依据	《中华人民共和国证券投资基金法》、《公开募集证券投资基金运作管理办法》以及《兴业沪深300交易型开放式指数证券投资基金发起式联接基金基金合同》、《兴业沪深300交易型开放式指数证券投资基金发起式联接基金招募说明书》	
申购起始日	2022年9月26日	
赎回起始日	2022年9月26日	
转换转入起始日	2022年9月26日	
转换转出起始日	2022年9月26日	
定期定额投资起始日	2022年9月26日	
下属分级基金的基金简称	兴业沪深300ETF发起式联接A	兴业沪深300ETF发起式联接C
下属分级基金的交易代码	015906	015907
该分级基金是否开放申购、赎回、转换及定期定额投资	是	是

2日常申购、赎回、转换和定期定额投资业务的办理时间

投资人在开放日办理基金份额的申购和赎回,具体办理时间为上海证券交易所、深圳证券交易所的正常交易日的交易时间,但基金管理人根据法律法规、中国证监会的要求或基金合同的规定公告暂停申购、赎回时除外。

基金合同生效后,若出现新的证券/期货交易市场、证券/期货交易所交易时间变更或其他特殊情况,基金管理人将视情况对前述开放日及开放时间进行相应的调整,但应在实施日前依照《公开募集证券投资基金信息披露管理办法》(以下简称“《信息披露办法》”)的有关规定在规定媒介上公告。

基金管理人不得在基金合同约定之外的日期或者时间办理基金份额的申购、赎回或者转换。投资人在基金合同约定之外的日期和时间提出申购、赎回或转换申请,登记机构有权拒绝,如登记机构确认接受的,视为下一开放日的申购、赎回或转换申请,其基金份额申购、赎回价格为下一开放日该类基金份额申购、赎回的价格。

在法律法规允许的范围内,本基金登记机构可根据相关业务规则,对上述业务办理时间进行调整,本基金管理人将于开始实施前按照《信息披露办法》的有关规定予以公告。

3日常申购业务

3.1 申购金额限制

通过基金管理人直销机构以外的销售机构首次申购本基金A类基金份额的,每个基金账户单笔最低申购金额为1元;首次申购本基金C类基金份额的,每个基金账户单笔最低申购金额为1元。追加申购本基金A类、C类基金份额的单笔最低金额为1元。销售机构另有规定的,从其规定。

通过基金管理人的直销机构首次申购本基金A类基金份额的,每个基金账户单笔最低申购金额为1元;首次申购本基金C类基金份额的,每个基金账户单笔最低申购金额为1元。追加申购本基金A类、C类基金份额的最低金额为1元。

3.2 申购费率

本基金A类基金份额收取申购费用,C类基金份额不收取申购费。本基金的A类基金份额的申购费率由基金管理人决定,基金份额申购费用由A类基金份额的投资人承担,不列入基金财产,主要用于本基金的市场推广、销售、登记等各项费用。

投资人申购本基金A类基金份额时,需交纳申购费用,投资人在一天之内如果有多笔申购,适用费率按单笔分别计算。具体费率如下:

申购金额(M,含申购费)	申购费率
M<100万元	1.0%
100万元≤M<300万元	0.8%
300万元≤M<500万元	0.6%
M≥500万元	按笔收取,1000元/笔

4日常赎回业务

4.1 赎回份额限制

投资者可将其全部或部分基金份额赎回。本基金对每个投资人每个基金交易账户的最低基金份额余额不设限制。

4.2 赎回费率

赎回费用由赎回基金份额的基金份额持有人承担,在基金份额持有人赎回基金份额时收取。

(1)A 类基金份额赎回费率

本基金 A 类基金份额对于持有期少于 30 日的基金份额所收取的赎回费,赎回费用全额归入基金财产;对于持有期长于 30 日但少于 3 个月的基金份额所收取的赎回费,赎回费用 75%归入基金财产;对于持有期长于 3 个月但少于 6 个月的基金份额所收取的赎回费,赎回费用 50%归入基金财产;对于持有期长于 6 个月的基金份额不收取赎回费。赎回费中未归入基金财产的部分用于支付登记费和其他必要的手续费。(注:此处 1 个月按 30 天计算)

A类基金的赎回费率如下:

申请份额持有时间(N)	赎回费率
N<7日	1.5%
7日≤N<30日	0.5%
30日≤N<180日	0.1%
N≥180日	0

(2)C 类基金份额赎回费率

本基金C类基金份额对持有期少于7日的基金份额收取的赎回费将全额计入基金财产;对持有期长于或等于 7 日的基金份额不收取赎回费。

C类基金的赎回费率如下:

申请份额持有时间(N)	赎回费率
N<7日	1.5%
N≥7日	0

4.3 其他与赎回相关的事项

无

5基金转换业务

5.1 转换费率

基金转换费用由转出基金的赎回费和基金转换的申购补差费两部分构成,具体收取情况视每次转换时不同基金的申购费率和赎回费率的差异情况而定。基金转换费用由基金持有人承担。

转出基金赎回费用按转出基金的赎回费率收取,并按照《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》的规定将部分赎回费计入转出基金的基金财产。转出基金的赎回金额、赎回费的处理按照相关基金招募说明书及本公司《开放式基金业务规则》中有关赎回业务相关规则执行。

申购补差费率指转入基金与转出基金的申购费率之差。当转入基金的申购费率高于转出基金的申购费率时,应缴纳转入基金和转出基金的申购费差额,反之则不收取申购补差费;各基金的申购费率以基金的招募说明书等法律文件为准,如转入基金或转出基金适用固定费用的,则申购补差费中的申购费按固定费用进行计算。

