关于杭州可靠护理用品股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

审核问询函的回复

保荐人（主承销商）

国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

（中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 7 月 29 日出具的《关于杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函[2020]010194 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。杭州可靠护理用品股份有限公司（以下简称“可靠护理”、“发行人”、“公司”）与国泰君安证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京市君合律师事务所（以下简称“发行人律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等中介机构对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复相关用语具有与《杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称 “招股说明书”）中相同的含义。 本回复中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	**黑体（不加粗）**
对问题的回复	宋体
对招股说明书等文件的修改、补充	**楷体（加粗）**

本回复中部分合计数与各单项数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异系由四舍五入造成。

目录

问题 1. 关于历史沿革.....4
问题 2. 关于对赌协议.....26
问题 3. 关于员工持股计划.....38
问题 4. 关于注销子公司及关联方.....57
问题 5. 关于关联交易.....63
问题 6. 关于董监高变动.....74
问题 7. 关于劳动用工.....78
问题 8. 关于诉讼纠纷.....85
问题 9. 关于产品质量.....91
问题 10. 关于主营业务收入.....96
问题 11. 关于 ODM 业务.....120
问题 12. 关于自主品牌线上销售.....142
问题 13. 关于自主品牌线下销售.....164
问题 14. 关于主要客户.....179
问题 15. 关于采购.....189
问题 16. 关于毛利率.....207
问题 17. 关于销售费用.....214
问题 18. 关于管理费用.....227
问题 19. 关于应收账款.....231
问题 20. 关于存货.....240
问题 21. 关于固定资产.....250
问题 22. 关于在建工程.....258
问题 23. 关于应付账款和应付票据.....263
问题 24. 关于营业成本.....267
问题 25. 关于税费.....274
问题 26. 关于出口.....278
问题 27. 关于资产负债率.....284
问题 28. 关于财务规范性.....287

问题 29. 关于货币资金.....295
问题 30. 关于现金分红.....300
问题 31. 关于自营获客渠道.....302

问题 1. 关于历史沿革

根据申报材料，发行人重要股权变动情况包括：

（1）2004 年 6 月，股东金利伟、金利琴以其对侨资有限的债权转为股权的方式增资，共计 500 万元；

（2）2004 年 10 月，贝因美集团认缴侨资有限 1,000 万元增资额，持股 50%，于 2006 年 5 月退出侨资有限；

（3）2010 年 10 月，周云仙向帝龙控股转让侨资有限 6.94%的股权；2013 年 5 月，帝龙控股退出侨资有限。另外，金利伟、金利琴、周云仙之间进行了多次股权平价转让；

（4）2015 年 2 月，发行人向外资股东 Cherish Star、Gracious Star 分别发行 2,648,016.00 股、3,984,227.00 股，作价 43,976,003.63 元、66,166,639.98 元；同时，侨治投资向 Cherish Star、Gracious Star 分别转让 958,239.00 股、1,441,773.00 股，作价 15,913,611.58 元、23,943,744.79 元。2020 年 2 月，Gracious Star、Cherish Star 以 7.3569 元/股的价格向海林秉理及吴志伟、金利伟等自然人转让部分持有的发行人股份。

发行人现有股东中有 7 名非自然人股东，其中 Cherish Star、Gracious Star（同受中信证券控制）注册在香港，PACKWOOD 注册在英属维尔京群岛。报告期内，发行人股东 PACKWOOD 与发行人主要客户菲律宾 JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.（以下简称菲律宾 JS）均受同一实际控制人 PO, SAMUEL LIMSUI 控制。

请发行人：

（1）披露金利伟、金利琴出资债权形成的背景和原因，是否具有资金往来凭据，是否存在出资不实，是否存在受到相关处罚的风险；

（2）结合法人股东的主营业务以及自然人股东的个人履历，披露贝因美集团、帝龙控股、金利琴、周云仙等发行人历史股东入股及退股的背景；

（3）披露 Cherish Star、Gracious Star 在 IPO 申报前低价转让股权的原因及合理性、公允性；Gracious Star、Cherish Star 向海林秉理以及吴志伟、

金利伟等自然人转让部分发行人股份时，金利伟分别与海林秉理、吴志伟等签署《股份回购协议》的原因；发行人历史股东之间是否存在股权代持、信托持股等情形或其他利益安排；

（4）披露发行人历次股权变动定价依据及公允性、资金来源、价款支付情况，相关税费缴纳情况；

（5）披露菲律宾 JS 与发行人之间的交易是否具有商业合理性、是否公允，是否存在其他未披露的利益安排；在重大事项提示中就存在股东客户的情况做进一步披露，包括股东客户在发行人中的持股比例、销售收入和毛利的金额及占比、毛利率情况。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露金利伟、金利琴出资债权形成的背景和原因，是否具有资金往来凭据，是否存在出资不实，是否存在受到相关处罚的风险

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”中补充披露如下：

“

（五）发行人历史上债权出资情况

2004 年 6 月 7 日，经侨资有限股东会决议同意，侨资有限注册资本由 300 万元增加至 800 万元。新增注册资本 500 万元，由当时股东金利伟、金利琴认缴。其中，金利伟以对侨资有限的短期借款 450 万元转为对侨资有限的本次出资 450 万元；金利琴以其对侨资有限的短期借款 50 万元，转为对侨资有限的本次出资 50 万元。

1、金利伟、金利琴出资债权形成的背景和原因

（1）金利伟对侨资有限债权形成的背景和原因

截至此次债权出资实施前，金利伟对侨资有限的债权合计 505.64 万元，债

权形成的主要原因系侨资有限创立早期运营资金较为紧张，金利伟作为侨资有限的大股东，为维持侨资有限的正常运转，通过其本人或侨资汽修账户多次向侨资有限出借款项，上述债权的形成过程具体如下：

①侨资汽修将其对侨资有限的债权共计 355.64 万元转让予金利伟

截至 2004 年 5 月 31 日，临安侨资汽车维修有限公司合计拥有对侨资有限的债权共计 355.64 万元；此时侨资汽修仅为金利伟、金利琴二人所有（兄妹关系），双方在 2004 年 6 月实施债权出资方案时，约定将上述侨资汽修对侨资有限共计 355.64 万元的债权转让予金利伟，金利琴对此无异议。

②2004 年 1 月 14 日，金利伟通过现金交款借予侨资有限 150 万元款项

综上，截至 2004 年 6 月 7 日债权出资实施时，金利伟合计持有对侨资有限的债权共计 505.64 万元，将其中的 450 万元转为对侨资有限的出资 450 万元。

（2）金利琴对侨资有限债权形成的背景和原因

截至此次债权出资实施前，金利琴对侨资有限的债权合计 50 万元，债权形成的主要原因系侨资有限创立早期运营资金较为紧张，金利琴作为侨资有限股东之一，为维持侨资有限的正常运转，其向侨资有限出借款项，上述债权的形成过程具体如下：

①2004 年 2 月 27 日，金利琴通过现金交款借予侨资有限资金 20 万元；

②2004 年 4 月 26 日，金利琴通过现金交款借予侨资有限资金 30 万元。

综上，截至 2004 年 6 月 7 日债权出资实施时，金利琴合计拥有对侨资有限资金 50 万元债权，并将该 50 万元债权全部转为对侨资有限的出资 50 万元。

2、上述债权出资资金往来凭据情况及是否存在出资不实、是否存在受到相关处罚的风险情况

（1）资金往来凭据情况

金利伟对侨资有限债权出资的 450 万元债权相关往来凭据如下：

1）150 万元系其个人直接现金交付侨资有限，取得的资金往来凭证包括：2004 年 1 月 14 日银行现金交款单 150 万；

2）355.64 万元系侨资汽修分多次以转账形式借予侨资有限款项，取得的资金往来凭证包括：2003 年 1 月 23 日银行转账凭证 20 万；2003 年 4 月 2 日银行转账凭证 10 万；2003 年 5 月 12 日银行转账凭证 11.5 万；2003 年 5 月 13 日银行转账凭证 88.5 万；2003 年 6 月 3 日银行转账凭证 61 万；2003 年 6 月 19 日银行转账凭证 6 万；2003 年 7 月 4 日银行转账凭证 54 万；2003 年 7 月 8 日银行转账凭证 1 万；2003 年 7 月 21 日银行转账凭证 150 万；2004 年 4 月 19 日银行转账凭证 10 万；2004 年 5 月 20 日银行转账凭证 15 万。

2003 年 5 月 28 日，侨资有限向侨资汽修还款 61 万元。

截至 2004 年 5 月 29 日侨资有限向侨资汽修的借款余额合计 366 万元，对冲其他应收款 10.36 万元后，侨资汽修对侨资有限剩余债权为 355.64 万元，其中 300 万元用于债转股。2004 年 6 月 16 日，金利伟、金利琴作为侨资汽修的股东，一致同意将侨资汽修对侨资有限的上述债权转让给金利伟。

金利琴对侨资有限转股的 50 万元债权，全部系其个人直接现金交付侨资有限，取得的资金往来凭证包括：2004 年 2 月 27 日银行现金交款单 20 万；2004 年 4 月 26 日银行现金交款单 30 万。

（2）债权出资不存在出资不实的相关情形

可靠护理此次债权出资不存在出资不实的相关情形，主要原因如下：

①债权出资的资金往来凭据充分且已经会计师验资

2004 年 6 月 18 日，临安方信会计师事务所有限公司出具方信验字（2004）第 154 号《验资报告》，截至 2004 年 6 月 18 日止，侨资有限已收到金利伟、金利琴缴纳的新增注册资本合计人民币 500 万元整,其中以债权转股本金出资 500 万元。

②2011 年公司整体变更时以经天健会计师事务所审计的净资产折股，整体变更后公司股本未超过公司净资产，股改之后不存在出资不实的相关情形。

③公司控股股东、实际控制人金利伟进行兜底承诺

公司控股股东、实际控制人金利伟已出具承诺：本人承诺以上债务形成真实，确认 2004 年 6 月债权转增资本不存在出资不实情况。如被有权机关要求以

货币等形式填补该债权出资涉及的出资，本人将在 1 个月内填补完毕。

（3）此次债权出资不存在受到相关处罚的风险

临安区市场监督管理局分别于 2020 年 1 月 14 日、2020 年 8 月 13 日出具了《企业无违法违规证明》，证明发行人不存在受到公司登记机关行政处罚的情形；于 2020 年 4 月 15 日出具了《关于杭州可靠护理用品股份有限公司 2004 年注册资本变更登记情况的说明》，证明侨资有限该次注册资本变更登记申请材料齐全，符合法定形式，该次变更登记合法有效。”

二、结合法人股东的主营业务以及自然人股东的个人履历，披露贝因美集团、帝龙控股、金利琴、周云仙等发行人历史股东入股及退股的背景

发行人成立至今，其历史股东有金利琴、贝因美集团、帝龙控股、周云仙、侨治投资。该等历史股东入股、退出的情况及背景如下：

1、金利琴入股及退出情况及背景

（1）入股情况及背景

1）2001 年 8 月，参与创立侨资有限

2001 年 7 月 18 日，金利伟、金利琴签署了《杭州侨资纸业有限公司章程》，决定共同出资成立侨资有限。侨资有限成立时的注册资本为 200 万元，其中金利伟出资 160 万元，金利琴出资 40 万元。金利琴成为侨资有限股东。

本次参与创立侨资有限系与其兄金利伟共同创业。

2）2002 年 9 月增资

2002 年 9 月 20 日，经侨资有限股东会决议同意，侨资有限注册资本由 200 万元增加至 300 万元。此次新增注册资本分别由金利伟、金利琴认缴 80 万元、20 万元。

本次增资完成后，侨资有限的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	持股比例（%）
1	金利伟	240.00	80.00

2	金利琴	60.00	20.00
合计		**300.00**	**100.00**

金利伟、金利琴系兄妹关系，本次增资时两人均在可靠护理任职，分别为可靠护理董事长兼总经理、行政主管，本次增资主要目的系为支持公司发展、增加公司营运资本。

3）2004 年 6 月增资

2004 年 6 月 7 日，经侨资有限股东会决议同意，侨资有限注册资本由 300 万元增加至 800 万元。新增注册资本 500 万元，由当时股东金利伟、金利琴认缴。其中，金利伟以对侨资有限的短期借款 450 万元转为对侨资有限的本次出资 450 万元；金利琴以其对侨资有限的短期借款 50 万元，转为对侨资有限的本次出资 50 万元。

本次增资完成后，侨资有限的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	持股比例（%）
1	金利伟	690.00	86.25
2	金利琴	110.00	13.75
合计		**800.00**	**100.00**

金利伟、金利琴系兄妹关系，本次增资时两人均在可靠护理任职，分别为可靠护理董事长兼总经理、行政主管，本次增资主要目的系为支持公司发展、增加公司营运资本、减少公司负债。

（2）退出情况及背景

2006 年 5 月 15 日，金利伟与金利琴签订《股东转让出资协议》，约定金利琴将其所持有的侨资有限 110.00 万元出资（对应注册资本的 5.50%），以 110.00 万元的价格转让给其兄金利伟。同日，侨资有限召开股东会会议，全体股东一致同意上述股权转让。本次股权转让后，金利琴不再持有侨资有限股权。

金利琴为金利伟之妹妹，其早期与金利伟一起开始创业。后考虑到作为股东，需要对公司进行持续性的资本投入和资金支持，基于创业的不确定性，及金利琴家庭资金规划考虑，经兄妹协商，金利伟决定同意受让金利琴所持公司之股权。转让后，金利琴作为管理人员继续在公司工作（金利琴于 2013 年因个

人家庭原因离职）。

2、贝因美集团入股及退出的情况及背景

（1）入股情况及背景

2004 年 10 月 10 日，经侨资有限股东会决议同意，侨资有限注册资本由 800 万元增加至 2,000 万元。此次新增注册资本分别由金利伟、贝因美集团认缴 200 万元、1,000 万元。贝因美成为侨资有限股东。

贝因美集团为一家投资管理及国际贸易公司，其旗下上市公司贝因美股份有限公司（股票代码：002570）系一家主要从事婴儿奶粉及米粉研发、销售的企业。本次贝因美集团入股侨资有限，主要系贝因美集团对侨资有限婴儿纸尿裤生产能力、对侨资有限旗下自有品牌发展前景认可，因此通过入股侨资有限的方式，与侨资有限达成深度合作。

金利伟系本次增资前的大股东兼董事长、总经理，本次金利伟增资系与贝因美集团同步增资，确保其及其妹合计持股比例不低于 50%。

（2）退出情况及背景

2006 年 5 月 15 日，经侨资有限股东会决议同意，贝因美集团与金利伟、周云仙签订《股东转让出资协议》，贝因美集团将其所持侨资有限 30%（计 600 万元出资额）、20%（计 400 万元出资额）的股权分别转让给金利伟、周云仙（周云仙与金利伟为母子关系）。

本次贝因美集团转让股权，主要系因贝因美集团战略发展需要，决定放弃与侨资有限的合作，将持有的侨资有限股权转让给金利伟、周云仙。

3、周云仙入股及退出的情况及背景

（1）入股情况及背景

1）2006 年 5 月之股权受让

2006 年 5 月 15 日，贝因美集团与周云仙、金利伟签订了《股东转让出资协议》，约定贝因美集团将其持有的侨资有限 1,000.00 万元出资（对应注册资本的 50.00%）以 1,000.00 万元转让给周云仙、金利伟；其中，周云仙以 400.00

万元的价格受让 400.00 万元出资（对应注册资本的 20.00%）、金利伟以 600.00 万元的价格受让 600.00 万元出资（对应注册资本的 30.00%）。同日，侨资有限召开股东会会议，全体股东一致同意上述股权转让。周云仙成为侨资有限股东。

本次股权转让完成后，侨资有限的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	持股比例（%）
1	金利伟	1,600.00	80.00
2	周云仙	400.00	20.00
合计		**2,000.00**	**100.00**

周云仙出于与儿子金利伟共同创业的目的而投资侨资有限，主要负责后勤保障工作。

2）2007 年 2 月，吸收合并侨资汽修

2006 年 11 月 2 日，侨资有限召开股东会会议，全体股东一致同意吸收合并侨资汽修。吸收合并后，侨资汽修注销，其资产、负债及人员由合并后存续的侨资有限承继和接纳。同日，侨资汽修召开股东会会议，全体股东一致同意按照上述条件被侨资有限吸收合并。

本次吸收合并完成后，存续的侨资有限的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	持股比例（%）
1	金利伟	1,620.00	79.80
2	周云仙	410.00	20.20
合计		**2,030.00**	**100.00**

侨资汽修成立于 1999 年，系金利伟最早经营的企业，主要业务为提供汽车维修服务。2001 年 8 月，侨资有限设立后，金利伟主要精力由侨资汽修转至发行人，因此侨资汽修逐步缩减业务。由于金利伟决定全心经营侨资有限，经侨资汽修股东会决议通过（当时的侨资汽修的股东为周云仙、金利伟母子），将侨资汽修资产并入侨资有限。

（2）退出情况及背景

1）2010 年 10 月之股权转让

2010 年 10 月 10 日，侨资有限股东会通过决议，同意周云仙将其持有的侨

资有限 6.94%的股权（计 140.9722 万元出资额）转让给帝龙控股。同日，周云仙与帝龙控股签署了《杭州侨资纸业有限公司股权转让协议》，约定周云仙以 2,362.50 万元转让其持有的侨资有限 6.94%的股权（计 140.9722 万元出资额）。

本次股权转让完成后，侨资有限的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（元）	持股比例（%）
1	金利伟	16,200,000	79.80
2	周云仙	2,690,278	13.26
3	帝龙控股	1,409,722	6.94
合计		**20,300,000**	**100.00**

为引入投资人帝龙控股，经与侨资有限当时股东金利伟、拟受让方帝龙控股协商一致，周云仙将所持侨资有限部分股权转让给帝龙控股。

2）2015 年 3 月之股权转让

2015 年 1 月 21 日，可靠护理 2015 年第一次临时股东大会通过决议，同意周云仙将其所持可靠护理全部股份（7,633,500 股，占比 12.72%）转让给金利伟，转让对价为 763.35 万元。

周云仙系金利伟母亲，本次股权转让系周云仙出于对儿子金利伟事业的支持，故决定将股权转让给儿子金利伟。本次股权转让系金利伟家庭成员间的股权调整行为。

4、帝龙控股入股及退出的情况及背景

（1）入股情况及背景

根据企业信用信息公示系统、天眼查等网站的查询，帝龙控股成立于 2007 年 4 月 17 日，注册资本为 2,000 万元，注册地址为浙江省临安市锦北街道平山村 6 组公家头 15 号。帝龙控股成立时股东为姜飞雄（持股 80%）、姜祖功（持股 20%）；2011 年 8 月 7 日其股东情况变更为姜飞雄（持股 80%）、姜超阳（持股 20%）；截至本回复出具日，其股东仍为姜飞雄、姜超阳；经营范围为“实业投资；销售：建筑材料（除砂石）、五金机电、电子产品”。根据帝龙控股于 2020 年 3 月 4 日出具的《复函》，帝龙控股于发行人及其实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员、其他关联方、客户及供应商、IPO 中介机构及相关

中介机构人员不存在关联关系、利益安排或其他利害关系。

2010 年 10 月 10 日，周云仙与帝龙控股签订《股权转让协议》，约定周云仙将其所持侨资有限 140.9722 万元出资（对应注册资本的 6.94%），以 2,362.50 万元的价格转让给新股东帝龙控股。同日，侨资有限召开股东会会议，全体股东一致同意上述股权转让。帝龙控股成为侨资有限股东。

本次股权转让完成后，侨资有限的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（元）	持股比例（%）
1	金利伟	16,200,000	79.80
2	周云仙	2,690,278	13.26
3	帝龙控股	1,409,722	6.94
合计		**20,300,000**	**100.00**

帝龙控股为一家投资公司，帝龙控股因看好侨资有限发展前景而对其进行投资；本次投资为财务投资。

（2）退出情况及背景

2013 年 5 月 8 日，帝龙控股与侨治投资签订《股份转让协议》。根据该协议约定，帝龙控股将其所持发行人 400.0020 万股股份（占总股本的 6.67%），以 2,480.0124 万元的价格转让给新股东侨治投资。本次股份转让后，帝龙控股不再持有发行人股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下表所示：

序号	股 东	持股数（万股）	持股比例（%）
1	金利伟	4,596.648	76.61
2	周云仙	763.350	12.72
3	侨治投资	400.002	6.67
4	唯艾诺	240.000	4.00
合计		**6,000.000**	**100.00**

帝龙控股综合考虑可靠护理当时的上市计划及进程，决定退出对可靠护理的财务投资。经与公司控股股东、实际控制人金利伟协商一致，由金利伟控制的侨治投资受让帝龙控股持有的可靠护理股份。

5、侨治投资入股及退出的情况及背景

（1）入股情况及背景

2013 年 5 月 8 日，可靠护理 2013 年第一次临时股东大会通过决议，同意帝龙控股将其所持可靠护理的全部股份（4,000,020 股，占比 6.67%）转让给侨治投资；同日，帝龙控股与侨治投资签署了《股份转让协议》，转让价款总计 2,480.0124 万元。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下表所示：

序号	股 东	持股数（万股）	持股比例（%）
1	金利伟	4,596.648	76.61
2	周云仙	763.350	12.72
3	侨治投资	400.002	6.67
4	唯艾诺	240.000	4.00
合计		**6,000.000**	**100.00**

帝龙控股综合考虑可靠护理当时的上市计划及进程，决定退出对可靠护理的财务投资。经与公司控股股东、实际控制人金利伟协商一致，由金利伟控制的侨治投资受让帝龙控股持有的可靠护理股份。

（2）退出情况及背景

1）2015 年 4 月之股权转让

2015 年 2 月 14 日，Cherish Star、Gracious Star 与金利伟、唯艾诺及发行人就股份转让暨增资事宜签署了《股份转让及认购协议》。根据该协议，侨治投资将其所持有的发行人部分股份转让给 Cherish Star、Gracious Star，其中，向 Cherish Star 转让 958,239 股股份，向 Gracious Star 转让 1,441,773 股股份。Cherish Star、Gracious Star 分别支付侨治投资 15,913,611.58 元、23,943,744.79 元。

本次股份转让完成后，可靠护理的股本结构如下表所示：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）
1	金利伟	5,359.9980	80.4415
2	Gracious Star	542.6000	8.1432
3	Cherish Star	360.6255	5.4122
4	唯艾诺	240.0000	3.6019

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）
5	侨治投资	160.0008	2.4012
合计		6,663.2243	100.0000

为引入投资人 Cherish Star、Gracious Star，侨治投资将所持发行人部分股份转让给 Cherish Star、Gracious Star。

2）2016 年 11 月之股权转让

2016 年 8 月 1 日，金利伟、侨治投资与 PACKWOOD 签订《股份转让协议》。根据该协议约定,金利伟将其所持发行人 899,992 股股份（占总股本的 1.3507%），以 14,948,867.12 元的价格转让给新股东 PACKWOOD；侨治投资将其所持发行人的 1,600,008 股股份（占总股本的 2.4012%），以 26,576,132.88 元的价格转让给新股东 PACKWOOD。本次股权转让后，侨治投资不再持有发行人股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下表所示：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）
1	金利伟	5,269.9988	79.0908
2	Gracious Star	542.6000	8.1432
3	Cherish Star	360.6255	5.4122
4	PACKWOOD	250.0000	3.7519
5	唯艾诺	240.0000	3.6019
合计		6,663.2243	100.00

为引入投资人 PACKWOOD，侨治投资将所持发行人所有股份转让给 PACKWOOD。”

三、披露 Cherish Star、Gracious Star 在 IPO 申报前低价转让股权的原因及合理性、公允性；Gracious Star、Cherish Star 向海林秉理以及吴志伟、金利伟等自然人转让部分发行人股份时，金利伟分别与海林秉理、吴志伟等签署《股份回购协议》的原因；发行人历史股东之间是否存在股权代持、信托持股等情形或其他利益安排

（一）披露 Cherish Star、Gracious Star 在 IPO 申报前低价转让股权的原因及合理性、公允性

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”中补充披露如下：

“

（六）Cherish Star、Gracious Star 在 IPO 申报前转让股权的原因及合理性、公允性

1、Cherish Star 及 Gracious Star 在 IPO 申报前转让股权的原因

Cherish Star 及 Gracious Star 于 2015 年投资发行人,预计本次 IPO 发行的锁定期解除后,将临近基金的到期日；Cherish Star、Gracious Star 及其投资人结合自身资金安排，决定提前收回部分投资，因此在 IPO 申报前转让部分股权，转让完成后 Cherish Star 及 Gracious Star 合计尚持有发行人 5.28%的股份。

2、Cherish Star 及 Gracious Star 在 IPO 申报前转让股权的合理性及公允性

2020 年 2-3 月，Cherish Star、Gracious Star 转让部分可靠护理股份的价格为 7.3569 元/股，该退出价格对应的可靠护理整体估值为 15.00 亿元，PE 倍数 14.60 倍。该转让价格为 Cherish Star、Gracious Star 与海林秉理、吕斌、林振宇、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、金利伟等投资者根据公司业务情况和对公司未来发展及上市的预期协商确定。

IPO 申报前的此次转让中，Cherish Star 和 Gracious Star 转让发行人股

份合计 1,632.0802 万股，转让金额合计 12,007.05 万元；Cherish Star 和 Gracious Star 在 2015 年初始取得发行人该部分股权的成本为 9,036.28 万元，两者相比增值明显。此外，2015 年-2020 年期间，可靠护理累计向 Cherish Star、Gracious Star 现金分红 3,703.22 万元。综上所述，此次 IPO 申报前转让部分发行人股权，Cherish Star 和 Gracious Star 通过转让退出及累计分红，取得了较好的投资收益，Cherish Star 及 Gracious Star 在此次 IPO 申报前的股权转让公允合理。”

（二）Gracious Star、Cherish Star 向海林秉理以及吴志伟、金利伟等自然人转让部分发行人股份时，金利伟分别与海林秉理、吴志伟等签署《股份回购协议》的原因

金利伟与海林秉理于 2020 年 2 月 5 日签署的《股份回购协议》约定的相关回购条款：公司将不晚于 2021 年 12 月 31 日向有关部门报送 IPO 申请，若申请被有权机构/部门否决或不予注册，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，海林秉理有权要求金利伟回购其所持的公司股份。

金利伟与吴志伟、林振宇、裘立新、吕斌、徐建军、林国于 2020 年 2-3 月分别签署的《股份回购协议》约定的相关回购条款：在公司 IPO 申请被有权机构/部门否决或者不予注册之日起，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，前述吴志伟等自然人股东有权要求金利伟回购其持有的发行人股份。

以上《股份回购协议》约定的具体回购金额及支付回购价款的期限约定为：

具体回购金额：按照各新引进投资人届时持有的股份相对应的投资成本，加上该等投资成本自支付之日直至各新引进投资人从金利伟收到回购款项的期间，按照 10%的年回报率计算的利息（单利方式计算，每年按照 365 天计算），并扣除该等股份对应的、各新引进投资人从发行人取得的实际分红。如各新引进投资人要求回购部分股份的，则每股对价按照上述回购金额除以届时各新引进投资人持有的发行人全部股份进行计算。

金利伟届时支付回购价款的期限：自收到各新引进投资人以电子邮件等方

式发出的、要求金利伟履行回购义务的书面通知之日起 10 日内，向其指定的账户支付全部回购价款。逾期支付的，每逾期支付一日，向其支付“应付未付金额万分之三”的违约金，计算至实际支付之日。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”中补充披露如下：

“

（七）金利伟分别与海林秉理、吴志伟等签署《股份回购协议》的原因

金利伟与海林秉理、吴志伟等签署《股份回购协议》主要原因系海林秉理、吴志伟等新增股东自 Cherish Star 及 Gracious Star 处受让股权，因此要求承继自 Cherish Star 及 Gracious Star 与发行人及实际控制人金利伟、侨治投资之间的约定。

2015 年 2 月 14 日，可靠护理、金利伟、侨治投资、唯艾诺与 Cherish Star、Gracious Star 签署《股份转让及认购协议》及相关补充协议，对股份回购作出约定。

2018 年 3 月 5 日，发行人及其控股股东、实际控制人金利伟、股东唯艾诺、原股东侨治投资与 Cherish Star、Gracious Star 签署《股份转让及认购协议之补充协议》，对 2015 年签署的《股份转让及认购协议》进行补充约定，确认《股份转让及认购协议》内关于股份回购的特别约定自协议生效起不再履行；但在发行人撤回首次公开发行申请，或发行人首次公开发行申请被有权机构/部门否决之日起，被终止的前述特别约定会自动追溯性的恢复生效；自发行人成功上市后恢复机制将终止。

2020 年 2-3 月，海林秉理、吕斌、林振宇、吴志伟、徐建军、裘立新、林国等投资者在受让 Cherish Star、Gracious Star 持有的可靠护理股份时，要求承继 Cherish Star 及 Gracious Star 的前述股份回购权利条款。经与公司控股股东、实际控制人金利伟协商一致，各方签署《回购协议》约定了相关上市失败回购条款。

2020 年 9 月 14 日，金利伟与海林秉理、吴志伟等自然人签署了《股份回购协议之补充协议》，约定：《股份回购协议》中的上述回购相关约定自《股份回购协议之补充协议》生效起自动终止，就该等条款范围内的权利义务一并解除；协议双方对此无任何异议，并承诺放弃任何追诉权利，协议双方之间对此无任何纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，金利伟与海林秉理、吴志伟等签署的《股份回购协议》中关于发行人 IPO 失败后，海林秉理、吴志伟等股东有权要求金利伟回购其所持发行人股份的相关对赌条款已经完全解除，不存在纠纷或者潜在纠纷。截至本招股说明书签署日，发行人不存在与市值挂钩的对赌条款及导致公司控制权变化的约定，不存在严重影响发行人持续经营能力及其他投资者权益的情形。

”

（三）发行人历史股东之间是否存在股权代持、信托持股等情形或其他利益安排

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”中补充披露如下：

“（八）发行人历史股东之间是否存在股权代持、信托持股等情形或其他利益安排

截至本招股说明书签署日，发行人各历史股东及现有股东之间，不存在股权代持、信托代持等情形或其他利益安排。实际控制人暨控股股东金利伟、实际控制人鲍佳及受其控制的唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号所持发行人股份不存在股权代持、信托代持等情形或其他利益安排，股权清晰。”

四、披露发行人历次股权变动定价依据及公允性、资金来源、价款支付情况，相关税费缴纳情况

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立

及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”之“（九）发行人历次股权变动定价依据及公允性、资金来源、价款支付情况，相关税费缴纳情况”中补充披露如下：

“

可靠护理历次股权变动价格、定价依据、资金来源、价款支付及税费缴纳情况如下：

事项	转让方/增资方	受让方/增资方	价格	定价依据	是否缴纳个税	价款支付	资金来源
2002.9 第一次增资至 300 万	金利伟增资 80 万元；金利琴增资 20 万元。		1 元/注册资本	-	-	是	自有资金
2004.6 第二次增资至 800 万	金利伟增资 450 万元；金利琴增资 50 万元。		1 元/注册资本	-	-	是	债权出资
2004.10 第三次增资至 2,000 万	金利伟增资 200 万元；贝因美集团增资 1,000 万元。		1 元/注册资本	协商确定	-	是	自有资金
2006.5 第一次股权转让	贝因美集团转让 1,000 万注册资本；金利琴转让 110 万注册资本。	金利伟受让贝因美集团 600 万元，受让金利琴 110 万；周云仙受让 400 万元。	1 元/注册资本	协商确定	-	是	自有资金
2007.2 第四次增资至 2,030 万	吸收合并侨资汽修，增资 30 万元，其中金利伟增资 20 万元；周云仙增资 10 万元		-	-	-	是	吸收合并
2010.10 第二次股权转让	周云仙转让 140.9722 万注册资本	帝龙控股 2,362.5 万元受让 140.9722 万注册资本。	16.76 元/注册资本	协商确定	已缴纳	是	自有资金
2011.7 第五次增资	员工持股平台唯艾诺出资 960 万元取得 84.5833 万注册资本。		11.35 元/注册资本	协商确定，股权激励价格低于公允价格部分，已于 2011 年确认股份支付。	-	是	自有、自筹资金
2011.8 整体改制	整体改制后，公司注册资本变更为 6,000 万元。		-	-	已缴纳	是	公司净资产折股
2013.5 第三次股权转让	帝龙控股转让 400.002 万股	侨治投资 2,480.0124 万受让 400.2 万股。	6.2 元/股（每股价格低于 2010 年入	协商确定	-	是	自有资金

事项	转让方/增资方	受让方/增资方	价格	定价依据	是否缴纳个税	价款支付	资金来源
			股时价格系股改转增股本导致，但退出时公司估值 3.72 亿元高于入股时估值3.40亿元）				
2015.3 第四次股权转让	周云仙转让 763.35 万股。	金利伟受让 763.35 万股。	1 元/股	家庭成员间的股权调整行为	-	是	自有资金
2015.4 第五次股权转让	侨治投资转让 240.0012 万股。	Gracious Star 受让 144.1773 万股；Cherish Star 受让 95.8239 万股。	16.61 元/股	协商确定	-	是	境外私募股权基金
2015.4 增资至 6,663.2243 万	Cherish Star、Gracious Star 分别出资 43,976,003.63 元、66,166,639.98 元，取得公司 2,648,016 股、3,984,227 股。		16.61 元/股	协商确定	-	是	境外私募股权基金
2016.11 第六次股权转让	金利伟转让 89.9992 万股；侨治投资转让 160.0008 万股。	PACKWOOD 以 14,948,867.12 元受让金利伟股份；以 26,576,132.88 元受让侨治投资股份。	16.61 元/股	参考公司上一轮转让价格，经协商后确定	已缴纳	是	自有资金
2017.1 增资至 19,989.6729 万	以截至 2016.11.30 总股本 66,632,243 股为基数，每 10 股转增 20 股。		-	-	尚未缴纳，但已向税务局请示五年内分期缴纳	是	资本公积转增
2019.12 增资至 20,389 万	员工持股平台唯艾诺贰号出资 750 万元取得 200 万股，唯艾诺叁号出资 747.476625 万元取得 199.3271 万股。		3.75 元/股	协商确定，股权激励价格低于公允价格部分，已确认股份支付。	-	是	自有、自筹资金
2020.2-3 月第七次股权转让	Gracious Star 转让	受让人：海林秉理、金	7.3569 元/股	协商确定	Gracious Star 、	是	海林秉理

事项	转让方/增资方	受让方/增资方	价格	定价依据	是否缴纳个税	价款支付	资金来源
	980.4493 万股；Cherish Star 转让 651.6309 万股	利伟、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌			Cherish Star 相关税费已缴纳		为募集资金，其他为自有资金

上述股权转让价款均为各方协商确定，价格公允。”

五、披露菲律宾 JS 与发行人之间的交易是否具有商业合理性、是否公允，是否存在其他未披露的利益安排；在重大事项提示中就存在股东客户的情况做进一步披露，包括股东客户在发行人中的持股比例、销售收入和毛利的金额及占比、毛利率情况

（一）披露菲律宾 JS 与发行人之间的交易是否具有商业合理性、是否公允，是否存在其他未披露的利益安排；

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（六）报告期内公司与 PACKWOOD 及菲律宾 JS 的交易”中补充披露如下：

“

3、菲律宾 JS 与发行人之间合作的商业合理性

菲律宾 JS 早在 PACKWOOD 入股前即已与发行人之间建立起了稳定的合作关系，2011 年可靠护理即实现对菲律宾 JS 23,421.45 万元的销售。

作为品牌商，菲律宾 JS 自身不从事生产，稳定的 ODM 代工方对菲律宾 JS 而言尤其重要。经过与发行人多年合作，菲律宾 JS 对发行人的综合实力予以认可。为加强与发行人合作的稳定性，菲律宾 JS 的实际控制人于 2016 年通过其控制的 PACKWOOD 受让侨治投资转让的 250 万股股份（后经转增后为 750 万股）成为发行人股东，持有至今。PACKWOOD 对发行人的投资金额较小，股权占比较低，且不参与发行人的日常经营管理。2016 年 PACKWOOD 入股成为公司股东前后，公司与菲律宾 JS 的合作方式未发生明显变化。

截至本招股说明书签署日，发行人与菲律宾 JS 之间的合作稳定，且随着菲律宾 JS 自身销售规模逐步扩张，双方合作规模也逐年上升。综上，发行人与菲律宾 JS 的合作具有商业合理性。

4、菲律宾 JS 与发行人的交易公允合理，不存在其他未披露的利益安排

公司与菲律宾 JS 的交易以双方签署的《框架协议》中约定的订单规模为基础，销售定价由双方充分协商、沟通后，在单笔订单中确定。

（1）发行人与菲律宾 JS 之间交易的定价依据及报告期内的毛利率变动情况

发行人与菲律宾 JS 通过市场谈判定价，具体客户的毛利率信息已申请信息豁免披露。报告期内发行人对菲律宾 JS 销售的毛利率变动原因如下：2018 年发行人对菲律宾 JS 毛利率下降的主要原因系因菲律宾 JS 在菲律宾市场竞争对手的竞品价格发生了调整，为实现与菲律宾 JS 协同增长，双方决定对单片价格进行下调；2019 年菲律宾 JS 毛利率略有下降，主要原因是公司出于服务客户的目的，主动对产品进行升级换代，导致单价基本不变的同时单位成本略有上升。2020 年 1-6 月，菲律宾 JS 毛利率下降主要系因按照新收入准则将运输费用调入营业成本所致。

（2）发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率与发行人 ODM 模式的平均毛利率对比情况

发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率与发行人 ODM 模式的平均毛利率对比情况已申请信息豁免披露。

（3）发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率与同行业公司毛利率对比情况

发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率除受到各因素影响有所浮动变化外，与豪悦股份境外业务毛利率不存在重大差异，具有商业合理性，双方交易不存在显失公允的情形。菲律宾 JS 与发行人之间的交易不存在其他未披露的利益安排。具体毛利率对比信息已申请信息豁免披露。”

（二）在重大事项提示中就存在股东客户的情况做进一步披露，包括股东客户在发行人中的持股比例、销售收入和毛利的金额及占比、毛利率情况

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”及“第四节 风险因素”之“二、市场风险”之“（五）公司主要客户为股东客户风险”中补充披露如下：

“

（五）公司主要客户为股东客户风险

公司的主要客户菲律宾 JS 与持有公司 3.68%股份的股东 PACKWOOD 系受同一实际控制人 PO, SAMUEL LIMSUI 控制。报告期内,公司对菲律宾 JS(含 PACKWOOD)的销售收入分别为 31,803.10 万元、33,216.43 万元、40,319.80 万元、22,679.72 万元，占公司营业收入占比分别为 40.41%、36.65%、34.35%、28.38%。股东客户菲律宾 JS 为公司重要大客户，若发行人不能维持与菲律宾 JS 的合作关系、或菲律宾 JS 的经营状况恶化、或是公司在新客户的开拓上未能取得成效，将可能对公司的业绩产生不利影响。”

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行的主要核查程序如下：

1、查阅了发行人工商登记资料、验资报告、股东会/股东大会、董事会及监事会决议等文件；

2、对金利伟、金利琴、周云仙、Cherish Star/Gracious Star、海林秉理、吴志伟、林振宇等股东进行访谈，并取得贝因美集团、帝龙控股等历史股东的确认函、复函等文件；

3、取得并查阅了债权出资事项的验资报告、与债权形成相关的银行转账凭证、现金交款单、账页记录等、发行人对债权形成过程的说明文件等；取得并查阅了发行人现有股东出具的说明，核查其是否对历次发行人股权/股份变更及增资持异议；

4、取得市场监督管理等主管部门出具的无违法违规证明等专项证明及说明文件；

5、取得公司实际控制人金利伟出具的关于债权出资相关事项的承诺；

6、查阅公司利润分配相关的董事会、股东大会决议并取得相关利润分配汇款资料；

7、核查 Cherish Star、Gracious Star 签署的《股份转让及认购协议》及其补充协议，海林秉理、吕斌、吴志伟等签署的《回购协议》；

8、取得公司股东签署的关于不存在股权代持、信托代持等的承诺函；

9、对菲律宾 JS 进行实地走访及视频访谈；取得并查阅菲律宾 JS 与发行人签署的框架合同、销售订单、报关单等原始单据；分析发行人与菲律宾 JS 之间的交易金额、数量、单价及回款的波动情况，了解其变动原因；取得并查阅行业报告，了解菲律宾 JS 在当地的市场地位；取得并查阅中信保报告，了解菲律宾 JS 的基本情况和企业资信状况；查阅同行业年度报告数据，与发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率进行比较分析；从海关商务百事通平台获取发行人出口数据，联合会计师向海关申请函证等。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、金利伟、金利琴以其对侨资有限的债权出资已经临安方信会计师事务所有限公司审验，具有相关资金往来凭据，且在公司整体变更时以经天健会计师事务所审计的净资产折股，折股后经天健验资，不存在出资不实的相关情形。

虽然此次以债权出资不属于《公司法》（1999 年修正）所列举的有限公司股东出资方式，但发行人现有股东对此不持异议，且临安区市场监督管理局于 2020 年 1 月 14 日、2020 年 8 月 13 日出具了《企业无违法违规证明》，证明发行人不存在受到公司登记机关行政处罚的情形，于 2020 年 4 月 15 日出具《关于杭州可靠护理用品股份有限公司 2004 年注册资本变更登记情况的说明》，证明“该公司申请材料齐全，符合法定形式，我局于 2004 年 7 月 5 日依法作出准予变更登记的决定，变更登记合法有效。”综上，保荐机构及发行人律师认为可靠护

理本次债权出资不存在被处罚的风险。

2、发行人自设立以来，历史股东的入股及退股均为各方真实意思表示，不存在纠纷及潜在纠纷。

3、Cherish Star、Gracious Star2020 年退出时不存在低价转让的情形；转让价格为 Cherish Star、Gracious Star 与海林秉理、吕斌、林振宇、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、金利伟等投资者协商确定，转让价格合理、公允。

4、发行人历次股权变动定价依据合理、公允，除 2004 年 6 月金利伟、金利琴以债权出资、海林秉理以募集资金出资、侨资有限吸收合并侨资汽修外，其余股东及历史股东的资金来源均为自有或自筹资金、相关股权变动的价款均已支付，相关转让及转增的个税均已足额缴纳或已向税务部门申请分期缴纳。

5、菲律宾 JS 与可靠护理之间的交易具有商业合理性、价格公允，不存在其他未披露的利益安排；

6、发行人已在招股说明书中详细披露上述事项。

问题 2. 关于对赌协议

根据申报材料，2015 年 2 月，发行人、金利伟、侨治投资、唯艾诺与 Cherish Star、Gracious Star 签署《股份转让及认购协议》及相关补充协议，约定 Cherish Star、Gracious Star 委派董事、出售权、公司治理一票否决权、股份回购、现金补偿及反稀释等特殊权利条款。2018 年 3 月，发行人与上述股权受让主体签署《股份转让及认购协议之补充协议》，确认《股份转让及认购协议》内的特别约定自协议生效起不再履行，但约定了对赌效力恢复条款。

2020 年 2 月，Gracious Star、Cherish Star 向海林秉理及吴志伟、金利伟等自然人转让部分持有的发行人股份时，金利伟分别与其他股权受让主体签署《股份回购协议》。

请发行人：

（1）披露发行人与 Cherish Star、Gracious Star 特殊权利条款的具体约定或安排，包括但不限于对赌标的、对赌期限、对赌内容、回购条款、回购利率、回购及现金补偿的资金来源等，是否存在业绩承诺条款，如是，协议签署以来的对赌业绩和发行人实际完成业绩之间是否存在重大差异，如存在，请说明差异的具体原因；

（2）披露 Cherish Star、Gracious Star 入股以来提名董事的情况，是否曾使用公司治理一票否决权，如是，对发行人的实际控制人认定及控制权稳定性是否造成影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露发行人与 **Cherish Star、Gracious Star** 特殊权利条款的具体约定或安排，包括但不限于对赌标的、对赌期限、对赌内容、回购条款、回购利率、回购及现金补偿的资金来源等，是否存在业绩承诺条款，如是，协议签署以来的对赌业绩和发行人实际完成业绩之间是否存在重大差异，如存在，请说明差异的具体原因

（一）Cherish Star、Gracious Star 特殊权利条款的约定及其解除情况

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人的股本情况”之“（九）已解除的股东特别权利条款对发行人可能存在的影响”之“1、Cherish Star、Gracious Star 的特殊权利条款及其解除情况”中补充披露如下：

“

（1）2015 年 2 月签署的《股份转让及认购协议》中对 Cherish Star、Gracious Star 特殊权利条款的约定

2015 年 2 月 14 日，Cherish Star、Gracious Star 与金利伟、侨治投资、唯艾诺及发行人签署的《股份转让及认购协议》中对特殊权利条款约定如下：

特殊权利	具体约定或安排
董事委派权	9.1 保证人保证公司的董事会设置不超过六（6）个董事席位（包括独立董事）。投资人一有权提名一（1）名董事的人员，保证人承诺将促使该董事会候选人在适当举行的股东大会中当选为公司董事。另外，保证人保证将促使投资人一提名的董事人选当选为董事会下设审计委员会、战略委员会和薪酬

特殊权利	具体约定或安排
	与考核委员会的成员之一。投资人一有权自行或通过其提名的董事在其认为必要的情况下就公司的管理和运营提供建议和合理方案。投资人二有权任命一（1）名观察员列席公司股东大会和董事会。
出售权/要求金利伟、侨治投资回购权	9.2 投资人出售权 9.2.1 公司将尽最大合理努力在完成日起三十六（36）个月内在香港或中国的证券交易所实现其股票首次公开发行。如在完成日后三十六（36）个月内公司未能实现首次公开发行并已停止推进或放弃上市工作，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，投资人有权选择要求赔偿人按照投资人届时持有的股份相对应的投资人的投资成本，按照该等金额自支付之日直至投资人从赔偿人处收到该款项的期间，按照 10%的年回报率（单利方式计算），扣除该等股份对应的，投资人已从公司取得的实际分红后的金额，除以届时投资人持有的公司全部股份而计算出的公司股份每股对价（下称“每股出售价格”）回购投资人届时持有的全部或部分公司股份（下称“出售权”），但是，为避免歧义，如届时的中国法律规定需要评估的，则每股出售价格应以公司和赔偿人共同聘请的一家具有国际声誉且在中国合格注册的资产评估机构作出的评估价格为依据确定的公允价格； 9.2.2 如公司在完成日三十六（36）个月届满之日仍然在积极和有效地推动上市工作，投资人同意将前述约定的三十六(36)个月期限延长到五十四(54)个月。如在完成日后五十四（54）个月内公司仍然未能实现首次公开发行，投资人有权选择行使出售权。公司承诺尽最大努力配合或促使投资人实现出售权。 如果赔偿人未能在投资人向其发出书面赎回通知后九十（90）日内以每股出售价格的定价原则完成回购手续（包括但不限于获得审批机关的批准和在登记机关完成变更登记等），则投资人有权选择给予赔偿人另外九（9）个月的宽限期（从完成日起第五十八（58）个月开始计算），即赔偿人在该九（9）个月的期限内可以以法律允许的任何方式筹措资金回购投资人的股份，并完成该股份转让的审批和登记手续，公司承诺尽最大努力配合或促使投资人实现出售权。各方进一步确认，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，计算回购价格时，完成日 58 个月前的年投资回报率按照 10%（单利方式）确定，完成日起五十八（58）个月届满后起算的期间年投资回报率按照 15%（单利方式）确定（即先分段按日计算，再合计计算总价款），并扣除投资人已从公司取得实际分红的金额后，除以届时投资人持有的公司全部股份而计算出的公司股份每股对价（下称“宽限期每股出售价格”）计算回购价款，但是，为避免歧义，如届时的中国法律规定需要评估的，则每股出售价格应以公司和赔偿人共同聘请的一家具有国际声誉且在中国合格注册的资产评估机构作出的评估价格为依据确定的公允价格。 各方确认，如按照上述规则，将前述三十六（36）个月期限延长到五十四（54）个月的，则投资人在完成日起第四十八（48）个月享有公司是否处于“积极和有效地推动上市工作状态”的确认权。如公司未处于该状态的，投资人有权在完成日起第四十九（49）个月，向赔偿人发出书面赎回通知。 9.2.3 如赔偿人在前述第 9.2.2 条规定的九（9）个月宽限期内仍然无法完成回购的，则投资人有权自行寻找第三方购买其持有的公司股份，同时在此情况下，赔偿人承诺将其持有的公司部分股份转让给投资人指定的第三方，且赔偿人转让的股份数加上投资人当时持有的股份数的总和必须达到或超过公司全部持股比例的 51%，该转让的价格以投资人愿意接受的购买股份的任何第三方买家的出价为准，且转让所得由各投资人、金利伟和侨治投资按照各自持股比例分别获得。公司应尽最大努力配合或促使完成上述转让（包

特殊权利	具体约定或安排
	括但不限于获得审批机关的批准和在登记机关完成变更登记等）。为避免歧义，就投资人分别支出的与完成出售其持有的公司股份的所有实施费用（包括但不限于：法律、会计、财务、咨询、顾问和其他相关费用），赔偿人同意第三方有权在其支付给赔偿人的股权转让款中予以扣除。如第三方购买投资人持有股份的每股价格低于投资人应取得的宽限期每股出售价格时，则赔偿人承诺承担连带责任按如下公式计算出的金额以现金方式补偿投资人： 现金补偿=（宽限期每股出售价格 － 第三方购买的每股价格）×投资人行使出售权而出售的公司股份数 2015 年 2 月 14 日签署的《协议》1.2 就《股份转让及认购协议》第 9.2.3 条“实施费用”的扣除处理如何安排问题：各方同意并确认，“为避免歧义，就投资人分别支出的与完成出售其持有的公司股份的所有实施费用（包括但不限于：法律、会计、财务、咨询、顾问和其他相关费用），由投资人分别直接从第三方支付给赔偿人的股份转让款中扣除”。
一票否决权	9.3 保证人同意并承诺促使，各可靠集团公司进行如下事项之前，须征得投资人的事先书面同意（保证人亦应促使其任命在各可靠集团公司（不包括公司）的董事遵守本条之原则；保证人进一步承诺，就可艾公司而言，保证人应促使公司任命的可艾公司董事在可艾公司董事会对如下事项进行决议之前，征得投资人的书面同意后方可在可艾公司董事会上投赞同票；保证人进一步承诺，如需要，将促使各可靠集团（除公司及可艾公司以外）修改其各自的章程确保其进行如下事项之前须征得投资人同意）： (1) 各可靠集团公司章程的修改； (2) 公司注册资本的任何变化、其他各可靠集团公司的任何减资或其他各可靠集团公司的注册资本增加至超过人民币 10,000,000 元； (3) 各可靠集团公司的合并、分立或改制； (4) 决定公司首次公开发行； (5) 各可靠集团公司的终止和解散和决定清算优先权； (6) 除各可靠集团公司之间所作的集团内担保外，各可靠集团公司对外作出的重大担保（第 9.3 条和第 9.4 条中所指的“重大担保”，包括以下任一情形：(a)单笔担保额超过各可靠集团公司最近一期经审计净资产 10%的担保；(b)可靠集团的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；(c)为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；(d)连续十二（12）个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%或绝对金额超过人民币 2,000 万元；或者(e)对股东、实际控制人及其关联方提供的担保）； (7) 除各可靠集团公司之间所发生的款项往来外，各可靠集团公司向关联方提供借款（包括为其偿还款项）； (8) 各可靠集团公司的主营业务性质发生变更或在年度预算或董事会授权额度之外对任何非主营业务的投资或非经常性开支或现金交易。 为避免影响各可靠集团公司经营决策，如公司章程中对决议时限未作要求的，则投资人应在收到各可靠集团公司关于上述事项的书面通知之日起七（7）日内，分别以邮件、传真或邮寄的方式发出书面回复，未按时回复的，视作默认同意。如法律法规或公司章程中予以规定的，则从法律法规或公司章程的规定。 9.4 保证人同意并承诺促使，各可靠集团公司进行如下事项之前，须征得投资人一委派董事的事先书面同意（保证人亦应促使其任命在各可靠集团公司（不包括公司）的董事遵守本条之原则；保证人进一步承诺，就可艾公司而言，保证人应促使公司任命的可艾公司董事在可艾公司董事会对如下事项进行决议之前，征得投资人一所委派的公司董事在公司董事会层面上同意后方可在可艾公司董事会上投赞同票；保证人进一步承诺，如需要，将促使各可

特殊权利	具体约定或安排
	靠集团（除公司及可艾公司以外）修改其各自的章程确保其进行如下事项之前须征得投资人一委派董事的同意）： (1) 各可靠集团公司的利润分配（分红）方案和弥补亏损方案； (2) 在上一财政年度结束之前决定下一年度投资计划和预算方案； (3) 除各可靠集团公司之间所作的集团内担保外以及除重大担保以外，各可靠集团公司所作出的其他任何对外担保； (4) 出售各可靠集团公司资产值超过人民币 10,000,000 元的固定资产； (5) 除可艾公司与合生元的委托代工交易以及根据第 9.3 条应取得投资人同意的关联交易外，各可靠集团公司与其关联方签订任何协议、形成任何业务关系或交易； (6) 各可靠集团公司制定、实施股权激励计划、员工期权计划等； (7) 各可靠集团公司对任何金额超过人民币 10,000,000 元，或金额虽未达到但会对其业务经营或财务状况产生重大不利影响的争议和诉讼的启动及和解； (8) 各可靠集团公司聘用、解聘会计师事务所； (9) 设立新的子公司（包括控股或参股）； (10)就可靠集团而言，进行任何金额在人民币 3,500 万元（含）以上的贷款，或进行或承担任何与可靠集团正常业务无关的债务或资本性支出、或放弃任何金额相当于可靠集团在基准日应收账款 5%以上的债权； (11)给予可靠集团任何一名董事、专业顾问、核心雇员金额或价值超出人民币 50,000 元的奖励； (12)修改核心雇员的现有劳动合同条款或与新的核心雇员订立任何新的劳动合同； (13)除核心雇员的劳动合同以外，订立任何其他员工薪酬（包括工资、奖金、除法定社保和住房公积金以外的额外福利如住房补贴及差旅津贴）单人超过人民币 200,000 元/年的可靠集团的新劳动合同或决定向可靠集团的员工实施除法律规定的社保和住房公积金以外的福利制度。 为避免影响各可靠集团公司经营决策，如公司章程中对决议时限未作要求的，则投资人一委派董事应在收到各可靠集团公司关于上述事项的书面通知之日起七（7）日内，分别以邮件、传真或邮寄的方式发出书面回复，未按时回复的，视作默认同意。如法律法规或公司章程中予以规定的，则从法律法规或公司章程的规定。
限售权	9.5 金利伟在此承诺，自完成日起至公司首次公开发行，除金利伟可以再向第三方转让其于完成日持有的 2%公司股份以外，未经投资人全部书面同意，不得转让其持有的其他公司股份。
优先认购权	9.6 保证人承诺，自完成日起至公司首次公开发行前，当公司拟发行新股份时（包括向投资人和现有股东以及向公司股东以外的第三方发行新股份，但不包括因实施股权激励计划与员工期权计划而由公司发行不超过总股本 2%的新股），在同等条件下，投资人和公司的其他股东有权按其各自的持股比例分别优先认购公司的新增股份。
优先购股权	9.7 赔偿人承诺，自完成日起，如在已取得投资人同意的前提下，金利伟转让其持有的公司股份，则在同等的条件下，每一投资人均有优先权购买金利伟出售的公司股份。
跟随权	9.8 金利伟及侨治投资在此同意，每一投资人应有权（但无义务）在金利伟和/或侨治投资（为本第 9.8 条之目的，下称“出售股东”）以任何方式出售其持有的公司股份时（为避免歧义，如金利伟根据第 9.5 条的规定转让股份的，投资人不享有跟随权）以相同的条款和条件跟随转让公司的股份（下称“跟随权”），但该等交易同时应符合下列规定：

特殊权利	具体约定或安排
	(1) 投资人收到转让通知后，有跟随权（但无义务）要求购买方按照与拟支付给出售股东的相同的对价以及拟提供给出售股东的相同的条款和条件从其手中购买股份；在此种情况下，每一投资人和出售股东可以出售的股份数最多等同于购买方计划购买的股份；其各自可以出售的股份数以行使跟随权的投资人和出售股东在公司届时的持股比例来分配； (2) 在转让通知发出后的三十（30）日内，如果投资人选择行使跟随权，则其须向出售股东发出书面通知，载明其行使跟随权所转让的股份数。该等通知不可撤销且按照书面通知中规定的条款和条件对选择行使跟随权的投资人和出售股东具有约束力。如在转让通知发出后的三十（30）日内，有任一投资人未向出售股东发出行使跟随权的书面通知，视为该投资人已经不可撤销地放弃行使该次转让的跟随权，出售股东可自主转让相关股份； (3) 如果投资人选择行使跟随权但购买方未购买该股份或虽同意购买但未在约定期限内向投资人支付转让价款，则出售股东亦不得转让其股份；若执意转让，则出售股东必须在转让前，按照其向购买方转让股份的价格，收购该投资人因行使跟随权所指定卖出的股份；否则，该主张行使跟随权的投资人有权依据本协议的规定要求出售股东做出足额赔偿。
反稀释权及最优惠待遇	9.9 保证人承诺，自完成日起至公司首次公开发行前，如公司发行新股，公司新股发行的每股价格应不低于投资人根据本协议受让转让股份和认购股份而取得公司 13.5554%股份的每股对价（本条规定不适用因实施股权激励计划与员工期权计划而由公司发行不超过总股本 2%的新股）。如果公司发行新股的任何条件优于本协议项下投资人享有的条件，如果是与价格有关的优惠条件，则按本条规定的方式处理；如果是其他任何性质的权利，则保证人承诺向投资人授予该类权利，如同投资人一直就是该权利规定的签约一方。如新股发行价格的每股价格低于投资人根据本协议而取得公司 13.5554%股份的每股价格，投资人可按照如下列举的任一方式（现金补偿或股份补偿）选择要求赔偿人于新股发行通知之日起九十（90）日内承担连带责任向其进行补偿： 9.9.1 在完成日起二（2）年内行使的，则用如下公式计算： 由赔偿人承担连带责任向投资人支付现金补偿，补偿金额*=[（投资人根据本协议认购公司每股股份的对价）—（第三方认购公司每股股份的对价）]×（投资人届时持有的公司股份数）或由赔偿人承担连带责任向投资人转让股份（投资人可要求赔偿人中的任何一方或多方向其转让股份），转让的股份数= [（投资人根据本协议受让转让股份和认购股份而购买公司股份的总对价）÷（第三方认购公司每股股份的对价）—投资人根据本协议受让转让股份和认购的总股份数]×[（投资人届时持有的公司股份数）÷（投资人根据本协议受让转让股份和认购的总股份数）]，股份转让价格为零对价或按照中国法律届时允许的最低价格执行，但形式上投资人应支付给赔偿人的股份转让款，由赔偿人实际承担。 投资人之间对于转让股份的分配比例根据其各自持股比例来确定。 （*上述公式计价单位均为人民币元） 9.9.2 在完成日起二（2）年后，则用如下公式计算应补偿的金额或股份： $$NCP = CP * \frac{OS + SNS}{OS + NS} = \frac{(CP * OS) + IC}{OS + NS}$$ •NCP =调整后的每股价格 •CP =本次每股价格 •OS =本次交易后公司股本总额 •NS =后续融资实际发行的股份数

特殊权利	具体约定或安排
	•SNS =后续融资额应该能购买的股份（假定按本次每股价格发行） •IC = 后续融资现金额 投资人之间对于补偿金额的分配比例根据其各自持股比例来确定。 （*上述公式计价单位均为人民币元，以 NCP 替换前述第 9.9.1 条所列公式中的“第三方认购公司每股股份的对价”）
分红比例	9.10 公司同意在完成日起每年会计年度结束后六（6）个月内，按公司章程的规定将不少于上年审计后可分配利润的10%向所有股东按其在公司的持股比例分红。
财产知情权	9.12 在任一投资人合理要求的时间，保证人同意并承诺促使可靠集团允许该投资人指定的授权代表接触并检查各可靠集团的财产，包括其会计账簿，并与其人员就相关事务、财务和账目进行讨论。最后，在给予合理通知并在合理的时间的前提下，投资人有权不时就与各可靠集团经营相关的问题咨询相关可靠集团的管理层并提出建议。保证人在此确认不知晓存在任何对投资人行使上述权利的任何限制的情况。
限制与禁止名单交易	9.15 为履行可靠集团业务目的，在投资人为公司股东的期间内，保证人在此不可撤销地承诺以下事项： 9.15.1 任何一方及其关联方及其各自的董事或高级管理人员均没有跟禁止名单中的实体或受限国家进行直接交易。为本条之目的，“禁止名单”是指由美国财政部外国资产管制办公室、美国商务部工业与安全局、美国国务院国际安全和防扩散局和美国国务院国防贸易控制局（“美国有关部门”）保有的综合禁止名单，及其它任何可公开获得的恐怖分子、恐怖组织、毒品走私贩或其它类似被禁止方名单；“受限国家”包括伊朗、古巴、苏丹或根据美国有关部门实施的制裁或禁运计划，投资人或在美国司法辖区内的任何其他个人或实体被禁止与其政府或国民进行交易的任何其他国家。 9.15.2 各可靠集团、关联方及其各自的董事或高级管理人员均不得被列入禁止名单，且各可靠集团、关联方及其各自的董事或高级管理人员（投资人及其关联方除外）均不会跟禁止名单中的实体或受限国家进行交易。如被列入禁止名单或发生前述之交易，投资人将立即采取任何其合理认为必要的措施（保证人将真诚地尽力配合），以纠正该违反行为。如无法纠正该违反行为，以致在投资人或其顾问从合理角度看来，将使投资人违反美国法律，则投资人应有权根据本协议第 10.4 条规定行使退出权的权利，且保证人应履行回购权利。 9.15.3 保证方应当就任何与本条规定有关的索赔、声明的违约、花费、损害赔偿金、处罚、罚金或由其产生的债务（包括合理律师费）或与任何美国出口管制法律或境外法域的进口或出口法律所认定违法的行为，使投资人、其工作人员、董事、股东、代理人及员工免受损害，为其辩护并予以赔偿；但投资人、其工作人员、董事、股东、代理人及员工自身存在过错的，保证人应相应免责。
因重大违约退出	10.4 投资人因重大违约退出 10.4.1 如果任何一方投资人在完成日后发现保证人向投资人提供资料和信息存在虚假或错误，或保证人在本协议中所作的任何陈述或保证是虚假的或错误的，严重影响该方投资人在公司中的投资权益，或保证人不履行如下事项或发生如下情形的，则视为保证人的重大违约： （1）任何可靠集团在未经投资人和/或投资人一事先书面同意的前提下进行第 9.3 条（1）、（3）、（4）、（5）、（6）、（7）、（8）；和/或第 9.4 条（3）、（4）、（5）项载明的事项；和/或 （2）违反公司章程中关于股东大会特别决议通过事项和/或董事会特别决议通过事项和/或增资的程序和/或公司利润分配要求的具体规定；和/或

特殊权利	具体约定或安排
	（3）未经投资人事先书面同意的前提下，在本协议签署之日公司与菲律宾主要客户签署的现行有效的合同到期后的九十（90）天内：（i）无法续约的；或（ii）虽已续约的，但 2015 年至 2017 年的任一年度订单金额低于 2014 年年度订单的 75%。 10.4.2 在保证人重大违约的情况下，投资人有权行使退出权，要求赔偿人中的任何一方或多方（下称“回购方”）回购投资人届时直接或间接持有的全部或部分公司股份（下称“回购股份”）。投资人有权向回购方和公司发出书面回购通知，回购方和公司在接到投资人书面通知后六十（60）日内，应立即与投资人签署《股份转让协议》，收购投资人届时持有的公司股份（回购方之间各自收购回购股份的比例为其持有的公司股份比例占回购方合计持有的公司股份比例的百分比），并在审批机关完成审批且在登记机关办理完毕变更登记手续。在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，赎回价格为投资人以受让方式及认购新增股本方式获得回购股份所支付的全部对价加上该等对价自支付日至回购股份转出日按年利率 12%计算（单利方式计算）的金额之和扣除投资人在退出前已从公司取得的历年分红累计金额，但是，为避免歧义，如届时的中国法律规定需要评估的，则每股出售价格应以公司和赔偿人共同聘请的一家具有国际声誉且在中国合格注册的资产评估机构作出的评估价格为依据确定的公允价格。如投资人均要求赔偿人回购其持有的公司股份，则对价应根据投资人各自的持股比例分别支付给每一个投资人。

注：以上投资人一指 Cherish Star、投资人二指 Gracious Star，合称投资人；赔偿人指金利伟、侨治投资；保证人指发行人、金利伟、侨治投资；可靠集团公司指发行人及其控股子公司。

（2）2018 年 3 月原协议各方共同签署《股份转让及认购协议之补充协议》对 Cherish Star 及 Gracious Star 享有的特殊权利条款的修订和终止（但约定恢复机制）

