



《关于杭州天元宠物用品股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函》
之回复报告

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

深圳证券交易所:

贵所于 2020 年 11 月 23 日出具的《关于杭州天元宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2020〕010829 号）（以下简称“问询函”）收悉，中信证券股份有限公司作为保荐人和主承销商，与发行人、发行人律师及发行人会计师对问询函所列问题认真进行了逐项落实，现对问询函进行回复，请予审核。

说明:

一、如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

二、本回复报告中的字体代表以下含义:

黑体:	反馈意见所列问题
宋体:	对反馈意见所列问题的回复
楷体（加粗）:	对招股说明书（申报稿）的修改
楷体（不加粗）:	对招股说明书（申报稿）的引用

目 录

1. 关于董监高资金流水.....	3
2. 关于专利保护.....	7
3. 关于业务模式.....	13
4. 关于供应商.....	19
5. 关于收入和主要客户.....	39
6. 关于营业成本.....	57
7. 关于应收账款.....	72
8. 关于存货.....	74
9. 关于 2020 年 1-6 月业绩情况.....	78
10. 关于可比公司.....	84
11. 申报前一年，发行人新增股东为余伟平、管军、丁敏华、钱进四名自然人	95

1. 关于董监高资金流水

根据审核问询回复：

（1）薛元潮（含配偶张治文）于 2018 年 1 月至 2019 年 8 月向江灵兵（含配偶王欢君）转出多笔资金，金额累计 2,250 万元。发行人解释，江灵兵之岳父王夏福控制的个人独资企业温岭市松门富源海上油品经营部（以下简称“松门富源”）经营船用油销售业务，日常业务存在运营资金需求，江灵兵向薛元潮以资金理财形式筹措资金，用于松门富源经营船用油销售业务。

（2）保荐人走访了松门富源，查看了油品经营的主要船只以及油品储存的主要油罐，并与王夏福进行访谈了解油品经营的基本情况，确认油品经营部的经营规模与薛元潮、江灵兵之间资金往来规模相匹配，查阅了油品经营相关的主要资金流水，确认其资金主要用于正常油品经营，不存在流向公司客户、供应商的情况。

请发行人补充披露：

（1）松门富源未通过金融机构借款而是通过江灵兵间接向薛元潮借款的原因及合理性，借款当事人是否签订书面协议；

（2）薛元潮向江灵兵出借资金的来源，资金来源是否与发行人相关，薛元潮自 2018 年初支付资金至今仅回款不足 1,000 万元且仅在 2020 年 4 月 22 日回款的原因及其合理性。

请保荐人发表明确意见，说明除已说明的核查过程以外，是否对相关借款合同、借据等凭证进行核查，确认相关资金出借理由、不存在流向公司客户和供应商的具体核查依据及过程。

回复：

（1）松门富源未通过金融机构借款而是通过江灵兵间接向薛元潮借款的原因及合理性，借款当事人是否签订书面协议

关于松门富源通过江灵兵向薛元潮借款原因以及借款书面协议签署情况，招股说明书在“第五节 发行人基本情况”之“十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心

人员的薪酬情况及其他事项”之“（二）公司实际控制人及董事、监事、高级管理人员资金流水核查情况”中补充披露如下：

除上述情形外，薛元潮（含其配偶张治文）与江灵兵（含其配偶王欢君）之间的资金往来，主要为江灵兵亲属所经营温岭市松门富源海上油品经营部（以下称“松门富源”）通过江灵兵筹措运营周转资金。松门富源位于浙江省台州市温岭市松门镇，为江灵兵之岳父王夏福于 2012 年所创办，主要通过码头油罐输油管线直接输入渔船及加油船短途运输给渔船两种方式向区域海上渔船销售成品油，并取得了“31750121 号”《成品油零售经营批准证书》。

报告期内，松门富源由于需现款采购成品油，及同部分客户实行赊销购油、定期结款的零售政策，具有一定规模的运营资金周转需求。松门富源的经营资产主要为“浙岭渔油 00008 号”加油船，并通过租赁方式取得码头油罐设施使用权，无可供抵押的房屋不动产及土地使用权，较难通过金融机构筹借资金。由此，王夏福主要通过向江灵兵等近亲属及社会关系筹借松门富源的运营周转资金。其中，江灵兵为此向薛元潮所筹借资金，并签署了相关书面借据（借条），明确了借款金额及年化 8% 的资金利息；松门富源经营人王夏福与江灵兵因翁婿关系在当时未签署书面借据，口头约定了年化 8% 的资金利息，双方后就资金筹借关系及约定利息进行了书面确认；松门富源及王夏福与薛元潮之间未发生直接往来，不存在签署书面文件或口头约定的情况。

（2）薛元潮向江灵兵出借资金的来源，资金来源是否与发行人相关，薛元潮自 2018 年初支付资金至今仅回款不足 1,000 万元且仅在 2020 年 4 月 22 日回款的原因及其合理性

关于薛元潮向江灵兵出借资金的来源，招股说明书在“第五节 发行人基本情况”之“十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况及其他事项”之“（二）公司实际控制人及董事、监事、高级管理人员资金流水核查情况”中补充披露如下：

薛元潮向江灵兵所出借款项系来源于多年的创业经营所得积累，不存在占用发行人资金的情况。薛元潮及其家人于 1998 年开始从事宠物用品行业，2003 年创办公司改制前身天元有限，多年创业经营、投资理财积累了一定规模自有资金。报告期内，薛元潮向江灵兵所借出资金与公司的相关情况，系部分来源于薛元潮自公司取得的历

史分红与工资薪酬，不存在直接或间接占用公司资金的情况。

江灵兵向薛元潮所筹借的资金为不定期借款，双方通常根据资金需求及使用情况
进行款项的筹借及归还，并采取利随本清的结算方式。2018 年初至今，薛元潮向江灵
兵的款项借出集中在 2018 年上半年及 2019 年 8 月，合计借款 2,250 万元。2020 年初，
江灵兵前期对外投资资金逐步回笼，遂根据资金状况将其中 700 万元本金及相关利息
结算归还给薛元潮；2020 年 12 月，江灵兵根据资金状况将剩余全部借款本金及相关利
息与薛元潮进行了归还结算。

（3）请保荐人发表明确意见，说明除已说明的核查过程以外，是否对相关借款合同、借据等凭证进行核查，确认相关资金出借理由、不存在流向公司客户和供应商的
具体核查依据及过程

关于薛元潮与江灵兵之间的资金往来及流向情况，保荐机构在查阅双方银行账户
资金流水、访谈确认资金往来原因的同时，核查了双方所签署的借款凭据，并采取了
以下核查程序，确认了资金借出理由及不存在流向公司客户和供应商的情况，具体核
查依据与过程如下：

1、关于薛元潮（含配偶张治文）与江灵兵（含配偶王欢君）的资金往来，取得了
双方的银行账户资金流水记录，核查了江灵兵向薛元潮签署出具的借款凭据（借条），
以及用于松门富源运营周转的资金流向，访谈并取得了双方关于资金往来、出借理由
及约定内容的说明文件；

2、关于温岭市松门富源海上油品经营部的经营情况，实地走访并现场查看了松门
富源的经营执照、成品油零售经营证书（“第 31750121 号”）、油罐设施、经营船舶
及登记证照（“浙岭渔油 00008 号”），以及采购合同、入库凭证等业务资料；

3、关于江灵兵与松门富源的资金往来，访谈并确认了双方的资金筹借关系、口头
约定内容及资金使用情况，核对了双方资金账户的往来方，确认相关资金不存在流向
发行人客户和供应商的情况。

经核查，保荐机构认为：

1、松门富源的主要经营资产为加油船舶与油品库存，无可供抵押的房屋不动产及

土地使用权，较难申请取得银行贷款，通过近亲属江灵兵筹借运营资金具有合理性；江灵兵向薛元潮签署出具了书面借据，江灵兵与松门富源经营人王夏福因翁婿关系当时系以口头方式约定了资金筹借关系，双方后就相关内容进行了确认；薛元潮与松门富源及王夏福之间未发生直接往来，不存在签署书面文件及口头约定的情况。

2、薛元潮向江灵兵所出借款项系来源于多年的创业经营所得积累，部分为自发行人取得的历史分红及工资薪酬，不存在占用发行人资金的情况；期间，江灵兵于 2020 年 4 月根据资金状况向薛元潮归还结算了部分本金及利息，回款原因具有合理性；至 2020 年 12 月，江灵兵已将剩余全部借款本金及利息与薛元潮进行了归还结算；

3、保荐机构核查了江灵兵向薛元潮所出具的借款凭据（借条）、资金流水，以及江灵兵与松门富源的资金筹借关系，并对松门富源进行了实地走访与现场核查，确认相关资金借款真实、合理，不存在流向发行人客户和供应商的情况。

2. 关于专利保护

根据审核问询回复：

（1）截至 2020 年 6 月 30 日，发行人共拥有 159 项专利技术，其中国内专利技术 155 项，国外专利技术 4 项。发行人境外销售区域分布较广，但仅在德国申请专利。发行人未对仅在德国申请专利的原因予以充分披露。

（2）发行人境外销售产品属于现有设计，可以抵触第三方对发行人已有产品设计的专利申请。发行人产品的主要境外销售国均为《与贸易有关的知识产权协议》成员国。发行人未对认定其产品属于现有设计的原因、在主要境外销售国家是否可依据《与贸易有关的知识产权协议》等法律法规获得充分有效的专利保护予以充分披露。

请发行人补充披露：

（1）《与贸易有关的知识产权协议》等相关法律法规是否表明发行人在仅于中国境内申请专利的情形下，依然能够充分保证发行人产品的境外销售受到相关国家的专利保护；

（2）发行人认为其产品可依据《中华人民共和国专利法》认定为“现有设计”的理由，该项认定是否曾被公开质疑；

（3）发行人在多个境外地区销售产品但仅在德国申请专利的原因；

（4）发行人专利申请主要集中于生产国境内的情形是否符合行业惯例。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

（1）《与贸易有关的知识产权协议》等相关法律法规是否表明发行人在仅于中国境内申请专利的情形下，依然能够充分保证发行人产品的境外销售受到相关国家的专利保护

关于公司产品在境外销售的专利保护情况，在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产”之“（三）商标、专利、著作权”之“2、

专利”中补充披露如下：

公司宠物用品的品类与样式众多，产品广泛销往全球多个国家和地区，但由于我国作为全球制造业大国，竞争对手主要来自于国内企业。同时，考虑在境外销售国家广泛申请专利注册将耗费较大时间与资金成本，由此，公司通过实行“在境内申请专利注册、对抗境内竞争模仿，在境外注重新颖原则、对抗境外专利申请”的保护策略，可充分保障公司产品在国内外市场的正常销售。

在境内方面，虽然公司产品目前主要面向国际市场，但由于我国是宠物用品等轻工业产品的制造大国，同行业竞争者多来自于国内企业，公司通过在境内申请产品设计专利保护，即可有效对抗国内其他宠物用品生产企业生产、销售及出口与公司注册专利相同或相近的产品。

在境外方面，公司产品销售的保障措施重点在于保持产品设计的新颖性，在避免侵犯他人知识产权的同时，作为销售在现的现有设计，对抗第三方将相同或相近的产品在境外销售区域申请专利，从而保障公司产品在境外市场的正常销售，具体如下：

首先，公司内部建立了产品风险排查机制，以避免所销售产品侵犯境外他人知识产权。例如，在产品开发设计过程中，公司会通过“智慧芽”全球专利数据库（www.zhihuiya.com）对产品结构及外观信息进行境内与境外专利检索；如检索结果显示境内外存在与拟开发产品相同或相近的专利产品，公司将会更改调整产品设计方案，直至检索结果显示拟开发产品在目标销售区域或全球范围内不存在相同或相近的专利，以避免侵犯第三方专利权。

其次，公司产品已在境外市场销售后，若第三方将相同或相近产品在境外销售区域申请专利保护，由于公司产品于该区域销售在先，第三方的专利申请将不具备《与贸易有关的知识产权协议》关于“保护的要求”、“可获专利的客体”所必须具备的“新颖性”，具体如下：

法规名称	主要内容
《与贸易有关的知识产权协议》	第二十五条“保护的要求”第一款： 各成员应规定对独立创作和具有新颖性或原创性的工业品外观设计给予保护。各成员可以规定，外观设计如果与已知的外观设计或已知的外观设计特征的组合没有显著的区别，即为无新颖性或无原创性。各成员可以规定，这种保护不

法规名称	主要内容
	应延及主要根据技术或功能考虑而创作的外观设计。
	第二十七条“可获专利的客体”第一款 在符合本条第二款和第三款的规定下，所有技术领域的任何发明，不论是产品还是方法，只要它们具有新颖性，包含创造性并能在产业上应用，都可以获得专利。

同时，鉴于公司产品销售所主要面向的美国、德国、澳大利亚、日本、瑞典、英国等国家和地区，作为世界贸易组织的成员均遵守《与贸易有关的知识产权协议》中有关专利授予需具备新颖性的要求。因此，公司产品在境外区域销售过程中，如有第三方就相同或相近产品在境外销售区域申请专利，公司可通过主张公司产品为现有设计、第三人申请专利不具有新颖性，阻止第三方的专利申请。

综上，保荐人、申报律师认为，公司通过在境内申请专利保护主张境内主要竞争企业不得生产、销售、出口相同或相近产品，并根据“现有设计”与“新颖性”原则对抗第三方在境外销售区域就相同或相近产品专利申请，可充分保障公司产品在境内外市场的正常销售。

（2）发行人认为其产品可依据《中华人民共和国专利法》认定为“现有设计”的理由，该项认定是否曾被公开质疑

关于公司产品认定为“现有设计”的相关情况，在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产”之“（三）商标、专利、著作权”之“2、专利”中补充披露如下：

根据《中华人民共和国专利法》第二十三条、国家知识产权局《专利审查指南》相关内容，“现有设计”是指申请日以前在国内外为公众所知的设计，包括在国内外出版物上公开发表过、公开使用过或者以其他方式为公众所知的设计。同时，世界范围内主要国家就“现有设计”亦采取相近的认定标准，即将现有设计规定为处于“不特定的人想得知便能得知”的状态的技术（设计）方案。

公司产品在境外市场通过下游客户进行公开销售，可由国内外不特定公众所知，符合专利保护相关法规关于“现有设计”的认定依据；如境外销售区域第三方就相同或相近产品申请专利权保护，公司则可主张其产品为现有设计、第三方的产品已不具

备新颖性，从而避免第三方就相同或相近产品设计申请专利。公司如与第三方之间发生前述专利纠纷，将主张其认定其产品属于“现有设计”，第三方的产品不具有新颖性，除此种情形外，公司不会将其产品公开认定为属于现有设计。

截至本招股说明书签署日，公司不存在与第三方发生专利纠纷的情况，亦不存在公司产品作为现有设计被公开质疑的情况。

综上，保荐人、申报律师认为，公司产品在境外市场通过下游客户进行公开销售，可由国内外不特定公众所知，符合专利保护相关法规关于“现有设计”的认定依据；截至目前，公司不存在与第三方发生专利纠纷的情况，亦不存在公司产品作为现有设计被公开质疑的情况。

（3）发行人在多个境外地区销售产品但仅在德国申请专利的原因

关于公司境外专利申请的相关情况，在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产”之“（三）商标、专利、著作权”之“2、专利”中补充披露如下：

公司产品在境外市场的销售保障措施主要基于多个国家申请专利的实用性考虑，在避免侵犯第三方知识产权的同时，通过主张现有设计，防范第三方就相同或相似产品申请专利从而影响公司产品的正常销售；随着境外业务布局的发展，公司正逐步尝试就预期销售较好的产品设计在部分销售区域申请专利注册，以寻求更加主动的专利保护。其中，由于公司在德国的业务规模相对较大，并有一家合作方协助处理德国销售业务，申请注册专利较为便利，加之欧洲区域的专利申请时间较短、费用较低，公司遂在德国就预期销售较好的4款产品尝试性的申请了专利保护。未来，公司将根据生产经营需要及业务布局，继续在境外销售区域申请专利，完善专利布局。

（4）发行人专利申请主要集中于生产国境内的情形是否符合行业惯例

关于发行人专利申请主要集中于生产国境内是否符合行业惯例的相关情况，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产”之“（三）商标、专利、著作权”之“2、专利”中补充披露如下：

由于我国是宠物用品等轻工业产品的主要制造国，宠物用品生产企业通常在境内

申请专利即可达到防止主要竞争对手生产、销售、出口相同或相似产品的目的；同时，由于境外宠物行业发展相对成熟，公司等宠物用品生产企业通常面向境外多个国家、地区销售产品，加之产品具有种类多样、更新较快的特点，如在不同销售区域申请专利需要耗费较大时间及经济成本。因此，公司等宠物用品企业通常于境内申请专利保护其知识产权，一般较少于境外销售区域申请产品专利注册，该产品销售保障策略对于境内宠物用品企业较具有实用性，符合行业惯例。

综上，保荐人、申报律师认为，公司专利申请主要集中于生产国境内，主要是由于行业竞争企业主要分布在我国境内，境内申请专利可有效防止行业主要竞争对手生产、销售、出口相同或相似产品，符合行业惯例。

（5）请保荐人、发行人律师发表明确意见

针对上述事项，保荐人主要履行了如下核查程序：

1、查阅相关法律法规，访谈发行人产品企划部负责人，了解发行人产品的专利保护情况以及法律法规对“现有设计”的规定、认定情况；

2、访谈发行人研发中心负责人及销售部门人员并检索中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）等相关网站，了解发行人与第三方发生专利纠纷的情况；

3、访谈发行人实际控制人及产品中心负责人，了解发行人境内专利申请情况、原因以及未来专利申请规划；

4、访谈浙江省宠物用品行业协会会长、发行人部分客户及供应商，了解专利申请主要集中于生产国境内的情形是否符合行业惯例。

经核查，保荐人和申报律师认为：

1、公司通过在境内申请专利保护主张境内主要竞争企业不得生产、销售、出口相同或相近产品，并根据“现有设计”与“新颖性”原则对抗第三方在境外销售区域就相同或相近产品专利申请，可充分保障公司产品在境内外市场的正常销售；

2、公司产品在境外市场通过下游客户进行公开销售，可由国内外不特定公众所知，

符合专利保护相关法规关于“现有设计”的认定依据；截至目前，公司不存在与第三方发生专利纠纷的情况，亦不存在公司产品作为现有设计被公开质疑的情况；

3、公司开始尝试在德国申请专利，主要是由于随着境外业务布局的发展，公司正逐步尝试就预期销售较好的产品设计在部分销售区域申请专利注册，以寻求更加主动的专利保护；

4、公司专利申请主要集中于生产国境内，主要是由于行业竞争企业主要分布在我国境内，境内申请专利可有效防止行业主要竞争对手生产、销售、出口相同或相似产品，符合行业惯例。

3. 关于业务模式

根据审核问询回复：

（1）发行人主要产品分为宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、其他产品四类，其中宠物窝垫、猫爬架为部分自主生产、部分外协生产，宠物玩具、其他产品全部为外协生产。宠物窝垫采取自主生产的理由是部分客户对产品质量、交货周期要求较高，猫爬架采取自主生产的理由是生产工序相对复杂，采取自主生产方式可确保产品质量与交货周期。发行人未充分披露宠物玩具、其他产品的客户是否同样存在产品质量、交货周期要求较高的情形；猫爬架的生产工序是否明显复杂于其他三类产品，以此理由解释其存在自主生产是否合理。

（2）发行人与外协厂商在外协产品的生产环节具有明确分工，发行人负责提供产品设计方案、生产制造要求，外协厂商负责根据相关设计方案、制造要求进行生产。对于所有非自有品牌产品，除外购产品外，公司均参与了产品的开发设计工作。发行人未对其在全部产品中是否均负责提供产品设计方案、生产制造要求予以明确披露。

请发行人：

（1）说明宠物玩具、其他产品是否不存在对产品质量、交货周期要求较高的客户，发行人以此理由解释宠物窝垫、猫爬架部分产品为自主生产是否充分、合理；

（2）结合猫爬架主要工艺流程（如布料剪裁缝纫、板材切割、绕绳）的复杂程度，进一步说明发行人以猫爬架“生产工序相对复杂”解释其自产比例较高是否合理，其他三类产品的生产工序是否明显相对简单；

（3）明确披露发行人是否对各类（不论是否非自有品牌）宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、其他产品均负责产品方案设计、生产标准制定环节，报告期内是否存在直接向供应商采购其自行设计产品的情形。

请保荐人发表明确意见。

回复：

(1)说明宠物玩具、其他产品是否不存在对产品质量、交货周期要求较高的客户，发行人以此理由解释宠物窝垫、猫爬架部分产品为自主生产是否充分、合理

公司说明部分客户对产品质量、交货周期要求较高，是为了解释在宠物窝垫、猫爬架产品具有自主生产与外协加工两种生产方式的情况及前提下，公司选用自产的主要考量因素；该因素是公司部分宠物窝垫、猫爬架产品订单选用自主生产的原因之一，并非公司建立自有产线、采取自主生产的充分条件。

在宠物窝垫、猫爬架产品具有自主生产能力的情况下，公司会对部分产品质量、交货周期要求较高的客户订单采取自主生产方式，但并不完全由于该项因素而就两类产品建立自有产线。公司对宠物窝垫、猫爬架产品建立了自有产线，实行自主生产与外协加工相结合生产方式，主要基于以下原因：

首先，在发展历程方面，公司创立初期即从事宠物窝垫、猫爬架产品的开发、生产及销售业务，后为满足客户一站式采购需求，逐步将产品种类扩展至宠物玩具、服饰、牵引用品及日用品等其他品类。其中，宠物窝垫、猫爬架产品始终为公司最主要的产品类型，而宠物玩具等其他宠物用品则具有产品类型众多、材料工艺差异较大等特点，在现有业务规模下，公司利用外协加工配套资源，即可实现宠物玩具等其他宠物用品的有效供应。

其次，在产品定位方面，宠物窝垫与猫爬架是最主要的宠物用品之一，满足了猫狗宠物对睡眠休息、活动空间的基本“居住”需求，是公司进入宠物用品行业、积累竞争优势的主要产品。同时，较多客户也是在向公司采购宠物窝垫、猫爬架的基础上，一站式采购宠物玩具、服饰等其他产品。由此，对宠物窝垫与猫爬架保有自有产线，以能够快速实现主要产品的开发打样、工艺调整与批量生产，是公司拓展客户合作、保持竞争优势的重要基础之一。

基于以上主要原因，公司对宠物窝垫、猫爬架产品建立和保留了自有产线，并通过自主生产与外协加工相结合的生产方式，在满足产品订单多样式、小批量的同时，将内部业务更多的聚焦于产品开发等高附加值环节。

