创业板投资风险提示

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

杭州天元宠物用品股份有限公司

（杭州余杭经济开发区星桥配套区）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（注册稿）

公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。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全文作为作出投资决定的依据。

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

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行新股数量 2,250 万股，占发行后总股本比例的 25%，不进行老股转让
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	9,000 万股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

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。

目 录

本次发行概况 2

重要声明 3

重大事项提示 8

一、本公司提醒投资者特别关注的风险因素 8

二、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺 11

三、本次发行相关的其他重要承诺 14

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排 15

五、新型冠状病毒感染的肺炎疫情对公司经营情况的影响 15

六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况 16

第一节 释义 17

一、一般术语 17

二、专业术语 19

第二节 概览 20

一、本次发行的有关当事人基本情况 20

二、本次发行概况 20

三、发行人主要财务数据和财务指标 21

四、发行人主营业务经营情况 22

五、发行人的创新、创造、创意特征 22

六、发行人具体上市标准 24

七、公司治理特殊安排事项 24

八、募集资金主要用途 25

第三节 本次发行概况 26

一、本次发行基本情况 26

二、本次发行的有关当事人 27

三、发行人与本次发行有关的保荐机构和证券服务机构的关系 29

四、有关本次发行上市的重要日期 29

第四节 风险因素 30
一、市场风险 30
二、经营风险 31
三、财务风险 34
四、其他风险 36
第五节 发行人基本情况 37
一、公司基本情况 37
二、公司设立情况 37
三、公司报告期内股本和股东变化情况 39
四、公司设立以来重大资产重组情况 41
五、公司在其他证券市场的上市及挂牌情况 41
六、公司股权结构 42
七、公司控股公司及参股公司情况 44
八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况 55
九、公司股本情况 63
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况 67
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署的协议 74
十二、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况 74
十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人及其业务相关的对外投资情况 75
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况 76
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬及其他事项 77
十六、公司已执行的股权激励及相关安排和执行情况 82
十七、公司员工情况 87
第六节 业务和技术 91
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况 91
二、发行人所处行业的基本情况 135
三、发行人销售及主要客户情况 161

四、主要原材料和能源供应情况 187
五、发行人主要固定资产及无形资产 206
六、发行人的特许经营权 226
七、发行人技术水平与研发情况 226
八、境外经营情况 233
第七节 公司治理与独立性 234
一、公司治理制度的执行情况 234
二、公司内部控制的评估 238
三、公司自报告期初以来的违法违规情况 238
四、公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用及担保情况 238
五、公司独立性情况 238
六、同业竞争 240
七、关联交易 241
第八节 财务会计信息与管理层分析 250
一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析 250
二、财务报表 251
三、审计意见、关键审计事项及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 259
四、财务报表的编制基础 263
五、主要会计政策和会计估计 264
六、非经常性损益 293
七、报告期内执行的主要税收政策及缴纳的主要税种 294
八、主要财务指标 297
九、经营成果分析 298
十、资产质量分析 389
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析 430
十二、报告期重大投资或资本性支出等事项的基本情况 436
十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项 437
十四、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的应对措施 440

十五、2020 年度主要财务信息及经营情况 442
十六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况 445
第九节 募集资金运用与未来发展规划 449
一、本次募集资金运用概述 449
二、募集资金投资项目具体情况 451
三、募集资金投资项目可行性分析 461
四、未来发展规划 463
第十节 投资者保护 466
一、公司投资者权益保护的情况 466
二、股利分配政策 470
三、发行人、股东、实际控制人及发行人的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施 472
第十一节 其他重要事项 482
一、重要合同 482
二、对外担保的有关情况 484
三、重大诉讼或仲裁事项 484
四、两次申报材料的差异情况及前次申报未予核准的具体情况 484
五、其他 493
第十二节 声明 494
第十三节 附件 504

重大事项提示

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、本公司提醒投资者特别关注的风险因素

（一）境外市场环境变化的风险

由于欧美发达国家的宠物产业发展较为成熟，而我国宠物产业起步较晚，报告期内公司产品以境外市场为主，并广泛销往美国、澳大利亚、德国、日本等几十个国家和地区。2018 年度、2019 年度**及 2020 年度**，公司境外销售收入占主营业务收入的比例依次为 91.19%、90.94%**及 74.08%**，是公司主要的收入与利润来源。**其中，公司第一大客户 Kmart AUS 为澳大利亚客户，报告期各期，公司对 Kmart AUS 的销售收入占各期营业收入的比例分别为 12.47%、13.66%和 10.94%。**

2018 年下半年以来，中美贸易摩擦加剧，美国不断对中国进口商品加征关税，如部分猫爬架、宠物窝垫等产品已在加征范围内，中美贸易摩擦对公司出口美国业务已产生一定影响。**此外，2020 年新冠疫情爆发以来，中国和澳大利亚关系较为紧张，双方产生一定贸易摩擦。如美国对中国的贸易壁垒措施持续或加剧，或澳大利亚等其他主要出口国或地区亦对中国产宠物用品增加贸易壁垒，甚至出现抵制中国产品的情况，将对公司出口销售规模和经营业绩造成较大不利影响。**

（二）新产品开发及推广的风险

宠物用品行业存在品类多、变化快的特点，为满足客户对众多宠物用品推陈出新的更新变化需求，公司需要及时了解行业市场需求变动情况，并不断开发出紧跟市场变化的产品，以获得市场认可。如果公司产品不能很好适应不断变化的市场需求，所开发的新产品未能获得市场认可，或者在市场竞争、市场推广、运营成本控制等方面发生不利变化，将可能因此导致客户流失，进而对公司的盈利水平和未来发展产生一定影响。

（三）国内市场开拓及经营风险

国内宠物市场已进入快速发展阶段，公司目前正逐步加强国内市场的开拓，并根据国内市场消费与渠道环境，重点发展电子商务线上业务，公司需要投入更多的推广运营

资金、人力和开发等资源以扩大国内市场占有率。如果未来国内市场出现重大变化或公司国内市场开拓未达预期，将会对公司经营业绩的持续稳定产生一定的影响。

另一方面，公司在国内市场开拓过程中，在原有宠物用品的基础上同时开展宠物食品业务。如宠物食品上游厂商发生不可预见的质量问题将可能导致食品安全风险；同时公司销售的宠物食品以进口为主，国际供应链在稳定提供货物方面存在一定不确定性；此外，宠物食品货值较高，购买时需预付部分货款，存在资金安全风险。因此，公司存在开拓宠物食品业务而带来的潜在经营风险。

（四）生产模式依赖外协的风险

由于各类宠物用品的产品类型规格众多、材料工艺差异较大，且作为轻工业商品在浙江地区具有较为丰富的配套加工制造资源，公司形成了以外协加工为主，及就核心产品猫爬架和宠物窝垫产品保留了部分自有产线的生产模式，以发挥产业链分工比较优势，聚焦于产品开发及客户开拓等高附加值核心业务环节。报告期内，公司各期外协产品入库金额占比分别为 74.37%、72.63%和 **71.54%**，外协生产模式的产品占比较高。尽管公司外协供应商较为分散，且各供应商多为单品类委托加工，并与公司保持了良好合作关系，但未来公司如果对外协厂商未能有效实施供应链协作管理，将可能对公司产品加工质量、订单交期等造成不利影响；同时，随着公司业务规模持续扩大，如诸多外协厂商的经营发展无法满足公司需求，及公司未能寻找到新的合格供应商，将可能对公司的未来发展造成不利影响。

（五）产品贴牌销售模式的风险

由于境外宠物相关产业发展较为成熟、市场规模巨大，公司等境内宠物行业企业报告期内主要以国际市场出口业务为主，所销售产品主要使用境外客户所提供品牌，该销售方式又称为贴牌销售模式。报告期各期，公司贴牌产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 85.96%、87.08%和 70.60%。公司贴牌产品主要通过境外大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台等实现终端销售。如国际竞争格局、市场环境发生变化，境外客户减少在我国及对公司的采购订单，将对公司的产品销售规模和经营业绩造成不利影响。

（六）人员及客户资源流失风险

宠物用品设计开发能力是公司保持广泛、持续的客户覆盖，维持行业地位的重要基础。能否持续保持高素质的设计开发团队、开发设计具有竞争力的宠物用品，对公司的持续发展至关重要。如未来公司因行业竞争造成核心技术泄密、开发人员流失，公司将因此丧失在产品开发设计方面的竞争优势。同时，如公司销售人员出现较大规模流失，将可能对公司客户的持续覆盖产生不利影响。

公司产品以外协生产为主，尽管相关外协供应商通常仅生产特定品类产品，且规模相对较小，无法满足宠物用品客户多品类的“一站式采购”及快速响应开发需求。然而，随着外协供应商加工规模的扩大，若其在产品开发能力以及多品类产品提供能力等方面取得较大进展，公司存在部分外协供应商发展成为行业竞争企业并与下游客户进行直接交易的客户流失风险。

此外，公司报告期内宠物食品业务主要为进口销售国际品牌宠物粮食产品，并在2020 年度实现了较快增长。尽管公司利用多年发展所积累的行业经验及国际供应链合作资源，建立了以规模化集中采购、仓储分销运营为基础的购销体系，但如果境内下游客户的采购策略与境外上游供应商的销售模式发生变化，双方建立起直接的供应合作关系，或者公司的上游采购渠道出现中断，公司将面临宠物食品客户流失及相关业务收入大幅下降的风险。

（七）出口业务的汇率波动风险

报告期内公司产品销售主要以境外市场为主，并主要以美元报价和结算。由于公司成本端主要使用人民币计价，从报价到发货确认收入期间的汇率波动将影响公司的毛利率水平；同时，从发货到收款结汇期间的汇率波动将导致公司产生汇兑损益。近年来，人民币对美元的汇率波动幅度较大，如未来人民币汇率波动幅度加大，一方面将影响公司产品出口的价格竞争力，另一方面汇兑损益将造成公司业绩波动。

为应对汇率波动的影响，报告期内，公司存在与金融机构合作开展远期结汇业务的情况。2019 年，由于公司对汇率变动预判与实际情况不一致，实际交割日人民币对美元汇率高于公司远期结汇合约的锁定汇率，导致因开展远期结汇业务造成投资收益损失和公允价值变动损失。未来，如公司未能准确预判，导致远期结汇合约的锁定汇率低于

实际交割日的市场汇率，公司存在因远期结汇业务的开展而发生损失的风险。

二、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

（一）实际控制人薛元潮、薛雅利承诺

本人将严格遵守中国证监会和证券交易所的有关规定，自发行人股票上市之日起36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

发行人上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人在锁定期满后两年内进行股份减持的，减持价格不低于发行价（如遇除权除息，上述价格相应调整）。

在本人担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份（包括直接和间接持有的股份，下同）不超过本人持有发行人股份总数的 25%；本人自发行人离职后 6 个月内，不转让持有的公司股票。本人作为发行人董事、高级管理人员，在任期届满前离职的，本人在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，遵守下列限制性规定：

1、每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%；

2、离职后半年内，不得转让本人所持公司股份；

3、法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则对董监高股份转让的其他规定。

本人作为公司的控股股东、实际控制人、董事长/实际控制人、董事、副总经理，锁定期满后在一定时间内将继续长期持有公司股份，若本人锁定期满后拟减持公司股份的，本人将遵守中国证监会、深圳证券交易所颁布的届时有效的减持规则进行减持并履行相应的信息披露义务。

本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

（二）公司股东、实际控制人控制的其他企业杭州同旺投资有限公司、杭州乐旺股权投资管理有限公司承诺

本企业将严格遵守中国证监会和证券交易所的有关规定，自发行人首次公开发行的股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本企业持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

发行人上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本企业锁定期满后拟减持发行人股份的，将遵守中国证监会、深圳证券交易所颁布的届时有效的减持规则进行减持并履行相应的信息披露义务。

（三）公司持股 5%以上并担任董事、高级管理人员的股东江灵兵承诺

本人将严格遵守中国证监会和证券交易所的有关规定，自发行人首次公开发行的股票上市之日起 **36** 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

发行人上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人在锁定期满后两年内进行股份减持的，减持价格不低于发行价（如遇除权除息，上述价格相应调整）。

在本人担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人持有发行人股份总数的 25%；本人自发行人离职后 6 个月内，不转让持有的公司股票。本人作为发行人董事、高级管理人员，在任期届满前离职的，本人在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，遵守下列限制性规定：

1、每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%；

2、离职后半年内，不得转让本人所持公司股份；

3、法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则对董监高股份转让的其他规定。

本人拟减持发行人股份的，将遵守中国证监会、深圳证券交易所颁布的届时有效的减持规则进行减持并履行相应的信息披露义务。

本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

（四）公司其他股东联创永溢、御硕投资、新兹投资、朱兆服、余伟平、管军、丁敏华、钱进承诺

本人/本企业将严格遵守中国证监会和证券交易所的有关规定，自发行人首次公开发行的股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人/本企业持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

若本人/本企业锁定期满后拟减持发行人股份的，本人/本企业将遵守中国证监会、深圳证券交易所颁布的届时有效的减持规则进行减持并履行相应的信息披露义务。

（五）董事、监事、高级管理人员张中平、虞晓春、李安、宋辉承诺

本人将严格遵守中国证监会和证券交易所的有关规定，自发行人首次公开发行的股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

本人在锁定期满后两年内进行股份减持的，减持价格不低于发行价（如遇除权除息，上述价格相应调整）。

在本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；本人自发行人离职后 6 个月内，不转让持有的公司股票。本人作为发行人董事、监事、高级管理人员，在任期届满前离职的，本人在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，遵守下列限制性规定：

1、每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%；

2、离职后半年内，不得转让本人所持公司股份；

3、法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则对董监高股份转让的其他规定。

若本人锁定期满后拟减持发行人股份的，本人将遵守中国证监会、深圳证券交易所颁布的届时有效的减持规则进行减持并履行相应的信息披露义务。

本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

除上述承诺内容外，公司董事、高级管理人员张中平、虞晓春、李安还承诺：

发行人上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

（六）间接持有公司股份的股东、薛元潮之母吕玲娣承诺

自发行人首次公开发行的股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人持有的发行人股份（包括直接和间接持有的股份，下同），也不由发行人回购该部分股份。

发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人间接持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

若本人锁定期满后拟减持发行人股份的，本人将遵守中国证监会、深圳证券交易所颁布的届时有效的减持规则进行减持并履行相应的信息披露义务。

三、本次发行相关的其他重要承诺

本次发行相关的其他重要承诺，主要包括上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的承诺、关于填补本次公开发行股票被摊薄即期回报的措施及承诺及关于未履行或未及时履行相关承诺的约束措施，具体内容详见本招股说明书“第十节 投资

者保护”之“三、发行人、股东、实际控制人及发行人的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施”。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年第一次临时股东大会决议，为兼顾新老股东利益，公司本次发行上市前可根据股东大会决议进行利润分配，留存的未分配滚存利润全部由公司本次发行上市后的新老股东按照上市后的持股比例共同享有。如因国家财务政策调整而相应调整前述未分配利润数额，以调整后的数额为准。

五、新型冠状病毒感染的肺炎疫情对公司经营情况的影响

新型冠状病毒感染的肺炎疫情（以下称“疫情”、“新冠疫情”）自 2020 年 1 月下旬在我国爆发以来，国内各地开展了较大规模、积极有效的防疫管控措施。受此影响，公司于 2020 年 2 月 11 日开始复工，至 2020 年 3 月初公司各部门基本恢复运营，主要供应商亦陆续于 3 月初恢复正常生产经营。因人员隔离、交通管制、延迟复工等防疫管控措施的影响，2020 年 2 月至 3 月期间，公司的生产和采购环节受到了一定程度的影响，使得部分订单存在延期交付的情况，但均已提前与客户协商确认。2020 年 3 月起，随着国内疫情得到有效控制，境内疫情对公司生产经营的影响已逐步消除。

在境外疫情影响方面，随着新冠疫情在全球多国范围爆发，美国、欧洲等多个国家和地区采取了隔离封城、停工停产等不同程度的防疫管控措施。受全球范围内新冠疫情的影响，公司部分境外商超客户的采购备货量有所减少，居家办公使得部分业务的联络沟通有所延缓。但同时，公司境外下游销售渠道多为连锁商超、线上电商，在疫情期间保持了正常营业；此外，宠物用品作为家庭日用消费品，疫情期间的居家生活在一定程度上带动了宠物用品的消费需求。由此，上述多项因素的综合影响使得境外疫情对公司宠物用品的出口销售业务未构成重大不利影响。

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，以维持和扩大境外销售规模。同时，为扩大国内市场份额，公司于 2020 年初在境内市场实行了以食品销售带动用品业务的发展策略。2020 年上半年，公司境外销售收入 42,941.28 万元，较上年同期增长 3.53%。

同时，受益于公司进口宠物粮食跨境电商业务的发展，2020 年上半年境内业务实现销售收入 16,240.25 万元，较上年同期增长 4.13 倍。

综上，在国内疫情得到有效防控情况下，公司 2020 年上半年生产经营实现了较快恢复；同时，由于宠物用品为日用消费品，境外疫情发展从销售渠道、消费需求两方面对公司产品销售未产生重大不利影响。

六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）2021 年 1-3 月财务信息与经营情况

公司财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况，详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况”。相关财务信息未经审计，已经天健所审阅，并出具了“天健审[2021]4943 号”《审阅报告》。

2021 年 3 月 31 日，公司资产总额 111,236.69 万元，负债总额 43,432.73 万元，归属于母公司所有者权益 67,854.81 万元。2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 36,887.75 万元，较 2020 年 1-3 月增长 128.33%；归属于母公司股东的净利润 1,722.75 万元，较 2020 年 1-3 月增长 172.01%。

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，主要原材料采购情况、主要产品销售情况、主要客户及供应商的构成情况、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。

（二）2021 年 1-6 月的公司预计经营情况

公司预计 2021 年 1-6 月实现营业收入 75,000 万元至 82,000 万元，较 2020 年 1-6 月增长 26.38%至 38.17%，预计归属于母公司所有者的净利润 4,200 万元至 5,000 万元，较 2020 年 1-6 月增长 4.44%至 24.34%，预计将保持良好增长。

第一节 释义

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、一般术语

天元宠物、公司、股份公司、发行人	指	杭州天元宠物用品股份有限公司，拟上市公司
有限公司、天元有限	指	杭州天元宠物用品有限公司、杭州天元酷迪宠物用品有限公司，系杭州天元宠物用品股份有限公司的前身
湖州天元	指	湖州天元宠物用品有限公司，发行人全资子公司
杭州鸿旺	指	杭州鸿旺宠物用品有限公司，发行人全资子公司
杭州赛旺	指	杭州赛旺电子商务科技有限公司，发行人全资子公司，曾用名杭州赛旺宠物用品有限公司
元祐宠物	指	元祐宠物国际有限公司（Yuanyou Pets International Company Limited），发行人全资子公司
欧哈那	指	欧哈那有限公司（OHANA GmBH），发行人全资子公司
杭州小兽星	指	杭州小兽星宠物用品有限公司，发行人控股子公司
杭州特旺	指	杭州特旺宠物用品有限公司，杭州赛旺全资子公司
杭州热宠	指	杭州热宠科技有限公司，发行人控股子公司
宠物直销	指	宠物用品国际直销有限公司（Pet Direct International Limited），发行人全资子公司
日宠联盟	指	日本宠物联盟株式会社，发行人控股子公司
欧塞艾	指	美国欧塞艾宠物用品有限公司（One Source International, LLC），宠物直销全资子公司
柬埔寨天元	指	柬埔寨天元鼎旺宠物用品有限公司（CAMBODIAN TIANYUAN DINGWANG PET PRODUCTS CO., LTD.），宠物直销全资子公司
宁波胜力	指	宁波胜力宠物用品科技有限公司
宠邦智能	指	宠邦智能科技（上海）有限公司
ALNPet	指	ALNPet, LLC
同旺投资	指	杭州同旺投资有限公司
杭州乐旺	指	杭州乐旺股权投资管理有限公司
联创永溢	指	杭州联创永溢创业投资合伙企业（有限合伙）
御硕投资	指	杭州御硕投资合伙企业（有限合伙）
新兹投资	指	长兴新兹股权投资管理合伙企业（有限合伙），曾用名杭州新兹投资管理合伙企业（有限合伙）
天元旺旺、杭州恒其德	指	杭州恒其德工艺品有限公司，曾用名杭州天元旺旺宠物用品有限

		公司
桐乡元旺	指	桐乡市元旺工艺品有限公司
新艺工艺品厂	指	桐乡市乌镇新艺工艺品厂
美国沃尔玛	指	Walmart Inc.，曾用名 Wal-Mart Stores, Inc.
Amazon	指	AMAZON.COM, INC.
Petco	指	Petco Animal Supplies, Inc.
Kmart AUS	指	Kmart Australia Pty. Ltd.
Target	指	Target Australia Sourcing Limited
Fressnapf	指	Fressnapf Tiernahrungs GmbH
TRS	指	The Reject Shop Limited
KOHNAN	指	Kohnan Shoji Co, .Ltd
Birgma	指	Birgma International SA c/o Retlog AB
Elite Pet	指	Elite Pet Group, Inc.
Chewy	指	Chewy Inc.
KIK	指	KIK Textilien und Non-Food GmbH
Action	指	Action Service & Distributie B.V
Vershold	指	Vershold Poland Sp. z o. o.
OHYAMA	指	OHYAMA CO., LTD
REWE	指	REWE-ZENTRAL AG
AMES	指	AMES Australasia Pty Ltd
Miles	指	Miles GMBH
WOOLWORTHS	指	WOOLWORTHS GROUP
Sperling	指	Sperling Enterprises Pty Limited
天猫海外直营	指	Alibaba.com Singapore E-commerce Private Limited，阿里巴巴下属公司，天猫国际进口超市直营商品采购商
考拉	指	HQG,Limited，阿里巴巴下属公司，考拉海购自营商品采购商
中信保	指	中国出口信用保险公司
股东大会	指	杭州天元宠物用品股份有限公司股东大会
股东会	指	杭州天元宠物用品有限公司股东会
董事会	指	杭州天元宠物用品股份有限公司董事会
监事会	指	杭州天元宠物用品股份有限公司监事会
国务院	指	中华人民共和国国务院
财政部	指	中华人民共和国财政部
质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股转系统、新三板	指	全国中小企业股份转让系统
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《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》
《公司章程》	指	《杭州天元宠物用品股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《杭州天元宠物用品股份有限公司章程（草案）》
中信证券、保荐机构	指	中信证券股份有限公司
康达律师、律师	指	北京市康达律师事务所
天健会计师、会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
报告期	指	2018 年、2019 年及 2020 年
股票或 A 股	指	发行人本次发行的每股面值为人民币 1 元的普通股
本次发行	指	公司本次申请在境内首次公开发行不超过 2,250 万股人民币普通股（A 股）的行为
招股说明书	指	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招股说明书
元、万元、亿元	指	除特别注明的币种外，指人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业术语

B2C	指	指电子商务的一种模式，由企业商户直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。
B2B	指	是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），双方使用了互联网的技术或各种商务网络平台，完成商务交易的过程。
T/T（国际电汇付款方式）	指	英语 Telegraphic Transfer，电汇，是指汇出行应汇款人申请，拍发加押电报\电传或 SWIFT 给在另一国家的分行或代理行（即汇入行）指示解付一定金额给收款人的一种汇款方式。
远期外汇合约	指	买卖外汇双方先签订合同，规定买卖外汇的数量、汇率和未来交割外汇的时间，到了规定的交割日期双方再按合同规定办理货币收付的外汇交易。
BSCI 认证	指	是 Business Social Compliance Initiative 的缩写，指商业社会标准认证，倡导在世界范围内的生产工厂里，运用 BSCI 监督系统来持续改善社会责任标准，是纺织服装、鞋类、宠物用品等出口型企业出口欧洲等地区的重要认证体系。

注：本招股说明书中部分合计数与各数值直接相加之和若在尾数上存在差异的，为四舍五入所致。

第二节 概览

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

一、本次发行的有关当事人基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	杭州天元宠物用品股份有限公司	统一社会信用代码	91330110749489434P
有限公司成立日期	2003年6月11日	股份公司成立日期	2016年2月5日
注册资本	6,750万元	法定代表人	薛元潮
注册地址	杭州余杭经济开发区星桥配套区	主要生产经营地址	杭州余杭经济开发区星桥配套区
控股股东	薛元潮	实际控制人	薛元潮、薛雅利
行业分类	C2469其他娱乐用品制造	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	2016年8月4日在全国股转系统挂牌，2017年5月5日在全国股转系统终止挂牌
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	北京市康达律师事务所	其他承销机构	不适用
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		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	2,250.00万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	2,250.00万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	9,000万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	9.80 元	发行前每股收益	1.69 元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍		

发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格并在深圳证券交易所创业板开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	湖州天元技术改造升级项目
	杭州鸿旺生产基地建设项目
	天元物流仓储中心建设项目
	产品技术开发中心建设项目
	电子商务及信息化建设项目
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、发行人主要财务数据和财务指标

项目	2020 年度/ 2020-12-31	2019 年度/ 2019-12-31	2018 年度/ 2018-12-31
资产总额（万元）	108,829.18	76,835.20	56,103.50
归属于母公司所有者权益（万元）	66,134.37	56,751.56	45,934.27
资产负债率（母公司）	32.48%	24.10%	15.32%
资产负债率（合并）	39.27%	26.06%	17.79%
营业收入（万元）	145,038.81	104,874.07	88,670.53
净利润（万元）	11,372.55	8,578.01	8,841.52
归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,406.75	8,718.40	8,747.93
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	10,032.92	8,717.44	8,353.38
基本每股收益（元）	1.69	1.33	1.35
稀释每股收益（元）	1.69	1.33	1.35

项目	2020 年度/ 2020-12-31	2019 年度/ 2019-12-31	2018 年度/ 2018-12-31
加权平均净资产收益率	18.66%	17.38%	21.05%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,033.99	6,620.11	5,943.36
现金分红（万元）	-	2,025.00	1,944.00
研发投入占营业收入的比例	1.09%	1.41%	1.14%

四、发行人主营业务经营情况

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，产品包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子智能宠物用品以及宠物食品等多系列、全品类宠物产品。公司作为国内较早进入宠物行业的企业，经过十多年的专注与积累，已发展成为目前我国全品类、大规模的宠物产品供应商，在宠物用品领域内具有综合竞争力。

公司专注于宠物产业，以“创新情感消费、促进自然和谐”为使命，注重围绕猫、狗等主要宠物的生活习性与人宠互动需求进行多品类宠物产品的持续开发，并重视新功能、新主题、新材料、新品类的创意企划与创新设计，广泛实现了对宠物休息睡眠、活动空间、玩耍出行、清洁饮食、人宠互动等多场景使用需求与全品类产品的有效覆盖。同时，公司在发展过程中持续加强供应链管理体系的建设完善，逐步形成了高效、可靠的多品类宠物产品供应链管理体系，满足了客户一站式、多频次的选购需求。

公司凭借持续、丰富的产品开发能力，高效、可靠的供应链管理体系，通过长期、广泛的客户服务与优化积累，建立了面向全球市场的销售渠道与客户资源。报告期内，公司已成功进入美国、欧盟、澳大利亚、日本等国际宠物市场，积累了一批优质的下游客户，如美国沃尔玛、Kmart AUS、TRS、Birgma、KOHNAN 等大型连锁商超，Amazon、Chewy 等国际知名电商，以及 Fressnapf、Petco 等大型宠物用品连锁企业等，形成了长期、良好的合作关系。同时，公司以服务全球宠物市场的行业先发优势与开发供应体系为基础，积极覆盖国内快速发展的新兴宠物产业，建立了线上与线下并重的境内销售渠道，为公司的持续、健康、稳定发展提供了重要基础。

五、发行人的创新、创造、创意特征

随着国内居民生活水平与城市化率的稳步提升，我国宠物行业已进入了快速成长阶段，呈现出以情感诉求、创意创新为基础的新兴产业特点。2019 年度，我国宠物行业

市场规模已达 2 千亿元以上，近五年来的年复合增长率超过 20%，远高于中国社会消费品零售总额的复合增长率。我国宠物行业快速发展的同时，城镇家庭养宠比例及市场规模仍大幅低于欧美发达国家，具有着持续、巨大的市场空间与发展前景。

公司对众多宠物用品的产品开发工作，注重围绕猫、狗等主要宠物的生活习性与人宠互动需求，重视新功能、新主题、新材料、新品类的创意企划与创新设计，广泛实现了对宠物休息睡眠、活动空间、玩耍出行、清洁饮食、人宠互动等多场景使用需求、全品类产品的有效覆盖。

在新功能的创新开发方面，公司针对养宠人群对宠物起居、饮食的监控、观察与互动需求，结合目前发展较为成熟的电子技术，开发推出了可远程控制的自动喂食器、利用红外功能自动开关的感应饮水机和感应碗、具有计步防丢功能的宠物发光吊牌，以及通过蓝牙控制的仿真电动玩具等具备自动化、智能化功能的电子宠物产品；此外，公司通过电子类产品与传统猫爬架的结合，如在猫爬架中嵌入电动玩具和制热板，使猫爬架具有更多的娱乐与实用功能。

在新主题的创意企划方面，公司在持续根据客户需求、市场动态等进行各类产品新款式开发的同时，还利用宠物用品的多品类特征，结合各类节日文化、流行元素、时尚热点等设计主题，开发推出了包括窝垫、玩具、服饰等多品类产品在内的、采取相同设计风格与元素主题的组合套装与系列产品，例如圣诞节、万圣节、情人节等节日套装产品，美食、星际漫游、热带梦幻等场景主题产品，以及水磨石、羊驼、树懒等元素主题产品。

在新材料的创新应用方面，公司在各类宠物用品的开发过程中，积极尝试与运用新型面辅材料提升产品的实用性能，例如通过内置凉感凝胶记忆海绵使窝垫在夏季具有防暑效果，通过在面料中添加助剂或涂层使窝垫不易粘毛沾水、易于清理，通过使用新型纤维面料使窝垫具有更好的抗菌透气效果，以及将环保生态木材料、户外家居所使用的藤编材料等应用于猫爬架的开发中，以增强其结实、美观及家居化等特性。

在新品类的创新设计方面，公司针对部分养宠家庭空间有限、宠物用品与家居产品缺乏统一设计风格等使用场景痛点，结合促进人宠互动的现实需求与开发理念，开发了人宠小柜、人宠茶几等多种人宠结合产品，并对传统宠物用品进行家居化开发，使其工艺、花型、材质等与家居环境更加匹配，满足了养宠家庭节约空间、一器多用、风格统

一的消费需求。

同时，在产品开发过程中，公司凭借对各类宠物生活习性、各类产品结构特性、制作工艺及技术要点的经验积累与深刻理解，能够将客户需求概念、产品创意设计准确、快速地转化为各类创新产品，持续提升与丰富各类宠物用品的健康舒适、新颖趣味、功能实用及环保智能等特性。

此外，在成长特征方面，受益于境内外宠物行业的较快发展、公司的持续创新创业，报告期内公司经营业绩实现了稳步增长，呈现了良好的成长性，**2018 年至 2020 年营业收入依次为 8.87 亿元、10.49 亿元及 14.50 亿元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润依次为 8,353.38 万元、8,717.44 万元及 10,032.92 万元。在 2020 年全球经济经历新冠疫情重大影响的情况下，公司经营业绩仍保持了增长。**

综上，保荐机构经核查认为，发行人所属行业、业务模式、成长特征及核心竞争力符合创业板定位，相关表述真实、准确、客观。

六、发行人具体上市标准

（一）公司符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》规定的上市条件

公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法》规定的发行条件；本次发行前，公司股本总额为 6,750 万股，本次拟发行 2,250 万股；本次公开发行的股份达到公司股份总数的 25%；公司市值及财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》规定的标准。

（二）公司选择的具体上市标准

公司选择适用《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条第二款的第一项上市标准，即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。**2019 年和 2020 年，公司归属于母公司股东净利润分别为 8,718.40 万元与 11,406.75 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为 8,717.44 万元与 10,032.92 万元。**

七、公司治理特殊安排事项

截至招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

八、募集资金主要用途

本次发行募集资金扣除发行费用后拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金投资金额
1	湖州天元技术改造升级项目	5,081.90	5,081.90
2	杭州鸿旺生产基地建设项目	23,514.22	23,514.22
3	天元物流仓储中心建设项目	19,035.16	19,035.16
4	产品技术开发中心建设项目	4,991.91	4,991.91
5	电子商务及信息化建设项目	6,335.25	6,335.25
总计		**58,958.44**	**58,958.44**

若本次发行实际募集资金量不能满足拟投资项目资金需求，公司将通过自筹资金方式解决。若本次发行募集资金超过拟投资项目资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定，履行法定程序后作出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目实际进度以自有资金或银行贷款等方式先行投入，募集资金到位后，公司可选择以募集资金置换先期投入自筹资金或偿还银行贷款。

第三节 本次发行概况

一、 本次发行基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数及占发行后总股本的比例：	本次发行股票数量 2,250.00 万股，占发行后总股本比例 25%
每股发行价格：	【】元
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况：	本次发行不涉及发行人高级管理人员和员工战略配售
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：	保荐机构及相关子公司将根据《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》的相关规定确定是否参与本次发行战略配售
发行市盈率：	【】倍
发行前每股净资产：	**9.80 元（以 2020 年 12 月 31 日经审计的净资产除以发行前股本计算，不含少数股东权益）**
发行后每股净资产：	【】元
发行市净率：	【】倍
发行方式：	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象：	符合资格并在深圳证券交易所创业板开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
预计募集资金总额：	【】万元
预计募集资金净额：	【】万元

发行费用概算： 【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

名称： 杭州天元宠物用品股份有限公司

法定代表人： 薛元潮

住所： 杭州余杭经济开发区星桥配套区

联系电话： 0571-86261705

传真： 0571-26306532

联系人： 田金明

（二）保荐人（主承销商）

名称： 中信证券股份有限公司

法定代表人： 张佑君

住所： 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

联系电话： 010-60836948

传真： 010-60836960

保荐代表人： 胡娴、高若阳

项目协办人： 徐海霞

其他经办人员： 胡涛、方嘉晟、林依洋

（三）律师事务所

名称： 北京市康达律师事务所

负责人： 乔佳平

住所： 北京市朝阳区幸福二村 40 号楼（首开幸福广场）C 座 40-3 四层、五层

联系电话： 010-50867666

传真： 010-50867998

经办律师： 杨健、张晓光、邢靓

（四）会计师事务所

名称： 天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人： 王越豪

住所： 杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦

联系电话： 0571-88216888

传真： 0571-88216999

经办会计师： 宋鑫、杨攀

（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： 杭州市西溪路 128 号 901 室

联系电话： 0571-88216941

传真： 0571-87178826

经办评估师： 陆锋、周敏

（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

地址： 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

联系电话： 0755-25938000

传真： 0755-25988122

（七）收款银行

名称： 【】

地址： 【】

联系电话： 【】

（八）申请上市的证券交易所

名称： 深圳证券交易所

地址： 深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话： 0755-88668888

传真： 0755-82083947

三、发行人与本次发行有关的保荐机构和证券服务机构的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行上市的重要日期

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

第四节 风险因素

一、市场风险

（一）境外市场环境变化的风险

由于欧美发达国家的宠物产业发展较为成熟，而我国宠物产业起步较晚，报告期内公司产品以境外市场为主，并广泛销往美国、澳大利亚、德国、日本等几十个国家和地区。2018 年度、2019 年度**及 2020 年度**，公司境外销售收入占主营业务收入的比例依次为 91.19%、90.94%及 **74.08%**，是公司主要的收入与利润来源。**其中，公司第一大客户 Kmart AUS 为澳大利亚客户，报告期各期，公司对 Kmart AUS 的销售收入占各期营业收入的比例分别为 12.47%、13.66%和 10.94%。**

2018 年下半年以来，中美贸易摩擦加剧，美国不断对中国进口商品加征关税，如部分猫爬架、宠物窝垫等产品已在加征范围内，中美贸易摩擦对公司出口美国业务已产生一定影响。**此外，2020 年新冠疫情爆发以来，中国和澳大利亚关系较为紧张，双方产生一定贸易摩擦。如美国对中国的贸易壁垒措施持续或加剧，或澳大利亚等其他主要出口国或地区亦对中国产宠物用品增加贸易壁垒，甚至出现抵制中国产品的情况，将对公司出口销售规模和经营业绩造成较大不利影响。**

（二）行业市场竞争加剧的风险

公司目前系国内全品类、大规模的宠物产品综合供应商，但国内外市场仍处于较为分散的竞争格局。随着国民生活水平的提高，宠物行业前景被市场普遍看好，较多国内外企业开始进入宠物用品领域。宠物用品行业进入门槛相对较低，综合国内外市场情况，未来公司可能会面临较为激烈的市场竞争。如果公司未来无法在产品开发、生产、销售各方面保持一定的优势，将面临主要产品市场份额和盈利能力下降的风险。

（三）材料成本价格波动的风险

宠物产品为家用消费品，公司产品目前主要通过连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等进行销售，产品价格及零售价的调整通常具有一定周期，期间原材料价格的波动将对公司盈利状况产生影响。宠物用品主要原材料包括面料、剑麻、板材、PP 棉、海绵、纸管、塑料等，如未来受行业政策、经济环境、市场供求关系等因素影

响，导致原材料的供给受限或价格大幅波动，将会导致公司采购的原材料及相关产品成本受到影响，进而影响公司的盈利水平。

二、经营风险

（一）新产品开发及推广的风险

宠物用品行业存在品类多、变化快的特点，为满足客户对众多宠物用品推陈出新的更新变化需求，公司需要及时了解行业市场需求变动情况，并不断开发出紧跟市场变化的产品，以获得市场认可。如果公司产品不能很好适应不断变化的市场需求，所开发的新产品未能获得市场认可，或者在市场竞争、市场推广、运营成本控制等方面发生不利变化，将可能因此导致客户流失，进而对公司的盈利水平和未来发展产生一定影响。

（二）国内市场开拓及经营风险

国内宠物市场已进入快速发展阶段，公司目前正逐步加强国内市场的开拓，并根据国内市场消费与渠道环境，重点发展电子商务线上业务，公司需要投入更多的推广运营资金、人力和开发等资源以扩大国内市场占有率。如果未来国内市场出现重大变化或公司国内市场开拓未达预期，将会对公司经营业绩的持续稳定产生一定的影响。

另一方面，公司在国内市场开拓过程中，在原有宠物用品的基础上同时开展宠物食品业务。如宠物食品上游厂商发生不可预见的质量问题将可能导致食品安全风险；同时公司销售的宠物食品以进口为主，国际供应链在稳定提供货物方面存在一定不确定性；此外，宠物食品货值较高，购买时需预付部分货款，存在资金安全风险。因此，公司存在开拓宠物食品业务而带来的潜在经营风险。

（三）境外子公司海外经营风险

公司在境外设有多家子公司，其中美国子公司欧塞艾主要负责美国市场的客户服务，日本子公司日宠联盟主要负责日本市场的拓展及部分宠物产品的开发，香港子公司元祐宠物主要负责开展宠物食品的跨境进口业务；德国子公司欧哈那计划在欧洲市场进一步加强当地业务拓展。由于各境外国家和地区在法律环境、市场形势、文化语言以及价值观等方面与中国存在一定差异，将为公司对境外子公司的管理带来难度。同时，如相关境外国家或地区政治关系、经济形势和社会环境发生变化，将可能对公司境外子公司的业务经营造成一定的不利影响。

（四）生产模式依赖外协的风险

由于各类宠物用品的产品类型规格众多、材料工艺差异较大，且作为轻工业商品在浙江地区具有较为丰富的配套加工制造资源，公司形成了以外协加工为主，及就核心产品猫爬架和宠物窝垫产品保留了部分自有产线的生产模式，以发挥产业链分工比较优势，聚焦于产品开发及客户开拓等高附加值核心业务环节。报告期内，公司各期外协产品入库金额占比分别为 74.37%、72.63%和 **71.54%**，外协生产模式的产品占比较高。尽管公司外协供应商较为分散，且各供应商多为单品类委托加工，并与公司保持了良好合作关系，但未来公司如果对外协厂商未能有效实施供应链协作管理，将可能对公司产品加工质量、订单交期等造成不利影响；同时，随着公司业务规模持续扩大，如诸多外协厂商的经营发展无法满足公司需求，及公司未能寻找到新的合格供应商，将可能对公司的未来发展造成不利影响。

（五）产品贴牌销售模式的风险

由于境外宠物相关产业发展较为成熟、市场规模巨大，公司等境内宠物行业企业报告期内主要以国际市场出口业务为主，所销售产品主要使用境外客户所提供品牌，该销售方式又称为贴牌销售模式。报告期各期，公司贴牌产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 85.96%、87.08%和 70.60%。公司贴牌产品主要通过境外大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台等实现终端销售。如国际竞争格局、市场环境发生变化，境外客户减少在我国及对公司的采购订单，将对公司的产品销售规模和经营业绩造成不利影响。

（六）人员及客户资源流失风险

宠物用品设计开发能力是公司保持广泛、持续的客户覆盖，维持行业地位的重要基础。能否持续保持高素质的设计开发团队、开发设计具有竞争力的宠物用品，对公司的持续发展至关重要。如未来公司因行业竞争造成核心技术泄密、开发人员流失，公司将因此丧失在产品开发设计方面的竞争优势。同时，如公司销售人员出现较大规模流失，将可能对公司客户的持续覆盖产生不利影响。

公司产品以外协生产为主，尽管相关外协供应商通常仅生产特定品类产品，且规模相对较小，无法满足宠物用品客户多品类的“一站式采购”及快速响应开发需求。然而，

随着外协供应商加工规模的扩大，若其在产品开发能力以及多品类产品提供能力等方面取得较大进展，公司存在部分外协供应商发展成为行业竞争企业并与下游客户进行直接交易的客户流失风险。

此外，公司报告期内宠物食品业务主要为进口销售国际品牌宠物粮食产品，并在2020 年度实现了较快增长。尽管公司利用多年发展所积累的行业经验及国际供应链合作资源，建立了以规模化集中采购、仓储分销运营为基础的购销体系，但如果境内下游客户的采购策略与境外上游供应商的销售模式发生变化，双方建立起直接的供应合作关系，或者公司的上游采购渠道出现中断，公司将面临宠物食品客户流失及相关业务收入大幅下降的风险。

（七）多品类产品质量控制风险

公司产品品类众多、样式更新较快，所涉及的制造工艺也存在较大差异，且客户多为境外大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台，对产品质量要求较为严格。随着公司业务规模的持续扩大，产品质量控制的难度将逐步加大，公司存在无法及时、有效进行产品质量控制而造成客户资源损失等潜在的经营风险。

（八）业务规模扩大的管理风险

近年来，公司业务规模逐年扩大、管理链条逐步延长，公司总体管理难度逐步增加，存在因管理控制不当遭受损失的风险。本次发行结束后，随着募投项目的建成达产，公司资产规模、产销规模将进一步扩大，从而在资源整合、资本运作、市场开拓等方面对公司的管理层和内部管理水平提出更高的要求。如果公司管理层业务素质及管理水平不能适应公司规模扩张的需要，组织模式和管理制度未能及时调整、完善，公司将面临较大的管理风险。

（九）新冠疫情影响的相关风险

2020 年 1 月，中国爆发新冠疫情并开展大规模防控，因人员隔离、交通管制、延迟复工等防疫管控措施的影响，公司的生产和采购环节受到了一定程度的影响，进而影响到销售环节的订单交付。2020 年 3 月，新冠疫情在全球多国广泛传播，美国、意大利、西班牙、法国、加拿大等多国开始采取防疫管控措施，境外商超等实体店客户的订单需求量将可能因此受到影响，如相关态势持续发展，可能对公司的当期业绩产生一定

不利影响。

（十）电商平台合作与运营风险

公司报告期内的线上销售占主营业务收入的比重较小，但作为公司重点发展的销售渠道之一，呈现出了较快发展增速。未来，如果公司与天猫、亚马逊、京东等第三方平台的合作关系发生重大不利变化，将会对公司线上销售业务的稳定与持续增长产生一定影响。

此外，2020 年起，公司在亚马逊北美站、亚马逊日本站和亚马逊欧洲站等电商平台进行跨境电商销售，目前尚处于起步阶段。相对于国内自营店，跨境电商销售在物流、仓储、营销、收款等各运营环节均更为复杂，如果公司不能组建并形成专业且经验丰富的跨境电商团队和跨境电商运营机制，将会对公司跨境电商业务的稳定与持续增长产生不利影响。

三、财务风险

（一）出口业务的汇率波动风险

报告期内公司产品销售主要以境外市场为主，并主要以美元报价和结算。由于公司成本端主要使用人民币计价，从报价到发货确认收入期间的汇率波动将影响公司的毛利率水平；同时，从发货到收款结汇期间的汇率波动将导致公司产生汇兑损益。近年来，人民币对美元的汇率波动幅度较大，如未来人民币汇率波动幅度加大，一方面将影响公司产品出口的价格竞争力，另一方面汇兑损益将造成公司业绩波动。

为应对汇率波动的影响，报告期内，公司存在与金融机构合作开展远期结汇业务的情况。2019 年，由于公司对汇率变动预判与实际情况不一致，实际交割日人民币对美元汇率高于公司远期结汇合约的锁定汇率，导致因开展远期结汇业务造成投资收益损失和公允价值变动损失。未来，如公司未能准确预判，导致远期结汇合约的锁定汇率低于实际交割日的市场汇率，公司存在因远期结汇业务的开展而发生损失的风险。

（二）出口退税政策变化的风险

公司产品以外销为主，适用“免、抵、退”的增值税退税政策，出口退税政策的调整对公司盈利状况产生直接影响。未来如果公司主要产品的出口退税率降低并导致出口

货物征退税率差扩大，且不能将增加的税收成本转移至客户，将会直接增加公司营业成本，并最终影响公司经营业绩，使公司将面临利润下降的风险。

（三）产品销售毛利率下降风险

2018年度、2019年度及**2020年度**，公司主营业务综合毛利率分别为27.08%、27.15%和**24.59%，2018年度和2019年度较为平稳，2020年度因境内宠物粮食业务规模扩大导致毛利率有所下降。**公司产品毛利率受国际环境、宏观经济、行业状况、销售形势、生产成本等多种因素影响，未来若由于市场竞争加剧、公司管理不善或不可控原因造成公司产品毛利率下降，将直接影响公司盈利能力的稳定性。

（四）应收账款坏账损失的风险

随着公司业务规模的持续扩大，公司应收账款规模亦逐年增长，2018 年末、2019年末及 **2020 年末**，公司应收账款账面余额分别为 12,633.59 万元、17,288.28 万元及**21,643.42 万元**，应收账款账面余额占当期营业收入的比例分别为 14.25%、16.48%及**14.92%**。如公司出现应收账款无法收回的情况，且公司未能对相关应收账款购买出口信用保险或虽投保但赔付金额无法完全覆盖损失时，公司将面临坏账损失，将对公司业绩造成不利影响。

（五）存货余额跌价损失的风险

2018年末、2019年末及**2020年末**，公司存货账面价值分别为5,453.44万元、6,752.68万元和 **16,252.48 万元**。报告期内，公司存货余额逐年增长，主要受业务规模扩大，原材料和库存商品备货金额增加所致；**其中，2020 年末，由于宠物粮食及其他境内外备货规模扩大，公司存货余额有较大幅增长**。未来公司如发生库存管理不善、产品更新换代过快或客户取消订单等情况，将导致存货发生减值风险。

（六）流动速动比率下降的风险

报告期各期末，公司的流动比率分别为3.25、2.26及1.87，速动比率分别为2.70、1.92及1.37，均逐年下降，主要系因公司出于增加运营流动资金与项目建设资金的需求，对银行借款的使用有所增加，从而导致流动负债扩大所致。未来，若公司业务规模或项目规模进一步扩大，将可能面临流动比率、速动比率持续下降的风险。

四、其他风险

（一）发行认购不足等失败风险

如果本次发行认购不足，或未能达到预计市值上市条件，公司本次发行将存在发行失败的风险。

（二）募投项目未达预期的风险

募集资金投资项目的项目管理和组织实施是项目成功与否的关键因素。若投资项目不能按期完成，或未来市场发生不可预料的不利变化，公司的盈利状况和发展前景将受到不利影响。由于募投项目经济效益分析数据均为预测性信息，项目建设尚需一段时间，届时如果产品价格、市场环境、客户需求出现较大变化，募投项目经济效益的实现将存在较大不确定性。如果募投项目无法实现预期收益，募投项目相关折旧、摊销、费用支出的增加则可能导致公司利润出现一定程度的下降。

（三）实际控制人不当控制风险

本次发行前，薛元潮和薛雅利兄妹合计控制公司 64.98%表决权，为公司实际控制人。本次发行完成后，薛元潮和薛雅利仍为公司实际控制人，其可能通过所控制的股份行使表决权对公司的经营决策实施控制，从而对公司的发展战略、生产经营和利润分配等决策产生重大影响。

（四）净资产收益率下降的风险

由于募集资金投资项目存在一定的建设期，产生效益需要一定的时间和过程，在上述期间内，股东回报仍主要通过现有业务实现。在公司股本及所有者权益因本次公开发行股票而增加的情况下，公司的每股收益和加权平均净资产收益率等指标可能在短期内出现一定幅度的下降。

（五）股票价格较大波动的风险

首次公开发行股票并上市后，除经营和财务状况之外，公司的股票价格还将受到国内外宏观经济形势、行业状况、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响，存在可能发生较大波动的风险。投资者在考虑投资公司股票时，应预计到前述各类因素可能带来的投资风险，并做出审慎判断。

第五节 发行人基本情况

一、公司基本情况

公司中文名称：杭州天元宠物用品股份有限公司

公司英文名称：Hangzhou Tianyuan Pet Products CO., LTD

注册资本：6,750 万元

法定代表人：薛元潮

成立日期：2003 年 6 月 11 日

变更设立日期：2016 年 2 月 5 日

公司住所：杭州余杭经济开发区星桥配套区

邮政编码：311100

联系电话：0571-86261705

传　　真：0571-26306532

互联网网址：www.petproducts.com.cn

电子邮箱：tydsb@tianyuanpet.com

公司董事会办公室负责信息披露与投资者关系事务，负责人为董事会秘书田金明，联系电话 0571-86261705。

二、公司设立情况

（一）有限公司的设立情况

2003 年 5 月 28 日，薛元潮、胡华、薛雅利、薛小兰 4 名自然人股东签署公司章程，共同设立天元有限，注册资本 300.00 万元。其中，薛元潮出资 120.00 万元，胡华出资 75.00 万元，薛雅利出资 75.00 万元，薛小兰出资 30.00 万元。

2003 年 6 月 10 日，杭州天辰会计师事务所出具杭州天辰验字（2003）第 0767 号《验资报告》，确认截至 2003 年 6 月 10 日，天元有限已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计 300.00 万元整，出资方式为货币资金。

2003 年 6 月 11 日，天元有限在杭州市工商行政管理局余杭分局注册成立，取得注册号为 3301840000073642 的《企业法人营业执照》。

（二）股份公司的设立情况

2015 年 11 月 25 日，天元有限召开股东会并作出决议，同意天元有限由有限责任公司整体变更为股份有限公司，以 2015 年 11 月 30 日为审计基准日，同意聘请天健会计师为天元有限整体变更的审计机构，聘请坤元评估为本次整体变更的评估机构。

2015 年 12 月 30 日，天健会计师出具天健审[2015]第 7367 号《审计报告》，确认截至 2015 年 11 月 30 日，天元有限净资产审计值为 173,134,766.58 元。

2015 年 12 月 31 日，坤元评估出具了坤元评报[2015]第 746 号《评估报告》，确认截至 2015 年 11 月 30 日，天元有限净资产评估值为 225,977,848.58 元。

2015 年 12 月 31 日，天元有限召开股东会，审议通过天元有限整体变更为股份有限公司的方案，决议全体发起人股东以所拥有的经审计截至 2015 年 11 月 30 日天元有限的净资产 173,134,766.58 元按照 2.89:1 的比例折合股本 60,000,000 元，净资产大于股本的部分 113,134,766.58 元计入公司的资本公积。同日，公司全体发起人共同签署了《发起人协议》。

2016 年 1 月 15 日，天健会计师出具天健验[2016]21 号《验资报告》，对上述出资进行了验证，确认公司各发起人投入的资产均已足额到位。

2016 年 1 月 18 日，天元有限创立大会暨第一次股东大会、董事会召开，选举或聘任了公司的董事、股东代表监事、高级管理人员，并通过了公司章程等相关议案。

2016 年 2 月 5 日，公司办理完成相关工商变更登记手续，并领取统一社会信用代码为 91330110749489434P 的《营业执照》。

三、公司报告期内股本和股东变化情况

公司改制前身天元有限成立于 2003 年 6 月，成立时的注册资本为 300.00 万元。关于天元有限的成立情况，请参见本招股说明书本节之“二、公司设立情况”之“（一）有限公司的设立情况”。

报告期初，公司注册资本为 6,480 万元，股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	薛元潮	2,185.20	33.72%
2	江灵兵	1,050.80	16.22%
3	同旺投资	1,004.55	15.50%
4	杭州乐旺	694.68	10.72%
5	薛雅利	502.27	7.75%
6	联创永溢	375.00	5.79%
7	新兹投资	240.00	3.70%
8	朱兆服	240.00	3.70%
9	御硕投资	187.50	2.89%
合计		**6,480.00**	**100.00%**

报告期内，公司的历次股本和股东变化情况具体如下：

（一）2019 年 8 月，股份公司股份转让

2019 年 7 月 15 日，朱兆服和余伟平签署了《股份转让协议》，朱兆服将其持有的 86.67 万股转让给余伟平，转让价格由双方协商确定为 15 元/股。2019 年 8 月 1 日，公司 2019 年第三次临时股东大会审议通过了《关于确认股份转让的议案》等议案。

2019 年 8 月 23 日，公司在杭州市市场监督管理局完成本次变更登记手续。本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	薛元潮	2,185.20	33.72%
2	江灵兵	1,050.80	16.22%
3	同旺投资	1,004.55	15.50%
4	杭州乐旺	694.68	10.72%
5	薛雅利	502.27	7.75%

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
6	联创永溢	375.00	5.79%
7	新兹投资	240.00	3.70%
8	御硕投资	187.50	2.89%
9	朱兆服	153.33	2.36%
10	余伟平	86.67	1.34%
合计		**6,480.00**	**100.00%**

（二）2019 年 9 月，股份公司增资

2019 年 9 月 16 日，公司 2019 年第五次临时股东大会审议通过了《关于公司增资扩股的议案》等议案，同意公司注册资本变更为 6,750 万元，新增注册资本中，管军出资 115 万元，丁敏华出资 90 万元，钱进出资 65 万元，增资价格为 15 元/股，系各方协商确定。2019 年 9 月 16 日，上述各方签署了《增资扩股协议》。

2019 年 9 月 24 日，公司在杭州市市场监督管理局完成本次变更登记手续并取得了换发后的《营业执照》。本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	薛元潮	2,185.20	32.37%
2	江灵兵	1,050.80	15.57%
3	同旺投资	1,004.55	14.88%
4	杭州乐旺	694.68	10.29%
5	薛雅利	502.27	7.44%
6	联创永溢	375.00	5.56%
7	新兹投资	240.00	3.56%
8	御硕投资	187.50	2.78%
9	朱兆服	153.33	2.27%
10	管军	115.00	1.70%
11	丁敏华	90.00	1.33%
12	余伟平	86.67	1.28%
13	钱进	65.00	0.96%
合计		**6,750.00**	**100.00%**

四、公司设立以来重大资产重组情况

公司自设立以来未发生重大资产重组行为。

五、公司在其他证券市场的上市及挂牌情况

（一）在全国股转系统挂牌情况

2016 年 7 月 18 日，股转公司出具《关于同意杭州天元宠物用品股份有限公司股票在全国股转系统挂牌的函》（股转系统函[2016]5131 号），同意公司股票在全国股转系统挂牌。2016 年 8 月 4 日，公司股票在全国股转系统挂牌公开转让，证券简称：天元宠物，证券代码：838193。

2017 年 4 月 7 日，公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《关于拟申请公司股票在全国股转系统终止挂牌的议案》。2017 年 4 月 28 日，股转公司出具《关于杭州天元宠物用品股份有限公司股票终止挂牌的公告》（股转系统公告[2017]120 号），同意公司股票自 2017 年 5 月 5 日起在全国股转系统终止挂牌。

除报告期更新及公司最新发展状况外，本次申报招股说明书披露信息与公司于新三板挂牌期间披露信息的主要差异为实际控制人的认定情况。公司在新三板挂牌期间，主要根据股权比例情况将薛元潮认定为公司的实际控制人；在 2019 年向中国证监会申请首次公开发行的审核期间及本次申报过程，公司根据《首发业务若干问题解答》等最新规则指引及公司实际情况，认定薛元潮和薛雅利兄妹二人为公司共同实际控制人，并由股东予以了确认。除上述情况外，本次申报招股说明书披露信息与公司于新三板挂牌期间披露信息不存在实质差异。

（二）全国股转系统自律监管措施

2017 年 3 月 3 日，股转公司出具《关于对杭州天元宠物用品股份有限公司及相关责任主体采取自律监管措施的决定》（股转系统发[2017]75 号），认为公司在公开转让说明书等申报材料中未披露 2016 年 3 月和 4 月期间公司与关联方的资金往来，以及 2015 年和 2016 年期间与宠邦智能的关联交易，相关行为构成信息披露违规，从而对公司及其董事长、信息披露负责人采取要求提交书面承诺的自律监管措施。

上述监管措施中关联方资金往来主要系公司为维护与银行的合作关系，而配合银行考核指标进行的单纯转账行为，划转资金均在转出后当日或次日转回公司账户；关联交易系公司委托宠邦智能开发电子宠物用品后，为加深合作而参股宠邦智能，因参股行为致使与宠邦智能的交易成为关联交易，公司未及时将其作为关联交易进行披露。

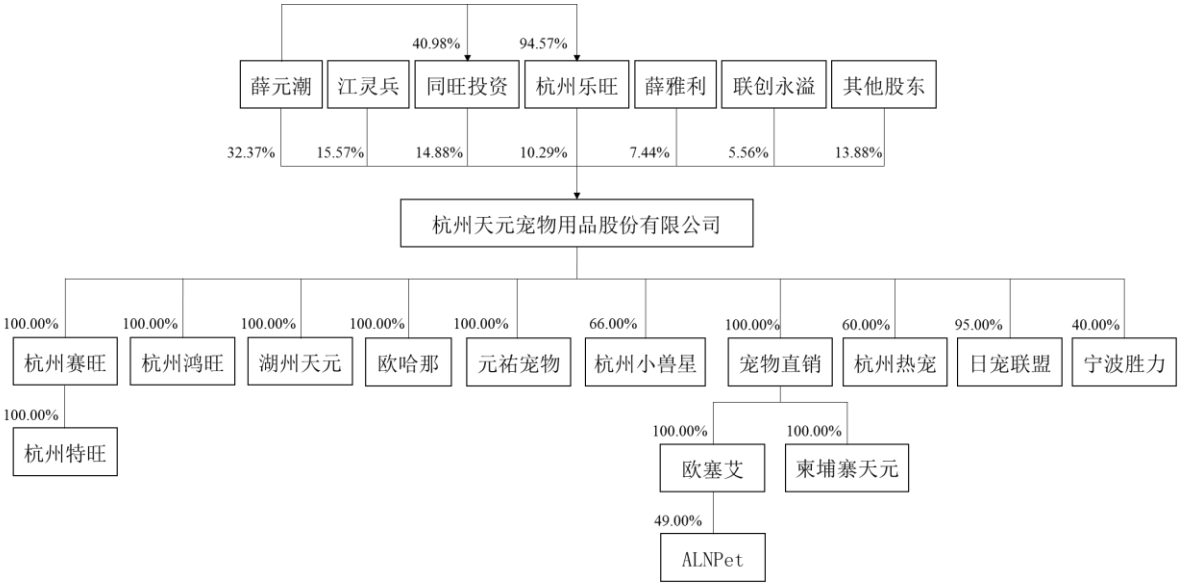
公司在收到上述决定书之日起二个转让日内，在全国股转系统指定信息披露平台公布了上述相关情况，以及公司的相关说明与整改措施。