2018 年 3 月 5 日，Cherish Star、Gracious Star 与金利伟、侨治投资、唯艾诺及发行人签署了《股份转让及认购协议之补充协议》，修改及终止了相关特殊权利条款，但约定了恢复机制，具体如下：

①修改董事会设置条款，但仍保留董事委派权：“因公司上市优化公司治理结构所需，《股份转让及认购协议》中 9.1 条款变更为：保证人保证公司的董事会设置不超过七（7）个董事席位（包括独立董事）。投资人一有权提名一（1）名董事的人员，保证人承诺将通过行使投票表决权等符合法律法规及公司章程的方式，促使该董事会候选人在适当举行的股东大会中当选为公司董事，以及董事会下设审计委员会、战略委员会和薪酬与考核委员会的成员之一。投资人一有权自行或通过其提名的董事在其认为必要的情况下就公司的管理和运营提供建议和合理方案。”

②修改了《股份转让及认购协议》中的 9.10 条款（分红比例）：公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

③终止《股份转让及认购协议》下的投资人出售权、保护性条款及反稀释等特殊投资权利条款，但约定了恢复机制："《股份转让及认购协议》第 9.2 条款、第 9.3 条款、第 9.4 条款、第 9.5 条款、第 9.6 条款、第 9.7 条款、第 9.8 条款、第 9.9 条款及第 10.4 条款与股份回购、现金补偿、关于公司治理一票否决权等特殊投资权利条款以及其他不符合届时有效的上市地有关法律法规或审核政策/审核要求可能会对公司首次公开发行造成不利影响的约定（"特别约定"）自本协议生效起不再履行；在公司撤回首次公开发行申请，或公司首次公开发行申请被有权机构/部门否决之日起，被终止的特别约定会自动追溯性地恢复生效；各方同意会协助修改相关公司法定文件以达致被终止的特别约定恢复生效（"恢复机制"）；自公司成功上市后恢复机制将终止，各方就恢复机制的义务一并解除，各方对此无任何异议，并承诺放弃任何追诉权利。"

(3)2020 年 9 月原协议各方共同签署《股份转让及认购协议之补充协议二》对 Cherish Star、Gracious Star 享有的特殊权利条款及其恢复机制的完全终止

2020 年 9 月 14 日，Cherish Star、Gracious Star 与金利伟先生、侨治投资、唯艾诺及发行人签署了《股份转让及认购协议之补充协议二》，对投资者特殊权利条款作了进一步修订，完全终止了特殊权利条款及恢复机制，具体如下：

①修改董事会设置条款，不再约定委派董事权利相关条款：删除《补充协议一》（即 2018 年 3 月 5 日签署的《股份转让及认购协议之补充协议》）的关于董事会设置的相关约定，并同意：除公司章程等公司规范运作文件外，各方不再以其他形式（包含对其不时进行的修改或更新）对公司董事会设置作出限制约定。公司董事会设置以有效的公司法及公司章程等公司规范运作文件规定为准（包含对其不时进行的修改或更新）。

②终止《股份转让及认购协议》下的投资人出售权、保护性条款及反稀释等特殊投资权利条款，且终止恢复机制："《股份转让及认购协议》第 9.2 条款、

第 9.3 条款、第 9.4 条款、第 9.5 条款、第 9.6 条款、第 9.7 条款、第 9.8 条款、第 9.9 条款、第 9.12 条款、第 9.15 条款、及第 10.4 条款与股份回购、现金补偿、关于公司治理一票否决权等特殊投资权利条款等不符合届时有效的上市地有关法律法规或审核政策/审核要求可能会对公司首次公开发行造成不利影响的约定自本协议生效起自动终止，各方就该等条款范围内的权利义务一并解除；《补充协议一》中约定的恢复机制终止，各方就恢复机制的权利与义务一并终止；各方对此无任何异议，并承诺放弃任何追诉权利，各方之间对此无纠纷或潜在纠纷。”

③同时各方同意并确认：出现以下任一情形的（1）金利伟、侨治投资、发行人及其关联方及其各自的董事或高级管理人员跟禁止名单中的实体或受限国家进行直接交易；（2）各可靠集团、关联方及其各自的董事或高级管理人员被列入禁止名单；（3）各可靠集团、关联方及其各自的董事或高级管理人员（投资人及其关联方除外）跟禁止名单中的实体或受限国家进行交易；在保障可靠集团正常经营秩序和业务发展的前提下，金利伟、侨治投资、发行人应当与投资人进行协商，积极处理，尽最大的努力采取各项措施，避免投资人及其工作人员、董事、股东、代理人及员工因此承担违规风险或遭受其他损害。

截至本招股说明书签署日，《股份转让及认购协议》中 Cherish Star、Gracious Star 特殊权利条款及恢复机制已完全终止，不存在纠纷或者潜在纠纷，不存在与市值挂钩的对赌条款及导致公司控制权变化的约定，不存在严重影响发行人持续经营能力及其他投资者权益的情形。

”

（二）是否存在业绩承诺条款及业绩重大差异

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人的股本情况”之“（九）已解除的股东特别权利条款对发行人可能存在的影响”之“1、Cherish Star、Gracious Star 的特殊权利条款及其解除情况”中补充披露如下：

“

（4）是否存在业绩承诺条款及业绩重大差异

根据 2015 年 2 月 14 日 Cherish Star、Gracious Star 与金利伟、侨治投资、唯艾诺及发行人签署的《股份转让及认购协议》，存在约定了发行人 2015 年度-2017 年度的业绩承诺条款：“菲律宾主要客户向发行人 2015 年至 2017 年的任一年度下达的订单金额低于 2014 年年度订单的 75%的情形下，Cherish Star、Gracious Star 享有退出权，要求赔偿人中的任何一方或多方回购其届时直接或间接持有的全部或部分公司股份”。除此之外，发行人与 Cherish Star、Gracious Star 不存在业绩承诺相关约定。

根据发行人说明及对 Cherish Star、Gracious Star 访谈确认，菲律宾主要客户向发行人 2015 年至 2017 年的任一年度下达的订单金额均不低于 2014 年年度订单的 75%，发行人的实际业绩已完成业绩承诺，未导致对上述条款的违反或触发退出权的条件成就，2018 年后不再有业绩承诺的相关约定。

截至本招股说明书签署日，Cherish Star、Gracious Star 及其相关方与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在业绩对赌。

”

二、披露 Cherish Star、Gracious Star 入股以来提名董事的情况，是否曾使用公司治理一票否决权，如是，对发行人的实际控制人认定及控制权稳定性是否造成影响

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人的股本情况”之“（九）已解除的股东特别权利条款对发行人可能存在的影响”之“1、Cherish Star、Gracious Star 的特殊权利条款及其解除情况”中补充披露如下：

“

（5）Cherish Star 及 Gracious Star 入股以来董事提名情况

Cherish Star、Gracious Star 自入股以来，先后提名了林纹正（2016 年 9 月 12 日辞任董事）、袁源为公司的董事，其中袁源已于 2020 年 6 月从里昂投资咨询服务（上海）有限公司北京分公司离职，但仍担任发行人董事。

（6）Cherish Star 及 Gracious Star 关于公司治理一票否决权使用情况

2015 年 2 月，发行人、金利伟、侨治投资、唯艾诺与 Cherish Star、Gracious

Star 签署《股份转让及认购协议》及相关补充协议，约定 Cherish Star、Gracious Star 拥有公司治理一票否决权。协议签署至今，Cherish Star、Gracious Star、Cherish Star 提名的董事从未使用公司治理一票否决权，相关股东大会、董事会议案均不存在因此未通过审议的情形。

2018 年 3 月 5 日，Cherish Star、Gracious Star 与金利伟、侨治投资、唯艾诺及发行人签订了《股份转让及认购协议之补充协议》，修改了关于董事会设置的条款、终止了 Cherish Star、Gracious Star 关于公司治理一票否决权的特殊权利条款，但设置了恢复机制。2020 年 9 月 14 日签署的《股份转让及认购协议之补充协议二》终止了上述特殊权利条款的恢复机制，至此 Cherish Star、Gracious Star 及相关董事不再享有公司治理一票否决权。

报告期初至今，不存在因上述事项对发行人的实际控制人认定及控制权稳定性造成影响的情形；最近三年发行人实际控制人未发生变更，亦不存在影响发行人实际控制人认定及控制权稳定性的其他情形。

”

三、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行的主要核查程序如下：

1、取得并核查 Cherish Star、Gracious Star 与金利伟、侨治投资、唯艾诺及发行人签署的《股份转让及认购协议》、《股份转让及认购协议之补充协议》、《股份转让及认购协议之补充协议二》以及海林秉理、吕斌、吴志伟等与金利伟签署的《回购协议》；

2、取得 Cherish Star 先后提名林纹正、袁源的相关文件；

3、取得发行人自 2015 年 Cherish Star、Gracious Star 入股以来的董事会决议文件，并对 Cherish Star、Gracious Star 及 Cherish Star 曾经委派的董事袁源、林纹正进行访谈。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露了发行人与股东之间所有对赌协议的主要内容，包括但不限于对赌标的、对赌期限、对赌内容、回购条款、回购利率、回购及现金补偿的资金来源等特殊约定条款；截至本问询回复出具日，发行人股东享有特殊权利条款均已完全终止，不存在纠纷或者潜在纠纷；截至本回复出具日，发行人不存在对赌协议及类似特殊权利安排，不存在与市值挂钩的对赌条款及导致公司控制权变化的约定，不存在严重影响发行人持续经营能力及其他投资者权益的情形。

2、截至本问询回复出具日，发行人股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在业绩对赌。

3、Cherish Star、Gracious Star、Cherish Star 提名的董事从未使用公司治理一票否决权，相关股东大会、董事会议案均不存在因此未通过审议的情形，《股份转让及认购协议之补充协议》及《股份转让及认购协议之补充协议二》签署后，Cherish Star、Gracious Star 及相关董事不再享有公司治理一票否决权，报告期初至今，不存在因上述事项对发行人的实际控制人认定及控制权稳定性造成影响的情形；最近三年发行人实际控制人未发生变更，亦不存在影响发行人实际控制人认定及控制权稳定性的其他情形。

问题 3. 关于员工持股计划

根据申报材料，发行人存在员工持股平台唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号。2018 年 12 月，发行人控股股东金利伟将其持有的唯艾诺 80 万合伙份额（对应可靠股份 60 万股）转让给福祉公司副总经理茹小萍，转让金额为 120 万元（对应可靠股份每股价格为 2 元/股）。根据评估报告，2018 年 12 月 31 日可靠护理全部权益公允价值为 79,500.00 万元，每股公允价值 3.9771 元。

2019 年员工持股平台唯艾诺贰号、唯艾诺叁号对发行人增资。公司共计发行股份 399.33 万股，每股发行价格 3.75 元。此次增资的公允价值参考公司股

东 Gracious Star、Cherish Star 与海林秉里等 7.3569 元/股的转让价格。

请发行人：

（1）披露员工持股平台的人员构成及确定标准、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等内容，是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排，并披露保荐人、发行人律师对相关事项的结论性意见；

（2）结合发行人经营业绩和股本总额变化情况、同期可比公司估值、外部股东入股价格以及 Gracious Star、Cherish Star 与海林秉里等股权转让价格的公允性，披露 2018 年股份支付公允价格确定依据是否充分以及低于 2016 年发行人 16.61 元/股转让价格的原因，2019 年股份支付公允价格的确定依据是否充分，前述相关会计处理是否符合《企业会计准则》的要求。

请保荐人、发行人律师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求核查并发表明确意见。

答复：

一、披露员工持股平台的人员构成及确定标准、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等内容，是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排，并披露保荐人、发行人律师对相关事项的结论性意见

（一）披露员工持股平台的人员构成及确定标准、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等内容

1、员工持股平台的人员构成及确定标准

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（一）股权激励的基本内容”中补充披露如下：

“

发行人设立唯艾诺、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号作为员工持股平台的目的是稳定发行人高级管理人员、中层管理人员及核心骨干，增强队伍凝聚力，使上述人员能够分享企业成长带来的收益。

发行人员工持股平台人员确定标准为：（1）生产系统主管级别以上人员，其他系统经理级别以上人员；或（2）销售、采购及财务、研发等核心岗位人员。”

截至本问询回复签署日，员工持股平台的人员构成及相关员工在发行人处任职情况已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”之“2、唯艾诺”、“3、唯艾诺贰号”、“4、唯艾诺叁号”中披露。

2、员工持股平台相关权益定价的公允性

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”中补充披露如下：

“

（四）员工持股平台相关权益定价的公允性

2011 年 7 月，唯艾诺以 11.35 元/股的价格增资公司，增资价格低于 2010 年 10 月侨资有限股东周云仙向无关联第三方帝龙控股转让股权的交易价格 16.76 元/股。唯艾诺对公司增资价格低于公允价值的差价部分在当期确认为股份支付。

2019 年 12 月，唯艾诺贰号及唯艾诺叁号以 3.75 元/股的价格增资公司，增资价格低于 2020 年 2 月发行人股东 Gracious Star、Cherish Star 向海林秉理、金利伟、吴志伟、林振宇、裘立新、吕斌、徐建国和林国转让股份的交易价格 7.3569 元/股。唯艾诺贰号及唯艾诺叁号对公司增资价格低于公允价值的差价部分在当期确认为股份支付。”

3、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”中补充披露如下：

“

（五）员工持股平台的管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等

1、员工持股平台的管理模式及决策程序

发行人员工持股平台均为有限合伙企业形式，其中唯艾诺执行事务合伙人为金利伟，唯艾诺贰号及唯艾诺叁号执行事务合伙人为鲍佳；上述员工持股平台决策程序为：1）全体合伙人共同委托一名合伙人为合伙企业执行事务合伙人，其他合伙人不再执行合伙企业事务；2）执行事务合伙人对外代表企业；3）合伙人对合伙企业有关事项作出决议，实行合伙人一人一票表决权；除法律及合伙协议另有规定外，决议应经全体合伙人过半数表决通过，但以下事项应经全体合伙人一致同意：1）改变合伙企业名称；2）改变合伙企业经营范围、主要经营场所的地点；3）处分合伙企业的不动产；4）转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；5）以合伙企业为他人提供担保；6）聘任合伙人以外的人员担任合伙企业经营管理人员；7）修改合伙协议内容。

2、存续期及期满后所持股份处置办法和损益分配方法

唯艾诺存续期为 2011 年 6 月 10 日至 2031 年 6 月 9 日；唯艾诺贰号存续期为 2019 年 12 月 3 日至 2039 年 12 月 2 日；唯艾诺叁号存续期为 2019 年 12 月 4 日至 2039 年 12 月 3 日。

上述员工持股平台存续期届满前，如持有的发行人股份未全部出售，经全体合伙人过半数通过同意后，员工持股平台存续期可以延长；当本期员工持股平台存续期届满且未延长或提前终止时，应当解散并清算，在支付清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金以及缴纳所欠税款、清偿债务后的剩余财产，按照全体合伙人出资比例进行分配；存续期及期满后的损益按照全体合伙人出资比例进行分配。

3、变更和终止的情形

根据上述员工持股平台合伙协议，上述员工持股平台变更除法律、法规、规章及合伙协议规定的须经全体合伙人一致同意外，应经全体合伙人过半数表决通过。有以下情形之一的，应当解散：1）合伙期限届满，合伙人决定不再经营；2）合伙协议约定的解散事由出现；3）全体合伙人决定解散；4）合伙人已不具备法定人数满三十天；5)合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现；6）依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销；7）法律、行政法规规定的其他原因。

4、离职后股份处理

（1）唯艾诺

唯艾诺合伙协议历经多次修订，其中 2011 年 6 月 10 日至 2013 年 3 月 5 日之前的合伙协议中明确约定了有限合伙人离职后的股份处理要求，要求在侨资有限股票上市交易满 36 个月前，有限合伙人因任何原因(包括但不限于主动/被动解除劳动合同关系、丧失劳动能力、丧失民事行为能力等)自侨资有限离职的，必须向新合伙人协议转让其全部财产份额，但因工作原因导致丧失劳动能力自侨资有限离职的除外；2013 年 3 月 5 日及后续签署的合伙协议不再对有限合伙人从发行人离职后的股份处理作出要求。

2011 年 6 月 10 日签署的合伙协议中对有限合伙人离职后的股份处理要求具体条款列示如下：

合伙协议第十七条约定：

第 1 项：除该合伙协议另有规定外，有限合伙人不得向合伙人之外的第三人转让其在合伙企业中的全部或部分财产份额；

第 5 项：在侨资有限股票上市交易满 36 个月前，有限合伙人因任何原因(包括但不限于主动/被动解除劳动合同关系、丧失劳动能力、丧失民事行为能力等)自侨资有限离职的，不得要求取回其财产份额，且必须向新合伙人协议转让其全部财产份额；新合伙人不受让其财产份额的或无新合伙人的，该有限合伙人必须向普通合伙人转让其全部财产份额；转让价格按照以下方式确定：

自该合伙协议签订之日起至有限合伙人从侨资有限离职之日，不满三年的，

有限合伙人转让其财产份额的价格=实缴出资额+实缴出资*中国人民银行公布的同期贷款利率；

自该合伙协议签订之日起至有限合伙人从侨资有限离职之日，超过三年不满五年的，有限合伙人转让其财产份额的价格=实缴出资额+实缴出资*中国人民银行公布的同期贷款利率*1.2；

第 13 项：有限合伙人因工作原因导致丧失劳动能力自侨资有限离职的，可以不受第十七条第 5 项要求转让财产份额限制，继续保留有限合伙人身份。

（2）唯艾诺贰号、唯艾诺叁号

唯艾诺贰号、唯艾诺叁号历次合伙协议均就参与员工离职、所持发行人股份处置无相关安排。”

（二）是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”中补充披露如下：

“

（六）是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排

唯艾诺中的有限合伙人出资时，存在部分出资由发行人实际控制人金利伟提供借款的情形，主要原因系：2011 年 7 月，为进一步加大对员工的激励，公司控股股东、实际控制人金利伟决定减少对唯艾诺的出资并授予员工更多的份额，因此金利伟出资额由原来的 1,102 万元减少至 44 万元（其中 600 万元为减资，剩余 458 万元的出资额转让给其他有限合伙人），其他有限合伙人增加其唯艾诺的出资额。该次有限合伙人增加的出资额资金来源为向金利伟借款。除此之外，员工持股平台员工出资主要来源于自有资金、自筹资金，不存在其它发行人或第三方为员工参与持股平台提供奖励、资助、补贴等安排。

唯艾诺贰号及唯艾诺叁号合伙人出资主要来源于自有资金、自筹资金，不存在发行人或第三方为员工参与持股平台提供奖励、资助、补贴等安排。

保荐人及发行人律师认为：除 2011 年 7 月金利伟向唯艾诺有限合伙人提供借款外，发行人员工持股平台员工出资主要来源于自有资金、自筹资金，不存在发行人或第三方为员工参与持股平台提供奖励、资助、补贴等安排。”

二、结合发行人经营业绩和股本总额变化情况、同期可比公司估值、外部股东入股价格以及 Gracious Star、Cherish Star 与海林秉里等股权转让价格的公允性，披露 2018 年股份支付公允价格确定依据是否充分以及低于 2016 年发行人 16.61 元/股转让价格的原因，2019 年股份支付公允价格的确定依据是否充分，前述相关会计处理是否符合《企业会计准则》的要求

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”中补充披露如下：

“

（七）报告期内股份支付公允价格的确定

1、2018 年股份支付公允价格的确定依据及其公允性

（1）2018 年股份支付公允价格的确定依据

2018 年 12 月，茹小萍受让金利伟持有的唯艾诺份额间接成为可靠护理股东，其受让份额的价格与公允价值的差额计入股份支付。2018 年此次股份支付公允价格的确定依据为 2019 年 5 月 17 日由坤元资产评估有限公司出具的《杭州可靠护理用品股份有限公司因股份支付事项涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报〔2019〕279 号）；此次评估采用收益法，评估结果显示可靠护理截至 2018 年 12 月 31 日的全部权益公允价值为 7.95 亿元，每股公允价值为 3.9771 元。

（2）评估公允价格与同行业拟上市公司估值水平的对比

2018 年全年可靠护理扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,890.62 万元，按照截至 2018 年 12 月 31 日的公允价值 7.95 亿元计算，发行人 PE 倍数为 13.50 倍，与同行业拟上市公司上市前三年估值 PE 倍数的对比情况如下：

公司名称	年份	事项	PE 倍数
百亚股份	2018 年	股权转让给外部投资人	14.86
豪悦股份	2017 年	外部投资者增资	9.66

注：1）百亚股份 2018 年向外部投资人转让的评估系以 2018 年 6 月 30 日为评估截止日，上表中 PE 倍数系以 2018 年全年扣除非经常性损益后净利润为参考予以计算。2）豪悦股份 PE 倍数按照 2017 年外部投资人入股每股价格除以豪悦股份 2017 年扣除非经常性损益后每股收益计算。

由上表可知，发行人此次全部权益评估 PE 倍数为 13.50 倍，与同行业拟上市公司同期估值水平不存在较大差异。

（3）评估公允价格与外部股东入股价格的对比

发行人此次资产评估前后一年未发生外部股东入股的情形，评估前后最近一次的外部股东入股价格情况如下：

事项	时间	股价	整体估值	PE 倍数
PACKWOOD 受让金利伟持有的发行人 1,600,008 股成为公司股东	2016 年 8 月	16.61 元/股	11.07 亿元	16.0
资产评估	2018 年 12 月	3.9771 元/股	7.95 亿元	13.5
Cherish Star、Gracious Star 部分退出可靠护理	2020 年 2-3 月	7.3569 元/股	15.00 亿元	14.6

如上表所示，2016 年 8 月及 2020 年 2-3 月的股权变动距离此次评估基准日 2018 年 12 月 31 日时间较长，不具备参考意义。

此次资产评估价格低于 2016 年 8 月 PACKWOOD 受让金利伟股份的价格，主要原因系： 2016 年 PACKWOOD 受让金立伟股权时的转让价格系参照 2015 年 Cherish Star 及 Gracious Star 作为外部投资机构投资入股发行人时的价格确定，存在部分溢价。

此次资产评估价格低于 2020 年 2-3 月 Cherish Star、Gracious Star 部分退出可靠护理时的转让价格，主要原因系：①发行人于 2017 年 1 月以截至 2016 年 11 月 30 日总股本 66,632,243 股为基数，每 10 股转增 20 股，导致 2018 年授予份额时可靠护理每股价格降低；②发行人 2019 年业绩增长较好，公司整体估值上升。

2、2019 年股份支付公允价格的确定依据及其公允性

2019 年公司对骨干员工实施股权激励，员工通过持股平台对公司增资，公

司共计发行股份 399.33 万股，每股发行价格 3.75 元。其中唯艾诺贰号以现金 750 万元认购 200 万股；唯艾诺叁号以现金 747.48 万元认购 199.33 万股。此次增资股权所涉及股份支付的公允价值参考公司股东 Gracious Star、Cherish Star 与海林秉理等的股权转让价格，对可靠护理的估值为 15.00 亿元，最终确定每股公允价值 7.3569 元。因此，发行人 2019 年股份支付公允价格的确定依据充分。

3、2020 年股份支付公允价格的确定依据及其公允性

2020 年 3 月，公司实际控制人鲍佳将其持有唯艾诺贰号合伙份额转让给林维杰、林封仕、程素星、葛天竑等四人，折合发行人股份共计 11 万股。此次增资股权所涉及股份支付的公允价值参考公司股东 Gracious Star、Cherish Star 与海林秉理等的股权转让价格，对可靠护理的估值为 15.00 亿元，最终确定每股公允价值 7.3569 元。因此，发行人 2020 年 3 月股份支付公允价格的确定依据充分。

4、发行人股份支付的会计处理

报告期内，发行人股份支付相关的会计处理符合《企业会计准则》的要求，具体过程如下：

2018 年 12 月 24 日，发行人控股股东金利伟将其持有的唯艾诺 80 万合伙份额（对应公司股份 60 万股）转让给茹小萍，转让金额 120 万元（对应公司每股价格为 2 元/股），计算以权益结算的股份支付换取的职工服务金额 1,186,232.00 元，计入 2018 年度销售费用，同时增加资本公积。

2019 年 12 月唯艾诺贰号和唯艾诺叁号以货币资金 14,974,766.25 元认购发行人新增 3,993,271 股(每股面值 1.00 元)。除 9.5 万股由于激励对象待定，暂不确认股份支付，其它属于公司员工间接持有的发行人 3,898,271 股股份全部做股份支付处理。计算以权益结算的股份支付换取的职工服务金额 14,060,673.67 元，计入 2019 年度管理费用，同时增加资本公积。

2020 年 3 月 25 日，为激励公司新的核心骨干员工，实际控制人鲍佳将其持有的 2019 年由于激励对象待定而预留的发行人 9.5 万股及 2020 年员工离职归还的发行人 1.5 万股合计发行人 11 万股分别转让给林维杰、林封仕、程素星、

葛天竑，转让单价对应发行人每股价格为 3.75 元/股，计算以权益结算的股份支付换取的职工服务金额 396,759.00 元，计入 2020 年 1-6 月管理费用，同时增加资本公积。

”

三、请保荐人、发行人律师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求核查

（一）唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求

1、应当严格按照法律、法规、规章及规范性文件要求履行决策程序，并遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则，不得以摊派、强行分配等方式强制实施

（1）实施决策程序

2011 年 5 月 10 日，唯艾诺设立时的全体合伙人签署了《杭州唯艾诺投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2011 年 6 月 10 日，临安区市场监督管理局核准了唯艾诺设立登记。

2011 年 7 月 11 日，发行人前身侨资有限召开股东会，同意接收唯艾诺为公司新股东，以 960 万元对公司增资 84.5833 万元，公司原有股东放弃对本次增资的优先认购权。2011 年 7 月 15 日，天健就本次增资出具《验资报告》（天健验[2011]289 号）。2011 年 7 月 22 日，临安区市场监督管理局核准了本次变更。

2019 年 12 月 2 日，唯艾诺贰号设立时的全体合伙人签署了《杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2019 年 12 月 3 日，临安区市场监督管理局核准了唯艾诺贰号设立登记。

2019 年 11 月 30 日，唯艾诺叁号设立时的全体合伙人签署了《杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2019 年 12 月 4 日，临安区市场监督管理局核准了唯艾诺叁号设立登记。

2019 年 12 月 13 日，发行人召开临时股东大会，同意发行人向新股东唯艾诺贰号发行 2,000,000.00 股普通股股份，每股面值 1.00 元，唯艾诺贰号向发行

人支付 7,500,000.00 元；发行人向新股东唯艾诺叁号发行 1,993,271.00 股普通股股份，每股面值 1.00 元，唯艾诺叁号向发行人支付 7,474,766.25 元。2019 年 12 月 25 日，临安区市场监督管理局核准了本次变更。

（2）遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则，不得以摊派、强行分配等方式强制实施

发行人以唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号形式实现员工持股系公司自主决定，相关合伙人为自愿参加，不存在以摊派、强行分配等方式强制实施。

2、参与员工与其他投资者权益平等，盈亏自负，风险自担，不得利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益。员工入股应主要以货币出资，并按约定及时足额缴纳。按照国家有关法律法规，员工以科技成果出资入股的，应提供所有权属证明并依法评估作价，及时办理财产转移手续

唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号的净利润及亏损按照全体合伙人出资比例进行分配。

唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号与其他投资者权益平等，盈亏自负，风险自担，不存在利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益的情形，未来也不会利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益。

员工参与唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号均以货币形式出资，并已按约定及时足额缴纳其认缴的合伙企业出资份额，不存在以科技成果出资入股的情形。

3、可以通过公司制企业、合伙制企业、资产管理计划等持股平台间接持股，并建立健全持股在平台内部的流转、退出机制，以及所持发行人股权的管理机制。参与的员工因离职、退休、死亡等原因离开公司的，其间接所持股份权益应当按照员工持股平台章程或协议约定的方式处置

（1）发行人系通过唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号三个合伙企业实现持股平台间接持有发行人股份。

（2）关于员工持股在平台内部的流转、退出机制，以及所持发行人股权的管理机制如下：

1）平台内部流转、退出机制

发行人的高级管理人员、中层管理人员及核心骨干，可以加入合伙企业，成为合伙人；有限合伙人入伙、退伙条件、程序及相关责任，按照《合伙企业法》第 43 条至 54 条有关规定执行，即：

①新合伙人入伙，应当经全体合伙人一致同意，并依法订立书面入伙协议；

②合伙协议未约定合伙期限 ，合伙人在不给合伙企业事务执行造成不利影响的情况下，可以退伙，但应当提前三十日通知其他合伙人；

③合伙人有下列情形之一的，当然退伙：作为合伙人的自然人死亡或者被依法宣告死亡；个人丧失偿债能力；作为合伙人的法人或者其他组织依法被吊销营业执照、责令关闭、撤销，或者被宣告破产；法律规定或者合伙协议约定合伙人必须具有相关资格而丧失该资格；合伙人在合伙企业中的全部财产份额被人民法院强制执行。

合伙人被依法认定为无民事行为能力人或者限制民事行为能力人的，经其他合伙人一致同意，可以依法转为有限合伙人，普通合伙企业依法转为有限合伙企业。其他合伙人未能一致同意的，该无民事行为能力或者限制民事行为能力的合伙人退伙。退伙事由实际发生之日为退伙生效日。

④合伙人有下列情形之一的，经其他合伙人一致同意，可以决议将其除名：未履行出资义务；因故意或重大过失给企业造成损失；执行合伙事务时有不正当行为；被委托执行合伙企业事务的合伙人不按照合伙协议或全体合伙人决定执行事务的，其他合伙人可以撤销委托，对执行事务合伙人除名或予以更换。

2）所持发行人股权的管理机制

员工持股平台持有的发行人股份的管理机制是：实行合伙人一人一票表决权，经全体合伙人一致同意可以转让或者处分合伙企业所持的可靠护理股份。

（3）参与的员工因离职、退休、死亡等原因离开公司的，其间接所持股份权益应当按照员工持股平台章程或协议约定的方式处置

1）参与员工离开公司的，其所间接所持股份权益处置相关的协议约定情况

参与员工离开公司的，其所间接所持股份权益处置相关的协议约定情况详

见本回复“问题 3 关于员工持股计划”之“一/（一）披露员工持股平台的人员构成及确定标准、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等内容”以及“三、请保荐人、发行人律师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求核查”之“（四）保荐人、发行人律师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求，就唯艾诺、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号相关的以下方面进行核查”。

2）参与员工离开公司情况

持股平台员工离职情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”之“2、唯艾诺”、“3、唯艾诺贰号”和“4、唯艾诺叁号”，离职后股份处理情况如下：

① 唯艾诺

唯艾诺 2013 年 3 月 5 日前的合伙协议中明确约定了有限合伙人离职后的股份处理要求，2013 年 3 月 5 日之前离职的唯艾诺有限合伙人包括陈丹、胡中春、李忠义、王纪宁、张士岭、徐小燕、薛莉、李双林、陈建军、朱立斌、邓海君等 11 人，上述员工离开公司时，均按照协议约定转让了所持唯艾诺的份额，但价格系相关离职退出有限合伙人实缴出资额，而非按照协议约定的“有限合伙人转让其财产份额的价格=实缴出资额+实缴出资*中国人民银行公布的同期贷款利率”确定。

就此除陈丹、王纪宁、徐小燕因无法联系或拒绝访谈外，其他相关合伙人、受让方均确认出资额转让协议系其本人签署，系自愿真实的意思表示，不存在异议。2020 年 8 月 13 日，上述唯艾诺出资额受让方金利伟出具《关于受让唯艾诺出资份额相关事宜的说明》。根据该说明，金利伟确认其受让陈丹、胡中春、李忠义、王纪宁、张士岭、徐小燕、薛莉、李双林、陈建军、朱立斌、邓海君、王飞、高超系真实意思表示；相关出资份额处理已经当时全体合伙人（包括转让方）一致同意；本人就有关出资份额受让不存在纠纷，亦不存在出资额转让方或其他第三方提出疑异的情形。

唯艾诺 2013 年 3 月 5 日起的合伙协议中未明确约定有限合伙人离职后的股份处理要求，在此之后离职的唯艾诺有限合伙人包括金利琴（2013 年 7 月离职）和张辉（2019 年 2 月），截至本回复出具日仍保留持有对唯艾诺出资份额。

上述二人离职后的股份处理不违反合伙协议相关约定，金利琴、张辉确认就唯艾诺贰号或可靠护理股份权属事宜不存在纠纷或潜在纠纷。

②唯艾诺贰号

唯艾诺贰号历次合伙协议，就参与员工离职，所持发行人股份处置无相关安排，故上述参与员工离职所持股份处置不存在违反相关约定的情形。相关员工确认就唯艾诺贰号或可靠护理股份权属事宜不存在纠纷或潜在纠纷。

③唯艾诺叁号

唯艾诺叁号历次合伙协议，就参与员工离职，所持发行人股份处置无相关安排，故上述参与员工离职所持股份处置不存在违反相关约定的情形。相关员工确认就唯艾诺叁号或可靠护理股份权属事宜不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号计算人数的原则

唯艾诺合伙人中除金利琴、张辉已经从发行人处离职外，其他现有合伙人均为发行人或其控股子公司员工；唯艾诺贰号及唯艾诺叁号现有合伙人均为发行人员工。金利琴、张辉虽然已离职，但是根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 第（二）款第 2 点的规定，属于离职后按照员工持股计划相关协议仍持有员工持股计划权益的人员，可不视为外部人员。因此，在计算发行人股东人数时，唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号均可按 1 名股东计算。

（三）发行人信息披露要求

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（五）员工持股平台的管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等”中已披露唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号的人员构成、人员离职后股份处理、股份锁定期等内容。

（四）保荐人、发行人律师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求，就唯艾诺、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号相关的以下方面进行核查

1、设立背景及具体人员构成

唯艾诺、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号设立背景及现有人员构成，已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”之“2、唯艾诺”、“3、唯艾诺贰号”和“4、唯艾诺叁号”中披露。

2、价格公允性

唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号相关权益定价公允性，已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（四）员工持股平台相关权益定价的公允性”中披露。

3、协议约定情况

根据唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号工商资料并经核查，其均已经按照《合伙企业法》的规定订立合伙协议，且已经提交临安区市场监督管理局。

4、员工减持承诺情况

（1）员工持股平台唯艾诺、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号就所持发行人股份作出如下承诺：

自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本企业不转让或者委托他人管理本次发行前本企业直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，本企业减持价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。锁定期满后的减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深

证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求。

发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），则本企业持有的发行人股份锁定期自动延长六个月。

若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（2）唯艾诺、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号相关合伙人就所持发行人股份作出如下承诺：

1）相关合伙人为发行人控股股东、实际控制人

金利伟及鲍佳承诺就所持发行人股份作出如下承诺：

自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，本人减持价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求。

锁定期满后，本人担任发行人董事、监事或高级管理人员职务期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让的股份，不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职六个月内，不转让本人所直接或间接持有的发行人股份。

发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），则本人持有的发行人股份锁定期自动延长六个月，且本人不因职务变更或离职等原因而终止履行。

若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

2）相关合伙人为发行人董事、监事及高级管理人员

程岩传、周忠英、王仲其、耿振强、李海峰、吴红、王丽、张雅冬就所持发行人股份作出如下承诺：

自发行人股份在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，本人减持价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求。

锁定期满后，本人担任发行人董事、监事或高级管理人员职务期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让的股份，不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职六个月内，不转让本人所直接或间接持有的发行人股份。

发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价（若发

行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），则本人持有的发行人股份锁定期自动延长六个月，且不因职务变更或离职等原因而终止履行。

若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

3）相关合伙人为实际控制人亲属

金利琴作为金利伟胞妹、鲍益平作为鲍佳父亲就所持发行人股份作出如下承诺：

本人承诺自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

锁定期满后，本人减持将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求，并且参照发行人实际控制人适用的减持规则进行。

若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

5、规范运行情况

根据唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号出具的相关说明并经核查，报告期内唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号不存在因违反工商、税务等相关规定而受到行政处罚或存在失信记录的情形。

6、备案情况

根据唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号的说明及其提供的合伙协议、发行人员工花名册等材料，并经核查企业信用信息公示系统，唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号系发行人的员工持股平台，不存在以非公开方式募集设立的情形；

该等合伙企业由自然人金利伟或鲍佳担任执行事务合伙人，按照《合伙企业法》及合伙协议经营管理合伙企业，不存在基金管理人管理的情形。

因此，唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所述私募股权投资基金，无需按照上述规定履行基金管理人登记及基金备案程序。

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行的主要核查程序如下：

1、取得并核查唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号成立后工商资料、历次的合伙协议、合伙名人名单；

2、取得公司关于合伙人在公司任职、合伙人确定标准的说明；

3、取得并核查公司 2010 年帝龙控股入股可靠护理的工商资料、公司 2018 年的《资产评估报告》、2020 年 Cherish Star、Gracious Star 与海林秉理等签署的《股权转让协议》；

4、对唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号的合伙人进行访谈等。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人已在招股说明书中披露了员工持股平台的人员构成及确定标准、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等内容；除 2011 年 7 月金利伟向唯艾诺有限合伙人提供借款外，发行人员工持股平台员工出资主要来源于自有资金、自筹资金，不存在发行人或第三方为员工参与持股平台提供奖励、资助、补贴等安排。

2、发行人已在招股说明书中补充披露 2018 年股份支付公允价格低于 2016

年发行人 16.61 元/股转让价格的原因，发行人 2018 年、2019 年股份支付公允价格确定依据充分，相关会计处理符合《企业会计准则》的要求。

3、经按《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 相关要求核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人通过唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号实现员工间接持股符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求；发行人以唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号形式实施员工持股合法合规，不存在损害发行人利益的情形。

问题 4. 关于注销子公司及关联方

根据申报材料，报告期内，发行人注销了 2 家控股子公司可靠（上海）护理用品有限公司（以下简称可靠上海）、临安丰源企业管理有限公司（以下简称临安丰源），1 家参股公司杭州德莱适个人护理用品有限公司（以下简称德莱适）。发行人与主要客户天津露乐国际贸易有限公司 2016 年 10 月成立德莱适，主要目的为开发符合双方标准的复合芯体，发行人子公司佳容公司持股 35%，天津露乐国际贸易有限公司持股 65%，德莱适于 2017 年 12 月注销。

实际控制人金利伟的妹妹金利琴于 2019 年 5 月注销曾控股的企业杭州临安酉酉丽贸易有限公司，于 2017 年 6 月注销杭州朴道健康管理有限公司。

请发行人：

（1）披露注销前可靠上海、临安丰源的主要财务指标，注销前述两家控股子公司以及未将其纳入上市范围的原因，存续期间是否存在主要客户或供应商入股情况；

（2）披露发行人与天津露乐国际贸易有限公司开发复合芯体的具体进展以及未完成产品开发的原因，发行人是否未掌握复合芯体自主研发生产技术，对发行人持续经营能力是否存在重大不利影响；

（3）披露注销杭州临安酉酉丽贸易有限公司、杭州朴道健康管理有限公司的原因，注销前的主营业务，与发行人及发行人的客户、供应商是否存在交易

或资金往来；存续期间生产经营是否合法合规，注销程序是否合规；注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露注销前可靠上海、临安丰源的主要财务指标，注销前述两家控股子公司以及未将其纳入上市范围的原因，存续期间是否存在主要客户或供应商入股情况

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”之“（一）发行人的控股子公司简要情况”之“2、报告期内其他已注销的控股及参股公司基本情况”中补充披露如下：

“

（4）注销前可靠上海、临安丰源的主要财务指标、未纳入上市范围的原因及存续期内是否存在主要客户或供应商入股情况

可靠上海、临安丰源分别于 2018 年 2 月和 2018 年 5 月注销，其注销前最近一年（2017 年度/2017 年 12 月 31 日）的主要财务指标情况如下：

单位：元

主要财务指标	可靠上海	临安丰源
资产总计	3,793,761.60	91,449.10
负债总计	-	-
营业总收入	-	-
营业利润	1,347.98	-2,188.99
净利润	1,351.46	-2,188.99

因经营战略调整，可靠上海、临安丰源已无实际经营，且预计后续亦不会开展实际业务，为节省管理成本而注销可靠上海、临安丰源，因此未纳入上市范围。

可靠上海、临安丰源存续期内一直为发行人全资子公司，不存在主要客户或供应商入股情况。”

二、披露发行人与天津露乐国际贸易有限公司开发复合芯体的具体进展以及未完成产品开发的原因，发行人是否未掌握复合芯体自主研发生产技术，对发行人持续经营能力是否存在重大不利影响

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”之“（一）发行人的控股子公司简要情况”之“2、报告期内其他已注销的控股及参股公司基本情况”之“（3）杭州德莱适个人护理用品有限公司”中补充披露如下：

“

2016 年 10 月，临安佳容与天津露乐国际贸易有限公司（以下简称天津露乐）合资成立德莱适，以开发复合芯体，解决复合芯体购买成本较高，运输过程中货损等问题；当时德莱适实现了复合芯体少量试生产，但是与购入的复合芯体品质存在一定的差距，不能满足天津露乐的产品要求，经与天津露乐协商一致，双方一致决定注销德莱适，不再合作开发复合芯体。

截至本招股说明书签署日，发行人已经完整掌握复合芯体自主研发生产技术，并已跨越复合芯体离线生产阶段，可以实施工艺更为先进的芯体在线复合技术；但发行人在实际经营中，并未组织复合芯体的自行生产，主要原因系：一是与复合芯体刚推出时的市场情况不同，目前市场上复合芯体供应充足，价格适中，发行人拥有多家复合芯体供应商储备，质量及采购价格可控；二是目前发行人部分生产线已经开始应用芯体在线复合技术，不再需要线下制作复合芯体。

未来公司将继续扩大芯体在线复合技术的应用面，且在市场遇到突发状况或者复合芯体的供应受到影响或者价格出现大幅上升时，发行人可以随时启动复合芯体的自主生产。上述复合芯体的相关情形不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。”

三、披露注销杭州临安酉酉丽贸易有限公司、杭州朴道健康管理有限公司的原因，注销前的主营业务，与发行人及发行人的客户、供应商是否存在交易或资金往来；存续期间生产经营是否合法合规，注销程序是否合规；注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联方与关联关系”之“（六）报告期内曾存在的关联方”中补充披露如下：

“

杭州临安酉酉丽贸易有限公司及杭州朴道健康管理有限公司均系金利琴个人经营的产业，虽然金利琴系发行人实际控制人金利伟之妹，但其自 2013 年从发行人处离职后不再参与发行人经营管理的日常事务，杭州临安酉酉丽贸易有限公司及杭州朴道健康管理有限公司亦与发行人之间不存在日常往来。酉酉丽贸易注销前（2019 年 5 月 21 日注销）金利琴持有其 100%股权，并任该公司法定代表人、执行董事兼总经理。朴道健康注销前（2017 年 6 月 5 日注销），金利琴持有其 40%股权，并任该公司法定代表人、执行董事兼总经理。酉酉丽贸易成立至注销股权未发生变化，股权结构为金利琴持股 100%。

1、注销的原因、注销前的主营业务，与发行人及发行人的客户、供应商是否存在交易或资金往来

酉酉丽成立后未实际开展业务而申请注销，与发行人及发行人的客户、供应商、金利琴以外的发行人其他关联方不存在交易或资金往来。

朴道健康系因股东金利琴个人精力有限而申请注销；注销前主营养生健康培训业务，与发行人及发行人的客户、供应商、金利琴以外的发行人其他关联方不存在交易或资金往来。朴道健康成立至注销股权未发生变化，股权结构为金利琴持股 40%、沈月芳持股 30%及张红持股 30%，其中股东金利琴系发行人实际控制人金利伟胞妹，股东沈月芳及张红与发行人不存在关联关系，其与发行人、发行人的客户、供应商及金利琴以外的发行人其他关联方及不存在业务或资金往来。

2、存续期间生产经营是否合法合规，注销程序是否合规

（1）酉酉丽贸易生产经营是否合法合规，注销程序是否合规

酉酉丽贸易存续期间内未实际开展业务，不存在因违法违规而受到行政处罚的情形。

2019 年 5 月 15 日，《杭州市市场监督管理局关于进一步完善企业简易注销登记改革试点的实施方案》（杭市管〔2019〕62 号）正式施行。根据酉酉丽贸易工商资料，其以简易注销方式完成注销登记， 2019 年 5 月 21 日临安区市场监督管理局颁发《准予注销登记通知书》（编号:（临）登记内销字[2019]第 003446 号），认为酉酉丽贸易注销登记申请，申请材料齐全，符合法定形式，决定准予注销登记。

（2）朴道健康生产经营是否合法合规，注销程序是否合规

朴道健康存续期间内生产经营合规，不存在因违法违规而受到行政处罚的情形。

朴道健康注销程序如下：

2017 年 3 月 28 日，朴道健康股东金利琴、张红、沈月芳一致决定解散朴道健康。

2017 年 3 月 29 日，朴道健康在《浙江工人日报》上刊登了注销清算公告。

2017 年 5 月 17 日，临安区国家税务局出具《税务事项通知书》（临国税通[2017]10689 号），准予朴道健康注销税务登记。

2017 年 5 月 31 日，临安区地方税务局出具《税务事项通知书》（临地税直税通[2017]4776 号），准予朴道健康注销税务登记。

2017 年 6 月 5 日，临安区市场监督管理局出具《工商企业注销证明》。根据该《证明》，朴道健康因股东决议解散而注销。

酉酉丽贸易、朴道健康存续期间生产经营合法合规，注销程序合规。

3、注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

酉酉丽贸易成立后未实际开展业务，注销时无资产、无人员，不存在纠纷或潜在纠纷。

朴道健康注销时净资产 100 万元，总负债 0 万元，偿还债务后剩余的净资产按股东出资比例进行分配，相关员工已遣散，不存在遣散后入职可靠护理的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。”

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

1、取得并核查可靠上海、临安丰源的工商资料及注销资料；

2、取得公司出具的关于注销可靠上海、临安丰源的说明；

3、走访了发行人报告期内重要客户、供应商；

4、对发行人主要生产、技术人员进行访谈，了解公司目前复合芯体研发进度，公司目前复合芯体采购情况；

5、对金利琴进行访谈，了解杭州临安酉酉丽贸易有限公司、杭州朴道健康管理有限公司成立的原因及背景、经营情况、财务状况以及注销的原因、注销后的纠纷情况等；

6、取得并核查杭州临安酉酉丽贸易有限公司、杭州朴道健康管理有限公司的工商资料，并取得其注销资料。

（二）核查结论

1、发行人已在招股说明书补充披露注销前可靠上海、临安丰源的主要财务指标；可靠上海、临安丰源注销的原因系可靠上海、临安丰源已无实际经营且预计后续亦不会开展实际业务，为节省管理成本而注销可靠上海、临安丰源,因此未纳入上市范围；可靠上海、临安丰源存续期内一直为发行人全资子公司，不存在主要客户或供应商入股情况。

2、发行人已在招股说明中补充披露发行人与天津露乐开发复合芯体的具体进展以及未完成产品开发的原因；截至本问询回复出具日，发行人已经完整掌握复合芯体自主研发生产技术，并已跨越复合芯体离线生产阶段，可以实施工艺更为先进的芯体在线复合技术；虽发行人与天津露乐的合作开发未达要求，

但对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

3、酉酉丽成立后未实际开展业务而申请注销，与发行人及发行人的客户、供应商不存在交易或资金往来。朴道健康因股东个人精力有限而申请注销；注销前主营养生健康培训业务，与发行人及发行人的客户、供应商不存在交易或资金往来。酉酉丽贸易、朴道健康存续期间生产经营合法合规，注销程序合规。酉酉丽贸易成立后未实际开展业务，注销时无资产、无人员，不存在纠纷或潜在纠纷。朴道健康注销时净资产 100 万元，总负债 0 万元，偿还债务后剩余的净资产按股东出资比例进行分配，相关员工已遣散，不存在遣散后入职可靠护理的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

问题 5. 关于关联交易

根据申报材料，杜迪公司是健合（H&H）国际控股有限公司旗下专门从事婴幼儿纸尿裤及其他相关产品销售的全资子公司。发行人与健合香港合资成立子公司可艾公司（发行人持股 80%，健合香港持股 20%），与杜迪公司就纸尿裤代加工进行合作。报告期内各期，发行人对杜迪公司的销售金额分别为 1,040.60 万元、9,222.64 万元和 15,007.41 万元；另外，发行人与杜迪公司发生制版服务，报告期内交易金额分别为 0、8.05 万元、70.10 万元；杜迪公司曾与可艾公司签订独家采购协议，并于 2017 年取消了排他性条款，允许可艾公司开拓新客户。天津露乐国际贸易有限公司为发行人 2017 年第二大客户，销售金额为 13,449.21 万元，占比 17.09%，2018 年末与发行人终止合作。

2017 年 12 月，发行人将位于杭州市临安区占地面积合计 11,496.00 平方米的土地及其上的建筑物转让给侨治投资，作价 1,058.04 万元。报告期内，发行人向侨治投资租赁闲置房屋用于产品仓储，租金分别为 8.32 万元、124.01 万元、189.51 万元。

请发行人：

（1）披露发行人与杜迪公司的关联交易定价依据是否充分，定价是否公允，

与杜迪公司是否存在其他未披露的特殊利益安排；

（2）披露由发行人代杜迪公司向第三方制版机构采购制版服务的原因，是否具有商业合理性，采购价格是否公允；

（3）结合发行人对杜迪公司、天津露乐国际贸易有限公司的产品销售金额、产品单价、毛利率情况，披露发行人与杜迪公司就发行人开拓新客户是否仍然存在限制性安排，发行人终止与天津露乐国际贸易有限公司的合作是否具有商业合理性，是否存在产品质量不合格或者损害客户品牌声誉的情形；

（4）披露转让土地及其上的建筑物给侨治投资后，又向其租赁房屋的原因及合理性；转让前后相关土地及其上建筑物的主要用途，转让前如用于发行人生产，其产能占发行人总产能的比例，实现收入和利润占比，相关转让定价的公允性，未将上述土地及其上建筑物纳入发行人上市范围的具体原因，发行人取得上述资产的过程是否存在违法违规行为。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露发行人与杜迪公司的关联交易定价依据是否充分，定价是否公允，与杜迪公司是否存在其他未披露的特殊利益安排

（一）发行人与杜迪公司的关联交易定价依据及其公允性

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”中披露发行人与杜迪关联交易的定价依据及公允性。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”之“2）定价依据及公允性”中补充披露如下：

“发行人与杜迪公司采用成本加成定价，双方定价公允，不存在其他未披露的特殊利益安排。发行人与杜迪公司具体的定价信息及定价公允性分析已申请信息豁免披露。”

（二）发行人与杜迪公司是否存在其他未披露的特殊利益安排

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”中补充披露如下：

“发行人与杜迪公司之间不存在其他未披露的特殊利益安排。”

二、披露由发行人代杜迪公司向第三方制版机构采购制版服务的原因，是否具有商业合理性，采购价格是否公允

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”之“2）定价依据及公允性”中补充披露如下：

“

发行人代杜迪公司向第三方制版机构采购的主要系其外包装的制版服务，具体过程如下：杜迪公司向可艾公司发出制版服务指令后，可艾公司向第三方制版机构采购制版服务，第三方制版机构列出制版服务收费明细后发送可艾公司并抄送杜迪公司，制版费用发生后一般由可艾公司先行支付；可艾公司定期与杜迪公司结算一段时间内发生的制版费总额，可艾公司中间不赚取差价。

发行人代杜迪公司向第三方制版机构采购制版服务的主要原因系发行人 ODM 品牌客户制版需求较少，因此其单独向制版服务商采购制版服务体量较小，议价能力较弱；而发行人代多个 ODM 品牌客户集中采购制版服务时，由于采购量大，因此在便利性、可靠性和价格谈判上都有一定优势。

发行人向杜迪公司及其它 ODM 客户提供制版服务具有商业合理性；发行人代为采购制版服务不收取差价，不存在价格不公允的情形。”

三、结合发行人对杜迪公司、天津露乐国际贸易有限公司的产品销售金额、产品单价、毛利率情况，披露发行人与杜迪公司就发行人开拓新客户是否仍然存在限制性安排，发行人终止与天津露乐国际贸易有限公司的合作是否具有商业合理性，是否存在产品质量不合格或者损害客户品牌声誉的情形

（一）披露发行人与杜迪公司就发行人开拓新客户是否仍然存在限制性安排

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”之“3）发行人与杜迪公司就发行人开拓新客户是否仍然存在限制性安排”中补充披露如下：

“

3）发行人与杜迪公司就发行人开拓新客户是否仍然存在限制性安排

2014 年 1 月，发行人与合生元香港有限公司（已改名为“健合香港有限公司”)签署《合营合同》,其中关于发行人开拓新客户的相关限制性条款为第 8.1.9 条，即“在中国范围内，不再控股、参股婴儿纸尿裤产品的生产实体；不得为其他中国境内企业提供婴儿纸尿裤代工服务，如果可靠护理在境外直接或间接设立从事婴儿纸尿裤产品生产的实体，可靠护理将确保该实体生产的产品不会流入中国销售”。

鉴于 2014 年至 2016 年，健合香港及其关联方未能按原计划向可艾公司提供足够的订单，致使可艾公司产能闲置、固定成本损失较大；经发行人与健合香港充分沟通，允许可艾公司自行开拓新客户。

2017 年 9 月 20 日,可艾公司董事会召开 2016 年年度会议,审议通过了《2016 年度总经理工作报告》，认可了可艾公司对外开拓天津露乐、汕头万邦等 ODM 品牌客户的行为。

2017 年 12 月，为进一步扩大可艾公司的市场自由度及充分利用产能，发行人与健合香港有限公司签署《合营合同》，双方决定由可靠护理对可艾公司进行增资，双方对可艾公司的持股比例由原来的可靠护理 60%、健合香港 40%调整为

可靠护理 80%、健合香港 20%，并删除了原《合营合同》第 8.1.9 条的约定，双方未再约定限制性安排。2017 年以来，可艾公司 ODM 客户除杜迪公司外，已开发的新客户包括万邦（汕头）健康科技有限公司、天津露乐健康产品科技有限公司、杭州沐歆品牌管理有限公司、上海亲蓓母婴用品有限公司等。截至本招股说明书签署日，健合香港未因可艾公司开拓新客户与发行人、可艾公司存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，健合香港未因可艾公司开拓新客户与发行人、可艾公司存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，发行人与健合香港（包括健合香港关联公司杜迪公司）间就发行人及可艾公司开拓新客户不存在任何限制性安排。”

（二）发行人终止与天津露乐国际贸易有限公司的合作是否具有商业合理性，是否存在产品质量不合格或者损害客户品牌声誉的情形

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）客户集中度较高”之“2、公司与前五名客户的合作历史及合作稳定性”中补充披露如下：

“

（4）发行人终止与天津露乐国际贸易有限公司合作的原因，是否存在产品质量不合格或者损害客户品牌声誉的情形

2018 年开始，发行人逐步与天津露乐国际贸易有限公司终止合作，变动的主要原因系可艾公司 2018 年初产能有限，无法同时满足杜迪公司与天津露乐两家大型客户的供货订单。

可艾公司在 2018 年初仅有 5 条生产线，预计最大产能约 5 亿片/年，而当时天津露乐的意向订单在 4000 万片/月，杜迪公司的意向订单在 2 亿片/年左右，并均要求发行人优先保障其产品供货。鉴于发行人当时的产能限制，无法同时保障两家大型客户的订单及时供货，需要发行人在两家客户之中作出取舍。而根据发行人与健合香港签署的《合营合同》第 8.1.8 条，在可靠护理控股可艾公司期间，应积极促使可艾公司在产品类型、产能、工艺、品质方面不断丰富

和提升，以满足健合香港婴幼儿纸尿裤产品国产化的计划和要求。出于保障杜迪公司产能供应，发行人决定终止不再与天津露乐合作。

因此，经综合考虑可艾公司产能、发行人与可艾公司在《合营合同》的约定以及对杜迪品牌未来发展的看好，发行人决定终止与天津露乐的合作。

报告期内，发行人与杜迪公司、天津露乐间的销售情况如下：

单位：万元、元/片、%

项目	客户名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
销售金额	杜迪公司	9,585.47	15,007.41	9,222.64	1,040.60
	天津露乐	-	-	2,566.79	13,345.78

发行人与杜迪公司及天津露乐的交易单价及毛利率情况已申请豁免披露。

从销售额角度分析，报告期内，发行人对杜迪公司的销售收入呈快速上涨趋势，截至2019年，发行人对杜迪公司的销售额已超过对天津露乐2017年的销售额。

综上，发行人终止与天津露乐国际贸易有限公司的合作具有商业合理性。截至目前，双方无产品质量等相关纠纷，未发生过诉讼或仲裁事项；不存在产品质量不合格或者损害客户品牌声誉的情形。”

四、披露转让土地及其上的建筑物给侨治投资后，又向其租赁房屋的原因及合理性；转让前后相关土地及其上建筑物的主要用途，转让前如用于发行人生产，其产能占发行人总产能的比例，实现收入和利润占比，相关转让定价的公允性，未将上述土地及其上建筑物纳入发行人上市范围的具体原因，发行人取得上述资产的过程是否存在违法违规行为

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“3、关联方销售”中补充披露如下：

“

（1）转让土地及其上的建筑物给侨治投资后，又向其租赁房屋的原因及合理性

2017 年 12 月,后郎厂房受限于整体面积较小、建筑物使用年限较长等因素,已经无法满足发行人现代化生产需要。发行人出于减少管理成本、处理冗余资产、提高公司资产利用率等方面的考虑,将位于锦城街道后郎村的 11,496 平方米工业用地土地使用权及其上的建筑物以 10,580,400 元的价格转让给侨治投资。

后因可艾公司经营规模扩张,在开展 ODM 业务过程中,为争取订单,提高工厂附加价值,需要为客户提供一定数量的产品库存储备,帮助客户解决仓储问题。尽管可艾公司已经开始建设新的仓库,但短期内仓储能力仍未能及时满足实际业务经营需要,因此需要向外承租仓库。除后郎仓库外,当时未能找到其他合适的仓库,且考虑向侨治投资租赁后郎仓库更具有灵活性,以便后续可艾公司新仓库投入使用或者寻找到稳定的仓库后搬离,因此可艾公司向侨治投资租赁后郎厂房作为过渡仓储,双方按照市场公允价格确定租金。

综上,发行人转让土地及其上的建筑物给侨治投资后,又向其租赁房屋具有合理性。

(2)转让前后相关土地及其上建筑物的主要用途,转让前如用于发行人生产,其产能占发行人总产能的比例,实现收入和利润占比

报告期内,相关土地及其上建筑物转让前后的主要用途均为仓储用房,并非用于发行人生产;截至本招股说明书签署日,可艾公司不再承租上述侨治投资仓库。

(3)相关转让定价的公允性

相关转让价格系根据由具备房地产估价二级资质的浙江坤元房地产土地估价有限公司于 2017 年 11 月 22 日出具的房地产估价报告(浙坤房估[2017]79 号)评估金额 10,580,400 元确定,定价公允。

(4)未将上述土地及其上建筑物纳入发行人上市范围的具体原因,发行人取得上述资产的过程是否存在违法违规行为

后郎厂房受限于整体面积较小、建筑物使用年限较长等因素,已经无法满足发行人现代化生产需要。发行人出于减少管理成本、处理冗余资产、提高公

司资产利用率等方面的考虑将上述土地及其上建筑物转让给侨治投资，而未将其纳入发行人上市范围。

发行人取得上述资产的过程如下：

①发行人前身侨资有限出让取得相关土地使用权

发行人历史上存在占用上述土地的违法行为，但后续通过补办建设用地审批手续，以出让方式取得上述土地使用权符合《土地管理法》等相关法律法规规定。

根据临安区国土资源局出具的《建设用地项目呈报材料“一书一方案”》，2003 年侨资有限占用后郎村土地 11,496 平方米建造厂房。对该违法占地行为，临安市国土资源局于 2005 年 1 月 24 日作出《土地行政处罚决定书》（临土资土罚字[2005]第 025 号）。侨资有限后续补办建设用地审批手续，取得了相关土地使用权。

2003 年 5 月 29 日，临安市统一征地事务所与锦城街道后郎村签署《征地补偿协议》，征用上述土地。

2005 年 4 月 6 日，侨资有限与临安市国土资源局签署《土地出让合同》（编号：临土合字（2005）34 号）。

2005 年 4 月 6 日，侨资有限取得了《土地使用权证书》（编号：临国用[2005]010155 号）；后于 2011 年 10 月 9 日进行证书更新，编号变更为临国用[2011]第 04913 号。

②发行人前身侨资有限自建相关建筑物

2003 年侨资有限占用后郎村土地 11,496 平方米建造厂房，后通过补办相关房屋权属证书审批手续取得了房屋所有权。2003 年 5 月 21 日，侨资有限取得了《建设用地规划许可证》（编号：2003-0088），用地单位为侨资有限，项目名称为厂房，用地位置锦城街道后郎村，用地面积 11,500 平方米。

相关建筑物补办建设工程规划许可证、施工许可证及权属证书取得过程的情况如下：

2008 年 1 月 8 日，侨资有限取得了《建设工程规划许可证》（编号：建字第

2008-0001 号）；2008 年 4 月 25 日，侨资有限取得了《建设工程规划许可证》（编号：建字第 2008-022 号、建字第 2008-023 号、建字第 2008-0045 号、建字第 2008-0046 号、建字第 2008-0047 号、建字第 2008-0048 号、建字第 2008-0049 号）。

2008 年 12 月 28 日，侨资有限取得了《建设工程施工许可证》（编号：2008 竣工补办）。

2010 年 6 月 4 日，临安市建设局出具临建规验[2010]第 080 号，对该工程进行规划验收。经验收，合计面积 8,986.18 平方米 8 幢建筑验收合格。

后侨资有限取得了相关房屋权属证书临房权证锦城字第 300033423 号、临房权证锦城字第 300033422 号、临房权证锦城字第 300033429 号、临房权证锦城字第 300033427 号、临房权证锦城字第 300033428 号、临房权证锦城字第 300033426 号、临房权证锦城字第 300033424 号、临房权证锦城字第 300033425 号。

另外，上述资产中涉及到未办理权属证书建筑物有高配房 79.56 平方米、简易钢棚 1,157.70 平方米，存在法律瑕疵。

上述简易钢棚已经被 2018 年 1 月暴雪压塌、且侨治投资受让后已拆除了剩余部分。相关高配房为 2014 年建造，建筑面积较小，建造至今未造成危害后果或受到行政处罚。发行人未因此与其他主体存在任何纠纷及矛盾。

2020 年 8 月 13 日，侨治投资出具相关承诺：如发行人上述建筑物未办理权属证书而被相关部门责令限期拆除或处以罚款而产生的任何经济损失，由其进行足额补偿，并且承担搬迁所产生的全部费用。

发行人自建后郎厂房过程存在法律瑕疵，但截至本招股说明书签署日，相关瑕疵建筑面积较小，并已转让不再属于发行人资产，且未造成危害后果或受到行政处罚；发行人未因此与其他主体存在任何纠纷及矛盾；侨治投资已经作出有关损失承担承诺，不会对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

③可艾公司承租后郎仓库

2018 年、2019 年可艾公司承租的后郎仓库权属清晰，不存在未取得权属证书的情形，租赁关系合法有效。截至本招股说明书签署日，可艾公司不再承租后郎仓库。

发行人历史上存在占用上述土地的违法行为，但后续通过补办土地出让及建设用地审批手续，以出让方式取得上述土地使用权符合《土地管理法》等相关法律法规规定；发行人自建后郎厂房过程存在法律瑕疵，但截至本招股说明书签署日，相关瑕疵建筑面积较小，并已转让不再属于发行人资产，发行人未因此与其他主体存在任何纠纷及矛盾或受到行政处罚，且侨治投资已经作出有关损失承担承诺，不会对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍；租赁取得相关仓库使用权不存在违反相关法律法规的规定的情形。”

五、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行的主要核查程序如下：

1、查阅可艾公司与杜迪公司签署的《委托生产合同》；分析报告期内发行人对杜迪公司的销售毛利率的波动情况,并与发行人其它 ODM 客户的毛利率进行比较分析,了解差异和变动原因；

2、核查公司与杜迪公司签署的制版协议以及关于制版的往来邮件，并取得相应凭证、回单；访谈公司 ODM 相关业务负责人，了解公司制版服务流程；

3、核查公司与杜迪公司、天津露乐签署的销售合同或订单、出库记录、销售发票等原始单据；逐月分析发行人与杜迪公司、天津露乐之间的交易金额、数量、单价及回款情况，了解其变动原因；对杜迪公司及天津露乐进行实地访谈等；

4、取得并查阅可艾公司董事会决议等文件；

5、查阅发行人与健合香港（合生元香港有限公司）分别于 2014 年、2017 年签署的《合营合同》；

6、取得发行人关于转让后郎土地及房产的说明、关于上述土地及房产报告期内主要用途的说明；

7、取得并核查浙江坤元房地产土地估价有限公司出具的《房地产估价报告》（浙坤房估[2017]79 号）；

8、取得侨资有限取得后郎相关土地及房产的相关资料，包括《土地出让合同》、《土地使用权证书》、《建设工程规划许可证》等资料；

9、取得侨治投资关于处罚赔偿、搬迁费用承担等有关承诺。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人与杜迪之间按照成本加成定价，经比对公司国内其他 ODM 客户业务毛利率水平，不存在显失公允的情况。发行人与杜迪公司之间不存在其他未披露的特殊利益安排。