在宠物窝垫、猫爬架产品具有自主生产能力的情况下，公司会对部分产品质量、

交期周期要求较高的客户订单采取自主生产方式。同时，公司部分宠物玩具、其他产品也存在产品质量、交货周期要求较高的情况，并通过加强产品质量检控、订单进度管理等措施，确保产品质量与交货周期。

综上，公司对宠物窝垫、猫爬架两大类产品建有自有产线，主要基于发展历程、产品定位等因素；在宠物窝垫、猫爬架具有自主生产与外协加工两种生产方式的情况下，公司对部分产品质量、交货周期要求较高的客户订单实行自主生产，具有充分、合理的商业原因。

（2）结合猫爬架主要工艺流程（如布料剪裁缝纫、板材切割、绕绳）的复杂程度，进一步说明发行人以猫爬架“生产工序相对复杂”解释其自产比例较高是否合理，其他三类产品的生产工序是否明显相对简单

公司主要产品分为猫爬架、宠物窝垫、宠物玩具、其他产品四类。以各品类代表性产品为例，其主要生产工艺流程如下：

主要产品名称	主要工艺流程
猫爬架	原材料检验、布料裁剪、缝纫、板材切割、包毛皮、钉纸管、绕麻柱、组装、检验、包装等
宠物窝垫	原材料检验、布料裁剪、缝纫、充棉、封口、检验、包装等
宠物玩具	原材料检验、伴料、注塑、修剪、检验、包装等（塑胶玩具为例）
宠物服饰	原材料检验、布料裁剪、缝纫、检验、包装等
宠物牵引用具	原材料检验、编纺织、裁剪、缝纫、装配、检验、包装等

注 1：宠物玩具品类较多，不同品类间的工艺差别较大，此处以销量较大的塑胶玩具为例

注 2：其他产品品类较多，不同品类间的工艺差别较大，此处以销量较大的宠物服饰和宠物牵引用具为例

上述工艺流程中，猫爬架的生产工序相对较多，且结构相对复杂，涉及板材、面料、纸管、海绵、麻绳等多类材料。其中，原料特殊性能检测、板材切割、包毛皮、钉纸管、绕麻柱、半成品组装抽查均为其特有工艺。在原料特殊性能检测环节，需要进行板材静曲强度测试，纸管、面料抗压测试，五金件盐雾测试等，以保障原材料质量的稳定；在板材切割环节，需要使用电子锯进行切割，以及用雕刻机加工，对设备使用操作的熟练程度具有相对较高的要求；在包毛皮环节，需要实现面料与板块的紧密贴合，同时通过钉枪的使用防止面料出现褶皱以及松动、脱落；在钉纸管环节，需

要将纸管与车木进行连接,对连接的牢固程度和平整度具有较高要求;在绕麻柱环节,需要通过绕绳机的使用实现麻绳与纸管的紧密贴合,产品需要具备较强的耐抓性以满足猫磨爪、攀爬的习性;在半成品组装抽查环节,需要对加工完成的零部件进行组装检验,检测零部件进行整体连接的稳定性,以满足客户对产品承重能力、平稳性的要求。

猫爬架在各个生产环节均要求较高的加工准确度,若加工过程中单个零件规格与制作标准差异较大,将导致成品无法组装使用,造成较大的生产损失。因此,较高的精度要求也进一步提升了猫爬架生产流程的复杂性。

综上,猫爬架的主要工艺流程相对其他三类产品的工序数较多,各工序对设备使用的操作要求较高,相对具有较高的复杂度。

除工序数更多外,猫爬架的“生产工序相对复杂”还体现在原材料类别、使用设备类别、原材料以及成品的检验内容等方面,具体如下:

产品大类	主要材料	主要使用设备	原材料测试	成品测试
猫爬架	面料、麻绳、板材、海绵、纸管、塑料制品、五金件、包材及其他等主要原材料	电脑裁床、电子锯、推台锯、雕刻机、排钻、爪钉机、绕绳机、钉枪、热熔胶枪等主要生产设备	板材静曲强度测试,麻绳甲醛测试,五金件盐雾测试,纸箱耐破、抗压测试,纸管抗压测试,含水率测试,面料拉力、色牢度、偶氮测试	承重测试、冲击测试、稳定性测试、摔箱测试
宠物窝垫	面料、PP 棉、海绵、包材及其他等主要原材料	摊布机、电脑裁床、缝纫机、装扣机、绣花机、充棉机等主要生产设备	面料拉力、色牢度测试、偶氮测试	耐水洗测试、检针测试
宠物玩具 (塑胶玩具为例)	聚丙烯、聚碳酸酯、ABS 塑料、包材及其他等主要原材料	起吊机、粉碎机、拌料机、注塑机等主要生产设备	酸碱性测试、重金属测试、多环芳香烃测试、无毒测试	承重测试
宠物服饰	面料、喷胶棉、包材及其他等主要原材料	缝纫机、装扣机、绣花机等主要生产设备	面料拉力、色牢度测试、偶氮测试	耐水洗测试、检针测试
宠物牵引用具	织带、绳子、五金件、塑料件、包材及其他等主要原材料	套节机、缝纫机、织带/绳机、裁切机、激光打孔机、锁眼机、热封机等主要生产设备	盐雾测试、拉力测试、色牢度测试、偶氮测试	成品拉力测试

由上表可知，猫爬架相对于其他三类产品，在材料类别、使用设备方面均更加多样。同时，因产品体积相对较大、单位货值相对较高，客户对于猫爬架的稳定性、安全性以及耐用性通常具有更高的要求，检测内容也相对较多。

综上，相对于其他宠物用品，猫爬架的生产工序在工序数量、原材料与设备类别、检测项目等方面较为复杂。发行人以猫爬架“生产工序相对复杂”并可获得相对较高毛利率，对其自产比例较高进行解释具有合理性，符合产品实际情况。

（3）明确披露发行人是否对各类（不论是否非自有品牌）宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、其他产品均负责产品方案设计、生产标准制定环节，报告期内是否存在直接向供应商采购其自行设计产品的情形

关于发行人参与各类产品设计的相关情况，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“一、发行人主要业务、主要产品及其变化情况”之“（二）发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“（3）公司与外协厂商的分工安排情况”中补充披露如下：

公司所销售的宠物用品类型众多，包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子用品以及宠物食品等多系列产品。其中，公司将内部业务重点聚焦于产品开发设计、质量管控及客户开发等环节，对宠物窝垫、猫爬架实行自主生产与外协加工相结合的生产方式，对其他宠物用品主要实行外协加工生产方式，另有宠物食品通过外购成品的方式进行采购。

在产品方案设计方面，公司负责各类宠物窝垫、猫爬架及其他大部分外协加工产品的方案设计（含样品）。对于搪胶、乳胶类宠物玩具，以及宠物碗、铲子、猫厕盆等少部分模具类宠物用品，公司在提供设计方案的同时，部分也会在供应商所提供的原有设计基础上，根据市场需求、客户意见进行不同程度的改进调整，形成新的产品设计方案或样品。同时，公司要求外协供应商严格按照公司提供或双方达成的产品设计方案进行生产，生产后的产品不得向公司以外的第三方进行销售。

在生产质量标准方面，公司会对外协供应商设定生产质量标准、产前样品，并由公司设计与提供包装材料，外协厂商据此进行产品的生产和包装。

由此，公司负责宠物窝垫、猫爬架等大部分产品的方案设计，对于少部分模具类

外协加工宠物用品，则会不同程度的参与产品方案设计，并制定各类产品的生产质量标准；除宠物食品等外购产品外，公司不存在直接向外协供应商采购其自行设计产品的情况。

（4）请保荐人发表明确意见

针对上述事项，保荐人主要履行了如下核查程序：

1、了解发行人各主要产品的细分品类构成情况，查阅主要客户业务合同并访谈公司管理人员，了解公司各类产品生产方式的选择情况；

2、访谈发行人生产与采购部门业务人员，了解猫爬架、窝垫等各类主要产品的工艺流程情况及生产要求，以及主要材料、使用设备及检测内容；

3、访谈发行人设计部业务人员，走访主要外协供应商并查阅相关业务合同，了解发行人参与各主要产品的方案设计及生产质量标准情况。

经核查，保荐人认为：

1、公司对宠物窝垫、猫爬架两大类产品建有自有产线，主要基于发展历程、产品定位等因素；公司说明部分客户对产品质量、交货周期要求较高，是为了解释在宠物窝垫、猫爬架产品具有自主生产与外协加工两种生产方式的情况及前提下，公司选用自产的主要考量因素；

2、相对于其他宠物用品，猫爬架的生产工序在工序数量、原材料与设备类别、检测项目等方面较为复杂。发行人以猫爬架“生产工序相对复杂”并可获得相对较高毛利率，对其自产比例较高进行解释具有合理性，符合产品实际情况；

3、公司负责宠物窝垫、猫爬架等大部分产品的方案设计，对于少部分模具类外协加工宠物用品，则会不同程度的参与产品方案设计，并制定各类产品的生产质量标准；除宠物食品等外购产品外，公司不存在直接向外协供应商采购其自行设计产品的情况。

4. 关于供应商

根据审核问询回复：

（1）发行人外协供应商、原材料供应商分布较为分散，且多为中小企业。发行人认为，该等情形与公司产品种类众多、生产工艺相对简单、单品订单规模较小的业务特征相符。报告期各期末，发行人合格外协供应商数量分别为 824 家、834 家、835 家、833 家。发行人在前次审核问询回复中披露了主要供应商与发行人合作的历史沿革，但对于合作背景的表述较为宽泛，对询价机制的具体流程及采购价格的公允性、供应商家数较多且存在变动的合理性未予以充分披露。

（2）在特定工序产能不能满足生产所需的情况下，发行人会进行工序外协，外协生产商主要负责宠物窝垫的裁剪、缝纫、充棉等，以及猫爬架的钉纸管、绕麻柱、包毛皮等生产环节。根据招股说明书中所列的宠物窝垫、猫爬架生产流程，前述工序外协流程几乎是相关产品的全部生产流程，但发行人仍将相关产品归类为存在“特定工序外协”，而非整体认定为“外协产品”。

请发行人：

（1）以列表方式补充披露报告期各期主要供应商（区分成品外协、工序外协、原材料供应商）的基本情况，对于成立时间与合作时间较为接近的，请具体说明建立合作关系的历史沿革，说明时应避免仅宽泛表述其主要从事某业务或在某行业经验丰富；

（2）补充披露原材料、成品外协和工序外协厂商的数量，发行人在供应商较多的情形下如何对供应商进行定期考核和目录更新，是否存在供应商考核不通过的情形，相关的替代措施；

（3）补充披露发行人负责供应商管理的员工人数及报告期内的变化情况，是否与发行人供应商数量较多且存在变动的情形相匹配；

（4）说明发行人供应商较为分散且以中小企业为主的情形是否与一般意义上制造业“规模效应”相矛盾，是否符合行业惯例；

（5）补充披露发行人涉及工序外协产品的质量控制具体措施，与受托加工方关于

产品质量责任分摊的具体安排；

（6）补充披露报告期发行人总体支付的外协费用，结合报告期内相关产品产量情况，就外协费用波动进行分析；

（7）结合询价机制的具体流程，补充披露单位产品或重量外协加工费的标准，发行人支付给外协厂商的费用与行业普遍水平是否存在差异，相关外协费用定价是否公允；

（8）补充披露宠物窝垫的工艺流程除裁剪、缝纫、充棉以外，猫爬架的工艺流程除钉纸管、绕麻柱、包毛皮以外是否还存在其他核心工艺流程，发行人在外协厂商负责上述工序的情形下将相关产品归类为存在工序外协的自产产品，而非外协产品，是否具有合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明在核查过程中，是否已对发行人供应商较为分散且以中小企业为主的特征予以具有针对性的充分关注，具体执行的核查过程（尤其是与供应商资金流水相关的核查）及核查结论。

回复：

（1）以列表方式补充披露报告期各期主要供应商（区分成品外协、工序外协、原材料供应商）的基本情况，对于成立时间与合作时间较为接近的，请具体说明建立合作关系的历史沿革，说明时应避免仅宽泛表述其主要从事某业务或在某行业经验丰富

公司供应商主要包括原材料供应商和外协供应商两类，其中外协供应商可分为成品外协供应商和工序外协供应商两类。

一、成品外协供应商的基本情况

公司报告期内各期主要成品外协供应商亦为各期主要外协供应商，其基本情况在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、主要原材料和能源供应情况”之“（四）前五名供应商的采购情况”之“4、主要供应商基本情况”中补充披露如下：

（1）主要外协供应商情况

报告期内，公司各期前五大外协供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	主营产品	成立时间	注册资本	注册地	股权结构	合作开始时间
1	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	2013-08	100万元	浙江浦江	黄文松持股60%，黄英英持股40%	2013-08
2	浦江县弘进工艺有限公司	宠物窝垫	2016-12	300万元	浙江浦江	周荷英持股100%	2017-07
3	浦江县宏伟工艺有限公司	宠物窝垫	2013-05	100万元	浙江浦江	贾宝英持股50%，蒋萍萍持股50%	2013-08
4	武义新艺休闲用品有限公司	宠物玩具	2011-01	300万元	浙江武义	芦小卫持股60%，施丽萍持股40%	2011-08
5	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	2015-02	20万元	浙江安吉	李杨持股100%	2015-04
6	诸暨海洋特种绳业有限公司	牵引用具	2003-01	187.5万美元	浙江诸暨	翔益企业有限公司持股80%，孙晓中持股20%	2003-06
7	宜春贝恩工艺品有限公司	宠物服饰	2014-10	70万元	江西宜春	徐枝华持股50%，何宋青持股50%	2014-10
8	东阳市东方工艺厂	宠物服饰	1999-02	50万元	浙江东阳	陆兰珍持股100%	2003-06
9	杭州杭景彩印包装有限公司	宠物窝垫	2015-02	50万元	浙江杭州	汪吉平持股95%，郑水火持股5%	2015-02
10	新艺工艺品厂	宠物服饰	2001-02	10万元	浙江桐乡	董建奎持股100%	2003-06
11	嵊州市越悦宠物用品有限公司	宠物窝垫	2018-05	50万元	浙江嵊州	吴亚萍持股100%	2018-06

.....

除东阳市东方工艺厂、新艺工艺品厂外，其余外协供应商成立时间与开始合作时间多在1年以内，主要系由于该等供应商的业务前身已开始从事宠物用品加工业务，或此前已同公司建立了业务合作关系，具体情况说明如下：

序号	供应商名称	合作历史沿革
1	浦江县万欣工艺有限公司	2009年2月，浦江万欣实际控制人黄文松家族成立浦江万欣的前身浦江县万欣工艺品厂并从事宠物窝垫的生产；2012年底，其通过展会与天元

序号	供应商名称	合作历史沿革
		宠物接触并建立业务合作关系；2013年8月，浦江县万欣工艺有限公司成立，由此承接了浦江县万欣工艺品厂与天元宠物的业务合作。
2	浦江县弘进工艺有限公司	2014年开始，浦江弘进的实际控制人周荷英与他人合作在浦江县瑞彤家纺厂从事宠物窝垫的生产；2016年12月，周荷英成立浦江县弘进工艺有限公司；2017年7月，天元宠物通过网络信息接触联系浦江县弘进工艺有限公司，并建立合作关系。
3	浦江县宏伟工艺有限公司	2006年1月，浦江宏伟实际控制人贾宝英家族成立浦江宏伟工艺品厂，从事宠物窝垫生产业务；2012年12月，经他人介绍与天元宠物建立合作关系；2013年5月，浦江县宏伟工艺有限公司成立，由此承接了浦江宏伟工艺品厂与天元宠物的业务合作。
4	武义新艺休闲用品有限公司	2008年起，武义新艺实际控制人芦小卫和施丽萍在武义丰泰工艺品有限公司从事沙滩帐篷、儿童玩具隧道等的销售工作；2011年1月，芦小卫和施丽萍设立武义新艺休闲用品有限公司，专门从事宠物玩具产品的加工生产；后天元宠物通过网络信息途径与武义新艺进行接触并于2011年8月开始业务合作。
5	安吉杨溢家居有限公司	2005年开始，安吉杨溢实际控制人李杨从事宠物用品的外贸工作；2015年2月，李杨设立安吉杨溢家居有限公司，并收购了原天元宠物猫爬架供应商之一安吉绿洲家居用品有限公司的猫爬架业务，由此承接了安吉绿洲家居用品有限公司与天元宠物的业务往来，并于2015年4月开始与天元宠物开展合作。
6	诸暨海洋特种绳业有限公司	1995年1月，诸暨海洋实际控制人孙东起家族设立了诸暨市瑞达织造厂并从事松紧带、缆绳等绳具的生产，1999年经他人介绍与杭州天元工艺品厂接触并进行业务合作。2003年1月，诸暨海洋特种绳业有限公司成立，于2003年6月开始承接诸暨市瑞达织造厂与天元有限的业务合作。
7	宜春贝恩工艺品有限公司	2013年12月，宜春贝恩实际控制人徐技华设立了宜春贝佳工艺品厂并从事服装加工业务，于2014年4月通过展会与天元宠物接触并建立合作关系；2014年10月宜春贝恩工艺品有限公司设立，独立发展宠物用品业务，由此承接了宜春贝佳工艺品厂与天元宠物的业务合作。
8	杭州杭景彩印包装有限公司	2012年1月，汪吉平和陈建霞夫妇设立杭州臻典宠物用品有限公司；2013年3月，天元宠物通过其他供应商介绍与杭州臻典建立合作；2015年2月，汪吉平设立杭州杭景彩印包装有限公司，由该主体承接了原先杭州臻典与天元宠物的业务合作。
9	嵊州市越悦宠物用品有限公司	嵊州越悦控制人吴亚萍早年以家庭手工作坊的形式从事领带、沙发外套、抱枕等的生产与销售，并于2014年开始从事宠物窝垫的生产与销售；2018年5月，因生产规模扩大设立有限公司；2018年8月，嵊州越悦通过他人介绍，正式与天元宠物建立合作关系。

二、工序外协供应商的基本情况

报告期内公司各期前五大工序外协供应商情况，已在招股说明书“第六节 业务与

技术”之“四、主要原材料和能源供应情况”之“（四）前五名供应商的采购情况”之“2、前五大外协供应商情况”中补充披露如下：

报告期内，公司前五大工序外协供应商的基本情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	主要加工内容	加工金额	占营业成本比
2020 年 1-6 月	1	德清辰东宠物用品有限公司	包毛皮、绕麻柱	215.61	0.48%
	2	杭州武林工贸有限公司	缝纫	172.96	0.38%
	3	杭州余杭区星桥街道花花宠物用品加工厂	宠物窝垫、猫爬架辅助工序	136.41	0.30%
	4	杭州吉旺宠物用品有限公司	缝纫	130.74	0.29%
	5	安吉递铺林秋家居厂	包毛皮、绕麻柱	91.81	0.20%
	合计			747.54	1.66%
2019 年 度	1	杭州武林工贸有限公司	缝纫	680.51	0.89%
	2	德清辰东宠物用品有限公司	包毛皮、绕麻柱	338.35	0.44%
	3	安吉递铺林秋家居厂	包毛皮、绕麻柱	180.65	0.24%
	4	杭州余杭区星桥街道星河宠物用品加工厂	宠物窝垫、猫爬架辅助工序	136.14	0.18%
	5	德清县禹越镇永金宠物用品加工厂	包毛皮、绕麻柱	119.52	0.16%
	合计			1,455.17	1.90%
2018 年 度	1	杭州武林工贸有限公司	缝纫	678.53	1.05%
	2	德清辰东宠物用品有限公司	包毛皮、绕麻柱	164.67	0.25%
	3	张玉花	宠物窝垫、猫爬架辅助工序	159.46	0.25%
	4	安吉递铺林秋家居厂	包毛皮、绕麻柱	149.72	0.23%
	5	宋国华	包毛皮、绕麻柱	64.61	0.10%
	合计			1,216.99	1.88%
2017 年 度	1	杭州武林工贸有限公司	缝纫	623.98	1.13%
	2	张玉花	宠物窝垫、猫爬架辅助工序	113.93	0.21%

期间	序号	供应商名称	主要加工内容	加工金额	占营业成本比
	3	安吉递铺林秋家居厂	包毛皮、绕麻柱	74.25	0.13%
	4	德清县禹越镇永金宠物用品加工厂	包毛皮	69.92	0.13%
	5	安吉嘉桦工艺品有限公司	包毛皮、绕麻柱	69.45	0.13%
	合计			951.53	1.73%

注1：公司向杭州武林工贸有限公司的采购额包含向同受浙江省东联集团有限责任公司控制的杭州东晟实业有限责任公司的采购额；

注2：杭州余杭区星桥街道花花宠物用品加工厂和杭州余杭区星桥街道星河宠物用品加工厂分别系张玉花及其配偶控制的单位，合并统计并列示其中交易金额最大的供应商；

注3：公司向德清县禹越镇永金宠物用品加工厂的采购额包含向其经营者陈永金的采购额；

注4：公司向安吉嘉桦工艺品有限公司的采购额包含向其经营者陈亚红的采购额。

公司各期主要工序外协供应商基本情况，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、主要原材料和能源供应情况”之“（四）前五名供应商的采购情况”之“4、主要供应商基本情况”中补充披露如下：

（2）主要工序外协供应商情况

报告期内，公司各期主要工序外协供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	成立时间	注册资本	注册地	股权结构	合作开始时间
1	杭州武林工贸有限公司	纺织类加工等	1991-10	8200.45万元	浙江杭州	浙江省东联集团有限责任公司持股100%	2012-03
2	杭州东晟实业有限责任公司	纺织类加工等	2008-04	800万元	浙江杭州	浙江省东联集团有限责任公司持股100%	2016-06
3	德清辰东宠物用品有限公司	猫爬架加工	2017-03	50万元	浙江德清	何俊奇持股70%，张馨持股30%	2017-03
4	杭州吉旺宠物用品有限公司	宠物窝垫加工	2018-01	200万元	浙江杭州	彭梅梅持股95%，程飞花持股5%	2018-02
5	杭州余杭区星桥街道花花宠物用品加工厂	宠物窝垫、猫爬架加工	2018-10	-	浙江杭州	个体工商户	2018-10

序号	供应商名称	主营业务	成立时间	注册资本	注册地	股权结构	合作开始时间
6	杭州余杭区星桥街道星河宠物用品加工厂	宠物窝垫、猫爬架加工	2019-09	-	浙江杭州	个体工商户	2019-09
7	安吉递铺林秋家居厂	猫爬架加工	2017-08	-	浙江安吉	个体工商户	2017-08
8	德清县禹越镇永金宠物用品加工厂	猫爬架加工	2015-03	-	浙江德清	个体工商户	2015-03
9	宋国华	猫爬架加工	-	-	-	个体	2014-05
10	安吉嘉桦工艺品有限公司	猫爬架加工	2017-01	5万元	浙江安吉	陈亚红持股100%	2017-01

