创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

嘉亨家化股份有限公司

Jahen Household Products Co., Ltd.

（泉州市鲤城区江南火炬工业区）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

安信证券股份有限公司

Essence Securities Co., Ltd.

（深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元）

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	公开发行新股 2,520 万股
公开发售股份	原股东不公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	【】万股
保荐机构（主承销商）	安信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

声明及承诺

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读招股说明书的正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、本公司提请投资者关注下列风险，并请认真阅读“风险因素”一节的全部内容

（一）市场需求波动的风险

化妆品消费量受居民收入变动的影响较大，公司业务和发展前景有赖于我国宏观经济的健康发展和化妆品零售市场规模的增长。若我国宏观经济增速减缓、消费者人均可支配收入或购买力下降，则可能影响消费者的消费信心，导致化妆品市场需求的下滑，进而导致化妆品品牌商向公司采购的订单减少，会对公司的经营成果和盈利能力造成不利影响。

（二）市场竞争风险

近年来，伴随着中国经济的快速发展，中国化妆品行业进入快速发展阶段，不断扩大的市场规模和不断向好的市场前景将吸引更多的企业加入，国内市场的竞争将日趋激烈。除此之外，国际化妆品品牌纷纷扎根中国之后，其在国际上的上游供应商也开始随之进入中国开拓市场，参与国内生产企业的竞争。因此，市场环境的变化将可能使公司所面临的市场竞争加剧。如果公司不能在竞争中继续处于优势地位，将对公司未来的经营业绩带来一定的影响。

（三）客户集中度较高的风险

公司主要客户为强生、上海家化、郁美净、贝泰妮、百雀羚、壳牌、益海嘉里等国内外知名品牌公司，客户集中度较高，报告期内，前五名客户的收入占比分别为 83.38%、77.44%、70.97%和 73.28%，报告期内，同行业可比上市公司前五名客户销售收入占比在 30.16%-57.29%，发行人客户集中度高于同行业可比上市公司。如果主要客户因市场竞争加剧、经营不善、战略失误等内外原因导致其市场份额缩减，或如果公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求导致主要客户转向其他厂商，公司的业务收入会随之受到较大

影响。

（四）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响

受 2020 年 1 月爆发的新型冠状病毒肺炎疫情影响，发行人复工时间推迟，部分员工因管控要求无法按时到岗，部分上游及下游企业由于复工时间推迟，开工率与往年同期相比较低，上述情况对公司采购及销售活动均产生了一定影响。目前疫情流行高峰已经过去，工业企业生产逐渐恢复正常，公司也已经全面复工，生产经营已基本恢复正常。

如果疫情情况反复甚至影响加剧，导致公司及上下游企业停产停工，对公司的采购和销售造成重大影响，则可能会对公司的生产经营造成一定负面影响。

二、本次发行相关重要承诺的说明

本公司提示投资者认真阅读本次发行相关主体作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请详见招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况”。

三、2020年1-9月预计经营业绩情况

公司预计 2020 年 1-9 月营业收入约为 66,000 万元至 68,000 万元，较 2019 年同期增长 14.42%至 17.89%；预计 2020 年 1-9 月的净利润约为 6,400 万元至 6,600 万元，较 2019 年同期增长 51.34%至 56.07%；预计 2020 年 1-9 月扣除非经常性损益后的净利润约为 6,300 万元至 6,500 万元，较 2019 年同期增长 51.72%至 56.53%。以上仅为公司根据自身经营情况做出的预计，不构成盈利预测。

目 录

重大事项提示.....3
一、本公司提请投资者关注下列风险，并请认真阅读“风险因素”一节的全部内容.....3
二、本次发行相关重要承诺的说明.....4
三、2020 年 1-9 月预计经营业绩情况.....4
目 录.....5
第一节 释义.....9
第二节 概览.....12
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....12
二、本次发行概况.....12
三、发行人报告期的主要财务数据及主要财务指标.....14
四、发行人主营业务经营情况.....14
五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况.....15
六、发行人选择的具体上市标准.....17
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....18
八、募集资金运用.....18
第三节 本次发行概况.....19
一、本次发行的基本情况.....19
二、本次发行新股有关当事人.....20
三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系.....21
四、与本次发行上市有关的重要日期.....21
第四节 风险因素.....22
一、经营风险.....22
二、创新及技术风险.....23
三、内控风险.....24
四、财务风险.....25
五、法律风险.....25

六、募集资金投资项目无法实现预期目标的风险.....26
第五节 发行人基本情况.....28
一、发行人基本情况.....28
二、发行人改制设立情况.....28
三、发行人在报告期内的重大资产重组情况.....32
四、发行人的股权结构及组织结构.....32
五、发行人子公司情况.....32
六、发行人主要股东及实际控制人基本情况.....48
七、发行人股本情况.....56
八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况.....57
九、发行人员工情况.....66
第六节 业务和技术.....74
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况.....74
二、发行人所处行业的基本情况.....88
三、公司在行业中的竞争地位.....102
四、主要服务或产品的销售情况和主要客户.....116
五、主要原材料和能源及其供应情况.....147
六、主要固定资产及无形资产.....160
七、发行人技术情况.....178
八、发行人境外经营情况.....182
第七节 公司治理与独立性.....183
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会和人员的运行和履职情况.....183
二、发行人特别表决权股份或类似安排的基本情况.....190
三、发行人协议控制架构的具体安排.....190
四、发行人内部控制制度的自我评估意见及会计师鉴证意见.....190
五、发行人最近三年及一期违法违规行为情况.....191
六、发行人最近三年及一期资金占用和对外担保情况.....192
七、发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力.....192
八、同业竞争情况.....194

九、关联方及关联关系.....195
第八节 财务会计信息与管理层分析.....203
一、财务报表.....203
二、审计意见.....210
三、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....212
四、主要会计政策和会计估计.....213
五、非经常性损益.....247
六、主要税项及相关税收优惠.....248
七、分部信息.....250
八、主要财务指标.....250
九、盈利能力分析.....253
十、资产质量分析.....304
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....325
十二、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项.....344
第九节 募集资金运用及未来发展规划.....346
一、本次募集资金投资计划.....346
二、募集资金投资项目实施的必要性与可行性分析.....347
三、募集资金投资项目情况介绍.....351
四、公司未来发展与规划.....355
第十节 投资者保护.....360
一、投资者关系主要安排.....360
二、股利分配政策.....360
三、本次发行前滚存利润的分配安排.....364
四、股东投票机制的建立情况.....364
五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况.....366
第十一节 其他重要事项.....385
一、重大合同.....385

二、发行人对外担保的有关情况.....386
三、重大诉讼、仲裁事项.....386
四、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....387
五、发行人控股股东、实际控制人重大违法情况.....387
第十二节 声明.....388
第十三节 附件.....398
一、备查文件目录.....399
二、文件查阅地点、时间.....399

第一节 释义

在招股说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、基本术语		
嘉亨家化、公司、本公司、发行人	指	嘉亨家化股份有限公司
泉州华硕	指	泉州华硕实业有限公司，公司前身
上海辉盈	指	上海辉盈投资合伙企业（有限合伙），公司股东
福建汇鑫	指	福建汇鑫至成股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
福建汇水	指	福建汇水至成股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
华扬宗兴	指	泉州市华扬宗兴股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
泉州中和	指	泉州市中和股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
福建汇火	指	福建汇火至成股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
嘉禾常兴	指	泉州嘉禾常兴股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
泉州宝荣	指	泉州宝荣商务咨询中心（有限合伙），公司股东
福建锋达	指	福建省锋达机电设备有限公司，公司股东
厦门群盛	指	厦门市群盛天宝投资合伙企业（有限合伙），公司股东
泉州恒亨	指	泉州恒亨股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
泉州众亨	指	泉州众亨股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
上海嘉亨	指	上海嘉亨日用化学品有限公司，公司全资子公司
香港华美	指	华美工业有限公司，公司全资子公司
湖州嘉亨	指	湖州嘉亨实业有限公司，公司全资子公司
浙江嘉亨	指	浙江嘉亨包装技术有限责任公司，上海嘉亨全资子公司
天津嘉亨	指	天津嘉亨塑胶有限公司，上海嘉亨全资子公司
珠海嘉亨	指	珠海嘉亨日用化学品有限公司，上海嘉亨全资子公司
上海诚壹	指	上海诚壹塑胶制品有限公司，上海嘉亨全资子公司，已注销
香港华达	指	华达贸易投资公司，实际控制人曾本生曾经控制的香港公司，已注销
泉州华达	指	泉州华达工艺有限公司，实际控制人曾本生曾经控制的公司，已注销
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
安信证券、保荐人、保荐机构、	指	安信证券股份有限公司

主承销商		
容诚所、会计师	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京德恒律师事务所
报告期	指	2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
二、专业术语		
日化产品	指	日用化学产品，《国民经济行业分类（GB/T 4754-2011）》将其进一步分为肥皂及合成洗涤剂、化妆品、口腔清洁用品、香料、香精及其他日用化学产品。
化妆品	指	以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于人体表面（皮肤、毛发、指甲、口唇等）、牙齿和口腔黏膜，以清洁、保护、美化、修饰以及保持其处于良好状态为目的的产品。
家庭护理产品	指	用于肌肤、器皿、织物，起到清洁、去污、护理、消毒除菌等功能，广泛用于家居、个人清洁卫生等领域的产品。
塑料包装容器	指	指用吹塑或注塑工艺等制成的，可盛装各种物品或液体物质，以便于储存、运输等用途的塑料容器制品。
OEM	指	Original Equipment Manufacture，即贴牌生产，公司按照客户提供的配方设计、工艺控制要求进行生产，产品以客户的品牌进行销售。
ODM	指	Original Design Manufacture，即自主设计制造，公司根据客户需求开发产品，产品研发、配方设计、工艺控制等主要由公司完成，产品以客户的品牌进行销售。
PE	指	聚乙烯（Polyethylene，简称 PE）是乙烯经聚合制得的一种热塑性树脂。
PP	指	聚丙烯（Polypropylene，简称 PP），是一种半结晶的热塑性塑料，具有较高的耐冲击性、机械性质强韧、抗多种有机溶剂和酸碱腐蚀，是常见的高分子材料之一。
GMPC	指	Good Manufacture Practice of Cosmetic Products，化妆品良好生产规范。
MES	指	面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统，通过信息传递对从订单下达到产品完成的整个生产过程进行优化管理。
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader，简称 KOL），拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。
强生	指	强生（中国）有限公司及其控制的北京大宝化妆品有限公司、上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司、同一控制下海外公司
上海家化	指	上海家化联合股份有限公司及同一控制下公司
郁美净	指	天津郁美净集团有限公司
百雀羚	指	上海百雀羚日用化学有限公司、上海百雀羚供应链管理有限公司
贝泰妮	指	昆明贝泰妮生物科技有限公司、云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司
利洁时	指	利洁时家化（中国）有限公司、同一控制下海外公司

拜尔斯道夫	指	拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司、同一控制下公司
益海嘉里	指	益海嘉里食品营销有限公司
壳牌	指	壳牌（中国）有限公司及其下属公司、同一控制下海外公司
保利沃利	指	保利沃利科技（武汉）有限公司及其下属公司
Euromonitor	指	全球知名的主要从事消费品市场调查的咨询公司，独立为各个国家、地区的消费细分市场提供数据分析及战略研究等各类信息。

特别说明：

1、招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

2、招股说明书中涉及的我国经济以及行业的事实、预测和统计，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其它原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况

发行人名称	嘉亨家化股份有限公司
有限公司成立日期	2005年7月15日
股份公司成立日期	2018年5月30日
注册资本	7,560万元
法定代表人	曾本生
注册地址	泉州市鲤城区江南火炬工业区
主要生产经营地址	泉州市鲤城区江南火炬工业区、上海市松江区佘山镇陶干路1069号、嘉善县魏塘街道长盛路138号、天津经济技术开发区中区纺三路济盛街36号、珠海市南水镇南港东路南侧安宇工业园1号厂房
控股股东	曾本生
实际控制人	曾本生、曾焕彬
行业分类	日用化学产品制造（C268）、塑料制品业（C292）
在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无

（二）本次发行的有关中介机构

保荐人	安信证券股份有限公司
主承销商	安信证券股份有限公司
发行人律师	北京德恒律师事务所
其他承销机构	无
审计机构	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构	厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	2,520万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	2,520万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	不涉及股东公开发售股份的情形	占发行后总股本比例	不适用

发行后总股本	10,080万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按发行价格除以每股收益计算，每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于发行人股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于发行人股东的净资产除以本次发行前总股本计算）	发行前每股收益	【】元（按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于发行人股东的净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于发行人股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）	发行后每股收益	【】元（按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于发行人股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会与市场认可的其它发行方式。		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	不适用		
发行费用的分摊原则	本次发行费用由公司承担		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	1、化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目		
	2、技术研发中心升级建设项目		
	3、补充流动资金		
发行费用概算	预计发行总费用【】万元，包括： 1、承销费用：【】万元 2、保荐费用：【】万元 3、审计、验资及评估费用：【】万元 4、律师费用：【】万元 5、用于本次发行的信息披露费用：【】万元 6、发行手续费：【】万元 以上发行费用均不含增值税		

（二）本次发行上市的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据及主要财务指标

根据容诚所出具的标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2020]361Z0287号），公司报告期内主要财务数据和财务指标如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
资产总额（万元）	75,060.62	69,709.98	63,913.42	51,596.21
归属于母公司股东权益（万元）	47,534.50	43,545.00	36,854.61	32,558.20
资产负债率（母公司）（%）	7.05	14.97	23.31	19.41
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
营业收入（万元）	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
净利润（万元）	3,987.09	6,464.40	4,293.19	1,867.43
归属于母公司股东的净利润（万元）	3,987.09	6,464.40	4,293.19	1,867.43
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	3,928.85	6,227.76	4,149.83	1,707.92
基本每股收益（元）	0.53	0.86	0.57	0.29
稀释每股收益（元）	0.53	0.86	0.57	0.29
加权平均净资产收益率（%）	8.76	16.08	12.37	7.81
经营活动产生的现金流量净额（万元）	858.21	16,813.56	4,044.56	5,823.46
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	2.07	2.31	2.01	1.89

四、发行人主营业务经营情况

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展为策略，可为国内外知名日化企业提供日化产品及配套塑料包装的一站式服务。公司的主要产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品，以及配套的塑料包装容器。公司以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，在行业内形成了较强的市场影响力，成为多个国内外知名日化品牌的核心供应商。

公司主要客户如强生、郁美净等，对供应商稳定生产能力和质量控制能力具有较高的要求，公司通过严格的质量认证及考核成功融入其供应链体系，长期为强生婴儿、郁美净等婴幼儿及儿童产品提供生产服务，充分体现了公司对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控。公司与国内外品牌客户建立了长期互利共赢的合作关系，共同分享行业增长机遇，并多次获得客户授予的荣誉奖项，为

公司带来良好的市场声誉和品牌形象。公司多次被强生认定为“零缺陷项目合作伙伴”，为“大宝 SOD 蜜新装上市”做出杰出贡献，系郁美净“最佳战略合作伙伴”、上海家化“优秀供应商”、百雀羚“最佳合作伙伴”、壳牌“最优供应商”。

公司始终把技术研发作为发展的原动力，是行业内少数兼具日化产品及塑料包装研发、设计和生产能力的企业。公司系高新技术企业，福建省知识产权优势企业、福建省科技型企业及福建省科技小巨人企业，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台，系中国包装联合会常务理事单位。

公司在塑料包装外观设计、模具开发、注塑/吹塑/软管等各项生产工艺均积累了丰富经验，多项设计获得“包豪斯奖”、“创意中国设计大奖”、全国艺术与设计大展“学院派奖”、“金点概念设计奖”等；在化妆品领域，公司不断加大在配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面的投入，已备案的化妆品 900 余件，在 OEM 的基础上，不断提升 ODM 业务的比例。随着塑料包装设计、化妆品配方迭代研发及各项工艺控制技术的不断提升，公司将积极切入品牌商产品供应链的各个环节，垂直整合和优化设计制造与经营模式，实现快速量产和更为高效的供应链管理。

五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）发行人创新、创造、创意特征

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，是行业内少数兼具日化产品及塑料包装研发、设计和生产能力的企业。公司系高新技术企业，福建省知识产权优势企业、福建省科技型企业及福建省科技小巨人企业，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台。

公司的创新、创造、创意建立在实用且以市场为导向的发明、配方以及深受客户和终端消费者认可的技术基础之上，与客户的紧密合作关系和积极主动的研发使公司的产品贴近客户。日化产品和塑料包装的研发均涉及多学科的交叉研究与运用，需要根据市场、客户需求进行快速迭代研发，公司已经初步建成功能齐备的研发体系和经验丰富的技术研发团队，自建日化产品 OEM/ODM 实验室、

包装材料实验室，拥有研发人员超过 100 人。截至招股说明书签署日，公司拥有**175 项**境内专利及 1 项境外专利，其中发明专利 32 项。

在日化产品的配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面，公司持续保持与原料供应商的技术交流，并根据客户需求，通过对上百种原料的作用效果筛选、最佳剂量的确定和不同活性成分的复配协同增效研究，以及体系稳定技术、控制技术、工艺参数的积累，基于日化产品制备原理、工艺优化、安全有效性研究、稳定性控制等多个方面构建完备的技术体系。公司形成活性成分功效研究及控制技术、体系稳定技术等核心技术，并在此体系基础上，覆盖了多种品类的化妆品配方，已备案的化妆品 900 余件。公司通过 OEM 业务积累了丰富的工艺、质量管控经验，不断提升 ODM 业务的比例，在配方确定、工艺流程设计等阶段即与客户不断沟通反馈，为客户提供有针对性的产品方案、制定生产工艺，并积极布局相关配方及工艺的专利申请。

在塑料包装方面，公司不断深化精密成型等工艺技术，持续研发吹塑、注塑、注吹以及软管等生产工艺，并围绕外观设计、模具开发、自动化辅助设备、工艺等形成了一系列专利。公司具备与客户共同开发、承担包装设计的能力，在设计阶段向客户提出富有建设性的意见，达成产品设计要求。公司与北京大宝化妆品有限公司共同研发其明星产品“大宝 SOD 蜜”塑料包装，从创意设计、模具开发、质量控制到批量生产，快速响应，为客户提供高质量的包装解决方案，最大化地满足客户需求，为客户产品新装上市做出杰出贡献。

公司具备较为全面的资质认证及质量控制体系，目前公司及主要下属公司已经获得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、GMPC 化妆品良好操作规范认证及 ISO22716 化妆品良好生产规范认证。公司以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，在行业内形成了较强的市场影响力。公司在未来的研发与成果转化中会继续坚持自主研发与客户导向有机结合，将研发成果与产业深度融合，发挥经济效益。

（二）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

嘉亨家化日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的模式及业态创新是化妆品行业品牌竞争和社会分工的行业发展趋势驱动所致，也是公司与化妆品品牌商长期合作、充分理解客户一站式服务需求并践行的结果。

从化妆品行业发展趋势看，随着国内居民消费能力的提升，消费者需求个性化、差异化特征愈发明显，行业内品牌商需要通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费者需求，以提升品牌整体的覆盖能力；线上销售渠道迅速发展，在社交电商、社交 APP 裂变式传播以及网红经济的推动下，扩大了品牌客群覆盖、刺激了消费意愿，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓。化妆品消费需求迭代加速的趋势下，化妆品品牌商需要快速反应的柔性供应链做支撑，将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本。中国在化妆品研发、生产等领域具备完整的产业链，人才资源与研发成本具有较为明显的比较优势，为国内化妆品 OEM/ODM 企业带来良好的发展机遇。

从公司发展历程看，在 2005 年设立之初，公司从事塑料包装容器的生产和销售，主要客户为知名日化产品品牌商；随着中国成为全球化妆品主要消费国，化妆品需求快速稳步增长，公司敏锐洞悉化妆品品牌商的生产、研发外包需求，2011 年以 OEM 模式为业务发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生等品牌商的严格认证。历经十多年的努力，公司不断探索企业价值提升的发展路径，形成日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，日化产品业务得到快速发展，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司化妆品内容物及化妆品包装的研发设计、生产，二者相辅相成，不仅大大降低了客户成本，也提高了对客户需求的综合服务水平。

未来，公司将坚持日化产品及配套塑料包装一站式服务的发展战略，以客户价值为导向，以技术研发和产品创新为手段，不断追求卓越品质，满足客户不断升级的产品需求，紧紧抓住我国化妆品行业发展的历史机遇，致力于发展成为国内一流的日化产品及配套塑料包装一站式服务提供商。

六、发行人选择的具体上市标准

根据容诚所出具的标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2020]361Z0287 号），公司 2018 年、2019 年营业收入分别为 71,801.30 万元、78,565.86 万元，归属于母公司股东的净利润（考虑扣除非经常性损益前后孰低原则）分别为 4,149.83 万元、6,227.76 万元，累计为 10,377.60 万元。

因此，公司适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 2.1.2 条第（一）项之上市标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至招股说明书签署日，发行人未设置公司治理特殊安排。

八、募集资金运用

根据公司 2019 年年度股东大会决议，本次发行募集资金拟投资于以下项目：

单位：万元

项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额	建设期	备案文号
化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目	35,693	35,500	24 个月	2019-330503-26-03-816877
技术研发中心升级建设项目	3,341	3,300	24 个月	2019-310117-73-03-006825
补充流动资金	5,000	5,000	-	
合计	**44,034**	**43,800**	-	

公司将本着统筹安排的原则，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况分期投资建设。募集资金到位后，公司将用募集资金先行归还已发生的用于募集资金投资项目的自有资金或借款，剩余部分用于项目的后续建设。若本次发行实际募集资金金额无法满足上述拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自有资金和银行贷款等方式自筹解决。在募集资金投资项目建设过程中，公司本着专款专用原则，将募集资金存放于专门账户。如果本次发行的实际募集资金超过募集资金投资项目投资额，发行人将根据公司发展规划及实际生产经营需求，妥善安排超募资金的使用计划，超募资金原则上用于公司主营业务，并在提交董事会、股东大会（如需）审议通过后及时披露。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1.00元
发行股数	公开发行新股2,520万股，占发行后总股本的25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
每股发行价格	【】元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】
发行市盈率	【】倍（按发行价格除以每股收益计算，每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于发行人股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
预测净利润及发行后每股收益	不适用
发行前每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于发行人股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于发行人股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会与市场认可的其它发行方式。
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【】万元
预计募集资金净额	【】万元
发行费用概算	预计发行总费用【】万元，包括： 1、承销费用：【】万元 2、保荐费用：【】万元 3、审计、验资及评估费用：【】万元 4、律师费用：【】万元 5、用于本次发行的信息披露费用：【】万元 6、发行手续费：【】万元 以上发行费用均不含增值税

二、本次发行新股有关当事人

（一）保荐机构（主承销商）：安信证券股份有限公司

法定代表人：黄炎勋

住所：深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元

电话：0755-82828354

传真：0755-82825424

保荐代表人：阴豪、樊长江

项目协办人：栗灵芝

项目经办人：余中华、张翊维、陈博涵、陈卓然

（二）律师事务所：北京德恒律师事务所

负责人：王丽

住所：北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层

电话：0755-88286488

传真：0755-88286499

经办律师：楼永辉、陈奋宇、孙庆凯

（三）会计师事务所：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：肖厚发

住所：北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26

电话：010-66001391

传真：010-66001392

经办注册会计师：闫钢军、王勇、李倩

（四）资产评估机构：厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司

法定代表人：王健青

住所：厦门市思明区湖滨南路 609 号厦门海峡农业科技交流中心 9 层 A、B、C、D 单元

电话：0592-5897712

传真：0592-5804760

经办注册资产评估师：邓泽亚、葛超华

（五）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（六）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083164

（七）保荐人（主承销商）收款银行

开户行：【】

户名：【】

账号：【】

三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系

截至招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

（一）刊登发行公告的日期：【】年【】月【】日

（二）开始询价推介的时间：【】年【】月【】日

（三）刊登定价公告的日期：【】年【】月【】日

（四）申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

（五）预计股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）市场需求波动的风险

化妆品消费量受居民收入变动的影响较大，公司业务和发展前景有赖于我国宏观经济的健康发展和化妆品零售市场规模的增长。若我国宏观经济增速减缓、消费者人均可支配收入或购买力下降，则可能影响消费者的消费信心，导致化妆品市场需求的下滑，进而导致化妆品品牌商向公司采购的订单减少，会对公司的经营成果和盈利能力造成不利影响。

（二）市场竞争风险

近年来，伴随着中国经济的快速发展，中国化妆品行业进入快速发展阶段，不断扩大的市场规模和不断向好的市场前景将吸引更多的企业加入，国内市场的竞争将日趋激烈。除此之外，国际化妆品品牌纷纷扎根中国之后，其在国际上的上游供应商也开始随之进入中国开拓市场，参与国内生产企业的竞争。因此，市场环境的变化将可能使公司所面临的市场竞争加剧。如果公司不能在竞争中继续处于优势地位，将对公司未来的经营业绩带来一定的影响。

（三）客户集中度较高的风险

公司主要客户为强生、上海家化、郁美净、贝泰妮、百雀羚、壳牌、益海嘉里等国内外知名品牌公司，客户集中度较高，报告期内，前五名客户的收入占比分别为 83.38%、77.44%、70.97%和 73.28%，报告期内，同行业可比上市公司前五名客户销售收入占比在 30.16%-57.29%，发行人客户集中度高于同行业可比上市公司。如果主要客户因市场竞争加剧、经营不善、战略失误等内外原因导致其市场份额缩减，或如果公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求导致主要客户转向其他厂商，公司的业务收入会随之受到较大

影响。

（四）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响

受 2020 年 1 月爆发的新型冠状病毒肺炎疫情影响，发行人复工时间推迟，部分员工因管控要求无法按时到岗，部分上游及下游企业由于复工时间推迟，开工率与往年同期相比较低，上述情况对公司采购及销售活动均产生了一定影响。目前疫情流行高峰已经过去，工业企业生产逐渐恢复正常，公司也已经全面复工，生产经营已基本恢复正常。

如果疫情情况反复甚至影响加剧，导致公司及上下游企业停产停工，对公司的采购和销售造成重大影响，则可能会对公司的生产经营造成一定负面影响。

（五）原材料价格波动风险

公司采购占比较大的主要原材料是 PE、PP 等合成树脂，PE、PP 等合成树脂的价格是影响公司盈利水平的重要因素之一。PE、PP 属于石油化工行业下游产品，其价格受国际原油市场价格波动影响较大。公司可以通过不断优化供应链、提高产品档次、提升产品合格率、降低物耗等方式化解原材料价格上涨带来的压力。若公司无法及时化解原材料价格上涨带来的压力，原材料价格的波动将直接影响公司的生产成本，导致毛利率的波动，给公司的经营业绩带来一定的影响。

（六）人力资源成本上升带来的风险

随着中西部经济发展的加速，与东部特别是沿海地区相比，劳动力的成本差距逐渐缩小，在一定程度上分流了企业用工数量，近年来公司需不断提高工人的薪酬待遇来吸引员工。虽然公司积极提升生产线的自动化水平、提升生产效率，降低人工成本上升的负面影响，但如果未来生产制造型企业的人力成本呈持续上涨趋势，公司将面临因人力成本持续上升导致的利润下滑的风险。

（七）业务拓展风险

公司在 2005 年设立之初，即从事塑料包装容器的生产和销售，2011 年以 OEM 模式为业务发展起点，进入日化产品业务领域。公司在行业内经营多年，在工艺、质量管控方面积累了丰富的经验，并形成良好的市场声誉，国内外客户群体不断增加。未来公司业务的拓展对公司的研发与技术支持、质量控制、制造产能等提出更高要求，如果公司不能及时有效地满足上述要求，导致现有客户需

求转移到其他企业，或者新客户拓展不达预期，公司将存在经营业绩不能持续增长的风险。

二、创新及技术风险

（一）核心技术更新换代的风险

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，客户对产品更新速度有较高要求。因此，对技术水平、研发投入、研发速度等要素要求较高。若公司研发速度及技术水平不能满足客户需求或技术配方等落后于竞争对手，将存在可能被淘汰的风险。

（二）人才流失的风险

公司以化妆品、家庭护理产品 OEM/ODM 及塑料包装研发、生产业务为主，公司的研发、生产管理、供应链管理、客户开发等人员是公司竞争优势的重要基础。但是在市场竞争激烈的环境下，员工个人选择面临多样性，如果公司出现核心生产管理及技术人员流失或核心技术失密，将会对公司的研发和生产经营造成不利影响。

三、内控风险

（一）管理风险

公司近年来资产规模和业务规模迅速扩大，目前已形成了包括多家子公司、孙公司的经营架构，初步完成以海峡西岸经济区为总部，对长三角、珠三角、京津冀等区域的战略布局。公司本次募集资金到位和投资项目建成投产后，公司资产规模和生产规模都将大幅提高，在资源整合、研究开发、生产经营、市场开拓等方面对公司管理水平提出了更高的要求。如果公司管理层素质及管理水平不能适应公司规模迅速扩张以及业务发展的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而及时调整、完善，将影响公司的应变能力和发展活力，进而削弱公司的竞争力，给公司未来的经营和发展带来较大的影响。

（二）控股股东控制的风险

本次发行前，公司控股股东曾本生直接控制公司 73.99%的股份，本次发行后，曾本生仍处于绝对控股地位。虽然公司已建立起旨在保护全体股东利益的法

人治理结构和相对完善的公司制度，但如果曾本生利用其控股地位，通过董事会、股东大会对发行人的人事任免、经营决策等施加重大影响，亦可能会损害公司及其他股东的利益，使公司面临大股东控制的风险。

四、财务风险

（一）应收账款产生坏账的风险

由于发行人业务具有定制化、大客户集中、订单频繁的特点，发行人通常根据信用管理政策给予下游客户一定账期。发行人的主要客户均为国内外知名品牌公司，信用记录良好，坏账风险较小。报告期内，账龄在一年以内的应收账款比例均超过 99%，且历史回收情况良好。但由于应收账款数额较大，如果客户财务状况出现恶化或者经营情况和商业信用发生重大不利变化，亦不排除存在发生坏账的风险，将对发行人的经营业绩产生不利影响。

（二）存货金额较大的风险

公司采取订单式生产模式，报告期各期末，公司存货分别为 9,212.83 万元、12,072.46 万元、12,406.13 万元和 14,013.66 万元，占流动资产的比例分别为 30.23%、28.85%、28.83%和 29.61%。存货金额较大主要受客户需求计划、自身实际产能、产品生产流程耗时、订单交付需求等因素影响，公司原材料、在产品及半成品、库存商品的金额较大，导致存货余额较高，且可能会随着公司经营规模的扩大而增加。较高的存货金额对公司流动资金占用较大，从而可能导致一定的经营风险。

（三）不能持续享受所得税税收优惠的风险

报告期内，发行人作为高新技术企业享有相应的企业所得税税收优惠。如果发行人未来不再继续符合高新技术企业税收优惠的申请条件或国家取消高新技术企业等有关的税收优惠，使得发行人不能继续享受 15%的优惠税率，将导致发行人所得税费用上升，从而对发行人经营业绩造成不利影响。

五、法律风险

（一）产品质量问题引起的诉讼、处罚风险

化妆品虽然是一种安全风险较低的消费品，但如果公司采购的原材料或质量

控制流程出现问题，消费者在使用产品过程中可能诱发过敏或其他不适现象；公司在生产过程中未能按备案及标签标识的成份或其他法律法规的要求生产，存在被监管部门处罚的风险，进而对公司经营业绩及声誉带来不利影响。

（二）公司租赁房产权属存在瑕疵的风险

公司结合自身经营特点，在生产经营过程中除核心工厂和行政办公场所使用自有房产外，还通过租用房屋用于生产和仓储，其中部分用于仓储的租赁物业的权属存在瑕疵，如果出现租赁合同无效、租赁到期无法续租或发生任何其他影响租赁物业的正常使用的情形，发行人的生产经营将面临另行取得替代性生产经营场所的风险，并进而影响发行人生产经营的持续稳定开展。

（三）泄密引起的诉讼风险

发行人从事日化产品 OEM/ODM 业务时，均与客户签订了保密条款，对双方交易过程中涉及到配方、生产工艺等技术信息进行了保密约定。发行人严格遵守与客户的相关约定，报告期内，未发生因商业、技术信息泄密而导致的诉讼、仲裁事项。虽然公司采取了各项有效措施保守商业秘密，但不排除一些意外情况发生导致有关商业秘密泄露，使公司面临诉讼风险。

（四）发行人员工社会保险、住房公积金补缴和处罚的风险

报告期内，由于公司农村户籍员工人数较多且员工流动性较大，公司存在部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情形。报告期内，发行人应缴未缴社会保险及住房公积金金额占当期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例分别为 25.35%、11.82%、4.60%和 2.30%，如需补缴，会对发行人经营业绩造成一定影响，但影响程度逐渐降低。虽然发行人及子/孙公司所在地相关主管部门已出具相应证明，证明报告期内发行人不存在因违反劳动保障、社会保险、公积金方面的法律、法规而被处罚的情形，且实际控制人已经做出补缴义务承诺，但发行人未来仍存在因报告期内未缴纳部分社会保险、住房公积金的补缴和处罚风险。

六、募集资金投资项目无法实现预期目标的风险

发行人的募集资金投资项目已经过慎重、充分的可行性研究论证，具有良好的技术积累和市场基础。但发行人募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市

场环境、现有技术基础、对技术发展趋势的判断等因素作出的，如果行业竞争加剧、下游行业需求发生重大不利变化，募集资金投资项目最终产生的收益或无法达到预期。如果募集资金投资项目未能如期实现效益，或投产后市场情况发生不可预见的变化、发行人不能有效开拓新市场，在产能扩大后将存在一定的产能闲置风险。此外，募集资金投资项目新增折旧、摊销以及发行人在项目实施期间对人力和设备方面的投入将对发行人的短期财务表现造成一定影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

1、公司名称：嘉亨家化股份有限公司

英文名称：Jahen Household Products Co., Ltd.

2、法定代表人：曾本生

3、注册资本：7,560 万元

4、有限公司成立日期：2005 年 7 月 15 日

股份公司设立日期：2018年5月30日

5、公司住所：泉州市鲤城区江南火炬工业区

邮政编码：362005

6、联系电话：0595-22463333

传　　真：0595-22411203

7、互联网网址：www.jahenjh.com

董事会秘书：徐勇

电子信箱：xy@jahenjh.com

二、发行人改制设立情况

（一）有限公司设立情况

公司前身泉州华硕成立于 2005 年 7 月 15 日，由曾本生出资设立，设立时注册资本 320 万美元。泉州华硕于 2005 年 6 月 15 日取得《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资闽泉外资字[2005]0253 号），并于 2005 年 7 月 15 日领取《企业法人营业执照》（企独闽泉总字第 009451 号）。经过六期出资，并经泉州名城有限责任会计师事务所验资，截至 2009 年 7 月 7 日，泉州华硕已收到曾本生缴纳的注册资本合计 320 万美元，占已登记注册资本的 100%。

泉州华硕成立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	比例（%）
1	曾本生	320.00	100.00
合计		**320.00**	**100.00**

（二）报告期内的股本和股东变动情况

公司自 2005 年 7 月 15 日设立至 2016 年 12 月 31 日期间，共发生三次增资，截至 2016 年 12 月 31 日，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	比例（%）
1	曾本生	820.0000	88.89
2	福建汇鑫	43.6170	4.73
3	福建汇水	33.8052	3.66
4	嘉禾常兴	17.9930	1.95
5	泉州恒亨	7.0661	0.77
合计		**922.4813**	**100.00**

报告期内发行人的股本和股东变化情况如下：

1、2017 年 11 月增资

2017 年 10 月 26 日，泉州华硕召开董事会，同意泉州华硕增资 180.7622 万美元，新增出资由泉州中和、华扬宗兴、福建汇火、泉州宝荣、福建锋达、厦门群盛、上海辉盈认缴。其中，泉州中和以人民币 1,300 万元认缴 27.5811 万美元注册资本，华扬宗兴以人民币 1,470 万元认缴 31.1879 万美元注册资本，福建汇火以人民币 1,040 万元认缴 22.0649 万美元注册资本，泉州宝荣以人民币 550 万元认缴 11.6689 万美元注册资本，福建锋达以人民币 520 万元认缴 11.0324 万美元注册资本，厦门群盛以人民币 520 万元认缴 11.0324 万美元注册资本，上海辉盈以人民币 3,120 万元认缴 66.1946 万美元注册资本。上述股东看好公司的发展前景，因此认购了该次新增股份，并进一步完善公司股权结构和公司治理。该次增资价格为人民币 47.13 元/每 1 美元注册资本，折合 6.91 元/股，该次增资价格系综合考虑公司的经营情况、盈利水平、所处行业及成长性等因素，与投资者充分协商后确定，定价公允。

2017 年 11 月 15 日，泉州华硕就本次增资办理了工商变更登记。2017 年 11 月 23 日，泉州华硕取得外商投资企业变更备案回执（闽泉鲤资备 201700051）。2017 年 11 月 30 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本次出资进行了审验并出具《验资报告》（致同验字（2017）第 350ZB0063 号），上述股东的认购款已足额支付，用于增资的资金为其合法的财产，资金来源合法、合规。

本次增资完成后，泉州华硕的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	比例（%）
1	曾本生	820.0000	74.33

2	上海辉盈	66.1946	6.00
3	福建汇鑫	43.6170	3.95
4	福建汇水	33.8052	3.06
5	华扬宗兴	31.1879	2.83
6	泉州中和	27.5811	2.50
7	福建汇火	22.0649	2.00
8	嘉禾常兴	17.9930	1.63
9	泉州宝荣	11.6689	1.06
10	福建锋达	11.0324	1.00
11	厦门群盛	11.0324	1.00
12	泉州恒亨	7.0661	0.64
合计		**1,103.2435**	**100.00**

2、股份公司设立

2018 年 5 月 2 日，泉州华硕召开董事会，同意泉州华硕整体变更为股份有限公司。同日，各发起人股东签署了《发起人协议》。2018 年 5 月 26 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过泉州华硕整体变更设立为股份有限公司的议案。

根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（致同审字（2018）第 350ZA0252 号），泉州华硕以 2017 年 11 月 30 日经审计账面净资产 305,141,732.58 元为基础，折为公司股份 75,260,328 股，余额计入资本公积。

2018 年 5 月 30 日，公司取得了泉州市工商行政管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码 91350500775373224G）。2018 年 6 月 15 日，公司取得外商投资企业变更备案回执（闽泉鲤资备 201800034）。

股份公司设立时，各发起人股东的持股数量和持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质
1	曾本生	55,938,212	74.33	境外自然人
2	上海辉盈	4,515,619	6.00	有限合伙企业
3	福建汇鑫	2,975,435	3.95	有限合伙企业
4	福建汇水	2,306,101	3.06	有限合伙企业
5	华扬宗兴	2,127,555	2.83	有限合伙企业
6	泉州中和	1,881,509	2.50	有限合伙企业
7	福建汇火	1,505,209	2.00	有限合伙企业
8	嘉禾常兴	1,227,434	1.63	有限合伙企业
9	泉州宝荣	796,021	1.06	有限合伙企业
10	福建锋达	752,601	1.00	境内非国有法人
11	厦门群盛	752,601	1.00	有限合伙企业
12	泉州恒亨	482,031	0.64	有限合伙企业
合计		**75,260,328**	**100.00**	

3、2019 年 6 月增资

2019 年 5 月 30 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，同意增加泉州众亨为新股东，同时公司注册资本由 7,526.03 万元增加至 7,560.00 万元。泉州众亨以现金 234.71 万元认缴 33.97 万元注册资本，增资价格为 6.91 元/股。泉州众亨系员工持股平台，本次增资系公司为实现与骨干员工共同发展而对股权结构进行的调整。增资价格与公司 2017 年 11 月外部机构投资者增资价格相同。

2019 年 6 月 10 日，公司取得了泉州市市场监督管理局核发的《营业执照》。2019 年 6 月 14 日，公司取得外商投资企业变更备案回执（闽泉鲤资备 201900022）。2019 年 6 月 27 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本次增资进行了审验并出具《验资报告》（致同验字[2019]第 350ZB0020 号）。泉州众亨的认购款已足额支付，其用于出资的资金为其合法的财产，资金来源合法、合规。

本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	比例（%）
1	曾本生	55,938,212	73.99
2	上海辉盈	4,515,619	5.97
3	福建汇鑫	2,975,435	3.94
4	福建汇水	2,306,101	3.05
5	华扬宗兴	2,127,555	2.81
6	泉州中和	1,881,509	2.49
7	福建汇火	1,505,209	1.99
8	嘉禾常兴	1,227,434	1.62
9	泉州宝荣	796,021	1.05
10	福建锋达	752,601	1.00
11	厦门群盛	752,601	1.00
12	泉州恒亨	482,031	0.64
13	泉州众亨	339,672	0.45
合计		**75,600,000**	**100.00**

发行人历次股权变动所履行的程序符合法律、法规的相关规定，合法合规，真实有效。发行人历史上不存在股权转让、分红的情形；发行人历次增资、整体变更过程中控股股东及实际控制人曾本生先生无需缴纳个人所得税，发行人无需履行代扣代缴义务；发行人及控股股东均不存在违反税收法律法规等规范性文件的情况。

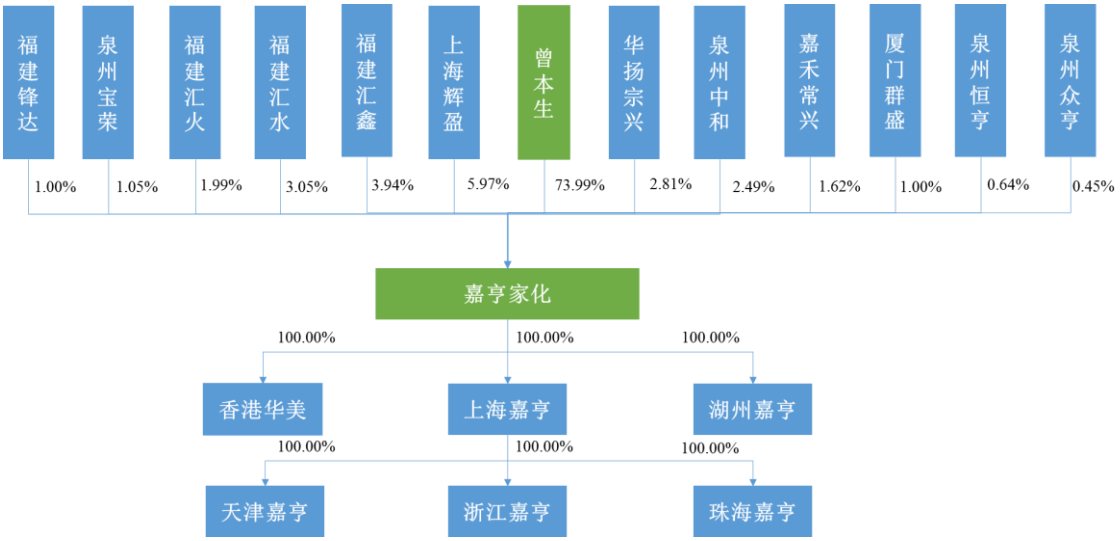
自发行人设立以来，发行人不属于外商投资限制类行业。发行人不存在需要返还税收优惠的情形。

三、发行人在报告期内的重大资产重组情况

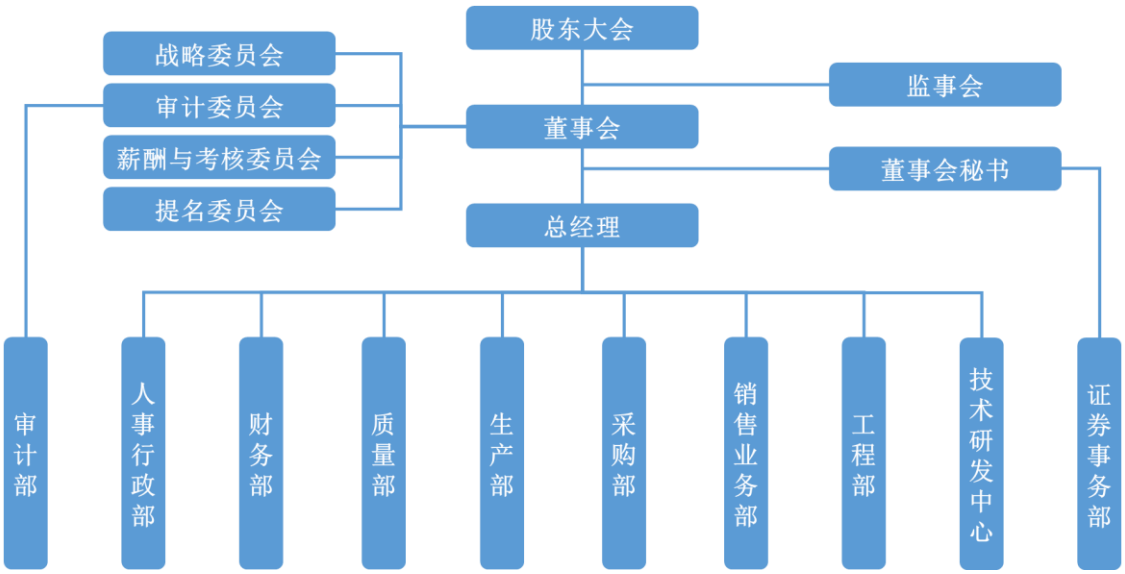
报告期内，发行人未发生过重大资产重组。

四、发行人的股权结构及组织结构

（一）发行人股权结构



（二）发行人组织结构



五、发行人子公司情况

截至招股说明书签署之日，公司拥有 3 家全资子公司，3 家全资孙公司，无参股公司，具体情况如下：

发行人及各子公司、孙公司的业务定位、主要产品、主要服务客户情况如下：

发行人主体	业务定位	主要产品	主要服务客户
嘉亨家化	塑料包装容器的研发、生产和销售，2020 年增加化妆品粉类业务	塑料包装	强生、上海家化、壳牌、百雀羚
		粉类化妆品	强生
上海嘉亨	化妆品、家庭护理产品等日化产品的研发、生产和销售	化妆品	强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利
		家庭护理产品	益海嘉里、利洁时、强生
浙江嘉亨	塑料包装容器及香皂的研发、生产和销售	塑料包装	上海家化、壳牌、强生、百雀羚
		香皂	强生、利洁时、上海家化
天津嘉亨	塑料包装容器的生产和销售	塑料包装	壳牌
珠海嘉亨	塑料包装容器的生产和销售	塑料包装	壳牌
香港华美	化妆品、塑料包装容器的销售	-	SLG Brands Limited、Meiyume（UK）Ltd.
湖州嘉亨	化妆品及塑料包装容器生产基地	尚处于建设期，未实际开展经营活动。	

（一）全资子公司、孙公司

1、上海嘉亨

（1）基本情况

公司名称	上海嘉亨日用化学品有限公司
成立日期	2007 年 8 月 16 日
住　　所	上海市松江区佘山镇陶干路 1069 号
主要生产经营地	上海市松江区佘山镇陶干路 1069 号
法定代表人	曾焕彬
注册资本	16,880 万元
实收资本	16,880 万元
股权结构	嘉亨家化持有 100%股权
经营范围	加工、生产塑胶包装用品、塑胶制品、避蚊剂、餐具（含果蔬）用洗涤剂、洗衣液、消毒剂、卫生用品、化妆品（详见许可证）、香精，销售公司自产产品，黄金制品、日用百货的批发零售，润滑油加工（分装），货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外），包装装潢印刷，仓储服务，塑胶专业领域内从事技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，食品销售。（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）

（2）主营业务及主要财务数据

上海嘉亨主要从事化妆品、家庭护理产品等日化产品的研发、生产和销售。

最近一年及一期，上海嘉亨经容诚所审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31
资产总额	40,737.70	34,527.03
净资产	20,106.44	18,786.36
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	17,896.98	30,669.07
净利润	1,320.08	142.66

（3）历次股本形成和股权变化情况

① 2007 年 8 月，上海嘉亨设立

上海嘉亨系经上海市松江区人民政府“沪松府外经字[2007]第 354 号”文批准设立，成立时注册资本为 1,000 万美元，全部由曾本生以货币认缴。上海嘉亨于 2007 年 7 月 30 日取得《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资沪松独资字[2007]2541 号），并于 2007 年 8 月 16 日领取《企业法人营业执照》。

根据上海嘉亨设立时经批复的公司章程，曾本生应在营业执照签发之日起三个月内认缴其注册资本的 15%，其余的在二年内缴足。

A、第一期出资

截至 2007 年 9 月 6 日，曾本生以 1,200 万港元（折合 1,540,029 美元）出资，占认缴注册资本的 15.40%。2007 年 9 月 19 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2007]1131 号）。

B、第二期出资

截至 2008 年 6 月 30 日，曾本生以 2,320 万港元（折合 2,977,742 美元）完成第二期出资，累计认缴注册资本 45.18%。2008 年 7 月 29 日，上海宏大东亚会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（沪宏会师报字[2008]第 HB0205 号）。

C、第三期出资

截至 2009 年 1 月 9 日，曾本生以 6,499,680.00 港元（折合 834,680.98 美元）完成第三期出资，累计认缴注册资本 53.52%。2009 年 2 月 2 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2032 号）。

D、第四期出资

截至 2009 年 7 月 16 日，曾本生以 300 万港元（折合 387,086.29 美元）完成第四期出资，累计认缴注册资本 57.39%。2009 年 7 月 29 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2342 号）。

E、第五期出资

截至 2009 年 8 月 6 日，曾本生以 400 万港元（折合 516,127.90 美元）完成第五期出资，累计认缴注册资本 62.56%。2009 年 8 月 26 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2400 号）。

2009 年 8 月 14 日，上海市松江区经济委员会同意上海嘉亨注册资本认缴时间由营业执照签发之日起二年内缴足，变更为营业执照签发之日起三年内缴足。

F、第六期出资

截至 2009 年 12 月 15 日，曾本生以 3,999,950.00 港元（折合 515,989.92 美元）完成第六期出资，累计认缴注册资本 67.72%。2009 年 12 月 28 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2606 号）。

G、第七期出资

截至 2010 年 3 月 18 日，曾本生以 3,999,950.00 港元（折合 515,360.82 美元）完成第七期出资，累计认缴注册资本 72.87%。2010 年 4 月 6 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2038 号）。

H、第八期出资

截至 2010 年 4 月 28 日，曾本生以 5,951,964.00 港元（折合 766,542.93 美元）完成第八期出资，累计认缴注册资本 80.54%。2010 年 5 月 17 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2120 号）。

I、第九期出资

截至 2010 年 6 月 10 日，曾本生以 5,499,950.00 港元（折合 704,946.65 美元）完成第九期出资，累计认缴注册资本 87.59%。2010 年 6 月 24 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2305 号）。

J、第十期出资

截至 2010 年 9 月 16 日，曾本生以 6,999,950.00 港元（折合 901,217.12 美元）完成第十期出资，累计认缴注册资本 96.60%。2010 年 9 月 27 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2517 号）。

K、第十一期出资

截至 2011 年 3 月 22 日，曾本生以 2,653,187.47 港元（折合 340,276.39 美元）完成第十一期出资，累计认缴注册资本 100%。2011 年 3 月 29 日，上海宏华会

计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2011]2142 号）。

截至 2011 年 3 月 22 日，上海嘉亨的实收资本累计 1,000 万美元，曾本生对上海嘉亨的出资已缴清。其中第十期、第十一期出资合计 1,241,493.51 美元实际到位时间晚于公司章程规定的期限，但相关出资均为货币且已实缴到位，同时履行了验资程序，不存在出资不实的情形。

本次出资完成后，上海嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	曾本生	1,000.00	100.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

② 2011 年 12 月，第一次股权转让

2011 年 11 月 16 日，泉州华硕作出股东决定、上海嘉亨作出董事会决议，同意泉州华硕收购曾本生持有的上海嘉亨 100%股权。2011 年 11 月 18 日，泉州华硕与曾本生签署《股权转让协议》，股权转让价格以北京湘资国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（湘资国际评字[2011]第 093 号）为基础，上海嘉亨 100%股权评估价格为 7,096.55 万元。经双方协商按照上海嘉亨实收资本确定，上海嘉亨 100%股权作价 7,039.87 万元。

2011 年 11 月 30 日，上海市松江区人民政府出具《关于同意上海嘉亨日用化学品有限公司股权转让、企业性质变更的批复》（沪松府外经字[2011]505 号），同意泉州华硕收购上海嘉亨 100%股权，本次股权转让完成后，上海嘉亨由外商独资企业变更为内资企业，注册资本由 1,000 万美元变更为 7,039.87 万元。2011 年 12 月 7 日，上海宏创会计师事务所（普通合伙）对本次注册资本变更进行审验并出具《验资报告》（宏创会验[2011]12-0109 号）。2011 年 12 月 16 日，上海嘉亨就本次股权转让办理了工商变更登记，并领取《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，上海嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	泉州华硕	7,039.87	100.00
合计		**7,039.87**	**100.00**

③ 2016 年 6 月，第一次增资

2016 年 5 月 27 日，上海嘉亨股东决定，同意上海嘉亨的注册资本由 7,039.87 万元增加至 13,880.00 万元，新增注册资本全部由泉州华硕以货币出资。2016 年

6 月 1 日，上海嘉亨就本次增资办理了工商变更登记，并领取《营业执照》。

本次增资完成后，上海嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	泉州华硕	13,880.00	100.00
合计		**13,880.00**	**100.00**

④ 2017 年 11 月，第二次增资

2017 年 11 月 3 日，上海嘉亨股东决定，同意上海嘉亨的注册资本由 13,880 万元增加至 16,880 万元，新增注册资本全部由泉州华硕以货币出资。2017 年 11 月 14 日，上海嘉亨就本次增资办理了工商变更登记，并领取《营业执照》。

本次增资完成后，上海嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	泉州华硕	16,880.00	100.00
合计		**16,880.00**	**100.00**

截至招股说明书签署日，上海嘉亨股权结构未发生变更。

2、浙江嘉亨

（1）基本情况

公司名称	浙江嘉亨包装技术有限责任公司
成立日期	2016 年 8 月 3 日
住　　所	嘉善县魏塘街道长盛路 138 号
主要生产经营地	嘉善县魏塘街道长盛路 138 号
法定代表人	曾焕彬
注册资本	6,500 万元
实收资本	6,500 万元
股权结构	上海嘉亨持股 100%
经营范围	一般项目：包装服务；包装材料及制品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；橡胶制品制造；橡胶制品销售；塑料制品销售；塑料制品制造；模具销售；模具制造；日用化学产品销售；日用化学产品制造；金属包装容器及材料销售；金属包装容器及材料制造(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：包装装潢印刷品印刷；货物进出口；技术进出口；道路货物运输（不含危险货物）（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，具体经营项目以审批结果为准）

（2）主营业务及主要财务数据

浙江嘉亨主要从事塑料包装容器及香皂的研发、生产和销售。最近一年及一期，浙江嘉亨经容诚所审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31
资产总额	15,850.44	15,787.32
净资产	10,782.14	9,643.61
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	10,085.82	21,366.12
净利润	1,138.54	2,324.02

（3）历次股本形成和股权变化情况

① 2016 年 8 月，浙江嘉亨设立

浙江嘉亨由上海嘉亨独资设立，设立时注册资本为 2,000 万元，全部由上海嘉亨以货币出资。2016 年 8 月 3 日，浙江嘉亨取得《营业执照》。

浙江嘉亨设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	上海嘉亨	2,000.00	100.00
合计		**2,000.00**	**100.00**

② 2017 年 2 月，第一次增资

2017 年 2 月 20 日，浙江嘉亨股东作出决定，同意浙江嘉亨注册资本由 2,000 万元增加至 3,500 万元，新增注册资本全部由上海嘉亨以货币出资。2017 年 2 月 23 日，浙江嘉亨就本次增资办理了工商变更登记，并领取《营业执照》。

本次增资完成后，浙江嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	上海嘉亨	3,500.00	100.00
合计		**3,500.00**	**100.00**

③ 2017 年 3 月，第二次增资

2017 年 3 月 21 日，浙江嘉亨股东作出决定，同意浙江嘉亨注册资本由 3,500 万增加至 6,500 万元，新增注册资本全部由上海嘉亨以货币出资。2017 年 3 月 28 日，浙江嘉亨就本次增资办理了工商变更登记，并领取《营业执照》。

本次增资完成后，浙江嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	上海嘉亨	6,500.00	100.00
合计		**6,500.00**	**100.00**

截至招股说明书签署日，浙江嘉亨股权结构未发生变更。

3、天津嘉亨

（1）基本情况

公司名称	天津嘉亨塑胶有限公司
成立日期	2013 年 4 月 22 日
住　　所	天津经济技术开发区中区纺三路济盛街 36 号
主要生产经营地	天津经济技术开发区中区纺三路济盛街 36 号
法定代表人	曾焕彬
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
股权结构	上海嘉亨持股 100%
经营范围	塑胶包装用品（不含印刷）、塑胶制品的制造、加工、销售；道路货物运输（凭许可证开展经营活动）。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理。）（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）

（2）主营业务及主要财务数据

天津嘉亨主要从事塑料包装容器的生产和销售。最近一年及一期，天津嘉亨经容诚所审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	2,948.68	3,015.23
净资产	1,946.74	1,821.42
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	1,690.44	3,919.88
净利润	125.32	294.23

（3）历次股本形成和股权变化情况

天津嘉亨由上海嘉亨独资设立，设立时注册资本为 1,000 万元，全部由上海嘉亨以货币出资。2013 年 4 月 17 日，天津南华有限责任会计师事务所对天津嘉亨设立时的出资进行审验并出具《验资报告》（津南会内验字[2013]第 122 号）。2013 年 4 月 22 日，天津嘉亨取得《企业法人营业执照》。

天津嘉亨设立时的股权结构如下：

序号	**股东名称**	**注册资本（万元）**	**出资比例（%）**
1	上海嘉亨	1,000.00	100.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

截至招股说明书签署日，天津嘉亨股权结构未发生变更。

4、珠海嘉亨

（1）基本情况

公司名称	珠海嘉亨日用化学品有限公司
成立日期	2013 年 5 月 20 日
住　　所	珠海市南水镇南港东路南侧安宇工业园 1 号厂房
主要生产经营地	珠海市南水镇南港东路南侧安宇工业园 1 号厂房

法定代表人	曾焕彬
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
股权结构	上海嘉亨持股 100%
经营范围	加工、生产塑料包装用品，塑胶制品，发用、护肤、美容修饰、香水类产品，避蚊剂，消毒剂、卫生用品、餐具（含果蔬）用洗涤剂、洗衣液，销售公司自产产品，包装印刷；从事货物及技术进出口业务（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

（2）主营业务及主要财务数据

珠海嘉亨主要从事塑料包装容器的生产和销售。最近一年及一期，珠海嘉亨经容诚所审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	3,008.21	2,734.16
净资产	2,294.15	2,092.66
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	2,101.92	4,766.55
净利润	201.49	487.94

（3）历次股本形成和股权变化情况

① 2013 年 5 月，珠海嘉亨设立

珠海嘉亨由上海嘉亨、缪庆、顾文怡共同出资设立，注册资本为 1,000 万元。2013 年 5 月 20 日，珠海嘉亨取得《企业法人营业执照》。2014 年 5 月 17 日，珠海立信会计师事务所（普通合伙）对珠海嘉亨设立时的出资进行审验并出具《验资报告》（珠立验字[2014]053 号）。

珠海嘉亨设立时的股权结构如下：

序号	**股东名称**	**注册资本（万元）**	**出资比例（%）**
1	上海嘉亨	510.00	51.00
2	缪庆	390.00	39.00
3	顾文怡	100.00	10.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

② 2014 年 6 月，第一次股权转让

2014 年 6 月 4 日，珠海嘉亨作出股东会决议，同意缪庆、顾文怡将其持有的珠海嘉亨 39%股权、10%股权转让给上海嘉亨，转让价格分别为 390 万元、100 万元。2014 年 6 月 5 日，上海嘉亨与缪庆、顾文怡签署了《股权转让协议》。本次股权转让价格以珠海嘉亨实收资本为依据，转让双方协商确定。2014 年 6 月 23 日，珠海嘉亨就本次股权转让办理了工商变更登记，并取得《企业法人营

业执照》。

本次股权转让后，珠海嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	上海嘉亨	1,000.00	100.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

截至招股说明书签署日，珠海嘉亨股权结构未发生变更。

5、香港华美

（1）基本情况

公司名称	华美工业有限公司
公司英文名称	Wahmate Industrial Company Limited
成立日期	2001 年 1 月 29 日
住　　所	香港九龙九龙湾常悦道 9 号企业广场 1 期 3 座 10 楼 05 室
股本总额	10,000 港元
实收股本	10,000 港元
股权结构	嘉亨家化持股 100%
经营范围	贸易

（2）主营业务及主要财务数据

香港华美主要从事化妆品、塑料包装容器的销售。最近一年及一期，香港华美经容诚所审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31
资产总额	262.80	203.93
净资产	71.71	119.06
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	159.29	1,133.69
净利润	-49.75	-22.27

（3）历次股本形成和股权变化情况

① 2001 年 1 月，香港华美前身 MDM International Limited 设立

2001 年 1 月 18 日，张一举、邓荣兴、蔡凌浩三名自然人签署了《公司备忘录》及《公司章程》，共同出资设立 MDM International Limited，注册资本 100 港元，其中蔡凌浩认缴 34%，张一举认缴 33%，邓荣兴认缴 33%。2001 年 1 月 29 日，香港公司注册处签发了《公司注册证书》，公司编号为 745408。

MDM International Limited 设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	股本（港元）	出资比例（%）
1	蔡凌浩	34.00	34.00
2	邓荣兴	33.00	33.00

3	张一举	33.00	33.00
合计		**100.00**	**100.00**

② 2003 年 7 月，第一次股权转让并更名为香港华美

2003 年 6 月 30 日，MDM International Limited 召开董事会，同意蔡凌浩、邓荣兴、张一举分别将其持有的 MDM International Limited 34%、33%、3%股权转让给曾焕彬，张一举将其持有的 MDM International Limited 20%、10%股权分别转让给曾雅萍、庄朝辉，转让价格为 1 港元/股。同意 MDM International Limited 更名为华美工业有限公司，英文全称为 Wahmate Industrial Company Limited。2003 年 7 月 4 日，转让各方签署了股权转让协议。2003 年 7 月 11 日，香港公司注册处签发了《公司更改名称注册证书》。

本次股权转让完成后，香港华美的股权结构如下：

序号	股东名称	股本（港元）	出资比例（%）
1	曾焕彬	70.00	70.00
2	曾雅萍	20.00	20.00
3	庄朝辉	10.00	10.00
合计		**100.00**	**100.00**

注：曾焕彬与曾雅萍系兄妹关系，庄朝辉与曾雅萍系夫妻关系。

③ 2013 年 2 月，第二次股权转让

2013 年 2 月 8 日，曾焕彬、曾雅萍、庄朝辉签署了股权转让协议，曾焕彬将其持有的香港华美 20%、10%股权分别转让给庄朝辉、曾雅萍，转让价格为 1 港元/股。

本次股权转让完成后，香港华美的股权结构如下：

序号	股东名称	股本（港元）	出资比例（%）
1	曾焕彬	40.00	40.00
2	曾雅萍	30.00	30.00
3	庄朝辉	30.00	30.00
合计		**100.00**	**100.00**

④ 2017 年 11 月，第三次股权转让

2017 年 10 月 9 日，泉州华硕董事会作出决议，同意泉州华硕收购曾焕彬、曾雅萍、庄朝辉持有的香港华美 100%股权。同日，泉州华硕与曾焕彬、曾雅萍、庄朝辉分别签署《股权转让协议》，股权转让价格以香港华美截至 2017 年 6 月 30 日经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计净资产-77.06 万元为参考，转让各方协商确定，最终转让作价 5 万港元。

2017 年 11 月 7 日，福建省商务厅核发《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3500201700067 号），批准泉州华硕对香港华美的投资。2017 年 11 月 24 日，福建省发展和改革委员会核发《项目备案通知书》（闽发改外经备[2017]73 号）。

本次股权转让完成后，香港华美成为泉州华硕全资子公司，其股权结构如下：

序号	股东名称	股本（港元）	出资比例（%）
1	泉州华硕	100.00	100.00
合计		**100.00**	**100.00**

⑤ 2018 年 1 月，第一次增资

2017 年 12 月 15 日，泉州华硕召开董事会，同意泉州华硕对香港华美增资 250 万港元，认购香港华美新增股本 9,900 股。

2017 年 12 月 28 日，福建省发展和改革委员会核发《项目备案通知书》（闽发改外经备[2017]83 号），同意对泉州华硕对香港华美增资 250 万港币项目予以备案。

2018 年 1 月 4 日，福建省商务厅核发《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3500201800001 号），批准泉州华硕对香港华美的本次增资。

本次增资完成后，香港华美的股权结构如下：

序号	股东名称	股本（港元）	出资比例（%）
1	泉州华硕	10,000.00	100.00
合计		**10,000.00**	**100.00**

2018 年 5 月，泉州华硕整体变更为股份有限公司后，香港华美的股东名称相应变更为嘉亨家化。

（4）香港华美设立的背景、发行人收购香港华美前后的主要业务、内部交易定价情况、纳税情况

曾焕彬、曾雅萍、庄朝晖 2003 年收购香港华美后，主要从事贸易服务。香港华美于 2010 年开始与发行人进行商业往来，主要向发行人采购塑料包装容器和日化产品并向香港、欧美等区域销售。

香港华美被发行人收购后，主要从事化妆品、塑料包装容器的销售业务。报告期内，发行人境外化妆品销售收入主要通过香港华美实现。对于境外塑料包装容器、家庭护理产品销售收入对应的主要客户壳牌、强生、利洁时等，由发行人境内主体直接对接并保持业务往来。

香港华美作为发行人在境外的销售窗口，主要通过在香港参加展会等形式获

取境外客户订单并保持与客户的沟通交流，接到订单后，由上海嘉亨或嘉亨家化生产，发行人在与香港华美交易过程中，充分考虑了香港华美的费用发生情况，给予香港华美一定的毛利率，维持香港华美的正常运营。香港华美与发行人之间的内部交易定价，综合考虑了对最终客户定价、交易内容、香港华美正常运营的费用等因素，定价合理，交易具有真实的商业背景。报告期内，发行人不存在通过转移定价将利润留存在企业所得税/利得税税率较低的主体的情形，不存在因转移定价等被要求补税的情形。

6、湖州嘉亨

（1）基本情况

公司名称	湖州嘉亨实业有限公司
成立日期	2017 年 12 月 5 日
住　　所	浙江省湖州市南浔区练市镇练溪大道 66 号
法定代表人	曾焕彬
注册资本	5,000 万元
实收资本	1,600 万元
股权结构	嘉亨家化持股 100%
经营范围	实业投资；化妆品、日化产品（不含危险化学品和易制毒化学品）、卫生用品、塑胶制品和模具的研发、生产、销售；从事化妆品、日化产品、卫生用品、塑胶科技、模具科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；包装装潢设计和印刷；从事货物及技术的进出口业务。（涉及行政许可的凭许可证经营）（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）

（2）主营业务及主要财务数据

湖州嘉亨尚未实际经营，拟作为公司募集资金投资项目实施主体，建设化妆品及塑料包装容器生产基地。2019年9月，湖州嘉亨通过出让方式取得位于浙江省湖州市南浔区的一宗工业用地土地使用权，面积为53,332平方米。最近一年及一期，湖州嘉亨经容诚所审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	3,484.03	3,188.60
净资产	1,633.44	1,665.56
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	-	-
净利润	-32.12	19.91

（3）历次股本形成和股权变化情况

湖州嘉亨由泉州华硕独资设立，设立时注册资本为 1,600 万元，全部由泉州华硕以货币出资。2017 年 12 月 5 日，湖州嘉亨取得《营业执照》。

湖州嘉亨设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	泉州华硕	1,600.00	100.00
合计		**1,600.00**	**100.00**

2019 年 9 月 16 日，公司召开董事会，同意公司对湖州嘉亨增资 3,400 万元。2019 年 12 月 26 日，湖州嘉亨取得变更后的《营业执照》。

本次增资完成后，湖州嘉亨的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	嘉亨家化	5,000.00	100.00
合计		**5,000.00**	**100.00**

（二）报告期内注销或转让的子公司

报告期内公司注销的子/孙公司为上海诚壹，不存在对外转让的子公司。

上海诚壹注销前的基本情况如下：

公司名称	上海诚壹塑胶制品有限公司
成立日期	2003 年 6 月 11 日
住　　所	上海市宝山区锦秋路 48 号 B268
法定代表人	曾焕彬
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
股权结构	上海嘉亨持股 100%
经营范围	塑胶制品、包装用品开发、制造、加工（以上限分支经营）销售；塑胶专业领域内从事技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。（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）

上海诚壹系上海嘉亨 2014 年通过非同一控制下收购，收购前，上海诚壹系上海家化、自然人陈伟各持股 50%的公司，主要从事塑料包装的生产和销售。

为集中发展主营业务，上海家化决定逐步剥离或注销非主业子公司，如上海诚壹等。由于发行人与上海家化保持长期业务往来，在获悉上海家化拟转让上海诚壹股权后，考虑到上海诚壹与发行人的主营业务重合度较高，发行人决定通过收购上海诚壹以扩大公司产能，更好的服务发行人的经营发展战略。

2014 年 9 月 26 日，上海诚壹作出股东会决议，同意上海家化、陈伟将其所持有的 50%、50%股权转让给上海嘉亨。同日，上海嘉亨与上海家化、陈伟签署了《股权转让协议》。本次股权转让价格以上海诚壹截至 2014 年 8 月 31 日经评估净资产为依据，北京中同华资产评估有限公司出具《资产评估报告书》（中同华评报字[2014]第 464 号），上海诚壹 100%股权作价 17,476,892.65 元。2014 年

10 月 11 日，上海诚壹就本次股权转让办理了工商变更登记，并领取《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，上海诚壹的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	上海嘉亨	500.00	100.00
合计		**500.00**	**100.00**

发行人于 2014 年年中开始与上海家化洽谈收购上海诚壹事宜，并于 2014 年 10 月完成对上海诚壹的收购，在收购期间，发行人没有从公开信息获取上海诚壹承租的上海市宝山区大场工业公司厂房所处地块有土地改造计划。

2016 年，因上海诚壹承租的上海市宝山区大场工业公司厂房被纳入宝山区大场镇城中村改造范围，上海市宝山区大场工业公司与上海诚壹签订租赁合同提前解除协议。上海诚壹业务由浙江嘉亨承接，为便于管理，公司决定注销上海诚壹。

上海诚壹相关资产、人员的转移及安置情况如下：

1、上海诚壹相关资产转移及处置情况

（1）存货

单位：万元

项目	上海诚壹销售给浙江嘉亨			浙江嘉亨对外销售		
	主营业务收入	主营业务成本	毛利	主营业务收入	主营业务成本	毛利
2017 年	3.54	3.46	0.08	1.17	0.82	0.35
2018 年	43.02	42.95	0.07	66.32	43.05	23.27
2019 年	-	-	-	0.02	0.01	0.01
2020 年	-	-	-	0.08	0.07	0.01
合计	**46.56**	**46.41**	**0.15**	**67.59**	**43.95**	**23.64**

报告期内，上海诚壹将 46.41 万存货以 46.56 万元销售给浙江嘉亨，其中 2.61 万元浙江嘉亨生产领用，剩余 43.95 万元存货以 67.59 万元对外销售，实现毛利 23.64 万元。

（2）固定资产

2016 年，上海诚壹将主要设备转让给浙江嘉亨及嘉亨家化，并将无法转移的配电设备等做报废处理，具体如下：

单位：万元

项目	转让给浙江嘉亨		转让给嘉亨家化		报废处置	
	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧
机器设备	1,461.50	713.20	22.60	19.63	426.39	279.94
电子及其	45.28	34.16	-	-	43.33	30.08

项目	转让给浙江嘉亨		转让给嘉亨家化		报废处置	
	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧
他设备						
合计	**1,506.78**	**747.36**	**22.60**	**19.63**	**469.72**	**310.01**

上海诚壹按照账面价值将固定资产转让给浙江嘉亨、嘉亨家化，并按照资产剩余使用年限计提折旧，对报告期内利润总额未产生重大影响。

报告期内，上海诚壹资产处置情况如下：

单位：万元

项目	2017 年转让给上海嘉亨		2018 年转让给非关联方		2018 年报废处置	
	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧
运输设备	79.41	35.65	14.45	4.47	-	-
电子设备	-	-	-	-	1.15	1.13

2017 年，上海诚壹按照账面价值将运输设备转让给上海嘉亨，确认资产处置收益 0.5 万元,并按照资产剩余使用年限计提折旧，对报告期内利润总额不产生重大影响。2018 年，上海诚壹将车辆牌照按照上海市相关政策拍卖销售给非关联第三方，销售价格 27.69 万元，确认资产处置收益 17.71 万元。

（3）模具

2017 年 1 月，上海诚壹将一套模具按照账面价值 14.42 万元转让给浙江嘉亨，于 2017 年 10 月摊销完毕，摊销金额 14.42 万元计入 2017 年制造费用。

2、人员的转移及安置情况

上海诚壹 2016 年 11 月停产前，共有 127 名员工。公司决定由浙江嘉亨承接上海诚壹的资产、业务和人员，对于不愿意前往浙江嘉亨工作的员工，上海诚壹与其协商解除劳动关系。截止 2016 年末，上海诚壹根据不同岗位职责分批次与 122 名员工依法解除劳动合同，并按照相关法律法规支付员工安置费用合计 337.38 万元。剩余 5 名员工中，3 名财务人员和 2 名销售人员负责上海诚壹少量未完成订单的跟踪及日常财务处理，上述 5 名员工的安置费已于 2016 年支付。其中 1 名销售人员于 2017 年解除劳动合同，剩余 4 名员工于 2018 年解除劳动合同，同时上海诚壹又支付了安置费用 10.12 万元。

3、设备转入浙江嘉亨、上海嘉亨及嘉亨家化后的使用情况

固定资产转入浙江嘉亨、上海嘉亨及嘉亨家化后均处于良好运行状态，能保证公司的日常生产活动正常开展，结合报告期各年末固定资产盘点情况，通过对比未来现金流量现值与固定资产价值孰高，进行固定资产减值测试，经测试无需计提减值准备。

2018 年 10 月 22 日，上海诚壹取得上海市宝山区市场监督管理局出具的《准予注销登记通知书》，准予其注销。报告期内上海诚壹规范运行，不存在重大违法违规行为。

报告期内，上海诚壹的财务状况如下：

单位：万元

项目	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2017 年 12 月 31 日
资产总额	-	1,479.45
净资产	-	1,422.68
营业收入	43.02	1,137.11
净利润	-10.87	142.02

六、发行人主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东及实际控制人

公司控股股东为曾本生，直接持有公司 73.99%股权，实际控制人为曾本生、曾焕彬，曾本生与曾焕彬系父子关系。

曾本生先生：公司创始人，1946 年出生，中国香港永久性居民，证件号码为 P293347（*）。现任公司董事长。曾任公司前身泉州华硕董事长、总经理。

曾焕彬先生：公司创始人，1974 年出生，中国香港永久性居民，证件号码为 P381431（*）。现任公司董事、总经理。曾任公司前身泉州华硕董事、总经理。

（二）控股股东、实际控制人持有的发行人股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至招股说明书签署日，控股股东、实际控制人持有的发行人股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至招股说明书签署日，除嘉亨家化及其下属公司外，曾本生、曾焕彬未控制其他企业。报告期内，曾本生曾经控制香港华达、泉州华达、上海飞华塑胶制品有限公司 3 家企业，均已注销。具体情况如下：

1、香港华达

公司名称	华达贸易投资公司
公司英文名称	Wah Tat Trading & Investment Co
成立日期	1993 年 3 月 2 日

注销日期	2019 年 12 月 6 日
住　　所	Flat/Rm A Blk 3 7/F Grand Promenade 38 Tai Hong St Hk
股权结构	曾本生持股 100%
经营范围	贸易与投资

报告期内，香港华达未从事实际的生产经营业务，未编制财务报表，不存在需要处理的资产、管理人员和生产人员，其在资产、人员和业务等方面与发行人不存在重叠关系。

根据香港翁余阮律师行出具的法律尽职调查意见书，香港华达自成立至注销之日，合法经营，不存在被税务处罚情况，没有受到香港监管机构处罚，没有被任何政府调查或指控。

2、泉州华达

名　　称	泉州华达工艺有限公司
成立日期	1993 年 12 月 22 日
注销日期	2019 年 6 月 10 日
住　　所	泉州市鲤城区南环路火炬工业区常兴路 295 号
法定代表人	曾本生
注册资本	478 万元
股权结构	香港华达持股 100%
经营范围	机械、五金配件加工（不含电镀）。（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）

报告期内，泉州华达未从事实际的生产经营业务，2017 年末、2018 年末资产均为货币资金，不存在需要处理的其他资产、管理人员和生产人员，其在资产、人员和业务等方面与发行人不存在重叠关系。

报告期内，泉州华达的财务状况如下：

单位：万元

项目	2019 年/2019 年 12 月 31 日	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2017 年 12 月 31 日
资产总额	-	77.52	77.35
净资产	-	77.52	77.35
营业收入	-	-	3.13
净利润	-4.91	0.16	2.59

注：以上数据未经审计

泉州华达自 2017 年 1 月 1 日起至其注销之日止，不存在行政处罚的记录，不存在重大违法违规行为。

3、上海飞华塑胶制品有限公司

名　　称	上海飞华塑胶制品有限公司
成立日期	1995 年 6 月 2 日
注销日期	2018 年 4 月 4 日

住　　所	上海市青浦区徐泾镇上海西郊经济技术工业区
法定代表人	陈斌
注册资本	50 万美元
股权结构	香港华达持股 60%，上海飞妮丝工贸公司持股 40%
经营范围	生产和销售塑料包装制品、日用塑料制品

报告期内，上海飞华塑胶制品有限公司未实际经营，未编制财务报表，不存在需要处理的资产、管理人员和生产人员，其在资产、人员和业务等方面与发行人不存在重叠关系，不存在重大违法违规行为。

（四）持有发行人 5%以上股份的其他股东

1、上海辉盈

名　　称	上海辉盈投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2016 年 02 月 03 日
住　　所	上海市长宁区天山路 600 弄 3 号 30 楼 C74 室
执行事务合伙人	苏劲翼
出资总额	4,425 万元
出资结构	苏劲翼占比 55%，林小威占比 45%。
经营范围	实业投资，投资咨询，投资管理（以上三项除银行、证券、保险业务）。（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）

最近一年及一期，上海辉盈的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	3,122.43	3,121.53
净资产	3,117.93	3,118.53
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	0.00	0.00
净利润	-0.60	-1.20

注：以上数据未经审计

2、福建汇鑫、福建汇水、福建汇火

福建汇鑫、福建汇水、福建汇火分别持有公司 297.54 万股、230.61 万股及 150.52 万股，分别占公司总股本的 3.94%、3.05%及 1.99%。福建汇鑫的执行事务合伙人为厦门汇贤至成资本管理有限公司，福建汇水、福建汇火的执行事务合伙人为福建汇贤至成资本管理有限公司，均受郑平控制，福建汇鑫、福建汇水及福建汇火合计持有公司 678.67 万股股份，占公司总股本的 8.98%。

（1）福建汇鑫

名　　称	福建汇鑫至成股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015 年 08 月 06 日
住　　所	福建省泉州市晋江市青阳街道陈村社区金融广场 2 号楼 6 层 B-050

执行事务合伙人	厦门汇贤至成资本管理有限公司
委派代表	郑平
出资总额	3,550 万元
出资结构	厦门汇贤至成资本管理有限公司占比 1.41%，蔡明通占比 85.92%，郑平占比 12.67%。
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（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）

最近一年及一期，福建汇鑫的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	2,652.56	3,378.51
净资产	2,652.56	3,378.51
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	0.00	0.00
净利润	-19.78	0.30

注：以上数据未经审计

（2）福建汇水

名　　称	福建汇水至成股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015 年 11 月 27 日
住　　所	福建省泉州市晋江市青阳街道陈村社区金融广场 2 号楼 6 层 B-047
执行事务合伙人	福建汇贤至成资本管理有限公司
委派代表	郑平
出资总额	2,000 万元
出资结构	福建汇贤至成资本管理有限公司占比 2.5%，郑平占比 41.5%，谢素华占比 30%，郑丹丹占比 15%，吴根英占比 6%，洪楚鹏占比 5%。
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（法律、法规另有规定的除外）（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）

最近一年及一期，福建汇水的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	1,551.78	1,552.06
净资产	1,551.05	1,551.34
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	0.00	0.00
净利润	-0.28	-0.35

注：以上数据未经审计

（3）福建汇火

名　　称	福建汇火至成股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015 年 11 月 27 日
住　　所	福建省泉州市晋江市青阳街道陈村社区金融广场 2 号楼 6 层 B-048
执行事务合伙人	福建汇贤至成资本管理有限公司
委派代表	郑平

出资总额	2,000 万元
出资结构	福建汇贤至成资本管理有限公司占比 2.50%，郑平占比 90.50%，吴根英占比 7.00%。
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务（法律、法规另有规定除外）。（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）

最近一年及一期，福建汇火的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2020.06.30**	**2019.12.31**
资产总额	1,040.38	1,040.41
净资产	1,038.59	1,038.81
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**
营业收入	0.00	0.00
净利润	-0.22	-0.26

注：以上数据未经审计

（五）持有发行人股份的其他股东

1、华扬宗兴

名　　称	泉州市华扬宗兴股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 10 月 20 日
住　　所	福建省泉州市丰泽区丰泽街道田淮街 93 号毅达花苑 8 幢 502 室
执行事务合伙人	郭莹莹
出资总额	1,475 万元
出资结构	郭莹莹占比 14.29%，粘峥炜占比 85.71%。
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（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）

2、泉州中和

名　　称	泉州市中和股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 10 月 23 日
住　　所	福建省泉州市丰泽区东海街道院前路 2 号盛世融城 6 幢 1903 室
执行事务合伙人	杨振昇
出资总额	1,500 万元
出资结构	杨振昇占比 10%，陈肇霞占比 90%。
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（法律法规另有规定的除外）（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）

3、嘉禾常兴

名　　称	泉州嘉禾常兴股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2016 年 5 月 9 日
住　　所	福建省泉州经济技术开发区德泰路 51 号孵化基地创业路 1 号楼 210 室公共办公区 B5 区
执行事务合伙人	徐勇
出资总额	826 万元
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（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）

嘉禾常兴为公司员工持股平台，截至招股说明书签署日，嘉禾常兴的出资结构如下表所示：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	徐　勇	副总经理、董事会秘书	354.47	42.91	普通合伙人
2	陈聪明	财务总监	267.53	32.39	有限合伙人
3	许聪艳	副总经理	33.44	4.05	有限合伙人
4	蔡金根	生产经理	20.06	2.43	有限合伙人
5	李晓峰	珠海嘉亨总经理	20.06	2.43	有限合伙人
6	王　琰	监事、生产部经理	20.06	2.43	有限合伙人
7	辜少芳	采购经理	13.38	1.62	有限合伙人
8	苏霁晓	研发经理	13.38	1.62	有限合伙人
9	翁馥颖	董事、人事行政部经理	13.38	1.62	有限合伙人
10	吴丽彬	财务会计	13.38	1.62	有限合伙人
11	吴丽萍	监事会主席、质量部经理	10.03	1.21	有限合伙人
12	蔡冰冰	业务经理	6.69	0.81	有限合伙人
13	陈满花	浙江嘉亨业务经理	6.69	0.81	有限合伙人
14	林其川	财务会计	6.69	0.81	有限合伙人
15	吴桂珠	仓库主管	6.69	0.81	有限合伙人
16	吴玮斌	财务会计	6.69	0.81	有限合伙人
17	吴玉梅	车间主任	6.69	0.81	有限合伙人
18	谢　军	车间主任	6.69	0.81	有限合伙人
合　计			**826.00**	**100.00**	

嘉禾常兴的合伙人均为发行人员工，嘉禾常兴已根据合伙协议及承诺函的约定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，嘉禾常兴自设立以来均规范运行。

4、泉州宝荣

名　称	泉州宝荣商务咨询中心（有限合伙）
成立日期	2017 年 10 月 12 日
住　所	泉州市丰泽区丰泽街道田安路千亿华园 15E 室
执行事务合伙人	熊建华
出资总额	600 万元
出资结构	熊建华占比 25.45%，留雪莲占比 49.09%，王劲佳占比 13.00%，陈晓红占比 12.46%。
经营范围	商务信息咨询服务（不含金融、证券、期货的投资咨询）。（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）

5、福建锋达

名　称	福建省锋达机电设备有限公司
成立日期	2015 年 4 月 9 日
住　所	福建省泉州市鲤城区鲤中街道清正社区九一街 79 号百脑汇商厦 6 楼
法定代表人	杨玉辉
注册资本	1,000 万元

股权结构	薛玲玲持股 100%。
经营范围	销售：机电设备、电梯及配件、家用电器、电子计算机及外部设备；生产中央空调配件；制冷设备的安装、维护、维修；房屋出租；物业管理。（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）

6、厦门群盛

名　　称	厦门市群盛天宝投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 6 月 26 日
住　　所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路 93 号厦门国际航运中心 C 栋 4 层 431 单元 H
执行事务合伙人	厦门盛世群盛股权投资基金管理有限公司
委派代表	黄跃群
出资总额	10,000 万元
出资结构	厦门盛世群盛股权投资基金管理有限公司占比 4%，黄元土占比 91%，黄跃忠占比 5%。
经营范围	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）。

7、泉州恒亨

名　　称	泉州恒亨股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2016 年 5 月 9 日
住　　所	福建省泉州经济技术开发区德泰路 51 号孵化基地创业楼 1 号楼 210 室公共办公区 B6 区
执行事务合伙人	范洋洋
出资总额	325 万元
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（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）

泉州恒亨为公司员工持股平台，截至招股说明书签署日，泉州恒亨的出资结构如下表所示：

序号	合伙人姓名	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	范洋洋	监事、业务经理	33.51	10.31	普通合伙人
2	龙　韵	副总经理	134.03	41.24	有限合伙人
3	严珍红	上海嘉亨质量部总监	33.51	10.31	有限合伙人
4	卢菊明	上海嘉亨研发经理	33.51	10.31	有限合伙人
5	姜子燕	上海嘉亨业务员	20.15	6.20	有限合伙人
6	张辉黎	上海嘉亨人事行政部经理	16.73	5.15	有限合伙人
7	何　英	上海嘉亨财务会计	13.39	4.12	有限合伙人
8	李伟宇	浙江嘉亨车间主任	13.39	4.12	有限合伙人
9	吴惠娜	浙江嘉亨仓库主管	13.39	4.12	有限合伙人
10	郝建波	车间主任	6.695	2.06	有限合伙人
11	何伟新	车间主任	6.695	2.06	有限合伙人
合计			**325.00**	**100.00**	

泉州恒亨的合伙人均为发行人员工，泉州恒亨已根据合伙协议及承诺函的约定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，泉州恒亨自设立以

来均规范运行。

8、泉州众亨

名　　称	泉州众亨股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2019 年 5 月 28 日
住　　所	福建省泉州经济技术开发区德泰路 69 号孵化基地创业楼 1 号楼 210 室公共办公区 B25 区
执行事务合伙人	陈晓玲
出资总额	235.51 万元
经营范围	非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务。（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）