2、发行人代杜迪公司采购制版服务费系因发行人整体采购量大，因此在便利性、可靠性和价格谈判上具有一定优势，杜迪公司交由发行人采购制版服务具有商业合理性，不存在价格不公允的情形。

3、发行人与健合香港（包括健合香港关联公司杜迪公司）间就发行人开拓新客户已不存在限制性安排。发行人终止与天津露乐国际贸易有限公司的合作具有商业合理性，不存在产品质量不合格或者损害客户品牌声誉的情形。

4、发行人转让土地及其上的建筑物给侨治投资后，又向其租赁房屋具有合理性。发行人将锦城街道后郎村的 11,496 平方米工业用地土地使用权及其上的建筑物以 10,580,400 元的价格转让给侨治投资定价公允。发行人自建后郎厂房过程存在法律瑕疵，但截至本反馈回复出具日，相关瑕疵建筑面积较小，并已转让不再属于发行人资产，且未造成危害后果或受到行政处罚；发行人未因此与其他主体存在任何纠纷及矛盾；侨治投资已经作出有关损失承担承诺，不会对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。发行人租赁取得相关仓库使用权不存在违反相关法律法规的规定。

问题 6. 关于董监高变动

根据申报材料，2018 年 7 月，傅昌明辞去副总经理职务。2019 年 1 月，张辉辞去财务总监职务；2019 年 2 月，发行人聘任耿振强为公司财务总监。

请发行人：

（1）披露副总经理傅昌明、财务总监张辉辞职的具体原因及离职后去向，与发行人是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在应披露未披露事项，对发行人的经营是否产生影响；

（2）披露发行人报告期内历任财务总监的专业背景、职业经历，是否具备财务总监任职资格；

（3）披露发行人董事和高级管理人员最近两年是否发生重大不利变化。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露副总经理傅昌明、财务总监张辉辞职的具体原因及离职后去向，与发行人是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在应披露未披露事项，对发行人的经营是否产生影响

（一）原副总经理傅昌明、财务总监张辉辞职的具体原因及离职后去向

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况”中补充披露如下：

6、原副总经理傅昌明、财务总监张辉辞职的具体原因及离职后去向，与发行人是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在应披露未披露事项，对发行人的经营是否产生影响

2018 年 6 月，傅昌明因个人家庭及阶段性工作安排，请辞公司副总经理职务，不再担任公司任何职务。其离职后去向情况如下：

公司名称	任职职务	任职时间	经营范围

浙江赛文水业科技有限公司	生产运营总监	2019.01 至今	技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：水利技术、环保设备、水处理设备、机械设备、饮水设备，计算机软硬件；销售：机械设备及配件、水处理设备、橡塑制品、家用电器、饮水机；食品销售；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2019 年 1 月，张辉因个人原因，请辞公司财务总监职务，不再担任公司任何职务。其离职后去向情况如下：

公司名称	任职职务	任职时间	经营范围
井冈山惊石农业科技有限公司	财务人员	2019.02-2020.06	农副食品加工（不含植物油、制糖、屠宰及肉类、水产品加工、饲料生产）、销售。农副产品研发，自营货物进出口业务。

（二）与发行人是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在应披露未披露事项

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况”中补充披露如下：

“

6、原副总经理傅昌明、财务总监张辉辞职的具体原因及离职后去向，与发行人是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在应披露未披露事项，对发行人的经营是否产生影响

傅昌明、张辉与发行人不存在纠纷或潜在纠纷，亦不存在应披露未披露事项。”

（三）对发行人的经营是否产生影响

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况”中补充披露如下：

“

6、原副总经理傅昌明、财务总监张辉辞职的具体原因及离职后去向，与发

行人是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在应披露未披露事项，对发行人的经营是否产生影响

原副总经理傅昌明、原财务总监张辉辞职对发行人的经营未产生重大不利影响，理由如下：

（1）发行人控股股东和实际控制人均未发生变化，傅昌明、张辉亦未担任发行人董事职务，发行人经营决策并未因其离职受到重大不利影响。

（2）发行人 2017 年度、2018 年度、2019 年度的主营业务收入分别为 78,126.15 万元、88,977.09 万元、115,709.00 万元，净利润分别为 4,788.43 万元、6,169.05 万元、9,348.21 万元，主营业务收入和净利润在报告期内连续增长，生产经营未因其离职受到重大不利影响。

（3）发行人已根据中国证监会及深圳证券交易所监管规定建立健全了内部控制制度并有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由天健出具了标准无保留意见的《关于杭州可靠护理用品股份有限公司内部控制的鉴证报告》，发行人内部管理及运行未因其离职受到重大不利影响。”

二、发行人报告期内历任财务总监的专业背景、职业经历，是否具备财务总监任职资格

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”中补充披露如下：

“

（十）发行人报告期内历任财务总监的专业背景、职业经历，是否具备财务总监任职资格

报告期内历任财务总监有原财务总监张辉（2019 年 2 月离职）及现任财务总监耿振强，其专业背景、职业经历如下：

姓名	专业背景	职业经历	职业资格/证书

姓名	专业背景	职业经历	职业资格/证书
张辉	2015.10-2018.06 上海财经大学工商管理硕士； 2006.09-2008.07 上海财经大学会计学在职研究生； 1998.09-2002.07 吉林财经大学会计学本科；	2002.07-2009.01，历任浙江万马集团有限公司财务经理、审计主管、财务总监助理； 2009.11-2019.02，任发行人财务总监； 2019.02-2020.06，任井冈山惊石农业科技有限公司财务。	高级会计师
耿振强	2015.09-2019.06 浙江工商大学企业财务管理本科； 1997.09-2000.06 大同高等专科学校会计专业	2000.06-2002.08，任职于大同市华林有限责任公司财务核算中心； 2002.08-2004.09，任职于山西同业房地产咨询估价有限责任公司评估部； 2004.09-2005.11，任职于山西宏伟镁业有限责任公司财务部； 2005.11-2007.06，任职于天职国际会计师事务所审计二部； 2007.06-2018.07，任职于浙江奥康鞋业股份有限公司财务管理中心，担任财务机构负责人； 2019.02 至今，任发行人财务总监，并于 2019.08 开始，任发行人副总经理兼财务总监。	高级会计师、注册会计师

如上表所示，张辉及耿振强专业背景良好，从业经验丰富，且任职期间不存在《公司法》《公司章程》规定的不能担任公司高级管理人员的情形，具备财务总监任职资格。”

三、发行人董事和高级管理人员最近两年是否发生重大不利变化

发行人董事、高级管理人员最近两年不存在重大不利变化。相关事项已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况”中披露。

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、取得公司关于傅昌明、张辉离职原因的说明，核查傅昌明、张辉离职的

相关材料；

2、对傅昌明、张辉进行访谈，了解其离职原因、离职后去向、与公司是否存在纠纷或潜在纠纷等

3、对傅昌明、张辉进行访谈，了解其学历及从业经历，并取得傅昌明、张辉的简历；

4、取得并核查报告期内董事、高级管理人员的任命及辞职文件；取得并核查报告期内与董事及高级管理人员变动相关的三会文件等。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、傅昌明和张辉与发行人不存在纠纷或潜在纠纷，傅昌明和张辉的辞职不存在应披露未披露事项，未对发行人的经营产生重大不利影响。

2、张辉、耿振强具备财务总监任职资格。

3、发行人最近 2 年内董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

问题 7. 关于劳动用工

根据申报材料，报告期内，发行人员工人数分别为 785 人、707 人、769 人，劳务派遣用人人数分别为 0 人、43 人、53 人，劳务派遣用工比例分别为 0%、5.73%、6.45%；2019 年 10 月至 2020 年 1 月，发行人与东明文生劳务服务有限公司签署了《劳务派遣协议书》，其未持有《劳务派遣许可证》。

请发行人：

（1）结合发行人的产能、产量情况，披露 2018 年员工人数减少、员工数量和公司规模增长趋势不一致的原因，是否存在关联方为发行人代垫成本、承担或利益输送的情形；

（2）列示劳务派遣人员与发行人同岗位工人的工资水平情况以及劳务派遣人员的社保缴费情况；披露发行人与东明文生劳务服务有限公司及相关劳务派

遣人员是否存在纠纷或潜在纠纷；发行人是否存在受到有关主管部门处罚可能；

（3）披露临安佳容目前的经营情况，逐渐不再开展业务的原因，是否涉及违反住房公积金相关法律、法规的行政处罚记录；

（4）测算如按规定为相关员工缴纳社保和公积金，对发行人经营业绩的影响。

请保荐人、发行人律师就发行人的社保和公积金缴纳、劳动用工的合法合规性发表结论性意见。

答复：

一、结合发行人的产能、产量情况，披露 2018 年员工人数减少、员工数量和公司规模增长趋势不一致的原因，是否存在关联方为发行人代垫成本、承担费用或利益输送的情形

（一）结合发行人的产能、产量情况，披露 2018 年员工人数减少、员工数量和公司规模增长趋势不一致的原因

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、员工和社会保障情况”之“（一）员工人数及变化情况”中补充披露如下：

“

发行人截至 2018 年 12 月末的员工数较 2017 年 12 月末的员工数有所减少，其变动主要为生产人员（含生产部门、质量部门等与生产相关人员）变动导致，但从整年度来看，发行人 2018 年度相较于 2017 年度实际生产用工人数并未较少。一方面发行人从 2018 年开始，存在一定时期内在生产用工岗位雇佣临时性和辅助性劳务派遣人员的情形，因此尽管正式员工数有所减少，但实际生产用工人员数并未减少；另一方面，从 2017 年、2018 年整个年度测算，发行人 2017 年、2018 年月平均生产用工人员（含正式员工、劳务派遣工）分别为 477 人、511 人，2018 年较 2017 年生产用工人数上升约 7.13%。

发行人 2017 年、2018 年产能产量情况、及与发行人生产用工人员情况比对如下：

	2018 年度	2017 年度	增减比例（%）
产能	180,815.35 万片	145,494.41 万片	—
产量	128,314.48 万片	122,443.63 万片	4.79
月平均生产用工人员	511 人	477 人	7.13

从上表可见，尽管发行人 2018 年末的员工人数较上年末的员工人数有所减少，但 2018 年年度较 2017 年年度的生产用工人员数仍有上升、与公司 2018 年产量较 2017 年产量的变化趋势基本一致。

公司 2018 年起采用劳务派遣工的主要原因系：1）2018 年可艾公司终止与天津露乐合作，而可艾公司主要客户杜迪公司订单量未达 2018 年年初预期，导致生产量不饱和，生产工人收入下降，自 2018 年年中开始可艾公司生产线班组减少、部分员工离职；2）2018 年下半年，可艾公司自行开拓部分新客户，新取得较多生产订单,但由于发行人所在地临安在 9 至 11 月份为山核桃采摘收获期，许多本地员工会返家参与采摘，叠加年中生产员工离职的影响，使得 9-12 月可艾公司的生产人员存在较大的短缺，因此以劳务派遣工的形式临时补充非关键性的生产岗位缺口。”

（二）是否存在关联方为发行人代垫成本、承担费用或利益输送的情形

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“5、关联方代垫费用”中补充披露如下：

上述代垫成本事项与公司 2018 年员工人数减少、员工数量和公司规模增长趋势不一致的原因无关。

二、劳务派遣人员与发行人同岗位工人的工资水平情况以及劳务派遣人员的社保缴费情况；发行人与东明文生劳务服务有限公司及相关劳务派遣人员是否存在纠纷或潜在纠纷；发行人是否存在受到有关主管部门处罚可能

（一）列示劳务派遣人员与发行人同岗位工人的工资水平情况以及劳务派遣人员的社保缴费情况。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、员工和社会保

障情况”之“（五）劳务派遣用工情况”中补充披露如下：

“

3、劳务派遣人员与发行人同岗位工人的工资水平情况以及劳务派遣人员的社保缴费情况

报告期内使用劳务派遣用工形式的有发行人及其控股子公司可艾公司，使用劳务派遣人员主要岗位为包装工、打包工。报告期内，发行人向劳务派遣公司支付的劳务派遣人员的用工成本为 19.50-23.00 元/小时；发行人承担的同岗位工人的用工成本 18.14-22.18 元/小时，两者不存在重大差异。

发行人合作的部分劳务派遣单位存在未替部分被派遣人员缴纳社会保险的情形，但被派遣劳动者的社会保险缴纳义务主体为劳务派遣单位。根据《劳务派遣暂行规定》第八条的规定，劳务派遣单位应当按照国家规定和劳务派遣协议约定，依法为被派遣劳动者缴纳社会保险费，并办理社会保险相关手续。

此外，发行人与劳务派遣单位签署的劳务派遣相关合同中已明确约定，被派遣人员的社会保险费由劳务派遣单位负责缴纳，对被派遣人员承担用人单位全部责任，因劳务派遣单位违法用工行为导致的责任，与发行人无关。

根据 2020 年 1 月 16 日、2020 年 7 月 24 日临安区人力资源和社会保障局及 2020 年 8 月 20 日临安区医疗保障管理服务中心出具的《证明》，发行人及可艾公司已按法律法规规定办理了社会保险等，并足额缴纳各类社会保险费，不存在欠缴、漏缴社会保险的情形，不存在补缴社会保险费的风险。”

（二）发行人与东明文生及相关劳务派遣人员是否存在纠纷或潜在纠纷。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、员工和社会保障情况”之“（五）劳务派遣用工情况”中补充披露如下：

“截至本招股说明书签署日，发行人与东明文生及相关劳务派遣人员不存在纠纷或潜在纠纷。”

（三）发行人是否存在受到有关主管部门处罚可能。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、员工和社会保障情况”之“（五）劳务派遣用工情况”中补充披露如下：

“2019 年 10 月至 2020 年 1 月，可艾公司曾短暂接受未取得劳务派遣资质的东明文生提供劳务派遣服务，人数不超过 10 人，主要工作内容为产品包装。

根据《中华人民共和国劳动合同法》第九十二条规定，“违反本法规定，未经许可，擅自经营劳务派遣业务的，由劳动行政部门责令停止违法行为，没收违法所得，并处违法所得一倍以上五倍以下的罚款；没有违法所得的，可以处五万元以下的罚款。”发行人报告期内与未取得劳务派遣资质单位合作，相关法律责任的承担主体为劳务派遣单位。经咨询杭州市人力资源与社会保障局，发行人不会仅因与无劳务派遣资质主体合作受到行政处罚。

根据 2020 年 1 月 16 日临安区人力资源和社会保障局出具的《证明》及 2020 年 7 月 28 日临安区劳动保障检查大队出具的《证明》，报告期内，未发现可艾公司与劳动和社会保障有关的行政处罚记录。截至本招股说明书签署日，发行人不存在因劳务派遣相关事项受到行政处罚的记录。经咨询杭州市人力资源与社会保障局，发行人不会仅因与无劳务派遣资质主体合作受到行政处罚。”

三、临安佳容目前的经营情况，逐渐不再开展业务的原因，是否涉及违反住房公积金相关法律、法规的行政处罚记录

（一）临安佳容目前的经营情况

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”之“（一）发行人的控股子公司简要情况”之“1、控股子公司的基本情况”之“（3）临安佳容卫生用品有限公司”中补充披露如下：

“临安佳容 2019 年、2020 年 1-6 月的主要财务数据情况如下：

项目（元）	2020.06.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年度
资产总额	119,449.14	121,393.18
负债总额	59,450.05	62,433.80
营业收入	-	366,655.98
利润总额	1,039.71	241,228.21

自 2019 年起，临安佳容已逐步不再开展业务。”

（二）逐渐不再开展业务的原因，是否涉及违反住房公积金相关法律、法规的行政处罚记录。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”之“（一）发行人的控股子公司简要情况”之“1、控股子公司的基本情况”之“（3）临安佳容卫生用品有限公司”中补充披露如下：

“临安佳容原名临安佳容仓储有限公司，最初成立的目的主要是为了从事仓储业务经营，但并未规模开展。后与天津露乐合资成立德莱适（临安佳容持股 35%）。2017 年 12 月德莱适注销，2019 年开始临安佳容逐渐不再开展业务。”

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、员工和社会保障情况”之“（六）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”中补充披露如下：

“2020 年 8 月 7 日,杭州住房公积金管理中心临安分中心出具《缴存证明》,证明临安佳容卫生用品有限公司在杭州住房公积金管理中心临安分中心无处罚记录。临安佳容不存在因违反住房公积金相关法律、法规而受到行政处罚的记录情况。”

四、测算如按规定为相关员工缴纳社保和公积金，对发行人经营业绩的影响

发行人按照国家法律法规及当地政策的缴纳社会保险及住房公积金。报告期内，发行人存在部分员工因已缴纳新农合、新农保而主动放弃缴纳社会保险的情形，存在部分员工自愿放弃缴纳住房公积金的情形。如发行人为上述员工补缴社会保险和住房公积金，对报告期净利润影响情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
需补缴社会保险（万元）	3.42	66.19	122.70	190.54
需补缴住房公积金（万元）	8.50	35.32	67.60	103.42
需补缴社会保险和住房公积金合计（万元）	11.92	101.51	190.29	293.96
当期净利润（万元）	13,511.51	9,348.21	6,169.05	4,788.43

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
占当期净利润的比例	0.09%	1.09%	3.08%	6.14%

如上表所述，发行人社会保险和住房公积金测算缺口占发行人当期净利润的比例不大，且报告期内呈持续降低态势，对发行人经营业绩影响较小，对发行人本次发行上市不构成重大影响。

实际控制人金利伟、鲍佳作出如下承诺：如发行人及其下属子公司所在地有关社保主管部门及住房公积金主管部门要求发行人及其下属子公司对其首次公开发行股票之前任何期间内应缴的员工社会保险费用（基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等五种基本保险）及住房公积金进行补缴，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险、住房公积金的合法权利要求，或发行人及其下属子公司被要求支付滞纳金并因此受到处罚的，本人将按相关部门核定的金额无偿代发行人及其下属子公司补缴，并承担相关罚款、滞纳金等费用，发行人及其下属子公司无需支付上述任何费用。

五、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、取得并核查发行人 2018 年度、2019 年度的劳务派遣名单（按月列示），取得并核查发行人 2017 年度、2018 年度、2019 年度以及 2020 年 1-6 月正式员工名单，核查劳务派遣人数、同岗位员工工资等；

2、取得并核查发行人与劳务派遣单位签署的相关劳务派遣协议，劳务派遣单位的《劳务派遣资质证书》；

3、对劳务派遣单位进行，了解其与公司合作状况、是否存在纠纷、社会保险及公积金缴纳情况等；对东明文生进行访谈，了解其与发行人是否存在纠纷或潜在纠纷等；

4、取得并核查公司实际控制人金利伟、鲍佳的银行流水，取得并核查公司董事、监事、高级管理人员以及财务人员的银行流水；

5、取得临安区人力资源和社会保障局出具的关于公积金缴纳的《证明》并咨询杭州市人力与社会保障局。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、尽管公司 2018 年度正式员工数量较 2017 年度出现下降，但考虑到公司 2018 年度启用了劳务派遣用工形式，汇总统计公司 2018 年度正式员工及劳务派遣人数，2018 年年度较 2017 年年度的生产用工人员数仍有上升、与公司 2018 年产量较 2017 年产量的变化趋势基本一致。不存在关联方为发行人代垫成本、承担费用或利益输送的情形。

2、可艾公司报告期内与未取得劳务派遣资质的东明文生合作的相关责任承担主体为劳务派遣单位，且已终止与东明文生合作，可艾公司不存在受到有关主管部门的处罚的风险，不构成本次上市发行的实质障碍。

3、自 2019 年起，临安佳容已逐步不在开展业务。临安佳容不存在因违反住房公积金相关法律、法规而受到行政处罚的记录情况。

4、报告期内发行人存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的瑕疵，但对发行人经营业绩影响较小，且发行人不存在因违反劳动、社会保障、住房公积金管理相关法律、法规而受到行政处罚的情形，发行人实际控制人已经做出承诺，前述瑕疵不构成本次发行上市的实质性法律障碍。

问题 8. 关于诉讼纠纷

根据申报材料，发行人与山西尧舜禹、中合动能（海南）、上海中科衡通生物医学有限公司存在熔喷布买卖合同纠纷，与迎阳无纺机械存在熔喷布生产线合同纠纷。

请发行人披露发行人是否具备稳定的熔喷布采购渠道，是否已向其他方采购熔喷布生产线，是否具备熔喷布生产能力，上述合同纠纷解决情况，发行人在医用口罩领域的市场开拓情况。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、请发行人披露发行人是否具备稳定的熔喷布采购渠道

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”之“1、已发生重大诉讼和仲裁事项”中补充披露如下：

“熔喷布材料不属于发行人生产成人失禁用品、婴儿护理用品及宠物卫生用品的主要原材料，其在上述产品的生产过程中需求量较小。2020 年上半年疫情发生后，发行人投产口罩产品，对熔喷布材料的需求上升，但一方面 3-5 月间由于大量熔喷布工厂未复工以及工厂转产需要一定时间，另一方面由于 3-5 月国内口罩产量大幅上升导致熔喷布采购需求大幅上升，因此市场上熔喷布的供应较为紧缺，但在 2020 年 6 月份疫情逐步稳定后，市场上熔喷布材料的供应相对充足。截至本招股说明书签署日，发行人已经与江苏盛纺纳米材料股份有限公司、上海精发实业有限责任公司等熔喷布供应商建立了良好的合作基础，发行人已经具备稳定的熔喷布采购渠道。”

二、是否已向其他方采购熔喷布生产线，是否具备熔喷布生产能力

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”之“1、已发生重大诉讼和仲裁事项”中补充披露如下：

“发行人除已向迎阳无纺机械购入熔喷布生产线，未向其他方采购熔喷布生产线；目前公司未进行熔喷布生产活动，熔喷布市场供应充足，不存在因熔喷布无法供给而对发行人生产经营产生重大不利影响的情形。”

三、与山西尧舜禹、中合动能（海南）、上海中科衡通生物医学有限公司存在熔喷布买卖合同纠纷，与迎阳无纺机械存在熔喷布生产线合同纠纷解决情况

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”中对截至 2020 年 6 月 29 日发

行人与西尧舜禹、中合动能（海南）、上海中科衡通生物医学有限公司、迎阳无纺机械的相关诉讼进行了披露。

发行人在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”对截至本回复签署日的上述重大诉讼补充披露如下：

“

（2）发行人与山西尧舜禹熔喷布买卖合同纠纷

可靠护理与山西尧舜禹约定：可靠护理以 375 万元从山西尧舜禹购买 5 吨熔喷布，可靠护理已付款 375 万，但山西尧舜禹未按约定提供货物，双方协商一致确定解除约定并退还全部货款；截至可靠护理起诉之日，山西尧舜禹仍有 109.9884 万元货款未退还。

……

山西省太原市晋源区人民法院已作出《民事裁定书》（（2020）晋 0110 民初 837 号），裁定查封、冻结山西尧舜禹、杨素平银行存款 109.9884 万元或相应价值的其他财产。发行人现已收到山西省太原市晋源区人民法院作出的《保全期限通知书》（编号：（2020）晋 0110 执保 79 号）。根据该《保全期限通知书》，目前法院已经采取如下保全措施：

措施	期限届满日期
冻结杨素平招商银行账户，余额 2,390.81 元	2021.06.28
冻结杨素平工商银行账户，余额 1,360.52 元	2021.06.28
冻结杨素平中国银行账户，余额 7,172.94 元	2021.06.29
冻结杨素平中国农业银行账户，余额 1,884.72 元	2021.06.29
冻结杨素平上海浦东发展银行账户，余额 10,004.53 元	2021.06.28
冻结山西尧舜禹中国农业银行，余额 5,067.97 元	2021.06.29

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

（3）发行人与中合动能（海南）熔喷布买卖合同纠纷

2020 年 4 月，发行人向中合动能（海南）采购熔喷布，并支付了 500 万元货款，但中合动能（海南）未按约定提供货物，发行人要求其退还其已经支付

的货款 500 万元。

2020 年 7 月 8 日，陵水黎族自治县人民法院作出《民事裁定书》（（2020）琼 9028 财保 53 号），裁定冻结中合动能（海南）中国银行账户存款 500 万元，冻结期限为 1 年，从冻结之日起算。

2020 年 7 月 17 日，陵水黎族自治县人民法院受理了该案件，案号为（2020）琼 9028 民初 877 号。

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

（4）发行人与上海中科衡通熔喷布买卖合同纠纷

发行人于 2020 年 4 月向上海中科生物、上海中科衡通（两者系关联公司：张斌持股上海中科生物 40%，且任董事兼总经理；张斌持股上海中科衡通 85%）购买熔喷布，通过上海诗敏文化传播有限公司向上海中科生物支付货款 378.64 万元；款项支付后，上海中科生物、上海中科衡通未能提供货物；经发行人与张斌确认核实，应当退还总金额为 375 万元。

2020 年 8 月 7 日，发行人向上海市金山区人民法院提起诉讼，主张截至起诉之日，尚有 160 万元款项上海中科生物、上海中科衡通未归还；请求判令上海中科生物、上海中科衡通退还发行人货款 160 万元，并向发行人支付逾期利息损失 22,310 元；判令上海中科生物、上海中科衡通支付诉讼保全责任保险费 1,600 元并承担诉讼费用。

2020 年 8 月 24 日，上海市金山区人民法院受理了上述案件，案号为（2020）沪 0116 民初 12630 号。

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

（5）发行人与迎阳无纺机械熔喷布设备买卖合同纠纷

2020 年 7 月 9 日，发行人就其中 1 条熔喷布生产线纠纷向苏州市中级人民法院提起诉讼，请求判令解除合同编号为 H/200501 购销合同、返还价款及赔偿损失合计 6,831.2 万元、承担诉讼费。

2020 年 7 月 9 日，发行人就另 1 条熔喷布生产线纠纷向苏州市中级人民法院提起诉讼，请求判令解除合同编号为 H/200506 购销合同、返还价款及赔偿损

失合计 6,347.2 万元、承担诉讼费。

2020 年 8 月 3 日,苏州市中级人民法院受理了上述案件,案号分别为(2020)苏 05 民初 951 号、(2020)苏 05 民初 955 号。

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

发行人的生产经营并未因上述纠纷受重大影响；即使公司后续主张未能通过诉讼等法律途径得以实现：(1)与山西尧舜禹熔喷布买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 109.9884 万元；(2)与中合动能(海南)熔喷布买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 500 万元；(3)与上海中科衡通熔喷布买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 160 万元；(4)与迎阳无纺机械熔喷布设备买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 4,500 万元；目前熔喷布市场情况供应充足，公司可以通过二级市场采购等途径保障熔喷布供应，公司生产经营能力并不会因此受到重大影响。

针对上述纠纷，发行人已对山西尧舜禹、上海中科衡通、中合动能(海南)的其他应收款进行了单独减值测试，并在本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“(二)流动资产构成及变化”之“6、其他应收款”之“(3)坏账准备分析”中进行了披露。发行人已对向迎阳无纺布采购的两条熔喷布设备计提了减值准备，并已在本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“(四)资产减值准备”中进行了披露。”

四、发行人在医用口罩领域的市场开拓情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“(一)主营业务及主要产品”之“1、主营业务”补充披露如下：

国内新冠疫情爆发后，防疫用品十分紧缺，全国各地生产厂家都供不应求。在浙江省政府、省经济和信息化厅的号召下，发行人第一时间启动口罩生产项目，并被纳入浙江省第一批省级重点防疫用品生产企业，及杭州市疫情防控工

作领导小组确定的市级扩产转产口罩计划企业，陆续投入大额资金，购置了口罩生产设备进行口罩生产，并取得了由浙江省药品监督管理局发放的《医疗器械生产许可证》（浙食药器械生产许 20201108 号）和《一次性医用口罩医疗器械注册证》（浙械注准 20202141074）、《医用外科口罩医疗器械注册证》（浙械注准 20202141202）。

借助既有的成人失禁产品销售渠道，发行人通过国内电商平台、线下连锁药店、经销商等进行医用口罩的销售，同时作为政府指定的防疫用品生产企业，各级政府部门、事业单位、社会团体等主动向发行人进行采购。

随着国内新冠疫情逐渐好转，为提高口罩生产设备的利用效率，发行人利用自身在国际贸易方面的渠道优势，相继开发了国外的 ODM 和经销商客户。

2020 年 1-6 月，发行人口罩业务的销售情况如下表所示：

业务模式	渠道	客户数（个）	数量（万个）	金额（万元）
口罩 ODM 代工	ODM	1	4,143.20	7,821.35
自主品牌口罩销售	线下经销	26	2,682.61	5,424.33
	线上销售	不适用	507.55	1,240.03
	直营零售	132	513.67	815.30
口罩销售合计	-	-	7,847.03	15,301.01

五、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、取得发行人关于熔喷布采购渠道、熔喷布生产线购买情况以及熔喷布生产能力的相关说明；

2、对公司采购负责人进行访谈，了解目前熔喷布市场采购行情及公司采购渠道情况；

3、取得发行人诉讼相关资料，并走访杭州市人民法院、杭州市临安区人民法院、杭州市余杭区人民法院，了解公司截至目前的诉讼情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人具备稳定的熔喷布采购渠道，发行人目前未向其他方采购熔喷布生产线，发行人已具备熔喷布生产能力。发行人与山西尧舜禹、中合动能（海南）、上海中科衡通生物医学有限公司的熔喷布买卖合同纠纷以及与迎阳无纺机械的熔喷布生产线合同纠纷目前尚在审理过程中，上述纠纷不构成本次发行上市的实质性障碍。发行人已在招股说明书中补充披露了在医用口罩领域的市场开拓情况。

问题 9. 关于产品质量

根据申报材料，2018 年 5 月津市市食品药品工商质量监督管理局作出《关于杭州可靠护理用品股份有限公司发布违法广告一案的处罚决定》（津食药工质处字[2018]第 29 号），认定发行人在商品外包装上发布的产品广告宣传语违反了《广告法》第十一条第二款的规定，构成了发布违法广告的行为，责令可发行人立即改正上述违法行为，并处以 4 万元罚款。

请发行人：

（1）披露上述违法广告的具体内容，是否存在夸大宣传，发行人的其他广告宣传是否存在类似情形或者存在其他不正当竞争情形；发行人是否因广告宣传与客户、消费者产生产品质量纠纷或受到消费投诉；

（2）披露报告期内发行人是否因产品质量问题对消费者造成人身伤害，是否因此承担侵权赔偿责任，是否存在未披露的产品质量纠纷或潜在纠纷，是否因产品质量问题受到主管机关处罚或立案调查的情形，以及受到相关电商平台下架商品、限制广告等平台监管的情形；

（3）披露发行人与 ODM 客户、委外加工厂商之间的关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定，以及发行人控制产品质量的具体措施。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露相关违法广告的具体内容，是否存在夸大宣传，发行人的其他广告宣传是否存在类似情形或者存在其他不正当竞争情形；发行人是否因广告宣传与客户、消费者产生产品质量纠纷或受到消费投诉

（一）披露相关违法广告具体内容，是否存在夸大宣传，发行人的其他广告宣传是否存在类似情形或者存在其他不正当竞争情形

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内存在违法违规行为及受到处罚情况”中补充披露如下：

“

根据津食药工质处字[2018]第29号行政处罚决定书，相关违法广告具体内容为：“COCO 可靠”牌成人纸尿裤产品（生产批号：L170620，有效期至 2020年6月19日）的包装上标注“世界电商销售NO.1”及“世界电商销售来源：经世界纪录认证审核，杭州可靠护理用品股份有限公司创下‘连续四年电子商务成人纸尿裤类目销售额最多’的世界纪录”。发行人于“连续四年电子商务成人纸尿裤类目销售额最多”的广告宣传语源于发行人根据世界纪录认证公司出具的《世界纪录认证》第三方认证数据的引用，虽然印证内容表明了出处，但没有明确表示有效期限（即2013-2016年），违反了《广告法》的有关规定。

发行人持有《世界纪录认证》证书，该证书载明，发行人2013年至2016年创下‘连续四年电子商务成人纸尿裤类目销售额最多’的世界纪录属实，不存在夸大的情形。

本次行政处罚后，发行人就上述违法行为完成整改，进一步强调广告宣传内部控制的工作原则、审核规则等，通过不定期组织学习培训提升广告审核人员的专业能力，建立了公司法务部门与外部法律顾问共同审核的工作机制。

截至本招股说明书签署日，发行人的广告宣传不存在夸大宣传，发行人的其他广告宣传不存在类似情形，不存在其他不正当竞争情形。”

（二）发行人是否因广告宣传与客户、消费者产生产品质量纠纷或受到消费投诉

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、

主要产品情况”之“（八）产品质量情况”中补充披露如下：

“

2、报告期内发行人因广告宣传与客户、消费者产生产品质量纠纷或受到消费投诉情况

报告期内，发行人不存在发行人因广告宣传与客户、消费者产生重大产品质量纠纷的情形。

报告期内，发行人及其控股子公司临安佳容因广告宣传受到消费投诉共计26起，其中可靠护理25起，临安佳容1起；处理结果为：调查后未发现违法行为不予立案21起，调解后撤诉2起，不予行政处罚2起，销案1起。报告期内，可靠福祉因广告宣传受到消费投诉共计19起，因产品包装受到消费投诉1起；处理结果为：余杭区市场监督管理局均按法定程序处理完毕；上述投诉未导致可靠福祉被处以行政处罚或与消费者发生重大诉讼。

报告期内，发行人不存在发行人因广告宣传与客户、消费者产生重大产品质量纠纷的情形;除津食药工质处字[2018]第29号行政处罚决定书相关处罚外，发行人未因消费者投诉受到行政处罚或与消费者发生重大诉讼，相关投诉不会对发行人生产经营和财务状况产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。”

二、披露报告期内发行人是否因产品质量问题对消费者造成人身伤害，是否因此承担侵权赔偿责任，是否存在未披露的产品质量纠纷或潜在纠纷，是否因产品质量问题受到主管机关处罚或立案调查的情形，以及受到相关电商平台下架商品、限制广告等平台监管的情形

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内存在违法违规行为及受到处罚情况”中补充披露如下：

“

报告期内，发行人不存在因产品质量问题对消费者造成严重人身伤害的情形，不存在因此承担重大侵权赔偿责任的情形，不存在未披露的重大产品质量

纠纷或潜在纠纷，

根据临安区市场监督管理局及余杭区市场监督管理局出具的无违规证明文件，发行人不存在因产品质量问题受到主管机关处罚或立案调查的情形。

报告期内发行人不存在受到下架商品、限制广告的平台监管的情形。”

三、披露发行人与 ODM 客户、委外加工厂商之间的关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定以及发行人控制产品质量的具体措施

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（八）产品质量情况”中补充披露如下：

“

1、发行人与 ODM 客户、委外加工厂商之间的关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定以及发行人控制产品质量的具体措施

发行人与主要 ODM 客户（报告期内各期前五大 ODM 厂商）关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定已申请豁免披露。

发行人与委外加工厂商关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定已申请豁免披露。

发行人控制产品质量的具体措施如下：

（一）建立品质管理部门

公司设立了品质管理部，设有生产线在线检验、车间巡检、实验室主管、品质管理主管、品质管理经理、品质管理总监等岗位，配备相关人员，对发行人经营活动中各环节进行质量管理。

（二）建立并严格执行相关的产品质量控制制度

公司制定了《供应商管理规程》，规定了供应商的开发与准入、审核、考核、退出等多方面内容。

公司制定了《原材料进料检验流程》，品质管理部门负责进料原材料品质检测，做好相应检验状态标识，负责启动进料不合格品的反馈和处理流程。

公司制定了《制程管控流程》《制程不合格品管控流程》，就产品制程进行管控，制造部负责产品制程及产品自检，制程现场的维护，对不合格品进行返工、拦截、隔离、挑选；品质管理部门负责产品制程中的抽查复审、制程现场的监督，协助产品异常情形分析改善。

公司制定了《异常质量问题处理流程》《客诉流程》，品质管理部门负责对异常质量问题召集分析会议，查明原因并对措施的有效性进行跟踪验证；采购部、制造部、设备部、技术部、仓储部、计划部、销售部参与分析会，协商产品处置与制定改善措施和实施计划；制造部、品质管理部、技术部、采购部等相关部门按照纠正预防措施处理顾客合理的抱怨。

发行人取得了《管理体系认证证书》（编号：207117-2016-AQ-RGC-RvA），发行人卫生用品（纸尿裤、纸尿片、纸尿垫（护理垫）、卫生护垫）的涉及与生产相关质量管理体系符合 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 标准。

发行人在生产经营过程中严格执行上述产品质量控制制度。”

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、取得并核查津市市食品药品工商质量监督管理局作出的津食药工质处字[2018]第 29 号行政处罚决定书；并取得公司关于该次处罚的相关整改说明；

2、取得发行人关于报告期内与客户、消费者产生产品质量纠纷或受到消费投诉的说明；

3、对临安区市场监督管理局进行走访、并取得临安区市场监督管理局及余杭区市场监督管理局出具的相关投诉清单；

4、取得发行人关于产品质量问题的相关说明；取得并核查发行人报告期内受到下架商品、限制广告的平台监管清单；核查中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询平台、浙江法院网、杭州互联网法院系统、走访临安区人民法院及余杭区人民法院等；

5、取得并核查发行人与主要 ODM 客户、委外加工商签署的相关协议，对发行人主要 ODM 客户、委外加工商进行访谈；取得发行人关于产品质量控制的相关规定。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、2013 年至 2016 年创下‘连续四年电子商务成人纸尿裤类目销售额最多’的世界纪录属实，不存在夸大情形；发行人的其他广告宣传不存在类似情形，不存在其他不正当竞争情形。报告期内，发行人不存在发行人因广告宣传与客户、消费者产生重大产品质量纠纷的情形；除津食药工质处字[2018]第 29 号行政处罚决定书相关处罚外，发行人未因消费者投诉受到行政处罚或与消费者发生重大诉讼，不会对发行人生产经营和财务状况产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

2、报告期内，发行人不存在因产品质量问题对消费者造成严重人身伤害的情形，不存在因此承担重大侵权赔偿责任的情形，不存在未披露的重大产品质量纠纷或潜在纠纷；不存在因产品质量问题受到主管机关处罚或立案调查的情形；不存在受到下架商品、限制广告的平台监管的情形。

3、发行人已在招股说明书中披露了与主要 ODM 客户、委外加工厂商之间的关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定；发行人已建立了产品质量控制相关的具体措施，并已在招股说明书中进行了披露。

问题 10. 关于主营业务收入

报告期内，发行人主营业务收入分别为 78,126.15 万元、88,977.09 万元和 115,709.00 万元，2018 年和 2019 年收入增幅分别为 13.89%和 30.04%，公司业务主要包括 ODM 业务和自主品牌业务。报告期各期公司第四季度收入贡献较高，主要受各电商平台“双 11”、“双 12”等促销活动的影响。

请发行人：

（1）结合产量、销量、单价等，定量分析报告期各产品营业收入增长的主要原因，结合同行业可比公司情况、市场规模变化、ODM 客户最终销售情况等因素披露收入大幅增长的原因和合理性，收入快速增长的可持续性；

（2）分业务、分渠道披露公司收入确认政策、收入确认时点是否和同行业可比公司存在重大差异，是否符合《企业会计准则》的规定；线上分销业务中涉及的产品购销是否均为买断式销售，各类收入确认原则下收入金额及占比；

（3）结合 ODM 业务和自主品牌业务占比、定价策略、产品结构等，披露主要产品平均销售单价逐年略有上升的原因，是否与同行业可比公司或市场公开价格存在重大差异；

（4）补充披露各类业务月度销售数据，说明销售是否具有季节性、是否符合行业特征；说明各期收入截止性测试情况，是否存在跨期确认收入的情形。对比同行业可比公司情况，披露公司第四季度收入贡献较高的合理性，是否存在期末突击确认收入的情况；

（5）披露报告期采取的各类促销措施（包括但不限于积分、会员、赠送、返点、返利、折扣等）、相关金额、会计处理情况及是否符合《企业会计准则》的规定；

（6）披露报告期各期发生的退换货的金额、相关的会计处理，是否计提预计负债，是否符合《企业会计准则》的规定；

（7）披露发行人境外运输费、海关数据及出口退税金额与同期产品境外销售情况是否具有合理的匹配关系；

（8）披露新冠疫情对发行人出口业务、进口原材料采购、物流等方面的影响，是否影响发行人持续经营能力。

请保荐人、申报会计师说明客户走访及函证的比例、回函率情况，保荐人说明对境外销售是否实现最终销售的主要核查程序及核查结论，并对上述事项发表明确意见。

答复：

一、结合产量、销量、单价等，定量分析报告期各产品营业收入增长的主要原因，结合同行业可比公司情况、市场规模变化、ODM 客户最终销售情况等因素披露收入大幅增长的原因和合理性，收入快速增长的可持续性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“5、收入增长的原因及可持续性分析”中补充披露如下：

“（1）收入增长的主要原因

报告期内各期，公司主营业务收入分别为 78,126.15 万元、88,977.09 万元、115,709.00 万元和 79,320.89 万元，保持持续增长，其中主要系成人失禁用品和婴儿护理产品业务的增长。

1）成人失禁用品

报告期内，发行人成人失禁用品的产量、销量、收入及单价情况如下表所示：

项目	成人失禁用品			
	收入（万元）	产量（万片）	销量（万片）	单价（元/片）
2020 年 1-6 月	20,539.38	16,128.51	16,110.19	1.27
2019 年度	36,976.28	30,859.17	30,140.19	1.23
2018 年度	27,088.07	23,710.84	23,175.08	1.17
2017 年度	19,510.62	18,549.97	17,592.92	1.11

如上表所示，报告期内各期，发行人成人失禁用品销售收入分别为 19,510.62 万元、27,088.07 万元、36,976.28 万元和 20,539.38 万元，实现了较快增长，其中 2018 年、2019 年增幅分别达到了 38.84%和 36.50%，主要原因系：

①电商业务迅猛发展，成人失禁用品销量持续增长

报告期内，成人失禁用品行业规模迅速增长，年均复合增长率达到 17.27%，行业整体增长较快；发行人同行业可比公司豪悦股份 2017 年至 2019 年成人失禁用品的销售分别为 16,604.10 万元、21,348.60 万元和 23,029.34 万元，增长迅速。

在行业整体增长较快的背景之下，发行人抓住新型互联网渠道崛起的战略契机，通过引进优秀电商运营团队、加大信息化硬件建设等方式着力发展线上业务，使得电商超市、自营店铺等线上渠道成为公司成人失禁用品销售增长的新引擎。受益于线上销售渠道销量的迅速增长，公司成人失禁用品销量大幅增加，由2017年的17,592.92万片增长至2019年的30,140.19万片。

②电商销售渡过推广期，单价逐步回升

2017年公司线上渠道推广初期，为店铺引流，公司促销折扣力度较大，导致销售单价较低,2018年、2019年公司成人失禁用品的平均销售单价逐步恢复，报告期内各期,发行人成人失禁用品的平均销售单价分别为 1.11 元/片、1.17元/片、1.23元/片和1.27元/片，呈现逐年上升的趋势单价上升促进成人失禁用品销售额增长。

2）婴儿护理产品

报告期内，发行人婴儿护理用品的产量、销量、收入及单价情况如下表所示：

项目	婴儿护理用品			
	收入（万元）	产量（万片）	销量（万片）	单价（元/片）
2020年1-6月	39,704.29	54,460.64	55,407.35	0.72
2019年度	71,282.38	110,031.54	108,103.44	0.66
2018年度	53,611.31	81,990.46	82,065.02	0.65
2017年度	51,507.08	80,923.23	82,076.77	0.63

如上表所示,报告期内发行人婴儿护理用品主营业务收入分别为51,507.08万元、53,611.31万元、71,282.38万元和39,704.29万元，呈逐年上升的趋势，主要原因如下：

①随着品牌客户业务扩张，发行人ODM业务销量不断增长

发行人婴儿护理用品主要系为国内外知名品牌商ODM代工，在客户选择上着重优选高潜力品牌客户，并利用自身丰富的行业经验、先进的工艺技术及稳定可靠的供应链保障能力，助力品牌客户在激烈的市场竞争中不断成长壮大。报告期内，发行人主要ODM客户如杜迪公司、万邦健康等市场规模不断扩张，

新开拓客户如杭州沐歆等成长迅速，带动发行人自身婴儿护理用品 ODM 业务销量的不断增长。

②产品单价不断上升

ODM 业务产品销售平均单价受成本影响较大,报告期内公司主要原材料无纺布、高分子吸水树脂、木浆等采购价格有所上升，公司主要产品销售单价也随之上涨，报告期内，公司婴儿护理用品 ODM 业务产品平均单价分别为 0.63 元/片、0.65 元/片、0.66 元/片和 0.72 元/片，呈现逐年上升的趋势，使得发行人婴儿护理用品 ODM 业务销售金额持续上升。

（2）收入增长的可持续性分析

在 ODM 业务领域，发行人优选成长性较好的品牌客户，伴随客户实现共同成长；同时与客户通过专业分工的方式进行互利合作，构建了稳定的合作模式。在自主品牌领域，发行人所处的成人失禁用品行业尚处于成长期，发行人作为该行业内领先的品牌商，未来市场增长潜力巨大。

综上，发行人未来收入增长的可持续性较强。”

二、分业务、分渠道披露公司收入确认政策、收入确认时点是否和同行业可比公司存在重大差异，是否符合《企业会计准则》的规定；线上分销业务中涉及的产品购销是否均为买断式销售，各类收入确认原则下收入金额及占比

（一）公司的收入确认政策、收入确认时点

2017 年至 2019 年，发行人收入确认的具体方法如下：

1、 境内自有品牌销售业务的收入确认方法

（1） 线下销售模式：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收或对账后确认销售收入。

（2）线上销售业务的收入确认方法

1）自营电商平台：在公司根据订单发出商品，客户收到货物或者系统默认收货、公司收到货款时确认销售收入。

2）电商超市：公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入。

3）线上分销平台：其中供销平台，在终端消费者确认收货、公司收到电商平台交付的消费者货款时确认销售收入；其他线上分销平台客户，在公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入。

2、 境内 ODM 销售业务的收入确认方法

（1）到货确认的客户：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收时确认销售收入。

（2）自提客户：在公司已根据合同约定将产品交付给客户委托的物流公司时确认销售收入。

（3）委托存放的客户：在公司已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入。

3、境外销售业务的收入确认方法

公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量时确认销售收入。

上述内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、重要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和具体方法”之“2、2017 年度、2018 年度和 2019 年度”中披露。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、重要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和具体方法”之“1、2020 年 1-6 月”中补充披露如下：

2020 年发行人实行新收入准则后，收入确认的具体方法除新增境外销售业务模式下工厂交货（EXW）结算方式外，其余模式下的收入确认方法与 2017 年度、2018 年度、2019 年度保持一致。新增的 EXW 模式以在工厂或仓库将货物交付客户指定承运人，视为控制权的转移，确认销售收入。

（二）同行业可比公司的收入确认政策、收入确认时点

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、重要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和具体方法”中补充披露如下：

“4、同行业可比公司的收入确认具体时点及原则如下：

序号	公司名称	收入确认具体时点及原则
1	中顺洁柔	1、内销：公司销售商品时，在收货方收到商品时确认收入。 2、出口销售：根据合同条款，当产品运达指定的出运港口或地点，公司对出口货物完成报关及装船后，出口产品所有权上的风险和报酬已经转移，与销售产品相关的收入和成本能可靠计量，公司确认收入。
2	豪悦股份	1、国内 ODM 和线下销售：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，经客户签收且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量时确认收入。 2、国外 ODM：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量时确认收入。 3、线上自营：客户通过电商平台向公司下单，公司收到客户订单后发货，根据发货及交付客户的快递数据计算平均到货期为 3 天，公司在发货后 10 天确认收入。 4、线上非自营：公司与线上非自营客户签订合同，根据合同约定分为代销和买断销售。约定采取代理销售的，受托方将商品销售后，向公司开具代销清单。公司按代销清单确认收入；约定采取买断销售的，在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，经客户签收且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量时确认收入。
3	百亚股份	1、经销商渠道：公司主要根据与经销商签订的购销协议规定，货物经公司发出后，确认收入。 2、KA 渠道：商场超市根据购销协议的约定，定期向公司提供对账结算单，公司在收到商场超市对账结算单后确认收入。 3、电商渠道：消费者确认收货，公司收到电商平台交付的消费者货款时确认收入。 4、ODM 销售渠道：公司在将产品交付客户指定的承运人，或按照销售合同的规定运至约定交货地点由客户确认接收后，确认收入。

由上表可知，发行人线上自营电商店铺系在公司收到货款时确认销售收入，而豪悦股份系根据预估平均收货期，在发货后 10 天确认收入；两者相比，发行人收入确认政策相对更为谨慎。

发行人境内线下经销模式系客户签收后确认收入，而百亚股份经销商渠道系货物经公司发出后确认收入；两者相比，发行人收入确认政策相对更为谨慎。

除上述区别外，发行人的收入确认政策、收入确认时点与同行业可比公司不存在重大差异，且符合《企业会计准则》的相关规定。”

（三）线上分销业务中涉及的产品购销是否均为买断式销售，各类收入确认原则下收入金额及占比

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、重要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和具体方法”中补充披露如下：

“5、各类收入确认原则下收入金额及占比

单位:万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	主营业务收入	占主营业务收入比重	主营业务收入	占主营业务收入比重	主营业务收入	占主营业务收入比重	主营业务收入	占主营业务收入比重
境外销售—一般境外销售	34,838.95	43.92%	49,163.15	42.49%	42,971.30	48.29%	41,279.12	52.84%
境内 ODM-委托存放	9,542.29	12.03%	14,895.92	12.87%	11,396.81	12.81%	14,286.37	18.29%
自营电商平台-收款确认	7,933.86	10.00%	11,182.21	9.66%	7,853.23	8.83%	5,667.85	7.25%
境内 ODM-自提	6,572.31	8.29%	17,193.00	14.86%	9,465.81	10.64%	4,827.12	6.18%
电商超市-对账确认	5,482.90	6.91%	9,418.09	8.14%	6,764.85	7.60%	2,950.53	3.78%
境外销售—工厂交货(EXW)	5,373.66	6.77%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
线下-签收确认	3,881.35	4.89%	5,071.44	4.38%	5,421.27	6.09%	4,725.13	6.05%
境内 ODM-到货确认	2,910.68	3.67%	3,318.60	2.87%	15.31	0.02%	45.70	0.06%
线上分销-供销收款确认	1,944.25	2.45%	3,860.66	3.34%	3,410.50	3.83%	2,552.59	3.27%
线下-对账确认	603.69	0.76%	1,263.03	1.09%	1,579.18	1.77%	1,697.71	2.17%
线上分销-其他，对账确认	236.96	0.30%	342.90	0.30%	98.83	0.11%	94.03	0.12%
合计	79,320.89	100.00%	115,709.00	100.00%	88,977.09	100.00%	78,126.15	100.00%

”

三、结合 ODM 业务和自主品牌业务占比、定价策略、产品结构等，披露主要产品平均销售单价逐年略有上升的原因，是否与同行业可比公司或市场公开价格存在重大差异

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“6、产品销售单价情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司主要产品单价变动情况具体如下：

单位：元/片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
成人失禁用品	1.27	1.23	1.17	1.11
婴儿护理产品	0.72	0.66	0.65	0.63
宠物卫生用品	0.34	0.35	0.34	0.32
口罩	1.95	-	-	-

①婴儿护理用品和宠物卫生用品单价变动分析

报告期内，发行人婴儿护理用品和宠物卫生用品主要通过 ODM 代工销售，产品定价受原材料价格影响较大。2017 年至 2018 年，生产婴儿护理用品和宠物卫生用品的主要原材料如木浆、高分子、无纺布、复合芯体等采购单价均有一定程度的上涨，因此婴儿护理用品和宠物卫生用品定价上升。2019 年发行人婴儿护理用品销售单价上升的主要原因系产品结构发生改变，实现销售的婴儿护理用品中定价较高的婴儿拉拉裤的占比上升较快，导致婴儿护理用品整体平均销售单价上升。

②成人失禁用品单价变动分析

成人失禁用品主要通过自主品牌模式销售，其平均销售单价主要受公司营销和定价策略的影响。2017 年公司线上销售成人失禁用品处于推广初期，为店铺引流，公司促销折扣力度较大，导致成人失禁用品销售单价较低；2018 年、2019 年公司成人纸尿裤的平均销售单价逐步恢复。2020 年 1-6 月，公司成人纸尿裤平均销售单价有所上涨，主要原因为疫情期间主要原材料无纺布等有所上涨，公司调整折扣策略，给予下游客户的销售折让有所减少，导致销售单价有所上升。

③主要产品价格与同行业可比公司比较

报告期内发行人婴儿护理用品和宠物卫生用品主要系 ODM 产品，其定价主要根据品牌客户要求的用料、性能参数、工艺复杂度等决定，因此不同客户的产品之间不具有可比性。

2017 年至 2019 年，同行业可比公司成人纸尿裤的销售单价情况如下所示：

单位：元/片

项目	2019 年	2018 年	2017 年

豪悦股份	成人纸尿裤（含拉拉裤、尿片）	1.60	1.57	1.43
百亚股份	成人失禁用品（自主品牌）	1.56	1.50	1.50
发行人	成人失禁用品	1.23	1.17	1.11

注：截至本招股说明书签署日，豪悦股份和百亚股份尚未更新 2020 年 1-6 月数据

如上表所示,2017 年至 2019 年发行人成人失禁用品平均销售单价略低于豪悦股份和百亚股份，主要原因系：①成人失禁用品包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人尿片以及护理垫等，其中成人纸尿裤、成人拉拉裤售价相对较高，成人尿片和护理垫售价较低，发行人在成人失禁用品自主品牌领域产品种类较为丰富，尿片和护理垫相对可比公司占比更高，因此单价较低；②发行人成人纸尿裤产品线较为丰富，分为“可靠”、“吸收宝”以及“安护士”三个系列，其中“可靠”主打高端，“吸收宝”主打中端，“安护士”主打低端，高中低的搭配导致发行人成人失禁用品的平均销售价格相对较低。”

四、补充披露各类业务月度销售数据，说明销售是否具有季节性、是否符合行业特征；说明各期收入截止性测试情况，是否存在跨期确认收入的情形。对比同行业可比公司情况，披露公司第四季度收入贡献较高的合理性，是否存在期末突击确认收入的情况

（一）补充披露各类业务月度销售数据，说明销售是否具有季节性、是否符合行业特征

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“3、主营业务收入的季节性分析”中补充披露如下：

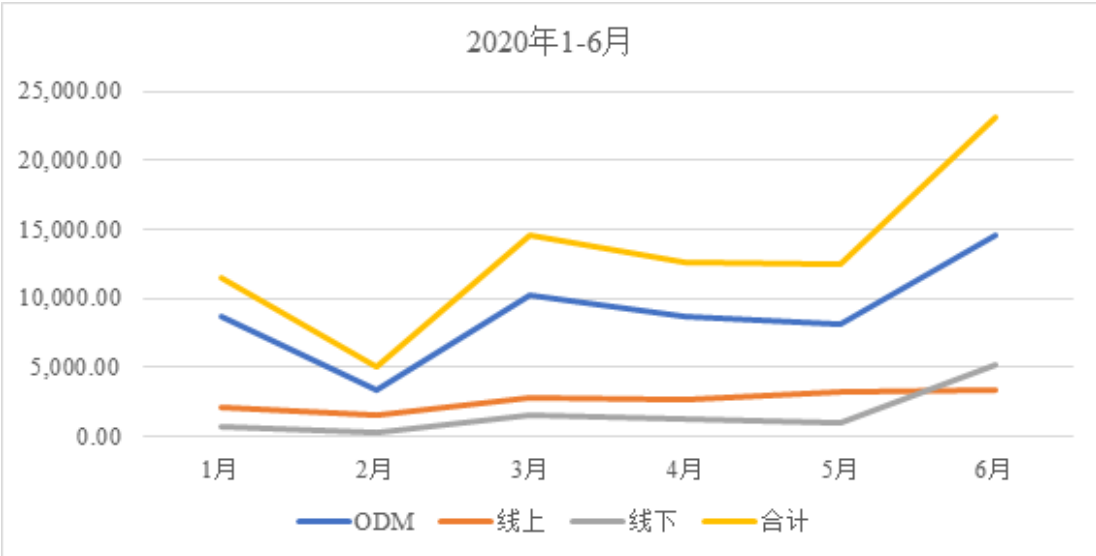
“报告期各期，公司各类业务月度销售数据及占比如下：

1）2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	8,724.37	16.25%	2,057.22	13.19%	760.94	7.58%	11,542.53	14.55%
2 月	3,308.92	6.16%	1,530.91	9.81%	238.51	2.38%	5,078.34	6.40%

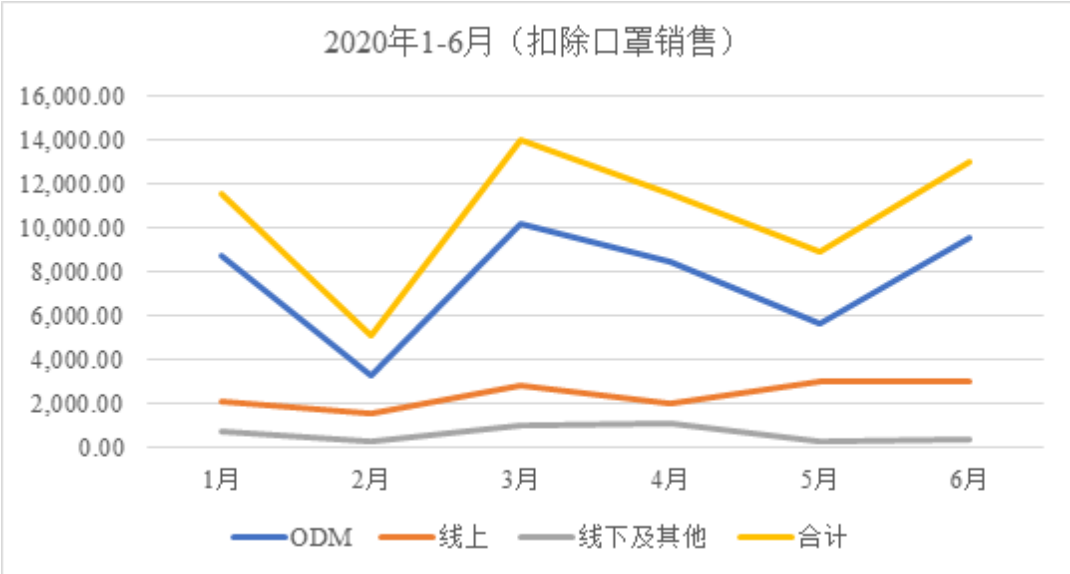
3 月	10,208.30	19.02%	2,828.36	18.13%	1,591.15	15.85%	14,627.81	18.44%
4 月	8,658.97	16.13%	2,631.28	16.87%	1,267.16	12.62%	12,557.42	15.83%
5 月	8,179.48	15.24%	3,225.20	20.68%	1,046.90	10.43%	12,451.57	15.70%
6 月	14,603.17	27.20%	3,326.13	21.32%	5,133.92	51.14%	23,063.22	29.08%
合计	53,683.21	100.00%	15,599.10	100.00%	10,038.58	100.00%	79,320.89	100.00%



2020 年疫情影响，公司响应政府号召扩增口罩业务，口罩销售受疫情影响，存在明显的时间性，扣除口罩销售影响后，公司 2020 年 1-6 月销售数据情况如下：

单位：万元

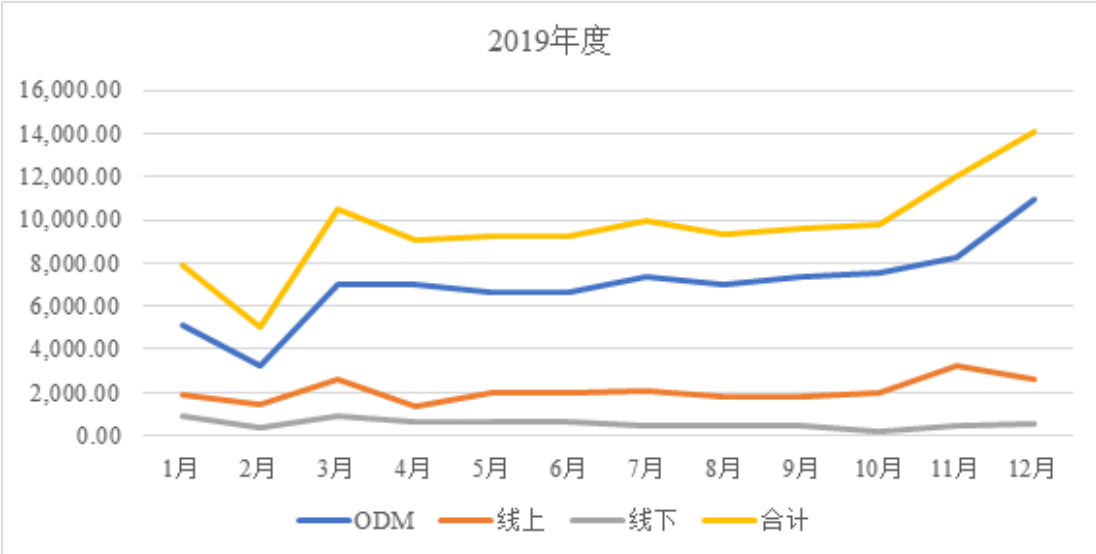
项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	8,724.37	19.02%	2,057.22	14.33%	760.94	20.03%	11,542.53	18.03%
2 月	3,308.92	7.21%	1,530.91	10.66%	238.51	6.28%	5,078.34	7.93%
3 月	10,208.30	22.26%	2,771.10	19.30%	1,003.06	26.40%	13,982.46	21.84%
4 月	8,432.50	18.39%	1,972.31	13.74%	1,095.74	28.84%	11,500.55	17.96%
5 月	5,625.80	12.27%	3,003.32	20.92%	307.94	8.11%	8,937.06	13.96%
6 月	9,561.97	20.85%	3,024.21	21.05%	392.76	10.34%	12,978.94	20.27%
合计	45,861.86	100.00%	14,359.07	100.00%	3,798.95	100.00%	64,019.88	100.00%



2）2019 年度

单位：万元

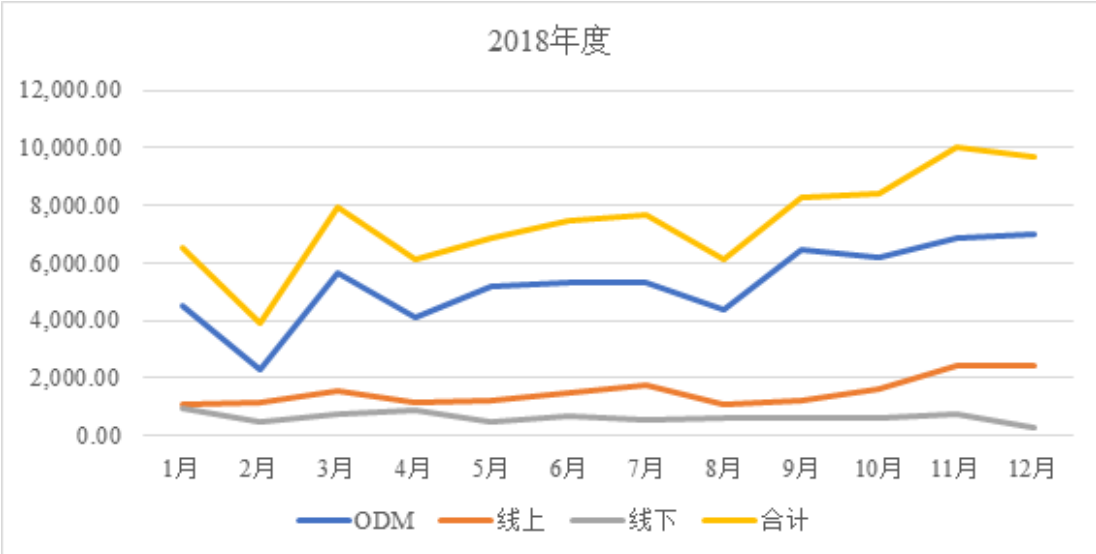
项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	5,075.84	6.03%	1,898.87	7.66%	893.62	13.20%	7,868.33	6.80%
2 月	3,257.79	3.87%	1,427.79	5.76%	384.21	5.68%	5,069.79	4.38%
3 月	6,972.16	8.29%	2,634.44	10.62%	911.48	13.46%	10,518.08	9.09%
4 月	7,031.98	8.36%	1,367.02	5.51%	678.21	10.02%	9,077.21	7.84%
5 月	6,640.05	7.89%	1,957.95	7.89%	618.39	9.13%	9,216.39	7.97%
6 月	6,656.93	7.91%	1,965.00	7.92%	594.63	8.78%	9,216.56	7.97%
7 月	7,374.70	8.77%	2,075.95	8.37%	480.99	7.10%	9,931.64	8.58%
8 月	7,026.41	8.35%	1,788.14	7.21%	491.89	7.27%	9,306.44	8.04%
9 月	7,352.22	8.74%	1,815.49	7.32%	474.65	7.01%	9,642.36	8.33%
10 月	7,517.91	8.94%	2,022.45	8.15%	206.25	3.05%	9,746.61	8.42%
11 月	8,284.64	9.85%	3,265.43	13.17%	471.24	6.96%	12,021.31	10.39%
12 月	10,944.34	13.00%	2,585.33	10.42%	564.61	8.34%	14,094.28	12.19%
合计	84,134.97	100.00%	24,803.86	100.00%	6,770.17	100.00%	115,709.00	100.00%