上述工序外协供应商中，除杭州武林工贸有限公司、杭州东晟实业有限责任公司外，其余供应商成立时间与开始合作时间多在1年以内，主要原因系该等供应商的业务前身已开始从事宠物用品加工业务，或此前已同公司建立了业务合作关系，各家公司与天元宠物建立合作的历史沿革情况说明如下：

序号	供应商名称	合作历史沿革
1	德清辰东宠物用品有限公司	德清辰东实际控制人何俊奇2012年3月起在湖州天元先后从事宠物用品质检工作以及业务跟单等工作，2017年1月从湖州天元离职，其与天元宠物不存在关联关系；2017年3月，何俊奇设立德清辰东宠物用品有限公司，同月，因前期工作关系与天元宠物建立业务合作。
2	杭州吉旺宠物用品有限公司	2012年1月，汪吉平和陈建霞夫妇设立杭州臻典宠物用品有限公司；2013年3月，天元宠物通过其他供应商介绍与杭州臻典建立合作；2015年2月，汪吉平设立杭州杭景彩印包装有限公司，承接原先杭州臻典与天元宠物的业务往来；2018年1月，汪吉平设立杭州吉旺宠物用品有限公司后，逐步承接了原先杭州臻典、杭州杭景与天元宠物的业务往来。
3	杭州余杭区星桥街道花花宠物用品加工厂	花花宠物用品加工厂经营者张玉花2003年起在天元宠物担任仓管相关工作，于2015年离职，其与天元宠物不存在关联关系；2016年起，张玉花因前期工作关系，开始承接天元宠物的部分宠物窝垫和猫爬架辅助工序业务，后于2018年10月，成立个体工商户，并继续与天元宠物开展合作。
4	杭州余杭区星桥街道星河宠物用品加工厂	杭州余杭区星桥街道星河宠物用品加工厂经营者鄢子良系杭州余杭区星桥街道花花宠物用品加工厂经营者张玉花的配偶，2019年9月，鄢子良设立杭州余杭区星桥街道星河宠物用品加工厂，承接了部分花花宠物用品加工厂与天元宠物的合作业务。

序号	供应商名称	合作历史沿革
5	安吉递铺林秋家居厂	个体经营者黄民强 2016 年起开始从事宠物用品的加工与生产业务；2017 年 8 月，黄民强成立个体工商户安吉递铺林秋家居厂，并经他人介绍与天元宠物建立业务合作关系。
6	德清县禹越镇永金宠物用品加工厂	2013 年 3 月，个体经营者陈永金经他人介绍与天元宠物接触并建立猫爬架工序加工业务合作关系；2015 年 3 月，陈永金设立德清县禹越镇永金宠物用品加工厂，并承接了天元宠物的相关业务。
7	宋国华	2014 年 5 月，宋国华经他人介绍以个体的形式与天元宠物开展合作；2018 年 12 月，因其自身业务调整，已不再与天元宠物合作。
8	安吉嘉桦工艺品有限公司	2016 年 12 月，个体经营者陈亚红经他人介绍与天元宠物开展合作；2017 年 1 月，陈亚红设立安吉嘉桦工艺品有限公司，并承接了天元宠物的相关业务；2017 年 8 月，因个人原因不再从事宠物用品加工业务，不再与天元宠物发生往来。

三、原材料供应商的基本情况

公司各期主要原材料供应商基本情况在招股书“第六节 业务与技术”之“四、主要原材料和能源供应情况”之“（四）前五名供应商的采购情况”之“4、主要供应商基本情况”中补充披露如下：

（3）主要原材料供应商情况

公司主要原材料供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	主营产品	成立时间	注册资本	注册地	股权结构	合作开始时间
1	扶绥县华侨天然纤维制品有限公司	剑麻制品	2002-01	1,280 万元	广西扶绥	林铅骞持股 90%，林丽花持股 10%	2011-04
2	杭州好旺龙包装印刷有限公司	印刷品	2001-02	800 万元	浙江杭州	殷燕和吕美洲分别持股 49.375%，吕美存和赵建英分别持股 0.625%	2003-06
3	杭州志顺毛绒制品有限公司	面料	2009-05	150 万元	浙江杭州	陈庆助持股 90%，卢小映持股 10%	2009-09
4	浙江盛华包装股份有限公司	纸箱	2007-06	4,500 万元	浙江海宁	邹炳喜持股 51%，方金福持股 10%	2007-09
5	黄山南宇贸易有限公司	板材	2017-11	100 万元	安徽黄山	郑胜业持股 80%，廖儒书持股 20%	2019-01
6	万安绿森木业有限公司	板材	2011-08	6,000 万元	江西万安	陈红根间接持股 60.69%，王丽萍间接持股 36.67%，王怀明间接持股 2.64%	2014-03

序号	供应商名称	主营产品	成立时间	注册资本	注册地	股权结构	合作开始时间
	江西省绿丰环保科技有限公司		2016-07	500万元	江西吉安	王怀明间接持股 51.16%，王丽萍间接持股 23.93%，陈红根间接持股 16.50%	2017-08
7	福建闽佳鑫人造板有限公司	板材	2012-10	1,000万元	福建漳州	黄志荣、严启生、黄勇兵和林海波分别持股 25%	2019-12

.....

此外，杭州志顺毛绒制品有限公司、浙江盛华包装股份有限公司及江西省绿丰环保科技有限公司的成立时间与公司合作时间在一年以内或一年左右，主要系其业务前身或股东即已从事相关业务，或此前已与公司建立了业务合作，具体情况如下：

序号	供应商名称	合作历史沿革
1	杭州志顺毛绒制品有限公司	杭州志顺实际控制人陈庆助 2005 年开始，以家庭手工作坊的形式开始从事毛绒制品加工业务；2009 年 5 月，因规模扩大设立杭州志顺毛绒制品有限公司，并于同年 9 月，同天元宠物建立业务合作关系。
2	浙江盛华包装股份有限公司	盛华包装实际控制人邹炳喜早年设立盛华包装的前身海宁市长安荣达公司包装厂，从事包装与印刷相关工作，于 2003 年同天元有限建立业务合作，2007 年 6 月，邹炳喜设立浙江盛华包装有限公司，并于 2007 年 9 月承接了天元宠物与长安荣达公司的业务合作。
3	江西省绿丰环保科技有限公司	江西省绿丰环保科技有限公司系公司板材供应商万安绿森木业有限公司的同类业务关联方，其成立于 2016 年 7 月，2017 年 8 月起经万安绿森木业介绍与天元宠物建立了合作关系。

(2) 补充披露原材料、成品外协和工序外协厂商的数量，发行人在供应商较多的情形下如何对供应商进行定期考核和目录更新，是否存在供应商考核不通过的情形，相关的替代措施

关于报告期内公司原材料供应商、成品外协和工序外协供应商的数量构成情况，以及公司对供应商的考核管理措施，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（二）发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“（2）外协生产”中补充披露如下：

1) 原材料与外协供应商的管理情况

报告期各期末，公司合格原材料供应商、成品外协供应商和工序外协供应商的数

量如下：

单位：家数

供应商	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
原材料供应商	224	219	192	177
成品外协供应商	545	546	552	536
工序外协供应商	36	36	25	25

.....

在供应商数量较多的情况下，公司对供应商实行分类管理，其中将成品外协供应商分为主要供应商和一般供应商，成品外协主要供应商指供应能力较强、品质良好，且在订单排产、采购价格及交货保障等方面给予公司较大支持力度的供应商；成品外协一般供应商指供应质量符合公司订单需求，但交易不频繁的供应商。报告期内，公司成品外协主要供应商保持在 80 家左右。公司对成品外协主要供应商，与其他供应商采取差异化的考核与目录管理政策，具体如下：

对于成品外协主要供应商，公司每月将从生产能力、质量管理、交货能力等多角度进行定期评估，并于每一年度进行综合评级，结合其日常与月度表现规划下一年度的合作内容。对于发现问题的供应商，公司先协助整改，经综合评估不再符合公司供应商管理要求的，将不再与其进行合作。同时，公司每年不定期对潜在供应商进行调查，相应供应商经综合评定合格的，将纳入到供应商名录之中与其开展合作。

对于原材料供应商、成品外协一般供应商、工序外协供应商，公司对向其采购的每批次货物，都会进行质量抽检和交期测试，并以此为依据进行考核。经评估满足公司与客户相关要求的，公司将继续与其开展合作；若未达到公司与客户相关要求，公司将要求其改正，对于多次未达到相关要求的供应商，将不再与其进行合作。公司每年不定期对市场上的潜在供应商进行调查评估，经评估合格后纳入到供应商名录中与其开展合作。

报告期内，公司各期考核未通过的成品及工序外协供应商分别为 8 家、6 家、5 家及 4 家。对于供应商出现考核未通过的情况，公司将不再向其分配订单。同时，公司对每类主要原材料及外协产品，通常会储备多家主要供应商，部分供应商出现考核

未通过的情况不会影响公司产品的正常外协采购及销售。同时，公司日常会对潜在供应商进行调查评估，考核合格后补充纳入到供应商名录中。

(3) 补充披露发行人负责供应商管理的员工人数及报告期内的变化情况，是否与发行人供应商数量较多且存在变动的情形相匹配；

关于发行人负责供应商管理的员工人数及报告期内的变化情况，与发行人供应商数量较多且存在变动的情形的匹配性，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“(二) 发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“(2) 外协生产”中补充披露如下：

2017 年末至 2020 年 6 月末，公司各期末负责供应商管理的员工人数分别为 46 人、56 人、51 人和 55 人，整体保持上升趋势，与供应商家数增长情况相符。其中，2019 年末供应链相关员工数量略有下降，主要系个别员工于当年末离职，以及公司对部分员工岗位进行了调整所致，公司已于 2020 年对供应商管理人员进行了补充，确保供应链管理组织人员的充足、有效。

报告期内，公司销售及采购规模持续扩大，合格供应商数量亦逐步有所增加。公司针对众多供应商管理建立了分类分层合格供应商目录管理机制，现有供应链相关人员可有效管理品类多样、数量众多的供应商体系，保障公司外协产品的有效供应。

(4) 说明发行人供应商较为分散且以中小企业为主的情形是否与一般意义上制造业“规模效应”相矛盾，是否符合行业惯例；

发行人的外协供应商较为分散并以中小企业为主的情况，与一般意义上制造业“规模效应”不存在矛盾，宠物用品具有产品品类众多、订单批量相对较小、定制化程度较高的行业特征，较少形成规模化的生产加工厂商，公司等综合型宠物用品开发供应企业普遍通过整合产业上游较分散的各品类中小企业，符合宠物用品行业惯例，具体情况说明如下：

首先，宠物用品行业的产品品类、款式众多，涉及宠物的“吃、住、穿、行、玩”等多种生活场景与使用需求，例如宠物食品、窝垫、爬架、服饰、玩具、牵引出行、清洁用具及饮食用具等多类产品。加之宠物的品种、体型、习性多样，各国及地区环境、文化差异，各类宠物用品具有样式、型号众多的特点，下游连锁商超、专业门店

等宠物用品零售企业的产品订单由此具有款式订单批量相对较小、开发设计定制化程度较高的特点。

其次，宠物用品具有准文化创意特征，产品需要结合宠物习性、区域文化、流行元素、实用功能等因素进行产品设计，愈加注重新款式、新功能、新材料及新品类的创新开发，产品的生产加工需要较多人工操作、手工技艺类工序。由此，除宠物食品、尿垫及牵引绳等标准化程度较高的品类，多数宠物用品的加工企业多以中小型“工艺品厂”为主，也促使产品在设计开发与生产加工两方面逐步出现较明显的专业分工。

此外，公司所处的宠物用品行业目前暂无境内上市公司，未有关于同行业公司供应商情况的公开披露信息。根据向浙江省宠物用品行业协会了解到的情况，浙江省内宠物用品生产企业以中小企业为主，与公司供应商以中小企业为主的特征具有一致性。公司经过多年发展，根据实际经营情况和宠物用品行业特征，形成了以中小规模供应商为主的供应商结构，具有商业合理性。

综上，与一般意义上以标准化、规模化为基础的制造业“规模效应”不同，宠物用品普遍具有多品类、小批量及定制化特征，公司外协供应商较为分散并以中小企业为主，符合宠物用品行业惯例，具有商业合理性。

(5) 补充披露发行人涉及工序外协产品的质量控制具体措施，与受托加工方关于产品质量责任分摊的具体安排；

关于发行人涉及工序外协产品的质量控制具体措施，与受托加工方关于产品质量责任分摊的具体安排，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“（二）发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“（1）自主生产”中补充披露如下：

.....

为了保障工序外协的产品加工质量，公司从制度建设、评估考核、样品确认、监督检查等方面建立了多步骤的质量控制制度。首先，在制度建设方面，公司规定了一系列详细的外协工序检测标准，把握重点环节对产品质量的控制；其次，在评估考核方面，公司根据供应商评估考核情况，对供应商实行分类管理，优先向考核情况良好的供应商分配订单；第三，在样品确认方面，公司会对生产前的样品进行确认与检测，

确保样品符合公司标准；第四，在监督检查方面，在生产过程中以及产品出运前，工序外协供应商会进行自检，公司也会委派质量检验人员进行检验；第五，在工序外协产品运回公司后，公司会进行再次全检，检验合格后才会继续后一道工序的生产。通过上述制度，公司对采用工序外协的产品实现了较为严格的质量管控。

通过上述质量管控措施，公司工序外协产品在外协工序上出现质量问题的概率较小。若产品售后出现质量赔偿问题，公司作为产品整体生产供应企业，将先行承担产品赔偿责任，并将进行产品问题追溯分析；如确认产品质量问题是由特定外协工序所引起，公司将向相关工序外协厂商追索相关赔偿损失。

（6）补充披露报告期发行人总体支付的外协费用，结合报告期内相关产品产量情况，就外协费用波动进行分析；

关于报告期内发行人外协费用及其与产品产量的相关情况，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“（二）发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“（1）自主生产”中补充披露如下：

报告期内，公司工序外协主要涉及宠物窝垫和猫爬架的生产过程，各期外协费用占两类产品合计自产营业成本的比例依次为 8.80%、9.89%、10.65%及 13.76%，整体保持在合理、较低水平。其中，各期支付的工序外协加工费用具体如下：

单位：万元、万件、元/件

产品类型	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	外协金额	外协数量	单位加工费	外协金额	外协数量	单位加工费
宠物窝垫	640.93	64.88	9.88	982.75	113.90	8.63
猫爬架	725.63	79.84	9.09	1,071.88	142.89	7.50
总计	1,366.56	144.72	9.44	2,054.63	256.79	8.00
产品类型	2018 年度			2017 年度		
	外协金额	外协数量	单位加工费	外协金额	外协数量	单位加工费
宠物窝垫	828.68	133.86	6.19	934.44	178.07	5.25
猫爬架	576.03	119.03	4.84	429.36	123.32	3.48
总计	1,404.72	252.89	5.55	1,363.80	301.38	4.53

注：表格中的数量指生产过程中涉及工序外协的产品生产数量。

1) 宠物窝垫

公司自有宠物窝垫产线具有全工序加工能力，在具体生产过程中，为加快订单生产进度，存在将部分产品的中间某项或多项工序进行外协的情况。报告期内，公司宠物窝垫产品的各主要生产工序及自产与外协情况如下：

项目	原材料检验	布料裁剪	缝纫	充棉	封口	检验	包装
自产工序	有	有	有	有	有	有	有
部分外协	-	有	有	有	有	-	-

如上表所示，公司窝垫产品的工序外协以缝纫、充棉（含封口，下同）为主。报告期内，公司宠物窝垫的单位外协工序加工费逐步略有提高，主要是由于加工费用略高的充棉工序外协占比提高，以及缝纫工序的单位加工费有所提升所致。公司在宠物窝垫生产过程中，会根据订单的排产情况，就部分缝纫、充棉工序或者少量裁剪等其他工序进行外协。其中，缝纫与充棉为主要的工序外协，充棉工序单位加工费在 6.5 元/件左右，缝纫工序因工艺差异波动，其单位加工费通常在 4-6 元/件范围内。

2018 年度，公司宠物窝垫产品支付的工序外协费用相比于 2017 年度略有减少，主要系当年度受宠物窝垫生产线调整的影响，窝垫产品的自产规模有所减少，相应减少了工序外协加工数量。同时，当年度单位工序外协产品的加工费相比于 2017 年有所增加，一方面系公司产品中高货值产品增加，外协缝纫工序工作量及单位加工费相应有所增加；另一方面，公司减少了面料绣花、印花等部分低单价的工序外协，使得整体平均单位产品的外协工序费用略有增加。

2019 年度，公司完成了对宠物窝垫和猫爬架的产线调整，宠物窝垫的部分生产场地被用于猫爬架产线的扩产。由于自产宠物窝垫产能及产量的减少，工序外协加工数量同步也有所减少。在加工单价方面，随着高货值产品比例的进一步提高，缝纫工序外协单价亦有所增加；此外，受生产场地限制，公司将部分产品的缝纫与充棉工序同时进行了外协加工，使得单位产品的工序外协加工费整体明显有所增加。

2020 年 1-6 月，工序外协产品的单位加工费增长至 9.88 元/件，主要系上半年度公司为了消除新冠疫情对订单交付的影响，加快产品的生产交货，相应增加了缝纫与充棉的工序外协数量，使得整体单位工序外协费用有所增加。

2) 猫爬架

公司猫爬架自有产线具有全工序流程生产能力，在具体生产过程中，为加快订单

生产进度，存在将部分产品的中间某项或多项工序进行外协的情况，报告期内，公司猫爬架产品的各主要生产工序及自产与外协情况如下：

工序	材料 检验	布料 裁剪	布料 缝纫	板材 切割	包毛皮	钉纸管	绕麻柱	组装	检验	包装
自产工序	有	有	有	有	有	有	有	有	有	有
部分外协	-	-	有	-	有	有	有	-	-	-

注：布料裁剪、缝纫工序与板材切割工序为并行工序，包毛皮（又称“组合成型”）指将加工后的面料与板材进行组合的工序，钉纸管、绕麻柱工序与包毛皮工序为并行工序。

如上表所示，公司自产猫爬架存在部分外协工序的环节以包毛皮、绕麻柱为主，该等工序的单位加工费相对稳定。其中，包毛皮的单位加工费约 0.55 元/块左右，绕麻柱的单位加工费约 0.43 元/根左右。单个猫爬架产品通常由 6-15 块不等的板材及 3-10 根不等的麻柱组成，且根据结构规格的不同，各款产品所需板材与麻柱的大小、长度及数量不一；同时，猫爬架款式越复杂，通常所需的板材和麻柱数量亦越多。

2017 年，公司猫爬架产品的工序外协以单工序外协为主，并以包毛皮工序为主。2018 年度，猫爬架产品在单工序外协为主的基础上，部分产品对包毛皮、绕麻柱工序均采用了外协，工序外协产品的单位费用有所增加。

2019 年度，猫爬架的工序外协费用由上年度的 576.03 万元增加至 1,071.88 万元，主要系一方面，随着猫爬架产能产量的提升，当期涉及工序外协的产品数量也相应增加；另一方面，为增加产品产量，公司对包毛皮与绕麻柱的多工序外协数量也有所增加，进而使得工序外协整体加工费及单位加工费均有较明显增长。

2020 年 1-6 月，在疫情防控初期，公司产品生产受到了一定影响；复工复产后，为了消除疫情对订单交付的影响，加快产品生产，公司进一步增加了包毛皮与绕麻柱同时进行外协的加工比例，从而使得单位产品外协加工费提高到 9.09 元/件。

综上，公司报告期工序外协费用整体保持在合理、较低范围，各期外协加工费用与期间工序外协产品的产量、工序类型等情况相符，外协费用及加工单价的波动具有合理性。

(7) 结合询价机制的具体流程, 补充披露单位产品或重量外协加工费的标准, 发行人支付给外协厂商的费用与行业普遍水平是否存在差异, 相关外协费用定价是否公允;

关于工序外协加工费的询价流程、费用标准, 以及行业普遍水平的比较情况, 相关外协费用定价的公允性, 招股说明书在“第六节 业务与技术”之“(二) 发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“(1) 自主生产”中补充披露如下:

.....

