（上接B6版）

2、截至预案签署日，圣农食品正在申请的专利共7项，具体情况如下：

序号	专利及专利申请技术名称	申请号	申请专利类型	对应产品
1	一种鸡肉汉堡饼的制作方法	201210436702.5	发明专利申请技术	鸡肉汉堡
2	一种台式风味烤香肠的制备方法	201210436720.3	发明专利申请技术	台式烤香肠
3	一种以鸡的副产物为原料的鸡肉丸的加工方法	201210435200.0	发明专利申请技术	冬菇鸡肉丸
4	一种烘烤鸡腿肉排的生产工艺	201210436690.6	发明专利申请技术	烘烤鸡腿排
5	一种香酥鸡米花的连续式制作方法	201210436717.1	发明专利申请技术	鸡米花
6	一种烤鸡的制备方法	201210436705.9	发明专利申请技术	烤鸡
7	一种鸡肉培根的制作方法	201210435198.7	发明专利申请技术	鸡肉培根

（五）生产经营许可证

圣农食品开展目前的经营业务，具有以下生产经营许可证：

1、全国工业产品生产许可证

圣农食品持有的《全国工业产品生产许可证》共5本，具体如下：

	单位名称	证书编号	产品名称	生产地址	有效期限	发证机关
1	福建圣农食品有限公司	QS350719010016	蛋制品（鸭制蛋类）	光泽县十里铺	自2010年12月1日至2013年11月1日	福建省质量技术监督局
2	福建圣农食品有限公司	QS350724010212	糕点（月饼）	光泽县十里铺	自2011年8月9日至2014年8月5日	福建省质量技术监督局
3	福建圣农食品有限公司	QS350704011345	肉制品（酱卤肉制品、腌腊肉制品、熏烧烤肉制品、蒸煮香肠火腿制品）	光泽县和顺工业园区（酱卤肉制品、腌腊肉制品、熏烧烤肉制品、蒸煮香肠火腿制品）；光泽县十里铺（熏煮香肠火腿制品）	自2011年10月18日至2014年8月31日	福建省质量技术监督局
4	福建圣农食品有限公司	QS350011010009	速冻食品[速冻面米食品(熟制品)、速冻其他食品(速冻肉制品)]	光泽县十里铺［速冻面米食品(熟制品)、速冻其他食品(速冻肉制品)]；光泽县和顺工业园区［速冻面米食品(熟制品)、速冻其他食品(速冻肉制品)]	自2011年9月14日至2014年7月13日	福建省质量技术监督局
5	福建圣农食品有限公司福州分公司	QS350004010249	肉制品（酱卤肉制品）	福州市闽侯县铁岭工业集中区一期九号西路1号	自2012年12月31日至2015年12月30日	福建省质量技术监督局

根据《工业产品生产许可证管理条例实施办法》等有关规定，圣农食品将在《全国工业产品生产许可证》有效期满6个月前向所在地省级质量技术监督局提出换证申请，不存在法律障碍。

2、排放污染物许可证

圣农食品持有的《排放污染物许可证》共2本，具体如下：

序号	单位名称	证书编号	单位地址	有效期限	发证机关
1	福建圣农食品有限公司肉鸡深加工厂	环2010证字第021号	光泽县鸾凤乡十里铺	自2010年11月1日至2013年11月1日	光泽县环境保护局
2	福建圣农食品有限公司第二食品厂	光环2012证字第056号	光泽县鸾凤乡中坊村	自2012年5月29日至2015年5月28日	光泽县环境保护局

根据有关规定，圣农食品将在其持有的《排放污染物许可证》有效期届满前向环保部门提交相关材料并办理换证手续，预计不会存在法律障碍。

3、进出口贸易相关备案文件或登记证书

（1）对外贸易经营者备案登记表

圣农食品及其子公司江西圣农食品目前持有的《对外贸易经营者备案登记表》如下：

序号	经营者名称	进出口企业代码	备案登记表编号	备案登记日期
1	福建圣农食品有限公司	3500753111514	01453089	2012年10月10日
2	江西圣农食品有限公司	3600593795469	01474579	2013年4月17日

（2）进出口货物收发货人报关注册登记证书

圣农食品及其子公司江西圣农食品目前持有的《中华人民共和国海关进出口货物收发货人报关注册登记证书》如下：

序号	企业名称	海关注册登记编码	有效期至	发证日期	发证机关
1	福建圣农食品有限公司	3507969373	2014.04.15	2004.03.31	中华人民共和国南平海关
2	江西圣农食品有限公司	3611960657	2015.06.20	2012.06.20	中华人民共和国南昌海关

根据有关规定，《中华人民共和国海关进出口货物收发货人报关注册登记证书》有效期限为三年，进出口货物收发货人应在有效期限届满前三十日向注册海关提交相关材料办理换证手续。在上述证书有效期满时，圣农食品及其子公司江西圣农食品将依据法律法规的规定申请办理换证，不会存在法律障碍。