泉州众亨为公司员工持股平台，截至招股说明书签署日，泉州众亨的出资结构如下表所示：

序号	合伙人姓名	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	陈晓玲	车间主任	6.95	2.95	普通合伙人
2	龙　韵	副总经理	34.08	14.47	有限合伙人
3	严珍红	上海嘉亨质量部总监	20.80	8.83	有限合伙人
4	刘志峰	上海嘉亨工程部主管	13.90	5.90	有限合伙人
5	钟世强	珠海嘉亨技术员	6.95	2.95	有限合伙人
6	张艳萍	上海嘉亨研发工程师	6.95	2.95	有限合伙人
7	孙云卿	上海嘉亨业务员	6.95	2.95	有限合伙人
8	杨英霞	财务部经理	6.95	2.95	有限合伙人
9	解　磊	浙江嘉亨研发经理	6.95	2.95	有限合伙人
10	廖延水	浙江嘉亨车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
11	赵大华	车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
12	魏志祥	IT 主管	6.95	2.95	有限合伙人
13	江　娟	上海嘉亨业务员	6.95	2.95	有限合伙人
14	田振华	上海嘉亨财务经理	6.95	2.95	有限合伙人
15	陈钦江	技术员	6.95	2.95	有限合伙人
16	王培锋	浙江嘉亨车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
17	陈雅琳	财务会计	6.95	2.95	有限合伙人
18	郑书满	浙江嘉亨车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
19	赵立志	天津嘉亨生产经理	6.95	2.95	有限合伙人
20	陈丽芬	审计部经理	6.95	2.95	有限合伙人
21	陈孟锻	车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
22	罗　浩	上海嘉亨研发经理	6.95	2.95	有限合伙人
23	杨金鹏	浙江嘉亨车间副主任	6.95	2.95	有限合伙人
24	李亚楠	上海嘉亨采购员	6.95	2.95	有限合伙人
25	郝雷雷	上海嘉亨研发工程师	6.95	2.95	有限合伙人
26	刘　云	上海嘉亨业务员	6.95	2.95	有限合伙人
27	袁玉梅	上海嘉亨研发主管	6.95	2.95	有限合伙人
合计			**235.51**	**100.00**	-

泉州众亨的合伙人均为发行人员工，泉州众亨已根据合伙协议及承诺函的约

定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，泉州众亨自设立以来均规范运行。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前公司总股本为 7,560 万股，公司此次拟向社会公开发行人民币普通股 2,520 万股，占发行后总股本的比例为 25.00%，发行前后公司股本结构变化如下：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后		锁定限制及期限
		股份（万股）	比例（%）	股份（万股）	比例（%）	
1	曾本生	5,593.82	73.99	5,593.82	55.49	自上市之日起锁定36个月
2	上海辉盈	451.56	5.97	451.56	4.48	自上市之日起锁定12个月
3	福建汇鑫	297.54	3.94	297.54	2.95	自上市之日起锁定12个月
4	福建汇水	230.61	3.05	230.61	2.29	自上市之日起锁定12个月
5	华扬宗兴	212.76	2.81	212.76	2.11	自上市之日起锁定12个月
6	泉州中和	188.15	2.49	188.15	1.87	自上市之日起锁定12个月
7	福建汇火	150.52	1.99	150.52	1.49	自上市之日起锁定12个月
8	嘉禾常兴	122.74	1.62	122.74	1.22	自上市之日起锁定12个月
9	泉州宝荣	79.60	1.05	79.60	0.79	自上市之日起锁定12个月
10	福建锋达	75.26	1.00	75.26	0.75	自上市之日起锁定12个月
11	厦门群盛	75.26	1.00	75.26	0.75	自上市之日起锁定12个月
12	泉州恒亨	48.20	0.64	48.20	0.48	自上市之日起锁定12个月
13	泉州众亨	33.97	0.45	33.97	0.34	自上市之日起锁定12个月
本次发行流通股股东		-	-	2,520.00	25.00	-
合计		**7,560.00**	**100.00**	**10,080.00**	**100.00**	-

（二）发行人前十名股东

本次发行前，公司共有 13 名股东，前 10 名股东持股情况如下表：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	曾本生	5,593.82	73.99
2	上海辉盈	451.56	5.97
3	福建汇鑫	297.54	3.94
4	福建汇水	230.61	3.05
5	华扬宗兴	212.76	2.81
6	泉州中和	188.15	2.49
7	福建汇火	150.52	1.99
8	嘉禾常兴	122.74	1.62
9	泉州宝荣	79.60	1.05
10	福建锋达	75.26	1.00
	厦门群盛	75.26	1.00

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
合计		7,477.82	98.91

注：福建锋达、厦门群盛持股数量相同。

（三）公司前十名自然人股东及其在发行人单位任职情况

公司本次发行前自然人股东为曾本生先生，目前任公司董事长。

（四）发行人国有股份或外资股份的情况

本次发行前，曾本生为发行人外资股东，具体情况详见本节“六、发行人主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人”。

本次发行前，发行人不存在国有股情形。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东福建汇鑫、福建汇水、福建汇火均为郑平控制。福建汇鑫、福建汇水、福建汇火分别持有公司 297.54 万股、230.61 万股及 150.52 万股，分别占公司总股本的 3.94%、3.05%及 1.99%。除上述关联关系外，公司其他股东之间不存在关联关系。

（六）股东中私募投资基金备案情况

福建汇鑫、福建汇水、福建汇火、厦门群盛均已按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规范完成私募基金备案登记，其他股东不属于需要备案的私募投资基金。

八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

1、董事会成员简介

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名。本届董事会由公司创立大会暨第一次股东大会选举产生，选举曾本生等 5 人为公司第一届董事会成员，任期为三年（2018 年 5 月至 2021 年 5 月）。2019 年 5 月 15 日，公司 2018 年年度股东大会通过修订公司章程的议案，将公司董事会人数增加至 7 人，增选李磊、黄兴孪为公司第一届董事会独立董事。

公司本届董事会成员基本情况如下：

曾本生先生：公司创始人，1946 年出生，中国香港永久性居民。曾任公司前身泉州华硕董事长、总经理。现任公司董事长。

郑平先生：1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于香港理工大学管理学专业，博士研究生学历。曾任职于莆田金匙啤酒有限公司、国立华侨大学计算机应用研究所、泉州市火炬电子元件厂，曾任福建火炬电子科技股份有限公司董事、副总经理、董事会秘书、财务总监。现任公司副董事长。

曾焕彬先生：公司创始人，1974 年出生，中国香港永久性居民。曾任公司前身泉州华硕董事、总经理。现任公司董事、总经理。

翁馥颖女士：1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于国家开放大学行政管理专业，本科学历。曾任公司前身泉州华硕监事、行政部经理。现任公司董事、人事行政部经理。

聂学民先生：1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于中国政法大学法学专业，硕士研究生学历。曾任职于中国建筑一局（集团）有限公司、北京国枫律师事务所。现任公司独立董事，北京市北斗鼎铭律师事务所律师、河北随心农业科技有限公司监事。

李磊先生：1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于东华大学材料学专业，博士研究生学历。曾任职于日本国立产业技术综合研究所。现任公司独立董事，厦门大学材料学院教授、博士生导师，郑州大学化学学院讲席教授。

黄兴孪先生：1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于厦门大学金融学专业，博士研究生学历。曾任职于福耀玻璃工业集团股份有限公司、仙游县水务局。现任公司独立董事，厦门大学管理学院会计学副教授、厦门金达威集团股份有限公司独立董事、福州瑞芯微电子股份有限公司独立董事、三安光电股份有限公司独立董事、福建侨龙应急装备股份有限公司独立董事。

2、监事会成员简介

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名。公司本届监事会之股东监事由公司创立大会暨第一次股东大会选举产生，本届监事会之职工代表监事由公司职工代表大会选举产生。公司本届监事会任期三年（2018 年 5 月至 2021 年 5 月），任期届满后可连选连任。公司本届监事会成员的基本情况如下：

吴丽萍女士：1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于国家开放大学行政管理专业，大专学历。2005 年以来任职于公司质量部。现任公司监

事会主席、质量部经理。

王琰先生：1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于浙江理工大学工商管理专业，本科学历。2005 年以来任职于公司生产部。现任公司监事、生产部经理。

范洋洋女士：1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于哈尔滨师范大学工商管理专业，本科学历。曾任职于科瑞特包装机械（张家港）有限公司，2009 年以来任职于上海嘉亨销售业务部。现任公司监事、业务经理。

3、高级管理人员简介

根据公司章程，公司高级管理人员为公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书及董事会认定的其他管理公司事务的高级职员，各高级管理人员基本情况如下：

曾焕彬先生：董事、总经理，简历详见本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“1、董事会成员简介”。

龙韵女士：1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于华东冶金学院化学工程专业，本科学历。曾任职于强生（中国）医疗器材有限公司、强生（中国）有限公司、上海强生有限公司。现任公司副总经理。

许聪艳先生：1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于武汉理工大学机械设计制造及其自动化专业，本科学历。2005 年以来历任公司研发经理、副总经理。现任公司副总经理。许聪艳为中国包装联合会常务理事、泉州市高层次人才、企业经营管理领军人才、工业设计十佳精英人物，主持了“化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法”、“防伪防盗日化塑胶包装自动生产线项目”2 项福建省级科研项目。

徐勇先生：1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于厦门大学法律专业，硕士研究生学历。曾任职于德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）南京分所、华泰联合证券有限责任公司投资银行部、安信证券股份有限公司投资银行部。现任公司副总经理、董事会秘书。

陈聪明先生：1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于厦门大学经济学专业，本科学历。曾任职于泛科轴承集团有限公司、福建火炬电子科技股份有限公司。现任公司财务总监。

4、其他核心人员简介

许聪艳先生：简历详见本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“3、高级管理人员简介”。

苏霁晓先生：1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于国家开放大学行政管理专业，大专学历。曾任职于磁讯（泉州）磁带有限公司、泉州通用零件加工厂。现为公司研发经理。

卢菊明先生：1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于北京交通大学工商企业管理专业，大专学历。2005 年以来任职于公司研发部门。现为上海嘉亨研发经理。

罗浩先生：1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。毕业于同济大学物理化学专业，硕士研究生学历。曾任职于立邦涂料（中国）有限公司、上海庄臣有限公司、雅芳美容化妆品研发（上海）有限公司。现为上海嘉亨研发经理。

（二）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事提名及选聘情况

2018 年 5 月 26 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了第一届董事会成员，其中曾本生先生、郑平先生、曾焕彬先生、翁馥颖女士担任董事，聂学民先生担任独立董事。公司于同日召开的第一届董事会第一次会议选举曾本生先生担任董事长，选举郑平先生担任副董事长。

2019 年 5 月 15 日，公司召开 2018 年年度股东大会，增选李磊先生、黄兴孪先生为公司第一届董事会独立董事。

根据《公司章程》规定，公司董事的任期为三年。以下为本届董事会现任董事提名和选任情况：

姓名	任职	任职期间	提名人
曾本生	董事长	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	曾本生
郑　平	副董事长	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	福建汇鑫
曾焕彬	董事	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	曾本生
翁馥颖	董事	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	嘉禾常兴
聂学民	独立董事	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	曾本生
李　磊	独立董事	2019 年 5 月至 2021 年 5 月	董事会
黄兴孪	独立董事	2019 年 5 月至 2021 年 5 月	董事会

2、监事提名及选聘情况

2018 年 5 月 26 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生王琰先生、范洋洋女士为公司第一届监事会股东监事。公司于同日召开的第一届监事会第一次会议选举吴丽萍女士担任监事会主席。

根据《公司章程》规定，公司监事的任期为三年。以下为本届监事会现任监事提名和选任情况：

姓名	任职	任职期间	提名人
吴丽萍	监事会主席	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	职工代表大会
王　琰	监事	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	曾本生
范洋洋	监事	2018 年 5 月至 2021 年 5 月	泉州恒亨

3、任职资格相关情况

除发行人副总经理龙韵曾在发行人客户强生任职、副总经理及董事会秘书徐勇曾在保荐机构安信证券股份有限公司处任职外，发行人其他董事、监事、高级管理人员及核心人员不存在曾在发行人关联方、客户、供应商、保荐机构、律师、会计师等任职的情形。

发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员中，除罗浩外，与曾任职单位均不存在竞业限制的相关约定。

根据罗浩与雅芳美容化妆品研发（上海）有限公司（以下简称“雅芳”）签署的《劳动合同》，该合同中存在竞业限制的条款，同时合同约定：“竞业限制条款的实际生效取决于离职时雅芳的通知，若雅芳需要员工按约定履行竞业限制条款，则应在员工离职之日起 3 日内发送一份《竞业限制开始的通知》，员工收到上述通知后不得拒绝履行；如果员工在上述期限内未受到上述通知，则竞业限制条款自动失效。”

罗浩在离职后未收到雅芳向其发送的《竞业限制开始通知》，雅芳也未按照劳动合同的约定向其支付竞业限制经济补偿金，劳动合同约定的竞业限制条款自动失效。

发行人及其相关董事、监事、高级管理人员、其他核心人员未因竞业禁止、保守商业秘密或者其他事项被相关人员的曾任职单位主张过权利，现时与相关人员的原任职单位不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间亲属关系

公司董事长曾本生与董事兼总经理曾焕彬为父子关系。除此之外，公司董事、

监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他单位的兼职情况如下：

姓名	公司任职	兼职情况	兼职单位与公司关系
曾本生	董事长	上海嘉亨董事	全资子公司
		珠海嘉亨董事	全资孙公司
郑平	副董事长	厦门汇贤至成资本管理有限公司董事长、总经理	关联方
		汇贤至成投资有限公司执行董事、总经理	关联方
		福建汇贤至成资本管理有限公司执行董事、总经理	关联方
		汇君至成投资控股（香港）有限公司董事	关联方
		汇君至成资本管理（香港）有限公司董事	关联方
		至馨贸易有限公司董事	关联方
曾焕彬	董事、总经理	上海嘉亨董事长、总经理	全资子公司
		湖州嘉亨执行董事、总经理	全资子公司
		浙江嘉亨执行董事	全资孙公司
		天津嘉亨执行董事、总经理	全资孙公司
		珠海嘉亨董事长	全资孙公司
翁馥颖	董事、人事行政部经理	泉州安嘉环境检测有限公司董事	关联方
聂学民	独立董事	北京市北斗鼎铭律师事务所律师	无
		河北随心农业科技有限公司监事	无
李磊	独立董事	厦门大学材料学院教授、博士生导师	无
		郑州大学化学学院讲席教授	无
黄兴孪	独立董事	厦门大学管理学院副教授	无
		福州瑞芯微电子股份有限公司独立董事	关联方
		厦门金达威集团股份有限公司独立董事	关联方
		三安光电股份有限公司独立董事	关联方
		福建侨龙应急装备股份有限公司独立董事	关联方
吴丽萍	监事会主席、质量部经理	珠海嘉亨监事	全资孙公司
范洋洋	监事、业务经理	上海嘉亨监事	全资子公司
		泉州恒亨执行事务合伙人	公司股东
龙韵	副总经理	浙江嘉亨总经理	全资孙公司
徐勇	董事会秘书、副总经理	嘉禾常兴执行事务合伙人	公司股东

（五）公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及其履行情况

截至招股说明书签署日，公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间签订有劳动合同或聘任协议，与其他核心人员签订有保密协议，并在合同中

约定了劳动纪律以及协议双方享有的权利并履行义务。除上述协议外，截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未与公司签署其他协议。

（六）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员最近三年及一期的变动情况

1、董事变动情况

期　间	董事会成员	说明
2017 年 1 月-2018 年 5 月	曾本生、郑平、曾焕彬	-
2018 年 5 月-2019 年 5 月	曾本生、郑平、曾焕彬、翁馥颖、聂学民	股份公司设立，选举产生第一届董事会
2019 年 5 月至今	曾本生、郑平、曾焕彬、翁馥颖、聂学民、李磊、黄兴孪	第一届董事会增选独立董事

2、监事变动情况

期　间	监事会成员	说明
2017 年 1 月-2018 年 5 月	翁馥颖	-
2018 年 5 月至今	吴丽萍、王琰、范洋洋	股份公司设立，选举产生第一届监事会

3、高级管理人员变动情况

期　间	高级管理人员	说明
2017 年 1 月-2018 年 5 月	曾本生、曾焕彬、徐勇、陈聪明	-
2018 年 5 月至今	曾焕彬、龙韵、许聪艳、徐勇、陈聪明	股份公司设立，董事会聘任总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监

4、其他核心人员变动情况

期　间	其他核心人员	说明
2017 年 1 月-2019 年 4 月	许聪艳、苏霁晓、卢菊明	-
2019 年 4 月至今	许聪艳、苏霁晓、卢菊明、罗浩	引入新的研发人员

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员报告期内未发生重大变动。上述人员任职调整主要是因公司整体变更设立股份有限公司、完善公司治理结构以及强化研发实力、提高研发水平而进行的正常调整，有利于公司的进一步发展，未对公司生产经营产生重大不利影响；且履行了必要的法律程序，符合有关法律法规及《公司章程》的规定。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员对外投资情况如下：

姓名	公司职务	投资企业名称	与公司的关系	注册资本（万元）	出资比例
郑平	副董事长	汇贤至成投资有限公司	公司董事控制的企业	5,000	郑平持股 90%
		福建汇贤至成资本管理有限公司	公司董事控制的企业	1,000	汇贤至成投资有限公司持股 100%
		厦门汇贤至成资本管理有限公司	公司董事控制的企业	1,000	福建汇贤至成资本管理有限公司持股 90%
		汇君至成投资控股（香港）有限公司	公司董事控制的企业	300 万美元	汇贤至成投资有限公司持股 100%
		汇君至成资本管理（香港）有限公司	公司董事控制的企业	300 万美元	汇君至成投资控股（香港）有限公司持股 100%
		福建汇水	公司股东	2,000	郑平出资 41.50%，福建汇贤至成资本管理有限公司出资 2.50%并担任执行事务合伙人
		福建汇火	公司股东	2,000	郑平出资 90.50%，福建汇贤至成资本管理有限公司出资 2.50%并担任执行事务合伙人
		福建汇天至成股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事控制的企业	1,055	福建汇贤至成资本管理有限公司出资 5.21%并担任执行事务合伙人
		福建汇地至成股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事控制的企业	2,000	郑平出资 97.50%，福建汇贤至成资本管理有限公司出资 2.50%并担任执行事务合伙人
		福建汇鑫	公司股东	3,550	郑平出资 12.67%，福建汇贤至成资本管理有限公司出资 1.41%并担任执行事务合伙人
		泉州斯达步贸易有限公司	公司董事及其配偶控制的企业	200	郑平出资 20.00%，其配偶出资 80.00%
		至馨贸易有限公司	公司董事及其配偶控制的企业	1 万港元	郑平出资 52.00%，其配偶出资 48.00%
翁馥颖	董事、人事行政部经理	泉州安嘉环境检测有限公司	公司董事对外投资的企业	500	翁馥颖持股 50%
聂学民	独立董事	河北随心农业科技有限公司	公司独立董事施加重要影响的企业	1,000	聂学民持股 10%

除上述已披露的对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未有其他对外投资事项。

（八）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接或间接持有公司股份的情况

截至招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接、间接持有发行人股份情况如下：

姓名	在公司担任职务	直接持股比例	间接持股比例	间接持股情况	合计持股比例
曾本生	董事长	73.99%	-	-	73.99%
郑　平	副董事长	-	3.11%	福建汇鑫（0.54%） 福建汇水（0.85%） 福建汇火（1.72%）	3.11%
曾焕彬	董事、总经理	-	-	-	-
翁馥颖	董事、 人事行政部经理	-	0.03%	嘉禾常兴	0.03%
吴丽萍	监事会主席、 质量部经理	-	0.02%	嘉禾常兴	0.02%
王　琰	监事、生产部经理	-	0.04%	嘉禾常兴	0.04%
范洋洋	监事、业务经理	-	0.07%	泉州恒亨	0.07%
龙　韵	副总经理		0.33%	泉州恒亨（0.26%） 泉州众亨（0.07%）	0.33%
许聪艳	副总经理	-	0.07%	嘉禾常兴	0.07%
徐　勇	副总经理、 董事会秘书	-	0.70%	嘉禾常兴	0.70%
陈聪明	财务总监	-	0.53%	嘉禾常兴	0.53%
苏霁晓	研发经理	-	0.03%	嘉禾常兴	0.03%
卢菊明	上海嘉亨 研发经理	-	0.07%	泉州恒亨	0.07%
罗　浩	上海嘉亨 研发经理	-	0.01%	泉州众亨	0.01%

上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有的本公司股份均不存在质押或冻结的情况。

（九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由工资、津贴及奖金等组成。公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责制定绩效评价标准、程序、体系以及奖励和惩罚的主要方案和制度，薪酬方案按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的审议程序。最近三年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额占公司利润总额的比例分别为 11.59%、6.84%和 5.13%。

2019 年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司领取的税前薪酬情况如下：

单位：万元

姓名	担任公司职务	2019 年	备注
曾本生	董事长	70.00	-
郑　平	副董事长	-	未在公司领薪
曾焕彬	董事、总经理	97.46	-
翁馥颖	董事、人事行政部经理	11.83	-
聂学民	独立董事	7.14	-
李　磊	独立董事	4.76	2019 年 5 月被聘任为独立董事
黄兴孪	独立董事	4.76	2019 年 5 月被聘任为独立董事
吴丽萍	监事会主席、质量部经理	9.72	-
王　琰	监事、生产部经理	19.05	-
范洋洋	监事、业务经理	17.12	-
龙　韵	副总经理	31.36	-
许聪艳	副总经理	25.37	-
徐　勇	副总经理、董事会秘书	34.00	-
陈聪明	财务总监	30.38	-
苏霁晓	研发经理	10.47	-
卢菊明	上海嘉亨研发经理	14.97	-
罗　浩	上海嘉亨研发经理	13.15	-
合计	-	**401.56**	-

最近一年公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员从公司除领取薪酬和公司为其缴纳的法定的社会保险和住房公积金外，并未享受其他待遇或退休金计划。

（十）发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至招股说明书签署日，发行人没有正在执行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他安排。

九、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

报告期内，发行人的员工人数变化情况如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
员工人数	2,244	1,814	1,580	1,343

（二）员工专业结构

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人的员工专业结构情况如下：

分　类	人　数	占员工人数比例（%）
管理及行政人员	374	16.67
技术研发人员	130	5.79
采购及生产人员	1,692	75.40

分　类	人　数	占员工人数比例（%）
营销服务人员	48	2.14
合　计	**2,244**	**100.00**

（三）发行人执行的社会保障制度和住房公积金制度

1、员工社会保险、住房公积金缴纳情况

公司及子公司实行劳动合同制，与员工按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》的有关规定签订劳动合同，员工根据劳动合同承担义务和享受权利。

报告期各期末，公司及子公司员工缴纳各项社会保险及住房公积金的人数情况具体如下：

单位：人

时间	项目	员工人数	实缴人数	其中新农合、新农保	未缴社保公积金人数
2020/06/30	养老保险（含新农保）	2,244	2,074	-	170
	医疗保险（含新农合）		2,071	-	173
	工伤保险		2,077	-	167
	失业保险		2,074	-	170
	生育保险		2,072	-	172
	住房公积金		883	-	1,361
2019/12/31	养老保险（含新农保）	1,814	1,448	122	366
	医疗保险（含新农合）		1,609	266	205
	工伤保险		1,814	-	0
	失业保险		1,321	-	493
	生育保险		1,342	-	472
	住房公积金		416	-	1,398
2018/12/31	养老保险（含新农保）	1,580	995	81	585
	医疗保险（含新农合）		1,088	163	492
	工伤保险		1,580	-	0
	失业保险		909	-	671
	生育保险		921	-	659
	住房公积金		181	-	1,399
2017/12/31	养老保险（含新农保）	1,343	814	42	529
	医疗保险（含新农合）		867	78	476
	工伤保险		1,081	-	262
	失业保险		720	-	623
	生育保险		741	-	602
	住房公积金		165	-	1,178

注 1：新农村社会保险指新型农村社会养老保险（以下简称“新农保”）和新型农村合作医疗（以下简称“新农合”）。

注 2：未缴社保公积金人数=员工人数-实缴人数

注 3：每年养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险缴纳/未缴纳人数略有

不同，主要系员工缴纳不同社保险种的意愿略有差异所致。

公司在泉州、上海、浙江、天津、珠海均有生产经营场所，其中泉州、浙江作为民营经济较为发达的地区，每年吸引了大量外来务工人员就业。公司聘用的外来务工人员多为农村户口，通常自身参与新农保、新农合并在宅基地上拥有自建房。由于员工配合缴纳社会保险和住房公积金，将降低员工实际收入，且该类员工流动性较大，因此员工缴纳意愿较低，发行人难以追溯规范到位。

公司持续向员工宣传国家有关社会保障和住房公积金管理方面的法律、法规和规范性文件的要求，鼓励员工配合公司为其缴纳社会保险费及住房公积金，要求为新入职员工及时办理社保手续；同时持续为员工提供宿舍或住房补贴，保障其住宿需求。报告期内，发行人根据国家及地方社会保险和住房公积金相关规定，将社会保险和住房公积金缴纳流程具体化，缴纳社会保险和住房公积金的比例不断提升。截至 2020 年 6 月末，除外籍员工、已在其他单位缴纳社会保险和住房公积金、新入职员工正在办理相关手续、退休返聘等特殊情形无法及时缴纳社会保险和住房公积金以外，公司基本为全部符合条件的员工缴纳了社会保险，并逐步提高住房公积金的覆盖范围。

2、发行人其他未缴纳社会保险和住房公积金的原因

报告期内，发行人未缴纳社会保险及住房公积金的员工人数、原因分布如下：

（1）2020 年 1-6 月

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	42	44	42	42	44	41
当月新增入职	110	110	110	110	110	110
外单位参保	9	10	6	9	9	7
香港强积金	5	5	5	5	5	5
其他	4	4	4	4	4	1,198
合计	**170**	**173**	**167**	**170**	**172**	**1,361**

（2）2019 年

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	37	37	-	37	37	35
当月新增入职	14	14	-	14	14	14
外单位参保	2	2	-	2	2	2
香港强积金	5	5	-	5	5	5
其他	308	147	-	435	414	1,342

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
合计	**366**	**205**	**0**	**493**	**472**	**1,398**

（3）2018 年

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	27	27	-	27	27	25
当月新增入职	25	25	-	25	25	25
外单位参保	2	2	-	2	2	2
香港强积金	6	6	-	6	6	6
其他	525	432	-	611	599	1,341
合计	**585**	**492**	**0**	**671**	**659**	**1,399**

（4）2017 年

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	18	18	17	18	18	17
当月新增入职	6	6	6	6	6	6
外单位参保	3	3	2	3	3	3
香港强积金	6	6	6	6	6	6
其他	496	443	231	590	569	1,146
合计	**529**	**476**	**262**	**623**	**602**	**1,178**

在未缴社会保险、住房公积金的员工中，存在以下情况：

（1）退休返聘人员

根据相关法律法规，退休返聘人员不需要缴纳社会保险费和住房公积金，因此未计入应缴人数。

（2）当月新增入职

报告期内，公司部分员工为当期期末新聘用员工，因入职时间晚于公司当月办理社会保险的时间，导致公司无法在当期为员工缴纳社会保险。

（3）外单位参保

因个人原因，公司存在部分员工在原单位参保。

（4）香港强积金

公司香港籍员工在香港缴纳强积金，未在公司缴纳社保及住房公积金。

（5）其他未缴纳社会保险和住房公积金的原因

报告期内，公司存在部分员工入职前从未缴纳社保或者员工年龄偏高，经公司多次劝说后仍选择放弃缴纳社保。此外，报告期期初发行人未对农村籍员工的

新农村社会保险缴纳进行统筹规范，未对相关员工缴纳的新农村社会保险进行报销，而该等员工的流动性较大，发行人难以追溯规范到位。

公司农村户籍的员工人数较多，该部分员工在户籍地一般拥有宅基地和自建住房，缴纳城镇住房公积金的意愿较低，根据《国务院关于解决农民工问题的若干意见》（国发[2006]5 号）和建设部、财政部、中国人民银行《关于住房公积金管理若干具体问题的指导意见》（建金管[2005]5 号）的相关规定，国家未强制城镇企业为农村户籍员工缴纳住房公积金。为保障上述员工的住宿需求，发行人已为其提供员工宿舍或住房补贴，并积极劝导该部分员工缴纳住房公积金。

公司持续向员工宣传国家有关社会保障和住房公积金管理方面的法律、法规和规范性文件的要求，鼓励员工配合公司为其缴纳社会保险费及住房公积金，因此，报告期内该等员工人数逐渐降低。

3、应缴未缴社会保险和住房公积金的金额及对发行人各期净利润的影响

根据发行人各主体所在地城镇社会保险和住房公积金的最低缴费标准，以“未缴原因-其他”的人数为口径进行计算，报告期内，发行人应缴未缴社会保险和住房公积金的金额及对各期净利润的影响如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
补缴社会保险金额	0.92	127.85	393.26	361.49
补缴公积金金额	119.53	227.61	223.18	181.29
小计	120.45	355.46	616.44	542.78
减：所得税影响额	30.01	69.29	125.94	109.75
合计	90.44	286.18	490.50	433.03
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,928.85	6,227.76	4,149.83	1,707.92
合计占比	**2.30**	**4.60**	**11.82**	**25.35**

报告期内，发行人应缴未缴社会保险及住房公积金金额占当期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例分别为 25.35%、11.82%、4.60%和 2.30%，对发行人经营业绩造成一定的影响，但影响程度在报告期内逐渐降低。其中 2018 年、2019 年扣减测算金额后，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润合计为 9,600.92 万元，仍符合创业板上市条件，不会对发行人本次发行上市构成障碍。

4、主管部门出具的合规证明文件

关于公司报告期内社会保险缴纳情况，公司及子公司所在地人力资源和社会

保障局已出具书面证明，证明公司及子公司自 2017 年 1 月 1 日以来，未因违反劳动和社会保障方面法律、法规和规范性文件的要求受到行政处罚的情形。

关于公司报告期内住房公积金缴纳情况，公司及子公司所在地住房公积金管理中心已出具书面证明，证明公司及子公司自 2017 年 1 月 1 日或自住房公积金账户建立以来，已经按照法律、法规和规范性文件的规定，依法为职工缴纳住房公积金，不存在因违反住房公积金相关法律、法规及规范性文件而受到行政处罚的情形。

5、控股股东、实际控制人承诺

关于公司社会保险及住房公积金缴纳事宜，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬就公司缴纳社保及住房公积金事项承诺如下：如果未来社会保险管理部门或住房公积金管理部门要求公司及其控股子公司补缴其发行股票并上市前可能欠缴的社会保险费用或住房公积金，或者社会保险管理部门或住房公积金管理部门对公司及其控股子公司因可能欠缴社会保险费用或住房公积金而给予公司及其控股子公司行政处罚或要求其承担损失的，本人将无条件全额承担公司及其控股子公司可能缴纳的上述社会保险费用、住房公积金或行政罚款、损失以及任何其他与此相关的费用，保证公司及其控股子公司不会因此受到损失。

6、劳务派遣情况

（1）发行人劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况

报告期各期末，发行人劳务派遣用工人数及其占发行人正式员工用工总量的比例如下：

单位：人、%

时间	正式员工人数	劳务派遣用工人数	劳务派遣用工比例
2020 年 06 月 30 日	2,244	163	7.26
2019 年 12 月 31 日	1,814	84	4.63
2018 年 12 月 31 日	1,580	261	16.52
2017 年 12 月 31 日	1,343	90	6.70

根据《劳动合同法》《社会保险法》《住房公积金管理条例》的相关规定以及发行人与劳务派遣单位签署的《劳务派遣协议》的约定，发行人非为劳务派遣人员缴纳社会保险及住房公积金的直接义务人。发行人将劳务派遣员工的社会保险、住房公积金对应款项包含在向劳务派遣单位支付的劳务派遣费用中，由派遣

单位缴存劳务派遣员工的社会保险、住房公积金。

（2）发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

① 发行人目前采取劳务派遣方式的用工制度符合国家有关规定

根据《劳动合同法》第六十六条规定，劳动合同用工是我国的企业基本用工形式。劳务派遣用工是补充形式，只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上实施。

根据《劳务派遣暂行规定》的相关规定，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者。用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。

自 2019 年 1 月起，发行人使用的被派遣劳动者数量未超过用工总量的 10%，符合《劳务派遣暂行规定》关于人数与比例的规定。同时，发行人采用劳务派遣用工方式所涉及的岗位主要为生产车间的临时性或辅助性的工作岗位，以上岗位流动性较大，可替代性较高，且对于学历、技能与经验要求较低，通过简单培训即可胜任，符合《劳务派遣暂行规定》等法律、法规及规范性文件的规定。

综上所述，发行人目前采取劳务派遣方式的用工制度符合国家有关规定。

② 发行人报告期初的劳务派遣用工不规范问题对本次发行不构成实质性障碍

2018 年末，发行人存在使用被派遣劳动者的数量超过发行人用工总量 10%的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定。针对上述情形，发行人在报告期内已按照《劳务派遣暂行规定》的相关规定对用工制度进行了整改。自 2019 年 1 月以来，发行人使用被派遣劳动者的数量占发行人用工总量的比例已符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定。

发行人在报告期初存在的劳务派遣事项不符合相关规定的情形，不构成本次发行上市的法律障碍，具体理由如下：

A、发行人报告期初存在的劳务派遣事项不属于《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》《劳动保障监察条例》及《重大劳动保障违法行为社会公布办法》等劳动相关的法律法规规定的重大违法行为。

B、根据《劳动合同法》第九十二条规定，劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款。截至本回复出具之日，公司未收到过劳

动行政部门责令限期整改的通知，不存在逾期不改正的情形。

C、根据发行人及其子公司所在地人力资源和社会保障部门出具的《证明》，报告期内，发行人及子公司未因违反劳动和社会保障方面法律、法规和规范性文件的要求受到行政处罚的情形。

D、为避免发行人因报告期初劳务派遣用工不规范问题可能遭受的损失，发行人控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬亦出具承诺，“如应有权部门的要求或决定，公司及其子公司因劳务派遣事宜遭受损失，或受到有关主管部门处罚，则本人将以连带责任方式无条件全额承担，保证公司及其子公司不会因此受到任何损失。”

综上，发行人在报告期初存在的劳务派遣事项不符合相关规定的情形，不会对发行人的生产经营造成重大影响，且未受到行政处罚，不属于重大违法行为，不构成本次发行上市的法律障碍。

7、发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况

报告期内，发行人与其员工存在两起已了结的劳动合同纠纷，具体情况如下：

2019 年 5 月 24 日，张某向上海市松江区劳动人事争议仲裁委员会申请仲裁，请求：上海嘉亨支付张某违法解除劳动合同赔偿金 39,958 元。2019 年 7 月 8 日，上海市松江区劳动人事争议仲裁委员会作出《裁决书》（松劳人仲[2019]办字第 1962 号），裁决如下：张某之仲裁请求，本会不予支持。

2019 年 12 月 9 日，章某向上海市松江区人民法院起诉，请求：①恢复章某和上海嘉亨的劳动关系；②上海嘉亨按章某原工资待遇（4,600 元/月）支付自 2019 年 7 月 26 日至判决生效之日的工资。2020 年 2 月 20 日，上海市松江区人民法院作出《民事判决书》（[2019]沪 0117 民初 20290 号），判决如下：驳回章某的全部诉讼请求。

综上，报告期内，发行人与员工之间存在的上述劳动合同纠纷案件涉及的员工数量、争议金额较少且已结案，不会对发行人持续经营造成不利影响。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

（一）主营业务及发展历程

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司的主要产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品，以及配套的塑料包装容器。

报告期内，公司主营业务和主要产品未发生变化。

在 2005 年设立之初，公司从事塑料包装容器的生产和销售，主要客户为知名日化产品品牌商，公司以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，成为客户长期稳定的合作伙伴。

随着中国成为全球化妆品主要消费国，化妆品需求快速稳步增长，公司敏锐洞悉化妆品品牌商的生产、研发外包需求，2011 年以 OEM 模式为业务发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生等品牌商的严格认证。公司在化妆品、家庭护理产品领域，经过对配方及工艺的不断研发，在工艺、质量管控方面积累了丰富的经验，并形成良好的市场声誉，国内外客户群体不断增加，目前为多个化妆品品牌提供 ODM 服务。

历经十多年的努力，公司不断探索企业价值提升的发展路径，形成日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，日化产品业务得到快速发展，增强了对客户的一体化服务能力。

（二）主要产品

公司主要客户及主要产品示意如下：

服务客户	主要产品类别	主要服务品牌	示意图
强生	化妆品	露得清 强生婴儿 大宝 嗳呵	 

服务客户	主要产品类别	主要服务品牌	示意图
			
	家庭护理产品	强生婴儿 嗳呵	
	塑料包装	大宝 强生婴儿	
上海家化	家庭护理产品	家安 启初婴儿	
	塑料包装	美加净 六神 启初婴儿	
郁美净	化妆品	郁美净	
壳牌	塑料包装	喜力、劲霸 宝马	

服务客户	主要产品类别	主要服务品牌	示意图
益海嘉里	家庭护理产品	洁劲 100	
百雀羚	化妆品	百雀羚经典气韵	
	塑料包装	百雀羚	
贝泰妮	化妆品	薇诺娜	
保利沃利	化妆品	三谷	
尚赫（天津）科技开发有限公司	化妆品	尚赫	
天津气味悦泽化妆品有限公司	化妆品	气味图书馆	

服务客户	主要产品类别	主要服务品牌	示意图
多特瑞（上海）商贸有限公司	化妆品	多特瑞	
利洁时	家庭护理产品	滴露	
拜尔斯道夫	塑料包装	美涛	

（三）主营业务收入构成情况

报告期内，公司主营业务收入按产品划分的构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
化妆品	13,594.32	35.19	22,911.20	30.00	16,159.93	23.23	9,504.21	18.43
家庭护理产品	8,125.99	21.04	8,962.96	11.73	9,298.70	13.37	6,205.07	12.03
主营业务收入	**38,628.02**	**100.00**	**76,383.36**	**100.00**	**69,565.48**	**100.00**	**51,583.14**	**100.00**

（四）主要经营模式

1、采购模式

报告期内，公司日化产品所需的主要原材料包括表面活性剂、润肤剂、皮肤调理剂、保湿剂、芳香剂及其他添加剂等，塑料包装产品所需的主要原材料包括合成树脂（PE、PP 等）、色母等。发行人原材料采购的具体情况详见本节“五、主要原材料和能源及其供应情况”。

原材料采购是公司产品质量控制和成本控制的关键环节，公司具有完善的原材料供应商评估体系，公司组织供应商筛选、认定工作，挑选合格供应商，以保证原材料质量满足客户要求。公司与供应商建立长期稳定的合作关系，使原材料

供应充足、渠道畅通，确保公司有效控制采购成本、缩短采购周期、提高库存周转率，减少原材料价格波动带来的经营风险。

原材料采购价格由发行人与供应商谈判协商确定，每种原材料一般确定两家以上的供应商，以保证原材料采购的价格和质量。部分客户根据不同产品需求，会指定原材料如标签、色母等的供应商，指定供应商同时需要通过发行人的合格供应商认证。发行人直接向上述经认证的客户指定供应商下单采购，并将采购原材料用于品牌客户相关产品的生产制造。

2、生产模式

公司的生产模式主要为订单式生产，公司结合客户的需求计划、自身的实际产能、产品的生产流程耗时等因素制定排产计划，组织生产制造。

（1）日化产品

公司日化产品生产目前以 OEM 模式为主，同时为部分品牌商提供 ODM 服务。OEM 模式即按照客户提供的配方，结合自身生产工艺，根据客户需求量，从指定供应商采购或者自主采购原材料，进行批量生产，满足客户安全性、功效性等质量要求。ODM 模式下，在配方确定、工艺流程设计等阶段，公司即与客户不断沟通反馈，为客户提供有针对性的产品方案，在产品制造阶段，根据产品方案，选定供应商、制定生产计划和生产工艺，进行批量生产。

① OEM、ODM 模式的主要差别

OEM、ODM 模式的主要差别在于：OEM 模式下，公司一般根据客户提供的配方并将其转换为适合公司的工艺，经客户确认后生产加工为成品；ODM 模式下，公司根据客户产品需求，从原料供应、配方构成、生产工艺等方面进行开发，公司按照双方确认的配方工艺进行生产。

OEM、ODM 模式的主要情况对比如下：

项目	OEM 模式	ODM 模式
采购方式	从指定供应商采购或自主采购	自主采购，少量材料从指定供应商采购
成本构成	根据客户需求、与客户签订的合同条款、产品类别、业务开展的实际情况不同，成本构成不同。 对于由客户提供原辅材料的产品，其成本构成通常主要为加工费成本；对于由发行人采购原辅材料的产品，其成本构成通常为公司采购的主要原辅材料、包材、加工费成本。	成本构成包括公司采购的主要原辅材料、包材、加工费成本。
生产流程	OEM 模式、ODM 模式二者工艺流程没有明显不同，日化产品均需要配制、灌装，	

	生产工艺随着产品品类而有所差异。	
主要产品类型	化妆品、家庭护理产品	化妆品
主要客户	强生、益海嘉里、郁美净、贝泰妮、利洁时、多特瑞、百雀羚、上海家化	保利沃利、尚赫、气味图书馆

② 报告期内，公司日化产品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比情况如下：

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
OEM 模式	销售收入	19,445.13	24,313.51	22,131.42	13,961.75
	收入占比	89.53	76.28	86.93	88.88
	毛利	6,102.66	5,365.66	4,018.82	3,129.45
	毛利占比	91.20	73.37	81.38	84.45
ODM 模式	销售收入	2,275.18	7,560.65	3,327.22	1,747.53
	收入占比	10.47	23.72	13.07	11.12
	毛利	588.70	1,947.24	919.72	576.40
	毛利占比	8.80	26.63	18.62	15.55

③ OEM 模式下采用总额法确认收入的合规性

报告期内，OEM 模式下公司主要客户包括强生、益海嘉里、郁美净、贝泰妮、利洁时、多特瑞（上海）精油有限公司及多特瑞（上海）商贸有限公司（以下简称“多特瑞”）、百雀羚、上海家化等。

报告期内，发行人 OEM 模式下收入确认包括总额法和净额法，是根据发行人与客户签订的合同条款、产品类别、业务开展的实际情况，按照企业会计准则确定。如果是由发行人采购主要原辅材料（含包材）的，相应的原辅材料（含包材）计入产品成本，收入确认金额包括原辅材料（含包材）、加工费、利润在内，收入确认方法为总额法；如果是由客户提供主要原辅材料（含包材）的，相应的原辅材料（含包材）不计入产品成本、不确认收入，仅将加工费等确认为销售收入，收入确认方法为净额法。

发行人主要 OEM 客户就原辅材料指定供应商，主要考虑产品开发验证阶段已确定使用的原辅材料型号及相关指标不能随意更改，以便于产品质量控制，同时可以通过自身规模优势获取较有优势的采购价格，由 OEM 企业与指定供应商直接采购结算，也减少了其供应链管理风险。

报告期内，发行人与上述客户合作过程中，由发行人向指定供应商采购或自主采购原辅材料的，包括强生（除少量露得清产品）、利洁时、益海嘉里、多特瑞（除少量精油产品）、上海家化（香皂产品），发行人在供应商交付原材料后取得所有权并承担原材料采购的资金和库存风险，发生毁损、灭失的由发行人自

行承担，客户没有原材料的管理权也不承担库存风险；产品生产过程中，发行人需将采购的原材料通过乳化混合、灌装、包装等复杂工艺转化成客户所需成品；产品销售时，销售价格包括主要原辅材料、加工费、利润在内的全额销售价格。因此，发行人向指定供应商采购或自主采购原辅材料进行生产销售的产品，产品成本及收入涵盖发行人采购的原辅材料，以总额法确认加工后成品的销售收入符合公司与上述客户的实际合作情况，符合企业会计准则的规定。

报告期内，发行人与郁美净合作不断深化，不同产品的合作模式有所不同。其中，郁美净儿童霜（软管装）、浴后乳及身体乳等产品系由发行人采购原辅材料，相关产品定价包括主要原辅材料、加工费、利润在内，以总额法确认收入；郁美净儿童霜（袋装）、润肤霜（2019 年以来）等产品，由郁美净提供原辅材料，对郁美净提供的原辅材料不计入产品成本，仅将加工费确认收入，以净额法结算。

报告期内，发行人与贝泰妮、上海家化（除香皂产品）、强生少量露得清产品、多特瑞少量精油产品的合作中，主要由客户提供原辅材料，发行人以净额法结算。

报告期内，2018 年 9 月及以前，发行人与百雀羚合作的部分礼盒套装产品系由百雀羚提供原辅材料，以净额法结算；其他产品由发行人采购原辅材料，以总额法确认收入。2018 年 10 月至今，发行人与百雀羚合作的产品均由百雀羚提供原辅材料，以净额法结算。

报告期内，公司主要 OEM 客户收入确认方法变化情况如下：

OEM 客户	收入确认方法
强生	除少量露得清产品以净额法确认收入外，其他产品均以总额法确认收入。报告期内，收入确认方法未发生变化。
郁美净	儿童霜（软管装）、浴后乳及身体乳等产品以总额法确认收入，报告期内未发生变化；儿童霜（袋装）等产品以净额法确认收入，报告期内未发生变化；润肤霜 2017 年、2018 年以总额法确认收入，2019 年以来以净额法确认收入。
贝泰妮	报告期内，以净额法确认收入，收入确认方法未发生变化。
利洁时	报告期内，以总额法确认收入，收入确认方法未发生变化。
益海嘉里	报告期内，以总额法确认收入，收入确认方法未发生变化。
多特瑞	除少量精油产品以净额法确认收入外，其他产品均以总额法确认收入。报告期内，收入确认方法未发生变化。
百雀羚	报告期内，2018 年 9 月及以前，部分礼盒套装产品以净额法确认收入，其他产品以总额法确认收入；2018 年 10 月至今，所有产品均以净额法确认收入。
上海家化	香皂产品以总额法确认收入，除香皂产品外的其他产品以净额法确认收入。报告期内，收入确认方法未发生变化。

报告期内，公司日化产品以总额法、净额法确认的收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
总额法	19,317.88	88.94	27,334.02	85.76	22,115.32	86.87	14,006.12	89.16
净额法	2,402.44	11.06	4,540.13	14.24	3,343.32	13.13	1,703.16	10.84
合计	**21,720.31**	**100.00**	**31,874.16**	**100.00**	**25,458.64**	**100.00**	**15,709.28**	**100.00**

贝泰妮、郁美净、上海家化是以净额法确认收入的主要客户，报告期内，上述客户以净额法确认的收入合计分别为 1,560.75 万元、2,894.43 万元、4,164.65 万元和 2,320.57 万元，占净额法确认收入的比例合计分别为 91.64%、86.57%、91.73%和 96.59%。

④ ODM 模式下收入确认方法

报告期内，ODM 模式下公司主要客户包括保利沃利、尚赫（天津）科技开发有限公司（以下简称“尚赫”）、天津气味悦泽化妆品有限公司及北京奕天世代商贸有限公司（以下简称“气味图书馆”）等。ODM 模式下，由发行人采购主要原辅材料（含包材），相应的原辅材料计入产品成本，收入确认金额包括原辅材料（含包材）、加工费、利润在内，收入确认方法为总额法。

⑤ 关于自有品牌

在中国化妆品市场快速发展及产业链分工的背景下，公司拟专注于已有的研发、制造、质量管理优势，并进一步提高包装容器设计能力、化妆品配方及原料研发能力以及产品制造能力，不断扩大竞争优势。凭借与多家品牌商的长期合作及在行业内建立的良好声誉，稳步扩大经营规模并为品牌客户提供更具竞争力的产品和服务，公司目前没有打造自有品牌的规划。

发行人与 ODM/OEM 客户之间不存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人目前或将来从事自有品牌经营未违反与客户之间的约定，不存在纠纷或侵权风险。

（2）塑料包装容器

对于塑料包装容器产品，公司根据客户需求进行产品设计，与客户沟通确认后，安排开发模具并试生产。经客户对产品外观及功能的测试、验证评审后，开始大批量生产。生产过程中，公司对产品进行不间断的巡检、抽检，按照客户的工艺要求，进行贴标、丝印、烫金、组装等程序，直至产品入库。

基于生产条件、成本等因素的考虑，公司委托第三方进行塑料包装瓶盖电镀、面膜折叠等工作。报告期内，公司委托加工金额较小，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
委托加工金额	171.02	246.42	281.23	223.21
营业成本	29,030.04	55,984.58	53,481.41	39,942.72
占营业成本的比例	0.59	0.44	0.53	0.56

3、销售模式

公司采用直接销售的模式，根据客户需求，按就近原则布局生产和销售，凭借高效的供应链管理能力，快速满足客户的交货需求，向客户提供日化产品及配套塑料包装的一站式服务。

公司与主要客户签订框架性协议，就产品质量、供货保障、定价原则、订单下达方式、结算方式等方面作出约定；关于产品型号、规格等具体事项由公司与客户根据实际情况在框架协议条件下另行协商确认；具体产品数量、价格以经双方确认的订单为准。

公司产品定价方法为成本加成法，在对产品成本计算的基础上，根据不同类型产品给予适当的成本加成率，向客户提供报价并协商确定最终价格。在结算方面，对于长期合作客户，每月按实际发生的业务量与客户进行结算，信用期一般为 2-4 个月。对于新客户，公司一般预收 30%-70%款项，再组织生产。公司与客户结算以电汇为主。

4、影响经营模式的关键因素及未来变化情况

根据公司业务特性、技术研发特点、公司所处产业链上下游发展情况以及公司行业地位等综合因素，公司采用了目前的经营模式。公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，主营业务与主要经营模式未发生重大变化。报告期内，上述影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来公司的经营模式不会发生重大变化。

（五）主要产品的工艺流程

1、化妆品

（1）液体类化妆品（以膏霜乳液为代表）



（2）香皂类



（3）粉类



2、塑料包装容器

（1）注塑、吹塑、注吹



（2）软管



（六）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司生产过程产生的污染物主要为工业废水、废气及固体废弃物。发行人生产过程中产生的废水包括清洗废水、纯水制备尾水、冷却塔废水等，各类废水经污水处理后进入市政管网；生产过程中产生的废气包括注塑/吹塑废气等，主要成份为非甲烷总烃、粉尘、挥发性有机物，各类废气经废气处理设施处理后达标排放；生产过程中产生的固体废弃物主要有少量废机油、废油墨、废油墨桶及抹布、边角料等，均已委托有危废处理资质的厂商按有关规定进行处理。

1、发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力如下：

（1）嘉亨家化

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	印刷工序	印刷有机废气（非甲烷总烃）	0.435t/a	收集后经 UV 光解、活性炭净化设施处理后通过排气筒排放	达标排放
	吹塑车间	注塑有机废气（非甲烷总烃）	2.073t/a	收集后经活性炭净化设施处理后通过排气筒排放	达标排放
	热痱粉及爽身粉配料工序	称料粉尘废气	6.99t/a	收集后经除尘设施处理后通过排气筒排放	达标排放
	燃烧天然气发生蒸汽	燃气废气	0.457t/a（其中颗粒物排放量 0.037t/a；SO_2 排放量 0.047t/a;NO_x 排放量 0.373t/a）	蒸汽发生器燃气废气集中收集后通过排气筒排放	达标排放
	无组织废气	非甲烷总烃	0.337t/a	收集后排放	达标排放
废水	生产活动	生产废水	270t/a（其中 COD 排放量 0.054t/a,NH_3-N 排放量 0.003t/a）	经一体化预处理设施处理后排放至晋江仙石污水处理厂	达标排放
	员工生活	生活废水	14,370t/a（其中 COD 排放量 5.030t/aNH_3-N 排放量 0.647t/a）	经化粪池处理后排放至晋江仙石污水处理厂	达标排放
固体废物	塑料瓶生产	废品及边角料	131t/a	收集后经破碎后回用于生产	100%
	使用原料	废原料包装袋	25t/a	由环卫部门统一清运	100%
	化妆品分装称配料	收集粉尘	7t/a	由环卫部门统一清运	100%
	印刷工序	废油墨空桶	980 个/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	清洁	清洁抹布	0.5t/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	丝印工序	废丝印网布	0.1t/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	生产废水	污泥	1t/a	由环卫部门统一清运	100%
	活性炭净化处理	废活性炭	7.5t/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	设备清洁	溶剂空桶	15 个/a	由供应商回收利用	100%
	员工生活	生活垃圾	60t/a	由环卫部门统一清运	100%
噪声	吹瓶机、注射机、印刷机、冷却塔及空压机等	噪声	源强 75-105dB（A）	基础减振、隔声罩、厂房墙体隔声等	达标排放

（2）上海嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	生产、乙醇储罐	非甲烷总烃	0.12t/a	经车间换风系统收集、活性炭净化装置处理后通过排气筒排放	达标排放

	污水处理站	NH_3	0.097t/a	污水处理站废气密闭负压收集、碱喷淋、通过排气筒排放	达标排放
		H_2S	0.0042t/a		达标排放
		臭气	3,520（无量纲）		达标排放
	锅炉	颗粒物	0.015t/a	采用超低氮燃烧锅炉	达标排放
		SO_2	0.06t/a		
		NO_x	0.34t/a		
废水	清洗	清洗废水	27,842.8t/a	经厂区污水处理站处理后，纳入市政污水管网	达标排放
	碱喷淋	碱喷淋废水	20t/a		
	员工生活	食堂废水	716.7t/a	经隔油预处理后纳入市政污水管网	
	冷却塔	冷却塔废水	100t/a	纳入市政污水管网	
	反冲洗	反冲洗废水	500t/a		
	员工生活	生活污水	5,130t/a		
固体废物	工业生产	废一般包装材料、残渣、废样品、废琼脂、废 RO 膜	10.3t/a	外运处置	100%
	危险废物	废活性炭、污泥	16t/a	委托有资质的单位处理	100%
	员工生活	生活垃圾	61.2t/a	分类收集，并交由环卫部门统一清运处理处置	100%
噪声	生产设备	噪声	昼间≤55dB（A）	选用低噪声设备、基础减振、厂房隔声窗	达标排放

（3）天津嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	聚乙烯加热融化	VOCs	34.5mg/m³；759.5KG/a	收集后经 15m 高排气筒 P1 达标排放	达标排放
	塑料边角料和不合格产品破碎	粉尘	1mg/m³；0.05t/a	加强管理，经除尘器处理后经 15m 高排气筒 P2 达标排放	达标排放
废水	员工生活	生活污水	1620m³/a（其中 SS 排放量 50-400mg/L；COD 排放量 200-500mg/L；BOD_5 排放量 100-300mg/L；氨氮排放量 20-5-mg/L；总磷排放量 2-5mg/L）	经化粪池处理后排入轻纺经济区污水处理厂处理	达标排放，不会对周围水环境产生明显影响
固体废物	除尘器过滤截流	除尘器粉尘	0.0475t/a	回用于生产	100%，不会产生二次污染
	设备定期维护	废机油	100L/a	交有资质单位处理	100%，不会产生二次污染
	员工生活	生活垃圾	11.25t/a	环卫部门集中清运	100%，不会产生二次污染

噪声	破碎机、风机运行	噪声	源强 75-90dB（A），经处理后综合影响值 30-60dB（A）	选用低噪声设备，并采取隔声、减振措施	达标排放，对外环境无明细影响

（4）浙江嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	丝印车间、软管车间、注塑吹塑车间	VOCs	0.82t/a	通过集气罩分别收集后，进入活性炭吸附装置处理，净化处理后由 15m 高排气筒高空排放	达标排放
	员工食堂	油烟废气	0.01296t/a	经油烟净化器处理后高空排放	达标排放
废水	员工生活	生活污水	7,140t/a（其中 COD_{Cr} 排放量 2.249t/a；NH_3-N 排放量 0.225t/a）	食堂废水经隔油池、生活污水经化粪池预处理达标后接入区域污水管网，委托嘉兴联合污水处理厂处理达标后排放	达标排放
固体废物	丝印印刷工序	废油墨桶	0.05t/a	收集后原厂家回收	100%，无害化
	烫金工序	废烫金纸	0.2t/a	收集后出售给回收公司综合利用	100%，资源化
	生产工序	废包装材料	10t/a	收集后出售给回收公司综合利用	100%，资源化
	废气处理工序	废活性炭	3.5t/a	收集后委托有资质单位处置	100%，无害化
	员工生活	生活垃圾	54t/a	收集由环卫部门统一处置	100%，资源化
噪声	生产设备	噪声	源强 75-85dB（A）	选用低噪声的设备和机械；加强噪声设备的维护管理；门采用双道隔声门；合理布置设备安装位置；加强生产管理，切实做到项目夜间不生产	达标排放

（5）珠海嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	挤出自动成型工具	VOCs	0.383-1.38mg/m ^{3}	经车间排风机直接外排	处理达标，对大气环境影响不大
废水	车间员工	生活污水	1,890t/a（其中 SS 排放量 3.78t/a；COD 排放量 5.29t/a；BOD_5 排放量 2.27t/a；氨氮排放量 0.47t/a）	经三级化粪池处理后通过污水管道进入市政管网流入南水水质净化厂处理达标后在排放	达标排放，对接纳水体影响较小

固体废物	自动成型工序	废塑料	8.4t/a	集中存放，回收作原料循环利用	100%，对周围环境基本不造成影响
	检修设备	油污抹布、废机油及废弃空油罐	0.1t/a	属于危险废物，须委托具有相应资质危险废物许可证的单位进行收集、运输、贮存和处置	100%，对环境的不良影响比较小
	员工生活	生活垃圾	0.25t/a	交市环卫部门集中处理	100%，对环境的不良影响比较小
噪声	自动成型机、贴标机、空压机等	噪声	昼间≤60dB（A）；夜间≤50dB（A）	选用低噪声设备，采取隔声、消声、减振等措施减少噪声对外界环境的影响	处理达标

2、报告期内发行人环保投入分别为 87.46 万元、173.88 万元、289.42 万元及 125.53 万元，具体情况如下：

单位：万元

环保投入类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
环保设备投资	30.50	120.00	76.87	18.80
环保费用支出	95.03	169.41	97.01	68.66
合计	**125.53**	**289.42**	**173.88**	**87.46**

环保设备投资为购买环保设备、购建环保设施等的支出；环保费用支出主要为废水排放及固废处理费用、垃圾处理费用、环保监测费用、环保安全管理人员工资等费用。报告期内，发行人环保设施实际运行情况正常。

报告期内发行人环保投入、环保相关成本费用总体随着公司当期生产经营规模的变化而变化，与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

3、发行人募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额情况

（1）化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目

污染物类别	处理措施
废气	乳化废气经冷凝回收装置处理后与投料及灌装废气一起经活性炭吸附装置处理后，通过 15m 排气筒排放；吹塑、注塑、挤塑、印刷、呼吸废气经活性炭吸附装置处理后，通过 15m 排气筒排放；活性炭脱附废气脱附后经催化燃烧装置处理后，通过 15m 排气筒排放
废水	营运期生活污水经化粪池预处理后排入污水管道，送至湖州光正水质净化有限公司集中处理，达标排放；营运期生产废水经过自建污水站处理后排入污水管道，送至湖州光正水质净化有限公司集中处理，达标排放
固体废物	生活垃圾由环卫部门统一清运处理；废包装材料出售给物资回收单位，不排放；污水站污泥委托清运处理，不排放；废反渗透膜由厂家回收；废包装桶、废活性炭、废印版、含油墨废抹布、废催化剂等委托资质单位处置
噪声	采用混凝土墙面，厂区合理布置绿化；在满足生产需要的前提下，选用低噪声的设备和器械；加强噪声设备的维护管理，避免因不正常运行所导致的噪声增大；要求正常生产时车间门窗关闭

该项目环保投资预估为 740 万元，资金来源为自筹资金。该项目于 2019 年 12 月 20 日取得湖州市生态环境局南浔分局出具的《关于湖州嘉亨实业有限公司化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目环境影响报告表的审查意见》（浔环管[2019]36 号），符合地方环保要求。

（2）技术研发中心升级建设项目

污染物类别	处理措施
废气	打印废气、打样废气由通风橱、集气罩等收集，活性炭净化装置处理，10*排气筒排放，系统风量 6000m³/h；厂内非甲烷总烃由车间逸散；食堂油烟废气设 1 套油烟净化装置，经净化处理后由 6m 高 9*排气筒排放
废水	纯水制备尾水、清洗废水由厂区污水处理站处理后纳入市政污水管网；食堂废水由隔油池处理后纳入市政污水管网；生活污水由园区污水管网收集，从园区污水排口纳入市政污水管网
固体废物	废塑包样品、纯水制备 RO 膜外售综合利用；废化妆品样品、实验废物、沾染化学品的废包装容器、废培养基、废滤网、废活性炭、餐厨垃圾委托有资质单位处理；生活垃圾委托环卫部门清运
噪声	采用低噪声设备，安装减震垫，风机进出风口软管连接、加装消声器，墙体隔声等方式降噪。厂界昼间噪声排放达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中 1 类标准，夜间不生产

该项目环保投资预估为 150 万元，资金来源为自筹资金。该项目于 2019 年 12 月 6 日取得上海市松江区生态环境局出具的《关于上海嘉亨日用化学品有限公司新增技术研发中心建设项目环境影响报告表的审批意见》（松环保许管[2019]723 号），符合地方环保要求。

4、公司生产经营符合国家和地方环保要求

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，生产经营不涉及重污染行业。报告期内，发行人及其子公司在生产经营中能够遵守国家有关环保法律法规，落实了相关环保措施，相应的环保设施运行正常，外排污染物达标。发行人及子公司报告期内没有发生环境污染事故，亦未受到环保主管部门的行政处罚，不存在环保方面的违法违规行为，发行人及其子公司生产经营符合国家环境保护的相关要求。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业分类及确定依据

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产。根据国家统计局《国民经济行业分类标准（GB/T 4754-2017）》，公司所处行业为“日用化学产品制造（C268）”中的“化妆品制造（C2682）”、“肥皂及合成洗涤剂

制造（C2681）”，及“塑料制品业（C292）”中的“塑料包装箱及容器制造（C2926）”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

公司所处行业的主管部门包括国家发展和改革委员会、工业和信息化部、国家市场监督管理总局及其管理的国家药品监督管理局等相关部门。

国家发展和改革委员会主要职能包括统筹协调经济社会发展、制定产业政策，以及指导行业结构调整和技术改造等。工业和信息化部主要负责拟订实施行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新。国家市场监督管理总局负责指导工业产品生产许可管理，建立并组织实施质量分级制度、质量安全追溯制度，负责产品质量安全监督管理。国家药品监督管理局主要依据有关法律法规对行业实施监督职能，包括化妆品许可证管理、企业生产条件和卫生状况的监管、日化产品安全管理的综合监督等。

公司所处行业的自律管理机构是中国香料香精化妆品工业协会、中国轻工业联合会、中国包装联合会、中国塑料加工工业协会，主要职责是在政府主管部门指导和企业支持下，在政府和企业之间发挥桥梁和纽带作用，为企业服务，促进行业发展；进行行业自律管理以及向政府部门提出产业发展建议及意见等。

2、行业主要法律法规及政策

发布日期	发布单位	文件名称	主要内容
2020 年	国务院	《化妆品监督管理条例》	规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，保证化妆品质量安全，保障消费者健康，促进化妆品产业健康发展。
2019 年	国务院	《完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020 年）》	加快破解制约居民消费最直接、最突出、最迫切的体制机制障碍，增强消费对经济发展的基础性作用。
2019 年	国务院	《国务院关于修改部分行政法规的决定》	对 1990 年 1 月 1 日起施行的《化妆品卫生监督条例》进行修订，原属于卫生行政部门的化妆品监管事权统一调整到国家药品监督管理局；在落实国务院“放管服”改革中，进口非特殊用途化妆品管理由审批改为备案管理。
2018 年	中共中央 国务院	《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》	围绕居民吃穿用住行和服务消费升级方向，突破深层次体制机制障碍，适应居民分层次多样性消费需求，保证基本消费经济、实惠、安全，培育中高端消费市场，形成若干发展势头良好、带动力强的消费新增长点。
2018 年	国家食品药品监督管理总局[注]	《化妆品风险监测工作规程》	进一步规范和加强化妆品风险监测工作。

2017 年	财政部	《国务院关税税则委员会关于调整部分消费品进口关税的通知》	2017 年 12 月 1 日起，国家将以暂定税率方式降低部分消费品进口关税，其中包括化妆品。
2017 年	上海市食品药品监督管理局	《关于进一步加强化妆品委托生产质量管理工作的通知》	为不断强化企业委托生产化妆品的质量安全管理责任意识，切实保证产品质量和消费者安全，就进一步加强化妆品委托生产质量管理工作提出以下要求：一、高度重视委托管理，依法依规组织生产；二、加强质量协议管理，明确质量责任分工；三、实施产品全程管理，切实保证产品质量。
2016 年	国家食品药品监督管理总局	《化妆品安全技术规范（2015 年版）》	本版规范在保持科学性、先进性和规范性的基础上，重点加强对化妆品中安全性风险物质和准用组分的管理。
2016 年	工业和信息化部	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	推动日化工业向质量安全、绿色环保方向发展，提高日化产品生产的自动化程度，推动洗涤用品工业向绿色安全、多功能方向发展等。
2015 年	国家食品药品监督管理总局	《关于化妆品生产许可有关事项的公告》	“两证合一”，凡持有《全国工业产品生产许可证》或者《化妆品生产企业卫生许可证》的化妆品生产企业，可向所在地省级食品药品监管部门提出换证申请。2017 年 1 月 1 日起，未取得《化妆品生产许可证》的企业一律不得从事化妆品生产。
2014 年	国家食品药品监督管理总局	《国产非特殊用途化妆品信息备案规定》	凡在中华人民共和国境内生产的非特殊用途化妆品，生产企业应按本规定要求进行产品信息备案。
2014 年	国家质量监督检验检疫总局	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》	国家对重要工业产品实行生产许可证制度管理。

注：2018 年国务院机构改革后，组建国家药品监督管理局，由国家市场监督管理总局管理。

3、行业主要法律法规和政策对发行人经营发展的影响

我国对日化行业的监管力度随着行业的发展不断加强并日趋规范，对日化产品生产企业的准入门槛也不断提高。国家对化妆品生产企业实施生产许可管理制度，修订出台了多项法规和管理办法，提高了行业门槛，使得部分生产能力弱、质量控制不规范的中小型企业被逐渐淘汰。提高行业经营及竞争的规范化，有利于行业集中度的提升，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。

（三）所属行业的特点和发展趋势

1、化妆品行业的概念和产业链体系

（1）化妆品的概念

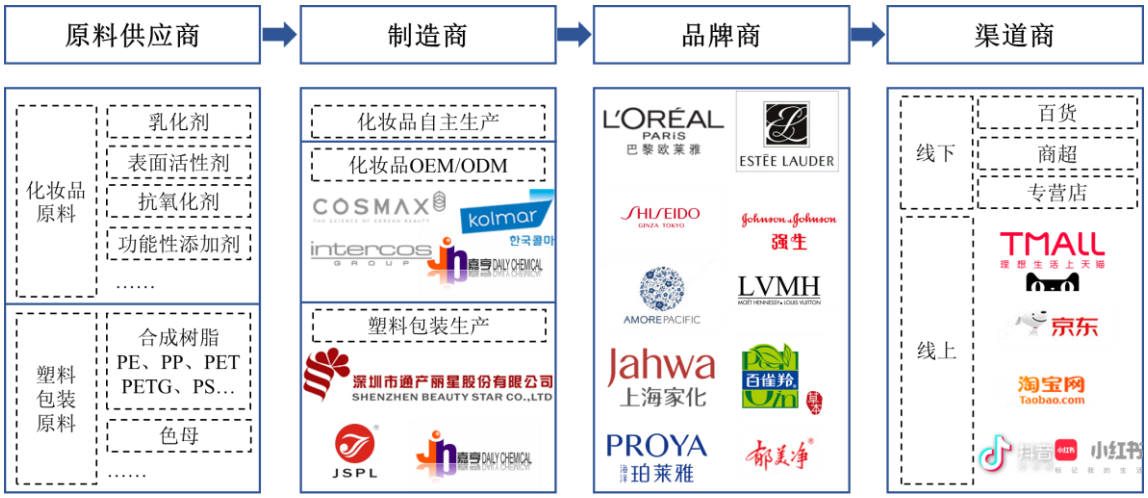
根据《化妆品卫生监督条例》，化妆品指以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于人体表面（皮肤、毛发、指甲、口唇等）、牙齿和口腔黏膜，以清洁、保

护、美化、修饰以及保持其处于良好状态为目的的产品。

目前对化妆品的分类方法较多，其中按产品类别，可将化妆品划分为 5 大子品类，依次为护肤、洗护、彩妆、香水、卫生用品。按使用对象，化妆品可分为女士护理、婴童护理、男士护理等。

（2）化妆品产业链体系

化妆品产业链可以分为原料供应商、制造商、品牌商、渠道商等环节。其中制造商是整个产业链运营的基础，根据不同的运营主体背景，制造商可分为专业的 OEM/ODM 厂商和品牌自建厂商。随着化妆品行业景气度近年来持续上行，整个产业链都将有所受益。



2、行业特征

（1）“类药品”监管的日用消费品

随着我国国民经济的发展，化妆品已经成为一类重要的居民消费品。同时由于化妆品施用于人体表面，因此受到国家药品监督管理局等部门的严格监管，通过制定一系列法规，对化妆品生产企业从原材料使用、生产许可、产品备案/审批、信息标识、抽检等一系列流程进行严格管控。

（2）经营模式特征

化妆品 OEM/ODM 企业根据客户需求及自身研发水平，可采用 OEM 或 ODM 模式。目前 OEM 模式的生产企业居多，即按照客户提供的化妆品配方，结合自身生产工艺，根据客户需求量，从指定供应商采购或者自主采购，进行批量生产，满足客户安全性、功效性等质量要求。ODM 模式下，在配方确定、工艺流程设计等阶段即与客户不断沟通反馈，为客户提供有针对性的产品方案，在产品制造阶段，根据产品方案，选定供应商、制定生产计划和生产工艺，进行批量生产。

随着日化品牌之间的竞争不断加剧，产品更新迭代速度快，在选择塑料包装供应商时将更加注重生产规模、产品质量、资质认证及技术水平等。塑料包装企业必须加大研发力度，保持持续创新，参与包装设计、与客户共同开发甚至独立承担包装设计的职能，尤其可以提供化妆品、家庭护理产品内容物及塑料包装研发设计一站式服务的企业，才能在竞争中取得较大优势，持续获得订单。

（3）行业的周期性、区域性和季节性

① 周期性

日化产品作为日常消费品，受经济波动的影响较小，具有较强的抗风险性，周期性较弱，相应配套塑料包装生产企业没有明显的周期性特征。

② 区域性

日化产品不存在明显的地域性特征。在生产方面，我国化妆品、家庭护理产品生产企业主要集中在长三角和珠三角地区。

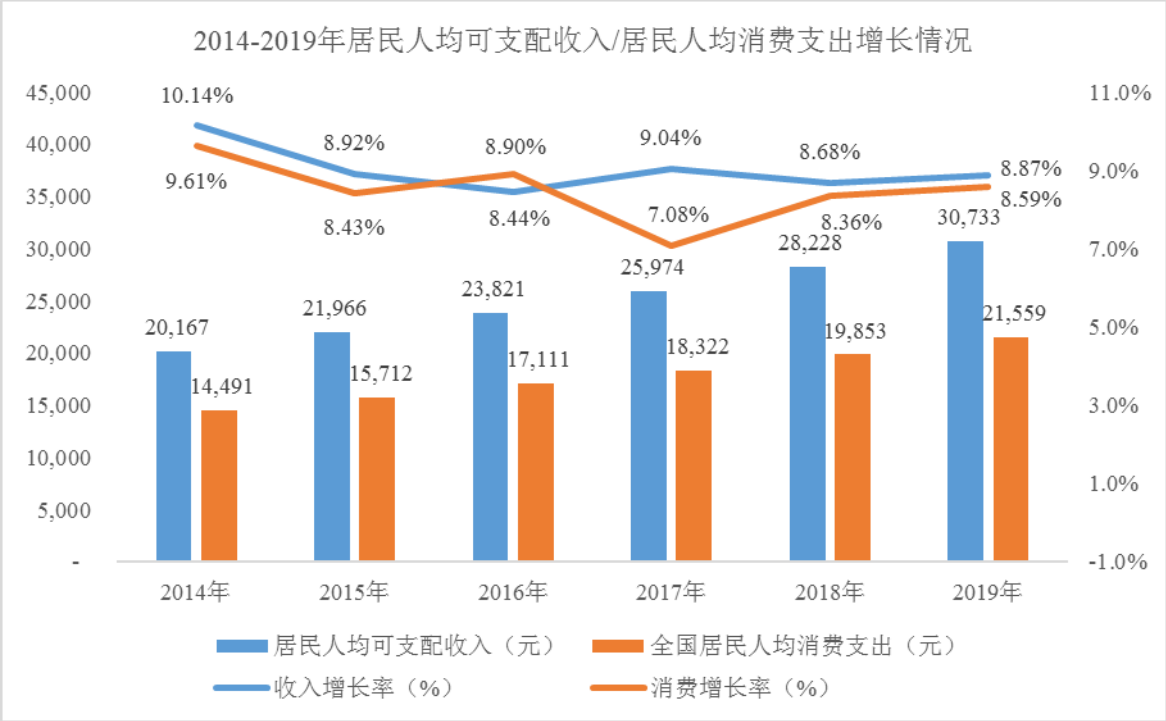
③ 季节性

日化产品生产行业整体不存在明显的季节性特征，但单个品类存在使用和销售的淡旺季。比如护肤类化妆品，春夏为销售淡季、秋冬为销售旺季，相应化妆品及配套塑料包装生产企业的业绩存在一定的季节性波动。

3、化妆品行业规模持续稳定增长

（1）居民收入水平和消费能力持续提高，化妆品市场需求的增长空间巨大

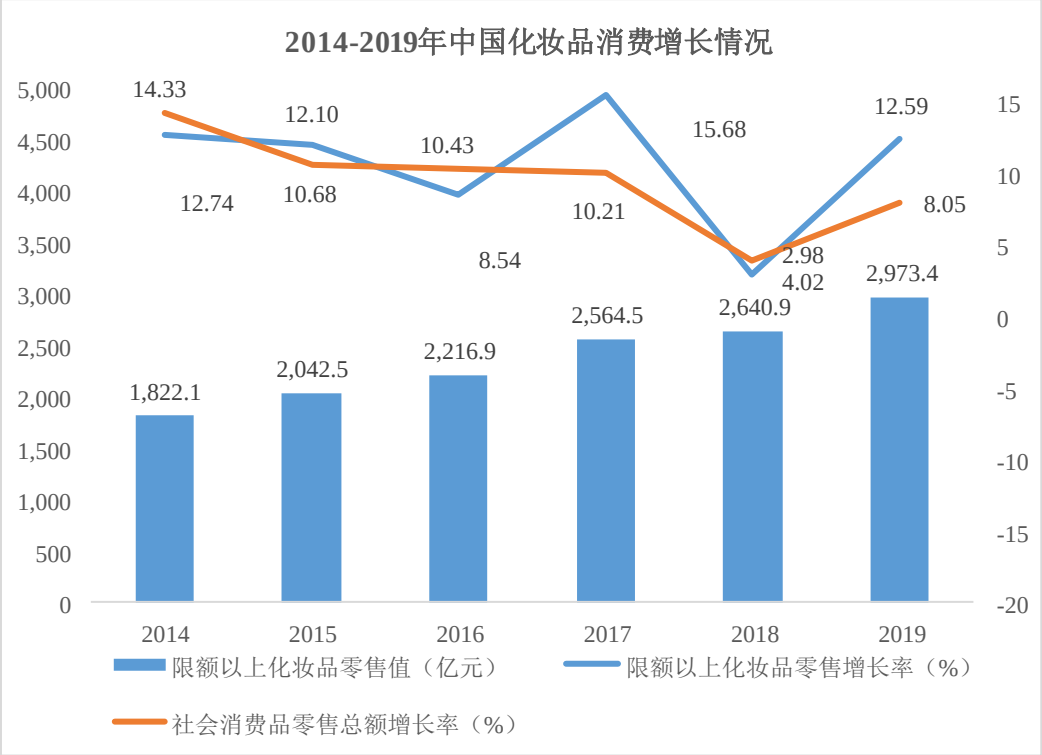
近年来，我国宏观经济持续保持稳定发展态势，居民收入水平和整体消费能力得以快速增长。根据国家统计局数据，2014-2019 年，我国居民人均可支配收入从 20,167 元增长至 30,733 元，年均复合增长率达 8.79%。而居民收入水平的增长为我国整体消费能力的增强提供了有利的环境，人均居民消费支出亦由 2014 年的 14,491 元增长至 2019 年的 21,559 元，年均复合增长率为 8.27%。



数据来源：国家统计局

根据 Euromonitor 数据，近年来中国化妆品消费额占居民可支配收入的比例维持在 1.1%左右，表明化妆品趋近于刚性需求。随着居民可支配收入的稳定增长，中国消费者经济实力与消费观念的改变，对化妆品了解的加深，化妆品消费升级趋势明显，化妆品进入全民消费时代。

中国是化妆品消费大国，目前为仅次于美国的全球第二大市场，以中国为首的亚太区成为强生、欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等全球主要化妆品品牌的重要增长引擎。颜值经济带来的庞大需求，带动中国化妆品零售额快速增长。根据国家统计局数据，2014-2019 年，国内限额以上化妆品零售额从 1,822.1 亿元增长至 2,973.4 亿元，年均复合增长率达 10.29%，增速跑赢社会消费品零售总额增速。



根据 Euromonitor 数据，2018 年中国化妆品市场规模达到 4,102.3 亿元，同比增长 12.3%，是全球增长最快的国家，预计 2023 年中国化妆品市场规模可达到 5,494.2 亿元。

（2）化妆品消费需求呈现多种变化

① 消费理念变革，消费人群从女性为主体进一步扩大到男性、婴幼儿与儿童

化妆品是贯穿女性一生的刚性消费，我国 20-45 岁女性人口约为 2.8 亿。伴随女性经济实力增强，对应更强的消费能力，女性“美丽健康”的消费需求更加精细多样，消费品类持续扩充，从基础护肤到彩妆，对局部深度细致护理的需求不断衍生，对品牌的需求也更加多样化。

此外，越来越多的男性意识到个人仪容在社交中的重要性，男性逐渐愿意花费时间和精力进行日常护肤。根据 Euromonitor 相关数据，2018 年我国男士护理市场规模为 144.85 亿元，预计到 2023 年突破 200 亿元，“他经济”成为化妆品市场新的增长点。

伴随经济增长以及婴幼儿抚育精细化带来的强劲需求，国内婴幼儿与儿童专用产品市场快速增长，其中以基础的婴幼儿皮肤及洗护产品为主。根据

Euromonitor 相关数据，2018 年中国婴幼儿与儿童产品规模为 197.07 亿元，增长率为 15.36%，预计未来几年的增长率都在 15%左右。

② 消费人群覆盖率提升，多元化、个性化需求增加，消费市场更加细分

国内化妆品正进入全民消费时代，由于消费能力及价格敏感度的不同、审美偏好的差异、生活场景及消费渠道的多元化，形成了多层次的细分市场。

首先，化妆品消费人群年轻化。对于 95/00 后，化妆品消费逐渐从“可选”变为“必选”，具有消费潜力和消费能力，更加热衷于时尚潮流、网红经济、彰显个性，更愿意尝试新品牌新产品，高性价比、天然草本植物等成分配方、高颜值的包装、朋友圈的话题等都成为吸引其化妆品消费的动力。另外，频繁化妆、长期熬夜、外部环境刺激等促使“敏感肌”成为热点，激发年轻消费者对功能性护肤品需求。

其次，渠道下沉，化妆品消费向三四线城市拓展。一方面，三四线城市具有庞大的消费人群，随着化妆品专营店（汇集护肤品、香水、彩妆、洗护用品、美容工具等的综合零售商店）下沉、电商物流渠道拓展，消费者培育及渠道获得的便捷性，消费市场有巨大的向上空间。另一方面，根据天猫数据，三四线城市消费者化妆品细分品类的渗透率仍有待提升，国产品牌以其高性价比占据主要市场。

在中国庞大的需求基数和分化的消费审美偏好下，各类品牌因其不同定位，均有其差异化的核心消费群体。线上销售的崛起，进一步释放了消费需求，为品牌商吸引目标消费者提供了新的增长渠道。

（3）线上销售渠道迅速发展，促进化妆品消费快速增长

商超、百货和化妆品专营店、电商为我国化妆品主要销售渠道构成。近年来，国内互联网用户特别是移动互联用户的激增，物流行业的不断完善，线上零售业态出现了井喷式发展。在社交电商、社交 APP 裂变式传播以及网红经济的推动下，扩大了品牌客群覆盖、刺激了消费意愿，国内线上化妆品消费额迅速提升，2018 年，国内电商销售占比 27.4%，成为化妆品第一大销售渠道。

线上销售同时可以为品牌提供更多大数据，精准营销催生新兴品牌。由于线上数字营销不受地域限制，可触及更广泛的人群，通过对市场数据及需求信息的分析，品牌商得以更清晰地了解消费者偏好特性，实现更具针对性的产品研发、商品定价和品牌推广，同时与消费者双向互动，因地制宜制定营销方案，为消费

者提供个性化的产品和服务，不断增强需求转化的效果和消费者的品牌忠诚度。

此外，消费者获取化妆品知识的来源日益广泛，加之淘宝直播、抖音、小红书、微博、微信公众号等社交平台上 KOL 的专业普及、品牌商的营销推广，消费者化妆品消费理念日趋成熟，消费需求呈现多元化发展趋势，消费者依据消费习惯追求品牌和性价比，愿意在美丽健康、品质生活等领域增加消费，愿意为健康、安全、专业的品质和认可的价值及不同的品牌买单。

（4）伴随化妆品消费需求多元化驱动，化妆品行业运营模式发生改变

① 线上销售的爆发式增长推动化妆品营销模式变革，消费需求迭代加速

品牌营销方面，国际品牌商通过产品矩阵扩张、海外扩张，以明星产品为核心，通过开发或收购来拓展产品线，多品牌运营全面覆盖不同层级的消费者。

随着消费需求多元化、消费理念不断出新，以及社交媒体、电商平台的快速发展，为新兴品牌的涌现孕育了大量机会。通过独特的品牌形象、话题营销，新兴品牌在对消费者画像进行深入分析的基础上推出差异化的新品概念，利用创新的内容营销实现了爆发式增长。国产成熟品牌也积极增加对社交电商的投入，通过对流量爆发的社交平台快速反应，重视与消费者深度沟通，带来消费者品牌认知重塑和销售增长。

② 化妆品消费需求迭代加速的趋势下，需要快速反应的柔性供应链做支撑

供应链协同方面，国际品牌商的供应链条较长，一些核心产品通常需要在本国生产。为应对中国化妆品市场的快速迭代需求，国际品牌商将部分明星产品或新品类进行外包，选择优质的 OEM/ODM 厂商合作，提高产品的供货能力。

国产成熟品牌商除自建产能外，也会选择性的将部分市场需求量较大的产品外包；或者只进行品牌运营，生产逐步外包，进一步提升产业链价值。对于新兴品牌，由于其先天的“营销”基因，在产品研发、生产制造等供应链端主要与 OEM/ODM 企业合作，通过提供精准的需求信息，刺激供应链向需求导向的个性化和定制化方向重构，提升产业链的协同效应。

4、化妆品行业的持续发展，为化妆品 OEM/ODM 企业提供良好的发展机遇

（1）化妆品 OEM/ODM 生产是品牌竞争和社会分工的结果

化妆品行业市场竞争激烈，尤其随着国内居民消费能力的提升，以及健康美丽生活理念的渗透，消费者需求个性化、差异化特征愈发明显，行业内品牌商需要不断推出新产品，通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费

者需求，以提升品牌整体的覆盖能力。线上销售渠道迅速发展带来品牌推广方式的多元化，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本。

通过委托生产方式进行化妆品生产是化妆品行业组织产品上市的常用方式之一，对发挥企业各自的优势，促进生产设施设备资源的充分利用、集约化管理具有积极的意义。在较为成熟的日韩和欧美市场中，化妆品委托生产都占据十分重要的地位。

品牌商与制造商之间的协作不断巩固深化，进入协同发展阶段，稳定的OEM/ODM 业务合作伙伴将成为品牌商产品创新能力及产能的外延及补充，助力各品牌商业务外延式增长。对品牌商而言，在化妆品更新换代速度不断加快的背景下，将产品供应链尽可能多的环节专业外包，充分利用 OEM/ODM 企业成熟的厂房、设备、管理团队及技术，一方面能减少厂房、设备及研发资金投入，降低投资风险；同时有效缩短新产品的开发和供应周期，高效扩大市场份额，巩固优势地位。对制造商而言，在与不同细分领域品牌商合作的过程中，能够通过不断增加服务范围、提升自身综合实力，逐步切入品牌商产品供应链的各个环节；生产规模化及制造产品的多样化发展，有利于促进 OEM/ODM 企业技术进步，培养专业技术人才，提升在专业设计、新产品研发及生产制造方面的核心竞争力。

（2）全球化妆品生产向主要消费地转移

随着经济全球化发展趋势的进一步加快，化妆品品牌商可以在更大范围内特别是主要消费地选择化妆品 OEM/ODM 厂商。对于跨国化妆品企业来说，高昂的本土研发与运营成本已成为其日益加重的负担，相比之下，中国的人才资源与研发成本具有较为明显的比较优势，中国可以提供大量高素质的化妆品科研人员、大量的劳动人口以满足跨国化妆品企业在中国开展研发、生产的需求且具备较高性价比。中国作为全球工业制造中心，在化妆品研发、生产等领域具备完整的产业链，综合优势明显，且中国化妆品消费市场日益增长，吸引越来越多的国际化妆品品牌商选择将其产品在中国生产，共同推动中国成为重要的化妆品生产制造中心，为国内化妆品 OEM/ODM 企业带来良好的发展机遇。

（3）我国化妆品 OEM/ODM 行业处于发展的上升期

中国化妆品市场的稳定持续发展对化妆品生产产能的需求不断增加，为化妆

品 OEM/ODM 行业的发展提供了基础。一方面，化妆品国际知名品牌更加注重本地化运营，使生产基地贴近本地市场，进一步缩短与消费者的距离，从而提高应变能力，并更好地进行关税风险管理；另一方面，国产品牌的复兴及大众化产品定位，以及电商、化妆品专营店的渠道下沉，对产能扩张的需求进一步增加；电商等渠道催生的新兴化妆品品牌，其轻资产的运营方式及快速推出产品的需求，在供应链环节将更加依赖于有较强研发实力、稳定生产能力的制造商企业。

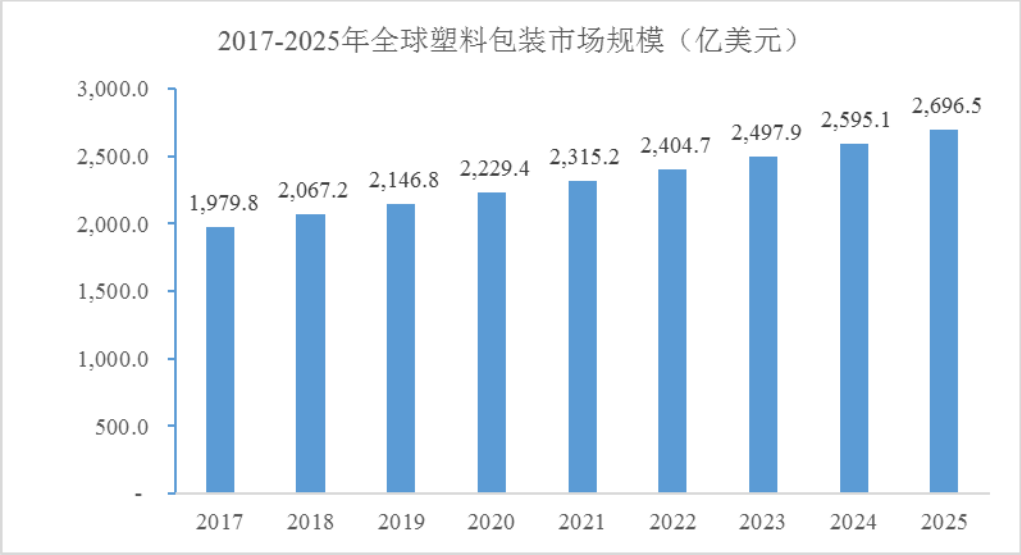
未来，化妆品品牌商的生产外包需求将更加多元，缩短新品开发时间、把握最新产品趋势成为 OEM/ODM 企业需要面对的课题，具备较强研发实力和严格生产标准的专业 OEM/ODM 企业将成为品牌商的首选，拥有更大的发展机遇。随着我国化妆品市场的持续增长，我国化妆品 OEM/ODM 行业将保持较大发展空间。

