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。

可靠 COCO
COMFORTABLE & CONSIDERATE

杭州可靠护理用品股份有限公司

HANGZHOU COCO HEALTHCARE PRODUCTS CO., LTD.

（浙江省杭州市临安区锦城街道（城西工业园）花桥路 2 号）

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）

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

（中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

重要声明

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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次向社会公众首次公开发行 6,797 万股人民币普通股（A 股），不低于发行后总股本的 25.00%，原股东不公开发售股份。 公司与主承销商可采用超额配售选择权，超额配售部分不超过本次公开发行股票数量的 15.00%。
每股面值	1.00 元/股
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后的总股本	【】股
保荐人（主承销商）	国泰君安证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项：

一、特别风险提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别注意下列风险：

（一）销售收入集中度较高的风险

报告期内公司前五大客户销售收入分别为 57,078.43 万元、63,223.66 万元、80,473.74 万元和 50,166.39 万元，占公司当年销售收入的比例分别为 72.52%、69.76%、68.56%和 62.77%，前五大客户收入较为集中。

公司自成立以来，凭借严格的质量管控体系、稳定的生产供应能力、高效的售后服务以及在前沿工艺方面的持续探索，与各品牌客户建立起了长久稳定、优势互补的战略合作关系。但如果未来公司不能维持与主要客户的合作关系、主要客户的经营状况恶化、或是公司在新客户的开拓上未能取得成效，将可能对公司的业绩产生不利影响。

（二）汇率波动的风险

报告期内，公司境外销售收入分别为 41,279.12 万元、42,971.30 万元、49,163.15 万元和 40,212.61 万元，占主营业务收入的比例分别为 52.84%、48.29%、42.49%和 50.70%。2017 年至 2020 年 1-6 月，公司因外汇汇率波动产生的汇兑损益分别为 958.78 万元、-277.71 万元、-382.55 万元和-255.27 万元。

公司与境外客户间通常以美元进行定价和结算，从货物离港至收到境外客户的美元货款存在一段时间间隔，如果在该间隔期间内外汇汇率发生大幅波动，可能对公司的经营业绩带来一定影响。

此外，公司外币账户通常存有一定数量的美元。主要原因是公司在原材料方面存在一定的境外采购需求，且通常以美元进行支付，因此公司在收到境外客户的美元货款后，通常不会立即结汇，而是结合采购支付计划以及汇率的变动情况定期进行结汇。如果在上述期间外汇汇率发生大幅波动，公司持有美元或定期结汇的行为可能产生汇兑损失。

（三）原材料价格上升的风险

公司产品的主要原材料包括木浆、无纺布、底膜、高分子、复合芯体、纸箱、卫生纸、包装袋和热熔胶等，报告期内上述原材料合计占公司生产成本的 76.98%、78.68%、80.59%和 81.19%，采购量较大。

虽然公司采购部门会实时跟踪市场上主要原材料的价格波动，并适当进行一定的战略性储备采购，但突发事件引起或者持续时间较长的原材料波动仍然会较大的影响公司的采购成本。

从公司的自主品牌业务来看，由于所处的一次性卫生用品行业属于日常消费品，其终端消费者以个人为主，对产品售价较为敏感；且终端市场的竞争激烈，竞品较多；因此公司自主品牌产品定价的弹性较小，如果主要原材料价格未来出现持续的大幅上涨，将对公司的产品成本影响较大，从而直接对公司净利润产生不利影响。

从公司的 ODM 业务来看，公司与品牌商定价时通常会考虑成本波动因素后采取年度定价方式，若原材料价格涨幅未超过约定值时不会再次协商售价，故原材料价格在一定程度内上涨也将对公司产生不利影响。

根据测算，在其他因素不变的情况下，假如报告期内各期原材料采购价格上涨 5%，公司利润总额将分别减少 2,400.06 万元、2,887.74 万元、3,754.10 万元和2,247.88万元，占公司各期利润总额的比例分别为45.21%、41.32%、34.62%和 14.54%。若原材料价格上涨将对公司的业绩产生较大的不利影响。

（四）产品质量控制及产品安全问题风险

公司的主要产品与人体肌肤密切接触，如果发生产品质量问题，可能对使用者的身体健康产生伤害。报告期内，发行人存在两笔因过敏产生的医护补偿情形（合计赔偿 1,986 元）；报告期内各期，发行人因质量问题退换货的金额分别为 171.73 万元、138.48 万元、79.94 万元和 53.75 万元；报告期内，发行人及其控股子公司临安佳容因广告宣传受到消费投诉共计 26 起，其中可靠护理 25 起，临安佳容 1 起；可靠福祉因广告宣传受到消费投诉共计 19 起，因产品包装受到消费投诉 1 起。

虽然公司已经按照 ISO9001 质量管理体系的要求建立了严格的质量管控体系，但如果公司的产品质量控制措施不能适应经营规模增长以及行业监管政策变

动带来的新形势，将可能会带来产品安全问题风险，使得公司多年累积起来的自有品牌以及 ODM 业务的合作商品牌声誉受损，并导致销量下滑，对企业发展产生不利影响。

（五）公司主要客户为股东客户风险

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

二、发行人滚存利润的分配安排和股利分配政策

（一）发行人滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年 6 月 28 日召开的 2020 年第三次临时股东大会审议通过的《关于本次发行前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行上市前滚存的未分配利润由本次发行上市后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

（二）发行人股利分配政策

公司 2020 年 6 月 28 日召开的 2020 年第三次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》的议案。具体的利润分配政策参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”。

三、新型冠状病毒肺炎疫情对公司经营的影响

2020 年 1 月底，新型冠状病毒肺炎疫情向全国蔓延，为避免人口大规模流动和聚集，各地政府采取居家隔离、延长春节假期等防控措施，使得工人返城、工厂复工延迟。虽然发行人已于 2020 年 2 月 10 日获得复工批复，成为杭州市首批复工企业之一，但仍有部分员工因当地防疫政策而返工延迟，并需要居家隔离 14 天后才能正式上班，对公司 2 月份的生产经营造成一定的影响。由于口罩的需求量和生产量迅速增长，生产口罩的核心原材料熔喷布的需求爆发，导致发行人产品所用的主要原材料之一无纺布在短期内产能受限，在市场上供不应求，价

格有所上升，因此对发行人成本产生了一定影响。此外，随着疫情的全球大流行，对全球经济造成了较大的不利影响，也可能间接影响到公司境外 ODM 客户的情况。

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

2020 年 1-6 月疫情期间，发行人凭借既有的销售渠道，通过国内电商平台、线下连锁药店、经销商等进行医用口罩的销售，同时作为政府指定的防疫用品生产企业，向各级政府部门、事业单位、社会团体等供应口罩；在国内疫情好转后，又利用自身在国际贸易方面的渠道优势，相继开发了境外 ODM 和经销商客户。2020 年 1-6 月，发行人口罩销售金额 15,301.01 万元,实现毛利 10,868.47 万元,占当期主营业务毛利总额的 42.63%，占比较高。随着全球疫情发展，口罩供应日渐充足，公司已自 2020 年 6 月暂停口罩生产，未来口罩业务盈利能力具有不确定性，提请投资者予以关注。

四、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况

公司已披露财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况，详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“二十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。相关财务信息未经审计，但已经天健会计师审阅。

2020 年 1-9 月，公司实现营业收入 123,319.49 万元，同比增长 52.38%；实现归属于母公司所有者权益的净利润 16,805.18 万元，同比增长 150.56%；实现扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润 16,086.20 万元万元，同比增长 133.10%。

公司财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日。财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，除口罩业务因疫情变化和订单情况而暂停大规模生产外，公司经营状况良好，经营模式未发生重大变化，公司主要原材料的采购规模及采购价格、收入规模及销售价格未发生重大变化，公司客户和供应商的构成未发生重大变化，整体经营环境未发生重大不利变化。

五、2020 年全年业绩预告

2020 年度，公司预计经营情况不会发生重大变化，经营业绩稳定，不存在业绩大幅下滑的情况。

根据公司 2020 年 1-9 月已实现的经营业绩、在手订单等情况，并综合考虑未来疫情影响、市场变化影响以及美元汇率的影响等因素，公司预计 2020 年度实现营业收入约为 161,308.00 万元至 169,749.00 万元，同比变动幅度约为 37.43%至 44.62%；公司预计 2020 年度归属于母公司股东的净利润约为 20,113.00 万元至 21,325.00 万元，同比增长约 129.99%至 143.85%。（前述财务数据的预计数不代表公司最终可实现业绩，亦不构成公司盈利预测及业绩承诺。）

目 录

重要声明 1

本次发行概况 2

重大事项提示 3

一、特别风险提示 3

二、发行人滚存利润的分配安排和股利分配政策 5

三、新型冠状病毒肺炎疫情对公司经营的影响 5

四、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况 6

五、2020 年全年业绩预告 7

目 录 8

第一节 释义 13

一、一般性释义 13

二、专业用语释义 16

第二节 概览 18

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 18

二、本次发行概况 18

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 19

四、发行人主营业务经营情况 20

五、发行人自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业的融合情况 21

六、发行人选择的具体上市标准 22

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 22

八、募集资金用途 22

第三节 本次发行概况 24

一、本次发行的基本情况 24

二、本次发行的有关机构 24

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况 26

四、与本次发行上市有关的重要日期 26

第四节 风险因素 27

一、宏观经济风险.....27
二、市场风险.....27
三、创新风险.....29
四、技术风险.....29
五、经营风险.....30
六、财务风险.....33
七、法律风险.....34
八、实际控制人控制不当风险.....34
九、募集资金投资项目风险.....34
十、核心管理人员及技术人员流失风险.....35
十一、发行失败风险.....35
第五节 发行人基本情况.....36
一、发行人的基本信息.....36
二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况.....36
三、发行人的股权结构.....48
四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况.....49
五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....55
六、发行人的股本情况.....71
七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况.....89
八、员工和社会保障情况.....101
九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况.....108
第六节 业务和技术.....117
一、发行人的主营业务、主要产品情况.....117
二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况.....181
三、发行人销售情况和主要客户.....217
四、发行人采购情况和主要供应商.....237
五、主要固定资产和无形资产.....251
六、生产技术和研发情况.....261
七、境外经营情况.....269

第七节 公司治理与独立性 270
一、公司治理结构的建立健全及运行情况 270
二、特别表决权股份或类似安排 273
三、协议控制架构 273
四、公司内部控制情况 273
五、报告期内存在违法违规行为及受到处罚情况 273
六、发行人资金占用及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况 275
七、发行人资金管理制度及执行情况 277
八、独立持续经营能力 283
九、同业竞争 285
十、关联方与关联关系 286
十一、关联交易 291
十二、公司关联交易决策程序履行情况及独立董事意见 309
十三、关于减少和规范关联交易的措施 310
第八节 财务会计信息与管理层分析 312
一、合并财务报表 312
二、注册会计师审计意见 317
三、关键审计事项 317
四、财务报表编制基础、合并报表范围及其变动情况 322
五、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准 322
六、可能影响公司盈利能力、财务状况的主要因素 322
七、重要会计政策和会计估计 323
八、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率 354
九、分部信息 357
十、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 359
十一、主要财务指标 360
十二、同行业可比公司的选取 361
十三、经营成果分析 362
十四、资产质量分析 439

十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析.....477
十六、报告期内重大投资、重大业务资产重组或股权收购合并事项.....493
十七、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项.....493
十八、发行人盈利预测报告披露情况.....494
十九、滚存利润的分配安排.....494
二十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....494
二十一、新冠疫情影响分析.....497
第九节 募集资金运用 498
一、募集资金的具体用途和投资概算情况.....498
二、募集资金具体与公司现有主要业务、核心技术之间的关系.....499
三、募集资金运用的具体情况.....500
四、募集资金运用对公司未来财务状况及经营成果的影响.....511
五、公司战略规划及采取的措施.....512
第十节 投资者保护 516
一、投资者关系的主要安排.....516
二 、股利分配政策.....519
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....522
四、股东投票机制的建立情况.....523
第十一节 其他重要事项 524
一、重大合同.....524
二、对外担保情况.....529
三、重大诉讼和仲裁事项.....530
第十二节 声明 537
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....538
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....539
三、保荐人（主承销商）声明.....540
四、保荐人（主承销商）董事长、总裁声明.....541
五、发行人律师声明.....542
六、审计机构声明.....543
七、资产评估机构声明.....544

八、验资机构声明.....546
第十三节 附件 547
一、备查文件.....547
二、查阅地点及时间.....547
附录一：房屋及建筑物情况 548
附录二：土地使用权 549
附录三：商标情况 551
附录四：专利情况 563
附录五：著作权情况 573
附录六：域名情况 574

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、一般性释义

可靠护理、本公司、公司、发行人	指	杭州可靠护理用品股份有限公司
可艾公司	指	杭州可艾个人护理用品有限公司，可靠护理控股子公司，持股 80%
福祉公司	指	可靠福祉（杭州）科技有限公司，可靠护理全资子公司
佳容公司	指	临安佳容卫生用品有限公司，可靠护理全资子公司
丰源公司	指	临安丰源企业管理有限公司，曾为可靠护理全资子公司，已注销
可靠上海	指	可靠（上海）护理用品有限公司，曾为可靠护理全资子公司，已注销
杭州德莱适	指	杭州德莱适个人护理用品有限公司，曾为可靠护理参股子公司，已注销
唯艾诺	指	杭州唯艾诺投资合伙企业（有限合伙），发行人的员工持股平台
唯艾诺贰号	指	杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙），发行人的员工持股平台
唯艾诺叁号	指	杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙），发行人的员工持股平台
Cherish Star	指	Cherish Star（HK）Limited，里昂证券亚太恒富资本管理的股权投资基金，本公司股东
Gracious Star	指	Gracious Star（HK）Limited，里昂证券亚太恒富资本管理的股权投资基金，本公司股东
海林秉理	指	北京海林秉理投资中心（有限合伙），本公司股东
H&H 国际控股、健合国际、合生元	指	健合（H&H）国际控股有限公司（HEALTH AND HAPPINESS （H&H） INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED），香港联交所上市公司（1112.HK），曾用名“合生元国际控股有限公司”（BIOSTIME INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED）
健合香港	指	健合香港有限公司（HEALTH AND HAPPINESS （H&H） HONG KONG LIMITED），曾用名“合生元香港有限公司（BIOSTIME HONG KONG LIMITED）”，H&H 国际控股 100%间接控制的企业，可艾的第二大股东（目前持股 20%）
健合中国	指	健合（中国）有限公司，曾用名“广州市合生元生物制品有限公司”
杜迪公司、葆艾公司	指	广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司（原名广州葆艾婴幼儿护理用品有限公司），公司代工客户之一，由合生元投资成立的专业母婴护理公司
JS UNITRADE、菲律宾 JS	指	JS UNITRADE MERCHANDISE, INC，菲律宾知名一次性卫生用品销售商

PACKWOOD	指	PACKWOOD ENTERPRISES LIMITED，菲律宾 JS 同一控制下的对外投资和经营主体
KOHNAN	指	KOHNAN SHOJI CO., LTD.，日本上市公司，知名连锁家居超市
OSAKI	指	OSAKI MEDICAL CORPORATION，日本企业，主营内容包括卫生材料、医药品、化妆品、特殊用途化妆品和医疗器械。1936 年成立以来，根据时代需求进行商品开发，长期面向医疗机构销售医疗产品。近年，在亚洲市场也开展了以销售产妇护理产品为主的国际业务
NTUC	指	NTUC Fairprice Co-operative Ltd，新加坡大型杂货零售商
欧睿国际	指	Euromonitor International，全球领先的战略市场信息提供商，独立的市场研究机构。
侨资有限	指	杭州侨资纸业有限公司，系发行人的前身
帝龙控股	指	浙江帝龙控股有限公司，公司历史股东
侨治投资	指	控股股东、实际控制人金利伟全资拥有的公司
贝因美集团	指	贝因美集团有限公司，公司历史股东
侨资汽修	指	临安侨资汽车维修有限公司
万邦健康	指	万邦（汕头）健康科技有限公司
杭州沐歆	指	杭州沐歆品牌管理有限公司
天津露乐	指	天津露乐国际贸易有限公司（现名：天津德莱适咨询服务有限公司）及天津露乐健康产品科技有限公司（现名：天津德莱适科技有限公司）
广东冠一	指	广东冠一护理用品有限公司
上海富永包装	指	上海富永包装科技有限公司
京东	指	即京东商城，销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装 服饰、母婴、图书、食品等品类
京东自营、京东超市	指	京东 B2C（Business to Consumer，商家直接到买家的模式）网络销售模式，由京东自主进行采购、销售和配送
天猫	指	原名“淘宝商城”，英文简称“Tmall”，阿里巴巴旗下综合品牌零售平台
天猫超市	指	阿里巴巴集团旗下网上超市，为消费者提供休闲零食、粮油 米面、进口食品、家清个护、家居百货、母婴用品等商品， 实施商品统一入仓和统一打包
华东医药	指	华东医药股份有限公司
光大养老	指	光大养老健康产业发展有限公司
陕西国药	指	陕西国药器械有限公司
国药华鸿	指	国药控股北京华鸿有限公司
豪悦股份	指	杭州豪悦护理用品股份有限公司
百亚股份	指	重庆百亚卫生用品股份有限公司
中顺洁柔	指	中顺洁柔纸业股份有限公司

千芝雅	指	杭州千芝雅卫生用品有限公司
金佰利	指	金佰利（中国）有限公司
大王	指	日本大王公司
花王	指	花王株式会社
恒安	指	恒安国际集团有限公司
上海凯琳	指	上海凯琳进出口有限公司
迎阳无纺机械	指	江苏迎阳无纺机械有限公司
山西尧舜禹	指	山西尧舜禹投资有限公司
中合动能（海南）	指	中合动能（海南）石化能源开发有限公司
上海中科衡通	指	上海中科衡通生物医学有限公司
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
生活用纸委员会	指	中国造纸协会生活用纸专业委员会
保荐机构、保荐人、主承销商、国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
君合律所、发行人律师	指	北京市君合律师事务所
天健会所、审计机构	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
坤元资产评估	指	坤元资产评估有限公司
董事会	指	杭州可靠护理用品股份有限公司董事会
股东大会	指	杭州可靠护理用品股份有限公司股东大会
监事会	指	杭州可靠护理用品股份有限公司监事会
公司章程	指	杭州可靠护理用品股份有限公司章程
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《劳动法》	指	《中华人民共和国劳动法》
《劳动合同法》	指	《中华人民共和国劳动合同法》
报告期、最近三年及一期	指	2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月
报告期各期末	指	2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》
国务院	指	中华人民共和国国务院
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所、深交所	指	深圳证券交易所
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业用语释义

一次性卫生用品	指	具有纸制品属性的使用一次后即丢弃的、与人体直接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健（抗菌或抑菌）目的而使用的卫生用品，包括成人失禁用品、婴儿护理用品、女性卫生用品、宠物卫生用品和湿巾
纸尿裤	指	包裹婴儿、失禁人群等身体下部或铺在床上接尿用的一次性卫生用品，由外包覆材料、内置吸收层、防漏底膜等制成。根据使用人群不同，可分为婴儿纸尿裤、成人纸尿裤和经期裤等；按照产品结构和制作工艺不同，可以分为开放式（或粘贴式）纸尿裤、封闭式纸尿裤（或拉拉裤）和纸尿片等
纸尿片	指	简易式纸尿裤类产品，与普通纸尿裤结构相比，纸尿片没有左右两边的固定带，价格较便宜，但吸水性、舒适度和防渗漏能力低于纸尿裤
护理垫	指	是一种由 PE 膜、无纺布、绒毛浆、高分子吸水树脂等材质制成的垫型一次性卫生用品，主要用于医院手术、妇科检查、产妇护理、幼儿看护、瘫痪病人大小便失禁、妇女经期时候使用
拉拉裤	指	封闭式纸尿裤，与普通纸尿裤结构相比，拉拉裤采用“内裤型”结构，比如采用弹性腰围设计，方便穿脱，吸水性、舒适度和防渗漏能力俱佳
婴儿护理用品	指	婴儿纸尿裤（含纸尿片、拉拉裤）和婴儿护理垫
成人失禁用品	指	成人纸尿裤（含纸尿片、拉拉裤）和成人护理垫
宠物卫生用品	指	宠物纸尿裤和宠物护理垫
女性卫生用品	指	妇女经期卫生用品（含卫生巾、经期裤等）
裤型卫生巾、经期裤	指	一种功能整合了卫生巾功能和纸尿裤的裤型结构的一次性卫生用品，具有吸水量佳、立体护围不侧漏、使用便利等优点
产妇巾	指	一种用于产妇产后使用的一次性卫生用品，在材质和设计上更贴合产妇的生理状态，具有吸收量大，透气性好的特点，也可于经期使用
失禁	指	尿失禁，即膀胱内的尿不能控制而自行流出。尿失禁可发生于各年龄组的患者，常见于老人、以及因手术和生育等引起的失禁患者等
生活用纸	指	为照顾个人居家、外出等所使用的各类卫生擦拭用纸，包括卷筒卫生纸、抽取式卫生纸、盒装面纸、袖珍面纸、纸手帕、餐巾纸、擦手纸、湿巾、厨房纸巾
高分子、SAP、高分子 SAP	指	高分子吸水树脂（Super Absorbent Polymer, SAP）是一种新型功能高分子材料，具有吸收比自身重几百到几千倍水的高吸水功能，并且保水性能优良，一旦吸水膨胀成为水凝胶时，即使加压也很难把水分离出来
木浆、绒毛浆	指	经过漂白，抽出有机溶剂等操作后的木浆、草浆。是一种用于生产各种卫生用品，用作吸水介质的纸浆
无纺布	指	又称不织布，是由定向的或随机的纤维而构成，是新一代环保材料，具有防潮、透气、柔韧、质轻、不助燃、容易分解、无毒无刺激性、价格低廉、可循环再用等特点

热熔胶、胶	指	一种可塑性的粘合剂，具有高附加值、黏合强度大、速度快等优点
PE 膜	指	各类流延膜、底膜等膜材料的统称
底膜、流延膜	指	通过熔体流延骤冷生产的一种无拉伸、非定向的平挤薄膜。
木浆芯体	指	也称绒毛浆芯体，主要由木浆和高分子吸水树脂混合而成，具有蓬松、柔软、渗透速度快等特点
复合芯体	指	由无纺布和高分子吸水树脂复合而成的吸收芯体结构
KA	指	国内国外大型连锁超市、卖场，能够满足顾客一次性购物需求的零售终端
特渠	指	除传统经销商、KA 卖场之外的其他线下销售渠道，如医院、养老院、连锁药房等
母婴店	指	母婴用品专营店，专营孕妇及婴幼儿用品的商店
ODM	指	Original Design Manufacture 的缩写，即原始设计制造，是一家厂商根据另一家厂商的规格和要求，设计和生产产品，受委托方拥有设计能力和技术水平，基于授权合同生产产品
OEM	指	Original Equipment Manufacturer 的缩写，即贴牌生产，原指由采购方提供设备和技术，由制造方提供人力和场地，采购方负责销售，制造方负责生产的一种现代流行生产方式，但是经常由采购方提供品牌和授权，允许制造方生产贴有该品牌的产品
B2C	指	Business to Customer 的缩写，企业对终端消费者通过电子商务进行的交易
O2O	指	Online To Offline（线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台
市场渗透率	指	商品的现有需求量/商品的潜在需求量
ERP	指	Enterprise Resource Planning 的英文简称，即企业资源规划，是对企业资源进行有效管理、共享与利用的系统。
FOB	指	Free On Board 的英文简称，即船上交货（指定装运港），该术语规定卖方将货物放置于指定装运港由买方指定的船上，当货物放置于该船上时，货物灭失或损毁的风险即转移，而买方自该点起负担一切费用
CFR（C&F）	指	Cost and Freight 的简称，即成本加运费（指定目的港），该术语规定卖方在船上交货，货物灭失或损坏的风险在货物交到船上时转移，同时卖方必须签订合同，并支付必要的成本和运费将货物运至指定目的港
CIF	指	Cost Insurance and Freight 的简称，即成本加保险费加运费
EXW	指	EX Works 的简称，即工厂交货
淘系平台	指	指阿里巴巴旗下的天猫、淘宝等电商平台以及零售通、村淘等平台专区

注：本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。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	杭州可靠护理用品股份有限公司	有限公司成立日期	2001 年 8 月 7 日
		股份公司成立日期	2011 年 8 月 29 日
注册资本	20,389 万元	法定代表人	金利伟
注册地址	杭州市临安区锦城街道（城西工业园）花桥路 2 号	主要生产经营地址	杭州市临安区锦城街道（城西工业园）花桥路 2 号
控股股东	金利伟	实际控制人	金利伟、鲍佳
行业分类	C22 造纸和纸制品业	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	国泰君安证券股份有限公司	主承销商	国泰君安证券股份有限公司
发行人律师	北京市君合律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	坤元资产评估有限公司

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	不超过 6,797 万股（不含行使超额配售选择权发行的股份数量）	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 6,797 万股（不含行使超额配售选择权发行的股份数量）	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本		【】股	
每股发行价格		人民币【】元/股	
发行市盈率		【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）	

发行前每股净资产	【】元（按截至报告期末经审计的归属于母公司股东的权益除以发行前总股本计算）	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元（按截至报告期末经审计的归属于母公司股东的权益与本次募集资金净额之和，除以发行后总股本计算）	发行后每股收益	【】元
发行市净率		【】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）	
发行方式		采用网下对询价对象询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会以及深圳证券交易所认可的其他方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）	
发行对象		符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和在深圳证券交易所开设人民币普通股（A股）股票账户的合格投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止认购者除外）	
承销方式		余额包销	
拟公开发售股份股东名称		无	
发行费用的分摊原则		【】	
募集资金总额		【】万元	
募集资金净额		【】万元	
募集资金投资项目		智能工厂建设项目	
		技术研发中心升级建设项目	
		品牌推广项目	
		补充流动资金	
发行费用概算		【】万元	
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期		【】	
开始询价推介日期		【】	
刊登定价公告日期		【】	
申购日期和缴款日期		【】	
股票上市日期		【】	

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2020年6月30日/2020年1-6月	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度	2017年12月31日/2017年度
资产总额（万元）	134,170.42	107,193.84	99,627.42	95,714.01

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
归属于母公司所有者权益（万元）	53,073.53	39,900.83	48,282.22	43,096.88
资产负债率（母公司）（%）	53.96	54.25	42.83	41.50
资产负债率（合并）(%)	55.76	57.27	46.24	50.63
营业收入（万元）	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
净利润（万元）	13,511.51	9,348.21	6,169.05	4,788.43
归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,133.27	8,745.09	5,968.18	4,185.74
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	12,657.19	10,273.69	5,890.62	3,238.96
基本每股收益（元）	0.64	0.44	0.30	0.21
稀释每股收益（元）	0.64	0.44	0.30	0.21
加权平均净资产收益率（%）	28.25	18.09	13.17	9.89
经营活动产生的现金流量净额（万元）	17,754.33	22,332.57	11,426.32	10,974.05
现金分红（万元）	-	19,989.67	-	3,997.93
研发投入占营业收入的比例（%）	3.54	3.77	3.77	4.40

四、发行人主营业务经营情况

公司自 2001 年成立以来，始终专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，公司的主要产品包括婴儿护理用品、成人失禁用品和宠物卫生用品。公司自设立以来，主营业务未发生变化。

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成人失禁用品	20,539.38	25.89%	36,976.28	31.96%	27,088.07	30.44%	19,510.62	24.97%
婴儿护理用品	39,704.29	50.06%	71,282.38	61.60%	53,611.31	60.25%	51,507.08	65.93%
宠物卫生用品	3,726.07	4.70%	7,279.99	6.29%	8,080.67	9.08%	6,862.21	8.78%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
口罩	15,301.01	19.29%	-	-	-	-	-	-
其他产品	50.14	0.06%	170.34	0.15%	197.04	0.22%	246.25	0.32%
合计	**79,320.89**	**100.00%**	**115,709.00**	**100.00%**	**88,977.09**	**100.00%**	**78,126.15**	**100.00%**

公司采用“ODM+自主品牌双轮驱动”的发展模式，产品畅销国内外市场。2019 年，公司 ODM 业务实现销售收入 84,134.97 万元，占当期公司主营业务收入的比重 72.71%；自主品牌业务实现销售收入 31,390.40 万元，占当期公司主营业务收入的比重 27.13%。

在 ODM 业务领域，公司致力于精品制造和高端制造，利用深耕行业十余年的技术积累和行业洞见，与国内外众多知名婴儿护理用品品牌商建立起了长期稳定的战略合作关系。

在自主品牌业务领域，公司主打成人失禁用品，包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人尿片、护理垫等系列产品，销售渠道覆盖线上线下，抓住互联网创新销售渠道蓬勃发展的契机，实现销售收入的快速增长。根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017 年至 2019 年公司和其拥有的“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序），公司“可靠”品牌连续数年蝉联淘宝/天猫平台单品类全网销售冠军，在市场具有较大影响力。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业的融合情况

（一）发行人的创新、创造、创意特征

可靠护理自成立以来，一直专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售；公司始终坚持将产品创新和工艺创新作为企业发展的核心驱动力。在这一经营理念的指导下，公司持续投入资金进行新产品、新材料和新工艺的研发，取得了高新技术企业资质。报告期内各期公司研发费用 3,462.24 万元、3,416.12 万元、4,419.39 万元和 2,827.41 万元，占当期营业收入的比重分别为 4.40%、3.77%、3.77%和 3.54%。

截至本招股说明书签署日，可靠护理合计拥有专利技术 229 项，其中发明专

利 37 项，专利数量位居行业前列。公司旗下的浙江可靠护理产品创新研究院为浙江省省级企业研究院，专注于纸尿裤产品研发与创新，与嘉兴学院、浙江工业大学、天津工业大学等科研高校保持良好的合作，成立至今，参与或负责了多个科研项目，并参与起草国家标准和行业标准，是医护级卫生用品标准课题组组员单位。2017 年，可靠护理被浙江省知识产权局评为“浙江省专利示范企业”，2018 年，公司被国家知识产权局评为“国家知识产权优势企业”。

（二）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业的融合情况

可靠护理始终坚持对创新商业模式的探索，自 2012 年开始，可靠护理将主要产品的销售与互联网新型零售渠道相结合，借助电商超市、自营电商店铺、线上分销等扩大收入，丰富营销手段，提升品牌影响力和市场渗透率。报告期内各期，自主品牌业务线上销售实现收入 11,265.00 万元、18,127.41 万元、24,803.86 万元和 15,597.97 万元，占自有品牌业务主营业务收入的比重分别为 61.22%、71.27%、79.02%和 61.12%，增长迅速。

六、发行人选择的具体上市标准

公司根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》的要求，结合企业自身情况综合考量，选择的具体上市标准为：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

公司 2018 年和 2019 年归属于母公司股东净利润（以扣除非经常性损益前后孰低为准）分别为 5,890.62 万元和 8,745.09 万元，符合上述标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

公司本次募集资金运用均围绕主营业务进行。根据公司 2020 年第三次临时股东大会决议，本次募集资金用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资额	核准/备案文件
1	智能工厂建设项目	57,387.15	57,000.00	2019-330112-22-03-801630 2020-330112-27-03-109894

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资额	核准/备案文件
2	技术研发中心升级建设项目	4,389.23	4,300.00	2020-330112-27-03-112066
3	品牌推广项目	8,500.00	8,500.00	不适用
4	补充流动资金	9,000.00	9,000.00	不适用
合计		**79,276.38**	**78,800.00**	-

若本次发行及上市实际募集资金不能满足上述项目的资金需求，不足部分由公司自筹予以解决。如本次发行及上市募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司将根据实际情况需要以自筹资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。

有关本次发行募集资金投资项目的详细情况请见本招股说明书“第九节 募集资金运用”的相关内容。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1	股票种类	人民币普通股（A 股）
2	每股面值	人民币 1.00 元
3	拟发行新股数	不超过 6,797 万股，且不低于发行后总股本的 25%，本次发行原股东不公开发售股份
4	每股发行价格	【】元
5	发行人高管、员工拟参与战略配售情况	无
6	保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无
7	发行市盈率	【】倍（每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
8	发行后每股收益	【】元
9	发行前每股净资产	【】元（按照发行前一年末经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
10	发行后每股净资产（全面摊薄）	【】元（按照发行前一年末经审计的净资产加上本次发行募集资金净额的合计数除以本次发行后总股本计算）
11	发行市净率	【】倍（按照发行价格除以每股净资产计算）
12	发行方式	采用网下向询价对象配售发行和网上向社会公众投资者定价发行相结合或中国证监会认可的其他方式
13	发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和在深交所开立股票账户的自然人、法人、合伙企业及其他投资者（国家法律、行政法规禁止购买者除外）
14	承销方式	余额包销
15	发行费用概算	【】万元
	（1）保荐承销费用	【】万元
	（2）审计验资费用	【】万元
	（3）律师费用	【】万元
	（4）用于本次发行的信息披露费用	【】万元
	（5）发行手续费	【】万元

二、本次发行的有关机构

（一）保荐人（主承销商）

名称：	国泰君安证券股份有限公司
法定代表人：	贺青
住所：	中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

联系电话：	010-83939235
传真：	010-83939605
保荐代表人：	陈圳寅、唐伟
项目协办人：	庞燎源
项目经办人员：	王冠清、田晓雨、杜萌萌、何凌峰

（二）律师事务所

名称：	北京市君合律师事务所
负责人：	肖微
住所：	中国北京市建国门北大街 8 号华润大厦 20 层
电话：	010-85191300
传真：	010-85191350
经办律师：	陈旭楠、沈娜、谢梦兰

（三）审计机构

名称：	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人：	郑启华
住所：	杭州市江干区钱江路 1366 号华润大厦 B 座
电话：	0571-88216888
传真：	0571-88216999
签字注册会计师：	郑俭、左芹芹

（四）验资机构

名称：	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人：	郑启华
住所：	杭州市江干区钱江路 1366 号华润大厦 B 座
电话：	0571-88216888
传真：	0571-88216999
签字注册会计师：	程志刚、郑俭、左芹芹

（五）资产评估机构

名称：	坤元资产评估有限公司
法定代表人：	俞华开
住所：	浙江省杭州市西溪路 128 号 901 室
电话：	0571-87179313

传真：	0571-87178826
签字资产评估师：	应丽云、闵诗阳（已离职）、潘文夫、潘华锋、韦艺佳

（六）股票登记机构

名称：	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 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
电话：	0755-25938000
传真：	0755-25988122

（七）保荐人（主承销商）收款银行

名称：	【】
户名：	【】
账号：	【】

（八）申请上市证券交易所

名称：	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：	0755-82083295

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及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

发行公告刊登日期	【】年【】月【】日
询价推介时间：	【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期：	【】年【】月【】日
股票上市日期：	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其它资料外，还应特别认真考虑以下各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但并不表示会依次发生。

一、宏观经济风险

公司所处的一次性卫生用品行业，其消费量与居民可支配收入水平、通胀水平等宏观经济因素高度相关。根据国家统计局数据，近年来我国居民可支配收入水平逐年提高，2013 年至 2019 年间，全国居民人均可支配收入由 18,310.80 元增长到 30,733.00 元，年均复合增长率为 9.01%；但受全球经济增速放缓、中美经贸摩擦、国内经济增速下降等多方面因素的影响，世界经济下行风险增大，国内经济发展承压，消费增速趋势有所减慢，公司未来发展将面临一定的挑战和不确定性。

二、市场风险

（一）成人失禁用品的市场竞争风险

公司的自主品牌以成人失禁用品为主，主要在国内销售。我国成人失禁用品行业起步较晚，市场渗透率与国外发达国家成熟的市场相比仍然较低，目前整体市场规模正在快速增长。行业内呈现国际品牌和国内品牌并存的局面，国际品牌如金佰利的“得伴”以及维达的“包大人”、“添宁”等；国内品牌如公司的“可靠”和“吸收宝”、恒安的“安而康”、千芝雅的“千芝雅”等；但整体市场份额较为分散，因此在市场规模的快速扩张期其行业格局还存在一定的不确定性。

在日益激烈的市场竞争中，如果公司不能制定有效的研发、生产和市场营销策略，或竞争对手采取更为激进的竞争手段，可能对公司维持目前在成人失禁用品上的优势品牌地位和未来长期健康发展带来不利影响。

（二）ODM 领域的市场竞争风险

公司 ODM 业务收入占比较高，报告期内各期 ODM 业务收入分别为 59,565.01 万元、63,317.06 万元、84,134.97 万元和 53,683.21 万元，占主营业务收入的比重分别为 76.24%、71.16%、72.71%和 67.68%。发行人通过与较大的品

牌商签订长期合作协议、设立合资公司等方式建立了长期而稳固的合作关系，且持续不断地改善生产管理水平，加强成本控制和质量管理。

公司近年来 ODM 业务的销售收入不断增加，但一次性卫生用品行业品牌商数量众多且市场份额分散，竞争较为激烈。尽管公司在选择品牌商合作之前，会对其产品定位、渠道营销能力、市场前景等进行全方位的评估考察，但如果公司的品牌商客户在市场竞争中无法适应市场的变化，销售收入出现明显下滑，可能对公司的业绩产生不利影响；此外，如果公司无法满足客户对产品设计、功能质量、供货及时性等方面的需求，导致品牌客户流失，也可能对公司的盈利水平带来不利影响。

（三）国内婴儿出生率下降引起的市场风险

公司生产婴儿护理用品主要为 ODM 代工模式，近年来公司与多家国内外知名婴儿护理用品企业建立了良好的合作关系。受益于境内婴儿护理用品市场良好的增长趋势，报告期内公司境内婴儿护理用品 ODM 业务收入持续提升，分别为 18,828.88 万元、20,703.86 万元、34,296.93 万元和 18,464.07 万元，占公司当期主营业务收入的比重分别为 24.10%、23.27%、29.64%和 23.28%，是公司主营业务收入的重要来源。

根据国家统计局数据，2019 年我国新生儿数量为 1,465 万人，出生率 10.48‰，与 2018 年相比，分别减少 58 万人和下降 0.46‰，中国新生儿数量已连续 3 年下滑。如果未来我国新生儿出生人数和出生率进一步下降，婴儿护理用品市场将逐步转入存量竞争阶段，倘若公司境内 ODM 业务合作的品牌客户不能进一步开拓其市场份额，或者公司无法与新的品牌客户建立合作关系，公司可能出现境内 ODM 业务收入下降，从而影响公司整体业绩的风险。

（四）与主要客户合作稳定性风险

报告期内，公司营业收入、净利润总体有所增长，市场竞争力整体稳步提升。从成立至今，公司与众多主要客户形成了比较稳定的合作关系。但若公司主要客户未来因其经营策略调整、经营状况出现重大不利变化、行业市场需求整体下滑，或转向公司竞争对手，减少向公司的采购，将对公司经营业绩产生一定的不利影响。

公司还可能因自身产能增长无法良好匹配 ODM 客户发展规模变化，导致公

司需要对 ODM 客户及其订单进行取舍，甚至可能与部分 ODM 客户终止合作；若出现上述情形，将对公司的客户结构和业务发展产生一定的不利影响。

（五）公司主要客户为股东客户风险

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

（六）发行人海外销售主要系 ODM 模式的风险

报告期内发行人主要海外销售系 ODM 业务模式，如果由于国际贸易摩擦或海外品牌客户变更 ODM 厂商，可能导致发行人海外业务收入下滑，影响业绩表现。

三、创新风险

公司自成立以来，一直专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售；公司始终坚持将产品创新和工艺创新作为企业发展的核心驱动力。公司在产品和工艺上的不断创新对于公司的未来发展具有关键作用，若公司科技创新失败，可能影响公司的业绩表现。

四、技术风险

（一）核心技术失密风险

公司通过多年的研发和经验积累，目前已拥有一系列关于原材料制备、产品设计、生产工艺等的核心技术。核心的工艺技术对于维持公司在行业的领先地位至关重要，虽然公司十分重视对核心技术的保密并制定了严格的保密措施，但仍存在由于技术泄密、人员流动等原因而导致的公司核心技术失密风险。若上述情况发生，将削弱公司的市场竞争力。

（二）新产品开发风险

伴随新一轮消费升级，一次性卫生用品市场需求呈现多元化、差异化、定制

化的趋势，产品更新迭代的速度变快。如果未来公司不能继续在产品设计、技术创新、工艺优化等方面保持行业领先、紧跟消费趋势和时代潮流并在市场中及时推出新的产品，便无法满足消费者的需求，面临客户流失的风险，从而影响公司的品牌形象和市场占有率。

五、经营风险

（一）销售收入集中度较高的风险

报告期内公司前五大客户销售收入分别为 57,078.43 万元、63,223.66 万元、80,473.74 万元和 50,166.39 万元，占公司当年销售收入的比例分别为 72.52%、69.76%、68.56%和 62.77%，前五大客户收入较为集中。

公司自成立以来，凭借严格的质量管控体系、稳定的生产供应能力、高效的售后服务以及在前沿工艺方面的持续探索，与各品牌客户建立起了长久稳定、优势互补的战略合作关系。但如果未来公司不能维持与主要客户的合作关系、主要客户的经营状况恶化、或是公司在新客户的开拓上未能取得成效，将可能对公司的业绩产生不利影响。

（二）品牌风险

公司的“可靠”品牌已经在成人失禁用品行业内形成较大的影响力，公司品牌具有良好的知名度和美誉度。品牌优势对于公司保持行业地位和市场份额、开拓新客户具有重要作用。若公司因产品质量下降、供货不及时、售后服务未达客户预期、营销策略不当等原因导致公司品牌形象受损，或公司品牌被假冒、仿冒且公司无法通过合法途径有力打击制假、售假行为，导致消费者对发行人产品质量产生误解，将对公司的市场竞争力和盈利能力造成不利影响。

（三）汇率波动的风险

报告期内，公司境外销售收入分别为 41,279.12 万元、42,971.30 万元、49,163.15 万元和 40,212.61 万元，占主营业务收入的比例分别为 52.84%、48.29%、42.49%和 50.70%。2017 年至 2020 年 1-6 月，公司因外汇汇率波动产生的汇兑损益分别为 958.78 万元、-277.71 万元、-382.55 万元和-255.27 万元。

公司与境外客户间通常以美元进行定价和结算，从货物离港至收到境外客户的美元货款存在一段时间间隔，如果在该间隔期间内外汇汇率发生大幅波动，可能对公司的经营业绩带来一定影响。

此外，公司外币账户通常存有一定数量的美元。主要原因是公司在原材料方面存在一定的境外采购需求，且通常以美元进行支付，因此公司在收到境外客户的美元货款后，通常不会立即结汇，而是结合采购支付计划以及汇率的变动情况定期进行结汇。如果在上述期间外汇汇率发生大幅波动，公司持有美元或定期结汇的行为可能产生汇兑损失。

（四）原材料价格上升的风险

公司产品的主要原材料包括木浆、无纺布、底膜、高分子、复合芯体、纸箱、卫生纸、包装袋和热熔胶等，报告期内上述原材料合计占公司生产成本的 76.98%、78.68%、80.59%和 81.19%，采购量较大。

虽然公司采购部门会实时跟踪市场上主要原材料的价格波动，并适当进行一定的战略性储备采购，但突发事件引起或者持续时间较长的原材料波动仍然会较大的影响公司的采购成本。

从公司的自主品牌业务来看，由于所处的一次性卫生用品行业属于日常消费品，其终端消费者以个人为主，对产品售价较为敏感；且终端市场的竞争激烈，竞品较多；因此公司自主品牌产品定价的弹性较小，如果主要原材料价格未来出现持续的大幅上涨，将对公司的产品成本影响较大，从而直接对公司净利润产生不利影响。

从公司的 ODM 业务来看，公司与品牌商定价时通常会考虑成本波动因素后采取年度定价方式，若原材料价格涨幅未超过约定值时不会再次协商售价，故原材料价格在一定程度内上涨也将对公司产生不利影响。

根据测算，在其他因素不变的情况下，假如报告期内各期原材料采购价格上涨 5%，公司利润总额将分别减少 2,400.06 万元、2,887.74 万元、3,754.10 万元和2,247.88万元，占公司各期利润总额的比例分别为45.21%、41.32%、34.62%和 14.54%。若原材料价格上涨将对公司的业绩产生较大的不利影响。

（五）劳动力短缺及人工成本增加风险

一次性卫生用品行业属于劳动力密集行业。近年来公司不断引进自动化生产设备、升级改造旧设备以提升生产的自动化水平，随着未来公司生产及销售规模的进一步扩大，仍可能存在阶段性生产工人短缺的问题，如果公司不能及时找到有效解决手段，将给公司的经营带来不利影响。

此外，随着我国工业化、城市化进程的持续推进，劳动用工成本逐年上升，特别是生产型、技术型人才。若公司不能通过持续开发新产品、拓展销售渠道、提升毛利率等方式抵消人工成本上升的不利影响，可能存在营业成本上升、营业利润下降的风险，使得公司在市场竞争中处于不利地位。

（六）安全生产风险

公司主营业务所需主要原材料木浆、无纺布、底膜等和生产过程中产生的半成品、各类产成品等均为易燃物品，且由于公司主要产品婴儿护理用品、成人失禁用品及宠物卫生用品均具有单位产品价值低、市场消费量大的特点，从原材料进入生产企业到产品进入消费市场过程中，生产企业需要保持大量的木浆、无纺布、底膜、包装材料、半成品和产成品库存。因此，在生产过程中，一旦发生火灾，将给企业造成巨大损失。公司制定了严格的《防火、防爆管理制度》、《安全事故管理制度》，并且为易发生风险的财产购买了足额保险，但是本公司仍面临一定的安全生产风险。

（七）发行人线上销售集中在少数平台的风险

报告期内，发行人线上销售主要集中在淘系平台和京东平台。报告期内发行人在电商自营店铺模式下，主要通过阿里巴巴旗下的多个平台实现销售，2017年至 2020 年 1-6 月通过其实现销售金额占当期线上销售总额的比例为 45.83%、38.00%、36.41%和 40.26%；在电商超市模式下，主要通过京东自营和天猫超市实现销售，2017 年至 2020 年 1-6 月通过其实现销售金额占当期线上销售总额的比例为 26.19%、37.32%、37.97%和 35.06%；在线上分销模式下，主要通过供销平台实现销售，2017 年至 2020 年 1-6 月通过其实现销售金额占当期线上销售总额的比例为 22.66%、18.81%、15.56%和 12.46%。如果平台政策发生改变，将对发行人线上销售造成较大影响。

（八）发行人暂停口罩大规模生产后，存在业绩波动较大的风险

2020 年上半年因全球新冠疫情爆发，公司获得两个境外大额口罩订单并产生较大的业绩贡献；2020 年 1-6 月，发行人口罩销售实现主营业务收入 15,301.01 万元，占发行人当期主营业务收入的 19.29%；口罩销售实现销售毛利 10,868.47 万元，占发行人当期主营业务毛利的 42.63%。但在完成前述订单后公司暂未获得新的大额口罩订单并因此于 2020 年 6 月起暂停大规模生产口罩。

若未来公司无法持续获得新的口罩订单并大规模生产口罩，一定时期内公司的口罩业务收入和利润规模将可能大幅减少，从而存在业绩波动较大的风险。

六、财务风险

（一）应收账款产生坏账的风险

报告期内各期末，公司应收账款账面价值分别为 17,889.12 万元、19,107.63 万元、18,961.77 万元和 22,132.82 万元，占总资产的比重分别为 18.69%、19.18%、17.69%和 16.50%。公司应收账款的主要对象为合作时间较长的 ODM 客户以及规模较大的线上或者线下商超，例如菲律宾 JS、杜迪公司、京东超市、物美超市等。

虽然公司严格控制应收账款的总体规模，且应收账款对象主要为合作多年的优质客户以及国内知名的商超客户，但如果上述客户的经营状况、财务状况出现恶化，公司应收账款产生坏账的可能性将会增加，从而对公司的资金周转和正常经营产生不利影响。

（二）税收优惠和出口退税政策调整的风险

可靠护理分别于 2015 年 9 月 17 日和 2018 年 11 月 30 日取得《高新技术企业证书》，有效期三年。根据高新技术企业所得税优惠政策，公司 2017 年至 2020 年 1-6 月企业所得税按 15%计缴。

可艾公司于 2018 年 11 月 30 日取得《高新技术企业证书》，有效期三年。根据高新技术企业所得税优惠政策，公司 2018 年至 2020 年 1-6 月企业所得税按 15%计缴。

公司出口产品享受增值税退税优惠，2018 年 5 月 1 日前，公司出口商品增值税征 17%退 13%。

自 2018 年 5 月 1 日起，根据财政部、税务总局发布的《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号），调整了增值税税率，将原适用 17%税率征收的调整为 16%，因此公司出口商品增值税调整为征 16%退 13%。

自 2019 年 4 月 1 日起，根据财政部、税务总局及海关总署发布的《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）文件，调整出口退税征退税率，将原适用 16%税率征收的调整为 13%，因此公司出口商品增值税调整为征 13%退 13%。

如果国家相关的税收优惠和出口退税政策发生变化，或者其它原因导致公司不再符合相关的认定或鼓励条件，则公司的经营业绩将有可能受到不利影响。

七、法律风险

（一）产品质量控制及产品安全问题风险

公司的主要产品与人体肌肤密切接触，如果发生产品质量问题，可能对使用者的身体健康产生伤害。报告期内，发行人存在两笔因过敏产生的医护补偿情形（合计赔偿 1,986 元）；报告期内各期，发行人因质量问题退换货的金额分别为 171.73 万元、138.48 万元、79.94 万元和 53.75 万元；报告期内，发行人及其控股子公司临安佳容因广告宣传受到消费投诉共计 26 起，其中可靠护理 25 起，临安佳容 1 起；可靠福祉因广告宣传受到消费投诉共计 19 起，因产品包装受到消费投诉 1 起。

虽然公司已经按照 ISO9001 质量管理体系的要求建立了严格的质量管控体系，但如果公司的产品质量控制措施不能适应经营规模增长以及行业监管政策变动带来的新形势，将可能会带来产品安全问题风险，使得公司多年累积起来的自有品牌以及 ODM 业务的合作商品牌声誉受损，并导致销量下滑，对企业发展产生不利影响。

八、实际控制人控制不当风险

公司的控股股东为金利伟，实际控制人为金利伟、鲍佳夫妇，两人直接和间接控制公司的股权比例合计 84.50%。本次发行完成后，金利伟、鲍佳夫妇仍对公司保持控制地位。虽然公司已建立较为完善的公司治理制度，但实际控制人可能凭借其控股地位，通过行使表决权等方式对公司人事任免、生产和经营决策等进行不当控制，从而损害公司及中小股东的利益。

九、募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目投资较大，项目的建设运营以及快速扩张的生产规模对公司生产管理水平提出了较高的要求，虽然公司对募投项目进行了细致的可行性论证，但在未来的时间内如果宏观经济条件、市场销售情况、生产组织管理以及项目施工进展等方面出现较大的变动，可能使得项目的实际收益与预测值出现一定的差异，从而影响公司整体的经营业绩。

十、核心管理人员及技术人员流失风险

公司历来重视人才队伍的持续成长和技术与产品创新能力建设，公司通过不断完善包括薪酬、福利等措施凝聚了一支拥有丰富行业管理经验和技术研发的队伍。其中，大部分核心管理人员及技术人员已经在公司任职多年，对公司的管理水平、技术研发、业务拓展起着关键作用。但随着行业内人才争夺日趋激烈，若公司骨干员工流水、公司难以持续吸纳优秀人才，公司的经营发展将受到不利影响。

十一、发行失败风险

本次发行的发行结果会受到届时市场环境、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。公司在取得中国证监会同意注册的决定后，在股票发行过程中，若出现有效报价或网下申购的投资者数量不足的情况，将会出现发行失败的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人的基本信息

公司名称：杭州可靠护理用品股份有限公司

英文名称：HANGZHOU COCO HEALTHCARE PRODUCTS CO., LTD.

注册资本：20,389 万元

法定代表人：金利伟

有限公司成立日期：2001 年 8 月 7 日

股份公司成立日期：2011 年 8 月 29 日

注册地址及主要生产经营地址：杭州市临安区锦城街道（城西工业园）花桥路 2 号

邮政编码：311300

信息披露和投资者关系的部门及负责人：证券法务部 李海峰

电　　话：0571-63702088

传　　真：0571-63702088

互联网址：http://www.cocohealthcare.com

电子信箱：coco-ir@cocohealthcare.com

二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况

（一）有限公司设立情况

公司前身杭州侨资纸业有限公司于 2001 年 8 月设立，金利伟、金利琴以货币方式共同出资，设立时注册资本 200 万元。

2001 年 8 月 7 日，临安方信会计师事务所出具“方信验字（2001）第 191 号”《验资报告》，对本次出资进行了审验，确认侨资有限已收到全体股东缴纳的注册资本 200 万元，各股东均以货币出资。

2001 年 8 月 7 日，侨资有限在临安市工商行政管理局登记注册，并取得注册号为 3301852002326 的《企业法人营业执照》。设立时的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金利伟	160.00	80.00

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
2	金利琴	40.00	20.00
合　计		**200.00**	**100.00**

（二）股份公司设立情况

本公司是由杭州侨资纸业有限公司以整体变更方式设立的股份有限公司，以经发行人会计师审计的截至 2011 年 7 月 31 日的净资产人民币 102,305,447.43 元为依据，将净资产中 6,000 万元按 1:1 的比例折合为 6,000 万股，剩余净资产 42,305,447.43 元作为股本溢价计入资本公积。侨资有限整体变更为股份公司前后，各股东的持股比例不变。

2011 年 8 月 19 日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报[2011]328 号《评估报告》。根据该《评估报告》，截至 2011 年 7 月 31 日，侨资有限经评估的净资产值为 119,667,509.27 元。

2011 年 8 月 22 日，天健会所出具了“天健验（2011）356 号”《验资报告》。

2011 年 8 月 29 日，杭州可靠护理用品股份有限公司在杭州市工商行政管理局完成工商登记，注册资本 6,000 万元，并取得注册号为 330185000011895 的《企业法人营业执照》。

整体变更后，公司各发起人股东的持股情况如下所示：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	金利伟	4,596.6480	76.61
2	周云仙	763.35	12.72
3	浙江帝龙控股有限公司	400.0020	6.67
4	杭州唯艾诺投资合伙企业（有限合伙）	240.00	4.00
	合计	**6,000.00**	**100.00**

（三）报告期内的股本和股东变化情况

1、报告期初的股东情况

报告期期初，发行人的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	占比（%）
1	金利伟	5,269.9988	79.09
2	PACKWOOD	250.00	3.75
3	唯艾诺	240.00	3.60

序号	股东名称	持股数（万股）	占比（%）
4	Cherish Star	360.6255	5.41
5	Gracious Star	542.60	8.14
合计		**6,663.2243**	**100.00**

2、报告期内的股本及股东变化情况

（1）2017 年 1 月，增资至 19,989.6729 万元

2016 年 12 月 30 日，可靠护理 2016 年第六次临时股东大会决议，同意以公司截至 2016 年 11 月 30 日总股本 66,632,243 股为基数，每 10 股以资本公积金（来自于 2015 年向股东 Graciours Star 和 Cherish Star 溢价发行股份形成的资本公积部分 103,405,309.26 元及 2011 年整体变更形成的资本公积部分 29,859,176.74 元）转增 20 股（以 133,264,486 元资本公积转增 133,264,486 元注册资本），由公司全体股东按其原持股比例进行转增。

本次转增完成前后，可靠护理股权结构调整如下：

变更前			变更后		
出资方	持股数（万股）	占比（%）	出资方	持股数（万股）	占比（%）
金利伟	5,269.9988	79.09	金利伟	15,809.9964	79.09
PACKWOOD	250.0000	3.75	PACKWOOD	750.0000	3.75
唯艾诺	240.0000	3.60	唯艾诺	720.0000	3.60
Cherish Star	360.6255	5.41	Cherish Star	1,081.8765	5.41
Gracious Star	542.6000	8.14	Gracious Star	1,627.8000	8.14
合计	**6,663.2243**	**100.00**	**合计**	**19,989.6729**	**100.00**

2017 年 1 月 10 日可靠护理办理完毕工商变更登记手续，取得新的营业执照。

2017 年 6 月 13 日，可靠护理就本次增资办理了外商投资企业变更备案（备案号：临外资备 201700016）。

2017 年 9 月 28 日，天健会所出具《验资报告》（天健验[2017]392 号）对上述转增事项进行了审验。

2017 年 12 月 26 日，可靠护理向临安区税务局递交《关于杭州可靠护理股份有限公司整体变更、股份转让及资本公积转增股本过程中所涉个人所得税缴纳事项的请示》，就本次增资涉及的个人所得税情况向临安区税务局请示在 5 个公历年度内分期缴纳。

2018 年 1 月 8 日，临安区税务局在可靠护理递交的《关于杭州可靠护理股份有限公司整体变更、股份转让及资本公积转增股本过程中所涉个人所得税缴纳事项的请示》上盖章，并确认知悉发行人相关请示内容。

2020 年 1 月 17 日，临安区税务局出具《证明》，证明自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，通过税收征管系统查询，未发现发行人被税务机关查处的税收违法行为。

2020 年 3 月 18 日，可靠护理实际控制人金利伟出具如下承诺：若因发行人整体变更、资本公积转增股本过程中，本人履行纳税义务不符合法律、法规规定，并导致被主管税务机关追缴相关个人所得税及费用的，其将自愿全额承担上述应当补缴的税款及费用。如因上述未履行纳税缴纳义务等行为被追缴相关税款或受到相关处罚的，本人将全额承担并保证不影响其所持发行人股份的稳定性；且如因上述未履行纳税缴纳义务等行为导致发行人遭受损失（包括但不限于被追缴相关税款或受到相关处罚），本人将向可靠护理予以补偿。

（2）2019 年 12 月 25 日，增资至 20,389 万元

基于维持公司团队稳定、对相关核心人员工作成绩的肯定并进一步优化公司治理结构、完善公司股权架构等原因，可靠护理引入员工持股平台唯艾诺贰号、唯艾诺叁号作为新增股东。2019 年 12 月 13 日，经可靠护理 2019 年第一次临时股东大会决议同意，可靠护理注册资本由 19,989.6729 万元增至 20,389 万元，新增注册资本由唯艾诺贰号、唯艾诺叁号按 3.75 元/股认购。唯艾诺贰号认购 200 万股，认购金额 750 万元；唯艾诺叁号认购 199.3271 万股，认购金额 747.476625 万元。

此次增资前后，可靠护理股权结构调整如下：

变更前			变更后		
出资方	持股数（万股）	占比（%）	出资方	持股数（万股）	占比（%）
金利伟	15,809.9964	79.09	金利伟	15,809.9964	77.54
PACKWOOD	750	3.75	PACKWOOD	750	3.68
唯艾诺	720	3.60	唯艾诺	720	3.53
Cherish Star	1,081.8765	5.41	Cherish Star	1,081.8765	5.31
Gracious Star	1,627.8000	8.14	Gracious Star	1,627.8000	7.98

变更前			变更后		
出资方	持股数（万股）	占比（%）	出资方	持股数（万股）	占比（%）
唯艾诺贰号	—	—	唯艾诺贰号	200.0000	0.98
唯艾诺叁号	—	—	唯艾诺叁号	199.3271	0.98
合计	**19,989.6729**	**100.00**	**合计**	**20,389.0000**	**100.00**

2019 年 12 月 25 日可靠护理办理完毕工商变更登记手续，取得新的营业执照。

2020 年 1 月 8 日，可靠护理就本次增资办理了商委备案（备案号：临外资备 202000001）。

2020 年 1 月 9 日，天健会所出具“天健验（2020）28 号”《验资报告》对可靠护理的注册资本进行了审验，确认可靠护理收到股东缴纳出资款 1,497.476625 万元，其中计入实收资本 399.3271 万元，计入资本公积（资本溢价）1,098.149525 万元，出资方式为货币资金。

（四）报告期后的股本及股东变化情况及公司最新的股本及股东情况

为提前收回部分投资成本，Gracious Star、Cherish Star 经与海林秉理、吴志伟、林振宇、裘立新、徐建军、吕斌、林国、金利伟协商一致，转让部分持有的可靠护理股份。2020 年 2 月 5 日，Gracious Star、Cherish Star 与海林秉理签署《股份转让协议》，约定 Gracious Star、Cherish Star 以 7.3569 元/股的价格分别向海林秉理转让 408.2802 万股和 271.3531 万股，转让金额分别为 3,003.6763 万元和 1,996.3182 万元。

2020 年 3 月 3 日，Gracious Star、Cherish Star 分别与吴志伟、徐建军、裘立新、林国等四名自然人签署《股份转让协议》，约定 Gracious Star 以 7.3569 元/股的价格向吴志伟转让 190.8700 万股，转让金额 1404.2115 万元；向徐建军转让 40.8281 万股，转让金额 300.3682 万元；向裘立新转让 48.9937 万股，转让金额 360.4418 万元；向林国转让 9.1863 万股，转让金额 67.5827 万元；Cherish Star 以 7.3569 元/股的价格向吴志伟转让 126.8573 万股，转让金额 933.2765 万元；向徐建军转让 27.1353 万股，转让金额 199.6317 万元；向裘立新转让 32.5623 万股，转让金额 239.5576 万元；向林国转让 6.1054 万元，转让金额 44.9168 万元。

2020 年 3 月 9 日，Gracious Star、Cherish Star 分别与金利伟、吕斌、林振宇

等三名自然人签署《股份转让协议》，约定 Gracious Star 以 7.3569 元/股的价格向金利伟转让 1,802,208 股，转让金额 13,258,664.04 元；向林振宇转让 612,421 股，转让金额 4,505,520.05 元；向吕斌转让 408,281 股，转让金额 3,003,682.49 元；约定 Cherish Star 以 7.3569 元/股的价格向金利伟转让 1,197,792 股，转让金额 8,812,035.96 元；向林振宇转让 407,030 股，转让金额 2,994,479.01 元；向吕斌转让 271,353 股，转让金额 1,996,316.89 元。上述股权受让方已向 Gracious Star、Cherish Star 支付了全部股权转让款。

2020 年 3 月 16 日，可靠护理办理完毕工商变更登记手续，取得新的营业执照。

2020 年 3 月 30 日，可靠护理完成商务部业务系统统一平台信息报告填报。（业务号：IR202003180569KJM）

本次股权转让后，可靠护理最新的股本及股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	持有人类别	持股数（股）	持股比例
1	金利伟	普通股	161,099,964	79.01%
2	PACKWOOD	普通股	7,500,000	3.68%
3	唯艾诺	普通股	7,200,000	3.53%
4	海林秉理	普通股	6,796,333	3.33%
5	Gracious Star	普通股	6,473,507	3.17%
6	Cherish Star	普通股	4,302,456	2.11%
7	吴志伟	普通股	3,177,273	1.56%
8	唯艾诺贰号	普通股	2,000,000	0.98%
9	唯艾诺叁号	普通股	1,993,271	0.98%
10	林振宇	普通股	1,019,451	0.50%
11	裘立新	普通股	815,560	0.40%
12	徐建军	普通股	679,634	0.33%
13	吕斌	普通股	679,634	0.33%
14	林国	普通股	152,917	0.07%
合计			**203,890,000**	**100.00%**

（五）发行人历史上债权出资情况

2004 年 6 月 7 日，经侨资有限股东会决议同意，侨资有限注册资本由 300 万元增加至 800 万元。新增注册资本 500 万元，由当时股东金利伟、金利琴认缴。

其中，金利伟以对侨资有限的短期借款 450 万元转为对侨资有限的本次出资 450 万元；金利琴以其对侨资有限的短期借款 50 万元，转为对侨资有限的本次出资 50 万元。

1、金利伟、金利琴出资债权形成的背景和原因

（1）金利伟对侨资有限债权形成的背景和原因

截至此次债权出资实施前，金利伟对侨资有限的债权合计 505.64 万元，债权形成的主要原因系侨资有限创立早期运营资金较为紧张，金利伟作为侨资有限的大股东，为维持侨资有限的正常运转，通过其本人或侨资汽修账户多次向侨资有限出借款项，上述债权的形成过程具体如下：

①侨资汽修将其对侨资有限的债权共计 355.64 万元转让予金利伟

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

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

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

（2）金利琴对侨资有限债权形成的背景和原因

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

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

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

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

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

（1）资金往来凭据情况

金利伟对侨资有限债权出资的 450 万元债权相关往来凭据如下：

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

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

2003 年 5 月 28 日，侨资有限向侨资汽修还款 61 万元。

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

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

（2）债权出资不存在出资不实的相关情形

可靠护理此次债权出资不存在出资不实的相关情形，主要原因如下:

①债权出资的资金往来凭据充分且已经会计师验资

2004 年 6 月 18 日，临安方信会计师事务所有限公司出具方信验字（2004）第 154 号《验资报告》，截至 2004 年 6 月 18 日止，侨资有限已收到金利伟、金

利琴缴纳的新增注册资本合计人民币 500 万元整，其中以债权转股本金出资 500 万元。

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

③公司控股股东、实际控制人金利伟进行兜底承诺

公司控股股东、实际控制人金利伟已出具承诺：本人承诺以上债务形成真实，确认 2004 年 6 月债权转增资本不存在出资不实情况。如被有权机关要求以货币等形式填补该债权出资涉及的出资，本人将在 1 个月内填补完毕。

（3）此次债权出资不存在受到相关处罚的风险

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

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

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

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

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

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

IPO 申报前的此次转让中，Cherish Star 和 Gracious Star 转让发行人股份合计 1,632.0802 万股，转让金额合计 12,007.05 万元；Cherish Star 和 Gracious Star 在 2015 年初始取得发行人该部分股权的成本为 9,036.28 万 元，两者相比增值明显。此外，2015 年-2020 年期间，可靠护理累计向 Cherish Star、Gracious Star 现金分红 3,703.22 万元。综上所述，此次 IPO 申报前转让部分发行人股权，Cherish Star 和 Gracious Star 通过转让退出及累计分红，取得了较好的投资收益，Cherish Star 及 Gracious Star 在此次 IPO 申报前的股权转让公允合理。

（七）金利伟分别与海林秉理、吴志伟等签署《股份回购协议》的原因

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

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

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

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

2020 年 9 月 14 日，金利伟与海林秉理、吴志伟等自然人签署了《股份回购协议之补充协议》，约定：《股份回购协议》中的上述回购相关约定自《股份回购

协议之补充协议》生效起自动终止，就该等条款范围内的权利义务一并解除；协议双方对此无任何异议，并承诺放弃任何追诉权利，协议双方之间对此无任何纠纷或潜在纠纷。

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

（八）发行人历史股东之间是否存在股权代持、信托持股等情形或其他利益安排

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

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

可靠护理历次股权变动价格、定价依据、资金来源、价款支付及税费缴纳情况如下：

事项	转让方/增资方	受让方/增资方	价格	定价依据	是否缴纳个税	价款支付	资金来源
2002.9 第一次增资至 300 万	金利伟增资 80 万元；金利琴增资 20 万元。		1 元/注册资本	-	-	是	自有资金
2004.6 第二次增资至 800 万	金利伟增资 450 万元；金利琴增资 50 万元。		1 元/注册资本	-	-	是	债权出资
2004.10 第三次增资至 2,000 万	金利伟增资 200 万元；贝因美集团增资 1,000 万元。		1 元/注册资本	协商确定	-	是	自有资金
2006.5 第一次股权转让	贝因美集团转让 1,000 万注册资本；金利琴转让 110 万注册	金利伟受让贝因美集团 600 万元，受让金利琴 110 万；周云仙受让	1 元/注册资本	协商确定	-	是	自有资金

事项	转让方/增资方	受让方/增资方	价格	定价依据	是否缴纳个税	价款支付	资金来源
	资本。	400 万元。					
2007.2 第四次增资至 2,030 万	吸收合并侨资汽修，增资 30 万元,其中金利伟增资 20 万元；周云仙增资 10 万元		-	-	-	是	吸收合并
2010.10 第二次股权转让	周云仙转让 140.9722 万注册资本	帝龙控股 2,362.5 万元受让 140.9722 万注册资本。	16.76 元/注册资本	协商确定	已缴纳	是	自有资金
2011.7 第五次增资	员工持股平台唯艾诺出资 960 万元取得 84.5833 万注册资本。		11.35 元/注册资本	协商确定，股权激励价格低于公允价格部分，已于 2011 年确认股份支付。	-	是	自有、自筹资金
2011.8 整体改制	整体改制后，公司注册资本变更为 6,000 万元。		-	-	已缴纳	是	公司净资产折股
2013.5 第三次股权转让	帝龙控股转让 400.002 万股	侨治投资 2,480.0124 万受让 400.2 万股。	6.2 元/股（每股价格低于 2010 年入股时价格系股改转增股本导致，但退出时公司估值 3.72 亿元高于入股时估值 3.40 亿元）	协商确定	-	是	自有资金
2015.3 第四次股权转让	周云仙转让 763.35 万股。	金利伟受让 763.35 万股。	1 元/股	家庭成员间的股权调整行为	-	是	自有资金
2015.4 第五次股权转让	侨治投资转让 240.0012 万股。	Gracious Star 受让 144.1773 万股；Cherish Star 受让 95.8239 万股。	16.61 元/股	协商确定	-	是	境外私募股权基金
2015.4 增资至 6,663.2243 万	Cherish Star、Gracious Star 分别出资 43,976,003.63 元、66,166,639.98 元，取得公司 2,648,016 股、3,984,227 股。		16.61 元/股	协商确定	-	是	境外私募股权基金

事项	转让方/增资方	受让方/增资方	价格	定价依据	是否缴纳个税	价款支付	资金来源
2016.11 第六次股权转让	金利伟转让 89.9992 万股； 侨治投资转让 160.0008 万股。	PACKWOOD 以 14,948,867.12 元受让金利伟股份； 以 26,576,132.88 元受让侨治投资股份。	16.61 元/股	参考公司上一轮转让价格，经协商后确定	已缴纳	是	自有资金
2017.1 增资至 19,989.6729 万	以截至 2016.11.30 总股本 66,632,243 股为基数，每 10 股转增 20 股。		-	-	尚未缴纳，但已向税务局请示五年内分期缴纳	是	资本公积转增
2019.12 增资至 20,389 万	员工持股平台唯艾诺贰号出资 750 万元取得 200 万股，唯艾诺叁号出资 747.476625 万元取得 199.3271 万股。		3.75 元/股	协商确定，股权激励价格低于公允价格部分，已确认股份支付。	-	是	自有、自筹资金
2020.2-3 月第七次股权转让	Gracious Star 转让 980.4493 万股； Cherish Star 转让 651.6309 万股。	受让人：海林秉理、金利伟、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌	7.3569 元/股	协商确定	Gracious Star 、Cherish Star 相关税费已缴纳	是	海林秉理为募集资金，其他为自有资金

上述股权转让价款均为各方协商确定，价格公允。

（十）公司设立以来重大资产重组情况

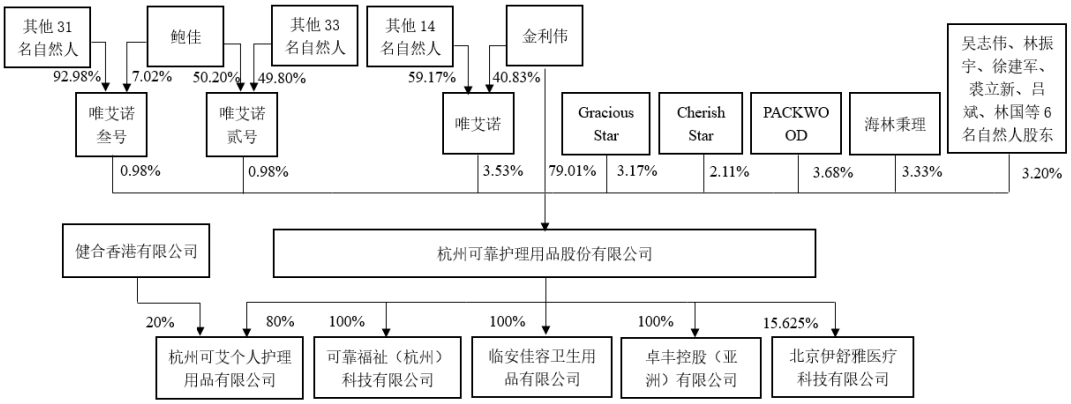
公司自整体变更设立以来，不存在重大资产重组情况。

（十一）公司在其他证券市场的上市或挂牌情况

公司自整体变更设立以来，不存在在其他证券市场上市或挂牌的情况。

三、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，本公司的股权结构图如下：



四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况

（一）发行人的控股子公司简要情况

1、控股子公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，本公司共有纳入合并报表范围的控股子公司 4 家。基本情况如下表所示：

（1）杭州可艾个人护理用品有限公司

企业名称：	杭州可艾个人护理用品有限公司
统一社会信用代码：	91330185092032025K
成立时间：	2014 年 03 月 03 日
注册资本：	20,000 万元
实收资本：	20,000 万元
法定代表人：	金利伟
注册地及主要生产经营地：	浙江省杭州市临安玲珑高新技术产业园海唐路 8 号
股东构成：	可靠护理持股 80%，健合香港持股 20%
入股时间：	2014 年 03 月 03 日
主营业务及与发行人主营业务的关系：	婴儿纸尿裤 ODM 代工
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	总资产：47,553.95 万元
	净资产：29,519.08 万元
	净利润：3,015.59 万元

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

可艾公司系由可靠护理与健合香港于 2014 年 1 月 10 日合资设立的子公司，可艾公司的主营业务为婴儿纸尿裤 ODM 代工。截至本招股说明书签署日，可靠护理持有可艾公司 80%股份，合资方健合香港的基本信息如下：

企业名称：	健合香港有限公司
企业类型：	私人公司
成立时间：	2012 年 11 月 27 日
注册资本：	3,240,571,943HKD
注册地：	SUITES 4007-09 40/F ONE ISLAND EAST TAIKOO PLACE 18 WESTLANDS ROAD QUARRY BAY HK
董事：	ALBERTINI EP. GARNIER
营业范围：	投资控股、国际投资、贸易及销售
股东：	合生元国际投资有限公司（Biostime International Investment Limited）100%持有

（2）可靠福祉（杭州）科技有限公司

企业名称：	可靠福祉（杭州）科技有限公司
统一社会信用代码：	91330110311368849G
成立时间：	2014 年 09 月 18 日
注册资本：	2,000 万元
实收资本：	2,000 万元
法定代表人：	鲍佳
注册地及主要生产经营地：	杭州市余杭区仓前街道文一西路 1218 号 9 幢 1 单元 101 室
股东构成：	可靠护理持股 100%
入股时间：	2014 年 09 月 18 日
主营业务及与发行人主营业务的关系：	一次性卫生用品、福祉产品的销售
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	总资产：3,318.54 万元
	净资产：-1,577.59 万元
	净利润：-538.42 万元

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（3）临安佳容卫生用品有限公司

企业名称：	临安佳容卫生用品有限公司
统一社会信用代码：	9133018509204929XT
成立时间：	2014 年 03 月 05 日
注册资本：	30 万元
实收资本：	30 万元
法定代表人：	鲍益平
注册地及主要生产经营地：	杭州市临安区锦城街道后郎村后郎 2（4 幢）
股东构成：	可靠护理持股 100%

入股时间：	2014 年 03 月 05 日
主营业务及与发行人主营业务的关系：	一次性卫生用品的销售（2019 年起逐渐不再开展业务）
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	总资产：12.14 万元
	净资产：5.90 万元
	净利润：22.99 万元

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

临安佳容 2019 年、2020 年 1-6 月的主要财务数据情况如下：

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

自 2019 年起，临安佳容已逐步不再开展业务。

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

（4）卓丰控股（亚洲）有限公司

企业名称：	卓丰控股（亚洲）有限公司
注册证明书编号：	2314957
成立时间：	2015 年 12 月 03 日
注册资本：	1 港币
实收资本：	1 港币
董事：	鲍佳
注册地及主要生产经营地：	香港湾仔骆克道 301-307 号洛克中心 19 楼 C 室
股东构成：	可靠护理持股 100%
入股时间：	2015 年 12 月 03 日
主营业务及与发行人主营业务的关系：	未实际开展业务
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	总资产：0.22 万元
	净资产：-13.99 万元
	净利润：-1.95 万元

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、报告期内其他已注销的控股及参股公司基本情况

（1）可靠（上海）护理用品有限公司

企业名称：	可靠（上海）护理用品有限公司
统一社会信用代码：	310108000547020
成立时间：	2013 年 7 月 17 日
注册资本：	500 万元
法定代表人：	金利伟
注册地：	上海市闸北区江场西路 108 号 7 幢 909 室
股东构成：	注销前可靠护理持股 100%
入股时间：	2013 年 7 月 17 日
营业范围：	护理用品，日用百货的销售，从事货物及技术的进出口业务。【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】
注销情况：	上海市静安区市场监督管理局于 2018 年 02 月 02 日出具了《准许注销登记通知书》
注销原因：	经营战略调整，可靠上海已无实际经营。

可靠上海存续期内不存在因违法违规而被处以重大行政处罚的情形，可靠上海注销时相关资产、人员及债务处置合法合规。

（2）临安丰源企业管理有限公司

企业名称：	临安丰源企业管理有限公司
统一社会信用代码：	330185000103371
成立时间：	2014 年 3 月 5 日
注册资本：	10 万元
法定代表人：	鲍益平
注册地：	临安市锦城街道后郎村后郎 2（6 幢）
股东构成：	注销前可靠护理持股 100%
入股时间：	2014 年 3 月 5 日
营业范围：	企业管理咨询，物业管理，保洁服务，家政服务，会务会展服务，园林绿化工程设计、施工。【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】
注销情况：	根据杭州市临安区市场监督管理局于 2018 年 05 月 08 日出具的《公司登记基本情况》，丰源公司已于 2018 年 5 月 7 日核准注销。
注销原因：	经营战略调整，丰源公司已无实际经营。

丰源公司存续期内不存在因违法违规而被处以重大行政处罚的情形，丰源公司注销时相关资产、人员及债务处置合法合规。

（3）杭州德莱适个人护理用品有限公司

企业名称：	杭州德莱适个人护理用品有限公司
统一社会信用代码：	91330185MA27YRD5XL
成立时间：	2016 年 10 月 10 日
注册资本：	300 万元
法定代表人：	周彧峰
注册地：	临安市锦城街道后郎村后郎 2（8 幢）
股东构成：	注销前佳容公司持股 35%，天津露乐国际贸易有限公司持股 65%
入股时间：	2016 年 10 月 10 日
营业范围：	研发、生产、销售：卫生用品材料、卫生消毒用品材料；货物进出口；销售：卫生用品、卫生消毒用品。
注销情况：	根据杭州市临安区市场监督管理局于 2018 年 01 月 08 日出具的《公司登记基本情况》，杭州德莱适已于 2017 年 12 月 26 日核准注销。
注销原因：	因合作双方战略布局调整，经股东双方协商一致，决定注销杭州德莱适。

德莱适存续期内不存在因违法违规而被处以重大行政处罚的情形，德莱适注销时相关资产、人员及债务处置合法合规。

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

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

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

不利影响。

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

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

单位：元

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

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

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

（二）本公司参股公司、分公司简要情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在任何分公司，本公司共有 1 家参股公司，基本情况如下表所示：

企业名称：	北京伊舒雅医疗科技有限公司
统一社会信用代码：	91110105MA01TDMA3K
成立时间：	2020 年 07 月 07 日
注册资本：	1,000 万元
实收资本：	1,000 万元
法定代表人：	郑磊
注册地及主要生产经营地：	北京市朝阳区霞光里 5 号一层 105A
股东构成：	北京派特博恩生物技术开发有限公司持股 34.375%，北京人天颐和教育科技有限公司持股 18.750%，北京一卫医学研究院（有限合伙）持股 15.625%，可靠护理持股 15.625%，北京木代尔生活用纸有限公司持股 15.625%
入股时间：	2020 年 07 月 07 日
主营业务及与发行人主营业务的关系：	研发 HPV 防护性卫生巾新产品

五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）公司控股股东及实际控制人情况

本次发行前，金利伟为公司的控股股东，金利伟及其配偶鲍佳为公司实际控制人。金利伟直接持有公司 79.01%的股份，同时作为唯艾诺的唯一执行事务合伙人（GP）并持有唯艾诺 40.83%的合伙份额，而唯艾诺持有公司 3.53%的股份；此外，金利伟的配偶鲍佳持有唯艾诺 3.33%的合伙份额、并作为唯一的执行事务合伙人（GP）持有唯艾诺贰号 50.20%的合伙份额以及唯艾诺叁号 7.02%的合伙份额。金利伟及其配偶鲍佳直接和间接控制发行人的股权比例合计 84.50%。

公司控股股东及实际控制人金利伟及鲍佳的基本情况如下：

金利伟：男，1970 年 11 月出生，中国国籍，长江商学院 EMBA 在读，无境外居留权，身份证号 330124197011******。

鲍佳：女，1981 年 11 月出生，中国国籍，浙江大学本科学历，经贸英语专业，无境外居留权，身份证号 330124198111******。

（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署日，除发行人之外，控股股东、实际控制人控制的其他企业还包括侨治投资、唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号，基本情况如下：

1、侨治投资

名称	杭州侨治投资有限公司
统一社会信用代码	913301855605870303
注册资本	500 万元
法定代表人	金利伟
成立日期	2010 年 9 月 10 日
公司住所	浙江省杭州市临安区锦城街道大华路 175 号
经营范围	实业投资；销售：建筑材料（除砂石）、五金机电、电子产品。
股权结构	股东金利伟出资 500 万元，占注册资本的 100%。

2、唯艾诺

（1）基本情况

2011 年 6 月，公司董事长金利伟与当时的公司中、高级管理人员及骨干员工共同出资设立了杭州唯艾诺投资合伙企业（有限合伙），各合伙人的出资方式

均为现金出资。其中金利伟为唯一普通合伙人及执行事务合伙人。截至本招股说明书签署日，唯艾诺持有公司 720 万股股份，占公司股本总额的 3.53%。其基本情况如下：

名称	杭州唯艾诺投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330185577304244G
注册资金	960 万元
执行事务合伙人	金利伟
成立日期	2011 年 6 月 10 日
公司住所	浙江省杭州市临安区锦城街道大华路 175（1 幢底层）
经营范围	实业投资

唯艾诺是由金利伟与中、高级管理人员及骨干员工共同出资设立的员工持股平台，除投资发行人之外不存在投资其他企业的情形。同时，唯艾诺的出资资金均来源于各合伙人的自有及自筹资金，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦未聘请或担任私募基金管理人进行投资管理。因此，唯艾诺无需进行私募基金备案或者私募基金管理人登记。

（2）股权结构

1）2011 年 6 月，唯艾诺设立

2011 年 6 月，唯艾诺设立时的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金利伟	普通合伙人	1,102.00	70.64
2	胡中春	有限合伙人	100.00	6.41
3	程岩传	有限合伙人	65.00	4.17
4	金利琴	有限合伙人	65.00	4.17
5	周忠英	有限合伙人	50.00	3.21
6	张辉	有限合伙人	30.00	1.92
7	鲍佳	有限合伙人	16.00	1.03
8	邓海君	有限合伙人	10.00	0.64
9	王纪宁	有限合伙人	10.00	0.64
10	张士岭	有限合伙人	10.00	0.64
11	李忠义	有限合伙人	9.00	0.58
12	陈建军	有限合伙人	9.00	0.58

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
13	朱立斌	有限合伙人	8.00	0.51
14	王仲其	有限合伙人	8.00	0.51
15	蒋继红	有限合伙人	8.00	0.51
16	高超	有限合伙人	8.00	0.51
17	李双林	有限合伙人	7.00	0.45
18	王飞	有限合伙人	7.00	0.45
19	陶陶	有限合伙人	6.00	0.38
20	裘炯炯	有限合伙人	5.00	0.32
21	徐小燕	有限合伙人	5.00	0.32
22	张雅冬	有限合伙人	4.00	0.26
23	薛莉	有限合伙人	4.00	0.26
24	李海杰	有限合伙人	4.00	0.26
25	陈丹	有限合伙人	4.00	0.26
26	程素星	有限合伙人	3.00	0.19
27	蔡晓明	有限合伙人	3.00	0.19
合计			**1,560.00**	**100.00**

2）第一次减资及份额转让

2011 年 7 月，为进一步加大对员工的激励，公司实际控制人金利伟决定减少对唯艾诺的出资并授予员工更多的份额，因此，金利伟出资额由原来的 1,102 万元减少至 44 万元，其中 600 万元为减资，剩余 458 万元的份额则转让给其他有限合伙人，其他有限合伙人的持有份额在各自原持有份额基础上翻倍。

本次减资并份额转让后，唯艾诺股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金利伟	普通合伙人	44.00	4.58
2	胡中春	有限合伙人	200.00	20.83
3	程岩传	有限合伙人	130.00	13.54
4	金利琴	有限合伙人	130.00	13.54
5	周忠英	有限合伙人	100.00	10.42
6	张辉	有限合伙人	60.00	6.25
7	鲍佳	有限合伙人	32.00	3.33
8	邓海君	有限合伙人	20.00	2.08

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
9	王纪宁	有限合伙人	20.00	2.08
10	张士岭	有限合伙人	20.00	2.08
11	李忠义	有限合伙人	18.00	1.88
12	陈建军	有限合伙人	18.00	1.88
13	朱立斌	有限合伙人	16.00	1.67
14	王仲其	有限合伙人	16.00	1.67
15	蒋继红	有限合伙人	16.00	1.67
16	高超	有限合伙人	16.00	1.67
17	李双林	有限合伙人	14.00	1.46
18	王飞	有限合伙人	14.00	1.46
19	陶陶	有限合伙人	12.00	1.25
20	裘炯炯	有限合伙人	10.00	1.04
21	徐小燕	有限合伙人	10.00	1.04
22	张雅冬	有限合伙人	8.00	0.83
23	薛莉	有限合伙人	8.00	0.83
24	李海杰	有限合伙人	8.00	0.83
25	陈丹	有限合伙人	8.00	0.83
26	程素星	有限合伙人	6.00	0.63
27	蔡晓明	有限合伙人	6.00	0.63
合计			**960.00**	**100.00**

3）自 2011 年 7 月后，唯艾诺无增资或减资事项，相关合伙份额变动情况如下：

时间	出让方	受让方	转让份额（万元）	转让原因
2011.9.22	陈丹	金利伟	8.00	离职退出
2013.3.5	胡中春	金利伟	200.00	离职退出
2013.3.5	李忠义	金利伟	18.00	离职退出
2013.3.5	王纪宁	金利伟	20.00	离职退出
2013.3.5	张士岭	金利伟	20.00	离职退出
2013.3.5	徐小燕	金利伟	10.00	离职退出
2013.3.5	薛莉	金利伟	8.00	离职退出
2013.3.5	李双林	金利伟	14.00	离职退出
2013.3.5	陈建军	金利伟	18.00	离职退出

时间	出让方	受让方	转让份额（万元）	转让原因
2013.3.5	朱立斌	金利伟	16.00	离职退出
2013.3.5	邓海君	金利伟	20.00	离职退出
2015.1.24	王飞	王仲其	14.00	离职退出
2017.6.5	高超	金利伟	16.00	离职退出
2017.6.5	程岩传	金利伟	30.00	个人原因
2017.6.5	金利琴	金利伟	30.00	个人原因
2018.12.24	金利伟	茹小萍	80.00	股权激励

上述合伙份额转让系各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。

4）截至本招股说明书签署日，唯艾诺的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金利伟	普通合伙人	392.00	40.83
2	程岩传	有限合伙人	100.00	10.42
3	周忠英	有限合伙人	100.00	10.42
4	金利琴	有限合伙人	100.00	10.42
5	茹小萍	有限合伙人	80.00	8.33
6	张辉	有限合伙人	60.00	6.25
7	鲍佳	有限合伙人	32.00	3.33
8	王仲其	有限合伙人	30.00	3.13
9	蒋继红	有限合伙人	16.00	1.67
10	陶陶	有限合伙人	12.00	1.25
11	裘炯炯	有限合伙人	10.00	1.04
12	李海杰	有限合伙人	8.00	0.83
13	张雅冬	有限合伙人	8.00	0.83
14	程素星	有限合伙人	6.00	0.63
15	蔡晓明	有限合伙人	6.00	0.63
合计			**960.00**	**100.00**

（3）合伙人在公司的任职情况

截至本招股说明书签署日，唯艾诺现有 15 名合伙人，除金利琴、张辉未在公司担任职务外，其余 13 名合伙人在公司的任职情况具体如下：

序号	姓名	任职情况	序号	姓名	任职情况
1	金利伟	董事长兼总经理	8	陶陶	国际贸易部经理

序号	姓名	任职情况	序号	姓名	任职情况
2	程岩传	董事	9	裘炯炯	内审部经理
3	周忠英	董事、副总经理	10	李海杰	研究院工程师
4	鲍佳	副总经理	11	张雅冬	国际贸易部经理
5	王仲其	副总经理兼研究院副院长	12	程素星	人力资源部薪资专员
6	蒋继红	研究院产品研发组总监	13	蔡晓明	杭州可艾制造部经理
7	茹小萍	福祉公司副总经理			

（4）经营状况

截至本招股说明书签署日，唯艾诺的主要资产为持有本公司 3.53%的股权，除此以外，未开展其他经营或投资行为。

3、唯艾诺贰号

（1）基本情况

2019 年 12 月 3 日，鲍佳与公司部分员工共同出资设立了杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙），各合伙人的出资方式均为现金出资，鲍佳为唯一普通合伙人及执行事务合伙人。截至本招股说明书签署日，唯艾诺贰号持有公司 200 万股股份，占公司股本总额的 0.98%。其基本情况如下：

名称	杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330185MA2H13NU12
注册资金	750 万元
执行事务合伙人	鲍佳
成立日期	2019 年 12 月 3 日
公司住所	浙江省杭州市临安区锦城街道大华路 175（1 幢底层）第 1 间
经营范围	服务：企业管理，企业管理咨询

唯艾诺贰号是由鲍佳与公司骨干员工共同出资设立的员工持股平台，除投资发行人之外不存在投资其他企业的情形。唯艾诺贰号的出资资金均来源于各合伙人的自有及自筹资金，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦未聘请或担任私募基金管理人进行投资管理。因此，唯艾诺贰号无需进行私募基金备案或者私募基金管理人登记。

（2）股权结构

1）2019 年 12 月，唯艾诺贰号设立

设立时，唯艾诺贰号合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲍佳	普通合伙人	0.90	90.00
2	李海峰	有限合伙人	0.10	10.00
合计			**1.00**	**100.00**

2019 年 12 月 20 日，经全体合伙人一致同意，合伙企业决定增资至 750 万元，并新引入邵忠锋、任绍楠等 33 名合伙人，本次变更后，唯艾诺贰号的合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲍佳	普通合伙人	370.875	49.45
2	邵忠锋	有限合伙人	22.50	3.00
3	陶陶	有限合伙人	18.75	2.50
4	任绍楠	有限合伙人	18.75	2.50
5	段飞	有限合伙人	18.75	2.50
6	姜有为	有限合伙人	18.75	2.50
7	张雅冬	有限合伙人	18.75	2.50
8	徐静涛	有限合伙人	15.00	2.00
9	王仲云	有限合伙人	15.00	2.00
10	王丽	有限合伙人	15.00	2.00
11	王静静	有限合伙人	15.00	2.00
12	石蒋位	有限合伙人	15.00	2.00
13	袁飞	有限合伙人	15.00	2.00
14	唐苗	有限合伙人	11.25	1.50
15	董小琳	有限合伙人	11.25	1.50
16	周凯	有限合伙人	11.25	1.50
17	吴咸	有限合伙人	11.25	1.50
18	方必润	有限合伙人	11.25	1.50
19	姚安	有限合伙人	11.25	1.50
20	林少怀	有限合伙人	11.25	1.50
21	张坤兵	有限合伙人	11.25	1.50
22	孙烽	有限合伙人	11.25	1.50
23	范秀秀	有限合伙人	9.375	1.25

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
24	徐银银	有限合伙人	7.50	1.00
25	游丽媛	有限合伙人	7.50	1.00
26	高升	有限合伙人	7.50	1.00
27	潘燕晴	有限合伙人	5.625	0.75
28	赵剑波	有限合伙人	5.625	0.75
29	陆国珍	有限合伙人	5.625	0.75
30	罗丽贵	有限合伙人	5.625	0.75
31	陈聪	有限合伙人	5.625	0.75
32	蓝董栋	有限合伙人	3.75	0.50
33	王康	有限合伙人	3.75	0.50
34	何益青	有限合伙人	3.75	0.50
35	李海峰	有限合伙人	0.375	0.05
合计			**750.00**	**100.00**

2）设立以来，唯艾诺贰号相关合伙份额变动情况如下：

时间	出让方	受让方	转让份额（万元）	转让原因
2020.01.03	高升	鲍佳	7.50	个人原因退出
2020.03.25	陈聪	鲍佳	5.625	离职退出
2020.03.25	鲍佳	林维杰	18.75	股权激励
2020.03.25	鲍佳	林封仕	11.25	股权激励
2020.03.25	鲍佳	程素星	7.50	股权激励
2020.03.25	鲍佳	葛天竑	3.75	股权激励
2020.06.01	林维杰	鲍佳	18.75	离职退出
2020.8.20	张坤兵	鲍佳	11.25	离职退出
2020.8.20	葛天竑	鲍佳	3.75	离职退出

上述合伙份额转让系各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。

3）截至本招股说明书签署日，唯艾诺贰号的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲍佳	普通合伙人	376.50	50.20
2	邵忠锋	有限合伙人	22.50	3.00
3	陶陶	有限合伙人	18.75	2.50
4	任绍楠	有限合伙人	18.75	2.50

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
5	段飞	有限合伙人	18.75	2.50
6	姜有为	有限合伙人	18.75	2.50
7	张雅冬	有限合伙人	18.75	2.50
8	徐静涛	有限合伙人	15.00	2.00
9	王仲云	有限合伙人	15.00	2.00
10	王丽	有限合伙人	15.00	2.00
11	王静静	有限合伙人	15.00	2.00
12	石蒋位	有限合伙人	15.00	2.00
13	袁飞	有限合伙人	15.00	2.00
14	唐苗	有限合伙人	11.25	1.50
15	董小琳	有限合伙人	11.25	1.50
16	周凯	有限合伙人	11.25	1.50
17	吴咸	有限合伙人	11.25	1.50
18	方必润	有限合伙人	11.25	1.50
19	姚安	有限合伙人	11.25	1.50
20	林少怀	有限合伙人	11.25	1.50
21	孙烽	有限合伙人	11.25	1.50
22	林封仕	有限合伙人	11.25	1.50
23	范秀秀	有限合伙人	9.375	1.25
24	徐银银	有限合伙人	7.50	1.00
25	游丽媛	有限合伙人	7.50	1.00
26	程素星	有限合伙人	7.50	1.00
27	潘燕晴	有限合伙人	5.625	0.75
28	赵剑波	有限合伙人	5.625	0.75
29	陆国珍	有限合伙人	5.625	0.75
30	罗丽贵	有限合伙人	5.625	0.75
31	蓝董栋	有限合伙人	3.75	0.50
32	王康	有限合伙人	3.75	0.50
33	何益青	有限合伙人	3.75	0.50
34	李海峰	有限合伙人	0.375	0.05
合计			**750.00**	**100.00**

（3）合伙人在公司的任职情况

唯艾诺贰号现有 34 名合伙人，均在公司任职，具体情况如下：

序号	姓名	任职情况	序号	姓名	任职情况
1	鲍佳	副总经理	18	方必润	车间主管
2	邵忠锋	厂长	19	姚安	销售经理
3	陶陶	国际贸易部经理	20	林少怀	销售经理
4	任绍楠	计划部经理	21	孙烽	车间主管
5	段飞	销售总监	22	林封仕	IT总监
6	姜有为	销售总监	23	范秀秀	销售专员
7	张雅冬	国际贸易部经理	24	徐银银	销售专员
8	徐静涛	销售经理	25	游丽媛	质量经理
9	王仲云	设备部经理	26	程素星	薪酬专员
10	王丽	计划部经理	27	潘燕晴	销售专员
11	王静静	销售经理	28	赵剑波	质量工程师
12	石蒋位	销售经理	29	陆国珍	质量工程师
13	袁飞	销售经理	30	罗丽贵	质量经理
14	唐苗	销售主管	31	蓝董栋	采购专员
15	董小琳	销售经理	32	王康	储运部主管
16	周凯	工程部经理	33	何益青	销售专员
17	吴咸	车间主管	34	李海峰	副总经理兼董事会秘书

（4）经营状况

截至本招股说明书签署日，唯艾诺贰号的主要资产为持有本公司 0.98%的股权，除此以外，未开展其他经营或投资行为。

4、唯艾诺叁号

（1）基本情况

2019 年 12 月 4 日，鲍佳与公司部分员工共同出资设立了杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙），各合伙人的出资方式均为现金出资，鲍佳为唯一普通合伙人及执行事务合伙人。截至本招股说明书签署日，唯艾诺叁号持有公司 199.3271 万股股份，占公司股本总额的 0.98%。其基本情况如下：

名称	杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330185MA2H141H8D

注册资金	7,474,766.25 元
执行事务合伙人	鲍佳
成立日期	2019 年 12 月 4 日
公司住所	浙江省杭州市临安区锦城街道大华路 175（1 幢底层）第 3 间
经营范围	企业管理服务

唯艾诺叁号是由鲍佳与公司骨干员工共同出资设立的员工持股平台，除投资发行人之外不存在投资其他企业的情形。唯艾诺叁号的出资资金均来源于各合伙人的自有及自筹资金，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦未聘请或担任私募基金管理人进行投资管理。因此，唯艾诺叁号无需进行私募基金备案或者私募基金管理人登记。

（2）股权结构

1）2019 年 12 月，唯艾诺叁号设立

设立时，唯艾诺叁号合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲍佳	普通合伙人	0.90	90.00
2	李海峰	有限合伙人	0.10	10.00
合计			**1.00**	**100.00**

2019 年 12 月 20 日，经全体合伙人一致同意，合伙企业决定增资至 747.476625 万元，并新引入耿振强、王仲其等 31 名合伙人，本次变更后，唯艾诺叁号的合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲍佳	普通合伙人	45.00	6.02
2	李海峰	有限合伙人	166.601625	22.29
3	耿振强	有限合伙人	93.75	12.54
4	王仲其	有限合伙人	93.75	12.54
5	周忠英	有限合伙人	75.00	10.03
6	鲍益平	有限合伙人	37.50	5.02
7	唐伟	有限合伙人	18.75	2.51
8	蒋继红	有限合伙人	18.75	2.51
9	王其	有限合伙人	15.00	2.01

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
10	顾玉兰	有限合伙人	15.00	2.01
11	吴海庆	有限合伙人	15.00	2.01
12	蔡晓明	有限合伙人	15.00	2.01
13	孔宋华	有限合伙人	11.25	1.51
14	吴红	有限合伙人	11.25	1.51
15	李海杰	有限合伙人	11.25	1.51
16	林丹芬	有限合伙人	9.375	1.25
17	徐思敏	有限合伙人	9.375	1.25
18	姚倩楠	有限合伙人	7.50	1.00
19	李群	有限合伙人	7.50	1.00
20	许宾	有限合伙人	7.50	1.00
21	项正军	有限合伙人	5.625	0.75
22	许丹枫	有限合伙人	5.625	0.75
23	赵芝平	有限合伙人	5.625	0.75
24	彭定国	有限合伙人	5.625	0.75
25	周黎峰	有限合伙人	5.625	0.75
26	姚金苗	有限合伙人	5.625	0.75
27	裘向阳	有限合伙人	5.625	0.75
28	裘炯炯	有限合伙人	5.625	0.75
29	沈书剑	有限合伙人	4.50	0.60
30	王嘉俊	有限合伙人	4.50	0.60
31	陈锴	有限合伙人	3.75	0.50
32	余亚娟	有限合伙人	3.75	0.50
33	张春娥	有限合伙人	1.875	0.25
合计			**747.476625**	**100.00**

2）设立以来，唯艾诺叁号相关合伙份额变动情况如下：

时间	出让方	受让方	转让份额（万元）	转让原因
2020.06.01	李群	鲍佳	7.50	离职退出

上述合伙份额转让系各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。

3）截至本招股说明书签署日，唯艾诺叁号的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲍佳	普通合伙人	52.50	7.02
2	李海峰	有限合伙人	166.601625	22.29
3	耿振强	有限合伙人	93.75	12.54
4	王仲其	有限合伙人	93.75	12.54
5	周忠英	有限合伙人	75.00	10.03
6	鲍益平	有限合伙人	37.50	5.02
7	唐伟	有限合伙人	18.75	2.51
8	蒋继红	有限合伙人	18.75	2.51
9	王其	有限合伙人	15.00	2.01
10	顾玉兰	有限合伙人	15.00	2.01
11	吴海庆	有限合伙人	15.00	2.01
12	蔡晓明	有限合伙人	15.00	2.01
13	孔宋华	有限合伙人	11.25	1.51
14	吴红	有限合伙人	11.25	1.51
15	李海杰	有限合伙人	11.25	1.51
16	林丹芬	有限合伙人	9.375	1.25
17	徐思敏	有限合伙人	9.375	1.25
18	姚倩楠	有限合伙人	7.50	1.00
19	许宾	有限合伙人	7.50	1.00
20	项正军	有限合伙人	5.625	0.75
21	许丹枫	有限合伙人	5.625	0.75
22	赵芝平	有限合伙人	5.625	0.75
23	彭定国	有限合伙人	5.625	0.75
24	周黎峰	有限合伙人	5.625	0.75
25	姚金苗	有限合伙人	5.625	0.75
26	裘向阳	有限合伙人	5.625	0.75
27	裘炯炯	有限合伙人	5.625	0.75
28	沈书剑	有限合伙人	4.50	0.60
29	王嘉俊	有限合伙人	4.50	0.60
30	陈锴	有限合伙人	3.75	0.50
31	余亚娟	有限合伙人	3.75	0.50
32	张春娥	有限合伙人	1.875	0.25

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
合计			**747.476625**	**100.00**

（3）合伙人在公司的任职情况

唯艾诺叁号现有 32 名合伙人，均在公司任职，具体情况如下：

序号	姓名	任职情况	序号	姓名	任职情况
1	李海峰	副总经理兼董事会秘书	17	徐思敏	证券法务部经理
2	耿振强	副总经理兼财务总监	18	姚倩楠	人力资源部经理
3	王仲其	副总经理兼研究院副院长	19	许宾	研究院经理
4	周忠英	董事、副总经理兼采购总监	20	项正军	财务部专员
5	鲍佳	副总经理	21	许丹枫	人力资源部主管
6	鲍益平	研究院总工程师	22	赵芝平	电气工程师
7	唐伟	研究院副院长	23	彭定国	财务部副经理
8	蒋继红	研究院产品研发组总监	24	周黎峰	研发工程师
9	王其	财务部经理	25	姚金苗	总经办专员
10	顾玉兰	财务部主管	26	裘向阳	研发工程师（可艾公司）
11	吴海庆	研究院工程师	27	裘炯炯	内审部经理
12	蔡晓明	研究院工程师	28	沈书剑	研究院工程师
13	孔宋华	研究院经理	29	王嘉俊	研究院工程师
14	吴红	采购经理	30	陈锴	研究院专员
15	李海杰	研究院工程师	31	余亚娟	采购部主管
16	林丹芬	财务部副经理	32	张春娥	研发工程师

（4）经营状况

截至本招股说明书签署日，唯艾诺叁号的主要资产为持有本公司 0.98%的股权，除此以外，未开展其他经营或投资行为。

（三）控股股东、实际控制人的股份质押或者其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有的公司股份不存在质押或者其他有争议的情况。

（四）其他持有 5%以上股份的主要股东情况

Cherish Star 和 Gracious Star 的实际控制人均为中信证券股份有限公司，两者合计持有公司 5.28%股份。Cherish Star 和 Gracious Star 基本情况如下：

1、基本情况

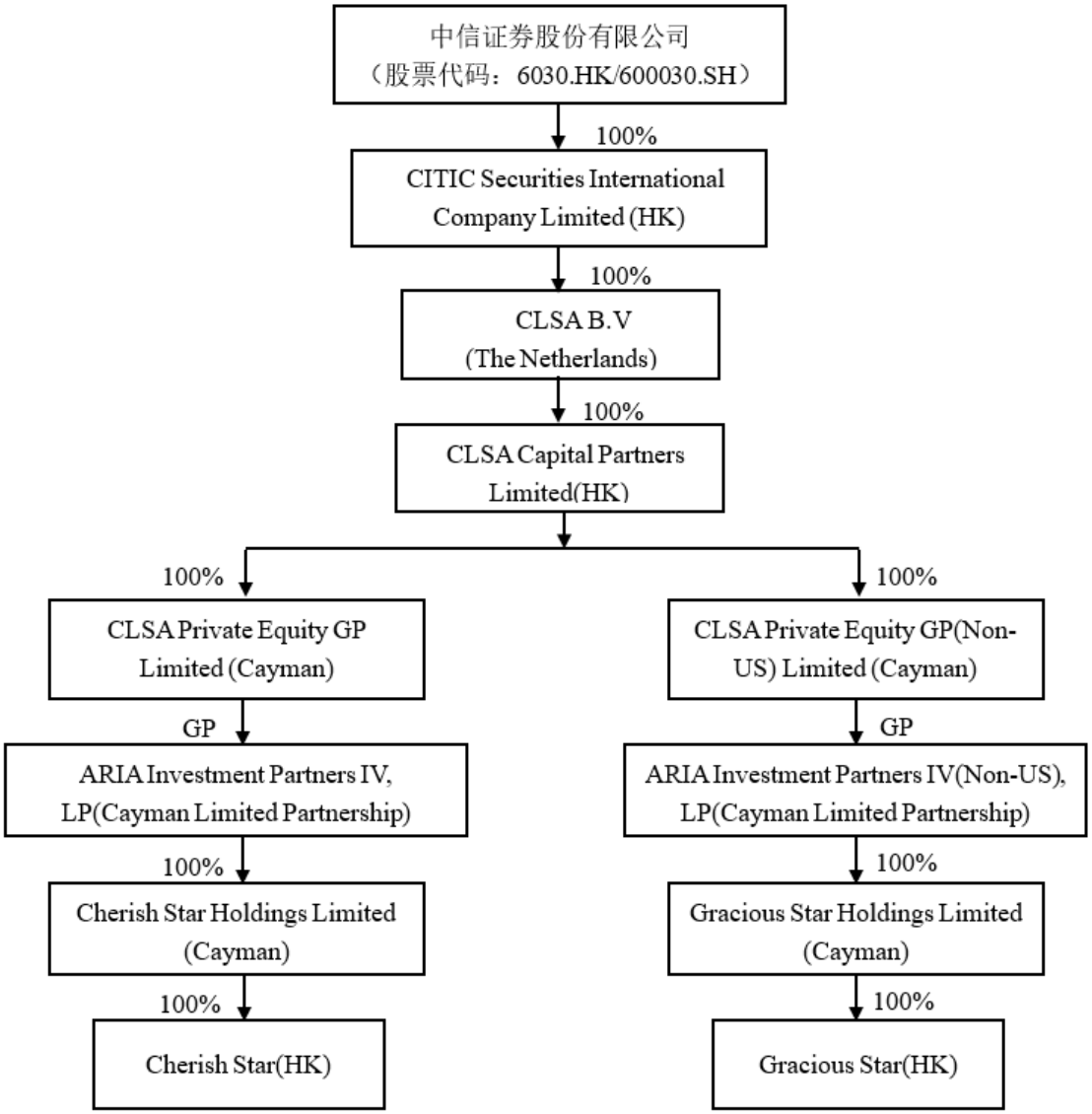
名称：	Cherish Star（HK） LIMITED
类型：	有限责任公司
公司编号：	2185529
注册地址：	FLAT/RM 809-10, 8/F, ONE PACIFIC PLACE, 88 QUEENSWAY, HONG KONG
主要生产经营地：	FLAT/RM 809-10, 8/F, ONE PACIFIC PLACE, 88 QUEENSWAY, HONG KONG
成立日期：	2014.12.29
注册资本：	1.00 美元
实收资本：	1.00 美元
经营范围：	投资
与发行人主营业务的关系	不存在同业竞争或上下游关系
股权结构：	Cherish Star Holdings Limited（Cayman）持股 100%

名称：	Gracious Star（HK） LIMITED
公司编号：	2185534
注册地址：	FLAT/RM 809-10, 8/F, ONE PACIFIC PLACE, 88 QUEENSWAY, HONG KONG
主要生产经营地：	FLAT/RM 809-10, 8/F, ONE PACIFIC PLACE, 88 QUEENSWAY, HONG KONG
成立日期：	2014.12.29
注册资本：	1.00 美元
实收资本：	1.00 美元
经营范围：	投资
与发行人主营业务的关系	不存在同业竞争或上下游关系
股权结构：	Gracious Star Holdings Limited（Cayman）持股 100%

2、股东情况

根据中伦律师事务所出具的《法律意见书》，Cherish Star 由 Cherish Star Holdings Limited（cayman）100%持有。Gracious Star 由 Gracious Star Holdings Limited（cayman）100%持有。

根据 Cherish Star 和 Gracious Star 出具的声明， Cherish Star 及 Gracious Star 具体的股权结构如下：



ARIA Investment Partners IV, LP（Cayman Limited Partnership）及 ARIA Investment Partners IV（Non-US）, LP（Cayman Limited Partnership）是由中信证券下属全资投资公司设立、专注于投资消费行业的基金。

（五）其他主要股东简介

截至本招股说明书签署日，除持股 5%以上股东外，公司其他主要股东为持有公司 3.68%股份的 PACKWOOD。

1、PACKWOOD 基本情况

企业名称：	PACKWOOD ENTERPRISES LIMITED
企业类型：	商业公司
成立时间：	2010 年 7 月 1 日
注册资本：	50,000 美元

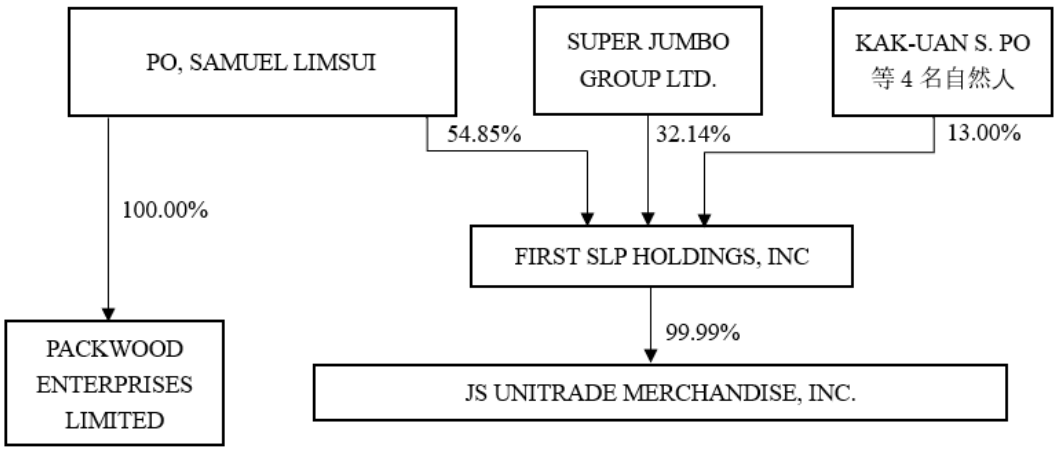
注册地：	英属维尔京群岛
法定代表人：	PO, SAMUEL LIMSUI
营业范围：	无商业范围限制

2、PACKWOOD 股东情况

截至本招股说明书签署日，PACKWOOD 的唯一股东为菲律宾人士 PO, SAMUEL LIMSUI。

3、与公司存在业务关系的 PACKWOOD 关联方

报告期内，公司的股东 PACKWOOD 与公司存在交易，同时公司的主要客户菲律宾 JS 与公司存在交易；公司股东 PACKWOOD 与菲律宾 JS 均受同一实际控制人 PO, SAMUEL LIMSUI 控制，具体控制股权结构如下：



六、发行人的股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前公司总股本为 20,389 万股。本次拟发行股份总量不超过 6,797 万股，且不低于发行后总股本的 25%，全部为公司公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份。若以本次发行股份数量为 6,797万股计算，本次发行前后，股东持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	股份性质	本次发行前		本次发行后	
			持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
1	金利伟	普通股	161,099,964	79.01%	161,099,964	59.26%
2	PACKWOOD	普通股	7,500,000	3.68%	7,500,000	2.76%
3	唯艾诺	普通股	7,200,000	3.53%	7,200,000	2.65%

序号	股东名称/姓名	股份性质	本次发行前		本次发行后	
			持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
4	海林秉理	普通股	6,796,333	3.33%	6,796,333	2.50%
5	Gracious Star	普通股	6,473,507	3.17%	6,473,507	2.38%
6	Cherish Star	普通股	4,302,456	2.11%	4,302,456	1.58%
7	吴志伟	普通股	3,177,273	1.56%	3,177,273	1.17%
8	唯艾诺贰号	普通股	2,000,000	0.98%	2,000,000	0.74%
9	唯艾诺叁号	普通股	1,993,271	0.98%	1,993,271	0.73%
10	林振宇	普通股	1,019,451	0.50%	1,019,451	0.37%
11	裘立新	普通股	815,560	0.40%	815,560	0.30%
12	徐建军	普通股	679,634	0.33%	679,634	0.25%
13	吕斌	普通股	679,634	0.33%	679,634	0.25%
14	林国	普通股	152,917	0.07%	152,917	0.06%
15	本次发行股份	普通股	—	—	67,970,000	25.00%
合计			**203,890,000**	**100.00%**	**271,860,000**	**100.00%**

（二）前十名股东

本次发行前，公司前十名股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例
1	金利伟	161,099,964	79.01%
2	PACKWOOD	7,500,000	3.68%
3	唯艾诺	7,200,000	3.53%
4	海林秉理	6,796,333	3.33%
5	Gracious Star	6,473,507	3.17%
6	Cherish Star	4,302,456	2.11%
7	吴志伟	3,177,273	1.56%
8	唯艾诺贰号	2,000,000	0.98%
9	唯艾诺叁号	1,993,271	0.98%
10	林振宇	1,019,451	0.50%
合计		**201,562,255**	**98.86%**

（三）前十名自然人股东及其在公司担任的职务

序号	股东姓名	本次发行前持股数（股）	持股比例	在本公司担任的职务
1	金利伟	161,099,964	79.01%	董事长兼总经理

序号	股东姓名	本次发行前持股数（股）	持股比例	在本公司担任的职务
2	吴志伟	3,177,273	1.56%	无
3	林振宇	1,019,451	0.50%	无
4	裘立新	815,560	0.40%	无
5	徐建军	679,634	0.33%	无
6	吕斌	679,634	0.33%	无
7	林国	152,917	0.07%	无

（四）最近一年发行人新增股东的持股情况

本招股说明书签署日前一年发行人新增股东及其截至本招股说明书签署日的持股情况如下表所示：

序号	股东名称/姓名	取得股份时间	取得方式	新增持股数（股）	总持股数（股）	持股比例	转让/增资价格
1	唯艾诺贰号	2019.12.25	增资	2,000,000	2,000,000	0.98%	3.75 元/股
2	唯艾诺叁号	2019.12.25	增资	1,993,271	1,993,271	0.98%	3.75 元/股
3	海林秉理	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	6,796,333	6,796,333	3.33%	7.3569 元/股
4	吴志伟	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	3,177,273	3,177,273	1.56%	7.3569 元/股
5	林振宇	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	1,019,451	1,019,451	0.50%	7.3569 元/股
6	裘立新	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	815,560	815,560	0.40%	7.3569 元/股
7	徐建军	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	679,634	679,634	0.33%	7.3569 元/股
8	吕斌	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	679,634	679,634	0.33%	7.3569 元/股
9	林国	2020.3.16	受让自 Gracious Star、Cherish Star	152,917	152,917	0.07%	7.3569 元/股

1、最近一年新增股东的基本情况

（1）唯艾诺贰号

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”之“3、唯艾诺贰号”。

（2）唯艾诺叁号

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制

人控制的其他企业的情况”之“4、唯艾诺叁号”。

（3）海林秉理

1）基本情况

企业名称：	北京海林秉理投资中心（有限合伙）
企业类型：	有限合伙企业
成立时间：	2015.9.30
注册资本：	5,101 万元
注册地：	北京市顺义区高丽营镇文化营村北（临空二路 1 号科技创新功能区）
执行事务合伙人：	北京海林致理投资管理有限公司
营业范围：	项目投资；投资咨询、投资管理。

海林秉理已根据《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的相关规定，于 2020 年 4 月 24 日取得《私募投资基金备案证明》（备案编码：SJR410），完成了私募基金备案。

2）股东情况

截至本招股说明书签署日，海林秉理的合伙人出资情况如下：

序号	合伙人	合伙人类型	持有份额（万元）	份额比例
1	北京海林致理投资管理有限公司	普通合伙人	1.00	0.02%
2	北京海林投资股份有限公司	有限合伙人	2,346.00	45.99%
3	宁波梅山保税港区渤睿投资有限公司	有限合伙人	1,020.00	20.00%
4	北京国电电科院节能技术有限公司	有限合伙人	102.00	2.00%
5	张世钻	有限合伙人	1,020.00	20.00%
6	胡蕊	有限合伙人	204.00	4.00%
7	刘嘉	有限合伙人	204.00	4.00%
8	李朝霞	有限合伙人	204.00	4.00%
合计			**5,101.00**	**100.00%**

3）基金管理人基本情况

企业名称：	北京海林致理投资管理有限公司
企业类型：	有限责任公司（法人独资）
成立时间：	2012.9.24
注册资本：	10,000 万元
注册地：	北京市顺义区高丽营镇文化营村北（临空二路 1 号）

法定代表人：	赵玫
营业范围：	资产管理、投资管理。
私募基金管理人登记编号：	P1019704
股东：	北京海林投资股份有限公司
实际控制人：	欧阳光

4）有限合伙人基本情况

①北京海林投资股份有限公司

企业名称：	北京海林投资股份有限公司
企业类型：	其他股份有限公司（非上市）
成立时间：	2005.08.30
注册资本：	7,400 万元
注册地：	北京市朝阳区建国门外大街 21 号 1 幢 2 层 202 室
法定代表人：	尹佳音
营业范围：	投资管理；投资咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务；承办展览展示。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东：	北京摩根诺里投资有限公司持股 47.49%，北京云天海林投资有限公司持股 34.87%，北京海林东方科贸有限公司持股 14.29%，王翔持股 2.55%，英飞尼迪（北京）创业投资管理有限公司持股 0.81%
实际控制人：	欧阳光

②宁波梅山保税港区渤睿投资有限公司

企业名称：	宁波梅山保税港区渤睿投资有限公司
企业类型：	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间：	2016.05.16
注册资本：	500 万元
注册地：	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 G1335
法定代表人：	陈怀年
营业范围：	实业投资，投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）
股东：	黄渤持股 80%，陈怀年持股 20%

③北京国电电科院节能技术有限公司

企业名称：	北京国电电科院节能技术有限公司
企业类型：	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间：	2009.08.24
注册资本：	1000 万元
注册地：	北京市海淀区青云里满庭芳园小区 9 号楼青云当代大厦二十层 2008 室
法定代表人：	刘宏庆
营业范围：	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训；工程技术研究与试验发展；销售计算机、软件及辅助设备、机械设备、电子产品、五金交电。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东：	刘宏庆持股 80%，胡春燕持股 11%，刘瑾持股 9%

④张世钻

张世钻，女，1976 年 1 月出生，身份证号 622725197601XXXXXX，中国国籍。2015 年 2 月至今，任深圳悦汇数据服务有限公司高级客户经理。

⑤胡蕊

胡蕊，女，出生于 1982 年 7 月出生，身份证号 511111198207XXXXXX，中国国籍。2005 年至 2017 年，任职于北京蓝色光标公关顾问有限公司；2017 年至今，任易博睿智（北京）咨询有限公司顾问。

⑥刘嘉

刘嘉，男，出生于 1982 年 3 月出生，身份证号 360103198203XXXXXX，中国国籍。2015 年至今，任上海快果广告传媒有限公司监事。

⑦李朝霞

李朝霞，女，1973 年 6 月出生，身份证号 130403197306XXXXXX，中国国籍。2013 年至今，任北京华兴凯投资管理有限公司董事长。

（4）吴志伟

吴志伟先生，1985 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，硕士学历。2012 年至 2018 年，任上海诺伟其创业投资有限公司董事总经理；2019 年至今，任上海凯珩投资管理有限公司总经理。

（5）裘立新

裘立新先生，1967 年出生，中国国籍，无永久境外居留权。2010 年至今，任湘江电力建设集团有限公司区域经理。

（6）徐建军

徐建军先生，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2015 年至今，任浙江汉力电缆有限公司董事长、浙江汉信光电股份有限公司董事长。

（7）林国

林国先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2015 年至今，任温州大地测绘有限公司副总经理。

（8）林振宇

林振宇女士，1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2014 年至今，任北京富隆特文化有限公司总经理。

（9）吕斌

吕斌先生，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2011 年至今，任青木数字技术股份有限公司董事长。

2、股权转让背景

（1）唯艾诺贰号、唯艾诺叁号增资

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”之“（三）报告期内的股本和股东变化情况”。

（2）海林秉理、吴志伟、林振宇、裘立新、徐建军、吕斌、林国、金利伟受让 Gracious Star、Cherish Star 持有的公司股份（其中金利伟为原股东，其余为新增股东）

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立及报告期内股本和股东变化情况、报告期内重大资产重组情况”之“（四）报告期后的股本及股东变化情况及公司最新的股本及股东情况”。

3、定价依据

唯艾诺贰号、唯艾诺叁号系公司员工持股平台，本次增资价格系公司综合考

虑每股公允价值、激励成本并与被激励对象协商后确定。

Gracious Star、Cherish Star 与海林秉理、吴志伟、林振宇、裘立新、徐建军、吕斌、林国、金利伟股份转让的定价依据为经 Gracious Star、Cherish Star 对可靠护理股权价值进行综合评估并与受让方协商后确定。

4、新股东与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员的亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排

截至本招股说明书签署日，新增股东唯艾诺贰号、唯艾诺叁号系公司实际控制人鲍佳控制的员工持股平台，与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。除唯艾诺贰号、唯艾诺叁号外，上述最近一年其他新增股东与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

5、资金来源

除海林秉理外，其他最近一年新增股东的资金来源均为自有资金。海林秉理系在基金业协会备案的私募基金产品，其资金来源为基金管理人自有资金出资及向各有限合伙人募集的资金，具体情况详见本节之“六、发行人的股本情况”之“（四）最近一年发行人新增股东的持股情况”之“1、最近一年新增股东的基本情况”之“（3）海林秉理”。

（五）公司国有股份与外资股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司股份中未含有国有股份。公司外资股东为 Cherish Star、Gracious Star 及 PACKWOOD，其基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）持有 5%以上股份的主要股东情况”和“（五）其他主要股东简介”。

