(上接A16版)

(四)净资产收益率及每股收益

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益(元)	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2007年度	19.79%	0.23	0.23
	2008年度	39.66%	0.62	0.62
	2009年度	38.45%	0.75	0.75
	2010年1-6月	13.20%	0.34	0.34
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2007年度	19.79%	0.23	0.23
	2008年度	35.08%	0.54	0.54
	2009年度	34.01%	0.67	0.67
	2010年1-6月	13.16%	0.34	0.34

十、管理层讨论与分析

(一)财产状况和周转能力分析

本公司报告期内的资产情况如下表所示:

项目	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
货币资金	5,233.97	20.31	5,076.11	21.48	4,360.45	24.68	61.59	0.50
应收账款	4,627.31	17.95	4,025.02	17.03	2,984.25	16.89	2,953.27	23.77
预付款项	1,738.02	6.74	1,850.11	7.83	1,731.39	9.80	1,862.97	15.00
其他应收款	321.66	1.25	186.77	0.79	90.66	0.51	22.17	0.18
存货	3,828.15	14.85	3,489.71	14.76	1,817.91	10.29	2,096.03	16.87
其他流动资产	232.43	0.90	228.02	0.96	147.03	0.83	--	--
流动资产合计	15,981.54	62.01	14,855.74	62.85	11,131.69	63.00	6,996.03	56.31
固定资产	5,944.88	23.07	5,948.83	25.17	5,294.69	29.97	4,294.43	34.57
在建工程	1,850.26	7.18	818.50	3.46	--	--	--	--
无形资产	1,958.75	7.60	1,980.33	8.38	1,219.49	6.90	1,097.97	8.84
递延所得税资产	38.28	0.15	32.49	0.14	23.56	0.13	35.19	0.28
非流动资产合计	9,792.17	37.99	8,780.14	37.15	6,537.74	37.00	5,427.58	43.69
资产总计	25,773.70	100.00	23,635.88	100.00	17,669.43	100.00	12,423.61	100.00

报告期内,公司资产规模持续增长,资产结构未发生重大变化,流动资产占总资产的比例基本保持在60%左右。截至2010年6月末,公司流动资产主要为货币资金、应收账款和存货,上述三项资产合计占公司总资产的比例为53.11%;公司非流动资产主要为固定资产和无形资产,此两项资产合计占公司总资产的比例为30.67%。

公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月的应收账款周转率分别3.87次、5.65次、6.36次和2.79次,2007年-2009年应收账款周转速度已逐步加快并日趋向好,公司现有的应收账款规模处于较为合理水平且发生坏账的风险较小。公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月的存货周转率分别为3.39次、5.77次、5.56次和2.23次,2007年-2009年存货周转速度呈现加快趋势,公司原材料采购、生产安排和产品销售各环节的管理水平日渐提高。截至2007年末、2008年末、2009年末和2010年1-6月,公司流动资产占总资产的比例分别为56.31%、63.00%、62.85%和62.01%,而流动资产以货币资金、应收账款和存货为主,表明公司资产结构较为合理,资产流动性好且周转能力较强。

(二)负债结构和偿债能力分析

本公司报告期内的负债构成及变动情况如下:

项目	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
短期借款	2,000.00	44.22	2,000.00	39.87	2,000.00	35.44	--	--
应付账款	1,987.76	43.95	2,176.88	43.40	1,186.04	21.02	2,082.86	48.62
预收款项	15.99	0.35	144.36	2.88	177.25	3.14	--	--
应付职工薪酬	90.50	2.00	133.30	2.66	116.93	2.07	92.42	2.16
应交税费	428.87	9.48	561.50	11.19	703.43	12.46	2,008.58	46.89
应付股利	--	--	--	--	1,460.00	25.87	--	--
其他应付款	--	--	--	--	--	--	99.97	2.33
流动负债合计	4,523.12	100.00	5,016.04	100.00	5,643.65	100.00	4,283.83	100.00
非流动负债合计	--	--	--	--	--	--	--	--
负债合计	4,523.12	100.00	5,016.04	100.00	5,643.65	100.00	4,283.83	100.00