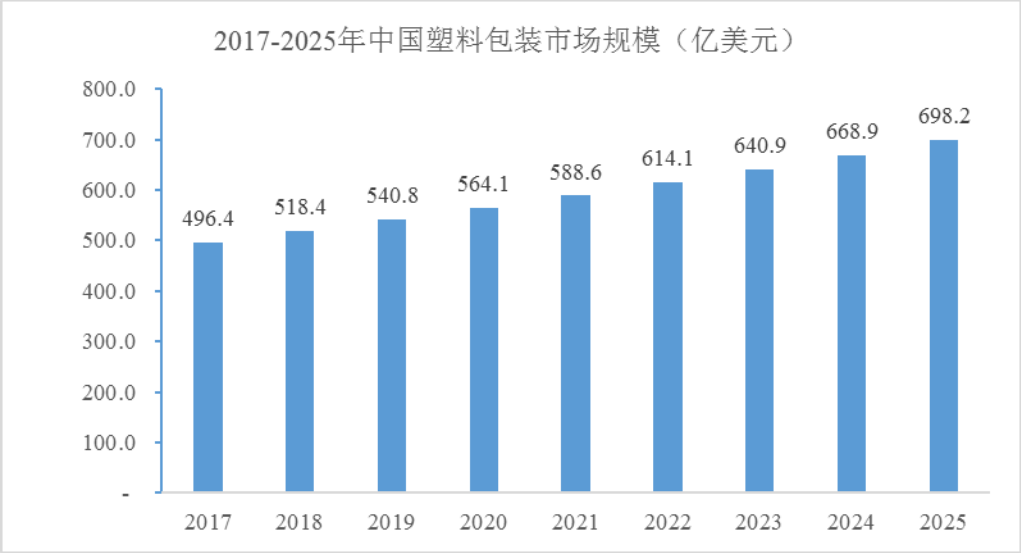
5、塑料包装随着化妆品、家庭护理产品行业的增长而持续发展

（1）塑料包装市场规模

包装的主要功能是为产品提供保护，传达产品信息，并方便产品长距离运输。塑料包装具有重量轻、耐用性好、可塑性强、价格较低等优势，因而在食品饮料、个人和家庭护理、消费电子、医疗保健、工农业包装等领域广泛应用。塑料的多样性及可塑性令塑料材料及其复合材料在日化产品包装中的应用范围越来越大，成为日渐流行的包装物料，市场需求大幅增长。

根据 Grand View Research 研究显示，2017 年全球塑料包装市场市场规模为 1,979.8 亿美元，预计到 2025 年年均复合增长率为 3.9%；2017 年中国塑料包装市场市场规模为 496.4 亿美元，预计到 2025 年年均复合增长率为 4.4%。

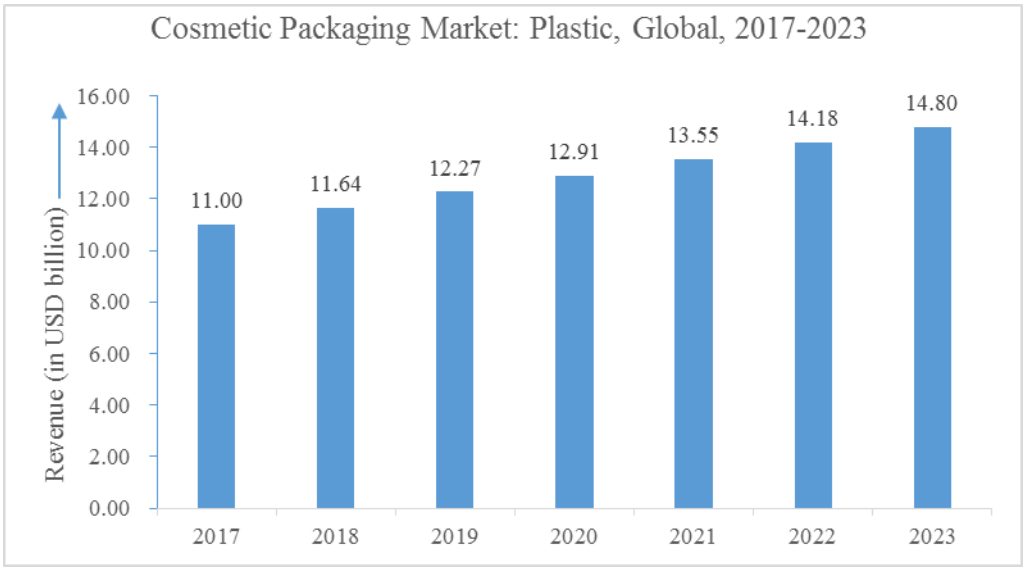




数据来源：Grand View Research

（2）化妆品、家庭护理产品塑料包装市场稳步增长

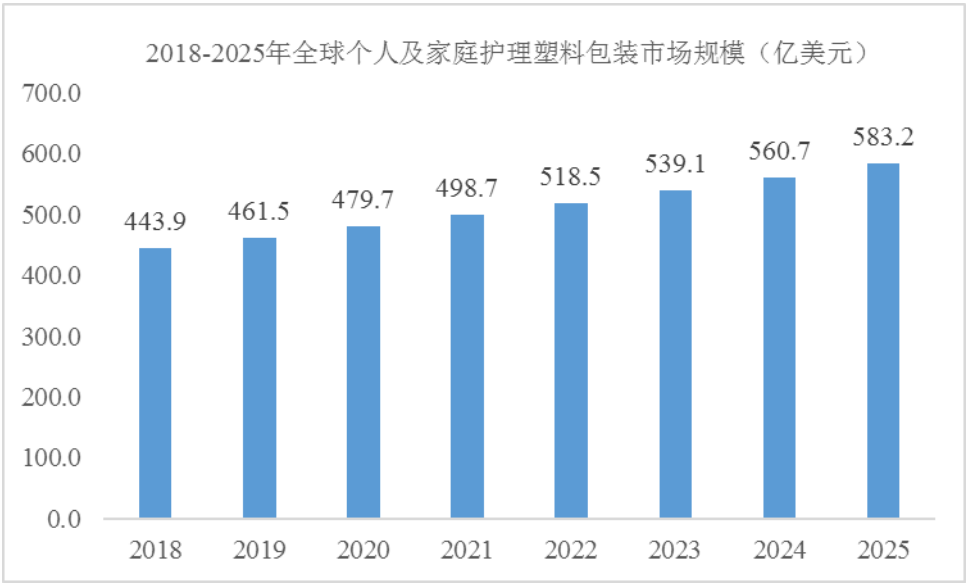
随着化妆品市场需求不断增加，化妆品包装市场也随之增长。化妆品包装的设计需要考虑多重因素，最基础的功能包括 2 项：保护化妆品内容物及标识化妆品各项信息。外观新颖、高颜值的包装形式更能引发购买冲动，增强商品的销售竞争力，所以化妆品品牌商都希望通过独特的包装来吸引购买者的注意力，对化妆品包装供应商的外观设计、质量控制、模具开发等能力提出更高的要求。2017 年，全球化妆品塑料包装市场规模约为 110 亿美元，未来 5 年年均复合增长率约为 4.9%。

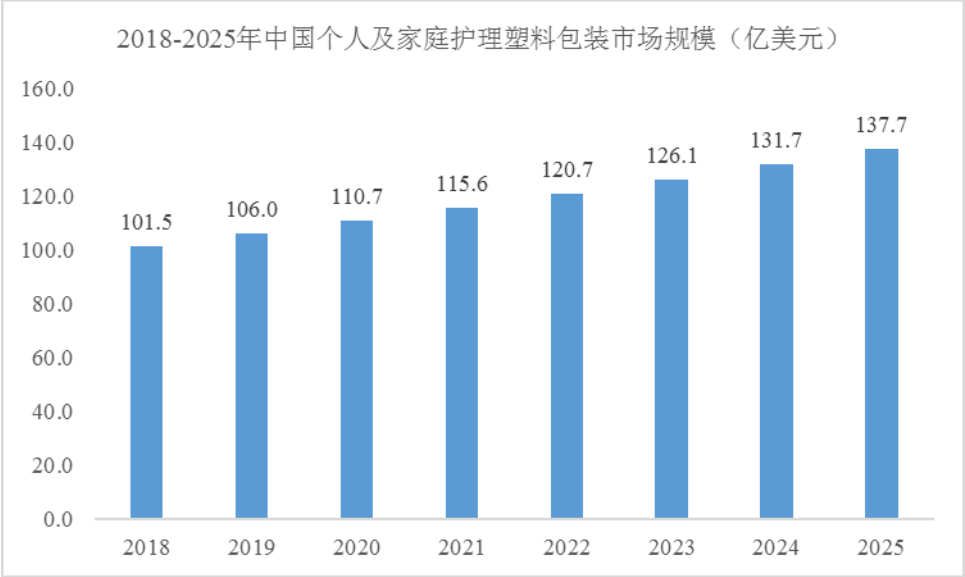


数据来源：Mordor Intelligence，Global Cosmetic Packaging Market

随着人们对生活品质要求的提升，绿色消费、健康卫生的理念深入人心，对香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品的需求持续增长。根据 Euromonitor 数据，目前国内家庭护理产品的市场规模超过 1,000 亿元，且仍将保持稳步增长，将带动配套塑料包装的市场规模上升。

根据 Grand View Research 研究显示，2025 年家庭护理塑料包装全球市场规模预计为 583.2 亿美元，国内市场规模也将达到 137.7 亿美元。





数据来源：Grand View Research

（3）一站式服务企业具有较强竞争优势

化妆品塑料包装行业内参与者数量多，但绝大多数为中小规模企业，随着国内化妆品市场规模的快速增长，化妆品品牌之间的竞争不断加剧，在选择塑料包装供应商时将更加注重生产规模、产品质量、资质认证及技术水平等，以保证自身产品的供应和质量，因此规模相对较大、质量管理能力较强的企业将持续受益。

化妆品生产是一个复杂的系统工程，包括化妆品内容物及化妆品包装的研发设计、生产，二者相辅相成，具有一站式服务能力的企业，不仅大大降低了客户成本，也提高了对客户需求的综合服务水平，具有较强竞争优势。未来行业内的参与者不仅要在各自专精的品类提供高质量的研发生产服务，还需要围绕客户需求不断拓展产业链上下游领域，通过自行设立、合作开展等方式为客户提供全方位、一站式的化妆品及塑料包装的研发、生产类服务。

（四）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

发行人日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的模式及业态创新是化妆品行业品牌竞争和社会分工的行业发展趋势驱动所致，也是公司与化妆品品牌商长期合作、充分理解客户一站式服务需求并践行的结果。

从化妆品行业发展趋势看，随着国内居民消费能力的提升，消费者需求个性化、差异化特征愈发明显，行业内品牌商需要通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费者需求，以提升品牌整体的覆盖能力；线上销售渠道迅速发展，在社交电商、社交 APP 裂变式传播以及网红经济的推动下，扩大了品

牌客群覆盖、刺激了消费意愿，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓。化妆品消费需求迭代加速的趋势下，化妆品品牌商需要快速反应的柔性供应链做支撑，将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本。中国在化妆品研发、生产等领域具备完整的产业链，人才资源与研发成本具有较为明显的比较优势，为国内化妆品 OEM/ODM 企业带来良好的发展机遇。

从公司发展历程看，在 2005 年设立之初，公司从事塑料包装容器的生产和销售，主要客户为知名日化产品品牌商；随着中国成为全球化妆品主要消费国，化妆品需求快速稳步增长，公司敏锐洞悉化妆品品牌商的生产、研发外包需求，2011 年以 OEM 模式为业务发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生等品牌商的严格认证。历经十多年的努力，公司不断探索企业价值提升的发展路径，形成日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，日化产品业务得到快速发展，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司化妆品内容物及化妆品包装的研发设计、生产，二者相辅相成，不仅大大降低了客户成本，也提高了对客户需求的综合服务水平。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）公司的市场地位

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展为策略，可为国内外知名日化企业提供日化产品及配套塑料包装的一站式服务。公司以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，在行业内形成了较强的市场影响力，成为多个国内外知名日化品牌的核心供应商。

公司主要客户如强生、郁美净等，对供应商稳定生产能力和质量控制能力具有较高的要求，公司通过严格的质量认证及考核成功融入其供应链体系，长期为强生婴儿、郁美净等婴幼儿及儿童产品提供生产服务，充分体现了公司对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控。公司与国内外品牌客户建立了长期互利共赢的合作关系，共同分享行业增长机遇，并多次获得客户授予的荣誉奖项，为

公司带来良好的市场声誉和品牌形象。公司多次被强生认定为“零缺陷项目合作伙伴”，为“大宝 SOD 蜜新装上市”做出杰出贡献，系郁美净“最佳战略合作伙伴”、上海家化“优秀供应商”、百雀羚“最佳合作伙伴”、壳牌“最优供应商”。

公司始终把技术研发作为发展的原动力，是行业内少数兼具日化产品及塑料包装研发、设计和生产能力的企业。公司系高新技术企业，福建省知识产权优势企业、福建省科技型企业及福建省科技小巨人企业，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台，系中国包装联合会常务理事单位。

公司在塑料包装外观设计、模具开发、注塑/吹塑/软管等各项生产工艺均积累了丰富经验，多项设计获得“包豪斯奖”、“创意中国设计大奖”、全国艺术与设计大展“学院派奖”、“金点概念设计奖”等；2017-2019 年，发行人塑料包装收入占全国规模以上塑料包装箱及容器制造企业合计收入的比例分别为 0.19%、0.28%和 0.28%，市场份额总体稳定，高于行业平均水平。在化妆品领域，公司不断加大在配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面的投入，已备案的化妆品 900 余件，在 OEM 的基础上，不断提升 ODM 业务的比例，报告期内，公司化妆品 ODM 业务收入占比分别为 17.45%、20.38%、32.19%和 16.12%。随着塑料包装设计、化妆品配方迭代研发及各项工艺控制技术的不断提升，公司将积极切入品牌商产品供应链的各个环节，垂直整合和优化设计制造与经营模式，实现快速量产和更为高效的供应链管理。

（二）公司技术水平及特点

公司主要客户为日化产品行业企业，公司的创新、创造、创意建立在实用且以市场为导向的发明、配方以及深受客户和终端消费者认可的技术基础之上。公司与国内外知名客户长期紧密合作，客户对公司生产技术和质量控制的高标准、高要求，促使公司不断加强研发投入，形成符合客户及行业要求的技术和质量标准，以及完整的产品研发、制造、生产流程和质量控制体系，组建了经验丰富的研发团队。

1、日化产品相关技术

公司日化产品业务以 OEM 模式为发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生等品牌商的严格认证。公司核心技术主要体现在配方、工艺的持

续研发，以及对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控。

（1）配方和工艺

化妆品配方主要由数十种不同功效的原料混合配制而成，在研制配方时，有多种类型的天然或化学成分可供选择，原料构成及配比的变动会导致化妆品功效、物理、化学特性发生变动，导致产品气味、色泽、肤感的不同，从而满足客户不同概念需求。化妆品生产工艺主要是利用乳化锅、灌装机等设备，通过加热、乳化、搅拌等物理手段进行，工艺核心在于研发、生产人员对于投料时间、投料剂量的掌控，以及对如乳化速度、搅拌速度、温度等生产设备参数的设定。

化妆品配方及工艺的技术积累无法一蹴而就，需要经验丰富的研发团队，通过对行业上下游产业链的深刻了解，才能快速响应、满足客户产品需求。公司在长期的日化产品生产过程中，持续保持与原料供应商的技术交流，并根据客户需求，通过对上百种原料的作用效果筛选、最佳剂量的确定和不同活性成分的复配协同增效研究，以及体系稳定技术、控制技术、工艺参数的积累，基于日化产品制备原理、工艺优化、安全有效性研究、稳定性控制等多个方面构建完备的技术体系。公司研发人员可根据客户对产品的外观、功效、安全需求，2-3 周内初步确定配方。公司拥有膏霜乳液、护肤清洁、护发清洁、散粉、香水、花露水等多种品类剂型产品的配方及生产工艺，形成公司的自有技术，并积极布局相关配方及工艺的专利申请。公司丰富的实验数据、实践形成的工艺及方法，为公司配方开发提供了科学、客观的研发手段。

日化产品需要根据市场、客户需求进行快速迭代研发，公司具备稳定的技术研发能力和产品转化能力。OEM 模式下，公司可以将客户提供的配方快速转换为适合发行人设备、环境、人员的工艺技术，15 天左右即可形成符合客户质量要求的完整工艺及技术控制文件，完成试产准备，有效缩短客户的配方及工艺转换周期。ODM 模式下，发行人拥有专业的实验室，配备了先进的研发设备、检测设备及分析设备，能够对产品各项微生物及理化指标进行精密分析检测；研发人员具备长期的产品研发经验，熟悉主要化妆品原料的功效特性并与国际知名原料商或其代理商密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果，专注于配方的功效性、温和性、安全性、各种植物天然提取物及概念成分的应用。公司研发人员可根据客户对产品的外观、功效、安全需求，2-3 周内初步确定配方、生产工艺及完成试产，一般 3 个月左右可完成产品稳定性、兼容性、微生物及理化指标检

测、包装材料测试，满足客户快速迭代、快速生产的需求。

（2）质量控制体系

公司高度重视质量控制体系的建设，从来料检验、在线检验、成品检验，形成源头管理、过程可控、质量稳定、结果高效的质量控制流程。公司已经获得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、GMPC 化妆品良好操作规范认证及 ISO22716 化妆品良好生产规范认证。

在原料方面，公司严格筛选，主要采购行业内认可的国际知名品牌原料，包括巴斯夫、陶氏、芬美意、赢创、帝斯曼、路博润、奇华顿等，从源头保证化妆品的安全性。在生产方面，公司拥有先进的纯水处理系统、空调净化系统、10 万级化妆品洁净生产车间，从水源、空气、操作等各方面提供洁净安全的生产环境。产品批量生产前，公司需经过 2-3 个月的实验室及小批量试验，对配方及工艺参数进行不断论证，确保产品的安全和质量稳定性；在产品生产过程中及成品交付客户前，公司进行严格的微生物检测、理化检测，基于多年为知名品牌商提供产品和服务的质量管理、检测经验，确保量产产品质量长期稳定。

（3）ODM 业务占比提升

OEM 模式是公司日化产品业务稳定增长的基础，公司主要为国内外知名品牌提供 OEM 服务。ODM 模式是公司现在及未来发展方向，是公司研发能力不断提升的途径，也是公司研发实力的体现，在 ODM 研发领域公司坚持开放的视野，选择符合市场需求、拥有技术门槛的产品作为研发目标。同时，OEM 工艺研发过程也能够为 ODM 研发提供契机，两方面研发活动相辅相成，齐头并进。

报告期内，公司 ODM 模式的主要客户包括保利沃利科技（武汉）有限公司、尚赫（天津）科技开发有限公司、天津气味悦泽化妆品有限公司及北京奕天世代商贸有限公司等，报告期内，ODM 模式下公司化妆品分别实现收入 1,658.28 万元、3,293.15 万元、7,375.48 万元和 2,191.31 万元，占化妆品收入的比例分别为 17.45%、20.38%、32.19%和 16.12%。

2、塑料包装相关技术

公司具备较为全面的吹塑、注塑、注吹以及软管等精密成型工艺，以及印刷、贴标、烫金、丝印、热收缩等一体化服务能力，可为客户提供产品设计、模具开发、生产工艺开发、产品质量检验和测试等体系化高质量的包装解决方案，并围绕外观设计、模具开发、自动化辅助设备、工艺等形成了一系列专利。公司核心

技术的先进性主要体现在以下几点：

（1）较为全面的塑料包装生产工艺

公司通过长期的技术积累，建立了较为全面的吹塑、注塑、注吹以及软管等精密成型技术体系，可为客户提供全方位的日化产品塑料包装解决方案。

一方面，公司的生产设备涵盖了注塑机、吹塑机、注吹成型设备、拉管及注头机、丝印机等，能满足客户多品类塑料包装产品需求，生产技术储备涵盖了自动上料、模具开发与成型设备匹配、成型参数设置、零部件产品自动传送、成型产品自动分拣等技术环节，不断提高各个环节的生产效率、产品质量及成型精度；另一方面，日化产品与塑料包装的搭配，需要考虑品牌的定位和整体风格，也需要从技术上确保产品安全及实用，公司拥有较为完整的精密成型技术及较为全面的质量检测仪器，并就注塑、吹塑、注吹、软管生产及印刷、烫金、贴标等装饰工艺制订了较为完善的老化、高低温、翻折、测漏、测色等检测标准，可以根据客户不同产品的主要使用环境、运输要求等，生产适合的塑料包装，增强了对客户的一体化服务能力。

（2）产品设计

公司重点落在客户需求的技术可行性，可通过计算机模拟产品外观、尺寸、性能是否符合工艺要求。公司针对塑料包装积累了丰富的经验数据，涵盖了产品主要质量控制指标：使用韧性和工艺强度、仿形握力和开关力度、表面质感和触感柔性等，通过系统化的抗压、变形、跌落、关键尺寸测量、相关模具加工精度等生产工艺参数的稳定性测试和科学验证，大量的数据和比对分析为公司产品设计奠定了科学的基础。

针对防伪防盗、轻量化、环保原料的使用等行业发展趋势，持续开发及推广应用相关技术；结合品牌客户的主要消费群体、品牌形象等，在外观、造型方面设计高度契合的包装产品。公司深度参与了“大宝SOD蜜”塑料包装设计，为其新装上市做出杰出贡献；为壳牌设计了采用独特切环防伪防盗结构的塑料包装瓶盖，为其产品在国内的批量生产做出重要贡献。因多年与壳牌合作过程中优秀的质量表现及在防伪防盗等方面的技术创新，发行人于2020年8月获得壳牌“最优供应商奖”，公司是国内唯一一家获得此项荣誉的塑料包装盖品类供应商。

（3）模具开发

模具是塑料包装成型的核心，从设计图纸到产成品需通过匹配的模具生产实

现，同时模具具有非标准的工艺特点，公司经过多年经验和技术积累，建立了模具开发流程及加工标准体系，形成热流道注塑进胶系统、多腔型模具、双色产品共挤共注模具、高壁厚透明材料应用模具等核心技术。目前，公司向主要客户强生、上海家化、郁美净、壳牌等销售的产品，对应的各类模具多由公司负责开发，公司开发的模具具有较强的可靠性与稳定性，使用寿命一般可达到5年，大大提高了产品质量稳定性和标准化水平。此外，公司一方面通过模具结构研发和设计，根据产品需求量设计多腔型模具，并借助科学的模流分析，结合热流道成型技术，可节约原材料20%-40%；另一方面，通过模具周边装备的精准配套，降低模具损耗的同时，提质增效。

（4）自动化生产

公司塑料包装生产除部分环节需要人工检测外，自动化程度较高，包括自动计量及混料、自动供料、模具视觉检测、自动理瓶传送及分拣装置等，公司积极应用视频辅助和智能控制等生产手段，极大提高了生产效率和产品质量，标准化的生产最大化满足客户的质量要求和交货计划。

公司在产品设计、模具开发、设备自动化的技术基础上，为诸多品牌商客户开发了近千款塑料包装，有机结合外观设计、功能结构、实用性能，设计出仿厚壁膏霜瓶、防伪防盗瓶盖、具有测量功能的翻盖式瓶盖、双腔合一的挤塑吹瓶等，并实现大批量生产。公司主动与客户探讨再生塑料利用的解决方案，并积极投入可循环使用环保型包装及生产工艺的持续性研发和应用。

日化产品包装具有更新换代快、规格品种多等特征，要求日化塑料包装企业具备大规模的生产能力和快速的反应能力。公司是国内少数自身拥有产品设计能力、精密模具开发技术的塑料包装企业，可进行高精度、长寿命的模具开发设计，更快速响应不同客户的需求，持续不断的开发出新产品。报告期内，公司为客户开发新产品的平均周期从产品设计、模具开发、试样、生产验证，一般需要 3 个月时间，对于不需要重新开发模具的新产品，一般 15 天左右可完成产品生产验证，实现批量生产。

（三）行业竞争状况

1、行业竞争格局

在化妆品制造领域，从全球看，我国化妆品 OEM/ODM 企业发展历史相对

较短，在整体技术水平和规模方面与国外先进企业存在较大差距，在中高端研发领域竞争力偏弱。国内 OEM/ODM 企业生产的产品在相同原料品质和技术工艺下，价格优势明显，具有较高的性价比。从国内看，目前化妆品生产许可获证企业 5,000 余家，行业市场竞争激烈，市场集中度较低，总体上以中小企业居多，随着行业监管加强，化妆品生产将逐步向具有严格质量控制、符合环保标准的自主品牌及规模较大的 OEM/ODM 企业集中。随着国内 OEM/ODM 企业设备、产能、技术及相关配套不断提升，国际日化品牌商已逐渐将订单转向国内生产商，成为国内 OEM|/ODM 企业主要客户来源之一。

塑料包装行业内参与者数量多，但绝大多数为中小规模企业，根据中国包装联合会数据显示 2019 年我国包装行业规模以上企业 7,916 家，平均收入 1.24 亿元。随着国内化妆品市场规模的快速增长，化妆品品牌之间的竞争不断加剧，在选择塑料包装供应商时将更加注重生产规模、产品质量、资质认证及技术水平等，以保证自身产品的供应和质量，因此规模相对较大、质量管理能力较强的塑料包装企业将持续受益。

2、行业进入壁垒

（1）技术和研发壁垒

日化产品的研发涉及生命科学、精细化工、皮肤科学、配方、制造工艺等多学科的交叉研究与运用，塑料包装研发包括材料改性、产品及模具设计、工艺设计及材料和产品的检测能力提升等，均需要强大的技术研发团队支持。此外，由于日化产品及包装更新换代较快，需要较强的快速迭代研发能力，对于行业新进入者构成技术和研发壁垒。

（2）政策壁垒

国家在化妆品的行业准入、生产经营等方面制定了一系列法律、法规，以加强对行业的监管。根据《化妆品卫生监督条例》，对化妆品生产企业实行化妆品生产许可证制度，化妆品生产许可证由省、自治区、直辖市化妆品监督管理部门批准并颁发，未取得化妆品生产许可证的单位，不得从事化妆品生产。自 2014 年 6 月 1 日起，国产非特殊用途化妆品上市前应按照《国产非特殊用途化妆品信息备案规定》的要求，进行产品信息网上备案，备案信息经省级化妆品监管部门确认，由国家药品监督管理局政务网统一公布，供公众查询。此外，GMPC、ISO22716 认证等要求化妆品生产企业具备良好的生产设备、合理的生产过程，

完善的质量管理和严格的检测系统确保最终产品质量符合法规要求。

（3）客户资源壁垒

日化产品、塑料包装制造商在加入国内外知名品牌商的分工体系前，需进行长时间的市场开拓，并通过品牌商严格的质量管理体系审核和产品性能认证。由于通过该等认证难度较大，行业内能够成为国际知名品牌客户供应商的企业较为有限。同时，国内外知名品牌商十分重视未发布新产品、尚在研发产品的信息保密工作，供应商的转换成本相对较高。因此，品牌商为确保产品质量和稳定货源，不会轻易改变供应商。严格的认证审核过程使得品牌商与日化产品及包装制造商建立了稳定的供应合作关系。

（4）规模壁垒

日化产品具有产品种类多、更新换代快的特点，企业规模在一定程度上决定其竞争力和盈利能力。企业只有具备一定的规模，才能最大程度地保证对研发设计、生产制造、品质管理、市场开拓等各方面的投入，才能保证生产工艺稳定及不断进步、保证产品品质。新进入的企业必须达到一定的经济规模，才能与现有规模企业在设备、技术、成本、人才等方面展开竞争，这构成了行业的规模壁垒。

此外，由于生产线多、交货周期较短，客户对产品质量和生产效率要求较高，行业内企业需要通过大规模的生产制造服务以满足客户需求。企业需要通过规范化的生产工艺管理、标准化的操作流程、实时在线监控、多环节的产品检测以满足生产经营需要。拟进入行业的新企业较难在短时间内具备规模生产的能力。

3、行业利润水平情况

化妆品产业链可以分为原料供应商、制造商、品牌商、渠道商等环节。生产制造环节毛利率一般在 30%左右。随着产品结构、客户结构的调整，销售规模的扩大，研发投入的不断增加，国内化妆品生产制造企业的利润水平预计在相当长的时间内保持稳定。

塑料包装企业的利润水平受上游原材料价格、研发与创新能力、生产技术水平及产品迭代速度等影响，因产品、客户群体的不同而存在差异。生产知名化妆品包装容器的企业，对产品设计、工艺等要求较高，利润水平相对较高。近几年来，为获取更好的市场营销效果，化妆品品牌比以往更加重视产品包装，逐渐选用档次更高的包装材料，未来业内企业的利润将保持在较高的水平。

（四）同行业主要企业情况

1、科丝美诗（中国）化妆品有限公司

科丝美诗（中国）化妆品有限公司成立于 2004 年，注册资本 2,007.20 万美元，是一家集化妆品生产、研发及配套性服务为一体的全球化妆品 OEM/ODM 服务企业，总部位于韩国。主要客户包括国际品牌雅诗兰黛、联合利华、迪奥、欧莱雅、香奈儿、植村秀，以及国内品牌百雀羚、珀莱雅、伽蓝、卡姿兰、屈臣氏等。在上海、广州拥有超过 10 万平方米的生产经营车间，涵盖护肤、彩妆、面膜等产品，拥有研发人员近 300 人。

2、科玛化妆品（北京）有限公司

科玛化妆品（北京）有限公司成立于 2007 年，注册资本 500 万美元，系韩国科玛株式会社全资子公司，主要从事化妆品 OEM/ODM 业务，主要客户包括雅诗兰黛、兰蔻、香奈儿、资生堂、雪花秀、兰芝、联合利华等。在北京、无锡拥有超过 10 万平方米的生产经营车间，涵盖护肤、彩妆等产品，拥有专利近 300 项。

3、深圳市通产丽星股份有限公司（002243）

通产丽星成立于 1995 年，2008 年在深交所中小板上市，通产丽星从事新材料、科技创新服务业务。塑料包装主要客户包括宝洁、箭牌、欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂、妮维雅、玫琳凯、安利、百雀羚、蓝月亮等。根据 2019 年年报和 2020 年半年报，通产丽星塑料包装业务最近一年及一期分别实现营业收入 10.26 亿元、4.21 亿元。

4、浙江锦盛新材料股份有限公司

浙江锦盛新材料股份有限公司成立于 1998 年，主要从事化妆品塑料包装容器的研发、生产和销售，主要产品包括膏霜瓶系列和乳液瓶系列等亚克力（PMMA）材质的化妆品包装容器。根据其公开披露的信息，锦盛新材最近一年及一期实现营业收入 3.43 亿元、1.27 亿元。

5、诺斯贝尔化妆品股份有限公司

诺斯贝尔化妆品股份有限公司成立于 2004 年，是一家专注于面膜、护肤品和湿巾的设计、研发和制造于一体的综合型化妆品生产企业，系上市公司青松股份（300132）全资子公司。根据诺斯贝尔 2019 年度审计报告，诺斯贝尔 2019 年

实现营业收入 21.78 亿元，净利润 2.52 亿元。

6、上海家化联合股份有限公司（600315）

上海家化联合股份有限公司成立于 1995 年，2001 年在上交所主板上市，主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，主要品牌包括六神、佰草集、高夫、美加净、启初、家安、玉泽、双妹、汤美星等。根据其 2019 年年报及 2020 年半年报，上海家化最近一年及一期实现营业收入 75.97 亿元、36.85 亿元。

7、珀莱雅化妆品股份有限公司（603605）

珀莱雅化妆品股份有限公司成立于 2006 年，2017 年在上交所主板上市，是一家专注于化妆品的研发、生产和销售的企业，主要产品包括护肤类、洁肤类、美容（彩妆）类等化妆品。根据其 2019 年年报及 2020 年半年报，珀莱雅最近一年及一期实现营业收入 31.24 亿元、13.84 亿元。

8、拉芳家化股份有限公司（603630）

拉芳家化股份有限公司成立于 2001 年，2017 年在上交所主板上市，主要从事日用化学产品的研发、生产与销售，主要产品包括洗发水、护发素、沐浴露、香皂、膏霜洗护产品。根据其 2019 年年报及 2020 年半年报，拉芳家化最近一年及一期实现营业收入 9.65 亿元、4.04 亿元。

（五）公司竞争优势

1、丰富的客户资源及长期稳定的合作关系

发行人的主要客户均为全球和国内知名的化妆品、日化产品厂商及新兴品牌商，包括强生、上海家化、郁美净、贝泰妮、百雀羚、益海嘉里、壳牌、利洁时、拜尔斯道夫、保利沃利、尚赫（天津）科技开发有限公司、天津气味悦泽化妆品有限公司等，遴选合格供应商的认证程序严格复杂且历时较长。发行人通过多年积累，已成功进入众多国际领先品牌的合格供应商体系，并已与客户建立了长期稳定的合作伙伴关系。公司与主要客户强生、上海家化、百雀羚已合作 10 余年，与壳牌已合作 7 年，与强生、上海家化、郁美净、百雀羚、保利沃利科技（武汉）有限公司、尚赫（天津）科技开发有限公司等客户在塑料包装及日化产品领域均已形成多品类、多方位的深度合作。公司通过深入了解客户需求，首先满足客户在高质量标准下稳定产出的核心诉求，同时深入探索新产品的研发，协助客户缩

短产品开发周期；凭借先进的技术、优质的产品和专业的服务满足客户不同种类、规格的产品需求，赢得了客户的长期信任，为公司带来了良好的市场声誉和影响力，吸引国内外日化品牌企业与公司开展业务合作，也为公司长期持续稳定的发展奠定了坚实的基础。

2、长期技术储备及持续的创新研发

日化产品的研发涉及生命科学、精细化工、皮肤科学、制造工艺等多学科的交叉研究与运用，塑料包装研发包括材料改性、产品及模具设计、工艺设计及材料和产品的检测能力提升等，均需要强大的技术研发团队支持。公司已经初步建成功能齐备的研发体系和稳定、高效、经验丰富的技术研发团队，拥有一批资深的研发和应用技术专家，对产品配方设计、包装设计、消费趋势等方面具备深刻的理解。

日化产品及塑料包装需要根据市场、客户需求进行快速迭代研发，公司具备稳定的技术研发能力和产品转化能力。在化妆品生产方面，公司不断加深在配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面的投入，通过对各种材料、乳化方式、介质粘度和分散度、配伍性等进行研究，实现安全性、功效稳定性控制；OEM 模式下，公司可以将客户提供的配方快速转换为适合发行人设备、环境、人员的工艺技术，15 天左右即可形成符合客户质量要求的完整工艺及技术控制文件，完成试产准备，有效缩短客户的配方转换周期。ODM 模式下，发行人拥有专业的实验室，配备了先进的研发设备、检测设备及分析设备，能够对产品各项微生物及理化指标进行精密分析检测；研发人员具备长期的产品研发经验，熟悉主要化妆品原料的功效特性并与国际知名原料商或其代理商密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果，专注于配方的功效性、温和性、安全性、各种植物天然提取物及概念成分的应用。公司研发人员可根据客户对产品的外观、功效、安全需求，2-3 周内初步确定配方、生产工艺及完成试产，满足客户快速迭代、快速生产的需求。

在塑料包装方面，公司可设计开发该类产品所需的精密模具，并不断深化精密成型等工艺技术，在设计阶段向客户提出富有建设性的意见，达成产品设计要求，同时持续研发吹塑、注塑、注吹以及软管等生产工艺，提高生产效率并有效节约生产成本。

截至招股说明书签署日，公司拥有 **175 项**境内专利及 1 项境外专利，其中发

明专利 32 项。公司被认定为高新技术企业，通过工信部信息化和工业化融合管理体系认证、福建省知识产权优势企业认证、福建省科技型企业认证及福建省科技小巨人企业认证，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台。

3、快速响应的生产能力及卓越的品质管控

公司拥有先进的纯水处理系统、空调净化系统、MES 控制系统、配制生产线、灌装生产线、注塑机、吹瓶机、丝印机，拥有 10 万级化妆品洁净生产车间，具备稳定的生产能力。凭借优良的生产管理，公司能快速整合各方面资源，动态调整产能分配，在较短时间内完成产品设计、原材料采购以及组织生产、产品配送等所有工作，满足客户对产品质量及交货期的要求，其中化妆品交货期一般为 30 天，对于加急订单可以在 20 天内完成配制、灌装、微生物及理化检测、包装、运输的交货流程。通过先进的生产制造体系及持续的工艺、设备改进，为项目产品质量的高品质和稳定性提供保障。

公司通过多年投入，已建立相对完善的产品设计体系及质量控制体系，从客户需求、设计开发、原材料管理、进料检验、生产计划排配、制程生产管理、出货管理等各方面进行全流程的质量控制，明确规定了质量管理、环境管理等各项要求和内容。目前公司及主要下属公司已经获得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、GMPC 化妆品良好操作规范认证及 ISO22716 化妆品良好生产规范认证。

在实验检测仪器方面，公司拥有高效液相色谱仪、气相色谱仪、红外光谱仪、滑动熔点测量仪、顶压仪、测厚仪、测色仪、跌落试验机等较为全面的实验检测仪器设备，能够就日化产品的微生物、理化指标、成分含量以及塑料包装的各项性能指标等进行全面检测，公司还与行业权威检测机构保持密切合作，就某些有特殊要求的产品委托权威检测机构进行检测验证，确保产品安全稳定、质量可靠。

公司的产品质量长期维持在较高水平，与公司的质量控制体系直接相关。融入国内外知名日化品牌商的供应链，需要通过客户 3-6 个月的现场验厂等一系列审核程序，客户对包括厂房、设备、供应商管理、生产流程及过程控制、品质管理流程、研发及检验、追溯性、环境、安全、人力资源等进行详细严格的审核。在通过供应商资质审核后，公司需进行产品开发或配方及工艺转移、试车验证，成品试产后还需进行稳定性、兼容性等测试。测试结果符合标准后，客户才会向

公司下达正式订单。随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量才会不断增加。按照行业经验，从开始对供应商进行资质审核到正式下达订单一般需 6-12 个月的时间。公司后续将持续提高并改进产品质量控制体系，通过严格的来料检验、在线检测及成品检验，进一步巩固公司产品良品率较高的突出优势，着力提升盈利能力和综合竞争力。

4、重要区域的多点布局及一站式的综合服务

经过多年发展，公司目前已形成了包括多家子公司、孙公司的经营架构，初步完成以海峡西岸经济区为总部，对长三角、粤港澳大湾区、京津冀等区域的战略布局。公司紧跟客户及产业应用，根据主要客户的发展布局，安排生产、销售和物流，快速应对客户的产品交货需求，并向客户提供日化产品及配套塑料包装的一站式制造服务。

日化产品内容物及包装的研发设计、生产，二者相辅相成，在日化产品的研发过程中，包装与内容物往往需要进行一体化开发、设计，日化企业在决定品牌的定位及整体风格后，需要与包材供应商、OEM/ODM 企业分别进行沟通，确保包材和内容物的特性、交货时间等不发生冲突，最后再分别向包材供应商、OEM/ODM 企业采购，最终形成完整的产品。在产品批量生产阶段，需要充分协调包材供应商与 OEM/ODM 企业的生产调度、产品质量等，才能确保产品如期交货并控制质量风险。公司从整合、优化客户供应链的角度出发，日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展，降低了客户内外部沟通及质量控制成本，提高供应效率。公司的一站式服务能力，满足日化产品行业客户成本控制、产品质量、交货周期、品牌快速迭代的综合需求，进一步增强客户粘性，不断加强与客户的深度合作，扩大公司产品的市场占有率。

（六）公司在竞争中面临的挑战

1、融资渠道较为匮乏

公司所处行业属于资金、技术密集型行业。近年来，随着公司的生产规模不断扩大，兴建厂房、购买设备等需要大量资金，原材料和其他存货需要占用更多的流动资金，产品研发、技术改造也需要一定资金投入。为满足公司发展的资金投入需求，扩大市场份额，提升竞争力，公司需要拓宽融资渠道，提升自身资本

实力，满足公司的基本发展要求。

2、产能瓶颈制约

公司产品质量获得客户高度认可，但未来随着业务规模扩大、产品质量和性能不断提升，订单逐年增加，公司现有产能已不能满足日益增长的市场需求。面对未来逐年上升的产品需求量，产能成为制约公司快速发展的重要因素，可能会削弱公司未来在国内外市场的核心竞争力。

（七）行业发展面临的机遇和挑战

1、行业发展机遇

（1）化妆品消费需求快速增长为具备优质产能的企业带来发展机遇

随着居民可支配收入增长带来的消费升级，销售渠道尤其是线上渠道多元化，消费理念变革、个性化需求及消费人群增加，中国化妆品消费需求将进一步扩大。为提高在中国市场的竞争力和市场份额，国际化妆品知名品牌、国产品牌、新兴品牌均倾向于逐步外包生产制造，通过化妆品 OEM/ODM 企业来扩大产能，为产品快速迭代提供支持，规模相对较大、研发能力及质量管理能力较强的 OEM/ODM 企业将持续受益。

（2）行业监管不断规范，为企业成长创造良好环境

我国对日化行业的监管力度随着行业的发展不断加强并日趋规范，对日化产品生产企业的准入门槛也不断提高。国家对化妆品生产企业实施生产许可管理制度，修订出台了多项法规和管理办法，提高了行业门槛，使得部分生产能力弱、质量控制不规范的中小型企业被逐渐淘汰。提高行业经营及竞争的规范化，有利于行业集中度的提升，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。

（3）产业集群效益明显

随着中国化妆品消费规模的快速增长，化妆品生产逐步向亚太特别是向中国转移，产业集群效益在中国已逐步显现，与行业配套的上下游供应链也日趋成熟，以粤港澳、长三角为中心的区域性产业集群配套体系成长迅速。日化行业产业集群的形成有利于区域的资源、信息共享，促进区域内部的分工协作，有助于发挥出不同规模日化企业的各自优势，形成良好的互补机制，推动区域整体产业的升级及发展。

2、行业发展挑战

（1）行业集中度较低

目前国内化妆品生产许可获证企业 5,000 余家，行业市场竞争激烈，市场集中度较低，生产企业规模普遍偏小。化妆品生产是资金、技术密集型行业，如果收入规模不显著，一方面导致前期大量固定资产投资对生产成本、费用的影响较大，降低企业的利润水平；另一方面导致企业研发投入不足，影响企业自主创新水平的提升，进而影响企业在中高端生产制造市场的竞争力。

（2）国内企业总体研发实力不足

在化妆品研发环节，国际知名企业通常会在全球主要市场分布研发中心或技术实验室，进行基础成分及配方应用研发、产品测试及包装设计；国内化妆品 OEM/ODM、塑料包装企业由于收入规模的较大差距，研发投入远不及国际知名企业，研发能力相对薄弱成为国内企业在中高端市场竞争力不足的主要瓶颈。

（3）行业整体人工成本上升

近年来行业人工成本不断上升，给企业的成本控制带来一定压力。同时，日化产品及塑料包装容器行业产品推陈出新的速度不断加快，企业面临一定的经营挑战。为应对人工成本上升、日益加剧的竞争状况，行业内领先企业大力推进自动化、智能化技术和设备的研发和应用，以实现转型升级，提质增效。

四、主要服务或产品的销售情况和主要客户

（一）主要产品生产销售情况

1、主要产品的产能、产量、销量情况

产品	产量	产能	产能利用率（%）	销量	产销率（%）
2020 年 1-6 月					
塑料包装容器（万个）	31,209.89	87,000	72	28,249.57	91
化妆品（吨）	5,792.36	13,000	89	5,836.24	101
家庭护理产品（吨）	8,267.57	25,000	66	8,017.08	97
2019 年					
塑料包装容器（万个）	72,906.14	87,000	84	74,576.04	102
化妆品（吨）	10,556.81	11,000	96	10,869.71	103
家庭护理产品（吨）	24,655.44	24,000	103	24,597.72	100
2018 年					
塑料包装容器（万个）	89,895.05	83,000	108	85,708.17	95
化妆品（吨）	9,421.20	9,000	105	9,072.65	96
家庭护理产品（吨）	19,840.71	18,000	110	19,648.46	99
2017 年					
塑料包装容器（万个）	72,131.12	70,000	103	70,689.05	98

产品	产量	产能	产能利用率（%）	销量	产销率（%）
化妆品（吨）	4,218.07	4,000	105	4,092.68	97
家庭护理产品（吨）	11,943.09	11,000	109	12,278.00	103

报告期内，发行人生产性固定资产原值与产能的匹配如下：

单位：万元、万个、吨、元/万个、元/吨

项目	塑料包装容器			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
生产性固定资产	14,598.31	14,373.54	13,509.34	12,673.29
产能	87,000	87,000	83,000	70,000
单位产出	1,677.97	1,652.13	1,627.63	1,810.47
项目	日化产品			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
生产性固定资产	8,174.99	7,010.96	4,378.23	3,224.77
产能	38,000	35,000	27,000	15,000
单位产出	2,151.31	2,003.13	1,621.57	2,149.85

报告期内，日化产品、塑料包装单位产出基本保持稳定。其中 2018 年日化产品单位产能有所下降，主要系洗洁精等家庭护理产品产量大幅增加，平均单价相对较低，单位产出较低。

2、主要产品的销售收入情况

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
化妆品	13,594.32	35.19	22,911.20	30.00	16,159.93	23.23	9,504.21	18.43
家庭护理产品	8,125.99	21.04	8,962.96	11.73	9,298.70	13.37	6,205.07	12.03
主营业务收入	**38,628.02**	**100.00**	**76,383.36**	**100.00**	**69,565.48**	**100.00**	**51,583.14**	**100.00**

3、主要产品的销售价格

（1）塑料包装容器

① 与市场公开报价、可比公司价格对比情况

报告期内，公司塑料包装容器平均单价与可比公司对比如下：

单位：元/个

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星		-	0.68	0.64	0.61
锦盛新材	膏霜瓶	-	5.26	4.79	4.71
	乳液瓶	-	6.69	6.37	6.12
发行人		0.60	0.60	0.51	0.51
其中：吹塑类		1.34	1.24	1.13	1.13
注塑类		0.21	0.24	0.20	0.19
软管类		0.67	0.65	0.68	0.63
注吹类		0.56	0.67	0.60	0.74

报告期内，公司塑料包装容器产品规格繁多，通常以成本加成为基础，参考同类产品市场价格确定销售价格。通常情况下，产品材质、工艺复杂程度、产品克重等均影响产品成本进而影响销售价格，同时客户议价能力等也是决定销售价格的重要因素。

报告期内，公司塑料包装容器平均单价与通产丽星相比不存在明显差异。发行人与通产丽星均具备注塑、吹塑、软管产品系列，主要原材料为 PE、PP 等合成树脂，原材料、生产工艺类似，面对的主要为日化产品客户，两者销售价格不存在明显差异。

报告期内，公司塑料包装容器平均单价与锦盛新材有较大差异，主要系锦盛新材主要产品为亚克力（PMMA）材质的化妆品塑料包装容器，亚克力原材料价格较 PE、PP 高，同时生产工艺的差异导致产品成本较高。报告期内，锦盛新材塑料包装业务产品销售单价高于发行人主要系成本较高所致。

② 报告期内价格波动原因分析

报告期内，公司产品定价方式未发生改变，塑料包装各类产品平均单价较为稳定，2019 年以来塑料包装平均单价有所上升，主要系占比较高的吹塑类产品平均单价上升所致。报告期内，吹塑类产品的销售金额分别为 23,572.48 万元、28,132.06 万元、28,634.30 万元和 11,561.87 万元，销售占比分别为 65.71%、63.78%、64.33%和 68.38%，占比稳中有升。吹塑类产品主要为塑料包装瓶，产品较重，相应成本较高，因此平均单价较高。

2019 年，吹塑类产品单价较 2018 年增加 0.11 元，主要原因是：公司为上海家化生产的洗衣液塑料瓶，2018 年销售收入为 1,094.03 万元，占当年吹塑类产品销售收入的比例为 3.89%，平均单价为 4.42 元；2019 年销售收入为 1,810.95 万元，占当年吹塑类产品销售收入的比例为 6.32%，平均单价为 4.66 元。该类产品销售增加，导致 2019 年吹塑类平均单价较 2018 年增加 0.12 元。

2020 年 1-6 月，吹塑类产品单价较 2019 年增加 0.10 元，主要原因是：2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司对北京大宝化妆品有限公司销售收入下降较为明显，其销售收入占吹塑类产品的比例由 2019 年的 13.78%下降至 2020 年 1-6 月的 6.45%，单价分别为 0.42 元和 0.44 元，销售单价较低的产品销售占比降低，提升了吹塑类产品的平均单价。

（2）化妆品

发行人是 OEM/ODM 模式的护肤类、洗护类化妆品研发生产企业，主要客户包括强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利、尚赫、多特瑞、百雀羚等国内外知名企业。

在国内上市公司中，青松股份全资子公司诺斯贝尔是一家专注于面膜、护肤品和湿巾的化妆品生产企业，诺斯贝尔化妆品业务以 ODM 为主、OEM 为辅，其主要客户为屈臣氏、伽蓝集团、利洁时、植物医生等品牌商。

此外，上海家化、珀莱雅、拉芳家化等化妆品品牌及生产商也属于发行人同行业公司。其中，上海家化主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，珀莱雅主要产品为大众护肤品，拉芳家化主要产品为洗发露、沐浴露、护发素等洗护类产品。

上海家化、珀莱雅未披露其每吨化妆品的单价。2017-2019 年，公司化妆品平均单价与市场公开报价、可比公司对比如下：

单位：元/吨

项目	2019 年	2018 年	2017 年
拉芳家化	21,830	24,330	25,070
诺斯贝尔（护肤品）	46,190.42	50,846.75	47,221.09
发行人	21,078.03	17,811.70	23,222.47

由于发行人与上述公司在经营模式、产品结构、客户结构等方面存在差异，导致产品单价不同。

（3）家庭护理产品

发行人是 OEM/ODM 模式的家庭护理产品研发生产企业，主要产品包括香皂、洗手液、消毒液、洗洁精、洗衣液、花露水等，主要客户为强生、利洁时、益海嘉里、上海家化。2017-2019 年，发行人家庭护理产品主要为洗洁精、香皂、洗衣液，合计占家庭护理产品销售收入的比例为 95.15%、96.10%和 86.77%。

2017-2019 年，公司家庭护理产品平均单价如下：

单位：元/吨

项目	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	3,643.82	4,732.53	5,053.82
其中：洗洁精	2,977.72	3,468.68	3,303.10
香皂	11,022.95	11,761.77	12,171.23
洗衣液	1,703.67	7,942.66	7,555.72

2017-2019 年，发行人各类家庭护理产品单价总体较为稳定，略有下降。其中，2019 年洗衣液单价较低，主要系公司 2019 年向上海家化销售洗衣液 8,103.55 吨，由于该产品由上海家化提供主要原料和包材，公司仅收取加工费，单价为

737.38 元/吨。剔除上海家化的影响，2019 年洗衣液产品平均单价为 5,698.79 元/吨。

同行业上市公司中，上海家化未披露其每吨家庭护理产品的单价，发行人选取拉芳家化香皂产品与发行人香皂产品对比如下：

单位：元/吨

项目	2019 年	2018 年	2017 年
发行人香皂	11,022.95	11,761.77	12,171.23
拉芳家化香皂	20,861.10	16,430.56	18,791.19

由于拉芳家化为品牌及生产商，发行人为 OEM/ODM 经营模式。发行人与拉芳家化在经营模式、客户结构等方面存在差异，导致产品单价不同。

（二）报告期内主要客户及变动情况

报告期内，公司向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	主要销售内容	销售金额	占总收入比例
2020 年 1-6 月	1	强生	化妆品、家庭护理产品及塑料包装	11,533.12	29.41
	2	壳牌	塑料包装	6,410.00	16.34
	3	上海家化	塑料包装、家庭护理产品	5,660.96	14.43
	4	保利沃利	化妆品	3,069.43	7.83
	5	利洁时	化妆品、家庭护理产品	2,066.14	5.27
	前五名客户合计			**28,739.65**	**73.28**
2019 年	1	强生	化妆品、家庭护理产品及塑料包装	19,086.11	24.29
	2	壳牌	塑料包装	16,014.86	20.38
	3	上海家化	塑料包装、家庭护理产品	12,571.99	16.00
	4	郁美净	化妆品	4,325.67	5.51
	5	益海嘉里	家庭护理产品	3,762.84	4.79
	前五名客户合计			**55,761.47**	**70.97**
2018 年	1	强生	化妆品、家庭护理产品及塑料包装	16,814.46	23.42
	2	壳牌	塑料包装	16,346.36	22.77
	3	上海家化	塑料包装、家庭护理产品	11,054.55	15.40
	4	益海嘉里	家庭护理产品	5,777.13	8.05
	5	百雀羚	化妆品及塑料包装	5,612.57	7.82
	前五名客户合计			**55,605.07**	**77.44**
2017 年	1	强生	化妆品、家庭护理产品及塑料包装	15,972.53	29.97
	2	壳牌	塑料包装	15,199.33	28.52
	3	上海家化	塑料包装、家庭护理产品	8,215.02	15.41
	4	益海嘉里	家庭护理产品	3,105.19	5.83
	5	百雀羚	化妆品及塑料包装	1,949.25	3.66
	前五名客户合计			**44,441.32**	**83.38**

报告期内，公司前五大客户较为稳定，不存在向单一客户的销售比例超过

50%或严重依赖少数客户的情形。

报告期内，强生、壳牌、上海家化均为发行人前三大客户，较为稳定。

2017-2019 年，益海嘉里均为发行人前五大客户。2020 年 1-6 月，益海嘉里未进入发行人前五大客户，主要系发行人减少了洗洁精产品的销售，上述产品毛利率相对较低，经发行人与益海嘉里友好协商，逐步停止洗洁精产品的生产，双方将在消毒类产品领域寻求合作。2020 年 1-6 月发行人对益海嘉里的销售下降，具有商业合理性。

发行人与百雀羚的合作开始于 2008 年，主要向发行人采购塑料包装容器。百雀羚为发行人 2017 年、2018 年第五大客户，其中 2018 年发行人与百雀羚尝试在化妆品领域扩大合作，2018 年对百雀羚化妆品销售金额较 2017 年大幅增长。2019 年以来发行人考虑到与百雀羚合作的化妆品业务利润水平较低，且发行人化妆品 OEM/ODM 业务拓展情况良好、产能有限，发行人经与百雀羚协商，缩减了化妆品产品合作规模，发行人仍然是百雀羚重要的塑料包材供应商，保持良好的合作关系。

发行人与郁美净的合作开始于 2016 年，报告期内，郁美净与发行人合作品类不断增加，发行人对其销售收入稳步增长。郁美净为发行人 2019 年第四大客户，2020 年 1-6 月第六大客户。

发行人与保利沃利的合作开始于 2019 年，主要向发行人采购洗护类化妆品。根据天猫数据，保利沃利旗下品牌“三谷”旗舰店在“6.18”、“双 11”期间销售情况较好，2019 年 6 月洗护类销售排名第 3，2019 年 11 月洗护类销售排名第 5，由于保利沃利自身销售规模快速增长，对发行人 OEM/ODM 业务需求快速增加，2019 年保利沃利为发行人第六大客户，2020 年 1-6 月为发行人第四大客户。

发行人与利洁时的合作开始于 2012 年，主要向发行人采购家庭护理产品及少量化妆品，2018 年以来，利洁时将其旗下品牌“滴露”部分香皂、洗手液、洗护类产品等委托发行人生产，发行人对利洁时的销售收入持续增长。利洁时为发行人 2017 年第八大客户，2018 年第六大客户，2019 年第八大客户，2020 年 1-6 月第五大客户。

报告期内，发行人与主要客户的合作较为稳定，前五大客户在各年度有所变动，主要受产品合作领域调整、客户自身业务发展情况及需求变动等因素影响，公司具备持续获取订单的能力。

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、主要关联方以及持有公司5%以上股份的股东未在上述客户中占有任何权益，不存在任何关联关系。

（三）按主要产品类别前五名客户的基本情况

1、报告期内，发行人主要产品类别的合并口径（保留明细）前五名客户名称、销售内容、销售金额、数量及占比情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	2,157.23	2,223.95	13.15
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	1,469.36	1,721.54	10.18
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	1,306.66	1,148.26	6.79
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	1,313.44	1,081.02	6.39
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	256.75	175.65	1.04
			Hankook Shell Oil Co Ltd	注塑类	216.24	55.61	0.33
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.44	0.67	0.00
			小计		**6,720.12**	**6,406.70**	**37.89**
	2	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类、软管类	5,302.06	3,763.94	22.26
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	3,232.76	767.29	4.54
			小计		**8,534.82**	**4,531.22**	**26.80**
	3	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	5,029.41	1,636.95	9.68
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	740.72	699.69	4.14
			Johnson & Johnson Pte. Ltd., Korea	注塑类、吹塑类	27.98	45.06	0.27
			Johnson & Johnson Sdn Bhd	吹塑类	3.25	6.55	0.04
			小计		**5,801.36**	**2,388.26**	**14.13**
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类	3,496.45	1,011.37	5.98
	5	拜尔斯道夫	拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司	注塑类、注吹类	698.28	347.95	2.06
			拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司	注吹类	21.15	23.01	0.14
			小计		**719.43**	**370.96**	**2.19**
	前五名客户合计				**25,272.17**	**14,708.52**	**86.99**
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	709.89	3,212.89	23.63

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	71.94	395.09	2.91
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	51.06	172.04	1.27
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	护肤类	3.69	84.88	0.62
			小计		**836.58**	**3,864.89**	**28.43**
	2	保利沃利	保利沃利科技（武汉）有限公司	洗护类	806.85	2,954.09	21.73
			武汉允心创造生物科技有限公司	洗护类	20.63	100.74	0.74
			小计		**827.48**	**3,054.83**	**22.47**
	3	贝泰妮	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（原名：昆明贝泰妮生物科技有限公司）	护肤类	657.38	1,591.88	11.71
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类、洗护类	2,213.17	1,574.90	11.58
	5	多特瑞	多特瑞（上海）精油有限公司	护肤类	53.91	682.03	5.02
			多特瑞（上海）商贸有限公司	护肤类	42.59	180.73	1.33
			小计		**96.50**	**862.76**	**6.35**
	前五名客户合计				**4,631.12**	**10,949.26**	**80.54**
家庭护理产品	1	强生	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	消毒液、花露水	1,737.88	4,056.57	49.92
			强生（中国）有限公司	消毒液、香皂	553.58	635.50	7.82
			上海强生有限公司	消毒液	95.18	191.38	2.36
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	花露水、洗衣液、香皂	145.48	190.54	2.34
			强生（中国）投资有限公司	消毒液	0.80	2.38	0.03
			小计		**2,532.92**	**5,076.36**	**62.47**
	2	利洁时	利洁时家化（中国）有限公司	洗手液、香皂、消毒液	1,157.67	1,356.31	16.69
			Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	129.20	131.72	1.62
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	30.27	28.76	0.35
			小计		**1,317.14**	**1,516.79**	**18.67**
	3	上海家化	上海家化联合股份有限公司	洗衣液、香皂	3,178.31	1,118.74	13.77
	4	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	876.19	215.34	2.65

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
	5	郁美净	天津郁美净集团有限公司	花露水、香皂	70.84	112.29	1.38
	前五名客户合计				**7,975.40**	**8,039.52**	**98.94**

（2）2019 年

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	5,484.48	5,896.52	13.25
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	2,639.83	3,893.20	8.75
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	3,437.29	2,980.22	6.70
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	3,278.24	2,932.80	6.59
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	311.76	182.91	0.41
			Hankook Shell Oil Co Ltd	注塑类	510.00	125.82	0.28
			Shell Pakistan Limited	注塑类	7.20	2.74	0.01
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.42	0.64	0.00
			小计		**15,669.23**	**16,014.86**	**35.98**
	2	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、吹塑类、软管类	14,934.04	10,779.05	24.22
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	6,870.89	860.99	1.93
			小计		**21,804.93**	**11,640.05**	**26.15**
	3	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	20,229.97	6,947.11	15.61
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	4,886.44	3,932.45	8.84
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	注塑类	220.20	280.26	0.63
			Johnson & Johnson Pte. Ltd., Korea	注塑类、吹塑类	30.80	43.41	0.10
			小计		**25,367.40**	**11,203.23**	**25.17**
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类	5,746.65	1,700.50	3.82
	5	拜尔斯道夫	拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司	注塑类、注吹类	1,564.34	796.49	1.79

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	773.29	482.32	1.08
			小计		2,337.63	1,278.81	2.87
	前五名客户合计				**70,925.84**	**41,837.45**	**94.00**
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	1,345.88	3,238.32	14.13
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	159.78	935.65	4.08
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	187.44	876.20	3.82
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	其他类	14.57	26.25	0.11
			小计		**1,707.68**	**5,076.43**	**22.16**
	2	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类、洗护类	4,948.95	3,765.55	16.44
	3	保利沃利	保利沃利科技（武汉）有限公司	洗护类	800.00	2,901.59	12.66
	4	尚赫（天津）科技开发有限公司	尚赫（天津）科技开发有限公司	护肤类	433.13	2,867.36	12.52
	5	贝泰妮	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（原名：昆明贝泰妮生物科技有限公司）	护肤类	898.04	2,081.18	9.08
	前五名客户合计				**8,787.80**	**16,692.10**	**72.86**
家庭护理产品	1	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	12,615.83	3,679.62	41.05
	2	利洁时	利洁时家化（中国）有限公司	消毒液、香皂	887.31	1,258.28	14.04
			Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	809.68	787.09	8.78
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	42.25	39.13	0.44
			小计		**1,739.24**	**2,084.50**	**23.26**
	3	强生	强生（中国）有限公司	香皂	1,423.60	1,475.75	16.47
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	香皂、花露水	242.57	353.81	3.95
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	花露水	43.54	137.98	1.54
			小计		**1,709.71**	**1,967.54**	**21.95**
	4	上海家化	上海家化联合股份有限公司	洗衣液、香皂	8,255.75	755.71	8.43
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	洗衣液	87.82	190.29	2.12
			多特瑞（上海）精油有限公司	洗衣液、消毒液	7.35	22.98	0.26

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			小计		**95.17**	**213.27**	**2.38**
	前五名客户合计				**24,415.70**	**8,700.64**	**97.07**

（3）2018 年

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	5,322.46	5,998.69	13.60
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	2,638.82	4,201.10	9.52
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	2,954.03	3,068.65	6.96
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	3,126.74	2,721.68	6.17
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	262.13	245.67	0.56
			Hankook Shell 0IL CO LTD	注塑类	453.69	106.50	0.24
			Shell Pakistan Limited	注塑类	6.80	3.15	0.01
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.52	0.78	0.00
			小计		**14,765.19**	**16,346.21**	**37.06**
	2	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、吹塑类、软管类	20,430.34	9,662.16	21.91
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	4,810.45	715.94	1.62
			小计		**25,240.79**	**10,378.10**	**23.53**
	3	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	24,565.87	7,708.27	17.48
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	3,023.03	1,815.31	4.12
			小计		**27,588.90**	**9,523.58**	**21.59**
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	10,695.46	3,066.74	6.95
	5	苏州绿叶日用品有限公司	苏州绿叶日用品有限公司	注塑类、吹塑类	2,134.74	1,740.02	3.95
	前五名客户合计				**80,425.08**	**41,054.66**	**93.08**
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	1,142.29	2,552.67	15.80
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	313.16	1,220.52	7.55

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	210.45	1,168.53	7.23
			小计		**1,665.89**	**4,941.72**	**30.58**
	2	百雀羚	上海百雀羚日用化学有限公司	护肤类	1,475.49	2,545.44	15.75
	3	贝泰妮	昆明贝泰妮生物科技有限公司	护肤类	881.68	2,085.17	12.90
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类、洗护类	1,838.01	1,335.33	8.26
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	护肤类	147.79	1,045.73	6.47
	前五名客户合计				**6,008.86**	**11,953.38**	**73.97**
家庭护理产品	1	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	16,557.51	5,747.54	61.81
	2	利洁时	利洁时家化（中国）有限公司	洗手液、香皂	820.97	1,015.95	10.93
			Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	641.99	586.04	6.30
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	18.36	16.50	0.18
			小计		**1,481.32**	**1,618.49**	**17.41**
	3	强生	强生（中国）有限公司	香皂	1,134.82	1,241.35	13.35
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	香皂、花露水	246.39	360.34	3.88
			小计		**1,381.21**	**1,601.69**	**17.22**
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	香皂、花露水	122.79	210.20	2.26
	5	多特瑞	多特瑞（上海）精油有限公司	洗衣液	30.20	58.77	0.63
			多特瑞（上海）商贸有限公司	洗衣液、洗手液、香皂	10.01	19.52	0.21
			小计		**40.21**	**78.29**	**0.84**
	前五名客户合计				**19,583.04**	**9,256.20**	**99.54**

（4）2017 年

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	4,440.44	4,966.66	13.84
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	3,063.54	3,119.14	8.69
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	1,554.01	2,506.49	6.99

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	1,972.89	2,450.47	6.83
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	2,318.81	1,880.61	5.24
			Hankook Shell Oil Co Ltd	注塑类	446.93	211.73	0.59
			Shell Vietnam Limited	注塑类	0.14	1.29	0.00
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.38	0.56	0.00
			小计		**13,797.14**	**15,136.94**	**42.19**
	2	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	21,034.32	6,537.99	18.22
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	3,240.22	1,677.03	4.67
			小计		**24,274.54**	**8,215.01**	**22.90**
	3	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、吹塑类、软管类	17,753.93	7,608.91	21.21
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	4,613.80	430.74	1.20
			小计		**22,367.73**	**8,039.65**	**22.41**
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	5,380.46	1,673.46	4.66
			上海百雀羚日用化学有限公司	注塑类、注吹类	270.65	58.63	0.16
			小计		**5,651.12**	**1,732.09**	**4.83**
	5	上海大联石油化工有限公司	上海大联石油化工有限公司	吹塑类	179.23	718.89	2.00
	前五名客户合计				**66,269.77**	**33,842.59**	**94.34**
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	1,404.75	2,141.34	22.53
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	482.06	1,643.04	17.29
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	289.39	1,560.56	16.42
			小计		**2,176.20**	**5,344.94**	**56.24**
	2	贝泰妮	昆明贝泰妮生物科技有限公司	护肤类	589.27	1,380.75	14.53
	3	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类	140.24	436.19	4.59
	4	飞利浦	飞利浦（中国）投资有限公司	护肤类、洗护类	50.16	346.25	3.64
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	护肤类、洗护类	67.74	331.02	3.48

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
	前五名客户合计				**3,023.61**	**7,839.16**	**82.48**
家庭护理产品	1	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	8,590.22	3,104.81	50.04
	2	强生	强生（中国）有限公司	香皂	1,344.03	1,700.22	27.40
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	洗衣液、香皂、花露水	488.17	520.17	8.38
			小计		**1,832.21**	**2,220.38**	**35.78**
	3	利洁时	Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	620.28	521.45	8.40
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	57.53	45.53	0.73
			小计		**677.81**	**566.97**	**9.14**
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	香皂	189.08	173.60	2.80
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	洗手液	39.18	103.63	1.67
	前五名客户合计				**11,328.49**	**6,169.39**	**99.42**

2、报告期各期发行人各主要产品类别合并口径前五名客户共 15 家，基本情况、销售对应生产模式（OEM/ODM）如下：

产品类别	客户名称	基本情况	销售对应生产模式
塑料包装容器、化妆品、家庭护理产品	强生	Johnson & Johnson（美国强生公司），1886 年成立于美国，为世界知名的医疗健康企业。报告期内，发行人与强生深度合作，与强生下属的 8 家公司均有业务往来。 其中境内客户强生（中国）有限公司、上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司、上海强生有限公司、北京大宝化妆品有限公司均为客户强生（中国）投资有限公司的全资子公司，强生（中国）投资有限公司于 1998 年 5 月成立于上海，为强生的控股子公司（83.36%）。 境外客户 Johnson & Johnson Pte. Ltd.、Johnson & Johnson Pte. Ltd., Korea、Johnson & Johnson Sdn Bhd 分别注册于新加坡、韩国及马来西亚。	化妆品、家庭护理产品为 OEM 模式
塑料包装容器	壳牌	Royal Dutch Shell plc（荷兰皇家壳牌），1907 年成立于荷兰，为世界知名的石油化工企业。报告期内，发行人与壳牌深度合作，与壳牌下属的 9 家公司均有业务往来。 9 家公司的住所地及壳牌的持股比例（截至 2019 年 12 月 31 日）如下：浙江壳牌化工石油有限公司（浙江嘉兴，100%）、壳牌（天津）润滑油有限公司（天津，100%）、壳牌（珠海）润滑油有限公司（珠海，100%）、壳牌（天津）石油化工有限公司（天津，100%）、壳牌（上海）技术有限公司（上海，100%）、Shell Hong Kong limited（香港，100%）、Hankook Shell Oil Co Ltd（韩国，54%）、Shell Pakistan Limited（巴基斯坦，76%）、Shell Vietnam Limited（越南，100%）。	仅为塑料包装客户，不适用
塑料包装容器、家庭护理产品	上海家化	上海家化（600315.SH）主要从事化妆品和日用化学品的开发、生产和销售，2001 年 3 月于上交所主板上市。 上海家化海南日用化学品有限公司为上海家化控股子公司（97.33%），2004 年 7 月成立于海南省澄迈县，注册资本 3,000 万元。	家庭护理产品为 OEM 模式
家庭护理产品	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司主业从事食品经营，经营范围包括日化产品的批发、零售、进出口，2009 年 3 月成立于上海，注册资本 6,800 万元，为知名食用油品牌商益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的全资子公司。	OEM
塑料包装容器、化妆品	百雀羚	上海百雀羚日用化学有限公司为国内知名的化妆品品牌商，2000 年 10 月成立于上海，注册资本 3,000 万元，控股股东为李强（97.2%）。上海百雀羚供应链管理有限为上海百雀羚日用化学有限公司的全资子公司。	化妆品为 OEM 模式
化妆品、家庭护理产品	郁美净	天津郁美净集团有限公司为国内知名的化妆品品牌商，2000 年 6 月成立于天津，注册资本 4,102.15	OEM

产品类别	客户名称	基本情况	销售对应生产模式
		万元，控股股东为天津海胜御美投资合伙企业（有限合伙）。	
化妆品	贝泰妮	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（原名：昆明贝泰妮生物科技有限公司）是一家重点针对敏感性肌肤的专业化妆品生产企业，2010 年 5 月成立于云南昆明，注册资本 36,000 万元，控股股东为昆明诺娜科技有限公司（54.23%）。	OEM
家庭护理产品	利洁时	Reckitt Benckiser Group Plc（利洁时集团），1823 年成立于英国，为世界知名的快速消费品企业。报告期内，发行人有 3 名客户为利洁时的下属公司，它们的住所地及利洁时的持股比例（截至 2019 年 12 月 31 日）分别为：利洁时家化（中国）有限公司（湖北荆州，100%）、Reckitt Benckiser Hong Kong Limited（香港，100%）、Reckitt Benckiser Malaysia Limited（马来西亚，100%）。	OEM
化妆品	保利沃利	保利沃利科技（武汉）有限公司主要从事个人护理产品的生产、销售，2016 年 12 月成立于湖北武汉，注册资本 157.06 万元，第一大股东为李莎莎（47.75%）。武汉允心创造生物科技有限公司为保利沃利科技（武汉）有限公司的全资子公司。	OEM、ODM
化妆品	尚赫（天津）科技开发有限公司	尚赫（天津）科技开发有限公司主要从事护肤品的生产、销售，2004 年 9 月成立于天津，注册资本 1,887.18 万元，控股股东为天津尚赫保健用品有限公司（56.52%）。	ODM
化妆品、家庭护理产品	多特瑞	多特瑞上海（商贸）有限公司主要从事精油产品的销售，2014 年 5 月成立于上海，注册资本 8,000 万元，为 do TERRA Hong Kong Limited 的全资子公司。多特瑞（上海）精油有限公司为多特瑞上海（商贸）有限公司的全资子公司。	OEM
塑料包装容器	拜尔斯道夫	Beiersdorf AG（拜尔斯道夫股份公司），1882 年成立于德国，为世界知名的护肤品生产企业。报告期内，发行人有 2 名客户为拜尔斯道夫的下属公司：拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司和拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司，分别位于湖北仙桃和湖北武汉，均为拜尔斯道夫 100%持股。	仅为塑料包装客户，不适用
塑料包装容器、化妆品	苏州绿叶日用品有限公司	苏州绿叶日用品有限公司主要从事化妆品、个人护理产品、家居用品等的生产、销售，2011 年 4 月成立于苏州，注册资本 13,980 万元，控股股东为徐建成（52.23%）。	化妆品为 OEM 模式
塑料包装容器	上海大联石油化工有限公司	上海大联石油化工有限公司主要从事石油化工相关产品的销售，2000 年 6 月成立于上海，控股股东为玉门石油管理局有限公司（55.4%），玉门石油管理局有限公司是中国石油天然气有限公司的全资子公司。	仅为塑料包装客户，不适用
化妆品	飞利浦	Royal Philips（荷兰皇家飞利浦），1891 年成立于荷兰，为世界知名的健康科技公司。发行人客	ODM

产品类别	客户名称	基本情况	销售对应生产模式
		户飞利浦中国（投资）有限公司于 1990 年 8 月成立于上海，为飞利浦电子中国有限公司（Philips Electronics China B.V.）之全资子公司，后者为一家在荷兰注册的公司，隶属于飞利浦。	

3、报告期内发行人主要客户与发行人的合作历史、变动情况及其原因

（1）强生

发行人与强生的合作开始于 2007 年，基于对发行人质量控制、生产交货能力的认可，并经过严格审核，发行人进入强生包材供应链。2011 年发行人以 OEM 模式为业务发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生的认证，进入强生日化产品供应链。发行人对强生的销售涵盖塑料包装、化妆品、家庭护理产品，品类不断增多，合作不断深化。报告期内，发行人对强生的销售收入稳步增长，始终为第一大客户。

（2）壳牌

发行人与壳牌的合作开始于 2013 年，经过壳牌的供应商审核后，发行人与壳牌建立了合作。根据壳牌的业务布局，为便于安排生产、销售和物流，发行人设立天津嘉亨、珠海嘉亨，满足壳牌天津、珠海、香港、东亚及东南亚等区域的产品需求，同时浙江嘉亨向浙江壳牌供应塑料包装容器。因多年与壳牌合作过程中优秀的质量表现及在防伪防盗等方面的技术创新，发行人于 2020 年 8 月获得壳牌“最优供应商奖”，公司是国内唯一一家获得此项荣誉的塑料包装盖品类供应商。发行人与壳牌合作关系长期稳定，报告期内各期均为发行人第二大客户、塑料包装业务第一大客户。

（3）上海家化

发行人与上海家化的合作开始于 2007 年，报告期内，上海家化均为发行人第三大客户、塑料包装业务前三大客户，与发行人合作关系长期稳定。报告期内，发行人不断扩大与上海家化的合作领域，2019 年以来，发行人对上海家化洗衣液、香皂产品销售收入快速增长，2019 年、2010 年 1-6 月均为家庭护理产品业务前五大客户。

（4）益海嘉里

发行人与益海嘉里的合作开始于 2014 年，益海嘉里通过行业内资源与发行人接洽并建立合作关系。2017-2019 年，发行人对益海嘉里的销售快速增长，为

发行人家庭护理产品业务第一大客户。其中2019年销售金额较2018年有所下降，主要系2019年7月以来，表面活性剂等生产洗洁精的主要原材料转为益海嘉里提供，发行人与益海嘉里的定价剔除了表面活性剂等原材料的成本。2020年1-6月，发行人对益海嘉里销售收入下降幅度较大，主要系发行人减少了洗洁精产品的销售，转而与益海嘉里在消毒类产品领域寻求合作，尚未实现规模收入所致。

（5）百雀羚

发行人与百雀羚的合作开始于2008年，报告期内，百雀羚均为发行人塑料包装业务第四大客户，与发行人合作较为稳定。百雀羚2017年、2018年均为发行人第五大客户，2019年发行人对百雀羚销售收入1,878.66万元，未进入前五大客户，主要系随着发行人日化产品业务快速增长，日化产品客户销售收入增加。

（6）郁美净

发行人与郁美净的合作开始于2016年，系发行人长期跟踪郁美净的战略发展需求，并通过前期小批量产品合作、严格的产品质量检验，郁美净逐步将儿童霜等明星产品交付由发行人生产。报告期内，郁美净与发行人合作品类不断增加，发行人对其销售收入稳步增长，均为发行人化妆品业务前五大客户。

（7）贝泰妮

发行人与贝泰妮的合作开始于2015年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。报告期内，贝泰妮均为发行人化妆品业务前五大客户，与发行人合作较为稳定，发行人对其销售收入随着双方合作不断加深而有所增长。

（8）利洁时

发行人与利洁时的合作开始于2012年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。报告期内，利洁时均为发行人家庭护理产品业务第二/三大客户，与发行人合作较为稳定。2018年以来，利洁时将其旗下品牌“滴露”部分香皂、洗手液、洗护类产品委托发行人生产，发行人对利洁时的销售收入持续增长。

（9）保利沃利科技（武汉）有限公司（保利沃利）

发行人与保利沃利的合作开始于2019年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。根据天猫数据，保利沃利旗下品牌“三谷”旗舰店在2019年6月洗护类销售排名第3，在2019年11月洗护类销售排名第5，由于保利沃利自身销售规模快速增长，对发行人OEM/ODM业务需求快速增加，2019年为发行人化妆品业务第三大客户，2020年1-6月为发行人化妆品业务第二大客户。

（10）尚赫（天津）科技开发有限公司（尚赫）

发行人与尚赫的合作开始于 2017 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。2017-2019 年，随着产品研发、配方工艺的成熟，发行人为尚赫生产的 ODM 产品销售规模快速增长，2020 年 1-6 月，尚赫因销售渠道受疫情影响，销售规模下降，对发行人的采购有所下降。

（11）多特瑞

发行人与多特瑞的合作开始于 2016 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。发行人主要向多特瑞销售化妆品及家庭护理产品，报告期内，发行人对多特瑞的销售规模不断增长。

（12）拜尔斯道夫

发行人与拜尔斯道夫的合作开始于 2016 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。发行人主要为拜尔斯道夫“美涛”产品提供塑料包装，报告期内双方合作情况良好，发行人对其销售金额总体呈现增长态势，并进入 2019 年及 2020 年 1-6 月塑料包装容器销售前五大客户（均位列第五）。

（13）苏州绿叶日用品有限公司（苏州绿叶）

苏州绿叶从事化妆品、个人护理产品、家居用品等的生产、销售，主要向发行人采购塑料包装，与发行人的合作开始于 2017 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。2018 年，苏州绿叶自身销售规模快速增长，对塑料包装的需求增加，对发行人的采购相应增加，2018 年成为发行人塑料包装业务第五大客户。2019 年以来，由于苏州绿叶对发行人塑料包装的需求减少，对发行人采购规模下降。

（14）上海大联石油化工有限公司（大联石油）

大联石油为嘉实多的代工厂，从发行人采购机油瓶塑料包装并灌装内容物后销售给嘉实多，发行人与大联石油的合作开始于 2015 年。2017 年，大联石油为发行人塑料包装业务第五大客户，销售金额 718.89 万元。2018 年以来，随着大联石油业务需求下降，对发行人的采购规模下降。

（15）飞利浦

发行人与飞利浦的合作开始于 2012 年，双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。飞利浦为发行人 2017 年化妆品销售第五大客户，销售金额 346.25 万元，后由于飞利浦产品结构调整，发行人对其销售金额逐年下降。

（四）客户认证情况

报告期内发行人主要客户建立合格供应商认证制度的情况、发行人或发行人产品取得该等认证的情况、相关交易的定价原则如下：

融入国内外知名日化品牌商的供应链，需要通过客户 3-6 个月的现场验厂等一系列审核程序，客户对包括厂房、设备、供应商管理、生产流程及过程控制、品质管理流程、研发及检验、追溯性、环境、安全、人力资源等进行详细严格的审核。在通过供应商资质审核后，公司需进行产品开发或配方及工艺转移、试车验证，成品试产后还需进行稳定性、兼容性等测试。测试结果符合标准后，客户才会向公司下达正式订单。随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量才会不断增加。同时，客户会持续每年对发行人进行定期、不定期审核 。

客户名称	合格供应商认证制度	发行人/产品是否取得其认证
强生	初次验厂审核，强生中国区每年进行定期、不定期审核，强生亚太区每两年对化妆品进行审核	是
壳牌	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
上海家化	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
益海嘉里	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
百雀羚	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
郁美净	对潜在供应商进行全面评审	是
贝泰妮	初次验厂审核，每年定期审核	是
利洁时	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
保利沃利科技（武汉）有限公司	对潜在供应商进行全面评审	是
尚赫（天津）科技开发有限公司	初次验厂审核，每年定期审核	是
多特瑞	初次验厂审核，每年定期审核	是
拜尔斯道夫	对潜在供应商进行全面评审	是
苏州绿叶日用品有限公司	对潜在供应商进行全面评审	是
上海大联石油化工有限公司	对潜在供应商进行全面评审	是
飞利浦	对潜在供应商进行全面评审	是

发行人与各主要客户交易的定价原则如下：采用成本加成法，综合考虑产品成本计算的基础上，根据产品类别、预计订单量、客户合作历史、对公司业务拓展的影响等，与客户协商确定价格。

（五）公司客户集中度情况

报告期内，发行人及同行业可比上市公司通产丽星、锦盛新材、诺斯贝尔前

五大客户销售占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星	-	30.16%	39.65%	40.18%
锦盛新材	54.37%	52.58%	47.99%	49.58%
诺斯贝尔	-	-	43.29%	57.29%
发行人	73.28%	70.97%	77.44%	83.38%

发行人主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，可为客户提供包材及内容物的一站式服务，与客户的合作更加全面，对主要客户的销售占比较高，但不存在单一客户销售收入或毛利占比超过 30%的情形。报告期内，发行人前五名客户销售收入占比呈下降趋势。报告期内，同行业可比上市公司前五名客户销售收入占比在 30.16%-57.29%，普遍较高。

发行人客户集中度高于同行业可比上市公司的原因：

（1）深耕优质客户，持续深化服务

公司目前客户集中度相对较高，与公司所处的发展阶段有关。公司在发展初期，为了更好地控制经营风险，深入挖掘优质客户的潜在需求，以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，成为客户长期稳定的合作伙伴，尽可能降低客户开发成本和应收账款回款风险。

在日化产品行业产业链分工的背景下，公司凭借良好的市场声誉，不断吸引国内外客户寻求合作，目前发行人已经与全球知名日化企业联合利华合作，部分化妆品已于 2020 年 8 月实现销售收入；报告期内，发行人前五名客户的收入占比分别为 83.38%、77.44%、70.97%和 73.28%，呈下降趋势。未来发行人通过募集资金投资项目扩大产能，将充分满足客户对生产能力、质量控制等方面的要求，不断扩大客户群体，客户集中度将进一步降低。

（2）发行人客户大多属于集团性质公司，规模较大，下属企业较多

报告期内，公司前五大客户中，强生、壳牌、上海家化、百雀羚、利洁时等均属于规模较大、下属企业较多的集团性质公司。尽管从合并口径看，公司前五大客户销售较为集中，但从单体来看，每年的前五大客户实际均包含了 20 家左右的公司，实际较为分散。

报告期内，公司与强生发生业务往来的主体一共有 8 家，与壳牌发生业务往来的主体一共有 9 家，此外，公司还与上海家化及其控股子公司上海家化海南日用化学品有限公司、上海百雀羚日用化学有限公司及上海百雀羚供应链管理有限

公司、利洁时旗下的 3 家企业发生业务往来。

由于公司主要客户规模较大，下属企业较多，不同企业对塑料包装、日化产品的需求类别不完全相同，客户持续产生对公司的采购需求，导致报告期内发行人客户集中度相对较高。

（3）发行人采取日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，可为客户提供包材及内容物的一站式服务，与客户的合作更加多元、全面

日化产品内容物及包装的研发设计、生产，二者相辅相成，公司的一站式服务能力，满足日化产品行业客户成本控制、产品质量、交货周期、品牌快速迭代的综合需求，进一步增强客户粘性，不断加强与客户的深度合作。

发行人与主要客户的合作，一般从塑料包装、化妆品或家庭护理产品中一种业务开始，随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量不断增加。例如，发行人主要客户中，公司与强生、上海家化、百雀羚等的合作从塑料包装开始，逐步增加化妆品、家庭护理产品业务；公司向益海嘉里销售的洗洁精产品，其部分塑料包装容器由发行人生产；公司与郁美净的合作从化妆品开始，逐步增加家庭护理产品及少量塑料包装业务；公司与利洁时的合作涵盖了香皂、消毒液、洗手液、洗衣液等各类家庭护理产品及少量化妆品。

发行人日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展，可为日化产品客户提供单独的塑料包装、单独的日化产品内容物生产或者一站式的服务，为客户提供多元化的不同产品维度的方案选择，降低了客户内外部沟通及质量控制成本，提高供应效率。由于发行人可为客户提供塑料包材及内容物的一站式服务，与客户的合作更加多元、全面，报告期内发行人客户集中度较高。

综上，发行人的客户集中度与行业特性相符，对主要客户不存在客户依赖。

（六）退换货情况

报告期内，发行人退换货金额较小，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
退换货金额	32.30	194.55	150.03	77.62
其中：换货	29.51	184.67	146.19	75.42
退货	2.80	9.88	3.84	2.20
营业收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
退换货率	0.08	0.25	0.21	0.15

其中：换货率	0.08	0.24	0.20	0.14
退货率	0.01	0.01	0.01	0.00

报告期内，公司前五大退换货客户情况如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	是否为关联方	退换货类型	金额	占当期退换货比例	占营业收入比例
2020 年 1-6 月						
1	强生	否	换货、退货	11.75	36.36	0.03
2	北京东彩日用化学品有限公司	否	换货	4.59	14.21	0.01
3	壳牌	否	换货	3.73	11.55	0.01
4	益海嘉里	否	换货、退货	3.69	11.43	0.01
5	上海家化	否	换货、退货	3.01	9.31	0.01
合计				**26.77**	**82.86**	**0.07**
2019 年						
1	尚赫（天津）科技开发有限公司	否	换货、退货	94.70	48.68	0.12
2	益海嘉里	否	换货、退货	27.81	14.29	0.04
3	上海家化	否	换货	17.20	8.84	0.02
4	强生	否	换货	14.74	7.58	0.02
5	浙江汉莎洗涤用品有限公司	否	换货	8.84	4.55	0.01
合计				**163.30**	**83.94**	**0.21**
2018 年						
1	上海家化	否	换货、退货	36.70	24.46	0.05
2	壳牌	否	换货、退货	34.86	23.24	0.05
3	苏州绿叶日用品有限公司	否	换货、退货	25.27	16.85	0.04
4	碧辟（中国）工业油品有限公司	否	换货	12.08	8.05	0.02
5	益海嘉里	否	换货	9.40	6.26	0.01
总计				**118.31**	**78.86**	**0.16**
2017 年						
1	强生	否	换货、退货	18.11	23.33	0.03
2	壳牌	否	换货、退货	14.66	18.88	0.03
3	利洁时	否	换货	14.46	18.62	0.03
4	上海家化	否	换货	11.74	15.13	0.02
5	拜尔斯道夫	否	换货	6.59	8.49	0.01
总计				**65.55**	**84.45**	**0.12**

报告期内，公司退换货金额很小，主要系外包装及少量产品质量瑕疵所致。退换货情形对发行人的生产经营不存在重大不利影响。

发行人退换货会计处理：公司对已确认收入但客户要求退货的产品，在退货产品收回入库后，冲减当期营业收入和营业成本；对客户要求换货的产品，公司通常在换货产品收回入库后，重新发货给客户，对换货产生的费用调整营业成本，不调整营业收入。

（七）公司与既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况

1、既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况

报告期内，既是发行人客户又是供应商的相关主体有 5 家，分别为客户益海嘉里与供应商丰益油脂科技有限公司（同为益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司之全资子公司）、百雀羚、利洁时、郁美净、上海家化。报告期内发行人与上述相关主体交易金额情况如下（销售金额为营业收入口径，采购金额为总采购额）：