根据《中华人民共和国行政处罚法》第八条的规定，行政处罚的种类包括警告、罚款、没收违法所得、没收非法财物等，公司前述被采取的自律监管措施不属于行政处罚的范畴。根据《全国股转系统业务规则（试行）》及《全国股转系统自律监管措施和纪律处分实施办法（试行）》关于自律监管措施的规定，公司的前述信息披露违规行为不属于重大违法违规行为。

保荐机构认为：发行人上述信息披露违规行为不属于重大违法违规行为，发行人被采取的自律监管措施不属于行政处罚，不存在受到行政处罚的法律风险，对本次发行上市不构成实质性障碍。除上述自律监管措施外，发行人新三板挂牌期间及摘牌程序符合全国股转系统的相关规定，挂牌期间不存在受到其他监管措施或行政处罚的情况。

六、公司股权结构

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人、持有公司 5%以上股份的主要股东对公司的持股情况，以及公司对下属参控股公司的持股情况如下：



薛元潮直接持有公司 32.37%的股份，并通过杭州乐旺和同旺投资控制公司 25.17%的股份，合计控制公司 57.54%的股份，任公司董事长，为公司的控股股东及实际控制人之一。薛雅利直接持有公司 7.44%的股份，为薛元潮之妹，任公司董事、副总经理，为公司实际控制人之一。截至本招股说明书签署日，除本公司及下属企业以及公司股东同旺投资、杭州乐旺外，公司实际控制人不存在控制其他企业的情况。

截至本招股说明书签署日，公司股东持股情况如下：

序号	股东名称	股数（万股）	持股比例
1	薛元潮	2,185.20	32.37%
2	江灵兵	1,050.80	15.57%
3	同旺投资	1,004.55	14.88%
4	杭州乐旺	694.68	10.29%
5	薛雅利	502.27	7.44%
6	联创永溢	375.00	5.56%
7	新兹投资	240.00	3.56%
8	御硕投资	187.50	2.78%
9	朱兆服	153.33	2.27%
10	管军	115.00	1.70%
11	丁敏华	90.00	1.33%
12	余伟平	86.67	1.28%
13	钱进	65.00	0.96%
合计		**6,750.00**	**100.00%**

七、公司控股公司及参股公司情况

（一）控股公司

截至本招股说明书签署日，公司共有 12 家控股公司。具体情况如下：

1、湖州天元

企业名称	湖州天元宠物用品有限公司
住所	德清县禹越镇杭海路
法定代表人	薛元潮
注册资本	600 万元
实收资本	600 万元
股权结构	天元宠物持股 100%
统一社会信用代码	9133052177647799XP
成立日期	2005 年 6 月 15 日
经营范围	宠物用品、工艺品、纺织品、海绵制造，销售，宠物食品、饲料研发销售，货物进出口。
主营业务	猫爬架等产品的开发、生产及销售
业务分工	湖州天元为负责公司猫爬架产品生产业务的子公司。

湖州天元最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**14,744.14**
净资产	**9,484.53**
净利润	**3,976.68**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

2、杭州鸿旺

企业名称	杭州鸿旺宠物用品有限公司
住所	浙江省杭州市余杭区塘栖镇宁桥大道 291 号
法定代表人	薛元潮
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
股权结构	天元宠物持股 100%

统一社会信用代码	91330110596628797Q
成立日期	2012 年 6 月 8 日
经营范围	一般项目:宠物食品及用品零售;宠物食品及用品批发;日用化学产品制造;工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；国际货物运输代理；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；面料纺织加工；针纺织品销售；海绵制品制造；海绵制品销售；电子元器件制造；电子元器件批发；电子元器件零售；软件开发；软件销售；塑料制品制造；塑料制品销售；玩具制造；玩具销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；工业设计服务；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发；日用杂品制造；日用化学产品销售；日用杂品销售；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；非居住房地产租赁（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结构为准）。
主营业务	宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具和其他宠物用品的销售
业务分工	杭州鸿旺为负责公司宠物用品国外销售业务的子公司。

杭州鸿旺最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**37,146.21**
净资产	**10,809.29**
净利润	**48.96**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

3、杭州赛旺

企业名称	杭州赛旺电子商务科技有限公司
住所	浙江省杭州市余杭区星桥街道星灵街 10-1 号 3 幢 9 楼
法定代表人	虞晓春
注册资本	5,000 万元
实收资本	3,630 万元
股权结构	天元宠物持股 100.00%
统一社会信用代码	91330110MA2GK0F93C
成立日期	2019 年 1 月 23 日
经营范围	一般项目：宠物食品及用品零售；宠物食品及用品批发；工艺美术品

	及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；玩具销售；电子产品销售；广告制作；广告设计、代理；国内货物运输代理；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；工业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：道路货物运输（不含危险货物）；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。
主营业务	宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、其他宠物用品和宠物食品的销售
业务分工	杭州赛旺为负责公司国内宠物用品及食品电商业务的子公司，负责国内各类宠物产品的采购、仓储、销售以及在境外亚马逊电商平台开设店铺。

杭州赛旺最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**9,349.51**
净资产	**3,264.65**
净利润	**-251.58**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

4、元祐宠物

企业名称	元祐宠物国际有限公司（Yuanyou Pets International Company Limited）
注册地	香港
住所	Room 1607，Trend Centre，29-31 Cheung Lee Street，Chai Wan，Hong Kong
注册资本	10,000 港元
股权结构	天元宠物持股 100.00%
成立日期	2019 年 8 月 12 日
经营范围	宠物用品、宠物玩具、宠物服饰、宠物食品、兽药等的研发、销售及进出口。
主营业务	宠物用品和宠物食品销售及进出口
业务分工	元祐宠物设立于 2019 年 8 月，主要负责开展宠物食品跨境进口电商业务，2020 年起开始开展实际经营业务。

元祐宠物最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	13,021.96
净资产	8,674.29
净利润	2,048.26

注：以上财务数据经天健会计师审计。

5、欧哈那

企业名称	欧哈那有限公司（OHANA GmbH）
注册地	德国
住所	Prof.-Rösche-Straße 10, 57489 Drolshagen
注册资本	2.5 万欧元
股权结构	天元宠物持股 100.00%
成立日期	2019 年 8 月 21 日
经营范围	宠物用品和宠物饲料贸易。
主营业务	宠物用品和宠物食品销售及进出口
业务分工	欧哈那系公司于 2020 年 1 月收购取得，为公司开展欧洲区域宠物用品电商业务的子公司，截至报告期末尚处于前期筹备阶段。

欧哈那最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	2.57
净资产	-53.60
净利润	-72.91

注： 以上财务数据经天健会计师审计。

6、杭州特旺

企业名称	杭州特旺宠物用品有限公司
住所	浙江省杭州市余杭区星桥街道星灵街 10-1 号 3 幢 1 楼
法定代表人	江灵兵
注册资本	600 万元
实收资本	600 万元
股权结构	杭州赛旺持股 100.00%

统一社会信用代码	91330110MA28L1419J
成立日期	2016 年 12 月 23 日
经营范围	一般项目：日用化学产品制造；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工业设计服务；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发；日用杂品制造；日用化学产品销售；日用杂品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：兽药经营；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以批准结果为准）。
主营业务	宠物用品、宠物食品的批发零售业务
业务分工	杭州特旺为负责“伊丽”品牌及兽药经营许可业务的子公司，负责公司“伊丽”品牌的运营推广和销售。

杭州特旺最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**2,093.58**
净资产	**431.18**
净利润	**-144.14**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

7、杭州小兽星

企业名称	杭州小兽星宠物用品有限公司
住所	浙江省杭州市余杭区良渚街道莫干山路 2988 号 3 号楼 2-28
法定代表人	江灵兵
注册资本	500 万元
实收资本	132 万元
股权结构	天元宠物持股 66.00%；杭州博乐工业设计股份有限公司持股 20.00%；占满持股 14.00%
统一社会信用代码	91330110MA2CCMPF9R
成立日期	2018 年 6 月 25 日
经营范围	宠物用品设计、技术开发、成果转让；电子产品、通讯产品、通信器材的设计、技术咨询、技术服务；宠物摄影服务、宠物美容服务；设计、制作、发布、代理国内广告（除新闻媒体及网络广告）；宠物用品、饲料、日用

	百货、服装鞋帽、玩具、电子产品的批发和零售（含网上销售）；货物及技术进出口（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）（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）（以公司登记机关核定的经营范围为准）
主营业务	宠物用品设计及宠物用品、宠物食品的批发零售业务
业务分工	杭州小兽星为负责公司“小兽星”品牌业务的子公司，“小兽星”品牌的主要产品为以“人宠家具”、“潮萌”概念为主的智能化、电子化宠物用品。杭州小兽星负责公司“小兽星”品牌的运营推广和销售。

杭州小兽星最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**224.82**
净资产	**21.36**
净利润	**20.46**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

8、杭州热宠

企业名称	杭州热宠科技有限公司
住所	浙江省杭州市余杭区星桥街道星灵街 10-1 号 3 幢 4 楼 401 室
法定代表人	虞晓春
注册资本	500 万元
实收资本	240 万元
股权结构	天元宠物持股 60.00%；范纯持股 20.00%；杭州热浪创新控股有限公司 20.00%
统一社会信用代码	91330110MA2GMM0EX4
成立日期	2019 年 5 月 28 日
经营范围	技术开发、技术服务、技术咨询及其成果转让：网络技术、计算机软件；销售：电子产品（除电子出版物）、通讯产品、通信器材、宠物用品、饲料、日用百货；商务信息咨询（除证券、期货）；宠物用品设计、工业产品设计、平面设计，宠物摄影服务，宠物美容服务；国内广告的设计、制作、发布、代理（除网络及新闻媒体）；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证后方可经营）。（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）
主营业务	宠物用品设计、工业产品设计及销售业务
业务分工	杭州热宠为公司部分产品开发设计业务的子公司，为公司电子类和注塑类等产品提供开发设计方案。

杭州热宠最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	161.00
净资产	142.75
净利润	-75.58

注：以上财务数据经天健会计师审计。

9、宠物直销

企业名称	宠物用品国际直销有限公司（Pet Direct International Limited）
注册地	中国香港
住所	ROOM 2105, HZ2786, TREND CENTRE, 29-31 CHEUNG LEE STREET, CHAI WAN, HONG KONG
注册资本	10,000 港元
股权结构	天元宠物持股 100.00%
成立日期	2014 年 8 月 6 日
经营范围	宠物用品的开发、设计以及销售。
主营业务	作为境外公司欧塞艾的控股公司
业务分工	宠物直销为美国子公司欧塞艾的控股主体，实际未开展经营业务。

宠物直销最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	1,544.33
净资产	754.76
净利润	181.11

注：以上财务数据经天健会计师审计。

10、欧塞艾

企业名称	美国欧塞艾宠物用品有限公司（One Source International, LLC）
注册地	美国
住所	1000 Superior Blvd., Suite 310, Wayzata, MN 55391
投资额	134.08 万美元
股权结构	宠物用品国际直销持股 100.00%

成立日期	2012 年 6 月 20 日
主营业务	猫爬架和其他宠物产品的销售，美国市场的开拓与客户维护
业务分工	欧塞艾为公司开展北美宠物用品业务的子公司，负责北美宠物市场开拓和客户维护。

欧塞艾最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**2,729.61**
净资产	**864.68**
净利润	**222.36**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

11、日宠联盟

企业名称	日本宠物联盟株式会社
注册地	日本
住所	神户市中央区浜边通五丁目 1 番 14 号
注册资本	900 万日元
股权结构	天元宠物持股 95.00%；田川俊中持股 5.00%
成立日期	2016 年 6 月 13 日
经营范围	宠物口粮、宠物用品、宠物营养品、卫生用品、药品、牙齿用品的制造、批发、零售及进出口。
主营业务	拓展日本的宠物类产品的业务及宠物用品、宠物食品批发零售业务
业务分工	日宠联盟为公司开展日本宠物用品及宠物食品业务的子公司，负责日本宠物市场信息的收集反馈、业务渠道和日本当地资源的开拓。

日宠联盟最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**1,238.68**
净资产	**-456.85**
净利润	**-87.00**

注：以上财务数据经天健会计师审计。

12、柬埔寨天元

企业名称	柬埔寨天元鼎旺宠物用品有限公司（CAMBODIAN TIANYUAN DINGWANG PET PRODUCTS CO., LTD.）
注册地	柬埔寨
住所	柬埔寨磅士碑省贡比赛县宗隆乡克罗贝达拉姆村
注册资本	40,000 万瑞尔
股权结构	宠物直销持股 100%
登记日期	2021 年 1 月 8 日
主营业务	猫爬架等宠物用品的生产、销售
业务分工	猫爬架等宠物用品的生产、销售

（二）参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人共有 2 家参股公司，具体如下：

1、宁波胜力

企业名称	宁波胜力宠物用品科技有限公司
住所	余姚市临山镇湖堤村
法定代表人	张申楚
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
股权结构	天元宠物持股 40%；张申楚持股 60%
统一社会信用代码	91330281309012851E
成立日期	2014 年 6 月 10 日
入股时间	2014 年 6 月 10 日
经营范围	宠物用品、玩具、工艺品、仪表配件、电子器件、塑料制品、模具的研究、开发、制造。
主营业务	塑料制宠物用品生产销售
业务分工	宁波胜力为公司参股公司，主营业务为塑料制宠物用品的生产和销售。

宁波胜力最近一年及一期财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**297.39**
净资产	**122.59**

项目	2020-12-31/2020 年度
净利润	0.34

注：以上财务数据未经审计。

2、ALNPET

企业名称	ALNPET, LLC
注册地	美国
住所	1000 Superior Blvd., Suite 310, Wayzata, MN 55391
投资额	4.08 万美元
股权结构	宠邦智能持股 51%；欧塞艾持股 49%
成立日期	2015 年 11 月 18 日
入股时间	2015 年 11 月 18 日
经营范围	智能技术、网路技术、通讯技术开发以及智能宠物设备开发和销售；软件开发和销售。
主营业务	未开展实际业务
业务分工	ALNPET 为公司参股公司，实际未经营业务。ALNPET 设立当时，公司与宠邦智能正合作开发智能宠物用品，原计划通过 ALNPET 开发美国智能宠物用品市场。

ALNPET 最近一年及一期财务数据如下：

单位：万美元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	-
净资产	-0.13
净利润	-

注：以上财务数据未经审计。

（三）报告期内注销、转让控股或参股公司的情况

报告期内，公司曾持有宠邦智能 10%股权（计 10 万元出资额）。2019 年 11 月，公司分别将持有的宠邦智能 7%股权（计 7 万元出资额）和 3%股权（计 3 万元出资额）转让给宠邦智能股东汤锋和敏慎投资管理（上海）有限公司，由此完成了对参股公司宠邦智能的转让退出。

宠邦智能主要业务为技术服务、电子产品的开发销售。2015 年，公司就共同开发

智能宠物喂食器等事宜与宠邦智能达成合作，并对其进行参股投资。2019 年 8 月，由于合作效果未达到预期，经友好协商，公司将持有的宠邦智能股权转让给宠邦智能股东汤锋和敏慎投资管理（上海）有限公司，相关股权转让于 2019 年 11 月完成工商变更登记。

除上述参股公司股权转让以外，报告期内，公司不存在其他注销或转让控股或参股公司的情况。

（四）报告期内公司子公司、联营公司亏损或无实际经营情况

杭州赛旺设立于 2019 年 1 月，**主要开展电商业务以及外购业务，报告期内尚未形成规模化经营，因此尚未盈利。**

杭州特旺为杭州赛旺全资子公司，杭州特旺的线上零售业务尚处于初期阶段，为增强客户粘性和提高市场占有率，产品定价较低，尚未形成稳定盈利，2020 年由于线上销售平台服务费等费用支出较大，未能实现盈利。

杭州小兽星设立于 2018 年 6 月，2019 年 2 月被公司收购，成为公司控股子公司，报告期内尚处于电子化、智能化宠物用品开发设计阶段，产品销售尚未形成规模，**因此 2019 年度尚未盈利。2020 年，杭州小兽星已实现部分产品的市场销售，因此略有盈利。**

杭州热宠设立于 2019 年 5 月，报告期内仍处于宠物用品工艺设计方案开发阶段，因此尚未盈利。

欧哈那设立于 2019 年 8 月，2020 年 1 月被公司收购为子公司，**报告期内仍处于公司设立初期，尚未形成稳定经营的业务，因此尚未盈利。**

宠物直销仅作为公司美国子公司欧塞艾的控股主体，实际未开展具体经营业务。欧塞艾作为公司开拓北美市场宠物业务的主体，2019 年因加大开拓客户销售费用支出，当年产生亏损。除 2019 年以外，欧塞艾报告期内实现盈利。

元祐宠物设立于 2019 年 8 月，2019 年仍处于宠物食品跨境电商业务的筹备阶段，因此尚未盈利；**2020 年度**，元祐宠物已经实现盈利。

日宠联盟为公司收集亚洲宠物市场动态和开拓日本业务的主体。日宠联盟在开拓业务同时需要了解日本宠物市场的动态以及搜集当地宠物行业相关资源，为公司提供最新的信息和渠道，且目前尚未形成稳定的盈利能力，因此亏损。

ALNPET 实际未经营业务。ALNPET 设立当时，公司与宠邦智能正合作开发智能宠物用品，因此公司希望通过 ALNPET 开发美国智能宠物用品市场，但实际公司与宠邦智能合作未达到预期，公司无法控制 ALNPET，宠邦智能亦未以 ALNPET 为主体开展任何业务。

综上，公司上述子公司、联营公司出现小规模亏损或无实际经营均与其初创阶段及业务规模较小相关，不会对发行人的经营产生重大不利影响。

公司境外子公司中，香港子公司宠物直销作为欧塞艾的控股主体未实际开展业务；德国子公司欧哈那尚处于**设立初期，后续将逐步开展欧洲区域业务**；香港子公司元祐宠物、美国子公司欧塞艾已于 **2020 年度**实现盈利；日本子公司日宠联盟业务规模较小、尚未实现盈利，其作为公司日本宠物市场的经营主体，主要职能系收集亚洲宠物市场信息、开拓日本市场业务机会。

综上，除元祐宠物系为在境内开展跨境电商业务而设立外，公司各境外子公司均系公司为开拓境外市场业务所设立，有助于公司境外业务的开拓，部分子公司经营规模较小、尚未实现盈利，对公司境外业务的持续经营不构成重大不利影响。

八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

（一）控股股东及实际控制人情况

公司控股股东为薛元潮，实际控制人为薛元潮、薛雅利兄妹。其中，薛元潮直接持有公司 32.37%的股份，同时通过杭州乐旺和同旺投资控制公司 25.17%的股份，合计控制公司 57.54%的股份，任公司董事长。薛雅利直接持有公司 7.44%的股份，为薛元潮之妹，任公司董事、副总经理。

自公司设立以来，薛元潮、薛雅利兄妹二人对公司生产经营管理等重大事务的决策意见始终保持一致，为进一步加强共同控制关系，双方并于 2018 年 12 月签署了《一致行动协议》。

两位实际控制人具体情况如下：

薛元潮先生，1967 年 10 月出生，中国国籍，身份证号为 220104196710******，无境外永久居留权，毕业于吉林大学国民经济管理专业，大学本科学历。薛元潮先生曾任浙江省工艺品进出口公司部门经理；2003 年 6 月创办天元有限；2010 年 2 月至今，任公司董事长。

薛雅利女士，1968 年 12 月出生，中国国籍，身份证号为 310104196812******，无境外永久居留权，毕业于上海化工专科学校有机合成化工专业，大专学历。1990 年 7 月至 1997 年 7 月，任浙江天虹集团有限公司技术部主任；1997 年 10 月至 1999 年 6 月，任浙江上虞天元工艺品厂厂长；1999 年 6 月至 2003 年 12 月，任余杭天元工艺品厂厂长；2003 年 6 月至 2016 年 1 月任天元有限董事；2016 年 1 月至今，任公司董事；2017 年 5 月至今，任公司副总经理。

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公司的股份均不存在质押或其他有争议的情况。

薛元潮父亲薛小兰、胞妹薛雅利自 1998 年开始涉足宠物用品行业，先后于 1998 年 10 月及 1999 年 6 月设立上虞市天元工艺品厂、杭州天元工艺品厂，从事宠物窝垫、猫爬架的生产及销售业务。

1998 年 10 月，公司实际控制人薛元潮、薛雅利之父薛小兰在上虞市设立上虞市天元工艺品厂，从事猫爬架、宠物窝垫的生产、销售业务。由于杭州余杭的经营环境较上虞更为便利，公司实际控制人之一薛雅利于 1999 年 6 月在杭州余杭设立了余杭市临平天元工艺品厂，后更名为杭州天元工艺品厂，亦主要从事猫爬架、宠物窝垫的生产、销售业务。杭州天元工艺品厂设立后，业务发展情况较好，薛元潮家族遂决定将上虞市天元工艺品厂的相关业务转移到杭州天元工艺品厂。

2003 年 6 月，因宠物用品业务发展较好，薛元潮家族为进一步扩大经营规模，认为有必要通过设立有限公司的形式开展相关业务，遂决定以现金出资方式设立公司前身杭州天元宠物用品有限公司，并将杭州天元工艺品厂相关业务转移至天元有限。天元有限设立当时，薛元潮家族成员合计出资比例为 100%，由薛元潮家族完全控制。

公司经历次股权变动至今，薛元潮及其家族成员所控制公司股权比例始终保持在

50%以上，对公司具有绝对控股地位，并始终由薛元潮担任公司及改制前身天元有限的执行董事及董事长。

（二）公司其他主要股东情况

截至本招股说明书签署日，除公司实际控制人薛元潮、薛雅利之外，持股比例超过5%的其他主要股东为江灵兵、同旺投资、杭州乐旺、联创永溢，具体情况如下：

1、江灵兵

截至本招股说明书签署日，江灵兵持有公司15.57%股权，为公司董事、总经理。

江灵兵先生，1972年3月出生，中国国籍，身份证号为332623197203******，无境外永久居留权，毕业于中国人民大学贸易经济专业，大学本科学历。江灵兵先生曾任浙江省工艺品进出口公司科员，2004年9月至2015年9月任天元旺旺董事，2012年1月至2016年1月任天元有限董事兼总经理；2016年1月至今，任公司董事、总经理。

江灵兵与薛元潮不存在其他关联关系及亲属关系，两人于2001年先后自浙江省工艺品进出口公司离职，于2004年9月合作出资设立天元旺旺；天元旺旺设立时，薛元潮、江灵兵的出资比例分别为60%、40%，并分别任该公司董事长、董事。2010年12月，为整合经营资源，薛元潮将天元旺旺宠物用品销售业务逐步转移至天元有限，江灵兵遂以货币资金增资的形式成为天元有限的少数股东。江灵兵从事宠物行业及入股天元有限时间均晚于薛元潮家族，不属于天元有限的创始团队成员。

在持股比例方面，自2003年天元有限设立至今，薛元潮及其家族成员所控制公司股权比例始终保持在50%以上，对公司具有绝对控股地位。截至本招股说明书签署日，薛元潮与薛雅利两人合计控制公司64.98%的股份，江灵兵持有公司15.57%的股份，与薛元潮、薛雅利在公司的合计持股比例一直保持较大差距；薛元潮和薛雅利能够决定公司的重大决策和经营管理的重大事项，为公司实际控制人。

在实际运营方面，薛元潮与江灵兵及公司章程不存在任何委托持股、共同控制、一致行动或委托表决权相关内容的约定和安排，未对公司实际控制权稳定情况产生不利影响。同时，公司所有股东均已出具说明，确认公司实际控制人为薛元潮、薛雅利。

综上所述，公司未将江灵兵列为共同实际控制人符合公司历史沿革及实际运营情况，相关依据及原因真实、充分、合理。报告期内，江灵兵不存在其他从事与公司相

同或相似业务的对外投资公司，公司不存在通过未认定江灵兵为共同控制人以规避同业竞争的情况。

2、同旺投资

同旺投资为公司员工股权激励平台，截至本招股说明书签署日，同旺投资持有公司14.88%股权，该公司的基本情况如下：

企业名称	杭州同旺投资有限公司
注册地址	浙江省杭州市余杭区星桥街道星桥北路 171 号 5 楼 536 室
主要生产经营地	浙江省杭州市余杭区星桥街道星桥北路 171 号 5 楼 536 室
法定代表人	薛元潮
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
统一社会信用代码	91330110571483210G
成立日期	2011 年 4 月 15 日
经营范围	实业投资（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。

截至本招股说明书签署日，同旺投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	任职情况
1	薛元潮	204.88	40.98%	董事长
2	吕玲娣[注]	100.00	20.00%	-
3	张中平	60.00	12.00%	董事、财务负责人
4	李安	30.12	6.02%	董事、供应链中心总监
5	王惠峰	18.60	3.72%	区域销售经理
6	翁倩	17.00	3.40%	区域销售经理
7	江婧	16.32	3.26%	单证部经理
8	虞晓春	16.22	3.24%	董事、副总经理
9	方丽	12.56	2.51%	采购经理
10	潘建斌	10.80	2.16%	区域销售经理
11	陈佩珍	8.50	1.70%	湖州天元生产总监
12	袁国芬	5.00	1.00%	财务经理
合计		**500.00**	**100.00%**	-

注：同旺投资为薛元潮与薛元潮的父亲薛小兰于 2011 年 4 月 7 日共同设立的公司，2018 年 5 月 27 日，薛小兰因疾病意外去世，薛小兰生前持有同旺投资 20%出资额。因薛小兰未立有遗嘱，经其全体法定继承人共同商议，各方一致同意薛小兰所持同旺投资出资额全部由其妻子吕玲娣继承并由公

证处办理了公证手续。2018 年 9 月 1 日，同旺投资召开股东会，会议审议通过《关于同意修改公司章程的决定》，2018 年 9 月 26 日，同旺投资取得杭州市余杭区市监局核发的注册号为 91330110571483210G 的《营业执照》。吕玲娣通过继承薛小兰生前持有的同旺投资 20%出资额成为同旺投资的股东。

同旺投资股东中，除吕玲娣为董事长薛元潮母亲外，同旺投资的股东均为发行人员工。截至本招股说明书签署日，除同旺投资作为实际控制人薛元潮所控制企业在公司发行上市起 36 个月内不转让所持公司股份外，同旺投资不存在其他股份锁定期特别安排及人员离职后员工持股平台股份处理方式的协议约定；员工离职后，员工所持同旺投资股权的处理方式将由员工与同旺投资其他股东自行协商。

同旺投资最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	1,334.27
净资产	1,110.85
净利润	285.97

注：以上财务数据未经审计。

同旺投资设立于 2011 年 4 月 15 日，设立当时，由薛元潮持股 75.75%并任执行董事兼经理。同旺投资自 2011 年 12 月首次引入公司员工股东后，一直作为公司员工股权激励平台。截至本招股说明书出具日，薛元潮仍为同旺投资第一大股东，除薛元潮以外，同旺投资其他股东持股比例均远低于薛元潮持股比例，且股权分布较为分散，亦不存在任何特殊表决权安排，难以对薛元潮控制同旺投资产生重大影响。

自设立以来，同旺投资历次股东会决议均经代表 100%表决权的股东通过，未出现股东会决议与薛元潮表决意见存在差异的情况。同时，同旺投资未设立董事会、监事会，设执行董事一人、监事一人。自设立以来，薛元潮始终担任同旺投资执行董事兼总经理，薛元潮对同旺投资的重大决策及日常经营具有决定性影响。

综上，薛元潮能够控制同旺投资，其作为同旺投资的控股股东及实际控制人相关认定依据充分、结论准确。

3、杭州乐旺

杭州乐旺为公司员工股权激励平台，截至本招股说明书签署日，杭州乐旺持有公司

10.29%股权，该公司的基本情况如下：

企业名称	杭州乐旺股权投资管理有限公司
注册地址	浙江省杭州市余杭区星桥街道星桥北路 171 号 5 楼 537 室
主要生产经营地	浙江省杭州市余杭区星桥街道星桥北路 171 号 5 楼 537 室
法定代表人	薛元潮
注册资本	139.11 万元
实收资本	139.11 万元
统一社会信用代码	913301105966287701
成立日期	2012 年 6 月 7 日
经营范围	股权投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理 财等金融服务）。

截至本招股说明书签署日，杭州乐旺的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	任职情况
1	薛元潮	131.56	94.57%	董事长
2	吾灵建	0.70	0.50%	区域销售经理
3	夏婉玉	0.70	0.50%	区域销售经理
4	叶平	0.70	0.50%	成品采购部经理
5	吕睿直	0.60	0.43%	销售部业务主管
6	朱伟	0.60	0.43%	销售部业务主管
7	张丽	0.60	0.43%	产品中心平面部经理
8	陈双双	0.50	0.36%	销售部业务员
9	赵晋芳	0.50	0.36%	销售部业务主管
10	陈琳	0.50	0.36%	销售部业务主管
11	陈燕	0.40	0.29%	销售部业务主管
12	许晓琳	0.40	0.29%	销售部业务员
13	鲍小云	0.40	0.29%	销售部业务主管
14	宋辉	0.40	0.29%	监事、销售部业务主管
15	朱丽晓	0.40	0.29%	供应链中心组长
16	吴涛	0.14	0.10%	销售部业务组长
合计		**139.11**	**100.00%**	

杭州乐旺的股东均为发行人员工，截至本招股说明书签署日，除杭州乐旺作为实际控制人薛元潮所控制企业在公司发行上市起 36 个月内不转让所持公司股份外，杭州乐旺不存在其他股份锁定期特别安排及人员离职后员工持股平台股份处理方式的协议约

定；员工离职后，员工所持杭州乐旺股权的处理方式将由员工与杭州乐旺其他股东自行协商。

杭州乐旺最近一年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度
总资产	**2,662.90**
净资产	**1,185.08**
净利润	**209.10**

注：以上财务数据未经审计。

4、联创永溢

联创永溢为公司引进的外部投资者，截至本招股说明书签署日，联创永溢持有公司5.56%股权，该公司的基本情况如下：

企业名称	杭州联创永溢创业投资合伙企业（有限合伙）
注册地址	浙江省杭州市上城区安家塘 52 号 101 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区安家塘 52 号 101 室
执行事务合伙人	杭州联创投资管理有限公司
执行事务合伙人委派代表	徐汉杰
认缴出资额	70,000 万元
统一社会信用代码	9133010256300489XB
成立日期	2010 年 10 月 8 日
经营范围	服务：创业投资业务，创业投资咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务业务，参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构（未经金融等监管部门核准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（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）

截至本招股说明书签署日，联创永溢股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	杭州联创投资管理有限公司	700	1.00%	普通合伙人
2	浙江三捷投资管理有限公司	10,000	14.29%	有限合伙人
3	孙文	6,450	9.21%	有限合伙人
4	桐乡市毅能设备制造**股份**有限公司	4,900	7.00%	有限合伙人

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
5	杭州诚和创业投资有限公司	3,850	5.50%	有限合伙人
6	余干永泽商行贸易有限公司	3,700	5.29%	有限合伙人
7	上海拜门投资管理中心（普通合伙）	3,000	4.29%	有限合伙人
8	杭州信源银楼有限公司	2,850	4.07%	有限合伙人
9	诸暨市宝艺珍珠有限公司	2,600	3.71%	有限合伙人
10	张雪娟	2,550	3.64%	有限合伙人
11	汤锦	2,500	3.57%	有限合伙人
12	徐顺友	2,400	3.43%	有限合伙人
13	浙江银亚投资管理有限公司	2,000	2.86%	有限合伙人
14	上海洋昶商务咨询中心	2,000	2.86%	有限合伙人
15	杭州敏杰交通器材有限公司	2,000	2.86%	有限合伙人
16	诸暨周东珵贸易有限公司	2,000	2.86%	有限合伙人
17	浙江贝瑞实业投资有限公司	2,000	2.86%	有限合伙人
18	戚荣林	2,000	2.86%	有限合伙人
19	陈涛	2,000	2.86%	有限合伙人
20	俞凤姣	1,590	2.27%	有限合伙人
21	浙江怡海电子科技有限公司	1,500	2.14%	有限合伙人
22	蔡晓玉	1,410	2.01%	有限合伙人
23	杭州炫庆投资管理有限公司	1,250	1.79%	有限合伙人
24	应菊莲	1,190	1.70%	有限合伙人
25	杭州易宸投资管理有限公司	1,100	1.57%	有限合伙人
26	杨璠	1,050	1.50%	有限合伙人
27	王晶	910	1.30%	有限合伙人
28	杭州丽迈网络科技有限公司	500	0.71%	有限合伙人
合计		**70,000**	**100.00%**	-

截至本招股说明书签署日，公司股东中联创永溢、御硕投资、新兹投资为私募基金，均已完成了私募基金备案，其管理人均依法注册登记并办理了管理人备案手续，具体情况如下：

股东名称	备案时间	基金编号	基金管理人	管理人登记编号
联创永溢	2014 年 4 月 23 日	SD1934	杭州联创投资管理有限公司	P1001248
御硕投资	2015 年 9 月 18 日	SD6618	杭州典度投资管理有限公司	P1020449
新兹投资	2016 年 11 月 25 日	SN2250	浙江浙大联合创新投资管理	P1007995

股东名称	备案时间	基金编号	基金管理人	管理人登记编号
			合伙企业（有限合伙）	

截至本招股说明书签署日，公司股东中自然人股东 8 名，法人股东 5 名。法人股东中，联创永溢、御硕投资和新兹投资为完成私募基金备案的私募基金，无须穿透计算；同旺投资、杭州乐旺作为公司实际控制人对部分员工进行股权激励所形成的员工股权激励平台，穿透计算股东人数。据此，公司穿透计算后的股东人数为 37 人，未达到 200 人。

九、公司股本情况

（一）本次发行前后的股本结构

公司本次发行前总股本为 6,750 万股，公司本次拟向社会公众发行 2,250 万股人民币普通股，占发行后总股本的 25%。本次发行不涉及转让老股。本次发行前后，公司股本结构如下：

序号	股东姓名或名称	发行前		发行后	
		股数（万股）	比例（%）	股数（万股）	比例（%）
1	薛元潮	2,185.20	32.37	2,185.20	24.28
2	江灵兵	1,050.80	15.57	1,050.80	11.68
3	同旺投资	1,004.55	14.88	1,004.55	11.16
4	杭州乐旺	694.68	10.29	694.68	7.72
5	薛雅利	502.27	7.44	502.27	5.58
6	联创永溢	375.00	5.56	375.00	4.17
7	新兹投资	240.00	3.56	240.00	2.67
8	御硕投资	187.50	2.78	187.50	2.08
9	朱兆服	153.33	2.27	153.33	1.70
10	管军	115.00	1.70	115.00	1.28
11	丁敏华	90.00	1.33	90.00	1.00
12	余伟平	86.67	1.28	86.67	0.96
13	钱进	65.00	0.96	65.00	0.72
14	社会公众股	-	-	2,250.00	25.00
	合计	**6,750.00**	**100.00**	**9,000.00**	**100.00**

（二）本次发行前后公司前十名股东情况

本次发行前后公司前十名股东情况参见本节“九、公司股本情况”之“（一）本次发行前后的股本结构”相关内容。

（三）本次发行前后公司前十名自然人股东情况

本次发行前后，公司共有自然人股东 8 名，自然人股东持股情况及在公司任职情况如下：

序号	姓名	发行前		发行后		在公司任职情况
		股数（万股）	比例（%）	股数（万股）	比例（%）	
1	薛元潮	2,185.20	32.37	2,185.20	24.28	董事长
2	江灵兵	1,050.80	15.57	1,050.80	11.68	董事、总经理
3	薛雅利	502.27	7.44	502.27	5.58	董事、副总经理
4	朱兆服	153.33	2.27	153.33	1.70	未任职
5	管军	115.00	1.70	115.00	1.28	未任职
6	丁敏华	90.00	1.33	90.00	1.00	未任职
7	余伟平	86.67	1.28	86.67	0.96	未任职
8	钱进	65.00	0.96	65.00	0.72	未任职

（四）有关公司股本中的国有股份或外资股份的说明

本次发行前，公司股本中无国有股份或外资股份。

（五）最近一年公司新增股东的持股数量及变化等情况

最近一年，公司新增股东为 4 名自然人投资者，分别为余伟平、管军、丁敏华、钱进。该等股东的持股数量、取得时间、入股价格及定价依据等情况如下：

1、新增自然人股东余伟平

2019 年 7 月 15 日，朱兆服与余伟平签署《股份转让协议》，约定朱兆服将其持有的公司 86.67 万股股份转让给余伟平，转让价格为 15 元/股，价格系协商确定。2019 年 8 月 1 日，公司 2019 年第三次临时股东大会审议通过了《关于确认股份转让的议案》等议案，同意上述股权转让。2019 年 8 月 23 日，公司在杭州市市场监督管理局完成本次变更登记手续。

余伟平先生，1971 年 10 月出生，中国国籍，身份证号为 110105197110******，无境外永久居留权，毕业于中国人民大学，硕士研究生学历。截至本招股说明书签署日，余伟平持有公司 1.28%股权，未在公司任职。

2、新增自然人股东管军、丁敏华、钱进

2019 年 9 月 16 日，公司 2019 年第五次临时股东大会审议通过了《关于公司增资扩股的议案》等议案，同意公司注册资本变更为 6,750 万元，新增注册资本中，管军出资 115 万元，丁敏华出资 90 万元，钱进出资 65 万元，增资价格为 15 元/股，系协商确定。2019 年 9 月 16 日，上述各方签署了《增资扩股协议》。2019 年 9 月 24 日，公司在杭州市市场监督管理局完成本次变更登记手续并取得了换发的《营业执照》。

管军女士，1972 年 5 月出生，中国国籍，身份证号为 330502197205******，无境外永久居留权，毕业于浙江财经大学，本科学历。截至本招股说明书签署日，管军持有公司 1.70%股权，未在公司任职。

丁敏华先生，1965 年 1 月出生，中国国籍，身份证号为 330106196501******，无境外永久居留权，毕业于浙江大学，硕士研究生学历。截至本招股说明书签署日，丁敏华持有公司 1.33%股权，未在公司任职。

钱进先生，1961 年 9 月出生，中国国籍，身份证号为 330802196109******，无境外永久居留权，毕业于南京林产工业学院（现南京林业大学），本科学历。截至本招股说明书签署日，钱进持有公司 0.96%股权，未在公司任职。

3、最近一年新增股东入股原因及相关情况说明

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。

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。

（六）本次发行前各股东间的关联关系

截至本招股说明书签署日，薛元潮、薛雅利分别持有公司 32.37%和 7.44%的股份并为兄妹关系；同旺投资、杭州乐旺为薛元潮控制的公司员工股权激励平台，分别持有公司 14.88%和 10.29%的股份；薛元潮、薛雅利母亲吕玲娣通过同旺投资间接持有公司 2.98%的股份。江灵兵之堂妹江婧通过同旺投资间接持有公司 0.49%的股份。丁敏华为新兹投资有限合伙人，持有新兹投资 10%的合伙份额。除上述关联关系外，公司发行前各股东不存在其他关联关系。

（七）公司已解除的对赌协议情况

公司历史上曾与公司股东联创永溢、御硕投资存在对赌协议，相关对赌协议已经解除，具体情况如下：

2011 年 12 月，联创永溢、御硕投资（下称“投资方”）增资入股公司时，与公司及薛元潮、江灵兵等主要股东签署了对赌协议，约定如 2012 年和 2013 年公司净利润未达约定，公司及主要股东将根据差额调高投资方的股权比例或退还其部分投资款；此外，如公司未能在 4 年内上市，投资方将有权要求公司或主要股东回购其所持股权；或者，公司出现净利润下滑等重大不利事项时，投资方亦有权要求提前回购。

2014 年 8 月，因公司股权结构调整，投资方与公司及当时主要股东薛元潮、江灵兵、同旺投资、杭州乐旺重新签署了对赌协议，替代了 2011 年 12 月相关协议，约定如公司净利润出现负增长或不能在 2016 年底前上市，投资方有权要求公司及主要股东回购其所持股权。

2015 年 12 月，经各方协商，投资方与公司及主要股东薛元潮、江灵兵、同旺投资、杭州乐旺签署解除协议，一致同意解除前述已签署的对赌协议。

上述对赌协议生效期间，投资方未向公司及主要股东主张任何补偿或回购股权等对赌条款，同时各方确认对赌协议生效期间及解除后不存在任何争议纠纷。

截至本招股说明书签署日，公司与股东及股东之间已不存在对赌协议等类似安排，前述已解除的对赌协议在生效期内未主张履行相关对赌条款，未对公司股权稳定性、权属清晰及持续经营等情况产生不利影响。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由 9 名成员组成，其中独立董事 3 名。公司董事列表如下：

序号	姓名	性别	本公司职务	提名人	本届任职起止时间
1	薛元潮	男	董事长	提名委员会	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
2	江灵兵	男	董事、总经理	提名委员会	2019 年 1 月 18 日-

序号	姓名	性别	本公司职务	提名人	本届任职起止时间
					2022 年 1 月 17 日
3	薛雅利	女	董事、副总经理	提名委员会	2019 年 1 月 18 日- 2022 年 1 月 17 日
4	李安	男	董事	提名委员会	2019 年 8 月 26 日- 2022 年 1 月 17 日
5	张中平	男	董事、财务负责人	提名委员会	2019 年 1 月 18 日- 2022 年 1 月 17 日
6	虞晓春	女	董事、副总经理	提名委员会	2019 年 1 月 18 日- 2022 年 1 月 17 日
7	黄简	女	独立董事	提名委员会	2019 年 1 月 18 日- 2022 年 1 月 17 日
8	马卓檀	男	独立董事	提名委员会	2019 年 1 月 18 日- 2022 年 1 月 17 日
9	靳朝	男	独立董事	提名委员会	2019 年 1 月 18 日- 2022 年 1 月 17 日

上述董事简历如下：

薛元潮简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人情况”相关内容。

江灵兵简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（二）公司其他主要股东情况”相关内容。

薛雅利简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人情况”相关内容。

李安先生，1968 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于杭州大学（现浙江大学）体育专业，大学本科学历。1990 年 8 月至 1994 年 8 月，任杭州华丰造纸厂工会委员；1994 年 8 月至 2001 年 3 月，任杭州余杭市蓝孔雀包装材料厂厂长；2001 年 3 月至 2005 年 10 月，任杭州蓝孔雀化学纤维（股份）有限公司销售二处处长；2005 年 10 月至 2006 年 9 月，任浙江东华化纤制造有限公司副总经理；2006 年 1 月至 2008 年 6 月，任天元有限部门经理；2008 年 6 月至 2009 年 3 月，任绍兴越然纺织有限公司副总经理；2009 年 3 月至 2016 年 1 月，任天元有限部门经理；2012 年 1 月至 2016 年 1 月，任天元有限监事；2016 年 1 月至 2019 年 1 月，任公司副总经理；2016 年 1 月至

今，任公司供应链中心总监；2019 年 8 月至今，任公司董事。

张中平先生，1971 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于重庆工业大学会计学专业，大学本科学历。1992 年 9 月至 1996 年 11 月，历任杭州市余杭造纸厂财务科员、科长；1996 年 11 月至 1999 年 9 月，任华立集团有限公司科员；1999 年 9 月至 2010 年 2 月，历任重庆华立控股股份有限公司财务经理、总监；2010 年 3 月至 2010 年 11 月，任浙江全金药业股份有限公司财务负责人；2010 年 12 月至今，任公司财务负责人；2017 年 2 月至 2019 年 4 月，任公司董事会秘书；2016 年 1 月至今，任公司董事。

虞晓春女士，1982 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于浙江理工大学工业设计专业，大学本科学历。2006 年 6 月至 2006 年 9 月，任杭州曲艺家具厂设计师；2006 年 10 月至 2007 年 6 月，任浙江香娟集团有限公司设计师；2007 年 6 月至今，任公司产品中心负责人；2016 年 1 月至今，任公司董事；2019 年 1 月至今，任公司副总经理。

黄简女士，1968 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中央财经大学会计专业，硕士研究生学历，高级会计师。1990 年 8 月至 1998 年 12 月，任中华会计师事务所部门经理；1999 年 1 月至 2001 年 9 月，任中瑞华会计师事务所副总经理兼副主任会计师；2001 年 10 月至 2007 年 11 月，任中瑞华恒信会计师事务所副总经理兼副主任会计师；2007 年 12 月至 2011 年 8 月，任中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人；2014 年 9 月至 2018 年 10 月，任瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人；2018 年 11 月至今，任信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）；2012 年 12 月至今，任协合新能源集团有限公司独立董事；2014 年至今，任中国农业大学会计学院 MPAcc 导师；2016 年 8 月至 2019 年 9 月，任宏和电子材料科技股份有限公司独立董事；**2020 年 12 月至今，任北京市大龙伟业房地产开发股份有限公司独立董事；2020 年 12 月至今，任海光信息技术股份有限公司独立董事；**现任公司独立董事。

马卓檀先生，1972 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于黑龙江大学经济法专业，大学本科学历。1995 年 7 月至 2000 年 7 月，任哈尔滨工程大学法律系副主任；2000 年 8 月至今任国浩律师（深圳）事务所律师、合伙人；2009 年 6 月至 2015

年 6 月，任东莞搜于特服装股份有限公司独立董事；2014 年 11 月至 2020 年 7 月，任九芝堂股份有限公司独立董事；2014 年 12 月至 2019 年 1 月，任金瑞期货股份有限公司独立董事；2016 年 5 月至 2020 年 5 月，任宏昌电子材料股份有限公司独立董事；2016 年 6 月至今，任深圳市创鑫激光股份有限公司独立董事；现任公司独立董事。

靳朝先生，1961 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于原中国人民解放军兽医大学（现吉林大学）兽医专业，大学本科学历。1979 年至 1983 年，任中国人民解放军兽医大学学员；1983 年至 1994 年，任中国人民解放军兽医大学助教、讲师；1994 年至 1999 年，任中国人民解放军农牧大学讲师；1999 年至 2004 年，任中国人民解放军军需大学讲师、副教授；2004 年至今，任吉林大学动物医学学院副教授、教授；现任中国兽医协会宠物诊疗分会副会长、中国畜牧兽医协会小动物医学分会副理事长、小动物医学杂志副主编、农业部执业兽医考试委员会命题专家；现任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名成员组成，其中职工代表监事 1 名。公司监事列表如下：

序号	姓名	性别	本公司职务	提名人	本届任职起止时间
1	朱伟强	男	监事会主席	监事会	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
2	宋辉	男	监事	监事会	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
3	方春雷	男	职工代表监事	职工代表大会选举	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日

上述监事简历如下：

朱伟强先生，1987 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于杭州技师学院数控技术应用专业，大专学历。2008 年至 2010 年，任杭州富力纺织有限公司工程师；2010 年至今，任公司资金安全部经理；2017 年 11 月至今，任公司监事会主席。

宋辉先生，1983 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于郑州防空兵指挥学院英语专业，本科学历。2007 年 9 月至今，任公司业务主管；2016 年 1 月至今，任公司监事。

方春雷先生，1982 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中央广播

电视大学会计学专业，大专学历。2001 年 2 月至 2002 年 2 月，任杭州余杭钱潮摩擦材料有限公司总经理助理；2002 年 2 月至 2002 年 7 月，任中国平安人寿保险股份有限公司业务员；2002 年 7 月至 2017 年 2 月，任公司采购主管；2017 年 2 月至今，任公司业务主管；2016 年 1 月至今，任公司职工代表监事。

（三）高级管理人员

本公司共有 5 名高级管理人员，列表如下：

序号	姓名	本公司职务	本届任职起止时间
1	江灵兵	董事、总经理	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
2	薛雅利	董事、副总经理	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
3	虞晓春	董事、副总经理	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
4	张中平	董事、财务负责人	2019 年 1 月 18 日-2022 年 1 月 17 日
5	田金明	董事会秘书、副总经理	2019 年 4 月 24 日-2022 年 1 月 17 日

上述高级管理人员简历如下：

江灵兵简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（二）公司其他主要股东情况”相关内容。

薛雅利简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人情况”相关内容。

虞晓春简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

张中平简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

田金明先生，1981 年 10 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于南昌大学产业经济学专业，硕士研究生学历，中级经济师，中级会计师。2007 年 4 月至 2008 年 4 月，任浙江东南网架股份有限公司证券事务代表；2008 年 4 月至 2012 年 3 月，任浙江东南网架股份有限公司董事会秘书、副总经理；2012 年 5 月就职于浙江天成自控股份有限公司；2012 年 7 月至 2017 年 8 月任浙江天成自控股份有限公司董事会秘书、副总经理；2017 年 9 月至 2018 年 10 月，任创新医疗管理股份有限公司董事会秘书、副

总裁；2019 年 2 月就职于公司；2019 年 4 月至今，任公司董事会秘书；2020 年 3 月至今，任公司副总经理。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署日，公司其他核心人员主要为核心技术人员，共 6 人，分别为薛元潮、江灵兵、薛雅利、虞晓春、张丽、李娜。上述核心技术人员简历如下：

薛元潮简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人情况”相关内容。

江灵兵简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（二）公司其他主要股东情况”相关内容。

薛雅利简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人情况”相关内容。

虞晓春简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”相关内容。

张丽女士，1981 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于安徽工程科技学院艺术设计专业，大学本科学历。2006 年 9 月至 2007 年 9 月，任浙江银泰装饰有限公司设计师；2007 年 10 月至 2009 年 10 月，任杭州吉卡宠物用品有限公司设计师；2009 年 11 月至今，任公司产品中心部门经理，为公司核心技术人员。

李娜女士，1989 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖南怀化学院工造专业，大学本科学历。2010 年 7 月至 2011 年 7 月，任杭州立孚科技有限公司设计师；2011 年 7 月至今，任公司产品中心开发主管，为公司核心技术人员。

（五）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况及所兼职单位与公司的关联关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司之外的单位任职情况如下：

姓名	发行人职务	其他任职/兼职单位	任职/兼职职务	与发行人的关联关系
薛元潮	董事长	杭州乐旺	执行董事兼总经理	发行人股东
		同旺投资	执行董事兼总经理	发行人股东
		杭州鸿旺	执行董事	发行人控股公司
		湖州天元	执行董事兼经理	发行人控股公司
		杭州热宠	董事	发行人控股公司
		宠物直销	董事	发行人控股公司
江灵兵	董事、总经理	杭州特旺	执行董事	发行人控股公司
		杭州小兽星	执行董事兼总经理	发行人控股公司
		日宠联盟	董事	发行人控股公司
		元祐宠物	董事	发行人控股公司
		欧哈那	董事、总经理	发行人控股公司
薛雅利	董事、副总经理	杭州鸿旺	经理	发行人控股公司
虞晓春	董事、副总经理	杭州热宠	董事长	发行人控股公司
		杭州赛旺	执行董事兼经理	发行人控股公司
		杭州特旺	经理	发行人控股公司
张中平	董事、财务负责人	杭州赛旺	监事	发行人控股公司
		宁波胜力	监事	发行人参股公司
		杭州鸿旺	监事	发行人控股公司
		杭州特旺	监事	发行人控股公司
黄简	独立董事	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人	-
		协合新能源集团有限公司	独立董事	-
		中国农业大学会计学院	MPAcc 导师	-
		北京市大龙伟业房地产开发股份有限公司	**独立董事**	**-**
		海光信息技术股份有限公司	**独立董事**	**-**
马卓檀	独立董事	国浩律师（深圳）事务所	律师、合伙人	-
		深圳市创鑫激光股份有限公司	独立董事	-
靳朝	独立董事	吉林大学动物医学学院	教授	-
		中国兽医协会宠物诊疗分会	副会长	-

姓名	发行人职务	其他任职/兼职单位	任职/兼职职务	与发行人的关联关系
		中国畜牧兽医学会小动物医学分会	副理事长	-
		《小动物医学》杂志	副主编	-
		农业部执业兽医考试委员会	命题专家	-
田金明	董事会秘书、副总经理	杭州热宠	监事	发行人控股公司

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其它单位兼职的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系

公司董事长薛元潮与董事、副总经理薛雅利为兄妹关系，除此之外，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署的协议

在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签署了劳动（聘任）合同。截至本招股说明书签署日，上述合同、协议均正常履行，不存在违约情况。

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有公司股份的情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况”。

十二、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

（一）董事的变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司董事会成员为薛元潮、江灵兵、薛雅利、张中平、虞晓春、孙晓鸣、黄简、马卓檀、靳朝，其中薛元潮为董事长。

2019 年 6 月，孙晓鸣因个人原因辞去公司董事职务。2019 年 8 月，公司召开 2019 年第四次临时股东大会，选举李安为公司董事，李安系为公司服务多年的内部员工。

（二）监事的变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司监事会成员为朱伟强、宋辉、方春雷，其中朱伟强为监事会主席，方春雷为职工代表监事。

2019 年以来，公司监事会成员未发生变动。

（三）高级管理人员的变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司高级管理人员为总经理江灵兵、副总经理薛雅利、副总经理李安、财务负责人兼董事会秘书张中平。

2019 年 1 月，公司召开第二届董事会第一次会议，同意聘任江灵兵为总经理，薛雅利、虞晓春为副总经理，张中平为财务负责人兼董事会秘书。虞晓春系为公司服务多年的内部员工。

2019 年 4 月，公司召开第二届董事会第三次会议，同意张中平因公司内部工作调整辞去董事会秘书职务，同意聘任田金明为公司董事会秘书。

2020 年 3 月，公司召开第二届董事会第十次会议，同意聘任田金明为公司副总经理。

报告期内，公司董事、高级管理人员较为稳定，报告期内的相关变动未对公司生产经营产生重大不利影响。

（四）核心技术人员的变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司核心技术人员为薛元潮、江灵兵、薛雅利、虞晓春、张丽、李娜。

2019 年以来，公司核心技术人员未发生变动。

十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

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与发行人及其业务相关的其他对外投资公司为同旺投资、杭州乐旺。同旺投资、杭州乐旺具体

情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（二）公司其他主要股东情况”之“2、同旺投资”和“3、杭州乐旺”相关内容。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）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、其他核心人员及其近亲属直接持有本公司股份的情况如下：

姓名	持股数量（万股）	比例（%）	在本公司任职
薛元潮	2,185.20	32.37	董事长
江灵兵	1,050.80	15.57	董事、总经理
薛雅利	502.27	7.44	董事、副总经理

上述董事、监事、高级管理人员及其近亲属人员持有的公司股份不存在质押、冻结或其他权利限制的情况。

（二）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、核心技术人员及其近亲属中的薛元潮、吕玲娣、张中平、李安、虞晓春、宋辉、张丽通过公司员工股权激励平台同旺投资、杭州乐旺间接持有本公司股份。同旺投资持有公司 14.88%的股份，杭州乐旺持有公司 10.29%的股份。上述人员在同旺投资、杭州乐旺的持股情况如下：

姓名	在本公司任职/与董监高亲属关系	持有同旺投资出资情况		间接持有公司股份	
		出资额（万元）	出资比例	股份（万股）	比例
薛元潮	董事长	204.88	40.98%	411.12	6.10%
吕玲娣	薛元潮之母	100.00	20.00%	200.91	2.98%
张中平	董事、财务负责人	60.00	12.00%	120.55	1.79%
李安	董事	30.12	6.02%	60.47	0.90%
虞晓春	董事、副总经理	16.22	3.24%	32.55	0.48%
姓名	在本公司任职	持有杭州乐旺出资情况		间接持有公司股份	
		出资额（万元）	出资比例	股份（万股）	比例

薛元潮	董事长	131.56	94.57%	656.98	9.73%
宋辉	监事	0.40	0.29%	2.01	0.03%
张丽	产品中心平面部经理	0.60	0.43%	2.99	0.04%

上述人员所持有同旺投资、杭州乐旺的出资及间接持有的本公司股份不存在任何质押、冻结或其他权利限制的情况。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬及其他事项

（一）公司董事、监事及高级管理人员薪酬情况

1、薪酬组成

在公司担任具体生产经营职务的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬组成包括工资和奖金。其中，工资部分由正常工资、绩效工资构成。正常工资是根据人员的基本工作时间、基本工资、岗位职务、知识技能、加班时间、工龄等因素确定的工作报酬。绩效工资是根据人员工作绩效确定的工资报酬。奖金主要为激励奖和特殊贡献奖，根据员工月度、季度和年度绩效表现情况和对公司经营的贡献情况发放。

此外，独立董事在公司领取津贴。独立董事津贴由公司参照资本市场中独立董事津贴的一般水平予以确定。

2、确定依据

薪酬与考核委员会负责根据《公司章程》及法律法规规定制定公司董事、监事、高级管理人员的整体薪酬方案。

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬标准的制定以体现“按劳取酬”的分配原则，不断改善和提高工资分配上的公正与公平，达到激发人员工作积极性、提高工作效率、促进公司发展的目的。

3、履行的程序

首先，为了制定适应市场化运作的薪酬体系，激发员工活力，共同分享公司发展所带来的收益，以及有效结合员工个人业绩和公司整体业绩，公司建立了培养人才、吸引

人才和留住人才的《薪酬激励管理制度》，对薪酬类别、适用范围等进行了规定。公司董监高及核心技术人员的薪酬安排均符合该制度的规定。

另外，为进一步完善董事、监事和高级管理人员的薪酬管理，建立科学有效的激励与约束机制，提高经营管理效益，公司 2020 年第一次临时股东大会审议并通过了《关于制定<杭州天元宠物用品股份有限公司董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度>的议案》，进一步明确董事、监事和高级管理人员的薪酬确定原则、薪酬标准构成等要素。

公司上市后将继续执行前述已制定的薪酬管理制度与方案，并根据公司实际发展阶段和需求，不断完善公司薪酬管理制度体系。

4、薪酬占利润总额的比例

2018 年、2019 和 **2020 年**公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占当年公司利润总额比例分别为 2.75%、3.85%和 **3.23%**。

5、最近一年从发行人及其关联企业领取薪酬的情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年在公司的薪酬领取情况如下：

单位：万元

序号	姓名	在公司职务	2020 年	是否在关联方领薪
1	薛元潮	董事长	**75.08**	否
2	江灵兵	董事、总经理	**70.08**	否
3	薛雅利	董事、副总经理	**55.49**	否
4	李安	董事	**55.56**	否
5	张中平	董事、财务负责人	**34.44**	否
6	虞晓春	董事、副总经理	**37.37**	否
7	黄简	独立董事	**5.03**	否
8	马卓檀	独立董事	**5.03**	否
9	靳朝	独立董事	**5.03**	否
10	朱伟强	监事会主席	**23.17**	否
11	宋辉	监事	**22.83**	否
12	方春雷	职工代表监事	**17.13**	否

序号	姓名	在公司职务	2020 年	是否在关联方领薪
13	田金明	董事会秘书、副总经理	**34.66**	否
14	张丽	产品中心部门经理	**21.02**	否
15	李娜	产品中心开发主管	**23.85**	否
合计		-	**485.77**	-

注：“是否在关联企业领薪”不包括因担任公司董事形成的其他关联方处领薪的情况。

公司上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员除在公司领取薪酬外，未在公司享受退休金计划或其他待遇，也不存在从控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取收入或享受其他待遇的情况。

（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

报告期内，薛元潮及其配偶张治文与江灵兵（含其配偶王欢君）、虞晓春、李安及张中平等公司董事、高级管理人员之间存在资金往来的情况，具体情况如下：

单位：万元

交易主体	交易对方	发生时间	支出金额	收到金额	往来原因
薛元潮及其配偶张治文	江灵兵及其配偶王欢君	2017.01.13	15.00	-	支付代购款
		2017.11.20	100.00	-	借款及资金理财款
		2017.12.20	260.00	-	
		2018.01.12	-	221.00	归还借款
		2018.01.12	-	100.00	
		2017.05.04	-	10.13	收到房租款
		2018.01.19	-	13.14	
		2018.01.30	100.00	-	资金理财款
		2018.01.30	200.00	-	
		2018.03.06	100.00	-	
		2018.03.29	300.00	-	
		2018.05.22	100.00	-	
		2018.06.13	200.00	-	
		2018.06.14	150.00	-	
		2018.06.28	100.00	-	
		2019.08.20	200.00	-	
		2019.08.22	100.00	-	

交易主体	交易对方	发生时间	支出金额	收到金额	往来原因
		2019.08.23	700.00	-	
		2020.04.22	-	127.09	归还资金理财款及利息
		2020.04.22	-	779.00	
		2020.12.11	**-**	**660.06**	
		2020.12.16	**-**	**195.58**	
		2020.12.17	**-**	**910.00**	
薛元潮	虞晓春	2019.05.15	145.00	-	资金借款
薛元潮	李安	2017.01.28	5.00	-	支付代购款
		2018.02.14	5.00	-	
薛元潮	张中平	2018.02.13	-	9.48	归还借款