3）2018 年度

单位：万元

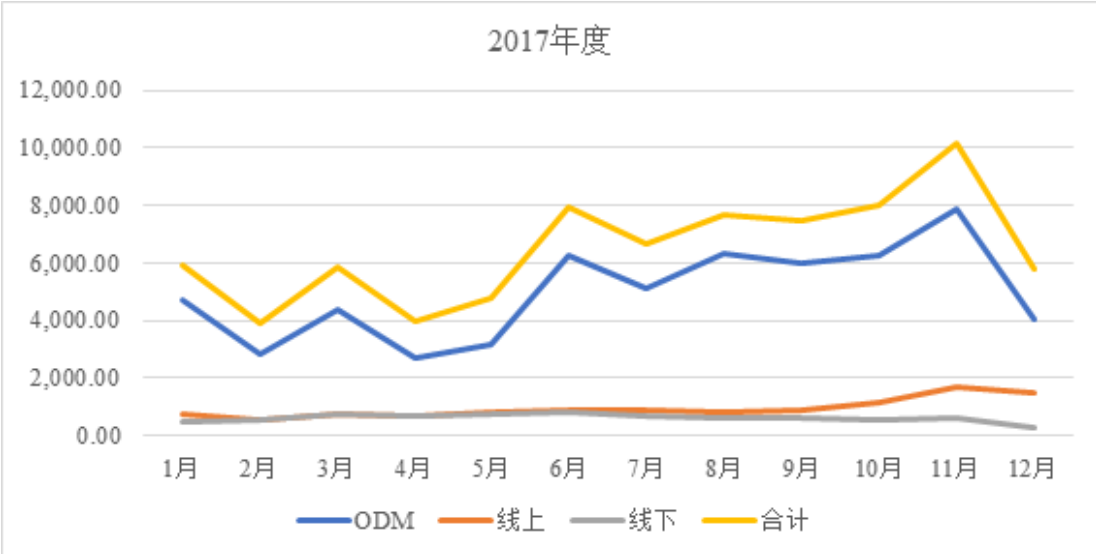
月度	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	4,535.51	7.16%	1,073.03	5.92%	940.94	12.49%	6,549.48	7.36%
2 月	2,290.42	3.62%	1,159.50	6.40%	471.64	6.26%	3,921.56	4.41%
3 月	5,669.12	8.95%	1,530.34	8.44%	711.44	9.44%	7,910.89	8.89%
4 月	4,099.08	6.47%	1,144.85	6.32%	854.42	11.34%	6,098.35	6.85%
5 月	5,186.09	8.19%	1,238.05	6.83%	454.00	6.03%	6,878.14	7.73%
6 月	5,305.63	8.38%	1,491.10	8.23%	646.83	8.59%	7,443.56	8.37%
7 月	5,313.89	8.39%	1,771.54	9.77%	556.20	7.38%	7,641.63	8.59%
8 月	4,399.93	6.95%	1,079.79	5.96%	619.97	8.23%	6,099.69	6.86%
9 月	6,457.11	10.20%	1,240.51	6.84%	601.72	7.99%	8,299.34	9.33%
10 月	6,168.33	9.74%	1,599.24	8.82%	621.15	8.25%	8,388.72	9.43%
11 月	6,878.23	10.86%	2,401.23	13.25%	748.01	9.93%	10,027.47	11.27%
12 月	7,013.72	11.09%	2,398.22	13.22%	306.31	4.07%	9,718.26	10.91%
合计	63,317.06	100.00%	18,127.41	100.00%	7,532.63	100.00%	88,977.09	100.00%



4）2017 年度

单位：万元

月度	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	4,706.41	7.90%	723.52	6.42%	469.74	6.44%	5,899.6	7.55%
2 月	2,855.73	4.79%	510.32	4.53%	530.87	7.28%	3,896.92	4.99%
3 月	4,357.26	7.32%	771.87	6.85%	728.08	9.98%	5,857.21	7.50%
4 月	2,664.03	4.47%	651.42	5.78%	680.87	9.33%	3,996.32	5.12%
5 月	3,190.88	5.36%	823.58	7.31%	769.00	10.54%	4,783.46	6.12%
6 月	6,228.22	10.46%	873.92	7.76%	806.01	11.05%	7,908.15	10.12%
7 月	5,117.86	8.59%	882.55	7.83%	680.32	9.32%	6,680.73	8.55%
8 月	6,320.04	10.61%	781.99	6.94%	580.58	7.96%	7,682.61	9.83%
9 月	5,977.22	10.03%	890.39	7.91%	596.89	8.18%	7,464.50	9.55%
10 月	6,278.56	10.54%	1,156.13	10.26%	574.57	7.88%	8,009.26	10.25%
11 月	7,840.95	13.16%	1,696.99	15.07%	595.65	8.16%	10,133.59	12.97%
12 月	4,027.85	6.77%	1,502.32	13.34%	283.56	3.88%	5,813.73	7.44%
合计	59,565.01	100.00%	11,265.00	100.00%	7,296.14	100.00%	78,126.15	100.00%



由上表可见，公司收入在月度之间存在波动，主要系受国内春节假期影响，报告各期公司 2 月份收入贡献相对较低。同时，由于线上模式中各电商平台“双 11”、“双 12”等促销活动以及海外圣诞节假期客户提前备货的影响，公司 2017 年至 2019 年第四季度收入贡献较高；2020 年二季度各月销售情况较前期明显增长，主要系受 2020 年疫情影响，公司响应政府号召扩增口罩业务所致。扣除口罩业务增长影响后，公司整体收入的季节性分布符合行业特征，不存在较大的季节性变化。”

（二）说明各期收入截止性测试情况，是否存在跨期确认收入的情形

针对发行人销售收入各期执行的截止性测试程序如下：

1、检查资产负债表日前后销售和发货情况，关注是否存在销售异常波动情况；

2、针对公司不同的销售模式并结合公司收入确认政策，分别执行了以下具体的截止性测试程序：

（1）境内自有品牌线下销售：选取资产负债表日前后 10 天的出库明细，对对应的销售订单、销售发票、物流单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

（2）境内自有品牌线上销售：选取主要线上自营店铺获取报告期所有线上交易流水及结算单，检查实际收款金额或结算金额，并与收入确认金额进行核

对；同时，结合 IT 技术，选取各资产负债表日最后 15 天的电商出库单，与支付宝等电商平台流水进行核对，找出各期末最后 15 天的电商出库单没有在当期收款且无退款的出库单对应的商品成本，并与账面保留的各店铺发出商品成本进行比对；

（3）境内 ODM 销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的销售订单、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

（4）境外销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的出库单、出口报关单、货运提单等信息进行双向核对；

3、检查各报告期后销售退回情况，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

4、结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证报告期内销售额；对主要客户实施访谈等核查程序。

经核查，发行人报告期内收入确认存在零星小额跨期，2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末收入跨期金额分别为 26.81 万元、0.76 万元、11.06 万元和 4.47 万元，均小于各期明显微小错报金额，不影响公司收入确认的准确性。

（三） 对比同行业可比公司情况，披露公司第四季度收入贡献较高的合理性，是否存在期末突击确认收入的情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“3、主营业务收入的季节性分析”中补充披露如下：

“同行业可比公司第四季度收入金额及占比情况如下：

单位：万元

公司名称	2019 年度第四季度		2018 年度第四季度		2017 年度第四季度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
中顺洁柔	181,503.46	27.36%	159,753.39	28.13%	128,621.58	27.73%
豪悦股份	55,380.78	28.84%	48,031.13	33.96%	21,281.31	28.33%
公司	35,862.17	30.99%	28,134.44	31.62%	23,956.58	30.66%

注:资料来源于可比公司的年度报告或招股说明书,百亚股份未披露分季度收入数据。

由上表可见，2017 年至 2019 年,同行业公司各年第四季度收入均略高于 25%，主要系电商平台“双 11”、“双 12”促销以及春节前提前备货导致。其中，发行人第四季度的收入略高于中顺洁柔和豪悦股份，主要原因系发行人线上销售较高，受“双 11”、“双 12”促销活动影响较大。

整体而言，发行人 2017 年至 2019 年第四季度的收入贡献处于合理区间，不存在期末突击确认收入的情况。”

五、披露报告期采取的各类促销措施（包括但不限于积分、会员、赠送、返点、返利、折扣等）、相关金额、会计处理情况及是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”中补充披露如下：

“5）促销措施情况

报告期各期，公司采取的各类促销措施类型说明及会计处理情况如下：

促销措施类型	促销措施内容说明	会计处理情况
平台使用及推广费	平台使用费主要是在电商平台上销售商品，按成交额一定比例收取的佣金等费用；推广费主要是公司参加平台营销活动、购买引流工具等的费用支出。	公司按照合同约定或实际参加活动情况按月计提，将相关支出计入销售费用，由电商平台向公司开具费用发票
商业折让	公司给予经销商、KA 客户、电商超市客户一定的促销返利政策，不定期根据公司的销售策略以抵货款或搭赠形式发放	公司按照销售合同约定或促销政策按月结算或计提，将相关支出冲减主营业务收入，在公司向客户开具销售发票时冲减应收账款
搭赠折扣		公司按照促销政策兑现货物搭赠，在搭赠出库时将相关支出计入主营业务成本
费用类补贴		公司按照销售合同约定或促销政策按月结算或计提，将相关支出计入销售费用，在客户向公司开具费用发票时冲减应收账款
进场费及陈列费	公司产品进驻当地 KA 卖场时，卖场加收的进场费及陈列费	公司直接承担的进场费及陈列费，由 KA 卖场向公司开具增值税发票，公司将相关支出计入销售费用；经

促销措施类型	促销措施内容说明	会计处理情况
		销商先行承担的进场费及陈列费，由经销商向公司开具服务业增值税发票，公司将相关支出计入销售费用；经销商无法开具发票的，公司在下张订单时以直接折让或搭赠方式给予补偿
其他促销费	公司电商平台的运费险、赠品的包装费和理货费等费用	公司按照实际承担和支付的金额，将相关支出计入销售费用

报告期内各类促销措施相关金额统计如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平台使用及推广费	1,659.68	2,827.83	1,776.04	1,310.70
商业折让	304.71	989.81	1,077.57	1,332.56
费用类补贴	123.77	230.43	375.39	417.65
搭赠折扣	83.58	109.36	43.08	34.27
进场费及陈列费	33.43	29.03	29.88	40.44
其他促销费	63.21	127.77	130.41	206.33
合计	2,268.38	4,314.23	3,432.37	3,341.95

综上，公司报告期内在相关促销政策、促销费用确定后，及时对各类促销费用进行会计处理，符合《企业会计准则》的规定。”

六、披露报告期各期发生的退换货的金额、相关的会计处理，是否计提预计负债，是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”中补充披露如下：

“6）退换货情况

①公司报告期各期客户退换货情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	331.10	503.09	750.10	708.57
其中：电商 7 天无理由退换货	245.20	375.97	527.72	454.42

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他退换货	85.89	127.12	222.38	254.15
营业收入	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
退换货金额占收入比例	0.41%	0.43%	0.83%	0.90%
其中：电商 7 天无理由退换货占比	0.30%	0.32%	0.58%	0.58%
其他退换货占比	0.11%	0.11%	0.25%	0.32%

由上表可见，公司报告期各期退换货金额较小，占收入比重较低，且呈逐年下降趋势。由于公司退换货金额较小，主要为电商 7 天无理由退换货，该部分退换货一般尚未确认收入，对公司收入影响较小，故未计提预计负债。

②退换货会计处理情况

公司对于退换货业务，在会计处理上按照是否已确认收入分为两类，具体情况如下：

（i）已确认收入的退换货：在公司实际收到退回货物时，冲减当期销售收入及相关税额，同时冲减当期销售成本。换货重新发货时，按照公司收入确认相关政策重新确认销售收入并结转相应成本；

（ii）未确认收入的退换货：在公司实际收到退回货物时，冲减发出商品，同时增加库存商品；换货重新发货时，按照公司收入确认相关政策重新确认销售收入并结转相应成本。

公司报告期内退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定。”

七、披露发行人境外运输费、海关数据及出口退税金额与同期产品境外销售情况是否具有合理的匹配关系

（一）公司境外运输费与同期产品境外销售情况的匹配分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入的构成分析”之“（3）按地域划分的主营业务收入构成分析” 之“4）公司境外销售与境外运输费、海关数据、出口退税金额和报关费的匹配情况”中补充披露如下：

①境外销售与境外运输费的匹配性分析

公司境外运输费与同期产品境外销售情况的匹配关系如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境外运输费（万元）	1,327.88	2,001.76	1,389.21	1,271.00
境外销售收入（万元）（剔除自提客户后）	34,838.95	49,163.15	42,971.30	41,279.12
境外运输费占境外销售收入比例	3.81%	4.07%	3.23%	3.08%

报告期内，公司境外销售业务产生的运输费整体呈增长趋势，主要系境外销售收入增长所致。2017 年至 2019 年，发行人境外运输费用率整体呈上升趋势，主要原因为受燃油价格的波动以及国际海事组织低硫油法规的影响，近年来船运公司的管理成本有所上升，因此海运费有所上涨。2020 年 1-6 月，境外销售中增加了口罩销售，由于口罩单片体积较小，货值相对较高，因此境外销售总体运输费用率有所下降。

②境外销售与海关数据的匹配性分析

公司海关数据与同期产品境外销售情况的匹配关系如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海关数据（万美元）	5,042.23	7,124.53	6,434.79	6,109.66
境外销售收入（万美元）	5,699.81	7,128.45	6,437.21	6,109.66
差异金额（万美元）	-657.58	-3.92	-2.42	-

注：海关数据取自商务百事通平台（浙江电子口岸与浙江省商务厅对外贸易服务中心共建的公共信息平台，网址 https://www.chinabeston.com/），口径为进出口日期。

报告期内，公司境外销售收入与海关数据对比差异原因分析如下：

（i）2020 年 1-6 月差异 657.58 万美元的原因系：（a）公司口罩客户 Next Folien GmbH 与公司约定的结算模式为工厂交货（EXW），截至 2020 年 6 月末存在已提货未报关金额 646.85 万美元；（b）公司已报关出口且取得提单的出口货物在海关数据中尚未体现导致差异 10.73 万美元。

（ii）2018 年和 2019 年分别差异 2.42 万美元和 3.92 万美元，主要原因系公司已报关出口且取得提单的出口货物在海关数据中尚未体现导致差异。

综上，公司海关数据与同期产品境外销售存在匹配性。

（二）公司出口退税金额与同期产品境外销售情况的匹配分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入的构成分析”之“（3）按地域划分的主营业务收入构成分析”之“4）公司境外销售与境外运输费、海关数据、出口退税金额和报关费的匹配情况”中补充披露如下：

③境外销售与出口退税金额的匹配性分析

公司出口退税金额与同期产品境外销售情况的匹配关系如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
出口免抵退税金额（万元）	2,347.33	6,243.24	4,782.98	4,715.68
境外销售收入（万元）	40,212.61	49,163.15	42,971.30	41,279.12
其中：全部单证信息齐全出口货物销售额（万元）	22,281.03	57,667.57	35,999.56	43,213.58
出口免抵退税金额占境外销售收入比例	5.84%	12.70%	11.13%	11.42%
出口免抵退税金额占单证齐全出口货物销售额比例	10.54%	10.83%	13.29%	10.91%

注：全部单证信息齐全是指收齐出口货物报关单、外汇水单（以前为外汇核销单）、代理出口证明等出口相关资料。公司在单证收齐后才会申请办理出口退税，因此货物出口时间跟单证收齐时间存在时间差。

报告期内，公司出口产品执行出口退税政策，出口退税率为 13%。2017 年至2019年公司出口免抵退税金额占境外销售收入比例总体保持稳定且接近公司出口退税率，但呈现一定波动，主要系税务按照各出口销售单证齐全时间确认计算出口免抵退税金额，与公司境外销售收入确认时点存在时间差以及来料加工的免抵退税额抵减额波动影响所致。2020 年 1-6 月出口免抵退税金额占境外销售收入比例偏低，主要系由于公司 2020 年 5 月及 6 月口罩产品的境外销售收入金额较大但对应的出口单证尚未齐全，导致时间性差异较大所致。

八、披露新冠疫情对发行人出口业务、进口原材料采购、物流等方面的影响，是否影响发行人持续经营能力

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“二十一、新冠疫情影响分析”中补充披露如下：

“（一）疫情对发行人出口业务、物流的影响

报告期内，发行人出口产品主要销往菲律宾、日本等国。疫情期间，菲律宾和日本政府并未管控货物的进出口；但疫情发展和严格的防控措施使得国际海运班次有所减少，出口货物的物流受到一定程度的影响。但随着疫情逐步得到控制，海运物流有所恢复，发行人也在物流恢复的第一时间对境外主要客户进行了补货，降低了因物流因素带来的影响。

（二）疫情对发行人进口原材料采购、物流的影响

报告期内，发行人进口原材料主要为木浆和高分子，其中木浆主要从北美地区采购，进口高分子主要从日本采购，疫情期间发行人主要供应商工厂受到的影响较小，但由于疫情管控需要，出现了较多船期延误的情形。但发行人上半年仓库原材料备货较为充足，未实际影响工厂的正常生产。

（三）疫情对发行人持续经营能力的影响

疫情发生后，发行人积极响应政府号召，紧急向疫区医护人员捐赠了资金和成人纸尿裤等抗疫救援物资。同时，利用自身生产卫生护理用品的生产环境，公司通过购置口罩生产线，迅速成为浙江省首批省级重点民用口罩及关键材料生产企业，并在随后取得了医用口罩的生产许可，不仅获得一定的销售收入，而且还扩大了可靠品牌在医用级卫生护理用品的应用场景。此外，抗疫医护工作者使用成人纸尿裤来延长防护服使用时间的现象在此次疫情的新闻报道中经常出现，为成人纸尿裤的认知和推广起到了较好的宣传效果，有利于发行人自主品牌业务的进一步发展。”

九、请保荐人、申报会计师说明客户走访及函证的比例、回函率情况，保荐人说明对境外销售是否实现最终销售的主要核查程序及核查结论

（一）保荐机构、申报会计师对客户走访及函证情况的说明

保荐机构、申报会计师对报告期内的主要客户进行了走访及函证，相关情况如下：

1、走访及视频访谈情况

保荐机构、申报会计师对发行人主要客户进行了实地走访，个别客户由于疫情原因未能走访成功，采用视频访谈的形式进行替代，按照营业收入口径统计，各期客户实地走访、视频访谈的比例均超过 75%，具体情况如下：

单位：万元

	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
已走访客户营业收入	49,365.31	90,210.50	70,246.75	63,396.38
已视频访谈客户营业收入	13,026.14	-	-	-
走访比例	78.06%	76.86%	77.51%	80.56%

2、函证情况

保荐机构和申报会计师对报告期内各期发行人的主要客户的收入和应收账款情况进行了独立的函证，针对未回函和回函不符的客户，执行了替代测试。

报告期内，保荐机构和申报会计师对营业收入的函证比例分别为 83.38%、83.53%、84.16%和 83.19%，回函比例分别为 98.01%、97.97%、97.75%和 98.34%，具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额（万元）	66,495.29	98,776.18	75,696.20	65,611.30
回函金额（万元）	65,388.58	96,557.80	74,160.73	64,307.98
营业收入（万元）	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
发函比例	83.19%	84.16%	83.53%	83.38%
回函率	98.34%	97.75%	97.97%	98.01%

（二）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行了以下程序：

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查主要的销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；

3、对营业收入及毛利率按月度、产品等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

4、对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单及客户签收记录等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；

5、结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证报告期内销售额；对新增主要客户实施实地走访、视频访谈等核查程序；

6、对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，评价营业收入是否在恰当期间确认；

7、获取资产负债表日后的销售退回记录，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

8、从商务百事通平台获取出口数据，同时向海关函证公司报告期内出口销售收入，并与公司的境外销售收入进行匹配性分析；

9、检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报；

10、查询同行业可比公司相关数据，并与公司进行对比分析；

11、了解公司各类促销措施及促销费会计处理情况，获取公司促销费明细记录，核对相关费用处理的准确性。

（三）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，公司收入大幅增长具有合理性和可持续性；

2、公司收入确认政策、收入确认时点与同行业可比公司不存在重大差异，符合《企业会计准则》的规定；

3、报告期内，公司婴儿护理产品和宠物卫生用品销售平均单价主要受原材料价格上升而上升，成人失禁用品销售平均单价主要受公司产品定价策略的影响，与同行业可比公司价格不存在重大差异；

4、公司整体收入的季节性分布符合行业特征，不存在较大的季节性变化；经核查，公司报告期内收入确认存在零星小额跨期，均小于各期明显微小错报金额，不影响公司收入确认的准确性；报告期内公司各年第四季度收入贡献较高，与同行业可比公司情况一致，不存在期末突击确认收入的情况；

5、公司报告期内在相关促销政策、促销费用确定后，及时对各类促销费用进行会计处理，符合《企业会计准则》的规定；

6、公司报告期各期退换货金额较小且占收入比重较小，未计提预计负债；退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定；

7、公司境外运输费、海关数据及出口退税金额与同期产品境外销售情况具有合理的匹配关系；

8、新冠疫情对公司出口业务、进口原材料采购、物流等方面的影响较小，不会影响公司持续经营能力。

问题 11. 关于 ODM 业务

根据申报材料，报告期内，发行人 ODM 业务收入分别为 59,565.01 万元、63,317.06 万元和 84,134.97 万元，占主营业务收入的比重分别为 76.24%、71.16%和 72.71%。其中，境内婴儿护理用品 ODM 业务收入持续提升，分别为 18,828.88 万元、20,703.86 万元和 34,296.93 万元。2019 年公司 ODM 业务收入同比增长 32.88%，主要影响因素为拉拉裤销量增长。

请发行人：

（1）结合国内和菲律宾母婴市场发展趋势、竞争情况、发行人技术来源、核心竞争力、市场定位，披露发行人以 ODM 为主要业务模式的原因，发行人在 ODM 相关产品研发、生产、销售中所起的作用，主要 ODM 客户是否存在自建生产线并减少或取消向发行人采购的情况，发行人以 ODM 业务为主的销售模式是否具有可持续性；

（2）分别披露境外和境内 ODM 业务主要客户情况，包括客户名称、注册资本（实缴）、设立时间、股权结构、实际控制人、经营规模、市场地位发行人在其采购体系中所处地位、是否存在自有生产线等相关信息，是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员存在关联关系；补充披露公司获取客户合同的具体方式、途径和能力，该等客户目前对公司产品的总需求量、公司产品所占比例、是否有针对发行人的未来业务合作计划；

（3）结合同行业上市公司的销售模式，披露发行人销售模式是否与同行业公司存在重大差异；

（4）补充披露与主要 ODM 客户销售合同的主要条款，包括但不限于交易双方的主要权利和义务、客户下单方式、发货运输方式、验货方式、收款及款项结算方式、周期及合同期限等情况，如属于一年一签，详细分析公司同该等客户交易的可持续性，维护客户稳定性所采取的具体措施；

（5）列举公开市场数据说明报告期内拉拉裤市场需求大幅增加，披露与同行业可比公司同类产品销售情况是否存在重大差异，报告期内发行人向主要 ODM 客户销售收入变化情况及原因；

（6）披露 ODM 业务婴儿拉拉裤单价下滑以及与其他产品单价持平或增长的趋势不一致的原因及合理性，较同行业可比公司是否存在重大差异，公司向不同客户销售同类型产品的价格是否存在重大差异，如是，分析差异原因及合理性；

（7）结合报告期内 ODM 业务主要客户的销售规模，披露发行人是否对主要客户构成重大业务和品牌依赖，发行人在婴儿护理用品领域是否具备独立开拓市场和自主品牌销售的能力；

（8）披露 ODM 业务与自有品牌业务产品的生产工艺、专利技术、质量控制等是否存在差异，定价策略是否存在差异，自有品牌的销售是否影响发行人与 ODM 品牌商的合作稳定性；

（9）披露发行人与 ODM 品牌商之间关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定，是否对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线进行约定或限制；

（10）披露 ODM 销售模式的终端客户情况，并充分揭示海外销售依赖 ODM 销售模式的经营风险。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、结合国内和菲律宾母婴市场发展趋势、竞争情况、发行人技术来源、核心竞争力、市场定位，披露发行人以 ODM 为主要业务模式的原因，发行人在 ODM 相关产品研发、生产、销售中所起的作用，主要 ODM 客户是否存在自建生产线并减少或取消向发行人采购的情况，发行人以 ODM 业务为主的销售模式是否具有可持续性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”中补充披露如下：

“

（3）发行人主要业务模式的选择

目前在我国婴儿护理用品市场，国际品牌在资金和技术储备方面积累深厚，普遍自行设厂生产；但随着国内消费升级进程的推进，大量的国产品牌借助电商销售、社交电商、流量营销、“IP”跨界等新型营销手段提升取得了较大的成功；国内新兴品牌崛起主要依赖的是对国内消费需求的敏锐把握和对营销手段的熟练运用，通常并不具备深厚的行业经验，需要寻求能够提供生产制造全套解决方案的 ODM 厂家进行合作。因此我国婴儿护理用品市场最终形成了品牌商专注渠道和营销，ODM 厂商提供生产制造全套解决方案的行业格局。国内婴儿护理用品品牌中，除少数实力较强的品牌商拥有婴儿护理用品的研发设计能力

外，大多数新兴品牌在技术方面的积累较少，其在推出产品时，通常需要依赖ODM厂商为其提供产品参数的设计咨询，因此在国内市场中，ODM厂商实际掌握了行业的主要研发设计和生产制造技术。

当前国内婴儿护理用品市场已成红海，各品牌商竞争激烈，但品质稳定且具备规模的产能仍属于稀缺资源，市场上能为各大品牌提供 ODM 的厂商数量较少，ODM厂商为品牌商分配的产能多寡严重影响品牌商的市场铺货能力。发行人在构建自身发展战略时，充分考虑到了上述行业特点，因此在婴儿护理用品方面，选择 ODM 业务作为主要发展方向。但在成长性更高，想象空间更大的成人失禁领域，则选择坚持发展自主品牌。

公司的发展战略规划中，采用婴儿ODM+成人自主品牌双轮驱动的策略，但报告期内，发行人 ODM 业务收入占当期主营业务收入的比重分别为 76.24%、71.16%、72.71%和67.68%，占比相对较高，其主要原因如下：

1)婴儿护理用品行业与成人失禁用品处于不同的市场发展阶段

目前全球婴儿护理用品行业已经发展成为一个较为成熟的市场，市场规模庞大，2018 年国内婴儿纸尿裤市场规模即已达到 555.40 亿元；渗透率相对较高，截至2018年国内婴儿纸尿裤市场的渗透率达到63.9%。而国内的成人失禁用品行业正处于成长期，虽然其市场规模保持了快速增长，但截至2018年，国内成人失禁用品市场规模仍只有70.3亿元。婴儿护理用品行业与成人失禁用品行业在总体市场规模、产品渗透率等方面的较大差异，导致报告期内发行人婴儿护理用品与成人失禁用品在销售规模上存在较大差距，而报告期内发行人婴儿护理用品主要通过ODM进行销售，成人失禁用品主要通过自主品牌进行销售，使得发行人ODM业务收入占比相对较高。

2)ODM和自主品牌销售在经营逻辑上的差异

ODM业务的经营逻辑以生产制造为核心，ODM厂商需要通过大规模的标准化生产分摊固定成本，生产规模越大，其代工产品的单位生产成本越低，从而使得其向品牌商客户提供的产品报价越具有竞争力，ODM厂商的盈利能力越强。因此从经营成果来看，ODM业务通常体现为高销量，低毛利率。自主品牌业务的经营逻辑以产品销售为核心，为实现产品的销售，厂商需要投入销售费用进行品

牌及渠道建设、维持销售团队等，产品定价通常较高，因此从经营成果来看，自主品牌业务通常体现为高单价、高毛利率的特点。两者经营逻辑上的差异，导致报告期内发行人ODM业务和自主品牌业务在销售规模上存在一定差距，ODM业务销售收入占比较高。

（4）发行人在ODM相关产品研发、生产、销售中所起的作用

发行人的ODM业务并非传统的以低价格、大批量生产同质化商品为主要手段的OEM方式，而是通过优选客户，继而通过提供“全套技术解决方案+提供行业洞见+供应链保障”增值服务的方式服务客户，并实现与品牌客户的共同成长。发行人在整个服务过程中所起的作用具体如下：

产品研发环节：发行人在行业深耕十余年，对于各技术路线的优劣，参数的搭配，材料的选择，成本和性能的平衡等方面均有独到见解；品牌客户每当推出新品时，发行人可以根据品牌商自身的新品策略，为其提供类似咨询及打样服务，协助品牌商确定产品的最终设计方案。

产品生产环节：发行人拥有众多专利技术及行业领先的研发团队，在生产环节可以根据品牌客户需要，自由选择多重技术路线和组合方案，提供全套的制造解决方案。

产品仓储及销售环节：部分品牌客户专注于品牌及渠道建设，自身缺乏供应链保障的能力和经验，发行人在仓储及销售环节，可以协助其配套包括仓储、物流等在内的增值服务。

（5）主要ODM客户自建生产线并减少或取消向发行人采购的情况

报告期内，发行人对ODM业务前五大客户的ODM主营业务收入情况如下：

单位：万元

序号	ODM客户	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	分类
1	菲律宾JS	22,679.72	40,319.80	33,216.43	31,803.10	正常合作
2	杜迪公司	9,542.29	14,897.25	8,942.06	948.84	正常合作
3	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	7,821.35	-	-	-	2020年新增口罩客户
4	万邦健康	4,854.08	10,974.10	7,349.13	3,251.10	正常合作
5	KOHNAN	3,180.59	5,924.63	7,428.91	5,839.83	正常合作

序号	ODM 客户	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	分类
6	杭州沐歆	2,545.51	3,362.31	-	-	2019 年新客户,正常合作
7	天津露乐	-	-1.33	2,454.75	13,337.53	2018 年停止合作
8	WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	-	67.40	207.47	1,396.90	2019 年停止合作

注：此表收入口径仅为 ODM 业务收入

报告期内各期的前五大 ODM 客户中，仅有天津露乐和 WING HANG MEDICAL SUPPLIESLTD.在报告期内停止合作，其中终止与天津露乐的合作属于发行人的战略选择，与 WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.终止合作主要系其要求的产品尺寸与发行人现有设备的规格不符。

报告期内，发行人坚持摒弃短线思维，优先与在战略考量上有较大互补性并达成共识的企业进行合作，因此与主要 ODM 客户的合作均较为稳定，不存在主要 ODM 客户自建生产线并减少或取消向发行人采购的情形。

（6）发行人业务模式的可持续性

发行人在未来的战略规划中，自主品牌业务和 ODM 业务均作为重要的组成部分。

目前发行人自主品牌业务的主要产品是成人失禁用品，我国成人失禁用品产业是一个快速增长的市场，随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者持续增长，中风、痴呆、糖尿病、前列腺疾病、膀胱疾病等造成的尿失禁或者行动不便，都为成人失禁用品创造了巨大的市场需求；发行人在成人失禁用品行业深耕多年，自有品牌“可靠”在业内拥有较好的市场地位，根据生活用纸委员会统计的数据，发行人成人纸尿裤品类市场占有率连续三年（2017 年至 2019 年）在国内排名第一，在全球市场排名第三。在市场高速发展阶段，发行人作为成人失禁用品行业中名列前茅的品牌商，市场机遇巨大，其自主品牌业务模式的可持续性较强。

发行人 ODM 业务以替境内外知名品牌商代工婴儿护理用品为主，婴儿护理用品行业市场成熟，总体规模巨大，市场集中度较低；虽然婴儿护理用品的品牌商数量较多，市场较为分散，竞争激烈，但在发行人所专注的 ODM 代工环节，

产能则较为集中，国内外能同时提供丰富的制造解决方案、规模足够的产能以及稳定质量产品的 ODM 厂商较为稀缺。发行人作为国内 ODM 厂商中规模较大、产品性能较好、质量出色的代表，其 ODM 业务模式的可持续性较强。”

二、分别披露境外和境内 ODM 业务主要客户情况，包括客户名称、注册资本（实缴）、设立时间、股权结构、实际控制人、经营规模、市场地位发行人在其采购体系中所处地位、是否存在自有生产线等相关信息，是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员存在关联关系；补充披露公司获取客户合同的具体方式、途径和能力，该等客户目前对公司产品的总需求量、公司产品所占比例、是否有针对发行人的未来业务合作计划

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”中补充披露如下：

“（六）发行人境内外 ODM 业务主要客户情况

1、境外 ODM 业务主要客户情况

报告期内，发行人境外 ODM 业务的主要客户主要为菲律宾 JS、KOHNAN、AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 和 WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.。

其具体情况如下表所示：

客户名称	注册资本	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
菲律宾 JS	5 亿菲律宾比索	1996 年	FIRST SLP HOLDINGS,INC 持股 99.99%	PO, SAMUEL LIMSUI	2017 年-2019 年销售规模分别为 72 亿菲律宾比索、79 亿菲律宾比索和 86 亿菲律宾比索；2014-2018 菲律宾市场婴儿护理用品零售商市场占有率第一；发行人在其婴儿纸尿裤采购中占比 70%	否	与公司股东 PACKWOOD（持股比例 3.68%）受同一实际控制人控制
KOHNAN	176.58 亿日元	1978 年	疋田耕造持股 11.84%股份，港南株式会社持	疋田耕造	日本上市公司，著名家居超市，2018 年总营收 3,334.96 亿日	否	否

客户名称	注册资本	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
			有5.88%股份，疋田直太郎持有5.18%股份		元，发行人仅为其宠物卫生用品的供应商之一。		
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	470万港元	2003年2月26日	钱军100%	钱军	进出口贸易公司，发行人为其口罩供应商	否	否
WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	100万港元	1985年	Lee Yun Lung60%；Wong Lai Ling40%	Lee Yun Lung	拥有成人失禁用品品牌护理宝；发行人为其纸尿裤供应商之一，2019年已停止合作	否	否

除菲律宾JS与公司股东PACKWOOD（持股比例3.68%）受同一实际控制人控制外，其他境外ODM业务主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员均不存在关联关系。

2、境内ODM业务主要客户情况

报告期内各期，发行人境内ODM业务的前五大客户情况如下：

客户名称	注册资本（实缴）	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
天津露乐	800万元	2016年	周彧峰持股90%,彭海燕持股10%	周彧峰	2017年纸尿裤销售金额约37,978万元,2018年纸尿裤销售金额约55,889万元.发行人为其国内的供应商之一,2018年已停止合作。2017年和2018年公司向其销售婴儿护理用品分别为13,337.53万元和2,454.75万元，占其销售额的比例分别为35%和4%	是	否
万邦健康	600万元	2016年	周运进持股50%，周燕婷持股25%，周映纯持股25%	周运进	拥有婴儿纸尿裤品牌百诺恩（BEINOEN），发行人为其婴儿纸尿裤主要供应商。	否	否
杜迪公司	100万美元	2009年	H&H国际控股（01112.HK）100%持股	罗飞	拥有婴儿纸尿裤品牌杜迪(dodie),发行人为其婴儿纸尿裤独家供应商,2019年杜迪纸尿裤实现销售3.11亿元,较上一年度增长136%。	否	是

客户名称	注册资本（实缴）	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
杭州沐歆	100万元	2018年	MUXIN PTY LTD持股100%	不详	拥有单创APP销售平台	否	否

杜迪公司与公司存在关联关系，其与公司子公司可艾公司之少数股东健合香港公司受同一控制人控制，其他境内 ODM 业务主要客户与公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员均不存在关联关系。

（七）公司获取客户合同的具体方式、途径和能力

报告期内发行人开拓 ODM 客户的途径包括参加行业会议论坛、客户主动上门沟通、老客户推荐以及与客户成立合营工厂等方式，自主开拓渠道较为丰富；将报告期内与发行人合作较为稳定，销售占比较高的主要 ODM 客户情况列示如下：

ODM品牌客户	获取客户的途径	向发行人采购占同类采购的比重	是否有未来合作计划
菲律宾JS	会议论坛	50%	是
杜迪公司	合营方	100%	是
万邦健康	客户上门	90%	是
KOHNAN	会议论坛	80%	是
杭州沐歆品牌管理有限公司	客户上门	100%	是

”

三、结合同行业上市公司的销售模式，披露发行人销售模式是否与同行业公司存在重大差异

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”中补充披露如下：

“（7）发行人销售模式与同行业公司比较情况

发行人同行业公司包括豪悦股份和百亚股份，其具体的销售模式如下：

豪悦股份的销售模式以 ODM 为主，兼顾自有品牌（包括线上销售和线下销

售），其主要产品包括婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、卫生巾以及经期裤等；2017 年至 2019 年，其 ODM 业务收入金额分别为 61,583.58 万元、126,861.98 万元和 175,876.21 万元，占主营业务收入的比重分别为 81.98%、89.70%和 91.59%。

百亚股份主要采取经销模式、KA 模式和电商模式进行产品的销售。此外，还采取 ODM 销售的合作模式，为消费品企业设计、开发和生产卫生巾、纸尿裤等产品。其自主品牌产品包括卫生巾、婴儿纸尿裤和成人失禁用品，ODM 产品包括卫生巾和婴儿纸尿裤。2016 年至 2019 年，其 ODM 业务收入金额分别为 242.90 万元、6,226.41 万元、15,944.95 万元和 16,141.77 万元，占营业收入的比重分别为 0.33%、7.68%、16.59%和 14.04%。

综上可见，发行人同行业公司大多采取自主品牌业务模式和 ODM 代工兼营的销售模式，发行人的销售模式与同行业公司不存在重大差异。各方的区别在于各公司根据自身经营特点和战略规划，在两种模式的发展上会有所侧重。豪悦股份选择以婴儿纸尿裤及女性卫生用品 ODM 代工作为其主要发展重点，百亚股份选择以卫生巾自主品牌作为发展重点，而发行人选择同步发展婴儿纸尿裤 ODM 代工以及成人失禁用品的自主品牌业务。”

四、补充披露与主要 ODM 客户销售合同的主要条款，包括但不限于交易双方的主要权利和义务、客户下单方式、发货运输方式、验货方式、收款及款项结算方式、周期及合同期限等情况，如属于一年一签，详细分析公司同该等客户交易的可持续性，维护客户稳定性所采取的具体措施

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（1）ODM 业务销售模式”中补充披露如下：

“

4）发行人与主要 ODM 客户销售合同的主要条款

相关内容已申请信息豁免披露

”

5）与客户交易的可持续性和维护稳定所采取的措施

①发行人与 ODM 客户交易的可持续性

发行人与客户交易的可持续性较强，主要原因如下：

（i）品牌商更换 ODM 代工方成本较高，客户粘性较强。

国内婴儿护理用品品牌商与 ODM 代工方建立起稳定的合作关系，需要共同经历产品调研、设计、试制打样、样品市场测试等前期环节，时间在 3 个月到 1 年不等，批量生产后还需要在仓储、物流、产品升级换代、调价等环节不断磨合，因此对品牌商而言，稳定合格 ODM 厂商的开发在时间和经济成本上均较大，轻易不会更换。

（ii）发行人产品品质较好，交付及时，客户认可度高

发行人作为国内婴儿纸尿裤高端制造的大厂，建立了严格的品控体系和高效的生产管理流程，在与 ODM 客户的合作过程中，产品性能优异，质量稳定，交付及时，品牌客户的认可度较高。

（iii）发行人主要 ODM 客户成长性较好

发行人在选择 ODM 品牌客户时，通常会综合评估客户的持续成长能力，主要考虑与客户建立长期的合作关系，因此报告期内其主要客户如杜迪公司、沐歆等的成长表现均较好，其业务规模持续增长，发行人对其的销售金额也随之逐年上升。

②维护稳定所采取的措施

报告期内，发行人为保证与主要 ODM 客户的稳定合作所采取的措施主要包括：

（i）主动选择战略上互补的品牌商进行合作

发行人在 ODM 客户开拓时，并非一味追逐短期订单，而是选择与在战略上专注品牌和渠道，擅长市场营销且没有自建工厂计划的品牌商合作，通过这种初期的遴选保证后续合作的持久性和稳定性。

（ii）为客户提供优质的产品解决方案和技术支持，加强合作意愿

公司摒弃传统的以低价格、大批量生产同质化商品为主要目的 OEM 模式，主动参与到品牌商客户产品设计的环节中去，为品牌商客户提供的服务包括：在新品设计时给出专业建议以平衡技术参数和成本造价、提供各种技术路径的最前沿工艺组合、结合产品特色给出材料选择的方案等。通过为品牌商客户提供从产品设计到生产制造，再到供应链保障的全流程服务，实现与品牌客户的专业分工、优势互补，有效保证了供需双方合作的稳定性。

（iii）不断提高生产制造和质量控制水平，提高合作满意度

公司不断对生产设备进行升级，引进具有国际先进水平的生产设备，同时对原有设备进行自动化改造升级，并相应完善和优化生产工艺，提升工厂的自动化水平，使生产管理的效率大幅提升。同时，在产品研发、生产过程中，公司始终严格遵守国家和行业内的质量控制标准，并先后通过 ISO9001:2015、ISO14001:2015、ISO45001:2018 质量管理体系认证，建立了完善的质量控制体系。

通过不断提高生产制造和质量控制水平，公司产品在行业中树立了良好的口碑和质量形象，提高了客户的满意度。

（iv）不断扩大产能以满足对客户需求的及时响应，增强合作粘性

一次性卫生用品的品牌商通常对 ODM 供应商供货的及时性、稳定性有较高要求，断货将会导致其客户流失，影响其品牌形象和市场份额，从而在激烈的市场竞争中处于不利地位。

发行人不断引入先进生产线,2017 年至 2019 年发行人一次性卫生用品产能由 14.55 亿片增长至 20.10 亿片，及时保障了品牌客户的订单需求，赢得了品牌客户的信任，增强了与主要客户合作的稳定性。

”

五、列举公开市场数据说明报告期内拉拉裤市场需求大幅增加，披露与同行业可比公司同类产品销售情况是否存在重大差异，报告期内发行人向主要ODM客户销售收入变化情况及原因

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（三）行业发展现状及发展趋势”之“2、婴儿护理用品行业发展状况”中补充披露如下：

“（4）报告期内婴儿拉拉裤市场的主要发展情况

1）婴儿护理用品的主要类别

婴儿护理用品主要包括婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤和婴儿纸尿片，其中婴儿拉拉裤属于其中的最为高端，单价最高的品类，具体分类情况如下：

类型	价格	设计	特点
纸尿片	较低	没有左右腰贴，需要搭配固定带使用	更换时婴幼儿无需脱下裤子，方便更换；非包围式设计更加透气；固定性相对较弱，吸水性与防渗漏能力低于纸尿裤和拉拉裤
纸尿裤	中等	魔术腰贴，裤体底部设有立体防漏边缘	一般裤体边缘设有立体防漏边缘，可有效防止侧漏；魔术贴设计有利于固定位置
拉拉裤	较高	采用全方位弹力腰围腿围，贴身舒适，方便穿脱	固定效果好，更加贴合婴幼儿体型更加轻薄贴身，没有纸尿裤臃肿，利于爬行及开始学步的婴幼儿活动；方便穿脱，一拉就穿上，两边一撕就脱下

2）婴儿拉拉裤的市场份额占比逐年上升

作为一种近年来新推出的产品品类，婴儿拉拉裤相较于传统纸尿裤具有较多优点，虽然其单价较高，但在全球范围内都受到消费者的好评。根据方正证券研究报告《婴儿纸尿裤行业分析：行业竞争加剧，渠道初显转变，生产研发能力强的龙头份额有望加速提升》显示，中国、日本、美国三国婴儿拉拉裤的市场份额占比都在逐年上升，且中国婴儿纸尿裤市场中拉拉裤品类占比明显低于日本和美国的拉拉裤品类份额占比，但增速较快，中国、日本、美国三国婴儿纸尿裤市场中拉拉裤及纸尿裤占比情况具体如下表所示：

国家	品类	2017年	2018年	2019年
中国	拉拉裤	9.72%	11.85%	14.56%
	纸尿裤	90.28%	88.15%	85.44%

国家	品类	2017 年	2018 年	2019 年
日本	拉拉裤	65.13%	65.81%	67.34%
	纸尿裤	34.87%	34.19%	32.66%
美国	拉拉裤	18.97%	20.35%	21.58%
	纸尿裤	81.03%	79.65%	78.42%

此外，根据上述研究报告整理计算的数据，我国婴儿拉拉裤产品渗透率逐年上升，具体情况如下：

品类	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
拉拉裤产品渗透率	3.20%	4.40%	5.80%	7.00%	9.50%	13.40%

（5）同行业可比公司同类产品销售情况

由于发行人同行业可比公司并未单独披露婴儿拉拉裤的具体销售情况，因此选取方正证券 2020 年 6 月 20 日研究报告《婴儿纸尿裤行业分析：行业竞争加剧，渠道初显转变，生产研发能力强的龙头份额有望加速提升》中整理计算的我国婴儿拉拉裤总销售量数据作为比较依据，具体如下：

单位：百亿片

品类	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
拉拉裤销售量	973.7	1,344	1,771.8	2,278	2,913.8	3,687.8

如上表所示，2014 年至 2019 年，我国婴儿拉拉裤总销售量呈现逐年上升趋势，与发行人报告期内婴儿拉拉裤的销售增长趋势不存在较大差异。”

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”中补充披露如下：

“（八）报告期内发行人向主要 ODM 客户销售收入变化情况及原因

报告期内，发行人前五大 ODM 客户的销售情况如下：

1、2020 年 1-6 月

单位：万元

序号	ODM 客户	2020 年 1-6 月销售收入	占 ODM 收入比重
1	菲律宾 JS	22,679.72	42.25%
2	杜迪公司	9,542.29	17.78%
3	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	7,821.35	14.57%

序号	ODM 客户	2020 年 1-6 月 销售收入	占 ODM 收入比重
4	万邦健康	4,854.08	9.04%
5	KOHNAN	3,180.59	5.92%
合计		48,078.03	89.56%

2、2019 年度

单位：万元

序号	ODM 客户	2019 年销售收入	占 ODM 收入比重
1	菲律宾 JS	40,319.80	47.92%
2	杜迪公司	14,897.25	17.71%
3	万邦健康	10,974.10	13.04%
4	KOHNAN	5,924.63	7.04%
5	杭州沐歆	3,362.31	4.00%
合计		75,478.10	89.71%

3、2018 年度

单位：万元

序号	ODM 客户	2018 年销售收入	占 ODM 收入比重
1	菲律宾 JS	33,216.43	52.46%
2	杜迪公司	8,942.06	14.12%
3	KOHNAN	7,428.91	11.73%
4	万邦健康	7,349.13	11.61%
5	天津露乐	2,454.75	3.88%
合计		59,391.28	93.80%

（4）2017 年度

单位：万元

序号	ODM 客户	2017 年销售收入	占 ODM 收入比重
1	菲律宾 JS	31,803.10	53.39%
2	天津露乐	13,337.53	22.39%
3	KOHNAN	5,839.83	9.80%
4	万邦健康	3,251.10	5.46%
5	WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	1,396.90	2.35%
合计		55,628.46	93.39%

5、报告期内前五大 ODM 客户收入变动情况及原因

报告期内，发行人前五大 ODM 客户中，菲律宾 JS、KOHNAN、杜迪公司及万邦健康与发行人保持了稳定的合作关系。2018 年发行人战略放弃天津露乐,2019 年发行人新开拓杭州沐歆品牌管理有限公司；截至本招股说明书出具日，杭州沐歆品牌管理有限公司与发行人合作稳定，交易规模逐年上升。2019 年，发行人终止与 ODM 主要客户 WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.的合作，主要系该客户要求生产的产品规格与发行人现有生产设备的规格不符。2020 年新增客户 AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 系受疫情影响新增的口罩产品客户。”

六、披露 ODM 业务婴儿拉拉裤单价下滑以及与其他产品单价持平或增长的趋势不一致的原因及合理性，较同行业可比公司是否存在重大差异,公司向不同客户销售同类型产品的价格是否存在重大差异，如是，分析差异原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“4、结合主要产品的销售单价、销售数量说明收入波动的原因及合理性”之“（2）ODM 业务”中补充披露如下：

“1）婴儿拉拉裤 ODM 业务的变动合理性分析

2017 年至 2020 年 1-6 月，发行人 ODM 业务婴儿拉拉裤的单价分别为 0.75 元/片、0.93 元/片、0.84 元/片和 0.80 元/片。其中 2019 年度、2020 年 1-6 月发行人 ODM 业务婴儿拉拉裤单价下跌的主要原因系部分客户采购的婴儿拉拉裤产品单价较低，2019 年度、2020 年 1-6 月上述较低价格的婴儿拉拉裤销售占比上升，导致婴儿拉拉裤平均单价下降。

2）与同行业可比公司的比较分析

报告期内发行人 ODM 婴儿拉拉裤销售扣除部分较低价格的婴儿拉拉裤订单后的平均单价变动趋势与全行业平均终端零售单价变动趋势不存在较大差异，具体单价的比较分析已申请信息豁免披露。

3）公司向不同客户销售同类型产品的价格差异情况

ODM 产品属于高度定制化产品,其销售单价由品牌商客户所选定的产品性能参数、材料以及实际的采购规模等综合决定，因此发行人向不同 ODM 客户销售的同类型产品在价格上不具有可比性。

从材料上来说，不同 ODM 客户会根据其产品定位确定产品的主要性能参数，进而确定其产品的用料种类和具体使用量。以婴儿拉拉裤的主要原材料复合芯体为例，根据复合芯体的吸水能力、柔软度等指标不同，复合芯体每吨的单价差异可以达到数千元；此外，不同品牌的产品根据其产品的克重设计，在单片产品上选用的复合芯体克重用量也有所差异；上述两因素综合导致不同 ODM 客户的产品在复合芯体上的成本存在差异。

以婴儿拉拉裤的另一主要原材料无纺布为例，根据品牌客户对产品面料柔软度要求的不同，会选用不同工艺的无纺布材料。纺粘无纺布柔软度较差，相对价格较低；热风无纺布柔软度相对较高，但价格相对较高；由于生产工艺不同，纺粘无纺布和热风无纺布每吨的单价差异较大；如果品牌客户需要更柔软的产品，则会提高热风无纺布的使用占比，导致产品成本上升。

从采购规模来说，通常采购量较大的品牌客户，其产品可以实现专线专码生产，生产效率较高，分摊的单位成本制费较低，因此发行人对其的销售价格相对较低；采购量较小的品牌客户，由于其产品无法使生产线满负荷生产，导致机器无法稳定在最佳产能状态，因此分摊的单位成本制费较高，因此发行人对其的销售价格相对较高。

综上，婴儿拉拉裤 ODM 品牌客户会结合其产品定位、竞品参数等确定其具体的用料种类、用量，而不同性能参数的原材料会导致其产品之间的成本、单价等存在较大差异；此外，婴儿拉拉裤 ODM 品牌客户向发行人采购的规模大小，也会较大程度的影响发行人对其的销售单价；因此发行人向不同客户销售同类型 ODM 产品的价格的可比性较差。

”

七、结合报告期内 ODM 业务主要客户的销售规模，披露发行人是否对主要客户构成重大业务和品牌依赖，发行人在婴儿护理用品领域是否具备独立开拓市场和自主品牌销售的能力

报告期内发行人 ODM 业务主要客户的销售规模已在本回复“问题 11”之“二”之“（六）发行人境内外 ODM 业务主要客户情况”中进行披露。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）客户集中度较高”中补充披露如下：

“4、发行人对主要 ODM 客户不存在重大业务和品牌的依赖

发行人对主要 ODM 客户不存在重大业务和品牌的依赖，主要原因如下：

（1）发行人客户集中符合行业特点。在 ODM 代工行业，由于大型客户能够带来足量且稳定的订单，通过规模效应降低单位成本，ODM 代工厂通常倾向于与大型客户建立稳定的合作关系，导致 ODM 企业通常呈现客户集中的特点；以发行人同行业公司豪悦股份为例，2017 年至 2020 年 1-6 月，其前五大客户占其总收入的比重分别为 45.49%、51.66%、55.92%和 52.73%，与发行人情况类似。

（2）在婴儿纸尿裤 ODM 领域，优质的 ODM 厂商属于稀缺资源。虽然目前我国一次性卫生用品厂商众多，但多数为中小厂家，能同时提供大规模稳定产能、高品质、领先技术的代工厂为数不多；业内知名品牌商竞争激烈，家数众多，但其背后主要都是几家 ODM 代工厂的产能之争，各家 ODM 代工厂根据各品牌商的产品定位，提供相应的解决方案。因此优质的 ODM 厂商仍然属于业内的稀缺资源，发行人外部市场的开拓相对较为容易。

（3）随着发行人产能提升，客户集中现象将会得到改善。报告期期初，由于发行人产能有限，无法同时满足多个大型客户的供货需求，因此只能集中供应若干个主要 ODM 客户，导致出现 ODM 客户相对集中的现象。报告期内随着发行人逐步扩充生产线，前五大 ODM 客户占发行人收入的比重逐年下降，分别为 70.69%、65.54%、64.31%和 60.15%，未来随着发行人产能的进一步扩张，公司将得以进一步拓展优质品牌客户，客户集中的现象将会得到极大改善。

5、发行人在婴儿护理用品领域具备独立开拓市场和自主品牌销售的能力

发行人具备在婴儿护理用品领域具备独立开拓市场和自主品牌销售的能力，拥有完全自主开发和生产婴儿护理用品的相关工艺、专利和加工能力，并注册有婴儿护理用品的自主品牌“酷特适”、“小伢儿”等。但发行人考虑到目前国内婴儿护理用品市场品牌众多，市场竞争已进入红海阶段，因此并未重点拓展婴儿护理用品的自主品牌业务。

目前国内市场婴儿护理用品市场发展至今已经逐渐呈现分工明确的行业态势，众多的品牌商大多专注于品牌和渠道建设，而国内若干家 ODM 厂商提供主要的产能。发行人结合自身特点，认为在先进制造及供应链保障方面积累的竞争优势更为突出，且由于业内的优质产能较为稀缺，ODM 厂商在订单拓展方面相对容易，因此将 ODM 代工模式作为自身现阶段在婴儿护理用品品类上的发展重点。”

八、披露 **ODM** 业务与自有品牌业务产品的生产工艺、专利技术、质量控制等是否存在差异，定价策略是否存在差异，自有品牌的销售是否影响发行人与 **ODM** 品牌商的合作稳定性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”中补充披露如下：

“（8）发行人 ODM 业务与自有品牌业务产品在生产工艺、专利技术、质量控制等方面不存在重大差异

报告期内，发行人除 ODM 品牌客户提出特殊的工艺或材料要求外，对其生产的产品执行统一的生产流程、生产规范和质量控制要求，其 ODM 业务与自有品牌业务产品在生产工艺、专利技术、质量控制等方面不存在重大差异。

（9）发行人 ODM 业务与自有品牌业务产品的定价策略

报告期内发行人 ODM 业务的定价方式主要有两种，一是通过市场谈判定价；二是通过成本加成的方式定价。

报告期内发行人自主品牌业务的定价以统一制定的出厂参考价作为指导，根据各渠道的不同进行上下浮动。

（10）发行人自有品牌销售不影响与 ODM 品牌商的合作稳定性

发行人在战略规划时对自有品牌业务的发展重点和 ODM 业务的发展重点进行了明确区分。

报告期内，发行人自有品牌业务销售的产品主要是成人失禁用品，其销售地域主要位于境内地区。

发行人 ODM 业务销售的产品以婴儿护理用品和宠物卫生用品为主，以成人失禁用品为辅；其中婴儿护理用品和宠物卫生用品与发行人自主品牌业务的成人失禁用品属于不同品类，不构成竞争；发行人报告期内 ODM 代工的成人失禁用品全部位于境外地区，与其在境内销售的自主品牌成人失禁用品属于不同市场，不构成直接竞争。

综上，发行人自有品牌销售不影响与 ODM 品牌商的合作稳定性。”

九、披露发行人与 ODM 品牌商之间关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定，是否对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线进行约定或限制

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“4、结合主要产品的销售单价、销售数量说明收入波动的原因及合理性”之“（2）ODM 业务”中补充披露如下：

“

4）发行人与主要 ODM 品牌商关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定

发行人与主要 ODM 品牌商关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定已申请豁免披露。

除杜迪公司与可艾公司签署的《委托生产合同》约定了优先安排杜迪公司订单生产、菲律宾 JS 与发行人签署的《关于纸尿裤加工框架合同》约定了优先满足菲律宾 JS 订购规模外，其他 ODM 品牌商对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线未进行约定或限制。

发行人未对品牌客户自建生产线进行约定或限制，但发行人在开拓 ODM 客户时，主要考虑建立稳固的战略合作关系，倾向于选择专注品牌和渠道建设的品牌客户，由发行人为其提供专业的生产及供应链保障。截至本招股说明书签署日，发行人存量的主要 ODM 客户均无自建生产线的计划。

”

十、披露 ODM 销售模式的终端客户情况，并充分揭示海外销售依赖 ODM 销售模式的经营风险

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“4、结合主要产品的销售单价、销售数量说明收入波动的原因及合理性”之“（2）ODM 业务”中补充披露如下：

“5）报告期内，发行人主要 ODM 品牌客户的终端客户情况

ODM 品牌客户	客户类型
菲律宾 JS	大型商超、经销商/代理商、小型商铺或个体商户
KOHNAN	自有线下店铺/商超
天津露乐	（1）通过区域经销商，进入 KA 或母婴店实现销售； （2）直营，例如大超市或高端连锁 （3）线上销售，例如天猫、京东
万邦健康	电商、经销商、大型商超等
杜迪公司	经销商
杭州沐歆	线上销售
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	商超
WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	(1) 经销商、代理商 (2) 医院、养老院 (3) 小型商铺或个体商户 (4) 个人消费者

”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、市场风险”中补充披露如下风险：

“报告期内发行人主要海外销售系 ODM 业务模式，如果由于国际贸易摩擦

或海外品牌客户变更 ODM 厂商，可能导致发行人海外业务收入下滑，影响业绩表现。”

十一、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、保荐机构、发行人律师、申报会计师取得并查阅了相关行业报告、行业数据等；

2、保荐机构、发行人律师、申报会计师实地走访、视频访谈了发行人主要 ODM 客户，取得了其签署的无关联关系声明；

3、保荐机构、申报会计师分析复核发行人主要 ODM 客户的销售数据，分析其变动的合理性；

4、保荐机构、发行人律师、申报会计师取得并查阅了发行人主要 ODM 客户的工商档案，核查了其股权结构、实际控制人以及与发行人的关联关系；

5、保荐机构、发行人律师、申报会计师取得并查阅了发行人主要同行业可比公司的相关资料，将发行人的基本情况与可比公司进行了对比分析；

6、保荐机构、发行人律师、申报会计师取得并查阅了发行人与主要 ODM 客户签署的销售合同等文件。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、律师、申报会计师认为：

1、截至本回复出具日，发行人主要 ODM 客户不存在自建生产性并减少或取消向发行人采购的情况，其商业模式具有可持续性。

2、除菲律宾 JS 和杜迪公司外，发行人报告期内主要 ODM 客户与发行人以及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系。

3、发行人销售模式与同行业公司不存在重大差异，不同的销售模式占比与

发行人自身特点相符。

4、发行人报告期内婴儿拉拉裤的销售增长趋势与国内整体市场情况不存在较大差异；

5、发行人 ODM 业务婴儿拉拉裤单价变动趋势具有合理性，与同行业情况不存在重大差异。

6、由于 ODM 产品属于高度定制化产品，其销售单价由品牌商客户所选定的产品性能参数、材料、工艺难度等综合决定，因此发行人向不同 ODM 客户销售的同类型产品在价格上不具有可比性。

7、发行人对主要客户不构成重大业务和品牌依赖，在婴儿护理用品领域具备独立开拓市场和自主品牌销售的能力，但结合行业态势和自身特点，发行人选择 ODM 为婴儿护理产品的主要经营模式；

8、发行人 ODM 业务与自有品牌业务产品在生产工艺、专利技术、质量控制等方面不存在差异，ODM 业务和自有品牌业务采用不同的定价策略，自有品牌的销售不影响发行人与 ODM 品牌商的合作稳定性。

9、除杜迪公司与可艾公司签署的《委托生产合同》约定了优先安排杜迪公司订单生产、菲律宾 JS 与发行人签署的《关于纸尿裤加工框架合同》约定了优先满足菲律宾 JS 订购规模外，其他 ODM 品牌商对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线未进行约定或限制。

问题 12. 关于自主品牌线上销售

根据申报材料，报告期内，发行人自主品牌业务实现销售收入 18,402.02 万元、25,436.36 万元和 31,390.40 万元，其中 2018 年和 2019 年销售收入增幅分别达到 38.23%和 23.41%。线上销售收入占自主品牌业务收入比例分别为 61.22%、71.27%和 79.02%。

请发行人：

（1）结合市场推广情况、市场占有率、可比公司收入变动情况等，进一步披露报告期线上收入增长较快的原因及合理性；报告期内发行人各电商运营平台及店铺对应的买家评价数、买家评价率及非默认评价率、买家评论上传图片数、买家好评率、买家差评率、发起投诉（申诉）数、投诉（申诉）率、撤销投诉（申诉）数、纠纷退款率，是否存在刷单及刷好评的情形，发行人在 B2C 平台的运营数据与同行业可比公司比较是否合理，是否存在虚构交易或快递等不真实的情况，月度客单价是否存在异常等；

（2）补充披露公司在各第三方平台实现销售的总体情况，包括平台名称、各期实现销售收入金额、占线上销售收入和主营业务收入的比重，是否集中于少数平台，如是，请提示相关风险；补充披露报告期内发行人向主要线上电子商务平台支付的平台服务费或渠道费金额、费率及定价公允性，相关销售平台费用金额及占比与发行人销售规模是否匹配；

（3）补充披露线上分销主要客户的情况，包括客户名称、销售金额以及报告期内的变动情况，线上渠道终端销售收入的真实性，是否实现最终销售；

（4）披露不同线上渠道（自营电商平台、电商超市、线上分销平台）销售单价和毛利率是否存在重大差异，同一线上渠道不同平台或不同客户销售单价和毛利率是否存在重大差异，如是，请分析原因；

（5）披露各线上平台访客量、页面浏览量、浏览转化率、访客获取成本、新老买家数、用户复购率等信息，不同平台之间对比、与同行业可比公司对比是否存在较大差异，如存在，请解释原因；

（6）披露报告期内发行人进行销售或推广的各电商平台对发行人实施的临时性措施及处罚的基本情况，包括但不限于背景、原因、对发行人责任认定及认定依据、处理措施及结果，是否涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成重大违法行为及本次发行上市的法律障碍；

（7）披露报告期内发行人的物流、快递或配送产品过程中是否存在货物或产品派送迟延、漏发、被他人冒领、损毁、丢件等情形，相关订单占当期订单的比例，发行人、相关平台、第三方物流公司、快递公司对相关行为责任的承

担情况，发行人对消费者的赔偿情况、金额及对发行人业绩的影响，是否存在消费者投诉、纠纷或潜在纠纷。

请保荐人核查并发表明确意见。请保荐人、申报会计师对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性及相关内部控制的设计是否合理、执行是否有效进行专项核查，结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月）》问题 53 披露对线上收入真实性核查的范围、程序及结论意见。

答复：

一、结合市场推广情况、市场占有率、可比公司收入变动情况等，进一步披露报告期线上收入增长较快的原因及合理性；报告期内发行人各电商运营平台及店铺对应的买家评价数、买家评价率及非默认评价率、买家评论上传图片数、买家好评率、买家差评率、发起投诉（申诉）数、投诉（申诉）率、撤销投诉（申诉）数、纠纷退款率，是否存在刷单及刷好评的情形，发行人在 B2C 平台的运营数据与同行业可比公司比较是否合理，是否存在虚构交易或快递等不真实的情况，月度客单价是否存在异常等

（一）报告期发行人线上收入增长较快的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“（2）按业务模式划分的主营业务收入构成分析”之“2）自主品牌销售情况”中补充披露如下：

“

报告期内各期，发行人自主品牌线上销售收入分别为 11,265.00 万元、18,127.41 万元、24,803.86 万元和 15,597.97 万元，增长较快，主要原因系：