单位：万元

序号	公司名称	交易类型	主要交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	益海嘉里	销售	家庭护理产品	224.71	3,762.84	5,777.13	3,105.19
	丰益油脂科技有限公司	采购	表面活性剂	14.65	1,078.45	2,375.17	755.88
2	百雀羚	销售	塑料包装容器、化妆品	1,069.34	1879.65	5,612.57	1,949.25
		采购	包材、日化原料	0.00	4.85	2,021.84	266.07
3	利洁时	销售	家庭护理产品	2,066.14	2,430.72	2,432.34	724.21
		采购	日化原料、包材	677.41	240.60	785.29	0.00
4	郁美净	销售	化妆品、家庭护理产品	1,885.51	4,325.67	1,688.23	865.65
		采购	包材、日化原料	86.96	259.10	296.86	62.26
5	上海家化	销售	塑料包装容器、家庭护理产品	5,660.96	12,571.99	11,054.55	8,215.02
		采购	包材、日化原料	259.68	69.22	-	-
合计		**销售**		**10,906.66**	**24,970.87**	**26,564.81**	**14,859.32**
		采购		**1,038.69**	**1,652.22**	**5,479.15**	**1,084.21**

益海嘉里、百雀羚、利洁时、郁美净、上海家化均为知名的日化品牌商，出于对产品个性化需要、品质管控、原材料规模采购价格优势、供应链集中管理的考虑，存在部分原材料向客户采购的情形。采购、销售定价均按照市场价格确定，不存在以采购原材料为前提从而促进销售的情况。

2、既是发行人客户又是供应商的原因、金额变动和必要性分析

（1）益海嘉里及丰益油脂

益海嘉里及丰益油脂同为益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司之全资子公司。丰益油脂是全球重要的油脂化学品企业，在原材料价格、质量等方面具有较强优势。报告期内，益海嘉里指定发行人向丰益油脂采购表面活性剂，用于生产洗洁精产品。发行人向丰益油脂的采购金额随着对益海嘉里洗洁精产品销售金额的增长而增长。2019 年 7 月以来，发行人与益海嘉里的合作方式发生调整，表面活性剂变更为由益海嘉里提供，因此，发行人 2019 年以来对丰益油脂的采购金额有所下降。

（2）百雀羚

报告期内，与发行人发生交易的为上海百雀羚日用化学有限公司（以下简称

“百雀羚日化”）、上海百雀羚供应链管理有限公司（以下简称“百雀羚供应链”），其中百雀羚供应链为百雀羚体系的供应链管理平台。据发行人与百雀羚合同约定，除 ODM 配方原料以及百雀羚许可的包材，用以生产百雀羚产品的其他原材料均应向百雀羚供应链采购。2018 年，发行人向百雀羚采购、销售金额较高，主要系当年发行人向百雀羚日化销售的“SOD 蜜”及“气韵”、“三生花”礼盒套装等化妆品，所需的包材、日化原料等主要向百雀羚供应链采购，当年发行人向百雀羚销售化妆品实现收入 2,545.44 万元，向百雀羚供应链采购金额为 2,021.84 万元。2019 年以来，发行人与百雀羚日化在化妆品领域的合作较少，相应向百雀羚供应链采购的金额较小。

（3）利洁时

报告期内，发行人主要向利洁时销售家庭护理产品，采购表面活性剂、包材、芳香剂等。根据发行人与利洁时签订的《框架协议》，“除非特殊约定，发行人应负责所有原材料和包装材料的采购并向利洁时提供产品成品。考虑特殊情况，部分物料必须由利洁时下采购订单给物料供应商，由发行人向利洁时下采购订单采购该等物料。”报告期内，发行人向利洁时的采购金额根据需求而定。

（4）郁美净

发行人主要向郁美净销售化妆品，同时采购少量包材、皮肤调理剂、芳香剂等。在与发行人合作的部分产品中，主要原材料由郁美净提供，随着双方合作不断深入，新增的型号、规格产品多由发行人负责原材料的采购，由于客户产品的香型、包装等个性化需要，郁美净要求发行人向其采购部分芳香剂等，用于儿童霜等明星产品的生产。因此，报告期内，发行人存在少量向郁美净采购的情形。

（5）上海家化

发行人主要向上海家化销售塑料包装容器、家庭护理产品。2019 年、2020 年，因客户产品的个性化需要，发行人向上海家化采购少量芳香剂等，用于生产香皂产品，金额较小。

3、销售定价、采购定价公允性分析

（1）益海嘉里与丰益油脂

报告期内，发行人对益海嘉里家庭护理产品的销售单价、对丰益油脂的采购单价如下：

单位：万元、元/吨

主体名称	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
益海嘉里	家庭护理产品	215.34	2,457.71	10,135.84	3,679.62	2,916.67	3,643.82
丰益油脂	表面活性剂	-	-	-	1,033.28	6,962.45	7,549.33
主体名称	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
益海嘉里	家庭护理产品	5,747.54	3,471.26	4,732.53	3,104.81	3,614.36	5,053.82
丰益油脂	表面活性剂	2,288.16	6,554.00	6,869.55	705.12	5,904.53	6,696.72

报告期内，发行人向益海嘉里销售的家庭护理产品主要为洗洁精，其销售价格低于家庭护理产品平均单价；向丰益油脂采购的表面活性剂用于益海嘉里洗洁精生产，平均单价相对较低，主要原因是：公司采购的表面活性剂种类较多，用于生产洗护类化妆品及洗洁精、香皂等家庭护理产品，其中用于生产洗护类化妆品的表面活性剂平均采购单价较高，导致公司表面活性剂整体采购单价相对较高。

报告期内，发行人向益海嘉里销售、向丰益油脂采购价格基于市场价格确定，价格公允。

（2）百雀羚

报告期内，发行人主要向百雀羚销售塑料包装容器，销售情况如下：

单位：万元、元/个

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
塑料包装	1,011.37	0.29	0.60	1,700.50	0.30	0.60
其中：注塑类	390.12	0.19	0.21	653.21	0.19	0.24
注吹类	370.73	0.36	0.56	476.09	0.38	0.67
吹塑类	139.48	0.64	1.34	317.47	0.55	1.24
软管类	111.05	0.51	0.67	253.74	0.51	0.65
项目	2018 年			2017 年		
	金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
塑料包装	3,066.74	0.29	0.51	1,732.09	0.31	0.51
其中：注塑类	1,246.59	0.18	0.20	808.51	0.21	0.19
注吹类	879.42	0.39	0.60	235.34	0.49	0.74
吹塑类	677.72	0.55	1.13	626.45	0.54	1.13
软管类	263.01	0.58	0.68	61.79	0.34	0.63

报告期内，发行人向百雀羚销售的塑料包装容器单价较为稳定，注塑类塑料包装产品与同类塑料包装平均单价基本一致。其他类塑料包装单价有所差异，主要系规格大小、重量差异所致，百雀羚塑料包装产品的平均重量小于同类塑料包装产品的平均重量，耗用的原材料较少，单位成本较低，相应单价较低，报告期内，发行人向百雀羚销售的塑料包装容器定价公允。

报告期内，发行人向百雀羚采购的主要为包材，包括玻璃容器、包装礼盒等，占向百雀羚采购金额的比例为 59.27%，由于该等包材在大小、印刷要求等方面个性化较强，不同产品间的价格可比性不强，难以进行对比分析。发行人与百雀羚按照市场化原则进行交易定价，定价公允。

（3）利洁时

报告期内，发行人主要向利洁时销售香皂、消毒液、洗手液、洗衣液等各类家庭护理产品，主要向利洁时采购表面活性剂。具体交易情况如下：

单位：万元、元/吨

项目	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	家庭护理产品	1,516.79	11,515.74	10,135.84	2,084.50	11,985.12	3,643.82
	其中：香皂	777.03	10,842.32	11,109.45	669.29	12,316.56	11,022.95
	洗衣液	160.47	10,062.71	1,397.76	826.23	9,698.27	1,703.67
	洗手液	371.55	12,188.78	13,050.93	12.96	12,894.05	20,562.60
	消毒液	207.73	15,254.78	18,194.37	576.03	17,253.84	17,504.13
采购	表面活性剂	394.89	5,981.71	7,647.86	161.51	6,053.42	7,549.33
项目	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	家庭护理产品	1,618.49	10,925.97	4,732.53	566.97	8,364.81	5,053.82
	其中：香皂	919.09	12,987.35	11,761.77	-	-	-
	洗衣液	602.54	9,124.53	7,942.66	566.97	8,364.81	7,555.72
	洗手液	76.18	8,660.38	8,920.55	-	-	-
	消毒液	20.67	8,164.06	8,164.06	-	-	-
采购	表面活性剂	512.37	6,295.14	6,869.55	-	-	-

报告期内，发行人向利洁时销售的家庭护理产品与同类产品平均单价总体不存在明显差异。

① 2018 年以来，公司香皂产品的平均单价较为稳定，其中公司向利洁时销售的香皂单价 2018 年、2019 年高于平均单价，2020 年 1-6 月低于平均单价，主要原因是：2018 年、2019 年利洁时向公司采购的香皂主要用于境外销售，占比 80%左右，销售单价较高；2020 年 1-6 月，利洁时向公司采购的香皂用于境内销售的占比大幅提升，用于境外销售的比例不到 20%。利洁时香皂产品境内外最终销售比例的变动，导致其单价发生变动，具有合理性。

② 2019 年、2020 年 1-6 月，洗衣液平均单价较低，主要系公司 2019 年、2020 年 1-6 月分别向上海家化销售洗衣液 8,103.55 吨、2,323.86 吨，由于该产品由上海家化提供主要原料和包材，公司仅收取加工费，单价分别为 737.38 元/吨、709.81 元/吨。剔除上海家化的影响，2019 年、2020 年 1-6 月洗衣液产品平均单

价为 5,698.79 元/吨、9,380.30 元/吨。发行人向利洁时销售的洗衣液单价高于平均单价，主要系利洁时洗衣液均为出口，且以美元计价，随着洗衣液产品价格调整及人民币汇率下降，报告期内，利洁时洗衣液产品单价逐步上升且高于平均单价，具有合理性。

③ 2019 年公司向利洁时销售洗手液的单价低于平均单价，主要原因是：当年除利洁时外，公司仅向多特瑞销售洗手液，销售单价为 21,465.04 元/吨，提高了整体平均单价。2019 年公司向利洁时、多特瑞销售洗手液的毛利率均为 20%左右，利洁时洗手液单价较低，主要是其成本低于多特瑞洗手液的成本所致。

④ 2020 年 1-6 月公司向利洁时销售消毒液单价低于平均单价，主要原因是：2020 年 1-6 月，公司消毒液销售收入增加至 2,856.23 万元，其中强生“邦迪”消毒液销售收入为 2,574.44 万元，该产品主要为外销，平均单价为 18,515.65 元/吨，提高了整体平均单价。

报告期内，发行人向利洁时采购的表面活性剂单价低于发行人采购表面活性剂的平均单价，主要原因是：发行人向利洁时采购的表面活性剂为皂基类，用于生产香皂，报告期内，公司皂基类表面活性剂的平均采购单价如下：

单位：元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
皂基类表面活性剂平均采购价格	5,001.37	4,790.51	5,477.66
发行人向利洁时采购价格	5,981.71	6,053.42	6,295.14

发行人向利洁时采购的皂基类表面活性剂价格高于公司平均采购单价，主要系皂基型号、规格差异所致。

报告期内，发行人对利洁时销售、采购价格基于市场价格确定，价格公允。

（4）郁美净

报告期内，发行人主要向郁美净销售化妆品，销售情况如下：

单位：万元、元/吨

2020 年 1-6 月			2019 年		
金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
1,574.90	7,116.03	23,292.94	3,765.55	7,608.79	21,078.03
2018 年			2017 年		
金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
1,335.33	7,265.07	17,811.70	436.19	31,102.90	23,222.47

2018 年以来，发行人向郁美净销售的化妆品单价总体稳定，低于发行人化妆品平均单价，主要系发行人为郁美净生产不同型号化妆品的合作模式不同。

2017 年，发行人向郁美净销售的产品主要为儿童霜（软管装），该款产品由公司协助郁美净推出，产品包装由公司设计生产，公司负责采购主要原辅材料（含包材），销售定价包括主要原辅材料（含包材）、加工费和利润在内，采用总额法确认收入。报告期内，郁美净儿童霜（软管装）的单价较为稳定，高于化妆品平均单价。

2018 年以来，发行人向郁美净销售的化妆品单价下降，主要系发行人与郁美净合作不断深化，增加其他品类产品销售，不同产品的合作模式有所不同，其中郁美净儿童霜（袋装）等产品，以净额法结算。2018 年以来，郁美净以净额法确认的收入占比 30%-45%，导致其平均单价下降；同时由于化妆品整体以净额法确认的收入占比不到 20%，发行人对郁美净的销售单价低于化妆品平均单价，具有合理性。

（5）上海家化

报告期内，发行人主要向上海家化销售塑料包装容器和家庭护理产品，2019 年以来采购少量芳香剂日化原料及包材，由用于生产香皂等家庭护理类产品。具体情况如下：

单位：万元、元/吨

项目	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	塑料包装容器	4,531.22	0.53	0.60	11,640.05	0.53	0.60
销售	家庭护理产品	1,118.74	3,519.90	10,135.84	755.71	915.37	3,643.82
	其中：香皂	878.85	11,180.91	11,109.45	157.15	10,898.27	11,022.95
	洗衣液	164.95	709.81	1,397.76	597.54	737.38	1,703.67
采购	芳香剂	103.26	112,119.87	159,894.44	17.76	112,422.15	157,036.55
项目	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	塑料包装容器	10,378.10	0.41	0.51	8,039.65	0.36	0.51
销售	家庭护理产品	-	-	-	-	-	-
采购	芳香剂	-	-	-	-	-	-

报告期内，发行人向上海家化销售的塑料包装容器单价与发行人销售同类产品的平均单价不存在明显差异，家庭护理产品单价低于同类产品平均单价是因为发行人主要向上海家化销售洗衣液、香皂等家庭护理产品，其中洗衣液产品由上海家化提供主要原材料，发行人仅收取加工费，因此 2019 年发行人对上海家化家庭护理产品销售单价低于平均单价，2020 年 1-6 月销售单价有所上升，主要系香皂产品销售占比提升所致，2020 年 1-6 月发行人向上海家化销售香皂 878.85

万元，占上海家化家庭护理产品销售收入的 78.56%，销售单价为 11,180.91 元/吨，与发行人香皂产品销售单价不存在明显差异。

报告期内，发行人向上海家化采购的芳香剂单价低于发行人采购芳香剂的平均单价，主要系型号、规格差异所致。销售、采购价格基于市场价格确定，价格公允。

综上，发行人与既是客户又是供应商相关主体的交易均出于合理的商业逻辑和生产经营所需，相关交易定价基于市场价格协商确定，价格公允。

4、关于壳牌及中海壳牌

报告期内，发行人向壳牌销售塑料包装，向中海壳牌采购合成树脂。中海壳牌系中国海油下属控股子公司中海石油化工投资有限公司和壳牌各自持有 50%股权的公司，并各自拥有 5 个董事席位，中国海油、壳牌均未将中海壳牌纳入合并报表范围。

中海壳牌不是壳牌的指定供应商，合成树脂是大宗化工原料，发行人分别与壳牌和中海壳牌洽谈塑料包装容器的销售和合成树脂的采购，销售及采购合成树脂定价均按照市场价格确定。

报告期内，发行人与壳牌、中海壳牌的具体交易情况如下：

单位：万元、元/个、元/吨

主体名称	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
壳牌	塑料包装容器	6,406.70	0.95	0.60	16,014.86	1.02	0.60
中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	6,015.58	6,560.30	6,386.88	7,491.11	7,687.33
主体名称	**交易内容**	**2018 年**			**2017 年**		
		金额	**单价**	**平均单价**	**金额**	**单价**	**平均单价**
壳牌	塑料包装容器	16,346.21	1.11	0.51	15,136.94	1.10	0.51
中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	2,714.39	9,144.02	9,296.59	1,195.87	8,878.04	8,626.19

报告期内，发行人向壳牌销售的塑料包装容器单价高于平均单价，主要系发行人向壳牌销售的主要为 1L、4L 的机油瓶，规格型号较大，耗用的原材料较多，因此单价较高。发行人向中海壳牌石油化工有限公司采购的合成树脂单价与发行人采购同类原材料的单价不存在明显差异。

综上，发行人与壳牌、中海壳牌的销售、采购交易均基于市场价格确定，定价公允。

五、主要原材料和能源及其供应情况

（一）主要原材料和能源耗用情况

1、主要原材料的采购情况

报告期内，公司化妆品、家庭护理产品内容物所需的主要原材料包括表面活性剂、润肤剂、皮肤调理剂、保湿剂、芳香剂及其他添加剂等，塑料包装产品所需的主要原材料包括合成树脂（PE、PP 等）、色母等。主要原材料采购情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
化妆品、家庭护理产品原材料	**6,935.13**	**32.50**	**9,635.26**	**22.83**	**7,830.55**	**17.85**	**4,555.44**	**15.02**
表面活性剂	2,058.82	9.65	3,378.17	8.01	4,011.94	9.15	2,263.99	7.46
润肤剂	454.71	2.13	1,139.29	2.70	738.48	1.68	395.23	1.30
芳香剂	934.32	4.38	939.47	2.23	600.28	1.37	373.79	1.23
保湿剂	420.15	1.97	842.96	2.00	565.82	1.29	288.26	0.95
皮肤调理剂	638.69	2.99	818.63	1.94	690.76	1.57	471.68	1.55
柔顺剂	411.48	1.93	645.98	1.53	36.99	0.08	32.45	0.11
防腐剂	300.97	1.41	557.69	1.32	340.54	0.78	178.86	0.59
增稠剂	292.66	1.37	439.66	1.04	224.51	0.51	184.19	0.61
乳化剂	108.39	0.51	191.25	0.45	158.66	0.36	106.36	0.35
其他添加剂	1,314.94	6.16	682.18	1.62	462.56	1.05	260.62	0.86
塑料包装原材料	**6,050.09**	**28.35**	**15,583.77**	**36.93**	**18,885.25**	**43.05**	**15,008.31**	**49.48**
合成树脂	5,374.18	25.18	14,052.11	33.30	17,508.33	39.91	13,788.73	45.46
色母	675.91	3.17	1,531.67	3.63	1,376.92	3.14	1,219.58	4.02
其他	**8,353.70**	**39.15**	**16,978.22**	**40.24**	**17,149.81**	**39.10**	**10,769.85**	**35.50**
标签	2,532.19	11.87	5,012.48	11.88	4,136.79	9.43	3,214.28	10.60
包材	5,242.42	24.57	10,398.20	24.64	10,837.57	24.71	6,832.85	22.53
其他	579.09	2.71	1,567.54	3.71	2,175.45	4.96	722.72	2.38
合计	**21,338.92**	**100**	**42,197.26**	**100**	**43,865.60**	**100**	**30,333.61**	**100**

报告期内，公司主要原材料采购与业务规模变化如下：

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
日化产品	原材料采购	6,935.13	32.50	9,635.26	22.83	7,830.55	17.85	4,555.44	15.02
	收入	21,720.31	56.23	31,874.16	41.73	25,458.64	36.60	15,709.28	30.45
	占收入比例	**31.93**	**-**	**30.23**	**-**	**30.76**	**-**	**29.00**	**-**
塑料包装	原材料采购	6,050.09	28.35	15,583.77	36.93	18,885.25	43.05	15,008.31	49.48

	收入	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
	占收入比例	**35.78**	**-**	**35.01**	**-**	**42.82**	**-**	**41.84**	**-**
合计	采购	21,338.92	100.00	42,197.26	100.00	43,865.60	100.00	30,333.61	100.00
	主营业务收入	38,628.02	100.00	76,383.36	100.00	69,565.48	100.00	51,583.14	100.00
	占收入比例	**55.24**	**-**	**55.24**	**-**	**63.06**	**-**	**58.81**	**-**

报告期内，日化产品原材料采购金额占日化产品收入的比例较为稳定，随着公司日化产品业务规模上升，对原材料的采购金额也逐年增加。

塑料包装原材料采购金额占塑料包装收入的比例 2017 年、2018 年较为稳定，2019 年、2020 年 1-6 月有所下降，主要系塑料包装主要原材料合成树脂的价格 2019 年以来处于下行区间，采购金额有所减少。报告期内，合成树脂的采购情况如下：

单位：万元、元/吨

2020 年 1-6 月			**2019 年**		
金额	数量	**单价**	**金额**	**数量**	**单价**
5,374.18	8,191.98	6,560.30	14,052.11	18,279.58	7,687.33
2018 年			**2017 年**		
金额	**数量**	**单价**	**金额**	**数量**	**单价**
17,508.33	18,833.06	9,296.59	13,788.73	15,984.74	8,626.19

报告期内，日化产品原材料、塑料包装原材料的采购占比与公司日化产品、塑料包装业务规模匹配。

2、主要原材料的价格变动情况

报告期内，公司主要原材料采购价格如下：

单位：元/吨、元/个、%

项目		**2020 年 1-6 月**		**2019 年**		**2018 年**		**2017 年**	
		单价	**采购占比**	**单价**	**采购占比**	**单价**	**采购占比**	**单价**	**采购占比**
日化产品原材料	表面活性剂	7,647.86	9.65	7,549.33	8.01	6,869.55	9.15	6,696.72	7.46
	润肤剂	26,931.58	2.13	26,973.66	2.70	42,024.44	1.68	45,642.32	1.30
	芳香剂	159,894.44	4.38	157,036.55	2.23	113,253.09	1.37	119,901.55	1.23
	保湿剂	19,381.42	1.97	24,921.94	2.00	18,659.99	1.29	21,605.85	0.95
	皮肤调理剂	69,038.04	2.99	160,529.97	1.94	207,760.35	1.57	136,327.43	1.55
	柔顺剂	53,390.81	1.93	66,852.06	1.53	42,839.43	0.08	35,463.04	0.11
	防腐剂	87,551.00	1.41	107,118.30	1.32	75,385.90	0.78	73,925.44	0.59
	增稠剂	34,807.78	1.37	24,926.31	1.04	12,558.51	0.51	14,917.84	0.61
	乳化剂	46,863.61	0.51	34,337.82	0.45	36,595.30	0.36	44,259.46	0.35
	其他添加剂	8,478.36	6.16	5,310.78	1.62	4,120.84	1.05	7,327.20	0.86
塑料包装原材料	合成树脂	6,560.30	25.18	7,687.33	33.30	9,296.59	39.91	8,626.19	45.46
	色母	39,666.27	3.17	38,379.23	3.63	33,006.34	3.14	33,198.55	4.02

其他	标签	0.17	11.87	0.17	11.88	0.17	9.43	0.18	10.60

报告期内，公司采购金额较大的主要原材料平均价格情况如下：

单位：元/吨、%

材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
表面活性剂	7,647.86	1.31	7,549.33	9.90	6,869.55	2.58	6,696.72
合成树脂	6,560.30	-14.66	7,687.33	-17.31	9,296.59	7.77	8,626.19

因公司目前日化产品业务以 OEM 模式为主，客户产品配方不同、使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，导致公司原材料种类、规格、型号较多。除合成树脂、表面活性剂、色母、标签外，其他原材料较为分散，单项价格波动对公司成本影响较小。公司所需的原材料市场竞争充分，供应充足，原材料的市场价格主要受市场供需关系的影响，采购价格变动趋势与市场价格基本一致，同时也受采购原材料品种、规格的结构性影响。

（1）合成树脂

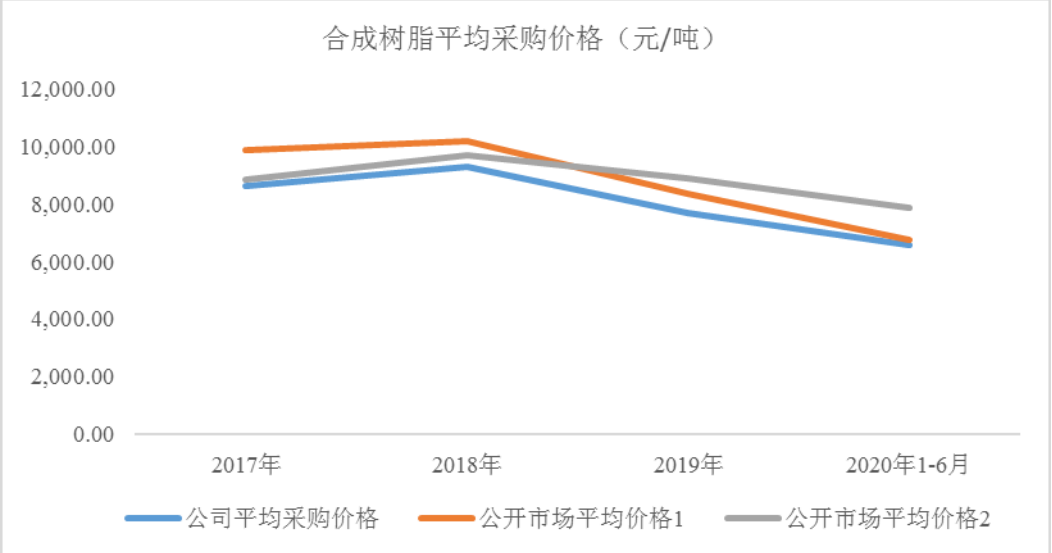
报告期内，公司采购的主要原材料中，合成树脂存在成熟的交易市场，公司采购单价与公开市场平均价格对比情况如下表所示：

单位：元/吨

原材料	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
合成树脂	采购单价	6,560.30	7,687.33	9,296.59	8,626.19
	公开市场平均价格 1	6,750.44	8,363.82	10,174.39	9,893.09
	公开市场平均价格 2	7,888.19	8,913.87	9,705.45	8,865.61

注：合成树脂公开市场平均价格 1 数据来源于 wind，HDPE-扬子石化出厂价；合成树脂公开市场平均价格 2 数据来源于 wind，PP-国家统计局数据；

公司合成树脂的采购单价与公开市场平均价格变动趋势基本一致。



（2）表面活性剂

报告期内，公司表面活性剂采购单价如下：

单位：元/吨

原材料	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
表面活性剂	采购单价	7,647.86	7,549.33	6,869.55	6,696.72
	其中：皂基类	5,001.37	4,790.51	5,477.66	5,900.80
	非皂基类	13,432.13	10,241.17	7,445.29	7,611.69

公司表面活性剂采购金额较大的两家供应商为丰益油脂科技有限公司、泰柯棕化（张家港）有限公司，均为客户指定供应商，客户与指定供应商根据市场价格协商确定采购价格。对于非指定供应商，发行人表面活性剂采购价格系以市场价格为基础并与供应商协商确定，定价公允。

（3）其他原材料

公司其他原材料采购单价变动的原因主要系：公司日化产品业务以 OEM 模式为主，客户产品使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，同一类型的原料因生产厂家、原产地、纯净度以及提炼来源等不同导致价格差异较大。公司一般考虑产品生产计划、原材料质量控制、单位采购成本及采购周期，按成本最小化的原则进行采购，因各年客户产品结构发生变化，导致对应使用的原料各年度采购数量存在差异，造成原材料的平均价格发生波动。

3、主要能源的耗用情况

单位：万千瓦时、万元、元/千瓦时

项目	2020年1-6月			2019年		
	用量	金额	单价	用量	金额	单价
电	1,951.96	1,221.58	0.63	4,122.65	2,639.09	0.64
项目	**2018年**			**2017年**		
	用量	**金额**	**单价**	**用量**	**金额**	**单价**
电	4,072.32	2,517.89	0.62	3,544.46	2,246.24	0.63

报告期内，发行人电能耗用与产销量匹配如下：

单位：元、万个、吨、元/万个、元/吨

项目	2020年1-6月		2019年	
	塑料包装容器	日化产品	塑料包装容器	日化产品
电费	9,838,102.50	2,377,673.69	21,732,190.34	4,658,739.58
产量	31,209.89	14,059.93	72,906.14	35,212.25
销量	28,249.57	13,853.32	74,576.04	35,467.43
单位电费	**315.22**	**169.11**	**298.08**	**132.30**
项目	**2018年**		**2017年**	
	塑料包装容器	**日化产品**	**塑料包装容器**	**日化产品**
电费	22,311,082.48	2,867,822.77	20,669,782.39	1,792,633.77
产量	89,895.05	29,261.91	72,131.12	16,161.16

销量	85,708.17	28,721.11	70,689.05	16,370.68
单位电费	**248.19**	**98.01**	**286.56**	**110.92**

塑料包装容器所需机器设备投入规模较大，设备运转耗电量较高。报告期内，塑料包装容器单位电费较为稳定；日化产品单位电费有所上升，主要系化妆品生产时间较长，对空气净化设备系统的要求更高，在灌装、包装环节增加了自动化设备，导致单位电费有所上升。

（二）报告期内主要供应商及其变动情况

报告期内，公司向前五名原材料供应商的采购情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占总采购比例
2020年1-6月	1	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	1,163.58	5.45
	2	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	5.24
	3	东营市海科新源化工有限责任公司	其他添加剂	789.43	3.70
	4	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	778.82	3.65
	5	上海烯成实业有限公司	合成树脂	722.45	3.39
	前五名供应商合计			**4,572.29**	**21.43**
2019年	1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	6,386.88	15.14
	2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,391.25	5.67
	3	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	1,120.88	2.66
	4	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	1,078.45	2.56
	5	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	968.96	2.30
	前五名供应商合计			**11,946.42**	**28.31**
2018年	1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	2,714.39	6.19
	2	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	2,375.17	5.41
	3	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,272.61	5.18
	4	奔诺能源化工有限公司	合成树脂	2,119.28	4.83
	5	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	2,029.48	4.63
	前五名供应商合计			**11,510.93**	**26.24**
2017年	1	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	2,324.24	7.66
	2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,137.42	7.05
	3	常州云汉塑料有限公司	合成树脂	2,116.66	6.98
	4	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,195.87	3.94
	5	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	1,082.65	3.57
	前五名供应商合计			**8,856.84**	**29.20**

注 1：苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司，包括苏州江天包装彩印有限公

司、天津江津印刷科技有限公司、广州江粤印刷科技有限公司。

注 2：东营市海科新源化工有限责任公司于 2020 年 7 月更名为山东海科新源材料科技股份有限公司。

1、报告期内，进入发行人前五大供应商的供应商共有 10 家，发行人向其采购金额的变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	6,386.88	2,714.39	1,195.87
2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	1,163.58	2,391.25	2,272.61	2,137.42
3	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	14.65	1,078.45	2,375.17	755.88
4	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	597.25	472.32	2,029.48	2,324.24
5	奔诺能源化工有限公司	合成树脂	436.62	950.72	2,119.28	383.59
6	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	620.73	968.96	487.98	1,082.65
7	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	778.82	1,120.88	371.34	8.67
8	常州云汉塑料有限公司	合成树脂	0.00	0.00	160.66	2,116.66
9	上海烯成实业有限公司	合成树脂	722.45	208.62	320.23	0.00
10	东营市海科新源化工有限责任公司	其他添加剂	789.43	74.87	35.35	10.31
合计			**6,241.54**	**13,652.94**	**12,886.47**	**10,015.27**

2、报告期内向主要供应商采购金额的变动原因及合理性，各期新增供应商的原因及合理性

（1）中海壳牌石油化工有限公司（中海壳牌）

中海壳牌主要生产烯烃和其他衍生品作为基础化工原料供应中国市场，发行人与其合作开始于 2014 年。中海壳牌的合成树脂具有价格优势、供应稳定，因此报告期内发行人向中海壳牌的采购不断增加。2020 年 1-6 月，因中海壳牌原材料价格优势减少，发行人对中海壳牌的采购有所下降，发行人仍将与中海壳牌保持较为稳定的合作关系。

（2）苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司（苏州江天）

苏州江天主要生产标签，发行人与其合作开始于 2013 年，系壳牌、百雀羚、上海家化等客户的指定供应商。报告期内，发行人向苏州江天采购金额稳定上升，合作关系不断深化。

（3）丰益油脂科技有限公司（丰益油脂）

丰益油脂是全球重要的油脂化学品企业，发行人与丰益油脂的合作开始于2014 年。报告期内，益海嘉里指定发行人向丰益油脂采购表面活性剂，用于生产洗洁精产品。发行人向丰益油脂的采购金额随着对益海嘉里洗洁精产品销售金额的增长而增长。2019 年 7 月以来，发行人与益海嘉里的合作方式发生调整，表面活性剂变更为由益海嘉里提供，因此，发行人 2019 年以来对丰益油脂的采购金额有所下降。

（4）山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司（山东华鲁、山东华创）

山东华鲁、山东华创为合成树脂贸易商，位于山东济南，发行人与其合作开始于 2014 年，主要系天津嘉亨向其采购。2019 年，由于中海壳牌的合成树脂价格优势较为明显，因此公司增加了对中海壳牌的采购，相应减少了对山东华鲁、山东华创的采购。2020 年 1-6 月，发行人综合考虑原材料质量、价格等，对山东华鲁、山东华创的采购金额有所回升。

（5）奔诺能源化工有限公司（奔诺能源）

奔诺能源为合成树脂贸易商，位于上海，发行人与其合作开始于 2017 年，主要系浙江嘉亨向其采购。2018 年，综合考虑原材料价格、运输成本等因素，发行人向奔诺能源采购的合成树脂金额有较大幅度增加。2019 年以来，随着发行人向中海壳牌采购增加，对奔诺能源的采购有所下降，仍保持长期的合作关系。

（6）泰柯棕化（张家港）有限公司（泰柯棕化）

发行人与泰柯棕化的合作开始于 2014 年，系强生指定供应商，报告期内，发行人向其采购皂粒类表面活性剂，用于生产强生、上海家化等客户的香皂产品。2018 年，由于强生香皂产品销售下降，发行人向泰柯棕化采购的皂粒金额有所下降。2019 年以来，发行人香皂产品销售增长，发行人向泰柯棕化采购金额逐步回升。

（7）上海奇鸣生物科技有限公司（奇鸣生物）

奇鸣生物主要代理高砂、赢创等品牌的化妆品原料，发行人与奇鸣生物的合作开始于 2017 年。报告期内，随着发行人化妆品 ODM 业务增加，自主采购的原料增多，为保证产品质量，发行人综合考虑原料品牌、性价比、响应速度、运输成本等，选择与奇鸣生物合作。2019 年、2020 年 1-6 月，发行人对奇鸣生物的采购金额持续上升。

（8）常州云汉塑料有限公司（常州云汉）

常州云汉为合成树脂贸易商，位于常州，发行人与其合作开始于 2016 年，主要系浙江嘉亨、上海嘉亨向其采购。2017 年，发行人向其采购合成树脂金额较高，2018 年以来，考虑价格及运输成本等因素，公司减少了对常州云汉的采购，并逐步增加了对中海壳牌、奔诺能源、上海烯成等合成树脂供应商的采购，2019 年、2020 年 1-6 月发行人未向常州云汉采购。

（9）上海烯成实业有限公司（上海烯成）

上海烯成为合成树脂贸易商，位于上海，发行人与其合作开始于 2018 年，主要系浙江嘉亨向其采购。由于上海烯成的合成树脂逐步具备价格优势，并综合考虑原材料质量、运输成本，2020 年 1-6 月发行人向其采购增加，成为第五大供应商。

（10）东营市海科新源化工有限责任公司（东营海科）

东营海科为日化原料供应商，发行人与其合作开始于 2011 年，系强生指定供应商。2020 年 1-6 月，发行人向东营海科采购金额大幅增长，主要系当期发行人对强生消毒水产品的销售增长较快，金额为 2,574.44 万元，导致发行人对异丙醇的采购需求增加所致。

3、报告期内，发行人前五大供应商的成立时间及排名变动情况如下：

供应商名称	成立时间	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月
山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	2005 年 12 月（山东华鲁） 2014 年 9 月（山东华创）	1	5	-	-
苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	1992 年 8 月（苏州江天） 2016 年 2 月（天津江津） 2015 年 8 月（广州江粤）	2	3	2	1
常州云汉塑料有限公司	2010 年 2 月	3	-	-	-
中海壳牌石油化工有限公司	2000 年 12 月	4	1	1	2
泰柯棕化（张家港）有限公司	2004 年 1 月	5	-	5	-
丰益油脂科技有限公司	2014 年 6 月	-	2	4	-
奔诺能源化工有限公司	2015 年 4 月	-	4	-	
上海奇鸣生物科技有限公司	2017 年 8 月	-	-	3	4
东营市海科新源化工有限责任公司	2002 年 10 月	-	-	-	3
上海烯成实业有限公司	2018 年 3 月	-	-	-	5

报告期内，发行人供应商不存在注册成立当年或次年即成为发行人前五大供应的情形。

报告期内，公司供应商较为稳定，不存在向单一供应商的采购比例超过 50%

或严重依赖少数供应商的情形。

报告期内，发行人主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员不存在关联关系或其他利益关系。

（三）表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商情况

1、报告期内，发行人表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商名称、采购数量、采购金额及占比如下：

（1）表面活性剂

单位：吨、万元、%

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
2020 年 1-6 月	1	泰柯棕化（张家港）有限公司	1,231.40	604.65	29.37
	2	利洁时家化（中国）有限公司	660.16	394.89	19.18
	3	上海奇鸣生物科技有限公司	97.17	211.67	10.28
	4	广州合孚化工有限公司	173.20	162.72	7.90
	5	广州合淼生物科技有限公司	27.70	84.51	4.10
	前五名合计		**2,189.62**	**1,458.43**	**70.84**
2019 年	1	丰益油脂科技有限公司	1,484.07	1,033.28	30.59
	2	泰柯棕化（张家港）有限公司	1,960.10	926.23	27.42
	3	上海尤文化工有限公司	282.07	310.37	9.19
	4	上海汇朗化学有限公司	67.46	199.23	5.90
	5	广州合淼生物科技有限公司	60.14	182.01	5.39
	前五名合计		**3,853.84**	**2,651.12**	**78.48**
2018 年	1	丰益油脂科技有限公司	3,491.24	2,288.16	57.03
	2	利洁时家化（中国）有限公司	806.82	499.28	12.44
	3	泰柯棕化（张家港）有限公司	922.73	469.49	11.70
	4	上海尤文化工有限公司	257.09	262.98	6.55
	5	湖南丽臣奥威实业有限公司	88.00	82.09	2.05
	前五名合计		**5,565.86**	**3,601.99**	**89.78**
2017 年	1	泰柯棕化（张家港）有限公司	1,821.15	1,082.65	47.82
	2	丰益油脂科技有限公司	1,194.21	705.12	31.15
	3	上海尤文化工有限公司	105.93	121.33	5.36
	4	扬子石化－巴斯夫有限责任公司	57.60	78.16	3.45
	5	上海兆衡实业有限公司	15.44	59.37	2.62
	前五名合计		**3,194.33**	**2,046.63**	**90.40**

注：占比为采购金额占该期表面活性剂采购总额的比重

（2）合成树脂

单位：吨、万元、%

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
2020 年 1-6 月	1	中海壳牌石油化工有限公司	1,858.50	1,118.00	20.80
	2	上海烯成实业有限公司	1,163.40	722.45	13.44
	3	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	933.00	597.25	11.11

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
	4	隆鑫集团（福建）有限公司	777.03	548.04	10.20
	5	奔诺能源化工有限公司	658.75	436.62	8.12
	前五名合计		**5,390.68**	**3,422.36**	**63.68**
2019 年	1	中海壳牌石油化工有限公司	8,525.95	6,386.88	45.45
	2	奔诺能源化工有限公司	1,283.75	950.72	6.77
	3	隆鑫集团（福建）有限公司	1,159.42	916.66	6.52
	4	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售厦门分公司	874.00	698.14	4.97
	5	腾龙特种树脂（厦门）有限公司	708.40	509.26	3.62
	前五名合计		**12,551.51**	**9,461.66**	**67.33**
2018 年	1	中海壳牌石油化工有限公司	2,968.48	2,714.39	15.50
	2	奔诺能源化工有限公司	2,234.21	2,119.28	12.10
	3	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	2,167.90	2,029.48	11.59
	4	江门市华翔实业有限公司	962.25	931.72	5.32
	5	Hanwha Total Petrochemical Co., Ltd.	844.00	916.12	5.23
	前五名合计		**9,176.84**	**8,710.97**	**49.75**
2017 年	1	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	2,690.93	2,324.24	16.86
	2	常州云汉塑料有限公司	2,481.85	2,116.66	15.35
	3	中海壳牌石油化工有限公司	1,347.00	1,195.87	8.67
	4	厦门海润进出口有限公司	1,076.87	960.81	6.97
	5	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售厦门分公司	1,037.98	925.89	6.71
	前五名合计		**8,634.62**	**7,523.46**	**54.56**

注：占比为采购金额占该期合成树脂采购总额的比重

（3）包材

单位：PCS、万元、%

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
2020 年 1-6 月	1	苏州市麦点彩印有限公司	4,130,292	351.23	6.70
	2	家利塑胶（上海）有限公司	17,760,400	287.00	5.47
	3	江门敬记塑胶厂有限公司	2,302,135	273.49	5.22
	4	上海金山纸业有限公司	1,296,490	237.77	4.54
	5	上海扬盛印务有限公司	1,988,141	237.22	4.52
	前五名合计		**27,477,458**	**1,386.71**	**26.45**
2019 年	1	江门敬记塑胶厂有限公司	7,271,283	822.70	7.91
	2	上海扬盛印务有限公司	8,763,924	797.67	7.67
	3	上海美美尚隽印刷有限公司	14,810,043	555.36	5.34
	4	广州市佳旭包装材料有限公司	272,722,472	551.38	5.30
	5	苏州市麦点彩印有限公司	6,022,245	510.68	4.91
	前五名合计		**309,589,967**	**3,237.80**	**31.14**
2018 年	1	上海百雀羚供应链管理有限公司	14,699,117	1176.03	10.85
	2	上海扬盛印务有限公司	8,750,284	831.37	7.67
	3	苏州钜盛塑胶科技有限公司	3,339,254	636.49	5.87
	4	广州市佳旭包装材料有限公司	290,143,890	581.78	5.37
	5	江门敬记塑胶厂有限公司	4,901,114	550.18	5.08

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
	前五名合计		**321,833,659**	**3,775.85**	**34.84**
2017 年	1	上海扬盛印务有限公司	10,564,906	986.05	14.43
	2	江门敬记塑胶厂有限公司	5,503,086	548.14	8.02
	3	广州市佳旭包装材料有限公司	220,329,539	430.49	6.30
	4	万臣塑料制品（上海）有限公司	2,825,094	389.16	5.70
	5	苏州钜盛塑胶科技有限公司	2,002,927	348.33	5.10
	前五名合计		**241,225,552**	**2,702.18**	**39.55**

注：占比为采购金额占该期包材采购总额的比重

2、报告期内，发行人的表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商名称、股权结构、成立时间、注册资本如下：

原材料类别	前五大供应商名称	股权结构（%）	成立时间	注册资本
表面活性剂	丰益油脂科技有限公司	益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司（100）	2014 年 6 月 25 日	850 万美元
	泰柯棕化（张家港）有限公司	KLK Premier Capital Limited（100）	2004 年 1 月 5 日	11,500 万美元
	利洁时家化（中国）有限公司	利洁时健康（美国）有限公司（100）	1996 年 4 月 5 日	17,900 万美元
	上海尤文化工有限公司	顾卫兵（97.5）、顾思帆（2）、杨卫珍（0.5）	2003 年 4 月 16 日	1,000 万元
	广州合淼生物科技有限公司	杨小鲁（65）、蔡加奇（19）、蒋荣鹏（7）、冯伟芳（5）、鄢梅（4）	2016 年 5 月 31 日	200 万元
	上海汇朗化学有限公司	于洪斌（40）、洪琦（20）、詹小明（20）、余伯承（20）	2009 年 9 月 9 日	625 万元
	上海兆衡实业有限公司	上海汇衡实业有限公司（90.01）、蔡恩东（9.99）	1999 年 10 月 26 日	500 万元
	上海奇鸣生物科技有限公司	肖会连（100）	2017 年 8 月 15 日	1,000 万元
	广州合孚化工有限公司	董学军（78.5）、范小华（11.5）、台建庭（10.0）	2015 年 1 月 21 日	1,000 万元
	扬子石化－巴斯夫有限责任公司	中国石油化工股份有限公司（30）、巴斯夫投资有限公司（30）、中国石化集团资产经营管理有限公司（10）、中国石化扬子石油化工有限公司（10）、巴斯夫欧洲公司（10）、巴斯夫（中国）有限公司（10）	2000 年 12 月 4 日	127.04 亿元
	湖南丽臣奥威实业有限公司	湖南丽臣实业股份有限公司（100）	2001 年 2 月 13 日	1,000 万元
合成树脂	中海壳牌石油化工有限公司	壳牌南海私有有限公司（50）、中国石油化	2000 年 12 月 28 日	242 亿元

原材料类别	前五大供应商名称	股权结构（%）	成立时间	注册资本
		工投资有限公司（50）		
	奔诺能源化工有限公司	浙江前程投资股份有限公司（51）、上海奔凌实业有限公司（29）、奕慧资源控股有限公司（20）	2015 年 4 月 29 日	5,000 万元
	隆鑫集团（福建）有限公司	蔡汉章（70）、蔡勇狮（30）	2000 年 12 月 13 日	8,000 万元
	山东华鲁国际贸易有限公司	刘衍文（43）、济南文旅经贸有限公司（37）、战晓妮（20）	2005 年 12 月 30 日	1,000 万元
	山东华创国际贸易有限公司	济南文璇经贸有限公司（94）、战晓妮（6）	2014 年 9 月 29 日	300 万元
	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售厦门分公司	为中国石油天然气股份有限公司之分公司	2010 年 1 月 25 日	-
	Hanwha Total Petrochemical Co., Ltd.	Total Holdings（50）,Hanhwa General Co., Ltd.（50）	2003 年 7 月 31 日	958.27 亿韩元
	常州云汉塑料有限公司	顾晓春（100）	2010 年 2 月 23 日	100 万元
	江门市华翔实业有限公司	吴国荣（100）	2000 年 8 月 14 日	1 亿元
	上海烯成实业有限公司	李键（100）	2018 年 3 月 2 日	500 万元
	厦门海润进出口有限公司	吴颖锋（90）、梁婷婷（10）	1998 年 6 月 10 日	3,900 万元
	腾龙特种树脂（厦门）有限公司	华利财务有限公司（50）、环阳有限公司（50）	2002 年 4 月 11 日	10,440 万美元
包材	上海扬盛印务有限公司	杨志训（70）、金素梅（30）	1998 年 1 月 24 日	5,000 万元
	江门敬记塑胶厂有限公司	敬记塑胶厂有限公司（100）	1993 年 2 月 11 日	7,920 万元
	广州市佳旭包装材料有限公司	溢升控股有限公司（100）	2005 年 2 月 23 日	400 万港元
	上海百雀羚供应链管理有限公司	上海百雀羚日用化学有限公司（100）	2015 年 10 月 1 日	1,000 万元
	苏州鉅盛塑胶科技有限公司	张喆（52）、陈玲（48）	2011 年 11 月 7 日	400 万元
	万臣塑料制品（上海）有限公司	万汇包装有限公司（100）	2007 年 1 月 15 日	80 万美元
	苏州市麦点彩印有限公司	王建平（60）、张小芬（40）	2001 年 5 月 17 日	4,000 万元
	上海金山纸业有限公司	茅建平（82）、茅帅杰（18）	2010 年 9 月 19 日	5,000 万元
	上海美美尚隽印刷有限公司	上海美美印刷有限公司（49）、吴隽（21.4）、贺水金（21.4）、周学军（5.1）、张逸洪（3.1）	2012 年 12 月 21 日	3,331.1 万元
	家利塑胶（上海）有限公司	班德有限公司（100）	2001 年 12 月 26 日	2,123.33 万美元

注：Hanwha Total Petrochemical Co., Ltd.的股权结构及股本信息均摘自其 2019 年年度审计报告，为截至 2019 年 12 月 31 日数据。

3、定价依据及定价公允性

（1）表面活性剂

报告期内，公司表面活性剂采购金额较大的两家供应商为丰益油脂科技有限公司、泰柯棕化（张家港）有限公司，均为客户指定供应商，客户与指定供应商根据市场价格确定采购价格。对于非指定供应商，发行人表面活性剂采购价格系以市场价格为基础并与供应商协商确定，定价公允。

（2）合成树脂

合成树脂为大宗化工原料，市场价格较为公开，发行人一般以市场价格为基础，结合采购数量、原材料的质量、供应商报价、运输成本等因素综合考虑，定价公允。

（3）包材

包材的定价依据主要分为两种情况：对于由客户指定的包材供应商，发行人以经客户与指定供应商协商确定的价格进行采购；对于发行人自主开发的供应商，发行人首先确定对包材规格、型号等需求，并在供应商提供报价后进行比价，根据价格、材质等因素综合选择。包材的标准化程度较低，单价差异较大，发行人对市场价格的判断主要基于多家不同供应商的报价。发行人包材采购价格系以市场价格为基础确定，定价公允。

（四）客户指定供应商情况

报告期内，发行人有 186 名供应商为客户指定供应商，发行人主要向上述供应商采购标签、色母、部分日化原料及包材。报告期内，发行人向指定供应商采购金额如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
标签	2,469.91	4,913.00	4,040.57	3,191.69
色母	528.30	1,241.03	996.77	927.90
日化原料	4,763.98	5,932.01	5,855.82	3,509.38
包材	3,422.95	6,526.08	8,469.93	4,919.75
其他	196.68	129.46	766.93	16.59
合计	**11,381.82**	**18,741.58**	**20,130.02**	**12,565.31**
占当年采购金额的比例	53.34	44.41	45.89	41.42

报告期内，前十大指定供应商的名称、采购内容、采购金额及占比情况如下：

单位：万元、%

序号	客户指定供应商名称	主要采购内容	采购金额	占比
1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签	7,964.85	5.78
2	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	4,224.14	3.07
3	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	3,160.32	2.29
4	上海扬盛印务有限公司	包材	2,852.31	2.07
5	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	2,748.33	2.00
6	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材等	2,292.76	1.66
7	安配色色母粒制造（上海）有限公司	色母	2,201.46	1.60
8	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	2,194.51	1.59
9	广州市佳旭包装材料有限公司	包材	1,798.69	1.31
10	利洁时家化（中国）有限公司	表面活性剂、包材等	1,703.30	1.24
合计			**31,140.67**	**22.61**

六、主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产

公司的固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他设备。截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元、%

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋及建筑物	7,673.52	2,761.93	4,911.59	64.01
机器设备	23,964.71	9,499.05	14,465.65	60.36
运输设备	1,163.05	697.21	465.84	40.05
电子设备	685.50	421.47	264.03	38.52
其他设备	2,034.85	1,255.01	779.84	38.32
合计	**35,521.63**	**14,634.67**	**20,886.95**	**58.80**

1、自有房产

截至招股说明书签署日，公司拥有 8 处房产，具体情况如下：

序号	所有权人	产权证号	地点	面积（㎡）	他项权利
1	嘉亨家化	闽（2019）泉州市不动产权第 0033982 号	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号	2,078.67	抵押
2		闽（2019）泉州市不动产权第 0033983 号		5,354.57	抵押
3		闽（2019）泉州市不动产权第 0033984 号		10,565.25	抵押
4		闽（2019）泉州市不动产权第 0033985 号		3,662.90	抵押
5		闽（2019）泉州市不动产权第 0033986 号		16,202.01	抵押
6		闽（2019）泉州市不动产权第 0033987 号		3,672.45	抵押

7		闽（2019）泉州市不动产权第0033988 号		734.56	抵押
8	上海嘉亨	沪（2018）松字不动产权第004407 号	松江区佘山镇陶干路 1069 号	32,222.71	抵押

2、租赁不动产

截至招股说明书签署日，公司生产经营租赁不动产情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	用途
1	嘉亨家化	蔡清辉	鲤城区火炬工业区火炬街 1 号	1,300	2019.11.01-2021.10.31	仓储
2	上海嘉亨	国一特种纸（上海）有限公司	上海市松江区佘山镇强业路 278 号	3,183	2019.06.26-2021.06.25	仓储
3		上海盈燕实业有限公司	松江区佘山镇泗陈公路 4968 号	8,670	2020.07.10-2022.07.09	仓储
4		上海大发电器有限公司	上海市松江区佘山工业区吉业路 218 号	4,438	2019.01.01-2020.12.31	仓储
5				2,000	2018.11.20-2020.11.20	仓储
6		上海美利达电子科技有限公司	上海市松江区佘山工业园区陶干路 1058 号	512	2019.01.01-2020.12.31	仓储
7				2,000	2020.04.01-2022.03.31	仓储
8				1,000	2020.07.01-2020.12.31	仓储
9				2,400	2020.07.01-2022.03.31	仓储
10		上海永智企业发展有限公司	松江工业园区佘山分区明业路 1066-1068 号	7,932	2020.06.08-2022.06.07	仓储
11				2,644	2020.07.16-2021.07.15	仓储
12		姚义伦	上海市松江区佘山镇强业路 278 号	3,204	2019.03.23-2021.03.22	仓储
13				3,204	2019.06.01-2021.05.31	仓储
14				2,667	2020.05.18-2022.05.17	仓储
15	浙江嘉亨	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	嘉善县魏塘工业园区长盛路 128 号	25,903.23	2016.10.01-2026.09.30	生产、仓储、办公
16			嘉善县魏塘工业园区长盛路 138 号	17,482.24	2016.10.01-2026.09.30	生产、仓储、办公
17	天津嘉亨	天津友鹏科技发展有限公司	滨海新区轻纺经济区纺三路以东、轻二路以南	11,648.85	2020.04.15-2025.04.14	生产、仓储、办公
18	珠海嘉亨	珠海安宇企业有限公司	珠海金湾区南水镇南港东路南侧安宇工业园	8,219.37	2018.07.05-2023.07.04	生产、仓储、办公
19	香港华美	曾雅萍	香港九龙湾常悦道 9 号企业广场 1 期 3 座 1005 室	100.00	2018.12.01-2020.11.30	办公

发行人租赁的与生产、仓储、办公相关用房的建筑物面积合计约为108,507.69

平方米，占发行人生产经营场所的面积比重约为 59.29%。

（1）租赁用房房屋权属情况

上海嘉亨租赁的上述第 5-13 项不动产、浙江嘉亨租赁的上述第 15-16 项中 2,407.26 平方米不动产，暂未取得产权证书；其余租赁房产的产权人均已取得不动产权证，其产权清晰，为合法建筑。

由于上海嘉亨、浙江嘉亨租赁的部分房产未取得产权证书，存在拆迁、终止使用等风险，存在因租赁房产违规建设或权属争议导致上海嘉亨、浙江嘉亨与出租方的租赁关系无法持续的风险，可能会影响正常使用。但该等房屋仅作为仓储之用，可替换性较强。因此，其存在的权属瑕疵情形不会对发行人的业务经营造成重大不利影响。

根据上海市松江区佘山镇人民政府出具的证明：上海嘉亨承租的房产及土地未被列入政府拆迁计划、城市改造计划或土地收储规划范围，未来五年内不会被改变用途或被拆迁；政府相关部门未发出过任何要求拆除、拆迁相关房产的文件及要求。

针对公司部分租赁房产面临的搬迁风险，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬已出具《承诺函》，“在公司承租物业的租赁期限内，如因出租人不适格、租赁物业权属争议或租赁物业其法律属性不适合作为相关租赁合同的标的物等原因，导致公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而无法继续使用该等租赁物业的，由本人负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）。”

发行人租赁上述房产的出租方、所有权人不存在与该等房屋权属纠纷有关的诉讼或仲裁信息，未因房屋权属问题与其他主体产生任何纠纷或争议。

（2）租赁备案情况

在上述租赁房产中，除第 15-16 项租赁房产已办理租赁合同登记备案手续外（未取得产权证书的 2,407.26 平方米临时用房未办理登记备案），其他租赁合同均未办理登记备案。

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》及《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁应向房产管理部门登记备案，但根据《合同法》《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）等相关规定，房屋租赁合同未办理租赁备案登记手续，不影响租赁

合同效力。

针对上述公司租赁房产未履行房屋租赁登记备案手续而产生的法律瑕疵，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬已出具《承诺函》，“对于因未办理租赁登记备案而被政府部门处罚导致发行人产生损失的，承诺人将承担所有被行政处罚的结果，并对发行人造成的损失给予补偿。”

综上，上述承租的部分房屋未办理登记备案手续的情形不符合《中华人民共和国城市房地产管理法》及《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵，但该等法律瑕疵不影响租赁合同的法律效力；发行人及其子公司根据相关租赁合同可依法使用该等房屋，发行人部分租赁房屋未进行租赁备案登记的瑕疵不会对发行人的持续经营及本次发行上市造成不利影响。

（3）租赁价格情况

发行人租赁的与生产、仓储、办公相关的房产的租赁价格情况如下：

单位：元/㎡/月

序号	承租方	出租方	位置	租赁价格	当地同类房产租金区间
1	发行人	蔡清辉	鲤城区火炬工业区火炬街 1 号	16	8.4-24.9
2	上海嘉亨	国一特种纸（上海）有限公司	松江区佘山镇强业路 278 号	31.94	19.5-39
3		上海盈燕实业有限公司	松江区佘山镇泗陈公路 4968 号	33	33-34.5
4		上海大发电器有限公司	上海市松江区佘山工业区吉业路 218 号	33.46	33-36
5		上海美利达电子科技有限公司	上海市松江区佘山工业园区陶干路 1058 号	27.07-28.29	24-37.5
6		上海永智企业发展有限公司	松江工业园区佘山分区明业路 1066-1068 号	19.01-22.20	18-42
7		姚义伦	佘山镇强业路 278 号	27.36-28.90	19.5-37.5
8	浙江嘉亨	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	嘉善县魏塘工业园区长盛路 128 号	9.73-10.93	5.1-23.1
9			嘉善县魏塘工业园区长盛路 138 号	9.71-10.91	5.1-23.1
10	天津嘉亨	天津友鹏科技发展有限公司	滨海新区轻纺经济区纺三路以东、轻二路以南	13.59	13.5-20.1
11	珠海嘉亨	珠海安宇企业有限公司	珠海市南水镇南港东路南侧安宇工业园	15.5	14.1-18
12	香港华美	曾雅萍	香港九龙湾常悦道 9 号企业广场 1 期 3 座 1005 室	220 港元	130-323 港元

注：当地同类房产租金区间系根据 58 同城、安居客、链家、房天下、久久厂房网等网络公开信息查询统计。

发行人上述租赁房屋的租赁价格系依据厂房周边均价、市场供需状况等信息与出租方协商确定，所确定的租赁价格在周边均价范围之内，租赁价格公允，不

存在利益输送情形。

3、主要生产设备

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及其下属公司拥有的主要生产设备情况如下：

单位：万元、%

序号	名称	所属单位	原值	成新率
1	注塑机	发行人	576.92	39.19
2	吹瓶机		247.86	41.49
3	空调净化系统		135.54	94.33
4	纯水分配系统	上海嘉亨	437.69	73.79
5	空调净化系统		604.40	29.45
6	配制设备		1,066.24	79.89
7	灌装设备		799.24	84.74
8	吹瓶机	浙江嘉亨	922.26	52.72
9	全自动软管双注头机		141.03	76.75
10	ASB 一步法注拉吹成型流水线		220.51	34.00
11	六色丝印机		136.75	32.88
12	香皂生产线		369.01	73.66
13	吹瓶机	天津嘉亨	704.73	37.89
14	吹瓶机	珠海嘉亨	480.79	65.74
小计			**6,842.98**	**59.28**

（二）主要无形资产

1、土地使用权

截至招股说明书签署日，公司土地使用权情况如下：

序号	使用权人	产权证号	使用期限至	土地位置	用途	面积（㎡）	他项权利
1	嘉亨家化	闽（2019）泉州市不动产权第 0033982-0033988 号	2062.02.15	江南火炬工业区	工业用地	22,834.60	抵押
2	上海嘉亨	沪（2018）松字不动产权第 004407 号	2057.04.04	上海市松江区佘山镇陶干路 1069 号	工业用地	20,102.00	抵押
3	湖州嘉亨	浙（2019）湖州市（南浔）不动产权第 0072382 号	2069.10.30	湖州市南浔区练市镇浔练公路东侧、茹家甸路南侧、练溪大道西侧	工业用地	53,332.00	无

2、商标

截至招股说明书签署日，公司拥有 98 项境内注册商标，1 项境外注册商标，具体情况如下：

（1）境内商标

序号	商标标识	权利人	注册号	国际分类	有效期限	他项权利
1	HUASHUO 华 硕	发行人	18219470	42	2017.02.14-2027.02.13	无
2	HwaSoul 华 硕	发行人	16776789	40	2016.06.14-2026.06.13	无
3	HwaSoul 华 硕	发行人	16776752	42	2016.12.14-2026.12.13	无
4	HUASHUO 华 硕	发行人	16776711	42	2017.07.07-2027.07.06	无
5	HwaSoul 华 硕	发行人	16776672	42	2016.08.28-2026.08.27	无
6	HwaSoul 华 硕	发行人	16776546	7	2016.09.07-2026.09.06	无
7	HwaSoul 华 硕	发行人	16776493	7	2016.06.14-2026.06.13	无
8	HUASHUO 华 硕	发行人	16776486	7	2016.06.14-2026.06.13	无
9	HUASHUO 华 硕	发行人	16776358	7	2016.06.14-2026.06.13	无
10	HwaSoul 华 硕	发行人	16776331	3	2016.08.28-2026.08.27	无
11	HUASHUO 华 硕	发行人	16776242	3	2016.08.28-2026.08.27	无
12	HwaSoul 华 硕	发行人	16775930	3	2016.08.14-2026.08.13	无
13	HUASHUO 华 硕	发行人	16775891	3	2016.07.14-2026.07.13	无
14		发行人	9978792	35	2012.11.21-2022.11.20	无
15		发行人	9978770	35	2012.12.21-2022.12.20	无
16		发行人	9978642	35	2013.01.14-2023.01.13	无
17		发行人	9978572	35	2012.11.21-2022.11.20	无
18		发行人	9978515	20	2012.11.21-2022.11.20	无
19		发行人	9978483	20	2012.12.21-2022.12.20	无
20		发行人	9978462	20	2012.11.21-2022.11.20	无
21		发行人	9978443	20	2012.11.21-2022.11.20	无
22		发行人	9972387	3	2013.01.21-2023.01.20	无
23		发行人	9972373	3	2013.03.21-2023.03.20	无

序号	商标标识	权利人	注册号	国际分类	有效期限	他项权利
24		发行人	9972360	3	2013.01.21-2023.01.20	无
25		发行人	9972323	40	2013.01.07-2023.01.06	无
26		发行人	9972290	40	2013.01.21-2023.01.20	无
27		发行人	9972282	40	2013.01.14-2023.01.13	无
28		发行人	9972270	40	2013.01.21-2023.01.20	无
29		发行人	9966454	40	2012.11.21-2022.11.20	无
30		发行人	9966391	40	2012.11.21-2022.11.20	无
31		发行人	9966341	40	2013.01.07-2023.01.06	无
32		发行人	9966226	40	2013.01.07-2023.01.06	无
33		发行人	9966188	40	2012.12.28-2022.12.27	无
34		发行人	9966164	40	2012.11.21-2022.11.20	无
35		发行人	9966147	40	2012.12.28-2022.12.27	无
36		发行人	9966120	40	2012.12.28-2022.12.27	无
37		发行人	9966063	35	2012.12.28-2022.12.27	无
38		发行人	9966033	35	2012.11.21-2022.11.20	无
39		发行人	9962056	35	2013.08.21-2023.08.20	无
40		发行人	9961987	20	2012.11.14-2022.11.13	无
41		发行人	9961975	20	2012.11.14-2022.11.13	无
42		发行人	9956901	20	2014.05.14-2024.05.13	无
43		发行人	9956863	3	2012.11.14-2022.11.13	无
44		发行人	9956856	3	2012.11.14-2022.11.13	无
45		发行人	9953220	3	2013.11.28-2023.11.27	无
46		发行人	9632399	40	2012.10.21-2022.10.20	无
47		发行人	9632343	40	2012.09.14-2022.09.13	无

序号	商标标识	权利人	注册号	国际分类	有效期限	他项权利
48	HUASHUO 华 硕	发行人	9632324	40	2012.09.14-2022.09.13	无
49	HUASHUO 华 硕	发行人	9632260	40	2012.09.14-2022.09.13	无
50	HUASHUO	发行人	9632217	40	2012.10.21-2022.10.20	无
51	华 硕	发行人	9632193	40	2012.07.21-2022.07.20	无
52	HUASHUO	发行人	9629665	35	2013.09.07-2023.09.06	无
53	HUASHUO	发行人	9629650	35	2012.08.28-2022.08.27	无
54		发行人	9629637	35	2012.10.28-2022.10.27	无
55	HUASHUO	发行人	9629614	20	2013.06.21-2023.06.20	无
56	HUASHUO	发行人	9629599	20	2013.04.21-2023.04.20	无
57		发行人	9629546	20	2013.03.07-2023.03.06	无
58	HUASHUO	发行人	9629492	3	2014.06.14-2024.06.13	无
59	HUASHUO	发行人	9629274	3	2014.05.21-2024.05.20	无
60		发行人	9629221	3	2012.09.07-2022.09.06	无
61	Vincent Tsant	上海嘉亨	23693723	3	2018.04.14-2028.04.13	无
62	Fiona Tsang	上海嘉亨	23693644	3	2018.04.07-2028.04.06	无
63	Melody Tsang	上海嘉亨	23693629	3	2018.04.07-2028.04.06	无
64	Jackie Tsang	上海嘉亨	23693610	3	2018.04.07-2028.04.06	无
65	唛哆	上海嘉亨	18638086	3	2017.01.28-2027.01.27	无
66	momdoll's	上海嘉亨	18638028	3	2017.01.28-2027.01.27	无
67	露美诗	上海嘉亨	18637972	3	2017.05.14-2027.05.13	无
68		上海嘉亨	18219469	44	2016.12.14-2026.12.13	无
69	嘉亨	上海嘉亨	18219297	44	2017.02.28-2027.02.27	无
70	嘉亨DAILY CHEMICAL	上海嘉亨	18219080	44	2017.01.28-2027.01.27	无
71	嘉亨DAILY CHEMICAL	上海嘉亨	18218858	42	2016.12.14-2026.12.13	无

序号	商标标识	权利人	注册号	国际分类	有效期限	他项权利
72		上海嘉亨	18218789	42	2016.12.14-2026.12.13	无
73		上海嘉亨	18218676	42	2016.12.14-2026.12.13	无
74		上海嘉亨	18218436	2	2016.12.14-2026.12.13	无
75		上海嘉亨	18218367	2	2016.12.14-2026.12.13	无
76		上海嘉亨	18218299	2	2016.12.14-2026.12.13	无
77	velvetique	上海嘉亨	16939542	3	2016.07.14-2026.07.13	无
78	rosée de l'aube	上海嘉亨	16608426	3	2016.07.07-2026.07.06	无
79	rosee de laube	上海嘉亨	16608347	3	2016.05.21-2026.05.20	无
80		上海嘉亨	10300246	35	2013.02.14-2023.02.13	无
81		上海嘉亨	10300169	3	2013.02.14-2023.02.13	无
82		上海嘉亨	10300130	3	2013.02.14-2023.02.13	无
83		上海嘉亨	10300103	3	2013.02.14-2023.02.13	无
84		上海嘉亨	10299906	20	2013.02.14-2023.02.13	无
85		上海嘉亨	10299810	20	2013.02.14-2023.02.13	无
86		上海嘉亨	10299792	20	2013.02.14-2023.02.13	无
87		上海嘉亨	10299488	16	2013.06.07-2023.06.06	无
88		上海嘉亨	10295098	16	2013.04.21-2023.04.20	无
89		上海嘉亨	10294848	16	2013.03.21-2023.03.20	无
90		上海嘉亨	10294734	7	2013.06.07-2023.06.06	无
91		上海嘉亨	10294520	7	2013.02.14-2023.02.13	无
92		上海嘉亨	10294472	7	2013.02.14-2023.02.13	无
93		上海嘉亨	10294284	40	2013.02.14-2023.02.13	无
94		上海嘉亨	10294270	40	2013.02.14-2023.02.13	无

序号	商标标识	权利人	注册号	国际分类	有效期限	他项权利
95	嘉亨	上海嘉亨	10294247	40	2013.02.14-2023.02.13	无
96	Dr Mint	上海嘉亨	34125847	3	2019.09.28–2029.09.27	无
97	Jia Duo 嘉多	香港华美	18283515	3	2016.12.14-2026.12.13	无
98	WAHMATE	香港华美	19369514	3	2017.04.28-2027.04.27	无

（2）境外商标

序号	商标标识	权利人	注册号	国际分类	有效期限	他项权利
1	WAHMATE	香港华美	303720951	3	2016.03.22-2026.03.21	无

境外商标系香港华美在香港注册的商标。

3、专利

截至招股说明书签署日，公司拥有境内专利 **175 项**，其中发明专利 31 项，实用新型专利 **113 项**，外观设计专利 **31 项**；境外专利 1 项，为在美国申请的发明专利。公司专利均为公司自主创新研发取得。发行人自有专利不存在权利提前终止等异常情况，不存在权属纠纷。

（1）境内专利

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
1	2012102679164	发行人	化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法	发明专利	2032.07.30	无
2	2012103542671	发行人	一种注塑机用混炼器	发明专利	2032.09.20	无
3	2013102811904	发行人	一种高速扁瓶理瓶机械手及其理瓶方法	发明专利	2033.07.04	无
4	2013102812729	发行人	一种高速扁瓶理瓶装置及其理瓶方法	发明专利	2033.07.04	无
5	2013106220034	发行人	一种防盗防伪防漏液日化用品包装瓶	发明专利	2033.11.29	无
6	2014102258198	发行人	节能型可调起始牙的绞牙注塑模具	发明专利	2034.05.26	无
7	2014106120026	发行人	一种直推式切环机及其切环方法	发明专利	2034.11.02	无
8	2014106275900	发行人	一种抗冲击防盗瓶盖	发明专利	2034.11.06	无
9	2015102167827	发行人	一种自动供料装置及其供料方法	发明专利	2035.04.29	无

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
10	201510217300X	发行人	一种可转弯的输送轨道及其组装方法	发明专利	2035.04.29	无
11	2015102173419	发行人	一种自动上底盖机的理盖装置	发明专利	2035.04.29	无
12	2015102174553	发行人	一种自动上底盖机	发明专利	2035.04.29	无
13	2015104586346	发行人	一种自动开盒装置	发明专利	2035.07.29	无
14	2015104586717	发行人	一种自动分装装置	发明专利	2035.07.29	无
15	2015104587175	发行人	一种自动化数控包装机	发明专利	2035.07.29	无
16	2015104587508	发行人	一种自动定位装置	发明专利	2035.07.29	无
17	201510458796X	发行人	一种自动放料装置	发明专利	2035.07.29	无
18	2015104588360	发行人	一种易脱模的密封防盗瓶盖及其生产工艺	发明专利	2035.07.29	无
19	2015104589791	发行人	一种翻盖式塑料瓶盖	发明专利	2035.07.29	无
20	2015104706371	发行人、上海嘉亨	一种防伪瓶盖	发明专利	2035.08.03	无
21	2015104710305	发行人、上海嘉亨	一种防盗瓶盖	发明专利	2035.08.03	无
22	2015104710714	发行人、上海嘉亨	防伪瓶盖	发明专利	2035.08.03	无
23	2015104712279	发行人、上海嘉亨	一种具有防盗条的防伪瓶盖	发明专利	2035.08.03	无
24	2015107552549	发行人	一种翻盖翻转寿命测试装置	发明专利	2035.11.08	无
25	2016107688469	发行人	机油瓶自动检测设备	发明专利	2036.08.29	无
26	2016107831522	发行人	一种瓶盖全自动生产数控设备	发明专利	2036.08.30	无
27	2016107834200	发行人	一种瓶盖双切环装置及全自动生产设备	发明专利	2036.08.30	无
28	2006100245678	湖州嘉亨	角形注头软管材料及其软管制造方法	发明专利	2026.03.09	无
29	2007100379982	浙江嘉亨	医用防回吸软管管头	发明专利	2027.03.12	无
30	2014102258200	浙江嘉亨	自动切除注射浇口的注塑模具	发明专利	2034.05.26	无
31	2014102551507	浙江嘉亨	一种抗菌性可生物降解包装软管材料及其软管制备方法	发明专利	2034.06.09	无
32	**2019219255833**	**发行人**	**一种瓶子**	**实用新型**	**2029.11.07**	**无**
33	**201921765178X**	**发行人**	**一种车载香薰盒**	**实用**	**2029.10.20**	**无**

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
				新型		
34	2019217651775	发行人	一种瓶子	实用新型	2029.10.20	无
35	2011201614163	发行人	一种新型体乳液瓶	实用新型	2021.05.19	无
36	2011201629332	发行人	一种新型洗发露垂挂瓶	实用新型	2021.05.19	无
37	2011204699356	发行人	一种内装急救用品盒	实用新型	2021.11.22	无
38	2011205168922	发行人	一种保湿精华乳液瓶	实用新型	2021.12.12	无
39	201120517411X	发行人	一种易开启洁面乳软管	实用新型	2021.12.12	无
40	2011205224566	发行人	一种新型椭圆软管	实用新型	2021.12.13	无
41	2011205511096	发行人	一种新型扁形软管	实用新型	2021.12.25	无
42	2013203989261	发行人	一种吹瓶机的瓶坯定位器	实用新型	2023.07.04	无
43	2013207164408	发行人	一种双色婴儿水嫩保湿露瓶	实用新型	2023.11.12	无
44	2013208367683	发行人	一种仿厚壁化妆品膏霜瓶	实用新型	2023.12.17	无
45	2014200592705	发行人	一种多色护理霜包装瓶	实用新型	2024.02.07	无
46	2014200592809	发行人	一种仿形把手式清洁剂塑料包装瓶	实用新型	2024.02.07	无
47	2014202730095	发行人	自动切除注射浇口的注塑模具	实用新型	2024.05.26	无
48	201420335944X	发行人	一种仿高壁厚空心直筒形塑料包装容器	实用新型	2024.06.22	无
49	2014203360377	发行人	一种高透仿玻璃包装盖	实用新型	2024.06.22	无
50	201420573148X	发行人	一种密封防盗瓶盖	实用新型	2024.09.29	无
51	2014205772668	发行人	一种抗冲击防盗塑料瓶盖	实用新型	2024.09.29	无
52	2014206635723	发行人	一种抗冲击防盗瓶盖	实用新型	2024.11.06	无
53	2014207051014	发行人	一种圆盖翻压辅助器	实用新型	2024.11.21	无
54	2014207051033	发行人	一种密封垫片组装器	实用新型	2024.11.21	无
55	2015205637868	发行人	一种自动定位装置	实用新型	2025.07.29	无
56	2015205640926	发行人	一种易脱模的密封防盗瓶盖	实用新型	2025.07.29	无
57	2015205641435	发行人	一种翻盖式塑料瓶盖	实用	2025.07.29	无

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
				新型		
58	2015205783402	发行人、上海嘉亨	防伪瓶盖	实用新型	2025.08.03	无
59	2015205783811	发行人、上海嘉亨	一种防盗瓶盖	实用新型	2025.08.03	无
60	2015205784636	发行人、上海嘉亨	一种瓶盖的定位机构	实用新型	2025.08.03	无
61	2015205784994	发行人、上海嘉亨	一种新型防盗瓶盖	实用新型	2025.08.03	无
62	2015205787371	发行人、上海嘉亨	一种回流瓶盖	实用新型	2025.08.03	无
63	2015205789343	发行人、上海嘉亨	一种防飞溅瓶盖	实用新型	2025.08.03	无
64	2015208859460	发行人	一种翻盖翻转寿命测试装置	实用新型	2025.11.08	无
65	2016200259519	发行人	一种便于开启的防伪包装箱	实用新型	2026.01.11	无
66	2016200263815	发行人	一种防盗自锁包装箱	实用新型	2026.01.11	无
67	2016209894841	发行人	机油瓶自动控制设备	实用新型	2026.08.29	无
68	2016209941081	发行人	机油瓶自动检测装置	实用新型	2026.08.29	无
69	2016210147011	发行人	一种瓶盖双切环装置及全自动生产设备	实用新型	2026.08.30	无
70	2017204638665	发行人	一种新型的化妆品容器瓶	实用新型	2027.04.27	无
71	2017209345798	发行人	自动调整送料设备	实用新型	2027.07.27	无
72	2017209345800	发行人	用于自动输送泵头的装置	实用新型	2027.07.27	无
73	2017209346822	发行人	用于将泵头自动放入瓶体的包装装置	实用新型	2027.07.27	无
74	201720934712X	发行人	用于将泵头自动拧紧在瓶体上的包装装置	实用新型	2027.07.27	无
75	2017209347308	发行人	用于自动组装泵头和瓶体的数控包装机	实用新型	2027.07.27	无
76	2017209347628	发行人	用于自动整理泵头的装置	实用新型	2027.07.27	无
77	2017209347793	发行人	用于自动旋紧泵头的装置	实用新型	2027.07.27	无
78	2017209347952	发行人	用于自动调整泵头的装置	实用新型	2027.07.27	无
79	2017209723804	发行人	一种瓶盖铰牙注塑模具	实用新型	2027.08.03	无
80	201720992343X	发行人	一种防伪包装箱	实用新型	2027.08.08	无
81	2018205162646	发行人	一种改进型化妆品容器瓶	实用	2028.04.10	无

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
				新型		
82	201820946024X	发行人	一种瓶体提手环	实用新型	2028.06.18	无
83	2018216852698	发行人	一种翻盖绞牙同步顶板顶出的模内合盖注塑模具	实用新型	2028.10.16	无
84	2018216851623	发行人	一种螺纹起始牙可调的注塑模具	实用新型	2028.10.16	无
85	2018219090889	发行人	一种新型计量盖	实用新型	2028.11.19	无
86	201821909209X	发行人	一种具有固定内塞的爽身粉盒	实用新型	2028.11.19	无
87	2018219092687	发行人	一种具有旋转内塞的爽身粉盒	实用新型	2028.11.19	无
88	2018219092988	发行人	一种密封严实的爽身粉盒	实用新型	2028.11.19	无
89	2018219091769	发行人	一种结构更加稳固的连接带	实用新型	2028.11.19	无
90	2018219091773	发行人	一种注出盖及瓶盖组件	实用新型	2028.11.19	无
91	2018219091805	发行人	一种按压式溶液瓶	实用新型	2028.11.19	无
92	2019204762407	发行人	一种新型的塑料瓶盖	实用新型	2029.04.09	无
93	201920637919X	发行人	一种新型的瓶子	实用新型	2029.05.06	无
94	2019206382953	发行人	一种控制液体流量的瓶子	实用新型	2029.05.06	无
95	2019206499651	发行人	一种按压式瓶盖	实用新型	2029.05.07	无
96	2019207388355	发行人	一种化妆品瓶	实用新型	2029.05.21	无
97	201120511804X	上海嘉亨	一种清爽沐浴露瓶	实用新型	2021.12.08	无
98	2011205154686	上海嘉亨	一种弹簧气囊式真空塑瓶	实用新型	2021.12.11	无
99	2011205168782	上海嘉亨	一种新型自动开启塑瓶	实用新型	2021.12.12	无
100	2011205192283	上海嘉亨	一种新型凡士林霜瓶	实用新型	2021.12.12	无
101	2011205192300	上海嘉亨	一种新型保湿滋养面霜瓶	实用新型	2021.12.12	无
102	2011205224782	上海嘉亨	一种新型尖嘴软管	实用新型	2021.12.13	无
103	2011205388778	上海嘉亨	一种急救用品盒	实用新型	2021.12.20	无
104	2013206880932	上海嘉亨	一种便携式化妆品瓶	实用新型	2023.11.03	无
105	2013207507018	上海嘉亨	一种加强型防拧防盗包装	实用	2023.11.24	无

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
			瓶	新型		
106	2014204215012	上海嘉亨	一种加强型抗冲力大容量机油瓶	实用新型	2024.07.28	无
107	201520254722X	上海嘉亨	一种两件式洗衣液瓶盖	实用新型	2025.04.24	无
108	2015210697731	上海嘉亨	一种工业用润滑油包装瓶	实用新型	2025.12.20	无
109	2016200887062	上海嘉亨	一种导轨式测量仪器	实用新型	2026.01.28	无
110	2016204215882	上海嘉亨	一种旋转出料式化妆品容置瓶	实用新型	2026.05.10	无
111	2016204217318	上海嘉亨	一种化妆品瓶	实用新型	2026.05.10	无
112	2016204218626	上海嘉亨	一种化妆品瓶的出料装置	实用新型	2026.05.10	无
113	2016204219027	上海嘉亨	一种多功能沐浴瓶	实用新型	2026.05.10	无
114	2016204221436	上海嘉亨	一种化妆品瓶的出料控制装置	实用新型	2026.05.10	无
115	2016204221455	上海嘉亨	一种计量式化妆品瓶	实用新型	2026.05.10	无
116	2016204221845	上海嘉亨	一种沐浴瓶	实用新型	2026.05.10	无
117	2016210248309	上海嘉亨	具有卡扣式开关的瓶子	实用新型	2026.08.30	无
118	2016210468332	上海嘉亨	一种改进型瓶子	实用新型	2026.09.08	无
119	2017210699172	上海嘉亨	一种喷胶贴合机	实用新型	2027.08.23	无
120	201120160988X	湖州嘉亨	一种新型滋养手霜瓶	实用新型	2021.05.18	无
121	201120161043X	湖州嘉亨	一种珍珠膏日霜瓶	实用新型	2021.05.18	无
122	2011201610957	湖州嘉亨	一种改进型滋润霜瓶体	实用新型	2021.05.18	无
123	2011201611080	湖州嘉亨	一种风琴式洗面奶瓶	实用新型	2021.05.18	无
124	2011201617000	湖州嘉亨	一种保湿型止痒润肤露瓶体	实用新型	2021.05.19	无
125	201120161780X	湖州嘉亨	一种保湿防晒露瓶体内塞	实用新型	2021.05.19	无
126	2011201626705	湖州嘉亨	一种新型化妆品瓶体注塑盖	实用新型	2021.05.19	无
127	2011201628310	湖州嘉亨	一种新型液体容置瓶	实用新型	2021.05.19	无
128	2011201629953	湖州嘉亨	一种新型保湿水瓶	实用新型	2021.05.19	无
129	2011204078295	湖州嘉亨	美肌水塑瓶	实用	2021.10.23	无

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
				新型		
130	2011200606865	浙江嘉亨	防回吸阻氧性抑菌医用包装软管	实用新型	2021.03.09	无
131	2011201618874	浙江嘉亨	一种新型酱油瓶	实用新型	2021.05.19	无
132	2011201627303	浙江嘉亨	一种新型 PP 料膏霜瓶	实用新型	2021.05.19	无
133	2011202155456	浙江嘉亨	可回用封头包装软管	实用新型	2021.06.22	无
134	2011202155460	浙江嘉亨	平行式超扁包装软管	实用新型	2021.06.22	无
135	2012202652608	浙江嘉亨	使用复合高分子材料的包装瓶	实用新型	2022.06.06	无
136	2012202652699	浙江嘉亨	含有金属材料层的复合材料包装软管	实用新型	2022.06.06	无
137	2012202652862	浙江嘉亨	非组装型一次成型一体双色盖	实用新型	2022.06.06	无
138	201320810672X	浙江嘉亨	环保型内推式防渗瓶	实用新型	2023.12.10	无
139	2013208110496	浙江嘉亨	带有保护作用的婴幼儿日化品专用包装瓶	实用新型	2023.12.10	无
140	2016200789407	浙江嘉亨	一种可生物降解抗菌性包装软管	实用新型	2026.01.26	无
141	2016200789411	浙江嘉亨	带有节能型组合式 T 型头封盖的包装容器	实用新型	2026.01.26	无
142	2019204777169	浙江嘉亨	一种婴儿玩具沐浴露瓶	实用新型	2029.04.09	无
143	2019207842850	发行人	一种防止泵头松动的瓶子	实用新型	2029.05.27	无
144	**202030207957X**	**发行人**	**瓶（生旦净末丑弹趣不倒翁啵啵瓶）**	**外观设计**	**2030.05.08**	**无**
145	2019204849434	浙江嘉亨	一种新型机油瓶	实用新型	2029.04.10	无
146	2015304431986	发行人	包装瓶（2）	外观设计	2025.11.08	无
147	201530443320X	发行人	包装盒（1）	外观设计	2025.11.08	无
148	2015304434965	发行人	包装瓶（1）	外观设计	2025.11.08	无
149	2015304435012	发行人	包装瓶（3）	外观设计	2025.11.08	无
150	2016305295396	发行人	瓶（梨园魅影套件）	外观设计	2026.11.02	无
151	2017301122814	发行人	膏霜包装瓶（1）	外观设计	2027.04.06	无
152	2017301125418	发行人	膏霜包装瓶（2）	外观设计	2027.04.06	无
153	2017301127818	发行人	膏霜包装瓶（3）	外观	2027.04.06	无

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利期限至	他项权利
				设计		
154	2018305816778	发行人	包装瓶	外观设计	2028.10.17	无
155	2019300971771	发行人	包装瓶（YMJ09）	外观设计	2029.03.10	无
156	2019300971786	发行人	包装瓶（YMJ12）	外观设计	2029.03.10	无
157	2019300973669	发行人	包装瓶（YMJ110）	外观设计	2029.03.10	无
158	2019301222760	发行人	包装瓶（QW006-120ml 化妆水）	外观设计	2029.03.21	无
159	2019301227266	发行人	包装瓶（QW005-55g 润滑剂）	外观设计	2029.03.21	无
160	201930159716X	发行人	包装瓶（DB9075-75ml）	外观设计	2029.04.09	无
161	2019304156351	发行人	机油瓶（1.5L）	外观设计	2029.07.31	无
162	2015301184385	上海嘉亨	洗衣液瓶	外观设计	2025.04.27	无
163	2016302943452	上海嘉亨	包装瓶（3）	外观设计	2026.06.29	无
164	2016302943575	上海嘉亨	包装瓶（4）	外观设计	2026.06.29	无
165	2016302943772	上海嘉亨	包装瓶（5）	外观设计	2026.06.29	无
166	2016302950579	上海嘉亨	包装瓶（1）	外观设计	2026.06.29	无
167	2016302950901	上海嘉亨	包装瓶（2）	外观设计	2026.06.29	无
168	2016302951336	上海嘉亨	包装瓶（6）	外观设计	2026.06.29	无
169	2016304509330	上海嘉亨	瓶（双鱼印记心型瓶 2）	外观设计	2026.08.30	无
170	2016304527945	上海嘉亨	瓶（双鱼印记心型瓶 1）	外观设计	2026.08.30	无
171	2016304593260	上海嘉亨	瓶（十二生肖逗趣开智瓶）	外观设计	2026.08.30	无
172	2017300666021	上海嘉亨	包装容器（JJ）	外观设计	2027.03.08	无
173	2017304687224	浙江嘉亨	瓶（樱花）	外观设计	2027.09.28	无
174	2017304687296	浙江嘉亨	瓶（she003）	外观设计	2027.09.28	无
175	2018300036708	浙江嘉亨	瓶（she004）	外观设计	2028.01.03	无

注：2019 年 1 月 28 日，发行人与中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行（以下简称“质权人”）签订《最高额权利质押合同》，将上述第 20、24、27、70、79 项专利质押给质

权人，用于担保发行人与质权人自 2019 年 1 月 15 日至 2021 年 1 月 14 日期间形成的债权，担保债权的最高额为 2,040 万元。

发行人质押专利的具体情况如下：

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	主要应用	是否属于核心专利
1	2015104706371	发行人、上海嘉亨	一种防伪瓶盖	发明专利	瓶盖类产品	是
2	2015107552549	发行人	一种翻盖翻转寿命测试装置	发明专利	翻盖类产品	是
3	2016107834200	发行人	一种瓶盖双切环装置及全自动生产设备	发明专利	双切环瓶盖类产品	是
4	2017204638665	发行人	一种新型的化妆品容器瓶	实用新型	化妆品塑料包装	是
5	2017209723804	发行人	一种瓶盖铰牙注塑模具	实用新型	瓶盖类产品	是

