（上接B5版）

（一）发行人控股股东与实际控制人情况介绍

1、基本情况

本公司的控股股东和实际控制人为石聚彬。截至2013年6月30日，石聚彬直接持有本公司60,009,356股，占本公司总股本的比例为40.66%。石聚彬先生，简历参见本节“六、发行人董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员基本情况”之“1、董事”。

2、控股股东、实际控制人所持有的发行人股票质押或冻结的情况

截至2013年6月30日，石聚彬持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

3、控股股东、实际控制人对其他企业的投资情况

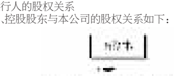
截至2013年6月30日，石聚彬投资了河南奥星型砂有限公司和河南木本良创意农业有限公司。简要情况如下所示：

单位：万元

公司名称	成立时间	持股比例	注册资本	实收资本	经营范围	住所
河南奥星型砂有限公司	2009.3.2	80.00%	300.00	300.00	生产销售型砂、铸造砂	河南省新郑市孟庄镇小石庄村
河南木本良创意农业有限公司	2009.12.28	90.00%	1,000.00	1,000.00	园艺种植、旅游产品销售、文化展览；经济林种植	新郑市薛店镇王张村

（二）发行人实际控制人、控股股东与发行人的股权关系

截至2013年6月30日，本公司实际控制人、控股股东与本公司的股权关系如下：



五、发行人董事、监事及高级管理人员情况

截至本募集说明书摘要签署之日，公司共有9名董事、5名监事和7名高级管理人员，具体情况如下：

（一）董事、监事及高级管理人员基本情况

1、董事

姓 名	职 务	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	2012年度从公司领取的报酬总额（万元）（税前）	是否在股东单位或其他关联单位领取报酬、津贴
石聚彬	董事长、总经理	男	52	2012年8月14日	2015年8月13日	47.07	否
李守宇	副董事长	男	49	2012年8月14日	2015年8月13日	0	是
石聚领	董事、副总经理、董事会秘书	男	45	2012年8月14日	2015年8月13日	27.36	否
张艳菊	董事、副总经理	女	50	2012年8月14日	2015年8月13日	20.00	否
刘汉超	董事、副总经理	男	38	2012年8月14日	2015年8月13日	27.36	否
万君初	董事	男	47	2012年8月14日	2015年8月13日	8.50	否
刘孟军	独立董事	男	47	2012年8月14日	2015年8月13日	8.50	否
谷秀娟	独立董事	女	45	2012年8月14日	2015年8月13日	8.50	否
朱 舫	独立董事	女	57	2012年8月14日	2015年8月13日	3.83	否

石聚彬先生（董事长、总经理）：出生于1961年，中国国籍，无境外居留权。工商管理硕士（MBA），高级经济师。现任新郑市人大常委，郑州市政协常委，河南省人大代表，中共河南省党代表，中国经济林协会副会长，中国农业产业化龙头企业协会副会长，先后荣获“全国劳动模范”、“全国五一劳动奖章”、“第九届中国十大杰出青年农民”、“河南省优秀民营企业家”、“2007CCTV三农人物创新奖”等荣誉称号，并被誉为“红枣司令”和“民间红枣专家”。1984年-1987年，任新郑县孟庄乡小石庄村村民委员会主任；1987年-1992年，任郑州市新乐印刷厂厂长；1992年，任新郑县孟庄干鲜果食品加工厂蜜饯车间主任；1992年11月-1997年8月，任郑州市新郑县奥星食品厂、河南省新郑市奥星食品厂厂长；1997年9月-2008年9月，任河南省新郑奥星实业有限公司执行董事兼总经理；2008年9月至今，任河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司董事长兼总经理。

李守宇先生（副董事长）：出生于1964年，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。1985年-1989年，在河南大学物理系任教师；1989年-1992年，在南开大学攻读硕士研究生；1992年-1995年，在郑州市外经贸委外商投资服务中心任科员；1995年-1998年，在赛格国际信托投资公司任投资银行部经理；1998年-1999年，在深圳市高新技术投资担保有限公司任投资部项目经理；1999年，在深圳市创新投资集团有限公司历任投资发展总部副总经理、总经理、深圳市创新资本投资有限公司副总经理；2007年-2010年，在郑州百瑞创新资本创业投资有限公司任总经理，兼任深圳市创新投资集团有限公司河南区总经理、洛阳红土创新资本创业投资有限公司总经理；2011年至今，任深圳市创新投资集团有限公司风险控制委员会秘书长兼项目管理总部总经理；2013年至今，兼任深圳市创新投资集团有限公司董事会秘书；同时，兼任郑州百瑞创新资本创业投资有限公司总经理，多氟多化工股份有限公司董事，北京中矿环保科技股份有限公司董事，湖北匡通电子有限公司董事，河南金誉包装科技股份有限公司董事，深圳市中新赛克科技有限公司董事，广州科密制动技术有限公司副董事长，洛阳天誉环保工程有限公司监事。

石聚领先生（董事、副总经理、董事会秘书）：出生于1968年，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生，高级咨询师。先后当选为新郑市政协委员、郑州市人大代表，河南省政协特邀委员，目前还担任新郑市青联副主席，新郑市工商联副主席，郑州市总商会副会长，河南省青年企业家协会副会长，河南省民族文化促进会副主席，中国优质农产品服务协会副会长等社会职务。1990年-1996年，在河南省计划经济委员会社协工作，任办公室主任；1996年-2003年，在河南省妇幼保健院爱婴中心工作，担任主任；2003年至今，在河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司工作，历任品牌部主任、办公室主任、副总经理兼行政总监等职务，期间参与开发了红枣粉、枣开心、花粉饮料等高新技术产品。现任本公司董事、副总经理、董事会秘书。

张艳菊女士（董事、副总经理）：出生于1963年，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1983年-1999年，在郑州新郑国际机场先后从事财务、销售、地面服务等工作；1999年-2002年，在郑州新郑国际机场工作，任商贸部经理；2002年-2012年，在河南民航食品有限公司工作，任总经理；2012年5月至今，在本公司历任生产总监、生产副总职务，现任本公司董事、副总经理。工作期间，曾获“郑州市五一劳动奖章”、“优秀女工”、“优秀党务工作者”等荣誉称号。

刘汉超先生（董事、副总经理）：出生于1975年，中国国籍，无境外居留权，本科学历，会计师职称，具有注册会计师、注册资产评估师、注册内部审计师、法律职业资格。1998年-2006年，在亚太（集团）会计师事务所工作，历任项目经理、经理、高级经理，从事审计、资产评估工作；2006年-2007年，在鑫苑（中国）置业有限公司工作，任审计师职务，从事企业内部审计工作；2008年7月至今，在河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司工作，历任监事兼审计部经理、监事会主席兼审计部经理、副总经理兼董事会秘书。现任本公司董事、副总经理、总经理助理。

万君初先生（董事）：出生于1966年，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。1986年-1994年，青岛市即墨供销社秘书，宣教干事，办公室主任等；1995年-1997年，北京盛恒广告公司总经理，中国新闻文化促进会经济新闻工作委员会主任；1998年-2005年，中国质量万里行促进会名牌战略部部长，副秘书长；2006年-2009年，任《中国经贸》杂志总编辑，中国商业文化研究会副秘书长。2009年至今，任中国人生科学学会副秘书长、副会长，兼任广东志高空调股份有限公司独立董事。

刘孟军先生（独立董事）：出生于1966年，中国国籍，无境外居留权，博士研究生学历。1980年-1987年在河北农业大学果树专业获农学学士和硕士，1993年于北京医科大学药学院获理学博士学位，1996-1997在韩国国家园艺研究所做生物工程博士后研究。现为河北农业大学教授、博士生导师，兼任河北省植物学会理事长，中国园艺学会干果分会理事长，全国枣产业科技创新战略联盟理事长，中国经济林协会枣专业委员会主任委员，国际园艺学会枣属植物工作组主席。刘孟军先生曾获得国家科技进步二等奖、何梁何利基金科学与技术进步奖等10多项科技成果奖，并当选“河北省十大杰出青年”、“河北省省管优秀专家”、“全国青年科技标兵”、“国家百千万人才工程第一、二层次人才”、“国务院特殊津贴专家”等。目前，刘孟军先生未兼任其他公司的独立董事。

谷秀娟女士（独立董事）：出生于1968年，中国国籍，无境外居留权，博士研究生学历，具有注册会计师资格。1992年5月-1994年9月，任北京市世界银行住房项目办公室住房项目部副部长，北京市住房资金管理中心分中心管理处副处长；1994年10月-1997年2月，任北京市住房资金管理中心分中心管理处、审计处处长；1997年3月-2001年5月，任中国证监会北京监管局财务稽核处副处长；2001年5月-2004年5月，任中国证监会北京监管局稽查处处长；2004年6月至今，任河南工业大学经贸学院教授、院长。曾被评为“北京市跨世纪人才”、“国务院特殊津贴专家”、“河南省三八红旗手”、“河南省创新人才”、“河南教育厅学术技术带头人”。目前，谷秀娟女士还兼任成都市兴蓉投资股份有限公司、牧原食品股份有限公司、河南金誉包装科技股份有限公司、河南金博士种业股份有限公司等四家公司的独立董事。

朱舫女士（独立董事）：出生于1956年，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1982年8月-1984年12月，在商业部经济研究所工作；1985年1月-2011年2月，在中国商报工作，历任记者、副主任、主任、主编助理、副总编等职务；2012年3月至今，任中国连锁经营协会首席顾问；2011年6月至今，兼任北京聚霖投资管理中心代表；2012年11月至今，任深圳市聚霖投资管理有限公司董事、总经理。工作期间，曾获中国连锁经营协会颁发的“中国连锁业突出成就奖”。2012年1月至今，朱舫女士还兼任新疆百富餐饮股份有限公司独立董事。