（六）本次发行前各股东的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东之间关联关系如下：

股东金利伟系股东唯艾诺的执行事务合伙人，持有唯艾诺 40.83%的份额；鲍佳为唯艾诺的有限合伙人、唯艾诺贰号及唯艾诺叁号的执行事务合伙人，分别

持有唯艾诺 3.33%、唯艾诺贰号 50.20%、唯艾诺叁号 7.02 %的份额。金利伟和鲍佳为夫妻，金利伟、鲍佳合计控制公司 84.50%的表决权。

股东 Gracious Star 和股东 Cherish Star 同受中信证券控制，其中 Gracious Star 持有公司 3.17%股份、Cherish Star 持有公司 2.11%股份，合计持有公司 5.28%股份。

除上述关联关系外，公司股东间不存在其他关联关系。

（七）股东公开发售股份的情况

公司本次发行中不设公开发售股份方案。

（八）穿透计算股东人数情况

公司不存在穿透计算的股东人数超过 200 人的情形。

（九）已解除的股东特别权利条款对发行人可能存在的影响

报告期内，发行人股东间存在过的特别权利条款情况如下：

1、Cherish Star、Gracious Star 的特殊权利条款及其解除情况

2015 年 2 月 14 日，发行人、金利伟、侨治投资、唯艾诺与 Cherish Star、Gracious Star 签署《股份转让及认购协议》及相关补充协议，对上市承诺、股份回购及补偿条款作出约定。

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

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

特殊权利	具体约定或安排
董事委派权	9.1 保证人保证公司的董事会设置不超过六（6）个董事席位（包括独立董事）。投资人一有权提名一（1）名董事的人员，保证人承诺将促使该董事会候选人在适当举行的股东大会中当选为公司董事。另外，保证人保证将促使投资人一提名的董事人选当选为董事会下设审计委员会、战略委员会和薪酬与考核委员会的成员之一。投资人一有权自行或通过其提名的董事在其认为必要的情况下就公司的管理和运营提供建议和合理方案。投资人二有权任命一（1）名观察员列席公司股东大会和董事会。
出售权/要求金利伟、侨治投资回购权	9.2 投资人出售权 9.2.1 公司将尽最大合理努力在完成日起三十六（36）个月内在香港或中国的证券交易所实现其股票首次公开发行。如在完成日后三十六（36）个月内公司未能实现首次公开发行并已停止推进或放弃上市工作，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，投资人有权选

特殊权利	具体约定或安排
	择要求赔偿人按照投资人届时持有的股份相对应的投资人的投资成本，按照该等金额自支付之日直至投资人从赔偿人处收到该款项的期间，按照 10%的年回报率（单利方式计算），扣除该等股份对应的，投资人已从公司取得的实际分红后的金额，除以届时投资人持有的公司全部股份而计算出的公司股份每股对价（下称“每股出售价格”）回购投资人届时持有的全部或部分公司股份（下称“出售权”），但是，为避免歧义，如届时的中国法律规定需要评估的，则每股出售价格应以公司和赔偿人共同聘请的一家具有国际声誉且在中国合格注册的资产评估机构作出的评估价格为依据确定的公允价格； 9.2.2 如公司在完成日三十六（36）个月届满之日仍然在积极和有效地推动上市工作，投资人同意将前述约定的三十六（36）个月期限延长到五十四（54）个月。如在完成日后五十四（54）个月内公司仍然未能实现首次公开发行，投资人有权选择行使出售权。公司承诺尽最大努力配合或促使投资人实现出售权。 如果赔偿人未能在投资人向其发出书面赎回通知后九十（90）日内以每股出售价格的定价原则完成回购手续（包括但不限于获得审批机关的批准和在登记机关完成变更登记等），则投资人有权选择给予赔偿人另外九（9）个月的宽限期（从完成日起第五十八（58）个月开始计算），即赔偿人在该九（9）个月的期限内可以以法律允许的任何方式筹措资金回购投资人的股份，并完成该股份转让的审批和登记手续，公司承诺尽最大努力配合或促使投资人实现出售权。各方进一步确认，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，计算回购价格时，完成日 58 个月前的年投资回报率按照 10%（单利方式）确定，完成日起五十八（58）个月届满后起算的期间年投资回报率按照 15%（单利方式）确定（即先分段按日计算，再合计计算总价款），并扣除投资人已从公司取得实际分红的金额后，除以届时投资人持有的公司全部股份而计算出的公司股份每股对价（下称“宽限期每股出售价格”）计算回购价款，但是，为避免歧义，如届时的中国法律规定需要评估的，则每股出售价格应以公司和赔偿人共同聘请的一家具有国际声誉且在中国合格注册的资产评估机构作出的评估价格为依据确定的公允价格。 各方确认，如按照上述规则，将前述三十六（36）个月期限延长到五十四（54）个月的，则投资人在完成日起第四十八（48）个月享有公司是否处于“积极和有效地推动上市工作状态”的确认权。如公司未处于该状态的，投资人有权在完成日起第四十九（49）个月，向赔偿人发出书面赎回通知。 9.2.3 如赔偿人在前述第 9.2.2 条规定的九（9）个月宽限期内仍然无法完成回购的，则投资人有权自行寻找第三方购买其持有的公司股份，同时在此情况下，赔偿人承诺将其持有的公司部分股份转让给投资人指定的第三方，且赔偿人转让的股份数加上投资人当时持有的股份数的总和必须达到或超过公司全部持股比例的 51%，该转让的价格以投资人愿意接受的购买股份的任何第三方买家的出价为准，且转让所得由各投资人、金利伟和侨治投资按照各自持股比例分别获得。公司应尽最大努力配合或促使完成上述转让（包括但不限于获得审批机关的批准和在登记机关完成变更登记等）。为避免歧义，就投资人分别支出的与完成出售其持有的公司股份的所有实施费用（包括但不限于：法律、会计、财务、咨询、顾问和其他相关费用），赔偿人同意第三方有权在其支付给赔偿人的股权转让款中予以扣除。如第三方购买投资人持有股份的每股价格低于投资人应取得的宽限期每股出售价格时，则赔偿人承诺承担连带责任按如下公式计算出的金额以现金方式补偿投资人： 现金补偿=（宽限期每股出售价格 – 第三方购买的每股价格）×投资人行使出售权而出售的公司股份数 2015 年 2 月 14 日签署的《协议》1.2 就《股份转让及认购协议》第 9.2.3 条

特殊权利	具体约定或安排
	“实施费用”的扣除处理如何安排问题：各方同意并确认，“为避免歧义，就投资人分别支出的与完成出售其持有的公司股份的所有实施费用（包括但不限于：法律、会计、财务、咨询、顾问和其他相关费用），由投资人分别直接从第三方支付给赔偿人的股份转让款中扣除”。
一票否决权	9.3 保证人同意并承诺促使，各可靠集团公司进行如下事项之前，须征得投资人的事先书面同意（保证人亦应促使其任命在各可靠集团公司（不包括公司）的董事遵守本条之原则；保证人进一步承诺，就可艾公司而言，保证人应促使公司任命的可艾公司董事在可艾公司董事会对如下事项进行决议之前，征得投资人的书面同意后方可在可艾公司董事会上投赞同票；保证人进一步承诺，如需要，将促使各可靠集团（除公司及可艾公司以外）修改其各自的章程确保其进行如下事项之前须征得投资人同意）： (1) 各可靠集团公司章程的修改； (2) 公司注册资本的任何变化、其他各可靠集团公司的任何减资或其他各可靠集团公司的注册资本增加至超过人民币 10,000,000 元； (3) 各可靠集团公司的合并、分立或改制； (4) 决定公司首次公开发行； (5) 各可靠集团公司的终止和解散和决定清算优先权； (6) 除各可靠集团公司之间所作的集团内担保外，各可靠集团公司对外作出的重大担保（第 9.3 条和第 9.4 条中所指的“重大担保”，包括以下任一情形：(a)单笔担保额超过各可靠集团公司最近一期经审计净资产 10%的担保；(b)可靠集团的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；(c)为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；(d)连续十二（12）个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%或绝对金额超过人民币 2,000 万元；或者(e)对股东、实际控制人及其关联方提供的担保）； (7) 除各可靠集团公司之间所发生的款项往来外，各可靠集团公司向关联方提供借款（包括为其偿还款项）； (8) 各可靠集团公司的主营业务性质发生变更或在年度预算或董事会授权额度之外对任何非主营业务的投资或非经常性开支或现金交易。 为避免影响各可靠集团公司经营决策，如公司章程中对决议时限未作要求的，则投资人应在收到各可靠集团公司关于上述事项的书面通知之日起七（7）日内，分别以邮件、传真或邮寄的方式发出书面回复，未按时回复的，视作默认同意。如法律法规或公司章程中予以规定的，则从法律法规或公司章程的规定。 9.4 保证人同意并承诺促使，各可靠集团公司进行如下事项之前，须征得投资人一委派董事的事先书面同意（保证人亦应促使其任命在各可靠集团公司（不包括公司）的董事遵守本条之原则；保证人进一步承诺，就可艾公司而言，保证人应促使公司任命的可艾公司董事在可艾公司董事会对如下事项进行决议之前，征得投资人一所委派的公司董事在公司董事会层面上同意后方可在可艾公司董事会上投赞同票；保证人进一步承诺，如需要，将促使各可靠集团（除公司及可艾公司以外）修改其各自的章程确保其进行如下事项之前须征得投资人一委派董事的同意）： (1) 各可靠集团公司的利润分配（分红）方案和弥补亏损方案； (2) 在上一财政年度结束之前决定下一年度投资计划和预算方案； (3) 除各可靠集团公司之间所作的集团内担保外以及除重大担保以外，各可靠集团公司所作出的其他任何对外担保； (4) 出售各可靠集团公司资产值超过人民币 10,000,000 元的固定资产； (5) 除可艾公司与合生元的委托代工交易以及根据第 9.3 条应取得投资人同意的关联交易外，各可靠集团公司与其关联方签订任何协议、形成任何业务关系或交易；

特殊权利	具体约定或安排
	(6) 各可靠集团公司制定、实施股权激励计划、员工期权计划等； (7) 各可靠集团公司对任何金额超过人民币 10,000,000 元，或金额虽未达到但会对其业务经营或财务状况产生重大不利影响的争议和诉讼的启动及和解； (8) 各可靠集团公司聘用、解聘会计师事务所； (9) 设立新的子公司（包括控股或参股）； (10)就可靠集团而言，进行任何金额在人民币 3,500 万元（含）以上的贷款，或进行或承担任何与可靠集团正常业务无关的债务或资本性支出、或放弃任何金额相当于可靠集团在基准日应收账款 5%以上的债权； (11)给予可靠集团任何一名董事、专业顾问、核心雇员金额或价值超出人民币 50,000 元的奖励； (12)修改核心雇员的现有劳动合同条款或与新的核心雇员订立任何新的劳动合同； (13)除核心雇员的劳动合同以外，订立任何其他员工薪酬（包括工资、奖金、除法定社保和住房公积金以外的额外福利如住房补贴及差旅津贴）单人超过人民币 200,000 元/年的可靠集团的新劳动合同或决定向可靠集团的员工实施除法律规定的社保和住房公积金以外的福利制度。 为避免影响各可靠集团公司经营决策，如公司章程中对决议时限未作要求的，则投资人一委派董事应在收到各可靠集团公司关于上述事项的书面通知之日起七（7）日内，分别以邮件、传真或邮寄的方式发出书面回复，未按时回复的，视作默认同意。如法律法规或公司章程中予以规定的，则从法律法规或公司章程的规定。
限售权	9.5 金利伟在此承诺，自完成日起至公司首次公开发行，除金利伟可以再向第三方转让其于完成日持有的 2%公司股份以外，未经投资人全部书面同意，不得转让其持有的其他公司股份。
优先认购权	9.6 保证人承诺，自完成日起至公司首次公开发行前，当公司拟发行新股份时（包括向投资人和现有股东以及向公司股东以外的第三方发行新股份，但不包括因实施股权激励计划与员工期权计划而由公司发行不超过总股本 2%的新股），在同等条件下，投资人和公司的其他股东有权按其各自的持股比例分别优先认购公司的新增股份。
优先购股权	9.7 赔偿人承诺，自完成日起，如在已取得投资人同意的前提下，金利伟转让其持有的公司股份，则在同等的条件下，每一投资人均有优先权购买金利伟出售的公司股份。
跟随权	9.8 金利伟及侨治投资在此同意，每一投资人应有权（但无义务）在金利伟和/或侨治投资（为本第 9.8 条之目的，下称“出售股东”）以任何方式出售其持有的公司股份时（为避免歧义，如金利伟根据第 9.5 条的规定转让股份的，投资人不享有跟随权）以相同的条款和条件跟随转让公司的股份（下称“跟随权”），但该等交易同时应符合下列规定： (1) 投资人收到转让通知后，有跟随权（但无义务）要求购买方按照与拟支付给出售股东的相同的对价以及拟提供给出售股东的相同的条款和条件从其手中购买股份；在此种情况下，每一投资人和出售股东可以出售的股份数最多等同于购买方计划购买的股份；其各自可以出售的股份数以行使跟随权的投资人和出售股东在公司届时的持股比例来分配； (2) 在转让通知发出后的三十（30）日内，如果投资人选择行使跟随权，则其须向出售股东发出书面通知，载明其行使跟随权所转让的股份数。该等通知不可撤销且按照书面通知中规定的条款和条件对选择行使跟随权的投资人和出售股东具有约束力。如在转让通知发出后的三十（30）日内，有任一投资人未向出售股东发出行使跟随权的书面通知，视为该投资人已经不可撤销地放弃行使该次转让的跟随权，出售股东可自主转让相关股份；

特殊权利	具体约定或安排
	(3) 如果投资人选择行使跟随权但购买方未购买该股份或虽同意购买但未在约定期限内向投资人支付转让价款，则出售股东亦不得转让其股份；若执意转让，则出售股东必须在转让前，按照其向购买方转让股份的价格，收购该投资人因行使跟随权所指定卖出的股份；否则，该主张行使跟随权的投资人有权依据本协议的规定要求出售股东做出足额赔偿。
反稀释权及最优惠待遇	9.9 保证人承诺，自完成日起至公司首次公开发行前，如公司发行新股，公司新股发行的每股价格应不低于投资人根据本协议受让转让股份和认购股份而取得公司 13.5554%股份的每股对价（本条规定不适用因实施股权激励计划与员工期权计划而由公司发行不超过总股本 2%的新股）。如果公司发行新股的任何条件优于本协议项下投资人享有的条件，如果是与价格有关的优惠条件，则按本条规定的方式处理；如果是其他任何性质的权利，则保证人承诺向投资人授予该类权利，如同投资人一直就是该权利规定的签约一方。如新股发行价格的每股价格低于投资人根据本协议而取得公司 13.5554%股份的每股价格，投资人可按照如下列举的任一方式（现金补偿或股份补偿）选择要求赔偿人于新股发行通知之日起九十（90）日内承担连带责任向其进行补偿： 9.9.1 在完成日起二（2）年内行使的，则用如下公式计算： 由赔偿人承担连带责任向投资人支付现金补偿，补偿金额*=[（投资人根据本协议认购公司每股股份的对价）—（第三方认购公司每股股份的对价）]×（投资人届时持有的公司股份数）或由赔偿人承担连带责任向投资人转让股份（投资人可要求赔偿人中的任何一方或多方向其转让股份），转让的股份数=[（投资人根据本协议受让转让股份和认购股份而购买公司股份的总对价）÷（第三方认购公司每股股份的对价）—投资人根据本协议受让转让股份和认购的总股份数]×[（投资人届时持有的公司股份数）÷（投资人根据本协议受让转让股份和认购的总股份数）]，股份转让价格为零对价或按照中国法律届时允许的最低价格执行，但形式上投资人应支付给赔偿人的股份转让款，由赔偿人实际承担。 投资人之间对于转让股份的分配比例根据其各自持股比例来确定。 （*上述公式计价单位均为人民币元） 9.9.2 在完成日起二（2）年后，则用如下公式计算应补偿的金额或股份： $NCP = CP * \frac{OS + SNS}{OS + NS} = \frac{(CP * OS) + IC}{OS + NS}$ •NCP =调整后的每股价格 •CP =本次每股价格 •OS =本次交易后公司股本总额 •NS =后续融资实际发行的股份数 •SNS =后续融资额应该能购买的股份（假定按本次每股价格发行） •IC = 后续融资现金额 投资人之间对于补偿金额的分配比例根据其各自持股比例来确定。 （*上述公式计价单位均为人民币元，以 NCP 替换前述第 9.9.1 条所列公式中的“第三方认购公司每股股份的对价”）
分红比例	9.10 公司同意在完成日起每年会计年度结束后六（6）个月内，按公司章程的规定将不少于上年审计后可分配利润的 10%向所有股东按其在公司的持股比例分红。

特殊权利	具体约定或安排
财产知情权	9.12 在任一投资人合理要求的时间，保证人同意并承诺促使可靠集团允许该投资人指定的授权代表接触并检查各可靠集团的财产，包括其会计账簿，并与其人员就相关事务、财务和账目进行讨论。最后，在给予合理通知并在合理的时间的前提下，投资人有权不时就与各可靠集团经营相关的问题咨询相关可靠集团的管理层并提出建议。保证人在此确认不知晓存在任何对投资人行使上述权利的任何限制的情况。
限制与禁止名单交易	9.15 为履行可靠集团业务目的，在投资人为公司股东的期间内，保证人在此不可撤销地承诺以下事项： 9.15.1 任何一方及其关联方及其各自的董事或高级管理人员均没有跟禁止名单中的实体或受限国家进行直接交易。为本条之目的，“禁止名单”是指由美国财政部外国资产管制办公室、美国商务部工业与安全局、美国国务院国际安全和防扩散局和美国国务院国防贸易控制局（“美国有关部门”）保有的综合禁止名单，及其它任何可公开获得的恐怖分子、恐怖组织、毒品走私贩或其它类似被禁止方名单；“受限国家”包括伊朗、古巴、苏丹或根据美国有关部门实施的制裁或禁运计划，投资人或在美国司法辖区内的任何其他个人或实体被禁止与其政府或国民进行交易的任何其他国家。 9.15.2 各可靠集团、关联方及其各自的董事或高级管理人员均不得被列入禁止名单，且各可靠集团、关联方及其各自的董事或高级管理人员（投资人及其关联方除外）均不会跟禁止名单中的实体或受限国家进行交易。如被列入禁止名单或发生前述之交易，投资人将立即采取任何其合理认为必要的措施（保证人将真诚地尽力配合），以纠正该违反行为。如无法纠正该违反行为，以致在投资人或其顾问从合理角度看来，将使投资人违反美国法律，则投资人应有权根据本协议第 10.4 条规定行使退出权的权利，且保证人应履行回购权利。 9.15.3 保证方应当就任何与本条规定有关的索赔、声明的违约、花费、损害赔偿金、处罚、罚金或由其产生的债务（包括合理律师费）或与任何美国出口管制法律或境外法域的进口或出口法律所认定违法的行为，使投资人、其工作人员、董事、股东、代理人及员工免受损害，为其辩护并予以赔偿；但投资人、其工作人员、董事、股东、代理人及员工自身存在过错的，保证人应相应免责。
因重大违约退出	10.4 投资人因重大违约退出 10.4.1 如果任何一方投资人在完成日后发现保证人向投资人提供资料和信息存在虚假或错误，或保证人在本协议中所作的任何陈述或保证是虚假的或错误的，严重影响该方投资人在公司中的投资权益，或保证人不履行如下事项或发生如下情形的，则视为保证人的重大违约： （1）任何可靠集团在未经投资人和/或投资人一事先书面同意的前提下进行第 9.3 条（1）、（3）、（4）、（5）、（6）、（7）、（8）；和/或第 9.4 条（3）、（4）、（5）项载明的事项；和/或 （2）违反公司章程中关于股东大会特别决议通过事项和/或董事会特别决议通过事项和/或增资的程序和/或公司利润分配要求的具体规定；和/或 （3）未经投资人事先书面同意的前提下，在本协议签署之日公司与菲律宾主要客户签署的现行有效的合同到期后的九十（90）天内：（i）无法续约的；或（ii）虽已续约的，但 2015 年至 2017 年的任一年度订单金额低于 2014 年年度订单的 75%。 10.4.2 在保证人重大违约的情况下，投资人有权行使退出权，要求赔偿人中的任何一方或多方（下称“回购方”）回购投资人届时直接或间接持有的全部或部分公司股份（下称“回购股份”）。投资人有权向回购方和公司发出书面回购通知，回购方和公司在接到投资人书面通知后六十（60）日内，应立即与投资人签署《股份转让协议》，收购投资人届时持有的公司股份（回

特殊权利	具体约定或安排
	购方之间各自收购回购股份的比例为其持有的公司股份比例占回购方合计持有的公司股份比例的百分比），并在审批机关完成审批且在登记机关办理完毕变更登记手续。在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，赎回价格为投资人以受让方式及认购新增股本方式获得回购股份所支付的全部对价加上该等对价自支付日至回购股份转出日按年利率 12%计算（单利方式计算）的金额之和扣除投资人在退出前已从公司取得的历年分红累计金额，但是，为避免歧义，如届时的中国法律规定需要评估的，则每股出售价格应以公司和赔偿人共同聘请的一家具有国际声誉且在中国合格注册的资产评估机构作出的评估价格为依据确定的公允价格。如投资人均要求赔偿人回购其持有的公司股份，则对价应根据投资人各自的持股比例分别支付给每一个投资人。

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

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

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

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

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

③终止《股份转让及认购协议》下的投资人出售权、保护性条款及反稀释等特殊投资权利条款，但约定了恢复机制：“《股份转让及认购协议》第 9.2 条款、

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

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

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

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

②终止《股份转让及认购协议》下的投资人出售权、保护性条款及反稀释等特殊投资权利条款，且终止恢复机制：“《股份转让及认购协议》第 9.2 条款、第 9.3 条款、第 9.4 条款、第 9.5 条款、第 9.6 条款、第 9.7 条款、第 9.8 条款、第 9.9 条款、第 9.12 条款、第 9.15 条款、及第 10.4 条款与股份回购、现金补偿、关于公司治理一票否决权等特殊投资权利条款等不符合届时有效的上市地有关法律法规或审核政策/审核要求可能会对公司首次公开发行造成不利影响的约定自本协议生效起自动终止，各方就该等条款范围内的权利义务一并解除；《补充协议一》中约定的恢复机制终止，各方就恢复机制的权利与义务一并终止；各方对此无任何异议，并承诺放弃任何追诉权利，各方之间对此无纠纷或潜在纠纷。”

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

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

（4）是否存在业绩承诺条款及业绩重大差异

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

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

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

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

Cherish Star、Gracious Star 自入股以来，先后提名了林纹正（2016 年 9 月

12 日辞任董事）、袁源为公司的董事，其中袁源已于 2020 年 6 月从里昂投资咨询服务（上海）有限公司北京分公司离职，但仍担任发行人董事。

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

2015 年 2 月，发行人、金利伟、侨治投资、唯艾诺与 Cherish Star、Gracious Star 签署《股份转让及认购协议》及相关补充协议，约定 Cherish Star、Gracious Star 拥有公司治理一票否决权。协议签署至今，Cherish Star、Gracious Star、Cherish Star 提名的董事从未使用公司治理一票否决权，相关股东大会、董事会议案均不存在因此未通过审议的情形。

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

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

2、金利伟与海林秉理、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌间的回购协议及其解除情况

鉴于海林秉理与 Cherish Star、Gracious Star 于 2020 年 2 月 5 日签署了《股份转让协议》，吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌与 Cherish Star、Gracious Star 于 2020 年 3 月签署了《股份转让协议》，海林秉理及吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌成为可靠护理股东。

签署上述《股份转让协议》的同时，金利伟分别与海林秉理、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌签署《股份回购协议》。

金利伟与海林秉理签署的回购协议约定：公司将不晚于 2021 年 12 月 31 日向有关部门报送首次公开发行股票并上市申请；若申请被有权机构/部门否决或不予注册，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序

的前提下，海林秉理有权要求金利伟回购其持有的公司股份。

金利伟与吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌签署的回购协议约定：自申请被有权机构/部门否决或不予注册起，在遵守届时适用的中国法律法规及依法必须履行的主管部门审批程序的前提下，吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌等人有权要求金利伟回购其持有的公司股份。

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

3、保荐机构及发行人律师的核查结论

经保荐机构及发行人律师核查认为：

（1）发行人与 Cherish Star、Gracious Star 在《股份转让及认购协议》约定的特殊权利条款已经相关补充协议解除，不构成发行人本次首次公开发行并在创业板上市的法律障碍。

（2）金利伟与海林秉理、吴志伟、徐建军、裘立新、林国、林振宇、吕斌间签署的附条件股份回购协议已经相关补充协议解除，不构成发行人本次首次公开发行并在创业板上市的法律障碍。

（3）除上述情形外，发行人及其控股股东、实际控制人与其他股东不存在其它对赌协议或回购协议。

七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

1、董事会成员

公司本届董事会由 7 人组成，其中 3 人为独立董事，各成员全部由公司 2018 年 1 月 21 日召开的 2018 年第二次临时股东大会选举产生。现任董事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职起止日期
1	金利伟	董事长	金利伟	2018.1.21~2021.1.20

序号	姓名	职务	提名人	任职起止日期
2	程岩传	董事	金利伟	2018.1.21~2021.1.20
3	周忠英	董事	金利伟	2018.1.21~2021.1.20
4	袁源	董事	Cherish Star	2018.1.21~2021.1.20
5	张永亮	独立董事	董事会	2018.1.21~2021.1.20
6	杜健	独立董事	董事会	2018.1.21~2021.1.20
7	朱茶芬	独立董事	董事会	2018.1.21~2021.1.20

董事会成员简历如下：

金利伟：男，1970 年 11 月出生，中国国籍，长江商学院 EMBA 在读，无境外居留权。1999 年至 2006 年担任临安侨资汽车维修有限公司总经理；2001 年创建杭州侨资纸业有限公司，后更名为杭州可靠护理用品股份有限公司，任公司董事长兼总经理。

程岩传：男，1961 年 3 月出生，中国国籍，大专学历，工商企业管理专业，中级会计师，无境外居留权。1979 年至 1987 年，任职于临安家用电器厂，担任财务科长；1987 年至 1993 年，任职于临安市手表壳厂，担任财务主管；1993 年至 2003 年，任职于临安市宏兴表业有限公司，担任财务经理。2003 年至今，任职于可靠护理，先后担任财务经理、财务总监、副总经理、董事会秘书，现任公司董事。

周忠英：女，1968 年 5 月出生，中国国籍，毕业于华中科技大学，大专学历，行政管理专业，高级技师，无境外居留权。1985 年至 1992 年，任职于锦江集团，担任生产班长。2001 年至今，任职于可靠护理，先后担任储运部经理、采购部经理、供应链总监，现任公司董事、副总经理。

袁源：女，1977 年 11 月出生，中国国籍，毕业于上海社会科学院，金融学专业硕士学历，法国里昂证券投资高级副总裁，无境外居留权。2007 年至 2020 年 6 月任职于里昂投资咨询服务（上海）有限公司北京分公司，并在浙江雅迪纤维有限公司兼任监事，现担任公司董事；2020 年 7 月至今，任职于惠华基金管理有限公司。

张永亮：男，1975 年 10 月出生，中国国籍，毕业于辽宁大学，经济法博士研究生学历，无境外居留权。1998 年至今任职于浙江农林大学政法学院，现担任教授；中国国际经济法学研究会理事、中国银行法学研究会理事、中国银行法

学研究会金融安全与金融法专业委员会委员、辽宁大学金融法研究中心研究员；入选 2016 年教育部、中央政法委高等学校与法律实务部门人员互聘“双千计划”。现任公司独立董事。

杜健：女，1978 年 1 月出生，中国国籍，毕业于浙江大学，管理科学与工程博士研究生学历，无境外居留权。2006 年至今任职于浙江大学管理学院，先后担任浙江大学管理科学与工程系博士后、讲师以及副教授，现任浙江大学创新创业与战略学系副教授。现任公司独立董事。

朱茶芬：女，1980 年 4 月出生，中国国籍，中国注册会计师，上海财经大学会计学博士学历，浙江大学工商管理博士后，无境外居留权。2009 年至今，任职于浙江大学管理学院，先后担任助理研究员和副教授。现任公司独立董事。

2、监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中王丽、张雅冬两名监事由公司 2018 年 1 月 21 日召开的 2018 年第二次临时股东大会选举产生，吴红由公司职工代表大会选举产生，不存在由关联人直接或间接委派的情况。现任监事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职起止日期
1	吴红	监事会主席/职工代表监事	职工代表大会	2018.1.21~2021.1.20
2	王丽	监事	金利伟	2018.1.21~2021.1.20
3	张雅冬	监事	金利伟	2018.1.21~2021.1.20

监事会成员简历如下：

吴红：女，1982 年 11 月出生，中国国籍，温州大学毕业，本科学历，助理物流师，无境外居留权。2006 年至 2007 年，任职于杭州临安树信工贸有限公司国际贸易部；2007 年至 2009 年，任职于苏州大唐国际货运代理有限公司；2009 年至 2012 年，任职于杭州侨资纸业有限公司。2012 年至今，任职于可靠护理，现任采购部经理，监事会主席、职工代表监事。

王丽：女，1982 年 7 月出生，中国国籍，大专学历，无境外居留权。2008 年至 2012 年，任职于杭州侨资纸业有限公司，担任采购部助理，主要担任原材料计划、协助经理完成部门其他相关工作。2012 年至今，任职于可靠护理，现任计划部经理、监事。

张雅冬：女，1984 年 12 月出生，中国国籍，大专学历，无境外居留权。2006

年至今，任职于可靠护理，先后担任外贸部单证员、主管和副经理，现任国际贸易部经理、监事。

3、高级管理人员

根据公司《公司章程》规定，公司高级管理人员包括本公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书。现任高级管理人员的基本情况如下：

序号	姓名	职务	任职起止日期
1	金利伟	总经理	2018.1.21~2021.1.20
2	鲍佳	副总经理	2018.1.21~2021.1.20
3	王仲其	副总经理	2018.1.21~2021.1.20
4	周忠英	副总经理	2018.1.21~2021.1.20
5	耿振强	副总经理、财务总监	2019.2.22~2021.1.20
6	李海峰	副总经理、董事会秘书	2018.1.21~2021.1.20

高级管理人员简历如下：

金利伟：总经理，个人简历详见本节“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“1、董事会成员”部分介绍。

鲍佳：女，1981 年 11 月出生，中国国籍，浙江大学本科学历，经贸英语专业，无境外居留权。2004 年至今，先后任职可靠护理外贸部经理、国际销售总监、人资行政总监、董事长特别助理、副总经理，现任公司副总经理。

王仲其：男，1979 年 10 月出生，中国国籍，大专学历，无境外居留权。1998 年至 2001 年，任职于杭州余宏精工机械有限公司；2001 年至 2009 年，任职于杭州珂瑞特机械制造有限公司，担任调试部经理；2009 年至今，任职于可靠护理，先后担任部门经理、副总经理，现任公司副总经理兼研究院副院长。

周忠英：副总经理，个人简历详见本节“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“1、董事会成员”部分介绍。

耿振强：男，1977 年 6 月出生，中国国籍，浙江工商大学本科学历，企业财务管理专业，高级会计师、注册会计师，无境外居留权。2000 年至 2002 年，任职于大同市华林有限责任公司财务核算中心；2002 年至 2004 年，山西同业房地产咨询估价有限责任公司评估部；2004 年至 2005 年，任职于山西宏伟镁业有

限责任公司财务部；2005 年至 2007 年，任职于天职国际会计师事务所审计二部；2007 年至 2018 年，任职于浙江奥康鞋业股份有限公司财务管理中心，担任财务机构负责人； 2019 年 2 月起担任可靠护理财务总监，2019 年 8 月起至今任副总经理兼财务总监。

李海峰：男，1987 年 5 月出生，中国国籍，浙江大学民商法硕士学历，无境外居留权。2012 年至 2017 年，任职于金杜律师事务所公司证券部，担任律师。2017 年起任职于可靠护理证券法务部，2018 年起担任可靠护理董事会秘书，2019 年起至今任副总经理兼董事会秘书。

4、核心技术人员

本公司的核心技术人员为金利伟、蒋继红、王仲其，其基本情况如下：

金利伟：个人简历详见本节“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“1、董事会成员”部分介绍。

王仲其：个人简历详见本节“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“3、高级管理人员”部分介绍。

蒋继红：女，1977 年 10 月出生，中国国籍，华东理工大学本科学历，无境外居留权。1998 年至 2004 年，任职于浙江省杭州临安锦都纺织有限公司，担任检验部经理；2004 年至 2011 年，任职于杭州侨资纸业有限公司，担任质量部经理；2011 年至 2015 年，任职于可靠护理，担任技术中心主任；2015 年至 2016 年，任职于可艾公司，担任研发负责人；2017 年至 2018 年，任职于福祉公司，担任品牌市场部经理；2019 年至今，任职于可靠护理，现任研究院产品研发组总监。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在本公司及其子公司以外的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	任职/兼职单位	任职/兼职单位职务	任职/兼职单位与本公司关系
金利伟	董事长兼总经理	浙江侨治投资有限公司	董事长	同受金利伟控制
		杭州唯艾诺投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	同受金利伟控制、唯艾诺为公司股东

姓名	本公司职务	任职/兼职单位	任职/兼职单位职务	任职/兼职单位与本公司关系
张永亮	独立董事	浙江农林大学	教授	无直接关系
杜健	独立董事	浙江大学	副教授	无直接关系
朱茶芬	独立董事	浙江大学	副教授	无直接关系
		北京数码视讯科技股份有限公司	独立董事	无直接关系
鲍佳	副总经理	浙江侨治投资有限公司	董事	本公司实际控制人金利伟全资子公司
		杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	同受鲍佳控制、唯艾诺贰号为公司股东
		杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	同受鲍佳控制、唯艾诺叁号为公司股东
袁源	董事	惠华基金管理有限公司	业务董事	无直接关系

除上述任职/兼职情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未在本公司及子公司以外的其他单位任职。

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系情况

公司董事长、总经理金利伟与公司副总经理、国际贸易部总监鲍佳女士为夫妻关系。公司董事、副总经理、采购部总监周忠英女士为公司董事长、总经理金利伟之姨妈。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在近亲属关系。

（四）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订的协议情况

除三名独立董事外，公司与其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员按照《劳动合同法》分别签订了《劳动合同》、《保密协议》及《竞业限制及知识产权协议》，对上述人员的诚信义务，特别是商业秘密、知识产权等方面的保密义务作了严格的规定。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均依照协议履行其相应职责，上述合同及协议履行正常，不存在违约情形。

（五）股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有本公司的股份不存在任何

质押或冻结情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况

1、董事变动情况

2018 年 1 月 1 日，公司董事会成员为金利伟、周忠英、程岩传、袁源、王宝庆、寿泓 6 人，其中王宝庆、寿泓为独立董事，金利伟为董事长。

2018 年 1 月 21 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会选举金利伟、袁源、周忠英、程岩传、张永亮、杜健、朱茶芬为公司董事，其中张永亮、杜健、朱茶芬为公司独立董事。同日，公司召开第三届董事会第一次会议，选举金利伟为公司董事长。

2、监事变动情况

2018 年 1 月 1 日，公司监事会成员为王丽、邵娅琦、吴红 3 人，其中吴红为监事会主席、职工代表监事。

2018 年 1 月 19 日，公司召开职工代表大会，选举吴红为职工代表；2018 年 1 月 21 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会选举王丽、张雅冬为公司监事。2018 年 1 月 21 日，公司召开第三届监事会第一次会议，选举吴红为监事会主席。

3、高级管理人员变动情况

2018 年 1 月 1 日，公司总经理为金利伟，副总经理为程岩传、周忠英、王仲其，财务总监为张辉，董事会秘书为程岩传。

2018 年 1 月 21 日，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任金利伟为公司总经理，聘任程岩传、周忠英、王仲其、鲍佳、傅昌明为副总经理，聘任张辉为财务总监，聘任李海峰为董事会秘书。

2018 年 7 月 6 日，傅昌明因个人原因辞去副总经理职务。

2019 年 1 月 31 日，张辉因个人原因辞去财务总监职务；2019 年 2 月 22 日，公司召开第三届董事会第六次会议，聘任耿振强为公司财务总监。

2019 年 2 月 26 日，董事兼副总经理程岩传向公司董事会递交辞职报告，继续担任董事，不再兼任副总经理。

2019 年 8 月 20 日，公司召开第三届董事会第八次会议，聘请李海峰为副总经理并兼任董事会秘书、聘请耿振强为副总经理并兼任财务总监。

4、核心技术人员变动情况

最近两年，公司核心技术人员为金利伟、王仲其及蒋继红，未发生变动。

5、最近两年内，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大不利变化

公司上述人员变动，系因公司经营管理的需要而进行的正常变动，履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。报告期内，公司实际控制人未发生变化，管理层成员稳定，上述变动未对公司经营战略、经营模式产生重大影响。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大不利变化。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人最近 2 年内董事、高级管理人员没有发生重大不利变化。

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

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

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

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

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

傅昌明、张辉与发行人不存在纠纷或潜在纠纷，亦不存在应披露未披露事项。

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

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

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

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

（七）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除通过持股平台（唯艾诺、唯艾诺贰号以及唯艾诺叁号）对发行人的投资以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他主要对外投资情况如下表所示：

姓名	本公司职位	投资企业名称	主营业务	出资额（万元）	持股比例
金利伟	董事长、总经理	浙江侨治投资有限公司	实业投资；销售：建筑材料（除砂石）、五金机电、电子产品	500	100.00%

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资企业与公司不存在利益冲突。

（八）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

报告期内公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有本公司股份情况如下：

1、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员直接持有公司股份情况如下：

姓名	职务	持股数量（股）	持股比例
金利伟	董事长、总经理	161,099,964	79.01%

2、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员间接持有公司股份情况如下：

姓名	职务	持股方式	间接持股数量（股）	间接持股比例
金利伟	董事长、总经理	通过唯艾诺间接持股	2,940,000	1.44%
鲍佳	副总经理	通过唯艾诺、唯艾诺贰号、唯艾诺叁号间接持股	1,344,000	0.66%
周忠英	董事兼副总经理	通过唯艾诺、唯艾诺叁号间接持股	950,000	0.47%
程岩传	董事	通过唯艾诺间接持股	750,000	0.37%
王仲其	副总经理	通过唯艾诺、唯艾诺叁号间接持股	475,000	0.23%
李海峰	副总经理兼董事会秘书	通过唯艾诺贰号、唯艾诺叁号间接持股	445,271	0.22%
耿振强	副总经理兼财务总监	通过唯艾诺叁号间接持股	250,000	0.12%
蒋继红	研究院产品研发组总监	通过唯艾诺、唯艾诺叁号间接持股	170,000	0.08%
张雅冬	监事	通过唯艾诺、唯艾诺贰号间接持股	110,000	0.05%
王丽	监事	通过唯艾诺贰号间接持股	40,000	0.02%
吴红	监事会主席/职工代表监事	通过唯艾诺叁号间接持股	30,000	0.01%
张辉	原财务总监	通过唯艾诺间接持股	450,000	0.22%

除上述直接持股和间接持股情形外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在其他持有公司股份的情形。

3、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之配偶、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情况如下：

姓名	亲属关系	持股方式	间接持股数量（股）	间接持股比例
鲍益平	实际控制人鲍佳父亲	通过唯艾诺叁号间接持股	100,000	0.05%

注：鲍益平任职于可靠护理研究院。

（九）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司董事、监事的薪酬由公司股东大会审议确定，公司目前向独立董事支付津贴，除独立董事及程岩传外，公司不向董事、监事支付董事、监事职位薪酬。公司高级管理人员的薪酬由公司董事会审议确定，在年薪制的基础上根据年度绩效完成情况予以调整。公司核心技术人员及在公司工作的监事的薪酬由其与公司签订的《劳动合同》及公司相关薪酬制度确定，由基本工资及年终奖组成。

公司分别于 2018 年 1 月 6 日、2018 年 1 月 21 日召开第二届第二十一次董事会决议、2018 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于第三届独立董事津贴的议案》；公司分别于 2018 年 1 月 21 日、2019 年 2 月 22 日审议通过了公司高级管理人员的薪酬。

2、报告期内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬总额占各期公司利润总额的比重如下：

期间	薪酬总额（万元）	利润总额（万元）	占比
2017 年度	467.54	5,308.14	8.81%
2018 年度	555.58	6,988.91	7.95%
2019 年度	574.58	10,842.60	5.30%
2020 年 1-6 月	250.09	15,456.38	1.62%
合计	1,847.79	38,596.03	4.79%

3、最近一年从发行人及其关联企业领取薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2019 年度在发行人及其子公司领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	现任职务	2019 年度税前收入（万元）	是否在发行人专职领薪
1	金利伟	董事长、总经理	94.73	是

序号	姓名	现任职务	2019 年度税前收入（万元）	是否在发行人专职领薪
2	周忠英	董事、副总经理	62.11	是
3	袁源	董事	-	否
4	程岩传	董事	8.20	是
5	张永亮	独立董事	5.00	否
6	杜健	独立董事	5.00	否
7	朱茶芬	独立董事	5.00	否
8	吴红	监事会主席/职工代表监事	13.53	是
9	王丽	监事	15.77	是
10	张雅冬	监事	32.62	是
11	鲍佳	副总经理	75.00	是
12	王仲其	副总经理	81.73	是
13	耿振强	副总经理、财务总监	70.55	是
14	李海峰	副总经理、董事会秘书	78.26	是
15	张辉	原财务总监	2.04	是
16	蒋继红	研究院产品研发组总监	25.04	是
合计			**574.58**	

除上述披露情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均未从本公司及本公司关联方享受其他收入或退休金计划。

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

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

姓名	专业背景	职业经历	职业资格/证书
张辉	2015.10-2018.06 上海财经大学工商管理硕士； 2006.09-2008.07 上海财经大学会计学在职研究生； 1998.09-2002.07 吉林财经大学会计学本科；	2002.07-2009.01，历任浙江万马集团有限公司财务经理、审计主管、财务总监助理； 2009.11-2019.02，任发行人财务总监； 2019.02-2020.06，任井冈山惊石农业科技有限公司财务。	高级会计师
耿振强	2015.09-2019.06 浙江工商大学企业财务管理本科； 1997.09-2000.06 大同高等专科学校会计专业	2000.06-2002.08，任职于大同市华林有限责任公司财务核算中心； 2002.08-2004.09，任职于山西同业房地产咨询估价有限责任公司评估部；	高级会计师、注册会计师

姓名	专业背景	职业经历	职业资格/证书
		2004.09-2005.11，任职于山西宏伟镁业有限责任公司财务部； 2005.11-2007.06，任职于天职国际会计师事务所审计二部； 2007.06-2018.07，任职于浙江奥康鞋业股份有限公司财务管理中心，担任财务机构负责人； 2019.02 至今，任发行人财务总监，并于 2019.08 开始，任发行人副总经理兼财务总监。	

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

八、员工和社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期内，公司员工人数及变化情况如下：

时间	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
员工人数（人）	893	769	707	785

注：员工人数（合并口径）包括实习生、退休返聘人员、非全日制用工人员，不包含劳务派遣。

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

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

	2018 年度	2017 年度	增减比例（%）
产能	180,815.35 万片	145,494.41 万片	—

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

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

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

（二）员工专业结构

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司（包括子公司）员工的专业结构分布情况如下：

员工岗位	员工人数	占员工总人数比例
管理及行政人员	47	5.26%
财务人员	17	1.90%
生产人员	597	66.85%
销售与服务人员	127	14.22%
研发人员	105	11.76%
合计	**893**	**100.00%**

（三）员工受教育程度

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司（包括子公司）员工的受教育程度分布情况如下：

员工学历	员工人数	占员工总人数比例
硕士及以上	8	0.90%

员工学历	员工人数	占员工总人数比例
大学本科及大专	257	28.78%
中专及高中	246	27.55%
其他	382	42.78%
合计	**893**	**100.00%**

（四）员工年龄分布

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司（包括子公司）员工的年龄分布情况如下：

员工年龄	员工人数	占员工总人数比例
35 岁以下	503	56.33%
36-45 岁	223	24.97%
46 岁以上	167	18.70%
合计	**893**	**100.00%**

（五）劳务派遣用工情况

公司所在地临安在 9 至 11 月份为山核桃采摘收获期，许多本地员工会返家参与采摘，造成公司临时性的人员短缺；此外，公司下半年由于“双 11”、“双 12”促销以及客户年终囤货等原因，相对生产业务量较大，会临时增加生产班次，也存在临时性的用工短缺。基于前述原因，从 2018 年开始，公司存在一定时期内雇佣少量临时性和辅助性劳务派遣人员的情形。

1、劳务派遣用工符合临时性、辅助性特征

根据《劳动合同法》的相关规定，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。公司劳务派遣人员主要从事的为打包等辅助性工作，工作内容简单，对员工学历、技能和经验要求低，通过短期培训即可上岗；公司仅在年中的某些生产高峰期产生对劳务派遣人员的短期性需求，并未长期、固定使用劳务派遣人员。因此，公司劳务派遣用工形式符合《劳动合同法》关于临时性、辅助性的特征。

2、劳务派遣用工比例

根据《劳动合同法》相关规定，用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，不得超过其用工总量的一定比例，具体比例由国务院劳动行政部门规定。根据《劳务派遣暂行规定》，用工单位使用被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。

截至 2020 年 6 月 30 日，可靠护理劳务派遣员工 5 名，可艾公司劳务派遣用

工 9 名，均低于员工总数的 10%，符合《劳务派遣暂行规定》关于用工比例的有关要求。

报告期各期末，公司劳务派遣用工情况如下表所示：

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
劳务派遣用工人数	14	53	43	-
用工总量	907	822	750	785
劳务派遣用工比例	1.54%	6.45%	5.73%	-

注：上表中的用工总量指与公司订立劳动合同人数与公司使用的劳务派遣劳动者人数之和。

报告期内，公司劳务派遣员工与公司同岗位工人的工资水平基本一致。公司不存在通过劳务派遣规避正常劳务支出的情况。报告期内，公司不存在与劳务派遣公司及劳务派遣人员发生重大劳动争议和纠纷的情形。

截至报告期末，发行人与浙江自贸区乐易人力资源开发有限公司、杭州诚凯人力资源有限公司签署了《劳务派遣协议书》，上述两家公司均持有《劳务派遣许可证》，具备从事劳务派遣的资质，与发行人均不存在关联关系。2019 年 10 月至 2020 年 1 月，发行人还与东明文生劳务服务有限公司签署了《劳务派遣协议书》，发行人与其不存在关联关系；但因其未持有《劳务派遣许可证》，自 2020 年 1 月起，发行人已不再与其合作。截至本招股说明书签署日，发行人与东明文生及相关劳务派遣人员不存在纠纷或潜在纠纷。

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

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

根据 2020 年 1 月 16 日临安区人力资源和社会保障局出具的《证明》及 2020 年 7 月 28 日临安区劳动保障检查大队出具的《证明》，报告期内，未发现可艾公司与劳动和社会保障有关的行政处罚记录。截至本招股说明书签署日，发行人

不存在因劳务派遣相关事项受到行政处罚的记录。经咨询杭州市人力资源与社会保障局，发行人不会仅因与无劳务派遣资质主体合作受到行政处罚。

此外，公司实际控制人金利伟、鲍佳作出承诺：“如果公司及子公司因劳务派遣用工方式受到所在地有关主管部门处罚，或因损害劳务派遣人员利益导致公司及其子公司承担连带赔偿责任，本人将全额承担公司及其子公司因此受到的全部经济损失”。

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

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

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

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

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

（六）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

本公司按照国家及所在地劳动和社会保障法律、法规及相关政策，统一向所在地劳动和社会保障部门缴纳养老、失业、医疗、工伤、生育保险和向当地住房公积金管理机构缴纳住房公积金。

本公司实行劳动合同制，员工按照《劳动法》与本公司签订《劳动合同》，

承担义务并享受权利。本公司认真贯彻执行国家和地方有关劳动、工资、保险等方面的法律法规，依法办理劳动用工手续，按规定确立劳动试用期、合同期限、工时制度、劳动保障以及劳动合同的变更、解除和终止。

本公司按照国家及地方相关规定，为员工缴纳社会保险和住房公积金。报告期内发行人社保、住房公积金缴纳情况如下表所示：

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
员工总人数	893	769	707	785
缴纳社会保险人数	818	690	585	582
缴纳社会保险人数与员工总人数的比例	91.60%	89.73%	82.74%	74.14%
缴纳住房公积金人数	820	687	566	579
缴纳住房公积金人数与员工总人数的比例	91.83%	89.34%	80.06%	73.76%

1、社保未缴纳原因

截至 2020 年 6 月 30 日，公司未为部分员工办理基本社会保险的原因及人数如下：

项目	员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
养老保险	893	818	75	18 人为已缴纳新农合新农保人员；26 人为退休返聘人员；8 人为非全日制用工人员；15 人为当月入职次月缴纳人员；3 人为实习生；1 人因无法办理社保卡未缴纳；1 人为外籍员工；2 人自愿放弃缴纳；1 人挂靠其他企业缴纳。
失业保险	893	818	75	
工伤保险	893	818	75	
生育保险	893	818	75	
医疗保险	893	818	75	

报告期内，发行人多次动员员工缴纳社保公积金，因此报告期内相关未缴纳人数呈逐年递减趋势；但发行人基层员工多为农村户籍务工人员，收入水平较低且流动性较大，因此仍有部分员工坚持自愿不予缴纳；此外，为保障员工利益，发行人为前述自愿放弃缴纳社保公积金员工购买了团体意外险，用以替代工伤保险。

2、公积金未缴纳原因

截至 2020 年 6 月 30 日，公司未为部分员工办理住房公积金的原因及人数如下：

项目	员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
住房公积金	893	820	73	19 人为个人申请不缴纳；26 人为退休返聘人员；8 人为非全日制用工人员；15 人为当月入职人员；3 人为实习生；1 人挂靠其他单位缴纳；1 人为外籍员工。

报告期内，未缴纳公积金员工主要为自愿申请不缴纳。发行人尊重其个人意愿，未替该部分员工办理住房公积金的缴纳手续，但发行人已为该等员工提供了员工宿舍或按月发放了住房补贴。报告期内经发行人动员，缴纳公积金人数比例呈逐年上升趋势，但仍有部分员工自愿不予缴纳。

报告期内，如发行人按照相关规定为全体员工缴纳社会保险和住房公积金，报告期三年的应交未缴费用累计占报告期最后一年（2019 年）净利润比重较小，不会对公司正常经营产生影响。

2020 年 1 月 16 日，杭州市临安区人力资源和社会保障局出具《证明》，证明杭州可靠护理用品股份有限公司、杭州可艾个人护理用品有限公司、临安佳容卫生用品有限公司在杭州市临安区社会劳动保险办公室办理社会保险登记，并根据法律、法规和规范性文件的规定办理了养老保险、失业保险、医疗保险、工伤保险和生育保险等各类社会保险，并足额缴纳各类社会保险费，不存在欠缴、漏缴社会保险费的情形，不存在补缴社会保险的风险。2020 年 3 月 10 日，杭州市余杭区人力资源和社会保障局出具《征信意见书》，该《征信意见书》载明，2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 10 日，可靠福祉（杭州）科技有限公司无严重违反劳动保障法律法规行为。2020 年 7 月 24 日，杭州市临安区社会保险管理服务中心出具《证明》，证明杭州可靠护理用品股份有限公司、杭州可艾个人护理用品有限公司、临安佳容卫生用品有限公司在杭州市临安区社会保险管理服务中心正常参保缴费养老保险、失业保险、工伤保险，不存在欠缴社会保险费的情形，不存在补缴社会保险费的风险。2020 年 8 月 20 日，杭州市临安区医疗保障管理服务中心出具《证明》，证明可靠护理用品股份有限公司、杭州可艾个人护理用品有限公司、临安佳容卫生用品有限公司正常参保缴纳职工医疗保险（含生育保险），无涉及违反医保相关法律、法规的行政处罚记录。

2020 年 8 月 4 日，余杭区人力资源和社会保障局出具《征信意见书》，该《征信意见书》载明，2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日，可靠福祉（杭州）科技有限公司无严重违反劳动保障法律法规行为。

2020 年 1 月 17 日，杭州住房公积金管理中心临安分中心出具《缴存证明》，证明杭州可靠护理用品股份有限公司、杭州可艾个人护理用品有限公司截至 2020 年 1 月 17 日无涉及以上单位违反住房公积金相关法律、法规的行政处罚记录。2020 年 3 月 10 日，杭州住房公积金管理中心余杭分中心出具《缴存证明》，证明可靠福祉（杭州）科技有限公司无涉及该单位违反住房公积金相关法律、法规的行政处罚记录。2020 年 7 月 23 日，杭州住房公积金管理中心临安分中心出具《缴存证明》，证明杭州可靠护理用品股份有限公司、杭州可艾个人护理用品有限公司截至 2020 年 7 月 23 日无涉及违反住房公积金相关法律、法规的行政处罚记录。2020 年 8 月 7 日，杭州住房公积金管理中心临安分中心出具《缴存证明》，证明临安佳容卫生用品有限公司在杭州住房公积金管理中心临安分中心无处罚记录。临安佳容不存在因违反住房公积金相关法律、法规而受到行政处罚的记录情况。2020 年 8 月 14 日，杭州住房公积金管理中心余杭分中心出具《证明》，证明可靠福祉（杭州）科技有限公司无住房公积金行政处罚记录。

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

九、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的员工持股计划、限制性股票、股票期权等股权激励及其他制度安排；公司对核心骨干员工的股权激励已经实施完毕，设立的员工持股平台唯艾诺、唯艾诺贰号和唯艾诺叁号分别持有公司 720 万股、200 万股和 199.3271 万股股份，占本次发行前公司总股本的 3.53%、0.98%和 0.98%。

（一）股权激励的基本内容

为稳定和激励公司核心骨干员工，公司于 2011 年 6 月 10 日、2019 年 12 月

3 日和 2019 年 12 月 4 日分别设立了唯艾诺、唯艾诺贰号和唯艾诺叁号三个员工持股平台，用于股权激励，让核心骨干员工分享公司成长收益。股权激励的对象包括公司中、高级管理人员和骨干员工。

员工持股平台均为有限合伙企业，其中实际控制人金利伟担任唯艾诺的唯一普通合伙人及执行事务合伙人；实际控制人鲍佳担任唯艾诺贰号、唯艾诺叁号的唯一普通合伙人及执行事务合伙人。员工持股平台的损益分配按照出资比例进行分配。

员工通过唯艾诺、唯艾诺贰号和唯艾诺叁号持有公司股份的情况请参见本节“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”之“2、唯艾诺”、“3、唯艾诺贰号”和“4、唯艾诺叁号”。

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

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

（二）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

公司于 2018 年度、2019 年度以及 2020 年 1-6 月分别确认股份支付费用 118.62 万元、1,406.07 万元以及 39.68 万元，除此以外，股权激励对公司上市前财务状况无其他重大影响。截至本招股说明书签署日，股权激励已实施完毕，公司不存在其它正在执行的股权激励安排，股权激励对公司上市后的财务状况无重大影响。

员工持股平台均由公司实际控制人担任执行事务合伙人，且持有的本公司股份比例较小，不会对公司控制权产生重大影响。

（三）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，股权激励已实施完毕。公司不存在其它正在执行的股权激励安排，不涉及上市后的行权安排。

员工持股平台唯艾诺、唯艾诺贰号和唯艾诺叁号就其持有发行人股份承诺如下：

自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本企业不转让或

者委托他人管理本次发行前本企业直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

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

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

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

（四）员工持股平台相关权益定价的公允性

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

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

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

1、员工持股平台的管理模式及决策程序

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

2、存续期及期满后所持股份处置办法和损益分配方法

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

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

3、变更和终止的情形

根据上述员工持股平台合伙协议，上述员工持股平台变更除法律、法规、规章及合伙协议规定的须经全体合伙人一致同意外，应经全体合伙人过半数表决通过。有以下情形之一的，应当解散：1）合伙期限届满，合伙人决定不再经营；2）合伙协议约定的解散事由出现；3）全体合伙人决定解散；4）合伙人已不具备法

定人数满三十天；5）合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现；6）依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销；7）法律、行政法规规定的其他原因。

4、离职后股份处理

（1）唯艾诺

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

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

合伙协议第十七条约定：

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

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

自该合伙协议签订之日起至有限合伙人从侨资有限离职之日，不满三年的，有限合伙人转让其财产份额的价格=实缴出资额+实缴出资*中国人民银行公布的同期贷款利率；

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

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

（2）唯艾诺贰号、唯艾诺叁号

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

（六）是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排

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

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

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

（七）报告期内股份支付公允价格的确定

1、2018 年股份支付公允价格的确定依据及其公允性

（1）2018 年股份支付公允价格的确定依据

2018 年 12 月，茹小萍受让金利伟持有的唯艾诺份额间接成为可靠护理股东，其受让份额的价格与公允价值的差额计入股份支付。2018 年此次股份支付公允价格的确定依据为 2019 年 5 月 17 日由坤元资产评估有限公司出具的《杭州可靠护理用品股份有限公司因股份支付事项涉及的股东全部权益价值评估项目资产

评估报告》（坤元评报〔2019〕279 号）；此次评估采用收益法，评估结果显示可靠护理截至 2018 年 12 月 31 日的全部权益公允价值为 7.95 亿元，每股公允价值为 3.9771 元。

（2）评估公允价格与同行业拟上市公司估值水平的对比

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

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

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

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

（3）评估公允价格与外部股东入股价格的对比

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

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

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

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

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

2、2019 年股份支付公允价格的确定依据及其公允性

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

3、2020 年股份支付公允价格的确定依据及其公允性

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

4、发行人股份支付的会计处理

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

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

2019 年 12 月，唯艾诺贰号和唯艾诺叁号以货币资金 14,974,766.25 元认购发行人新增 3,993,271 股(每股面值 1.00 元)。除 9.5 万股由于激励对象待定，暂不确认股份支付，其它属于公司员工间接持有的发行人 3,898,271 股股份全部做股

份支付处理。计算以权益结算的股份支付换取的职工服务金额 14,060,673.67 元，计入 2019 年度管理费用，同时增加资本公积。

2020 年 3 月 25 日，为激励公司新的核心骨干员工，实际控制人鲍佳将其持有的 2019 年由于激励对象待定而预留的发行人 9.5 万股及 2020 年员工离职归还的发行人 1.5 万股合计发行人 11 万股分别转让给林维杰、林封仕、程素星、葛天竑，转让单价对应发行人每股价格为 3.75 元/股，计算以权益结算的股份支付换取的职工服务金额 396,759.00 元，计入 2020 年 1-6 月管理费用，同时增加资本公积。

（八）保荐机构及发行人申报会计师的核查结论

经核查，保荐机构及发行人申报会计师认为，公司已实施的员工持股平台合法合规，人员构成合理，相关承诺、规范运行及备案情况符合法律法规的规定；公司已实施的股权激励涉及股份支付费用的会计处理符合《企业会计准则第 11 号-股份支付》的相关规定。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务、主要产品情况

（一）主营业务及主要产品

1、主营业务

公司自 2001 年成立以来，始终专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，公司的主要产品包括婴儿护理用品、成人失禁用品和宠物卫生用品和口罩。公司自设立以来，主营业务未发生变化。

公司采用“ODM+自主品牌双轮驱动”的发展模式，产品畅销国内外市场，荣获生活用纸委员会评选的 2018 年度中国婴儿纸尿裤行业 10 强企业、2018 年度中国成人失禁用品行业 10 强企业。

在 ODM 业务领域，公司致力于精品制造和高端制造，充分利用深耕行业十余年的技术积累和行业洞见，与国内外诸多知名婴儿护理用品品牌商，例如菲律宾 JS、杜迪公司、万邦健康等探索建立起了长期稳定的合作模式；在产品参数平衡、技术路径选择、先进材料应用等产品设计领域，为品牌商赋能，提供优质的解决方案、先进的技术支持；在产品制造及供应链保障方面，公司利用自身高效的智能制造生产环境、严格的质量控制体系以及稳定的生产供应能力，为品牌商提供全面的解决方案。

在自主品牌业务领域，公司主打成人失禁用品，包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人尿片、护理垫等系列产品，拥有成人失禁用品知名品牌“可靠”，产品覆盖高、中、低各个市场定位，在同类市场竞争中处于领先地位，产销量保持快速增长。根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017 年至 2019 年公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序），同时“可靠”品牌连续数年蝉联淘系平台单品类全网销售冠军，在市场具有较大影响力。

国内新冠疫情爆发后，防疫用品十分紧缺，全国各地生产厂家都供不应求。在浙江省政府、省经济和信息化厅的号召下，发行人第一时间启动口罩生产项目，并被纳入浙江省第一批省级重点防疫用品生产企业，及杭州市疫情防控工作领导小组确定的市级扩产转产口罩计划企业，陆续投入大额资金，购置了口罩生产设

备进行口罩生产，并取得了由浙江省药品监督管理局发放的《医疗器械生产许可证》（浙食药器械生产许 20201108 号）和《一次性医用口罩医疗器械注册证》（浙械注准 20202141074）、《医用外科口罩医疗器械注册证》（浙械注准 20202141202）。

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

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

2020 年 1-6 月，发行人口罩业务的销售情况如下表所示：

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

2、主要产品

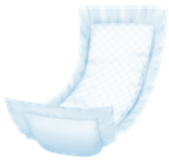
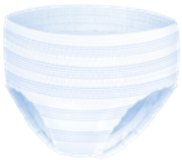
公司主营业务可以分为 ODM 业务和自主品牌业务两大类。

其中，公司 ODM 业务产品以生产婴儿护理用品为主，以生产宠物卫生用品和成人失禁用品为辅。

公司自主品牌业务以生产销售成人失禁用品为主，目前拥有“可靠”、“吸收宝”、“安护士”以及“康普适”等品牌。

具体的产品系列及基本情况如下表所示：

产品系列	产品名称	图例	用途
成人系列产品	成人纸尿裤		用于长期卧床、术后、行动不便的中重度失禁者，及特殊情况无法如厕者
	成人纸尿裤（医护级）		用于长期卧床、术后、行动不便的中重度失禁者，卫生安全标准达到医护级别

产品系列	产品名称	图例	用途
	成人护理垫		用于失禁、卧床、术后、经期夜用、产妇及婴童等多种用途，防止污染床单
	成人拉拉裤		用于卧床或行动不便的中重度失禁者，经期女性，外出或交通堵塞无法如厕者
	成人纸尿片		用于卧床、术后、行动不便的中重度失禁者，及特殊情况无法如厕者
	妇婴两用巾		用于经期夜用、产妇及婴童
	产妇巾		用于产妇产褥期、经期夜用
	产褥垫		用于产妇产褥期、经期间，防止床单脏污
	成人护理湿巾		成人皮肤清洁、日常家居清洁
	隐形安护巾		适合在大笑、咳嗽、抬重物，以及在走路、站立状态下，尿液不自主泄漏的轻中度女性失禁人群使用
	隐形出行裤		适合在大笑、咳嗽、抬重物，以及在走路、站立状态下，尿液不自主泄漏的轻中度失禁人群使用
	安心裤		裤型卫生巾，适合经期或孕期的女性使用
婴儿系列产品	婴儿纸尿裤		用于不同月龄的婴幼儿

产品系列	产品名称	图例	用途
	婴儿尿片/超薄尿片		用于不同月龄的婴幼儿
	婴儿拉拉裤		供婴幼儿运动、学步时使用
	婴儿护理垫		用于不同月龄的婴幼儿，防止污染床单
宠物系列产品	宠物尿裤		根据不同尺码用于不同时期段的宠物（猫类/狗类）
	宠物垫		配合宠物尿裤使用
口罩	一次性使用医用口罩		用于普通环境下的一次性卫生护理，不作外科手术时特殊防护用
	医用外科口罩（儿童版）		用于覆盖住使用者的口、鼻及下颌，为防止病原体微生物、体液、颗粒物等的直接透过提供物理屏障

3、公司 ODM 客户及自主品牌产品情况

（1）ODM 客户情况

客户名称	客户简介	公司代工产品品类
JS UNITRADE	菲律宾本地市场份额领先的一次性卫生用品品牌商。	公司为其代加工全系列的婴儿护理用品和成人失禁用品。
广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司	由合生元投资成立的专业母婴护理公司。	公司为其代加工婴儿纸尿裤、拉拉裤等产品。
万邦（汕头）健康科技有限公司	一家在国内微电商渠道快速崛起的母婴服务综合运营管理服务商。	公司为其代加工婴儿纸尿裤、拉拉裤等产品。
杭州沐歆品牌管理有限公司	源自澳洲的母婴护理用品品牌商，主营业务包含母婴系列和女性私护系列。	公司为其代加工婴儿纸尿裤、拉拉裤。
上海亲蓓母婴用品有限公司	国内最大的母婴产品销售及提供母婴服务的机构之一，爱婴室旗下母婴护理产品公司。	公司目前为其代加工婴儿纸尿裤、拉拉裤。

客户名称	客户简介	公司代工产品品类
滨海昌正企业管理有限公司	主要从事母婴行业品牌开发与销售，主要产品在国内多个电商平台进行销售。	公司目前为其代加工婴儿护理垫。
KOHNAN	日本上市公司，知名连锁家居超市	公司目前为其代加工宠物护理垫。
OSAKI MEDICAL CORPORATION	日本企业，主营内容包括卫生材料、医药品、化妆品、特殊用途化妆品和医疗器械。1936 年成立以来，根据时代需求进行商品开发，长期面向医疗机构销售医疗产品。近年，在亚洲市场也开展了以销售产妇护理产品为主的国际业务。	目前公司为其代加工成人护理垫。

（2）自主品牌产品系列

品牌	品牌介绍	主要产品示例
coco 大人ケア用品 可靠	公司在成人失禁用品领域的高端自有品牌，拥有成人纸尿裤、拉拉裤、尿片、护理垫、妇婴两用巾、医用护理垫等多种产品和型号。	
吸收宝 成人纸尿裤	发行人在成人失禁用品领域的精品自有品牌，拥有成人纸尿裤、拉拉裤、护理垫、纸尿片等多种产品和型号。	
Ann安护士®	发行人在一次性卫生用品领域的大众自有品牌，主要为成人失禁用品。	
康普适™	公司在成人失禁用品领域的平价自有品牌。拥有成人纸尿裤、拉拉裤、尿片、护理垫等多种产品和型号。	
Quties 酷特适	发行人在婴儿护理用品领域的自有品牌，拥有纸尿裤、拉拉裤、尿片等多种型号。	

4、主营业务收入的构成情况

报告期内，公司主营业务收入分产品的构成情况如下：

单位：万元

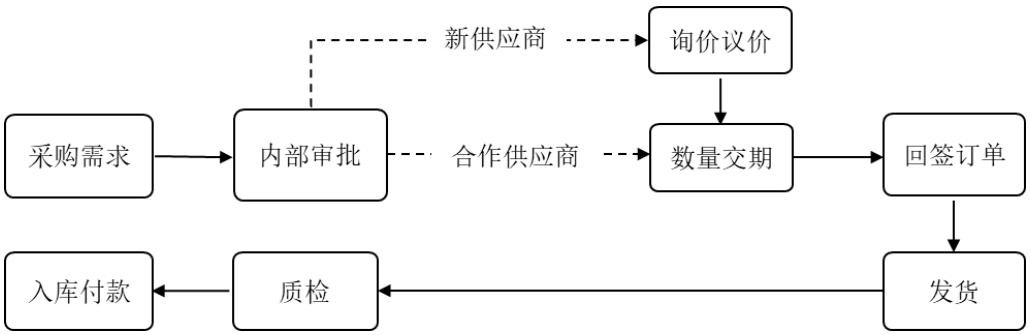
项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成人失禁用品	20,539.38	25.89%	36,976.28	31.96%	27,088.07	30.44%	19,510.62	24.97%
婴儿护理用品	39,704.29	50.06%	71,282.38	61.60%	53,611.31	60.25%	51,507.08	65.93%
宠物卫生用品	3,726.07	4.70%	7,279.99	6.29%	8,080.67	9.08%	6,862.21	8.78%
口罩产品	15,301.01	19.29%	-	-	-	-	-	-
其他产品	50.14	0.06%	170.34	0.15%	197.04	0.22%	246.25	0.32%
合计	**79,320.89**	**100.00%**	**115,709.00**	**100.00%**	**88,977.09**	**100.00%**	**78,126.15**	**100.00%**

（二）主要业务模式

1、采购模式

公司的采购工作由采购部总监总体负责，可靠公司和可艾公司各自独立进行采购作业。公司采购物资以生产用主辅料为主，主要为绒毛浆、高分子、无纺布、底膜、胶、纸箱和包装袋等。根据生产厂商的分布不同，公司从境内外采购所需原料，其中生产用原材料绒毛浆主要从境外进行采购；高分子既从境外采购，也从境内采购；其余原材料主要从境内采购。

公司采购的具体流程如下：



（1）采购付款的流程和结算方式

1）采购付款流程

① 国内原材料采购：收到发票后，采购部核对款项明细并根据合同约定，编制月度供应商付款计划，提交财务部，财务部审核后回复可付款意见，采购部将财务部审核后的付款计划提交部门主管审核，报送董事长批准。财务依据董事长批准的付款计划按时支付货款。

②国外原材料采购以及工程设备采购: 收到发票后，采购人员核对款项明细，

并填写付款审批邮件报部门主管审核，报送董事长批准。采购人员依据董事长批准的付款邮件编制付款申请单，经部门主管、财务经理审批后，由公司出纳办理付款事项。

2）结算方式

①国内原材料采购结算方式为银行承兑汇票和电汇两种，主要以 6 个月期限的银行承兑汇票结算。

②国外原材料采购结算方式为电汇和信用证两种，主要以信用证结算。

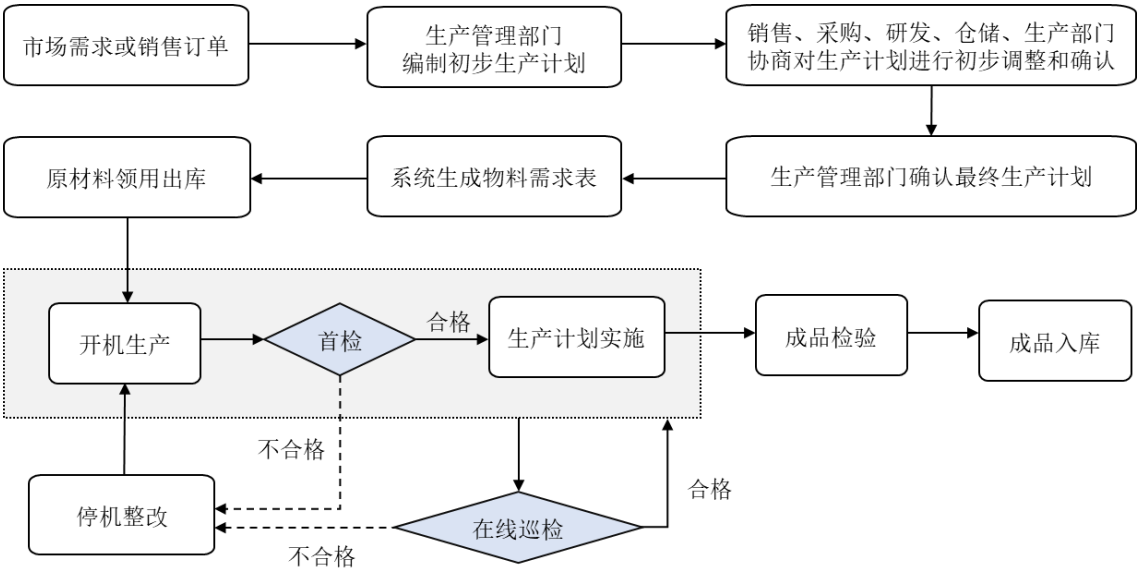
③工程设备采购结算方式为电汇和银行承兑汇票两种，主要以电汇结算。

2、生产模式

公司产品以自主生产为主，按照业务模式的区别，可以分为自主品牌生产和 ODM 生产。对于自主品牌产品，公司根据市场情况制定销售计划，综合考虑库存情况后制定生产计划；对于 ODM 业务，公司根据客户订单组织生产。首先，生产管理部门根据市场需求或销售订单的情况，综合根据设备产能制定初步生产计划，然后各相关部门对此进行协商确认，并根据各自实际情况提出调整意见，最后生产部门综合各方意见确认最终的生产计划。生产计划确定后，导入 ERP 系统自动生成物料需求清单，生产部门则据此向仓库领用原材料。

在生产过程中，品质管理部门会持续对产品进行检验，主要包括开机后的首检以及生产计划实施过程中的在线检验，在此过程中如果未能通过检验，需停机整改后再开机生产。每一班次的产品生产完毕后，还要经过对成品的抽样检验，合格后方可入库。

具体的生产流程如下图所示：



3、销售模式

报告期内，公司 ODM 业务以婴儿系列产品和宠物系列产品为主，自主品牌业务以成人系列产品为主，具体销售模式如下：

（1）ODM 业务销售模式

1）试制、打样及定价

公司 ODM 客户主要为境内外的纸尿裤品牌商，公司需要在生产前与其协商确定产品的各项技术参数和设计方案。通常先由客户向公司提交其对产品的初步设想，包括但不限于成本、对标的竞品、需要具备的功能、主打的卖点等；公司研发部门综合考虑客户提出的需求，提出可行的建议方案并试制样品，经客户认可后，公司与客户协商 BOM 及定价，经双方确认后正式签署合同。

合同签署后，客户会按照合同约定的方式向公司销售部门下订单，约定详细的产品品类、数量、价格以及交货期限。

通常情况下，公司的 ODM 客户仅要求最终产品的各项技术指标达到设计标准，生产用主辅料供应商由公司自主确定并实施采购；部分 ODM 客户会指定使用特定供应商的产品，由公司自行采购；另有少量 ODM 客户会自主提供部分核心原材料。

2）入库及配送

ODM 产品下线后，会先由公司仓储人员安排验收入库，后续根据与客户销售合同的约定，由客户自行提货或由公司安排配送。少数境内 ODM 客户由于自身仓储条件有限，因此与公司协商在公司仓库专门区域存放部分已交接的货品，

并在公司派驻质检人员。对于境外 ODM 客户，公司会按照其提供的交货期限，安排物流将产成品送至出口港交由代理机构进行报关。

3）货款结算及信用政策

通常情况下，在客户下达订单后，双方根据订单的产品类型和数量确认交货期限，经双方盖章确认后客户预付一定比例的定金/预付款。对于长期合作的客户，公司采用预付款及月结的方式进行结算，公司发货后，在次月月初进行对账付款；对于部分新客户，公司产品生产检验完毕后，收到全部尾款后公司安排发货。对于少数战略合作型客户，公司给予一定的信用政策，采用月结 30 天账期的方式进行结算。公司与境外客户的结算通常采用 FOB 模式、CFR 或者 CIF 模式。

4）发行人与主要 ODM 客户销售合同的主要条款

项目	主要权利和义务	客户下单方式	发货运输方式	验货方式	收款及款项结算方式	周期及合同期限
菲律宾 JS	1、2016 年度，菲律宾 JS 向可靠护理订购金额不低于 4,800 万美元，2017-2020 年度不低于 5,040 万美元； 2、可靠股份承诺，不断提升产能，并优先满足菲律宾 JS 的上述订单规模； 3、菲律宾 JS 承诺，在可靠护理产能提升过程中，逐步增加转接到可靠护理的订单数量。	合同未约定,实际以邮件形式下单	以实际订单为准	菲律宾 JS 收货后按双方确定的质量标准进行验收。	合同未约定,实际执行由双方定期会议沟通确认	2016 年 6 月 30 日至 2021 年 6 月 29 日
KOHNAN	未经 KOHNAN 的同意，可靠护理不得以 KOHNAN 的品牌在任何地点，任何合作方销售产品。	合同未约定,实际以邮件形式下单	运输方式为 FOB，经协商可变更为 C&F	发行人安排装船的商品必须符合 KOHNAN 标准,发行人向 KOHNAN 出售商品后,若 KOHNAN 发现商品存在任何残次或劣质品,可靠护理需作出赔偿。	付款条件根据实际每月确认订单为准：信用证或者电汇	2015 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 30 日、2019 年至今
杜迪公司	1、可靠护理同意以拥有的劳力、设施、工厂、机器设备、技术和其他资源等完成本合同规定的委托加工任务，未经杜迪公司书面同意，不得将产品的全部或者任	传真、电子邮件或者双方另行同意的其他形式。杜迪公司于每月定期向可靠护理	产品成品由可靠护理负责交给杜迪公司确认的物流单位运	杜迪公司根据合同及《质量协议》的约定验收产品。	月结，受托方每个月定期提供上一自然月发货或交付数量及明细，杜迪公司于约定时间内完成核对并确认，受托方开具增值税发票，并	2014 年 12 月 26 日至 2019 年 12 月 31

项目	主要权利和义务	客户下单方式	发货运输方式	验货方式	收款及款项结算方式	周期及合同期限
	何一部分转包给第三方； 2、杜迪公司每半年度提供未来半年承诺的采购量，在此前提下，可靠护理向杜迪公司承诺，在子公司可艾公司总产能的 50%范围内，有限安排生产杜迪公司的订单，确保杜迪公司下达的订单项下的产品如期交付。（本条款为杜迪产品独有）	预报下月生产计划或订单。	送至杜迪公司指定的收货地址。		将增值税发票寄达杜迪公司，杜迪公司支付上个结算周期款项	日（葆艾产品）、2017 年 12 月 25 至长期（杜迪产品）
万邦健康	1、可靠护理保证为万邦健康生产的货物达到国家标准并符合双方确认的产品标准； 2、可靠护理保证严格控制万邦健康产品质量，在没有经万邦健康同意的前提下，不得将残次品以任何形式流入国内市场； 3、可靠护理当月生产并入库的产品，万邦健康应尽量在当月内提货完毕；	万邦健康于每月 10 日向可靠护理书面或邮件下达次月订单和次次月预测。	对于万邦健康需调货到其自有仓库的，公司协助万邦健康自行调货，万邦健康承担卸货及物流费用。	万邦健康在收货后对产品质量按国家规定及本合同约定的产品标准进行验收。	月结，可靠护理确认采购订单之日起 3 日内，万邦健康需向可靠护理支付预付款，每月最后一日，万邦健康需派专门人员前往可靠护理仓库进行盘点，双方共同确认当月可靠护理入库量、万邦健康实际提货量以及可靠护理仓库内万邦健康未提货库存量，可靠护理于每月 3 日前提供上月对账单及明细，万邦健康应于 10 日前完成核对并确认，双方确认无误后，可靠护理应于 3 日内开具增值税发票，并将增值税发票寄达万邦健康，万邦健康收到发票后，应于 5 个工作日内支付订单尾	2017 年 3 月 30 日至 2018 年 3 月 29 日、2018 年 3 月 29 日至 2020 年 3 月 28 日、2020 年 3 月 29 日至 2023 年 3 月 28 日

项目	主要权利和义务	客户下单方式	发货运输方式	验货方式	收款及款项结算方式	周期及合同期限
					款。	
杭州沐歆	可靠护理应负责安排不损害货物质量的合理运输方式，并应承担将货物运送至杭州沐歆指定收货地点所产生的全部费用；	杭州沐歆依照可靠护理所提供联系电子邮件形式向可靠护理发送采购单。	除法定不可抗力因素外，可靠护理应按采购单约定期限、约定交货方式将约定货物送达杭州沐歆指定收货地点，否则杭州沐歆有权拒绝收货。	可靠护理交付货物时，杭州沐歆有权对货物品牌、规格、型号、数量是否与采购单相符进行初步检查验收，与采购单相符的，杭州沐歆应当签收。	杭州沐歆在收到可靠护理回传的加盖公章或合同专用章的采购单之日起3个工作日内向可靠护理支付预付款，可靠护理发货前，杭州沐歆向可靠护理再支付第二笔货款，可靠护理应于收到第二次笔货款后2个工作日内发货，杭州沐歆收到货物后5个工作日内进行验收，超过5个工作日未向可靠护理提出异议的，视为验收通过，杭州沐歆验收通过后2个工作日内通知可靠护理，可靠护理在5个工作日内开具增值税专用发票，杭州沐歆在收到增值税专用发票7个工作日内支付剩余尾款。	2019年2月28日至2020年2月27日，合同期限届满后，如双方未及时签订新协议但实际开展业务的，以此协议作为合作依据。
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	验收合格后将货物送到上海AUTOBEST指定仓库	订单形式	航空运输FOB，具体以订单形式确定	委托方派人在发货前再受托方工厂验收。	出口纸箱包装，包装费及运到需方指定仓库的运费由受托方承担，每批次按要求时间验收后付清全款发货。	订单形式
天津露乐	天津露乐委托受托方生产爱乐爱婴儿奢华云享纸尿裤、爱乐爱奢	天津露乐每月20日向受托方	受托方完成生产后及时	天津露乐参考中国法律法	月结，以当月（即每月1日至最后1日）生产入库为结	2016年7月18日

项目	主要权利和义务	客户下单方式	发货运输方式	验货方式	收款及款项结算方式	周期及合同期限
	华云享学步裤；产品名称、规格、数量、单价以实际订单为准。在合同期内，同品牌产品的委外生产，非因受托方原因，不得寻求另外的第三方生产。当天津露乐委托生产产能达到受托方产能50%以上时，如受托方需引进另外的客户需事先征得天津露乐同意（不影响实际产能需求量除外），必须优先保障天津露乐增加的产量需求，以避免后期订单增加时可艾公司产能不足问题。	书面或邮件下达次月订单和次次月预测	移入受托方工厂仓库，对于天津露乐需调货到自有仓库的，由天津露乐自行调货和承担费用。受托方按约定时间足额交货（不可抗力因素除外）。	规、执行标准、自身需要制作货物验收标准，双方确认后作为验收标准。	算数，次月 10 号前对账开票，收到发票后 5 日内付款（节假日顺延）。	签署，2018 年终止合作
WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	未经买方同意，卖方不得以买方品牌在任何地点，任何合作方销售。	订单形式	收到订单后 30 天内装出；装运港上海；目的港香港。	未约定	未约定	2016 年 3 月 20 日起始，2019 年终止合作

5）与客户交易的可持续性和维护稳定所采取的措施

①发行人与 ODM 客户交易的可持续性

发行人与客户交易的可持续性较强，主要原因如下：

（i）品牌商更换 ODM 代工方成本较高，客户粘性较强。

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

（ii）发行人产品品质较好，交付及时，客户认可度高

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

（iii）发行人主要 ODM 客户成长性较好

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

②维护稳定所采取的措施

报告期内，发行人为保证与主要 ODM 客户的稳定合作所采取的措施主要包括：

（i）主动选择战略上互补的品牌商进行合作

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

（ii）为客户提供优质的产品解决方案和技术支持，加强合作意愿

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

（iii）不断提高生产制造和质量控制水平，提高合作满意度

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

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

（iv）不断扩大产能以满足对客户需求的及时响应，增强合作粘性

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

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

（2）自主品牌业务销售模式

报告期内，公司自主品牌业务分模式的收入分布情况如下表所示：

单位：万元

模式分类	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
经销商	7,838.14	30.71%	4,004.31	12.76%	4,549.89	17.89%	4,731.37	25.71%
直营零售	1,541.34	6.04%	1,359.34	4.33%	1,198.97	4.71%	711.42	3.87%
KA	544.80	2.13%	1,222.89	3.90%	1,560.09	6.13%	1,694.23	9.21%

模式分类	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
线上销售	15,597.97	61.12%	24,803.86	79.02%	18,127.41	71.27%	11,265.00	61.22%
自主品牌合计	**25,522.26**	**100.00%**	**31,390.40**	**100.00%**	**25,436.36**	**100.00%**	**18,402.02**	**100.00%**

1）经销商模式

公司通过与具有影响力的经销商合作拓展传统渠道，报告期内，公司经销商收入分布和平均销售收入情况如下：

单位：家、万元

项目	2020.06.30/2020 年 1-6 月			2019.12.31/2019 年		
	数量	金额	平均收入	数量	金额	平均收入
华东地区	137	943.16	6.88	204	1,440.49	7.06
华中地区	70	374.69	5.35	90	593.92	6.60
西南地区	42	245.84	5.85	55	477.59	8.68
华南地区	40	274.49	6.86	46	436.61	9.49
华北地区	34	190.05	5.59	43	260.63	6.06
东北地区	26	169.11	6.50	35	220.84	6.31
西北地区	13	88.43	6.80	15	145.17	9.68
境外地区	11	5,552.39	504.76	3	429.07	143.02
合计	**373**	**7,838.14**	**21.01**	**491**	**4,004.31**	**8.16**

（续上表）

项目	2018.12.31/2018 年			2017.12.31/2017 年		
	数量	金额	平均收入	数量	金额	平均收入
华东地区	174	1,555.46	8.94	235	1,478.02	6.29
华中地区	71	707.82	9.97	88	635.9	7.23
西南地区	68	594.33	8.74	84	659.53	7.85
华南地区	35	546.52	15.61	61	566.58	9.29
华北地区	36	309.7	8.60	48	217.44	4.53
东北地区	42	245.11	5.84	55	215.51	3.92
西北地区	17	162.94	9.58	26	191.26	7.36
境外地区	4	428.01	107.00	6	767.14	127.86
合计	**447**	**4,549.89**	**10.18**	**603**	**4,731.37**	**7.85**

报告期内各期，公司通过经销商渠道实现销售收入 4,731.37 万元、4,549.89 万元、4,004.31 万元和 7,838.14 万元，基本保持稳定。对于公司的自主品牌业务产品，当前线下传统渠道更多开始扮演让消费者首次接触成人失禁用品的角色，消费者在首次使用后，通常更倾向于采用更为便捷的线上购买方式实现重复消费，因此虽然成人失禁用品整体的市场规模增长较快，但报告期内发行人线下经销规模未出现大规模增长。

2018 年公司经销商平均销售金额出现上升，主要原因为 2018 年公司逐步清退销售金额较小的经销商，导致经销商数量下降明显，平均销售金额出现上升。

2020 年 1-6 月公司经销商渠道实现销售额 7,838.14 万元，收入增长迅速，主要原因为 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，公司口罩业务通过境外经销商销往欧洲，口罩业务销售额迅速增长。

公司在与经销商的合作中，通常签订年度经销协议，在协议中约定产品名称、经销性质、经销区域等条款，向经销商的销售属于买断式销售，非公司原因造成的货品损毁、滞销等情形，不予以退换。

公司给予经销商一定的促销返利政策，主要包括促销费、进场费、陈列费等。其中促销费主要是公司给予经销商在当地为销售商品而开展营销活动的补贴，每月根据公司的销售策略以抵货款或搭赠形式发放。进场费及陈列费主要指经销商进驻当地 KA 卖场时，卖场加收的进场费或陈列费，费用的承担由公司与经销商协商确定；公司直接承担的促销费及陈列费，由 KA 卖场向公司开具增值税发票，公司将相关支出计入销售费用；经销商先行承担的促销费及陈列费，由经销商向公司开具服务业增值税发票，公司将相关支出计入销售费用；经销商无法开具发票的，公司在下张订单时以直接折让或搭赠方式给予补偿。

公司对给予经销商的应收账款授信额度实行总额控制，对经销商的应收账款总体规模较小。

①报告期内，公司境内前五大经销商销售情况如下：

单位：万元

序号	2020 年 1-6 月前五名经销商客户	销售额	占营业收入比例
1	济南惠洁生活用品有限公司	78.24	0.10%
2	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	57.83	0.07%

3	大连德禄商贸有限公司	48.43	0.06%
4	临沂市宝林卫生用品有限公司	42.18	0.05%
5	湛江市金沃贸易有限公司	36.44	0.05%
合计		**263.12**	**0.33%**
序号	**2019 年前五名经销商客户**	**销售额**	**占营业收入比例**
1	济南惠洁生活用品有限公司	128.68	0.11%
2	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	97.55	0.08%
3	昆明煌阔商贸有限公司	63.95	0.05%
4	广州市南雄贸易有限公司	61.89	0.05%
5	乌鲁木齐市润之宸商贸有限公司	56.74	0.05%
合计		**408.81**	**0.35%**
序号	**2018 年前五名经销商客户**	**销售额**	**占营业收入比例**
1	昆明煌阔商贸有限公司	121.92	0.13%
2	济南惠洁生活用品有限公司	102.80	0.11%
3	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	102.56	0.11%
4	济南晓梅商贸有限公司	86.13	0.10%
5	广州市南雄贸易有限公司	79.78	0.09%
合计		**493.19**	**0.54%**
序号	**2017 年前五名经销商客户**	**销售额**	**占营业收入比例**
1	昆明煌阔商贸有限公司	129.38	0.16%
2	深圳市兴明都贸易有限公司	126.46	0.16%
3	济南惠洁生活用品有限公司	123.40	0.16%
4	蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	82.48	0.10%
5	济南晓梅商贸有限公司	66.84	0.08%
合计		**528.56**	**0.67%**

②报告期内各期，公司经销商数量变动情况如下：

单位：家

经销商数量	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
期初数量	491	447	603	501
新增	51	167	97	193
退出	169	123	253	91
期末数量	373	491	447	603

③2018 年经销商数量减少的原因

2018 年发行人经销商数量显著减少，主要原因为 2018 年公司出于提高管理效率的需要，主动清理销售额较小的经销商，导致公司经销商数量明显下降。

④与经销商合作的稳定性

发行人对线下经销商实行严格的考评标准，对于符合考评标准的经销商，公司列为优质客户，在后续合作中可以考虑提供更多的优惠政策，反之则列入调整名单。

报告期内各期，发行人对于业绩不达标的经销商进行主动调整，同时吸收新的经销商进入销售体系，导致新增及退出的经销商家数较多，但报告期内，公司前五大经销商基本保持稳定，表明公司经销体系中的核心成员相对较为稳定。

综上，发行人与经销商的合作在报告期内呈现核心骨干成员稳定，其余成员优胜劣汰动态调整的态势，且经销商渠道的销售占发行人总销售额的比重较小，经销商的变动对发行人带来的影响较小。

⑤经销商品的主要去向及库存情况

报告期内，发行人经销商主要面向商超、连锁店、食杂店、个体户等中小型店铺进行销售，经销商不存在异常压货的情形，库存与销售规模和销售策略匹配，均实现最终销售。

⑥经销商的结算方式和结算政策

经销模式下，公司根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收或对账后确认销售收入。

⑦经销商退换货情况

公司在与经销商的合作中，通常签订年度经销协议，在协议中约定产品名称、经销性质、经销区域等条款，向经销商的销售属于买断式销售，非公司原因造成的货品损毁、滞销等情形，不予以退换。报告期内各期，公司与经销商实际退换货金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商退换货金额	8.43	3.88	6.31	14.06

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商收入	7,838.14	4,004.31	4,549.89	4,731.37
退换货占比	0.11%	0.10%	0.14%	0.30%

⑧经销商促销返利情况

报告期内公司未给予境外经销商返利,给予境内经销商促销返利的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商业折让	47.23	134.79	211.92	331.1
搭赠折扣	80.48	102.03	39.17	30.14
费用类补贴	0.59	8.59	8.03	15
经销商返利金额合计	128.31	245.41	259.12	376.25
经销商收入	2,413.82[注]	4,004.31	4,549.89	4,731.37
其中：国内经销商收入	2,237.55[注]	3,575.24	4,121.88	3,964.23
返利占经销收入比	5.32%	6.13%	5.70%	7.95%
返利占国内经销收入比	5.73%	6.86%	6.29%	9.49%

注：2020 年 1-6 月经销商收入未包含口罩业务经销收入

公司给予经销商促销返利的会计处理方式

公司给予经销商一定的促销返利政策，不定期根据公司的销售策略以抵货款或搭赠形式发放，包括商业折让、搭赠折扣及费用类补贴三种方式。

商业折让会计处理方式：公司按照销售合同约定或促销政策按月结算或计提，将相关支出冲减主营业务收入，在公司向客户开具销售发票时冲减应收账款。

搭赠折扣会计处理方式：公司按照促销政策兑现货物搭赠，在搭赠出库时将相关支出计入主营业务成本。

费用类补贴会计处理方式：公司按照销售合同约定或促销政策按月结算或计提，将相关支出计入销售费用，在经销商向公司开具费用发票时冲减应收账款。

公司对于经销商返利的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

⑨ 境外经销情况

（i）境外经销总体情况

报告期内，发行人境外经销收入规模较小，销售的主要为自主品牌婴儿护理用品及成人失禁用品;2020 年 1-6 月境外经销金额增长较大,主要原因为 2020 年 1-6 月境外经销中新增了口罩销售收入。报告期各期发行人境外经销的具体销售金额情况如下表所示。

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
口罩产品收入	5,376.12	-	-	-
婴儿护理用品收入	165.44	406.73	341.54	549.09
成人失禁用品收入	2.26	22.34	23.71	206.13
其他	8.56	-	62.76	11.91
境外经销收入合计	5,552.39	429.07	428.01	767.14

报告期各期，发行人境外经销的主要产品单价情况如下表所示：

单位：元/片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
口罩产品单价	2.03	-	-	-
婴儿护理用品单价	0.61	0.61	0.61	0.69
成人失禁用品单价	1.64	1.48	1.63	2.02

报告期各期，发行人主要产品（自主品牌）境外经销及境内经销的毛利率对比情况如下表所示：

产品类型	销售渠道	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
口罩产品	境外经销	67.25%	-	-	-
	境内经销	48.15%			
婴儿护理用品	境外经销	44.58%	35.89%	32.57%	42.62%
	境内经销	-	21.15%	12.54%	19.28%
成人失禁用品	境外经销	15.25%	22.94%	32.91%	47.89%
	境内经销	36.03%	32.71%	30.29%	28.14%

注：2020 年 1-6 月毛利率未考虑运输费用转列至成本的影响

报告期各期，发行人境外经销的毛利率普遍比境内经销的毛利率高，主要原因为境外销售一般采用美元结算，需要承担一定的汇率波动风险，因此相同的产品一般定价较高。

此外，境外经销的婴儿护理用品毛利率与境内经销的相比明显偏高，主要

原因系：（1）报告期内，发行人境外经销的婴儿护理用品主要系低端产品，成本相对较低；此外，由于境外经销的数量金额较小，发行人为保证一定的盈利水平，因此定价略高；两者综合导致境外经销的婴儿护理用品毛利率偏高；（2）报告期内，发行人自主品牌的婴儿纸尿裤销量较低，在境内主要依赖经销商自身对发行人自主品牌的婴儿纸尿裤进行市场推广，为调动刺激经销商销售的积极性，通常定价较低，因此毛利率较低。

2019 年度及 2020 年 1-6 月境外经销的成人失禁用品毛利率较低，主要原因为发行人低价处理了部分呆滞存货，导致境外经销的成人失禁用品毛利率较低，上述呆滞存货总体的数量及金额均较小。

（ii）境外经销主要客户情况

发行人境外经销规模较小，客户比较集中，主要客户为 SUPER POWER CORPORATION LTD.（注册地为所罗门群岛），PT. TAWADA HEALTHCARE（注册地为印度尼西亚）和 NEXT FOLIEN GMBH（注册地为德国），其收入及占境外经销总收入的比例具体情况如下表所示。

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	经销收入	占境外经销总收入比例	经销收入	占境外经销总收入比例	经销收入	占境外经销总收入比例	经销收入	占境外经销总收入比例
SUPER POWER CORPORATION LTD.	169.67	3.06%	407.07	94.87%	341.63	79.82%	448.64	58.48%
PT. TAWADA HEALTHCARE	-	-	-	-	-	-	236.78	30.87%
NEXT FOLIEN GMBH	5,204.80	93.74%	-	-	-	-	-	-
合计	5,374.46	96.80%	407.07	94.87%	341.63	79.82%	685.42	89.35%

发行人主要境外经销客户的基本情况如下：

客户名称	成立时间	开始合作时间	主营业务	股权结构	实际控制人	主要销售渠道	是否仅销售发行人产品
SUPER POWER CORPORATION LTD.	2014 年	发行人自 2008 年开始与其实际控制人之父控制的企业合	商品贸易销售、货运服务、运输及物流服务	Andrew Sing-Wong Chee 100%	Andrew Sing-Wong Chee	商超、零售店	否

客户名称	成立时间	开始合作时间	主营业务	股权结构	实际控制人	主要销售渠道	是否仅销售发行人产品
		作，2014 年 SUPER POWER CORPORATION LTD.成立后，发行人改为与其进行合作					
PT. TAWADA HEALTHCARE	1999 年	2015 年	医疗器械、耗材经销	PT Triputra Berjaya 51%,Meditech Pte Ltd 40%,Meddev Holdings Pte Ltd 9%	Satrija Sumarkho	商超、零售店	否
NEXT FOLIEN GMBH	1993 年	2020 年	商品贸易、房地产租赁	Next Folien Gmbh 50%，Johannes Schäfer 39%，Andreas Schäfer 3%，Jan Schäfer 3%	Johannes Schäfer	政府	否

PT. TAWADA HEALTHCARE 于 2015 年开始与发行人合作，合作期间保持了良好的业务关系，但由于印度尼西亚消费水平较低，一次性卫生用品在当地市场渗透率较低，因此自 2018 年以来与发行人停止了合作。NEXT FOLIEN GMBH 主营业务为商品贸易和房地产租赁，2020 年 3 月以来，因新冠疫情原因，NEXT FOLIEN GMBH 开始经营口罩业务，其主要系为德国卫生部采购口罩。

2）直营零售

公司在经济较为发达、老年人口比例较高的地区补充发展直营零售模式，主要聚焦于四类客户：一是重点医院的小卖部及周边店铺；二是重点养老院；三是品牌连锁药店；四是社会团体和慈善机构，例如各地的红十字会、残疾人联合会等。

通常情况下，公司与直营零售客户签订销售合同；对于部分残疾人联合会、红十字会客户，公司还要通过招投标流程与其进行合作。直营零售客户将订单需求发送至公司业务员后，业务员将订单转交公司订单组，之后由仓库安排物流发货，物流部进行跟单，将签收回单反馈至财务部。对直营零售客户的货品配送由公司统筹安排，如订单数量较小，则由外仓就近发货，如订单数量较大，则由公司安排物流从工厂仓库发货。公司与直营零售客户的结算方式包括款到发货、货

到付款以及月结等，具体与客户协商确定。非公司原因造成的货品损毁、滞销等情形，一般不予以退换货。

报告期内，公司自主品牌业务直营零售客户的收入分布如下：

单位：万元

区域	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
华东地区	1,331.81	1,068.23	862.49	539.71
华北地区	91.72	147.86	141.58	71.3
华南地区	41.7	42.77	68.36	26.06
东北地区	41.36	9.77	46.14	14.76
华中地区	15.27	31.76	32.12	18.76
西南地区	15.22	54.22	45.44	23.24
西北地区	4.26	4.73	2.84	17.59
合计	**1,541.34**	**1,359.34**	**1,198.97**	**711.42**

报告期内，公司主要直营零售客户销售额如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月		
序号	**客户**	**金额**
1	杭州悦行优品健康管理有限公司	278.90
2	杭州市临安区国瑞健康产业投资有限公司	271.77
3	南京孝为先康复用品有限公司	49.28
4	杭州市公共交通集团有限公司	47.96
5	上海奥思特康复辅具有限公司	47.78
合计		**695.70**
2019 年度		
序号	**客户**	**金额**
1	杭州悦行优品健康管理有限公司	104.80
2	南京孝为先康复用品有限公司	64.39
3	上海市残疾人辅助器具资源中心	57.41
4	浦东新区残疾人联合会	51.59
5	上海市虹口区残疾人联合会	42.94
合计		**321.12**
2018 年度		

序号	客户	金额
1	上海市残疾人辅助器具资源中心	241.18
2	南京孝为先康复用品有限公司	50.74
3	上海康林仁和家庭医疗保健用品有限公司	29.51
4	张家口市华佗医药经营有限公司	21.97
5	合肥市新站区九久夕阳红超市	17.76
合计		**361.16**

2017 年度

序号	客户	金额
1	上海市残疾人辅助器具资源中心	211.00
2	南京孝为先康复用品有限公司	90.28
3	临安市社会福利中心	18.68
4	上海康林仁和家庭医疗保健用品有限公司	14.79
5	杭州悦行优品健康管理有限公司	12.63
合计		**347.38**

报告期内，发行人与金利伟兼任职务的社会团体、机构的交易主要系缴纳会费以及捐赠，无其他业务往来，发行人向社会团体和慈善机构供应商品时，均按照相关组织和部门的要求履行流程，不存在应履行招投标流程未履行的情形，不存在商业贿赂的情形。

3）直营 KA

公司与 KA 客户签订年度框架销售合同，KA 客户根据自身销售及库存情况，向公司发送订单；对于拥有自主供应商系统的 KA 客户，其通过供应商系统向公司下发订单，公司按照 KA 客户下达的供货计划，安排物流将货物配送至客户的中心大仓进行备货，客户根据其各门店情况组织从大仓自行配送；对于尚未使用供应商系统的 KA 客户，各客户门店定期将缺货情况汇总至公司订单组，由公司与客户集中确认订单后，配送至客户的中心大仓进行备货，客户根据其各门店情况组织从大仓自行配送。公司与 KA 客户一般采取按月对账，对账开具发票后给予 KA 客户一定的付款期限，通常为 45-60 天不等。

报告期内，公司 KA 渠道主要客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	2020 年 1-6 月前五名客户	金额	占营业收入比例

1	康成投资（中国）有限公司	136.22	0.17%
2	家家悦集团股份有限公司	114.47	0.14%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	97.35	0.12%
4	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	34.85	0.04%
5	联华超市股份有限公司	33.79	0.04%
合计		**416.68**	**0.51%**
序号	**2019 年前五名客户**	**金额**	**占营业收入比例**
1	康成投资（中国）有限公司	291.29	0.25%
2	家家悦集团股份有限公司	204.24	0.17%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	189.95	0.16%
4	物美南方发展有限责任公司	113.01	0.10%
5	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	60.47	0.05%
合计		**858.96**	**0.73%**
序号	**2018 年前五名客户**	**金额**	**占比**
1	康成投资（中国）有限公司	370.49	0.41%
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	296.03	0.33%
3	家家悦集团股份有限公司	239.54	0.26%
4	物美南方发展有限责任公司	120.5	0.13%
5	家乐福	66.94	0.07%
合计		**1,093.50**	**1.20%**
序号	**2017 年前五名客户**	**金额**	**占比**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	455.28	0.58%
2	康成投资（中国）有限公司	321.95	0.41%
3	家家悦集团股份有限公司	255.12	0.32%
4	物美南方发展有限责任公司	167.96	0.21%
5	家乐福	75.58	0.10%
合计		**1,275.89**	**1.62%**

报告期内，公司 KA 渠道销售收入分别为 1,694.23 万元、1,560.09 万元、1,222.89 万元和 544.80 万元，逐年下降，主要原因为：

①随着我国电子商务市场的崛起，人们的消费方式发生了较大的改变，当前线下传统渠道如 KA 卖场等更多开始扮演让消费者首次接触成人失禁用品的角色，消费者在首次使用后，通常更倾向于采用更为便捷的线上购买方式实现重复

消费。

②KA 等卖场费用较高。公司产品进入 KA 等卖场渠道进行销售，需要缴纳进场费、陈列费、促销费等多项费用，费用较高，且卖场产品销售条件较为严苛，公司产品在 KA 等卖场渠道实现的利润较低，因此在渠道选择上并未优先选择 KA 卖场。

4）线上销售

随着网络普及率的不断增长，电子商务在中国市场已经成长为区别于传统经销商、商超之外的又一重要渠道；尤其是在公司所处的成人失禁用品品类上，电商销售在兼具价格优势的同时，还保证了客户购买活动的私密性和便捷性。因此，自 2014 年开始，公司逐步拓展电商渠道的销售规模，截至 2019 年公司电商渠道的年销售额已达到 2.48 亿元。

公司线上销售的产品主要为自主品牌的成人失禁用品，其销售模式主要分为三类，自营电商店铺、电商超市以及线上分销，具体情况如下表：

分类	线上销售模式	主要平台/店铺	销售-开票对象	结算方式	物流负责方
B2C	**自营电商店铺**	淘宝、京东	C 端客户	消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货，电商平台同步将相应的货款交付至公司	可靠发货
B2B	**电商超市**	京东自营、天猫超市	电商平台	与平台对账无误并开具发票后，平台在约定账期内支付货款	平台发货
	线上分销	供销平台	分销店铺	消费者在电商平台确认收货，电商平台将货款按照约定比例同时划分至分销商和公司	可靠发货
		海拍客、唯品会等	电商平台/店铺	与平台/商户对账无误并开具发票后，平台在约定账期内支付货款	

报告期内各期，上述销售模式的销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营电商平台	7,933.86	50.86%	11,182.21	45.08%	7,853.23	43.32%	5,667.85	50.31%
电商超市	5,482.90	35.15%	9,418.09	37.97%	6,764.85	37.32%	2,950.53	26.19%
线上分销平台	2,181.21	13.98%	4,203.56	16.95%	3,509.33	19.36%	2,646.62	23.49%
合计	**15,597.97**	**100.00%**	**24,803.86**	**100.00%**	**18,127.41**	**100.00%**	**11,265.00**	**100.00%**

线上销售三种模式示意图



① 自营电商店铺

公司在天猫、京东、拼多多等境内主流的电商平台上均开设了自营电商店铺销售自主品牌的成人失禁用品。客户通过电商平台进行下单，并通过支付宝、京东钱包等网络支付手段进行支付；公司自营电商店铺收到电商平台推送的订单后，会将订单信息传输至公司的管易系统，店铺后台人员在电商收发存信息管理系统中进行审单、拆包并生成发货单后，管易系统会向各地仓库（包括本地仓库以及各地合作的外仓）发出发货指令，各仓库按照发货指令进行物流配送；客户收到货品后，在电商平台确认收货，电商平台将货款直接划拨至公司账户。

报告期内，发行人共有 19 个自营电商店铺，其中主要系天猫、拼多多及京东平台的官方旗舰店；报告期内各期，三家店铺合计占发行人自营电商平台销售收入的 85.19%、83.66%、87.16%和 89.09%，其基本情况如下表所示：

序号	店铺名称	所属电商平台	店铺网址
1	可靠旗舰店	天猫	https://kekao.tmall.com/
2	可靠旗舰店	拼多多	拼多多 APP
3	京东可靠旗舰店	京东	https://mall.jd.com/index-345099.html

② 电商超市

电商超市主要是指各电商平台自营的采销模式，即电商平台自行进货、自行销售，商家仅作为电商平台的供应商按照其要求供货。报告期内发行人主要的电

商超市客户是京东自营和天猫超市，具体的销售情况如下表所示：

单位：万片、万元

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销量	主营业务收入	销量	主营业务收入	销量	主营业务收入	销量	主营业务收入
京东自营	3,528.41	4,760.34	6,682.24	8,242.14	5,101.72	6,006.22	2,769.86	2,734.18
天猫超市	677.53	707.98	1,147.93	1,175.95	710.26	758.63	213.88	216.35
合计	**4,205.95**	**5,468.32**	**7,830.16**	**9,418.09**	**5,811.98**	**6,764.85**	**2,983.74**	**2,950.53**

（i）京东自营

京东自营结合自身经营情况，向公司下达采购订单，公司根据接获的订单将指定货品在要求期限内配送至京东自营指定的仓库地点，京东自营在其指定地点进行签收。公司与京东自营定期进行对账结算，双方确认结算单后公司向京东自营开具发票，京东自营收到发票后安排进行付款。

（ii）天猫超市

天猫超市向公司下达采购订单后，公司根据天猫超市的要求将货品在规定期限内配送至指定仓库；天猫超市将货品进行上架销售，每月底公司根据从天猫系统中查询到的货品最终销售情况进行收入确认。

③ 线上分销

（i）供销平台

公司的分销商在供销平台上开设其自营店铺开展商品的分销，客户在分销商的自营店铺下单后，供销平台将订单信息推送至可靠护理后台，由可靠护理根据客户地址直接安排配送；客户收到货物后在电商平台上确认收货，平台自动对货款进行分账，按照约定比例分别将款项划至可靠护理及分销商的账户。

（ii）其它线上分销

方式一：线上分销商自行运行电商店铺，并将客户购买信息推送至可靠护理处，由可靠护理安排物流配送。线上分销商定期与可靠护理对账，双方对账无误后开具发票，线上分销商在约定账期内支付货款。

方式二：公司在电商平台上自行运营店铺，客户通过平台下单后，将货款支付至平台方，由可靠护理安排物流配送。平台方定期与发行人对账付款，按照约定价格结算。

（iii）线上分销主要客户的情况

单位：万元

平台/店铺名称	分销平台	模式分类	2020 年 1-6 月销售金额	2019 年销售金额	2018 年销售金额	2017 年销售金额
供销平台	淘系	供销平台	1,944.25	3,860.66	3,410.50	2,552.59
可靠母婴旗舰店	唯品会	其它线上分销-方式二	151.04	159.13	24.21	-
岳阳翼腾科贸有限公司	京东分销	其它线上分销-方式一	39.16	114.14	57.07	35.93
贝店自营	贝店	其它线上分销-方式二	29.53	46.26	-	-
其它			17.23	23.37	17.55	58.10
线上分销合计			**2,181.21**	**4,203.56**	**3,509.33**	**2,646.62**

如上表所示，报告期内发行人对主要线上分销客户的销售额均呈逐年上升的趋势，主要原因系成人失禁用品市场整体规模快速增长；发行人分销客户的终端销售真实，均实现了最终销售。

④ 电商客户消费情况

（i）去重客户数、客单价及次均购买金额

京东平台店铺

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
去重客户数（个）	32,135	29,691	27,932	11,816
全年客单价（元）	288.63	355.50	318.48	225.90
次均购买金额（元）	210.40	212.86	200.33	173.05
全年有效订单金额（万元）	927.53	1,055.52	889.57	266.92
全年有效订单数（个）	44,084	49,587	44,405	15,425

淘宝平台店铺

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
去重客户数（个）	306,040	420,596	281,331	251,837
全年客单价（元）	236.94	243.03	290.97	247.16
次均购买金额（元）	159.90	138.10	156.16	141.66
全年有效订单金额（万元）	7,251.37	10,221.79	8,186.00	6,224.34
全年有效订单数（个）	453,492	740,200	524,202	439,387

注：①上述数据为运营数据；

②全年客单价=全年有效订单金额/去重客户数；

③次均购买金额=全年有效订单金额/全年有效订单数；

（ii）电商销售地区分布情况

单位：元

B2C 自营店铺模式订单分布情况

省份	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比
江苏省	10,760,224.91	11.80%	15,905,483.83	11.84%	11,952,257.40	12.78%	8,503,699.94	12.64%
广东省	9,559,159.00	10.48%	13,664,690.19	10.17%	8,822,996.53	9.44%	5,506,966.93	8.19%
浙江省	8,236,228.57	9.03%	9,942,325.32	7.40%	6,884,217.45	7.36%	4,806,843.16	7.15%
山东省	5,558,600.88	6.09%	8,578,148.17	6.38%	6,369,496.76	6.81%	4,679,934.47	6.96%
北京	5,466,760.72	5.99%	7,892,340.97	5.87%	5,461,060.99	5.84%	3,307,099.89	4.92%
上海	7,218,468.96	7.91%	7,573,313.55	5.64%	5,224,032.85	5.59%	3,670,187.90	5.46%
安徽省	3,854,749.42	4.23%	6,424,652.90	4.78%	4,142,103.38	4.43%	4,593,232.45	6.83%
湖北省	2,927,379.59	3.21%	5,756,699.97	4.28%	4,032,299.27	4.31%	3,002,267.78	4.46%
四川省	3,466,734.38	3.80%	5,410,439.39	4.03%	3,451,658.72	3.69%	2,482,267.17	3.69%
福建省	2,860,929.07	3.14%	4,477,857.95	3.33%	2,929,502.37	3.13%	2,123,240.70	3.16%
陕西省	2,678,952.35	2.94%	4,189,467.53	3.12%	2,697,853.28	2.89%	1,905,402.73	2.83%
云南省	2,130,990.50	2.34%	4,087,438.80	3.04%	2,944,105.45	3.15%	2,079,788.25	3.09%
湖南省	2,520,185.80	2.76%	3,990,124.21	2.97%	2,668,322.40	2.85%	1,909,081.61	2.84%
辽宁省	2,928,734.15	3.21%	3,819,399.21	2.84%	2,921,369.13	3.12%	1,965,707.03	2.92%
河北省	2,400,589.98	2.63%	3,634,949.66	2.71%	2,593,737.51	2.77%	1,926,629.74	2.86%
江西省	2,172,087.05	2.38%	3,378,680.83	2.51%	2,245,991.92	2.40%	1,475,557.42	2.19%
黑龙江省	2,163,877.07	2.37%	3,104,787.39	2.31%	2,398,899.85	2.57%	1,877,331.94	2.79%
河南省	1,979,006.59	2.17%	2,930,693.61	2.18%	2,097,399.51	2.24%	1,603,624.99	2.38%
重庆	1,723,343.70	1.89%	2,605,855.31	1.94%	1,743,792.05	1.86%	1,334,623.04	1.98%
山西省	1,478,500.83	1.62%	2,292,294.22	1.71%	1,655,969.22	1.77%	1,360,112.25	2.02%
新疆维吾尔自治区	979,474.37	1.07%	2,284,309.39	1.70%	794,169.74	0.85%	710,663.37	1.06%
内蒙古自治区	1,389,061.37	1.52%	2,266,605.96	1.69%	1,744,817.39	1.87%	1,075,897.45	1.60%
吉林省	1,397,437.59	1.53%	1,948,504.61	1.45%	1,546,604.88	1.65%	1,081,112.86	1.61%
贵州省	1,090,591.19	1.20%	1,935,854.75	1.44%	1,402,268.25	1.50%	947,324.02	1.41%
广西壮族自治区	1,259,553.66	1.38%	1,916,672.44	1.43%	1,639,362.01	1.75%	1,291,133.18	1.92%

B2C 自营店铺模式订单分布情况

省份	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比
天津	1,200,371.21	1.32%	1,517,761.56	1.13%	1,078,623.66	1.15%	636,201.10	0.95%
海南省	782,110.36	0.86%	1,201,251.26	0.89%	994,905.21	1.06%	589,354.12	0.88%
甘肃省	643,709.23	0.71%	888,662.92	0.66%	636,862.77	0.68%	493,624.44	0.73%
宁夏回族自治区	202,704.89	0.22%	411,692.35	0.31%	299,887.56	0.32%	211,644.48	0.31%
青海省	141,679.25	0.16%	210,245.59	0.16%	125,283.90	0.13%	91,131.12	0.14%
西藏自治区	36,294.26	0.04%	136,816.64	0.10%	12,123.33	0.01%	9,060.33	0.01%
合计	**91,208,490.89**	**100.00%**	**134,378,020.48**	**100.00%**	**93,511,974.76**	**100.00%**	**67,250,745.86**	**100.00%**

注：上述数据为运营数据

（iii）消费区间分层披露客户数

单位：个

淘宝平台自营店铺

全年消费金额（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
0-100	111,059	36.29%	233,620	55.54%	124,384	44.21%	109,053	43.30%
100-250	107,491	35.12%	84,537	20.10%	69,603	24.74%	73,261	29.09%
250-500	55,605	18.17%	51,694	12.29%	45,002	16.00%	39,507	15.69%
500-1,000	22,807	7.45%	30,085	7.15%	24,804	8.82%	18,863	7.49%
1,000-2,000	7,494	2.45%	14,801	3.52%	12,720	4.52%	8,305	3.30%
2,000 以上	1,584	0.52%	5,859	1.39%	4,818	1.71%	2,848	1.13%
合计	**306,040**	**100.00%**	**420,596**	**100.00%**	**281,331**	**100.00%**	**251,837**	**100.00%**

京东平台自营店铺

全年消费金额（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
0-100	6,232	19.39%	6,653	22.41%	5,924	21.21%	3,712	31.42%
100-250	13,448	41.85%	9,677	32.59%	10,652	38.14%	4,582	38.78%
250-500	8,254	25.69%	7,654	25.78%	6,921	24.78%	2,490	21.07%
500-1,000	3,184	9.91%	3,639	12.26%	2,958	10.59%	754	6.38%
1,000-2,000	854	2.66%	1,607	5.41%	1,178	4.22%	227	1.92%
2,000 以上	163	0.51%	461	1.55%	299	1.07%	51	0.43%

合计	32,135	100.00%	29,691	100.00%	27,932	100.00%	11,816	100.00%

单位：个

拼多多平台自营店铺

全年消费金额（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
0-100	20,704	46.16%	24,966	43.86%	3,179	32.64%	8	88.89%
100-250	12,955	28.88%	17,926	31.50%	3,879	39.82%	1	11.11%
250-500	7,111	15.85%	7,645	13.43%	1,663	17.07%	-	-
500-1,000	3,055	6.81%	4,049	7.11%	753	7.73%	-	-
1,000-2,000	899	2.00%	1,817	3.19%	223	2.29%	-	-
2,000 以上	127	0.28%	513	0.90%	44	0.45%	-	-

注：上述数据为运营数据

A. 公司 B2C 自营店铺大额订单基本情况

报告期各期，发行人 B2C 自营店铺买家年度购买金额合计大于 1 万元的大额订单对应的客户数量、订单金额合计及占比的具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大额订单对应客户数量（个）	89	149	86	1
大额订单金额合计（含税，万元）	188.22	338.85	158.70	1.41
B2C 自营店铺订单金额合计（含税，万元）	9,120.85	13,437.80	9,351.20	6,725.07
大额订单占比	2.06%	2.52%	1.70%	0.02%

报告期各期，发行人 B2C 自营店铺大额订单对应的客户数量较少，大额订单合计金额分别为 1.41 万元、158.70 万元、338.85 万元和 188.22 万元，占发行人 B2C 自营店铺订单合计金额的比例分别为 0.02%、1.70%、2.52%和 2.06%，发行人大额订单的金额和占比均较低，对 B2C 自营店铺的经营和销售不存在重大影响。

B. 大额订单客户类型和大额采购的原因及合理性

根据对发行人 B2C 自营店铺大额订单客户的访谈，报告期各期，发行人 B2C 自营店铺大额订单对应的客户类型及大额采购原因的具体构成比例情况如下：

客户类型	大额采购原因	2020 年 1-6 月构成	2019 年构成	2018 年构成	2017 年构成

小型商铺、实体店等	对外销售	51.30%	76.82%	77.69%	100.00%
养老福利机构	统一集中采购	17.45%	20.11%	17.12%	-
个人代采	批量采购口罩	23.02%	-	-	-
个人客户	自己或家人长期使用	3.83%	3.07%	5.18%	-
	捐赠	4.40%	-	-	-
合计		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期各期，发行人 B2C 自营店铺的大额采购均具有合理性。大额订单的主要客户类型为部分小型商铺、实体店等购买用于对外销售，由于该类店铺经营规模较小，仓储空间有限，而线上购买比较方便，在平台大促期间购买或批量购买较为优惠，因此存在上述店铺选择通过线上平台进行大额采购的情形；部分大额订单的客户为小型养老院、福利院等机构，由于该类机构对成人失禁用品的需求比较稳定，但采购量未达到一定规模，因此不定期在线上平台进行统一集中采购；2020 年 1-6 月，部分客户通过线上集中为公司购买口罩，由于需求量较大，因此订单金额较大；大额订单中，仅有个别个人客户购买用于自己或家人长期使用，占比较低。

报告期各期，发行人不存在实际控制人、董事、监事、高级管理人员、员工等内部人员通过线上渠道大额采购的情况。

报告期内，发行人存在两家经销商通过线上进行大额采购的情况，涉及到的金额合计不超过 3 万元。其中一家为 2020 年新开拓的经销商，其在成为发行人线下经销商之前，通过发行人线上店铺进行采购，后经发行人业务员拜访后，目前已经与发行人通过线下经销渠道进行合作；另外一家经销商 2017 年即与发行人合作，后由于对接的线下业务员离职，影响了该经销商订单的及时性，于是通过线上平台进行采购，后经公司自查发现后，及时与该经销商取得了联系，恢复了线下经销渠道的采购。除上述情况外，发行人其他年度不存在经销商通过线上渠道大额采购的情况。

（iv）消费区间分层披露购买次数

单位：个

淘宝平台自营店铺				
全年消费	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**

金额（元）	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比
0-100	178,638	39.39%	420,533	56.81%	243,924	46.53%	210,111	47.82%
100-250	192,371	42.42%	187,792	25.37%	165,463	31.56%	145,689	33.16%
250-500	66,663	14.70%	101,677	13.74%	93,598	17.86%	71,902	16.36%
500-1,000	13,686	3.02%	27,451	3.71%	19,374	3.70%	10,726	2.44%
1,000-2,000	1,525	0.34%	2,229	0.30%	1,610	0.31%	844	0.19%
2,000 以上	609	0.13%	518	0.07%	233	0.04%	115	0.03%
合计	**453,492**	**100.00%**	**740,200**	**100.00%**	**524,202**	**100.00%**	**439,387**	**100.00%**

京东平台自营店铺

全年消费金额（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比
0-100	9,623	21.83%	10,846	21.87%	9,498	21.39%	5,117	33.17%
100-250	20,636	46.81%	20,543	41.43%	21,212	47.77%	6,519	42.26%
250-500	11,921	27.04%	16,010	32.29%	12,058	27.15%	3,315	21.49%
500-1,000	1,693	3.84%	1,953	3.94%	1,541	3.47%	440	2.85%
1,000-2,000	135	0.31%	212	0.43%	87	0.20%	31	0.20%
2,000 以上	76	0.17%	23	0.05%	9	0.02%	3	0.02%
合计	**44,084**	**100.00%**	**49,587**	**100.00%**	**44,405**	**100.00%**	**15,425**	**100.00%**

注：上述数据为运营数据

单位：个

拼多多平台自营店铺

全年消费金额（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比
0-100	52,624	60.16%	65,754	50.55%	6,579	36.78%	9	90.00%
100-250	25,472	29.12%	56,337	43.31%	9,632	53.85%	1	10.00%
250-500	8,857	10.12%	7,204	5.54%	1,595	8.92%	-	-
500-1,000	507	0.58%	742	0.57%	77	0.43%	-	-
1000-2,000	18	0.02%	39	0.03%	3	0.02%	-	-
2,000 以上	2	0.00%	4	0.00%	2	0.01%	-	-

（v）分层披露购买间隔时间

单位：个

淘宝平台自营店铺

平均购买间隔	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比

小于 1 月	2,340	0.76%	1,883	0.45%	1,457	0.52%	713	0.28%
1-3 月	29,945	9.78%	23,324	5.55%	18,444	6.56%	13,339	5.30%
3-6 月	273,755	89.45%	39,822	9.47%	29,447	10.47%	26,410	10.49%
6-12 月	-	-	355,567	84.54%	231,983	82.46%	211,375	83.93%
合计	**306,040**	**100.00%**	**420,596**	**100.00%**	**281,331**	**100.00%**	**251,837**	**100.00%**

京东平台自营店铺

平均购买间隔	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比	客户数	占比
小于 1 月	136	0.42%	54	0.18%	42	0.15%	4	0.03%
1-3 月	2,394	7.45%	1,346	4.53%	1,097	3.93%	151	1.28%
3-6 月	29,605	92.13%	2,908	9.79%	2,427	8.69%	579	4.90%
6-12 月	-	-	25,383	85.49%	24,366	87.23%	11,082	93.79%
合计	**32,135**	**100.00%**	**29,691**	**100.00%**	**27,932**	**100.00%**	**11,816**	**100.00%**