上述 5 项专利应用产品多、使用范围广，对发行人具有持续性的重要经营贡献。由于借款合同已履行完毕，发行人已按时归还上述借款本息，上述专利权质押已经登记注销。

（2）境外专利

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	专利登记日期	注册地
1	US10124934B2	发行人、上海嘉亨	ANTI-COUNTERFEIT BOTTLE CAP（一种防伪瓶盖）	发明专利	2018.11.13	美国

在专利管理制度方面，发行人制定了《知识产权管理总则》、《知识产权奖惩制度》等制度规定，明确公司各部门研究开发、申请专利保护、专利管理的职责，规范了公司的专利管理。报告期内，相关制度有效运行，促进了公司技术创新，提高了公司市场竞争力和经济效益，形成了专利技术的可持续发展。

（三）发行人拥有的特许经营权情况

截至招股说明书签署日，发行人不存在拥有特许经营权的情况。

（四）发行人拥有的业务资质

截至招股说明书签署日，发行人拥有的主要业务资质证书如下：

序号	公司名称	资质	许可证编号	有效期	许可范围
1	嘉亨家化	印刷经营许可证	闽（2020）印证字 356301074 号	2023 年 3 月 31 日	包装装潢印刷品、其他印刷品印刷
2		化妆品生产	闽妆 20190007	2024 年	粉单元（散粉类）

		许可证		11 月 3 日	
3	上海嘉亨	化妆品生产许可证	沪妆 20160046	2021 年 11 月 1 日	1、一般液态单元（护发清洁类、护肤水类#、啫喱类#）；2、膏霜乳液单元（护肤清洁类#、护发类）；3、粉单元（散粉类、浴盐类）；4、气雾剂及有机溶剂单元（有机溶剂类）；5、蜡基单元（蜡基类）（“#”表示具备眼部用护肤类、婴儿和儿童用护肤类化妆品生产条件）
4		GMPC 认证证书	-	2023 年 6 月 21 日	1、生产一般液态单元，包括护发清洁类、护肤水类和啫喱类产品； 2、生产膏霜乳液单元，包括护肤清洁类及护发类产品； 3、生产气雾剂及有机溶剂单元，包括花露水及香水。
5		全国工业产品生产许可证	沪 XK16-114-00044	2025 年 8 月 10 日	食品用洗涤剂
6		全国工业产品生产许可证	沪 XK16-204-00530	2021 年 7 月 20 日	食品用塑料包装容器工具等制品
7		上海市消毒产品生产企业卫生许可证	沪卫消证字（2016）第 0008 号	2024 年 3 月 20 日	消毒剂、卫生用品
8		农药生产许可证	农药生许（沪）0009	2023 年 5 月 13 日	驱蚊花露水、驱蚊液
9		道路运输经营许可证	沪交运管许可松字 310117010125 号	2024 年 4 月 6 日	普通货运
10	浙江嘉亨	全国工业产品生产许可证	浙 XK16-204-02295	2022 年 6 月 20 日	食品用塑料包装容器工具等制品
11		印刷经营许可证	浙印证字 FA2-0171 号	2022 年 12 月 31 日	包装装潢、其他印刷品印刷
12		辐射安全许可证	浙环辐证[F5007]	2022 年 4 月 11 日	使用 III 类射线装置
13	天津嘉亨	道路运输经营许可证	津交运管许可发字 120119300656 号	2024 年 4 月 26 日	普通货运

七、发行人技术情况

（一）发行人主要服务或产品的核心技术、技术来源

1、主要核心技术、技术来源

公司坚持自主研发，以市场需求为导向构建研发体系，与产业链上下游互动：与下游客户共同探讨产品需求和市场动向，研发注重消费者体验及产品功效与安全保障；与上游供应商保持技术交流，掌握行业发展动态，了解原料的研究新成果及应用新方向，提高新品研发的前瞻性。

公司现有核心技术均来源于公司长期持续性的研发投入，对于核心技术均拥有自主知识产权。具体情况如下：

序号	核心技术	技术内容简介	技术应用领域
1	活性成分功效研究及控制技术	进行植物提取物、有机认证原料、生物工程制剂等功效物质的作用效果筛选、最佳剂量的确定和不同活性成分的复配协同增效研究。利用微囊包裹技术和活性成分传输技术，将功效物质进行包裹，通过脂质体与皮肤的良好亲和性、渗透性促进活性成分吸收，发挥护肤功效。	日化产品
2	体系稳定技术	在配方设计中，研究应用微乳液技术、微胶囊技术、多重乳化体系技术、液晶体系技术等促进化妆品配方的稳定性。	日化产品
3	安全、温和功效护肤技术	基于对人体的皮肤代谢与排毒机理的研究，开发一系列安全温和的保湿、清洁、遮瑕等产品。	日化产品
4	温和洗发露配方技术	通过氨基酸表面活性剂、调理剂以及螯合剂的科学组合实现调理洗发露中不含或含少量防腐剂，开发温和无刺激的洗发露。	日化产品
5	挤出吹塑成型（EBM）	1、在挤出吹塑成型中，利用压力将管状预制件挤压到工具形状的内轮廓。采用这种技术制成的包装，一个典型特征就是瓶底接缝。 2、优点：款式多样（圆形、带角、带手柄），生产灵活。	塑料包装瓶
6	注射吹塑成型（IBM）	1、对高质量标准的较小容器，在选定的位置采用一步注射吹塑成型工艺。在此过程中，先形成一个预制件，然后立即将其传递给模具并吹入产品模具。 2、优点：尺寸精度高，重量波动小，光洁度好。	塑料包装瓶
7	注射成型（IM）	1、在压力和冷却条件下，将可塑坯料注入模具。 2、优点：可自由地选择瓶盖形状和表面。	塑料包装盖
8	完整规格软管包装及工艺开发	软管工艺可以实现多层共挤复合，形成中间阻隔层，有效保护内容物的安全性，防止内外渗透和氧化。公司具备完整的生产工艺，设备、模具、质量控制和工艺标准配套齐全，并兼顾产品个性化设计。	塑料包装
9	高亮面富弹性吹瓶配方研发	综合运用各种材料检测数据，通过不同位置的抗压、变形控制，对材料、局面的各种理化性能、瓶体组织、力学性能、反弹性能数据进行分析，复原失效或缺陷发生的全过程，从而对材料和构件失效提供原因分析及进行寿命、安全性评价等。	塑料包装瓶

公司核心技术的先进性详见本节“三、公司在行业中的竞争地位”之“（二）公司技术水平及特点”。

2、核心技术产品收入占营业收入的比例

报告期内，公司核心技术产品收入分别为 51,583.14 万元、69,565.48 万元、76,383.36 万元和 38,628.02 万元，占公司营业收入比例分别为 96.78%、96.89%、97.22%和 98.50%。

（二）正在研发的项目情况

1、公司研发投入情况

公司成立以来，坚持不懈地对各项创新活动增加投入，不断提升配方研发及工艺流程优化、塑料包装协同设计水平。报告期内，公司分别投入研发费用1,006.10万元、1,441.73万元、1,816.86万元和811.39万元，占当期营业收入的比例分别为1.89%、2.01%、2.31%和2.07%。

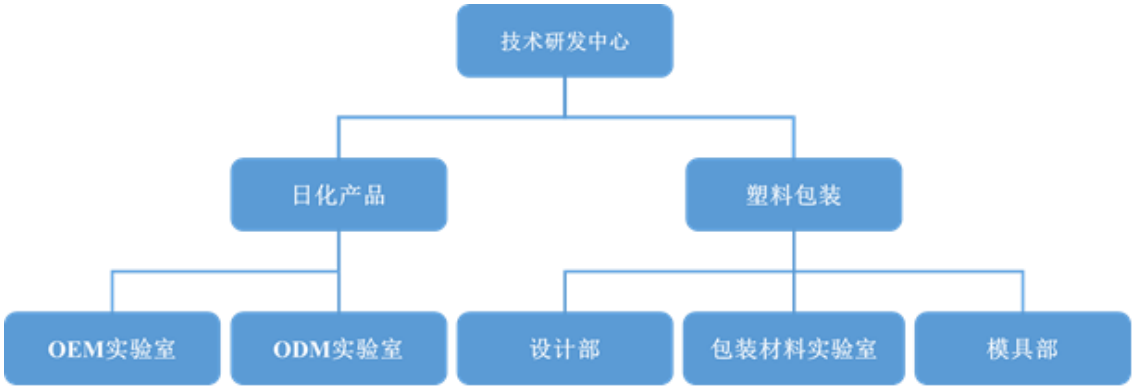
2、主要在研项目进展情况

序号	项目名称	投入人员	预算	拟达到的目标
1	双连续相技术的应用	卢菊明等5人	140万元	双连续相技术，亲水亲油，选用从植物中提取的非离子表面活性剂作为主要成分，具有较强的乳化能力，降低水的表面张力，配方安全温和，稳定性强。
2	植物防腐技术的应用	卢菊明等6人	180万元	由多种植物提取物协同发挥功效的纯天然高效防腐杀菌剂，能有效减少对皮肤的刺激，安全性高，温和稳定。
3	纳米乳化技术在洗发水中的应用	卢菊明等6人	120万元	利用纳米乳化技术制成的养护成分，在头发表面形成极薄的疏水保护层，可显著减少化学物质在头发表面的积聚；通过表面活性剂和调理成分的搭配添加做到洗护平衡。
4	N-酰基-N-甲基牛磺酸盐的制备方法及在无硅油洗发水中的应用	卢菊明等7人	65万元	研发一种转化率高、杂质含量低的N-酰基-N-甲基牛磺酸盐制备方法，该物质可有效减少化学物质在头发的积聚。
5	一款新式可靠耐用型粉盒	许聪艳等7人	200万元	增强塑料粉盒包装的密封性，防潮、避免婴幼儿不当接触，提高塑料包装的安全性和可靠性。
6	可循环使用环保型包装及工艺的研发	许聪艳等6人	250万元	为解决厚壁材质塑料包装瓶的过度包装问题，产品设计采用可更换包装，配套一次性易撕裂、防伪的轻量化瓶盖，实现循环使用，减少浪费、更加环保。

（三）技术创新机制

1、研发机构设置情况

公司建立了完整的研发体系，创新组织机构完善，管理运作规范，确保了公司各项持续性创新机制的实施以及各项研发活动的有序开展。研发机构的设置情况如下图所示：



公司日化产品领域成立了 OEM 实验室、ODM 实验室，通过对各种材料、乳化方式、介质粘度和分散度、配伍性等进行研究，加深在配方研发及优化、工艺制造流程优化设计等方面的理解，不断满足、引领客户的产品需求。

公司塑料包装领域依托“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”两个研发创新平台，在塑料包装外观设计、性能测试、模具开发等方面进行深入研究，保持公司产品质量和工艺控制的先进性。

2、核心技术人员、研发人员情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司拥有技术研发人员 130 人，占员工总数的 5.79%。公司核心技术人员包括许聪艳、苏霁晓、卢菊明、罗浩，均拥有丰富的产品研发及行业经验，其基本情况如下：

序号	姓名	职务/职称	主要研究成果/所获荣誉
1	许聪艳	副总经理/工程师	长期从事塑料包装容器、材料、模具及生产工艺的研究、开发与应用工作。为中国包装联合会常务理事、泉州市高层次人才、企业经营管理领军人才，泉州市工业设计十佳精英人物，主持了“化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法”、“防伪防盗日化塑胶包装自动生产线项目”2 项福建省级科研项目，参与申报专利数十项。
2	苏霁晓	研发经理	长期从事塑料包装、模具的研究、开发与应用工作，拥有二十多年的现场模具开发、制造技术、机加工经验及项目研发管理经验。
3	卢菊明	研发经理	长期从事化妆品的研究与开发工作。主要负责化妆品配方研发、ODM 产品的开发。
4	罗　浩	研发经理	长期从事化妆品的研究与开发工作。主要负责“强生婴儿”、郁美净等品牌产品的研发和工艺流程设计。

上述核心技术人员的简历详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”。

3、技术创新机制和制度安排

（1）保持对研发活动的持续性投入

技术创新能力是公司核心竞争力的体现，公司一直将设计创新、配方/工艺创新作为生存和发展的核心要素，报告期内，公司分别投入研发费用 1,006.10 万元、1,441.73 万元、1,816.86 万元和 811.39 万元，持续的研发投入有效地保障了公司各项创新活动的顺利实施。未来，公司将继续增加研发投入，购置先进的研发设备、引进技术人员，加大研发力度，为公司技术的创新及发展创造有利条件。

（2）完善研发激励机制

公司制定了《知识产权管理总则》、《知识产权奖惩制度》等完善的研发项目管理办法与研发人员绩效考核奖励办法，鼓励员工在生产实践中进行探索创新，并对研发技术人员的创新成果进行物质和精神奖励。公司核心技术人员间接持有公司股份，分享公司成长带来的收益，提升其工作积极性，增强了核心技术人员的稳定性。

（3）核心技术、工艺的法律保护

公司已经建立了符合自身实际情况的知识产权保护制度和措施，为技术创新营造有序和良性发展的环境。对于已经成熟的科技成果，公司主要通过申请相关专利加以保护；与核心技术人员签订保密协议，防止技术泄密，保证公司技术和产品开发的延续性。

八、发行人境外经营情况

截至招股说明书签署日，公司拥有一家境外全资子公司香港华美，公司境外子公司的具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会和人员的运行和履职情况

（一）公司治理结构的完善和改进情况

公司根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《监事会议事规则》，建立并完善了由公司股东大会、董事会、监事会和经理层组成的公司治理架构。公司股东大会、董事会、监事会及经理层之间权责明确、运作规范，按照《公司法》、《公司章程》行使权利和履行职责，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层相互协调和相互制衡机制。根据相关法律、法规及《公司章程》，公司进一步制定了《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《募集资金管理制度》以及董事会各专门委员会工作细则等相关制度，以上制度的建立，完善了公司法人治理体系；以上制度的有效执行，切实保证了公司的规范运作，共同构建了有效的公司治理体制。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会的职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；

（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

（3）审议批准董事会报告；

（4）审议批准监事会报告；

（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；

（8）对发行公司债券作出决议；

（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

（10）修改公司章程；

（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

（12）审议批准以下担保事项：①本公司及本公司控股子公司的对外担保总额达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；②为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；③单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；④连续十二个月内担保金额超过本公司最近一期经审计总资产的 30%；⑤连续十二个月内担保金额超过本公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；⑥对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；⑦法律、行政法规、政府规章或者本章程规定的其他担保情形；

（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（14）审议批准变更募集资金用途事项；

（15）审议股权激励计划；

（16）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会的运行情况

自股份公司设立以来，截至招股说明书签署日，公司共召开 7 次股东大会。公司股东大会自设立以来一直严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》及相关法律法规的要求规范运行，在制订和修改公司章程、选举董事会、监事会成员、建立公司重要规章制度、确定发行方案等方面发挥了重要作用。股东认真行使权利和履行义务，股东大会切实履行公司最高权力机构的各项职责，对完善公司治理结构和规范运行发挥了积极的作用。股东大会的召集、召开、提案、表决方式均符合《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定，会议记录完整规范。

（三）董事会制度的建立健全及运行情况

公司设董事会，对股东大会负责。董事会是公司的经营决策机构，向股东大会负责并报告工作。董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名，

设副董事长 1 名。

1、董事会的职权

董事会行使下列职权：

（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）决定公司的经营计划和投资方案；

（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；

（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

（8）在法律、法规及公司章程规定的权限范围内或股东大会授权范围内，决定公司对外投资、委托理财、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、关联交易等事项；

（9）决定公司内部管理机构的设置；

（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等公司高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（11）制订公司的基本管理制度；

（12）制订公司章程的修改方案；

（13）管理公司信息披露事项；

（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（16）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

2、董事会的运行情况

自股份公司设立以来，截至招股说明书签署日，公司共召开 12 次董事会。公司董事会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利、履行职责，在审议日常事项、任免高管人员、决定重大投资、制订公司规章制度等方面形成了科学、有效的决策，切实发挥了作用。公司董事会运行规

范，会议通知、召开、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。

（四）监事会制度的建立健全及运行情况

公司整体变更设立时，制定了《监事会议事规则》，监事会运行规范。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利并履行义务。监事会由 3 名监事组成，监事会设主席 1 人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。

1、监事会的职权

监事会行使下列职权：

（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（6）向股东大会提出提案；

（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

2、监事会的运行情况

自股份公司设立以来，截至招股说明书签署日，公司共召开 8 次监事会。公司监事会自设立以来，严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利、履行职责，在审议日常事项、检查公司的财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。公司监事会运行规范，会议通知、召开、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事的聘任

根据《公司章程》和《独立董事工作制度》相关规定：公司设独立董事 3 名，聘任适当人员担任，其中至少包括一名会计专业人士（会计专业人士指具有会计高级职称、注册会计师资格的人士或者会计学副教授以上职称等专业资质）。

公司董事会下设的提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会中独立董事应占多数并担任召集人，审计委员会中至少应有一名独立董事是会计专业人士。

2018 年 5 月 26 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举聂学民先生为公司独立董事。2019 年 5 月 15 日，公司召开 2018 年年度股东大会，增选李磊、黄兴孪为公司独立董事，并审议通过了《关于修订<独立董事工作制度>的议案》，建立了公司的独立董事制度。

上述人士自担任公司独立董事以来，严格按照《公司章程》和《独立董事工作制度》的规定认真履行职责。

2、独立董事的职权

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规、规范性文件及公司章程赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会会议；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的同意。

独立董事应当对下述公司重大事项发表同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其理由的独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任、解聘高级管理人员；

（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（4）关联交易（含公司向股东、实际控制人及其关联企业提供资金）；

（5）变更募集资金用途；

（6）以下对外担保事项：①本公司及本公司控股子公司的对外担保总额达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；②为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；③单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；④连续十二个月内担保金额超过本公司最近一期经审计总资产的 30%；⑤连续十二个月内担保金额超过本公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；⑥对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；⑦法律、行政法规、政府规章或者本章程规定的其他担保情形。

（7）股权激励计划；

（8）独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项；

（9）公司章程规定的其他情形。

3、独立董事制度的运行情况

公司的独立董事制度自建立以来始终保持规范、有序的运行。公司 3 名独立董事分别担任了董事会下设的战略、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会的委员，并在审计、提名、薪酬与考核委员会成员中占多数及担任召集人。自公司建立独立董事制度以来，3 名独立董事均亲自出席了其选聘后的公司历次董事会，并列席其选聘后的公司历次股东大会，严格按照有关法律、法规的要求，按时参加会议，勤勉履行职责，认真仔细审议董事会的各项议案，发表了相关的审议意见，作出了独立、客观、公正的判断，履行了独立董事应尽的职责与义务。公司独立董事制度对公司重大事项的决策，对公司法人治理结构的完善、保护中小股东权益起到积极的作用。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2018 年 5 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任了董事会秘书，并通过了《董事会秘书工作细则》，建立了董事会秘书制度。

1、董事会秘书的职责

根据《公司章程》和《董事会秘书工作细则》规定，董事会秘书应当对公司和董事会负责，履行如下职责：

（1）负责准备和提交主管部门要求的各类文件，组织完成主管部门布置的任务；

（2）准备和提交董事会和股东大会的报告和文件；

（3）按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，列席董事会会议，并应当在会议纪要上签字，保证其准确性；

（4）协调和组织公司信息披露事项，包括建立信息披露的制度、接待来访、联系股东、向股东提供公司公开披露的资料；按公开披露的信息及公司实际情况，客观回答股东的咨询；

（5）列席涉及信息披露的有关会议，公司有关部门应当向董事会秘书提供信息披露所需要的资料和信息。公司作出重大决定之前，应当从信息披露角度征询董事会秘书的意见；

（6）负责公司股权事务的管理工作；

（7）负责信息的保密工作，制订保密措施。内幕信息泄露时，及时采取补救措施加以解释和澄清，并报告公司董事会；

（8）负责保管公司股东名册资料、董事名册、大股东及董事持股资料和董事会印章，保管公司董事会和股东大会的会议文件和记录；

（9）帮助公司董事、监事、高级管理人员了解法律法规、《公司章程》及国家有关规范性文件的规定；

（10）协助董事会依法行使职权，在董事会违反法律法规、《公司章程》及国家有关规范性文件规定做出决议时，及时提出异议，如董事会坚持做出上述决议，应当把情况记载在会议纪要上，并将该会议纪要马上提交公司全体董事和监事；

（11）为公司重大决策提供咨询和建议；

（12）主管部门要求履行的其他职责。

2、董事会秘书制度的运行情况

自公司董事会聘请董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的有关规定，依法筹备了公司历次董事会和股东大会，认真履行了各项职责，在公司的规范运作中起到了积极的作用。公司董事会秘书制度

保障了董事会各项工作的顺利开展，为公司治理结构的完善和保障股东大会、董事会正常行使职权发挥了重要作用。

（七）董事会专门委员会的设置情况

2019 年 5 月 15 日，公司召开第一届董事会第五次会议，审议通过了《关于设立董事会专门委员会的议案》、《关于制定<战略委员会议事规则>的议案》、《关于制定<审计委员会议事规则>的议案》、《关于<提名委员会议事规则>的议案》、《关于制定<薪酬与考核委员会议事规则>的议案》，同意设立战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，明确了董事会下设各专门委员会的工作职责、工作程序和人员构成。

截至招股说明书签署日，公司各专门委员会具体构成情况如下：

名称	召集人	其他委员
战略委员会	曾本生	曾焕彬、李磊
审计委员会	黄兴孪	聂学民、郑平
提名委员会	聂学民	李磊、曾本生
薪酬与考核委员会	李磊	黄兴孪、翁馥颖

公司董事会专门委员会的设立有利于公司持续、规范、健康发展，有利于进一步完善公司治理结构和提高董事会科学决策、评价和管理的水平。各专门委员会委员利用其所具备的专业知识、经验，以及勤勉尽责的态度，对公司重大议案进行调查研究，有利于董事会掌握重要信息，有助于董事会对重大关键问题作出客观判断，从而提高董事决策效率；各专门委员会在日常工作中，充分发挥有效治理作用，对管理层的日常经营管理活动进行监督和论证，有助于真正发挥董事会在公司治理中的核心作用，对公司法人治理结构的完善起到了积极作用。

二、发行人特别表决权股份或类似安排的基本情况

截至招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、发行人协议控制架构的具体安排

截至招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构的安排。

四、发行人内部控制制度的自我评估意见及会计师鉴证意见

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的规定，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规

则》、《总经理工作细则》等重大规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及经理层的权责范围和工作程序。股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。公司制定的内部管理与控制制度以公司的基本管理制度为基础，涵盖了财务预算、生产计划、物资采购、产品销售、对外投资、人事管理、内部审计等整个生产经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司生产经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。公司制定内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

1、公司董事会对内部控制制度的自我评估

公司对公司内部控制制度进行自查和评估后认为：公司已按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

2、注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

容诚所就公司内部控制的有效性，出具了《内部控制鉴证报告》（容诚专字[2020]361Z0384 号），认为：公司于 2020 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

五、发行人最近三年及一期违法违规行为情况

报告期内，发行人不存在重大违法违规行为。

报告期内，公司全资孙公司天津嘉亨存在税务行政处罚的情形，具体如下：

1、2017 年 7 月 18 日，天津市经济技术开发区国家税务局第三税务所出具《税务行政处罚决定书》（简易）（津经国税三简罚[2017]229 号），由于天津嘉亨 2017 年 4 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日企业所得税、2017 年 6 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日增值税未按期进行申报，根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条，对天津嘉亨处以罚款 200 元。天津嘉亨于 2017 年 7 月 18 日缴纳罚款 200 元，并完成企业所得税、增值税的申报。

2、2019 年 1 月 24 日，国家税务总局天津经济技术开发区税务局洞庭路税务所出具《税务行政处罚决定书》（简易）（津经税简罚[2019]241 号），由于

天津嘉亨 2018 年 11 月 1 日至 2018 年 11 月 30 日个人所得税未按期进行申报，根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条，对天津嘉亨处以罚款 200 元。天津嘉亨于 2019 年 1 月 29 日缴纳罚款 200 元，并完成个人所得税申报。

天津嘉亨上述税务处罚情节较轻微，不属于重大行政处罚，未发生重大违法违规行为。

天津嘉亨两次受到税务机关行政处罚的事项发生原因主要由于相关财务人员的疏忽，申报经验不足而导致逾期未办理完成纳税申报和报送纳税资料。在发现逾期申报后及时补正，发行人并无主观故意，且积极配合税务局处理意见，并按照处罚决定及时全额缴纳了处罚罚款。

上述行政处罚发生后，发行人针对逾期未办理纳税申报事项制定了相应的整改措施，具体如下：（1）对相关岗位人员通报批评，警示教育；（2）为避免、减少相关事项发生，对相关岗位人员进行了税务相关知识及申报系统操作培训，特别强调了纳税时间安排，要求相关岗位人员严格根据税务机关的要求及时申报、缴纳税款；（3）建立了纳税环节规范运作的工作制度，对纳税流程进行详细规定，从而有效避免相关事项发生。截至本回复出具之日，发行人及其子/孙公司未再发生因逾期未办理纳税申报事项而受到行政处罚的情形。

发行人为合理控制税务风险，防范税务违法行为，结合公司实际情况，就涉税事项制订了相关管理制度，对发行人及其子/孙公司的税务管理工作，包括税务登记、税务核算、纳税申报缴纳及发票管理、与税务部门的沟通、税务档案管理等涉税具体事项进行了规范。发行人财务总监统筹涉税工作组织与管理，各子/孙公司财务经理为该公司税务负责人，各公司结合自身实际情况，在税务负责人领导下执行有关职责工作。发行人内控措施健全、有效。

六、发行人最近三年及一期资金占用和对外担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

报告期内，公司不存在对外担保的情况。

七、发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力

报告期内，公司在业务、资产、机构、人员、财务方面与股东及其他关联方

完全分离、相互独立。公司具有完整的供应、生产和销售系统，具有独立完整的业务体系和面向市场的自主经营能力。

（一）资产独立完整情况

公司系由泉州华硕整体变更设立，全部资产和负债均由公司依法承继，且产权清晰。公司拥有与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，主要原材料供应商与产品销售对象与公司股东无关联关系。

截至招股说明书签署日，公司没有以资产或信誉为公司股东及其他关联方的债务提供担保，也未将公司的借款或授信额度转借给公司股东及其他关联方。公司对所有资产拥有完全的控制和支配权，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用、支配公司资产、资金或者越权干预公司对其资产的经营管理而损害公司利益的情形。

（二）人员独立情况

公司拥有完整、独立的劳动、人事及工资管理体系。公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生；公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员均是公司专职人员，且在公司领薪，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，也未在与公司业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业任职；公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立了独立的会计核算体系；公司按照《公司章程》规定独立进行财务决策，不存在控股股东干预公司资金使用的情况。公司拥有独立的银行账户，不存在与股东单位及其他关联方共用银行账户的情形。公司依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。公司建立了规范、独立的财务会计制度和对下属子公司的财务管理制度。

（四）机构独立情况

公司依照《公司法》和《公司章程》设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了符合自身经营特点、独立完整的组织机构，公司所有的组织机构均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开，不存在机构混同、混合经营、合署办公的情形，公司的生产经营活动依法独立进行。

（五）业务独立情况

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，已形成独立完整的业务体系，在采购、销售、设计、研发、管理上不依赖于公司股东及其他关联方，在业务经营活动中不存在核心技术依赖他方专利、专有技术的情形。公司具有独立面向市场开拓业务的能力。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定情况

报告期内，发行人主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定，最近两年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰；最近两年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）对持续经营有重大影响的事项

截至招股说明书签署日，发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）目前同业竞争情况的说明

截至招股说明书签署日，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬及其控制的其他企业不存在与公司从事相同、相似业务的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免未来发生同业竞争，更好地维护中小股东的利益，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬出具了《关于避免同业竞争的声明、承诺及保证函》，具体内容详见招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人

及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况”。

九、关联方及关联关系

（一）关联方

根据《公司法》、《企业会计准则》和深圳证券交易所颁布的相关业务规定，报告期内，公司的主要关联方有：

1、关联自然人

（1）控股股东、实际控制人

曾本生直接持有公司 73.99%股权，为公司董事长；曾焕彬为公司董事、总经理，与曾本生为父子关系。曾本生为公司控股股东，曾本生、曾焕彬为公司实际控制人。

（2）公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司关联自然人包括董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员，关系密切的家庭成员包括但不限于配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

公司董事、监事、高级管理人员具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”。

2、关联法人

（1）控股股东、实际控制人控制的企业

公司控股股东为曾本生，实际控制人为曾本生、曾焕彬父子，截至招股说明书签署日，除嘉亨家化及其下属公司外，曾本生、曾焕彬未控制其他企业。

嘉亨家化下属公司包括全资子公司上海嘉亨、香港华美、湖州嘉亨，全资孙公司浙江嘉亨、天津嘉亨、珠海嘉亨，已注销的全资孙公司上海诚壹，上述企业具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”。

报告期内，控股股东和实际控制人曾经控制的企业包括香港华达、泉州华达、上海飞华塑胶制品有限公司，均已注销。上述企业具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人主要股东及实际控制人基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。

（2）其他持股 5%以上的股东

除公司控股股东曾本生外，持有公司 5%以上股份的股东为受郑平控制的福建汇鑫、福建汇水、福建汇火，合计持有公司 8.98%股份；以及上海辉盈，持有公司 5.97%股份。上述企业具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人主要股东及实际控制人基本情况”之“（四）持有发行人 5%以上股份的其他股东”。

（3）其他关联企业

其他关联企业是指公司关联自然人直接或间接控制的或担任董事、高级管理人员的，除发行人及其下属公司以外的其他企业。

（二）关联交易情况

报告期内，公司发生的全部关联交易简要汇总情况如下表所示：

关联交易类型	序号	交易内容	交易时间
经常性关联交易	1	向关联方租赁办公场所	2017年至2020年1-6月
偶发性关联交易	1	向关联方拆借资金	2017年
	2	关联方为公司提供委托借款	2017年
	3	关联方为公司借款提供担保	2017年至2020年1-6月
	4	支付关联方土地、房产款项	2017年
	5	接受关联方提供劳务	2017年、2018年
	6	收购香港华美100%股权	2017年
	7	关联方转贷	2017年

1、经常性关联交易

报告期内，公司子公司香港华美向实际控制人及其家庭成员租赁办公场所，具体如下：

出租人	报告期内时间起止	租赁地	面积（㎡）	月租金（港元）	用途
曾本生、朱美珍	2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日	香港九龙湾宏照道 39 号企业广场 3 期 1602 室	133.33	20,000	办公
曾雅萍	2018 年 12 月 1 日至 2020 年 11 月 30 日	香港九龙湾常悦道 9 号企业广场 1 期 3 座 1005 室	100.00	22,000	

注：朱美珍系曾本生妻子，曾雅萍系曾本生女儿。

香港华美租赁的房产主要用于办公用途，对于房产结构并无特殊要求，发行人实际控制人曾本生及其配偶朱美珍拥有的位于香港企业广场的房产符合香港华美租赁要求，香港华美按照房屋所在地市场租赁价格租赁了该处房产。2018 年 12 月，曾本生、朱美珍拟出售该处房产，为方便业务交接，香港华美与曾雅萍签订租赁协议，搬迁至曾雅萍拥有的同样位于香港企业广场的房产，价格参照

市场租赁价格确定。

报告期内，发行人向关联方租赁办公场所的租金与房产所在地同类房产的租金不存在明显差异，租赁定价公允。

2、偶发性关联交易

（1）资金拆入

报告期内，公司存在向实际控制人曾本生、曾焕彬及其家庭成员拆入资金的情形。公司已于2017年11月30日前偿还了对关联方的借款，并按照同期银行贷款基准利率计提并支付了利息。2017年12月以来，公司未发生过向关联方资金拆借的情形。

2017 年，公司与关联方资金拆借情况如下：

单位：万元

其他应付款		期初余额（含利息）	贷方发生额（借入）	计提利息	借方发生额（偿还）	期末余额
2017 年	曾本生	520.22	1,000.00	31.48	1,551.70	-
	曾焕彬	73.40	200.00	0.22	273.62	-
	曾雅萍	2.12	-	-	2.12	-
	廖文芳	0.09	-	-	0.09	-

注：廖文芳系曾焕彬配偶。

（2）关联委托贷款

报告期内，存在公司实际控制人之一曾本生为公司提供委托贷款的情形，具体如下：

委托方	借款方	借款金额（万元）	借款起止日	受托银行
曾本生	公司	1,200.00	2015.01.27-2017.02.07	兴业银行股份有限公司泉州分行
	上海嘉亨	1,000.00	2015.03.10-2017.04.20	兴业银行股份有限公司泉州分行
		1,000.00	2015.03.27-2017.11.01	
		1,000.00	2015.04.17-2017.11.13	
		1,000.00	2015.07.24-2017.11.22	
	上海诚壹	1,000.00	2015.01.29-2017.03.03	中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行

由于发行人业务发展较快，短期内对流动资金有较大需求，但受限于银行信贷政策以及发行人可供抵押资产有限等原因，发行人获取银行贷款支持存在一定困难，在此背景下，为规范借贷行为，曾本生本着公平、互利的原则向发行人及其子公司提供委托贷款，帮助公司缓解流动资金压力。

曾本生向发行人及其子公司提供委托贷款的贷款人（受托人）均为在中国境内依法设立的经营贷款业务的中资金融机构，具有办理委托贷款业务的资质。曾

本生、发行人及其子公司与金融机构均按照要求签署了三方（委托人、借款人、贷款人）委托贷款借款协议，该等协议系各方在平等自愿的基础上签订，未违反法律法规的强制性规定，合同合法有效。曾本生向发行人及其子公司提供委托贷款的事项符合法律法规的要求。

根据中国人民银行官网（http://www.pbc.gov.cn/）公布的金融机构人民币贷款基准利率，2015 年 1 月至 7 月，一至五年期（含五年）人民币贷款基准利率范围为 5.25%-6%，而委托贷款的年利率为同期同档次国家基准利率上浮 30%，即 6.825%-7.8%，根据发行人与商业银行在 2015 年 1 月至 7 月签署的同期同档次借款合同，发行人直接获得商业银行贷款的年利率范围为 6.1525%-6.42%，前述委托贷款利率与发行人直接向商业银行贷款的利率差异不大，符合同期贷款利率的市场化水平，前述关联委托贷款的利率是公允的。

（3）关联担保

报告期内，公司没有对外担保，存在实际控制人及其家庭成员为公司融资提供担保的情形，截至招股说明书签署日，相关担保合同如下：

序号	担保方	合同名称	借款银行	担保范围
1	曾本生	最高额保证合同（35100520190001045）	中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行	为嘉亨家化在 2019 年 1 月 23 日至 2022 年 1 月 22 日期间最高额 9,450 万元以内形成的债务提供保证担保
2	曾焕彬、廖文芳	最高额保证合同（ZB9808201900000001）	上海浦东发展银行股份有限公司松江支行	为上海嘉亨在 2019 年 8 月 14 日至 2021 年 8 月 13 日期间最高额 10,000 万元以内形成的债务提供保证担保
3	曾本生	最高额不可撤销担保书（595XY201903395902）	招商银行股份有限公司泉州分行	为嘉亨家化在 2020 年 1 月 2 日至 2021 年 1 月 1 日期间最高额 2,000 万元以内形成的债务提供保证担保
4	曾焕彬	最高额不可撤销担保书（595XY201903395903）		
5	廖文芳	最高额不可撤销担保书（595XY201903395904）		

（4）支付泉州华达土地、房产款项

2012 年，公司向泉州华达购买 1 宗土地使用权及 7 座房屋所有权（闽[2019]泉州市不动产权第 0033982-0033988 号），合计 3,425.12 万元，以相关资产的账面净值作为定价依据。2017 年，公司支付完毕该款项。

（5）偶发性的接受劳务

单位：万元

关联方	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
泉州安嘉环境检测有限公司	-	-	2.29	0.64

泉州安嘉环境检测有限公司系公司董事翁馥颖持股50%并担任董事的公司，成立于2017年，注册资本500万元，经营范围为环境保护监测，具备福建省质量技术监督局认定的检验检测机构资质。翁馥颖未参与日常经营管理。2017年、2018年，公司基于对泉州安嘉环境监测有限公司资质、专业能力的信任，聘请其对公司日常经营废水、废气排放进行监测，交易金额很小，定价参照市场价格，不存在关联交易定价不公允的情形。

（6）收购香港华美 100%股权

香港华美系发行人实际控制人及其家庭成员曾经控制的公司，主要从事化妆品、塑料包装容器的销售，为避免同业竞争和关联交易，并作为公司在香港的贸易窗口，公司决定通过同一控制下合并，收购香港华美 100%股权。股权转让价格以香港华美截至 2017 年 6 月 30 日经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计净资产-77.06 万元为参考，转让各方协商确定，最终转让作价 5 万港元，定价公允。具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”之“（一）全资子公司、孙公司”。

（7）关联方转贷

2017 年，公司曾与泉州市洛江圣通润滑油有限公司发生转贷行为，具体如下：

单位：万元

借款银行	借款合同编号	转入洛江圣通账户时间	转回公司账户时间	金额
中国农业银行泉州鲤城支行	35010120160007578	2017/01/17	2017/01/17-01/19	1,000
	35010120170001159	2017/03/09	2017/03/09-03/13	1,000
	35010120170002092	2017/04/17	2017/04/18-04/19	1,000
合 计				**3,000**

泉州市洛江圣通润滑油有限公司系公司实际控制人曾本生的妻弟朱世文控制的公司，成立于 2001 年，注册资本 50 万元，主要从事润滑油的生产和销售。报告期内，除上述转贷行为外，公司未与泉州市洛江圣通润滑油有限公司发生其他交易。

2017 年，公司为满足贷款银行受托支付要求，通过泉州市洛江圣通润滑油有限公司进行贷款资金周转，泉州市洛江圣通润滑油有限公司将收到的银行款项

全额转至公司账户，不存在占用公司资金或收取费用、获得利益的情形，公司周转贷款全部用于支付货款等生产经营活动。相关流动资金贷款均已经到期，未发生逾期还款、不归还贷款等情况，未给贷款银行造成损失或其他不利影响。

根据《贷款通则》的相关规定，借款人应当按借款合同约定用途使用贷款，否则由贷款人对其部分或全部贷款加收利息；情节特别严重的，由贷款人停止支付借款人尚未使用的贷款，并提前收回部分或全部贷款。发行人上述转贷行为不符合《贷款通则》的相关规定，但鉴于发行人通过上述关联方账户周转贷款资金的贷款合同均已履行完毕，发行人已按贷款合同约定如期偿还贷款本息，不存在逾期还款的情形，未给相关贷款银行造成损失，不存在《中华人民共和国合同法》第五十二条和《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》第十四条规定的合同无效情形，发行人亦未因此遭受相关部门的行政处罚。

根据发行人与借款银行签署的贷款协议，发行人的转贷行为不符合贷款协议的约定；但发行人通过转贷获得的贷款全部用于生产经营活动，未将相关款项用于非经营性活动谋取利益。发行人转贷行为不属于以转贷牟利为目的，套取金融机构信贷资金高利转贷他人的行为；不属于以非法占有为目的，诈骗银行或者其他金融机构的贷款的行为；不存在主观故意或恶意骗取银行贷款、恶意扰乱金融结算秩序的情形；不存在使用转贷资金用于资金拆借、证券投资、股权投资、房地产投入或国家禁止生产、经营的领域和用途的情形；不存在损害发行人及发行人中小股东利益的情形；不属于《中华人民共和国刑法》第 193 条规定的贷款诈骗、第 175 条规定的骗取贷款罪的行为。

根据中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行确认：“上述借款均已按时还本付息，借款合同已履行完毕，泉州华硕与我行不存在纠纷和潜在纠纷。此外，自 2017 年 1 月 1 日以来，嘉亨家化股份有限公司及其前身泉州华硕实业有限公司在我行的历次借款合同均履行了我行正常的审批程序，该公司根据借款合同的要求支取、使用借款并按期还本付息，不存在违约情形，未损害我行利益，与我行之间亦不存在任何纠纷或潜在纠纷。”

报告期内，除上述转贷行为外，公司未通过第三方进行银行贷款周转。公司未因上述银行贷款周转事宜受到相关监管机构的处罚，公司已针对性建立内控制度并有效执行，上述银行贷款周转不属于重大违法违规行为。公司实际控制人曾本生、曾焕彬出具承诺：“如公司因截至承诺函出具之日前与关联方转贷的行为

遭受处罚或被追究责任的，本人将承担公司因此遭受的损失。”

报告期内，针对与关联方发生的转贷行为，公司的整改措施、相关内控建立及运行情况如下：

① 停止相关非经营性资金往来、转贷等行为，自 2017 年 4 月起，公司未再发生转贷行为；

② 组织董事、监事、高级管理人员及财务人员等深入学习《公司法》《流动资金贷款管理暂行办法》《企业内部控制基本规范》及其配套指引等相关法律法规，提高资金管理安全性和使用规范性的意识；

③ 公司整体变更为股份公司后，根据《公司法》《企业内部控制基本规范》等法律、法规、规范性文件的规定及《公司章程》的要求，公司建立健全法人治理结构，同时建立了完善的内部控制制度，上述内控制度均得到了有效执行。

综上所述，发行人上述转贷行为不符合法律、法规的相关规定，但鉴于发行人通过上述关联方账户周转贷款资金的贷款合同均已履行完毕，同时发行人建立了完善的内部控制制度，2017 年之后没有再发生转贷的情形，上述转贷行为不会对本次发行产生实质性影响。

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响以及独立董事的意见

公司作为中小民营企业，主要依靠自身积累和银行借款解决发展过程中所需资金。报告期内，存在关联方及实际控制人为公司银行借款提供担保及提供资金支持等情形，为公司快速发展解决了部分资金来源，缓解了公司资金压力，保证了公司生产顺利进行。截至 2017 年 11 月末，关联方为公司提供的资金已全部清理完毕。公司在报告期内发生的关联交易对公司财务状况、经营成果不构成实质性影响，不存在损害公司及非关联股东利益的情形。

公司与关联方业务、产品、资产、技术、研发、人员等方面严格分开，能够进行独立管控、独立核算。发行人合并报表已完整承担了各项经营业务的相关成本、费用，发行人成本、费用的发生与其生产经营规模相匹配，不存在关联方替发行人承担成本、费用以及其他向发行人输送利益的情形。

与本次发行有关的董事会、股东大会分别审议通过了《关于确认最近三年关联交易的议案》，对上述关联交易事项予以了确认。公司独立董事就报告期内公司关联交易的公允性以及履行法定批准程序的情况发表意见：发行人报告期内所

发生的关联交易系发行人经营发展所需，符合发行人的实际情况，关联交易真实有效、定价公允，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

（四）发行人规范关联交易的制度安排和主要措施

1、制定完善并严格执行相关制度

为严格执行中国证监会关于规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间签订的关联交易合同符合公平、公开、公正原则，发行人在《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》和《独立董事工作制度》等有关制度中对关联交易回避制度、关联交易决策权限和决策程序等做出了规定，从制度上保证关联交易的规范性。

2、控股股东和实际控制人减少、避免关联交易的承诺

为规范和减少关联交易，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬出具了《关于减少和避免关联交易的声明、承诺及保证函》，具体内容详见招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况”。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果和现金流量情况。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资者如需详细了解公司财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表

（一）合并报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	75,412,037.04	111,135,488.84	41,425,315.02	18,671,103.08
应收票据	3,550,000.00	780,000.00	4,700,000.00	1,700,000.00
应收账款	237,059,955.62	180,639,583.57	240,447,193.69	169,665,100.88
预付款项	12,155,690.62	5,086,958.04	6,686,441.47	10,558,597.98
其他应收款	4,975,730.38	5,005,743.59	3,111,728.04	2,882,168.73
存货	140,136,576.08	124,061,295.47	120,724,613.04	92,128,260.89
其他流动资产	36,842.85	3,645,230.91	1,345,965.17	9,167,410.41
流动资产合计	**473,326,832.59**	**430,354,300.42**	**418,441,256.43**	**304,772,641.97**
非流动资产：				
固定资产	208,869,522.62	204,721,605.72	178,434,857.02	167,934,074.11
在建工程	6,020,389.21	-	445,454.55	-
无形资产	38,008,860.70	38,471,068.25	17,951,877.85	18,371,589.33
长期待摊费用	12,931,990.17	15,055,279.73	12,464,441.53	14,059,794.20
递延所得税资产	3,353,069.65	3,553,320.03	4,295,893.23	3,022,860.79
其他非流动资产	8,095,547.15	4,944,205.88	7,100,445.53	7,801,130.94
非流动资产合计	**277,279,379.50**	**266,745,479.61**	**220,692,969.71**	**211,189,449.37**
资产总计	**750,606,212.09**	**697,099,780.03**	**639,134,226.14**	**515,962,091.34**
流动负债：				
短期借款	85,118,425.87	100,166,810.41	119,990,000.00	98,490,293.23
应付账款	150,669,778.08	125,957,811.00	112,869,391.14	64,448,429.95
预收款项	4,800.00	4,991,160.82	7,136,207.99	1,977,935.06
合同负债	7,708,524.91	-	-	-
应付职工薪酬	13,738,444.03	15,798,929.00	12,017,525.60	8,482,108.31
应交税费	15,405,926.33	12,282,711.96	16,422,157.51	14,351,634.39

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他应付款	120,374.72	343,157.58	505,966.11	624,111.38
其中：应付利息	-	-	170,245.49	141,705.17
一年内到期的非流动负债	-	-	-	286,820.01
其他流动负债	546,553.73	-	-	-
流动负债合计	**273,312,827.67**	**259,540,580.77**	**268,941,248.35**	**188,661,332.33**
非流动负债：				
递延收益	1,948,430.99	2,109,187.07	1,646,873.16	1,718,777.83
非流动负债合计	**1,948,430.99**	**2,109,187.07**	**1,646,873.16**	**1,718,777.83**
负债合计	**275,261,258.66**	**261,649,767.84**	**270,588,121.51**	**190,380,110.16**
所有者权益：				
股本	75,600,000.00	75,600,000.00	75,260,328.00	75,260,327.54
资本公积	231,846,610.63	231,846,610.63	229,839,149.11	113,405,685.53
其他综合收益	132,384.50	108,364.94	65,262.48	33,006.03
盈余公积	5,984,627.82	5,984,627.82	2,697,523.94	11,706,884.22
未分配利润	161,781,330.48	121,910,408.80	60,683,841.10	125,176,077.86
归属于母公司所有者权益合计	475,344,953.43	435,450,012.19	368,546,104.63	325,581,981.18
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	**475,344,953.43**	**435,450,012.19**	**368,546,104.63**	**325,581,981.18**
负债和所有者权益总计	**750,606,212.09**	**697,099,780.03**	**639,134,226.14**	**515,962,091.34**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
一、营业收入	**392,171,139.30**	**785,658,606.67**	**718,013,026.44**	**532,973,994.88**
减：营业成本	290,300,391.12	559,845,844.94	534,814,120.28	399,427,190.00
税金及附加	1,813,729.93	5,382,529.53	4,153,446.24	4,640,670.97
销售费用	2,123,689.57	45,151,810.15	47,087,389.95	35,181,432.00
管理费用	36,883,094.28	76,559,080.62	60,792,506.02	56,269,505.15
研发费用	8,113,902.79	18,168,628.61	14,417,342.54	10,060,957.55
财务费用	2,067,917.71	6,207,210.37	5,027,893.72	8,281,520.32
其中：利息费用	2,246,903.72	6,765,845.97	5,699,460.12	7,334,130.30
利息收入	117,301.63	184,112.61	60,864.03	76,981.41
加：其他收益	942,518.72	2,356,087.71	1,925,571.07	3,533,924.48
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,798,429.55	1,271,620.82	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-2,205,282.49	703,191.40

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-6,901.25	-140,551.04	-131,729.63	-220,638.57
二、营业利润	**50,005,601.82**	**77,830,659.94**	**51,308,886.64**	**23,129,196.20**
加：营业外收入	1,415.24	1,203,266.57	40,935.51	179,574.34
减：营业外支出	236,064.80	702,696.19	184,304.35	105,962.00
三、利润总额	**49,770,952.26**	**78,331,230.32**	**51,165,517.80**	**23,202,808.54**
减：所得税费用	9,900,030.58	13,687,262.37	8,233,650.80	4,528,533.16
四、净利润	**39,870,921.68**	**64,643,967.95**	**42,931,867.00**	**18,674,275.38**
（一）按经营持续性分类				
1、持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	39,870,921.68	64,643,967.95	42,931,867.00	18,674,275.38
2、终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1、归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	39,870,921.68	64,643,967.95	42,931,867.00	18,674,275.38
2、少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**24,019.56**	**43,109.91**	**32,256.45**	**18,848.13**
（一）归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	24,019.56	43,109.91	32,256.45	18,848.13
1、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
2、将重分类进损益的其他综合收益	24,019.56	43,109.91	32,256.45	18,848.13
（1）权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（2）外币财务报表折算差额	24,019.56	43,109.91	32,256.45	18,848.13
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**39,894,941.24**	**64,687,077.86**	**42,964,123.45**	**18,693,123.51**
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	39,894,941.24	64,687,077.86	42,964,123.45	18,693,123.51
（二）归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益				
（一）基本每股收益（元/股）	0.53	0.86	0.57	0.29
（二）稀释每股收益（元/股）				

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	377,817,476.24	926,758,738.46	730,949,179.25	641,284,663.41
收到的税费返还	2,705,961.28	1,502,223.90	1,107,468.89	969,281.04
收到其他与经营活动有关的现金	958,011.81	4,559,628.53	2,358,062.22	6,551,824.89
经营活动现金流入小计	**381,481,449.33**	**932,820,590.89**	**734,414,710.36**	**648,805,769.34**
购买商品、接受劳务支付的现金	259,880,803.20	470,618,321.09	466,277,848.85	393,464,491.56
支付给职工以及为职工支付的现金	76,714,858.19	153,596,353.01	123,439,291.32	97,640,865.27
支付的各项税费	17,061,628.56	51,886,736.94	33,414,162.67	40,497,576.99
支付其他与经营活动有关的现金	19,242,090.41	88,583,537.47	70,837,783.56	58,968,224.07
经营活动现金流出小计	**372,899,380.36**	**764,684,948.51**	**693,969,086.40**	**590,571,157.89**
经营活动产生的现金流量净额	**8,582,068.97**	**168,135,642.38**	**40,445,623.96**	**58,234,611.45**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	70,000.00	1,031,760.50	495,013.00	1,480,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**70,000.00**	**1,031,760.50**	**495,013.00**	**1,480,000.00**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	23,894,462.50	75,133,843.19	34,036,341.87	67,116,281.72
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	42,361.60
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**23,894,462.50**	**75,133,843.19**	**34,036,341.87**	**67,158,643.32**
投资活动产生的现金流量净额	**-23,824,462.50**	**-74,102,082.69**	**-33,541,328.87**	**-65,678,643.32**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	2,347,133.52	-	85,200,000.00
取得借款收到的现金	55,500,000.00	100,000,000.00	127,890,000.00	125,575,050.14
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	12,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**55,500,000.00**	**102,347,133.52**	**127,890,000.00**	**222,775,050.14**
偿还债务支付的现金	70,500,000.00	119,990,000.00	106,677,113.24	169,445,588.93
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,263,081.44	6,663,856.23	5,545,769.40	6,280,299.98
支付其他与筹资活动有关的现金	3,390,000.00	-	-	38,678,268.53
筹资活动现金流出小计	**76,153,081.44**	**126,653,856.23**	**112,222,882.64**	**214,404,157.44**
筹资活动产生的现金流量净额	**-20,653,081.44**	**-24,306,722.71**	**15,667,117.36**	**8,370,892.70**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**172,023.17**	**451,336.84**	**182,799.49**	**-411,123.68**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
五、现金及现金等价物净增加额	**-35,723,451.80**	**70,178,173.82**	**22,754,211.94**	**515,737.15**
加：期初现金及现金等价物余额	111,135,488.84	40,957,315.02	18,203,103.08	17,687,365.93
六、期末现金及现金等价物余额	**75,412,037.04**	**111,135,488.84**	**40,957,315.02**	**18,203,103.08**

（二）母公司报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	15,784,106.09	32,601,433.67	11,754,385.70	4,917,179.44
应收票据	500,000.00	780,000.00	-	800,000.00
应收账款	70,704,138.45	78,118,364.83	102,670,703.74	66,064,751.19
预付款项	3,647,345.61	3,211,096.77	4,127,521.05	3,860,124.07
其他应收款	18,934,803.62	16,837,831.05	19,601,390.17	44,133,106.49
存货	39,166,948.30	36,981,446.47	39,276,306.15	28,208,643.74
其他流动资产	10,016.83	789,791.06	663,328.69	58,085.99
流动资产合计	**148,747,358.90**	**169,319,963.85**	**178,093,635.50**	**148,041,890.92**
非流动资产：				
长期股权投资	186,906,361.82	186,906,361.82	186,607,923.41	168,800,000.00
固定资产	59,582,088.94	61,015,017.49	53,960,317.44	48,744,296.73
在建工程	148,672.56	-	-	-
无形资产	9,043,193.64	9,166,560.49	9,665,074.73	9,660,027.85
长期待摊费用	4,179,593.30	5,057,196.57	2,223,437.91	2,492,198.05
递延所得税资产	508,627.00	484,309.46	516,191.26	485,932.75
其他非流动资产	758,710.08	10,340.70	1,963,556.02	1,154,892.73
非流动资产合计	**261,127,247.34**	**262,639,786.53**	**254,936,500.77**	**231,337,348.11**
资产合计	**409,874,606.24**	**431,959,750.38**	**433,030,136.27**	**379,379,239.03**
流动负债：				
短期借款	7,009,727.08	40,063,135.42	59,990,000.00	50,990,000.00
应付账款	13,638,725.18	14,416,893.23	17,053,497.10	12,136,387.84
预收款项	4,800.00	2,280.59	64,760.00	23,000.38
合同负债	243,861.39	-	-	-
应付职工薪酬	3,176,310.43	4,715,766.33	4,309,833.66	3,348,717.39
应交税费	3,663,082.31	4,018,746.93	6,200,928.41	5,012,059.58
其他应付款	31,510.37	234,199.11	12,079,633.64	415,546.87
其中：应付利息	-	-	85,245.50	80,930.16
其他流动负债	21,727.83	-	-	-
流动负债合计	**27,789,744.59**	**63,451,021.61**	**99,698,652.81**	**71,925,712.06**
非流动负债：				
递延收益	1,107,427.25	1,215,946.25	1,256,873.15	1,718,777.83

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
非流动负债合计	**1,107,427.25**	**1,215,946.25**	**1,256,873.15**	**1,718,777.83**
负债合计	**28,897,171.84**	**64,666,967.86**	**100,955,525.96**	**73,644,489.89**
股东权益：				
股本	75,600,000.00	75,600,000.00	75,260,328.00	75,260,327.54
资本公积	231,846,504.50	231,846,504.50	229,839,042.98	113,405,579.40
盈余公积	5,984,627.82	5,984,627.82	2,697,523.94	11,706,884.22
未分配利润	67,546,302.08	53,861,650.20	24,277,715.39	105,361,957.98
股东权益合计	**380,977,434.40**	**367,292,782.52**	**332,074,610.31**	**305,734,749.14**
负债和股东权益合计	**409,874,606.24**	**431,959,750.38**	**433,030,136.27**	**379,379,239.03**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
一、营业收入	**93,230,236.61**	**213,130,179.94**	**215,036,925.44**	**149,752,180.89**
减：营业成本	64,677,332.02	134,612,784.65	145,337,753.94	101,136,572.53
税金及附加	732,143.74	1,899,227.38	1,879,912.30	1,640,788.20
销售费用	410,745.10	14,207,748.37	14,661,575.46	11,447,943.32
管理费用	7,386,969.65	14,750,624.06	12,787,596.57	10,940,723.21
研发费用	4,287,996.16	9,805,772.69	8,922,942.54	7,100,846.48
财务费用	42,220.12	3,253,869.89	1,866,124.49	1,952,454.05
其中：利息费用	520,048.55	3,876,094.59	3,008,611.33	2,411,110.38
利息收入	405,334.19	459,584.96	960,488.94	647,733.69
加：其他收益	294,384.65	2,096,015.87	1,623,222.27	2,123,823.48
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-270,635.98	244,562.81	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-663,628.05	75,516.68
资产处置收益（损失以“-”号填列）	3,284.94	-94,094.83	-113,685.83	-196,538.07
二、营业利润	**15,719,863.43**	**36,846,636.75**	**30,426,928.53**	**17,535,655.19**
加：营业外收入	-	1,119,082.00	-	13,175.00
减：营业外支出	115,779.10	447,144.12	9,346.09	58,896.72
三、利润总额	**15,604,084.33**	**37,518,574.63**	**30,417,582.44**	**17,489,933.47**
减：所得税费用	1,919,432.45	4,585,533.28	4,077,721.27	2,251,590.29
四、净利润	**13,684,651.88**	**32,933,041.35**	**26,339,861.17**	**15,238,343.18**
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**13,684,651.88**	**32,933,041.35**	**26,339,861.17**	**15,238,343.18**

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	112,357,342.33	254,684,992.92	210,118,037.63	186,501,461.96
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	222,923.04	3,066,590.89	1,285,244.37	2,825,571.64
经营活动现金流入小计	**112,580,265.37**	**257,751,583.81**	**211,403,282.00**	**189,327,033.60**
购买商品、接受劳务支付的现金	54,182,905.90	119,225,319.62	143,213,931.69	109,106,537.84
支付给职工以及为职工支付的现金	20,318,811.14	40,463,380.52	35,722,684.69	27,429,931.98
支付的各项税费	6,471,879.41	17,486,576.02	15,539,822.66	12,562,670.06
支付其他与经营活动有关的现金	4,791,824.90	26,183,185.21	21,947,392.88	17,832,751.50
经营活动现金流出小计	**85,765,421.35**	**203,358,461.37**	**216,423,831.92**	**166,931,891.38**
经营活动产生的现金流量净额	**26,814,844.02**	**54,393,122.44**	**-5,020,549.92**	**22,395,142.22**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	546,933.47	651,250.18	157,500.00	400,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	3,254,810.18	21,602,553.59	51,641,970.43	35,976,711.08
投资活动现金流入小计	**3,801,743.65**	**22,253,803.77**	**51,799,470.43**	**36,376,711.08**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,337,881.97	14,139,926.37	13,296,854.20	39,606,507.89
投资支付的现金	-	298,438.41	17,807,923.41	51,443,667.85
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	5,000,000.00	19,130,000.00	26,700,000.00	56,200,000.00
投资活动现金流出小计	**10,337,881.97**	**33,568,364.78**	**57,804,777.61**	**147,250,175.74**
投资活动产生的现金流量净额	**-6,536,138.32**	**-11,314,561.01**	**-6,005,307.18**	**-110,873,464.66**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	2,347,133.52	-	85,200,000.00
取得借款收到的现金	19,500,000.00	40,000,000.00	63,990,000.00	57,990,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	11,660,000.00	16,795,000.00	14,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**19,500,000.00**	**54,007,133.52**	**80,785,000.00**	**157,190,000.00**
偿还债务支付的现金	52,500,000.00	59,990,000.00	54,990,000.00	49,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	573,456.89	3,222,140.95	2,813,708.60	2,236,783.62
支付其他与筹资活动有关的现金	3,556,774.79	13,151,734.65	5,123,925.00	22,628,275.57
筹资活动现金流出小计	**56,630,231.68**	**76,363,875.60**	**62,927,633.60**	**73,865,059.19**
筹资活动产生的现金流量净额	**-37,130,231.68**	**-22,356,742.08**	**17,857,366.40**	**83,324,940.81**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**34,198.40**	**125,228.62**	**5,696.96**	**-18,897.14**
五、现金及现金等价物净增加额	**-16,817,327.58**	**20,847,047.97**	**6,837,206.26**	**-5,172,278.77**
加：期初现金及现金等价物余额	32,601,433.67	11,754,385.70	4,917,179.44	10,089,458.21
六、期末现金及现金等价物余额	**15,784,106.09**	**32,601,433.67**	**11,754,385.70**	**4,917,179.44**

二、审计意见

（一）具体审计意见

本公司委托容诚所审计了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注。容诚所出具了标准无保留意见《审计报告》（容诚审字[2020]361Z0287 号），审计意见摘录如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了嘉亨家化公司 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

关键审计事项	事项描述	审计应对
日化产品OEM/ODM及塑料包装容器的国内销售收入确认（2017年、2018年、2019年、2020年1-6月）	嘉亨家化公司主要从事日化产品OEM/ODM及塑料包装容器的研发设计、生产。2020年1-6月、2019年度、2018年度、2017年度嘉亨家化公司的主营业务收入金额分别为人民币386,280,242.46元、763,833,621.20元、695,654,776.17元、515,831,383.45元，占营业收入总额的比例分别为98.50%、97.22%、96.89%、96.78%。主营业务收入主要来自日化产品OEM/ODM及塑料包装容器的国内销售收入。由于上述收入金额重大且为关键业绩指标，可能存在收入确认的相关风险。因此将其认定为关键审计事项。	1、了解和评价与收入确认相关的关键内部控制的设计，并测试了关键控制执行的有效性。 2、2017至2019年度：选取样本检查销售合同，检查销售合同条款，并与管理层沟通了解，对与产品销售收入确认有关的重大风险及报酬转移时点进行了分析评估，进而评价产品销售收入的确认政策是否符合企业会计准则的要求。 3、2020年1月1日起首次执行新收入准则，选取样本检查销售合同条款并识别单项履约义务，分析评估与产品销售收入确认相关的控制权转移时点，进而评价产品销售收入的确认政策是否符合新收入准则的要求。 4、对总体销售收入及毛利情况执行分析性程序，并对主要产品销售收入、销售数量、销售单价执行月度波动分析，以判断申报期收

关键审计事项	事项描述	审计应对
		入是否存在异常波动的情况。 5、选取样本检查销售收入交易，检查与销售收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、客户签收单等原始业务资料。 6、针对资产负债表日前后确认的销售收入核对至产品出库单、客户签收单等支持性文件，以评价销售收入是否在恰当的期间确认。 7、将银行流水、收款凭证、记账凭证与账面记录进行核对，核实销售回款的真实性。 8、选取样本对本期应收账款发生额和余额进行函证，同时对重要客户进行实地走访，以确认销售收入金额的真实性。
应收账款坏账准备的计提（2019年、2020年1-6月）	嘉亨家化公司的应收账款主要来源于日化产品OEM/ODM及塑料包装容器的销售收入，截止2020年6月30日、2019年12月31日，应收账款的余额分别为人民币244,480,913.84元、186,290,743.79元，已计提坏账准备分别为人民币7,420,958.22元、5,651,160.22元。嘉亨家化公司2019年1月1日起首次执行新金融工具准则，管理层基于单项和组合并考虑不同类型客户的信用风险，评估应收款项的预期信用损失。由于在确定预期信用损失的过程中，对包括历史损失经验数据、宏观经济、行业风险及前瞻性信息等关键假设的评估涉及管理层运用重大会计估计和判断。因此将其认定为关键审计事项。	1、了解和评价与应收账款坏账准备计提相关的内部控制设计，并测试关键控制执行的有效性。 2、复核管理层对应收款项预期信用损失计量的相关考虑及客观证据，通过考虑历史上同类应收款项组合的实际坏账发生金额及情况，结合客户信用和市场环境等因素，评价管理层将应收款项划分为若干组合进行预期信用损失评估的方法和计算是否适当。 3、获取管理层编制的应收账款组合和账龄明细表，选取样本复核应收账款组合及账龄划分的准确性。 4、获取管理层按照预期损失率计算的预期信用损失，测试预期信用损失计算的准确性。 5、选取样本对应收账款发生额和余额进行函证。 6、选取样本检查应收账款期后回款情况，评价可回收金额估计的合理性。
应收账款坏账准备的计提（2017年、2018年）	嘉亨家化的应收账款主要来源于日化产品OEM/ODM及塑料包装容器的销售收入，截止2018年12月31日、2017年12月31日，应收账款的余额分别为人民币247,914,988.47元、174,922,816.71元，已计提坏账准备分别为人民币7,467,794.78元、5,257,715.83元。当存在客观证据表明应收账款存在减值时，管理层根据预计未来现金流量现值低于账面价值的差额单项计提坏账准备。对于不存在减值客观证据的应收账款，管理层根	1、了解和评价与应收账款坏账准备计提相关的内部控制设计，并测试了关键控制执行的有效性。 2、结合公司的行业特征和实际经营情况，评价管理层制定的应收账款单项金额重大的标准、组合划分的依据以及按照账龄计提坏账的比例是否恰当。 3、对单项金额重大的应收款项，通过检查相关的支持性证据，包括合同约定信用期、本期回款情况、期后收款等，评估管理层判断的合理性。 4、获取管理层编制的应收账款账龄分析表和坏账准备计提表，选取样本检查账龄划分的

关键审计事项	事项描述	审计应对
	据信用风险特征将其分为若干组合进行评估。管理层根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率及账龄分析为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。由于应收账款金额重大，且管理层在确定应收款项减值时作出了重大判断，因此将坏账准备的计提作为关键审计事项。	准确性，测试坏账准备计提计算的准确性。 5、选取样本对应收账款发生额和余额进行函证。 6、选取样本检查应收账款期后回款情况，评价可回收金额估计的合理性。

三、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

1、宏观经济环境及所处行业市场前景

报告期内，我国国民经济持续增长，宏观经济环境稳定。随着居民可支配收入增长带来的消费升级，销售渠道尤其是线上渠道多元化，消费理念变革、消费人群增加，中国化妆品消费需求将进一步扩大。为提升品牌整体的覆盖能力，提高在中国市场的竞争力和市场份额，国际化妆品品牌、国产品牌、新兴品牌均倾向于逐步外包生产制造部分，化妆品消费需求的快速增长为规模相对较大、质量管理能力较强的 OEM/ODM 企业带来较大的发展机遇。

2、行业市场竞争情况及公司的核心竞争力

行业市场竞争情况及公司的核心竞争力一方面决定了公司将市场空间转化为收入的难易程度，进而影响公司的收入水平；另一方面决定了公司产品是否具备较高的附加值，进而影响公司的毛利率及利润水平。关于行业市场竞争情况、公司行业地位以及竞争优势等情况，详见招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的竞争地位”。

3、公司规模及产能情况

公司的经营规模及产能情况决定了公司产品满足市场需求的能力，经营规模及产能越大，收入增长的空间越大；产能受限，则收入增长也将受到较大限制。为把握目前化妆品及塑料包装容器领域的市场机遇，公司将通过实施本次募集资

金投资项目等措施，进一步扩大经营规模，丰富产品结构，提升生产能力，缓解公司发展的瓶颈。

4、原材料采购价格情况

公司成本由直接材料、直接人工和制造费用构成，其中直接材料占主营业务成本的比重在 70%左右，是公司成本的最主要构成，因此公司原材料采购价格的变化将对公司成本产生一定影响。虽然公司与主要供应商建立了多年合作伙伴关系，但表面活性剂、合成树脂等化工原料的价格波动主要受大宗商品价格的影响，如该等原料价格波动过大，公司的盈利能力将受到一定影响。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

报告期内公司的营业收入、毛利率是对公司具有核心意义的财务指标，营业收入及毛利率的变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。

2017-2019 年公司主营业务收入年均复合增长率达到 21.69%，主营业务收入的持续增长一方面是因为公司持续扩大生产规模的同时不断提升产品质量和工艺制造水平以满足客户需求，另一方面是公司良好的产品质量赢得了市场声誉，获得了更多的客户订单。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 24.91%、25.29%、28.27%和 25.62%，总体维持较高水平。

此外，技术研发水平是对公司具有核心意义的非财务指标，技术研发水平对公司产品的质量及工艺控制、市场定位以及最终的市场份额均能够产生重要影响。在技术研发方面，公司已建立了完善的创新机制，研发投入持续增长。公司不断加深在配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面的投入，实现安全性、功效稳定性控制；并不断创新深化塑料包装设计、提升精密成型等工艺技术，提高生产效率并有效节约生产成本。针对技术创新，公司还形成了完善的知识产权管理体系，目前已拥有境内专利 **175 项**，其中发明专利 31 项。基于对报告期内有关情况的分析，公司具有较高的技术研发水平，保证了公司产品的技术优势，有利于促进公司盈利水平的提高。

四、主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，在合并日按取得被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。其中，对于被合并方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被合并方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在企业合并中取得的净资产账面价值与所支付对价的账面价值之间存在差额的，首先调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）的余额不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

2、非同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的被购买方各项可辨认资产和负债，在购买日按其公允价值计量。其中，对于被购买方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被购买方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在购买日的合并成本大于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，确认为商誉；如果合并成本小于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，首先对合并成本以及在企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债的公允价值进行复核，经复核后合并成本仍小于取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的，其差额确认为合并当期损益。

3、企业合并中有关交易费用的处理

为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围的确定

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。

控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被

本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（注：有时也称为特殊目的主体）。

2、合并财务报表的编制方法

本公司以自身和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策和会计期间，反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

（1）合并母公司与子公司的资产、负债、所有者权益、收入、费用和现金流等项目。

（2）抵销母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额。

（3）抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响。内部交易表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。

（4）站在企业集团角度对特殊交易事项予以调整。

3、报告期内增减子公司的处理

（1）同一控制下企业合并增加的子公司或业务

① 编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

② 编制合并利润表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

③ 编制合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

（2）处置子公司或业务

① 编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

② 编制合并利润表时，将该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

③ 编制合并现金流量表时将该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

4、合并抵销中的特殊考虑

（1）因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

（2）本公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当全额抵销“归属于母公司所有者的净利润”。子公司向本公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对该子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对出售方子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。

（三）现金及现金等价物的确定标准

现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务和外币报表折算

1、外币交易时折算汇率的确定方法

本公司外币交易初始确认时采用交易发生日的即期汇率或采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率（以下简称即期汇率的近似汇率）折算为记账本位币。

2、资产负债表日外币货币性项目的折算方法

在资产负债表日，对于外币货币性项目，采用资产负债表日的即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益。对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；对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，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，计入当期损益。

3、外币报表折算方法

对企业境外经营财务报表进行折算前先调整境外经营的会计期间和会计政策，使之与企业会计期间和会计政策相一致，再根据调整后会计政策及会计期间编制相应货币（记账本位币以外的货币）的财务报表，再按照以下方法对境外经营财务报表进行折算：

（1）资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。

（2）利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率或即期汇率的近似汇率折算。

（3）外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率或即期汇率的近似汇率折算。汇率变动对现金的影响额应当作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

（4）产生的外币财务报表折算差额，在编制合并财务报表时，在合并资产负债表中所有者权益项目下单独列示“其他综合收益”。

处置境外经营并丧失控制权时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（五）金融工具

1、自 2019 年 1 月 1 日起适用

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

（1）金融工具的确认和终止确认

当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

②该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。本公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认原金融负债，并同时确认新金融负债。本公司对原金融负债（或其一部分）的合同条款作出实质性修改的，应当终止原金融负债，同时按照修改后的条款确认一项新的金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款规定，在法规或市场惯例所确定的时间安排来交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

（2）金融资产的分类与计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。因销售商品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收票据及应收账款，本公司则按照收入准则定义的交易价格进行初始计量。

金融资产的后续计量取决于其分类：

①以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、按实际利率法摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。除减值损失或利得及汇兑损益确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。但是采用实际利率法计算的该金融资产的相关利息收入计入当期损益。

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

（3）金融负债的分类与计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、低于市场利率贷款的贷款承诺及财务担保合同负债及以摊余成本计量的金融负债。

金融负债的后续计量取决于其分类：

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。但本公司对指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，由其自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额计入其他综合收益，当该金融负债终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利

得和损失应当从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②贷款承诺及财务担保合同负债

贷款承诺是本公司向客户提供的一项在承诺期间内以既定的合同条款向客户发放贷款的承诺。贷款承诺按照预期信用损失模型计提减值损失。

财务担保合同指，当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求本公司向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同负债以按照依据金融工具的减值原则所确定的损失准备金额以及初始确认金额扣除按收入确认原则确定的累计摊销额后的余额孰高进行后续计量。

③以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，对其他金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

（4）金融工具减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

①预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据及应收账款，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款以及其他应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款以及其他应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征

将应收票据、应收账款以及其他应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

应收票据确定组合的依据如下：

应收票据组合 1 银行承兑汇票

应收票据组合 2 商业承兑汇票

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

应收账款确定组合的依据如下：

应收账款组合 1 应收货款

应收账款组合 2 应收合并范围内关联方款项

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1 应收合并范围内关联方款项

其他应收款组合 2 合同履约期限内的保证金及押金

其他应收款组合 3 应收出口退税

其他应收款组合 4 职工备用金

其他应收款组合 5 合同履约期限外的保证金及押金

其他应收款组合 6 应收其他款项

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

②具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

③信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

A.信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

B.预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

C.债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

D.作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

E.预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

F.借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

G.债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

H.合同付款是否发生逾期超过（含）30 日。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限 30 天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

④已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

⑤预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑥核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

（5）金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

A.将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

B.将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，根据转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单方面将转移的金融资产整体出售给不相关的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，则公司已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.因转移而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对于终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.终止确认部分在终止确认日的账面价值；

B.终止确认部分的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指企业承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入（或利得）和该金融负债产生的费用（或损失）。

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、以下金融工具会计政策适用于 2018 年度及以前

（1）金融资产的分类

本公司的金融资产均为应收款项。

应收款项主要包括应收账款和其他应收款等。应收账款是指本公司销售商品或提供劳务形成的应收款项。应收账款按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

（2）金融负债的分类

本公司的金融负债均为其他金融负债。其他金融负债，是指以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。

（3）金融负债与权益工具的区分

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接

地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

（4）金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

A.将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

B.将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，注重转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单独将转入的金融资产整体出售给与其不存在关联方关系的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，表明企业已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额

（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.终止确认部分的账面价值；

B.终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入和该金融负债产生的费用。所转移的金融资产以摊余成本计量的，确认的相关负债不得指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

（5）金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的现时义务仍存在的，不终止确认该金融负债，也不终止确认转出的资产。

与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同

时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

（7）金融资产减值

金融资产发生减值的客观证据，包括下列情形：

A.发行方或债务人发生严重财务困难；

B.债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

C.债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

D.债务人可能倒闭或进行其他财务重组；

E.因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

F.无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；

G.债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

H.权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，例如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投

资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本；

I.其他表明金融资产发生减值的客观证据。

（六）应收款项

以下应收款项会计政策适用 2018 年度及以前

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：本公司将 500 万元以上应收账款，100 万元以上其他应收款确定为单项金额重大。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
组合 1：应收货款及除组合 2、3、4、5 之外的其他应收款项	账龄状态	账龄分析法
组合 2：应收合并范围内关联方款项	资产类型	个别认定法
组合 3：保证金及押金	资产类型	个别认定法
组合 4：职工备用金	资产类型	个别认定法
组合 5：应收出口退税	资产类型	个别认定法

各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例具体如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	3.00	3.00
1 至 2 年	10.00	10.00
2 至 3 年	30.00	30.00
3 年以上	100.00	100.00

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

（七）存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等，包括原材料、在产品及半成品、库存商品、发出商品、模具、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

本公司存货发出时采用加权平均法计价。

3、存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

4、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

（1）库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

（2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

（3）存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

（4）资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当

期损益。

（八）合同负债

自 2020 年 1 月 1 日起适用

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取的对价（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。

合同资产和合同负债在资产负债表中单独列示。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。不同合同下的合同资产和合同负债不能相互抵销。

（九）长期股权投资

本公司长期股权投资均为对被投资单位实施控制的权益性投资。

1、初始投资成本确定

企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

（1）同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，均为以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

2、后续计量及损益确认方法

本公司的长期股权投资均采用成本法核算，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（十）固定资产

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一年的单位价值较高的有形资产。

1、确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	25-30	10	3.60-3.00
机器设备	5-10	10	18.00-9.00
运输设备	5-10	10	18.00-9.00
电子设备	5	10	18.00
其他设备	5-10	10	18.00-9.00

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

（十一）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。本公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。

（十二）无形资产

1、无形资产的计价方法

按取得时的实际成本入账。

2、无形资产使用寿命及摊销

（1）使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50 年	法定使用权
计算机软件	10 年	预计使用年限

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于在资产负债表日进行减值测试。

（3）无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，本公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额，残值为零。但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

3、划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

（1）本公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

（2）在本公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

A.完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

B.具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

C.无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

D.有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

E.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十三）长期资产减值

对子公司的长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产等（存货、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十四）长期待摊费用

长期待摊费用核算本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

本公司长期待摊费用在受益期内平均摊销，各项费用摊销的年限如下：

项目	摊销年限
模具	2 年
装修费	按照受益期限摊销

（十五）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1、短期薪酬的会计处理方法

（1）职工基本薪酬（工资、奖金、津贴、补贴）

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

（2）职工福利费

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

（3）医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及工会经费和职工教育经费

本公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

本公司离职后福利均为设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划，主要包括基本养老保险、失业保险、强积金等。

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：

（1）企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；

（2）企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将辞退福利金额予以折现，以折现后的金额计量应付职工薪酬。

（十六）收入确认原则和计量方法

1、自 2020 年 1 月 1 日起适用

（1）一般原则

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于控制权转移与客户支付价款间隔未超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；

③本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

⑤客户已接受该商品。

客户未行使的合同权利

本公司向客户预收销售商品或服务款项的，首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当本公司预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，本公司预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，本公司只有在客户要求履行剩余履约义务的可能性极低时，才将上述负债的相关余额转为收入。

（2）具体方法

本公司收入确认的具体方法如下：

本公司与客户之间的销售商品合同，属于在某一时点履行履约义务。

境内销售产品收入确认需满足以下条件：本公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移；

境外销售产品收入确认需满足以下条件：本公司已根据合同约定将产品报

关，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

2、以下收入会计政策适用于 2019 年度及以前

（1）销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

（2）提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已经发生的成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

本公司按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

A、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

B、已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产使用权收入

与交易相关的经济利益很可能流入企业以及收入的金额能够可靠地计量时，确认收入。

本公司产品销售业务收入确认的具体方法如下：

境内销售根据销售合同约定在所有权转移时点确认产品收入，具体收入确认时点为货物发出并经客户签收后确认产品销售收入；

境外销售根据销售合同的约定，在商品所有权发生转移时点确认产品销售收入，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续后确认产品销售收入。

3、执行新收入准则对公司的影响分析

根据财政部于 2006 年 2 月 15 日印发的《企业会计准则第 14 号——收入》、《企业会计准则第 15 号——建造合同》及相应的《应用指南》（以下简称“原准则”），本公司制定了报告期内收入确认会计政策。2017 年，财政部发布修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号，以下简称“新收入准则”），要求申请首发企业应当自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据中国证监会于 2020 年 1 月 16 日颁布的《发行监管问答——关于申请首发企业执行新收入准则相关事项的问答》，公司对新收入准则实施前后的影响分析如下。

（1）实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

公司属于生产制造业，专业从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，公司主要按照客户订单组织生产，公司产品以国内销售为主，均采取直销模式。公司的业务模式不会因实施新收入准则而发生变化。

公司与客户的销售合同或订单约定了产品数量、价款、质量标准、交货期、违约责任等条款。公司的合同条款不会因实施新收入准则而发生变化。

实施新收入准则，原准则“风险报酬确认”的收入确认时点即为新收入准则“控制权转移”的时点，执行新收入准则后收入确认时点与原准则一致，公司收入确认的具体方法未发生变化。

综上，新收入准则的实施，对公司的业务模式、合同条款、收入确认等方面不会产生影响。

（2）实施新收入准则对公司报告期各年合并财务报表主要财务指标的影响

假定自报告期期初开始全面执行新收入准则，公司的营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产等主要财务指标不受影响。

（十七）政府补助

1、政府补助的确认

政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：

（1）本公司能够满足政府补助所附条件；

（2）本公司能够收到政府补助。

2、政府补助的计量

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3、政府补助的会计处理

（1）与资产相关的政府补助

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，分情况按照以下规定进行会计处理：

用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益；

用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

与本公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与本公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（十八）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。本公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

1、递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产：

A.该项交易不是企业合并；

B.交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列两项条件的，其对所得税的影响额（才能）确认为递延所得税资产：

A.暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

B.未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额；

资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

2、递延所得税负债的确认

本公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

（1）因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

A.商誉的初始确认；

B.具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

（2）本公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

A.本公司能够控制暂时性差异转回的时间；

B.该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

（1）公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

（2）合并抵销形成的暂时性差异

本公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

（十九）经营租赁

1、本公司作为经营租赁承租人时，将经营租赁的租金支出，在租赁期内各个期间按照直线法或根据租赁资产的使用量计入当期损益。出租人提供免租期的，本公司将租金总额在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法或其他合理的方法进行分摊，免租期内确认租金费用及相应的负债。出租人承担了承租人某些费用的，本公司按该费用从租金费用总额中扣除后的租金费用余额在租赁期内进行分摊。

初始直接费用，计入当期损益。如协议约定或有租金的在实际发生时计入当期损益。

2、本公司作为经营租赁出租人时，采用直线法将收到的租金在租赁期内确认为收益。出租人提供免租期的，出租人将租金总额在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法或其他合理的方法进行分配，免租期内出租人也确认租金收入。承担了承租人某些费用的，本公司按该费用自租金收入总额中扣除后的租金收入余额在租赁期内进行分配。

初始直接费用，计入当期损益。金额较大的予以资本化，在整个经营租赁期内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益。如协议约定或有租金的在实际发生时计入当期收益。

（二十）重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

2017 年 4 月 28 日，财政部印发了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自 2017 年 5 月 28 日起施行。对于该准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2017 年 5 月 10 日，财政部发布了《企业会计准则第 16 号——政府补助》（修订），该准则自 2017 年 6 月 12 日起施行。本公司对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

2017 年 12 月 25 日，财政部发布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订；资产负债表新增“持有待售资产”行项目、“持有待售负债”行项目，利润表新增“资产处置收益”行项目、“其他收益”行项目、净利润项新增“（一）持续经营净利润”和“（二）终止经营净利润”行项目。2018 年 1 月 12 日，财政部发布了《关于一般企业财务报表格式有关问题的解读》，根据解读的相关规定：

对于利润表新增的“资产处置收益”行项目，本公司按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据按照《通知》进行调整。

对于利润表新增的“其他收益”行项目，本公司按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》的相关规定，对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，无需对可比期间的比较数据进行调整。

由于“资产处置收益”项目的追溯调整，对合并比较报表的项目影响如下：

项目	2017 年度（合并）	
	变更前	变更后
资产处置收益	—	-220,638.57

营业外支出	326,600.57	105,962.00

对母公司比较报表的项目影响如下：

项目	2017 年度（母公司）	
	变更前	变更后
资产处置收益	—	-196,538.07
营业外支出	255,434.79	58,896.72

2017 年 6 月，财政部发布了《企业会计准则解释第 9 号—关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第 10 号—关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第 11 号—关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第 12 号—关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》等四项解释，本公司于 2018 年 1 月 1 起执行上述解释。

2019 年 4 月 30 日，财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），要求对已执行新金融工具准则和新收入准则但未执行新租赁准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；增加“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；将“应收股利”和“应收利息”归并至“其他应收款”项目；将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目；将“工程物资”归并至“在建工程”项目；将“应付票据及应付账款” 行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”；将“应付股利”和“应付利息”归并至“其他应付款”项目；将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目。

利润表中在投资收益项目下增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）”的明细项目；从“管理费用”项目中分拆出“研发费用”项目，并在“研发费用”项目增加了计入管理费用的自行开发无形资产摊销金额；在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。

2019 年 9 月 19 日，财政部发布了《关于修订印发《合并财务报表格式（2019 版）》的通知》（财会[2019]16 号），与财会[2019]6 号文配套执行。

本公司根据财会[2019]6 号、财会[2019]16 号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。相关合并财务报表列报调整

影响如下：

项目	2018 年度（合并）		2017 年度（合并）	
	变更前	变更后	变更前	变更后
应收利息	—	—	—	—
应收股利	—	—	—	—
其他应收款	3,111,728.04	3,111,728.04	2,882,168.73	2,882,168.73
固定资产	178,434,857.02	178,434,857.02	167,934,074.11	167,934,074.11
固定资产清理	—	—	—	—
在建工程	445,454.55	445,454.55	—	—
工程物资	—	—	—	—
应付利息	170,245.49	—	141,705.17	—
应付股利	—	—	—	—
其他应付款	335,720.62	505,966.11	482,406.21	624,111.38
管理费用	75,209,848.56	60,792,506.02	66,330,462.70	56,269,505.15
研发费用	—	14,417,342.54	—	10,060,957.55

相关母公司报表列报调整影响如下：

项目	2018 年度（母公司）		2017 年度（母公司）	
	变更前	变更后	变更前	变更后
应收利息	—	—	—	—
应收股利	—	—	—	—
其他应收款	19,601,390.17	19,601,390.17	44,133,106.49	44,133,106.49
固定资产	53,960,317.44	53,960,317.44	48,744,296.73	48,744,296.73
固定资产清理	—	—	—	—
在建工程	—	—	—	—
工程物资	—	—	—	—
应付利息	85,245.50	—	80,930.16	—
应付股利	—	—	—	—
其他应付款	11,994,388.14	12,079,633.64	334,616.71	415,546.87
管理费用	21,710,539.11	12,787,596.57	18,041,569.69	10,940,723.21
研发费用	—	8,922,942.54	—	7,100,846.48

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》（财会[2017]8 号）、《企业会计准则第 24 号—套期会计》（财会[2017]9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（财会[2017]14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。本公司于 2019 年 1 月 1 日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一

致的，本公司按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

2019 年 5 月 9 日，财政部发布《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》（财会[2019]8 号），根据要求，本公司对 2019 年 1 月 1 日至执行日之间发生的非货币性资产交换，根据本准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不进行追溯调整，本公司于 2019 年 6 月 10 日起执行本准则。

2019 年 5 月 16 日，财政部发布《企业会计准则第 12 号—债务重组》（财会[2019]9 号），根据要求，本公司对 2019 年 1 月 1 日至执行日之间发生的债务重组，根据本准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不进行追溯调整，本公司于 2019 年 6 月 17 日起执行本准则。

上述会计政策的累积影响数如下：

因执行新金融工具准则，本公司合并财务报表相应调整 2019 年 1 月 1 日递延所得税资产 33,635.69 元。相关调整对本公司合并财务报表中归属于母公司股东权益的影响金额为 130,303.82 元，其中盈余公积为 6,200.26 元、未分配利润为 124,096.11 元、其他综合收益为 7.45 元。本公司母公司财务报表相应调整 2019 年 1 月 1 日递延所得税资产为 10,941.65 元。相关调整对本公司母公司财务报表中股东权益的影响金额为 62,002.66 元，其中盈余公积为 6,200.26 元、未分配利润为 55,802.40 元。

因执行新收入准则，本公司合并财务报表相应调整 2020 年 1 月 1 日合同负债 4,677,211.23 元、预收款项 4,991,160.82 元、其他流动负债 313,949.59 元。本公司母公司财务报表相应调整 2020 年 1 月 1 日合同负债 2,280.59 元、预收款项 2,280.59 元。

2、重要会计估计变更

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

五、非经常性损益

容诚所对公司最近三年及一期的非经常性损益进行了鉴证，并出具了《关于嘉亨家化股份有限公司非经常性损益的鉴证报告》（容诚专字[2020]361Z0386

号），会计师认为“上述非经常性损益明细表已经按照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》的规定编制，在所有重大方面公允反映了嘉亨家化公司 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 度和 2017 年度的非经常性损益情况。”

公司在报告期内的非经常性损益金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产处置损益	-15.40	-78.70	-18.52	-31.11
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	91.82	327.39	189.82	353.39
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-116.25
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-6.32	22.92	-6.25	16.40
所得税影响额	11.86	34.98	21.69	62.93
合计	**58.24**	**236.63**	**143.36**	**159.51**
扣除非经常性损益后的净利润	**3,928.85**	**6,227.76**	**4,149.83**	**1,707.92**