如上表所示，薛元潮及其配偶张治文与江灵兵（含其配偶王欢君）、虞晓春、李安及张中平的资金往来，主要系可以分为个人借款、资金理财及其他支出三种性质。其中，薛元潮于 2017 年 5 月及 2018 年 1 月收到江灵兵 10.13 万元及 13.14 万元房屋租金系薛元潮将其所有的河滨商务楼 902 室租赁给江灵兵，用于江灵兵的配偶王欢君进行国学交流活动；薛元潮于 2019 年 5 月向虞晓春借出 145 万元，系虞晓春购置房产使用，双方约定于 2024 年 5 月归还款项；薛元潮于 2018 年 2 月收到张中平 9.48 万元还款，系张中平归还报告期前个人借款，相关借款自此已清偿完毕。此外，薛元潮 2017 年 1 月向江灵兵支付 15 万元，2017 年 1 月及 2018 年 2 月向李安合计支付 10 万元，系分别向江灵兵、李安支付个人消费品代购款。该等个人借款及代购款均不存在流向及最终流向公司供应商、客户的情况。

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。

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。

上述资金去向及最终流向均不涉及公司客户、供应商等合作单位。

报告期内，薛元潮与前述自然人的共同投资、合作经营行为，均系共同直接投资发行人以及通过员工股权激励平台同旺投资投资发行人的情况。具体来讲，薛元潮与江灵兵共同投资公司，分别直接持有天元宠物 32.37%、15.57%股份；薛元潮持有同旺投资 40.98%的出资额，虞晓春持有同旺投资 3.24%出资额，张中平持有同旺投资 12.00%出资额，李安持有同旺投资 6.02%出资额。

报告期内，薛元潮与上述自然人中江灵兵共同投资公司，虞晓春、李安、张中平共同投资同旺投资外，不存在其他共同投资及合作经营行为，不存在股份代持行为及“体外循环”情形，不存在相关自然人为公司垫付成本、费用的情形。

保荐机构和发行人律师经核查发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水，确认报告期内薛元潮与江灵兵等部分董事、高级管理人员之间存在资金往来的情况，主要系个人及家庭间资金周转借款及资金理财，相关资金去向及最终流向均不涉及发行人客户、供应商等合作单位；报告期内，薛元潮与相关自然人之间除共同投资发行人及员工股权激励平台同旺投资外，不存在其他共同投资、合作经营行为，不存在股份代持行为、“体外循环”情形，亦不存在相关自然人为发行人垫付成本、费用的情形。

十六、公司已执行的股权激励及相关安排和执行情况

（一）股权激励的实施情况

公司先后于 2011 年 12 月、2015 年 12 月、2017 年 5 月实施了三次员工股权激励，具体情况如下：

1、第一次股权激励实施情况

2011 年 12 月，同旺投资股东会作出决议，同意薛元潮将其持有同旺投资的部分股权转让给黄小东等 44 名自然人，转让价格为 2.25 元/出资额。

2011 年 12 月 28 日，同旺投资在杭州市工商行政管理局余杭分局办理完成了本次变更登记手续。本次股权激励完成后，同旺投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	薛元潮	246.02	49.20%
2	薛小兰	100.00	20.00%
3	江婧	51.30	10.26%
4	黄小东	9.27	1.85%
5	李安	9.27	1.85%
6	张中平	9.27	1.85%
7	夏权伟	7.49	1.50%
8	金文光	6.18	1.23%
9	张波	5.18	1.04%
10	王惠峰	4.94	0.99%
11	史崇环	4.00	0.80%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
12	沈慧萍	3.09	0.62%
13	陈佩珍	3.09	0.62%
14	马啸	2.70	0.54%
15	杨娜	2.00	0.40%
16	刘利臣	2.00	0.40%
17	林静	2.00	0.40%
18	白宇	1.75	0.35%
19	方丽	1.55	0.31%
20	虞晓春	1.55	0.31%
21	潘建斌	1.55	0.31%
22	翁倩	1.55	0.31%
23	吴建峰	1.55	0.31%
24	江伟忠	1.55	0.31%
25	李晶	1.55	0.31%
26	田有慧	1.55	0.31%
27	许方雷	1.55	0.31%
28	叶圣信	1.55	0.31%
29	袁国芬	1.00	0.20%
30	唐莹	1.00	0.20%
31	崔娜	1.00	0.20%
32	李培斯	1.00	0.20%
33	梁燕	1.00	0.20%
34	郭园园	1.00	0.20%
35	方遒	1.00	0.20%
36	杨雪	1.00	0.20%
37	余丹青	1.00	0.20%
38	孔歆	1.00	0.20%
39	陶洁	1.00	0.20%
40	崔春兰	1.00	0.20%
41	钱晶晶	0.50	0.10%
42	王虹霞	0.50	0.10%
43	佟守文	0.50	0.10%
44	田建生	0.50	0.10%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
45	张咏	0.50	0.10%
46	岳烨	0.50	0.10%
合计		**500.00**	**100.00%**

2、第二次股权激励实施情况

2015 年 12 月，同旺投资股东会作出决议，同意薛元潮将其持有同旺投资的部分股权转让给张中平等 13 名自然人，转让价格为 1.50 元/出资额。

2015 年 12 月 15 日，同旺投资在杭州市余杭区市场监督管理局办理完成了本次变更登记手续。本次股权激励完成后，同旺投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	薛元潮	160.65	32.13%
2	薛小兰	100.00	20.00%
3	张中平	60.00	12.00%
4	李安	30.12	6.02%
5	王惠峰	18.60	3.72%
6	翁倩	17.00	3.40%
7	江婧	16.32	3.27%
8	虞晓春	16.22	3.24%
9	李晶	13.99	2.80%
10	方丽	12.59	2.51%
11	吴建峰	12.15	2.43%
12	潘建斌	10.80	2.16%
13	黄小东	10.00	2.00%
14	陈佩珍	8.50	1.70%
15	袁国芬	5.00	1.00%
16	金文光	3.00	0.60%
17	江伟忠	2.00	0.40%
18	许方雷	1.55	0.31%
19	叶圣信	1.55	0.31%
合计		**500.00**	**100.00%**

3、第三次股权激励实施情况

2017 年 5 月，杭州乐旺股东薛元潮签署股东决定，同意注册资本由 128.4601 万元变更为 139.1138 万元，同意吾灵建等 20 名自然人对杭州乐旺增资，增资价格为 49.94 元/出资额。

2017 年 5 月 24 日，杭州乐旺办理完成了本次变更登记手续并取得了杭州市余杭区市场监督管理局换发的《营业执照》。本次股权激励完成后，杭州乐旺股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	薛元潮	128.46	92.34%
2	吾灵建	0.70	0.50%
3	陈美容	0.70	0.50%
4	史佳	0.70	0.50%
5	夏婉玉	0.70	0.50%
6	叶平	0.70	0.50%
7	黄佳韵	0.70	0.50%
8	朱莉	0.60	0.43%
9	吕睿直	0.60	0.43%
10	朱伟	0.60	0.43%
11	张丽	0.60	0.43%
12	陈双双	0.50	0.36%
13	赵晋芳	0.50	0.36%
14	陈琳	0.50	0.36%
15	陈燕	0.40	0.29%
16	许晓琳	0.40	0.29%
17	鲍小云	0.40	0.29%
18	刘芹	0.40	0.29%
19	宋辉	0.40	0.29%
20	朱丽晓	0.40	0.29%
21	吴涛	0.14	0.10%
合计		**139.11**	**100.00%**

（二）股权激励的相关影响

1、股权激励对公司经营情况的影响

通过实施股权激励，公司建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性。

2、股权激励对公司财务状况的影响

公司第一次股权激励发生在 2011 年 12 月，员工对应取得的公司间接股权成本为 2.25 元/注册资本，高于 2011 年 10 月公司净资产 1.20 元/注册资本，故当时未做股份支付处理。股权激励完成当月，公司引入外部投资机构联创永溢、御硕投资，如按照投资机构增资价格 9.49 元/注册资本测算，第一次股权激励所确认股份支付金额将为 1,168.93 万元。截至 2015 年 12 月 31 日，公司未分配利润为 9,332.37 万元；2016 年 1 月，公司将截至 2015 年 12 月 31 日的经审计净资产 17,313.48 万元折合股本 6,000.00 万元整体变更为股份公司，净资产大于股本部分计入资本公积。如对前述股份支付进行追溯调整，将不会导致公司整体变更时出现未弥补亏损的情况，且因相关股权激励发生在股份公司整体变更改制前，也不会对公司报告期初未分配利润产生影响。

公司第二次股权激励发生在 2015 年 12 月，员工对应取得的公司间接股权成本为 0.75 元/注册资本，公司参照 2016 年新三板挂牌期间股权增资市盈率 23.75 倍，计算本次股权激励的每股公允价值为 8.86 元/股，于 2015 年确认股份支付金额 2,759.28 万元并计入管理费用。

公司第三次股权激励发生在 2017 年 5 月，员工对应取得的公司间接股权成本为 10 元/股，公司选取 2016 年 11 月新三板挂牌期间每股增资价格 15 元/股作为本次股权激励的每股公允价值，对应公司 2016 年度每股收益市盈率约为 21.58 倍，于当期确认股份支付金额 266 万元并计入管理费用。

综上，截至本招股说明书出具日，除前述已实施完毕的股权激励外，公司不存在尚未实施的股权激励计划，亦不存在上市后的行权安排。

3、股权激励对公司控制权变化的影响

股权激励实施前后，公司控制权未发生变化。

（三）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，除前述已实施完毕的股权激励外，公司不存在尚未实施完毕的股权激励计划，亦不存在上市后的行权安排。

保荐机构认为，公司已执行的股权激励在申报前均已执行完毕，对公司报告期内的经营状况、财务状况无重大不利影响，股权激励执行前后公司控制权未发生变更，除早期的第一次股权激励外，其余两次股权激励均已进行了相应的股份支付会计处理。公司2011年第一次股权激励未做股份支付处理，不会对公司报告期初未分配利润产生影响。

十七、公司员工情况

（一）员工人数

报告期各期末，公司及下属公司员工人数情况如下：

时间	人数（人）
2018年12月31日	844
2019年12月31日	947
2020年12月31日	**1,269**

（二）员工专业结构

截至**2020年12月31日**，公司及下属公司在册员工专业结构情况如下：

专业构成	人数（人）	比例
管理人员	**223**	**17.57%**
销售人员	**226**	**17.81%**
技术人员	**92**	**7.25%**
生产人员	**728**	**57.37%**
合计	**1,269**	**100.00%**

（三）公司社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司员工的社会保险和住房公积金缴纳情况如下：

单位：人

缴纳情况	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金
已缴人数	**1,163**	**1,163**	866	860	779	777
已缴人数占比	**91.65%**	**91.65%**	91.45%	90.81%	92.30%	92.06%
未缴人数	**106**	**106**	81	87	65	67
未缴原因	社会保险	公积金	社会保险	公积金	社会保险	公积金
退休员工聘用	**91**	**91**	71	76	60	60
新员工尚未开缴	**15**	**15**	10	10	5	7
其他	**-**	**-**	-	1	-	-

报告期内，公司存在部分新员工未及时参缴社会保险和住房公积金的情况，如需补缴的相关金额分别为 23.88 万元、17.84 万元和 **16.37 万元**，应缴未缴金额较小，不会对发行人经营业绩、持续经营产生重大不利影响。

此外，公司实际控制人薛元潮、薛雅利承诺，若公司因在报告期内存在未为员工缴纳社会保险及住房公积金的情况，而被主管部门要求为员工补缴相关金额或者被员工追偿未缴纳单位部分，实际控制人将以现金方式及时、无条件全额承担该部分补缴或追偿金额；若公司因为上述行为被相关部门处罚而遭受经济损失，实际控制人将以现金方式及时、无条件补偿公司。

（四）员工薪酬情况

报告期内，公司销售、管理、研发人员的平均薪酬具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	期末人数	人均薪酬	期末人数	人均薪酬	期末人数	人均薪酬
销售人员	**226**	**17.90**	177	16.51	157	15.89
管理人员	**228**	**14.07**	164	16.02	140	12.73
研发人员	**73**	**11.96**	77	11.37	60	9.24

注 1：销售人员、管理人员的平均工资=销售费用、管理费用核算的工资总额÷（∑各月销售/管理员工人数÷12）；

注 2：研发人员包含全职研发人员和从事协助工作的研发人员，协助研发人员的薪酬在参与研发项目期间归集为研发费用，故研发人员的平均工资=研发费用核算的工资总额÷（∑各月参与研发项目的员工人数÷12）。

2018 年度至 2019 年度，公司与同行业公司的各类薪酬比较情况如下：

单位：万元

公司	项目	2019 年度	2018 年度
中宠股份	销售费用核算平均薪酬	17.52	11.38
	管理费用核算的平均薪酬	8.86	9.81
	研发费用核算的平均薪酬	6.69	11.45
佩蒂股份	销售费用核算平均薪酬	14.49	14.26
	管理费用核算的平均薪酬	29.12	22.98
	研发费用核算的平均薪酬	15.83	12.61
路斯股份	销售费用核算平均薪酬	5.32	4.62
	管理费用核算的平均薪酬	5.06	4.47
	研发费用核算的平均薪酬	4.50	2.19
依依股份	销售费用核算平均薪酬	9.83	5.87
	管理费用核算的平均薪酬	8.13	6.76
	研发费用核算的平均薪酬	8.11	8.22
悠派科技	销售费用核算平均薪酬	9.07	7.99
	管理费用核算的平均薪酬	21.84	12.91
	研发费用核算的平均薪酬	3.50	4.25
平均值	销售费用核算平均薪酬	11.25	8.82
	管理费用核算的平均薪酬	14.60	11.39
	研发费用核算的平均薪酬	7.73	7.74
公司	销售费用核算的平均薪酬	16.51	15.89
	管理费用核算的平均薪酬	16.02	12.73
	研发费用核算平均薪酬	11.37	9.24

注 1：数据来源：行业上市公司年度报告及招股说明书，平均薪酬根据管理、销售及研发费用所核算职工薪酬金额、期初与期末平均人数进行计算；

注 2：同行业可比公司管理、销售、研发人员平均薪酬=销售、研发、管理费用中的职工薪酬金额÷（（该年度管理、销售、研发期末员工平均人数+该年度管理、销售、研发期初员工平均人数）/2）；

注 3：同行业可比公司的管理人员人数取自于财务人员、行政人员、人资人员的合计数；研发人员人数取自于技术人员人数。

数据来源：可比公司定期报告及招股说明书，平均薪酬根据管理、销售及研发费用所核算职工薪酬金额、期初与期末平均人数进行计算或摘取自招股说明书直接披露的平均薪酬。

公司地处经济发达的长三角地区并以国际客户为主，对销售人员的外语交流能力要

求较高，因此销售人员平均薪酬整体高于可比公司平均值。同时，公司管理人员平均薪酬略高于可比公司平均值，整体处于行业企业合理范围内。

研发方面，可比公司中宠股份、佩蒂股份、路斯股份均以宠物食品研发为主，依依股份和悠派科技则以护理用品研发为主，与公司以窝垫、爬架等的研发项目方面有明显差异，由此研发人员平均薪酬存在一定差异，公司研发人员平均薪酬高于可比公司平均值。

综上，报告期内，公司销售、管理及研发人员的平均薪酬水平，与同行业上市公司平均薪酬水平不存在重大差异。

2018 年度至 2019 年度，公司各类薪酬与杭州市平均工资的比较情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度
公司销售人员平均薪酬	16.51	15.89
公司管理人员平均薪酬	16.02	12.73
公司研发人员平均薪酬	11.37	9.24
杭州市平均工资	8.20	7.37

杭州市平均工资数据来源：杭州市统计局

如上表所示，公司各类岗位人均薪酬水平均高于所在杭州地区的人均薪酬水平，并保持相同的逐步增长趋势。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

（一）发行人主营业务、主要产品及主营业务收入构成情况

1、主要业务

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，产品包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子智能宠物用品以及宠物食品等多系列、全品类宠物产品。公司作为国内较早进入宠物行业的企业，经过十多年的专注与积累，已发展成为目前我国全品类、大规模的宠物产品供应商，在宠物用品领域内具有综合竞争力。

公司专注于宠物产业，以“创新情感消费、促进自然和谐”为使命，注重围绕猫、狗等主要宠物的生活习性与人宠互动需求进行多品类宠物产品的持续开发，并重视新功能、新主题、新材料、新品类的创意企划与创新设计，广泛实现了对宠物休息睡眠、活动空间、玩耍出行、清洁饮食、人宠互动等多场景使用需求与全品类产品的有效覆盖。同时，公司在发展过程中持续加强供应链管理体系的建设完善，逐步形成了高效、可靠的多品类宠物产品供应链管理体系，满足了客户一站式、多频次的选购需求。

公司凭借持续、丰富的产品开发能力，高效、可靠的供应链管理体系，通过长期、广泛的客户服务与优化积累，建立了面向全球市场的销售渠道与客户资源。报告期内，公司已成功进入美国、欧盟、澳大利亚、日本等国际宠物市场，积累了一批优质的下游客户，如美国沃尔玛、Kmart AUS、TRS、Birgma、KOHNAN 等大型连锁商超，Amazon、Chewy 等国际知名电商，以及 Fressnapf、Petco 等大型宠物用品连锁企业等，形成了长期、良好的合作关系。同时，公司以服务全球宠物市场的行业先发优势与开发供应体系为基础，积极覆盖国内快速发展的新兴宠物产业，建立了线上与线下并重的境内销售渠道，为公司的持续、健康、稳定发展提供了重要基础。

2、主要产品

公司的主要产品包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具以及电子宠物用品、宠物服饰、宠物牵引用具等其他宠物产品，该等产品的图例及功能用途情况如下：

（1）猫爬架

猫爬架又称“猫跳台”，主要用于拓展猫的日常活动空间，满足其磨爪、玩耍、跳跃、休息的生活习性。公司猫爬架产品的典型示例如下：



可变复式猫爬架

集玩乐、栖息、攀爬于一体，能同时满足 4-5 只猫咪的玩耍需求，可根据家庭空间组合成不同结构



家居风格板式猫爬架

采用环保生态木材料，结实稳固，具有承重力强、使用寿命长的特点，设计风格新颖、简约



编织窝猫爬架

针对大型宠物猫设计开发，采用 E1 级环保板材以及耐抓、耐摩擦厚实面料，结构稳固、结实



一体式家居猫别墅

采用稳固耐抓板材，同时配备家居存储空间，与家居设计紧密结合的同时可满足数只宠物玩耍、栖息、攀爬等多样化需求



DIY 组装猫爬架

整体采用稳固耐抓材质，可根据家庭空间需求随意变换组装方式，满足宠物主人的个性化设计需求



墙体组合猫跳台

将猫爬架安装于墙体之上，节省了占用空间，宠物主人可根据自身需求加以拼接，达到美观、舒适与个性化的效果



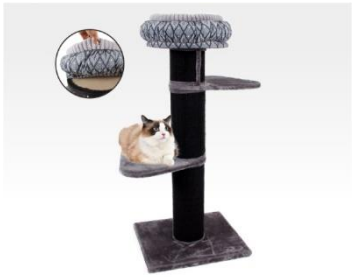
电动游戏猫爬架

环保板材贴合家居环境，配备 360 度旋转电动玩具，满足宠物猫玩耍、游戏的习性



软式箱体猫爬架

采取软式箱体，加大结构性材料承重力，使整体结构更加轻便、稳固、舒适



加粗麻柱猫爬架

配备有加粗麻柱与加大底座，具有更强的耐磨耐抓特性；同时顶部搭配可拆卸窝垫，易于清洗

（2）宠物窝垫

宠物窝垫主要用于宠物的睡眠与休憩，具有保暖、纳凉等功能，并强调健康、舒适、方便清洁与储藏的产品设计。公司宠物窝垫产品的典型示例如下：



舒适透气窝垫

内部采用新型空气纤维材料，呈立体网状空间结构，表面搭配透气网格面料，散热均匀，可折叠



健康驱虫狗床

原材料上采用新型驱蚊虫助剂，对蚊虫起到驱离效果，对跳蚤、虱等具有良好的驱避作用



抗菌材料窝垫

采用新型抗菌针织面料，设透气孔，透气效果好，有助于抑制有害菌种的生成，保护宠物健康



宠物沙发

采用皮革材质，符合宠物生理构造，具有舒适、美观的效果



透气凉感窝垫

内置垫子采用三明治网布、凝胶冰垫，具有透气、舒适、清凉特性



凉感牛津布帐篷

采用牛津布复合面料，既能抵挡紫外线，又清凉防晒



环保面料窝垫

将回收废旧材料加工成有用材料，制成循环可利用窝垫，具有环保功能



记忆海绵窝垫

采用记忆海绵材料，可以较好地适应宠物各类睡姿，具有舒适、健康功能



保暖材质窝垫

填充层内加入慢导热金属棉面料，减少向下热量散失，具有锁温舒适功能

（3）宠物玩具

宠物玩具主要用于宠物玩耍、锻炼，促进人宠互动，兼具耐咬、耐磨特性。公司宠物玩具产品的典型示例如下：


仿真电动老鼠


猫抓板游戏转盘


猫抓窝玩具


宠物觅食 IQ 垫


毛绒填充漏食玩具


耐咬棉绳玩具


宠物 IQ 益智玩具


多功能橡胶玩具


食物弹射枪


宠物飞盘


猫隧道


宠物游戏床

（4）其他宠物产品

公司其他宠物产品主要包括电子用品、宠物服饰、牵引用具、清洁用具、饮食产品等宠物生活产品。公司各类其他宠物产品的典型示例如下：

1）电子宠物用品

电子宠物用品主要通过将电子技术应用于宠物产品，使相关产品具有智能喂宠、智能逗宠、定位防丢等功能。公司电子宠物用品的典型示例如下：


APP 喂食器


电子饮水器


感应碗


喷泉饮水机



GPS 定位器



宠物发光吊坠



LED 项圈



宠物计步器



镭射漏食玩具



遥控漏食玩具车



电动打地鼠机



六格定时喂食盘

2）宠物服饰

宠物服饰主要用于宠物的出行、保暖、防护等，同时还兼具美观、耐磨、耐撕咬等特性。公司宠物服饰产品的典型示例如下：



抗菌户外服饰



自发热宠物外套



安全反光救生衣



独角兽主题角色服



中小型宠物裙装



中小型宠物 T 恤



中型宠物连体衣



大型宠物户外服

3）牵引出行用品

牵引出行用品主要用于宠物的出行、户外活动及户外近身控制等，满足宠物出行及户外防护的需求。公司牵引出行用品的典型示例如下：



户外牵引带



老年犬保护带



自行车遛狗牵引链



车用安全伸缩链



宠物便携包



宠物推车



户外宠物铝笼



户外宠物床

4）清洁护理用品

清洁护理用品主要用于宠物的方便、清洁打理及护理等，同时兼具除臭、安全舒适等特性。公司清洁护理用品的典型示例如下：



宠物刷子



宠物除毛器



宠物拾便器



宠物洗澡刷



宠物猫砂



猫砂铲



猫厕盆



宠物吸水毛巾

5）宠物饮食产品

宠物饮食产品主要包括宠物的饮食饮水用具以及宠物粮食、零食等，此类产品具有适用性、安全性、可持续性和以宠为本的特点。公司宠物饮食产品的典型示例如下：


宠物水杯


慢食用具


储粮罐


宠物碗


“新食代”宠物湿粮



“伊丽”猫咪化毛膏


“伊丽”猫条


“伊丽”猫罐头

6）宠物套装产品

宠物套装产品为品种丰富、风格统一的套装组合，具有美观多元的特点。公司宠物套装产品的典型示例如下：


圣诞主题套装


清洁系列套装


猫玩具套装


宠物碗套装


夏日主题套装


猫咪礼盒套装


绿色森林套装


圣诞节日套装

7）主题系列产品

主题系列产品是从统一设计概念出发，整体风格统一，设计意义独特的系列化宠物产品，具有品类齐全、设计新颖、造型美观等特点，为宠物提供一站式的产品服务。公司主题系列产品典型示例如下：



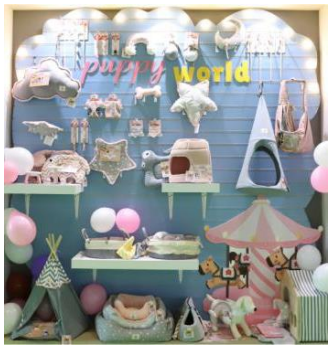
“圣诞节日”主题



“户外森林”主题



“玩具狂欢”主题



“PUPPY”主题



“热门宠物造型”主题

8）人宠结合产品

人宠结合产品主要实现养宠家庭节约空间、一器多用、人宠互动等功能，同时兼具造型美观，设计感强等特性。公司人宠结合产品典型示例如下：



人宠小柜



墙角置物猫爬架



人宠坐凳



人宠复式坐凳



置物边几圆桶双层猫窝



双层边几猫窝



多场景宠物窝



宠物猫窝换鞋凳

3、主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入主要来源于宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具和其他产品的销售，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宠物窝垫	**30,480.12**	**21.11%**	25,544.98	24.45%	23,533.35	26.76%
猫爬架	**34,837.51**	**24.13%**	23,971.10	22.94%	16,888.72	19.21%
宠物玩具	**24,210.30**	**16.77%**	24,286.55	23.25%	22,544.88	25.64%
宠物食品	**26,853.91**	**18.60%**	**3,649.92**	**3.49%**	**3,629.75**	**4.13%**
其他产品	**27,983.23**	**19.38%**	**27,023.97**	**25.87%**	**21,337.74**	**24.27%**
合计	**144,365.06**	**100.00%**	**104,476.53**	**100.00%**	**87,934.44**	**100.00%**

国内外宠物行业市场规模保持稳步增长，公司报告期内主营业务收入也保持了较快的增长。其中，其他产品的销售占比逐年提升，主要系随着宠物消费市场的增长，宠物生活用品更加丰富化，宠物服饰、宠物日用品、便携产品及宠物食品等销售良好。

（二）发行人主要业务模式

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，产品包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子智能宠物用品以及宠物食品等多系列、全品类宠物产品。公司拥有独立的开发、采购、生产和销售体系，通过向客户销售宠物相关产品实现盈利。其中，公司在销售、生产、采购等方面的经营模式情况如下：

1、销售模式

欧美等发达国家和地区宠物产业起步较早，大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台经过多年发展已成为了宠物产品的主要销售渠道，占据了主要的市场份额，公司主要通过向上述企业销售贴牌产品的方式进入国际宠物市场。同时，随着近些年我国宠物产业的较快发展，公司也逐步加强了国内市场的拓展。

（1）境外销售

公司境外销售以美洲、欧洲、澳大利亚和日本等国家和地区为主，并主要通过网络推广（如阿里巴巴、中国制造网等）、参加国内外展会（如广交会、中国国际宠物用品展、亚洲宠物展览会、德国纽伦堡宠物展、美国奥兰多宠物博览会等）、投放广告以及产品推荐等方式开拓市场。公司通过持续参加展会向客户展现公司最新产品，并通过与客户不断进行市场趋势、产品样式、功能开发等情况的交流，与客户形成了良好、持续

的互动合作关系，积累了一批优质的下游客户，如美国沃尔玛、Kmart AUS、TRS、Birgma、KOHNAN 等大型连锁商超，Amazon、Chewy 等国际知名电商，以及 Fressnapf、Petco 等大型宠物用品连锁企业等，形成了长期、良好的合作关系。

公司的客户主要系境外知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等。公司对境外客户销售的产品，除少数使用境外子公司欧塞艾的自有品牌外，主要使用客户所提供的品牌标识。同时，公司境外客户货款结算方式主要采用电汇结算方式（T/T），即在货物装运出港后一定的信用期内支付货款。

1）亚洲区域外销情况

2018 年度至 2020 年度，公司来自亚洲市场的境外销售收入分别为 6,544.13 万元、6,260.63 万元和 8,628.08 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 4,827.71 万元、4,121.17 万元和 **4,867.69 万元**，占亚洲外销收入的比例分别为 73.77%、65.83%和 **56.42%**。

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，**产品销售收入有明显提升。**

2）欧洲区域外销情况

2018 年度至 2020 年度，公司来自欧洲市场的外销收入分别为 32,917.83 万元、33,912.33 万元和 34,135.02 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。

2018年至2020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。

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。

3）北美洲区域外销情况

2018年度至2020年度，公司来自北美洲市场的外销收入分别为20,855.12万元、29,760.54万元和37,902.29万元。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85%以上。

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，随着部分老客户收入的持续增长及CANADIAN TIRE的销售大幅增长，公司北美洲收入持续保持了较大的增量。

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。

4）大洋洲区域外销情况

2018年度至2020年度，公司来自大洋洲的外销收入分别为17,539.56万元、22,171.19万元和24,026.90万元，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。

2018年至2020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。

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。

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。

（2）国内销售

针对国内市场，公司制定了线上与线下并重的销售模式，并在原有宠物用品的基础上增加了宠物食品业务，以更好的开拓境内市场、增加客户粘性。

报告期内，公司境内线上销售模式主要分为 B2C 和 B2B 两种形式，通过在第三方平台建立自营品牌旗舰店与专营店，面向企业或消费者客户进行产品销售。其中，第三方平台负责在线商城基础设施的运营及用户推广，公司则自行负责针对客户的产品销售和店铺运营维护。此外，公司还存在面向京东自营和宠物用品电商波奇网的寄售模式，在该模式下消费者直接对京东等第三方销售平台发出商品购买需求，销售平台通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发出货品，公司则不参与后续的物流配送及售后环节。公司将产品运送至合作平台指定地点，并根据寄售合同约定的对账时间，收到销售清单核对无误后确认收入。

公司在第三方电商平台开设的主要店铺如下：

主要电商平台	店铺名称	店铺地址
1688（阿里巴巴诚信通）	伊丽官方旗舰店	https://shop1483030991991.1688.com
天猫	伊丽宠物用品旗舰店	https://yilicwyp.tmall.com
	新食代旗舰店	https://xinshidaicwyp.tmall.com
京东	特旺宠物用品专营店	https://mall.jd.com/index-848377.html
天猫国际	元祐宠物海外专营店	https://yuanyoupetscwyp.tmall.hk

公司线下渠道则主要通过批发、经销等模式进行产品销售。其中，在批发模式下，公司客户面向批发客户进行产品销售；在经销模式下，公司通过子公司杭州特旺与经销商签订经销协议，约定经销商在一定时间和区域内销售公司产品。

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 年度	2019 年	2018 年
各期初经销商数量	**30**	33	39
当期新增经销商数量	**2**	1	-
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

项目	2020 年度	2019 年	2018 年
经销模式业务收入（万元）	**224.13**	387.78	499.21
经销模式业务占比	**0.15%**	0.37%	0.57%

注：2020 年，公司有 16 家原经销商客户不再与公司签署经销协议，转为一般直销客户与公司开展合作。

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 年度	**1**	**上海汤琪贸易有限公司**	**2011.1.9**	**200.00**	**106.14**	**1,200**
	2	**杭州世禾宠物科技有限公司**	**2019.3.11**	**100.00**	**33.61**	**1,000**
	3	**上海佩沃商贸有限公司**	**2014.11.18**	**50.00**	**32.14**	**550**
	4	**哈尔滨市道外区多多爱宠物用品商店**	**2009.2.20**	**-**	**26.15**	**-**
	5	**常州晋发动保宠物用品有限公司**	**2017.5.24**	**150.00**	**14.73**	**8,150**
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域宠物用品店	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品店	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
	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

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；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。

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 年更有大幅增长。**

对于境内线上渠道，**2018 年及之前，**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。

（3）线上销售

1）线上渠道产品销售情况

报告期内，公司线上渠道自营和寄售两类模式的产品销售情况如下：

单位：万元

经营模式	平台名称	2020 年度			2019 年度		
		收入金额	占线上收入比	占主营收入比	收入金额	占线上收入比	占主营收入比
自营	天猫/天猫国际	**908.83**	**23.56%**	**0.63%**	549.86	37.58%	0.53%
	1688	**541.41**	**14.04%**	**0.38%**	377.23	25.78%	0.36%
	亚马逊	**1,484.03**	**38.48%**	**1.03%**	-	-	-
	京东	**281.12**	**7.29%**	**0.19%**	132.64	9.07%	0.13%
	拼多多	**254.99**	**6.61%**	**0.18%**	19.67	1.34%	0.02%
	其他平台	**139.13**	**3.61%**	**0.10%**	76.14	5.20%	0.07%
	小计	**3,609.51**	**93.58%**	**2.50%**	1,155.54	78.98%	1.11%
寄售	京东自营	**152.34**	**3.95%**	**0.11%**	86.81	5.93%	0.08%
	波奇网	**83.51**	**2.17%**	**0.06%**	220.69	15.08%	0.21%
	天猫国际自营	**11.60**	**0.30%**	**0.01%**	**-**	**-**	**-**
	小计	**247.44**	**6.42%**	**0.17%**	307.50	21.02%	0.29%
合计		**3,856.96**	**100.00%**	**2.67%**	**1,463.04**	**100.00%**	**1.40%**

（续）

经营模式	平台名称	2018 年度		
		收入金额	占线上收入比	占主营收入比
自营	天猫/天猫国际	-	-	-
	1688	383.28	32.24%	0.44%
	亚马逊	-	-	-
	京东	-	-	-
	拼多多	-	-	-
	其他平台	-	-	-
	小计	383.28	32.24%	0.44%
寄售	京东自营	165.45	13.91%	0.19%
	波奇网	640.28	53.85%	0.73%
	天猫国际自营	**-**	**-**	**-**
	小计	805.73	67.76%	0.92%
合计		**1,189.01**	**100.00%**	**1.35%**

注 1：亚马逊平台的线上销售系子公司杭州赛旺开展的跨境海外仓业务，2020 年该平台线上收入主要来自亚马逊北美站、亚马逊日本站和亚马逊欧洲站。

注 2：其他平台包括境内小米有品、苏宁易购、苏宁拼购、蘑菇街及境外 ebay 等。

如上表所示，公司各期线上销售收入占其主营业务收入比例较小，但呈较快增长趋势。报告期初，公司主要在 1688 平台、波奇网和京东自营从事线上销售业务。2019 年起，公司积极拓展线上业务，在天猫、亚马逊、京东、拼多多等多个第三方平台开展了境内外线上销售布局，不存在对特定平台的依赖情况。

报告期内，公司于各电商平台上开设自营店的销售收入情况如下：

单位：万元

电商平台	主要店铺名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1688	伊丽官方旗舰店	**541.41**	377.23	383.28
天猫/天猫国际	伊丽宠物用品旗舰店、新食代旗舰店、元祐宠物海外专营店	**908.83**	549.86	-
京东	特旺宠物用品专营店	**281.12**	132.64	-
拼多多	玛氏特旺专卖店、特旺宠物用品专营店	**254.99**	19.67	-
亚马逊	Made4Pets、OHANA STORE	**1,484.03**	-	-
其他平台	-	**139.13**	76.14	-
合计		**3,609.51**	**1,155.54**	**383.28**

注 1：亚马逊平台的线上销售系子公司杭州赛旺开展的跨境海外仓业务，**2020 年**该平台线上收入主要来自亚马逊北美站、亚马逊日本站和亚马逊欧洲站；

注 2：其他平台包括境内小米有品、苏宁易购、苏宁拼购、蘑菇街及境外 ebay 等。

报告期内，公司电商平台自营店收入整体规模相对较小，但呈逐年增长趋势。其中，公司境内电商平台自营店收入主要来自 1688 和天猫平台开设的店铺；**2020 年，**随着公司在境外亚马逊平台开设自营店，相关销售收入增长显著。

2）电商平台的推广营销情况

报告期内，公司于各类电商平台所发生的推广费用与市场营销费情况如下：

单位：万元

电商平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫、天猫国际	**108.38**	9.69	-
1688	**12.24**	4.25	5.18
亚马逊	**60.88**	-	-
京东	**23.52**	25.17	6.68

电商平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他平台	6.40	2.39	-
合计	211.42	41.49	11.86

注：其他平台包括拼多多、小米有品、苏宁易购、苏宁拼购、蘑菇街等。

公司在各平台的推广营销方式主要包括天猫平台的钻展和直通车、1688 平台的网销宝、京东平台的京准通、亚马逊平台的 Sponsored Products 等。此类推广方式主要按照页面展现次数或点击量计费，公司按照与各平台的费用结算金额确认销售费用，会计核算符合《企业会计准则》相关规定。

3）线上销售相关交易行为特点分析

通过分析公司线上销售业务的订单分布结构、交易账户情况、产品出库及物流记录，保荐人与申报会计师对公司报告期内线上销售的真实性、刷单行为与收入确认准确性进行了核查，确认公司线上销售收入真实、无刷单行为，收入确认准确。

报告期内，公司线上销售根据目标客群的不同，主要可以分为境内电商零售（B2C）、境内电商直销（B2B）、跨境电商零售以及平台寄售业务四种类型。其中，在平台寄售业务下，公司直接与波奇网和京东自营进行业务往来，未与终端客户进行直接交易。除寄售业务外，其余三类线上销售业务形式的相关交易行为特点如下：

① 国内电商零售（B2C）

公司国内电商零售业务自 2019 年起步，销售收入主要来自天猫平台的伊丽宠物用品旗舰店和京东平台的特旺宠物用品专营店，销售交易行为以小额、分散为特点。两家店铺的订单金额分层情况如下：

单位：万笔、万元

单笔订单金额	2020 年度				2019 年度			
	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比
小于 100 元	31.55	95.78%	897.63	78.29%	26.23	97.74%	660.75	85.28%
100-200 元	1.11	3.37%	147.42	12.86%	0.50	1.86%	69.29	8.94%
200-500 元	0.22	0.66%	60.69	5.29%	0.07	0.27%	21.85	2.82%
500 元以上	0.06	0.19%	40.83	3.56%	0.04	0.14%	22.93	2.96%

单笔订单金额	2020 年度				2019 年度			
	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比
合计	32.94	100.00%	1,146.57	100.00%	26.84	100.00%	774.81	100.00%

上述两家店铺的订单集中度情况如下：

单位：万元

单笔订单金额	2020 年度		2019 年度	
	订单金额	占比	订单金额	占比
前 10 大订单	2.11	0.18%	1.60	0.21%
前 100 大订单	11.02	0.96%	8.46	1.09%
前 1,000 大订单	55.98	4.88%	42.84	5.53%

公司国内电商零售业务的客户主要为通过天猫、京东等第三方平台下单的终端消费者，单次消费金额较小，消费者高度分散。报告期内，两家店铺以宠物用品销售为主，单笔金额在 100 元以下的订单数量占比为 **95%以上**，订单金额占比为 **80%左右**。上述平台也存在部分单笔金额在 500 元以上的订单，占比较小，主要系单价较高的宠物食品销售所致。此外，公司在天猫与京东平台上的订单不存在较大的集中度，2019 年与 2020 年，前 10 大订单金额占比不足 1%，前 100 大订单金额占比不足 2%，前 1,000 大订单金额占比不足 **6%**，订单分布呈现出小额、分散的特点，与上述平台定位于零售业务的特点相符，具有商业合理性。

② 国内电商直销（B2B）

报告期内，公司国内电商直销主要在 1688 平台（阿里巴巴诚信通）的伊丽官方旗舰店，面向线上与线下的中小型宠物用品销售企业客户进行产品销售，平均销售订单金额显著高于电商零售业务，订单金额具体分层情况如下：

单位：万笔，万元

单笔订单金额	2020 年度				2019 年度			
	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比
小于 100 元	1.04	58.68%	50.08	8.17%	0.50	49.60%	24.36	5.86%
100-500 元	0.51	29.12%	108.82	17.75%	0.34	33.30%	77.99	18.76%

单笔订单金额	2020 年度				2019 年度			
	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比
500-1,000 元	**0.10**	**5.62%**	**68.50**	**11.17%**	0.08	8.36%	60.15	14.47%
1,000-5,000 元	**0.10**	**5.58%**	**197.40**	**32.20%**	0.08	7.63%	144.60	34.78%
5,000 元以上	**0.02**	**1.01%**	**188.31**	**30.71%**	0.01	1.11%	108.70	26.14%
合 计	**1.76**	**100.00%**	**613.11**	**100.00%**	**1.01**	**100.00%**	**415.79**	**100.00%**

（续）

单笔订单金额	2018 年度			
	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比
小于 100 元	0.43	44.15%	19.20	4.29%
100-500 元	0.35	35.62%	81.70	18.28%
500-1,000 元	0.09	9.69%	67.52	15.10%
1,000-5,000 元	0.09	9.42%	175.27	39.21%
5,000 元以上	0.01	1.11%	103.35	23.12%
合 计	**0.98**	**100.00%**	**447.04**	**100.00%**

上述 1688 店铺的订单集中度情况如下：

单位：万元

单笔订单金额	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	订单金额	占比	订单金额	占比	订单金额	占比
前 10 大订单	**32.59**	**5.32%**	25.85	6.22%	28.83	6.45%
前 100 大订单	**140.15**	**22.86%**	101.95	24.52%	98.76	22.09%
前 1,000 大订单	**368.78**	**60.15%**	264.08	63.51%	275.52	61.63%

如上表所述，公司在 1688 平台的产品销售以 1,000 元以上金额的订单为主，同时也存在少量个人与个体终端消费客户，因此在数量方面也存在较多小额订单。公司在 1688 平台上的销售订单分布结构符合该平台的业务特征。此外，公司在 1688 平台上的订单存在一定的集中度，近三年，前 10 大订单金额占比在 5%以上，前 100 大订单金额占比在 20%以上，前 1,000 大订单金额占比在 **60%以上**，订单分布呈现出偏向大额、集中的特点，与该平台定位于批发业务的特点相符，具有商业合理性。

③ 跨境电商零售

公司跨境电商零售业务主要于2020年在亚马逊北美站开展，主要面向境外消费者进行销售，**2020年度**的订单金额分层情况如下：

单位：万笔、万美元

单笔订单金额	2020年度			
	订单数量	订单数量占比	订单金额	订单金额占比
小于50美元	**0.21**	**10.22%**	**7.54**	**4.10%**
50-100美元	**1.20**	**59.18%**	**96.90**	**52.68%**
100-200美元	**0.61**	**30.07%**	**76.70**	**41.70%**
200美元以上	**0.01**	**0.53%**	**2.78**	**1.51%**
合 计	**2.02**	**100.00%**	**183.93**	**100.00%**

上述店铺的订单集中度情况如下：

单位：万美元

单笔订单金额	2020年度	
	订单金额	占比
前10大订单	**0.45**	**0.24%**
前100大订单	**2.72**	**1.48%**
前1,000大订单	**18.71**	**10.17%**

如上表，公司在亚马逊北美站的产品销售较为分散，以零售单价较高的猫爬架为主，单笔金额在50至100美元的订单数量及金额占比较高。公司部分订单金额超过200美元，主要系少部分订单存在购买多个猫爬架产品的情况。此外，公司在亚马逊北美站上的订单不存在较高的集中度，前10大订单金额占比不到1%，前100大订单金额占比在**2%左右**，呈现出分散的特点。此外，前1,000大订单金额占比在**10%左右**，这与亚马逊北美站的大部分订单金额集中在50至200美元之间的特点相一致，具有商业合理性。

此外，公司的平台寄售业务主要通过京东自营店铺伊丽宠具京东自营店、波奇网**以及天猫国际自营店**开展。报告期内，公司对上述两大平台的销售金额情况如下：

单位：万元

寄售平台	2020年度		2019年度		2018年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
京东自营	**152.34**	**61.57%**	86.81	28.23%	165.45	20.53%

寄售平台	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
波奇网	83.51	33.75%	220.69	71.77%	640.28	79.47%
天猫国际自营	11.60	4.69%	-	-	-	-
合计	247.44	100.00%	307.50	100.00%	805.73	100.00%

如上表，公司寄售业务收入 2019 年来呈现出下降趋势，主要系公司与波奇网的销售收入逐年下降幅度较为明显。

在行业比较方面，根据行业企业信息披露，宠物行业公司的电商业务开展情况如下：

行业公司	电商业务开展情况
中宠股份	1）国内市场方面，公司在京东、天猫开设了网络直营店及烟台工厂店，与京东、亚马逊、波奇网等电商平台建立了长期的业务联系； 2）公司与苏宁易购、阿里巴巴以及京东达成战略合作，在线上渠道以及新零售方面展开合作。
佩蒂股份	公司在京东商城通过京东自营、专营店（自己的团队）等模式开展业务；在天猫有旗舰店和专营店，佩蒂旗舰店在计划中；未来还将和具有特定优势的电商团队（渠道）进行合作。
路斯股份	公司设有天猫商城路斯宠物用品专营店，还通过与京东商城等大型电商平台合作，销售、推广自身产品。
依依股份	2020 年 1-6 月线上渠道销售金额占境内销售总额为 7.09%。对于国内市场，公司将通过积极拓展电商渠道、加强产品营销推广投入等有效手段，加大国内市场的开拓力度。
悠派科技	公司成立全资电子商务子公司，网络销售份额在快速增加。

数据来源：可比公司相关信息披露。

如上表所示，同行业公司亦积极通过在天猫、京东开立自营店铺等方式推进电商线上销售业务，完善其线上销售网络，与公司近年积极拓宽线上销售渠道的销售策略一致，不存在重大差异。

综上，公司各类线上销售渠道的订单数量及订单金额分布情况等交易行为特征，符合各类平台的客群特征，相关交易具有合理性、真实性，线上业务发展与行业上市公司不存在重大差异。

4）平台寄售业务

报告期内，公司线上销售的寄售模式主要通过子公司杭州特旺所开展，系杭州特旺

与专业宠物用品电商平台波奇网、综合电商平台京东自营的业务合作方式。杭州特旺主要负责公司“伊丽”品牌产品的境内销售业务，产品通过线下经销与直销、线上零售与寄售四类方式进行销售。其中，线上零售为杭州特旺在天猫、京东、拼多多等平台开设品牌专营店的自营模式，线上寄售为杭州特旺与波奇网、京东自营开展的合作模式。

杭州特旺的上述四类销售模式的具体异同比较情况如下：

项目	线下经销	线下直销	线上零售	线上寄售
客户类型	各地经销商	各地批发商	在公司自营店铺消费的线上终端消费者	京东网、波奇网等开展线上自营业务的商家
收入确认依据	客户或客户指定物流公司签收商品的签收单	客户或客户指定物流公司签收商品的签收单	客户在电商平台系统确认收货或平台规定的交货期满日孰早	取得核对一致的结算单
结算方式	按照客户商品签收清单，进行收款结算	按照客户商品签收清单，进行收款结算	客户确认收货或超过电商平台规定的交货期满日，货款自支付平台划入公司账户	根据平台的产品销售实现情况，进行定期对账与收款结算

综上可知，杭州特旺所采取的寄售模式与其开展的经销等其他销售模式，相关异同点主要体现在客户类型、收入确认依据及结算方式等方面。

2020 年起，公司子公司杭州赛旺亦存在少量寄售模式业务，系向综合电商平台天猫国际自营销售外购的益之选及枫趣品牌宠物粮食。

（4）品牌使用

宠物用品行业不同于其他日常消费品及宠物食品，产品以样式功能、质量性价比为主要竞争力，各类用品的品牌效应并不明显，品牌使用以标示作用为主。公司境外客户以大型连锁零售商、专业宠物产品连锁企业以及电商企业为主，境外销售产品除美国子公司欧塞艾所销售产品使用的“CATCRAFT”、海外仓业务所销售产品使用的“Made4Pets”等自有品牌外，普遍使用客户所提供的品牌标识，该品牌使用形式又称贴牌产品。公司境内销售业务除宠物食品等外购产品外，则主要使用“伊丽”、“小兽星”等公司自有品牌。

报告期内，公司使用自有品牌所销售产品，以及非自有品牌的贴牌产品与外购产品相关销售金额及占比情况如下：

单位：万元

类型	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
自有品牌	自产产品	**8,488.20**	**5.88%**	5,034.19	4.82%	3,924.51	4.46%
	外协产品	**5,056.38**	**3.50%**	5,046.83	4.83%	4,822.49	5.48%
	小计	**13,544.57**	**9.38%**	10,081.03	9.65%	8,747.00	9.95%
非自有品牌	贴牌产品	**101,918.49**	**70.60%**	90,980.19	87.08%	75,587.68	85.96%
	其中：自产产品	**24,406.31**	**16.91%**	22,891.66	21.91%	16,588.24	18.86%
	外协产品	**77,512.18**	**53.69%**	68,088.52	65.17%	58,999.44	67.09%
	外购产品	**28,902.00**	**20.02%**	3,415.31	3.27%	3,599.76	4.09%
	小计	**130,820.49**	**90.62%**	94,395.50	90.35%	79,187.44	90.05%
合计		**144,365.06**	**100.00%**	**104,476.53**	**100.00%**	**87,934.44**	**100.00%**

由上表可知，随着境内宠物用品业务及境外子公司和海外仓业务的发展，公司使用自有品牌产品的销售规模逐年提高，收入占比保持相对稳定主要系因境内外各项业务亦保持较为均衡的同步增长。其中，**2020 年度，**公司非自有品牌产品销售中贴牌产品销售占比有所降低，主要系使用生产商品牌的宠物食品跨境进口业务增长较快，使得贴牌产品销售占比相对有所下降。

由于境外宠物相关产业发展较为成熟、市场规模巨大，公司等境内宠物行业企业报告期内主要以国际市场出口业务为主，所销售产品普遍使用境外客户所提供品牌。根据宠物行业企业所公开披露信息，同行业可比公司所销售产品的品牌使用情况如下：

公司	产品品牌使用情况
中宠股份	公司以外销为主，主要按照客户订单生产贴牌产品，自主品牌销量相对较小。
佩蒂股份	公司以外销为主，在国外市场主要采用贴牌生产模式，在国内市场主要通过自建市场渠道销售自有品牌产品。
路斯股份	公司以外销为主，外销宠物食品主要采用贴牌生产模式。
依依股份	公司以外销为主，产品以贴牌生产为主。
悠派科技	公司以外销为主，产品以贴牌生产为主。

由上表可知，公司等成立较早的宠物行业企业主要以境外销售业务为主，并普遍采取产品使用客户所提供品牌的贴牌模式。公司设立伊始，国内宠物行业发展尚在初期起步阶段，而欧美等发达国家的宠物行业已较为成熟，形成了一些具有自有销售渠道及产

品品牌的大型宠物专营店、连锁商超及其他宠物产品运营企业。由此，为进入国际宠物产品市场，公司等境内行业企业普遍采取贴牌模式，在国际产业链分工体系内负责产品开发设计、生产加工等中上游环节。随着国内宠物行业的较快发展，公司等行业企业开始逐步加强境内市场的培育开拓，并在国内市场使用自有品牌。

由此可见，公司报告期内以国际宠物用品市场为主，产品销售主要使用境外客户所提供品牌的贴牌模式及其形成背景符合境内外宠物行业发展特征，具有业务发展的必要性和商业合理性。

（5）合作模式

报告期内，公司与商超、连锁店类客户的合作模式均为买断式销售，即根据销售订单向商超、连锁店客户发货，出口销售一般按提单等交货凭证所载日期确认收入，所在地销售一般在客户或客户指定物流公司签收时确认收入。其中，所在地销售除内销业务外，还包括境外所在地销售，即公司先将产品发给境外子公司或海外仓，然后由境外子公司或海外仓根据客户发货订单，将产品销售给所在地客户。

公司与第三方电商平台的合作模式包括买断、寄售和开设自营店三种，具体如下：

1）买断式销售。报告期内，公司与第三方电商平台的主要合作模式为面向该等平台自营业务的买断式销售，即 Amazon、Chewy、天猫海外直营、考拉等电商平台企业向公司采购产品后，由该平台组织产品的后续线上销售。报告期各期，公司与该等电商平台买断式合作的各期交易金额如下：

单位：万元

电商平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Chewy	**11,227.47**	6,978.74	4,689.36
Amazon	**5,515.76**	4,304.25	745.02
天猫海外直营	**13,951.53**	-	-
京东自营	**394.98**	-	-
苏宁国际	**120.64**	-	-
合计	**31,210.38**	**11,282.99**	**5,434.38**

注：公司与天猫海外直营的交易额包含与同受阿里巴巴集团所控制的考拉及其子公司的交易额，其中与天猫海外直营的交易额为 13,055.13 万元，与考拉及其子公司的交易额为 896.41 万元；但未

包含与浙江天猫供应链管理有限公司在寄售模式下发生的 11.60 万元交易额。

其中，公司向 Amazon 和 Chewy 所销售产品主要为猫爬架及其他宠物用品；公司向天猫海外直营、考拉、京东自营和苏宁国际销售的产品均为宠物粮食。

2）寄售模式。报告期内，公司与京东自营、宠物用品电商波奇网**及天猫国际自营**存在寄售合作方式，即消费者在京东自营、波奇网、**天猫国际自营**购买商品，由该等平台负责与消费者进行商品配送、支付结算，公司则与该等平台定期根据产品销售情况进行对账结算。

3）开设自营店。在向第三方电商平台直接销售的同时，报告期内公司还在电商平台开设自营店铺，面向线上客户直接进行产品销售。其中，**2018 年及之前，**公司仅在阿里巴巴 1688 平台开设 B2B 自营店；2019 年起，公司陆续在天猫、天猫国际、京东、拼多多等境内电商平台开设 B2C 自营店；2020 年起，公司开始在亚马逊北美站、亚马逊日本站和亚马逊欧洲站等开设境外 B2C 自营店。

2、生产模式

公司成立初期主要从事猫爬架和宠物窝垫产品的开发、生产和销售业务，就两类产品建立了自有产线，并经过多年发展，在猫爬架、宠物窝垫细分领域建立了规模化、专业化竞争优势。在此过程中，为更深入地服务境外客户、满足客户“一站式”采购需求，以猫爬架、宠物窝垫优势产品为基础，公司将产品范围逐步扩展至宠物玩具、服饰、牵引用具及日用品等其他品类。其中，由于宠物玩具、服饰等其他宠物用品具有类型规格众多、材料工艺差异较大等特点，且所在浙江地区具有较为丰富的轻工业小商品加工制造产品配套资源，公司遂利用产业链分工的比较优势，逐步将经营资源聚焦于产品开发设计、供应链管理及客户开拓维护等高附加值业务环节，并就猫爬架与宠物窝垫优势产品保留了部分自有产线，形成了以外协加工为主的生产模式。

在宠物用品领域，公司上述生产模式及形成背景符合同类型行业企业惯例，即多品类宠物用品企业通常以满足客户“一站式”采购需求为主，通过采取外协加工模式，可以将更多的内部经营资源聚焦于多品类产品的开发设计、供应链管理及客户开拓维护等环节。例如，为了解行业发展状况及经营模式，保荐机构访谈了多家具有一定规模及代表性的同行业多品类宠物用品企业，该等公司亦存在随着产品供应品类的增多，外协加

工比例有所提高的情况。

公司及该等宠物用品企业与中宠股份、佩蒂股份、依依股份、悠派科技及路斯股份等宠物行业（拟）上市公司及新三板挂牌公司的生产模式存在不同，主要系主营产品类型及范围不同所致。公司与该等宠物行业（拟）上市公司及新三板挂牌公司的主要产品情况差异如下：

公司	主营产品	生产主营产品所需的主要原材料
中宠股份	宠物零食、宠物罐头	鸡胸肉、鸭胸肉、皮卷
佩蒂股份	畜皮咬胶	生牛皮
	植物咬胶	鸡肉、淀粉
路斯股份	宠物肉干	鸡肉、鸭肉
依依股份	一次性卫生护理用品	绒毛浆、卫生纸、无纺布、流延膜、高分子吸水树脂
悠派科技	宠物护理用品	无纺布、卫生纸、PE 膜、高分子吸水树脂、木浆
天元宠物	宠物窝垫	面料、填充物（PP 棉、海绵等）
	猫爬架	板材、剑麻、面料、纸管
	宠物玩具（塑胶）	PP、天然橡胶、PVC、TRP、EVA、石膏粉
	宠物玩具（毛绒）	面料、无纺布、PP 棉、织带
	宠物服饰	面料、无纺布、海绵、织带
	牵引用具	尼龙、织带、PU、棉绳、五金塑料扣件、皮革、LED 灯带
	宠物食具	陶瓷、不锈钢、PP、密胺
	宠物笼具	面料、钢材、塑料件、油漆、五金件
	电子产品	PP、电子元器件、PCBA、五金件

由上表可见，中宠股份等公司分别聚焦于宠物零食或护理用品特定细分品类，其主营产品生产所需主要原材料种类较少，因专业细分品类的规模效应而普遍实行以自产为主的生产模式；公司等作为能够满足客户“一站式”采购需求的多品类宠物用品企业，主营产品类别多样，且各类产品所需原材料存在较大差异，生产工艺不尽相同，同时进行多品类自主生产缺乏经济效应、并将分散企业经营管理资源。

同时，不同于宠物零食及护理用品属于近些年相对新兴发展的细分品类，宠物窝垫、玩具及猫爬架等宠物用品具有轻工业小商品特征，在江浙地区的配套加工资源较为丰富、成熟，由此公司等多品类宠物用品企业可以通过采取外协加工生产模式，将内部业务更

多地聚焦于多品类产品的开发设计、供应链管理及客户开拓维护，进而可以更有效率的为客户提供多品类产品的“一站式”采购。

由此可见，公司形成以外协加工为主的生产模式，同公司逐步拓展多品类产品范围、区域产业配套资源丰富等发展背景相关，符合同类型行业企业惯例，具有发挥产业链分工比较优势、聚焦高附加值核心业务环节的必要性及商业合理性。

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。境外客户采购具有产品种类多且分散、单类产品采购量小且频繁等特点，同时宠物玩具、服饰、电子用品等涉及多种不同工艺且用料差异较大，较难形成标准化、规模化生产。因此，为了保证产品质量、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。

报告期内，公司自主生产与外协生产的产品入库情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自主生产	**24,476.51**	**28.46%**	19,316.38	27.37%	15,096.11	25.63%
外协生产	**61,541.21**	**71.54%**	51,261.39	72.63%	43,795.17	74.37%
小计	**86,017.72**	**100.00%**	**70,577.77**	**100.00%**	**58,891.28**	**100.00%**

公司对部分宠物窝垫、猫爬架产品实行自主生产，部分宠物窝垫、猫爬架产品及其他产品采取外协生产方式。未来，随着本次募投项目的投产，公司将进一步增加猫爬架的自产规模，并增加电子类宠物产品的自主生产。

报告期各期，公司宠物窝垫、猫爬架按自产、外协分类的产品入库金额、营业收入金额及其占比情况如下：

单位：万元

产品	项目	2020 年度			
		入库金额	入库占比（%）	营业收入	收入占比（%）
宠物窝垫	**自主**	**6,597.66**	**28.77**	**9,001.40**	**29.53**
	外协	**16,331.28**	**71.23**	**21,478.72**	**70.47**

产品	项目	2020 年度			
		入库金额	入库占比（%）	营业收入	收入占比（%）
	合计	22,928.94	100.00	30,480.12	100.00
猫爬架	自主	17,878.85	65.59	23,893.10	68.58
	外协	9,379.32	34.41	10,944.40	31.42
	合计	27,258.17	100.00	34,837.51	100.00

（续）

产品	项目	2019 年度			
		入库金额	入库占比（%）	营业收入	收入占比（%）
宠物窝垫	自主	6,364.18	35.01	9,066.12	35.49
	外协	11,814.92	64.99	16,478.86	64.51
	合计	**18,179.10**	**100.00**	**25,544.98**	**100.00**
猫爬架	自主	12,952.20	78.76	18,859.73	78.68
	外协	3,493.98	21.24	5,111.37	21.32
	合计	**16,446.19**	**100.00**	**23,971.10**	**100.00**

（续）

产品	项目	2018 年度			
		入库金额	入库占比（%）	营业收入	收入占比（%）
宠物窝垫	自主	6,335.21	36.47	8,541.80	36.30
	外协	11,036.86	63.53	14,991.55	63.70
	合计	**17,372.07**	**100.00**	**23,533.35**	**100.00**
猫爬架	自主	8,760.90	69.97	11,970.95	70.88
	外协	3,760.53	30.03	4,917.76	29.12
	合计	**12,521.43**	**100.00**	**16,888.72**	**100.00**