①报告期内，公司抓住互联网渠道崛起的战略契机，通过引进优秀电商运营团队、加大市场推广引流等方式着力发展线上业务；使得电商超市、自营店铺等线上渠道成为公司成人失禁用品销售增长的新引擎，发行人“可靠”品牌连续数年蝉联淘系平台单品类全网销售冠军。

②报告期内，成人失禁用品市场快速增长。近年来，成人失禁用品市场总体保持增长的趋势，根据《2019 年一次性卫生用品行业的概况和展望》，2019

年，成人失禁用品市场规模达到 93.90 亿元，与 2013 年相比，年均复合增长率达到 19.84%。市场规模的快速增长带动成人失禁用品品牌的销量快速增长。根据《2019 生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2019 年度恒安集团成人纸尿裤业务收入约 2.23 亿元，同比增长 27.2%；维达国际在中国的失禁护理用品获得令人满意的增长，电商及传统经销商渠道都取得理想的增长；其它成人失禁用品销售增长较快的企业还包括：2019 年度倍舒特销售额增长 93.4%、2019 年度千芝雅销售额增长 30%等。”

（二）报告期内发行人各电商运营平台及店铺对应的买家评价数、买家评价率及非默认评价率、买家评论上传图片数、买家好评率、买家差评率、发起投诉（申诉）数、投诉（申诉）率、撤销投诉（申诉）数、纠纷退款率，是否存在刷单及刷好评的情形

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”之“4）线上销售”中补充披露如下：

“

⑤报告期内发行人主要 B2C 自营店铺运营情况

单位：个

店铺名称	可靠旗舰店	京东可靠旗舰店	可靠 COCO 旗舰店	可靠福祉综合馆	安护士旗舰店	crown 皇冠居家日用旗舰店
平台名称	天猫	京东零售	拼多多	淘宝	天猫	天猫
买家评价数	305,852	43,237	108,226	18,958	16,750	1,869
买家评价率	17.56%	30.69%	44.22%	72.17%	21.66%	6.11%
非默认评价率	17.56%	18.76%	44.22%	72.17%	21.66%	6.11%
买家评论上传图片数	6,247	4,443	2,114	67	517	78
上传图片占比	2.04%	10.27%	1.95%	0.35%	3.08%	4.17%
买家好评率	98.49%	98.68%	87.79%	99.46%	98.24%	98.17%
买家差评率	0.73%	0.62%	0.90%	0.25%	0.62%	0.91%
发起投诉数	281	522	1	15	16	11
发起申诉数	5	4	1	2	-	-
买家投诉率	0.02%	0.37%	0.00%	0.01%	0.02%	0.04%

店铺名称	可靠旗舰店	京东可靠旗舰店	可靠 COCO 旗舰店	可靠福祉综合馆	安护士旗舰店	crown 皇冠居家日用旗舰店
卖家申诉率	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
撤销投诉数	65	487	1	5	2	-
纠纷退款率	0.00%	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

注 1：①买家好评率=累计买家好评数量/累计买家评价数量；②买家差评率=累计买家差评数量/累计买家评价数量；③投诉率=买家投诉数量/商铺订单数；④申诉率=卖家申诉数量/商铺订单数；⑤纠纷退款率=纠纷退款订单数量/商铺订单数；

注 2：上述数据均来源于第三方平台记录的店铺实时运营数据，由于第三方平台不支持数据按自然年度展示，故上述数据无法按自然年度进行区分，其中买家评价数、买家评价率、非默认评价率、买家好评数、买家差评数均为商铺开店至统计时点的累计数据。

⑥报告期内，发行人不存在刷单或刷好评的情况

（i）报告期内买家数量及订单金额变动情况

报告期内，发行人 B2C 自营店铺全年买家数量和订单金额的分布情况如下表所示：





如上图所示，2017 年至 2019 年，发行人线上去重买家数量和订单金额除在每年 11 月以及来年 1 月之间存在明显上升，每年 2 月存在交易低谷外，其它时

间保持了较为平稳的波动。11 月至来年 1 月交易上升主要来自于“双 11”及“双 12”促销活动的带动以及年底年前家庭提前备货的购买习惯，2 月交易低谷主要受春节期间物流暂停等的影响。

2020 年 3 月至 4 月期间，发行人线上交易量激增，主要系：①新冠疫情爆发后发行人成人失禁用品客户线上购物需求提升；②疫情发生后，发行人迅速投产口罩，2020 年上半年线上口罩销售快速增长。

综上，报告期内发行人线上交易的买家数量和订单金额分布不存在异常的不规则波动，且除 2020 年上半年外报告期各期的分布趋势基本一致，不存在某一时间段内刷单或刷好评引流的相关情形。

（ii）报告期内新增买家数量及订单情况

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺全年新增买家数量及新增订单总金额的分布如下表所示：



如上图所示，报告期内发行人主要 B2C 自营商铺每月买家新增数量保持稳定，且总体呈现上涨趋势，其中大促期间（每年 618、双 11）、春节前（每年 1 月）和疫情期间新增买家数量以及带来的订单数量明显增长，新增买家贡献的订单金额与新增买家数量增长具有明显的正相关性。

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺全年新增买家数量及新增订单平均金额的分布如下表所示：



如上表所示，2017-2018 年发行人新增买家平均订单金额总体呈平稳波动势态；2019 年由于公司将主推产品的规格由箱装变成单包装，新增买家订单平均金额较之前有所下降；2020 年疫情发生后，公司推出口罩产品，新增买家订单平均金额明显上升，并在之后回落到正常区间。

（iii）报告期内线上交易退货情况

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺每用户平均退货订单数总体呈下降趋势，且每月退货金额维持在订单金额的 2%左右，退货高峰出现在双十一、春节后，符合市场规律。报告期内不存在某一时段退货率显著较高的情形，具体情况如下图所示：





（iv）报告期内线上买家购买行为分析情况

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺线上买家全年消费金额超过 85%分布在 500 元以下，买家平均购买间隔超过 90%分布在 3 个月以上，符合成人失禁用品消费习惯。

综上所述，报告期内发行人各线上运营数据的分布和波动合理，不存在因刷单或刷好评导致异常变动的情形。

”

（三）发行人在 B2C 平台的运营数据与同行业可比公司比较是否合理，是否存在虚构交易或快递等不真实的情况，月度客单价是否存在异常

目前各电商平台数据安全意识日益加强，对商业化数据的安全管理日益完善，任何有可能泄露数据的端口都经过指数化处理，且对于平台员工均有签署保密协议，禁止向第三方泄露具体数据，因此无法取得同行业可比公司的运营数据。

发行人已在招股说明书“第六节　业务和技术”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”之“4）线上销售”中补充披露如下：

“

⑦报告期内发行人不存在虚构交易或快递等不真实的情况

发行人线上订单统一归集至管易 C-ERP 系统中进行后续发货处理，发货前需进行发货商品称重记录，系统记录的实际发货重量与订单对应商品的标准重量比值主要集中在 0.8-1.2 之间，上下波动 20%左右，主要为快递外包装等的

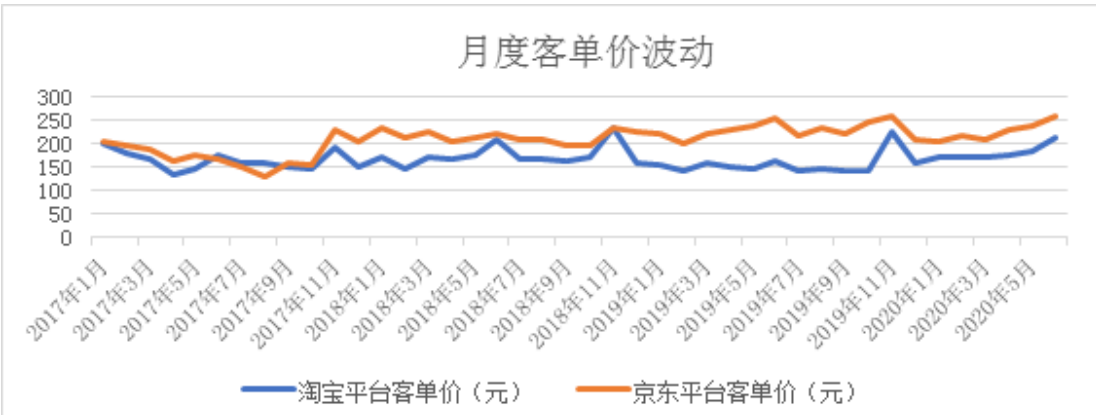
差异扰动，总体较为正常，因此不存在空包裹刷单的相关情形。

⑧报告期内发行人月度客单价不存在异常

报告期内发行人在主要电商平台的月度客单价情况如下：

月份	淘宝平台客单价（元）	京东平台客单价（元）
2017 年 1 月	200.80	206.38
2017 年 2 月	180.05	199.36
2017 年 3 月	168.80	189.53
2017 年 4 月	136.65	163.49
2017 年 5 月	145.66	178.52
2017 年 6 月	177.44	168.61
2017 年 7 月	161.01	150.12
2017 年 8 月	161.93	131.70
2017 年 9 月	151.75	160.21
2017 年 10 月	148.17	157.99
2017 年 11 月	195.44	231.82
2017 年 12 月	152.77	206.73
2018 年 1 月	174.11	234.31
2018 年 2 月	148.18	214.64
2018 年 3 月	172.33	226.77
2018 年 4 月	168.16	208.05
2018 年 5 月	178.79	216.24
2018 年 6 月	210.76	222.22
2018 年 7 月	166.90	208.84
2018 年 8 月	169.30	208.63
2018 年 9 月	163.00	198.84
2018 年 10 月	174.20	195.92
2018 年 11 月	236.01	235.53
2018 年 12 月	160.10	225.70
2019 年 1 月	154.96	220.68
2019 年 2 月	142.09	203.76
2019 年 3 月	160.43	221.37
2019 年 4 月	153.66	229.87

月份	淘宝平台客单价（元）	京东平台客单价（元）
2019 年 5 月	149.11	239.56
2019 年 6 月	165.00	254.07
2019 年 7 月	142.87	217.58
2019 年 8 月	146.90	233.29
2019 年 9 月	144.90	224.70
2019 年 10 月	141.58	246.56
2019 年 11 月	226.18	262.26
2019 年 12 月	158.37	210.86
2020 年 1 月	170.76	207.54
2020 年 2 月	170.73	218.86
2020 年 3 月	173.97	209.40
2020 年 4 月	176.95	229.47
2020 年 5 月	183.32	239.69
2020 年 6 月	216.04	261.04



如上图所示，报告期内发行人在淘宝及京东平台的客单价波动情况除在双 11 期间有较大波动外，不存在其他异常波动的情形。”

二、补充披露公司在各第三方平台实现销售的总体情况，包括平台名称、各期实现销售收入金额、占线上销售收入和主营业务收入的比重，是否集中于少数平台，如是，请提示相关风险；补充披露报告期内发行人向主要线上电子商务平台支付的平台服务费或渠道费金额、费率及定价公允性，相关销售平台费用金额及占比与发行人销售规模是否匹配

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”之“4）线上销售”中补充披露如下：

“

⑨公司在各第三方平台实现销售的总体情况和销售集中度分析

渠道分类	电商平台	2020 年 1-6 月		
		销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重
自营店铺	淘宝（含天猫、1688）	6,280.67	40.26%	7.92%
	拼多多	790.25	5.07%	1.00%
	京东	802.78	5.15%	1.01%
	苏宁	51.78	0.33%	0.07%
	其它	9.50	0.06%	0.01%
电商超市	京东自营	4,760.34	30.52%	6.00%
	天猫超市	707.98	4.54%	0.89%
	其它	14.58	0.09%	0.02%
线上分销	供销平台	1,944.25	12.46%	2.45%
	其它	236.96	1.52%	0.30%
线上销售合计		15,599.10	100.00%	19.67%
主营业务收入		79,320.89		100.00%

（续上表）

渠道分类	电商平台	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重
自营店铺	淘宝（含天猫、1688）	9,030.27	36.41%	7.80%	6,889.29	38.00%	7.74%	5,162.93	45.83%	6.61%
	拼多多	1,091.17	4.40%	0.94%	179.39	0.99%	0.20%	-	-	-

渠道分类	电商平台	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重
	京东	963.18	3.88%	0.83%	740.43	4.08%	0.83%	473.49	4.20%	0.61%
	苏宁	96.32	0.39%	0.08%	41.06	0.23%	0.05%	10.82	0.10%	0.01%
	其它	1.27	0.01%	0.00%	3.07	0.02%	0.00%	20.60	0.18%	0.03%
电商超市	京东自营	8,242.14	33.23%	7.12%	6,006.22	33.13%	6.75%	2,734.18	24.27%	3.50%
	天猫超市	1,175.95	4.74%	1.02%	758.63	4.19%	0.85%	216.35	1.92%	0.28%
	其它	-	-	-	-	-	-	-	-	-
线上分销	供销平台	3,860.66	15.56%	3.34%	3,410.50	18.81%	3.83%	2,552.59	22.66%	3.27%
	其它	342.90	1.38%	0.30%	98.83	0.55%	0.11%	94.03	0.83%	0.12%
线上销售合计		24,803.86	100.00%	21.44%	18,127.41	100.00%	20.37%	11,265.00	100.00%	14.42%
主营业务收入		115,709.00		100.00%	88,977.09		100.00%	78,126.15		100.00%

由上表可知，报告期内发行人在电商自营店铺模式下，主要通过阿里巴巴旗下的多个平台实现销售，包括淘宝、天猫、1688 等；报告期内各期分别实现销售金额 5,162.93 万元、6,889.29 万元、9,030.27 万元和 6,280.67 万元，占当期线上销售总额的比例为 45.83%、38.00%、36.41%和 40.26%，占当期主营业务收入的比重分别为 6.61%、7.74%、7.80%和 7.92%。

报告期内发行人在电商超市模式下，主要通过京东自营和天猫超市实现销售，报告期各期两者合计占线上销售的比重分别为 26.19%、37.32%、37.97%和 35.06%；占同期主营业务收入的比重分别为 3.78%、7.60%、8.14%和 6.88%。

报告期内发行人在线上分销模式下，主要通过供销平台实现销售，报告期各期其销售金额占线上销售的比重分别为 22.66%、18.81%、15.56%和 12.46%，占主营业务收入的比重分别为 3.27%、3.83%、3.34%和 2.45%。

综上，虽然发行人线上销售主要通过淘系平台和京东平台实现销售，但其销售金额占报告期内各期主营业务收入的比重较小，不存在重大依赖的情形。

”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、经营风险”中补充披露如下风险：

“报告期内，发行人线上销售主要集中在淘系平台和京东平台。报告期内发行人在电商自营店铺模式下，主要通过阿里巴巴旗下的多个平台实现销售，2017 年至 2020 年 1-6 月通过其实现销售金额占当期线上销售总额的比例为 45.83%、38.00%、36.41%和 40.26%；在电商超市模式下，主要通过京东自营和天猫超市实现销售，2017 年至 2020 年 1-6 月通过其实现销售金额占当期线上销售总额的比例为 26.19%、37.32%、37.97%和 35.06%；在线上分销模式下，主要通过供销平台实现销售，2017 年至 2020 年 1-6 月通过其实现销售金额占当期线上销售总额的比例为 22.66%、18.81%、15.56%和 12.46%。如果平台政策发生改变，将对发行人线上销售造成较大影响。”

（二）报告期内发行人向主要线上电子商务平台支付的平台服务费或渠道费金额、费率及定价公允性，相关销售平台费用金额及占比与发行人销售规模是否匹配。

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（1）销售费用”中补充披露如下：

“4）平台使用费金额、费率及定价公允性

报告期内各期，发行人向各主要平台支付的平台使用费及费率情况如下所示：

单位：万元

	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
平台名称	平台使用费	费率	平台使用费	费率	平台使用费	费率	平台使用费	费率
天猫	193.98	3.37%	262.03	3.25%	194.8	3.29%	145.92	3.32%
京东	23.13	2.88%	26.23	2.72%	20.83	2.81%	14.19	3.00%
其它淘系平台	3.44	0.65%	5.4	0.57%	6.18	0.64%	5.87	0.76%
其他	10.71	0.13%	11.53	0.08%	1.7	0.02%	0.23	0.00%
合计	231.26	1.48%	305.19	1.23%	223.51	1.23%	166.21	1.48%

注：①上述表格中统计的平台使用费包括平台佣金以及平台积分费用等；
②平台使用费费率=平台使用费金额/平台实现的销售收入。

各主要平台的平台使用费政策如下：

平台	服务类型	收费标准
天猫	基础服务费	软件服务费率：中老年护理用品 2.5%，医疗器械费率 3%；村淘定向服务费费率 5%，村淘综合服务费费率 8%；购物积分返点费率 0.5%；
京东	基础服务费	平台使用费：纸尿裤类费率 2%，日常护理类 4%；支付京豆费用，每 100 个京豆 1 元；年费：12,000 元/年
其他淘系	基础服务费	淘宝：无平台使用费；
		1688 平台：每年固定 43,488 元年费，诚 E 赊按照 0.5%费率收费
		零售通：推广技术服务费费 5%

如上表所示，发行人向各主要平台支付的平台使用费费率与平台使用费的收取政策基本一致，不存在重大差异。

”

三、补充披露线上分销主要客户的情况，包括客户名称、销售金额以及报告期内的变动情况，线上渠道终端销售收入的真实性，是否实现最终销售

报告期内发行人分销平台的合作模式可以划分为以下三类：

方式一：线上分销商自行运营电商店铺，并将客户购买信息推送至发行人处，由发行人安排物流配送。线上分销商定期与发行人对账，双方对账无误后开具发票，线上分销商在约定账期内支付货款。

方式二：公司在电商平台上自行运营店铺，客户通过平台下单后，将货款支付至平台方，由发行人安排物流配送。平台方定期与发行人对账付款，按照约定价格结算。

方式三：公司的分销商在供销平台上开设其自营店铺开展商品的分销，客户在分销商的自营店铺下单后，供销平台将订单信息推送至发行人后台，由发行人根据客户地址直接安排配送；客户收到货物后在电商平台上确认收货，平台自动对货款进行分账，按照约定比例分别将款项划至发行人及分销商的账户。

发行人已在招股说明书“第六节　业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”之“4）线上销售”之“③ 线上分销”中补充披露如下：

“

（iii）线上分销主要客户的情况

单位：万元

平台/店铺名称	分销平台	模式分类	2020 年 1-6 月销售金额	2019 年销售金额	2018 年销售金额	2017 年销售金额
供销平台	淘系	方式三	1,944.25	3,860.66	3,410.50	2,552.59
可靠母婴旗舰店	唯品会	方式二	151.04	159.13	24.21	-
岳阳翼腾科贸有限公司	京东分销	方式一	39.16	114.14	57.07	35.93
贝店自营	贝店	方式二	29.53	46.26	-	-
其它			17.23	23.37	17.55	58.10
线上分销合计			2,181.21	4,203.56	3,509.33	2,646.62

如上表所示，报告期内发行人对主要线上分销客户的销售额均呈逐年上升的趋势，主要原因系成人失禁用品市场整体规模快速增长；发行人分销客户的终端销售真实，均实现了最终销售。”

四、披露不同线上渠道（自营电商平台、电商超市、线上分销平台）销售单价和毛利率是否存在重大差异，同一线上渠道不同平台或不同客户销售单价和毛利率是否存在重大差异，如是，请分析原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之“4、主营业务毛利率情况分析”中补充披露如下：

“

（3）报告期内发行人不同线上渠道的销售单价和毛利率情况

单位:元/片

分类	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
自营电商平台	1.52	36.10%	1.37	43.12%	1.26	38.52%	1.18	37.84%
电商超市	1.30	35.65%	1.20	35.62%	1.16	33.03%	0.99	28.90%

线上分销	1.15	18.84%	1.14	33.11%	1.09	33.06%	0.98	31.52%

如上表所示，报告期内发行人三种线上销售模式之间的毛利率存在一定差异，其中自营电商平台单价和毛利率最高，电商超市以及线上分销的单价和毛利率相对较低，主要原因系：

在自营电商平台下，发行人运营团队自行运营在各主要平台开设的电商店铺，自行负担市场推广、引流、运营等费用支出，销售费用支出较大，因此定价较高，毛利率相对较高。

在电商超市模式下，发行人按照京东自营、天猫超市的指令将货品配送至其指定仓库后，由电商超市完成后续的销售流程，因此相对定价较低，毛利率较低。

发行人线上分销主要是通过阿里巴巴的供销平台进行销售，在供销平台模式下，分销商负责店铺的推广和销售，发行人仅负责按照店铺指令进行发货，因此定价较低，毛利率较低。

2020 年 1-6 月，发行人三种线上销售模式毛利率均有所下降，主要原因系按照 2020 年施行的新收入准则相关要求，将运输费用由销售费用转列至营业成本。其中电商超市模式下，发行人承担的运输费用相对较低，受到的影响较小；线上分销及自营电商店铺模式下发行人承担的运输费用较高，毛利率受到的影响较大，但 2020 年 1-6 月疫情期间，发行人自营电商店铺中销售了较多高毛利率的口罩产品，因此自营电商店铺模式下毛利率的下降程度低于分销平台模式。”

五、披露各线上平台访客量、页面浏览量、浏览转化率、访客获取成本、新老买家数、用户复购率等信息，不同平台之间对比、与同行业可比公司对比是否存在较大差异，如存在，请解释原因

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”之“4）线上销售”之“④电商客户消费情况”中补充披露如下：

“

（vi）发行人主要 B2C 自营店铺访客量、页面浏览量、浏览转化率情况

店铺名称	平台名称	数据指标	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
可靠旗舰店	天猫	访客数（人）	4,416,939	2,805,985	1,897,472	1,768,533
		页面浏览量（次）	18,703,589	22,228,120	13,536,772	12,159,921
		下订单人数（人）	355,507	587,381	354,573	260,586
		转化率	8.05%	20.93%	18.69%	14.73%
可靠福祉综合馆	淘宝	访客数（人）	97,013	119,255	305,138	671,091
		页面浏览量（次）	482,324	692,211	1,725,666	无法取得
		下订单人数（人）	14,140	28,226	64,074	105,224
		转化率	14.58%	23.67%	21.00%	15.68%
安护士旗舰店	天猫	访客数（人）	111,527	129,242	80,376	-
		页面浏览量（次）	698,462	880,615	513,768	-
		下订单人数（人）	19,021	27,233	17,928	-
		转化率	17.06%	21.07%	22.31%	-
crown 皇冠居家日用旗舰店	天猫	访客数（人）	18,198	11,635	85,557	33,353
		页面浏览量（次）	93,646	56,055	458,981	无法取得
		下订单人数（人）	3,621	2,681	16,295	5,048
		转化率	19.90%	23.04%	19.05%	15.14%
京东可靠旗舰店	京东	访客数（人）	372,687	287,014	266,263	258,027
		页面浏览量（次）	1,782,429	1,395,043	1,177,798	989,038
		下订单人数（人）	36,616	42,803	38,423	26,993
		转化率	9.82%	14.91%	14.43%	10.46%

注：转化率=下订单人数/访客数

如上表所示，发行人主要电商店铺中，除京东可靠旗舰店转化率较低外，其余店铺之间转化率无重大差异，京东可靠旗舰店转化率较低的原因系发行人除在京东平台开设自营店铺外，还在向京东超市出售可靠自有品牌商品，因此部分访问客户最终在京东超市实现购买，导致自营店铺的转化率偏低。

（vii）访客获取成本

单位：元/人

主要自营店铺	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
可靠旗舰店	44.47	41.97	43.37	31.90
可靠福祉综合馆	34.77	37.23	28.21	无法取得
安护士旗舰店	31.7	30.77	29.8	-
京东可靠旗舰店	37.77	53.19	52.23	121.02

注:访客获取成本=平均点击扣费/点击转化率

上表中,京东可靠旗舰店 2017 年获客成本较高的原因系 2016 年公司暂停了推广计划,导致 2017 年公司重新进行推广引流时,获客成本相对较高。

（viii）新老买家数、用户复购率

时间	平台	去重用户数	老用户	新用户	复购人数	复购率
2017 年度	京东	11,816	-	11,816	2,145	18%
	淘宝	251,837	-	251,837	80,934	32%
2018 年度	京东	27,932	2,551	25,381	7,778	28%
	淘宝	281,331	50,860	230,471	93,689	33%
2019 年度	京东	29,691	5,519	24,172	9,064	31%
	淘宝	420,596	59,835	360,761	127,118	30%
2020 年 1-6 月	京东	32,135	6,142	25,993	7,045	22%
	淘宝	306,040	58,928	247,112	81,392	27%

注：①复购人数=同一年度内再次或多次下单的去重用户数
②复购率=复购人数/去重用户数

”

目前各电商平台数据安全意识日益加强，对商业化数据的安全管理日益完善，任何有可能泄露数据的端口都经过指数化处理，且对于平台员工均有签署保密协议，禁止向第三方泄露具体数据，因此无法取得同行业可比公司的运营数据。

六、披露报告期内发行人进行销售或推广的各电商平台对发行人实施的临时性措施及处罚的基本情况，包括但不限于背景、原因、对发行人责任认定及认定依据、处理措施及结果，是否涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成重大违法行为及本次发行上市的法律障碍

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”中补充披露如下：

“

3、报告期内发行人线上主要 B2C 自营店铺被平台处罚情况

年度	处罚平台	处罚数量（笔）	处罚金额（元）	处罚背景和原因	处理情况
2017 年度	-	-	-	-	-
2018 年度	京东	4	-	发布或推送第三方信息-轻微 1 次 店铺月平均响应时间不达标 2 次 售后服务超时 1 次	均为一般违规，3 次警告，1 次扣 1 分
	拼多多	22	220	2018 年双 11 大促，快递转运超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
	淘宝（含天猫）	1	-	滥用会员权利	已按要求整改
		1	-	活动后降价	已按要求整改
2019 年度	京东	2	-	店铺月平均响应时间不达标 1 次 售后满意度不达标 1 次	均为一般违规，1 次警告 1 次以考代罚免除处罚
	拼多多	72	755	2019 年 618 大促，快递揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
		2,274	23,015	2019 年双 11 大促，快递揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
		4	20	2019 双 11 期间，物流超 5 天无更新，平台处罚	已缴纳罚款
		124	1,310	快递日常工作中揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
	淘宝（含天猫）	4	-	活动后降价	已按要求整改
		1	-	延迟发货	已按要求整改
2020 年 1-6 月	京东	2	-	延迟发货 1 次 发布或推送第三方信息-轻微 1 次	均为一般违规，1 次警告 1 次以考代罚免除处罚
	拼多多	33	360	2020 年货节活动，快递揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
		4	50	快递日常工作中揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款

年度	处罚平台	处罚数量（笔）	处罚金额（元）	处罚背景和原因	处理情况
	淘宝（含天猫）	14	-	店铺低价限量秒杀商品产生的订单被平台认定为异常订单	已按要求整改
		2	-	不符合“天猫行业标准”中关于产品发布的规定	已按要求整改
		5	-	延迟发货	已按要求整改

如上表所示，报告期内发行人被电商平台处罚主要系快递延迟发货、售后服务不及时以及促销违规等，情节均较为轻微，处罚金额较小，相关处罚均已按时足额缴纳罚款，并按照要求进行整改，不存在与纠纷或潜在纠纷，不构成重大违法行为及本次发行上市的法律障碍。”

七、披露报告期内发行人的物流、快递或配送产品过程中是否存在货物或产品派送迟延、漏发、被他人冒领、损毁、丢件等情形，相关订单占当期订单的比例，发行人、相关平台、第三方物流公司、快递公司对相关行为责任的承担情况，发行人对消费者的赔偿情况、金额及对发行人业绩的影响，是否存在消费者投诉、纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”中补充披露如下：

“4、货物或产品派送迟延、漏发、损毁及丢件等情形

报告期内，公司货物或产品派送迟延、漏发、损毁及丢件等情形如下：

订单类别	2018 年度		2019 年度		2020 年 1-6 月	
	订单数量（个）	占比	订单数量（个）	占比	订单数量（个）	占比
货物迟延	515	0.06%	1,540	0.12%	548	0.07%
货物漏发	113	0.01%	128	0.01%	118	0.02%
货物损毁	228	0.03%	362	0.03%	151	0.02%
货物丢件	1,298	0.15%	2,679	0.21%	488	0.06%

注：2017 年由于系统未保留原始数据，无相应的统计数据。

发行人已按照平台相关规定及时对消费者进行了沟通和补发货，物流公司对发行人进行了赔偿，报告期内各期赔偿金额分别为 13.25 万元、13.17 万元、24.30 万元和 4.17 万元。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（八）产品质量情况”中补充披露如下：

3、可靠护理对消费者赔偿情况

（1）线上销售赔偿情况

2017 年、2018 年发行人线上销售不存在对消费者赔偿的情形，2019 年度以及 2020 年 1-6 月赔偿情况如下所示：

单位：笔、元

赔偿类别	2019 年度		2020 年 1-6 月	
	赔偿笔数	赔偿金额	赔偿笔数	赔偿金额
医护补偿(过敏)	1	1,300	-	-
快递签收异常，服务补偿	-	-	1	300

（2）线下销售赔偿情况

2017、2018 年发行人线下销售不存在对消费者赔偿的情形，2019 年度以及 2020 年 1-6 月赔偿情况如下所示：

单位：笔、元

赔偿类别	2019 年度		2020 年 1—6 月	
	赔偿笔数	赔偿金额	赔偿笔数	赔偿金额
医护补偿（过敏）	1	686	-	-
产品质量	1	245	-	-
产品包装缺陷	-	-	3	3,500

”

八、请保荐人、申报会计师对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性及相关内部控制的设计是否合理、执行是否有效进行专项核查

发行人聘请了立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”）执行 IT 审计，保荐机构会同申报会计师及 IT 审计执行了以下核查程序：

1、访谈了解发行人 IT 治理与管理、系统开发、测试和维护、系统运维、信息安全等一般控制环节是否有效；同时查看发行人系统输入控制、系统处理控制、系统接口控制、系统输出控制、系统内权限等内容，核查其是否符合并

支持业务职责分离；

2、测试信息系统一般控制：从信息技术治理、运维管理、网络安全管理、系统开发及变更管理四个方面进行测试；

3、对公司通过互联网开展业务的信息系统相关的业务数据流转、存储逻辑进行了解；立信 IT 审计团队撰写程序脚本对相关指标进行统计，复核其统计结果，判断各系统接口之间传输的准确性和完整性；

4、执行计算机辅助审计程序对与财务报表相关的业务数据进行验证。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司通过互联网开展业务的信息系统可靠，相关内部控制的设计合理、执行有效。

九、中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月）》问题 53 相关核查要求

报告期内各期，发行人线上业务主营业务收入金额分别为 11,265.00 万元、18,127.41 万元、24,803.86 万元和 15,599.10 万元，占当期营业收入的比重分别为 14.31%、20.00%、21.13%和 19.52%，发行人线上业务取得的毛利分别为 3,831.64 万元、6,419.17 万元、9,567.87 万元和 5,227.61 万元，占当期营业毛利的比重分别为 17.03%、27.81%、30.17%和 20.12%；保荐机构会同申报会计师、IT 审计对发行人信息系统可靠性和线上收入真实性进行了专项核查，主要包括以下几个内容：

①了解系统环境，判断系统环境（包括软件和硬件设施）的可靠程度；

②对于发行人内部控制中系统自动控制的部分进行测试，判断系统运行和数据传输的可靠性，核查系统自动控制是否会影响财务数据；

③对系统记录的运营数据进行数据分析，判断是否存在异常，包括：核查发行人的销售、物流数据，判断是否在空包裹刷单的情形；核查发行人终端客户的购买行为数据，包括去重客户数、地域分布、消费频率、消费区间分层等，判断是否存在异常购买行为；

④将信息系统数据与公司财务数据进行对比、验证。

⑤取得公司主要自营电商店铺的月度收款流水，核对收款数据与账面收入确认数据。

经核查，保荐机构及申报会计师认为公司线上收入真实、准确。

问题 13. 关于自主品牌线下销售

据招股说明书披露，发行人自主品牌线下销售模式包括经销商、KA 和直营零售。经销模式为买断式销售，公司给予经销商一定的促销返利政策，主要包括促销费、进场费、陈列费等。直营零售模式客户主要包括重点医院的小卖部及周边店铺、重点养老院、品牌连锁药店和社会团体和慈善机构。

请发行人：

（1）披露对主要经销商销售情况，包括金额和占比，各期经销商变动情况，2018 年经销商数量减少的原因，与经销商合作的稳定性，经销商品的主要去向，经销商库存水平是否正常，是否存在积压情况，与经销商的结算方式和结算政策，是否存在退换货条款及报告期实际退换货情况；

（2）披露对经销商的收入分布、平均销售收入，是否存在销售金额变动较大情况，如是，分析并披露原因和合理性；

（3）披露公司给予经销商促销返利的具体金额，会计处理方式及是否符合《企业会计准则》的要求；

（4）披露 KA 渠道的主要客户及销售情况，该渠道销售逐年下滑的原因；

（5）披露直营零售的地区分布，主要客户及相应的销售金额，直营零售销售模式及获取客户的方式，发行人与实际控制人金利伟兼任职务的社会团体、机构的交易金额及公允性，是否存在应履行招投标流程未履行的情形，是否存在商业贿赂；

（6）披露线下各销售渠道销售相同产品的单价和毛利率是否存在差异，相同销售渠道对不同客户销售同类产品的单价和毛利率是否存在重大差异，如是，

披露原因。

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年6月修订）》问题46的要求披露对经销收入真实性核查的范围、程序及结论意见。

答复：

一、披露对主要经销商销售情况，包括金额和占比，各期经销商变动情况，2018 年经销商数量减少的原因，与经销商合作的稳定性，经销商品的主要去向，经销商库存水平是否正常，是否存在积压情况，与经销商的结算方式和结算政策，是否存在退换货条款及报告期实际退换货情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”之“1）经销商模式”中补充披露如下：

“

①报告期内，公司境内前五大经销商销售情况如下：

单位：万元

序号	2020 年 1-6 月前五名经销商客户	销售额	占营业收入比例
1	济南惠洁生活用品有限公司	78.24	0.10%
2	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	57.83	0.07%
3	大连德禄商贸有限公司	48.43	0.06%
4	临沂市宝林卫生用品有限公司	42.18	0.05%
5	湛江市金沃贸易有限公司	36.44	0.05%
合计		263.12	0.33%
序号	2019 年前五名经销商客户	销售额	占营业收入比例
1	济南惠洁生活用品有限公司	128.68	0.11%
2	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	97.55	0.08%
3	昆明煌阔商贸有限公司	63.95	0.05%
4	广州市南雄贸易有限公司	61.89	0.05%
5	乌鲁木齐市润之宸商贸有限公司	56.74	0.05%
合计		408.81	0.35%
序号	2018 年前五名经销商客户	销售额	占营业收入比例
1	昆明煌阔商贸有限公司	121.92	0.13%

2	济南惠洁生活用品有限公司	102.80	0.11%
3	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	102.56	0.11%
4	济南晓梅商贸有限公司	86.13	0.10%
5	广州市南雄贸易有限公司	79.78	0.09%
合计		493.19	0.54%
序号	2017 年前五名经销商客户	销售额	占营业收入比例
1	昆明煌阔商贸有限公司	129.38	0.16%
2	深圳市兴明都贸易有限公司	126.46	0.16%
3	济南惠洁生活用品有限公司	123.40	0.16%
4	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	82.48	0.10%
5	济南晓梅商贸有限公司	66.84	0.08%
合计		528.56	0.67%

②报告期内各期，公司经销商数量变动情况如下：

单位：家

经销商数量	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初数量	491	447	603	501
新增	51	167	97	193
退出	169	123	253	91
期末数量	373	491	447	603

③2018 年经销商数量减少的原因

2018 年发行人经销商数量显著减少，主要原因为 2018 年公司出于提高管理效率的需要，主动清理销售额较小的经销商，导致公司经销商数量明显下降。

④与经销商合作的稳定性

发行人对线下经销商实行严格的考评标准，对于符合考评标准的经销商，公司列为优质客户，在后续合作中可以考虑提供更多的优惠政策，反之则列入调整名单。

报告期内各期，发行人对于业绩不达标的经销商进行主动调整，同时吸收新的经销商进入销售体系，导致新增及退出的经销商家数较多，但报告期内，公司前五大经销商基本保持稳定，表明公司经销体系中的核心成员相对较为稳定。

综上，发行人与经销商的合作在报告期内呈现核心骨干成员稳定，其余成员优胜劣汰动态调整的态势，且经销商渠道的销售占发行人总销售额的比重较小，经销商的变动对发行人带来的影响较小。

⑤经销商品的主要去向及库存情况

报告期内，发行人经销商主要面向商超、连锁店、食杂店、个体户等中小型店铺进行销售，经销商不存在异常压货的情形，库存与销售规模和销售策略匹配，均实现最终销售。

⑥经销商的结算方式和结算政策

经销模式下，公司根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收或对账后确认销售收入。

⑦经销商退换货情况

公司在与经销商的合作中，通常签订年度经销协议，在协议中约定产品名称、经销性质、经销区域等条款，向经销商的销售属于买断式销售，非公司原因造成的货品损毁、滞销等情形，不予以退换。报告期内各期，公司与经销商实际退换货金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商退换货金额	8.43	3.88	6.31	14.06
经销商收入	7,838.14	4,004.31	4,549.89	4,731.37
退换货占比	0.11%	0.10%	0.14%	0.30%

”

二、披露对经销商的收入分布、平均销售收入，是否存在销售金额变动较大情况，如是，分析并披露原因和合理性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式” 之“2）经销商模式”中补充披露如下：

“报告期内，公司经销商收入分布和平均销售收入情况如下：

单位：家、万元

项目	2020.06.30/2020 年 1-6 月			2019.12.31/2019 年		
	数量	金额	平均收入	数量	金额	平均收入
华东地区	137	943.16	6.88	204	1,440.49	7.06
华中地区	70	374.69	5.35	90	593.92	6.60
西南地区	42	245.84	5.85	55	477.59	8.68
华南地区	40	274.49	6.86	46	436.61	9.49
华北地区	34	190.05	5.59	43	260.63	6.06
东北地区	26	169.11	6.50	35	220.84	6.31
西北地区	13	88.43	6.80	15	145.17	9.68
境外地区	11	5,552.39	504.76	3	429.07	143.02
合计	373	7,838.14	21.01	491	4,004.31	8.16

（续上表）

项目	2018.12.31/2018 年			2017.12.31/2017 年		
	数量	金额	平均收入	数量	金额	平均收入
华东地区	174	1,555.46	8.94	235	1,478.02	6.29
华中地区	71	707.82	9.97	88	635.9	7.23
西南地区	68	594.33	8.74	84	659.53	7.85
华南地区	35	546.52	15.61	61	566.58	9.29
华北地区	36	309.7	8.60	48	217.44	4.53
东北地区	42	245.11	5.84	55	215.51	3.92
西北地区	17	162.94	9.58	26	191.26	7.36
境外地区	4	428.01	107.00	6	767.14	127.86
合计	447	4,549.89	10.18	603	4,731.37	7.85

报告期内各期，公司通过经销商渠道实现销售收入 4,731.37 万元、4,549.89 万元、4,004.31 万元和 7,838.14 万元，基本保持稳定。对于公司的自主品牌业务产品，当前线下传统渠道更多开始扮演让消费者首次接触成人失禁用品的角色，消费者在首次使用后，通常更倾向于采用更为便捷的线上购买方式实现重复消费，因此虽然成人失禁用品整体的市场规模增长较快，但报告期内发行人线下经销规模未出现大规模增长。

2018 年公司经销商平均销售金额出现上升，主要原因为 2018 年公司逐步清

退销售金额较小的经销商，导致经销商数量下降明显，平均销售金额出现上升。

2020 年 1-6 月公司经销商渠道实现销售额 7,838.14 万元，收入增长迅速，主要原因为 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，公司口罩业务通过境外经销商销往欧洲，口罩业务销售额迅速增长。”

三、披露公司给予经销商促销返利的具体金额，会计处理方式及是否符合《企业会计准则》的要求

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”中补充披露如下：

“报告期内公司未给予境外经销商返利，给予境内经销商促销返利的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商业折让	47.23	134.79	211.92	331.1
搭赠折扣	80.48	102.03	39.17	30.14
费用类补贴	0.59	8.59	8.03	15
经销商返利金额合计	128.31	245.41	259.12	376.25
经销商收入	2,413.82[注]	4,004.31	4,549.89	4,731.37
其中：国内经销商收入	2,237.55[注]	3,575.24	4,121.88	3,964.23
返利占经销收入比	5.32%	6.13%	5.70%	7.95%
返利占国内经销收入比	5.73%	6.86%	6.29%	9.49%

注：2020 年 1-6 月经销商收入未包含口罩业务经销收入

公司给予经销商促销返利的会计处理方式

公司给予经销商一定的促销返利政策，不定期根据公司的销售策略以抵货款或搭赠形式发放，包括商业折让、搭赠折扣及费用类补贴三种方式。

商业折让会计处理方式：公司按照销售合同约定或促销政策按月结算或计提，将相关支出冲减主营业务收入，在公司向客户开具销售发票时冲减应收账款。

搭赠折扣会计处理方式：公司按照促销政策兑现货物搭赠，在搭赠出库时将相关支出计入主营业务成本。

费用类补贴会计处理方式：公司按照销售合同约定或促销政策按月结算或计提，将相关支出计入销售费用，在经销商向公司开具费用发票时冲减应收账款。

公司对于经销商返利的会计处理符合《企业会计准则》的规定。”

四、披露 KA 渠道的主要客户及销售情况，该渠道销售逐年下滑的原因

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”中补充披露如下：

“报告期内，公司 KA 渠道主要客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	2020 年 1-6 月前五名客户	金额	占营业收入比例
1	康成投资（中国）有限公司	136.22	0.17%
2	家家悦集团股份有限公司	114.47	0.14%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	97.35	0.12%
4	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	34.85	0.04%
5	联华超市股份有限公司	33.79	0.04%
合计		416.68	0.51%
序号	2019 年前五名客户	金额	占营业收入比例
1	康成投资（中国）有限公司	291.29	0.25%
2	家家悦集团股份有限公司	204.24	0.17%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	189.95	0.16%
4	物美南方发展有限责任公司	113.01	0.10%
5	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	60.47	0.05%
合计		858.96	0.73%
序号	2018 年前五名客户	金额	占比
1	康成投资（中国）有限公司	370.49	0.41%
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	296.03	0.33%

3	家家悦集团股份有限公司	239.54	0.26%
4	物美南方发展有限责任公司	120.5	0.13%
5	家乐福	66.94	0.07%
合计		1,093.50	1.20%
序号	2017 年前五名客户	金额	占比
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	455.28	0.58%
2	康成投资（中国）有限公司	321.95	0.41%
3	家家悦集团股份有限公司	255.12	0.32%
4	物美南方发展有限责任公司	167.96	0.21%
5	家乐福	75.58	0.10%
合计		1,275.89	1.62%

报告期内，公司 KA 渠道销售收入分别为 1,694.23 万元、1,560.09 万元、1,222.89 万元和 544.80 万元，逐年下降，主要原因为：

①随着我国电子商务市场的崛起，人们的消费方式发生了较大的改变，当前线下传统渠道如KA卖场等更多开始扮演让消费者首次接触成人失禁用品的角色，消费者在首次使用后，通常更倾向于采用更为便捷的线上购买方式实现重复消费。

②KA 等卖场费用较高。公司产品进入 KA 等卖场渠道进行销售，需要缴纳进场费、陈列费、促销费等多项费用，费用较高，且卖场产品销售条件较为严苛，公司产品在 KA 等卖场渠道实现的利润较低,因此在渠道选择上并未优先选择 KA 卖场。”

五、披露直营零售的地区分布，主要客户及相应的销售金额，直营零售销售模式及获取客户的方式，发行人与实际控制人金利伟兼任职务的社会团体、机构的交易金额及公允性，是否存在应履行招投标流程未履行的情形，是否存在商业贿赂

①直营零售销售模式

通常情况下，公司与直营零售客户签订销售合同；对于部分残疾人联合会、红十字会客户，公司还要通过招投标流程与其进行合作。直营零售客户将订单

需求发送至公司业务员后，业务员将订单转交公司订单组，之后由仓库安排物流发货，物流部进行跟单，将签收回单反馈至财务部。对直营零售客户的货品配送由公司统筹安排，如订单数量较小，则由外仓就近发货，如订单数量较大，则由公司安排物流从工厂仓库发货。公司与直营零售客户的结算方式包括款到发货、货到付款以及月结等，具体与客户协商确定。非公司原因造成的货品损毁、滞销等情形，一般不予以退换货。

②直营零售获客模式

公司在经济较为发达、老年人口比例较高的地区补充发展直营零售模式，主要聚焦于四类客户：一是重点医院的小卖部及周边店铺；二是重点养老院；三是品牌连锁药店；四是社会团体和慈善机构，例如各地的红十字会、残疾人联合会等。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“3、销售模式”之“（2）自主品牌业务销售模式”中补充披露如下：

“报告期内，公司自主品牌业务直营零售客户的收入分布如下：

单位：万元

区域	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
华东地区	1,331.81	1,068.23	862.49	539.71
华北地区	91.72	147.86	141.58	71.3
华南地区	41.7	42.77	68.36	26.06
东北地区	41.36	9.77	46.14	14.76
华中地区	15.27	31.76	32.12	18.76
西南地区	15.22	54.22	45.44	23.24
西北地区	4.26	4.73	2.84	17.59
合计	1,541.34	1,359.34	1,198.97	711.42

报告期内，公司主要直营零售客户销售额如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月		
序号	客户	金额
1	杭州悦行优品健康管理有限公司	278.90

2	杭州市临安区国瑞健康产业投资有限公司	271.77
3	南京孝为先康复用品有限公司	49.28
4	杭州市公共交通集团有限公司	47.96
5	上海奥思特康复辅具有限公司	47.78
合计		695.70

2019 年度

序号	客户	金额
1	杭州悦行优品健康管理有限公司	104.80
2	南京孝为先康复用品有限公司	64.39
3	上海市残疾人辅助器具资源中心	57.41
4	浦东新区残疾人联合会	51.59
5	上海市虹口区残疾人联合会	42.94
合计		321.12

2018 年度

序号	客户	金额
1	上海市残疾人辅助器具资源中心	241.18
2	南京孝为先康复用品有限公司	50.74
3	上海康林仁和家庭医疗保健用品有限公司	29.51
4	张家口市华佗医药经营有限公司	21.97
5	合肥市新站区九久夕阳红超市	17.76
合计		361.16

2017 年度

序号	客户	金额
1	上海市残疾人辅助器具资源中心	211.00
2	南京孝为先康复用品有限公司	90.28
3	临安市社会福利中心	18.68
4	上海康林仁和家庭医疗保健用品有限公司	14.79
5	杭州悦行优品健康管理有限公司	12.63
合计		347.38

报告期内，发行人与金利伟兼任职务的社会团体、机构的交易主要系缴纳会费以及捐赠，无其他业务往来，发行人向社会团体和慈善机构供应商品时，均按照相关组织和部门的要求履行流程，不存在应履行招投标流程未履行的情形，不存在商业贿赂的情形。”

六、披露线下各销售渠道销售相同产品的单价和毛利率是否存在差异，相同销售渠道对不同客户销售同类产品的单价和毛利率是否存在重大差异，如是，披露原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之“6、线下渠道毛利率分析”中补充披露如下：

“报告期内，公司线下各销售渠道的单价和毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）
境内经销	27.88%	1.02	32.85%	0.97	30.01%	0.98	27.80%	0.87
KA 模式	32.08%	1.09	39.87%	1.06	35.92%	1.06	38.31%	1.04
直营零售	42.73%	1.39	35.45%	1.14	31.80%	1.10	35.43%	1.12

公司线下各销售渠道销售的主要产品均为公司自有品牌产品，产品种类基本相同；从单价来看，直营零售最高，KA 模式其次，经销模式最低；从毛利率来看，KA 模式和直营零售相对较高，经销模式相对较低。主要原因系：在与 KA 客户的合作中，需要承担较多的销售费用，如进场费、堆头费、陈列费等，因此其定价相对较高，毛利率较高；直营零售客户主要以养老院、医院周边店等为主，其销售产品中医护级产品的占比相对较高，因此其平均单价较高，毛利率较高；发行人在与经销商客户合作时，一般按照营销方案给予经销商一定的出厂折扣，因此其定价相对较低，毛利率较低。公司 2020 年 1-6 月直营零售毛利率较高，主要原因为 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，公司新增口罩销售业务，通过直营零售销售口罩收入 815.30 万元，该部分口罩业务销售毛利较高所致。

”

七、请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题46的要求披露对经销收入真实性核查的范围、程序及结论意见

（一）发行人采取经销商销售模式的，中介机构应重点关注其收入实现的真实性，详细核查经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性，经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理等。

1、经销商收入的真实性核查程序

（1）保荐机构联合会计师和律师对大额经销商客户进行了实地走访和电话访谈，访谈了解其终端销售情况，并对其终端客户进行了走访；

（2）要求发行人经销商客户提供其库存商品的进销存情况；

（3）分析了报告期内经销商客户家数的变动和区域分布；

（4）对经销商客户进行了函证，报告期各期已收入为口径统计的经销商发函比例超过65%、回函比例超过97%。

2、经销商模式的必要性

由于消费品行业的传统渠道（例如区域性商超、母婴店等）具有较强的地域性特征，发行人在全国范围内选取当地具有影响力的合作伙伴共同开发和深耕当地市场和终端渠道，通过构建经销商网络推广和销售公司的自主品牌产品。

3、经销商模式下的收入确认

境内经销：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收或对账后确认销售收入。

境外经销根据不同的结算模式：在工厂或仓库将货物交付客户指定承运人或取得提单时，确认销售收入。

4、内控是否健全并有效执行

保荐机构及申报会计师对发行人的销售与收款循环执行了穿行测试及控制测试，认为发行人经销模式下的内控措施健全并有效执行。

5、经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理

保荐机构取得了经销商客户出具的无关联关系声明。

保荐机构通过实地走访、查阅合同等方式了解发行人授予经销商客户的信用政策，公司对经销商，大多采用了先款后货的信用政策，仅对少量优质客户授予一定的授信额度，公司对给予经销商的应收账款授信额度实行总额控制，对经销商的应收账款总体规模较小，保荐机构认为报告期内经销商的信用政策稳定、合理。

（二）发行人对经销商模式的披露情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”中披露了经销商模式的具体经营状况。

（三）出现下述情况时，发行人应充分披露相关情况：发行人通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的差异较大；给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款显著增大；海外经销商毛利率与国内经销商毛利率差异较大。

2017 年至 2020 年 1-6 月，发行人境内经销商模式下的销售毛利率分别为 27.80%、30.01%、32.85%和 27.88%，与发行人境内自主品牌业务其它销售模式的毛利率不存在重大差异。

报告期内，公司不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其它销售方式；报告期各期末，公司经销商应收账款余额分别为 366.83 万元、333.80 万元、35.51 万元和 171.77 万元，公司不存在对经销商应收账款显著增加的情形。

报告期内，公司海外经销商金额较小，不存在与国内经销毛利率差异较大的情形。具体对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
境内经销	29.16%	27.88%	89.28%	32.85%	90.59%	30.01%	83.79%	27.80%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
境外经销	70.84%	66.44%	10.72%	35.22%	9.41%	33.70%	16.21%	43.97%
经销商合计	**100.00%**	**55.20%**	**100.00%**	**33.10%**	**100.00%**	**30.36%**	**100.00%**	**30.42%**

如上表所示，报告期内发行人境外经销毛利率高于境内经销，主要原因系境外经销以婴儿护理用品为主、境内经销以成人护理用品为主所致。其中 2017 年度发行人境外经销毛利率高于境内经销毛利率较多，主要原因系 2017 年度成人拉拉裤市场供应较少，成人拉拉裤销售给境外部分客户时定价较高，毛利率较高；2020 年 1-6 月发行人境外经销毛利率高于境内经销毛利率较多，主要系疫情期间发行人向海外客户销售口罩，导致毛利率提升；2018 年度和 2019 年度，发行人境内经销和境外经销的毛利率不存在重大差异。

（四）保荐机构、律师和申报会计师应对经销商业务进行充分核查，并说明发行人经销商销售模式、占比等情况与同行业上市公司是否存在显著差异及原因，对经销商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等应足以支持核查结论。

报告期内各期，发行人经销商模式实现的销售收入占主营业务收入的比重分别为 6.06%、5.11%、3.46%和 9.86%，占比较小。由于发行人境内自主品牌线下渠道的客户比较分散，交易金额普遍较小，占发行人收入的比例较小，因此保荐机构采用实地走访、视频访谈和电话访谈相结合的形式进行核查，具体如下表所示。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
线下经销商及直营零售客户收入	9,379.49	5,363.65	5,748.86	5,442.79
实地走访及视频访谈金额	5,585.31	783.27	1,121.76	1,308.86
电话访谈金额	1,349.99	1,877.47	1,883.03	1,458.48
线下经销及直营零售核查占比	73.94%	49.61%	52.27%	50.84%

（五）保荐机构、律师及申报会计师应当综合利用电话访谈、合同调查、实地走访、发询证函等多种核查方法，核查发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则、费用承担原则及给经销商的补贴或返利情况、经销商的主体资格及资信能力，核查关联关系，结合经销商模式检查与发行人的交易记录及银行流水记录、经销商存货进销存情况、经销商退换货情况。保荐人、律师和申报会计师应对经销商模式下收入的真实性发表明确意见。

针对上述事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、了解和评价与收入确认相关的内部控制设计的有效性，并对公司销售与收款循环执行了穿行测试及控制测试，测试关键控制运行的有效性；

2、与销售部门、财务部门相关负责人进行访谈，了解经销模式的业务流程及收入确认的时点和依据，以评价其是否符合企业会计准则的要求；

3、抽样检查经销商收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、销售发票、出库单、签收记录、银行汇款记录及记账凭证等，以确认收入的真实性；

4、抽样检查资产负债表日前后的收入交易记录，核对相关销售合同或订单、销售发票、出库单、签收记录等相关支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间；

5、向经销商直接发函并对主要经销商进行实地走访、视频访谈及电话访谈，对经销商交易的真实性进行核查。

6、核查了主要经销商客户的进销存数据，并要求经销商客户提供了报告期各期末的盘点明细表；

7、取得了经销商退换货情况统计表，并分析了退换货的主要原因

经核查，保荐机构、申报会计师认为，公司经销收入真实。

问题 14. 关于主要客户

报告期内发行人前五大客户销售收入分别为 57,078.43 万元、63,223.66 万元和 80,473.74 万元，占公司当年销售收入的比例分别为 72.52%、69.76%和 68.56%，前五大客户收入较为集中。发行人与小股东 PACKWOOD 及其关联方菲律宾 JS 发生的交易主要为婴儿护理用品和成人失禁用品的 ODM 代工，报告期内相关交易金额为 31,803.10 万元、33,216.43 万元、40,319.80 万元，占当期营业收入的比重为 40.41%、36.65%、34.35%。杜迪公司与发行人控股子公司可艾公司的少数股东健合香港同受 H&H 国际控股控制，发行人对杜迪公司提供纸尿裤代工业务销售收入分别为 1,040.60 万元、9,164.41 万元和 1.494 亿元。

请发行人：

（1）披露发行人是否为菲律宾 JS 和杜迪公司独家 ODM 加工商，如否，结合菲律宾 JS 和杜迪公司向其他 ODM 代工商采购价格，分析并披露发行人向菲律宾 JS 和杜迪公司销售的价格公允性；披露公司是否存在对菲律宾 JS 和杜迪公司的重大依赖，公司占其采购同类产品比例，合作是否具有稳定性、可持续性；

（2）披露客户集中度较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

（3）结合公司与天津露乐国际贸易有限公司终止合作的情况，披露公司如何保证和其他客户合作的稳定性，是否进行充分的风险提示；

（4）招股说明书披露的“菲律宾 JS 是菲律宾最大的婴儿纸尿裤销售厂商之一，旗下婴儿纸尿裤品牌在菲律宾占有较高的市场份额”是否有权威数据支撑，引用数据的具体来源，该等数据是否公开、是否专门为本次发行上市准备、发行人是否为此支付费用或提供帮助、是否为定制或付费报告；

（5）结合行业特点和业务模式，补充披露与主要客户所签订合同的有效期限、续约风险，是否已建立长期稳定的合作关系，发行人在客户稳定性与业务持续性方面是否存在重大风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露发行人是否为菲律宾 JS 和杜迪公司独家 ODM 加工商，如否，结合菲律宾 JS 和杜迪公司向其他 ODM 代工商采购价格，分析并披露发行人向菲律宾 JS 和杜迪公司销售的价格公允性；披露公司是否存在对菲律宾 JS 和杜迪公司的重大依赖，公司占其采购同类产品比例，合作是否具有稳定性、可持续性

（一）披露发行人是否为菲律宾 JS 和杜迪公司独家 ODM 加工商，如否，结合菲律宾 JS 和杜迪公司向其他 ODM 代工商采购价格，分析并披露发行人向菲律宾 JS 和杜迪公司销售的价格公允性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”之“3、发行人与主要前五名客户的交易情况”中补充披露如下：

“报告期内，发行人并非菲律宾 JS 的独家供应商，但为菲律宾 JS 的主要供应商，菲律宾 JS 向发行人采购的产品占其纸尿裤产品采购总额的比例约为 50%，其中，婴儿纸尿裤产品的采购金额占比约 70%；发行人为杜迪公司纸尿裤产品的独家供应商，杜迪公司向发行人采购的产品占同类产品的 100%。

（1）发行人与菲律宾 JS 的交易事项及公允性

……

发行人向菲律宾 JS 销售的定价具有公允性。发行人与菲律宾 JS 之间的交易以双方签署的《框架协议》中约定的订单规模为基础，销售定价系由双方充分协商、沟通后，在单笔订单中确定，并以美元结算。由于菲律宾 JS 向其他 ODM 代工商的采购价格属于其商业秘密，因此无法与其向发行人采购的单价进行对比。但比较 2016 年 PACKWOOD 入股成为发行人股东前后菲律宾 JS 向发行人采购的单价可知，发行人与菲律宾 JS 的交易单价未发生较大变化。2017 年至 2020 年 1-6 月期间，发行人与菲律宾 JS 之间的纸尿裤单片销售价格年波动不超过 10%，相对稳定。与同期其他境外 ODM 业务相比，发行人与菲律宾 JS 的毛利率也不存在明显异常。发行人与菲律宾 JS 之间交易的公允性详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“(六)报告期内公司与 PACKWOOD 及菲律宾 JS 的交易”之“4、菲律宾 JS 与发行人的交易公允合理，不存在其他

未披露的利益安排”。

（2）发行人与杜迪公司的交易事项及公允性

……

发行人为杜迪公司的独家供应商，因此无杜迪公司向其他 ODM 代工商采购同类商品的价格。发行人与杜迪公司之间交易的公允性分析详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”之“2）定价依据及公允性”。

”

（二）披露公司是否存在对菲律宾 JS 和杜迪公司的重大依赖，公司占其采购同类产品比例，合作是否具有稳定性、可持续性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”中对发行人不存在对菲律宾 JS 和杜迪公司的重大依赖及具体原因补充披露如下：

“2、发行人对主要客户不存在重大依赖

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或者严重依赖**包括菲律宾 JS 和杜迪公司在内的**少数客户的情况，**主要原因如下：**

（1）发行人业务模式和客户结构具有多样性

报告期内发行人的业务分为两大类，分别是自主品牌业务和 ODM 代工业务；在自主品牌业务，发行人在线上、线下多个渠道销售成人失禁用品，2017 年至 2020 年 1-6 月，自主品牌业务的销售收入占主营业务收入的比重分别为 23.55%、28.59%、27.13%和 32.18%；在 ODM 代工业务方面，发行人除菲律宾 JS 和杜迪公司外，还拥有万邦健康、上海亲蓓、日本 KOHNAN、杭州沐歆等众多 ODM 品牌客户，且都与上述客户建立了持续稳定的合作关系。

（2）发行人具备持续对外开拓经营的能力

发行人拥有自主研发、自主生产的能力，能够为品牌商提供具有良好产品

性能和主打特点的丰富产品模板，受到国内外母婴用品品牌商的普遍肯定。在婴儿纸尿裤 ODM 领域，优质的 ODM 厂商属于稀缺资源，虽然目前我国一次性卫生用品厂商众多，但多数为中小厂家，能同时提供大规模稳定产能、高品质、领先技术的代工厂为数不多；业内知名品牌商竞争激烈，家数众多，但其背后主要都是几家 ODM 代工厂的产能之争，各家 ODM 代工厂根据各品牌商的产品定位，提供相应的解决方案。因此优质的 ODM 厂商仍然属于业内的稀缺资源，发行人外部市场的开拓相对较为容易。

在上述产业背景下，当 2018 年杜迪公司订单量不及预期时，发行人能够迅速通过开拓其他客户订单进行填补；此外，发行人报告期内还相继开拓了杭州沐歆等新兴品牌商客户,说明发行人具备较强的对外开拓经营的能力。

”

对于公司菲律宾 JS 和杜迪公司采购同类产品比例，以及合作具有稳定性、可持续性的原因，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”中补充披露如下：

“3、发行人与主要前五名客户的交易情况

报告期内，发行人并非菲律宾 JS 的独家供应商，但为菲律宾 JS 的主要供应商,菲律宾 JS 向发行人采购的产品占其纸尿裤产品采购总额的比例约为 50%，其中，婴儿纸尿裤产品的采购金额占比约 70%；发行人为杜迪公司纸尿裤产品的独家供应商，杜迪公司向发行人采购的产品占同类产品的 100%。

（1）发行人与菲律宾 JS 的交易事项及公允性

发行人与菲律宾 JS 于 2010 年开始直接进行交易并持续合作至今，双方签署为期 5 年的框架协议约定合作关系。发行人通过为菲律宾 JS 提供高性价比的产品以及丰富的增值服务，实现了与菲律宾 JS 的共同成长。菲律宾 JS 借助发行人提供的优质产品并借鉴参考了发行人中国婴儿纸尿裤市场积累的产品洞见和市场经验，于 2014 年成为了菲律宾婴儿纸尿裤市场占有率第一的品牌，并蝉联持续至今，因此双方在战略上存在较强的互补性，合作关系具有较强的稳定性和持续性。

……

（2）发行人与杜迪公司的交易事项及公允性

发行人系杜迪公司的独家供应商，且双方通过建立合资工厂的方式进一步强化了在产业链上分工合作的互补关系。发行人的制造能力是杜迪公司优质产品力的保障，杜迪公司的持续增长是发行人 ODM 订单的来源，随着杜迪品牌的市场销量持续增长，双方的合作将更为稳定和深入，双方的合作关系具有较强的稳定性和持续性。

……

”

二、披露客户集中度较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）客户集中度较高”中补充披露如下：

“报告期内，公司前五名客户销售额占当**期**营业收入的比例分别为 72.52%、69.76%、68.56%**和 62.77%**，客户集中度相对较高，主要原因系公司在 ODM 业务领域以与大型品牌商的持续稳定合作为主，对单个品牌商客户的销售金额较大；**此外，公司产能有限，为了维持与 ODM 客户持续稳定的合作，在生产上只能优先满足较大的战略客户，因此发行人客户集中度较高**符合 ODM 代工行业的普遍特征。报告期内公司前五大客户中，除北京京东世纪贸易有限公司**和 NEXT FOLIEN GMBH** 系**自主品牌**客户外，其余均为 ODM 品牌商客户。

公司同行业可比公司**中，百亚股份和中顺洁柔都以自主品牌销售为主，ODM 业务占比较少，因此销售渠道主要为经销商、KA 和电商平台，客户比较分散，不具有可比性。**豪悦股份**与发行人相似，都采取 ODM 业务和自主品牌业务相结合的方式，其**前五名客户收入占比的基本情况如下：

公司	前五名客户收入占比			
	2020 年 1-6 月	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
豪悦股份	**52.73%**	55.92%	51.66%	45.49%

发行人	**62.77%**	68.56%	69.76%	72.52%

注：数据来源于豪悦股份招股说明书及审阅报告

如上表所示，豪悦股份以 ODM 代工婴儿护理用品作为其主营业务，根据公开资料披露的数据显示，报告期内其前五名客户的收入占比分别为 45.49%、51.66%、55.92%**和 52.73%**，其前五名客户同样以大型品牌商客户为主，与公司类似。

因此，公司报告期内客户相对集中符合**一次性卫生用品行业** ODM 代工领域的行业特性。”

三、结合公司与天津露乐国际贸易有限公司终止合作的情况，披露公司如何保证和其他客户合作的稳定性，是否进行充分的风险提示

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）客户集中度较高”之“2、公司与前五名客户的合作历史及合作稳定性”中补充披露如下：

“公司与天津露乐国际贸易有限公司终止合作，主要原因系**发行人对杜迪公司的供货，将影响其对天津露乐国际贸易有限公司的供货时效性；发行人从发展战略上判断 H&H 国际控股未来对杜迪品牌的投入和运作会有更大的发展空间，因此经发行人与天津露乐友好**协商一致，于 2018 年末终止合作，双方未产生纠纷或潜在纠纷；……