2、监事

姓 名	职 务	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	2012年度从公司领取的报酬总额（万元）（税前）	是否在股东单位或其他关联单位领取报酬、津贴
张五须	监事会主席	男	56	2012年8月14日	2015年8月13日	26.73	否
何 超	监事	男	53	2012年8月14日	2015年8月13日	0	是
孔 强	监事	男	39	2012年8月14日	2015年8月13日	0	是
王文杰	监事	女	32	2012年8月14日	2015年8月13日	23.52	否
石 强	监事	男	30	2012年8月14日	2015年8月13日	9.54	否

张五须先生（监事会主席）：出生于1957年，中国国籍，无境外居留权，大专学历，会计师。1978年-1979年，在新郑市城后马村任教；1980年-1993年，在新郑县孟庄干鲜果食品加工厂担任会计；1993年-1997年，任郑州市新郑县奥星食品厂、河南省新郑市奥星食品厂财务主管；1997年9月至今，在河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司工作，先后担任财务主管、办公室主任、财务室主任、财务总监、副总经理兼内部审计部门负责人等职务。现任本公司监事、内部审计部门负责人。

何超先生（监事）：出生于1960年，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。1989年-1994年，任深圳国际企业服务有限公司财务经理；1994年-1999年，任中国农业银行深圳信托公司部门经理；2000年-2003年，在深圳大鹏证券公司工作，历任结算中心副总经理，中南管理总部总经理，西南管理总部总经理；2004年-2006年，任五洲证券公司副总裁；2006年至今，任深圳市创新投资集团有限公司财务副总经理。2007年至今，任郑州百瑞创新投资管理公司副总经理。

孔强先生（监事）：出生于1974年，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。1997年-1999年，任广州科友科技有限公司市场部经理；2000年-2002年，在清华大学软件学院学习，获软件工程第二学士学位；2002年-2005年，在清华大学计算机科学与技术系学习，获计算机应用专业硕士学位；2005年-2006年，任北京泛在物联科技有限公司总经理，2006年-2008年，任深圳市创新投资集团有限公司投资部经理，深圳市福田创新资本创业投资有限公司副总经理；2008年-2010年，历任北京秉原创业投资有限责任公司执行董事、总经理；2010年至今，担任上海秉原秉鸿股权投资管理有限公司创始合伙人、董事、总经理。同时，兼任上海秉原安股权投资发展中心（有限合伙）执行事务合伙人委派代表；上海秉原吉股权投资发展中心（有限合伙）执行事务合伙人委派代表；北京秉鸿嘉睿股权投资管理有限公司执行董事；北京汇赢创业投资有限公司董事长；大连雪龙产业集团有限公司董事；河南裕华光伏新材料股份有限公司董事；河南科迪乳业股份有限公司董事；咸阳科隆特种橡胶有限公司董事。

王文杰女士（监事）：出生于1981年，中国国籍，无境外居留权，中共党员，大专学历。2002年至今，在河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司工作，曾任公司销售中心文化传媒部经理、销售中心业务部经理。现任本公司销售中心综合管理部总监。

石强先生（监事）：出生于1983年，中国国籍，无境外居留权，中共党员，大专学历。2006年9月至今，在河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司工作，先后担任信息部职员、生产中心蜜饯部小组长、枣片部组长、枣片二部部长、枣片一部部长等职务。现任本公司生产中心果蔬营养事业部总监。

3、高级管理人员

姓 名	职 务	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	2012年度从公司领取的报酬总额（万元）（税前）	是否在股东单位或其他关联单位领取报酬、津贴
石聚彬	董事长、总经理	男	52	2012年8月14日	2015年8月13日	47.07	否
石聚领	董事、副总经理、董事会秘书	男	45	2012年8月14日	2015年8月13日	27.36	否
张艳菊	董事、副总经理	女	50	2012年8月14日	2015年8月13日	20.00	否
刘汉超	董事、副总经理	男	38	2012年8月14日	2015年8月13日	27.36	否
常国杰	副总经理	男	58	2012年8月14日	2015年8月13日	27.36	否
张宗成	财务总监	男	39	2012年8月14日	2015年8月13日	27.36	否
张虽线	副总经理	男	38	2012年8月14日	2015年8月13日	37.19	否

石聚彬先生：简历参见本节“六、发行人董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员基本情况”之“1、董事”。

石聚领先生：简历参见本节“六、发行人董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员基本情况”之“1、董事”。

张艳菊女士：简历参见本节“六、发行人董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员基本情况”之“1、董事”。

刘汉超先生：简历参见本节“六、发行人董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员基本情况”之“1、董事”。

常国杰先生（副总经理）：出生于1955年，中国国籍，无境外居留权，工商管理硕士（MBA），高级注册采购师。1983年-1992年，任新郑县孟庄干鲜果食品加工厂技术员；1993年-1997年8月，任郑州市新郑县奥星食品厂、河南省新郑市奥星食品厂生产厂长；1997年9月至今，在河南省新郑奥星实业有限公司和好想你枣业股份有限公司工作，先后担任副总经理兼生产厂长、副总经理兼经营厂长、董事兼副总经理等职务，期间领衔开发出新郑枣片、红枣粉、红枣干等省级高新技术产品。现任本公司副总经理。

张宗成先生（财务总监）：出生于1974年，中国国籍，无境外居留权，本科学历，持有国际注册会计师、财务管理师等证书。1995年6月-1996年6月，在河南香江装饰工程公司工作，历任项目部财务主管；1996年7月-1999年3月，在武汉红桃K集团河南办事处工作，历任财务主管、审计主管，从事财务工作；1999年4月-2003年3月，在山西傅山药业有限公司工作，历任华东区域财务管理部长，从事财务管理工作；2003年4月-2010年4月，在郑州三全食品股份有限公司工作，历任华南大区财务经理、集团财务经理、集团审计经理，从事财务管理、内部审计工作；2010年5月至今，在本公司历任财务经理、财务总监。现任本公司财务总监。

张虽线先生（副总经理）：出生于1975年，中国国籍，无境外居留权，大专学历。2002年-2005年，任山西广大化工有限公司区域经理；2005年-2009年，任福建浩伦集团有限公司云贵川分公司总经理；2009年-2010年8月，任海南力智生物工程有限公司分公司事业部总经理；2010年9月至今，在好想你枣业股份有限公司工作，历任总经办经理、流通部经理、销售中心销售一部销售总监等职务。现任本公司副总经理。

（二）董事、监事及高级管理人员兼职情况

1、在股东单位任职情况

姓 名	股东单位名称	担任的职务	是否领取报酬津贴
李守宇	百瑞创投	总经理	否
	深创投	董事会秘书、风险控制委员会秘书长兼项目管理总部总经理	是
何 超	深创投	财务副总经理	是

2、在其他单位任职情况

姓 名	股东单位名称	担任的职务	是否领取报酬津贴
石聚彬	新郑农商行	董事	否
	奥星型砂、若羌好想你、木本良公司、北京好想你、郑州好想你、湖北好想你、湖南好想你、郑州奥星、江苏好想你	执行董事	否
李守宇	多氟多化工股份有限公司、北京中矿环保科技股份有限公司、湖北匡通电子有限公司、河南金誉包装科技股份有限公司、深圳市中新赛克科技有限公司	董事	否
	广州科密制动技术有限公司	副董事长	否
	洛阳天誉环保工程有限公司	监事	否
石聚领	木本良公司	监事	否
万君初	中国人生科学学会	副秘书长、副会长	否
	广东志高空调股份有限公司	独立董事	是
刘孟军	河北农业大学园艺学院	教授、博士生导师	是
	国际园艺学会枣属植物工作组	主席	否
	中国经济林协会枣专业委员会	主任委员	否
	中国园艺学会干果分会、河北省植物学会、全国枣产业科技创新战略联盟	理事长	否
谷秀娟	河南工业大学经济贸易学院	院长、教授、硕士生导师	是
	成都市兴蓉投资股份有限公司、牧原食品股份有限公司、河南金誉包装科技股份有限公司、河南金博士种业股份有限公司	独立董事	是
朱 舫	中国连锁经营协会	首席顾问	是
	北京聚霖投资管理中心	代表	是
	新疆百富餐饮股份有限公司	独立董事	是
	深圳市聚霖投资管理有限公司	董事、总经理	是
张五须	奥星型砂、江苏好想你、湖北好想你、湖南好想你、浙江好想你、广东好想你、福州好想你、郑州奥星、重庆好想你、树上粮仓公司、枣开心公司	监事	否
何 超	郑州百瑞创新投资管理公司	副总经理	否
孔 强	上海秉原秉鸿股权投资管理有限公司	创始合伙人、董事、总经理	是
	上海秉原安股权投资发展中心（有限合伙）、上海秉原吉股权投资发展中心（有限合伙）	执行合伙人委派代表	否
	北京秉鸿嘉睿股权投资管理有限公司	执行董事	否
	北京汇赢投资有限公司	董事长	否
	大连雪龙产业集团有限公司、河南裕华光伏新材料股份有限公司、河南科迪乳业股份有限公司、咸阳科隆特种橡胶有限公司	董事	否
常国杰	大枣树公司	执行董事、经理	否