（3）出口食品生产企业备案证明

圣农食品已在福建出入境检验检疫局办理了出口食品生产企业备案手续，并已于2010年4月29日取得福建出入境检验检疫局核发的《出口食品生产企业备案证明》，具体如下：

单位名称	备案品种	备案号	发证机关	有效期限
福建圣农食品有限公司	冷冻熟制或调理禽肉、猪肉及其制品	3500/03023	福建出入境检验检疫局	自2013年4月26日至2017年4月26日

（4）日本、韩国、南非注册热加工禽肉加工企业

根据国家认证认可监督管理委员会办公室印发的文件，圣农食品熟食加工厂可以向日本、韩国、南非出口热加工禽肉，具体情况如下：

序号	单位名称	地址	注册编号	注册品种	进口国
1	福建圣农食品有限公司熟食加工厂	光泽县十里铺	3500/03023	热加工禽肉	日本
2	福建圣农食品有限公司（熟食加工厂）	光泽县十里铺	3500/03023	热加工禽肉	韩国
3	福建圣农食品有限公司熟食加工厂	光泽县十里铺	3500/03023	热加工禽肉	南非

4、HACCP认证证书

圣农食品持有中国质量认证中心于2012年9月13日颁发的《HACCP认证证书》（证书编号：001HACCP1200572，首次发证日期为2004年6月25日，本次发证日期为2012年9月13日，有效期至2015年9月12日）。

根据该《HACCP认证证书》，中国质量认证中心证明圣农食品建立的HACCP体系符合GB/T 27341-2009《危害分析与关键控制点(HACCP)体系 食品生产企业通用要求》和GB 14881-1994《食品企业通用卫生规范》要求，圣农食品通过HACCP认证的范围如下：一厂（十里铺厂区）；冷冻调理鸡肉产品（油炸、炭烤、烘烤）的生产；二厂（和顺工业园区）；冷冻调理鸡肉产品（油炸、灌肠、烘烤、生制）、冷藏调理鸡肉产品（灌肠、烘烤）、冷冻调理猪肉产品（灌肠）和冷藏调理猪肉产品（灌肠）的生产。

5、质量管理体系认证证书

圣农食品持有中国质量认证中心于2012年9月10日颁发的《质量管理体系认证证书》（证书编号：00112Q29240R0M/3500，有效期至2015年9月9日）。根据该《质量管理体系认证证书》，中国质量认证中心证明圣农食品建立的质量管理体系符合标准（包括ISO9001:2008及GB/T 19001-2008），圣农食品通过认证的范围如下：一厂（十里铺厂区）；冷冻调理鸡肉产品（油炸、炭烤、烘烤）的生产；二厂（和顺工业园区）；冷冻调理鸡肉产品（油炸、灌肠、烘烤、生制）、冷藏调理鸡肉产品（灌肠、烘烤）、冷冻调理猪肉产品（灌肠）和冷藏调理猪肉产品（灌肠）的生产。

（六）资产许可使用

1、主要经营性房产租赁情况

圣农食品租赁使用的房产共2宗，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	用途	座落	面积(㎡)	租赁期间	租金金额（元）
1	福建圣农食品有限公司	贝奇（福建）商品有限公司	厂房	闽侯经济技术开发区一期九号西路1号	2,684.00	2013年1月1日-2017年5月31日	8元/㎡，季租金为64,420元
2		傅芬芳	办公	福州市鼓楼区五四路89号置地广场1602#的房屋一间	298.50	2011年1月1日-2013年6月30日	2011年为26,865元/月，2012年至2013年为28,357.50元/月

2、许可使用商标

圣农食品被许可的商标使用权有3项，其中1项为注册商标，2项正在注册中。商标许可方均为福建圣农发展股份有限公司，具体如下：

序号	被许可人名称	注册商标内容	商标注册号	核定使用的商品/服务类别及范围	注册有效期	许可期限
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

上述商标中，第1项（1458363号）商标的使用许可期限为2010年10月14日至2020年10月13日止；第2、3项商标，由于“圣农”为驰名商标，圣农食品无法在第29类商品注册上述两项商标，圣农发展已向国家工商行政管理总局商标局递交了上述2件商标的注册申请材料，并已于2012年8月21日获得国家工商行政管理总局商标局核发的《注册申请受理通知书》，所以双方于2012年10月22日，签订《商标使用许可合同》，许可使用期限为2012年11月1日至2013年10月31日。上述3件商标的商标使用费按照圣农食品使用上述商标的商品销售收入的1%计算并支付给圣农发展。