截至2007年末、2008年末、2009年末和2010年6月末,公司流动比率分别为1.63、1.97、2.96和3.53,速动比率分别为1.14、1.65、2.27和2.69,流动比率和速动比率处于良好水平,公司资产流动性较好,偿债能力较强,为公司稳健经营奠定了良好的基础。公司报告期内的息税折旧摊销前利润分别为2,409.65万元、5,301.82万元、7,321.05万元和3,450.97万元,2008年、2009年和息保障倍数分别达73.90倍、55.03倍和47.66倍,公司较强的盈利能力能够较好地支撑公司筹措资金。截至2007年末、2008年末、2009年末和2010年6月末,公司资产负债率分别为34.48%、31.94%、21.22%和17.55%,符合公司稳健经营的理念。截至2010年6月末,公司货币资金余额为5,233.97万元,且公司在各贷款银行均保持了良好的资信度,从未发生贷款逾期不还的情况。此外,公司通过2008年9月和2009年6月两次增资扩股,进一步增强了公司资本金实力。因此,公司具有较强的偿债能力,现有的资产负债结构和规模能较好满足和保证公司日常经营的正常运转。

(三)盈利能力分析

1、营业收入构成

单位:万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	12,712.19	23,461.99	17,660.00	9,565.53
其中:主营业务收入	12,712.19	23,461.99	17,120.71	9,565.53
其他业务收入	--	--	539.29	--

公司主要从事鸡粉、鸡精等产品的研究、生产和销售,主营业务突出。报告期内公司主营业务收入占营业收入比重分别为100%、96.95%、100%和100%。

2、主营业务收入分类

①按照产品类别分类

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(元)	占比
鸡粉	7,359.87	57.90%	14,735.21	62.80%	11,355.31	66.32%	6,833.05	71.43%
增长率	-1.08%		29.76%		66.18%		--	
鸡精	2,360.85	18.57%	4,206.08	17.93%	2,632.36	15.38%	1,118.77	11.70%
增长率	15.85%		59.78%		135.29%		--	
其他	2,991.46	23.53%	4,520.70	19.27%	3,133.04	18.30%	1,613.71	16.87%
增长率	51.89%		44.29%		94.15%		--	
合计	12,712.19	100.00%	23,461.99	100.00%	17,120.71	100.00%	9,565.53	100.00%
增长率	11.05%		37.04%		78.98%		--	

注:2010年1-6月增长率系与2009年1-6月比较。

自2007年以来,公司抓住我国鸡精、鸡粉行业快速增长的良好机遇,充分发挥自身竞争优势,实现了快速、良性的增长。

②按照品牌类别分类

报告期内,公司鸡粉、鸡精不同品牌的销售收入、销售量情况如下表所示:

产品类别	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	销售收入(万元)	销售量(吨)	销售收入(万元)	销售量(吨)	销售收入(万元)	销售量(吨)	销售收入(万元)	销售量(吨)
鸡粉								
佳隆牌鸡粉	6,781.55	4,738.31	13,493.76	9,708.28	10,368.32	7,655.80	6,565.40	4,610.19
家丰牌鸡粉	578.32	310.64	1,241.45	697.20	961.35	541.39	267.66	160.19
其他鸡粉	--	--	--	--	25.64	13.64	--	--
合计	7,359.87	5,048.95	14,735.21	10,405.48	11,355.31	8,210.83	6,833.05	4,770.38
鸡精								
佳隆牌鸡精	2,156.19	1,402.42	3,920.62	2,774.31	2,547.81	1,876.09	901.20	643.38
其他鸡精	204.66	159.09	285.46	249.06	84.56	109.93	217.57	277.71
合计	2,360.85	1,561.51	4,206.08	3,023.37	2,632.36	1,986.01	1,118.77	921.10

如上表所示,公司鸡精、鸡粉产品主要以“佳隆”、“家丰”两个品牌对外销售。其中,“佳隆”品牌是公司鸡精、鸡粉产品的主导品牌和主要推广品牌,“家丰”品牌是仅在东北、华北个别地级城市销售的区域性附属品牌。