（三）董事、监事及高级管理人员薪酬

参见本节“六、发行人董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员基本情况”。

（四）董事、监事及高级管理人员持有本公司股票及债券情况

截至2013年6月30日，现任公司董事、监事及高级管理人员持有本公司股票情况如下所示：

姓 名	职 务	持股数量（股）	持股比例
石聚彬	董事长、总经理	60,009,356	40.66%
石聚领	董事、副总经理、董事会秘书	4,091,600	2.77%
刘汉超	董事、副总经理	198,000	0.13%
张五须	监事会主席	4,091,600	2.77%
王文杰	监事	198,000	0.13%
石 强	监事	165,000	0.11%
常国杰	副总经理	4,728,024	3.20%

截至2013年6月30日，本公司未发行过债券。因此，现任公司董事、监事及高级管理人员未持有本公司债券。

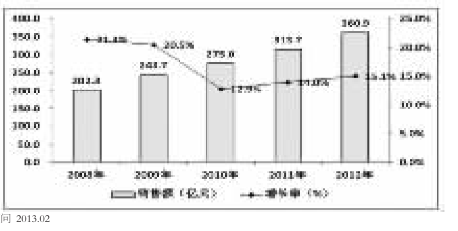
六、发行人主营业务情况

（一）枣产品加工业发展概况

1、市场规模与增长

枣产品市场方面，随着社会的进步，人们越来越重视生活质量的提高，“药补不如食补”的观念和做法正深入人心并日益流行，枣是药食同源的绝佳食品。枣类资源的开发利用，特别是大力研究开发适宜于鲜食、粗加工、深加工等不同用途的品种，无疑将丰富人们的膳食种类，给枣产业带来新的发展机会。2012年，中国枣产品市场规模达到360.9亿元，同比增长15.1%。2008年至2012年，中国枣产品市场年均复合增长率达到15.6%，总体来看，近些年中国枣产品市场总体保持较快幅度增长。

2008—2012年中国枣产品市场规模及增长



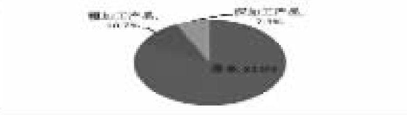
数据来源：赛迪顾问 2013.02

2、市场结构

（1）产品结构

从产品结构，将中国枣产品市场分为原枣、粗加工产品和深加工产品。蜜饯等属于粗加工产品，枣片、枣饮料、枣粉等属于深加工产品。2012年，原枣销售额达到296.0亿元，占比82.0%，粗加工产品销售额达到38.6亿元，占比10.7%，深加工产品销售额26.3亿元，占比7.3%。

2012年中国枣产品市场产品结构



数据来源：赛迪顾问 2013.02

从2008-2012年，原枣、粗加工产品和深加工产品均保持较快的增长速度，相比较而言，深加工产品的增长速度最快，而原枣的增长速度相对较慢。中国枣产品市场产品结构基本保持稳定，加工产品，尤其是深加工产品的比重不断增加。原枣在市场上所占比例从2008年的86.1%下降到2012年的82.0%。而深加工产品由2008年的4.5%上升到2012年的7.3%。

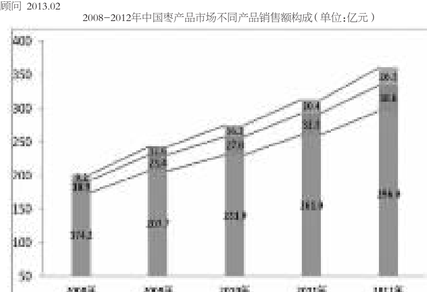
2008-2012年中国枣产品市场不同产品销售额及增长率

单位：亿元

产品类别		2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
原枣	销售额	174.2	207.7	231.9	261.0	296.0
	增长率	20.10%	19.20%	11.6%	12.6%	13.4%
粗加工产品	销售额	18.9	23.4	27.0	32.3	38.6
	增长率	27.70%	24.00%	15.2%	19.9%	19.5%
深加工产品	销售额	9.2	12.6	16.2	20.4	26.3
	增长率	35.30%	37.30%	28.8%	25.6%	29.2%

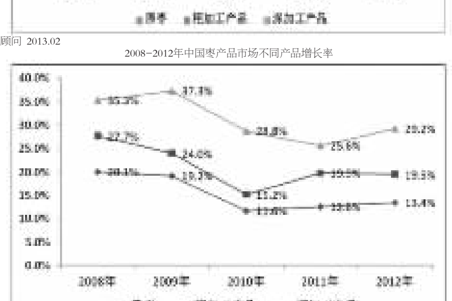
数据来源：赛迪顾问 2013.02

2008-2012年中国枣产品市场不同产品销售额构成（单位：亿元）



数据来源：赛迪顾问 2013.02

2008-2012年中国枣产品市场不同产品增长率



数据来源：赛迪顾问 2013.02

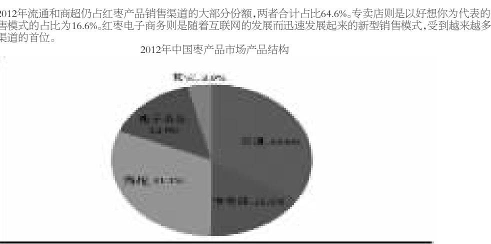
（2）品牌结构

中国枣产品生产加工企业多达上千家，每一个枣区主产县市均有自己的枣产品加工企业，该行业龙头企业较少，品牌集中度低。目前，枣产品市场品牌结构由三个梯队组成。第一梯队由国内枣产品行业首家上市公司、中国驰名商标“好想你”为代表。这类企业凭借其品牌影响力，在中国枣产品消费领域占有一定的份额。第二梯队由国内知名度较高、实现规模化生产的企业组成，包括和田昆仑山枣业有限责任公司、山东鼎力枣业食品集团有限公司、新疆叶河源果业股份有限公司、山西天骄生物集团有限公司等。这类企业依托近靠优质红枣种植地的优势和对细分市场的把控，借助电子商务等创新销售模式，成长性较好。第三梯队由国内众多的中小型加工企业组成，这类企业规模偏小，渠道建设尚不完善，产品品质与第一梯队企业差距明显。

（3）渠道结构

从销售渠道来看，2012年流通和商超仍占红枣产品销售渠道的大部分份额，两者合计占比64.6%。专卖店则是以好想你为代表的企业创新发展的新型模式，该销售模式的占比为16.6%。红枣电子商务则是随着互联网的发展而迅速发展起来的新型销售模式，受到越来越多白领阶层的青睐，增长速度居各渠道的首位。

2012年中国枣产品市场产品结构



数据来源：赛迪顾问 2013.02

3、市场发展特点

（1）行业内小规模企业众多，行业集中度有待提高

目前，在各红枣产区均有数量众多的红枣产品加工企业，国内从事红枣加工行业的企业有上千家，但中国红枣加工行业的集中度不高，较多从事红枣加工行业的企业规模较小，产品加工技术较为落后。

好想你凭借品牌优势、技术研发创新优势、产品品牌效应优势等，不断扩大公司在红枣类产品中的市场占有率，公司规模稳步增长。而一些中小规模的红枣加工企业由于经营管理粗放，技术研发能力薄弱，在上游红枣产品质量及价格出现波动的情况下容易出现经营不善而倒闭的现象。未来，随着中国红枣加工行业的不断发展，行业整合也将逐步开展。经过兼并收购，中国的红枣加工行业集中度将不断提高。

（2）电子商务平台越来越受到企业重视

电子商务具有操作的实时性，能够满足企业随时随地应对瞬息万变的市场需求，帮助企业提高工作效率，从而降低运营成本，增加企业收入。通过电子商务平台，用户可以通过个人PC或移动终端等上网终端搜索相关产品信息，相关企业的产品图片、公司名称、电话等商务信息，用户可以直接点击进入商家网站或者利用电话一键拨打功能直接与商家联系，并最终促成业务的成交。这种精准的网络营销模式受到越来越多的从事枣产品生产加工企业的青睐。

（3）枣产品加工厂商加大对原材料生产示范基地建设力度，龙头企业对产业链整合能力明显

伴随枣加工行业的快速发展，一些枣品加工企业加大了对产业上游原材料供应的控制力度。为了确保原材料供应的稳定性，保障原材料采购品种和品质，提升对上游产业的控制力度，枣加工行业重点企业纷纷向产业链上游延伸，建立自己的红枣种植基地。

目前，好想你枣业、和田昆仑山枣业、新疆叶河源果业、新疆天海绿洲果业、河北沛然、沧州恩际生物等多家红枣生产加工企业均建立了自己的红枣种植基地。通过示范带动作用，可以促进周边红枣种植业规模的扩大，最终形成规模经济。同时，部分重点红枣生产加工企业对枣品质、枣树种植技术有着系统的研究，通过基地规模化种植，可以提高红枣的品质，最终提高公司对上游原材料市场的把控能力，以减少上游价格波动对公司的影响。

4、市场影响因素

（1）有利因素

①2012年国民经济发展良好，居民消费水平持续提高

2012年我国国民经济发展状况良好，居民人均可支配收入持续增加。据国家统计局统计数据，2012年，我国国内生产总值达到519,322亿元，同比增长7.8%；全年农村居民人均纯收入7,917元，扣除价格因素，实际同比增长10.7%；城镇居民人均可支配收入24,565元，扣除价格因素，实际同比增长9.6%。农村居民食品消费支出占消费总支出的比重为39.3%，城镇为36.2%。

居民可支配收入的增多有利于刺激市场消费，而红枣产品作为保健休闲类食品，随着保健养生观念的深入人心，越来越多的消费者将增加对红枣产品的购买量，有利于中国红枣市场规模的不断扩大。