六、主要税项及相关税收优惠

（一）主要税种和税率

1、流转税及其附加

税种	计税依据	税率
增值税	应税货物销售额	17%、16%、13%、11%、10%、9%、6%、5%、3%
出口退税	应税货物销售额	17%、16%、15%、13%、10%、9%、6%
城市维护建设税	应纳流转税额	7%、5%
教育费附加	应纳流转税额	3%
地方教育费附加	应纳流转税额	2%、1%
房产税	房屋建筑物原值扣除一定比例后余值	1.20%

注 1：根据《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号）中的相关规定，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%，通知自 2018 年 5 月 1 日起执行。自 2018 年 5 月 1 日起，税率相应下调。

注 2：根据财政部、税务总局、海关总署联合发布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号）中的相关规定，增值税一般纳税人

发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用16%税率的，税率调整为13%；原适用10%税率的，税率调整为9%。通知自2019年4月1日起执行。自2019年4月1日起，税率相应下调。

2、企业所得税

报告期内，公司及其子公司适用的企业所得税税率情况如下表所示：

纳税主体	税率
嘉亨家化	15%
上海嘉亨	25%
浙江嘉亨	25%
珠海嘉亨	25%
天津嘉亨	20%、25%
香港华美	16.5%
湖州嘉亨	20%
上海诚壹	25%

（二）报告期内公司享受税收优惠情况

2015年9月21日，公司通过高新技术企业认定，取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201535000158），证书有效期为三年；2018年11月30日，公司再次通过高新技术企业认定，取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201835000634），证书有效期为三年。报告期内，公司按照15%的税率缴纳企业所得税。

湖州嘉亨是符合财政部、国家税务总局规定的小型微利企业。2018年，根据《关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税[2018]77号），湖州嘉亨减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税[2019]13号），自2019年1月1日至2021年12月31日，湖州嘉亨年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

天津嘉亨是符合财政部、国家税务总局规定的小型微利企业。根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税[2019]13号），自2019年1月1日至2021年12月31日，天津嘉亨年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；年应纳税所得额

超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

七、分部信息

（一）公司主营业务收入按产品分部

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
化妆品	13,594.32	35.19	22,911.20	30.00	16,159.93	23.23	9,504.21	18.43
家庭护理产品	8,125.99	21.04	8,962.96	11.73	9,298.70	13.37	6,205.07	12.03
主营业务收入	**38,628.02**	**100**	**76,383.36**	**100**	**69,565.48**	**100**	**51,583.14**	**100**

（二）公司主营业务收入按地区分部

单位：万元、%

区域	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	**32,963.23**	**85.34**	**70,683.83**	**92.54**	**65,037.36**	**93.49**	**48,325.36**	**93.68**
其中：华东	16,758.53	43.38	38,104.35	49.89	40,039.22	57.56	28,790.78	55.81
华北	7,017.39	18.17	20,926.13	27.40	16,494.42	23.71	13,937.89	27.02
华南	2,189.04	5.67	3,606.47	4.72	3,191.54	4.59	3,439.69	6.67
境外	**5,664.79**	**14.66**	**5,699.53**	**7.46**	**4,528.12**	**6.51**	**3,257.78**	**6.32**
合计	**38,628.02**	**100**	**76,383.36**	**100**	**69,565.48**	**100**	**51,583.14**	**100**

八、主要财务指标

（一）主要财务指标

序号	财务指标	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1	流动比率（倍）	1.73	1.66	1.56	1.62
2	速动比率（倍）	1.22	1.18	1.11	1.13
3	资产负债率（母公司）（%）	7.05	14.97	23.31	19.41
4	资产负债率（合并）（%）	36.67	37.53	42.34	36.90
5	归属于发行人股东的每股净资产（元）	6.29	5.76	4.90	4.33
	财务指标	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
6	应收账款周转率（次）	1.88	3.73	3.50	2.95
7	存货周转率（次）	2.20	4.57	5.03	4.53
8	利息保障倍数（倍）	23.15	12.58	9.98	4.16

9	息税折旧摊销前利润（万元）	6,856.15	11,395.91	8,300.86	5,548.63
10	归属于发行人股东的净利润（万元）	3,987.09	6,464.40	4,293.19	1,867.43
11	归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,928.85	6,227.76	4,149.83	1,707.92
12	研发投入占营业收入的比例（%）	2.07	2.31	2.01	1.89
13	每股经营活动现金流量（元）	0.11	2.22	0.54	0.77
14	每股净现金流量（元）	-0.47	0.93	0.30	0.01

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算。

上述主要财务指标计算方法如下：

1、流动比率＝期末流动资产／期末流动负债

2、速动比率＝（期末流动资产-期末存货）／期末流动负债

3、资产负债率＝期末总负债／期末总资产

4、归属于发行人股东的每股净资产＝期末归属于发行人股东的净资产／期末总股本

5、应收账款周转率＝营业收入／应收账款期初期末平均账面价值

6、存货周转率＝营业成本／存货期初期末平均账面价值

7、利息保障倍数＝（净利润+所得税+利息支出）／利息支出

8、息税折旧摊销前利润＝净利润+所得税+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

9、研发投入占营业收入的比例=研发投入/营业收入

10、每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额／期末股本

11、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加（或减少）额／期末股本

（二）净资产收益率与每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订），公司报告期各期末的净资产收益率、每股收益如下：

报告期利润		加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2020 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	8.76	0.53	0.53
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8.63	0.52	0.52
2019 年	归属于公司普通股股东的净利润	16.08	0.86	0.86

	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.49	0.83	0.83
2018 年	归属于公司普通股股东的净利润	12.37	0.57	0.57
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	11.96	0.55	0.55
2017 年	归属于公司普通股股东的净利润	7.81	0.29	0.29
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7.15	0.27	0.27

上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从最终控制方实施控制的次月起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益的计算公式如下：

基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；

Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益的计算公式如下：

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

九、盈利能力分析

报告期内，公司经营成果如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
一、营业收入	**39,217.11**	**78,565.86**	**71,801.30**	**53,297.40**
减：营业成本	29,030.04	55,984.58	53,481.41	39,942.72
税金及附加	181.37	538.25	415.34	464.07
销售费用	212.37	4,515.18	4,708.74	3,518.14
管理费用	3,688.31	7,655.91	6,079.25	5,626.95
研发费用	811.39	1,816.86	1,441.73	1,006.10
财务费用	206.79	620.72	502.79	828.15
加：其他收益	94.25	235.61	192.56	353.39
信用减值损失	-179.84	127.16	-	-
资产减值损失	-	-	-220.53	70.32
资产处置收益	-0.69	-14.06	-13.17	-22.06
二、营业利润	**5,000.56**	**7,783.07**	**5,130.89**	**2,312.92**
加：营业外收入	0.14	120.33	4.09	17.96
减：营业外支出	23.61	70.27	18.43	10.60
三、利润总额	**4,977.10**	**7,833.12**	**5,116.55**	**2,320.28**
减：所得税费用	990.00	1,368.73	823.37	452.85
四、净利润	**3,987.09**	**6,464.40**	**4,293.19**	**1,867.43**

报告期内，公司营业收入持续增长。2017 年至 2019 年，公司营业收入年均复合增长率达 21.41%，净利润年均复合增长率达 86.06%，体现了公司业绩良好的成长性。

（一）营业收入分析

1、营业收入变动趋势分析

报告期内，公司营业收入构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	38,628.02	98.50	76,383.36	97.22	69,565.48	96.89	51,583.14	96.78
其他业务收入	589.09	1.50	2,182.50	2.78	2,235.83	3.11	1,714.26	3.22
合计	**39,217.11**	**100**	**78,565.86**	**100**	**71,801.30**	**100**	**53,297.40**	**100**

公司主营业务突出，报告期内，主营业务收入比重始终保持较高水平，分别为 96.78%、96.89%、97.22%和 98.50%。公司其他业务收入主要为模具、材料等的销售收入，占营业收入的比重较小。

报告期内，公司主营业务收入持续增长，主要受益于化妆品市场的持续稳定增长以及公司在研发、生产、销售等方面的竞争优势，具体驱动因素如下：

（1）随着我国居民收入增长带来消费能力的提升，以及化妆品品牌商的持续投入和消费者培育，我国化妆品市场持续增长，化妆品品牌商投入大量资源进行品牌和渠道建设，专注产品设计、营销模式创新、消费者需求分析等，将产品生产委托给化妆品制造商，带动我国化妆品 OEM/ODM 及配套包装行业的发展，为化妆品制造商带来广阔的市场前景。

（2）公司以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展为经营策略，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及包装容器设计、制造的一体化综合服务能力，与主要客户强生、上海家化、郁美净、贝泰妮、百雀羚、益海嘉里、壳牌等保持稳定密切的合作关系，在各产品领域不断拓展，良好的市场声誉也为公司带来新增客户，公司收入稳步增长。

（3）因为看好化妆品行业未来的发展前景，公司对生产布局进行动态调整，随着浙江嘉亨全面投产、承接并扩大塑料包装业务，上海嘉亨主要经营化妆品及家庭护理产品业务，更加清晰的业务布局和持续释放的产能为公司的收入增长奠定了坚实的基础。

2、主营业务收入产品构成分析

报告期内，公司主营业务收入按产品划分构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
化妆品	13,594.32	35.19	22,911.20	30.00	16,159.93	23.23	9,504.21	18.43
家庭护理产品	8,125.99	21.04	8,962.96	11.73	9,298.70	13.37	6,205.07	12.03
主营业务收入	**38,628.02**	**100**	**76,383.36**	**100**	**69,565.48**	**100**	**51,583.14**	**100**

报告期内，公司塑料包装业务收入占比逐步下降，由 2017 年的 69.55%下降至 2020 年 1-6 月的 43.77%，日化产品 OEM/ODM 业务收入占比逐步上升，由 2017 年的 30.45%上升至 2020 年 1-6 月的 56.23%。

公司坚持日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，一体化的服务能力可有效提高客户的供应链管理效率。报告期内，公司与主要客户紧密合作，业务类型向塑料包装、日化产品的不同类别不断拓展，根据客户需求，塑料包装、日化产品的业务规模动态变化，与公司实际生产经营状况相符。

（1）塑料包装容器收入变动分析

2017 年至 2019 年，塑料包装容器销售收入分别为 35,873.86 万元、44,106.84 万元和 44,509.21 万元，持续稳步增长。公司顺应市场消费需求的发展趋势，在与强生、上海家化、壳牌等知名品牌保持紧密合作关系的基础上，以稳定的质量、快速的响应能力赢得新的订单。

报告期内，公司对主要客户塑料包装容器的销售收入如下：

单位：万元、%

客户	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
壳牌	6,406.70	16,014.86	-331.36	16,346.21	1,209.27	15,136.94
上海家化	4,531.22	11,640.05	1,261.94	10,378.10	2,338.45	8,039.65
强生	2,388.26	11,203.23	1,679.65	9,523.58	1,308.57	8,215.01
百雀羚	1,011.37	1,700.50	-1,366.24	3,066.74	1,334.65	1,732.09
合计	14,337.56	40,558.63	1,243.99	39,314.64	6,190.94	33,123.70
塑料包装容器收入	16,907.71	44,509.21	402.36	44,106.84	8,232.99	35,873.86
占比	84.80	91.12	-	89.14	-	92.33

① 2018 年与 2017 年变动分析

2018 年塑料包装销售收入增加 8,232.99 万元，增幅 22.95%，主要系公司与客户的合作关系进一步稳固，在原有产品销售增加的基础上，新增不同系列、规格型号产品的生产和销售，公司对主要客户壳牌、上海家化、强生、百雀羚的销售收入均有所增长。其中上海家化“六神”、“美加净”、“启初”等细分品牌产品收入持续增长，强生“大宝”、“强生婴儿”系列塑料包装收入均有所增长，百雀羚塑

料包装销售收入增长 1,334.65 万元，主要系其需求增长所致。

② 2019 年与 2018 年变动分析

2019 年塑料包装销售收入较 2018 年略有增长，其中壳牌润滑油塑料包装销售收入略微下降，上海家化、强生等日化塑料包装销售收入仍稳步增长。百雀羚 2019 年塑料包装销售收入减少 1,366.24 万元，主要系其对塑料包装的需求减少所致。2019 年塑料包装收入占公司主营业务收入的比例为 58.27%，仍为公司收入的重要来源和主要构成。

③ 2020 年 1-6 月变动分析

2020 年 1-6 月，由于疫情，受客户开工、物流运输等因素影响，公司对壳牌、上海家化、强生的塑料包装销售收入均不同程度下滑。其中 Shell Hong Kong Limited 的 2020 年 1-6 月销售收入 1,081.02 万元，2019 年为 2,980.22 万元；北京大宝化妆品有限公司 2020 年 1-6 月销售收入 1,636.95 万元，2019 年为 6,947.11 万元。疫情流行高峰已逐渐减弱，国民经济正在逐步恢复，公司上下游企业的生产经营已逐渐恢复正常，公司塑料包装业务生产经营已恢复常态。

发行人塑料包装技术较为全面、稳定，长期为国内外知名品牌客户提供塑料包装产品，具备较强的产品竞争力。报告期内，日化产品塑料包装销售收入持续增长，润滑油塑料包装收入较为稳定，略有增长。公司塑料包装业务稳步增长，不存在持续经营风险。

（2）化妆品收入变动分析

2017 年至 2019 年，化妆品销售收入分别为 9,504.21 万元、16,159.93 万元和 22,911.20 万元，年均复合增长率为 55.26%。公司化妆品业务的快速增长，主要系公司洞悉化妆品市场的发展趋势，在化妆品生产、研发外包需求增长的背景下，凭借严格的质量管控、稳定增长的产能、对配方和制造工艺的深刻理解，形成良好的市场声誉，客户群体不断增加。报告期内，公司对强生、郁美净、贝泰妮的销售收入稳步上升，同时与较为优质的新兴品牌“三谷”、“尚赫”等形成稳定的合作关系，主要客户的采购需求增加，公司化妆品业务收入快速增长。

公司化妆品主要客户为强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利、尚赫、多特瑞、百雀羚、飞利浦等。报告期内，上述客户化妆品业务收入变动如下：

单位：万元

客户	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
强生	3,864.89	5,076.43	134.71	4,941.72	-403.22	5,344.94
郁美净	1,574.90	3,765.55	2,430.22	1,335.33	899.14	436.19
贝泰妮	1,591.88	2,081.18	-3.99	2,085.17	704.42	1,380.75
保利沃利	3,054.83	2,901.59	2,901.59	-	-	-
尚赫	777.01	2,867.36	1,946.97	920.39	918.50	1.89
多特瑞	862.76	1,265.80	220.07	1,045.73	714.71	331.02
百雀羚	57.93	178.15	-2,367.29	2,545.44	2,328.64	216.80
飞利浦	10.78	104.98	-69.64	174.62	-171.63	346.25
合计	**11,794.98**	**18,241.04**	**5,192.64**	**13,048.40**	**4,990.57**	**8,057.83**
化妆品收入	13,594.32	22,911.20	6,751.27	16,159.93	6,655.72	9,504.21
占比（%）	**86.76**	**79.62**	-	**80.75**	-	**84.78**

① 2018 年与 2017 年变动分析

2018 年公司化妆品销售收入较 2017 年增长 6,655.72 万元，主要系发行人子公司上海嘉亨不断加大化妆品 OEM/ODM 业务开拓力度，与客户合作产品品类、范围不断拓展，主要客户郁美净、贝泰妮、尚赫、多特瑞、百雀羚销售收入实现增长。

郁美净销售收入增长来源于儿童霜系列产品，贝泰妮销售收入增长来源于其敏感肌护肤品，尚赫销售收入增长来源于其活性金系列、玻妃凝胶系列产品，多特瑞销售收入增长来源于其精油概念的多款膏霜乳液类产品。

百雀羚 2018 年化妆品销售收入增长 2,328.64 万元，主要原因是：发行人与百雀羚的合作历史较长，始终为百雀羚重要的包材供应商之一，双方均有意愿扩大合作范围，鉴于发行人长期为强生等客户提供化妆品 OEM 服务，产品质量稳定、供货能力较强，符合百雀羚化妆品 OEM 供应商的认证标准，2018 年双方扩大了化妆品合作规模。

② 2019 年与 2018 年变动分析

2019 年公司化妆品销售收入较 2018 年增长 6,751.27 万元，主要受郁美净、保利沃利、尚赫、百雀羚等销售收入变动的影响。

郁美净销售收入增长 2,430.22 万元，主要系 2018 年以来，公司与郁美净化妆品 OEM 业务合作范围不断扩大，乳液、洗面奶、保湿霜、润肤霜、沐浴露等儿童系列产品，各细分品类产品收入持续增长。

保利沃利为 2019 年新增客户，公司与保利沃利合作的产品主要为洗发露、沐浴露、护发素等洗护类化妆品，保利沃利旗下产品以网络销售为主，近年来在

互联网平台有良好销售表现。由于保利沃利自身销售规模快速增长，对发行人 OEM/ODM 业务需求快速增加，2019 年即实现销售收入 2,901.59 万元。

发行人与尚赫的合作开始于 2017 年，随着产品研发、配方工艺的成熟，发行人为尚赫生产的 ODM 产品销售规模快速增长，2019 年，尚赫活性金系列、玻妃凝胶系列产品销售规模分别增长 234.90%、274.49%。

公司 2019 年与百雀羚的合作有较大幅度下降，主要系公司 2018 年与百雀羚合作的“经典”系列、“气韵”系列、“三生花”系列、“水能量”系列产品，由于成本和产品定价的因素，均出现了略微亏损。2019 年考虑到公司从事该类产品生产无法获得利润，且公司化妆品 OEM/ODM 业务拓展情况良好、产能有限，公司经与百雀羚协商，缩减了化妆品产品合作规模。发行人仍然是百雀羚重要的包材供应商，保持良好的合作关系。

③ 2020 年 1-6 月与 2019 年变动分析

2020 年 1-6 月，公司化妆品收入仍然稳步增长，其中强生、保利沃利是增长的主要来源。

强生化妆品销售收入增长，主要系公司前期筹备的婴儿爽身粉项目实现销售，2020 年 1-6 月实现销售收入 1,955.11 万元，占当期强生化妆品销售收入的 50.59%，带动强生化妆品销售收入增长。

保利沃利销售收入增长，仍然是基于其自身业务发展较快，2020 年 1-6 月的销售规模即与 2019 年基本持平。

（3）家庭护理产品收入变动分析

报告期内，家庭护理产品销售收入分别为 6,205.07 万元、9,298.70 万元、8,962.96 万元和 8,125.99 万元，有所增长。公司家庭护理产品主要客户为强生、利洁时、上海家化、益海嘉里，主要产品为“强生婴儿”香皂、“邦迪”消毒液及“Cologne”花露水、“滴露”洗手液及香皂、“六神”香皂、“洁劲 100”洗洁精等。随着人们绿色、安全、环保意识的增强，品牌产品的消费需求增长。公司以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展为经营策略，发行人与上述客户在家庭护理产品领域的合作系根据双方发展战略、结合市场环境变化及终端需求做出的决定。基于与客户的长期合作关系，公司家庭护理产品收入稳步增长。

① 2018 年与 2017 年变动分析

2018 年公司家庭护理产品销售收入较 2017 年增长 49.86%，产量较 2017 年增长 66.13%，销量较 2017 年增长 60.03%，销售收入与产销量变动基本匹配，平均销售单价略微下降。2018 年家庭护理产品销售规模及产销量增长，系公司与主要客户进一步加强合作，益海嘉里洗洁精产品、利洁时香皂产品的销售收入增长所致。

② 2019 年与 2018 年变动分析

2019 年公司家庭护理产品销售收入较 2018 年下降 3.61%，产量较 2018 年增长 24.47%，销量较 2018 年增长 25.19%。2019 年产销量增长的同时销售收入略微下降，主要原因如下：

A、公司为加强与长期客户上海家化的合作关系，不断拓展产品领域，2019 年开始为上海家化生产洗衣液及香皂等家庭护理产品。其中洗衣液产品由上海家化提供主要原材料，公司仅收取加工费。2019 年公司新增对上海家化销售洗衣液 8,103.55 吨，实现销售收入 597.54 万元。家庭护理产品销量大幅增长，由于公司仅将加工费确认为收入，销售收入没有匹配增长；同时由于洗衣液销量较大，单价较低，2019 年家庭护理产品平均销售单价较 2018 年下降 23%。

B、在总体产能有限的情形下，公司减少了洗洁精等产品的生产，2019 年公司对益海嘉里的销售收入有所下降。

③ 2020 年 1-6 月与 2019 年变动分析

2020 年 1-6 月公司家庭护理产品销售收入有较大增长，主要系强生、利洁时、上海家化等客户的需求增长。销售收入较大增长同时，产销量没有同比增长，主要系产品结构变化，销售单价较高的产品销售占比上升。具体如下：

A、2018 年 9 月强生将 Cologne 花露水和邦迪消毒液授权给发行人生产，发行人经过 1 年多时间，对人员、场地、设备进行筹备，2020 年上述两款产品实现销售收入，其中 Cologne 花露水实现销售收入 1,675.89 万元，销售单价 37,792.56 元/吨；邦迪消毒液实现销售收入 2,574.44 万元，销售单价 18,515.65 元/吨。

B、由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者倾向更频繁地清洁及消毒双手、衣服及清洁家庭环境，市场对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，预期该等产品的需求仍将高企，利洁时、上海家化对公司的采购持续增加。

2020 年 7-9 月，公司家庭护理产品实现收入约为 5,600 万元；截至 2020 年 9 月 30 日，公司家庭护理产品在手订单金额约为 7,000 万元。基于公司业务发展规划，以及与强生、利洁时、上海家化等主要家庭护理产品客户的合作历史和未来销售预测，公司家庭护理产品销售收入增长具有可持续性。

3、主营业务收入地域构成分析

单位：万元、%

区域	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	**32,963.23**	**85.34**	**70,683.83**	**92.54**	**65,037.36**	**93.49**	**48,325.36**	**93.68**
其中：华东	16,758.53	43.38	38,104.35	49.89	40,039.22	57.56	28,790.78	55.81
华北	7,017.39	18.17	20,926.13	27.40	16,494.42	23.71	13,937.89	27.02
华南	2,189.04	5.67	3,606.47	4.72	3,191.54	4.59	3,439.69	6.67
境外	**5,664.79**	**14.66**	**5,699.53**	**7.46**	**4,528.12**	**6.51**	**3,257.78**	**6.32**
合计	**38,628.02**	**100**	**76,383.36**	**100**	**69,565.48**	**100**	**51,583.14**	**100**

报告期内，公司主要销售市场为华东、华北、华南等化妆品产业链较为集中、经济比较发达、消费水平较高的地区。

报告期内，发行人境外销售主要客户为强生、利洁时、壳牌等跨国公司的境外子公司，以及 Meiyume（UK）Limited、SLG Brand Limited，主要销售区域为香港、东亚及东南亚、英国等。报告期内，发行人境外销售区域以及不同区域销售的主要产品、金额及占比情况如下：

单位：万元、%

产品类型	销售区域		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
塑料包装容器	香港	金额	1,081.24	2,980.22	2,721.68	1,880.61
		占比	19.09	52.29	60.11	57.73
	东亚及东南亚	金额	122.34	533.43	108.28	213.02
		占比	2.16	9.36	2.39	6.54
	其他	金额	5.29	124.52	188.18	153.75
		占比	0.09	2.18	4.16	4.72
	小计	**金额**	**1,208.87**	**3,638.16**	**3,018.14**	**2,247.37**
		占比	**21.34**	**63.83**	**66.65**	**68.98**
化妆品	欧洲	金额	154.00	1,058.00	729.21	359.25
		占比	2.72	18.56	16.10	11.03
	其他	金额	84.88	24.53	178.24	84.19
		占比	1.50	0.43	3.94	2.58
	小计	**金额**	**238.88**	**1,082.52**	**907.45**	**443.44**
		占比	**4.22**	**18.99**	**20.04**	**13.61**
家庭护理产品	香港	金额	131.72	787.09	586.04	521.45
		占比	2.33	13.81	12.94	16.01

产品类型	销售区域		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	东亚及东南亚	金额	4,085.33	177.11	16.50	45.53
		占比	72.12	3.11	0.36	1.40
	其他	金额	-	14.63	-	-
		占比	-	0.26	-	-
	小计	**金额**	**4,217.05**	**978.84**	**602.54**	**566.97**
		占比	**74.44**	**17.17**	**13.31**	**17.40**
合 计		**金额**	**5,664.79**	**5,699.53**	**4,528.12**	**3,257.78**
		占比	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

报告期内，发行人境外销售主要客户为强生、利洁时、壳牌等跨国公司的境外子公司，以及 Meiyume（UK）Limited、SLG Brand Limited，均为直销。报告期内，发行人对主要境外客户销售情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	主要销售内容	销售金额	占境外收入比例
2017 年	1	壳牌	塑料包装容器	2,093.62	64.27
	2	利洁时	家庭护理产品	566.97	17.40
	3	Kokomo Limited	化妆品	181.70	5.58
	4	LF Beauty（UK）Limited	化妆品	177.54	5.45
	5	Revlon Consumer Products Corp	塑料包装容器	94.56	2.90
	前五名客户合计			**3,114.40**	**95.60**
2018 年	1	壳牌	塑料包装容器	2,831.33	62.53
	2	利洁时	家庭护理产品	602.54	13.31
	3	Meiyume（UK）Limited，原名 LF Beauty（UK）Limited	化妆品	416.32	9.19
	4	Synlatex Ltd，更名为 SLG Brands Limited	化妆品	228.33	5.04
	5	Revlon Consumer Products Corp	塑料包装容器	132.26	2.92
	前五名客户合计			**4,210.78**	**92.99**
2019 年	1	壳牌	塑料包装容器	3,108.78	54.54
	2	SLG Brands Limited	家庭护理产品、化妆品	989.71	17.36
	3	利洁时	家庭护理产品	826.23	14.50
	4	强生	塑料包装容器、家庭护理产品、化妆品	487.90	8.56
	5	Cosmax Bti Korea	塑料包装容器	83.93	1.47
	前五名客户合计			**5,496.55**	**96.44**
2020 年 1-6 月	1	强生	塑料包装容器、家庭护理产品、化妆品	4,193.07	74.02
	2	壳牌	塑料包装容器	1,136.63	20.06
	3	利洁时	家庭护理产品	160.47	2.83
	4	SLG Brands Limited	化妆品	150.51	2.66
	5	Cosmax Bti Korea	塑料包装容器	15.11	0.27
	前五名客户合计			**5,655.79**	**99.84**

发行人主要境外客户的开发时间、交易背景情况如下：

客户名称		客户开发时间、交易背景
强生	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	发行人与强生签订框架协议，涵盖了与强生境外公司的业务，境外公司根据其需求，向发行人下达订单，由发行人直接发货到境外公司。
	Johnson & Johnson Pte. Ltd.,Korea	

客户名称		客户开发时间、交易背景
	Johnson & Johnson Sdn Bhd	发行人自 2019 年开始与强生境外公司发生交易。
利洁时	Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	发行人与利洁时签订框架协议，涵盖了与利洁时境外公司的业务，境外公司根据其需求，向发行人下达订单，由发行人直接发货到境外公司。 发行人自 2015 年开始与利洁时境外公司发生交易。
	Reckitt Benckiser Malaysia Limited	
壳牌	Shell Hong Kong limited	发行人与壳牌签订框架协议，涵盖了与壳牌境外公司的业务，境外公司根据其需求，向发行人下达订单，由发行人直接发货到境外公司。 发行人自 2014 年开始与壳牌境外公司发生交易。
	Hankook Shell Oil Co Ltd.	
	Shell Pakistan Limited	
	Shell Vietnam Limited	
Meiyume（UK）Limited，原名 LF Beauty（UK）Limited		位于英国，原系利丰（00494.HK）的子公司，现为香港冯氏集团子公司，是一家美妆产品和解决方案一站式服务供应商。发行人通过展会、客户拜访于 2010 年建立了合作关系。
SLG Brands Limited，原名 Synlatex Ltd		成立于 1985 年，位于英国，是一家从事品牌开发与推广、产品销售的公司，年销售收入 3 亿元左右。发行人通过展会、客户拜访于 2018 年建立了合作关系。

报告期内，公司外销主要结算货币为美元和港元。公司主要境外销售客户强生、利洁时、壳牌、Meiyume（UK）Limited 为大型跨国企业或其子公司，SLG Brands Limited 成立时间久，经营规模较大。上述客户信用情况良好，回款周期较短，报告期内回款情况良好，因此报告期内公司未使用外汇管理工具进行外汇风险管理。

报告期内，发行人 2017 年发生汇兑损失 64.05 万元、2018 年至 2020 年 6 月分别发生汇兑收益 74.31 万元、54.14 万元和 15.80 万元，占利润总额的比例分别为 2.76%、1.45%、0.69%和 0.32%，占比较低，汇率变动对利润总额的影响较小。为控制汇率风险，公司时刻关注汇率变动情况，加强对境外销售应收账款的管理，确保应收账款在信用期内收回。

4、主营业务收入季节性分析

2017-2019 年，公司主营业务收入季节分布情况列示如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,314.94	21.36	12,436.71	17.88	10,771.09	20.88
第二季度	19,149.44	25.07	14,649.25	21.06	10,904.22	21.14
第三季度	20,902.77	27.37	22,513.57	32.36	15,194.61	29.46
第四季度	20,016.22	26.20	19,965.95	28.70	14,713.23	28.52
合计	**76,383.36**	**100.00**	**69,565.48**	**100.00**	**51,583.14**	**100.00**

报告期内，公司下半年收入略高于上半年，公司主要产品季节性分析如下：

（1）塑料包装容器

2017-2019 年，公司塑料包装容器销售收入季节性分布如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	9,936.97	22.33	8,899.92	20.18	7,575.16	21.12
第二季度	11,279.66	25.34	9,916.94	22.48	8,141.50	22.69
第三季度	12,587.41	28.28	13,612.64	30.86	10,009.78	27.90
第四季度	10,705.17	24.05	11,677.34	26.48	10,147.41	28.29
合计	**44,509.21**	**100.00**	**44,106.84**	**100.00**	**35,873.86**	**100.00**

公司塑料包装容器销售收入季节波动性不明显，下半年销售收入占比略高。其中，第一季度销售占比较低，主要系受到春节假期停产的影响；下半年销售占比略高，其中较为重要的原因是受公司护肤品塑料包装业务的影响，由于护肤品的市场需求主要在秋冬季节，导致公司下半年塑料包装销售收入略高。

2017-2019 年，锦盛新材、通产丽星的销售收入季节性分布如下：

单位：%

项目	2019 年			2018 年			2017 年		
	发行人	锦盛新材	通产丽星	发行人	锦盛新材	通产丽星	发行人	锦盛新材	通产丽星
第一季度	22.33	25.90	41.93	20.18	19.63	42.64	21.12	23.10	42.84
第二季度	25.34	24.00		22.48	29.23		22.69	23.84	
第三季度	28.28	24.69	58.07	30.86	27.65	57.36	27.90	25.08	57.16
第四季度	24.05	25.41		26.48	23.49		28.29	27.98	

同行业可比公司的销售季节性特征不明显，下半年销售收入占比略高，公司收入季节性分布情况和行业状况相符。

（2）化妆品

2017-2019 年，公司化妆品销售收入按季节性分布如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	3,796.39	16.57	1,863.35	11.53	1,596.04	16.79
第二季度	4,959.54	21.65	2,480.87	15.35	1,606.52	16.90
第三季度	6,738.46	29.41	6,453.51	39.94	3,817.89	40.17
第四季度	7,416.82	32.37	5,362.20	33.18	2,483.76	26.14
合计	**22,911.20**	**100.00**	**16,159.93**	**100.00**	**9,504.21**	**100.00**

公司化妆品销售收入存在一定的季节性，主要受产品结构的影响。膏霜乳液等护肤类产品的需求主要在秋冬季节，洗发露、沐浴露等洗护类产品的需求季节性不明显。2017-2019 年，公司护肤类化妆品收入占比分别为 66.99%、71.30%和

62.90%，洗护类化妆品收入占比分别为 22.18%、20.65%和 26.89%。公司护肤类产品占比较高，同时化妆品品牌商为“双十一”“双十二”等线上促销活动备货，因此公司化妆品第三、四季度销售占比较高。随着公司洗护类产品占比逐步提升，公司化妆品销售的季节性分布将更加均衡。

2017-2019 年，上海家化、珀莱雅、拉芳家化等化妆品品牌及生产商的销售季节性如下：

单位：%

项目	2019 年			2018 年			2017 年		
	上海家化	珀莱雅	拉芳家化	上海家化	珀莱雅	拉芳家化	上海家化	珀莱雅	拉芳家化
上半年	51.62	42.58	47.42	51.35	44.09	45.78	51.69	46.75	43.76
下半年	48.38	57.42	52.58	48.65	55.91	54.22	48.31	53.25	56.24

上海家化主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，珀莱雅主要产品为大众护肤品，拉芳家化主要产品为洗发露、沐浴露、护发素等洗护类产品。上海家化产品相对全面均衡，上下半年季节性不明显，珀莱雅、拉芳家化下半年销售均略高于上半年。发行人化妆品业务的季节性与同行业公司不存在明显差异。

（3）家庭护理产品

2017-2019 年，公司家庭护理产品销售收入按季节性分布如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	2,581.58	28.80	1,673.44	18.00	1,599.88	25.78
第二季度	2,910.24	32.47	2,251.44	24.21	1,156.20	18.63
第三季度	1,576.90	17.59	2,447.42	26.32	1,366.93	22.03
第四季度	1,894.23	21.14	2,926.40	31.47	2,082.06	33.56
合计	**8,962.96**	**100.00**	**9,298.70**	**100.00**	**6,205.07**	**100.00**

发行人家庭护理产品主要包括香皂、洗手液、消毒液、洗洁精、洗衣液等，销售季节性波动主要受客户需求的影响。2017 年、2018 年第四季度销售占比较高，主要系节假日较多、客户为“双十一”“双十二”等线上促销活动备货等因素影响。2019 年第一、二季度销售占比较高，主要系益海嘉里对公司订单需求增加所致。

（二）营业成本分析

1、营业成本变动趋势分析

报告期内，公司的营业成本构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	28,729.77	98.97	54,788.90	97.86	51,974.96	97.18	38,736.33	96.98
其他业务成本	300.27	1.03	1,195.68	2.14	1,506.45	2.82	1,206.39	3.02
合计	**29,030.04**	**100**	**55,984.58**	**100**	**53,481.41**	**100**	**39,942.72**	**100**

公司营业成本主要为主营业务成本，报告期内主营业务成本占营业成本的比重分别为 96.98%、97.18%、97.86%和 98.97%。报告期内主营业务成本变化趋势与主要业务收入变化趋势基本保持一致。

2、主营业务成本产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本按产品划分构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	11,565.90	43.49	30,227.65	55.17	31,454.86	60.52	26,732.90	69.01
化妆品	9,134.68	34.35	16,711.67	30.50	12,548.29	24.14	6,872.02	17.74
家庭护理产品	5,894.26	22.16	7,849.58	14.33	7,971.81	15.34	5,131.41	13.25
合　计	**26,594.84**	**100.00**	**54,788.90**	**100.00**	**51,974.96**	**100.00**	**38,736.33**	**100.00**

注：2020年1-6月主营业务成本数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

报告期内，随着公司销售规模的扩大，主营业务成本相应增长。同时，随着公司销售产品类型增加，产品结构调整，公司各类产品成本占总成本的比例有所变化。

3、主营业务成本项目构成分析

报告期内，公司主营业务成本按性质构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	18,010.29	62.69	37,141.12	67.79	37,262.83	71.69	26,868.26	69.36
直接人工	4,235.00	14.74	9,015.54	16.46	6,840.28	13.16	4,928.33	12.72
制造费用	4,349.55	15.14	8,632.24	15.76	7,871.85	15.15	6,939.74	17.92
包装费	1,288.90	4.49	-	-	-	-	-	-
运输费	846.03	2.94	-	-	-	-	-	-
主营业务成本	**28,729.77**	**100**	**54,788.90**	**100**	**51,974.96**	**100**	**38,736.33**	**100**

报告期内，公司主营业务成本构成较为稳定，其中直接人工占比呈上升趋势，

主要系生产人员增加及工资上涨所致。2019 年直接材料占比下降，主要系公司主要原材料合成树脂平均采购价格下降所致。

①直接材料 2019 年以来有所下降，主要原因是：一方面，塑料包装的主要原材料合成树脂市场价格处于下行区间，公司平均采购价格 2019 年较 2018 年下降 17.31%，2020 年 1-6 月较 2019 年下降 14.66%；另一方面，2019 年郁美净儿童霜（袋装）及气味图书馆香水产品销售较 2018 年增长幅度较大，其成本构成中直接材料占比很低。上述两方面因素对直接材料 2019 年以来下降影响较大。

②报告期内，直接人工总体呈上升趋势，主要原因是：一方面，日化产品生产后端包装环节人工需求较大，随着日化产品业务快速增长，客户群体不断增加，产品不断丰富，销售收入稳步上升，生产规模扩大，生产人员人数增加，人均薪酬水平不断上升，直接人工上升；另一方面，报告期内，郁美净儿童霜（袋装）、贝泰妮“薇诺娜”系列产品、上海家化洗衣液产品等，主要由客户提供原料和包材，成本构成中直接人工占比较高，该类产品合作模式的不同也增加了直接人工占比。

③报告期内，制造费用总体稳定，制造费用占比主要受直接材料、直接人工变动的相对影响。

4、各类产品成本结构变动分析

（1）塑料包装容器

报告期内，塑料包装容器主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	7,351.95	63.57	20,677.67	68.41	21,881.73	69.57	18,171.27	67.97
直接人工	1,586.53	13.72	3,836.29	12.69	3,756.13	11.94	3,290.45	12.31
制造费用	2,627.42	22.72	5,713.69	18.90	5,817.01	18.49	5,271.18	19.72
合　计	**11,565.90**	**100.00**	**30,227.65**	**100.00**	**31,454.86**	**100.00**	**26,732.90**	**100.00**

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入塑料包装容器主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，塑料包装容器主营业务成本中，直接材料、直接人工、制造费用占比较为稳定，占比波动情况及原因如下：

① 直接材料

报告期内，公司塑料包装容器主营业务成本中，直接材料占比分别为

67.97%、69.57%、68.41%和 63.57%，较为稳定。

直接材料占比变化主要与合成树脂采购单价的变动有关。2018 年合成树脂采购单价较 2017 年上升 7.77%，2019 年较 2018 年下降 17.31%，2020 年 1-6 月较 2019 年下降 14.66%，直接材料占比随之波动。2020 年 1-6 月受春节假期及疫情影响，塑料包装产量、销量下降，原材料领用减少，折旧、摊销等固定制造费用仍在发生，两方面因素叠加影响，导致 2020 年 1-6 月直接材料占比较 2019 年下降 4.84 个百分点。

② 直接人工

报告期内，公司塑料包装容器主营业务成本中，直接人工占比分别为 12.31%、11.94%、12.69%和 13.72%，较为稳定。

2017-2019 年，直接人工金额不断上升，随着主要原材料价格波动、折旧摊销等制造费用的变动，直接人工占比略有变化。2020 年 1-6 月，受春节及疫情影响，塑料包装产量、销量下降，人工成本下降幅度较小，导致直接人工占比略有上升。

③ 制造费用

报告期内，公司塑料包装容器主营业务成本中，制造费用占比分别为 19.72%、18.49%、18.90%和 22.72%，较为稳定。其中 2020 年 1-6 月制造费用占比增加，主要原因是：受春节假期及疫情影响，塑料包装产量、销量下降，折旧、摊销等固定制造费用仍在发生，导致制造费用占比较 2019 年上升 3.82 个百分点。

④ 与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

报告期内，塑料包装容器成本各项目与销售收入、销量变动的匹配情况如下：

单位：万元、万个、、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	7,351.95	-28.89	20,677.67	-5.50	21,881.73	20.42	18,171.27
直接人工	1,586.53	-17.29	3,836.29	2.13	3,756.13	14.15	3,290.45
制造费用	2,627.42	-8.03	5,713.69	-1.78	5,817.01	10.35	5,271.18
合计	**11,565.90**	**-23.47**	**30,227.65**	**-3.90**	**31,454.86**	**17.66**	**26,732.90**
收入	16,907.71	-24.03	44,509.21	0.91	44,106.84	22.95	35,873.86
销量	28,249.57	-24.24	74,576.04	-12.99	85,708.17	21.25	70,689.05

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2018 年，直接材料增长 20.42%，与销售收入、销量的增幅基本一致；销售

规模扩大的同时，直接人工、制造费用没有同比增长，增幅略小于销售收入、销量增幅。

2019 年，销售收入基本保持不变，直接材料下降 5.50%，主要系合成树脂采购价格下降所致。直接人工、制造费用与 2018 年相比小幅波动。

2020 年 1-6 月，直接材料下降 28.89%，销售收入下降 24.03%，销量下降 24.24%，变动幅度基本一致；由于制造费用相对固定，下降幅度小于销售收入、销量。

（2）化妆品

报告期内，化妆品主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,217.05	68.06	10,826.58	64.78	8,723.45	69.52	4,692.48	68.28
直接人工	1,803.89	19.75	3,968.72	23.75	2,443.79	19.48	1,088.35	15.84
制造费用	1,113.74	12.19	1,916.37	11.47	1,381.05	11.01	1,091.19	15.88
合　计	**9,134.68**	**100.00**	**16,711.67**	**100.00**	**12,548.29**	**100.00**	**6,872.02**	**100.00**

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入化妆品主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，化妆品主营业务成本中，直接材料、直接人工、制造费用占比总体较为稳定，占比波动情况及原因如下：

① 直接材料

报告期内，公司化妆品主营业务成本中，直接材料占比分别为 68.28%、69.52%、64.78%和 68.06%，较为稳定。其中 2019 年直接材料占比较低，主要原因是：

一方面，2019 年，郁美净儿童霜（袋装）销售收入 968.81 万元较 2018 年 385.44 万元有较大幅度增长，郁美净儿童霜（袋装）主要原料和包材由郁美净提供，因此其成本结构中，直接材料占比较低几乎为 0，直接人工和制造费用 2019 年较 2018 年增加 419.62 万元。

另一方面，2019 年，公司对气味图书馆销售收入较 2018 年有较大幅度增长，其中新增香水产品收入 334.30 万元、成本 345.87 万元，该类产品由气味图书馆提供包材，且其产品包装设计较为复杂，需要多道人工操作，人工成本和制造费用占比较高，达到 88.71%，直接人工和制造费用 2019 年较 2018 年增加 306.83

万元，影响了直接材料占比。

2019 年，剔除上述郁美净儿童霜（袋装）、气味图书馆香水产品变动金额的影响，2019 年直接材料占比为 68.68%，与其他年度相比不存在明显差异。

② 直接人工

化妆品通常需要通过包装设计来实现产品营销，包括产品组合、产品不同层次包装等，因此化妆品生产后端包装环节人工需求较大，导致化妆品成本结构中人工占比相对较高。报告期内化妆品直接人工逐年上升，主要系公司化妆品业务快速增长，客户群体不断增加，产品不断丰富，客户销售收入稳步上升，生产规模扩大，生产人员人数增加。

2018 年，直接人工占比较 2017 年上升，主要原因是贝泰妮“薇诺娜”系列产品销售收入增长以及本年新增郁美净儿童霜（袋装）销售，两者由客户提供主要原料和包材，直接人工占比较高。其中，贝泰妮 2018 年销售收入增加导致销售成本增加 411.30 万元，其中直接人工占比约 74%；新增郁美净儿童霜（袋装）销售，该产品 2018 年销售成本 220.78 万元，其中直接人工占比约 72%。

2019 年，直接人工占比较 2018 年进一步上升，主要原因是：郁美净儿童霜（袋装）销售收入持续增长，其成本结构中直接人工占比较高；此外，气味图书馆新增香水产品销售，其成本 345.87 万元，由客户提供主要包材，且其产品包装设计较为复杂，耗用人工较多，人工成本占比较高，达到 63%。

2020 年 1-6 月，直接人工占比较 2019 年有所下降，主要原因是：公司主要化妆品生产基地位于上海，地方出台社保减免等政策支持企业运营，2020 年上半年，上海嘉亨社保减免金额为 436.40 万元，化妆品人工成本有所下降。

③ 制造费用

2018 年，制造费用占比较 2017 年降低，主要原因是：2018 年化妆品产销量增加，材料成本和人工成本显著增加的同时，折旧摊销等制造费用变动幅度相对较小，导致成本结构中制造费用的占比降低 4.87 个百分点。2018 年以来，化妆品制造费用占比相对稳定。

④ 与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

报告期内，化妆品成本各项目与化妆品销售收入、销量变动的匹配情况如下：

单位：万元、吨、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	6,217.05	14.85	10,826.58	24.11	8,723.45	85.90	4,692.48
直接人工	1,803.89	-9.09	3,968.72	62.40	2,443.79	124.54	1,088.35
制造费用	1,113.74	16.23	1,916.37	38.76	1,381.05	26.56	1,091.19
合计	**9,134.68**	**9.32**	**16,711.67**	**33.18**	**12,548.29**	**82.60**	**6,872.02**
销售收入	13,594.32	18.67	22,911.20	41.78	16,159.93	70.03	9,504.21
销量	5,836.24	7.39	10,869.71	19.81	9,072.65	121.68	4,092.68

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2018 年，直接材料增加 85.90%，与化妆品销售收入增幅基本一致，销量增幅较多，主要系郁美净儿童霜（袋装）、贝泰妮“薇诺娜”系列产品主要原料及包材由客户提供，导致直接材料未与销量同比变动。2018 年，直接人工增长 124.54%，与销量增幅 121.68%基本一致，主要系化妆品后端包装环节人工需求较大，直接人工增加与销量基本匹配。在直接材料、直接人工随着收入、销量快速增长的同时，折旧摊销等制造费用增幅有限，小于销售收入、销量增幅。

2019 年，直接材料增幅小于销售收入增幅，直接人工增幅大于销售收入增幅，主要原因是：郁美净儿童霜（袋装）产品成本构成中，直接材料占比几乎为 0，主要为直接人工及制造费用，导致直接人工和制造费用 2019 年较 2018 年增加 419.62 万元；此外，2019 年新增气味图书馆香水产品销售，包装较为复杂，耗用人工较多，人工成本占比达到 63%，远高于当年 23.75%的平均直接人工占比。由于折旧摊销等制造费用相对固定，制造费用增幅略小于销售收入增幅。

2020 年 1-6 月，直接材料、制造费用与销售收入增幅基本一致；直接人工下降，主要系上海嘉亨社保减免 436.40 万元所致。

（3）家庭护理产品

报告期内，家庭护理产品主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	4,441.29	75.35	5,636.87	71.81	6,657.65	83.51	4,004.51	78.04
直接人工	844.58	14.33	1,210.53	15.42	640.36	8.03	549.54	10.71
制造费用	608.39	10.32	1,002.19	12.77	673.80	8.45	577.37	11.25
合　计	**5,894.26**	**100.00**	**7,849.58**	**100.00**	**7,971.81**	**100.00**	**5,131.41**	**100.00**

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入家庭护理产品主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，公司家庭护理产品主营业务成本主要由直接材料构成，占主营业务成本比例分别为 78.04%、83.51%、71.81%和 75.35%。

① 直接材料

2017-2019 年，公司家庭护理产品主要为洗洁精、香皂、洗衣液。

2018 年，直接材料占比略有上升，主要系益海嘉里洗洁精产品中直接材料占比超过 80%，2018 年公司对益海嘉里销售规模增幅较大，其成本占家庭护理产品成本的比例由 2017 年的 58.07%增加至 2018 年的 63.37%，益海嘉里成本占比提升，导致 2018 年家庭护理产品直接材料占比提升。

2019 年，直接材料占比下降幅度较大，主要系 2019 年公司与上海家化达成洗衣液 OEM 合作，该产品的主要原料及包材由上海家化提供，直接材料占比很低，成本构成主要为直接人工和制造费用，成本合计 903.77 万元。剔除上海家化洗衣液产品的影响，2019 年直接材料占比为 81.11%，与以前年度不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，直接材料占比略有提升，主要原因是：一方面，公司新增强生“Cologne”儿童花露水，销售收入 1,675.89 万元，生产规模相对较大，摊薄了制造费用，直接材料占比 80%左右；另一方面，2020 年 1-6 月，直接材料占比很低的上海家化洗衣液销售减少。

② 直接人工

2018 年，直接人工占比较 2017 年下降 2.68 个百分点，主要原因是直接材料成本增加较多，导致直接人工占比下降。

2019 年，直接人工占比较 2018 年增加 7.39 个百分点，主要原因是：公司 2019 年为上海家化生产的洗衣液产品，由上海家化提供主要原料和包材，成本构成主要为直接人工和制造费用。剔除上海家化的影响，2019 年，直接人工占比为 9.90%，与以前年度不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，直接人工占比与 2019 年相比差异较小，较 2017 年、2018 年有所提升，主要原因是：新增的强生“Cologne”儿童花露水和“邦迪”消毒液，合计销售收入超过 4,000 万元，规格相对较小，包装环节需要人工较多，导致直接人工占比较高。

③ 制造费用

2018 年，制造费用占比较 2017 年下降 2.80 个百分点，主要原因是：一方面，直接材料成本增加较多；另一方面，香皂成品经过生产工艺调整，以及规模化生产，制造费用摊薄。

2019 年，制造费用占比较 2018 年增加 4.32 个百分点，主要原因是受上海家化洗衣液产品的影响，剔除该影响，2019 年制造费用占比为 8.99%，与以前年度不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，制造费用占比与以前年度相比没有明显差异。

④ 与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

报告期内，家庭护理产品成本各项目与销售收入、销量变动的匹配情况如下：

单位：万元、吨、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	4,441.29	57.58	5,636.87	-15.33	6,657.65	66.25	4,004.51
直接人工	844.58	39.54	1,210.53	89.04	640.36	16.53	549.54
制造费用	608.39	21.41	1,002.19	48.74	673.80	16.70	577.37
合计	**5,894.26**	**50.18**	**7,849.58**	**-1.53**	**7,971.81**	**55.35**	**5,131.41**
销售收入	8,125.99	81.32	8,962.96	-3.61	9,298.70	49.86	6,205.07
销量	8,017.08	-34.81	24,597.72	25.19	19,648.46	60.03	12,278.00

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2018 年，直接材料增幅与销售收入、销量增幅基本一致；由于相关生产人员和生产性固定资产等相对固定，直接人工、制造费用相对稳定，增幅小于销售收入、销量增幅。

2019 年，直接材料下降 15.33%，销售收入下降 3.61%，销量增长 25.19%，同时直接人工、制造费用大幅增长。主要原因是：2019 年公司新增上海家化洗衣液 OEM 业务，该类产品由上海家化提供主要原料和包材，公司仅收取加工费，成本构成主要为直接人工和制造费用。剔除上海家化洗衣液的影响，2019 年，直接材料、直接人工、制造费用的占比分别为 81.11%、9.90%、8.99%，与以前年度不存在明显差异；销售收入下降 10.04%、销量下降 16.05%，成本构成各项目的变动与销售收入、销量变动基本一致。

2020 年 1-6 月，成本构成各项目与销售收入增长方向一致，其中直接人工、制造费用增幅相对较小，直接材料与销售收入增幅差异不大。销售收入增长同时，销量下降 34.81%，主要系 2020 年 1-6 月，公司新增强生“Cologne”花露水、“邦

迪”消毒液产品销售，“Cologne”花露水实现销售收入 1,675.89 万元，销售单价 37,792.56 元/吨；“邦迪”消毒液实现销售收入 2,574.44 万元，销售单价 18,515.65 元/吨。销售单价较高的产品收入占比较高，导致销售收入增长的同时，销量下降。

5、成本核算方法

（1）塑料包装容器

公司塑料包装容器存在多个生产步骤，注塑/吹塑/注吹类产品存在为下一步继续生产而备用入库的半成品，因此公司以各生产车间中的产品作为成本计算对象，成本核算采用逐步结转分步法；软管类产品成本均在软管车间核算，成本核算采用品种法。

① 生产成本各项目归集和分配

A、直接材料

每月末，根据各车间在仓库实际领用的原材料及加权平均单价，直接归集至各车间的“生产成本—直接材料”。每月末，根据各产品物料定额成本占车间当月物料定额成本总额的比例，分配直接材料，归集至各产品的直接材料。

对于注塑/吹塑/注吹类产品，下一步骤领用上一步骤的半成品时，按上一步骤的完工半成品价值进行结转，根据实际领用数量、加权平均结转单价计入下一步骤各产品的“生产成本—直接材料”。

B、直接人工

每月末，根据各车间的人员及需计提的工资、奖金、社保及其他福利等薪酬金额，直接归集至各车间的“生产成本—直接人工”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配直接人工，归集至各产品直接人工。

C、制造费用

每月根据各车间实际发生的制造费用情况，直接归集至各车间的“生产成本—制造费用”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配制造费用，归集至各产品制造费用。

② 完工产品和在产品之间生产成本的分配

月末，根据各步骤的完工产品和在产品数量，按照约当产量法，在该步骤的完工产品、在产品之间进行分配。

③ 产成品结转至发出商品

每月末，根据月末一次加权平均的方法计算产品出库单价，按照销售出库数量结转计算发出商品金额，将成本由产成品结转至发出商品。

④ 营业成本结转

产品销售满足收入确认条件时。根据确认收入的产品数量和发出商品单位成本将成本从发出商品结转至主营业务成本。

（2）日化产品

公司日化产品（除香皂类、粉类产品外）存在多个生产步骤，存在为下一步继续生产而备用入库的半成品，因此公司以各生产车间中的产品作为成本计算对象，成本核算采用逐步结转分步法；香皂类、粉类产品分别在香皂车间、粉车间核算，成本核算采用品种法。

① 生产成本各项目归集和分配

A、直接材料

每月末，根据月末一次加权平均的方法计算材料领用单价，按照领料数量计算并归集到各产品的直接材料。

对于非香皂类、粉类产品，下一步骤领用上一步骤的完工半成品时，按上一步的完工半成品价值进行结转，根据实际领用数量、加权平均结转单价计入下一工序各产品的“生产成本—直接材料”。

B、直接人工

每月末，根据各车间的人员及需计提的工资、奖金、社保及其他福利等薪酬金额，直接归集至各车间的“生产成本—直接人工”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配直接人工，归集至各产品直接人工。

C、制造费用

每月根据各车间实际发生的制造费用情况，直接归集至各车间的“生产成本—制造费用”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配制造费用，归集至各产品制造费用。

② 完工产品和在产品之间生产成本的分配

日化产品各车间步骤的生产周期较短，月末无在产品，故每月发生的生产成本无需在各步骤的完工产品和在产品之间分配。

③ 产成品结转至发出商品

每月末，根据月末一次加权平均的方法计算产品出库单价，按照销售出库数量结转计算发出商品金额，将成本由产成品结转至发出商品。

④ 营业成本结转

产品销售满足收入确认条件时。根据确认收入的产品数量和发出商品单位成本将成本从发出商品结转至主营业务成本。

综上所述，公司的成本结转准确。

（三）毛利和毛利率

1、毛利构成分析

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
主营业务毛利	**9,898.26**	**97.16**	**21,594.46**	**95.63**	**17,590.52**	**96.02**	**12,846.81**	**96.20**
塑料包装容器	4,392.85	43.12	14,281.56	63.25	12,651.98	69.06	9,140.96	68.45
化妆品	3,850.94	37.80	6,199.53	27.45	3,611.65	19.71	2,632.18	19.71
家庭护理产品	1,654.47	16.24	1,113.37	4.93	1,326.90	7.24	1,073.66	8.04
其他业务毛利	**288.82**	**2.84**	**986.82**	**4.37**	**729.37**	**3.98**	**507.87**	**3.80**
合计	**10,187.07**	**100.00**	**22,581.28**	**100**	**18,319.89**	**100**	**13,354.68**	**100**

2017 至 2019 年，公司毛利额总体呈现增长趋势，公司毛利额主要来自于主营业务毛利。2019 年，随着化妆品销售收入增长，化妆品业务的毛利贡献有较大提升。

2、主营业务毛利率变动情况分析

报告期内，公司毛利率情况如下表所示：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
综合毛利率	**25.98**	**28.74**	**25.51**	**25.06**
主营业务综合毛利率	**25.62**	**28.27**	**25.29**	**24.91**
其中：塑料包装容器	25.98	32.09	28.68	25.48
化妆品	28.33	27.06	22.35	27.69
家庭护理产品	20.36	12.42	14.27	17.30

报告期内，公司主营业务综合毛利率分别为 24.91%、25.29%、28.27%和 25.62%，其中剔除按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费后 2020 年 1-6 月主营业务综合毛利率为 31.15%，总体呈上升趋势，体现了公司较高的产品竞争力及公司良好的成本控制能力。

报告期内，公司主营业务产品销售收入结构、毛利率如下表所示：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	毛利率	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
塑料包装容器	25.98	43.77	32.09	58.27	28.68	63.40	25.48	69.55
化妆品	28.33	35.19	27.06	30.00	22.35	23.23	27.69	18.43
家庭护理产品	20.36	21.04	12.42	11.73	14.27	13.37	17.30	12.03
主营业务毛利率	**25.62**	**100.00**	**28.27**	**100.00**	**25.29**	**100.00**	**24.91**	**100.00**

（四）各产品毛利率分析

1、塑料包装容器

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	16,907.71	44,509.21	44,106.84	35,873.86
营业成本	11,565.90	30,227.65	31,454.86	26,732.90
毛利率	31.59	32.09	28.68	25.48

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

公司塑料包装容器产品的主要客户为强生、上海家化及壳牌，合计占塑料包装收入的比例达到 80%左右。报告期内，公司塑料包装容器毛利率分别为 25.48%、28.68%、32.09%和 31.59%。

报告期内，不同客户塑料包装容器业务毛利率存在差异，具体原因如下：

① 产品应用领域不同

报告期内，公司塑料包装容器产品下游应用领域主要包括润滑油领域和日化产品领域。

润滑油应用领域塑料包装，产品性能侧重于容器密封性、瓶壁质量均衡性；日化产品应用领域塑料包装的产品性能除作为内容物容器外，还侧重于营销功能，且内容物涉及人体皮肤，多维度品质要求较高，日化应用领域塑料包装容器产品毛利率通常相对较高。

② 规模化生产程度不同

公司塑料包装容器受各客户产品的设计、营销需要、终端销量等因素影响，在产品规格大小、装饰要求、规模化生产程度等方面存在较大差异，定制化特征明显。对于工艺成熟稳定、规格大小相对集中、销量较大的产品，公司可利用专用设备进行规模化生产，毛利率较高。

对于规格大小及型号较多、销售规模分散的产品，因规模化生产程度相对较低，成本较高，相应的毛利率较低。

③ 合成树脂市场价格是影响塑料包装容器毛利率的重要因素。2019 年以来，合成树脂市场价格处于下行区间，公司合成树脂平均采购价格下降，原材料成本下降，产品价格的动态调整相对滞后，发行人塑料包装业务毛利率呈上升趋势。

2018 年塑料包装容器毛利率较 2017 年上升 3.20 个百分点，主要原因为：公司塑料包装产品包括日化产品塑料包装和润滑油塑料包装，一方面，日化产品塑料包装毛利率稳定在 30%左右的较高水平，随着公司与日化产品品牌客户合作不断深化，其产品收入占比增加；另一方面，基于近年来人工成本不断上升，经与客户沟通，公司提高了部分产品定价的成本加成率，相应销售毛利率有所提高。

2019 年塑料包装容器毛利率较 2018 年上升 3.41 个百分点，主要原因为生产塑料包装的主要原材料合成树脂市场价格处于下行区间，公司平均采购价格下降 17.31%，原材料成本下降，营业成本同比下降 3.90%，在营业收入增长的情况下，毛利率上升。

2020 年 1-6 月塑料包装容器毛利率较 2019 年下降 0.5 个百分点，主要系受疫情影响，2020 年 1-6 月塑料包装容器销量下降，收入减少，由于人员工资、折旧摊销、租赁费等成本相对固定，虽然主要原材料合成树脂的平均采购价格较 2019 年下降 14.66%，但塑料包装容器单位成本仍有所上升。2019 年、2020 年 1-6 月塑料包装容器单位价格、单位成本情况如下：

单位：元/个、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年
	金额	变动率	金额
单位价格	0.5985	0.28	0.5968
单位成本	0.4094	1.01	0.4053
其中：单位直接材料	0.2602	-6.17	0.2773
单位直接人工	0.0562	9.34	0.0514
单位制造费用	0.0930	21.41	0.0766

2020 年 1-6 月由于主要原材料合成树脂的平均采购价格下降，单位直接材料下降 6.17%；同时由于人员工资、折旧摊销、租赁费等成本相对固定，单位直接人工上升 9.34%，单位制造费用上升 21.41%。上述因素导致单位成本增加 1.01%，同时单位价格增幅为 0.28%，2020 年 1-6 月塑料包装容器毛利率较 2019 年略有

下降。

报告期内，公司塑料包装业务与同行业公司毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
浙江锦盛新材料股份有限公司（以下简称“锦盛新材”）	41.10	37.27	32.39	33.37
通产丽星	27.03	30.88	23.97	22.87
发行人	31.59	32.09	28.68	25.48

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

锦盛新材主要产品为亚克力（PMMA）材质的化妆品塑料包装容器，发行人产品材质主要为 PE、PP 等合成树脂，产品应用于化妆品、家庭护理产品、润滑油等行业客户。发行人塑料包装毛利率低于锦盛新材，主要系二者客户结构不同，产品生产工艺有所差异所致。

通产丽星与发行人均具备注塑、吹塑、软管产品系列，主要原材料为 PE、PP 等合成树脂。发行人塑料包装业务毛利率略高于通产丽星，主要系客户结构、产品结构及规格等不同所致。

2、化妆品

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	13,594.32	22,911.20	16,159.93	9,504.21
营业成本	9,134.68	16,711.67	12,548.29	6,872.02
毛利率	32.81	27.06	22.35	27.69

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

报告期内，化妆品毛利率分别为 27.69%、22.35%、27.06%和 32.81%，总体保持稳定。报告期内，发行人与同行业公司化妆品业务毛利率对比如下：

单位：%

期间	上海家化	珀莱雅	拉芳家化	诺斯贝尔	发行人化妆品业务
2020 年 1-6 月	-	59.90	-	-	32.81
2019 年	62.45	64.05	56.33	25.43	27.06
2018 年	63.37	64.09	61.07	23.76	22.35
2017 年	69.29	61.71	60.88	26.13	27.69

注 1：诺斯贝尔 2019 年数据来源于其审计报告，2017、2018 年数据来源青松股份公告的发行股份购买资产报告书（收购标的诺斯贝尔）；上海家化、珀莱雅、拉芳家化数据来源于年报及半年报。

注 2：发行人 2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

2017 年至 2019 年，发行人化妆品业务毛利率与诺斯贝尔相比不存在明显差异，双方在业务模式上相似，在主要产品和主要客户上有所不同。发行人化妆品毛利率低于上海家化、珀莱雅、拉芳家化等品牌及生产商，主要系品牌商具有较强的品牌和渠道壁垒，议价能力较强，毛利率较高。

（1）2018 年毛利率波动原因

2018 年，化妆品毛利率有所波动，主要系公司与百雀羚合作的部分产品受成本、定价的影响，出现微小亏损所致。2018 年公司对该客户化妆品销售收入为 2,545.44 万元，占当年化妆品收入的 15.75%。若不考虑该影响，2018 年公司化妆品毛利率为 26.88%，与其他年度相比没有明显差异。

报告期内，公司与百雀羚在塑料包装容器和化妆品业务的合作情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
塑料包装容器	1,011.37	1,700.50	3,066.74	1,732.09
化妆品	57.93	178.15	2,545.44	216.80
合计	**1,069.30**	**1,878.66**	**5,612.19**	**1,948.89**

报告期期初，公司确立了日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，不断加大化妆品 OEM/ODM 业务开拓力度。鉴于发行人长期为强生等客户提供化妆品 OEM 服务，产品质量稳定、供货能力较强，符合百雀羚化妆品 OEM 供应商的认证标准，2018 年百雀羚将 4 个品类的化妆品交由发行人生产，扩大双方化妆品合作规模。

2018 年，公司向百雀羚销售化妆品的具体情况如下：

单位：万元、%

排名	具体产品	收入	毛利率
1	百雀羚经典系列	1,287.76	-3.19
2	百雀羚气韵系列	817.65	-1.06
3	百雀羚三生花系列	191.24	-1.92
4	百雀羚水能量系列	248.80	1.98
合计		**2,545.44**	**-1.91**

2018 年百雀羚交由公司生产的化妆品，系从百雀羚原有供应商转移而来，定价基础成熟，百雀羚希望公司参考其原有定价；鉴于百雀羚系国内知名品牌，双方具有良好的合作关系，公司考虑到潜在的 OEM/ODM 长期战略合作机会，

同意按照保本原则定价，由于该类产品主要为礼盒套装，包装环节需要较多的人工，实际生产过程中成本高于预期，导致公司该类产品略有亏损。2018 年公司对百雀羚化妆品销售收入为 2,545.44 万元，相关应收款项已结清。

2019 年考虑到公司从事该类产品生产无法获得利润，且公司化妆品 OEM/ODM 业务拓展情况良好、产能有限，公司经与百雀羚协商，缩减了化妆品产品合作规模。发行人仍然是百雀羚重要的塑包包材供应商，保持良好的合作关系。

（2）2020 年 1-6 月，化妆品毛利率较 2019 年上升 5.75 个百分点，主要原因是：

① 强生化妆品业务毛利率上升

报告期内，发行人对强生化妆品业务收入分别为 5,344.94 万元、4,941.72 万元、5,076.43 万元和 3,864.89 万元。2020 年 1-6 月，公司强生婴儿爽身粉产品实现销售收入 1,955.11 万元，占当期强生化妆品销售收入的 50.59%，该产品毛利率较高，导致 2020 年 1-6 月强生化妆品业务毛利率提高。

保荐机构取得强生向发行人授权生产强生婴儿爽身粉的授权书及长期合作协议，实地查看了发行人粉车间，了解相关产品的生产情况，核实分析强生婴儿爽身粉毛利率较高的原因。公司与强生合作婴儿爽身粉项目的背景如下：报告期期初，强生婴儿爽身粉以强生自主生产为主。2019 年初强生与公司就婴儿爽身粉 OEM 业务达成合作，公司在泉州新建粉车间，并取得“粉单元”化妆品生产许可证，经强生验收通过后，2020 年初婴儿爽身粉项目正式投产并实现销售。考虑到前期公司设备、厂房、人员投入，强生婴儿爽身粉定价相对较高，毛利率水平较高。

② 公司主要化妆品生产基地位于上海，国家出台社保减免等政策支持企业运营，2020 年上半年，上海嘉亨社保减免金额为 436.40 万元，化妆品人工成本有所下降。

（3）主要客户毛利率分析

报告期各期，公司化妆品业务前五名客户包括强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利、尚赫（天津）科技开发有限公司（以下简称“尚赫”）、多特瑞、百雀羚、飞利浦（中国）投资有限公司（以下简称“飞利浦”）等。

报告期内，公司化妆品业务不同客户毛利率存在一定差异，主要原因是：公司主要以 OEM 方式为客户提供化妆品生产服务，不同客户的化妆品产品差异较大，异质化程度较高。受合作历史、产品类别、合作模式、生产工艺复杂度、生产规模等因素影响，不同客户毛利率存在一定差异，差异原因合理。

3、家庭护理产品

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	8,125.99	8,962.96	9,298.70	6,205.07
营业成本	5,894.26	7,849.58	7,971.81	5,131.41
毛利率	27.46	12.42	14.27	17.30

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

公司家庭护理产品主要包括香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等，报告期内，家庭护理产品毛利率分别为 17.30%、14.27%、12.42%和 27.46%。报告期内，发行人与同行业公司家庭护理产品业务毛利率对比如下：

单位：%

期间	上海家化 家庭护理业务	拉芳家化 香皂业务	发行人家庭护理产品 业务
2020 年 1-6 月	-	-	27.46
2019 年	49.26	34.68	12.42
2018 年	46.62	39.18	14.27
2017 年	53.55	39.59	17.30

注：发行人 2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

发行人家庭护理产品毛利率低于上海家化、拉芳家化等品牌及生产商，主要系品牌商具有较强的品牌和渠道壁垒，议价能力较强，毛利率较高。

2017 年至 2019 年，公司家庭护理产品业务毛利率逐年下降，主要是 2018 年益海嘉里洗洁精业务毛利率下降，以及 2019 年上海家化洗衣液业务亏损所致，具体如下：

2018 年公司家庭护理产品毛利率较 2017 年有所下降，主要系益海嘉里洗洁精产品配方工艺调整、需求大幅增加导致成本上升，导致 2018 年洗洁精产品毛利率下降至 10.32%。2018 年益海嘉里洗洁精产品收入占家庭护理产品收入的比例超过 60%，其毛利率下降，导致公司家庭护理产品整体业务毛利率下降。

2019 年公司家庭护理产品毛利率较 2018 年有所下降，主要系公司为上海家

化生产的洗衣液产品亏损所致，剔除上海家化洗衣液的影响，公司 2019 年家庭护理产品毛利率为 16.97%，较 2018 年有所上升。上海家化洗衣液产品业务亏损的具体原因是：上海家化对洗衣液供货时间要求较急，公司 2019 年洗衣液生产以半自动灌装为主，效率较低，为确保交货时间，公司通过增加人工的方式完成产品灌包装，人工成本较高，导致亏损。

2020 年 1-6 月，公司家庭护理产品毛利率明显上升，主要原因是：

（1）2020 年 1-6 月，强生“邦迪”消毒液销售收入快速增长，实现收入 2,574.44 万元，占家庭护理产品收入的 31.68%，平均毛利率为 38.83%，导致公司家庭护理产品业务毛利率上升；保荐机构取得强生向发行人授权生产“邦迪”消毒液、“Cologne”儿童花露水的授权书及长期合作协议，实地查看了发行人消毒液及花露水生产车间，了解相关产品的生产情况，核实分析相关产品毛利率较高的原因；

（2）由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，2020 年 1-6 月，上海家化向公司采购了 878.85 万元的香皂产品，毛利率为 16.41%，上海家化家庭护理产品毛利率为 14.55%，较 2019 年上升幅度较大；

（3）受产能限制及洗洁精产品毛利率较低的影响，2020 年 1-6 月，公司对益海嘉里洗洁精业务销售收入大幅下降，降低了毛利率较低产品对家庭护理产品整体毛利率的影响。

4、内销外销毛利率分析

发行人外销收入涉及塑料包装容器、化妆品和家庭护理产品业务。发行人外销收入主要来源于强生、壳牌、利洁时等国际品牌客户，公司与上述客户采购部门对接过程中，根据客户需求，直接向其香港、东南亚等区域子公司供货。此外，发行人香港子公司通过参加香港化妆品展会等方式亦产生少量外销化妆品业务。

报告期内，发行人外销收入分别为 3,257.78 万元、4,528.12 万元、5,699.53 万元和 5,664.79 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.32%、6.51%、7.46%和 14.66%，外销收入占比较低。

报告期内，发行人内外销毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
内销	32,963.23	30.38	70,683.83	27.49	65,037.36	24.76	48,325.36	24.58
外销	5,664.79	35.66	5699.53	37.94	4,528.12	32.78	3,257.78	29.79
合计	**38,628.02**	**31.15**	**76,383.36**	**28.27**	**69,565.48**	**25.29**	**51,583.14**	**24.91**

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费，下同。

（1）塑料包装容器

报告期内，发行人塑料包装容器内外销毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	15,698.84	92.85	30.91	40,871.04	91.83	31.56
外销	1,208.87	7.15	40.51	3,638.16	8.17	37.98
合计	**16,907.71**	**100.00**	**31.59**	**44,509.21**	**100.00**	**32.09**
项目	**2018 年**			**2017 年**		
	收入	**收入占比**	**毛利率**	**收入**	**收入占比**	**毛利率**
内销	41,088.71	93.16	28.30	33,626.49	93.74	25.04
外销	3,018.14	6.84	33.86	2,247.37	6.26	32.04
合计	**44,106.84**	**100.00**	**28.68**	**35,873.86**	**100.00**	**25.48**

报告期内，公司塑料包装容器的外销收入占比较低，主要外销客户是壳牌，占塑料包装外销收入的 90%左右。壳牌外销毛利略高于内销毛利，主要是因为壳牌外销的塑料包装主要为宝马等品牌定制的产品，产品开发和制造难度相对复杂，产品定价相对较高。

报告期内，塑料包装外销毛利率高于内销毛利率具有合理性。

（2）化妆品

报告期内，公司化妆品内外销毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	13,355.45	98.24	32.70	21,828.68	95.28	26.39
外销	238.88	1.76	38.55	1,082.52	4.72	40.52
合计	**13,594.32**	**100.00**	**32.81**	**22,911.20**	**100.00**	**27.06**
项目	**2018 年**			**2017 年**		
	收入	**收入占比**	**毛利率**	**收入**	**收入占比**	**毛利率**
内销	15,252.49	94.38	21.71	9,060.77	95.33	27.39
外销	907.45	5.62	33.04	443.44	4.67	33.83

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
合计	**16,159.93**	**100.00**	**22.35**	**9,504.21**	**100.00**	**27.69**

报告期内，公司化妆品外销收入占比较低，化妆品毛利率水平主要由内销毛利率决定。

报告期内，公司外销客户主要为 SLG Brands Limited、Meiyume（UK）Limited 和 Kokomo Limited，公司为其提供化妆品 ODM 服务。上述客户的基本情况及合作背景如下：

① SLG Brands Limited，成立于 1985 年，位于英国，是一家从事品牌开发与推广、产品销售的公司，年销售收入 3 亿元左右。发行人通过展会、客户拜访于 2018 年建立了合作关系。

② Meiyume（UK）Limited，原名 LF Beauty（UK）Limited，位于英国，原系利丰（00494.HK）的子公司，现为香港冯氏集团子公司，是一家美妆产品和解决方案一站式服务供应商。发行人通过展会、客户拜访于 2010 年建立了合作关系。

③ Kokomo Limited，位于英国，在健康和美容方面拥有超过 30 年的经验。发行人通过展会、客户拜访于 2017 年建立了合作关系。由于其自身经营状况发生变化，2019 年开始未向发行人采购产品，报告期内，该客户向公司采购金额不大。

报告期内，公司对上述外销客户的销售情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
SLG Brands Limited	150.51	63.01	46.86	975.07	90.07	40.39
Meiyume（UK）Limited	3.49	1.46	44.79	82.93	7.66	40.59
Kokomo Limited	-	-	-			
合计	**154.00**	**64.47**	**46.82**	**1,058.00**	**97.73**	**40.41**
项目	**2018 年**			**2017 年**		
	收入	**收入占比**	**毛利率**	**收入**	**收入占比**	**毛利率**
SLG Brands Limited	228.33	25.16	46.33	-	-	-
Meiyume（UK）Limited	416.32	45.88	28.17	177.54	40.04	49.71
Kokomo Limited	57.95	6.39	19.16	181.70	40.98	14.81
合计	**702.61**	**77.43**	**33.33**	**359.25**	**81.01**	**32.05**

注：收入占比为占当期化妆品外销金额的比重

报告期内，上述客户化妆品毛利率较为稳定。公司向 SLG Brands Limited、

Meiyume（UK）Limited 销售的产品主要为化妆品礼盒套装，由公司提供配方开发、生产工艺论证，基于公司稳定的质量控制和交货能力，外销客户对价格接受度较高，因此毛利率较高。报告期内，公司化妆品外销毛利率高于内销毛利率具有合理性。

（3）家庭护理产品

报告期内，公司家庭护理产品毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	3,908.94	48.10	20.29	7,984.12	89.08	9.66
外销	4,217.05	51.90	34.11	978.84	10.92	34.94
合计	**8,125.99**	**100.00**	**27.46**	**8,962.96**	**100.00**	**12.42**
项目	**2018 年**			**2017 年**		
	收入	**收入占比**	**毛利率**	**收入**	**收入占比**	**毛利率**
内销	8,696.16	93.52	13.19	5,638.10	90.86	17.26
外销	602.54	6.48	29.87	566.97	9.14	17.70
合计	**9,298.70**	**100.00**	**14.27**	**6,205.07**	**100.00**	**17.30**

报告期内，公司家庭护理产品外销收入占比有所变化，2017-2019 年外销占比不到 10%，2020 年 1-6 月外销占比超过 50%，主要系公司对强生境外子公司销售的消毒液、花露水等产品销售收入快速增长所致。

报告期内，公司家庭护理产品的外销毛利率高于内销毛利率，主要原因是客户及内外销产品结构不同所致。外销收入主要来源于强生消毒液及花露水产品、利洁时洗衣液产品；内销收入主要来源于益海嘉里洗洁精产品、强生香皂产品、利洁时香皂及消毒液产品、上海家化洗衣液产品。

报告期内，因外销、内销客户及产品结构不同，家庭护理产品外销毛利率高于内销毛利率，具有合理性。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用率分别为 20.60%、17.73%、18.59%和 12.54%，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例

销售费用	212.37	0.54	4,515.18	5.75	4,708.74	6.56	3,518.14	6.60
管理费用	3,688.31	9.40	7,655.91	9.74	6,079.25	8.47	5,626.95	10.56
研发费用	811.39	2.07	1,816.86	2.31	1,441.73	2.01	1,006.10	1.89
财务费用	206.79	0.53	620.72	0.79	502.79	0.70	828.15	1.55
合计	**4,918.86**	**12.54**	**14,608.67**	**18.59**	**12,732.51**	**17.73**	**10,979.34**	**20.60**

1、期间费用率对比分析

2017-2019 年，公司期间费用率与同行业可比公司对比如下：

单位：%

项目	可比公司	2019 年	2018 年	2017 年
销售费用率	通产丽星	4.37	4.72	4.33
	锦盛新材	3.22	2.79	3.02
	诺斯贝尔	4.03	4.20	4.14
	发行人	5.75	6.56	6.60
管理费用率	通产丽星	11.77	5.43	5.69
	锦盛新材	8.90	8.07	8.23
	诺斯贝尔	4.25	3.51	3.95
	发行人	9.74	8.47	10.56
研发费用率	通产丽星	4.30	5.31	4.72
	锦盛新材	3.75	3.87	3.57
	诺斯贝尔	3.26	3.25	3.05
	发行人	2.31	2.01	1.89
管理及研发费用率	通产丽星	16.07	10.75	10.41
	锦盛新材	12.64	11.94	11.80
	诺斯贝尔	7.51	6.77	7.00
	发行人	12.05	10.48	12.45
财务费用率	通产丽星	0.99	-0.38	0.89
	锦盛新材	-0.41	-0.25	1.19
	诺斯贝尔	-0.08	-0.21	0.30
	发行人	0.79	0.70	1.55

注：通产丽星数据来源于年报；锦盛新材数据来源于其招股说明书；诺斯贝尔 2019 年数据来源于其 2019 年度审计报告，2017 年、2018 年数据来源于青松股份公告的发行股份购买资产报告书（收购标的诺斯贝尔），下同。

（1）销售费用率

报告期内，同行业可比公司销售费用率均不高，主要系从业务模式看，行业内公司一般与主要客户保持较为长期稳定的合作关系，主动营销需求相对较少，销售费用主要由职工薪酬、运费等构成。

发行人销售费用率高于同行业可比公司，主要系发行人除从事塑料包装业务外，还从事一体化的日化产品业务，日化产品销售对外包装的要求较高，包括纸箱、周转箱、立体袋、平口袋、缠绕膜、封箱胶带等，导致销售费用中包装费金

额较高，包装费占发行人销售费用的 50%-60%。2017-2019 年，包装费占发行人营业收入的比例分别为 3.65%、3.75%和 3.09%，若剔除包装费的影响，2017-2019 年内发行人销售费用率为分别为 2.95%、2.81%和 2.66%，与锦盛新材不存在明显差异。

（2）管理及研发费用率

发行人管理及研发费用率合计与通产丽星、锦盛新材基本一致，略高于诺斯贝尔。主要系诺斯贝尔销售规模较大，年销售收入超过 20 亿元，规模效应显著，管理费用、研发费用率相对较低。

（3）财务费用率

发行人财务费用率与通产丽星、诺斯贝尔较为接近。财务费用率与各公司的银行融资等较为相关，通产丽星、诺斯贝尔财务费用率较低，主要系上市公司融资渠道广泛，银行借款金额较小，利息支出较低所致；锦盛新材财务费用率有所波动，主要系其出口收入占比 50%-60%，汇兑损益对财务费用的影响较大。报告期内，随着发行人经营业绩不断提升，偿还了长期借款及委托借款，财务费用率下降。

2、销售费用

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包装费	-	-	2,428.07	53.78	2,693.83	57.21	1,944.61	55.27
运输费	-	-	1,675.66	37.11	1,639.06	34.81	1,240.39	35.26
职工薪酬	156.62	73.75	314.14	6.96	281.37	5.98	234.10	6.65
折旧摊销费	12.66	5.96	25.14	0.56	25.08	0.53	28.33	0.81
其他	43.09	20.29	72.17	1.60	69.39	1.47	70.71	2.01
合计	**212.37**	**100.00**	**4,515.18**	**100.00**	**4,708.74**	**100.00**	**3,518.14**	**100.00**

2017 年至 2019 年，公司销售费用分别为 3,518.14 万元、4,708.74 万元和 4,515.18 万元，占营业收入的比例分别为 6.60%、6.56%和 5.75%，占比较为稳定，随着公司业务规模不断扩大，销售费用呈上升趋势。

2017 年至 2019 年，包装费、运输费是公司销售费用的主要构成部分，合计占销售费用的 90.53%、92.02%和 90.89%。2020 年 1 月 1 日起公司执行新收入准则，原计入销售费用的包装费及运费转入合同成本中核算。

包装费主要系公司产品的外包装，如纸箱、周转箱、立体袋、平口袋、缠绕膜、封箱胶带等发生的费用，运输费主要系公司将产品运送至客户指定地点发生的费用。报告期内，公司包装费和运输费与营业收入增长基本匹配，具体如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
包装费	2,428.07	3.09	2,693.83	3.75	1,944.61	3.65
运输费	1,675.66	2.13	1,639.06	2.28	1,240.39	2.33
合计	**4,103.73**	**5.22**	**4,332.89**	**6.03**	**3,185.00**	**5.98**

（1）包装费变动分析

① 包装费基本情况

报告期内，公司包装费情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
包装费	1,288.90	6.17	2,428.07	-9.87	2,693.83	38.53	1,944.61
主营业务收入	38,628.02	1.14	76,383.36	9.80	69,565.48	34.86	51,583.14
占比	3.34		3.18		3.87		3.77

注 1：2020 年 1-6 月因执行新收入准则，原计入销售费用的包装费计入主营业务成本。

注 2：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

包装费主要系公司销售产品的外包装，如纸箱、周转箱、立体袋、平口袋、缠绕膜、封箱胶带等发生的费用。报告期内，公司包装费分别为 1,944.61 万元、2,693.83 万元、2,428.07 万元和 1,288.90 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.77%、3.87%、3.18%和 3.34%，占比较为稳定。

不同产品、客户对外包装的质量、规格需求有所差异，部分产品外包装由客户提供，产品单价的高低也会影响包装费占客户销售收入的比例。2019 年包装费较 2018 年有所下降，主要系塑料包装容器、家庭护理产品包装费下降，以及化妆品包装费增幅较小所致。2018 年、2019 年，各类产品销售收入与包装费的对应关系如下：

单位：万元

项目	2019 年			2018 年	
	收入	包装费	包装费变动	收入	包装费
主营业务	76,383.36	2,428.07	-265.76	69,565.48	2,693.83

项目	2019 年			2018 年	
	收入	包装费	包装费变动	收入	包装费
主营业务	76,383.36	2,428.07	-265.76	69,565.48	2,693.83
塑料包装	44,509.21	1,207.91	-83.45	44,106.84	1,291.36
日化产品	31,874.16	1,220.15	-182.32	25,458.63	1,402.47
其中：化妆品	22,911.20	675.96	52.64	16,159.93	623.32
家庭护理产品	8,962.96	544.19	-234.96	9,298.70	779.15

② 各类产品包装费变动分析

A、塑料包装容器产品包装费变动分析

2018 年、2019 年塑料包装容器业务对应的包装费占销售收入的比例分别为 2.93%、2.71%，金额减少 83.45 万元，主要原因是：

一方面，公司塑料包装容器包装费用中大部分为纸箱费用，纸箱单价 2019 年比 2018 年有所降低，以相同规格纸箱计算，2019 年纸箱单价比 2018 年平均下降 7.62%，以相同规格纸箱 2019 年的使用量计算，因单价降低导致包装费下降 57.76 万元。另一方面，2019 年公司经与客户协商，在保证产品运输需求和环保安全的基础上，部分产品使用塑料周转箱替代原有纸箱，循环使用降低了包装成本。

报告期内，纸箱相关的主要材料瓦楞纸和纸浆价格走势如下：

单位：元/吨

期间	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月
瓦楞纸价格	4,070.70	4,295.08	3,480.62	3,469.86
变动比例	-	5.51%	-18.96%	-0.31%
纸浆价格	5,615.09	6,136.62	4,674.03	4,023.32
变动比例	-	9.29%	-23.83%	-13.92%

数据来源：1、瓦楞纸价格，根据 wind 数据库的国家统计局-价格指数-流通领域生产资料价格-流通领域重要生产资料价格-瓦楞纸：全国，计算均值；2、纸浆价格，根据 wind 数据库的国家统计局-价格指数-流通领域生产资料价格-流通领域重要生产资料价格-纸浆：漂白化学浆：全国，计算均值。

2019 年与 2018 年相比，瓦楞纸价格下降了 18.96%，纸浆价格下降了 23.83%，与公司纸箱平均价格下降趋势一致。

B、化妆品销售收入与包装费变动分析

化妆品涉及的包装费 2019 年与 2018 年相比增长 52.64 万元，包装费占化妆品销售收入的比例下降 0.91 个百分点，主要是不同客户的产品对包装需求不同所致。

2018 年、2019 年，化妆品前五大客户销售收入与包装费的对应关系如下：

单位：万元、%

序号	2019 年				2018 年			
	客户名称	收入	包装费	包装费占比	客户名称	收入	包装费	包装费占比
1	强生	5,076.43	309.80	6.10	强生	4,941.72	311.29	6.30
2	郁美净	3,765.55	93.00	2.47	百雀羚	2,545.44	87.64	3.44
3	保利沃利	2,901.59	49.51	1.71	贝泰妮	2,085.17	21.68	1.04
4	尚赫	2,867.36	38.76	1.35	郁美净	1,335.33	31.39	2.35
5	贝泰妮	2,081.18	14.11	0.68	多特瑞	1,045.73	28.33	2.71
	小计	**16,692.11**	**505.18**	**3.03**	**小计**	**11,953.38**	**480.33**	**4.02**
	化妆品合计	**22,911.20**	**675.96**	**2.95**	**化妆品合计**	**16,159.93**	**623.32**	**3.86**
	前五名客户占比	**72.86**	**74.29**	**-**	**前五名客户占比**	**73.97**	**77.03**	**-**

2019 年，化妆品包装费占收入的比例下降了 0.91 个百分点，其中前五名客户包装费占收入的比例下降了 0.99 个百分点。下降的原因主要是：2019 年前五名客户中，新增保利沃利、尚赫，其产品单价相对较高，对应外包装占收入的比例较低；此外，郁美净儿童霜部分外包装由客户提供，因此其包装费占比较低。上述包装费占比较低的客户销售收入增长，导致 2019 年化妆品包装费增幅较小，包装费占收入的比例下降。

C、家庭护理产品收入与包装费变动分析

2018 年、2019 年，家庭护理产品前五大客户销售收入与包装费的对应关系如下：

单位：万元、%

序号	2019 年				2018 年			
	客户名称	收入	包装费	包装费占比	客户名称	收入	包装费	包装费占比
1	益海嘉里	3,679.62	285.90	7.77	益海嘉里	5,747.54	458.35	7.97
2	利洁时	2,084.50	101.07	4.85	利洁时	1,618.49	217.86	13.46
3	强生	1,967.54	130.03	6.61	强生	1,601.69	92.17	5.75
4	上海家化	755.71	7.00	0.93	郁美净	210.20	3.98	1.89
5	多特瑞	213.27	10.72	5.03	多特瑞	78.29	1.82	2.32
	小计	**8,700.64**	**534.73**	**6.15**	**小计**	**9,256.21**	**774.18**	**8.36**
	家庭护理	**8,962.96**	**544.19**	**6.07**	**家庭护理**	**9,298.70**	**779.15**	**8.38**