③按照地区分布分类

地区	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
华中	4,668.76	36.73%	9,024.26	38.46%	6,904.76	40.33%	3,764.54	39.36%
华北	3,065.38	24.11%	4,887.03	20.83%	3,429.41	20.03%	1,951.47	20.40%
华南	1,567.89	12.33%	3,013.46	12.84%	2,715.04	15.86%	1,289.25	13.48%
东北	2,483.52	19.54%	4,844.77	20.65%	3,363.32	19.64%	1,076.67	11.26%
西北	307.78	2.42%	577.24	2.46%	410.13	2.40%	864.49	9.04%
华东	520.37	4.09%	977.02	4.16%	270.71	1.58%	490.90	5.13%
西南	98.47	0.77%	138.21	0.59%	27.34	0.16%	128.21	1.34%

从销售地区分布看,公司销售区域主要集中在华中、华北、东北和华南地区,上述四个区域的销售收入占公司主营业务收入的九成以上。目前,公司主导产品在华中、华北、东北等地的部分中高档餐饮市场的市场占有率高达70%,竞争优势明显、市场知名度高。

(四)公司利润来源及影响因素

报告期内,主导产品鸡粉、鸡精产品的合计销售收入占营业收入的比例分别为83.13%、79.21%、80.73%和76.47%,是构成公司营业收入和利润的重要组成部分,鸡精、鸡粉行业的发展状况将直接影响公司的利润水平。而鸡精、鸡粉行业市场需求的变化、公司产能的扩张速度、市场营销网络的拓展情况以及技术研发投入情况将是影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素。

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月,公司扣除所得税影响后的非经常性损益分别为-5,080.11元、4,809,884.04元、6,583,250.00元和68,000.00元,占当期净利润的比重较小,仅分别为-0.03%、11.56%、11.53%和0.26%。2008年度非经常性损益主要来自于公司当年收到政府补贴777.48万元和为缴清以前年度因资金周转困难而缓缓相关税费产生的160.43万元滞纳金支出;2009年度非经常性损益主要来自于公司当年收到政府补贴774.50万元。可见,公司利润主要来源于主营业务产生的收益,非经常性损益对公司盈利能力的影响较小。

(五)现金流量分析

单位:万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	1,812.05	4,377.24	2,422.95	3,265.64
投资活动产生的现金流量净额	-1,516.23	-2,917.31	-1,169.73	-3,289.43
筹资活动产生的现金流量净额	-137.97	-744.27	3,045.64	--
现金及现金等价物净增加额	157.86	715.66	4,298.87	-23.79
年底现金及现金等价物余额	5,233.97	5,076.11	4,360.45	61.59

1、经营活动产生的现金流量分析

公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月的经营活动产生的现金流量净额分别为3,265.64万元、2,422.95万元、4,377.24万元和1,812.05万元,而同期净利润分为1,465.64万元、4,162.00万元、5,709.06万元和2,630.75万元。2007年度经营活动产生的现金流量净额高于当年净利润的主要原因是由于当年投资建设鸡精、鸡精和鸡汁生产线致使公司资金周转压力较大,从而推迟了原材料采购款项的支付进度以及缓缓了当期应缴纳的税款;2008年度经营活动产生的现金流量净额低于当年净利润的主要原因是由于当年缴清了2006年度和2007年度缓缓的增值税和企业所得税;2009年度和2010年1-6月经营活动产生的现金流量净额低于当年净利润的主要原因是应收账款增加以及随着公司销售规模扩大增加原材料储备所致。

2、投资活动产生的现金流量分析

公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月投资活动产生的现金流量净额为负,2007年和2008年主要是因公司扩大生产规模投资鸡粉、鸡精、鸡膏等生产线和购置位于广州市白云区钟落潭镇的土地使用权、位于普宁市大坪镇旗乌村英歌山片区的土地使用权等资产所致。2009年主要是由于投资公司普侨区地块改造工程、办公楼装修、新购入配电系统设备、预付设备采购款等所致。2010年1-6月主要是由于投资公司普侨区地块改造工程和购入运输设备所致。

3、筹资活动产生的现金流量分析

公司2008年度筹资活动产生的现金流量净额为3,045.64万元,主要为公司新增2,000万元银行借款,以及收到创发实业、陈泱洪和陆摩合计1,184万元的增资投资款所致。公司2009年度筹资活动产生的现金流量净额为-744.27万元,主要是股利分配和收到国信弘盛增资投资款综合作用的结果。公司2010年1-6月筹资活动产生的现金流量净额为-137.97万元,主要是支付借款利息和上市费用所致。