……

（3）发行人维护客户合作稳定性的措施

发行人为了保证和其他客户的稳定性，采取了一系列有效的措施。

1）主动选择战略上互补的品牌商进行合作，保证合作稳定性

发行人在 ODM 客户开拓时，并非一味追逐短期订单，而是选择与在战略上专注品牌和渠道，擅长市场营销且没有自建工厂计划的品牌商合作，通过这种初期的遴选保证后续合作的持久性和稳定性。

2）为客户提供优质的产品解决方案和技术支持，加强合作意愿

公司摒弃传统的以低价格、大批量生产同质化商品为主要目的 OEM 模式，主动参与到品牌商客户产品设计的环节中去，为品牌商客户提供的服务包括：在新品设计时给出专业建议以平衡技术参数和成本造价、提供各种技术路径的最前沿工艺组合、结合产品特色给出材料选择的方案等。通过为品牌商客户提供从产品设计到生产制造，再到供应链保障的全流程服务，实现与品牌客户的专业分工、优势互补，有效保证了供需双方合作的稳定性。

3）不断提高生产制造和质量控制水平，提高合作满意度

公司不断对生产设备进行升级，引进具有国际先进水平的生产设备，同时对原有设备进行自动化改造升级，并相应完善和优化生产工艺，提升工厂的自动化水平，使生产管理的效率大幅提升。同时，在产品研发、生产过程中，公司始终严格遵守国家和行业内的质量控制标准，并先后通过 ISO9001:2015、ISO14001:2015、ISO45001:2018 质量管理体系认证，建立了完善的质量控制体系。

通过不断提高生产制造和质量控制水平，公司产品在行业中树立了良好的口碑和质量形象，提高了客户的满意度。

4）不断扩大产能以满足对客户需求的及时响应，增强合作粘性

一次性卫生用品的品牌商通常对 ODM 供应商供货的及时性、稳定性有较高要求，断货将会导致其客户流失，影响其品牌形象和市场份额，从而在激烈的市场竞争中处于不利地位。

发行人不断引入先进生产线,2017 年至 2019 年发行人一次性卫生用品产能由 14.55 亿片增长至 20.10 亿片，及时保障了品牌客户的订单需求，赢得了品牌客户的信任，增强了与主要客户合作的稳定性。

”

此外，对于客户合作稳定性方面可能存在的风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、市场风险”之“（四）与主要客户合作稳定性风险”中进行了充分的补充提示：

“（四）与主要客户合作稳定性风险

报告期内，公司营业收入、净利润总体有所增长，市场竞争力整体稳步提升。从成立至今，公司与众多主要客户形成了比较稳定的合作关系。但若公司主要客户未来因其经营策略调整、经营状况出现重大不利变化、行业市场需求整体下滑，或转向公司竞争对手，减少向公司的采购，将对公司经营业绩产生一定的不利影响。”

四、招股说明书披露的“菲律宾 JS 是菲律宾最大的婴儿纸尿裤销售厂商之一，旗下婴儿纸尿裤品牌在菲律宾占有较高的市场份额”是否有权威数据支撑，引用数据的具体来源，该等数据是否公开、是否专门为本次发行上市准备、发行人是否为此支付费用或提供帮助、是否为定制或付费报告

根据欧睿国际（Euromonitor International）发布的菲律宾婴儿纸尿裤市场研究报告，菲律宾 JS 婴儿纸尿裤产品 2014 年至 2019 年的市场份额一直位居菲律宾市场第一名，招股书中的相关表述具有权威数据支撑。

欧睿国际是全球领先的战略市场信息提供商，独立的市场研究机构，长期跟踪包括纸巾及卫生护理等行业在内的数十个行业，并定期发布相关市场报告。上述报告相关数据向市场公开，为付费报告，但并非专门为本次发行上市准备，发行人未支付相关费用或提供帮助，并非定制报告。

五、结合行业特点和业务模式，补充披露与主要客户所签订合同的有效期限、续约风险，是否已建立长期稳定的合作关系，发行人在客户稳定性与业务持续性方面是否存在重大风险

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）客户集中度较高”之“2、公司与前五名客户的合作历史及合作稳定性”中对发行人与主要客户合作的情况补充披露如下：

“（1）合作历史

发行人与前五名客户的合作情况如下：

客户名称	初次建立合作时间	业务模式	定价原则	合同形式	合同有效期限

客户名称	初次建立合作时间	业务模式	定价原则	合同形式	合同有效期限
KOHNAN SHOJI CO., LTD.	2007 年	ODM 业务	成本加成及根据市价协商	**订单合同**	**订单中确定**
JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.	2010 年	ODM 业务	根据市场价格协商	**框架合同**	**2016 年 6 月 30 日至 2021 年 6 月 29 日**
广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司	2014 年	ODM 业务	成本加成	**框架合同**	**2014 年 12 月 26 日至 2019 年 12 月 31 日（葆艾产品）、2017 年 12 月 25 日签订，持续有效（杜迪产品）**
天津露乐国际贸易有限公司	2016 年	ODM 业务	成本加成	**已终止合作**	**已终止合作**
北京京东世纪贸易有限公司	2016 年	自主品牌业务	平台市场价格	**年度合同**	**2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，协议期满后若双方均未提出异议，协议自动延长 90 天**
万邦（汕头）健康科技有限公司	2017 年	ODM 业务	根据市场价格协商	**框架合同**	**2020 年 3 月 29 日至 2023 年 3 月 28 日**
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	**2020 年**	**ODM 业务**	**根据市场价格协商**	**订单合同**	**订单中确定**
NEXT FOLIEN GMBH	**2020 年**	**自主品牌业务**	**根据市场价格协商**	**订单合同**	**订单中确定**

上表列示的主要客户中，截至本招股说明书签署日，除天津露乐国际贸易有限公司外，**其他客户**均与发行人保持了稳定的合作关系，**且大部分客户**与公司的合作关系均建立在报告期之前或报告期期初，合作历史较长。

……

（2）合作稳定性

公司与天津露乐国际贸易有限公司终止合作，主要原因系**发行人对杜迪公司的供货，将影响其对天津露乐国际贸易有限公司的供货时效性；发行人从发展战略上判断H&H国际控股未来对杜迪品牌的投入和运作会有更大的发展空间，因此经发行人与天津露乐友好**协商一致，于 2018 年末终止合作，双方未产生纠纷或潜在纠纷；**AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 和 NEXT FOLIEN GMBH 是疫情期间发行人口罩业务新开拓的客户，由于疫情期间口罩需求较大，成为发行人前五大客户**。除此之外，发行人与其他前五名客户均保持了良好的合作，与

主要客户的交易具有稳定性及可持续性。

一次性卫生用品行业中，经销渠道和 KA 渠道一般会与客户签订年度框架合同，而 ODM 客户视合作情况和客户习惯的不同，签订年度合同或长期框架合同，发行人与主要客户签订的合同形式与同行业可比公司不存在重大差异。发行人与主要客户均建立了长期稳定的合作关系，不存在续约风险，发行人在客户稳定性与业务持续性方面不存在重大风险。”

对于客户合作稳定性方面可能存在的风险，发行人已在招股说明书 “第四节 风险因素”之“二、市场风险”之“（四）与主要客户合作稳定性风险”中进行了充分的补充提示。

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、对发行人主要客户进行访谈，了解发行人与其业务合作的背景、现状、未来的合作趋势以及主要客户对发行人的评价，了解发行人与主要客户定价及结算的方式。对于报告期内终止合作的主要客户，了解终止合作的原因，确认是否存在纠纷或潜在纠纷。

2、查阅主要客户的公开披露信息、相关市场研究报告、工商资料，了解主要客户的经营实力。

3、查阅发行人与主要客户的合同或订单，了解主要的交易条款、续约条款等。

4、向主要客户进行函证，同时查阅与主要客户交易相关的出库单、销售发票、付款凭证等原始资料，核查销售的真实性。

5、根据同行业可比公司公开的经营模式和主要客户情况，与发行人的客户情况进行对比。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人向菲律宾 JS 和杜迪公司销售的价格具有公允性，对菲律宾 JS 和杜迪公司不存在重大依赖，发行人与其的合作具有稳定性、可持续性。

2、发行人客户集中度较高，主要与其 ODM 销售模式相关，符合行业经营模式的特点，与同行业可比公司具有一致性。

3、发行人虽然采取了多项措施保证与客户合作的稳定性，但仍存在与主要客户合作不稳定的风险，发行人已在招股说明书中进行了充分提示。

4、招股说明书披露的菲律宾 JS 相关市场地位具有数据支撑，相关数据向市场公开，为付费报告，但并非专门为本次发行上市准备，发行人未支付相关费用或提供帮助，并非定制报告。

5、发行人与主要客户均建立了长期稳定的合作关系，不存在续约风险，发行人在客户稳定性与业务持续性方面不存在重大风险。

问题 15. 关于采购

根据申报材料，发行人产品的主要原材料包括木浆、无纺布、底膜、高分子、复合芯体、纸箱、卫生纸、包装袋和热熔胶等，报告期内上述原材料合计占公司生产成本的 76.98%、78.68%和 80.59%。部分 ODM 客户会指定使用特定供应商的产品，少量 ODM 客户会自主提供部分核心原材料。木浆和部分高分子原料主要进口自国外，其余原材料主要来自国内供应商。报告期内，发行人委托上海柔亚尔卫生材料有限公司（以下简称柔亚尔）和广东冠一卫生用品有限公司（以下简称广东冠一）进行委外加工，委托金额分别为 334.49 万元和 108.37 万元，2017 年公司委托柔亚尔加工无纺布的主要原因为公司尚未购置相关加工设备。

请发行人：

（1）披露主要供应商的基本情况，设立时间、注册地、注册资本或实收资本、股权结构、实际控制人，主要供应商与发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员的关联关系或者资金、往来情况，发行人对应的采购内容、金额、占比、定价依据、价格变动趋势；

（2）披露主要原材料采购价格波动趋势是否和公开市场价格及同行业可比公司一致；

（3）披露国内外相同原材料在品种、质量、价格的差异，木浆和高分子原材料是否存在进口依赖，贸易摩擦是否对发行人的进口采购造成重大不利影响，发行人拟采取的应对措施；

（4）披露指定采购和客供原材料发生的原因，相关客户情况，指定采购金额、比例和采购单价，客供原材料金额及占比；

（5）披露无锡优佳无纺科技有限公司和厦门沐盛工贸有限公司成立当年就成为前五大供应商的原因及合理性；

（6）披露广东冠一成立次年即为发行人提供婴儿拉拉裤委外加工的原因，是否具备相关生产资质及质量控制措施，2020 年是否持续为发行人提供委外加工；

（7）发行人部分客户和供应商重叠，请逐项披露既是客户也是供应商的原因，采购和销售价格的公允性；

（8）无纺布是公司第二大原材料，请补充披露发行人以ODM业务为主但2018年前没有无纺布加工设备的原因，在新冠疫情影响下无纺布采购和库存能否满足生产经营要求，是否存在原材料对外依赖风险；

（9）结合销量、原材料价格变动情况，量化分析并披露发行人营业成本、单位成本、原材料成本占比变动的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露主要供应商的基本情况，设立时间、注册地、注册资本或实收资本、股权结构、实际控制人，主要供应商与发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员的关联关系或者资金、往来情况，发行人对应的采购内容、金额、占比、定价依据、价格变动趋势

（一）主要供应商的基本情况，设立时间、注册地、注册资本或实收资本、股权结构、实际控制人，主要供应商与发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员的关联关系或者资金、往来情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内前五名供应商的采购情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司前五大供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	设立时间	注册地	注册资本	股权结构	实际控制人
1	福建省乔东新型材料有限公司	2014 年 7 月 4 日	福建省	5,000 万	丁棋 25%，黄荣真 25%，黄维耀 25%，陈碧源 20%，黄贞尝 5%	丁棋
2	CHINA PACK AUSTRALIA PTY LTD.	2000 年 7 月 1 日	FLAT/RM4904-06 49F CENTRAL PLAZA 18 HABOUR ROAD WANCHAI HK	不适用	Liya GU 50%；Sylvia Xia Zhang Pinchbeck 50%	Liya GU 和 Sylvia Xia Zhang Pinchbeck
3	泉州邦丽达科技实业有限公司	2002 年 8 月 12 日	福建省	1,000 万	许有卯 20%，许秀盟 20%，郑叙炎 20%，郑劲松 15%，郑师炯 15%，林承锋 5%，伍伯芳 5%	郑叙炎
4	BON FIBRE LIMITED	2007 年 10 月 17 日	FLAT/RM 1702 17/F SINO CENTER 582-592 NATHAN ROAD MONGKOK CORP	不适用	Su Hsin Yi 100%	Su Hsin Yi
5	无锡优佳无纺科技有限公司	2014 年 2 月 7 日	江苏省	3,600 万	施国章 60%，杨玉松 40%	施国章
6	厦门沐盛工贸有限公司	2015 年 4 月 23 日	福建省	1,000 万	刘世梅 50%，谢娜丝 50%	刘世梅
7	台湾塑胶工业股份有限公司	1954 年 11 月 5 日	台湾省	6,365,740.781 万新台币	台塑工业(香港)有限公司 100%	台湾塑胶工业股份有限公司（台湾上

序号	供应商名称	设立时间	注册地	注册资本	股权结构	实际控制人
						市公司）
8	广东格菲林卫材科技有限公司	2011 年 1 月 24 日	广东省	1,200 万	苏艺志 100%	苏艺志
9	金华市星火塑料制品有限公司	2003 年 11 月 11 日	浙江省	155 万	吴亚娟 45.1613%，季伟功 38.7097%，季兴财 16.1290%	吴亚娟和季伟功
10	俊富非织造材料有限公司	2007 年 7 月 20 日	山东省	30,773.6527 万	肇庆俊富纤网材料有限公司 40.9441%，潍坊市城市建设发展投资集团有限公司 27.2416%，天乙实业有限公司 16.2477%，潍坊市国维创业投资有限公司 7.7989%，西藏谱晟企业管理合伙企业（有限合伙）5.8375%，西藏智业投资有限公司 1.9303%	赵民忠
11	江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司	2009 年 12 月 3 日	江苏省	5,955.5572 万	虞胜椿 37.83%，徐鹤年 20.06%，朱云斌 18.64%，南京金投健康产业投资企业（有限合伙）10.00%，邱邦胜等 6 位自然人合计持股 12.39%	虞胜椿
12	佛山市裕丰无纺布有限公司	2010 年 4 月 29 日	广东省	300 万元	张国立 90%，关继昌 10%	张国立
13	广东美登纸业有限公司	2008 年 10 月 6 日	广东省	1,000 万元	李敬 95%，任红英 5%	李敬

报告期内，主要供应商与发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系，不存在资金、往来情况。

（二）发行人对应的采购内容、金额、占比、定价依据、价格变动趋势

报告期内，公司前五大原材料供应商采购金额占当期采购金额的比例分别为 28.30%、28.06%、27.10%和 26.50%，具体情况如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	福建省乔东新型材料有限公司（注 1）	3,256.90	6.59%	复合芯体、无纺布
2	江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司	2,852.26	5.77%	无纺布、前腰贴

3	**泉州邦丽达科技实业有限公司**	**2,536.54**	**5.13%**	**高分子**
4	**佛山市裕丰无纺布有限公司**	**2,436.30**	**4.93%**	**无纺布**
5	**广东美登纸业有限公司**	**2,017.57**	**4.08%**	**复合芯体**
合计		**13,099.57**	**26.50%**	**-**

2019 年度

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	福建省乔东新型材料有限公司（注 1）	5,376.91	6.65%	复合芯体、无纺布
2	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.（注 2）	5,238.20	6.48%	木浆
3	泉州邦丽达科技实业有限公司	4,078.67	5.04%	高分子
4	BON FIBRE LIMITED	3,769.89	4.66%	木浆
5	无锡优佳无纺科技有限公司	3,454.16	4.27%	复合芯体
合计		**21,917.84**	**27.10%**	**-**

2018 年度

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.（注 2）	4,453.62	7.36%	木浆
2	BON FIBRE LIMITED	3,666.68	6.06%	木浆
3	福建省乔东新型材料有限公司（注 1）	3,391.23	5.61%	复合芯体、无纺布
4	厦门沐盛工贸有限公司	2,953.49	4.88%	PE 膜
5	台湾塑胶工业股份有限公司（注 3）	2,509.68	4.15%	高分子
合计		**16,974.71**	**28.06%**	**-**

2017 年度

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.（注 2）	4,495.03	8.41%	木浆
2	泉州邦丽达科技实业有限公司	3,174.04	5.94%	高分子
3	广东格菲林卫材科技有限公司	3,010.61	5.63%	复合芯体、无纺布
4	金华市星火塑料制品有限公司	2,226.51	4.17%	PE 膜
5	俊富非织造材料有限公司	2,217.72	4.15%	无纺布、弹性腰围
合计		**15,123.92**	**28.30%**	**-**

注 1：福建省乔东新型材料有限公司的采购额包含其同一控制公司福建省创美无纺布制品有限公司的采购额。

注 2：CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.为代理商，发行人与其签订采购合同，最终供应商为 GP CELLULOSE ASIA MARKETING （HK） LIMITED。

注 3：台湾塑胶工业股份有限公司的采购额包含其子公司台塑工业（宁波）有限公司的采购额。

注 4：上表中主要供应商的采购金额以公司采购入库金额为统计口径。

上述内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内前五名供应商的采购情况”中披露。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内前五名供应商的采购情况”中补充披露如下：

“公司在采购时，通常会向多家供应商询价确定最终的采购价格和数量。报告期内各期，公司向主要供应商采购价格的变动情况与原材料市场变动趋势一致。”

二、披露主要原材料采购价格波动趋势是否和公开市场价格及同行业可比公司一致

（一）公司主要原材料采购价格与公开市场价格比较

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源的供应情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司主要原材料采购价格具体情况如下：

单位：元/千克

原材料类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
木浆	4.34	4.95	5.37	4.68
无纺布	20.71	15.09	15.19	14.75
复合芯体	16.00	15.94	16.26	16.03
高分子	8.58	9.05	9.32	8.82

①无纺布、高分子、复合芯体

无纺布、高分子、复合芯体由于规格和品种较多、数量较小，且不同供应商供应的同类型产品也会因其生产工艺、规格型号不同而有所差别，因此无统一的公开市场报价。

但复合芯体主要为高分子、无纺布和木浆复合而成，无纺布和高分子均属于石油化工衍生品，上述材料的市场价格均与国际原油价格关联性较高，因此

选择国际原油的价格变动趋势作为上述几种原材料市场价格趋势的判断标准。2017-2020 年 6 月国际原油价格变动情况如下：

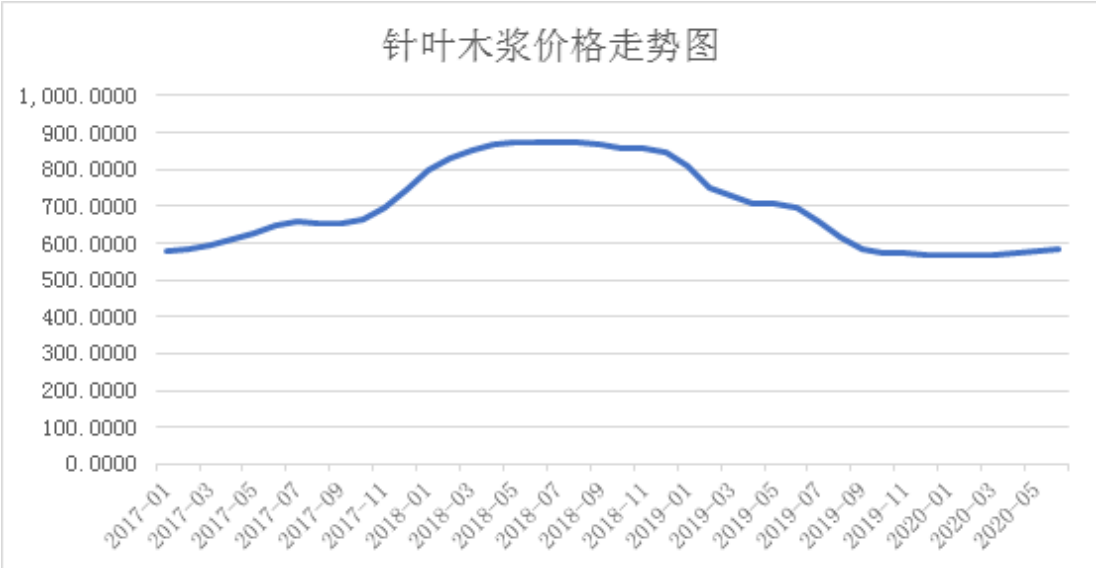


数据来源：Wind 资讯，单位：美元/桶

由上图可知，2017-2018 年 10 月年国际原油价整体呈上涨趋势，受其影响发行人无纺布、高分子、复合芯体采购单价也明显增长。2019 年国际原油价格相对走低，发行人无纺布、高分子及复合芯体采购单价出现小幅下滑。2020 年受疫情影响，部分无纺布厂商转产熔喷布，导致无纺布和复合芯体价格上升，但国际原油价格不断走低，波动较大，发行人高分子采购单价有所下降。

②木浆

公司采购的木浆主要为针叶木浆，主要来源地为美国。2017-2020 年 6 月针叶木浆价格走势如下：



数据来源：Wind 资讯，单位：美元/吨

报告期内各期，公司木浆采购单价分别为 4.68 元/公斤、5.37 元/公斤、4.95 元/公斤和 4.34 元/公斤，其中 2018 年木浆采购单价上升，2019 年木浆采购单价有所下滑，与针叶木浆价格走势一致。”

（二）公司主要原材料采购价格与同行业可比公司比较

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源的供应情况”中补充披露如下：

“2017 年至 2019 年,公司主要原材料采购价格波动趋势与同行业可比公司基本一致，具体情况如下：

项目[注]		2019 年	2018 年	2017 年
豪悦股份	无纺布（元/公斤）	15.09	15.16	14.67
	高分子吸水树脂（元/公斤）	9.39	10.52	9.73
	木浆（元/公斤）	5.05	5.57	4.58
百亚股份	无纺布（元/公斤）	20.35	19.84	17.80
	高分子（元/公斤）	10.41	10.57	9.64
	木浆（元/公斤）	5.73	5.21	4.63
公司	无纺布（元/公斤）	15.09	15.19	14.75
	高分子（元/公斤）	9.05	9.32	8.82
	木浆（元/公斤）	4.95	5.37	4.68

注：1、豪悦股份和百亚股份均未披露 2020 年 1-6 月详细数据
2、豪悦股份自产复合芯体,未将其作为主要采购的原材料披露;百亚股份未将复合芯体

作为主要原材料披露。

如上表所示，公司无纺布采购价格与豪悦股份相当，低于百亚股份，主要原因系纸尿裤产品与卫生巾产品在用料上存在一定差异，不同工艺规格的无纺布价格差异较大。公司高分子采购价格低于豪悦股份和百亚股份，主要系产品结构差异导致，高分子产品因其性能差异，不同品牌、厂商价格相差较大，其中邦丽达和台塑高分子价格相对较低，日本住友牌高分子价格相对较高；各公司会根据对产品的参数设计、单片成本等综合考虑，选择不同厂家不同规格的高分子。公司木浆采购价格与豪悦股份和百亚股份基本一致，不存在较大差异。”

三、披露国内外相同原材料在品种、质量、价格的差异，木浆和高分子原材料是否存在进口依赖，贸易摩擦是否对发行人的进口采购造成重大不利影响，发行人拟采取的应对措施

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源的供应情况”中补充披露如下：

“发行人既从国外采购，又从国内采购的原材料主要系木浆和高分子，其具体情况如下：

①木浆

世界上主要的木浆出口国有美国、加拿大、巴西、瑞典、俄罗斯等，各地的生产环境、气候条件不同，生产的木浆种类也不同。由于中国缺少南方松木材原料的原因，所以国产木浆的数量非常少，只有福建腾荣达纸业有限公司以杉木为原料，生产 BCTMP（漂白化学热磨机械浆）木浆。杉木为原料的木浆相比国外进口的针叶木浆，纤维较短，但价格相对便宜，发行人从产品性能考虑，主要从美国进口针叶木浆。报告期内，公司木浆进口比例分别为 93.93%、97.72%、94.95%和 97.96%，公司木浆主要通过从境外厂商进口的方式进行直接采购，仅少量应急补货情形向国内贸易商进行采购，国内贸易商木浆的最终来源亦为境外厂商。报告期内，公司木浆主要供应商包括 CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.和 BON FIBRE LIMITED 等。

虽然发行人需要大量进口木浆原料，但国际市场上木浆产品来源地区分布

较广，除美国外，加拿大、欧洲地区以及南美均能提供同类产品，国际市场供应较为充足，不存在对单一国家或地区进口依赖的情形。

2018 年下半年受中美贸易摩擦的影响，进口自美国的木浆加征 5%的关税，2020 年 2 月，贸易摩擦缓和，加征的关税被取消。报告期内，木浆占发行人当期主营业务成本的比重分别为 16.30%、17.93%、16.74%和 10.86%，占比相对较低，贸易摩擦未对公司造成重大不利影响。在此期间，公司积极开拓欧洲供应商，2020 年公司开始逐步向瑞典进口木浆，减少贸易摩擦可能对公司产生的影响。

②高分子

报告期内发行人的高分子供应商主要包括：泉州邦丽达科技实业有限公司（以下简称“邦丽达”）、台湾塑胶工业股份有限公司（以下简称“台塑工业”）、上海伊藤忠商事有限公司（以下简称“上海伊藤忠”）和广州伊藤忠商事有限公司（以下简称“广州伊藤忠”）。其中邦丽达系发行人国内高分子主要供应商，台塑工业源自台湾，上海伊藤忠和广州伊藤忠主要销售其代理的日本住友牌高分子。邦丽达和台塑工业的高分子主要采用水溶液工艺，住友牌高分子主要采用逆向悬浮法工艺，两者工艺有所不同，产品品质也有所不同，住友牌高分子表面积大，吸水速率相对较高，价格相对更贵。公司主要基于客户要求和产品性能进行选择。报告期内，公司采购自邦丽达、台塑工业、上海伊藤忠和广州伊藤忠的高分子采购单价具体如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
邦丽达	8.66	9.10	9.26	8.81
台塑工业	8.26	8.67	8.62	7.68
上海伊藤忠和广州伊藤忠	10.47	11.89	12.04	11.30

报告期内，公司高分子主要供应商中，邦丽达属于国内供应商，台塑工业在国内拥有自建工厂，二者合计采购占比较高，且受贸易政策的影响较小。住友牌高分子主要由日本进口，但采购量相对较小，且近年来中日关系趋于稳定。报告期内，公司高分子进口比例分别为 0%、22.94%、31.38%和 28.15%，占比较低。因此，发行人高分子材料的采购不存在较为严重的进口依赖，不存在贸易

摩擦对发行人造成重大不利影响的情形。

四、披露指定采购和客供原材料发生的原因，相关客户情况，指定采购金额、比例和采购单价，客供原材料金额及占比

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内前五名供应商的采购情况”中补充披露如下：

“公司指定采购和客供原材料主要产生于 ODM 业务，部分 ODM 客户为保证产品品质，要求公司在 ODM 代工生产过程中使用指定的核心原材料。在实际执行过程中，分为两种模式，一是指定采购模式，ODM 客户指定发行人向特定厂家采购原材料；二是客供原材料模式，ODM 客户直接向公司提供原材料，委托公司进行加工生产。

1、客供原材料的基本情况

报告期内，公司存在客供原材料情况的客户主要为天津露乐、万邦健康和湖南康程护理用品有限公司。对于客供原材料，公司仅按照数量入库，不考虑金额，不计入成本核算，其占公司当期总采购量比例极低。

2019 年至 2020 年 1-6 月，发行人不存在客供原材料的情况。2017 年至 2018 年客供原材料数量的具体情况如下：

项目	复合芯体(KG)	无纺布(KG)	PE 膜（KG）	包装袋（只）	包装箱（只）	前胶膜（米）	标贴/不干胶（张）	左右贴（米）	氨纶丝/胶带（KG）
天津露乐									
2018 年	282,026.34	120,904.79	-	-	-	-	-	-	-
2017 年	1,975,835.26	1,012,163.41	116.80	10,602.00	-	6,600.00	1,272,880.00	1,015.00	100.00
万邦健康									
2018 年	-	-	-	-		-	1,349,270.00	-	-
2017 年	-	-	-	-	-	-	3,439,171.00	-	-
湖南康程护理用品有限公司									
2018 年	13,917.30	-	-	-	-	-	-	-	-
2017 年	112,189.00	-	-	22,890.00	3,700.00	-	32,000.00	-	15.00

2、指定采购的基本情况

报告期内，公司存在指定采购情况的客户主要为杜迪公司。杜迪公司具有

独立的产品设计和研发能力，其在与发行人的合作中，会主动参与到产品的性能指标设定以及BOM单的制定过程中，并从发行人的合格供应商名录范围中挑选确定最终的供应商，原材料的实际采购由发行人具体执行，具体采购情况如下：

单位：万元、元/KG

月份	无纺布		高分子		木浆	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2017 年	253.15	18.40	41.29	11.98	53.52	5.36
2018 年	2,265.38	19.40	183.20	11.86	101.97	5.82
2019 年	3,440.53	19.37	159.34	11.27	116.35	5.79
2020 年 1-6 月	2,667.80	19.71	61.75	10.75	55.61	5.17

（续上表）

月份	复合芯体		底膜		卫生纸	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2017 年	252.35	15.83	49.74	18.83	4.76	7.98
2018 年	2,419.86	16.50	327.48	17.75	15.14	8.85
2019 年	3,720.16	15.90	425.20	18.16	4.15	8.56
2020 年 1-6 月	2,944.74	15.94	306.13	17.91	1.00	8.22

（续上表）

月份	纸箱		包装袋		热熔胶	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2017 年	50.85	4.64	25.93	0.76	53.52	20.88
2018 年	434.06	5.49	193.42	0.73	424.25	21.15
2019 年	470.39	5.47	272.61	0.74	532.73	20.07
2020 年 1-6 月	376.19	5.26	246.16	0.83	399.40	19.19

”

五、披露无锡优佳无纺科技有限公司和厦门沐盛工贸有限公司成立当年就成为前五大供应商的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内前五名供应商的采购情况”中补充披露如下：

“无锡优佳无纺科技有限公司成立于 2014 年 2 月 7 日，与公司 2014 年开始合作，2014 年双方处于首次接触过程，尚未开始采购。2015 年至 2019 年的采购金额分别为 45.69 万元、79.43 万元、196.01 万元、1,275.30 万元和 3,454.16 万元，2019 年成为公司第五大供应商；无锡优佳成立次年发行人即与其合作的主要原因系：无锡优佳无纺科技有限公司第一大股东为施国章，其持股比例为 60%。此外,施国章还持有无锡克瑞特无纺科技有限公司 49%的股份，为第二大股东，无锡优佳无纺科技有限公司及无锡克瑞特无纺科技有限公司均由施国章家族实际经营。无锡优佳无纺科技有限公司成立前，发行人与无锡克瑞特无纺科技有限公司已有无纺布交易，双方合作密切。无锡优佳无纺科技有限公司成立后，发行人继续与施国章家族合作，向无锡优佳无纺科技有限公司采购复合芯体。

厦门沐盛工贸有限公司成立于 2015 年 4 月 23 日,与公司 2015 年开始合作，2015 年至 2018 年采购金额分别为 119.11 万元、1,177.71 万元、1,989.77 万元和 2,953.49 万元，2018 年成为公司第四大供应商。厦门沐盛工贸有限公司成立当年发行人即与其合作的主要原因系：谢娜丝系厦门沐盛工贸有限公司持股 50%的股东，谢娜丝之夫曾作为发行人某供应商的销售人员，与发行人合作密切。厦门沐盛工贸有限公司成立后，发行人考虑到谢娜丝夫妇行业经验丰富，且与公司合作顺畅，因此在其成立之初即向其采购透气膜等材料。

上述两者均系公司长期合作伙伴，订单具有持续性和连续性。”

六、披露广东冠一成立次年即为发行人提供婴儿拉拉裤委外加工的原因，是否具备相关生产资质及质量控制措施，2020 年是否持续为发行人提供委外加工

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（三）公司委外加工情况”中补充披露如下：

“广东冠一成立于 2018 年 5 月 7 日，经营范围包括：其他纸制品制造，化妆品及卫生用品批发，化妆品及卫生用品零售,工程和技术研究和试验发展；且广东冠一具备《消毒产品生产企业卫生许可证》,可以生产尿裤类卫生用品。2019

年公司婴儿拉拉裤订单快速增长，公司产能出现不足。由于可艾公司婴儿拉拉裤产品主打高端，其生产工艺较为复杂，需要较为先进的生产线设备才能生产，普通生产线无法胜任，发行人经咨询设备供应商，知悉广东冠一与发行人购买的生产设备较为接近，同类型设备生产出来的产品品质较为接近，因此经公司全面考察广东冠一生产产能、产品质量等后，认为其生产条件符合公司要求，公司与广东冠一达成委托加工协议。

广东冠一为公司加工的产品完成后，将货物运输至公司仓库，由公司仓库质检部门进行产品检验，对于验收合格的产品确认入库，确认货物签收单以及系统提交仓库入库单，并由仓库主管等审批，入库完毕后业务人员与广东冠一对账确认该部分加工费，同时反馈至财务部门，财务部门根据入库单及加工费确认情况进行加工费的财务处理。

2019 年，公司委托广东冠一加工婴儿拉拉裤 887.49 万片、结算加工费 108.37 万元，合作过程中其能满足公司相关委外产品交期及质量方面要求，因此，2020 年 1-6 月，广东冠一继续为公司提供委外加工业务，金额 89.62 万元、数量 723.41 万片。”

七、发行人部分客户和供应商重叠，请逐项披露既是客户也是供应商的原因，采购和销售价格的公允性

报告期内，发行人部分客户与供应商重叠主要有三种情形：（1）部分 ODM 客户拥有某些特定原材料的采购渠道，能提供更具备竞争力的采购价格,因此发行人向其采购部分原材料；（2）为个别供应商代加工少量一次性卫生用品，金额普遍较小；（3）发行人利用自身供应链渠道的优势，为个别供应商采购稀缺原材料。

报告期内，发行人对单家企业累计采购和销售金额均超过 50 万的业务往来的交易内容、金额及占营业收入**或采购总金额**的比例等具体情况如下：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（四）客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形”中补充披露如下：

“报告期内，公司与供应商或客户发生的交易遵循市场化定价，与公司主要原材料的采购单价不存在重大差异。公司与供应商或客户交易的具体内容、金额及单价等信息已申请豁免披露。”

八、无纺布是公司第二大原材料，请补充披露发行人以 ODM 业务为主但 2018 年前没有无纺布加工设备的原因，在新冠疫情影响下无纺布采购和库存能否满足生产经营要求，是否存在原材料对外依赖风险

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源的供应情况”中补充披露如下：

“公司根据生产部门的材料需求进行原材料采购，采购的无纺布、高分子等材料基本可以直接用于指定品牌或客户产品的生产，无需公司对原材料进一步进行加工，没有购置无纺布等原材料加工设备的需求。2017 年，公司委托上海柔亚尔卫生材料有限公司加工无纺布，主要原因为：公司采购无纺布后，客户需求发生改变，需要对无纺布进行印花加工，故公司委托上海柔亚尔卫生材料有限公司加工无纺布材料。

新冠疫情发生以后，由于部分供应商将生产热风无纺布的机器设备进行改造后投入熔喷布的生产制造，导致市场上热风无纺布供应存在一段时间的短缺。

疫情期间，发行人与主要无纺布供应商积极保持沟通，并开拓新的市场渠道，无纺布的采购和库存能够满足生产经营需要。2020 年 1-6 月，公司无纺布的采购和库存情况如下：

单位：万元、万千克

月份	采购金额	采购数量	结存数量	结存金额
2020 年 1 月	1,488.33	100.65	80.92	1,258.09
2020 年 2 月	894.70	61.18	82.23	1,288.60
2020 年 3 月	2,611.92	166.11	71.38	1,177.70
2020 年 4 月	2,918.85	127.91	78.00	1,604.49
2020 年 5 月	3,891.51	105.36	79.25	2,317.04
2020 年 6 月	3,424.07	174.19	88.22	1,975.30
合计	15,229.39	735.40	-	-

无纺布产品在国内生产厂家众多，市场供应充足，疫情发生后由于供应商

转产原因热风无纺布出现了临时性缺货的情形，但短时间内即恢复了市场供应，发行人不存在原材料对外依赖的风险。”

九、结合销量、原材料价格变动情况，量化分析并披露发行人营业成本、单位成本、原材料成本占比变动的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”之“7、营业成本和单位成本变动的原因”中补充披露如下：

“报告期内，公司营业成本和单位成本具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

项目	营业成本	销量	单位成本
2020 年 1-6 月	53,941.75	90,616.84	0.60
2019 年度	85,656.44	162,077.16	0.53
2018 年度	67,544.57	131,140.00	0.52
2017 年度	56,194.65	126,767.16	0.44

报告期内，公司单位成本和营业成本均呈上升趋势，营业成本上升主要系受销量增加的因素影响。

2017-2018 年公司单位成本上升明显，主要原因为：2017 年-2018 年 10 月国际原油价整体呈上涨趋势，受其影响发行人主要原材料无纺布、高分子、复合芯体等采购单价也明显增长；此外由于环保原因，木浆价格也有所上涨；主要原材料价格的上升导致公司产品单位成本上升。

2020 年 1-6 月，公司产品单位成本相较 2019 年上升，主要原因为：1）公司自 2020 年 1 月 1 日起将与合同履约直接相关的运输费用计入成本。2）受新冠疫情影响，公司主要原材料无纺布等出现明显上涨，原材料价格上涨导致产品单位成本有所上升。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”之“3、主营业务成本料工费结构分析”中补充披露如下：

“报告期内公司合并计算原材料和进项税额转出占主营业务成本的比重，分别为 87.94%、88.58%、88.66%和 83.52%，2017-2019 年公司原材料成本占比基本保持一致。2020 年 1-6 月，公司原材料占比下降，主要原因为公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与合同履约直接相关的运输费用计入成本，列示为营业成本项目。2020 年 1-6 月公司发生的与合同履约直接相关的运输费用为 3,493.26 万元，剔除该影响因素后，公司原材料和进项税转出占主营业务成本的比重为 89.32%。”

十、中介机构核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解与材料采购相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取公司与供应商签订的采购合同或订单、采购入库单、验收单、发票、银行付款单据等，核查公司采购支出的真实性、准确性；

3、统计出发行人报告期各期主要供应商清单，互联网搜索报告期前五大供应商简要情况、主营业务、核心产品等信息，将收集的信息与发行人向供应商采购的材料信息进行核对，查看是否异常；

4、对主要供应商实地走访，查阅其工商资料，了解供应商的基本情况、与公司的合作背景、价格水平，确认其是否与发行人存在关联关系；结合应付账款函证，以抽样方式向主要供应商函证报告期内采购额；

5、获取发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员银行账户对账单，查询与主要供应商是否存在资金往来；

6、对公司主要原材料采购价格与可查询到的可比公司招股说明书披露的材料价格或市场公开价格进行比对，以确认其价格公允性；

7、访谈公司采购部经理，了解木浆、高分子供应商分布情况，了解公司与供应商合作情况，确认是否存在主要原材料进口依赖情形；

8、查阅了存在客户和供应商重叠情形的相关合同，了解相关交易发生的背景，并对主要合作企业进行了实地走访和函证；

9、获取发行人报告期内原材料采购入库明细表，存货收发存明细表，主要产品 BOM 清单等，分析复核公司原材料采购与产量及直接材料成本匹配性。

（二）核查结论

1、报告期内前五大供应商变化均基于正常的商业合作，基于市场定价，变化具有合理性，主要供应商与发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系，不存在资金、往来情况；

2、主要原材料采购价格波动趋势和公开市场价格及同行业可比公司基本一致；

3、木浆和高分子存在国内外同时采购的情况，木浆和高分子原材料不存在进口依赖，贸易摩擦未对发行人的进口采购造成重大不利影响；

4、公司指定采购和客供原材料主要产生于 ODM 业务，公司基于产品参数，按照客户要求向指定供应商进行原材料采购，客供原材料则是客户直接提供部分原材料委托公司进行加工生产，属于正常的市场化行为；

5、无锡优佳无纺科技有限公司成立于 2014 年 2 月 7 日，与公司 2014 年开始合作，2019 年成为公司第五大供应商；厦门沐盛工贸有限公司成立于 2015 年 4 月 23 日，2018 年成为第四大供应商。两者均系发行人长期合作伙伴，订单具有持续性和连续性；

6、因短期产能不足，公司委托广东冠一加工少部分婴儿拉拉裤产品，符合商业逻辑；

7、发行人存在部分客户和供应商重叠的情况属于正常的市场化行为，相关业务的开展具备商业实质，具备真实性和必要性；

8、公司采购的无纺布、高分子等材料基本可以直接用于指定品牌或客户产品的生产，无需公司对原材料进一步进行加工，没有购置无纺布等原材料加工设备的需求。2017 年，公司委托柔亚尔加工无纺布，主要原因为：公司采购无纺布后，客户需求发生改变，需要对无纺布进行印花加工，故公司委托柔亚尔

加工无纺布材料；在新冠疫情影响下无纺布采购和库存能够满足公司生产经营要求，不存在原材料对外依赖风险；

9、公司营业成本主要受销量和原材料价格变动的影响，营业成本、单位成本、原材料成本占比变动具有合理性。

问题 16. 关于毛利率

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 28.27%、25.24%和 26.55%，境外销售的主营业务毛利率分别为 30.38%、25.80%和 26.36%；境内销售的主营业务毛利率分别为 25.92%、24.71%和 26.69%。发行人主营业务毛利率低于同行业可比公司平均水平。

请发行人：

（1）结合产品市场定位、销售区域、品牌及核心竞争力等，披露公司 ODM 业务毛利率低于同行业可比公司杭州豪悦护理用品股份有限公司的原因，自主品牌毛利率低于百亚股份的原因；

（2）分成人失禁用品、婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤和同行业可比公司同类产品的毛利率进行对比分析；

（3）披露 2017 年境外毛利率明显高于境内销售毛利率的原因；

（4）披露成人失禁用品毛利率高于婴儿护理用品毛利率的原因，是否符合行业特点；

（5）披露宠物卫生用品毛利率逐年大幅上升的原因，量化分析 2018 年婴儿护理用品毛利率下降的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、结合产品市场定位、销售区域、品牌及核心竞争力等，披露公司 ODM 业务毛利率低于同行业可比公司杭州豪悦护理用品股份有限公司的原因，自主品牌毛利率低于百亚股份的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之 “5、与同行业上市公司毛利率比较分析”中补充披露如下：

“

3）公司 ODM 业务毛利率低于同行业可比公司豪悦股份的原因

报告期内各期，公司 ODM 业务毛利率分别为 26.59%、21.53%、22.28%和 28.02%；报告期内各期，豪悦股份综合毛利率分别为 26.88%、26.57%、30.36%和 41.81%，发行人 ODM 业务毛利率略低于豪悦股份综合毛利率的主要原因系：

一是发行人 ODM 主要客户之一的杜迪公司的毛利率较低。根据 2014 年发行人与合生元香港在设立合资公司可艾公司时的约定，发行人与杜迪公司的定价采取成本加成确定，且保证发行人向第三方提供产品时，应不低于此定价。发行人接受以低毛利率的模式与合生元香港的合作，主要是看好杜迪品牌的市场潜力，合生元香港在母婴用品的传统渠道上拥有较大优势，自 2017 年杜迪品牌推出以来，销售规模不断上升；此外，合生元作为母婴消费品领域的知名品牌，发行人与之合作能带来较大的品牌效应，有利于与更多知名品牌商开展合作；随着杜迪公司销售规模的不断增长，发行人作为其独家供应商可以实现规模优势，摊低固定成本，有利于盈利水平的持续提升。

二是豪悦股份整体销售规模大于发行人，规模效应导致其单位成本更低，毛利率更高。2019 年度豪悦股份对其前五大客户的 ODM 销售额均超过了 1.3 亿元，而发行人 2019 年度仅菲律宾 JS 和杜迪公司的销售规模超过上述金额。从规模效应来看，发行人日常经营中，仅供应菲律宾 JS 的产品实现了单线单码生产，毛利率相对较高，其余品牌客户的产品由于生产规模不够大，生产过程中需要频繁停机切换尺码，导致单位制造费用较高，毛利率较低。

三是豪悦股份自产复合芯体。豪悦股份主要 ODM 客户均在国内实现销售，其产品主要采用复合芯体，其复合芯体主要来源于自主生产；发行人虽然已掌

握复合芯体技术，但考虑到自身情况尚未开展复合芯体的自主生产，生产所需的复合芯体全部来自外购，因此导致发行人在复合芯体上的采购成本要高于豪悦股份,对毛利率产生一定的影响.

4）公司自主品牌业务毛利率低于同行业可比公司百亚股份的原因

报告期内各期，公司自主品牌业务毛利率分别为 33.54%、34.37%、37.79%和 40.70%，低于同行业可比公司百亚股份，主要系产品结构差异。公司自主品牌主要系成人失禁用品，百亚股份自主品牌中卫生巾为其主要业务，该类产品毛利率较高,而其成人失禁用品 2017 年至 2019 年 1-6 月毛利率分别为 17.19%、9.73%和 12.15%，均低于公司，主要原因系：①与发行人相比，百亚股份自主品牌的成人失禁用品销量较少，因此其单位成本较高；②百亚股份自主品牌的成人失禁用品主要通过线下传统的经销商渠道和 KA 渠道实现销售，需要给予渠道一定的盈利空间，因此百亚股份作为厂商的毛利率相对较低，而发行人自主品牌成人失禁用品的线上销售占比较高，能够缩短商品的流通环节，相对来说毛利率较高。”

二、分成人失禁用品、婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤和同行业可比公司同类产品的毛利率进行对比分析

由于同行业可比公司豪悦股份未单独区分婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤披露其毛利率数据，仅披露婴儿卫生用品大类毛利率数据，因此以下分析仅从成人失禁用品、婴儿护理用品大类进行比较分析：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之“5、与同行业上市公司毛利率比较分析”中补充披露如下：

“

1）婴儿护理用品和同行业可比公司同类产品的毛利率比较

报告期内发行人婴儿护理用品主要通过 ODM 模式进行销售，因此选择以婴儿护理用品 ODM 为主的豪悦股份作为可比公司，对同类产品的毛利率比较如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
豪悦股份婴儿护理用品毛利率	34.40%	29.56%	26.07%	25.16%
发行人婴儿护理用品毛利率	22.82%	22.24%	22.12%	28.63%

注：豪悦股份 2020 年 1-6 月审阅报告未将销售费用调整至营业成本列报，因此公司 2020 年 1-6 月毛利率数据为不考虑运输费用转列影响的数据，豪悦股份数据来源于其招股书说明书及审阅报告

由上表可知，2017 年度发行人婴儿护理用品毛利率高于豪悦股份，2018 年及 2019 年豪悦股份婴儿护理用品毛利率逐年上升，而发行人 2018 年婴儿护理用品毛利率下降较为明显，虽然 2019 年有所回升，但仍低于豪悦股份，主要原因系：

①2017 年发行人规模效应相对豪悦股份更为明显。2017 年发行人婴儿护理用品实现销售额 51,507.08 万元，实际产量达到 81,190.01 万片；同期豪悦股份婴儿护理用品实现销售额 41,886.31 万元，实际产量 59,834.39 万片，发行人婴儿护理用品的生产及销售规模均高于豪悦股份，单位制造费用相对较低，因此毛利率高于豪悦股份。

②2018 年发行人 ODM 客户杜迪公司处于投放市场的初期，销售不及预期，公司为其购置的新生产线无法满负荷生产，分摊制造费用较高;此外，2018 年由于市场原因，公司对菲律宾 JS 的定价下调，同时单片成本略微上升,导致发行人毛利率有所下滑；上述因素综合作用导致发行人 2018 年婴儿护理用品整体毛利率较低。同期豪悦股份新购置的设备逐步投产，婴儿护理用品的产能规模达到 95,737.50 万片，实现婴儿护理用品产能规模对发行人的反超，2018 年其婴儿护理用品实现 95,667.66 万元的销售额，其产能利用率更高，毛利率表现更好。

③ 2019 年度受增值税税率调整、原材料价格下跌等利好因素的影响，同时主要 ODM 客户的市场销售情况较好，订单规模持续扩大，单位制造费用有所下降，发行人婴儿护理用品的毛利率有所回升。但同期豪悦股份进一步扩张婴儿护理用品产能，达到 157,845.83 万片规模，同期实现销售 136,304.10 万元，在产能规模和销售规模上增幅均较大，规模效应对单位成本的降低更为明显。

④ 2020 年 1-6 月，公司婴儿护理用品的毛利率较 2019 年基本持平。豪悦股份进一步扩张婴儿护理用品产能，同期实现销售 84,327.13 万元，在销售规

模上增幅较大，其婴儿护理用品毛利率进一步上升。

2）成人失禁用品和同行业可比公司同类产品的毛利率比较

报告期内各期，发行人成人失禁用品主要通过自主品牌模式销售，其销售毛利率分别为 33.31%、34.09%、35.99%和 39.80%（豪悦股份 2020 年 1-6 月审阅报告未将销售费用调整至营业成本列报，因此公司 2020 年 1-6 月毛利率数据不考虑运输费用转列影响）；同期，豪悦股份成人失禁用品的销售毛利率分别为 30.88%、27.51%、30.64%和 38.17%。报告期内各期，发行人成人失禁用品毛利率均高于豪悦股份，主要原因系：

一是发行人成人失禁用品品牌影响力较强，盈利能力较好；发行人 “可靠”品牌连续数年蝉联淘系平台单品类全网销售冠军，在市场具有较大影响力。根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017 年至 2019 年，公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序）。

二是发行人成人失禁用品的生产和销售规模高于豪悦股份，单位制造费用更低，2017 年至 2019 年，发行人成人失禁用品销售金额分别为 19,510.62 万元、27,088.07 万元和 36,976.28 万元，同期豪悦股份成人失禁用品销售金额分别为 16,604.10 万元、21,348.60 万元和 23,029.34 万元。

”

三、披露 2017 年境外毛利率明显高于境内销售毛利率的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之“4、主营业务毛利率情况分析”中补充披露如下：

“

（4）分区域的主营业务毛利率分析

2017 年发行人境外销售毛利率为 30.38%，境内销售毛利率为 25.92%，境外销售毛利率较高的主要原因系：

发行人的业务模块中，境内自主品牌业务的毛利率最高，境外 ODM 业务其

次，境内 ODM 业务最低；2017 年发行人处于电商渠道起步初期，高毛利率的境内自主品牌业务销售规模较小，占发行人全部业务的比重较低，因此整体来看，发行人境内业务模块的毛利率较低，境外业务模块毛利率较高。

”

四、披露成人失禁用品毛利率高于婴儿护理用品毛利率的原因，是否符合行业特点

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之“4、主营业务毛利率情况分析”之“（1）分产品的主营业务毛利率分析”中补充披露如下：

“报告期内发行人成人失禁用品毛利率分别为 33.31%、34.09%、35.99%和 28.93%，婴儿护理用品毛利率分别为 28.63%、22.12%、22.24%和 20.14%。发行人成人失禁用品主要为自主品牌销售，因此定价中通常考虑了品牌溢价以及潜在的销售费用，定价较高；而婴儿护理用品主要为 ODM 销售，由于 ODM 业务所需要的销售费用较少，且通常不包含品牌溢价，因此综合来看，成人失禁用品毛利率高于婴儿护理用品毛利率符合商业逻辑。

发行人同行业可比公司中，豪悦股份婴儿护理用品的毛利率分别为 25.16%、26.07%、29.56%和 34.40%，同期成人失禁用品的毛利率分别为 30.88%、27.51%、30.64%和 38.17%，高于婴儿护理用品。

发行人成人失禁用品毛利率高于婴儿护理用品毛利率符合行业特点。”

五、披露宠物卫生用品毛利率逐年大幅上升的原因，量化分析 2018 年婴儿护理用品毛利率下降的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）公司毛利及毛利率分析”之“4、主营业务毛利率情况分析”之“（1）分产品的主营业务毛利率分析”中补充披露如下：

“报告期内，公司宠物卫生用品毛利率逐年上升，主要原因为：一是汇率影响。公司宠物卫生用品主要出口日本，2018 年以来，人民币进入贬值通道，

公司与日本客户交易以美元计价，产品美元单价不变的情况下，汇率贬值导致产品人民币单价上升，使得产品毛利率有所上升。二是产品结构有所变化。公司宠物卫生用品包括宠物尿裤和宠物垫两种，宠物尿裤单价、毛利率较高。报告期内，公司宠物尿裤销售额分别为 232.34 万元、299.91 万元、402.50 万元和 140.12 万元，宠物尿裤占比的提高导致宠物卫生用品毛利率有所上升。

2018 年公司婴儿护理产品毛利率为 22.12%，相较 2017 年的 28.63%，下降 6.51%，主要原因如下：

①2018 年由于市场原因，发行人调低对菲律宾 JS 婴儿护理用品的销售单价，导致对菲律宾 JS 的毛利率下降；

②2018 年公司 ODM 客户杜迪公司销售不及预期，公司为其购置的新生产线无法满负荷生产，分摊制造费用较高。导致公司 2018 年婴儿护理用品毛利率较低。由于 2018 年发行人战略放弃天津露乐，全力展开与杜迪公司的合作，因此 2018 年按照杜迪公司的预计订单量新购置了生产线设备。但 2018 年杜迪市场销售未达预期，全年发行人对杜迪公司销售数量仅 1.03 亿片，出现生产线开机率不足的情形。为应对开机率不足的情况，发行人在征得杜迪公司同意后，积极对外开拓新的 ODM 客户分摊固定成本，但由于订单较为零散，无法形成规模效应，导致生产线频繁换码调试，拖慢了生产效率，使得单片分摊制造费用仍然较高，婴儿护理用品总体毛利率较低。”

六、中介机构核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、保荐机构、会计师分析复核了发行人主要收入、成本、毛利数据，分析了变动合理性；

2、保荐机构、会计师取得并查阅了发行人同行业可比公司披露的数据，并与发行人的经营数据进行了对比分析；

3、保荐机构、会计师取得并查阅了行业数据、研究报告等；

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1） 发行人 ODM 业务毛利率低于豪悦股份、成人失禁用品自主品牌毛利率高于百亚股份的具有合理原因；

（2）发行人成人失禁用品、婴儿护理用品和同行业可比公司同类产品的毛利率的差异具有合理原因；

（3）发行人 2017 年境外毛利率明显高于境内销售毛利率具有合理原因；

（4）发行人自主品牌模式的成人失禁用品毛利率高于 ODM 为主的婴儿护理用品毛利率符合行业特点和商业逻辑；

（5）发行人宠物卫生用品毛利率逐年大幅上升、2018 年婴儿护理用品毛利率下降具有合理原因。

问题 17. 关于销售费用

根据申报材料，报告期内，发行人销售费用分别为 10,362.05 万元、9,686.07 万元和 11,833.79 万元，运输费、市场推广费和职工薪酬是公司销售费用的主要组成部分。

请发行人：

（1）披露发行人销售费用率逐年下滑的原因；

（2）结合运输方式、运输价格、自提客户的比例，补充披露销售费用中运输费与销量匹配性，运输费用的核算是否准确、完整；

（3）披露市场推广费中促销费用的具体构成，相关佣金、返点、服务费等主要内容的支付标准，是否与发行人各期自营销售收入变动相匹配，与同行业可比公司相比是否一致；

（4）披露销售人员职工薪酬逐年下滑，披露剔除 2017 年引入销售总监的影响，各报告期销售人员平均薪酬水平，是否明显低于同行业、同地区平均薪

酬水平；

（5）补充说明并披露报告期发行人销售费用与同行业可比公司差异情况及原因分析。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露发行人销售费用率逐年下滑的原因

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（1）销售费用”中补充披露如下：

“公司销售费用率及销售费用主要项目费用率列示如下（为与以前各期销售费用率可比，下表分析中的销售费用率均为不考虑新收入准则调整影响前的计算结果）：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用率（含运输费用）	8.19%	10.23%	10.89%	13.26%
销售费用率变动（含运输费用）	下降 2.04 个百分点	下降 0.66 个百分点	下降 2.38 个百分点	/
运输费用率	4.40%	5.04%	4.92%	5.35%
运输费用率变动	下降 0.64 个百分点	上升 0.12 个百分点	下降 0.43 个百分点	/
市场推广费率	2.48%	3.05%	2.98%	4.09%
市场推广费率变动	下降 0.58 个百分点	上升 0.07 个百分点	下降 1.11 个百分点	/
职工薪酬费率	1.10%	1.61%	2.12%	3.05%
职工薪酬费率变动	下降 0.50 个百分点	下降 0.51 个百分点	下降 0.93 个百分点	/

报告期内，发行人销售费用占主营业务收入的比例分别为 13.26%、10.89%、10.23%和 8.19%（2020 年 1-6 月含运输费用），呈逐年下降趋势。

2018 年公司销售费用率下降主要为市场推广费和职工薪酬的下降。市场推广费下降的主要原因为公司 2018 年公司调整广告宣传策略，大幅减少电视广告的投放，因此广告宣传费大幅降低；职工薪酬下降的主要原因为 2018 年公司高薪聘请的销售总监因个人原因离职以及公司优化精简线下销售团队，使得销售

人员薪酬总额整体下降。

2019 年及 2020 年 1-6 月，公司销售费用率下降的主要原因为公司收入规模持续扩大，而公司 ODM 业务所需的销售费用相对固定，因此公司整体销售费用增长的幅度较小，使得总费率有所下降。”

二、结合运输方式、运输价格、自提客户的比例，补充披露销售费用中运输费与销量匹配性，运输费用的核算是否准确、完整

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（1）销售费用”中补充披露如下：

“1）运输费用

公司的运费主要由三部分组成：一是境内线下销售业务产生的运费；二是境内线上销售业务产生的运费；三是境外销售业务产生的运费。报告期内，随着公司业务规模持续增长，运输费用支出也相应增加。

公司不同销售模式下物流的承运方式如下表所示：

销售模式		物流承运方式
境内销售	自主品牌业务（线上渠道、线下渠道）	由发行人负责物流并承担费用（其中：线上渠道模式下，发行人承担从发行人到终端客户或直接客户的运输费用；线下渠道模式下，发行人承担从发行人到线下经销商或直营零售客户的运输费用）
	ODM 业务	一般为客户自提并承担运费，少部分为发行人负责物流并承担运费
境外销售		CFR/CIF 贸易模式下，由发行人指定船运公司，承担运输过程中的相关费用，FOB 贸易模式下，由客户指定船运公司，发行人不承担海运费，但承担本地仓库到装运港的运输费用，EXW 贸易模式下，发行人不承担运费

发行人不同产品以及产品的各个尺码间尺寸差异较大，单片运费会存在一定区别，因此报告期各期产品结构的变化可能干扰运输费用与销量的匹配变动；考虑到一次性卫生用品的产品价格一般与产品尺寸正向相关，因此采用运输费用与收入的配比分析如下：

① 境内销售自主品牌业务

发行人境内销售自主品牌业务运输费用与境内销售自主品牌产品主营业务收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目		2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
境内自主品牌线上渠道	运输费用	1,781.53	3,193.03	2,387.38	2,359.61
	主营业务收入	15,597.97	24,803.86	18,127.41	11,265.00
	运输费用率	11.42%	12.87%	13.17%	20.95%
境内自主品牌线下渠道	运输费用	314.58	548.68	596.95	523.30
	主营业务收入	4,371.90	6,157.47	6,880.94	6,369.89
	运输费用率	7.20%	8.91%	8.68%	8.22%

（i）自主品牌线上渠道

2017年公司线上运费占线上销售收入比重较高的原因是由于当年度发行人线上渠道的自主经营刚起步，经验不足，初次合作的物流公司价格较高，且2017年公司的外仓在全国分布较少，因此总物流成本较高。

2018年起，发行人采用竞价招标等市场化的方式选取合作的外仓及物流公司，供应链布局和运输费用水平更加合理，因此运输费用率有所下降。

（ii）自主品牌线下渠道

报告期内，公司境内线下销售渠道的运费主要是为经销商、KA及直营零售客户等提供的配送费用，上述客户在报告期各期的销售收入相对稳定，相应的运费变动较小，因此运输费用率整体比较稳定。

2020年1-6月，发行人境内自主品牌业务销售线上、线下渠道的运输费用率均有所下降，主要原因为发行人当期增加了口罩销售的收入，而口罩体积较小，单位价格的运输成本较纸尿裤产品低，因此销售费用率有所下降。

（iii）自主品牌线上渠道与线下渠道比较

报告期内各期，发行人自主品牌线上渠道的运费率普遍高于线下渠道，主要原因系境内自主品牌线上渠道终端消费者较多，购买产品的客单价相对于线下经销商客户而言较低，因此运费率较高。

②境内销售ODM业务

发行人境内 ODM 业务基本由客户自提并承担运费，只有个别客户需要由发行人负责物流并承担运费，因此运输费用率极小，运输费用与收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境内销售 ODM 业务	运输费用	69.27	88.14	-	22.69
	主营业务收入	19,025.28	35,407.52	20,877.93	19,159.19
	运输费用率	0.36%	0.25%	-	0.12%

③境外销售

发行人与境外客户主要采用 CFR/CIF 或 FOB 的贸易模式进行结算。2020 年 1-6 月，发行人与个别境外口罩客户采用 EXW 贸易模式进行结算，客户在工厂交货后自提，发行人不承担相关运费，若将其对应的收入剔除，发行人境外销售模式下运输费用与收入的匹配性分析如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境外销售	运输费用	1,327.88	2,001.76	1,389.21	1,271.00
	主营业务收入（剔除自提客户后）	34,838.95	49,163.15	42,971.30	41,279.12
	运输费用率	3.81%	4.07%	3.23%	3.08%

近年来，发行人境外运输费用率整体呈上升趋势，主要原因为受燃油价格的波动以及国际海事组织低硫油法规的影响，近年来船运公司的管理成本有所上升，因此海运费有所上涨。2020 年 1-6 月，由于境外销售中增加了口罩销售的收入，因此境外销售总体运输费用率有所下降。

通过上述对不同业务模式下发行人运输费用与相应收入的匹配性分析，以及核查运输费用的台账明细、对账记录、付款记录对应的单据、发票、记账凭证等原始交易凭证，发行人运输费用的核算准确、完整。”

三、披露市场推广费中促销费用的具体构成，相关佣金、返点、服务费等主要内容的支付标准，是否与发行人各期自营销售收入变动相匹配，与同行业可比公司相比是否一致

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（1）销售费用”中补充披露如下：

“

2）市场推广费

……

① 促销费用构成分析

报告期内，公司计入“销售费用-市场推广费”中的促销费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上推广费	1,428.42	75.98%	2,522.64	78.46%	1,552.53	67.16%	1,144.49	57.95%
平台使用费	231.26	12.30%	305.19	9.49%	223.51	9.67%	166.21	8.42%
其他	6.51	0.35%	4.39	0.14%	16.77	0.73%	53.27	2.70%
线上渠道小计	1,666.19	88.62%	2,832.22	88.09%	1,792.81	77.55%	1,363.97	69.06%
费用类补贴	123.77	6.58%	230.43	7.17%	375.39	16.24%	417.65	21.15%
进场及陈列费	33.43	1.78%	29.03	0.90%	29.88	1.29%	40.44	2.05%
其他	56.70	3.02%	123.38	3.83%	113.64	4.92%	153.06	7.75%
线下渠道小计	213.90	11.38%	382.84	11.91%	518.91	22.45%	611.15	30.94%
合计	1,880.09	100.00%	3,215.06	100.00%	2,311.72	100.00%	1,975.12	100.00%

报告期内，公司促销费用主要系线上推广费和平台使用费，平台使用费和线上推广费的具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平台使用费	231.26	305.19	223.51	166.21
其中：天猫平台佣金	151.73	202.51	150.83	115.98

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他平台佣金	45.55	58.17	39.12	18.25
优惠券和积分返点	30.31	42.78	32.48	17.62
其他	3.67	1.73	1.08	14.36
线上推广费	1,428.42	2,522.64	1,552.53	1,144.49
其中：天猫及淘宝平台推广费	746.03	1,308.14	859.01	960.89
京东平台推广费	622.08	1,156.96	687.60	183.58
其他	60.31	57.54	5.92	0.02

报告期内，公司在天猫平台上主要以自营店铺模式销售产品，并根据双方签订的服务协议向阿里巴巴支付相应费用，具体为推广费及平台使用费。推广费主要是公司为推广自主品牌、吸引更多潜在客户以增加自营店铺销量，以及参加钻展、直通车等引流推广活动产生费用；平台使用费主要为根据平台规则，公司与天猫签订服务协议，按交易额和所属类目向平台支付一定比例佣金、优惠券及返点积分等平台使用费。

报告期内，公司在京东平台上主要以电商超市的模式销售产品，并根据双方签订的服务协议向京东支付的相应推广费。京东平台推广费主要是公司为推广自主品牌、吸引更多潜在客户以增加产品销量，根据京东平台广告位展示次数或活动引流点击次数等支付的费用。