注：上述数据为运营数据

单位：个

拼多多平台自营店铺

平均购买间隔	2020 上半年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
小于 1 月	1,417	3.16%	796	1.40%	39	0.40%	-	-
1-3 月	7,186	16.02%	5,295	9.30%	563	5.78%	-	-
3-6 月	36,248	80.82%	7,056	12.40%	1,105	11.34%	-	-
6-12 月	-	-	43,769	76.90%	8,034	82.48%	9	100.00%

注：上述数据为运营数据

经核查，保荐机构认为，报告期内发行人线上销售不存在单个客户异常大额购买或充值、异常重复购买或充值的情形，不存在发行人及关联方刷单情形，报告期内发行人线上销售具有真实性。

（vi）发行人主要 B2C 自营店铺访客量、页面浏览量、浏览转化率情况

店铺名称	平台名称	数据指标	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
可靠旗舰店	天猫	访客数（人）	4,416,939	2,805,985	1,897,472	1,768,533
		页面浏览量（次）	18,703,589	22,228,120	13,536,772	12,159,921
		下订单人数（人）	355,507	587,381	354,573	260,586
		转化率	8.05%	20.93%	18.69%	14.73%
可靠福	淘宝	访客数（人）	97,013	119,255	305,138	671,091

店铺名称	平台名称	数据指标	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
祉综合馆		页面浏览量（次）	482,324	692,211	1,725,666	无法取得
		下订单人数（人）	14,140	28,226	64,074	105,224
		转化率	14.58%	23.67%	21.00%	15.68%
安护士旗舰店	天猫	访客数（人）	111,527	129,242	80,376	-
		页面浏览量（次）	698,462	880,615	513,768	-
		下订单人数（人）	19,021	27,233	17,928	-
		转化率	17.06%	21.07%	22.31%	-
crown 皇冠居家日用旗舰店	天猫	访客数（人）	18,198	11,635	85,557	33,353
		页面浏览量（次）	93,646	56,055	458,981	无法取得
		下订单人数（人）	3,621	2,681	16,295	5,048
		转化率	19.90%	23.04%	19.05%	15.14%
京东可靠旗舰店	京东	访客数（人）	372,687	287,014	266,263	258,027
		页面浏览量（次）	1,782,429	1,395,043	1,177,798	989,038
		下订单人数（人）	36,616	42,803	38,423	26,993
		转化率	9.82%	14.91%	14.43%	10.46%
可靠 COCO 旗舰店	拼多多	访客数（人）	1,092,890	950,604	103,391	无法取得
		页面浏览量（次）	1,977,902	无法取得	无法取得	无法取得
		下订单人数（人）	77,614	125,937	12,990	无法取得
		转化率	7.10%	13.25%	12.56%	无法取得

注：转化率=下订单人数/访客数

如上表所示，发行人主要电商店铺中，除京东可靠旗舰店转化率较低外，其余店铺之间转化率无重大差异，京东可靠旗舰店转化率较低的原因系发行人除在京东平台开设自营店铺外，还在向京东超市出售可靠自有品牌商品，因此部分访问客户最终在京东超市实现购买，导致自营店铺的转化率偏低。

（vii）访客获取成本

单位：元/人

主要自营店铺	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
可靠旗舰店	44.47	41.97	43.37	31.90
可靠福祉综合馆	34.77	37.23	28.21	无法取得
安护士旗舰店	31.7	30.77	29.8	-
京东可靠旗舰店	37.77	53.19	52.23	121.02

注:访客获取成本=平均点击扣费/点击转化率

上表中,京东可靠旗舰店 2017 年获客成本较高的原因系 2016 年公司暂停了推广计划,导致 2017 年公司重新进行推广引流时,获客成本相对较高。

（viii）新老买家数、用户复购率

时间	平台	去重用户数	老用户	新用户	复购人数	复购率
2017 年度	京东	11,816	-	11,816	2,145	18%
	淘宝	251,837	-	251,837	80,934	32%
	拼多多	9	-	9	1	11%
2018 年度	京东	27,932	2,551	25,381	7,778	28%
	淘宝	281,331	50,860	230,471	93,689	33%
	拼多多	9,741	1	9,740	3,429	35%
2019 年度	京东	29,691	5,519	24,172	9,064	31%
	淘宝	420,596	59,835	360,761	127,118	30%
	拼多多	56,916	3,307	53,609	22,872	40%
2020 年 1-6 月	京东	32,135	6,142	25,993	7,045	22%
	淘宝	306,040	58,928	247,112	81,392	27%
	拼多多	44,851	11,841	33,010	16,915	38%

注：①复购人数=同一年度内再次或多次下单的去重用户数
②复购率=复购人数/去重用户数

拼多多复购率相对较高的主要原因系平台给予客户的补贴较为频繁，导致终端消费者频繁少量下单。

⑤报告期内发行人主要 B2C 自营店铺运营情况

单位：个

店铺名称	可靠旗舰店	京东可靠旗舰店	可靠 COCO 旗舰店	可靠福祉综合馆	安护士旗舰店	crown 皇冠居家日用旗舰店
平台名称	天猫	京东零售	拼多多	淘宝	天猫	天猫
买家评价数	305,852	43,237	108,226	18,958	16,750	1,869
买家评价率	17.56%	30.69%	44.22%	72.17%	21.66%	6.11%
非默认评价率	17.56%	18.76%	44.22%	72.17%	21.66%	6.11%
买家评论上传图片数	6,247	4,443	2,114	67	517	78
上传图片占比	2.04%	10.27%	1.95%	0.35%	3.08%	4.17%
买家好评率	98.49%	98.68%	87.79%	99.46%	98.24%	98.17%
买家差评率	0.73%	0.62%	0.90%	0.25%	0.62%	0.91%

店铺名称	可靠旗舰店	京东可靠旗舰店	可靠 COCO 旗舰店	可靠福祉综合馆	安护士旗舰店	crown 皇冠居家日用旗舰店
发起投诉数	281	522	1	15	16	11
发起申诉数	5	4	1	2	-	-
买家投诉率	0.02%	0.37%	0.00%	0.01%	0.02%	0.04%
卖家申诉率	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
撤销投诉数	65	487	1	5	2	-
纠纷退款率	0.00%	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

注 1： ①买家好评率=累计买家好评数量/累计买家评价数量；②买家差评率=累计买家差评数量/累计买家评价数量；③投诉率=买家投诉数量/商铺订单数；④申诉率=卖家申诉数量/商铺订单数；⑤纠纷退款率=纠纷退款订单数量/商铺订单数；

注 2：上述数据均来源于第三方平台记录的店铺实时运营数据，由于第三方平台不支持数据按自然年度展示，故上述数据无法按自然年度进行区分，其中买家评价数、买家评价率、非默认评价率、买家好评数、买家差评数均为商铺开店至统计时点的累计数据。

⑥报告期内，发行人不存在刷单或刷好评的情况

（i）报告期内买家数量及订单金额变动情况

报告期内，发行人 B2C 自营店铺全年买家数量和订单金额的分布情况如下表所示：





如上图所示，2017 年至 2019 年，发行人线上去重买家数量和订单金额除在每年 11 月以及来年 1 月之间存在明显上升，每年 2 月存在交易低谷外，其它时间保持了较为平稳的波动。11 月至来年 1 月交易上升主要来自于“双 11”及“双 12”促销活动的带动以及年底年前家庭提前备货的购买习惯，2 月交易低谷主要受春节期间物流暂停等的影响。

2020 年 3 月至 4 月期间，发行人线上交易量激增，主要系：①新冠疫情爆发后发行人成人失禁用品客户线上购物需求提升；②疫情发生后，发行人迅速投产口罩，2020 年上半年线上口罩销售快速增长。

综上，报告期内发行人线上交易的买家数量和订单金额分布不存在异常的不规则波动，且除 2020 年上半年外报告期各期的分布趋势基本一致，不存在某一时间段内刷单或刷好评引流的相关情形。

（ii）报告期内新增买家数量及订单情况

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺全年新增买家数量及新增订单总金额的分布如下表所示：



如上图所示，报告期内发行人主要 B2C 自营商铺每月买家新增数量保持稳定，且总体呈现上涨趋势，其中大促期间（每年 618、双 11）、春节前（每年 1 月）和疫情期间新增买家数量以及带来的订单数量明显增长，新增买家贡献的订单金额与新增买家数量增长具有明显的正相关性。

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺全年新增买家数量及新增订单平均金额的分布如下表所示：



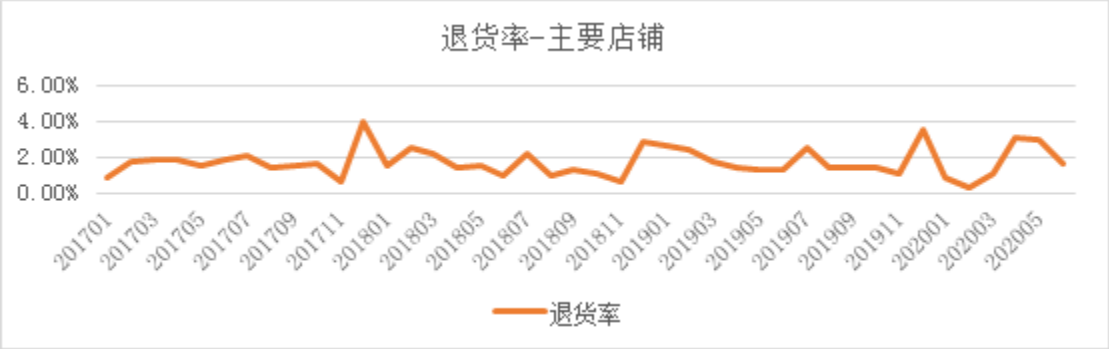
如上表所示，2017-2018 年发行人新增买家平均订单金额总体呈平稳波动势态；2019 年由于公司将主推产品的规格由箱装变成单包装，新增买家订单平均金额较之前有所下降；2020 年疫情发生后，公司推出口罩产品，新增买家订单平均金额明显上升，并在之后回落到正常区间。

（iii）报告期内线上交易退货情况

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺每用户平均退货订单数总体呈下降趋势，且每月退货金额维持在订单金额的 2%左右，退货高峰出现在双十一、春节

后，符合市场规律。报告期内不存在某一时段退货率显著较高的情形，具体情况如下图所示：





（iv）报告期内线上买家购买行为分析情况

报告期内，发行人主要 B2C 自营店铺线上买家全年消费金额超过 85%分布在 500 元以下，买家平均购买间隔超过 90%分布在 3 个月以上，符合成人失禁用品消费习惯。

综上所述，报告期内发行人各线上运营数据的分布和波动合理，不存在因刷单或刷好评导致异常变动的情形。

⑦报告期内发行人不存在虚构交易或快递等不真实的情况

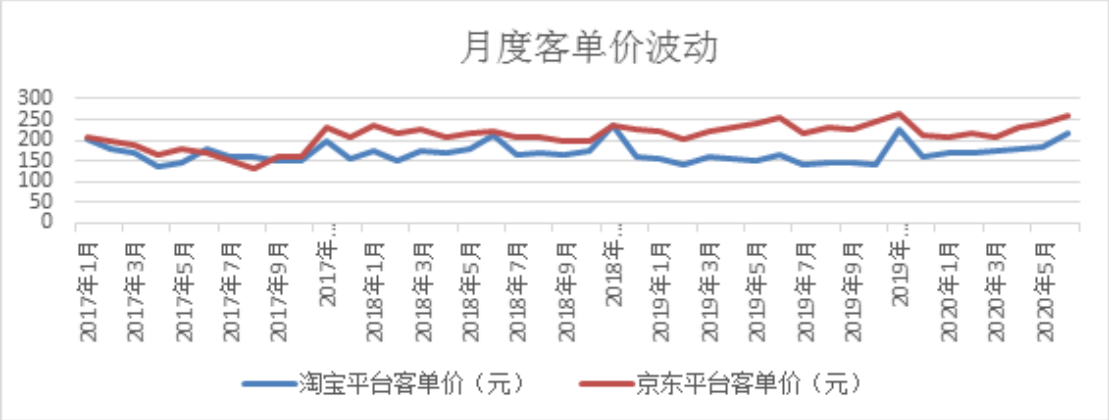
发行人线上订单统一归集至管易 C-ERP 系统中进行后续发货处理，发货前需进行发货商品称重记录，系统记录的实际发货重量与订单对应商品的标准重量比值主要集中在 0.8-1.2 之间，上下波动 20%左右，主要为快递外包装等的差异扰动，总体较为正常，因此不存在空包裹刷单的相关情形。

⑧报告期内发行人月度客单价不存在异常

报告期内发行人在主要电商平台的月度客单价情况如下：

月份	淘宝平台客单价（元）	京东平台客单价（元）	拼多多平台客单价（元）
2017 年 1 月	200.80	206.38	-
2017 年 2 月	180.05	199.36	-
2017 年 3 月	168.80	189.53	-
2017 年 4 月	136.65	163.49	-
2017 年 5 月	145.66	178.52	-
2017 年 6 月	177.44	168.61	-
2017 年 7 月	161.01	150.12	-
2017 年 8 月	161.93	131.70	-
2017 年 9 月	151.75	160.21	-
2017 年 10 月	148.17	157.99	-
2017 年 11 月	195.44	231.82	-
2017 年 12 月	152.77	206.73	40.16
2018 年 1 月	174.11	234.31	48.19
2018 年 2 月	148.18	214.64	67.76
2018 年 3 月	172.33	226.77	112.60
2018 年 4 月	168.16	208.05	147.14
2018 年 5 月	178.79	216.24	151.04
2018 年 6 月	210.76	222.22	155.21
2018 年 7 月	166.90	208.84	156.28
2018 年 8 月	169.30	208.63	166.73
2018 年 9 月	163.00	198.84	155.45
2018 年 10 月	174.20	195.92	157.10
2018 年 11 月	236.01	235.53	159.29
2018 年 12 月	160.10	225.70	152.68
2019 年 1 月	154.96	220.68	160.57
2019 年 2 月	142.09	203.76	133.73
2019 年 3 月	160.43	221.37	130.61
2019 年 4 月	153.66	229.87	136.04
2019 年 5 月	149.11	239.56	135.85
2019 年 6 月	165.00	254.07	142.34
2019 年 7 月	142.87	217.58	125.62
2019 年 8 月	146.90	233.29	131.82
2019 年 9 月	144.90	224.70	136.42

月份	淘宝平台客单价（元）	京东平台客单价（元）	拼多多平台客单价（元）
2019 年 10 月	141.58	246.56	129.83
2019 年 11 月	226.18	262.26	143.79
2019 年 12 月	158.37	210.86	133.73
2020 年 1 月	170.76	207.54	133.48
2020 年 2 月	170.73	218.86	129.06
2020 年 3 月	173.97	209.40	145.34
2020 年 4 月	176.95	229.47	134.39
2020 年 5 月	183.32	239.69	139.28
2020 年 6 月	216.04	261.04	142.73



如上图所示，报告期内发行人在淘宝及京东平台的客单价波动情况除在双 11 期间有较大波动外，不存在其他异常波动的情形。

报告期内，发行人不同电商平台销售的相同产品，其定价是以统一的出厂指导价格清单为基础进行浮动调整；但各平台在实际定价时，会根据各自的销售策略以及当前时间段的促销力度确定浮动比例，从而确定最终报价。

2018 年以来发行人京东平台客单价高于淘宝平台客单价，主要原因系：发行人在京东平台除了自主经营的店铺外，还通过京东自营超市销售成人失禁用品。报告期内，发行人在自营店铺实行单次购买满 99 元免邮费的销售策略，而京东自营超市实行的是整个自营超市的商品满一定金额包邮的政策。在此政策下，终端消费者如果单次购买的成人失禁用品金额较小，会倾向于在京东自营超市下单，与超市购买的其它商品一起凑够包邮金额；而如果终端消费者单次购买的成人失禁用品金额较大，达到了发行人自营店铺的包邮金额，则可能直接在发行人自营店铺下单购买。因此在上述购买行为下，会导致发行人在京东平台的自营店铺里

下单的终端消费者主要是客单价较高的客户。

从 2018 年开始，发行人产品在京东自营超市的销售金额迅速增长，远远超过在天猫超市的销售金额，因此京东平台的客户分流效应远超过淘宝平台，导致从 2018 年开始，发行人在京东的自营店铺客单价高于淘宝的自营店铺。

拼多多平台客单价低于淘宝和京东平台的主要原因系拼多多平台对客户促销补贴较多，平台消费人群的购买力略低所致。

⑨公司在各第三方平台实现销售的总体情况和销售集中度分析

渠道分类	电商平台	2020 年 1-6 月		
		销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重
自营店铺	淘宝（含天猫、1688）	6,280.67	40.26%	7.92%
	拼多多	790.25	5.07%	1.00%
	京东	802.78	5.15%	1.01%
	苏宁	51.78	0.33%	0.07%
	其它	9.50	0.06%	0.01%
电商超市	京东自营	4,760.34	30.52%	6.00%
	天猫超市	707.98	4.54%	0.89%
	其它	14.58	0.09%	0.02%
线上分销	供销平台	1,944.25	12.46%	2.45%
	其它	236.96	1.52%	0.30%
线上销售合计		15,599.10	100.00%	19.67%
主营业务收入		79,320.89		100.00%

（续上表）

渠道分类	电商平台	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重
自营店铺	淘宝（含天猫、1688）	9,030.27	36.41%	7.80%	6,889.29	38.00%	7.74%	5,162.93	45.83%	6.61%
	拼多多	1,091.17	4.40%	0.94%	179.39	0.99%	0.20%	-	-	-
	京东	963.18	3.88%	0.83%	740.43	4.08%	0.83%	473.49	4.20%	0.61%
	苏宁	96.32	0.39%	0.08%	41.06	0.23%	0.05%	10.82	0.10%	0.01%

渠道分类	电商平台	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占线上收入比重	占主营业务收入比重
	其它	1.27	0.01%	0.00%	3.07	0.02%	0.00%	20.60	0.18%	0.03%
电商超市	京东自营	8,242.14	33.23%	7.12%	6,006.22	33.13%	6.75%	2,734.18	24.27%	3.50%
	天猫超市	1,175.95	4.74%	1.02%	758.63	4.19%	0.85%	216.35	1.92%	0.28%
	其它	-	-	-	-	-	-	-	-	-
线上分销	供销平台	3,860.66	15.56%	3.34%	3,410.50	18.81%	3.83%	2,552.59	22.66%	3.27%
	其它	342.90	1.38%	0.30%	98.83	0.55%	0.11%	94.03	0.83%	0.12%
线上销售合计		**24,803.86**	**100.00%**	**21.44%**	**18,127.41**	**100.00%**	**20.37%**	**11,265.00**	**100.00%**	**14.42%**
主营业务收入		**115,709.00**		**100.00%**	**88,977.09**		**100.00%**	**78,126.15**		**100.00%**

由上表可知，报告期内发行人在电商自营店铺模式下，主要通过阿里巴巴旗下的多个平台实现销售，包括淘宝、天猫、1688 等；报告期内各期分别实现销售金额 5,162.93 万元、6,889.29 万元、9,030.27 万元和 6,280.67 万元，占当期线上销售总额的比例为 45.83%、38.00%、36.41%和 40.26%，占当期主营业务收入的比重分别为 6.61%、7.74%、7.80%和 7.92%。

报告期内发行人在电商超市模式下，主要通过京东自营和天猫超市实现销售，报告期各期两者合计占线上销售的比重分别为26.19%、37.32%、37.97%和35.06%；占同期主营业务收入的比重分别为 3.78%、7.60%、8.14%和 6.88%。

报告期内发行人在线上分销模式下，主要通过供销平台实现销售，报告期各期其销售金额占线上销售的比重分别为 22.66%、18.81%、15.56%和 12.46%，占主营业务收入的比重分别为 3.27%、3.83%、3.34%和 2.45%。

综上，虽然发行人线上销售主要通过淘系平台和京东平台实现销售，但其销售金额占报告期内各期主营业务收入的比重较小，不存在重大依赖的情形。

⑩公司主要自营电商店铺快递单数与订单数的对比情况

（i）报告期内各期，发行人主要自营电商店铺快递单数与订单数的对比情况如下：

淘宝平台自营店铺				
指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

快递单数（个）	617,130	1,061,512	782,864	490,211
订单数（个）	453,492	740,200	524,202	439,387
快递单数/订单数	1.36	1.43	1.49	1.12
客单价（元）	236.94	243.03	290.97	247.16

京东平台自营店铺

指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
快递单数（个）	70,026	85,919	67,802	16,969
订单数（个）	44,084	49,587	44,405	15,425
快递单数/订单数	1.59	1.73	1.53	1.10
客单价（元）	288.63	355.50	318.48	225.90

拼多多平台自营店铺

指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
快递单数（个）	99,045	147,084	21,276	10
订单数（个）	87,480	130,080	17,888	10
快递单数/订单数	1.13	1.13	1.19	1.00
客单价（元）	197.35	231.66	230.47	40.16

注：快递单数为物流发货时的快递面单数

上表中，报告期内各期发行人各自营店铺快递单数高于订单数的主要原因系发行人销售的成人失禁用品体积较大，快递发货时由于包装原因需要将单个订单拆分为多个快递面单（包裹）进行发货。报告期内各期，快递单数/订单数变动大致与客单价的变动一致，拼多多平台客单价相对较低，因此快递单数/订单数相对较低。2017 年淘宝及京东平台自营店铺快递单数/订单数较低的原因系 2017 年发行人刚从事电商业务，搭赠（买一箱送一包）的促销活动相对较少，因此需要拆单的情况相对较少。

（ii）报告期内，需要对订单进行拆分发货的主要情形

报告期内，需要对订单进行拆分发货的主要情形包括：（1）整箱购买，超过 1 箱需要拆单，每箱货物单独作为一个包裹发货；（2）客户因活动原因等涉及单包购买时，快递公司最大的快递袋可承载 6 包常规纸尿裤；如果客户购买超过 6 包常规纸尿裤或者是购买单包加整箱的组合（例如，买一箱送一包），则发行人发货时需要进行拆单；（3）发行人外仓发货时，外仓缺订单内的部分货

品，将订单拆分，由不同的外仓分别发货，可能造成一个订单对应多个快递单的情形。

（iii）拆单数据在信息系统的流转情况

发行人订单的拆分发货在其管易 C-ERP 系统中进行操作，拆分后的运单号被推送至物流公司以及线上电商平台进行后续追踪。经核查发行人管易系统的执行有效性、完整性和准确性，确认拆单数据合理、真实。

（iv）与同行业公司及其它电商企业的对比

同行业上市公司，如豪悦股份、百亚股份以及恒安、维达等均未披露相关数据，因此选取其它线上销售公司作为可比参照。

凯淳股份主要为在线上代理销售各品牌的产品，根据其披露的内容，其各品牌商品订单与快递单的匹配情况如下：

品牌	产品类别	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
双立人	厨具	订单数量（万单）	9.18	20.43	13.16	12.66
		快递数量（万单）	9.18	21.35	14.79	14.14
		快递数量/订单数量	1.00	1.05	1.12	1.12
小美盒	化妆品	订单数量（万单）	2.4	34.49	19.78	13.14
		快递数量（万单）	2.48	32.35	19.9	13.32
		快递数量/订单数量	1.03	0.94	1.01	1.01
旧街场白咖啡	食品饮料	订单数量（万单）	3.8	18.39	20.67	18.95
		快递数量（万单）	3.77	18.11	19.55	19.13
		快递数量/订单数量	0.99	0.98	0.95	1.01
卡诗	化妆品	订单数量（万单）	-	1.93	53.95	27.67
		快递数量（万单）	-	1.97	54.88	27.81
		快递数量/订单数量	-	1.02	1.02	1.01

三只松鼠主营干果零食，其订单与快递单的匹配情况如下：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
订单数（万个）	7,265.83	4,451.81	4,101.02
快递单数（万个）	7,201.13	4,543.50	4,042.14
快递数量/订单数量	0.99	1.02	0.99

注：三只松鼠仅披露 2016 至 2018 年度相关数据

根据三只松鼠招股书披露，订单数与快递单数略有差异的原因主要为拆单及合并订单引起。短时间内消费者以同一地址下单，公司为提高发货效率会进行合并订单发货。而拆单则因体积较大的年货大礼包单独发货导致。

上述电商企业中，化妆品相对体积较小，但组合较多，因此其总体快递数量一般高于订单数量，但拆单情况相对较少。食品饮料类商品由于体积较小，购买频次较高，存在合并包裹发送的情形，因此一般情况下快递单数低于订单数量。

而发行人主营的成人失禁用品在单位体积上远大于上述电商企业销售的产品，拆单数量明显高于化妆品、食品等小型品类，因此导致在实际运营中，发行人快递单数与订单数量的比值与上述电商企业存在一定差异。

综上，报告期内发行人快递单数/订单数的比例较高具有合理理由，与同类线上销售公司快递单数/订单数的比例存在一定差异能够合理解释，快递单数/订单数的比例变动与报告期内各主要电商平台的客单价相匹配，发行人线上销售的相关数据不存在明显异常的情形。

5）促销措施情况

报告期各期，公司采取的各类促销措施类型说明及会计处理情况如下：

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

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

报告期内各类促销措施相关金额统计如下：

单位：万元

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

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

6）退换货情况

①公司报告期各期客户退换货情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	331.10	503.09	750.10	708.57
其中：电商 7 天无理由退换货	245.20	375.97	527.72	454.42
其他退换货	85.89	127.12	222.38	254.15
营业收入	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
退换货金额占收入比例	0.41%	0.43%	0.83%	0.90%
其中：电商 7 天无理由退换货占比	0.30%	0.32%	0.58%	0.58%
其他退换货占比	**0.11%**	**0.11%**	**0.25%**	**0.32%**

由上表可见，公司报告期各期退换货金额较小，占收入比重较低，且呈逐年下降趋势。由于公司退换货金额较小，主要为电商 7 天无理由退换货，该部分退

换货一般尚未确认收入，对公司收入影响较小，故未计提预计负债。

②退换货会计处理情况

公司对于退换货业务，在会计处理上按照是否已确认收入分为两类，具体情况如下：

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

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

公司报告期内退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（3）发行人主要业务模式的选择

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

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

领域，则选择坚持发展自主品牌。

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

1）婴儿护理用品行业与成人失禁用品处于不同的市场发展阶段

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

2）ODM 和自主品牌销售在经营逻辑上的差异

ODM 业务的经营逻辑以生产制造为核心，ODM 厂商需要通过大规模的标准化生产分摊固定成本，生产规模越大，其代工产品的单位生产成本越低，从而使得其向品牌商客户提供的产品报价越具有竞争力，ODM 厂商的盈利能力越强。因此从经营成果来看，ODM 业务通常体现为高销量，低毛利率。自主品牌业务的经营逻辑以产品销售为核心，为实现产品的销售，厂商需要投入销售费用进行品牌及渠道建设、维持销售团队等，产品定价通常较高，因此从经营成果来看，自主品牌业务通常体现为高单价、高毛利率的特点。两者经营逻辑上的差异，导致报告期内发行人 ODM 业务和自主品牌业务在销售规模上存在一定差距，ODM 业务销售收入占比较高。

（4）发行人在 ODM 相关产品研发、生产、销售中所起的作用

发行人的 ODM 业务并非传统的以低价格、大批量生产同质化商品为主要手段的 OEM 方式，而是通过优选客户，继而通过提供“全套技术解决方案+提供

行业洞见+供应链保障”增值服务的方式服务客户，并实现与品牌客户的共同成长。发行人在整个服务过程中所起的作用具体如下：

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

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

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

（5）主要 ODM 客户自建生产线并减少或取消向发行人采购的情况

报告期内，发行人对 ODM 业务前五大客户的 ODM 主营业务收入情况如下：

单位：万元

序号	ODM 客户	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	分类
1	菲律宾 JS	22,679.72	40,319.80	33,216.43	31,803.10	正常合作
2	杜迪公司	9,542.29	14,897.25	8,942.06	948.84	正常合作
3	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	7,821.35	-	-	-	2020 年新增口罩客户
4	万邦健康	4,854.08	10,974.10	7,349.13	3,251.10	正常合作
5	KOHNAN	3,180.59	5,924.63	7,428.91	5,839.83	正常合作
6	杭州沐歆	2,545.51	3,362.31	-	-	2019 年新客户,正常合作
7	天津露乐	-	-1.33	2,454.75	13,337.53	2018 年停止合作
8	WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	-	67.40	207.47	1,396.90	2019 年停止合作

注：此表收入口径仅为 ODM 业务收入

报告期内各期的前五大 ODM 客户中，仅有天津露乐和 WING HANG MEDICAL SUPPLIESLTD.在报告期内停止合作，其中终止与天津露乐的合作属

于发行人的战略选择，与 WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.终止合作主要系其要求的产品尺寸与发行人现有设备的规格不符。

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

（6）发行人业务模式的可持续性

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

目前发行人自主品牌业务的主要产品是成人失禁用品，我国成人失禁用品产业是一个快速增长的市场，随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者持续增长，中风、痴呆、糖尿病、前列腺疾病、膀胱疾病等造成的尿失禁或者行动不便，都为成人失禁用品创造了巨大的市场需求；发行人在成人失禁用品行业深耕多年，自有品牌“可靠”在业内拥有较好的市场地位，根据生活用纸委员会统计的数据，2017 年至 2019 年公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序）。在市场高速发展阶段，发行人作为成人失禁用品行业中名列前茅的品牌商，市场机遇巨大，其自主品牌业务模式的可持续性较强。

发行人 ODM 业务以替境内外知名品牌商代工婴儿护理用品为主，婴儿护理用品行业市场成熟，总体规模巨大，市场集中度较低；虽然婴儿护理用品的品牌商数量较多，市场较为分散，竞争激烈，但在发行人所专注的 ODM 代工环节，产能则较为集中，国内外能同时提供丰富的制造解决方案、规模足够的产能以及稳定质量产品的 ODM 厂商较为稀缺。发行人作为国内 ODM 厂商中规模较大、产品性能较好、质量出色的代表，其 ODM 业务模式的可持续性较强。

（7）发行人销售模式与同行业公司比较情况

发行人同行业公司包括豪悦股份和百亚股份，其具体的销售模式如下：

豪悦股份的销售模式以 ODM 为主，兼顾自有品牌（包括线上销售和线下销售），其主要产品包括婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、卫生巾以及经期裤等；2017 年至 2019 年，其 ODM 业务收入金额分别为 61,583.58 万元、126,861.98 万元和

175,876.21 万元，占主营业务收入的比重分别为 81.98%、89.70%和 91.59%。

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

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

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

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

（9）发行人 ODM 业务与自有品牌业务产品的定价策略

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

报告期内发行人自主品牌业务的定价以统一制定的出厂参考价作为指导，根据各渠道的不同进行上下浮动。

（10）发行人自有品牌销售不影响与 ODM 品牌商的合作稳定性

发行人在战略规划时对自有品牌业务的发展重点和ODM业务的发展重点进行了明确区分。

报告期内，发行人自有品牌业务销售的产品主要是成人失禁用品，其销售地域主要位于境内地区。

发行人 ODM 业务销售的产品以婴儿护理用品和宠物卫生用品为主，以成人失禁用品为辅；其中婴儿护理用品和宠物卫生用品与发行人自主品牌业务的成人失禁用品属于不同品类，不构成竞争；发行人报告期内 ODM 代工的成人失禁用品全部位于境外地区，与其在境内销售的自主品牌成人失禁用品属于不同市场，不构成直接竞争。

综上，发行人自有品牌销售不影响与 ODM 品牌商的合作稳定性。

（三）公司采用目前经营模式的原因，影响经营模式的关键因素及变化情况

公司主营业务为一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，采用上述经营模式是根据公司发展阶段、生产经营能力、产品技术和性能、自身发展战略等因素，并结合行业发展趋势和市场变化综合确定的。国家相关法律法规、产业政策、行业标准、行业发展趋势、下游市场需求变化情况等是影响公司经营模式的关键因素。报告期内，公司经营模式和关键影响因素未发生或重大变化，预计未来短期内亦不会发生重大变化。

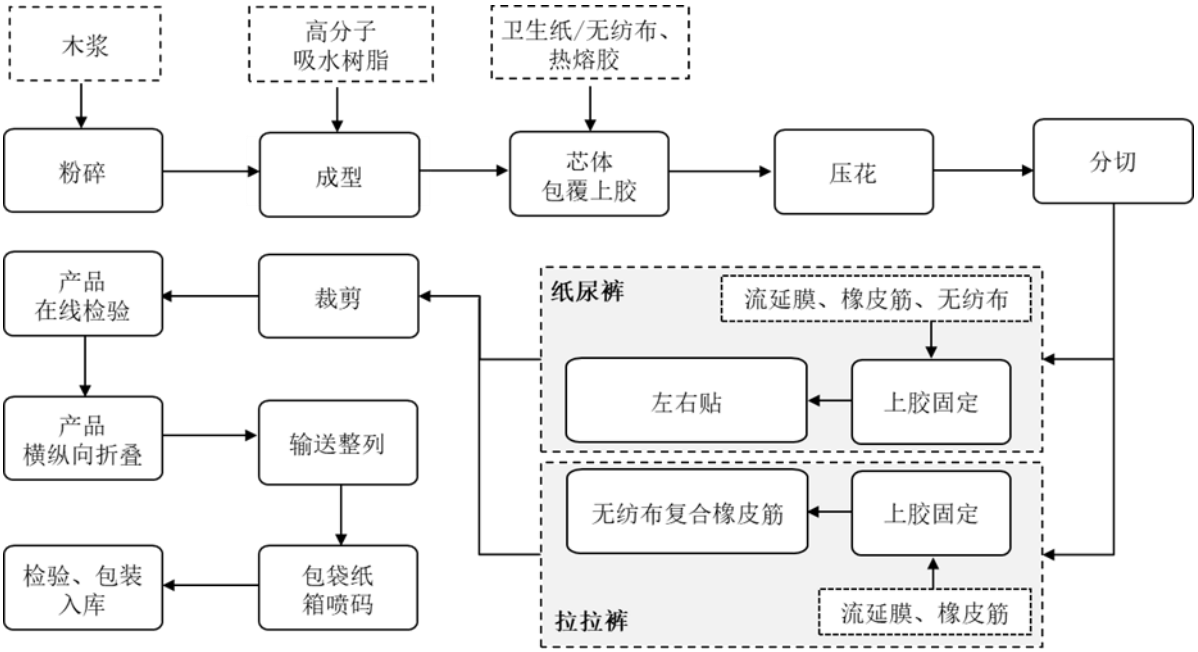
（四）公司设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司自设立以来，一直致力于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，主营业务、主要产品和主要经营模式未发生重大变化。

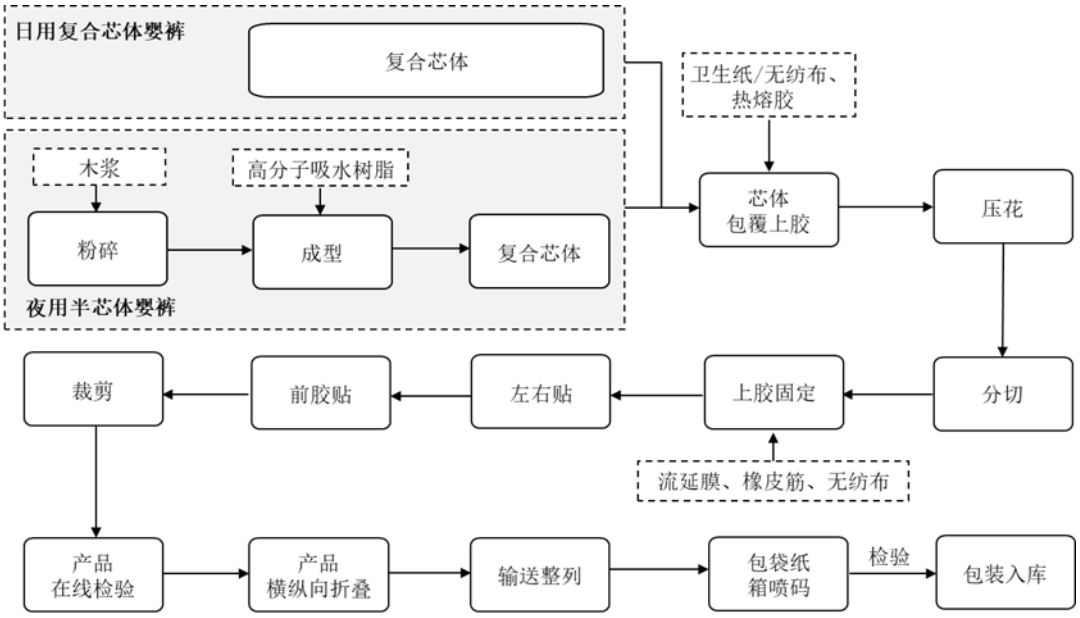
2020 年新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来，公司积极响应政府对疫情防控和企业复工复产的号召，建设口罩生产线并顺利投产。口罩的顺利投产和销售不但对疫情防护提供了有力支持，还提高了发行人的销售收入，对发行人其他主营业务、主要产品和主要经营模式不构成重大影响。

（五）主要产品的生产工艺流程

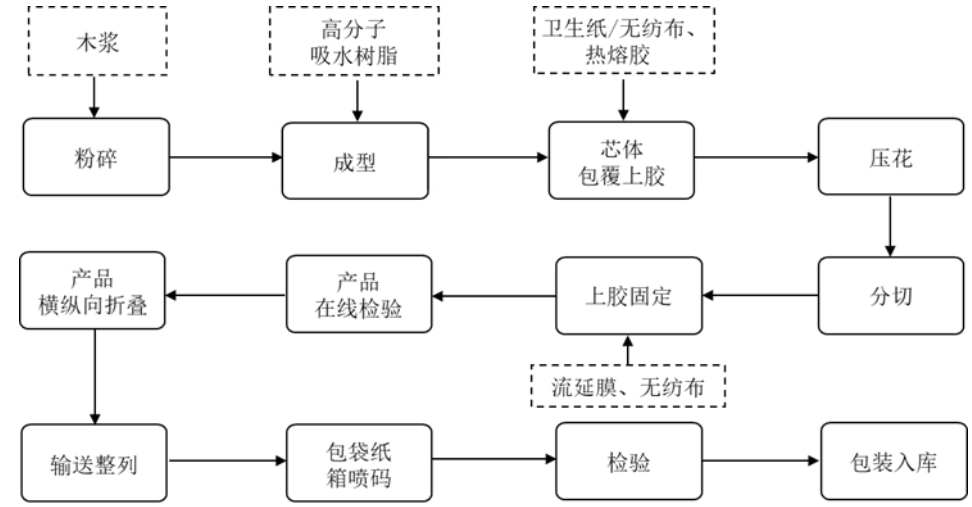
1、传统木浆芯体纸尿裤、拉拉裤生产工艺流程



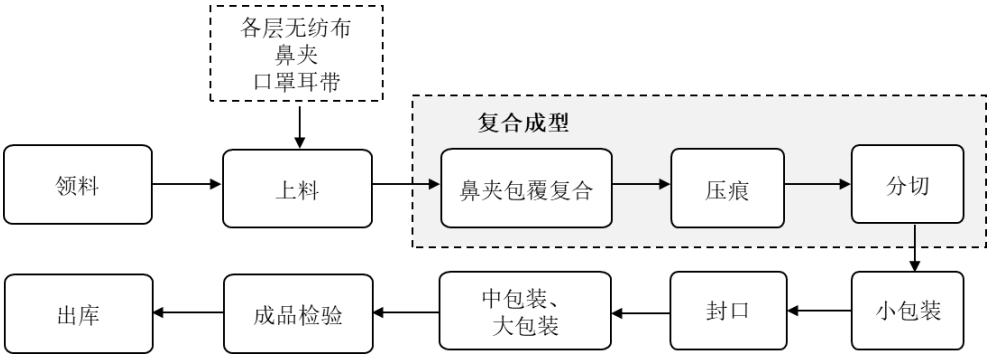
2、复合芯体婴儿纸尿裤、拉拉裤生产工艺流程



3、护理垫生产工艺流程



4、口罩生产工艺流程



（六）环境保护情况

1、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

公司在生产一次性卫生用品的过程中，不存在重污染的情况，主要产生的污染源包括废气、废水、噪音和固体废物。公司严格遵循国家有关环境保护的法律和法规，采取了有效治理和预防措施，包括针对废气设置除尘器、活性炭处理装置，针对废水设置污水处理装置，针对噪音设置隔音设施以及针对固体废物进行回收利用、委托有资质的单位处理等。

公司及其子公司持有的《污染物排放许可证》情况如下：

单位名称	许可证编号	核发机构	有效期
可靠护理	**91330100730933048001P**	**杭州市生态环境局临安分局**	**2020.08.24-2023.08.23**
可艾公司	913301850920320 25K001P	杭州市临安区环境保护局	2017.12.28-2020.12.27

2、公司生产经营合法合规情况说明

2018 年 10 月 8 日，杭州市临安区环境保护局出具《行政处罚决定书》（临环罚[2018]第 330 号），对可艾公司未经重新报批环境影响评价文件，擅自于 2017 年 6 月新增建设 5 个实验室并购置配套专用仪器设备的情形，责令可艾公司停止建设并罚款 34,500 元。

上述环保行政处罚涉及的实验室已纳入可靠护理年产 1.8 亿片纸尿裤伺服生产线技术改造项目。2020 年 2 月 28 日临安区环保局就此出具了《阶段性验收意见》（临环验 L[2020]012 号），上述处罚所涉实验室已经环评验收。

根据临环罚[2018]第 330 号行政处罚决定书，处罚机关认为可艾公司认错态度较好，查处后能积极改正，存在从轻处罚的量罚情节。上述处罚所涉实验室共计投资金额 246.70 万元，上述罚款 3.45 万元占该建设项目总投资额的 1.40%，该比例属于法定罚款区间的较低值。同时，根据临安区环保局的访谈，临安区环保局认为根据《杭州市重大行政处罚决定备案审查规定》，可艾公司所受上述行政处罚不属于重大行政处罚。

除上述行政处罚外，发行人及其控股企业未发生过重大环境污染事故，不存在因违反环境保护方面的法律、法规及规范性文件而受到处罚的情形。

（七）安全生产情况

公司根据我国安全生产的有关要求，建立了安全生产管理制度，将责任分解落实到部门和个人。公司对生产的各个环节进行控制，定期进行安全生产检查和安全教育培训，并对负责人进行安全生产管理考核，确保员工的人身安全，避免因安全事故导致停工停产而对企业的正常生产经营带来不利影响。

报告期内，发行人及其子公司不涉及国家安全、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。

（八）产品质量情况

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

发行人与主要 ODM 客户（报告期内各期前五大 ODM 厂商）关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定如下：

序号	受托方	委托方	关于产品质量责任划分的具体安排
1	可靠护理	菲律宾JS	委托方收货后按照双方确定的质量标准进行验收，若有质量不符合的产品，委托方应以书面通知受托方。经双方协商一致，可对确有质量问题的产品作降价或退货处理。
2	可靠护理	KOHNAN SHOJI CO., LTD.	受托方向委托方出售商品后，若委托方发现商品存在任何残次或劣质品，受托方需对委托方作出赔偿。具体解决方案由双方协商确定。
3	可艾公司	杜迪公司	合同约定产品质量必须符合双方确认的《质量协议》及其他相关技术要求，违反合同条款而造成对方损失的，应当向对方进行赔偿。
4	可艾公司	万邦健康	委托方在收货后对产品质量按国家规定及合同约定的产品标准进行验收，如产品质量不符合要求，委托方应于收到货起 7 个工作日内向受托方书面提出异议，同时对有质量问题的产品进行封存，经双方核实是由受托方制造原因所导致的质量问题，由受托方负责调换或者退货进行赔偿，如委托方因该等产品质量问题被相关政府部门处罚的，由受托方赔偿委托方的直接经济损失；委托方在上述期限内未将质量检验结果通知受托方，视为质量检验合格。
5	可艾公司	杭州沐歆	受托方保证提供给委托方的货物符合双方提前约定的质量标准，保证达到国家及行业规定的所有强制性标准。委托方签收货物后 30 个工作日内，如发现存在质量瑕疵，有权向受托方提出书面异议，受托方收到书面异议后 30 个工作日内更换符合协议约定的货物或退货，并负担因此产生的直接损失。 质量保证期内委托方发现产品有除表面瑕疵之外的质量问题的，经双方核实属受托方制造原因导致的，委托方有权要求更换货物或退货。受托方负责因此产生的直接损失。 委托方或产品最终用户如发现产品存在瑕疵或缺陷，均有权向受托方索赔。
6	可靠护理	AUTOBEST	质量标准按委托方所寄样品质量。委托方派人在发货前在受托方工厂验收。如因产品品质和工厂资质导致报关障碍问题，由受托方承担。
7	可靠护理、可艾公司	天津露乐	受托方保证为委托方生产的货物达到国家标准并符合委托方规定要求的产品品质，否则视为受托方为委托方生产的货物质量不合格并承担相应违约责任及产生的相关损失。委托方参照中国法律法规、执行标准、根据自身需要制作货物验收标准，经双方确认后，作为委托生产合同附件。若受托方交付货物的质量经委托方现场验收不符合验收标准，委托方可以拒收不符合验收标准的货物。受托方需再次提供质量合格的货物，若无法在规定时间内（①工艺问题在 10 天内（若因设备原因双方另行确定具体时间），②重大材料问题由双方共同寻找供应商解决）提交的，受托方同意向委托方支付未交货违约金（金额为该未交货价值的 2 倍（按交货价计算））。 在委托方验收后，若在仓储、运输、销售过程中发现提供的货物质量不符要求的（非受托方原因造成的除外），受托方同意承担退货责任以及赔偿由此给委托方造成的因退货产生的相关费用，但因委托方自身原因导致货物出现质量问题的除外。
8	可靠护理	WINGHANG MEDIC	无具体约定，但约定了与合同有关的一切争执解决方式：双方友好方式协商解决，协商不成应提交中国国际经济贸易仲裁委员

序号	受托方	委托方	关于产品质量责任划分的具体安排
		AL SUPPLIES LTD.	会，根据该会仲裁规则进行仲裁。仲裁是终局的，对双方具有约束力。

发行人与委外加工厂商关于产品质量责任划分的具体安排和合同约定如下：

序号	受托方	委托方	关于产品质量责任划分的具体安排
1	广东冠一护理用品有限公司	可靠护理	受托方应遵守委托方约定的质量要求。基于产品设计和原材料均由委托方提供，受托方承担责任仅限于产品制造质量及与之相关责任，制造质量之外的责任与受托方无关。
2	上海柔亚尔卫生材料有限公司	可靠护理	委托方在来货检验或使用过程中发现质量问题，如确定为受托方加工所导致的，受托方承担全部责任并赔偿委托方损失；如确定由委托方基材导致，则委托方与基材供应商协商相应赔偿责任，并全额支付受托方相应货款。 委托方发现产品存在上述质量问题后，应当立即停止使用该批产品，并及时与受托方沟通处理方案。如委托方未检查出质量问题或发现质量问题后未及时告知受托方继续生产问题产品的，由此所造成的一切损失由委托方承担。 若发生委托加工产品质量问题，系因受托方原因所致，委托方有权取消、变更订单，暂停支付问题产品部分加工费，可要求其对问题产品部分无偿予以退货、更换并赔偿原材料损失。

发行人控制产品质量的具体举措如下：

（1）建立品质管理部门

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

（2）建立并严格执行相关的产品质量控制制度

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

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

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

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

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

发行人在生产经营过程中严格执行上述产品质量控制制度。

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

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

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

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

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

根据临安区市场监督管理局及余杭区市场监督管理局出具的无违规证明文

件，发行人不存在因产品质量问题受到主管机关处罚或立案调查的情形。

报告期内发行人不存在受到下架商品、限制广告的平台监管的情形。

3、可靠护理对消费者赔偿情况

（1）线上销售赔偿情况

2017 年、2018 年发行人线上销售不存在对消费者赔偿的情形，2019 年度以及 2020 年 1-6 月赔偿情况如下所示：

单位：笔、元

赔偿类别	2019 年度		2020 年 1-6 月	
	赔偿笔数	赔偿金额	赔偿笔数	赔偿金额
医护补偿(过敏)	1	1,300	-	-
快递签收异常，服务补偿	-	-	1	300

（2）线下销售赔偿情况

2017、2018 年发行人线下销售不存在对消费者赔偿的情形，2019 年度以及 2020 年 1-6 月赔偿情况如下所示：

单位：笔、元

赔偿类别	2019 年度		2020 年 1－6 月	
	赔偿笔数	赔偿金额	赔偿笔数	赔偿金额
医护补偿（过敏）	1	686	-	-
产品质量	1	245	-	-
产品包装缺陷	-	-	3	3,500

（3）可靠护理因产品质量问题涉及的赔偿具体情况

报告期内，发行人仅发生 5 次涉及产品质量而向客户或终端消费者小额赔偿，具体情况如下：

单位：元

客户名称	客户类型	赔偿原因	涉及产品类型	赔偿金额	赔偿标准
胡女士	终端消费者	皮肤过敏	“吸收宝”拉拉裤	1,300	根据消费者支付的医疗费确定
赖女士	终端消费者	皮肤过敏	“可靠”妇婴两用巾	686	根据消费者支付的医疗费确定
郭女士	终端消费者	存在异物	“吸收宝”成人护理垫	245	按照一赔十确定
衡阳宝东	经销商	包装缺陷	“可靠”成人	500	根据经销商向其

客户名称	客户类型	赔偿原因	涉及产品类型	赔偿金额	赔偿标准
商贸有限公司			护理垫		客户赔偿的金额，补偿经销商的罚款金额
济南惠洁生活用品有限公司	经销商	包装缺陷	“可靠”加强型成人纸尿裤	3,000	根据经销商向其客户赔偿的金额，补偿经销商的罚款金额

报告期内发行人涉及的赔偿笔数较少，总体金额较小，未对客户或终端消费者造成严重伤害。截至本招股说明书签署日，发行人已按照与赔偿对象商定的赔偿或补偿措施履行了赔偿或补偿责任，双方不存在纠纷或潜在纠纷。

发行人不存在因此受到重大行政处罚的风险，主要分析如下：

1）关于皮肤过敏导致的赔偿：发行人对终端消费者皮肤过敏的赔偿系出于维护客户、维持发行人品牌形象的目的，消费者出现的过敏等情况是否确系发行人产品导致并无明确医学鉴定依据；上述终端消费者过敏现象为极少数个案；相关消费者未因此向工商投诉、工商部门亦未因此对发行人进行立案调查，不存在因此受到重大行政处罚的风险。

2）关于产品存在异物导致的赔偿：发行人因产品存在异物的情形，已按照一赔十的标准向消费者进行赔偿，未对终端消费者造成任何健康影响且发生案例极少；相关消费者未因此向工商投诉、工商部门亦未因此对发行人进行立案调查，不存在因此受到重大行政处罚的风险。

3）关于包装缺陷导致的赔偿：发行人因极少数的产品在运输途中发生包装缺陷已向经销商进行按约赔偿，未造成其他不良影响；相关消费者未因此向工商投诉、工商部门亦未因此对发行人进行立案调查，不存在因此受到重大行政处罚的风险。

发行人上述赔偿均系个案，未发生《消费品召回管理暂行规定》规定的因设计、制造、警示等原因，致使同一批次、型号或者类别的消费者中普遍存在的危及人身、财产安全的不合理危险的情形，不涉及产品召回。根据发行人（含其子公司）所在地市场监督管理局出具的证明，报告期内发行人不存在行政处罚的情形。

二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况

（一）公司所处行业说明

报告期内，发行人的产品为一次性卫生用品，主要包括成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品三大类，主要原材料为纸制品及相关制品，生产过程中不涉及造纸环节。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），发行人所处行业为“制造业（C）”中的“造纸和纸制品业（C22）”。按照产品特点和用途划分，发行人属于一次性卫生用品行业。

（二）行业的主管部门、主要法律法规及政策

1、行业主管部门

发行人行业主管部门主要包括国家发改委、国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会和海关总署。

国家发展和改革委员会负责规划、制定行业相关产业的发展政策。国家市场监督管理总局负责制定卫生市场监督有关规章、政策、标准，统一管理标准化工作，涵盖包括产品标准、生产环境卫生标准、消毒监测评价等标准。国家卫生健康委员会负责制定包括纸尿裤产品在内的消毒类卫生用品行业的法律规范，通过卫生行业标准明确消毒类卫生产品在生产、消毒、贮存、运输过程中的卫生要求及产品标识要求；海关总署主要职责是出入境监管、征税、打私、统计，对外承担税收征管、通关监管、保税监管、进出口统计、海关稽查、知识产权海关保护、打击走私、口岸管理等。

发行人所在行业的自律性组织为全国造纸协会生活用纸专业委员会，其主要职责为加强生活用纸及一次性卫生用品行业自律，为企业提供技术咨询，强化与海外同行业的联系，提供国内外生活用纸发展的技术、经济和市场信息等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）行业法律法规

我国纸尿裤行业涉及的主要行业法律法规如下：

序号	名称	施行（修订）时间	发文单位及文件编号	主要内容
1	《中华人民共和国价格法》	1998 年 5 月 1 日	八届全国人大第二十九次会议 主席令第 92 号	主要目的在于规范价格行为，发挥价格合理配置资源的作用，稳定市场价格总水平，保护消费者

序号	名称	施行（修订）时间	发文单位及文件编号	主要内容
				和经营者的合法权益，促进社会主义市场经济健康发展。
2	《消毒产品标签说明书管理规范》	2006 年 5 月 1 日	卫生部 卫监督发[2006]29 号	对消毒标签、说明书的内容进行了规范，目的在于加强消毒产品标签和说明书的监督管理。
3	《消毒产品生产企业卫生规范》	2010 年 1 月 1 日	卫生部 卫监督发[2009]53 号	对消毒产品生产（含分装）的企业在厂区环境与布局、生产区卫生要求、生产设备、物料和仓储、卫生质量管理、操作人员等方面进行了相应的规定，以保障消毒产品卫生质量和使用安全。
4	《消毒产品生产企业卫生许可规定（2009 年版）》	2010 年 1 月 1 日	卫生部 卫监督发[2009]110 号	对消毒产品生产企业的生产行为进行了规范，以加强对消毒产品的监督管理。
5	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013 年修订）	2014 年 3 月 15 日	十二届全国人大常务委员会第五次会议 主席令第 7 号	目的在于保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展。
6	《外商投资项目核准和备案管理办法》	2014 年 12 月 27 日	国家发改委 发改委令第 20 号	对外商投资项目的管理方式、核准、备案及监督管理进行了规范，以进一步深化外商投资管理体制改革。
7	《消毒产品卫生安全评价规定（2014 年修订）》	2014 年 6 月 27 日	国家卫计委 国卫监督发[2014]36 号	目的在于规范消毒产品生产企业的生产经营行为，保障医疗卫生机构、公共场所等单位和个人用于传染病防治的消毒产品的有效性和安全性。
8	《消费品标准和质量提升规划（2016—2020 年）》	2016 年 9 月 6 日	国务院办公厅 国办发[2016]68 号	提出严格婴儿纸尿裤安全标准，培育和壮大一批自主品牌企业；加快开展妇女卫生用品标准化工作，提升自主品牌的质量水平；重点推进老年人和伤病人护理照料等产品的标准化发展，加强质量管理。
9	《国务院办公厅关于印发控制污染物排放许可制实施方案的通知》	2016 年 11 月 10 日	国务院办公厅 国办发[2016]81 号	企事业单位应按相关法规标准和技术规定提交申请材料，申报污染物排放种类、排放浓度等，测算并申报污染物排放量。环境保护部门对符合要求的企事业单位应及时核发排污许可证。
10	《消毒管理办法》（2017 年修订）	2017 年 12 月 26 日	国家卫计委 卫计委令第 18 号	《办法》规定国产卫生用品在投放市场前应当向省级卫生行政部门备案，进口卫生用品在首次进入中国市场销售前应当向卫生部备案。

序号	名称	施行（修订）时间	发文单位及文件编号	主要内容
11	《卫生行政许可管理办法》（2017 年修订）	2017 年 12 月 26 日	国家卫计委 卫计委令 第 18 号	卫生行政许可是卫生行政部门根据公民、法人或者其他组织的申请，按照卫生法律、法规、规章和卫生标准、规范进行审查，准予其从事与卫生管理有关的特定活动的行为。
12	《中华人民共和国环境影响评价法》（2018 年修订）	2018 年 12 月 29 日	十三届全国人大第七次会议	建设单位应当按照本规定组织编制环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表。
13	《中华人民共和国产品质量法》（2018年修订）	2018 年 12 月 29 日	十三届全国人大第七次会议	规定了产品质量的监督，生产者、销售者的产品质量责任和义务，损害赔偿、处罚规则等相关条款。
14	《鼓励外商投资产业指导目录》（2019年修订）	2019 年 7 月 30 日	国家发改委、商务部 发改委、商务部令 2019 年第 27 号	新修订的文件在保持鼓励外商投资政策连续性、稳定性基础上，适应经济全球化新形势，结合产业发展新情况、新特点，进一步扩大鼓励外商投资范围。

（2）行业技术标准

我国一次性卫生用品行业涉及的主要行业技术标准如下：

序号	名称	施行（修订）时间	发文单位	主要内容
1	GB15979-2002 一次性使用卫生用品卫生标准	2002 年 9 月 1 日	质检总局	规定了一次性使用卫生用品的产品和生产环境卫生标准、消毒效果生物监测评价标准和相应检验方法，以及原材料与产品生产、消毒、贮存、运输过程卫生要求和产品标识要求。
2	GB/T28004-2011 纸尿裤（片、垫）	2012 年 2 月 1 日	质检总局 中国国家标准化管理委员会	规定了婴儿及成人纸尿裤、纸尿片、纸尿垫（护理垫）的产品分类、技术要求、试验方法、检验规则及标志、包装、运输、贮存。
3	GB/T33280-2016《纸尿裤规格与尺寸》	2017 年 7 月 1 日	国家质检总局、国家标准化管理委员会	规定了纸尿裤的分类、规格与尺寸要求、试验方法、检验规则和标识。
4	WS575-2017《卫生湿巾卫生要求》	2018 年 3 月 1 日	卫生和计划委员会	规定了卫生湿巾的原材料要求、技术要求、检验方法、应用范围、使用方法、标志和包装、运输和贮存、标签和说明书及注意事项。
5	GB/T34448-2017《生活用纸及纸制品甲醛含量的测定》	2018 年 5 月 1 日	质检总局 中国国家标准化管理委员会	规定了生活用纸及纸制品（纸巾纸、卫生纸、湿巾、纸尿裤、卫生巾等）中甲醛含量的测定。

序号	名称	施行（修订）时间	发文单位	主要内容
6	GB/T35613-2017《绿色产品评价 纸和纸制品》	2018 年 7 月 1 日	质检总局 中国国家标准化管理委员会	规定了纸和纸制品的绿色产品评价要求和评价方法。
7	GB/T22875-2018《纸尿裤和卫生巾用高吸收性树脂》	2019 年 1 月 1 日	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	规定了纸尿裤和卫生巾用聚丙烯酸盐类高吸收性树脂的产品分类、要求和试验方法、检验规则及标志、包装运输和储存。
8	GB/T36420-2018《生活用纸和纸制品化学品及原料安全评价管理体系》	2019 年 1 月 1 日	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	规定了生活用纸及纸制品的化学品及原料安全评价管理体系建立的原则和相关要求。

（3）行业主要政策

我国纸尿裤行业涉及的主要国家政策如下：

序号	名称	施行（修订）时间	发文形式/文件编号	主要内容
1	《关于提高轻纺、电子信息等商品出口退税率的通知》	2009 年 3 月 27 日	财政部、国家税务总局 财税[2009]43号	将纸卫生巾及类似的卫生用品（包括婴儿纸尿裤,尿布衬里等）的出口退税率提高到 13%。
2	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	2016 年 8 月 5 日	工信部规〔2016〕241号	作为“十三五”时期指导轻工业发展的专项规划，将指导未来五年轻工业创新发展，推动由“轻工大国”向“轻工强国”转变。
3	《国务院办公厅关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》	2016 年 5 月 30 日	国办发〔2016〕40号	强调以市场为导向，以创新为动力，以企业为主体，以实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为抓手，改善营商环境，从供给侧和需求侧两端发力，着力提高消费品有效供给能力和水平，更好满足人民群众消费升级的需要，实现消费品工业更加稳定、更有效益、更可持续的发展。
4	《国务院办公厅关于印发消费品标准和质量提升规划（2016－2020 年）的通知》	2016 年 9 月 6 日	国办发〔2016〕68号	进一步加大婴幼儿、少年儿童生活用品和中小学生学习用品标准化力度，严格儿童玩具、婴儿纸尿裤、婴儿安抚用品、儿童家具、儿童服装鞋帽等儿童用品安全标准，严格儿童产品标识标注。
5	《国内贸易流通“十三五”发展规划》	2016 年 11 月 11 日	商建发〔2016〕430 号	推动中国向中国品牌转变，促进品牌国际化，提升产品附加值和软实力。利用互联网技术加强品牌推广，保障基本消费，满足中高端消费，以扩大服务消费为重点带动消费结构升级，支持信息、绿色、时尚、品质等新兴消费。

序号	名称	施行（修订）时间	发文形式/文件编号	主要内容
6	《产业用纺织品行业“十三五”发展指导意见》	2017 年 1 月 19 日	信部联消费[2016]448 号	在日常防护用口罩、成人和婴儿纸尿裤等领域支持开展品牌评价研究，重点培育终端消费品品牌。在康复护理用纺织品领域，扩大国内老人护理用纺织品（纸尿裤）的市场渗透率。
7	《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》	2017 年 2 月 28 日	国发〔2017〕13 号	提出到 2020 年，老龄事业发展整体水平明显提升，养老体系更加健全完善，及时应对、科学应对、综合应对人口老龄化的社会基础更加牢固。
8	《中国造纸协会关于造纸工业“十三五”发展的意见》	2017 年 6 月 28 日	中纸协[2017]11 号	提出统筹行业全局发展，统筹行业区域发展，统筹行业与环境和谐发展，统筹国内发展和对外开发，为加快实现我国造纸工业的现代化和可持续发展打下坚实基础，推进我国造纸工业从造纸大国向现代化强国迈进。
9	《国务院办公厅关于加快发展商业养老保险的若干意见》	2017 年 6 月 29 日	国办发〔2017〕59 号	提出大力发展老年人长期护理保险，逐步建立老年人长期照护、康养结合、医养结合等综合养老保障计划。
10	《2018 年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》	2018 年 6 月 19 日	工信厅消费〔2018〕35 号	促进“品质革命”和精品制造。开展婴幼儿推车、儿童汽车安全座椅、纸尿裤等重点产品与国外产品质量及性能实物对比，引导企业参照国际先进质量标准组织生产。
11	国务院关税税则委员会关于 2020 年进口暂定税率等调整方案的通知	2020 年 1 月 1 日	税委会〔2019〕50 号	自 2020 年 1 月 1 日起对 859 项商品（不含关税配额商品）实施进口暂定税率，其中对婴儿尿布及尿裤、成人尿布及尿裤实施零关税。

（三）行业发展现状及发展趋势

我国一次性卫生用品行业起步于上世纪 80 年代，随着外国资本的进入，在上世纪 90 年代进入加速发展期，用户的消费习惯逐渐形成，同时婴儿纸尿裤市场开始起步；进入 2000 年以后，随着人民生活水平的提升，以及消费观念的转变，健康、卫生、方便的一次性卫生用品开始逐渐获得消费者的青睐，同时成人失禁用品开始出现；2010 年至今，随着消费水平和消费意识的进一步提高，一次性卫生用品的发展进入新的时代，高质量、大品牌、多功能的产品越来越受到消费者的青睐。

在成人失禁用品方面，我国的市场渗透率仍处于较低水平，与日本、欧美等发达国家相比，尚有较大差距，市场正处于由导入期逐步向成长期过渡的阶段。

近年来我国人口老龄化进程逐渐加快，同时消费者在成人失禁用品的普及和使用过程中，不断累积消费体验，增强自身对产品需求的认知，正逐步由价格导向型的消费观念向品牌认知、功能区分、需求多样的方向转变，因此未来成人失禁用品市场仍有广阔的前景。

婴儿护理用品方面，随着中国计划生育政策的逐步放松、鼓励生育相关政策和配套措施的逐步完善，以及婴儿纸尿裤产品消费观念的逐渐升级，未来国内婴儿纸尿裤市场仍有较大的发展空间，个性化、高品质的优质品牌产品将成为市场消费的主流。同时，国内企业利用产业链完整和制造效率高等优势，也为境外母婴护理用品的品牌商进行代工生产。

宠物卫生用品方面，我国正处于发展起步期，消费者尚未形成消费习惯，国内企业主要以为国外品牌代加工为主。

1、成人失禁用品行业发展状况

（1）成人失禁用品行业发展现状

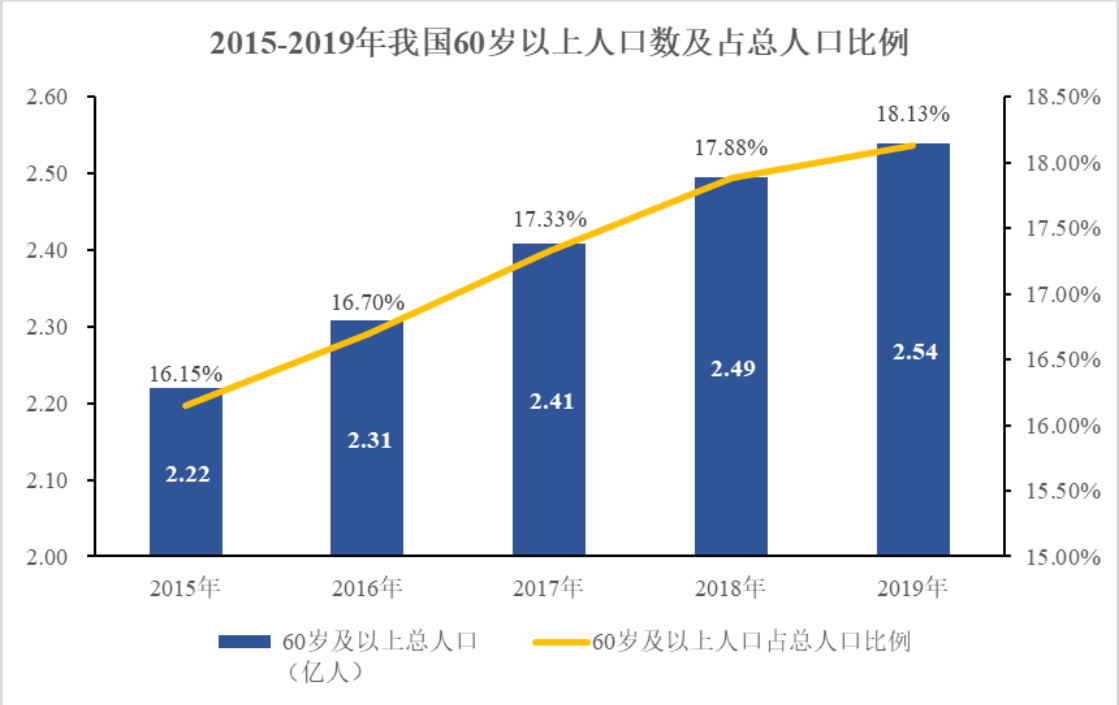
1）国内市场发展状况

① 潜在市场巨大，近年来持续增长

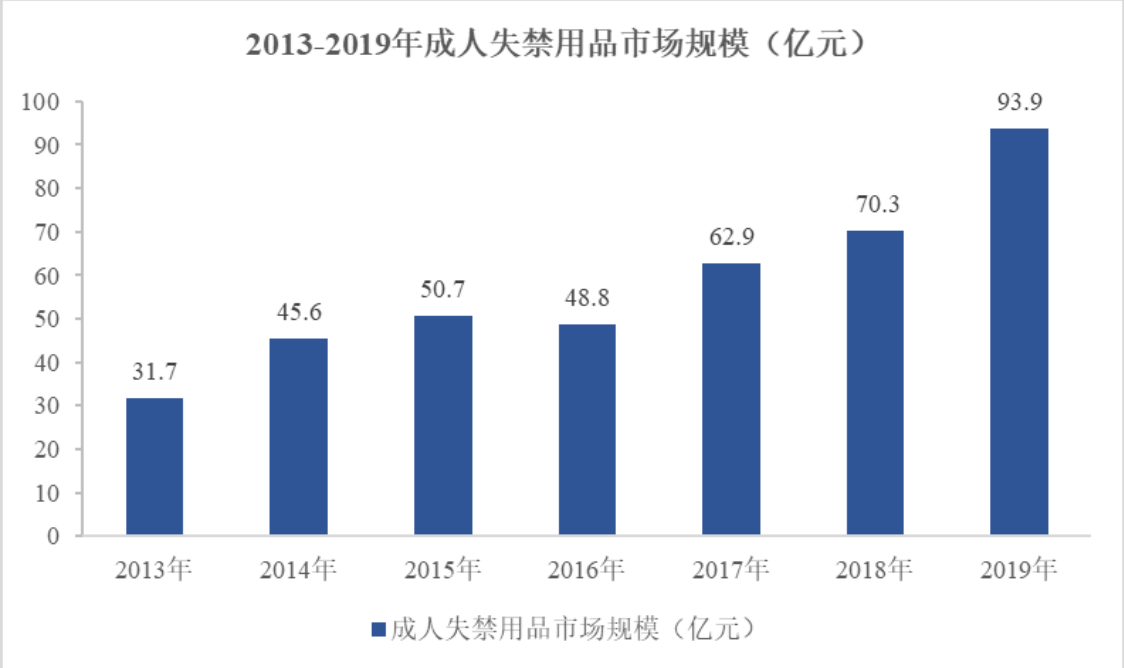
我国成人失禁用品行业的潜在市场巨大，近年来保持持续增长的趋势。成人失禁用品主要包括成人纸尿裤、拉拉裤和护理垫，其使用者一般为老年失禁者和残疾失禁者，其中老年失禁者为主要目标消费群体。

2019 年末，我国 60 岁以上人口总数约为 2.54 亿，占总人口的 18.13%。根据美国疾病预防控制中心的报道[1]，在超过 65 岁的老年人中，50.9%存在尿失禁或意外大便失禁的情况。随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者也持续增长，中风、痴呆、糖尿病、前列腺疾病、膀胱疾病等造成的尿失禁或者行动不便，都为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。近年来，成人失禁用品市场总体保持增长的趋势。根据《2019 年一次性卫生用品行业的概况和展望》，2019 年，成人失禁用品市场规模达到 93.90 亿元，与 2018 年相比增长 33.60%，与 2013 年相比，年均复合增长率为 19.84%，增长迅速。

[1] 《Prevalence of Incontinence Among Older Amercans》，美国疾病预防控制中心（Centers for Disease Control and Prevention），2014 年 6 月



数据来源：国家统计局



数据来源：生活用纸委员会

② 市场渗透率仍低于发达国家，未来发展空间广阔

我国成人失禁用品市场的渗透率低于发达国家水平，与国外成熟的市场相比，我国成人失禁用品行业起步较晚，市场引导不够充分，现阶段仍处在发展初期，消费者接受程度仍有待提高。

由于受到文化的影响，成人失禁人群仍普遍保留传统的消费习惯，轻度失禁

人群普遍比较保守，使用失禁护理用品的意愿较低，中度、重度成人失禁患者是目前市场中的主要受众人群。根据欧睿国际的数据，近年来轻度成人失禁用品销售额占比总体比较稳定，约占成年人失禁用品市场销售总额的 18%左右[2]。

与卫生巾、婴儿纸尿裤等较成熟市场相比，成人失禁用品市场容量仍有一定差距，尚待迎来爆发增长期。未来，随着人们个人护理意识的逐渐加强以及消费习惯的改变，中度成人失禁用品的市场还将有较大的发展空间。

③ 行业集中度较低，低价竞争扰乱市场秩序

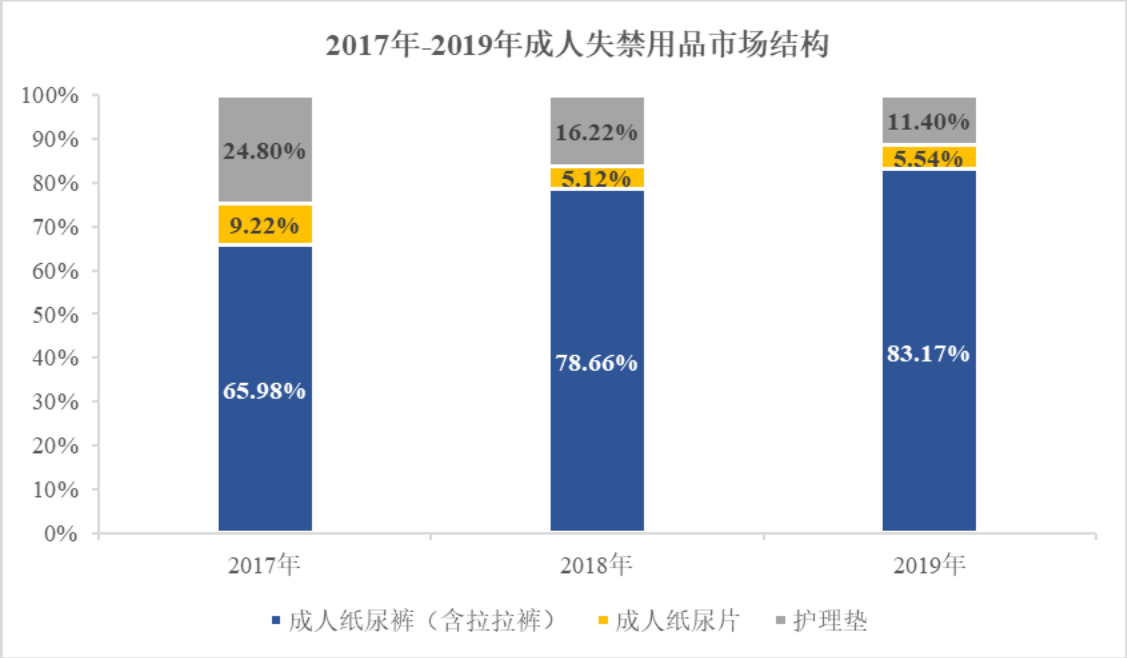
我国成人失禁用品行业处于发展初期，市场参与者众多，集中度较低，各企业之间经营水平差距较大，发展不平衡。既有金佰利、维达这样的国际一线企业，恒安、可靠护理这样的本土大型厂商，又有众多地方中小型企业。

由于成人失禁用品的使用群体主要为成人，目前大部分消费者对价格敏感，在满足基本使用功能的基础上普遍追求性价比。因此，在激烈的市场竞争中，较多中小型企业倾向于使用价格低廉的原材料，通过降低成本、压低售价的方式抢占市场，使得低价竞争态势比较激烈，扰乱市场的正常秩序。

④ 消费观念逐渐升级，市场结构发生变化

近年来，成人失禁用品目标客户的消费观念也在逐步升级，单纯以价格为导向的消费观念正在发生变化，使得市场结构也随之改变。根据生活用纸委员会统计的数据，近年来，舒适度和价格均较低的护理垫、纸尿片的市场规模和市场份额总体呈下降趋势，而单价更贵、舒适度更高的成人纸尿裤的市场规模和市场份额均逐年提高。2017 年至 2019 年，成人纸尿裤的市场规模从 41.5 亿元提高到 52.8 亿元，市场份额从 65.98%提升到 83.17%。

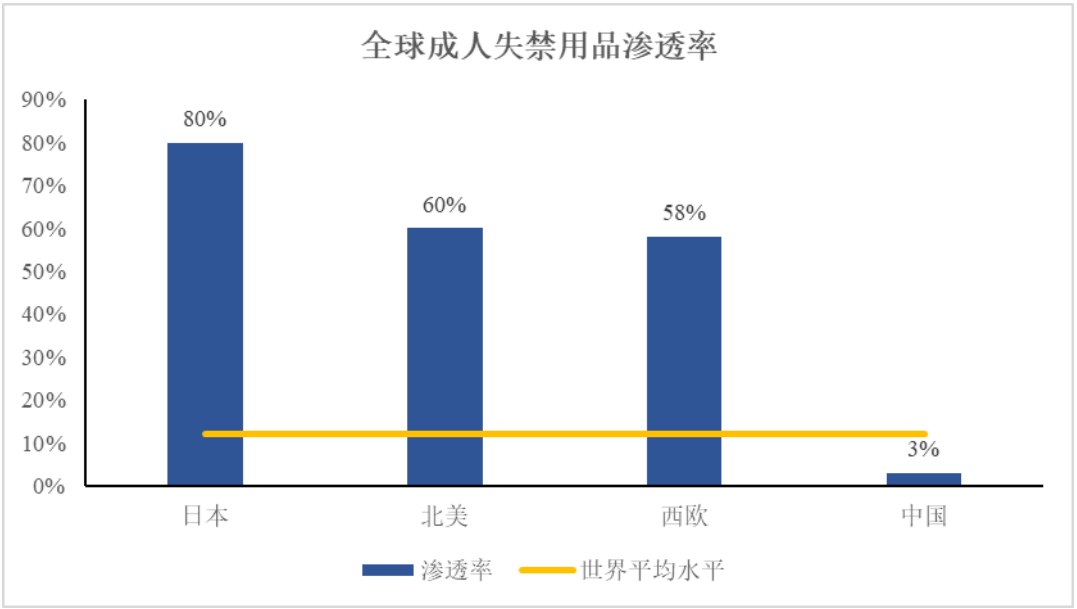
[2] 资料来源：《Retail Adult Incontinence in China 2019》，欧睿国际



数据来源：生活用纸委员会

2）国外市场发展状况

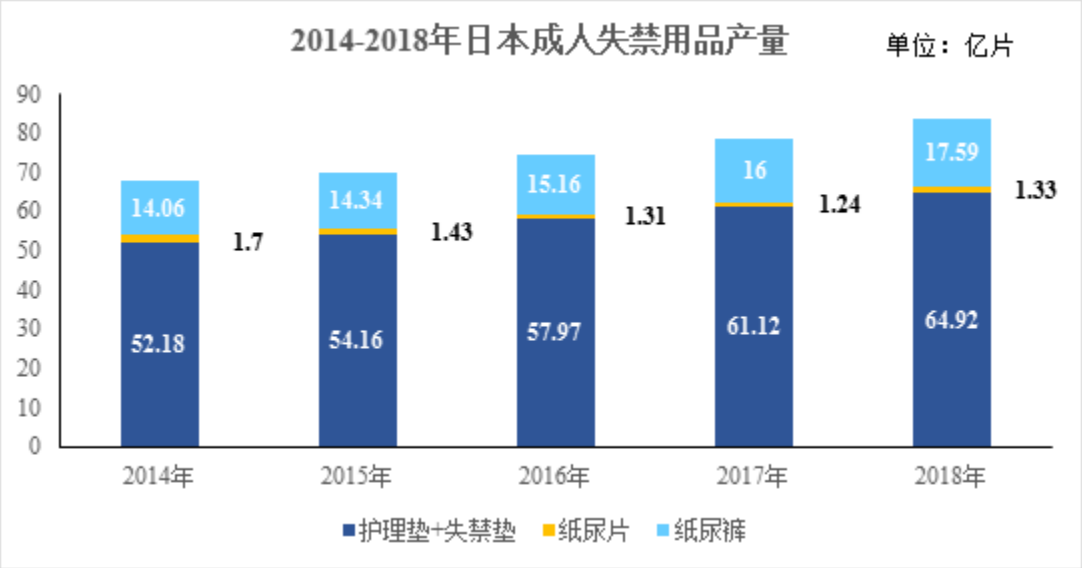
在日本、欧美等发达国家和地区，成人失禁用品市场发展较早，目前已经较为成熟。其中，作为全球老龄化发展最快、老龄化水平最高的国家之一，日本成人失禁用品的市场渗透率也较高，约为 80%，北美和西欧的市场渗透率也在 60%左右，均远高于世界平均水平。



数据来源：生活用纸委员会

由于老龄化问题突出，日本在成人失禁护理方面也走在世界前列。根据日本卫生材料工业联合会（JHPIA）的数据，近几年成人失禁用品的产量保持了逐年

增长的趋势，总产量从 2014 年的 67.94 亿片增长到 2018 年的 83.84 亿片，年均复合增长率为 5.40%。其中，护理垫的产量为主导，占总产量的比重接近 80%，纸尿裤的产量约占总产量的 20%。未来，日本老龄人口的比例还将有所增长，老龄劳动者的比例也将会逐渐提高，成人失禁用品仍将保持旺盛的需求，应用场景也将更加多元化，这些都将催生成人失禁用品行业的进一步发展。



数据来源：JHPIA

（2）成人失禁用品行业未来发展趋势

1）人口老龄化趋势加快，市场渗透率逐渐增加，市场容量有望快速增长

随着我国医疗条件的持续改善，人均寿命逐渐提升，老龄化进程加快，预计未来成人失禁用品市场目标群体仍将持续增长。此外，随着成人失禁用品的逐步推广，老年人对成人失禁用品的接受度越来越高，消费者的使用习惯也将逐渐养成，中度成人失禁患者的使用比例也将快速提升，成人失禁用品的市场渗透率也将稳步升高，市场容量将会迎来快速增长。

2）消费升级引导消费者关注品质，头部企业引导行业健康发展

伴随着我国中产阶级的崛起，居民财富持续稳步增长，人口结构逐渐老化，其消费观念也随之升级，消费者对产品的品质要求进一步提升。未来，成人失禁用品的价格导向型消费习惯将有所改变，领先的品牌型企业将更多关注于产品品牌的打造、使用性能的提升，在满足基本功能的基础上，针对亲肤、除臭、透气等功能需求进行研发升级，逐渐适应消费者追求品质生活的消费理念。

3）营销模式迎来变革，新零售营销渠道占比将显著提升

由于成人失禁用品具有一定私密性，未来新型零售渠道将在产品推广和营销方面更具优势，行业营销模式将随之迎来变革。除了经销商、KA 等传统销售渠道外，成人失禁用品还通过连锁药房、医院、养老院、护理院等新型零售渠道进行推广和销售。此外，伴随着电子商务的蓬勃发展，近两年成人失禁用品在电商平台、垂直电商、分销平台等线上渠道的销售取得了一定的成功；未来，受益于O2O、社交电商、流量营销等新型零售渠道的发展，成人失禁用品在线上的销售份额将进一步提升。

（3）成人失禁用品行业竞争格局

目前国内成人失禁用品行业市场集中度较低，市场参与者众多，产品的生产、销售比较分散。市场上的主流品牌，根据背景的不同可以大致分为三类：一是以金佰利、维达为代表的跨国公司推出的国际品牌，其成人失禁用品已在发达国家市场耕耘多年，产品技术成熟；二是以恒安、可靠、吸收宝为代表的全国性知名品牌，其产品在全国布局广泛，与 KA、经销商等传统渠道建立了长期合作的关系，或在电商渠道占据优势地位；三是以千芝雅、周大人为代表的专注于成人失禁用品的区域性国内品牌，近年来凭借产品和渠道的创新，不断提升市场份额。目前，虽然上述品牌已成长为地方或区域内的知名品牌，其市场份额仍相对较低，格局尚未真正形成，各品牌仍然以教育市场，争市场份额提升为主。

未来新兴零售渠道的发展，将改变行业的竞争格局。成人失禁用品属于日用消费品，其销量严重依赖于销售渠道。虽然跨国企业及已上市综合性纸品生产企业在传统渠道上更有优势，但以电商销售为代表的新兴渠道出现后，生产厂商可以直接面向终端消费者，并可以将业务拓展到下沉市场，新兴品牌得以发展壮大。此外，在成人失禁用品领域，以可靠护理为代表的企业还另辟蹊径，通过与地方残疾人联合会、医院、养老院、连锁药店等的合作，开拓出了直营特渠模式，在目标人群中有良好的宣传推广效果，从而开发潜在客户。

产品和技术的升级也将加速行业的竞争。近年来，随着人民生活水平的提高，消费者对于高品质产品的需求日益增长，价格敏感度逐渐降低。对于行业内竞争者来说，只有持续不断地加强原材料的开发和产品设计及工艺的升级换代，拓展产品功能并提高产品舒适度，才能适应消费升级的发展趋势，抢占中高端市场，在行业竞争中获得优势。此外，行业龙头企业也不断丰富产品结构，逐渐渗透中

低端市场，抢占下沉市场份额，导致市场份额不断向头部企业集中。

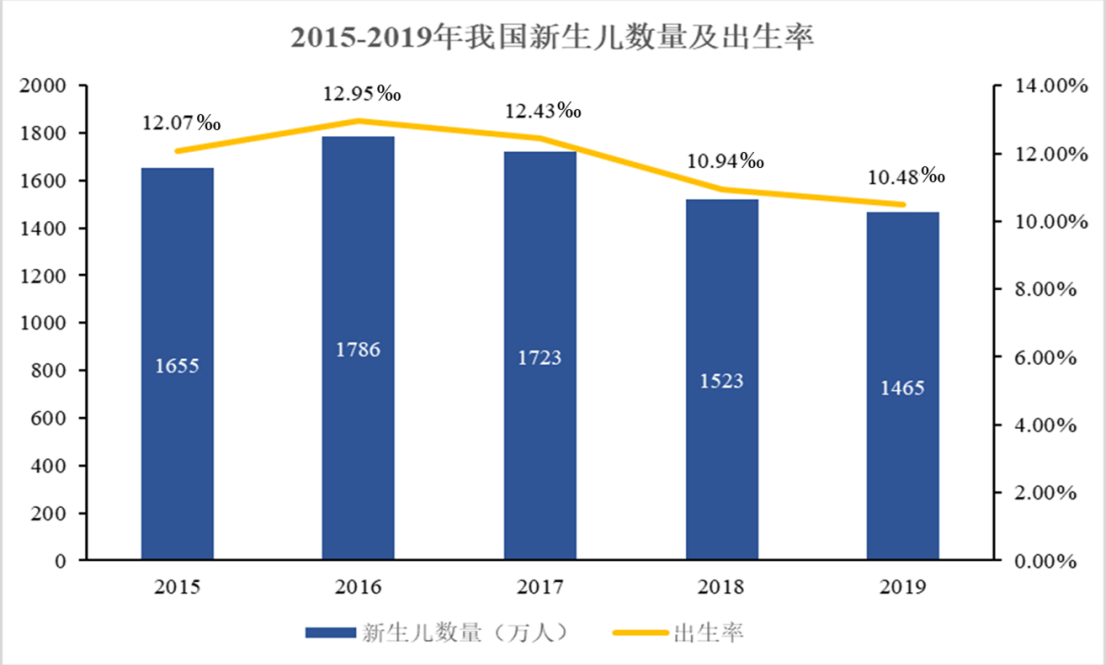
2、婴儿护理用品行业发展状况

（1）婴儿护理用品行业发展现状

1）国内市场发展状况

① 出生率微弱回调，新生儿数量保持高位

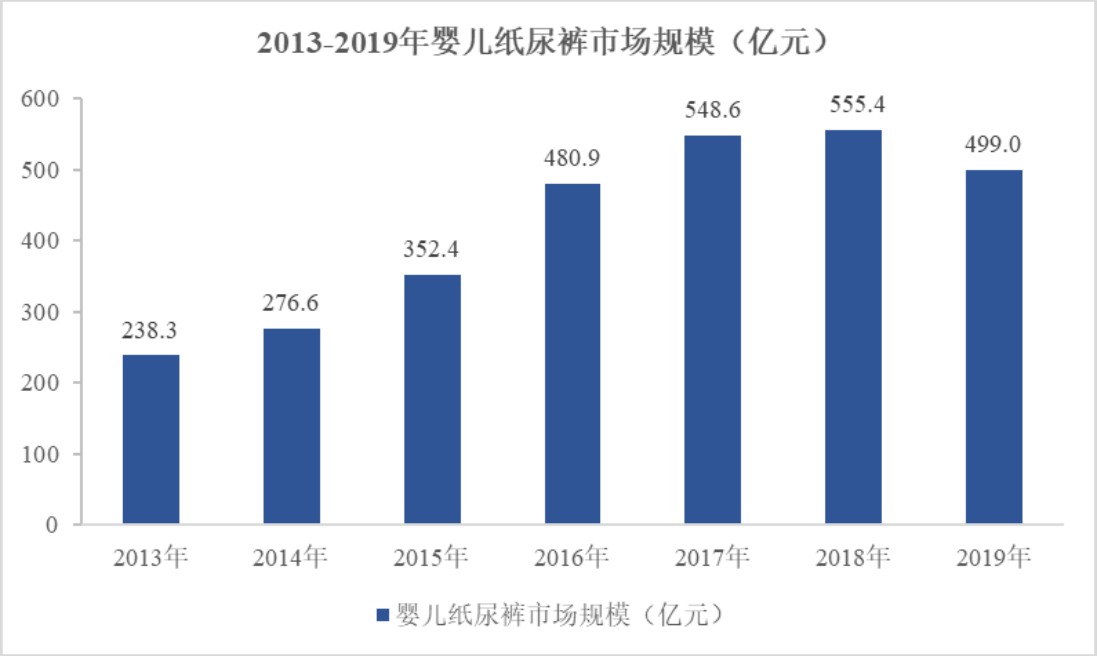
我国自 2016 年全面“二孩政策”放开后，2016-2017 年出生人口维持高位，连续两年保持在 1,700 万人以上，旺盛的需求带动了婴儿纸尿裤行业蓬勃发展。2018 年以来虽然政策效应有所弱化，婴儿出生人数和出生率有所下降，但新生儿数量也维持在 1,500 万人左右。



数据来源：国家统计局

② 婴儿护理用品渗透率进一步增长

近年来，婴儿护理用品的市场仍继续保持低速增长趋势，市场渗透率进一步提高。根据生活用纸委员会的统计，2019 年国内婴儿纸尿裤市场规模达到 499.00 亿元，与 2018 年相比下降 10.15%；婴儿纸尿裤的市场渗透率仍进一步增长，由 2017 年的 59.6%上升到 72.2%，提高了近 12.6 个百分点。



数据来源：生活用纸委员会

③ 国际品牌实力雄厚，国内新兴品牌逐渐渗透

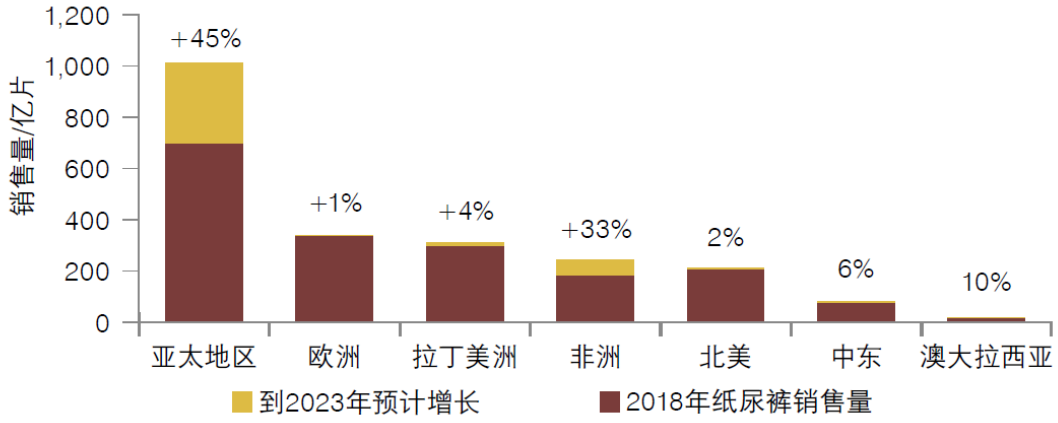
在市场发展初期，以帮宝适、大王、花王、好奇为首的国际品牌，凭借成熟的研发体系、高端的市场定位、优良的产品质量赢得了不少消费者的信赖，并逐渐稳固自身的品牌形象。目前，国际品牌在资金和技术储备方面具有一定优势，普遍自行设厂生产。

但近年来，随着我国人民物质生活的日益丰富，消费者越来越关注产品体验和消费品质；在新一轮消费升级的过程中，国内企业更敏锐地洞察到消费者在产品功能、用途、市场定位等方面差异化的消费需求，涌现了众多新兴品牌，同时借助电商销售、社交电商、流量营销、“IP”跨界等新型营销手段提升产品的品牌影响力，逐渐渗透市场，并取得了较大的成功。由于国内品牌通常为品牌运营和销售公司，大部分不具备生产能力，因此以委托加工生产模式为主。

2）国外市场发展状况

① 全球市场发展概况

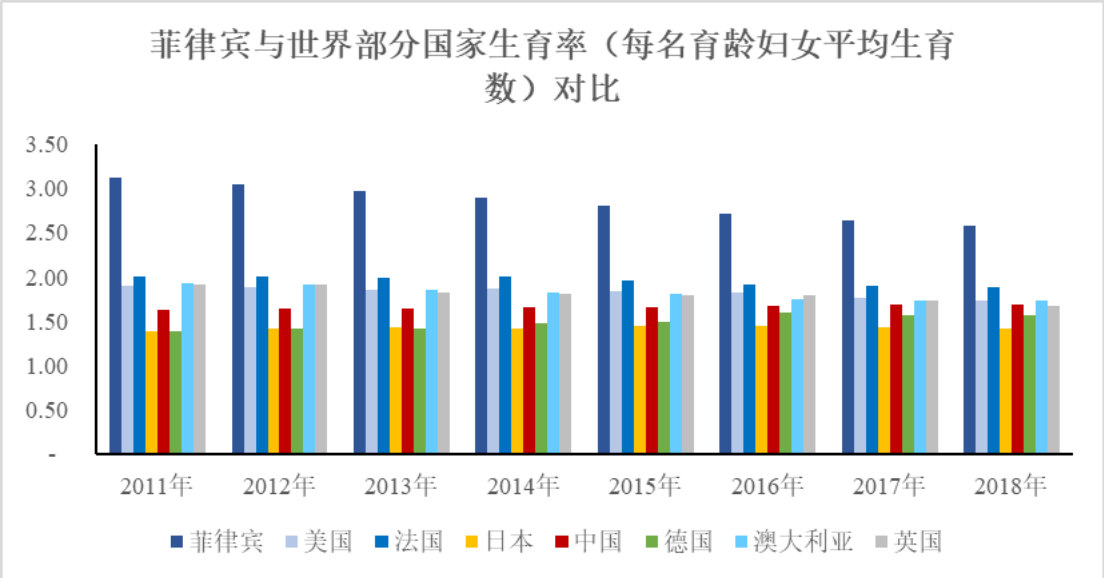
根据美国棉花公司 2018 年四季度的调查，2018 年至 2023 年，全球婴儿纸尿裤销量将增长 23%，总销售量将超过 2,200 亿片；其中非洲市场和亚洲市场的销量增长最多，分别为 33%和 45%；2023 年，得益于较大的人口基数和较高的生育率，亚太地区仍将成为世界最大的纸尿裤市场。



资料来源：《全球婴儿护理用品市场的现状与展望》

② 菲律宾市场概况

根据世界银行的数据，2019 年菲律宾总人口 1.08 亿，是世界第十三大人口大国，且人口仍处于增长中；与世界其他主要国家相比，菲律宾生育率较高，2018 年，其每名育龄妇女平均生育数为 2.58，高于 2.41 的世界平均水平和大部分国家。未来，菲律宾新生儿数仍将保证稳定的增长，并且随着健康意识的不断提高，对婴儿护理用品的需求仍然旺盛。



数据来源：世界银行

（2）婴儿护理用品行业未来发展趋势

受“二孩政策”集中释放效应影响，2016-2017 年我国新生儿增长较快，2018 年以来，出生人口有所下降，但仍能保持在 1,500 万左右，对婴儿护理用品的整体需求比较稳定。此外，根据生活用纸委员会的统计，2019 年我国婴儿护理用

品市场渗透率虽然进一步提高，达到 72.2%，但与发达国家 90%以上的市场渗透率相比，仍然存在一定差距。未来，随着我国生育政策的逐步放松、鼓励生育相关政策和配套措施的逐步完善，以及婴儿护理用品消费观念的逐渐升级带来的市场渗透率的进一步提升，国内婴儿护理用品市场仍将有较大的发展空间。

另一方面，在新一轮消费升级的背景下，消费者对于品牌体验、产品品质的要求会逐渐提升。随着婴儿纸尿裤行业内主打产品升级、体验升级的新品牌不断创立和崛起，轻薄柔软、舒适贴身、皮肤友好的产品将得到进一步发展，消费者将追求更加个性化、品质化、更高性价比的消费体验。由此带来行业内更加专业化的分工安排：未来更有营销经验和积极开拓新渠道的品牌商将更专注于品牌运营和客户服务，而在供应链和设计生产方面更有经验的 ODM 厂商则专注于更新产品设计、增强制造工艺，以及提高生产效率、降低生产成本。

（3）婴儿护理用品行业竞争格局

我国婴儿护理用品行业生产企业众多，目前呈现国际品牌和国内品牌同台竞争、相互渗透的局面，竞争比较激烈。

行业发展早期，以帮宝适、大王、花王、好奇为首的国际品牌凭借资本、技术、管理、品牌、成本、渠道等多方面的综合优势，长期占据着婴儿护理用品行业的主要市场份额。国际品牌进入市场较早，并通过在中国自主建厂或者与国内企业合资的方式，引入发达国家的成熟产品和相关生产技术，通过提供优质产品赢得了众多消费者的信赖，逐渐稳固了自身高端的品牌形象。但在发展后期，国际品牌仍主要以一代产品为主，对新技术、新产品的应用较为谨慎和滞后，导致产品转型升级较为缓慢，难以适应国内消费者差异化、个性化的产品需求，近年来市场份额有所下降。

国内婴儿护理品牌大部分成立时间较短，其产品信赖度、接受度与国际品牌还存在一定差距。但近年来，国内品牌紧跟我国新一轮消费升级和市场变化的趋势，抓住中国父母近年来更注重消费体验、对婴幼儿亲肤用品安全舒适性关注度更高这一消费心理，推出更轻薄舒适的复合芯体技术，并获得了市场的肯定。此外，婴儿护理用品的传统品牌和新兴品牌借助电商平台、连锁母婴店、O2O、社交电商和流量营销等新型零售模式迅速发展，逐渐获得消费者的认可，其市场地位近年来也在稳步提升。

（4）报告期内婴儿拉拉裤市场的主要发展情况

1）婴儿护理用品的主要类别

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

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

2）婴儿拉拉裤的市场份额占比逐年上升

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

国家	品类	2017 年	2018 年	2019 年
中国	拉拉裤	9.72%	11.85%	14.56%
	纸尿裤	90.28%	88.15%	85.44%
日本	拉拉裤	65.13%	65.81%	67.34%
	纸尿裤	34.87%	34.19%	32.66%
美国	拉拉裤	18.97%	20.35%	21.58%
	纸尿裤	81.03%	79.65%	78.42%

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

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

（5）同行业可比公司同类产品销售情况

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

单位：百亿片

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

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

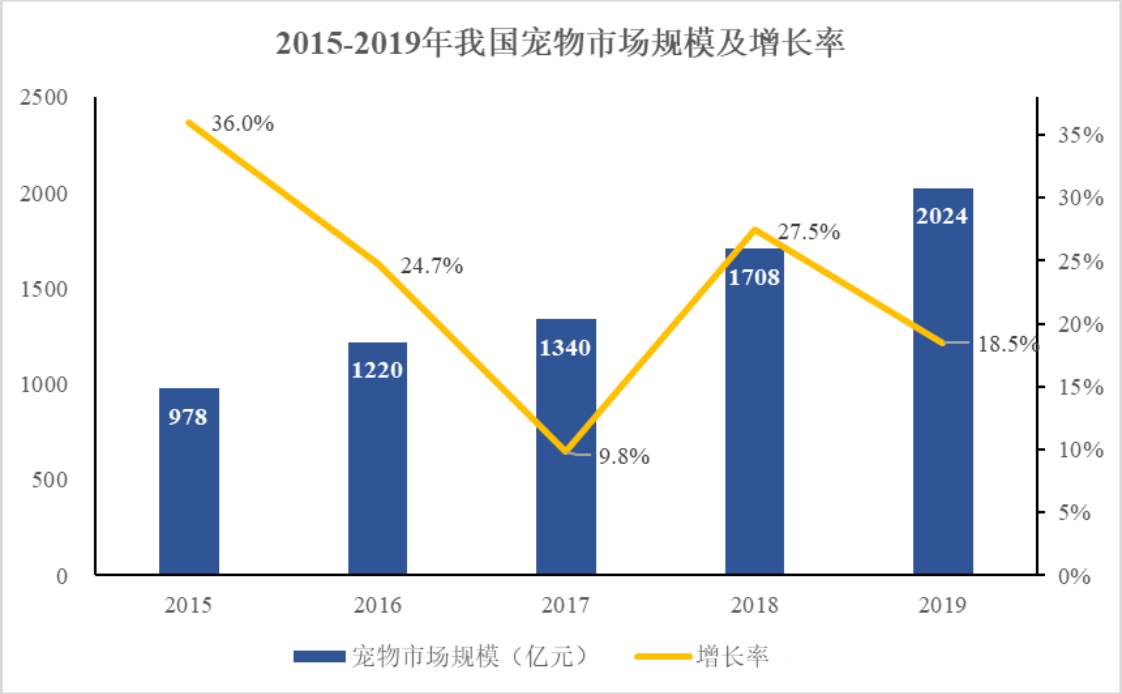
3、宠物卫生用品行业发展状况

（1）宠物卫生用品行业发展现状

日本是亚洲的宠物饲养和消费大国，因此也是国内宠物卫生用品生产厂家主要面对的市场。日本宠物市场发展已相当成熟，虽然近十年来养宠量有所下滑，但宠物用品结构不断改善，宠物主人使用高品质产品的比率增加，为宠物纸尿裤行业的发展提供稳定需求，宠物市场仍然维持稳定增长。2018 年日本宠物护理市场规模达到 5,741 万亿日元[3]。

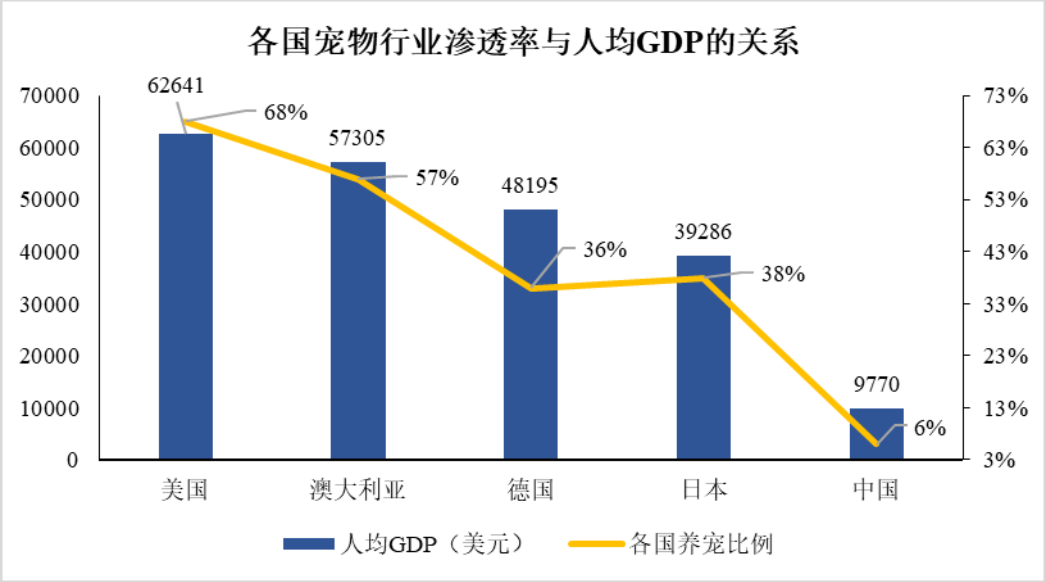
近年来，我国宠物市场快速扩张。2019 年我国宠物行业市场规模已达 2,024 亿元，同比增长约 18.5%。2015-2019 年复合年均增长率为 19.94%，同时养宠人数也已超 7,000 万人，市场扩张迅猛。

[3] 资料来源：《宠物行业系列报告之五：宠物用品消费升级，日本宠物市场依然坚挺》，长江证券



数据来源：《中宠股份-短期拐点已至，中长期内销进入收获期》，兴业证券

但与发达国家相比，我国宠物渗透率较低。根据发达国家宠物行业发展经验，各国人均GDP与宠物行业渗透率呈现正相关。2018年我国人均GDP 9,770美元，家庭宠物渗透率仅6%。



数据来源：世界银行，中国产业信息网

由于发展时间较短，目前国内宠物卫生用品市场仍处于起步阶段，在产品品牌和销售渠道上尚存短板，多以小规模的出口代工型企业为主，但个别具有自主品牌和知识产权的企业已经完成由OEM模式向ODM模式转变，并同时兼顾自有品牌的发展。根据生活用纸委员会统计，2018年我国宠物卫生用品生产企业

共 64 家，尚未出现具有影响力的品牌，多数以中小企业为主，而且大部分生产制造企业的客户面向国外市场。

（2）宠物卫生用品行业未来发展趋势

随着我国人均 GDP 稳步提升，二三线城市人均可支配收入的增加，将使得养宠风潮向低线城市蔓延，市场规模及宠物渗透率将进一步增长。

从消费群体来看，以 90 后、00 后为代表的年轻人宠物消费占比将继续攀升，成为宠物用品的消费主力军，也更愿意为产品品质支付溢价，并且非生活必需品的消费占比越来越大。

目前，国内宠物纸尿裤企业多以 OEM/ODM 模式为主，出口占比较大。未来随着国内宠物消费市场规模快速增长，国内企业有望在境外客户代工的基础上增加自主品牌销售，以满足国内消费者日益增长的宠物消费需求。

（四）公司所属行业的特点和发展趋势、公司自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司所属行业的特点和发展趋势

（1）公司所属行业的技术特点和发展趋势

成人纸尿裤、婴儿纸尿裤等吸收性卫生用品利用高分子吸水树脂（SAP）、绒毛浆、PE 膜、无纺布和热熔胶等高分子材料，通过各组分的改性和有机的组合，并采用自动化生产设备在一定的温度等工艺条件下按一定比例复合制备，达到吸收性能优，反渗性能好等综合性能。行业的技术水平和特点主要体现在非织造面层的开发、吸收芯体的研发、制成工艺和产品设计等方面。

1）非织造面层的开发

非织造面层是吸收性卫生用品的关键材料之一，其主要作用是将尿液或其他液体快速地传递到纸尿裤的下一层结构，在使用过程中不仅需直接接触皮肤而且要保证在允许液体通过的同时又保持吸收用品表面相对干燥和柔软。因此对面层材料的要求是导水、快干、透湿等。目前我国市场上常用的面层材料根据不同的制备工艺和纤维类别可分为：热风非织造布、PP 纺粘非织造布、水刺非织造布、PE/PP（EP）双组分非织造布和亲水处理的 SMS 非织造布等。随着技术的不断发展，触感好并能持续保持干爽面层材料的开发、绿色环保可降解面材新材料的开发以及面层材料结构、成型以及加工工艺的创新都将成为非织造面层材料发展

的新方向。

2）吸收芯体的研发

吸收性卫生用品的核心部分是吸收芯体，其主要作用是快速吸收、分散和储存液体。目前纸尿裤产品主要有两种芯体结构分别是木浆芯体和复合芯体。

木浆芯体由木浆和高吸水性树脂通过高速剪切混合并成型制备而成，通常结构比较松散，且木浆吸水后会迅速膨胀，所以与采用复合芯体的纸尿裤产品相比会更厚实。如果减少木浆的投放比例、加大高吸水性树脂的使用量，则可能导致纸尿裤吸水后产生起坨、断层等质量问题，严重影响产品使用效果。所以，对于木浆芯体纸尿裤产品而言，木浆是保持纸尿裤平整和柔软的重要成分，能防止树脂滑动成一团。但是对于多动的婴幼儿，普通的木浆芯体产品还是会因为婴幼儿的频繁肢体活动产生起坨、断层等问题，导致使用者产生穿着舒适度不佳和漏尿等情形。

随着纸尿裤行业的不断发展，国内首创性的开发了复合芯体，由非织造材料、高吸水性树脂通过一定的配方比例热合制备而成，具有轻薄、不易断层、吸水后整体膨胀、不起坨等诸多优点，穿着舒适度更佳。因此，复合芯体的纸尿裤产品不断受到国内消费者的认可和青睐，引发了整个行业的芯体技术变革，复合芯体纸尿裤产品逐渐进入主流市场。同时，随着国内制造商在复合芯体领域的生产技术、研发水平和原材料使用等方面进一步优化，复合芯体将引领全球吸收性卫生用品行业的快速发展。

3）产品设计

一次性卫生用品除了指标性能以外，产品结构设计也至关重要。高质量的产品设计能有效提升产品穿着舒适性和美观度，是行业技术水平的又一体现。比如在婴儿纸尿裤产品设计方面，具有更换便捷和穿着舒适等优点的拉拉裤产品深受消费者好评。在成人纸尿裤产品设计方面，以“可靠”品牌为代表的后挡墙成人纸尿裤产品逐步推向市场，在产品功能上，可实现“360 度防漏”、“安全舒适”等功能，有效解决成人纸尿裤容易侧漏、后漏的不足。随着成人纸尿裤产品功能和结构逐步改善，作为成人纸尿裤的升级产品，未来市场空间很大。

4）制成工艺

一次性卫生用品主要通过各种材料根据一定的结构和比例利用设备复合制备而成，因此制成工艺成为产品的关键之一。目前行业工艺技术主要围绕产品的

结构和性能展开，如 3D 压花工艺技术，浆板粉碎成型技术、高吸水树脂定位施加技术、用于粘合产品各层材料的热熔胶技术以及高速全自动成型技术等，随着行业的不断发展，制成工艺仍在不断地升级和改进，以使产品更轻薄、吸水性更强、透气性更好。

（2）公司所属行业的经营特点和发展趋势

1）生产模式

一次性卫生用品品牌商主要选择自主生产和代工模式两种类型。在自主生产模式下，品牌商集研发设计、生产制造和供应链管理于一体，能够实现质量的严格把控。由于市场需求变革速度快、时效性要求高，自主生产模式和配套研发体系的结合，有利于企业紧随市场潮流。

在代工模式下，品牌商自行采购原材料，委托第三方生产企业按照确定的质量标准加工生产，或由第三方生产企业按照选定的设计方案和确定的质量标准采购原材料并加工生产。其优势在于代工模式可以利用代工厂丰富的产品款式、先进的生产制造工艺、成熟的供应链配套帮助品牌商快速形成产品抢占市场，品牌商可以专注于产品设计及品牌、渠道的建设，双方专业互补，合作共赢。

2）销售模式

一次性卫生用品销售的主要渠道主要包括经销模式、KA 模式、新零售模式等。

① 经销模式

品牌商通过与经销商签订经销合同，由其在合同约定的期限和地域内销售商品。此模式有利于品牌商将资金和人力主要集中在产品研发和生产上，可以充分利用经销商的渠道资源实现快速扩张。

② KA 模式

品牌商与 KA 客户（主要为大卖场、大型超市等）签订销售合同，采用卖断或代销方式向 KA 客户销售商品，从而利用其广泛的网点布局和影响力，提高产品的渗透率。

③ 新零售模式

受销售模式创新的影响，一次性卫生用品企业近年来全面布局线上线下，尝试各种新兴销售渠道和手段，树立品牌形象，提升市场份额。

线下渠道中，专业母婴店、连锁药房、便利店、小型社区超市等因其专业性和便利性而逐渐获得消费者青睐；线上渠道中，厂商主要通过天猫、淘宝、京东、唯品会、拼多多等第三方大型电商平台或通过自行开发的电子商务平台、微商市场渠道销售给终端消费者，有效拓展销售渠道，扩大覆盖面。

（3）公司所属行业利润的变动趋势和变动原因

一次性卫生用品行业的利润主要水平主要受以下因素影响：

1）原材料的价格和企业的议价能力

上游原材料的价格将直接影响产品的毛利率水平。吸收性卫生用品所采用的高分子、无纺布、底膜等原材料的价格受上游石油价格波动的影响较大，木浆等原材料对进口产品的依赖较高，受国际木浆的价格影响较大。行业内的龙头企业具有一定的规模，同时具有与产业链上下游合作的优势，对供应商的议价能力较强，有利于保持相对稳定的采购价格。

2）产品的质量安全和工艺技术

一次性卫生用品直接与身体接触，只有产品质量过硬、安全性有保障的产品才能最终获得消费者的青睐，并在市场竞争中取得优势，实现收入和利润的稳定增长。另一方面，行业内的优势企业还可以借助其研发和生产优势，不断对技术进行创新升级，推出适应市场需求的新产品，同时持续优化产品结构和生产工艺，降本增效，保证盈利水平。

3）目标市场消费能力和企业营销策略

一次性卫生用品在下游市场的销售情况将影响企业的盈利能力。成人纸尿裤产品受到新一轮消费升级的影响，未来消费者的个人护理意识将不断提高，更重视产品质量和消费体验，因此有品牌效应、产品质量突出的行业领先企业将具有较好的利润空间；婴儿纸尿裤市场未来将向专业化分工和产业链协同方向发展，未来新兴的婴儿纸尿裤品牌运营商将更多关注品牌运营和市场策略，生产订单将向经验丰富、供应链保障能力强的行业龙头制造企业集中，如果龙头企业能够提升制造水平和生产管理水平，其规模优势将有助于提升自身的盈利水平。

近年来，随着国内品牌在生产设备、生产工艺、技术研发等方面的不断升级，凭借对国内消费者更好的理解，通过创新和差异化的产品抢占市场，利润水平与国际知名品牌的差距不断缩小甚至超过国际知名品牌。未来，随着国家对吸收性

卫生用品的大力支持，以及生育政策逐步放开、老龄化社会程度不断提高，吸收性卫生用品将迎来新的发展机遇，行业总体利润水平将呈平稳上升趋势。

（4）公司所属行业周期性、区域性和季节性

1）周期性

纸尿裤属于日常消费品，一定程度上受到宏观经济周期的影响，但由于市场需求稳定，弹性较小，因此无明显周期性。

2）区域性

国内纸尿裤生产商大多聚集东部沿海地区。其中，福建造纸业发展较早，纸浆资源丰富，交通运输便利，纸尿裤企业众多；浙江、江苏和广东等省份依靠沿海优势，也聚集了大批生产商。

从消费行为来看，纸尿裤具有一定的区域性，其区域特征与我国经济发展水平地域分布相关，同时受居民消费能力、消费观念等的影响。在一二线城市和东部沿海发达地区，经济发展水平高，居民消费能力高，健康护理意识强，对高品质产品比较青睐，渗透率也较高。在其他城市和农村乡镇等地区，受经济发展水平的限制，居民消费能力偏低，健康护理意识较弱，市场渗透率较低，且普遍追求高性价比。

3）季节性

纸尿裤产品存在较弱的季节性特征，夏季由于气温较高，消费者会减少对纸尿裤产品的使用，导致市场需求与冬季相比偏低，但差异不显著。近年来，由于产品设计和工艺的改进，目前的纸尿裤产品在保证了吸收量的同时更加轻薄、透气，刺激了消费者在夏天的购买，因此差异进一步减小。

此外，受电子商务发展的影响，纸尿裤产品通过电商平台销售的比例逐年提高，“618”、“双十一”等电商大促活动会对市场销售产生一定的影响，导致纸尿裤产品销售存在一定的季节性波动。

（5）进入公司所属行业的主要壁垒

1）规模和资金壁垒

达到一定规模的纸尿裤生产企业在成本管理上具有突出的优势。规模效应能有效降低单位固定成本，集中采购能够降低原材料采购成本，集中物流配送能够降低运输成本，进而提高企业盈利水平。

另一方面，消费者需求的多元化使得纸尿裤产品的更新换代也随之加快，这就需要生产商不断投入资金进行新产品的调研、研发、试样，以适应不断更新迭代的市场需求；同时对原有厂房、设备和工艺进行升级改造，使之适应新的生产要求。

新进入企业难以在短时间内达到一定的规模，同时缺少充足的资金进行研发、新型设备引进以及对原有生产环境和生产工艺的改进，因此形成一定的规模和资金壁垒。

2）品牌壁垒

随着居民收入不断提高、生活水平不断提升，在消费升级趋势的带动下，消费者对一次性卫生用品的性能和质量等方面提出了更高的要求；此外，由于一次性卫生用品直接与身体接触，消费者在选购时还更关注产品的安全性和可靠性。比如对于婴儿纸尿裤的选择，家长一般较为谨慎，知名品牌是大多数家长选择优质婴儿纸尿裤的重要依据。

市场成熟企业经过多年的积累和沉淀，不论从品牌美誉度、产品口碑还是关注度上，均存在一定的先行优势，这种优势所形成的品牌壁垒，使得新进入行业的企业短期内难以有所突破。

3）渠道壁垒

一次性卫生用品行业销售渠道的覆盖程度直接影响产品的市场销售情况；此外，通过对销售渠道的合理布局，还有助于品牌形象的宣传、用户信息的反馈以及市场趋势的监测。行业内龙头企业大多通过多年的积累和投入，已经构建了完善的销售渠道，不但通过经销商、KA 等传统销售渠道进行布局，还不断开拓母婴店、养老院、连锁店、电子商务等新型零售渠道。传统渠道一般面向全国，布局广泛，不但需要投入较多营销资金，还需要企业具有丰富的渠道管控经验，并通过持续的投入与渠道商建立合作和信任关系。新零售渠道虽然布局灵活，但也需要通过一定的宣传投入对消费者进行前期引导，并配备专业的营销和运营团队，在合适的时机、面向合适的人群开展定向营销活动，达到抢占市场的目的。行业新进入者很难在短时间内形成全覆盖、多层次、深渗透的渠道布局，因此形成一定的渠道壁垒。

4）技术壁垒

随着新一轮的消费升级，消费者对吸收性卫生用品的舒适性、功能性、便利

性等方面要求越来越高，同时也更注重创新性、个性化的需求，这对行业内企业的设计及研发实力提出了更高的要求和挑战。为了赢得市场，纸尿裤企业必须在材料改良、结构优化、工艺创新、设备改造等多方面及时做出调整，以应对消费者的消费习惯。龙头企业大多在行业内深耕多年，积累了一定的经验，同上下游的合作关系更加紧密，因此在设计和研发方面更具有优势，不但可以有针对性开发专用材料，还可以提前布局新产品以适应市场需求，这对新进入企业形成一定技术壁垒。

5）质量控制壁垒

一次性卫生用品直接与使用者的肌肤接触，对产品的质量和安全性要求较高。原材料质量、生产设备、工艺流程、质量控制和检验水平等因素都将影响产品的质量和安全性，而建立起一套完善的质量控制体系不但需要丰富的行业经验，还需要投入较大的资金、设备和专业人才，行业新进入者短期具备高质量的产品生产能力较为困难。

2、公司自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况具体参见本招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业的融合情况”。

（五）发行人的行业地位及行业竞争格局

1、发行人的行业地位

公司在纸尿裤行业深耕多年，在行业内具有较高的知名度和竞争优势。公司是浙江省技术创新协会副会长单位、浙江省健康服务业促进会副会长单位、浙江省出入境检验检疫协会常务理事单位，公司董事长金利伟在生活用纸委员会中担任副主任委员。

在 ODM 业务领域，公司积累了丰富的经验，重视与客户的合作，充分发挥与下游客户的协同作用，将公司积攒的设计、研发和生产经验与客户丰富的品牌管理与市场运营经验相结合，多年来为国内外多家知名厂商和品牌提供婴儿、成人、宠物等一次性卫生用品的代加工业务，建立了长期稳固的战略合作关系。

在自主品牌方面，公司拥有覆盖中高端的自主品牌，进入了沃尔玛、大润发、物美等知名连锁商超市场，其中“可靠”品牌连续数年蝉联淘系平台单品类全网销售冠军，在市场具有较大影响力。根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017 年至 2019 年，公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序）。在生产设备上，公司拥有国内领先的自动化生产线 20 余条；原材料供应上，采用 GP 、3M、德国汉高以及日本住友等全球知名供应商产品。年生产超过 15 亿片纸尿裤，产销额长期位列行业前列。

从成立至今，公司严抓产品质量和用户体验，不断根据市场需求对产品进行创新升级，逐渐成长为行业龙头公司。公司先后获得“全国纸尿裤行业质量领先品牌”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“质量检验稳定合格产品”、“杭州市名牌产品”、“浙江制造精品”、“全国卫生和母婴用品行业婴儿尿裤综合竞争力 10 强”、“2018 年度纺织类十大创新产品”、“2018 年度中国成人失禁用品行业 10 强企业”和“2018 年度中国婴儿纸尿裤行业 10 强企业”等荣誉称号。

此外，公司作为高新技术企业，具有一定的技术和研发优势。旗下的浙江可靠护理产品创新研究院是国内最早成立的纸尿裤产品研究基地，也是行业内首家获批的省级企业研究院，与嘉兴学院、浙江工业大学、天津工业大学等科研高校保持良好的合作，成立至今，参与或负责了多个科研项目，并参与起草国家标准和行业标准，是医护级卫生用品标准课题组组员单位。2017 年，公司被浙江省知识产权局评为“浙江省专利示范企业”，2018 年，公司被国家知识产权局评为“国家知识产权优势企业”，获得中国纺织行业专利奖优秀奖等多项荣誉。

2、行业内主要竞争对手

（1）自主品牌业务主要竞争对手

在自主品牌业务领域，发行人主要经营和销售成人失禁用品，主要竞争对手为国内外知名的一次性卫生用品企业，具体情况如下：

公司名称	主营业务产品	业务经营情况
金佰利公司	个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品	成立于 1872 年，是全球健康卫生护理领域的领导者，产品销往 175 个国家地区。1994 年，金佰利进入中国市场。1968 年金佰利推出 Kimbies 纸尿裤，开始进入婴幼儿纸尿裤市场，1978 年推出“好奇”纸尿裤，并于 1997 年推

公司名称	主营业务产品	业务经营情况
		入中国，作为主打品牌。在成人纸尿裤代表品牌主要有“得伴”，涵盖轻便裤、搭扣型纸尿裤等。
日本尤妮佳集团	婴儿纸尿裤、卫生巾、成人失禁用品、清洁护理用品等	成立于 1961 年，国际知名妇女卫生和纸尿裤品牌，向全世界 80 多个国家和地区提供纸尿裤和生理用品。1995 年，集团成立上海尤妮佳有限公司，正式进入中国，主要经营“米菲”卫生巾；2000 年，进入中国婴儿护理市场，主要经营“moony”、“妈咪宝贝”婴儿纸尿裤；2009 年进入中国成人护理市场，主要经营“乐互宜”成人纸尿裤。
恒安国际集团有限公司	生活用纸、卫生巾、纸尿裤等产品	香港联合交易所上市公司（股票代码 1044.HK），总部位于福建省晋江市，在婴儿纸尿裤市场均具有领导地位。婴儿及成人纸尿裤分别拥有市场知名品牌“安儿乐”及“安而康”。目前纸尿裤业务收入占集团整体收入的约 7.0%，并且着力持续升级高档纸尿裤系列“Q•MO”以及“安尔乐”升级版“小轻芯”；成人纸尿裤占纸尿裤业务收入达 14%，增长显著。
维达国际控股有限公司	生活用纸、失禁护理、女性护理及婴儿护理相关产品	香港联合交易所上市公司（股票代码 3331.HK），创建于 1985 年，为亚洲较大规模的卫生用品企业；1999 年，维达于澳大利亚设厂，成为中国第一家拓展海外市场的本土生活用纸企业，目前，维达在亚太地区具有 14 个生产基地。其拥有的四大业务中，生活用纸产品的主要品牌为“维达”、“得宝”、“多康”，失禁护理产品的主要品牌为“添宁”、“包大人”，女性护理产品的主要品牌为“Libresse 轻曲线”，婴儿护理用品的主要品牌为“丽贝乐”、“Drypers”。
杭州千芝雅卫生用品有限公司	婴儿卫生用品、成人卫生用品、女性卫生用品	成立于 1998 年，位于浙江省杭州市桐庐县，是一家集研发、生产、销售、运营于一体的综合性卫生用品企业，具有自主品牌和代工两种模式。在成人失禁用品，拥有“千芝雅”、“千年舟”等主要品牌。