十一、股利分配政策、分配情况及发行前滚存利润的分配政策

(一)发行人股利分配的一般政策

根据有关法律法规和公司章程的规定,公司发行的股票均为人民币普通股,同股同权,同股同利。公司将按股东持股数额采取现金或者股票方式分配股利。在每一个会计年度结束由董事会根据盈利状况和发展情况,提出利润分配方案,经股东大会通过后实施。公司股东大会对利润分配方案作出决议后,公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利(或股份)的派发事项。

(二)利润分配的顺序

根据有关法律法规和公司章程的规定,公司缴纳所得税后的利润,按下列顺序分配:

1、弥补上一年度的亏损;

2、提取法定公积金百分之十;

3、提取任意公积金;

4、支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的,可以不再提取。提取法定公积金后是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是,资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为股本时,所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

根据公司2010年3月8日临时股东大会审议通过的《公司章程(草案)》,公司在满足正常生产经营所需资金的前提下,实行持续、稳定的利润分配制度。公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式进行分配股利,在保证公司正常经营的前提下,应根据采取现金方式分配利润。公司上市后,每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之五,或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百分之二十。如果最近三年以现金方式累计分配的利润少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十的,不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原股东配售股份。公司可以进行中期现金分红。公司董事会未做出现金利润分配预案的,公司董事会应在定期报告中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。”

(三)最近三年股利分派情况

经2008年11月6日召开的临时股东大会审议批准,公司分配2006年度、2007年度利润,以2008年9月30日公司总股本7,300万股为基数,向全体股东每股派发现金股利0.20元,共计分配现金股利14,600,000元。

经2009年3月22日召开的2008年年度股东大会审议批准,公司分配2008年度利润,以2008年12月31日公司总股本7,300万股为基数,向全体股东每股派发现金股利0.30元,共计分配现金股利21,900,000元。

上述股东股利已派发完毕。除上述股利分配事项外,本公司报告期内未进行其他股利分配。

(四)发行前滚存利润的分配政策

截至2010年6月30日,公司累计的未分配利润为93,388,879.16元。经公司2010年3月8日临时股东大会决议通过,公司本次公开发行股票以前的滚存利润由新老股东共享。

第四节 本次募集资金运用

一、本次募集资金运用顺序

根据公司2010年3月8日临时股东大会通过的关于募集资金投资项目的议案,本次发行股票所募集的资金在扣除发行费后将全部投入到“2万吨鸡精、鸡粉生产基地建设项目”、“技术研发中心建设项目”和“市场营销网络建设项目”,上述三个项目总投资为23,887.50万元,拟投入募集资金23,887.50万元。

本次发行募集资金投资项目按轻重缓急程度排序如下:

序号	项目名称	总投资(万元)	拟投入募集资金(万元)	建设期	项目是否备案
1	2万吨鸡精、鸡粉生产基地建设项目	17,837.20	17,837.20	1年	已备案
2	技术研发中心建设项目	3,278.40	3,278.40	1年	已备案
3	市场营销网络建设项目	2,771.90	2,771.90	1年	已备案
合计		23,887.50	23,887.50	--	--

如果本次募集资金不能满足拟投资项目的资金需求,公司将通过自筹资金解决;如果所筹资金超过拟投资项目所需,多余部分公司将用于补充流动资金;如果本次发行及上市募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致,公司可根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入,待募集资金到位后予以置换。

二、募集资金投资项目前景分析

(一)2万吨鸡精、鸡粉生产基地建设项目

我国鸡精、鸡粉行业作为近年来发展起来的新兴行业,拥有数以十亿计的潜在消费者,正呈现出快速健康的发展态势,未来发展空间巨大。根据中国调味品协会《中国鸡精、鸡粉行业研究报告》数据显示,2008年度我国鸡精、鸡粉总销售量约为14.8万吨,其中鸡粉市场销售量约为4.3万吨。预计到2010年和2012年,我国鸡精、鸡粉行业总销售量将分别达到约23.5万吨和36.4万吨,年复合增长率约为25%左右。日本味之素公司对中国市场调查后认为,在未来5至10年里,我国鸡精、鸡粉产品年销量可以达到50万至60万吨,事实上,按照全国有10亿鸡精、鸡粉使用人口计算,假设人均鸡精、鸡粉产品的年消费量达到0.55千克,则全国鸡精、鸡粉市场容量将高达55万吨,与日本味之素公司的上述调查结论基本一致。