② 公司主要促销费用与销售收入变动的匹配性

（i）平台使用费

报告期内，平台使用费主要系佣金支出，占平台使用费的 80%以上，系使用天猫、聚划算等电商平台出售商品需要支付给平台一定比例的佣金，其中天猫平台的佣金支出最多，报告期内公司天猫平台佣金费率对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天猫平台自营收入	5,752.69	8,074.06	5,923.48	4,395.20
天猫平台佣金	151.73	202.51	150.83	115.98
天猫平台佣金费率	2.64%	2.51%	2.55%	2.64%

公司天猫平台合同约定的佣金比例为平台含税销售收入的 2.5%，实际公司发生的天猫平台佣金费率与合同约定费率基本一致，与公司天猫平台销售收入

变动配比。

（ii）平台推广费

报告期内，平台推广费主要系天猫及淘宝平台和京东平台推广费，与各平台收入变动配比情况如下：

（a）天猫及淘宝平台

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天猫及淘宝平台收入	6,280.67	9,030.27	6,889.29	5,162.93
天猫及淘宝平台推广费	746.03	1,308.14	859.01	960.89
天猫及淘宝平台推广费费率	11.88%	14.49%	12.47%	18.61%

天猫及淘宝平台推广费主要系可靠旗舰店、福祉综合馆等公司电商自营店铺通过参加天猫及淘宝平台推出的直通车、钻展等引流推广活动产生的费用，其中 2017 年费率较高主要系 2017 年福祉综合馆店铺上新了安护士品牌的产品并进行了主推，新品牌推广力度较大，导致公司 2017 年天猫及淘宝平台推广费费率较高；2020 年 1-6 月费率较低主要系 2020 年 1-6 月公司新增口罩业务，因口罩属于紧缺资源，无推广费的发生，剔除该部分业务后的费率为 14.38%，与 2019 年费率相比无异常波动，比 2018 年略高，系从 2019 年开始平台店铺之间竞争比较激烈，要达到同样的效果，推广费有所增加所致。

（b）京东平台

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
京东平台收入	5,563.12	9,205.32	6,746.65	3,207.67
京东平台推广费	622.08	1,156.96	687.60	183.58
京东平台推广费费率	11.18%	12.57%	10.19%	5.72%

京东平台推广费主要系公司通过参加京东平台推出的精准通、快车扣费、海投扣费等引流广告活动增加公司产品点击率从而根据点击次数等进行收费产生的推广费。其中 2017 年费率较低主要系：2017 年公司通过京东自营销售的商品，双方协商根据收入的 4%进行推广活动投放；从 2018 年 4 月开始，双方协商推广费从 4%升到 9%， 因此 2018 年开始公司京东平台推广费费率上升较多。

③ 同行业可比公司促销费对比

报告期内，公司的促销费占自主品牌业务收入的比重与同行业可比公司对比分析如下：

促销费率	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中顺洁柔	11.37%	9.16%	7.09%	6.91%
豪悦股份	-	9.24%	11.94%	11.32%
百亚股份	-	9.13%	8.15%	9.21%
可比公司均值	-	9.18%	9.06%	9.14%
公司	7.16%	9.67%	8.47%	10.33%

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，豪悦股份和百亚股份未披露 2020 年上半年详细数据；豪悦股份促销费率为其招股说明书披露的网店推广费占线上销售收入比例，中顺洁柔促销费率根据其年度报告披露的产品促销费除以营业收入得出，百亚股份和公司的促销费率根据促销费除以营业收入(剔除 ODM 业务收入)得出

公司 2017 年促销费率高于可比公司均值、2018 年低于可比公司均值，主要系 2017 年福祉综合馆店铺上新了安护士品牌的产品并进行了主推，新品牌推广力度较大，导致公司 2017 年天猫及淘宝平台推广费费率较高，而 2018 年上述影响有所减弱；2019 年公司促销费率与可比公司均值基本一致。”

四、披露销售人员职工薪酬逐年下滑，披露剔除 2017 年引入销售总监的影响，各报告期销售人员平均薪酬水平，是否明显低于同行业、同地区平均薪酬水平

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（1）销售费用”中补充披露如下：

“3）职工薪酬

①薪酬总体情况

2017 年至 **2020 年 1-6 月**，公司销售人员的职工薪酬总额分别为 2,383.62 万元、1,883.11 万元、1,858.80 万元**和 875.32 万元**，呈逐年下降的趋势。其中 2017 年较高的原因是公司当年从外部知名企业引入销售总监，导致当年销售人员薪酬出现大幅上升。2018 年开始，公司为优化线下销售团队，对线下渠道实

施减员增效，导致销售人员总数减少，销售人员薪酬总额整体略有下降。

②平均薪酬情况

前述销售总监已于2018年年初因个人原因从公司离职，其2017年和2018年分别从发行人处领取工资240.95万元和8.33万元。若考虑前述销售总监工资的影响，发行人报告期内销售人员平均薪酬的情况如下表所示：

单位：万元，人，万元/人

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
剔除影响前				
销售人员薪酬总额	875.32	1,858.80	1,883.11	2,383.62
销售人员平均人数	140	145	153	174
销售人员平均薪酬	6.24	12.83	12.27	13.69
剔除影响后				
销售人员薪酬总额	875.32	1,858.80	1,874.78	2,142.67
销售人员平均人数	140	145	152	173
销售人员平均薪酬	6.24	12.83	12.30	12.37

注：销售人员平均人数=各月销售人员领取薪酬人数之和/当期月份数

若剔除前述销售总监工资的影响，报告期内发行人平均薪酬总体波动较小，其中，2019年由于公司整体经营业绩较好，销售人员平均薪酬略有提高，但变动处于合理水平。2020年1-6月，受新冠肺炎疫情影响，发行人享受社保费用减免，导致人均薪酬略有下降。

③平均薪酬与同行业、同地区对比情况

同行业可比公司销售人员平均薪酬情况如下：

单位：万元，人，万元/人

年度	豪悦股份			百亚股份			中顺洁柔		
	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬
2019年	1,320.35	108	12.23	10,249.67	1,330	7.71	24,369.63	2,652	9.19
2018年	1,048.77	93	11.28	9,106.25	1,369	6.65	20,094.50	2,346	8.57
2017年	835.25	70	11.93	8,203.85	1,367	6.00	16,641.82	2,203	7.55

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，同行业可比公司尚未披露2020年1-6月的详细数据；豪悦股份未直接披露2017年销售人员人数，因此用2018年和2019年的销售人员平均比例估算。

发行人不存在销售人员平均薪酬低于同行业可比公司的情况。其中，百亚

股份及中顺洁柔以传统的经销、KA 渠道为主，销售人员较多，平均薪酬较低，与发行人模式接近的豪悦股份的销售人员平均薪酬与发行人接近，发行人销售人员的薪酬处于合理水平。

发行人及其子公司的办公场所均主要位于杭州市，根据各年度杭州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报，2017 年至 2019 年，杭州市全社会单位就业人员年平均工资分别为 65,515 元、72,951 元和 80,817 元，发行人不存在销售人员平均薪酬低于同地区平均薪酬水平的情形。”

五、补充说明并披露报告期发行人销售费用与同行业可比公司差异情况及原因分析

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（5）与同行业公司期间费用率对比”中补充披露如下：

“1）销售费用与同行业公司对比情况

同行业可比公司的销售费用主要包括运输费用、市场推广费和职工薪酬，发行人上述主要项目占营业收入的比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运输费用	百亚股份	-	2.80%	3.08%	3.11%
	中顺洁柔	4.58%	4.48%	4.46%	4.53%
	豪悦股份	-	2.36%	2.48%	3.79%
	平均值	-	3.21%	3.34%	3.81%
	发行人	4.37%	4.97%	4.83%	5.31%
市场推广费	百亚股份	-	11.36%	9.53%	10.81%
	中顺洁柔	14.77%	11.74%	9.05%	10.20%
	豪悦股份	-	0.80%	1.09%	1.89%
	平均值	-	7.97%	6.56%	7.63%
	发行人	2.46%	3.01%	2.93%	4.06%
职工薪酬	百亚股份	-	8.92%	9.47%	10.13%
	中顺洁柔	3.73%	3.67%	3.54%	3.59%

	豪悦股份	-	0.68%	0.72%	1.10%
	平均值	-	4.42%	4.58%	4.94%
	发行人	1.10%	1.58%	2.08%	3.03%

注:数据来源于可比公司定期报告或招股说明书。百亚股份未披露2020年1-6月数据，其“市场推广费”包括其披露的“促销费用”和“广告宣传费”；中顺洁柔的“市场推广费”包括其披露的“产品促销费”、“商场管理费”和“广告宣传费”；豪悦股份未披露2020年1-6月数据，其“市场推广费”包括其披露的“网店推广费”和“广告宣传费”。根据2020年施行的新收入准则相关要求,发行人2020年1-6月将运输费用由销售费用转列至营业成本。

发行人运输费用率与中顺洁柔接近，稍高于行业平均水平，主要原因系发行人自主品牌销售运输费用率较高。自主品牌销售线上渠道中，发行人需要承担从工厂仓库到最终消费者运输费用，而线上消费者比较分散；自主品牌线下渠道中，发行人需要承担从工厂仓库到经销商/直营零售客户的运输费用，与同行业其他以自主品牌经销为主的可比公司相比，发行人经销商和直营零售客户大部分销售金额较小，地域分布比较分散，因此运输成本较高。此外，发行人由于自身限制，仅在临安本地建有仓库，外仓主要通过和仓储配送公司合作的方式进行，因此需要承担物流环节中外仓的仓储费用，使得运输成本较高。

发行人市场推广费费率和职工薪酬费率低于以自主品牌销售为主的百亚股份和中顺洁柔，高于以ODM销售为主的豪悦股份。ODM销售模式下，客户集中度较高，在品牌和渠道等方面的投入较小，需要的销售人员较少；而自主品牌销售模式下，客户集中度和区域分布都比较分散，在经销、KA等传统销售渠道的投入较多，且需要较多的销售人员对渠道进行开拓和维护。发行人与豪悦股份类似，收入以ODM业务为主，但自主品牌销售收入占比高于豪悦股份，因此发行人市场推广费和职工薪酬费率高于豪悦股份，低于百亚股份和中顺洁柔，符合行业的销售模式特点。”

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、对发行人销售部门、财务部门进行访谈，了解销售费用核算的方式。

2、了解与销售费用相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确认其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。

3、获取发行人运输费用、市场推广费台账，核查相关费用归集的准确性。

4、对主要费用科目执行截止性测试，检查是否存在费用跨期的情形。

5、获取运输和市场推广相关的合同，了解费用发生的背景和合理性，同时抽查与部分费用相关的供应商对账、付款、开具发票的情况，检查相关费用记录是否真实、准确。

6、将发行人销售人员的平均薪酬与同行业可比公司、发行人经营所在地平均工资水平进行对比，检查是否存在明显低于同行业、同地区平均薪酬水平的情形。

7、将发行人销售费用与营业收入的匹配性与同行业可比公司进行对比，结合行业情况和公司经营模式分析主要差异及差异产生的原因，判断合理性。

8、对发行人实际控制人、主要管理人员和主要财务人员的银行流水进行核查，检查是否存在代垫费用的情形。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人销售费用率逐年下降，主要原因为其报告期内收入增长较快，且ODM 业务收入占比较高，具有合理性。

2、发行人运输费用与销量具有匹配性，运输费用的核算准确、完整。

3、发行人促销费用与发行人各期自营销售收入变动相匹配，与同行业可比公司相比一致。

4、报告期各期，发行人销售人员平均薪酬不存在明显低于同行业、同地区平均薪酬水平的情形。

5、报告期各期，发行人销售费用与同行业可比公司的差异主要体现在运输费用、市场推广费和职工薪酬，与发行人经营模式相关，具有合理性。

问题 18. 关于管理费用

根据申报材料，报告期内，发行人管理费用分别为 2,391.28 万元、2,690.01 万元和 4,187.05 万元。公司于 2019 年度确认股份支付金额 1,406.07 万元，股权的公允价值参考公司股东 GraciousStar、CherishStar 与海林秉里等的股权转让价格，每股公允价值 7.3569 元。

请发行人：

（1）披露剔除董事、监事和高管薪酬后，发行人管理人员各期平均薪酬水平及其波动原因，是否明显低于同行业、同地区平均薪酬水平；

（2）结合同行业可比交易，披露股份支付公允价值的公允性；

（3）说明并补充披露报告期发行人管理费用与同行业可比公司差异情况及原因分析。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露剔除董事、监事和高管薪酬后，发行人管理人员各期平均薪酬水平及其波动原因，是否明显低于同行业、同地区平均薪酬水平

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（2）管理费用”之“2）职工薪酬合理性分析”中补充披露如下：

“2）职工薪酬合理性分析

剔除发行人董事、监事和高级管理人员计入管理费用的薪酬前后，发行人管理人员各期平均薪酬水平如下：

单位：万元，人，万元/人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
剔除董事、监事和高级管理人员薪酬计算前				
管理人员薪酬总额	473.01	1,124.69	1,203.29	957.70
管理人员平均人数	68	76	83	73

管理人员平均薪酬	6.99	14.83	14.59	13.21
剔除董事、监事和高级管理人员薪酬计算后				
管理人员薪酬总额	337.13	814.50	835.12	578.23
管理人员平均人数	58	66	70	61
管理人员平均薪酬	5.85	12.29	11.89	9.47

注：管理人员平均人数=各月薪酬计入管理费用的人员之和/当期月份数

发行人管理人员平均薪酬在报告期内总体呈上升趋势，主要原因为近年来发行人不断优化管理部门人员结构，逐渐提高管理人员的员工素质和相应的激励措施。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，发行人享受社保费用减免，导致人均薪酬略有下降。

同行业可比公司管理人员平均薪酬情况如下：

单位：万元，人，万元/人

年度	豪悦股份			百亚股份			中顺洁柔		
	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬
2019 年	1,595.29	116	13.75	2,474.88	116	21.34	12,251.82	672	18.23
2018 年	1,191.54	88	13.54	1,787.28	112	15.88	9,429.65	575	16.40
2017 年	921.91	71	12.98	1,741.83	129	13.52	7,201.33	532	13.54

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，同行业可比公司尚未披露 2020 年 1-6 月的详细数据；豪悦股份未直接披露 2017 年管理人员人数，因此用 2018 年和 2019 年的管理人员平均比例估算

发行人不存在管理人员平均薪酬明显低于同行业可比公司的情况，与发行人经营模式和地点比较接近的豪悦股份的管理人员平均薪酬与发行人接近。发行人薪酬略低于中顺洁柔，主要原因为中顺洁柔为上市公司，其管理人员平均薪酬较高。

发行人及其子公司的办公场所均主要位于杭州市，根据各年度杭州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报，2017 年至 2019 年，杭州市全社会单位就业人员年平均工资分别为 65,515 元、72,951 元和 80,817 元，发行人不存在管理人员平均薪酬低于同地区平均薪酬水平的情形。”

二、结合同行业可比交易，披露股份支付公允价值的公允性

公司于 2019 年度确认股份支付金额 1,406.07 万元，该次股份支付的公允性

分析详见本回复“问题 3”之“二”，发行人已将上述内容在招股说明书中进行详细披露。

三、说明并补充披露报告期发行人管理费用与同行业可比公司差异情况及原因分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“1、期间费用”之“（5）与同行业公司期间费用率对比”中补充披露如下：

“2）管理费用与同行业公司对比情况

同行业可比公司的管理费用主要包括职工薪酬、折旧及摊销、办公及差旅费，发行人上述主要项目占营业收入的比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	百亚股份	-	2.15%	1.86%	2.15%
	中顺洁柔	1.95%	1.85%	1.66%	1.55%
	豪悦股份	-	0.82%	0.82%	1.21%
	平均值	-	1.61%	1.45%	1.64%
	发行人	0.59%	0.96%	1.33%	1.22%
折旧及摊销	百亚股份	-	0.21%	0.25%	0.39%
	中顺洁柔	0.87%	0.72%	0.63%	0.67%
	豪悦股份	-	0.21%	0.25%	0.47%
	平均值	-	0.38%	0.38%	0.51%
	发行人	0.38%	0.50%	0.61%	0.68%
办公及差旅费	百亚股份	-	0.54%	0.69%	1.23%
	中顺洁柔	0.30%	0.42%	0.48%	0.46%
	豪悦股份	-	0.06%	0.07%	0.19%
	平均值	-	0.34%	0.41%	0.62%
	发行人	0.35%	0.43%	0.46%	0.67%

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或招股意向书。百亚股份未披露 2020 年 1-6 月数据，其“办公及差旅费”包括其披露的“办公及咨询费”和“差旅费”；豪悦股份未披露 2020 年 1-6 月数据，且其未披露差旅费，因此“办公及差旅费”仅包括其披露的“办公费”。

发行人职工薪酬略高于豪悦股份，低于百亚股份及中顺洁柔，主要原因为：

ODM 业务管理模式相对比较简单，需要的辅助行政支持人数较少；自主品牌业务涉及销售环节较多，需要的行政支持人员较多；报告期内发行人兼有 ODM 业务和自主品牌业务，因此管理人员薪酬低于以自主品牌业务为主的百亚股份和中顺洁柔，高于以 ODM 业务为主的豪悦股份。

报告期内，发行人管理费用中折旧及摊销略高于同行业平均水平，主要原因系发行人为吸引相关人才、改善办公环境以及提高员工福利，建立了职工餐厅、员工活动室、员工宿舍等，导致发行人管理费用中的折旧及摊销金额较大。

发行人办公及差旅费略高于同行业平均水平，主要原因为豪悦股份未披露差旅费，因此计算的行业平均值偏低，发行人与同行业可比公司不存在重大差异。”

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、对发行人行政管理部门、财务部门进行访谈，了解管理费用核算的方式。

2、了解与管理费用相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确认其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。

3、检查相关管理费用的明细表、管理人员的工资表，核查相关费用归集的准确性。

4、将发行人管理人员的平均薪酬与同行业可比公司、发行人经营所在地平均工资水平进行对比，检查是否存在明显低于同行业、同地区平均薪酬水平的情形。

5、对于管理费用中的股份支付，寻找同行业可比公司股份支付的案例进行对比，判断股份支付金额的公允性和准确性。

6、将发行人管理费用明细以及与营业收入的匹配性与同行业可比公司进行对比，结合行业情况和公司经营模式分析主要差异及差异产生的原因，判断合

理性。

7、对发行人实际控制人、主要管理人员和主要财务人员的银行流水进行核查，检查是否存在代垫费用的情形。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人管理人员在报告期各期的平均薪酬水平不存在明显低于同行业、同地区平均薪酬水平的情形。

2、结合同行业可比交易，发行人股份支付的公允价值具有公允性。

3、报告期发行人管理费用与同行业可比公司的差异具有合理性。

问题 19. 关于应收账款

根据申报材料，报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 17,889.12 万元、19,107.63 万元和 18,961.77 万元。

请发行人：

（1）披露应收账款余额和收入变动趋势不一致、境外 ODM 应收账款余额先增后降、境内 ODM 应收账款余额先降后升，和境内外 ODM 收入均逐年上升的趋势不一致的原因；

（2）补充披露发行人对主要客户的信用政策，应收账款金额与信用政策是否匹配，信用政策是否严格执行及应收账款的逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情况；

（3）补充披露发行人对菲律宾 JS 和杜迪公司的销售模式、信用政策、结算频率、结算金额、是否与其他主要客户存在重大差异，并披露主要应收账款客户与主要销售客户是否匹配；

（4）对比同行业可比公司应收账款周转率，披露是否存在重大差异及差异的原因；

（5）披露截至本问询函回复日，各期末应收账款余额的收回金额及比例，各期末超出信用期的应收账款余额及期后收回金额和比例。

请保荐人、申报会计师核查并披露应收账款真实性、坏账准备计提充分性的核查情况，包括过程、比例、结果和核查意见。

答复：

一、披露应收账款余额和收入变动趋势不一致、境外 ODM 应收账款余额先增后降、境内 ODM 应收账款余额先降后升，和境内外 ODM 收入均逐年上升的趋势不一致的原因

（一）报告期内各期发行人应收账款余额和收入变动趋势不一致的原因

报告期各期末，公司应收账款余额的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
应收账款余额	**23,340.62**	20,004.59	20,201.76	18,977.98
应收账款账面价值	**22,132.82**	18,961.77	19,107.63	17,889.12
应收账款账面价值占主营业务收入的比例	**27.90%**	16.39%	21.47%	22.90%

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”中补充披露如下：

“公司 2018 年度主营业务收入和应收账款余额均有所上升，2019 年度主营业务收入持续增长，应收账款余额略有下降，主要原因为：

1）收入增长贡献较大的模式不产生应收账款或产生应收账款较少

2019 年发行人主营业务收入由 88,977.09 万元增长至 115,709.00 万元，增长 26,731.91 万元，其中 14,529.59 万元来自于境内 ODM 业务的增长，4,023.21 万元来自于线上自营电商平台及线上分销平台销售的增长，上述二者合计占收入增幅的 69.40%，且基本不产生应收账款或产生应收账款较少。

2）2019 年菲律宾 JS 回款情况良好

2019 年发行人加大了催收力度，主要客户菲律宾 JS 回款情况良好，期末应收账款有所下降。”

（二）境外 ODM 应收账款余额先增后降、境内 ODM 应收账款余额先降后升，和境内外 ODM 收入均逐年上升的趋势不一致的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”中补充披露如下：

“

报告期内，公司境内外 ODM 业务主营业务收入和应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目		2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
主营业务收入	境外 ODM	34,657.93	48,727.45	42,439.13	40,405.82
	境内 ODM	19,025.28	35,407.52	20,877.93	19,159.19
应收账款余额	境外 ODM	14,088.64	13,804.55	16,317.15	13,024.38
	境内 ODM	8,124.72	4,017.09	1,305.14	3,600.60

1）境外 ODM 业务

由上表可知，报告期内公司境外 ODM 业务主营业务收入持续增长，境外 ODM 业务应收账款余额 2018 年上升，2019 年下降，主要原因系 2019 年公司加大针对境外 ODM 主要客户菲律宾 JS 的催收力度，菲律宾 JS 回款状况不断改善，在收入增长的同时，应收账款余额有所下降。

2）境内 ODM 业务

由上表可知，报告期内公司境内 ODM 业务主营业务收入持续增长，但 2018 年末境内 ODM 应收账款余额下降明显，2019 年迅速增长，主要原因为：2018 年公司境内 ODM 业务客户发生调整，公司终止与前期主要 ODM 客户天津露乐的合作，与杜迪公司和万邦健康的合作规模扩大；一方面，2018 年公司终止与天津露乐的合作后，开始逐步清收尾款，2018 年应收账款出现较大规模的下降；另一方面，2018 年杜迪公司销售不及预期，导致其下半年订单量较少，期末结余应收账款较少；此外，2018 年销售规模增长较快的万邦健康，其结算模式系确

认订单前预付部分货款，因此期末结余应收账款规模较小。上述因素综合影响，导致发行人 2018 年在境内 ODM 收入增长的情况下，应收账款余额下降。

2019 年发行人主要 ODM 客户销售情况较好，发行人对主要 ODM 客户的销售收入持续增长，公司境内 ODM 业务应收账款余额随之增长。

2020 年 6 月末,公司境内 ODM 业务应收账款余额增长明显,主要原因为 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，原材料成本上升明显，2020 年 5 月和 6 月，公司与杜迪公司、万邦健康等客户重新商讨产品价格等条款，付款有所延迟。”

二、补充披露发行人对主要客户的信用政策，应收账款金额与信用政策是否匹配，信用政策是否严格执行及应收账款的逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”中补充披露如下：

“

（7）主要客户的信用政策

报告期内，发行人对主要客户的信用政策及应收账款周转情况已申请豁免披露。发行人主要客户的应收账款情况与其信用政策相匹配。报告期内各期末，公司账龄在一年以内的应收账款占比分别为 97.66%、98.64%、98.85%和 99.14%，占比较高且稳定；截至 2020 年 6 月末，上述主要客户应收账款账龄均在 1 年以内，不存在主要客户应收账款逾期的情况。报告期内，公司应收账款账面价值占主营业务收入的比例分别为 22.90%、21.47%、16.39%和 27.90%，公司不存在通过放宽信用政策增加业务收入的情况。

”

三、补充披露发行人对菲律宾 JS 和杜迪公司的销售模式、信用政策、结算频率、结算金额、是否与其他主要客户存在重大差异，并披露主要应收账款客户与主要销售客户是否匹配

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”中补充披露如下：

“

（8）菲律宾 JS 和杜迪公司分析

发行人对菲律宾 JS 和杜迪公司的销售模式、信用政策、结算频率、结算金额、与其他主要客户不存在重大差异。发行人对菲律宾 JS 和杜迪公司的销售模式、信用政策、结算频率具体情况已申请豁免披露。

”

（9）主要应收账款客户与主要销售客户是否匹配

报告期各期末，公司应收账款前五大客户对应的营业收入名次如下：

项目	客户名称	应收账款余额名次	营业收入名次
2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	菲律宾 JS	1	1
	杜迪公司	2	2
	杭州沐歆公司	3	8
	万邦健康	4	5
	KOHNAN	5	7
2019.12.31/ 2019 年度	菲律宾 JS	1	1
	杜迪公司	2	2
	北京京东公司	3	4
	万邦健康	4	3
	杭州沐歆公司	5	6
2018.12.31/ 2018 年度	菲律宾 JS	1	1
	北京京东公司	2	5
	万邦健康	3	4
	KOHNAN	4	3

项目	客户名称	应收账款余额名次	营业收入名次
	杜迪公司	5	2
2017.12.31/ 2017 年度	菲律宾 JS	1	1
	天津露乐公司	2	2
	万邦健康	3	4
	北京京东公司	4	5
	KOHNAN	5	3

由上表可见，报告期各期末，公司应收账款前五大客户包括菲律宾 JS、杜迪公司、杭州沐歆公司、万邦健康、KOHNAN、北京京东公司以及天津露乐公司，与报告期各期公司主要客户基本一致。

四、对比同行业可比公司应收账款周转率，披露是否存在重大差异及差异的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”中补充披露如下：

报告期内，本公司与同行业公司应收账款周转率对比情况如下：

公司名称	应收账款周转率			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
中顺洁柔（次）	4.44	8.58	8.49	8.14
豪悦股份（次）	13.00	22.39	24.28	21.94
百亚股份（次）	8.14	16.49	15.99	15.78
平均值（次）	8.53	15.82	16.25	15.29
公司自主品牌业务应收账款周转率（次）	15.51	13.22	10.35	6.34
公司总体应收账款周转率（次）	3.69	5.84	4.63	4.81

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书。

报告期内，公司针对每种销售模式，制定了不同的结算和信用政策；总体来看，电商自营店铺、线上分销平台主要针对 C 端零售客户，销售款项在客户确认收货后，直接由平台方实时支付，不存在产生应收账款的情形；此外，公

司对境内经销商，大多采用了先款后货的信用政策，仅对少量优质客户授予一定的授信额度；报告期内各期末，公司产生应收账款余额的主要对象集中在 ODM 客户、电商超市、KA 客户以及少量的经销商和直营零售客户。

同行业公司中，中顺洁柔及百亚股份以自主品牌销售为主，将公司应收账款按照经营模式拆分后计算周转率后显示公司自主品牌业务的应收账款周转率与中顺洁柔及百亚股份较为接近，表明公司自主品牌业务的应收账款周转率处于合理区间；公司总体应收账款周转率较低的原因主要是境外 ODM 公司账龄较长所致。”

五、披露截至本问询函回复日，各期末应收账款余额的收回金额及比例，各期末超出信用期的应收账款余额及期后收回金额和比例

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”中补充披露如下：

“报告期内，公司应收账款期后回款良好，具体情况如下：

单位：万元

时间	应收账款余额	期后回款金额			未回款金额
		期后 3 个月	期后 4-6 月	期后 7-12 月	
2017.12.31	18,977.98	12,220.44	5,642.27	840.77	274.50
2018.12.31	20,201.76	12,746.55	6,626.36	598.37	230.49
2019.12.31	20,004.59	16,450.47	3,076.86	116.30 [注 1]	360.96
2020.06.30 [注 2]	23,340.62	17,585.93	-	-	5,754.68

注 1：由于报送本招股说明书时，尚未取得 2020 年 9 月以后回款数据，2019 年 12 月 31 日期后 7-12 月数据仅包含 2020 年 7 月和 8 月回款金额；

注 2：由于报送本招股说明书时，尚未取得 2020 年 9 月以后回款数据，2020 年 6 月 30 日期后 3 个月数据仅包含 2020 年 7 月和 8 月回款金额。

六、请保荐人、申报会计师核查并披露应收账款真实性、坏账准备计提充分性的核查情况，包括过程、比例、结果和核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、查阅发行人与主要客户签订的销售合同或订单，了解报告期主要客户的销售结算模式及信用政策，确认报告期内信用政策是否存在变动，主要客户的结算情况是否符合其信用政策；

3、分析报告期内应收账款变动原因，应收账款与营业收入规模的关系，分析应收账款变动的合理性；

4、检查报告期各期应收账款期后回款情况，编制应收账款期后回款明细表，与客户结算政策、信用期限进行对比，对于异常事项分析其原因；

5、复核报告期内应收账款客户回款情况，检查银行回单及资金流水信息，确认付款方与客户名称、合同签订单位是否一致，对于异常情况分析其原因及合理性；

6、通过函证及访谈核实主要客户应收账款真实性；

（1）函证情况

报告期内，保荐机构和申报会计师对应收账款的函证比例分别为 92.18%、94.44%、96.16%和 96.42%，回函比例分别为 97.58%、98.50%、98.47%和 98.85%。

（2）走访情况

保荐机构和申报会计师对公司各业务模式下的主要客户进行了走访，报告期各期以收入比例口径统计的走访比例分别为 80.56%、77.51%、76.86%以及 78.08%。

7、坏账准备计提充分性的核查情况

（1）复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，

评价管理层过往预测的准确性；

（2）复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；

（3）对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；根据具有类似信用风险特征组合的历史信用损失经验及前瞻性估计，评价管理层编制的应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄、整个存续期预期信用损失率等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

（4）检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

（5）检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报；

（6）了解公司坏账准备计提政策，并与同行业可比公司进行对比分析，分析应收账款坏账准备计提的充分性。应收账款坏账准备计提情况与同行业对比如下：

公司名称	6 个月以内	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3-5 年	5 年以上
豪悦股份	5%	5%	20%	50%	100%	100%
百亚股份	1%	5%	10%	100%	100%	100%
中顺洁柔[注 1]	5%	5%	15%	30%	50%	100%
公司	5%	5%	10%	30%	100%	100%

注 1：中顺洁柔数据取自其 2017 年和 2018 年年报，1 年以内在信用期内的应收账款计提比例为 2%。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内发行人主要客户的结算模式及信用政策未发生变动，应收账款余额与信用政策基本匹配，对应收账款余额变动影响较小；

2、报告期各期，发行人应收账款周转率与同行业可比公司不存在重大差异；

3、报告期各期末应收账款余额期后回款情况良好，基本符合信用政策；

4、根据新金融工具准则，发行人预期信用损失率依据其经营特征、客户信

用特征制定，依据充分合理；

5、报告期各期末，发行人应收账款真实、坏账准备计提充分。

问题 20. 关于存货

根据申报材料，报告期各期末，发行人存货账面价值 12,410.26 万元、11,528.75 万元和 13,428.51 万元，占各期末流动资产比例分别为 22.30%、20.75%和 23.56%。存货主要内容为原材料、库存商品、发出商品和在途物资。

请发行人：

（1）补充披露分项列示的存货账面余额，说明存货账面余额波动原因，2018 年末存货账面价值同比 2017 年末减少的原因；

（2）结合报告期各期原材料采购及领用情况、主要产品物料配比表，披露存货中主要原材料出入库数量与产量是否匹配；

（3）披露在途物资的主要内容，金额较大的原因，是否存在应结转未结转成本；

（4）结合产品生产周期分析并披露期末在产品金额仅 10-20 万之间的原因，是否符合行业特点；

（5）披露各期末库存商品期后销售或处置情况，是否存在长期积压难以销售的商品，是否存在过期产品，是否存在处置价格低于成本的情况，发行人库存商品存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、补充披露分项列示的存货账面余额，说明存货账面余额波动原因，2018 年末存货账面价值同比 2017 年末减少的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“5、存货”中补充披露如

下：

“报告期各期末，存货账面余额的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
在途物资	706.49	4.24%	1,600.20	11.76%	1,910.97	16.41%	2,532.76	19.98%
原材料	8,815.53	52.95%	5,772.69	42.42%	4,849.70	41.64%	5,266.45	41.56%
在产品	13.89	0.08%	11.02	0.08%	8.96	0.08%	19.91	0.16%
库存商品	3,930.30	23.61%	4,036.94	29.66%	3,450.15	29.62%	3,482.34	27.48%
发出商品	3,183.72	19.12%	2,188.65	16.08%	1,428.11	12.25%	1,371.41	10.82%
合计	16,649.93	100.00%	13,609.50	100.00%	11,647.89	100.00%	12,672.87	100.00%

公司存货结构较为稳定，主要由在途物资、原材料、库存商品和发出商品构成，与公司的经营模式和业务特点相符。2017 年至 2019 年，公司存货账面余额保持稳定，波动不大。2018 年末公司存货账面余额较 2017 年减少 1,024.98 万元，主要系在途物资及原材料结存减少 1,038.55 万元所致：2018 年下半年公司木浆采购单价处于上涨周期，公司调整采购计划，降低了木浆储备，导致公司在途物资及原材料中的木浆结存减少 974.57 万元。2019 年末存货账面余额较 2018 年末增加 1,961.61 万元，主要系 2019 年公司的产能及销量较 2018 年上涨，致使期末存货结存相应增加；2020 年 6 月末公司存货账面余额较 2019 年末增加 3,040.43 万元，主要系公司销售规模扩大，增加原材料储备所致。”

二、结合报告期各期原材料采购及领用情况、主要产品物料配比表，披露存货中主要原材料出入库数量与产量是否匹配

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“5、存货”之“（1）原材料”中补充披露如下：

“1）原材料采购及耗用匹配性分析

公司报告期内主要原材料采购数量、总耗用量的具体情况如下：

原材料名称	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	采购量	总耗用量	采购耗用比	采购量	总耗用量	采购耗用比
木浆（万千克）	1,594.92	1,409.04	113.19%	3,062.76	2,878.20	106.41%
无纺布（万千克）	735.40	712.10	103.27%	1,213.23	1,193.70	101.64%
复合芯体（万千克）	346.43	339.33	102.09%	616.97	619.67	99.56%
高分子（万千克）	497.56	494.58	100.60%	916.55	984.03	93.14%
PE 膜（万千克）	332.87	326.04	102.09%	686.13	682.31	100.56%
包装袋（万只）	9,032.71	7,155.96	126.23%	11,214.73	10,477.35	107.04%
纸箱（万只）	542.90	504.28	107.66%	886.60	885.10	100.17%
热熔胶（万千克）	116.55	112.03	104.04%	204.30	202.91	100.68%
卫生纸（万千克）	162.64	159.64	101.88%	359.07	358.44	100.18%
氨纶丝（万千克）	18.31	17.45	104.95%	28.96	28.44	101.82%
左右贴（万米）	3,640.43	3,148.40	115.63%	6,100.84	6,550.05	93.14%
前胶膜（万米）	2,511.86	2,413.38	104.08%	4,943.14	4,923.76	100.39%
导流层（万千克）	23.38	22.61	103.44%	43.79	43.57	100.51%

（续上表）

原材料名称	2018 年度			2017 年度		
	采购量	总耗用量	采购耗用比	采购量	总耗用量	采购耗用比
木浆（万千克）	2,249.65	2,382.62	94.42%	2,160.57	2,124.89	101.68%
无纺布（万千克）	745.90	760.16	98.12%	660.40	750.07	88.04%
复合芯体（万千克）	365.91	390.09	93.80%	228.14	426.75	53.46%
高分子（万千克）	741.19	770.61	96.18%	724.30	699.02	103.62%
PE 膜（万千克）	602.93	610.49	98.76%	566.67	559.35	101.31%
包装袋（万只）	9,525.52	9,490.58	100.37%	8,243.82	7,927.24	103.99%
纸箱（万只）	756.55	770.10	98.24%	752.69	749.66	100.40%
热熔胶（万千克）	137.69	140.10	98.28%	127.62	127.18	100.35%
卫生纸（万千克）	310.16	314.11	98.74%	292.04	287.88	101.44%
氨纶丝（万千克）	17.50	17.94	97.53%	16.26	15.65	103.91%
左右贴（万米）	5,365.80	5,160.00	103.99%	4,918.54	5,034.82	97.69%
前胶膜（万米）	4,074.82	4,081.05	99.85%	3,925.44	3,913.21	100.31%
导流层（万千克）	36.67	36.81	99.61%	37.80	37.98	99.52%

注：采购耗用比=采购量/总耗用量

报告期内，公司各类主要原材料采购耗用比总体接近 1，公司主要原材料的

采购及耗用配比合理。2017 年公司复合芯体采购耗用比较低，主要原因为公司原材料总耗用量中包含客供材料的耗用,但由于2017年客供复合芯体数量较大，且该部分客供复合芯体不计入公司原材料采购量，因此导致全年采购耗用比较低。

2）主要产品物料配比分析

报告期内，公司产品主要系成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品；按照上述主要产品分别统计各报告期各主要原材料的生产领用量、完工产量以及生产过程中的单位耗用情况如下：

① 成人失禁用品

原材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
木浆（万千克）	725.23	0.0450	1,358.39	0.0440	961.76	0.0406	737.69	0.0398
无纺布（万千克）	157.73	0.0098	272.45	0.0088	178.13	0.0075	135.95	0.0073
复合芯体（万千克）	-	-	-	-	0.46	0.0000	1.03	0.0001
高分子（万千克）	106	0.0066	189.53	0.0061	173.38	0.0073	208.89	0.0113
PE 膜（万千克）	158.58	0.0098	296.76	0.0096	215.03	0.0091	185.55	0.0100
包装袋（万只）	1,561.46	0.0968	2,742.05	0.0889	2,201.62	0.0929	2,081.02	0.1122
纸箱（万只）	90.23	0.0056	169.42	0.0055	193.06	0.0081	185.57	0.0100
热熔胶（万千克）	24.9	0.0015	48.14	0.0016	32.89	0.0014	23.97	0.0013
卫生纸（万千克）	72.5	0.0045	132.92	0.0043	119.53	0.0050	101.64	0.0055
氨纶丝（万千克）	4.68	0.0003	7.9	0.0003	3.96	0.0002	2.6	0.0001
左右贴（万米）	651.57	0.0404	1,226.92	0.0398	1,021.42	0.0431	1,134.00	0.0611
前胶膜（万米）	760	0.0471	1,421.04	0.0460	989.14	0.0417	894.37	0.0482
导流层（万千克）	1.61	0.0001	3.48	0.0001	5.91	0.0002	10.82	0.0006
完工产量（万片）	16,128.51		30,859.17		23,710.84		18,549.97	

② 婴儿护理用品

原材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
木浆（万千克）	464.36	0.0085	1,106.31	0.0101	1,015.48	0.0124	1,056.93	0.0130
无纺布（万千克）	466.66	0.0086	810.51	0.0074	492.16	0.0060	520.97	0.0064

原材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
复合芯体（万千克）	311.05	0.0057	578.73	0.0053	377.31	0.0046	407.27	0.0050
高分子（万千克）	310.86	0.0057	590.81	0.0054	408	0.0050	343.6	0.0042
PE 膜（万千克）	104.36	0.0019	270.81	0.0025	285.83	0.0035	298.78	0.0037
包装袋（万只）	2,749.37	0.0505	7,410.64	0.0674	6,340.98	0.0773	5,146.81	0.0634
纸箱（万只）	314.43	0.0058	631.41	0.0057	482.62	0.0059	499.44	0.0062
热熔胶（万千克）	77.43	0.0014	139.7	0.0013	92.08	0.0011	85.99	0.0011
卫生纸（万千克）	38.27	0.0007	125	0.0011	113.13	0.0014	144.63	0.0018
氨纶丝（万千克）	11.73	0.0002	18.87	0.0002	12.02	0.0001	10.68	0.0001
左右贴（万米）	2,290.52	0.0421	4,790.63	0.0435	3,651.29	0.0445	3,221.21	0.0397
前胶膜（万米）	1,521.15	0.0279	3,258.07	0.0296	2,626.59	0.0320	2,459.35	0.0303
导流层（万千克）	20.32	0.0004	38.03	0.0003	27.51	0.0003	20.57	0.0003
完工产量（万片）	54,460.64		110,031.54		82,024.16		81,190.01	

③ 宠物卫生用品

原材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
木浆（万千克）	123.21	0.0124	266.24	0.0124	297.99	0.0132	231.21	0.0102
无纺布（万千克）	27.85	0.0028	59.73	0.0028	58.41	0.0026	44.35	0.0020
复合芯体（万千克）	-	-	-	-	0.22	0.0000	0.31	0.0000
高分子（万千克）	42.61	0.0043	90.09	0.0042	85.08	0.0038	67.9	0.0030
PE 膜（万千克）	40.62	0.0041	86.13	0.0040	81	0.0036	59.61	0.0026
包装袋（万只）	82.28	0.0083	205.61	0.0096	556.81	0.0247	650.24	0.0286
纸箱（万只）	33.09	0.0033	66.78	0.0031	77.07	0.0034	59.81	0.0026
热熔胶（万千克）	2.71	0.0003	6.05	0.0003	8.11	0.0004	7.52	0.0003
卫生纸（万千克）	43.41	0.0044	91.33	0.0043	69.24	0.0031	34	0.0015
氨纶丝（万千克）	-	-	-	-	0.61	0.0000	0.81	0.0000
左右贴（万米）	-	-	-	-	219.07	0.0097	348.86	0.0154
前胶膜（万米）	-	-	-	-	175.23	0.0078	271.06	0.0119
导流层（万千克）	-	-	-	-	1.85	0.0001	3.42	0.0002
完工产量（万片）	9,950.19		21,464.14		22,577.57		22,703.64	

注：单位耗用=生产领用量/完工产量

报告期内，公司主要产品单位材料耗用量各期总体波动较小，原材料出库数量与产品产量基本匹配。公司婴儿护理用品的单片木浆耗用量呈下降趋势，主要原因为近年来发行人生产的婴儿护理用品逐渐升级，采用吸水性更好的高分子替代部分木浆的使用，或者在产品中直接采用复合芯体，导致木浆用量减少；婴儿护理用品的单片无纺布耗用量呈上升趋势，主要原因为近年来发行人生产的婴儿拉拉裤占比逐年提高，而婴儿拉拉裤使用的无纺布数量较多。”

三、披露在途物资的主要内容，金额较大的原因，是否存在应结转未结转成本

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“5、存货”之“（4）在途物资”中补充披露如下：

“（4）在途物资

报告期各期末，公司在途物资的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
木浆	389.38	55.11%	1,600.20	100.00%	1,787.10	93.52%	2,247.86	88.75%
高分子	268.79	38.05%	-	-	123.87	6.48%	241.80	9.55%
PE 膜	-	-	-	-	-	-	22.39	0.88%
魔术勾圈	48.32	6.84%	-	-	-	-	20.71	0.82%
合计	706.49	100.00%	1,600.20	100.00%	1,910.97	100.00%	2,532.76	100.00%

公司在途物资主要为公司从境外供应商购入的木浆和高分子。公司进口木浆、高分子主要以 FOB 方式结算，境外供应商主要通过海运方式进行运输，运货周期较长，导致各期末公司已拿到货运提单但尚未运抵公司仓库的在途物资结存金额相对较大，符合公司生产经营情况。该部分在途物资均系尚未实际到货的原材料，不存在应结转未结转成本。”

四、结合产品生产周期分析并披露期末在产品金额仅 10-20 万之间的原因，是否符合行业特点

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、

资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“5、存货”之“（5）在产品”中补充披露如下：

“(5) 在产品

1）期末在产品金额较小的原因

报告期各期末，公司在产品金额较小，均未超过 20 万，主要原因为：公司生产工艺流程较短，上料之后可快速完成木浆粉碎、高分子混合、成型、压辊、切割、包装等步骤，产品从上料到成品出产一般为 6-8 秒。资产负债表日，公司将车间已领用尚未耗用的原材料按照车间实际结存数量做退库处理，仅将在资产负债表日当天夜班结束之后车间结存的尚未完成产品包装的产品作为在产品。故公司各期末在产品金额较少，符合公司实际生产情况。

2）公司与同行业可比公司在产品占结存对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司在产品结存对比如下：

单位：万元

项目		2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
中顺洁柔	在产品	3,870.69	3.27%	4,757.70	4.81%	7,326.72	8.52%	3,733.27	6.76%
	存货	118,231.49	/	98,916.81	/	86,009.17	/	55,213.60	/
百亚股份	在产品	126.38	0.97%	108.65	0.83%	56.31	0.48%	6.98	0.08%
	存货	13,031.11	/	13,073.06	/	11,771.91	/	8,869.58	/
豪悦股份	在产品	1,080.91	4.16%	1,052.05	5.15%	1,439.24	7.53%	553.75	3.90%
	存货	26,001.13	/	20,432.63	/	19,119.59	/	14,185.72	/
公司	在产品	13.89	0.08%	11.02	0.08%	8.96	0.08%	19.91	0.16%
	存货	16,649.93	/	13,609.50	/	11,647.89	/	12,672.87	/

由上表可见，公司在产品占存货比例低于中顺洁柔及豪悦股份，与百亚股份较为接近。主要系公司产品生产周期短且公司于资产负债表日将车间已领用尚未耗用的原材料做退库处理，导致公司各期末在产品金额较少，符合公司实际生产情况。”

五、披露各期末库存商品期后销售或处置情况，是否存在长期积压难以销售的商品，是否存在过期产品，是否存在处置价格低于成本的情况，发行人库存商品存货跌价准备计提是否充分

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“5、存货”之“（2）库存商品”中补充披露如下：

“

1）库存商品期后销售或处置情况

报告期各期末，公司库存商品期后销售（含自用）情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品	3,930.30	4,036.94	3,450.15	3,482.34
期后 1-3 个月销售情况	2,274.14	3,054.07	2,757.15	2,898.18
期后 4-6 个月销售情况	-	100.56	229.03	126.86
期后 7-9 个月销售情况	-	27.79	54.49	79.42
期后 9 个月累计销售情况	2,274.14	3,182.42	3,040.67	3,104.45
期后销售比例	57.86%	78.83%	88.13%	89.15%

注：2019 年末和 2020 年 6 月末期后销售情况统计截止日为 2020 年 7 月 31 日

报告期各期末，公司库存商品期后 9 个月销售率分别为 89.15%、88.13%、78.83%和 57.86%。库存商品基本集中在 1-3 个月之内销售，很少存在长期积压难以销售的库存商品。

2）库存商品库龄情况

报告期各期末，公司库存商品库龄具体情况如下：

单位：万元

期间	项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2020.6.30	账面余额	3,608.76	110.09	187.48	23.96	3,930.30
	占比	91.82%	2.80%	4.77%	0.61%	100.00%
2019.12.31	账面余额	3,674.68	116.14	223.05	23.06	4,036.94
	占比	91.03%	2.88%	5.53%	0.57%	100.00%

期间	项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2018.12.31	账面余额	2,990.85	444.50	2.35	12.44	3,450.15
	占比	86.69%	12.88%	0.07%	0.36%	100.00%
2017.12.31	账面余额	3,343.85	114.76	6.31	17.42	3,482.34
	占比	96.02%	3.30%	0.18%	0.50%	100.00%

公司库存商品库龄较短，报告期各期末，公司库存商品库龄 1 年以内的账面余额占比分别 96.02%、86.69%、91.03%和 91.82%，占比较高。2018 年末，公司库龄 1-2 年的库存商品 444.50 万元，主要系个别 ODM 品牌客户销售情况不佳，导致提货进度较慢，部分货品库龄较长所致；2019 年经双方协商一致，将该批尚未提货的商品由公司自行处置。公司产品保质期为三年，报告期各期末，公司库存商品库龄超过 3 年的库存商品占比较低、金额较小，对公司存货影响较小。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 28.27%、25.24%、26.55%和 32.14%，公司一般产品销售均高于产品成本，只有极少量的积压产品及降级品处置会低于成本。公司在计提存货跌价准备时，已考虑相关产品的预计售价低于成本的情况。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“5、存货”之“（6）存货跌价准备计提情况”中补充披露如下：

“

（6）存货跌价准备计提情况

……

报告期各期末，公司对直接用于出售的库存商品，以估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，库存商品存货跌价准备的计提比例超过 3 年以上库存商品结存比例，公司库存商品存货跌价准备计提充分。

报告期各期末，公司库存商品跌价情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
库存商品余额	3,930.30	4,036.94	3,450.15	3,482.34
存货跌价准备	152.81	79.77	39.83	153.47
账面价值	3,777.49	3,957.17	3,410.32	3,328.87
计提比例	3.89%	1.98%	1.15%	4.41%

”

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解公司与存货管理、成本核算及结转相关的内部关键控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取公司报告期主要原材料采购合同，分析主要采购条款，比较原材料价格波动的合理性；向公司人员获取工艺流程说明，并与实际生产情况进行比较分析；结合应付账款函证，函证报告期内采购金额，核实公司采购的真实性；

3、抽取报告期分月产品成本计算表，查看成本计算表中材料的领用金额、结转金额与生产成本-直接材料科目的发生额是否一致；查看成本计算表中主要材料的领用情况与材料出库单是否一致；获取主要产品生产工艺，核对材料名称是否一致；复核产品成本计算表的公式是否正确，原料单价、数量是否与财务数据保持一致；

4、针对报告期各期末的存货进行抽盘，编制倒轧表，比较分析盘点数据与财务数据是否保持一致；对报告期的存货，进行计价测试、截止性测试，核实存货金额的准确性；

5、比较报告期各期末公司存货的成本与可变现净值，检查是否存在成本高于可变现净值的情况：结合公司的生产经营情况对公司存货减值计提政策进行了了解，并对测试情况进行了复核，已签订销售订单或合同的预计售价与销售订单或合同进行比对、对未签订销售订单及合同的预计售价与同类产品销售价

格进行比对、复核可变现净值的计算过程是否准确。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，公司存货账面价值的波动，与公司实际经营情况相符；

2、报告期内，公司主要产品单位材料耗用量各期波动较小，原材料出入库数量与产品产量基本匹配；

3、公司在途物资主要为公司向境外供应商购入的木浆和高分子，公司进口木浆、高分子主要以 FOB 方式结算，境外供应商主要通过海运方式运输木浆、高分子，运货周期较长，导致各期末结存金额相对较大的公司已拿到货运提单但尚未运抵公司仓库的在途物资，符合公司生产经营情况；该部分在途物资均系在途的原材料，不存在应结转未结转成本；

4、公司产品生产周期短且公司于资产负债表日将车间已领用尚未耗用的原材料做退库处理，导致公司各期末在产品金额较少，符合公司实际生产情况。

5、公司对直接用于出售的库存商品，以估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，库存商品存货跌价准备的计提比例超过 3 年以上库存商品结存比例，公司库存商品存货跌价准备计提充分。

问题 21. 关于固定资产

根据申报材料，报告期各期末，发行人固定资产账面价值分别为 32,652.38 万元、34,205.58 万元和 34,078.72 万元。发行人称 2018 年公司 ODM 客户杜迪公司销售不及预期导致公司为其购置的新生产线无法满负荷生产。

请发行人：

（1）披露发行人生产线是否只能用于生产特定产品，发行人固定资产的规模与产能产量是否匹配；

（2）披露发行人的生产设备是否能够适应产品更新换代的需求，是否存在

闲置设备以及闲置设备是否按《企业会计准则》规定计提减值准备；

（3）发行人列示了主要生产线中 12 条为婴儿用品生产线，其中有 10 条婴儿纸尿裤生产线，2 条为婴儿拉拉裤生产线，与发行人所述 ODM 收入增长原因主要系“代工婴儿拉拉裤数量的增长”是否相符，婴儿纸尿裤和婴儿拉拉裤产能产量及增长趋势是否和生产规模匹配；

（4）披露报告期固定资产与现金流量表中“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 " 的勾稽关系，各期末固定资产的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形；

（5）披露对固定资产实施减值测试的具体情况、减值准备的计提标准及各期具体计提情况，是否存在应计提减值准备未计提的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露发行人生产线是否只能用于生产特定产品，发行人固定资产的规模与产能产量是否匹配

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产情况”之“2、主要生产设备”中补充披露如下：

“报告期内，发行人主要产品包括婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤、尿片（含成人及婴儿）以及护理垫、宠物尿垫等；其中婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤以及尿片的生产使用专用生产线；护理垫及宠物尿垫可以共用生产线。此外，由于公司生产线均为多模块、部件组装而成，因此不同产品的生产线之间虽然不能直接通用，但部分零部件和组成部分可以进行互换共用。

公司报告期内固定资产的规模与产能产量情况如下：

项目	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
专用设备原值（万元）	37,441.16	25,505.46	24,437.70	20,248.41

项目	2020.6.30/ 2020年1-6月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
产能（万片）	107,889.45	201,037.41	180,815.35	145,494.41
产量（万片）	89,678.62	162,385.39	128,314.48	122,443.63
产能/专用设备原值（片/元）	2.88	7.88	7.40	7.19
产量/专用设备原值（片/元）	2.40	6.37	5.25	6.05

注：2020年1-6月产能中未包含口罩

报告期内，公司固定资产规模逐年增长，产能规模随之增长，产能规模与专业设备原值的比值相对较为稳定。

报告期内各期，产量与专用设备原值的比例分别为 6.05、5.25、6.37 和 2.40，其中 2018 年产量与专用设备原值比有所下降，主要系公司 2018 年新增 3 条生产线（婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤、成人护理垫各一条），增加设备原值较多、产量尚未完全释放所致；2020 年 1-6 月产量与专用设备原值的比例较低，主要系公司 2020 年 4 月和 2020 年 5 月新购置较多的口罩相关设备，增加设备原值较多、产量尚未完全释放所致。”

二、披露发行人的生产设备是否能够适应产品更新换代的需求，是否存在闲置设备以及闲置设备是否按《企业会计准则》规定计提减值准备

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产情况”之“2、主要生产设备”中补充披露如下：

“由于销售及现金流情况良好，历年来发行人持续投入资金对主要生产设备进行技改或整体置换升级，因此报告期内发行人主要生产线持续成新率较高，能够兼容当前市场的各项生产加工工艺。此外，发行人主要生产线设备通过各部件组装集成，其在组合方式上具有较高弹性，即使市场出现某种新的技术工艺，只需对生产线的部分零部件加以升级置换，即可兼容生产，无需重新购置整条产线。因此发行人的生产设备完全能够适应产品更新换代的需求。

报告期内，公司闲置机器设备具体情况如下：

单位：套、万元

设备名称	数量	设备原值	闲置原因	设备用途	停用时间	处置时间
成人纸尿片生产线	1	87.99	停用	生产成人纸尿片	2015年8月	2019年6月
成人纸尿裤生产线	1	201.29	生产效率低	生产成人纸尿裤	2016年9月	2019年9月
熔喷生产线	1	2,035.40	停用	生产口罩用熔喷布	2020年6月	尚未处置
口罩及配套设备	6	1,322.63	暂时停产	生产口罩	2020年6月	尚未处置

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》及公司会计政策《部分长期资产减值》规定：“对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值时估计其可收回金额。”，公司管理层结合产能利用率、产销率、产品毛利率及固定资产使用情况，公司主要设备均未发现损坏及长期闲置，不存在减值迹象。部分闲置设备，经评估未来可收回金额低于账面价值，已按照其可收回金额低于其账面价值的差额计提资产减值准备并计入当期损益。

报告期内，公司闲置机器设备减值情况如下：

1）报告期之前已闲置设备，公司计提减值准备如下：

单位：万元

设备名称	原值	累计折旧	预计可收回金额	计提减值准备	处置收入	处置损失
成人纸尿片生产线	87.99	54.22	5.00	28.77	4.42	0.58
成人纸尿裤生产线	201.29	69.57	60.00	71.72	53.10	6.90
小计	289.28	123.79	65.00	100.49	57.52	7.48

2）2020 年 1-6 月新增闲置设备，公司计提减值准备如下：

单位：万元

设备名称	原值	累计折旧	预计可收回金额	计提减值准备	计提依据
熔喷生产线	2,035.40	16.11	353.98	1,665.30	设备已停用、未来启用可能性较低，且市场重置成本大幅下降，按照市场重置成本低于其账面价值的差额计提减值准备
口罩及配套设备	1,322.63	13.82	未计提减值准备		公司口罩机目前只是暂时停产，经评估未发生减值，未计提减值准备

”

三、发行人列示了主要生产线中 12 条为婴儿用品生产线，其中有 10 条婴儿纸尿裤生产线，2 条为婴儿拉拉裤生产线，与发行人所述 ODM 收入增长原因主要系“代工婴儿拉拉裤数量的增长”是否相符，婴儿纸尿裤和婴儿拉拉裤产能产量及增长趋势是否和生产规模匹配

婴儿纸尿裤和婴儿拉拉裤产能产量及增长趋势是否和生产规模匹配：

婴儿纸尿裤				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
产能（万片）	65,645.13	108,830.89	102,064.13	79,339.83
产量（万片）	38,657.26	82,535.63	73,854.32	74,516.69
生产线数量	10	10	8	5
婴儿拉拉裤				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
产能（万片）	22,480.67	20,674.37	11,148.88	9,373.95
产量（万片）	14,403.04	16,730.09	6,578.38	6,452.08
生产线数量	4	2	2	1

2019 年，公司婴儿拉拉裤产能及产量较 2018 年分别增加 9,525.49 万片和 10,151.71 万片，但婴儿拉拉裤生产线数量未增加主要系：公司第二条婴儿拉拉裤生产线在 2018 年 10 月完工转固，该部分婴儿拉拉裤产能及产量于 2019 年完全释放，导致公司婴儿拉拉裤产能及产量在 2019 年增加明显，公司婴儿纸尿裤和婴儿拉拉裤产能产量及增长趋势与生产规模匹配。

四、披露报告期固定资产与现金流量表中“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 " 的勾稽关系，各期末固定资产的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形

（一）在建工程、固定资产与现金流量表中“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”的勾稽关系

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（四）现金流量情况”之“2、投资活动产生的现金流量分析”中补充披露如下：

“在建工程、固定资产与现金流量表中“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月末	2019 年度/2019 年末	2018 年度/2018 年末	2017 年度/2017 年末
加：固定资产原值本期增加	14,143.24	3,002.03	4,386.48	4,242.06
加：在建工程增加（期末-期初）	-2,444.83	8,058.35	2,091.37	1,116.26
加：无形资产原值本期增加	-	33.23	1,531.43	22.62
加：长期待摊费用本期增加	69.83	108.50	282.19	934.80
加：其他非流动资产增加（期末-期初）	380.39	-	-50.41	-263.62
加：采购长期资产进项税	1,022.03	1,631.85	816.07	680.93
减：应付购置长期资产款增加（期末-期初）	96.99	-	11.84	-1,218.92
减：应付票据-设备款增加（期末-期初）	-221.40	247.50	143.37	210.81
加：其他应收设备退款调整	-	-	75.60	-
合　计	13,295.06	12,586.46	8,977.53	7,741.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	13,295.06	12,586.46	8,977.53	7,741.17
差额	-	-	-	-

（二）各期末固定资产的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形

发行人已在招股说明书“第六节　业务和技术”之“五、主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产情况”之“2、主要生产设备”中补充披露如下：

发行人制定了《固定资产管理办法》，对固定资产盘点管理实施严格的管理控制。制度中详细规定了盘点的目的、盘点内容、盘点方式、盘点要点并明确设备管理部门应定期进行固定资产盘点工作，财务部门应每年至少参与监盘一次。

报告期内，公司每期期末对固定资产、在建工程进行了实地盘点。由设备管理部门负责，建立盘点小组、编制盘点计划、盘点明细表及盘点小结，具体盘点结果如下：

单位：万元

期　间	盘点的固定资产原值	固定资产账面原值	盘点比例	是否账实相符
2020 年 6 月末	45,965.53	60,554.82	75.91%	是
2019 年末	36,257.98	46,403.09	78.14%	是
2018 年末	34,905.24	44,625.17	78.22%	是
2017 年末	23,477.13	40,261.25	58.31%	是

”

五、披露对固定资产实施减值测试的具体情况、减值准备的计提标准及各期具体计提情况，是否存在应计提减值准备未计提的情形

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》及公司会计政策《部分长期资产减值》规定：“对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值时估计其可收回金额。”，公司管理层结合产能利用率、产销率、产品毛利率及固定资产使用情况，公司主要设备均未发现损坏及长期闲置，不存在减值迹象。部分闲置设备，经评估未来可收回金额低于账面价值，已按照其可收回金额低于其账面价值的差额计提资产减值准备并计入当期损益。具体减值准备计提标准及计提情况详见本回复之“问题 21.关于固定资产”之“二、披露发行人的生产设备是否能够适应产品更新换代的需求，是否存在闲置设备以及闲置设备是否按《企业会计准则》规定计提减值准备”。

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解公司与固定资产管理相关的内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查与固定资产相关的会计政策是否正确且一贯地运用，并与同行业可比公司进行对比，分析判断公司固定资产相关的会计政策是否与同行业保持基

本一致；

3、检查报告期内的固定资产明细账,了解资产入账价值的构成，并选取了报告期各期固定资产增加样本，检查相关资产采购合同、采购发票、付款记录、验收报告等，与固定资产入账金额是否保持一致，入账时间是否及时；

4、对报告期各期末固定资产进行监盘，检查固定资产是否真实存在以及评估资产的使用情况；

5、取得公司报告期内产能及产量统计表，分析固定资产原值与产能及产量的比率，并判断相关比率波动的合理性；

6、取得公司报告期内闲置设备清单，并结合现场盘点查看闲置设备状态，判断公司闲置设备减值准备计提的充分性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司生产线多为模块、部件组装而成，因此不同产品的生产线之间可以通过互换、更新实现共用或升级；公司固定资产的规模与产能产量匹配；

2、公司产品更新换代主要为产品的包装设计及原材料的更新，公司的设备主要是用于将材料混合、成型、切割、包装等工艺，因此公司的生产设备能够适应产品更新换代的需求；报告期内，公司存在闲置设备，相应的闲置设备已按《企业会计准则》规定计提充分的减值准备；

3、公司婴儿纸尿裤和婴儿拉拉裤产能产量及增长趋势与生产规模匹配；

4、报告期内，公司固定资产与现金流量表中“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”存在勾稽关系；公司各期末固定资产的盘点情况良好，不存在账实不符的情形；

5、报告期内，公司固定资产不存在应计提减值准备未计提的情形。

问题 22. 关于在建工程

根据申报材料，报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 391.74 万元、897.28 万元和 7,542.41 万元。

请发行人：

（1）披露 2019 年在建工程账面价值大幅增多的原因，是否存在其他无关成本费用混入在建工程情形；

（2）披露报告期内在建工程转入固定资产的具体情况，包括项目内容、开工与竣工时间、投资规模、累计投入资金、转入固定资产的内容、时间、金额，相关会计核算是否准确，并说明在建工程转入固定资产的依据、是否及时；

（3）披露是否存在已竣工未转固的在建工程，未转固的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露 2019 年在建工程账面价值大幅增多的原因，是否存在其他无关成本费用混入在建工程情形

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（三）非流动资产构成及变化”之“2、在建工程”中补充披露如下：

“（3）2019 年在建工程账面价值大幅变动分析

1）公司订单增长迅速，产能不足，故公司加大对生产线的投入，导致公司 2019 年末“年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目”、“年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目”和“年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目”设备投入较 2018 年末增加 4,456.61 万元。

2）“可艾科研楼及厂房工程”于 2018 年 9 月开工建设，2019 年该项目进展顺利但尚未完工，投入增加，导致该项目 2019 年末在建工程余额为 2,202.59 万元，较 2018 年末的 226.21 万元增加 1,976.38 万元。

3）公司 2019 年新增设备类在建工程投入主要为与设备采购相关的设备款

支出，无其他无关成本费用混入；公司 2019 年新增“可艾科研楼及厂房工程”投入主要为土建工程款支出，无其他无关成本费用混入。”

二、披露报告期内在建工程转入固定资产的具体情况，包括项目内容、开工与竣工时间、投资规模、累计投入资金、转入固定资产的内容、时间、金额，相关会计核算是否准确，并说明在建工程转入固定资产的依据、是否及时

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（三）非流动资产构成及变化”之“2、在建工程”中补充披露如下：

“（4）在建工程转固情况分析

报告期内，公司在建工程转固构成情况如下：

1）2017 年

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间 1 号线	成人失禁裤生产设备	2017.07	2017.09	2017.09
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾 6 号线	婴儿纸尿裤生产设备	2017.07	2017.08	2017.08
	可艾 5 号线		2017.07	2017.10	2017.10

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间 1 号线	685.00	689.90	617.00	2.00	70.90	609.07
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾 6 号线	1,430.00	1,453.94	1,453.94			1,224.05
	可艾 5 号线	1,300.00	1,256.14	1,256.14			1,120.40