	产品合计				**产品合计**			
	前五名客户占比	**97.07**	**98.25**	**-**	**前五名客户占比**	**99.54**	**99.36**	**-**

2019 年，家庭护理产品包装费占收入的比例下降了 2.31 个百分点，其中前五名客户包装费占收入的比例下降了 2.21 个百分点。下降的原因主要是：

a、益海嘉里洗洁精产品单价相对较低，同等销售收入对应销量较大，需要的外包装较多，其包装费占比较高。2019 年，益海嘉里销售收入、销量下降，导致包装费下降 172.45 万元。

b、利洁时家庭护理产品包装费金额减少 116.79 万元，主要系 2019 年利洁时香皂产品销售收入下降 27.18%，对应包装费金额下降 124.08 万元。2019 年利洁时收入增长来源于消毒液产品，对外包装需求较少，因此虽然 2019 年利洁时销售收入增长，但包装费有较大幅度下降。

c、2019 年新增前五名客户上海家化，由于上海家化洗衣液产品等外包装由上海家化提供，公司仅提供封箱胶带，包装费很低。

（2）运输费变动分析

① 运输费基本情况

报告期内，公司运输费情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
运输费	846.03	0.98	1,675.66	2.23	1,639.06	32.14	1,240.39
主营业务收入	38,628.02	1.14	76,383.36	9.80	69,565.48	34.86	51,583.14
占比	2.19		2.19		2.36		2.40

注 1：2020 年 1-6 月因执行新收入准则，原计入销售费用的运输费计入主营业务成本。

注 2：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

运输费主要系公司将产品运送至客户指定地点发生的费用。报告期内，公司运输费分别为 1,240.39 万元、1,639.06 万元、1,675.66 万元和 846.03 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.40%、2.36%、2.19%和 2.19%，占比总体较为稳定，除销售收入外，公司运输费用同时受客户运输半径、运输价格变动、运输费承担方式等影响。

② 报告期内运输费变动的原因及合理性

A、运输半径

公司运费根据地域分类主要分为境内、境外运费，其中境内运费占比较大，境外销售以 FOB 模式为主，公司只需承担由工厂至出境港口的内陆运费及相关报关、装卸费用。报告期内，公司主营业务收入按地域分布情况如下：

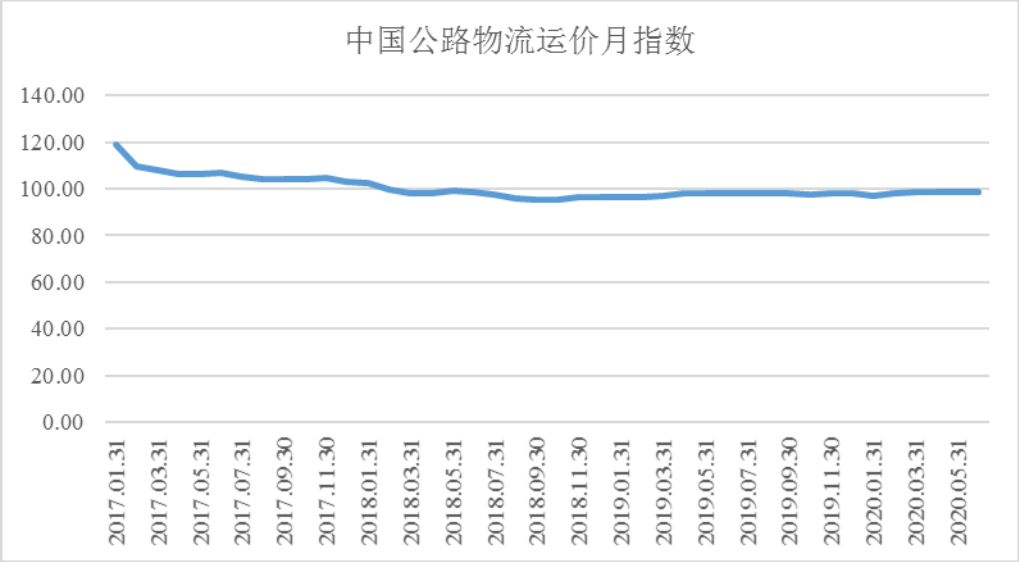
单位：万元、%

区域	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	**32,963.23**	**85.34**	**70,683.83**	**92.54**	**65,037.36**	**93.49**	**48,325.36**	**93.68**
其中：华东	16,758.53	43.38	38,104.35	49.89	40,039.22	57.56	28,790.78	55.81
华北	7,017.39	18.17	20,926.13	27.40	16,494.42	23.71	13,937.89	27.02
华南	2,189.04	5.67	3,606.47	4.72	3,191.54	4.59	3,439.69	6.67
境外	**5,664.79**	**14.66**	**5,699.53**	**7.46**	**4,528.12**	**6.51**	**3,257.78**	**6.32**
合计	38,628.02	100.00	76,383.36	100.00	69,565.48	100.00	51,583.14	100.00

报告期内，公司主要销售市场为华东、华北、华南等化妆品产业链较为集中、经济比较发达、消费水平较高的地区，报告期内，各区域销售收入占比较为稳定，运输半径未发生重大变化。

B、运输价格

2017 年-2020 年 6 月，中国公路物流运价指数基本保持稳定，不存在大幅波动，报告期内公司与运输物流公司报价未有明显波动情况。



C、运输量

按照与客户签订的合同约定，郁美净、尚赫、气味图书馆等化妆品客户，其货物提取方式为自提，由客户承担运输费。其中，郁美净 2019 年 7 月开始在上海嘉亨附近租赁仓库，由上海嘉亨将货物送至其仓库，运输费由上海嘉亨承担，由于运输距离很近，运输费用很少。

报告期内，运输费变动与运输费承担方式相关。公司运输费变动情况与主营业务收入增长情况对比如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
运输费	846.03	0.98	1,675.66	2.23	1,639.06	32.14	1,240.39
主营业务收入	38,628.02	1.14	76,383.36	9.80	69,565.48	34.86	51,583.14
塑料包装容器	16,907.71	-24.03	44,509.21	0.91	44,106.84	22.95	35,873.86
化妆品	13,594.32	18.67	22,911.20	41.78	16,159.93	70.03	9,504.21
家庭护理产品	8,125.99	81.32	8,962.96	-3.61	9,298.70	49.86	6,205.07

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2019 年，运输费增长 2.23%，小于主营业务收入增长幅度，主要原因是：2019 年公司收入增长主要来源于化妆品业务，郁美净、尚赫、气味图书馆等化妆品客户，其运输费主要由客户承担。

单位：万元

项目	2019 年		2018 年
	金额	增加金额	金额
化妆品合计	22,911.20	6,751.27	16,159.93
郁美净	3,765.55	2,430.23	1,335.33
尚赫	2,867.36	1,946.97	920.39
气味图书馆	1,797.43	1,395.13	402.30
小计	**8,430.34**	**5,772.33**	**2,658.01**

剔除上述客户 2018 年、2019 年化妆品销售收入，公司主营业务收入 2019 年较 2018 年增长 1.56%，运输费变动与销售收入变动基本匹配。

综上所述，公司运输费用受运输量、运输半径、运输单价等因素综合影响，2019 年运输费增长幅度小于营业收入增幅，主要系 2019 年增加的营业收入主要为化妆品，化妆品客户郁美净、尚赫、气味图书馆，其运输费主要由客户承担。剔除上述影响，报告期内，公司运输费与主营业务收入增长基本匹配，不存在异常情况。

3、管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,762.12	47.78	3,835.04	50.09	3,060.30	50.34	2,807.02	49.89

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁费	608.25	16.49	1,018.72	13.31	810.61	13.33	920.35	16.36
折旧摊销费	235.60	6.39	424.76	5.55	462.20	7.60	495.54	8.81
业务招待费	172.45	4.68	429.25	5.61	347.06	5.71	290.98	5.17
办公费	232.12	6.29	414.93	5.42	305.06	5.02	269.79	4.79
维修费	174.12	4.72	480.74	6.28	316.49	5.21	220.59	3.92
中介机构费	251.67	6.82	298.81	3.90	235.81	3.88	147.15	2.62
其他	251.99	6.83	753.67	9.84	541.72	8.91	475.53	8.45
合计	**3,688.31**	**100.00**	**7,655.91**	**100.00**	**6,079.25**	**100.00**	**5,626.95**	**100.00**

报告期内，公司管理费用分别为 5,626.95 万元、6,079.25 万元、7,655.91 万元和 3,688.31 万元，占营业收入的比例分别为 10.56%、8.47%、9.74%和 9.40%，占比较为稳定。报告期内，管理费用中各项费用占比较为稳定。

2018 年管理费用率较 2017 年有所下降，主要是浙江嘉亨 2017 年 7 月全面投产，2017 年销售收入规模较小，但是管理人员基本配置到位，导致 2017 年管理费用职工薪酬占营业收入的比例较高。此外，报告期内，租赁费和折旧摊销费有所波动，导致管理费用率波动，具体如下：

（1）租赁费

租赁费 2018 年较 2017 年减少 109.74 万元，主要原因系：浙江嘉亨厂房均为租赁，2017 年 7 月全面投产后，用于生产的厂房面积增加，相应计入成本的租赁费增加、计入管理费用的租赁费减少，2018 年减少的租赁费为 46.58 万元；此外，上海嘉亨将塑料包装业务转移至浙江嘉亨，专注于日化产品业务，原租赁的塑料包装容器仓库不再续租，2018 年上海嘉亨租赁费减少 70.98 万元。

租赁费 2019 年较 2018 年增加 208.11 万元，主要系随着公司经营规模的扩大，仓库租赁面积增加所致。

（2）折旧摊销费

报告期内，公司管理费用中折旧摊销费明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
管理费用-折旧摊销费	235.60	424.76	462.20	495.54
其中：固定资产折旧	178.55	309.22	316.04	334.14
无形资产摊销	37.36	54.00	48.19	50.40
长期待摊费用摊销	19.69	61.54	97.96	111.00

① 固定资产折旧

计入管理费用的固定资产折旧主要为管理用电子及其他设备、少量暂时闲置的机器设备折旧。2017-2019 年，公司计入管理费用的折旧分别为 334.14 万元、316.04 万元和 309.22 万元，逐年减少，主要系部分电子及其他设备陆续折旧完毕，以及少量暂时闲置的机器设备转入生产使用或者出售所致。

其中浙江嘉亨 2017-2019 年计入管理费用的折旧费分别为 34.39 万元、22.26 万元和 14.38 万元，金额较小，2018 年较 2017 年减少 12.13 万元，2019 年较 2018 年减少 7.88 万元。逐年减少的主要原因是：一方面，2017 年、2018 年，浙江嘉亨将 5 台暂时闲置的机器设备转让给母公司投入生产使用，相应折旧费计入成本；6 台机器设备由于性能无法满足发行人对产品质量稳定性的要求，出售给非关联第三方公司。上述因素导致浙江嘉亨计入管理费用的折旧费 2018 年较 2017 年减少 15.61 万元，2019 年较 2018 年减少 8.45 万元。另一方面，由于新购置的设备开始折旧，少量使用寿命较短的设备折旧完毕，导致 2017-2019 年浙江嘉亨折旧费有所变动。

2020 年 1-6 月，计入管理费用的固定资产折旧增加，主要系 2020 年新购置的电子及其他设备开始折旧所致。

报告期内公司计入管理费用的折旧费准确、完整。

② 无形资产摊销

报告期内，计入管理费用的无形资产摊销金额总体稳定，2019 年 9 月湖州嘉亨取得募集资金投资项目所需的土地使用权，2019 年以来无形资产摊销增加。

③ 长期待摊费用摊销

报告期内，计入管理费用的长期待摊费用摊销减少，主要系珠海嘉亨租赁厂房的部分装修费于报告期内陆续摊销完毕，珠海嘉亨 2018 年摊销金额较 2017 年减少 14.57 万元、2019 年摊销金额较 2018 年减少 38.04 万元。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工费	466.57	57.50	1,029.38	56.66	799.45	55.45	548.66	54.53
材料费	232.06	28.60	525.75	28.94	389.18	26.99	290.61	28.88
折旧费	61.17	7.54	122.49	6.74	83.92	5.82	52.85	5.25

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水电燃气费	33.50	4.13	71.07	3.91	39.61	2.75	20.91	2.08
设备维护费	-	-	5.52	0.30	51.99	3.61	31.89	3.17
其他	18.08	2.23	62.66	3.45	77.58	5.38	61.17	6.08
合计	**811.39**	**100.00**	**1,816.86**	**100.00**	**1,441.73**	**100.00**	**1,006.10**	**100.00**

公司研发费用主要是公司自立研发课题所发生的费用。报告期内，公司分别投入研发费用 1,006.10 万元、1,441.73 万元、1,816.86 万元和 811.39 万元。公司对研发的持续投入，为公司的业务增长提供了有力支撑，也使公司能持续保持技术创新并不断提高竞争优势。报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。

报告期内，公司主要研发项目的明细情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	研发投入金额					实施进度
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	报告期内累计	
1	一种吹瓶新型改良配方及配套生产工艺的开发	-	117.71	138.16	-	255.86	研发完成
2	一种新型膏霜包装产品及生产工艺研发	-	74.39	134.13	-	208.52	研发完成
3	一款新型耐翻折抗冲击高韧包装盖的研发	-	99.11	104.24	-	203.35	研发完成
4	一款创新牙型可调铰牙螺纹盖模具的开发	-	134.16	88.04	-	222.20	研发完成
5	一种高仿厚壁包装瓶的开发	-	-	148.19	65.72	213.92	研发完成
6	一种高亮面富弹性吹瓶配方研发	-	-	46.11	41.21	87.32	研发完成
7	一种抱盖绞牙快冷新型模具结构的开发	-	-	75.3	23.03	98.32	研发完成
8	洗洁精自动旋泵设备的开发	-	-	158.13	66.56	224.69	研发完成
9	高速无损伤理瓶生产线的开发与运用	-	-	-	101.42	101.42	研发完成
10	一种双切缝瓶盖及全自动化设备生产整线研发	-	-	-	159.19	159.19	研发完成
11	一种翻盖翻折寿命测试设备的方法与标准研发	-	-	-	83.30	83.30	研发完成
12	机油瓶自动检测设备的开发	-	-	-	125.10	125.10	研发完成
13	防伪盖节能减排去噪音自动生产线的改造	-	-	-	44.55	44.55	研发完成
14	一种热蒸汽收缩膜套标成型技术	-	-	54.16	-	54.16	研发完成
15	一种斜口瓶的中空挤吹成型技术	-	-	84.10	-	84.10	研发完成
16	一种大倒扣膏霜罐的脱膜技术	-	-	76.56	-	76.56	研发完成
17	一种基于影像识别的标签检测技	-	14.53	44.12	-	58.65	研发完成

序号	项目名称	研发投入金额					实施进度
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	报告期内累计	
	术						
18	一种基于 X 射线的产品检测技术	-	25.68	99.04	-	124.72	研发完成
19	一种管道集中供料技术	-	116.89	-	-	116.89	研发完成
20	一种洗衣液旋盖自动化连线生产成型技术	-	75.25	-	-	75.25	研发完成
21	一种自动化软管生产成型技术	22.96	46.43	-	-	69.39	研发完成
22	一种组合式洗衣液通用盖的成型、自动组装技术	-	86.00	-	-	86.00	研发完成
23	一种工业油瓶内容物（流体）去除技术	14.27	23.64	-	-	37.91	研发完成
24	一种工业用润滑油包装瓶	-	-	-	10.44	10.44	研发完成
25	一种节能材料的开发和应用	-	-	-	5.04	5.04	研发完成
26	一种卡扣式防漏瓶	-	-	-	6.21	6.21	研发完成
27	一种多功能沐浴露瓶	-	-	-	14.99	14.99	研发完成
28	一种改进型瓶子	-	-	-	9.52	9.52	研发完成
29	活性包裹技术在护肤系列产品的应用	-	-	-	27.28	27.28	研发完成
30	植物提取精油在护肤系列产品的应用	-	-	-	50.97	50.97	研发完成
31	青蒿提取液在洗发沐浴产品的应用	-	-	22.97	30.01	52.98	研发完成
32	神经酰胺在孕婴系列护肤产品的应用	-	-	44.23	44.79	89.02	研发完成
33	悬浮技术在产品中的应用	-	-	26.59	-	26.59	研发完成
34	液晶和多重结构乳化技术在护肤产品的应用	-	-	48.15	-	48.15	研发完成
35	一款新式可靠耐用型粉盒的研发	45.26	179.67	-	-	223.93	研发进行中
36	一种新式可循环使用环保型包装及工艺的研发	52.94	117.83	-	-	170.77	研发进行中
37	一种可单手快速开合新型包装及工艺的开发	58.08	85.29	-	-	143.37	研发进行中
38	一种可控出料流量的新式包装及工艺的开发	55.67	107.05	-	-	162.72	研发进行中
39	可透明厚壁瓶盖包装及工艺的开发	71.72	33.27	-	-	104.99	研发进行中
40	集多用途新型车载香薰包装及工艺的研发	55.39	32.10	-	-	87.49	研发进行中
41	具定位盖高端包装及成型工艺的研发	52.38	-	-	-	52.38	研发进行中
42	一新式包装盖配方及成型工艺的	27.72	-	-	-	27.72	研发进行中

序号	项目名称	研发投入金额					实施进度
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	报告期内累计	
	开发						
43	一款减重式环保盖包装及成型工艺的研发	9.63	-	-	-	9.63	研发进行中
44	一种工业用润滑油包装瓶	-	56.61	-	-	56.61	研发完成
45	一种胖瓶身沐浴露瓶成型技术	-	76.49	-	-	76.49	研发完成
46	一种软管印刷定位生产成型技术	24.87	46.45	-	-	71.32	研发进行中
47	一种婴幼儿玩具型沐浴、洗发露瓶成型技术	35.99	-	-	-	35.99	研发进行中
48	一种异形挤吹瓶模开发成型技术	37.94	-	-	-	37.94	研发进行中
49	一种扁瓶薄壁大面积丝印技术	9.83	-	-	-	9.83	研发进行中
50	一种多重密封结构洗衣液瓶开发	31.76	-	-	-	31.76	研发进行中
51	一种可调式的通用型洗衣液盖	16.32	-	-	-	16.32	研发进行中
52	一种可拆分式吹瓶模的开发技术	24.58	-	-	-	24.58	研发进行中
53	一种组合式的斜口唇膏管的成型技术	14.27	-	-	-	14.27	研发进行中
54	双连续相技术的应用	21.79	61.65	-	-	83.44	研发进行中
55	植物防腐技术的应用	28.09	67.35	-	-	95.44	研发进行中
56	N-酰基-N-甲基牛磺酸盐的制备方法及在无硅油洗发水中的应用	25.60	-	-	-	25.60	研发进行中
57	纳米乳化技术在洗发水中的应用	21.85	-	-	-	21.85	研发进行中
58	无水的油性沐浴产品技术	27.95	-	-	-	27.95	研发进行中
59	祛皱及抗衰老组合物技术的应用	24.51	-	-	-	24.51	研发进行中
60	其他未归集到项目的研发人员薪酬等	-	139.32	49.51	96.77	285.60	-
	合计	**811.39**	**1,816.86**	**1,441.73**	**1,006.10**	**5,076.08**	

4、财务费用

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
利息支出	224.69	676.58	569.95	733.41
减：利息收入	11.73	18.41	6.09	7.70
汇兑损益	-15.80	-54.14	-74.31	64.05
银行手续费及其他	9.63	16.69	13.24	38.38
合计	**206.79**	**620.72**	**502.79**	**828.15**

报告期内，公司财务费用主要包括银行借款利息支出、汇兑损益及手续费等。

（六）利润表其他项目分析

1、资产减值/信用减值损失

2017 年、2018 年，公司资产减值损失（损失以“-”号填列）分别为 70.32 万元、-220.53 万元，2019 年、2020 年 1-6 月，公司信用减值损失（损失以“-”号填列）为 127.16 万元、-179.84 万元，系公司就应收账款、其他应收款按照既定会计政策计提的坏账准备。

2、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益分别为-22.06 万元、-13.17 万元、-14.06 万元和-0.69 万元，系固定资产处置产生的损失。

3、其他收益

报告期内，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
政府补助	91.82	233.15	189.82	353.39
个税扣缴税款手续费	2.43	2.46	2.74	-
合计	**94.25**	**235.61**	**192.56**	**353.39**

报告期内，公司计入其他收益的政府补助如下：

（1）与资产相关

单位：万元

序号	项目	金额	计入当期损益金额			
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法	25.00	1.31	2.61	2.61	2.61
2	2014 年鲤城区项目款-高速扁瓶理瓶装置开发与运用	19.00	1.04	2.08	2.08	2.08
3	2014 年市级技术改造专项资金（第二批）-全防伪防盗日化塑胶包装自动生产线	69.00	3.91	7.81	7.81	7.81
4	2015 年省专利技术实施与产业化项目计划和经费-化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法专利技术的产业化运用研究	6.00	0.31	0.62	0.62	0.62
5	科技项目经费-2015G116 高速无损伤理瓶生产线的开发与运用	26.80	1.42	2.83	2.83	—
6	科技项目经费-2016G6 机油瓶自动检测设备的开发	12.38	0.71	1.41	1.41	—
7	两化融合补助-基于 MES 的液洗智能制造生产管理系统集成	40.00	2.00	4.00	1.00	—

序号	项目	金额	计入当期损益金额			
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
8	2019 年市级技术改造专项资金-膏霜瓶类产品全自动伺服数控生产线	39.00	2.17	0.72	-	-
9	2018 年度工业发展和信息化资金项目	57.55	3.22	3.23	-	-
合计		-	**16.08**	**25.32**	**18.37**	**13.12**

（2）与收益相关

单位：万元

序号	项目	金额	计入当期损益金额			
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	政府扶持资金	83.00	-	-	-	83.00
2	2017 年省级工业和和信息化发展专项资金（第一批）	50.00	-	-	-	50.00
3	2016 年科技小巨人领军企业研发费用加计扣除奖励	49.10	-	-	-	49.10
4	2016 年度第二批高新技术成果转化财政扶持收入	43.50	-	-	-	43.50
5	2016 年扶持和服务企业奖励	20.00	-	-	-	20.00
6	泉州市鲤城区 2015 年发明专利和 2015 年 10 月-2016 年 7 月实用新型专利补助	18.60	-	-	-	18.60
7	2016 年度中小企业成长专项资金	15.00	-	-	-	15.00
8	2016 年度市级工业设计、服务外包、物流项目补助奖励	10.00	-	-	-	10.00
9	进一步促进企业增产增效用电奖励资金	8.06	-	-	-	8.06
10	2017 年企业职工职业培训补贴	6.19	-	-	-	6.19
11	2016 年已授权发明专利补助	6.00	-			6.00
12	2016 年度先进企业奖励	6.00	-	-	-	6.00
13	2015-2016 年度鲤城区科学技术奖	5.00	-	-	-	5.00
14	2017 年度泉州市专利奖	5.00	-			5.00
15	2017 年泉州市知识产权示范企业奖励	5.00	-	-	-	5.00
16	2014-2016 年鲤城区专利奖区级配套奖励	4.00	-	-	-	4.00
17	发明专利授权补助	3.50	-	-	-	3.50
18	扩大进出口规模扶持资金	2.32	-	-	-	2.32
19	2017 年科技小巨人领军企业研发	53.60	-	-	53.60	-

序号	项目	金额	计入当期损益金额			
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	费用加计扣除奖励					
20	2017 年 1-12 月已授权发明专利和实用新型专利奖励	33.80	-	-	33.80	-
21	科技项目经费-2015G116 高速无损伤理瓶生产线的开发与运用	23.20	-	-	23.20	-
22	2018 年职业培训补贴	11.23	-	-	11.23	-
23	2017 年鲤城区知识产权项目区级配套奖励	9.00	-	-	9.00	-
24	2017 年泉州市企业知识产权贯标认证补助	8.00	-	-	8.00	-
25	发明专利授权资助	7.00	-	-	7.00	-
26	2017 年度优秀企业奖励	6.00	-	-	6.00	-
27	科技项目经费-2016G6 机油瓶自动检测设备的开发	5.62	-	-	5.62	-
28	小微企业升级为规上财政扶持资金	5.00	-	-	5.00	-
29	2017 年度研发投入奖励	4.00	-	-	4.00	-
30	2018 年第一季度扶持资金	2.00	-	-	2.00	-
31	稳岗补贴	1.23	-	-	1.23	-
32	2017 年第四季度扶持资金	1.00	-	-	1.00	-
33	就业管理处赴外招聘补贴	0.30	-	-	0.30	-
34	公共服务能力建设补贴	0.24	-	-	0.24	-
35	2017 年度责任单位计生考核奖	0.10	-	-	0.10	-
36	出口退税无纸化改革补助资金	0.07	-	-	0.07	-
37	专利技术补贴费	0.06	-	-	0.06	-
38	2019 年科技小巨人领军企业研发费用加计扣除奖励	71.30	-	71.30	-	-
39	2018 年科技小巨人领军企业研发费用加计扣除奖励	52.20	-	52.20	-	-
40	洗洁精自动旋泵设备的开发	25.00	-	25.00	-	-
41	2019 年省级中小微企业发展专项资金	10.00	-	10.00	-	-
42	2018 年度先进企业奖励	7.00	-	7.00	-	-
43	2019 年珠海市两化融合发展奖补项目资金	6.00	-	6.00	-	—
44	2017 年 4-5 月企业增产增效用电奖励	5.51	-	5.51	-	-
45	2017 年 1-3 月企业增产增效用电奖励	5.38	-	5.38	-	-
46	2018 年高新技术企业市级奖励	5.00	-	5.00	-	-

序号	项目	金额	计入当期损益金额			
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
47	2018 年高新技术企业区级奖励	5.00	-	5.00	-	-
48	2017 年 6 月、9 月工业稳定增长正向激励奖励	4.00	-	4.00	-	-
49	2018 年 4-6 月企业增产增效用电奖励	3.03	-	3.03	-	-
50	2018 年度稳岗补贴	2.80	-	2.80	-	—
51	2017 年 4-5 月增产增效用电奖励	2.37	-	2.37	-	-
52	2019 年企业职工职业培训补贴	1.66	-	1.66	-	-
53	2018 年 4-6 月增产增效用电奖励	1.30	-	1.30	-	—
54	公共服务能力建设补贴	0.24	-	0.24	-	-
55	专利技术补助	0.03	-	0.03	-	-
56	2020 年疫情期间连续生产企业一次性稳定就业奖补	17.10	17.10	-	-	-
57	专利申请资助资金	0.50	0.50	-	-	-
58	香港保就业计划工资补贴	10.75	10.75	-	-	-
59	2019 年度先进企业奖励	6.00	6.00	-	-	-
60	2020 年度失业保险稳岗返还	20.02	20.02	-	-	-
61	中小微企业政策性融资担保费补贴	4.25	4.25	-	-	-
62	社会保险费返还	17.12	17.12	-	-	-
合计			**75.74**	**207.82**	**171.45**	**340.27**

4、营业外收入

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
政府补助	-	94.24	-	-
其他	0.14	26.09	4.09	17.96
合计	**0.14**	**120.33**	**4.09**	**17.96**

2019 年，计入营业外收入的政府补助如下：

单位：万元

序号	项目	金额
1	2018 年省重点上市后备企业股份制改革补助资金	30.00
2	2019 年（第一批）企业改制上市及场外市场挂牌奖励资金	64.24
合计		**94.24**

5、营业外支出

报告期内，公司营业外支出分别为 10.60 万元、18.43 万元、70.27 万元和 23.61 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产毁损报废损失	14.71	64.64	5.35	9.04
公益性捐赠支出	7.00	1.00	12.00	-
其他	1.89	4.63	1.08	1.55
合计	**23.61**	**70.27**	**18.43**	**10.60**

6、所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期所得税费用	969.98	1,291.11	950.67	556.22
递延所得税费用	20.03	77.62	-127.30	-103.36
合计	**990.00**	**1,368.73**	**823.37**	**452.85**

报告期内，公司会计利润与所得税费用的调整过程如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
利润总额	4,977.10	7,833.12	5,116.55	2,320.28
按法定/适用税率计算的所得税费用	746.56	1,174.97	767.48	348.04
子公司适用不同税率的影响	327.57	352.27	115.95	67.02
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	26.29	80.98	131.82	122.24
研发费用加计扣除	-110.42	-239.49	-191.89	-76.22
税率变动对期初递延所得税余额的影响	-	-	-	-8.23
所得税费用	**990.00**	**1,368.73**	**823.37**	**452.85**

（七）税收缴纳情况

报告期内，公司主要税种的缴纳情况如下：

1、增值税

报告期内，公司增值税应缴与实缴金额具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期初应缴金额	407.21	847.24	119.66	700.84
本期计提金额	1,282.71	2,715.33	2,957.34	2,234.02
本期缴纳金额	943.15	3,155.36	2,229.76	2,815.19
期末应缴金额	**746.77**	**407.21**	**847.24**	**119.66**

2、企业所得税

报告期内，公司企业所得税应缴与实缴金额具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期初应缴金额	402.25	627.67	337.98	484.62

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
本期计提金额	969.98	1,291.11	950.67	556.22
本期缴纳金额	573.66	1,516.52	660.98	702.86
期末应缴金额	**798.58**	**402.25**	**627.67**	**337.98**

十、资产质量分析

报告期内，公司资产的构成及其变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	**47,332.68**	**63.06**	**43,035.43**	**61.73**	**41,844.13**	**65.47**	**30,477.26**	**59.07**
其中：货币资金	7,541.20	10.05	11,113.55	15.94	4,142.53	6.48	1,867.11	3.62
应收票据	355.00	0.47	78.00	0.11	470.00	0.74	170.00	0.33
应收账款	23,706.00	31.58	18,063.96	25.91	24,044.72	37.62	16,966.51	32.88
预付款项	1,215.57	1.62	508.70	0.73	668.64	1.05	1,055.86	2.05
其他应收款	497.57	0.66	500.57	0.72	311.17	0.49	288.22	0.56
存货	14,013.66	18.67	12,406.13	17.80	12,072.46	18.89	9,212.83	17.86
其他流动资产	3.68	0.00	364.52	0.52	134.60	0.21	916.74	1.78
非流动资产	**27,727.94**	**36.94**	**26,674.55**	**38.27**	**22,069.30**	**34.53**	**21,118.94**	**40.93**
其中：固定资产	20,886.95	27.83	20,472.16	29.37	17,843.49	27.92	16,793.41	32.55
在建工程	602.04	0.80	-	-	44.55	0.07	-	-
无形资产	3,800.89	5.06	3,847.11	5.52	1,795.19	2.81	1,837.16	3.56
长期待摊费用	1,293.20	1.72	1,505.53	2.16	1,246.44	1.95	1,405.98	2.72
递延所得税资产	335.31	0.45	355.33	0.51	429.59	0.67	302.29	0.59
其他非流动资产	809.55	1,08	494.42	0.71	710.04	1.11	780.11	1.51
资产总计	**75,060.62**	**100.00**	**69,709.98**	**100.00**	**63,913.42**	**100.00**	**51,596.21**	**100.00**

报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为 59.07%、65.47%、61.73%和 63.06%。公司非流动资产占资产总额的比例分别为 40.93%、34.53%、38.27%和 36.94%。2018 年末，公司流动资产占比有较大增长，主要系公司业务规模不断扩大，公司货币资金、应收账款及存货较 2017 年末增长较快所致。

（一）流动资产分析

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货构成，具体构成如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	7,541.20	15.93	11,113.55	25.82	4,142.53	9.90	1,867.11	6.13

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应收票据	355.00	0.75	78.00	0.18	470.00	1.12	170.00	0.56
应收账款	23,706.00	50.08	18,063.96	41.97	24,044.72	57.46	16,966.51	55.67
预付款项	1,215.57	2.57	508.70	1.18	668.64	1.60	1,055.86	3.46
其他应收款	497.57	1.05	500.57	1.16	311.17	0.74	288.22	0.95
存货	14,013.66	29.61	12,406.13	28.83	12,072.46	28.85	9,212.83	30.23
其他流动资产	3.68	0.01	364.52	0.85	134.60	0.32	916.74	3.01
流动资产合计	**47,332.68**	**100.00**	**43,035.43**	**100.00**	**41,844.13**	**100.00**	**30,477.26**	**100.00**

1、货币资金

报告期内，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存现金	0.23	0.09	1.82	2.28
银行存款	7,540.98	11,113.46	4,093.91	1,818.03
其他货币资金	-	-	46.80	46.80
合计	**7,541.20**	**11,113.55**	**4,142.53**	**1,867.11**

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 1,867.11 万元、4,142.53 万元、11,113.55 万元和 7,541.20 万元，占流动资产的比例分别为 6.13%、9.90%、25.82%和 15.93%。其他货币资金为电费保证金。2018 年以来公司货币资金增加主要系公司盈利能力不断提升，以及应收账款回款增加所致。

2、应收票据

报告期各期末，公司应收票据余额分别为 170 万元、470 万元、78 万元和 355 万元，均为银行承兑汇票，金额较小，占流动资产的比例分别为 0.56%、1.12%、0.18%和 0.75%。

3、应收账款

（1）应收账款规模分析

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 16,966.51 万元、24,044.72 万元、18,063.96 万元和 23,706.00 万元，占流动资产的比例分别为 55.67%、57.46%、41.97%和 50.08%。具体如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款净额	23,706.00	18,063.96	24,044.72	16,966.51
应收账款净额增幅（%）	31.23	-24.87	41.72	-
应收账款净额占流动资产比例（%）	50.08	41.97	57.46	55.67

应收账款净额占总资产比例（%）		25.91	37.62	32.88
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
营业收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
营业收入增幅（%）		9.42	34.72	-
应收账款净额占营业收入比例（%）	60.45	22.99	33.49	31.83

公司按照客户来划分信用政策。在结算方面，对于长期合作客户，每月按实际发生的业务量与客户进行结算，信用期一般为 0.5-4 个月。对于新客户，公司一般预收 30%-70%款项，再组织生产。公司与客户结算以电汇为主。根据客户资质情况、双方合作情况（产品类型、合作时间），公司给与不同客户的信用期有所差异。报告期内发行人信用政策未发生变化，不存在放宽信用政策提前确认收入的情形。

报告期各期末，发行人应收账款余额波动主要与营业收入和回款情况相关。2018 年末应收账款余额增长与营业收入增长基本匹配；2019 年，公司销售收入小幅增长，由于公司加强了对客户的信用期管理和款项催收，客户回款较为及时，2019 年末公司应收账款余额减少 6,162.42 万元。2020 年 6 月末，公司应收账款余额较 2019 年末增加的原因是上半年强生、利洁时等主要客户销售收入增加，年中应收账款增加所致。

（2）应收账款坏账准备计提情况

报告期内，发行人应收账款具体账龄情况及计提的坏账准备如下表所示：

单位：万元、%

账龄	**2020.06.30**			**2018.12.31**		
	期末余额	**比例**	**坏账准备**	**期末余额**	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	24,380.51	99.72	731.42	18,549.94	99.58	556.50
1 至 2 年	49.32	0.20	4.93	76.97	0.41	7.70
2 至 3 年	17.87	0.07	5.36	1.78	0.01	0.53
单项计提	0.39	-	0.39	0.39	-	0.39
合计	**24,448.09**	**100.00**	**742.10**	**18,629.07**	**100.00**	**565.12**
账龄	**2018.12.31**			**2017.12.31**		
	期末余额	**比例**	**坏账准备**	**期末余额**	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	24,773.86	99.93	743.22	17,477.95	99.92	524.34
1 至 2 年	8.64	0.03	0.86	14.33	0.08	1.43
2 至 3 年	9.00	0.04	2.70	-	-	-
单项计提	-	-	-	-	-	-

账龄	2020.06.30			2018.12.31		
	期末余额	比例	坏账准备	期末余额	比例	坏账准备
合计	24,791.50	100.00	746.78	17,492.28	100.00	525.77

2019 年，公司对应收账款单项计提坏账准备 0.39 万元，系客户原因预计无法收回，公司对其计提了 100%坏账准备。

报告期内，公司账龄 1 年以内应收账款占比 99%以上，应收账款质量较好，坏账风险小。公司在开拓业务的同时，采取各种措施加强客户信用管理和回款管理，提高应收账款周转能力。公司主要客户为行业内经营稳定、信誉良好的跨国企业或知名民族品牌企业，有效保证了应收账款的收款质量。

（3）报告期各期末，应收账款金额前 5 名情况

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	金额	占应收账款比例
2020 年 6 月末	1	上海家化联合股份有限公司	4,430.95	18.12
	2	Johnson & Johnson Pte Ltd	2,720.77	11.13
	3	强生（中国）有限公司	2,053.39	8.40
	4	利洁时家化（中国）有限公司	2,013.50	8.24
	5	浙江壳牌化工石油有限公司	1,754.99	7.18
	应收账款前五名合计		12,973.60	53.07
2019 年末	1	上海家化联合股份有限公司	5,518.60	29.62
	2	浙江壳牌化工石油有限公司	1,797.10	9.65
	3	强生（中国）有限公司	1,116.82	6.00
	4	壳牌（天津）润滑油有限公司	1,099.08	5.90
	5	上海百雀羚供应链管理有限公司	934.75	5.02
	应收账款前五名合计		10,466.35	56.19
2018 年末	1	上海家化联合股份有限公司	5,770.16	23.27
	2	北京大宝化妆品有限公司	2,280.91	9.20
	3	浙江壳牌化工石油有限公司	2,001.85	8.07
	4	强生（中国）有限公司	1,974.56	7.96
	5	上海百雀羚供应链管理有限公司	1,887.02	7.61
	应收账款前五名合计		13,914.50	56.11
2017 年末	1	上海家化联合股份有限公司	4,555.00	26.04
	2	北京大宝化妆品有限公司	2,290.18	13.09
	3	浙江壳牌化工石油有限公司	1,649.93	9.43
	4	上海百雀羚供应链管理有限公司	1,384.56	7.92
	5	强生（中国）有限公司	1,249.46	7.14
	应收账款前五名合计		11,129.12	63.62

（4）公司对上海家化应收账款情况

报告期期各期末，公司与上海家化两家公司产生业务往来，相关应收款项余

额、逾期金额及收回情况如下：

①上海家化联合股份有限公司

单位：万元、%

期间	应收账款余额	逾期金额	期后 3 个月逾期金额回款	逾期三个月回款率
2020 年 6 月末	4,430.95	257.30	257.30	100
2019 年末	5,518.60	528.36	528.36	100
2018 年末	5,770.16	1,522.98	1,522.98	100
2017 年末	4,555.00	185.08	185.08	100

注：2020 年 6 月末，期后 3 个月逾期金额回款和逾期三个月回款率，均以截至 2020 年 7 月末回款情况计算。

②上海家化海南日用化学品有限公司

单位：万元、%

期间	应收账款余额	逾期金额	期后 3 个月逾期金额回款	逾期三个月回款率
2020 年 6 月末	713.99	59.57	57.84	97.10
2019 年末	266.48	0	不适用	不适用
2018 年末	293.61	0	不适用	不适用
2017 年末	183.79	4.98	4.98	100

注：2020 年 6 月末，期后 3 个月逾期金额回款和逾期三个月回款率，均以截至 2020 年 7 月末回款情况计算。

报告期期各期末，上海家化相关应收款项有所逾期，但是均在期后三个月内回款，不存在异常情况。

（5）应收账款期后回款事项

① 报告期各期末应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况具体如下表所示：

单位：万元、%

期末时点	期末余额	2018 年回款金额	2019 年回款金额	2020 年 1-6 月回款金额	2020 年 7 月回款金额	回款金额占期末余额比例
2020 年 6 月末	24,448.09	不适用	不适用	不适用	7,410.65	30.31
2019 年末	18,629.07	不适用	不适用	18,525.35	61.77	99.77
2018 年末	24,791.50	不适用	24,715.05	52.79	-	99.90
2017 年末	17,492.28	17,474.65	15.86	1.78	-	100

② 超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况

报告期各期末，公司超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况具体如下表所示：

单位：万元、%

期末时点	期末超出合同约定付款时点余额	2018 年回款金额	2019 年回款金额	2020 年 1-7 月回款金额	期末超出合同约定付款时点余额累计回款金额占比
2020 年 6 月末	2,266.67	不适用	不适用	1,898.14	83.74
2019 年末	1,535.63	不适用	不适用	1,510.56	98.37
2018 年末	4,716.99	不适用	4,703.30	3.09	99.78
2017 年末	922.66	905.12	15.76	1.78	100.00

注：2020 年 6 月末，期末超出合同约定付款时点余额，2020 年 1-7 月回款金额为 2020 年 7 月回款金额。

③ 各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分

报告期各期末，公司超出合同约定付款时点的应收账款金额对应客户相对集中，主要来源于前五大逾期客户。报告期各期末，应收账款逾期客户前五名情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	逾期金额	占总逾期金额比例	应收账款余额	期后 3 个月回款
2020 年 6 月末	1	利洁时家化（中国）有限公司	423.37	18.68	2,013.50	423.37
	2	浙江壳牌化工石油有限公司	300.99	13.28	1,754.99	299.03
	3	强生（中国）有限公司	282.83	12.48	2,053.39	282.83
	4	上海家化联合股份有限公司	257.30	11.35	4,430.95	257.30
	5	壳牌（珠海）润滑油有限公司	253.22	11.17	867.30	253.22
	应收账款逾期客户前五名合计		**1,517.70**	**66.96**	**11,120.13**	**1,515.75**
2019 年末	1	上海家化联合股份有限公司	528.36	34.41	5,518.60	528.36
	2	壳牌（天津）润滑油有限公司	248.99	16.21	1,099.08	248.99
	3	天津郁美净集团有限公司	173.19	11.28	821.82	173.19
	4	上海百雀羚供应链管理有限公司	150.08	9.77	934.75	150.08
	5	强生（中国）有限公司	70.62	4.60	1,116.82	70.62
	应收账款逾期客户前五名合计		**1,171.24**	**76.27**	**9,491.07**	**1,171.24**
2018 年末	1	上海家化联合股份有限公司	1,522.98	32.29	5,770.16	1,522.98
	2	强生（中国）有限公司	580.79	12.31	1,974.56	580.79
	3	利洁时家化（中国）有限公司	450.72	9.56	1,545.27	450.72
	4	壳牌（天津）润滑油有限公司	398.36	8.45	1,379.67	398.36
	5	浙江壳牌化工石油有限公司	385.78	8.18	2,001.85	385.78
	应收账款逾期客户前五名合计		**3,338.63**	**70.78**	**12,671.51**	**3,338.63**
2017 年末	1	上海百雀羚供应链管理有限公司	317.38	34.40	1,384.56	317.38
	2	上海家化联合股份有限公司	185.08	20.06	4,555.00	185.08
	3	强生（中国）有限公司	140.68	15.25	1,249.46	140.68
	4	上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	74.39	8.06	411.24	74.39
	5	上海大联石油化工有限公司	59.50	6.45	259.01	59.50
	应收账款逾期客户前五名合计		**777.04**	**84.22**	**7,859.27**	**777.04**

注：2020 年 6 月末，期末逾期金额，期后三个月回款金额为截至 2020 年 7 月底回款金额。

公司逾期客户主要是上海家化、强生、壳牌、利洁时，由于内部付款审批等原因，有所逾期，但在期后三个月内基本收回，相关客户为行业内经营稳定、信誉良好的跨国企业或知名品牌企业，回款风险较小。公司已经按照相关政策要求计提坏账准备。

同行业可比公司中，采用账龄分析法的坏账准备计提政策如下：

项目	通产丽星	锦盛新材	诺斯贝尔	发行人
1 年以内（含 1 年）	3	5	5	3
1-2 年	10	10	10	10
2-3 年	30	30	30	30
3 年以上	100	100	100	100

发行人采用账龄分析法的坏账准备计提政策与同行业可比公司基本一致，坏账准备计提充分。

（6）第三方回款情况

报告期内，公司存在回款方与签订合同方不一致的第三方回款情形，金额分别为 192.90 万元、1,824.38 万元、1,143.65 万元和 1,815.70 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.36%、2.54%、1.46%和 4.63%，占比较小。

公司第三方回款主要包括两种情形：同一最终控制方下关联公司代为付款；客户关联自然人代付。具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
同一最终控制方下关联公司代为付款	1,815.70	100.00	1,143.65	100.00	1,824.38	100.00	37.37	52.67
其中：强生	1,815.70	100.00	294.53	25.75	-	-	37.37	52.67
百雀羚	-	-	849.12	74.25	1,824.38	100.00	-	-
客户关联自然人代付	-	-	-	-	-	-	33.58	47.33
合计	**1,815.70**	**100.00**	**1,143.65**	**100.00**	**1,824.38**	**100.00**	**70.95**	**100.00**
营业收入	39,217.11	4.63	78,565.86	1.46	71,801.30	2.54	53,297.40	0.13

① 客户关联自然人代付

报告期内，公司存在少量的客户关联自然人代付情形，原因主要为该等客户为中小民营企业，为方便付款，客户法定代表人直接将款项转账至公司银行账户。针对该第三方回款情形，公司已经下发通知进行规范，要求各业务人员与客户进

行沟通，避免发生客户关联自然人代付款的情形。2018 年以来，公司未再发生客户关联自然人代付货款的情形。

② 同一最终控制方下关联公司代为付款

公司客户强生属于大型跨国公司，报告期内，其部分境外销售回款系通过其同一控制下的 J.C. General Services BV 回款。客户所属的集团公司出于资金集中管理的需要，通过集团的财务公司、支付平台或者指定公司代客户支付货款，具有商业上的合理性和必要性。

公司客户百雀羚存在第三方回款的原因主要系：报告期内，与发行人发生交易的为上海百雀羚日用化学有限公司（以下简称“百雀羚日化”）、上海百雀羚供应链管理有限公司（以下简称“百雀羚供应链”），其中百雀羚供应链为百雀羚体系的供应链管理平台。据发行人与百雀羚合同约定，除 ODM 配方原料以及百雀羚许可的包材，用以生产百雀羚产品的其他原材料均由百雀羚旗下供应链平台百雀羚供应链提供。2018 年、2019 年，百雀羚的第三方回款，主要系公司对百雀羚日化的部分应收账款由公司对百雀羚供应链的应付账款支付，即应收账款与应付账款债权债务抵消所致。

报告期内，公司第三方回款情形符合实际经营情况，不影响公司收入以及销售回款的真实性、准确性。

公司及公司实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方均不存在关联关系或其他利益安排。

4、预付款项

公司预付款项主要为预付材料款、租金等，总体规模较小。报告期各期末，公司预付款项分别为 1,055.86 万元、668.64 万元、508.70 万元和 1,215.57 万元，占流动资产的比例分别为 3.46%、1.60%、1.18%和 2.57%。

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款分别为 288.22 万元、311.17 万元、500.57 万元和 497.57 万元，占流动资产的比例分别为 0.95%、0.74%、1.16%和 1.05%。公司其他应收款主要为保证金及押金，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
保证金及押金	511.26	489.84	288.12	263.96

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收出口退税	3.47	27.08	18.81	11.60
职工备用金	0.39	0.30	3.76	2.68
其他	44.77	44.58	0.49	10.40
小计	**559.90**	**561.82**	**311.19**	**288.64**
坏账准备	62.33	61.24	0.01	0.42
合计	**497.57**	**500.57**	**311.17**	**288.22**

报告期各期末，其他应收款金额前 5 名情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	款项性质	金额	占其他应收款比例
2020 年 6 月末	1	湖州南浔城市投资发展集团有限公司	保证金及押金	160.00	28.58
	2	湖州南浔区国土资源管理综合服务中心	保证金及押金	102.40	18.29
	3	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	保证金及押金	50.00	8.93
	4	上海大发电器有限公司	保证金及押金	43.08	7.69
	5	厦门海润进出口有限公司	其他	36.32	6.49
	其他应收款前五名合计			**391.80**	**69.98**
2019 年末	1	湖州南浔城市投资发展集团有限公司	保证金及押金	160.00	28.48
	2	湖州南浔区国土资源管理综合服务中心	保证金及押金	102.40	18.23
	3	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	保证金及押金	50.00	8.90
	4	上海大发电器有限公司	保证金及押金	43.08	7.67
	5	厦门海润进出口有限公司	其他	36.32	6.46
	其他应收款前五名合计			**391.80**	**69.74**
2018 年末	1	湖州练市工业开发建设有限公司	保证金及押金	100.00	32.13
	2	上海大发电器有限公司	保证金及押金	43.08	13.84
	3	珠海安宇企业有限公司	保证金及押金	27.00	8.68
	4	嘉善长盛自润材料有限公司	保证金及押金	25.00	8.03
	5	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	保证金及押金	25.00	8.03
	其他应收款前五名合计			**220.09**	**70.71**
2017 年末	1	湖州练市工业开发建设有限公司	保证金及押金	100.00	34.65
	2	上海大发电器有限公司	保证金及押金	28.35	9.82
	3	嘉善长盛自润材料有限公司	保证金及押金	25.00	8.66
	4	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	保证金及押金	25.00	8.66
	5	珠海安宇企业有限公司	保证金及押金	22.44	7.77
	其他应收款前五名合计			**200.79**	**69.56**

6、存货

报告期各期末，公司存货分别为 9,212.83 万元、12,072.46 万元、12,406.13 万元和 14,013.66 万元，占流动资产的比例分别为 30.23%、28.85%、28.83%和 29.61%。报告期内，随着公司业务规模的扩张，存货规模总体呈增长趋势。

（1）存货构成总体分析

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	8,095.79	57.77	6,634.95	53.48	5,664.39	46.92	4,565.03	49.55
在产品及半成品	2,019.49	14.41	2,197.08	17.71	2,016.87	16.71	1,556.99	16.90
库存商品	2,898.40	20.68	2,953.86	23.81	3,477.28	28.80	2,142.04	23.25
发出商品	514.78	3.67	171.60	1.38	320.14	2.65	113.70	1.23
委托加工物资	7.58	0.05	11.71	0.09	9.62	0.08	15.11	0.16
模具	477.61	3.41	436.92	3.52	584.17	4.84	819.95	8.90
合计	**14,013.66**	**100.00**	**12,406.13**	**100.00**	**12,072.46**	**100.00**	**9,212.83**	**100.00**
营业成本	29,030.04	-	55,984.58	-	53,481.41	-	39,942.72	-
存货周转天数	82	-	79	-	72	-	79	-
原材料周转天数	46	-	40	-	34	-	37	-
在产品及半成品周转天数	13	-	14	-	12	-	15	-
库存商品周转天数	18	-	21	-	19	-	19	-
发出商品周转天数	2	-	2	-	1	-	5	-

报告期内，公司期末存货结构总体维持稳定，原材料、在产品及半成品和库存商品为存货的主要构成。2018 年以来随着公司销售规模扩大、订单需求增加，公司原材料备货及尚未发货的库存商品有所增加。

报告期内，同行业可比公司存货占流动资产的比例列示如下：

单位：万元

项目	公司名称	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
存货	通产丽星	117,331.54	94,169.86	20,794.10	17,855.28
	锦盛新材	5,228.54	4,782.87	6,296.52	4,787.89
	诺斯贝尔	-	33,683.84	36,189.58	26,630.81
	发行人	14,013.66	12,406.13	12,072.46	9,212.83
流动资产	通产丽星	465,143.43	368,583.53	88,402.36	83,916.97
	锦盛新材	24,369.33	23,261.56	19,560.81	16,173.30
	诺斯贝尔	-	131,987.54	106,132.12	90,943.95
	发行人	47,332.68	43,035.43	41,844.13	30,477.26
存货占流动资产的比例	通产丽星	25.22%	25.55%	23.52%	21.28%
	锦盛新材	21.46%	20.56%	32.19%	29.60%
	诺斯贝尔	-	25.52%	34.10%	29.28%
	发行人	29.61%	28.83%	28.85%	30.23%

注：数据来源于可比上市公司公开披露的定期报告。

报告期内公司存货占流动资产的比例稳定在 30%左右，与同行业可比公司不存在明显差异。2019 年，公司存货占流动资产的比例略高于同行业可比公司，

主要原因系公司营业收入稳步增长，订单需求增加，公司根据订单情况、客户预测需求采购原材料并提前生产部分半成品。公司存货占流动资产的比例较高符合行业惯例。

（2）存货主要项目分析

① 原材料

报告期各期末，原材料金额分别 4,565.03 万元、5,664.39 万元、6,634.95 万元和 8,095.79 万元，占存货的比例分别为 49.55%、46.92%、53.48%和 57.77%。公司采取订单式生产模式，结合客户需求计划、自身实际产能、产品生产流程耗时等因素制定排产计划，为稳定原材料供应，确保生产的连续性，公司合理维持一定的原材料库存。

报告期各期末，公司主要业务对应的原材料账面价值如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
日化产品	3,102.25	38.32	2,261.45	34.08	1,545.25	27.28	1,131.81	24.79
塑料包装	1,632.52	20.17	1,454.88	21.93	1,966.63	34.72	2,066.61	45.27
其他	3,361.02	41.52	2,918.62	43.99	2,152.50	38.00	1,366.61	29.94
合计	**8,095.79**	**100.00**	**6,634.95**	**100.00**	**5,664.39**	**100.00**	**4,565.03**	**100.00**

A、日化产品

公司期末原材料主要为生产日化产品而备货的原材料。公司日化产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品，生产所需原材料主要包括包材和内容物原料，种类、规格、型号繁多。

不同原材料采购周期存在差异，其中：内包材（塑料包装、玻璃包装等直接与内容物接触的包材）采购周期一般为 30 天，外包材（纸箱、花盒、礼盒等）采购周期一般为 7-15 天；内容物原料采购周期一般为 7-15 天，其中香精、提取物等采购周期一般为 30-60 天。发行人会根据客户预测需求、在手订单、产品生产计划、单位采购成本，按成本最小化的原则进行采购。随着公司日化产品业务规模快速增长，对日化原料及包材的型号、规格需求增加，公司相应增加了原材料备货。

B、塑料包装

塑料包装原材料主要为合成树脂、色母等，标准化程度较高，存储成本低、保质期长。合成树脂采购周期一般为 7 天，用于生产壳牌瓶盖、“大宝 SOD 蜜”

瓶盖的合成树脂需要进口，采购周期为 45 天左右。报告期内，发行人综合考虑客户预测需求、在手订单、采购周期、市场价格走势等因素进行备料。

② 在产品及半成品

报告期各期末，在产品及半成品金额分别为 1,556.99 万元、2,016.87 万元、2,197.08 万元和 2,019.49 万元，主要构成为已完成配制待灌装的化妆品、家庭护理产品以及待贴标/印刷/烫金的塑料包装容器，在产品及半成品规模随着公司业务规模的增长，有所上升。

报告期各期末，公司在产品及半成品构成如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
日化产品	865.08	42.84	932.40	42.44	404.41	20.05	180.01	11.56
塑料包装	1,154.41	57.16	1,264.68	57.56	1,612.46	79.95	1,376.99	88.44
合计	**2,019.49**	**100.00**	**2,197.08**	**100.00**	**2,016.87**	**100.00**	**1,556.99**	**100.00**

对于日化产品 OEM/ODM 业务，客户一般滚动下订单给发行人，由于需要生产的品类较多，配制、灌装设备不同，发行人需要根据客户订单量、交货期进行排产，动态调整产能分配。日化产品配制、灌装所需时间较短，一般不超过 7 天，同时日化产品微生物及理化检测需要 7 天以上，因此日化产品的生产周期一般为 15 天。

对于塑料包装产品，从精密成型到印刷/贴标/烫金、检测成品入库，一般生产周期为 7-10 天。对于销量较大的塑料包装产品，公司会根据客户预测需求进行备货，提前生产一些半成品，满足客户订单交货期的需求。

报告期内，公司在产品及半成品周转天数分别为 15 天、12 天、14 天和 13 天，在产品及半成品周转情况基本与产品生产周期、发行人生产模式等因素相匹配，符合发行人业务模式和实际经营情况，具有合理性。

③ 库存商品

报告期各期末，库存商品金额分别为 2,142.04 万元、3,477.28 万元、2,953.86 万元和 2,898.40 万元，占存货的比例分别为 23.25%、28.80%、23.81%和 20.68%。公司采取订单式生产模式，具体交货数量按照客户订单的要求分批交付，为确保交货的及时性，公司根据客户需求情况，合理安排生产，动态维持库存商品的规模。

报告期各期末，公司库存商品主要构成如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
日化产品	989.33	34.13	1,160.86	39.30	1,557.59	44.79	785.94	36.69
塑料包装	1,909.07	65.87	1,793.00	60.70	1,919.69	55.21	1,356.09	63.31
合计	**2,898.40**	**100.00**	**2,953.86**	**100.00**	**3,477.28**	**100.00**	**2,142.04**	**100.00**

报告期各期末，日化产品金额相对较小，均有订单对应，主要系尚未发货的产品。塑料包装产品，对于强生、壳牌等长期合作客户，由于其产品需求量比较大，规格相对集中，交货及时性要求高，客户一般会向发行人提出未来 3 个月的需求预测，为保证供货及时性，公司通常保有一定量的库存并进行动态调整，避免订单量突然增加造成的压力。

④ 发出商品

报告期各期末，发出商品占存货的比例分别 1.23%、2.65%、1.38%和 3.67%。发出商品的形成和规模的大小，主要受到执行销售订单中关于产品交付、验收等条款规定的影响，受到货物运输和客户的验收周期的影响。报告期内发出商品与公司经营模式以及业务实际情况相匹配，各期末发出商品不存在提前或延迟确认收入的情形。

⑤ 模具

报告期各期末，库存中少量模具系公司根据客户产品需求，进行开发、设计，用于生产塑料包装容器。公司开发的模具完工入库后，产品试生产、客户确认模具技术参数、验收产品样品一般需要 3-6 个月时间。

（3）期末存货对应订单情况

① 报告期各期末存货与主要订单的对应关系

报告期各期末，存货与主要订单的对应关系如下：

单位：万元、%

期间	项目	在产品及半成品	库存商品	发出商品
2020 年 1-6 月	账面金额	2,019.49	2,898.40	514.78
	对应订单余额	1,259.90	2,204.31	514.78
	占比	62.39	76.05	100
	未对应订单余额	759.60	694.09	-
	占比	37.61	23.95	-
2019 年	账面金额	2,197.08	2,953.86	171.60
	对应订单余额	1,363.15	2,584.02	171.60

	占比	62.04	87.48	100
	未对应订单余额	833.93	369.85	-
	占比	37.96	12.52	-
2018 年	账面金额	2,016.87	3,477.28	320.14
	对应订单余额	827.47	3,181.08	320.14
	占比	41.03	91.48	100
	未对应订单余额	1,189.40	296.20	-
	占比	58.97	8.52	-
2017 年	账面金额	1,556.99	2,142.04	113.70
	对应订单余额	618.54	1,837.96	113.70
	占比	39.73	85.80	100
	未对应订单余额	938.45	304.08	-
	占比	60.27	14.20	-

② 未对应订单的存货金额、占比及形成原因

A、在产品及半成品

报告期各期末，在产品及半成品占存货的比例分别为 16.90%、16.71%、17.71%和 14.41%，主要为已完成配制待灌装的化妆品、家庭护理产品以及待贴标/印刷/烫金的塑料包装容器。

报告期各期末，公司在产品及半成品期末账面价值与在手订单的匹配如下：

单位：万元

业务	项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
日化产品	账面价值	865.08	932.40	404.41	180.01
	有对应在手订单的存货金额	865.08	932.40	404.41	180.01
塑料包装容器	账面价值	1,154.41	1,264.68	1,612.46	1,376.99
	有对应在手订单的存货金额	394.82	430.75	423.06	438.54
合计	**账面价值**	**2,019.49**	**2,197.08**	**2,016.87**	**1,556.99**
	有对应在手订单的存货金额	**1,259.90**	**1,363.15**	**827.47**	**618.54**

报告期各期末，日化产品没有在产品，其半成品一般均有对应订单，半成品金额较大，主要系日化产品已配制完成待灌装、或处于微生物及理化检测过程中。塑料包装容器由于强生、壳牌等长期合作客户产品需求量比较大，规格相对较少，一般会向发行人提出未来 3 个月的需求预测，为保证供货及时性，公司通常提前生产一些半成品，避免订单量突然增加造成的压力。

B、库存商品

报告期各期末，公司库存商品期末账面价值与在手订单的匹配关系如下：

单位：万元

业务	项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
日化产品	账面价值	989.33	1,160.86	1,557.59	785.94

	有对应在手订单的存货金额	989.33	1,160.86	1,557.59	785.94
塑料包装容器	账面价值	1,909.07	1,793.00	1,919.69	1,356.09
	有对应在手订单的存货金额	1,214.97	1,423.16	1,623.49	1,052.02
合计	**账面价值**	**2,898.40**	**2,953.86**	**3,477.28**	**2,142.04**
	有对应在手订单的存货金额	**2,204.31**	**2,584.02**	**3,181.08**	**1,837.96**

报告期各期末，对于日化产品的库存商品，一般均有对应的在手订单；对于塑料包装的库存商品，为保证供货及时性，公司通常提前生产一些产品，避免订单量突然增加造成的压力，上述产品虽然没有客户直接订单对应，但一般均符合客户的订单预测需求。

（4）存货跌价准备计提情况

公司按照成本与可变现净值孰低对存货计提存货跌价准备。公司存货周转速度较快，公司存货周转率分别为 4.53、5.03、4.57 和 2.20，存货周转天数分别为 79 天、72 天、79 天和 82 天。报告期各期末，经减值测试，不存在存货的预计可变现净值低于存货成本的情形，未计提存货跌价准备。

（5）发行人存货仓储情况

截至 2020 年 6 月 30 日，嘉亨家化、上海嘉亨租赁了部分房产用于仓储，浙江嘉亨、天津嘉亨、珠海嘉亨的房产均为租赁，发行人存货仓储情况如下：

存放地		主要类型仓库	库房建筑面积（㎡）	库房使用面积（㎡）	存货类别
嘉亨家化	自有	原材料	2,269.20	2,036.20	主要为塑料包装存货，少量粉类化妆品存货
		半成品	3,819.60	3,380.40	
		产成品	4,960.80	4,316.40	
		模具	802.00	790.00	
		粉类化妆品	656.40	596.40	
		小计	**12,508.00**	**11,119.40**	
	租赁	原材料	650.00	416.00	
		产成品	650.00	416.00	
		小计	**1,300**	**832.00**	
	合计		**13,808.00**	**11,951.40**	
上海嘉亨	自有	原材料	6,912	6,047	全部为日化产品存货
		半成品	2,548	2,036	
		产成品	3,564	3,264	
		小计	**13,024**	**11,347**	
	租赁	原材料	21,520	19,820	
		产成品	4,438	4,338	
		小计	**25,958**	**24,158**	
	合计		**38,982**	**35,505**	
浙江嘉亨		原材料	7,293.00	5,131.00	主要为塑料包装存

	半成品	8,292.20	6,658.20	货，少量香皂类产品存货
	产成品	7,202.00	4,700.00	
	香皂类产品	1,322.00	830.00	
	合计	**24,109.20**	**17,319.20**	
天津嘉亨	原材料	1,210.00	810.00	全部为塑料包装存货
	半成品	3,210.85	2,315.00	
	产成品	880.00	720.00	
	合计	**5,300.85**	**3,845.00**	
珠海嘉亨	原材料	808.37	722.39	全部为塑料包装存货
	半成品	1,676.26	1,221.37	
	产成品	1,935.19	1,551.15	
	合计	**4,419.82**	**3,494.91**	

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 916.74 万元、134.60 万元 364.52 万元和 3.68 万元，占流动资产的比例分别为 3.01%、0.32%、0.85%和 0.01%。公司其他流动资产主要为待认证进项税额等，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税借方余额重分类	3.68	364.52	133.01	907.99
预缴所得税	-	-	1.58	8.75
合计	**3.68**	**364.52**	**134.60**	**916.74**

（二）非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产具体构成情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	20,886.95	75.33	20,472.16	76.75	17,843.49	80.85	16,793.41	79.52
在建工程	602.04	2.17	-	-	44.55	0.20	-	-
无形资产	3,800.89	13.71	3,847.11	14.42	1,795.19	8.13	1,837.16	8.70
长期待摊费用	1,293.20	4.66	1,505.53	5.64	1,246.44	5.65	1,405.98	6.66
递延所得税资产	335.31	1.21	355.33	1.33	429.59	1.95	302.29	1.43
其他非流动资产	809.55	2.92	494.42	1.85	710.04	3.22	780.11	3.69
非流动资产合计	**27,727.94**	**100**	**26,674.55**	**100**	**22,069.30**	**100**	**21,118.94**	**100**

报告期内，公司非流动资产主要为固定资产、无形资产和长期待摊费用。报告期各期末，公司固定资产、无形资产和长期待摊费用合计占非流动资产的比例分别为 94.87%、94.63%、96.81%和 93.70%。

1、固定资产

报告期各期末，公司固定资产净值分别为 16,793.41 万元、17,843.49 万元、20,472.16 万元和 20,886.95 万元，占非流动资产的比例分别为 79.52%、80.85%、76.75%和 75.33%，具体构成如下：

单位：年、万元、%

项目	折旧年限	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	25-30	4,911.59	23.52	5,051.34	24.67	5,331.34	29.88	5,534.13	32.95
机器设备	5-10	14,465.65	69.26	13,896.15	67.88	11,234.23	62.96	10,047.92	59.83
运输设备	5-10	465.84	2.23	520.58	2.54	457.85	2.57	515.12	3.07
电子设备	5	264.03	1.26	180.54	0.88	155.91	0.87	151.34	0.90
其他	5-10	779.84	3.73	823.54	4.02	664.14	3.72	544.89	3.24
合计	-	**20,886.95**	**100.00**	**20,472.16**	**100.00**	**17,843.49**	**100.00**	**16,793.41**	**100.00**

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他等公司生产经营必须的固定资产，其中，房屋及建筑物和机器设备占当期固定资产净值的比例分别为 92.79%、92.84%、92.55%和 92.77%。

报告期各期末，未发现固定资产存在减值迹象，因此，未计提固定资产减值准备。

（1）固定资产周转率分析

报告期内，公司及同行业可比公司固定资产周转率情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星	销售收入	82,162.38	214,951.49	136,919.71	122,437.25
	平均固定资产净值	122,208.80	106,168.62	88,792.72	89,188.31
	固定资产周转率	0.67	2.02	1.54	1.37
锦盛新材	销售收入	12,671.39	34,287.93	36,064.26	30,059.62
	平均固定资产净值	12,505.62	13,068.85	13,448.93	12,947.39
	固定资产周转率	1.01	2.62	2.68	2.32
诺斯贝尔	销售收入	-	217,845.89	197,804.29	154,596.68
	平均固定资产净值	-	30015.675	24743.075	18,348.56
	固定资产周转率	-	7.26	7.99	8.43
嘉亨家化	销售收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
	平均固定资产净值	20,679.56	19,157.83	17,318.45	16,369.02
	固定资产周转率	1.90	4.10	4.15	3.26

报告期内，发行人固定资产周转率总体呈上升趋势，主要系公司主营业务收入持续增长。随着浙江嘉亨全面投产、承接并扩大塑料包装业务，上海嘉亨主要经营化妆品及家庭护理产品业务，更加清晰的业务布局和持续释放的产能为公司

的收入增长奠定了坚实的基础。

发行人主营日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产业务，通产丽星、锦盛新材主营日化产品塑料包装业务，诺斯贝尔主营化妆品 ODM 业务。报告期内，公司固定资产周转率高于通产丽星、锦盛新材，低于诺斯贝尔。

① 发行人固定资产周转率高于通产丽星及锦盛新材，系固定资产结构不同所致。通产丽星及锦盛新材房屋及建筑物占固定资产的比例远高于发行人，公司房屋及建筑物占固定资产比例较低的原因系公司子公司浙江嘉亨、天津嘉亨、珠海嘉亨主要生产经营场所均为租赁房产，上海嘉亨租赁部分房产用于仓储。剔除房屋及建筑物的影响后，报告期内，发行人与通产丽星、锦盛新材的固定资产周转率如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
通产丽星	1.43	3.31	2.98	2.64
锦盛新材	2.03	5.31	5.64	5.51
嘉亨家化	2.50	5.63	6.04	4.98

注：计算通产丽星 2019 年固定资产周转率时，剔除了科技创新服务营业收入 60,078.99 万元；计算 2020 年 6 月 30 日固定资产周转率时，剔除了科技创新服务营业收入 16,185.98 万元。

剔除房屋及建筑物的影响后，公司固定资产周转率与锦盛新材基本一致，仍高于通产丽星，主要系通产丽星已上市多年，与公司所处的发展阶段不同，并且通产丽星固定资产净值远大于发行人，导致固定资产周转率存在一定差异。

② 发行人固定资产周转率低于诺斯贝尔，主要是因为发行人同时开展塑料包装容器产品和日化产品业务，诺斯贝尔主要从事日化产品业务，由于所生产的产品类型不同，导致设备投入情况存在差异。根据发行人日化产品销售收入与生产日化产品的机器设备进行测算，报告期内，发行人与诺斯贝尔的固定资产周转率如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
诺斯贝尔	-	7.26	7.99	8.43
嘉亨家化	3.55	6.96	8.61	6.36

公司日化产品机器设备对应的固定资产周转率与诺斯贝尔不存在重大差异。

（2）折旧政策及与同行业可比公司对比分析

报告期内，公司固定资产的折旧政策如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	25-30	10	3.60-3.00
机器设备	年限平均法	5-10	10	18.00-9.00
运输设备	年限平均法	5-10	10	18.00-9.00
电子设备	年限平均法	5	10	18.00
其他设备	年限平均法	5-10	10	18.00-9.00

公司固定资产的折旧政策及其与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	房屋建筑物		机器设备		运输设备		办公设备及其他/电子设备	
	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）
通产丽星	30、35、40	5	10-20	3-5	5、6	5	3、5、8	5
锦盛新材	20	5	10	5	4-5	5	3-5	5
诺斯贝尔	20-30	10	5-10	10	5-10	10	5-10	10
发行人	25-30	10	5-10	10	5-10	10	5、5-10	10

公司与同行业公司固定资产采用的折旧方法均为年限平均法，年折旧率=（1-预计净残值率）/折旧年限（年），发行人固定资产折旧年限、残值率与同行业上市公司相比不存在重大差异，符合行业特征，具有合理性。同时，公司固定资产折旧政策执行情况良好，不存在应计提折旧未计提的情形，相关折旧计提准确。

2、在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 0 万元、44.55 万元、0 万元和 602.04 万元，占非流动资产的比例分别为 0%、0.20%、0%和 2.17%。公司在建工程具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
湖州化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目	587.17	-	-	-
曳引驱动载货电梯安装工程	14.87	-	-	-
香水车间火灾自动报警泡沫灭火系统安装工程	-	-	44.55	-
合计	**602.04**	-	**44.55**	-

3、无形资产

公司无形资产主要系土地使用权和计算机软件，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	3,747.06	98.58	3,789.40	98.50	1,729.50	96.34	1,772.00	96.45
计算机软件	53.83	1.42	57.70	1.50	65.69	3.66	65.16	3.55
合计	**3,800.89**	**100.00**	**3,847.11**	**100.00**	**1,795.19**	**100.00**	**1,837.16**	**100.00**

2019 年公司土地使用权增加，系湖州嘉亨购买土地形成的无形资产。公司各项无形资产于资产负债表日均不存在减值迹象，未计提减值准备。

公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内采用直线法摊销。发行人与同行业可比公司的无形资产摊销政策如下：

项目	摊销年限（年）			
	通产丽星	锦盛新材	诺斯贝尔	发行人
土地使用权	50	50	50	50
计算机软件	3、5	3-5	5-10	10

公司无形资产摊销政策与同行业上市公司基本相同，不存在应摊销未计提情况，相关摊销计提准确。

4、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 1,405.98 万元、1,246.44 万元、1,505.53 万元和 1,293.20 万元，占非流动资产的比例分别为 6.66%、5.65%、5.64%和 4.66%。公司长期待摊费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
模具	584.30	717.23	283.42	308.58
装修费	708.90	788.29	963.03	1,097.40
合计	**1,293.20**	**1,505.53**	**1,246.44**	**1,405.98**

公司长期待摊费用主要为厂房装修费及模具。公司根据客户需求开发模具，如果双方约定模具费用由客户在生产订单中一并结算的，已完工的模具在客户指定产品开始生产后，转入长期待摊费用摊销，摊销时间为 2 年。

公司长期待摊费用在受益期内平均摊销，发行人与同行业可比公司的长期待摊费用摊销政策如下：

项目	摊销年限（年）			
	通产丽星	锦盛新材	诺斯贝尔	发行人
装修费	5	-	在受益期内按直线法分期摊销	5、10
模具	-	3	-	2

发行人长期待摊费用的摊销计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，相对谨慎、合理，相关摊销计提准确。

5、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 302.29 万元、429.59 万元、355.33 万元和 335.31 万元，其形成主要由资产/信用减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损、厂房租赁费未到票、递延收益形成的可抵扣暂时性差异所致。报告期内，公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
资产减值准备	-	-	164.34	116.25
信用减值准备	170.37	129.94	-	-
内部交易未实现利润	69.08	40.76	15.63	13.03
可抵扣亏损	1.69	89.64	172.70	110.45
厂房租赁费未到票	56.53	54.43	48.31	36.77
递延收益	37.64	40.57	28.60	25.78
合计	**335.31**	**355.33**	**429.59**	**302.29**

6、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 780.11 万元、710.04 万元、494.42 万元和 809.55 万元，主要为预付设备款，具体如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预付工程款	-	-	-	120.00
预付设备款	788.12	475.05	641.90	645.65
预付无形资产款	-	-	-	14.46
预付模具款	21.43	19.37	68.14	-
合计	**809.55**	**494.42**	**710.04**	**780.11**

（三）资产营运能力分析

报告期内，公司资产周转能力的主要财务指标如下表所示：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应收账款周转率（次）	1.88	3.73	3.50	2.95
存货周转率（次）	2.20	4.57	5.03	4.53

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 2.95、3.50、3.73 和 1.88，应收账款周转天数分别为 122 天、103 天、97 天和 96 天，应收账款周转率总体稳定，应

收账款周转天数与公司对客户的信用政策基本匹配。

2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 4.53、5.03、4.57 和 2.20，存货周转天数分别为 79 天、72 天、79 天和 82 天。公司的生产模式为订单式生产，结合客户的需求计划、自身的实际产能、产品的生产流程耗时等因素制定排产计划，组织生产制造，对原材料、库存商品进行合理的库存管理，报告期内存货周转速度较快，公司存货周转率与日化产品快速周转的行业特征及公司的经营模式相符。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债情况分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 19,038.01 万元、27,058.81 万元、26,164.98 万元和 27,526.13 万元。公司负债的具体构成情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	8,511.84	30.92	10,016.68	38.28	11,999.00	44.34	9,849.03	51.73
应付账款	15,066.98	54.74	12,595.78	48.14	11,286.94	41.71	6,444.84	33.85
预收款项	0.48	0.00	499.12	1.91	713.62	2.64	197.79	1.04
合同负债	770.85	2.80	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,373.84	4.99	1,579.89	6.04	1,201.75	4.44	848.21	4.46
应交税费	1,540.59	5.60	1,228.27	4.69	1,642.22	6.07	1,435.16	7.54
其他应付款	12.04	0.04	34.32	0.13	50.60	0.19	62.41	0.33
其中：应付利息	-	-	-	-	17.02	0.06	14.17	0.07
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	-	-	28.68	0.15
其他流动负债	54.66	0.20	-	-	-	-	-	-
流动负债合计	**27,331.28**	**99.29**	**25,954.06**	**99.19**	**26,894.12**	**99.39**	**18,866.13**	**99.10**
递延收益	194.84	0.71	210.92	0.81	164.69	0.61	171.88	0.90
非流动负债合计	**194.84**	**0.71**	**210.92**	**0.81**	**164.69**	**0.61**	**171.88**	**0.90**
负债合计	**27,526.13**	**100.00**	**26,164.98**	**100.00**	**27,058.81**	**100.00**	**19,038.01**	**100.00**

1、短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
抵押借款	8,511.84	9,015.15	11,000.00	8,000.00
保证借款	-	-	999.00	999.00

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
质押借款	-	1,001.53	-	850.03
合计	**8,511.84**	**10,016.68**	**11,999.00**	**9,849.03**

报告期内，随着公司业务规模逐渐扩大，对流动资金的需求不断提升，由于公司盈利能力不断增强，公司短期借款规模总体稳定。

截至 2020 年 6 月末，发行人的借款情况如下：

单位：万元

序号	贷款人	借款人	借款余额	借款期限	年利率	当期利息费用
1	中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行	嘉亨家化	700.00	2020/03/06-2021/03/05	5.00%	11.38
2	上海浦东发展银行股份有限公司松江支行	上海嘉亨	800.00	2019/07/25-2020/07/24	5.66%	22.87
3			800.00	2019/08/15-2020/08/14	5.66%	22.87
4			800.00	2019/09/10-2020/09/09	5.66%	22.87
5			1,000.00	2019/10/18-2020/10/17	5.66%	28.59
6			800.00	2019/11/05-2020/11/04	5.66%	22.87
7			1,000.00	2020/01/10-2021/01/19	5.10%	24.51
8			1,000.00	2020/03/10-2021/03/19	4.35%	13.65
9			1,600.00	2020/06/22-2021/06/21	4.35%	1.74

2、应付账款

（1）应付账款变动的合理性

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 6,444.84 万元、11,286.94 万元、12,595.78 万元和 15,066.98 万元，占负债总额的比例分别为 33.85%、41.71%、48.14%和 54.74%。公司报告期内的应付账款主要为应付原材料采购款、设备款等。报告期内，应付账款余额逐年上升主要是公司经营规模扩大采购额增加所致。

报告期内，公司日化产品内容物所需的主要原材料包括表面活性剂、润肤剂、皮肤调理剂、保湿剂、芳香剂及其他添加剂等，塑料包装产品所需的主要原材料包括合成树脂（PE、PP 等）、色母等。

其中表面活性剂、合成树脂（PE、PP 等）等原材料，公司一般需要预付大部分款项，公司该类原材料对应的供应商期末应付账款金额很小。对应塑料包装容器所需的其他原辅材料、日化产品所需的原料和包材，通常情况下，发行人与供应商采用定期结算付款方式，付款结算期限通常为货到后 30 天至 120 天，货到票到后支付。受原材料分批次到货时间、供应商发票开具时间以及发行人付款流程影响，对主要供应商实际的采购付款周期约为 4-5 个月。

报告期各期末，发行人应付材料款与采购金额的匹配如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年		2018 年末/2018 年		2017 年末/2017 年
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
应付材料款	12,332.19	10,856.24	15.85	9,370.89	77.89	5,267.72
采购金额	21,338.92	42,197.26	-3.80	43,865.60	44.61	30,333.61
剔除合成树脂、表面活性剂后的采购金额	13,905.91	24,766.98	10.84	22,345.33	56.47	14,280.88

2018 年末，公司应付材料款余额增幅为 77.89%，主要系当年原材料采购金额较 2017 年增长 44.61%，其中剔除合成树脂、表面活性剂后的采购金额较 2017 年增长 56.47%，与应付账款余额增幅基本匹配。2019 年末，公司应付材料款余额增幅为 15.85%，当年剔除合成树脂、表面活性剂后的采购金额较 2018 年增长 10.84%，与应付账款余额增幅基本匹配。

综上所述，公司报告期内应付账款余额增幅合理，公司具有较强的支付能力，主要供应商与公司合作稳定。

（2）应付账款账龄情况

报告期各期末，应付账款的账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	14,604.66	96.93	12,276.79	97.47	10,836.97	96.01	6,130.56	95.12
1-2 年	180.16	1.20	47.16	0.37	310.83	2.75	257.55	4.00
2-3 年	35.33	0.23	159.87	1.27	137.81	1.22	54.86	0.85
3 年以上	246.83	1.64	111.96	0.89	1.33	0.01	1.89	0.03
合计	**15,066.98**	**100.00**	**12,595.78**	**100.00**	**11,286.94**	**100.00**	**6,444.84**	**100.00**

报告期各期末，账龄超过 1 年的应付账款分别为 314.29 万元、449.97 万元、318.99 万元和 462.32 万元，占各期末应付账款的比例分别为：4.88%、3.98%、2.53%和 3.07%，占比较小。

发行人部分应付账款账龄在 1 年以上，主要原因有以下两方面：① 未到合同付款条件及质保期未到形成的待付尾款；② 供应商未请求付款的待付款，主要是公司设备、工程供应商未请求付款的设备、工程尾款。2020 年 6 月末，发行人账龄 1 年以上的应付账款如下：

单位：万元

序号	款项性质	2020.6.30

序号	款项性质	2020.6.30
1	未到合同付款条件及质保期未到形成的待付尾款	128.51
2	供应商未请求付款的待付款	333.80
合计		462.32

报告期内，发行人账龄超过 1 年的应付账款不存在争议或纠纷。

（3）应付账款占采购额的比例与同行业可比公司的对比情况

2017 年至 2019 年，公司应付账款水平、应付账款占采购额的比例与同行业可比公司对比如下：

单位：万元、%

可比公司	项目	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星	应付账款	37,980.37	16,192.40	16,736.09
	应付账款占采购额比例	34.92	25.43	28.83
锦盛新材	应付账款	1,870.92	2,112.54	2,655.85
	应付账款占采购额比例	16.81	13.38	21.07
诺斯贝尔	应付账款	38,011.61	29,412.66	25,497.45
	应付账款占采购额比例	24.17	25.23	27.40
嘉亨家化	应付账款	12,595.78	11,286.94	6,444.84
	应付账款占采购额比例	29.85	25.73	21.25

注：由于诺斯贝尔未披露 2019 年采购金额，2019 年诺斯贝尔应付账款、应付账款占采购额的比例，采用的是青松股份的相关数据。

公司应付账款水平、应付账款占采购额的比例在同行业可比公司波动范围，不存在重大差异，符合行业特征。

（4）报告期各期末应付账款与主要供应商、采购合同匹配情况，相关采购合同的执行情况

① 应付账款前五名情况

报告期各期末，应付账款金额前 5 名情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	采购内容	金额	占应付账款比例
2020 年 6 月末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	1,090.41	7.24
	2	东营市海科新源化工有限责任公司	日化原料	684.54	4.54
	3	利洁时家化（中国）有限公司	包材、日化原料	560.92	3.72
	4	上海奇鸣生物科技有限公司	日化原料	521.11	3.46
	5	浙江练南建设集团有限公司	生产基地建设工程	520.00	3.45
	应付账款前五名合计			3,376.99	22.41

年度	排名	供应商名称	采购内容	金额	占应付账款比例
2019 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	926.59	7.36
	2	广州合淼生物科技有限公司	日化原料	732.57	5.82
	3	上海扬盛印务有限公司	包材	691.11	5.49
	4	上海正伟印刷有限公司	标签、包材	507.50	4.03
	5	上海奇鸣生物科技有限公司	日化原料	487.64	3.87
	应付账款前五名合计			**3,345.41**	**26.56**
2018 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	919.51	8.15
	2	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材、日化原料	845.57	7.49
	3	利洁时家化（中国）有限公司	包材、日化原料	695.67	6.16
	4	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	427.72	3.79
	5	上海扬盛印务有限公司	包材	363.65	3.22
	应付账款前五名合计			**3,252.11**	**28.81**
2017 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	894.37	13.88
	2	上海扬盛印务有限公司	包材	610.02	9.47
	3	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材、日化原料	266.71	4.14
	4	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	237.19	3.68
	5	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	189.59	2.94
	应付账款前五名合计			**2,197.88**	**34.10**

② 原材料供应商前五名情况

报告期内，公司向前五名原材料供应商的采购情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占总采购比例
2020 年 1-6 月	1	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	1,163.58	5.45
	2	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	5.24
	3	东营市海科新源化工有限责任公司	其他添加剂	789.43	3.70
	4	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	778.82	3.65
	5	上海烯成实业有限公司	合成树脂	722.45	3.39
	前五名供应商合计			**4,572.29**	**21.43**
2019 年	1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	6,386.88	15.14
	2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,391.25	5.67
	3	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	1,120.88	2.66
	4	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	1,078.45	2.56
	5	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	968.96	2.30

年度	排名	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占总采购比例
	前五名供应商合计			**11,946.42**	**28.31**
2018年	1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	2,714.39	6.19
	2	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	2,375.17	5.41
	3	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,272.61	5.18
	4	奔诺能源化工有限公司	合成树脂	2,119.28	4.83
	5	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	2,029.48	4.63
	前五名供应商合计			**11,510.93**	**26.24**
2017年	1	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	2,324.24	7.66
	2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,137.42	7.05
	3	常州云汉塑料有限公司	合成树脂	2,116.66	6.98
	4	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,195.87	3.94
	5	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	1,082.65	3.57
	前五名供应商合计			**8,856.84**	**29.20**

报告期内，公司应付账款前五名与供应商前五名存在差异，主要原因是表面活性剂、合成树脂（PE、PP 等）等原材料，公司一般需要预付大部分款项，公司该类原材料供应商期末应付款项较少，但是其采购金额较大，导致公司期末应付账款供应商主要是标签、包材、日化原料供应商。

报告期各期末，公司应付账款主要应付对象与主要供应商存在差异，符合行业特征及发行人与供应商的结算信用政策。

③ 报告期各期末应付账款与采购合同匹配情况，相关采购合同的执行情况

报告期内，报告期各期末应付账款与采购情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
采购总额	21,338.92	42,197.26	43,865.60	30,333.61
其中：合成树脂	5,374.18	14,052.11	17,508.33	13,788.73
表面活性剂	2,058.82	3,378.17	4,011.94	2,263.99
其他采购	13,905.91	24,766.98	22,345.33	14,280.88
应付账款-材料款	12,332.19	10,856.24	9,370.89	5,267.72
其他采购/应付账款-材料款	1.13	2.28	2.38	2.71
付款周期（月）	5.32	5.26	5.03	4.43

原材料表面活性剂、合成树脂（PE、PP 等）等原材料，公司一般需要预付大部分款项，公司该类原材料对应的供应商期末应付账款金额很小。剔除表面活性剂、合成树脂的采购金额，报告期内，公司原材料采购付款周期为 4-5 个月。

大多数供应商给公司的信用期为票到 60 天-120 天，受原材料分批次到货时间、供应商发票开具时间以及发行人付款流程影响，对主要供应商实际的采购付款周期约为 4-5 个月。

公司报告期各期末应付账款与采购合同额匹配，公司采购合同执行情况正常。由于双方结算未及时完成付款流程等原因导致部分应付款项存在逾期，账龄基本在 1 年以内，公司已在合理付款时间内付款，不存在拖欠供应商款项的情形。

（5）报告期应付账款结算支付给个人、非合同指定账户的情形

报告期发行人应付账款结算支付给个人、非合同指定账户的情形如下：

单位：万元

期间	支付个人金额	支付非合同指定账户金额	合计金额
2020 年 1-6 月	9.77	-	9.77
2019 年	4.04	55.00	59.04
2018 年	27.21	-	27.21
2017 年	21.72	-	21.72

报告期内，公司应付账款结算存在支付给个人、非合同指定账户的情形，具体原因如下：

① 公司支付给个人款项，主要是公司采购员垫资采购零星车间配件、辅料，公司向采购员报销相关采购款，报告期内金额较小。

② 2019 年公司支付非合同指定账户金额，系支付给同一控制下的不同主体。吴江奥星空调净化工程有限公司、苏州厦顺空调净化工程有限公司为同一控制下的主体，为公司提供空调装修安装工程服务，与公司长期合作。2019 年，公司与吴江奥星空调净化工程有限公司签订合同，实际付款时，工程款项 55 万元支付给苏州厦顺空调净化工程有限公司。

3、预收款项

报告期各期末，公司预收款项余额分别为 197.79 万元、713.62 万元、499.12 万元和 0.48 万元，占总负债的比例分别为 1.04%、2.64%、1.91%和 0%。公司预收款项均为预收货款。2018 年末，公司预收款项余额有一定幅度上升，主要原因系公司根据合同约定，预收客户货款增加所致。