作为国内鸡精、鸡粉行业的龙头企业之一,公司近年来鸡精、鸡粉产品销售迅速增长,并在配方、技术、品牌、市场、管理、质量控制等方面中形成了较为明显的市场竞争优势。本次募集资金投资2万吨鸡精、鸡粉生产基地建设项目达产后,公司鸡精、鸡粉主导产品的产能将快速扩张,从市场需求增长和公司自身发展速度来看,本募集资金投资项目前景良好,新增产能有望得以快速消化。

(二)技术研发中心建设项目

我国消费者饮食习惯由温饱型向健康型迈进的步伐逐渐加快,消费心理日臻成熟,对鸡精、鸡粉等复合调味产品的健康性、天然性、营养性等要素提出了更高的要求,传统加工工艺和产品配方难以满足市场长期需求。并且,鸡精、鸡粉的生产不同于传统调味品制造业务,具备较高的科技含量,只有不断优化生产工艺、改进产品配方,通过品质的提高和品种的推陈出新才能确保公司在未来的竞争中立于不败之地。随着鸡精、鸡粉等复合调味产品朝着原料天然化、风味多样化、科技现代化、方便即食化等方向快速发展,本项目建设完成后,技术研发中心将作为公司“产、学、研”相结合的技术创新平台,为公司新产品、新技术和新工艺等的顺利运用提供坚实的技术支撑。

此外,随着公司快速发展壮大,公司急需大批高水平的专业技术人员,但受到普宁地区经济发展水平和地缘劣势等限制,公司很难在当地吸引到足够的优秀人才加盟。本次技术研发中心项目建成后,使公司可以充分利用广州在生活环境、信息、人才、科研院所等诸多方面的有利条件,吸引一批高水平的技术开发人才加盟,同时还可更好地加强与相关科研院所的合作,全面提升公司研发能力。

(三)市场营销网络建设项目

在现代市场经济条件下,营销网络之争向来是企业之间竞争的重中之重,未来的市场竞争将更主要地表现为对客户服务的能力以及对市场的把握能力。为加深对客户以及市场的理解程度,全面提升服务水平并紧密联系市场,公司势必要加强市场营销网络的建设。同时,公司“2万吨鸡精、鸡粉生产基地建设项目”达产后,公司主导产品的产能、产量将大幅提升,客观上也要求公司进一步加强营销网络建设,使产、销体系相互协调。

公司计划在现有办事处的基础上将部分办事处升级为分公司,通过增强分公司区域营销活动管理职能和增加人员配备,适应对各区域市场进行深入开发的需要,特别是有利于加强对区域内直销业务的开发和服务,有助于进一步丰富和完善公司现有“经销商经销为主、直销为辅”的营销模式,增强直销营销工作的主动性和针对性。同时,鸡精作为第三代鲜味调味品,具有健康、天然、营养、口感优势,其价值现已逐渐得到了大餐饮行业企业和发达地区消费者的认可,面临良好的发展机遇,并正步入加速增长阶段。本项目计划新开拓250家大型商超销售网点,将进一步增强公司产品在家庭消费领域的竞争力。此外,鸡精、鸡粉加速进入二、三线城市及农村地区市场已具备良好的外部条件,通过本项目的实施,将有利于增强公司各地分支机构对所属区域范围内各级地区、县、镇、乡销售网络的支持与管理,有助于公司充分把握上述区域的市场机遇。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

(一)市场风险

1、市场竞争的风险

随着鸡精、鸡粉行业标准陆续出台,历经近年来的市场竞争洗礼,中国鸡精、鸡粉行业“低质低价”的竞争态势已得到明显遏制,市场份额日益呈现逐步集中的趋势。本公司是我国鸡精、鸡粉行业第一民族品牌企业,2008年度鸡粉、鸡精产品的综合市场占有率为7%,但与行业内第一、第二名比仍存在一定差距。随着竞争对手尤其是外资企业投入力度的加大和管理与运营水平逐渐提升,若公司不能尽快增加投入,通过改善管理、发挥规模效应、加强市场推广和提高产品科技含量等方式来持续提高核心竞争力,保持高速增长,迅速做大做强,公司将面临行业竞争日趋激烈的风险。另外,随着鸡精、鸡粉市场容量的快速扩大,不排除其他新竞争者进入本行业,从而加大公司市场竞争风险。

