

中国国际金融股份有限公司

China International Capital Corporation Limited

中金证[2015]505号

关于三只松鼠股份有限公司 首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市的 辅导备案申请报告

中国证券监督管理委员会安徽监管局：

根据中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）《证券发行上市保荐业务管理办法》（中国证监会令第63号）等相关规定，以及中国国际金融股份有限公司（以下简称“中金公司”）和三只松鼠股份有限公司（以下简称“三只松鼠”或“公司”）签订的《三只松鼠股份有限公司（作为辅导对象）与中国国际金融股份有限公司（作为辅导机构）关于首次公开发行人民币普通股（A股）股票与上市之辅导协议》（以下简称“《辅导协议》”），中金公司受聘担任三只松鼠首次公开发行A股股票辅导工作的辅导机构。

现将具体情况报告如下：

一、公司基本情况

三只松鼠股份有限公司系一家于2012年2月16日依法设立并于2015年12月29日完成整体变更的股份有限公司。公司现持有注册号为

91340200591406087P 的《营业执照》，住所为安徽省芜湖市弋江区芜湖高新技术产业开发区久盛路 8 号，法定代表人为章燎源，股本为 30,000 万元，经营范围为：炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类、其他类）（分装）、茶成品（分装）、代用茶（分装）、水果制品（水果干制品）、蜜饯（分装）的生产、加工和销售；预包装食品兼散装食品批发、零售；以承接服务外包方式从事软件开发；日用百货、办公用品、塑料和金属制品、工艺礼品、电子产品批发零售。

二、公司主营业务情况

三只松鼠为国内领先的互联网品牌电商，主营业务是通过互联网销售坚果炒货、茶叶、休闲食品，旨在为消费者提供极致的用户体验，营造健康、绿色的食品生态圈。公司总部位于安徽芜湖，拥有三家全资子公司，在芜湖、北京、广州、成都、济南、沈阳、南昌、武汉等地设有物流仓库。公司的主要合作电商平台为天猫、淘宝、京东、1 号店、QQ 网购、当当网、苏宁易购、美团网、聚美优品、唯品会等，现已覆盖国内主流电商平台。

三、公司所属行业概况

根据中国证券监督管理委员会 2012 年 10 月发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，三只松鼠属于“F52 零售业”。公司主要从事坚果、干果、花茶、零食等食品的研发和分装，并利用 B2C 平台自有品牌实行线上销售。公司自成立以来，一直通过互联网渠道销售坚果等食品，

主营业务未发生变化。

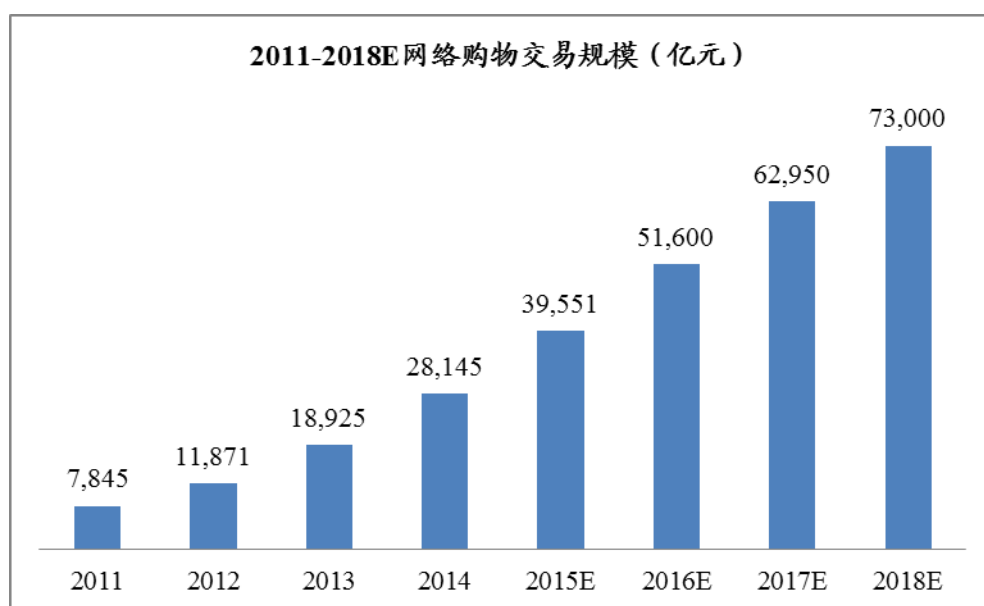
1、互联网食品零售市场情况概述

互联网技术作为一种新兴科技，造就了电商消费模式，弥补了传统经营模式的不足。电商销售区别于传统销售的两大特点是：1、摆脱了经销商和零售终端，通过平台直接与消费者对接。任何消费者只要能上网，就能接触到在互联网上销售的产品；2、互联网销售可以收集到消费者的消费数据，通过大数据分析，就可以得到单个消费者的喜好，有利于厂商精准营销。