在特定工序产能不能满足生产所需的情况下, 公司会进行工序外协, 由工序外协厂商按照公司所提供的设计图纸、材料要求、检验标准进行某一工序的加工, 并将半成品交付给公司, 公司与其结算相关加工费。对于工序外协的情况, 由于公司将原材料提供给工序外协厂商之后, 工序外协厂商仅进行简单的加工工序, 物料的形态和功用方面并没有发生本质性的变化, 并且工序外协厂商不承担原材料价格波动的风险, 因此, 公司将该等工序外协按照委托加工业务进行财务处理。

公司宠物窝垫和猫爬架产品货号近千个, 在大小、形状、材质上均不尽相同, 工序外协的价格也根据加工工序的难易程度、耗费时间不同而不尽相同, 由此该两类产品的工序外协加工费用需要根据具体工序协商定价, 无行业统一定价标准。

在定价流程方面, 公司在工序外协询价时, 系以货号及规格为单位, 向合格外协供应商进行询价。对于需要进行外协加工的工序, 公司核价人员会核算该工序进行自产所需的成本费用, 并考虑外协工厂的合理利润, 对工序外协厂商的报价进行评判协商。除通过询价方式外, 公司也会根据测算的自产所需成本费用乘以一定系数, 直接向合格供应商进行报价, 并协商确定工序加工的单价, 一般工序外协报价按照公司计算的自产成本上浮 50%至 80%。加工价格一经确定, 除非供应商基于人工成本大幅变动等原因提出调价, 一般长期按首次确定的价格进行结算。

在价格标准方面, 宠物窝垫的外协工序以缝纫、充棉为主, 充棉工序单位加工费在 6.5 元/件左右, 缝纫工序因工艺差异波动, 其单位加工费通常在 4-6 元/件范围内。该等工序外协加工费通常会随高货值产品的工序工作量及品质要求而有所提高; 报告

期内，公司外协单价的逐年增长与宠物窝垫产品销售单价增长的趋势相一致。

猫爬架的工序外协以包毛皮、绕麻柱为主，包毛皮的平均加工费单价约为 0.55 元/块左右，绕麻柱的平均加工费单价约 0.43 元/根左右，两类工序加工内容及加工费用相对稳定，同时也会因产品复杂程度的提高而有所增加。

综上，公司工序外协加工费的询价定价流程规范、合理，定价标准相对稳定，外协费用定价公允。

(8) 补充披露宠物窝垫的工艺流程除裁剪、缝纫、充棉以外，猫爬架的工艺流程除钉纸管、绕麻柱、包毛皮以外是否还存在其他核心工艺流程，发行人在外协厂商负责上述工序的情形下将相关产品归类为存在工序外协的自产产品，而非外协产品，是否具有合理性。

关于公司产品自产过程中所采取工序外协的具体情况，以及相关产品归为自产而非外协产品的主要原因及其合理性，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“（二）发行人主要业务模式”之“2、生产模式”之“（3）公司与外协厂商的分工安排情况”中补充披露如下：

公司宠物窝垫和猫爬架的生产过程未构成公司以产品开发设计、供应链质量管控为基础的核心技术，部分工序外协并未覆盖生产过程的全部关键工艺流程，产品的主要工艺流程由公司自有产线完成，相关产品归为自产而非外协产品具有合理性，具体原因如下：

首先，宠物窝垫的主要工艺流程包括面料裁剪、缝纫、充棉、封口以及包装等步骤，猫爬架的主要工艺流程则包括布料剪裁、缝纫、板材切割、包毛皮、钉纸管、绕麻柱以及包装等步骤。公司产品的工序外协仅主要涉及宠物窝垫的缝纫、充棉，猫爬架的包毛皮、绕麻柱等部分工序，并未覆盖生产过程的全部主要工艺流程，整体主要的生产工艺流程由公司自有产线完成。

其次，公司产品工序外协是对自有产线生产过程的工序补充，以辅助提高自有产线的生产效率，不同于公司将完整生产流程进行外包的成品外协。对于成品外协，供应商普遍需投入采购各类原材料，公司与其以产品为基础进行定价协商，并由供应商

就产品整体质量、交货周期负责；对于工序外协，公司仅需与供应商就特定工序加工费进行定价协商，该供应商仅就具体外协工序的加工质量承担责任，而由公司直接承担产品的整体质量责任与交货周期。

综上，公司在产品自产过程中，将部分工序实行外协加工，并未覆盖生产过程的全部关键工艺流程，从生产流程、目的作用、定价基础及产品责任等方面来看，将采取部分工序外协的产品，归为自产而非外协产品具有合理性。

（9）请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明在核查过程中，是否已对发行人供应商较为分散且以中小企业为主的特征予以具有针对性的充分关注，具体执行的核查过程（尤其是与供应商资金流水相关的核查）及核查结论

一、对发行人供应商较为分散且以中小企业为主的核查过程及结论

对于发行人供应商较为分散且以中小企业为主的特征，保荐人和申报会计师已经予以具有针对性的充分关注，具体的核查过程如下：

1、查询与宠物行业相关的研究报告，了解行业发展概况；网络检索国内宠物用品行业相关企业，了解行业内的企业发展情况；

2、对发行人供应商管理相关的负责人进行访谈，了解公司供应商筛选、管理相关的流程和制度，了解公司供应商以中小企业为主的原因；

3、获取公司销售和采购明细，分析销售和采购的产品品类、数量特征，就发行人关于供应商以中小企业为主的原因进行验证分析；

4、获取报告期内公司控股股东、实际控制人及其配偶以及其他控制的其他企业，董监高、销售主管人员、采购主管人员、出纳等人员的银行流水，全面核对交易对手方，核查是否存在体外与供应商的资金往来；鉴于公司供应商以中小企业为主且较为分散，而公司与供应商主要采取月结的交易方式，故对上述核查对象中单笔交易金额超过 5 万元的流水进行重点逐笔核查，了解资金来源和去向，核查确认是否存在体外对供应商的资助情况；

5、获取报告期内发行人与主要供应商之间的资金流水情况，就发行人向供应商每

月、每年的付款金额与其向供应商的采购金额之间的匹配性进行核查；

6、访谈浙江省宠物用品行业协会会长，对方表示浙江省内宠物用品生产企业以中小企业为主，发行人供应商以中小企业为主的特征符合行业特征，具有合理性。

经核查，保荐人、申报会计师认为：发行人供应商较为分散且以中小企业为主的特征符合发行人业务实际需求，与宠物用品行业现状相匹配；发行人不存在通过体外资金对供应商进行财务资助等情形。

二、前述问题的核查过程及核查意见

关于前述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取发行人主要供应商名录，对发行人主要供应商进行访谈，了解其历史沿革相关情况；

2、访谈发行人采购部门负责人，了解发行人采购制度，了解发行人如何对供应商进行定期考核和目录更新，以及对供应商考核不通过的替代措施情况；

3、获取发行人报告期各期末负责供应商管理的人员清单以及报告期各期发行人原材料及外协供应商清单，分析供应商管理人员数量及变动情况与主要供应商数量的匹配性；

4、获取发行人涉及工序外协的质量控制制度，发行人与主要受托加工方的协议，查看就产品质量责任分摊相关的协议条款安排；对发行人工序外协相关业务负责人进行访谈，了解工序外协相关的质量控制措施和实施情况，以及报告期内与受托加工方就产品质量责任分摊相关的责任安排；

5、获取报告期各期发行人的外协加工清单，分析加工费波动与产量的关系；

6、获取发行人询价机制相关文件，以及外协加工费定价标准文件，分析报告期各期发行人不同工序外协加工费的变化情况；对浙江省宠物用品行业协会会长进行访谈，了解宠物用品行业普遍的加工费定价机制；

7、获取宠物窝垫和猫爬架的工艺流程图，实地查看两类产品的加工过程；获取发行人报告期各期外协加工明细，分析各工序外协产品的加工工序情况，结合外协工序

数量及重要性，分析工序外协产品作为自产产品的合理性。

经核查，保荐人和申报会计师认为，

1、发行人已按照列表方式详细披露报告期各期主要供应商的基本情况，并对成立时间和合作时间较为接近的供应商合作关系及合作的历史沿革情况进行了详细披露；

2、发行人已对原材料、成品外协和工序外协厂商的数量进行了披露；对于成品外协主要供应商，发行人通过每月的定期评估和每年的综合评级，以及对潜在供应商的不定期调查评估，进行目录更新；对于原材料供应商、成品外协一般供应商、工序外协供应商，发行人通过每批次货物的考核以及对潜在供应商的不定期调查评估，对供应商目录进行更新；

3、报告期内，发行人存在供应商考核不通过的情形，并通过对每类主要原材料及外协产品储备多家主要供应商，并日常对潜在供应商进行调查的方式，对考核不通过的供应商进行替代；

4、报告期内，发行人负责供应商管理的人员变动与供应商较多且存在变动的情形相匹配；

5、发行人针对工序外协产品制定了相应的质量控制措施，能确保工序外协产品质量，由于工序外协厂商仅负责个别工序的生产，公司已对相应工序完成后的半成品进行了全检，并且，公司承担了最终环节的生产及成品检验职责，若发生产品质量赔偿，其中由于工序外协厂商导致的损失，由工序外协厂商承担；

6、报告期内，发行人总体支付的外协费用逐年增长，与公司实际经营情况相匹配，发行人工序外协加工费的定价标准稳定，定价公允；

7、发行人的生产技术并非核心技术，不存在核心工艺流程，发行人在外协厂商负责上述工序的情形下将相关产品归类为存在工序外协的自产产品，而非外协产品，具有合理性。

5. 关于收入和主要客户

根据申报材料及审核问询回复：

(1) 公司经销模式收入均来源于国内市场；2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司经销商数量分别为 39 家、33 家、30 家和 6 家。近年来，公司将国内市场开拓逐步侧重于线上与直销渠道，经销渠道的销售收入逐年减少。

(2) 报告期各期，公司境外销售收入占比分别为 94.53%、91.19%、90.94%和 72.56%，并主要以欧洲、北美洲、大洋洲等发达国家地区为主。报告期内，销售区域为亚洲的外销收入规模逐渐减少。报告期内，公司境内销售占比较低但逐年提高。

(3) 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司外销客户数量分别为 583 家、636 家、672 家及 448 家，内销客户数量分别为 3,375 家、3,848 家、3,897 家及 3,506 家。100 万元以上交易规模的客户构成了公司外销业务的主要来源，且其中 1,000 万元以上销售额的客户合计收入占比在 50%左右。内销客户较多为规模较小的宠物门店、宠物电商及零售客户等，因此内销客户数量众多，但该类小规模客户的合计收入占比较小，境内业务在 2017 年至 2019 年主要来源于 100-1,000 万元交易额的客户群体，主要为宠物电商和进出口公司。

(4) 中介机构对拒绝接受访谈的客户采取了背景调查、查阅往来邮件及系统、获取报关明细等核查手段。

请发行人补充披露：

(1) 报告期内经销商数量变动的原因，各期前五大经销商的基本情况（成立时间、注册资本、销售规模等），结合线上与直销渠道的开拓市场的具体措施分析说明国内市场增长的可持续性；

(2) 销售区域为亚洲的外销收入逐渐减少的原因，欧洲、北美洲、大洋洲等区域具体市场拓展和布局措施，收入增长原因及合理性；

(3) 与海外客户的合作是否违反商业贿赂及美国海外反腐败法等适用的相关法律法规，除美国外的其他出口国是否存在反倾销、反补贴制裁或被采取其他限制进口措

施的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，针对事项（3），请发行人律师发表明确意见。

请保荐人、申报会计师说明：

（1）内销和外销客户的核查方法、核查程序、核查比例及核查结论，在境内外客户数量较多的情况下的选样标准，对不同类型境外客户的核查手段，并说明因疫情影响导致无法按计划核查的经销商及终端走访的替代程序，部分客户的核查未到境外走访而是选择境内办事处走访的原因，相关核查手段是否有效；

（2）回函数据存在差异的比例及原因，采取的替代程序及其有效性、充分性；

（3）对营业收入变动趋势、发生额及截止性测试的核查方法、核查程序、核查比例及核查结论。

回复：

（1）报告期内经销商数量变动的原因，各期前五大经销商的基本情况（成立时间、注册资本、销售规模等），结合线上与直销渠道的开拓市场的具体措施分析说明国内市场增长的可持续性

一、报告期内经销商数量变动的原因说明及各期前五大经销商基本情况

关于报告期内经销商数量变动原因及各期前五大经销商的基本情况，招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（二）发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“（2）国内销售”中补充披露如下：

报告期初，公司宠物用品业务以面向国际市场为主，随着境内宠物产业的成长发展，公司于 2017 年起开始尝试通过经销模式拓展境内市场，并主要面向国内宠物用品线下批发及零售企业发展经销商。报告期内，公司经销商数量及变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
各期初经销商数量	30	33	39	-
当期新增经销商数量	2	1	-	39

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期经销商减少数量	10	4	6	-
转为非经销商客户数量	16	-	-	-
各期末经销商数量	6	30	33	39
经销模式业务收入（万元）	60.65	387.78	499.21	593.94
经销模式业务占比	0.10%	0.37%	0.57%	0.79%

如上表所示，公司报告期内经销商数量逐渐减少，与经销模式业务收入及其占比变动情况相符，主要系近年来我国宠物用品线上电商销售模式发展较快，线下销售渠道发展相对滞后，公司经销业务模式发展未如预期，遂逐步缩减了线下经销模式，将线上与直销渠道作为公司现阶段国内市场重点发展领域。

报告期内，公司各期前五大经销商的基本情况如下：

单位：万元

期间	序号	经销商	成立时间	注册资本	交易金额	销售规模
2020 年 1-6 月	1	上海汤琪贸易有限公司	2011.1.9	200.00	29.68	500
	2	上海佩沃商贸有限公司	2014.11.18	50.00	9.46	500
	3	杭州世禾宠物科技有限公司	2019.3.11	100.00	9.02	300
	4	哈尔滨市道外区多多爱宠物用品商店	2009.2.20	-	7.27	-
	5	长江路经济开发区美琪宠物用品批发部	2014.1.1	-	4.01	800
2019 年度	1	上海佩沃商贸有限公司	2014.11.18	50.00	64.31	500
	2	常州晋发动保宠物用品有限公司	2017.5.24	150.00	34.62	4,000
	3	哈尔滨市道外区多多爱宠物用品商店	2009.2.20	-	33.30	-
	4	长江路经济开发区美琪宠物用品批发部	2014.1.1	-	23.47	500
	5	武汉市黄陂区盘龙城北城宠物用品店	2018.11.2	-	22.88	1,000
2018 年度	1	上海佩沃商贸有限公司	2014.11.18	50.00	62.79	500
	2	哈尔滨市道外区多多爱宠物用品商店	2009.2.20	-	43.55	-
	3	常州晋发动保宠物用品有限公司	2017.5.24	150.00	43.34	3,000
	4	大连家具市场黑眼豆豆宠物用	2006.3.30	-	35.33	-

期间	序号	经销商	成立时间	注册资本	交易金额	销售规模
		品店				
	5	武汉市黄陂区盘龙城北域宠物用品店/曲威	2018.11.2	-	32.65	800
2017年度	1	哈尔滨市道外区多多爱宠物用品商店	2009.2.20	-	51.14	-
	2	常州纳华商贸有限公司	2006.7.26	50.00	45.48	3,000
	3	天津晟联美图贸易有限公司	2014.3.17	100.00	39.24	1,000
	4	大连家具市场黑眼豆豆宠物用品店	2006.3.30	-	36.42	-
	5	昆明牵爱宠物用品有限公司	2016.1.12	100.00	32.56	9,000

注 1：武汉市黄陂区盘龙城北域宠物用品店成立于 2018 年 11 月，成立前系其经营者曲威以个人名义与公司进行交易；常州纳华商贸有限公司和常州晋发动保宠物用品有限公司系受同一自然人控制的公司；部分经销商为个体工商户，无注册资本信息。

注 2：经销商销售规模数据来自于各经销商所出具的确认函，部分销售规模未填列系因相关经销商出于自身考虑拒绝提供其对外销售数据。

如上表所示，由于公司对期间前五大经销商的销售规模较小，双方交易金额通常为各经销商部分产品的采购来源，故经销商销售规模普遍显著大于同公司的交易金额。

二、线上与直销渠道市场开拓具体措施及国内市场增长的可持续性分析

报告期内，公司线上、直销和经销模式下的境内主营业务收入构成如下：

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
线上自营	887.81	5.47%	1,155.54	12.21%	383.28	4.95%	356.19	8.67%
线上寄售	116.46	0.72%	307.5	3.25%	805.73	10.40%	93.09	2.27%
线下直销	15,175.33	93.44%	7,616.22	80.45%	6,061.68	78.22%	3,065.98	74.61%
线下经销	60.65	0.37%	387.78	4.10%	499.21	6.44%	593.94	14.45%
合计	16,240.25	100.00%	9,467.04	100.00%	7,749.90	100.00%	4,109.20	100.00%

关于国内市场增长的可持续性说明，招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（二）发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“（2）国内销售”中补充披露如下：

报告期内，公司国内市场的销售渠道主要为面向零售商、批发商的线下直销渠道，以及通过自营与寄售方式开展的线上销售渠道，期间两类渠道的销售保持了较快增长。

对于境内直销渠道，一方面在宠物用品的销售上，公司根据国内市场流行风格和趋势进行内销产品设计开发，并通过国内展会等方式加强产品推广和销售，同时注重自有品牌的推广；另一方面，2020年起，公司加大了进口宠物食品的销售，开发了天猫海外直营等线上零售商客户。据此，报告期内公司线下直销收入逐年增长，2020年上半年更有大幅增长。

对于境内线上渠道，2017年和2018年，公司线上自营店铺主要为B2B店铺，2019年起，公司在天猫、京东等多平台开设B2C店铺，直接面向终端消费者进行销售；另一方面，除传统宠物用品外，为拓展获客渠道，增强客户黏性，公司亦丰富了线上销售产品品类，拓宽至宠物食品、宠物药品等全宠物产品的销售。据此，报告期内公司线上自营收入于2019年起有明显增长。

综上，报告期内公司境内收入的逐年增长受益于公司在国内宠物市场快速发展的背景下积极开拓直销和线上渠道，随着国内宠物市场的持续发展和公司该等境内渠道的持续业务开拓，公司国内市场的增长具有可持续性。

(2) 销售区域为亚洲的外销收入逐渐减少的原因，欧洲、北美洲、大洋洲等区域具体市场拓展和布局措施，收入增长原因及合理性

由于境外宠物用品市场的发展较早且相对成熟，公司报告期内主营业务收入以境外销售为主，各主要区域的销售收入情况如下：

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
境外	42,941.28	72.56%	95,009.48	90.94%	80,184.54	91.19%	70,998.14	94.53%
其中：欧洲	14,956.14	25.27%	33,912.33	32.46%	32,917.83	37.43%	29,589.61	39.40%
北美洲	13,314.13	22.50%	29,760.54	28.49%	20,855.12	23.72%	19,265.63	25.65%
大洋洲	10,225.93	17.28%	22,171.19	21.22%	17,539.56	19.95%	12,221.80	16.27%
亚洲	3,709.35	6.27%	6,260.63	5.99%	6,544.13	7.44%	7,520.74	10.01%

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
其 他	735.73	1.24%	2,904.79	2.78%	2,327.90	2.65%	2,400.35	3.20%
境内	16,240.25	27.44%	9,467.04	9.06%	7,749.90	8.81%	4,109.20	5.47%
合计	59,181.53	100.00%	104,476.53	100.00%	87,934.44	100.00%	75,107.34	100.00%

一、亚洲外销收入变动原因及市场拓展情况

关于报告期内亚洲外销收入变动原因及市场拓展情况,招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“(二)发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“(1)境外销售”之“(1)亚洲区域外销情况”中补充披露如下:

2017 年度至 2020 年 1-6 月,公司来自亚洲市场的境外销售收入分别为 7,520.74 万元、6,544.13 万元、6,260.63 万元和 3,709.35 万元,所销售国家及地区包括日本、韩国、香港、台湾、泰国、新加坡等。其中,日本市场业务收入占比较高,各期销售收入分别为 5,515.41 万元、4,827.71 万元、4,121.17 万元和 2,239.59 万元,占亚洲外销收入的比例分别为 73.34%、73.77%、65.83%和 60.38%。

2017 年至 2019 年,公司亚洲外销收入逐年有所减少,主要系公司部分日本客户订单有所流失,以致公司对日本及亚洲市场的总体销售规模有所减少。2020 年起,公司进一步加强了对日本市场的投入力度,开展针对性的产品设计,增加日本市场业务人员覆盖,上半年产品销售收入有明显提升,预计 2020 年将出现同比增长。

二、欧洲的具体市场拓展和布局措施及收入增长原因

关于报告期内欧洲的具体市场拓展和布局措施及收入增长原因,招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“(二)发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“(1)境外销售”之“(2)欧洲区域外销情况”中补充披露如下:

2017 年度至 2020 年 1-6 月,公司来自欧洲市场的外销收入分别为 29,589.61 万元、32,917.83 万元、33,912.33 万元和 14,956.14 万元,所销售的国家较多,包括

德国、瑞典、荷兰、法国、英国、西班牙、波兰、意大利、丹麦等，客户以连锁商超和宠物专营店为主。

2017 年至 2019 年，公司欧洲外销收入保持稳定增长，主要系对既有客户 Fressnapf、Birgma 的收入扩大及新增 Miles 等新客户所致。2020 年上半年，受疫情影响，欧洲收入有所下降。

针对欧洲市场的开拓布局，公司主要采取了以下具体措施：

① 通过参加各类国际展会、网络询盘及外部搜索引擎等方式持续开发新客户，同时通过主动推介新产品等方式扩大既有客户销售规模；

② 设立德国子公司欧哈那，一方面筹备在欧洲区域开展宠物用品电商业务，另一方面通过德国子公司招聘当地人员，协助进行市场信息收集和客户开发维护；

③ 公司在欧洲市场目前以德国、瑞典等国销售为主，在英国、法国等欧洲大国的市场占用率相对较低，未来将针对英国、法国市场进行重点开发和突破。

三、北美洲的具体市场拓展和布局措施及收入增长原因

关于报告期内北美洲的具体市场拓展和布局措施及收入增长原因，招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（二）发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“（1）境外销售”之“3）北美洲区域外销情况”中补充披露如下：

2017 年度至 2020 年 1-6 月，公司来自北美洲市场的外销收入分别为 19,265.63 万元、20,855.12 万元、29,760.54 万元和 13,314.13 万元。公司北美洲客户以商超和电商企业为主，并以美国市场为主，占北美洲外销收入的比例在 90%以上。

2017 年和 2018 年，公司北美洲外销收入略有增长，主要系公司对 Elite Pet、Amazon 等客户的销售额有所扩大；2019 年，北美洲外销收入有较大幅增长，系因当期电商客户 Amazon 和 Chewy 增量较大，同时开发了 CANADIAN TIRE 等新增客户。2020 年上半年，受新冠疫情影响，公司北美洲收入有所下降。

北美洲目前是全球最大的宠物市场，针对该市场的开拓布局，公司主要采取了以

下具体措施：

① 通过参加各类国际展会、网络询盘及外部搜索引擎等方式持续开发新客户，同时通过主动推介新产品等方式深耕既有的优质核心客户；

② 公司设有美国子公司欧塞艾，一方面依托欧塞艾平台，建立多渠道品牌，加强自有品牌的销售，另一方面计划由欧塞艾在当地引入销售人员和产品设计人员，开展更具针对性的产品开发与销售推广；

③ 公司以猫爬架为切入点进入美国沃尔玛、Chewy 和 Amazon 等大客户的供应商体系，目前对北美洲市场的销售以猫爬架为主，未来将持续加强产品设计更迭，扩大其他品类的推广销售。

四、大洋洲的具体市场拓展和布局措施及收入增长原因

关于报告期内大洋洲的具体市场拓展和布局措施及收入增长原因，招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（二）发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“（1）境外销售”之“4）大洋洲区域外销情况”中补充披露如下：

2017 年度至 2020 年 1-6 月，公司来自大洋洲的外销收入分别为 12,221.80 万元、17,539.56 万元、22,171.19 万元和 10,225.93 万元，销售国家主要为澳大利亚，主要客户包括 Kmart AUS、TRS 等大型连锁商超。

2017 年至 2019 年，公司大洋洲收入保持较快增长，主要系随着新产品的开发推出，公司对 Kmart AUS 的产品销售单价和销量逐年增长，并于 2018 年起新增了 Target、AMES 等客户。2020 年上半年，受新冠疫情影响，公司大洋洲销售收入有所下降。

针对大洋洲市场的开拓布局，公司主要采取了以下具体措施：

① 通过参加各类国际展会、网络询盘及外部搜索引擎等方式持续开发新客户，同时通过主动推介新产品等方式扩大既有客户销售规模；

② Kmart AUS 系公司大洋洲市场第一大客户，其为澳大利亚最大规模的连锁超市之一，公司始终重视对 Kmart AUS 的产品推介和项目开发，以进一步扩大对 Kmart AUS