数据来源：各公司网站、招股说明书、年度报告等公开资料

（2）ODM 业务主要竞争对手

在 ODM 业务领域，发行人为客户代加工成人、婴儿以及宠物一次性护理用品，主要竞争对手为国内本行业知名生产制造商，具体情况如下：

公司名称	主营业务产品	业务经营情况
杭州千芝雅卫生用品有限公司	婴儿卫生用品、成人卫生用品、女性卫生用品	成立于 1998 年，位于浙江省杭州市桐庐县，是一家集研发、生产、销售、运营于一体的综合性卫生用品企业，具有自主品牌和代工两种模式。其代工的国内品牌主要有小鹿叮叮、爱他美等，也代工生产韩国超级奶爸、俄罗斯马呢可等国际品牌。
杭州豪悦护理用品股份有限公司	婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品	成立于 2008 年 3 月，位于浙江省杭州市余杭区。公司为个人卫生护理用品行业知名企业，具有自主研创和代工模式，纸尿裤是公司的主要产品，代工生产凯儿得乐、BEABA、BabyCare、蜜芽等新零售品牌为代表的国产品牌。 豪悦股份 ODM 业务占比较高，2017 年-2019

公司名称	主营业务产品	业务经营情况
		年 ODM 业务收入占比分别为 81.98%、89.70%和 91.59%，自有品牌销售占比 18.02%、10.30%和 8.41%。主要为国内外一次性卫生用品企业提供 ODM 服务。
广东昱升个人护理用品股份有限公司	婴儿纸尿裤、片、拉拉裤，成人纸尿裤、片，护理垫	成立于 2005 年，公司位于广东省佛山市，具有自主品牌和代工两种模式，代工生产凯儿得乐、露安适等国产品牌。
杭州珍琦卫生用品有限公司	成人尿裤、成人拉拉裤、尿片、婴儿尿裤、婴儿拉拉裤、护理垫、卫生巾、经期裤	成立于 1999 年，位于浙江省杭州市富阳区，是一家专业从事卫生护理用品研发、生产及销售的企业，产品涉及成人健康护理用品、母婴护理用品、妇女卫生用品、宠物卫生用品四大领域。

数据来源：各公司网站、招股说明书、年度报告等公开资料

3、发行人的竞争优势

（1）研发优势

公司是国内领先专业从事一次性卫生用品的高新技术企业，拥有完备的产品设计开发体系，拥有行业内首家获批的省级企业研究院——浙江可靠护理产品创新研究院。

得益于持续的研发投入，公司目前具备较强的自主研发能力和优秀的产品配方工艺，在行业中处于领先地位，并取得了一系列研发成果。目前，公司共取得专利技术 229 项，其中发明专利 37 项。2017 年，公司被浙江省知识产权局评为“浙江省专利示范企业”。2018 年，公司被国家知识产权局评为“国家知识产权优势企业”，获得中国纺织行业专利奖优秀奖，公司的成人纸尿裤产品被评为“2018 年度纺织类十大创新产品”。2019 年，公司被评为“浙江省创新企业百强”企业。

凭借多年的科研优势和积累的行业经验，公司已经成为行业内标准化的领导者之一。2011 年，公司参与起草了《纸尿裤（片、垫）》（GB/T 28004-2011）国家标准，2017 年，公司参与起草了《医护级成人纸尿裤（片、垫）》（T/NAHIEM002-2017）行业标准，2018 年，公司作为主要起草单位，参与起草了《成人纸尿裤》（T/ZZB 0645—2018）浙江制造团体标准。2019 年，公司被全国造纸工业标准化技术委员会授予“造纸标准化先进企业”。

此外，公司还与行业内领先的科研机构建立了广泛的合作研发关系。公司与中国制浆造纸研究院有限公司签订了战略合作协议，并长期与嘉兴学院、浙江工业大学、天津工业大学等国内卫生用品行业顶尖院校展开科研合作，专门进行一

次性卫生用品及关键材料的开发和研究工作。

未来，公司将继续依托自身的自主创新实力和科研优势，加快科研成果转化的速度，不断提高产品性能。

（2）规模化生产和先进制造优势

1）自动化水平高，生产管理精细化

近年来，公司不断对生产设备进行升级，引进具有国际先进水平的生产设备，同时对原有设备进行自动化改造升级，并相应完善和优化生产工艺，提升了工厂的自动化水平，使生产管理的效率大幅提升。

一次性卫生用品生产设备运行速度快，同时由于产品与皮肤接触，对生产环境的洁净程度要求很高。近年来，公司不断向国际一流工厂学习精细化管理办法，提高精益生产的水平，对生产环境和生产制造环节持续加强过程管控，保证“人、机、物、料”的规范化管理，使得生产车间环境和卫生达标，生产秩序稳定，有效保证了生产的顺利进行。

2）产品线丰富，规模化生产优势突出，供货能力强

公司专注于一次性卫生用品的生产，产品线布局丰富，涉及成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品，产品涵盖纸尿裤、拉拉裤、护理垫、纸尿片、妇婴两用巾、产妇巾等多种类别。

经过近十年的稳步发展，公司目前已经成为行业内规模领先的一次性卫生用品生产企业，目前公司共拥有 22 条生产线，年销售额超过 10 亿元，规模化生产优势突出。此外，公司生产设备一般为通用生产线，同一条生产线可以满足多种产品类别和型号的生产，公司拥有高效准确的生产管理系统和具有丰富技术和经验的生产人员，可以通过灵活设置生产计划达到柔性生产的目的，进而满足不同客户的需求，保证供货的充足性和及时性。

（3）在成人失禁用品领域长期深耕取得行业领先地位的优势

1）产品专注深耕优势

发行人在成人失禁用品这一细分市场中，不但进入时期早，并且专注度高。市场上较大规模的竞争者多把生活用纸作为其主要业务，造纸作为主要产品，有资源优先投入的优势，而成人失禁用品等产品多为生活用纸的衍生业务。与其不同的是，发行人自成立之初便瞄准成人失禁用品市场和未来老龄化发展的趋势，

十余年持续的打造品牌，投入资金进行技术和工艺的开发，全方位培育了研发、生产和销售的骨干队伍，对市场的发展和趋势拥有独到的见解，并拥有覆盖高中低各个层次的丰富产品线，在行业上拥有一定的深耕优势。

成人失禁用品在国内尚处于导入期，涉足成人失禁用品市场较早的“得伴”、“添宁”等国际大品牌目前在中国销售的成人失禁用品产品主要采取OEM/ODM加工，“包大人”系列产品在大陆也尚未建立自有生产线。而发行人在本土成人失禁用品市场中进入较早，具有先发优势，在技术研发、设备升级、团队建设、市场推广等方面持续投入，积累了宝贵的经验和资源。

经过多年的发展，公司已经成为国内最有影响力的成人失禁用品生产厂商之一。自2005年引入第一条成人纸尿裤生产线以来，公司通过在成人失禁用品市场多年的摸索，积累了丰富的研发、生产经验，结合消费者的心理和消费需求，不断研发出适合国内消费者的舒适、经济的成人失禁用品，占据了一定的先发优势。同时，公司紧紧抓住电子商务等新型零售渠道销售模式的发展，积极布局线上销售业务，取得了较大的成功，并巩固了公司在行业内较为领先的市场地位。2019年，“可靠成人纸尿裤”被浙江省经济和信息化厅评为“浙江制造精品”，“可靠”品牌荣获2019年“金麦品质奖[4]”。

2）新型营销渠道优势

公司抓住新型营销渠道崛起的战略机遇，在线上电子商务、线下新型零售渠道等领域取得了较大的成功，尤其是在电子商务领域，自2013年起，公司成人护理系列产品蝉联全国失禁护理全网销售冠军。

在线上销售渠道，公司从阿里巴巴等知名互联网企业引进资深市场营销和电子商务运营人士，并通过多年的市场探索和实践，逐渐打造了一支年富力强、经验丰富的销售和运营团队。在品牌营销、促销推广、仓储供应链、售后服务等方面，公司的销售和运营团队具备出色的决策和执行能力，使得公司能够紧跟电子商务市场的发展潮流，为自主品牌在线上渠道销售的持续增长奠定了稳固的基础。此外，公司与京东、天猫、拼多多、唯品会等多家知名电商平台通过电商超市和开设自营店铺的方式展开合作，多年来不断探索新的模式，为公司线上销售业务

[4] 金麦品质奖：有由浙江日报报业集团与阿里巴巴集团旗下的淘宝天下在2013年发起主办，是国内首个引入国际评奖标准的电商营销奖项

的持续增长助力。

在线下销售渠道，公司针对自主品牌成人失禁用品使用场景的特点，积极开拓特渠及新零售等领域，公司与华东医药、光大养老、陕西国药、国药华鸿等大型医药流通公司建立战略合作关系，并充分利用合作伙伴在医院、养老院及各连锁药房的影响力，推进公司成人失禁用品的普及和使用，增强公司品牌的覆盖率和影响力，为公司持续的发展探索新的增长点。

发行人与医药流通公司具体的合作方式为：

发行人按照医药流通公司的订单，安排货物配送至医药流通公司的仓库，由其安排验收。医药流通公司在指定区域内负责医院、养老院以及其它下级经销商的开拓工作，销售时由医药流通公司自行组织对终端客户进行配送。发行人每月给予医药流通公司一定比例的配送费用，具体比例在双方签署的协议中进行约定。发行人每月根据市场情况给予医药流通公司一定比例的促销费用，由医药流通公司自行掌握其具体使用和向下级经销商的分配。

2020 年 1-6 月，由于受到疫情影响，上述医药流通公司对医院及养老院渠道的拓展工作相对滞后，截至 2020 年 6 月底，发行人通过上述渠道实现的收入和毛利情况如下表所示：

单位：万元

医药流通公司	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	主营业务收入	主营业务毛利	主营业务收入	主营业务毛利
华东医药	278.90	89.93	104.80	30.68
国药控股天津北方医药有限公司	1.48	0.68	-	-
合计	280.38	90.61	104.80	30.68

注：上表中发行人对华东医药的主营业务收入及主营业务毛利金额为合并发行人对华东医药股份有限公司器材化剂分公司的销售数据以及发行人对杭州悦行优品健康管理有限公司的销售数据。

发行人明确禁止员工进行商业贿赂活动，对违反公司反商业贿赂政策的经销商，将采取中止或终止商业合作、追究相关单位或个人违约责任、请求赔偿等措施。发行人各项费用的发生，均执行严格的费用审批流程；发行人每月提供给医药流通公司的推广费用，在审批时要求明确最终去向，并提供下级经销商的通案申请文件，同时建立检查制度，严格管控推广费落到实处。

报告期内，发行人与医药流通公司的合作不存在商业贿赂的情况。

（4）在 ODM 领域与品牌商深度合作的客户优势

公司在 ODM 领域，立足于打造与品牌商优势互补、合作共赢的商业模式。对主要 ODM 客户的选择上，公司摒弃传统的以低价格、大批量生产同质化商品为主要目的 OEM 模式，而是选择洞察消费需求，具有广阔前景且聚焦在产品营销、设计和渠道建设等中前端销售运营方面的品牌商。公司以自身积累十余年的生产管理、工艺技术和产业洞见，为品牌商客户提供全系列服务，在新品设计时给出专业建议以平衡技术参数和成本造价、提供各种技术路径的最前沿工艺组合、结合产品特色给出材料选择的方案等，从而为品牌商客户提供从产品设计到生产制造，再到供应链保障的全流程服务，让品牌商客户能够专注于自身擅长的营销领域，从而实现双方的共同成长和合作共赢。

通过这种专业分工、优势互补的深度合作模式，公司与菲律宾大型一次性卫生用品销售企业 JS UNITRADE 以及国际知名营养及健康产业服务商健合国际建立了长期、稳固的战略合作关系；同时，公司还获得了万邦健康、杭州沐歆等国内新兴品牌商，日本 KOHNAN、新加坡 NTUC 等境外大型连锁超市以及日本 OSAKI 等国际知名医护品牌的认可，并持续与公司合作至今。

多年来，公司通过不断优化产品解决方案、提高生产管理能力并持续稳定及时地为客户供货，在行业内树立了良好的口碑，维系了一批稳定的优质 ODM 客户，使得公司在行业内具有较强的客户优势。

（5）质量控制优势

一次性卫生用品的质量是产品的重中之重，公司自成立以来，便一直以生产质量高、可靠性强的产品作为自己的长期追求。在产品研发、生产过程中，公司始终严格遵守国家和行业内的质量控制标准，并先后通过 ISO 9001:2015、ISO 14001:2015、ISO45001:2018 质量管理体系认证，并以此指导，自行建立了全面详细的质量控制文件。

目前，公司质量控制体系完善，质量管理贯穿从产品设计、原材料采购入库、生产制造、销售物流到客户服务全流程。公司坚持高标准、严要求，产品质量高于行业平均水平，并在市场中赢得了消费者的青睐，树立了良好的口碑和质量形象。

（6）经营管理团队优势

从成立至今，公司逐渐建立与发展目标相适应的企业文化，并打造了一支拥有经验丰富、稳定高效的管理经营团队。公司的核心员工均具有多年的行业经验，拥有扎实的专业能力，能够准确把握行业动向和公司的战略方向。同时，近年来为不断提升经营管理水平，公司也不断引入优秀的行业人才，壮大管理团队，同时提升公司的运行效率。同时，为保持管理团队的稳定性，公司建立了完善的经营管理架构、激励政策、人才培养及晋升机制，持续提升公司管理水平。

在管理经营团队的带领下，公司始终从客户需求出发，不断紧跟行业发展和消费趋势，在技术研发、工艺升级、生产精细化管理、市场推广等多方面不断完善，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、发行人的竞争劣势

（1）经营规模和综合实力有待进一步提升

虽然公司从成立至今，不断规范经营、提高技术、抢占市场，在消费者中积累了一定的口碑，处于行业领先地位。但与一次性卫生用品行业的国际龙头公司相比，公司在资金实力、产品布局、营销网络建设等方面还存在一定的差距，经营能力有待进一步提升。

（2）融资渠道单一

公司属于重资产行业，生产场所和生产设备的建设需要投入大量的资金。经过多年的努力经营和高质量服务，公司已在行业中树立了良好的品牌形象，市场需求保持上升趋势。未来，发行人计划进一步完善产品品类，对原有生产线进行改造升级，并引进新的自动化生产线，扩大生产规模，提高生产效率，因此需要持续投入大量资金。发行人目前主要通过自有资金投入、银行借款等方式筹措生产经营所需的资金，融资渠道相对单一。

（六）发行人面临的机遇与挑战

1、发行人面临的机遇

（1）行业市场前景广阔

婴儿护理用品方面，渗透率有待提高，发展前景广阔。我国二胎政策从 2016 年开始正式推行，婴儿纸尿裤行业市场需求增长迅猛，根据国家统计局数据显示，

2019 年我国新出生人数约 1,465 万人。根据生活用纸委员会统计，2019 年我国婴儿纸尿裤市场规模达到 499 亿元。总体来看，婴儿纸尿裤行业仍未被完全开发释放，市场尚未饱和，与发达国家相比，国内的婴儿纸尿裤渗透率不高，2018 年为 72.2%，与部分发达国家 90%的渗透率相比，仍有较大的提升空间和潜力；另一方面，近年来婴儿护理用品市场需求呈现个性化、多样化的趋势，产品更新换代速度加快，未来，专注于产品研发和市场推广的新兴品牌市场占有率将继续提高。

成人失禁用品方面，随着我国人口老龄化加剧，卫生护理产品的市场潜力巨大。根据国家统计局数据显示，2019 年我国 60 岁及以上人口数为 2.54 亿人，占总人口的比重为 18.10%，老龄化程度严重。国家老龄办在 2015 年发布的《国家应对人口老龄化战略研究总报告》提出，到 2022 年我国 60 岁以上人口数量将增至 2.68 亿，老龄化水平升至 18.5%，到 2036 年，老龄人口进一步增加至 4.23 亿，老龄化水平升至 29.1%。未来老龄化程度的进一步加剧，将为成人失禁用品市场创造更多的需求。另一方面，随着居民生活水平不断提高，人们对中老年人生活品质愈发重视，消费者对成人失禁用品的接受度也持续提升，推动了我国成人纸尿裤市场的发展。根据生活用纸委员会统计，2019 年我国成人失禁用品总消费量 53.5 亿片，同比增长 21.3%；市场规模 93.9 亿元，同比增长 33.6%，均呈两位数增长，发展迅猛。

（2）国家产业政策大力支持

近年来，国务院、工信部相继发布《轻工业调整和振兴计划》和《轻工业发展规划（2016-2020 年）》，对包括纸尿裤行业在内的轻工行业进行战略部署和规划。2016 年，工信部等三部委发布了《产业用纺织品行业“十三五”发展指导意见》（信联部消费[2016]448 号），明确提到“在成人和婴儿纸尿裤等领域支持开展品牌评价研究，重点培育终端消费品品牌”对产品质量好、市场竞争力强、具有自主品牌的骨干企业形成很大利好。

2017 年，国务院发布《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》，提出到 2020 年，实现 “老龄事业发展整体水平明显提升，养老体系更加健全完善，及时应对、科学应对、综合应对人口老龄化的社会基础更加牢固”的目标。

2017 年，国家质检总局与国家标准化管理委员会共同发布了

GB/T33280-2016《纸尿裤规格与尺寸》新标准，规定了纸尿裤的分类、规格与尺寸的要求、试验方法、检验规则和标准，适用于各种婴儿纸尿裤和成人纸尿裤，进一步规范企业产品的规格和标准。

2018 年，工信部发布《2018 年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》（工信厅消费 [2018]35 号），其中明确提出“开展纸尿裤等重点产品与国外产品质量及性能实物对比，引导企业参照国际先进质量标准组织生产”，鼓励国内企业向领先的国际品牌学习，形成规范化运作，提升产品质量。

纸尿裤产品与消费者的生活息息相关，上述行业政策及行业标准的积极出台，为纸尿裤行业提供良好的市场发展环境和政策支持，为本土优秀品牌的发展保驾护航。

（3）消费升级推动行业高质量发展

根据国家统计局公布数据显示，2013 年至 2019 年间，全国居民人均可支配收入由 18,310.80 元增长到 30,733.00 元，年均复合增长率为 9.01%；全国居民人均消费支出从 13,220.40 元增长到 21,559.00 元，复合增长率为 8.49%。我国居民生活水平和消费水平的持续提高，带动了新一轮消费升级，消费者的个人健康护理意识逐渐升高，对产品质量、用户体验等方面的要求也越来越高，

成人失禁用品方面，50 后、60 中产生了我国建国以后第一批真正意义上的中产阶级，随着这一人群逐渐步入老龄，势必扭转我国老龄人口中普遍存在的价格敏感，消费能力较差的长期现象。

婴儿护理用品方面，随着“二孩”政策实施以及 80 后、90 后陆续结婚生子，其占比逐渐提高。从消费理念上，80 后、90 后的父母对婴童安全意识不断提高，更舍得为孩子花钱，高档及超高档的纸尿裤的需求不断扩大，个性化、差异化的消费需求不断增多。

（4）技术革新带来的市场机遇

近年来，国内品牌商推出的采用复合芯体技术、主打“轻、柔、薄”卖点的婴儿护理用品在国内市场的销售规模急剧上涨，而品牌商多专注于品牌的营销包装和渠道拓展，对于设计生产制造等制造环节经验不多，因此大多采用轻资产运营模式，将其产品设计和产品生产委托给业内规模较大的 OEM/ODM 厂商执行，而国内各 OEM/ODM 厂商在这一轮内资品牌快速崛起的过程中取得了较大的业

务增长。

另一方面，随着外资品牌商在中国市场的份额下滑，其也开始关注到自身在复合芯体产品方面的缺位，因此开始积极谋划对内资品牌商的竞争。而由于外资品牌商自身在中国的生产体系主要以传统的木浆芯体为主，且其产能规模巨大，产能转换成本较高，且耗时较长，因此如果其要在短期内补足复合芯体产品方面的缺位，必然需要与掌握复合芯体技术的国内 OEM/ODM 厂商进行合作，从而进一步加强国内各 OEM/ODM 厂商在生产制造领域的优势积累。

2、发行人面临的挑战

（1）国际品牌高端形象稳固，消费者对国产品牌的认可有待提高

国际知名品牌进入一次性卫生用品行业更早，在行业经验、技术储备、生产管理经验和市场营销上具有领先优势，同时在引入国际成熟品牌进入中国市场具有先发优势，并通过多年经营、营销在国内消费者心中成功树立了优质、高端的品牌形象，国内消费者对国际品牌的整体认可度、信任度、依赖度都较高。

近年来，国产品牌普遍通过与 OEM/ODM 厂商合作，不断加强技术研发和产品升级，同时自身借助新型营销渠道进行市场开拓，市场份额逐年取得提升。但一般情况下，口碑和品牌形象的建设需要一定的时间积累才能广泛受到消费者的认同，信任度和品牌形象与国际品牌还有一定差距。

（2）智能制造水平仍较低，企业规模化水平存在差距

近年来，全国多个区域的纸尿裤生产商都在谋划智能制造发展，出台相关的产业政策和规划，如成立机器人、工业 4.0、工业互联网等与智能制造相关的联盟，纸尿裤等卫生用品也逐步向制造的高端化、高速化、智能化和自动化发展。但是总体而言，由于我国纸尿裤生产行业智能制造起步晚、经验少，且信息化水平较低，因此与部分国际知名品牌相比，智能制造总体水平仍较低，生产效率仍然存在一定差距。

此外，我国一次性卫生用品行业企业众多，企业规模普遍较小，与国际化龙头企业相比，整体竞争力存在一定差距。

（七）发行人与同行业可比公司的比较情况

发行人与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称	技术实力	期间	营业收入（万元）	研发费用（万元）	研发费用占比（%）
中顺洁柔	-	2020 年 1-6 月	361,620.14	9,086.08	2.51
		2019 年	663,491.44	17,637.43	2.66
		2018 年	567,851.76	10,753.38	1.89
		2017 年	463,834.96	8,271.24	1.78
豪悦股份	113 项授权专利（7 项发明专利、89 项实用新型专利、17 项外观专利）	2020 年 1-6 月	138,561.90	4,347.10	3.14
		2019 年	195,338.23	6,643.76	3.40
		2018 年	144,954.11	4,881.42	3.37
		2017 年	76,098.36	2,862.41	3.76
百亚股份	191 项授权专利（7 项发明专利、140 项实用新型专利、44 项外观专利）	2020 年 1-6 月	60,659.63	1,240.95	2.05
		2019 年	114,941.46	1,809.93	1.57
		2018 年	96,116.27	1,231.96	1.28
		2017 年	81,020.57	1,061.24	1.31
可靠护理	229 项授权专利（37 项发明专利，153 项实用新型，39 项外观设计）	2020 年 1-6 月	79,927.21	2,827.41	3.54
		2019 年	117,372.63	4,419.39	3.77
		2018 年	90,624.15	3,416.12	3.77
		2017 年	78,693.78	3,462.24	4.40

注：资料来源于可比公司的年度报告、招股说明书或招股意向书，中顺洁柔未披露授权的专利情况，豪悦股份和百亚股份 2020 年 1-6 月相关数据来自审阅报告。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品的生产及销售情况

1、主要产品的产能、产量和销量

报告期内，公司主要产品的产能、产量和销量情况如下表所示。

单位：万片

时间	产能	产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
成人纸尿裤、拉拉裤						
2020 年 1-6 月	13,218.50	9,774.18	73.94%	-	9,432.94	96.51%
2019 年	18,183.84	17,475.47	96.10%	67.48	16,819.05	95.87%
2018 年	18,183.84	11,558.23	63.56%	141.36	11,452.75	97.89%
2017 年	15,728.55	8,770.48	55.76%	341.85	8,120.98	89.12%
婴儿纸尿裤、拉拉裤						
2020 年 1-6 月	70,015.94	53,579.30	76.52%	-	54,571.68	101.85%

时间	产能	产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
2019 年	129,505.26	99,265.72	76.65%	887.49	97,372.69	97.22%
2018 年	113,213.01	80,432.70	71.05%	-	80,798.32	100.45%
2017 年	88,713.78	80,968.77	91.27%	59.77	81,867.57	101.04%
尿片类						
2020 年 1-6 月	7,652.94	2,359.71	30.83%	-	2,457.10	104.13%
2019 年	16,559.37	4,786.69	28.91%	-	4,773.77	99.73%
2018 年	15,455.42	4,267.14	27.61%	-	4,178.02	97.91%
2017 年	14,418.53	3,876.52	26.89%	-	3,841.86	99.11%
护理垫及其他						
2020 年 1-6 月	17,002.06	14,826.15	87.20%	214.86	16,099.16	107.04%
2019 年	36,788.94	40,857.51	111.06%	426.47	39,807.58	96.42%
2018 年	33,963.08	32,056.41	94.39%	299.43	32,392.34	100.11%
2017 年	26,633.55	28,827.86	108.24%	51.80	27,388.73	94.84%

注：产能利用率=产量/产能，产销率=销量/（产量+外购数量）；不包括口罩

截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要机器设备原值与产量的匹配情况如下表所示：

生产线种类	设备原值（万元）	产量（万片）
婴儿纸尿裤、拉拉裤	16,119.66	53,579.30
成人纸尿裤、拉拉裤	6,471.30	9,774.18
尿片类	1,124.85	2,359.71
护理垫及其他	878.64	14,826.15

注：不包括口罩

2、主要产品的销售数量和收入变动情况

报告期内，公司主要产品的销售数量和对应的主营业务收入情况如下表所示：

单位：万片、万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
成人失禁用品	16,110.19	20,539.38	30,140.19	36,976.28	23,175.08	27,088.07	17,592.92	19,510.62
婴儿护理用品	55,407.35	39,704.29	108,103.44	71,282.38	82,065.02	53,611.31	82,076.77	51,507.08
宠物卫生用品	11,043.33	3,726.07	20,529.45	7,279.99	23,581.33	8,080.67	21,549.45	6,862.21
口罩	7,847.03	15,301.01	-	-	-	-	-	-
其他产品	/	50.14	/	170.34	/	197.04	/	246.25

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
合计	90,407.91	79,320.89	158,773.09	115,709.00	128,821.43	88,977.09	121,219.14	78,126.15

3、产品按业务模式分类的销售情况

公司产品按业务模式可以分为 ODM 业务、自主品牌业务和其他业务，具体销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 业务	53,683.21	67.68%	84,134.97	72.71%	63,317.06	71.16%	59,565.01	76.24%
自主品牌业务	25,522.26	32.18%	31,390.40	27.13%	25,436.36	28.59%	18,402.02	23.55%
其他（降级品）	115.43	0.15%	183.63	0.16%	223.67	0.25%	159.12	0.20%
合计	79,320.89	100.00%	115,709.00	100.00%	88,977.09	100.00%	78,126.15	100.00%

4、产品的主要客户群体

报告期内，发行人主要从事一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售。发行人 ODM 业务的主要客户为国内外具有一定知名度的一次性卫生用品品牌商；发行人自主品牌业务主要通过大型 KA 卖场、电商平台、经销商、直营零售渠道等直接面向终端消费者进行销售。

5、主要产品价格变动情况

报告期内，本公司纸尿裤业务主要产品的价格变动情况如下：

单位：元/片

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
成人失禁用品	1.27	3.92%	1.23	4.96%	1.17	5.40%	1.11
婴儿护理用品	0.72	8.67%	0.66	0.94%	0.65	4.10%	0.63
宠物卫生用品	0.34	-4.85%	0.35	3.48%	0.34	7.61%	0.32
口罩	1.95	/	-	-	-	-	-

报告期内，公司成人失禁用品、婴儿护理用品、宠物卫生用品销售单价有所

上升，具体的变动情况分析详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“4、结合主要产品的销售单价、销售数量说明收入波动的原因及合理性”。

（二）报告期内前五名客户销售情况

1、报告期内前五名客户销售的基本情况

报告期内，公司前五大客户的构成基本一致，销售占比总体比较稳定，且逐年呈下降趋势，报告期内前五名客户销售额占当年营业收入的比例分别为72.52%、69.76%、68.56%和62.77%。具体情况如下：

单位：万元

序号	2020年1-6月前五名客户	销售额	占营业收入比例
1	JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.（注1）	22,679.72	28.38%
2	广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司（注2）	9,606.45	12.02%
3	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	7,821.35	9.79%
4	NEXT FOLIEN GMBH	5,204.80	6.51%
5	万邦（汕头）健康科技有限公司	4,854.08	6.07%
合计		**50,166.39**	**62.77%**
序号	**2019年前五名客户**	**销售额**	**占营业收入比例**
1	JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.（注1）	40,319.80	34.35%
2	广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司（注2）	15,007.41	12.79%
3	万邦（汕头）健康科技有限公司	10,979.76	9.35%
4	北京京东世纪贸易有限公司（注3）	8,242.14	7.02%
5	KOHNAN SHOJI CO., LTD.	5,924.63	5.05%
合计		**80,473.74**	**68.56%**
序号	**2018年前五名客户**	**销售额**	**占营业收入比例**
1	JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.（注1）	33,216.43	36.65%
2	广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司（注2）	9,222.64	10.18%
3	KOHNAN SHOJI CO., LTD.	7,428.91	8.20%
4	万邦（汕头）健康科技有限公司	7,349.45	8.11%
5	北京京东世纪贸易有限公司（注2）	6,006.23	6.63%
合计		**63,223.66**	**69.76%**
序号	**2017年前五名客户**	**销售额**	**占营业收入比例**
1	JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.（注1）	31,803.10	40.41%
2	天津露乐国际贸易有限公司（注4）	13,449.21	17.09%

3	KOHNAN SHOJI CO., LTD.	5,839.83	7.42%
4	万邦（汕头）健康科技有限公司	3,252.10	4.13%
5	北京京东世纪贸易有限公司（注 3）	2,734.18	3.47%
合计		**57,078.43**	**72.52%**

注 1：JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.的销售额包含其同一控制公司 PACKWOOD ENTERPRISES LIMITED 的销售额。

注 2：广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司的销售额包含其同一控制公司健合（中国）有限公司和合生元（广州）健康产品有限公司的销售额。

注 3：北京京东世纪贸易有限公司的销售额包含其子公司北京京东世纪信息技术有限公司的销售额。

注 4：公司对天津露乐国际贸易有限公司（现名：天津德莱适咨询服务有限公司）的销售额包含对其同一控制公司天津露乐健康产品科技有限公司（现名：天津德莱适科技有限公司）的销售额以及对其控制的公司杭州德莱适个人护理用品有限公司的销售额。

注 5：上表中销售额按照营业收入口径进行统计。

2、发行人对主要客户不存在重大依赖

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或者严重依赖包括菲律宾 JS 和杜迪公司在内的少数客户的情况，主要原因如下：

（1）发行人业务模式和客户结构具有多样性

报告期内发行人的业务分为两大类，分别是自主品牌业务和 ODM 代工业务；在自主品牌业务，发行人在线上、线下多个渠道销售成人失禁用品，2017 年至 2020 年 1-6 月，自主品牌业务的销售收入占主营业务收入的比重分别为 23.55%、28.59%、27.13%和 32.18%；在 ODM 代工业务方面，发行人除菲律宾 JS 和杜迪公司外，还拥有万邦健康、上海亲蓓、日本 KOHNAN、杭州沐歆等众多 ODM 品牌客户，且都与上述客户建立了持续稳定的合作关系。

（2）发行人具备持续对外开拓经营的能力

发行人拥有自主研发、自主生产的能力，能够为品牌商提供具有良好产品性能和主打特点的丰富产品模板，受到国内外母婴用品品牌商的普遍肯定。在婴儿纸尿裤 ODM 领域，优质的 ODM 厂商属于稀缺资源，虽然目前我国一次性卫生用品厂商众多，但多数为中小厂家，能同时提供大规模稳定产能、高品质、领先技术的代工厂为数不多；业内知名品牌商竞争激烈，家数众多，但其背后主要都是几家 ODM 代工厂的产能之争，各家 ODM 代工厂根据各品牌商的产品定位，提供相应的解决方案。因此优质的 ODM 厂商仍然属于业内的稀缺资源，发行人外部市场的开拓相对较为容易。

在上述产业背景下，当 2018 年杜迪公司订单量不及预期时，发行人能够迅速通过开拓其他客户订单进行填补；此外，发行人报告期内还相继开拓了杭州沐歆等新兴品牌商客户,说明发行人具备较强的对外开拓经营的能力。

3、发行人与主要前五名客户的交易情况

报告期内，发行人并非菲律宾 JS 的独家供应商，但为菲律宾 JS 的主要供应商，菲律宾 JS 向发行人采购的产品占其纸尿裤产品采购总额的比例约为 50%，其中，婴儿纸尿裤产品的采购金额占比约 70%；发行人为杜迪公司纸尿裤产品的独家供应商，杜迪公司向发行人采购的产品占同类产品的 100%。

（1）发行人与菲律宾 JS 的交易事项及公允性

发行人与菲律宾 JS 于 2010 年开始直接进行交易并持续合作至今，双方签署为期 5 年的框架协议约定合作关系。发行人通过为菲律宾 JS 提供高性价比的产品以及丰富的增值服务，实现了与菲律宾 JS 的共同成长。菲律宾 JS 借助发行人提供的优质产品并借鉴参考了发行人中国婴儿纸尿裤市场积累的产品洞见和市场经验，于 2014 年成为了菲律宾婴儿纸尿裤市场占有率第一的品牌，并蝉联持续至今，因此双方在战略上存在较强的互补性，合作关系具有较强的稳定性和持续性。

从 2010 年发行人与菲律宾 JS 开始直接交易起，双方先后签署了两份为期 5 年的框架协议（分别在 2011 年签署以及 2016 年签署），协议明确约定了双方各年份的最低交易金额。对菲律宾 JS 而言，期望维持与合格 ODM 供应商的稳定合作关系，降低频繁更换 ODM 供应商的各项经济和时间成本；对发行人而言，与大客户维持稳定的合作关系不仅可以带来稳定的收入，也可以更好的进行排产，降低制费成本。因此双方签订长期合作的框架协议符合双方的商业利益和诉求，具有商业合理性。

从双方的合作历史来看，双方合作规模不断上升且保持稳定，向发行人采购纸尿裤的比例占菲律宾 JS 全部纸尿裤采购量的比例逐年上升,双方的长期合作协议具有可实现性。

截至本招股说明书签署日，菲律宾 JS 经营状况良好，2019 年仍然保持了菲律宾婴儿纸尿裤市场占有率第一的位置，菲律宾 JS 与发行人合作关系紧密，且

没有自建生产线的相关规划。截至本招股说明书签署日，发行人与菲律宾 JS 已续签新的框架协议（2021 年-2025 年），发行人与菲律宾 JS 的合作具有稳定性和可持续性。

报告期内，发行人对菲律宾 JS 的销售收入占发行人营业收入的比例分别为 40.41%、36.65%、34.35%和 28.38%，呈现逐年递减的趋势；且发行人业务模式和客户结构具有多样性，同时也具备持续对外开拓经营的能力，因此发行人对菲律宾 JS 不存在重大依赖。

由于菲律宾 JS 在菲律宾市场销量较大，但并不具备自主生产能力，而发行人在长期合作过程中，能够稳定地向菲律宾 JS 提供优质的纸尿裤产品。为了建立长期稳固的战略关系，2016 年，与菲律宾 JS 受同一实际控制人控制下的 PACKWOOD 受让发行人股份，且不参与发行人日常经营决策，入股前后发行人向菲律宾 JS 销售产品的数量、金额、单价等未发生重大变化。截至本招股说明书签署日，PACKWOOD 持有发行人 3.68%的股份，发行人对菲律宾 JS 和 PACKWOOD 的销售不构成关联交易，但作为特殊交易事项披露，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（六）报告期内公司与 PACKWOOD 及菲律宾 JS 的交易”。

发行人向菲律宾 JS 销售的定价具有公允性。发行人与菲律宾 JS 之间的交易以双方签署的《框架协议》中约定的订单规模为基础，销售定价系由双方充分协商、沟通后，在单笔订单中确定，并以美元结算。由于菲律宾 JS 向其他 ODM 代工商的采购价格属于其商业秘密，因此无法与其向发行人采购的单价进行对比。但比较 2016 年 PACKWOOD 入股成为发行人股东前后菲律宾 JS 向发行人采购的单价可知，发行人与菲律宾 JS 的交易单价未发生较大变化。2017 年至 2020 年 1-6 月期间，发行人与菲律宾 JS 之间的纸尿裤单片销售价格年波动不超过 10%，相对稳定。与同期其他境外 ODM 业务相比，发行人与菲律宾 JS 的毛利率也不存在明显异常。发行人与菲律宾 JS 之间交易的公允性详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（六）报告期内公司与 PACKWOOD 及菲律宾 JS 的交易”之“4、菲律宾 JS 与发行人的交易公允合理，不存在其他未披露的利益安排”。

（2）发行人与杜迪公司的交易事项及公允性

发行人系杜迪公司的独家供应商，且双方通过建立合资工厂的方式进一步强化了在产业链上分工合作的互补关系。发行人的制造能力是杜迪公司优质产品力的保障，杜迪公司的持续增长是发行人 ODM 订单的来源，随着杜迪品牌的市场销量持续增长，双方的合作将更为稳定和深入，双方的合作关系具有较强的稳定性和持续性。

发行人为杜迪公司的独家供应商，因此无杜迪公司向其他 ODM 代工商采购同类商品的价格。发行人与杜迪公司之间交易的公允性分析详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“1、出售商品、提供劳务”之“（1）公司与杜迪公司的关联交易”之“2）定价依据及公允性”。

杜迪公司成立于 2009 年 9 月 17 日，注册资本 100 万美元。发行人自 2014 年开始为杜迪公司代加工婴儿护理用品，自合作以来，订单履行情况良好，交易具有连续性和持续性。杜迪公司与发行人重要子公司可艾公司的少数股东健合香港同受 H&H 国际控股控制，从实质重于形式的原则出发，被认定为公司的关联方；报告期内，杜迪公司主要向可艾公司采购婴儿护理用品，该交易构成关联交易，具体情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易”。2018 年，发行人对杜迪公司的销售额增长较多，主要原因为杜迪公司 2018 年加大对新产品的市场推广力度，市场销售较好。根据 H&H 国际控股（股份代码：1112.HK）披露的 2018 年年度报告以及 2019 年年度报告，其通过线上及线下的方式实现 Dodie 纸尿裤的最终销售；借助 Dodie 品牌知名度及消费者教育活动投资，以及 H&H 国际控股集团其他婴幼儿营养及护理产品的销售团队及分销渠道，Dodie 纸尿裤 2018 年、2019 年分别实现销售额人民币 1.319 亿元、3.113 亿元。

4、发行人新增前五名客户情况

报告期各期，发行人前五大客户整体比较稳定，除杜迪公司外，报告期内新增的前五大客户仅为 AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 和 NEXT FOLIEN GMBH。上述两家公司是发行人在疫情期间口罩销售业务开拓的新客户，由于疫情期间口罩需求量较大，因此其销售额较大。截止本招股说明书签署日，上述客户的口罩订单已履行完毕，但若未来国外疫情加重或口罩需求量增长，上

述客户仍将与发行人继续保持合作。

5、发行人与主要客户的关联关系

除前述 PACKWOOD 持有发行人股份以及发行人与杜迪公司存在关联关系外，报告期内，发行人与其他前五名客户之间不存在关联关系，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与前五名客户之间不存在关联关系，不存在前五名客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（三）客户集中度较高

1、公司客户集中度较高符合行业特性

报告期内，公司前五名客户销售额占当期营业收入的比例分别为 72.52%、69.76%、68.56%和 62.77%，客户集中度相对较高，主要原因系公司在 ODM 业务领域以与大型品牌商的持续稳定合作为主，对单个品牌商客户的销售金额较大；此外，公司产能有限，为了维持与 ODM 客户持续稳定的合作，在生产上只能优先满足较大的战略客户，因此发行人客户集中度较高符合 ODM 代工行业的普遍特征。报告期内公司前五大客户中，除北京京东世纪贸易有限公司和 NEXT FOLIEN GMBH 系自主品牌客户外，其余均为 ODM 品牌商客户。

公司同行业可比公司中，百亚股份和中顺洁柔都以自主品牌销售为主，ODM 业务占比较少，因此销售渠道主要为经销商、KA 和电商平台，客户比较分散，不具有可比性。豪悦股份与发行人相似，都采取 ODM 业务和自主品牌业务相结合的方式，具有可比性，其前五名客户收入占比的基本情况如下：

公司	前五名客户收入占比			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
豪悦股份	52.73%	55.92%	51.66%	45.49%
发行人	62.77%	68.56%	69.76%	72.52%

注：数据来源于豪悦股份招股说明书及审阅报告

如上表所示，豪悦股份以 ODM 代工婴儿护理用品作为其主营业务，根据公开资料披露的数据显示，报告期内其前五名客户的收入占比分别为 45.49%、51.66%、55.92%和 52.73%，其前五名客户同样以大型品牌商客户为主，与公司类似。

因此，公司报告期内客户相对集中符合一次性卫生用品行业 ODM 代工领域的行业特性。

2、公司与前五名客户的合作历史及合作稳定性

（1）合作历史

发行人与前五名客户的合作情况如下：

客户名称	初次建立合作时间	业务模式	定价原则	合同形式	合同有效期限
KOHNAN SHOJI CO., LTD.	2007 年	ODM 业务	成本加成及根据市价协商	订单合同	订单中确定
JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.	2010 年	ODM 业务	根据市场价格协商	框架合同	2016 年 6 月 30 日至 2021 年 6 月 29 日
广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司	2014 年	ODM 业务	成本加成	框架合同	2014 年 12 月 26 日至 2019 年 12 月 31 日（葆艾产品）、2017 年 12 月 25 日签订，持续有效（杜迪产品）
天津露乐国际贸易有限公司	2016 年	ODM 业务	成本加成	已终止合作	已终止合作
北京京东世纪贸易有限公司	2016 年	自主品牌业务	平台市场价格	年度合同	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，协议期满后若双方均未提出异议，协议自动延长 90 天
万邦（汕头）健康科技有限公司	2017 年	ODM 业务	根据市场价格协商	框架合同	2020 年 3 月 29 日至 2023 年 3 月 28 日
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	2020 年	ODM 业务	根据市场价格协商	订单合同	订单中确定
NEXT FOLIEN GMBH	2020 年	自主品牌业务	根据市场价格协商	订单合同	订单中确定

上表列示的主要客户中，截至本招股说明书签署日，除天津露乐国际贸易有限公司外，其他客户均与发行人保持了稳定的合作关系，大部分客户与公司的合作关系均建立在报告期之前或报告期期初，合作历史较长。

公司与前五名客户的定价模式主要为成本加成或根据市场价格协商，定价具有公允性。

除广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司外，公司与其它前五名客户不存在关联关系，公司具备独立面向市场获取业务的能力。

（2）合作稳定性

公司与天津露乐国际贸易有限公司终止合作，主要原因系发行人对杜迪公司的供货，将影响其对天津露乐国际贸易有限公司的供货时效性；发行人从发展战略上判断 H&H 国际控股未来对杜迪品牌的投入和运作会有更大的发展空间，因此经发行人与天津露乐友好协商一致，于 2018 年末终止合作，双方未产生纠纷或潜在纠纷；AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 和 NEXT FOLIEN GMBH 是疫情期间发行人口罩业务新开拓的客户，由于疫情期间口罩需求较大，成为发行人前五大客户。除此之外，发行人与其他前五名客户均保持了良好的合作，与主要客户的交易具有稳定性及可持续性。

一次性卫生用品行业中，经销渠道和 KA 渠道一般会与客户签订年度框架合同，而 ODM 客户视合作情况和客户习惯的不同，签订年度合同或长期框架合同，发行人与主要客户签订的合同形式与同行业可比公司不存在重大差异。发行人与主要客户均建立了长期稳定的合作关系，不存在续约风险，发行人在客户稳定性与业务持续性方面不存在重大风险。

（3）发行人维护客户合作稳定性的措施

发行人为了保证和其他客户的稳定性，采取了一系列有效的措施。

1）主动选择战略上互补的品牌商进行合作，保证合作稳定性

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

2）为客户提供优质的产品解决方案和技术支持，加强合作意愿

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

3）不断提高生产制造和质量控制水平，提高合作满意度

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

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

4）不断扩大产能以满足对客户需求的及时响应，增强合作粘性

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

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

综上，公司采取了多项有效措施，以维护与主要客户合作的稳定性。

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

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

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

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

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

报告期内，发行人与杜迪公司、天津露乐间的销售情况如下：

单位：万元

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

发行人与杜迪公司及天津露乐的交易单价及毛利率情况已申请豁免披露。

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

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

3、对持续经营能力的影响

随着自主品牌业务的销售规模不断增长，以及对新的 ODM 品牌客户的持续开拓，公司客户集中度在报告期内呈下降趋势，客户集中度较高对发行人未来持续经营能力不构成重大不利影响。公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”之“五、经营风险”之“（一）销售收入集中度较高的风险”对其可能产生的潜在风险其进行了分析和披露。

经保荐机构核查，发行人客户集中度较高主要与其经营模式相关，对其未来持续经营能力不构成重大不利影响。

4、发行人对主要 ODM 客户不存在重大业务和品牌的依赖

发行人对主要 ODM 客户不存在重大业务和品牌的依赖，主要原因如下：

（1）发行人客户集中符合行业特点。在 ODM 代工行业，由于大型客户能够带来足量且稳定的订单，通过规模效应降低单位成本，ODM 代工厂通常倾向于与大型客户建立稳定的合作关系，导致 ODM 企业通常呈现客户集中的特点；

以发行人同行业公司豪悦股份为例，2017 年至 2020 年 1-6 月，其前五大客户占其总收入的比重分别为 45.49%、51.66%、55.92%和 52.73%，与发行人情况类似。

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

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

5、发行人在婴儿护理用品领域具备独立开拓市场和自主品牌销售的能力

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

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

（四）客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形

报告期内，发行人存在客户与供应商重叠的情况，主要有三种情形：（1）部分 ODM 客户拥有某些特定原材料的采购渠道，能提供更具备竞争力的采购价格，

因此发行人向其采购部分原材料；（2）为个别供应商代加工少量一次性卫生用品，金额普遍较小；（3）发行人利用自身供应链渠道的优势，为个别供应商采购稀缺原材料。

报告期内，发行人对单家企业累计采购和销售金额均超过 50 万的业务往来的交易内容、金额及占营业收入或采购总金额的比例等具体情况如下：

序号	公司名称	采购情况			销售情况			原因
		交易内容	金额（万元）	占比（%）	交易内容	金额（万元）	占比（%）	
2019 年度								
1	福建省乔东新型材料有限公司	复合芯体 无纺布	3,463.93 1,912.99	6.65	高分子 其他	170.65 18.46	0.16	高分子系公司主要原材料之一，公司与国内外高分子供应商合作较为紧密，福建省乔东新型材料有限公司生产过程中需要采购一定量的稀缺品项高分子材料，公司利用自身供应链渠道优势，能够较为方便的采购。
2	无锡优佳无纺科技有限公司	复合芯体	3,454.16	4.27	高分子 其他	417.56 6.19	0.36	高分子系公司主要原材料之一，公司与国内外高分子供应商合作较为紧密，无锡优佳无纺科技有限公司生产过程中需要采购一定量的稀缺品项高分子材料，公司利用自身供应链渠道优势，能够较为方便的采购。
3	绍兴唯尔福实业有限公司	卫生纸	1,060.23	1.31	成人失禁用品	69.47	0.06	绍兴维尔福实业有限公司系公司卫生纸的主要供应商，同时其亦拥有成人失禁用品销售业务，其委托公司代为生产其自有品牌的成人失禁用品。
2018 年度								
1	福建省乔东新型材料有限公司	复合芯体 无纺布	2,207.08 1,184.15	5.61	高分子 其他	308.97 19.00	0.36	同 2019 年
2	厦门佳洁宝贸易有限公司	前胶膜	684.06	1.13	木浆	73.88	0.08	公司向厦门佳洁宝贸易有限公司销售的木浆主要为报废木浆材料，厦门佳洁宝贸易有限公司对其进行回收利用
3	绍兴唯尔福实业有限公司	卫生纸	676.06	1.12	成人失禁用品	62.99	0.07	同 2019 年
4	天津露乐国际贸易有限公司	复合芯体 无纺布 其他	389.53 188.23 30.10	1.00	婴儿护理用品 其他	2,454.75 112.04	2.83	公司为天津露乐代工的产品分为爱乐爱系列和露安适系列，其中露安适系列采用客供料模式；2017 至 2018 年，原材料上涨较大，由于天津露乐借助其自有渠道可以以更低价格采购复合芯体、无纺布等产品，因此双方协商先由天津露乐进行采购，而后公司向天津露乐购买上述原材料。
2017 年度								
1	天津露乐	复合芯体	653.64	1.96	婴儿护理	13,337.53	17.09	同 2018 年

序号	公司名称	采购情况			销售情况			原因
		交易内容	金额（万元）	占比（%）	交易内容	金额（万元）	占比（%）	
	国际贸易有限公司				用品			
		无纺布	371.66		其他	111.68		
		其他	20.36					
2	绍兴唯尔福实业有限公司	卫生纸	985.59	1.84	成人失禁用品	101.71	0.13	同 2019 年
					其他	0.96		

注：2020 年 1-6 月，发行人不存在对单家企业累计采购和销售金额均超过 50 万的业务往来

公司与以上供应商或客户发生的交易遵循市场化定价，与公司主要原材料的采购单价不存在重大差异。公司与上述企业的采购单价和销售单价信息已申请信息豁免披露。

报告期内，不存在既是发行人客户又是发行人竞争对手的情形。

（五）公司受托加工情况

报告期内，可艾公司与部分 ODM 客户签订的《委托生产合同》，存在由客户提供原材料供应，发行人生产加工后向客户销售的情况。可艾公司在该种受托加工的业务中，不承担客供材料价格波动的风险、产品定价基础不包含该部分客供材料价格等方面的因素，因此按净额法确认销售收入，对于客户提供给发行人的原材料不确认销售收入。

除上述事项外，公司其他 ODM 业务不存在客户提供原材料的情形，公司完全或主要承担了原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险，具备对最终产品的完整销售定价权，公司承担了最终产品销售对应账款的信用风险，按照全额法确认有关收入。

（六）发行人境内外 ODM 业务主要客户情况

1、境外 ODM 业务主要客户情况

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

其具体情况如下表所示：

客户名称	注册资本	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
菲律宾 JS	5 亿菲律宾比索	1996 年	FIRST SLP HOLDINGS,INC 持股 99.99%	PO, SAMUEL LIMSUI	2017 年-2019 年销售规模分别为 72 亿菲律宾比索、79 亿菲律宾比索和 86 亿菲律宾比索；2014-2018 菲律宾市场婴儿护理用品零售商市场占有率第一；发行人在其婴儿纸尿裤采购中占比 70%	否	与公司股东 PACKWOOD（持股比例 3.68%）受同一实际控制人控制
KOHNAN	176.58 亿日元	1978 年	疋田耕造持股 11.84%股份，港南株式会社持有 5.88%股份，疋田直太郎持有 5.18%股份	疋田耕造	日本上市公司，著名家居超市，2018 年总营收 3,334.96 亿日元，发行人仅为其宠物卫生用品的供应商之一。	否	否
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	470 万港元	2003 年 2 月 26 日	钱军 100%	钱军	进出口贸易公司，发行人为其口罩供应商	否	否
WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	100 万港元	1985 年	Lee Yun Lung60%；Wong Lai Ling40%	Lee Yun Lung	拥有成人失禁用品品牌护理宝；发行人为其纸尿裤供应商之一，2019 年已停止合作	否	否

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

2、境内 ODM 业务主要客户情况

报告期内各期，发行人境内 ODM 业务的前五大客户情况如下：

客户名称	注册资本（实缴）	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
天津露乐	800 万元	2016 年	周彧峰持股 90%,彭海燕持股 10%	周彧峰	2017 年纸尿裤销售金额约 37,978 万元,2018 年纸尿裤销售金额约 55,889 万元.发行人为其国内的供应商之一,2018 年已停止合作。2017 年和 2018 年公	是	否

客户名称	注册资本（实缴）	设立时间	股权结构	实际控制人	经营规模、市场地位、发行人在其采购体系中所处地位	是否自有生产线	是否存在关联关系
					司向其销售婴儿护理用品分别为 13,337.53 万元和 2,454.75 万元，占其销售额的比例分别为 35%和 4%		
万邦健康	600 万元	2016 年	周运进持股 50%，周燕婷持股 25%，周映纯持股 25%	周运进	拥有婴儿纸尿裤品牌百诺恩（BEINOEN）,发行人为其婴儿纸尿裤主要供应商。	否	否
杜迪公司	100 万美元	2009 年	H&H 国际控股（01112.HK）100%持股	罗飞	拥有婴儿纸尿裤品牌杜迪(dodie),发行人为其婴儿纸尿裤独家供应商,2019 年杜迪纸尿裤实现销售 3.11 亿元,较上一年度增长 136%。	否	是
杭州沐歆	100 万元	2018 年	MUXIN PTY LTD 持股 100%	不详	拥有单创 APP 销售平台	否	否

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

（七）公司获取客户合同的具体方式、途径和能力

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

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

（八）报告期内发行人向主要 ODM 客户销售收入变化情况及原因

报告期内，发行人前五大 ODM 客户的销售情况如下：

1、2020 年 1-6 月

单位：万元

序号	ODM 客户	2020 年 1-6 月销售收入	占 ODM 收入比重
1	菲律宾 JS	22,679.72	42.25%
2	杜迪公司	9,542.29	17.78%
3	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	7,821.35	14.57%
4	万邦健康	4,854.08	9.04%
5	KOHNAN	3,180.59	5.92%
合计		**48,078.03**	**89.56%**

2、2019 年度

单位：万元

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

3、2018 年度

单位：万元

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

4、2017 年度

单位：万元

序号	ODM 客户	2017 年销售收入	占 ODM 收入比重
1	菲律宾 JS	31,803.10	53.39%
2	天津露乐	13,337.53	22.39%
3	KOHNAN	5,839.83	9.80%

序号	ODM 客户	2017 年销售收入	占 ODM 收入比重
4	万邦健康	3,251.10	5.46%
5	WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	1,396.90	2.35%
合计		**55,628.46**	**93.39%**

5、报告期内前五大 ODM 客户收入变动情况及原因

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

（九）口罩销售情况

1、发行人口罩产品主要客户情况及与发行人的关系，主要出口国家或者地区口罩产品准入标准，及产品质量纠纷、处罚情况

报告期内，发行人口罩产品主要客户情况如下：

客户名称	销售额（万元）	占口罩收入比重（%）	出口国家/地区	准入标准
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	7,821.35	51.12	意大利、西班牙/欧洲	符合性声明+成员国注册登记
NEXT FOLIEN GMBH	5,204.80	34.02	德国/欧洲	符合性声明+成员国注册登记
合计	13,026.15	85.13	-	-

AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 是一家香港贸易公司，成立于 2003 年 2 月。2020 年 3 月以来，因新冠疫情原因，AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 开始经营口罩业务，AUTOBEST 向发行人采购口罩后，指定发行人直接向其意大利、西班牙的客户出口。该公司股东为钱军，持股比例为 100%。AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 与发行人不存在关联关系。

NEXT FOLIEN GMBH 是一家德国公司，成立于 1993 年 2 月。2020 年 3 月

以来，因新冠疫情原因，NEXT FOLIEN GMBH 开始经营口罩业务，其主要系为德国卫生部采购口罩。NEXT FOLIEN GMBH 与发行人不存在关联关系。

发行人向上述客户出口的口罩型号均为非无菌医用口罩，该型号口罩在欧盟的准入标准为出具符合性声明并取得成员国注册登记。发行人已于 2020 年 4 月 16 日出具符合性声明，并已完成 CIBG 注册，符合欧盟相关准入资质；同时，发行人已被商务部列入《取得国外标准认证或注册的医疗物资生产企业清单》，系口罩出口白名单企业。截至本招股说明书签署日，未出现产品质量纠纷或潜在纠纷，不存在被处罚的风险。

2、公司暂停口罩生产的原因

公司的口罩业务是因新冠疫情的蔓延而开展起来，随着全球新冠疫情的逐渐受控，以及口罩产能在疫情期间的急剧扩张，市场上口罩供应日渐充足，公司口罩订单减少。因此，公司自 6 月起暂停口罩的大规模生产。

3、口罩销售毛利率情况

公司 2020 年 1-6 月份口罩业务毛利率与部分从事口罩业务的 A 股上市公司毛利率水平对比情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月口罩业务毛利率
阳普医疗（300030.SZ）	57.42%
新宏泽（002836.SZ）	59.52%
南宁糖业（000911.SZ）	62.52%
华金资本（000532.SZ）	66.13%
三夫户外（002780.SZ）	69.60%
公司	71.03%

注：数据来源于可比上市公司 2020 年半年度报告以及半年报问询函回复

由上表可见，公司口罩业务毛利率与三夫户外基本一致，与华金资本较为接近，略高于阳普医疗、新宏泽和南宁糖业，与可比上市公司口罩业务毛利率水平不存在重大差异。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要原材料及能源的供应情况

1、主要原材料供应及价格变动情况

（1）主要原材料供应情况

公司纸尿裤业务所需主要原材料为木浆、无纺布、底膜、高分子等，近年来，由于技术升级，复合芯体的采购量呈逐年升高的趋势。发行人原材料采购主要来自国内供应商或贸易商，木浆等原材料由于受产地限制的影响，以进口为主。

（2）主要原材料采购情况

单位：万元、万千克

原材料类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
木浆	6,923.53	1,594.92	15,167.38	3,062.76	12,071.14	2,249.65	10,113.33	2,160.57
无纺布	15,229.39	735.40	18,303.63	1,213.23	11,329.42	745.9	9,742.55	660.4
复合芯体	5,543.13	346.43	9,832.70	616.97	5,951.01	365.91	3,656.80	228.14
高分子	4,270.89	497.56	8,299.25	916.55	6,905.10	741.19	6,387.84	724.3
PE 膜	3,899.92	332.87	7,700.02	686.13	6,964.83	602.93	6,883.36	566.67
包装袋（万只）	2,337.52	9,032.71	4,101.99	11,214.73	2,917.57	9,525.52	2,563.92	8,243.82
纸箱（万只）	1,894.95	542.90	3,607.30	886.6	3,639.54	756.55	3,647.54	752.69
热熔胶	1,906.70	116.55	3,481.84	204.3	2,332.15	137.69	2,300.46	127.62
卫生纸	1,330.30	162.64	3,026.78	359.07	2,735.68	310.16	2,324.96	292.04
氨纶丝	1,047.89	18.31	1,596.10	28.96	984.91	17.5	956.33	16.26
左右贴（万米）	717.35	3,640.43	1,486.89	6,100.84	1,388.22	5,365.80	1,369.87	4,918.54
前胶膜（万米）	670.48	2,511.86	1,410.89	4,943.14	1,356.43	4,074.82	1,376.57	3,925.44
导流层	397.74	23.38	694.6	43.79	580.12	36.67	593.88	37.8
弹性腰围	153.58	241.63	270.77	838.09	538.46	1,648.09	449.28	1,459.24
熔喷布	2,200.27	6.63	-	-	-	-	-	-

注：上表中主要原材料采购金额和数量采用入库金额和数量口径统计

（3）原材料采购价格变动情况

单位：元/千克

原材料类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
木浆	4.34	4.95	5.37	4.68
无纺布	20.71	15.09	15.19	14.75
复合芯体	16.00	15.94	16.26	16.03
高分子	8.58	9.05	9.32	8.82
PE 膜	11.72	11.22	11.55	12.15
包装袋（元/只）	0.26	0.37	0.31	0.31

原材料类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
纸箱（元/只）	3.49	4.07	4.81	4.85
热熔胶	16.36	17.04	16.94	18.03
卫生纸	8.18	8.43	8.82	7.96
氨纶丝	57.22	55.11	56.28	58.81
左右贴（元/米）	0.20	0.24	0.26	0.28
前胶膜（元/米）	0.27	0.29	0.33	0.35
导流层	17.01	15.86	15.82	15.71
弹性腰围	0.64	0.32	0.33	0.31
熔喷布	331.66	-	-	-

（4）主要原材料价格分析

①无纺布、高分子、复合芯体

无纺布、高分子、复合芯体由于规格和品种较多、数量较小，且不同供应商供应的同类型产品也会因其生产工艺、规格型号不同而有所差别，因此无统一的公开市场报价。

但复合芯体主要为高分子、无纺布和木浆复合而成，无纺布和高分子均属于石油化工衍生品，上述材料的市场价格均与国际原油价格关联性较高，因此选择国际原油的价格变动趋势作为上述几种原材料市场价格趋势的判断标准。2017-2020 年 6 月国际原油价格变动情况如下：

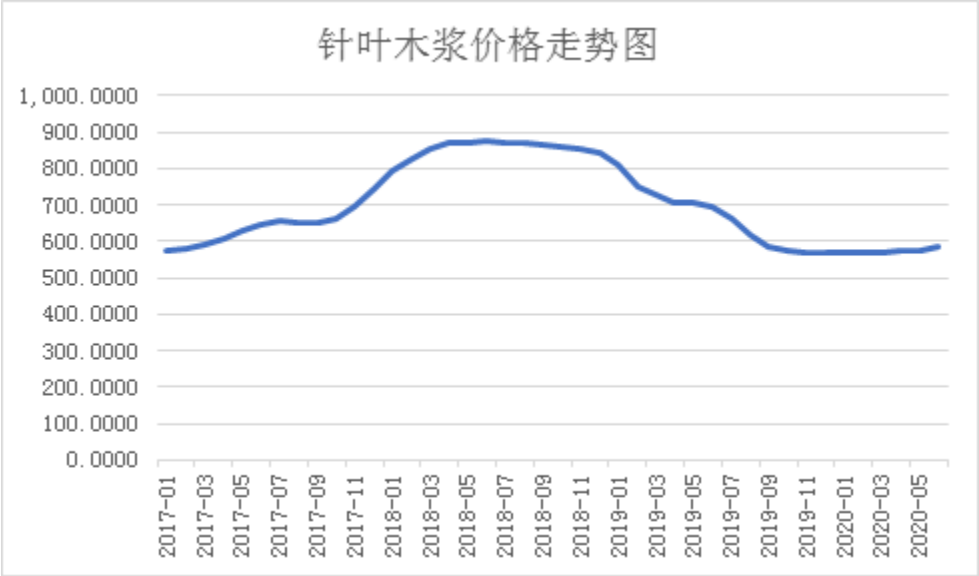


数据来源：Wind 资讯,单位：美元/桶

由上图可知，2017-2018 年 10 月年国际原油价整体呈上涨趋势，受其影响发行人无纺布、高分子、复合芯体采购单价也明显增长。2019 年国际原油价格相对走低，发行人无纺布、高分子及复合芯体采购单价出现小幅下滑。2020 年受疫情影响，部分无纺布厂商转产熔喷布，导致无纺布和复合芯体价格上升，但国际原油价格不断走低，波动较大，发行人高分子采购单价有所下降。

②木浆

公司采购的木浆主要为针叶木浆，主要来源地为美国。2017-2020 年 6 月针叶木浆价格走势如下：



数据来源：Wind 资讯，单位：美元/吨

报告期内各期，公司木浆采购单价分别为 4.68 元/公斤、5.37 元/公斤、4.95 元/公斤和 4.34 元/公斤，其中 2018 年木浆采购单价上升，2019 年木浆采购单价有所下滑，与针叶木浆价格走势一致。

2017 年至 2019 年，公司主要原材料采购价格波动趋势与同行业可比公司基本一致，具体情况如下：

项目[注]		2019 年	2018 年	2017 年
豪悦股份	无纺布（元/公斤）	15.09	15.16	14.67
	高分子吸水树脂（元/公斤）	9.39	10.52	9.73
	木浆（元/公斤）	5.05	5.57	4.58
百亚股份	无纺布（元/公斤）	20.35	19.84	17.80
	高分子（元/公斤）	10.41	10.57	9.64

	木浆（元/公斤）	5.73	5.21	4.63
公司	无纺布（元/公斤）	15.09	15.19	14.75
	高分子（元/公斤）	9.05	9.32	8.82
	木浆（元/公斤）	4.95	5.37	4.68

注：1、豪悦股份和百亚股份均未披露 2020 年 1-6 月详细数据
2、豪悦股份自产复合芯体,未将其作为主要采购的原材料披露;百亚股份未将复合芯体作为主要原材料披露。

如上表所示，公司无纺布采购价格与豪悦股份相当，低于百亚股份，主要原因系纸尿裤产品与卫生巾产品在用料上存在一定差异，不同工艺规格的无纺布价格差异较大。公司高分子采购价格低于豪悦股份和百亚股份，主要系产品结构差异导致，高分子产品因其性能差异，不同品牌、厂商价格相差较大，其中邦丽达和台塑高分子价格相对较低，日本住友牌高分子价格相对较高；各公司会根据对产品的参数设计、单片成本等综合考虑，选择不同厂家不同规格的高分子。公司木浆采购价格与豪悦股份和百亚股份基本一致，不存在较大差异。

（5）木浆、高分子采购分析

发行人既从国外采购，又从国内采购的原材料主要系木浆和高分子，其具体情况如下：

①木浆

世界上主要的木浆出口国有美国、加拿大、巴西、瑞典、俄罗斯等，各地的生产环境、气候条件不同，生产的木浆种类也不同。由于中国缺少南方松木材原料的原因，所以国产木浆的数量非常少，只有福建腾荣达纸业有限公司以杉木为原料，生产 BCTMP（漂白化学热磨机械浆）木浆。杉木为原料的木浆相比国外进口的针叶木浆，纤维较短，但价格相对便宜，发行人从产品性能考虑，主要从美国进口针叶木浆。报告期内，公司木浆进口比例分别为 93.93%、97.72%、94.95%和 97.96%，公司木浆主要通过从境外厂商进口的方式进行直接采购，仅少量应急补货情形向国内贸易商进行采购，国内贸易商木浆的最终来源亦为主要进口自境外厂商。报告期内，公司木浆主要供应商包括 CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.和 BON FIBRE LIMITED 等。

虽然发行人需要大量进口木浆原料，但国际市场上木浆产品来源地区分布较广，除美国外，加拿大、欧洲地区以及南美均能提供同类产品，国际市场供应较

为充足，不存在对单一国家或地区进口依赖的情形。

2018 年下半年受中美贸易摩擦的影响，进口自美国的木浆加征 5%的关税，2020 年 2 月，贸易摩擦缓和，加征的关税被取消。报告期内，木浆占发行人当期主营业务成本的比重分别为 16.30%、17.93%、16.74%和 10.86%，占比相对较低，贸易摩擦未对公司造成重大不利影响。在此期间，公司积极开拓欧洲供应商，2020 年公司开始逐步向瑞典进口木浆，减少贸易摩擦可能对公司产生的影响。

②高分子

报告期内发行人的高分子供应商主要包括：泉州邦丽达科技实业有限公司（以下简称“邦丽达”）、台湾塑胶工业股份有限公司（以下简称“台塑工业”）、上海伊藤忠商事有限公司（以下简称“上海伊藤忠”）和广州伊藤忠商事有限公司（以下简称“广州伊藤忠”）。其中邦丽达系发行人国内高分子主要供应商，台塑工业源自台湾，上海伊藤忠和广州伊藤忠主要销售其代理的日本住友牌高分子。邦丽达和台塑工业的高分子主要采用水溶液工艺，住友牌高分子主要采用逆向悬浮法工艺，两者工艺有所不同，产品品质也有所不同，住友牌高分子表面积大，吸水速率相对较高，价格相对更贵。公司主要基于客户要求和产品性能进行选择。报告期内，公司采购自邦丽达、台塑工业、上海伊藤忠和广州伊藤忠的高分子采购单价具体如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
邦丽达	8.66	9.10	9.26	8.81
台塑工业	8.26	8.67	8.62	7.68
上海伊藤忠和广州伊藤忠	10.47	11.89	12.04	11.30

报告期内，公司高分子主要供应商中，邦丽达属于国内供应商，台塑工业在国内拥有自建工厂，二者合计采购占比较高，且受贸易政策的影响较小。住友牌高分子主要由日本进口，但采购量相对较小，且近年来中日关系趋于稳定。报告期内，公司高分子进口比例分别为 0%、22.94%、31.38%和 28.15%，占比较低。因此，发行人高分子材料的采购不存在较为严重的进口依赖，不存在贸易摩擦对发行人造成重大不利影响的情形。

（6）无纺布采购分析

公司根据生产部门的材料需求进行原材料采购，采购的无纺布、高分子等材料基本可以直接用于指定品牌或客户产品的生产，无需公司对原材料进一步进行加工，没有购置无纺布等原材料加工设备的需求。2017 年，公司委托上海柔亚尔卫生材料有限公司加工无纺布，主要原因为：公司采购无纺布后，客户需求发生改变，需要对无纺布进行印花加工，故公司委托上海柔亚尔卫生材料有限公司加工无纺布材料。

新冠疫情发生以后，由于部分供应商将生产热风无纺布的机器设备进行改造后投入熔喷布的生产制造，导致市场上热风无纺布供应存在一段时间的短缺。

疫情期间，发行人与主要无纺布供应商积极保持沟通，并开拓新的市场渠道，无纺布的采购和库存能够满足生产经营需要。2020 年 1-6 月，公司无纺布的采购和库存情况如下：

单位：万元、万千克

月份	采购金额	采购数量	结存数量	结存金额
2020 年 1 月	1,488.33	100.65	80.92	1,258.09
2020 年 2 月	894.70	61.18	82.23	1,288.60
2020 年 3 月	2,611.92	166.11	71.38	1,177.70
2020 年 4 月	2,918.85	127.91	78.00	1,604.49
2020 年 5 月	3,891.51	105.36	79.25	2,317.04
2020 年 6 月	3,424.07	174.19	88.22	1,975.30
合计	15,229.39	735.40	-	-

无纺布产品在国内生产厂家众多，市场供应充足，疫情发生后由于供应商转产原因热风无纺布出现了临时性缺货的情形，但短时间内即恢复了市场供应，发行人不存在原材料对外依赖的风险。

2、主要能源供应情况

公司生产所使用的能源为电力，总体金额较小，占生产成本的比重也较小，具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
总金额（万元）	914.45	1,674.40	1,450.45	1,327.32
总数量（万千瓦时）	1,384.25	2,495.24	2,143.06	1,926.74
单价（元/千瓦时）	0.66	0.67	0.68	0.69

（二）报告期内前五名供应商的采购情况

报告期内，公司前五大供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	设立时间	注册地	注册资本	股权结构	实际控制人
1	福建省乔东新型材料有限公司	2014 年 7 月 4 日	福建省	5,000 万	丁棋 25%，黄荣真 25%，黄维耀 25%，陈碧源 20%，黄贞尝 5%	丁棋
2	CHINA PACK AUSTRALI APTY LTD.	2000 年 7 月 1 日	FLAT/RM4904-06 49F CENTRAL PLAZA 18 HABOUR ROAD WANCHAI HK	不适用	Liya GU 50%; Sylvia Xia Zhang Pinchbeck 50%	Liya GU 和 Sylvia Xia Zhang Pinchbeck
3	泉州邦丽达科技实业有限公司	2002 年 8 月 12 日	福建省	1,000 万	许有卯 20%，许秀盟 20%，郑叙炎 20%，郑劲松 15%，郑师炯 15%，林承锋 5%，伍伯芳 5%	郑叙炎
4	BON FIBRE LIMITED	2007 年 10 月 17 日	FLAT/RM 1702 17/F SINO CENTER 582-592 NATHAN ROAD MONGKOK CORP	不适用	Su Hsin Yi 100%	Su Hsin Yi
5	无锡优佳无纺科技有限公司	2014 年 2 月 7 日	江苏省	3,600 万	施国章 60%，杨玉松 40%	施国章
6	厦门沐盛工贸有限公司	2015 年 4 月 23 日	福建省	1,000 万	刘世梅 50%，谢娜丝 50%	刘世梅
7	台湾塑胶工业股份有限公司	1954 年 11 月 5 日	台湾省	6,365,740.781 万新台币	台塑工业(香港)有限公司 100%	台湾塑胶工业股份有限公司（台湾上市公司）
8	广东格菲林卫材科技有限公司	2011 年 1 月 24 日	广东省	1,200 万	苏艺志 100%	苏艺志
9	金华市星火塑料制品有限公司	2003 年 11 月 11 日	浙江省	155 万	吴亚娟 45.1613%，季伟功 38.7097%，季兴财 16.1290%	吴亚娟和季伟功
10	俊富非织造材料有限公司	2007 年 7 月 20 日	山东省	30,773.6527 万	肇庆俊富纤网材料有限公司 40.9441%，潍坊市城市建设发展投资集团有限公司 27.2416%，天乙实业有限公司 16.2477%，潍坊市国维	赵民忠

序号	供应商名称	设立时间	注册地	注册资本	股权结构	实际控制人
					创业投资有限公司 7.7989%，西藏谱晟企业管理合伙企业（有限合伙）5.8375%，西藏智业投资有限公司 1.9303%	
11	江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司	2009 年 12 月 3 日	江苏省	5,955.5572 万	虞胜椿 37.83%，徐鹤年 20.06%，朱云斌 18.64%，南京金投健康产业投资企业（有限合伙）10.00%，邱邦胜等 6 位自然人合计持股 12.39%	虞胜椿
12	佛山市裕丰无纺布有限公司	2010 年 4 月 29 日	广东省	300 万元	张国立 90%，关继昌 10%	张国立
13	广东美登纸业有限公司	2008 年 10 月 6 日	广东省	1,000 万元	李敬 95%，任红英 5%	李敬

报告期内，主要供应商与发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系，不存在资金、往来情况。

为合理控制原材料采购价格，公司会向多家供应商询价确定采购的数量和金额，同时，部分 ODM 客户会指定供应商，因此采购比较分散。报告期内，公司前五大原材料供应商采购金额占当期采购金额的比例分别为 28.30%、28.06%、27.10%和 26.50%，具体情况如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	福建省乔东新型材料有限公司（注 1）	3,256.90	6.59%	复合芯体、无纺布
2	江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司	2,852.26	5.77%	无纺布、前腰贴
3	泉州邦丽达科技实业有限公司	2,536.54	5.13%	高分子
4	佛山市裕丰无纺布有限公司	2,436.30	4.93%	无纺布
5	广东美登纸业有限公司	2,017.57	4.08%	复合芯体
合计		**13,099.57**	**26.50%**	-

2019 年度

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	福建省乔东新型材料有限公司（注 1）	5,376.91	6.65%	复合芯体、无纺布
2	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.（注 2）	5,238.20	6.48%	木浆

3	泉州邦丽达科技实业有限公司	4,078.67	5.04%	高分子
4	BON FIBRE LIMITED	3,769.89	4.66%	木浆
5	无锡优佳无纺科技有限公司	3,454.16	4.27%	复合芯体
合计		**21,917.84**	**27.10%**	**-**

2018 年度

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.（注 2）	4,453.62	7.36%	木浆
2	BON FIBRE LIMITED	3,666.68	6.06%	木浆
3	福建省乔东新型材料有限公司（注 1）	3,391.23	5.61%	复合芯体、无纺布
4	厦门沐盛工贸有限公司	2,953.49	4.88%	PE 膜
5	台湾塑胶工业股份有限公司（注 3）	2,509.68	4.15%	高分子
合计		**16,974.71**	**28.06%**	**-**

2017 年度

序号	供应商名称	采购金额	占总采购额比例	采购品种
1	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.（注 2）	4,495.03	8.41%	木浆
2	泉州邦丽达科技实业有限公司	3,174.04	5.94%	高分子
3	广东格菲林卫材科技有限公司	3,010.61	5.63%	复合芯体、无纺布
4	金华市星火塑料制品有限公司	2,226.51	4.17%	PE 膜
5	俊富非织造材料有限公司	2,217.72	4.15%	无纺布、弹性腰围
合计		**15,123.92**	**28.30%**	**-**

注 1：福建省乔东新型材料有限公司的采购额包含其同一控制公司福建省创美无纺布制品有限公司的采购额。

注 2：CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.为代理商，发行人与其签订采购合同，最终供应商为 GP CELLULOSE ASIA MARKETING （HK） LIMITED。

注 3：台湾塑胶工业股份有限公司的采购额包含其子公司台塑工业（宁波）有限公司的采购额。

注 4：上表中主要供应商的采购金额以公司采购入库金额为统计口径。

公司在采购时，通常会向多家供应商询价确定最终的采购价格和数量。报告期内各期，公司向主要供应商采购价格的变动情况与原材料市场变动趋势一致。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50%或者严重依赖少数供应商的情况。

报告期内新增的前五名供应商的基本情况如下：

序	供应商名称	成立时间	初次合作	结算方式

号			时间	
1	台湾塑胶工业股份有限公司	1954.11.5	2017 年	CIF
	台塑工业（宁波）有限公司	2002.5.27	2017 年	票到 30 天，月结支付 180 天承兑
2	BON FIBRE LIMITED	2007.10.17	2013 年	90 天信用证
3	福建省乔东新型材料有限公司	2014.7.4	2017 年	票到 30 天，月结支付 180 天承兑
	福建省创美无纺布制品有限公司	2013.5.8	2016 年	票到 30 天，月结支付 90 天承兑
4	无锡优佳无纺科技有限公司	2014.2.7	2014 年	票到 60 天，月结电汇
5	厦门沐盛工贸有限公司	2015.4.23	2015 年	票到 60 天，月结支付 180 天承兑
6	江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司	2009.12.3	2011 年	票到 60 天，月结支付 180 天承兑
7	佛山市裕丰无纺布有限公司	2010.4.29	2016 年	票到 60 天，月结支付 180 天承兑
8	广东美登纸业有限公司	2008.10.6	2016 年	票到 60 天，月结支付 180 天承兑

无锡优佳无纺科技有限公司成立于 2014 年 2 月 7 日，与公司 2014 年开始合作，2014 年双方处于首次接触过程，尚未开始采购。2015 年至 2019 年的采购金额分别为 45.69 万元、79.43 万元、196.01 万元、1,275.30 万元和 3,454.16 万元，2019 年成为公司第五大供应商；无锡优佳成立次年发行人即与其合作的主要原因系: 无锡优佳无纺科技有限公司第一大股东为施国章，其持股比例为 60%。此外,施国章还持有无锡克瑞特无纺科技有限公司 49%的股份，为第二大股东，无锡优佳无纺科技有限公司及无锡克瑞特无纺科技有限公司均由施国章家族实际经营。无锡优佳无纺科技有限公司成立前，发行人与无锡克瑞特无纺科技有限公司已有无纺布交易，双方合作密切。无锡优佳无纺科技有限公司成立后，发行人继续与施国章家族合作，向无锡优佳无纺科技有限公司采购复合芯体。

厦门沐盛工贸有限公司成立于 2015 年 4 月 23 日，与公司 2015 年开始合作，2015 年至 2018 年采购金额分别为 119.11 万元、1,177.71 万元、1,989.77 万元和 2,953.49 万元，2018 年成为公司第四大供应商。厦门沐盛工贸有限公司成立当年发行人即与其合作的主要原因系: 谢娜丝系厦门沐盛工贸有限公司持股 50%的股东，谢娜丝之夫曾作为发行人某供应商的销售人员，与发行人合作密切。厦门沐盛工贸有限公司成立后，发行人考虑到谢娜丝夫妇行业经验丰富，且与公司合作顺畅，因此在其成立之初即向其采购透气膜等材料。

上述两者均系公司长期合作伙伴，订单具有持续性和连续性。

报告期内，发行人与上述供应商新增交易，均系发行人正常调整原材料的采购策略。发行人在采购原材料时，同一种原材料会备选多个供应商，根据供应商的供货品质、及时性和价格等综合因素制定采购计划。报告期内，发行人与供应商的订单具有持续性和连续性。

报告期内，发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与前五名供应商之间不存在关联关系，不存在前五名供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

公司指定采购和客供原材料主要产生于 ODM 业务，部分 ODM 客户为保证产品品质，要求公司在 ODM 代工生产过程中使用指定的核心原材料。在实际执行过程中，分为两种模式，一是指定采购模式，ODM 客户指定发行人向特定厂家采购原材料；二是客供原材料模式，ODM 客户直接向公司提供原材料，委托公司进行加工生产。

1、客供原材料的基本情况

报告期内，公司存在客供原材料情况的客户主要为天津露乐、万邦健康和湖南康程护理用品有限公司。对于客供原材料，公司仅按照数量入库，不考虑金额，不计入成本核算，其占公司当期总采购量比例极低。

2019 年至 2020 年 1-6 月，发行人不存在客供原材料的情况。2017 年至 2018 年客供原材料数量的具体情况如下：

项目	复合芯体（KG)	无纺布(KG)	PE 膜（KG）	包装袋(只）	包装箱（只）	前胶膜（米）	标贴/不干胶（张）	左右贴（米）	氨纶丝/胶带（KG）
天津露乐									
2018 年	282,026.34	120,904.79	-	-	-	-	-	-	-
2017 年	1,975,835.26	1,012,163.41	116.80	10,602.00	-	6,600.00	1,272,880.00	1,015.00	100.00
万邦健康									
2018 年	-	-	-	-	-	-	1,349,270.00	-	-
2017 年	-	-	-	-	-	-	3,439,171.00	-	-

项目	复合芯体（KG)	无纺布(KG)	PE 膜（KG）	包装袋(只）	包装箱（只）	前胶膜（米）	标贴/不干胶（张）	左右贴（米）	氨纶丝/胶带（KG）
湖南康程护理用品有限公司									
2018年	13,917.30	-	-	-	-	-	-	-	-
2017年	112,189.00	-	-	22,890.00	3,700.00	-	32,000.00	-	15.00

2、指定采购的基本情况

报告期内，公司存在指定采购情况的客户主要为杜迪公司。杜迪公司具有独立的产品设计和研发能力,其在与发行人的合作中，会主动参与到产品的性能指标设定以及 BOM 单的制定过程中,并从发行人的合格供应商名录范围中挑选确定最终的供应商,原材料的实际采购由发行人具体执行，具体采购情况如下：

单位：万元、元/KG

月份	无纺布		高分子		木浆	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2017 年	253.15	18.40	41.29	11.98	53.52	5.36
2018 年	2,265.38	19.40	183.20	11.86	101.97	5.82
2019 年	3,440.53	19.37	159.34	11.27	116.35	5.79
2020 年 1-6 月	2,667.80	19.71	61.75	10.75	55.61	5.17

（续上表）

月份	复合芯体		底膜		卫生纸	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2017 年	252.35	15.83	49.74	18.83	4.76	7.98
2018 年	2,419.86	16.50	327.48	17.75	15.14	8.85
2019 年	3,720.16	15.90	425.20	18.16	4.15	8.56
2020 年 1-6 月	2,944.74	15.94	306.13	17.91	1.00	8.22

（续上表）

月份	纸箱		包装袋		热熔胶	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2017 年	50.85	4.64	25.93	0.76	53.52	20.88
2018 年	434.06	5.49	193.42	0.73	424.25	21.15
2019 年	470.39	5.47	272.61	0.74	532.73	20.07

月份	纸箱		包装袋		热熔胶	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
2020 年 1-6 月	376.19	5.26	246.16	0.83	399.40	19.19

（三）公司委外加工情况

1、报告期内委外加工情况

报告期内发行人委外加工情况如下：

年份	委外单位名称	内容	数量	金额
2020 年 1-6 月	广东冠一卫生用品有限公司	婴儿拉拉裤	723.41 万片	89.62 万元
2019 年			887.49 万片	108.37 万元
2017 年	上海柔亚尔卫生材料有限公司	无纺布加工	373.23 吨	334.49 万元

2019 年公司委外加工婴儿拉拉裤的原因主要为 2019 年随着婴儿拉拉裤订单的快速增加，公司婴儿拉拉裤产品产能紧张，公司选择将一小部分婴儿拉拉裤产品委外加工。2017 年公司委外加工无纺布的主要原因为公司尚未购置相关加工设备。

2、委外厂商的基本情况及生产经营资质

报告期内，公司委外厂商的基本情况如下：

序号	委外厂商名称	成立时间	注册资本	地区	经营范围
1	广东冠一护理用品有限公司	2018.5.7	1,000 万元	广东省佛山市	其他纸制品制造，化妆品及卫生用品批发，化妆品及卫生用品零售,工程和技术研究和试验发展。（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	上海柔亚尔卫生材料有限公司	2009.7.14	195 万元	上海市	卫生用品、化纤制品、无纺布、包装材料、塑料制品、机械设备、模具的销售，从事打孔压花非织造布的生产，从事货物及技术的进出口业务，从事新材料科技领域内的技术开发、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）

广东冠一成立于 2018 年 5 月 7 日，经营范围包括：其他纸制品制造，化妆品及卫生用品批发，化妆品及卫生用品零售,工程和技术研究和试验发展；且广东冠一具备《消毒产品生产企业卫生许可证》，可以生产尿裤类卫生用品。2019 年公司婴儿拉拉裤订单快速增长，公司产能出现不足。由于可艾公司婴儿拉拉裤

产品主打高端，其生产工艺较为复杂，需要较为先进的生产线设备才能生产，普通生产线无法胜任，发行人经咨询设备供应商，知悉广东冠一与发行人购买的生产设备较为接近，同类型设备生产出来的产品品质较为接近，因此经公司全面考察广东冠一生产产能、产品质量等后，认为其生产条件符合公司要求，公司与广东冠一达成委托加工协议。

广东冠一为公司加工的产品完成后，将货物运输至公司仓库，由公司仓库质检部门进行产品检验，对于验收合格的产品确认入库，确认货物签收单以及系统提交仓库入库单，并由仓库主管等审批，入库完毕后业务人员与广东冠一对账确认该部分加工费，同时反馈至财务部门，财务部门根据入库单及加工费确认情况进行加工费的财务处理。

2019 年，公司委托广东冠一加工婴儿拉拉裤 887.49 万片、结算加工费 108.37 万元，合作过程中其能满足公司相关委外产品交期及质量方面要求，因此，2020 年 1-6 月，广东冠一继续为公司提供委外加工业务，金额 89.62 万元、数量 723.41 万片。

3、发行人委外厂商与发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员等不存在关联关系、亲属关系

报告期内，发行人委外厂商与发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员等不存在关联关系、亲属关系。

五、主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

本公司固定资产包括房屋及建筑物、通用设备、专用设备和运输设备，目前使用状况良好。截至 2020 年 6 月 30 日，本公司主要固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	19,028.43	3,351.78	-	15,676.65	82.39%
通用设备	3,163.08	1,673.79	-	1,489.30	47.08%
专用设备	37,441.16	8,544.12	1,665.30	27,231.73	72.73%
运输工具	922.15	489.38	-	432.77	46.93%
合计	60,554.82	14,059.06	1,665.30	44,830.46	74.03%

1、房屋及建筑物

截至本招股说明书签署日，本公司及各子公司已取得不动产权证的房屋建筑物 8 处，房屋建筑物如下表所示：

参见本招股说明书之“附录一：房屋及建筑物情况”。

除上述已取得产证的房产外，发行人及其控股子公司存在以下正在使用的房屋及构筑物：

序号	使用主体	房屋坐落	建筑面积（m^2）	截至 2020 年 6 月 30 日的账面净值（元）	用途
1	可靠护理	花桥路 2 号新溪厂区	2,188.00	1,170,176.37	员工食堂、工厂店、仓改仓库
2	可靠护理	花桥路 2 号新溪厂区	7,843.50	172,396.30	仓库
3	可艾公司	海唐路 8 号	124.00	255,648.69	门卫室
合计			**10,155.50**	1,598,221.36	

公司及控股子公司已取得上述房产所占的土地使用权证，但尚未取得该等房屋的权属证书。其中第 1 项构筑物，系发行人通过招拍挂程序取得相应地块时即附着相应构筑物，发行人加以简单改造后做成临时食堂、仓改仓库和工厂店；第 2 项构筑物系发行人建造的简易钢架结构仓库，未办理房屋权属证书；第 3 项房产，系因工作人员失误，未及时办理房屋竣工验收，第 3 项物业已申请重新验收，目前已在验收过程中。

针对第 1、2 项物业，根据发行人在临安区发展和改革局备案的《浙江省企业投资项目备案（赋码）信息表》，本次募投项目《智能化工厂建设项目》的建设地点即为第 1 项瑕疵房产所在地。根据发行人在杭州市临安区经济和信息化局备案的《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》，公司本次募投项目《智能化工厂配套仓库建设项目》的建设地点即为第 2 项瑕疵房产所在地。

2020 年 3 月 25 日，发行人向杭州市临安区人民政府锦城街道办事处提交了《请示》。发行人请示街道办事处允许公司继续使用上述建筑物直至募投项目之一的卫生护理用品智能工厂建设项目投产；并承诺待卫生护理用品智能工厂建设项目投产后将拆除上述建筑物，并重新规划报建，后续若街道办事处要求拆除的，公司将积极配合。

2020 年 3 月 30 日，杭州市临安区人民政府锦城街道办事处出具《关于杭州

可靠护理用品股份有限公司土地和建设相关问题的复函》，载明“为保障重大项目建设施工需要，原则上同意你单位继续使用原材料仓库和临时食堂等生产辅助用房，待新项目投产后，无条件拆除上述建筑物”。2020 年 4 月 20 日，杭州市临安区城市管理局在前述《复函》上盖章并注明，“按锦城街道意见，待项目竣工验收后予以处置”。

同时，公司实际控制人金利伟已承诺，如发行人及其控股子公司因上述房屋未办理权证而被相关部门责令限期拆除或处以罚款而产生的任何经济损失，由其进行足额补偿，并且承担搬迁所产生的全部费用。

2、主要生产设备

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司拥有的主要生产设备如下：

单位：万元

存放位置	设备名称	账面原值	账面净值	成新率	主要产品
可靠一车间	一车间 1 号线	472.88	206.77	43.73%	婴儿纸尿裤
	一车间 2 号线	471.32	198.62	42.14%	婴儿纸尿裤
	一车间 3 号线	768.16	713.62	92.90%	婴儿纸尿裤
	一车间 4 号线	657.66	626.42	95.25%	婴儿纸尿裤
可靠二车间	二车间 1 号线	327.50	252.84	77.21%	护理垫
	二车间 2 号线	345.86	243.58	70.43%	护理垫
	二车间 3 号线	131.80	25.55	19.39%	护理垫
	二车间 4 号线	73.48	3.67	5.00%	护理垫
可靠三车间	三车间 1 号线	1,036.40	628.35	60.63%	成人纸尿裤
	三车间 2 号线	572.90	183.19	31.98%	成人纸尿裤
	三车间 3 号线	788.07	418.40	53.09%	成人纸尿裤
	三车间 4 号线	744.69	425.17	57.09%	婴儿纸尿裤
	三车间 5 号线	560.42	365.56	65.23%	成人纸尿片
可靠四车间	四车间 1 号线	650.78	485.06	74.54%	成人拉拉裤
	四车间 2 号线	1,396.87	1,352.64	96.83%	成人拉拉裤
	四车间 3 号线	564.43	183.03	32.43%	成人纸尿片
可艾车间	可艾 1 号线	1,593.93	1,006.29	63.13%	婴儿纸尿裤
	可艾 2 号线	1,463.98	877.94	59.97%	婴儿纸尿裤
	可艾 3 号线	2,664.77	1,959.03	73.52%	婴儿拉拉裤
	可艾 4 号线	1,345.34	1,190.55	88.49%	婴儿纸尿裤

存放位置	设备名称	账面原值	账面净值	成新率	主要产品
	可艾 5 号线	1,116.27	941.76	84.37%	婴儿纸尿裤
	可艾 6 号线	1,215.85	1,022.77	84.12%	婴儿纸尿裤
	可艾 7 号线	1,088.27	982.78	90.31%	婴儿拉拉裤
	成裤 4 号线	1,007.44	999.47	99.21%	成人纸尿裤
	成裤 5 号线	1,018.83	994.64	97.62%	成人纸尿裤
	婴裤拉拉裤	640.16	619.89	96.83%	婴裤拉拉裤
	口罩 1 号线	53.10	51.84	97.62%	口罩
	口罩 2 号线	53.10	52.26	98.42%	口罩
	口罩 3 号线	230.09	226.45	98.42%	口罩
	口罩 4 号线	292.04	289.72	99.21%	口罩
	口罩 5 号线	292.04	289.72	99.21%	口罩
	口罩 6 号线	309.73	307.28	99.21%	口罩
	可艾 10 号线	1,876.38	1,836.77	97.89%	婴儿拉拉裤

（1）生产设备规模与产能、产量匹配性分析

报告期内，发行人主要产品包括婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤、尿片（含成人及婴儿）以及护理垫、宠物尿垫等；其中婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤以及尿片的生产使用专用生产线；护理垫及宠物尿垫可以共用生产线。此外，由于公司生产线均为多模块、部件组装而成，因此不同产品的生产线之间虽然不能直接通用，但部分零部件和组成部分可以进行互换共用。

报告期内，发行人主要产品包括婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤、尿片（含成人及婴儿）以及护理垫、宠物尿垫等；其中婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤以及尿片的生产使用专用生产线；护理垫及宠物尿垫可以共用生产线。此外，由于公司生产线均为多模块、部件组装而成，因此不同产品的生产线之间虽然不能直接通用，但部分零部件和组成部分可以进行互换共用。

公司报告期内固定资产的规模与产能产量情况如下：

项目	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
专用设备原值	37,441.16	25,505.46	24,437.70	20,248.41

项目	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
（万元）				
产能（万片）	107,889.45	201,037.41	180,815.35	145,494.41
产量（万片）	89,678.62	162,385.39	128,314.48	122,443.63
产能/专用设备原值（片/元）	2.88	7.88	7.40	7.19
产量/专用设备原值（片/元）	2.40	6.37	5.25	6.05

注：2020 年 1-6 月产能中未包含口罩

报告期内，公司固定资产规模逐年增长，产能规模随之增长，产能规模与专用设备原值的比值相对较为稳定。

报告期内各期，产量与专用设备原值的比例分别为 6.05、5.25、6.37 和 2.40，其中 2018 年产量与专用设备原值比有所下降，主要系公司 2018 年新增 3 条生产线（婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤、成人护理垫各一条），增加设备原值较多、产量尚未完全释放所致；2020 年 1-6 月产量与专用设备原值的比例较低，主要系公司 2020 年 4 月和 2020 年 5 月新购置较多的口罩相关设备，增加设备原值较多、产量尚未完全释放所致。

（2）生产设备状况分析

由于销售及现金流情况良好，历年来发行人持续投入资金对主要生产设备进行技改或整体置换升级，因此报告期内发行人主要生产线持续成新率较高，能够兼容当前市场的各项生产加工工艺。此外，发行人主要生产线设备通过各部件组装集成，其在组合方式上具有较高弹性，即使市场出现某种新的技术工艺，只需对生产线的部分零部件加以升级置换，即可兼容生产，无需重新购置整条产线。因此发行人的生产设备完全能够适应产品更新换代的需求。

报告期内，公司闲置机器设备具体情况如下：

单位：套、万元

设备名称	数量	设备原值	闲置原因	设备用途	停用时间	处置时间
成人纸尿片生产线	1	87.99	停用	生产成人纸尿片	2015 年 8 月	2019 年 6 月
成人纸尿裤生产线	1	201.29	生产效率低	生产成人纸尿裤	2016 年 9 月	2019 年 9 月
熔喷生产线	1	2,035.40	停用	生产口罩用熔喷布	2020 年 6 月	尚未处置
口罩及配套设备	6	1,322.63	暂时停产	生产口罩	2020 年 6 月	尚未处置

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》及公司会计政策《部分长期资产

减值》规定：“对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值时估计其可收回金额。”，公司管理层结合产能利用率、产销率、产品毛利率及固定资产使用情况，公司主要设备均未发现损坏及长期闲置，不存在减值迹象。部分闲置设备，经评估未来可收回金额低于账面价值，已按照其可收回金额低于其账面价值的差额计提资产减值准备并计入当期损益。

报告期内，公司闲置机器设备减值情况如下：

1）报告期之前已闲置设备，公司计提减值准备如下：

单位：万元

设备名称	原值	累计折旧	预计可收回金额	计提减值准备	处置收入	处置损失
成人纸尿片生产线	87.99	54.22	5.00	28.77	4.42	0.58
成人纸尿裤生产线	201.29	69.57	60.00	71.72	53.10	6.90
小计	289.28	123.79	65.00	100.49	57.52	7.48

2）2020 年 1-6 月新增闲置设备，公司计提减值准备如下：

单位：万元

设备名称	原值	累计折旧	预计可收回金额	计提减值准备	计提依据
熔喷生产线	2,035.40	16.11	353.98	1,665.30	设备已停用、未来启用可能性较低，且市场重置成本大幅下降，按照市场重置成本低于其账面价值的差额计提减值准备
口罩及配套设备	1,322.63	13.82	未计提减值准备		公司口罩机目前只是暂时停产，经评估未发生减值，未计提减值准备

（3）固定产盘点情况

发行人制定了《固定资产管理办法》，对固定资产盘点管理实施严格的管理控制。制度中详细规定了盘点的目的、盘点内容、盘点方式、盘点要点并明确设备管理部门应定期进行固定资产盘点工作，财务部门应每年至少参与监盘一次。

报告期内，公司每期期末对固定资产、在建工程进行了实地盘点。由设备管理部门负责，建立盘点小组、编制盘点计划、盘点明细表及盘点小结，具体盘点结果如下：

单位：万元

期　间	盘点的固定资产原值	固定资产账面原值	盘点比例	是否账实相符
2020 年 6 月末	45,965.53	60,554.82	75.91%	是
2019 年末	36,257.98	46,403.09	78.14%	是
2018 年末	34,905.24	44,625.17	78.22%	是
2017 年末	23,477.13	40,261.25	58.31%	是

（二）主要无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及各子公司共拥有土地使用权 10 宗，具体情况如下：

参见本招股说明书之“附录二：土地使用权”。

2、注册商标

（1）国内注册商标持有情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共拥有的国内注册商标 153 项，详细情况如下：

参见本招股说明书之“附录三：商标情况”之“（一）国内注册商标”。

（2）境外注册商标持有情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共拥有的境外注册商标 29 项，详细情况如下：

参见本招股说明书之“附录三：商标情况”之“（二）境外注册商标”。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司持有的商标无账面价值。

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司及各子公司拥有经授权的专利 229 项，其中，发明专利 37 项，实用新型 153 项，外观设计 39 项。详情如下：

（1）发明专利

参见本招股说明书之“附录四：专利情况”之“（一）发明专利”。

（2）实用新型专利

参见本招股说明书之“附录四：专利情况”之“（二）实用新型”。

（3）外观专利

参见本招股说明书之“附录四：专利情况”之“（三）外观设计”。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司持有的专利无账面价值。

4、著作权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的著作权共 13 项，详细情况如下：

参见本招股说明书之“附录五：著作权情况”。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司持有的著作权无账面价值。

5、域名

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的域名详细情况如下：

参见本招股说明书之“附录六：域名情况”。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司持有的域名无账面价值。

（三）特许经营权及生产许可情况

报告期内，公司不存在特许经营权的情形。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司已经取得业务经营所必需的资质、许可、批准或授权，并且该等资质、许可、批准或授权均在有效期内。具体情况如下：

1、消毒产品生产企业卫生许可证

本公司生产的产品属于消毒卫生用品，实行消毒产品生产企业卫生许可制度。发行人已经取得了《消毒产品生产企业卫生许可证》，持有的具体情况如下：

序号	持有人	证书号码	生产项目	生产类别	有效期	颁发机关
1	可靠护理	浙卫消证字（2012）第 0048 号	卫生用品	尿布、尿裤、卫生巾	2020.09.11-2024.09.10	浙江省卫生健康委员会
2	可艾公司	浙卫消证字（2014）第 0052 号	卫生用品	尿裤；尿布（垫、纸）	2018.11.08-2022.11.07	浙江省卫计委
3	佳容公司	浙卫消证字（2016）第 0067 号	卫生用品	尿裤	2016.11.28-2020.11.27	浙江省卫计委

2、排污许可证

截至本招股说明书签署日，发行人取得的污染物排放许可证如下：

序号	持有人	证书号码	有效期	颁发机关
1	可靠护理	91330100730933048 0001P	2020.08.24-2023.08.23	杭州市生态环境局临安分局
2	可艾公司	91330185092032025K001P	2017.12.28-2020.12.27	杭州市临安区环保局

3、其他经营资质及认证

截至本招股说明书签署日，发行人取得的其他经营资质的情况如下：

序号	持有人	资质名称	证书号码	发证机关	证书期限/到期日
1	可靠护理	第一类医疗器械生产备案凭证	浙杭食药监械生产备20160027 号	杭州市市场监督管理局	长期有效
		第一类医疗器械备案信息表/第一类医疗器械备案凭证（医用护理垫-看护垫）	浙杭械备20160155 号	杭州市市场监督管理局	长期有效
		第一类医疗器械备案信息表/第一类医疗器械备案凭证（医用护垫）	浙杭械备20180364 号	杭州市市场监督管理局	长期有效
2	可靠护理	出入境检验检疫报检企业备案表	3333601000	浙江出入境检验检疫局	长期有效
3	可靠护理	对外贸易经营者备案登记表	03390984	杭州市临安区商务局	长期有效
4	可靠护理	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3301960220	中国杭州海关	长期有效
5	可靠护理	安全生产标准化证书	AQBQGII201900021	国家安全生产监督管理总局	2022.10
6	可靠护理	FSC-STD-40-004V2-1 森林认证（产销监管链认证）	BV-COC-132503	必维国际检验集团	2016.10.18-2021.10.17
7	可靠护理	GB/T29490-2013《知识产权质量体系认证证书》	165IP170708R1M	中知（北京）认证有限公司	2017.08.07-2023.08.06
8	可靠护理	医护级产品认证证书	CHS173820180054	中卫安（北京）认证中心	2018.03.15-2021.03.14
9	可靠护理	FDA 注册证	3012242151	U.S. Food and Drug Administration	2019.12.26-2020.12.31
10	可靠护理	ISO13485:2016《医疗器械质量体系认证证书》	43562	NQA（英国国家质量保证有限公司）	2019.03.13-2022.03.13
11	可靠护理	ISO 9001:2015 标准《管理体系认证证书》	207117-2016-AQ-RGC-RvA	DNV GL-Bussiness Assurance	2019.09.28-2022.09.28
12	可靠护理	ISO 14001:2015 标准《管理体系认证证书》	207118-2016-AE-RGC-RvA	DNV GL-Bussiness Assurance	2019.09.28-2022.09.28
13	可靠护理	ISO 45001:2018 标准《管理体系认证证书》	207119-2016-ASA-RGC-RvA	DNV GL-Bussiness Assurance	2019.09.28-2022.09.28

序号	持有人	资质名称	证书号码	发证机关	证书期限/到期日
14	可靠护理	医疗器械生产许可证（第二类）	浙食药器械生产许 20201108 号	浙江省药品监督管理局	**有效期至 2025.10.19**
15	可靠护理	医疗器械注册证	浙械注准 20202141074	浙江省药品监督管理局	**有效期至 2025.09.21**
16	可靠护理	CE 报告	02905	NQA	报告出具日：2018.6.27
17	可靠护理	医疗器械注册证	浙械注准 20202141202	浙江省药品监督管理局	**有效期至 2025.09.24**
18	可靠护理	食品经营许可证	JY33301850010472	杭州市临安区市场监督管理局	2018.9.4-2023.9.3
19	可靠护理	符合性声明（EC Declaration of Conformity）	CE-TCF-001	可靠护理	2020.04.16
20	可靠护理	CIBG 注册证	NL-CA002-2020-50593	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport	2020.05.08
21	可艾公司	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3301932267	中国杭州海关	长期有效
22	可艾公司	对外贸易经营者备案登记表	03390982	杭州市临安区商务局	长期有效
23	可艾公司	食品经营许可证	JY33301850185145	杭州市临安区市场监督管理局	2017.11.20-2022.11.19
24	福祉公司	第二类医疗器械经营备案凭证	浙杭食药监械经营备 20151764 号	杭州市市场监督管理局	长期有效

（四）房产租赁情况

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司承租房屋 3 处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落位置	租赁期限	用途	租赁面积（m^2）
1	可靠护理	金丹、杨俊杰	浙江省杭州市临安区金色时代 1 幢三单元 808 室	2019.9.1-2020.12.31	员工宿舍	133.21
2	可靠护理	向登峰、陈小霖	浙江省杭州市临安区西墅绿洲 10（10 幢 1403）	2020.1.1-2020.12.31	员工宿舍	88.16
3	可靠护理	侨治投资	浙江省临安区大华路 175 号 202 室、303 室	2020.1.1-2020.12.31	员工宿舍	202 室-124.86；303 室-124.86

报告期内，可靠护理向金丹及杨俊杰、向登峰及陈小霖、侨治投资租赁房屋用于员工住宿及办事处，前述租赁的房屋均已取得房产证，公司合法使用上述房产，租赁房屋对公司生产经营稳定性不存在重大不利影响。

六、生产技术和研发情况

（一）主要核心技术及来源

公司自成立以来一直专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，在研发团队多年的努力下，在一次性卫生用品的产品结构、制造工艺、原材料应用等方面积累了一系列核心技术，达到行业领先水平，并将核心技术全部根据产品功能和特点的需要应用到主营业务和产品中。

截至本招股说明书签署日，公司所拥有的核心技术及技术储备情况如下：

序号	技术名称	技术介绍	技术来源
1	婴儿纸尿裤	专利号：ZL201310750119.6。该婴儿纸尿裤，包括裤体及其上的腿部橡筋和防漏侧翼，裤体主要包括非透水性外层、透水性内层和固定在两者之间的吸收芯体，吸收芯体纵向后端部的外侧对应人体后腰部设有后弹性腰围，亲水无纺布外侧面上设有多个等距规则排列的凸点，所述两个左右贴的形状相同，左右贴的上端面轮廓线和下端面的轮廓线形状对称，腿部橡筋的纵向拉伸倍率大于立体侧翼弹性橡筋的纵向拉伸倍率；防漏底膜上设有由外可视的喷胶式变色尿显线。该婴儿纸尿裤的优点是结构新颖，使用舒适性好，不容易发生侧漏液和向后腰部漏液情况。	自主技术
2	纸尿裤上后弹性腰围的生产设备和制作工艺	专利号：ZL201410299247.8。该纸尿裤上后弹性腰围的生产设备，按纸尿裤生产流水线加工行进方向包括依次排列的弹性件进料吸轮、进向过渡吸轮、弹性件拉伸组件、出向过渡吸轮和复合过渡吸轮，弹性件进料吸轮和进向过渡吸轮相向转动，弹性件进料吸轮和进向过渡吸轮之间还设有弹性件切断刀；朝向出向过渡吸轮的拉伸圆盘与出向过渡吸轮之间设有上层面料输送带，出向过渡吸轮和复合过渡吸轮之间设有底层面料输送带。该纸尿裤上后弹性腰围的生产设备的优点是结构简单，操作简单，采用整块的弹性片作为纸尿裤的后弹性腰围的生产方便且成品率高。	自主技术
3	一种成人纸尿裤	专利号：ZL201510435986.X。该成人纸尿裤，包括外罩、吸收体、魔术扣、防漏挡墙和腿部弹性橡筋，吸收体处于外罩内，魔术扣、防漏挡墙和腿部弹性橡筋设置在外罩上；非透水性外层由中间部及其两边的外侧部构成；每一端部上的魔术扣都是沿长度方向平行排列的两个；吸收体由靠近拒水底膜的第一吸收芯体和靠近亲水无纺布的第二吸收芯体构成；在吸收体后部设置拒水后腰挡墙。该成人纸尿裤的优点是生产成本低，使用的舒适性好，裆部不容易渗液，防侧边漏和防后漏效果好。	自主技术
4	可降解的成人纸尿裤	专利号：ZL201510551523.X。该成人纸尿裤，包括外罩、吸收体、连接机构、防漏挡墙和腿部弹性橡筋，外罩包括非透水性外层和透水性内层，透水性内层是由可完全降解的无纺材料制成的亲水层；防漏挡墙下端与透水性内层通过胶水粘接固定；防漏挡墙的外侧设有与其连为	自主技术

序号	技术名称	技术介绍	技术来源
		一体的拒水无纺布；拒水底膜与吸收体之间设有卫生纸；腿部弹性橡筋的中部呈弧形；在吸收体后部的外罩上设有后腰弹性腰围；底层布的前腰区上设有与魔术扣匹配的前腰贴。该可降解的成人纸尿裤的优点是使用的舒适性好，裆部不容易渗液，防侧边漏和防后漏效果好，透水性内层可降解。	
5	一种可完全降解无纺材料及其在成人失禁护理垫中的应用	专利号：ZL201210576102.9。该可完全降解无纺材料的组成及质量百分比为：聚乳酸双组分纤维 50%-60%、聚乳酸纤维 40%-50%，二种纤维总和为 100%；对上述纤维通过混合、开松和梳理等工序后，再通过无纺布热风穿透和热轧加固的方法制成可完全降解无纺材料。本发明材料具有强力好、不易掉纤维、渗透导湿快，液体能快速沿材料纵向分布，从而减少积聚和渗漏，防止回渗产生的特点，且丢弃后可完全降解，是制作成人失禁护理垫的理想材料。	自主技术
6	一种含聚乳酸纤维的便携式护理垫及其制备方法	专利号：ZL201410182885.1。该护理垫由上层组合体和防渗底层组成，其中上层组合体由聚乳酸纤维网组成的表层、拒水型双组分纤维和超吸收纤维网组成的导流吸湿层和亲水型双组分纤维和超吸收纤维网组成的吸收层组成，三层通过热熔复合成为一体；上层和防渗底层通过热熔胶复合成为一体。本发明制备的护理垫具有加工流程短、成型良好、抑菌除味、透气干爽的特点，在使用过程中不起坨、不掉粉，是制作一次性医疗卫生用品的理想材料。	自主技术
7	一种婴儿用吸收制品	专利号：ZL201510751266.4。该婴儿用吸收制品，包括外罩、吸收体、防漏挡墙、腿部弹性橡筋和后连接腰带；防漏挡墙固定部分宽度方向上的内端与外罩通过超声波焊接固定；重叠层通过超声波焊接固定；在前腰区的第一超声波焊接区与第二超声波焊接区之间形成沿长度方向贯通的前通气道，在后腰区的第一超声波焊接区与第二超声波焊接区之间形成沿长度方向贯通的后通气道。该婴儿用吸收制品的优点是生产成本低、使用舒适性好，防漏液效果好，沿外罩长度方向的通气性好。	自主技术
8	护理垫的压制工艺	专利号：ZL201310643304.5。该护理垫依次采用芯体制作、复合定型和分切包装制成；芯体制作依次采用上层卫生纸和下层卫生纸的上料安装、雾化水喷洒木浆和木浆粉碎、SAP 高分子吸收树脂下料、芯体包覆定型和芯体压实；复合定型依次采用芯体分切、材料复合、导槽成型、产品纵向折叠和压制导流通道。该护理垫的压制工艺的优点是工艺新颖，便于大规模的生产，生产成本低，生产的护理垫使用舒适。	自主技术
9	一种一次性成人纸尿裤	专利号：ZL201510437509.7。该成人纸尿裤，包括外罩、吸收体、魔术扣、防漏挡墙和腿部弹性橡筋，吸收体处于外罩内，魔术扣、防漏挡墙和腿部弹性橡筋设置在外罩上；非透水性外层由中间部及其两边的外侧部构成；吸收体上设有导流槽，吸收体从宽度方向上分为中心区、连接区和侧边区。该一次性成人纸尿裤的优点是生产成本低，使用的舒适性好，裆部不容易渗液，防侧边	自主技术

序号	技术名称	技术介绍	技术来源
		漏效果好。	
10	一种成人纸尿裤及其套装	专利号：ZL201510439334.3。该成人纸尿裤，包括裤体及其上可与其分离的尿片；其特征在于：裤体包括外罩、吸收体、魔术扣、防漏挡墙和腿部弹性橡筋，吸收体处于外罩内，魔术扣、防漏挡墙和腿部弹性橡筋设置在外罩上；尿片包括尿片外罩、吸收芯体、尿片挡墙和粘接片。该成人纸尿裤的优点是使用成本低，使用的舒适性好，裆部不容易渗液，防侧边漏和防后漏效果好。	自主技术

公司已建立严格的保密制度和措施，并与高级管理人员、核心技术人员签定了《保密协议》和《竞业禁止协议》。

（二）核心技术科研实力和成果情况

1、公司在产品研发和创新中所获得的荣誉及成果

序号	获奖名称	获奖的科研成果或产品	获奖时间	颁发单位
1	“纺织之光”2018 年度中国纺织工业联合会科学技术奖二等奖	年产 20 亿片超柔速渗 3D 复合纸尿裤的制备关键技术研究及产业化	2018.10	中国纺织工业联合会
2	浙江制造精品	可靠成人纸尿裤	2019.2	浙江省经济和信息化委员会

2、公司承担的重大科研项目

公司作为牵头单位，承担的重大科研项目的主要情况如下：

序号	项目名称	项目类型	主管部门	项目进展
1	生物降解聚乳酸医疗卫生护理用品的研发与产业化	省级重大研发项目	浙江省科技厅	已完成
2	低残留单体聚丙烯酸钠高吸水性树脂的开发及其在卫材中的应用	省级重大研发项目	浙江省科技厅	正在进行
3	低回渗超柔速渗型纸尿裤	省级工业新产品	浙江省经济和信息化厅	已完成
4	年产20亿片超柔速渗3D复合纸尿裤的制备关键技术研究及产业化	行业协会科技项目	中国纺织工业联合会	已完成

（三）在研项目及进展情况

截至本招股说明书签署之日，公司正在研究开发的主要项目情况如下：

项目	项目名称	拟达到目标	所处阶段
1	低残留单体聚丙烯酸钠高吸水性树脂的开发及其在卫材中的应用	国内先进	项目研发中

项目	项目名称	拟达到目标	所处阶段
2	高吸收低滑渗护理垫的开发	国内先进	项目研发中
3	弱亲面层在成人纸尿裤中的开发与应用	国内先进	项目研发中
4	超薄舒适型婴儿纸尿裤的开发	国内先进	项目研发中
5	预制式木浆复合芯体的开发及应用	国内先进	项目研发中
6	舒适型轻失禁成人纸尿裤的开发	国内先进	项目研发中
7	后挡墙成人纸尿裤的开发	国内先进	项目研发中
8	三维结构无纺布的开发及其在婴儿纸尿裤上的应用	国内先进	项目研发中
9	高吸水性树脂定位施加技术的开发及其在纸尿裤上的应用	国内先进	项目研发中
10	高吸收成人拉拉裤的开发	国内先进	项目研发中
11	多层结构复合芯体的吸收机理及复合技术的研究与应用	国内先进	项目研发中
12	超薄透汽型婴儿拉拉裤的开发	国内先进	项目研发中
13	无胶复合芯体的开发及其应用	国内先进	项目研发中
14	高吸收性低回渗婴儿纸尿裤的开发	国内先进	项目研发中
15	超柔非织造材料的开发及其应用	国内先进	项目研发中
16	医护级婴儿纸尿裤的开发	国内先进	项目研发中
17	亲水非织造材料的研究及其在纸尿裤上的应用	国内先进	项目研发中
18	水刺无纺布复合芯体的开发及其在纸尿裤中的应用	国内先进	项目研发中
19	高阻隔医用口罩关键制备技术和产业化	国内先进	项目研发中

（四）报告期内研发费用支出情况

报告期内，公司的研发支出情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
研发支出（万元）	2,827.41	4,419.39	3,416.12	3,462.24
占营业收入比例	3.54%	3.77%	3.77%	4.40%

（五）合作研发情况

报告期内，除内部研发机构外，公司与中国制浆造纸研究院、浙江工业大学、嘉兴学院等科研机构开展产学研合作，设立合作研发平台、医护用高分子材料研究所等，分别开展不同领域和方向的研发工作，并通过协议条款对研究涉及的商业机密采取保密措施。具体协议情况如下：

序号	项目名称	合作单位	合作内容	协议有效期	研究成果归属
1	医护用高分子材料研究项目	浙江工业大学	1、负责剖析可靠护理提供的产品，根据可靠护理的要求分析产品数据，为可靠护理产品的设计提供相关依据；2、负责新产品、新工艺的研究开发工作；3、以研究开发医护用高分子为研究方向；4、配合可靠护理开发若干个新产品，并力争投入工业化生产；5、指导可靠护理相关产品生产工艺的改造及优化，帮助可靠护理解决和处理在生产中出现的技术问题；提供技术管理人员培训和深造条件，并适时向可靠护理推荐合适的技术开发和管理人才；6、合理使用和保养双方提供的各种设备和仪器；7、技术改造引进项目可行性分析，工艺技术路线优化和人员培训等；8、每月月底组织一次例会。	2016.9-2019.9	双方共有，可靠护理有无条件使用权，未经可靠护理允许不得授权第三方使用
2	标准制定	中卫安（北京）认证中心	1、医护级产妇背拥抱（待产包）通用要求；2、卫生用品原材料供应商评价标准；3、医护级婴儿纸尿裤团体标准修订课题组；4、医护级成人纸尿裤团体标准修订课题组；5、医护级卫生巾团体标准修订课题组。	2017.1-2017.12，2020.1-2020.12	双方共有
3	干爽速渗型医疗卫生护理用品的开发	嘉兴学院	1、进口产品的性能测试、分析及国内外不同纤维品种的选定；2、干爽速渗型护理用品校内打小样及企业放大样；3、干爽速渗型非织造材料的复合加工开发。	2017.4-2017.12	专利申请权归属于可靠护理；双方均可使用相关技术秘密成果，但不得转让
4	纸尿裤功能高分子材料的开发及其应用技术	浙江工业大学	开发纸尿裤用功能高分子（SAP）及其在卫材中的应用技术和复合纸尿裤制备技术。	2018.1-2021.4	双方共有
5	纸尿裤吸水材料开发及相关技术研究	中国制浆造纸研究院有限公司	1、开发可降解高吸水树脂（SAP）的开发；2、纸尿裤除臭评价方法的研究；3、纸尿裤相关标准验证；4、纸尿裤原料及产品的分析与评价；5、行业技术交流及会展；6、检测设备及试验器材；7、技术培训。	2019.7-2022.7	知识产权归属于中国制浆造纸研究院有限公司，可靠护理有优先使用权

序号	项目名称	合作单位	合作内容	协议有效期	研究成果归属
6	标准制定	中卫安（北京）认证中心	1、《医护级老人保健卫生护理包质量规范》系列团体标准课题组；2、《医护级成人防护口罩》团体标准课题组；3、《医护级裤型卫生巾》团体标准课题组；4、《医护级智能健康成人纸尿裤》团体标准课题组。	2020.6-2021.12	双方共有

（六）研发人员情况

截至报告期期末，发行人共有技术研发人员 105 人，占公司总人数的 11.76%，公司核心技术人员为金利伟、王仲其、蒋继红，报告期内未发生变动。

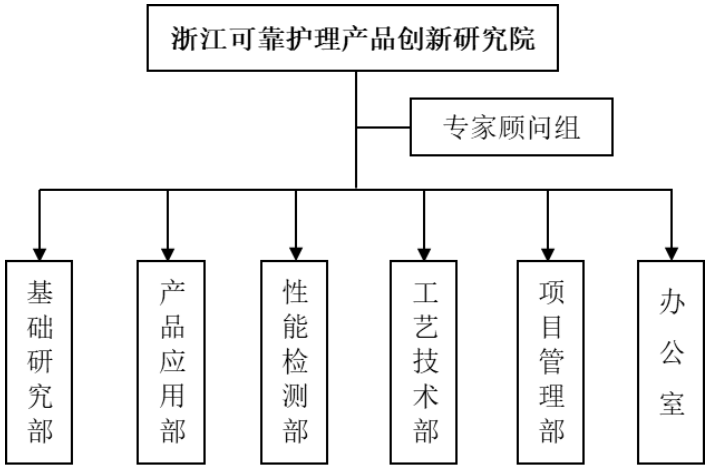
公司核心技术人员负责或参与公司的各项研发项目，具体简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

（七）技术创新机制及安排

公司一贯重视技术创新工作，建立了能够适应市场经济需求的技术创新机制及技术创新安排，公司以健全研发机构和科研制度为核心，进一步增强竞争力。

1、公司研发机构设置

公司有一支一百余人的研发和技术队伍，浙江可靠护理产品创新研究院是公司的核心研发机构，也是行业内首家获批的省级企业研究院。公司同时设有产品企划设计部和技术中心。研究院同时设有基础研究部、产品应用部、性能检测部、工艺技术部、项目管理部和办公室，同时还成立了专家顾问组，组织结构如下：