四、圣农食品主营业务发展情况

1、圣农食品的业务概况

圣农食品的主营业务为鸡肉制品的研发、生产和销售，以成为“卓越鸡肉制品专家”为目标，致力于成为快餐连锁企业的“中央大厨房”，为消费者提供“自然、安全、营养、美味”的产品。圣农食品产品根据生产工艺流程主要分为腌制调理类、油炸类、蒸烤类、碳烤类、灌肠类等。

圣农食品的一厂、二厂、三厂毗邻圣农发展的屠宰厂，江西圣农食品距离圣农发展的屠宰厂约50公里。良好的区位优势，确保了圣农食品可以大规模、高效率的采购圣农发展的“自繁自养自宰”的安全优质的鸡肉作为原材料，从源头保障了日本市场、肯德基、德克士等国内外高端客户对鸡肉的品质要求。

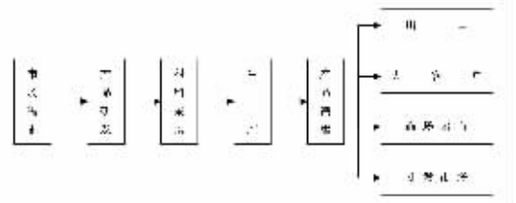
圣农食品拥有先进的鸡肉制品生产体系和设施。为保证产品质量的稳定性和生产的高效率，圣农食品以ISO9001国际质量管理体系为标准构建厂房、采购设备，建成达到国际先进水平的生产线，严格执行GMP（良好市场操作规范）与SSOP（卫生标准操作程序），全面实施HACCP食品质量与安全管理体系。圣农食品引进德国、荷兰、丹麦、日本、台湾等国家和地区的先进设备，利用国际现代化熟食加工生产线，采用先进的品质管理制度、先进的化验、检验设备及技术，保证了高品质鸡肉制品的稳定生产。

圣农食品目前形成了由出口（日本市场）、大客户（肯德基、德克士等）、商场超市、批发市场构成的多层次的销售网络。对日本出口的客户主要有日本贸易、日本食品、SAMIOH等，并通过上述贸易商进入日本的商场超市、便利连锁等终端市场；与肯德基、德克士、棒约翰、永和大王等快餐连锁企业大客户形成了稳定的合作关系；商场超市方面，圣农食品的产品已进入沃尔玛、家乐福等大型连锁终端市场，并在福建地区、广东地区取得稳定发展；批发市场也是公司产品销售的重要渠道，其下游客户主要是各类餐饮连锁企业。

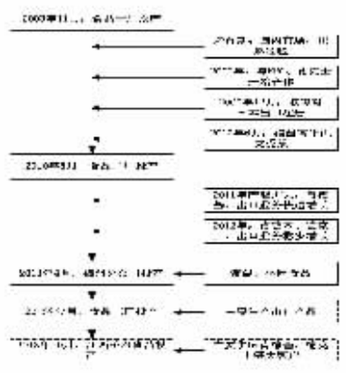
经过近十年的发展和积累，圣农食品目前组建了优秀的管理团队。多名高管拥有近20年的肉制品企业生产管理经验，研发、生产、品管、销售等部门主管人员，均具有近10年的食品行业工作经验。

圣农食品依托自身的原料优势、人才优势、设备优势、研发优势，致力于成为各类快餐连锁企业的“中央大厨房”。在向肯德基、日本食品等高端客户提供常规成熟产品的同时，为客户提供新产品的研发服务。在肯德基开发芝心翅中、黄金香酥鸡、盐酥鸡等多种新产品时，圣农食品给予了有力支持，并获得2012年度百胜餐饮集团中国研究开发部“金锅奖”。

圣农食品业务产业链如下：



2、圣农食品的业务形成过程



2003年，圣农实业为提高鸡肉原料的综合利用率、提高产品附加值，开始筹备建立鸡肉深加工业务，成立了专门从事熟食加工的圣农食品。

圣农食品设立后，开始建设食品一厂，并于2003年11月投产，主要进行国内市场的开发，逐步积累了鸡肉加工领域的研发、生产、销售经验。

到2009年，圣农食品开始与肯德基、德克士等大型客户建立了合作关系，并于2009年12月取得向日本出口熟食禽类制品的注册。为满足逐步扩大的市场需求，圣农食品开始建设食品二厂以扩大产能。

2010年，圣农食品开始向日本出口，并大批量向肯德基等大客户供货。2010年6月中旬，圣农食品所在地的福建南平地区发生百年一遇的洪灾，圣农食品损失较大，使刚进入快速道的2010年再次出现亏损。

2011年，圣农食品产能因2010年8月投产的食品二厂而大幅增加、国内市场品牌逐步提升、向肯德基等大客户供货能力增加、对日本出口逐步扩大，圣农食品开始进入快速发展阶段。2011年实现营业收入32,116.36万元，净利润1,205.79万元，并开始建设食品三厂。