宠物用品的销售覆盖率；

③ 公司已进入大洋洲较多知名商超，对专业宠物超市覆盖率较低，将针对专业宠物超市加强产品开发和突破，以进一步扩大大洋洲市场份额。

(3) 与海外客户的合作是否违反商业贿赂及美国海外反腐败法等适用的相关法律法规，除美国外的其他出口国是否存在反倾销、反补贴制裁或被采取其他限制进口措施的风险

关于与海外客户合作过程中遵守商业贿赂等法律法规情形及主要出口国的限制进口措施风险情况，招股说明书在“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“(二) 发行人主要业务模式”之“1、销售模式”之“(1) 境外销售”中补充披露如下：

公司高度重视反行贿、反商业贿赂问题，建立健全了资金管理、销售费用核算等财务内控制度，通过报销凭证审查、费用核算管理，严格管控费用报销情况。公司对员工进行反商业贿赂培训、业务合规培训，要求员工严格按照法律法规及公司制度的相关规定开展业务，不得从事商业贿赂或其他不正当竞争的行为。同时，公司在经营决策制定、市场开拓执行及日常运行管理中严格抵制商业贿赂行为，与海外客户的合作过程未受到过有关违反商业贿赂、反腐败法相关的诉讼制裁及监管处罚，不存在违反商业贿赂、境外反腐败法等相关法律法规的情况。

2018年下半年以来，美国政府对我国进口商品的贸易摩擦加剧，公司部分猫爬架、宠物窝垫等产品被列入加征关税范围，对公司出口美国市场业务产生了一定影响。报告期内，除美国外，公司对外出口产品未受到过其他国家反倾销或反补贴制裁，但不排除如国际经济贸易形势发生不利变化，相关进口国对公司等中国产品采取反倾销或反补贴等制裁的风险。关于出口国制裁措施对公司境外业务经营情况可能造成的不利影响，招股说明书已在“重大事项提示”及“第四节 风险因素”中披露了境外市场环境变化的相关风险。

(4) 请保荐人、申报会计师发表明确意见，针对事项（3），请发行人律师发表明确意见

针对上述事项，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、分析发行人报告期各期经销业务收入明细，取得各期前五大经销商所反馈的基本情况调查信息，并通过企业信用信息公示网站进行调查复核；

2、访谈发行人内销业务管理人员，调查分析经销商变动原因及国内市场主要销售渠道的开拓措施；

3、取得发行人境外业务销售明细，访谈发行人外销业务管理人员，调查分析报告期内各境外销售区域收入变动原因及具体市场开拓和布局情况；

4、访谈发行人销售业务及财务部门管理人员，了解公司反行贿、反商业贿赂的管控情况，以及产品出口国是否存在限制措施的情况。

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内发行人经销商数量的减少，符合发行人加强发展国内线上渠道及直销业务模式、收缩经销业务模式的经营策略调整情况，具有商业合理性；同时，随着国内宠物市场的持续发展，以及发行人境内线上及直销渠道的逐步加强，发行人国内市场的业务增长具有可持续性；

2、发行人针对不同境外销售区域分别采取针对性的市场拓展和布局措施，报告期内亚洲、欧洲、北美洲及大洋洲区域的外销收入变动原因具有合理性；

针对事项（3），保荐人、申报会计师和律师认为：

报告期内，发行人与海外客户的合作过程不存在违反商业贿赂、美国海外反腐败法等相关法律法规的情况；报告期内，除美国外，公司对外出口产品未受到过其他国家、地区的反倾销或反补贴制裁；同时，关于进口国对公司等中国产品采取反倾销或反补贴等制裁的风险，发行人招股说明书已在风险因素部分做出了披露。

(5) 请保荐人、申报会计师说明：内销和外销客户的核查方法、核查程序、核查比例及核查结论，在境内外客户数量较多的情况下的选择标准，对不同类型境外客户的核查手段，并说明因疫情影响导致无法按计划核查的经销商及终端走访的替代程序，部分客户的核查未到境外走访而是选择境内办事处走访的原因，相关核查手段是否有效

一、关于外销客户的核查情况

报告期各期，公司产品销售以国际市场为主，保荐人和申报会计师对发行人的外销客户履行了如下主要核查程序：

1、客户走访

保荐人和申报会计师根据重要性原则，选取了走访前各期收入占比前 50%的外销客户，在此基础上对主要客户进行走访地区划分，将走访区域划分为南欧（含英国）、北欧、美国、澳大利亚、日本五大区域，以此广泛覆盖了发行人主要销售区域。根据前述主要客户的走访路线和时间安排，亦对沿途其他客户进行了随机走访。

走访过程中，由于部分境外客户出于内部管理等考虑拒绝接受访谈，走访人员则会前往客户的终端销售门店进行走访，查看公司所供应产品的在售状态；对于接受访谈的客户，走访人员在访谈客户的同时，也会要求对相关产品在售的终端商超或宠物专营店进行走访验证。此外，走访人员返回后将所拍摄的在售产品信息与公司订单记录进行了核对，确认该等产品系公司所销售的产品。保荐人和申报会计师根据上述重要性、广泛性及随机性原则，走访的境外客户合计 82 家，涉及 12 个国家、39 个境外城市，该等境外客户占发行人报告期各期外销收入的比例分别为 59.80%、66.68%、61.66%和 59.21%。

此外，公司主要客户 Amazon 和 Chewy 因工作人员拒绝接受访谈，且因电商业务模式无终端门店，保荐人和申报会计师除发函询证、穿行测试及查阅海关出口报关记录外，另实施了登录其电商平台抽样购买公司所供应产品、取得报告期内完整交易明细等替代性核查方式。

由此，如包含公司对 Amazon 和 Chewy 的替代性核查程序，公司采取走访核查及

替代性核查程序的客户销售金额占各期外销收入的比例分别达到 67.24%、73.46%、73.54%和 72.68%。

2、函证

保荐人和申报会计师以近三年平均税前利润的 5%确定财务报表整体的重要性水平，按照财务报表整体重要性水平的 55%确定营业收入实际执行的重要性水平，并按财务报表整体重要性水平的 5%确定明显微小错报的临界值。根据确定的实际执行的重要性水平及明显微小错报临界值选择函证对象，其中，对销售额超过重要性水平以上的客户全部发函，对销售额在明显微小错报临界值和重要性水平之间的及明显微小错报水平以下的客户按照系统抽样法选择函证对象，同时，对变动较大的客户也进行函证。报告期内，回函确认的外销收入占各期外销收入的金额的比例分别为 72.53%、70.59%、68.01%及 71.03%。

3、销售穿行测试

保荐人和申报会计师对公司报告期各期前十大客户中的境外客户的销售业务执行了穿行测试，通过抽取客户产品订单并取得其对应的物流单据、出口报关单、商品提单、销售发票及银行收款回单等单据，并与财务数据进行核对，以核查公司对主要境外客户销售的真实性。

4、海关数据核对

保荐人和申报会计师向公司及子公司所在地海关调取公司及各子公司报告期各期的出口数据，并与公司所记载的出口数据进行核对分析，经核查，相关差异系时间性差异、销售出运至保税区或通过一达通平台出口等原因造成，具有合理性。

5、查阅公开信息

通过查阅已上市境外客户的公开披露信息、境外客户官方网站等网上检索方式对公司报告期各期前十大客户中境外客户的基本信息进行核查，结合客户走访等核查程序，核实主要境外客户的基本情况与运营状况。

二、关于内销客户的核查情况

报告期各期，公司内销业务收入占比分别为 5.47%、8.81%、9.06%和 27.44%。保荐人和申报会计师对发行人的外销客户履行了如下主要核查程序：

1、客户走访

对于线下直销和经销客户，保荐人和申报会计师根据重要性原则，选取了各期主要直销和经销客户共 21 家进行了走访或视频访谈（疫情防控期间），该等客户占公司各期内销收入的比例分别为 23.31%、52.23%、51.61%和 75.20%。

2、函证

保荐人和申报会计师选取了报告期包含前五大内销客户在内的重要客户，及变动较大的客户作为函证对象，发函内销客户的销售金额占各期内销收入的比例分别为 50.78%、62.29%、52.70%和 85.94%，回函确认的内销收入占各期内销客户发函金额的比例分别为 72.82%、99.04%、84.31%和 99.61%。

3、销售穿行测试

保荐人和申报会计师对公司报告期各期前十大客户中内销客户的销售业务执行了穿行测试，通过抽取客户产品订单并取得对应物流单据、签收单据、销售发票及银行收款回单等单据，并与财务数据进行核对，以核查公司对主要内销客户销售的真实性。

4、线上销售专项核查

针对境内线上销售业务，保荐人和申报会计师通过查验主要线上店铺的后台交易数据、平台账户流水，并与账面收入、物流记录进行比对分析，确认线上销售的真实性。

5、查阅公开信息

通过网络检索等方式对内销主要客户的基本信息进行核查，结合客户走访等核查结果，核实主要境内客户的基本情况与运营状况。

三、走访核查程序的补充说明

1、疫情期间的替代核查程序

保荐人和申报会计师对公司境外客户的核查工作主要开展于 2020 年 1 月以前，相关走访核查工作未受到疫情影响。部分境内客户的走访核查工作原计划开展于 2020 年上半年，受疫情防控影响，中介机构将部分境内客户的走访形式替代为线上视频访谈。截至本回复出具日，保荐人和申报会计师对客户的访谈核查情况如下：

访谈方式	家数	相关客户销售额（万元）			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现场走访	87	34,910.68	60,364.30	54,019.24	34,910.68
视频访谈	16	2,728.97	3,106.09	3,485.23	2,728.97
合计	103	37,639.65	63,470.39	57,504.47	37,639.65

对于视频方式访谈的客户，保荐人和申报会计师对客户信息和被访谈人信息进行了核实，并取得了客户签字盖章的访谈纪要、营业执照复印件及交易往来资料。如上表所示，公司对境内外客户的访谈核查，以现场走访为主，仅少部分客户走访受疫情影响未能按计划执行现场走访，替代为线上视频访谈，并通过加强收集与分析业务往来资料等核查工作加以补充。

2、客户境内派出机构的核查

保荐人和申报会计师走访的境外客户合计 82 家，其中 18 家走访对象为境外客户负责对接公司业务的境内子公司或境内办事处。该类境外客户在中国通常具有较大规模的产品采购，并由境内工作人员负责境内供应商的遴选合作、商业洽谈，并根据境外客户的产品订单，跟进订单的履行进展、产品抽检及问题沟通等事宜。对于该类境外客户，双方交易订单虽普遍由境外客户所签署，但境外工作人员通常以未直接对接发行人业务为由拒绝接待来访。因此，对于前述情况，走访负责具体业务的境内办事处及相关人员，能够更加有效、充分的核实双方合作情况。保荐人和申报会计师通过发行人与客户的业务往来邮件确认相关被访谈人确系客户人员。

综上，保荐人和申报会计师认为，以上关于发行人境内外客户及交易情况的核查程序具有合理性，相关核查手段有效，证实发行人报告期内销售收入具有真实性。

(6) 请保荐人、申报会计师说明：回函数据存在差异的比例及原因，采取的替代程序及其有效性、充分性

报告期内，公司客户回函数据差异及其占当期营业收入的比例保持在较低水平，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
回函差异金额	594.44	608.03	451.37	301.68
主营业务收入	59,181.53	104,476.52	87,934.45	75,107.34
回函差异占主营业务收入的比例	1.00%	0.58%	0.51%	0.40%

注：回函差异金额系回函确认金额与发函金额的绝对值加计数。

公司境外市场销售业务主要以 FOB 方式交付，少部分采用 CIF 和 EXW 方式，主要按提单等交货凭证所载的日期确认收入，其中采用 EXW 方式的，客户委托货代公司在向公司提货后确认收入。由于部分客户按照接收到的提单数据或者按照仓库收货数据作为回函依据，使得客户收到提单或者仓库收货的时间与公司收入确认时点存在时间性差异，导致回函结果出现小幅数据差异。

保荐人和申报会计师对回函差异客户执行了以下替代核查程序：

1、分析并询问公司财务人员或通过邮件等方式与客户沟通差异原因，获取差异部分涉及的销售明细，追查至对应的报关单、提单等支持性文件，检查是否需要对差异部分进行调整；

2、检查相关客户合同订单中的交付条款，评价收入确认时点合理性；检查提单、报关单，评价收入是否在恰当期间确认；

3、获取客户信用期数据，检查回函差异的部分是否在信用期内回款。

根据以上程序及结果，保荐人和申报会计师认为，关于回函数据差异所执行的替代核查程序及所获取的核查证据充分、有效，发行人收入确认标准符合企业会计准则的要求，收入确认真实、准确、完整。

(7) 请保荐人、申报会计师说明：对营业收入变动趋势、发生额及截止性测试的核查方法、核查程序、核查比例及核查结论

一、对营业收入变动趋势的核查情况

受益于国内外宠物行业的良好发展趋势，公司报告期内营业收入保持平稳、持续增长，未发生重大异常变动，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
营业收入	59,346.59	104,874.07	88,670.53	76,724.78
其中：主营业务收入	59,181.53	104,476.52	87,934.45	75,107.34
其他业务收入	165.06	397.55	736.08	1,617.44
营业收入增长率	-	18.27%	15.57%	-

公司主营业务的持续增长在受益于国内外宠物用品行业良好发展趋势的同时，也得益于公司通过持续、丰富的产品开发能力，高效、可靠的供应链管理体系，在全球市场建立了广泛、稳定的销售渠道与客户资源。

关于营业收入的变动趋势，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具及其他产品的销售收入明细，访谈公司销售业务负责人等，了解各类产品收入变动的原因及合理性，分析产品销售的结构和单价变动是否异常；

2、通过访谈公司管理层及境内外主要客户，分析及核查报告期公司营业收入持续增长的合理性、主要客户业务的合作情况等，结合公司竞争优势、在手订单和现有业务开展情况，评价公司营业收入持续增长的合理性；

3、查阅公司报告期内的收入成本明细，访谈公司销售业务负责人等，分析公司报告期内收入增长的合理性；

4、查阅公司报告期内的主要外销客户的销售订单、出口报关单、提单等相关单据，与公司收入记账凭证及销售明细表数据进行核对；结合外销客户的访谈，了解主要贸易条款、结算货币、付款方式等情况。

经核查，保荐人和申报会计师认为，报告期内公司营业收入的平稳、持续增长具备合理性，符合行业发展状况及公司实际运营情况。

二、对营业收入发生额的核查情况

为核查发行人报告期内收入确认的真实性、完整性、准确性，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解、评估并测试公司自客户订单审批至销售交易入账的收入流程，以及境外销售相关关键内部控制，测试内部控制执行的有效性；

2、取得海关出口证明、中信保协议、投保明细单，与公司出口数据进行对比分析；

3、函证主要客户的销售额并对回函差异执行替代测试，检查账面确认的销售收入是否真实、准确、完整，报告期各期客户回函确认金额占营业收入的比例分别为 68.17%、69.99%、65.12%和 74.94%；

4、通过客户走访方式，了解客户的基本情况、合作背景、交易金额、结算方式、信用政策及关联方关系等情况，报告期各期公司对访谈客户的销售收入占各期营业收入的比例分别为 56.31%、64.85%、60.52%和 63.42%；

5、抽查公司报告期内主要客户销售收入对应的销售订单、报关单、提单等，检查单据中的产品数量、金额、客户名称等信息与公司销售订单、收入记账凭证及销售明细表中数据是否一致，检查收入确认是否存在跨期，上述测试金额占公司各期营业收入的比例分别为 57.62%、60.73%、59.62%、58.96%。

经核查，保荐人和申报会计师认为，报告期内发行人收入确认真实、准确、完整，不存在跨期确认的收入。

三、对营业收入截止性测试的核查情况

为核实收入确认时点的准确性，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、结合行业特征以及公司的主要销售模式，了解公司关于不同销售模式下收入确认的原则、时点、具体依据及相关会计处理，检查销售收入的确认条件、方法及时点是否符合企业会计准则的要求，分析其收入确认政策的合理性。

2、执行细节测试

（1）从明细账到收入确认单据

选取资产负债表日前后 30 天记录的收入明细作为截止性测试样本（其中截止日后测试的结束日期应接近审计报告日），按照等距抽样方法抽取若干样本（其中适当的增加接近资产负债表日的样本量），检查并逐笔核对销售相关业务资料，包括销售订单、提单、报关单、出库单等，检查数量、金额是否与账面一致；

（2）从收入确认单据到明细账

选取资产负债表日前后 30 天销售记录的销售订单、提单、报关单等明细作为测试样本（其中截止日后测试的结束日期应接近审计报告日），按照等距抽样方法抽取若干样本（其中适当的增加接近资产负债表日的样本量），检查对应的记账凭证等，确认公司是否存在提前确认或者延后确认收入的情况。

报告期各期末前后，测试的样本数量分别为 137 笔、252 笔、203 笔、335 笔，测试金额占样本的比例分别为 20.84%、19.27%、22.00%、29.60%，测试样本不存在跨期确认收入的情况。

经核查，保荐人和申报会计师认为，报告期内发行人不存在跨期确认收入的情况。

6. 关于营业成本

根据审核问询回复：

（1）公司自产产品的成本构成包括直接材料、直接人工、制造费用和采购过程中的运输费用等。2020 年 1-6 月直接材料在成本占比下降，主要系受新冠肺炎疫情影响，2020 年 4 月开始主要的原材料采购价格下降所致；2019 年和 2020 年 1-6 月制造费用占比上升主要系公司工序外协增加，导致加工费增加；2018 年直接人工占比高于其他年度系 2018 年公司生产线调整导致产能下降，但是人工成本等固定支出未随产能的下降而明显减少，导致人工费用占比增加。

（2）公司外协产品的成本构成包括购买价款、公司投入的印刷品以及进项税额转出等。公司投入的印刷品主要包括产品吊牌、洗麦、卡头、绑卡、彩盒、彩纸等。

（3）报告期内，自产宠物窝垫平均单位成本均高于外协宠物窝垫，主要系产品生产定位不同所致，公司价格较高的中高端产品以自行生产为主，价格较低的低端、简单产品以外协生产为主。报告期内，除 2017 年度自产猫爬架的单位成本低于外协猫爬架的单位成本外，其余年度的自产猫爬架单位成本均高于外协的单位成本。

请发行人：

（1）补充披露报告期成品外协与工序外协产品对应的单位外协成本的差异；

（2）按照不同产品类型披露成品外协及工序外协的产量及占比、销量、收入及占比、毛利率，工序外协产品归类为自产产品还是外协产品；

（3）结合原材料的提供（如发行人提供，外协厂商自行采购等），外协产品的存放及成品流转，以示例形式说明并补充披露具体的外协过程，各节点的账务处理过程；

（4）补充披露各期自产产品、外协产品、外购产品营业成本二级科目变动的原因及合理性，2018 年直接材料、人工、制造费用均下降的原因，外协产品购买原材料的主要用途，与购买价款的关系；

（5）补充披露发行人财务核算系统是否与外协厂商相对接，结合外协中原材料的耗用登记等，说明成本核算及销售时成本结转的过程。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合上述问题，说明成本核算准确性，是

否存在成本转移的情况。

回复：

(1) 补充披露报告期成品外协与工序外协产品对应的单位外协成本的差异

关于报告期成品外协与工序外协产品对应的单位成本差异情况，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“4、主营业务成本结构构成情况”之“4、主营业务成本结构构成情况”中补充披露如下：

(5) 成品外协与工序外协产品的单位成本

报告期内，公司宠物窝垫和猫爬架产品实行自有产线生产与成品外协加工相结合的生产方式，其中部分产品存在将部分工序进行外协辅助即工序外协的情况。成品外协产品与工序外协相关产品的平均单位成本对比情况如下：

单位：套/元

年 度	产 品	成品外协 单位成本	工序外协相关 产品单位成本	成本差异
2020 年 1-6 月	宠物窝垫	20.46	27.01	-6.55
	猫爬架	56.33	64.14	-7.81
2019 年度	宠物窝垫	19.37	27.98	-8.61
	猫爬架	58.16	60.09	-1.93
2018 年度	宠物窝垫	16.25	27.20	-10.95
	猫爬架	48.91	49.85	-0.94
2017 年度	宠物窝垫	14.67	23.67	-9.00
	猫爬架	54.67	48.09	6.58

如上表所述，报告期内，除 2017 年度猫爬架的成品外协单位成本高于工序外协相关产品的单位成本外，其余期间成品外协单位成本均小于工序外协产品的单位成本，主要系产品结构差异所致。具体情况如下：

1) 宠物窝垫

报告期内，宠物窝垫的成品外协单位成本普遍低于涉及工序外协的自产产品单位成本，主要系由于公司采取成品外协生产方式的产品主要系价格相对较低的窝垫产

品，而涉及工序外协的自产产品通常为价格相对较高的产品，由于产品类型不同使得两类产品的单位成本有所差异。

2) 猫爬架

2017 年度，猫爬架的成品外协单位成本高于工序外协相关产品的单位成本，主要系公司猫爬架产品以自产为主，规模相对较小的成品外协单位成本较易受到特定产品订单的影响。其中，境外 Petco 主要向公司采购价格较高的多功能、多层结构猫爬架，其 2017 年度采购金额为 556.67 万元，该部分猫爬架产品公司主要通过外协厂商生产，由此拉高了外协猫爬架产品的平均单位成本。

2018 年起，公司自有产线逐步开始聚焦于价格相对较高的多功能、多层结构爬架产品，而将相对低端的产品调整为成品外协生产方式，使得成品外协产品的单位成本相对较低；2019 年度至 2020 年 1-6 月，随着公司猫爬架产品的整体升级，成品外协及自产产品的平均单位成本均有所提升，其中由于自有产线的产品定位逐步高于成品外协，二者之间的成本差异随产品结构的变化而逐年增加。

综上，报告期内公司工序外协相关自产产品的平均单位成本普遍高于成品外协单位成本，与公司自有产线的产品定位情况相符，两者的单位成本差异及变动情况具有真实性与合理性。

(2) 按照不同产品类型披露成品外协及工序外协的产量及占比、销量、收入及占比、毛利率，工序外协产品归类为自产产品还是外协产品

一、成品外协及工序外协的产销及毛利率情况

关于成品外协及工序外协的产量及占比、销量、收入及占比、毛利率情况，招股说明书在“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要产品及服务销售收入情况”之“1、销售收入产品构成情况”中补充披露如下：

.....