如上表所示，公司自产与外协生产的入库情况与销售情况匹配。其中，对于宠物窝垫产品，由于公司自有产能相对固定，随着公司业务规模的扩大，外协产品入库及销售占比在报告期内逐步有所提高；对于猫爬架产品，由于公司采取自主生产为主的生产方式，随着公司自有产线于 2019 年完成扩产，自产入库占比与销售金额占比出现先下降后提升的发展过程，与公司业务发展情况相符。

（1）自主生产

公司涉及自产的产品主要为宠物窝垫和猫爬架，两类产品是大众基础需求类宠物用品，市场需求量较大。同时，宠物窝垫和猫爬架相比于其他宠物用品具有单位价值较高、产品相对标准化等特点，有利于大规模生产。由此，公司将宠物窝垫、猫爬架等产品作为基础产品，进行自主生产。国外客户在确定了宠物窝垫、猫爬架等货值较高宠物用品的供应商之后，为了降低采购成本和管理费用、提升采购效率，倾向于由供应商配套提供其他宠物用品。公司通过自产宠物窝垫和猫爬架可有效开拓客户、增强客户粘性。

公司在创立初期对猫爬架和宠物窝垫均实行自主生产，由于业务订单的快速增长领先于自有产能的建设，加之外部配套产业链的丰富、完善，公司逐步将部分宠物窝垫和猫爬架外协生产。其中，由于猫爬架产品的生产工艺相对复杂，公司采取自主生产为主、外协生产为辅的生产模式。**2018 年至 2020 年**，公司猫爬架产品销售收入的自产占比分别为 70.88%、78.68%和 **68.58%**。相比于猫爬架，宠物窝垫的生产工艺相对简单，公司在逐步扩大外协比例的同时，保留了部分自产产能，一方面利用自主生产所具有的快速响应优势，可较好地满足客户临时性、高要求的生产需求；另一方面，公司通过保留部分自有产线可持续积累技术工艺经验、了解成本核算情况，有利于对外协厂商进行管理。**2018 年至 2020 年**，公司宠物窝垫销售收入的自产比例分别为 36.30%、35.49%和 **29.53%**。

报告期各期，公司的猫爬架、宠物窝垫分别以自产、外协为主，宠物玩具和其他宠物用品则均采用外协生产，该生产方式符合公司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，不会影响公司在上述领域的核心竞争力。

首先，相对于宠物产品的生产能力，品类众多、响应快速的设计开发与供应能力对于公司等宠物用品专业供应商更为重要，是公司满足客户“一站式采购”需求的重要基础。其次，除猫爬架产品外，窝垫等宠物用品的生产加工相对简单，公司所处浙江地区具有较为丰富的生产加工区位配套资源，由此，公司可通过建立高品质的供应链管理体系，实现对外协加工产品质量的有效保障。

据此，公司采取外协加工为主的生产方式，将内部资源更多的聚焦于产品开发设计、供应链管理及客户开发维护等环节核心竞争力的建立，更加符合公司商业利益。

在行业生产模式方面，鉴于宠物用品生产工艺相对简单、国内加工配套资源相对丰

富，公司等综合型宠物用品供应企业普遍采取外协生产为主的生产方式。但由于宠物行业可比上市公司中宠股份和佩蒂股份均以宠物食品为主，不同于宠物用品注重开发设计、生产工艺相对简单的产品特征，宠物食品企业通常以自主生产为主，主营品类的差异使得公司与两家宠物行业上市公司的生产方式存在显著差异。

宠物用品属于日常消费用品，其产品生产工艺相对简单且注重设计开发、款式更新的特点，与服装服饰等日用品较为相近，如下表所示国内多家日用品上市公司亦普遍采取外协加工为主的生产方式，具体如下：

公司名称	主要产品	外协生产占比情况
中胤时尚	鞋服产品	2017 年至 2019 年外协占比均为 100%
起步股份	童鞋、童装和儿童服饰配饰	2019 年外协生产数量占全部产量的 87.40%
安奈儿	童装产品	2013 年以来外协占比均为 100%
柏堡龙	服装产品	2019 年外协成本占营业成本的 80.84%

数据来源：各公司年度报告或招股说明书

如上表所示，国内多家服装服饰日用品上市公司亦同样采取聚焦产品开发与供应链管理，实行外协加工为主的经营模式，公司以外协生产产品高于自产产品的生产模式，符合日用品行业惯例。

公司对于宠物窝垫、猫爬架产品选用自主生产或外协加工生产的主要考量如下：

对于宠物窝垫，该类产品的生产工序相对简单，且多为非标准化产品，具有单一订单规模数量小，产品类别型号多样的特点，不具有明显的规模化效应。因此，公司重点定位于窝垫产品的开发设计与供应链管理，并采取外协加工为主、自主生产为辅的生产方式。其中，公司就部分订单实行自主生产主要系，一方面，对于窝垫产品质量要求较高或者对交期要求严格的部分客户，公司为确保加工品质，采取自主生产方式。另一方面，对于无特定要求的产品订单，公司在接到产品订单后，会结合自有产能的饱和利用状况与订单交期等因素，统筹协调安排自主生产与外协生产。

对于爬架产品，公司亦重点定位于产品的开发设计与供应链管理环节，但由于该类产品的生产工序相对复杂，公司主要采取自主生产方式进行产品生产，以确保产品质量与交货周期；同时，在自有产能饱和时，公司则将结合订单难度、交货周期的情况，统

筹安排将生产工序相对简单的产品订单进行外协生产。

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。

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。

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 9.89%、10.65%及 **12.52%**，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 年度			2019 年度			2018 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	外协金额	外协数量	单位加工费
宠物窝垫	**1,324.62**	**133.69**	**9.91**	982.75	113.90	8.63	828.68	133.86	6.19
猫爬架	**1,510.10**	**198.65**	**7.60**	1,071.88	142.89	7.50	576.03	119.03	4.84
总计	**2,834.72**	**332.34**	**8.53**	**2,054.63**	**256.79**	**8.00**	**1,404.72**	**252.89**	**5.55**

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工序外协。其中，缝纫与充棉为主要的外协工序，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。

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 年度，工序外协产品的单位加工费增长至 **9.91 元/件**，主要系**当年度**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。

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 年度，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 **7.60 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。

（2）外协生产

公司外协生产的产品包括宠物玩具、宠物服饰、宠物牵引用具等其他宠物用品及部分宠物食品。在外协生产模式下，外协厂商一般需自行采购生产所需原辅材料，并严格按照公司提供的产品设计方案或者样品进行生产，生产后的产品不得向公司以外的第三方进行销售。此外，公司也存在向少部分外协厂商提供生产所需主要原材料的情况，该类外协厂商主要负责生产加工环节，不承担主要原材料的价格波动风险，公司按照委托加工业务进行财务处理。

公司选择的外协生产合作企业均为在宠物行业具有一定生产经验的制造厂商，并确保其能够提供质量可靠、标准稳定的生产工艺。公司十分注重外协供应商管理体系和专业管理团队的建设，已建立了较为严格的供应商准入机制与管理制度，并成立了供应链中心负责供应商的筛选和评估工作。公司通过对供应商规模、产品质量、信誉情况等多维度的评价，并由品控部委派专业人员现场验厂合格后，先采取三至五次小规模的试单，试单合格后方将其纳入外协供应商名录。外协供应商名录保持一定数量，公司采用有更

替的动态管理模式，每年定期对供应商实行考核，发现问题后先协助整改，若问题无法解决，则将其从供应商名录中移除。

公司对外协产品质量要求严格，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质量控制制度，以保障外协产品质量的稳定、持续供应。首先，在制度建设方面，公司规定了一系列外协产品检测制度，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，优先向高评级供应商分配订单；第三，在样品确认方面，公司会对生产前的样本进行确认与检测，确保样本符合公司标准；第四，在监督检查方面，公司在生产过程中以及产品出运前，会委派质量检验人员进行检验，产品经质量检验合格后才会进行包装、装箱。通过上述制度，公司对采用外协模式生产的产品实现了较为严格的控制。

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 年末	2019 年末	2018 年末
原材料供应商	**234**	219	192
成品外协供应商	**551**	546	552
工序外协供应商	**44**	36	25

其中，报告期内，公司合格外协供应商数量的各期增加及减少情况如下：

单位：家数

项目	期初	本期增加	本期减少	期末
2020 年度	582	**23**	**10**	**595**
2019 年度	577	10	5	582
2018 年度	561	22	6	577

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 6 家、5 家及 10 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。

在检查次数方面，公司根据产品订单对供应商进行检查监督，以跟进、检验产品订单执行情况，并重点对合作订单数量及规模较大的主要供应商实行较为频繁的现场检查，对部分合作订单数量较小的其他供应商则以成品检验为主。

2018 年至 2020 年，公司各期末负责供应商管理的员工人数分别为 56 人、51 人和 58 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，确保供应商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。

报告期内，公司对外协供应商的现场检查平均频次情况如下：

单位：次

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
前十大供应商平均检查次数	**26.20**	31.60	24.50
其他供应商的平均检查次数	**2.03**	1.95	1.24
供应商整体平均检查次数	**2.44**	2.46	1.65

注：其他供应商的平均检查次数和供应商整体平均检查次数的统计样本为各年处于公司供应商名录中的平均外协供应商数量。

如上表所示，随着公司业务规模及订单数量的逐年增多，公司 2019 年对供应商的平均检查次数较上年度有所提升，**2020 年供应商整体平均检查次数保持稳定**。

在驻场监督方面，公司对重要的外协厂商进行驻场监督，**2018 年至 2020 年，**公司实施驻场监督的供应商家数依次为 6 家、20 家及 **22 家**，相关采购金额占公司外协采购总额的比重依次为 6.12%、16.89%和 **18.14%**。

2）产品质量纠纷责任划分

根据公司与主要外协供应商所签署的加工承揽合同，经公司认定因外协供应商原因导致的质量问题，相关产品责任由外协供应商承担。**2018 年至 2020 年**，公司不存在因产品质量问题与客户或供应商发生仲裁或诉讼纠纷的情况，期间因产品质量问题由供应商承担的赔偿金额分别为 63.81 万元、63.05 万元和 **58.74 万元**，占各期营业收入的比重较小，并总体呈下降趋势。

3）客户对外协供应商的相关要求情况

在环境保护方面，公司外协生产的产品主要包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具以及其他宠物用品，该等产品的生产过程仅涉及粉尘、噪音等少量污染，客户对于外协厂商生产环节的污染管理无特定要求。

在劳工保护方面，Kmart AUS、Chewy、美国沃尔玛、Amazon、Birgma 等部分客户会对公司或者外协供应商在工作环境、人权保障等方面的劳工权益进行核验或要求供

应商通过 BSCI 认证。

报告期内，公司及外协供应商均能满足客户的验厂或者认证要求，主要外协供应商不存在因污染、劳工等被处罚的情形。

公司外协供应商较为分散，不存在对特定或少数供应商的依赖情况。由于公司所处浙江地区具有较为丰富的加工配套资源，外协供应商具有较强的替代性。因此，在公司持续加强供应商管理的同时，若部分外协供应商发生因污染、劳工等问题被处罚的情况，公司能较快的完成供应商更换，避免产品供应受到不利影响。

4）客户对公司选择外协供应商的管理情况

公司并不与客户就是否选择外协生产进行明确约定。报告期各期，仅有 Chewy、LI & FUNG (TRADING) LIMITED 等部分客户需要对公司的外协供应商进行验厂，对于该类客户，公司外协供应商均需通过其验厂后再为其进行产品生产。除此以外，公司可自主选择相应的外协供应商进行生产，亦可自行更换外协供应商，无需经客户同意。

公司与主要外协供应商在签订的《加工承揽采购框架协议》中明确约定，外协供应商未经公司同意，不得对外进行二次外包，即转包。公司通过现场抽检等方式对供应商是否转包进行监督和检查，报告期内，根据公司检查情况，公司外协厂商不存在将公司订单转包其他厂商进行生产的情形。

5）公司对外协厂商的主要限制约定

根据公司与主要合作外协厂商所签订的《加工承揽采购框架协议》，供应商应按照公司提供的样品和设计要求进行生产，满足公司所提出的具体质量要求；同时，公司委托供应商生产产品的任何资料和样品，供应商不得向第三方泄露，不得将产品向公司以外的第三方进行销售。

由此，公司对外协供应商的限制性约定条款主要针对于产品设计要求、质量标准，及知识产权保护相关内容，未就外协供应商对外采购原材料或劳务、服务等内容进行限制性约定，在满足公司产品设计及质量要求的情况下，公司通常不会指定外协供应商的原材料采购来源。

在原材料采购方面，公司报告期内存在向个别外协供应商销售原材料的情况，主要系部分外协厂商在合作初期，与公司所采购产品对应的原材料采购规模较小或缺乏采购经验，公司出于合作初期的产品质量保障等考虑，会向少数供应商销售公司所采购的原材料。报告期内，公司向外协供应商销售原材料的金额依次为 729.03 万元、388.46 万元及 386.61 万元；期间，随着外协供应商合作关系趋于稳定，公司销售原材料的情况已大幅减少。

（3）公司与外协厂商的分工安排情况

公司与外协厂商在外协产品的生产环节具有明确分工，具体情况如下：

职责类型	公司	外协厂商
产品设计方案	公司提供产品设计方案	根据公司产品设计方案生产
生产标准设定方	公司提供生产制造要求	严格按照公司要求进行生产
原材料的提供方	以外协厂商自主购买为主，少量情况下公司出于质量保障等考虑，会销售少量原材料给外协厂商	
运输费的承担方	运输费承担方依据订单约定，按照装箱方式进行分类，整柜情况下一般由公司自提，散柜情况下一般由外协厂商承担运输至公司指定交货地的运费	
产品商标归属方	外协产品所使用品牌中，公司自有品牌归属公司所有，客户提供品牌则归属于公司客户或相关授权方	

宠物用品的生产工艺相对常规，外协生产环节通常不涉及关键工序或关键技术。对于成品外协生产，外协厂商负责整个产品的全部生产环节；而对于工序外协，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。同时，公司对外协生产建立了全面、严格的供应链管理及品质管控体系，可有效保障外协生产的产品质量。

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。

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所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）公司外协生产模式与贸易模式的区别

传统贸易业务是一种通过货物转手买卖赚取价差的经营模式，贸易企业通常不参与产品的开发设计与供应链管理。公司的外协生产产品主要由公司开发设计，并委托外协厂商按照公司提供的设计图纸或样品、材料要求、包装要求、检验标准等进行产品生产，并将成品定向销售给公司；同时，在外协生产过程中，公司人员会对外协厂商的生产过程给予技术指导、质量监控。

因此，公司外协生产模式和传统贸易模式具有显著区别，即相对于传统贸易模式，公司负责产品的开发设计，将附加值较低的加工环节实行外协厂商实施，并通过供应链管理确保产品质量与及时交货。

（5）公司与外协供应商合作关系说明

公司与主要外协供应商均会签订《加工承揽采购框架协议》，明确外协供应商需按照公司提供的样品或者根据公司的要求进行生产，生产的产品不得向公司以外的第三方进行销售。同时，公司会不定期委派质量检验人员对外协厂商的生产情况进行检查，对产品进行抽查或驻厂监督，以保证产品质量的可靠、稳定。因此，关于外协加工产品的生产要求，公司对外协供应商具有较强的控制力。

公司的外协供应商通常生产特定品类产品，且规模相对较小，公司的客户则倾向于多品类产品的“一站式采购”；同时，公司的外协供应商多数不具备产品开发能力，主要系根据公司的要求进行生产，无法满足客户多样、及时的产品开发需求。由此，外协供应商直接对接公司主要客户或公司主要客户直接对接外协厂商的概率较低，并据公司所了解，报告期内未发生该等情况，外协供应商与公司不存在直接竞争关系。

此外，由于公司无法全面获取外协供应商除公司以外的客户情况，故可能存在少量外协供应商直接与公司客户进行合作的情形，或者存在供应商规模扩大后具备与公司客户进行直接合作的能力并开展相互合作的风险。

3、采购模式

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。生产部门接到销售部门产品订单后，生成生产通知单，采购部门按照生产通知单计算所需原材料数量并生成原材料采购计划，结合库存情况、原材料市场情况等，组织向合格供应商采购。

此外，对于宠物食品、猫砂等日用消耗品，公司直接向相关供应商采购后对外销售。报告期各期，公司该等产品的采购金额分别为 3,129.94 万元、4,373.58 万元和 **31,150.81 万元**，占营业成本的比重分别为 4.83%、5.72%和 **28.45%**。

4、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发展趋势

公司基于国内外宠物行业的发展状况并结合自身的特点及优劣势采用了目前的经营模式。公司目前业务收入以境外市场为主，主要系欧美宠物行业起步较早，市场发展已相对成熟。同时，随着国内宠物市场的兴起，公司也逐步增加了国内市场的开拓力度，并结合国内市场电商发达的特点着重发展线上销售业务。公司结合宠物用品的市场需求特征和生产特点，制定了自产和外协相结合的生产模式。在确保核心产品具有自产能力的基础上，公司建立了一套完整的外协生产管理体系，通过自主生产与外协生产相结合的方式应对多品类、小批量的客户产品订单。**此外，2020 年，公司与境外供应商建立了较为稳定的宠物粮食跨境进口业务合作模式，境内宠物粮食业务开始有大幅增长。**

影响公司经营模式的关键因素主要包括国际和国内宠物市场的发展环境、主要原材料的价格和供应波动情况、终端消费市场的需求变化情况等，公司经营模式的发展趋势将随上述因素的变化发展而变动调整。

（三）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

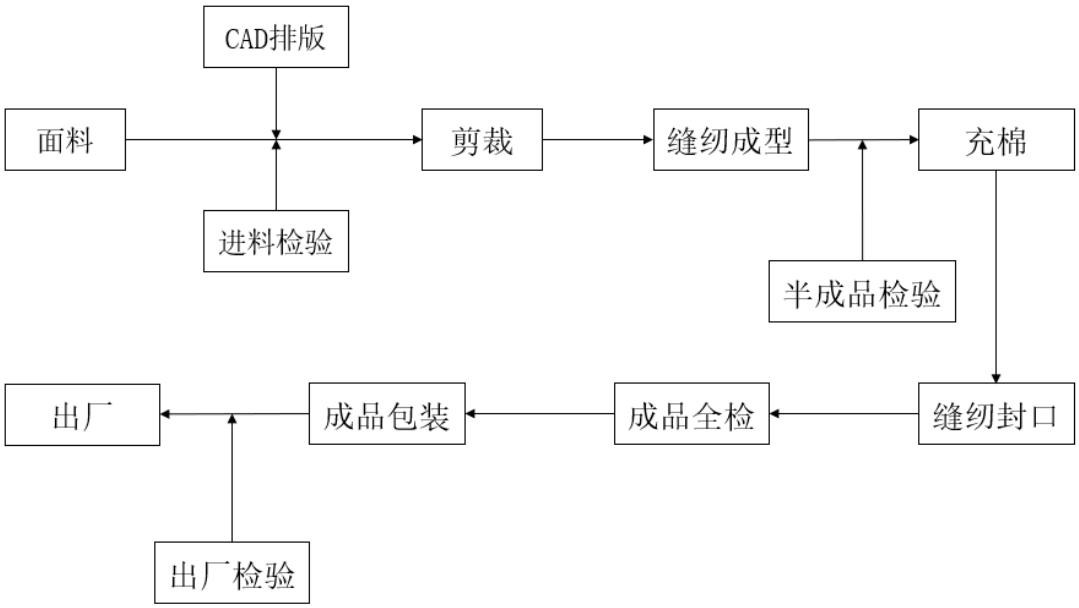
公司主要从事宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具等宠物用品的设计开发、生产和销售业务。公司创立初期以猫爬架和宠物窝垫产品为主，随着市场覆盖和产品开发能力的拓展与提升，产品品类逐步覆盖至宠物玩具、宠物服饰、牵引用具、各类宠物日用品及宠物食品等，始终聚焦于宠物产业。自设立以来，公司聚焦于宠物产业，主营业务、主要产

品及主要经营模式未发生重大变化。

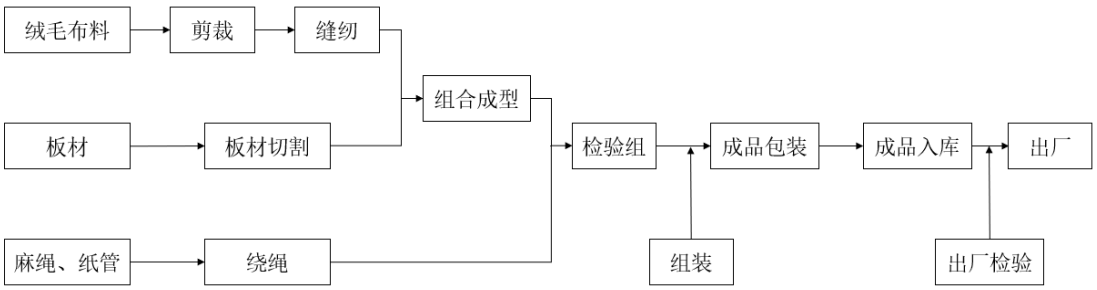
（四）发行人主要产品的工艺流程

公司宠物用品的自主生产以宠物窝垫、猫爬架为主，两类产品的生产制造环节工艺流程图如下：

（1）宠物窝垫工艺流程图



（2）猫爬架工艺流程图



（五）环境保护情况

公司主要从事宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具等宠物用品的设计开发、生产和销售业务，不存在重污染情况。公司在产品生产过程中一贯重视环境保护工作，遵守有关环境保护法律法规，报告期内未因环境保护问题受到相关部门的处罚。

公司生产经营过程中涉及的污染环节主要包括：

1、废气。公司在海绵粘合、成品清洁、木加工及开棉工序会产生废气；食堂会产生油烟废气；

2、废水。员工产生的生活污水以及食堂产生的废水；

3、噪音。宠物窝垫和猫爬架生产过程中使用的部分机器设备（如平缝车、双工毛毯锁边机、螺杆压缩机、木加工设备机械、空压机等）在运转过程中会产生噪音；

4、固废。布料、毛皮、麻绳、木材等边角料、废包装、枪水包装桶、废胶水桶、木屑粉尘、生活垃圾等一般固废。

公司根据实际需要置备了必要的环保设施，环保设施运行状况良好，处理能力均满足排放量的要求，使得生产经营过程中产生的废气、废水、固体废物及噪声得到了合理、有效的控制。

污染物	主要处理设施或措施
废气	油烟净化器
废水	1、化粪池 2、隔油池
固废	1、出售综合利用 2、委托杭州立佳环境服务有限公司处置 3、环卫部门集中统一处理
噪声	工作区隔离、室内加设减震垫

报告期内，公司环保投入费用分别为 7.79 万元、36.57 万元和 **75.29 万元。2019 年和 2020 年，公司子公司杭州鸿旺处于建设期，新增杭州鸿旺厂区的环保设备设施投入逐年增多，导致报告期内环保投入逐年增加。**公司在报告期内的环保投入与产品产量、排污量基本匹配。公司将根据实际情况，适时增购环保设备，加大环保资金投入。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业主管部门及监管体制

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，通过多品类的产品开发能力和高效可靠的供应链管理体系，为客户提供品类丰富、形式多样的宠物用品一站式供应。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的规定，公司所属宠物用品行业为“文教、工美、体育和娱乐用品制造业（C24）”。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2011）的分类说明，宠物用品行业为“其

他娱乐用品制造（C2469）”。

我国宠物用品行业的市场化程度较高，行业企业的生产经营以市场化方式运作，政府部门仅对行业发展进行政策指导与监督管理，并由行业协会负责行业内的自律管理。我国宠物用品行业的主要主管部门为质检总局，同时因公司产品目前主要面向海外市场，相关主管部门还包括中华人民共和国海关总署等。

宠物用品行业自律性组织可分为境外行业自律组织和境内行业自律组织。境外行业自律组织主要包括世界宠物协会、世界犬业联盟、美国宠物产品协会及德国宠物交易和行业协会。公司所属的中国大陆行业自律组织主要包括中国工作犬管理协会、中国小动物保护协会、中国礼仪用品工业协会以及中国农业国际合作促进会宠物产业委员会。

（二）行业主要法律法规和政策及对公司经营发展的影响

1、行业主要法律法规和发展政策

宠物用品行业在国内目前属于发展较快的新兴产业，无特殊的法律规定。目前，我国宠物用品产业所涉及的主要法律法规和发展政策如下：

序号	文件名	发文单位	发文时间	主要内容
1	《中华人民共和国电子商务法》	全国人民代表大会常务委员会	2018.8	保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展。
2	《国务院办公厅关于促进进出口稳定增长的若干个意见》	国务院	2015.7	意见提出坚决清理和规范进出口环节收费，加大对取消收费项目落实情况的督查力度，形成外贸企业松绑减负长效机制，防止乱收费问题反弹；加快推进外贸新型商业模式发展，制定支持外贸综合服务企业发展的政策措施；切实改善融资服务，加大对有订单、有效益企业的融资支持。
3	《轻工业发展规划（2016-2022）》	工业和信息化部	2016.7	主要目标：“十三五”期间，轻工业增加值年均增长 6-7%，生产要素配置进一步优化，产业链配套协作能力增强，经济运行的质量和效益明显提高。
4	《强制性产品认证管理规定》	国家质检总局	2009.9	规定强调国家规定的相关产品必须经过认证，并标注认证标志后，方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。国家对实施强制性产品认证的产品，统一产品目录，统一技术规范的强制性要求、标准和合格评定程序，统一认证标志，统一收费标准。

2、行业主要法律法规和政策对公司经营发展的影响

上述一系列支持政策的推出，对行业的健康发展提供了良好的保障，同时为公司经营发展提供了有力的支持，对公司的经营发展带来积极影响。

（三）行业发展概况及发展趋势

宠物一般是指家庭饲养的、作为伴侣动物的狗、猫、淡水观赏鱼、鸟、爬行动物等。宠物行业在发达国家已经有百余年的发展历史，与宠物相关的产业已十分成熟。国内宠物行业起步相对较晚，但随着人们经济水平的提高、思想观念的转变以及人口老龄化和单身、丁克群体的增长，饲养宠物成为人们的一种情感寄托，人们从宠物身上获取温暖和陪伴，宠物经济由此快速发展。

宠物产业则是指涉及与宠物相关的所有领域，主要包括宠物食品、宠物医疗、宠物培训、宠物饲养、宠物用品、宠物美容、宠物保险等，具体细分情况如下：

宠物消费细分产业		产业内容
产品类	宠物饲养	宠物养殖、宠物交易等
	宠物食品	宠物干粮、宠物湿粮、宠物零食、宠物营养品等
	宠物用品	宠物玩具、宠物服装、清洁工具等
服务类	宠物医疗	病情诊疗、疾病防御、宠物保健等
	宠物美容	洗澡、修毛、剪指甲、染毛等
	宠物培训	基础培训、礼仪培训、社交技能培训等
	宠物保险	疾病、伤残、丢失、死亡等风险损失赔偿

1、所属行业发展概况和未来发展趋势

（1）国外宠物行业概况

据统计，2017 年全球宠物市场规模超过 1,654 亿美元，包含宠物食品和宠物用品在内的宠物商品是占比最大的市场。其中，宠物食品规模为 828 亿美元，宠物用品 316 亿美元，并预计 2020 年全球宠物食品的市场规模将超过 1,000 亿美元，宠物用品的市场规模则将接近 400 亿美元。

其中，美国是全球最大以及最成熟的宠物消费市场，美国宠物产品协会（APPA）数据显示，美国约 67%的家庭拥有至少一只宠物，2019 年全美宠物消费支出金额达到 957 亿美元，同比增长 5.70%。从产品细分领域来看，2019 年全美包含宠物用品在内的

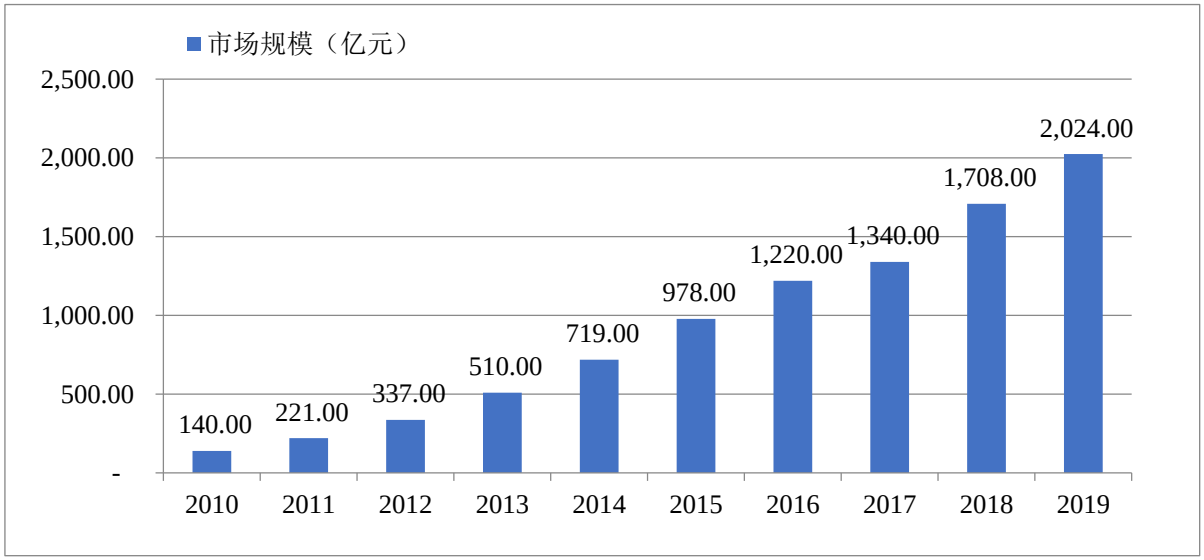
宠物用品、活体动物以及非处方药支出达 192 亿美元，同比增长 3.23%，并预计在 2020 年达到 198 亿美元，保持稳定增长。美国宠物行业起步较早，经过百余年的发展已经相当成熟，宠物相关产品销售渠道包括以 PetSmart 和 Petco 为代表的宠物产品专营店，美国沃尔玛等大卖场、连锁超市以及亚马逊、Chewy 等在线网站。

欧洲是全球第二大宠物消费市场，根据 FEDIAF（欧洲宠物食品工业联合会）发布的数据，欧洲市场 2018 年宠物消费达 395 亿欧元，其中宠物用品规模为 85 亿欧元。猫和狗是饲养数量最多的宠物，全欧洲猫的数量为 10,382.80 万只，狗的数量为 8,518.40 万只，其中俄罗斯、德国和法国是欧洲饲养猫数量前三的国家，俄罗斯、德国和英国则是欧洲饲养狗数量前三的国家。欧洲市场主要通过传统的宠物零售商店、园艺超市以及一些综合超市和折扣商店进行宠物用品的销售。近几年，线上和移动端的销售亦取得了快速的发展。不同渠道的零售商会选择不同的产品范围和产品定位。传统超市和折扣店会选择典型的中低端和较高销量的宠物用品，专业的宠物零售店则会提供包括食品、窝垫、猫爬架、玩具、清洁用品等全品类宠物产品。

（2）国内宠物行业概况

相比于国际宠物市场，国内宠物市场起步较晚，在 2010 年以后呈现了较为快速的发展增速。目前，我国饲养宠物的家庭已经具有一定的规模，饲养宠物主要以狗和猫为主，根据《2019 年中国宠物行业白皮书》显示，2019 年中国城镇饲养犬猫的人数达 6,120 万人，猫狗市场规模达 2,024 亿元，市场规模相比于 2018 年增长 18.50%。

2010-2019 年中国宠物行业市场规模



数据来源：中国宠物行业白皮书

随着我国养宠人数的增多、宠物数量的增长以及居民收入水平的提升，单只宠物平均消费逐步提高，推动我国宠物用品及服务市场规模不断扩大。根据《2019 年中国宠物行业白皮书》数据显示，2019 年我国单只宠物年均消费金额达到 5,561 元，较 2018 年提高了 10.90%。其中，单只宠物犬年均消费 6,082 元，单只宠物猫年均消费 4,755 元。

虽然近年来国内宠物市场保持快速增长，但 2019 年我国城镇养宠家庭（犬猫）渗透率为 23%，仍远低于美国等宠物行业成熟市场。随着我国人均收入的提高、养宠人数的增长，国内宠物行业拥有广大的市场空间和市场潜力。

2、发行人的创新驱动发展特征

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，所属宠物行业随着居民生活水平与城市化率的稳步提升，呈现出了更多以情感诉求、创意创新为基础的“新产业”特征。同时，公司主营业务及产品具有创新、创造、创意特征，并与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

公司定期进行主动、持续的产品推陈出新，产品中心在商品企划、创意设计、功能开发、打样检测等多方面，实现了对窝垫、爬架、玩具、服饰、牵引、清洁等多品类的广泛覆盖。在产品开发过程中，公司凭借对各类宠物生活习性、各类产品结构特性、制作工艺及技术要点的经验积累与深刻理解，能够将客户需求概念、产品创意设计准确、快速地转化为各类创新产品，持续提升与丰富各类宠物用品的健康舒适、新颖趣味、功能实用及环保智能等特性。

（1）公司产品的创新性

公司在各类宠物用品的开发过程中，积极尝试与运用新型面辅材料、推出新型产品形态提升产品的实用性能，例如通过使用新型抗菌面料使窝垫具有更好的抗菌透气效果，通过内置慢导热金属棉面料使窝垫在冬季具有锁温效果，通过在面料中添加助剂或涂层使窝垫不易粘毛沾水、抑制病毒，以及将环保生态面料、户外家居所使用的藤编材料、墙体嵌入结构等应用于窝垫、猫爬架的开发中，以增强其结实、环保、美观及家居化等特性。



抗菌材料窝垫

采用新型抗菌针织面料，设透气孔，透气效果好，有助于抑制有害菌种的生成，保护宠物健康



健康驱虫狗床

原材料上采用新型驱蚊虫助剂，对蚊虫起到驱离效果，对跳蚤、虱等具有良好的驱避作用



保暖材质窝垫

填充层内加入慢导热金属棉面料，减少向下热量散失，具有锁温舒适功能



环保面料窝垫

将回收废旧材料加工成有用材料，制成循环可利用窝垫，具有环保功能



藤编条猫屋

将藤编材料应用于猫爬架的开发中，使产品具有结构结实、美观及家居化等特性



新型纤维面料窝垫

采用石墨烯面料，能有效抑制大肠杆菌、白色念珠菌、金黄色葡萄球菌，给宠物贴心安全保障

（2）开发企划的创意性

公司针对养宠人群的需求以及宠物的生活习性，在产品的功能性、主题方案等方面进行创意性的设计和开发。

1）新功能的“创意”开发

公司针对养宠人群对宠物起居、饮食的监控、观察与互动需求，结合目前发展较为成熟的电子技术，开发推出了可远程控制的自动喂食器，具有水质净化功能与特色出水设计的电子饮水器，通过蓝牙控制的仿真电动玩具等具备自动化、智能化功能的电子宠物产品，采用六格设计干湿分离的定时喂食盘，具有计步防丢功能的宠物发光吊牌。此外，公司通过电子类产品与传统猫爬架的结合，如在猫爬架中嵌入电动玩具和制热板，使猫爬架具有更多的娱乐与实用功能。



自动喂食器

手机 APP 操作，实现远程控制，计划喂食、录音喊食等功能，有效保障宠物餐食



电子饮水器

采用多重过滤净化水质，采取泉涌式出水设计，方便宠物大口喝水，保障宠物喝水的安全便捷



仿真电动老鼠

采取高仿真造型，基于手机 APP 操作，增加宠物主人与猫咪的互动趣味性



六格定时喂食盘

基于六格设计，可实现宠物食品的干湿分离，设定的定时功能方便宠物合理就餐



宠物发光吊坠

体积小，质量轻，随时记录宠物生活与活动数据，可使宠物主人更好地了解、照料宠物



保温电子猫窝

在猫窝内部嵌入保温窝垫、加热制热版等面料、板材，满足猫咪冬日取暖需求

2）新主题的“创意”企划

公司在持续根据客户需求、市场动态等进行各类产品新款式开发的同时，还利用宠物用品的多品类特征，结合各类节日文化、功能需要、流行元素、时尚热点等设计主题，开发推出了包括窝垫、玩具、日用品等多品类产品在内的、采取相同设计风格与元素主题的组合套装与系列产品，例如圣诞节、万圣节等节日套装产品，清洁、保暖等功能需求产品，美食、热带梦幻、“蜕变”等场景主题产品，以及水磨石、羊驼、树懒等元素主题产品。



圣诞节日套装



万圣节系列套装



情人节套装产品

为爱宠营造经典的圣诞场景，包括圣诞树的窝、雪橇床、雪人衣服及多种玩具

万圣节设计结合当下流行的美人鱼元素，结合吸血鬼、巫婆、木乃伊、玉米等，以不同玩具造型呈现

情人节主题设计，以服饰和玩具为主，突出宠物情侣装概念



星际漏食主题系列产品

太空主题代表着人类对未知的追求及探索能力，满足了购买者对未来星空的幻想，系列玩具涵盖了多种玩法



清洁系列套装

围绕宠物全方位清洁主题，提供多品类宠物用品，满足主人与宠物一站式清洁需求



户外主题产品

户外活动是生活总必不可少的，整个系列采用贴近大自然的色系，整组系列产品采用优质防水牛津布面料

（3）新型产品的创造性

公司针对部分养宠家庭空间有限、宠物用品与家居产品缺乏统一设计风格等使用场景痛点，结合促进人宠互动的现实需求与开发理念，创造性地开发了人宠小柜、人宠边几、人宠鞋凳等多种人宠结合新产品，并对传统宠物用品进行家居化开发，使其工艺、花型、材质等与家居环境更加匹配，满足了养宠家庭节约空间、一器多用、风格统一的消费需求，实现了新品类的创造性设计开发。



人宠小柜

将高品质木板和原木色贴面搭配，猫咪厕所和人用柜结合，实现整体家装风格



墙角置物猫爬架

将置物架与猫窝相结合，节省家庭空间的同时给与猫咪更多私密空间



人宠复式坐凳

采取天然皮革制作的猫窝人用凳，皮质外观更符合家居装修风格，增加猫咪上下爬动的趣味性



置物边几圆桶双层猫窝

结合猫咪行为学对置物边几进行改造，多洞设计给与猫咪更多探险乐趣



多场景宠物窝

采用高品质木板，与宠物猫窝相结合，可应用于室内外多场景，增进人宠情感



宠物猫窝换鞋凳

采用天然高端竹制产品，将猫窝与人用换鞋凳然结合，环保天然，简洁美观

（4）宠物行业的新产业特征

国内宠物行业起步相对较晚，但随着人们经济水平的提高、思想观念的转变以及人口老龄化和单身、丁克群体的增长，饲养宠物成为人们的一种情感寄托，人们从宠物身上获取温暖和陪伴，我国宠物行业也进入了快速成长阶段，呈现出以情感诉求、创意创新为基础的新兴产业特点。目前，我国饲养宠物的家庭已经具有一定的规模，2019 年猫狗市场规模达 2,024 亿元，市场规模相比于 2018 年增长 18.50%，保持较快增长。2019 年我国城镇养宠家庭（犬猫）渗透率为 23%，仍远低于美国等宠物行业成熟市场，随着我国人均收入的提高、养宠人数的增长，国内宠物行业拥有广大的市场空间和市场潜力，宠物领域相关企业也迎来了较好的发展，例如，专业宠物电商平台波奇网于 2020 年成功在美国上市，进一步促进了国内宠物经济的蓬勃发展。

（5）产品销售的新模式融合

在电商销售普及，线上线下一体化发展的行业背景下，公司在原有线下销售为主的基础上，逐步推行和尝试新的销售模式。公司自 2017 年开始发展国内线上业务，在 1688 平台、波奇网、京东、天猫和拼多多等多个第三方平台开展了境内线上销售布局。同时，公司自 2020 年起开始发展境外线上业务，通过在亚马逊等境外平台开展跨境海外仓业务，实现了境内外线上业务的同步发展。2020 年，公司通过境内和境外线上平台实现的收入分别为 2,204.21 万元和 1,484.03 万元，实现了较快的增长。

（6）运营模式的新业态融合

宠物用品具有品类规格众多、标准化程度较低的特点，涉及了宠物的“住、穿、

行、玩”等多种生活场景与使用需求，包括了窝垫、爬架、服饰、玩具、牵引出行、清洁用具及饮食用具等多类产品。为满足国际客户的“一站式”采购需求，公司突破了传统 ODM/OEM 模式，充分利用所在区域轻工业产品生产配套资源，采取以外协加工为主的生产模式，发挥产业链分工比较优势，将经营资源聚焦于产品开发设计、供应链管理及客户开拓维护等高附加值业务环节，实现了传统轻工业加工配套合作资源与公司新运营业态的融合。

（7）产品开发的新技术融合

公司产品开发的新技术融合，主要体现智能传感/控制等新技术在电子宠物用品的应用以及产品设计工具的开发等方面。

1）电子宠物用品的新技术应用

近年来，电子宠物用品逐渐兴起，公司加大了电子宠物用品的开发投入，通过将智能传感/控制等新技术应用于自动喂食器、自动喂水器等电子产品中，宠物主人可按日、周、月随时查看并通过可视化的图表了解宠物的进食、活动情况，当数据发生异常时可及时通知宠物主人留意宠物健康状况，实现对宠物的轻松、科学喂养。

2）产品开发过程的新技术应用

公司基于专业软件平台进行设计工具的自主开发，解决了以往竹藤类设计素材不能在曲面上自然过度变化、编织纹样单一且受素材限制等设计短板，大大提高了设计图稿的仿真度，能够帮助设计概念快速成型，向客户提供最直观的视觉效果，提高了客户对设计产品稿的签版和选版效率。

综上，公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，所属宠物行业具有以情感诉求、创意创新为基础的“新产业”特征。同时，公司主营业务及产品开发重视新功能、新主题、新材料、新品类的创意企划、创新设计及创造开发，并与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合，持续提升与丰富各类宠物用品的健康舒适、新颖趣味、功能实用及环保智能等特性。

（四）行业竞争格局及发行人市场地位

1、发行人产业链定位

宠物用品具有品类规格众多、标准化程度较低的特点，涉及了宠物的“住、穿、行、玩”等多种生活场景与使用需求，包括了窝垫、爬架、服饰、玩具、牵引出行、清洁用具及饮食用具等多类产品。由此，持续、丰富的产品开发能力，高效、可靠的供应链管理体系已成为公司开拓及保持境外客户长期合作的重要竞争力。

在从市场调研、开发设计、加工生产到销售交付的产品创造全产业链中，公司所承担的主要工作及比较优势情况如下：

阶段	产品环节	公司主要工作内容	公司的优势
开发阶段	市场调研	对主要客户所在地市场进行实地调研，了解区域市场的需求特征、偏好趋势	公司建立了多品类产品快速响应开发体系，基本实现了对各类宠物用品的全面覆盖，积极开展新款式、新材料、新功能及新产品的应用开发；同时，对于客户的产品构思、概念需求，公司能够实现快速的转化落地。
	产品开发	根据对用户偏好、市场趋势的调研，结合新材料、新功能、新品类进行产品开发	
订单获取	客户接洽	通过线上交流、展会互动、实地拜访等洽谈沟通方式向多年积累的老客户及新客户推荐新产品	
	方案修改	根据客户交流意见进行产品方案修改，或者将客户产品构思开发转化为具体产品	
生产阶段	产品打样	根据产品设计方案，快速组织产品打样，并与客户进行沟通确认	公司建立了多品类产品供应链管理体系及品质管控能力，能够高效、可靠完成客户订单，满足客户多品类、一站式采购需求，并能够持续进行产品更新迭代。
	量产加工	根据客户订单组织规模化量产，确保产品订单可靠、及时完成	
交付反馈	产品出运	产品加工完成、检查合格后，组织产品出口发货，实现最终销售	
	产品反馈	收集分析客户及其下游消费者的产品反馈，为新产品开发提供市场反馈意见	

公司经过十多年行业经验积累与创业创新，已成为目前国内全品类、大规模的综合型宠物产品供应商，销售市场覆盖了美国、德国、澳大利亚、日本、瑞典、英国、法国等多个发达国家和地区，积累了一批优质的下游客户，如美国沃尔玛、Kmart AUS、TRS、Birgma、KOHNAN 等大型连锁商超，Amazon、Chewy 等国际知名电商，Fressnapf、Petco 等大型宠物用品连锁企业等。

在产业链替代风险方面，公司逐步建立了多品类产品开发设计能力、供应链整合管

控能力，以及面向全球客户的国际化服务能力，形成了公司的比较优势与竞争壁垒。在产业链参与者中，上游外协加工供应商因普遍聚焦于特定品类产品的加工生产，通常缺乏多品类的开发设计与供应组织能力、国际客户的沟通服务能力，从而较难替代公司为广泛的国际客户提供一站式的产品供应；下游国际客户如跨越公司直接向各类宠物用品加工企业进行产品开发与采购，则需建立起覆盖众多品类宠物用品的产品开发团队，以及广泛的供应链管控体系，该组织方式在现代化的国际产业链分工体系中通常缺乏经济性与竞争力。由此，公司在产品开发制造的全产业链中较难被上下游供应商及客户所替代。

与此同时，宠物用品作为轻工业日用品具有市场竞争相对充分、行业进入门槛较低的特点，公司也面临着来自众多同行业企业的持续竞争。公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”之“一、市场风险”之“（二）行业市场竞争加剧的风险”和“二、经营风险”之“（一）新产品开发及推广的风险”及“（七）多品类产品质量控制风险”中对行业竞争加剧、新产品开发未能获得市场认可，以及无法及时、有效进行产品质量控制而造成客户资源损失等市场风险和经营风险进行了提示。

2、行业技术水平及特点

宠物用品行业技术水平主要体现在新产品的设计开发、产品智能化以及产品质量管理等方面。当前，国际知名的大型宠物用品设计开发及销售企业主要集中在美国、欧洲、日本、澳大利亚等国家和地区，但国内以公司为代表的宠物用品企业已具有较强的设计开发能力和一定的生产规模，并长期为境外连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等各类客户提供产品，具备一定的技术水平。

（1）新产品设计开发

宠物用品具有品类众多、标准化程度较低的特点，并作为养宠家庭的居家用品，企业需要紧密把握流行趋势，快速将设计创意转化成具体的产品，以迅速推向市场。同时，对于宠物主人而言，宠物用品除了外观设计以外，产品的实用性、舒适性也至关重要。随着宠物地位的不断提高，宠物主人更加重视宠物的舒适性，对宠物用品的要求也不断提高。因此，企业在生产产品时除了满足宠物主人对于产品的审美要求外，更需要通过选择舒适度较高的材料以及具备一定功能性的材料，以提高产品的舒适性。

（2）注重开发智能宠物产品

宠物智能用品的应用，使饲养者能够实现对宠物的自动监控、动态监测、报警、失控保护等功能，是宠物用品的一个重要发展方向。当前，下游客户对于质量稳定的智能宠物产品需求旺盛，智能宠物产品尚处于发展初期，拥有非常广阔的市场前景。因此，为在宠物用品行业这一朝阳产业占得发展先机，必然要注重智能宠物产品的开发。

（3）可靠产品质量管理体系

公司产品终端消费者为宠物主人，随着宠物地位的不断提高，宠物主人对于宠物相关产品的品质要求也不断增加。因此，产品品质和持续的品质管理与提升能力是行业技术水平的重要体现，直接影响企业在市场中的竞争能力。

3、行业内的主要企业

公司所在宠物行业的相关产品主要包括宠物用品与宠物食品两大类。由于国外宠物产业发展相对成熟、市场规模较大，境内外宠物用品与食品企业多以境外市场为主。例如，境内宠物行业上市公司中宠股份、佩蒂股份以及拟上市公司依依股份的 2019 年度境外收入占比分别为 79.98%、85.96%及 91.01%。

（1）宠物用品领域

在宠物用品领域，我国轻工业产品的制造优势领先，各类宠物用品的主要制造产业链已逐步转移至我国，因此宠物用品行业参与者以境内企业为主。同时，由于宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具等多数宠物用品的品类规格众多、标准化程度较低，人工操作工序比例较高，因此除尿垫、牵引绳等标准化程度相对较高的产品外，多数宠物用品制造企业的经营规模较小，特定品类宠物用品的行业参与者以中小企业为主。

其中，公司在宠物用品领域的竞争企业主要包括两类，一类为单品类宠物用品企业，例如以猫爬架为主要产品的台州华茂工艺品股份有限公司、天津庆泉宠物用品股份有限公司，以宠物尿垫为主要产品的依依股份、悠派科技；另一类为综合型宠物用品企业，例如宁波新禾休闲用品有限公司、温州源飞宠物玩具制品股份有限公司、杭州华元宠物用品有限公司及江苏中恒宠物用品股份有限公司等。该等行业企业基本情况如下：

公司	基本情况

公司	基本情况
宁波新禾休闲用品有限公司	该公司成立于 1998 年，注册资本为 103.47 万元，主要从事宠物用品的生产和销售，在美国和德国分别建立自己的营销和设计团队，客户包括世界上知名的大型连锁超市美国沃尔玛等。
台州华茂工艺品股份有限公司	该公司成立于 2000 年，注册资本为 1,808 万元，位于浙江温岭市。该公司主要生产猫爬架和宠物窝垫，也提供喂鸟器、兔笼等其他宠物产品，产品供应欧洲、美洲、日本等市场。
天津庆泉宠物用品股份有限公司	该公司成立于 2006 年，注册资本 2,056.88 万元，2017 年 2 月在全国股转系统挂牌。该公司主营业务是宠物用品的研发、生产和销售，主要产品包括猫爬架、猫用窝、猫用包等，产品主要销往欧洲、北美和亚洲的国家及地区。2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月庆泉宠物营业收入分别为 5,667.86 万元、6,329.82 万元及 3,945.36 万元。2020 年 4 月，庆泉宠物于全国股转系统终止挂牌。
依依股份	该公司成立于 1990 年，注册资本为 7,075.0176 万元，于 2017 年在新三板挂牌，2019 年终止挂牌，后于 2020 年 5 月向中国证监会递交 IPO 申请。依依股份主要从事宠物卫生护理用品及个人卫生护理用品的生产、销售，其中宠物卫生护理用品包括宠物垫、宠物尿裤、宠物清洁袋、宠物湿巾、宠物垃圾袋等，销售区域主要以美国、日本、欧洲等地区为主。2017 年至 2019 年，依依股份的营业收入分别为 74,328.63 万元、90,341.62 万元和 102,769.31 万元。
悠派科技	该公司成立于 2006 年，注册资本为 12,149.4 万元，于 2015 年在新三板挂牌。2020 年 11 月，其已在新三板终止挂牌。悠派科技以生产一次性卫生护理用品为主，产品主要涉及成人护理用品和宠物护理用品两大类，包括一次性宠物尿垫、宠物尿片、猫砂、成人纸尿裤、成人纸尿片、成人护理尿片等，产品销往美国、日本、加拿大、东南亚等全球多个国家和地区。2017 年至 2019 年，悠派科技的营业收入分别为 23,054.09 万元、38,555.33 万元和 54,363.63 万元。
杭州华元宠物用品有限公司	该公司成立于 2007 年，注册资本为 1,000 万元，主要从事宠物产品的开发、生产和销售，产品包括宠物用品、宠物食品、清洗护理用品和宠物医药产品等，以国内电商销售为主。
温州源飞宠物玩具制品股份有限公司	该公司成立于 2004 年，注册资本为 9,268 万元，主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售，产品包括宠物牵引绳、玩具制品和宠物食品等，主要远销英国、美国、日本、德国、澳洲、西班牙、丹麦等国家和地区。
江苏中恒宠物用品股份有限公司	该公司成立于 2009 年，注册资本为 6,237 万元，主要从事宠物用品开发、生产和销售，产品包括宠物窝、笼、宠物链圈、绳带、宠物食具、宠物玩具、宠物清洁用品及其他宠物用品等，主要销往美国、日本、欧洲等地。

相较于特定单品类宠物用品企业，公司在宠物窝垫、猫爬架产品细分领域具有专业化、规模化优势，两类产品年销售规模均已超过 2 亿元人民币；但对于宠物尿垫、牵引用具等其他品类，公司不具有生产优势，部分单品类采购规模较大的客户通常会选择该类专业型宠物用品企业。同时，公司产品开发与供应品类众多，可满足客户一站式采购需求，Chewy、Petco 及 Fressnapf 等综合型宠物用品零售企业则更会倾向于选择公司等综合型宠物用品企业。

相较于其他综合型宠物用品企业，公司以宠物窝垫、猫爬架为核心产品，该两类核心产品在各类宠物用品中具有必需品属性较强、产品货值较高的特点，是公司与客户建立一站式采购长期合作关系的重要基础。同时，公司产品基本涵盖了全品类宠物用品，具有多品类开发设计、供应链管理能力，可最大程度满足客户的一站式采购需求。此外，公司创业团队于 1998 年即开始从事宠物用品业务，在全球范围积累了广泛的优质客户资源，具有行业先发优势及优质客户资源优势。

（2）宠物食品领域

在宠物食品领域，各类宠物食品产品大致分为宠物粮食、宠物零食两大类。其中，宠物粮食的标准化、规模化生产程度较高，欧美国家在肉类原材料方面具有比较优势，且经过多年的经营积累、市场竞争，行业集中度已相对较高，市场份额尤其是高端产品的市场份额主要由国际品牌所占据。境内宠物粮食企业多处于起步阶段，经营规模及市场份额相对较小。

宠物零食是近些年兴起的宠物食品，因产品种类繁多、工艺流程不一，生产和销售具有小批量、多批次的特点，国内企业生产该类产品在出口贸易中具有明显的成本优势。相比宠物粮食市场，宠物零食的市场集中度较低，生产厂商数量较多。

国内宠物食品主要企业基本情况如下：

公司	基本情况
中宠股份	该公司成立于 2002 年，注册资本为 19,607.5132 万元，于 2017 年在深圳证券交易所上市，其主要产品为宠物零食、宠物罐头和宠物干粮，产品销往日本、美国、加拿大、德国等国家。2017 年至 2019 年，中宠股份的营业收入分别为 101,535.17 万元、141,225.83 万元和 171,623.86 万元。
佩蒂股份	该公司成立于 2002 年，注册资本为 16,976.67 万元，于 2017 年在深圳证券交易所上市，其主要产品为畜皮咬胶、植物咬胶、宠物零食等，产品主要销往美国、欧盟、加拿大等国家和地区。2017 年至 2019 年，佩蒂股份的营业收入分别为 63,199.79 万元、86,932.18 万元和 100,830.89 万元。
路斯股份	该公司成立于 2011 年，注册资本为 9,063.3 万元，于 2015 年在新三板挂牌，其主要产品为肉干产品、宠物罐头、宠物饼干、宠物洁牙骨饲料等宠物食品，产品主要销往欧洲、美国、日本、韩国、俄罗斯、印度、东南亚等国家和地区。2017 年至 2019 年，路斯股份的营业收入分别为 31,046.00 万元、33,912.49 万元和 34,640.77 万元。
波奇网（Boqii Holding Ltd）	该公司成立于 2012 年，注册资本为 15.3 万美元，于 2020 年在纽约证券交易所上市。作为综合型宠物电商服务平台，公司主要基于该平台销售宠物食品与各类宠物用品。2019 年 3 月和 2020 年 3 月，波奇网的营业收入分别为 1.24 亿美

公司	基本情况
	元和 1.19 亿美元。
江苏吉家宠物用品有限公司	该公司成立于 2017 年，注册资本为 1,548.0544 万元，是疯狂的小狗等多个品牌的运营商。作为综合型宠物行业企业，公司主要产品品类包括宠物食品、宠物娱乐、宠物服装、宠物医疗保健品、宠物日常用品等，通过天猫、淘宝、京东等各网络销售平台及线下宠物医院、宠物门店等进行销售。

相对于宠物食品企业，公司与境内外宠物粮食及零食企业不具有直接竞争关系。面向国际市场，公司在为客户提供一站式采购的过程中，存在向境内宠物零食企业采购狗咬胶等零食产品的情况，但在规模化、专业化供应宠物零食产品方面公司不具有竞争优势。面向国内市场，公司引入了渴望、爱肯拿等国际知名品牌跨境电商销售业务，以促进境内市场的突破；其中，渴望、爱肯拿等国际品牌为高端宠物粮食产品，与境内宠物粮食及零食企业具有产品定位及品类的差异化。

4、发行人的竞争优势

公司作为国内较早进入宠物行业的企业，自设立以来一直专注于各类宠物用品的开发设计、品质管控及客户服务，经过十多年的持续探索积累，已在优质客户资源、供应链管理体系、多品类产品快速响应开发等方面建立了比较竞争优势，形成了公司的核心竞争力，具体情况如下：

（1）行业先发优势与客户资源优势

国内宠物行业在上世纪九十年代尚处于起步阶段，自 2010 年左右才迎来快速发展。公司创业团队于 1998 年便开始从事宠物行业，创业初期以宠物窝垫与猫爬架为主要产品，率先进入国际宠物市场；随着市场覆盖、客户数量、团队规模及开发能力的积累与提升，公司逐步涵盖宠物玩具、宠物服饰、宠物日用品、电子产品及宠物食品等多品类宠物产品，并不断开发推出样式新颖、功能实用、安全可靠、质量优良的系列新品，建立了可全面、持续满足客户一站式采购需求的产品开发供应体系。2009 年以来，公司多次获得中国制造网授予的“认证供应商”证书与阿里巴巴授予的“金品诚企”证书。公司于 2011 年被中国出入境检验检疫协会宠物食品用品检验检疫分会授予“中国宠物产业优秀企业”，2018 年被浙江省宠物用品行业协会授予“行业引领奖”。

公司自设立以来始终聚焦宠物产业，经过长期、广泛的客户开发与合作服务，逐步

积累了具有行业先发优势、覆盖全球宠物市场的优质客户资源。公司合作客户广泛分布于欧洲、北美、大洋洲等主要发达地区，其中包括多家国际知名的大型连锁综合商超、专业宠物产品连锁企业及电商企业，该等客户基本情况如下：

市场	客户简称	客户行业地位与合作情况
北美洲	Chewy	Chewy 是美国最大的宠物电商公司之一，成立于 2011 年，于 2019 年在美国纽约证券交易所上市，总部位于美国佛罗里达州，通过线上渠道提供 6 万多种类的宠物产品，2019 年营业收入为 48.47 亿美元。公司于 2016 年与该客户建立合作关系，产品包括猫爬架、宠物窝垫、宠物玩具、宠物服饰等。
	美国沃尔玛	美国沃尔玛是全球最大的连锁零售企业之一，成立于 1962 年，并于 1970 年在美国纽约证券交易所上市，总部位于美国阿肯色州，在全球 27 个国家经营约 11,500 家商店，2019 年营业收入为 5,239.64 亿美元。公司于 2007 年开始与该客户进行业务往来，产品包括猫爬架、宠物玩具等。
	Amazon	Amazon 是全球商品品种最多的网上零售商之一，成立于 1994 年，1997 年在美国纳斯达克上市，总部位于美国西雅图，2019 年营业收入为 2,805.22 亿美元。公司于 2018 年开始与该客户建立直供合作关系，产品包括猫爬架、宠物窝垫、宠物玩具、其他宠物用品等。
	Petco	Petco 是美国最大的宠物零售商店之一，成立于 1965 年，总部位于美国加利福尼亚州圣地亚哥，在美国拥有 1,500 多家店铺。公司于 2010 年开始同该客户开展业务往来，产品包括猫爬架、宠物玩具等。
	PET SUPPLIES PLUS	PET SUPPLIES PLUS 是美国知名的宠物用品连锁商店，成立于 1988 年，总部位于美国密歇根州，在美国拥有 400 多家商铺。公司于 2012 年开始同该客户建立合作关系，产品包括宠物玩具、宠物窝垫、宠物服饰、猫爬架等。
欧洲	Fressnapf	Fressnapf 是欧洲知名的专业宠物用品零售商，成立于 1990 年，总部位于德国克雷菲尔德，在欧洲十余个国家建立约 1,500 家宠物用品专业连锁门店。公司于 2010 年与该客户建立合作关系，产品包括宠物窝垫、宠物玩具、宠物日用品、猫爬架等。
	Birgma	Birgma 隶属于欧洲知名连锁综合商业超市 Biltema。Biltema 成立于 1963 年，总部位于瑞典，在北欧四国设立了约 140 家店铺。公司于 2008 年与该客户建立合作关系，产品包括宠物窝垫、宠物玩具、宠物牵引用品、宠物日用品等。
	Vershold	Vershold 是零售商、分销商和其他行业的战略采购伙伴，成立于 1993 年，总部位于波兰华沙。公司于 2013 年同该客户建立合作关系，产品包括宠物服饰、宠物窝垫、宠物玩具、宠物日用品等。