2012年，圣农食品经营环境进一步优化，市场品牌持续提升，销售产品2.88万吨，实现营业收入54,357.13万元，净利润3,791.85万元，分别较2011年增长了69.25%、214.47%，并开始建设福州分公司、江西圣农食品等新产能。

圣农食品福州分公司已于2013年4月投产。根据经营计划，食品三厂将于2013年7月投产（设计产能3.59万吨/年）、江西圣农食品（设计产能3.69万吨/年）将于2013年10月投产。

2013年，随着福州公司、食品三厂、江西圣农食品投产，圣农食品的生产单位将由2012年的2个厂增加到5个厂，产能将大幅提升。随着对客户的供货能力提高，圣农食品将能更好地满足各渠道对优质原材料来源稳定、产品品质信誉高的鸡肉制品的需求，能更好地与日本食品、日本贸易、肯德基、德克士等大型客户开展更全面的合作。

因此，经过近十年在人才队伍、产品研发、生产体系、产品品质、销售渠道等方面的建设，圣农食品已进入一个全新的发展阶段。

五、圣农食品最近两年主要财务指标

单位：万元

项目	2012年12月31日/2012年度	2011年12月31日/2011年度
资产总额	52,739.97	34,515.67
归属于母公司所有者权益	18,483.80	13,691.98
营业收入	54,357.13	32,116.36
利润总额	5,208.14	1,655.32
净利润	3,791.85	1,205.79
归属母公司所有者的净利润	3,792.08	1,206.91

注：以上财务数据未经审计。

六、交易标的预估值及账面净值

（一）标的资产的预估值及定价

本次交易标的圣农食品截至2012年12月31日未经审计净资产账面值（母公司报表）为18,473.71万元，预估值约为105,232.37万元，预估值较最近一期未经审计账面值增值469.63%。

圣农食品资产基础法净资产预估价值为24,707.10万元，评估增值6,233.40万元，增值率33.74%。与收益法预估值相差80,525.27万元，差异率325.92%。

差异原因是：资产基础法评估是以企业资产负债表为基础对企业价值进行评定估算，受企业资产重置全价、资产负债程度等影响较大，而收益法评估主要从企业未来经营活动所产生的净现金流角度反映企业价值，受企业未来盈利能力、资产质量、企业经营能力、经营风险的影响较大，不同的影响因素导致了不同的评估结果。

2013年度，根据圣农食品与部分出口客户签订的销售备忘录，圣农食品预计出口规模将达到1.32万吨左右；根据与部分大客户的订单预计，对大客户2013年销售量将达到1.89吨；根据圣农食品与批发、商超渠道客户签订的销售框架协议，预计2013年度国内贸易渠道可实现销售量约2万吨。预计圣农食品2013年度销售量将超过5万吨，较2012年实际销售的2.77万吨有较大幅度的增长。

根据收益法预估值，圣农食品2013年度、2014年度和2015年度的净利润（扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润），将分别不低于7,722.51万元、11,070.39万元和15,436.54万元。

本次交易价格将根据具有证券期货相关业务资格的评估机构出具的评估结果确定，并经本公司股东大会审议通过。

目前，相关评估工作正在进行中，本预案披露的预估值与最终经具有证券相关业务资格的评估机构出具的评估结果可能存在一定的差异，最终资产评估结果将在《交易报告书》中予以披露。

（二）评估方法

本次交易评估采用资产基础法和收益法进行评估。

资产基础法是从资产重置的角度间接地评价资产的公平市场价值，它是从企业的资产现值的角度来确认企业整体价值。收益法强调的是企业整体资产的预期盈利能力，收益法的评估结果是企业整体资产预期获利能力的量化与现值化。收益法在评估过程中不仅考虑了企业账面资产的价值，同时也考虑了企业账面上不存在但对企业未来收益有重大影响的资产或因素，如企业稳定的客户资源、科学的生产经营管理水平、雄厚的产品生产和研发队伍等，在收益法评估过程中，综合考虑了企业各盈利因素，全面反映了整体企业的价值。