公司宠物窝垫、猫爬架产品实行自主生产与成品外协相结合的生产方式，其中部分产品存在自产过程中存在将部分工序进行外协辅助即工序外协的情况，其他宠物用品则主要实行成品外协的生产方式。其中，对于成品外协产品，外协厂商负责整个产品

的全部生产过程及质量责任；工序外协供应商主要负责宠物窝垫或猫爬架的特定生产工序，并承担该类特定工序的加工质量责任。

报告期内，宠物窝垫、猫爬架产品涉及成品外协及工序外协的产销情况如下：

单位：万件

年度	产品	成品外协采购产品			工序外协相关自产产品		
		产量	产量占比	销量	产量	产量占比	销量
2020 年 1-6 月	宠物窝垫	321.64	73.48%	315.32	64.88	14.82%	55.99
	猫爬架	35.39	25.60%	31.58	79.84	57.76%	83.43
2019 年度	宠物窝垫	626.04	73.94%	629.19	113.90	13.45%	115.80
	猫爬架	59.67	22.59%	70.73	142.89	54.09%	146.96
2018 年度	宠物窝垫	689.97	74.75%	685.36	133.86	14.50%	128.01
	猫爬架	80.15	32.00%	79.25	119.03	47.53%	114.50
2017 年度	宠物窝垫	590.47	69.42%	592.10	178.07	20.93%	190.53
	猫爬架	62.27	26.27%	60.77	123.32	52.03%	129.52

注：产量占比指成品外协产量和工序外协相关产品占全部同类产品产量的比重。

公司两类产品的成品外协规模，以及外协加工相关产品占自产产品的比例较高，主要系随着公司产品销量的持续扩张，由于受生产人员配置、交货期等因素影响，公司将部分工序及产品生产进行外协，以满足交货要求。工序外协的特定工序相对简单，所涉及的自产产品较多，故涉及外协加工的自产产品占比相对较高。

报告期内，宠物窝垫、猫爬架产品涉及成品外协及工序外协的销售情况如下：

单位：万元

年度	产品	成品外协采购产品				工序外协相关自产产品			
		销售收入	占同类 产品比	占营业 收入比	毛利率	销售收入	占同类 产品比	占营业 收入比	毛利率
2020 年 1-6 月	宠物窝垫	8,791.18	68.63%	14.81%	26.64%	2,122.86	16.57%	3.58%	28.76%
	猫爬架	2,206.50	17.62%	3.72%	19.38%	7,735.49	61.79%	13.03%	30.82%
2019 年度	宠物窝垫	16,478.86	64.51%	15.71%	26.04%	4,587.29	17.96%	4.37%	29.36%
	猫爬架	5,111.37	21.32%	4.87%	19.52%	12,733.17	53.12%	12.14%	30.64%
2018 年度	宠物窝垫	14,991.55	63.70%	16.91%	25.69%	4,950.78	21.04%	5.58%	29.68%
	猫爬架	4,917.76	29.12%	5.55%	21.19%	8,237.08	48.77%	9.29%	30.70%
2017 年度	宠物窝垫	11,967.70	55.27%	15.60%	27.40%	6,405.41	29.58%	8.35%	29.59%

年度	产品	成品外协采购产品				工序外协相关自产产品			
		销售收入	占同类 产品比	占营业 收入比	毛利率	销售收入	占同类 产品比	占营业 收入比	毛利率
	猫爬架	4,160.24	24.48%	5.42%	20.52%	9,075.61	53.40%	11.83%	31.37%

如上表所示，公司涉及工序外协的自产产品毛利率普遍高于成品外协毛利率，一方面系公司该类工序外协产品相对成品外协，保留了主要生产环节的利润空间；另一方面，对于宠物窝垫与猫爬架产品，公司通常将生产工艺相对复杂、质量要求较高的产品实行自主生产，该产品通常也具有相对较高的毛利率。由此，公司涉及工序外协的自产产品毛利率普遍高于成品外协毛利率具有合理性，符合公司实际业务情况。

二、工序外协产品归类为自产产品还是外协产品

公司将工序外协产品归类为自产产品，主要是由于相关工序外协仅为产品生产的部分工艺流程，公司自有产线主导了该类产品的生产过程，并承担了产品的整体质量责任，相关具体原因及合理性说明详见本回复报告“4.关于供应商”之题项（8）的相关回复内容。

（3）结合原材料的提供（如发行人提供，外协厂商自行采购等），外协产品的存放及成品流转，以示例形式说明并补充披露具体的外协过程，各节点的账务处理过程

关于公司具体外协过程及各节点的财务处理过程，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“7、成本的核算、归集、分配和结转方法”之“（2）外协生产”中补充披露如下：

.....

公司成品外协的主要业务流程，以及各节点的相关财务处理情况如下：

步骤	成品外协的主要流程	公司财务处理
1	外协厂商自行采购材料，按公司要求进行生产	不涉及
2	公司提供印刷品，并由包装材料供应商直接运送至外协厂商	根据与供应商的对账结果，借记“主营业务成本”等科目，贷记“应付账款”等科目
3	外协厂商按约定交付产品，交付地主要为公司仓库或出运港	公司取得货物后确认采购，借记“库存商品”，贷记“应付账款”等科目
4	外协厂商开具发票，公司根据信用期	付款时，借记“应付账款”，贷记“银行存款”、

步骤	成品外协的主要流程	公司财务处理
	支付货款	“应付票据”等科目

公司工序外协的主要业务流程，以及各节点的相关财务处理情况如下：

步骤	工序外协的主要流程	公司财务处理
1	公司领取所采购各类原材料，进行面料裁剪、板材切割等工序	借记“生产成本”、“制造费用”，贷记“原材料”、“应付职工薪酬”等科目
2	公司向工序外协供应商提供半成品材料，由后者就特定工序进行外协加工	登记备查簿，暂不进行账务处理；如期末仍未收回则转列于“委托加工物资”科目
3	工序外协完成，验收合格并收回	更新备查簿状态，确认加工费，借记“制造费用”科目，贷记“应付账款”等科目
4	公司将半成品继续加工至完工	继续加工时，借记“生产成本”、“制造费用”科目，贷记“原材料”等科目；完工入库时，借记“库存商品”科目，贷记“生产成本”、“制造费用”科目
5	外协厂商开具发票，公司根据信用期支付货款	付款时，借记“应付账款”，贷记“银行存款”、“应付票据”等科目

如上表所示，公司有关成品外协与工序外协的主要外协过程存在显著差异，两类产品各流程节点的相关会计处理准确、合理，符合企业会计准则相关规定。

（4）补充披露各期自产产品、外协产品、外购产品营业成本二级科目变动的原因及合理性，2018 年直接材料、人工、制造费用均下降的原因，外协产品购买原材料的主要用途，与购买价款的关系

一、自产产品、外协产品、外购产品营业成本二级科目变动的原因及合理性

关于公司各期自产产品、外协产品、外购产品营业成本二级科目变动的原因及合理性，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“4、主营业务成本结构构成情况”中补充披露如下：

（1）自产产品的成本构成

.....

报告期内，公司自产宠物窝垫与猫爬架的分产品成本构成情况如下：

单位：万元

项目	营业成本
----	------

	2020 年 1-6 月	2019 年度	变动额	2018 年度	变动额	2017 年度
宠物窝垫						
直接材料	1,675.26	3,966.95	115.37	3,851.58	-625.64	4,477.22
直接人工	437.20	1,162.43	99.19	1,063.24	34.23	1,029.01
制造费用	717.36	1,229.25	168.84	1,060.41	-187.62	1,248.03
小计	2,829.83	6,358.63	-	5,975.23	-	6,754.27
猫爬架						
直接材料	4,393.11	8,589.02	3,190.21	5,398.81	-224.86	5,623.67
直接人工	1,112.40	1,919.99	655.87	1,264.12	-177.87	1,441.99
制造费用	1,146.78	1,703.09	783.78	919.31	41.88	877.43
其他[注 1]	450.60	729.84	82.32	647.52	-157.12	804.64
小计	7,102.90	12,941.94	-	8,229.78	-	8,747.72

注 1：自产猫爬架的其他成本项目主要系公司美国子公司欧塞艾向公司内部采购商品过程中发生的海运费、装卸费等费用；

1) 宠物窝垫

2019 年度较 2018 年度，直接材料、直接人工和制造费用分别增加 115.37 万元、99.19 万元和 168.84 万元，其中，直接材料增长比例为 3.00%，高于销量增加的幅度，主要系材料采购单价和产品结构变化的影响所致，由于公司耐抓咬、透气保暖、防水可拆洗等功能产品的产量占比增加导致材料耗用规模增加，故整体上导致耗用的材料单价占比略有上升，导致直接材料增长幅度高于销售规模的增长。制造费用和直接人工发生额增加主要系销量增加所致。

2018 年度较 2017 年度，直接材料、直接人工和制造费用变动额分别为-625.64 万元、34.23 万元和-187.62 万元，除人工费用波动较小外，直接材料和制造费用发生额均有所下降，主要系公司 2018 年 9 月对宠物窝垫、猫爬架的生产线布局进行调整，导致宠物窝垫自产产量下降 27.11 万套、销量下降 53.55 万套，进而导致直接材料、制造费用发生额下降。

2) 猫爬架

2019 年度较 2018 年度，直接材料、直接人工、制造费用分别增加 3,190.21 万元、655.87 万元、783.78 万元，其中，直接材料增长幅度为 59.09%，高于销量的增长幅

度，一方面系由于材料单价提高，如主要原材料剑麻、板材等的单价分别提高 3.13%、4.08%，另外一方面系由于产品结构变化所致，2019 年度公司增加了多功能、多层的中高端猫爬架的销量，导致耗用的材料单价提高。猫爬架产品层数、耐磨、耐抓、耐撕咬等功能的丰富，使得板材、麻绳、面料等原料耗用量相应增加，如 1.5cm 刨花板（CARB 认证 P2）、麻绳白 4.0mm、310G 米色羊羔毛、1.2cm 刨花板（CARB 认证）、全涤毛皮米黄毛皮、全涤炭灰色毛皮等主要原料的采购规模较 2018 年度增加 37.53%；同时，产品功能的丰富使得规格较高的材料使用量增加，带动了材料采购单价的增加，如原材料面料、剑麻、板材的平均采购单价分别较 2018 年度增加 10.99%、3.13%、4.08%。制造费用和直接人工增加主要系由于销售规模增加所致，其中，快速增长的订单所致的工序外协加工费的增长也导致制造费用有所上涨。2019 年度其他成本占比较 2018 年度增加 82.32 万元，主要系境外子公司欧塞艾的采购量增加导致海运费增加。

2018 年度较 2017 年度，直接材料、直接人工、制造费用和其他成本变动分别为 -224.86 万元、-177.87 万元、41.88 万元和 -157.12 万元。直接材料发生额下降一方面系由于自产猫爬架销量下降 18.63 万套，另外一方面系由于部分材料的采购单价下降也导致材料发生额下降，如剑麻的采购单价较上年下降 2.51%。制造费用发生额略有增加，主要系车间改造时，外协加工的比重略有增加，导致制造费用发生额增加。直接人工发生额下降主要系由于销量下降所致。其他成本主要核算子公司欧塞艾的海运费成本，发生额下降主要系更换服务商导致海运费单价下降所致。

.....

（2）外协产品的成本构成

.....

在外协产品的成本核算中，公司的投入材料主要为各类产品包装印刷品，例如产品吊牌、洗麦、卡头、绑卡、彩盒、彩纸、皮标等印刷品，由公司与材料供应商进行采购结算。外协产品的购买价款系公司与成品外协厂商结算的外协产品采购价款，不包括公司向外协供应商所提供的包装原材料。

.....

报告期内，公司各类外协产品的成本构成情况如下：

单位：万元

项 目	营业成本					
	2020 年 1-6 月	2019 年度	变动额	2018 年度	变动额	2017 年度
宠物窝垫						
购买价款	6,324.17	11,946.84	1,220.22	10,726.62	2,294.15	8,432.47
原材料[注 1]	124.84	241.47	-136.49	377.96	167.18	210.78
其他[注 2]	-	-	-35.44	35.44	-10.04	45.48
小 计	6,449.01	12,188.30	-	11,140.01	-	8,688.74
猫爬架						
购买价款	1,499.92	3,391.85	170.83	3,221.02	539.45	2,681.57
原材料[注 1]	62.64	147.49	4.74	142.75	34.66	108.09
其他[注 2]	216.21	574.30	62.14	512.16	-532.85	532.85
小 计	1,778.77	4,113.64	-	3,875.93	-	3,322.50
宠物玩具						
购买价款	6,923.23	16,791.92	1,675.32	15,116.60	1,750.16	13,366.44
原材料[注 1]	231.48	606.47	24.21	582.26	156.55	425.71
其他[注 2]	-	-	-578.96	578.96	78.48	500.48
小 计	7,154.71	17,398.39	-	16,277.82	-	14,292.64
其他宠物用品						
购买价款	7,571.78	19,379.29	4,979.63	14,399.66	3,348.46	11,051.20
原材料[注 1]	222.50	580.63	40.45	540.18	312.30	227.88
其他[注 2]	-	37.37	-617.64	655.01	294.97	360.04
小 计	7,794.28	19,997.29	-	15,594.85	-	11,639.12

注 1：外协产品的营业成本中的原材料主要是公司投入的产品吊牌、洗麦、卡头、绑卡、彩盒、彩纸、皮标等印刷品；

注 2：外协产品的营业成本中的其他成本项目主要系海运费以及出口的进项税额转出。

外协产品主要包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具和其他宠物用品。外协产品的成本主要包括购买价款，公司投入的印刷品以及进项税额转出等。

2018 年较 2017 年, 购买价款、原材料和其他成本分别增加 7,932.21 万元、670.69 万元和 342.72 万元。购买价款增加系订单增加导致产品外协的采购规模增加所致; 原材料成本的增加主要系销量增加导致公司投入的印刷品增加。

2019 年较 2018 年, 购买价款、原材料和其他成本变动额分别为 8,046.00 万元、-67.09 万元和-1,169.89 万元。购买价款增加主要系订单增加导致产品外协的采购规模增加所致; 原材料下降主要系印刷品的采购单价下降所致; 其他成本下降主要系出口退税率变化导致进项税转出额减少所致。

.....

(3) 外购产品的成本构成

.....

报告期内, 公司各类主要外购产品的成本构成情况如下:

单位: 万元

项 目	营业成本					
	2020 年 1-6 月	2019 年度	变动额	2018 年度	变动额	2017 年度
宠物食品						
购买价款	10,549.63	3,105.53	78.25	3,027.28	2,924.53	102.75
其他[注 1]	37.83	-	-	-	-	-
小 计	10,587.46	3,105.53	-	3,027.28	-	102.75
宠物玩具						
购买价款	114.60	-	-	-	-	-
小 计	114.60	-	-	-	-	-
其他宠物用品						
购买价款	1,085.90	10.62	9.80	0.82	-	-
小 计	1,085.90	10.62	-	0.82	-	-

注 1: 外购产品的其他成本项目主要系采购过程中的运输费用等。

外购产品主要为宠物食品。外购产品的成本主要包括购买价款和采购过程中发生的相关运费等。

2018 年, 公司宠物食品的销售规模大幅度增加, 导致购买价款增幅较大; 2019

年度较 2018 年度略有增加，整体变化较小。2020 年 1-6 月，公司积极布局渴望、爱肯拿等国际知名品牌宠物粮食产品的跨境电商进口业务，产品销售规模扩大导致外购价款增加较大。

二、2018 年直接材料、人工、制造费用均有所下降的原因说明

2018 年度宠物窝垫、猫爬架等的直接材料、人工、制造费用发生额均较 2017 年度有所下降，主要原因如下：

1、宠物窝垫

2018 年度较 2017 年度，直接材料、直接人工和制造费用变动额分别为-625.64 万元、34.23 万元和-187.62 万元，除人工费用波动较小外，直接材料和制造费用发生额均有所下降，主要系公司 2018 年 9 月对宠物窝垫、猫爬架的生产线布局进行调整，导致宠物窝垫自产产量下降 27.11 万套、销量下降 53.55 万套，进而导致直接材料、制造费用发生额下降。

2、猫爬架

2018 年度较 2017 年度，直接材料、直接人工、制造费用和其他成本较 2017 年变动-224.86 万元、-177.87 万元、41.88 万元和-157.12 万元。直接材料发生额下降，一方面系由于自产猫爬架销量下降 18.63 万套；另一方面，剑麻等部分材料的采购单价下降也导致材料发生额下降。制造费用发生额略有增加，主要系在公司车间改造期间，外协加工的比重略有增加，导致制造费用发生额增加。直接人工发生额下降则主要系由于销量下降所致。其他成本主要核算子公司欧塞艾的海运费成本，发生额下降主要系更换服务商导致海运费单价下降所致。

上述原因已在本题“一、自产产品、外协产品、外购产品营业成本二级科目变动的原因及合理性”相关披露内容中进行了解释说明。

三、外协产品购买原材料的主要用途及其与购买价款的关系

公司就外协产品所购买原材料，主要系由公司向外协厂商提供的产品包装材料，如吊牌、洗麦、卡头、绑卡、彩盒、彩纸等，并由公司与材料供应商进行采购结算。外协产品的购买价款系公司与成品外协厂商结算的外协产品采购价款，不包括公司向

外协供应商所提供的包装原材料。

上述原因已在本题“一、自产产品、外协产品、外购产品营业成本二级科目变动的原因及合理性”相关披露内容中进行了解释说明。

(5) 补充披露发行人财务核算系统是否与外协厂商相对接，结合外协中原材料的耗用登记等，说明成本核算及销售时成本结转的过程

关于发行人财务核算系统是否与外协厂商建立信息系统对接，成本核算及销售时的成本结转情况，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“7、成本的核算、归集、分配和结转方法”之“（4）销售成本结转”中补充披露如下：

.....

公司财务核算系统与外协厂商尚未建立信息系统对接，材料采购入库、外协加工领料出库、外协完工产品入库均通过公司的财务系统进行核算，公司与供应商通过定期对账确保相关数据的准确性与及时性。

① 工序外协

在工序外协方面，相关原材料耗用的成本核算及销售结转过程如下：

首先，对于领取各类原材料并进行面料裁剪、板材切割等工序，公司按照实际耗用的材料成本等，借记“生产成本”、“制造费用”，贷记“原材料”、“应付职工薪酬”等科目；

其次，在进行工序外协时，公司登记备查簿但暂不进行账务处理；如期末仍未收回则转列于“委托加工物资”科目；外协工序完成并验收合格后，公司更新备查簿同时确认加工费，并借记“制造费用”、“原材料”等科目，贷记“应付账款”等科目；

此后，在半成品继续加工至完工时，公司将实际耗用的材料成本等结转产品成本；在产品销售时，公司按照领用的印刷品成本，借记“主营业务成本”等科目，贷记“应付账款”等科目，同时根据收入确认的时点和依据，确认实现销售并同时结转产品营业成本，营业成本的结转单价采用移动加权平均法进行计价。

② 成品外协

在成品外协方面，公司原材料的耗用系提供给外协厂商的包装印刷材料，相关成本核算及销售成本结转过程如下：

首先，印刷品供应商根据公司指令，将包装材料直接运送至外协厂商，公司根据与供应商的对账结果，借记“主营业务成本”等科目，贷记“应付账款”等科目。

其次，在产品销售时，公司根据收入确认的时点和依据，确认实现销售并同时结转产品营业成本，营业成本的结转单价采用移动加权平均法进行计价。

(6)请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合上述问题，说明成本核算准确性，是否存在成本转移的情况

关于上述事项，保荐人、申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司成品外协与工序外协相关负责人，了解公司外协加工模式、主要外协加工工序、外协流程等；

2、取得成品外协、工序外协产销量、收入及成本明细表，分析成品外协与工序外协产品对应的单位外协成本存在的差异是否合理，检查成品外协与工序外协产品的产品毛利率是否存在异常，并分析其合理性；检查外协加工合同或协议、委外订单、入库单、发票、付款凭证等支持性文件，复核外协加工成本核算的准确性；

3、询问公司生产、财务部门的相关人员，了解工序外协产品归类为自产产品的合理性；了解工序外协、产品外协、存货、生产成本管理流程，关注成本核算归集，关注工序外协、产品外协、存货、生产成本流程的相关会计处理是否合规，并分析存货各环节结转金额的完整性和准确性；

4、复核主营业务成本倒轧表，了解主营业务成本构成，分析其合理性；检查外协产品的购买价款明细核算内容、原材料明细核算内容，分析二者之间是否存在关联；

5、对报告期内公司主要外协厂商执行函证程序，确认外协加工金额、期末应付账款余额的真实性；

6、询问公司生产、财务部门的相关人员，并通过对主要供应商的访谈，了解公司

财务核算系统是否与外协厂商相对接，了解主要供应商的业务范围、经营规模、与公司的合作历史及合作背景、主要采购内容等情况，核查采购的真实性；了解主要供应商与公司是否存在关联关系。

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内公司工序外协相关自产产品的平均单位成本普遍高于成品外协单位成本，与公司自有产线的产品定位情况相符，公司自有产线生产的产品普遍高于外协成品，两者的单位成本差异及变动情况具有真实性与合理性；

2、公司涉及工序外协的自产产品毛利率普遍高于成品外协毛利率，主要系公司该类工序外协产品相对成品外协，保留了主要生产环节的利润空间以及自主生产的产品生产工艺相对复杂、质量要求较高，通常也具有相对较高的毛利率。由此，公司涉及工序外协的自产产品毛利率普遍高于成品外协毛利率具有合理性，符合公司实际业务情况；

3、公司有关成品外协与工序外协的主要外协过程存在显著差异，两类产品各流程节点的相关会计处理准确、合理，符合企业会计准则相关规定；

4、公司自产产品营业成本二级科目变动主要系材料采购单价和产品结构变化导致的直接材料变动以及销量变化导致的直接人工和制造费用变化；外协产品营业成本二级科目变动主要系订单变化导致产品外协的采购规模变化以及销量变化导致的原材料成本变化；外购产品的营业成本二级科目变动主要系产品销售规模扩大所致。公司自产产品、外协产品和外购产品的营业成本二级科目变动符合公司实际情况；

公司 2018 年直接材料、人工、制造费用均出现下降主要系车间改造导致当期销量下降所致，符合公司实际情况；

公司就外协产品所购买原材料，主要系由公司向外协厂商提供的产品包装材料，外协产品的购买价款系公司与成品外协厂商结算的外协产品采购价款，不包括公司向外协供应商所提供的包装原材料，二者核算的内容不一致。

5、公司财务核算系统尚未与外协厂商建立信息系统对接，公司与供应商通过定期对账确保相关数据的准确性与及时性，公司成本核算及销售时的成本结转过程及相关

会计处理准确、合理，符合企业会计相关规定，成本核算准确性，不存在成本转移的情况。

7. 关于应收账款

请发行人补充披露：

(1) 对 Amazon、Fressnapf 进行信用政策调整原因，是否存在通过调整信用政策刺激销售的情况，量化分析信用政策放宽对发行人财务状况的影响。

(2) 对 Chewy 和天猫海外直营的应收款项是否超过有效期，应收款项余额较大的原因，坏账计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 对 Amazon、Fressnapf 进行信用政策调整原因，是否存在通过调整信用政策刺激销售的情况，量化分析信用政策放宽对发行人财务状况的影响