②枣保健的理念已经深入人心

当今社会，随着人们生活水平的提高，健康养生的需求不断增多，药补不如食补的理念受到广大人民群众的欢迎。红枣作为中国传统的保健养生类食品，富含丰富的营养成分，如红枣多糖分子、芦丁、膳食纤维、环磷酸腺苷、氨基酸、维生素、矿物质元素等，红枣的滋补价值以及药用价值已经得到了广泛的认可。红枣作为药食同源的食品，且食用口感较好，越来越受到广大消费人群的青睐，枣保健的理念已经深入人心。在中国礼尚往来的社会传统影响下，枣产品成为人们访亲拜友的礼物选择之一。

特别是近年来，随着重点枣产品加工生产企业不断加大对枣树种植、枣产品加工技术的研发力度，枣树育种栽培技术、枣产品储藏保鲜及深加工技术不断增强，产品品质不断提高，可供消费者选择的枣产品种类不断增多，使得红枣产品走向了千家万户。未来，随着枣保健理念的持续深入和居民生活水平的稳步提升，中国红枣产品的市场发展空间巨大。

③老年人口增多，保健市场发展迅速，对枣产品的需求不断增大

人口老龄化是21世纪世界各国均出现的难题之一，我国人口的老龄化程度较高，老年人口不断增多。据国家统计局统计的数据显示，2012年，我国60周岁及以上人口约为1.94亿，占总人口的14.3%，比上年末提高0.59个百分点。预计未来几年内，我国老龄人口将持续增多。

老年人由于身体机能衰退，抵抗能力下降。大多数老年人均在日常生活中选用某种或几类保健产品，以达到调节身体机能、改善身体健康状况的目的。伴随老龄人口的增多、居民可支配收入的额度越来越大以及食品保健知识的普及，社会上对保健品的需求越来越旺盛，我国保健品行业进入高速发展的阶段。枣产品作为保健食品的一种，凭借丰富的营养价值以及不错的食用口感，在保健产品中脱颖而出，枣产品的市场需求增长明显。

（2）不利因素

①产品良莠不齐，容易陷入价格竞争

目前，我国从事红枣产品加工生产的企业有上千家，在重点枣产区，几乎每个县都有数家规模较大的枣产品生产加工企业，而手工作坊类型的小企业更是数不胜数，整个行业集中度较低。虽然部分行业领头企业在技术创新方面加大投入，不断开发新的产品类别，但很快就会被其他竞争对手模仿。

目前，枣产品市场的种类主要有即食枣、免洗干枣、枣片、蜜饯、枣粉、枣饮料等。部分大规模枣产品生产加工企业在枣树栽培、化肥农药使用、优良品种选择、后期加工、包装、贮藏方面采用新技术手段，产品质量及食用口感方面具有一定的保障；而技术水平落后的小规模企业或手工作坊，利用简陋的生产加工设备模仿领军企业的产品，产品质量及口感均无法与大企业产品媲美，靠低廉的价格抢占市场，造成市场上流通的红枣产品质量良莠不齐，低价倾销现象较多。

②市场开拓不足

困扰中国枣产业发展的最大难题就是产业整体市场开拓能力较弱。尽管部分龙头企业在不断加大市场开拓力度，但产业整体市场开拓能力仍处于较低水平，尤其是众多中小企业市场开拓乏力。长期以来，枣产业还存在重视产中，忽视产前和产后的问题，产后销售的问题一直阻碍产业的发展，海外市场一直没能得到有效拓展。

③气候变化，影响红枣种植

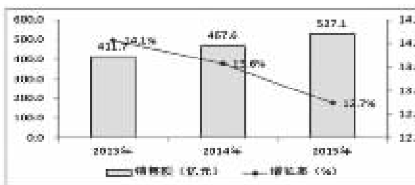
随着全球变暖，内地气候环境逐步恶劣，包括空气污染、异常气候等。空气污染不利于红枣品质的保证，而干旱、沙尘暴、暖冬、严寒和冰雹等异常气候使得红枣病虫害问题增多，影响枣树种植的效益和枣农种植枣树的积极性。

5、市场预测

得益于国家政策的支持，行业技术水平不断提高，龙头企业的带动效应逐渐显现，在不断增加的市场需求拉动下，中国枣产品市场将持续增长。到2015年中国枣产品市场规模预计将约达到527.1亿元，同比增幅约为12.7%。其中深加工产品的增长速度最快，到2015年，深加工产品的销售额将达到58.0亿元。

2013-2015年中国枣产品市场规模与增长预测

单位：亿元



数据来源：赛迪顾问 2013.02

2013-2015年中国枣产品市场不同产品销售额及增长率预测

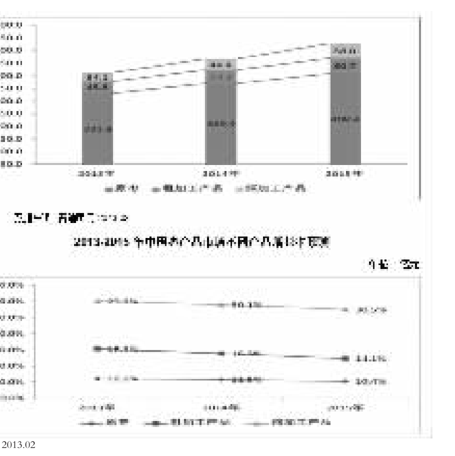
单位：亿元

产品类别		2013年	2014年	2015年
原枣	销售额	331.8	369.9	408.4
	增长率	12.1%	11.5%	10.4%
粗加工产品	销售额	45.8	53.2	60.7
	增长率	18.5%	16.3%	14.1%
深加工产品	销售额	34.1	44.4	58.0
	增长率	29.6%	30.1%	30.5%

数据来源：赛迪顾问 2013.02

2013-2015年中国枣产品市场不同产品销售额构成预测

单位：亿元



数据来源：赛迪顾问 2013.02

（二）行业监管体系

红枣产业主要从事枣树种植和枣产品的生产、加工和销售。按照《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）分类方法，枣树种植属农业（A01）中的仁果类和核果类水果种植（A0151），枣产品的生产、加工和销售属农副食品加工业（C13）中的水果和坚果加工（C1372）。

行政主管部门是中华人民共和国农业部和国家林业局，主要负责农业和农村经济发展战略、产业政策、技术标准的制定，以及农村经济体制改革和农业科研、教育、技术推广。

行业内部管理机构是中国园艺学会干果分会，行业协会根据授权进行行业统计，掌握国内外行业发展动态，收集、发布行业信息；依照有关规定创办报刊和网站，开展法律、政策、技术、管理、市场等咨询服务；组织人才、技术、管理、法规等培训，帮助会员企业提高素质、增强创新能力、改善经营管理；参与行业资质认证、新技术和新产品鉴定及推广、事故认定等相关工作；受政府委托承办或根据市场和行业发展需要举办交易会、展览会等，为企业开拓市场创造条件。

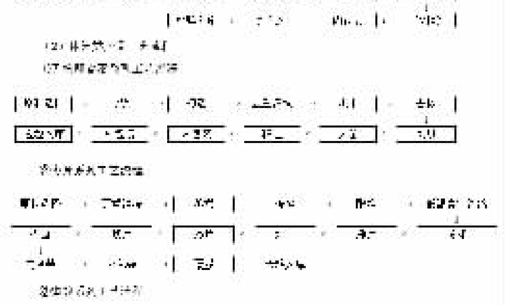
（三）发行人主营业务情况

1、公司主要产品

公司主要从事红枣系列产品的研发、生产和连锁销售。报告期内，公司对产品线重新进行了梳理，由原来的十大系列300多个单品优化成四大品类（原枣类、休闲类、饮品冲调类、木本粮类）130多个单品，明晰了公司产品线，更加突出单品，以求最大程度提升终端产品竞争力。四大品类分类如下：（1）原枣类分为枣博士系列、健康情系列、新疆骏枣系列和新郑红系列；（2）休闲类分为无核即食枣系列、枣片系列（草莓味枣片、柑桔味枣片、阿胶枣片、野酸枣片、夹心枣片等）、蜜饯系列（野酸枣、玫瑰枣、阿胶枣等）、焦枣系列（芝麻焦枣、香心焦枣等）和枣干系列（水晶枣干、香干枣等）；（3）饮品冲调类分为饮料系列（好想你果肉饮料）和枣粉系列（原味系列、高钙系列、野酸系列）；（4）木本粮类分为木本传奇系列、山药系列和核桃系列。

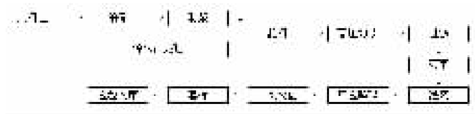
2、主要产品的工艺流程

（1）原枣类产品工艺流程

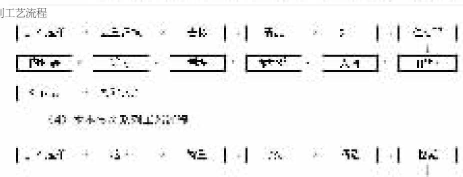


（3）饮品冲调类产品工艺流程

①饮品系列工艺流程



②枣粉系列工艺流程



3、产品的生产和销售情况

（1）按产品分类，公司近三年及一期的主营业务收入如下：

单位：万元

类 别	2013年1-6月		2012年度		2011年度		2010年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
健康情枣	19,881.50	49.95%	41,737.62	46.77%	35,081.56	44.99%	35,878.12	54.76%
精品红枣	6,759.95	16.98%	16,425.36	18.41%	17,841.77	22.88%	10,455.02	15.96%
枣片	2,335.79	5.87%	5,381.37	6.03%	5,914.28	7.58%	4,589.96	7.01%
枣干	852.88	2.14%	1,941.24	2.18%	2,522.84	3.24%	3,439.87	5.25%
蜜饯系列	1,417.97	3.56%	3,424.34	3.84%	4,112.61	5.27%	3,781.02	5.77%
金丝去核枣	730.29	1.83%	1,287.32	1.44%	1,962.22	2.52%	1,255.56	1.92%
其他[2]	7,827.71	19.66%	19,039.68	21.34%	10,547.73	13.53%	6,117.53	9.34%
合 计	39,806.08	100.00%	89,236.93	100.00%	77,983.00	100.00%	65,517.07	100.00%