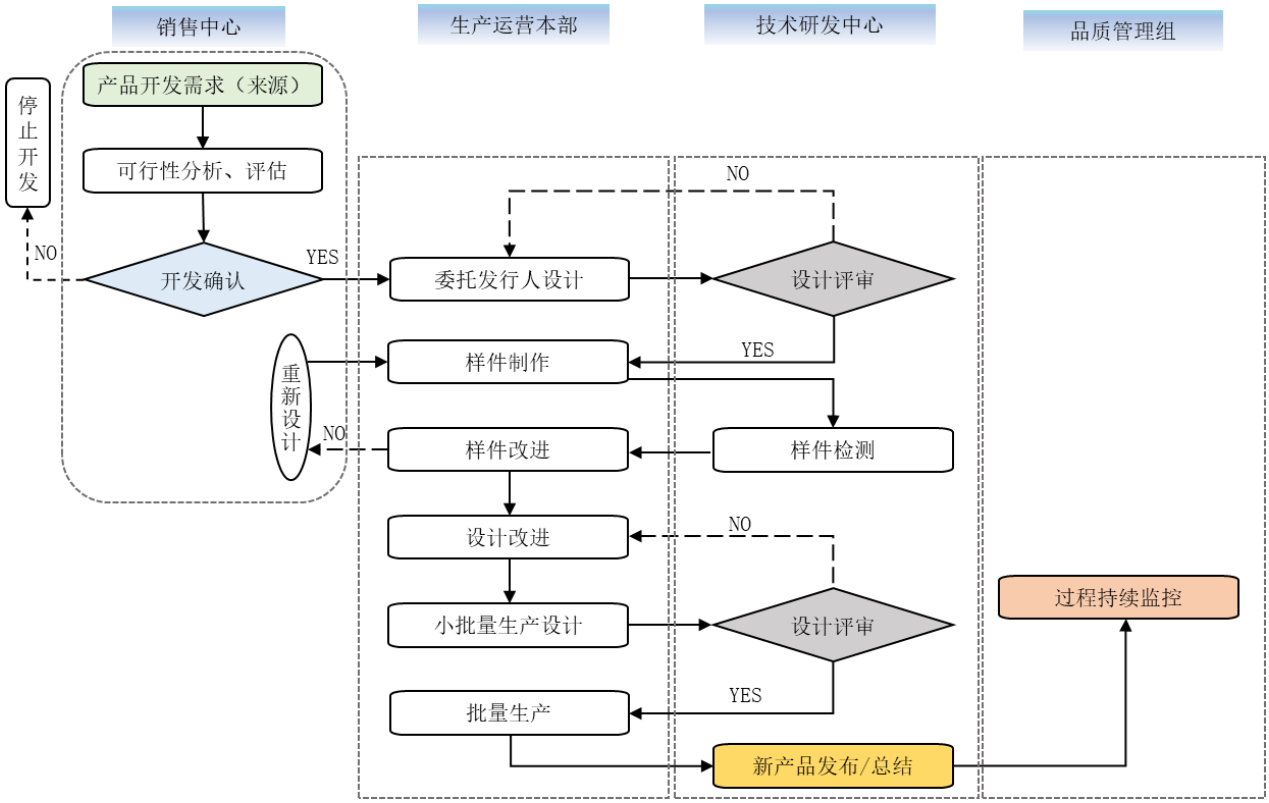


研究院负责新产品的研发、产品包装设计、产品鉴定及专利认证等国内工作；技术中心负责新产品的工艺、工装工序设计及制造部的衔接指导；产品企划设计

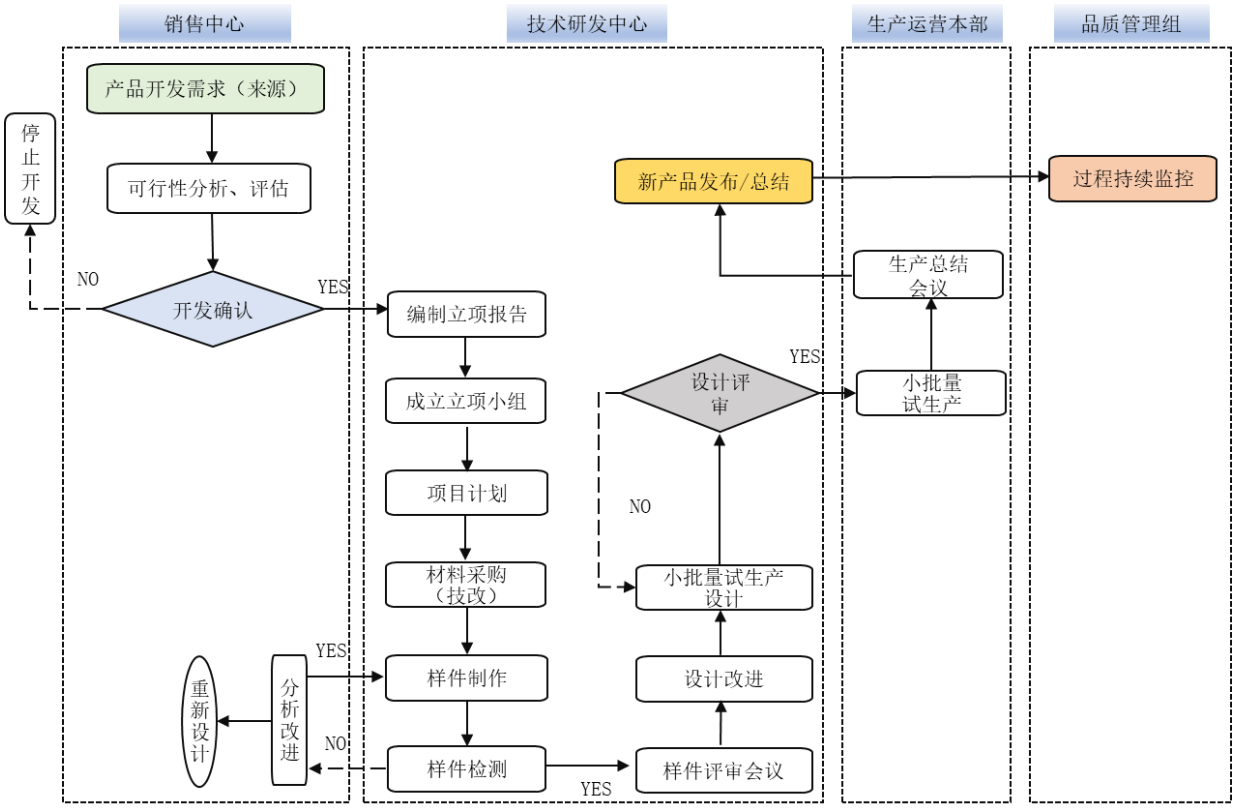
部负责搜集产品最新市场需求讯息，分析产品发展需求趋势，向产品研发中心提供设计理念。

2、研发流程

（1）ODM 产品的研发体系及流程



（2）自主品牌的研发体系及流程



3、多部门共同协作机制

公司研发体系以市场需求为向导，连接上下游产业链，且研发过程及研发成果维护涉及市场部、销售部、品管部、供应链、生产中心及知识产权办公室等多部门。为此，公司建立了多部门共同协作的技术创新机制：由市场部配合研究院进行市场调研，由销售部为研究院提供渠道分析，由供应链、生产中心及品管部负责研发产品的样品及生产质量控制，由知识产权办公室申请、保护研发成果知识产权。各部门均有承担研发责任、给予研究院支持的义务，最终达到共同协作机制效用最大化。

4、人才培养及激励机制

公司对研发人员的培养极为重视，并制定了如下的激励机制：

（1）公司建立了基于员工 KPI 的绩效考核机制，薪酬奖励与研发人员产品开发计划完成情况有效挂钩 ，充分调动研发人员积极性；

（2）公司对于在公司工作 5 年以上、10 年以上、15 年以上及 20 年以上的研发人员分别设立了不同程度的荣誉奖项，激励人才留用，降低公司核心技术及配方外泄风险；

（3）公司为研发人员提供对外交流的平台，如外派研发人员与专业性机构、专家进行学术交流研讨 ，增长研发人员见识、促进研发人员学习。

七、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，可靠护理共有卓丰香港 1 家境外子公司，该公司设立后未从事任何经营活动。该子公司情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”之“（一）发行人的控股子公司简要情况”。

公司设立时取得了浙江省商务厅于 2016 年 4 月 13 日颁发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3300201600239 号，核准或备案文号浙境外投资[2016]N00238 号），根据邓兆驹律师事务所出具的法律意见书，卓丰香港在香港合法成立，符合香港法例规定程序，卓丰香港在香港合法经营并存续，没有受过任何行政处罚，没有重大违法违纪行为。

第七节 公司治理与独立性

一、公司治理结构的建立健全及运行情况

本公司根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规的要求，建立了由公司股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理结构，以及股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会等制度。公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规的要求制定了《公司章程》，同时根据有关法律、法规及《公司章程》，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》以及董事会专门委员会工作细则、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事工作制度》等公司治理制度。

公司治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会能够按照相关法律法规、《公司章程》和有关制度、规定赋予的职权独立规范运作，履行各自的权利和义务；公司的管理层亦能够遵守《公司法》、《公司章程》等相关制度的要求行使职权，不存在违反规定行使职权的行为。

（一）股东大会、董事会、监事会的实际运行情况

1、股东大会的运行情况

公司于 2011 年 8 月 28 日召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》和《股东大会议事规则》，建立了规范的股东大会制度。自股份公司成立以来至本招股说明书签署日，公司共召开了 49 次股东大会会议。

报告期内，公司历次股东大会的召开方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合《公司法》等有关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，未出现侵害公司及中小股东权益的情形。

2、董事会的运行情况

自股份公司设立以来，公司董事会规范运行，董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的相关规定行使权力、履行义务。自股份公司成立以来至本招股说明书签署日，公司共召开了 61 次董事会会议。

报告期内，董事会召开期间，全体董事会成员均按时出席并较好地履行其董事的职责。公司董事会依法规范运作，未出现违法违规情形。历次董事会审议通过的决议涵盖了高管人事任命、管理制度、机构设置、财务预算及决算、出具发

行上市相关承诺、募集资金投资金额、募集资金投资项目以及首次公开发行人民币普通股股票上市方案等方面事务。

3、监事会的运行情况

自股份有限公司设立以来，公司监事会规范运行，监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的相关规定行使权力、履行义务。自股份公司成立以来至本招股说明书签署日，公司共召开了 31 次监事会。

报告期内，公司共召开监事会 14 次，除第三届监事会第三次会议与第四次会议召开的时间间隔未能按照《公司法》及《公司章程》关于监事会每六个月至少召开一次的规定外，公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使职权，监事会规范运行，未出现违法违规情形。公司全体监事均亲自出席会议，监事会会议对选举监事会主席、审议董事会编制的公司财务报告、监事会工作报告等事项做出有效决议。针对报告期内存在未按照《公司法》及《公司章程》规定召开监事会的情形，发行人监事已就此出具声明表示对此不存在任何异议，上述情形不影响有关决议效力。

截至本招股说明书签署日，未发生董事或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（二）独立董事的履行情况

本公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定并由股东大会审议通过《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、职责、工作条件等做了详细规定。

2018 年 1 月 21 日，发行人召开 2018 年第二次临时股东大会选举张永亮、杜健、朱茶芬为公司独立董事，任期三年。本公司自整体变更设立以来共召开了 61 次董事会和 49 次股东大会，独立董事严格按照《公司章程》、《独立董事工作制度》的相关规定，履行职责，发表独立意见，积极参与公司的重大生产经营决策，对公司经营管理、发展战略的选择发挥了积极作用。

（三）董事会秘书制度

公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，办理信息披露等事宜。

2018 年 1 月 21 日，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任李海峰先生为

公司董事会秘书。董事会秘书自聘任以来，有效履行了《公司章程》赋予的职责，为公司法人治理结构的完善、董事、监事、高级管理人员的系统培训、与中介机构的配合协调、与监管部门的积极沟通等事宜发挥了高效作用。

（四）董事会专门委员会制度及其运行情况

2011 年 8 月 28 日，经公司第一届董事会第一次会议审议通过，公司已在董事会下设立战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，并审议通过了《董事会战略委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》和《董事会提名委员会工作细则》，对董事会各专门委员会的设置情况分别如下：

1、战略委员会

战略委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。战略委员会成员由 3 名董事组成。战略委员会设召集人一名，由公司董事长担任，战略委员会召集人负责召集和主持战略委员会会议。

2、审计委员会

审计委员会是董事会下设的专门工作机构，作为负责公司内、外部的审计、监督和核查工作的专门机构。审计委员会下设审计委员会办公室，办公室设在公司审计部，审计部负责人任办公室主任。审计委员会办公室负责向委员会提供资料、筹备委员会会议。审计委员会成员由 3 名董事组成，独立董事占二分之一以上，其中至少应有一名独立董事是会计专业人士。审计委员会委员由董事会选举产生，审计委员会设召集人一名，由独立董事中的会计专业人士担任，审计委员会召集人负责召集和主持审计委员会会议。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责：研究拟定公司董事与高级管理人员考核标准和考核办法，进行考核并向董事会提出建议；研究和审查董事、监事和高级管理人员的薪酬政策与方案并向董事会提出建议；审议高级管理人员提交的公司人力资源和薪酬政策及基本管理制度，提请董事会决定，并监督相关政策和基本管理制度的执行；审查董事、高级管理人员履行职责情况，向董事会提出考核、评价的建议等。薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，独

立董事占二分之一以上。薪酬与考核委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，召集人在委员内选举，薪酬与考核委员会召集人负责召集和主持薪酬与考核委员会会议。

4、提名委员会

提名委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责对公司董事和总经理的人选、选择标准和程序进行研究并提出建议，同时对董事长提名的董事会秘书人选、总经理提名的其他高级管理人员人选等进行审查并提出建议。提名委员会成员由三名董事组成，其中独立董事占二分之一以上。提名委员会委员由董事会选举产生，提名委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，召集人在委员内选举，提名委员会召集人负责召集和主持提名委员会会议的专门机构。

二、特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、协议控制架构

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构。

四、公司内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评价

公司已根据实际情况和管理需要，建立健全了较为完善、合理的内部控制制度，所建立的内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节并有效实施。公司认为：“根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于2019年12月31日在所有重大方面是有效的”。

（二）注册会计师对内部控制的审核意见

天健会所对公司内部控制制度进行了审核，并出具了“天健审[2020]9409号”《关于杭州可靠护理用品股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

五、报告期内存在违法违规行为及受到处罚情况

报告期内，公司共计收到2例行政处罚，具体情况如下：

2018 年 5 月 22 日，津市市食品药品工商质量监督管理局作出《关于杭州可靠护理用品股份有限公司发布违法广告一案的处罚决定》（津食药工质处字[2018]第 29 号），认定可靠护理在商品外包装上发布的产品广告宣传语违法了《中华人民共和国广告法》第十一条第二款的规定，构成了发布违法广告的行为，责令可靠护理立即改正上述违法行为，并对可靠护理处以 4 万元罚款。2018 年 5 月 29 日，津市市食品药品工商质量监督管理局出具《证明》，确认可靠护理的上述违法行为已得到纠正，违法影响已消除，不构成情节严重的重大违法违规行为。

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

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

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

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

2018 年 10 月 8 日，杭州市临安区环境保护局作出《行政处罚决定书》（临环罚[2018]第 330 号），认定可艾公司未经环保重新审批擅自新增实验室和相关设备的行为，违反了《中华人民共和国环境影响评价法》第二十四条第一款“建设项目的环境影响评价文件经批准后，建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺或者防治污染、防止生态破坏的措施发生重大变动的，建设单位应当重新报批建设项目的环境影响评价文件”的规定，已构成违反环境影响评价制度的违

法行为。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第三十一条第一款的规定，罚款人民币 3.45 万元。上述环保行政处罚涉及的实验室已纳入可靠护理年产 1.8 亿片纸尿裤伺服生产线技术改造项目。2020 年 2 月 28 日临安区环保局就此出具了《阶段性验收意见》（临环验 L[2020]012 号），上述处罚所涉实验室已经环评验收。根据临环罚[2018]第 330 号行政处罚决定书，处罚机关认为可艾公司认识态度较好，查处后能积极改正，存在从轻处罚的量罚情节。上述处罚所涉实验室共计投资金额 246.70 万元，上述罚款 3.45 万元占该建设项目总投资额的 1.40%，该比例属于法定罚款区间的较低值。同时，根据临安区环保局的访谈，临安区环保局认为根据《杭州市重大行政处罚决定备案审查规定》，可艾公司所受上述行政处罚不属于重大行政处罚。

综上所述，报告期内，公司依法经营，不存在重大违法违规行为，也未受到国家行政及行业主管部门的重大处罚。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，上述两起行政处罚罚款金额较小，所涉违法违规事项均已整改完毕，且相关行政处罚权力机关已认定上述行政处罚不属于重大违法违规，不构成本次发行上市的实质性障碍。

六、发行人资金占用及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

（一）资金拆借总体情况

资金拆借明细见本节之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“4、关联方资金拆借”。

公司与实际控制人鲍佳的资金往来发生于 2019 年 2 月，于 2019 年 6 月底结清，发生时间较短、影响较小。自 2019 年 7 月以来，公司未再发生与关联方资金拆借的情形。

（二）资金拆借的审议情况

资金拆借的审议情况详见本节之“十二、公司关联交易决策程序履行情况及独立董事意见”。

1、发行人控股股东、实际控制人关于规范资金占用的承诺

发行人控股股东、实际控制人关于规范资金占用的承诺详见本节之“十三、

关于减少和规范关联交易的措施”之“（二）公司控股股东、实际控制人出具的承诺” 。

2、资金拆借整改措施、相关内控建立及运行情况

针对资金拆借行为，发行人采取了下列整改措施：

（1）公司与关联方的资金拆借于 2019 年 6 月底结清；

（2）组织董事、监事、高级管理人员及财务人员深入学习《公司法》、《证券法》等相关法律法规，提高资金管理安全性和使用规范性的意识；

（3）股份公司设立后，为了规范公司与关联方之间的资金往来，避免关联方占用公司的资金，公司制定了《公司章程》、《关联交易管理制度》、《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》、《公司备用金管理制度》等一系列公司治理规章制度，具体规定了资金往来的决策程序、回避表决制度等，对公司与关联方之间的资金拆借行为进行严格管理；

（4）充分发挥审计委员会、内部审计部门的作用，通过开展自查自纠活动，规范资金的使用和管理；

（5）公司独立董事对包括公司与鲍佳发生的资金拆借在内的关联交易事宜发表了独立意见，认为公司于最近三年的关联交易（2017 年度、2018 年度和 2019 年度）是基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易的价格公允，未偏离市场独立第三方的价格，遵循了公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例；该等关联交易符合公司的实际需要，未损害公司利益和中小股东利益；公司的关联交易事项履行了/补充履行了相关的公司内部批准程序，程序符合《公司法》《公司章程》和其他的公司制度的规定；

（6）公司第三届董事会第十三次会议、2020 年第三次股东大会审议通过《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》，对包括关联资金占用的关联交易行为进行了确认；

（7）公司实际控制人金利伟、鲍佳以书面形式向公司出具了《关于减少和规范与公司关联交易的承诺函》；

（8）公司实际控制人金利伟、鲍佳以书面形式向公司出具了《关于不占用公司资金的承诺函》。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，自 2019 年 7 月以来，公司未再发生

与关联方资金拆借的情形，截至本招股说明书签署日，发行人不存在资金被占用的情形。

（三）发行人为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

七、发行人资金管理制度及执行情况

（一）资金管理制度情况

根据公司《资金管理制度》，公司对于现金管理、银行账户管理、其他货币资金管理、银行贷款管理、备用金借款管理、现金盘点与银行对账管理、往来款项管理、银行票据管理、网上银行管理、财务印章管理以及费用报销管理等事项的决策权限和程序作了明确规定，建立了完善的资金管理制度。

公司已对货币资金的收支和保管业务建立了较严格的授权批准程序，办理货币资金业务的不相容岗位已作分离，相关机构和人员存在相互制约关系。公司已按国务院《现金管理暂行条例》，明确了现金的使用范围及办理现金收支业务时应遵守的规定。公司已按中国人民银行《支付结算办法》及有关规定制定了银行存款的结算程序。公司规定下属企业严禁进行期货交易、严禁擅自向外单位出借多余资金、严禁向职工集资、严禁私设银行账户等。

（二）资金管理制度执行情况

报告期内公司曾存在第三方回款、现金收款、个人卡收款等资金管理不规范的情况，但目前已经进行了严格的整改，截至本招股说明书签署日，公司的各项资金活动均履行了相应的决策程序，公司不存在违反相关法律、法规及《公司章程》、《资金管理制度》相关规定的情形，公司的资金管理制度执行情况良好。报告期内公司资金管理不规范的具体情况如下：

1、第三方回款情况

（1）第三方回款基本情况

报告期内，公司存在商品销售回款方与合同签订主体不一致的情形，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
a、法人、实控人、个体户经营者及其直系亲属	401.18	1,034.86	1,220.16	1,105.43
b、合同内指定第三方	1,521.56	124.76	216.08	344.30
c、客户员工\股东付款	88.42	364.04	448.88	413.49
d、财政统一拨款	49.18	-	-	-
e、可靠护理业务员代收款	0.04	51.87	63.35	9.97
f、其他	81.95	281.35	268.29	218.17
其中：支付方为客户的其他实际经营者	12.56	104.24	149.35	83.51
客户实际经营者之朋友	31.54	64.61	43.63	40.46
法定代表人、实际控制人、个体户经营者其他非直系亲属	22.83	68.90	62.01	39.50
境外非发达国家客户指定付款方	-	31.14	9.68	37.71
客户其他关联方	-	6.25	1.20	14.91
客户公司零星采购口罩，由员工个人付款后报销	15.02	-	-	-
其他原因	-	6.21	2.42	2.08
g、第三方付款总金额（含税）（a+b+c+d+e+f）	**2,142.33**	**1,856.88**	**2,216.75**	**2,091.35**
主营业务收入（不含税）	79,320.89	115,709.00	88,977.09	78,126.15
第三方付款金额占比	**2.70%**	**1.60%**	**2.49%**	**2.68%**
剔除可合理解释的第三方付款（g-a-b-c-d）	81.99	333.22	331.64	228.14
剔除可合理解释的第三方付款后占比	**0.10%**	**0.29%**	**0.37%**	**0.29%**
可靠护理员工代收款（或委托他人代收款）占比	**0.00%**	**0.04%**	**0.07%**	**0.01%**

（2）形成原因、资金流向和使用用途

2017 年至 2019 年，公司第三方回款金额持续下降，2020 年 1-6 月，因个别口罩客户资金周转的原因存在第三方回款，因此比例有所提高，报告期内第三方回款金额占主营业务收入比例分别为 2.68%、2.49%、1.60%和 2.70%，主要原因为发行人境内线下自主品牌客户中，有较多小型有限公司或个体工商户，存在通过公司法人、实控人或个体工商户经营者及直系亲属付款、合同内指定第三方付款、客户员工或股东代付款等情形，若按照《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核问答》规定的条件剔除上述因素后，报告期内其他类型第三方回款金额分别为 228.14 万元、331.64 万元、333.22 万元和 81.99 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.29%、0.37%、0.29%和 0.10%，占比较低。

报告期内，发行人员工代收款的金额分别为 9.97 万元、63.35 万元、51.87 万元和 0.04 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.01%、0.07%、0.04%和 0.00%，比例很小，主要系部分客户年龄偏大、行动不便、无智能手机使用经验、无支付宝账户等，因此将货款交由公司业务员代收。

此外，发行人还存在部分其他原因形成的第三方回款，报告期内金额分别为 218.17 万元、268.29 万元、281.35 万元和 81.95 万元，金额较小。主要有以下原因：①发行人部分客户为小型食杂店、便利店，存在店铺的其他实际经营者（非法定代表人）代付货款的情形；②客户出于便利等原因，使用朋友账户代付货款；③通过客户的法定代表人、控股股东或个体工商户经营者的非直系亲属代付货款；④个别非发达国家和地区的小型客户由于结算不便，指定第三方付款方代付货款；⑤通过客户的其他关联方代付货款；⑥疫情期间，为尽快购得口罩，部分新增的口罩零售客户通过其员工个人进行付款和购买，客户较为分散，且金额较小。

（3）合法合规情况

发行人与存在第三方付款情形的主要客户签订了合同或订单，对于未在合同中约定第三方付款情形的，客户通过提供相关证明文件或者确认函的形式，对其代付行为进行确认。发行人历史上从未因上述第三方付款情形产生纠纷，不存在法律风险。

通过核查第三方回款对应的销售合同、销售订单、发货单、收款对应的银行回单或电子钱包收款记录、记账凭证等原始交易凭证，发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性。

由于发行人不允许向没有合同或订单的客户发货，因此发行人与所有第三方回款的客户均签署了合同或订单。其中，第三方回款的金额中，发行人与相应客户签订合同的金额及占比情况如下：

单位：万元

	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
第三方回款金额	2,142.33	1,856.88	2,216.75	2,091.35
其中签订合同的金额	1,904.33	1,328.12	1,587.52	1,539.48
第三方回款中签订合同占比	88.89%	71.52%	71.61%	73.61%

报告期内，发行人第三方回款中未签订合同的客户主要为小型食杂店、便利店、个体工商户，由于上述店铺经营规模较小，主要为不定期的零星采购，年度

采购量较小，因此上述客户未与发行人签订正式合同，但发行人与上述客户之间均通过订单形式进行交易，具有合理性。

发行人销管部对第三方回款进行逐笔核对和监督，确认与订单匹配后再组织发货。发行人第三方回款对应的销售不存在异常情形，财务内部控制制度健全且被有效执行。

（4）整改措施、相关内控建立及运行情况

针对第三方回款行为，公司采取了以下整改措施：

1）销售合同中指定付款账户

在与线下客户签订销售合同时，要求客户应当指定不超过 3 个付款账号，并列明开户名、账户号信息以及上述付款账户与合同主体的关联关系。

2）非合同指定账号收款不予发货

公司由销管部门负责第三方回款的监督工作，如收到的客户回款非来自于合同指定的付款账户，一律不予发货。

3）严格管控业务员代收款

针对公司存在的业务员代收款情形，原则上要求所有款项必须汇入公司账户，如存在特殊情况的，需提前向总经理报批，并保留客户出具的缴款确认书、情况说明文件等。

4）不定期与客户进行对账

公司财务部、销售部不定期与客户核对销售数量、金额以及回款情况，确保销售的准确性和完整性。

经过整改，公司已针对性建立内控制度并有效执行，有效控制了通过第三方回款的情形，逐步降低了第三方回款比例。

（5）公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

经保荐机构核查，公司第三方回款占营业收入的比例较小，第三方回款均基于真实、合理的商业实质，不影响公司的销售真实性，不构成影响发行上市条件的事项。

2、现金收款情况

（1）现金收款基本情况

报告期内，发行人存在现金收款的情形，具体情况如下：

单位：万元

	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务收入	79,320.89	115,709.00	88,977.09	78,126.15
现金收款金额	17.35	21.60	21.81	16.30
现金收款比例	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%

（2）形成原因、资金流向和使用用途

报告期内，公司存在少量现金收款的情形，主要系公司直营工厂店的零售款以及出售托盘、零星废料收款，金额和比例均较小。该现金由公司财务定期存入公司银行账户。

（3）合法合规情况

公司前述现金收款均基于正常商品销售或服务开展，具备商业合理性，未违反相关法律法规，现金付款方不是发行人的关联方，现金收款合法合规。

（4）整改措施、相关内控建立及运行情况

针对现金收款行为，公司采取了以下整改措施：

1）对销售人员和财务人员进行培训，规范日常业务中的收款方式，严格要求客户通过银行对公转账的方式进行回款；

2）对于习惯现金付款的零售客户，鼓励和要求其通过支付宝转账至发行人收款账户；

3）如因特殊情况需现金收款，需要向总经理报批，且需要取得付款方签字确认的现金收据，标明款项目的。

4）现金销售的出库、交货、收款、开具收据、开具发票、入账等记录健全完善，形成完整资金闭环；

5）根据经营环境的变化，进一步完善相应的内部控制制度，杜绝现金出现丢失或通过现金销售进行收入舞弊的情形。

经过整改和规范，公司合理控制了现金收款的频次和金额，有效保证了回款的内部控制。在公司建立了有效内部控制的情况下，合理预计现金销售金额和比例将保持在很小的范围内。

经保荐机构核查，公司现金收款金额较小，现金交易均基于真实、合理的商业实质，具有必要性。

3、个人卡收款情况

（1）个人卡收款情况

报告期内，发行人存在通过公司员工的个人卡代收非经营性款项的情形，报告期内各期金额分别为 107.91 万元、175.44 万元和 232.32 万元和 0 万元，金额较小。

（2）个人卡收款的形成原因、使用用途及资金去向、利息

形成原因：1）供应商年会赞助款：公司每年春节前会组织供应商参加年会，参会的供应商代表会提供数额不等的赞助款，为满足对方付款便利性使用公司指定的员工个人卡代为收取、汇总。2）过往废品废料回收缺斤少两的补偿款：2018 年上半年公司发现废品回收方在过去一段时间内利用公司自身未安装称重器的漏洞而未将废料在外称重信息如实足额报告给公司，导致公司经济利益受损；经公司与该废品回收方协商一致，对方为 2018 年之前发生的废品废料回收业务问题补偿公司共 190 万元，该款项可分期支付至公司指定的员工个人账户内。

使用用途及资金去向：公司员工个人卡代收款项主要用于年会相关支出，员工薪酬和补贴、业务招待费等日常经营支出，员工个人卡代收结余款项已全部缴存至公司账户。

利息：公司员工个人卡由公司全权操作，公司可自由支配账户内的资金，公司未收取利息。

（3）个人卡收款的合法合规情况、后续可能影响的承担机制

截至本招股说明书签署日，发行人与公司员工个人以及交易相对方就上述行为未产生任何纠纷或潜在纠纷。与公司的经营规模相比，个人卡收款金额较小，不存在损害公司利益的情况，且发行人未因上述行为受到行政主管部门处罚。发行人已将个人卡收款的相关业务如实反映在公司财务报表中，相关税费已足额缴纳，结余款项已全额转回发行人账户且已注销相关个人卡账户。因此，该情形不会导致发行人不符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》所规定的发行条件，亦不构成本次发行上市的实质性法律障碍。

（4）整改措施、相关内控建立及运行情况

针对通过公司员工个人卡代收款行为，公司采取了以下整改措施：

1）公司已收回结余资金并注销相关员工个人卡银行账户。

2）公司管理层及有关人员在中介机构的辅导下认真学习《公司法》、《证券法》等法律法规的相关规定及公司有关内控制度，提高规范意识。

3）公司修订完善了内部相关制度规定，要求所有公司相关款项必须汇入公司账户；

4）公司委托内部审计部门负责定期开展自查自纠工作，保证公司收付款的规范和有序性；

5）公司出具承诺：将严格遵守《支付结算办法》、《公司法》、公司《货币资金管理制度》，不再发生使用个人银行账户用于公司结算业务的行为。

经上述积极整改措施，发行人未再发生使用员工个人银行账户用于公司结算的情形，相关内控制度有效运行。

八、独立持续经营能力

本公司自设立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，本公司具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整性

公司由侨资有限整体变更而来，原侨资有限的资产全部进入公司，除部分著作权、商标仍在履行更名手续外，公司已经依法办理了相关资产和产权的变更登记。公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机械设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统。

公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间资产关系清晰，权属明确。公司的资产完全独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。截至本招股说明书签署日，公司不存在以资产或信用为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在资产、资金被控股股东、实际控制人或其控制的其他企业占用而损害本公司利益的情形。

（二）人员独立性

公司的董事、监事及高级管理人员按照《公司法》、《公司章程》等有关规定选举或聘任产生。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、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，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。公司的财务人员专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。公司已按照国家有关法律规定建立起独立的劳动、人事和分配管理制度，根据《中华人民共和国劳动合同法》和公司劳动管理制度等有关规定与公司员工签订劳动合同，由公司人力资源部负责公司员工的聘任、考核和奖励。

（三）财务独立性

本公司设立了独立的财务会计部门，配备了独立的财务人员，建立了符合有关会计制度要求、独立的会计核算体系和财务管理制度。本公司按照《公司法》和《公司章程》的规定建立了独立的财务账簿，依法独立进行财务决策和财务核算，具有规范的会计制度和财务管理制度。

本公司依法独立设立账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。本公司的资金运用均按照《公司章程》的规定进行独立决策，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业超越《公司章程》的规定干预本公司资金使用的情况。本公司依法独立履行纳税申报及缴纳义务。

（四）机构独立性

本公司依照《公司法》和《上市公司章程指引》等有关法律、法规和规范性文件的规定，按照法定程序制订了《公司章程》，并设置了股东大会、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，建立了完整、独立的法人治理结构，各机构依照《公司章程》和公司各项规章制度行使职权。公司生产经营和办公场所与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立性

本公司拥有独立完整的业务体系，具有直接面向市场独立经营的能力，不存在需要依赖股东及其他关联方进行经营活动的情形。本公司的业务独立于控股股

东、实际控制人及其控制的其他企业，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 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 2 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）不存在对持续经营有重大影响的事项

公司所拥有的主要资产权属清晰，主要核心技术、商标及专利均拥有产权证书，主要资产、核心技术及商标不存在重大权属纠纷；截至本招股说明书签署日，公司不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项；经营环境良好，不存在已经或将要发生重大变化而对持续经营产生重大影响。

九、同业竞争

（一）公司控股股东、实际控制人不存在与公司从事相同、相似业务的情况

报告期内，本公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争。除本公司外，控股股东、实际控制人控制的企业情况如下：

序号	公司名称	注册地	经营范围	实际业务	持股比例
1	唯艾诺	浙江杭州临安	实业投资	投资可靠护理	金利伟持有 40.83%份额且为执行事务合伙人，鲍佳持有 3.33%份额
2	侨治投资	浙江杭州临安	实业投资；销售；建筑材料（除砂石）、五金机电、电子产品	自有房屋出租	金利伟 100.00%持股
3	唯艾诺贰号	浙江杭州临安	服务：企业管理，企业管理咨询	投资可靠护理	鲍佳持有 50.20%份额且为执行事务合伙人
4	唯艾诺叁号	浙江杭州临安	商务服务业	投资可靠护理	鲍佳持有 7.02%份额且为执行事务合伙人

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的企业的主营业务与本公司明显不同，不存在同业竞争情形。

本次募集资金全部投资用于公司主营相关业务，不会产生潜在的同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

为避免与本公司构成直接、间接或潜在的同业竞争，维护本公司利益和保证公司的长期稳定发展，控股股东、实际控制人金利伟、鲍佳已向本公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

1、截至本承诺出具之日，本人及与本人关系密切的家庭成员目前没有、将来也不会以任何形式直接或间接从事与公司及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的任何业务或活动：本人及与本人关系密切的家庭成员未在与公司及其控股子公司存在同业竞争的其他公司、企业或其他经济组织中担任董事、高级管理人员或核心技术人员。

2、本人及与本人关系密切的家庭成员承诺将不向与公司及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的任何其他公司、企业或其他经济组织、个人提供任何资金、业务、技术、管理、商业机密等方面的帮助。

3、若未来本人直接或间接投资的公司计划从事与公司相同或相类似的业务，本人承诺将在该公司股东（大）会和／或董事会针对该事项，或可能导致该事项实现及相关事项的表决中做出否定的表决。

4、本人承诺约束与本人关系密切的家庭成员按照本承诺函的要求从事或者不从事特定行为。

5、本人承诺，本人将不利用对公司的控制关系进行损害公司及公司其他股东利益的经营活动：如果本人违反上述承诺并造成公司或其他股东经济损失的，本人将对公司及其他股东因此受到的全部损失承担连带赔偿责任。

十、关联方与关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》以及中国证监会和深圳证券交易所的有关规定，截至本招股说明书签署日，本公司的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上的股东

关联方名称	与本公司关系
金利伟	直接持有本公司 79.01%股份，公司股东唯艾诺（持有公司 3.53%股份）执行事务合伙人，并为本公司控股股东、实际控制人
鲍佳	金利伟之妻，公司股东唯艾诺贰号（持有公司 0.98%股份）以及唯艾诺叁号（持有公司 0.98%股份）执行事务合伙人，并为本公司实际控制人

关联方名称	与本公司关系
Gracious Star	同受中信证券股份有限公司控制，两者合计持有公司 5.28%股份
Cherish Star	

除金利伟、Gracious Star 和 Cherish Star（合并计算）之外，公司不存在其他持股 5%以上的股东。

（二）控股股东和实际控制人控制的其他企业

控股股东、实际控制人控制的其他企业为侨治投资、唯艾诺、唯艾诺贰号和唯艾诺叁号，具体情况参见“第五节发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”。

（三）本公司控股子公司及参股公司

截至本招股说明书签署日，本公司下属控股子公司及参股公司如下表：

序号	单位名称	公司持股比例
1	杭州可艾个人护理用品有限公司	80%
2	可靠福祉（杭州）科技有限公司	100%
3	临安佳容卫生用品有限公司	100%
4	卓丰控股（亞洲）有限公司	100%
5	北京伊舒雅医疗科技有限公司	15.6250%

公司的控股子公司、参股公司具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”部分内容。

（四）主要关联自然人

除实际控制人外，公司其他主要关联自然人为公司的董事、监事、高级管理人员以及其关系密切的家庭成员，关系密切的家庭成员包括配偶、父母及配偶的父母、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、高级管理人员的基本情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人情况”。

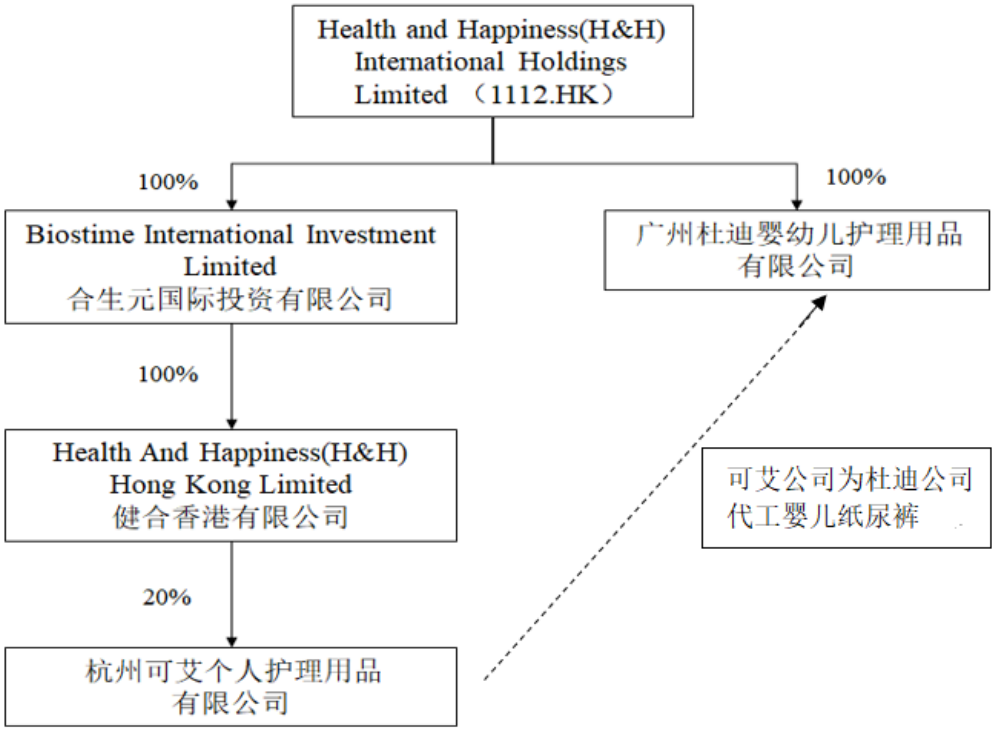
（五）其他关联方

序号	关联公司名称	关联关系
1	北京数码视讯科技股份有限公司	公司独立董事朱荼芬担任独立董事的单位

序号	关联公司名称	关联关系
2	健合香港有限公司	重要控股子公司（可艾公司）的少数股东（持有可艾公司 20%股份）
3	广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司	与重要控股子公司少数股东健合香港受同一控制的企业
4	健合（中国）有限公司	与重要控股子公司少数股东健合香港受同一控制的企业
5	浙江高中压阀门有限公司	实际控制人鲍佳父亲鲍益平持股 5%并担任董事的企业
6	合生元（广州）健康产品有限公司	与重要控股子公司少数股东健合香港受同一控制的企业

报告期内，可艾公司归属于发行人普通股股东的净利润占发行人报告期各期合并归母净利润的比例分别为 36%、16.83%、34.48%和 14.4%，属于发行人重要子公司；健合香港持有可艾公司 20%股份，从实质重于形式的角度出发，认定健合香港为公司关联方。

健合香港有限公司为健合（H&H）国际控股有限公司间接 100%持股的子公司，广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司为健合（H&H）国际控股有限公司直接 100%持股的子公司，两者同受健合（H&H）国际控股有限公司控制，同时，可艾公司为杜迪公司代工婴儿护理用品，因此，从实质重于形式的角度出发，将杜迪公司认定为公司关联方。健合香港、杜迪公司与可艾公司的关系如下：



（六）报告期内曾存在的关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	可靠（上海）护理用品有限公司	发行人全资子公司，该企业已于 2018 年 2 月 2 日核准注销。
2	临安丰源企业管理有限公司	发行人全资子公司，该企业已于 2018 年 5 月 7 日核准注销。
3	杭州德莱适个人护理用品有限公司	发行人全资子公司临安佳容卫生用品有限公司的参股公司（持股 35%），该企业已于 2017 年 12 月 26 日核准注销。
4	恒富创业投资企业	董事袁源曾任董事、联合管理委员会委员的企业，任期时间为 2009.8-2018.9
5	山东英科环保再生资源股份有限公司	公司报告期内离职独立董事王宝庆曾任董事的企业
6	浙富控股集团股份有限公司	公司报告期内离职独立董事王宝庆曾任董事的企业
7	上海科梁信息工程股份有限公司	公司报告期内离职独立董事王宝庆曾任董事的企业
8	浙江苏泊尔股份有限公司	公司报告期内离职独立董事王宝庆曾任董事的企业
9	杭州前进齿轮箱集团股份有限公司	公司报告期内离职独立董事王宝庆曾任董事的企业
10	杭州赛高特进出口有限公司	公司报告期内离职独立董事寿泓控股的企业
11	杭州思悦达进出口有限公司	公司报告期内离职独立董事寿泓控股的企业
12	杭州临安酉酉丽贸易有限公司	实际控制人金利伟妹妹金利琴曾控股的企业，已于 2019 年 5 月 21 日注销
13	杭州朴道健康管理有限公司	实际控制人金利伟妹妹金利琴曾控股的企业，已于 2017 年 6 月 5 日注销
14	张辉	公司报告期内离职的原财务总监
15	傅昌明	公司报告期内离职的原副总经理
16	林纹正	报告期前 12 个月内离职的董事
17	寿泓	公司报告期内离职独立董事
18	王宝庆	公司报告期内离职独立董事
19	邵娅琦	公司报告期内离职监事

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

有其 40%股权，并任该公司法定代表人、执行董事兼总经理。酉酉丽贸易成立至注销股权未发生变化，股权结构为金利琴持股 100%。

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

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

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

2、存续期间生产经营是否合法合规，注销程序是否合规

（1）酉酉丽贸易生产经营是否合法合规，注销程序是否合规

酉酉丽贸易存续期间内未实际开展业务，不存在因违法违规而受到行政处罚的情形。

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

（2）朴道健康生产经营是否合法合规，注销程序是否合规

朴道健康存续期间内生产经营合规，不存在因违法违规而受到行政处罚的情形。

朴道健康注销程序如下：

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

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

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

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

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

酉酉丽贸易、朴道健康存续期间生产经营合法合规，注销程序合规。

3、注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

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

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

（七）报告期内关联方变化情况

发行人报告期内关联方的变动情况详见本节“十、关联方与关联关系”之“（六）报告期内曾存在的关联方”。

报告期内，公司不存在由关联方变更为非关联方的情形。

十一、关联交易

（一）关联交易汇总

报告期内，公司除关键管理人员薪酬外的关联交易汇总情况如下：

项目	关联方	交易内容	单位	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
关联销售（经常性）	杜迪公司	销售货物	万元	9,548.49	14,937.31	9,164.41	1,040.60
	杜迪公司	提供 ODM 相关制版及打样服务	万元	36.98	70.10	8.05	-

项目	关联方	交易内容	单位	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	杭州德莱适	销售货物	万元	-	-	-	77.30
	健合中国	销售货物	万元	15.67	-	-	-
	广州合生元	销售货物	万元	5.31	-	-	-
关联租赁	侨治投资	租赁	万元	2.70	189.51	124.01	8.32
	杭州德莱适	出租	万元	-	-	-	22.64
关联担保	金利伟及配偶	浦发最高额担保	万元	担保金额 14,117.00 万元，自 2014.12.17-2018.12.17			
	金利伟	华夏最高额担保	万元	担保金额 3,000 万元，自 2018.11.21-2019.11.21			
	金利伟	华夏最高额担保	万元	担保金额 4,000 万元，自 2019.8.6-2020.8.6			
关联采购（偶发性）	德莱适	清算处置材料及低值易耗品	万元	-	-	-	8.41
		清算处置固定资产	万元	-	-	-	3.06
关联方销售（偶发性）	杜迪公司	材料差价补偿款	万元	-	-	50.18	-
	侨治投资	房屋买卖	万元	-	-	-	1,058.04
		产品移库服务	万元	-	7.15	-	-
资金拆入及拆出	鲍佳	资金拆出（已归还，并支付利息 1.51 万元）	万元	-	100.00	-	-
	健合香港	2016 年向可艾公司提供 4,000 万元借款，于 2018 年归还（已归还，报告期内合计支付利息 164.89 万元）	万元	-	-	4,000.00	-
	德莱适	为参股公司德莱适提供借款（报告期内合计支付利息 3.70 万元）	万元	-	-	-	175.00
关联方代垫款	鲍佳	公司通过鲍佳个人银行账户向公司部分员工支付奖金（代垫费用已归还）	万元	-	归还 196.35	50.00	146.35

（二）经常性关联交易

1、出售商品、提供劳务

单位：万元

关联方	交易内容	定价方式	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
杜迪公司	销售货物	成本加成	9,548.49	14,937.31	9,164.41	1,040.60
杜迪公司	提供 ODM 相关制版及打样服务	市场价格	36.98	70.10	8.05	-
杭州德莱适	销售货物	市场采购价格并考虑其他成本	-	-	-	77.30

（1）公司与杜迪公司的关联交易

1）原因及必要性

报告期内，公司子公司可艾公司与杜迪公司之间的交易为婴儿纸尿裤代加工及相关技术服务。可艾公司系由可靠护理与合生元香港（后更名为“健合香港”）于 2014 年 1 月合资成立的子公司（详见“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司简要情况”之“（一）发行人的控股子公司简要情况”），可靠护理与合生元香港合资成立可艾公司之目的为从事婴儿纸尿裤的生产、销售，并向合生元香港提供产品。杜迪公司（原名“广州葆艾婴幼儿护理用品有限公司”）是健合（H&H）国际控股有限公司（港交所上市公司，股票代码：1112.HK）旗下专门从事婴幼儿纸尿裤及其它相关产品销售的全资子公司。公司通过与健合香港合资成立子公司可艾公司，与杜迪公司就纸尿裤代加工形成了良好的合作关系。

报告期内，可艾公司为杜迪公司提供纸尿裤代工业务占公司 ODM 业务收入的比例以及公司当期营业收入的比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
金额（万元）	9,548.49	14,937.31	9,164.41	1,040.60
占 ODM 业务收入比例	17.79%	17.75%	14.47%	1.75%
占公司当期营业收入比例	11.95%	12.73%	10.11%	1.32%
各期末应收款余额（万元）	3,871.06	2,437.37	234.43	107.74

注：上述杜迪公司 ODM 业务收入不包含健合中国和广州合生元。

根据 H&H 国际控股（股份代码：1112.HK）披露的 2018 年年度报告以及 2019 年年度报告，Dodie 纸尿裤 2018 年、2019 年分别实现销售额人民币 1.319 亿元、

3.113 亿元。因此，报告期内，发行人对杜迪公司的关联交易金额呈逐年上升趋势；随着报告期各年度销售额上升，发行人对杜迪公司各期末的应收账款余额同步呈上升趋势。

2）定价依据及公允性

报告期内，发行人与杜迪公司采用成本加成定价，并结合市场原材料、制造费用等因素每半年调整一次具体价格，双方定价公允，不存在其他未披露的特殊利益安排。发行人与杜迪之间实际毛利率与成本加成模式下的理论毛利率存在差异，主要原因系：

① 制造费用的分摊

发行人与杜迪公司在定价时，需要测算单片产品的分摊制费。双方在首次价格谈判时，根据当时生产线的运行情况，协商确定了开机率指标，从而根据机器运转速度匡算出每条生产线的预计产能，并以该预计产能为基数确定单片产品的制费分摊金额。但实际生产过程中，公司整体订单量的增减、机器使用年限的增长、新机器的购入、产品工艺的复杂程度等都会对生产线总体的开机率产生影响，从而影响单片产品的实际成本，导致发行人对杜迪公司销售毛利率与理论毛利率存在一定差异。

2019 年随着杜迪公司在市场上不断扩张，发行人对杜迪公司销售数量上升，毛利率相应有所提升，逐渐接近理论毛利率值。未来随着杜迪产品销量的不断扩张，发行人对杜迪公司的毛利率水平将更接近理论值。

② 原材料价格波动的影响

发行人与杜迪公司在定价时，通常采用当期的原材料价格结合 BOM 表测算成本报价，该定价将持续使用半年；如果在上述半年时间内发行人实际采购原材料的价格发生波动，也将影响发行人与杜迪之间的实际销售毛利率。

2020 年 1-6 月发行人对杜迪公司的毛利率有所下降，主要原因系：疫情期间部分原材料如无纺布等的价格出现大幅上涨，发行人在与杜迪定价时，考虑到如果按照双方协议约定的成本加成固定比例的方式定价，将导致在终端销售的杜迪产品定价过高，最终影响杜迪公司向发行人下达的采购订单量。发行人综合评估影响后，认为疫情期间维持相对稳定的供应价格有利于品牌客户扩大市场份额，

因此小幅下调了成本加成的比例，因此导致 2020 年 1-6 月对杜迪公司的毛利率下降。

发行人与杜迪公司具体的定价信息及具体毛利率信息已申请信息豁免披露。

杜迪公司相较公司整体毛利率（扣除杜迪公司后）差异主要系 ODM 代工行业通常会给予订单量较大的客户更低的价格所致，其中 2017 年杜迪品牌刚建立订单量较小，此后 2018 年、2019 年杜迪公司订单增长较快，因此导致 2017 年略高于公司整体（扣除杜迪后）毛利率、2018 年及 2019 年略低于公司整体（扣除杜迪后）毛利率。经比对，公司对杜迪公司的销售毛利率未明显偏离公司国内其他 ODM 客户业务毛利率水平，不存在显失公允的情况。

发行人代杜迪公司向第三方制版机构采购的主要系其外包装的制版服务，具体过程如下：杜迪公司向可艾公司发出制版服务指令后，可艾公司向第三方制版机构采购制版服务，第三方制版机构列出制版服务收费明细后发送可艾公司并抄送杜迪公司，制版费用发生后一般由可艾公司先行支付；可艾公司定期与杜迪公司结算一段时间内发生的制版费总额，可艾公司中间不赚取差价。发行人代杜迪公司向第三方制版机构采购制版服务的主要原因系发行人ODM品牌客户制版需求较少，因此其单独向制版服务商采购制版服务体量较小，议价能力较弱；而发行人代多个ODM品牌客户集中采购制版服务时，由于采购量大，因此在便利性、可靠性和价格谈判上都有一定优势。发行人向杜迪公司及其它 ODM 客户提供制版服务具有商业合理性；发行人代为采购制版服务不收取差价，不存在价格不公允的情形。

公司与杜迪公司发生技术服务，系公司为杜迪公司提供打样服务，公司根据打样服务耗费的公司人工、制费等实际发生额，与杜迪公司确定技术服务费。

发行人与杜迪公司之间不存在其他未披露的特殊利益安排。

3）发行人与杜迪公司就发行人开拓新客户是否仍然存在限制性安排

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

国销售”。

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

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

2017 年 12 月，为进一步扩大可艾公司的市场自由度及充分利用产能，发行人与健合香港有限公司签署《合营合同》，双方决定由可靠护理对可艾公司进行增资，双方对可艾公司的持股比例由原来的可靠护理 60%、健合香港 40%调整为可靠护理 80%、健合香港 20%，并删除了原《合营合同》第 8.1.9 条的约定，双方未再约定限制性安排。2017 年以来，可艾公司 ODM 客户除杜迪公司外，已开发的新客户包括万邦（汕头）健康科技有限公司、天津露乐健康产品科技有限公司、杭州沐歆品牌管理有限公司、上海亲蓓母婴用品有限公司等。

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

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

（2）公司与杭州德莱适的关联交易

1）原因及必要性

报告期内，公司与杭州德莱适之间的关联交易为高分子材料销售。杭州德莱适系公司全资子公司佳容公司的参股公司，其成立于 2016 年 10 月，为佳容公司与天津露乐国际贸易有限公司合资成立，佳容公司持有 35%的股份，天津露乐国际贸易有限公司持有 65%的股份。公司与天津露乐国际贸易有限公司成立杭州德莱适的主要目的为开发符合双方标准的复合芯体。为生产复合芯体，杭州德莱适向公司及公司控股子公司可艾公司采购生产所需原材料高分子（由于杭州德莱适高分子采购量较少，由公司采购后销售给杭州德莱适），复合芯体生产后，杭州德莱适向公司销售最终产品。但后因股东双方战略布局调整，经公司与天津露乐

国际贸易有限公司协商一致，不再投产该项目，杭州德莱适于 2017 年 12 月 26 日注销。

2）定价依据及公允性

公司与杭州德莱适之间交易的住友高分子 SA60SXII 销售价格为 1.55 万元/吨，公司向无关联第三方上海伊藤忠商事有限公司采购的该高分子价格为 1.18 万元/吨（该费用仅包括由日本运输至上海港，不包括后续运输至公司运费）。公司与杭州德莱适间的销售价格系根据公司向上海伊藤忠商事有限公司采购的价格加上公司发生的相关运输费、人工费等综合确定，上述定价不存在显失公允的情况。报告期内，上述交易仅发生于 2017 年度，金额为 77.3 万元。

2、关联租赁情况

报告期内，公司与侨治投资、德莱适间存在房屋租赁、出租，具体关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	定价方式	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
侨治投资	租赁	市场价格	2.70	189.51	124.01	8.32
杭州德莱适	出租	市场价格	-	-	-	22.64

（1）公司与侨治投资的关联交易

1）原因及必要性

报告期内，公司与侨治投资发生的关联交易主要为租赁闲置房屋用于产品仓储。

2）定价依据及公允性

报告期内，可艾公司向侨治投资租赁房屋用于仓储，租金参考市场价定为 20 元/平方米/月。截至本招股说明书签署日，可艾公司已完成新仓库建设，已不再向侨治投资租赁该厂房。

（2）公司与杭州德莱适的关联交易

1）原因及必要性

2017 年，公司参股公司杭州德莱适由于新设立需办公场所，公司将当时持有的闲置房屋租借给杭州德莱适作为办公用房。

2）定价依据及公允性

2017 年，为支持新设参股公司杭州德莱适业务发展，公司将当时持有的闲

置房屋租赁给杭州德莱适使用，租金参考市场价定为 10 元/平方米/月。

3、关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
关键管理人员薪酬	250.09	574.58	555.58	467.54

（三）偶发性关联交易

1、关联担保情况

报告期内，关联方为本公司提供的担保情况如下：

单位：万元

担保方	被担保方	担保事项	担保金额	担保起始日	担保终止日
金利伟及配偶	本公司	浦发银行：主债权（14,117 万元授信）以及由此产生的利息、违约金、损害赔偿金、手续费及其他费用。	14,117.00	2014.12.17	2018.12.17
金利伟	本公司	华夏银行：主债权（3,000 万元授信）以及利息、罚息、复利、违约金、损害赔偿金及鉴定费、评估费、拍卖费、诉讼费、仲裁费、公证费、律师费等费用。	3,000.00	2018.11.21	2019.11.21
金利伟	本公司	华夏银行：主债权（4,000 万元授信）以及利息、罚息、复利、违约金、损害赔偿金及鉴定费、评估费、拍卖费、诉讼费、仲裁费、公证费、律师费等费用。	4,000.00	2019.8.6	2020.8.6

上述关联担保均是公司股东无偿为公司提供担保，未收取担保费。

2、关联方采购

单位：万元

关联方	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
杭州德莱适	清算处置材料及低值易耗品	-	-	-	8.41
	清算处置固定资产	-	-	-	3.06

杭州德莱适于 2017 年 12 月 26 日申请注销，为此，在申请注销前对其资产予以处置；其中公司以 8.41 万元购买杭州德莱适处置的材料及其它低值易耗品，以 3.06 万元购买杭州德莱适处置的固定资产。

公司从杭州德莱适购入的材料主要系高分子，采购价格为 1.09 万元/吨，与

公司同期向上海伊藤忠商事有限公司（公司高分子材料供应商）采购价格（1.18万元/吨）不存在显著差异。

3、关联方销售

单位：万元

关联方	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
杜迪公司	材料差价补偿款	-	-	50.18	-
侨治投资	房屋买卖	-	-	-	1,058.04
	产品移库服务	-	7.15	-	
健合中国	销售货物	15.67	-	-	-
广州合生元	销售货物	5.31	-	-	-

2015 年 6 月，可艾公司根据杜迪公司指令采购了两批次特定型号木浆，专用于生产杜迪婴儿纸尿裤。2018 年 9 月，经杜迪公司确认，因杜迪纸尿裤产品型号发生变化，故上述已无法用于新品纸尿裤生产，需将上述木浆按废品处理。2018 年 9 月，公司按照 3,300 元/吨的价格将上述木浆做废品处理，经公司与杜迪公司确认，杜迪公司补足公司采购价与废品处理收入的差价损失 50.18 万元。

2020 年 1-6 月，因国内疫情爆发，因此健合中国、广州合生元向公司采购口罩。

2017 年 12 月 26 日，为整合公司冗余资产、提高公司资产利用率，公司与侨治投资签署《土地使用权及房产转让协议》，公司将位于杭州市临安区占地面积合计 11,496.00 平方米的土地及其上的建筑物转让给侨治投资。根据坤元资产评估有限公司出具的《房地产估价报告》（浙坤房估〔2017〕79 号）显示，交易标的土地及房产的市场价值为 1,058.04 万元；双方协商确定转让价款合计 1,058.04 万元。前述转让行为已经公司 2017 年 11 月 23 日、2017 年 12 月 8 日召开的第二届董事会第十九次会议、2017 年第二次临时股东大会审议通过。

（1）转让土地及其上的建筑物给侨治投资后，又向其租赁房屋的原因及合理性

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

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

综上，发行人转让土地及其上的建筑物给侨治投资后，又向其租赁房屋具有合理性。

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

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

（3）相关转让定价的公允性

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

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

后郎厂房受限于整体面积较小、建筑物使用年限较长等因素，已经无法满足发行人现代化生产需要。发行人出于减少管理成本、处理冗余资产、提高公司资产利用率等方面的考虑将上述土地及其上建筑物转让给侨治投资，而未将其纳入发行人上市范围。

发行人取得上述资产的过程如下：

①发行人前身侨资有限出让取得相关土地使用权

发行人历史上存在占用上述土地的违法行为，但后续通过补办建设用地审批

手续，以出让方式取得上述土地使用权符合《土地管理法》等相关法律法规规定。

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

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

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

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

②发行人前身侨资有限自建相关建筑物

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

相关建筑物补办建设工程规划许可证、施工许可证及权属证书取得过程的情况如下：

2008 年 1 月 8 日，侨资有限取得了《建设工程规划许可证》（编号：建字第2008-0001 号）；2008 年 4 月 25 日，侨资有限取得了《建设工程规划许可证》（编号：建字第 2008-022 号、建字第 2008-023 号、建字第 2008-0045 号、建字第2008-0046 号、建字第 2008-0047 号、建字第 2008-0048 号、建字第 2008-0049号）。

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

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

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

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

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

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

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

③可艾公司承租后郎仓库

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

发行人历史上存在占用上述土地的违法行为，但后续通过补办土地出让及建设用地审批手续，以出让方式取得上述土地使用权符合《土地管理法》等相关法律法规规定；发行人自建后郎厂房过程存在法律瑕疵，但截至本招股说明书签署日，相关瑕疵建筑面积较小，并已转让不再属于发行人资产，发行人未因此与其他主体存在任何纠纷及矛盾或受到行政处罚，且侨治投资已经作出有关损失承担

承诺，不会对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍；租赁取得相关仓库使用权不存在违反相关法律法规的规定的情形。

4、关联方资金拆借

报告期内，公司存在关联方资金拆借的情况如下：

单位：万元

期间	拆出方	拆入方	年初余额	拆入金额	偿还金额	年末余额	结算利息
2020 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-
2019 年	本公司	鲍佳	-	100.00	100.00	-	1.51
2018 年	健合香港	可艾公司	4,000.00	-	4,000.00	-	4.89
2017 年	健合香港	可艾公司	4,000.00	-	-	4,000.00	160.00
	佳容公司	德莱适	-	175.00	175.00	-	3.70

2016 年 11 月，为支持可艾公司发展，可靠护理、健合香港作为可艾公司股东，按照当时的持股比例共同向可艾公司提供合计 10,000 万元的借款，其中公司提供借款 6,000 万元，健合香港提供借款 4,000 万元，以保证可艾公司生产经营所需的资金。根据可艾公司与可靠护理及健合香港签署的《借款合同》，约定借款利息为年利率 4%。上述借款本息已于 2018 年 1 月全额归还。

2017 年 1 月，为支持当时刚成立的参股公司杭州德莱适发展（持股比例 35%），佳容公司向杭州德莱适提供借款 175 万元。2017 年 8 月，杭州德莱适向佳容公司归还 175 万元，并支付了 37,005.21 元利息。

2019 年 2 月，鲍佳因个人资金周转用途从发行人处领取备用金 100 万元，因金额较大，公司视同关联方资金拆借进行披露，并要求按照银行一年期贷款基准利率（年化 4.35%）支付利息。鲍佳已于 2019 年 5 月 30 日、2019 年 6 月 11 日分两笔全部归还上述备用金，并支付利息 15,067 元。上述事项分别于发行人第三届董事会第十三次会议和 2020 年第三次临时股东大会上进行了补充审议并获通过，并由独立董事发表了独立意见。同时，为规范备用金领用归还事项，发行人于 2019 年 8 月 20 日召开第三届董事会第八次会议，审议通过了《公司备用金管理制度》。

公司与其实际控制人的资金往来发生于 2019 年 2 月，并于 2019 年 6 月底结清，发生时间较短、影响较小。自 2019 年 7 月以来，公司未再发生与关联方资金往来的情形。

5、关联方代垫费用

为了激励公司部分中高层管理人员和表现突出的优秀员工，或补偿曾为公司做出过贡献的离职员工，2017 年和 2018 年，公司实际控制人鲍佳曾为发行人分别代垫部分员工工资 1,463,472.00 元和 500,000.00 元。相关员工在发行人任职情况如下：

姓名	岗位	在职状态	姓名	岗位	在职状态
沈琦	前销售总监	2018 年 1 月因个人原因离职	袁飞	电商部计划经理	在职
鲍慧新	前研发总监	2017 年底因个人原因已离职	丁金海	生产中心安全员	2017 年 4 月因个人原因离职
高超	前销售总监	2017 年 2 月因个人原因离职	蒋梦园	研发工程师	在职
傅昌明	副总经理	2018 年 7 月因个人原因离职			

上述已离职员工均因个人原因从公司离职，代垫工资的相关员工与公司不存在劳务纠纷或其他利益安排。公司已于 2019 年与鲍佳结清上述代垫款，并为该部分员工补缴了个人所得税。

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

关联方代垫费用的款项已经在公司账目上进行了完整的还原，对公司营业利润的影响较小，同时实际控制人出具了不存在其他代垫费用情形以及确保公司规范运作的承诺。

（四）报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，经常性关联交易主要为向关联方出售商品、关联租赁和关键管理人员薪酬等，偶发性关联交易主要为关联担保、关联方采购和销售、关联方资金拆借和代垫费用，相关交易价格均按照市场化原则确定，符合公允定价原则，未对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。

（五）关联方应收应付款

1、应收关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备

应收账款	杜迪公司	3,871.06	193.55	2,437.37	121.87	234.43	11.72	107.74	5.39
	健合中国	13.55	0.68	-	-	-	-	-	-
	广州合生元	6.00	0.30	-	-	-	-	-	-

2、应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款	侨治投资	-	-	113.41	-
其他应付款	鲍佳	-	4.79	196.35	146.35
	侨治投资	9.12	8.40	-	-
	健合香港	-	-	-	66.67
	健合中国	-	-	-	4.61
一年内到期的流动负债	健合香港	-	-	-	4,000.00

上述截至 2018 年 12 月 31 日对侨治投资的 113.41 万元应付账款系因可艾公司租赁侨治投资房屋产生，详见本节之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“2、关联租赁情况”。上述截至 2020 年 6 月 30 日的对侨治投资的 9.12 万元其他应付款系因可靠护理向侨治投资租赁大华路房产产生，详见本节之“十一、关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“2、关联租赁情况”。

可艾公司与健合香港之间截至 2017 年末的 4,000 万元一年内到期的流动负债，详见本节之“十一、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“4、关联方资金拆借”。

（六）报告期内公司与 PACKWOOD 及菲律宾 JS 的交易

报告期内，公司与小股东 PACKWOOD 及其关联方菲律宾 JS 发生的交易主要为婴儿护理用品和成人失禁用品的 ODM 代工（PACKWOOD 持有可靠护理 3.68%股份，同时，PACKWOOD 与公司大客户菲律宾 JS 为受同一控制人控制的企业），与公司的交易情况如下：

年度	销售收入（万元）	占当期 ODM 收入比重	占当期营业收入比重
2020 年 1-6 月	22,679.72	42.25%	28.38%
2019 年度	40,319.80	47.92%	34.35%
2018 年度	33,216.43	52.46%	36.65%

2017 年度	31,803.10	53.39%	40.41%

注：上述销售额包含发行人对菲律宾 JS 及 PACKWOOD 的销售额。

1、交易的背景

菲律宾 JS 是菲律宾最大的婴儿纸尿裤销售厂商之一，旗下婴儿纸尿裤品牌在菲律宾占有较高的市场份额，但并不具备自主生产能力。自 2010 年下半年起，公司与菲律宾 JS 建立了正式的合作关系，2011 年公司对菲律宾 JS 的销售额已达到 23,421.45 万元。

通常 ODM 品牌商客户对产品质量要求很高并且采购批量较大，其对供应商的选择极为严格并且一旦选定后便会在很长一段时间内确立稳定的合作关系。公司于 2011 年与菲律宾 JS 签署了《框架协议》，并约定五年内（2012 年至 2016 年）每年菲律宾 JS 的采购数量不低于 2011 年全年数量。2016 年，双方续签了《框架协议》，并约定了新的交易期，约定 2016 年度菲律宾 JS 向公司订购金额不低于 4,800 万美金；2017-2020 年不低于 5,040 万美金。经过双方长达十年的紧密合作，公司作为菲律宾 JS 最大的婴儿纸尿裤 ODM 代工商，与其成为了互相的战略合作伙伴。

为进一步加深双方的合作关系、保障其 ODM 产品的优先供货，菲律宾 JS 的实际控制人于 2016 年通过其控制的 PACKWOOD 受让金利伟转让的 250 万股股份（后经转增后为 750 万股）成为公司股东，持有至今。

2、入股前后与公司的交易未发生重大变化

公司与菲律宾 JS 之间的交易以双方签署的《框架协议》中约定的订单规模为基础，销售定价系由双方充分协商、沟通后，在单笔订单中确定、并以美元结算。2016 年 PACKWOOD 入股成为公司股东前后，公司与菲律宾 JS 的交易单价未发生较大变化。2017 年、2018 年以及 2019 年三年，公司与菲律宾 JS 之间的纸尿裤单片售价价格年波动不超过 10%，相对稳定。与同期其他境外 ODM 业务相比，公司与菲律宾 JS 的毛利率也不存在明显异常。自 2015 年至 2019 年，公司对菲律宾 JS 的销售数量逐年稳健增长，与菲律宾 JS 自身销售规模增长相匹配。

因此，PACKWOOD 入股后，公司与菲律宾 JS 在业务上仍保持正常的合作关系，未发生对公司经营有重大影响的情形。

3、菲律宾 JS 与发行人之间合作的商业合理性

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

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

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

4、菲律宾 JS 与发行人的交易公允合理，不存在其他未披露的利益安排

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

（1）发行人与菲律宾 JS 之间交易的定价依据及报告期内的毛利率变动情况

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

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

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

发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率高于发行人 ODM 模式下的平均毛利率，其主要原因系：

一方面由于发行人对菲律宾 JS 的出货量较大，可以做到专码专线生产，生产线由于切换尺码导致的损耗较小，生产效率较高；同时，菲律宾 JS2017 年、2018 年向发行人采购的产品主要以木浆、高分子为原材料的传统芯体婴儿纸尿裤产品，工艺相对较为传统，发行人所使用的生产线价值较低，上述原因导致菲律宾 JS 产品分摊的制费相对较小，毛利率较高。

另一方面，菲律宾 JS 作为境外客户，与发行人之间采用美元进行结算，使得发行人需要承受一定的外汇风险，2017 年度由于美元兑人民币贬值，发行人全年产生了 958.78 万元的汇兑损失。因此双方在协商定价时，对发行人该部分风险进行了一定程度的溢价补偿，发行人对菲律宾 JS 的毛利率相对于国内 ODM 业务较高。

（3）发行人对菲律宾 JS 的销售毛利率与同行业公司毛利率对比情况

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

（七）报告期内与实际控制人任职社会团体、机构等的交易

公司实际控制人金利伟除在公司任职外，还兼任浙江省健康服务业促进会医养结合专委会副主任委员、上海市残疾人福利基金会理事、杭州市临安区锦城商会会长、浙江省职业经理人协会常务副会长、临安区民营企业协会副会长等社会职务。报告期内，发行人与金利伟兼任职务的社会团体、机构的交易情况如下：

单位：万元

机构名称	费用类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
浙江省健康服务业促进会	会费	1.50	5.00	7.71	-
上海市残疾人福利基金会	捐赠	-	3.65	26.96	6.00
杭州市临安区锦城商会	会费	-	-	2.00	-

机构名称	费用类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
浙江省职业经理人协会	会费	-	-	-	3.00
临安区民营企业协会	会费	-	-	-	1.00

十二、公司关联交易决策程序履行情况及独立董事意见

报告期内，公司关联交易严格履行《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理办法》等规定的权限和程序，不存在损害中小股东利益的情形。

2020 年 6 月 13 日，发行人召开第三届董事会第十三次会议，审议通过了《关于公司最近三年关联交易事项的议案》。与该议案相关的关联董事对该议案回避了表决。

2020 年 6 月 13 日，发行人独立董事就报告期内的关联交易发表了独立意见如下：公司于最近三年的关联交易（2017 年度、2018 年度和 2019 年度）是基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易的价格公允，未偏离市场独立第三方的价格，遵循了公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例；该等关联交易符合公司的实际需要，未损害公司利益和中小股东利益；公司的关联交易事项履行了/补充履行了相关的公司内部批准程序，程序符合《公司法》《公司章程》和其他的公司制度的规定。

2020 年 6 月 28 日，发行人召开 2020 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司最近三年关联交易事项的议案》。与该议案相关的关联股东回避了对该议案的表决。

2020 年 8 月 5 日，发行人召开第三届董事会第十四次会议，审议通过了《关于公司最近一期关联交易审查意见的议案》。与该议案相关的关联董事对该议案回避了表决。

2020年8月5日，发行人独立董事就最近一期的关联交易发表了独立意见如下：公司于最近一期的关联交易（2020年1月1日至2020年6月30日）是基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易的价格公允，未偏离市场独立第三方的价格，遵循了公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例；该等关联交易符合公司的实际需要，未损害公司利益和中小股东利益；公司的关联交易事项履行了/补充履行了相关的公司内部批准程序，程序符合《公司法》《公司章程》和其他的公司制度的规定。因此，我们同意公司实施的公司最近一期关联交

易。

2020 年 8 月 20 日，发行人召开 2020 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于公司最近一期关联交易审查意见的议案》。与该议案相关的关联股东回避了对该议案的表决。

公司的关联交易事项履行了/补充履行了相关的公司内部批准程序，程序符合《公司法》《公司章程》和其他的公司制度的规定。

十三、关于减少和规范关联交易的措施

（一）制定并完善相关制度

公司将严格执行《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理办法》、《防止大股东及关联方占用公司资金管理制》以及有关法律、法规、规范性文件及中国证监会、证券交易所关于关联交易的规定；在实际工作中充分发挥独立董事的作用，确保关联交易价格的公允性、批准程序的合法、合规性，最大程度的保护发行人股东（尤其是中小股东）利益。

（二）公司控股股东、实际控制人出具的承诺

为了规范公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司将来可能产生的关联交易，确保公司及其全体股东利益不受损害，金利伟、鲍佳出具了《关于减少和规范与公司关联交易的承诺函》：

（1）除已经披露的关联交易事项外，本人及本人控制或施加重大影响的企业与发行人不存在其他关联交易；

（2）本人不会实施影响发行人独立性的行为，并将保持发行人在资产、人员、财务、业务和机构等方面的独立性；

（3）本人将尽量避免与发行人之间产生关联交易事项，对于不可避免的关联业务往来或交易，将按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定；

（4）将严格遵守发行人公司章程中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照发行人关联交易决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；

（5）保证不会利用关联交易转移发行人的利润，不会通过影响发行人的经

营决策来损害发行人及其他股东的合法权益；

（6）本人及本人控制的企业不以任何方式违法违规占用发行人资金及要求发行人违规提供担保。

此外，金利伟、鲍佳出具了《关于不占用公司资金的承诺函》：

①本人保证截至本声明出具之日，本人不存在占用可靠护理及下属企业资金的情形；

②本人保证本人及本人将来参与投资的企业不会通过向可靠护理及下属企业借款，由可靠护理及下属企业提供担保、代偿债务、代垫款项等各种方式侵占可靠护理及下属企业的资金，亦不控制或占用可靠护理及下属企业的资产。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节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。投资者欲对公司进行更详细的了解，应当认真阅读财务报告及审计报告全文。

一、合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资产	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	346,098,468.02	200,392,567.11	230,979,136.27	244,110,891.82
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	318,500.00
应收票据	878,207.07	997,560.00	942,530.00	613,580.00
应收账款	221,328,172.82	189,617,690.63	191,076,304.62	178,891,169.60
预付款项	8,614,120.77	4,833,623.67	2,487,279.14	1,762,308.62
其他应收款	8,711,265.96	5,184,837.21	4,690,144.84	2,235,705.08
存货	163,780,267.53	134,285,098.80	115,287,453.91	124,102,643.48
其他流动资产	15,334,800.71	34,654,844.51	10,076,384.86	4,414,662.88
流动资产合计	**764,745,302.88**	**569,966,221.93**	**555,539,233.64**	**556,449,461.48**
非流动资产：				
固定资产	448,304,560.92	340,787,194.95	342,055,843.85	326,523,787.29
在建工程	35,035,285.60	75,424,110.04	8,972,820.33	3,917,408.68
无形资产	51,344,961.66	52,081,029.89	53,227,987.64	39,163,203.07
长期待摊费用	7,783,690.01	8,108,644.80	9,402,616.38	9,278,048.95
递延所得税资产	7,410,400.60	2,295,011.92	2,326,692.48	3,923,462.37
其他非流动资产	27,080,036.36	23,276,168.13	24,748,995.00	17,884,767.50
非流动资产合计	**576,958,935.15**	**501,972,159.73**	**440,734,955.68**	**400,690,677.86**
资产总计	**1,341,704,238.03**	**1,071,938,381.66**	**996,274,189.32**	**957,140,139.34**
流动负债：	-	-	-	-
短期借款	134,105,405.53	40,852,417.50	11,000,000.00	10,000,000.00
应付票据	285,078,144.65	268,686,665.16	212,135,991.50	200,818,343.79
应付账款	270,367,098.76	246,483,959.19	194,904,721.31	196,262,439.64

资产	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预收款项	-	4,080,505.00	5,302,994.81	6,370,917.34
合同负债	16,810,815.33	-	-	-
应付职工薪酬	12,919,157.94	14,140,837.00	13,062,289.34	12,999,618.23
应交税费	13,505,053.79	20,499,236.82	7,054,929.18	3,219,099.75
其他应付款	9,835,828.99	13,191,328.84	12,598,846.19	12,952,907.36
一年内到期的非流动负债	-	-	-	40,000,000.00
流动负债合计	**742,621,504.99**	**607,934,949.51**	**456,059,772.33**	**482,623,326.11**
非流动负债：				
递延收益	5,526,801.17	5,956,964.57	4,577,890.28	1,963,493.59
非流动负债合计	5,526,801.17	**5,956,964.57**	**4,577,890.28**	**1,963,493.59**
负债合计	748,148,306.16	**613,891,914.08**	**460,637,662.61**	**484,586,819.70**
所有者权益(或股东权益)：				
实收资本(或股本)	203,890,000.00	203,890,000.00	199,896,729.00	199,896,729.00
资本公积	29,657,626.54	29,260,867.54	4,411,307.08	12,446,270.69
其他综合收益	-5,115.38	-2,719.39	208,142.20	1,657.25
盈余公积	48,183,993.99	48,183,993.99	41,322,384.28	35,442,825.74
未分配利润	249,008,839.02	117,676,166.32	236,983,599.02	183,181,356.58
归属于母公司所有者权益合计	530,735,344.17	399,008,308.46	482,822,161.58	430,968,839.26
少数股东权益	62,820,587.70	59,038,159.12	52,814,365.13	41,584,480.38
所有者权益合计	**593,555,931.87**	**458,046,467.58**	**535,636,526.71**	**472,553,319.64**
负债和所有者权益总计	**1,341,704,238.03**	**1,071,938,381.66**	**996,274,189.32**	**957,140,139.34**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**799,272,111.10**	**1,173,726,342.08**	**906,241,508.39**	**786,937,848.78**
减：营业成本	539,417,494.45	856,564,395.57	675,445,678.49	561,946,535.00
税金及附加	2,004,933.97	6,154,031.11	7,997,994.11	4,970,151.52
销售费用	30,043,778.89	118,337,874.86	96,860,730.45	103,620,523.07
管理费用	12,973,773.88	41,870,487.91	26,900,076.54	23,912,767.74
研发费用	28,274,056.90	44,193,882.14	34,161,179.66	34,622,417.06
财务费用	-1,312,589.86	-4,088,405.07	-3,172,255.63	11,244,072.44

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其中：利息费用	1,841,381.93	893,900.85	821,875.94	1,747,932.35
利息收入	1,221,469.28	2,268,071.14	2,058,381.48	836,057.43
加：其他收益	7,136,745.58	6,006,787.46	2,561,845.26	1,164,788.34
投资收益（损失以“-”号填列）	164,636.94	-6,952,592.12	-3,149,801.43	628,541.03
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-892,665.74
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-318,500.00	318,500.00
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-5,219,913.66	436,624.89	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-34,271,195.21	-1,631,324.61	-945,117.10	-4,099,735.86
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-6,147.38	-600,189.54	60.44	5,491,410.44
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**155,674,789.14**	**107,953,381.64**	**66,196,591.94**	**50,124,885.90**
加：营业外收入	44,620.93	1,382,978.89	4,333,508.95	3,325,192.48
减：营业外支出	1,155,631.44	910,393.37	640,953.44	368,673.36
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**154,563,778.63**	**108,425,967.16**	**69,889,147.45**	**53,081,405.02**
减：所得税费用	19,448,677.35	14,943,875.62	8,198,657.33	5,197,130.32
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**135,115,101.28**	**93,482,091.54**	**61,690,490.12**	**47,884,274.70**
（一）按经营持续性分类：	-	-	-	-
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	135,115,101.28	93,482,091.54	61,690,490.12	47,884,274.70
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）	131,332,672.70	87,450,906.01	59,681,800.98	41,857,382.42
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	3,782,428.58	6,031,185.53	2,008,689.14	6,026,892.28
五、其他综合收益的税后净额	**-2,395.99**	**-210,861.59**	**206,484.95**	**1,657.25**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-2,395.99	-210,861.59	206,484.95	1,657.25
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-2,395.99	-210,861.59	206,484.95	1,657.25
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
3.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
4.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
7.现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）	-	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-2,395.99	-210,861.59	206,484.95	1,657.25
9.其他	-	-	-	-
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	**135,112,705.29**	**93,271,229.95**	**61,896,975.07**	**47,885,931.95**
归属于母公司所有者的综合收益总额	131,330,276.71	87,240,044.42	59,888,285.93	41,859,039.67
归属于少数股东的综合收益总额	3,782,428.58	6,031,185.53	2,008,689.14	6,026,892.28
七、每股收益：	-	-	-	-
（一）基本每股收益	0.64	0.44	0.30	0.21
（二）稀释每股收益	0.64	0.44	0.30	0.21

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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	829,233,006.85	1,261,780,952.34	967,550,347.68	764,176,358.31
收到的税费返还	29,182,047.75	29,180,230.15	16,916,301.65	25,465,446.95
收到其他与经营活动有关的现金	95,516,156.23	71,539,526.26	73,322,902.87	39,597,471.03
经营活动现金流入小计	953,931,210.83	1,362,500,708.75	1,057,789,552.20	829,239,276.29
购买商品、接受劳务支付的现金	592,558,805.58	825,360,722.89	700,429,832.10	478,574,368.70
支付给职工以及为职工支付的现金	47,552,871.92	89,900,985.91	76,549,289.05	69,009,486.37
支付的各项税费	22,527,150.73	32,676,777.47	22,065,877.72	20,304,340.23
支付其他与经营活动有关的现金	113,749,064.78	191,236,569.83	144,481,359.79	151,610,560.61
经营活动现金流出小计	776,387,893.01	1,139,175,056.10	943,526,358.66	719,498,755.91
经营活动产生的现金流量净额	177,543,317.82	223,325,652.65	114,263,193.54	109,740,520.38
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	35,000,000.00	68,000,000.00	17,000,000.00	187,429,367.50
取得投资收益收到的现金	164,636.94	567,953.88	23,747.97	1,521,206.77
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	48,896.69	267,869.48	1,080.00	10,970,049.98
收到其他与投资活动有关的现金	6,771,200.00	21,914,870.30	9,122,436.60	15,387,005.21
投资活动现金流入小计	41,984,733.63	90,750,693.66	26,147,264.57	215,307,629.46
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	132,950,633.04	125,864,564.87	89,775,274.20	77,411,717.33
投资支付的现金	15,000,000.00	88,000,000.00	17,000,000.00	187,329,600.00
支付其他与投资活动有关的现金	-	12,601,746.00	9,559,352.70	2,382,436.60
投资活动现金流出小计	147,950,633.04	226,466,310.87	116,334,626.90	267,123,753.93
投资活动产生的现金流量净额	-105,965,899.41	-135,715,617.21	-90,187,362.33	-51,816,124.47
三、筹资活动产生的现金流量：				

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	14,974,766.25	-	-
取得借款收到的现金	138,900,000.00	40,800,000.00	26,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动现金流入小计	138,900,000.00	55,774,766.25	26,000,000.00	10,000,000.00
偿还债务支付的现金	45,700,000.00	11,000,000.00	25,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	22,068,390.30	180,474,298.86	1,525,046.17	46,612,970.62
支付其他与筹资活动有关的现金	-	1,963,472.00	40,000,000.00	-
筹资活动现金流出小计	67,768,390.30	193,437,770.86	66,525,046.17	46,612,970.62
筹资活动产生的现金流量净额	71,131,609.70	-137,663,004.61	-40,525,046.17	-36,612,970.62
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**787,921.45**	**1,640,984.74**	**779,652.16**	**-4,625,541.93**
五、现金及现金等价物净增加额	**143,496,949.56**	**-48,411,984.43**	**-15,669,562.80**	**16,685,883.36**
加：期初现金及现金等价物余额	116,433,405.39	164,845,389.82	180,514,952.62	163,829,069.26
六、期末现金及现金等价物余额	**259,930,354.95**	**116,433,405.39**	**164,845,389.82**	**180,514,952.62**

二、注册会计师审计意见

天健会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 9 月 3 日出具了编号为天健审〔2020〕9408 号的标准无保留意见《审计报告》，认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况，以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、关键审计事项

关键审计事项是会计师根据职业判断，认为对 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，会计师不对这些事项单独发表意见。

（一）收入确认

1、2020 年 1-6 月

(1)事项描述

可靠护理公司的营业收入主要来自婴儿护理用品、成人失禁用品、宠物卫生用品和口罩产品的销售。2020 年 1-6 月，可靠护理公司营业收入金额为人民币 79,927.21 万元。根据可靠护理公司与其客户的销售合同约定，销售商品在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。

由于营业收入是可靠护理公司关键业绩指标之一，可能存在可靠护理公司管理层（以下简称“管理层”）通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。因此，我们将收入确认确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认，会计师实施的审计程序主要包括：

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

2）检查主要的销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；

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

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

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

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

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

8）检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

2. 2019 年度、2018 年度、2017 年度

（1）事项描述

发行人的营业收入主要来自婴儿护理用品、成人失禁用品和宠物卫生用品的销售。2019 年度、2018 年度和 2017 年度，发行人营业收入金额分别为 117,372.63 万元、90,624.15 万元和 78,693.78 万元。根据发行人与其客户的销售合同约定，销售商品在满足商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方等条件时确认收入。

由于营业收入是发行人关键业绩指标之一，可能存在管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。因此，会计师将收入确认确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认，会计师实施的审计程序主要包括：

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

2）检查主要的销售合同，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

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

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

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

6）以抽样方式对资产负债表日前后确认的营业收入核对至出库单客户签收记录、货运提单等支持性文件，评价营业收入是否在恰当期间确认；

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

8）检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

（二）应收账款减值

1、2020 年 1-6 月、2019 年

（1）事项描述

截至 2020 年 6 月 30 日和 2019 年 12 月 31 日，发行人应收账款账面余额为 23,340.62 万元和 20,004.59 万元，坏账准备为 1,207.80 万元和 1,042.82 万元，账面价值为 22,132.82 万元和 18,961.77 万元。

管理层根据各项应收账款的信用风险特征，以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层以账龄为依据划分组合，参照历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，据此确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值涉及重大管理层判断，会计师将应收账款减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对应收账款减值，会计师实施的审计程序主要包括：

1）了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2）复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

3）复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；

4）对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；根据具有类似信用风险特征组合的历史信用损失经验及前瞻性估计，评价管理层编制的应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄、整个存续期预期信用损失率等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

5）检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

6）检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

2、2018 年及 2017 年

（1）事项描述

截至 2018 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日，发行人应收账款账面余额分别为 20,201.76 万元和 18,977.98 万元，坏账准备分别为 1,094.13 万元和 1,088.86 万元，账面价值分别为 19,107.63 万元和 17,889.12 万元。

对于单独进行减值测试的应收账款，当存在客观证据表明其发生减值时，管理层综合考虑债务人的行业状况、经营情况、财务状况、涉诉情况、还款记录、担保物价值等因素，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备；对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，管理层根据账龄、资产类型等依据划分组合，以与该等组合具有类似信用风险特征组合的历史损失率为基础，结合现实情况进行调整，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值测试涉及重大管理层判断，会计师将应收账款减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对应收账款减值，会计师实施的审计程序主要包括：

1）了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2）复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

3）复核管理层对应收账款进行减值测试的相关考虑和客观证据，评价管理层是否充分识别已发生减值的应收账款；

4）对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；根据具有类似信用风险特征组合的历史损失率及反映当前情况的相关可观察数据等，评价管理层减值测试方法的合理性（包括各组合坏账准备的计提比例）；测试管理层使用数据的准确性和完整性（包括对于以账龄为信用风险特征的应收账款组合，以抽样方式检查应收账款账龄的准确性）以及对应计提坏账准备的计算是否准确；

5）检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

6）检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

四、财务报表编制基础、合并报表范围及其变动情况

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）合并财务报表范围变化

1、报告期内纳入公司合并范围的子公司

序号	公司名称	注册地	注册资本（万元）	持股比例
1	杭州可艾公司	浙江临安	20,000	80%
2	可靠福祉公司	浙江杭州	2,000	100%
3	临安佳容公司	浙江临安	30	100%
4	临安丰源企业管理有限公司	浙江临安	10	100%
5	可靠（上海）护理用品有限公司	上海	500	100%
6	卓丰控股公司	香港	1 港币	100%

2、报告期内公司合并报表范围变化情况

子公司名称	变化情况	注销时间
可靠（上海）护理用品有限公司	注销	2018 年 2 月 2 日
临安丰源企业管理有限公司	注销	2018 年 5 月 7 日

五、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，主要考虑项目金额是否超过利润总额的 5%。

六、可能影响公司盈利能力、财务状况的主要因素

公司主营产品主要是婴儿护理用品、成人失禁用品、宠物护理用品及口罩产品；主要的业务模式包括 ODM 代工和自主品牌销售；在 ODM 代工领域，公司与国内外多家知名品牌商建立了稳固的合作关系，为市场提供优质产能；在自主品牌销售上，公司成功打造了知名品牌“可靠”，实现了线上销售和线下销售的

结合。

综合公司产品特点、业务模式、行业地位以及外部环境等来看，公司经营业绩的主要影响因素主要包括一次性卫生用品的市场需求、产品销售价格、原材料采购价格、生产制造人员工资水平等；其中前两者影响公司营业收入金额，后两者主要影响公司的生产成本。此外，公司支付给线上销售平台的平台使用费、推广费，在线下销售渠道的营销费用支出，以及销售人员的薪资水平，将影响公司的销售费用。上述因素对公司的利润水平具有直接影响。

七、重要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和具体方法

1、2020 年 1-6 月

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，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) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；2) 客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；3) 公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且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，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，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，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：1) 公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；2) 公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；3) 公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；4) 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；6) 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入计量原则

1) 公司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以及预期将退还给客户的款项。

2) 合同中存在可变对价的，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，但包含可变对价的交易价格，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。

3) 合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务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。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

4) 合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品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。

（3）收入确认的具体方法

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

2、2017 年度、2018 年度和 2019 年度

（1）收入确认原则

1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：① 将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；② 公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③ 收入的金额能够可靠地计量；④ 相关的经济利益很可能流入；⑤ 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、

交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按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完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按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；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认具体方法

2017 年至 2019 年，发行人收入确认的具体方法如下：

1） 境内自有品牌销售业务的收入确认方法

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

②线上销售业务的收入确认方法

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

（ii）电商超市：公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入。

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

2） 境内 ODM 销售业务的收入确认方法

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

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

③委托存放的客户：在公司已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产

品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入。

3） 境外销售业务的收入确认方法

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

经核查，保荐机构认为报告期内发行人收入确认政策符合企业会计准则的相关规定。

3、2017 年财政部发布修订的《企业会计准则第 14 号—收入》对公司的影响

公司的收入确认会计政策在新收入准则实施前后无差异；在业务模式、合同条款、收入确认等方面无影响；对首次执行日前各年（末）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无影响。

4、同行业可比公司的收入确认具体时点及原则如下：

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

序号	公司名称	收入确认具体时点及原则
		售合同的规定运至约定交货地点由客户确认接收后，确认收入。

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

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

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

5、各类收入确认原则下收入金额及占比

单位:万元

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

（二）金融工具

1、2019 年和 2020 年 1-6 月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1）以摊余成本计量的金融资产；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；3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；3）不属于上述 1）或 2）的财务担保合同，以及不属于上述 1）并以低于市场利率贷款的贷款承诺；4）以摊余成本计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

1）金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

2）金融资产的后续计量方法

① 以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，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债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③ 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④ 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

3）金融负债的后续计量方法

① 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此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。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的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的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

② 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③ 不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A. 按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；B. 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

④ 以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

4）金融资产和金融负债的终止确认

① 当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

（i）收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

（ii）当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司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，分别下列情况处理：1） 未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；2） 保留了对该金融资产控制的，按照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。

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：1） 所转移金融资产在终止确认日的账面价值；2） 因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，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：1） 终止确认部分的账面价值；2） 终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5） 金融工具减值

1）金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对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务工具投资、合同资产、租赁应收款、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以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

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，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成，且不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成且包含重大融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

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，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，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。

2）按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项　目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——合并范围内关联往来组合	款项性质	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
其他应收款——账龄组合	账龄	

3）按组合计量预期信用损失的应收款项及合同资产

①具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	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
应收商业承兑汇票		

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	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
应收账款——合并范围内关联往来组合	款项性质	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

②应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表：

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1 年以内（含，下同）	5
1-2 年	10
2-3 年	30
3 年以上	100

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：1）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；2）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，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2017 年和 2018 年

（1） 金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时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）、其他金融负债。

（2） 金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认

金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；3）不属于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的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：① 按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；② 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司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，分别下列情况处理：1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；2）未放弃对该金融资产控制的，按照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。

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：1）所转移金融资产的账面价值；2）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：1）终止确认部分的账面价值；2）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之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

1）资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

2）对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

3）可供出售金融资产

① 表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

（i）债务人发生严重财务困难；

（ii） 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；

（iii）公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

（iv）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

（v）因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

（vi）其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

② 表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益

工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（三）应收账款

1、2019 年和 2020 年 1-6 月

详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、重要会计政策和会计估计”之“（二）金融工具”之“1、2019 年和 2020 年 1-6 月”之“（5）金融工具减值”。

2、2017 年和 2018 年

（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	金额 300 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	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计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

1）具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	经测试未发生减值的，不计提坏账准备

2）账龄分析法

账龄	应收账款 计提比例（%）	其他应收款 计提比例（%）
1 年以内（含,下同）	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	30	30

账龄	应收账款 计提比例（%）	其他应收款 计提比例（%）
3 年以上	100	100

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	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计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（四）存货

1、存货的分类

存货包括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。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。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；需要经过加工的存货，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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1） 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2） 包装物

按照一次转销法进行摊销。

（五）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得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其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额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。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2） 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

1） 在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

2）在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3） 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

1） 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

2） 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

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，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	5-30	5	19.00-3.17
通用设备	年限平均法	3-10	5	31.67-9.50
专用设备	年限平均法	5-15	5	19.00-6.33
运输工具	年限平均法	3-10	5	31.67-9.50

（七）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（八）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50
办公软件	3-5
商标权	5

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1） 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；（2） 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3） 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，能证明其有用性；（4） 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；（5） 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（九）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价

值全部转入当期损益。

（十一）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十二）政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认

（1） 公司能够满足政府补助所附的条件；（2） 公司能够收到政府补助。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。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定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。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、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。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

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。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，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

5、政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

（1） 财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（十三）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。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，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，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，则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，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1） 企业合并；（2） 直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十四）经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入

当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（十五）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（十六）职工薪酬

1、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。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1） 在职工为公司提供服务的会计期间，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。

（2） 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

1） 根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

2） 设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

3） 期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的

变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，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） 公司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） 公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十七）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1） 当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：1） 资产支出已经发生；2） 借款费用已经发生；3） 为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2） 若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

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，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（十九）合同成本

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。如果合同取得成本的摊销期限不超过一年，在发生时直接计入当期损益。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的

其他成本；

2、该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十）报告期会计政策、会计估计的变更情况

1、会计政策变更

（1）根据财政部在2017 年 4 月 28 日印发的《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》，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。

（2）根据财政部在 2017 年 5 月 10 日发布的《企业会计准则第 16 号——政府补助（2017 年修订）》（财会[2017]15 号），对 2017 年 1 月 1 日之后发生的与日常活动相关的政府补助，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（3）根据财政部《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）要求，本公司在利润表中的“营业利润”项目之上单独列报“资产处置（损失）/收益”项目，原在“营业外收入”和“营业外支出”的部分非流动资产处置损益，改为在“资产处置（损失）/收益”中列报。

（4）本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称新金融工具准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与

原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但非交易性权益类投资在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益（处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益），且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用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金融资产、租赁应收款。

1）执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2018 年 12 月 31 日	新金融工具准则调整影响	2019 年 1 月 1 日
短期借款	1,100.00	1.61	1,101.61
其他应付款	1,259.88	-1.61	1,258.28

2）2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：万元

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	贷款和应收款项	23,097.91	以摊余成本计量的金融资产	23,097.91
应收票据	贷款和应收款项	94.25	以摊余成本计量的金融资产	94.25
应收账款	贷款和应收款项	19,107.63	以摊余成本计量的金融资产	19,107.63
其他应收款	贷款和应收款项	469.01	以摊余成本计量的金融资产	469.01
短期借款	其他金融负债	1,100.00	以摊余成本计量的金融负债	1,101.61
应付票据	其他金融负债	21,213.60	以摊余成本计量的金融负债	21,213.60
应付账款	其他金融负债	19,490.47	以摊余成本计量的金融负债	19,490.47
其他应付款	其他金融负债	1,259.88	以摊余成本计量的金融负债	1,258.28

3）2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金

融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下：

单位：万元

项目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019 年 1 月 1 日）
（1）金融资产				
摊余成本				
货币资金				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	23,097.91	-	-	23,097.91
应收票据				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	94.25	-	-	94.25
应收账款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	19,107.63	-	-	19,107.63
其他应收款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	469.01	-	-	469.01
以摊余成本计量的总金融资产	42,768.81	-	-	42,768.81
（2） 金融负债				
摊余成本				
短期借款				
按原 CAS22 列示的余额	1,100.00	-	-	-
加：自其他应付款（原 CAS22）转入	-	1.61	-	-
按新 CAS22 列示的余额	-	-	-	1,101.61
应付票据				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	21,213.60	-	-	21,213.60
应付账款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	19,490.47	-	-	19,490.47
其他应付款				
按原 CAS22 列示的余额	1,259.88	-	-	-
减：转出至短期借款（新 CAS22）转入	-	-1.61	-	-
按新 CAS22 列示的余额	-	-	-	1,258.28

项目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019 年 1 月 1 日）
以摊余成本计量的总金融负债	43,063.96	-	-	43,063.96

4）2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表如下：

单位：万元

项目	按原金融工具准则计提损失准备/按或有事项准则确认的预计负债（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则计提损失准备（2019 年 1 月 1 日）
应收账款	1,094.13	-	-	1,094.13
其他应收款	550.94	-	-	550.94

（5）财政部于 2019 年 4 月 30 日发布《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），对企业财务报表格式进行调整。本公司根据财会[2019]6 号规定的财务报表格式编制自 2019 年 1 月 1 日起的财务报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。

（6）公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称新收入准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。

1） 执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项　目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	408.05	-408.05	-
合同负债	-	408.05	408.05

2）对 2020 年 1 月 1 日之前发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。采用该简化方法对公司财务报表无重大影响。

3）根据新收入准则，公司自 2020 年 1 月 1 日起将与合同履约直接相关的运

输费用计入成本，列示为营业成本项目，2020 年 1 月 1 日之前发生的运输费用计入销售费用。2020 年 1-6 月本公司发生的与合同履约直接相关的运输费用为 3,493.26 万元，增加营业成本 3,493.26 万元、减少销售费用 3,493.26 万元。

2、会计估计变更

报告期内，本公司无重要会计估计变更。

（二十一）会计差错更正情况

2020 年 8 月 5 日，公司第三届董事会第十四次会议和第三届监事会第九次会议分别审议通过了《关于公司前期会计差错更正的议案》，2020 年 8 月 20 日，公司 2020 年第四次临时股东大会审议通过了《关于公司前期会计差错更正的议案》。公司采用追溯重述法对前期会计差错进行了更正，相应对 2018 年度和 2019 年度现金流量表进行了追溯调整，调整情况如下：

单位：万元

现金流量表项目	调整前		调整后		差异	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	124,615.62	91,257.26	126,178.10	96,755.03	1,562.47	5,497.78
购买商品、接受劳务支付的现金	80,973.60	64,545.20	82,536.07	70,042.98	1,562.47	5,497.78

1、调整原因

报告期内，公司存在少量客户与供应商重叠的情况，导致公司部分销售应收账款与采购应付账款存在对抵的情况，实际未产生销售商品、提供劳务收到的现金流入及购买商品、接受劳务支付的现金流出。由于公司现金流量表是根据对营业收入及营业成本等利润表项目和资产负债表项目进行分析并编制调整分录的间接法编制的，公司在编制现金流量表时对上述对抵的应收账款及应付账款进行补充调整，由于数据统计错误，导致应收账款及应付账款对抵补充调整数据有误，致使公司 2018 年度及 2019 年度现金流量表中“销售商品、提供劳务收到的现金”和“购买商品、接受劳务支付的现金”项目同时分别减少了 5,497.78 万元和 1,562.47 万元。公司对上述现金流量表差错进行更正调整。

2、调整说明

上述会计差错更正对公司 2018 年末和 2019 年末资产总额、所有者权益合计金额未产生影响，同时对公司 2018 年度和 2019 年度净利润、经营活动产生的现金流量净额未产生影响，不存在故意遗漏或虚构交易、事项或其他重要信息，滥

用会计政策或估计，操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录的情形，相关处理符合《企业会计准则》的规定，不存在会计基础工作薄弱或内控缺失的情形。

八、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	6%、13%、16%、17%；出口产品执行出口退税政策，出口退税率为 13%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	15%、16.5%、25%

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明

纳税主体名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
可靠护理	15%	15%	15%	15%
可艾公司	15%	15%	15%	25%
卓丰香港[注 1]	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%	25%

[注 1]：本公司境外全资子公司卓丰控股公司，按其注册地香港的法律计缴税费，企业所得税适用税率为 16.5%。

（二）税收优惠

1、根据科学技术部火炬高技术产业开发中心国科火字〔2015〕256 号文，可靠护理被认定为高新技术企业，认定期三年（2015 年至 2017 年）。根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室《关于浙江省 2018 年高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2019〕70 号），可靠护理及可艾公司被认定为高新技术企业，认定有效期三年（2018 年至 2020 年）。2017 年度可靠护理按 15%的税率计缴企业所得税，2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月可靠护理及可艾公司按 15%的税率计缴企业所得税。

2、根据企业所得税法的相关规定，公司购置并实际使用列入《环境保护专

用设备企业所得税优惠目录》、《节能节水专用设备企业所得税优惠目录》规定的环境保护、节能节水等专用设备，可以按专用设备投资额的 10%抵免当年企业所得税应纳税额。2017 年度本公司申报备案的属于优惠目录范围的设备不含税投资额 147,008.54 元，抵免所得税额 14,700.85 元。2018 年度本公司申报备案的属于优惠目录范围的设备不含税投资额 1,612,073.46 元，抵免所得税额 161,207.35 元。

（三）税收政策及税收优惠变化的情况

1、税收政策变化情况

增值税和企业所得税系公司适用的主要税种，根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号），自 2018 年 5 月 1 日起，公司及境内子公司发生的增值税应税销售行为原适用 17%税率的，税率调整为 16%；根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（2019 年第 39 号），自 2019 年 4 月 1 日起，公司及境内子公司发生的增值税应税销售行为原适用 16%税率的，税率调整为 13%。该政策调整对公司经营成果无重大影响。

2、税收优惠变化情况

报告期内，公司主要税收优惠对公司的具体影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占税前利润的比例	金额	占税前利润的比例	金额	占税前利润的比例	金额	占税前利润的比例
所得税率优惠	1,637.60	10.60%	995.50	9.18%	546.57	7.82%	346.48	6.53%
研发费用加计扣除	308.99	2.00%	439.96	4.06%	341.17	4.88%	295.15	5.56%
环境保护、节能节水设备抵免税额	-	-	-	-	16.12	0.23%	1.47	0.03%
税收优惠合计	1,946.60	12.59%	**1,435.46**	**13.24%**	**903.86**	**12.93%**	**643.10**	**12.12%**

报告期内各期，公司因高新技术企业所得税优惠、研发费用加计扣除及环境保护、节能节水设备抵免税额所带来的税收优惠金额分别为 643.10 万元、903.86 万元、1,435.46 万元和 1,946.60 万元，占税前利润比重分别为 12.12%、12.93%、13.24%和 12.59%，公司对税收优惠不存在严重依赖。

3、纳税情况分析

报告期内，公司缴纳的主要税种为增值税和企业所得税，具体情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	期初余额	-1,388.48	-746.06	-50.60	-800.13
	本期应交	436.92	-139.40	244.33	860.64
	本期已交	490.60	503.03	939.79	111.12
	期末余额	-1,442.16	-1,388.48	-746.06	-50.60
所得税	期初余额	231.47	327.06	-149.55	645.19
	本期应交	2,456.41	1,491.22	660.19	570.34
	本期已交	1,515.52	1,586.81	183.57	1,365.08
	期末余额	1,172.35	231.47	327.06	-149.55

报告期各期，公司增值税进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出和出口退税的金额具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品劳务的销项税	5,138.98	9,397.17	7,834.21	6,406.92
销售长期资产的销项税	0.56	87.51	0.01	56.66
销项税小计	5,139.54	9,484.68	7,834.22	6,463.58
购买商品、接受劳务进项税	6,182.33	10,828.89	9,428.30	8,739.75
购买固定资产进项税	1,022.03	1,631.85	816.07	680.93
进项税小计	7,204.36	12,460.74	10,244.37	9,420.69
进项税转出	30.63	414.86	1,318.54	1,336.87
出口退税	2,471.11	2,421.80	1,335.94	2,480.88
当期应缴增值税	436.92	-139.40	244.33	860.64
当期实际缴纳的增值税	490.60	503.03	939.79	111.12

报告期各期，公司进项税额与原材料采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原材料采购总额	49,429.93	80,881.14	60,500.60	53,441.81
购买商品接受劳务进项税	6,182.33	10,828.89	9,428.30	8,739.75
进项税额占比	12.51%	13.39%	15.58%	16.35%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	79,927.21	117,372.63	90,624.15	78,693.78
减：境外营业收入	40,212.61	49,163.15	42,971.30	41,279.12
应纳税营业收入	39,714.60	68,209.48	47,652.85	37,414.66
销售商品劳务的销项税	5,138.98	9,397.17	7,834.21	6,406.92
销项税额占比	12.94%	13.78%	16.44%	17.12%

报告期内，公司采购进项税额占原材料采购总额的比例分别为 16.24%、15.49%、13.32%和 12.51%，与增值税税率变动趋势一致，增值税进项税额与原材料采购相匹配。增值税销项税额占应纳税营业收入比例分别为 17.12%、16.44%、13.78%和 12.94%，与各期增值税税率基本一致，增值税销项税额与营业收入相匹配。

2017 年至 2019 年，公司当期所得税费用与企业所得税年度纳税申报表中应纳税额对比如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期所得税费用	1,491.22	660.19	570.34
年度所得税申报表中的应纳税额	1,490.28	668.22	567.45
差异	0.94	-8.04	2.88

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司当期所得税费用与年度纳税申报表中应纳税额之间分别差异 2.88 万元、-8.04 万元和 0.94 万元的差异，主要系公司及子公司可艾公司最终汇算清缴时部分纳税调整项目的税务口径与会计核算确认年度报表时的口径存在差异所致。

九、分部信息

公司不存在多种经营或跨地区经营，故无报告分部。本公司按地区、产品分类的主营业务收入及主营业务成本明细如下：

（一）2020 年 1-6 月

1、地区分部

单位：万元

项目	境内	境外	合计
主营业务收入	39,108.28	40,212.61	79,320.89

项目	境内	境外	合计
主营业务成本	29,069.34	24,759.19	53,828.53

2、产品分部

单位：万元

项目	婴儿护理用品	成人失禁用品	宠物卫生用品	口罩产品	其他	合计
主营业务收入	39,704.29	20,539.38	3,726.07	15,301.01	50.14	79,320.89
主营业务成本	31,707.16	14,597.81	3,052.32	4,432.53	38.70	53,828.53

（二）2019 年度

1、地区分部

单位：万元

项目	境内	境外	合计
主营业务收入	66,545.84	49,163.15	115,709.00
主营业务成本	48,786.37	36,205.70	84,992.07

2、产品分部

单位：万元

项目	婴儿护理用品	成人失禁用品	宠物卫生用品	其他	合计
主营业务收入	71,282.38	36,976.28	7,279.99	170.34	115,709.00
主营业务成本	55,429.21	23,668.87	5,765.20	128.79	84,992.07

（三）2018 年度

1、地区分部

单位：万元

项目	境内	境外	合计
主营业务收入	46,005.79	42,971.30	88,977.09
主营业务成本	34,636.87	31,885.66	66,522.53

2、产品分部

单位：万元

项目	婴儿护理用品	成人失禁用品	宠物卫生用品	其他	合计
主营业务收入	53,611.31	27,088.07	8,080.67	197.04	88,977.09
主营业务成本	41,754.97	17,854.12	6,772.67	140.78	66,522.53

（四）2017 年度

1、地区分部

单位：万元

项目	境内	境外	合计
主营业务收入	36,847.03	41,279.12	78,126.15
主营业务成本	27,297.71	28,739.21	56,036.92

2、产品分部

单位：万元

项目	婴儿护理用品	成人失禁用品	宠物卫生用品	其他	合计
主营业务收入	51,507.08	19,510.62	6,862.21	246.25	78,126.15
主营业务成本	36,760.05	13,010.76	6,032.18	233.92	56,036.92

十、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

报告期内公司的非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-0.61	-120.46	-2.12	550.05
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	676.20	600.68	230.15	116.48
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	1.51	-	3.49
委托他人投资或管理资产的损益	16.46	56.80	2.37	144.19
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-752.05	-349.20	39.78
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-111.10	107.70	371.38	294.74
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-2.20	-1,406.07	-92.58	-
小计	578.75	-1,511.90	159.99	1,148.73
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	90.83	-15.79	65.85	181.15
少数股东损益	11.84	32.49	16.58	20.81
归属于母公司股东的非经常性损益净额	476.08	-1,528.60	77.56	946.78

报告期内，公司的非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助以及开展远期结售汇相关业务产生的损益，非经常性损益对公司各期经营成果的影响均较小。

十一、主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2020 年 1-6 月/2020.06.30	2019 年度/2019.12.31	2018 年度/2018.12.31	2017 年度/2017.12.31
流动比率（倍）	1.03	0.94	1.22	1.15
速动比率（倍）	0.81	0.72	0.97	0.90
资产负债率（合并）	55.76%	57.27%	46.24%	50.63%
资产负债率（母公司）	53.96%	54.25%	42.83%	41.50%
应收账款周转率（次/年）	3.69	5.84	4.63	4.81
存货周转率（次/年）	3.57	6.78	5.55	5.33
息税折旧摊销前利润（万元）	17,556.43	14,386.97	10,296.84	8,153.67
归属于发行人股东的净利润（万元）	13,133.27	8,745.09	5,968.18	4,185.74
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	12,657.19	10,273.69	5,890.62	3,238.96
研发投入占营业收入的比例	3.54%	3.77%	3.77%	4.40%
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.87	1.10	0.57	0.55
每股净现金流量（元）	0.70	-0.24	-0.08	0.08
归属于发行人普通股股东的每股净资产（元）	2.60	1.96	2.42	2.16

注：1、流动比率=流动资产/流动负债；

2、速动比率=速动资产/流动负债；

3、资产负债率=总负债/总资产；

4、应收账款周转率＝营业收入/平均应收账款余额；

5、存货周转率=营业成本/存货平均余额；

6、息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋固定资产折旧＋无形资产摊销＋长期待摊费用摊销；

7、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本；

9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本；

10、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/期末股本。

（二）净资产收益率和每股收益

根据《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）计算的报告期内公司净资产收益率及每股收益如下表：

年份	指标	加权平均净资产收益率（ROE）	每股收益（EPS）（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	28.25%	0.64	0.64
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.23%	0.62	0.62
2019 年	归属于公司普通股股东的净利润	18.09%	0.44	0.44
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	21.25%	0.51	0.51
2018 年	归属于公司普通股股东的净利润	13.17%	0.30	0.30
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.00%	0.29	0.29
2017 年	归属于公司普通股股东的净利润	9.89%	0.21	0.21
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7.65%	0.16	0.16

注：1、加权平均净资产收益率计算公式

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 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；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、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；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，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；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、净资产均从比较期间期初起进行加权；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

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、报告期内公司不存在稀释性的潜在普通股，稀释每股收益的计算过程与基本每股收益的计算过程相同。

十二、同行业可比公司的选取

发行人主营业务为一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，所属行业为“造纸和纸制品业（C22）”。按照产品特点和用途划分，发行人属于一次性卫

生用品行业。目前，行业内在 A 股上市的知名企业较少，考虑到可比性，发行人选取中顺洁柔（002511.SZ）、百亚股份和豪悦股份作为可比公司，上述企业在业务模式、收入构成和产品应用领域具有可比性。行业内其他知名公司主要为在境外发行上市的公司，其财务数据的可比性较弱，或为未上市公司，无公开数据，因此未被选取为发行人可比公司。

十三、经营成果分析

（一）经营成果及变动情况

报告期内公司收入及利润变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
营业收入	79,927.21	117,372.63	29.52%	90,624.15	15.16%	78,693.78
营业成本	53,941.75	85,656.44	26.81%	67,544.57	20.20%	56,194.65
营业毛利	25,985.46	31,716.19	37.42%	23,079.58	2.58%	22,499.13
期间费用	6,997.90	20,031.38	29.44%	15,474.97	-10.76%	17,339.98
营业利润	15,567.48	10,795.34	63.08%	6,619.66	32.06%	5,012.49
利润总额	15,456.38	10,842.60	55.14%	6,988.91	31.66%	5,308.14
净利润	13,511.51	9,348.21	51.53%	6,169.05	28.83%	4,788.43
归属于母公司股东的净利润	13,133.27	8,745.09	46.53%	5,968.18	42.58%	4,185.74
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	12,657.19	10,273.69	74.41%	5,890.62	81.87%	3,238.96

报告期内，公司经营规模不断扩大，经营业绩持续增长，盈利能力不断增强。

（二）营业收入构成及变动分析

报告期内，公司的营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	79,320.89	99.24%	115,709.00	98.58%	88,977.09	98.18%	78,126.15	99.28%
其他业务收入	606.32	0.76%	1,663.64	1.42%	1,647.06	1.82%	567.63	0.72%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入合计	79,927.21	100.00%	117,372.63	100.00%	90,624.15	100.00%	78,693.78	100.00%

公司主营业务为成人失禁用品、婴儿护理用品、宠物卫生用品和口罩产品的研发、生产及销售。报告期内，公司主营业务收入占营业收入比例分别为 99.28%、98.18%、98.58%和 99.24%，主营业务突出。其他业务收入主要系材料销售收入、废料销售收入等，占比较小。

1、主营业务收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入分别为 78,126.15 万元、88,977.09 万元、115,709.00 万元和 79,320.89 万元，其中 2018 年和 2019 年实现的收入增幅分别为 13.89%和 30.04%，增长迅速，主要原因系：一方面，公司 ODM 品牌客户销售规模不断增长，带动公司婴儿护理用品 ODM 业务营收的持续增长；另一方面，公司持续的探索和拓展新兴渠道，在线上电商超市、自营店铺业务等板块均实现了大幅增长。2020 年疫情发生后，公司利用自身生产卫生护理用品的生产环境，通过购置口罩生产线，迅速成为浙江省首批省级重点民用口罩及关键材料生产企业，2020 年 1-6 月，公司口罩产品收入迅速增长，主营业务收入为 15,301.01 万元。

2、主营业务收入的构成分析

（1）按产品划分的主营业务收入构成分析

报告期内，本公司主营业务收入分产品结构如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成人失禁用品	20,539.38	25.89%	36,976.28	31.96%	27,088.07	30.44%	19,510.62	24.97%
婴儿护理用品	39,704.29	50.06%	71,282.38	61.60%	53,611.31	60.25%	51,507.08	65.93%
宠物卫生用品	3,726.07	4.70%	7,279.99	6.29%	8,080.67	9.08%	6,862.21	8.78%
口罩	15,301.01	19.29%	-	-	-	-	-	-
其他产品	50.14	0.06%	170.34	0.15%	197.04	0.22%	246.25	0.32%
合计	**79,320.89**	**100.00%**	**115,709.00**	**100.00%**	**88,977.09**	**100.00%**	**78,126.15**	**100.00%**

报告期内，成人失禁用品、婴儿护理用品、宠物卫生用品和口罩产品是公司产品的主要类别，构成了公司主营业务收入的主要组成部分，其合计占主营业务收入的比重分别达到 99.68%、99.78%、99.85%和 99.94%；其他产品主要为湿巾、其它老年用品等，占比较小。

从金额来看，2017 年至 2019 年公司成人失禁用品和婴儿护理用品实现销售收入的持续增长，宠物卫生用品销售收入 2018 年较 2017 年增长明显，2019 年有所下降。其中成人失禁用品的收入增长主要依赖于电商超市、电商自营店铺等线上渠道的快速扩张；婴儿护理用品的收入增长主要系公司 ODM 存量客户市场表现良好，带动公司 ODM 订单销量逐年上升；宠物卫生用品销售收入报告期内的波动主要系日本客户 KOHNAN 订单量增减变动导致。

从收入构成来看，公司成人失禁用品的收入占主营业务收入的比重不断上升，由 2017 年的 24.97%上升至 2019 年的 31.96%，对公司的收入贡献不断增加。

（2）按业务模式划分的主营业务收入构成分析

报告期内，公司主营业务收入分业务模式结构如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 业务	53,683.21	67.68%	84,134.97	72.71%	63,317.06	71.16%	59,565.01	76.24%
自主品牌业务	25,522.26	32.18%	31,390.40	27.13%	25,436.36	28.59%	18,402.02	23.55%
其他（降级品）	115.43	0.15%	183.63	0.16%	223.67	0.25%	159.12	0.20%
合计	**79,320.89**	**100.00%**	**115,709.00**	**100.00%**	**88,977.09**	**100.00%**	**78,126.15**	**100.00%**

报告期内各期，公司 ODM 业务收入和自主品牌业务收入金额持续增长，收入占比相对较为稳定，具体情况如下：

1）ODM 业务销售情况

报告期内，公司 ODM 业务模式按照销售区域划分如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内 ODM	19,025.28	35.44%	35,407.52	42.08%	20,877.93	32.97%	19,159.19	32.17%
境外 ODM	34,657.93	64.56%	48,727.45	57.92%	42,439.13	67.03%	40,405.82	67.83%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**53,683.21**	**100.00%**	84,134.97	100.00%	63,317.06	100.00%	59,565.01	100.00%

由上表可知，公司 ODM 业务中境外 ODM 业务收入占比略高，报告期内收入占比分别为 67.83%、67.03%、57.92%和 **64.56%**。从变动趋势来看，**2017-2019 年**公司境内 ODM 业务收入逐年增长，对公司的收入贡献不断上升。2020 年 1-6 月因疫情原因，公司通过 ODM 模式向境外客户销售约 7,821.35 万元的口罩产品，导致境内 ODM 业务占比下降。

2）自主品牌销售情况

报告期内，公司自有品牌销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	15,597.97	61.12%	**24,803.86**	**79.02%**	**18,127.41**	**71.27%**	**11,265.00**	**61.22%**
其中：自营电商平台	7,933.86	31.09%	11,182.21	35.62%	7,853.23	30.87%	5,667.85	30.80%
电商超市	5,482.90	21.48%	9,418.09	30.00%	6,764.85	26.60%	2,950.53	16.03%
线上分销平台	2,181.21	8.55%	4,203.56	13.39%	3,509.33	13.80%	2,646.62	14.38%
线下渠道	9,924.29	38.88%	**6,586.54**	**20.98%**	**7,308.95**	**28.73%**	**7,137.02**	**38.78%**
其中：经销商	7,838.14	30.71%	4,004.31	12.76%	4,549.89	17.89%	4,731.37	25.71%
KA	544.80	2.13%	1,222.89	3.90%	1,560.09	6.13%	1,694.23	9.21%
直营零售	1,541.34	6.04%	1,359.34	4.33%	1,198.97	4.71%	711.42	3.87%
合计	**25,522.26**	**100.00%**	**31,390.40**	**100.00%**	**25,436.36**	**100.00%**	**18,402.02**	**100.00%**

由上表可知，公司自主品牌业务以线上渠道为主，报告期内各期公司线上渠道销售收入占自主品牌业务收入规模的比重分别为 61.22%、71.27%、79.02%和 61.12%，2017-2019 年占比逐年上升；主要原因系随着我国电子商务市场的崛起，人们的消费方式发生了较大的改变，当前线下传统渠道如 KA 卖场等更多开始扮演让消费者首次接触成人失禁用品的角色，消费者在首次使用后，通常更倾向于采用更为便捷的线上购买方式实现重复消费。2020 年 1-6 月公司线下渠道销售收入占自主品牌业务收入规模的比重有所上升，主要原因为 2020 年 1-6 月公司通过海外经销商渠道销售口罩产品 5,376.12 万元，导致经销渠道收入大幅增长。

报告期内，公司线下渠道在维持传统 KA、经销等渠道的同时，重点开拓直营零售客户，打通与养老院、医院周边店、连锁药房等的联系，2017 年至 2020 年 1-6 月，直营零售渠道收入分别为 711.42 万元、1,198.97 万元、1,359.34 万元和 1,541.34 万元，呈逐年上升趋势。

报告期内各期，发行人自主品牌线上销售收入分别为 11,265.00 万元、18,127.41 万元、24,803.86 万元和 15,597.97 万元，增长较快，主要原因系：

①报告期内，公司抓住互联网渠道崛起的战略契机，通过引进优秀电商运营团队、加大市场推广引流等方式着力发展线上业务；使得电商超市、自营店铺等线上渠道成为公司成人失禁用品销售增长的新引擎，发行人“可靠”品牌连续数年蝉联淘系平台单品类全网销售冠军。

②报告期内，成人失禁用品市场快速增长。近年来，成人失禁用品市场总体保持增长的趋势，根据《2019 年一次性卫生用品行业的概况和展望》，2019 年，成人失禁用品市场规模达到 93.90 亿元，与 2013 年相比，年均复合增长率达到 19.84%。市场规模的快速增长带动成人失禁用品品牌的销量快速增长。根据《2019 生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2019 年度恒安集团成人纸尿裤业务收入约 2.23 亿元，同比增长 27.2%；维达国际在中国的失禁护理用品获得令人满意的增长，电商及传统经销商渠道都取得理想的增长；其它成人失禁用品销售增长较快的企业还包括：2019 年度倍舒特销售额增长 93.4%、2019 年度千芝雅销售额增长 30%等。

（3）按地域划分的主营业务收入构成分析

1）按地域划分的主营业务收入构成

报告期内，公司按照地域划分的主营业务收入及构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	金额
境外	40,212.61	50.70%	49,163.15	42.49%	42,971.30	48.29%	41,279.12	52.84%
境内	39,108.28	49.30%	66,545.84	57.51%	46,005.79	51.71%	36,847.03	47.16%
合计	**79,320.89**	**100.00%**	**115,709.00**	**100.00%**	**88,977.09**	**100.00%**	**78,126.15**	**100.00%**

由上表可知，2017 年公司主营业务收入中境外业务收入占比更高，2018 年至 2019 年随着公司境内业务收入的不断增长，境内业务收入占比反超境外，2020

年 1-6 月，公司境外业务收入占主营业务收入的比重有所上升，主要原因为公司口罩产品主要销往国外，导致境外收入有所增长。报告期内公司境内业务收入占主营业务收入的比重分别为 47.16%、51.71%、57.51%和 49.30%。

2）境外销售的同行业比较

2017 年至 2019 年，公司境外销售收入逐年上升，报告期内各期境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 52.84%、48.29%、42.49%和 50.70%，系发行人主营业务收入的重要组成部分。

公司同行业可比公司境外销售收入占比情况如下：

同行业可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中顺洁柔	2.60%	2.02%	2.03%	2.15%
豪悦股份	11.12%	12.65%	17.61%	28.49%
百亚股份	-	-	-	-
本公司	**50.70%**	**42.49%**	**48.29%**	**52.84%**

注：数据来源为各公司年度报告或招股说明书；其中，中顺洁柔为境外销售收入占营业收入的比例，豪悦股份为境外销售收入占主营业务收入的比例，百亚股份未直接披露境外销售收入占比情况。