2、二、三线城市及农村市场培育风险

目前,由于我国经济发展不均衡,造成各地区消费水平及消费层次的多级化,再加上差异化的营销推广力度倾斜,广大二、三线城市及农村市场对鸡精、鸡粉产品的认知度尚不高。据中国调味品协会《中国鸡精、鸡粉行业研究报告》显示,不发达地区特别是广大农村市场的人均年消费量高不足发达地区的10%。虽然随着我国城镇化建设的加快、中西部地区经济的发展、中央“三农”政策的贯彻落实以及健康消费观念的逐渐形成,鸡精、鸡粉产品加速进入不发达地区已具备良好的外部环境,但新的消费市场能否快速培育成熟,本公司能否充分把握政策机遇及上述区域的市场机遇,能够充分发挥营销网络在二、三线城市及农村市场的先行优势,仍存在一定的不确定性。

3、主要市场集中于餐饮行业的风险

现阶段,餐饮行业是我国鸡精、鸡粉产品最主要的需求领域之一,2008年度全行业供应餐饮行业的数量约占总销售量的七成左右。针对上述行业特性及行业竞争情况,在资金有限并且现有产能尚难以充分满足餐饮行业市场需求的情况下,公司将主要资源投入到餐饮行业市场的开拓上,2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月,公司在餐饮行业领域的销售量约占公司鸡粉、鸡精总销售量的90%-88%-86%和86%,较为依赖餐饮行业市场。尽管我国餐饮行业零售额已连续多年实现两位数高速增长,有效带动了鸡精、鸡粉市场需求量的快速提升,但较为依赖餐饮行业单一市场使得公司经营业绩仍可能受到餐饮行业景气周期波动的影响。

(二)技术风险

1、技术被替代的风险

鸡精、鸡粉作为替代味精的新型产品,其生产过程具有较高的科技含量,属于高新技术在传统行业的创新应用。通过不断的开发与完善,公司“依缩鸡粉及制作工艺”发明专利等核心技术均已成熟,确保了公司产品品质与质量在行业中处于领先地位。但是,随着鸡精、鸡粉产品的普及使用和市场容量的持续扩大,行业市场竞争加剧,客户对产品健康、营养、安全、口感、便捷等方面要求的日益提高,产品科技含量已成为鸡精、鸡粉企业核心竞争力的重要组成部分。若由于投资不足等因素导致公司不能紧跟国内外新技术发展趋势并持续实现产品、工艺、配方等的更新换代,将面临技术优势减弱或技术被替代的风险,从而对公司生产经营和产品竞争力带来负面影响。

2、核心技术失密的风险

公司在长期日主创新过程中,通过不断摸索、总结,开发出具有自主知识产权的核心技术,获“高新技术企业”认定。目前,公司已就部分核心技术申请为专有技术,取得发明专利,公司还采取了极为严密的保密措施并加以严格执行,对关键生产环节实行工序隔离,产品核心配方的构成仅由数名核心技术人员掌握,并与之签订严格的《保密协议》,已将核心技术失密风险加以有效控制。但大部分核心技术特别是配方诀窍难以通过专利保护,存在技术失密的风险。

3、技术人员流失的风险

公司在关键技术的开发方面依赖于以董事长林平涛先生为核心的专业研发团队,这支研发团队的专业知识、技术经验构成了公司竞争优势的重要基础。公司已通过改善工作环境、提供发展空间等措施来尽力减少技术人员的流动。但是,同行业企业,特别是外资企业正采取更为主动的人才竞争策略,若公司不能有效控制技术人员的流失,并积极培养技术研发新人,公司将面临技术创新与业务发展受阻的风险。

(三)管理风险

本次公开发行股票后,公司总资产与净资产将大幅度增加,对公司组织结构和管理体系提出了更高的要求。随着公司业务经营规模的扩大,如何建立更加有效的投资决策体系,进一步完善内部控制体系,引进和培养技术人才、市场营销人才、管理人才等将成为公司面临的重要课题。公司管理层已通过优化管理系统,引进科学管理方法,同时逐步引入更加科学有效的决策机制和约束机制,来最大限度地降低因组织机构和公司制度不完善由导致的风险。但若公司在高速发展过程中,不能妥善、有效地解决高速成长带来的管理问题,将对公司未来生产经营造成不利影响。