4、合同负债

公司自 2020 年 1 月 1 日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流

动负债。2020 年 6 月末，公司合同负债余额为 770.85 万元，为预收商品款，占总负债的比例为 2.80%。

5、应付职工薪酬

（1）基本情况

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 848.21 万元、1,201.75 万元、1,579.89 万元和 1,373.84 万元，占总负债的比例分别为 4.46%、4.44%、6.04%和 4.99%。主要是应付的工资、奖金、津贴和补贴。报告期内，公司应付职工薪酬保持增长，主要原因系公司员工人数增加及人工成本逐年上升所致。

报告期内，公司计提工资、奖金及发放情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
薪酬计提数	7,526.06	15,847.97	12,741.77	9,847.54
其中：奖金计提数	-	312.35	241.50	121.98
薪酬上期计提本期发放数	1,579.89	1,201.75	848.21	806.00
其中：奖金发放数	312.35	241.50	121.98	93.94
薪酬当期计提当期发放数	6,152.22	14,268.08	11,540.02	8,999.33
期后薪酬发放数	1,373.84	1,579.89	1,201.75	848.21
其中：奖金发放数	-	312.35	241.50	121.98

发行人于当月计提当月职工工资并于次月支付，每年年末根据实际经营情况计算全年奖金并于次年年初支付，不存在长期应付薪酬挂账的情形。

报告期内，公司员工数量、人均薪酬水平变动情况如下：

单位：万元、人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应付职工薪酬余额	1,373.84	1,579.89	1,201.75	848.21
应付职工薪酬计提额	7,526.06	15,847.97	12,741.77	9,847.54
月平均薪酬发放人数	2,456	2,240	2,062	1,566
人均薪酬	3.06	7.07	6.18	6.29

报告期内，随着公司业务规模不断扩大，员工人数增加，人均薪酬水平提升，以及公司经营业绩逐年增长，各部门年度绩效完成情况良好，各年奖金计提逐年增加，故应付职工薪酬期末余额逐年增长。应付职工薪酬余额变动与公司人均薪酬及员工人数变化相符。

报告期内，公司存在现金支付工资的情形，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
现金支付工资的金额	0.67	13.18	4.35	5.01

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
其中：春节开工福利费		11.62	1.10	1.75
工资发放总金额	7,732.11	15,469.83	12,388.23	9,805.33
现金支付工资占工资发放总金额的比例	0.01	0.09	0.04	0.05

报告期内，公司存在少量现金支付工资的情形，金额占当期工资发放总金额的比例极小。主要系公司子公司按照所在地习俗，春节开工福利费以现金形式发放，发行人将上述福利费计入薪酬总额，不存在少计成本费用的情形。其他零星现金支付主要系支付给离职员工的结算工资等。

（2）人均薪酬对比

2017-2019 年，公司人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	15,847.97	12,741.77	9,847.54
人员数量	2,240	2,062	1,566
公司人均薪酬	7.07	6.18	6.29
同行业薪酬情况：			
通产丽星	12.67	9.47	8.74
锦盛新材	8.79	9.05	7.72
青松股份（诺斯贝尔）	6.38	6.93	-

注 1：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异；

注 2：青松股份公告的发行股份购买资产报告书（收购标的诺斯贝尔）及审计报告，未披露 2017 年薪酬及人数，故 2017 年平均薪酬无法列示，下同。

2017-2019 年，公司人均薪酬与青松股份（诺斯贝尔）不存在明显差异，略低于锦盛新材、通产丽星。公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装业务，日化产品后端包装环节、塑料包装容器在线外观检测及包装等对人工需求较大，随着公司业务规模快速增长，生产人员增长幅度较大，人均薪酬不高。报告期内，公司人均薪酬呈上升趋势，与行业可比公司相比不存在明显偏低的情形。

① 营销服务人员费用

2017-2019 年，公司营销服务人员人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	314.14	281.37	234.10
人员数量	38	36	33

项目	2019 年	2018 年	2017 年
公司销售人员人均薪酬	8.27	7.82	7.09
同行业薪酬情况：			
通产丽星	10.33	18.46	18.33
锦盛新材	15.61	15.83	13.45
青松股份（诺斯贝尔）	12.34	16.34	-

注：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异。

公司销售人员人均薪酬低于同行业可比公司，公司营销服务人员包括销售业务人员及货运驾驶员，销售业务人员主要负责客户维护、订单跟踪等，不负责开发客户。锦盛新材、青松股份（诺斯贝尔）客户集中度较公司低，主动营销需求、市场开发、参加行业展会等较多，销售人员薪酬相对较高。通产丽星总部位于深圳，薪酬水平相对较高。

② 管理人员薪酬

2017-2019 年，公司管理人员人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	3,835.04	3,060.30	2,807.02
人员数量	380	324	309
公司管理人员人均薪酬	10.09	9.45	9.08
其中：中层及以上管理人员数量	26	26	24
中层及以上管理人员人均薪酬	27.69	26.26	23.63
普通管理行政人员数量	354	298	285
普通管理行政人员人均薪酬	8.80	7.98	7.86
同行业薪酬情况：			
通产丽星	19.90	9.13	9.04
锦盛新材	24.60	24.37	18.67
青松股份（诺斯贝尔）	7.83	14.57	-

注 1：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异。

注 2：通产丽星数据来源于年报，其中 2019 年管理人员人均薪酬较 2017 年、2018 年有较大幅度增长，主要系通产丽星 2019 年将力合科创集团有限公司 100%股权纳入合并报表范围，对应管理人员职工薪酬增加，2019 年力合科创集团有限公司管理人员薪酬为 10,532.58 万元，占当年通产丽星管理人员薪酬的比例较高。

注 3：锦盛新材数据来源于招股说明书。

注 4：青松股份（诺斯贝尔）2018 年数据来源于青松股份《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》，2019 年数据来源于青松股份年报。

公司管理人员人均薪酬与通产丽星 2017 年、2018 年管理人员人均薪酬不存在明显差异，低于通产丽星 2019 年管理人员人均薪酬，主要系通产丽星 2019 年完成对力合科创集团有限公司 100%股权的收购，新增科技创新服务业务，对应管理人员薪酬增加所致。

公司管理人员人均薪酬低于锦盛新材，主要系公司从事塑料包装及日化产品业务，除泉州母公司外，在上海、浙江、天津、珠海、香港、湖州等地均设立子/孙公司，管理人员较多，2017-2019 年公司管理人员数量为 309-380 人，锦盛新材 2019 年末管理及财务人员数量为 83 人。2017-2019 年，公司管理人员薪酬占营业收入的比例分别为 5.27%、4.26%和 4.88%，锦盛新材管理人员薪酬占营业收入的比例分别为 4.74%、5.23%和 5.85%，管理费用薪酬占营业收入的比例接近，由于公司管理人员数量较多，公司管理人员人均薪酬低于锦盛新材。

公司管理人员人均薪酬低于诺斯贝尔 2018 年管理人员人均薪酬，主要系诺斯贝尔销售规模较大，经营业绩良好，2018 年诺斯贝尔实现销售收入 19.78 亿元，实现净利润 2.05 亿元；2018 年公司实现销售收入 7.18 亿元，实现净利润 4,293.19 万元。

报告期内，公司管理人员薪酬与经营业绩的匹配情况如下：

项目	2010 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
管理人员薪酬总额（万元）	1,762.12	3,835.04	3,060.30	2,807.02
管理人员数量（人）	382	380	324	309
管理人员人均薪酬（万元/人）	4.61	10.09	9.45	9.08
营业收入（万元）	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
管理人员薪酬占营业收入的比例（%）	4.49	4.88	4.26	5.27

注：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异。

报告期内，随着公司经营业绩增长，公司管理人员数量、管理人员薪酬总额、管理人员人均薪酬均呈上升趋势。其中 2017 年管理人薪酬占营业收入的比例较高，主要系 2017 年 7 月浙江嘉亨才全面投产，当年营业收入规模较小，但管理人员基本配置到位，导致管理人员薪酬占比较高。

报告期内公司管理人员人均薪酬与经营业绩、管理人员数量匹配。

③ 研发人员薪酬

2017-2019 年，公司研发人员人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	1,029.38	799.45	548.66
人员数量	128	103	81
公司研发人员人均薪酬	8.04	7.76	6.77
同行业薪酬情况：			
通产丽星	4.87	3.64	-
锦盛新材	8.70	9.40	8.25
青松股份（诺斯贝尔）	9.24	8.68	-

注：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异；通产丽星人均薪酬为其技术工人人均薪酬。

公司研发人员人均薪酬与同行业公司相比不存在明显差异，略低于锦盛新材、青松股份（诺斯贝尔），主要系公司研发人员主要分布于泉州和上海，其中泉州塑料包装研发人员较多，当地人均薪酬相对较低，导致整体研发人员平均薪酬较低。

2017- 2019 年，公司研发人员人均薪酬按照区域结构划分情况如下表所示：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	1,029.38	799.45	548.66
月均人数	128	103	81
公司研发人员人均薪酬	8.04	7.76	6.77
其他（除泉州）人均薪酬	8.86	8.32	8.36
职工薪酬	469.53	349.39	167.11
人数	53	42	20
泉州人均薪酬	7.46	7.38	6.25
职工薪酬	559.85	450.06	381.55
人数	75	61	61

注：公司人员数量为期间月均人数，与期末数量有所差异。

6、应交税费

报告期各期末，应交税费余额分别为 1,435.16 万元、1,642.22 万元、1,228.27 万元和 1,540.59 万元，占总负债的比例分别为 7.54%、6.07%、4.69%和 5.60%。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	695.80	771.74	980.25	1,027.65
企业所得税	798.58	402.25	629.26	346.73
个人所得税	0.29	0.37	0.26	1.55

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
城市维护建设税	17.13	17.41	9.28	20.49
教育费附加	8.61	9.29	4.24	9.82
地方教育附加	5.74	5.95	2.52	6.54
其他	14.45	21.27	16.42	22.38
合计	**1,540.59**	**1,228.27**	**1,642.22**	**1,435.16**

7、其他应付款

（1）应付利息

报告期各期末，公司应付利息余额分别为 14.17 万元、17.02 万元、0 万元和 0 万元，占总负债的比例分别为 0.07%、0.06%、0%和 0%。2020 年 6 月末应付利息为 0，主要系列报重分类至短期借款所致。

（2）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 48.24 万元、33.57 万元、34.32 万元和 12.04 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
员工报销款	4.53	23.95	18.13	12.24
保证金及押金	7.50	7.50	0.50	-
其他	0.01	2.87	14.94	36.00
合计	**12.04**	**34.32**	**33.57**	**48.24**

8、一年内到期的长期负债

报告期各期末，公司一年内到期的长期负债分别为 28.68 万元、0 万元、0 万元和 0 万元。2017 年末余额 28.68 万元系公司子公司香港华美的长期借款。

9、其他流动负债

公司自 2020 年 1 月 1 日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债。2020 年 6 月末，公司其他流动负债余额为 54.66 万元，为待转销项税额，占总负债的比例为 0.20%。

10、递延收益

报告期各期末，公司递延收益余额分别为 171.88 万元、164.69 万元、210.92 万元和 194.84 万元，占总负债的比例分别为 0.90%、0.61%、0.81%和 0.71%，均为需递延的政府补贴，具体情况如下：

单位：万元

序号	政府补助	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1	2014 年鲤城区项目款-高速扁瓶理瓶装置开发与运用	7.74	8.78	10.86	12.94
2	2014 年市级技术改造专项资金（第二批）-全防伪防盗日化塑胶包装自动生产线	27.34	31.25	39.06	46.87
3	2015 年省专利技术实施与产业化项目计划和经费-化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法专利技术的产业化运用研究	3.16	3.47	4.09	4.71
4	化妆品外包装塑料翻盖的配方及其制备方法	7.84	9.14	11.75	14.37
5	科技项目经费-2015G116 高速无损伤理瓶生产线的开发与运用	19.71	21.13	23.97	50.00
6	科技项目经费-2016G6 机油瓶自动检测设备的开发	8.85	9.55	10.97	18.00
7	洗洁精自动旋泵设备的开发	-	-	25.00	25.00
8	两化融合补助-基于 MES 的液洗智能制造生产管理系统集成	33.00	35.00	39.00	-
9	2019 年市级技术改造专项资金-膏霜瓶类产品全自动伺服数控生产线	36.11	38.28	-	-
10	2018 年度工业发展和信息化资金项目	51.10	54.32	-	-
合计		**194.84**	**210.92**	**164.69**	**171.88**

（二）偿债能力分析

报告期各期期末，公司的偿债能力相关指标如下表所示：

财务指标	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	1.73	1.66	1.56	1.62
速动比率（倍）	1.22	1.18	1.11	1.13
资产负债率（母公司）（%）	7.05	14.97	23.31	19.41
财务指标	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
利息保障倍数（倍）	23.15	12.58	9.98	4.16
息税折旧摊销前利润（万元）	**6,856.15**	11,395.91	8,300.86	5,548.63

1、流动比率和速动比率分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.62、1.56、1.66 和 1.73，速动比率分别为 1.13、1.11、1.18 和 1.22。报告期内，公司流动比率、速动比率稳中有升。

2、资产负债率分析

报告期各期末，公司（母公司）资产负债率分别为 19.41%、23.31%、14.97%

和 7.05%，资产负债率总体水平较低，公司财务结构较为稳健。

3、盈利和偿债能力分析

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 5,548.63 万元、8,300.86 万元、11,395.91 万元和 6,856.15 万元，利息保障倍数分别为 4.16、9.98、12.58 和 23.15。公司利息保障倍数总体呈现上升趋势，偿债风险较低。此外，公司不存在对正常生产、经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债，亦不存在表外融资的情况。

公司盈利能力较高，资信状况良好，具有较强的偿债能力。公司将继续加强内部管理和风险预防与控制，以进一步改善财务状况，降低财务风险。

（三）报告期内股利分配情况

报告期内，公司没有进行股利分配。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动产生的现金流量净额	858.21	16,813.56	4,044.56	5,823.46
其中：销售商品、提供劳务收到的现金	37,781.75	92,675.87	73,094.92	64,128.47
购买商品、接受劳务支付的现金	25,988.08	47,061.83	46,627.78	39,346.45
投资活动产生的现金流量净额	-2,382.45	-7,410.21	-3,354.13	-6,567.86
筹资活动产生的现金流量净额	-2,065.31	-2,430.67	1,566.71	837.09
汇率变动对现金及现金等价物的影响	17.20	45.13	18.28	-41.11
现金及现金等价物净增加额	-3,572.35	7,017.82	2,275.42	51.57
加：期初现金及现金等价物余额	11,113.55	4,095.73	1,820.31	1,768.74
期末现金及现金等价物余额	7,541.20	11,113.55	4,095.73	1,820.31

1、经营活动现金流量分析

（1）报告期内公司营业收入收现能力分析

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售商品、提供劳务收到的现金①	37,781.75	92,675.87	73,094.92	64,128.47
营业收入②	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
①/②	96.34	117.96	101.80	120.32

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别 64,128.47 万元、73,094.92 万元、92,675.87 万元和 37,781.75 万元，占营业收入的比例分别为 120.32%、101.80%、117.96%和 96.34%，公司营业收入收现能力较强。

（2）经营性现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	37,781.75	92,675.87	73,094.92	64,128.47
收到的税费返还	270.60	150.22	110.75	96.93
收到其他与经营活动有关的现金	95.80	455.96	235.81	655.18
经营活动现金流入小计	**38,148.14**	**93,282.06**	**73,441.47**	**64,880.58**
购买商品、接受劳务支付的现金	25,988.08	47,061.83	46,627.78	39,346.45
支付给职工以及为职工支付的现金	7,671.49	15,359.64	12,343.93	9,764.09
支付的各项税费	1,706.16	5,188.67	3,341.42	4,049.76
支付其他与经营活动有关的现金	1,924.21	8,858.35	7,083.78	5,896.82
经营活动现金流出小计	**37,289.94**	**76,468.49**	**69,396.91**	**59,057.12**
经营活动产生的现金流量净额	**858.21**	**16,813.56**	**4,044.56**	**5,823.46**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,823.46 万元、4,044.56 万元、16,813.56 万元和 858.21 万元，均为正数，显示公司报告期内经营活动现金流量良好。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润存在差异，系由于利润表中非付现因素、经营性应收/应付项目的增减、存货的增加等因素共同影响所致。经营性应收项目是指应收票据、应收账款、预付款项及其他应收款中与经营活动相关的部分等。经营性应付项目指应付账款、预收款项等。公司净利润与经营活动产生的现金流量净额相匹配的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
净利润	**3,987.09**	**6,464.40**	**4,293.19**	**1,867.43**
加：资产减值损失	-	-	220.53	-70.32
信用减值损失	179.84	-127.16	-	-
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,241.17	2,200.19	1,965.79	1,829.22
无形资产摊销	39.19	57.52	50.72	52.15
长期待摊费用摊销	366.98	628.49	597.86	613.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	0.69	14.06	13.17	22.06
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	14.71	64.64	5.35	9.04
财务费用（收益以“－”号填列）	207.49	631.45	551.67	774.53
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	20.03	77.62	-127.30	-103.36
存货的减少（增加以“－”号填列）	-1,692.23	-782.53	-3,121.99	-1,103.80

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营性应收项目的减少（增加以“—”号填列）	-6,113.10	6,271.35	-6,452.41	1,960.86
经营性应付项目的增加（减少以“—”号填列）	2,606.35	1,313.54	6,047.99	-27.91
经营活动产生的现金流量净额	**858.21**	**16,813.56**	**4,044.56**	**5,823.46**

2、投资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	7.00	103.18	49.50	148.00
投资活动现金流入小计	**7.00**	**103.18**	**49.50**	**148.00**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,389.45	7,513.38	3,403.63	6,711.63
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	4.24
投资活动现金流出小计	**2,389.45**	**7,513.38**	**3,403.63**	**6,715.86**
投资活动产生的现金流量净额	**-2,382.45**	**-7,410.21**	**-3,354.13**	**-6,567.86**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-6,567.86 万元、-3,354.13 万元、-7,410.21 万元和-2,382.45 万元。报告期内，公司购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 6,711.63 万元、3,403.63 万元、7,513.38 万元和 2,389.45 万元，主要系公司购买机器设备、土地使用权等支付的现金，符合公司业务发展需要。

3、筹资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	234.71	-	8,520.00
取得借款收到的现金	5,550.00	10,000.00	12,789.00	12,557.51
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	1,200.00
筹资活动现金流入小计	**5,550.00**	**10,234.71**	**12,789.00**	**22,277.51**
偿还债务支付的现金	7,050.00	11,999.00	10,667.71	16,944.56
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	226.31	666.39	554.58	628.03
支付其他与筹资活动有关的现金	339.00	-	-	3,867.83
筹资活动现金流出小计	**7,615.31**	**12,665.39**	**11,222.29**	**21,440.42**
筹资活动产生的现金流量净额	**-2,065.31**	**-2,430.67**	**1,566.71**	**837.09**

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 837.09 万元、1,566.71 万元、-2,430.67 万元和-2,065.31 万元。报告期内，公司筹资活动现金流入主要

系取得股东认缴的投资款、银行借款收到的现金；公司筹资活动现金流出主要系偿还银行借款、支付利息以及向关联方等偿还资金往来款。

（五）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

公司可预见的重大资本支出计划主要为本次募集资金投资项目，具体情况详见招股说明书“第九节 募集资金运用及未来发展规划”。

（六）流动性风险分析

报告期内，公司负债规模及结构如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	27,331.28	99.29	25,954.06	99.19	26,894.12	99.39	18,866.13	99.10
非流动负债	194.84	0.71	210.92	0.81	164.69	0.61	171.88	0.90
负债合计	**27,526.13**	**100.00**	**26,164.98**	**100.00**	**27,058.81**	**100.00**	**19,038.01**	**100.00**

公司负债主要为流动负债，报告期内各期末，流动负债占负债总额的比例均超过 99%。报告期内，公司流动负债和非流动负债的比重维持在相对稳定的水平，债务期限结构良好，与公司业务发展相匹配。

1、发行人期后结算情况

报告期期后，发行人付款情况正常，不存在流动性风险。报告期后，付款情况具体如下表所示：

单位：万元、%

期末时点	期末应付账款余额	2020年7月付款金额	付款金额占期末余额比例
2020 年 6 月末	15,066.98	4,402.21	29.22

2、发行人应收账款回款良好

2020 年 6 月末，公司应收账款余额为 24,448.09 万元，期后一个月回款金额为 7,410.65 万元，占比 30.31%。发行人期后回款情况良好。公司主要客户为行业内经营稳定、信誉良好的跨国企业或知名民族品牌企业，有效保证了应收账款的收款质量。应收账款的持续回款能够为发行人带来现金流入，保障发行人支付能力。

3、发行人保有维持正常经营的货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 1,867.11 万元、4,142.53 万元、

11,113.55 万元和 7,541.20 万元。发行人货币资金余额能够维持企业正常经营和支付能力。

4、公司可预见的重大资本支出计划主要为本次募集资金投资项目，具体如下表所示：

单位：万元

项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额	建设期	备案文号
化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目	35,693	35,500	24 个月	2019-330503-26-03-816877
技术研发中心升级建设项目	3,341	3,300	24 个月	2019-310117-73-03-006825
补充流动资金	5,000	5,000	-	
合计	**44,034**	**43,800**	-	

5、报告期内，公司流动负债和非流动负债的比重维持在相对稳定的水平，债务期限结构良好

公司负债主要为流动负债，报告期内各期末，流动负债占负债总额的比例均超过 99%。报告期内，公司流动负债和非流动负债的比重维持在相对稳定的水平，债务期限结构良好，与公司业务发展相匹配。

公司主要通过如下措施管理流动性风险：积极开拓相关授信合作银行，并加深与相关银行的合作，扩大授信规模；在资金使用上，亦注重科学合理安排债务期限结构，在额度、期限、融资渠道方面尽量保持分散，避免融资集中到期。

综上所述，发行人期后付款情况正常，应收账款回收良好，保有维持正常经营的货币资金，能够维持企业正常经营和支付能力，可预见的重大资本支出计划主要为本次募集资金投资项目，公司通过获取银行贷款等方式管理公司现金流，发行人支付能力正常，不存在流动性风险。

（七）持续经营能力分析

随着我国国民经济稳步发展、居民消费能力的稳步提升，人们时尚消费和个性化消费持续增长，同时，互联网技术的快速发展丰富了化妆品销售渠道，消费人群的增长及消费理念的变革将促进化妆品市场进一步扩大，并带动相关配套产业的发展。

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技

术研发，在行业内形成了较强的市场影响力，成为多个国内外知名日化品牌的核心供应商。

公司 2017 年、2018 年和 2019 年分别实现营业收入 53,297.40 万元、71,801.30 万元和 78,565.86 万元，扣非后归属于母公司股东的净利润分别为 1,707.92 万元、4,149.83 万元和 6,227.76 万元。截至 2020 年 6 月 30 日，公司资产负债率（合并）为 36.67%、流动比率为 1.73、速动比率为 1.22，2019 年公司利息保障倍数为 23.15 倍，具有良好的偿债能力。公司产品下游客户主要为国内外知名日化品牌商，合作关系良好，总体而言信用风险较低，报告期各期末公司按账龄分析法计提坏账准备的应收账款账龄在 1 年以内的比例均超过 99%，应收账款质量良好。总体来看，公司财务状况较好。

本次募投项目的实施可以进一步扩大公司业务规模，为公司未来发展提供新的增长点，可以快速补充营运资金、拓宽融资渠道，为公司业务发展提供资金支持，有利于公司利用自身优势不断提高综合竞争力，巩固并提升行业地位和盈利能力。

综上，公司未来具备良好的持续盈利能力。公司以“发展创新，用优质的产品和服务开创美丽、健康生活”为愿景，坚持日化产品及配套塑料包装一站式服务的发展战略，以客户价值为导向，以技术研发和产品创新为手段，不断追求卓越品质，满足客户不断升级的产品需求，紧紧抓住我国化妆品行业发展的历史机遇，致力于发展成为国内一流的日化产品及配套塑料包装一站式服务提供商。

十二、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至招股说明书签署日，本公司不存在需要披露的重要或有事项。

公司关于本次发行所作之承诺，详见招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况”。

（二）资产负债表日后事项

截至招股说明书签署日，本公司无重大资产负债表日后事项。

（三）其他重要事项

截至招股说明书签署日，本公司无其他重要事项。

第九节 募集资金运用及未来发展规划

根据公司发展战略，本次募集资金运用将全部围绕公司主营业务，用于进一步扩大产品产能，丰富产品结构，加强技术研发，增强公司核心竞争力，巩固和提升公司市场地位，实现公司可持续发展。

一、本次募集资金投资计划

（一）本次募集资金计划及投资项目核准情况

根据公司 2019 年年度股东大会决议，本次公开发行股票所募集资金扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额	建设期	备案文号
化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目	35,693	35,500	24 个月	2019-330503-26-03-816877
技术研发中心升级建设项目	3,341	3,300	24 个月	2019-310117-73-03-006825
补充流动资金	5,000	5,000	-	
合计	**44,034**	**43,800**	-	

（二）募集资金投资项目实施对发行人同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不会新增同业竞争，且不存在对发行人独立性产生不利影响的情形。

（三）募集资金使用管理

公司已建立了《募集资金管理制度》，将根据证券监督管理部门的相关要求将募集资金存放在董事会决定的专户，严格按照要求使用募集资金，做到专款专用，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他相关部门的监督。公司将严格按照《募集资金管理制度》的相关规定使用、管理募集资金。

（四）实际募集资金与项目资金需求差异的安排

公司将本着统筹安排的原则，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况分期投资建设。募集资金到位后，公司将用募集资金先行归还已发生

的用于募集资金投资项目的自有资金或借款，剩余部分用于项目的后续建设。若本次发行实际募集资金金额无法满足上述拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自有资金和银行贷款等方式自筹解决。如果本次发行的实际募集资金超过募集资金投资项目投资额，发行人将根据公司发展规划及实际生产经营需求，妥善安排超募资金的使用计划，超募资金原则上用于公司主营业务，并在提交董事会、股东大会（如需）审议通过后及时披露。

（五）募集资金投资项目对公司主营业务发展的贡献、对未来经营战略的影响、对业务创新创造创意性的支持

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，本次募集资金投资项目的实施以公司自有技术为基础，扩大生产布局，提升化妆品及塑料包装容器产能，提高公司化妆品配方及塑料包装研发、设计和生产能力。其中化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目将丰富和完善公司产品结构、提升公司产能，以满足日益增长的市场需求；技术研发中心升级建设项目将进一步巩固和提升公司技术创新优势，保证公司稳定、可持续的发展；补充流动资金将有助于为公司经营规模的扩张提供资金支持。

募集资金投资项目是公司现有主营业务、核心技术的延伸。随着业务规模逐渐扩大、客户需求的不断增加，公司现有产能已不能满足日益增长的市场需求。通过本次产能扩张项目和技术研发中心升级建设项目的实施，持续提升规模化经营优势，并重点加强化妆品 ODM 服务能力，进一步提升公司一体化服务水平，增强公司整体盈利能力和可持续发展能力。通过本次融资，将有利于公司不断完善生产工艺，增强持续创新能力，提升质量控制水平，以使得公司生产工艺和技术创新能够始终走在行业前列，不断巩固和强化公司核心竞争力。

二、募集资金投资项目实施的必要性与可行性分析

（一）募投项目实施的必要性

1、完善全国生产布局，满足下游客户产能需求

随着我国居民收入增长带来消费能力的提升，以及化妆品品牌商的持续投入和消费者培育，我国化妆品市场空间非常广阔，同时行业竞争也日趋激烈，化妆品行业分工更加细化。化妆品品牌商投入大量资源进行品牌和渠道建设，专注产

品设计、营销模式创新、消费者需求分析等，将产品生产环节委托给化妆品制造商，带动我国化妆品 OEM/ODM 及配套包装行业的发展，也给 OEM/ODM 企业提供了产业链延伸、规模扩张的发展机遇和广阔的市场前景。

化妆品市场的快速发展，推动客户对公司化妆品及塑料包装产品的采购需求持续增长，公司产能日益紧张。因此，公司有必要兴建新的生产基地，以扩大公司化妆品及塑料包装生产能力，抓住行业发展机遇，有效满足公司下游客户需求，提升客户满意度。

受经济发展水平、历史文化的影响，长三角地区拥有庞大的化妆品消费人群，丰富的市场信息及人才资源吸引了众多化妆品品牌商、制造商在长三角地区布局，具备显著的产业集群效应。本次项目实施地点湖州地理位置优越，距离上海、杭州、苏州等重要城市的距离均不超过 200 公里，靠近核心消费市场，相对上海具备一定的成本优势，同时借助便利的交通运输条件，能够快速响应下游客户需求。湖州生产基地的建设将优化公司生产布局，有效缓解公司产能紧张的局面，提升公司化妆品 OEM/ODM 服务能力及塑料包装产品供应能力，有效满足下游客户持续增长的产品及服务需求。

2、持续发挥规模优势，提高公司市场竞争力

我国化妆品生产企业数量众多，市场竞争激烈，市场化程度较高，目前我国持有化妆品生产许可证的企业已有 5,000 余家，化妆品生产经营主体和注册备案数量呈现逐年上升趋势。国内化妆品生产企业规模普遍偏小，经营分散，市场集中度低。随着市场竞争日益激烈，生产企业需具备完善的供应链管理、灵活的生产线调配、统一高效的经营管理能力，并通过大规模生产降低生产成本、提高生产效率、提升产品品质，充分满足下游客户对 OEM/ODM 企业生产能力、质量控制等方面的要求，才能在竞争中赢得发展优势。

近年来，公司业务规模不断壮大，收入和客户数量持续增长。公司通过扩大生产经营规模，有效降低了产品单位成本及费用，同时很好的满足了客户对公司生产能力及产品供应速度的要求。随着下游客户对公司产品及服务需求的进一步增长，同时为融入更多国内外化妆品品牌商的全球供应链，公司有必要进一步扩大生产规模，强化自身规模经营优势，保证客户订单的及时供应，并通过大规模采购持续降低原材料成本，保障公司盈利能力，提高公司行业竞争力。生产和服

务能力的不断提升，有利于公司获得潜在品牌客户的认可，为公司业务扩张奠定坚实基础。

3、强化技术创新能力，提升一体化综合服务能力

经过多年发展，公司在研发实力、客户资源、产品质量、市场知名度等方面取得良好成绩，成为化妆品生产及塑料包装领域具有较强竞争力的企业之一。随着化妆品市场的持续发展，品牌商对 OEM/ODM 企业的生产服务、产品包装以及配套研发、设计服务等一体化综合服务能力提出更高要求，在这一行业发展趋势下，公司有必要抓住化妆品市场快速发展的契机，提升化妆品 OEM/ODM 服务能力，进一步提升化妆品生产和塑料包装业务的协同及整合。

公司化妆品生产目前以 OEM 模式为主，为部分知名品牌提供 ODM 服务，公司致力于成为行业内领先的化妆品制造商，需持续提升研发水平，扩大 ODM 业务规模。受制于国内化妆品行业起步较晚及公司资金规模有限，公司在研发人才数量、研发费用投入、研发设备、实验室配置等方面，与国际知名企业相比仍存在较大差距。本次建设技术研发中心，加大研发投入，加强基础配方研发及工艺技术探索，持续提升公司整体研发能力，增强产品的持续创新能力，紧紧抓住行业发展机会，促进公司发展战略的实施。

4、完善企业研发环境，吸引高端技术人才

技术创新是企业发展的持续动力，技术人才是企业技术创新的必要保证。化妆品行业技术涉及的学科较多且复杂，技术人员需要经过长期积累才能脱颖而出，因此行业内具有丰富经验的高端技术人才相对稀缺，而且地域性比较强，主要分布在化妆品行业和经济水平发达的地区，其对企业的选择通常会考虑其现有研发实力，包括企业在行业内的领先性、行业技术顶尖人才的拥有数量、行业研发条件及环境的舒适性等方面。

长三角除拥有上海家化等知名的本土化妆品企业外，多家化妆品国际品牌也在长三角设立中国事业部中心，具有明显的产业集群效应，集聚行业高端技术人才。通过购置先进设备加强公司研发、测试环境建设，改善技术研发人员的工作环境和辅助手段，建立一个软硬件更加完善的技术研发平台，吸引和容纳更多行业内的优秀研发人员，将有力提升公司技术水平，增厚技术储备，为公司可持续发展奠定技术人才基础。

（二）募投项目实施的可行性

1、庞大的市场需求为项目实施提供产能消化保障

随着我国国民经济稳步发展、城乡居民消费能力的稳步提升，人们时尚消费和个性化消费持续增长，推动化妆品的购买、消费使用频次增加。同时，互联网技术的快速发展丰富了化妆品销售渠道，消费人群的增长及消费理念的变革将促进化妆品市场进一步扩大，并带动相关配套产业的发展。根据 Euromonitor 数据显示，2018 年中国化妆品市场规模达到 4,102.3 亿元，预计到 2023 年，中国化妆品市场将增长至 5,494.2 亿元。可见，未来我国化妆品市场仍将持续稳定增长，市场空间广阔。化妆品行业的持续增长，推动了化妆品 OEM/ODM 及配套塑料包装产业的发展，为项目的实施提供良好的产能消化保障。

2、优质的客户资源为项目的实施提供良好销售条件

公司凭借高效的管理、先进的技术、稳定的生产能力、严格的质量管控，在行业内树立了较强的市场影响力，成为多个国内外化妆品、日化品牌的核心供应商，与强生、上海家化、郁美净、贝泰妮、百雀羚、益海嘉里、壳牌等国内外知名企业建立了长期稳定的合作关系。

随着化妆品行业的持续发展，化妆品品牌商与制造商之间的合作关系日益密切，客户对化妆品 OEM/ODM 及配套塑料包装的需求持续增长，为公司带来更多的业务增长机会。良好的品牌形象及行业口碑有助于公司拓展新客户，公司将充分利用优质的产品、稳定的生产能力，进一步提升公司在国内外市场的影响力，持续开拓新的化妆品品牌商客户。

3、丰富的工厂建设及运营经验为项目实施奠定坚实基础

历经多年发展，公司在泉州、上海、浙江嘉兴、天津和珠海分别建立了生产制造基地，先后通过了 GMPC 化妆品良好操作规范、ISO22716 化妆品良好生产规范、ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系及 OHSAS18000 职业健康安全管理体系等资质认证，拥有丰富的生产建设及运营经验，可以确保公司现有研发、生产和营销优势得到良好的融合和发挥，为公司产品质量管理、客户挖掘、客户服务等方面提供有力支持，从而为项目实施奠定坚实基础。

4、强大的研发实力为项目实施提供充分技术支持

公司一直将技术创新能力的提升作为自身发展的重要战略，多年来一直注重

研发投入，通过改善技术设备和科研条件，引进先进技术人才，持续提升公司技术实力。截至 2020 年 6 月 30 日，公司共有技术研发人员 130 人，研发团队长期从事化妆品配方、工艺流程、塑料包装设计、模具开发的研发及应用工作，在化妆品及塑料包装领域具有丰富的理论经验和成功的实践经验。公司根据自身实际情况，按照规范化、科学化、制度化的模式对技术创新工作进行管理，建立了较为完善的激励机制，实行科技创新成果奖励制度，给予核心技术人员股权激励，有效调动员工的积极性和创新精神，保持优秀管理人才和核心技术团队的稳定性。公司在配方研发、生产工艺和人才队伍建设等方面取得的丰富成果将为本项目的开展提供充分的技术支持，从而能够保障项目的顺利实施。

三、募集资金投资项目情况介绍

（一）化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目

1、项目概况

本项目总投资 35,693 万元，项目建设期为 24 个月，实施主体为公司全资子公司湖州嘉亨，拟投资建设集化妆品、塑料包装容器于一体的现代化生产基地。通过购置先进的自动化生产、检测设备，并优化生产工艺流程、引进熟练生产人员等方式，提升化妆品及塑料包装容器生产能力，达产后预计可以实现年产 38,000 吨化妆品及 30,000 万件塑料包装的产能。本项目将持续提升公司规模化经营优势，进一步提升公司综合服务能力及一体化服务水平，增强公司整体盈利能力，促进公司可持续发展。

本项目已取得湖州市南浔区发展改革和经济信息化局出具的《浙江省企业投资项目备案信息表》（备案证号：2019-330503-26-03-816877）。

2、投资概算

本项目总投资 35,693 万元，其中，土建工程费 17,460 万元，设备购置费 15,501 万元，铺底流动资金 2,732 万元，具体情况如下：

序号	项目	投资金额（万元）	投资占比（%）
1	**土建工程费**	**17,460.00**	**48.92**
1.1	建筑工程费	12,600.00	35.30
1.2	装修工程费	4,860.00	13.62
2	**设备购置费**	**15,501.00**	**43.43**
2.1	化妆品生产设备	8,566.00	24.00

序号	项目	投资金额（万元）	投资占比（%）
2.2	塑料包装生产设备	5,383.50	15.08
2.3	环保设备及其他	1,551.50	4.35
3	**铺底流动资金**	**2,732.00**	**7.65**
	合计	**35,693.00**	**100.00**

3、项目实施方案

（1）项目用地情况

本项目建设地点为湖州市南浔区。公司已取得相关建设用地的土地使用权证，证书号为浙（2019）湖州市（南浔）不动产权第 0072382 号。

（2）产品工艺流程

本项目系在公司现有产能基础上的扩大和升级，产品工艺流程的具体情况详见招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（五）主要产品的工艺流程”。

（3）项目进度安排

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程建设	■	■	■	■				
设备采购及安装			■	■			■	■
人员招聘及培训					■	■	■	■
设备调试及生产					■	■	■	■

4、项目环保情况

本项目已取得湖州市生态环境局南浔分局出具的《关于湖州嘉亨实业有限公司化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目环境影响报告表的审查意见》（浔环管[2019]36 号）。

5、项目效益分析

本项目建设期 2 年，项目投产后第 3 年达到设计产能的 100%；达产后预计可实现年营业收入 65,300 万元，年净利润 7,184.85 万元，税后内部收益率为 14.46%，静态投资回收期 7.73 年（含建设期）。

（二）技术研发中心升级建设项目

1、项目概况

本项目总投资 3,341 万元，项目建设期为 24 个月，实施主体为公司全资子公司上海嘉亨。本项目将通过购置先进的研发、检测设备，改善研发环境，一方

面吸引和容纳更多行业内的优秀研发人员，促使公司技术水平不断提升，为公司可持续发展奠定技术人才基础；另一方面持续投入产品研发，抓住化妆品制造行业发展机会，为公司扩大 ODM 业务规模提供技术保障，促进公司发展战略实现。

本项目拟对公司位于上海嘉亨的实验室进行升级改造，建筑面积约 2,000 平方米；通过采购和定制高端科研设备、引进研发设计人才、设立公司研发项目、开展对外交流合作等方式加大研发投入。

本项目已取得上海市松江区发展和改革委员会出具的《企业投资项目备案证明》（备案证号：2019-310117-73-03-006825）。

2、投资概算

本项目总投资 3,341 万元，其中：工程费用 400 万元，设备及软件购置费用 1,313 万元，基本预备费 1,628 万元，具体情况如下：

序号	项目	投资金额（万元）	投资占比（%）
1	工程费用	400	11.97
2	设备及软件购置费	1,313	39.30
3	基本预备费	1,628	48.73
	合计	**3,341**	**100.00**

3、项目实施方案

（1）项目用地情况

本项目建设地点为上海嘉亨现有土地，具体地址为上海市松江区佘山镇陶干路 1069 号，公司已拥有相关房地产权证明，其房地产权证编号为沪（2018）松字不动产权第 004407 号。

（2）项目进度安排

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程建设	■							
设备采购及安装		■	■				■	■
人员招聘及培训		■	■	■	■	■	■	■

4、项目环保情况

本项目已取得上海市松江区生态环境局出具的《关于上海嘉亨日用化学品有限公司新增技术研发中心建设项目环境影响报告表的审批意见》（松环保许管[2019]723 号）。

5、项目效益分析

本项目实施后，不会产生直接的经济效益，但通过技术研发中心升级建设，公司可提升技术水平和服务附加值，为公司致力于成为行业内领先的化妆品制造商的战略目标提供人才和技术支撑。

（三）补充流动资金

公司本次拟募集资金 5,000 万元用于补充流动资金，以保障公司经营规模扩张而增加的日常经营资金需求，进一步增强公司财务结构的稳健性。

1、补充流动资金的必要性分析和合理性分析

截至 2020 年 6 月 30 日，公司货币资金余额为 7,541.20 万元，公司的货币资金将用于偿还银行借款、维持公司日常经营等方面，已明确预计用途。随着公司业务规模的快速增长，公司对营运资金的需求将进一步增加，通过本次公开发行股票补充流动资金，为公司扩大生产和销售规模提供了有力保障，为公司的持续发展奠定坚实基础。

本次募集资金投资项目建成达产后，项目所需的新增流动资金中除部分铺底流动资金来自于募集资金外，其余流动资金需公司另行筹集。可以预计，随着募集资金投资项目的投产，公司流动资金需求将大幅增长。

因此，公司本次利用募集资金 5,000 万元补充流动资金，将有利于缓解公司业务发展中的资金压力，保证了公司长期稳定的发展。本次补充流动资金规模符合公司经营现状，具有必要性与合理性。

2、补充流动资金的管理安排

对于本次拟用于补充流动资金部分，公司将实行以下管理安排：

（1）专户管理。公司将严格按照深交所有关募集资金管理规定，将该部分资金存储在董事会决定的专门账户。

（2）严格将流动资金用于公司主营业务，资金使用需按照相关制度要求履行审批程序。公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，提高流动资金使用效率，实现效益最大化。

（3）建立科学的预算体系，包括销售、采购、费用、人工预算等，针对资金链条反映的各种异常信息，及时采取措施，防范风险，提高应对能力。

（4）加强对应收账款的管理，完善付款制度，建立并完善资金预警机制，提高资金管控能力和使用效率。

四、公司未来发展与规划

（一）公司的发展战略和发展目标

公司以“发展创新，用优质的产品和服务开创美丽、健康生活”为愿景，坚持日化产品及配套塑料包装一站式服务的发展战略，产品覆盖护肤、洗护、香水等化妆品领域，以客户价值为导向，以技术研发和产品创新为手段，不断追求卓越品质，满足客户不断升级的产品需求，紧紧抓住我国化妆品行业发展的历史机遇，致力于发展成为国内一流的日化产品及配套塑料包装一站式服务提供商。

（二）公司未来三年业务发展计划

公司将积极开拓市场，并利用募集资金进一步扩大产能，进一步提高公司技术中心的研发实力，积极实施人才扩充计划，为公司未来发展积累良好的基础。具体计划包括：

1、业务开拓计划

随着居民经济实力的提高与消费观念的改变，日化产品行业呈快速发展趋势。同时，线上销售渠道的快速发展，以及社交媒体、网红经济等带来品牌推广方式的多元化，促使日化产品品牌商将更多的精力集中在品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本，日化产品 OEM/ODM 及配套塑料包装行业面临快速发展的机遇。

公司将进一步完善营销体系，构建富有竞争力的激励制度，引进和培养营销队伍，加大营销投入力度；积极通过参加行业展会、行业研讨会及客户拜访等，加大公司宣传并提升公司形象；深入了解客户需求及市场发展趋势，积极向客户推荐公司的研发设计成果及产品解决方案，主动建立合作关系，进一步拓展业务。

公司新业务的获取，一方面，深耕优质客户，持续深化服务，通过严格的质量管控和高效的反应能力，稳定扩大业务规模。报告期内，公司与主要客户紧密合作，业务类型向塑料包装、日化产品的不同类别不断拓展，优质客户需求量大稳定，有利于公司长期、可持续的发展。未来公司将继续以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，深入了解客户需求并与公司研发

设计团队等高效配合，从塑料包装、化妆品或家庭护理产品等某一领域着手，向客户提供富有市场价值的产品解决方案并建立合作关系，进而不断扩大与客户在塑料包装、化妆品、家庭护理产品等领域的合作广度和深度。

另一方面，公司凭借良好的市场声誉，不断吸引国内外客户寻求合作，随着化妆品品牌的培育周期缩短，帮助新锐品牌实现产品开发及快速上市。公司将密切追踪市场消费及技术趋势，开发具有前瞻性的创新产品，并通过积极参加行业展会、客户拜访等，主动向客户推荐公司日化产品配方及包装设计方案，高效稳定合规的实现产品生产，快速满足大批量和紧急订单需求，以更加强大的研发设计能力及灵活的生产能力获取新业务机会。

2、产能扩大规划

我国庞大的人口基数、居民可支配收入增长带来的消费升级、销售渠道尤其是线上渠道多元化、消费理念变革、消费人群增加等因素都将推动我国化妆品行业快速持续发展，中国化妆品消费需求将进一步扩大。中国化妆品市场规模的快速增长，对化妆品生产产能的需求不断增加，为化妆品 OEM/ODM 及塑料包装容器行业的发展提供了基础，为公司主营业务的快速发展创造了机遇。在此背景下，公司现有产能扩张与行业市场发展相比已经滞后，生产能力在很大程度上制约了公司盈利水平的提高。基于上述情形，公司计划利用募集资金建设“化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目”，在全面提升生产能力的基础上，优化产品结构。

公司“化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目”建成达产后，预计可以实现年产 38,000 吨化妆品及 30,000 万件塑料包装的产能。公司将全力做好该项目的设计规划，加快建设进度，并准备投产前的人员储备及管理体系建设，争取早日顺利投产。同时，就现有成熟产能，公司将进一步加大技术改造力度，针对稳定且订单量大的产品，持续引进或开发自动化程度高的生产设备以及自动投料、智能检测等辅助设备，努力提高生产效率及降低成本。另外，就小批量多批次的产品，设计更为灵活的生产线，满足客户需求的同时便于快速切换，进而提高产能使用效率。

3、技术研发和产品开发计划

公司以加大研发力度为手段，以提升产品性能和品质为导向，不断增加产品

的技术竞争力，具体表现为：

（1）增加研发资金投入，推动研发项目开展

公司拟继续加大研发投入比例，提高研发成果含金量，切实提升研发投入效率。公司将在现有“国家高新技术企业”、“日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发平台的基础上，适时启动化妆品相关研发中心、重点实验室等研发平台申请。**加快推进募投项目“技术研发中心升级建设项目”的建设进度，购置先进的研发、检测设备，引进优秀的研发人才，充实研发团队。保持与国内外知名原料商及科研院所的密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果；进一步研发、改进膏霜乳液、护肤清洁、护发清洁、散粉、香水、花露水等各品类、剂型产品的配方及生产工艺，形成公司的自有技术，并积极布局相关配方及工艺的专利申请；配备更为先进的工业设计软件，进一步提升公司塑料包装产品设计及模具开发效率。凭借产品线的延伸和多品类、高端化带动整体销售额的攀升。**

（2）严格落实研发质量管理体系，保证研发质量

公司将增加对产品配方、产品包装设计等的检测力度，通过一整套体系将研发过程固化并严格执行，保证产品在研发端的质量。建设与研发项目更加吻合的激励制度和成果分享体系，以保持更加持久健康的研发创新活力。

4、人力资源发展计划

（1）健全人才选拔、任用制度、员工职业发展规划，完善员工绩效考评及奖惩制度。通过提供入职培训、岗位培训、外聘授课等形式落实人才培养计划，提升员工队伍整体素质。

（2）通过引进和培养等方式不断吸收更多的优秀人才充实到公司的经营管理队伍，提升公司的管理竞争力。

（3）通过与国内高校及研究机构项目合作的方式，培养研发型人才，增强自身研发实力，打造有自主创新能力的研发团队。

5、提高管理水平计划

未来三年，公司将继续推行以完善的管理制度和先进的企业文化为基础的精细化管理，倡导全员参与管理的企业氛围，强化各项竞争、激励、监督和淘汰机制，全方位的提升公司的管理水平。

在具体措施上，公司将继续全面推行现代化管理，对于现有的质量、环境、职业健康安全等管理体系程序文件、管理手册、企业管理制度、部门规章制度等，也将根据企业发展的需求进一步完善和落实，确保管理能力与企业规模扩张相适应，贯穿研发、采购、销售、生产、质量控制等各个环节。

6、资本运作计划

公司将根据业务发展及优化资本结构的需求，选择适当的股权融资和债权融资组合，提供公司持续发展所需要的资金，实现企业价值最大化。一方面，公司将以规范的运作、科学的管理、持续的增长、丰厚的回报给予投资者信心，保持公司在资本市场融资的能力；另一方面，公司适时择机选择一些化妆品及塑料包装企业进行收购兼并，延伸公司产业链，丰富产品结构，扩大生产能力，提高综合竞争力。

（三）拟定上述发展规划所依据的假设条件

公司拟定上述发展规划所依据的假设条件是：

1、宏观经济、政治、法律和社会环境比较稳定，计划期内未发生对公司发展产生重大不利影响的事件；

2、公司所处行业及募集资金拟投资的领域处于正常发展状态，未出现对公司发展产生重大影响的不可抗力事件；

3、本次发行股票募集到预期的资金并及时到位，计划的募集资金投资项目能如期完成并投产；

4、公司产品的市场需求、经营所需原材料和能源供应未出现重大突发性变化；

5、无其他不可抗力或不可预见因素造成重大不利影响。

（四）实施上述计划面临的主要困难

1、资金方面

公司实现未来发展计划，需要较多的资金投入来满足厂房建设、新设备购买、科研人才引进等支出，资金不足是公司实施上述计划面临的首要困难。本次募集资金到位前，公司融资渠道主要为经营积累和银行信贷，手段较为单一，如果资金来源得不到充分保障，将影响公司发展计划的顺利实现。

2、人才方面

公司未来几年将处于快速发展阶段，现有的人力资源和人才储备不足以满足公司管理、技术、生产、销售等各个层面上的需求，存在一定的人才缺口，尤其是对同时拥有技术、销售等能力的复合型管理人才需求尤为迫切。公司需要制定完善的人才吸引及激励计划，改善公司的人力资源结构。

3、管理方面

随着公司经营规模的不断扩大，公司在文化建设、战略规划、资源配置、内控制度、营销管理、财务管理等方面均面临着一定的挑战。

（五）确保实现发展规划拟采用的方式、方法或途径

1、公司此次股票发行如能顺利实施，将为实现上述业务目标提供有力的资金支持，公司将认真组织项目的实施，争取尽快投产，提升产品技术、扩大生产规模、提高工艺水平，进一步增强公司在化妆品及塑料包装容器领域的竞争力。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的管理升级和体制创新。

3、上市后公司拟通过定期报告公告公司发展战略规划的实施情况。通过更公开透明的信息披露，使股东、员工了解公司发展战略规划的实施情况，并积极听取相关意见和建议，更好推动公司发展战略的实施。

（六）业务发展计划与现有业务的联系

公司的业务发展计划系在现有业务的基础上，结合宏观环境、行业发展趋势、公司战略等因素，经审慎研究后确定。公司现有业务是该发展计划的基础，发展计划是对公司现有业务的拓展和提升，将扩大公司产品的产销规模，增强公司的研发实力和生产能力。公司业务发展计划的实施将有利于提升公司的核心竞争实力和行业地位，进而进一步提升公司的盈利能力。

第十节 投资者保护

一、投资者关系主要安排

为了保障公司投资者尤其是中小投资者及潜在投资者的知情权、资产收益权、参与重大决策及选择管理者等权益，公司审议并通过了《公司章程（草案）》等一系列制度。

（一）信息披露制度及流程

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司信息披露管理办法》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规，公司已经制定《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度，对信息披露、重大信息内部报告等方面进行了规范。《信息披露管理制度》对公司信息披露的基本原则、审批程序、各类信息的披露、保密措施等方面进行了明确规定。

（二）投资者沟通渠道建立以及投资者关系管理

公司负责信息披露的部门及相关人员的情况如下

负责信息披露的部门	证券事务部
董事会秘书	徐勇
联系地址	泉州市鲤城区江南火炬工业区
邮政编码	362005
联系电话	0595-22463333
传　　真	0595-22411203
互联网网址	www.jahenjh.com
电子信箱	xy@jahenjh.com

为加强公司与投资者、媒体等特定对象之间的信息沟通，促进公司诚信自律、规范运作，并进一步完善公司治理机制，公司根据证监会有关上市公司投资者关系管理、信息披露的有关要求和《公司章程》、《信息披露管理制度》的有关规定制订了《投资者关系管理制度》，公司将平等对待所有投资者，保障所有投资者平等地享有知情权及其他合法权益。

二、股利分配政策

（一）本次发行完成后的股利分配政策

2020 年 6 月 15 日，公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》，待公司本次公开发行股票并上市后生效。根据《公司章程（草案）》的规定，本次发行完成后，公司的股利分配政策如下：

1、利润分配政策的基本原则

（1）公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。

（2）公司可以采取现金或股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（3）公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（4）公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配具体政策

（1）利润分配的形式：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合等法律规范允许的其他形式分配利润；公司董事会可以根据当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

（2）现金分红的具体条件：①公司该年度的可供分配利润（即公司弥补亏损、提取盈余公积金后剩余的税后利润）为正值；②审计机构对公司当年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；③未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，或在考虑实施前述重大投资计划或重大现金支出以及该年度现金分红的前提下公司正常生产经营的资金需求仍能够得到满足。

上述重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

根据公司章程关于董事会和股东大会职权的相关规定，上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

3、现金分红的比例

在满足现金分红具体条件的前提下，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。

公司董事会应综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程（草案）》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、股票股利分配条件

在公司经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案。

5、利润分配方案的决策程序

（1）公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。

（2）公司的利润分配预案由公司董事会结合《公司章程（草案）》、盈利情况、资金需求和股东回报规划等提出并拟定。

（3）公司应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（4）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，且需事先书面征询全部独立董事的意见，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（5）董事会就利润分配方案形成决议后提交股东大会审议。股东大会在审

议利润分配方案时，应充分听取中小股东的意见和诉求，为股东提供网络投票的方式。

（6）监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

（7）公司当年盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应在当年的定期报告中说明未进行现金分红的原因以及未用于现金分红的资金留存公司的用途，独立董事应对此发表独立意见。

6、利润分配政策的变更

公司应严格执行《公司章程（草案）》确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司至少每三年重新审阅一次利润分配政策。

（1）当公司外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，或根据投资规划和长期发展需要等确有必要需调整或变更利润分配政策（包括股东回报规划）的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

（2）董事会制定利润分配政策修改方案，独立董事、监事会应在董事会召开前发表明确意见并应充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（3）董事会和监事会审议通过利润分配政策修改方案后，提交股东大会审议。公司应当为股东提供网络投票方式。调整利润分配政策的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（4）股东大会审议通过后，修订公司章程中关于利润分配的相关条款。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

1、本次发行前的股利分配政策

根据现行有效的《公司章程》，公司公开发行前的股利分配政策如下：

（1）公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（2）公司可以采取现金或股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（3）公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，

应当采用现金分红进行利润分配。

（4）公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和股东的意见。

2、差异情况

根据中国证券监督管理委员会《关于修改上市公司现金分红若干规定的决定》、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等法律、法规、规范性文件，并综合考虑公司盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，发行人 2019 年年度股东大会、2020 年第一次临时股东大会分别审议通过了《公司首次公开发行股票并在创业板上市后股东未来三年分红回报规划》及《公司章程（草案）》，进一步明确了本次发行上市后的利润分配形式、现金分红的条件和比例、现金分配的比例、股票股利分配的条件、利润分配的决策程序和机制、利润分配政策等，强调了重视投资者合理回报、保护中小股东合法权益。

与发行前股利分配政策相比，本次发行后的股利分配政策对股利分配的实施条件，尤其是现金分红的条件、比例和股票股利的分配条件等作出了详细规定，增强了股利分配政策的可操作性。有利于增强公司现金分红的透明度，便于投资者形成稳定的回报预期，切实保障投资者合法权益。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年 4 月 10 日召开的 2019 年年度股东大会决议，为兼顾新老股东利益，公司决定将本次发行前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东按持股比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

公司已制定一系列制度用以保护投资者的合法权益，包括《公司章程（草案）》《股东大会议事规则》等制度性文件，详细规定了累积投票制度、中小投资者单独计票机制、法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决、征集投票权的相关安排等各项制度或安排。

（一）累积投票制度

根据发行人《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》有关规定，累积投票制主要适用于董事、监事的选举，其中，董事包括独立董事和非独立董事，监事指由股东代表出任的监事，由职工代表担任的监事由公司职工民主选举产生或更换。在选举2个以上的董事或监事席位时，股东拥有的投票权等于该股东持有股份数与待定董事或监事总人数的乘积。股东既可以用所有的投票权集中投票选举一位候选董事或监事，也可以分散投票数位候选董事或监事，董事或监事一般由获得投票数较多者当选。

（二）中小投资者单独计票机制

根据发行人《公司章程（草案）》有关规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票方式

根据发行人《公司章程（草案）》有关规定，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

公司召开股东大会采用网络形式投票的，应当为股东提供安全、经济、便捷的股东大会网络投票系统，通过股东大会网络投票系统身份验证的投资者，可以确认其合法有效的股东身份，具有合法有效的表决权。股东大会现场结束时间不得早于网络或其他方式。

股东大会在审议利润分配方案时，应充分听取中小股东的意见和诉求，为股东提供网络投票的方式。对于利润分配政策的调整，公司应当为股东提供网络投票方式。

（四）征集投票权的相关安排

根据发行人《公司章程（草案）》有关规定，董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，且需事先书面征询全部独立董事的意见，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况

（一）股份锁定承诺及减持价格承诺

1、公司控股股东、实际控制人、董事长曾本生，实际控制人、董事、总经理曾焕彬承诺

（1）自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司首次公开发行股票前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行价格，股份锁定期限在上述锁定期限基础上自动延长 6 个月。上述承诺事项不因本人的职务变换或离职而改变或导致无效。如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则上述首次公开发行价格按照中国证监会、证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（3）在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人所持公司股份锁定期届满后，每年转让的公司股份不超过本人持有的公司股份总数的 25%。在离职后半年内，不转让本人持有的公司股份。

（4）本人在公司首次公开发行股票前持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，将通过合法方式进行减持，在锁定期满后两年内合计减持股份数量不超过本人持有的发行人股份总数的 50%，并在减持前 3 个交易日通过公司予以公告，且减持价格不低于公司首次公开发行价格（公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整）。上述承诺事项不因本人实际控制人地位的改变导致无效。

（5）在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，将严格遵守我国法律法规关于董事、监事或高级管理人员持股及股份变动的有关规定，规范、诚信地履行董事、监事或高级管理人员的义务，如实并及时申报本人持有公司股份及其变动情况。

（6）本人减持股份将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《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》的相关规定。

2、持有公司 5%以上股份的股东上海辉盈，福建汇鑫、福建汇水、福建汇火承诺

（1）自股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司首次发行股票前所持的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）其在公司首次发行股票前所持的公司股份在锁定期满后两年内减持的，将通过合法方式进行减持，并在减持前 3 个交易日通过公司予以公告，两年内合计减持股份数量不超过本企业持有公司股份总数的 100%。

（3）本企业减持股份将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《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》的相关规定。

3、持有公司 5%以下股份的股东华扬宗兴、泉州中和、嘉禾常兴、泉州宝荣、福建锋达、厦门群盛、泉州恒亨、泉州众亨承诺

（1）自股票上市之日起 12 个月内，本企业/公司不转让或者委托他人管理其本次发行前所持公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

（2）本企业/公司减持股份将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《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》的相关规定。

4、间接持有公司股份的董事、高级管理人员郑平、翁馥颖、龙韵、许聪艳、徐勇、陈聪明承诺

（1）自股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司首次发行股票前间接所持的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行价格，股份锁定期限在上述锁定期限基础上自动延长 6 个月；上述承诺事项不因本人的职务变换或离职而改变或导致无效。

（3）在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，所持公司股份锁定期届满后，每年转让的公司股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人持有的公司股份。

（4）本人在公司首次公开发行股票前间接所持的公司股份在锁定期满后两年内减持的，将通过合法方式进行减持，减持价格不低于公司首次公开发行价格（公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整）；上述承诺事项不因本人的职务变换或离职而改变或导致无效。

（5）在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，将严格遵守我国法律法规关于董事、监事或高级管理人员持股及股份变动的有关规定，规范、诚信的履行董事、监事或高级管理人员的义务，如实并及时申报本人持有公司股份及其变动情况。

（6）本人减持股份将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《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》的相关规定。

5、间接持有公司股份的监事吴丽萍、王琰、范洋洋承诺

（1）自股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司首次发行股票前间接所持的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，所持公司股份锁定期届满后，每年转让的公司股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人持有的公司股份。

（3）在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，将严格遵守我国法律法

规关于董事、监事或高级管理人员持股及股份变动的有关规定，规范、诚信地履行董事、监事或高级管理人员的义务，如实并及时申报本人持有公司股份及其变动情况。

（4）本人减持股份将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《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》的相关规定。

（二）关于稳定公司股价预案的承诺

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，按照中国证券监督管理委员会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关要求，公司特制定了股价稳定预案。公司、公司控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员已就公司股价稳定预案作出了相关承诺。公司上市后三年内稳定股价的预案具体如下：

1、稳定股价措施的启动条件及程序

（1）启动条件和程序

公司股票上市之日起三年内股票收盘价格连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产（公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，将相应进行调整）（以下简称“启动条件”），则公司应当在 5 日内发出召开董事会的通知、在董事会决议公告后 20 日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

（2）停止条件

在上述启动条件和程序实施期间内，若公司股票连续 20 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

执行上述启动条件和程序且稳定股价具体方案实施期满后，若再次触发启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、责任主体

稳定股价措施的责任主体包括控股股东、公司及公司董事（不包括独立董事）和高级管理人员（以下称“有责任的董事和高级管理人员”），既包括公司上市时

任职的有责任的董事和高级管理人员，也包括公司上市后三年内新任职的有责任的董事和高级管理人员。

3、具体措施

公司稳定股价措施包括：控股股东、有责任的董事和高级管理人员增持公司股票；公司回购股票；董事会、股东大会通过的其他稳定股价措施。上述措施可单独或合并采用。

（1）增持措施

当触发前述稳定股价启动条件时，公司控股股东、有责任的董事和高级管理人员应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，积极配合并保证公司按照要求制定并启动稳定股价的实施方案。

公司控股股东、有责任的董事和高级管理人员应在不迟于股东大会审议通过股价稳定预案具体方案后的 5 个交易日内，根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案，在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求，且增持股票数量不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，增持公司股票。

① 控股股东增持

A、控股股东应就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持股票数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告。

B、控股股东承诺其增持股份的资金总额不低于上一年度控股股东从公司所获得现金分红税后金额的 20%；连续十二个月增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。若公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，控股股东可不再增持公司股份。

C、除因继承、被强制执行或上市公司重组等情形必须转股或触发前述股价稳定措施的停止条件外，在股东大会审议稳定股价具体方案及实施方案期间，不转让其持有的公司股份。除经公司股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。

② 有责任的董事和高级管理人员增持

A、有责任的董事、高级管理人员应就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持股票数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告。

B、有责任的公司董事和高级管理人员承诺，其用于增持公司股票的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度从公司获取的税前薪酬总和的 20%，但不超过税前薪酬总和。若公司股价已经不满足稳定公司股价措施启动条件的，本人可不再增持公司股份。

C、公司及控股股东、公司上市时任职的董事和高级管理人员应当促成公司新聘任的有责任的董事和高级管理人员遵守本预案并签署相关承诺。

触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司控股股东、董事、高级管理人员不因其在股东大会审议稳定股价具体方案及实施方案期间内不再作为控股股东和/或职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

（2）公司回购股票措施

① 当触发前述稳定股价启动条件时，公司及时履行相关法定程序后采取公司回购股票措施稳定公司股价的，公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律法规的规定，且公司回购股票不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，向社会公众股东回购股票。

② 在不影响公司正常生产经营情况下，经董事会、股东大会审议同意，公司按照本预案回购股票的，除应符合相关法律法规之要求之外，公司回购股票的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；连续十二个月回购公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

4、约束措施

（1）公司承诺，在启动条件触发后，公司未按照本预案采取稳定股价措施的，董事会应向投资者说明公司未采取稳定股价措施的具体原因，向股东大会提出替代方案。独立董事、监事会应对替代方案发表意见。

股东大会审议替代方案前，公司应通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（2）控股股东如应按稳定股价具体方案要求增持公司股票，但未按本预案规定提出增持计划和/或未实际实施增持股票计划的，公司有权责令控股股东在限期内履行增持股票义务，控股股东仍不履行的，每违反一次，应按如下公式向公司计付现金补偿：控股股东按照本预案规定应增持股票金额减去其实际增持股票金额（如有）。

控股股东拒不支付现金补偿的，公司有权扣减其应向控股股东支付的现金分红。控股股东多次违反上述规定的，现金补偿金额累积计算。

（3）有责任的董事和高级管理人员如应按稳定股价具体方案要求增持公司股票，但未按本预案的规定提出增持计划和/或未实际实施增持计划的，公司有权责令有责任的董事和高级管理人员在限期内履行增持股票义务，有责任的董事和高级管理人员仍不履行，应按如下公式向公司计付现金补偿：每名有责任的董事、高级管理人员最低增持金额（其上年度从公司获取的税前薪酬总和的 20%）减去其实际增持股票金额（如有）。

有责任的董事和高级管理人员拒不支付现金补偿的，公司有权扣减应向其支付的报酬。

有责任的董事和高级管理人员拒不履行本预案规定股票增持义务且情节严重的，控股股东或董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会同意更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

（三）关于股份回购和股份买回的承诺

1、公司承诺

（1）如公司招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照首次公开发行的发行价（若公司股票在此期间因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，发行价格按照中国证监会、证券交易所的有关规定作除权除息处理）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。在发生上述应回购情形 20 个交易日内，公司董事会将制定并公告回购计划，并提交公司股东大会审议。

（2）如公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断

公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，且公司本次发行并上市时的股东公开发售股份（如有）或者在上市后已转让解除限售的股份，发行前股东将依法购回该等全部股份。在发生上述应购回情形 20 个交易日内，公司将督促发行前股东启动依法购回该等全部股份事宜。

2、控股股东、实际控制人承诺

（1）如发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将回购首次公开发行的全部新股股份。在发生上述应购回情形 20 个交易日内，本人将督促发行人启动依法回购其首次公开发行的全部新股事宜。

（2）如发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，且发行人本次发行并上市时本人持有的公开发售股份（如有）或者在上市后已转让解除限售的股份，本人将依法购回该等全部股份。在发生上述应购回情形 20 个交易日内，本人将督促发行前股东启动依法购回该等全部股份事宜。

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

（1）如发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将回购首次公开发行的全部新股股份。在发生上述应购回情形 20 个交易日内，本人将督促发行人启动依法回购其首次公开发行的全部新股事宜。

（2）如发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，且发行人本次发行并上市时本人持有的发行前股东公开发售股份（如有）或者在上市后已转让解除限售的股份，发行前股东将依法购回该等全部股份。在发生上述应购回情形 20 个交易日内，本人将督促发行前股东启动依法购回该等全部股份事宜。

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

发行人及其控股股东、实际控制人曾本生及实际控制人曾焕彬承诺：

1、保证发行人本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上

市的，本人/本公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

（五）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、公司拟采取的填补被摊薄即期回报的措施

本次公开发行上市完成后，公司净资产随着募集资金的到位将大幅增加，由于本次募集资金项目完全实现收益需要一定时间，在上述期间内，公司每股收益等即期回报指标将有可能出现一定幅度的下降。对此，公司承诺采取以下措施填补被摊薄的即期回报，以保护广大投资者利益：

（1）现有业务板块运营状况、发展态势，面临的主要风险及改进措施

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重在 95%以上。2017 年-2019 年，公司主营业务收入分别为 51,583.14 万元、69,565.48 万元和 76,383.36 万元，年均复合增长率达 21.69%。

近年来，我国国民经济持续增长，宏观经济环境稳定。随着居民可支配收入增长带来的消费升级，销售渠道尤其是线上渠道的多元化、消费理念变革、个性化需求增加、消费人群增加，中国化妆品消费需求将进一步扩大。化妆品消费需求快速增长为具备稳定产能和严格质量控制的 OEM/ODM 企业带来发展机遇。此外，我国对日化行业的监管力度随着行业的发展不断加强并走向规范化，有利于行业集中度的提升，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。但同时公司也面临市场需求波动、市场竞争加剧等风险，可能对公司经营成果产生不利影响。公司面临的风险具体详见招股说明书“第四节 风险因素”。

面对上述风险，公司拟采取如下改进措施：围绕化妆品及塑料包装容器主业，加大研发投入和技术创新，提升产品附加值；在稳定现有客户和市场的基础上，积极开拓国内外市场，更好为国际、国内知名化妆品品牌服务；积极实施人才扩充计划，不断完善人才激励机制，建立一支高素质人才队伍；充分利用资本市场，扩大业务规模和产能规模，优化财务结构，增强公司抗风险能力。

（2）提高日常运营效率，降低运营成本，提升经营业绩的具体措施

① 积极落实公司战略，提高公司盈利水平

公司将通过对既定发展战略的有效落实，在巩固公司现有领域的优势前提下，积极提升化妆品领域的研发与生产能力，巩固公司的市场地位和行业竞争能力，努力提高公司盈利水平，降低本次发行上市导致的投资者即期回报摊薄的影响。

② 加快募投项目建设，争取尽早实现募投项目收益

本次募集资金紧密围绕公司主营业务，达产后预期收益情况良好。公司将精心组织、合理统筹，加快募投项目投资进度，争取早日达产，通过经营规模的扩大和核心竞争力的增强进一步提升公司业绩。

③ 坚持创新发展，进一步提升公司核心竞争力

公司将进一步重视针对不同的客户需求进行自主创新开发的能力：在化妆品产品方面，公司将不断加大在配方研发及优化、生产工艺创新设计及创新产品推广等方面的投入，不断提升产品的附加值；在塑料包装方面，公司将不断加大产品研发及设计开发方面的投入，结合开发该类产品所需的精密模治具的研发等，持续提升产品的创新性、适用性，快速响应市场需求。通过对新材料、新工艺和新技术的研发，全面提升公司的核心竞争力，从而促进公司整体盈利水平的提升。

④ 加强成本费用管控，提升资金使用效率

公司将进一步加强管控，全面实施精细化管理，不断提升生产效率，减少不必要的支出，有效控制成本费用，提升资金的使用效率，努力提高公司毛利率水平和净利率水平。

⑤ 进一步完善和落实利润分配制度特别是现金分红政策，强化投资者回报机制

公司已根据中国证监会的相关规定，在上市后生效的《公司章程（草案）》中完善了利润分配政策特别是现金分红政策。公司将严格执行相关利润分配政策，并根据监管机构的要求和自身经营情况，不断完善和强化投资者回报机制，保证投资者的合理回报。

公司制定填补被摊薄即期回报措施不等于对未来利润做出保证。

2、公司董事、高级管理人员以及公司控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行的相关承诺

（1）公司董事、高级管理人员承诺

公司全体董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行相关职责，维护公司和全体股东的合法权益，对公司填补回报措施能够得到切实履行承诺如下：

① 承诺不得无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益。

② 承诺对本人的职务消费行为进行约束，必要的职务消费行为应低于平均水平。

③ 承诺不得动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

④ 承诺积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合摊薄即期填补回报的要求；支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并在董事会上对相关议案投赞成票。

⑤ 承诺在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并在董事会上对相关议案投赞成票。

⑥ 在中国证监会、深圳证券交易所另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及深圳证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的规定，以符合中国证监会及深圳证券交易所的要求。

⑦ 本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：A、在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；B、依法承担对公司和/或股东的补偿责任；C、无条件接受中国证监会和/或深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

（2）公司控股股东、实际控制人承诺

为确保公司填补回报措施能够得到切实履行，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬作出如下承诺：

① 承诺不得越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。

② 在中国证监会、深圳证券交易所另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符

时，本人承诺将立即按照中国证监会及深圳证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的规定，以符合中国证监会及深圳证券交易所的要求。

③ 承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者其他股东造成损失的，本人愿意：A、在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；B、依法承担对公司和/或其他股东的补偿责任；C、无条件接受中国证监会和/或深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

（六）利润分配承诺

根据公司 2020 年 4 月 10 日召开的 2019 年年度股东大会决议，为兼顾新老股东利益，公司决定将本次发行前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东按持股比例共同享有。

根据公司本次首次公开发行股票并在创业板上市后将生效的《公司章程（草案）》，公司股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配政策的基本原则

（1）公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性；

（2）公司可以采取现金或股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（3）公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（4）公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配具体政策

（1）利润分配的形式：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合等法律规范允许的其他形式分配利润；公司董事会可以根据当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

（2）现金分红的具体条件：① 公司该年度的可供分配利润（即公司弥补亏损、提取盈余公积金后剩余的税后利润）为正值；② 审计机构对公司当年度财

务报告出具标准无保留意见的审计报告；③ 未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，或在考虑实施前述重大投资计划或重大现金支出以及该年度现金分红的前提下公司正常生产经营的资金需求仍能够得到满足。

上述重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：① 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；② 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

根据公司章程关于董事会和股东大会职权的相关规定，上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

3、现金分红的比例

在满足现金分红具体条件的前提下，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。

公司董事会应综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程（草案）》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、股票股利分配条件

在公司经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案。

此外，公司 2019 年年度股东大会还审议通过了《公司首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年股东分红回报规划》，对公司上市后未来三年股利分配具体规划做出了进一步的安排。

（七）关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

公司承诺：发行人招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。因公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

控股股东、实际控制人承诺：发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。因发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。

公司董事、监事、高级管理人员承诺：发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。因发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。

（八）中介机构相关承诺

保荐机构（主承销商）安信证券股份有限公司承诺：因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人律师北京德恒律师事务所承诺：本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

审计机构容诚会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等违法事实被认定后，本所将依法赔偿投资者损失。

验资机构致同会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等违法事实被认定后，本所将依法赔偿投资者损失。

资产评估机构厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司承诺：本公司为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（九）其他承诺

1、控股股东及实际控制人关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬就避免与公司同业竞争承诺如下：

（1）本人目前没有以任何形式从事或参与对公司主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

（2）本人不会单独或与他人，以任何形式（包括但不限于投资、并购、联营、合资、合作、合伙、承包或租赁经营、购买上市公司股票或参股）直接或间接从事或参与或协助从事或参与任何与公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以任何方式取得该等经济实体、机构、经济组织的控制权。

（3）本人或本人控制的其他企业将来因收购、兼并或者以其他方式增加与公司的产品或业务相竞争或可能构成竞争的任何资产或业务，公司有优先购买该等资产或业务的权利；本人或本人控制的其他企业拟出售或转让任何与公司产品或业务相关的任何资产、权益或业务时，公司有优先购买该等资产、业务的权利。

（4）本人如拟出售与公司生产、经营相关的任何资产、业务或技术，公司均有优先购买的权利，本人保证在相关资产、业务出售和技术转让时给予公司的条件不亚于向任何独立第三方提供的条件。

（5）对于本人直接或间接控股的其他企业，本人将通过派出人员（包括但不限于董事、总经理）以及控股地位使该等企业履行在该承诺函中相同的义务。

（6）本承诺函自签署出具之日起立即生效，即对本人具有法律约束力。自本函生效至本人作为公司控股股东、实际控制人期间的任何时候，本人将严格遵守并履行本函所作的承诺及保证义务；对于违反本函承诺及保证义务的，本人将采取一切必要且有效的措施及时纠正消除由此造成公司的不利影响，并对造成公司直接和间接损失承担赔偿责任。

（7）公司首次公开发行股票并在创业板上市后，本人同意并自愿接受国家证券监管机构、股票上市地证券交易所对本人履行本函之承诺及保证义务情况的持续监管。

2、控股股东及实际控制人关于减少、避免关联交易的承诺

公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬就减少和避免与公司之间的关联交易承诺如下：

（1）本人将尽量减少和避免与公司之间发生关联交易。对于公司能够通过市场方式与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方之间进行交易。本人不会以向公司拆借、占用等方式使用资金或采取由公司代垫款项、代偿债务等方式侵占公司资金。

（2）对于本人与公司及其子公司之间确有必要发生的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着平等互利、等价有偿的一般原则，公平合理地进行。

（3）对于本人与公司之间所发生的关联交易，均以签订书面合同或协议的形式明确约定，并严格遵守有关法律、法规及公司章程、关联交易管理制度等规定，履行各项批准程序和信息披露义务，在公司董事会、大会审议有关关联交易事项时，依法履行回避表决义务。

（4）本人不通过关联交易损害公司以及公司其他股东合法权益，如因关联交易损害公司及公司其他股东合法权益的，本人自愿承担由此造成公司一切损失。

（5）本承诺函自出具之日起立即生效，将持续有效，直至本人不再作为公司的控股股东、实际控制人或公司的关联方时止。本人同意并自愿接受国家证券监管机构、股票上市地交易所对本人履行本函之承诺及保证义务情况的持续监管。

3、控股股东及实际控制人关于不占用资金的承诺

公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬就不占用公司资金承诺如下：

本人将不会利用控股股东、实际控制人的地位，以下列任何方式通过公司将资金直接或间接地提供给本人或本人所控制的其他企业：

（1）有偿或无偿拆借公司的资金给本人或本人所控制的其他企业使用。

（2）公司利用银行或非银行金融机构向本人或本人所控制的其他企业提供委托贷款。

（3）委托本人或本人所控制的其他企业进行投资活动。

（4）为本人或本人所控制的其他企业开具没有真实商业交易背景的商业承兑汇票。

（5）代本人或本人所控制的其他企业偿还债务。如果未来本人出现任何违反上述承诺产生占用公司资金情形的，公司有权采取“占用即清偿机制”，将应付本人的现金股利或以出售本人所持公司股份获得资金偿还占用公司的资金。

本承诺函自出具之日起立即生效，将持续有效。公司首次公开发行股票并在创业板上市经核准后，本人同意并自愿接受国家证券监管机构、股票上市地证券交易所对本人履行本函之承诺及保证义务情况的持续监管。

4、控股股东及实际控制人关于社保、住房公积金的承诺

公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬就公司缴纳社保及住房公积金事项承诺如下：如果未来社会保险管理部门或住房公积金管理部门要求公司及其控股子公司补缴其发行股票并上市前可能欠缴的社会保险费用或住房公积金，或者社会保险管理部门或住房公积金管理部门对公司及其控股子公司因可能欠缴社会保险费用或住房公积金而给予公司及其控股子公司行政处罚或要求其承担损失的，本人将无条件全额承担公司及其控股子公司可能缴纳的上述社会保险费用、住房公积金或行政罚款、损失以及任何其他与此相关的费用，保证公司及其控股子公司不会因此受到损失。

5、实际控制人关于房产租赁的承诺

公司实际控制人曾本生、曾焕彬就公司房产租赁事项承诺如下：

在公司承租物业的租赁期限内，如因出租人不适格、租赁物业权属争议或租赁物业其法律属性不适合作为相关租赁合同的标的物等原因，导致发行人被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而无法继续使用该等租赁物业的，由承诺人负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）；对于因未办理租赁登记备案而被政府部门处罚导致发行人产生损失的，承诺人将承担所有被行政处罚的结果，并对发行人造成的损失给予补偿。

6、实际控制人关于关联方转贷的承诺

公司实际控制人曾本生、曾焕彬就公司关联方转贷事项承诺如下：

如公司因截至承诺函出具之日前与关联方转贷的行为遭受处罚或被追究责任的，本人将承担公司因此遭受的损失。

（十）上述责任主体关于承诺履行的约束措施

根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》，公司、控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬、全体董事、监事、高级管理人员就首次公开发行股票并在创业板上市相关事宜做出了一系列公开承诺，若上述责任主体未能履行相关承诺，将采取相应的约束措施：

1、发行人关于未履行承诺时的约束措施的承诺

公司就首次公开发行股票并在创业板上市相关事宜做出了一系列公开承诺，如未能履行相关承诺，公司将采取如下约束措施：

（1）公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）公司未能按照已作出的承诺赔偿投资者损失的，不足部分将全部由控股股东根据其作出的承诺赔偿。如控股股东未按照其作出的承诺赔偿投资者损失，本公司将在控股股东逾期后 30 日内督促其履行赔偿义务，对其采取必要的法律行动（包括但不限于提起诉讼），并及时披露进展等。

（3）公司将在定期报告中披露公司及其控股股东、公司董事及高级管理人员的公开承诺履行情况，和未履行承诺时的补救及改正情况。

2、公司控股股东及实际控制人关于未履行承诺事项时采取约束措施的承诺

公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬就关于未履行承诺事项时采取约束措施的承诺如下：

本人作为公司的控股股东/实际控制人就公司首次公开发行股票并在创业板上市相关事宜做出了一系列公开承诺，如本人未能履行相关承诺，本人将采取如下约束措施：

（1）本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司其他股东和社会公众投资者道歉。

（2）本人如未履行关于股份锁定、持股意向及减持意向等的相关承诺，由

此所得收益归公司所有，本人将向公司董事会上缴该等收益。

（3）如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，且本人未按本人作出的承诺依法赔偿投资者损失的，公司可以扣减应支付给本人的工资薪酬及向本人支付的分红，直接支付给投资者作为本人对投资者的赔偿。

3、公司董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺事项时采取约束措施的承诺

公司董事、监事以及高级管理人员就公司首次公开发行股票并在创业板上市相关事宜做出了一系列公开承诺，如相应的董事、监事及高级管理人员未能履行相关承诺，其同意采取如下约束措施：

（1）间接持有公司股份的董事、监事及高级管理人员郑平、翁馥颖、吴丽萍、王琰、范洋洋、龙韵、许聪艳、徐勇、陈聪明承诺如未履行关于股份锁定、持股意向及减持意向等的相关承诺，由此所得收益归公司所有，本人将向公司董事会上缴该等收益。

（2）全体董事、监事以及高级管理人员承诺如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，且本人未按本人作出的承诺依法赔偿投资者损失的，公司可以扣减应支付给本人的工资薪酬，并直接支付给投资者，作为本人对投资者的赔偿。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至招股说明书签署日，公司正在履行中的重要合同或者对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

截至招股说明书签署日，公司正在履行的 300 万元以上重大销售合同/订单如下：

序号	签署日期	客户名称	合同金额（万元）	销售内容
1	2020.02.04	上海开米科技有限公司	727.38	消毒液、洗手液塑料包装
2	2020.05.27	保利沃利	729.46	化妆品

截至招股说明书签署日，公司与主要客户签署的框架协议或合同如下：

序号	签署日期	客户名称	合同有效期	合同主要内容
1	2018.06.01	强生	2018.06.01-2023.05.31	化妆品及家庭护理产品
2	2017.09.30	壳牌	2017.10.01-2021.12.31	塑料包装
3	2019.01.02	上海家化	2019.01.01-2021.12.31	塑料包装
4	2018.04.01	郁美净	2018.04.01-2021.12.31	化妆品
5	2018.04.10	贝泰妮	2018.04.10-2023.04.09	化妆品

（二）采购合同

截至招股说明书签署日，公司无正在履行的 300 万元以上重大采购合同。

（三）借款合同

截至招股说明书签署日，公司正在履行的 300 万元以上重大借款合同如下：

序号	签署日期	借款人	借款银行	借款金额（万元）	借款到期日	合同/授信协议编号
1	2020.07.14	嘉亨家化	中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行	700	2021.07.13	35010120200002371
2	2020.07.22			600	2021.07.21	35010120200003522
3	2019.11.04	上海嘉亨	上海浦东发展银行股份有限公司松江支行	800	2020.11.04	98082019280324
4	2020.01.10			1,000	2021.01.09	98982020280005
5	2020.03.10			1,000	2021.03.09	98082020280061
6	2020.06.19			1.600	2021.06.21	98082020280228
7	2020.08.07			800	2021.08.06	98082020280267
8	2020.08.26			800	2021.08.25	98082020280289
9	2020.09.10			1,000	2021.09.09	98082020280308
10	**2020.10.14**			**800**	**2021.10.13**	**98082020280335**

（四）担保合同

截至招股说明书签署日，公司正在履行的担保合同如下：

序号	合同名称及编号	担保权人	担保人	债务人	最高担保金额（万元）	担保期限	标的
1	最高额抵押合同（35100620190011233）	中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行	公司	公司	7,208.67	2019.07.31-2022.07.30	不动产
2	最高额抵押合同（ZD9808201300000003） 最高额抵押合同之变更合同（ZD9808201300000003-1）	上海浦东发展银行股份有限公司松江支行	上海嘉亨	上海嘉亨	10,000.00	2013.01.22-2023.01.21	不动产

发行人生产经营正常，具有持续稳定经营能力和较强的偿债能力，已设立抵押的土地、房产不存在被处置的风险。

（五）建设工程施工合同

2020 年 5 月 8 日，湖州嘉亨与湖州练南建设工程有限公司签署《建设工程施工合同》，以自筹资金先行投入募集资金投资项目“化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目”，合同金额 7,500 万元。

二、发行人对外担保的有关情况

截至招股说明书签署日，公司无对外担保情况。

三、重大诉讼、仲裁事项

（一）对发行人财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项

截至招股说明书签署日，不存在对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼

或仲裁事项。

四、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

报告期初至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

五、发行人控股股东、实际控制人重大违法情况

报告期初至招股说明书签署日，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

公司及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事（签名）：

曾本生　郑　平　曾焕彬

翁馥颖　聂学民　李　磊

黄兴孪

全体监事（签名）：

吴丽萍　王　琰　范洋洋

非董事高级管理人员（签名）：

龙　韵　许聪艳　徐　勇

陈聪明

嘉亨家化股份有限公司（盖章）

2020 年 10 月 20 日

发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东（签名）：

曾本生

实际控制人（签名）：

曾本生　　曾焕彬

嘉亨家化股份有限公司

2020 年 10 月 20 日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

栗灵芝

保荐代表人：

阴 豪

樊长江

法定代表人：

黄炎勋

安信证券股份有限公司

2020 年 10 月 20 日

保荐机构（主承销商）声明

本人已认真阅读嘉亨家化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的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构总经理签名：

王连志

安信证券股份有限公司

2020 年 10 月 20 日

保荐机构（主承销商）声明

本人已认真阅读嘉亨家化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的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构董事长签名：

黄炎勋

安信证券股份有限公司

2020 年 10 月 20 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

楼永辉　　陈奋宇　　孙庆凯

律师事务所负责人：

王　丽

北京德恒律师事务所

2020 年 10 月 20 日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

闫钢军

王 勇

李 倩

会计师事务所负责人：

肖厚发

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 10 月 20 日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册评估师：

邓泽亚

葛超华

资产评估机构负责人：

王健青

厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司

2020 年 10 月 20 日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：_____ _____

闫钢军（已离职） 王 勇（已离职）

会计师事务所负责人：_____

李惠琦

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年 10月 20日

说明

兹就《嘉亨家化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的验资机构声明》中签字注册会计师签字相关事宜说明如下：

闫钢军、王勇原为致同会计师事务所（特殊普通合伙）员工，系嘉亨家化股份有限公司《验资报告》（致同验字（2016）第350ZA0058号、致同验字（2017）第350ZB0053号、致同验字（2017）第350ZB0063号、致同验字（2018）第350ZA0025号、致同验字（2019）第350ZB0020号）签字注册会计师，现上述员工已经离职。

闫钢军、王勇在本所工作期间，曾作为注册会计师签署过上述验资报告，其离职不影响本所出具的上述验资报告的法律效力。

由于目前闫钢军、王勇已离职，故嘉亨家化股份有限公司本次上市申请文件中，验资机构声明中未有签字注册会计师闫钢军、王勇的签字。

会计师事务所负责人：

李惠琦

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年10月20日

第十三节 附件

一、备查文件目录

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，该等文书也在深圳证券交易所指定网站http://www.cninfo.com.cn上披露，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺。承诺事项主要包括：

1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

2、稳定股价的措施和承诺；

3、股份回购和股份买回的措施和承诺；

4、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺；

5、填补被摊薄即期回报的措施及承诺；

6、利润分配政策的承诺；

7、依法承担赔偿或赔偿责任的承诺；

8、其他承诺事项。

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地点、时间

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9:00－11:30，下午 2:00－5:00

（二）查阅地点

发行人：嘉亨家化股份有限公司

联系地址：泉州市鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号

联系人：徐勇

电话：0595-22463333

传真：0595-22411203

保荐人（主承销商）：安信证券股份有限公司

联系地址：深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元

联系人：阴豪

电话：0755-82828354

传真：0755-82825424