[2] 公司主营业务产品分类中的“其他”是指枣粉、焦枣、鸡心枣、新郑红系列、红枣饮料和其他，下同。

2010年度、2011年度、2012年度和2013年1-6月，公司的健康情枣和精品红枣销售收入总额分别是46,333.14万元、52,923.33万元、58,162.98万元和26,641.44万元，逐年稳步增长，是公司的主导产品。健康情枣和精品红枣销售收入总额分别占主营业务收入的70.72%、67.87%、65.18%和66.93%，是公司主营业务收入的最重要组成部分。其他类产品的销售收入在报告期内增长最快。2010年度、2011年度、2012年度和2013年1-6月，其他类产品的销售收入分别是6,117.53万元、10,547.73万元、19,039.68万元和7,827.71万元，年均复合增长率达到46.00%，是公司新的增长点。其中，其他类产品销售收入中，新郑红系列增长额最大。

（2）按地区分类，公司近三年及一期的主营业务收入如下：

单位：万元

地 区	2013年1-6月		2012年度		2011年度		2010年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华中	23,612.03	59.32%	54,609.78	61.20%	47,318.60	60.68%	36,000.46	54.95%
华东	6,918.55	17.38%	16,697.05	18.71%	15,387.03	19.73%	16,371.27	24.99%
华南	2,019.91	5.07%	5,676.28	6.36%	4,882.53	6.26%	4,774.19	7.29%
华北	3,009.03	7.56%	5,553.17	6.22%	6,086.96	7.81%	4,296.83	6.56%
东北	764.80	1.92%	1,887.61	2.12%	1,455.95	1.87%	1,573.08	2.40%
西南	921.66	2.32%	1,365.20	1.53%	1,777.93	2.28%	1,702.47	2.60%
西北	227.13	0.57%	402.04	0.45%	448.14	0.57%	400.06	0.61%
境外	63.43	0.16%	149.54	0.17%	256.15	0.33%	398.71	0.61%
电子商务	2,269.53	5.70%	2,896.28	3.25%	369.71	0.47%	–	–
合 计	39,806.08	100.00%	89,236.93	100.00%	77,983.00	100.00%	65,517.07	100.00%

公司产品销往国内外市场，但仍以在国内销售为主。2010年度、2011年度、2012年度和2013年1-6月，公司在境外销售的产品占主营业务收入的比重分别为0.61%、0.33%、0.17%和0.16%，比例很低。在境内市场，公司产品销售地主要在华中和华东两个地区，其占主营业务收入的比重每年都保持在80%左右。报告期内公司50%以上销售收入来自于华中地区，是公司产品的主要销售市场。2010年度、2011年度、2012年度和2013年1-6月，公司华中地区销售收入分别占主营业务收入的54.95%、60.68%、61.20%和59.32%。同时，公司采取多渠道并举的销售模式并进一步整合提升多种销售渠道，其中电子商务渠道建设已初显成效，2012年度电子商务销售收入比2011年度增加2,526.56万元，增长683.38%；2013年1-6月电子商务销售收入比2012年1-6月增加2,001.85万元，增长747.83%。

2013年度公司对渠道开发的总体策略是：精耕细作专卖店渠道、强力发展商超传统渠道、大力发展电子商务等多渠道并举的销售模式，其中专卖店渠道主要依靠加盟模式，商超渠道在不同区域和不同的商超类别采取直营和加盟相结合的模式，电子商务渠道严格规范网络分销商，大力发展公司旗舰店，扶持合规分销商，打击扰乱市场秩序的分销商。随着公司国内市场销售网络的逐步优化和产品由商务礼品为主向大众休闲化转变，公司的主营产品在全球市场将继续提升竞争力，并进一步巩固其在红枣行业的市场领先地位。

（3）公司报告期内前五名客户的销售情况

公司红枣系列产品的最终消费者为普通大众，最终消费呈现消费金额小、客户多的情况，难以统计最终消费者前五名客户的销售金额。但由于公司的销售模式主要是通过专卖店、商超的渠道销售给最终消费者，专卖店、商超成为公司最直接的客户。报告期内前五名客户的销售情况如下：

①2010年度

客户名称	销售收入（万元）	占营业收入的比例
郑州市中原区嵩山路好想你红枣专卖店	3,050.15	4.64%
郑州奥健枣业有限公司	2,400.22	3.65%
深圳市好想你干货销售有限公司	1,823.96	2.78%
郑州博士红商贸有限公司	1,305.88	1.99%
郑州枣知道商贸有限公司	1,295.25	1.97%
合 计：	9,875.46	15.03%

②2011年度

客户名称	营业收入（万元）	占营业收入的比例
郑州枣知道商贸有限公司	5,557.93	7.08%
郑州万年红商贸有限公司	3,373.13	4.30%
新郑市和谐枣业商贸有限公司	3,165.61	4.03%
郑州机场枣乡情商贸有限公司	2,919.05	3.72%
郑州市枣团圆商贸有限公司	1,509.69	1.92%
合 计：	16,525.41	21.05%

③2012年度

客户名称	销售收入（万元）	占营业收入的比例
郑州机场枣乡情商贸有限公司	4,704.16	5.25%
新郑市和谐枣业商贸有限公司	3,261.06	3.64%
深圳市好想你干货销售有限公司	1,896.29	2.12%
郑州市枣团圆商贸有限公司	1,722.05	1.92%
上海市御枣缘商贸有限公司	1,280.50	1.43%
合 计：	12,864.06	14.36%

④2013年1-6月

客户名称	销售收入（万元）	占营业收入的比例
郑州机场枣乡情商贸有限公司	2,066.10	5.18%
新郑市和谐枣业商贸有限公司	1,248.03	3.13%
郑州枣团圆商贸有限公司	969.63	2.43%
郑州一休商贸有限公司	535.12	1.34%
深圳市好想你干货销售有限公司	494.37	1.24%
合 计：	5,313.26	13.32%

报告期内，公司不存在对单个客户的销售占比超过销售收入总额50%的情况。

4、原料采购情况

公司生产所需的原材料主要为红枣。近几年来，随着公司业务规模的扩张，红枣采购量急剧增加，原料红枣价格的波动对于公司的经营业绩影响较大。原材料价格的大幅上涨，将使枣产品生产企业成本压力增大；而原材料价格的持续下跌又导致库存产品价值大幅下降。

公司红枣采购起步于河南省新郑市，目前公司的采购区域已由河南延伸到新疆、河北、山西、陕西、山东等全国几个主要的产枣区。公司通过扩展公司的采购区域，丰富原材料的采购渠道，一定程度上能平抑价格波动的影响。

公司红枣采购以集中采购红枣为主，资金量比较大。根据对红枣原材料控制力的强弱，公司收购红枣的模式主要有三种：意向性协议收购模式、市场化自由收购模式及红枣科技示范园模式。公司在红枣采购季节设立采购区域小组，从公司本部采购中心、生产中心、财务中心三部门抽调各部优秀员工组成，总负责人由采购副总担任，各区域采购负责人由采购中心人员担任。公司《采购资金管理流程》、《资金管理制度》对公司的红枣采购业务和资金结算流程进行了规定。

公司需要采购红枣、包装、设备、辅料等，红枣采购主要是向农户零星采购，比较分散，虽然公司红枣总的采购金额比较大，但单个农户的售卖金额一般比较小。报告期内，公司前五名供应商的采购情况如下：

（1）2010年度

供应商名称	采购金额（万元）	占采购总额的比例
潮安县天和印务有限公司	1,409.12	2.39%
中牟县美林包装有限责任公司	1,164.11	1.98%
东莞市兴鹏塑胶包装有限公司	1,119.90	1.90%
郑州瑞特彩印有限公司	1,006.78	1.71%
郑州弘印包装设计有限公司	390.74	0.66%
合 计：	5,090.65	8.64%

（2）2011年度

供应商名称	采购金额（万元）	占采购总额的比例
中牟县美林包装责任有限公司	1,261.37	2.05%
东莞市兴鹏塑胶包装有限公司	1,252.07	2.04%
潮安县天和印务有限公司	1,250.62	2.03%
郑州瑞特彩印有限公司	1,071.02	1.74%
张小斌	765.53	1.25%
合 计：	5,600.61	9.11%

（3）2012年度

供应商名称	采购金额（万元）	占采购总额的比例
中牟县美林包装责任有限公司	1,372.11	2.15%
潮安县天和印务有限公司	1,205.34	1.89%
东莞市兴鹏塑胶包装有限公司	1,118.47	1.75%
郑州瑞特彩印有限公司	744.23	1.16%
江苏徐州苏北工艺制盖有限公司	458.28	0.72%
合 计：	4,898.43	7.67%