(四)募集资金投资项目的风险

1、募投项目的实施风险

本次募集资金投资项目是围绕公司主营业务、战略发展目标进行的投资,项目经过了严密的可行性论证,建成后将大大提高公司的核心竞争力。但是,本次募集资金投资项目的建设计划能否按时完成、项目的实施过程和实施效果等均存在着一定的不确定性。虽然本公司对募集资金投资项目在工程方案等方面经过了缜密分析,但在项目实施过程中,仍可能存在因工程进度、工程质量、投资成本、技术条件等发生变化而引致的风险。

2、消化募投项目新增产能的风险

2009年度,公司鸡粉、鸡精合计产能1.2万吨,待募集资金投资项目实施并满负荷达产后,可年新增鸡粉产能1.2万吨、鸡精产能0.8万吨,公司年产量将达到3.20万吨。鸡精、鸡粉产品市场前景广阔,根据中国调味品协会《中国鸡精、鸡粉行业研究报告》预测,2012年鸡精、鸡粉总销售量将达到36.40万吨,而公司募投项目达产后的年产量占未来市场总销售量的比例仅为8.79%,顺利消化新增产能具备较为良好的市场基础;同时,餐饮行业市场方面,公司已在华中、东北等地建立了较为完善的营销网络,如已在河南省建成了覆盖100多个市县的经销商体系,而市场开发相对薄弱的华东、西南、西北等地区的市场开发工作还有待进一步深化,具备较为广阔的市场空间;此外,家庭消费市场方面,公司已在河南、辽宁等地进行开发并总结了一套行之有效的家庭消费市场开发、推广策略和成功经验,可快速向其他区域复制,将使家庭消费市场成为公司新的快速增长点;再次,公司经过年来的市场竞争和营销网络改革,培养了一批富有战斗力的营销团队,并计划利用募集资金投资市场营销网络建设,以适应对各区域市场进行深入开发的需要。

上述市场开拓计划的实施效果可能具有一定的滞后性,而竞争对手的发展、宏观经济形势的变动以及相关配套措施是否得力等因素也会对公司产品销售构成影响,从而可能使公司面临产能过剩的风险。

3、固定资产折旧费用增加而导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目建成后,公司固定资产将增加13,449.70万元,据此计算,项目建成后公司每年新增固定资产折旧费用948.50万元。尽管投资项目建成后,预计可每年新增营业收入27,720.00万元,新增净利润4,452.10万元,但若市场出现变化或募集资金投资项目涉及的产品预测价格大幅度下降,投资项目的预期收益将难以实现,公司仍存在因固定资产折旧费用大幅增加导致利润下滑的风险。

(五)业务经营风险

1、主要通过各地经销商销售的风险

因国内鸡精、鸡粉产品的市场分布相对较为分散,本公司根据自身发展情况及行业特性,95%以上的鸡粉、鸡精产品通过经销商销售,这在一定程度上使本公司对经销商存在一定的依赖性。在公司快速发展壮大时期,通过经销商销售,有利于公司将优质资源集中应用于鸡粉、鸡精产品的研发、生产环节,不断提高公司产品的核心竞争力。但若过多依赖经销商渠道,不仅会分去公司在流通环节的部分利润,还可能在一定程度上影响公司对终端客户的了解程度,使得自身难以对客户关系进行必要的直接维护,并在一定程度上可能使大型经销商具备较强的议价能力,甚至存在被其操纵区域市场的潜在可能。

针对传统经销模式的种种缺陷,公司已采取和正在采取更为主动的营销策略,运用联销体营销模式,把渠道上各个层次的客户及客户占有的资金、市场、仓储,甚至配送体系等各项资源有机整合进本公司的联合销售共同体内,直接由公司营销人员大力参与并支持经销商对各地市场的开拓工作,在公司市场发展较为成熟的区域,经销商在整个销售体系中更多的是承担仓储、物流、渠道维护和加速资金周转等支持性功能。此外,公司通过实施营销渠道下沉战略,将原来二、三级分销商升级为公司直接客户,同时不断开拓其他市、县级经销渠道,2010年1-6月公司前五名客户销售额占营业收入的比例仅为12.28%,不存在依赖某一特定经销商的情况。今后,公司拟通过募集资金投资“市场营销网络建设项目”加大对大型连锁商超、连锁餐饮企业、食品制造企业等直供客户的拓展力度,进一步丰富和完善经销与直销相结合的混合营销模式,有效避免因主要通过经销商销售导致的潜在风险。