本次评估的目的是为本次交易提供定价依据，考虑各类具体资产的价值特征和影响其价值的相关因素，并结合收集掌握的评估资料，本次评估采用资产基础法和收益法进行评估。

（三）评估假设

本次评估是以企业持续经营为评估假设前提。以评估对象在公开市场上进行交易、正处于使用状态且将继续使用下去为评估假设前提。

本次评估的主要具体假设有：

1. 假设评估基准日后圣农食品在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前保持一致；

2. 假设圣农食品生产经营所消耗的主要原材料、辅料的供应及价格无重大变化，公司的产品价格无不可预见的重大变化；

3. 假设圣农食品保持现有的收入取得方式和信用政策不变，不会遇到重大的款项回收问题；

4. 假设圣农食品与销售客户目前已签署的购销合同和采购意向在预测期间内不会发生重大变化；

5. 假设福建圣农食品有限公司食品三厂于2013年7月竣工及投产，且按期取得经营所必需的各项行政许可、经营资质；

6. 假设江西圣农食品有限公司于2013年10月竣工及投产，且按期取得经营所必需的各项行政许可、经营资质；

7. 假设被评估单位生产经营所需各项证照期满后如期续展且不追加投资。

（四）收益法预估说明

收益法是指通过将被评估企业预期收益资产化或折现以确定评估对象价值的评估思路。

本次收益法评估模型选用企业自由现金流折现模型。现金流量折现法的描述具体如下：

股东全部权益价值＝企业整体价值－付息债务价值。

企业整体价值是指股东全部权益价值和付息债务价值之和。根据被评估单位的资产配置和使用情况，企业整体价值的计算公式如下：

企业整体价值＝经营性资产价值+溢余资产价值+非经营性资产价值

1、经营性资产

经营性资产指与被评估单位生产经营相关的、评估基准日后企业自由现金流量预测所涉及的资产与负债。经营性资产价值的计算公式如下：

$$P=\sum_{i=1}^{n}\frac{F_i}{(1+r)^i}+\frac{F_n\times(1+g)}{(r-g)\times(1+r)^n}$$

其中：P：评估基准日的企业经营性资产价值；

Fi：评估基准日后第i年预期的企业自由现金流量；

Fn：预测期末年预期的企业自由现金流量；

r：折现率(此处为加权平均资本成本,WACC)；

n：预测期；

i：预测期第i年；

g：永续期增长率。

（1）折现率计算公式

折现率(加权平均资本成本,WACC)计算公式如下：

$$WACC=K_e\times\frac{E}{D+E}+K_d\times(1-t)\times\frac{D}{D+E}$$

其中：[illegible]

（2）经营性资产价值的确定

预测期内各年自由现金流按年中流入考虑，预测期后年自由现金流以2017年为基础调整后确定，然后将收益期内各年的自由现金流按加权资本成本折到2012年12月31日现值，从而得出公司的经营性资产价值。

计算结果详见下表：

金额单位：人民币万元

科　目	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	永续
净利润	7,722.51	11,070.39	15,436.54	18,297.80	19,016.37	17,785.58
+财务费用(税后)	1,091.84	1,321.66	1,491.79	1,642.75	1,798.69	1,798.69
息前税后营业利润	8,814.36	12,392.06	16,928.33	19,940.55	20,815.06	19,584.27
+折旧摊销	1,736.89	2,969.68	2,982.11	2,990.28	2,995.35	2,651.15
-资本支出	16,756.56	830.00	830.00	830.00	830.00	1,740.56
-营运资本变动	9,185.71	6,318.31	5,882.97	4,797.66	3,997.89	0.00
自由现金流量	-15,391.01	8,213.43	13,197.47	17,303.17	18,982.53	20,494.86
折现率	11.98%	11.98%	11.98%	11.98%	11.98%	11.98%
折现期(年)	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	
折现系数	0.9450	0.8439	0.7536	0.6730	0.6010	5.0166
2013年至2017年各年折现值	-14,544.44	6,931.28	9,945.79	11,644.86	11,408.33	
永续期折现值						102,814.90
经营性资产价值						128,200.72

经测算，圣农食品经营性资产价值为128,200.72万元。

2、预估结果

根据收益法预估工作，圣农食品股东全部权益市场价值预估值为105,232.37万元。具体计算过程如下：

股东权益价值=经营性资产价值+溢余资产价值+非经营性资产价值-有息负债

=128,200.72+1,738.33-12.13-24,694.55

=105,232.37万元

（五）预估增值的原因

收益法预估增值的主要原因是企业未来收益的持续增长。

本次评估，收益法评估结果增值较大，主要原因是企业未来年度预测收益持续增长。推动企业收益持续增长主要因素体现在以下几个方面：

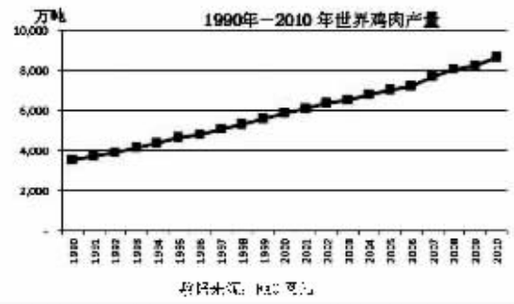
1、以鸡肉制品为主营产品的独特定位，为公司发展提供了广阔的市场空间

鸡肉和牛肉、猪肉比较，其蛋白质的质量较高、脂肪含量较低。此外，鸡肉蛋白质中富含全部必需氨基酸，其含量与蛋、乳中的氨基酸谱式极为相似，是优质的蛋白质来源。鸡肉的脂类物质和牛肉、猪肉比较，含有较多的不饱和脂肪酸—油酸（单不饱和脂肪酸）和亚油酸（多不饱和脂肪酸），能够降低对人体健康不利的低密度脂蛋白胆固醇。随着营养、健康消费观念深入人心，鸡肉及鸡肉制品的消费也保持良好的增长势头。