（4）2013年1-6月

供应商名称	采购金额（万元）	占采购总额的比例
潮安县天和印务有限公司	698.01	6.54%
中牟县美林包装有限责任公司	586.15	5.49%
浙江致远软包装有限公司	335.50	3.15%
东莞市兴鹏塑胶包装有限公司	318.80	2.99%
徐州鼎顺玻璃制品有限公司	268.66	2.52%
合 计：	2,207.12	20.69%

报告期内，公司不存在对单个供应商的采购占比超过采购总额50%的情况。

5、公司产品售价趋势及其对未来盈利能力和偿债能力的影响

公司主要从事红枣系列产品的研发、生产和连锁销售，其中又以原枣类产品（包括枣博士系列、健康情系列、新疆骏枣系列和新郑红系列）为主。公司原材料红枣采购成本占生产成本的比重均在65%以上，原材料对公司产品成本影响较大。在历年的定价策略中，都是从原材料成本出发，采用成本加成法确定产品定价，并参考其他行业一般水平，生产环节毛利率基本稳定在25%~30%左右。对于直营店及加盟店，按照销售环节毛利率40%~50%制定指导零售价。

新疆原本红枣种植面积较小，2000年前总产量不足千吨。由于好想你的首先开发并做成健康情、枣博士等品牌产品，新疆枣被广大消费者喜爱，消费市场增长迅速并拉动原材料价格逐年上涨。尽管如此，产品仍然供不应求，形成了每年原材料抢购的现象。生产加工企业必须在每年第四季度采购下一生产周期所需的全部原材料，形成了必须集中采购的局面。

在高额种植利润的驱动下，新疆红枣种植面积逐年增加。2005年以后（特别是2008年、2009年以后）种植面积增加最多。至2013年，全疆红枣种植面积已达700多万亩，几乎占新疆林果业种植面积的一半。红枣生长周期三年挂果，五年盛果，八九年后才进入稳定高产期。目前，新疆前期种植的枣树已经逐步进入挂果期、盛果期，产量基本以每年40%-60%的速度在增长。红枣原材料市场已经进入平衡期，并逐步进入买方市场。因此，若没有其他因素影响，在未来5-8年内，红枣价格将处于一个下降期。

由于原材料红枣成本的逐年下降，公司产品成本将会下降。随着原材料红枣价格的下降，人工、折旧、包装所占的比重将逐步上升，而这些成本因素可能会有所上升。但是，公司预计在未来5年内产品成本总体会逐年下降。

公司将会根据成本下降情况合理调低产品售价，因此，公司预计在未来5年内产品价格总体将逐年下降。但是，公司产品的毛利率水平可能会有所提升，预计将在35%~40%之间，高于目前30%左右的毛利率水平。

随着公司产品价格的下降，更多的消费者将会购买红枣产品，培养成吃红枣的习惯，有利于红枣市场的扩大。同时，随着产品毛利率水平的提高，公司将有更多的资金投入品牌推广和渠道拓展。因此，原材料成本下降带来的产品价格下降将有利于公司销售额的扩大和盈利能力的提升，从而增强公司的偿债能力。

（四）发行人主要竞争优势

1、品牌优势

作为中国红枣行业的领先企业，公司自创了“好想你”这一充满温馨情感体现健康亲情产品理念的品牌，二十多年来在产品品质上精益求精，在产品品种上不断研发创新，在服务上始终以客户为中心。目前在红枣行业树立了良好的口碑，“好想你”品牌先后荣获了“河南省食品工业第一品牌”、“河南省著名商标”称号，2008年被国家农业部评为“中国名牌农产品”。2010年“好想你”商标被国家工商总局商标局认定为中国驰名商标。2011年“枣博士”商标被国家工商总局商标局认定为中国驰名商标。公司成为食品行业少数几个获得双“中国驰名商标”企业之一。“好想你”作为中国红枣领导品牌的品牌地位，已经为行业及消费者广泛认可。自创品牌成为产品销售的强大助推器。

2、销售网络优势

2013年，公司确立了精耕细作专卖店渠道、强力发展商超传统渠道、大力发展电子商务等多渠道并举的销售模式。①专卖店渠道：截至2013年6月30日，公司已在郑州、北京、江苏、湖南、湖北、浙江、广东、福州、重庆、上海等地设立了11家销售子公司，2,084家专卖店遍及全国大部分城市。②商超渠道：截至2013年6月30日，公司已在郑州、上海、武汉、北京、江苏、浙江、安徽等地区进场商超KA门店1,440家。目前已经在全国或地区市场进入了乐购、大润发、欧尚、大商、世纪联华、沃尔玛、家乐福、卜蜂莲花、中百、北京华联、易买得、吉百盛、迪亚、全家、丹尼斯、思达等商超和便利店系统。③电子商务渠道：主要通过天猫好想你官方旗舰店、京东商城、拍拍网等网络平台进行销售。

3、研发创新优势

公司拥有红枣行业唯一一家国家级企业技术中心，以此为依托，并联合中国农业大学、河北农业大学、郑州轻工业学院、河南农业大学等中国红枣产业联盟成员单位，结合红枣作为农产品的特点，公司不断进行“原料的创新、配方的创新、生产工艺的创新、包装形式的创新、包装规格的创新”，不断适应和引导消费者需求。

公司作为主要起草单位参与制定了免洗红枣国家标准，掌握了气流粉碎（超微粉碎）、大枣多糖提取、真空低温连续干燥和花粉破壁等加工工艺技术，开发了“红枣低温连续快速制干技术”储藏技术。公司的“好想你枣片”填补了我国红枣深加工的一项空白；“好想你红枣粉”在国内红枣领域率先采用气流超微粉碎技术，解决了红枣因含糖量高不易粉碎的难题；“早开心”采用两次杀青及可控真空油炸工艺研制，在油脂含量控制方面居国内同类产品领先水平；“花粉1号饮料”采用独特的四步综合花粉破壁技术工艺和科学配方，使花粉营养与生物活性物质更容易摄取；“干制红枣”采用真空快速连续干燥技术生产，最大限度地保持了鲜枣的营养成分；“好7木本粮食品”填补了国内市场空白，独特的技术配方造就良好的口感；“好想你枣片”产品包装获得“世界之星”国际包装设计大奖。

4、产品线优势

公司遵循“安全、卫生、营养、口感”的产品开发路线，经过多年新产品研发与创新，已逐步建立起红枣行业目前比较齐全的产品线：既有原枣加工产品，又有红枣深加工产品；既有物美价廉适合自食自用的食品，又有品质高档适合走亲访友的馈赠佳品；既有随着人们生活水平提高需求日益增加的休闲食品，又有走上人们一日三餐饭桌上的食品；既有保留红枣原有营养保健功能的红枣功能性物质提取产品，又有添加功能性因子开发出的营养保健食品等。

公司根据定位理论和大量的市场调研，对产品线重新进行了梳理，由原来的十大系列300多个单品优化成四大品类（原枣类、休闲类、饮品冲调类、木本粮类）130多个单品，明晰了公司产品线，更加突出单品，以求最大程度提升终端产品竞争力。

5、供、产、销全国性布局的优势

公司起步于河南省新郑市，已由原材料、生产和销售区域主要集中在中部的区域性公司发展成为目前的全国性公司。

（1）公司在全国主要产枣区采购原材料红枣

随着公司销售收入的增长以及产品品种结构的变化，公司的采购区域已由河南延伸到新疆、河北、山西、陕西、山东等全国几个主要的产枣区，公司在各个区域建立起成熟的采购渠道，与各产枣区农户共赢共惠。公司根据不同产品对原材料品质的多样化需求，在不同区域合理安排所需红枣采购量。公司红枣采购区域的全国化布局既有利于满足产品对原材料品质的多样化要求，又有利于分散原材料采购风险。

（2）公司在全国主要产枣区布局生产基地

公司由原来只在河南新郑生产扩展到在河南新郑、河北沧州、新疆若羌、新疆阿克苏等四个地方布局生产基地，充分利用当地产枣区的原材料优势，就近生产，降低了运费与生产成本，并且保证了原材料与产品质量。

（3）公司“三驾马车”的销售渠道遍布全国

2013年，公司确立了精耕细作专卖店渠道、强力发展商超传统渠道、大力发展电子商务等多渠道并举的销售模式。①专卖店渠道：截至2013年6月30日，公司已在郑州、北京、江苏、湖南、湖北、浙江、广东、福州、重庆、上海等地设立了11家销售子公司，2,084家专卖店遍及全国大部分城市。②商超渠道：截至2013年6月30日，公司已在郑州、上海、武汉、北京、江苏、浙江、安徽等地区进场商超KA门店1,440家。目前已经在全国或地区市场进入了乐购、大润发、欧尚、大商、世纪联华、沃尔玛、家乐福、卜蜂莲花、中百、北京华联、易买得、吉百盛、迪亚、全家、丹尼斯、思达等商超和便利店系统。③电子商务渠道：主要通过天猫好想你官方旗舰店、京东商城、拍拍网等网络平台进行销售。

6、产品质量优势

“信仰感恩、崇尚科学、良心工程、道德产业”是公司的核心价值观，公司始终以安全健康理念作为原料采购、产品研发、生产、销售整个经营过程的指导理念。尤其在生产环节，公司通过了ISO9001:2008国际质量管理体系认证，并导入HACCP食品安全管理体系认证，建立了更为高效完善的ISO22000食品卫生安全管理体系，按医药行业GMP要求建了十万级净化车间，制定了GMP制度。产品不断为消费者认知、信任和喜爱，公司先后荣获了“新郑市市长质量奖”、“郑州市市长质量奖”、“河南省省长质量奖”等多项殊荣。