根据《中国食品电商市场专题研究报告 2015》显示，中国互联网食品零售行业的发展大致可以分为以下四个阶段。2005-2009年处于探索期，小众和本地市场的食品电商逐渐兴起，大型零售商也尝试进入，但因市场不成熟，国内食品安全事件频出，消费者接受度低等问题，使得食品电商的第一波浪潮很快退去。2009-2012年为启动期，电子商务快速发展，消费者对网购逐渐认可并产生依赖，一些具有代表性的食品电商平台迅速崛起，模式逐渐成熟。这一时期出现的代表性食品电商包括中粮我买网、沱沱公社、依谷网和猫诚食品等。食品电商在2012年迎来了发展期，伴随着“褚橙”与本来生活网的事件营销，食品电商再次被推上风口浪尖，资本大量进入，大型购物平台纷纷涉足细分食品电商品类。三只松鼠在这一时期迅速崛起，其他发展于这一时期的食品电商还包括顺丰优选、喵鲜生、本来生活网和豆果美食等。据易观智库的估计，互联网食品行业将在2017年左右迎来成熟期。成熟期的互联网食品行业在商业模式、盈利模式、品牌美誉度、资本实力等方面都将具有一定优势。

2、互联网食品零售市场需求情况分析

在我国电子商务行业蓬勃发展的大背景下，互联网购物市场更是发展迅猛。依据易观智库发布的报告显示，从 2007 到 2014 年，网络购物平均年增长率高达 76.86%。截至 2014 年，我国网络购物市场规模已经达到 2.8 万亿，同比增长 49%。未来，我国互联网购物市场仍将高速发展，预计在 2016 年，市场规模将超过 5 万亿元。



数据：《艾瑞咨询-电子商务：2014 年度数据发布》

互联网购物的蓬勃发展也带来了网络食品行业的迅速崛起，主要的推动因素有以下四点：1、网购食品便宜、快捷、无需搬运。互联网食品销售缩短了利益链条，产品直供将多层次供应商的费用让利于消费者，价格较线下便宜。2、消费群体的变迁。根据中粮我买网公布的 2013 年《食品网购白皮书》显示，食品网购消费人群集中在 18-38 岁的白领及事业机关人士中，其中 18-38 岁在全年龄段中占比 72.76%、白领及事业机关人士在全职业中占比达到 64.32%。该部分人群代表了网络消费者的消费潮流：超前消费、偏好优质产品和精美包装、追求高效便捷的心态特征。3、移

动端解放双手，让随时消费成为可能。由于智能机的普及，加上手机便携性及移动网络速度提升，消费者随时随地可上网，网购向移动端转移成为趋势。

3、互联网食品零售市场未来发展前景

(1) 市场层面：“走出去”与“沉下来”齐头并进

海外市场：中国互联网购物的崛起极大地提升了国际影响力，侧面推动跨境海淘和零售出口业务的快速增长，海外市场将成为中国电子商务企业争夺的新热点。

国内市场：国内市场发展相对成熟，传统品类市场空间有限，新兴品类如汽车、生鲜、家装等成为新的开拓领域，O2O等创新模式成为新品类、新市场开拓的主要方式，线上线下市场融合加速。国内市场，一、二线城市市场趋于饱和，三至六线城市、农村市场尚有巨大空间待挖掘；但开拓农村市场存在诸多困难，渠道、物流、服务的下沉成为开拓农村市场的必备基础。

(2) 技术层面：电商大数据及精准营销进入实际应用阶段

互联网购物市场经过多年的发展，消费者交易信息，购买信息已沉淀到一定水平，相关技术及应用也稳步提升，下一阶段将是对电商大数据的实际应用阶段，对数据资产的应用将是下一阶互联网购物创新的重点，如：消费金融信息、消费者信用信息、消费者购买力信息、消费者购物偏好、消费者精准营销等。

(3) 产业链层面：产业链整合，获取更多价值点，构筑竞争壁垒

电商企业规模、影响力、市场地位的提升增强了其在产业链中的话语

权，为谋求更多价值点、构筑竞争壁垒，电商企业不断渗透进入物流、金融、生产、设计、企业级服务等产业链各环节。

（4）产品层面：坚果迎来发展机会

坚果类电商在初入市场时主要以低价为引流手段，在成规模后逐渐提升价格，并通过频繁的活动促销引流。坚果品类的标准化体现在其属于初加工产品，行业内创新率低，容易进行标准化生产、采购及经销。因此坚果电商的服务、产品质量及营销将决定企业的市场地位。

四、辅导工作准备情况

根据中国证监会关于首次公开发行股票辅导工作的有关规定，公司本次聘请中金公司作为首次公开发行 A 股股票的辅导机构，并已签订了《辅导协议》。针对公司的具体情况，中金公司制定了切实可行的辅导计划及实施方案，并组成了专门的联合辅导工作小组，辅导工作小组由曹宇、岑江华、陆孝皓、汪扬、鄢彦超、王思齐 6 名具有丰富辅导工作经验的人员组成，并已着手开始辅导工作。

经核查，中金公司认为，公司已具备了中国证监会关于首次公开发行 A 股股票辅导备案材料的各项要求，特向贵局提出辅导备案申请，请予受理。

(此页无正文，为三只松鼠股份有限公司辅导申请报告之签署页)

_____ (曹宇)

_____ (岑江华)

_____ (陆孝皓)

_____ (邬彦超)

_____ (汪扬)

_____ (王思齐)

法定代表人 (或授权代表人) 签字: 

中国国际金融股份有限公司 (盖章)



年 月 日