（1）世界鸡肉行业发展概况

根据联合国粮食与农业组织（简称“FAO”）的统计，1990年至2010年间，世界鸡肉产量从3,541.62 万吨增长至8,654.48万吨，年均增长率为4.57%。

1990年至2010年世界鸡肉产量如下图所示：



数据来源：根据FAO网站及《2012年中国统计年鉴》计算所得

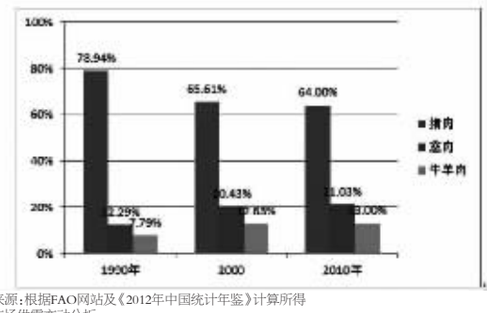
目前全球鸡肉生产主要集中在少数国家，以2010年为例，世界前十大鸡肉生产国共计生产鸡肉5,330.42万吨，占当年世界鸡肉总产量的61.59%，其中中国和美国鸡肉产量合计占世界总产量的33.28%（数据来源：FAO网站）。

（2）行业市场供需状况

根据FAO统计，2000年以来，世界肉类消费总量增长了29.22%，其中猪肉消费量增长了21.45%，牛羊肉消费量增长了13.46%，而禽肉消费量增长了47.44%，尽管禽肉绝对消费量仍小于猪肉，但与猪肉消费量的差距正逐步缩小。

随着我国国民经济的快速发展提升了居民的购买力，人们对健康营养的高品质食品需求稳步增长。鸡肉是具有高蛋白质、低脂肪、低胆固醇、低热量的健康肉类，发达国家对高脂肪、高胆固醇含量的红肉（主要是猪肉、牛肉）消费已加以节制，换之以健康的白肉（主要是鸡肉）。在国内，随着营养、健康消费观念深入人心，鸡肉及其制品的消费将持续增长。

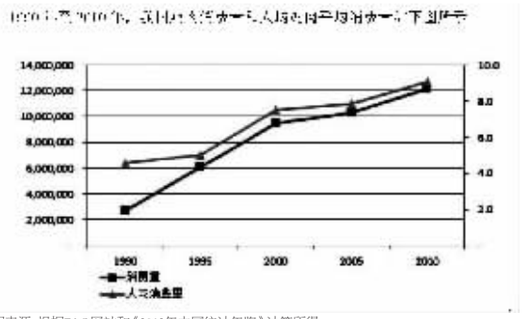
我国禽肉（含鸡肉）占肉类销售的比例，已由1990年的12.29%，提高到2010年的21.03%（其中鸡肉为14.66%）。1990年、2000年和2010年，中国猪肉、禽肉和牛羊肉消费结构 如下：



数据来源：根据FAO网站及《2012年中国统计年鉴》计算所得

（3）市场供需变动分析

根据联合国粮食和农业组织的统计，2010年，我国禽肉消费在国内肉类消费中的比重已达21.03%，人均年消费量为12.66千克；而美国的人均禽肉年消费量为52千克，约占美国肉类消费量的62%；巴西的人均禽肉销售量为45千克，占巴西肉类消费量的50%。



数据来源：根据FAO网站和《2012年中国统计年鉴》计算所得。

我国目前肉制品生产领域的大型企业主要是以猪肉为原材料的加工企业，圣农食品是专注于鸡肉的肉食加工企业。

圣农食品以专业鸡肉加工为基础，在白羽鸡肉制品领域树立了安全优质的品牌形象，并与肯德基、德克士、日本食品、日本贸易等重点客户在鸡肉制品领域建立了稳定的合作关系。

专业的品牌形象有利于圣农食品的市场开拓和未来发展。

2、未来几年圣农食品产能、产量的大幅增加，是企业盈利水平快速增长的基础

圣农食品一厂、食品二厂、福州分公司分别于2003年11月、2010年8月、2013年4月投产。按照公司确定的投产计划，食品三厂、江西圣农食品将分别于2013年7月、10月相继投产，2家厂合计将新增产能为7.28万吨。

另一方面，未来几年随着各厂之间专业化分工明确，食品一、二厂产能利用率也将进一步提高。

3、多层次全方位的销售渠道是圣农食品未来发展的核心动力

圣农食品产品系列跨度大。凭借优质、稳定的鸡肉原材料供应保障，圣农食品以多产品、多渠道建设同步推动并取得了良好成效。圣农食品现有的产品线丰富，包括油炸类、腌制类、烘烤类、肉串类、肠类、水晶包类等多种系列产品，客户可在公司享受到“一站式”采购，从而降低客户的采购成本。