7、红枣文化优势

（1）依托新郑红枣8,000年历史渊源，公司筹建了全国第一个红枣博览中心，通过“400余种红枣标本”、“红枣药用”、“红枣营养”、“红枣布局”、“红枣历史”等十余个板块，揭示了红枣健康文化、喜庆文化、感恩文化、三农文化、低碳文化和木本粮的内涵与精神。

（2）借助新郑18万亩百年古枣树的优势和枣乡风情，公司连续举办了10届红枣文化节，典雅而有古韵的打枣仪式，与黄帝故里拜祖仪式形成呼应，成为河南城乡游、生态游的一个特色游，尤其与现代化车间有机结合，被国家旅游局认定为全国观光工业示范点。

（3）公司借助《黄帝内经》、《本草纲目》中关于红枣药食两用的文化，创立了《枣谱》、《好想你之路》、《好想你文化内刊》和“一日吃三枣，红颜永不老”、“粥里加红枣，赛过灵芝草”等谚语，使红枣文化融入好想你，厚重了好想你品牌。

（4）结合中国人的传统文化习俗，公司开发出系列文化主题产品，例如根据结婚用枣，开发了“早生果”。

第四节 财务会计信息

一、会计报表编制基准及注册会计师意见

发行人2010年度、2011年度和2012年度财务报告均经天健会计师事务所（特殊普通合伙）[3]审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（文号分别为：天健审[2010]3-47号、天健审[2012]3-57号、天健审[2013]3-174号）。2013年半年度财务报告未经审计。

[3] 2011年6月，天健会计师事务所有限公司经浙江省财政厅批准改制为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

二、近三年及一期财务报表简要数据

投资者在阅读发行人的相关财务信息时，应当同时查阅本公司近三年经审计的财务报告（包括财务报告附注）和本公司披露的2013年半年度财务报告（包括财务报告附注）。

（一）合并资产负债表简要数据

单位：元

项 目	2013年6月30日	2012年12月31日	2011年12月31日	2010年12月31日
流动资产	836,510,317.10	1,027,236,883.43	1,262,743,142.97	505,596,115.54
非流动资产	724,554,653.56	558,283,123.91	337,236,256.26	247,674,179.71
资产总计	1,561,064,970.66	1,585,520,007.34	1,599,979,399.23	753,270,295.25
流动负债	164,472,615.14	190,231,351.88	282,586,856.75	378,630,767.53
非流动负债	94,310,262.17	121,235,328.84	121,626,884.88	95,661,254.78
负债合计	258,782,877.31	311,466,680.72	404,213,741.63	474,292,022.31
少数股东权益				
所有者权益（或股东权益）合计	1,302,282,093.35	1,274,053,326.62	1,195,765,657.60	278,978,272.94
负债和所有者权益（或股东权益）总计	1,561,064,970.66	1,585,520,007.34	1,599,979,399.23	753,270,295.25

（二）合并利润表简要数据

单位：元

项 目	2013年1-6月	2012年度	2011年度	2010年度
营业总收入	399,234,499.39	896,547,160.55	784,769,775.21	657,055,431.10
营业总成本	356,535,428.16	802,944,909.19	687,242,015.21	567,152,832.91
营业利润	43,594,871.23	94,480,251.36	98,727,635.97	90,356,893.79
利润总额	46,588,441.34	104,230,528.15	121,660,895.39	101,158,846.90
净利润	42,988,766.73	100,427,669.02	112,512,551.06	94,127,570.01
归属于母公司所有者的净利润	42,988,766.73	100,427,669.02	112,512,551.06	94,127,570.01

（三）合并现金流量表简要数据

单位：元

项 目	2013年1-6月	2012年度	2011年度	2010年度
经营活动产生的现金流量净额	143,430,587.51	35,919,621.32	52,020,774.19	−41,353,474.00
投资活动产生的现金流量净额	−199,649,396.03	−210,698,075.22	−106,752,765.48	−73,373,317.25
筹资活动产生的现金流量净额	−44,105,120.91	−134,771,123.70	723,753,866.83	151,516,212.68
现金及现金等价物净增加额	−100,323,929.43	−309,549,577.60	669,008,149.61	36,805,909.43
期末现金及现金等价物余额	314,838,163.04	415,162,092.47	724,711,670.07	55,703,520.46

（四）母公司资产负债表简要数据

单位：元

项 目	2013年6月30日	2012年12月31日	2011年12月31日	2010年12月31日
流动资产	914,927,298.13	985,732,808.83	1,216,372,453.66	469,307,225.27
非流动资产	640,114,067.18	562,443,520.70	342,903,443.84	252,106,137.70
资产总计	1,555,041,365.31	1,548,176,329.53	1,559,275,897.50	721,413,362.97
流动负债	156,318,488.30	170,830,914.14	275,015,197.58	354,473,891.42
非流动负债	40,878,661.51	60,778,728.16	66,983,284.16	77,861,254.82
负债合计	197,197,149.81	231,609,642.30	341,998,481.74	432,335,146.24
所有者权益（或股东权益）合计	1,357,844,215.50	1,316,566,687.23	1,217,277,415.76	289,078,216.73
负债和所有者权益（或股东权益）总计	1,555,041,365.31	1,548,176,329.53	1,559,275,897.50	721,413,362.97

（五）母公司利润表简要数据

单位：元

项 目	2013年1-6月	2012年度	2011年度	2010年度
营业收入	362,337,804.30	842,581,693.01	774,805,946.69	654,812,885.96
营业利润	54,783,139.86	116,083,649.28	111,637,885.14	99,265,107.12
利润总额	57,724,848.97	125,334,673.98	133,854,542.01	108,875,804.60
净利润	56,037,528.27	121,429,271.47	123,907,199.03	101,782,671.81

（六）母公司现金流量表简要数据

单位：元

项 目	2013年1-6月	2012年度	2011年度	2010年度
经营活动产生的现金流量净额	37,184,158.65	39,865,907.22	19,685,270.37	−18,885,596.28
投资活动产生的现金流量净额	−84,011,589.18	−216,509,011.43	−113,829,178.86	−95,765,785.15
筹资活动产生的现金流量净额	−50,497,622.21	−131,350,870.47	719,178,399.82	139,320,299.76
现金及现金等价物净增加额	−97,325,052.74	−307,993,974.68	625,034,491.33	24,668,918.33
期末现金及现金等价物余额	261,967,846.63	359,292,899.37	667,286,874.05	42,252,382.72

三、主要财务指标

（一）主要财务指标

项 目	2013.6.30/2013年1-6月	2012.12.31/2012年度	2011.12.31/2011年度	2010.12.31/2010年度
流动比率	5.09	5.40	4.47	1.34
速动比率	3.09	2.85	2.95	0.28
资产负债率（合并）	16.58%	19.64%	25.26%	62.96%
资产负债率（母公司）	12.68%	14.96%	21.93%	59.93%
每股净资产（元）	8.82	8.63	16.20	5.05
贷款偿还率	100%	100%	100%	100%
利息偿付率	100%	100%	100%	100%
应收账款周转率（次）	4.00	12.02	17.63	26.06
存货周转率（次）	0.60	1.34	1.38	1.56
利息保障倍数（倍）	6.58	11.20	8.44	8.70
EBITDA利息倍数（倍）	8.97	14.34	9.73	9.80
总资产报酬率	3.49%	7.01%	11.53%	18.85%
EBITDA（万元）	7,486.84	14,285.74	15,652.67	12,876.43
全部债务（万元）	14,542.64	18,142.64	28,409.54	35.006.90
EBITDA全部债务比	51.48%	78.74%	55.10%	36.78%
债务资本比率	10.05%	12.47%	19.20%	55.65%
每股经营活动现金流量净额（元/股）	0.97	0.24	0.70	−0.75

上述财务指标的计算方法如下：

1、流动比率=流动资产/流动负债

2、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

3、资产负债率=负债总额/资产总额

4、每股净资产=净资产/期末普通股股份总数

5、贷款偿还率=实际贷款偿还额/应偿还贷款额

6、利息偿付额=实际利息支出/应付利息支出

7、应收账款周转率=营业收入/[（期初应收账款余额+期末应收账款余额）/2]

8、存货周转率=营业成本/[（期初存货余额+期末存货余额）/2]

9、利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用

10、总资产报酬率=（利润总额+利息费用）/[（期初资产余额+期末资产余额）/2]

11、EBITDA全部债务比=EBITDA/全部债务

EBITDA=利润总额+计入财务费用的利息支出+固定资产折旧+摊销

全部债务=短期债务+长期债务

短期债务=短期借款+交易性金融负债+应付票据+一年内到期的非流动负债

长期债务=长期借款+应付债券

12、债务资本比率=全部债务/（全部债务+所有者权益）

13、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股股份总数

上述财务指标除特别注明外，均以合并报表口径计算。

（二）净资产收益率与每股收益情况

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，本公司报告期内合并报表口径净资产收益率和每股收益的具体指标计算如下：

期 间	报告期利润	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
2013年1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	3.32%	0.29	0.29
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	3.15%	0.28	0.28
2012年度	归属于公司普通股股东的净利润	8.16%	0.68	0.68
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7.55%	0.63	0.63
2011年度	归属于公司普通股股东的净利润	14.03%	0.85	0.85
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	11.75%	0.72	0.72
2010年度	归属于公司普通股股东的净利润	39.69%	0.86	0.86
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	36.25%	0.78	0.78