2）2018 年

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 4 号线	婴儿纸尿裤生产设备	2018.06	2018.08	2018.08
	可艾 7 号线	婴儿拉拉裤生产设备	2018.04	2018.10	2018.10

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 4 号线	1,560.00	1,560.37	1,560.37			1,378.64
	可艾 7 号线	1,250.00	1,137.08	1,137.08			1,083.49

3）2019 年

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	一车间 3 号线	婴儿纸尿裤生产设备	2019.09	2019.09	2019.09
	一车间 4 号线		2019.10	2019.12	2019.12
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾二车间自动化生产线扩建项目	设备配套厂房及电力设备	2018.05	2019.01	2019.01

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	一车间 3 号线	858.00	821.71	815.10		6.61	759.29
	一车间 4 号线	730.00	724.13	717.50		6.63	657.66
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾二车间自动化生产线扩建项目	580.00	568.53		568.53		508.07

4）2020 年 1-6 月

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾车间婴儿拉拉裤线	婴儿拉拉裤生产设备	2019.12	2020.02	2020.02

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 10 号线	婴儿拉拉裤生产设备	2020.01	2020.02	2020.02
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间拉拉裤 2 号线	成人拉拉裤生产设备	2019.12	2020.02	2020.02
	可艾车间成人纸尿裤 5 号线	成人纸尿裤生产设备	2019.10	2020.03	2020.03
	可艾车间成人纸尿裤 4 号线		2019.08	2020.05	2020.05
可艾科研楼及厂房工程	可艾 7 号厂房	新厂房建设	2018.09	2020.06	2020.06

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾车间婴儿拉拉裤线	710.00	651.27	639.00	7.21	5.06	640.16
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 10 号线	2,100.00	1,908.46	1,908.46			1,876.38
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间拉拉裤 2 号线	1,570.00	1,445.74	1,170.00	5.74	270.00	1,396.53
	可艾车间成人纸尿裤 5 号线	1,120.34	1,056.81	1,054.81		2.00	1,018.83
	可艾车间成人纸尿裤 4 号线	1,120.34	1,057.02	1,054.81		2.21	1,007.44
可艾科研楼及厂房工程	可艾 7 号厂房	3,264.00	1,932.59		1,932.59		1,876.74

公司报告期内在建工程转入固定资产的相关会计核算准确，在建工程达到预定可使用状态即转入固定资产，转固及时。”

三、披露是否存在已竣工未转固的在建工程，未转固的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（三）非流动资产构成及变化”之“2、在建工程”中补充

披露如下：

“公司制定了《固定资产管理办法》,对在建工程转固实施严格的管理控制。公司需在设备或工程完工验收月份进行转固相关的会计处理，同时，公司于资产负债表日均需要检查核实各项在建工程的实际状态，确认是否需要在资产负债表日前进行转固，故报告期期内，公司不存在已竣工未转固的在建工程。”

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解公司与固定资产、在建工程管理相关的内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查与固定资产、在建工程相关的会计政策是否正确且一贯地运用，并与同行业进行对比，分析判断公司固定资产相关的会计政策是否与同行业保持基本一致；

3、检查报告期内的固定资产、在建工程明细账,了解资产入账价值的构成，并选取了报告期各期固定资产、在建工程增加样本，检查相关资产采购合同、采购发票、付款记录、验收报告等，与固定资产入账金额是否保持一致，入账时间是否及时；

4、检查应付职工薪酬、制造费用、存货等报表项目结转和计提情况，关注是否有不属于工程支出的职工薪酬、其他费用、存货等计入在建工程；

5、对工程项目主要负责人、财务负责人进行访谈，询问公司在建工程预算、投入、竣工结算以及在建工程财务核算等相关情况。实地查看建设进度、设备到货情况，并向相关人员询问工程进度情况，确定在建工程是否达到预定可使用状态。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司订单增长迅速，产能不足，故公司加大对生产线及配套厂房工程的投入，导致公司 2019 年在建工程账面价值大幅增加，不存在其他无关成本费用混入在建工程情形；

2、公司报告期内在建工程转入固定资产的相关会计核算准确，在建工程达到预定可使用状态即转入固定资产，转固及时；

3、报告期内，公司不存在已竣工未转固的在建工程。

问题 23. 关于应付账款和应付票据

根据申报材料，报告期各期末，发行人应付账款和应付账款余额分别为 3.97 亿元、4.07 亿元、5.15 亿元。

请发行人披露：

（1）采购付款的流程、结算方式，应付账款和应付票据合计余额逐年上升的原因，是否和同行业可比公司一致，应付款项较高是否符合行业特性；

（2）列示应付账款账龄并披露应付账款账龄 1 年以上未付的原因；

（3）报告期内发行人是否存在开具无商业背景票据的情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、采购付款的流程、结算方式，应付账款和应付票据合计余额逐年上升的原因，是否和同行业可比公司一致，应付款项较高是否符合行业特性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品情况”之“（二）主要业务模式”之“1、采购模式”中补充披露如下：

“（1）采购付款的流程和结算方式

1）采购付款流程

① 国内原材料采购：收到发票后，采购部核对款项明细并根据合同约定，

编制月度供应商付款计划，提交财务部，财务部审核后回复可付款意见，采购部将财务部审核后的付款计划提交部门主管审核，报送董事长批准。财务依据董事长批准的付款计划按时支付货款。

②国外原材料采购以及工程设备采购：收到发票后，采购人员核对款项明细，并填写付款审批邮件报部门主管审核，报送董事长批准。采购人员依据董事长批准的付款邮件编制付款申请单，经部门主管、财务经理审批后，由公司出纳办理付款事项。

2）结算方式

①国内原材料采购结算方式为银行承兑汇票和电汇两种，主要以 6 个月期限的银行承兑汇票结算。

②国外原材料采购结算方式为电汇和信用证两种，主要以信用证结算。

③工程设备采购结算方式为电汇和银行承兑汇票两种，主要以电汇结算。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（一）最近一期末主要债项情况”之“2、流动负债构成及变化”之“（3）应付账款”中补充披露如下：

“3）应付账款和应付票据合计余额逐年上升的原因

报告期各期末，公司应付票据和应付账款期末余额的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	28,507.81	51.32%	26,868.67	52.15%	21,213.60	52.12%	20,081.83	50.57%
其中：材料采购款	28,507.81	51.32%	26,460.55	51.36%	20,859.42	51.25%	19,612.69	49.39%
工程设备款	-	-	408.12	0.79%	354.18	0.87%	469.14	1.18%
应付账款	27,036.71	48.68%	24,648.40	47.85%	19,490.47	47.88%	19,626.24	49.43%
其中：材料采购款	24,178.60	43.53%	21,924.71	42.56%	17,260.01	42.40%	17,702.26	44.58%
费用性款项	1,600.60	2.88%	1,563.17	3.03%	1,317.44	3.24%	1,034.55	2.61%
工程设备款	1,257.52	2.26%	1,160.52	2.25%	913.02	2.24%	889.44	2.24%

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	55,544.52	100.00%	51,517.06	100.00%	40,704.07	100.00%	39,708.08	100.00%

报告期各期末，公司应付账款和应付票据合计余额逐年增长，主要原因为随着公司经营规模不断扩大，原材料采购规模不断增长、应付材料采购款增加所致。

4）同行业可比公司应付票据和应付账款合计余额情况如下：

单位：万元

公司名称	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
中顺洁柔	79,131.26	78,086.66	57,736.02	58,599.55
百亚股份	12,101.15	14,114.06	12,616.67	10,699.21
豪悦股份	39,776.26	26,957.78	21,723.24	19,402.31
平均值	43,669.56	39,719.50	30,691.98	29,567.02
发行人	55,544.52	51,517.06	40,704.07	39,708.08

注：资料来源于可比公司的年度报告、招股说明书、招股意向书或审阅报告

由上表可见，公司应付票据和应付账款合计余额高于同行业可比公司，但整体处于合理范围内，且变动趋势一致。公司所处的行业为一次性卫生用品行业，在成人失禁用品和婴儿护理用品方面，国内外市场需求量大。随着公司经营规模不断扩大，原材料采购规模不断增长，致使公司应付款项的增长，符合行业特性。”

二、列示应付账款账龄并披露应付账款账龄 1 年以上未付的原因

报告期内，公司应付账款账龄明细如下：

单位：万元

账龄	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	26,715.53	98.81%	24,247.28	98.37%	19,128.43	98.14%	18,954.81	96.58%
1-2 年	34.87	0.13%	275.36	1.12%	224.01	1.15%	611.03	3.11%
2-3 年	161.73	0.60%	30.35	0.12%	138.03	0.71%	2.92	0.01%
3 年以上	124.58	0.46%	95.41	0.39%			57.49	0.29%

合计	**27,036.71**	**100.00%**	24,648.40	100.00%	19,490.47	100.00%	19,626.24	100.00%

由上表可知，报告期各期末，公司账龄 1 年以内的应付账款账面比例分别为 96.58%、98.14%、98.37%和 98.81%，占比较高。各期末存在少量账龄超 1 年的应付账款，主要系存在部分应付设备及工程项目质保金和尾款的情况。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（一）最近一期末主要债项情况”之“2、流动负债构成及变化”之“（3）应付账款”中披露上述内容。

三、报告期内发行人是否存在开具无商业背景票据的情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（一）最近一期末主要债项情况”之“2、流动负债构成及变化”之“（2）应付票据”中补充披露如下：

“报告期内，公司不存在开具无商业背景票据的情况。”

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、访谈公司财务负责人、采购部经理，了解了公司采购与付款流程，评价这些流程的设计，确定其是否得到执行，并测试相关流程的运行有效性；

2、取得公司与主要供应商的采购合同，查阅合同对结算方式的相关规定，并根据相关规定判断账面结算情况是否与合同保持一致；

3、对公司主要供应商进行了实地走访，了解公司与其关于货款结算方面的相关规定；

4、对公司主要供应商各期采购与余额情况进行了函证核实；

5、对报告期内应付账款余额按照货款性质进行分类分析变动原因，并对 1 年以上的应付账款向公司财务人员了解长期未付的原因并判断是否合理；

6、抽查公司报告期内应付票据开立的承兑协议、对比承兑保证金缴纳情况，核实公司应付票据核算的准确性、完整性；对比报告期内各供应商票据开立情况并与各供应商当期采购情况进行对比，核实公司应付票据开立的真实性和合规性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、由于公司经营规模的扩大和国内外需求的增长，应付账款和应付票据合计余额逐年上升，和同行业可比公司一致，符合行业特性；

2、报告期各期末，公司应付账款账龄主要集中在一年以内，各年度占比相对稳定。各期末存在少量账龄超 1 年的应付账款，主要系存在部分应付设备及工程项目质保金和尾款的情况；

3、报告期内发行人不存在开具无商业背景票据的情况。

问题 24. 关于营业成本

报告期内，发行人各期营业成本分别为 56,036.92 万元、66,522.53 万元和 84,992.07 万元，其中直接材料成本占比超过 85%。

请发行人：

（1）结合具体业务流程补充披露公司成本核算流程和方法，直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，是否符合《企业会计准则》相关要求；

（2）披露报告期各期原材料采购总额，说明主营业务成本与采购、存货变动之间的匹配关系；

（3）结合报告期内工人人数变动、工人工资政策调整、工人平均工资的变化说明直接人工变动合理性；

（4）补充披露制造费用的明细及各部分变动具体原因，并结合各期的产量

情况说明水电的耗用是否合理；

（5）委外加工的具体流程和质量控制，原材料提供方，主营业务成本是否核算完整，是否包括委托加工成本。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、结合具体业务流程补充披露公司成本核算流程和方法，直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，是否符合《企业会计准则》相关要求

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”之“1、营业成本核算方法及构成分析”中补充披露如下：

“1）成本的核算方法

公司成本核算流程和方法如下：

公司的主要产品为婴儿护理用品、成人失禁用品、宠物卫生用品和口罩。公司生产模式主要是自主生产。对于 ODM 业务，主要采用订单生产模式以销定产，根据客户所下订单来制定采购计划、组织生产，按照用户要求的规格、数量和交货期交货。对于自有品牌业务，由销售部根据市场预测情况进行排产，并保持一定安全库存。在保证产品质量的前提下，进行有效地产销协调，合理安排原材料的采购、生产计划和物流。公司在生产过程中注重控制制造成本和保证产品质量，并建立了 KPI 管理制度来确保生产的达成率。公司主要产品的生产工艺流程相似，成本核算方法基本一致，下面就产品成本核算方法进行具体说明：

直接材料的核算方法：原材料成本归集时，公司采取加权平均法计算当月领用材料成本。每月末根据完工产成品及在制品产品品项的专用材料和共用材料来分配材料成本。专用材料是材料出库单上已明确指定对应产品的，同一成本中心同一品项根据产量分配专用材料成本；共用材料根据设置系数，在同一成本中心根据所有产品的产量进行分配。

直接人工的核算方法：公司将与生产直接相关的职工薪酬计入产品成本，按照产品单位定额人工成本比例在产品之间进行分配。

制造费用的核算方法：公司制造费用主要核算与生产相关的固定资产折旧分摊、水电费及机物料消耗等费用，按照产品单位定额制造费用比例在产品之间进行分配。在产品不分配制造费用。

料、工、费的具体的核算及结转方法：

步骤	参与部门	实物流	单据流	成本分配		
				直接材料	人工费用	制造费用
领料生产	生产部、仓储部	生产车间根据具体生产指令进行所需原辅料的领用，领用时需填写相应的领料单，仓库部门复核领料单，复核之后进行相应材料发出处理	领料单			
	生产部、品质部、仓储部	生产完成之后，生产车间将产成品交由仓库暂存保管，待品质部检验合格后，仓库办理产成品入库手续。	质检报告、入库单			
产成品成本分配	生产部、财务部	财务部门每月末根据生产部门提供的产量统计表和原辅料领取统计表，按照产品种类对成本进行归集		原材料采用月末一次加权平均法计价，财务部门据此结合系统中原材料收发存数据计算原材料每月领用金额	财务部门每月根据实际发生的产品生产成本与各完工产品产量所占比例进行人工成本分配	财务部门每月根据实际发生的制造费用和各完工产品产量所占比例进行制造费用分配
产成品结转主营业务成本	仓储部、财务部、销售部	(1)线下境内自有品牌销售：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收或对账后确认销售收入；(2)自营电商平台销售：在公司根据订单发出商品，客户收到货物或者系统默认收货、公司收到货款时确认销售收入；(3)电商超市销售：在公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入；(4)线上分销平台销售：在终端消费者确认收货、公司收到电商平台交付的消费者货款时或公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入；(5)境内 ODM 销售下到货确认的客户：在公司已根据合	产品销售合同／订单、出库单、对账单、报关单、提单、增值税发票	根据销售清单数量和具体产品，按照月末一次加权平均法计算得出的发出单位成本，得出相应产品的营业成本。确保产品销售发出与相应营业成本结转、销售收入确认配比		

步骤	参与部门	实物流	单据流	成本分配		
				直接材料	人工费用	制造费用
		同约定将产品交付给购货方，经客户签收时确认销售收入；(6)境内ODM销售下自提客户：在公司已根据合同约定将产品交付给客户委托的物流公司时确认销售收入；(7)境内ODM销售下委托存放的客户：在公司已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入；(8)境外销售业务：FOB/CFR/CIF 等模式在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单时确认销售收入；EXW模式以在工厂或仓库将货物交付客户指定承运人，视为控制权的转移，确认销售收入				

综上，公司的直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法符合《企业会计准则》的要求。”

二、披露报告期各期原材料采购总额，说明主营业务成本与采购、存货变动之间的匹配关系

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”中补充披露如下：

“4、主营业务成本与采购、存货变动的匹配性分析

报告期各期，主营业务成本与原材料采购总额、存货变动的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
原材料采购总额	49,429.93	80,881.14	60,500.60	53,441.81
减：存货账面余额增加	3,934.14	2,272.37	-403.18	2,652.12
减：材料销售成本	83.61	632.54	993.55	48.67
减：研发领用材料	1,864.87	2,531.45	1,888.79	2,422.41
存货变动额	43,547.30	75,444.78	58,021.45	48,318.62
主营业务成本	50,335.26	84,992.07	66,522.53	56,036.92
存货变动占成本比重	86.51%	88.77%	87.22%	86.23%

注 1：原材料采购总额以报告期各期主要原材料入库金额为口径统计，未考虑在途物资金额

注 2：存货账面余额增加为不包括在途物资的存货账面余额变动情况

注 3：2020 年 1-6 月主营业务成本不包括因执行新收入准则而动转入的运费金额

报告期内，公司主营业务成本与原材料采购总额、存货变动额具有相关性，三者之间存在匹配关系。”

三、结合报告期内工人人数变动、工人工资政策调整、工人平均工资的变化说明直接人工变动合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”中补充披露如下：

“5、生产人员薪酬变动合理性分析

报告期各期生产人员薪酬变动情况如下：

单位：万元、人、万元/人、元/人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员职工薪酬	2,656.29	4,879.73	3,645.35	3,318.17
生产人员平均人数	669	595	511	477
人均薪酬	3.97	8.20	7.13	6.96
月均薪酬	6,617.57	6,834.36	5,944.80	5,796.95

注：表格中生产工人职工薪酬金额及月加权平均职工人数包含劳务派遣人员；生产人员平均人数=各月生产人员领取薪酬人数之和/当期月份数

报告期内，公司生产工人的薪资结构由基本工资、绩效工资、加班工资等构成。员工月度工资系按照每台机器每天产品的品相、数量及生产合格率等确定工人每天的人工成本，并依据工人工作天数汇成月度工资，次月 25 日发放上月工资。

因此，报告期内公司生产工人薪酬总额、月均人数、平均工资均呈逐年上升的趋势具有合理性。一方面系由于公司经营规模扩大导致人员扩充，整体人数的上涨带来人工费用的直接增加；另一方面系公司人均工资每年正常的调薪导致的人员成本在一定程度上增长，直接人工变动合理。”

四、补充披露制造费用的明细及各部分变动具体原因，并结合各期的产量情况说明水电的耗用是否合理

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”中补充披露如下：

“6、制造费用变动合理性分析

报告期各期制造费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
资产使用费	1,671.83	2,820.11	2,247.51	2,028.25
燃料动力费	914.45	1,674.40	1,450.45	1,327.32
职工薪酬	799.99	1,591.01	1,048.04	1,140.63
机物料消耗	131.22	205.67	211.72	192.41
其他	116.60	256.21	233.80	236.82
合计	3,634.09	6,547.39	5,191.52	4,925.43

报告期各期，公司制造费用整体呈逐年上升趋势，主要系资产使用费、燃料动力费、人员薪酬增长所致。制造费用各部分变动的具体原因如下：

（1）资产使用费：主要是生产线及专用设备折旧以及修理费，随着公司产销规模的扩大，生产线及专用设备投入逐年增加，导致资产折旧及维修费增长。

（2）燃料动力费：公司产品生产过程中不需要耗用水，耗用的燃料动力主要系电力成本，报告期各期产量及电费耗用情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产量（万片）	89,678.62	162,385.39	128,314.48	122,443.63
电量（万度）	1,384.25	2,495.24	2,143.06	1,926.74
电费（万元）	914.45	1,674.40	1,450.45	1,327.32
每片耗电量（度/片）	0.015	0.015	0.017	0.016
每片耗电额（元/片）	0.010	0.010	0.011	0.011

由上表可见，公司报告期内每片耗电量及每片耗电额变动不大，燃料动力费主要系受产量增长的影响而增加，变动合理。

（3）职工薪酬：公司制造费用中的职工薪酬在报告期内呈增长趋势，主要

系随公司生产规模的扩大相应生产人员数量增加及人均薪酬水平增加所致。

（4）机物料消耗：公司制造费用中的机物料消耗主要系耗用的五金材料等，报告期内发生额基本保持稳定。”

五、委外加工的具体流程和质量控制，原材料提供方，主营业务成本是否核算完整，是否包括委托加工成本

公司由业务员向委外加工的供应商申请委托加工订单，该订单同时经公司采购部主管审批，审批通过后通知公司供应商将需要加工的原材料直接运输至委托加工方的工厂，由委托加工方安排货物检验，验收合格后确认货物签收单并将签收单回执提交公司及供应商处，公司于收到原材料签收单时仓库确认该批原材料入库及出库，入库单及出库单均经仓库主管审批确认，同时反馈财务部门进行委托加工材料部分的账务处理。委托加工完成后，委托加工方将货物运输至公司仓库，由仓库质检部门进行产品检验，对于验收合格的产品确认入库，确认货物签收单以及系统提交仓库入库单，并由仓库主管等审批，入库完毕后业务人员与委托加工方对账确认该部分加工费，同时反馈至财务部门，财务部门根据入库单及加工费确认情况进行加工费的财务处理。

公司委托加工业务中原材料提供方为公司，整个过程主营业务成本核算完整，包含委托加工成本。

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、了解并检查公司生产与仓储相关的内控制度，访谈生产部门负责人及其他相关人员，进行穿行测试和控制测试，评价生产与仓储相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

2、了解公司各产品生产工艺流程、成本核算流程及成本归集与分配的标准和方法，核查成本计算方法、过程及数据的准确性；

3、抽取公司成本计算表，复核公司成本计算的准确性和及时性；

4、检查生产领料单、产成品完工入库单、存货盘点表等，核查公司生产领料、产成品完工入库是否及时、准确；

5、获取公司直接人工的成本明细与生产人员员工花名册，并将直接人工成本的变动与生产人员数量、薪酬水平、人员结构的变动进行对比分析；

6、获取公司制造费用明细表，检查相关费用归集的准确性及变动的合理性；

7、查阅公司委外加工合同、加工费发票以及委外加工收发明细，对委外加工所涉及的材料、加工费进行梳理核对。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司的直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法符合《企业会计准则》的要求；

2、报告期内，公司主营业务成本与采购、存货变动之间存在匹配关系；

3、报告期内，公司生产工人薪酬总额、月均人数、平均工资均呈逐年上升趋势，与公司生产规模相匹配，直接人工变动合理；

4、报告期各期，公司制造费用整体呈逐年上升趋势，与产量变动趋势一致，变动合理；

5、公司委托加工业务中原材料提供方为公司，整个过程主营业务成本核算完整，包含委托加工成本。

问题 25. 关于税费

招股说明书披露，发行人报告期内应交税费主要为应交增值税和应交所得税。

请发行人：

（1）补充披露报告期内增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出和出口退税的金额；

（2）披露进项税额与原材料采购，销项税额与销售收入之间的勾稽关系；

（3）披露当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异，并分析原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、报告期内增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出和出口退税的金额

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（三）税收政策及税收优惠变化的情况”之“3、纳税情况分析”中补充披露如下：

“报告期各期，公司增值税进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出和出口退税的金额具体如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品劳务的销项税	5,138.98	9,397.17	7,834.21	6,406.92
销售长期资产的销项税	0.56	87.51	0.01	56.66
销项税小计	5,139.54	9,484.68	7,834.22	6,463.58
购买商品、接受劳务进项税	6,182.33	10,828.89	9,428.30	8,739.75
购买固定资产进项税	1,022.03	1,631.85	816.07	680.93
进项税小计	7,204.36	12,460.74	10,244.37	9,420.69
进项税转出	30.63	414.86	1,318.54	1,336.87
出口退税	2,471.11	2,421.80	1,335.94	2,480.88
当期应缴增值税	436.92	-139.40	244.33	860.64
当期实际缴纳的增值税	490.60	503.03	939.79	111.12

”

二、进项税额与原材料采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（三）税收政策及税收优惠变化的情况”之“3、纳税情况分析”中补充披露如下：

“报告期各期，公司进项税额与原材料采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原材料采购总额	49,429.93	80,881.14	60,500.60	53,441.81
购买商品接受劳务进项税	6,182.33	10,828.89	9,428.30	8,739.75
进项税额占比	12.51%	13.39%	15.58%	16.35%
营业收入	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
减：境外营业收入	40,212.61	49,163.15	42,971.30	41,279.12
应纳税营业收入	39,714.60	68,209.48	47,652.85	37,414.66
销售商品劳务的销项税	5,138.98	9,397.17	7,834.21	6,406.92
销项税额占比	12.94%	13.78%	16.44%	17.12%

报告期内，公司采购进项税额占原材料采购总额的比例分别为 16.24%、15.49%、13.32%和 12.51%，与增值税税率变动趋势一致，增值税进项税额与原材料采购相匹配。增值税销项税额占应纳税营业收入比例分别为 17.12%、16.44%、13.78%和 12.94%，与各期增值税税率基本一致，增值税销项税额与营业收入相匹配。”

三、披露当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异，并分析原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（三）税收政策及税收优惠变化的情况”之“3、纳税情况分析”中补充披露如下：

“2017 年至 2019 年,公司当期所得税费用与企业所得税年度纳税申报表中应纳税额对比如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期所得税费用	1,491.22	660.19	570.34
年度所得税申报表中的应纳税额	1,490.28	668.22	567.45
差异	0.94	-8.04	2.88

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司当期所得税费用与年度纳税申报表中应纳税额之间分别差异 2.88 万元、-8.04 万元和 0.94 万元的差异，主要系公司及子公司可艾公司最终汇算清缴时部分纳税调整项目的税务口径与会计核算确认年度报表时的口径存在差异所致。”

四、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取各报告期的增值税纳税申报表，检查账面与申报表中列示的销项税金额、进项税金额、销售收入等核对是否一致，并结合公司销售、采购等情况进分析应交增值税变动的合理性；

2、对公司对报告期内进项税和销项税根据采购与销售情况的进行了匡算，检查进项税与采购业务，销项税与销售业务是否匹配；

3、获取公司报告期内的企业所得税年度纳税申报表，并复核了公司当期所得税费用的计算过程、纳税调整事项；

4、获取报告期各期完税证明及纳税银行回单，与账面核对是否一致；

5、对当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异进行了调查与取证。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期内增值税进项税额与原材料采购相匹配，增值税销项税额与营业收入相匹配；当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异较小，原因合理。

问题 26. 关于出口

根据申报材料，报告期内，发行人境外销售收入分别为 41,279.12 万元、42,971.30 万元和 49,163.15 万元，占主营业务收入的比例分别为 52.84%、48.29%和 42.49%，公司因外汇汇率波动产生的汇兑损益分别为 958.78 万元、-277.71 万元和-382.55 万元。发行人对外汇套保工具作为衍生金融工具核算，以公允价值计量且其变动计入当期损益，报告期内各期产生的投资收益分别为 7.93 万元、-317.35 万元和-752.05 万元。

请发行人：

（1）披露结售汇是否符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转的合法合规性，是否受到行政处罚；

（2）披露报关费和收入的匹配性，报关流程的合法合规性，是否受到行政处罚；

（3）补充披露报告期各期汇兑损益变化的原因，并披露确定依据及相关会计处理是否符合准则规定；

（4）披露套保工具投资收益为负仍然进行套保的原因，是否实现了有效的套保，风险敞口规模及应对措施；

（5）披露套保工具会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露结售汇是否符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转的合法合规性，是否受到行政处罚

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“3、投资收益”中补充披露如下：

“（1）公司结售汇业务的合法合规性

公司结售汇业务分为即期结售汇和远期结售汇业务，即期结售汇用于日常的结汇需求，远期结售汇则是公司为了降低汇率波动对公司生产经营的影响而采取的风险应对措施。

公司存在向境外销售产品，同时存在进口木浆、高分子等主要材料，境外交易主要以美元作为结算货币。公司境外销售收入大于境外采购，存在美元结余，一般只存在结汇需求，不存在购汇需求。为了日常资金周转需求，公司会结合当天即期汇率进行即期结汇；根据对未来汇率及境外销售回款的预期，并结合银行远期结汇产品情况，公司适时与银行签订远期结售汇合约。公司已完善外汇方面的管理制度，规范公司的结售汇操作流程及审批程序。

报告期内，公司开立外币账户的银行为中国建设银行、中国银行、上海浦东发展银行以及宁波银行，均具有规范的外汇管理制度、专业的业务管理人员以及成熟的网银交易平台。公司结售汇符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用和结转合法、合规，公司不曾因此受到行政处罚。”

二、披露报关费和收入的匹配性，报关流程的合法合规性，是否受到行政处罚

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入的构成分析”之“（3）按地域划分的主营业务收入构成分析”之“4）公司境外销售与境外运输费、海关数据、出口退税金额和报关费的匹配情况”中补充披露如下：

“④境外销售与报关费的匹配性分析

报告期内，报关费与境外销售收入的匹配性关系如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
报关费（万元）	4.75	5.67	5.01	4.62
境外销售收入（万元）	40,212.61	49,163.15	42,971.30	41,279.12
报关费占境外销售收入的比例	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%

公司报关费包括报关费和联单费，报关费按次收费，一次 100 元，当报关的产品批号超过一张报关单的容量时需要增加联次，每增加一页 30 元。报告期内，公司主要通过专业货代公司进行报关，具体报关流程为：订舱-装箱-报关准备（与合作的报关行做电子报关委托）-准备报关材料-报关过程（报关单录入，申报，放行或查验后放行）-事后核查-结汇/退税。公司报关流程合法合规，未曾因此受到过行政处罚。”

三、补充披露报告期各期汇兑损益变化的原因，并披露确定依据及相关会计处理是否符合准则规定

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入的构成分析”之“（3）按地域划分的主营业务收入构成分析”之“8）汇兑损益影响”中补充披露如下：

“① 报告期内各期汇兑损益变动分析

报告期内美元兑人民币汇率中间价走势图如下：



公司境外销售业务以美元结算为主，形成的汇兑损益受交易金额、交易发生与结算期间的汇率变动等多种因素影响，汇兑损益金额与外币结算的销售金额没有严格的勾稽关系。报告期内，公司汇兑损益金额分别为 958.78 万元、-277.71 万元、-382.55 万元和-255.27 万元与同期美元的汇率变动趋势基本一

致。2017 年汇兑损失金额较大，主要系当年美元兑人民币贬值较大，产生的汇兑损失较多所致。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月汇兑收益金额较大，主要系当年美元兑人民币升值较大，产生的汇兑收益较多所致。

② 报告期内各期汇兑损益的会计处理

公司采用人民币为记账本位币。公司外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率（根据中国银行公布的月初人民币汇率中间价）折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率（中国银行公布的月末人民币汇率中间价）折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入财务费用-汇兑损益科目；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益，公司关于汇兑损益的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。”

四、披露套保工具投资收益为负仍然进行套保的原因，是否实现了有效的套保，风险敞口规模及应对措施

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“3、投资收益”中补充披露如下：

“（2）公司套保情况

公司报告期内为对冲美元货币的汇率波动而购买看跌美元的金融工具，因不与合同一一对应而在会计处理上不确认为套保，但从公司整体经济利益来看在一定程度上起到了对冲外汇风险的“套保”作用：当美元上涨时，汇兑损益为收益，持有的看跌金融工具出现投资损失；当美元下跌则反之。

上述损益对抵后，对应的敞口收益锁定，大幅降低了汇率波动对公司整体利益的影响程度。虽然金融产品可能投资收益为负，但公司上述购买金融衍生品的行为符合其整体经济利益和降低汇率风险之目的，属于合理行为。

报告期内，公司风险敞口情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境外销售收入	5,699.81	7,128.45	6,437.21	6,109.66
境外采购	1,175.30	2,532.63	2,161.65	1,874.06
外汇风险敞口	4,524.51	4,595.82	4,275.56	4,235.60

由上表可见，报告期内公司美元结余较大，为规避外汇汇率的波动风险，公司自 2017 年开始与中国建设银行临安支行合作，购买由中国建设银行临安支行提供的外汇套保工具；由于公司缺少足够的专业能力使用上述工具对冲外汇风险，于 2019 年将持有的外汇套保工具结清，且自 2020 年起，公司已不再开展类似业务。

2020 年 1-6 月公司未购买外汇套保工具；2017 年至 2019 年，公司购买外汇套保工具的具体记录及损益情况如下表所示：

期间	套期工具	合约金额（美元）	截至各报告期末未交割合约金额（美元）	当年投资收益金额（元）
2017 年度	外汇远期	6,000,000.00	2,500,000.00	79,300.00
2018 年度	外汇远期	22,384,316.93	-	-2,186,424.40
	结汇宝	18,000,000.00	-	-987,125.00
2019 年度	结汇宝	20,000,000.00	-	-5,731,450.00
	双权宝	7,000,000.00	-	-1,789,096.00

报告期内，由于外汇收款金额、收汇时间不确定等原因，公司无法有效指定套期关系而未采用套期会计，将上述产品作为衍生金融工具核算。上述套期工具 2017 年、2018 年和 2019 年产生的投资收益分别为 7.93 万元、-317.35 万元和-752.05 万元。

……

（4）汇率波动风险应对

1）制定汇率波动保护条款

公司将更加专业化、有针对性的在业务合同中合理制定汇率波动相关的保护条款，从而对冲汇率波动对公司的不利影响。

2）积极关注汇率波动情况，采取灵活应对措施

公司将积极关注外汇市场变动情况、贸易政策和外汇政策变动情况，根据公司境外业务规模，适度调整外币货币性资产和负债规模；并采取适当控制结汇时间、规模等灵活的应对措施，积极应对汇率波动风险。

”

五、披露套保工具会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）影响经营成果的其他因素分析”之“3、投资收益”之“（3）公司套保工具的会计处理”中补充披露如下：

“（3）公司套保工具的会计处理

报告期内，公司与中国建设银行临安支行合作，购买由中国建设银行临安支行提供的外汇套保工具，分别为外汇远期、结汇宝和双权宝。公司因无法有效指定套期关系而未采用套期会计，将上述产品作为衍生金融工具核算。

2017 年至 2019 年，根据相关外汇产品协议约定，购入时由于不需要支付费用，公司账面不做会计处理，待到期日卖出美元存款、取得人民币存款时，将取得的人民币存款与按照卖出日即期汇率折算的人民币金额之间的差额确认投资收益；资产负债表日尚未到期的外汇远期合约，根据资产负债表日银行公布的外汇远期汇率与公司合约约定的汇率差额测算外汇远期合约损益，确认公允价值变动损益，同时确认交易性金融资产或交易性金融负债。

公司套保工具会计处理符合《企业会计准则》的规定。”

六、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、访谈公司相关财务人员，查阅货币资金相关内部控制制度，了解了公司关于货币资金相关的内部控制制度，并进行穿行测试和内控测试；

2、查询中国人民银行公布的美元兑人民币汇率，复核相关结售汇业务的汇兑损益；

3、核查公司银行账户，双向检查外汇业务的银行流水情况；

4、取得公司远期结售汇业务相关的合约，识别公司与该合约相关的权利及义务；

5、取得了公司报告期内的报关费明细，与境外收入做匹配性分析。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司结售汇符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转合法、合规，不曾因此受到行政处罚；

2、公司报关费和收入是匹配的，报关流程合法合规，不曾因此受到行政处罚；

3、公司报告期各期汇兑损益变化主要系受美元兑人民币汇率波动影响，汇兑损益相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

4、报告期内公司美元结余较大，为规避外汇汇率的波动风险，公司自 2017 年开始与建设银行临安支行合作，购买由建设银行临安支行提供的外汇套保工具；由于外汇收款金额、收汇时间不确定等原因，公司无法有效指定套期关系而未采用套期会计，将相关远期结售汇产品作为衍生金融工具核算，符合《企业会计准则》的规定。

问题 27. 关于资产负债率

根据申报材料，发行人 2019 年末流动比率为 0.94，速动比率为 0.72，资产负债率为 57.27%，资产负债率高于同行业平均水平。

请发行人披露：

（1）发行人资产负债率高于同行业平均水平的原因；

（2）发行人报告期末资产负债率高、流动比率、速动比率低的原因，是否影响持续经营，是否对偿债能力造成影响。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、发行人资产负债率高于同行业平均水平的原因

同行业可比公司偿债能力的各项指标如下表：

年度[注]	公司名称	流动比率（倍）	速动比率（倍）	资产负债率（合并）
2020.06.30	**中顺洁柔**	**1.71**	**1.10**	**31.46%**
	豪悦股份	**1.25**	**0.88**	**46.24%**
	百亚股份	**1.94**	**1.48**	**27.78%**
	平均值	**1.63**	**1.15**	**35.16%**
	公司	**1.03**	**0.81**	**55.76%**
2019.12.31	中顺洁柔	1.51	0.97	32.35%
	豪悦股份	0.96	0.53	49.08%
	百亚股份	**1.73**	**1.27**	**29.15%**
	平均值	**1.40**	**0.92**	**36.86%**
	公司	**0.94**	**0.72**	**57.27%**
2018.12.31	中顺洁柔	1.27	0.72	35.65%
	豪悦股份	0.81	0.35	61.64%
	百亚股份	1.50	1.02	28.84%
	平均值	**1.19**	**0.70**	**42.04%**
	公司	**1.22**	**0.97**	**46.24%**
2017.12.31	中顺洁柔	1.17	0.68	47.44%
	豪悦股份	0.64	0.26	70.35%
	百亚股份	1.56	1.20	29.70%
	平均值	**1.12**	**0.72**	**49.16%**
	公司	**1.15**	**0.90**	**50.63%**

注：数据来源于上市公司/拟上市公司招股说明书和定期报告

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（六）偿债能力分析”之“3、与同行业公司偿债能力指标比较”中补充披露如下：

“由上表可见，2017 年和 2018 年，公司资产负债率与同行业平均水平基本持平；2019 年和 2020 年 1-6 月公司资产负债率相较 2018 年上升，主要系：（1）公司状况良好，具有较强的信用能力，公司从银行新取得较为优惠的贷款以提高经营杠杆率，导致流动负债有所上升；（2）公司经营规模不断扩大，原材料采购额随营业收入的增长而不断增加，导致与材料采购相关的应付票据及应付账款不断增长。

总体而言，公司资产负债率略高于行业平均值，整体处于合理区间，与公司自身经营现状相吻合，公司经营状况良好，具备较好的盈利能力，能够满足偿债要求。”

二、发行人报告期末资产负债率高、流动比率、速动比率低的原因，是否影响持续经营，是否对偿债能力造成影响

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（六）偿债能力分析”之“3、与同行业公司偿债能力指标比较”中补充披露如下：

“2017 年和 2018 年，公司资产负债率与同行业平均水平基本持平，流动比率、速动比率略高于同行业平均水平，表明公司短期偿债能力较强，偿债风险较低。2019 年和 2020 年 1-6 月公司流动比率和速动比率相较 2018 年略有下降，且略低于行业平均水平，主要系（1）公司状况良好，具有较强的信用能力，从银行新取得较为优惠的贷款以提高经营杠杆率，导致流动负债有所上升；（2）公司经营规模不断扩大，原材料采购额随营业收入的增长而不断增加，导致与材料采购相关的应付票据及应付账款不断增长。

从短期偿债指标来看，报告期各期末公司流动比率分别为 1.15、1.22、0.94 和 1.03，速动比率分别为 0.90、0.97、0.72 和 0.81，整体较好，表明公司短期偿债能力较强，且公司短期债务以经营性负债为主，偿债风险较低。

从长期偿债指标来看，报告期各期末公司合并口径资产负债率分别为 50.63%、46.24%、57.27%和 55.76%；公司负债结构以流动负债为主，且主要是经营性负债，公司的资产负债率水平与公司自身经营现状相吻合。报告期内，

公司息税折旧摊销前利润分别为 8,153.67 万元、10,296.84 万元、14,386.97 万元和 17,556.43 万元，公司息税折旧摊销前利润保持良好的增长态势，且利息支出较少，报告期内利息保障倍数分别为 31.37、86.04、122.30 和 84.94，债务偿还能力较强，不会影响公司持续经营。”

三、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、取得并复核公司报告期内偿债能力的各项指标；

2、检查了公司报告期内资产、负债变动情况及原因；

3、查询同行业可比公司偿债能力的各项指标并与公司的各项指标进行对比；

4、核实公司报告期内各项债务的偿还情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期各期末，公司资产负债率略高于行业平均值，符合行业特征，处于合理区间；流动比率和速动比率高于行业平均水平，但整体具有较强的偿债能力，不会影响公司持续经营。

问题 28. 关于财务规范性

根据申报材料，报告期内发行人存在第三方回款、现金收款、个人卡收款等资金管理不规范的情况。报告期内第三方付款总计 2,091.35 万元、2,216.75 万元、1,856.88 万元，占营业收入比例分别为 2.68%、2.49%和 1.60%，其中无合理解释的第三方回款金额分别为 228.14 万元、331.64 万元和 333.22 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.29%、0.37%和 0.29%；2019 年 2 月，实际控制人鲍佳从发行人处领取备用金 100 万元；2017 年和 2018 年，实际控制人鲍佳曾为发行人分别代垫部分员工工资 1,463,472.00 元和 500,000.00 元。

请发行人：

（1）披露第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致，是否具有可验证性，与存在第三方付款情形的客户签署合同或订单的金额及比例，与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排；

（2）披露鲍佳领取备用金的原因和用途，履行的审批程序；

（3）披露鲍佳为部分员工代垫工资的背景，相关员工在发行人的任职情况，与发行人是否存在劳务纠纷或其他利益安排；

（4）披露发行人的内部控制制度是否健全并有效执行。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并说明针对发行人第三方回款实施的核查程序、核查方法、样本选取情况、具体结果及核查范围占营业收入比例。

答复：

一、披露第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致，是否具有可验证性，与存在第三方付款情形的客户签署合同或订单的金额及比例，与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、发行人资金管理制度及执行情况”之“（二）资金管理制度执行情况”之“1、第三方回款情况”之“（3）合法合规情况”中补充披露如下：

“通过核查第三方回款对应的销售合同、销售订单、发货单、收款对应的银行回单或电子钱包收款记录、记账凭证等原始交易凭证，发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性。

由于发行人不允许向没有合同或订单的客户发货，因此发行人与所有第三方回款的客户均签署了合同或订单。其中，第三方回款的金额中，发行人与相应客户签订合同的金额及占比情况如下：

单位：万元

	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
第三方回款金额	2,142.33	1,856.88	2,216.75	2,091.35

	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
其中签订合同的金额	1,904.33	1,328.12	1,587.52	1,539.48
第三方回款中签订合同占比	88.89%	71.52%	71.61%	73.61%

”

关于公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排，相关内容已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“七、发行人资金管理制度及执行情况”之“（二）资金管理制度执行情况”之“1、第三方回款情况”之“（5）公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排”中进行了披露。

二、披露鲍佳领取备用金的原因和用途，履行的审批程序

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“4、关联方资金拆借”中补充披露如下：

“2019 年 2 月，鲍佳**因个人资金周转用途**从发行人处领取备用金 100 万元，因金额较大，公司视同关联方资金拆借进行披露，并要求按照银行一年期贷款基准利率（年化 4.35%）支付利息。鲍佳已于 2019 年 5 月 30 日、2019 年 6 月 11 日分两笔全部归还上述备用金，并支付利息 15,067 元。**上述事项分别于发行人第三届董事会第十三次会议和2020年第三次临时股东大会上进行了补充审议并获通过，并由独立董事发表了独立意见。同时，为规范备用金领用归还事项，发行人于 2019 年 8 月 20 日召开第三届董事会第八次会议，审议通过了《公司备用金管理制度》。**”

三、披露鲍佳为部分员工代垫工资的背景，相关员工在发行人的任职情况，与发行人是否存在劳务纠纷或其他利益安排

发行人已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“5、关联方代垫费用”中补充披露如下：

“为了激励公司部分中高层管理人员和表现突出的优秀员工，或补偿曾为公司做出过贡献的离职员工，2017 年和 2018 年，公司实际控制人鲍佳曾为发行人分别代垫部分员工工资 1,463,472.00 元和 500,000.00 元。**相关员工在发行人任职情况如下：**

姓名	岗位	在职状态	姓名	岗位	在职状态
沈琦	前销售总监	2018 年 1 月因个人原因离职	袁飞	电商部计划经理	在职
鲍慧新	前研发总监	2017 年底因个人原因已离职	丁金海	生产中心安全员	2017 年 4 月因个人原因离职
高超	前销售总监	2017 年 2 月因个人原因离职	蒋梦园	研发工程师	在职
傅昌明	副总经理	2018 年 7 月因个人原因离职			

上述已离职员工均因个人原因从公司离职，代垫工资的相关员工与公司不存在劳务纠纷或其他利益安排。公司已于 2019 年与鲍佳结清上述代垫款，并为该部分员工补缴了个人所得税。

……

关联方代垫费用的款项已经在公司账目上进行了完整的还原，对公司营业利润的影响较小，同时实际控制人出具了不存在其他代垫费用情形以及确保公司规范运作的承诺。”

四、披露发行人的内部控制制度是否健全并有效执行

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“四、公司内部控制情况”中对公司内部控制制度的健全有效性进行了披露，并在招股说明书中详细披露了发行人对第三方回款、实际控制人领用备用金、实际控制人代垫工资等情形进行的积极规范和整改情况，具体如下：

（一）第三方回款情形的规范和整改

公司要求客户在销售合同中指定付款账户，若钱款来自于非指定付款账户，公司将不予发货，同时严格控制公司业务员代收货款的情形。此外，公司将不定期与客户核对销售数量、金额以及回款情况，确保销售的准确性和完整性。

具体详见在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、发行人资金

管理制度及执行情况”之“（二）资金管理制度执行情况”之“1、第三方回款情况”之“（4）整改措施、相关内控建立及运行情况”。

（二）资金拆借情形的规范和整改

发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“六、发行人资金占用及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况”之“（二）资金拆借的审议情况”之“2、资金拆借整改措施、相关内控建立及运行情况”对资金拆借情形的规范和整改情况进行了披露和修订：

“针对资金拆借行为，发行人采取了下列整改措施：

（1）公司与关联方的资金拆借于 2019 年 6 月底结清；

（2）组织董事、监事、高级管理人员及财务人员深入学习《公司法》、《证券法》等相关法律法规，提高资金管理安全性和使用规范性的意识；

（3）股份公司设立后，为了规范公司与关联方之间的资金往来，避免关联方占用公司的资金，公司制定了《公司章程》、《关联交易管理制度》、《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》、**《公司备用金管理制度》**等一系列公司治理规章制度，具体规定了资金往来的决策程序、回避表决制度等，对公司与关联方之间的资金拆借行为进行严格管理；

（4）充分发挥审计委员会、内部审计部门的作用，通过开展自查自纠活动，规范资金的使用和管理；

（5）公司独立董事对包括公司与鲍佳发生的资金拆借在内的关联交易事宜发表了独立意见，认为公司于最近三年的关联交易（2017 年度、2018 年度和 2019 年度）是基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易的价格公允，未偏离市场独立第三方的价格，遵循了公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例；该等关联交易符合公司的实际需要，未损害公司利益和中小股东利益；公司的关联交易事项履行了/补充履行了相关的公司内部批准程序，程序符合《公司法》《公司章程》和其他的公司制度的规定；

（6）公司第三届董事会第十三次会议、2020 年第三次股东大会审议通过《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》，对包括关联资金占用的关联交易行

为进行了确认；

（7）公司实际控制人金利伟、鲍佳以书面形式向公司出具了《关于减少和规范与公司关联交易的承诺函》；

（8）公司实际控制人金利伟、鲍佳以书面形式向公司出具了《关于不占用公司资金的承诺函》。”

（三）关联方代垫款项情形的规范和整改

发行人已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“5、关联方代垫费用”中对关联方代垫款项情形的规范和整改情况补充披露如下：

“关联方代垫费用的款项已经在公司账目上进行了完整的还原，对公司营业利润的影响较小，同时实际控制人出具了不存在其他代垫费用情形以及确保公司规范运作的承诺。”

（四）发行人内控制度的健全有效性

上述事项经过整改，发行人内控制度更加完善、规范、健全和有效。公司管理层认为，公司已根据实际情况和管理需要，建立健全了较为完善、合理的内部控制制度，所建立的内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节并有效实施。申报会计师对公司内部控制制度进行了审核，并出具了**“天健审[2020]9409 号”**《关于杭州可靠护理用品股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 **2020 年 6 月 30 日**在所有重大方面保持了有效的内部控制。

五、中介机构核查意见

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、第三方回款的核查

（1）统计第三方回款的明细情况

保荐机构和申报会计师获取了报告期内发行人通过银行、支付宝等回款方式进行回款的明细，统计第三方付款明细，同时确认付款的原因。

（2）抽查回款凭证

保荐机构和申报会计师针对发行人统计的回款明细，随机抽取一定样本，获取银行回单等回款凭证，对回款明细统计的真实性进行核查。

（3）了解第三方回款的原因

保荐机构和申报会计师根据企业统计的回款明细进行分析，分别统计不同回款原因的金额及占比。经核查以及对发行人财务部、销售部负责人的访谈，了解到发行人第三方付款的原因主要有：通过公司法人、实控人或个体工商户经营者付款；通过上述人员的直系亲属付款；通过股东或员工付款；合同内指定第三方付款；境外客户指定第三方进行付款等。其中，通过公司法人、实控人或个体工商户经营者付款为最普遍的原因。

（4）确认交易明细及样本情况

保荐机构和申报会计师按发行人的第三方回款的客户整理了报告期内第三方回款的明细，并向发行人相应的客户发函对交易的真实性进行确认，同时确认付款方与发行人关联方不存在关联关系及特殊利益安排、通过第三方付款并不会产生交易纠纷。

根据发行人第三方回款客户对上述事项的回函确认，报告期各期可以确认的第三方回款金额占比分别为 85.91%、84.26%、82.95%和 95.16%，占营业收入的比分别为 2.28%、2.06%、1.31%和 2.55%。具体情况如下：

单位：万元

	2020 年 1-6 月	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
第三方回款金额	2,142.33	1,856.88	2,216.75	2,091.35
可确认交易金额	2,038.66	1,540.23	1,867.80	1,796.77
可确认交易占比	95.16%	82.95%	84.26%	85.91%
可确认交易占营业收入的比	2.55%	1.31%	2.06%	2.28%

（5）核查第三方回款的背景

对于存在第三方付款的客户，保荐机构和申报会计师获取了部分客户采用

第三方付款的原始证据。例如：法人、实控人、个体工商户经营者或股东付款，获取了营业执照或通过企查查进行核实并截图；如为法人、实控人、个体工商户经营者直系亲属代付款，获取了结婚证、身份证等原始文件复印件或声明；如为员工代付款，获取了员工劳动协议、名片、工牌等的复印件、照片或声明；如为合同内指定第三方付款，获取了部分合同复印件。

（6）发行人对第三方回款的规范和控制

为降低第三方回款的比例，规范第三方回款流程，经保荐机构和申报会计师核查，发行人采取了多项措施对第三方回款行为进行规范和控制。经过整改，公司已针对性建立内控制度并有效执行，有效控制了通过第三方回款的情形，逐步降低了第三方回款比例。

2、访谈公司财务人员，了解公司资金管理和费用核算的相关内部控制制度，并执行相关穿行测试。

3、对发行人的银行流水以及实际控制人、关键管理人员和关键财务人员的个人银行流水进行核查，检查是否存在资金拆借、代垫费用等情形。

4、对实际控制人进行访谈，了解资金拆借和代垫工资的背景原因，查阅相关三会文件，对代垫工资的部分员工进行访谈，确认是否存在劳务纠纷或其他利益安排。

5、了解公司内部控制制度的建立和执行情况，对主要控制节点执行控制测试，判断公司内部控制制度执行的有效性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、针对第三方回款：

（1）发行人第三方回款占营业收入的比例较小，第三方回款均基于真实、合理的商业实质，不影响公司的销售真实性；

（2）第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，开展业务形成的第三方回款的资金流和实物流与合同约定及商业实质一致；

（3）发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；

（4）报告期各期，公司的第三方回款未导致货款归属的纠纷或潜在纠纷，不存在法律风险。

2、实际控制人鲍佳领取备用金主要用于个人资金周转，并履行了相关的审批程序，公司与实际控制人鲍佳的资金往来发生时间较短、影响较小。此后，公司加强了对备用金领用和归还的管理，未再发生与关联方资金往来的情形。

3、实际控制人鲍佳代垫工资的员工与发行人不存在劳务纠纷或其他利益安排。

4、发行人内部控制制度健并全有效执行。

问题 29. 关于货币资金

根据申报材料，报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 2.44 亿元、2.31 亿元和 2.00 亿元。

请发行人：

（1）披露发行人的货币资金是否存在受限情形，如存在，请详细披露具体的受限情形、金额；

（2）披露票据保证金和应付票据之间的匹配度；

（3）披露各期末发行人存放在电商账户的其他货币资金情况，发行人所使用电商账户的各项权利归属，包括但不限于所有权、使用权、管理权等，电商账户是否存在被封停的风险，电商账户暂存资金的管理模式、是否存在支取限制、是否构成其他方对发行人的资金占用；

（4）说明并披露对货币资金的管理制度和内控制度以及是否有效执行。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

一、披露发行人的货币资金是否存在受限情形，如存在，请详细披露具体的受限情形、金额

公司的货币资金由银行存款、其他货币资金以及少量库存现金构成，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.04	0.00%	0.12	0.00%	0.21	0.00%	-	-
银行存款	25,439.32	73.50%	11,264.79	56.21%	16,100.28	69.70%	17,615.32	72.16%
其他货币资金	9,170.48	26.50%	8,774.34	43.79%	6,997.43	30.29%	6,795.77	27.84%
合计	34,609.85	100.00%	20,039.26	100.00%	23,097.91	100.00%	24,411.09	100.00%

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“1、货币资金”之“（4）受限货币资金情况”中补充披露如下：

“报告期各期末，公司库存现金、银行存款均不存在受限情况，其他货币资金由银行承兑汇票保证金和电商平台存款组成，其中银行承兑汇票保证金为受限资金；电商平台存款为存放在第三方电商平台如支付宝、微信、拼多多、唯品会等的资金，公司可随时取现，不存在受限情形。

报告期各期末，公司受限货币资金具体情况如下：

单位：万元

项 目	受限资金类型	金额	受限情形
2020 年 6 月 30 日	银行承兑汇票保证金	8,616.81	票据到期日前使用受限
2019 年 12 月 31 日	银行承兑汇票保证金	8,395.92	票据到期日前使用受限
2018 年 12 月 31 日	银行承兑汇票保证金	6,613.37	票据到期日前使用受限
2017 年 12 月 31 日	银行承兑汇票保证金	6,359.59	票据到期日前使用受限

”

二、披露票据保证金和应付票据之间的匹配度

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、

资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“1、货币资金”中补充披露如下：

“报告期各期末，公司票据保证金余额与应付票据余额的匹配如下：

单位：万元

项 目	应付票据余额	保证金比例	应有保证金余额	账面保证金余额	差异
2020 年 6 月 30 日	28,507.81	30%	8,552.34	8,616.81	-64.47
2019 年 12 月 31 日	408.12	100%	408.12	408.12	0.00
	26,460.55	30%	7,938.16	7,987.80	-49.63
2018 年 12 月 31 日	354.18	100%	354.18	354.18	0.00
	20,859.42	30%	6,257.83	6,259.19	-1.37
2017 年 12 月 31 日	469.14	100%	469.14	469.14	0.00
	19,612.69	30%	5,883.81	5,890.45	-6.64

2020 年 6 月 30 日应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-64.47 万元，原因为：公司拟于 2020 年 6 月 5 日开具金额为 215.22 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 64.57 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的承兑保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异 0.10 万元系零星尾差。

2019 年末应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-49.63 万元，原因为：公司拟于 2019 年 10 月 31 日开具金额为 165.44 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 49.63 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异系零星尾差。

2018 年应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-1.37 万元，原因为：公司拟于 2018 年 8 月 30 日开具金额为 4.54 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 1.36 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异系零星尾差。

2017 年应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-6.64 万元，原因为：公司拟于 2017 年 7 月 31 日开具金额为 10.59 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 3.19 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异 3.45 万元系银行多扣划保证金所致。”

三、披露各期末发行人存放在电商账户的其他货币资金情况，发行人所使用电商账户的各项权利归属，包括但不限于所有权、使用权、管理权等，电商账户是否存在被封停的风险，电商账户暂存资金的管理模式、是否存在支取限制、是否构成其他方对发行人的资金占用

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“1、货币资金” 之“（4）受限货币资金情况”中补充披露如下：

“报告期各期末，公司存放在电商账户的其他货币资金余额分别为 436.18 万元、384.05 万元、378.43 万元和 553.68 万元，公司所使用电商账户的所有权、使用权、管理权等均属于公司及公司子公司。

①公司开通电商账户的原因

随着网络普及率的提高，电子商务在中国市场已经成长为区别于传统经销商、商超之外的又一重要渠道；尤其是在公司所处的成人失禁用品品类上，电商销售在兼具价格优势的同时，还保证了客户购买活动的私密性和便捷性。因此，自 2014 年开始，公司逐步拓展电商渠道的销售规模。电商账户的开通主要用于电商销售收款，少部分用于线上采购零星办公用品、线下零星销售收款。

②电商账户的管理模式

电商账户的开设主要用于线上店铺的运营。企业为扩大业务规模，拓展多种销售途径，开拓新电商平台需由运营部门商讨，经由运营总监审批开立。

（i）出于电商销售收款而设立的电商账户：满足公司线上销售的日常收款和提现需求。公司为各个店铺的电商平台设置单独运营团队，运营团队开拓业务同时关注电商平台的情况。公司每 2~3 天提现一次，保持第三方账户余额处在合理水平。

（ii）用于采购零星办公用品而设立的电商账户：公司有小额办公用品的线上采购需求时，向该账户充值并支付款项，期末一般不保留余额。

（iii）出于线下零星销售收款而开设的电商账户：用于线下零星销售收款，公司月末提现，期末一般不保留余额。

③电商账户支取限制

公司第三方资金账户均由公司自主管理，不存在支取限制，不构成其他方对发行人的资金占用。公司每月根据线上销售情况，并结合以往客户退款需求，在各电商账户保留少量余额，剩余部分均转入公司银行账户。

④电商账户封停风险分析

线上销售为公司重要的销售方式，公司入驻的电商平台主要为淘宝、天猫、京东、苏宁、拼多多等大型电商平台。大型电商平台信誉高、发展成熟，平台建设制度和规则较为完善；同时，2019 年 1 月 1 日出台的《中华人民共和国电子商务法》，促进了电子商务交易的规范运行，为线上销售提供了法律支持。

公司各个电商平台有单独的销售运营团队，运营团队随时关注电商平台的情况，若短期内出现异常情况，立即通知出纳提出账户所有资金，且主要电商账户公司会 2-3 天提现一次，保持第三方账户余额处在合理水平。

综上，公司电商账户被封停的风险较低。”

四、说明并披露对货币资金的管理制度和内控制度以及是否有效执行

公司已对货币资金的收支和保管业务建立了较严格的授权批准程序，办理货币资金业务的不相容岗位已作分离，相关机构和人员存在相互制约关系。公司已按国务院《现金管理暂行条例》，明确了现金的使用范围及办理现金收支业务时应遵守的规定。公司已按中国人民银行《支付结算办法》及有关规定制定了银行存款的结算程序。公司规定下属企业严禁进行期货交易、严禁擅自向外单位出借多余资金、严禁向职工集资、严禁私设银行账户等。

五、中介机构核查意见

（一）核查方式

1、了解公司与货币资金相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、对货币资金实施函证，核实货币资金的真实性；

3、取得公司银行存款电子交易流水，前往银行打印纸质版银行流水，将纸质银行流水与导出的电子流水进行比对；

4、对报告期内货币资金流水进行双向核查并检查资产负债表日后的资金流入和流出；

5、登录各电商支付平台，下载资产证明及导出报告期内所有交易流水；

6、询问负责电商账户管理的相关人员，了解公司电商账户的管理模式、支取限制等情况，关注电商账户的质量及封停风险；

7、抽查公司报告期内应付票据开立的承兑协议、对比承兑保证金缴纳情况，核实公司应付票据核算的准确性、完整性；对比报告期内分供应商票据开立情况并与各供应商当期采购情况进行对比，核实公司应付票据开立的真实性。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司货币资金除银行承兑汇票保证金外，不存在其他的受限情形；

2、公司银行承兑汇票保证金按照银行承兑协议的规定，按比例缴存，与应付票据匹配一致；

3、公司第三方资金账户均由公司自主管理，不存在支取限制，不构成其他方对发行人的资金占用；

4、公司已制定有效的货币资金的管理制度和内控制度，并得到有效执行。

问题 30. 关于现金分红

2019 年发行人现金分红近 2 亿元，请发行人披露上述现金分红是否存在直接或间接流向客户、供应商、外协厂商及其关联方的情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（三）报告期股利分配情况”中补充披露如下：

“……除股东 PACKWOOD 同时为发行人客户外，发行人 2019 年现金分红不存在直接或间接流向客户、供应商、外协厂商及其关联方的情况。”

中介机构核查意见：

（一）核查方式

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、核查 2019 年现金分红相关董事会、股东大会决议文件，并取得相关现金分红凭证及银行回单；

2、访谈公司董事长及董事会秘书，了解 2019 年现金分红原因主要系应股东要求；

3、核查公司实际控制人金利伟和鲍佳、及其实际控制的企业侨治投资的银行流水；

4、取得并查阅了公司全部对公账户流水，核查是否存在大额款项流向客户、供应商、外协厂商及其关联方的情况；

5、实地走访发行人主要客户、供应商，访谈确认其是否与发行人存在除正常交易外的其他利益安排。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人 2019 年现金分红不存在直接或间接流向客户、供应商、外协厂商及其关联方的情况。

问题 31. 关于自营获客渠道

招股说明书披露，发行人与华东医药、光大养老、陕西国药、国药华鸿等大型医药流通公司建立战略合作关系，并充分利用合作伙伴在医院、养老院及各连锁药房的影响力，推进公司成人失禁用品的普及和使用。

请发行人披露公司与医药流通公司建立战略合作关系的具体方式，是否签订合同，是否支付推广费等合同对价，通过相关合作伙伴渠道影响力实现收入和利润情况，是否存在商业贿赂。

请保荐人核查并发表明确意见。

答复：

一、披露公司与医药流通公司建立战略合作关系的具体方式，是否签订合同，是否支付推广费等合同对价

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）发行人的行业地位及行业竞争格局”之“3、发行人的竞争优势”之“（3）在成人失禁用品领域长期深耕取得行业领先地位的优势”之“2）新型营销渠道优势”中补充披露以下内容：

“发行人与医药流通公司具体的合作方式为：

发行人按照医药流通公司的订单，安排货物配送至医药流通公司的仓库，由其安排验收。医药流通公司在指定区域内负责医院、养老院以及其它下级经销商的开拓工作，销售时由医药流通公司自行组织对终端客户进行配送。发行人每月给予医药流通公司一定比例的配送费用，具体比例在双方签署的协议中进行约定。发行人每月根据市场情况给予医药流通公司一定比例的促销费用，由医药流通公司自行掌握其具体使用和向下级经销商的分配。”

二、通过相关合作伙伴渠道影响力实现收入和利润情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）发行人的行业地位及行业竞争格局”之“3、

发行人的竞争优势”之“（3）在成人失禁用品领域长期深耕取得行业领先地位的优势”之“2）新型营销渠道优势”中补充披露以下内容：

“2020 年 1-6 月，由于受到疫情影响，上述医药流通公司对医院及养老院渠道的拓展工作相对滞后，截至 2020 年 6 月底，发行人通过上述渠道实现的收入和毛利情况如下表所示：

单位：万元

医药流通公司	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	主营业务收入	主营业务毛利	主营业务收入	主营业务毛利
华东医药	278.90	89.93	104.80	30.68
国药控股天津北方医药有限公司	1.48	0.68	-	-
合计	280.38	90.61	104.80	30.68

注：上表中发行人对华东医药的主营业务收入及主营业务毛利金额为合并发行人对华东医药股份有限公司器材化剂分公司的销售数据以及发行人对杭州悦行优品健康管理有限公司的销售数据。

”

三、发行人与医药流通公司的合作不存在商业贿赂的情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）发行人的行业地位及行业竞争格局”之“3、发行人的竞争优势”之“（3）在成人失禁用品领域长期深耕取得行业领先地位的优势”之“2）新型营销渠道优势”中补充披露以下内容：

“发行人明确禁止员工进行商业贿赂活动，对违反公司反商业贿赂政策的经销商，将采取中止或终止商业合作、追究相关单位或个人违约责任、请求赔偿等措施。发行人各项费用的发生，均执行严格的费用审批流程；发行人每月提供给医药流通公司的推广费用，在审批时要求明确最终去向，并提供下级经销商的通案申请文件，同时建立检查制度，严格管控推广费落到实处。

报告期内，发行人与医药流通公司的合作不存在商业贿赂的情况。”

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构执行的主要核查程序如下：

1、保荐机构访谈了发行人主要负责人；

2、保荐机构取得并查阅了发行人与医药流通公司的合作协议；

3、保荐机构分析复核了发行人对上述医药流通公司的销售数据；

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：报告期内发行人与上述医药流通公司的合作，签订合同并支付合理的推广费用，不存在商业贿赂的情形。

（本页无正文，系《关于杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签字盖章页）

杭州可靠护理用品股份有限公司

2020 年 9 月 21 日

（本页无正文，系《关于杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

陈圳寅 唐 伟

国泰君安证券股份有限公司

2020 年 9 月 21 日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长签字：

贺 青

国泰君安证券股份有限公司

2020 年 9 月 21 日