市场	客户简称	客户行业地位与合作情况
	KIK	KIK 是德国知名的以纺织品为主的连锁超市，成立于 1994 年，总部位于德国伯嫩，在欧洲建立了约 3,500 家商店。公司同该客户合作时间逾 10 年，产品包括宠物窝垫、宠物玩具、宠物服饰、猫爬架等。
	THOMAS PHILIPPS	THOMAS PHILIPPS 是德国的连锁商业超市，成立于 1986 年，总部位于德国比森多夫，在德国拥有约 260 家店铺。公司同该客户合作时间逾 20 年，产品包括宠物玩具、宠物窝垫、宠物牵引用品、猫爬架等。
大洋洲	Kmart AUS	Kmart AUS 是澳大利亚知名的连锁综合商业超市，成立于 1969 年，是澳大利亚证券交易所上市公司 Wesfarmers Limited 的子公司，总部位于澳大利亚墨尔本，在澳大利亚和新西兰建立了 200 多家商店。公司于 2011 年开始与该客户建立合作关系，产品包括宠物玩具、宠物窝垫、宠物日用品、猫爬架等。2018 年，公司获得 Kmart AUS 授予的“最佳供应商（The Values Award）”奖项。
	TRS	TRS 是澳大利亚知名的连锁零售商，成立于 1981 年，2004 年在澳大利亚证券交易所上市，总部位于澳大利亚墨尔本，在澳大利亚建立了 350 多家店铺。2018 年 7 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日，公司营业收入为 7.94 亿澳元。公司于 2003 年开始与该客户建立合作关系，产品包括宠物玩具、宠物窝垫、宠物服饰、宠物牵引用品等。
	Woolworths	Woolworths 是澳大利亚知名的零售商，成立于 1924 年，1993 年在澳大利亚证券交易所上市，总部位于澳大利亚悉尼，在澳大利亚建立了 3,000 多家商店，2018 年 7 月 1 日到 2019 年 6 月 30 日，公司实现销售额 599.84 亿澳元。公司同该客户开展业务往来逾 10 年，产品包括宠物窝垫、宠物牵引用品、宠物日用品、宠物服饰等。
亚洲	KOHNAN	KOHNAN 是日本著名的大型综合仓储式零售超市，成立于 1978 年，2001 年在日本东京证券交易所上市，总部位于日本大阪，在日本拥有 450 余家店铺。公司于 2006 年开始同该客户建立合作关系，产品包括宠物玩具、猫爬架、宠物窝垫、宠物日用品等。
	CAINZ	CAINZ 是日本知名的大型家居购物中心，成立于 1989 年，总部位于日本早稻田市，在日本拥有约 220 家店铺。公司于 2011 年开始同该客户建立合作关系，产品包括宠物玩具、猫爬架、宠物窝垫、宠物日用品等。
	Komeri	KOMERI 是日本主营 DIY 产品和园艺产品的连锁零售超市，成立于 1962 年，1994 在日本东京证券交易所上市，总部位于日本新泻，在日本拥有约 1,200 家店铺。公司同该客户建立合作关系逾 10 年，产品包括宠物玩具、猫爬架、宠物窝垫、宠物日用品等。
南美洲	CENCOSUD	CENCOSUD 是南美洲著名的连锁零售超市，成立于 1960 年，总部位于智利圣地亚哥，门店遍布智利、阿根廷、巴西、秘鲁和哥

市场	客户简称	客户行业地位与合作情况
		伦比亚。公司于 2008 年开始同该客户建立合作关系，产品包括宠物窝垫、宠物玩具、宠物日用品、宠物牵引用品等。

以 2020 年为例，公司来自于欧洲、北美洲、大洋洲三大地区的收入占比分别为**23.64%、26.25%和 16.64%**。广泛、均衡的业务结构在降低客户及市场集中风险的同时，为公司持续、健康发展提供了重要的客户基础与渠道资源。

作为较早进入发达国家市场的宠物用品供应商，公司在与国际优质客户持续合作的过程中，逐步建立了快速、丰富的产品开发体系，高效、可靠的供应链管控体系，以及良好、成熟的客户服务体系。随着国内市场的快速发展，公司通过服务国际市场所形成的经验体系，将有助于公司在产品类型、创意开发、质量管控等方面建立行业竞争优势。

（2）供应链管理及品质管控的优势

宠物用品具有品类众多、款式多样、标准化程度较低的特点，客户订单普遍呈现产品货号较多、采购频次较高的特征，在可靠性、及时性、多样性等方面对供应商的生产组织供应能力提出了较大挑战。公司在发展过程中持续加强供应链管理体系的建设完善，经过多年的探索积累，逐步形成了高效、可靠的多品类产品供应链管理体系，满足了客户一站式、多频次的选购需求。

1）多品类产品的有效供应能力

为避免特定品类产品的开发不足、延迟供应或质量偏差影响客户的产品选购及订单交付，公司对设计、销售、生产、品控、物流等各环节进行了高效、紧密的协同整合，实现客户及供应商的各项信息共享，确保公司产品从品类与样式的广度、品控与时效的深度两方面，实现对客户一站式采购需求的有效满足。

在开发设计环节，公司产品中心在商品企划、创意设计、功能开发、打样检测等多方面，实现了对窝垫、爬架、玩具、服饰、牵引、清洁等九大产品类别的全面覆盖，产品基本目录的规格型号保持五千余款，每年推出的新品目录达 2,000 余款。同时，由于面向全球宠物用品市场，公司产品中心注重根据不同国家的文化习俗、生活方式及宠物种类，进行针对性的产品开发，在充分考虑各类宠物习性与行为特征的同时，关注宠物家长的购物偏好，以此通过持续强化品类全、样式多、创意新的产品开发，适应与促进

客户对多品类宠物用品的一站式选购。

在客户服务环节，为同全球多地客户保持顺畅、及时的沟通联系，公司将境外市场划分为五个销售片区，建立专项区域业务组，负责收集、分析与反馈客户需求，并跟进客户需求的落地开发与订单执行，并针对跨境电商业务成立了专门的跨境电商销售子部门；公司常年参加德国纽伦堡宠物展、美国奥兰多宠物博览会、亚洲宠物展览会、中国国际宠物用品展及广交会等国内外大型专业或综合展会，并定期组织市场调研，在推广公司产品、接洽新老客户的同时，及时了解全球宠物产业的最新发展动向与市场前沿。同时，公司面对国内市场建立了国内专业业务团队，重点发展与运营线上电商业务。

在生产供应环节，为实现对众多品类宠物用品的有效供应，公司采取了自主生产与外协生产相结合的产品组织方式，为窝垫与爬架两类重点“大件产品”建立了自有生产线，以能够快速实现该类产品的开发打样、工艺调整与批量生产。随着宠物智能喂食器、喂水器等电子类饮食用具及玩具产品的开发推广，公司正在建设宠物电子产品的自有产线，以进一步提高对重点品类的自有产线覆盖比例。

同时，公司充分利用浙江区域轻工业产品的产业链优势，经过广泛考察、严格遴选、现场验厂、小批试单及持续考核等供应商准入与管理制度，针对各类宠物用品甄选与积累了一批经验丰富的外协生产配套供应商，建立了及时、高效的协作体系，保障了公司众多品类外协产品的可靠、稳定供应。

2）可靠高效的供应链管理体系

随着宠物家庭地位的不断提高，消费者（宠物家长）对于宠物用品的品质要求也在不断提升，逐步对产品的耐用、防水、防潮及舒适度与功能性有了更高的要求。公司下游客户主要为大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等，对供应商的选择尤为严格，更为注重产品质量的可靠、稳定，而多品类的一站式采购则进一步提高了各类宠物用品的质量管控难度。除部分窝垫与爬架产品由自有产线生产外，公司对多数产品实行外协生产模式，并为此建立了基于严格遴选、过程检查、持续考核的供应商准入与管理体系。

首先，在供应商的选取方面，公司供应链中心、品控部、销售部等相关部门人员组

成供应商调查小组，对供应商实施调查评估，从产能技术、交货服务、品质价格等多方面进行评估，经现场验厂合格后先进行三至五次的小规模试单，试单合格后列入正式的合格供应商名录，公司常年合作的供应商稳定在百余家，形成了较强的供应能力。

其次，在供应商合作过程中，公司会不定期委派质量检验人员、业务人员对外协厂商进行检查指导，并在产品装箱发货前等重点时段进行质量检验，确保质量合格后方进行包装、装箱。同时，对于部分产品，公司会指定外协厂商购买经公司挑选的特定原材料，或者向特定供应商进行采购，以保证产品的用料质量。

此外，在定期评估考核方面，公司每年对供应商进行一次定期评估考核，期间若供应商在交货、品质、价格或服务等方面发生重大变化，则将进行及时的临时评估调整。经调查评估，公司将供应商分为战略、优先、普通、临时及淘汰五大类，根据产品订单的品类、规模、交期等要求对前四类供应商进行分类合作管理，避免与淘汰类供应商进行合作，确保供应商体系保持健康、持续及竞争力。

由此，通过建立基于严格遴选、过程检查、持续考核的供应商准入与管理体系，公司保障了众多品类宠物用品的可靠、稳定、及时供应。报告期内，公司与主要客户合作稳定，未发生由于产品质量、交货等原因导致的重大索赔情况。以此为基础，公司得以连续十余年为美国沃尔玛、澳大利亚 Kmart AUS、德国 Fressnapf、瑞典 Birgma、日本 KOHNAN 等国际大客户提供多种品类、持续更新的宠物用品。

（3）多品类产品快速响应开发优势

宠物产品所涵盖的品类众多，涉及了宠物的“吃、住、穿、行、玩”等多种生活场景与使用需求，包括了宠物食品、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。同时，作为日用消费品，窝垫、爬架、玩具等宠物用品也需要在样式、功能、材料等方面不断做出创意创新，以满足和促进宠物家长的购物需求、宠物的使用玩耍及人宠互动。由此，销售宠物用品的综合零售商超、专业连锁企业及线上电商企业等下游客户普遍倾向于进行一站式、多频次的产品采购。为此，公司逐步建立了基本覆盖全品类宠物用品的设计开发能力，注重从新功能、新主题、新材料、新品类等方面进行产品开发与设计转化，以此实现对客户需求、市场动向的快速响应，为公司与众多国际知名客户建立长期、稳定合作关系的重要互动、合作基础。

1）品类丰富的产品开发团队

经过十多年的发展积累，公司逐步建立了一支覆盖品类广、市场响应快的产品开发团队。公司于 2007 年成立设计部，专门负责产品的设计开发工作。随着团队规模与功能职责的逐步扩大，设计部已升级为产品中心，并下设产品企划部、家居玩具产品部、电子智能产品部、平面设计部和打样服务中心五个子部门。其中，产品企划部负责产品线的规划管理与新品推广，家居玩具产品部负责宠物窝垫、猫爬架、玩具等常规类产品的设计开发，电子智能产品部负责电子产品的设计开发，平面设计部负责所有产品的包装设计、平面设计、视频制作及样品管理陈列等工作，打样服务中心则负责样品制作相关工作。

公司产品中心将产品开发分为宠物窝垫、爬架、玩具、服饰、牵引、清洁、电子、套装及其他等九大产品类别，基本实现了对各类宠物用品的全面覆盖。一方面，公司定期进行主动、持续的产品推陈出新，产品基本目录涵盖了公司 5,000 余款常规款和畅销款产品，并每年推出 2 次新品目录共 2,000 余款。另一方面，公司能够将客户的产品需求概念快速地转换为产品设计，并注重针对客户所在地的市场特点，提出针对性的产品改进和调整意见。例如，公司针对日本市场会每年更新推出一册日本产品目录，包括百余款面料和色彩风格贴合日本市场的新产品。

2）响应快速的产品开发体系

公司制定了《新产品设计与开发管理程序》、《项目开发过程评审制度》、《项目管理奖励办法》等规范标准及制度，产品设计开发流程全面覆盖产品企划、设计、打样、外包装、展示环节，为产品中心的规范管理和快速响应提供了制度保障。

为提升产品开发团队的设计开发水平，公司与 WGSN（英国在线时尚预测和潮流趋势分析服务提供商）、彩虹开发网、POP 服装趋势网、智慧芽等平台机构开展长期合作，不定期举行外部培训和交流活动，并通过周例会和内部研讨会方式进行项目开发进度复盘、反馈和经验分享。为把握全球宠物用品市场的发展动向与行业趋势，公司每年组织产品开发人员对美国、欧洲、日本等宠物行业发展较为成熟的地区进行市场考察，与日本、欧洲等海外设计师开展长期合作或项目制合作。同时，为使产品开发更加贴合宠物需求，公司产品中心实行工作空间与宠物空间融合的办公方式，通过宠物饲养和样

品试用的方式充分了解宠物习性及行为需求，从而提升和优化产品细节功能。

此外，公司注重设计开发成果的知识产权保护。截至报告期末，公司取得了图像软件、电子产品软件相关软件著作权 **16 项**、产品图册等相关美术作品著作权 **58 项**，以及授权专利 **190 项**。其中，专利产品涉及猫爬架、窝垫、玩具、服饰、饮食用品、日用品、电子用品等多类宠物用品。

（4）产业区位配套与运营体系优势

1）完善、丰富的区位配套

公司地处浙江省杭州市，借助于浙江省小商品生产集聚地的区位优势，将核心业务聚焦于产品开发、客户服务等高附加值环节，通过建立开放式、严要求的外协供应商合作配套体系，采取自主生产与外协配套相结合的产品生产组织方式，实现了对国内外下游客户多样化、一站式采购需求的快速响应与持续服务，发挥了产业链核心企业在市场开拓、产品开发及资源整合等方面的引领带动作用。

同时，随着国内宠物产业的快速、蓬勃发展，以及电子商务、移动互联网等信息技术的应用普及，线上销售已逐步成为我国宠物产品的主要销售与推广渠道。公司所在地杭州市的电子商务产业配套发达、人才储备丰富、创新创业活跃，是公司面向国内外市场发展线上销售业务、组建电商运营团队的重要区位配套优势。

2）专业、专注的运营体系

公司以薛元潮先生为核心的创业团队自 1998 年开始就专注于宠物行业，逐步积累与组建了丰富、专业的行业经验和管理体系。在销售服务领域，公司面向国际与国内市场分别建立了国际与国内专业业务团队，国际团队进一步分区域进行市场开拓与客户服务，并组建了跨境电商销售子部门，国内团队则重点发展与运营线上电商业务。在产品供应领域，公司供应链中心下设统筹部、采购部、供应商管理部及仓储部，分别负责内外部生产的分工协调、原辅材料与外协成品的采购管理、供应商的甄选考核以及产品的入库保管与出库发货等工作，各部门紧密协作，确保公司供应链体系的高效、顺畅运行，保障多品类产品的有效供应。

5、发行人的竞争劣势

（1）行业门槛低与市场无序竞争

由于缺少相关法律法规和行业标准的监管和约束，规模化的生产、流通和服务难以建立，导致当前我国宠物用品竞争无序。公司规范化运作下，面对市场的无序竞争存在一定的竞争劣势。

（2）加强国内市场的培育与开拓

相比于美国、欧洲、澳大利亚和日本等成熟宠物市场，国内宠物市场尚处于发展初期，但发展速度较快。目前，国内宠物市场以宠物食品为主，宠物用品的消费习惯尚未完全建立，而公司产品以宠物用品为主，在国内宠物市场开拓过程中面临一定挑战，在开拓国内市场的过程中，需要利用国际产业链加强宠物用品与宠物食品的协同销售。

6、行业发展态势及发行人所面临的机遇与挑战

（1）全球宠物市场的稳步发展机遇

据统计，2017 年全球宠物市场规模超过 1,654 亿美元，而根据美国宠物产品协会（APPA）数据显示，美国作为全球最大以及最成熟的宠物消费市场，2019 年全美宠物消费支出金额达到 957 亿美元，同比增长 5.70%。全球宠物市场规模较大且保持了稳定增长，将有利于行业企业的持续发展。

根据《2019 年中国宠物行业白皮书》显示，2019 年中国宠物猫狗市场规模达 2,024 亿元，城镇养宠（犬猫）人数达 6,120 万人，增幅达 8.40%。国内宠物市场保持较快增长，但养宠人数占人口总数的比重远低于欧美地区。未来，随着国内养宠人数占比的进一步提高以及人均单只宠物年消费金额的增长，国内宠物行业将迎来持续快速的发展。

（2）宠物产业的持续消费升级机遇

随着人均收入的增加，宠物家长有更充实的经济能力提高宠物的生活质量，这会带动宠物用品的需求增加，促进宠物用品的消费升级。不仅如此，收入的提高也使得宠物家长对宠物用品的需求更个性化，对产品质量有更高的要求，这有力地推动了产业的升级和产品的更新换代，推动了行业的快速发展。宠物消费支出已逐步成为饲养宠物家庭

的正常消费支出的一部分，人们在宠物身上消费的意愿日渐提高，对宠物产品价格的敏感度逐渐降低。

（3）国际业务的贸易政策风险挑战

国内宠物用品生产企业多以国外销售为主，进口国贸易政策的变动对产品出口影响重大。各个国家的进出口政策及法规日益更新，这会进一步加重生产厂家的责任风险，导致厂家需要根据政策不断调整产品的设计、采购、制造、检测从而增加了厂家成本。此外，发达国家的贸易保护主义有所抬头，若宠物用品的销售区域国家与中国在宠物用品行业有贸易摩擦，会给行业发展带来影响。

（4）进入壁垒较低的行业竞争挑战

宠物用品行业品类众多，近年来保持较快的发展，但是宠物用品生产的相关行业标准较为欠缺，各类厂家的产品质量参差不齐。同时，由于缺少相关法律法规和行业标准的监管和约束，规模化的生产、流通和服务难以建立，导致行业进入壁垒较低，使得市场中充斥着无序竞争，不利于行业企业盈利能力的提高。

（五）发行人与同行业可比公司的比较情况

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	主要从事一次性卫生用品的研发、生产与销售，产品包

公司	类型	主营业务
	（2020 年 11 月摘牌）	括一次性宠物尿垫、宠物纸尿裤、猫砂、成人纸尿裤、成人纸尿片、成人护理尿片等

1、发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力等方面的比较情况

公司的同行业公司中宠股份、佩蒂股份和路斯股份均主要从事宠物食品的生产、销售及相关业务，并均以境外销售为主。其中，中宠股份的主要产品为宠物零食、宠物罐头和宠物干粮，佩蒂股份的主要产品为畜皮咬胶、植物咬胶、宠物零食等。依依股份和悠派科技主要从事一次性卫生用品的研发、生产与销售。而公司主要从事宠物用品的开发、生产和销售业务，与各可比公司在产品结构上存在较大差异，因此在经营情况、市场地位、技术实力等方面存在一定差异。

2、发行人与同行业可比公司在关键业务数据、指标等方面的比较情况

宠物产品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、净利润与同行业上市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	
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
营业收入	中宠股份	98,848.53	25.58%	171,623.86	21.52%	141,225.83	39.09%
	佩蒂股份	58,169.75	45.35%	100,830.89	15.99%	86,932.18	37.55%
	路斯股份	19,663.52	15.75%	34,640.77	2.15%	33,912.49	9.23%
	依依股份	58,704.32	-	102,769.31	13.76%	90,341.62	21.54%
	悠派科技	47,970.47	101.63%	54,363.63	41.00%	38,555.33	67.24%
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%
	佩蒂股份	4,328.04	88.74%	5,000.71	-64.36%	14,030.68	31.42%
	路斯股份	2,006.86	66.35%	2,959.92	-32.85%	4,407.75	16.79%
	依依股份	11,119.83	-	10,675.15	201.57%	3,539.82	85.48%
	悠派科技	6,243.95	344.76%	1,614.38	31.83%	1,224.55	91.75%
项目	**主体**	**2020 年度**		**2019 年度**		**2018 年度**	
		金额	**增长率**	**金额**	**增长率**	**金额**	**增长率**
营业收入	**天元宠物**	**145,038.81**	**38.30%**	**104,874.07**	**18.27%**	**88,670.53**	**15.57%**
归属于母公司股东	**天元宠物**	**11,406.75**	**30.84%**	**8,718.40**	**-0.34%**	**8,747.93**	**48.35%**

的净利润							

注：同行业可比公司尚未公告 2020 年度数据，其 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。

同行业可比公司数据来源：Wind，下同。

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年呈现较高的增幅。**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。

三、发行人销售及主要客户情况

（一）主要产品及服务的产量、销量情况

公司产品包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子宠物用品以及宠物食品等众多品类产品。其中，公司对宠物窝垫与猫爬架两大品类采取自主生产与外协配套相结合的生产方式，其他产品则主要通过外协方式组织生产。

1、产品生产情况

报告期内，公司自产宠物窝垫、猫爬架的产能与产量情况如下：

单位：万套、万只

年度	项目	宠物窝垫	猫爬架
2020 年度	产能	**200.00**	**220.00**
	产量	**235.08**	**273.18**
	产能利用率	**117.54%**	**124.17%**
2019 年度	产能	200.00	180.00
	产量	220.67	204.50
	产能利用率	110.34%	113.61%
2018 年度	产能	250.00	150.00
	产量	233.03	170.30

年度	项目	宠物窝垫	猫爬架
	产能利用率	93.21%	113.53%

注：2020年下半年公司新增猫爬架产能为80万套，按年均测算，2020年公司猫爬架产能为220万套。

报告期内，公司自产宠物窝垫与猫爬架的产能利用率保持在较高水平。其中，2018年度宠物窝垫产量有所下降，主要系公司于当年度对宠物窝垫的生产线进行了调整，对当期产量产生了一定影响。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，由此导致宠物窝垫产能的下降和猫爬架产能的增加。**2020年下半年，公司增设了80万套猫爬架产线，截至2020年末，猫爬架产能提升至280万套。**

2、产品销售情况

从销售规模方面，公司产品可分为宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具及其他宠物产品四大类。报告期内，公司四大类产品的入库与销量情况如下：

单位：万套、万只、万件

年度	项目	宠物窝垫	猫爬架	宠物玩具	其他产品
2020 年度	入库总量	**980.46**	**440.21**	**3,552.59**	**2,796.68**
	销量	**943.82**	**405.00**	**3,548.33**	**2,753.59**
	产销率	**96.26%**	**92.00%**	**99.88%**	**98.46%**
2019 年度	入库总量	846.71	264.17	3,488.53	2,405.81
	销量	855.26	280.46	3,497.86	2,400.54
	产销率	101.01%	106.17%	100.27%	99.78%
2018 年度	入库总量	923.00	250.45	3,446.21	2,318.00
	销量	908.83	243.46	3,439.46	2,290.26
	产销率	98.46%	97.21%	99.80%	98.80%

报告期各期，公司各类产品均保持了较高的产销率。

（二）主要产品及服务销售收入情况

1、销售收入产品构成情况

报告期内，公司主营业务收入的产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宠物窝垫	30,480.12	21.11%	25,544.98	24.45%	23,533.35	26.76%
猫爬架	34,837.51	24.13%	23,971.10	22.94%	16,888.72	19.21%
宠物玩具	24,210.30	16.77%	24,286.55	23.25%	22,544.88	25.64%
宠物食品	26,853.91	18.60%	3,649.92	3.49%	3,629.75	4.13%
其他产品	27,983.23	19.38%	27,023.97	25.87%	21,337.74	24.27%
合计	144,365.06	100.00%	104,476.53	100.00%	87,934.44	100.00%

国内外宠物行业市场规模保持稳步增长，公司报告期内主营业务收入也保持了较快的增长。其中，其他产品的销售占比逐年提升，主要系随着宠物消费市场的增长，宠物生活用品更加丰富化，宠物服饰、宠物日用品、便携产品等销售良好所致。

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 年度	宠物窝垫	745.37	76.02%	718.45	133.69	13.64%	123.45
	猫爬架	167.03	37.94%	150.51	198.65	45.13%	186.33
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

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 年度	宠物窝垫	**21,478.72**	**70.47%**	**14.81%**	**26.71%**	**4,729.49**	**15.52%**	**3.26%**	**28.56%**
	猫爬架	**10,944.40**	**31.42%**	**7.55%**	**22.59%**	**16,886.59**	**48.47%**	**11.64%**	**31.42%**
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%

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，该类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。

2、销售收入分模式构成情况

报告期内，公司主营业务收入的分模式构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销模式	**140,825.39**	**97.55%**	103,002.94	98.59%	86,629.50	98.52%
经销模式	**3,068.10**	**2.13%**	387.78	0.37%	499.21	0.57%
寄售模式	**224.13**	**0.16%**	307.50	0.29%	805.73	0.92%
零售模式	**247.44**	**0.17%**	778.31	0.74%	-	-
合计	**144,365.06**	**100.00%**	**104,476.53**	**100.00%**	**87,934.44**	**100.00%**

公司宠物产品主要以直销模式为主，报告期内保持了稳步增长。公司经销模式收入均来源于国内市场；2018 年末、2019 年末及 2020 年末，公司经销商数量分别为 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。

3、销售价格的总体变动情况

报告期内，公司产品的平均销售价格情况如下表所示：

单位：万套、万个、万只；元

产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
宠物窝垫	**943.82**	**32.29**	855.26	29.87	908.83	25.89
猫爬架	**405.00**	**86.02**	280.46	85.47	243.46	69.37
宠物玩具	**3,548.33**	**6.82**	3,497.86	6.94	3,439.46	6.55
其他产品	**2,753.59**	**19.91**	2,400.54	12.78	2,290.26	10.90

由上表可知，公司宠物窝垫、猫爬架的平均售价在2018年度保持平稳，而在2019年出现一定比例的增长。其中，宠物窝垫的单价提升主要系产品结构调整，成本与价格较高的产品销量占比上升所致，如宠物窝垫第一大客户Kmart AUS当年采购的窝垫中记忆棉窝垫、防水窝垫、耐咬窝垫、冰垫等功能性窝垫的占比较上年有较大提高，因此产品单价随之上涨；猫爬架单价2019年增长较快则主要系随着当期对Chewy和Amazon等客户的合作扩大，公司复合材质类等复杂款猫爬架销量增长较快，该类产品的成本与售价显著高于简单款猫爬架。**2020年度，宠物窝垫的平均单价因产品结构调整进一步增长；猫爬架则略有增长。**

报告期内，公司宠物玩具销售均价**在2019年有一定比例的增长**，主要系随着公司销售的宠物玩具功能性更加丰富，相关售价亦随之提升；**2020年略有下降。**其他宠物产品的价格在报告期内持续增长，主要系宠物便携产品、其他宠物工具、宠物粮食等售价相对较高的产品销量增长较快所致。

（三）公司的主要客户群体

报告期内，公司主要客户群体为大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台以及宠物用品进口商等，如美国沃尔玛、Kmart AUS、Biltema、KIK等大型连锁商超，Amazon、Chewy等国际知名电商平台，以及Fressnapf、Petco等大型宠物产品连锁

企业等。

报告期内，公司存在供应商与客户重叠的情况，不存在客户与竞争对手重叠的情况。由于部分外协厂商缺乏原材料采购经验或者个别原材料采购规模较小，公司出于保障产品质量或消化结余原材料的考虑，存在向部分外协供应商销售部分原材料的情况；此外，公司不存在因向客户采购商品而形成的客户与供应商重叠情况。**2018年至2020年**，公司对外协供应商的原材料销售金额分别为729.03万元、388.46万元和**386.61万元**，占营业收入的比重分别为0.82%、0.37%和**0.27%**。公司客户与供应商重叠的交易金额较小，该类交易产生系特定业务所致，此类交易具有合理性、必要性。

对于向外协供应商销售原材料的情况，公司将向该供应商的产品采购与部分原材料销售分别认定为相对独立的购买与销售业务。一方面，公司将原材料销售给外协厂商后，物料所有权已转移给该供应商，由其承担原材料在生产加工中的物料风险；另一方面，该外协供应商对销售给公司的产品具有完整定价权，并非由公司所销售原材料价格及加工费所决定，而系双方市场化的谈判结果，购销交易的定价行为相互独立。

（四）前五名客户的销售情况

1、前五名客户销售情况

报告期内，公司前五大客户情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	备注
2020年度	1	Kmart AUS	15,864.74	10.94%	客户品牌“ANKO”
	2	天猫海外直营	13,963.13	9.63%	外购宠物粮食
	3	Chewy	11,227.47	7.74%	客户品牌“frisco”为主
	4	美国沃尔玛	5,792.06	3.99%	公司品牌“CATCRAFT”
	5	Amazon	5,515.76	3.80%	客户品牌“amazonbasics”为主
	合计		52,363.17	36.10%	
2019年度	1	Kmart AUS	14,326.89	13.66%	客户品牌“ANKO”
	2	Chewy	6,978.74	6.65%	客户品牌“frisco”为主
	3	美国沃尔玛	4,969.72	4.74%	公司品牌“CATCRAFT”

期间	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	备注
	4	Fressnapf	4,562.47	4.35%	客户品牌“AniOne”等
	5	Amazon	4,304.25	4.10%	客户品牌“amazonbasics”为主
	合计		**35,142.07**	**33.50%**	
2018 年度	1	Kmart AUS	11,059.68	12.47%	客户品牌“ANKO”
	2	美国沃尔玛	5,249.32	5.92%	公司品牌“CATCRAFT”
	3	Chewy	4,689.36	5.29%	客户品牌“frisco”为主
	4	Fressnapf	3,343.20	3.77%	客户品牌“AniOne”等
	5	TRS	3,335.27	3.76%	客户品牌“pet haven”
	合计		**27,676.83**	**31.21%**	

注1：公司对Kmart AUS销售收入包含同受Wesfarmers Limited控制的子公司Target的销售金额。

注2：公司对天猫海外直营的销售收入包含同受阿里巴巴控制的考拉、杭州优买科技有限公司及浙江天猫供应链管理有限公司的销售金额。

报告期内，公司与前五大客户销售占比稳定，公司不存在严重依赖少数客户的情形。公司各期前五大客户与公司、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的家庭成员均不存在关联关系，前五大客户及其控股股东、实际控制人不存在作为公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情况。

2019 年公司前五大客户相比于 2018 年新增加 Amazon。Amazon 于 1994 年在美国成立，是全球知名的线上电商零售企业，公司通过展会与其接洽，并于 2018 年进入其直供供应商系统（2018 年以前仅通过美国子公司欧塞艾对其进行零星销售）。随着合作的加深，Amazon 与公司的合作规模增长较快，并于 2019 年成为公司前五大客户。

2、前五大客户变化情况

报告期内，公司各期前五大客户的变动主要系部分客户销售增长使得客户之间相对排名出现合理变动，不存在终止合作或大幅减少等异常变动情况，总体合作较为稳定，具体情况如下：

（1）Kmart AUS

公司与 Kmart AUS 自 2011 年开始合作，报告期内 Kmart AUS 始终为公司第一大客

户。**2018 年**至 2019 年，公司对 Kmart AUS 的销售额及销售占比逐年扩大，一方面系因 Kmart AUS 门店的宠物用品销售情况良好，采购规模逐年扩大；另一方面，公司向 Kmart AUS 销售的功能性产品逐年增加，各年度产品平均售价有所提高，带动了销售金额的增长。**2020 年，公司对 Kmart AUS 的销售额持续增长，受天猫海外直营等客户销售额大幅增长影响，公司对 Kmart AUS 销售占比有所下降。**

（2）天猫海外直营

天猫海外直营系公司 2020 年因开拓进口宠物粮食境内销售业务而发展的新客户，公司向其销售通过跨境电商进口的渴望、爱肯拿品牌宠物粮食。由于该等国际知名品牌宠物粮食的货值较高，境内需求旺盛，天猫海外直营相关产品销售状况良好，**因此 2020 年成为公司第二大客户。**

（3）Chewy

Chewy 系美国一家专业从事宠物食品及宠物用品电商业务的上市公司（www.chewy.com），公司于 2016 年与 Chewy 开始合作。报告期内，Chewy 始终为公司前五大客户，公司对其销售占比较为稳定。Chewy 于 2019 年在美国纽约交易所上市后业务发展较快，**公司对其销售额亦呈逐年扩大趋势。**

（4）美国沃尔玛

公司通过美国子公司欧塞艾向美国沃尔玛销售猫爬架等产品，报告期内销售规模较为稳定，期间因公司整体销售规模扩大，销售占比有所下降。报告期内，美国沃尔玛始终为公司前五大客户，随公司对 Chewy 等客户销售额扩大，其排名有所下降。

（5）Amazon

Amazon 是全球知名的线上电商零售企业，公司通过展会方式与其接洽，双方于 2018 年下半年开始直供体系合作。随着合作的加深，Amazon 与公司的合作规模增长较快，2019 年度其交易额超过 TRS 成为公司前五大客户，**2020 年度仍为公司第五大客户。**2019 年以来，公司对 Amazon 的销售占比较为稳定。

（6）Fressnapf

Fressnapf 系欧洲知名专业宠物用品零售商，公司与 Fressnapf 自 2010 年开始合作。**2018 年至 2019 年，Fressnapf 始终为公司前五大客户，且随着其门店的扩张，公司对 Fressnapf 的销售额和销售占比逐年增长。2020 年度，受欧洲疫情以及公司境内销售额扩大影响，公司对 Fressnapf 的销售额及其占比有所下降，为公司第六大客户。**

（7）TRS

TRS 系澳大利亚知名连锁零售店，公司自成立之初即与 TRS 开展合作。**2018 年和 2019 年，公司对 TRS 的销售额和销售占比较为稳定。2018 年，TRS 位列公司前五大客户；2019 年，由于公司与 Amazon 的交易额较大，导致 TRS 未进入当期五大客户，为公司第六大客户。2020 年，受澳大利亚疫情以及公司境内销售额扩大影响，公司对 TRS 的销售额及其占比较有所下降，为公司第七大客户。**

综上，报告期内公司前五大客户变化及各客户销售占比的变化主要系部分客户销售增长，使得客户之间相对排名出现合理变动，公司与主要客户均保持持续、稳定合作关系，不存在终止合作、大幅下降等异常变化情况。

3、公司与主要客户交易的可持续性

报告期内，公司以国际宠物用品市场为主，境外客户主要为境外上市公司或知名连锁零售商，除新兴宠物电商公司 Chewy 外，其他主要客户成立时间均在 20 年以上，报告期内该等客户回款情况良好，未曾发生坏账；公司凭借快速、丰富的产品开发体系，高效、可靠的供应链管控体系以及良好、成熟的客户服务体系与主要客户建立了稳固的合作关系，公司与该等主要客户建立合作以来，均保持了连续且稳定的合作。由此可见，公司与境外主要客户之间的交易具有可持续性，公司具有持续获取交易订单的能力。

在境内业务方面，公司报告期内境内销售占比较低，处于发展较快的起步阶段；除 **2020 年**的天猫海外直营外，各期境内客户业务规模普遍较小，前五大客户存在一定变动，未构成公司主要客户。由于国内宠物产业处于快速发展阶段，宠物粮食仍是养宠家庭最主要的购买产品，为加快境内业务的突破发展，公司于 2019 年下半年开始实行宠物主粮带动用品销售的境内业务策略，通过跨境电商进口销售“渴望”、“爱肯拿”等国际知名品牌宠物粮食产品。**2020 年，因进口品牌宠物粮食业务的发展，天猫海外直营**

成为公司该项业务的第一大内销客户，其与考拉、杭州优买科技有限公司及浙江天猫供应链管理有限公司的合计销售额占公司当期营业收入的 9.63%。公司所进口销售的宠物粮食为国际知名品牌，国内消费需求旺盛，公司与天猫海外直营签署了框架合作协议，预计未来交易具有可持续性。

4、公司不同层级的客户数量及收入情况

报告期内，公司内外销收入在不同金额区间的客户数量及金额占比分布如下：

单位：万元

类型	年度销售金额区间	2020年度			2019年度			2018年度		
		客户数量	销售额	占比	客户数量	销售额	占比	客户数量	销售额	占比
外销	≥5,000	4	38,027.78	35.56%	2	20,869.18	21.97%	2	15,499.48	19.33%
	1,000~5,000	10	19,085.86	17.85%	10	26,930.85	28.35%	12	24,478.63	30.53%
	100~1,000	131	39,256.06	36.71%	123	35,565.47	37.43%	116	29,538.52	36.84%
	≤100	585	10,574.51	9.89%	537	11,643.98	12.26%	506	10,667.90	13.30%
	小计	730	106,944.21	100.00%	672	95,009.48	100.00%	636	80,184.54	100.00%
内销	≥1,000	9	23,686.70	63.30%	1	1,106.76	11.69%	0	-	0.00%
	100~1,000	32	10,165.39	27.17%	13	5,420.03	57.25%	10	5,122.77	66.10%
	10~100	92	2,526.13	6.75%	70	2,016.14	21.30%	62	1,649.98	21.29%
	≤10	6,144	1,042.63	2.79%	3,813	924.11	9.76%	3,776	977.15	12.61%
	小计	6,277	37,420.85	100.00%	3,897	9,467.04	100.00%	3,848	7,749.90	100.00%
	合计	7,007	144,365.06		4,569	104,476.52		4,484	87,934.44	

注：以上统计未对客户进行同一控制下合并处理，公司在 B2C 电商平台上的自营店铺的销售按每家店铺为一个客户计算。

2018 年、2019 年和 2020 年，公司外销客户数量分别为 636 家、672 家及 730 家，内销客户数量分别为 3,848 家、3,897 家及 6,277 家。报告期内，随着销售规模的扩大，公司客户数量亦逐年增加。此外，由于公司外销客户多为大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等，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 2018 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；2020 年，随着公司进口品牌主粮销售业务的增长，出现了天猫海外直营等销售额较大的客户。**

5、不同销售模式下的定价情况

直销、经销和寄售模式下，公司均根据产品成本并加成一定利润的原则与客户协商定价，**其中经销和寄售模式主要系子公司杭州特旺开展的内销模式（2020 年起子公司杭州赛旺亦存在少量寄售模式业务）**，由于报告期内公司国内市场处于开拓初期，因此产品定价略低于以外销为主的直销模式。

在直销模式下，公司产品存在定制化特点，向不同客户销售的同类产品会因客户在规格、构造、材料、配色等方面的不同要求而存在差异，公司亦根据订单生产成本结合下单量、交货要求、交货期等因素向客户报价，并最终由双方协商定价，因此同类产品的销售价格不尽相同。除宠物食品等外购产品外，公司较少存在向不同客户销售相同款产品的情形，而相近款产品的产品定价及毛利率通常不存在较大差异。报告期内，公司境外直销业务毛利率相对稳定；境内直销业务毛利率逐年下降，主要系境内宠物食品业务销售占比提升而该类业务毛利率相对较低所致。

在经销和寄售模式下，公司销售产品以自有品牌为主，对不同客户销售相同产品的定价和毛利率通常不存在较大差异。

在零售模式下，公司在不同国家的电商平台销售的产品会分别根据市场行情进行定价，在同一国家不同电商平台所销售相同产品的定价和毛利率不存在较大差异。其中，2019 年起，公司开始开展国内 B2C 电商零售业务；**2020 年起，**公司进一步在北美、日本和欧洲亚马逊开设 B2C 店铺。零售模式下，公司主要参考同类产品市场价格确定产品销售价格。其中，由于国内电商零售业务处于起步初期，公司为吸引流量不时开展促

销活动，相关产品定价总体偏低。由于境外宠物产品零售价格显著高于境内，因此公司境外零售定价亦高于境内零售定价，**境外零售毛利率亦显著高于境内零售。**

综上，公司在不同销售模式下的产品定价存在一定不同，但均分别保持相对稳定，相同销售模式下公司对不同客户销售相近产品的价格和毛利率通常不存在较大差异。

6、前五大宠物食品客户基本情况

2018 年至 2020 年，公司宠物食品的销售收入分别为 3,629.75 万元、3,649.92 万元和 **26,853.91 万元**，主要面向境内市场。**报告期之前，公司宠物食品以罐头食品、宠物零食为主。**报告期内，公司宠物食品业务发展大致可分为**两大阶段：在 2018 年至 2019 年第一阶段**，公司开始尝试发展宠物主粮进口业务，在国内市场销售进口品牌宠物食品；**在 2020 年第二阶段**，公司与境外供应商建立了宠物粮食跨境进口业务合作模式，业务规模实现了较快增长。

报告期内，公司对宠物食品各期前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售收入	占食品收入比
2020 年度	1	天猫海外直营	13,963.13	52.00%
	2	F&W INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	1,719.80	6.40%
	3	ROSE-ROYAL HOLDING (HONG KONG) LIMITED	1,302.86	4.85%
	4	KOBENITE LIMITED	1,200.72	4.47%
	5	JOYHOOD LIMITED	976.55	3.64%
	合计		19,163.06	71.36%
2019 年度	1	KOBENITE LIMITED	1,106.76	30.32%
	2	SIGNAL THREE LIMITED	922.87	25.28%
	3	JOYHOOD LIMITED	878.05	24.06%
	4	杭州聚宠科技发展有限公司	108.51	2.97%
	5	C-H CARGO LOGISTICS CO., LIMITED	69.11	1.89%
	合计		3,085.31	84.53%
2018 年度	1	JOYHOOD LIMITED	955.14	26.31%
	2	杭州聚宠科技发展有限公司	812.15	22.37%
	3	KOBENITE LIMITED	548.34	15.11%
	4	杭州东溪科技有限公司	474.31	13.07%
	5	SIGNAL THREE LIMITED	331.97	9.15%

期间	序号	客户名称	销售收入	占食品收入比
	合计		3,121.91	86.01%

注1：公司对天猫海外直营的销售数据包含同受阿里巴巴集团所控制考拉、杭州优买科技有限公司及浙江天猫供应链管理有限公司的销售数据。

注2：2019年和2020年，公司对SIGNAL THREE LIMITED的宠物食品销售数据包含对受同一自然人王彪所控制杭州瀚品宠物用品有限公司的销售数据。

公司与上述宠物食品客户的合作背景情况如下：

序号	客户名称	合作背景
1	天猫海外直营	2019 年下半年，天猫海外直营因寻求扩大宠物粮食业务，经公司联系接洽，与公司建立业务合作关系。
2	F&W INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	该客户为宠物产品线下批发商，2020 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物粮食。
3	ROSE-ROYAL HOLDING (HONG KONG) LIMITED	该客户为天猫国际商户及线下批发商，2020 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物粮食。
4	SIGNAL THREE LIMITED	该客户为线下批发商，同控制人下企业杭州瀚品宠物用品有限公司为天猫商户，公司 2016 年与两公司控制人王彪建立宠物用品销售业务合作关系，2018 年起两公司开始向发行人采购宠物食品。
5	KOBENITE LIMITED	该客户为天猫国际商户及线下批发商，2018 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物粮食。
6	JOYHOOD LIMITED	该客户为线下批发商，2018 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物粮食。
7	杭州聚宠科技发展有限公司	该客户为线下批发商，2018 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物粮食。
8	C-H CARGO LOGISTICS CO.,LIMITED	该客户为线下批发商，2019 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物罐头。
9	杭州东溪科技有限公司	该客户为线下批发商，2017 年与公司建立业务合作关系，向公司采购宠物粮食。

如上表所示，公司报告期内宠物食品客户大致可分为两类，分别为天猫海外自营与京东自营等电商平台自营主体，以及天猫国际与淘宝网等平台商户及线下批发商。其中，2017 年以前，公司所销售宠物食品包括使用自主品牌及外购国内品牌的宠物罐头和零食等，下游客户主要为公司所开发的境内经销商、淘宝网商户及京东自营。2018 年起，考虑到国际成熟品牌在宠物主粮领域具有较为明显竞争优势，公司开始探索发展面向国内市场的进口品牌宠物粮食业务，以带动境内宠物用品销售业务，并在 2019 年下半年与境外供应商建立了宠物食品跨境电商进口合作业务。

除天猫海外自营外，公司其他类型宠物食品客户主要为天猫国际与淘宝网等平台的宠物产品商户，以及宠物产品线下批发商。相对于该类境内下游客户，公司常年从事宠物用品国际业务，在境内宠物行业具有一定规模优势，能够寻找并同上游境外供应商建立合作关系，规模化采购国际品牌宠物食品。同时，通过销售国际品牌宠物食品，与该

类境内下游客户建立合作关系，将有助于后续带动公司境内宠物用品销售业务。

公司于 2019 年下半年与天猫海外直营建立业务合作关系，并于 2020 年 3 月份正式开展业务往来。**2020 年度**，公司对天猫海外直营的销售明细如下：

单位：万元

品牌	销售包装规格（袋重）	销售金额	销售占比
渴望（Orijen）	1.8kg	1,590.34	11.39%
	2.0kg	243.91	1.75%
	5.4kg	5,668.22	40.59%
	6.0kg	427.33	3.06%
	11.4kg	754.10	5.40%
	小计	8,683.90	62.19%
爱肯拿（ACANA）	1.8kg	548.79	3.93%
	2.0kg	302.60	2.17%
	5.4kg	2,526.30	18.09%
	6.0kg	607.35	4.35%
	11.4kg	1,258.24	9.01%
	小计	5,243.29	37.55%
益之选（1'st choice）	小计	33.96	0.24%
枫趣（Pronature）	小计	1.98	0.01%
合计		13,963.13	100.00%

注：以上对天猫海外直营的销售明细包含同受阿里巴巴集团所控制考拉、杭州优买科技有限公司及浙江天猫供应链管理有限公司的销售明细，以下统称对天猫海外直营的销售。

由上表可知，公司**主要**向天猫海外直营销售多种规格渴望、爱肯拿品牌宠物粮食产品，**同时销售少部分益之选、枫趣宠物粮食产品**。其中，天猫海外直营未向渴望、爱肯拿、**益之选、枫趣**等品牌生产厂商直接采购相关产品，主要系一方面，渴望、爱肯拿为加拿大宠物食品生产企业 Champion Petfoods 下属品牌，**益之选、枫趣为加拿大宠物食品生产企业 PLB International 下属品牌**，在大中华区域主要通过设立区域代理的方式进行产品销售，该类方式系国际主流宠物食品品牌的主要销售模式，同样也为皇家、冠能、希尔思等知名宠物食品品牌所采用；另一方面，天猫海外直营因产品销售品类众多，为降低产品备货风险，对各类产品仅保持了少量存库以备及时发货，根据线上销售情况实行小规模、多频次的快速采购，而渴望、爱肯拿、**益之选、枫趣**品牌的中国区域代理商则以集中式规模化销售为主，且自采购下单至产品运送至国内通常需要 2 个月左右时

间，双方较难建立直接匹配的采购合作关系。由此，在境外上游供应商与境内下游客户之间，公司建立了以规模化集中采购、仓储分销运营为基础的跨境电商进口业务模式，在国际供应链与国内分销商之间实现了有效连通，协助天猫海外直营等下游客户实现了低库存、快周转的运营目标。由此，天猫海外直营选择与公司进行业务合作具有其商业合理性。

对于外协加工产品，公司与主要外协供应商在签订的《加工承揽采购框架协议》中明确约定，外协供应商不得将公司委托其加工产品的任何资料和样品，向公司以外的任何第三方出售。同时，公司外协供应商以加工特定产品为主，并较少具有面向国际市场的产品开发设计团队，而公司下游客户倾向于多品类宠物用品的一站式采购，双方较难建立直接业务合作关系。由此，公司下游境外客户直接向上游外协产品供应商购买相应外协产品的可能性较低。

对于宠物食品及其他外购产品，公司与相关上游供应商未就所购买产品约定排他性销售限制，但该等供应商的业务模式通常以规模化销售为主，尤其是宠物食品境外供应商较少具有国内市场运营能力。同时，公司宠物食品及其他外购产品的下游客户以小规模、多频次采购为主，且较少具有境外供应链合作资源。公司利用多年发展所积累的行业经验及国际供应链合作资源，建立了以规模化集中采购、仓储分销运营为基础的购销体系，实现了相关产业链的连通及商品流通。由此，公司宠物食品及其他外购产品的下游客户直接向上游供应商购买相应产品的可能性较低。

报告期内，根据公司检查情况，公司宠物食品、外购产品和外协产品中客户不存在直接向上游供应商购买产品的情况，对公司经营未产生不利影响。

（五）不同销售区域前五大客户的销售情况和基本情况

1、境外销售前五大客户的具体情况

报告期各期，公司对境外销售前五大客户的销售金额、销量、产品种类、应收账款等销售情况具体如下：

期间	序号	客户名称	销售产品种类	销量（万件）	销售金额（万元）	占外销收入比例	占营业收入比例	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
2020 年度	1	KmartAUS	宠物窝垫、宠物玩具、宠物工具等	640.88	15,864.74	14.83%	10.94%	1,123.40	1,123.40	100.00%
	2	Chewy	猫爬架、宠物玩具、宠物服饰等	141.27	11,227.47	10.50%	7.74%	4,954.08	3,364.15	67.91%
	3	美国沃尔玛	猫爬架	69.32	5,792.06	5.42%	3.99%	752.46	752.46	100.00%
	4	Amazon	猫爬架、宠物窝垫等	79.25	5,515.76	5.16%	3.80%	2,012.34	1,674.85	83.23%
	5	Fressnapf	宠物窝垫、宠物玩具、猫爬架等	168.10	3,568.75	3.34%	2.46%	1,189.78	814.24	68.44%
	合计			1,098.83	41,968.79	39.24%	28.94%	10,032.05	7,729.09	77.04%
2019 年度	1	KmartAUS	宠物窝垫、宠物玩具、宠物工具等	704.29	14,326.89	15.08%	13.66%	1,023.28	1,023.28	100.00%
	2	Chewy	猫爬架、宠物服饰、宠物玩具等	120.26	6,978.74	7.35%	6.65%	3,849.66	3,849.66	100.00%
	3	美国沃尔玛	猫爬架	69.36	4,969.72	5.23%	4.74%	503.01	503.01	100.00%
	4	Fressnapf	宠物窝垫、宠物玩具、猫爬架等	187.51	4,562.47	4.80%	4.35%	1,365.50	1,365.50	100.00%
	5	Amazon	猫爬架、宠物窝垫等	47.02	4,304.25	4.53%	4.10%	747.05	747.05	100.00%
	合计		-	1,128.43	35,142.07	36.99%	33.50%	7,488.51	7,488.51	100.00%
2018	1	KmartAUS	宠物玩具、宠物窝垫、宠物日用品等	660.30	11,059.68	13.79%	12.47%	910.33	910.33	100.00%

期间	序号	客户名称	销售产品种类	销量（万件）	销售金额（万元）	占外销收入比例	占营业收入比例	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
年度	2	美国沃尔玛	猫爬架、宠物玩具	80.42	5,249.32	6.55%	5.92%	519.56	519.56	100.00%
	3	Chewy	猫爬架、宠物窝垫等	52.83	4,689.36	5.85%	5.29%	1,465.45	1,465.45	100.00%
	4	Fressnapf	宠物窝垫、宠物玩具、宠物日用品等	314.61	3,343.20	4.17%	3.77%	461.72	461.72	100.00%
	5	TRS	宠物玩具、宠物窝垫、宠物服饰等	385.30	3,335.27	4.16%	3.76%	494.49	494.49	100.00%
	合计		-	**1,493.46**	**27,676.83**	**34.52%**	**31.21%**	**3,851.55**	**3,851.55**	**100.00%**

注 1：公司对 Kmart AUS 的销售数据包含同受 Wesfarmers Limited 控制的子公司 Target Australia Sourcing Limited 的销售数据。

注 2：期后回款截止时间为 **2021 年 3 月 24 日**。

上述境外客户的基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	合作背景及合作历史	获得订单方式	定价政策
1	Kmart AUS	1969 年	3.4 亿澳元	澳大利亚证券交易所上市公司 Wesfarmers Limited 的子公司，澳大利亚连锁零售商，主要销售服装、家居用品及其他零售产品。	公司于 2011 年开始与 Kmart AUS 建立合作关系，销售产品包括宠物玩具、宠物窝垫、宠物日用品、猫爬架等多品类宠物用品。	展会接洽	公司报价，经双方协商确定
2	Chewy	2011 年	1,895.00 万美元	美国纽约证券交易所上市公司，美国知名宠物电商公司，主要通过零售网站销售各类宠物产品。	公司于 2016 年开始与 Chewy 建立合作关系，销售产品以猫爬架为主，并已逐步扩大至宠物服饰、宠物玩具等其他品类。	展会接洽	公司报价，经双方协商确定
3	美国沃尔玛	1962 年	11.00 亿美元	美国纽约证券交易所上市公司，全球最大的连锁零售企业之一，主要销售家居类、日用百货类及其他零售产品。	公司于 2007 年开始通过美国中间商 Ace Bayou 向美国沃尔玛销售猫爬架，2014 年开始通过美国子公司欧塞艾直接与美国沃尔玛开展合作。	中间商介绍	公司报价，经双方协商确定

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	合作背景及合作历史	获得订单方式	定价政策
4	Amazon	1994 年	5,000.00 万美元	美国纳斯达克上市公司，全球知名网上零售商，主要通过零售网站为客户提供线上零售服务。	2018 年以前，公司子公司欧塞艾对 Amazon 存在零星销售；2018 年起，公司与 Amazon 正式建立直供合作关系，销售产品包括猫爬架、宠物窝垫及其他宠物用品。	展会接洽	公司报价，经双方协商确定
5	Fressnapf	1990 年	200.00 万欧元	欧洲知名专业宠物用品零售商，主要提供各种宠物食品，宠物用品和宠物相关服务。	公司于 2010 年开始与 Fressnapf 建立合作关系，销售产品包括宠物窝垫、宠物玩具、宠物日用品、猫爬架等。	展会接洽	公司报价，经双方协商确定
6	TRS	1981 年	7,032.6 万澳元	澳大利亚证券交易所上市公司，澳大利亚知名连锁零售店，主要销售食品、生活用品、宠物用品等日常用品。	公司于 2003 年开始与 TRS 建立合作关系，销售产品包括宠物玩具、宠物窝垫、宠物服饰、宠物牵引用具等。	展会接洽	公司报价，经双方协商确定

2、境内销售前五大客户的具体情况

报告期各期，公司对境内销售前五大客户的销售金额、销量、产品种类、应收账款等销售情况具体如下：

期间	序号	客户名称	销售产品种类	销量（万件）	销售金额（万元）	占内销收入比例	占营业收入比例	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
2020 年度	1	天猫海外直营	宠物食品	36.47	13,963.13	37.31%	9.63%	902.86	902.86	100.00%
	2	FANDWINTERNATIONAL（香港）	其他宠物用品、宠物玩具、猫爬架等	5.01	1,719.80	4.60%	1.19%	-	-	-
	3	浙江经觉电子商务有限公司	宠物食品	34.60	1,496.09	4.00%	1.03%	211.32	211.32	100.00%
	4	杭州万璞贸易有限公司	猫爬架、宠物窝垫、宠物玩具等	42.44	1,383.83	3.70%	0.95%	209.42	209.42	100.00%

期间	序号	客户名称	销售产品种类	销量（万件）	销售金额（万元）	占内销收入比例	占营业收入比例	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
	5	**杭州宠慧商贸有限公司**	**宠物食品、猫爬架、宠物窝垫等**	**121.37**	**1,344.14**	**3.59%**	**0.93%**	**112.95**	**112.95**	**100.00%**
	合计			**239.89**	**19,906.99**	**53.20%**	**13.73%**	**1,436.55**	**1,436.55**	**100.00%**
2019年度	1	KOBENITELIMITED（香港）	宠物食品	3.93	1,106.76	11.69%	1.06%	-	-	-
	2	SIGNALTHREELIMITED（香港）	宠物食品	25.16	1,080.59	11.41%	1.03%	-	-	-
	3	JOYHOODLIMITED（香港）	宠物食品	3.54	878.05	9.27%	0.84%	22.35	22.35	100.00%
	4	浙江经觉电子商务有限公司	猫爬架、宠物窝垫、宠物玩具等	10.79	643.88	6.80%	0.61%	224.82	224.82	100.00%
	5	杭州万璞贸易有限公司	宠物窝垫	17.31	616.26	6.51%	0.59%	33.50	33.50	100.00%
	合计		**-**	**60.73**	**4,325.54**	**45.69%**	**4.12%**	**280.67**	**280.67**	**100.00%**
2018年度	1	JOYHOODLIMITED（香港）	宠物食品	2.91	955.14	12.32%	1.08%	-	-	-
	2	杭州聚宠科技发展有限公司	宠物食品	1.66	812.15	10.48%	0.92%	-	-	-
	3	杭州东溪科技有限公司	宠物食品、猫爬架、宠物窝垫等	5.77	791.19	10.21%	0.89%	1.92	1.92	100.00%
	4	光橙（上海）信息科技有限公司	其他宠物用品、宠物玩具、猫爬架等	64.51	745.00	9.61%	0.84%	191.61	191.61	100.00%
	5	杭州万璞贸易有限公司	宠物窝垫	16.63	562.19	7.25%	0.63%	138.40	138.40	100.00%

期间	序号	客户名称	销售产品种类	销量（万件）	销售金额（万元）	占内销收入比例	占营业收入比例	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
	合计		-	91.48	3,865.65	49.88%	4.36%	331.92	331.92	100.00%

注 1：公司对天猫海外直营的销售收入包含同受阿里巴巴控制的考拉、杭州优买科技有限公司及浙江天猫供应链管理有限公司的销售金额。

注 2：2019 年度公司对 SIGNAL THREE LIMITED 的销售数据包含对杭州瀚品宠物用品有限公司的销售数据；该等公司均受同一自然人王彪控制。

注 3：公司对光橙（上海）信息科技有限公司的销售数据包含同受梁浩控制的欣橙（上海）信息科技有限公司及上海怡亲宠物用品有限公司的销售数据。

注 4：期后回款截止时间为 **2021 年 3 月 24 日**。

其中，F&W INTERNATIONAL COMPANY LIMITED、KOBENITE LIMITED 等公司为香港注册企业，主要通过跨境电商业务等方式向国内销售产品，虽该等公司注册在中国大陆以外，根据产品销售市场所在，公司将该等客户归为境内业务客户。上述客户的基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	合作背景及合作历史	获得订单方式	定价政策
1	天猫海外直营	2008 年	4,194,137,795 新加坡元	主要从事网络销售。	天猫海外直营系公司自 2019 年下半年开始开展宠物粮食跨境电商业务所而引入的新客户，公司向其销售通过跨境电商零售渠道进口的渴望及爱肯拿品牌宠物粮食。	公司主动接洽	公司报价，经双方协商确定
2	杭州宠慧商贸有限公司	2018 年	20 万元	主要从事宠物用品与宠物食品批发销售。	该公司主要从事批发零售业务，天元宠物在宠物用品方面的产品优势，经介绍及商务洽谈，双方于 2020 年建立合作关系，销售的产品主要系宠物日用品、宠物玩具等公司外购宠物用品。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
3	F&W INTERNATIONAL COMPANY LIMITED（香港）	2017 年	10,000 港元	从事快消品的进口以及宠物用品的销售。	经客户介绍及商务洽谈，公司于 2020 年开始与 F&W INTERNATIONAL COMPANY LIMITED 建立合作关系，销售的产品均系宠物粮食。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
4	浙江经觉电子商	2007 年	1,000 万元	主要从事宠物用品的销售。	公司于 2016 年开始与浙江经觉电子商务有限公司建立合作关系，销售产品主要为宠物	客户主动接洽	公司报价，经双方协商