目前，圣农食品已建立大客户、出口、商超和批发多层次全方位的销售渠道。

①大客户

圣农食品的大客户主要指与圣农食品签订销售合同或订单，约定产品的规格、品质，圣农食品按其特定需求提供产品的商业经营类客户，一般指采购金额较大的大型餐饮连锁企业，如百胜集团（肯德基和必胜客）、永和大王、棒约翰、德克士等。

肯德基、德克士等大型餐饮连锁企业的门店大多位于繁华的商业中心、店铺租金高、操作间面积有限，而产品需求数量大、时间紧，全部直接将冰冻或冰鲜的分割生鸡肉送往店面加工通常难以满足经营需求。该类大客户会在严控控制品质的前提下，直接采购已完成腌制调理、油炸等工艺流程的半成品。

优质的产品是大型餐饮企业稳定经营的基础。2012年末，“药残鸡事件”突发，进一步促使大型餐饮企业加强对供应商的管理。国内最大鸡肉使用客户肯德基2013年2月发起“雷霆行动”，全面强化已有的鸡肉供应商管理体系，保障鸡肉供应安全。肯德基明确提出，将大力扶持一条龙养殖模式，到2014年底，肯德基源自一条龙养殖模式的鸡肉采购量有望超过六成，并指出“福建圣农是国内打造一条龙养殖模式的突出代表”。

圣农食品凭借严格的品质管控及食品安全优势致力于成为快餐连锁企业的“中央厨房”。肯德基已在中国大陆500多个城市开设了3000余家连锁餐厅，德克士2012年底已在中国大陆近400个城市开设1500余家店铺。随着我国经济建设和城镇化水平的推进，各类快餐连锁企业也会有良好的发展。

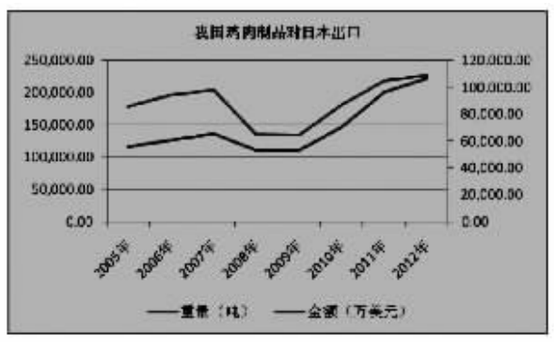
目前，圣农食品的大客户已扩展到广东、福建、浙江、江苏、四川、北京、上海等省市，并与上述大客户建立了长期稳定的合作关系。

② 出口

目前，圣农食品已取得向日本、韩国、南非等国家销售鸡肉熟食的相关准入许可，并以出口日本市场为主。圣农食品与国外客户签订销售合同或订单，约定产品的规格、品质，圣农食品按其特定需求出口产品，国外客户主要有日本贸易、日本食品、SAMIOH等，并通过上述贸易商进入日本7-11等终端市场。

根据日本政府公布的相关数据，日本国内禽肉需求约一半需求需要国外进口满足，生禽肉主要采购自巴西，熟禽制品主要采购自中国和泰国。泰国出口的主要是油炸类鸡肉制品、简单加工鸡肉制品，中国对日本主要出口工艺更为复杂的产品，如碳烤串类、蒸煮软骨等。

日本政府强调食品企业有义务采取措施确保“从农场到餐桌”各阶段的食品安全。高品质的鸡肉原材料、相似的口味、高标准的生产车间、设备、操作工艺是我国鸡肉制品出口日本的决定性因素。同时，对日本出口的产品主要是以鸡皮、鸡尾、鸡肝、鸡胗、软骨等为原材料加工的鸡肉产品。对日本出口产品的原材料与圣农发展绝大部分客户以鸡翅、鸡腿、鸡胸肉为主的产品需求有很强的互补性。



根据我国商务部统计数据，2012年我国对日本鸡肉出口达到22.67万吨，金额达106,657.50万美元。2012年度，本公司对日本出口实现销售收入2,711.85万美元（17,121.16万元人民币），占我国对日本鸡肉制品出口额的2.54%。

③商超和批发市场

商超市场是圣农食品建立、拓展自有品牌的重要渠道。圣农食品的鸡肉制品已进入沃尔玛、家乐福、人人乐、永辉、新华都等大型连锁终端市场，并在福建、广东地区取得稳定业绩，在上海、浙江等其他地区也有了迅速发展。商超市场是公司未来重要的销售渠道之一，随着公司产能的扩大和销售规模的发展，圣农食品将进一步加大在商超市场的开拓力度。