3）公司境外主要客户情况

报告期内，公司主要境外客户基本情况如下：

年度	客户名称	主要销售内容	销售收入（万元）	主营业务占比	占发行人境外收入的比例
2020 年 1-6 月	JS UNITRADE	婴儿护理用品、成人失禁用品	22,679.72	28.59%	56.40%
	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	口罩	7,821.35	9.86%	19.45%
	Next Folien GmbH	口罩	5,204.80	6.56%	12.94%
	合计		**35,705.86**	**45.01%**	**88.79%**
2019 年	JS UNITRADE	婴儿护理用品、成人失禁用品	40,319.80	34.85%	82.01%
	KOHNAN	宠物卫生用品	5,924.63	5.12%	12.05%
	合计		**46,244.44**	**39.97%**	**94.06%**
2018 年	JS UNITRADE	婴儿护理用品、成人失禁用品	33,216.43	37.33%	77.30%
	KOHNAN	宠物卫生用品	7,428.91	8.35%	17.29%
	合计		**40,645.34**	**45.68%**	**94.59%**

年度	客户名称	主要销售内容	销售收入（万元）	主营业务占比	占发行人境外收入的比例
2017 年	JS UNITRADE	婴儿护理用品	31,803.10	40.71%	77.04%
	KOHNAN	宠物卫生用品	5,839.83	7.47%	14.15%
	合计		**37,642.93**	**48.18%**	**91.19%**

注：JS UNITRADE 的销售收入包含其同一控制公司 PACKWOOD 的销售收入

JS UNITRADE 是菲律宾知名的一次性卫生用品销售企业，根据欧睿国际的数据，其婴儿护理用品的市场占有率连续多年位列菲律宾市场首位，成人失禁用品市场占有率连续多年位列菲律宾市场前两名。

KOHNAN（7516.T）于 2001 年在东京证券交易所发行上市，其 2019 财年的营业收入和净利润分别为 3,746.44 亿日元和 118.30 亿日元，是日本大型家居连锁超市。

AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 注册于香港，是一家从事商品贸易的公司，疫情期间向发行人采购口罩从事出口业务。

NEXT FOLIEN GMBH 注册于德国，在疫情期间向公司采购口罩产品。

4）公司境外销售与境外运输费、海关数据、出口退税金额和报关费的匹配情况

①境外销售与境外运输费的匹配性分析

公司境外运输费与同期产品境外销售情况的匹配关系如下：

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

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

②境外销售与海关数据的匹配性分析

公司海关数据与同期产品境外销售情况的匹配关系如下：

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

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

报告期内，公司境外销售收入与海关数据对比差异原因分析如下：

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

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

综上，公司海关数据与同期产品境外销售存在匹配性。

③境外销售与出口退税金额的匹配性分析

公司出口退税金额与同期产品境外销售情况的匹配关系如下：

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

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

报告期内，公司出口产品执行出口退税政策，出口退税率为 13%。2017 年至 2019 年公司出口免抵退税金额占境外销售收入比例总体保持稳定且接近公司出口退税率，但呈现一定波动，主要系税务按照各出口销售单证齐全时间确认计

算出口免抵退税金额，与公司境外销售收入确认时点存在时间差以及来料加工的免抵退税额抵减额波动影响所致。2020 年 1-6 月出口免抵退税金额占境外销售收入比例偏低，主要系由于公司 2020 年 5 月及 6 月口罩产品的境外销售收入金额较大但对应的出口单证尚未齐全，导致时间性差异较大所致。

④境外销售与报关费的匹配性分析

报告期内，报关费与境外销售收入的匹配性关系如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
报关费（万元）	4.75	5.67	5.01	4.62
境外销售收入（万元）	40,212.61	49,163.15	42,971.30	41,279.12
报关费占境外销售收入的比例	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%

公司报关费包括报关费和联单费，报关费按次收费，一次 100 元，当报关的产品批号超过一张报关单的容量时需要增加联次，每增加一页 30 元。报告期内，公司主要通过专业货代公司进行报关，具体报关流程为：订舱-装箱-报关准备（与合作的报关行做电子报关委托）-准备报关材料-报关过程（报关单录入，申报，放行或查验后放行）-事后核查-结汇/退税。公司报关流程合法合规，未曾因此受到过行政处罚。

5）保荐机构对发行人境外销售的核查结论

保荐机构对发行人主要境外客户交易金额和应收账款执行了函证程序，回函均相符；对发行人境外销售的财务数据与海关数据及出口退税数据进行了交叉比对；对发行人境外主要客户销售收入的波动情况进行了分析性复核；查阅了与发行人主要境外客户相关的信用报告和行业报告，了解了主要境外客户的市场地位和最终销售情况，对境外主要客户的生产经营场所进行了实地走访。

经核查，保荐机构认为发行人境外销售均实现了真实销售和最终销售。

6）公司境外销售的毛利率情况

报告期各期，公司境外销售的主营业务毛利率分别为 30.38%、25.80%、26.36%和 38.43%；2020 年 1-6 月，公司境外销售毛利率明显增长，主要原因系疫情期间向境外经销商客户销售口罩产品。境内销售的主营业务毛利率分别为 25.92%、24.71%、26.69%和 25.67%，不存在明显差异。

7）公司境外销售主要目的地的贸易政策

报告期内，公司境外销售的主要目的地国家和地区包括菲律宾、日本等，上述国家和地区的相关贸易政策未发生重大不利变化，对发行人的境外销售不存在不利影响或潜在不利影响。2020 年 1-6 月，全球新冠疫情未对公司境外销售产生较大影响。

8）汇兑损益影响

① 报告期内各期汇兑损益变动分析

报告期内美元兑人民币汇率中间价走势图如下：



公司境外销售业务以美元结算为主，形成的汇兑损益受交易金额、交易发生与结算期间的汇率变动等多种因素影响，汇兑损益金额与外币结算的销售金额没有严格的勾稽关系。报告期内，公司汇兑损益金额分别为 958.78 万元、-277.71 万元、-382.55 万元和-255.27 万元与同期美元的汇率变动趋势基本一致。2017 年汇兑损失金额较大，主要系当年美元兑人民币贬值较大，产生的汇兑损失较多所致。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月汇兑收益金额较大，主要系当年美元兑人民币升值较大，产生的汇兑收益较多所致。

② 报告期内各期汇兑损益的会计处理

公司采用人民币为记账本位币。公司外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率（根据中国银行公布的月初人民币汇率中间价）折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率（中国银

行公布的月末人民币汇率中间价）折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入财务费用-汇兑损益科目；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益，公司关于汇兑损益的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

报告期内，公司境外销售主要使用美元进行出口结算，汇兑损益对主营业务收入和净利润的影响整体较小，发行人已经在招股说明书中披露了相关风险，详见本招股说明书“第四节风险因素”之“五、经营风险”之“（三）汇率波动的风险”。

3、主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司各季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	31,248.68	39.40%	23,456.21	20.27%	18,381.93	20.66%	15,653.81	20.04%
二季度	48,072.21	60.60%	27,510.17	23.78%	20,420.05	22.95%	16,687.93	21.36%
三季度	-	-	28,880.44	24.96%	22,040.67	24.77%	21,827.83	27.94%
四季度	-	-	35,862.17	30.99%	28,134.44	31.62%	23,956.58	30.66%
合计	**79,320.89**	**100.00%**	**115,709.00**	**100.00%**	**88,977.09**	**100.00%**	**78,126.15**	**100.00%**

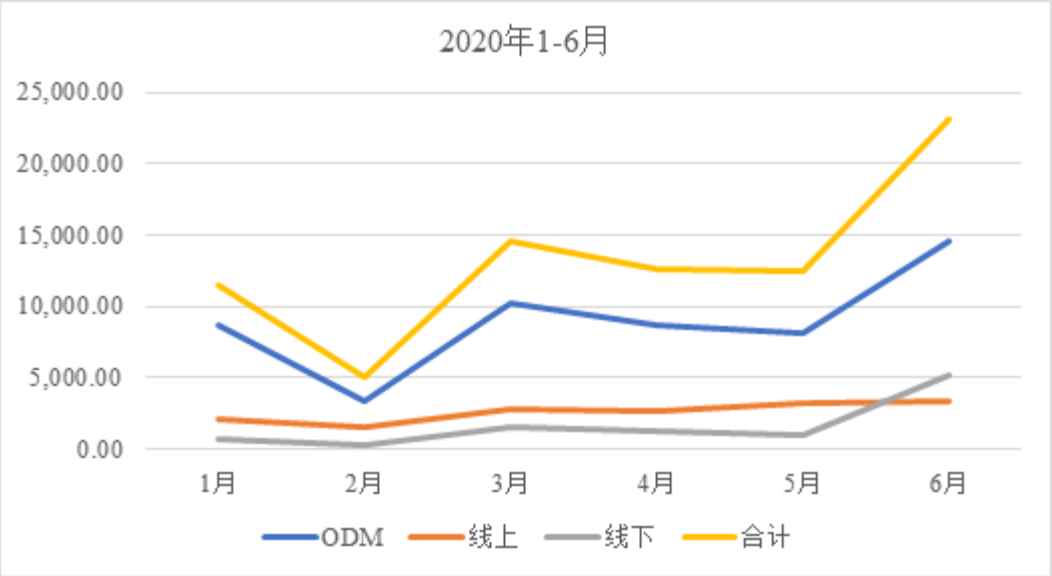
公司主要产品如成人纸尿裤、成人拉拉裤、婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤等属于日常使用的快消品，存在一定的刚性需求，总体来说受季节的影响较小，分布较为稳定。但由于受各电商平台“双 11”、“双 12”等促销活动的影响，报告期内公司各年第四季度收入贡献较高。2020 年 1-6 月，公司二季度收入占比较高，主要原因为一季度受新冠疫情影响较大，二季度公司有序复工复产，销售收入有所恢复。

报告期各期，公司各类业务月度销售数据及占比如下：

1）2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	8,724.37	16.25%	2,057.22	13.19%	760.94	7.58%	11,542.53	14.55%
2 月	3,308.92	6.16%	1,530.91	9.81%	238.51	2.38%	5,078.34	6.40%
3 月	10,208.30	19.02%	2,828.36	18.13%	1,591.15	15.85%	14,627.81	18.44%
4 月	8,658.97	16.13%	2,631.28	16.87%	1,267.16	12.62%	12,557.42	15.83%
5 月	8,179.48	15.24%	3,225.20	20.68%	1,046.90	10.43%	12,451.57	15.70%
6 月	14,603.17	27.20%	3,326.13	21.32%	5,133.92	51.14%	23,063.22	29.08%
合计	**53,683.21**	**100.00%**	**15,599.10**	**100.00%**	**10,038.58**	**100.00%**	**79,320.89**	**100.00%**

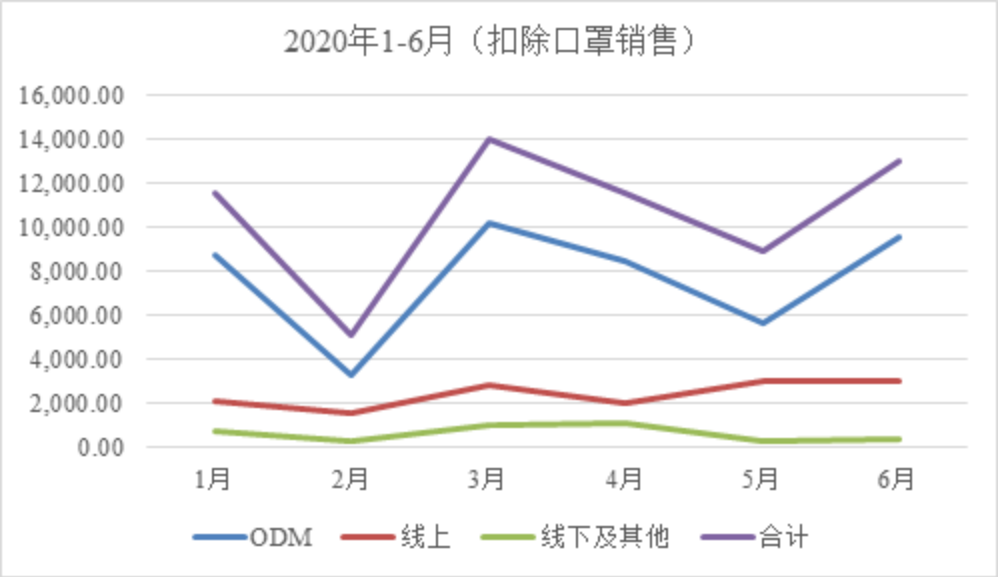


2020 年疫情影响，公司响应政府号召扩增口罩业务，口罩销售受疫情影响，存在明显的时间性，扣除口罩销售影响后，公司 2020 年 1-6 月销售数据情况如下：

单位：万元

项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	8,724.37	19.02%	2,057.22	14.33%	760.94	20.03%	11,542.53	18.03%
2 月	3,308.92	7.21%	1,530.91	10.66%	238.51	6.28%	5,078.34	7.93%
3 月	10,208.30	22.26%	2,771.10	19.30%	1,003.06	26.40%	13,982.46	21.84%
4 月	8,432.50	18.39%	1,972.31	13.74%	1,095.74	28.84%	11,500.55	17.96%
5 月	5,625.80	12.27%	3,003.32	20.92%	307.94	8.11%	8,937.06	13.96%

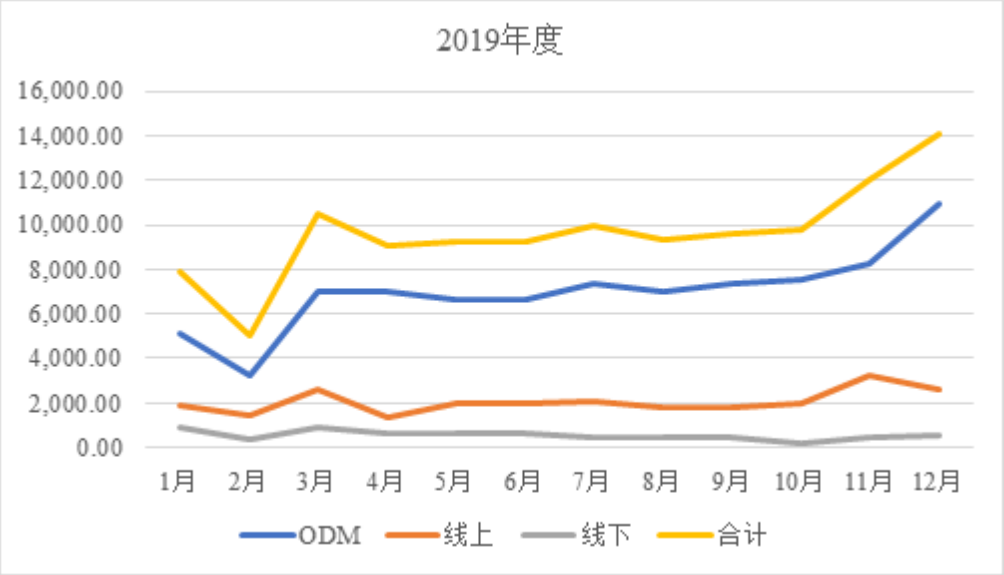
项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
6 月	9,561.97	20.85%	3,024.21	21.05%	392.76	10.34%	12,978.94	20.27%
合计	**45,861.86**	**100.00%**	**14,359.07**	**100.00%**	**3,798.95**	**100.00%**	**64,019.88**	**100.00%**



2）2019 年度

单位：万元

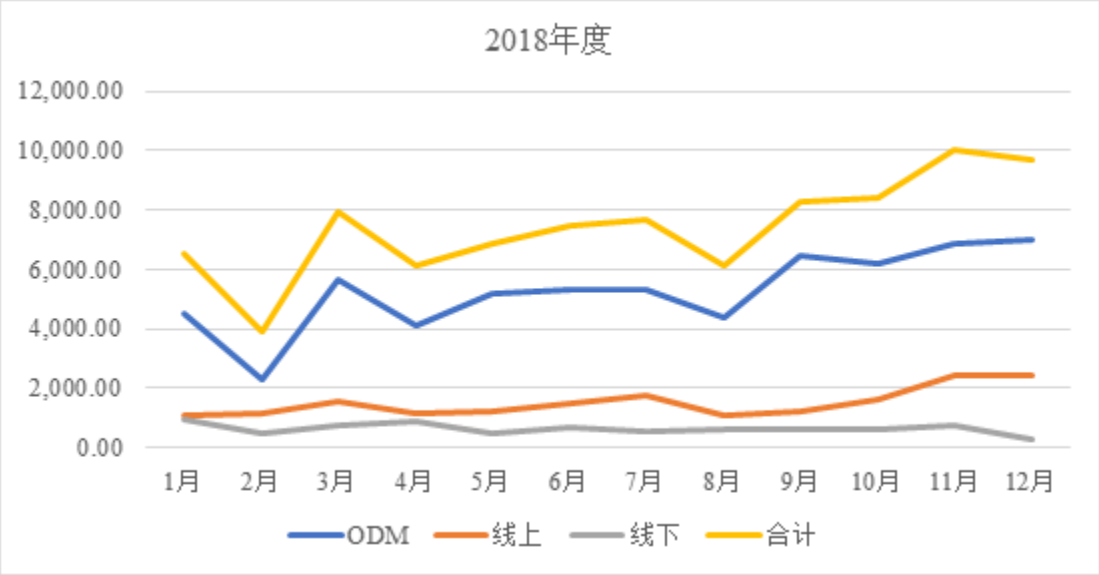
项目	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	5,075.84	6.03%	1,898.87	7.66%	893.62	13.20%	7,868.33	6.80%
2 月	3,257.79	3.87%	1,427.79	5.76%	384.21	5.68%	5,069.79	4.38%
3 月	6,972.16	8.29%	2,634.44	10.62%	911.48	13.46%	10,518.08	9.09%
4 月	7,031.98	8.36%	1,367.02	5.51%	678.21	10.02%	9,077.21	7.84%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



3）2018 年度

单位：万元

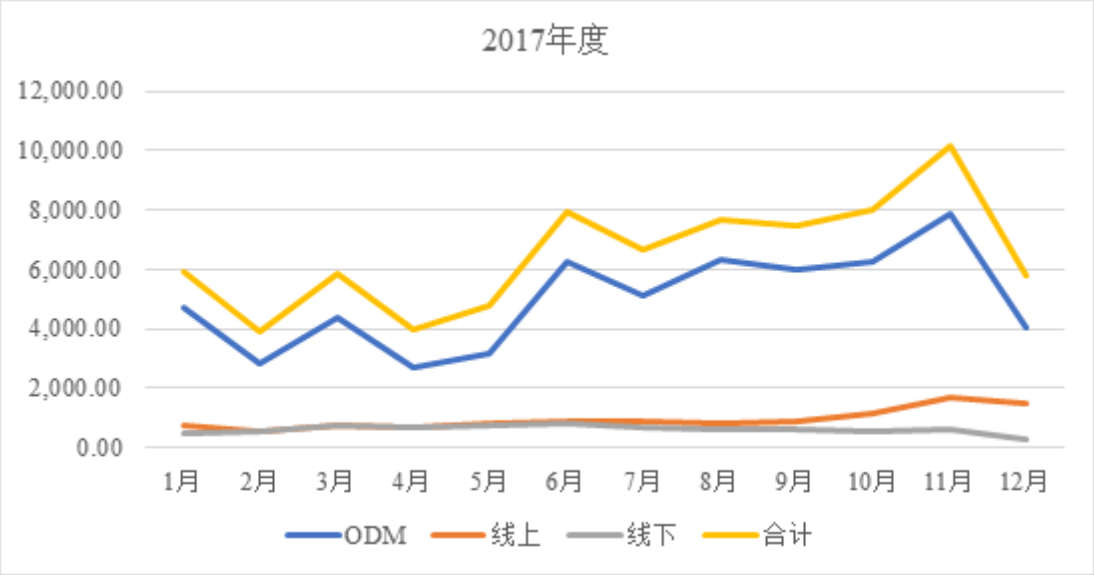
月度	ODM		线上		线下及其他		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	4,535.51	7.16%	1,073.03	5.92%	940.94	12.49%	6,549.48	7.36%
2 月	2,290.42	3.62%	1,159.50	6.40%	471.64	6.26%	3,921.56	4.41%
3 月	5,669.12	8.95%	1,530.34	8.44%	711.44	9.44%	7,910.89	8.89%
4 月	4,099.08	6.47%	1,144.85	6.32%	854.42	11.34%	6,098.35	6.85%
5 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



4）2017 年度

单位：万元

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



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

同行业可比公司第四季度收入金额及占比情况如下：

单位：万元

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

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

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

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

4、结合主要产品的销售单价、销售数量说明收入波动的原因及合理性

（1）自主品牌业务

报告期内，公司自主品牌产品分收入、销量和单价的具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
成人纸尿裤	9,594.03	6,009.22	1.60	16,509.08	10,688.65	1.54	13,522.90	8,999.98	1.50	9,682.80	6,895.70	1.40
成人护理垫	3,770.94	3,619.78	1.04	7,428.07	7,334.78	1.01	6,610.25	6,718.46	0.98	5,147.48	5,541.63	0.93
成人拉拉裤	3,040.85	2,073.74	1.47	4,237.92	2,943.25	1.44	2,397.57	1,579.05	1.52	826.01	453.58	1.82
口罩	7,479.66	3,703.83	2.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他品类	1,636.77	2,695.22	0.61	3,215.32	5,446.81	0.59	2,905.63	5,303.59	0.55	2,745.74	5,272.35	0.52
合计	**25,522.26**	**18,101.79**	**1.41**	**31,390.40**	**26,413.49**	**1.19**	**25,436.36**	**22,601.08**	**1.13**	**18,402.02**	**18,163.25**	**1.01**

报告期内各期，公司自主品牌业务实现销售收入 18,402.02 万元、25,436.36 万元、31,390.40 万元和 25,522.26 万元，其中 2018 年和 2019 年销售收入增幅分别达到 38.23%和 23.41%，增长迅速。公司最近三年自主品牌业务各产品板块的销售收入均取得了较大增长，其中增长贡献最高的是成人纸尿裤和成人拉拉裤，两者合计占当年自主品牌成人失禁用品销量增幅的 73.29%和 83.2%。

2017 年至 2019 年公司自主品牌成人纸尿裤实现销售收入 9,682.80 万元、13,522.90 万元和 16,509.08 万元，增长较快，主要原因是：一方面，公司成人纸尿裤单价逐年上升。2017 年公司线上渠道推广初期，为店铺引流，公司促销折扣力度较大，导致销售单价较低；2018 年、2019 年公司成人纸尿裤的平均销售单价逐步恢复。另一方面，公司通过与京东自营的合作以及在淘系、京东平台上自营店铺的不断经营积累，成人纸尿裤销售数量连续三年内保持了快速增长。

2017 年至 2019 年公司自主品牌成人拉拉裤实现销售收入 826.01 万元、2,397.57 万元和 4,237.92 万元，其中最近三年销售数量分别达到 453.58 万片、1,579.05 万片和 2,943.25 万片，年均复合增长率达到 154.73%，系收入增长的主要因素。成人拉拉裤近年来销量迅速增长的主要原因是：随着市场成熟度的不断提升，越来越多的轻度失禁人群开始接纳和使用成人拉拉裤，导致近年来定位于轻度失禁的成人拉拉裤销量持续增长。以往的成人纸尿裤，其受众人群主要是长期卧床的老年或病患，其在实际使用时是以前后粘扣形式进行穿脱，操作方便，

不需要站立或翻动；而近年来新推出的成人拉拉裤为内裤型尿裤，其以垂直方向进行穿脱，穿脱便利性稍差，但贴合度及舒适度较高，防侧漏性强，主要目标人群是有移动需求的轻度失禁人群。

2020 年 1-6 月，新冠疫情发生后公司迅速投产自主品牌的口罩产品，实现销量 3,703.83 万片，收入 7,479.66 万元。

（2）ODM 业务

报告期内，公司 ODM 产品分销售收入、销量、单价情况如下：

单位：万元、万片、元/片

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
婴儿护理用品	39,473.86	54,935.65	0.72	70,749.66	107,005.96	0.66	53,009.88	80,824.76	0.66	50,631.99	80,689.65	0.63
其中：婴儿纸尿裤	27,730.33	39,662.76	0.70	53,492.67	78,743.26	0.68	47,169.91	73,674.63	0.64	45,981.68	74,512.67	0.62
婴儿拉拉裤	11,532.26	14,448.56	0.80	14,755.15	17,590.71	0.84	5,588.77	6,011.63	0.93	4,650.31	6,176.98	0.75
成人失禁用品	2,659.00	2,105.67	1.26	6,000.78	4,661.21	1.29	2,168.68	1,812.10	1.20	1,893.45	1,038.589	1.82
宠物卫生用品	3,726.07	11,043.33	0.34	7,279.99	20,529.42	0.35	8,080.67	23,581.33	0.34	6,862.21	21,549.45	0.32
口罩	7,821.35	4,143.20	1.89	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其它 ODM 产品	2.92	30.00	0.10	104.54	2,873.82	0.04	57.84	1,595.14	0.04	177.37	4,863.17	0.04
合计	**53,683.21**	**72,257.86**	**0.74**	**84,134.97**	**135,070.41**	**0.62**	**63,317.06**	**107,813.32**	**0.59**	**59,565.01**	**108,140.86**	**0.55**

2017 年至 2019 年，公司 ODM 业务收入持续增长。

2018 年公司 ODM 业务销售收入相较于 2017 年增长 3,752.05 万元，增幅 6.3%，其主要影响因素系 ODM 业务的平均单价上涨。公司与国内主要母婴品牌商一般每半年核定一次报价，2018 年下半年生产婴儿护理用品的主要原材料绒毛浆等单价出现一定程度的上升，因此公司与部分品牌商定价时适当提高了产品定价。

2019 年公司 ODM 业务收入相较于 2018 年增长 20,817.91 万元，增幅 32.88%，其主要影响因素为 ODM 业务的销量增长，其中主要是代工婴儿拉拉裤数量的增长，2019 年公司 ODM 婴儿拉拉裤销量为 17,590.71 万片，较 2018 年增加 11,579.08 万片，增幅达到 192.61%。拉拉裤系近些年出现的婴儿护理用品新种类，非常适用于学步期间的宝宝，自推向市场以后逐渐受到家长青睐。2019 年，公司 ODM 品牌商客户菲律宾 JS、杜迪公司、万邦健康等均不同程度地加大了婴儿拉拉裤产品的生产订单数量。

2020 年 1-6 月，新冠疫情发生后，公司为部分客户提供口罩 ODM 代工，实现口罩产品销量 4,143.20 万片，收入 7,821.35 万元。

1）婴儿拉拉裤 ODM 业务的变动合理性分析

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

2）与同行业可比公司的比较分析

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

3）公司向不同客户销售同类型产品的价格差异情况

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

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

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

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

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

4）发行人与主要 ODM 品牌商关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定

序号	受托方	ODM 品牌商	主要内容	有效期
1	可靠护理	菲律宾 JS	1、生产： （1）委托生产婴儿纸尿裤和成人纸尿裤，委托生产产品规格、数量、单价以实际订单为准。 （2）受托方承诺，不断提升产能，并应优先满足委托方订购规模，在合同期限内保质保量按时完成加工订单。 2、发货：以实际订单为准。 3、知识产权：未约定。	2016.06.30 - 2021.06.29
2	可靠护理	KOHNAN	1、生产：委托生产宠物护理垫，委托生产产品数量、单价以实际订单为准； 2、发货：根据装运指示单安排出运，装运港为上海，目的地港为横滨/仙北，运输方式为 FOB，经协商可变更为 C&F。 3、知识产权：未约定。	2015.01.01 - 2018.12.30
3	可靠护理	KOHNAN	1、生产：委托生产宠物护理垫，委托生产产品数量、单价以实际订单为准。 2、发货：装运港为上海，目的地港为仙北，运输方式为 FOB，具体以实际订单为准。 3、知识产权：未约定。	2019 年至今
4	可艾公司	杜迪公司（葆艾产品）	1、生产： （1）委托生产婴儿纸尿裤，未经委托方同意，不得将产品的全部或任何一部分转包给第三方； （2）受托方确保在自己工厂内或者其他双方事先书面同意的地点提供足够的生产能力以满足委托方采购要求； （3）受托方全权负责生产所需物料的采购并自行承担该等物料的采购费用，对于部分产品需要使用特定的非常规原料，则由受托方与委托方协商确定； （4）受托方应按委托方对委托生产产品的质量要求组织	2014.12.26 - 2019.12.31

序号	受托方	ODM品牌商	主要内容	有效期
			物料供应商、研究确定生产设备、工艺、材质、配方等具体生产条件，受托方应同时合理关注上述生产条件及物料知识产权状态。若受托方未尽上述合理关注义务而导致受托方生产的产品侵害第三方知识产权，承担裁判机关认定需要由受托方承担的侵权责任。 2、发货：产品成品由受托方负责交给委托方确认的物流单位运送至委托方指定收货地点，产品成品到达委托方指定收货地点，并由签收人签收视为该部分产品成品已正式交付给委托方。 3、知识产权： （1）委托方应始终作为其所拥有的信息和知识产权的所有人，包括但不限于版权、商业机密、商标和专利权； （2）委托方委托受托方加工合同项下的产品，并不视为对委托方商标的使用授权。 （3）受托方为生产合同项下的产品，使用委托方提供的商标、字号、设计以及配方等侵害了第三方的合法权益，该侵权行为应由委托方承担责任，受托方作为加工方不负任何法律责任；但受托方未按约定就知识产权状况尽到合理关注义务，导致向委托方交付的产品侵犯他人知识产权的，裁判机关认定应由受托方承担侵权责任的，委托方因此而承担赔偿、停止生产、销毁侵权产品等法律责任所遭受的财产损失，应由受托方向委托方赔偿。 （4）为方便双方业务沟通，委托方允许受托方在委托方的生产作业场所参观所展示的委托方生产包装等信息亦受合同关于知识产权的约束与保护。	
5	可艾公司	杜迪公司（杜迪产品）	1、生产： （1）委托生产婴儿纸尿裤，未经委托方同意，不得将产品的全部或任何一部分转包给第三方； （2）受托方应确保在其自己工厂内或其他双方事先书面同意的地点内提供足够的生产能力满足委托方采购需求。在委托方每半年度（每年12月、6月）提供未来半年承诺的采购量（按季度提供滚动预测和按月滚动下达采购订单）前提下，受托方承诺，在受托方总产能的50%范围内，优先安排生产委托方的订单，确保如期交付：1）若半年内实际订单总量未达到承诺的半年总采购量，委托方应当按照未达到承诺采购量而相对应的双方采购价格的7%向受托方进行赔偿，2）若委托方实际订单量超过半年承诺量，受托方需优先保证委托方产能。若受托方没有按约定优先保证委托方承诺的采购量，则受托方应当按照未达到承诺采购量相对应的采购价格的7%向委托方进行赔偿； （3）受托方全权负责生产所需物料的采购并自行承担该等物料的采购费用，对于部分产品需要使用特定的非常规原料，则由受托方与委托方协商确定； （4）受托方应按杜迪公司对委托生产产品的质量要求组织物料供应商、研究确定生产设备、工艺、材质、配方等具体生产条件，受托方应同时合理关注上述生产条件及物料知识产权状态。若因受托方未尽上述合理关注义	2017.12.25 - 长期

序号	受托方	ODM品牌商	主要内容	有效期
			务而导致受托方生产的产品侵害第三方知识产权，委托方因此而承担的赔偿、停止生产、销毁侵权产品等法律责任所遭受的财产损失，应由受托方向委托方赔偿。 2、发货：产品成品由受托方负责交给委托方确认的物流单位运送至委托方指定收货地点，产品成品到达委托方指定收货地点，并由签收人签收视为该部分产品成品已正式交付给委托方。 3、知识产权： （1）委托方应始终作为其所拥有的信息和知识产权，以及与产品相关的根据约定属于委托方知识产权的所有人，包括但不限于版权、商业机密、商标和专利权等； （2）委托方委托受托方加工合同项下的产品，并不视为对委托方商标的使用授权； （3）受托方为生产合同项下的产品，合法合理使用委托方提供的商标、字号、设计以及配方等侵害了第三方的合法权益，该侵权行为应由委托方承担责任，受托方作为加工方不负任何法律责任； （4）为方便双方业务沟通，委托方允许受托方在委托方的生产作业场所参观所展示的委托方生产包装等信息亦受合同相关知识产权的约束与保护。	
6	可艾公司	万邦健康	1、生产：按报价单中的用料及质量要求生产。 2、发货：委托方提货。受托方完成生产后及时移入受托方工厂仓库，对于委托方需调货到自有仓库的，由委托方自行调货及承担费用。 3、知识产权： （1）委托知识产权责任：委托方存在以下行为的应赔偿给受托方带来的一切损失：1）擅自披露、使用其所掌握的受托方商业秘密的，2）擅自允许他人使用其所掌握的受托方商业秘密，3）未经受托方同意，擅自将受托方具有自主知识产权和产权授权受托方以外生产，4）委托方生产加工或协助生产加工涉嫌侵犯受托方知识产权的产品。 （2）受托方知识产权责任：受托方存在以下行为的应赔偿给委托方带来的一切损失：1）擅自披露、使用其所掌握的委托方商业秘密，2）擅自允许他人使用其所掌握的委托方商业秘密，3）受托方生产加工或协助生产加工涉嫌侵犯委托方知识产权的产品。	2017.03.30 - 2018.03.29
7	可艾公司	万邦健康	1、生产：按报价单中的用料及质量要求生产。 2、发货：委托方提货。受托方完成每日生产后，应及时移入受托方工厂仓库，并将实际入库数量以书面入库单形式告知委托方，委托方同意对上述受托方已经完成生产且完成入库的货物有付款义务，对于委托方需调货到自有仓库的，受托方协助委托方自行调货，委托方承担卸货及物流费用。 3、知识产权： （1）委托方保证提供的所有知识产权相关文件真实有效不会侵犯第三人合法权益；保证自身有权使用并有权许可受托方使用；受托方在受托研发生产使用前述知识产	2018.03.29 - 2020.03.28

序号	受托方	ODM品牌商	主要内容	有效期
			权的产品等合同范围内的事务中使用；因委托方提供的知识产权导致与第三方发生纠纷或影响受托方正常经营事件，其应积极配合处理并承担因此造成的损失； （2）侵权行为相关约定与2017年度协议相关内容一致； （3）如产品的外观包装等由受托方提供，其应当保证合法拥有完整外观包装知识产权，因此引发的知识产权问题导致与第三方发生纠纷或影响委托方正常经营事件，受托方积极配合处理并承担因此造成的损失。如受托方拥有外观包装知识产权，未经授权，委托方不得在生产的其他产品上使用与之相同或近似之外观包装。	
8	可艾公司	万邦健康	1、按报价单中的用料及质量要求生产。 2、发货：委托方提货。受托方完成每日生产后，应及时移入受托方工厂仓库，并将实际入库数量以书面入库单形式告知委托方，委托方同意对上述受托方已经完成生产且完成入库的货物有付款义务，对于委托方需调货到自有仓库的，受托方协助委托方自行调货，委托方承担卸货及物流费用。 3、知识产权： 委托方：（1）委托方保证提供的所有知识产权相关文件真实有效不会侵犯第三人合法权益；保证自身有权使用并有权许可受托方使用；受托方在受托研发生产使用前述知识产权的产品等合同范围内的事务中使用；因委托方原因，委托方提供的知识产权导致与第三方发生纠纷、行政处罚或影响受托方正常经营事件，其应积极配合处理并承担因此造成的损失。 委托知识产权责任：委托方存在以下行为的应赔偿给受托方带来的一切损失：1）擅自披露、使用其所掌握的受托方商业秘密的，2）擅自允许他人使用其所掌握的受托方商业秘密，3）未经受托方同意，擅自将受托方具有自主知识产权和产权授权受托方以外生产，4）委托方生产加工或协助生产加工涉嫌侵犯受托方知识产权的产品。 受托方：（1）受托方保证提供的所有知识产权相关文件真实有效不会侵犯第三人合法权益；（2）受托方许可委托方使用前述知识产权，并保证自身有权使用并有权许可受托方使用，委托方使用知识产权的方式仅限于委托方委托受托方生产含有使用前述知识产权的产品等合同范围内的事务；（3）因受托方提供的知识产权导致与第三方发生纠纷或影响委托方正常经营事件，其应积极配合处理并承担因此造成的损失。 受托方知识产权责任：受托方存在以下行为的应赔偿给委托方带来的一切损失：1）擅自披露、使用其所掌握的委托方商业秘密，2）擅自允许他人使用其所掌握的委托方商业秘密，3）受托方生产加工或协助生产加工涉嫌侵犯委托方知识产权的产品；4）未经委托方同意，擅自将委托方委托加工生产的产品授权委受托方以外的任何主体生产、加工或部分生产、加工的。	2020.03.29 - 2023.03.28
9	可艾公司	杭州沐歆品牌管理	1、生产：委托生产lovekins（沐歆）纸尿裤、拉拉裤等商品，委托方每次采购订货商品时向受托方下采购单，	2019.02.08 - 2020.02.27

序号	受托方	ODM品牌商	主要内容	有效期
		有限公司	具体采购的商品名称、品类、数量、价格等详见采购单。 2、发货：除法定不可抗力因素外，受托方应按采购单约定期限、约定交货方式将约定货物送达委托方指定收货地点，否则委托方有权拒绝收货。受托方安排不损害货物质量的合理运输方式，并承担将货物送至指定收货地点所产生的全部费用。 3、知识产权： （1）受托方知识产权责任：受托方存在以下行为的应赔偿给委托方带来的一切损失： 1）擅自披露、使用所掌握的委托方商业秘密的，2）擅自允许他人使用其所掌握的委托方商业秘密的，3）受托方生产加工或协助生产加工涉嫌侵犯委托方知识产权的产品； （2）委托方知识产权责任：委托方保证提供的所有知识产权相关文件真实有效不会侵犯第三人合法权益；保证自身有权使用并有权许可受托方使用；受托方在受托研发生产使用前述知识产权的产品等合同范围内的事务中使用；因委托方提供的知识产权导致与第三方发生纠纷或影响受托方正常经营事件，其应积极配合处理并承担因此造成的损失。	
10	发行人	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	1、生产：委托生产口罩，具体以订单形式确定。 2、发货：航空运输 FOB，具体以订单形式确定。 3、知识产权：无具体约定。	订单形式
11	发行人、可艾公司	天津露乐	1、生产：委托生产爱乐爱婴儿奢华云享纸尿裤、爱乐爱奢华云享学步裤；产品名称、规格、数量、单价以实际订单为准。在合同期内，同品牌产品的委外生产，非因受托方原因，不得寻求另外的第三方生产。当天津露乐委托生产产能达到受托方产能 50%以上时，如受托方需引进另外的客户需事先征得天津露乐同意（不影响实际产能需求量除外），必须优先保障天津露乐增加的产量需求，以避免后期订单增加时受托方产能不足问题。 2、发货：受托方完成生产后及时移入受托方工厂仓库，对于天津露乐需调货到自有仓库的，由天津露乐自行调货和承担费用。受托方按约定时间足额交货（不可抗力因素除外）。如不能在约定时间内足额交货，天津露乐给予 5 个工作日的宽限期。逾期仍不能交货的，每逾期 1 日，受托方支付单笔订单 0.1%违约金。逾期达 20 日的，受托方同意天津露乐取消该次订货并无需承担责任。同时向其支付订单金额 5%金额违约金。 3、知识产权：受托方采购、生产、制作使用的专属技术（受托方提供的属于自主研发技术、专有技术双方另行书面确定），仅能在天津露乐产品上使用，不得为受托方自身或其他任意第三方使用。受托方自行研发和设计的技术、采购的设备及技术或已经在自身产品使用的技术、及通用技术，不受此规定限制。为促进天津露乐品牌建设，受托方根据具体情况判断，如有需要，同意将	2016.07.18 签署，2018 年终止合作

序号	受托方	ODM品牌商	主要内容	有效期
			其所拥有的专利、专有技术用于其生产的天津露乐产品上，并不就此收取任何另外费用，未经允许，天津露乐不得向任何第三方透露。无论是合同实施期间还是终止后六个月内，受托方始终维护天津露乐品牌及企业名称的专有权，非经授权受托方不得擅自使用天津露乐知识产权及企业名称为自身或任意第三人所用。	
12	发行人	WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	1、生产：以实际订单为准。 2、发货：收到订单后30天内装出；装运港上海；目的港香港。 3、知识产权：未约定。	2016.03.20起始，2019年终止合作

发行人2014年1月曾在与健合香港相关签署的《合营合同》中约定条款如下：“在中国范围内，不再控股、参股婴儿纸尿裤产品的生产实体；不得为其他中国境内企业提供婴儿纸尿裤代工服务，如果可靠护理在境外直接或间接设立从事婴儿纸尿裤产品生产的实体，可靠护理将确保该实体生产的产品不会流入中国销售”。2017年12月发行人与健合香港有重新签署《合营合同》，发行人将其对可艾公司的投资比例由 60%上升至 80%，并删除了原《合营合同》下的上述排他条款。

除杜迪公司与可艾公司签署的《委托生产合同》约定了优先安排杜迪公司订单生产、菲律宾JS与发行人签署的《关于纸尿裤加工框架合同》约定了优先满足菲律宾JS订购规模外，其他ODM品牌商对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线未进行约定或限制。

发行人未对品牌客户自建生产线进行约定或限制，但发行人在开拓ODM客户时，主要考虑建立稳固的战略合作关系，倾向于选择专注品牌和渠道建设的品牌客户，由发行人为其提供专业的生产及供应链保障。截至本招股说明书签署日，发行人存量的主要ODM客户均无自建生产线的计划。

5）报告期内，发行人主要ODM品牌客户的终端客户情况

ODM品牌客户	客户类型
菲律宾JS	大型商超、经销商/代理商、小型商铺或个体商户
KOHNAN	自有线下店铺/商超
天津露乐	（1）通过区域经销商，进入KA或母婴店实现销售； （2）直营，例如大超市或高端连锁 （3）线上销售，例如天猫、京东

ODM 品牌客户	客户类型
万邦健康	电商、经销商、大型商超等
杜迪公司	经销商
杭州沐歆	线上销售
AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	商超
WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	(1) 经销商、代理商 (2) 医院、养老院 (3) 小型商铺或个体商户 (4) 个人消费者

5、收入增长的原因及可持续性分析

（1）收入增长的主要原因

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

1）成人失禁用品

报告期内，公司成人失禁用品的产量、销量、收入及单价情况如下表所示：

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

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

①电商业务迅猛发展，成人失禁用品销量持续增长

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

在行业整体增长较快的背景之下，发行人抓住新型互联网渠道崛起的战略契机，通过引进优秀电商运营团队、加大信息化硬件建设等方式着力发展线上业务，

使得电商超市、自营店铺等线上渠道成为公司成人失禁用品销售增长的新引擎。受益于线上销售渠道销量的迅速增长，公司成人失禁用品销量大幅增加，由 2017 年的 17,592.92 万片增长至 2019 年的 30,140.19 万片。

②电商销售渡过推广期，单价逐步回升

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

2）婴儿护理产品

报告期内，发行人婴儿护理用品的产量、销量、收入及单价情况如下表所示：

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

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

①随着品牌客户业务扩张，发行人 ODM 业务销量不断增长

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

②产品单价不断上升

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

（2）收入增长的可持续性分析

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

综上，发行人未来收入增长的可持续性较强。

6、产品销售单价情况

报告期内，公司主要产品单价变动情况具体如下：

单位：元/片

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

①婴儿护理用品和宠物卫生用品单价变动分析

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

②成人失禁用品单价变动分析

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

③主要产品价格与同行业可比公司比较

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

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

单位：元/片

项目		2019 年	2018 年	2017 年
豪悦股份	成人纸尿裤（含拉拉裤、尿片）	1.60	1.57	1.43
百亚股份	成人失禁用品（自主品牌）	1.56	1.50	1.50
发行人	成人失禁用品	1.23	1.17	1.11

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

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

（三）营业成本构成及变动分析

1、营业成本核算方法及构成分析

（1）成本的核算方法

公司成本核算流程和方法如下：

公司的主要产品为婴儿护理用品、成人失禁用品、宠物卫生用品和口罩。公司生产模式主要是自主生产。对于 ODM 业务，主要采用订单生产模式以销定产，根据客户所下订单来制定采购计划、组织生产，按照用户要求的规格、数量和交货期交货。对于自有品牌业务，由销售部根据市场预测情况进行排产，并保持一定安全库存。在保证产品质量的前提下，进行有效地产销协调，合理安排原材料的采购、生产计划和物流。公司在生产过程中注重控制制造成本和保证产品质量，并建立了 KPI 管理制度来确保生产的达成率。公司主要产品的生产工艺流程相似，成本核算方法基本一致，下面就产品成本核算方法进行具体说明：

直接材料的核算方法：原材料成本归集时，公司采取加权平均法计算当月领用材料成本。每月末根据完工产成品及在制品产品品项的专用材料和共用材料来分配材料成本。专用材料是材料出库单上已明确指定对应产品的，同一成本中心同一品项根据产量分配专用材料成本；共用材料根据设置系数，在同一成本中心根据所有产品的产量进行分配。

直接人工的核算方法：公司将与生产直接相关的职工薪酬计入产品成本，按照产品单位定额人工成本比例在产品之间进行分配。

制造费用的核算方法：公司制造费用主要核算与生产相关的固定资产折旧分摊、水电费及机物料消耗等费用，按照产品单位定额制造费用比例在产品之间进行分配。在产品不分配制造费用。

料、工、费的具体的核算及结转方法：

步骤	参与部门	实物流	单据流	成本分配		
				直接材料	人工费用	制造费用
领料生产	生产部、仓储部	生产车间根据具体生产指令进行所需原辅料的领用，领用时需填写相应的领料单，仓库部门复核领料单，复核之后进行相应材料发出处理	领料单			
	生产部、品质部、仓储部	生产完成之后，生产车间将产成品交由仓库暂存保管，待品质部检验合格后，仓库办理产成品入库手续。	质检报告、入库单			
产成品成本分配	生产部、财务部	财务部门每月末根据生产部门提供的产量统计表和原辅料领取统计表，按照产品种类对成本进行归集		原材料采用月末一次加权平均法计价，	财务部门每月根据实际发生的产品生	财务部门每月根据实际发生的制造费

步骤	参与部门	实物流	单据流	成本分配		
				直接材料	人工费用	制造费用
				财务部门据此结合系统中原材料收发存数据计算原材料每月领用金额	产成本与各完工产品产量所占比例进行人工成本分配	用和各完工产品产量所占比例进行制造费用分配
产成品结转主营业务成本	仓储部、财务部、销售部	(1)线下境内自有品牌销售：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收或对账后确认销售收入；(2)自营电商平台销售：在公司根据订单发出商品，客户收到货物或者系统默认收货、公司收到货款时确认销售收入；(3)电商超市销售：在公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入；(4)线上分销平台销售：在终端消费者确认收货、公司收到电商平台交付的消费者货款时或公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入；(5)境内 ODM 销售下到货确认的客户：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签收时确认销售收入；(6)境内 ODM 销售下自提客户：在公司已根据合同约定将产品交付给客户委托的物流公司时确认销售收入；(7)境内 ODM 销售下委托存放的客户：在公司已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入；(8)境外销售业务：FOB/CFR/CIF 等模式在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单时确认销售收入；EXW 模式以在工厂或仓库将货物交付客户指定承运人，视为控制权的转移，确认销售收入	产品销售合同/订单、出库单、对账单、报关单、提单、增值税发票	根据销售清单数量和具体产品，按照月末一次加权平均法计算得出的发出单位成本，得出相应产品的营业成本。确保产品销售发出与相应营业成本结转、销售收入确认配比		

综上，公司的直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法符合《企业会计准则》的要求。

（2）营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	金额
主营业务成本	53,828.53	99.79%	84,992.07	99.22%	66,522.53	98.49%	56,036.92	99.72%
其他业务成本	113.22	0.21%	664.37	0.78%	1,022.03	1.51%	157.74	0.28%
合计	**53,941.75**	**100.00%**	**85,656.44**	**100.00%**	**67,544.57**	**100.00%**	**56,194.65**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本分别为 56,194.65 万元、67,544.57 万元、85,656.44 万元和 53,941.75 万元，逐年上升。其中，主营业务成本分别为 56,036.92 万元、66,522.53 万元、84,992.07 万元和 53,828.53 万元，占当期营业成本比例分别为 99.72%、98.49%、99.22%和 99.79%，与主营业务收入的占比相匹配。

2、主营业务成本分产品构成

报告期内，公司主营业务成本分产品结构如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	金额
成人失禁用品	14,597.81	27.12%	23,668.87	27.85%	17,854.12	26.84%	13,010.76	23.22%
婴儿护理用品	31,707.16	58.90%	55,429.21	65.22%	41,754.97	62.77%	36,760.05	65.60%
宠物卫生用品	3,052.32	5.67%	5,765.20	6.78%	6,772.67	10.18%	6,032.18	10.76%
口罩	4,432.53	8.23%	-	-	-	-	-	-
其他产品	38.70	0.07%	128.79	0.15%	140.78	0.21%	233.92	0.42%
合计	**53,828.53**	**100.00%**	**84,992.07**	**100.00%**	**66,522.53**	**100.00%**	**56,036.92**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，从产品类别来看，成人失禁用品主营业务成本稳步增长，占比由 2017 年的 23.22%增长至 2019 年的 27.85%；宠物卫生用品主营业务成本有所下降，占比由 2017 年的 10.76%下降至 6.78%；婴儿护理用品主营业务成本保持稳定，公司按产品分类的主营业务成本的变动趋势与主营业务收入变动趋势相匹配。2020 年 1-6 月，受全球新冠疫情影响，公司新增口罩产品，占主营业务成本的比例为 8.23%，因此成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品占比均有所下降。

3、主营业务成本料工费结构分析

报告期内，主营业务成本结构如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1、原材料	44,956.97	83.52%	75,082.56	88.34%	57,756.12	86.82%	48,001.61	85.66%
2、制造费用	3,559.89	6.61%	6,413.79	7.55%	5,062.10	7.61%	4,687.80	8.37%
3、直接人工	1,818.40	3.38%	3,221.60	3.79%	2,532.56	3.81%	2,072.48	3.70%
4、进项税额转出	-	-	274.13	0.32%	1,171.76	1.76%	1,275.02	2.28%
5、运输费	3,493.26	6.49%	-	-	-	-	-	-
合计	**53,828.53**	**100.00%**	**84,992.07**	**100.00%**	**66,522.53**	**100.00%**	**56,036.92**	**100.00%**

公司主营业务成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用和进项税额转出，其中直接材料是主营业务成本最主要的构成部分。报告期内公司合并计算原材料和进项税额转出占主营业务成本的比重，分别为 87.94%、88.58%、88.66%和83.52%，2017-2019 年公司原材料成本占比基本保持一致。2020 年 1-6 月，公司原材料占比下降，主要原因为公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与合同履约直接相关的运输费用计入成本，列示为营业成本项目。2020 年 1-6 月公司发生的与合同履约直接相关的运输费用为 3,493.26 万元，剔除该影响因素后，公司原材料和进项税转出占主营业务成本的比重为 89.32%。

4、主营业务成本与采购、存货变动的匹配性分析

报告期各期，主营业务成本与原材料采购总额、存货变动的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原材料采购总额	49,429.93	80,881.14	60,500.60	53,441.81
减：存货账面余额增加	3,934.14	2,272.37	-403.18	2,652.12
减：材料销售成本	83.61	632.54	993.55	48.67
减：研发领用材料	1,864.87	2,531.45	1,888.79	2,422.41
存货变动额	43,547.30	75,444.78	58,021.45	48,318.62
主营业务成本	50,335.26	84,992.07	66,522.53	56,036.92

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货变动占成本比重	86.51%	88.77%	87.22%	86.23%

注 1：原材料采购总额以报告期各期主要原材料入库金额为口径统计，未考虑在途物资金额

注 2：存货账面余额增加为不包括在途物资的存货账面余额变动情况

注 3：2020 年 1-6 月主营业务成本不包括因执行新收入准则而动转入的运费金额

报告期内，公司主营业务成本与原材料采购总额、存货变动额具有相关性，三者之间存在匹配关系。

5、生产人员薪酬变动合理性分析

报告期各期生产人员薪酬变动情况如下：

单位：万元、人、万元/人、元/人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员职工薪酬	2,656.29	4,879.73	3,645.35	3,318.17
生产人员平均人数	669	595	511	477
人均薪酬	3.97	8.20	7.13	6.96
月均薪酬	6,617.57	6,834.36	5,944.80	5,796.95

注：表格中生产工人职工薪酬金额及月加权平均职工人数包含劳务派遣人员；生产人员平均人数=各月生产人员领取薪酬人数之和/当期月份数

报告期内，公司生产工人的薪资结构由基本工资、绩效工资、加班工资等构成。员工月度工资系按照每台机器每天产品的品相、数量及生产合格率等确定工人每天的人工成本，并依据工人工作天数汇成月度工资，次月 25 日发放上月工资。

因此，报告期内公司生产工人薪酬总额、月均人数、平均工资均呈逐年上升的趋势具有合理性。一方面系由于公司经营规模扩大导致人员扩充，整体人数的上涨带来人工费用的直接增加；另一方面系公司人均工资每年正常的调薪导致的人员成本在一定程度上增长，直接人工变动合理。

6、制造费用变动合理性分析

报告期各期制造费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
资产使用费	1,671.83	2,820.11	2,247.51	2,028.25
燃料动力费	914.45	1,674.40	1,450.45	1,327.32

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	799.99	1,591.01	1,048.04	1,140.63
机物料消耗	131.22	205.67	211.72	192.41
其他	116.60	256.21	233.80	236.82
合计	**3,634.09**	**6,547.39**	**5,191.52**	**4,925.43**

报告期各期，公司制造费用整体呈逐年上升趋势，主要系资产使用费、燃料动力费、人员薪酬增长所致。制造费用各部分变动的具体原因如下：

（1）资产使用费：主要是生产线及专用设备折旧以及修理费，随着公司产销规模的扩大，生产线及专用设备投入逐年增加，导致资产折旧及维修费增长。

（2）燃料动力费：公司产品生产过程中不需要耗用水，耗用的燃料动力主要系电力成本，报告期各期产量及电费耗用情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产量（万片）	89,678.62	162,385.39	128,314.48	122,443.63
电量（万度）	1,384.25	2,495.24	2,143.06	1,926.74
电费（万元）	914.45	1,674.40	1,450.45	1,327.32
每片耗电量（度/片）	0.015	0.015	0.017	0.016
每片耗电额（元/片）	0.010	0.010	0.011	0.011

由上表可见，公司报告期内每片耗电量及每片耗电额变动不大，燃料动力费主要系受产量增长的影响而增加，变动合理。

（3）职工薪酬：公司制造费用中的职工薪酬在报告期内呈增长趋势，主要系随公司生产规模的扩大相应生产人员数量增加及人均薪酬水平增加所致。

（4）机物料消耗：公司制造费用中的机物料消耗主要系耗用的五金材料等，报告期内发生额基本保持稳定。

7、营业成本和单位成本变动的原因

报告期内，公司营业成本和单位成本具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

项目	营业成本	销量	单位成本
2020 年 1-6 月	53,941.75	90,616.84	0.60
2019 年度	85,656.44	162,077.16	0.53

项目	营业成本	销量	单位成本
2018 年度	67,544.57	131,140.00	0.52
2017 年度	56,194.65	126,767.16	0.44

报告期内，公司单位成本和营业成本均呈上升趋势，营业成本上升主要系受销量增加的因素影响。

2017-2018 年公司单位成本上升明显，主要原因为：2017 年-2018 年 10 月国际原油价整体呈上涨趋势，受其影响发行人主要原材料无纺布、高分子、复合芯体等采购单价也明显增长；此外由于环保原因，木浆价格也有所上涨；主要原材料价格的上升导致公司产品单位成本上升。

2020 年 1-6 月，公司产品单位成本相较 2019 年上升，主要原因为：1）公司自 2020 年 1 月 1 日起将与合同履约直接相关的运输费用计入成本。2）受新冠疫情影响，公司主要原材料无纺布等出现明显上涨，原材料价格上涨导致产品单位成本有所上升。

（四）公司毛利及毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

报告期内，公司综合毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务毛利	25,492.36	30,716.92	22,454.55	22,089.24
其他业务毛利	493.10	999.27	625.03	409.89
综合毛利	**25,985.46**	**31,716.19**	**23,079.58**	**22,499.13**
主营业务毛利率	32.14%	26.55%	25.24%	28.27%
其他业务毛利率	81.33%	60.07%	37.95%	72.21%
综合毛利率	**32.51%**	**27.02%**	**25.47%**	**28.59%**

报告期内，公司综合毛利分别为 22,499.13 万元、23,079.58 万元、31,716.19 万元和 25,985.46 万元，综合毛利率分别为 28.59%、25.47%、27.02%和 32.51%。报告期内主营业务毛利占公司综合毛利的比重均超过 96%，其他业务毛利贡献较小，主营业务毛利率是公司综合毛利率变动的主要因素，2017 年至 2020 年 1-6 月，公司主营业务毛利率分别为 28.27%、25.24%、26.55%和 32.14%。

2、主营业务毛利分产品构成分析

报告期内，公司主营业务毛利按产品类别构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成人失禁用品	5,941.57	23.31%	13,307.40	43.32%	9,233.95	41.12%	6,499.86	29.43%
婴儿护理用品	7,997.12	31.37%	15,853.17	51.61%	11,856.34	52.80%	14,747.02	66.76%
宠物卫生用品	673.76	2.64%	1,514.79	4.93%	1,308.00	5.83%	830.03	3.76%
口罩	10,868.47	42.63%	-	-	-	-	-	-
其他	11.44	0.04%	41.56	0.14%	56.26	0.25%	12.32	0.06%
合计	**25,492.36**	**100.00%**	**30,716.92**	**100.00%**	**22,454.55**	**100.00%**	**22,089.24**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利分别为 22,089.24 万元、22,454.55 万元、30,716.92 万元和 25,492.36 万元，逐年上升。2017 年至 2019 年，成人失禁用品和婴儿护理用品构成公司主营业务毛利的主要来源，两者合计占主营业务毛利的比例分别为 96.19%、93.92%和 94.93%。2020 年 1-6 月，由于新冠疫情影响，公司口罩业务量迅速增长，主营业务毛利占比 42.63%。

2018 年度公司毛利构成结构变动较大，其中成人失禁用品毛利占比从 2017 年的29.43%上升至2018年的41.12%，婴儿护理用品毛利占比从2017年的66.76%下降至 2018 年的 52.80%；主要原因系公司 ODM 品牌客户杜迪公司 2018 年市场表现不及预期，公司为其新购置的生产线开机率较低，婴裤产品分摊的制费较高，导致婴儿护理用品毛利大幅下降。

3、主营业务毛利分模式构成分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 业务毛利	15,042.84	59.01%	18,746.70	61.03%	13,634.38	60.72%	15,839.14	71.71%
自主品牌业务毛利	10,387.07	40.75%	11,862.77	38.62%	8,741.98	38.93%	6,172.21	27.94%
其它业务毛利	62.46	0.24%	107.46	0.35%	78.19	0.35%	77.88	0.35%
主营业务毛利	25,492.36	100.00%	30,716.92	100.00%	22,454.55	100.00%	22,089.24	100.00%

报告期内，公司 ODM 业务和自主品牌业务构成主营业务毛利的主要来源，

2017 年至 2020 年 1-6 月，两者合计占主营业务毛利的比例分别为 99.65%、99.65%、99.65%和 99.76%。公司结合对当前的市场判断，一方面在 ODM 业务上，坚持与优秀品牌商客户专业分工、互惠共赢、共同成长，不断分享成长的收益；另一方面在自主品牌业务上，通过拓展新兴的电商渠道，持续开发医院周边店、养老院等特通渠道，保持了持续增长。报告期内，公司 ODM 业务除 2018 年因客户过渡调整造成暂时的销售下滑外，整体呈现上升态势；自主品牌业务则维持了持续的快速增长。

从总体构成来看，ODM 业务和自主品牌业务均是公司毛利的重要组成部分，目前公司 ODM 业务贡献的毛利相对更大，自主品牌业务历年增幅较好，未来潜力巨大。**报告期内，发行人盈利主要来源于 ODM 业务。**

4、主营业务毛利率情况分析

（1）分产品的主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利和毛利率指标具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月（剔除运费影响）	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务收入（万元）	79,320.89	79,320.89	115,709.00	88,977.09	78,126.15
主营业务成本（万元）	50,335.26	53,828.53	84,992.07	66,522.53	56,036.92
主营业务毛利（万元）	28,985.63	25,492.36	30,716.92	22,454.55	22,089.24
主营业务毛利率	**36.54%**	**32.14%**	**26.55%**	**25.24%**	**28.27%**
其中：成人失禁用品毛利率	39.80%	28.93%	35.99%	34.09%	33.31%
婴儿护理用品毛利率	22.82%	20.14%	22.24%	22.12%	28.63%
宠物卫生用品毛利率	21.56%	18.08%	20.81%	16.19%	12.10%
口罩毛利率	71.41%	71.03%	-	-	-

2017-2019 年，从公司主营业务毛利率的总体变动来看，2018 年略有下降，2019 年有所回升，但相对来说较为稳定，变动幅度较小。2020 年 1-6 月，公司主营业务毛利率有所上升，主要原因为 2020 年 1-6 月公司口罩业务迅速增长，受新冠疫情影响，口罩业务毛利率较高。

2020 年起公司开始执行新收入准则，将与合同履约直接相关的运输费用计入成本，列示为营业成本项目，2020 年 1 月 1 日之前发生的运输费用计入销售

费用。2020 年 1-6 月本公司发生的与合同履约直接相关的运输费用为 3,450.82 万元，增加营业成本 3,450.82 万元、减少销售费用 3,450.82 万元。剔除运输费用的影响后，2020 年 1-6 月公司主营业务毛利率 36.54%，运输费用的调整影响 2020 年 1-6 月公司主营业务毛利率 4.40 个百分点。

剔除运输费用的影响后，成人失禁用品毛利率为 39.80%，较 2019 年上升 3.81%，主要原因为疫情期间主要原材料无纺布等有所上涨，公司调整折扣策略，给予下游客户的销售折让有所减少，导致销售单价有所上升。

公司 2018 年主营业务毛利率出现一定程度的下滑，主要系 2018 年公司婴儿护理用品毛利率下降。2018 年公司境外主要 ODM 客户的订单结构发生变化，小尺码产品和价格低的促销装产品增多，导致单价较低；其次，2018 年人民币处于升值通道，在美元确认收入不变的情况下，人民币收入降低，亦导致公司境外 ODM 业务单价下降；此外，2018 年公司 ODM 客户杜迪公司销售不及预期，公司为其购置的新生产线无法满负荷生产，分摊制费较高。上述因素综合影响，导致公司 2018 年婴儿护理用品毛利率较低。

2019 年公司主营业务毛利率回升，主要系 2019 年 4 月 1 日起增值税税率由 16%调整为 13%，而公司自主品牌的成人失禁用品出厂税前单价保持不变，使得 2019 年自主品牌的成人失禁用品不含税单价上升，毛利率上涨。

报告期内发行人成人失禁用品毛利率分别为 33.31%、34.09%、35.99%和 28.93%，婴儿护理用品毛利率分别为 28.63%、22.12%、22.24%和 20.14%。发行人成人失禁用品主要为自主品牌销售，因此定价中通常考虑了品牌溢价以及潜在的销售费用，定价较高；而婴儿护理用品主要为 ODM 销售，由于 ODM 业务所需要的销售费用较少，且通常不包含品牌溢价，因此综合来看，成人失禁用品毛利率高于婴儿护理用品毛利率符合商业逻辑。

发行人同行业可比公司中，豪悦股份婴儿护理用品的毛利率分别为 25.16%、26.07%、29.56%和 34.40%，同期成人失禁用品的毛利率分别为 30.88%、27.51%、30.64%和 38.17%，高于婴儿护理用品。

发行人成人失禁用品毛利率高于婴儿护理用品毛利率符合行业特点。

报告期内，公司宠物卫生用品毛利率逐年上升，主要原因为：一是汇率影响。公司宠物卫生用品主要出口日本，2018 年以来，人民币进入贬值通道，公司与日本客户交易以美元计价，产品美元单价不变的情况下，汇率贬值导致产品人民

币单价上升，使得产品毛利率有所上升。二是产品结构有所变化。公司宠物卫生用品包括宠物尿裤和宠物垫两种，宠物尿裤单价、毛利率较高。报告期内，公司宠物尿裤销售额分别为 232.34 万元、299.91 万元、402.50 万元和 140.12 万元，宠物尿裤占比的提高导致宠物卫生用品毛利率有所上升。

2018 年公司婴儿护理产品毛利率为 22.12%，相较 2017 年的 28.63%，下降 6.51%，主要原因如下：

①2018 年由于市场原因，发行人调低对菲律宾 JS 婴儿护理用品的销售单价，导致对菲律宾 JS 的毛利率下降；

②2018 年公司 ODM 客户杜迪公司销售不及预期，公司为其购置的新生产线无法满负荷生产，分摊制造费用较高。导致公司 2018 年婴儿护理用品毛利率较低。由于 2018 年发行人战略放弃天津露乐，全力展开与杜迪公司的合作，因此 2018 年按照杜迪公司的预计订单量新购置了生产线设备。但 2018 年杜迪市场销售未达预期，全年发行人对杜迪公司销售数量仅 1.03 亿片，出现生产线开机率不足的情形。为应对开机率不足的情况，发行人在征得杜迪公司同意后，积极对外开拓新的 ODM 客户分摊固定成本，但由于订单较为零散，无法形成规模效应，导致生产线频繁换码调试，拖慢了生产效率，使得单片分摊制造费用仍然较高，婴儿护理用品总体毛利率较低。

（2）分模式的主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率分模式变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
ODM 业务毛利率	28.02%	22.28%	21.53%	26.59%
自主品牌业务毛利率	40.70%	37.79%	34.37%	33.54%

报告期内，公司 ODM 业务毛利率分别为 26.59%、21.53%、22.28%和 28.02%，自主品牌业务毛利率分别为 33.54%、34.37%、37.79%和 40.70%，总体来说自主品牌业务毛利率高于 ODM 业务，主要原因系公司自主品牌通过线上线下各渠道实现销售的费用较高，因此定价更高，其毛利率较高；而 ODM 业务中间流通环节较少，费用率较低，因此毛利率相对更低。

（3）报告期内发行人不同线上渠道的销售单价和毛利率情况

单位:元/片

分类	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
自营电商平台	1.52	36.10%	1.37	43.12%	1.26	38.52%	1.18	37.84%
电商超市	1.30	35.65%	1.20	35.62%	1.16	33.03%	0.99	28.90%
线上分销	1.15	18.84%	1.14	33.11%	1.09	33.06%	0.98	31.52%

如上表所示，报告期内发行人三种线上销售模式之间的毛利率存在一定差异，其中自营电商平台单价和毛利率最高，电商超市以及线上分销的单价和毛利率相对较低，主要原因系：

在自营电商平台下，发行人运营团队自行运营在各主要平台开设的电商店铺，自行负担市场推广、引流、运营等费用支出，销售费用支出较大，因此定价较高，毛利率相对较高。

在电商超市模式下，发行人按照京东自营、天猫超市的指令将货品配送至其指定仓库后，由电商超市完成后续的销售流程，因此相对定价较低，毛利率较低。

发行人线上分销主要是通过阿里巴巴的供销平台进行销售，在供销平台模式下，分销商负责店铺的推广和销售，发行人仅负责按照店铺指令进行发货，因此定价较低，毛利率较低。

2020 年 1-6 月,发行人三种线上销售模式毛利率均有所下降,主要原因系按照 2020 年施行的新收入准则相关要求,将运输费用由销售费用转列至营业成本。其中电商超市模式下，发行人承担的运输费用相对较低，受到的影响较小；线上分销及自营电商店铺模式下发行人承担的运输费用较高，毛利率受到的影响较大，但 2020 年 1-6 月疫情期间，发行人自营电商店铺中销售了较多高毛利率的口罩产品，因此自营电商店铺模式下毛利率的下降程度低于分销平台模式。

（4）分区域的主营业务毛利率分析

2017 年发行人境外销售毛利率为 30.38%，境内销售毛利率为 25.92%，境外销售毛利率较高的主要原因系：

发行人的业务模块中，境内自主品牌业务的毛利率最高，境外 ODM 业务其次，境内 ODM 业务最低；2017 年发行人处于电商渠道起步初期，高毛利率的境内自主品牌业务销售规模较小，占发行人全部业务的比重较低，因此整体来看，

发行人境内业务模块的毛利率较低，境外业务模块毛利率较高。

5、与同行业上市公司毛利率比较分析

报告期内，公司毛利率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称[注]	商业模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中顺洁柔	自主品牌	46.59%	39.63%	34.07%	34.92%
豪悦股份	ODM 为主	41.81%	30.36%	26.57%	26.88%
百亚股份	自主品牌	43.21%	45.91%	42.13%	45.91%
平均值	-	43.87%	38.63%	34.26%	35.9%
公司	**ODM+自主品牌**	**32.11%**	**26.50%**	**25.21%**	**28.23%**
其中：ODM 业务	-	28.02%	22.28%	21.53%	26.59%
自主品牌业务	-	40.70%	37.79%	34.37%	33.54%

注：数据来源于上市公司/拟上市公司招股说明书、定期报告；豪悦股份和百亚股份 2020 年 1-6 月数据源自审阅报告。

公司总体毛利率水平与豪悦股份相近，低于百亚股份和中顺洁柔。可比公司中，豪悦股份的业务以 ODM 为主兼顾自有品牌，重点发展国内市场；百亚股份和中顺洁柔则坚持以自主品牌为核心，其中百亚股份主营卫生巾及婴儿纸尿裤，中顺洁柔主营纸巾类产品。2020 年 1-6 月，公司总体毛利率上升主要系疫情期间销售口罩业务毛利率较高。

公司则采用“ODM 和自主品牌双轮驱动”的发展模式。2017 年至 2019 年，公司 ODM 业务毛利率分别为 26.59%、21.53%和 22.28%，与 ODM 业务为主的豪悦股份综合毛利率较为接近；2020 年 1-6 月，公司 ODM 业务毛利率低于豪悦股份的主要原因系双方口罩业务规模差异以及公司按照新收入准则，将运输费用调整至营业成本所致。2017 年至 2019 年，公司自主品牌业务毛利率分别为 33.54%、34.37%和 37.79%，与自主品牌为主的中顺洁柔类似。2020 年 1-6 月，公司自主品牌业务毛利率低于中顺洁柔，主要原因系公司按照新收入准则，将运输费用调整至营业成本所致。

1）婴儿护理用品和同行业可比公司同类产品的毛利率比较

报告期内发行人婴儿护理用品主要通过 ODM 模式进行销售，因此选择以婴儿护理用品 ODM 为主的豪悦股份作为可比公司，对同类产品的毛利率比较如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
豪悦股份婴儿护理用品毛利率	34.40%	29.56%	26.07%	25.16%
发行人婴儿护理用品毛利率	22.82%	22.24%	22.12%	28.63%

注：豪悦股份 2020 年 1-6 月审阅报告未将销售费用调整至营业成本列报，因此公司 2020 年 1-6 月毛利率数据为不考虑运输费用转列影响的数据，豪悦股份数据来源于其招股书说明书及审阅报告

由上表可知，2017 年度发行人婴儿护理用品毛利率高于豪悦股份，2018 年及 2019 年豪悦股份婴儿护理用品毛利率逐年上升，而发行人 2018 年婴儿护理用品毛利率下降较为明显，虽然 2019 年有所回升，但仍低于豪悦股份，主要原因系：

①2017 年发行人规模效应相对豪悦股份更为明显。2017 年发行人婴儿护理用品实现销售额 51,507.08 万元，实际产量达到 81,190.01 万片；同期豪悦股份婴儿护理用品实现销售额 41,886.31 万元，实际产量 59,834.39 万片，发行人婴儿护理用品的生产及销售规模均高于豪悦股份，单位制造费用相对较低，因此毛利率高于豪悦股份。

②2018 年发行人 ODM 客户杜迪公司处于投放市场的初期，销售不及预期，公司为其购置的新生产线无法满负荷生产，分摊制造费用较高;此外, 2018 年由于市场原因，公司对菲律宾 JS 的定价下调，同时单片成本略微上升,导致发行人毛利率有所下滑；上述因素综合作用导致发行人 2018 年婴儿护理用品整体毛利率较低。同期豪悦股份新购置的设备逐步投产，婴儿护理用品的产能规模达到 95,737.50 万片，实现婴儿护理用品产能规模对发行人的反超，2018 年其婴儿护理用品实现 95,667.66 万元的销售额，其产能利用率更高，毛利率表现更好。

③ 2019 年度受增值税税率调整、原材料价格下跌等利好因素的影响，同时主要 ODM 客户的市场销售情况较好，订单规模持续扩大，单位制造费用有所下降，发行人婴儿护理用品的毛利率有所回升。但同期豪悦股份进一步扩张婴儿护理用品产能，达到 157,845.83 万片规模，同期实现销售 136,304.10 万元，在产能规模和销售规模上增幅均较大，规模效应对单位成本的降低更为明显。

④ 2020 年 1-6 月，公司婴儿护理用品的毛利率较 2019 年基本持平。豪悦股份进一步扩张婴儿护理用品产能，同期实现销售 84,327.13 万元，在销售规模上增幅较大，其婴儿护理用品毛利率进一步上升。

2）成人失禁用品和同行业可比公司同类产品的毛利率比较

报告期内各期，发行人成人失禁用品主要通过自主品牌模式销售，其销售毛利率分别为 33.31%、34.09%、35.99%和 39.80%（豪悦股份 2020 年 1-6 月审阅报告未将销售费用调整至营业成本列报，因此公司 2020 年 1-6 月毛利率数据不考虑运输费用转列影响）；同期，豪悦股份成人失禁用品的销售毛利率分别为 30.88%、27.51%、30.64%和 38.17%。报告期内各期，发行人成人失禁用品毛利率均高于豪悦股份，主要原因系：

一是发行人成人失禁用品品牌影响力较强，盈利能力较好；发行人 “可靠”品牌连续数年蝉联淘系平台单品类全网销售冠军，在市场具有较大影响力。根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017 年至 2019 年，公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序）。

二是发行人成人失禁用品的生产和销售规模高于豪悦股份，单位制造费用更低，2017 年至 2019 年，发行人成人失禁用品销售金额分别为 19,510.62 万元、27,088.07 万元和 36,976.28 万元，同期豪悦股份成人失禁用品销售金额分别为 16,604.10 万元、21,348.60 万元和 23,029.34 万元。

3）公司 ODM 业务毛利率低于同行业可比公司豪悦股份的原因

报告期内各期，公司 ODM 业务毛利率分别为 26.59%、21.53%、22.28%和 28.02%；报告期内各期，豪悦股份综合毛利率分别为 26.88%、26.57%、30.36%和 41.81%，发行人 ODM 业务毛利率略低于豪悦股份综合毛利率的主要原因系：

一是发行人 ODM 主要客户之一的杜迪公司的毛利率较低。根据 2014 年发行人与合生元香港在设立合资公司可艾公司时的约定，发行人与杜迪公司的定价采取成本加成确定，且保证发行人向第三方提供产品时，应不低于此定价。发行人接受以低毛利率的模式与合生元香港的合作，主要是看好杜迪品牌的市场潜力，合生元香港在母婴用品的传统渠道上拥有较大优势，自 2017 年杜迪品牌推出以来，销售规模不断上升；此外，合生元作为母婴消费品领域的知名品牌，发行人与之合作能带来较大的品牌效应，有利于与更多知名品牌商开展合作；随着杜迪公司销售规模的不断增长，发行人作为其独家供应商可以实现规模优势，摊低固

定成本，有利于盈利水平的持续提升。

二是豪悦股份整体销售规模大于发行人，规模效应导致其单位成本更低，毛利率更高。2019 年度豪悦股份对其前五大客户的 ODM 销售额均超过了 1.3 亿元，而发行人 2019 年度仅菲律宾 JS 和杜迪公司的销售规模超过上述金额。从规模效应来看，发行人日常经营中，仅供应菲律宾 JS 的产品实现了单线单码生产，毛利率相对较高，其余品牌客户的产品由于生产规模不够大，生产过程中需要频繁停机切换尺码，导致单位制造费用较高，毛利率较低。

三是豪悦股份自产复合芯体。豪悦股份主要 ODM 客户均在国内实现销售，其产品主要采用复合芯体，其复合芯体主要来源于自主生产；发行人虽然已掌握复合芯体技术，但考虑到自身情况尚未开展复合芯体的自主生产，生产所需的复合芯体全部来自外购，因此导致发行人在复合芯体上的采购成本要高于豪悦股份，对毛利率产生一定的影响.

4）公司自主品牌业务毛利率低于同行业可比公司百亚股份的原因

报告期内各期，公司自主品牌业务毛利率分别为 33.54%、34.37%、37.79%和 40.70%，低于同行业可比公司百亚股份，主要系产品结构差异。公司自主品牌主要系成人失禁用品，百亚股份自主品牌中卫生巾为其主要业务，该类产品毛利率较高，而其成人失禁用品 2017 年至 2019 年 1-6 月毛利率分别为 17.19%、9.73%和 12.15%，均低于公司，主要原因系：①与发行人相比，百亚股份自主品牌的成人失禁用品销量较少，因此其单位成本较高；②百亚股份自主品牌的成人失禁用品主要通过线下传统的经销商渠道和 KA 渠道实现销售，需要给予渠道一定的盈利空间，因此百亚股份作为厂商的毛利率相对较低，而发行人自主品牌成人失禁用品的线上销售占比较高，能够缩短商品的流通环节，相对来说毛利率较高。

6、线下渠道毛利率分析

报告期内，公司线下各销售渠道的单价和毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）
境内经销	27.88%	1.02	32.85%	0.97	30.01%	0.98	27.80%	0.87

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）	毛利率	单价（元）
KA 模式	32.08%	1.09	39.87%	1.06	35.92%	1.06	38.31%	1.04
直营零售	42.73%	1.39	35.45%	1.14	31.80%	1.10	35.43%	1.12

公司线下各销售渠道销售的主要产品均为公司自有品牌产品，产品种类基本相同；从单价来看，直营零售最高，KA 模式其次，经销模式最低；从毛利率来看，KA 模式和直营零售相对较高，经销模式相对较低。主要原因系：在与 KA 客户的合作中，需要承担较多的销售费用，如进场费、堆头费、陈列费等，因此其定价相对较高，毛利率较高；直营零售客户主要以养老院、医院周边店等为主，其销售产品中医护级产品的占比相对较高，因此其平均单价较高，毛利率较高；发行人在与经销商客户合作时，一般按照营销方案给予经销商一定的出厂折扣，因此其定价相对较低，毛利率较低。公司 2020 年 1-6 月直营零售毛利率较高，主要原因为 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，公司新增口罩销售业务，通过直营零售销售口罩收入 815.30 万元，该部分口罩业务销售毛利较高所致。

7、主要客户毛利率分析

报告期内各期发行人前五大 ODM 客户、前五大自主品牌客户的销售毛利率变化原因及合理性具体情况如下（毛利率信息已申请豁免）：

序号	客户	模式分类	毛利率变化原因及合理性
ODM 业务	菲律宾 JS	境外 ODM	2018 年发行人对菲律宾 JS 毛利率下降的主要原因系菲律宾 JS 在菲律宾市场竞争对手的竞品价格发生了调整，为实现与菲律宾 JS 协同增长，双方决定对单片价格进行下调；2019 年菲律宾 JS 毛利率略有下降，主要原因是公司出于服务客户的目的，主动对产品进行升级换代，导致单价基本不变的同时单位成本略有上升。2020 年 1-6 月，菲律宾JS毛利率下降主要系因按照新收入准则将运输费用调入营业成本所致。
	杜迪公司	境内 ODM	2017 年杜迪公司采购量较小，毛利率较高；2018 年杜迪公司处于投放市场的初期，销售不及预期，公司为其购置的新生产线无法满负荷生产，分摊制造费用较高，毛利率较低；2019 年随着杜迪公司在市场上不断扩张，发行人对杜迪公司销售数量上升至 1.64 亿片，毛利率相应有所提升；2020 年 1-6 月发行人对杜迪公司的毛利率下降，主要原因系：疫情期间部分原材料如无纺布等的价格出现大幅上涨，发行人在与杜迪定价时，考虑到如果按照双方协议约定的成本加成固定比例的方式定价，将导致在终端销售的杜迪产品定价过高，最终影响杜迪公司向发行人下达的采购订单量。发行人综合评估影响后，认为疫情期间维持相对稳定的供应价格有利于品牌客户扩大市场份额，因此小幅下调了成本加成的比例，因此导致 2020 年 1-6 月

序号	客户	模式分类	毛利率变化原因及合理性
			对杜迪公司的毛利率下降。
	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	境外ODM	口罩产品销售，毛利率较高。
	万邦健康	境内ODM	2018年发行人战略放弃天津露乐，杜迪公司和万邦健康的销售未达预期，发行人出现生产线开机率不足的情形，单片分摊制造费用较高，毛利率较低；2019年以来万邦健康在市场上不断扩张，发行人对万邦健康销售数量不断上升，毛利率相应有所提升。
	KOHNAN	境外ODM	2017年和2018年公司与KOHNAN采取成本加成模式定价，毛利率相对较低；2019年以来公司与KOHNAN采取市价协商定价，毛利率有所上升。
	杭州沐歆	境内ODM	2020年1-6月，考虑无纺布等原材料价格上升导致成本上升，公司提高对杭州沐歆产品销售价格，毛利率有所上升。
	天津露乐	境内ODM	2018年发行人战略放弃天津露乐，杜迪公司和万邦健康的销售未达预期，发行人出现生产线开机率不足的情形，单片分摊制造费用较高，毛利率较低。
	WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.	境外ODM	2018年销售毛利率有所上升，主要系毛利率较高的成人拉拉裤订单增多；2019年销售毛利率大幅增长，主要系2019年仅销售成人拉拉裤，毛利率较高。
自主品牌业务	杭州市临安区国瑞健康产业投资有限公司	直营零售	口罩产品销售，毛利率较高。
	NEXT FOLIEN GMBH	海外经销	口罩产品销售，毛利率较高。
	SUPER POWER CORPORATION LTD.	海外经销	2018年和2019年公司对SUPER POWER CORPORATION LTD.销售的产品中，低端产品占比相对于2017年较高，因此毛利率较低。
	北京京东世纪贸易有限公司	电商超市	根据发行人与北京京东世纪贸易有限公司签署的《产品购销协议》，发行人需向京东自营提供毛利保护，毛利保护的支付方式分为价款折让和京东开具费用发票两种情况，2017年以来，京东逐渐减少价款折让比例，发行人毛利率不断提高。
	杭州悦行优品健康管理有限公司	直营零售	2019年发行人与杭州悦行优品健康管理有限公司达成战略合作协议，给予其一定的价格优惠，毛利率有所下降。
	家家悦集团股份有限公司	KA	毛利率历年总体稳定。
	康成投资（中国）有限公司	KA	2017年发行人向康成投资（中国）有限公司新上产品大类，额外支付入场费，以价格折让形式支付，毛利率较低；2020年1-6月毛利率下降主要受运输费用调整至营业成本的影响。
	沃尔玛（中国）投资有限公司	KA	毛利率历年总体稳定。
	浙江天猫供应链管理有限公司	电商超市	2018年以来公司改变在天猫超市销售产品的策略，增加吸收宝等中低端产品投放，导致销售毛利率不断下滑。

报告期内，发行人对主要客户在同一期间的销售毛利率存在一定差异，具体

情况如下：

（1）自主品牌业务毛利率整体高于 ODM 业务毛利率

ODM 业务的经营逻辑以生产制造为核心，ODM 厂商需要通过大规模的标准化生产分摊固定成本，生产规模越大，其代工产品的单位生产成本越低，从而使得其向品牌商客户提供的产品报价越具有竞争力，ODM 厂商的盈利能力越强。因此从经营成果来看，ODM 业务通常体现为高销量，低毛利率。自主品牌业务的经营逻辑以产品销售为核心，为实现产品的销售，厂商需要投入销售费用进行品牌及渠道建设、维持销售团队等，产品定价通常较高，因此从经营成果来看，自主品牌业务通常体现为高单价、高毛利率的特点。报告期内，公司自主品牌业务毛利率整体高于 ODM 业务毛利率。

（2）发行人主要 ODM 客户毛利率比较分析

发行人主要 ODM 产品根据品牌商的需求，其材料、工艺等均有不同，导致相同期间内其毛利率存在一定差异。主要 ODM 客户中，杜迪公司毛利率相对较低，主要原因系发行人与杜迪公司之间采取成本加成的定价模式，且杜迪公司属于发行人 ODM 业务的初创客户，相对价格较为优惠，因此其毛利率相对低于其他主要客户。杭州沐歆毛利率相对较高，主要原因系发行人与杭州沐歆交易中发行人需要承担物流配送费用。WING HANG MEDICAL SUPPLIES LTD.系发行人成人拉拉裤 ODM 客户，其毛利率显著较高的原因系成人拉拉裤品类终端销售价格较高，市场需求较小，导致代工厂相对较为稀缺，成人拉拉裤产品 ODM 的定价较高，毛利率较高。AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 系疫情发生后的口罩 ODM 客户，其毛利率较高的原因系疫情期间口罩产品的毛利率较高。

（3）自主品牌业务毛利率

发行人电商超市、经销商、KA、直营零售等销售渠道销售的产品主要为成人失禁用品，包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人护理垫等。发行人对于成人失禁用品根据产品类别、品牌、型号设定出厂价，自主品牌产品成本之间的差异也主要由产品类别、品牌、型号所决定，发行人自主品牌业务毛利率首先受到产品结构的影响。其次，发行人与不同客户实际结算时，在出厂价格基础上，根据合同或促销政策进行价格扣减后（如有），形成与客户的结算价格。结算价格直接

影响发行人的销售毛利率，即发行人销售策略、促销政策和客户费率会对发行人自主品牌业务的毛利率产生影响。

1）海外经销

公司对 NEXT FOLIEN GMBH 销售的产品为口罩产品，2020 年 1-6 月，全球新冠疫情严重，口罩产品毛利率较高。公司对 SUPER POWER CORPORATION LTD.销售的产品主要为成人护理用品，考虑到汇率风险，发行人对 SUPER POWER CORPORATION LTD.等境外经销商定价较高，毛利率相对较高。

2）电商超市

公司电商超市客户主要为北京京东世纪贸易有限公司和浙江天猫供应链管理有限公司，双方均存在毛利保护、产品扣点等措施。基于客户毛利保护、产品扣点等差异，公司销售毛利率存在差异。

3）直营零售

公司对杭州市临安区国瑞健康产业投资有限公司销售的产品为口罩产品，因此毛利率相对较高。公司对杭州悦行优品健康管理有限公司销售的产品主要为成人失禁用品，2019 年发行人与杭州悦行优品健康管理有限公司达成战略合作协议，给予其一定的价格优惠，毛利率有所下降。

4）KA

在与 KA 客户的合作中，需要承担较多的销售费用，如进场费、堆头费、陈列费等，因此其定价相对较高，毛利率较高。康成投资（中国）有限公司主要采取价格折扣的促销措施，发行人所需承担的费用较低，因此销售毛利率相对沃尔玛较低。

（五）影响经营成果的其他因素分析

1、期间费用

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
销售费用	3,004.38	3.79%	11,833.79	10.23%	9,686.07	10.89%	10,362.05	13.26%

管理费用	1,297.38	1.64%	4,187.05	3.62%	2,690.01	3.02%	2,391.28	3.06%
研发费用	2,827.41	3.56%	4,419.39	3.82%	3,416.12	3.84%	3,462.24	4.43%
财务费用	-131.26	-0.17%	-408.84	-0.35%	-317.23	-0.36%	1,124.41	1.44%
合计	**6,997.90**	**8.82%**	**20,031.38**	**17.32%**	**15,474.97**	**17.39%**	**17,339.98**	**22.19%**

2017 年至 2018 年，公司期间费用下降 1,865.01 万元，降幅 10.76%，占主营业务收入的比例由 22.19%下降至 17.39%。2018 年至 2019 年，公司期间费用增加 4,556.41 万元，增幅 29.44%，占主营业务收入的比例由 17.39%下降至 17.32%。具体分析如下：

（1）销售费用

报告期内公司销售费用主要项目列示如下：

单位：万元

销售费用明细	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输费用	-	-	5,831.61	49.28%	4,373.54	45.15%	4,176.60	40.31%
市场推广费	1,965.70	65.43%	3,533.87	29.86%	2,652.89	27.39%	3,196.80	30.85%
职工薪酬	875.32	29.13%	1,858.80	15.71%	1,883.11	19.44%	2,383.62	23.00%
办公及差旅费	77.67	2.59%	425.87	3.60%	458.64	4.74%	434.76	4.20%
业务招待费	13.77	0.46%	82.32	0.70%	74.84	0.77%	15.59	0.15%
折旧及摊销	22.44	0.75%	57.21	0.48%	61.33	0.63%	35.51	0.34%
中介咨询费	29.99	1.00%	13.16	0.11%	16.31	0.17%	104.95	1.01%
股份支付费用	-	-	-	-	118.62	1.22%	-	-
其他	19.49	0.65%	30.94	0.26%	46.78	0.48%	14.22	0.14%
合计	**3,004.38**	**100.00%**	**11,833.79**	**100.00%**	**9,686.07**	**100.00%**	**10,362.05**	**100.00%**

注：因公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与合同履约直接相关的运输费用计入成本，列示为营业成本项目；2020 年 1-6 月，公司发生的与合同履约直接相关的运输费用为 3,493.26 万元。

2018 年 12 月 24 日，为激励公司核心骨干员工，公司控股股东金利伟将其持有的唯艾诺 80 万合伙份额（对应可靠股份 60 万股）转让给福祉公司副总经理（主管电商业务）茹小萍，转让金额为 120 万元（对应可靠股份每股价格为 2 元/股）。根据 2019 年 5 月 17 日坤元资产评估有限公司出具的《杭州可靠护理用品股份有限公司股份支付事项涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报〔2019〕279 号），确定截至 2018 年 12 月 31 日可靠护理全部权益公

允价值为 79,500.00 万元，每股公允价值 3.9771 元，以此确认 2018 年度股权激励的股份支付金额为 118.62 万元，一次性计入当期销售费用，并计入非经常性损益。

运输费、市场推广费和职工薪酬构成公司销售费用的主要组成部分，三者合计占各年度销售费用的比重分别为 94.16%、91.98%、94.85%和 94.56%。

公司销售费用率及销售费用主要项目费用率列示如下（为与以前各期销售费用率可比，下表分析中的销售费用率均为不考虑新收入准则调整影响前的计算结果）：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用率（含运输费用）	8.19%	10.23%	10.89%	13.26%
销售费用率变动（含运输费用）	下降 2.04 个百分点	下降 0.66 个百分点	下降 2.38 个百分点	/
运输费用率	4.40%	5.04%	4.92%	5.35%
运输费用率变动	下降 0.64 个百分点	上升 0.12 个百分点	下降 0.43 个百分点	/
市场推广费率	2.48%	3.05%	2.98%	4.09%
市场推广费率变动	下降 0.58 个百分点	上升 0.07 个百分点	下降 1.11 个百分点	/
职工薪酬费率	1.10%	1.61%	2.12%	3.05%
职工薪酬费率变动	下降 0.50 个百分点	下降 0.51 个百分点	下降 0.93 个百分点	/

报告期内，发行人销售费用占主营业务收入的比例分别为 13.26%、10.89%、10.23%和 8.19%（2020 年 1-6 月含运输费用），呈逐年下降趋势。

2018 年公司销售费用率下降主要为市场推广费和职工薪酬的下降。市场推广费下降的主要原因为公司 2018 年公司调整广告宣传策略，大幅减少电视广告的投放，因此广告宣传费大幅降低；职工薪酬下降的主要原因为 2018 年公司高薪聘请的销售总监因个人原因离职以及公司优化精简线下销售团队，使得销售人员薪酬总额整体下降。

2019 年及 2020 年 1-6 月，公司销售费用率下降的主要原因为公司收入规模持续扩大，而公司 ODM 业务所需的销售费用相对固定,因此公司整体销售费用增长的幅度较小，使得总费率有所下降。

报告期内，公司运输费用、市场推广费和职工薪酬的具体情况分析如下：

1）运输费用

公司的运费主要由三部分组成：一是境内线下销售业务产生的运费；二是境内线上销售业务产生的运费；三是境外销售业务产生的运费。报告期内，随着公司业务规模持续增长，运输费用支出也相应增加。

公司不同销售模式下物流的承运方式如下表所示：

销售模式		物流承运方式
境内销售	自主品牌业务（线上渠道、线下渠道）	由发行人负责物流并承担费用（其中：线上渠道模式下，发行人承担从发行人到终端客户或直接客户的运输费用；线下渠道模式下，发行人承担从发行人到线下经销商或直营零售客户的运输费用）
	ODM 业务	一般为客户自提并承担运费，少部分为发行人负责物流并承担运费
境外销售		CFR/CIF 贸易模式下，由发行人指定船运公司，承担运输过程中的相关费用，FOB 贸易模式下，由客户指定船运公司，发行人不承担海运费，但承担本地仓库到装运港的运输费用，EXW 贸易模式下，发行人不承担运费

①境内销售自主品牌业务

发行人境内销售自主品牌业务运输费用与收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境内自主品牌线上渠道	运输费用	1,781.53	3,193.03	2,387.38	2,359.61
	主营业务收入	15,597.97	24,803.86	18,127.41	11,265.00
	运输费用率	11.42%	12.87%	13.17%	20.95%
境内自主品牌线下渠道	运输费用	314.58	548.68	596.95	523.30
	主营业务收入	4,371.90	6,157.47	6,880.94	6,369.89
	运输费用率	7.20%	8.91%	8.68%	8.22%

(i) 自主品牌线上渠道

2017 年公司线上运费占线上销售收入比重较高的原因是由于当年度发行人线上渠道的自主经营刚起步，经验不足，初次合作的物流公司价格较高，且 2017 年公司的外仓在全国分布较少，因此总物流成本较高。

2018 年起，发行人采用竞价招标等市场化的方式选取合作的外仓及物流公司，供应链布局和运输费用水平更加合理，因此运输费用率有所下降。

(ii) 自主品牌线下渠道

报告期内，公司境内线下销售渠道的运费主要是为经销商、KA 及直营零售客户等提供的配送费用，上述客户在报告期各期的销售收入相对稳定，相应的运

费变动较小，因此运输费用率整体比较稳定。

2020 年 1-6 月，发行人境内自主品牌业务销售线上、线下渠道的运输费用率均有所下降，主要原因为发行人当期增加了口罩销售的收入，而口罩体积较小，单位价格的运输成本较纸尿裤产品低，因此销售费用率有所下降。

（iii）自主品牌线上渠道与线下渠道比较

报告期内各期，发行人自主品牌线上渠道的运费率普遍高于线下渠道，主要原因系境内自主品牌线上渠道终端消费者较多，购买产品的客单价相对于线下经销商客户而言较低，因此运费率较高。

②境内销售 ODM 业务

发行人境内 ODM 业务基本由客户自提并承担运费，只有个别客户需要由发行人负责物流并承担运费，因此运输费用率极小，运输费用与收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境内销售 ODM 业务	运输费用	69.27	88.14	-	22.69
	主营业务收入	19,025.28	35,407.52	20,877.93	19,159.19
	运输费用率	0.36%	0.25%	-	0.12%

③境外销售

发行人与境外客户主要采用 CFR/CIF 或 FOB 的贸易模式进行结算。2020 年 1-6 月，发行人与个别境外口罩客户采用 EXW 贸易模式进行结算，客户在工厂交货后自提，发行人不承担相关运费，若将其对应的收入剔除，发行人境外销售模式下运输费用与收入的匹配性分析如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境外销售	运输费用	1,327.88	2,001.76	1,389.21	1,271.00
	主营业务收入（剔除自提客户后）	34,838.95	49,163.15	42,971.30	41,279.12
	运输费用率	3.81%	4.07%	3.23%	3.08%

近年来，发行人境外运输费用率整体呈上升趋势，主要原因为受燃油价格的波动以及国际海事组织低硫油法规的影响，近年来船运公司的管理成本有所上升，因此海运费有所上涨。2020 年 1-6 月，由于境外销售中增加了口罩销售的收入，因此境外销售总体运输费用率有所下降。

通过上述对不同业务模式下发行人运输费用与相应收入的匹配性分析，以及核查运输费用的台账明细、对账记录、付款记录对应的单据、发票、记账凭证等原始交易凭证，发行人运输费用的核算准确、完整。

2）市场推广费

公司的市场推广费主要在自营电商店铺、线下经销和特渠、线下 KA 等渠道产生，包括促销费用和广告宣传费等，具体情况如下：

市场推广费明细	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
促销费用	1,880.09	95.64%	3,215.06	90.98%	2,311.72	87.14%	1,975.12	61.78%
广告宣传费	85.62	4.36%	318.82	9.02%	341.17	12.86%	1,221.68	38.22%
合计	**1,965.70**	**100.00%**	**3,533.87**	**100.00%**	**2,652.89**	**100.00%**	**3,196.80**	**100.00%**

由上表可知，报告期内公司促销费用逐年上升，主要原因系促销费用随公司销售规模的增长而上升；报告期内公司广告宣传费总体呈下降趋势，主要原因系公司调整广告宣传策略，自 2018 年起大幅减少电视广告的投放。

① 促销费用构成分析

报告期内，公司计入“销售费用-市场推广费”中的促销费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上推广费	1,428.42	75.98%	2,522.64	78.46%	1,552.53	67.16%	1,144.49	57.95%
平台使用费	231.26	12.30%	305.19	9.49%	223.51	9.67%	166.21	8.42%
其他	6.51	0.35%	4.39	0.14%	16.77	0.73%	53.27	2.70%
线上渠道小计	1,666.19	88.62%	2,832.22	88.09%	1,792.81	77.55%	1,363.97	69.06%
费用类补贴	123.77	6.58%	230.43	7.17%	375.39	16.24%	417.65	21.15%
进场及陈列费	33.43	1.78%	29.03	0.90%	29.88	1.29%	40.44	2.05%
其他	56.70	3.02%	123.38	3.83%	113.64	4.92%	153.06	7.75%
线下渠道小计	213.90	11.38%	382.84	11.91%	518.91	22.45%	611.15	30.94%
合计	**1,880.09**	**100.00%**	**3,215.06**	**100.00%**	**2,311.72**	**100.00%**	**1,975.12**	**100.00%**

报告期内，公司促销费用主要系线上推广费和平台使用费，平台使用费和线上推广费的具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平台使用费	231.26	305.19	223.51	166.21
其中：天猫平台佣金	151.73	202.51	150.83	115.98
其他平台佣金	45.55	58.17	39.12	18.25
优惠券和积分返点	30.31	42.78	32.48	17.62
其他	3.67	1.73	1.08	14.36
线上推广费	1,428.42	2,522.64	1,552.53	1,144.49
其中：天猫及淘宝平台推广费	746.03	1,308.14	859.01	960.89
京东平台推广费	622.08	1,156.96	687.60	183.58
其他	60.31	57.54	5.92	0.02

报告期内，公司在天猫平台上主要以自营店铺模式销售产品，并根据双方签订的服务协议向阿里巴巴支付相应费用，具体为推广费及平台使用费。推广费主要是公司为推广自主品牌、吸引更多潜在客户以增加自营店铺销量，以及参加钻展、直通车等引流推广活动产生费用；平台使用费主要为根据平台规则，公司与天猫签订服务协议，按交易额和所属类目向平台支付一定比例佣金、优惠券及返点积分等平台使用费。

报告期内，公司在京东平台上主要以电商超市的模式销售产品，并根据双方签订的服务协议向京东支付的相应推广费。京东平台推广费主要是公司为推广自主品牌、吸引更多潜在客户以增加产品销量，根据京东平台广告位展示次数或活动引流点击次数等支付的费用。

② 公司主要促销费用与销售收入变动的匹配性

(i) 平台使用费

报告期内，平台使用费主要系佣金支出，占平台使用费的 80%以上，系使用天猫、聚划算等电商平台出售商品需要支付给平台一定比例的佣金，其中天猫平台的佣金支出最多，报告期内公司天猫平台佣金费率对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天猫平台自营收入	5,752.69	8,074.06	5,923.48	4,395.20
天猫平台佣金	151.73	202.51	150.83	115.98
天猫平台佣金费率	2.64%	2.51%	2.55%	2.64%

公司天猫平台合同约定的佣金比例为平台含税销售收入的 2.5%，实际公司发生的天猫平台佣金费率与合同约定费率基本一致，与公司天猫平台销售收入变动配比。

(ii) 平台推广费

报告期内，平台推广费主要系天猫及淘宝平台和京东平台推广费，与各平台收入变动配比情况如下：

（a）天猫及淘宝平台

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天猫及淘宝平台收入	6,280.67	9,030.27	6,889.29	5,162.93
天猫及淘宝平台推广费	746.03	1,308.14	859.01	960.89
天猫及淘宝平台推广费费率	11.88%	14.49%	12.47%	18.61%

天猫及淘宝平台推广费主要系可靠旗舰店、福祉综合馆等公司电商自营店铺通过参加天猫及淘宝平台推出的直通车、钻展等引流推广活动产生的费用，其中 2017 年费率较高主要系 2017 年福祉综合馆店铺上新了安护士品牌的产品并进行了主推，新品牌推广力度较大，导致公司 2017 年天猫及淘宝平台推广费费率较高；2020 年 1-6 月费率较低主要系 2020 年 1-6 月公司新增口罩业务，因口罩属于紧缺资源，无推广费的发生，剔除该部分业务后的费率为 14.38%，与 2019 年费率相比无异常波动，比 2018 年略高，系从 2019 年开始平台店铺之间竞争比较激烈，要达到同样的效果，推广费有所增加所致。

（b）京东平台

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
京东平台收入	5,563.12	9,205.32	6,746.65	3,207.67
京东平台推广费	622.08	1,156.96	687.60	183.58
京东平台推广费费率	11.18%	12.57%	10.19%	5.72%

京东平台推广费主要系公司通过参加京东平台推出的精准通、快车扣费、海投扣费等引流广告活动增加公司产品点击率从而根据点击次数等进行收费产生的推广费。其中 2017 年费率较低主要系：2017 年公司通过京东自营销售的商品，双方协商根据收入的 4%进行推广活动投放；从 2018 年 4 月开始，双方协商推广

费从 4%升到 9%， 因此 2018 年开始公司京东平台推广费费率上升较多。

③ 同行业可比公司促销费对比

报告期内，公司的促销费占自主品牌业务收入的比重与同行业可比公司对比分析如下：

促销费率	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中顺洁柔	11.37%	9.16%	7.09%	6.91%
豪悦股份	-	9.24%	11.94%	11.32%
百亚股份	-	9.13%	8.15%	9.21%
可比公司均值	-	9.18%	9.06%	9.14%
公司	7.16%	9.67%	8.47%	10.33%

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，豪悦股份和百亚股份未披露 2020 年上半年详细数据；豪悦股份促销费率为其招股说明书披露的网店推广费占线上销售收入比例，中顺洁柔促销费率根据其年度报告披露的产品促销费除以营业收入得出，百亚股份和公司的促销费率根据促销费除以营业收入(剔除 ODM 业务收入)得出

公司 2017 年促销费率高于可比公司均值、2018 年低于可比公司均值，主要系 2017 年福祉综合馆店铺上新了安护士品牌的产品并进行了主推，新品牌推广力度较大，导致公司 2017 年天猫及淘宝平台推广费费率较高，而 2018 年上述影响有所减弱；2019 年公司促销费率与可比公司均值基本一致。

3）职工薪酬

①薪酬总体情况

2017 年至 2020 年 1-6 月，公司销售人员的职工薪酬总额分别为 2,383.62 万元、1,883.11 万元、1,858.80 万元和 875.32 万元，呈逐年下降的趋势。其中 2017 年较高的原因是公司当年从外部知名企业引入销售总监，导致当年销售人员薪酬出现大幅上升。2018 年开始，公司为优化线下销售团队，对线下渠道实施减员增效，导致销售人员总数减少，销售人员薪酬总额整体略有下降。

②平均薪酬情况

前述销售总监已于 2018 年年初因个人原因从公司离职，其 2017 年和 2018 年分别从发行人处领取工资 240.95 万元和 8.33 万元。若考虑前述销售总监工资的影响，发行人报告期内销售人员平均薪酬的情况如下表所示：

单位：万元，人，万元/人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
剔除影响前				
销售人员薪酬总额	875.32	1,858.80	1,883.11	2,383.62
销售人员平均人数	140	145	153	174
销售人员平均薪酬	6.24	12.83	12.27	13.69
剔除影响后				
销售人员薪酬总额	875.32	1,858.80	1,874.78	2,142.67
销售人员平均人数	140	145	152	173
销售人员平均薪酬	6.24	12.83	12.30	12.37

注：销售人员平均人数=各月销售人员领取薪酬人数之和/当期月份数

若剔除前述销售总监工资的影响，报告期内发行人平均薪酬总体波动较小，其中，2019 年由于公司整体经营业绩较好，销售人员平均薪酬略有提高，但变动处于合理水平。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，发行人享受社保费用减免，导致人均薪酬略有下降。

③平均薪酬与同行业、同地区对比情况

同行业可比公司销售人员平均薪酬情况如下：

单位：万元，人，万元/人

年度	豪悦股份			百亚股份			中顺洁柔		
	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬
2019 年	1,320.35	108	12.23	10,249.67	1,330	7.71	24,369.63	2,652	9.19
2018 年	1,048.77	93	11.28	9,106.25	1,369	6.65	20,094.50	2,346	8.57
2017 年	835.25	70	11.93	8,203.85	1,367	6.00	16,641.82	2,203	7.55

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，同行业可比公司尚未披露 2020 年 1-6 月的详细数据；豪悦股份未直接披露 2017 年销售人员人数，因此用 2018 年和 2019 年的销售人员平均比例估算。

发行人不存在销售人员平均薪酬低于同行业可比公司的情况。其中，百亚股份及中顺洁柔以传统的经销、KA 渠道为主，销售人员较多，平均薪酬较低，与发行人模式接近的豪悦股份的销售人员平均薪酬与发行人接近，发行人销售人员的薪酬处于合理水平。

发行人及其子公司的办公场所均主要位于杭州市，根据各年度杭州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报，2017 年至 2019 年，杭州市全社会单位就业人员年平均工资分别为 65,515 元、72,951 元和 80,817 元，发行人不存在销售人

员平均薪酬低于同地区平均薪酬水平的情形。

4）平台使用费金额、费率及定价公允性

报告期内各期，发行人向各主要平台支付的平台使用费及费率情况如下所示：

单位：万元

平台名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	平台使用费	费率	平台使用费	费率	平台使用费	费率	平台使用费	费率
天猫	193.98	3.37%	262.03	3.25%	194.8	3.29%	145.92	3.32%
京东	23.13	2.88%	26.23	2.72%	20.83	2.81%	14.19	3.00%
其它淘系平台	3.44	0.65%	5.4	0.57%	6.18	0.64%	5.87	0.76%
其他	10.71	0.13%	11.53	0.08%	1.7	0.02%	0.23	0.00%
合计	231.26	1.48%	305.19	1.23%	223.51	1.23%	166.21	1.48%

注：①上述表格中统计的平台使用费包括平台佣金以及平台积分费用等；
②平台使用费费率=平台使用费金额/平台实现的销售收入。

各主要平台的平台使用费政策如下：

平台	服务类型	收费标准
天猫	基础服务费	软件服务费率：中老年护理用品 2.5%，医疗器械费率 3%；村淘定向服务费费率 5%，村淘综合服务费费率 8%；购物积分返点费率 0.5%；
京东	基础服务费	平台使用费：纸尿裤类费率 2%，日常护理类 4%；支付京豆费用，每 100 个京豆 1 元；年费：12,000 元/年
其他淘系	基础服务费	淘宝：无平台使用费；
		1688 平台：每年固定 43,488 元年费，诚 E 赊按照 0.5%费率收费
		零售通：推广技术服务费费 5%

如上表所示，发行人向各主要平台支付的平台使用费费率与平台使用费的收取政策基本一致，不存在重大差异。

（2）管理费用

1）管理费用基本情况

报告期内管理费用主要项目列示如下：

单位：万元

管理费用明细	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

股份支付费用	39.68	3.06%	1,406.07	33.58%	-	-	-	-
职工薪酬	473.01	36.46%	1,124.69	26.86%	1,203.29	44.73%	957.70	40.05%
折旧及摊销	299.96	23.12%	586.54	14.01%	557.15	20.71%	533.23	22.30%
办公及差旅费	281.49	21.70%	500.13	11.94%	420.61	15.64%	529.86	22.16%
业务招待费	49.09	3.78%	216.84	5.18%	175.94	6.54%	114.70	4.80%
中介咨询费	109.55	8.44%	210.66	5.03%	198.71	7.39%	231.21	9.67%
其他	44.60	3.44%	142.11	3.39%	134.31	4.99%	24.58	1.03%
合计	**1,297.38**	**100.00%**	**4,187.05**	**100.00%**	**2,690.01**	**100.00%**	**2,391.28**	**100.00%**

由上表可知，职工薪酬、折旧及摊销、办公及差旅费和股份支付费用是公司管理费用的主要组成部分，四者合计占各期管理费用的比例分别为 84.51%、81.08%、86.40%和 84.34%。

2017 年至 2018 年，公司管理人员职工薪酬上升 245.59 万元，增幅 25.64%，主要原因系公司经营规模扩张，管理人员数量上升。2019 年公司管理人员职工薪酬下降 78.6 万元，降幅 6.53%，主要原因系公司清理部分冗余勤杂行政人员。

2019 年公司对骨干员工实施股权激励，员工通过持股平台对公司增资，公司共计发行股份 399.33 万股，每股发行价格 3.75 元。其中唯艾诺贰号以现金 750 万元认购 200 万股；唯艾诺叁号以现金 747.48 万元认购 199.33 万股。此次增资股权的公允价值参考公司股东 Gracious Star、Cherish Star 与海林秉理等的股权转让价格，最终确定每股公允价值 7.3569 元。

截至 2019 年 12 月 31 日，由于部分激励人员待定，唯艾诺贰号中预留 35.625 万元出资额；2020 年 3 月 25 日，该部分预留出资额授予公司员工林维杰、林封仕、程素星、葛天竑等四人，公司将该部分股权激励对应的股份支付金额确认在 2020 年度。除上述预留出资额外，其余股权激励份额均已计入 2019 年度股份支付，公司于 2019 年度确认股份支付金额 1,406.07 万元，全部一次性计入当期管理费用，并计入非经常性损益。2020 年 3 月 25 日，为激励公司新的核心骨干员工，发行人实际控制人鲍佳将其持有的预留的 9.5 万股及 2020 年员工离职归还的 1.5 万股合计 11 万股分别转让给林维杰、林封仕、程素星、葛天竑，转让单价对应发行人每股价格为 3.75 元/股，公司于 2020 年 1-6 月确认股份支付金额 39.68 万元，全部一次性计入当期管理费用，并计入非经常性损益。

2）职工薪酬合理性分析

剔除发行人董事、监事和高级管理人员计入管理费用的薪酬前后，发行人管理人员各期平均薪酬水平如下：

单位：万元，人，万元/人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
剔除董事、监事和高级管理人员薪酬计算前				
管理人员薪酬总额	473.01	1,124.69	1,203.29	957.70
管理人员平均人数	68	76	83	73
管理人员平均薪酬	6.99	14.83	14.59	13.21
剔除董事、监事和高级管理人员薪酬计算后				
管理人员薪酬总额	337.13	814.50	835.12	578.23
管理人员平均人数	58	66	70	61
管理人员平均薪酬	5.85	12.29	11.89	9.47

注：管理人员平均人数=各月薪酬计入管理费用的人员之和/当期月份数

发行人管理人员平均薪酬在报告期内总体呈上升趋势，主要原因为近年来发行人不断优化管理部门人员结构，逐渐提高管理人员的员工素质和相应的激励措施。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，发行人享受社保费用减免，导致人均薪酬略有下降。

同行业可比公司管理人员平均薪酬情况如下：

单位：万元，人，万元/人

年度	豪悦股份			百亚股份			中顺洁柔		
	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬	薪酬总额	人数	平均薪酬
2019 年	1,595.29	116	13.75	2,474.88	116	21.34	12,251.82	672	18.23
2018 年	1,191.54	88	13.54	1,787.28	112	15.88	9,429.65	575	16.40
2017 年	921.91	71	12.98	1,741.83	129	13.52	7,201.33	532	13.54

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，同行业可比公司尚未披露 2020 年 1-6 月的详细数据；豪悦股份未直接披露 2017 年管理人员人数，因此用 2018 年和 2019 年的管理人员平均比例估算

发行人不存在管理人员平均薪酬明显低于同行业可比公司的情况，与发行人经营模式和地点比较接近的豪悦股份的管理人员平均薪酬与发行人接近。发行人薪酬略低于中顺洁柔，主要原因为中顺洁柔为上市公司，其管理人员平均薪酬较高。

发行人及其子公司的办公场所均主要位于杭州市，根据各年度杭州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报，2017 年至 2019 年，杭州市全社会单位就业

人员年平均工资分别为 65,515 元、72,951 元和 80,817 元，发行人不存在管理人员平均薪酬低于同地区平均薪酬水平的情形。

（3）研发费用

公司报告期内研发费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接投入	1,907.09	67.45%	2,612.97	59.13%	1,954.54	57.22%	2,483.70	71.74%
职工薪酬	623.91	22.07%	1,233.08	27.90%	966.39	28.29%	686.37	19.82%
折旧与摊销	161.09	5.70%	314.21	7.11%	351.23	10.28%	216.47	6.25%
其他	135.32	4.79%	259.13	5.86%	143.97	4.21%	75.71	2.19%
合计	**2,827.41**	**100.00%**	**4,419.39**	**100.00%**	**3,416.12**	**100.00%**	**3,462.24**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，公司研发费用分别为 3,462.24 万元、3,416.12 万元、4,419.39 万元和 2,827.41 万元，占营业收入的比重分别为 4.40%、3.77%、3.77%和 3.54%。报告期内公司高度重视研发工作，除建立了专门的婴裤、成裤应用技术研发组外，还就基础材料研究进行了提前布局，并储备了一定的研发成果。

报告期内公司主要研发费用分项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	实施进度	费用支出				预算
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	
1	超薄舒适型婴儿纸尿裤的开发	基础研究	163.12	-	-	-	800.00
2	高吸收成人拉拉裤的开发	基础研究	135.56	-	-	-	400.00
3	高吸收低滑渗护理垫的开发	基础研究	143.59	-	-	-	400.00
4	高吸水性树脂定位施加技术的开发及其在纸尿裤上的应用	基础研究	190.77	-	-	-	400.00
5	后挡墙成人纸尿裤的开发	基础研究	215.74	-	-	-	400.00
6	弱亲面层在成人纸尿裤中的开发与应用	基础研究	255.78	-	-	-	400.00
7	预制式木浆复合芯体的开发及应用	基础研究	274.28				400.00
8	三维结构无纺布的开发及其在婴儿纸尿裤上的应用	基础研究	196.12	-	-	-	400.00

序号	项目名称	实施进度	费用支出				预算
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	
9	舒适型轻失禁成人纸尿裤的开发	基础研究	235.66	-	-	-	800.00
10	超薄透汽型婴儿拉拉裤的开发	基础研究	82.52	-	-	-	400.00
11	无胶复合芯体的开发及其应用	基础研究	84.65	-	-	-	190.00
12	高吸收性低回渗婴儿纸尿裤的开发	基础研究	79.56	-	-	-	200.00
13	超柔非织造材料的开发及其应用	基础研究	74.61	-	-	-	175.00
14	医护级婴儿纸尿裤的开发	基础研究	72.56	-	-	-	400.00
15	亲水非织造材料的研究及其在纸尿裤上的应用	基础研究	77.90	-	-	-	360.00
16	水刺无纺布复合芯体的开发及其在纸尿裤中的应用	基础研究	72.68	-	-	-	190.00
17	高阻隔医用口罩关键制备技术和产业化	基础研究	9.64	-	-	-	11.00
18	高储液量成人纸尿裤的制备技术和产业化	产业化	-	458.82	-	-	500.00
19	低残留单体聚丙烯酸钠高吸水性树脂的开发及其在卫材中的应用	中试	353.75	351.79	77.82	-	905.00
20	快速吸收功能型护理垫的制备及其应用	产业化	-	345.12	-	-	400.00
21	抑菌、除臭型 SAP 在成人纸尿裤中的应用研究	产业化	-	324.51	-	-	350.00
22	吸收芯体成型技术及在成人纸尿裤中的应用	产业化	-	314.57	-	-	350.00
23	基于 SAP 复合芯体的制备技术与应用	产业化	-	298.51	128.22	-	450.00
24	蚕丝/ES 非织造材料的开发及其在纸尿裤中的应用	产业化	-	295.85	-	-	300.00
25	低回渗超柔速渗型非织造材料的开发及其在护理用品中的应用	产业化	-	285.06	242.41	-	600.00
26	低 PH 值高通液 SAP 的开发及其在纸尿裤中的应用	产业化	-	258.87	-	-	300.00
27	3D 凸点纺粘非织造	产业化	-	253.33	-	-	300.00

序号	项目名称	实施进度	费用支出				预算
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	
	材料在纸尿裤上的应用						
28	导流层材料的开发及其在婴儿纸尿裤中的应用	产业化	-	252.64	-	-	300.00
29	弱酸含棉表层非织造材料的开发及其在纸尿裤中的应用	产业化	-	205.27	-	-	250.00
30	高功能型婴儿拉拉裤的制备和产业化	产业化	-	204.92	-	-	250.00
31	三维立体绵柔型纺粘非织造布在婴儿拉拉裤中的应用	产业化	-	203.61	-	-	250.00
32	低回渗 3D 复合非织造材料的开发与应用	产业化	-	102.46	67.01	-	200.00
33	高蓬松拒水热风非织造布的开发及其在纸尿裤上的应用	产业化	-	94.51	94.53	-	200.00
34	多层结构复合芯体的吸收机理及复合技术的研究与应用	产业化	108.93	87.18	-	-	100.00
35	超薄低回渗 SAP 复合芯体的开发及其在纸尿裤的应用	产业化	-	82.38	75.65	-	200.00
36	低潮感 3D 复合非织造材料的开发与应用	产业化	-	-	265.14	-	300.00
37	多孔吸附型除臭材料的开发与应用	产业化	-	-	406.27	-	450.00
38	仿生亲肤型婴儿纸尿裤的开发与应用	产业化	-	-	289.08	-	300.00
39	基于弱电容原理智能纸尿裤的开发	产业化	-	-	275.44	-	300.00
40	纳米微孔透气 PE 复合膜的开发及应用	产业化	-	-	262.58	-	300.00
41	天然抑菌弱酸型 PLA 在护理用品上的应用研究	产业化	-	-	242.11	-	300.00
42	医护级成人护理用品的开发及产业化	产业化	-	-	454.57	-	500.00
43	弹性后挡墙材料在大臀围成人纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	300.76	400.00
44	低残留单体率高分子材料在婴儿纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	210.90	300.00
45	多层高吸收性树脂结	产业化	-	-	-	100.42	150.00

序号	项目名称	实施进度	费用支出				预算
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	
	构芯体材料在婴儿纸尿裤上的开发与应用						
46	多层纤维结构面层材料在婴儿纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	114.01	150.00
47	多功能型高分子在魔术扣纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	247.61	300.00
48	高加压吸收高分子材料在婴儿纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	241.08	300.00
49	抗黄变高分子材料在成人纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	244.94	300.00
50	纳米碳酸钙改性膜在婴儿纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	124.03	150.00
51	片状高分子在婴儿纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	262.37	300.00
52	锁水性高分子在婴儿纸尿裤上的开发与应用	产业化	-	-	-	260.62	300.00
53	新型非均分布 SAP 复合芯体的开发及其在纸尿裤中的应用	产业化	-	-	80.05	-	100.00
54	高吸收天然木质纤维素芯体在纸尿裤中的应用	产业化	-	-	103.78	-	150.00
55	易扩散夜用型半芯体婴儿纸尿裤的制备技术	产业化	-	-	117.38	-	150.00
56	超柔舒适型学步裤的制备技术及其工艺的研究	产业化	-	-	123.31	-	150.00
57	大环腰弹性腰围的开发及其在纸尿裤上的应用	产业化	-	-	63.08	-	100.00
58	纳米无机粒子改性微孔透气 PE 复合膜的开发及应用	产业化	-	-	28.55	-	50.00
59	低气味热熔压敏尿显胶在纸尿裤中的应用与研发	产业化	-	-	-	119.73	150.00
60	防亲水化拒水无纺布在纸尿裤上的研发与应用	产业化	-	-	-	47.69	50.00

序号	项目名称	实施进度	费用支出				预算
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	
61	亲水油剂高分子无纺布在纸尿裤上的研发与应用	产业化	-	-	-	41.37	50.00
62	高吸水性树脂在纸尿裤上防止漏出的研发与应用	产业化	-	-	-	154.06	200.00
63	15 旦丝滑 PP/PET 纤维烫光无纺布在纸尿裤中的应用与研发	产业化	-	-	-	98.67	100.00
64	双组分纺粘工艺无纺布在婴儿拉拉裤中的研发与应用	产业化	-	-	-	66.20	100.00
65	高弹性氨纶丝在拉拉裤上的研发与应用	产业化	-	-	-	27.66	50.00
66	高渗透性亲水无纺布在拉拉裤上的研发与应用	产业化	-	-	-	122.07	150.00
67	纺熔无纺布在纸尿裤中的研发与应用	产业化	-	-	-	140.12	150.00
68	高吸收贯穿孔无纺布在纸尿裤上的研发与应用	产业化	-	-	-	164.18	200.00
69	非透水无纺布在纸尿裤中的研发与应用	产业化	-	-	-	142.61	150.00
70	高阻隔热风无纺布在纸尿裤中的研发与应用	产业化	-	-	-	124.65	150.00
71	高黏性热熔压敏胶在纸尿裤中的研发与应用	产业化	-	-	-	26.51	50.00
72	其它研发项目	产业化	-	-	19.14	79.97	100.00

（4）财务费用

报告期内财务费用主要项目列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息费用	184.14	89.39	82.19	174.79
利息收入	-122.15	-228.31	-205.84	-83.61
汇兑损益	-255.27	-382.55	-277.71	958.78
银行手续费	62.02	112.63	84.14	74.44
合计	**-131.26**	**-408.84**	**-317.23**	**1,124.41**