关于 Amazon、Fressnapf 信用政策调整的具体情况已申请豁免披露。

(2) 对 Chewy 和天猫海外直营的应收款项是否超过有效期，应收款项余额较大的原因，坏账计提是否充分

公司 2019 年末及 2020 年 6 月末对 Chewy 和天猫海外直营应收账款余额较大，主要系两客户采购金额增长较快所致，不存在逾期账款的情况，并已根据公司坏账准备相关政策充分计提了相关坏账准备。报告期内，公司对 Chewy 及天猫海外直营的应收账款具体情况及截至 2020 年 10 月 31 日的期后回款情况如下：

单位：万元

时间	客户	应收账款	坏账计提	是否逾期	期后回款	期后回款比例
2019.12.31	Chewy	3,849.66	192.48	否	3,849.66	100.00%
2020.6.30	Chewy	3,243.54	162.18	否	3,243.54	100.00%
	天猫海外直营	2,852.99	142.65	否	2,852.99	100.00%

报告期内，Chewy 和天猫海外直营的经营情况及偿债能力较强、回款情况良好，公司未发生过对 Chewy 和天猫海外直营应收账款的实际损失。据此，公司将该两家客户按组合计提坏账准备，期末计提比例均为 5%，相应坏账准备计提充分。

综上，公司对 Chewy 和天猫海外直营的期末应收款项均在信用期内，相关期末应收账款余额较高与信用期、交货时间等因素相关，该等客户期后回款良好，不存在应收款项预期无法收回的情况，相应坏账准备计提充分。

（3）请保荐人、申报会计师发表明确意见

关于公司前述信用政策相关事项，保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、访谈发行人销售部门负责人，了解公司对 Amazon、Fressnapf 信用政策调整原因；检查信用政策调整前后 Amazon、Fressnapf 的销售明细，分析是否存在通过调整信用政策刺激销售的情况；

2、访谈发行人销售部门负责人，了解公司与 Chewy 和天猫海外直营的合作历史及信用期等情况；

3、对 Chewy 和天猫海外直营的应收款项实施函证程序，检查应收款项核算是否准确；检查公司对客户 Chewy 和天猫海外直营各期末的应收账款余额构成明细，分析应收账款余额是否准确、完整以及是否逾期；

4、通过访谈及网络查册调查 Chewy 和天猫海外直营的基本情况，了解其经营状况是否存在异常；

5、查看发行人坏账计提政策及对 Chewy 和天猫海外直营的坏账计提金额，检查期后回款情况，分析坏账计提是否充分。

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人对 Amazon、Fressnapf 的信用政策均系非产品销售原因做出的调整，具有商业合理性；信用期调整前后双方交易情况未发生重大变化，发行人不存在通过调整信用政策刺激产品销售的情况，信用政策调整未对发行人财务状况产生重大影响；

2、发行人对 Chewy 和天猫海外直营的期末应收款项均在信用期内，相关期末应收账款余额较高与信用期、交货时间等因素相关，该等客户期后回款良好，不存在应收款项预期无法收回的情况，相应坏账准备计提充分。

8. 关于存货

报告期各期末，公司 1 年以上库龄的库存商品金额分别为 362.92 万元、423.64 万元、641.22 万元和 639.98 万元。2017 年末至 2019 年末库存商品逐年有所增加，一方面系由于公司业务规模不断扩大，产品类型不断丰富，导致库存商品备货增加；另一方面，由于部分客户存在取消订单的情况，如果超过 1 年仍未出售，一定程度上也导致报告期内 1 年以上库龄的库存商品增长。

请发行人补充披露：

（1）发行人的备货策略，确定备货规模的依据，各期用于备货和满足订单需求的存货金额、占比，订单覆盖率；

（2）报告期内部分客户取消订单的原因，是否存在质量或其他纠纷。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（1）发行人的备货策略，确定备货规模的依据，各期用于备货和满足订单需求的存货金额、占比及订单覆盖率

关于公司备货政策的具体情况，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）资产构成分析”之“2、流动资产主要构成及变动分析”之“（6）存货”之“8）存货备货情况”中补充披露如下：

对于境外销售，公司执行“以销定产”为主的生产模式，按照订单情况制定产品生产及外协采购计划。其中，公司自主生产所需原材料遵循“以产定购”为主采购模式，根据生产计划、库存情况及原材料市场情况进行采购备货；对于外协采购，公司综合考虑自有产能的饱和利用状况和订单交期等因素，合理安排确定外协采购计划。

对于境内销售，公司综合考虑境内客户历史用量、近期用量变动趋势及市场需求变化情况等因素，确定安全库存规模。其中，2020 年以来，天猫海外直营等客户成为公司主要的进口宠物食品销售客户，公司结合宠物食品的客户采购规模、市场需求预期，增加了存货备货规模。

报告期各期末，公司用于备货和满足订单需求的存货情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售备货	7,207.29	67.55%	3,723.88	50.74%	2,575.69	43.13%	2,047.53	40.02%
订单存货	3,198.01	29.97%	3,352.68	45.68%	3,156.51	52.86%	2,844.96	55.60%
其他	264.87	2.48%	263.08	3.58%	239.76	4.01%	224.08	4.38%
合计	10,670.17	100.00%	7,339.64	100.00%	5,971.96	100.00%	5,116.57	100.00%

注：其他系指客户退回及客户取消订单所对应的存货余额

2017 年末和 2018 年末，公司满足订单需求的存货金额分别为 2,844.96 万元和 3,156.51 万元，订单覆盖率分别为 55.60%和 52.86%，占比较高。2019 年末，由于公司积极布局宠物食品业务，对渴望、爱肯拿等品牌宠物粮食的备货金额增加 1,302.72 万元，使得满足订单需求的存货金额占比相对有所下降；2020 年 6 月末，公司进一步增加了渴望、爱肯拿等品牌宠物粮食的销售备货，同时也提高了猫砂、宠物洁齿水等外购产品的备货规模，使得销售备货占比进一步提高，订单覆盖率相对下降至 29.97%，订单存货规模未发生重大变化。

（2）报告期内部分客户取消订单的原因，是否存在质量或其他纠纷

关于报告期内客户取消订单情况，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）资产构成分析”之“2、流动资产主要构成及变动分析”之“（6）存货”之“8）存货备货情况”中补充披露如下：

报告期内，公司客户取消订单的各期规模在 30 万美元以下，主要系客户下单后提出调整结算价格或产品款式要求、双方未能达成一致等所致，公司将该类情况控制在较小规模内，不存在因质量问题取消订单及产生其他纠纷的情况。报告期内，公司客户取消订单的主要原因及对应金额情况如下：

期间	取消原因	取消订单金额（万美元）
2020 年 1-6 月	客户下单后要求变更产品样式等，交货期未达成一致，协商一致取消合同	3.74
	客户下单后提出降价诉求双方未能达成一致，经协	5.14

期间	取消原因	取消订单金额（万美元）
	商一致取消合同	
	疫情影响导致客户推迟订单，公司为避免损失，经协商一致后取消合同	5.45
	合计	14.33
2019 年度	客户下单后提出降价诉求双方未能达成一致，经协商一致取消合同	24.23
	客户经营困难，公司为避免损失，停止供货	3.25
	合计	27.47
2018 年度	客户下单后提出降价诉求双方未能达成一致，经协商一致取消合同	5.61
	客户下单后要求变更产品样式等，交货期未达成一致，协商一致取消合同	3.28
	合计	8.89
2017 年度	客户下单后提出降价诉求双方未能达成一致，经协商一致取消合同	5.39
	客户下单后要求变更产品样式等，交货期未达成一致，协商一致取消合同	1.66
	客户经营困难，公司为避免损失，停止供货	0.32
	部分产品测试未通过，客户取消订单	0.59
	合计	7.94

如上表所示，公司报告期内客户取消订单的情况及相关合同金额较小。其中，部分订单取消前，公司产品尚未开始生产，未形成存货；对于客户因故取消订单产生的存货，部分商品可转为内销或销售给后续同款产品订单的国外客户；如果库龄超过一定期限未形成二次销售，预计其未来实现销售的可能性极低，公司将对该类产品全额计提存货跌价准备。

报告期内，客户取消订单主要系客户提出调整结算价格、产品款式，双方未能达成一致等原因所致，不存在因质量问题取消订单及产生其他纠纷的情况。

（3）请保荐人、申报会计师发表明确意见

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、访谈公司采购及销售部门负责人，了解公司境内外业务的备货策略；获取公司各期末用于销售备货的存货余额构成明细，以及用于满足订单需求的存货构成明细，

分析余额构成是否合理、存货订单覆盖率变动的主要原因；

2、查阅报告期内客户取消订单的明细，了解报告期内客户取消订单的具体原因、合同金额，以及订单产品（如有）的处理情况。

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司主要根据产品销售预期、客户订单等情况进行产品备货，相关备货依据合理，各期末存货订单覆盖率随内销业务规模增长逐步有所下降，相关订单备货规模未发生重大变化，符合公司实际情况；

2、报告期内，公司客户取消订单的情况及相关合同金额较小，主要系客户下单后提出调整结算价格或产品款式要求、双方未能达成一致所致，不存在因质量问题取消订单及产生其他纠纷的情况。

9. 关于 2020 年 1-6 月业绩情况

2020 年上半年，公司实现营业收入 59,346.59 万元，同比增长 32.51%，主要系当期进口宠物食品跨境电商业务大幅增长，实现了约 12,312.26 万元销售收入；归属于母公司所有者的净利润为 4,021.37 万元，同比增长 7.26%。

2020 年上半年，公司毛利率较上年同期降低 2.07 个百分点，主要系由于毛利率相对较低的宠物食品业务大幅增长所致，如剔除宠物食品业务，公司当期主营业务毛利率 27.03%，与去年同期毛利率未有较大变动。

请发行人补充披露：

(1) 期后报告期的审阅数据及审阅数据后下一期的业绩预测情况，补充披露审阅数据和业绩预测对应变动较大的主要财务数据变化情况及原因，各类收入金额及同比变化情况；

(2) 发行人目前主要在手订单的签约时点，2020 年 1-9 月参与投标、中标及签订新订单的情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 期后报告期的审阅数据及审阅数据后下一期的业绩预测情况，补充披露审阅数据和业绩预测对应变动较大的主要财务数据变化情况及原因，各类收入金额及同比变化情况

关于公司 2020 年 1-9 月的审阅数据及相关变动情况以及 2020 年度的业绩预测情况，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况”中补充披露如下：

公司财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日，2020 年 1-9 月财务报表未经审计，但已经天健会计师审阅，并出具了“天健审[2020]10315 号”《审阅报告》。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员已对公司 2020 年 1-9 月财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、

误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。同时，公司法定代表人、主管会计工作的公司负责人及会计机构负责人已对公司2020年1-9月财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（一）2020年1-9月主要财务信息

公司经天健会计师审阅的2020年1-9月主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020. 9. 30	2019. 12. 31	同比变动
资产总额	91,699.00	76,835.20	19.35%
负债总额	28,892.78	20,019.83	44.32%
所有者权益合计	62,806.22	56,815.37	10.54%
归属于母公司所有者权益合计	62,833.56	56,751.56	10.72%

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	同比变动
营业收入	100,924.08	69,614.55	44.98%
营业利润	9,816.41	6,146.00	59.72%
利润总额	9,818.04	6,145.80	59.75%
净利润	8,069.29	4,845.01	66.55%
归属于母公司股东的净利润	8,091.08	4,956.80	63.23%

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	同比变动
经营活动产生的现金流量净额	-7,904.35	679.60	-1263.09%
投资活动产生的现金流量净额	-5,941.56	-9,528.32	-37.64%
筹资活动产生的现金流量净额	1,955.00	7,164.74	-72.71%
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-432.50	752.44	-157.48%
现金及现金等价物净增加额	-12,323.41	-931.53	1222.92%

4、非经常性损益的主要数据

单位：万元

项目	2020 年 7-9 月	2020 年 1-9 月
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)	203.92	268.77
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	0.19
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	841.45	479.41
除上述各项之外的其他营业收入和支出	0.39	1.44
其他符合非经常性损益定义的损益项目	1.54	8.98
小计	1,047.31	758.78
减:所得税影响数	261.18	188.51
少数股东损益	-	0.01
合计	786.13	570.27

(二) 2020 年 1-9 月财务信息的变动分析

截至 2020 年 9 月 30 日,公司总资产为 91,699.00 万元,较上年末增加 19.35%,资产规模保持稳定增长;公司总负债为 28,892.78 万元,较上年末增加 44.32%,主要系因增加运营资金,以及新厂区建设增加银行借款所致。公司归属于母公司股东权益为 62,833.56 万元,较上年末增加 10.72%,主要系当期所实现的净利润所致。

2020 年 1-9 月,公司实现营业收入 100,924.08 万元,较去年同期增加 44.98%,一方面系由于公司今年新增天猫海外直营等直销渠道客户,导致境内宠物食品销售规模大幅增长,另一方面公司持续扩大与境外客户的合作,使得境外销售规模保持稳定增长。其中,主营业务各类产品收入及同比变化情况如下:

单位:万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动比例
宠物窝垫	21,175.71	17,497.09	21.02%
猫爬架	22,642.70	15,602.92	45.12%
宠物食品	17,941.58	1,435.23	1150.08%
宠物玩具	17,551.85	15,549.87	12.87%
其他产品	21,350.34	19,331.78	10.44%
合计	100,662.18	69,416.88	45.01%

2020 年 1-9 月公司实现归属于母公司的净利润 8,091.08 万元，较去年同期增加 63.23%，主要系销售规模扩大，且去年同期远期外汇合约公允价值亏损金额较大所致。

2020 年 1-9 月，公司经营活动现金流量净额为-7,904.35 万元，主要系当期宠物食品采购备货增加，以及海外仓业务备货规模较大，期末存货净额较上年末增加 156.62%，导致当期经营活动现金流出较多所致。

此外，公司 2020 年 1-9 月扣除所得税影响后归属于母公司股东的非经常性损益净额为 570.27 万元，占同期归属母公司股东的净利润的比例为 7.05%，主要系远期外汇合约产品所产生的公允价值变动损益和投资损益及计入当期损益的政府补助。非经常性损益对公司经营业绩不构成重大影响。

.....

（四）2020 年度的预计经营情况

根据公司 1-9 月经审阅财务数据，并结合 10-11 月经营情况以及 12 月预计在在手订单交付情况，公司预计 2020 年全年实现营业收入 138,000 万元至 140,000 万元，较 2019 年度增长 31.59%至 33.49%，预计归属于母公司所有者的净利润 10,400 万元至 11,000 万元，较 2019 年度增长 19.29%至 26.17%。

随着境内宠物食品销售规模的进一步增加，以及境外客户对宠物窝垫、猫爬架等产品的需求扩大，公司预计 2020 年业绩将继续保持良好增长。但由于四季度以来汇率下行、国际物流运力下降等因素，预计将对全年净利润增长幅度造成一定影响，年度同比增长幅度将较 1-9 月同比增幅有所回落。

上述 2020 年度经营业绩的预计情况系公司初步的评估预计结果，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

（2）发行人目前主要在手订单的签约时点，2020 年 1-9 月参与投标、中标及签订新订单的情况

关于公司主要在手订单签约的相关情况，招股说明书在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况”之“（三）

期后主要在手订单情况”中补充披露如下：

截至 2020 年 9 月 30 日，公司与客户签订的在手订单主要为外销订单，具体如下：

单位：万美元

在手订单 金额区间	2020 年第 1 季度		2020 年第 2 季度		2020 年第 3 季度		合计	
	客户 数量	合计 金额	客户 数量	合计 金额	客户 数量	合计 金额	客户 数量	合计 金额
大于 200	-	-	-	-	3	1,492.09	3	1,492.09
100-150	-	-	-	-	3	406.65	3	406.65
50-100	-	-	-	-	5	350.82	5	350.82
小于 50	37	71.52	103	174.17	401	2,210.31	541	2,456.00
合计	37	71.52	103	174.17	412	4,459.88	552	4,705.56

如上表所述，公司已签订尚未交付的在手订单主要为境外客户订单，订单金额合计 4,705.56 万美元，该等订单均系 2020 年签订，预计交付时间将主要在 2020 年内。其中，涉及少部分一、二季度签订但尚未交付的订单，主要系部分批次约定的交货期未满足，或者客户出于拼柜以降低出运成本等因素考虑而要求延期出货等原因所致。

2020 年 1-9 月，公司新签订的订单金额合计约 120,904.27 万元。公司不存在通过项目投标方式取得客户订单的情况。对于新客户，公司主要通过客户引荐、展会洽谈、客户拜访等方式开发和取得新客户订单。其中，2020 年为应对全球疫情对公司生产经营的影响，公司积极与国际客户保持线上联络和新品推介，并通过参加线上广交会等方式开发新客户。对于老客户，公司则主要通过与客户直接洽谈取得订单。

（3）请保荐人、申报会计师发表明确意见

保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈公司管理层，查阅公司 2020 年 1-9 月财务与经营数据，了解相关财务信息变动情况，结合报告期内经营数据，分析相关指标变动的原因及合理性；

2、查阅公司在手订单明细，分析 2020 年 1-9 月新增订单的获取及执行情况，取得公司关于年度经营业绩的预测情况，复核分析业绩预测的合理性。

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司 2020 年 1-9 月主要财务数据的变化原因，以及公司 2020 年度经营业绩的预测情况符合公司业务实际情况，具有合理性；

2、截至 2020 年 9 月 30 日，公司在手订单均系于当年内签订，订单情况整体较好；公司不存在通过项目投标方式取得客户订单的情况，并主要通过直接洽谈、客户引荐、展会洽谈等方式开发客户及取得订单。

10. 关于可比公司

根据申报材料及审核问询回复，发行人进行同行业比较的公司包括中宠股份、佩蒂股份、中胤时尚、起步股份、安奈儿等，其中仅中宠股份、佩蒂股份产品属于宠物用品。宠物行业上市中宠股份和佩蒂股份均以宠物食品为主要产品，而发行人产品类型较为多样且以猫爬架、宠物窝垫为主；中胤时尚、起步股份、安奈儿主要产品系服装服饰类日用品，与发行人存在较大差异。

请发行人结合宠物用品行业内宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、其他产品（如有必要应进一步细分为日用品、服务、牵引用具、宠物食品等）等细分行业的竞争对手，进一步扩大可比公司范围，对财务报表重要科目金额（余额）、重要财务指标（如毛利率）变动的原因及合理性、业务模式的合理性（如供应商较为分散且以中小企业为主）进行比较分析，并予以披露。

请保荐人发表明确意见。

回复：

（1）请发行人结合宠物用品行业内宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、其他产品（如有必要应进一步细分为日用品、服务、牵引用具、宠物食品等）等细分行业的竞争对手，进一步扩大可比公司范围，对财务报表重要科目金额（余额）、重要财务指标（如毛利率）变动的原因及合理性、业务模式的合理性（如供应商较为分散且以中小企业为主）进行比较分析

一、关于可比公司范围

报告期内，公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，随着市场覆盖和产品开发能力的拓展与提升，产品品类由各类宠物用品逐步覆盖至宠物食品。由于国内宠物用品市场发展起步较晚，国内 A 股市场尚无以宠物用品生产及销售为主营业务的上市公司。将可比范围扩大至宠物行业，并涵盖国内上市公司、拟上市公司和新三板挂牌公司后，公司的行业可比公司主要如下：

公司	类型	主营业务
中宠股份	深交所上市公司	主要从事犬用及猫用宠物食品的研发、生产和销售，主

公司	类型	主营业务
		主要产品为宠物零食和宠物罐头，存在少量宠物用品销售
佩蒂股份	深交所上市公司	主要从事宠物食品的研发、生产和销售，主要产品包括畜皮咬胶、植物咬胶、营养肉质零食等
路斯股份	新三板挂牌公司	主要从事配合宠物饲料、畜禽肉骨宠物饲料的生产、销售和研发，主要产品包括肉干、罐头、饼干等
依依股份	拟上市公司（审核中）	主要从事一次性卫生护理用品及无纺布的研发、生产和销售，其中，一次性卫生护理用品包括宠物卫生护理用品和个人卫生护理用品
悠派科技	原新三板挂牌公司 （2020年11月摘牌）	主要从事一次性卫生用品的研发、生产与销售，产品包括一次性宠物尿垫、宠物纸尿裤、猫砂、成人纸尿裤、成人纸尿裤片、成人护理尿片等

二、公司与可比公司的比较分析

1、财务报表重要科目金额的比较分析

宠物行业企业的关键业务数据主要为产品销售收入和经营业绩，报告期各期公司营业收入、净利润与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

项目	主体	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	中宠股份	98,848.53	25.58%	171,623.86	21.52%	141,225.83	39.09%	101,535.17
	佩蒂股份	58,169.75	45.35%	100,830.89	15.99%	86,932.18	37.55%	63,199.79
	路斯股份	19,663.52	15.75%	34,640.77	2.15%	33,912.49	9.23%	31,046.00
	依依股份	58,704.32	-	102,769.31	13.76%	90,341.62	21.54%	74,328.63
	悠派科技	47,970.47	101.63%	54,363.63	41.00%	38,555.33	67.24%	23,054.09
	公司	59,346.59	32.51%	104,874.07	18.27%	88,670.53	15.57%	76,724.78
归属于母 公司 股东的净 利润	中宠股份	4,611.62	186.31%	7,900.78	39.97%	5,644.47	-23.39%	7,367.38
	佩蒂股份	4,328.04	88.74%	5,000.71	-64.36%	14,030.68	31.42%	10,676.20
	路斯股份	2,006.86	66.35%	2,959.92	-32.85%	4,407.75	16.79%	3,774.07
	依依股份	11,119.83	-	10,675.15	201.57%	3,539.82	85.48%	1,908.42
	悠派科技	6,243.95	344.76%	1,614.38	31.83%	1,224.55	91.75%	638.63
	公司	4,021.37	7.26%	8,718.40	-0.34%	8,747.93	48.35%	5,896.70

注：2020年1-6月营业收入和归属于母公司的净利润增长率的比较基数为2019年1-6月的同期数据。公司2019年1-6月财务数据未经审计。

同行业上市公司数据来源：Wind。

报告期各期，公司及同行业可比公司的营业收入均保持了较快的增长速度，公司营业收入规模高于路斯股份、悠派科技，与佩蒂股份、依依股份相近，但低于中宠股份。

在净利润方面，公司 2018 年度增幅较大，2019 年则有小幅下降，2020 年上半年有小幅增长。同行业可比公司中佩蒂股份、路斯股份 2019 年由于原材料价格上涨等原因，净利润出现较大幅度下降；中宠股份 2019 年净利润增幅较大主要系因其 2018 年销售费用及研发费用大幅增加，净利润下降，基数相对较低；依依股份、悠派科技因报告期内原材料价格下降、新冠疫情下口罩销售等原因净利润有较大幅增长。