2、品牌被侵犯的风险

鸡精、鸡粉产品属于日常消费用品,品牌是影响客户购买选择的重要因素,公司“佳隆”品牌在业内特别是餐饮行业市场具备良好的知名度与美誉度,而目前我国市场经济秩序正在完善之中,存在某些不法厂商为获取高额利益,仿冒知名品牌进行非法生产销售的可能。虽然公司已尽力采取各种方式保护公司品牌与声誉,但难以完全确保注册商标不会遭到非法侵害。一旦侵害情况发生,将对公司声誉造成不利影响,并由于提出商标异议或侵权诉讼导致较高的费用支出和管理层工作精力分散。

(六)质量控制风险

1、因食品安全与质量控制被处罚的风险

公司现已制定了完善的质量控制制度并加以严格执行,对生产经营过程中可能影响食品安全的隐患采取了有效措施,通过了HACCP-EC-01《SODIS 22000》食品安全管理体系认证,报告期内,未曾发生因质量管理工作出现纰漏或其他原因导致公司产品出现严重质量问题。但公司仍存在因出现产品质量问题而被相关行政主管部门处理或处罚的可能,根据《中国人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》及《中华人民共和国食品安全法实施条例》等有关法律、法规及规范性文件的规定,相关行政主管部门对公司产品检查检验不合格时,根据不同情况,可采取责令限期改正、处以罚款、责令停业、限期整顿以及吊销营业执照等处罚措施,一旦上述情况发生,公司还需面临对消费者身体不适或受损作出赔偿的风险,这将对公司品牌声誉和市场推广造成不利影响。

2、产品不当使用或添加的风险

公司产品中含有部分在食品制造行业中被广泛使用的食品添加剂,公司在生产过程中严格按照《食品添加剂使用卫生标准》(GB2760-2007)的规定来使用,该标准中允许使用的食品添加剂都经过严格、规范的毒理学评价,确定按规范长期食用不会对人体造成危害,其使用量都具有足够的安全余量。而公司产品主要用途为调味品,通常在烹调或食品制造过程中根据需要适量使用,若过量使用,将会对食品的口感和风味产生负面影响。因此,为达到恰当的调味效果,保证食品能正常食用,公司产品被长期过量使用的可能性较小。

(七)疫业风险

1、发生动物疫情影响原材料供应的风险

鸡肉等家禽类农产品是生产鸡精、鸡粉产品所必需的核心原材料,但包括禽流感在内的动物瘟疫的发生具有偶然性,如果因上游家禽养殖业未能在健康环境下组织饲养工作,或由于其他途径的外部传染,家禽养殖业存在突发禽流感等动物瘟疫的可能。若我国主要家禽养殖地区发生大规模的疫情,鸡精、鸡粉行业可能难以及时、充足的采购符合质量控制规定的鸡肉、鸡骨架等原材料,从而面临原材料供应中断或供应数量不足的风险;同时,若疫情发生,鸡肉、鸡骨架等原材料可能因需求量的减少导致价格大幅下降,亦有可能因供应数量相对不足和对外运输受限导致价格上升,鸡精、鸡粉行业将面临原材料采购价格波动的风险;此外,禽流感等动物瘟疫的发生可能影响消费者对于鸡精、鸡粉产品食用安全性的信任度,导致市场总需求量的降低,从而对鸡精、鸡粉行业整体经营业绩带来不利影响。目前,我国政府对动物防疫工作的监管与投入力度正逐步加大,应急机制逐步完善,动物防疫基础设施建设得以加强,使得我国动物防疫能力明显增强,重大动物瘟疫得到了有效遏制。此外,公司鸡粉、鸡精生产过程中的高温高压等工艺可在一定程度上杀灭病菌,《人禽流感诊疗方案(2005版修订版)》指出“禽流感病毒对热