公司财务费用主要是利息费用、利息支出和汇兑损益等。报告期内各期，公

司财务费用占营业收入的比重分别为 1.43%、-0.35%、-0.35%和-0.16%，占比较小。

公司境外销售主要以美元结算，2018 年、2019 年美元走强，使得公司汇兑盈余较大。

（5）与同行业公司期间费用率对比

报告期内，本公司期间费用率指标如下表：

年度[注 1]	公司名称	销售费用率（%）	管理费用率（%）	研发费用率（%）	财务费用率（%）	期间费用率（%）[注 2]
2020 年 1-6 月	中顺洁柔	23.45	7.65	2.51	-0.03	33.58
	豪悦股份	4.01	1.46	3.14	0.47	9.08
	百亚股份	19.30	3.91	2.05	-0.28	24.97
	行业平均	**15.59**	**4.34**	**2.57**	**0.05**	**22.54**
	可靠护理	**3.76**	**1.62**	**3.54**	**-0.16**	**8.76**
2019 年	中顺洁柔	20.64	4.44	2.66	0.32	30.72
	豪悦股份	5.22	1.85	3.4	0.64	11.11
	百亚股份	26.89	3.68	1.57	-0.12	32.02
	行业平均	17.58	3.32	2.54	0.28	24.62
	可靠护理	**10.08**	**3.57**	**3.77**	**-0.35**	**17.07**
2018 年	中顺洁柔	17.84	3.56	1.89	0.98	24.27
	豪悦股份	5.07	1.73	3.37	1.11	11.28
	百亚股份	25.57	3.48	1.28	-0.22	30.11
	行业平均	**16.16**	**2.92**	**2.18**	**0.62**	**21.89**
	可靠护理	**10.69**	**2.97**	**3.77**	**-0.35**	**17.08**
2017 年	中顺洁柔	19.1	3.57	1.78	1.01	25.46
	豪悦股份	7.76	3.56	3.76	2.07	17.15
	百亚股份	27.64	5.96	1.31	-0.22	34.69
	行业平均	**18.17**	**4.36**	**2.28**	**0.95**	**25.77**
	可靠护理	**13.17**	**3.04**	**4.40**	**1.43**	**22.04**

注 1：数据来源于上市公司招股说明书和定期报告
注 2：上述期间费用率按照营业收入计算
注 3：豪悦股份和百亚股份 2020 年 1-6 月数据来自审阅报告

从本公司与同行业公司期间费用率的对比可见，报告期内公司销售费用率高于以 ODM 代工为主的豪悦股份，低于以自主品牌销售为主的中顺洁柔和百亚股份，符合经营特征；公司管理费用率与同行业公司差异较小，处于合理区间；公

司财务费用率各年变动较大，主要受美元兑人民币汇率波动影响；公司研发费用投入较大，高于同行业水平。

1）销售费用与同行业公司对比情况

同行业可比公司的销售费用主要包括运输费用、市场推广费和职工薪酬，发行人上述主要项目占营业收入的比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运输费用	百亚股份	-	2.80%	3.08%	3.11%
	中顺洁柔	4.58%	4.48%	4.46%	4.53%
	豪悦股份	-	2.36%	2.48%	3.79%
	平均值	-	3.21%	3.34%	3.81%
	发行人	4.37%	4.97%	4.83%	5.31%
市场推广费	百亚股份	-	11.36%	9.53%	10.81%
	中顺洁柔	14.77%	11.74%	9.05%	10.20%
	豪悦股份	-	0.80%	1.09%	1.89%
	平均值	-	7.97%	6.56%	7.63%
	发行人	2.46%	3.01%	2.93%	4.06%
职工薪酬	百亚股份	-	8.92%	9.47%	10.13%
	中顺洁柔	3.73%	3.67%	3.54%	3.59%
	豪悦股份	-	0.68%	0.72%	1.10%
	平均值	-	4.42%	4.58%	4.94%
	发行人	1.10%	1.58%	2.08%	3.03%

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书。百亚股份未披露 2020 年 1-6 月数据，其“市场推广费”包括其披露的“促销费用”和“广告宣传费”；中顺洁柔的“市场推广费”包括其披露的“产品促销费”、“商场管理费”和“广告宣传费”；豪悦股份未披露 2020 年 1-6 月数据，其“市场推广费”包括其披露的“网店推广费”和“广告宣传费”。根据 2020 年施行的新收入准则相关要求,发行人 2020 年 1-6 月将运输费用由销售费用转列至营业成本。

发行人运输费用率与中顺洁柔接近，稍高于行业平均水平，主要原因系发行人自主品牌销售运输费用率较高。自主品牌销售线上渠道中，发行人需要承担从工厂仓库到最终消费者运输费用，而线上消费者比较分散；自主品牌线下渠道中，发行人需要承担从工厂仓库到经销商/直营零售客户的运输费用，与同行业其他以自主品牌经销为主的可比公司相比，发行人经销商和直营零售客户大部分销售金额较小，地域分布比较分散，因此运输成本较高。此外，发行人由于自身限制，仅在临安本地建有仓库，外仓主要通过和仓储配送公司合作的方式进行，因此需

要承担物流环节中外仓的仓储费用，使得运输成本较高。

发行人市场推广费费率和职工薪酬费率低于以自主品牌销售为主的百亚股份和中顺洁柔，高于以 ODM 销售为主的豪悦股份。ODM 销售模式下，客户集中度较高，在品牌和渠道等方面的投入较小，需要的销售人员较少；而自主品牌销售模式下，客户集中度和区域分布都比较分散，在经销、KA 等传统销售渠道的投入较多，且需要较多的销售人员对渠道进行开拓和维护。发行人与豪悦股份类似，收入以 ODM 业务为主，但自主品牌销售收入占比高于豪悦股份，因此发行人市场推广费和职工薪酬费率高于豪悦股份，低于百亚股份和中顺洁柔，符合行业的销售模式特点。

2）管理费用与同行业公司对比情况

同行业可比公司的管理费用主要包括职工薪酬、折旧及摊销、办公及差旅费，发行人上述主要项目占营业收入的比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	百亚股份	-	2.15%	1.86%	2.15%
	中顺洁柔	1.95%	1.85%	1.66%	1.55%
	豪悦股份	-	0.82%	0.82%	1.21%
	平均值	-	1.61%	1.45%	1.64%
	发行人	0.59%	0.96%	1.33%	1.22%
折旧及摊销	百亚股份	-	0.21%	0.25%	0.39%
	中顺洁柔	0.87%	0.72%	0.63%	0.67%
	豪悦股份	-	0.21%	0.25%	0.47%
	平均值	-	0.38%	0.38%	0.51%
	发行人	0.38%	0.50%	0.61%	0.68%
办公及差旅费	百亚股份	-	0.54%	0.69%	1.23%
	中顺洁柔	0.30%	0.42%	0.48%	0.46%
	豪悦股份	-	0.06%	0.07%	0.19%
	平均值	-	0.34%	0.41%	0.62%
	发行人	0.35%	0.43%	0.46%	0.67%

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或招股意向书。百亚股份未披露 2020 年 1-6 月数据，其“办公及差旅费”包括其披露的“办公及咨询费”和“差旅费”；豪悦股份未披露 2020 年 1-6 月数据，且其未披露差旅费，因此“办公及差旅费”仅包括其披露的“办公费”。

发行人职工薪酬略高于豪悦股份，低于百亚股份及中顺洁柔，主要原因为：ODM 业务管理模式相对比较简单，需要的辅助行政支持人数较少；自主品牌业务涉及销售环节较多，需要的行政支持人员较多；报告期内发行人兼有 ODM 业务和自主品牌业务，因此管理人员薪酬低于以自主品牌业务为主的百亚股份和中顺洁柔，高于以 ODM 业务为主的豪悦股份。

报告期内，发行人管理费用中折旧及摊销略高于同行业平均水平，主要原因系发行人为吸引相关人才、改善办公环境以及提高员工福利，建立了职工餐厅、员工活动室、员工宿舍等，导致发行人管理费用中的折旧及摊销金额较大。

发行人办公及差旅费略高于同行业平均水平，主要原因为豪悦股份未披露差旅费，因此计算的行业平均值偏低，发行人与同行业可比公司不存在重大差异。

2、税金及附加

报告期内，公司的税金及附加分别为 497.02 万元、799.80 万元、615.40 万元和 200.49 万元，占营业收入的比例分别为 0.63%、0.88%、0.52%和 0.25%，报告期内，公司税金及附加具体明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
城市维护建设税	64.97	276.74	308.91	150.70
教育费附加	27.84	118.57	132.67	64.58
地方教育附加	18.56	79.11	87.98	43.06
印花税	18.36	29.17	32.48	20.84
房产税	48.43	80.33	185.90	148.43
土地使用税	21.93	30.78	51.46	69.36
车船税	0.40	0.71	0.40	0.04
合计	**200.49**	**615.40**	**799.80**	**497.02**

3、投资收益

报告期内，公司的投资收益分别为 62.85 万元、-314.98 万元、-695.26 万元和 16.46 万元，主要系外汇套保合约交割产生的投资收益、理财产品到期收益及处置长期股权投资产生的投资收益等组成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-	-89.27
远期结售汇相关业务取得的投资收益	-	-752.05	-317.35	7.93
理财产品投资收益	16.46	56.80	2.37	144.19
合计	**16.46**	**-695.26**	**-314.98**	**62.85**

（1）公司结售汇业务的合法合规性

公司结售汇业务分为即期结售汇和远期结售汇业务，即期结售汇用于日常的结汇需求，远期结售汇则是公司为了降低汇率波动对公司生产经营的影响而采取的风险应对措施。

公司存在向境外销售产品，同时存在进口木浆、高分子等主要材料，境外交易主要以美元作为结算货币。公司境外销售收入大于境外采购，存在美元结余，一般只存在结汇需求，不存在购汇需求。为了日常资金周转需求，公司会结合当天即期汇率进行即期结汇；根据对未来汇率及境外销售回款的预期，并结合银行远期结汇产品情况，公司适时与银行签订远期结售汇合约。公司已完善外汇方面的管理制度，规范公司的结售汇操作流程及审批程序。

报告期内，公司开立外币账户的银行为中国建设银行、中国银行、上海浦东发展银行以及宁波银行，均具有规范的外汇管理制度、专业的业务管理人员以及成熟的网银交易平台。公司结售汇符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用和结转合法、合规，公司不曾因此受到行政处罚。

（2）公司套保情况

公司报告期内为对冲美元货币的汇率波动而购买看跌美元的金融工具，因不与合同一一对应而在会计处理上不确认为套保，但从公司整体经济利益来看在一定程度上起到了对冲外汇风险的“套保”作用：当美元上涨时，汇兑损益为收益，持有的看跌金融工具出现投资损失；当美元下跌则反之。

上述损益对抵后，对应的敞口收益锁定，大幅降低了汇率波动对公司整体利益的影响程度。虽然金融产品可能投资收益为负，但公司上述购买金融衍生品的行为符合其整体经济利益和降低汇率风险之目的，属于合理行为。

报告期内，公司风险敞口情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境外销售收入	5,699.81	7,128.45	6,437.21	6,109.66
境外采购	1,175.30	2,532.63	2,161.65	1,874.06
外汇风险敞口	4,524.51	4,595.82	4,275.56	4,235.60

由上表可见，报告期内公司美元结余较大，为规避外汇汇率的波动风险，公司自 2017 年开始与中国建设银行临安支行合作，购买由中国建设银行临安支行提供的外汇套保工具；由于公司缺少足够的专业能力使用上述工具对冲外汇风险，于 2019 年将持有的外汇套保工具结清，且自 2020 年起，公司已不再开展类似业务。

2020 年 1-6 月公司未购买外汇套保工具；2017 年至 2019 年，公司购买外汇套保工具的具体记录及损益情况如下表所示：

期间	套期工具	合约金额（美元）	截至各报告期末未交割合约金额（美元）	当年投资收益金额（元）
2017 年度	外汇远期	6,000,000.00	2,500,000.00	79,300.00
2018 年度	外汇远期	22,384,316.93	-	-2,186,424.40
	结汇宝	18,000,000.00	-	-987,125.00
2019 年度	结汇宝	20,000,000.00	-	-5,731,450.00
	双权宝	7,000,000.00	-	-1,789,096.00

报告期内，由于外汇收款金额、收汇时间不确定等原因，公司无法有效指定套期关系而未采用套期会计，将上述产品作为衍生金融工具核算。上述套期工具 2017 年、2018 年和 2019 年产生的投资收益分别为 7.93 万元、-317.35 万元和 -752.05 万元。

（3）公司套保工具的会计处理

报告期内，公司与中国建设银行临安支行合作，购买由中国建设银行临安支行提供的外汇套保工具，分别为外汇远期、结汇宝和双权宝。公司因无法有效指定套期关系而未采用套期会计，将上述产品作为衍生金融工具核算。

2017 年至 2019 年，根据相关外汇产品协议约定，购入时由于不需要支付费用，公司账面不做会计处理，待到期日卖出美元存款、取得人民币存款时，将取得的人民币存款与按照卖出日即期汇率折算的人民币金额之间的差额确认投资

收益；资产负债表日尚未到期的外汇远期合约，根据资产负债表日银行公布的外汇远期汇率与公司合约约定的汇率差额测算外汇远期合约损益，确认公允价值变动损益，同时确认交易性金融资产或交易性金融负债。

公司套保工具会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（4）汇率波动风险应对

1）制定汇率波动保护条款

公司将更加专业化、有针对性的在业务合同中合理制定汇率波动相关的保护条款，从而对冲汇率波动对公司的不利影响。

2）积极关注汇率波动情况，采取灵活应对措施

公司将积极关注外汇市场变动情况、贸易政策和外汇政策变动情况，根据公司境外业务规模，适度调整外币货币性资产和负债规模；并采取适当控制结汇时间、规模等灵活的应对措施，积极应对汇率波动风险。

4、公允价值变动损益

报告期内，公司的公允价值变动损益分别为 31.85 万元、-31.85 万元、0 万元和 0 万元，主要由尚未履行完毕的衍生品合约在报告期内的公允价值变动、衍生品合约的交割时公允价值变动损益转出所致。具体情况参见“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“2、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”。

5、信用减值损失与资产减值损失

（1）信用减值损失

2019 年因执行新金融工具准则，公司应收款项按新金融工具准则计提损失准备并计入信用减值损失科目，2019 年和 2020 年 1-6 月，公司信用减值损失分别为 43.66 万元和-521.99 万元。

（2）资产减值损失

资产减值损失主要为期末对应收账款、其他应收款提取的坏账准备和存货跌价准备，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-	-56.26	-191.89
存货跌价损失	-167.77	-163.13	-38.25	-218.08
固定资产减值损失	-1,665.30	-	-	-
在建工程减值损失	-1,594.05	-	-	-
合计	**-3,427.12**	**-163.13**	**-94.51**	**-409.97**

报告期内，公司资产减值损失金额分别为-409.97 万元、-94.51 万元、-163.13 万元和-3,427.12 万元，具体详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”、“5、存货”、“6、其他应收款”部分相关内容以及本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（三）非流动资产构成及变化”之“1、固定资产”、“2、在建工程”部分相关内容。

6、其他收益

报告期内，公司其他收益情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
个税手续费返还	37.47	0.00	26.04	-
与资产相关的政府补助	43.02	85.62	76.37	26.81
与收益相关的政府补助	633.19	515.06	153.77	89.67
合计	**713.67**	**600.68**	**256.18**	**116.48**

报告期内，公司其他收益分别为 116.48 万元、256.18 万元、600.68 万元和 713.67 万元。

报告期内，公司政府补助明细如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
强化工业有效投入项目财政补助	21.18	42.36	49.56	-	与资产相关
工业和技术改造财政专项资金补助	7.49	14.58	-	-	与资产相关
信息化和工厂物联网及技术改造项目资助	13.41	26.81	26.81	26.81	与资产相关
工业和信息化财政补助	0.93	1.87	-	-	与资产相关

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
关税退税	447.09	-	-	-	与收益相关
科技专项补助	100.00	-	-	-	与收益相关
品牌建设资助经费	20.00	-	-	-	与收益相关
研发中心认定奖励	15.00	-	-	-	与收益相关
发明专利奖励	12.00	-	-	-	与收益相关
光伏发电项目补贴	11.42	-	-	-	与收益相关
标准化项目资助金	5.80	-	-	-	与收益相关
科技发展专项资金	-	180.00	-	-	与收益相关
社保返款	-	174.93	-	-	与收益相关
专利资助	-	45.00	-	-	与收益相关
国家高新技术企业认定奖励	-	45.00	-	-	与收益相关
科技创新券补助	-	15.83	-	-	与收益相关
高新技术企业认定补助资金	-	15.00	-	-	与收益相关
外经贸资助奖励	-	11.48	-	-	与收益相关
知识产权优势企业省补助	-	10.00	-	-	与收益相关
科技成品产业化项目资助	-	-	20.00	-	与收益相关
对外经济贸易补助	-	-	19.00	-	与收益相关
科技创新补助	-	-	16.00	-	与收益相关
品牌建设补助	-	-	15.00	-	与收益相关
专利资助	-	-	14.30	-	与收益相关
知识产权认证奖励	-	-	13.00	-	与收益相关
临安区科技创新券经费补助	-	-	10.00	-	与收益相关
土地使用税返还	-	-	-	45.63	与收益相关
房产税返还	-	-	-	17.93	与收益相关
科技政策奖励款	-	-	-	20.00	与收益相关
其他零星补助	21.87	17.82	46.47	6.11	与收益相关

7、营业外收支

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产毁损报废利得	-	-	-	1.16
罚没收入	3.61	7.95	282.34	32.21
无需支付款项	-	-	26.82	188.82
其他	0.85	130.35	124.19	110.34
合计	**4.46**	**138.30**	**433.35**	**332.52**

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
对外捐赠	114.58	21.92	51.47	32.15
非流动资产毁损报废损失	-	60.44	2.13	0.24
其他	0.98	8.68	10.50	4.48
合计	**115.56**	**91.04**	**64.10**	**36.87**

8、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 年度	2018 年度	2017 年度
当期所得税费用	2,456.41	1,491.22	660.19	570.34
递延所得税费用	-511.54	3.17	159.68	-50.62
所得税费用合计	1,944.87	1,494.39	819.87	519.71
利润总额	15,456.38	10,842.60	6,988.91	5,308.14
所得税费用占利润总额比重	12.58%	13.78%	11.73%	9.79%

报告期内，公司所得税费用金额分别为 519.71 万元、819.87 万元、1,494.39 万元和 1,944.87 万元，所得税费用与会计利润的关系分析如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	15,456.38	10,842.60	6,988.91	5,308.14
按母公司适用税率计算的所得税费用	2,318.46	1,626.39	1,048.34	796.22
子公司适用不同税率的影响	-	-	39.62	141.08

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	9.72	256.19	21.55	19.66
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-3.44	-3.37	-317.08
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-74.04	55.32	94.56	172.89
研发费用加计扣除影响	-308.99	-439.96	-341.17	-295.15
安置残疾人员及国家鼓励安置的其他就业人员所支付的工资加计扣除影响	-	-2.98	-3.15	-1.17
环境保护、节能节水等专用设备的投资额抵免所得税额	-	-	-16.12	-1.47
其他	-0.28	2.88	-20.38	4.73
所得税费用	1,944.87	1,494.39	819.87	519.71

9、原材料采购价格变动对净利润影响的敏感性分析

报告期内，公司原材料占生产成本的比重均在 83%以上，是公司主营业务成本的主要构成项目。公司原材料以木浆、无纺布、复合芯体和高分子为主，假定在其他因素不变的情况下， 原材料采购价格变动对公司各期利润总额影响的敏感性分析如下：

项目	2020 年 1-6 月（剔除口罩）		2020 年 1-6 月		2019 年度	
	下降 5.00%	上涨 5.00%	下降 5.00%	上涨 5.00%	下降 5.00%	上涨 5.00%
主营业务成本变动比例	-4.18%	4.18%	-4.18%	4.18%	-4.42%	4.42%
主营业务成本变动金额（万元）	-2,062.78	2,062.78	-2,247.88	2,247.88	-3,754.10	3,754.10
利润总额变动金额（万元）	2,062.78	-2,062.78	2,247.88	-2,247.88	3,754.10	-3,754.10
利润总额变动占各期利润总额的比例	24.60%	-24.60%	14.54%	-14.54%	34.62%	-34.62%

（续上表）

项目	2018 年度		2017 年度	
	下降 5.00%	上涨 5.00%	下降 5.00%	上涨 5.00%
主营业务成本变动比例	-4.34%	4.34%	-4.28%	4.28%
主营业务成本变动金额（万元）	-2,887.74	2,887.74	-2,400.06	2,400.06
利润总额变动金额（万元）	2,887.74	-2,887.74	2,400.06	-2,400.06

利润总额变动占各期利润总额的比例	41.32%	-41.32%	45.21%	-45.21%

由上表可知，在其他因素不变的情况下，假如报告期内各期原材料采购价格上涨 5%，公司利润总额将分别减少 2,400.06 万元、2,887.74 万元、3,754.10 万元和 2,247.88 万元（2020 年 1-6 月若剔除口罩后，减少 2,062.78 万元），占公司各期利润总额的比例分别为 45.21%、41.32%、34.62%和 14.54%（2020 年 1-6 月若剔除口罩后，比例为 24.60%）。若公司原材料采购价格上涨，且公司不能相应调整销售价格，将对公司利润造成较大影响。

十四、资产质量分析

（一）资产构成及变化

报告期各期末，公司的资产构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	76,474.53	57.00%	56,996.62	53.17%	55,553.92	55.76%	55,644.95	58.14%
非流动资产	57,695.89	43.00%	50,197.22	46.83%	44,073.50	44.24%	40,069.07	41.86%
资产总额	**134,170.42**	**100.00%**	**107,193.84**	**100.00%**	**99,627.42**	**100.00%**	**95,714.01**	**100.00%**

报告期内，随着公司业务规模持续增长，公司资产总额呈现上升趋势，报告期各期末，公司资产总额分别为 95,714.01 万元、99,627.42 万元、107,193.84 万元和 134,170.42 万元。

报告期内资产总额的增长主要来自于非流动资产的增长。为适应市场需求的不断扩充，公司增加购置生产线、土地等，导致各期末无形资产、固定资产以及在建工程等科目余额逐年上升，非流动资产总额由 2017 年底的 40,069.07 万元上升至 2020 年 6 月末的 57,695.89 万元，非流动资产占资产总额的比重由 41.86%上升至 43.00%。

从资产结构来看，公司流动资产主要由货币资金、应收账款和存货等构成，报告期内各期末三者合计占流动资产的比重分别为 98.32%、96.72%、91.99%和 95.61%。非流动资产主要由固定资产、在建工程以及无形资产组成，报告期内各期末三者合计占非流动资产的比重分别为 92.24%、91.72%、93.29%和 92.67%。整体来看，公司“轻”、“重”资产配比较为合理，符合一次性卫生用品行业的

行业特点。

（二）流动资产构成及变化

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	34,609.85	45.26%	20,039.26	35.16%	23,097.91	41.58%	24,411.09	43.87%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-	31.85	0.06%
应收票据	87.82	0.11%	99.76	0.18%	94.25	0.17%	61.36	0.11%
应收账款	22,132.82	28.94%	18,961.77	33.27%	19,107.63	34.39%	17,889.12	32.15%
预付款项	861.41	1.13%	483.36	0.85%	248.73	0.45%	176.23	0.32%
其他应收款	871.13	1.14%	518.48	0.91%	469.01	0.84%	223.57	0.40%
存货	16,378.03	21.42%	13,428.51	23.56%	11,528.75	20.75%	12,410.26	22.30%
其他流动资产	1,533.48	2.01%	3,465.48	6.08%	1,007.64	1.81%	441.47	0.79%
流动资产合计	**76,474.53**	**100.00%**	**56,996.62**	**100.00%**	**55,553.92**	**100.00%**	**55,644.95**	**100.00%**

公司流动资产主要由货币资金、应收账款及存货构成。报告期各期末，公司货币资金、应收账款及存货合计占流动资产的比例分别为 98.32%、96.72%、91.99%和 95.61%。流动资产各主要项目构成及变动分析如下：

1、货币资金

公司的货币资金由银行存款、其他货币资金以及少量库存现金构成，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.04	0.00%	0.12	0.00%	0.21	0.00%	-	-
银行存款	25,439.32	73.50%	11,264.79	56.21%	16,100.28	69.70%	17,615.32	72.16%
其他货币资金	9,170.48	26.50%	8,774.34	43.79%	6,997.43	30.29%	6,795.77	27.84%
合计	**34,609.85**	**100.00%**	**20,039.26**	**100.00%**	**23,097.91**	**100.00%**	**24,411.09**	**100.00%**

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 24,411.09 万元、23,097.91 万元、20,039.26 万元和 34,609.85 万元，占流动资产总额比例分别为 43.87%、41.58%、

35.16%和 45.26%，是流动资产的主要构成部分。其中银行存款和其他货币资金是货币资金的主要组成部分：

（1）银行存款

截至报告期各期末，公司银行存款余额分别为 17,615.32 万元、16,100.28 万元、11,264.79 万元和 25,439.32 万元，其中美元存款折合人民币分别为 3,127.52 万元、10,375.39 万元、4,024.64 万元和 18,824.06 万元，占当期银行存款余额的比例分别为 17.75%、64.44%、35.73%和 74.00%。2017 年末公司美元银行存款金额和占比相对较低的主要原因系 2018 年初公司向子公司可艾增资 10,000.00 万元，货币资金需求量较大，公司于 2017 年末将美元银行存款结汇满足公司货币资金使用需求。2019 年末公司美元银行存款金额和占比相对较低的主要原因系 2019 年 12 月 13 日，公司派发现金股利 9,994.84 万元，为满足公司货币资金使用需求，在 2019 年底将部分美元结汇，导致期末美元存款余额较低。

（2）其他货币资金

公司其他货币资金主要系票据保证金和电商平台存款。

1）票据保证金

报告期各期末，公司票据保证金余额分别为 6,359.59 万元、6,613.37 万元、8,395.92 万元和 8,616.81 万元，占各期末其他货币资金的比例分别为 93.58%、94.51%、95.69%和 93.96%，2017-2019 年，占比呈逐年上升的趋势，主要原因系公司与供应商结算时通常采用银行承兑汇票，公司在开具银行承兑汇票时，开票行要求公司按照汇票金额的一定比例缴纳票据保证金；报告期内公司经营规模不断扩大，采购规模随之不断增长，因此公司票据保证金余额呈现逐年上升的趋势。

2）电商平台存款

电商平台存款主要为公司在各第三方结算平台的存款账户余额。

报告期各期末，公司存放在电商账户的其他货币资金余额分别为 436.18 万元、384.05 万元、378.43 万元和 553.68 万元，公司所使用电商账户的所有权、使用权、管理权等均属于公司及公司子公司。

①公司开通电商账户的原因

随着网络普及率的提高，电子商务在中国市场已经成长为区别于传统经销商、商超之外的又一重要渠道；尤其是在公司所处的成人失禁用品品类上，电商销售

在兼具价格优势的同时，还保证了客户购买活动的私密性和便捷性。因此，自 2014 年开始，公司逐步拓展电商渠道的销售规模。电商账户的开通主要用于电商销售收款，少部分用于线上采购零星办公用品、线下零星销售收款。

②电商账户的管理模式

电商账户的开设主要用于线上店铺的运营。企业为扩大业务规模，拓展多种销售途径，开拓新电商平台需由运营部门商讨，经由运营总监审批开立。

（i）出于电商销售收款而设立的电商账户：满足公司线上销售的日常收款和提现需求。公司为各个店铺的电商平台设置单独运营团队，运营团队开拓业务同时关注电商平台的情况。公司每 2~3 天提现一次，保持第三方账户余额处在合理水平。

（ii）用于采购零星办公用品而设立的电商账户：公司有小额办公用品的线上采购需求时，向该账户充值并支付款项，期末一般不保留余额。

（iii）出于线下零星销售收款而开设的电商账户：用于线下零星销售收款，公司月末提现，期末一般不保留余额。

③电商账户支取限制

公司第三方资金账户均由公司自主管理，不存在支取限制，不构成其他方对发行人的资金占用。公司每月根据线上销售情况，并结合以往客户退款需求，在各电商账户保留少量余额，剩余部分均转入公司银行账户。

④电商账户封停风险分析

线上销售为公司重要的销售方式，公司入驻的电商平台主要为淘宝、天猫、京东、苏宁、拼多多等大型电商平台。大型电商平台信誉高、发展成熟，平台建设制度和规则较为完善；同时，2019 年 1 月 1 日出台的《中华人民共和国电子商务法》，促进了电子商务交易的规范运行，为线上销售提供了法律支持。

公司各个电商平台有单独的销售运营团队，运营团队随时关注电商平台的情况，若短期内出现异常情况，立即通知出纳提出账户所有资金，且主要电商账户公司会 2-3 天提现一次，保持第三方账户余额处在合理水平。

综上，公司电商账户被封停的风险较低。

（3）受限货币资金情况

报告期各期末，公司库存现金、银行存款均不存在受限情况，其他货币资金由银行承兑汇票保证金和电商平台存款组成，其中银行承兑汇票保证金为受限资金；电商平台存款为存放在第三方电商平台如支付宝、微信、拼多多、唯品会等的资金，公司可随时取现，不存在受限情形。

报告期各期末，公司受限货币资金具体情况如下：

单位：万元

项 目	受限资金类型	金额	受限情形
2020 年 6 月 30 日	银行承兑汇票保证金	8,616.81	票据到期日前使用受限
2019 年 12 月 31 日	银行承兑汇票保证金	8,395.92	票据到期日前使用受限
2018 年 12 月 31 日	银行承兑汇票保证金	6,613.37	票据到期日前使用受限
2017 年 12 月 31 日	银行承兑汇票保证金	6,359.59	票据到期日前使用受限

报告期各期末，公司票据保证金余额与应付票据余额的匹配如下：

单位：万元

项 目	应付票据余额	保证金比例	应有保证金余额	账面保证金余额	差异
2020 年 6 月 30 日	28,507.81	30%	8,552.34	8,616.81	-64.47
2019 年 12 月 31 日	408.12	100%	408.12	408.12	0.00
	26,460.55	30%	7,938.16	7,987.80	-49.63
2018 年 12 月 31 日	354.18	100%	354.18	354.18	0.00
	20,859.42	30%	6,257.83	6,259.19	-1.37
2017 年 12 月 31 日	469.14	100%	469.14	469.14	0.00
	19,612.69	30%	5,883.81	5,890.45	-6.64

2020 年 6 月 30 日应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-64.47 万元，原因为：公司拟于 2020 年 6 月 5 日开具金额为 215.22 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 64.57 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的承兑保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异 0.10 万元系零星尾差。

2019 年末应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-49.63 万元，原因为：公司拟于 2019 年 10 月 31 日开具金额为 165.44 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 49.63 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异系零星尾差。

2018 年应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-1.37 万元，原因为：公司拟于 2018 年 8 月 30 日开具金额为 4.54 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 1.36 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异系零星尾差。

2017 年应有票据保证金余额与账面保证金余额差异-6.64 万元，原因为：公司拟于 2017 年 7 月 31 日开具金额为 10.59 万元的银行承兑汇票，缴纳了票面金额 30%的保证金 3.19 万元，但最终相关票据未开具成功，已缴纳的保证金银行需要 6 个月之后才能退还，其余差异 3.45 万元系银行多扣划保证金所致。

整体来看，报告期内各期末公司货币资金账面余额较大，主要原因是公司采用的销售模式回款情况良好。

2、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

公司境外 ODM 业务主要以美元进行结算，且存在一定的收汇账期，虽然公司也需要以美元进行部分原材料的境外采购，但每月仍存在较大数量的美元结余。

为规避外汇汇率的波动风险，公司自 2017 年开始与建设银行临安支行合作，购买由建设银行临安支行提供的外汇套保工具，具体的购买记录及损益情况如下表所示：

期间	套期工具	合约金额（美元）	截至各报告期末未交割合约金额（美元）	当年投资收益金额（元）
2017 年度	外汇远期	6,000,000.00	2,500,000.00	79,300.00
2018 年度	外汇远期	22,384,316.93	-	-2,186,424.40
	结汇宝	18,000,000.00	-	-987,125.00
2019 年度	结汇宝	20,000,000.00	-	-5,731,450.00
	双权宝	7,000,000.00	-	-1,789,096.00

报告期内，发行人因无法有效指定套期关系而未采用套期会计，将上述产品作为衍生金融工具核算，以公允价值计量且其变动计入当期损益。2017 年至 2019 年，发行人截至期末的以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分别为 31.85 万元、0 万元、0 万元和 0 万元，截至 2018、2019 年底套期工具均已交割或反向平仓；上述套期工具报告期内各期产生的投资收益分别为 7.93 万元、-317.35 万元、-752.05 万元和 0 万元。

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据账面价值分别为 61.36 万元、94.25 万元、99.76 万元和 87.82 万元，主要系公司 KA 客户支付的银行承兑汇票。公司持有银行承兑汇票的主要目的为到期兑付，在资产负债表日以摊余成本计量。

报告期内各期末，公司应收票据余额较小，其主要原因是公司一般情况不接受客户以票据进行支付，仅允许个别合作时间较长、经营规模较大的客户以银行承兑汇票进行支付，截至本招股书签署日，到期的票据均已兑付。

4、应收账款

（1）应收账款变动趋势分析

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 17,889.12 万元、19,107.63 万元、18,961.77 万元和 22,132.82 万元，占流动资产的比重分别为 32.15%、34.39%、33.27%和 28.94%，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
应收账款余额	23,340.62	20,004.59	20,201.76	18,977.98
应收账款坏账准备	1,207.80	1,042.82	1,094.13	1,088.86
坏账准备占应收账款余额比例	5.17%	5.21%	5.42%	5.74%
应收账款账面价值	22,132.82	18,961.77	19,107.63	17,889.12
应收账款账面价值占总资产的比例	16.50%	17.69%	19.18%	18.69%
应收账款账面价值占主营业务收入的比例	27.90%	16.39%	21.47%	22.90%

2017 年至 2018 年，公司期末应收账款余额增长 1,223.78 万元，增幅 6.45%；同期公司主营业务收入增长 10,850.93 万元，增幅达到 13.89%，应收账款账面价值占主营业务收入的比例由 22.90%下降至 21.47%。2018 年至 2019 年，公司期末应收账款余额减少 197.17 万元，降幅 0.98%，同期公司主营业务收入增长 26,731.91 万元，增幅达到 30.04%，应收账款账面价值占主营业务收入的比例由 21.47%下降至 16.39%。报告期内各年，公司在实现主营业务收入大幅增长的同时，应收账款余额变动较小，维持了稳定的信用政策。

公司 2018 年度主营业务收入和应收账款余额均有所上升，2019 年度主营业

务收入持续增长，应收账款余额略有下降，主要原因为：

1）收入增长贡献较大的模式不产生应收账款或产生应收账款较少

2019 年发行人主营业务收入由 88,977.09 万元增长至 115,709.00 万元，增长 26,731.91 万元，其中 14,529.59 万元来自于境内 ODM 业务的增长，4,023.21 万元来自于线上自营电商平台及线上分销平台销售的增长，上述二者合计占收入增幅的 69.40%，且基本不产生应收账款或产生应收账款较少。

2）2019 年菲律宾 JS 回款情况良好

2019 年发行人加大了催收力度，主要客户菲律宾 JS 回款情况良好，期末应收账款有所下降。

报告期内，公司境内外 ODM 业务主营业务收入和应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目		2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
主营业务收入	境外 ODM	34,657.93	48,727.45	42,439.13	40,405.82
	境内 ODM	19,025.28	35,407.52	20,877.93	19,159.19
应收账款余额	境外 ODM	14,088.64	13,804.55	16,317.15	13,024.38
	境内 ODM	8,124.72	4,017.09	1,305.14	3,600.60

1）境外 ODM 业务

由上表可知，报告期内公司境外 ODM 业务主营业务收入持续增长，境外 ODM 业务应收账款余额 2018 年上升，2019 年下降，主要原因系 2019 年公司加大针对境外 ODM 主要客户菲律宾 JS 的催收力度，菲律宾 JS 回款状况不断改善，在收入增长的同时，应收账款余额有所下降。

2）境内 ODM 业务

由上表可知，报告期内公司境内 ODM 业务主营业务收入持续增长，但 2018 年末境内 ODM 应收账款余额下降明显，2019 年迅速增长，主要原因为：2018 年公司境内 ODM 业务客户发生调整，公司终止与前期主要 ODM 客户天津露乐的合作，与杜迪公司和万邦健康的合作规模扩大；一方面，2018 年公司终止与天津露乐的合作后，开始逐步清收尾款，2018 年应收账款出现较大规模的下降；另一方面，2018 年杜迪公司销售不及预期，导致其下半年订单量较少，期末结

余应收账款较少；此外，2018 年销售规模增长较快的万邦健康，其结算模式系确认订单前预付部分货款，因此期末结余应收账款规模较小。上述因素综合影响，导致发行人 2018 年在境内 ODM 收入增长的情况下，应收账款余额下降。

2019 年发行人主要 ODM 客户销售情况较好，发行人对主要 ODM 客户的销售收入持续增长，公司境内 ODM 业务应收账款余额随之增长。

2020 年 6 月末，公司境内 ODM 业务应收账款余额增长明显，主要原因为 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，原材料成本上升明显，2020 年 5 月和 6 月，公司与杜迪公司、万邦健康等客户重新商讨产品价格等条款，付款有所延迟。

（2）应收账款余额构成分析和应收账款前五大客户分析

1）报告期各期末，公司分业务模式的应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外 ODM	14,088.64	60.36%	13,804.55	69.01%	16,317.15	80.77%	13,024.38	68.63%
境内 ODM	8,124.72	34.81%	4,017.09	20.08%	1,305.14	6.46%	3,600.60	18.97%
电商超市	134.95	0.58%	1,242.98	6.21%	1,109.82	5.49%	687.48	3.62%
KA	580.80	2.49%	585.25	2.93%	802.08	3.97%	1,042.60	5.49%
直营零售	212.71	0.91%	287.15	1.44%	311.27	1.54%	230.67	1.22%
境内经销	166.57	0.71%	35.22	0.18%	326.51	1.62%	324.92	1.71%
线上分销平台	12.20	0.05%	28.76	0.14%	13.66	0.07%	15.89	0.08%
境外经销	5.20	0.02%	0.29	0.00%	7.29	0.04%	41.91	0.22%
其他	14.84	0.06%	3.30	0.02%	8.84	0.04%	9.53	0.05%
合计	**23,340.62**	**100.00%**	**20,004.59**	**100.00%**	**20,201.76**	**100.00%**	**18,977.98**	**100.00%**

2）报告期各期末，公司应收账款前五大客户数据如下：

单位：万元

日期	单位名称	所属业务模式	金额	占比
2020.06.30	菲律宾 JS	境外 ODM	13,341.65	57.16%
	杜迪公司[注 5]	境内 ODM	3,890.60	16.67%
	杭州沐歆	境内 ODM	2,471.87	10.59%

日期	单位名称	所属业务模式	金额	占比
	万邦健康	境内 ODM	699.34	3.00%
	KOHNAN	境外 ODM	597.69	2.56%
	合计	-	**21,001.16**	**89.98%**
2019.12.31	菲律宾 JS[注 1]	境外 ODM	13,289.44	66.43%
	杜迪公司	境内 ODM	2,437.37	12.18%
	京东[注 2]	电商超市	1,199.27	5.99%
	万邦健康	境内 ODM	984.57	4.92%
	杭州沐歆[注 3]	境内 ODM	405.90	2.03%
	合计	-	**18,316.55**	**91.55%**
2018.12.31	菲律宾 JS	境外 ODM	15,808.11	78.25%
	京东	电商超市	1,066.54	5.28%
	万邦健康	境内 ODM	630.86	3.12%
	KOHNAN	境外 ODM	334.52	1.66%
	杜迪公司	境内 ODM	234.43	1.16%
	合计	-	**18,074.46**	**89.47%**
2017.12.31	菲律宾 JS	境外 ODM	12,357.42	65.11%
	天津露乐国际贸易有限公司[注 4]	境内 ODM	2,241.69	11.81%
	万邦健康	境内 ODM	850.47	4.48%
	京东	电商超市	687.48	3.62%
	KOHNAN	境外 ODM	454.07	2.39%
	合计	-	**16,591.13**	**87.41%**

[注 1]：菲律宾 JS 报告期内与本公司发生交易的包含其集团所属的 JS UNITRAD EMERCHANDISE, INC.和 PACKWOOD ENTERPRISES LIMITED2 家公司。

[注 2]：京东报告期内与本公司发生交易的包含其集团所属的北京京东世纪贸易有限公司和北京京东世纪信息技术有限公司 2 家公司。

[注 3]：杭州沐歆报告期内与本公司发生交易的包含其集团所属的杭州沐歆品牌管理有限公司、后铺有限公司和寰唐（杭州）国际贸易有限公司 3 家公司。

[注 4]：天津露乐国际贸易有限公司报告期内与本公司发生交易的包含其集团所属的天津露乐国际贸易有限公司（现已更名为天津德莱适咨询服务有限公司）、天津露乐健康产品科技有限公司（现已更名为天津德莱适科技有限公司）和杭州德莱适个人护理用品有限公司 3 家公司。

[注 5]：杜迪公司报告期内与本公司发生交易的包含其集团所属的杜迪公司、健合（中国）有限公司和合生元（广州）健康产品有限公司 3 家公司。

报告期各期末，前五大应收账款客户的应收账款占公司全部应收账款的比重分别为 87.41%、89.47%、91.55%和 89.98%，较为集中。其中，主要的应收账款集中在菲律宾 JS，其主要原因是菲律宾 JS 作为可靠护理的第一大客户，与可靠

护理之间有着长期稳定的合作关系，因此可靠与菲律宾 JS 之间采用月结电汇的形式进行结算；而由于菲律宾 JS 与可靠之间的交易频繁且数量较大，导致报告期各期末应收账款余额较大。

报告期各期末，公司应收账款前五大客户对应的营业收入名次如下：

项目	客户名称	应收账款余额名次	营业收入名次
2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	菲律宾 JS	1	1
	杜迪公司	2	2
	杭州沐歆公司	3	8
	万邦健康	4	5
	KOHNAN	5	7
2019.12.31/ 2019 年度	菲律宾 JS	1	1
	杜迪公司	2	2
	北京京东公司	3	4
	万邦健康	4	3
	杭州沐歆公司	5	6
2018.12.31/ 2018 年度	菲律宾 JS	1	1
	北京京东公司	2	5
	万邦健康	3	4
	KOHNAN	4	3
	杜迪公司	5	2
2017.12.31/ 2017 年度	菲律宾 JS	1	1
	天津露乐公司	2	2
	万邦健康	3	4
	北京京东公司	4	5
	KOHNAN	5	3

由上表可见，报告期各期末，公司应收账款前五大客户包括菲律宾 JS、杜迪公司、杭州沐歆公司、万邦健康、KOHNAN、北京京东公司以及天津露乐公司，与报告期各期公司主要客户基本一致。

（3）应收账款账龄及坏账准备计提情况

报告期内，自 2019 年 1 月 1 日开始，公司使用新金融工具准则，对应收账款以预期信用损失为基础确认损失准备。公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。对于以共同风险特征为依据的应收

账款组合，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，具体预期信用损失率对照表如下：

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1 年以内（含，下同）	5
1-2 年	10
2-3 年	30
3 年以上	100

2019 末和 2020 年 6 月末，公司不存在单项计提坏账准备的情况，公司应收账款采用账龄组合计提坏账准备的具体计提情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30				2019.12.31			
	账面余额	占比	坏账准备	计提比例（%）	账面余额	占比	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	23,140.65	99.14%	1,157.03	5	19,774.10	98.85%	988.71	5
1-2 年	150.94	0.65%	15.09	10	180.26	0.90%	18.03	10
2-3 年	19.08	0.08%	5.72	30	20.19	0.10%	6.06	30
3 年以上	29.95	0.13%	29.95	100	30.03	0.15%	30.03	100
小计	**23,340.62**	**100.00%**	**1,207.80**	**5.17**	**20,004.59**	**100.00%**	**1,042.82**	**5.21**

报告期内，在 2017 年、2018 年，公司执行的是原金融工具准则，对于单项评估的应收款项，单独进行减值测试。当存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项时，计提坏账准备。对于按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，按照账龄分析法计提坏账准备。

2017 年末和 2018 年末，公司不存在单项计提坏账准备的情况，公司应收账款采用账龄分析法计提坏账准备额具体计提情况如下：

单位：万元

账龄	2018.12.31				2017.12.31			
	账面余额	占比	坏账准备	计提比例（%）	账面余额	占比	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	19,927.26	98.64%	996.36	5	18,533.12	97.66%	926.66	5
1-2 年	151.81	0.75%	15.18	10	265.13	1.40%	26.51	10
2-3 年	57.29	0.28%	17.19	30	62.90	0.33%	18.87	30
3 年以上	65.40	0.32%	65.40	100	116.82	0.62%	116.82	100

小计	**20,201.76**	**100.00%**	**1,094.13**	**5.42**	**18,977.98**	**100.00%**	**1,088.86**	**5.74**

公司应收账款回收情况总体良好，报告期各期末公司应收账款账龄在一年以内的比例均在 95%以上；报告期各期末，账龄在一年以内的应收账款占比分别为 97.66%、98.64%、98.85%和 99.14%。

（4）应收账款坏账准备计提情况与同行业对比

报告期内，公司与同行业可比公司的应收账款坏账计提比例对比如下：

公司名称	6 个月以内	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3-5 年	5 年以上
豪悦股份	5%	5%	20%	50%	100%	100%
百亚股份	1%	5%	10%	100%	100%	100%
中顺洁柔[注 1]	5%	5%	15%	30%	50%	100%
公司	5%	5%	10%	30%	100%	100%

注 1：中顺洁柔数据取自其 2017 年和 2018 年年报，1 年以内在信用期内的应收账款计提比例为 2%。

从上表可知，公司 1 年以内的坏账计提比例为 5%，与同行业上市公司基本一致；公司对 3 年以上的应收账款全额计提坏账，符合大部分同行业上市公司的计提政策。公司对 1-3 年账龄的应收账款与同行业上市公司存在部分差异，但报告期内公司账龄在一年以内的应收账款占比分别达到 97.66%、98.64%、98.85%和 99.14%，基本集中在一年以内，因此与可比公司坏账计提比例的差异对公司业绩影响较小。

（5）应收账款周转率分析

报告期内，发行人应收账款周转率分别为 4.81、4.63、5.84 和 3.69，2018 年发行人应收账款周转率略有下降，主要系发行人对客户菲律宾 JS 的销售增长较快，应收账款有所增长；发行人应收客户菲律宾 JS 的款项由 2017 年末的 12,357.42 万元增加至 2018 年末的 15,808.11 万元，增长 3,450.69 万元，同期发行人对菲律宾 JS 的销售收入从 2017 年的 31,803.10 万元增加至 33,216.43 万元，增长 1,413.33 万元。

2019 年，发行人加大了对菲律宾 JS 的催收力度，应收账款周转率回升至 5.84。

报告期内，本公司与同行业公司应收账款周转率对比情况如下：

公司名称	应收账款周转率			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

公司名称	应收账款周转率			
中顺洁柔（次）	4.44	8.58	8.49	8.14
豪悦股份（次）	13.00	22.39	24.28	21.94
百亚股份（次）	8.14	16.49	15.99	15.78
平均值（次）	8.53	15.82	16.25	15.29
公司自主品牌业务应收账款周转率（次）	15.51	13.22	10.35	6.34
公司总体应收账款周转率（次）	3.69	5.84	4.63	4.81

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书及审阅报告

报告期内，公司针对每种销售模式，制定了不同的结算和信用政策；总体来看，电商自营店铺、线上分销平台主要针对 C 端零售客户，销售款项在客户确认收货后，直接由平台方实时支付，不存在产生应收账款的情形；此外，公司对境内经销商，大多采用了先款后货的信用政策，仅对少量优质客户授予一定的授信额度；报告期内各期末，公司产生应收账款余额的主要对象集中在ODM客户、电商超市、KA 客户以及少量的经销商和直营零售客户。

同行业公司中，中顺洁柔及百亚股份以自主品牌销售为主，将公司应收账款按照经营模式拆分后计算周转率后显示公司自主品牌业务的应收账款周转率与中顺洁柔及百亚股份较为接近，表明公司自主品牌业务的应收账款周转率处于合理区间；公司总体应收账款周转率较低的原因主要是境外 ODM 公司账龄较长所致。

（6）期后回款情况

报告期内，公司应收账款期后回款良好，具体情况如下：

单位：万元

时间	应收账款余额	期后回款金额			未回款金额
		期后 3 个月	期后 4-6 月	期后 7-12 月	
2017.12.31	18,977.98	12,220.44	5,642.27	840.77	274.50
2018.12.31	20,201.76	12,746.55	6,626.36	598.37	230.49
2019.12.31	20,004.59	16,450.47	3,076.86	116.30 [注 1]	360.96
2020.06.30 [注 2]	23,340.62	17,585.93	-	-	5,754.68

注 1：由于报送本招股说明书时，尚未取得 2020 年 9 月以后回款数据，2019 年 12 月 31 日期后 7-12 月数据仅包含 2020 年 7 月和 8 月回款金额；

注 2：由于报送本招股说明书时，尚未取得 2020 年 9 月以后回款数据，2020 年 6 月 30 日期后 3 个月数据仅包含 2020 年 7 月和 8 月回款金额；

截至报告期内各期末后一年（2019 年末为期后 8 月，2020 年 6 月末为期后 2 月），应收账款的期后回款比例分别为 98.55%、98.86%、98.20%和 75.34%，回款情况良好。

（7）主要客户的信用政策

报告期内，发行人对主要客户的信用政策具体情况如下：

客户名称	客户类型	结算模式	信用政策
菲律宾 JS	境外 ODM	银行电汇	根据订单情况进行结算
广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司	境内 ODM	银行电汇	月结，公司每月 22 号前提供上一月度 21 日到本月 20 日发货数量及明细，杜迪公司于 25 日前完成核对并确认，公司于 26 日开具增值税发票，杜迪公司于次月 5 日前支付上个结算周期款项。
万邦（汕头）健康科技有限公司	境内 ODM	银行电汇	月结，公司确认采购订单之日起 3 日内，万邦健康需向公司支付预付款，公司于每月 3 日前提供上月对账数量及明细，万邦健康应于 10 日前完成核对并确认。双方确认无误后，公司应于 3 日内开具正确的增值税发票，并邮寄万邦健康，万邦健康收到发票后，应于 5 个工作日内支付订单尾款。
北京京东世纪贸易有限公司	自主品牌	银行电汇	公司交付产品，京东验收入库 60 天后，开始为公司结算，京东于结算单核定付款日起 7 个工作日付款。
KOHNAN SHOJI CO., LTD.	境外 ODM	银行电汇	货物出港后 30 天内付款。
杭州沐歆品牌管理有限公司	境内 ODM	银行电汇	杭州沐歆在收到公司回传的加盖公章或合同专用章的采购单之日起 3 个工作日向公司支付预付款，公司发货前，杭州沐歆向公司支付第二笔货款，杭州沐歆收到货物后 5 个工作日内进行验收，验收通过后 2 个工作日内通知公司，公司在 5 个工作日内开具增值税发票，杭州沐歆收到增值税发票后 7 个工作日内支付剩余尾款。
天津露乐国际贸易有限公司	境内 ODM	银行电汇	以当月（即每月 1 日至最后 1 日）生产入库为结算数，该生产入库货物所有权属天津露乐，由公司代为保管，次月 10 号前对账开票，收到发票后 5 日内付款。

报告期内发行人主要客户应收账款周转天数如下：

单位:天

主要客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
菲律宾 JS	107.15	131.70	154.75	128.58
杜迪公司	60.11	32.49	6.77	18.90
京东	22.99	50.17	53.30	58.47

KOHNAN	27.43	21.35	19.37	14.27
万邦健康	31.66	26.85	36.78	47.73
杭州沐歆	103.09	22.03	-	-
天津露乐	-	-	停止合作	36.59

如上表所示,2017 年-2019 年发行人主要客户期末平均应收账款余额的周转天数与其信用政策基本匹配。

2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，原材料成本上升明显，2020 年 5 月和 6 月，公司与杜迪公司、杭州沐歆、万邦健康等客户重新商讨产品价格等条款，付款有所延迟，导致 2020 年 1-6 月上述客户的应收账款周转天数变长。京东因在 2020 年 6 月与发行人结算开票后立即完成付款，导致其 2020 年 1-6 月应收账款周转天数变短。

报告期内各期末，公司账龄在一年以内的应收账款占比分别为 97.66%、98.64%、98.85%和 99.14%，占比较高且稳定；截至 2020 年 6 月末，上述主要客户应收账款账龄均在 1 年以内，不存在主要客户应收账款逾期的情况。报告期内，公司应收账款账面价值占主营业务收入的比例分别为 22.90%、21.47%、16.39%和 27.90%，公司不存在通过放宽信用政策增加业务收入的情况。

（8）菲律宾 JS 和杜迪公司分析

发行人对菲律宾 JS 和杜迪公司的销售模式、信用政策、结算频率具体情况如下：

项目	菲律宾 JS	杜迪公司
销售模式	1、结算方式：银行电汇； 2、收入确认时点：公司完成出口报关手续取得报关单、提单； 3、收入确认依据：办理出口报关手续完成，货船离港并取得报关单、提单 4、运费承担方式：主要为 C&F。	1、结算方式：银行电汇； 2、收入确认时点：在公司已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入； 3、收入确认依据：质检报告及出库单； 4、运费承担方式：公司按照杜迪公司的要求安排发货，运输费由杜迪公司承担。
信用政策及结算频率	按照销售订单情况进行结算	月结，公司每月 22 号前提供上一月度 21 日到本月 20 日发货数量及明细，杜迪公司于 25 日前完成核对并确认，公司于 26 日开具增值税发票，杜迪公司于次月 5 日前支付上个结算周期款项。

报告期内，菲律宾 JS 系发行人主要境外 ODM 客户之一，发行人在产品报关，取得提单时确认收入，符合公司一般外销收入确认的总体原则，不存在区别

于其它同类型结算模式下境外 ODM 客户的情形。在结算频次上和金额上，报告期内按照订单下达和完成情况保持均匀稳定回款。在信用政策上，由于其总体销售规模较大，导致其期末应收账款余额相对较大，但报告期内发行人对其信用政策保持稳定，自 2018 年开始，发行人对菲律宾 JS 的销售收入逐年增长，但其应收账款占发行人全部应收账款的比重逐年下降，不存在通过放宽信用政策增加收入的情形。发行人对菲律宾 JS 的销售模式、信用政策、结算频率、结算金额等与其它同类型结算模式下境外 ODM 客户不存在重大差异。

报告期内，杜迪公司系发行人主要境内 ODM 客户之一，其产品委托存放在发行人处，在发行人已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入，其收入确认方式符合公司关于境内 ODM 委托存放客户收入确认的总体原则。杜迪公司系发行人在婴儿护理用品 ODM 业务方面的基石客户，发行人作为杜迪公司的独家供应商，能在杜迪公司的成长过程中分享到大量稳定持续的采购订单，能够有效分摊工厂的固定成本，从而为发行人未来产能和销售的扩张提供坚实的基础。由于杜迪公司在供应链方面的配置相对较弱，作为战略合作伙伴，发行人应杜迪公司的要求在厂区内划定特定区域为杜迪公司产品提供仓储服务。除此之外，发行人与杜迪公司之间的交易模式不存在与其它 ODM 客户显著差异之处。在信用政策方面，杜迪公司严格按照约定的期间进行付款，报告期内发行人对杜迪公司的信用政策稳定，对杜迪公司应收账款的增长主要系对其收入大幅增长所致，不存在通过放宽信用政策增加收入的情形。

5、存货

报告期各期末，存货账面余额的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
在途物资	706.49	4.24%	1,600.20	11.76%	1,910.97	16.41%	2,532.76	19.98%
原材料	8,815.53	52.95%	5,772.69	42.42%	4,849.70	41.64%	5,266.45	41.56%
在产品	13.89	0.08%	11.02	0.08%	8.96	0.08%	19.91	0.16%
库存商品	3,930.30	23.61%	4,036.94	29.66%	3,450.15	29.62%	3,482.34	27.48%
发出商品	3,183.72	19.12%	2,188.65	16.08%	1,428.11	12.25%	1,371.41	10.82%

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
合计	16,649.93	100.00%	13,609.50	100.00%	11,647.89	100.00%	12,672.87	100.00%

公司存货结构较为稳定，主要由在途物资、原材料、库存商品和发出商品构成，与公司的经营模式和业务特点相符。2017 年至 2019 年，公司存货账面余额保持稳定，波动不大。2018 年末公司存货账面余额较 2017 年减少 1,024.98 万元，主要系在途物资及原材料结存减少 1,038.55 万元所致：2018 年下半年公司木浆采购单价处于上涨周期，公司调整采购计划，降低了木浆储备，导致公司在途物资及原材料中的木浆结存减少 974.57 万元。2019 年末存货账面余额较 2018 年末增加 1,961.61 万元，主要系 2019 年公司的产能及销量较 2018 年上涨，致使期末存货结存相应增加；2020 年 6 月末公司存货账面余额较 2019 年末增加 3,040.43 万元，主要系公司销售规模扩大，增加原材料储备所致。

报告期各期末，公司存货账面价值构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
在途物资	706.49	4.31%	1,600.20	11.92%	1,910.97	16.58%	2,532.76	20.41%
原材料	8,696.44	53.10%	5,671.47	42.23%	4,770.38	41.38%	5,157.32	41.56%
在产品	13.89	0.08%	11.02	0.08%	8.96	0.08%	19.91	0.16%
库存商品	3,777.49	23.06%	3,957.17	29.47%	3,410.32	29.58%	3,328.87	26.82%
发出商品	3,183.72	19.44%	2,188.64	16.30%	1,428.11	12.39%	1,371.41	11.05%
合计	16,378.03	100.00%	13,428.51	100.00%	11,528.75	100.00%	12,410.26	100.00%

报告期各期末，公司存货账面价值 12,410.26 万元、11,528.75 万元、13,428.51 万元和 16,378.03 万元，占各期末流动资产比例分别为 22.30%、20.75%、23.56%和 21.42%。公司存货主要为原材料、库存商品、发出商品和在途物资等。报告期各期末，公司原材料、库存商品、在途物资和发出商品合计占存货的比例分别为 99.84%、99.92%、99.92%和 99.92%。

（1）原材料

报告期各期末，公司原材料账面余额分别为 5,266.45 万元、4,849.70 万元、5,772.69 万元和 8,815.53 万元，公司原材料主要包括木浆、无纺布、高分子、底膜等，木浆和部分高分子原料主要进口自国外，其余原材料主要来自国内供应商。

2018 年末，公司原材料账面余额较 2017 年末下降 416.75 万元，其中木浆下降 520 万元，主要原因为 2017 年-2018 年木浆进口价格处于上升通道，公司采购部门预计自 2019 年开始木浆进口价格将进入下降通道，于是 2018 年四季度在保证生产安全库存的同时有意降低木浆采购量，导致 2018 年末公司木浆库存降低。

报告期各期末，公司库龄超过 1 年的原材料具体情况如下表：

单位：万元

截至时点	项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2020.06.30	账面余额	8,443.01	161.58	144.42	66.53	8,815.53
	占比	95.77%	1.83%	1.64%	0.75%	100.00%
2019.12.31	账面余额	5,488.09	161.50	81.56	41.54	5,772.69
	占比	95.07%	2.80%	1.41%	0.72%	100.00%
2018.12.31	账面余额	4,659.51	84.20	28.52	77.48	4,849.70
	占比	96.08%	1.74%	0.59%	1.60%	100.00%
2017.12.31	账面余额	4,885.22	67.78	63.48	249.97	5,266.45
	占比	92.76%	1.29%	1.21%	4.75%	100.00%

根据上表，公司原材料中库龄 1 年以内的账面余额占比分别为 92.76%、96.08%、95.07%和 95.77%，占比较高，不存在较大金额的呆滞材料。

1）原材料采购及耗用匹配性分析

公司报告期内主要原材料采购数量、总耗用量的具体情况如下：

原材料名称	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	采购量	总耗用量	采购耗用比	采购量	总耗用量	采购耗用比
木浆（万千克）	1,594.92	1,409.04	113.19%	3,062.76	2,878.20	106.41%
无纺布（万千克）	735.40	712.10	103.27%	1,213.23	1,193.70	101.64%
复合芯体（万千克）	346.43	339.33	102.09%	616.97	619.67	99.56%
高分子（万千克）	497.56	494.58	100.60%	916.55	984.03	93.14%
PE 膜（万千克）	332.87	326.04	102.09%	686.13	682.31	100.56%
包装袋（万只）	9,032.71	7,155.96	126.23%	11,214.73	10,477.35	107.04%
纸箱（万只）	542.90	504.28	107.66%	886.60	885.10	100.17%
热熔胶（万千克）	116.55	112.03	104.04%	204.30	202.91	100.68%
卫生纸（万千克）	162.64	159.64	101.88%	359.07	358.44	100.18%
氨纶丝（万千克）	18.31	17.45	104.95%	28.96	28.44	101.82%
左右贴（万米）	3,640.43	3,148.40	115.63%	6,100.84	6,550.05	93.14%

原材料名称	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	采购量	总耗用量	采购耗用比	采购量	总耗用量	采购耗用比
前胶膜（万米）	2,511.86	2,413.38	104.08%	4,943.14	4,923.76	100.39%
导流层（万千克）	23.38	22.61	103.44%	43.79	43.57	100.51%

(续上表)

原材料名称	2018 年度			2017 年度		
	采购量	总耗用量	采购耗用比	采购量	总耗用量	采购耗用比
木浆（万千克）	2,249.65	2,382.62	94.42%	2,160.57	2,124.89	101.68%
无纺布（万千克）	745.90	760.16	98.12%	660.40	750.07	88.04%
复合芯体（万千克）	365.91	390.09	93.80%	228.14	426.75	53.46%
高分子（万千克）	741.19	770.61	96.18%	724.30	699.02	103.62%
PE 膜（万千克）	602.93	610.49	98.76%	566.67	559.35	101.31%
包装袋（万只）	9,525.52	9,490.58	100.37%	8,243.82	7,927.24	103.99%
纸箱（万只）	756.55	770.10	98.24%	752.69	749.66	100.40%
热熔胶（万千克）	137.69	140.10	98.28%	127.62	127.18	100.35%
卫生纸（万千克）	310.16	314.11	98.74%	292.04	287.88	101.44%
氨纶丝（万千克）	17.50	17.94	97.53%	16.26	15.65	103.91%
左右贴（万米）	5,365.80	5,160.00	103.99%	4,918.54	5,034.82	97.69%
前胶膜（万米）	4,074.82	4,081.05	99.85%	3,925.44	3,913.21	100.31%
导流层（万千克）	36.67	36.81	99.61%	37.80	37.98	99.52%

注：采购耗用比=采购量/总耗用量

报告期内，公司各类主要原材料采购耗用比总体接近 1，公司主要原材料的采购及耗用配比合理。2017 年公司复合芯体采购耗用比较低，主要原因为公司原材料总耗用量中包含客供材料的耗用，但由于 2017 年客供复合芯体数量较大，且该部分客供复合芯体不计入公司原材料采购量，因此导致全年采购耗用比较低。

2）主要产品物料配比分析

报告期内，公司产品主要系成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品；按照上述主要产品分别统计各报告期各主要原材料的生产领用量、完工产量以及生产过程中的单位耗用情况如下：

① 成人失禁用品

原材料名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
木浆（万千克）	725.23	0.0450	1,358.39	0.0440	961.76	0.0406	737.69	0.0398
无纺布（万千克）	157.73	0.0098	272.45	0.0088	178.13	0.0075	135.95	0.0073
复合芯体(万千克)	-	-	-	-	0.46	0.0000	1.03	0.0001
高分子（万千克）	106	0.0066	189.53	0.0061	173.38	0.0073	208.89	0.0113
PE 膜（万千克）	158.58	0.0098	296.76	0.0096	215.03	0.0091	185.55	0.0100
包装袋（万只）	1,561.46	0.0968	2,742.05	0.0889	2,201.62	0.0929	2,081.02	0.1122
纸箱（万只）	90.23	0.0056	169.42	0.0055	193.06	0.0081	185.57	0.0100
热熔胶（万千克）	24.9	0.0015	48.14	0.0016	32.89	0.0014	23.97	0.0013
卫生纸（万千克）	72.5	0.0045	132.92	0.0043	119.53	0.0050	101.64	0.0055
氨纶丝（万千克）	4.68	0.0003	7.9	0.0003	3.96	0.0002	2.6	0.0001
左右贴（万米）	651.57	0.0404	1,226.92	0.0398	1,021.42	0.0431	1,134.00	0.0611
前胶膜（万米）	760	0.0471	1,421.04	0.0460	989.14	0.0417	894.37	0.0482
导流层（万千克）	1.61	0.0001	3.48	0.0001	5.91	0.0002	10.82	0.0006
完工产量（万片）	16,128.51		30,859.17		23,710.84		18,549.97	

② 婴儿护理用品

原材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
木浆（万千克）	464.36	0.0085	1,106.31	0.0101	1,015.48	0.0124	1,056.93	0.0130
无纺布（万千克）	466.66	0.0086	810.51	0.0074	492.16	0.0060	520.97	0.0064
复合芯体(万千克)	311.05	0.0057	578.73	0.0053	377.31	0.0046	407.27	0.0050
高分子（万千克）	310.86	0.0057	590.81	0.0054	408	0.0050	343.6	0.0042
PE 膜（万千克）	104.36	0.0019	270.81	0.0025	285.83	0.0035	298.78	0.0037
包装袋（万只）	2,749.37	0.0505	7,410.64	0.0674	6,340.98	0.0773	5,146.81	0.0634
纸箱（万只）	314.43	0.0058	631.41	0.0057	482.62	0.0059	499.44	0.0062
热熔胶（万千克）	77.43	0.0014	139.7	0.0013	92.08	0.0011	85.99	0.0011
卫生纸（万千克）	38.27	0.0007	125	0.0011	113.13	0.0014	144.63	0.0018
氨纶丝（万千克）	11.73	0.0002	18.87	0.0002	12.02	0.0001	10.68	0.0001
左右贴（万米）	2,290.52	0.0421	4,790.63	0.0435	3,651.29	0.0445	3,221.21	0.0397
前胶膜（万米）	1,521.15	0.0279	3,258.07	0.0296	2,626.59	0.0320	2,459.35	0.0303
导流层（万千克）	20.32	0.0004	38.03	0.0003	27.51	0.0003	20.57	0.0003
完工产量（万片）	54,460.64		110,031.54		82,024.16		81,190.01	

③ 宠物卫生用品

原材料名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用	生产领用量	单位耗用
木浆（万千克）	123.21	0.0124	266.24	0.0124	297.99	0.0132	231.21	0.0102
无纺布（万千克）	27.85	0.0028	59.73	0.0028	58.41	0.0026	44.35	0.0020
复合芯体（万千克）	-	-	-	-	0.22	0.0000	0.31	0.0000
高分子（万千克）	42.61	0.0043	90.09	0.0042	85.08	0.0038	67.9	0.0030
PE 膜（万千克）	40.62	0.0041	86.13	0.0040	81	0.0036	59.61	0.0026
包装袋（万只）	82.28	0.0083	205.61	0.0096	556.81	0.0247	650.24	0.0286
纸箱（万只）	33.09	0.0033	66.78	0.0031	77.07	0.0034	59.81	0.0026
热熔胶（万千克）	2.71	0.0003	6.05	0.0003	8.11	0.0004	7.52	0.0003
卫生纸（万千克）	43.41	0.0044	91.33	0.0043	69.24	0.0031	34	0.0015
氨纶丝（万千克）	-	-	-	-	0.61	0.0000	0.81	0.0000
左右贴（万米）	-	-	-	-	219.07	0.0097	348.86	0.0154
前胶膜（万米）	-	-	-	-	175.23	0.0078	271.06	0.0119
导流层（万千克）	-	-	-	-	1.85	0.0001	3.42	0.0002
完工产量（万片）	9,950.19		21,464.14		22,577.57		22,703.64	

注：单位耗用=生产领用量/完工产量

报告期内，公司主要产品单位材料耗用量各期总体波动较小，原材料出库数量与产品产量基本匹配。公司婴儿护理用品的单片木浆耗用量呈下降趋势，主要原因为近年来发行人生产的婴儿护理用品逐渐升级，采用吸水性更好的高分子替代部分木浆的使用，或者在产品中直接采用复合芯体，导致木浆用量减少；婴儿护理用品的单片无纺布耗用量呈上升趋势，主要原因为近年来发行人生产的婴儿拉拉裤占比逐年提高，而婴儿拉拉裤使用的无纺布数量较多。

（2）库存商品

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 3,482.34 万元、3,450.15 万元、4,036.94 万元和 3,930.30 万元。

1）库存商品期后销售或处置情况

报告期各期末，公司库存商品期后销售（含自用）情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品	3,930.30	4,036.94	3,450.15	3,482.34
期后 1-3 个月销售情况	2,274.14	3,054.07	2,757.15	2,898.18
期后 4-6 个月销售情况	-	100.56	229.03	126.86
期后 7-9 个月销售情况	-	27.79	54.49	79.42
期后 9 个月累计销售情况	2,274.14	3,182.42	3,040.67	3,104.45
期后销售比例	57.86%	78.83%	88.13%	89.15%

注：2019 年末和 2020 年 6 月末期后销售情况统计截止日为 2020 年 7 月 31 日

报告期各期末，公司库存商品期后 9 个月销售率分别为 89.15%、88.13%、78.83%和 57.86%。库存商品基本集中在 1-3 个月之内销售，很少存在长期积压难以销售的库存商品。

2）库存商品库龄情况

报告期各期末，公司库存商品库龄具体情况如下：

单位：万元

期间	项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2020.6.30	账面余额	3,608.76	110.09	187.48	23.96	3,930.30
	占比	91.82%	2.80%	4.77%	0.61%	100.00%
2019.12.31	账面余额	3,674.68	116.14	223.05	23.06	4,036.94
	占比	91.03%	2.88%	5.53%	0.57%	100.00%
2018.12.31	账面余额	2,990.85	444.50	2.35	12.44	3,450.15
	占比	86.69%	12.88%	0.07%	0.36%	100.00%
2017.12.31	账面余额	3,343.85	114.76	6.31	17.42	3,482.34
	占比	96.02%	3.30%	0.18%	0.50%	100.00%

公司库存商品库龄较短，报告期各期末，公司库存商品库龄 1 年以内的账面余额占比分别 96.02%、86.69%、91.03%和 91.82%，占比较高。2018 年末，公司库龄 1-2 年的库存商品 444.50 万元，主要系个别 ODM 品牌客户销售情况不佳，导致提货进度较慢，部分货品库龄较长所致；2019 年经双方协商一致，将该批尚未提货的商品由公司自行处置。公司产品保质期为三年，报告期各期末，公司库存商品库龄超过 3 年的库存商品占比较低、金额较小，对公司存货影响较小。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 28.27%、25.24%、26.55%和 32.14%，

公司一般产品销售均高于产品成本，只有极少量的积压产品及降级品处置会低于成本。公司在计提存货跌价准备时，已考虑相关产品的预计售价低于成本的情况。

（3）发出商品

公司的发出商品主要是指本公司已发出的、尚未满足收入确认条件的商品。报告期各期末，公司发出商品账面价值分别为 1,371.41 万元、1,428.11 万元、2,188.64 万元和 3,183.72 万元，占存货账面价值的比例分别为 11.05%、12.39%、16.3%和 19.44%。

（4）在途物资

报告期各期末，公司在途物资的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
木浆	389.38	55.11%	1,600.20	100.00%	1,787.10	93.52%	2,247.86	88.75%
高分子	268.79	38.05%	-	-	123.87	6.48%	241.80	9.55%
PE 膜	-	-	-	-	-	-	22.39	0.88%
魔术勾圈	48.32	6.84%	-	-	-	-	20.71	0.82%
合计	706.49	100.00%	1,600.20	100.00%	1,910.97	100.00%	2,532.76	100.00%

公司在途物资主要为公司从境外供应商购入的木浆和高分子。公司进口木浆、高分子主要以 FOB 方式结算，境外供应商主要通过海运方式进行运输，运货周期较长，导致各期末公司已拿到货运提单但尚未运抵公司仓库的在途物资结存金额相对较大，符合公司生产经营情况。该部分在途物资均系尚未实际到货的原材料，不存在应结转未结转成本。

（5）在产品

1）期末在产品金额较小的原因

报告期各期末，公司在产品金额较小，均未超过 20 万，主要原因为：公司生产工艺流程较短，上料之后可快速完成木浆粉碎、高分子混合、成型、压辊、切割、包装等步骤，产品从上料到成品出产一般为 6-8 秒。资产负债表日，公司将车间已领用尚未耗用的原材料按照车间实际结存数量做退库处理，仅将在资产负债表日当天夜班结束之后车间结存的尚未完成产品包装的产品作为在产品。故

公司各期末在产品金额较少，符合公司实际生产情况。

2）公司与同行业可比公司在产品占结存对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司在产品结存对比如下：

单位：万元

项目		2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
中顺洁柔	在产品	3,870.69	3.27%	4,757.70	4.81%	7,326.72	8.52%	3,733.27	6.76%
	存货	118,231.49	/	98,916.81	/	86,009.17	/	55,213.60	/
百亚股份	在产品	126.38	0.97%	108.65	0.83%	56.31	0.48%	6.98	0.08%
	存货	13,031.11	/	13,073.06	/	11,771.91	/	8,869.58	/
豪悦股份	在产品	1,080.91	4.16%	1,052.05	5.15%	1,439.24	7.53%	553.75	3.90%
	存货	26,001.13	/	20,432.63	/	19,119.59	/	14,185.72	/
公司	在产品	13.89	0.08%	11.02	0.08%	8.96	0.08%	19.91	0.16%
	存货	16,649.93	/	13,609.50	/	11,647.89	/	12,672.87	/

由上表可见，公司在产品占存货比例低于中顺洁柔及豪悦股份，与百亚股份较为接近。主要系公司产品生产周期短且公司于资产负债表日将车间已领用尚未耗用的原材料做退库处理，导致公司各期末在产品金额较少，符合公司实际生产情况。

（6）存货跌价准备计提情况

公司于每个会计期末对存货进行减值测试，对成本高于可变现净值的存货计提跌价准备。报告期各期末，公司的存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
原材料	119.09	101.22	79.31	109.13
库存商品	152.81	79.77	39.83	153.47
合计	**271.90**	**180.99**	**119.15**	**262.61**

公司制定了谨慎的存货跌价准备计提政策，期末对各类存货进行检查，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。对于直接用于出售的存货，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；对于需要经过加工的存货，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。报

告期各期末，公司存货跌价准备分别为 262.61 万元、119.15 万元、180.99 万元和 271.90 万元，占各期末存货余额的比例分别为 2.07%、1.02%、1.33%和 1.63%，对公司业绩影响较小。

报告期内，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提比例对比如下：

公司名称	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
百亚股份	-	-	-	-
豪悦股份	2.90%	2.58%	2.04%	0.58%
可靠护理	1.63%	1.33%	1.02%	2.07%

注：豪悦股份和百亚股份 2020 年 1-6 月数据源自审阅报告

公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司基本一致，存货跌价准备计提充分。

报告期各期末，公司对直接用于出售的库存商品，以估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，库存商品存货跌价准备的计提比例超过 3 年以上库存商品结存比例，公司库存商品存货跌价准备计提充分。

报告期各期末，公司库存商品跌价情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
库存商品余额	3,930.30	4,036.94	3,450.15	3,482.34
存货跌价准备	152.81	79.77	39.83	153.47
账面价值	3,777.49	3,957.17	3,410.32	3,328.87
计提比例	3.89%	1.98%	1.15%	4.41%

6、其他应收款

（1）总体情况分析

报告期各期末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他应收款余额	1,288.24	578.58	1,019.95	723.52
其他应收款坏账准备	417.11	60.10	550.94	499.95
其他应收款账面价值	871.13	518.48	469.01	223.57

公司其他应收款主要包括应收退货款、押金保证金和应收暂付款等，无应收关联方款项。其中，应收退货款主要为公司预付生产设备部分款项后，因变更购

置计划或购置计划无法实施，而与设备厂商协商后产生的应收退款。押金保证金主要为公司网店和对 KA 等大型客户的保证金，应收暂付款主要为代扣代缴的税金、员工备用金及预计需要退款的预付款。截至报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 223.57 万元、469.01 万元、518.48 万元和 871.13 万元，占公司流动资产的比例分别为 0.40%、0.84%、0.91%和 1.14%，占比相对较低。

（2）构成分析

报告期各期末，公司其他应收款余额构成如下：

单位：万元

款项性质	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收退货款	960.95	229.78	553.06	475.00
押金保证金	138.20	134.06	172.00	108.02
应收暂付款	135.10	114.43	139.68	63.74
应收利息	-	-	7.34	-
其他	54.00	100.32	147.87	76.76
合计	**1,288.24**	**578.58**	**1,019.95**	**723.52**

相较于 2017 年末，2018 年末公司其他应收款余额增长 296.43 万元，其中，应收暂付款余额增长 75.94 万元，应退货款增加 78.06 万元，押金保证金余额增长 63.98 万元。应收暂付款余额增长的主要为 2018 年末浙江菜鸟供应链管理有限公司物流返款增加 56.08 万元，应退货款余额增长主要为 2018 年公司改造和新增生产设备预付款增加 78.06 万元，由于公司与供应商协商退款，将生产设备预付款计入其他应收款，押金保证金余额增长主要原因是 2018 年末公司进口绒毛浆，向北仑海关预缴税款 66 万元。

相较于 2018 年末，2019 年末公司其他应收款余额下降 441.37 万元，主要原因为公司预计预付上海凯琳进出口有限公司 475 万元货款无法收回，于 2019 年度核销，导致公司其他应收款余额大幅下降。

相较于 2019 年末，公司其他应收款余额增长 709.66 万元，主要为公司对中合动能（海南）石化能源开发有限公司、上海中科生物医学高科技开发有限公司和山西尧舜禹投资有限公司的应收退货款增加所致。

（3）坏账准备分析

1）2019 年和 2020 年 1-6 月

报告期内，自 2019 年 1 月 1 日开始，公司使用新金融工具准则，对其他应

收款以预期信用损失为基础确认损失准备，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30			2019.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	298.04	14.90	5	502.43	25.12	5.00
1-2 年	162.12	16.21	10	35.76	3.58	10.00
2-3 年	6.54	1.96	30	12.85	3.86	30.00
3 年以上	36.55	36.55	100	27.55	27.55	100.00
小计	**503.25**	**69.63**	**13.84**	**578.58**	**60.10**	**10.39**

2020 年 1-6 月，公司对涉及合同纠纷，信用风险较账龄组合显著增加的应收账款单独进行减值测试，具体情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
中合动能（海南）石化能源开发有限公司	500.00	150.00	30
上海中科生物医学高科技开发有限公司	175.00	87.50	50
山西尧舜禹投资有限公司	109.99	109.99	100
小计	**784.99**	**347.49**	**44.27**

2）2017 年和 2018 年

2017 年至 2018 年，公司执行原金融工具准则。

2018 年末，考虑到因美元大额存单利息计提产生的 73,441.68 元其他应收款，基本确定没有信用违约风险或风险极低，其信用风险特征明显不同，不适合按照信用风险特征组合计提坏账准备，将其作为单项计提考量，不计提坏账准备。对于其余其他应收款组合，公司按照账龄分析法计提坏账，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2018.12.31			2017.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	389.08	19.45	5.00	174.80	8.74	5.00
1-2 年	93.38	9.34	10.00	40.74	4.07	10.00
2-3 年	11.43	3.43	30.00	29.78	8.93	30.00
3 年以上	518.72	518.72	100.00	478.20	478.20	100.00
合计	**1,012.61**	**550.94**	**54.41**	**723.52**	**499.95**	**69.10**

3）重要其他应收款核销情况

报告期内，公司重要的其他应收款核销情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
实际核销的其他应收款金额	475.00	-	-

报告期内，公司核销对上海凯琳进出口有限公司的其他应收款 475.00 万元，该笔其他应收款在报告期期初已经存在，系公司预付的材料采购款，公司管理层预计无法收回，在报告期期初已全额计提坏账，2019 年经管理层审批通过，予以核销。

（4）大额其他应收款分析

报告期各期末，公司前五大其他应收款情况如下表：

单位：万元

项目	客户	金额	占比（%）	款项性质	账龄
2020.06.30	中合动能（海南）石化能源开发有限公司	500.00	38.81	应收退货款	1 年以内
	上海中科生物医学高科技开发有限公司	175.00	13.58	应收退货款	1 年以内
	上海富永包装科技有限公司	138.50	10.75	应收退货款	1-2 年
	山西尧舜禹投资有限公司	109.99	8.54	应收退货款	1 年以内
	浙江菜鸟供应链管理有限公司	60.69	4.71	应收暂付款	1 年以内
	合计	**984.18**	**76.39**	-	-
2019.12.31	上海富永包装科技有限公司	138.50	23.94	应收退货款	1 年以内
	应收员工代收款	70.42	12.17	其他	1 年以内
	浙江菜鸟供应链管理有限公司	60.69	10.49	应收暂付款	1 年以内
	支付宝（中国）网络技术有限公司	57.40	9.92	押金保证金	1 年以内、1-2 年、3 年以上
	上海御流包装机械有限公司	47.60	8.23	应收退货款	1 年以内
	合计	**374.61**	**64.75**	-	-
2018.12.31	上海凯琳进出口有限公司	475.00	46.57	应收退货款	3 年以上
	闫廷法	130.00	12.75	其他	1 年以内
	中华人民共和国北仑海关	66.00	6.47	押金保证金	1 年以内
	浙江菜鸟供应链管理有限公司	56.09	5.5	应收暂付款	1 年以内
	杭州浩阳自动化科技有限公司	46.20	4.53	应收退货款	1-2 年

项目	客户	金额	占比（%）	款项性质	账龄
	合计	**773.29**	**75.82**	-	-
2017.12.31	上海凯琳进出口有限公司	475.00	65.65	应收退货款	3 年以上
	应收员工代收款	50.77	7.02	其他	1 年以内
	青岛润泰事业有限公司沈阳分公司	33.28	4.6	押金保证金	1 年以内
	支付宝（中国）网络技术有限公司	11.15	1.54	押金保证金	1-2 年、2-3 年、3 年以上
	上海申权招标咨询有限公司	10.00	1.38	押金保证金	1 年以内、1-2 年
	合计	**580.20**	**80.19**	-	-

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产具体情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
理财产品	-	2,000.00	-	-
待抵扣进项税	1,499.94	1,388.81	795.32	191.11
预缴企业所得税	5.92	-	96.17	149.55
保险费等待摊费用	27.62	76.68	116.15	100.81
合计	1,533.48	**3,465.48**	**1,007.64**	**441.47**

公司其他流动资产主要为理财产品和待抵扣进项税等。截至 2019 年 12 月 31 日，公司存续的理财产品为浦发银行保本保收益理财产品，以摊余成本计量，在其它流动资产中列报。

公司在 2018 年、2019 年产生大量待抵扣进项税的主要原因是上述两年进行了大量设备及厂房建设投资，产生的增值税进项税额较大。

8、预付账款

报告期各期末，公司预付账款余额分别为 176.23 万元、248.73 万元、483.36 万元和 861.41 万元，主要为公司预付的费用款和货款，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	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
费用款	524.02	60.83%	453.68	93.86%	227.47	91.45%	146.38	83.06%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货款	337.39	39.17%	29.69	6.14%	21.26	8.55%	29.85	16.94%
合计	**861.41**	**100.00%**	**483.36**	**100.00%**	**248.73**	**100.00%**	**176.23**	**100.00%**

公司预付的费用款主要是预付电费、培训机构费用等。

（三）非流动资产构成及变化

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	44,830.46	77.70%	34,078.72	67.89%	34,205.58	77.61%	32,652.38	81.49%
在建工程	3,503.53	6.07%	7,542.41	15.03%	897.28	2.04%	391.74	0.98%
无形资产	5,134.50	8.90%	5,208.10	10.38%	5,322.80	12.08%	3,916.32	9.77%
长期待摊费用	778.37	1.35%	810.86	1.62%	940.26	2.13%	927.80	2.32%
递延所得税资产	741.04	1.28%	229.50	0.46%	232.67	0.53%	392.35	0.98%
其他非流动资产	2,708.00	4.69%	2,327.62	4.64%	2,474.90	5.62%	1,788.48	4.46%
非流动资产合计	**57,695.89**	**100.00%**	**50,197.22**	**100.00%**	**44,073.50**	**100.00%**	**40,069.07**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、在建工程及无形资产等构成。报告期各期末，公司固定资产、在建工程及无形资产合计占非流动资产的比例分别为 92.24%、91.72%、93.29%和 92.67%。非流动资产各主要项目构成及变动分析如下：

1、固定资产

（1）总体情况分析

报告期各期末，公司固定资产的构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	15,676.65	34.97%	14,038.54	41.19%	14,250.65	41.66%	14,934.39	45.74%
通用设备	1,489.30	3.32%	1,370.78	4.02%	1,698.40	4.97%	1,888.51	5.78%
专用设备	27,231.73	60.74%	18,211.11	53.44%	18,028.57	52.71%	15,551.94	47.63%

运输工具	432.77	0.97%	458.29	1.34%	227.96	0.67%	277.54	0.85%
合计	**44,830.46**	**100.00%**	**34,078.72**	**100.00%**	**34,205.58**	**100.00%**	**32,652.38**	**100.00%**

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 32,652.38 万元、34,205.58 万元、34,078.72 万元和 44,830.46 万元，占非流动资产的比重分别为 81.49%、77.61%、67.89%和 77.70%，是公司非流动资产的主要构成部分之一。随着公司盈利能力逐步提高，规模不断扩大，固定资产账面价值稳步增长。公司固定资产主要由房屋及建筑物和专用设备构成，报告期各期末，房屋及建筑物和专用设备占固定资产的比重分别为 93.37%、94.37%、94.63%和 95.71%。

报告期内，公司订单需求不断增长，生产线不断更新换代，增加生产线等机器设备的投入。2017 年末，公司拥有 22 条生产线；2018 年新增 3 条生产线（婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤、成人护理垫各一条）；2019 年公司新增 2 条婴儿纸尿裤生产线，处置 5 条原有生产线，截至 2019 年末公司共有生产线 22 条。

（2）截至 2020 年 06 月 30 日，公司各项固定资产成新率情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	19,028.43	3,351.78	-	15,676.65	82.39%
通用设备	3,163.08	1,673.79	-	1,489.30	47.08%
专用设备	37,441.16	8,544.12	1,665.30	27,231.73	72.73%
运输工具	922.15	489.38	-	432.77	46.93%
合计	**60,554.82**	**14,059.06**	**1,665.30**	**44,830.46**	**74.03%**

从上表可以看出，公司的房屋建筑物和生产经营设备成新率较高。

（3）固定资产折旧政策与同行业上市公司比较情况

公司固定资产采用年限平均法分类计提折旧，各类固定资产折旧年限与同行业公司基本一致，具体如下表所示：

公司名称	折旧方法	折旧年限（年）			
		房屋及建筑物	通用设备	专用设备	运输工具
中顺洁柔	年限平均法	20、30	5、8	10-20	5、8、14
豪悦股份	年限平均法	20-30	3-5	10-15	4-10
百亚股份	年限平均法	33、40	3、5	10-18	4-5
本公司	年限平均法	5-30	3-10	5-15	3-10

2、在建工程

（1）总体情况分析

报告期各期末，公司在建工程的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	250.88	3,442.83	28.21	-
可艾科研楼及厂房工程	907.26	2,202.59	226.21	-
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	84.14	738.22	324.56	-
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	-	628.32	-	-
智能工厂项目	1,039.08	113.42	-	-
熔喷布生产线	353.98	-	-	-
其他	868.18	417.03	318.30	391.74
合计	**3,503.53**	**7,542.41**	**897.28**	**391.74**

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 391.74 万元、897.28 万元、7,542.41 万元和 3,503.53 万元，占非流动资产的比例分别为 0.98%、2.04%、15.03%和 6.07%。相较于 2018 年末，2019 年末公司在建工程由 897.28 万元增长至 7,542.41 万元，增长 6,645.13 万元，主要原因为公司订单增长迅速，产能不足，建设可艾科研楼及厂房工程等项目，尚未完工。另有婴儿拉拉裤生产线等生产设备处于正在安装的状态。

（2）在建工程转入固定资产情况

报告期内，公司存在在建工程转入固定资产的情形，主要为生产线设备，公司采购生产线设备，待设备达到预定可使用状态时，转入固定资产计提折旧。

公司主要在建工程项目预计将在 2020 年完工，并在达到预定可使用状态后转入固定资产。

（3）2019 年在建工程账面价值大幅变动分析

1）公司订单增长迅速，产能不足，故公司加大对生产线的投入，导致公司 2019 年末“年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目”、“年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目”和“年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目”设备投入较 2018 年末增加 4,456.61 万元。

2）“可艾科研楼及厂房工程”于 2018 年 9 月开工建设，2019 年该项目进

展顺利但尚未完工，投入增加，导致该项目 2019 年末在建工程余额为 2,202.59 万元，较 2018 年末的 226.21 万元增加 1,976.38 万元。

3）公司 2019 年新增设备类在建工程投入主要为与设备采购相关的设备款支出，无其他无关成本费用混入；公司 2019 年新增“可艾科研楼及厂房工程”投入主要为土建工程款支出，无其他无关成本费用混入。

（4）在建工程转固情况分析

报告期内，公司在建工程转固构成情况如下：

1）2017 年

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间 1 号线	成人失禁裤生产设备	2017.07	2017.09	2017.09
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾 6 号线	婴儿纸尿裤生产设备	2017.07	2017.08	2017.08
	可艾 5 号线		2017.07	2017.10	2017.10

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间 1 号线	685.00	689.90	617.00	2.00	70.90	609.07
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾 6 号线	1,430.00	1,453.94	1,453.94			1,224.05
	可艾 5 号线	1,300.00	1,256.14	1,256.14			1,120.40

2）2018 年

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 4 号线	婴儿纸尿裤生产设备	2018.06	2018.08	2018.08
	可艾 7 号线	婴儿拉拉裤生产设备	2018.04	2018.10	2018.10

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 4 号线	1,560.00	1,560.37	1,560.37			1,378.64
	可艾 7 号线	1,250.00	1,137.08	1,137.08			1,083.49

3）2019 年

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	一车间 3 号线	婴儿纸尿裤生产设备	2019.09	2019.09	2019.09
	一车间 4 号线		2019.10	2019.12	2019.12
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾二车间自动化生产线扩建项目	设备配套厂房及电力设备	2018.05	2019.01	2019.01

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	一车间 3 号线	858.00	821.71	815.10		6.61	759.29
	一车间 4 号线	730.00	724.13	717.50		6.63	657.66
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾二车间自动化生产线扩建项目	580.00	568.53		568.53		508.07

4）2020 年 1-6 月

单位：万元

工程名称	固定资产名称	项目内容	开工/到货时间	竣工/验收时间	转固时间
年产 6 亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾车间婴儿拉拉裤线	婴儿拉拉裤生产设备	2019.12	2020.02	2020.02
年产 4.6 亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾 10 号线	婴儿拉拉裤生产设备	2020.01	2020.02	2020.02
年产 3 亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间拉拉裤 2 号线	成人拉拉裤生产设备	2019.12	2020.02	2020.02
	可艾车间成人纸尿裤 5 号线	成人纸尿裤生产设备	2019.10	2020.03	2020.03
	可艾车间成人纸尿裤 4 号线		2019.08	2020.05	2020.05
可艾科研楼及厂房工程	可艾 7 号厂房	新厂房建设	2018.09	2020.06	2020.06

（续上表）

工程名称	固定资产名称	预算数	含税累计投入资金（=①+②+③）	设备款①	工程土建款②	安装费用等③	转固金额
年产6亿片婴儿纸尿裤自动化生产线扩建项目	可艾车间婴儿拉拉裤线	710.00	651.27	639.00	7.21	5.06	640.16
年产4.6亿片纸尿裤自动化生产线建设项目	可艾10号线	2,100.00	1,908.46	1,908.46			1,876.38
年产3亿片成人纸尿裤自动化生产线扩建项目	四车间拉拉裤2号线	1,570.00	1,445.74	1,170.00	5.74	270.00	1,396.53
	可艾车间成人纸尿裤5号线	1,120.34	1,056.81	1,054.81		2.00	1,018.83
	可艾车间成人纸尿裤4号线	1,120.34	1,057.02	1,054.81		2.21	1,007.44
可艾科研楼及厂房工程	可艾7号厂房	3,264.00	1,932.59		1,932.59		1,876.74

公司报告期内在建工程转入固定资产的相关会计核算准确，在建工程达到预定可使用状态即转入固定资产，转固及时。

公司制定了《固定资产管理办法》，对在建工程转固实施严格的管理控制。公司需在设备或工程完工验收月份进行转固相关的会计处理，同时，公司于资产负债表日均需要检查核实各项在建工程的实际状态，确认是否需要在资产负债表日前进行转固，故报告期期内，公司不存在已竣工未转固的在建工程。

3、无形资产

报告期各期末，公司无形资产的构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	5,056.12	98.47%	5,114.56	98.20%	5,231.44	98.28%	3,884.34	99.18%
商标权	-	0.00%	0.49	0.01%	1.65	0.03%	2.81	0.07%
办公软件	78.38	1.53%	93.06	1.79%	89.71	1.69%	29.17	0.74%
合计	**5,134.50**	**100.00%**	**5,208.10**	**100.00%**	**5,322.80**	**100.00%**	**3,916.32**	**100.00%**

2017年末至2020年6月末，公司无形资产账面价值分别为3,916.32万元、5,322.80万元、5,208.10万元和5,134.50万元，占非流动资产的比例分别为9.77%、12.08%、10.38%和8.90%。公司的无形资产主要包括土地使用权、办公软件及商标权，其中报告期各期末土地使用权账面价值分别为3,884.34万元、5,231.44万

元、5,114.56万元和5,056.12万元，占无形资产总额的比例分别为99.18%、98.28%、98.20%和98.47%。

报告期各期末，公司无形资产状态良好，均处于正常使用状态，无需计提减值准备。

4、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
固定资产改良支出	600.71	634.50	718.90	661.63
各类服务费	177.66	176.37	217.68	247.77
绿化费用	-	-	3.68	18.40
合计	**778.37**	**810.86**	**940.26**	**927.80**

注：各类服务费主要为网络系统及软件服务费等。

公司的长期待摊费用主要为固定资产改良支出、各类服务费及绿化费用等，报告期各期末账面价值分别为927.8万元、940.26万元、810.86万元和778.37万元，其占公司当期非流动资产的比例分别为2.32%、2.13%、1.62%和1.35%，占比较小。

5、递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产主要为公司按照权责发生制预提的费用、计提各类资产减值等产生的可抵扣暂时性差异，按照扣除递延所得税负债的净额列示。报告期各期末，公司递延所得税资产账面价值净额分别为392.35万元、232.67万元、229.50万元和741.04万元，占各期非流动资产的比例分别为0.98%、0.53%、0.46%和1.28%，占比较小。

6、其他非流动资产

报告期各期末，公司长期待摊费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预付设备款	2,703.99	2,327.62	2,474.90	1,738.07
预付软件开发费	4.01	-	-	50.41
合计	**2,708.00**	**2,327.62**	**2,474.90**	**1,788.48**

公司的其他非流动资产主要为预付未到货的生产设备和预付的软件开发费，

报告期各期末账面价值分别为 1,788.48 万元、2,474.90 万元、2,327.62 万元和 2,708.00 万元，其占公司当期非流动资产的比例分别为 4.46%、5.62%、4.64%和 4.69%。

（四）资产减值准备

本公司按照谨慎性原则，并结合自身业务特点和资产质量实际状况制订了资产减值准备计提政策。公司每期末按照谨慎性原则，对各类资产的减值情况进行测试，并足额提取减值准备。有关公司资产减值准备的计提政策请参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“七、重要会计政策和会计估计”。报告期各期末，公司各项资产减值准备情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
坏账准备-应收账款	1,207.80	23.42%	1,042.82	81.22%	1,094.13	58.68%	1,088.86	55.78%
坏账准备-其他应收款	417.11	8.09%	60.10	4.68%	550.94	29.55%	499.95	25.61%
固定资产减值准备	1,665.30	32.30%	-	-	100.49	5.39%	100.49	5.15%
存货跌价准备	271.90	5.27%	180.99	14.10%	119.15	6.39%	262.61	13.45%
在建工程减值准备	1,594.05	30.92%	-	-	-	-	-	-
合计	**5,156.16**	**100.00%**	**1,283.91**	**100.00%**	**1,864.71**	**100.00%**	**1,951.91**	**100.00%**

1、固定资产减值和在建工程减值准备

2020 年 4-5 月，受新冠疫情影响，公司口罩产品主要原材料熔喷布价格大幅上涨，且供不应求，公司向江苏迎阳无纺机械有限公司采购 2 条熔喷布生产线以满足生产需要。由于江苏迎阳无纺机械有限公司未按照合同约定履行交付义务，公司已向法院提起诉讼。鉴于 2 台熔喷布生产线诉讼请求存在不确定性，且公司后续不准备再使用该设备，故存在减值迹象。2020 年 8 月下旬，公司向两家同类生产设备厂家进行询价，报价分别为 650 万元/台和 580 万元/台。虽然公司购买的两条熔喷布生产设备成新率较高，但形式上已是二手设备，考虑到二手设备折价、后续处置时可能发生的运输等费用，公司按照询价结果均值的 65%，即

400 万/台（含税）作为上述设备的可回收金额，分别计提减值 1,665.30 万元和 1,594.05 万元。

2、应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备和存货跌价准备

应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备和存货跌价准备详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变化”之“4、应收账款”、“5、存货”、“6、其他应收款”部分相关内容。

（五）对资产构成的分析结论

公司资产中流动资产占比较高，不存在潜在的大额应收款项坏账，存货以原材料和库存商品为主，变现能力强，固定资产总体成新率较高，在建工程进展顺利，总体而言，公司资产质量良好。

十五、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析

（一）最近一期末主要债项情况

1、负债构成及变化

报告期各期末，公司负债结构情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债合计	74,262.15	99.26%	60,793.49	99.03%	45,605.98	99.01%	48,262.33	99.59%
非流动负债合计	552.68	0.74%	595.70	0.97%	457.79	0.99%	196.35	0.41%
负债合计	**74,814.83**	**100.00%**	**61,389.19**	**100.00%**	**46,063.77**	**100.00%**	**48,458.68**	**100.00%**

报告期内公司负债结构以流动负债为主，报告期各期末流动负债占负债总额的比重分别为 99.59%、99.01%、99.03%和 99.26%。

2017 年至 2020 年 6 月末，公司负债总额由 4.85 亿元增加至 7.48 亿元，增长约 2.64 亿元，增幅 54.39%；其中流动负债由 4.83 亿元增加至 7.43 亿元，增长 2.60 亿元，增幅 53.87%；负债增长的主要原因系随着公司业务规模的扩大，采购量增幅明显，对上游供应商的应付账款和应付票据规模增大。

2、流动负债构成及变化

报告期各期末，公司流动负债构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	13,410.54	18.06%	4,085.24	6.72%	1,100.00	2.41%	1,000.00	2.07%
应付票据	28,507.81	38.39%	26,868.67	44.20%	21,213.60	46.51%	20,081.83	41.61%
应付账款	27,036.71	36.41%	24,648.40	40.54%	19,490.47	42.74%	19,626.24	40.67%
预收款项	-	-	408.05	0.67%	530.3	1.16%	637.09	1.32%
合同负债	1,681.08	2.26%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,291.92	1.74%	1,414.08	2.33%	1,306.23	2.86%	1,299.96	2.69%
应交税费	1,350.51	1.82%	2,049.92	3.37%	705.49	1.55%	321.91	0.67%
其他应付款	983.58	1.32%	1,319.13	2.17%	1,259.88	2.76%	1,295.29	2.68%
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	-	0.00%	4,000.00	8.29%
流动负债合计	**74,262.15**	**100.00%**	**60,793.49**	**100.00%**	**45,605.98**	**100.00%**	**48,262.33**	**100.00%**

报告期内，公司流动负债主要由应付票据、应付账款、短期借款及应付职工薪酬构成。截至报告期各期末，公司应付票据、应付账款、短期借款及应付职工薪酬合计占流动负债的比例分别为 87.04%、94.53%、93.79%和 94.59%。流动负债各主要项目构成及变动分析如下：

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 1,000.00 万元、1,100.00 万元、4,085.24 万元和 13,410.54 万元，全部为银行借款，用以满足生产经营周转需求。

（2）应付票据

报告期各期末，公司应付票据构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票	28,507.81	26,868.67	21,213.60	20,081.83
合计	**28,507.81**	**26,868.67**	**21,213.60**	**20,081.83**

报告期各期末，公司应付票据分别为 20,081.83 万元、21,213.60 万元、26,868.67 万元和 28,507.81 万元，占流动负债的比例分别为 41.61%、46.51%、44.20%和 38.39%。公司应付票据全部为应付银行承兑汇票，主要为公司支付给

供应商的原材料采购款。

公司应付票据账面价值逐年上升，主要原因为随着公司经营规模不断扩大，原材料采购规模不断增长；导致报告期各期末公司应付票据余额不断增长。报告期内，公司不存在到期未支付的情形。

报告期内，公司不存在开具无商业背景票据的情况。

（3）应付账款

1）应付账款构成和类别分析

报告期各期末，公司的应付账款分类情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料采购款	24,178.60	89.43%	21,924.71	88.95%	17,260.01	88.56%	17,702.26	90.20%
费用性款项	1,600.60	5.92%	1,563.17	6.34%	1,317.44	6.76%	1,034.55	5.27%
工程设备款	1,257.52	4.65%	1,160.52	4.71%	913.02	4.68%	889.44	4.53%
合计	**27,036.71**	**100.00%**	**24,648.40**	**100.00%**	**19,490.47**	**100.00%**	**19,626.24**	**100.00%**

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 19,626.24 万元、19,490.47 万元、24,648.40 万元和 27,036.71 万元，占流动负债的比例分别为 40.67%、42.74%、40.54%和 36.41%，公司应付账款主要是材料采购款。

报告期内公司应付账款呈上升趋势，主要原因为公司经营规模不断扩大，原材料采购额随营业收入的增长而不断增加，原材料采购应付账款不断增长。

2）应付账款账龄分析

报告期各期末，公司应付账款账龄划分如下：

单位：万元

账龄	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	26,715.53	98.81%	24,247.28	98.37%	19,128.43	98.14%	18,954.81	96.58%
1-2 年	34.87	0.13%	275.36	1.12%	224.01	1.15%	611.03	3.11%
2-3 年	161.73	0.60%	30.35	0.12%	138.03	0.71%	2.92	0.01%
3 年以上	124.58	0.46%	95.41	0.39%			57.49	0.29%
合计	**27,036.71**	**100.00%**	**24,648.40**	**100.00%**	**19,490.47**	**100.00%**	**19,626.24**	**100.00%**

由上表可知，报告期各期末，公司账龄 1 年以内的应付账款账面比例分别为 96.58%、98.14%、98.37%和 98.81%，占比较高。各期末存在少量账龄超 1 年的应付账款，主要系存在部分应付设备及工程项目质保金和尾款的情况。

3）应付账款和应付票据合计余额逐年上升的原因

报告期各期末，公司应付票据和应付账款期末余额的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	28,507.81	51.32%	26,868.67	52.15%	21,213.60	52.12%	20,081.83	50.57%
其中：材料采购款	28,507.81	51.32%	26,460.55	51.36%	20,859.42	51.25%	19,612.69	49.39%
工程设备款	-	-	408.12	0.79%	354.18	0.87%	469.14	1.18%
应付账款	27,036.71	48.68%	24,648.40	47.85%	19,490.47	47.88%	19,626.24	49.43%
其中：材料采购款	24,178.60	43.53%	21,924.71	42.56%	17,260.01	42.40%	17,702.26	44.58%
费用性款项	1,600.60	2.88%	1,563.17	3.03%	1,317.44	3.24%	1,034.55	2.61%
工程设备款	1,257.52	2.26%	1,160.52	2.25%	913.02	2.24%	889.44	2.24%
合计	**55,544.52**	**100.00%**	**51,517.06**	**100.00%**	**40,704.07**	**100.00%**	**39,708.08**	**100.00%**

报告期各期末，公司应付账款和应付票据合计余额逐年增长，主要原因为随着公司经营规模不断扩大，原材料采购规模不断增长、应付材料采购款增加所致。

4）同行业可比公司应付票据和应付账款合计余额情况如下：

单位：万元

公司名称	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
中顺洁柔	79,131.26	78,086.66	57,736.02	58,599.55
百亚股份	12,101.15	14,114.06	12,616.67	10,699.21
豪悦股份	39,776.26	26,957.78	21,723.24	19,402.31
平均值	43,669.56	39,719.50	30,691.98	29,567.02
发行人	55,544.52	51,517.06	40,704.07	39,708.08

注：资料来源于可比公司的年度报告、招股说明书、招股意向书或审阅报告

由上表可见，公司应付票据和应付账款合计余额高于同行业可比公司，但整体处于合理范围内，且变动趋势一致。公司所处的行业为一次性卫生用品行业，在成人失禁用品和婴儿护理用品方面，国内外市场需求量大。随着公司经营规模

不断扩大，原材料采购规模不断增长，致使公司应付款项的增长，符合行业特性。

（4）预收账款和合同负债

报告期内，公司的预收账款主要为预收的货款。对于新开发、订单规模较小的 ODM 客户，公司一般要求发货前结清货款，对于境内外经销商客户，公司大多采用先款后货的信用政策，基于此，公司账面会存在一定规模的预收账款。2017-2019 年末，公司预收款项分别为 637.09 万元、530.30 万元和 408.05 万元，占流动负债的比例分别为 1.32%、1.16%和 0.67%。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则将预收货款转列合同负债项目列报，2020 年 6 月末，公司合同负债 1,681.08 万元。

（5）应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬分类情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	1,055.81	1,037.33	1,039.79	979.15
社会保险费	46.88	64.36	55.09	96.65
工会经费、职工教育经费和住房公积金	151.09	231.00	138.73	77.20
短期薪酬小计	**1,253.78**	**1,332.69**	**1,233.62**	**1,153.00**
基本养老保险	35.08	76.85	68.69	139.12
失业保险费	3.05	4.54	3.92	7.84
设定提存计划小计	38.14	**81.39**	**72.61**	**146.96**
合计	**1,291.92**	**1,414.08**	**1,306.23**	**1,299.96**

公司应付职工薪酬主要系报告期各期末已计提未发放的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,299.96 万元、1,306.23 万元、1,414.08 万元和 1,291.92 万元，占流动负债的比例分别为 2.69%、2.86%、2.33%和 1.74%，应付职工薪酬占总负债的比例较小。报告期内，公司足额计提工会经费和职工教育经费，工会经费和职工教育经费不断增长。

（6）应交税费

报告期内，公司应交税费明细项目如下表所示：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	57.79	0.32	49.26	140.51
企业所得税	1,178.27	231.47	423.23	-
代扣代缴个人所得税	9.96	1,667.54	16.20	29.25
城市维护建设税	16.95	22.66	28.53	10.59
土地增值税	-	-	50.38	50.38
房产税	48.43	77.63	93.07	59.08
土地使用税	22.19	30.78	21.93	21.93
教育费附加	9.00	9.71	12.23	4.54
地方教育附加	3.11	6.47	8.15	3.02
印花税	4.81	3.34	2.52	2.61
合计	**1,350.51**	**2,049.92**	**705.49**	**321.91**

2019 年末，公司代扣代缴个人所得税 1,667.54 万元，其中主要为 2019 年 12 月 13 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，决议派发现金股利总额 9,994.84 万元，公司代扣代缴 1,653 万元个人所得税款。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 1,295.29 万元、1,259.88 万元、1,319.13 万元和 983.58 万元，占流动负债的比例分别为 2.68%、2.76%、2.17%和 1.32%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付利息	-	-	1.61	67.87
应付股利	-	375.00	-	-
其他应付款	983.58	944.13	1,258.28	1,227.42
其中：押金保证金	124.78	97.72	69.81	52.49
应付暂收款	67.91	144.61	117.49	122.16
关联往来款	-	-	196.35	146.35
费用类款项	754.72	691.08	807.58	835.04
其他	36.18	10.73	67.06	71.38
合计	**983.58**	**1,319.13**	**1,259.88**	**1,295.29**

公司其他应付款总体规模不大，2019 年末应付股利 375 万元，为 2019 年 12 月 13 日，公司 2019 年第一次临时股东大会决议发放但尚未支付的对股东

PACKWOOD 的现金分红。公司的其他应付款总体规模不大，主要是公司应付的促销费、物流费等费用类款项。

（8）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
一年内到期的长期应付款	-	-	-	4,000.00
合计	**-**	**-**	**-**	**4,000.00**

2017 年末，公司一年内到期的非流动负债为 4,000.00 万元，该笔款项为可艾公司向健合香港有限公司于 2016 年 11 月借入的长期应付款，2017 年末转为一年内到期的非流动负债，已于 2018 年 1 月归还。

3、非流动负债构成及变化

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
递延收益	552.68	100.00%	595.70	100.00%	457.79	100.00%	196.35	100.00%
非流动负债合计	**552.68**	**100.00%**	**595.70**	**100.00%**	**457.79**	**100.00%**	**196.35**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动负债分别为 196.35 万元、457.79 万元、595.70 万元和 552.68 万元。非流动负债的主要组成系递延收益，具体情况如下：

报告期各期末，公司递延收益余额分别为 196.35 万元、457.79 万元、595.70 万元和 552.68 万元。报告期内公司递延收益均由与资产相关的政府补助形成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
递延收益	552.68	595.70	457.79	196.35

（二）最近一期末银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等主要债项的金额、期限、利率及利息费用等情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司银行借款明细如下：

借款银行	借款期限		利率	期末金额（万元）	
	借款日	到期日		本金	利息费用

借款银行	借款期限		利率	期末金额（万元）	
	借款日	到期日		本金	利息费用
浦发银行临安支行	2019-12-24	2020-10-24	3.80%	500.00	0.67
浦发银行临安支行	2020-2-18	2020-10-18	3.90%	990.00	1.07
建行临安支行	2020-2-26	2021-2-25	2.50%	2,710.00	1.88
建行临安支行	2020-2-28	2021-2-27	2.50%	4,900.00	3.40
建行临安支行	2020-3-3	2021-3-2	2.50%	2,300.00	1.60
建行临安支行	2020-5-15	2021-5-14	3.45%	2,000.00	1.92

截至 2020 年 6 月 30 日，公司不存在关联方借款、合同承诺债务、或有负债情形，公司需偿还银行借款金额 13,410.54 万元。

（三）报告期股利分配情况

2017 年 4 月 25 日，公司召开 2016 年年度股东大会，审议通过《关于公司 2016 年度利润分配的议案》，以总股本 199,896,729 股为基数，向全体股东每股分配现金股利 0.2 元（含税），派发现金股利总额为 39,979,345.80 元。该次股利分配已实施完毕。

2019 年 6 月 13 日，公司召开 2018 年年度股东大会，审议通过《关于公司 2018 年度利润分配的议案》，以总股本 199,896,729 股为基数，向全体股东每股分配现金股利 0.5 元（含税），派发现金股利总额 99,948,364.50 元。该次股利分配已实施完毕。

2019 年 12 月 13 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司利润分配的议案》，以总股本 199,896,729 股为基数，向全体股东每股分配现金股利 0.5 元（含税），派发现金股利总额 99,948,364.50 元。该次股利分配已实施完毕。除股东 PACKWOOD 同时为发行人客户外，发行人 2019 年现金分红不存在直接或间接流向客户、供应商、外协厂商及其关联方的情况。

（四）现金流量情况

报告期内，公司现金流量情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	17,754.33	22,332.57	11,426.32	10,974.05
投资活动产生的现金流量净额	-10,596.59	-13,571.56	-9,018.74	-5,181.61

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动产生的现金流量净额	7,113.16	-13,766.30	-4,052.50	-3,661.30
汇率变动对现金及现金等价物的影响	78.79	164.10	77.97	-462.55
期末现金及现金等价物余额	25,993.04	11,643.34	16,484.54	18,051.50

1、经营活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	82,923.30	126,178.10	96,755.03	76,417.64
收到的税费返还	2,918.20	2,918.02	1,691.63	2,546.54
收到其他与经营活动有关的现金	9,551.62	7,153.95	7,332.29	3,959.75
经营活动现金流入小计	**95,393.12**	**136,250.07**	**105,778.96**	**82,923.93**
购买商品、接受劳务支付的现金	59,255.88	82,536.07	70,042.98	47,857.44
支付给职工以及为职工支付的现金	4,755.29	8,990.10	7,654.93	6,900.95
支付的各项税费	2,252.72	3,267.68	2,206.59	2,030.43
支付其他与经营活动有关的现金	11,374.91	19,123.66	14,448.14	15,161.06
经营活动现金流出小计	**77,638.79**	**113,917.51**	**94,352.64**	**71,949.88**
经营活动产生的现金流量净额	**17,754.33**	**22,332.57**	**11,426.32**	**10,974.05**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 10,974.05 万元、11,426.32 万元、22,332.57 万元和 17,754.33 万元，均为正数且持续增长，反映出公司日常经营活动良好，资金回收情况理想。其中，公司收到其他与经营活动有关的现金主要为银行承兑汇票保证金的收回，支付其他与经营活动有关的现金主要为银行承兑汇票保证金的支付、运输费及市场推广费的支付等。

2019年度公司经营活动现金流量净额相较于2018年度增长10,906.25万元，增幅达到95.45%，主要系公司一贯坚持严格的应收款项政策，在 2019 年销售收入大幅增长 2.67 亿元的同时，2019 年末公司应收账款余额相对 2018 年末反而下降 197.17 万元；此外，公司作为行业龙头企业，拥有较好的业内声誉和良好的信用记录，能够大量采用银行承兑汇票支付以及从上游供应商处获得较为优惠的授信政策；2019 年公司经营规模扩张迅速，原材料采购总量大幅增长，期末应付票据余额较上年增长0.57亿元，应付账款中材料款余额较上年增长0.47亿元。

综合上述因素，公司 2019 年经营活动现金流量净额实现大幅度增长。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额和净利润如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	13,511.51	9,348.21	6,169.05	4,788.43
经营活动产生的现金流量净额	17,754.33	22,332.57	11,426.32	10,974.05
净利润/经营活动产生的现金流量净额	76.10%	41.86%	53.99%	43.63%

将净利润调节为经营活动现金流量的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	13,511.51	9,348.21	6,169.05	4,788.43
加：资产减值准备	3,949.11	119.47	94.51	409.97
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,739.98	3,069.16	2,831.06	2,401.71
无形资产摊销	73.61	147.93	124.95	105.50
长期待摊费用摊销	102.32	237.90	269.73	163.52
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）	0.61	60.02	-0.01	-549.14
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	-	60.44	2.13	-0.91
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	31.85	-31.85
财务费用（收益以“－”号填列）	-71.13	-287.32	-202.87	1,133.57
投资损失（收益以“－”号填列）	-16.46	695.26	314.98	-62.85
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-511.54	3.17	159.68	-50.62
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	-3,136.00	-2,062.90	843.27	-4,332.12
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-4,954.96	-2,264.00	-1,358.54	-8,320.23
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	7,027.60	11,799.17	2,027.91	15,319.08
其他	39.68	1,406.07	118.62	-
经营活动产生的现金流量净额	17,754.33	22,332.57	11,426.32	10,974.05

（1）应收账款对现金流的影响

公司 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额高于净利润金额分别为 6,185.62 万元、5,257.27 万元、12,984.36 万元和 4,242.82 万元，主要原因为报告期内公司客户订单及业务规模不断扩大（2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月营业收入金额分别为 78,693.78 万元、90,624.15 万元、117,372.63 万元和 79,927.21 万元），收入增长贡献较大的线上业务模式和境内 ODM 业务模式不产生应收账款或应收账款较少，导致应收账款没有相应大幅增长，报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 17,889.12 万元、19,107.63 万元、18,961.77 万元和 22,132.82 万元，营业收入的增长主要体现为销售商品、提供劳务收到的现金的增长。

（2）存货和经营性应付项目变动对现金流的影响

2017 年末较 2016 年末，存货增加 4,332.12 万元，经营性应付项目（主要系应付票据和应付账款）增加 15,319.08 万元，主要原因为 2017 年公司客户订单及业务规模增长明显，公司增加原材料备货量，存货、应付票据、应付账款增长明显。2018 年末较 2017 年末，存货减少 843.27 万元，经营性应付项目增加 2,027.91 万元，主要原因为 2018 年下半年公司主要原材料价格处于上行周期，公司灵活调整采购计划，存货有所下降，经营性应付项目增加主要受采购政策和采购时间的影响。2019 年末较 2018 年末，存货增加 2,062.90 万元，经营性应付项目增加 11,799.17 万元，主要系 2019 年公司订单和业务规模增长所致。

报告期内公司经营活动产生的现金流量与实际经营情况相符，经营活动产生的现金流量和净利润的差异原因合理。

（3）同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额与净利润对比情况

报告期内公司与同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额与净利润情况对比如下：

单位：万元

豪悦股份	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	48,492.81	42,782.59	26,372.19	14,008.68
净利润	37,561.87	31,532.16	18,510.08	6,701.83
差额	10,930.94	11,250.43	7,862.11	7,306.85
公司	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
经营活动产生的现金流量净额	17,754.33	22,332.57	11,426.32	10,974.05

净利润	13,511.51	9,348.21	6,169.05	4,788.43
差额	4,242.82	12,984.36	5,257.27	6,185.62

报告期内，公司经营活动产生的现金流情况较好，主要原因系 ODM 代工业务的回款情况良好。豪悦股份经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异分别为 7,306.85 万元、7,862.11 万元、11,250.43 万元和 10,930.94 万元，其 ODM 业务占比较高，与公司类似，公司经营活动现金流量情况符合行业特征。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量变动具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资收到的现金	3,500.00	6,800.00	1,700.00	18,742.94
取得投资收益收到的现金	16.46	56.80	2.37	152.12
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	4.89	26.79	0.11	1,097.00
收到其他与投资活动有关的现金	677.12	2,191.49	912.24	1,538.70
投资活动现金流入小计	**4,198.47**	**9,075.07**	**2,614.73**	**21,530.76**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	13,295.06	12,586.46	8,977.53	7,741.17
投资支付的现金	1,500.00	8,800.00	1,700.00	18,732.96
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,260.17	955.94	238.24
投资活动现金流出小计	**14,795.06**	**22,646.63**	**11,633.46**	**26,712.38**
投资活动产生的现金流量净额	**-10,596.59**	**-13,571.56**	**-9,018.74**	**-5,181.61**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-5,181.61 万元、-9,018.74 万元、-13,571.56 万元和-10,596.59 万元，均为负数，主要系公司购建生产线设备、新建厂房设施及土地开支等所致。其中，公司各期收回投资收到的现金及投资支付的现金，主要为公司购买和赎回理财产品。

在建工程、固定资产与现金流量表中“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月 /2020 年 6 月末	2019 年度 /2019 年末	2018 年度/ 2018 年末	2017 年度/ 2017 年末
加：固定资产原值本期增加	14,143.24	3,002.03	4,386.48	4,242.06
加：在建工程增加（期末-期初）	-2,444.83	8,058.35	2,091.37	1,116.26

项　目	2020 年 1-6 月 /2020 年 6 月末	2019 年度 /2019 年末	2018 年度/ 2018 年末	2017 年度/ 2017 年末
加：无形资产原值本期增加	-	33.23	1,531.43	22.62
加：长期待摊费用本期增加	69.83	108.50	282.19	934.80
加：其他非流动资产增加（期末-期初）	380.39	-	-50.41	-263.62
加：采购长期资产进项税	1,022.03	1,631.85	816.07	680.93
减：应付购置长期资产款增加（期末-期初）	96.99	-	11.84	-1,218.92
减：应付票据-设备款增加（期末-期初）	-221.40	247.50	143.37	210.81
加：其他应收设备退款调整	-	-	75.60	-
合　计	13,295.06	12,586.46	8,977.53	7,741.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	13,295.06	12,586.46	8,977.53	7,741.17
差额	-	-	-	-

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量变动明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	1,497.48	-	-
取得借款收到的现金	13,890.00	4,080.00	2,600.00	1,000.00
筹资活动现金流入小计	**13,890.00**	**5,577.48**	**2,600.00**	**1,000.00**
偿还债务支付的现金	4,570.00	1,100.00	2,500.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,206.84	18,047.43	152.50	4,661.30
支付其他与筹资活动有关的现金	-	196.35	4,000.00	-
筹资活动现金流出小计	**6,776.84**	**19,343.78**	**6,652.50**	**4,661.30**
筹资活动产生的现金流量净额	**7,113.16**	**-13,766.30**	**-4,052.50**	**-3,661.30**

2017 年至 2020 年 1-6 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,661.30 万元、-4,052.50 万元、-13,766.30 万元和 7,113.16 万元，其中 2017 年及 2019 年度主要为向股东支付合理回报，分配股利所致；2018 年主要为偿还健合香港拆借款导致。

（五）重大资本性支出分析

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为

7,741.17 万元、8,977.53 万元、12,586.46 万元和 13,295.06 万元，主要为公司购置土地使用权、生产线等机器设备和建设厂房所发生的支出。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

未来一段时间公司可预见的重大资本性支出和主要为本次发行股票募集资金项目。公司募集资金投资项目的具体情况详见本招股说明书“第九节募集资金运用”的相关内容。

（六）偿债能力分析

1、偿债能力指标

报告期内，反映公司偿债能力的主要财务指标如下表所示：

偿债能力指标	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	1.03	0.94	1.22	1.15
速动比率（倍）	0.81	0.72	0.97	0.90
资产负债率（合并公司）	55.76%	57.27%	46.24%	50.63%
资产负债率（母公司口径）	53.96%	54.25%	42.83%	41.50%
息税折旧摊销前利润（万元）	17,556.43	14,386.97	10,296.84	8,153.67
利息保障倍数（倍）	84.94	122.30	86.04	31.37

注：1、流动比率=流动资产/流动负债；
2、速动比率=速动资产/流动负债；
3、资产负债率=总负债/总资产；
4、息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋固定资产折旧＋无形资产摊销＋长期待摊费用摊销；
5、利息保障倍数=（利润总额＋利息支出）/利息支出；

2、公司偿债能力分析

从短期偿债指标来看，报告期各期末公司流动比率分别为 1.15、1.22、0.94 和 1.03，速动比率分别为 0.90、0.97、0.72 和 0.81，整体较好，表明公司短期偿债能力较强，且公司短期债务以经营性负债为主，偿债风险较低。2019 年公司流动比率和速动比率相较 2018 年略有下降，主要系公司状况良好，具有较强的信用能力，2019 年公司从银行新取得较为优惠的贷款以提高经营杠杆率，导致流动负债有所上升。

从长期偿债指标来看，报告期各期末公司合并口径资产负债率分别为 50.63%、46.24%、57.27%和 55.76%；公司负债结构以流动负债为主，且主要是经营性负债，公司的资产负债率水平较低，公司财务结构较为稳健。报告期内，

公司息税折旧摊销前利润分别为 8,153.67 万元、10,296.84 万元、14,386.97 万元和 17,556.43 万元，公司息税折旧摊销前利润保持良好的增长态势，且利息支出较少，2017 年至 2020 年 1-6 月利息保障倍数分别为 31.37、86.04、122.30 和 84.94，债务偿还能力较强，2020 年 1-6 月，公司短期借款有所增长，利息保障倍数有所下降。