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	合作背景及合作历史	获得订单方式	定价政策
	务有限公司				窝垫等。		确定
5	SIGNAL THREE LIMITED（香港）	2016 年	50,000 美元	从事快消品的进口以及宠物用品的销售。	SIGNAL THREE LIMITED、杭州首航商贸有限公司等公司均受同一自然人王彪控制，王彪控制的相关公司于 2016 年开始与公司建立合作，销售的产品包括各类宠物用品和宠物粮食。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
	杭州首航商贸有限公司	2010 年	100 万元	宠物用品，环保设备、普通机械，建筑材料，服装及辅料，针纺织品等的批发零售等。			
6	KOBENITE LIMITED（香港）	2018 年	10,000 港元	从事快消品的进口以及宠物用品的销售。	公司于 2018 开始与 KOBENITE LIMITED 建立合作关系，销售的产品均系宠物粮食。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
7	JOYHOOD LIMITED（香港）	2017 年	10,000 港元	从事快消品的进口以及宠物用品的销售。	公司于 2018 开始与 JOYHOOD LIMITED 建立合作关系，销售的产品均系宠物粮食。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
8	杭州万璞贸易有限公司	2011 年	100 万元	从事宠物用品、LED 灯及显示屏、金属材料、纺织品、服装、五金机械、化工产品及原料、工艺品、建材、钢材等货物的进出口。	公司于 2018 开始与杭州万璞贸易有限公司建立合作关系，销售的产品主要为宠物窝垫。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
9	杭州聚宠科技发展有限公司	2017 年	500 万元	宠物食品的销售以及跨境代运营业务。	公司于 2018 年开始与杭州聚宠科技发展有限公司建立合作关系，销售产品主要为宠物日用品。	其他客户介绍	公司报价，经双方协商确定
10	杭州东溪科技有限公司	2017 年	100 万元	主要从事宠物食品的批发销售业务。	公司于 2017 年开始与杭州东溪科技有限公司建立合作关系，销售产品主要为宠物窝垫、猫爬架等。	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定
11	光橙（上海）信息科技有限公司	2012 年	4,613.27 万元	主要通过波奇商城及在天猫、京东等各电商平台开设的波奇网	公司于 2017 年开始与光橙（上海）信息科技有限公司建立合作关系，销售产品主要为宠物服饰、猫爬架、宠物窝垫、宠物玩具、宠	客户主动接洽	公司报价，经双方协商确定

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	合作背景及合作历史	获得订单方式	定价政策
				店铺销售宠物产品。	物罐头等。		

如上所示，公司境内销售各期主要客户为电商公司与进出口公司，公司主要通过客户主动接洽以及其他客户介绍的方式建立合作关系，定价政策均为公司报价并经双方协商确定。公司与上述客户的合作关系持续、稳定。

（六）外销主要贴牌品牌情况

报告期内，公司外销产品的品牌标识以使用客户所提供品牌为主，俗称贴牌方式。宠物用品是宠物主人为豢养宠物所购买的日用品，产品以功能实用、外观新颖、价格实惠为竞争属性，品牌效应或品牌附加价值弱于宠物食品，所使用品牌多以产品标识作用为主。报告期内，公司各主要产品所使用的品牌情况如下：

1、宠物窝垫

期间	序号	贴牌品牌	品牌商	销售客户	营业收入（万元）	占窝垫外销金额比
2020 年度	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	6,326.06	22.44%
	2	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	1,796.66	6.37%
	3	amazonbasics	Amazon	Amazon	1,466.62	5.20%
	4	Pestect Pet	WOOLWORTHS	WOOLWORTHS	1,420.16	5.04%
	5	BILTEMA	Birgma	Birgma	929.44	3.30%
	小计				11,938.94	42.35%
2019 年度	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	4,725.82	19.89%
	2	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	2,139.45	9.00%
	3	BILTEMA	Birgma	Birgma	1,104.65	4.65%
	4	amazonbasics	Amazon	Amazon	1,077.65	4.54%
	5	pet haven	TRS	TRS	893.20	3.76%
	小计				**9,940.78**	**41.84%**
2018 年度	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	2,636.82	12.02%
	2	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	1,540.78	7.02%
	3	frisco	CHEWY	CHEWY	1,104.96	5.04%
	4	BILTEMA	Birgma	Birgma	1,027.47	4.68%
	5	pet haven	TRS	TRS	845.38	3.85%
	小计				**7,155.41**	**32.62%**

2、猫爬架

期间	序号	贴牌品牌	品牌商	销售客户	营业收入（万元）	占爬架外销金额比
2020 年度	1	frisco	CHEWY	CHEWY	8,515.55	26.99%
	2	amazonbasics	Amazon	Amazon	3,915.41	12.41%
	3	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	1,474.06	4.67%

期间	序号	贴牌品牌	品牌商	销售客户	营业收入（万元）	占爬架外销金额比
	4	**IRIS**	**OHYAMA**	**OHYAMA**	**938.32**	**2.97%**
	5	**LIFELEX**	**KOHNAN**	**KOHNAN**	**570.85**	**1.81%**
	小计				**15,414.19**	**48.86%**
2019年度	1	frisco	CHEWY	CHEWY	5,358.71	23.72%
	2	amazonbasics	Amazon	Amazon	2,765.26	12.24%
	3	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	848.88	3.76%
	4	IRIS	OHYAMA	OHYAMA	661.40	2.93%
	5	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	650.37	2.88%
	小计				**10,284.63**	**45.53%**
2018年度	1	frisco	CHEWY	CHEWY	3,492.80	21.23%
	2	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	854.92	5.20%
	3	Elite Pet	Elite Pet	Elite Pet	550.39	3.34%
	4	IRIS	OHYAMA	OHYAMA	409.36	2.49%
	5	LIFELEX	KOHNAN	KOHNAN	374.65	2.28%
	小计				**5,682.12**	**34.53%**

3、宠物玩具

期间	序号	贴牌品牌	品牌商	销售客户	营业收入（万元）	占玩具外销金额比
2020年度	**1**	**ANKO**	**Kmart AUS**	**Kmart AUS**	**2,251.04**	**9.82%**
	2	**frisco**	**CHEWY**	**CHEWY**	**1,192.00**	**5.20%**
	3	**AniOne/FIT+FUN/MORE**	**Fressnapf**	**Fressnapf**	**995.75**	**4.35%**
	4	**pet haven**	**TRS**	**TRS**	**795.89**	**3.47%**
	5	**BARK**	**Barkbox, Inc.**	**Barkbox, Inc.**	**667.41**	**2.91%**
	小计				**5,902.09**	**25.76%**
2019年度	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	2,682.42	11.69%
	2	Elite Pet	Elite Pet	Elite Pet	1,097.76	4.78%
	3	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	1,032.80	4.50%
	4	pet haven	TRS	TRS	933.33	4.07%
	5	Romeo	ALDI SÜD DIENSTLEISTUNGS	Miles GMBH	630.70	2.75%
	小计				**6,377.00**	**27.79%**
2018	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	2,853.09	13.30%

期间	序号	贴牌品牌	品牌商	销售客户	营业收入（万元）	占玩具外销金额比
年度	2	pet haven	TRS	TRS	1,169.79	5.45%
	3	Elite Pet	Elite Pet	Elite Pet	1,160.03	5.41%
	4	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	611.25	2.85%
	5	ZooRoyal	REWE	REWE	528.54	2.46%
	小计				**6,322.69**	**29.48%**

4、其他产品

期间	序号	贴牌品牌	品牌商	销售客户	营业收入（万元）	占其他产品外销金额比例
2020年度	**1**	**ANKO**	**Kmart AUS**	**Kmart AUS**	**5,608.62**	**23.09%**
	2	**frisco**	**CHEWY**	**CHEWY**	**1,395.53**	**5.75%**
	3	**pet haven**	**TRS**	**TRS**	**1,021.96**	**4.21%**
	4	**Romeo**	**ALDI SÜD DIENSTLEISTUNGS**	**Miles GMBH**	**700.73**	**2.88%**
	5	**Pestect Pet**	**WOOLWORTHS**	**WOOLWORTHS**	**554.01**	**2.28%**
	小计				**9,280.86**	**38.21%**
2019年度	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	5,633.32	21.91%
	2	pet haven	TRS	TRS	1,418.11	5.52%
	3	frisco	CHEWY	CHEWY	951.28	3.70%
	4	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	739.86	2.88%
	5	Activ Pet	Biedronka	VERSHOLD	643.88	2.50%
	小计				**9,386.45**	**36.51%**
2018年度	1	ANKO	Kmart AUS	Kmart AUS	3,905.34	19.19%
	2	pet haven	TRS	TRS	1,176.26	5.78%
	3	AniOne/FIT+FUN/MORE	Fressnapf	Fressnapf	923.81	4.54%
	4	Activ Pet	Biedronka	VERSHOLD	753.88	3.71%
	5	Elite Pet	Elite Pet	Elite Pet	599.93	2.95%
	小计				**7,359.22**	**36.17%**

由上表所示，公司产品所标识主要品牌的品牌商即为公司销售客户，**“Romeo”、“Activ Pet”等少部分品牌**存在品牌商与公司销售客户不同的情形，该等品牌商系公司销售客户的下游客户，经公司向销售客户确认，所使用品牌已获得品牌商的许可。无论品牌商是否为公司直接客户，公司产品所标识主要品牌的品牌商和客户均存在明确的

对应关系。

公司客户主要为境外知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁企业以及线上电商平台等。公司对境外客户销售的产品，除少数使用公司自有品牌外，主要标识使用客户所提供品牌，公司通过向客户销售订单产品进入国际宠物市场。

报告期内，客户向公司发送产品订单时一并提供需在产品上使用的品牌图案，公司作为产品开发供应企业，仅在订单产品中标示该等品牌，无需就品牌使用支付费用。公司与客户在销售订单中就产品数量、产品价格、交货方式、结算方式等方面进行了明确约定，除明确的产品销售价格外，公司与品牌商之间不存在其他收益分配机制。

同时，在质量责任分摊机制方面，对于客户签收时发现的产品质量问题，由于海外业务运输距离与周期较长，产品单位货值较低，公司与客户通常不实行产品退货，而在货款结算中予以扣减。对于产品终端消费者发现的产品质量问题，公司与客户往往依据具体情况通过协商分摊责任。

公司对标示品牌的使用仅限于客户所确认的产品订单，不会在其他产品中使用，报告期内不存在与品牌商发生纠纷或诉讼的情况。

四、主要原材料和能源供应情况

（一）主要原材料供应及价格变化情况

公司采购的原材料主要为面料、板材、剑麻、PP 棉、纸管等生产用材料。公司与主要原材料供应商均建立了良好的合作关系，供应商稳定，未出现影响公司生产经营稳定性的情形。

公司宠物产品种类、规格型号众多，相应耗用的面料、剑麻、板材、PP 棉、纸管等主要原材料种类规格型号各异，涉及众多规格型号的原材料品种，单价不一，以下选取生产耗用量较大的主要原材料，各期采购平均价格变动情况如下：

项目	2020 年度		2019 年		2018 年
	价格	变动	价格	变动	价格
面料（元/kg）					
全涤毛皮	**7.43**	**-8.68%**	8.14	-0.73%	8.20
米白色全涤 PV 绒	**6.46**	**-11.56%**	7.30	-3.41%	7.56
米色全涤羊羔毛	**8.86**	**-7.82%**	9.62	1.96%	9.43

项目	2020 年度		2019 年		2018 年
	价格	变动	价格	变动	价格
黑色 PVC 人造革	**9.67**	**-1.48%**	9.81	-4.10%	10.23
米色全涤 PV 绒	**6.03**	**-10.38%**	6.73	-3.98%	7.01
咖啡色全涤麂皮绒	**6.11**	**-7.19%**	6.58	0.74%	6.53
310g 米色羊羔毛	**9.26**	**-3.39%**	9.59	3.09%	9.30
310g 全涤棕色毛皮	**9.48**	**-11.73%**	10.74	4.68%	10.26
板材（元/㎡）					
1.5cm 刨花板一级	**14.95**	**0.04%**	14.94	-2.54%	15.33
1.5cm 刨花板（CARB 认证 P2）	**15.88**	**-7.10%**	17.09	-1.07%	17.28
麻绳（元/kg）					
5.3mm 本白色剑麻	**15.84**	**-1.89%**	16.15	1.68%	15.88
5.0mm 本白色剑麻	**15.87**	**-1.71%**	16.14	1.03%	15.98
4.0mm 本白色剑麻	**15.86**	**-1.66%**	16.13	1.39%	15.91
PP 棉（元/kg）					
PP 棉 15D*51/3p	**5.82**	**-16.43%**	6.97	-14.22%	8.12
PP 棉 15D*51/2p	**5.33**	**-17.57%**	6.47	-13.25%	7.46
纸管（元/根）					
纸管 7.9*55.1*0.4	**1.36**	**-14.30%**	1.58	-22.83%	2.05
纸管 5.8*40*0.4	**0.73**	**-17.88%**	0.89	-16.41%	1.07
纸管 6*52*0.5	**1.26**	**-15.90%**	1.49	-17.47%	1.81
纸管 6*50*0.5	**1.19**	**-15.08%**	1.41	-18.72%	1.73

报告期内，公司麻绳和板材价格**整体呈现下降的趋势**，而**面料单价则在 2020 年发生较大幅度的下降**。**PP 棉、纸管 2019 年来受市场价格波动影响，采购价格逐年下降**。

（二）主要外协采购产品的采购及价格变化情况

宠物用品领域产品种类繁多，公司的外协产品主要为宠物玩具、宠物服饰、宠物牵引用具等宠物产品以及部分宠物窝垫和猫爬架。报告期内，公司外协产品的采购价格如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	平均单价	变动幅度	平均单价	变动幅度	平均单价
宠物窝垫（元/套）	**21.91**	**19.08%**	18.40	15.06%	16.00
猫爬架（元/个）	**56.15**	**-5.18%**	59.22	26.21%	46.92

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	平均单价	变动幅度	平均单价	变动幅度	平均单价
宠物玩具（元/件）	**4.77**	**-1.29%**	4.83	12.60%	4.29
其他产品（元/件）	**8.37**	**-14.77%**	9.82	29.07%	7.61

报告期内，公司宠物窝垫的外协单价保持稳定增长，主要系公司产品结构调整，高单价产品销售占比提高所致。

2019 年度，公司猫爬架的外协单价有较大幅增长，主要系因结构复杂、材料要求高的猫爬架产品销售占比提高，该类产品成本较高，因此采购价格相对较高；2020 年度，因板材、面料等主要原材料价格下降，猫爬架外协单价亦有所下降。

2019 年度，宠物玩具的外协单价保持增长，主要系功能性更丰富的玩具产品销售占比提高所致；2020 年度，因产品结构有所回调，玩具外协单价略有下降。

其他产品主要包括宠物服饰、宠物牵引用具、宠物日用品、宠物便携产品、宠物食品及各式宠物工具等，**2019 年度其他宠物产品的外协单价有较大幅增长，主要系宠物便携产品、其他宠物工具等单价相对较高的产品销售占比增加所致；2020 年度，由于销售的简单款便携产品和其他宠物工具增加，产品单价又有所下降。**

（三）主要能源供应情况

公司经营过程中需要的主要能源动力为电力，电力能源消耗占总生产成本较小，价格变动对公司经营业绩无重大影响。报告期内，公司电力能源消耗情况如下表所示：

采购内容	项目	2020 年度	2019 年	2018 年
电力能源	采购量（万千瓦时）	**272.51**	198.01	170.40
	采购金额（万元）	**242.51**	172.16	150.08
	平均采购价格（元/千瓦时）	**0.89**	0.87	0.88

2018年来，随着公司自产宠物窝垫和猫爬架总数的增加，电力能源的采购量也逐年上升，平均采购价格保持稳定。

（四）前五名供应商的采购情况

1、前五大供应商情况

报告期内公司前五大供应商情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购总额	占营业成本比
2020年度	1	**有术股份有限公司**	**宠物食品**	**23,218.91**	**21.20%**
	2	**浦江县万欣工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**2,306.21**	**2.11%**
	3	**浦江县宏伟工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**2,020.02**	**1.84%**
	4	**武义新艺休闲用品有限公司**	**宠物玩具**	**1,876.92**	**1.71%**
	5	**嵊州市越悦宠物用品有限公司**	**宠物窝垫**	**1,821.01**	**1.66%**
	合计			**31,243.07**	**28.53%**
2019年度	1	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	2,078.47	2.72%
	2	浦江县弘进工艺有限公司	宠物窝垫	1,709.07	2.23%
	3	浦江县宏伟工艺有限公司	宠物窝垫	1,666.49	2.18%
	4	武义新艺休闲用品有限公司	宠物玩具	1,654.50	2.16%
	5	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	1,645.28	2.15%
	合计			**8,753.81**	**11.44%**
2018年度	1	诸暨海洋特种绳业有限公司	宠物牵引用具	1,670.10	2.58%
	2	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	1,637.38	2.53%
	3	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	1,571.67	2.43%
	4	宜春贝恩工艺品有限公司	宠物服饰	1,466.09	2.26%
	5	东阳市东方工艺厂	宠物玩具	1,335.32	2.06%
	合计			**7,680.56**	**11.85%**

报告期内，公司前五大供应商采购总额占营业成本的比重较为稳定，公司不存在严重依赖单一供应商的情形。公司各期前五大供应商与公司、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的家庭成员均不存在关联关系，前五大供应商或其控股股东、实际控制人不存在作为公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情况。

2019 年，公司前五大供应商相比于 2018 年新增浦江县弘进工艺有限公司、浦江县宏伟工艺有限公司和武义新艺休闲用品有限公司。浦江县弘进工艺有限公司和浦江县宏伟工艺有限公司均主要从事宠物窝垫的加工业务，分别于 2017 年 7 月和 2013 年 8 月开始与公司合作；基于产品质量、价格及交货能力等因素综合考虑，公司在 2019 年加大了对两家公司的采购规模，两家公司因此成为公司当期前五大供应商。武义新艺休闲用品有限公司主要从事宠物玩具以及儿童玩具的生产及销售业务，于 2011 年 2 月开始与公司合作，随着合作规模的不断扩大，于 2019 年成为公司前五大供应商。

2020 年，公司前五大供应商中新增有术股份有限公司和嵊州市越悦宠物用品有限公司。公司自 2019 年下半年开始在原有宠物用品基础上开展宠物粮食的跨境电商进口业务，有术股份有限公司系渴望及爱肯拿品牌宠物粮食在中国大陆的跨境进口代理商，公司宠物粮食跨境进口业务增速较快，当期成为公司前五大供应商；公司自 2018 年起与嵊州市越悦宠物用品有限公司开始合作，由于其产品品质、价格、交期等方面均有较强竞争力，因此公司逐步增加了采购规模，在 2020 年进入公司前五大外协供应商名单。

公司与上述新增前五大供应商自合作以来保持良好的合作关系，未发生业务中断的情况。

公司 2019 年新增加的前五大供应商以及 2020 年新增的嵊州市越悦宠物用品有限公司均为外协供应商，公司采取直接采购方式，根据订单情况向供应商下单，在产品交付的次月末与供应商进行对账并开具发票，在收到发票 7 日内付款。

2、前五大外协供应商情况

报告期内，公司前五大外协供应商情况如下：

金额单位：万元；数量单位：万个、万件

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购数量	期末结存数量	采购总额	占营业成本比
2020 年度	**1**	**浦江县万欣工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**126.17**	**1.06**	**2,306.21**	**2.11%**
	2	**浦江县宏伟工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**93.52**	**1.80**	**2,020.02**	**1.84%**
	3	**武义新艺休闲用品有限公司**	**宠物玩具**	**85.79**	**0.59**	**1,876.92**	**1.71%**
	4	**嵊州市越悦宠物用品有限公司**	**宠物窝垫**	**68.64**	**0.11**	**1,821.01**	**1.66%**
	5	**安吉扬溢家居有限公司**	**猫爬架**	**31.11**	**8.26**	**1,595.18**	**1.46%**
	合计			**405.22**	**11.82**	**9,619.34**	**8.78%**
2019 年度	1	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	106.61	2.42	2,078.47	2.72%
	2	浦江县弘进工艺有限公司	宠物窝垫	76.28	-	1,709.07	2.23%
	3	浦江县宏伟工艺有限公司	宠物窝垫	60.94	-	1,666.49	2.18%
	4	武义新艺休闲用品有限公司	宠物玩具	76.78	0.39	1,654.50	2.16%
	5	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	34.81	7.83	1,645.28	2.15%
	合计			**355.42**	**10.65**	**8,753.81**	**11.44%**
2018 年度	1	诸暨海洋特种绳业有限公司	牵引用具	295.29	0.22	1,670.10	2.58%
	2	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	88.19	-	1,637.38	2.53%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购数量	期末结存数量	采购总额	占营业成本比
	3	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	36.37	14.20	1,571.67	2.43%
	4	宜春贝恩工艺品有限公司	宠物服饰	123.63	5.97	1,466.09	2.26%
	5	东阳市东方工艺厂	宠物玩具	327.39	2.16	1,335.32	2.06%
	合计			**870.87**	**22.54**	**7,680.56**	**11.85%**

如上表所示，报告期内，公司前五大外协供应商采购占比较为稳定。**2018 年度至 2020 年度，除安吉扬溢家居有限公司外，**公司各期前五大外协供应商即为当期前五大供应商，相关变动情况请详见前文有关公司各期前五大供应商的变化情况。

由公司与上述供应商的历史合作情况可见，公司各期前五大外协供应商均与公司保持良好的合作历史，各期前五大供应商名录变化主要系受采购规模变化所致，合作具有稳定性和可持续性。

公司向主要外协供应商采购的产品主要系宠物窝垫、宠物玩具、猫爬架等，上述产品均为定制化产品，公司依据客户业务订单需求向各外协厂商下达采购订单，所采购产品与公司产品相匹配。

报告期各期，公司向上述供应商采购的产品基本实现了销售，期末结存较少，采购数量与销售数量相匹配。

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 年度	1	**杭州吉旺宠物用品有限公司**	**缝纫**	**429.74**	**0.39%**
	2	**杭州武林工贸有限公司**	**缝纫**	**405.57**	**0.37%**
	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**	**292.54**	**0.27%**
	4	**德清辰东宠物用品有限公司**	**包毛皮、绕麻柱**	**215.61**	**0.20%**
	5	**德清县禹越镇永金宠物用品加工厂**	**包毛皮、绕麻柱**	**128.10**	**0.12%**
	合计			**1,471.56**	**1.34%**
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	宠物窝垫、猫爬	136.14	0.18%

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
		加工厂	架辅助工序		
	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%**

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。

3、前五大原材料供应商情况

报告期内公司前五大原材料供应商具体情况如下：

单位：万元；数量单位：万个、万千克、万米、万㎡

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购数量	采购总额	占营业成本比
2020年度	**1**	**扶绥县华侨天然纤维制品有限公司**	**剑麻制品**	**96.49**	**1,547.09**	**1.41%**
	2	**福建闽佳鑫人造板有限公司**	**板材**	**50.86**	**821.92**	**0.75%**
	3	**杭州好旺龙包装印刷有限公司**	**印刷品**	**3,963.06**	**800.91**	**0.73%**
	4	**浙江盛华包装股份有限公司**	**纸箱**	**132.71**	**768.57**	**0.70%**
	5	**杭州志顺毛绒制品有限公司**	**面料**	**79.73**	**740.03**	**0.68%**
	合计			**-**	**4,678.52**	**4.27%**
2019年度	1	扶绥县华侨天然纤维制品有限公司	剑麻制品	73.93	1,222.24	1.60%
	2	杭州好旺龙包装印刷有限公司	印刷品	4,243.86	759.90	0.99%
	3	杭州志顺毛绒制品有限公司	面料	70.85	680.34	0.89%
	4	浙江盛华包装股份有限公司	纸箱	100.38	619.70	0.81%
	5	黄山南宇贸易有限公司	板材	35.62	609.57	0.80%
	合计			**-**	**3,891.75**	**5.09%**
2018	1	杭州好旺龙包装印刷有限公司	印刷品	5,309.05	829.88	1.28%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购数量	采购总额	占营业成本比
年度	2	扶绥县华侨天然纤维制品有限公司	剑麻制品	48.56	799.66	1.23%
	3	浙江盛华包装有限公司	纸箱	97.36	655.64	1.01%
	4	杭州志顺毛绒制品有限公司	面料	60.07	582.59	0.90%
	5	万安绿森木业有限公司/江西省绿丰环保科技有限公司	板材	28.71	488.80	0.75%
	合计			-	**3,356.57**	**5.18%**

注：公司向杭州好旺龙包装印刷有限公司主要采购不干胶、吊牌、绑卡、彩盒等包装材料，该等材料采购单价低，总采购数量较多。

报告期内，公司前五大原材料供应商中发生增减变动的为其板材供应商。其中，万安绿森木业有限公司和江西省绿丰环保科技有限公司为 2018 年公司前五大原材料供应商，主要向公司销售板材等原材料。后因黄山南宇贸易有限公司所提供板材品质相对更高而成本相对更低，公司转而向黄山南宇采购板材，2019 年开始不再与上述两家公司进行业务合作。同时，黄山南宇贸易有限公司于 2019 年成为公司前五大原材料供应商。**2020 年，福建闽佳鑫人造板有限公司成为公司前五大原材料供应商，**主要系因该公司为原材料供应商黄山南宇贸易有限公司的上游供应商，公司出于成本控制考虑，于 2020 年上半年与该供应商取得业务联系后，调整为直接向福建闽佳鑫人造板有限公司进行采购，不再向黄山南宇贸易有限公司进行采购。除此以外，公司前五大原材料供应商较为稳定。

由公司与上述供应商的历史合作情况可见，公司与主要原材料供应商合作稳定，除板材供应商因公司出于成本与品质控制考虑有所变动外，其余供应商未发生重大变化，合作具有稳定性和可持续性。

公司向上述原材料供应商采购的材料非定制化产品，主要用于生产宠物窝垫和猫爬架，其中面料主要用于生产宠物窝垫和猫爬架，剑麻制品、板材、纸管主要用于生产猫爬架，印刷品和纸箱则系通用产品，公司依据客户业务订单需求，结合自生产实际，向各原材料厂商下达采购订单，公司向主要原材料供应商采购的原材料与公司生产及销售的产品相匹配。

4、主要供应商基本情况

（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	徐技华持股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	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

东阳市东方工艺厂，成立于1999年2月，注册资本50万元，位于浙江省东阳市，主要从事宠物服饰的加工生产，东阳东方实际控制人陆兰珍具有多年的宠物用品相关行业经验，早年便与公司前身上虞市天元工艺品厂进行业务往来，2003年6月天元有限成立后，其继续保持和公司保持在宠物服饰等产品上的合作关系。

除东阳市东方工艺厂外，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。

序号	供应商名称	合作历史沿革
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	安吉扬溢家居有限公司	2005 年开始，安吉扬溢实际控制人李杨从事宠物用品的外贸工作；2015 年 2 月，李杨设立安吉扬溢家居有限公司，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	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 6 月**，嵊州越悦通过他人介绍，正式与天元宠物建立合作关系。

如上所述，公司主要外协供应商中，除东阳市东方工艺厂外，其余供应商成立时间与开始合作时间较为接近，主要系其业务前身或股东此前已与公司存在业务合作，新经营主体设立不久后与公司发生交易具有合理性，具体原因如下：

一是部分外协供应商的业务前身此前已与公司存在业务合作，客户因自身发展需要，由个体工商户设立成为有限公司，或设立新的有限公司运营主体，并延续了同公司的业务合作。由此，公司将供应商新公司成立时间作为新主体的合作开设时间，具体包括浦江县万欣工艺有限公司、诸暨海洋特种绳业有限公司、浦江县宏伟工艺有限公司、宜春贝恩工艺品有限公司等。

二是部分外协供应商虽设立不久，但其股东在宠物用品行业具有多年从业经验，设立新公司后，公司经正常的供应商开发程序与其建立业务合作，具体包括浦江县弘进工艺有限公司、嵊州市越悦宠物用品有限公司、武义新艺休闲用品有限公司和安吉扬溢家居有限公司等。

对于上述供应商，公司执行与其他外协供应商相同的采购定价政策，交易价格公允，

不存在公司关联方或前员工新设经营主体与公司发生业务往来的情况。同时，公司与上述供应商及其业务前身合作时间较长，能够稳定、及时地执行公司采购订单，相关生产经营具有稳定性。

1）公司采购规模占主要外协供应商销售规模的比重

根据公司主要外协供应商所反馈的销售信息，公司报告期内向主要外协供应商的采购规模占其销售收入的比重如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	主要产品	销售规模	公司向其采购总额	采购占比
2020年度	1	**浦江县万欣工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**3,600**	**2,306.21**	**64.06%**
	2	**浦江县宏伟工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**3,500**	**2,020.02**	**57.71%**
	3	**武义新艺休闲用品有限公司**	**宠物玩具**	**4,000**	**1,876.92**	**46.92%**
	4	**嵊州市越悦宠物用品有限公司**	**宠物窝垫**	**2,079**	**1,821.01**	**87.59%**
	5	**安吉扬溢家居有限公司**	**猫爬架**	**2,600**	**1,595.18**	**61.35%**
2019年度	1	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	3,400	2,078.47	61.13%
	2	浦江县弘进工艺有限公司	宠物窝垫	2,000	1,709.07	85.45%
	3	浦江县宏伟工艺有限公司	宠物窝垫	2,420	1,666.49	68.86%
	4	武义新艺休闲用品有限公司	宠物玩具	4,000	1,654.50	41.36%
	5	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	2,200	1,645.28	74.79%
2018年度	1	诸暨海洋特种绳业有限公司	牵引用具	5,500	1,670.10	30.37%
	2	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	3,887	1,637.38	42.12%
	3	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	1,750	1,571.67	89.81%
	4	宜春贝恩工艺品有限公司	宠物服饰	1,850	1,466.09	79.25%
	5	东阳市东方工艺厂	宠物玩具	1,879	1,335.32	71.07%

注:销售规模数据来自于供应商出具的确认函。

报告期内，公司向各期前五大外协供应商的采购总额占各供应商销售规模的比例相对较高，主要系由于该等供应商多为与公司保持合作多年的中小规模企业。由于宠物用品行业的产品种类众多且以定制化产品为主，加工厂商较难形成规模化生产，供应商往往规模较小。同时，公司面向国际宠物用品市场，经营规模较大且业务订单较为持续，主要外协供应商逐步将大部分产能安排用于公司的订单生产。综上，公司采购规模占各主要外协供应商的销售比例较高，与宠物用品种类众多、供应分散的行业实际，以及公司业务规模及市场地位相关，具有合理性。

公司向上述外协供应商采购的均为定制化产品，外协供应商需按照公司提供的样品或者公司的要求进行生产，生产的产品不得销售给公司以外的第三方。

2）外协产品定价情况

公司对于新的外协产品定价过程主要分为两大步骤：一是成本测算。公司设计师先完成设计方案，围绕用料成本、工序流程进行优化，继而对设计方案进行改进，并形成最终的设计方案。公司根据最终的设计方案测算出样品材料的用量、工时的消耗及分摊的相关费用等，从而得出产品初步生产成本。二是对外询价，确定价格。在选择外协厂商过程中，公司以测算得出的样品初步成本价为基础，主要考虑产品工艺复杂程度、制造水平的高低，并结合供应商生产质量、交货期、结算方式等其他因素进行多家询价、比价，确定最终的外协生产供应商及采购价格。

对于重复下单的外协产品，在原材料价格等市场因素未发生重大变化时，公司一般选择向原供应商继续下单。

公司向主要供应商的询价情况举例如下：

单位：元/个

供应商名称	询价产品	询价范围	中标价格	选择原因
浦江县宏伟工艺有限公司	1295734 号宠物窝垫	81.50-83.50	81.50	价格优势
浦江县万欣工艺有限公司	BDFP10577 号宠物窝垫	9.00-9.90	9.00	价格优势
浦江县弘进工艺有限公司	100874 号宠物窝垫	64.60-69.60	64.60	产品品质好，价格优势
安吉扬溢家居有限公司	30080 号猫爬架	23.00-23.20	23.00	价格优势
东阳市东方工艺厂	14187 号宠物玩具	5.50-5.65	5.50	价格优势，响应速度快
武义新艺休闲用品有限公司	GD84708 号猫隧道	12.20-12.90	12.90	价格包含版费，性价比较高
宜春贝恩工艺品有限公司	PCL956S 号宠物服饰	12.50-13.10	12.50	价格优势，响应速度快，合作时间长
诸暨海洋特种绳业有限公司	49211 号宠物用品	18.90-21.00	18.90	价格优势，品质优势，响应速度快
嵊州市越悦宠物用品有限公司	YF109188-S 号宠物窝垫	19.00-21.30	19.00	价格优势，品质优势

公司上述报价机制合理，与主要外协供应商的产品定价公允，不存在为公司承担成本费用、利益输送或存在其他利益安排的情形。

3）主要外协厂商产能配套情况

报告期各期，公司各期主要外协供应商的产能规模与采购情况如下：

数量单位：万个、万件

期间	序号	供应商名称	采购内容	产能	采购数量
2020年度	**1**	**浦江县万欣工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**260**	**126.17**
	2	**浦江县宏伟工艺有限公司**	**宠物窝垫**	**180**	**93.52**
	3	**武义新艺休闲用品有限公司**	**宠物玩具**	**160**	**85.79**
	4	**嵊州市越悦宠物用品有限公司**	**宠物窝垫**	**80**	**68.64**
	5	**安吉扬溢家居有限公司**	**猫爬架**	**50**	**31.11**
2019年度	1	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	220	106.61
	2	浦江县弘进工艺有限公司	宠物窝垫	104	76.28
	3	浦江县宏伟工艺有限公司	宠物窝垫	153	60.94
	4	武义新艺休闲用品有限公司	宠物玩具	160	76.78
	5	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	50	34.81
2018年度	1	诸暨海洋特种绳业有限公司	牵引用具	750	295.29
	2	浦江县万欣工艺有限公司	宠物窝垫	200	88.19
	3	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	40	36.37
	4	宜春贝恩工艺品有限公司	宠物服饰	200	123.63
	5	东阳市东方工艺厂	宠物玩具	460	327.39

注：报告期各期前五大供应商中，公司对大部分供应商所采购数量占其产能的比例，小于公司向其采购额占其销售额的比例，主要系该等供应商存在产能利用率不足 100%的情况；少部分供应商存在公司向其采购量占其产能的比例大于采购额占比的情况，主要系因所采购具体产品不同，该等供应商向公司所供应产品平均单价低于其他客户所采购产品的平均单价所致。

公司各期主要外协厂商以小规模企业为主，注册资本均相对较小，但上述外协厂商与公司均保持较好的合作关系，经过多年发展，上述供应商均具备一定规模的生产能力，公司向外协厂商的采购规模与其生产能力相匹配。

公司根据供应商的价格水平、交期能力以及生产能力等选择是否扩大合作规模，部分外协供应商随着公司业务规模扩大、订单量的增长也逐年扩大生产规模，能满足公司日益增长的采购需求。此外，公司制定了供应商的筛选机制，通过不断新增合作供应商来满足逐年增长的采购订单，并降低外协供应商集中的风险。公司制定了较为全面和完善的供应商管理制度，由供应链中心下设的供应商管理部牵头，联合品控部、核价组、统筹部、销售部等相关部门人员组成供应商调查小组，对供应商实施调查评估，经上述调查和定期评估考核，公司形成了供应商数据库。公司每年至少对供应商进行一次定期

评估，通过对供应商生产能力、质量管理能力、物流和交货能力等多维度的考核，对供应商进行优胜劣汰。

公司外协厂商加工产品以宠物用品为主，部分涉及宠物零食、宠物罐头产品。其中，宠物用品类似于家居服饰、工艺品的生产加工，除满足公司供应商管理要求外，无需特定的生产资质证照要求；公司宠物零食和宠物罐头的外协厂商，均已办理办理饲料生产许可证，公司在确认上述厂商具备相关资质后与其建立合作关系。由此，公司主要外协厂商均已取得生产经营所需的《营业执照》，不存在超出经营范围的情况；公司宠物零食、罐头外协厂商均具备必须的资质证照，不存在无照经营的情况。

4）杭州杭景彩印包装有限公司被列入失信被执行人名单的情况

杭州杭景彩印包装有限公司，成立于 2015 年 2 月，注册资本 50 万元，位于浙江省杭州市，主要从事宠物窝垫的加工生产。2012 年 1 月，该公司业务前身杭州臻典宠物用品有限公司开始与公司合作，从事宠物窝垫的加工生产。2015 年 2 月，杭州杭景彩印包装有限公司设立后，逐步承接了公司的合作加工业务。

2018 年 7 月，杭州杭景彩印包装有限公司因未能偿付为杭州臻典宠物用品有限公司提供担保所产生的债务，而被列入失信被执行人名单。该事项发生前后及至今，公司向杭州杭景所采购窝垫产品未出现产品质量及交期问题等异常状况，产品定价及信用政策未发生变化。为防范产品供应风险，公司于 2018 年起已逐步控制对杭州杭景的采购规模，2019 年及 2020 年相关交易金额已**分别为** 439.61 万元及 **744. 32 万元**。同时，公司对杭州杭景不存在特定产品类型的供应依赖关系，且具有可替代性，可较为容易地将相关订单转移至其他供应商。因此，杭州杭景被列入失信被执行人名单不会对公司产品的正常销售供应产生重大不利影响。

（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	2016-06

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
						100%	
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
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

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关系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。

序号	供应商名称	合作历史沿革
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邬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，邬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。
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。

（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
	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

扶绥县华侨天然纤维制品有限公司，成立于 2002 年 1 月，注册资本 1,280 万元，位于广西壮族自治区崇左市，主要从事剑麻制品的加工生产。扶绥华侨为剑麻制品的行业龙头企业，质量稳定，公司于 2011 年 4 月开始与其合作至今。

杭州好旺龙包装印刷有限公司，成立于 2001 年 2 月，注册资本 800 万元，位于浙

江省杭州市，主要从事印刷品的生产销售，杭州好旺龙经营者吕美洲具有多年的印刷品行业经验，早年便与公司前身上虞市天元工艺品厂进行业务往来，2003 年 6 月天元有限成立后，其通过杭州好旺龙继续和公司保持在印刷品等产品上的合作关系。

黄山南宇贸易有限公司，成立于 2017 年 11 月，注册资本 100 万元，位于安徽省黄山市，主要从事板材的加工生产，黄山南宇实际控制人郑胜业具有多年的宠物用品行业从业经验，在设立有限公司后，因公司所提供的板材品质较高，公司于 2019 年 1 月开始与其进行业务合作。

万安绿森木业有限公司，成立于 2011 年 8 月，注册资本 6,000 万元，位于江西省吉安市万安县，主要从事板材的加工生产，万安绿森具有较强的区位资源优势，因其质量稳定且供应及时，公司于 2014 年 3 月开始与其进行业务合作。

福建闽佳鑫人造板有限公司，成立于 2012 年 10 月，注册资本 1,000 万元，位于福建省漳州市，主要从事板材的加工生产，福建闽佳鑫原先为公司板材提供商黄山南宇贸易有限公司的上游供应商，后公司为控制采购成本，于 2019 年 12 月开始直接与其进行业务合作，同时不再向黄山南宇贸易有限公司进行板材采购。

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。

对于上述供应商，公司执行与其他原材料供应商相同的采购定价政策，交易价格公允，不存在公司关联方或前员工新设经营主体与公司发生业务往来的情况。同时，公司与上述供应商及其业务前身合作时间较长，能够稳定、及时地执行公司采购订单，相关生产经营具有稳定性。

1）公司采购规模占主要原材料供应商销售规模的比重

报告期各期，公司向主要原材料供应商的采购规模占其销售收入的比重如下：

金额单位：万元；数量单位：万个、万千克、万米、万㎡

期间	序号	供应商名称	产品	销售规模	公司向其采购总额	采购占比
2020年度	**1**	**扶绥县华侨天然纤维制品有限公司**	**剑麻制品**	**3,800**	**1,547.09**	**40.71%**
	2	**福建闽佳鑫人造板有限公司**	**板材**	**6,121**	**821.92**	**13.43%**
	3	**杭州好旺龙包装印刷有限公司**	**印刷品**	**4,600**	**800.91**	**17.41%**
	4	**浙江盛华包装股份有限公司**	**纸箱**	**32,000**	**768.57**	**2.40%**
	5	**杭州志顺毛绒制品有限公司**	**面料**	**1,500**	**740.03**	**49.34%**
2019年度	1	扶绥县华侨天然纤维制品有限公司	剑麻	3,750	1,222.24	32.59%
	2	杭州好旺龙包装印刷有限公司	印刷品	5,200	759.90	14.61%
	3	杭州志顺毛绒制品有限公司	面料	1,560	680.34	43.61%
	4	浙江盛华包装股份有限公司	纸箱	32,000	619.70	1.94%
	5	黄山南宇贸易有限公司	板材	1,350	609.57	45.15%
2018年度	1	杭州好旺龙包装印刷有限公司	印刷品	5,300	829.88	15.66%
	2	扶绥县华侨天然纤维制品有限公司	剑麻	3,857	799.66	20.73%
	3	浙江盛华包装有限公司	纸箱	45,000	655.64	1.46%
	4	杭州志顺毛绒制品有限公司	面料	998	582.59	58.38%
	5	万安绿森木业有限公司/江西省绿丰环保科技有限公司	板材	7,160	488.80	6.83%

注:销售规模数据来自于供应商出具的确认函。

报告期内，公司采购金额占扶绥县华侨天然纤维制品有限公司、杭州志顺毛绒制品有限公司和黄山南宇贸易有限公司采购总额的比例较高。扶绥县华侨天然纤维制品有限公司为公司剑麻供应商，因性价比较高，公司与其每年签署年度框架协议进行长期合作，**公司向其采购规模随着猫爬架自产产能的扩大而增长，**采购占比较高；杭州志顺毛绒制品有限公司为公司羊羔毛和毛皮的主要供应商之一，相关材料主要用于供货给 Chewy 之猫爬架的生产，因公司与 Chewy 交易额较大，相关猫爬架原材料需求较大，同时出于产品色差、品质等角度考虑，公司主要向杭州志顺采购羊羔毛与毛皮，各年采购规模较大，故采购占比较高；黄山南宇贸易有限公司为公司板材供应商，为一家贸易公司，公司 2019 年 1 月起开始与其合作，因其提供的板材质量稳定，公司 2019 年与其采购规模较大，故采购占比较高，2019 年 12 月开始，公司出于控制成本考虑，直接与其上游供应商福建闽佳鑫人造板有限公司合作，不再与其进行业务往来。

此外，公司采购额占其他原材料供应商销售额的比例较低，主要系原材料产品为非定制化产品，标准化程度较高，原材料供应商通过组织规模化生产，往往具有较大的经营规模，故采购占比相对较低。

综上，公司与各原材料供应商合作规模占相关单位销售的比例情况符合行业实际，具有合理性。

2）原材料采购定价情况

报告期内，公司原材料采购系根据市场行情，经多家供应商询价后确定。公司定价主要有供应商比价和单项议价两类。

第一类是供应商比价，主要是对于采购频繁、采购量大且质量交期要求较高的部分原材料，公司与相关供应商签订战略性框架协议。公司在相关框架协议下，通过综合比较相关供应商产品质量及价格等因素，以综合比价方式确定采购价格。

第二类是单项议价，主要是对于生产部门根据具体订单需求提出且采购量相对较小的原材料，公司采购部门结合历史采购经验，于合格供应商名录中挑选适合的供应商进行初步询价，向公司管理层提出申请，以单项议价方式确定采购价格。

公司向主要原材料供应商的询价情况举例如下：

单位:元/kg、元/m^2、元/根，元/个

供应商名称	询价产品	询价范围	中标价格	选择原因
扶绥县华侨天然纤维制品有限公司	5.3mm 麻绳类	17.87-20.00	17.87	价格优势，响应速度快
福建闽佳鑫人造板有限公司	1.5P2 板	54.50-55.50	54.50	价格、质量优势
杭州好旺龙包装印刷有限公司	700g 绑卡	0.19-0.27	0.20[注]	品质优势，价格适中
杭州志顺毛绒制品有限公司	400 克毛皮	9.00-9.20	9.20	采购量大，多家供应商同时供货
浙江盛华包装股份有限公司	200 磅纸箱	7.70-7.70	7.70	采购量大，多家供应商同时供货

注：杭州好旺龙包装印刷有限公司询价价格为 0.235 元/个，其因品质优势中标，中标后又通过双方议价，最终确定价格为 0.20 元/个。

公司与主要原材料供应商的产品定价公允，不存在为公司承担成本费用、利益输送或存在其他利益安排的情形。

五、发行人主要固定资产及无形资产

（一）固定资产情况

1、固定资产总体情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	固定资产净值	成新率
房屋及建筑物	**37,860.52**	**33,408.94**	**88.24%**
通用设备	**1,071.41**	**556.23**	**51.92%**
专用设备	**1,387.32**	**881.53**	**63.54%**
运输工具	**200.87**	**104.64**	**52.09%**
其他设备	**89.04**	**66.95**	**75.19%**
合计	**40,609.17**	**35,018.29**	**86.23%**

公司固定资产以房屋及建筑物、机器设备为主，整体运行情况良好。

（二）土地使用权和主要经营性房产的取得和使用情况

1、土地使用权情况

截至本招股说明书签署日，公司土地使用权情况如下：

序号	土地使用权人	土地证号	用途	使用权类型	终止日期	地点	面积（㎡）	抵押情况
1	天元宠物	浙（2017）余杭区不动产权第 0119754 号	工业用地	出让	2057.2.26	杭州市余杭区星桥街道星灵街 10-1 号 1 幢等	26,666.80	抵押
2	湖州天元	浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号	工业用地	出让	2053.6.1	禹越镇杭海路 183 号 1、3 幢、禹越镇杭海路 183 号综合楼等	26,676.57	抵押
3	杭州鸿旺	浙（2017）余杭区不动产权第 0095129 号	工业用地	出让	2067.3.22	余杭区塘栖镇漳河村	61,791.60	抵押

2、自有房屋所有权情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房屋及建筑物情况如下：

序号	所有权人	证书编号	坐落	登记日期	建筑面积（㎡）	规划用途	他项权利
1	天元宠物	浙（2017）余杭区不动产权 0119754 号	杭州市余杭区星桥街道星灵街 10-1 号 1-6 幢	2017.8.14	63,323.94	工业用地/非住宅	抵押
2	湖州天元	浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号	禹越镇杭海路 183 号 1、3 幢、禹越镇杭海路 183 号综合楼等	2019.6.3	38,653.26	工业	抵押
3	**杭州鸿旺**	**浙（2021）余杭区不动产权第 0033160 号**	**杭州市余杭区塘栖镇宁桥大道 291 号 7 幢等**	**2021.3.15**	**122,976.64**	**工业用地/非住宅**	**抵押**

2020 年 11 月 30 日，公司与杭州世茂世盈房地产开发公司签署商品房预售买卖合同，购置了位于杭州市滨江区西兴街道中海发展大厦 2 幢 17 层整体的 7 套写字楼及 23 个地下停车位使用权，预计交付时间不晚于 2022 年 12 月 31 日。截至本招股说明书签署日，该等商品房尚未取得房屋产权证书。

3、租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，公司租赁的主要房屋建筑物情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	用途	租赁面积（㎡）	有效期
1	欧塞艾	Strategic Alliances, Inc	1703 N 13th Street; Rogers, AR 72756	仓库	30,000.00	2020.10.1-2021.9.30
2	**欧塞艾**	**Elite Pet Group, Inc** 注	**1955 Burgundy Pl Ontario, CA 9176**	**仓库**	**929.03**	**2021.1.1-2021.12.30**
3	**欧塞艾**	**Seasons Group, LLC**	**113 SE 22nd St, Bentonville, Benton County Arkansas**	**办公**	**222.22**	**2020.9.1-2023.8.30**
4	日宠联盟	神户商工贸易中心株式会社	神户市中央区浜边通五丁目 1 番 14 号	办公	50.20	2016.6.29 至长期
5	欧哈那	Albus	Prof-Rusche-Strasse 10D-57489 Drolshagen	办公	40.00	2020.2.1 至长期
6	**柬埔寨天元**	**HIN SOKCHAMROEUN、CHEAPSREYTOUCH**	**Phum krobaytram 村, Chongrok 公社, Kongpisey 区, 实居省**	**业务运营**	**3,000.00**	**2021.1.10-2026.1.10**

（三）商标、专利、著作权

1、商标

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共拥有 **199 项**注册商标，包括境内注册商标 **174 项**，境外注册商标 **25 项**。其中，公司在各主要产品领域使用的主要境内注册商标如下：

序号	商标	注册号	申请人	类号	取得方式	到期日
1		15248237	天元宠物	35	原始取得	2026.06.13
2		15248073	天元宠物	18	原始取得	2025.12.13
3		20783274	天元宠物	9	原始取得	2027.09.20
4		20783028	天元宠物	7	原始取得	2027.09.20
5		23755080	天元宠物	21	原始取得	2028.04.13
6		23754739	天元宠物	31	原始取得	2028.06.20
7		23754658	天元宠物	29	原始取得	2028.04.13
8		23754175	天元宠物	6	原始取得	2029.06.13
9		28524029	天元宠物	35	原始取得	2029.10.27
10		23212681	天元宠物	29	原始取得	2028.03.13
11		23212539	天元宠物	28	原始取得	2028.03.20
12		23212421	天元宠物	21	原始取得	2028.06.06
13		23212295	天元宠物	20	原始取得	2028.03.06
14		23212245	天元宠物	31	原始取得	2029.03.20
15		23212092	天元宠物	6	原始取得	2028.03.06
16		23212090	天元宠物	18	原始取得	2028.06.06
17		22135504	天元宠物	20	原始取得	2028.03.06

序号	商标	注册号	申请人	类号	取得方式	到期日
18	PETSTAR	21299484	天元宠物	25	原始取得	2027.11.13
19	PETSTAR	21299426	天元宠物	21	原始取得	2028.06.27
20	PETSTAR	21299316	天元宠物	20	原始取得	2028.06.27
21	PETSTAR	21299214	天元宠物	18	原始取得	2027.12.13
22	PETSTAR	21298953	天元宠物	6	原始取得	2027.11.13
23	PETSTAR	23257258	天元宠物	31	原始取得	2029.03.06
24	PETSTAR	23257067	天元宠物	29	原始取得	2029.03.06
25	Go wild	20784328	天元宠物	21	原始取得	2027.09.20
26	Go wild	20784313	天元宠物	35	原始取得	2028.08.06
27	Go wild	20783823	天元宠物	20	原始取得	2028.08.06
28	Go wild	20783759	天元宠物	18	原始取得	2028.08.06
29	Go wild	20783669	天元宠物	6	原始取得	2027.09.20
30	EARTHY PAWZ pet supplies	17058531	天元宠物	18	原始取得	2026.08.13
31	EARTHY PAWZ pet supplies	17058487	天元宠物	35	原始取得	2027.03.20
32	EARTHY PAWZ pet supplies	17058335	天元宠物	28	原始取得	2026.09.20
33	EARTHY PAWZ pet supplies	17058197	天元宠物	21	原始取得	2026.08.13
34	EARTHY PAWZ pet supplies	16709867	天元宠物	31	原始取得	2026.06.20
35	EARTHY PAWZ pet supplies	16707837	天元宠物	35	原始取得	2026.06.27
36	EARTHY PAWZ pet supplies	16707445	天元宠物	18	原始取得	2026.06.13
37	EARTHY PAWZ pet supplies	16705851	天元宠物	20	原始取得	2026.06.06

序号	商标	注册号	申请人	类号	取得方式	到期日
38	Ohana	16266817	天元宠物	35	原始取得	2026.06.06
39	Ohana	16266114	天元宠物	28	原始取得	2026.04.13
40	Ohana	16265720	天元宠物	20	原始取得	2026.06.20
41	伊丽	22841361	天元宠物	28	原始取得	2028.02.20
42	伊丽	14112114	天元宠物	21	原始取得	2025.04.20
43	伊丽	14112088	天元宠物	20	原始取得	2025.07.13
44	伊丽	14111764	天元宠物	18	原始取得	2025.04.20
45	伊丽	14111747	天元宠物	6	原始取得	2025.04.13
46	Elite	23257225	天元宠物	31	原始取得	2029.06.20
47	Elite	13832386	天元宠物	18	原始取得	2027.01.27
48	Elite	13832243	天元宠物	6	原始取得	2025.12.20
49	Easy Kitty	29628048	湖州天元	35	原始取得	2029.10.06
50	Easy Kitty	29628016	湖州天元	20	原始取得	2029.01.13
51	Easy Kitty	29625505	湖州天元	6	原始取得	2029.01.13
52	Easy Kitty	29621470	湖州天元	28	原始取得	2029.09.27
53	Easy Kitty	29621324	湖州天元	18	原始取得	2029.09.27
54	Easy Kitty	29619284	湖州天元	21	原始取得	2029.01.13
55	Mini monstar	33873090	杭州小兽星	20	原始取得	2029.06.13
56	Mini monstar	30423510	杭州小兽星	28	原始取得	2029.02.13

序号	商标	注册号	申请人	类号	取得方式	到期日
57	小兽星	36144873	杭州小兽星	6	原始取得	2029.09.27
58	小兽星	36135596	杭州小兽星	29	原始取得	2029.09.27
59	小兽星	29743645	杭州小兽星	21	原始取得	2029.01.13
60	小兽星	29743602	杭州小兽星	3	原始取得	2029.01.20
61	小兽星	29739286	杭州小兽星	18	原始取得	2029.01.13
62	小兽星	29734916	杭州小兽星	44	原始取得	2029.01.20
63	小兽星	29734896	杭州小兽星	24	原始取得	2029.01.13
64	小兽星	29734879	杭州小兽星	20	原始取得	2029.01.13
65	小兽星	29734564	杭州小兽星	9	原始取得	2029.01.13
66	小兽星	29732598	杭州小兽星	5	原始取得	2029.01.13
67	小兽星	29725756	杭州小兽星	35	原始取得	2029.04.06
68	小兽星	29721821	杭州小兽星	43	原始取得	2029.01.13
69	小兽星	29721817	杭州小兽星	41	原始取得	2029.01.20
70	小兽星	29721777	杭州小兽星	16	原始取得	2029.03.13
71	小兽星	17806470	杭州小兽星	28	原始取得	2026.10.13

同时，公司目前主要使用的境外注册商标如下：

序号	商标名称	注册号	注册人	到期日	取得方式	类别	注册区域
1	PETSTAR	008783243	天元宠物	2029.12.24	原始取得	6,20,21	欧盟
2	TIANYUAN PET	1027628	天元宠物	2030.01.21	原始取得	6,20,21	WIPO 马德里条约国（欧盟除英国、美国、澳大利亚等）

序号	商标名称	注册号	注册人	到期日	取得方式	类别	注册区域
3	PETSTAR	902681125,902680986,902681222	天元宠物	2020.06.10	原始取得	6,20,21	巴西
4	Ohana	014400832	天元宠物	2025.07.17	原始取得	18,20,28	欧盟
5	Ohana	302015012114	天元宠物	2025.02.28	原始取得	18,20,28	德国
6	EARTHY PAWZ	5797652	天元宠物	2025.10.09	原始取得	28,31,35	日本
7	EARTHY PAWZ	012751988	天元宠物	2024.04.01	原始取得	6,18,20,21,25,28,31	欧盟
8	Made4Pets	013202437	天元宠物	2024.08.27	原始取得	18,20,28,35	欧盟
9	NATURAL P&WS	011645462	天元宠物	2023.03.12	原始取得	6,18,20,21,25,28,31	欧盟
10	CATCRAFT	4825462	欧塞艾	2025.10.05	继受取得	20	美国
11	EARTHY PAWZ	45-0064669	天元宠物	2026.05.01	原始取得	18,20,35	韩国
12	KIRA キラサンド	6062416	日宠联盟	2028.07.13	原始取得	21	日本
13	Easy Kitty	017874017	湖州天元	2028.5.29	原始取得	20,21,28	欧盟
14	Made4Pets	**6314732**	**天元宠物**	**2030.05.07**	**20**	**日本**	**原始取得**

根据国家知识产权局于 2020 年 7 月 30 日出具的《商标评审案件答辩通知书》，内蒙古伊利实业集团股份有限公司于 2020 年 3 月 31 日向国家知识产权局申请宣告天元宠

物名下的第 14111747 号、第 14111764 号、第 14112088 号、第 14112114 号及第 22841361 号注册商标无效。**2021 年 2 月 25 日，国家知识产权局已分别出具《无效宣告请求裁定书》，对内蒙古伊利实业集团股份有限公司的无效宣告申请未予支持，裁定上述争议商标予以维持。**

上述争议商标第 14111747 号、第 14111764 号、第 14112088 号、第 14112114 号为公司 2014 年 3 月申请，2015 年注册生效；第 22841361 号为公司 2017 年 2 月申请，2018 年注册生效，均为公司已用于经营宠物相关业务的商标，不存在因与内蒙古伊利实业集团股份有限公司竞争而注册商标的情形。报告期内，公司与上述争议商标相关的产品销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
答辩中商标相关销售收入	**3,849.98**	3,355.79	2,424.22
占营业收入比例	**2.65%**	3.20%	2.73%

由上表可知，报告期内，争议商标相关的销售收入占同期营业收入比例均较低，不会对发行人持续经营产生重大不利影响。

2、专利

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共拥有 **190** 项专利技术，其中国内专利技术 **185** 项，国外专利技术 **5** 项，具体内容如下：

（1）国内专利

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
1	天元宠物	刷子	外观设计	ZL201830551218.5	2018.09.29
2	天元宠物	宠物玩具（双面造型）	外观设计	ZL201830551378.X	2018.09.29
3	天元宠物	食物量勺	外观设计	ZL201830547868.2	2018.09.28
4	天元宠物	宠物玩具（飞镖）	外观设计	ZL201830547870.X	2018.09.28
5	天元宠物	宠物玩具（扭转骨头）	外观设计	ZL201830547879.0	2018.09.28
6	天元宠物	宠物挂坠（骨头造型）	外观设计	ZL201830544149.5	2018.09.27
7	天元宠物	宠物碗（宠物食物碗）	外观设计	ZL201830544156.5	2018.09.27
8	天元宠物	宠物玩具（镭射不倒翁）	外观设计	ZL201830544340.X	2018.09.27
9	天元宠物	宠物玩具（圆形飞盘）	外观设计	ZL201830533090.X	2018.09.21
10	天元宠物	宠物玩具（球形）	外观设计	ZL201830533091.4	2018.09.21

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
11	天元宠物	宠物玩具（旋转飞盘）	外观设计	ZL201830533097.1	2018.09.21
12	天元宠物	宠物碗（宠物慢食碗）	外观设计	ZL201830533323.6	2018.09.21
13	天元宠物	宠物碗架（猫头造型）	外观设计	ZL201830201483.0	2018.05.07
14	天元宠物	宠物碗架（黑白琴键）	外观设计	ZL201830201484.5	2018.05.07
15	天元宠物	喷泉式宠物饮水器	外观设计	ZL201830187527.9	2018.04.28
16	天元宠物	宠物玩具（遥控式人宠互动玩具）	外观设计	ZL201830187528.3	2018.04.28
17	天元宠物	涌泉式宠物饮水器	外观设计	ZL201830187530.0	2018.04.28
18	天元宠物	宠物玩具遥控器	外观设计	ZL201830045731.7	2018.01.31
19	天元宠物	宠物食物单碗支架（三角造型）	外观设计	ZL201730502610.6	2017.10.20
20	天元宠物	宠物爬梯	外观设计	ZL201730503010.1	2017.10.20
21	天元宠物	宠物玩具（爬行虫造型）	外观设计	ZL201730503031.3	2017.10.20
22	天元宠物	宠物便携水壶	外观设计	ZL201730503324.1	2017.10.20
23	天元宠物	宠物食物双碗支架（拼接元素）	外观设计	ZL201730503325.6	2017.10.20
24	天元宠物	宠物食物双碗支架（骨头元素）	外观设计	ZL201730503326.0	2017.10.20
25	天元宠物	一种电动宠物玩具	实用新型	ZL201720013422.1	2017.01.05
26	天元宠物	宠物玩具（组合笑脸）	外观设计	ZL201630636856.8	2016.12.22
27	天元宠物	宠物玩具（骨头笑脸）	外观设计	ZL201630636857.2	2016.12.22
28	天元宠物	狗咬棒（棒冰）	外观设计	ZL201630636861.9	2016.12.22
29	天元宠物	宠物玩具（猪头刺球）	外观设计	ZL201630636862.3	2016.12.22
30	天元宠物	狗咬棒（笑脸）	外观设计	ZL201630636884.X	2016.12.22
31	天元宠物	狗咬棒（哑铃）	外观设计	ZL201630636885.4	2016.12.22
32	天元宠物	狗咬棒（冰淇淋）	外观设计	ZL201630636896.2	2016.12.22
33	天元宠物	宠物碗（圣诞）	外观设计	ZL201630623573.X	2016.12.16
34	天元宠物	宠物碗（猫咪）	外观设计	ZL201630624050.7	2016.12.16
35	天元宠物	宠物碗（卡通猫咪）	外观设计	ZL201630624083.1	2016.12.16
36	天元宠物	宠物喂食器	实用新型	ZL201621278364.7	2016.11.25
37	天元宠物	玩具（电动老鼠）	外观设计	ZL201630566079.4	2016.11.22
38	天元宠物	一种可替换旋转猫台配件及猫台	实用新型	ZL201620407754.3	2016.10.25
39	天元宠物	宠物喂食器	外观设计	ZL201630508379.7	2016.10.18
40	天元宠物	喂食器	外观设计	ZL201630470187.1	2016.09.13
41	天元宠物	宠物碗（猫咪 3）	外观设计	ZL201630448058.2	2016.08.30