2、重要财务指标的比较分析

（1）毛利率比较情况

报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元、%

公司	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
中宠股份	98,848.53	24.51	171,623.86	23.74	141,225.83	23.28	101,535.17	24.75
佩蒂股份	58,169.75	25.38	100,830.89	24.97	86,932.18	34.76	63,199.79	37.27
路斯股份	19,663.52	23.56	34,640.77	21.45	33,912.49	27.35	31,046.00	28.88
依依股份	58,704.32	28.92	102,769.31	21.92	90,341.62	12.95	74,328.63	14.46
其中：宠物一次性卫生护理用品	48,532.57	22.87	93,162.11	22.55	81,455.03	12.40	65,560.59	13.80
悠派科技	47,970.47	37.83	54,363.63	21.10	38,555.33	19.49	23,054.09	22.81
发行人	59,346.59	24.14	104,874.07	27.15	88,670.53	27.08	76,724.78	28.71
其中：宠物食品	12,338.11	12.99	3,649.92	8.40	3,629.75	16.10	146.86	16.67
尿垫	67.31	25.52	435.27	29.32	653.43	27.84	361.85	31.19

2017 年度至 2019 年度，公司毛利率高于中宠股份，主要系因中宠股份主要按照客户订单和要求加工和销售宠物食品，而公司销售模式中存在较多公司根据客户需求开发设计产品供其选择的情况，产品存在相对较高的附加值及销售毛利率；2020 年上

半年，公司因宠物粮食销售占比大幅增长导致主营业务综合毛利率下降至略低于中宠股份。

佩蒂股份亦以外销为主，其 2017 年度和 2018 年度毛利率较高，主要系其越南生产基地投产、相关成本较低，同时其生产咬胶类产品所需的主要原材料生牛皮及淀粉等原料价格下降所致；2019 年，佩蒂股份由于鸡肉等原材料价格上涨导致其采购成本上升，同时出口至美国的产品承担了一定关税，综合导致其毛利率有较大幅下降；而公司出口美国产品虽存在关税影响，但一方面公司来自美国的收入占比不到 30%，另一方面公司通过产品款式推新及与客户协商分担关税等方式减少关税影响，因此当期综合毛利率未因中美贸易战受到影响；2020 年上半年，佩蒂股份因毛利率较高的植物咬胶和营养肉质零食产品销售占比提升导致当期整体毛利率较上年有所增长，而公司因宠物粮食业务扩大导致毛利率下降并略低于佩蒂股份。

路斯股份亦以外销宠物食品为主，2017 年和 2018 年毛利率与公司无较大差异。2019 年因其主要原材料鸡肉、鸭肉等肉类产品价格持续上涨导致毛利率明显下降，2020 年上半年受原材料价格下降影响毛利率有所回升，故与公司主营业务综合毛利率变动趋势存在差异。

依依股份和悠派科技产品包括宠物用及人用卫生护理用品，公司宠物用品产品则以宠物窝垫、猫爬架、玩具、服饰等为主，报告期各期公司宠物护理用品尿垫的销售规模较小，销售价格较高，因此报告期内毛利率略高，2017 年至 2019 年毛利率高于依依股份和悠派科技。

报告期内，公司宠物食品毛利率显著低于主营宠物食品的中宠股份、佩蒂股份和路斯股份，主要系因公司宠物食品主要为外购产品，故毛利率低于自主研发、自主生产的三家可比公司。

（2）销售费用率比较情况

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中宠股份	10.17%	9.92%	9.91%	6.65%

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
佩蒂股份	6.74%	6.83%	5.01%	3.70%
路斯股份	3.78%	4.62%	5.59%	5.93%
依依股份	0.93%	4.74%	5.36%	6.03%
悠派科技	12.31%	10.26%	8.37%	10.17%
平均值	6.79%	7.27%	6.85%	6.50%
发行人	9.81%	9.98%	9.77%	10.51%

报告期内，公司销售费用率整体高于佩蒂股份，主要与双方的产品和业务特点相关。首先，公司主营产品宠物用品多为体积大、重量轻的产品，运输过程中无法过度堆积，而佩蒂股份的主营产品宠物食品则多为体积小、质量重、可堆积的产品，而相同价值的货物，公司产品的出口及物流相关费用通常远高于重货；其次，公司产品品类规格多、样式更新快，且公司的客户较为分散，前五大客户占营业收入比例不足 40%，远低于客户集中度较高的佩蒂股份，因此公司因持续维护和开发客户所发生的职工薪酬、差旅费及参展费用等销售费用高于佩蒂股份。

中宠股份亦因其主营产品宠物食品属于运输行业的重货，存在出口及物流相关费用低于公司的情况，因此公司 2017 年度销售费用率高于中宠股份。2018 年以来，中宠股份因开拓国内市场业务增加投入，导致销售人员职工薪酬、业务宣传费及销售服务费大幅增长，故而销售费用率与公司相对持平。

报告期内，公司销售费用率整体高于路斯股份，亦主要系因公司产品的出口及物流相关费用高于主营宠物食品的路斯股份，同时公司销售人员占比远大于路斯股份，相关职工薪酬等销售费用高于路斯股份。

公司销售费用率高于依依股份，系因公司客户更加分散，销售人员规模较大，职工薪酬、宣传推广费、差旅费、出口保险费等销售费用高于依依股份。悠派科技虽与依依股份一样主营卫生护理用品，但因其市场开发投入较大，报告期内销售费用率高于依依股份，与公司不存在较大差异。

（3）管理费用率比较情况

报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中宠股份	3.88%	3.57%	3.61%	4.88%
佩蒂股份	6.91%	10.52%	9.46%	8.57%
路斯股份	3.83%	4.01%	3.67%	4.11%
依依股份	1.92%	2.39%	1.68%	2.24%
悠派科技	3.84%	5.46%	4.75%	4.65%
平均值	4.08%	5.19%	4.63%	4.89%
发行人	3.17%	3.74%	3.63%	4.22%

报告期内，公司管理费用率与中宠股份、路斯股份较为接近，不存在重大差异。

公司管理费用率低于佩蒂股份，主要系因其存在修缮费，同时办公费支出较高所致；2018 年和 2019 年度，由于产生较高股份支付费用，佩蒂股份的管理费用率持续上升，与公司的差异扩大；2020 年上半年，随着其股份支付费用的减少，与公司的差异有所缩小。

公司管理费用率高于依依股份，主要系因依依股份组织结构较为简单、管理层级较少，公司管理人员相关职工薪酬高于依依股份所致。

报告期内，公司管理费用率与悠派科技不存在重大差异，悠派科技管理费用率略高系因其中介服务费、租赁费等管理费用高于公司所致。

（4）研发费用率比较情况

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中宠股份	1.29%	1.34%	2.89%	0.28%
佩蒂股份	1.95%	2.57%	2.97%	3.18%
路斯股份	3.08%	3.21%	2.99%	1.60%
依依股份	0.66%	0.80%	0.45%	0.51%
悠派科技	3.08%	2.84%	3.58%	3.19%
平均值	2.01%	2.15%	2.58%	1.75%
发行人	1.15%	1.41%	1.14%	1.22%

报告期内，中宠股份的研发项目主要包括零食、干粮、湿粮、洁齿骨等品类产品；佩蒂股份的研发项目主要包括丰富产品品类、宠物营养健康、宠物食品配方、产品设

备自动化及工艺升级改造等方面；路斯股份的研发方向为其主营的肉干产品、罐头产品等；依依股份、悠派科技的研发方向均为卫生护理产品。该等公司研发项目的研发人员投入和研发物料投入与公司的宠物用品设计开发项目存在较大差异，因此几家可比公司的研发费用率与公司存在一定差异。

（5）资产周转能力比较情况

报告期内，公司资产周转能力主要指标与同行业可比公司比较如下：

项目	公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率（次）	中宠股份	3.71	8.23	9.05	8.71
	佩蒂股份	2.65	5.70	5.46	4.66
	路斯股份	5.58	11.89	12.51	15.89
	依依股份	3.37	6.47	6.53	6.53
	悠派科技	4.83	6.76	7.74	6.58
	平均值	4.03	7.81	8.26	8.47
	发行人	3.31	7.47	8.42	9.13
存货周转率（次）	中宠股份	1.99	4.60	4.55	4.22
	佩蒂股份	2.11	4.17	4.63	5.49
	路斯股份	2.39	4.25	3.95	3.71
	依依股份	4.40	9.86	10.93	11.23
	悠派科技	2.34	4.15	3.85	3.93
	平均值	2.65	5.41	5.58	5.72
	发行人	5.40	12.54	12.97	11.39

因国外发达国家的宠物行业较为成熟，公司与同行业可比公司目前均以境外市场为主，应收账款周转率差异主要系各公司给予客户的信用期不同所致。中宠股份对主要客户给予 10-90 天的信用期；公司多数客户信用期在 30-60 天之间，部分大客户在 90-120 天之间，整体应收账款周转率与中宠股份较为接近。佩蒂股份的应收账款周转率偏低，主要系因佩蒂股份客户主要为信用期相对较长、集中度相对较高的境外企业，例如其前五大客户集中度高达 90%以上，故其整体回款速度相对略慢；路斯股份各期末应收账款余额占营业收入比例较低，或与其客户信用期较短相关，因此报告期内应

收账款周转率显著高于公司。依依股份和悠派科技的主要客户均为境外大型连锁零售商、专业宠物用品连锁店及宠物用品网上销售平台，与公司客户结构相似，但因具体客户存在差异，两家公司的应收账款周转率与公司略有差异。

公司存货周转率显著高于中宠股份、佩蒂股份和路斯股份，主要系公司的宠物用品生产周期和交货期均较短，原材料及库存商品库存规模均较低；而中宠股份和佩蒂股份因主要从事宠物食品的生产与销售，相关产品生产周期相对较长，存货周转率低于公司。依依股份主要实行订单式生产，通过“以销定产”方式组织生产，与公司生产模式较为相似，故而存货周转率与公司较为接近；悠派科技则因美国工厂客户备货导致原材料和库存商品余额较高，存货周转率显著低于公司。

（6）偿债能力比较情况

报告期内，公司流动比率与速动比率与同行业可比公司比较如下：

项目	公司	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率（倍）	中宠股份	1.19	1.33	1.20	2.55
	佩蒂股份	2.92	2.36	3.90	5.67
	路斯股份	3.31	4.04	2.71	1.10
	依依股份	2.72	2.89	1.33	1.32
	悠派科技	1.08	1.09	1.28	1.31
	平均值	2.24	2.34	2.08	2.39
	发行人	1.93	2.26	3.25	3.16
速动比率（倍）	中宠股份	0.66	0.82	0.69	1.66
	佩蒂股份	2.46	1.73	3.12	5.00
	路斯股份	2.27	2.28	1.38	0.46
	依依股份	2.09	2.32	0.94	0.94
	悠派科技	0.62	0.62	0.72	0.70
	平均值	1.62	1.55	1.37	1.75
	发行人	1.51	1.92	2.70	2.69

由于募集资金导致的货币资金、不同业务下的存货备货规模、短期借款等情况的差异，公司与同行业可比公司的流动比率和速动比率存在一定差异。报告期内，除 2019

年末和2020年6月末公司因银行借款有所增加导致流动比率略低于同行业公司平均值外，其余时点公司流动比率、速动比率均高于同行业可比公司平均值。

报告期内，公司资产负债率（合并）与同行业可比公司比较如下：

公司	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
中宠股份	44.86%	44.33%	40.76%	23.36%
佩蒂股份	21.82%	24.20%	17.14%	13.36%
路斯股份	25.04%	21.55%	26.89%	43.86%
依依股份	21.72%	24.42%	43.67%	46.03%
悠派科技	55.31%	54.86%	52.21%	47.27%
平均值	33.75%	33.87%	36.13%	34.78%
发行人	28.66%	26.06%	17.79%	20.47%

报告期内，公司负债规模相对较小，资产负债率低于同行业可比公司平均值，公司整体偿债能力较强。

3、业务模式方面的比较分析

（1）销售模式

由于国际宠物市场发展较为成熟，公司与同行业可比公司报告期内均以外销为主，且主要客户类型均包括境外连锁商超、宠物专营店、宠物电商平台等。

公司与同行业可比公司的主营业务外销收入占比情况对比如下：

公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
中宠股份	76.12%	79.98%	82.16%	84.64%
佩蒂股份	/	85.96%	92.17%	95.18%
路斯股份	82.04%	79.94%	76.92%	76.26%
依依股份	84.58%	91.01%	90.76%	88.42%
悠派科技	/	79.08%	80.22%	82.27%
发行人	72.56%	90.94%	91.19%	94.53%

由上表可见，公司与同行业可比公司均以外销为主，销售模式相似。随着境内业务的开拓，公司与中宠股份、佩蒂股份、悠派科技等可比公司的外销收入占比均在逐

年减少。

（2）采购、生产模式

公司与同行业可比公司的主要采购、生产模式比较情况如下：

公司	采购模式	生产模式
中宠股份	公司生产所需的主要原材料包括肉类、辅料以及包装材料，原材料的采购由采购部统一负责。	公司生产采用以销定产的模式进行。生产车间根据生产计划组织产品生产，生产完成并经质量检测合格后进行包装、入库。
佩蒂股份	公司采购物资可划分为原材料、辅料、包装材料、设备与配件及其他物资五大类。生产所需主要原材料为生皮、鸡肉、淀粉等。	公司采用“以销定产”的模式来组织生产，生产制造部负责具体生产组织。
路斯股份	公司主要向供应商采购鸡、鸭、牛、羊、猪、鱼等各类禽畜肉原料，以及各类产品外包装。	公司通过对各类原料进行深加工，生产出品种多样的宠物食品。
依依股份	公司生产所需要的主要原材料包括：绒毛浆、卫生纸、聚丙烯、流延膜、高分子。公司建立了合格供应商制度，制定了供应商的考察程序和选择标准，建立《合格供应商目录》，根据供货质量、供货时效等信息对供应商进行评价。	公司主要生产宠物一次性卫生护理用品、个人一次性卫生护理用品和无纺布，以宠物卫生用品 ODM/OEM 生产为主。公司产品采用以销定产的模式进行生产。为提高生产效率，合理利用产能，在自主生产的基础上，存在部分外协加工情况。
悠派科技	公司采购的生产原材料主要包括：木浆、卫生纸、PE 膜、高分子材料等。主要采用以产定采的采购模式，同时公司保持适量的库存原材料用于研发、产品打样生产和应急性生产。	公司主要采用“以销定产”为主、部分自主产品提前少量生产备库的生产模式。
发行人	公司自产猫爬架和宠物窝垫所需的原材料主要包括面料、板材、剑麻、PP 棉、纸管等，公司采取“以销定产”的方式进行生产，并根据“以产定采”为主的方式进行原辅材料采购。	公司主要采用“以销定产”的生产组织方式，即公司根据客户业务订单组织安排生产。为保证产品质量、降低生产成本，并满足客户多品类、分散化采购的需求，公司在自主生产的基础上建立了一套完整的外协生产管理体系，通过外协生产应对多品类、小批量的产品订单。

由上表可见，公司与同行业可比公司因主营产品不同，主要原材料差异较大，采购模式和生产模式存在一定区别，因此在采购及生产模式上可比性较弱。公司在生产模式上采取自主生产结合外协生产的方式，将核心竞争力定位于宠物用品的产品开发设计、供应链管理及客户开拓维护等高附加值环节的经营模式与竞争优势，该等业务模式不影响公司核心竞争力，符合公司商业利益，具有其合理性。

关于公司与可比公司的比较分析，招股说明书在“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（五）发行人与同行业可比公司的比较情况”及“第八节 财务会计信息与管理层分析”中进行了相应的补充披露。

（2）请保荐人发表明确意见

保荐人履行了如下核查程序：

1、查阅境内上市公司、在审企业及新三板挂牌公司中的宠物行业企业，确定同行业可比公司的范围；

2、根据同行业可比公司公开披露的招股说明书/公开转让说明书及定期报告，对公司与可比公司的财务报表重要科目金额、重要财务指标、业务模式等进行比较分析。

经核查，保荐人认为，发行人已将可比公司范围扩大至宠物行业，并涵盖国内上市公司、拟上市公司和新三板挂牌公司后，确定行业可比公司为中宠股份、佩蒂股份、路斯股份、依依股份、悠派科技，发行人与该等可比公司在财务报表重要科目金额、重要财务指标、业务模式等方面的差异原因具有合理性。

11. 申报前一年，发行人新增股东为余伟平、管军、丁敏华、钱进四名自然人
请发行人：

（1）补充披露申报前 1 年，新股东余伟平等四名自然人入股发行人的原因，股权转让或增资价格 15 元/股的定价依据，有关股权变动是否是相关方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷，新股东与发行人其他股东、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、经办人员是否存在关联关系或其他利益输送安排；

（2）结合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，补充披露余伟平等四名自然人是否与发行人客户、供应商存在关联关系，相关股权转让、增资是否以换取其服务为目的，是否涉及股份支付。

请保荐人根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 12 条的要求进行核查并发表明确核查意见。

回复：

（1）补充披露申报前 1 年，新股东余伟平等四名自然人入股发行人的原因，股权转让或增资价格 15 元/股的定价依据，有关股权变动是否是相关方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷，新股东与发行人其他股东、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、经办人员是否存在关联关系或其他利益输送安排

关于余伟平等四名自然人入股发行人的原因，招股说明书在“第五节 发行人基本情况”之“九、公司股本情况”之“（五）最近一年公司新增股东的持股数量及变化等情况”之“3、最近一年新增股东入股原因及相关情况说明”中补充披露如下：

2019 年 7 及 9 月，余伟平、丁敏华、钱进及管军四名外部投资者因认可宠物行业及公司发展前景而投资入股。其中，余伟平系于 2019 年 7 月通过受让公司股东朱兆服所持部分股权而成为公司股东。朱兆服系公司 2016 年 11 月在新三板挂牌期间通过非公开发行股票引入的外部投资者，其与公司不存在关联关系，按每股 15 元价格向公司增资 240 万股。2019 年中期，朱兆服因资金需要计划出让部分所持公司股权，遂

与意向受让方非关联自然人余伟平洽谈股权转让。鉴于朱兆服在持股期间已获得公司 2017 年度和 2018 年度现金分红,并考虑公司于 2019 年 3 月未能通过主板发行审核会议,未来上市情况存在不确定性,双方遂协商按照原增资价格进行股权转让。经余伟平与朱兆服承诺确认,该次股权转让系双方真实意思表示,以市场化原则协商确定转让价格,不存在任何相关股权争议或潜在纠纷。

管军、钱进和丁敏华三名外部投资者系 2019 年 9 月通过增资扩股成为公司股东。公司 2019 年下半年因新厂房建设、开拓境内业务需要,计划通过增资扩股方式补充运营资金,遂与认可公司及行业发展的意向投资方管军、钱进和丁敏华进行洽谈。经协商,各方同意参考 2019 年 7 月朱兆服与余伟平的股权转让价格 15 元/股进行增资。该增资价格对应公司投前估值为 9.72 亿元,对应 2018 年度扣非净利润市盈率为 11.64 倍,对应 2019 年扣非净利润市盈率为 11.15 倍。经各方确认,本次股权增资系各方真实意思表示,以市场化原则协商确定增资价格,不存在任何相关股权争议或潜在纠纷。

上述四名自然人投资者中,丁敏华为公司股东新兹投资之有限合伙人,持有新兹投资 10% 合伙份额。除丁敏华与新兹投资之间存在投资关系以外,上述自然人与公司其他股东、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、经办人员之间不存在其他关联关系或其他利益输送安排。

(2) 结合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定,补充披露余伟平等四名自然人是否与发行人客户、供应商存在关联关系,相关股权转让、增资是否以换取其服务为目的,是否涉及股份支付

关于余伟平等四名自然人不涉及股份支付事项的情况说明,招股说明书在“第五节 发行人基本情况”之“九、公司股本情况”之“(五)最近一年公司新增股东的持股数量及变化等情况”之“3、最近一年新增股东入股原因及相关情况说明”中补充披露如下:

余伟平、管军、钱进和丁敏华均为公司外部投资人,且与公司客户、供应商之间不存在关联关系,所持公司股权为财务性投资。同时,上述自然人除作为公司股东身份以外,未在公司担任任何职务或提供服务,不存在通过相关股权转让、增资以换取

服务为目的的情况。依据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第二条规定，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。由此，余伟平等四名自然人对公司持股不涉及股份支付事项。

(3) 请保荐人根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 12 条的要求进行核查并发表明确核查意见

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 12 条相关要求，关于新增四名自然人股东的具体情况，保荐人履行了如下核查程序：

1、取得四名自然人股东的基本信息，核实该等新增股东与发行人其他股东、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、经办人员等是否存在亲属关系、关联关系、委托持股等其他利益输送安排，是否具备法律、法规规定的股东资格；

2、通过公开信息渠道检索了四名自然人股东是否存在行政处罚、诉讼纠纷、对外投资及任职情况等；

3、访谈四名自然人股东，取得了股权转让及增资相关银行转账凭证，了解股权转让及增资的背景原因及价格形成过程；

4、查阅发行人股东所出具的锁定期承诺，结合投资入股工商变更登记时间，确认该等新增股东的入股时间距本次申报前达 10 至 11 个月，且非来源于发行人控股股东或实际控制人所受让股权。

经核查，保荐人认为：

1、余伟平等四名自然人投资入股发行人具有合理原因，有关股权变动是相关方的真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

2、除丁敏华与新兹投资之间的投资关系以外，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、经办人员之间不存在其他关联关系或其他利益输送安排。

3、余伟平等四名自然人与发行人客户、供应商不存在关联关系，相关股权转让、

增资不以换取其服务为目的，不涉及股份支付。

4、该等新增股东的入股时间距本次申报前达 10 至 11 个月，且非来源于发行人控股股东或实际控制人所受让股权；发行人招股说明书已根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 12 条，就该等新增股东基本信息做出披露，所持股票上市后 12 个月的锁定期安排符合相关法规要求。

（以下无正文）

（本页无正文，为《<关于杭州天元宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》之发行人签章页）

杭州天元宠物用品股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读关于杭州天元宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告的全部内容，确认第二轮审核问询函之回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

董事长：



薛元潮

杭州天元宠物用品股份有限公司



（本页无正文，为《<关于杭州天元宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》之保荐机构签章页）

保荐代表人：

胡 嫻

胡 嫻

高若阳

高若阳



2020年 12月 17日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读杭州天元宠物用品股份有限公司本次第二轮审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长：_____

张佑君

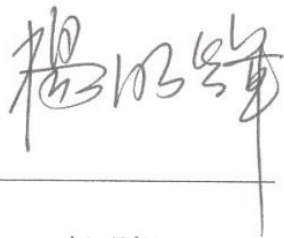


2020 年 12 月 17 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读杭州天元宠物用品股份有限公司本次第二轮审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理：_____



杨明辉



2020年12月17日