3、与同行业公司偿债能力指标比较

同行业可比公司偿债能力的各项指标如下表：

年度[注]	公司名称	流动比率（倍）	速动比率（倍）	资产负债率（合并）
2020.06.30	中顺洁柔	1.71	1.10	31.46%
	豪悦股份	1.25	0.88	46.24%
	百亚股份	1.94	1.48	27.78%
	平均值	1.63	1.15	35.16%
	公司	**1.03**	**0.81**	**55.76%**
2019.12.31	中顺洁柔	1.51	0.97	32.35%
	豪悦股份	0.96	0.53	49.08%
	百亚股份	1.73	1.27	29.15%
	平均值	1.40	0.92	36.86%
	公司	**0.94**	**0.72**	**57.27%**
2018.12.31	中顺洁柔	1.27	0.72	35.65%
	豪悦股份	0.81	0.35	61.64%
	百亚股份	1.50	1.02	28.84%
	平均值	**1.19**	**0.70**	**42.04%**
	公司	**1.22**	**0.97**	**46.24%**
2017.12.31	中顺洁柔	1.17	0.68	47.44%
	豪悦股份	0.64	0.26	70.35%
	百亚股份	1.56	1.20	29.70%
	平均值	**1.12**	**0.72**	**49.16%**
	公司	**1.15**	**0.90**	**50.63%**

注：数据来源于上市公司/拟上市公司招股说明书和定期报告

由上表可见，2017 年和 2018 年，公司资产负债率与同行业平均水平基本持平；2019 年和 2020 年 1-6 月公司资产负债率相较 2018 年上升，主要系：（1）公司状况良好，具有较强的信用能力，公司从银行新取得较为优惠的贷款以提高经

营杠杆率，导致流动负债有所上升；（2）公司经营规模不断扩大，原材料采购额随营业收入的增长而不断增加，导致与材料采购相关的应付票据及应付账款不断增长。

总体而言，公司资产负债率略高于行业平均值，整体处于合理区间，与公司自身经营现状相吻合，公司经营状况良好，具备较好的盈利能力，能够满足偿债要求。

报告期各期末，公司资产负债率略高于行业平均值，符合行业特征，处于合理区间；流动比率和速动比率高于行业平均水平，反映出公司稳健的经营风格，具有较强的偿债能力。

2017 年和 2018 年，公司资产负债率与同行业平均水平基本持平，流动比率、速动比率略高于同行业平均水平，表明公司短期偿债能力较强，偿债风险较低。2019 年和 2020 年 1-6 月公司流动比率和速动比率相较 2018 年略有下降，且略低于行业平均水平，主要系（1）公司状况良好，具有较强的信用能力，从银行新取得较为优惠的贷款以提高经营杠杆率，导致流动负债有所上升；（2）公司经营规模不断扩大，原材料采购额随营业收入的增长而不断增加，导致与材料采购相关的应付票据及应付账款不断增长。

从短期偿债指标来看，报告期各期末公司流动比率分别为 1.15、1.22、0.94 和 1.03，速动比率分别为 0.90、0.97、0.72 和 0.81，整体较好，表明公司短期偿债能力较强，且公司短期债务以经营性负债为主，偿债风险较低。

从长期偿债指标来看，报告期各期末公司合并口径资产负债率分别为 50.63%、46.24%、57.27%和 55.76%；公司负债结构以流动负债为主，且主要是经营性负债，公司的资产负债率水平与公司自身经营现状相吻合。报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 8,153.67 万元、10,296.84 万元、14,386.97 万元和 17,556.43 万元，公司息税折旧摊销前利润保持良好的增长态势，且利息支出较少，报告期内利息保障倍数分别为 31.37、86.04、122.30 和 84.94，债务偿还能力较强，不会影响公司持续经营。

（七）持续经营能力分析

公司自成立以来，始终专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售。

随着募集资金投资项目的实施，尤其是智能工厂建设项目的实施，公司将抓住行业发展机遇，紧扣市场需求，不断拓展成人失禁用品市场，巩固并进一步开拓婴儿护理用品和宠物卫生用品合作伙伴，继续增强公司的市场竞争力，巩固行业地位，增强盈利能力。

综上，公司历史经营绩效优良，未来随着募投项目逐步实施，公司持续经营能力将进一步提升，公司持续经营能力方面不存在重大不利变化。

十六、报告期内重大投资、重大业务资产重组或股权收购合并事项

报告期内，公司无重大投资、重大业务资产重组或股权收购合并事项。

十七、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司不存在需要披露的重大或有事项。

（二）资产负债表日后事项

1、申请首次公开发行股票事项

根据公司 2020 年 6 月 13 日第三届第十三次董事会决议，公司拟向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交易所创业板上市，拟发行股份数量不超过 6,797 万股。本次发行募集资金将投资于智能工厂建设项目、技术研发中心升级建设项目、品牌推广项目和补充流动资金等四个项目。首次公开发行股票前的滚存利润由新老股东共同享有。

2、新型冠状病毒肺炎疫情对公司经营的影响

2020 年 1 月底，新型冠状病毒肺炎疫情向全国蔓延，为避免人口大规模流动和聚集，各地政府采取居家隔离、延长春节假期等防控措施，使得工人返城、工厂复工延迟。虽然公司已于 2020 年 2 月 10 日获得复工批复，成为杭州市首批复工企业之一，但仍有部分员工因当地防疫政策而返工延迟、并需要居家隔离 14 天后才能正式上班，对公司 2 月份的生产经营造成一定的影响。由于口罩的需求量和生产量迅速增长，公司产品所用的主要原材料之一无纺布在市场上供不应求，价格有所上升，因此对公司成本产生了一定影响。此外，随着疫情的全球

大流行，对全球经济造成了较大的不利影响，也可能间接影响到公司境外 ODM 客户的情况。

疫情发生后，公司积极响应政府号召，紧急向疫区医护人员捐赠了资金和成人纸尿裤等抗疫救援物资。同时，公司利用自身生产卫生护理用品的生产环境，通过购置口罩生产线，迅速成为浙江省首批省级重点民用口罩及关键材料生产企业、浙江省疫情防控重点保障企业、杭州市级扩产转产口罩计划企业，不仅获得一定的销售收入，而且还扩大了可靠品牌在医疗卫生护理用品的应用场景。此外，抗疫医护工作者使用成人纸尿裤来延长防护服使用时间的现象在此次疫情的新闻报道中经常出现，为成人纸尿裤的认知和推广起到了较好的宣传效果，有利于公司自主品牌业务的进一步发展。

（三）其他重要事项

报告期后，公司与部分供应商存在熔喷布生产线合同纠纷及熔喷布材料合同纠纷，具体情况参见招股说明书“第十一节其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”。

十八、发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

十九、滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年 6 月 28 日召开的 2020 年第三次临时股东大会审议通过的《关于本次发行前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行上市前滚存的未分配利润由本次发行上市后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

二十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日。天健会所审阅了公司 2020 年第 3 季度财务报表，包括 2020 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 7-9 月和 2020 年 1-9 月的合并及母公司利润表，2020 年 1-9 月的合并及母公司现金流量表，以及财务报表附注。审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信可靠护理公司 2020 年第 3 季度财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映可靠护理公司合并及

母公司的财务状况、经营成果和现金流量。”

根据《审阅报告》，截至 2020 年 9 月 30 日，公司资产总额 81,343.42 万元，所有者权益 63,245.54 万元；2020 年 1-9 月，公司实现营业收入 123,319.49 万元，归属于发行人股东的净利润 16,805.18 万元，扣除非经常损益后归属于发行人股东的净利润 16,086.20 万元；2020 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 23,977.74 万元。

（二）审计截止日后主要财务信息及分析

公司 2020 年 1-9 月的财务报表未经审计，但已经天健会计师审阅，主要财务数据如下：

1、简要合并资产负债表

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动幅度
资产合计	142,713.23	107,193.84	33.14%
负债合计	79,467.69	61,389.19	29.45%
所有者权益合计	63,245.54	45,804.65	38.08%
归属于母公司所有者权益	56,746.05	39,900.83	42.22%

截至 2020 年 9 月 30 日，公司总资产为 142,713.23 万元，较 2019 年 12 月 31 日增长 33.14%%；总负债为 79,467.69 万元，较 2019 年 12 月 31 日增长 29.45%；所有者权益为 63,245.54 万元，较 2019 年 12 月 31 日增长 38.08%。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司资产总额稳步增长，经营规模持续提升；负债规模较 2019 年 12 月 31 日上升的主要原因是随着经营规模的提升，导致新增银行借款以及应付款项出现增长。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
营业收入	123,319.49	80,926.92	52.38%
营业成本	87,453.61	59,796.86	46.25%
销售费用	4,491.91	8,338.97	-46.13%
管理费用	1,882.98	1,810.37	4.01%
研发费用	4,708.62	2,736.01	72.10%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
财务费用	1,351.63	-628.44	-315.08%
营业利润	19,834.05	8,021.34	147.27%
利润总额	19,724.22	8,080.38	144.10%
净利润	17,400.86	7,101.22	145.04%
归属于母公司股东的净利润	16,805.18	6,707.17	150.56%
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	16,086.20	6,900.87	133.10%

2020 年 1-9 月，公司实现营业收入 123,319.49 万元，同比增长 52.38%；实现归属于母公司股东的净利润 16,805.18 万元，同比增长 150.56%；实现扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润 16,086.20 万元，同比增长 133.10%。

2020 年 1-9 月，公司营业收入同比增长主要系：①疫情期间口罩产品销售较好；②公司自主品牌业务增长迅速。

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
经营活动产生的现金流量净额	23,977.74	11,767.43
投资活动产生的现金流量净额	-15,175.01	-7,691.13
筹资活动产生的现金流量净额	3,529.49	-8,561.64
现金及现金等价物净增加额	11,412.84	-4,239.84

2020 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额增长较多，主要系公司收入及回款情况较好。

4、非经常性损益主要数据

2020 年 1-9 月，公司非经常性损益明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-0.90
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	972.56
委托他人投资或管理资产的损益	16.46

项目	2020 年 1-9 月
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-109.83
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-2.20
小计	876.09
减：企业所得税影响数（所得税减少以“-”表示）	135.31
少数股东权益影响额(税后)	21.80
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	718.99

二十一、新冠疫情影响分析

（一）疫情对发行人出口业务、物流的影响

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

（二）疫情对发行人进口原材料采购、物流的影响

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

（三）疫情对发行人持续经营能力的影响

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

第九节 募集资金运用

一、募集资金的具体用途和投资概算情况

（一）预计募集资金金额

经公司 2020 年第三次临时股东大会决议，公司拟申请向社会公开发行人民币普通股（A 股）不超过 6,797.00 万股，募集资金总额将视询价确定的发行价格确定。

（二）本次募集资金使用计划

本次发行募集资金扣除发行费用后，拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资额	核准/备案文件	环评批复
1	智能工厂建设项目	57,387.15	57,000.00	2019-330112-22-03-801630	2019330185000001148、临环审〔2020〕64 号
				2020-330112-27-03-109894	2020330185000000527
2	技术研发中心升级建设项目	4,389.23	4,300.00	2020-330112-27-03-112066	临环审〔2020〕64 号
3	品牌推广项目	8,500.00	8,500.00	不适用	不适用
4	补充流动资金	9,000.00	9,000.00	不适用	不适用
合计		**79,276.38**	**78,800.00**	-	-

本次募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（三）募集资金投资项目实施后对同业竞争及发行人独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后不新增构成重大不利影响的同业竞争，亦不会对发行人的独立性产生不利影响。

（四）募集资金管理制度

公司已经制定了《募集资金管理制度》，实行募集资金专户存储制度，保证募集资金的安全性和专用性。本次发行募集资金将存放于公司在银行设立的募集资金专户进行集中管理。本次募集资金的使用、闲置募集资金的管理、改变募集资金用途的程序等依照本公司制定的《募集资金管理制度》及相关法律法规严格执行。

（五）实际募集资金量与投资项目需求出现差异时的安排

若实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足以上投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金予以补足。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入的，募集资金到位之后将予以置换。若本次募集资金净额超过计划利用募集资金额，公司将严格按照监管机构的有关规定管理和使用超募资金。

二、募集资金具体与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

（一）募集资金投资项目对发行人主营业务发展的贡献

本次募集资金运用均围绕公司主营业务进行，符合公司的发展规划以及国家产业政策，具有良好的市场前景。募集资金项目的实施将有利于提升公司一次性卫生用品的产能以及在产品、技术、品牌等各方面的核心竞争力，从而进一步提升公司的盈利水平。

（二）募集资金投资项目对发行人未来经营战略的影响

经过十余年的持续发展，公司目前已经在市场上取得了一定的市场地位，但处在当前这个历史机遇期，必须加快自身各项能力的全面建设，才能抓住机遇，实现公司的跨越式发展。从自主品牌业务来看，公司凭借“可靠”品牌已经成功跻身行业前列，但如果不在老年经济爆发前做好战略布局，扩大生产规模、提升研发水平和品牌建设水平，则无法应对即将到来的市场爆发；从ODM业务来看，公司凭借可艾公司已经在行业内建立起先进制造的典范，但如果公司不能持续在先进工艺研发和产能配套上满足品牌商客户不断提升的需求，则会迅速被市场抛弃。因此募集资金投资项目的实施对发行人未来经营战略意义重大。

（三）募集资金投资项目对发行人业务创新创造创意性的支持作用。

一方面，公司通过实施技术研发中心升级建设项目，持续加大对新产品、新工艺、新材料的研发投入，创造出更具有竞争力和产品活力的商品。另一方面，公司通过实施智能工厂建设项目，加快新研发产品和工艺的生产部署能力，使得新的产品得以迅速投放市场，创造效益。

三、募集资金运用的具体情况

（一）智能工厂建设项目

1、募投项目简介

杭州可靠护理用品股份有限公司为项目实施主体，项目拟投资 57,387.15 万元，用于一次性卫生用品的智能工厂和原材料仓库的建设，其中，智能化工厂拟投资 54,355.17 万元，新建婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人经期裤五类产品，共计 10 条生产线；原材料仓库拟投资 3,031.98 万元。在项目资金分配上，拟投资 14,346.50 万元用于厂房及配套仓库建设，投资 37,377.11 万元用于购买相关设备。预计项目建成达产后，公司将每年新增产能 116,564.40 万片。

2、募投项目实施的可行性

（1）市场需求旺盛，有助于产能消化

在成人失禁品方面，我国老年人口数量呈逐年递增趋势，市场对于成人纸尿裤的需求将会越来越大。终端消费者对成人失禁品需求的增加，有助于本项目产能的消化。在婴儿纸尿裤方面，国产品牌凭借复合芯体迅速崛起，公司作为婴儿护理用品高端制造领域的代表厂商，发展前景广阔，市场需求旺盛。

（2）人才培养体系成熟，管理团队经验丰富

在人才体系建设方面，公司建立了有竞争力的人才培养、激励、晋升发展体系，通过外部人才引进和内部员工培养的双重机制，激发员工的主动性和自我提升意识，进而保障公司拥有充足的人才储备，为公司长远发展打下了基础。在运营管理方面，公司凝聚了一支致力于自主品牌建设、富有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，保障公司产品质量，确保公司的正常运营。成熟的人才培养体系和经验丰富的管理团队为本项目的实施提供了人才保障。

（3）研发能力突出，产品与时俱进

在研发创新方面，公司注重自主创新和研发，建立了企业研究院，并拥有专业的研发技术队伍，累计获得多项国家专利。在产品研发的过程中，公司以市场为导向，针对女性、婴幼儿和成人用户的生理特点、使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，使公司的产品与时俱进，贴合市场实际

需求。专业的研发能力提升了公司的核心竞争力，有助于公司的长远发展，在促进产品功能与市场需求协同发展的同时，为本项目实施后产能的消化提供了保障。

（4）技术储备扎实，生产过程可控

经过多年扎实的生产积累和技术创新，公司具有婴儿纸尿裤和成人失禁品的自主生产能力。本项目新增的四条婴儿纸尿裤、两条婴儿拉拉裤、一条成人拉拉裤、两条成人纸尿裤生产线以及一条成人经期裤采用的生产技术与现有产品的生产技术具有通用性，不存在技术风险，公司技术和研发人员目前已经积累了丰富的经验，项目的实施在生产技术方面具有可行性。

3、募投项目投资概算

单位：万元

序号	名称	金额
1	**建设投资**	**55,387.15**
1.1	工程费用	51,723.61
1.1.1	建筑工程费	14,346.50
1.1.2	设备购置安装费	37,377.11
1.2	工程建设其他费用	1,026.06
1.3	预备费用	2,637.48
2	铺底流动资金	2,000.00
3	**项目总投资**	**57,387.15**

4、项目的时间周期和进度

本项目的建设进度如下：

项目	第 1 年				第 2 年				第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
土建施工与装修												
设备采购与安装调试												
员工招聘与培训												
试生产运行												

5、募投项目具体情况

（1）项目建设具体内容

项目建成后，公司将新增婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤、成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人经期裤等共 10 条生产线，具体情况如下：

序号	产品名称	生产线数量（条）	设计产能（万片/年）
1	婴儿纸尿裤	4	54,216.00
2	婴儿拉拉裤	2	27,108.00
3	成人纸尿裤	2	16,264.80
4	成人拉拉裤	1	8,132.40
5	成人经期裤	1	10,843.20
合计		**10**	**116,564.40**

（2）项目实施地点

项目实施地点为杭州市临安区锦城街道新溪桥村，其中智能工厂在已取得《不动产权证》（浙（2018）临安区不动产权第 0012290 号）的地块上实施，该地块土地用途为工业用地；原材料仓库在已取得《国有土地使用证》（临国用（2014）第 04814 号）的地块上实施，该地块土地用途为工业用地。

（3）设备方案

本项目拟支出 37,377.11 万元，用于购置所需的生产设备、智能制造硬件设备、环保设备、办公设备等，从而满足各类产品的生产的要求，维持生产线的有效运行，具体情况如下：

1）生产设备购置表

序号	设备名称	单价（万元）	数量（台/套）	金额（万元）
1	婴儿纸尿裤生产线主机	2,700.00	4	10,800.00
2	婴儿拉拉裤生产线主机	2,700.00	2	5,400.00
3	成人纸尿裤生产线主机	3,000.00	2	6,000.00
4	成人拉拉裤生产线主机	3,000.00	1	3,000.00
5	成人经期裤生产线主机	3,000.00	1	3,000.00
6	中包机	300.00	10	3,000.00
7	喷码机	4.00	30	120.00
8	影像检测	50.00	10	500.00
9	金属探测仪	4.00	10	40.00
10	光伏发电设备	500.00	2	1,000.00
合计		-	-	**32,860.00**

2）智能制造硬件设备

序号	设备名称	单位	单价（万元）	数量	金额（万元）
1	计算节点服务器	台	20.00	12	240.00
2	负载均衡服务器	台	40.00	2	80.00
3	下一代防火墙	台	15.00	2	30.00
4	汇聚交换机	台	8.80	2	17.60
5	接入交换机	台	2.60	8	20.80
6	存储服务器	台	180.00	1	180.00
7	一体化机房设备	套	250.00	1	250.00
8	RFID配套设备系统	套	219.94	1	219.94
9	门禁及考勤系统	套	40.90	1	40.90
10	仓储管理系统	套	714.60	1	714.60
11	安防系统	套	15.89	1	15.89
12	激光投影仪	套	39.78	1	39.78
13	数采工控机	台	0.35	10	3.51
14	工位机	台	0.47	21	9.83
15	显示屏（看板）	台	0.59	30	17.55
合计		-	-	-	**1,880.40**

3）环保设备

序号	设备名称	单价（万元）	数量（台/套）	金额（万元）
1	iBiS 除尘器	100.00	6	600.00
2	iBiS 除尘器	100.00	4	400.00
3	普通除尘器	30.00	2	60.00
4	管道	10.00	12	120.00
5	废气收集处理设备	40.00	12	480.00
合计		-	-	**1,660.00**

4）办公设备

序号	设备名称	数量（台）	单价（万元）	金额（万元）
1	电脑	60	0.80	48.00
2	打印机	4	0.60	2.40
合计		-	-	**50.40**

5）软件配置

序号	设备名称	单价（万元）	数量（套）	金额（万元）
1	制造执行管理系统（MES）	364.26	1	364.26
2	仓储管理系统（WMS）	331.85	1	331.85
3	数据采集系统（SCADA）	115.80	1	115.80
4	RFID 控制管理系统	71.60	1	71.60
5	叉车管理定位系统	42.80	1	42.80
合计		-	-	**926.31**

6、环保情况

本项目所涉及的厂房及其生产线已取得杭州市生态环境局临安分局的相关批复和备案文件（201933018500001148、临环审〔2020〕64 号），同意项目建设。

本项目所包含的智能工厂配套用房项目已取得建设项目环境影响登记表（202033018500000527）。

该项目在实施过程中，主要产生的污染源包括废气、废水、噪音和固体废，公司严格遵循国家有关环境保护的法律和法规，采取了有效治理和预防措施。本项目建设用于环保方面的投资约 1,660 万元，占项目总投资的 2.89%。

7、经济效益分析

本项目计划投资总额为 57,387.15 万元。其中建设投资 55,387.15 万元，铺底流动资金 2,000.00 万元。项目建成达产后，将使公司的年营业收入增加 115,493.08 万元，达产年税后净利润达到 12,201.24 万元。从财务分析来看，本项目方案的项目财务评价各项指标较好，项目资本金内部收益率所得税前和项目资本金内部收益率所得税后分别为 22.28%和 19.43%，所得税后静态投资回收期为 6.34 年（含建设期），经济效益良好。

（二）技术研发中心升级建设项目

1、募投项目简介

杭州可靠护理用品股份有限公司为项目实施主体，总投资 4,389.23 万元。本项目拟新增先进的研发设备，改善公司研发硬件环境；投入专项课题研究，提高公司的工艺水平和技术能力，增强产品竞争力。

2、募投项目实施的可行性

（1）公司注重技术积累和研发投入

在技术研发方面，公司十分注重自主创新和研发，针对下游用户的生理特点、使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，以市场为导向的研发能力日益强大。在持续的开发和创新中，公司积累了丰富的技术经验，截至本招股书签署日，公司共计获得专利 229 项，其中发明专利 37 项，实用新型专利 153 项，外观专利 39 项。

同时，公司凭借持续的研发投入，以大量先进技术为基础，结合对下游用户需求的深刻了解，开发出不同用途和性能的产品。

未来，公司扎实的技术积累和持续的研发投入将成为本次募投项目顺利实施的坚实基础。

（2）经验丰富的研发和管理团队为项目实施提供人才保障

在研发人员方面，公司拥有一支稳定、高效的研发团队，多数核心技术人员拥有深厚的行业背景和丰富的开发经验。并且，公司仍积极地扩充研发团队，不断引进业内开发人才，不断提升公司研发团队的综合水平。

在管理人才方面，公司凝聚了一支致力于发展一次性卫生用品品牌、具有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，保证公司平稳、有序地运作。

本项目有经验丰富的研发和管理团队作为基石，保证本次项目能够顺利运行。

（3）丰富的外部合作资源为本项目的实施提供技术保障

公司自创立以来，十分重视对外部技术资源的高效利用。目前，公司与浙江嘉兴学院及浙江工业大学开展技术合作，推动公司新技术、新产品、新工艺的持续升级；公司利用与外部资源的合作机会，与外部合作方的携手合作，为本项目的实施提供了重要保证。

（4）完善的管理制度为本项目的实施提供制度支持

为了促进企业管理体制的制度化、规范化，合理调配资源，提高企业的研究开发能力和盈利能力，公司在研发、设计、生产、售后服务等各个业务流程都形成了严格的程序制度和管理文件，对各个工作环节进行严格把控，引导业务流程顺利进行。其中，研发部门制定了一系列研发管理制度，对研发部门运行、研发技术培训、研发项目设计、开发流程、研发成果保护等内容做出了明确的规范，

有利于研发部门运作的合理化、规范化、流程化、高效化，促进研究开发成果的快速实现。公司不断鼓励创新精神，实施科学的创新激励机制，推进各方面优秀人才进行创新，构建稳定的专业技术研发团队。通过建立与现代化企业制度相适应的薪酬分配机制，制定科学合理的职业发展路径，加强技术人员对企业的依存度，从而发掘人才、培育人才，保持公司技术人员的可持续性、稳定性和积极性。

因此，公司完善的管理制度为本项目的实施提供秩序保障。

3、募投项目投资概算

本项目建设投资 4,389.23 万元，具体情况如下表：

单位：万元

序号	名称	合计（万元）	投资比例
1	建设投资	1,103.13	25.13%
2	研发费用	3,286.10	74.87%
3	项目总投资	4,389.23	100.00%

4、项目的时间周期和进度

根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设工期为 36 个月，项目计划分以下阶段实施完成，包括：设备购置与安装调试、员工招聘、项目实施。具体情况如下：

项目	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
设备购置与安装调试												
员工招聘												
项目实施												

5、募投项目具体情况

（1）募投资金使用具体内容

本项目主要内容包括：研发设备购置费及相关预备费用、研发费用。

1）研发设备购置费及相关预备费用估算

序号	设备名称	型号	供应商	单价（万元）	单位	数量	金额（万元）
研发硬件设备							
1	红外光谱仪	Nicolet IS 5	Thermo 公司	60.00	台	2	120.00

序号	设备名称	型号	供应商	单价（万元）	单位	数量	金额（万元）
2	橡筋自动控制系统	BTSR M001	黄山富田精工制造有限公司	30.00	台	3	90.00
3	智能模拟设备	定制	日本公司	50.00	台	6	300.00
4	孔隙率测试仪	PSM-165	艾尔莫尼特（北京）科技仪器有限公司	30.00	台	3	90.00
5	蓬松度测试仪	YG（B）091CC	温州方圆仪器有限公司	10.00	台	5	50.00
6	电子鼻（气味指纹分析仪）	iNose	上海瑞玢国际贸易有限公司	50.00	台	2	100.00
7	金属探测仪	DK5GS-5025	上海多科电子科技有限公司	10.00	台	5	50.00
8	彩色视觉检测系统	LHX-DL-02-01-C	厦门力和行光电技术有限公司	20.00	套	3	60.00
9	台式扫描电子显微镜	JCM6000	日本电子株式会社	80.00	台	2	160.00
小计						31	1,020.00
办公设备							
1	笔记本电脑			0.50	台	20	10.00
小计						**20**	**10.00**
设备购置费用合计						**51**	**1,030.00**
其它相关费用							73.13
合计							**1,103.13**

2）研发费用

序号	项目	金额（万元）
1	人员工资	869.10
2	材料费	2,052.00
3	测试化验加工费	102.00
4	会议费	81.00
5	委托外部研发费用	105.00
6	出版等费用	77.00
合计		**3,286.10**

（2）项目实施地点

可靠护理研发中心

（3）研发内容

本项目研发课题情况如下：

序号	课题名称
1	超柔速渗型 3D 复合纸尿裤的制备关键技术研究及应用
2	高吸收性聚丙烯酸钠吸水树脂的开发及其在卫材中的应用
3	生物可降解卫生护理用品的研发与应用
4	多孔吸附型除臭材料的开发及其在成人纸尿裤上的应用
5	基于 SAP 复合芯体的制备技术与应用
6	智能型纸尿裤的开发与应用
7	功能型非织造材料的研发和应用
8	可降解 SAP 的开发
9	天然抑菌型纸尿裤的开发与应用

6、环保情况

本项目建设期仅涉及设备的购置和安装，运营期污染物只涉及研发人员日常办公与生活的垃圾、污水，通过市政排污系统处理，对环境影响极小，上述设备已包含在杭州市生态环境局临安分局的相关批复文件（临环审〔2020〕64 号）中。

7、经济效益分析

本项目计划总投资额为 4,389.23 万元。项目建成后，将有助于提高公司研发新品的数量和质量，丰富产品系列和品种，进一步深化公司发展战略，保持和强化公司在一次性卫生用品方面的竞争优势。

（三）品牌推广项目

1、募投项目简介

杭州可靠护理用品股份有限公司为本项目实施主体。项目用于公司一次性卫生用品的品牌建设及推广，将通过广告投放、明星代言及冠名、线上推广和线下推广等方式，提升公司品牌的知名度和影响力，从而进一步提升公司产品的市场占有率，保证公司的可持续发展。

项目总投资额为 8,500.00 万元，资金主要用于品牌传播及品牌推广费用。

2、募投项目实施的可行性

（1）公司人才培养体系成熟，营销渠道丰富

公司管理层拥有深厚的行业背景，对行业的发展趋势有着准确的把握；同时通过外部人才引进和内部员工培养的双重机制，储备了充足的营销人才，为公司长远发展打下了基础。本项目是对现有品牌推广体系的提升和扩展，项目的实施拥有人员和渠道支持。

（2）公司研发能力突出，产品获得市场认可

公司坚持以产品研发为驱动、优质产品为基础、营销优势为依托，通过自主研发优势品种，在一次性卫生用品行业已形成核心竞争优势。在研发创新方面，公司建立了企业研究院，并拥有专业的研发技术队伍，累计获得多项国家专利。专业的研发能力及广泛的市场认可在促进产品功能与市场需求协同发展的同时，为项目的实施奠定了基础。

3、募投项目投资概算

项目总投资额为品牌传播费、品牌推广费之和。根据估算，本项目总投资为8,500.00 万元。总投资中各细分项目投资金额参见下表：

序号	类型	名称	合计（万元）	投资比例
1	品牌传播费	传统媒体广告费	1,850.00	21.76%
2		新媒体广告费	1,850.00	21.76%
3		代言及活动冠名费	1,800.00	21.18%
4	品牌推广费	线上推广费	1,800.00	21.18%
5		线下推广费	1,200.00	14.12%
6		**项目总投资**	**8,500.00**	**100.00%**

4、项目的时间周期和进度

明细	说明	拟达到的效果	第一年	第二年	第三年
传统媒体广告费	电视、电影、广播广告	提升品牌及产品行业曝光，提高品牌知名度及产品销售	权威媒体公关报道及硬广投放 500 万	权威媒体公关报道及硬广投放 500 万	权威媒体公关报道及硬广投放 600 万
	机场、地铁、商圈等户外广告	提高品牌及产品户外曝光，提高品牌知名度及产品销售	医院、药房、地铁户外投放 50 万	医院、药房、地铁户外投放 100 万	医院、机场、药房、地铁户外投放 100 万

明细	说明	拟达到的效果	第一年	第二年	第三年
新媒体广告费	网络热播剧、网综硬广、搜索传播	提高品牌及产品网络曝光及提升搜索排名	百度等搜索优化，热播剧及资讯类 APP 植入 200 万	百度等搜索优化，热播剧及资讯类 APP 植入 200 万；网剧网综硬广投放 300 万	百度等搜索优化，热播剧及资讯类 APP 广告投入 500 万；网剧网综植入 300 万
	微博、微信、抖音等自媒体传播	提升品牌自媒体流量池，提高用户粉丝数量，转化销售	微博、微信、抖音内容优化及用户管理升级投入 100 万	微博、微信、抖音内容优化及用户管理升级投入 100 万	微博、微信、抖音内容优化及用户管理升级投入 150 万
代言及活动冠名费	代言&冠名	提升品牌及产品信任度	明星站台及关联产品推荐 500 万	明星站台及关联产品推荐 500 万	明星代言合作 800 万
线上推广费	电商平台及社交社群资源、合作	提升品牌及产品信任度及口碑，提高流量及转化，提升销售	电商平台资源类及内容营销投入 300 万	电商平台资源类及内容营销投入 500 万	电商平台资源类及内容营销投入 1000 万
线下推广费	专业渠道、社区、商场活动等推广活动	提高渠道用户转化率，提升销售	开展社区类、商场类、医院类活动，投入 200 万	开展社区类、商场类、医院类活动，投入 400 万	开展社区类、商场类、医院类活动，投入 600 万

5、募投项目具体情况

本项目分为品牌传播和推广两部分。其中品牌传播将通过传统媒体渠道广告投放、新媒体平台广告投放及明星代言等形式，提高公司自有品牌的知名度和影响力，提升公司产品在顾客心中的认知度。品牌推广将从线上推广和线下推广两方面着手，提升公司产品知名度，促进产品销售，提高公司产品市场渗透率。其中线上推广方面，公司将与电商平台合作，积极参与促销活动；线下推广方面，公司将根据各个区域消费者的消费水平及需求偏好，采取相应的社区、商场活动等方式推广。

6、经济效益分析

项目的建设主要是为公司主营业务扩张而服务，为非生产项目，虽不产生直接的经济效益，但建成后将会大大提升公司的品牌影响力、市场推广力，对提高公司产品市场占有率，促进业绩增长有积极拉动作用，从而提高公司盈利水平力，有助于公司在激烈的竞争中稳步发展。

（四）补充流动资金

1、项目概况

杭州可靠护理用品股份有限公司为本项目实施主体。本项目拟投入 9,000 万元补充公司流动资金，满足公司业务扩张的资金需求，助力公司业务扩大规模。项目实施有利于促进公司的健康发展，夯实公司在一次性护理用品领域的优势地位，在激烈的市场竞争中树立优势，提升公司的综合价值。

2、补充流动资金的必要性

随着募投项目实施和未来业务规模扩大，公司对流动资金需求将继续提升。为保障公司业务正常经营发展，同时进一步拓展业务范围，公司以本次募集资金补充流动资金项目是必要且合理的。

3、补充营运资金的管理运营安排

对于该项目资金的管理运营安排，公司将严格按照《募集资金管理制度》，根据业务发展的需要使用该项营运资金。

公司在进行该项营运资金使用时，资金支出必须严格按照公司资金管理制度履行资金使用审批手续。凡涉及每一笔资金的支出均须由有关部门提出资金使用计划，在董事会授权范围内，经财务部门审核后，逐级由项目负责人、财务负责人及总经理签字后予以付款；凡超过董事会授权范围的，须报股东大会审批。

4、补充营运资金对公司财务状况及经营成果的影响和对提升公司核心竞争力的作用

本项目的实施可为公司补充流动资金，有助于公司扩大采购规模，提高营业收入，为公司巩固主业提供坚实的资金基础，增强公司未来的竞争力和持续经营能力。

四、募集资金运用对公司未来财务状况及经营成果的影响

（一）对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司总资产和净资产将会有较大幅度的增加，财务结构将得到改善，资产负债率显著下降，公司持续融资能力和抗风险能力将得到进一步增强。

募集资金到位初期，由于各投资项目尚处于投入期，净资产收益率在短期内

将出现一定程度下降；随着募集资金投资项目的逐步达产，公司的营业收入增加、利润水平提高，整体经营业绩和净资产收益率将稳步增长。

（二）对公司经营成果的影响

本次募集资金投资项目总投资额为 79,276.38 万元，拟使用募集资金 78,800.00 万元。智能化工厂完成后，将扩大公司纸尿裤、拉拉裤等产品的产能，扩大公司规模。技术研发中心升级建设项目建设完成后，将提升公司技术研发水平，提升产品质量，实现产品升级。品牌推广项目实施后，将扩大公司品牌知名度，进一步扩大公司市场竞争力。补充流动资金，将增强公司未来的竞争力和持续经营能力。

募投项目的建设有利于公司的市场占有率和核心竞争力，有利于公司业务的长期发展。公司募投项目实施后，生产模式不会发生变化。

五、公司战略规划及采取的措施

（一）公司总体发展战略

1、自主品牌业务

随着 2019 年中国老龄人口增长率首次超过新生人口增长率，公司判断人口老龄化的转折点已经到来，即将迎来老年经济的爆发式增长。当前公司在成人失禁用品领域已经成功打造出了“可靠”、“吸收宝”以及“安护士”等覆盖高、中、低三个层次的知名品牌，在国内市场上拥有了一定的市场占有率和美誉度。

公司基于上述对市场发展阶段的判断及对自身当前发展状况的理解，提出以下在自主品牌业务的战略构想：公司立足于当前已取得的市场地位，在老年经济即将爆发式增长之际，提前做好布置，全面加强自身的各项软硬件能力建设，准备好应对市场规模的大幅度增长，在市场竞争中抓住机遇领先各战略竞争对手。在渠道方面，继续坚持对创新渠道在深度、广度两个维度的拓展探索，尤其是电商渠道建设和特渠渠道建设方面，继续信息化系统、客户管理系统等基础设施的投入，继续加大对人才团队的引进和内部培养。在品牌营销方面，强化并维护当前已取得的品牌地位，并采取电视广告、品牌代言等更为丰富和多维的营销手段，进一步打造以“可靠”品牌为核心的品牌群。在生产制造方面，在维持当前稳定生产质量的同时，加速工厂的智能化转型，培育与智能工厂相匹配的生产及管理团队，扩张工厂产能，提高生产效率。在研究开发方面，要加大对研发活动的投

入，继续扩大对外研发合作，增强研发团队储备，整体规划研发项目，在基础材料、生产工艺、产品设计等方面做好统筹，致力于不断增强公司的产品竞争力。

2、ODM 业务

目前婴儿护理用品市场竞争日趋激烈，但考虑到当前国内婴儿护理用品的市场渗透率仍然低于国外各发达国家市场，全球来看部分次发达国家市场仍存在较广阔的市场空间，且当前市场上衍生出传统木浆芯体和复合芯体两条迥异的技术路线，为竞争中的博弈创造出更多的回旋空间，因此总体来说婴儿护理用品 ODM 市场在未来 5-10 年的范围内仍存在一定的战略机遇。

公司当前已经与众多国内外知名婴儿护理用品品牌商建立起了稳定的双赢合作模式，产品远销海内外，并凭借全面的技术解决方案、先进的制造工艺、稳定的质量控制为后续的继续合作奠定了良好的基础。

公司基于上述对市场发展阶段的判断及对自身当前发展状况的理解，提出以下在 ODM 业务的战略构想：公司应当继续坚持在 ODM 业务上适度扩张产能，提高市场份额；坚决杜绝简单的低价竞争策略，避免同质化竞争，要继续巩固并加强在产品设计、技术解决方案的提供、行业洞见、供应链配套和管理等方面对品牌商客户的支持力度；在 ODM 客户的选择上，要保持战略远见，优先选择具有发展潜力，专注于产品设计、渠道建设及营销能力增强的品牌商，坚持专业互补、合作共赢的商业模式。在生产制造上，逐步实现智能化改造的目标，继续提高生产管理水平，提高生产效率，降低生产成本。在储运环节，提高原材料及产成品的仓储及流转效率，通过技术改造进一步完善存货管理体系。

（二）报告期内公司为实现战略目标已采取的措施、实施效果以及未来规划采取的措施

为了实现公司的总体发展战略，公司在报告期内采取了以下措施：

1、自主品牌业务

（1）持续拓展创新销售渠道

报告期内，公司持续加强线上和线下的渠道建设。

在线上渠道方面，公司依托现有在全网的领先地位，在广度和深度上进行拓展。从广度上来说，保持对互联网各热点平台和模式的关注和研究，拓展店铺数量，创新互联网引流方式。从深度上来说，鼓励线上运营团队做好客户的沉淀工

作，从信息系统的硬件建设到运营服务的软件建设等方面全面提升运营效率和客户服务质量。

在线下渠道方面，公司充分利用华东医药、光大养老等战略合作伙伴在医院、药店、养老院等特通渠道的影响力，在上述合作伙伴各自强势的省区推行以该合作伙伴为核心的省区总代理制度，替代原有的逐级分销体系，提高分销体系的运转效率，强调优势互补，互利共赢。

报告期内，公司销售收入持续增长，渠道建设效果显著。未来公司还将继续按照现有思路稳步推进渠道建设工作。

（2）持续关注品牌建设

报告期内公司持续关注品牌建设，通过外部引进和内部培养相结合的方式，打造了一个年轻、有活力、有视野的营销团队；此次融资后，公司将进一步引入专业的外部咨询机构，为公司量身打造与战略目标和市场地位相匹配的推广方案；此外，从实施方式上结合当下最热门的营销手段，综合利用短视频、直播引流、电视广告、活动赞助以及明星代言等方式，全面提升公司的品牌价值。

（3）扩大生产基地规模，逐步完成智能化改造

公司拥有可靠、可艾两大生产基地，但公司主要产品的产能已不足以应对经营规模的扩大，在老年市场爆发的前夕更显得捉襟见肘，虽然公司持续引入新的生产线，但未来若干年公司仍将持续扩大生产规模。

目前公司已在锦城街道新溪桥村取得总面积 31,535 平方米的工业用地，公司将在该地块上建设全新的智能化工厂。

此外，公司还将对原有的车间和仓库进行全面的智能化升级，在部分人力密集的工序环节，例如后道包装，引进智能设备，实现自动化改造，降低车间人工数量的同时，提效增产。

2、ODM 业务

（1）继续强化与品牌商合作共赢的商业模式

通过多年积累，公司已在和 ODM 品牌商的合作商寻找到了最擅长和稳定的合作模式。未来公司将在 ODM 品牌商的选择上保持战略定力，摒弃对短期利益的追逐，坚持优选具有发展潜力、且与公司在战略方向上互补的合作伙伴。

公司将全面提升自己在产品设计、生产解决方案、供应链等方面的客户服务

能力，为合作的品牌商提供一条龙的解决方案，提升服务质量和销量，做客户最忠实的伙伴。

（2）加强研发投入

报告期内，公司持续投入研发，成果显著，未来将继续加强研发投入，在人才培养方面，继续对外引进高质量的研发人员，对内培养有潜质的年轻骨干；在研发模式上，加大外部的产学研合作，与国内外知名学府和研究机构加强联系，探索最前沿的工艺技术和材料技术；在方向选择上，坚持应用技术研究和基础材料研究相结合，积极探索未来的技术路径，引导行业走向。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为切实保护公司投资者特别是中小投资者的合法权益，确保公司信息披露内容真实、准确、完整与及时，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》等法律、法规的规定，修订了《杭州可靠护理用品股份有限公司信息披露管理制度》（以下简称“《信息披露管理制度》”），并于 2020 年 6 月 13 日经公司第三届董事会第十三次会议审议通过。

发行人《信息披露管理制度》由公司董事会负责实施，由公司董事长作为实施信息披露管理制度的第一责任人，由公司董事会秘书负责具体协调，公司监事会负责监督。《信息披露管理制度》明确了公司信息披露的基本原则、标准、流程、重大信息报告制度以及责任追究机制等，有利于提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

根据发行人制定的《信息披露管理制度》，发行人建立了定期报告及临时报告的内部流转、审核及披露流程。

定期报告的披露程序如下：

1、由公司董事、董事会秘书及有关高级管理人员召开会议，确定定期报告披露时间，制订编制计划；

2、总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员组织各相关部门按定期报告编制计划起草定期报告草案，经公司总经理办公会讨论后由董事会秘书负责送达董事审阅；

3、董事会审议通过；

4、监事会对董事会编制的定期报告进行审核，以监事会决议的形式提出书面审核意见；

5、董事、高级管理人员对定期报告签署书面确认意见；

6、董事长（或其指定授权人）签发定期报告并加盖公司或董事会公章；

7、董事会秘书或证券事务代表报深圳证券交易所审核后公告。

公司董事会应当确保公司定期报告的按时披露，因故无法形成有关定期报告的董事会决议的，应当以董事会公告的方式对外披露相关事项，说明无法形成董事会决议的具体原因和存在的风险，并披露独立董事意见。公司不得披露未经董事会审议通过的定期报告。

临时报告的披露程序如下：

1、公司涉及董事会、监事会、股东大会决议，独立董事意见的信息披露遵循以下程序：

（1）证券部根据董事会、监事会、股东大会召开情况及决议内容编制临时报告；独立董事意见直接由董事会秘书或证券事务代表报深圳证券交易所审核后公告；

（2）以董事会名义发布的临时报告应提交董事长审核签发；

（3）以监事会名义发布的临时报告应提交监事会主席审核签发；

（4）董事会秘书或证券事务代表报深圳证券交易所审核后公告。

2、涉及重大事件或其他可能对公司证券及其衍生品种交易价格或者投资决策产生较大影响，以及将对公司经营管理产生重要影响的事宜且不需经过董事会、监事会、股东大会审批的信息披露遵循以下程序：

（1）与上述事宜相关的公司职能部门在事件发生后及时向董事会秘书报告，并按要求向证券部提交相关文件，董事会秘书需了解重大事项的情况和进展时，相关部门（包括公司控股子公司）及人员应当予以积极配合和协助，及时、准确、完整地进行回复，并根据要求提供相关资料。

（2）董事会秘书应当判断该事宜是否涉及信息披露，并及时报告总经理和董事长。董事会秘书对于该事项是否涉及信息披露有疑问时，应当及时向深圳证券交易所咨询。

（3）董事会秘书负责组织证券部编制涉及披露事项的临时报告；

（4）董事会秘书审查并签字；

（5）总经理审查并签字；

（6）董事长（或其指定授权人）批准并签字，并加盖公司或董事会公章；

（7）董事会秘书或证券事务代表报深圳证券交易所审核后公告。

临时报告（监事会公告除外）应当由公司董事会发布并加盖董事会公章。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

为加强发行人与投资者之间的信息沟通，加深投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平，根据《上市公司与投资者关系工作指引》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等，发行人制定了《杭州可靠护理用品股份有限公司投资者关系管理制度》，并于 2020 年 6 月 13 日经公司第三届董事会第十三次会议审议通过。

公司投资者关系工作的基本原则是：

1、充分披露信息原则。除强制的信息披露以外，公司可主动披露投资者关心的其他相关信息。

2、合规披露信息原则。公司应遵守国家法律、法规及证券监管部门、深圳证券交易所对上市公司信息披露的规定，保证信息披露真实、准确、完整、及时。在开展投资者关系工作时应注意尚未公布信息及其他内部信息的保密，一旦出现泄密的情形，公司应当按有关规定及时予以披露。

3、投资者机会均等原则。公司公平对待公司的所有股东及投资者，避免进行选择性信息披露。公司及相关信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露重大信息，确保所有投资者可以平等地获取同一信息，不得实行差别对待政策，不得提前向特定对象单独披露、透露或者泄露未公开重大信息。

4、诚实信用原则。公司的投资者关系工作应客观、真实和准确，避免过度宣传和误导。

5、高效低耗原则。选择投资者关系工作方式时，公司应充分考虑提高沟通效率，降低沟通成本。

6、互动沟通原则。公司应主动听取投资者的意见、建议，实现公司与投资者之间的双向沟通，形成良性互动。

7、自愿性披露原则。 除依法需要披露的信息之外，公司及相关信息披露义务人可以自愿披露与投资者作出价值判断和投资决策有关的信息。公司及相关信息披露义务人进行自愿性信息披露的，应当遵守公平信息披露原则，保持信息披露的完整性、持续性和一致性，避免选择性信息披露，不得与依法披露的信息相冲突，不得误导投资者。已披露的信息发生重大变化，有可能影响投资决策的，应当及时披露进展公告，直至该事项完全结束。公司及相关信息披露义务人按照前款规定披露信息的，在发生类似事件时，应当按照同一标准予以披露。

公司与投资者沟通的内容主要包括：

1、公司的发展战略，包括公司的发展方向、发展规划、竞争战略和经营方针等；

2、法定信息披露及其说明，包括定期报告和临时公告等；

3、公司依法可以披露的经营管理信息，包括生产经营状况、财务状况、新产品或新技术的研究开发、经营业绩、股利分配等；

4、公司依法可以披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及大股东变化等信息；

5、企业文化建设；

6、公司的其他相关信息。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司投资者关系工作由董事长领导，董事会秘书为投资者关系管理负责人，证券部负责具体承办和落实。除非得到明确授权，公司高级管理人员和其他员工不得在投资者关系活动中代表公司发言。董事会秘书在全面深入地了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，具体负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。

公司在认为必要和有条件的情况下，可以聘请专业的投资者关系工作机构协助实施投资者关系工作。公司可采取适当方式对全体员工特别是高级管理人员和相关部门负责人进行投资者关系工作相关知识的培训。在开展重大的投资者关系促进活动时，还可做专题培训。

二 、股利分配政策

2020 年 6 月 28 日召开的 2020 年第三次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》的议案。根据《公司章程（草案）》，公司利润分配政策如下：

公司实施连续、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，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司将公司优先采用现金方式分配股利。

（一）利润分配形式

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润；利润分配中，现金分红优于股票股利。

（二）现金分红的具体条件

公司当年盈利、可供分配利润为正且公司的现金流可以满足公司日常经营和可持续发展需求时，公司进行现金分红。出现以下情形之一的，公司可不进行现金分红：

1、公司合并报表当年度未实现盈利；

2、公司合并报表当年度经营性现金流量净额为负数；

3、公司母公司报表期末可供分配的利润余额为负数；

4、公司财务报告被审计机构出具非标准无保留意见；

5、公司有重大投资计划或重大现金支出（发行证券募集资金投资项目除外）。

前述公司的重大投资计划或重大现金支出（发行证券募集资金投资项目除外）指以下情形之一：

①公司未来 12 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 12 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%。

（三）公司以现金方式分配股利的具体比例

在满足前述现金分红的具体条件时，公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年度实现的可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，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%。

公司在实际分红时具体所处阶段，由公司董事会根据具体情形确定。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。

如遇到战争、自然灾害等不可抗力事件，并对公司生产经营造成重大影响，或者公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配方案，必须由董事会进行专项讨论，详细论证说明理由，并将书面论证报告经独立董事、监事会认可后，提交股东大会并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

（四）公司分红方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（五）利润分配政策制定及调整所履行的决策程序

1、利润分配政策制定所履行的决策程序

公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划合理提出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，根据公司的盈利情况、资金需求和股东回报规划并结合《公司章程（草案）》的有关规定，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上制定利润分配预案。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。

公司董事会在制定和讨论利润分配方案时，需事先书面征询全部独立董事和外部监事的意见，董事会制定的利润分配方案需征得二分之一以上独立董事同意且经全体董事过半数表决通过。

监事会对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事过半数表决通过。

公司利润分配政策的制订提交股东大会审议时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。公司股东大会审议利润分配政策事项时，应安排通过网络投票系统等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预

案的，应在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。同时公司在召开股东大会时除现场会议投票外，还应当向股东提供股东大会网络投票系统，进行网络投票。

2、公司利润分配政策调整所履行的决策程序

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整利润分配政策的提案中应详细论证并说明原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的有关规定。

利润分配政策的制定和调整的议案在提交董事会讨论前，需经全体独立董事的过半数同意并形成书面审核意见；董事会审议时，应经全体董事的过半数通过并形成决议；利润分配政策的制定和调整的议案应经全体监事的过半数通过并形成书面审核意见；利润分配政策的制定和调整的议案经董事会、监事会审议通过后，由董事会提议召开股东大会审议批准；利润分配政策制定的议案应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过，利润分配政策调整的议案应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。股东大会除现场会议投票外，公司还应当向股东提供股东大会网络投票系统；股东大会股权登记日登记在册的所有股东，均有权通过网络投票系统行使表决权。

（六）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前，发行人根据《公司法》、《证券法》以及《公司章程》的规定实施利润分配，但未制定明确的利润分配政策。本次发行后，《公司章程（草案）》进一步明确了公司利润分配原则、分配形式、分配期间间隔、分配条件，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整程序，并根据公司发展阶段制定了差异化的现金分红比例，加强了对中小投资者的利益保护。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年 6 月 28 日召开的 2020 年第三次临时股东大会审议通过的《关于本次发行前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行上市前滚存的未分配利润由本次发行上市后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

公司通过制定《公司章程（草案）》，对累积投票制度、中小投资者单独计票机制、网络投票及征集投票权等机制作出了规定，具体如下：

（一）累积投票制

根据《公司章程（草案）》的规定，如公司的控股股东控股比例在百分之三十以上的，应当采用累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》的规定，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）网络投票制

根据《公司章程（草案）》的规定，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，包括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。

（四）征集投票权机制

根据《公司章程（草案）》的规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。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。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

报告期内，除本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”所述重大关联交易合同外，发行人已履行和正在履行的交易金额大于 3,000 万元或对公司日常经营有重大影响的合同如下所示：

（一）销售合同

1、境外销售合同

发行人境外销售主要根据客户需要，向公司下达采购订单的形式进行，少数大客户或战略客户与公司之间签订合同或框架协议。

报告期内，发行人已履行完毕和正在履行的重大境外销售合同和订单情况如下：

序号	销售方	采购方	采购内容	合同期限	履行情况
1	可靠护理	JS UNITRADE MERCHANDISE, INC	成人纸尿裤、婴儿纸尿裤	2016 年 6 月 30 日至 2021 年 6 月 29 日	正在履行
2	可靠护理	KOHNAN SHOJI CO., LTD.	宠物护理垫	2015 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 30 日	履行完毕
				2019 年至今，订单中确定	正在履行
3	可靠护理	NEXT FOLIEN GMBH	口罩	订单中确定	履行完毕
4	可靠护理	AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY	口罩	订单中确定	履行完毕

2、境内销售合同

（1）自主品牌业务销售合同

报告期内，发行人自主品牌业务已履行完毕和正在履行的重要销售合同情况如下：

序号	销售方	采购方	采购内容	合同期限	履行情况
1	可靠护理	北京京东世纪贸易有限公司	成人纸尿裤	2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日	履行完毕
				2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日	履行完毕
				2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	履行完毕

序号	销售方	采购方	采购内容	合同期限	履行情况
				2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	正在履行

（2）ODM 业务销售合同

发行人与境内 ODM 客户签订框架合同，具体的数量、单价、金额等通过订单约定。报告期内，发行人 ODM 业务已履行完毕和正在履行的重大境内销售合同如下：

序号	销售方	采购方	采购内容	合同履行期限	是否履行完毕
1	可艾公司	天津露乐国际贸易有限公司	婴儿纸尿裤、学步裤	2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日（注）	履行完毕
			婴儿纸尿裤、学走裤	2016 年 12 月 1 日至 2017 年 11 月 30 日	履行完毕
2	可艾公司	广州葆艾婴幼儿护理用品有限公司	婴儿纸尿裤、拉拉裤	2014 年 12 月 26 日至 2019 年 12 月 31 日	履行完毕
		广州杜迪婴幼儿护理用品有限公司	婴儿纸尿裤、拉拉裤	2017 年 12 月 25 日签订，持续有效	正在履行
3	可艾公司	万邦（汕头）健康科技有限公司	婴儿纸尿裤、拉拉裤	2017 年 3 月 30 日至 2018 年 3 月 29 日	履行完毕
				2018 年 3 月 29 日至 2020 年 3 月 28 日	履行完毕
				2020 年 3 月 29 日至 2023 年 3 月 28 日	正在履行
4	可艾公司	杭州沐歆品牌管理有限公司	婴儿纸尿裤、拉拉裤	2019 年 2 月 28 日至今	正在履行

注：可靠护理于 2016 年 7 月 18 日与天津露乐国际贸易有限公司签订《委托生产合同》，约定合同期限自双方签字盖章后生效，有效期至 2019 年 12 月 31 日；2016 年 12 月 31 日，可靠护理、可艾公司与天津露乐国际贸易有限公司签署《权利义务转让协议书》约定自 2017 年 1 月 1 日起，上述合同项下可靠护理的全部权利义务一并转让给可艾公司。

（二）采购合同

1、原材料采购合同

报告期内，发行人及其子公司已履行完毕和正在履行的采购合同如下：

序号	采购方	供应商	采购内容	采购量	合同履行期限	履行情况
1	可靠护理	CHINAPACK AUSTRALIA PTY LTD.	木浆	订单中确定	2017 年至今，订单中确定	正在履行
2	可靠护理	泉州邦丽达科技实业有限公司	高分子	订单中确定	2017 年 2 月 12 日至 2017 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书	履行完毕

序号	采购方	供应商	采购内容	采购量	合同履行期限	履行情况
					面表示，合同自动续约一年	
					2018 年 3 月至 2018 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
					2019 年 1 月 10 日至 2019 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
					2019 年 12 月 26 日至 2020 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行
3	可艾公司	广东格菲林卫材科技有限公司	压花布、无纺布、复合芯体	订单中确定	2016 年 8 月 23 日至 2017 年 6 月 30 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
			无纺布、导流层、复合芯体	订单中确定	2017 年 11 月 25 日至 2018 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
4	可靠护理	BON FIBRE LIMITED	绒毛浆	订单中确定	2018 年至今，订单中确定	正在履行
5	可艾公司	福建省乔东新型材料有限公司	复合芯体	订单中确定	2019 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
					2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行
6	可艾公司	无锡优佳无纺科技有限公司	复合芯体	订单中确定	2019 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
7	可艾公司	厦门沐盛工贸有限公司	透气膜	订单中确定	2019 年 1 月 6 日至 2019 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
	可靠护理				2019 年 1 月 21 日至 2019 年 12 月 31 日，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	履行完毕
	可艾公司		透气膜		2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行
	可靠护理		复合膜、透气膜		2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行

序号	采购方	供应商	采购内容	采购量	合同履行期限	履行情况
8	可靠护理	江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司	无纺布	订单中确定	2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行
	可艾公司		无纺布		2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	
9	可靠护理	佛山市裕丰无纺布有限公司	无纺布	订单中确定	2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行
10	可艾公司	广东美登纸业有限公司	复合芯体	订单中确定	2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行
11	可靠护理	HANGZHOU JINGAN INDUSTRIAL CO., LIMITED	绒毛浆	订单中确定	订单中确定	正在履行
12	可靠护理	上海精发实业股份有限公司	无纺布	订单中确定	2020 年度，若双方或任何一方于合同期满未做书面表示，合同自动续约一年	正在履行

2、设备采购合同

序号	采购方	供应商	采购内容	采购量	签署日期	履行情况
1	可靠护理	瑞光（上海）电气设备有限公司	婴儿拉拉裤生产线	2 条	2020 年 4 月	正在履行

（三）工程建造合同

报告期内，发行人已履行完毕和正在履行的重大工程建造合同如下：

序号	公司名称	承包方	项目名称	合同金额（万元）	签署日期	履行情况
1	可艾公司	临安中大建设工程有限公司	自动化生产线扩建项目厂房 6#、7#楼	3,330.61	2018 年 7 月 15 日	正在履行
2	可靠护理	浙江宏兴建设有限公司	卫生护理用品智能工厂建设项目	6,440.00	2020 年 1 月 2 日	正在履行

（四）授信、借款、担保合同

1、授信合同

报告期内，发行人已履行完毕和正在履行的重大授信合同如下：

序号	公司名称	合同名称	合同编号	授信人	授信期限	金额（万元）	履行情况
1	可靠护理	融资额度协议	ZD95082014000000089	浦发银行临安支行	20140701~20180701	1,488.00	履行完毕
2	可靠护理	融资额度协议	ZB95082012000000128	浦发银行临安支行	20141217~20181217	14,117.00	履行完毕

序号	公司名称	合同名称	合同编号	授信人	授信期限	金额（万元）	履行情况
3	可靠护理	融资额度协议	ZD9508201500000015	浦发银行临安支行	20150228~20170228	2,206.00	履行完毕
4	可靠护理	贸易融资额度合同	6173279110201702	建设银行杭州临安支行	20170120~20170719	3,000.00	履行完毕
5	可艾公司	融资额度协议	ZD9508201700000010	浦发银行临安支行	20170220~20180220	6,000.00	履行完毕
6	可靠护理	贸易融资额度合同	6173279110201705	建设银行杭州临安支行	20170726~20180111	3,000.00	履行完毕
7	可靠护理	贸易融资额度合同	6173279110201802	建设银行杭州临安支行	20180129~20180728	5,000.00	履行完毕
8	可靠护理	贸易融资额度合同	6173279110201806	建设银行杭州临安支行	20180815~20190112	5,000.00	履行完毕
9	可靠护理	最高额融资合同	HZ47（融资）20180001	华夏银行杭州支行	20181121~20190706	6,000.00	履行完毕
10	可靠护理	贸易融资额度合同	6173279110201901	建设银行杭州临安支行	20190121~20190717	6,000.00	履行完毕
11	可靠护理	贸易融资额度合同	MR201901	建设银行杭州临安支行	20190723~20200108	6,000.00	履行完毕
12	可靠护理	最高额融资合同	HZ47（融资）20190002	华夏银行杭州支行	20190806~20200806	8,000.00	履行完毕
13	可靠护理	贸易融资额度合同	3306173002020011019272 3	建设银行杭州临安支行	20200113~20200710	7,000.00	履行完毕

2、借款合同

报告期内，发行人已履行完毕和正在履行的重大借款合同情况如下：

序号	借款人	贷款银行	合同编号	借款金额（万元）	借款期限	履行情况
1	可靠护理	浦发银行临安支行	95082017281500	1,000.00	20171222~20180622	履行完毕
2	可靠护理	浦发银行临安支行	95082018280090	1,000.00	20180122~20180722	履行完毕
3	可靠护理	浦发银行临安支行	95082018280293	500.00	20180322~20180922	履行完毕
4	可靠护理	浦发银行临安支行	95082018280623	485.00	20180614~20190614	履行完毕
5	可靠护理	浦发银行临安支行	95082018280660	615.00	20180622~20190622	履行完毕
6	可靠护理	浦发银行临安支行	95082019280323	600.00	20190424~20200424	履行完毕
7	可靠护理	浦发银行临安支行	95082019280445	1,000.00	20190522~20200522	履行完毕
8	可靠护理	浦发银行临安支行	95082019280550	990.00	20190621~20200621	履行完毕

序号	借款人	贷款银行	合同编号	借款金额（万元）	借款期限	履行情况
9	可靠护理	浦发银行临安支行	95082019281256	500.00	20191224~20201024	正在履行
10	可靠护理	建设银行杭州临安支行	33061730020191206183784	990.00	20191217~20201216	履行完毕（已提前还款）
11	可靠护理	建设银行杭州临安支行	33061730020200109192223	990.00	20200114~20210113	履行完毕（已提前还款）
12	可靠护理	建设银行杭州临安支行	33061730020200228199423	4,900.00	20200228~20210227	正在履行
13	可靠护理	建设银行杭州临安支行	33061730020200302200163	2,300.00	20200302~20210301	正在履行
14	可靠护理	建设银行杭州临安支行	33061730020200226198623	2,710.00	20200226~20210225	正在履行
15	可靠护理	建设银行杭州临安支行	33061730020200511218863	2,000.00	20200514~20210513	正在履行
16	可靠护理	浦发银行临安支行	95082020280121	990.00	20200218~20201018	正在履行

3、担保合同

报告期内，发行人已履行完毕和正在履行的重大担保合同情况如下：

序号	担保人	合同编号	被担保人	担保金额（万元）	被担保债务期限	抵押权人	履行情况
1	可靠护理	ZD9508201400000089	可靠护理	2,480.00	20140701~20180701	浦发银行临安支行	履行完毕
2	可靠护理	ZD9508201500000015	可靠护理	4,413.00	20150228~20170228	浦发银行临安支行	履行完毕
3	可艾公司	ZD9508201700000010	可艾公司	10,073.00	20170220~20180220	浦发银行临安支行	履行完毕
4	可靠护理	ZD9508201700000108	可靠护理	5,798.00	20171205~20191205	浦发银行临安支行	履行完毕
5	可靠护理	ZD9508201700000109	可靠护理	934.00	20171210~20181210	浦发银行临安支行	履行完毕
6	可靠护理	ZD9508201700000110	可靠护理	1,220.00	20171210~20211210	浦发银行临安支行	正在履行
7	可艾公司	ZD9508201800000040	可艾公司	6,235.00	20180503~20200503	浦发银行临安支行	履行完毕
8	可艾公司	ZD9508201800000045	可艾公司	12,285.00	20180515~20220430	浦发银行临安支行	履行完毕（提前终止）
9	可靠护理	33061730020190214132764	可靠护理	7,830.72	20190214~20220213	建设银行杭州临安支行	正在履行
10	可靠护理	ZD9508201900000023	可靠护理	934.00	20190318~20200318	浦发银行临安支行	履行完毕

二、对外担保情况

报告期内，公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼和仲裁事项

（一）公司的重大诉讼和仲裁事项

1、已发生重大诉讼和仲裁事项

（1）上海凯琳合同纠纷

可靠护理与上海凯琳进出口有限公司因买卖合同形成债权债务关系，截至2015 年 5 月 29 日，上海凯琳进出口有限公司尚欠可靠护理 475 万元，利息 47 万元，共计 522 万元货款。截至本招股说明书签署日，上海凯琳进出口有限公司仍未支付前述货款。

2020 年 4 月 3 日，可靠护理向杭州市临安区人民法院提起诉讼，请求判令上海凯琳进出口有限公司清偿债务 522 万元（其中本金 475 万元，利息 47 万元），判令上海凯琳进出口有限公司法定代表人林梅承担连带清偿责任，判令两被告承担案件全部诉讼费用。2020 年 4 月 15 日，杭州市临安区人民法院受理了该案件。

2020 年 7 月 1 日，发行人收到杭州市临安区人民法院作出的《民事判决书》（（2020）浙 0112 民初 1193 号），判决上海凯琳归还发行人货款 475 万元，并支付利息 47 万元，合计 522 万元，林梅对此承担连带清偿责任，案件受理费 4.834 元由上海凯琳及林梅共同负担。

可靠护理已于 2015 年对上述应收款全额计提坏账准备并已在当年度利润中予以反映；2019 年 11 月 28 日，可靠护理召开董事会审议通过《关于应收账款核销的议案》，就上述应收款予以核销。上述案件金额较小、未达到可靠护理净资产的 10%，且 2015 年已全额计提坏账准备，不会对公司日常经营产生影响。

（2）发行人与山西尧舜禹熔喷布买卖合同纠纷

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

可靠护理于 2020 年 6 月 20 日向太原市晋源区人民法院提起诉讼，请求：判令山西尧舜禹退还货款 109.9884 万元，并按照同期银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率利息 3.85%标准支付从起诉之日至实际付清之日起逾期利息损失，判令其支付诉讼保全保险费 2,000 元，判令山西尧舜禹法定代表人杨素平

承担连带清偿责任，判令山西尧舜禹及杨素平承担诉讼费用。

可靠护理已于2020年6月20日向太原市晋源区人民法院提交《保全申请书》，请求法院冻结山西尧舜禹名下银行账户中银行存款或查封、扣押其名下相应价值的财物，保全金额为109.9884万元。

2020年6月22日，太原市晋源区人民法院受理了该案件。

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

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

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

（3）发行人与中合动能（海南）熔喷布买卖合同纠纷

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

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

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

2020年9月28日，发行人收到陵水黎族自治县人民法院作出的《民事判决书》（（2020）琼9028民初877号），判决中合动能（海南）退还发行人货款500万元，驳回发行人其他诉讼请求，案件受理费46,845.5元、诉讼保全费5000元

由中合动能（海南）负担。

截至本招股说明书签署日，双方均未上诉。

（4）发行人与上海中科衡通熔喷布买卖合同纠纷

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

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

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

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

（5）发行人与迎阳无纺机械熔喷布设备买卖合同纠纷

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

2020 年 7 月 9 日，发行人就另 1 条熔喷布生产线纠纷向苏州市中级人民法院提起诉讼，请求判令解除合同编号为 H/200506 购销合同、返还价款及赔偿损失合计 6,347.2 万元、承担诉讼费。

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

截至本招股说明书签署日，上述案件尚未审结。

发行人的生产经营并未因上述纠纷受重大影响；即使公司后续主张未能通过诉讼等法律途径得以实现：（1）与山西尧舜禹熔喷布买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 109.9884 万元；（2）与中合动能（海南）熔喷布买卖合同纠

纷直接损失金额不超过已经支付的 500 万元；（3）与上海中科衡通熔喷布买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 160 万元；（4）与迎阳无纺机械熔喷布设备买卖合同纠纷直接损失金额不超过已经支付的 4,500 万元；目前熔喷布市场情况供应充足，公司可以通过二级市场采购等途径保障熔喷布供应，公司生产经营能力并不会因此受到重大影响。

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

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

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

（6） 发行人与上海富永包装科技有限公司设备买卖纠纷

2019 年 4 月 13 日，发行人与上海富永包装签订《合同》（编号 FY-HZKK-TNDPA-20000-RB-20190408），约定发行人从上海富永包装采购符合相关设备技术参数的包装机及配套设备，上海富永包装分 3 阶段交货；后发行人按照该《合同》约定，于 2019 年 4 月 16 日支付了定金 138.5 万元；因上海富永包

装未按约定的交货期内就第1阶段交货的3台设备出货验收合格，违反合同约定，发行人向临安区人民法院提起诉讼。

2020年7月17日，发行人向临安区人民法院提起诉讼，请求判令解除发行人与上海富永包装于2019年4月13日签订的《合同》（编号FY-HZKK-TNDPA-20000-RB-20190408），判令上海富永包装双倍返还发行人支付定金277万元，判令张美华（上海富永包装唯一股东）对上海富永包装债务承担连带清偿责任，判令上海富永包装及张美华承担诉讼费用。

2020年7月21日，临安区人民法院受理了上述案件，案件号（2020）浙0112民初2570号。

2020年8月31日，发行人与上海富永包装签署《庭外和解协议》，约定：

第1条：同意就该案向临安区人民法院申请给予庭外和解期限至2020年10月28日；第2条：上海富永包装向发行人提供《合同》（编号FY-HZKK-TNDPA-20000-RB-20190408）项下成裤中欧袋兼容自动包装机一台（型号TNDPA-20000-RB，含控制软件，2020年9月3日在发行人工厂交货并调试完毕，原合同金额120万元，折后金额57.70万元）、护理垫4号线包装机一台（型号TNPPA-20000-RB，含堆垛机及其控制软件，2020年10月15日前在发行人工厂交货并调试完毕，折后金额80.80万元），提供全新稳定的上述设备并能满足发行人生产要求，同时提供安装、调试、培训和1年免费售后服务；第3条：上海富永包装维修存放在可艾公司的由其出品的全自动尿裤中包机，发行人负责将设备运送至上海富永包装工厂，上海富永包装于2020年9月30日前免费修理完毕后，发行人负责运回至发行人工厂，上海富永包装于2020年10月10日前调试完毕，并提供1年免费售后服务；第4条：上海富永包装按第1条、第2条、第3条全面履行完毕，且向发行人提供相依等值增值税专用发票后，发行人按《合同》（编号FY-HZKK-TNDPA-20000-RB-20190408）已支付的款项138.5万元折抵本《庭外和解协议》中第2条项下的设备款。发行人向临安区人民法院撤销该案。双方就该案一次性了结。

发行人的生产经营并未因上述纠纷受重大影响，且发行人已与上海富永包装签署了《庭外和解协议》。该纠纷未对公司生产经营产生重大影响，属于日常经

营产生的合同纠纷，即使发行人后续主张未能通过诉讼等法律途径得以实现亦不会对公司生产经营产生进一步重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

2、潜在的重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他潜在的重大诉讼和仲裁事项。

3、报告期内发行人线上主要 B2C 自营店铺被平台处罚情况

年度	处罚平台	处罚数量（笔）	处罚金额（元）	处罚背景和原因	处理情况
2017 年度	-	-	-	-	-
2018 年度	京东	4	-	发布或推送第三方信息-轻微 1 次 店铺月平均响应时间不达标 2 次 售后服务超时 1 次	均为一般违规，3 次警告，1 次扣 1 分
	拼多多	22	220	2018 年双 11 大促，快递转运超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
	淘宝（含天猫）	1	-	滥用会员权利	已按要求整改
		1	-	活动后降价	已按要求整改
2019 年度	京东	2	-	店铺月平均响应时间不达标 1 次 售后满意度不达标 1 次	均为一般违规，1 次警告 1 次以考代罚免除处罚
	拼多多	72	755	2019 年 618 大促，快递揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
		2,274	23,015	2019 年双 11 大促，快递揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
		4	20	2019 双 11 期间，物流超 5 天无更新，平台处罚	已缴纳罚款
		124	1,310	快递日常工作中揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
	淘宝（含天猫）	4	-	活动后降价	已按要求整改
		1	-	延迟发货	已按要求整改
2020 年 1-6 月	京东	2	-	延迟发货 1 次 发布或推送第三方信息-轻微 1 次	均为一般违规，1 次警告 1 次以考代罚免除处罚
	拼多多	33	360	2020 年货节活动，快递揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
		4	50	快递日常工作中揽收超时，导致平台处罚	已缴纳罚款
	淘宝（含天猫）	14	-	店铺低价限量秒杀商品产生的订单被平台认定为异常订单	已按要求整改
		2	-	不符合“天猫行业标准”中关于产品发布的规定	已按要求整改
		5	-	延迟发货	已按要求整改

如上表所示，报告期内发行人被电商平台处罚主要系快递延迟发货、售后服

务不及时以及促销违规等，情节均较为轻微，处罚金额较小，相关处罚均已按时足额缴纳罚款，并按照要求进行整改，不存在与纠纷或潜在纠纷，不构成重大违法行为及本次发行上市的法律障碍。

4、货物或产品派送迟延、漏发、损毁及丢件等情形

报告期内，公司货物或产品派送迟延、漏发、损毁及丢件等情形如下：

订单类别	2018 年度		2019 年度		2020 年 1-6 月	
	订单数量（个）	占比	订单数量（个）	占比	订单数量（个）	占比
货物迟延	515	0.06%	1,540	0.12%	548	0.07%
货物漏发	113	0.01%	128	0.01%	118	0.02%
货物损毁	228	0.03%	362	0.03%	151	0.02%
货物丢件	1,298	0.15%	2,679	0.21%	488	0.06%

注: 2017 年由于系统未保留原始数据，无相应的统计数据。

发行人已按照平台相关规定及时对消费者进行了沟通和补发货，物流公司对发行人进行了赔偿，报告期内各期赔偿金额分别为 13.25 万元、13.17 万元、24.30 万元和 4.17 万元。

（二）公司的控股股东、实际控制人及控股子公司，以及公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东、实际控制人及控股子公司，以及公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均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的情况。

（四）控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

报告期内，控股股东、实际控制人不存在贪污、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

一、发行人全体董事、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：

金利伟　袁　源　周忠英　程岩传

张永亮　杜　健　朱茶芬

全体监事签名：

吴　红　王　丽　张雅冬

全体非董事高级管理人员签名：

鲍　佳　王仲其　耿振强　李海峰

杭州可靠护理用品股份有限公司

2020 年 11 月 6 日

二、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：

金利伟

实际控制人签名：

金利伟　　鲍　佳

杭州可靠护理用品股份有限公司

2020 年 11 月 6 日

三、保荐人（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。

项目协办人签名：

庞燎源

保荐代表人签名：

陈圳寅　　唐　伟

法定代表人/董事长签名：

贺　青

国泰君安证券股份有限公司（盖章）

2020 年 11 月 6 日

四、保荐人（主承销商）董事长、总裁声明

本人已认真阅读杭州可靠护理用品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

总裁：

王 松

法定代表人/董事长：

贺 青

国泰君安证券股份有限公司（盖章）

2020 年 11 月 6 日

五、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。

律师事务所负责人：

肖 微

经办律师：

陈旭楠

沈 娜

谢梦兰

北京市君合律师事务所

2020年11月6日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2020〕9408 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2020〕9409 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州可靠护理用品股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、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：

郑 俭

左芹芹

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年 十一 月 六 日

七、资产评估机构声明

本公司及签字资产评估师已阅读《杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本公司出具的《资产评估报告》（坤元评报〔2011〕328 号、坤元评报〔2019〕279 号）无矛盾之处。本公司及签字资产评估师对杭州可靠护理用品股份有限公司在招股说明书中引用的上述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。

签字资产评估师：

应丽云 已离职

闵诗阳

潘文夫 潘华锋 韦艺佳

法定代表人签名：

俞华开

坤元资产评估有限公司

2020 年 11 月 6 日

关于签字资产评估师离职的说明

兹就《杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》的资产评估机构声明中资产评估师签字相关事宜说明如下：

1. 本公司受杭州侨资纸业有限公司（杭州可靠护理用品股份有限公司的前身）的委托，于 2011 年 8 月 19 日出具坤元评报〔2011〕328 号《资产评估报告》。

2. 闵诗阳系坤元评报〔2011〕328 号《资产评估报告》签字资产评估师之一，现已离职。

特此说明。

机构负责人：

俞华开

坤元资产评估有限公司

2020 年 11 月 6 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2011〕356 号、天健验〔2017〕392 号、天健验〔2020〕28 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州可靠护理用品股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明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：

程志刚 郑 俭 左芹芹

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年 十一月 六 日

第十三节 附件

一、备查文件

（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；

（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、查阅地点及时间

1、发行人

查阅地点：杭州可靠护理用品股份有限公司

办公地点：浙江省杭州市临安区锦城街道（城西工业园）花桥路 2 号

查阅时间：工作日上午 9:30--11:30，下午 1:30--4:30

联系人：李海峰

电话：0571-63702088

2、保荐机构

查阅地点：国泰君安证券股份有限公司

办公地点：北京市西城区金融大街甲 9 号金融街中心南楼 16 层

查阅时间：工作日上午 9:30--11:30，下午 1:30--4:30

联系人：陈圳寅、唐伟

电话：010-83939235

附录一：房屋及建筑物情况

序号	证书编号	权利人	登记时间	用途	房屋坐落	建筑面积（m^2）	他项权利
1	临房权证锦城字第300042579号	发行人	2014.09.17	工业	锦城街道花桥路21（1幢整幢）	5265.54	最高额抵押：抵押权人浦发临安支行，债权数额1,220万元，债权确定时间2017年12月10日至2021年12月10日
2	浙（2018）临安区不动产权第0015665号	发行人	2018.06.26	工业	锦城街道花桥路2（1幢101-301）、锦城街道花桥路2（2幢整幢）、锦城街道2（3幢整幢）	34,878.87	最高额抵押：抵押权人建行临安支行，债权数额7,830.72万元，债权确定时间2019年2月14日至2022年2月13日
3	浙（2020）临安区不动产权第0037745号	可艾公司	2020.08.21	工业用地/工业、办公	玲珑街道海唐路8（1、2、3、4、6、7幢）	70,233.76	最高额抵押：抵押权人浦发临安支行，债权数额16,061万元，债权确定时间2020年8月25日至2030年8月25日
4	余房权证仓移字第15388257号	可靠福祉	2015.02.12	非住宅	杭州市余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元101室	262.11	无
5	余房权证仓移字第15388264号	可靠福祉	2015.02.12	非住宅	杭州市余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元201室	265.13	无
6	余房权证仓移字第15388263号	可靠福祉	2015.02.12	非住宅	杭州市余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元301室	295.98	无
7	余房权证仓移字第15388262号	可靠福祉	2015.02.12	非住宅	杭州市余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元401室	269.46	无
8	余房权证仓移字第15388261号	可靠福祉	2015.02.12	非住宅	杭州市余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元501室	185.69	无

附录二：土地使用权

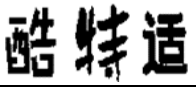
序号	证书编号	权利人	取得方式	用途	坐落	宗地面积（m^2）	终止日期	他项权利
1	临国用（2015）第 00463 号	可靠护理	出让	工业用地	锦城街道花桥路 21 号	6,444.00	2063.02.07	最高额抵押：抵押权人浦发临安支行，债权数额 1,220 万元，债权确定时间 2017 年 12 月 10 日至 2021 年 12 月 10 日
2	临国用（2014）第 04814 号	可靠护理	出让	工业用地	锦城街道新溪桥村	10,368.00	2064.09.04	最高额抵押：抵押权人浦发临安支行，债权数额 934 万元，债权确定时间 2019 年 3 月 18 日至 2020 年 3 月 18 日
3	浙（2018）临安区不动产权第 0012290 号	可靠护理	出让	工业用地	锦城街道新溪桥村	31,535.00	2068.04.10	无
4	浙（2018）临安区不动产权第 0015665 号	可靠护理	出让	工业用地	锦城街道花桥路 2	28,025.00	2060.02.03	最高额抵押：抵押权人建行临安支行，债权数额 7,830.72 万元，债权确定时间 2019 年 2 月 14 日至 2022 年 2 月 13 日
5	浙（2020）临安区不动产权第 0037745 号	可艾公司	出让	工业用地/工业、办公	玲珑街道海唐路 8（2 幢整幢）、玲珑街道海唐路 8（7 幢整幢）等	48,427.00	2061.12.28	最高额抵押：抵押权人浦发临安支行，债权数额 16,061 万元，债权确定时间 2020 年 8 月 25 日至 2030 年 8 月 25 日
6	杭余出国用（2015）第 117-327 号	福祉公司	出让	综合（商业办公）	余杭区仓前街道文一西路 1218 号 9 幢 1 单元 301 室	61.9	2059.10.13	无

序号	证书编号	权利人	取得方式	用途	坐落	宗地面积（m^2）	终止日期	他项权利
7	杭余出国用（2015）第117-328号	福祉公司	出让	综合（商业办公）	余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元201室	55.5	2059.10.13	无
8	杭余出国用（2015）第117-329号	福祉公司	出让	综合（商业办公）	余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元501室	38.9	2059.10.13	无
9	杭余出国用（2015）第117-330号	福祉公司	出让	综合（商业办公）	余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元401室	56.4	2059.10.13	无
10	杭余出国用（2015）第117-331号	福祉公司	出让	综合（商业办公）	余杭区仓前街道文一西路1218号9幢1单元101室	54.8	2059.10.13	无

附录三：商标情况

（一）国内注册商标

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
1	5	11860388	可靠 COCO	可靠护理	2014.05.21 -2024.05.20	原始获得
2	5	11860283	可靠 COCO COMFORTABLE & CONSIDERATE	可靠护理	2014.05.21 -2024.05.20	原始获得
3	5	11860408	COCO	可靠护理	2014.05.21 -2024.05.20	原始获得
4	5	11860426	可靠	可靠护理	2014.05.21 -2024.05.20	原始获得
5	5	11860270	可靠 COCO COMFORTABLE & CONSIDERATE	可靠护理	2014.05.21 -2024.05.20	原始获得
6	5	10483341	可靠 COCO	可靠护理	2015.04.14 -2025.04.13	原始获得
7	5	7051718	可靠	可靠护理	2012.03.21 -2022.03.20	原始获得
8	5	7051722	COCO	可靠护理	2012.08.28 -2022.08.27	原始获得
9	10	7338647	coco可靠	可靠护理	2012.04.28 -2022.04.27	原始获得
10	5	7586181	coco可靠	可靠护理	2012.10.14 -2022.10.13	原始获得
11	5	17364047	coco可靠	可靠护理	2016.09.07 -2026.09.06	原始获得
12	5	17364238	可靠 COCO COMFORTABLE & CONSIDERATE	可靠护理	2016.09.07 -2026.09.06	原始获得
13	5	3836961	吸收宝	可靠护理	2018.08.14 -2028.08.13	原始获得
14	5	14185131	吸收宝	可靠护理	2015.04.28 -2025.04.27	原始获得
15	5	12863921	小可儿	可靠护理	2014.12.28 -2024.12.27	原始获得
16	5	15277050	酷特适纷薄弹增爽	可靠护理	2015.12.14 -2025.12.13	原始获得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
17	16	4116646		可靠护理	2007.04.07 -2027.04.06	原始获得
18	5	11547761		可靠护理	2014.03.07 -2024.03.06	原始获得
19	16	3359449		可靠护理	2004.05.28 -2024.05.27	原始获得
20	16	3359009		可靠护理	2004.05.28 -2024.05.27	原始获得
21	5	8163701		可靠护理	2011.04.07 -2031.04.06	原始获得
22	10	8163727		可靠护理	2011.04.07 -2031.04.06	原始获得
23	16	8163808		可靠护理	2011.04.07 -2031.04.06	原始获得
24	5	9978702	CROWN	可靠护理	2012.11.21 -2022.11.20	原始获得
25	5	10707414	Conpass	可靠护理	2013.06.28 -2023.06.27	原始获得
26	5	10678916	Perier	可靠护理	2013.05.21 -2023.05.20	原始获得
27	5	10587589	魔幻花园	可靠护理	2013.04.28 -2023.04.27	原始获得
28	5	10587543	情 迷	可靠护理	2013.04.28 -2023.04.27	原始获得
29	5	10587499	魔幻森林	可靠护理	2013.07.07 -2023.07.06	原始获得
30	5	10549725	普爱	可靠护理	2013.07.14 -2023.07.13	原始获得
31	5	10484047	可可的故事	可靠护理	2013.04.07 -2023.04.06	原始获得
32	5	10484013	可可的日记	可靠护理	2013.04.07 -2023.04.06	原始获得
33	5	10403679	可可的童话	可靠护理	2013.03.14 -2023.03.13	原始获得
34	5	10549751	康普适	可靠护理	2013.04.21 -2023.04.20	原始获得
35	5	7149794	科艾德	可靠护理	2010.08.14 -2030.08.13	原始获得
36	5	7149833	COAD	可靠护理	2010.09.21 -2030.09.20	原始获得
37	5	7436454	靠 靠	可靠护理	2010.10.14 -2030.10.13	原始获得
38	5	8155753	COCOKO可可靠	可靠护理	2011.03.28 -2031.03.27	原始获得
39	5	8155738	COKOKO可靠靠	可靠护理	2011.03.28	原始获得

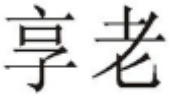
序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
					-2031.03.27	
40	10	7149839	科艾德	可靠护理	2010.07.21 -2030.07.20	原始获得
41	10	7149840	COAD	可靠护理	2010.07.21 -2030.07.20	原始获得
42	16	10587517	魔幻森林	可靠护理	2013.07.07 -2023.07.06	原始获得
43	16	10594353	魔幻花园	可靠护理	2013.05.07 -2023.05.06	原始获得
44	16	10484036	可可的故事	可靠护理	2013.04.07 -2023.04.06	原始获得
45	16	10484028	可可的日记	可靠护理	2013.04.07 -2023.04.06	原始获得
46	16	10403686	可可的童话	可靠护理	2013.03.14 -2023.03.13	原始获得
47	16	10587550	情　迷	可靠护理	2013.04.28 -2023.04.27	原始获得
48	16	7149857	科艾德	可靠护理	2010.08.07 -2030.08.06	原始获得
49	16	7149864	COAD	可靠护理	2010.08.07 -2030.08.06	原始获得
50	16	4457419	JOYPET	可靠护理	2018.04.07 -2028.04.06	原始获得
51	16	4457418	FRALDINHAS	可靠护理	2018.04.07 -2028.04.06	原始获得
52	16	5218373	Personnelle	可靠护理	2019.06.14 -2029.06.13	原始获得
53	16	5359699	Baby Angel	可靠护理	2019.07.28 -2029.07.27	原始获得
54	16	8630094	I'EQ Plus	可靠护理	2011.09.14 -2021.09.13	原始获得
55	16	8630099	I'EQ Dry	可靠护理	2011.09.14 -2021.09.13	原始获得
56	16	8630109	育可適	可靠护理	2011.09.14 -2021.09.13	原始获得
57	16	8641688	I'EQ Plus	可靠护理	2011.09.21 -2021.09.20	原始获得
58	16	9518627	Gnues	可靠护理	2012.06.14 -2022.06.13	原始获得
59	16	8641710	I'EQ Dry	可靠护理	2011.09.21 -2021.09.20	原始获得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
60	16	9530523	護理寶	可靠护理	2014.04.28 -2024.04.27	原始获得
61	5	12383239	活力弹弹裤	可靠护理	2015.07.07 -2025.07.06	原始获得
62	5	12602298	COPO	可靠护理	2015.04.07 -2025.04.06	原始获得
63	5	5896427	护理宝贝	可靠护理	2020.01.07 -2030.01.06	受让
64	5	20237906	Little Wonder	可靠护理	2017.07.28 -2027.07.27	原始获得
65	5	21043227	安护师	可靠护理	2017.10.14 -2027.10.13	原始获得
66	5	21043692	皇冠	可靠护理	2017.12.28 -2027.12.27	原始获得
67	5	21043176	安护士	可靠护理	2017.12.14 -2027.12.13	原始获得
68	5	32165787	COPERS 康普适	可靠护理	2019.04.07 -2029.04.06	原始获得
69	5	32145907	COPERS 康普适	可靠护理	2019.04.07 -2029.04.06	原始获得
70	5	28446783A	可靠	可靠护理	2019.07.21 -2029.07.21	原始获得
71	5	37067172	可靠	可靠护理	2020.02.21 -2030.2.20	原始获得
72	5	15389027	coamie	可艾公司	2016.03.14 -2026.03.13	原始获得
73	35	15389130	coamie	可艾公司	2015.10.28 -2025.10.27	原始获得
74	10	25321441	COCO	福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
75	16	25319386		福祉公司	2018.07.21 -2028.07.20	原始获得
76	22	25319210		福祉公司	2018.07.21 -2028.07.20	原始获得
77	4	25317236		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
78	8	25317188		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
79	21	25316660		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
80	9	25315892		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
81	11	25315859		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
82	19	25314678		福祉公司	2018.07.21 -2028.07.20	原始获得
83	17	25313120		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
84	23	25312391		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
85	13	25311811		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
86	15	25311783		福祉公司	2018.08.14 -2028.08.13	原始获得
87	6	25310404		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
88	2	25308204		福祉公司	2018.07.21 -2028.07.20	原始获得
89	3	25308186		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
90	24	25307884		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
91	12	25307031		福祉公司	2018.08.14 -2028.08.13	原始获得
92	1	25305552		福祉公司	2018.07.21 -2028.07.20	原始获得
93	7	25305157		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
94	14	25303906		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
95	20	25302881		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
96	25	25302710		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
97	18	25302365		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
98	45	25297863		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
99	5	25297004		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
100	32	25295625		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
101	37	25293577		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
102	36	25292612		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
103	42	25292587		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始获得
104	27	25290144		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
105	31	25290092		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
106	28	25288622		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
107	30	25288597		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
108	33	25288558		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
109	39	25288531		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
110	41	25288509		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
111	44	25287508		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
112	29	25286270		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
113	43	25286235		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
114	40	25284188		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
115	26	25283329		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
116	35	25282915		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
117	38	25280669		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
118	34	25279140		福祉公司	2018.07.28 -2028.07.27	原始取得
119	1	17254957		福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
120	2	17254942		福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
121	3	17254901		福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
122	4	17254861		福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
123	5	17217159		福祉公司	2016.10.28 -2026.10.27	原始取得
124	5	17254989		福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
125	6	17254867		福祉公司	2016.11.14 -2026.11.13	原始取得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
126	7	17254845	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
127	8	17254810	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
128	13	17254118	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
129	15	17253370	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
130	16	17253324	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
131	17	17253219	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
132	18	17253105	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.10.28 -2026.10.27	原始取得
133	19	17252887	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
134	21	17252655	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
135	22	17252505	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
136	23	17252444	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
137	24	17252318	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.10.28 -2026.10.27	原始取得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
138	26	17252034	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
139	28	17251760	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
140	30	17251530	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
141	31	17251473	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
142	33	17251230	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.14 -2026.08.13	原始取得
143	34	17251030	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.14 -2026.08.13	原始取得
144	35	17250918	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.10.28 -2026.10.27	原始取得
145	37	17250762	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
146	39	17250434	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.10.28 -2026.10.27	原始取得
147	40	17244570	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
148	41	17244487	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.11.14 -2026.11.13	原始取得
149	42	17244394	可靠福祉 COCO ELDERCARE	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得

序号	类别	注册号	商标图示	权利人	权利期限	获得方式
150	43	15831844	可靠福祉	福祉公司	2017.02.21 -2027.02.20	原始取得
151	44	15832010	可靠福祉	福祉公司	2017.02.21 -2027.02.20	原始取得
152	45	17217651	享老	福祉公司	2016.08.28 -2026.08.27	原始取得
153	45	15831947	可靠福祉	福祉公司	2017.01.14 -2027.01.13	原始取得

（二）境外注册商标

序号	注册号	类别	商标图样	权利人	有效期	国家/地区
1	0933530	16	Qutics	可靠护理	2017.07.26 -2027.07.26	马德里
2	2010014499	5、10	coco可靠	可靠护理	2010.08.06 -2020.08.06	马来西亚
3	2010014500	5、10	coco可靠	可靠护理	2010.08.06 -2020.08.06	马来西亚
4	011362308	5、10	可靠 COCO	可靠护理	2013.01.08 -2023.01.08	欧盟
5	T1008024I	10	coco可靠	可靠护理	2010. 06. 28 –2030. 06. 28	新加坡
6	T1008025G	16	coco可靠	可靠护理	2010. 06. 28 –2030. 06. 28	新加坡
7	T1008023J	5	coco可靠	可靠护理	2010. 06. 28 –2030. 06. 28	新加坡
8	IDM00326812	5	coco可靠	可靠护理	2010.06.30 -2020.06.30	印度尼西亚
9	IDM0327404	16	coco可靠	可靠护理	2010.06.30 -2020.06.30	印度尼西亚
10	4/2010/007030	5、10、16	coco可靠	可靠护理	2011.01.06 -2021.01.06	菲律宾
11	1454352	5、10	coco可靠	可靠护理	2011.10.18 -2021.10.18	澳大利亚
12	055892	16	Qutics	可靠护理	2010.06.22 -2020.06.22	牙买加
13	N/051293	5	coco可靠	可靠护理	2011.04.11 -2025.04.11	澳门
14	N/051294	10	coco可靠	可靠护理	2011.04.11 -2025.04.11	澳门

序号	注册号	类别	商标图样	权利人	有效期	国家/地区
15	N/051295	16		可靠护理	2011.04.11 -2025.04.11	澳门
16	40-0881940	5、10		可靠护理	2011.09.23 -2021.09.23	韩国
17	01475886	5		可靠护理	2011.10.01 -2021.09.30	台湾
18	01478988	10		可靠护理	2011.10.16 -2021.10.15	台湾
19	01481904	16		可靠护理	2011.11.01 -2021.10.31	台湾
20	301531953AA	5、10		可靠护理	2010.10.26 -2030.01.26	香港
21	302909836	5、10		可靠护理	2014.02.28 -2024.02.27	香港
22	1985296	10		侨资有限	2020.06.25 -2030.06.25	印度
23	286896	5		侨资有限	2010.08.02 -2020.08.02	巴基斯坦
24	286895	16		侨资有限	2010.08.02 -2020.08.02	巴基斯坦
25	286897	10		侨资有限	2010.08.02 -2020.08.02	巴基斯坦
26	Kor355956	5		可靠护理	2010.08.06 -2020.08.05	泰国
27	Kor355957	10		可靠护理	2010.08.06 -2020.08.05	泰国
28	Kor340836	16		可靠护理	2010.08.06 -2020.08.05	泰国
29	5133146	5		福祉公司	2017.01.31 -2027.01.30	美国

注：侨资有限系可靠护理股份制改制前名称，目前前述境外商标的权利人正在更名至可靠护理过程中，不影响可靠护理正常使用。

公司在马德里注册额 Quities 商标图样根据《商标国际注册马德里协定》，在埃及、法国、德国、意大利、肯尼亚、波兰、俄罗斯、西班牙、苏丹、瑞士、越南 11 国获得了注册；根据《商标国际注册马德里协定有关议定书》在澳大利亚、英国、希腊 3 国获得了注册。

公司持有的马来西亚、牙买加、巴基斯坦、泰国、印度尼西亚商标有效期已届满，目前公司正在办理续期中。

附录四：专利情况

（一）发明专利

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
1	发行人	大小便分离型成人纸尿裤	ZL 2009 1 0099189.3	发明专利	2009.05.27	2012.08.08	维持
2	发行人	提示式成人纸尿裤	ZL 2009 1 0098920.0	发明专利	2009.05.19	2013.03.27	维持
3	发行人	一种可完全降解无纺材料及其在成人失禁护理垫中的应用	ZL 2012 1 0576102.9	发明专利	2012.12.27	2015.04.15	维持
4	发行人	婴儿纸尿裤	ZL 2013 1 0750119.6	发明专利	2013.12.30	2015.07.08	维持
5	发行人	纸尿裤上后弹性腰围的生产设备和制作工艺	ZL 2014 1 0299247.8	发明专利	2014.06.27	2016.01.20	维持
6	发行人	一种含聚乳酸纤维的便携式护理垫及其制备方法	ZL 2014 1 0182885.1	发明专利	2014.04.30	2016.04.06	维持
7	发行人	护理垫的压制工艺	ZL 2013 1 0643304.5	发明专利	2013.12.03	2017.11.10	维持
8	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 1 0439280.0	发明专利	2015.7.23	2017.11.14	维持
9	发行人	一次性成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437664.9	发明专利	2015.07.23	2017.11.14	维持
10	发行人	一次性成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437166.4	发明专利	2015.07.23	2017.12.29	维持
11	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 1 0435987.4	发明专利	2015.07.23	2017.12.29	维持
12	发行人	一种成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 1 0439296.1	发明专利	2015.07.23	2017.12.29	维持
13	发行人	一次性成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437158.X	发明专利	2015.07.23	2017.12.29	维持
14	发行人	一种成人纸尿裤及其套装	ZL 2015 1 0439334.3	发明专利	2015.07.23	2017.12.29	维持
15	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 1 0439312.7	发明专利	2015.07.23	2017.12.29	维持
16	发行人	一种一次性成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437246.X	发明专利	2015.07.23	2018.04.03	维持
17	发行人	一种成人纸尿裤	ZL2015 1 0435967.7	发明专利	2015.07.23	2018.04.13	维持
18	发行人	一种成人用一次性纸尿裤	ZL2015 1 0435969.6	发明专利	2015.07.23	2018.04.13	维持
19	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 1 0435986.X	发明专利	2015.07.23	2018.04.13	维持
20	发行人	成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 1 0437172.X	发明专利	2015.07.23	2018.04.13	维持
21	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437579.2	发明专利	2015.07.23	2018.04.13	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
22	发行人	成人纸尿裤及其套装	ZL 2015 1 0439369.7	发明专利	2015.07.23	2018.04.13	维持
23	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 1 0547225.3	发明专利	2015.08.31	2018.04.13	维持
24	发行人	一种一次性成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437431.9	发明专利	2015.07.23	2018.05.01	维持
25	发行人	成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 1 0437465.8	发明专利	2015.07.23	2018.05.01	维持
26	发行人	一种一次性成人纸尿裤	ZL 2015 1 0437509.7	发明专利	2015.07.23	2018.05.01	维持
27	发行人	可降解的成人纸尿裤	ZL 2015 1 0551523.X	发明专利	2015.08.31	2018.05.01	维持
28	发行人	一种婴儿用纸尿裤	ZL 2015 1 0749499.0	发明专利	2015. 11.05	2018.05.18	维持
29	发行人	一种婴儿用吸收制品	ZL 2015 1 0751266.4	发明专利	2015. 11.05	2018.05.18	维持
30	可艾公司	一种婴儿纸尿裤	ZL 2015 1 0751243.3	发明专利	2015.11.05	2018.06.08	维持
31	发行人	婴儿用纸尿裤	ZL 2015 1 0745183. 4	发明专利	2015.11.05	2018.08.17	维持
32	发行人	凹凸型热风无纺布及其在纸尿裤上的应用和纸尿裤	ZL 2017 1 1316830.5	发明专利	2017.12.12	2019.12.13	维持
33	发行人	凹凸型无纺布及其在纸尿裤上的应用和纸尿裤	ZL 2017 1 1315776.2	发明专利	2017.12.12	2019.12.17	维持
34	发行人	热风无纺布及其在纸尿裤上的应用和纸尿裤	ZL 2017 1 1316877.1	发明专利	2017.12.12	2020.01.07	维持
35	发行人	一种婴儿用纸尿裤	ZL 2016 1 0428871.2	发明专利	2016.6.15	2020.2.14	维持
36	发行人	一种成人用纸尿裤	ZL 2016 1 0429854.0	发明专利	2016.6.15	2020.2.14	维持
37	发行人	纯棉无纺布及其在纸尿裤上的应用和纸尿裤	ZL 2017 1 1316938.4	发明专利	2017.12.12	2020.2.14	维持

（二）实用新型

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
1	发行人	成人纸尿裤	ZL 2011 2 0465206.3	实用新型	2011.11.21	2012.08.01	维持
2	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2011 2 0546650.8	实用新型	2011.12.23	2012.09.12	维持
3	发行人	一种妇婴两用尿片	ZL 2012 2 0031678.2	实用新型	2012.02.01	2012.11.28	维持
4	发行人	一种智能纸尿裤	ZL 2012 2 0159278.X	实用新型	2012.04.15	2012.11.28	维持
5	发行人	一种宠物垫	ZL 2012 2 0386200.1	实用新型	2012.08.06	2013.03.13	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
6	发行人	智能纸尿裤	ZL 2012 2 0162105.3	实用新型	2012.04.15	2013.03.27	维持
7	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2012 2 0494419.3	实用新型	2012.09.21	2013.04.17	维持
8	发行人	一种在纸尿裤生产工序中的过渡设备	Zl 2012 2 0561487.7	实用新型	2012.10.29	2013.05.01	维持
9	发行人	一种用于生产成人纸尿裤的设备	Zl 2012 2 0559842.7	实用新型	2012.10.29	2013.05.01	维持
10	发行人	一种用于生产成人纸尿裤吸收体的生产设备	Zl 2012 2 0561465.0	实用新型	2012.10.29	2013.05.01	维持
11	发行人	T 型成人纸尿裤	Zl 2013 2 0299170.5	实用新型	2013.05.28	2013.12.11	维持
12	发行人	一种婴儿纸尿垫	Zl 2013 2 0353884.X	实用新型	2013.06.18	2013.12.11	维持
13	发行人	一种成人纸尿片	ZL 2013 2 0297204.7	实用新型	2013.05.27	2013.12.18	维持
14	发行人	一种妇婴两用尿片	ZL 2013 2 0296365.4	实用新型	2013.05.27	2013.12.25	维持
15	发行人	成人纸尿裤	ZL 2013 2 0390278.5	实用新型	2013.07.01	2014.02.26	维持
16	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2013 2 0397861.9	实用新型	2013.07.03	2014.03.26	维持
17	发行人	一种卫生护垫	ZL 2013 2 0691296.7	实用新型	2013.11.04	2014.06.25	维持
18	发行人	一种成人尿片	ZL 2013 2 0691275.5	实用新型	2013.11.04	2014.06.25	维持
19	发行人	成人纸尿裤	ZL 2013 2 0692526.1	实用新型	2013.11.04	2014.06.25	维持
20	发行人	卫生护垫	ZL 2013 2 0789193.4	实用新型	2013.12.03	2014.07.09	维持
21	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2013 2 0692498.3	实用新型	2013.11.04	2014.07.09	维持
22	发行人	一种婴儿用吸收性物品	ZL 2014 2 0029248.6	实用新型	2014.01.17	2014.08.27	维持
23	发行人	婴儿用吸收性物品	ZL 2014 2 0029273.4	实用新型	2014.01.17	2014.08.27	维持
24	发行人	一种纸尿裤	ZL 2014 2 0030366.9	实用新型	2014.01.17	2014.08.27	维持
25	发行人	婴儿纸尿裤	ZL 2013 2 0889093.9	实用新型	2013.12.30	2014.09.03	维持
26	发行人	一种含聚乳酸纤维的方便护理垫	ZL 2014 2 0224860.9	实用新型	2014.04.30	2014.10.08	维持
27	发行人	纸尿片	ZL 2014 2 0172306.0	实用新型	2014.04.10	2014.11.19	维持
28	发行人	一种防滑吸湿垫	ZL 2014 2 0029362.9	实用新型	2014.01.17	2014.12.10	维持
29	发行人	纸尿裤	ZL 2014 2 0172915.6	实用新型	2014.04.10	2014.12.17	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
30	发行人	男用卫生护垫	ZL 2014 2 0351301.4	实用新型	2014.06.27	2015.01.21	维持
31	发行人	纸尿裤上后弹性腰围的生产设备	ZL 2014 2 0355631.0	实用新型	2014.06.27	2015.01.21	维持
32	发行人	一种成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0537515.5	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
33	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539052.6	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
34	发行人	一种成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0539384.4	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
35	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539652.2	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
36	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 2 0541096.2	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
37	发行人	一种成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 2 0537335.7	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
38	发行人	一种一次性成人纸尿裤	ZL 2015 2 0537465.0	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
39	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 2 0537504.7	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
40	发行人	成人用尿裤	ZL 2015 2 0537512.1	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
41	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539055.X	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
42	发行人	成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0539154.8	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
43	发行人	一种一次性成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539192.3	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
44	发行人	一次性成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539202.3	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
45	发行人	一次性成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539229.2	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
46	发行人	一种成人纸尿裤及其套装	ZL 2015 2 0539426.4	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
47	发行人	成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0539429.8	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
48	发行人	成人用尿裤	ZL 2015 2 0539444.2	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
49	发行人	一次性成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539461.6	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
50	发行人	成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0540071.0	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
51	发行人	成人用尿裤	ZL 2015 2 0540189.3	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
52	发行人	一种成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 2 0541112.8	实用新型	2015.07.23	2015.11.11	维持
53	发行人	一种成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0539547.9	实用新型	2015.07.23	2015.11.18	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
54	发行人	成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0538897.3	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
55	发行人	成人用尿裤	ZL 2015 2 0539096.9	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
56	发行人	一种成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0539130.2	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
57	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 2 0541243.6	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
58	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2015 2 0538990.4	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
59	发行人	成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0539073.8	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
60	发行人	成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0539153.3	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
61	发行人	成人纸尿裤及其套装	ZL 2015 2 0539638.2	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
62	发行人	成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 2 0541136.3	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
63	发行人	成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0541144.8	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
64	发行人	一种一次性成人纸尿裤	ZL 2015 2 0541191.2	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
65	发行人	一种成人用吸收性物品	ZL 2015 2 0541300.0	实用新型	2015.07.23	2015.12.02	维持
66	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2015 2 0627568.6	实用新型	2015.08.19	2015.12.02	维持
67	发行人	护理垫	ZL 2015 2 0656801.3	实用新型	2015.08.27	2015.12.16	维持
68	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 2 0668647.1	实用新型	2015.08.31	2016.01.13	维持
69	发行人	成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0539550.0	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
70	发行人	一种成人用尿裤	ZL 2015 2 0539440.4	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
71	发行人	一种成人用尿裤	ZL 2015 2 0537180.7	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
72	发行人	成人用一次性纸尿裤	ZL 2015 2 0539494.0	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
73	发行人	一种成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0539203.8	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
74	发行人	一种成人用卫生护理用品	ZL 2015 2 0539804.9	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
75	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 2 0538822.5	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
76	发行人	一种成人用尿裤	ZL 2015 2 0540134.2	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持
77	发行人	成人纸尿裤	ZL 2015 2 0539715.4	实用新型	2015.07.23	2016.01.20	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
78	发行人	婴儿纸尿裤	ZL 2015 2 0882311.5	实用新型	2015.11.05	2016.03.09	维持
79	发行人	一种婴儿用吸收制品	ZL 2015 2 0881034.6	实用新型	2015.11.05	2016.03.09	维持
80	发行人	一种婴儿用纸尿裤	ZL 2015 2 0877361.4	实用新型	2015.11.05	2016.03.09	维持
81	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2015 2 0882331.2	实用新型	2015.11.05	2016.03.09	维持
82	发行人	婴儿尿裤	ZL 2015 2 0876946.4	实用新型	2015.11.05	2016.03.09	维持
83	发行人	婴儿用纸尿裤	ZL 2015 2 0877223.6	实用新型	2015.11.05	2016.03.09	维持
84	发行人	宠物用纸尿裤	ZL 2015 2 0890969.0	实用新型	2015.11.10	2016.03.16	维持
85	发行人	一种婴儿尿裤	ZL 2015 2 0878810.7	实用新型	2015.11.05	2016.04.06	维持
86	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2015 2 1052434.2	实用新型	2015.12.16	2016.04.20	维持
87	发行人	一种宠物用纸尿裤	ZL 2015 2 0995079.6	实用新型	2015.12.03	2016.05.04	维持
88	发行人	宠物用纸尿裤	ZL 2015 2 0995561.X	实用新型	2015.12.03	2016.05.11	维持
89	可艾公司	婴儿尿裤	ZL 2016 2 0406924.6	实用新型	2016.05.06	2016.11.02	维持
90	可艾公司	一种婴儿纸尿裤	ZL 2016 2 0407557.1	实用新型	2016.05.06	2016.11.02	维持
91	可艾公司	一种婴儿尿裤	ZL 2016 2 0406931.6	实用新型	2016.05.06	2016.11.02	维持
92	发行人	用于纸尿裤上的触肤面料	ZL 2016 2 0580107.2	实用新型	2016.06.15	2016.11.23	维持
93	可艾公司	纸尿裤	ZL 2016 2 0520692.7	实用新型	2016.05.31	2016.11.23	维持
94	发行人	一种婴儿用纸尿裤	ZL 2016 2 0586776.0	实用新型	2016.06.15	2016.11.30	维持
95	可艾公司	一种婴儿用纸尿裤	ZL 2016 2 0520343.5	实用新型	2016.05.31	2016.11.30	维持
96	发行人	婴儿纸尿裤	ZL 2016 2 0596759.5	实用新型	2016.06.15	2016.12.07	维持
97	可艾公司	婴儿纸尿裤	ZL 2016 2 0520092.0	实用新型	2016.05.31	2016.12.14	维持
98	可艾公司	婴儿用纸尿裤	ZL 2016 2 0518147.4	实用新型	2016.05.31	2016.12.27	维持
99	发行人	一种成人用纸尿裤	ZL 2016 2 0596480.7	实用新型	2016.06.15	2017.01.04	维持
100	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2016 2 0589288.5	实用新型	2016.06.15	2017.01.11	维持
101	发行人	纸尿裤	ZL 2016 2 0587742.3	实用新型	2016.06.15	2017.01.18	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
102	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2016 2 0582069.4	实用新型	2016.06.15	2017.01.18	维持
103	可艾公司	婴儿尿裤	ZL 2016 2 0520373.6	实用新型	2016.05.31	2017.01.18	维持
104	发行人	婴儿用纸尿裤	ZL 2016 2 0579436.5	实用新型	2016.06.15	2017.02.01	维持
105	可艾公司	一种婴儿纸尿裤	ZL 2016 2 0520691.2	实用新型	2016.05.31	2017.02.01	维持
106	发行人	成人用纸尿裤	ZL 2016 2 0588765.6	实用新型	2016.06.15	2017.09.22	维持
107	发行人	成人纸尿裤的生产流水线	ZL 2016 2 1431205.6	实用新型	2016.12.23	2017.10.31	维持
108	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2016 2 1380502.2	实用新型	2016.12.15	2017.11.14	维持
109	发行人	一种纸尿裤生产流水线上的片状材料切断机构	ZL 2017 2 0557795.5	实用新型	2017.05.18	2017.12.01	维持
110	发行人	纸尿裤生产流水线上的片状材料切断机构	ZL 2017 2 0557025.0	实用新型	2017.05.18	2017.12.05	维持
111	发行人	一种手动夹拾装置	ZL 2017 2 0550491.6	实用新型	2017.05.17	2017.12.05	维持
112	发行人	纸尿裤生产流水线上的片状材料切刀装置	ZL 2017 2 0557846.4	实用新型	2017.05.18	2017.12.05	维持
113	发行人	手动夹拾装置	ZL 2017 2 0551776.1	实用新型	2017.05.17	2017.12.22	维持
114	可艾公司	一种婴儿尿裤	ZL 2016 2 0518322.X	实用新型	2016.05.31	2017.2.08	维持
115	发行人	一种成人纸尿裤的生产流水线	ZL 2016 2 1424422.2	实用新型	2016.12.23	2018.03.27	维持
116	发行人	用于纸尿裤生产线上的负压转移装置	ZL 2017 2 0549994.1	实用新型	2017.05.17	2018.06.08	维持
117	发行人	纸尿裤生产工序中的 SAP 回收系统	ZL 2017 2 0550041.7	实用新型	2017.05.17	2018.06.08	维持
118	发行人	用于大臀围成人纸尿裤的转移轮	ZL 2017 2 0550290.6	实用新型	2017.05.17	2018.06.08	维持
119	发行人	纸尿裤立体护围的成型设备	ZL 2017 2 0557452.9	实用新型	2017.05.18	2018.06.08	维持
120	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2017 2 0557469.4	实用新型	2017.05.18	2018.06.08	维持
121	发行人	一种婴儿用纸尿裤	ZL 2017 20 557579.0	实用新型	2017.05.18	2018.06.08	维持
122	发行人	婴儿纸尿裤	ZL 2017 2 0557670.2	实用新型	2017.05.18	2018.06.08	维持
123	发行人	一种纸尿裤生产线的供气系统	ZL 2017 2 0550299.7	实用新型	2017.05.17	2018.06.12	维持
124	发行人	用于纸尿裤生产线的 SAP 回收系统	ZL 2017 2 0550492.0	实用新型	2017.05.17	2018.06.15	维持
125	发行人	用于纸尿裤生产工序中的排片装置	ZL 2017 2 0550706.4	实用新型	2017.05.17	2018.06.15	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
126	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2017 2 0556854.7	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
127	发行人	纸尿裤上前腰贴的生产设备	ZL 2017 2 0556862.1	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
128	发行人	一种纸尿裤上后弹性腰围的生产设备	ZL 2017 2 0556875.9	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
129	发行人	一种纸尿裤吸收体的成型机构	ZL 2017 2 0556895.6	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
130	发行人	纸尿裤上后弹性腰围的生产设备	ZL 2017 2 0556907.5	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
131	发行人	纸尿裤防漏侧翼的成型设备	ZL 2017 2 0556985.5	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
132	发行人	一种纸尿裤立体护围的成型设备	ZL 2017 2 0557040.5	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
133	发行人	成人纸尿裤	ZL 2017 2 0557078.2	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
134	发行人	婴儿用纸尿裤	ZL 2017 2 0559177.4	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
135	发行人	纸尿裤生产线上左右贴在线复合的成型机构	ZL 2017 2 0559425.5	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
136	发行人	一种纸尿裤上前腰贴的生产设备	ZL 2017 2 0559460.7	实用新型	2017.05.18	2018.06.29	维持
137	发行人	纸尿裤的生产流水线	ZL 2017 2 0575393.8	实用新型	2017.05.22	2018.06.29	维持
138	发行人	一种纸尿裤的生产流水线	ZL 2017 2 0573649.1	实用新型	2017.05.22	2018.07.10	维持
139	发行人	一种淋浴椅	ZL 2017 20 550296.3	实用新型	2017.05.17	2018.08.21	维持
140	发行人	一种用于纸尿裤生产线的 SAP 回收系统	ZL 2017 2 0551784.6	实用新型	2017.05.17	2018.09.04	维持
141	发行人	一种淋浴凳	ZL 2017 2 0550965.7	实用新型	2017.05.17	2018.12.07	维持
142	发行人	纸尿裤复合芯体的生产设备	ZL 2017 2 1457795.4	实用新型	2017.11.03	2019.01.15	维持
143	发行人	一种成人纸尿裤	ZL 2017 2 1729600.7	实用新型	2017.12.12	2019.01.22	维持
144	发行人	一种拉拉裤	ZL 2017 2 1352623.0	实用新型	2017.10.17	2019.01.29	维持
145	发行人	拉拉裤	ZL 2017 2 1336559.7	实用新型	2017.10.17	2019.03.12	维持
146	发行人	一种纸尿裤用 PE 透气膜输送机构	ZL 2018 2 1756570.3	实用新型	2018.10.29	2019.06.21	维持
147	发行人	一种婴儿纸尿裤	ZL 2017 2 1720335.6	实用新型	2017.12.12	2019.07.05	维持
148	发行人	纸尿裤复合芯体的生产设备	ZL 2018 2 1487573.1	实用新型	2018.09.12	2019.07.16	维持
149	发行人	一种纸尿裤复合芯体的生产设备	ZL 2018 2 1492834.9	实用新型	2018.09.12	2019.07.16	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
150	发行人	面层和纸尿裤	ZL 2017 2 1725999.1	实用新型	2017.12.12	2019.07.30	维持
151	发行人	高分子回收装置	ZL 2017 2 1535444.0	实用新型	2017.11.16	2019.08.17	维持
152	发行人	一种卫生用品生产线上的进料装置	ZL 2019 2 1077520.7	实用新型	2019.07.10	2020.05.08	维持
153	发行人及可艾公司	一种婴儿纸尿片和婴儿纸尿片套装	ZL 2019 2 0928098.5	实用新型	2019.06.19	2020.06.02	维持

（三）外观设计

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
1	发行人	包装袋（柔棉纸）	ZL 2013 3 0370424.3	外观设计	2013.08.02	2014.02.26	维持
2	发行人	包装袋（童话 2）	ZL 2013 3 0370219.7	外观设计	2013.08.02	2014.03.05	维持
3	发行人	包装袋（童话）	ZL 2013 3 0370080.6	外观设计	2013.08.02	2014.03.26	维持
4	发行人	包装袋（3D 护肤）	ZL 2013 3 0370211.0	外观设计	2013.08.02	2014.03.26	维持
5	发行人	包装袋（巨能吸）	ZL 2013 3 0370346.7	外观设计	2013.08.02	2014.03.26	维持
6	发行人	包装袋（弹弹裤）	ZL 2013 3 0370511.9	外观设计	2013.08.02	2014.03.26	维持
7	发行人	包装袋（可靠）	ZL 2015 3 0258589.0	外观设计	2015.07.17	2015.11.11	维持
8	发行人	包装袋（吸收宝）	ZL 2015 3 0258474.1	外观设计	2015.07.17	2015.12.09	维持
9	发行人	包装袋（吸收宝）	ZL 2016 3 0113954.3	外观设计	2016.04.08	2016.08.03	维持
10	发行人	包装袋（护理垫）	ZL 2016 3 0298718.3	外观设计	2016.07.01	2016.12.021	维持
11	发行人	尿片包装袋（小伢儿超薄）	ZL 2016 3 0477098.X	外观设计	2016.09.21	2017.01.04	维持
12	发行人	尿裤包装袋（小伢儿超薄）	ZL 2016 3 0477099.4	外观设计	2016.09.21	2017.01.04	维持
13	发行人	尿裤包装袋（小伢儿云柔）	ZL 2016 3 0477100.3	外观设计	2016.09.21	2017.01.04	维持
14	发行人	包装袋（纸尿裤）	ZL 2016 3 0298280.9	外观设计	2016.07.01	2017.02.15	维持
15	发行人	包装袋（可靠 FA）	ZL 2017 3 0081474.8	外观设计	2017.03.20	2017.08.04	维持
16	发行人	包装袋（护理用品）	ZL 2018 3 0214293.2	外观设计	2018.05.11	2018.11.30	维持
17	发行人	包装袋（康普适）	ZL 2018 3 0431110.2	外观设计	2018.08.07	2018.11.30	维持

序号	权属	名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	状态
18	发行人	包装袋（产褥垫）	ZL 2018 3 0550179.7	外观设计	2018.08.29	2019.01.11	维持
19	发行人	包装袋（安护士 2）	ZL 2018 3 0550200.3	外观设计	2018.08.29	2019.01.11	维持
20	发行人	包装袋（医护用）	ZL 2018 3 0563603.1	外观设计	2018.10.10	2019.01.11	维持
21	发行人	包装袋（安护士 3）	ZL 2019 3 0080287.7	外观设计	2018.09.29	2019.04.16	维持
22	发行人	包装袋（护理用）	ZL 2018 3 0731063.3	外观设计	2018.12.17	2019.04.23	维持
23	发行人	包装袋（安护士 1）	ZL 2018 3 0550212.6	外观设计	2019.09.29	2019.05.03	维持
24	发行人	包装袋（防背漏）	ZL 2019 3 0156454.1	外观设计	2019.04.09	2019.09.06	维持
25	发行人	包装袋（吸收宝成裤）	ZL 2019 3 0156457.5	外观设计	2019.04.09	2019.09.06	维持
26	发行人	包装袋（吸收宝成人护理垫）	ZL 2019 3 0156509.9	外观设计	2019.04.09	2019.09.06	维持
27	发行人	包装袋（8 字防漏型）	ZL 2019 3 0587102.1	外观设计	2019.10.28	2020.03.27	维持
28	发行人	包装袋（医护级）	ZL 2019 3 0587107.4	外观设计	2019.10.28	2020.04.03	维持
29	发行人	包装袋（轻失禁）	ZL 2019 3 0629983.9	外观设计	2019.11.15	2020.05.05	维持
30	发行人	包装袋（轻失禁 2）	ZL 2020 3 0078667.X	外观设计	2019.11.15	2020.05.05	维持
31	发行人	口罩包装盒	ZL 2020 3 0077350.4	外观设计	2020.03.01	2020.6.19	维持
32	发行人	口罩包装盒（无着感）	ZL 2020 3 0140408.5	外观设计	2020.04.10	2020.07.28	维持
33	发行人	口罩包装袋	ZL 2020 3 0139806.5	外观设计	2020.04.10	2020.07.28	维持
34	发行人	口罩包装袋（无着感）	ZL 2020 3 0139800.8	外观设计	2020.04.10	2020.07.28	维持
35	发行人	口罩用无纺布（2）	ZL 2020 3 0154084.0	外观设计	2020.04.16	2020.07.10	维持
36	发行人	口罩用无纺布（1）	ZL 2020 3 0154083.6	外观设计	2020.04.16	2020.07.10	维持
37	发行人	口罩包装盒（儿童）	ZL 2020 3 0153481.6	外观设计	2020.04.16	2020.07.10	维持
38	发行人	贴纸	ZL 2020 3 0153476.5	外观设计	2020.04.16	2020.08.25	维持
39	发行人	包装袋（吸收宝金装）	ZL 2020 3 0254612.X	外观设计	2020.05.27	2020.10.02	维持

附录五：著作权情况

序号	类型	作品名称	权利人	登记字号	登记日期
1	美术作品	侨资婴儿纸尿裤底膜	侨资有限	11-2010-F-10474	2010.12.13
2	美术作品	婴儿纸尿裤前腰贴设计图	侨资有限	11-2010-F-10475	2010.12.13
3	美术作品	侨资婴儿纸尿裤底膜设计图	侨资有限	11-2010-F-10476	2010.12.13
4	美术作品	杭州可靠护理用品股份有限公司企业和品牌标识	可靠护理	11-2012-F-7701	2012.06.27
5	美术作品	“可靠”品牌产品外包装-成人纸尿裤	可靠护理	浙作登字 11-2014-F-12571	2014.11.06
6	美术作品	酷特适 3D 护肤婴儿纸尿裤产品外包装设计	可靠护理	浙作登字 11-2015-F-10321	2015.09.16
7	美术作品	吸收宝成人纸尿裤产品外包装	可靠护理	浙作登字 11-2015-F-7441	2015.07.02
8	美术作品	可靠纸尿裤图标-1	可靠护理	浙作登字 11-2019-F-19510	2019.12.06
9	美术作品	可靠纸尿裤图标-2	可靠护理	浙作登字 11-2019-F-19511	2019.12.06
10	美术作品	可靠纸尿裤图标-3	可靠护理	浙作登字 11-2019-F-19512	2019.12.06
11	美术作品	可靠纸尿裤图标-4	可靠护理	浙作登字 11-2019-F-19513	2019.12.06
12	美术作品	可靠纸尿裤图标-5	可靠护理	浙作登字 11-2019-F-19514	2019.12.06
13	美术作品	可靠纸尿裤图标-6	可靠护理	浙作登字 11-2019-F-19515	2019.12.06

附录六：域名情况

序号	域名	审核通过时间	网站备案号	权利人
1	cocohealthcare.com.cn	2018.05.22	浙 ICP 备 16004835 号-1	可靠护理
2	cocohealthcare.com			
3	cocohealthcare.cn	2018.05.22	浙 ICP 备 16004835 号-2	可靠护理
4	cocoeldercare.com	2018.05.22	浙 ICP 备 16004835 号-4	可靠护理
5	fz199.com	2020.01.08	浙 ICP 备 15021433 号-1	福祉公司
6	china-welfare.com	2020.01.08	浙 ICP 备 15021433 号-2	福祉公司
7	coco1mall.com	2020.01.08	浙 ICP 备 15021433 号-3	福祉公司