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
42	天元宠物	宠物碗（猫咪 2）	外观设计	ZL201630448059.7	2016.08.30
43	天元宠物	架子（宠物碗架）	外观设计	ZL201630448086.4	2016.08.30
44	天元宠物	宠物碗（猫耳）	外观设计	ZL201630448088.3	2016.08.30
45	天元宠物	宠物碗	外观设计	ZL201630448298.2	2016.08.30
46	天元宠物	一种猫台上用的可拆卸电动猫玩具	实用新型	ZL201620407080.7	2016.05.06
47	天元宠物	轨道组件及含有该轨道组件的玩具	实用新型	ZL201620408919.9	2016.05.06
48	天元宠物	一种猫台上用的可拆卸镭射猫玩具	实用新型	ZL201620412094.8	2016.05.06
49	天元宠物	猫台插件	外观设计	ZL201630090902.9	2016.03.25
50	天元宠物	宠物玩具（逗猫轨道 2 组）	外观设计	ZL201630088451.5	2016.03.24
51	天元宠物	宠物玩具（逗猫轨道 6 组）	外观设计	ZL201630088452.X	2016.03.24
52	天元宠物	玩具（逗猫轨道组件）	外观设计	ZL201630089072.8	2016.03.24
53	天元宠物	猫台（电动旋转）	外观设计	ZL201630089073.2	2016.03.24
54	天元宠物	宠物碗（圆形两色包胶）	外观设计	ZL201530563546.3	2015.12.29
55	天元宠物	宠物碗（方形两色包胶）	外观设计	ZL201530563547.8	2015.12.29
56	天元宠物	一种宠物电动玩具	实用新型	ZL201520374311.4	2015.06.02
57	天元宠物	一种猫台	实用新型	ZL201520364889.1	2015.05.29
58	天元宠物	宠物漏食球（不倒翁）	外观设计	ZL201530170500.5	2015.05.29
59	天元宠物	猫台（带游乐盒）	外观设计	ZL201530170997.0	2015.05.29
60	天元宠物	猫台（IQ 玩具转盘）	外观设计	ZL201530161862.8	2015.05.26
61	天元宠物	漏食飞盘	外观设计	ZL201530161946.1	2015.05.26
62	天元宠物	猫台（可伸缩式）	外观设计	ZL201530161990.2	2015.05.26
63	天元宠物	猫台（顶天立地）	外观设计	ZL201530162005.X	2015.05.26
64	天元宠物	猫台（IQ 玩具盒）	外观设计	ZL201530162018.7	2015.05.26
65	天元宠物	猫玩具（电动）	外观设计	ZL201530162150.8	2015.05.26
66	天元宠物	不倒翁漏食球	实用新型	ZL201520317989.9	2015.05.15
67	天元宠物	狗咬棒（牙刷形）	外观设计	ZL201530140132.X	2015.05.13
68	天元宠物	狗咬棒（骨头形）	外观设计	ZL201530140134.9	2015.05.13
69	天元宠物	猫爬架（猫洞带十字开口）	外观设计	ZL201530140238.X	2015.05.13
70	天元宠物	狗咬棒（S 形）	外观设计	ZL201530140292.4	2015.05.13
71	天元宠物	狗粮棒（圆柱体形）	外观设计	ZL201530133220.7	2015.05.08
72	天元宠物	狗粮棒（圆形）	外观设计	ZL201530133222.6	2015.05.08
73	天元宠物	宠物毛绒玩具	外观设计	ZL201530133620.8	2015.05.08

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
74	天元宠物	一种可漏食的飞盘	实用新型	ZL201520285247.2	2015.05.05
75	天元宠物	一种可调节高度的猫爬架	实用新型	ZL201520264804.2	2015.04.28
76	天元宠物	多功能宠物漏食器	实用新型	ZL201520243434.4	2015.04.21
77	天元宠物	一种宠物衣服	实用新型	ZL201420579646.5	2014.10.09
78	天元宠物	一种宠物项圈	实用新型	ZL201420579740.0	2014.10.09
79	天元宠物	一种转盘式宠物益智玩具	实用新型	ZL201120137506.9	2011.04.29
80	天元宠物	宠物益智玩具（03）	外观设计	ZL201130103575.3	2011.04.29
81	天元宠物	狗用汽车安全套带	实用新型	ZL201120083724.9	2011.03.25
82	湖州天元	宠物电动玩具（不倒翁跑动玩具）	外观设计	ZL201830186803.X	2018.04.28
83	湖州天元	宠物响叫玩具	实用新型	ZL201720353722.4	2017.04.06
84	湖州天元	一种多功能猫爬架	实用新型	ZL201620398323.5	2016.05.05
85	湖州天元	一种组合式猫爬垫	实用新型	ZL201620399335.X	2016.05.05
86	湖州天元	一种新型多功能猫爬架	实用新型	ZL201620401791.3	2016.05.05
87	湖州天元	一种新型简易猫爬架	实用新型	ZL201620401883.1	2016.05.05
88	湖州天元	一种组合式猫爬架	实用新型	ZL201620402353.9	2016.05.05
89	湖州天元	一种简易猫爬架	实用新型	ZL201620405775.1	2016.05.05
90	湖州天元	一种猫爬垫	实用新型	ZL201620405780.2	2016.05.05
91	湖州天元	一种新型组合式猫爬架	实用新型	ZL201620406338.1	2016.05.05
92	湖州天元	一种猫爬架	实用新型	ZL201620406527.9	2016.05.05
93	湖州天元	多功能猫爬架	发明	ZL201410236315.6	2014.05.30
94	湖州天元	两用可升降宠物窝	实用新型	ZL201420284343.0	2014.05.30
95	湖州天元	一种多功能猫爬架	实用新型	ZL201320888107.5	2013.12.31
96	湖州天元	一种猫爬架	实用新型	ZL201220105155.8	2012.03.20
97	湖州天元	一种四层猫爬架	实用新型	ZL201220105176.X	2012.03.20
98	湖州天元	一种猫屋	实用新型	ZL201220105192.9	2012.03.20
99	湖州天元	一种三层猫爬架	实用新型	ZL201220105195.2	2012.03.20
100	湖州天元	一种猫爬架的爬板	实用新型	ZL201220105209.0	2012.03.20
101	湖州天元	一种多层猫爬架	实用新型	ZL201220101765.0	2012.03.19
102	湖州天元	一种两层猫爬架	实用新型	ZL201220101796.6	2012.03.19
103	湖州天元	一种多功能猫爬架	实用新型	ZL201220101799.X	2012.03.19
104	湖州天元	一种宠物猫玩具	实用新型	ZL201220101800.9	2012.03.19
105	湖州天元	一种简易猫爬架	实用新型	ZL201220101811.7	2012.03.19

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
106	杭州小兽星	一种用于盛装物品的容器	实用新型	ZL201822042596.8	2018.12.06
107	杭州小兽星	碗（食用）	外观设计	ZL201830702317.9	2018.12.06
108	杭州小兽星	食盒	外观设计	ZL201830646003.1	2018.11.14
109	杭州小兽星	猫砂盆	外观设计	ZL201830646023.9	2018.11.14
110	杭州小兽星	咬胶	外观设计	ZL201830646410.2	2018.11.14
111	天元宠物	宠物玩具（逗猫插件）	外观设计	ZL201930715187.7	2019.12.20
112	天元宠物	猫抓盘	外观设计	ZL201930709120.2	2019.12.18
113	天元宠物	双层猫抓盘	外观设计	ZL201930709141.4	2019.12.18
114	天元宠物	宠物玩具（打地鼠）	外观设计	ZL201930657475.1	2019.11.27
115	天元宠物	宠物玩具（立方块）	外观设计	ZL201930639641.5	2019.11.20
116	天元宠物	宠物玩具(绳胶一体 3)	外观设计	ZL201930608099.7	2019.11.06
117	天元宠物	宠物玩具(绳胶一体 2)	外观设计	ZL201930608102.5	2019.11.06
118	天元宠物	宠物玩具(绳胶一体 1)	外观设计	ZL201930608195.1	2019.11.06
119	天元宠物	猫窝	外观设计	ZL201930597875.8	2019.10.31
120	天元宠物	猫砂盆（三）	外观设计	ZL201930570530.3	2019.10.19
121	天元宠物	储粮桶（小）	外观设计	ZL201930570541.1	2019.10.19
122	天元宠物	宠物玩具（钢琴打地鼠）	外观设计	ZL201930570542.6	2019.10.19
123	天元宠物	宠物食盆	外观设计	ZL201930568386.X	2019.10.18
124	天元宠物	宠物碗（套装式三）	外观设计	ZL201930566111.2	2019.10.17
125	天元宠物	储粮桶	外观设计	ZL201930566135.8	2019.10.17
126	天元宠物	宠物碗（套装式一）	外观设计	ZL201930566136.2	2019.10.17
127	天元宠物	宠物碗（吸盘式）	外观设计	ZL201930566138.1	2019.10.17
128	天元宠物	宠物喂养器	外观设计	ZL201930566435.6	2019.10.17
129	天元宠物	宠物碗（套装式二）	外观设计	ZL201930566448.3	2019.10.17
130	天元宠物	一种智能冷热板	实用新型	ZL201921728986.9	2019.10.15
131	天元宠物	除毛刷	外观设计	ZL201930559517.8	2019.10.15
132	天元宠物	宠物玩具（遥控老鼠）	外观设计	ZL201930553302.5	2019.10.11
133	天元宠物	宠物玩具（机器人不倒翁）	外观设计	ZL201930553303.X	2019.10.11
134	天元宠物	一种智能饮水机	实用新型	ZL201921497198.3	2019.09.10
135	天元宠物	一种逗猫玩具	实用新型	ZL201921492784.9	2019.09.09
136	天元宠物	宠物玩具（yoyo 球）	外观设计	ZL201930495670.9	2019.09.09
137	天元宠物	一种饮水器	实用新型	ZL201921487029.1	2019.09.06
138	天元宠物	一种旋转式宠物玩具	实用新型	ZL201921471733.8	2019.09.05

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
139	天元宠物	猫砂盆（二）	外观设计	ZL201930489101.3	2019.09.05
140	天元宠物	智能宠物玩具	外观设计	ZL201930489102.8	2019.09.05
141	天元宠物	猫砂盆（一）	外观设计	ZL201930489550.8	2019.09.05
142	天元宠物	电动猫玩具（章鱼飞飞）	外观设计	ZL201930477096.4	2019.08.30
143	天元宠物	电动逗猫棒（yoyo 球）	外观设计	ZL201930477601.5	2019.08.30
144	天元宠物	一种翻滚球玩具	实用新型	ZL201921386172.1	2019.08.23
145	天元宠物	一种跑动玩具	实用新型	ZL201921387672.7	2019.08.23
146	天元宠物	智能饮水机	外观设计	ZL201930445703.9	2019.08.16
147	天元宠物	饮水器	外观设计	ZL201930429266.1	2019.08.08
148	天元宠物	宠物玩具(翻滚球)	外观设计	ZL201930429271.2	2019.08.08
149	天元宠物	饮水器(踏板式)	外观设计	ZL 201930429445.5	2019.08.08
150	天元宠物	一种宠物漏食球	实用新型	ZL201921248065.2	2019.08.02
151	天元宠物	一种多功能的骨头玩具	实用新型	ZL201921228943.4	2019.07.31
152	天元宠物	宠物玩具(骨头玩具)	外观设计	ZL201930390462.2	2019.07.22
153	湖州天元	猫厕柜	外观设计	ZL201930608643.8	2019.11.06
154	湖州天元	猫爬架（二）	外观设计	ZL201930608647.6	2019.11.06
155	湖州天元	猫爬架（一）	外观设计	ZL201930608995.3	2019.11.06
156	天元宠物	猫砂铲	外观设计	ZL2020302348097	2020.10.30
157	天元宠物	一种宠物用陪伴型喂食器	实用新型	ZL2020201178746	2020.10.30
158	天元宠物	一种插接式猫蹭痒座及安装有该蹭痒座的猫抓板	实用新型	ZL2019224704692	2020.10.30
159	天元宠物	一种插接式猫玩具	实用新型	ZL2019224805833	2020.10.30
160	天元宠物	蹭痒座	外观设计	ZL2019307466171	2020.07.03
161	天元宠物	一种折叠式宠物床	实用新型	ZL2019222247777	2020.08.25
162	天元宠物	一种包胶狗咬绳	实用新型	ZL2019220836851	2020.08.04
163	天元宠物	一种清洁型猫砂盆	实用新型	ZL201921989211.7	2020.08.25
164	天元宠物	一种滚筒慢食玩具	实用新型	ZL201921853295.1	2020.07.14
165	天元宠物	一种智能宠物玩具	实用新型	ZL201921743663.7	2020.07.03
166	湖州天元	可旋转猫柜	实用新型	ZL202020026557.3	2020.10.30
167	湖州天元	一种侧开口的猫柜	实用新型	ZL201922435769.7	2020.10.30
168	湖州天元	猫爬柜	外观设计	ZL201930741688.2	2020.08.11
169	湖州天元	一种圆管端塞连接件	实用新型	ZL201922348582.3	2020.08.11
170	湖州天元	一种可替换玩具的猫爬架	实用新型	ZL201922348594.6	2020.10.30

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	授权日期
171	湖州天元	一种内口封边条及其组合式封边件	实用新型	ZL201922035838.5	2020.08.07
172	湖州天元	封闭式封边条	实用新型	ZL201922037149.8	2020.08.11
173	杭州赛旺	宠物包（二）	外观设计	ZL202030209877.8	2020.09.11
174	杭州赛旺	宠物包（一）	外观设计	ZL202030209887.1	2020.09.11
175	杭州赛旺	编织绳	外观设计	ZL202030210508.0	2020.09.11
176	杭州赛旺	猫玩具（益智盘）	外观设计	ZL202030164806.0	2020.09.11
177	杭州赛旺	猫抓板（星球）	外观设计	ZL202030164807.5	2020.09.11
178	杭州赛旺	猫爬架（仙人掌）	外观设计	ZL202030164808.X	2020.09.11
179	杭州热宠	宠物磨牙棒	外观设计	ZL202030329617.4	2020.11.13
180	杭州热宠	喂食喂水器（宠物）	外观设计	ZL202030297962.4	2020.11.13
181	杭州热宠	一种宠物用洗澡刷	实用新型	ZL202020765781.4	2020.12.22
182	杭州热宠	宠物饮水机	外观设计	ZL202030156821.0	2020.08.25
183	杭州热宠	宠物刷（河豚）	外观设计	ZL202030157324.2	2020.08.25
184	杭州热宠	宠物刷（水母）	外观设计	ZL202030157335.0	2020.08.25
185	杭州热宠	宠物刷(仙人球)	外观设计	ZL202030157629.3	2020.08.25

公司取得的上述境内专利除第 106 项、107 项、108 项、109 项和 110 项专利系继受取得外，其余均为自主研发取得。

（2）国外专利

序号	专利权人	名称	专利号/申请号	专利申请日	专利期限	专利类别
1	天元宠物	具有饲料容器的动物玩具	202015003253.2	2015.05.06	自申请日起 10 年	实用新型
2	天元宠物	用来喂饲料、护理牙齿和/或训练狗的饲料喂食器	202015003254.0	2015.05.06	自申请日起 10 年	实用新型
3	天元宠物	具有外壳和电动驱动器的猫玩具	202015003255.9	2015.05.06	自申请日起 10 年	实用新型
4	天元宠物	玩具	005668027	2018.09.29	自申请日起 25 年	外观设计
5	**天元宠物**	**Play houses for animals**	**007783758-0001**	**2020.04.02**	**自申请日起 5 年**	**外观设计**

上述境外专利均为公司自主研发取得，**第 1 至 4 项**在德国申请取得，**第 5 项在欧盟申请取得**。

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，作为销售在先的现有设计，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。

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。

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。

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。

因此，公司主要在中国境内而未在境外销售国家申请产品设计专利保护，不影响公司产品的正常销售，不会导致公司产品在境外面临不利竞争地位，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。

3、著作权

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共拥有 **16** 项软件著作权，**58** 项美术作品著作权，均为公司原始取得，具体内容如下：

（1）软件著作权

序号	著作权人	软件名称	登记号	权利范围	首次发表日期
1	天元宠物	竹藤产品三维编织结构快速建模辅助软件	2011SR048803	全部权利	未发表
2	天元宠物	网络控制喂食器喂食软件	2019SR0696496	全部权利	2018.07.11
3	天元宠物	蓝牙控制玩具老鼠软件	2019SR0696543	全部权利	2018.12.18
4	天元宠物	Made4Pets 智能喂食器主控制器程序	2019SR1024760	全部权利	2019.01.01
5	湖州天元	天元点阵图像转化软件	2015SR120077	全部权利	2014.02.12
6	湖州天元	天元自定义路径取色软件	2015SR119925	全部权利	2014.02.25
7	湖州天元	天元图片灰度映射到离散图形软件	2015SR119923	全部权利	2013.07.16
8	湖州天元	天元四方连续图案制作软件	2015SR119922	全部权利	2014.05.28
9	湖州天元	天元单元线性复制生成花边图案设计软件	2015SR119921	全部权利	2014.05.14
10	湖州天元	天元图像百变批量替换软件	2015SR119917	全部权利	2013.10.09
11	湖州天元	天元图像分色软件	2018SR130619	全部权利	2018.02.28
12	湖州天元	天元圆角像素离散图像制作软件	2018SR131523	全部权利	2018.02.28
13	湖州天元	天元万花尺图案制作软件	2018SR130625	全部权利	2018.02.28
14	湖州天元	天元图案色彩重组软件	2018SR132516	全部权利	2018.02.28
15	**湖州天元**	**天元随机四方连续软件**	**2020SR1621750**	**全部权利**	**2020.09.20**
16	**湖州天元**	**天元四边形镶嵌软件**	**2020SR1624428**	**全部权利**	**2020.09.20**

（2）美术作品著作权

序号	著作权人	名称	登记号	创作完成日期	首次发表日期	作品类别
1	天元宠物	2016 树叶图案 2	国作登字 -2017-F-00372833	2016.09.01	-	美术作品
2	天元宠物	放射图形 1	浙作登字 11-2016-F-13264	2016.09.01	未发表	美术作品
3	天元宠物	骨头图案 1	浙作登字 11-2016-F-13267	2016.09.01	未发表	美术作品
4	天元宠物	骨头曲线花型 02	浙作登字 11-2016-F-13265	2016.09.01	未发表	美术作品
5	天元宠物	鱼型图案 1	浙作登字 11-2016-F-13263	2016.09.01	未发表	美术作品
6	天元宠物	回纹图案	浙作登字 11-2016-F-13266	2016.09.01	未发表	美术作品
7	天元宠物	CAT CRAFT	国作登字 -2015-F-00240217	2003.11.01	2004.06.08	美术作品
8	天元宠物	TIANYUAN PET	国作登字 -2015-F-00240216	2003.09.01	2003.11.10	美术作品
9	天元宠物	PET STAR	国作登字 -2015-L-00226599	2015.04.18	2015.04.23	其他
10	天元宠物	Ohana	浙作登字 11-2015-F-13578	-	2015.09.10	美术作品
11	天元宠物	ELITE	浙作登字 11-2015-F-9266	-	2010.09.01	美术作品
12	天元宠物	宠物玩具设计图 1	作登字： 11-2012-F-2638	-	-	美术作品
13	天元宠物	宠物玩具设计图 2	作登字： 11-2012-F-2639	-	-	美术作品
14	天元宠物	宠物玩具设计图 3	作登字： 11-2012-F-2640	-	-	美术作品
15	天元宠物	宠物玩具设计图 4	作登字： 11-2012-F-2641	-	-	美术作品
16	天元宠物	speedypet	浙作登字 11-2015-F-7613	-	2014.10.28	美术作品
17	天元宠物	2017-1 目录本	浙作登字 11-2017-L-9	2016.10.15	2016.10.23	其他作品
18	天元宠物	2016-2 目录册	浙作登字 11-2016-L-11732	2016.04.15	2016.04.20	其他作品
19	天元宠物	2016 综合目录册	浙作登字 11-2016-L-11733	2015.09.19	2015.10.15	其他作品
20	天元宠物	Go wild	浙作登字 11-2016-F-11196	2015.04.14	2015.10.23	美术作品
21	天元宠物	PET STAR	浙作登字 11-2015-F-9267	2009.10.24	-	美术作品
22	天元宠物	2016-1 目录册	浙作登字 11-2016-L-11734	2015.10.13	2015.10.15	其他作品
23	天元宠物	波浪图案	国作登字 -2017-F-00345864	2016.09.01	-	美术作品
24	天元宠物	2016 树叶图案 1	国作登字 -2017-F-00345866	2016.09.01	-	美术作品
25	天元宠物	几何图案 1	国作登字 -2017-F-00345865	2016.09.01	-	美术作品

序号	著作权人	名称	登记号	创作完成日期	首次发表日期	作品类别
26	天元宠物	菱形几何图案	国作登字-2017-F-00345861	2016.09.01	-	美术作品
27	天元宠物	菱形图形 2	国作登字-2017-F-00345862	2016.09.01	-	美术作品
28	天元宠物	三角几何图案	国作登字-2017-F-00345863	2016.09.01	-	美术作品
29	天元宠物	2017-2 目录本	浙作登字11-2017-L-7012	2017.04.18	2017.04.23	其他作品
30	天元宠物	新食代	浙作登字11-2017-F-8909	2017.03.23	2017.05.16	美术作品
31	天元宠物	2018-1 目录本	浙作登字11-2017-L-15930	2017.10.16	2017.10.23	其他作品
32	天元宠物	2018-2 目录本	浙作登字11-2018-L-10022	2018.04.17	2018.04.23	其他作品
33	天元宠物	2019-1 宠物用品图册	浙作登字11-2018-L-14909	2018.09.23	2018.09.27	其他作品
34	天元宠物	2019-2 宠物用品图册	浙作登字11-2019-L-6970	2019.04.15	-	其他作品
35	天元宠物	2019 宠物电子产品图册	浙作登字11-2019-L-6969	2019.04.15	-	其他作品
36	天元宠物	星空轨道（条形）图案	浙作登字11-2019-F-10919	2018.01.05	2018.08.01	美术作品
37	天元宠物	星空轨道（圆形）图案	浙作登字11-2019-F-10920	2018.01.05	2018.08.01	美术作品
38	天元宠物	2020-1 宠物用品图册	浙作登字11-2019-L-21060	2019.10.12	2019.10.23	其他作品
39	杭州小兽星	小兽星标志	浙作登字11-2019-F-12244	2019.05.10	2019.05.12	美术作品
40	天元宠物	水磨石图案	黔作登字2020-F-00087309	2018.6.30	2019.10.23	美术作品
41	天元宠物	水磨石（马赛克）图案	黔作登字2020-F-00087311	2018.6.30	2019.10.23	美术作品
42	天元宠物	斑驳肌理图案	黔作登字2020-F-00087314	2019.9.20	2020.2.26	美术作品
43	天元宠物	大象卡通头像图案	黔作登字2020-F-00091593	2019.4.20	2019.10.23	美术作品
44	天元宠物	狮子卡通头像图案	黔作登字2020-F-00091594	2019.4.20	2019.10.23	美术作品
45	天元宠物	老虎卡通头像图案	黔作登字2020-F-00091840	2019.4.20	2019.10.23	美术作品
46	天元宠物	野牛卡通头像图案	黔作登字2020-F-00092111	2019.4.20	2019.10.23	美术作品
47	天元宠物	TY 脚印图案	黔作登字2020-F-00093124	2020.2.29	2020.6.15	美术作品
48	**天元宠物**	**PLEASANTPET**	**黔作登字2020-F-00105680**	**2011.04.18**	**2011.04.25**	**美术作品**
49	**天元宠物**	**树叶狗线条图案**	**黔作登字2020-F-00106257**	**2015.12.10**	**2016.01.01**	**美术作品**

序号	著作权人	名称	登记号	创作完成日期	首次发表日期	作品类别
50	天元宠物	Made4Pets	黔作登字-2020-F-00106284	2015.07.15	2015.08.01	美术作品
51	天元宠物	猫狗线条图案	黔作登字-2020-F-00106520	2016.10.11	2017.01.01	其他作品
52	天元宠物	PureBliss	黔作登字-2020-F-00106569	2016.10.11	2017.01.01	美术作品
53	天元宠物	petstar 年份图案	黔作登字-2020-F-00108178	2015.06.15	2015.06.30	美术作品
54	天元宠物	TRYME 狗图案	黔作登字-2020-F-00108179	2015.05.25	2015.06.01	美术作品
55	天元宠物	鹿图案	黔作登字-2020-F-00108180	2016.10.29	2016.11.01	美术作品
56	天元宠物	Petstar 杨柳条图案	黔作登字-2020-F-00108337	2018.06.15	2018.06.30	美术作品
57	天元宠物	阴阳猫狗图案	黔作登字-2020-F-00108338	2016.05.28	2016.06.15	美术作品
58	天元宠物	TENNIS 图案	黔作登字-2020-F-00108746	2017.12.28	2018.01.01	美术作品

（四）资质与认证

截至本招股说明书签署日，公司及公司子公司获得的生产经营资质如下：

序号	资质名称	发证机构	到期日	获得资格/资质单位
1	对外贸易经营者备案登记表	对外贸易经营者备案登记管理部门	长期	天元宠物
2	对外贸易经营者备案登记表		长期	杭州特旺
3	对外贸易经营者备案登记表		长期	杭州鸿旺
4	对外贸易经营者备案登记表		长期	湖州天元
5	对外贸易经营者备案登记表		长期	杭州赛旺
6	对外贸易经营者备案登记表		长期	杭州小兽星
7	出入境检验检疫报检企业备案表	浙江出入境检验检疫局	-	天元宠物
8	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	杭州海关	长期	天元宠物
9	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书		长期	杭州特旺
10	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	湖州海关	长期	湖州天元
11	海关进出口货物收发货人备案回执	钱江海关驻余杭办事处	长期	杭州鸿旺
12	海关进出口货物收发货人备案回执		长期	杭州赛旺
13	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书		长期	杭州小兽星

序号	资质名称	发证机构	到期日	获得资格/资质单位
14	杭州市污染物排放许可证	杭州市余杭区环境保护局	2021.10	天元宠物
15	浙江省排污许可证	德清县环境保护局	2022.7	湖州天元
16	兽药经营许可证	杭州市余杭区农业农村局	2024.11	杭州特旺
17	第二类医疗器械经营备案凭证	杭州市市场监督管理局	长期	杭州特旺
18	第二类医疗器械经营备案凭证		长期	杭州鸿旺
19	第二类医疗器械经营备案凭证		长期	杭州赛旺

六、发行人的特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司不存在拥有特许经营权的情况。

七、发行人技术水平与研发情况

（一）发行人核心技术情况

1、发行人主要核心技术

公司的技术水平主要体现在产品设计开发领域，针对宠物用品行业品类众多、日常消费的特点，公司通过市场调研、客户交流等方式了解市场需求，通过产品开发和款式设计能力，不断开发新产品供客户挑选，并对原有产品进行不断的设计更新。此外，公司还十分注重供应链管理以及质量控制管理，以提供更加优质的宠物产品。

（1）产品开发技术

公司在众多产品细分领域开展产品开发工作，致力于不断开发出满足客户需求、符合市场趋势的各类宠物用品，公司产品的主要开发方向如下：

1）猫爬架

在猫爬架的开发方向上，紧跟市场趋势，在原有传统猫爬架的基础上，向复合材质猫爬架等方向发展，除了产品的美观性外，还充分考虑宠物习性，增加猫爬架的功能性。例如，在猫爬架的设计开发中充分考虑宠物体重、形状规格、所需运动量、跳跃攀爬的最佳距离等。

2）宠物窝垫

在宠物窝垫的开发方向上，除了考虑产品外观、颜色以及大小等因素外，还可以从

产品的材质以及宠物的习性等方面对产品进行改良，增加宠物窝垫产品的功能性和实用性。例如，在产品开发设计过程中，通过选择特殊的纤维面料，使得宠物卧具展现较强的舒适性与抗菌能力，对宠物毛发皮屑不粘附，易于清洁，能保持最初的设计效果和产品功能，同时材质的柔软保证了宠物的舒适。

3）电子宠物用品

近年来，电子宠物用品逐渐兴起，公司加大了电子宠物用品的开发投入，开发方向主要在于宠物用品的智能化以及人宠互动。例如，将市场上已较为成熟的智能传感技术等应用于自动喂食器、自动喂水器等产品，宠物主人可按日、周、月随时查看，并通过可视化的图表了解宠物的进食、活动情况，当数据发生异常时可及时通知宠物主人留意宠物健康状况。宠物主人可随时与宠物保持联系，实现对宠物的轻松、科学喂养。

4）其他产品

其他宠物产品主要包括宠物玩具、宠物牵引用具以及宠物生活用具等，上述产品的开发方向除了外观、颜色以及造型外，主要还包括产品的电子化以及功能性。例如，在宠物玩具的开发上，公司注重电子类、益智类以及具有一定功能性的宠物玩具开发，使玩具更具有耐咬性、耐用性以及趣味性；在宠物牵引用具开发上，更注重功能性，通过弹簧缓冲的结构、反光材质的使用，使产品更具舒适性、安全性。

（2）质量管理技术

公司按照 ISO9001:2008 标准要求，编制了《质量检验标准作业程序与指导》、《质量检验抽样水平 AQL 接收标准对照表》、《产品安全性检查与常规测试指导》、《质量检验报告》等质量保证体系文件。确保开发设计、采购、生产、销售等各个环节都严格按规定执行。公司设置了供应链中心、生产部、销售部、产品中心等部门，这些部门从制度上、职责上保证质量管理和质量控制工作的有序进行。

（3）公司界定核心技术的依据说明

公司核心技术包含各类宠物用品的产品开发技术和质量管理技术，是公司持续更新产品、获取客户合作、保持业务增长的重要基础。

公司所处宠物产品行业涉及宠物的“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。公司逐步建立了广泛覆盖众多品类宠物用品的产品开发设计能力，实现了对客户需求、市场动向的快速响应，是公司与众多国际知名客户建立长期、稳定合作关系的核心技术体现，是公司核心竞争优势的主要构成。

公司面向国际市场进行产品开发与销售，客户订单具有品类多样、采购频繁及要求严格的采购特征，为保障多品类宠物用品的及时供应、稳定品质，公司逐步建立基于严格遴选、过程检查、持续考核的供应商准入与管理体系，是公司满足众多国际客户一站式、多频次选购需求的核心技术体现。

由此，公司作为综合型宠物产品提供商，将构成核心竞争优势的产品开发技术、质量管理技术界定认定为核心技术，将具有配套辅助功能的自有产线生产加工技术等其他类型技术认定为非核心技术。

2、公司注册专利与核心技术

报告期内，公司持续加强对多品类产品开发设计技术、质量管理技术的研发投入。**截至 2020 年 12 月 31 日，公司共拥有 190 项专利技术，其中国内专利技术 185 项，国外专利技术 5 项；拥有 16 项软件著作权，58 项美术作品著作权。其中，公司 190 项专利中，185 项属于公司核心技术的具体成果，5 项系公司外部引入。**

（二）研发项目情况

1、在研项目及进展

为了巩固和提高在宠物用品领域的竞争力，公司不断进行新产品的设计和开发，优化更新产品结构，以增强客户粘性。**截至 2020 年 12 月 31 日，公司主要在研项目及进展如下：**

序号	项目名称	内容与目标	研发方式	项目进展
1	互动模式下飞碟式宠物狗玩具	针对现有市场上对宠物狗玩具的品类缺乏，进行新型的狗玩具开发，主要开发对象为狗玩具中飞行类产品，特别是飞碟式产品，满足人宠互动玩耍需求，特别适用需要较大活动量的犬类，提高人宠间的亲密度。产品类别有：飞盘、飞碟等。	自主开发	开发中
2	基于物联网具有宠物信息采集功能的宠物智能蛋形不倒翁	针对现有市场上对智能宠物用品的需求，进行智能宠物玩具的开发，主要开发对象为具有信息采集功能的智能蛋形不倒翁。主要开发内容在于结构的设计及采集功能配件的研发测试等。产品类别有：智能蛋形不倒翁玩具等。	自主开发	开发中

序号	项目名称	内容与目标	研发方式	项目进展
3	基于依赖心理视角的宠物玩具设计	针对辅助有心理障碍的宠物进行恢复训练的产品需求，进行训犬类产品的开发，主要开发对象为止吠器、诱导训练产品等。主要开发内容在于对训练产品进行结构设计，达到对有心理障碍而有训练要求的犬类进行有效训练的目的。产品类别有：止吠器、训犬器等。	自主开发	开发中
4	壁挂式猫乐园组件的设计开发	针对猫咪活动空间较小的室内，进行壁挂式猫爬架产品开发，主要开发对象为小体积、多种类的壁挂式产品，消费者可根据个人爱好对产品进行DIY钉装组合，满足猫咪的室内活动需求。产品类别有：壁挂式猫爬架等。	自主开发	开发中
5	基于集成创新理论的宠物猫运动装置	针对有运动需求但缺少运动环境的猫咪，进行带有运动功能的猫爬架产品开发，主要开发对象包括在猫爬架上设计猫使用的跑轮。开发内容在于跑轮的结构及其与猫爬架的结合方式。产品类别有：具有跑轮的猫爬架等。	自主开发	开发中
6	基于陪伴式家庭教育模式的动物造型宠物床	针对现有市场上对宠物产品的外观、材料等更新换代较快的特点，开发造型特殊、功能多样的造型窝垫。主要开发内容在于对窝垫结构的设计及搭配卡通动物造型的窝垫产品的设计。产品类别有：狗窝、猫窝等。	自主开发	开发中
7	基于适度设计思维的多材质拼接筒形多层猫爬架	针对市场上对新样式筒形猫爬架的需求，进行造型特别、材料新颖筒形猫爬架的开发。主要开发内容在于形状、材料的选择以及筒形结构的设计。产品类别有：猫爬架等。	自主开发	开发中
8	基于符号语义的环保宠物家具设计	针对市场上对环保类宠物家具的需求，进行功能型造型特别的猫家具产品开发。主要开发内容在于结构设计，功能选择。产品类别有：猫家具。	自主开发	开发中
9	提高长毛犬毛发光泽度的狗粮开发	针对宠物主人对长毛犬身上毛发光泽度、柔顺度的需求，进行专用狗粮产品的开发。主要开发内容包括在狗粮配方中增加可提高毛发营养的蛋白质、微量元素等，以及通过研究各类长毛犬毛发，调配通用型及专用型狗粮产品。产品类别有：狗粮等。	自主开发	开发中
10	共生理念视野下人与宠物和谐共处关系的家居用品设计	针对现有市场上对宠物家具用品的需求，进行人宠结合、人宠和谐相处等系列主题产品的开发。主要开发内容在于设计人宠互动、人宠共用的产品，用以满足主人和宠物互动、郊游等各类需求。产品类别有：木凳、帐篷、车垫等。	自主开发	开发中
11	复合材质通天柱式猫爬架	针对猫咪的攀爬天性，进行针对性产品开发，主要开发对象为可培养猫咪一定野性能力的猫爬架。主要开发内容在于通天柱形猫爬架的结构设计。产品类别有：猫爬架等。	自主开发	开发中
12	可收集猫毛的智能猫爬架	针对猫咪掉毛的生理特性，在猫爬架上开发可供猫咪边玩边梳毛的梳毛筒结构，实现自动收集猫毛的功能。主要开发对象不影响猫咪行动也不会	自主开发	开发中

序号	项目名称	内容与目标	研发方式	项目进展
		让猫咪排斥的带梳毛筒的猫爬架产品。主要开发内容在于梳毛筒的结构和与其配合的猫爬架结构设计。产品类别有：猫爬架等。		
13	园林式生态融合型猫台架	针对猫咪使用的较大活动空间，进行猫爬架设计，主要开发对象为具有园林风格的猫爬架组合。主要开发内筒在于筒状单元节的设计以及不同功能、造型的组合，满足宠物的娱乐需求。产品类别有：猫爬架等。	自主开发	开发中

2、研发投入情况

2018 年至 2020 年，公司研发费用投入分别为 1,008.36 万元、1,483.47 万元和 1,586.32 万元，占同期营业收入的比重分别为 1.14%、1.41%和 1.09%。未来公司将不断增加产品开发投入，不断提升公司的产品开发能力。报告期各期末，公司研发人员数量分别为 60 人、77 人和 73 人。

报告期内，产品开发相关研发项目的开发周期如下：

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	研发周期	实施进度
1	互动模式下飞碟式宠物狗玩具	90.00	2020.11-2021.10	实施中
2	基于物联网具有宠物信息采集功能的宠物智能蛋形不倒翁	240.00	2020.11-2022.6	实施中
3	基于依赖心理视角的宠物玩具设计	120.00	2020.11-2021.10	实施中
4	壁挂式猫乐园组件的设计开发	100.00	2020.12-2021.9	实施中
5	基于集成创新理论的宠物猫运动装置	120.00	2020.12-2021.10	实施中
6	基于陪伴式家庭教育模式的动物造型宠物床	140.00	2020.7-2021.6	实施中
7	基于适度设计思维的多材质拼接筒形多层猫爬架	100.00	2020.7-2021.6	实施中
8	基于符号语义的环保宠物家具设计	160.00	2020.7-2021.6	实施中
9	提高长毛犬毛发光泽度的狗粮开发	25.00	2020.7-2021.6	实施中
10	小型犬冬夏适用可折叠半封闭式狗窝	110.00	2020.1-2020.9	实施中
11	基于陪伴式家庭教育模式的卡通造型狗窝	140.00	2020.1-2020.12	实施中
12	共生理念视野下人与宠物和谐共处关系的家居用品设计	140.00	2020.5-2021.3	实施中
13	复合材质通天柱式猫爬架	140.00	2020.2-2021.1	实施中
14	可收集猫毛的智能猫爬架	230.00	2020.2-2021.1	实施中
15	园林式生态融合型猫台架	180.00	2020.2-2021.7	实施中
16	用于保持猫咪生物捕猎习性的电子仿生玩具设计	180.00	2018.6-2019.4	已完成

序号	项目名称	整体预算	研发周期	实施进度
17	用于猫咪情绪管理可遥控镭射猫玩具	170.00	2018.6-2019.5	已完成
18	基于啮咬习性训练的便携式宠物塑料玩具	130.00	2018.9-2019.7	已完成
19	耐撕咬防静电长毛犬窝垫	180.00	2018.10-2020.3	已完成
20	毛毡材料猫屋的现代主题造型设计	150.00	2019.7-2020.6	已完成
21	可提高严酷环境舒适度的宠物护具	80.00	2019.1-2019.12	已完成
22	基于高频降噪技术的系列狗窝设计	130.00	2019.6-2020.5	已完成
23	基于情境设计的穿戴型宠物用品	130.00	2019.6-2020.5	已完成
24	宠物用溪流式自动喂水器	150.00	2019.9-2020.8	实施中
25	带箱式卫生间积木式多猫栖息别墅	170.00	2018.6-2019.5	已完成
26	基于草编支撑结构的复合式宠物栖息用品	190.00	2018.6-2019.5	已完成
27	基于混搭风格及多样性设计原则的柔性复合材料猫玩具	160.00	2019.5-2020.2	已完成
28	集成红外感应功能的城堡造型豪华猫爬架	180.00	2018.6-2019.5	已完成
29	兼具娱乐与运动功能的嘉年华主题设计猫爬架	150.00	2019.3-2020.2	已完成
30	适用于成年犬激烈运动的一体化设计宠物爬梯	180.00	2019.7-2020.6	已完成
31	原木风格仿真树形猫爬架	120.00	2019.7-2020.6	已完成
32	趣味造型主题宠物家用护理用具	50.00	2019.8-2020.9	**终止**
33	基于复合面料的宠物用品的开发	50.00	2017.4-2018.2	已完成
34	组件式可拆卸宠物沙发系列产品的设计开发	130.00	2017.7-2018.5	已完成
35	可拆洗中型犬四季通用型窝垫	100.00	2017.7-2018.6	已完成
36	轻量化不倒翁猫益智玩具系列产品的设计开发	130.00	2017.7-2018.5	已完成
37	日韩风格打扮宠物服饰套装系列	50.00	2018.1-2018.12	已完成
38	层叠式猫咪家居用品的设计开发	130.00	2017.6-2018.5	已完成
39	集成玩具功能的宠物猫间歇式栖息架	130.00	2017.7-2018.5	已完成
40	基于森林主题及北欧设计风格的木制猫爬架	120.00	2017.7-2018.5	已完成
41	增强成年猫免疫能力食疗食品开发	25.00	2018.1-2018.12	已完成

如上表所示，上述研发项目均围绕产品开发展开，项目周期普遍在 1 年以内。

3、合作研发情况

报告期内，公司不存在与第三方进行合作研发的情况。

（三）发行人研发人员及核心技术人员情况

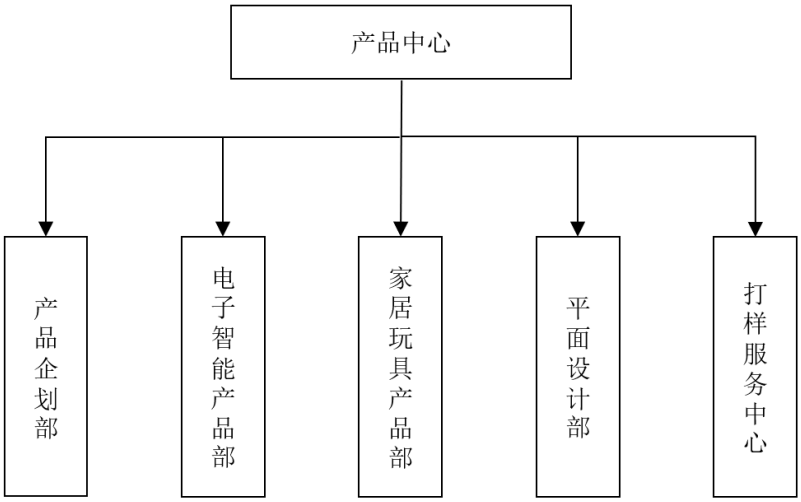
截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有技术人员 **92 名**，占员工总数的比例为 **8.28%**；

其中研发人员 **73 人**，占员工总数的比例为 **6.57%**。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司核心技术人员共 6 人，分别为薛元潮、江灵兵、薛雅利、虞晓春、张丽、李娜。近两年，公司核心技术人员未发生较大变动，上述人员具体简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（四）其他核心人员”。公司对核心技术人员的激励方式包括股权激励、绩效考核制度与薪酬及奖励制度中约定的方式，约束措施包括股权禁售安排、签署竞业禁止协议以及保密协议等。

（四）发行人保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排

公司以客户和市场需求为导向，建立了较为完备的设计开发体系和团队，自成立以来一直重视研发投入，重视新产品的设计开发。公司产品中心组织架构如下：



公司主要产品的设计开发能力提高主要依靠相关技术人员，技术人员需要通过长期的项目经验积累和总结才能获得水平的提高。公司采用内部培训的方式提高技术人员的技术水平，并聘请外部专家进行专业的技术指导，加速人才梯队的建设。

为持续提升公司产品制造技术和工艺水平，加强设计开发能力，提高公司的核心竞争力，公司现已建立较为完善的技术创新和激励机制：

（1）关键技术人员持股

公司部分关键技术人员通过员工持股平台持有公司部分股份。通过让关键技术人员参与公司收益分配，充分激发其技术创新的热情，不断提高公司整体的技术水平，实现公司的可持续发展。

（2）绩效考核制度

公司制定了完善的绩效考核制度，对技术人员的经验学识、专业技能、责任感、工作热情等方面设定了考核考评指标，并根据该指标的实现程度经考核考评后给予奖励。

（3）薪酬及奖励制度

为保证技术的不断创新和完善，公司建立了技术人员薪酬及奖励制度。通过提高专业技术人才收入待遇、给予补贴、增加培训机会等有效措施，公司充分调动专业人才的研发积极性。为保障制度的落实，公司制定了《项目管理奖励办法》等相关规定和标准，规定了奖励测算依据。

八、境外经营情况

报告期内，公司的主要经营场所及资产均位于境内。截至本招股说明书签署日，公司共拥有 6 家境外子公司，分别为元祐宠物、欧哈那、宠物直销、欧塞艾、日宠联盟和柬埔寨天元。上述境外子公司的详细情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、公司控股公司及参股公司情况”之“（一）控股公司”。

第七节 公司治理与独立性

一、公司治理制度的执行情况

（一）报告期内公司治理方面存在的缺陷及改进情况

公司自整体变更为股份公司以来，已经根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，建立健全了由股东大会、董事会、独立董事、监事会和高级管理层组成的治理结构。公司建立了符合上市公司治理规范性要求的《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作细则》、《董事会战略委员会工作制度》、《董事会提名委员会工作制度》、《董事会薪酬与考核委员会工作制度》、《董事会审计委员会工作制度》等制度，并建立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会下属委员会。

报告期内，公司治理不存在重大缺陷。

（二）公司股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开 **23 次**股东大会会议、**34 次**董事会会议、**20 次**监事会会议，均为全体股东、董事或监事出席，召开程序及决议内容合法有效，不存在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。

（三）独立董事履职情况

公司按照中国证监会《关于在上市公司设立独立董事制度的指导意见》等规定，设置了独立董事。公司 2017 年第一次临时股东大会决议批准了《独立董事工作细则》并选举了 3 名董事会独立董事。

本公司独立董事积极参加公司股东大会会议，听取现场股东提出的意见和建议；准时出席公司自设立以来召开的历次董事会会议，认真审议董事会提出的各项议案，参与讨论决策公司有关重大事项；以其具备的专业知识和经验，就公司规范运作和有关经营工作提出意见；对关联交易进行审核，发表独立意见。各位独立董事根据自身的专长，亦分别担任董事会下设的审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及战略委员会委

员，参与董事会下属专业委员会的工作。

独立董事在专业委员会及董事会会议前审阅相关材料，会议期间认真审议各项议案，对议案中的具体内容提出相应质询，按照本人独立意愿对相关议案进行表决，对表决结果和会议记录核对后签名。

截至本招股说明书签署日，独立董事未对发行人有关事项提出异议。

（四）董事会秘书制度的运行情况

公司董事会设董事会秘书 1 名。董事会秘书是公司高级管理人员，承担法律、法规及《公司章程》对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。董事会秘书对公司和董事会负责。

本公司董事会秘书自聘任以来，按照《公司法》、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》有关规定开展工作，列席了公司历次董事会会议、股东大会会议，并亲自记录或安排其他人员记录会议记录；历次董事会会议、股东大会会议召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（五）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

董事会设立审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了《董事会战略委员会工作制度》、《董事会提名委员会工作制度》、《董事会薪酬与考核委员会工作制度》和《董事会审计委员会工作制度》。

各专门委员会成员为单数且不少于 3 名。审计委员会、薪酬和考核委员会与提名委员会成员中应当有半数以上的独立董事，并由独立董事担任召集人；审计委员会的召集人应为会计专业人士。

董事会专门委员会为董事会的专门工作机构，专门委员会对董事会负责。

1、审计委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会审计委员会，并制定了《董事会审计委员会工作制度》。

审计委员会主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作；对公司内控制度的健全和完善提出意见和建议。

（1）审计委员会的人员构成

公司目前的审计委员会由 3 人组成，分别为黄简、马卓檀和江灵兵，其中黄简、马卓檀为公司独立董事。黄简为会计专业人士并担任审计委员会会议召集人。

（2）审计委员会的运行情况

公司审计委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会审计委员会工作制度》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，审计委员会共召开了 **13 次**会议，审核了公司报告期内的财务报告、内部控制自我评估报告、重大关联交易等内容。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

公司审计委员会的设立，为强化董事会决策功能，确保董事会对经理层的有效监督，完善公司治理结构起到了积极作用。

2、提名委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会提名委员会，并制定了《董事会提名委员会工作制度》。提名委员会主要负责对公司董事和高级管理人员的人选、选择标准和程序提出建议。

（1）提名委员会的人员构成

公司目前的提名委员会由 3 人组成，分别为马卓檀、靳朝和薛元潮，其中马卓檀、靳朝为公司独立董事。马卓檀担任提名委员会会议召集人。

（2）提名委员会的运行情况

公司提名委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会提名委员会工作制度》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，提名委员会共召开了 6 次会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

3、薪酬与考核委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会薪酬与考核委员会，并制定了《董事会薪酬与考核委员会工作制度》。薪酬与考核委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案。

（1）薪酬与考核委员会的人员构成

公司目前的薪酬与考核委员会由 3 人组成，分别为靳朝、黄简和薛元潮，其中靳朝、黄简为公司独立董事。靳朝担任薪酬与考核委员会会议召集人。

（2）薪酬与考核委员会的运行情况

公司薪酬与考核委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作制度》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，薪酬与考核委员会共召开了 **3 次**会议，该次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

4、战略委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》及其他有关规定，公司设立战略委员会，并制定了《董事会战略委员会工作制度》。战略委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责对公司的长期发展战略、重大投资决策等进行研究与建议。

（1）战略委员会的人员构成

公司目前的战略委员会由 3 人组成，分别为薛元潮、江灵兵和靳朝，其中靳朝为公司独立董事。薛元潮担任战略委员会会议召集人。

（2）战略委员会的运行情况

公司战略委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会战略委员会工作制度》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，战略委员会共召开了 **6 次**会议，该次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

自公司聘任各专门委员会委员以来，各专门委员会委员依照《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定勤勉尽责地履行职权，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

二、公司内部控制的评估

（一）公司管理层的自我评价

公司管理层对包括内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等要素在内所有方面的内部控制进行了自我评估，未发现公司存在内部控制设计或执行方面的重大缺陷。公司管理层认为，根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司内部控制于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师的鉴证意见

天健会计师就公司内部控制出具的《关于杭州天元宠物用品股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2021]1079 号）认为：天元宠物按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

三、公司自报告期初以来的违法违规情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司不存在重大违法违规行为。

四、公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用及担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，亦不存在为实际控制人、控股股东及其控制的其他企业进行担保的情况。

五、公司独立性情况

自设立以来，公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，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，公司具有独立、完整的资产、业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整

公司由天元有限整体变更设立。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、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

（二）人员独立

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不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

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，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

公司主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近二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，最近二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。

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人薛元潮控制的其他企业共 2 家，分别为同旺投资、杭州乐旺；实际控制人薛雅利无控制的其他企业。杭州乐旺、同旺投资均为公司股东，详细情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（二）公司其他主要股东情况”相关内容。

除上述情况外，公司控股股东、实际控制人未控制其他企业，不存在与公司从事相同或相似业务的情况，不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人薛元潮、薛雅利承诺：

本人及本人单独或共同控制的其他企业或经济组织不会在中国境内外直接或间接地以下列形式或其他任何形式从事与天元宠物及其子公司主营业务或者主要产品相竞争或构成竞争威胁的业务活动，包括但不限于：

（1）从事宠物产品等公司主营业务相关的设计、研发和销售；

（2）投资、收购、兼并或以托管、承包、租赁等方式从事宠物产品等公司主营业务相关及其上、下游业务；

（3）向与天元宠物存在竞争关系的企业或经济组织在资金、业务及技术等方面提供任何形式的支持或帮助。

若天元宠物将来开拓新的业务领域，天元宠物享有优先权，本人以及本人单独或共同控制的其他企业或经济组织（不含天元宠物）将不再发展同类业务。

如本承诺被证明是不真实的或未被遵守，本人则向天元宠物赔偿一切直接和间接损失，同时本人因违反上述声明及承诺所取得的利益归天元宠物所有。

若本人违反上述承诺，则将在违反上述承诺之日起 5 个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

自本承诺函出具之日起，本函及本函项下的声明和承诺即为不可撤销。

七、关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规及规范性文件的有关规定，公司的关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份的股东如下：

序号	名称	关联关系
1	薛元潮	薛元潮直接持有公司 32.37%的股份，通过杭州乐旺控制公司 10.29%的股份，通过同旺投资控制公司 14.88%的股份，为公司控股股东、实际控制人
2	薛雅利	薛雅利直接持有公司 7.44%的股份，系薛元潮胞妹，为公司实际控制人
3	江灵兵	江灵兵直接持有公司 15.57%的股份，现任公司董事、总经理
4	同旺投资	同旺投资直接持有公司 14.88%的股份
5	杭州乐旺	杭州乐旺直接持有公司 10.29%的股份
6	联创永溢	联创永溢直接持有公司 5.56%的股份

2、公司控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业

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控制的其他企业如下：

序号	名称	关联关系
1	同旺投资	薛元潮直接持有同旺投资 40.98%的股份，任执行董事兼总经理
2	杭州乐旺	薛元潮直接持有杭州乐旺 94.57%的股份，任执行董事兼总经理

3、公司控股子公司和参股公司

公司控股子公司和参股公司具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、公司控股公司及参股公司情况”的相关内容。

4、关联自然人

除薛元潮、江灵兵、薛雅利外，公司的关联自然人还包括实际控制人关系密切的家庭成员、公司董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员。有关公司董事、监事、高级管理人员的具体信息，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”的相关内容。

5、公司董事、监事和高级管理人员控制或担任董事、高级管理人员的其他企业

除实际控制人控制的同旺投资、杭州乐旺以外，公司董事、监事和高级管理人员控制或担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	名称	关联关系	主营业务
1	京山大齐实业有限公司	发行人董事、总经理江灵兵持股 100%	无实际经营业务
2	温岭市容大环保设备有限公司	发行人董事、总经理江灵兵控制的公司	无实际经营业务

6、其他主要关联方

截至本招股说明书签署日，公司其他主要关联方如下：

序号	名称	关联关系	经营范围
1	桐乡元旺	薛元潮控制的杭州乐旺持股 45.16%	工艺品、针纺织品及其原辅料（除棉花的收购）、鞋帽、皮革制品的销售；服装、服饰制品的生产、销售；工业厂房出租。
2	内江市市中区隆携小额贷款股份有限公司	报告期内江灵兵曾持股 10%并担任董事；2019 年 12 月后由江灵兵配偶王欢君持股 10%并担任董事	发放贷款（不含委托贷款）及相关咨询活动。
3	杭州与时和投资有限公司	江灵兵之父江彩冬持股 70%并任执行董事兼总经理；江灵兵胞弟江灵祥持股 30%并任监事	实业投资；服务：投资咨询（除证券、期货），投资管理（除证券、期货），企业管理咨询，市场营销策划，市场经济调查，文化活动组织策划（除演出中介），承办会展；批发、零售：服装，服饰，针纺织品，五金工具，建筑材料；其他无需报经审批的一切合法项目。
4	温岭市恒其德环保设备有限公司	江灵兵胞弟江灵祥持股 55%并任执行董事兼经理；江灵兵弟媳朱肖红持股 45%并任监事	环境保护专用设备、矿山机械、农业机械、通用设备、金属制品、电子产品、办公用品、文化用品、工艺品、其他日用杂品、服装批发、零售。
5	温岭市鹤丰服装有限公司	江灵兵胞弟江灵祥持股 50%并任监事	服装制造，销售。
6	杭州格林森园艺科技有限公司	江灵兵胞弟江灵祥持股 90%并任执行董事兼总经理；江灵兵弟媳朱肖红持股 10%并任监事	园艺产品的技术开发；果树种植、销售；水产养殖、销售；园林绿化工程设计、施工；绿化养护；初级食用农产品(除食品、药品)、农业设备及材料销售；观光农业；农业技术咨询服务；非医疗性健康咨询；成人非证书技能培训；销售：环保设备、矿山机械、文化用品。（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）
7	温岭市金鹿投资咨询服务有限公司	江灵兵胞弟江灵祥持股 70%并任监事；江灵兵弟媳朱肖红持股 30%并任执行	投资咨询服务。

序号	名称	关联关系	经营范围
		董事兼经理	
8	京山华中优质种草基地发展有限公司	江灵兵胞弟江灵祥任董事	农艺（草坪）种植、销售；花卉、苗木（不含种子）种植、销售；园艺技术研究、开发、咨询；园林器械、肥料生产、销售；园林绿化工程施工（凭资质证经营）；旅游观光服务；各类体育运动项目的开发、经营；体育产品的研发、生产、销售；会所经营与管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
9	杭州森森丝绸有限公司	江灵兵配偶之父王夏福持股 60%并任执行董事兼经理；江灵兵配偶王欢君持股 40%并任监事	批发、零售：丝绸，服装，针纺织品，化纤织品，服装辅料，鞋，皮革制品，环保设备，机械设备，文化用品；服务：教育信息咨询（除出国留学中介及咨询），成年人的非文化教育培训、成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批的项目除外），非医疗性健康咨询，文化创意策划，组织文化艺术交流活动（除演出及演出中介），公关活动策划，市场营销策划。（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）
10	杭州畅盈投资咨询有限公司	江灵兵配偶王欢君持股 33%并任监事	服务：投资咨询（除证券、期货），投资管理咨询（除证券、期货），经济信息咨询（除商品中介），商务信息咨询（除中介），企业管理咨询，财务信息咨询，承办会展。
11	温岭市松门富源海上油品经营部	江灵兵配偶之父王夏福持股 100%	柴油零售；燃料油、润滑油（以上两项均不含危险化学品及易制毒化学品）销售。
12	杭州枭禾会展有限公司	虞晓春配偶余渊平持股 50%；虞晓春配偶之父余忠凡持股 50%并任执行董事兼总经理	服务：承办会展，展览展示设计，室内装饰，设计、制作国内广告，图文设计、制作，家居设计，工艺品设计，文化艺术活动策划，企业营销策划，工艺美术品的技术开发；批发、零售：展柜，家具，工艺美术品，建材。
13	诸暨市梦丝服装店	虞晓春配偶之母余月朵为经营者	零售：服装
14	杭州余杭区径山镇圣威廉汽车维修厂	张中平之弟张中华为经营者	机动车维修（上述经营范围中涉及前置审批项目的，在批准的有效期内方可经营）；洗车服务。
15	杭州余杭区径山镇八老头汽车快修店	张中平之弟张中华为经营者	服务：汽车快修。（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）

杭州乐旺与新艺工艺品厂共同投资桐乡元旺，桐乡元旺仅持有土地厂房资产，除厂房出租外，桐乡元旺未实际从事其他经营业务。依据《企业会计准则 36 号——关联方认定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等规定，新艺工艺品厂作为公司实际控制人控制企业杭州乐旺所投资的企业桐乡元旺之其他股东，不属于公司的关联方。因此，