四、偿债能力分析

（一）主要偿债指标

项 目	2013.6.30/2013年1-6月	2012.12.31/2012年度	2011.12.31/2011年度	2010.12.31/2010年度
流动比率	5.09	5.40	4.47	1.34
速动比率	3.09	2.85	2.95	0.28
资产负债率（合并）	16.58%	19.64%	25.26%	62.96%
资产负债率（母公司）	12.68%	14.96%	21.93%	59.93%
应收账款周转率（次）	4.00	12.02	17.63	26.06
存货周转率（次）	0.60	1.34	1.38	1.56
利息保障倍数（倍）	6.58	11.20	8.44	8.70
EBITDA利息倍数（倍）	8.97	14.34	9.73	9.80
EBITDA全部债务比	51.48%	79.25%	55.40%	36.98%
债务资本比率	10.05%	12.47%	19.20%	55.65%
每股经营活动的现金流量净额（元/股）	0.97	0.24	0.70	−0.75

从短期偿债能力来看，报告期内，公司流动比率和速动比率较高，资产负债率较低。本期债券募集资金将用于部分偿还银行贷款和补充流动资金，公司的资产负债结构和债务结构将更趋于合理。

从长期偿债能力来看，公司的盈利能力较强，利息保障倍数较高，资产负债率有较大的提升空间。报告期内公司利息保障倍数、EBITDA利息倍数、EBITDA全部债务比总体稳步提高并保持在较高的水平上，能够及时、足额地支付银行贷款本息。报告期内公司资金周转顺畅，从未发生过延期偿付银行贷款本息的情况。2010年末、2011年末、2012年末和2013年6月末，公司合并报表流动资产占总资产的比重分别为67.12%、78.92%、64.79%和53.59%，流动资产中以货币资金、应收账款、预付款项和存货为主，公司资产变现能力强。综合来看，公司长期偿债能力较有保障。

（二）长期偿债能力的保障

发行人长期偿债能力能够保障发行人按照本期债券的偿债计划，在本期债券存续期内每年支付利息、在本期债券到期日一次性偿付本金及其最后一期利息。主要原因如下：

1、发行人是农业产业化国家重点龙头企业，拥有红枣行业唯一一家国家级企业技术中心，并联合中国农业大学、河北农业大学、郑州轻工业学院、河南农业大学等中国红枣产业联盟成员单位，不断进行原料的创新、配方的创新、生产工艺的创新、包装形式的创新、包装规格的创新，开发出满足市场需求的产品。公司连续6年红枣产品全国销量第一，是红枣行业唯一上市公司，先后被评为“全国重合同守信用企业”、“农业产业化行业十强龙头企业”、“河南省质量信用AAA级工业企业”、“2010年度中国食品安全年会食品安全示范单位”和“河南省省长质量奖”。“好想你”和“枣博士”两个商标均被认定为中国驰名商标，是食品行业少数几个获得双“中国驰名商标”企业之一。作为红枣行业的领先企业，公司各方面的竞争优势和灵活的经营策略能够保障公司持续长期盈利，公司经营活动产生稳定的现金流入能够保障发行人在本期债券存续期内每年支付利息、在本期债券到期日一次性偿付本金及其最后一期利息。

2、发行人制定了一系列工作计划，包括确定专门部门与人员、安排偿债资金、制定管理措施、做好组织协调、加强信息披露等等，努力形成一套确保债券安全兑付的保障措施，充分、有效地维护债券持有人的利益，能够保障发行人在本期债券存续期内每年支付利息、在本期债券到期日一次性偿付本金及其最后一期利息。

通过上述措施能够保障发行人在本期债券存续期内每年支付利息、在本期债券到期日一次性偿付本金及其最后一期利息。

五、综合偿债能力

（一）银行资信及银行授信额度情况

长期以来，公司与各大商业银行均保持了良好的合作关系。报告期内，公司所有贷款偿还率和利息偿付率均为100%，不存在逾期未偿还的债务，信誉良好。截至2013年6月30日，公司获得中国农业发展银行新郑市支行、中信银行郑州分行、新郑市农村商业银行、浦发银行郑州分行等共92,000万元贷款授信额度，其中已使用的授信额度为10,000万元，尚未使用的授信额度为82,000万元。畅通的融资渠道是偿付本期债券本息的有效保障。

（二）报告期内盈利能力良好、历年现金分红稳定

报告期内，公司实现归属于母公司股东的净利润分别是9,412.76万元、11,251.26万元、10,042.77万元和4,298.88万元。良好的盈利能力是偿付本期债券本息的有力保障。

报告期内，公司每年进行现金分红。三年已累计实施现金分配4,738.8万元，占合并报表归属于上市公司股东的净利润15.43%。其中，2010年度现金分红1,048.8万元，占合并报表归属于上市公司股东的净利润11.14%；2011年度现金分红2,214万元，占合并报表归属于上市公司股东的净利润19.68%；2012年度现金分红1,476万元，占合并报表归属于上市公司股东的净利润14.70%。这充分体现了公司对股东回报的高度重视和以股东利益最大化为经营目标的企业发展原则。稳定的现金分红充分体现了公司的经营实力，是偿付本期债券本息的有效保障。

（三）公司信誉良好

报告期内，公司从未发生任何到期债务逾期或债务纠纷的情况，信誉良好。截至2013年6月30日，公司不存在到期未偿付的对外债务和债务纠纷。

第五节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

（一）预计本次发行公司债券募集资金总量

根据《试点办法》的相关规定，结合公司财务状况和未来资金需求，经本公司第二届董事会第九次会议审议通过、并经本公司2013年第一次临时股东大会批准，公司拟申请发行不超过人民币5亿元（含5亿元）的公司债券。

（二）本期债券募集资金投向

本次发行公司债券募集资金为人民币5亿元，本期债券募集资金扣除发行费用后，全部用于补充流动资金。

（三）公司董事会和股东大会对本次募集资金运用的主要意见

公司第二届董事会第九次会议审议通过了本期债券募集资金用途方案。本届董事会认为：本次募集资金用于补充流动资金，有利于拓宽公司融资渠道，优化债务期限结构，降低资金成本，提高资产负债管理水平和资金运营效率，降低公司财务风险并进一步提高公司持续盈利能力，符合公司和全体股东的利益。

公司2013年第一次临时股东大会审议批准了公司发行不超过人民币5亿元（含5亿元）公司债券，募集资金用于补充流动资金。

二、本期债券募集资金运用计划

本次发行公司债券募集资金为人民币5亿元，扣除发行费用后，全部用于补充流动资金。

三、本期债券募集资金对公司财务状况的影响

（一）有利于优化公司债务结构，降低财务风险

公司主要通过短期银行贷款进行外部融资。2010年末、2011年末、2012年末和2013年6月末，公司的短期借款分别为28,800.00万元、20,000.00万元、11,000.00万元和10,000.00万元，占公司负债总额的比重分别为60.72%、49.48%、35.32%及38.64%。

2010年末、2011年末、2012年末和2013年6月末，公司的流动负债分别为37,863.08万元、28,258.69万元、19,023.14万元和16,447.26万元，占同期负债总额的比例为79.83%、69.91%、61.08%和63.56%，流动负债占比较高可能影响公司短期债务的偿付能力。

若本期债券发行完成且如上述计划运用募集资金，本公司流动负债占负债总额的比例将下降至21.68%，这将改善公司的负债结构，并有利于公司中长期资金的统筹安排和公司战略目标的稳步实施。

（二）增强短期偿债能力

本期债券发行完成且上述募集资金运用计划予以执行后，本公司的流动比率、速动比率将由本期债券发行前的5.09、3.09分别增加至8.13、6.13，流动资产对于流动负债的覆盖能力将得到提升，短期偿债能力将有所增强，财务风险将有所降低。

（三）有利于拓宽公司融资渠道

公司目前正处于发展期，资金需求量较大，而宏观、金融调控政策的变化会增加公司资金来源的不确定性，增加公司资金的使用成本，因此要求公司拓展新的融资渠道。通过发行公司债券，可以拓宽公司融资渠道，并且有效降低融资成本。按目前的银行贷款利率水平以及本期债券预计的发行利率进行测算，本期债券发行后，公司每年可节省一定的财务费用，有利于增强公司的盈利能力。

综上所述，本期债券募集资金用于偿还银行贷款和补充流动资金，可以优化债务期限结构，降低财务风险、满足不断增长的营运资金需求、拓宽融资渠道。同时，在保持合理资产负债率水平的情况下，通过负债融资，将提高财务杠杆比率，提升公司的盈利水平，提高资产负债管理水平和资金运营效率。

第六节 募集说明全文及备查文件的查阅方式

一、查阅时间

工作日：除法定节假日或休息日以外的每日9:00-11:30，14:30-16:30。

二、查阅地点

（一）发行人：好想你枣业股份有限公司

注册地址：河南省新郑市薛店镇

办公地址：郑州市郑东新区农业南路与商鼎路交叉口往东100米路北东方陆港房产G栋16层

法定代表人：石聚彬

联系人：石聚领、豆妍妍

电话：0371-6258 9968

传真：0371-6258 9968

（二）保荐机构（主承销商）：招商证券股份有限公司

地址：广东省深圳市福田区益田路江苏大厦A座38-45层

法定代表人：宫少林

联系人：宗长玉、王森鹤、褚鹤龄

电话：0755-8373 4397

传真：0755-8294 3121

在本期债券发行期内，投资者可至本公司及保荐机构处查阅本募集说明书摘要、募集说明书及其备查文件，或访问深圳证券交易所网站（www.szse.cn）查阅本期债券募集说明书及摘要。

投资者若对本募集说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的证券经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

好想你枣业股份有限公司

年 月 日