批发市场也是公司的销售渠道之一，并借助批发市场经销商专业的物流配送体系向中小型餐饮企业提供产品。

4、品质管控及食品安全优势的圣农食品未来发展的保障

圣农食品视产品质量为企业的生命，在生产过程的每一个环节都严格执行国家标准和食品安全卫生标准，并通过了ISO9001质量管理体系和HACCP体系认证。在品质管理中，以培训为基、预防为主、环环控制、持续改进的理念开展工作。

圣农食品根据自身特点，制定了完整且严密的供应链管理措施，从采购、生产、销售到物流运输各环节，全程都建立密集的质量检验与控制点，以确保原料、在制品及成品的每个环节都符合食品安全卫生的严格要求。

① 采购质量控制

圣农食品严格按照《采购管理制度》、《采购控制程序》等制度进行采购和质量控制。圣农食品的鸡肉原料主要来自圣农发展自养自宰的鸡肉，对于其他原辅料供应商的挑选，圣农食品会综合考虑供应商的信誉、供货质量、数量及价格进行综合评估，研发部提供辅料方面供应商产品信息，由品控部、采购部共同管理，原料从供应商到入库接收，均进行严密的监控和考核，以确保原辅料质量、成本和交货期，圣农食品还定期对大宗原辅料供应商进行实地评估。

② 生产过程质量控制

圣农食品生产的产品品种较多，有油炸类、蒸烤类、碳烤类、腌制调理类、灌肠类等，在生产过程中基础设施、工艺布局、卫生控制、产品防护等是确保食品安全的前提；圣农食品按照质量管理体系及食品安全标准的相关要求，确定生产关键控制点，严格执行有关技术要求和操作规程并做好工艺记录；圣农食品成立食品安全小组，从生物危害、物理危害、化学危害等方面引导生产车间食品安全管理工作，在生产过程设立关键控制点及控制限值，并在员工中开展培训。

③ 仓储质量控制

圣农食品实时记录成品出入库情况。圣农食品产品分为冷冻与冷藏两种，冷冻仓库温度不得高于-18℃，冷藏仓库温度保持在0~4℃。所有产品均严格按照食品卫生标准的要求存放。入库前，仓管员必须与车间人员现场交接，填写入库单，认真核对产品名称、批次、数量、标识及包装情况，并将相关信息及时录入K3系统。出库前，仓管员根据销售部的发货单，根据先进先出原则办理产品出库，每批产品出货前由专人进行检测产品温度、包装情况、打码情况、车辆卫生情况等，并记录发货情况。

④ 产品销售和配送过程质量控制

圣农食品严格依《食品安全法》的要求，通过设立产品销售台账等方式建立健全食品出厂检验记录制度，查验出厂食品的检验合格情况与安全状况，并如实记录出厂食品的名称、规格、数量、生产日期、批号、购货者名称及联系方式、销售日期等内容，建立产品追溯体系，并实行全程的“冷链”配送，确保产品质量的稳定。

⑤ 检验过程质量控制

圣农食品对原辅料、成品进行常规检测，检测项目包括：水分、盐分、蛋白质、脂肪、挥发性盐基氮、酸价、过氧化值、酸度、菌落总数、大肠菌群等。检验操作方法均以国家食品安全检测标准为依据。同时，圣农食品还与南平市产品质量检验所、福建省产品检验研究院签订长期委托检验合同，通过外部机构的检测比对，复核内部检验数据。

5、企业在技术研发、国际标准厂房和现代化生产装备等方面优势明显，为圣农食品未来高速发展提供了强大支持

圣农食品建立了较强的鸡肉深加工研发团队，设立了研发技术中心，并在各个分厂设立了专业研发实验室，可进行各类中西式肉制品的开发，包括油炸类、蒸烤类、碳烤类、腌制调理类、灌肠类、面点类、酱卤类等，并与福州大学、福建农林大学等高校的食品、动物、生物专业建立校企合作模式。同时，公司还针对不同的客户群体需求，提供更有侧重点的产品开发支持。

作为食品加工企业，圣农食品以国际领先标准构建厂房、采购设备，建成达到国际先进水平的生产线。圣农食品的生产布局和工艺流程满足了ISO9001国际质量管理体系，达到了GMP（良好市场操作规范）、SSOP（卫生标准操作程序）和HACCP食品质量与安全管理标准，从而为保证产品质量的稳定性和生产的高效率奠定了基础。

圣农食品引进了德国、荷兰、丹麦、日本、台湾等国家和地区的先进设备，如德国的真空按摩机、自动灌肠机、烟熏炉等，荷兰的绞肉机、斩拌机、成型机、电热式油炸机等，利用国际现代化熟食加工生产线，采用先进的品质管理制度、先进的化验、检验设备及技术，保证了高品质鸡肉制品的稳定