转入份额按照四舍五入的方法保留小数点后两位,由此产生的误差归入基金财产。

转出基金赎回费用、转出转入基金申购补差费用保留小数点后两位,两位以后的部分四舍五入,由此产生的误差计入基金财产。

基金转换计算公式如下:

转出基金赎回费=转出份额×转出净值×转出基金赎回费率

转出金额=转出份额×转出基金当日基金份额净值-转出基金赎回费

申购补差费(外扣法)=Max[转出金额×转入基金的申购费率/(1+转入基金申购费率)-转出金额×转出基金申购费率/(1+转出基金申购费率),0]

转换费用=转出基金赎回费+申购补差费

转入份额=(转出金额-申购补差费)/转入基金当日基金份额净值

注:申购补差费中的转入基金申购费率按基金合同和招募说明书中的费率标准执行,不适用申购费率优惠

例如:某基金份额持有人持有10,000 份兴业N基金份额1年后(未满2 年)决定转换为M基金份额。

假设N基金申购金额小于100万元,申购费率为0.8%,持有期限满1年未满2年,赎回费为0.05%。

M基金申购金额小于100万元,申购费率为0.8%,持有期限满1年未满2年,赎回费为0.05%。

假设转换当日转出基金份额净值是1.050元,转入基金的基金份额净值是1.195元,对应赎回费率为0.05%,申购补差费率为0,则可得到的转换份额为:

转出基金赎回费=10,000×1.050×0.05%=5.25元

转出金额=10,000×1.050-5.25=10,494.75元

申购补差费(外扣法)=Max[10,494.75×0.8%/(1+0.8%)-10,494.75×0.8%/(1+0.8%),0]=0元

转换费用=5.25+0=5.25元

转入份额=(10,494.75-0)/1.195= 8782.22份

即:某基金份额持有人持有10,000 份N基金份额1年后(未满2 年)决定转换为M基金份额,假设转换当日转出基金份额净值是1.050元,转入基金的基金份额净值是1.195元,则可得到的转换份额为8782.22份。

5.2 其他与转换相关的事项

(1)转换业务规则

转换的两只基金必须都是由同一销售机构销售、同一基金管理人管理、并在同一注册登记机构处注册登记的基金。投资者办理基金转换业务时,转出方的基金必须处于可赎回状态,转入方的基金必须处于可申购状态。除兴业稳天盈货币市场基金外,同一基金不同类别基金份额间不开放相互转换业务。

投资者可在基金开放日申请办理基金转换业务,具体办理时间与基金申购、赎回业务办理时间相同。本公司公告暂停申购、赎回或转换时除外。

交易限额参见相关基金招募说明书和相关公告中对申购和赎回限额的规定。

投资者提出的基金转换申请,在当日交易时间结束前可以撤销,交易时间结束后不得撤销。

基金转换采取未知价法,即基金的转换价格以申请受理当日各转出、转入基金的基金份额净值为基础进行计算。

基金转换以份额为单位进行申请,遵循“先进先出”的原则,即份额注册日期在前的先转换出,份额注册日期在后的后转换出。基金转换申请转出的基金份额必须是可用份额。

注册登记机构以收到有效转换申请的当天作为转换申请日(T日)。正常情况下,转换基金成功的,注册登记机构将在T+1日对投资者T日的基金转换业务申请进行有效性确认,办理转出基金的权益扣除以及转入基金的权益登记,投资者可自T+2日起向销售机构查询基金转换的成交情况,并有权转换或赎回转入部分的基金份额。

申请基金转换须满足各基金的基金合同及招募说明书关于基金最低持有份额的规定,如果某笔转换申请导致投资者在单个交易账户的基金份额余额少于转出基金最低保留余额限制,基金管理人有权将投资者在该个交易账户的该基金剩余份额一次性全部赎回。

基金份额持有人可将其全部或部分基金份额转换成其他基金,单笔转换申请必须满足各基金的招募说明书等法律文件中关于基金最低交易份额的规定。

如单个开放日发生巨额赎回时,基金转出与基金赎回具有相同的优先级,基金管理人可根据基金资产组合情况,决定全额转出或部分转出,并且对于基金转出和基金赎回,将采取相同的比例确认(另行公告除外)。巨额赎回定义以各基金的基金合同等法律文件中相关规定为准。

基金转换后,转入基金份额的持有时间将重新计算,即转入的基金份额的持有期将自转入的基金份额被确认日起重新开始计算。

基金管理人可以根据市场情况在不违反有关法律法规和基金合同的规定之前提下调整上述转换的业务规则及有关限制。

(2)可转换基金

本基金开通与截至本公告披露时本公司旗下除FOF型基金外的其他开放式基金 (由同一注册登记机构办理注册登记的、且已公告开通基金转换业务)之间的转换业务,各基金转换业务的开放状态及交易限制详见相关公告。

(3)业务办理机构

本公司开通本基金转换业务。本基金销售机构是否支持办理本基金的转换业务及具体转换办法以各销售机构规定为准。

投资者须到同时销售拟转出和转入基金的同一销售机构办理基金的转换业务。

6.定期定额投资业务

6.1 定投业务办理方式

投资者开立基金账户后即可到开通定投业务的销售机构办理本基金的基金定投业务,具体安排请遵循各销售机构的相关规定。

(1)投资者应和销售机构约定扣款日期;

(2)销售机构将按照投资者申请时约定的每期扣款日、申购金额扣款,如遇非基金开放日则以销售机构的相关规定为准,并将投资者申购的实际扣款日期视为基金申购申请日(T 日);

(3)投资者需指定销售机构认可的资金账户作为每期固定扣款账户;

(4)投资者办理上述基金的定投业务,每期最低定投金额与产品申购起点保持一致。在不低于产品申购起点的情形下,如销售机构对最低定投金额有其他规定,则以销售机构的业务规定为准。

6.2扣款与