公司与新艺工艺品厂之间的交易不应认定为关联交易。

截至本招股说明书签署日，桐乡元旺不存在与公司从事相同或相似业务的情况，与公司不存在同业竞争。

（二）报告期内关联方的变化情况

报告期内，公司因注销、转让或不再任职等由关联方变为非关联方的具体情况如下：

序号	名称	原关联关系	相关资产及人员的去向情况
1	宠邦智能	报告期内公司曾持股 10%，薛元潮并曾任董事；2019 年 8 月后薛元潮不再担任董事，2019 年 11 月公司将所持全部股权转让给宠邦智能其他股东	公司退出持股后，该公司继续经营。
2	杭州爱旺电子商务有限公司	报告期内薛元潮曾持股 80%，已于 2017 年 9 月 29 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
3	杭州利旺宠物用品有限公司	报告期内薛元潮曾持股 73%，已于 2017 年 5 月 27 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
4	杭州宠邦网络科技有限公司	报告期内杭州利旺宠物用品有限公司曾持股 60%，已于 2017 年 6 月 2 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
5	世宠（上海）实业有限公司	报告期内薛元潮曾持股 60%，2017 年 2 月薛元潮将所持全部股权转让给该公司其他股东	薛元潮退出持股后，该公司继续经营。
6	日本第一宠物株式会社	薛元潮曾持股 60%，2016 年 12 月薛元潮将所持全部股权转让给第三方	薛元潮退出持股后，该公司继续经营。
7	四川九合生物工程股份有限公司	报告期内薛元潮与江灵兵曾分别对该公司持股 29.10%和 29.10%，已于 2018 年 2 月 7 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
8	杭州亨利贞投资有限公司	报告期内江灵兵曾任董事,已于 2020 年 10 月 26 日注销	注销时无实际经营业务及人员,相关资产已变卖清算
9	江苏郎润投资管理有限公司	报告期内江灵兵曾持股 10%并任董事，2017 年 3 月起不再持股并不再担任董事	该公司继续经营。
10	京山岭尚山河酒店有限公司	报告期内江灵兵曾任董事，2019 年 10 月后不再担任	该公司继续经营。
11	杭州恒其德资产管理有限公司	报告期江灵兵内曾任执行董事，2019 年 10 月后不再担任	该公司继续经营。
12	山西忻州农村商业银行股份有限公司	报告期内江灵兵曾任董事，2019 年 6 月后不再担任	该公司继续经营。
13	杭州恒其德	报告期内江灵兵曾持股 40%并任监事，江灵兵配偶王欢君曾持股 60%并任执行董事兼总经理；已于 2018 年 2 月 5 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
14	杭州庄弘投资咨询服务有限公司	报告期内薛元潮、江灵兵曾共同控制的企业，已于 2017 年 8 月 2 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。

序号	名称	原关联关系	相关资产及人员的去向情况
15	杭州茂福祥投资咨询服务有限公司	报告期内薛元潮、江灵兵曾共同控制的企业，已于 2017 年 9 月 26 日注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
16	台州市引动科技有限公司	报告期内江灵兵曾持股 30%并任监事，2019 年 12 月已退出持股并不再担任监事	该公司继续经营。
17	杭州庄弘贸易有限公司	江灵兵曾控制的公司，2018 年 3 月已注销	注销时无实际经营业务及人员，相关资产已变卖清算。
18	孙晓鸣	报告期内曾担任公司董事，2019 年 6 月辞任	-
19	江婧	**报告期前 12 个月内**曾担任公司监事，2017 年 11 月辞任	-

除上述关联方外，公司历史关联方还包括上述关联自然人及其近亲属控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的企业。

上述关联方中，公司与宠邦智能曾于 2017 年和 2018 年发生关联交易，关联交易具体情况参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易”之“（三）关联交易情况”之“1、经常性关联交易”相关内容。2019 年及公司退出持股后，公司与宠邦智能未再发生交易。

（三）关联交易情况

公司报告期内各项关联交易的具体情况如下：

1、经常性关联交易

（1）采购商品和接受劳务的关联交易

2018 年、2019 年和 **2020 年**，公司向关联方采购具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	关联内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宁波胜力	外协生产产品	**67.28**	189.01	144.76
宠邦智能	研发服务	**-**	-	3.86
合计	-	**67.28**	**189.01**	**148.62**
占营业成本比例	-	**0.06%**	**0.25%**	**0.23%**

公司向宁波胜力采购的产品主要为塑料制玩具、宠物刷等塑料制宠物用品。此类塑料制产品需要开发模具，而模具开发耗时较长，开模费用较高，产品生产量达到一定规模时，才具备成本竞争优势，但是塑料制用品有单笔订单量小的特点，公司自主生产不

具备经济效益。宁波胜力具备自行开发宠物产品模具的能力，能够生产满足公司要求的产品，公司由此向其采购部分塑料制宠物用品。

出于经济效益考虑，公司未建立同类塑料制品生产能力，但已有多家相近类型产品的合作供应商，不存在对宁波胜力的采购依赖。公司对宁波胜力的关联采购金额较小，占公司营业成本比例较低，不会对公司持续经营产生重大依赖或影响。

报告期内,公司向宁波胜力所采购产品价格系根据市场化定价原则，通过多家供应商询价结果所选定，具有公允性。

报告期内，宁波胜力存在与公司客户、供应商重合的情况，具体金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宁波胜力向公司重叠客户的销售金额	-	5.55	16.35
宁波胜力向公司重叠供应商采购金额	15.98	6.46	13.26

宁波胜力与公司的重叠客户主要系宁波万鲸进出口有限公司、宁波派迪进出口有限公司等境内贸易公司，宁波胜力向该等客户销售其他塑料制宠物用品，**2020 年度宁波胜力与公司之间不存在重叠客户的情况**。宁波胜力与公司的重叠供应商主要为温岭市博昊塑业有限公司、余姚市临山成丰吸塑厂、**杭州好旺龙包装印刷有限公司、宁波精顺宠物用品工贸有限公司**,所采购商品主要为毛刷配件、塑料制**和纸质**包装材料、**宠物碗等**。

上述与公司重叠的客户、供应商均为宁波胜力自主寻找的商业合作伙伴，交易金额较小，不存在代公司承担成本费用的情形。

公司对外协供应商的采购货款较多采用定期结算方式,在单批订单金额较大等情形下，供应商向公司申请并经审批后，公司会向其预付一定比例的货款，后续尾款采取月结方式。

报告期各期末,公司对宁波胜力的预付款余额分别为29.95万元、20.48万元及**22.51万元。**公司对宁波胜力存在预付货款系公司对外协供应商常规的结算方式之一，不存在异常，与其他供应商亦不存在明显差异。

公司于 2014 年开始筹备宠物喂食器等智能产品项目的开发工作，由于公司当时的软件系统及电子元器件研发能力正在培育过程中，为加快产品开发进度，遂决定寻求外部合作。2015 年 3 月，公司就智能宠物用品开发等事宜与宠邦智能商谈合作；在公司

管理层对宠邦智能进行考察分析后，最终确定向宠邦智能采购研发服务。公司“智能宠物喂食器”研发项目即为同宠邦智能的合作项目，目前该项目已经完成。

此后，公司在智能产品开发方面逐步建立了自有研发能力，合作项目完成后，2019年以后公司未再向宠邦智能采购其他研发服务。

公司系通过多家询价、比价方式确定宁波胜力为相关外协产品的供应商，并确定最终采购价格，相关交易价格系通过市场化方式确定，具有公允性。公司向宠邦智能采购的研发服务是基于具体产品开发项目需求所确定，交易价格具有公允性。

（2）出售商品和提供劳务的关联交易

报告期内，公司不存在向关联方出售商品和提供劳务的情况。

（3）董事、监事和高级管理人员薪酬

2018 年度、2019 年度和 **2020 年度**，公司分别向全体董事、监事、高级管理人员支付报酬 290.08 万元、390.39 万元和 **440.89 万元**。随着公司经营规模的扩大，**报告期内**公司董事、监事、高级管理人员薪酬水平有所提升。

2、偶发性关联交易

报告期内，公司不存在偶发性关联交易。

3、报告期内关联交易简要汇总表

报告期内，发行人关联交易简要汇总表如下：

关联方类别	关联方	关联交易内容	是否持续
经常性关联交易	宁波胜力	宁波胜力向公司提供外协生产产品	是
	宠邦智能	宠邦智能向公司提供研发服务和小额原材料	否
	公司董事、监事和高级管理人员	公司向其支付薪酬	是

（四）关联方应收应付款项

1、公司应收关联方款项余额

单位：万元

科目名称	关联方名称	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预付款项	宁波胜力	22.51	-	20.48	-	29.95	-

2、公司应付关联方款项余额

单位：万元

科目名称	关联方名称	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应付账款	宁波胜力	**4.48**	8.49	7.96

（五）关联交易的决策程序

1、关联交易履行的程序

公司整体变更设立为股份公司后，已在《公司章程》中对关联交易决策权限与程序作出规定，就关联股东或关联董事在关联交易表决中的回避制度作出了规定。同时，《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》等公司治理文件中已明确了关联交易决策的具体程序。

报告期内，公司与关联方发生的关联交易均履行了相关决策程序。

2、独立董事意见

2021 年 3 月 16 日，独立董事就公司报告期内的关联交易事项发表如下意见：

“2018 年-2020 年期间，公司与关联方之间所发生的关联交易事项，遵循了公开、公平、公正的原则，交易价格公允。公司各项关联交易对公司独立性没有影响，没有损害公司及公司非关联股东的利益。本人未发现公司控股股东或实际控制人通过关联交易转移利益的情况，公司不存在损害中小股东利益的行为，本人对上述交易事项无异议。”

3、规范和减少关联交易的措施

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。《公司章程》及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易决策制度》等对关联交易的决策权限和程序，以及关联股东和关联董事在股东大会及董事会的回避和表决程序均作出了详细的规定，公司将严格遵照执行。

对不可避免的关联交易，公司将严格执行《公司章程》和《关联交易决策制度》中规定的回避制度、决策权限、决策程序、信息披露制度，并在实际工作中充分发挥独立董事的作用，以确保关联交易的公开、公允、合理，避免关联交易损害公司及股东利益。

4、减少和避免关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人薛元潮和实际控制人薛雅利承诺：

“本人将利用实际控制人地位尽量避免天元宠物与关联方之间发生关联交易；对于不可避免的关联业务往来或交易，本人将督促天元宠物在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则与关联方进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

本人将利用实际控制人地位督促所有关联股东、关联董事严格遵守法律、法规、规范性文件、天元宠物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天元宠物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。

本人保证不会利用关联交易转移公司利润，不会通过影响天元宠物的经营决策来损害公司及其他股东的合法权益。同时，作为发行人控股股东、实际控制人、董事长/实际控制人、董事、副总经理，本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了本公司最近三年及一期经审计的财务状况、经营成果。本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自天健会计师审计的会计报表。天健会计师对本公司 2018 年度、2019 年度和 2020 年度的财务报告出具了标准无保留意见的“天健审[2021]1078 号”审计报告。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果及其会计政策进行更详细的了解，请查阅公司最近三年及一期审计报告的相关内容。

一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析

（一）产品特点的影响因素

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，产品包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子智能宠物用品以及宠物食品等多系列、全品类宠物产品。

报告期内，影响公司销售收入的内在因素是公司在客户渠道、产品开发、品质管控及供应链管理等方面积累的竞争优势。影响公司销售收入的外在因素是美国、欧洲、大洋洲、日本等发达国家和地区宠物行业的稳定持续发展及国内宠物行业的快速发展趋势。

报告期内，公司自产产品的成本主要由原材料成本、人工费用、制造费用及海运、装卸费等组成，其中原材料成本占公司自产产品成本的比重分别为 65.12%、65.05%和 60.19%；公司外协产品的成本主要由产品成本组成，产品成本即公司的产品采购价格，该等价格系公司与外协供应商根据相关产品的原材料成本、人工费用等制造成本议定。因此原材料价格是影响公司成本的主要因素。公司各类产品的主要原材料涉及面料、剑麻、板材、PP 棉、海绵、纸管、橡胶、电子元器件等，相关原材料的市场价格波动将对公司成本产生较大影响。

（二）业务模式的影响因素

在销售模式方面，公司以境外销售为主，客户主要为国际大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等。在生产模式方面，主要采用“以销定产”的生产组织方式，以自主生产和外协生产相结合的方式开展生产；在采购模式上，公司根据“以产定采”为主的方式进行原辅材料采购。

影响公司业务模式的关键因素主要系国际和国内宠物市场的环境、主要原材料的价格和供应波动、终端销售市场需求等。

（三）行业竞争程度的影响因素

美国、欧洲、大洋洲及日本等地区的宠物行业起步较早，市场发展已相对成熟，相关宠物用品销售渠道以专业宠物用品专营店、连锁超市、综合卖场、家具连锁卖场等线下门店渠道以及线上购物网站渠道为主，该类企业由于销售渠道优势占据了大部分市场份额。公司从成立之初即以境外销售为主，主要通过向上述渠道企业供应产品进入全球市场。

随着国内宠物市场的兴起，公司也逐步开始培育与拓展国内市场，并结合国内市场电商发达的特点着重发展线上销售业务。报告期内，公司境内销售收入逐年有所增长。

（四）外部市场环境的影响因素

宠物用品行业在国内属于发展较快的新兴产业，无特殊的法律规定，但国家对出口产品和轻工业发展出台了一系列规范政策，该等政策为公司经营发展提供了有力的支持，对公司的经营发展具有积极影响。

关于公司盈利能力和财务状况的详细分析见本节“九、经营成果分析”和“十、资产质量分析”。

二、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产：			
货币资金	**158,076,529.49**	167,773,005.23	118,066,977.89
交易性金融资产	**10,961,618.76**	62,009.79	-
应收账款	**204,015,436.94**	162,415,169.68	118,368,927.32
预付款项	**34,430,423.87**	18,266,890.65	9,466,256.34
其他应收款	**11,035,948.95**	17,604,826.50	8,128,368.15
存货	**162,524,786.29**	67,526,783.74	54,534,449.05

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
其他流动资产	**29,436,325.82**	18,993,708.44	15,891,811.32
流动资产合计	**610,481,070.12**	**452,642,394.03**	**324,456,790.07**
非流动资产：			
可供出售金融资产		-	-
长期股权投资	**487,645.08**	486,271.03	483,987.91
固定资产	**350,182,906.81**	73,789,862.85	74,645,593.71
在建工程	**5,057,479.82**	185,639,237.85	110,494,923.55
无形资产	**43,501,988.66**	44,451,529.66	42,061,213.48
长期待摊费用	**7,202,412.40**	655,251.58	-
递延所得税资产	**5,662,148.13**	5,299,145.63	3,900,932.66
其他非流动资产	**65,716,145.58**	5,388,257.50	4,991,580.00
非流动资产合计	**477,810,726.48**	**315,709,556.10**	**236,578,231.31**
资产总计	**1,088,291,796.60**	**768,351,950.13**	**561,035,021.38**

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动负债：			
短期借款	**88,563,922.22**	31,029,733.33	-
交易性金融负债	**5,781.06**	4,100,889.50	-
应付票据	**-**	2,450,000.00	5,370,000.00
应付账款	**180,341,012.82**	108,290,579.15	61,036,040.40
预收款项	**-**	8,269,695.85	7,322,481.97
合同负债	**12,834,772.09**	-	-
应付职工薪酬	**20,815,780.99**	15,484,138.58	11,429,932.60
应交税费	**15,537,527.71**	16,384,856.30	10,624,261.46
其他应付款	**1,084,167.76**	2,446,791.06	1,975,611.46
一年内到期的非流动负债	**-**	10,015,666.67	-
其他流动负债	**7,271,632.96**	1,710,446.53	2,029,285.93
流动负债合计	**326,454,597.61**	**200,182,796.97**	**99,787,613.82**
非流动负债：			
长期借款	**98,146,727.78**	**-**	**-**
递延所得税负债	**2,740,404.69**	15,502.45	-

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
非流动负债合计	**100,887,132.47**	15,502.45	-
负债合计	**427,341,730.08**	**200,198,299.42**	**99,787,613.82**
股东权益：			
股本	**67,500,000.00**	67,500,000.00	64,800,000.00
资本公积	**217,899,969.03**	217,557,046.11	179,797,078.57
其他综合收益	**-356,853.90**	-24,532.09	6,507.57
盈余公积	**24,836,910.24**	19,499,859.22	14,035,922.59
未分配利润	**351,463,636.91**	262,983,187.35	200,703,151.60
归属于母公司所有者权益合计	**661,343,662.28**	567,515,560.59	459,342,660.33
少数股东权益	**-393,595.76**	638,090.12	1,904,747.23
所有者权益合计	**660,950,066.52**	**568,153,650.71**	**461,247,407.56**
负债和所有者权益总计	**1,088,291,796.60**	**768,351,950.13**	**561,035,021.38**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**1,450,388,149.86**	**1,048,740,698.15**	**886,705,327.24**
减：营业成本	**1,095,086,490.11**	765,055,580.94	648,094,884.67
税金及附加	**5,887,490.55**	6,982,292.11	5,852,318.75
销售费用	**137,169,141.84**	104,697,280.87	86,590,384.29
管理费用	**44,202,334.84**	39,220,807.31	32,194,454.38
研发费用	**15,863,185.71**	14,834,724.22	10,083,639.72
财务费用	**28,692,425.65**	1,371,711.21	-8,927,553.85
其中：利息费用	**1,560,362.77**	775,044.19	52,804.17
利息收入	**195,177.62**	596,312.84	462,088.87
加：其他收益	**4,558,224.26**	6,043,059.81	3,017,232.00
投资收益（损失以“-”号填列）	**-751,469.18**	-2,851,540.02	792,981.27
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	**1,374.05**	2,283.12	10,112.77
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**14,994,717.41**	-4,038,879.71	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**-2,015,076.77**	-3,557,325.02	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**-3,848,008.77**	-2,100,115.62	-3,271,019.43
资产处置收益（损失以“-”号填列）	**88,555.00**	3,500.00	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**136,514,023.11**	**110,077,000.93**	**113,356,393.12**
加：营业外收入	**41,190.73**	3,300.43	1,430,697.53
减：营业外支出	**31,219.65**	32,776.32	20,000.00
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**136,523,994.19**	**110,047,525.04**	**114,767,090.65**
减：所得税费用	**22,798,517.64**	24,267,420.61	26,351,931.13
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**113,725,476.55**	**85,780,104.43**	**88,415,159.52**
（一）按经营持续性分类：			
1、持续经营净利润	**113,725,476.55**	85,780,104.43	88,415,159.52
2、终止经营净利润	**-**	-	--
（二）按所有权归属分类：			
1、归属于母公司所有者的净利润	**114,067,500.58**	87,183,972.38	87,479,341.33
2、少数股东损益	**-342,024.03**	-1,403,867.95	935,818.19
五、其他综合收益的税后净额	**-326,380.74**	**-18,481.77**	**117,998.23**
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	**-332,321.81**	-31,039.66	75,427.46
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	**5,941.07**	12,557.89	42,570.77
六、综合收益总额	**113,399,095.81**	**85,761,622.66**	**88,533,157.75**
归属于母公司股东的综合收益总额	**113,735,178.77**	87,152,932.72	87,554,768.79
归属于少数股东的综合收益总额	**-336,082.96**	-1,391,310.06	978,388.96
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	**1.69**	1.33	1.35
（二）稀释每股收益	**1.69**	1.33	1.35

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 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	**1,434,099,531.05**	1,006,604,395.95	868,087,285.69
收到的税费返还	**108,833,508.96**	79,758,477.69	79,174,594.61
收到其他与经营活动有关的现金	**7,260,452.84**	8,660,473.70	9,275,848.98
经营活动现金流入小计	**1,550,193,492.85**	**1,095,023,347.34**	**956,537,729.28**
购买商品、接受劳务支付的现金	**1,227,279,859.41**	806,762,918.90	697,983,724.81
支付给职工以及为职工支付的现金	**114,776,646.54**	86,590,069.01	68,072,890.24

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
支付的各项税费	**39,226,268.42**	35,280,700.71	39,823,203.20
支付其他与经营活动有关的现金	**118,570,816.91**	100,188,519.74	91,224,310.78
经营活动现金流出小计	**1,499,853,591.28**	**1,028,822,208.36**	**897,104,129.03**
经营活动产生的现金流量净额	**50,339,901.57**	**66,201,138.98**	**59,433,600.25**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	**351,804,456.77**	571,110,576.86	269,462,068.50
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**108,000.00**	22,397.74	18,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	**12,945,943.82**	1,384,285.00	2,160,000.00
投资活动现金流入小计	**364,858,400.59**	**572,517,259.60**	**271,640,068.50**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**171,958,322.14**	74,996,518.06	89,573,551.59
投资支付的现金	**352,557,300.00**	574,164,955.48	268,900,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	**2,392,492.55**	12,781,468.16	-
投资活动现金流出小计	**526,908,114.69**	**661,942,941.70**	**358,473,551.59**
投资活动产生的现金流量净额	**-162,049,714.10**	**-89,425,682.10**	**-86,833,483.09**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	**-**	41,300,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	**-**	800,000.00	-
取得借款收到的现金	**205,456,503.53**	94,000,000.00	10,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	**-**	700,000.00	-
筹资活动现金流入小计	**205,456,503.53**	**136,000,000.00**	**10,000,000.00**
偿还债务支付的现金	**61,000,000.00**	53,000,000.00	10,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**23,923,557.37**	20,940,914.39	52,804.17
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	**210,000.00**	**-**	**-**
支付其他与筹资活动有关的现金	**795,454.00**	763,000.00	-
筹资活动现金流出小计	**85,719,011.37**	**74,703,914.39**	**10,052,804.17**
筹资活动产生的现金流量净额	**119,737,492.16**	**61,296,085.61**	**-52,804.17**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-10,953,185.56**	**1,680,369.87**	**3,907,726.76**
五、现金及现金等价物净增加额	**-2,925,505.93**	**39,751,912.36**	**-23,544,960.25**
加：期初现金及现金等价物余额	**155,235,322.07**	**115,483,409.71**	**139,028,369.96**
六、期末现金及现金等价物余额	**152,309,816.14**	**155,235,322.07**	**115,483,409.71**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产：			
货币资金	**65,215,176.16**	118,576,737.11	90,176,184.92
交易性金融资产	**10,961,618.76**	62,009.79	-
应收账款	**181,170,451.10**	143,050,571.49	99,619,897.41
预付款项	**3,624,842.60**	3,984,994.84	5,076,132.87
其他应收款	**139,267,511.47**	143,578,568.70	104,121,710.33
存货	**24,286,270.14**	17,145,848.11	19,105,750.39
其他流动资产	**2,424,605.93**	924,271.91	916,180.53
流动资产合计	**426,950,476.16**	**427,323,001.95**	**319,015,856.45**
非流动资产：			
可供出售金融资产	**-**	-	-
长期股权投资	**164,466,146.85**	104,681,861.55	63,749,378.43
固定资产	**51,885,752.50**	51,688,079.27	54,762,472.21
在建工程	**-**	-	-
无形资产	**9,860,010.83**	10,296,199.03	7,165,392.41
长期待摊费用	**3,278,277.41**	371,383.65	-
递延所得税资产	**4,178,432.20**	4,498,368.51	2,816,131.12
其他非流动资产	**62,205,150.00**	527,557.50	304,070.00
非流动资产合计	**295,873,769.79**	**172,063,449.51**	**128,797,444.17**
资产总计	**722,824,245.95**	**599,386,451.46**	**447,813,300.62**

母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动负债：			
短期借款	**54,521,923.61**	20,012,500.00	-
交易性金融负债	**5,781.06**	4,100,889.50	-
应付票据	**-**	-	700,000.00
应付账款	**144,814,339.13**	91,835,108.23	45,069,194.03
预收款项	**-**	7,237,999.71	5,757,041.13

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
合同负债	**9,221,874.92**	-	-
应付职工薪酬	**9,203,843.30**	7,743,682.52	6,918,728.56
应交税费	**8,228,969.40**	11,520,362.41	4,813,077.39
其他应付款	**621,628.02**	930,846.70	3,838,208.10
其他流动负债	**5,435,550.85**	1,080,139.18	1,506,996.93
流动负债合计	**232,053,910.29**	**144,461,528.25**	**68,603,246.14**
非流动负债：			
递延所得税负债	**2,740,404.69**	15,502.45	-
非流动负债合计	**2,740,404.69**	15,502.45	-
负债合计	**234,794,314.98**	**144,477,030.70**	**68,603,246.14**
股东权益：			
股本	**67,500,000.00**	67,500,000.00	64,800,000.00
资本公积	**218,672,125.07**	218,672,125.07	180,872,125.07
盈余公积	**24,836,910.24**	19,499,859.22	14,035,922.59
未分配利润	**177,020,895.66**	149,237,436.47	119,502,006.82
所有者权益合计	**488,029,930.97**	**454,909,420.76**	**379,210,054.48**
负债和所有者权益总计	**722,824,245.95**	**599,386,451.46**	**447,813,300.62**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**943,475,548.15**	**846,545,541.39**	**686,133,937.25**
减：营业成本	**743,360,471.55**	650,557,197.41	520,258,329.77
税金及附加	**3,770,328.57**	5,115,475.75	4,113,222.60
销售费用	**78,057,704.17**	73,704,547.46	64,545,903.43
管理费用	**26,802,052.30**	24,622,346.67	20,487,866.47
研发费用	**6,858,583.12**	8,135,296.53	5,014,073.88
财务费用	**23,340,305.80**	-632,525.94	-9,686,229.85
其中：利息费用	**1,064,208.60**	775,044.19	52,804.17
利息收入	**138,884.41**	935,658.82	591,678.30
加：其他收益	**4,057,083.39**	4,113,820.80	2,184,659.96
投资收益（损失以“-”号填列）	**-751,469.18**	241,033.98	768,711.88

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	**1,374.05**	2,283.12	10,112.77
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**14,994,717.41**	-4,038,879.71	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**-6,275,010.59**	-11,028,974.51	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**-2,082,105.37**	-1,495,112.39	-3,797,010.67
资产处置收益（损失以“-”号填列）	**88,555.00**	3,500.00	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**71,317,873.30**	**72,838,591.68**	**80,557,132.12**
加：营业外收入	**39,325.64**	-	1,430,230.21
减：营业外支出	**17,129.69**	8,656.29	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**71,340,069.25**	**72,829,935.39**	**81,987,362.33**
减：所得税费用	**17,969,559.04**	18,190,569.11	20,019,143.15
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**53,370,510.21**	**54,639,366.28**	**61,968,219.18**
其中：按经营持续性分类：			
1、持续经营净利润	**53,370,510.21**	54,639,366.28	61,968,219.18
2、终止经营净利润	**-**	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**-**	-	-
六、综合收益总额	**53,370,510.21**	**54,639,366.28**	**61,968,219.18**

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 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	**895,411,584.62**	802,142,757.70	659,923,051.01
收到的税费返还	**98,885,693.98**	67,999,876.55	64,430,385.56
收到其他与经营活动有关的现金	**228,766,938.96**	125,964,649.12	93,247,865.60
经营活动现金流入小计	**1,223,064,217.56**	**996,107,283.37**	**817,601,302.17**
购买商品、接受劳务支付的现金	**777,661,912.45**	668,873,879.24	562,650,462.50
支付给职工以及为职工支付的现金	**49,707,487.66**	45,915,179.67	37,765,725.59
支付的各项税费	**23,497,772.61**	19,415,917.50	26,552,476.90
支付其他与经营活动有关的现金	**302,545,975.10**	212,794,662.94	210,730,542.55
经营活动现金流出小计	**1,153,413,147.82**	**946,999,639.35**	**837,699,207.54**
经营活动产生的现金流量净额	**69,651,069.74**	**49,107,644.02**	**-20,097,905.37**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	**351,804,456.77**	571,110,576.86	260,937,799.11
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**108,000.00**	7,990.24	18,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	**10,696,198.75**	1,384,285.00	-
投资活动现金流入小计	**362,608,655.52**	**572,502,852.10**	**260,955,799.11**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**68,717,926.38**	4,890,072.93	2,059,636.73
投资支付的现金	**411,889,628.75**	620,612,702.50	260,400,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	**2,392,492.55**	19,653,068.16	6,863,200.00
投资活动现金流出小计	**483,000,047.68**	**645,155,843.59**	**269,322,836.73**
投资活动产生的现金流量净额	**-120,391,392.16**	**-72,652,991.49**	**-8,367,037.62**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	**-**	40,500,000.00	-
取得借款收到的现金	**63,502,097.98**	73,000,000.00	10,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	**-**	400,000.00	
筹资活动现金流入小计	**63,502,097.98**	**113,900,000.00**	**10,000,000.00**
偿还债务支付的现金	**30,000,000.00**	53,000,000.00	10,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**21,304,784.99**	20,202,544.19	52,804.17
支付其他与筹资活动有关的现金	**352,680.00**	463,000.00	-
筹资活动现金流出小计	**51,657,464.99**	**73,665,544.19**	**10,052,804.17**
筹资活动产生的现金流量净额	**11,844,632.99**	**40,234,455.81**	**-52,804.17**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-6,287,851.99**	**1,342,328.87**	**3,774,292.48**
五、现金及现金等价物净增加额	**-45,183,541.42**	**18,031,437.21**	**-24,743,454.68**
加：期初现金及现金等价物余额	**107,179,553.95**	89,148,116.74	113,891,571.42
六、期末现金及现金等价物余额	**61,996,012.53**	**107,179,553.95**	**89,148,116.74**

三、审计意见、关键审计事项及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

（一）审计意见

天健会计师审计了公司财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 **2020 年 12 月 31 日**的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度和 **2020 年度**的

合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注，并出具了**天健审[2021]1078 号**《审计报告》，发表了标准无保留意见的审计意见。

天健会计师认为，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 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、**2020 年 12 月 31 日**的合并及母公司财务状况，以及 2018 年度、2019 年度、**2020 年度**的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是天健会计师根据职业判断，认为对 2018 年度、2019 年度、**2020 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，天健会计师不对这些事项单独发表意见。

1、收入确认

（1）事项描述

相关会计年度：2018年度、2019年度、2020年度

公司的营业收入主要来自于宠物用品销售业务。2020年度，公司营业收入金额为人民币145,038.81万元；2019年度，公司营业收入金额为人民币104,874.07万元；2018年度，公司营业收入金额为人民币88,670.53万元。

由于营业收入是公司关键业绩指标之一，可能存在公司管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标，以至于增加预期的固有风险，因此天健会计师将收入确认作为关键审计事项。

（2）审计应对

天健会计师主要实施了如下程序：

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

2）检查销售合同，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产品实施分析程序，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、物流单据、结算单等；

5）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合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；

6）结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证本期销售额；

7）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；

8）对重要客户进行走访或访谈，了解该等客户向公司采购金额变化的原因和合理性以及核对报告期内公司对该等客户的销售额和各期末应收账款余额；

9）将账面出口收入与海关统计数据及免抵退申报表数据进行核对。

2、应收账款减值

（1）相关会计年度：2019 年度、**2020 年度**

1）事项描述

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额 21,643.42 万元，坏账准备 1,241.88 万元，账面价值 20,401.54 万元；截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额 17,288.28 万元，坏账准备 1,046.77 万元，账面价值 16,241.52 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。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的坏账准备；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，天健会计师将应收账款减值确定为关键审计事项。

2）审计应对

天健会计师主要实施了如下程序：

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 对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，获取并检查管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

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；评价管理层根据历史信用损失经验及前瞻性估计确定的应收账款账龄与预期信用损失率对照表的合理性；测试管理层使用应收账款账龄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。

（2）相关会计年度：2018 年度

1）事项描述

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额 12,633.59 万元，坏账准备 796.70 万元，账面价值 11,836.89 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、行业分布、担保物类型、逾期状态等依据划分组合，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，天健会计师将应收账款减值确定为关键审计事项。

2）审计应对

天健会计师主要实施了如下程序：

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 对于单独进行减值测试的应收账款，获取并检查管理层对未来现金流量现值的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

⑤ 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；评价管理层减值测试方法（包括根据历史损失率及反映当前情况的相关可观察数据等确定的各项组合坏账准备计提比例）的合理性；测试管理层使用数据的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

⑥ 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。

（三）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

在计划审计工作时，天健会计师确定了可接受的重要性水平，以便能够评价财务报表整体是否公允反映。会计师在被审计单位以下指标中进行了选择和判断：（1）经常性业务的税前利润金额的 5%-10%；（2）营业收入金额的 0.3%-0.5%；（3）资产总额的 0.3%-0.5%；（4）费用总额的 0.3%-0.5%；（5）净资产额的 0.5%-1%。由于被审计单位为拟上市公司，税前利润为财务报表使用者特别关注的财务报表项目，因此选取经常性业务的税前利润作为财务报表整体重要性水平的计算基数，确定财务报表整体的重要性水平为公司三年平均经常性业务税前利润金额的 5%。

四、财务报表的编制基础

（一）编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）持续经营能力评价

公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

五、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。财务报表所载财务信息的会计期间为 **2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日**止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

子公司宠物直销及其子公司欧塞艾采用美元为记账本位币，子公司日宠联盟采用日元为记账本位币，子公司德国欧哈那采用欧元为记账本位币，公司及其他子公司采用人民币为记账本位币。

公司及子公司选择本位币时的依据是主要经营活动的计价和结算币种，同时考虑融资活动获得的货币及保存从经营活动中收取款项所使用的货币。公司在编制财务报表时，将子公司的外币财务报表折算为人民币，折算方法见外币财务报表折算之说明。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第33号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（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即期汇率的近似汇率折算，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。

（九）金融工具

1、2019 年度和 2020 年度

（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：

A. 收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

B. 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。

② 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。

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——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，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

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
应收款项及合同资产——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

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	15
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、2018 年度

（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：

A. 债务人发生严重财务困难；

B. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

C. 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；

D. 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

E. 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；

F. 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。

（十）应收款项

1、2019 年度和 2020 年度

详见前述（九）1（5）之说明。

2、2018 年度

（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 500 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项金额
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

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	15	15
2-3 年	30	30
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

对应收银行承兑汇票、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。

（十一）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

发出存货采用移动加权平均法。

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

按照一次转销法进行摊销。

（十二）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。

（十三）划分为持有待售的非流动资产或处置组

1、持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为 3 个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对这些条件已经及时采取行动，且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素；（2）因发生罕见情况，导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售，公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

2、持有待售的非流动资产或处置组的计量

（1）初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组，在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

（2）资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

（3）不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：1）划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折

旧、摊销或减值等进行调整后的金额；2）可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

（十四）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。

（十五）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

类别	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	10-20	5	4.75-9.50
通用设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00
专用设备	年限平均法	10	5	9.50
运输工具	年限平均法	4	5	23.75
其他设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00

（十六）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。

（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）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
软件	5-10

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。

（十九）部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的生产性生物资产、油气资产、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。

（二十）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。

（二十一）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。

（二十二）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。

（二十三）收入

1、2020 年度

（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

按时点确认的收入

公司销售宠物窝垫、猫爬架、宠物食品、宠物玩具及其他宠物用品等，属于在某一时点履行履约义务。内销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

2、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，并按已经提供劳务占应提供劳务总量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）收入确认的具体方法

1）出口销售收入确认需满足以下条件：公司已根据订单约定将产品报关、离港，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了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。

2）第三方电商平台销售收入确认需满足以下条件：

公司根据客户通过电商平台系统所下的订单发货，客户确认收货或电商平台规定的客户确认期满日孰早。

3）所在国家和地区的销售收入确认需满足以下条件：

一般情况：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，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

寄售：公司根据客户订单将产品交付给客户，客户根据其实现销售情况定期向公司发出销售结算单，公司根据核对一致的结算单确认收入。

3、公司各类业务的具体收入确认方法

（1）对于境外出口业务的收入确认

公司出口销售流程如下：1）公司与客户达成合作意向后签订订单，明确交货方式、收款方式、信用政策等；2）公司按照订单要求确定销售产品品种、数量和包装规格，组织产品生产和包装；3）生产完成后，安排第三方质检或公司质检部门质检，质检合格后联系订舱，订舱信息得到客户认可后交由货代公司安排货物报关出口；4）货物实际放行，公司根据取得的提单信息确认出口收入；5）根据约定的收款方式收取货款。

公司出口产品的收入确认需满足以下条件：公司已根据订单约定将产品报关、离港，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了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。

根据国际惯例，采用 FOB 方式交易的，货物灭失或者损坏的全部风险在指定装运港装运上船后转移。公司出口主要采用 FOB 方式，少部分采用 CIF 和 EXW 方式，故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。

公司、子公司杭州鸿旺、子公司湖州天元等的出口销售收入按该原则确认收入。

公司出口销售业务，一般按提单等交货凭证所载日期确认收入，一般从发货到确认收入周期约为 2-3 天。

（2）对于电商销售业务的收入确认

公司通过第三方电商平台销售产品的主要流程如下：1）公司在第三方电商平台开设店铺，铺设商品；2）客户通过网上平台向公司下单，向第三方支付平台支付货款及运费；3）公司收到客户订单后安排仓库发货；4）客户确认收货或超过电商平台规定的交货期满日，货款自第三方支付平台划入公司账户。

据此，公司第三方电商平台的收入确认需满足以下条件：公司根据客户通过电商平台系统所下的订单发货，客户确认收货或电商平台规定的客户确认期满日孰早。

子公司杭州特旺、杭州赛旺、杭州小兽星等通过第三方电商平台销售的收入按照该原则确认收入。

公司第三方电商平台销售以客户确认收货或电商平台规定的客户确认期满日孰早确认收入，一般从发货到确认收入周期在 7 天以内。

（3）对于所在地销售业务的收入确认

1）一般销售

除出口销售和通过第三方电商平台销售外，公司于所在地内销的一般销售流程如下：① 公司与客户达成合作意向后签订订单，明确交货方式、收款方式、信用政策等；② 公司按照产品销售订单确定销售产品品种、数量、包装规格等，向其指定地点发货或将产品交给客户指定物流公司，公司根据产品签收确认收入；③ 公司根据订单或邮件约定的收款方式收取货款。

一般销售收入确认需满足以下条件：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，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；收入确认依据为：客户或客户指定物流公司签收商品。

除公司境内销售业务外，子公司欧塞艾在美国对其所在地客户的销售收入也按照该原则确认收入。

公司内销一般在客户或客户指定物流公司签收时确认收入，一般从发货到确认收入周期在 1-3 天左右。

2）寄售

公司寄售流程如下：① 公司跟客户达成合作意向后签订订单，明确交货方式、收款方式、信用政策等；② 公司根据客户订单将产品交付给客户；③ 客户根据其实现销售情况定期向公司发出销售结算单；④ 公司根据核对一致的结算单确认收入。

寄售产品收入确认需满足以下条件：公司根据客户订单将产品交付给客户，客户根据其实现销售情况定期向公司发出销售结算单，公司根据核对一致的结算单确认收入；收入确认依据为：取得核对一致的结算单。

子公司杭州特旺对波奇网、京东网等所采取的寄售模式按以上原则确认收入。

公司寄售业务一般在取得经客户核对一致的结算单时确认收入，从发货到确认收入的周期需根据寄售产品实现销售时间而定。

（4）对于海外仓业务的收入确认

公司海外仓业务流程如下：2020 年子公司杭州赛旺在美国、英国、日本等设立境

外仓库，并提前将货物运输至进口国仓库，客户下单后安排进口国国内段配送。

海外仓业务相关货物由境内发往境外仓库时不确认收入，在实现销售时根据业务模式不同分别按照电商销售业务或所在地销售业务的时点确认收入。

（二十四）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。

（二十五）合同资产、合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件(即，仅取决于时间流逝)向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

（二十六）递延所得税资产、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。

（二十七）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。

（二十八）重要会计政策变更

报告期内公司重要会计政策变更详见本章之“十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项”之“（三）其他重要事项”。

上述会计政策变更属于法律、行政法规或国家统一的会计制度等要求变更所导致，符合《企业会计准则 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》和相关审计准则的规定，与同行业上市公司不存在重大差异，相关变更具有合理性。

六、非经常性损益

报告期内，公司经天健会计师核验的非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 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	**8.86**	-0.26	1.43
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	**-**	96.92	90.51
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）	**389.12**	505.43	352.80
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合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	**0.19**	0.08	-
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	**1,424.19**	-689.27	78.29
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	**0.81**	-2.41	-1.95
其他符合非经常性损益定义的损益项目	**7.44**	66.13	-
小计	**1,830.60**	-23.39	521.08
减：所得税费用	**456.74**	-24.58	126.53
少数股东损益	**0.03**	0.23	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于母公司股东的非经常性损益净额	**1,373.83**	**0.96**	**394.55**
归属于母公司股东的净利润	**11,406.75**	8,718.40	8,747.93
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**10,032.92**	**8,717.44**	**8,353.38**
非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	**12.04%**	**0.01%**	**4.51%**

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 394.55 万元、0.96 万元和 **1,373.83 万元**，对非经常性损益影响较大的项目主要是计入当期损益的政府补助及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。公司非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 4.51%、0.01%和 **12.04%，其中 2020 年占比相对较高，主要系当年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金额较高所致。**

七、报告期内执行的主要税收政策及缴纳的主要税种

（一）主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	**以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税**	17%/16%/13%、11%/10%/9%、6%，出口货物享受退（免）税政策，退税率分别为 17%/16%、15%、13%、10%、9%、6%
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	**实际缴纳的应缴流转税税额**	5%、7%
教育费附加	**实际缴纳的应缴流转税税额**	3%
地方教育附加	**实际缴纳的应缴流转税税额**	2%
企业所得税	应纳税所得额	39.38%、30.825%-32.825%、25.89%、25%、16.5%、20%、15%、子公司欧塞艾根据所在地税法按应纳税所得额分级计缴

根据《财政部 国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）文件的规定，自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率和出口退税率分别调整为 16%、10%。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》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号）文件的规定，自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%和 10%税率的，税率和出口退税率分别调整为 13%、9%。

公司主要产品的退税率如下：

产品类型	退税率
化纤制宠物窝垫和化纤制宠物玩具	2018 年 4 月之前主要是 17%，2018 年 5 月至 2019 年 3 月为 16%，2019 年 4 月起为 13%
猫爬架	13%
PVC 狗窝	2018 年 10 月之前是 13%，2018 年 11 月至 2019 年 3 月是 16%，2019 年 4 月起 13%

不同税率的纳税主体企业所得税税率情况如下：

纳税主体名称	2020 年度	2019 年	2018 年
湖州天元	15%	15%	15%
宠物直销	16.5%	16.5%	16.5%
杭州特旺	20%	20%	25%
杭州赛旺	**25%**	20%	
杭州热宠	20%	20%	
杭州小兽星	20%	20%	
元祐国际	16.5%	16.5%	
欧塞艾	22-29.84%	22-29.84%	22-29.84%
日宠联盟	25.89%	25.89%	25.89%
欧哈那	30.825-32.825%		
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%

注 1：欧塞艾的相关税率包含联邦税和州税等。

注 2：日宠联盟的相关税率包含法人税、法人事业税等的中小企业综合税率。

注 3：欧哈那的相关税率包含企业所得税、团体附加税以及营业税，计税基础均为企业利润，税率分别为 15%、0.825%以及 15%-17%。

（二）税收优惠

2015 年 9 月 17 日，湖州天元通过高新技术企业资格认定，取得由浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，2015 年度至 2017 年度湖州天元企业所得税减按 15%计缴；2018 年 11 月 30 日，湖州天元重新通过高新技术企业资格认定，取得由浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，有效期三年，2018 年度至 2020 年度湖州天元企业所得税减按 15%计缴。

上述税收优惠不属于《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》中定义和列举的非经常损益项目，报告期内，公司将上述税收优惠计入经常性

损益。

报告期内，湖州天元因高新技术企业资格享受的企业所得税优惠金额及占公司各期利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
企业所得税优惠金额	**392.92**	162.30	66.24
利润总额	**13,652.40**	11,004.75	11,476.71
所得税优惠金额占利润总额的比例	**2.88%**	1.47%	0.58%

综上，公司因高新技术企业资格享受的税收优惠金额占利润总额的比例较低，对公司经营业绩和财务状况未产生重大影响，公司对该等税收优惠不构成重大依赖。

根据《国家税务总局关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2019 年第 2 号），自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。**公司子公司杭州特旺、杭州热宠及杭州小兽星 2019 年度至 2020 年度符合小型微利企业认定标准，子公司杭州赛旺 2019 年度符合小型微利企业认定标准，享受该税收优惠。**

此外，公司执行“免、抵、退”的增值税退税政策，报告期出口退税率涉及 17%、16%、15%、13%或 9%。报告期内，公司收到的出口退税额及其占各期利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期收到的增值税出口退税额	**10,702.57**	7,778.24	7,682.84
利润总额	**13,652.40**	11,004.75	11,476.71
当期退税额占利润总额的比例	**78.39%**	70.68%	66.94%

公司产品以外销为主，出口退税额占利润总额的比例较高。未来如果公司主要产品的出口退税率降低并导致出口货物征退税率差扩大，且不能将增加的税收成本转移至客户，将会直接增加公司营业成本，并最终影响公司经营业绩，使公司将面临利润下降的风险。

通常来讲，如出口退税率出现较明显变动，公司会与下游客户对产品价格进行协商调整，或通过新品定价进行间接价格调整。如在其他因素不变的情况下，假设公司平均出口退税率下降 1%，对公司利润总额的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口退税率降低 1%对利润总额的影响额	**945.12**	864.64	709.71
利润总额	**13,652.40**	11,004.75	11,476.71
出口退税率降低 1%利润总额变动幅度	**6.92%**	7.86%	6.18%

由上表可见，在其他因素不变，出口退税率下降 1%的情况下，**对公司报告期各期的净利润影响幅度分别为 6.18%、7.86%、6.92%，报告期内退税率变化对公司利润总额的影响有限。但如果**未来出口退税率出现大幅下调或者取消，在一定程度上将影响公司产品在国际市场的价格竞争优势，给公司未来的盈利能力带来不利影响。

八、主要财务指标

（一）公司主要财务指标

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动比率（倍）	**1.87**	2.26	3.25
速动比率（倍）	**1.37**	1.92	2.70
资产负债率（母公司）	**32.48%**	24.10%	15.32%
资产负债率（合并）	**39.27%**	26.06%	17.79%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	**9.80**	8.41	7.09
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
应收账款周转率（次）	**7.92**	7.47	8.42
存货周转率（次）	**9.52**	12.54	12.97
息税折旧摊销前利润（万元）	**14,197.42**	11,752.30	12,117.50
归属于母公司股东的净利润（万元）	**11,406.75**	8,718.40	8,747.93
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	**10,032.92**	8,717.44	8,353.38
研发投入占营业收入的比例	**1.09%**	1.41%	1.14%
每股经营活动产生的现金流量（元）	**88.50**	0.98	0.92
每股净现金流量（元）	**-0.04**	0.59	-0.36

注：上述财务指标计算公式如下：

（1）流动比率=流动资产/流动负债

（2）速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

（3）资产负债率=（总负债/总资产）×100%

（4）归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东的净资产/期末总股本

（5）应收账款周转率＝营业收入/应收账款平均账面价值

（6）存货周转率=营业成本/存货平均账面价值

（7）息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋折旧费用＋无形资产摊销+长期待摊费用摊销

（8）研发投入占营业收入的比例=（研发费用/营业收入）×100%

（9）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/期末总股本

（10）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末总股本

（二）净资产收益率与每股收益

根据证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 修订）的规定，公司加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期利润		加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本	稀释
归属于母公司股东的净利润	**2020 年度**	**18.66%**	**1.69**	**1.69**
	2019 年度	17.38%	1.33	1.33
	2018 年度	21.05%	1.35	1.35
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	**2020 年度**	**16.42%**	**1.49**	**1.49**
	2019 年度	17.38%	1.33	1.33
	2018 年度	20.10%	1.29	1.29

九、经营成果分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	**144,365.06**	**99.54%**	104,476.53	99.62%	87,934.44	99.17%
其他业务收入	**673.75**	**0.46%**	397.54	0.38%	736.09	0.83%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	145,038.81	100.00%	104,874.07	100.00%	88,670.53	100.00%

公司营业收入主要来源于主营业务收入，即宠物产品的销售收入。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重分别为 99.17%、99.62%和 99.54%，占比较为稳定。公司其他业务收入主要为销售原材料的收入。

2019 年度，公司主营业务收入较上年度增长 18.81%，主要是因为欧美等境外宠物用品市场消费规模稳步增长，公司在境外市场拥有稳定的客户渠道，同时基于产品设计和品质优势，产品销量逐年稳步增长。**2020 年度，公司主营业务收入较上年度增长 38.18%，主要系公司境外销售稳定增长的同时，境内业务尤其是境内宠物食品业务有较大幅度的增长所致。**

2、主营业务收入构成分析

（1）主营业务收入按产品类别构成分析

报告期内，公司主营业务收入按产品分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宠物窝垫	30,480.12	21.11%	25,544.98	24.45%	23,533.35	26.76%
猫 爬 架	34,837.51	24.13%	23,971.10	22.94%	16,888.72	19.21%
宠物玩具	24,210.30	16.77%	24,286.55	23.25%	22,544.88	25.64%
其他产品	54,837.14	37.99%	30,673.89	29.36%	24,967.49	28.39%
合计	144,365.06	100.00%	104,476.53	100.00%	87,934.44	100.00%

报告期内，公司主营业务收入包括各类宠物产品的销售收入，其中以宠物窝垫、猫爬架和宠物玩具的销售为主，三者合计销售收入占主营业务收入的比重分别为 71.61%、70.64%和 62.01%。**其中，2020 年度**由于宠物粮食境内销售额有较大幅提升，导致宠物窝垫、猫爬架和宠物玩具的销售比重有所降低。

1）宠物窝垫

宠物窝垫为猫、狗等宠物提供休憩场所，同时具备保暖或纳凉功能，是具有一定必

需品特征的宠物用品。**2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司宠物窝垫销售收入相比与上年度分别增长 8.69%、8.55%和 19.32%。**2018 年度，公司宠物窝垫的收入增长主要系境外市场开拓销量扩大所致；2019 年，公司宠物窝垫的销售额进一步增加，同比增长金额 2,011.63 万元较上年同比增幅 1,880.56 万元有所提高，但因所比较的上年基数较 2017 年提高，故同比增长率略低于 2018 年度。**2020 年度，随着疫情影响下居家消费需求更加旺盛以及公司境外市场的持续开拓，公司宠物窝垫产品销售收入较过去年度有较明显增长。**

2）猫爬架

2018 年度，公司猫爬架销售收入较上年下降 0.62%，主要原因系当年 9 月公司对原有猫爬架生产线进行了重新布局调整，期间产品生产规模略有影响，导致当期自产猫爬架的产品销量有所下降，从而导致当年公司猫爬架整体销量和销售收入略有下降。

2019 年度，公司新增 30 万套板式猫爬架产能，自产产能及产量实现较明显提升；同时，在销售方面，国际知名电商客户 Chewy 向公司采购的猫爬架有大幅增长，下半年 Amazon 猫爬架订单亦有较大规模增长，当期两家客户的新增猫爬架收入合计约 4,370 万元，带动了当年公司猫爬架销售收入的显著增长。

2020年度，受益于公司对美国沃尔玛、Chewy和Amazon等大客户销售额的持续增长，以及2019年新开发的加拿大连锁商超客户CANADIAN TIRE、新设海外仓业务的销售规模大幅增长，公司猫爬架销售收入较上年增长了45.33%。

3）宠物玩具

2018 年度和 2019 年度，公司宠物玩具销售收入相比与上年度分别增长 11.23%和 7.73%。其中，2018 年度公司宠物玩具收入较上年增长 11.23%，主要系因当年度宠物玩具前三大客户 Kmart AUS、TRS 和 Elite Pet 的销售收入分别较上年增长了 11.14%、68.83%和 55.60%，带动了整体增长率；2019 年度宠物玩具收入增长率有所下降，主要系因当年度 Kmart AUS、TRS 和 Elite Pet 等客户的宠物玩具收入趋于稳定，同时当年 Miles、Chewy 等客户采购宠物玩具的金额有较大提升，宠物玩具收入仍保持了 7.73%的增长。**2020 年度，公司宠物玩具销售收入同上年度基本持平，主要系受各类产品市场需求及客户订单的增长，公司在接单及发货上优先安排了窝垫、猫爬架等单价偏高的产品所致。**

4）其他产品

宠物产品种类众多，除窝垫、猫爬架、各式玩具外，还包括宠物服饰、宠物牵引用具、宠物日用品（宠物厕所、宠物刷子、宠物餐具等）、宠物便携产品（宠物箱包、航空箱、手推车等）、宠物食品（宠物粮食、营养品、咬胶等）及各式宠物工具（围栏、网笼、车载用品、训狗用品等）等其他产品。**2018 年度，公司其他产品收入较上年度增长 54.21%，主要系当年度宠物服饰、宠物食品及其他宠物工具的产品销售情况均有大幅增长所致；2019 年度其他产品销售收入较上年度增长 22.86%，增长率有所下降，主要系宠物食品收入较上年基本持平，但宠物服饰及其他宠物工具等的持续增长仍带动了其他产品销售收入的继续增长。2020 年度，其他产品销售较上年度增长 78.77%，主要系当期境内宠物食品销售大幅增长所致。**

报告期内，公司销售的其他产品主要包括宠物服饰、牵引用具、宠物食品、宠物日用品、便携式工具等，各类产品的营业收入及在其他产品中的占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宠物食品	26,853.91	48.97%	3,649.92	11.90%	3,629.75	14.54%
牵引用具	4,569.36	8.33%	5,103.25	16.64%	5,118.41	20.50%
宠物服饰	5,993.40	10.93%	6,934.81	22.61%	5,193.77	20.80%
便携产品	1,976.34	3.60%	1,478.60	4.82%	1,362.58	5.46%
日用品	10,389.45	18.95%	9,223.05	30.07%	7,286.03	29.18%
其他用具	5,054.69	9.22%	4,284.26	13.97%	2,376.95	9.52%
合计	54,837.14	100.00%	30,673.89	100.00%	24,967.49	100.00%

公司其他产品包括宠物食品、宠物牵引用具、宠物服饰及宠物日用品等。2018 年起公司进口宠物食品的境内销售业务形成一定规模，**至 2020 年，**为进一步加快境内市场的突破，充分发挥宠物产品之间的协同作用，公司实行了宠物主粮带动用品销售战略，引入了渴望、爱肯拿等国际知名宠物粮食品牌的跨境电商销售业务，宠物食品销售收入实现大幅增长。

（2）主营业务收入按市场区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入按销售区域分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外	**106,944.21**	**74.08%**	**95,009.48**	**90.94%**	**80,184.54**	**91.19%**
其中：欧洲	**34,135.02**	**23.64%**	33,912.33	32.46%	32,917.83	37.43%
北美洲	**37,902.29**	**26.25%**	29,760.54	28.49%	20,855.12	23.72%
大洋洲	**24,026.90**	**16.64%**	22,171.19	21.22%	17,539.56	19.95%
亚洲	**8,628.08**	**5.98%**	6,260.63	5.99%	6,544.13	7.44%
其他	**2,251.92**	**1.56%**	2,904.79	2.78%	2,327.90	2.65%
境内	**37,420.85**	**25.92%**	**9,467.04**	**9.06%**	**7,749.90**	**8.81%**
合计	**144,365.06**	**100.00%**	**104,476.53**	**100.00%**	**87,934.44**	**100.00%**

由于境外宠物用品市场的发展较早且相对成熟，公司设立伊始即以宠物用品的出口销售为主，积累了丰富的境外客户渠道和产品开发经验。报告期各期，公司境外销售收入占比分别为 91.19%、90.94%和 **74.08%**，并主要以欧洲、北美洲、大洋洲等发达国家地区为主。随着全球宠物产业的整体增长趋势以及公司的持续业务开拓，报告期内，公司境外主要区域的销售均呈稳步增长趋势。

我国宠物用品市场处于起步发展阶段，商超、专营店的线下渠道尚不如境外市场成熟，公司 2017-2018 年主要通过经销商等线下渠道销售产品，2019 年起公司逐步发展线上及移动互联网销售渠道，在天猫、京东及小米有品等建立品牌专营店，并在境内开展宠物食品业务。

报告期内，公司境外收入保持逐年稳定增长，主要系公司在国际宠物市场稳定发展的趋势下持续开拓业务所致。2017 年全球宠物用品市场规模达到 316 亿美元，并预计 2020 年全球宠物用品的市场规模则将接近 400 亿美元，其中美国和欧洲分别为全球第一和第二大宠物消费市场。公司境外收入主要来自欧洲、北美洲、大洋洲等宠物产业较为发达的地区，随着各地区宠物市场规模的持续增长，公司不断加深与老客户的合作，并持续通过网络推广、参加展会等方式开发境外新客户，从而保持了境外收入的逐年稳定增长。

国内宠物行业自 2010 年左右起迎来较快发展，公司报告期初境内销售占比较低，随着公司境内业务的持续开拓，境内销售规模亦保持逐年增长。2018 年起，公司在原

有宠物用品业务基础上开展了宠物食品业务，并与波奇网、京东网等建立业务合作，带动了当年度境内收入的较快增长；2019 年度，随着宠物食品业务的进一步增长以及公司境内电商渠道的发展，公司境内收入较上年保持了持续增长。2020 年起，公司新增天猫海外直营和考拉等电商渠道客户，境内产品销售规模大幅增长。

综上，报告期内公司营业收入的逐年增长受益于公司在境内外宠物市场保持良好发展趋势的背景下积极开拓境内外业务，收入增长情况与境内外宠物行业的持续发展趋势具有一致性。

（3）收入增长的可持续性

公司所处宠物行业具有良好发展前景，并借助于在宠物用品领域所积累的竞争优势，保障了公司未来收入增长的可持续性，具体情况如下：

1）行业先发优势与客户资源优势保障了公司业务发展的持续性

公司作为较早进入国际宠物行业的国内企业，经过十多年的专注与积累，凭借持续、丰富的产品开发能力，高效、可靠的供应链管理体系，已逐步积累了具有行业先发优势、覆盖全球宠物市场的优质客户资源，与多家国际知名的大型连锁综合商超、专业宠物产品连锁企业及电商企业建立了长期、稳定合作关系。同时，公司以服务国际市场的产品开发与供应能力为基础，积极开拓国内市场。国际市场的广阔空间与国内市场的快速发展，为公司业务的持续增长提供了重要发展基础。

2）多品类产品开发与供应能力促进了境内外业务的持续增长

公司建立了基本覆盖全品类宠物用品的设计开发能力，注重从新功能、新主题、新材料、新品类等方面进行产品开发与设计转化，以此实现对客户需求、市场动向的快速响应。品类丰富的产品类型、响应快速的开发体系，促进了公司对客户一站式采购需求的有效满足。同时，公司在与国际优质客户持续合作的过程中，逐步形成了高效、可靠的多品类产品供应链管理体系，保障了众多品类宠物用品的可靠、稳定、及时供应，为公司业务的持续增长提供了重要竞争优势。

3、主要产品价格及销量变化情况分析

报告期内，公司主要产品价格及销量情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

		金额	变动比例	金额	变动比例	金额
宠物窝垫	收入（万元）	30,480.12	19.32%	25,544.98	8.55%	23,533.35
	销量（万套）	943.82	10.35%	855.26	-5.89%	908.83
	均价（元/套）	32.29	8.12%	29.87	15.35%	25.89
猫爬架	收入（万元）	34,837.51	45.33%	23,971.10	41.94%	16,888.72
	销量（万个）	405.00	44.41%	280.46	15.20%	243.46
	均价（元/个）	86.02	0.64%	85.47	23.21%	69.37
宠物玩具	收入（万元）	24,210.30	-0.31%	24,286.55	7.73%	22,544.88
	销量（万件）	3,548.33	1.44%	3,497.86	1.70%	3,439.46
	均价（元/件）	6.82	-1.73%	6.94	5.93%	6.55
其他产品	收入（万元）	54,837.14	78.77%	30,673.89	22.86%	24,967.49
	销量（万件）	2,753.59	14.71%	2,400.54	4.82%	2,290.26
	均价（元/件）	19.91	55.85%	12.78	17.21%	10.90

（1）各类产品均价及销量的总体变化情况

2019年度，公司对宠物窝垫产品业务进行升级调整，减少了低价款窝垫的销售，整体销量有所下降，但由于窝垫产品结构调整，成本与价格较高的产品销量占比上升，如宠物窝垫第一大客户Kmart AUS当年采购的窝垫中记忆棉窝垫、防水窝垫、耐咬窝垫、冰垫等功能性窝垫的占比较上年有较大提高，因此产品均价和销售收入均有提升；2020年度，公司进一步减少了低价款窝垫的销售，且由于市场需求旺盛，当年窝垫销量、均价和销售收入均有所提升。

2019年度，公司猫爬架销售均价较上年增长23.21%，主要原因为随着当期对Chewy和Amazon等客户的合作扩大，公司当期复合材质类等复杂款猫爬架销量增长较快，该类产品的成本与售价显著高于简单款猫爬架；2020年度，猫爬架均价未有明显增长，但当年因既有客户需求持续增长以及新业务开拓，猫爬架销量明显增长。

2018年度至2019年度，公司市场开拓良好，宠物玩具销量稳步增长，其销售均价逐年增长，主要原因为公司销售的宠物玩具功能性更加丰富，售价较高的猫隧道、电子镭射玩具、玩具套装等产品的销售占比逐年提升，从而使得宠物玩具整体销售均价随之有所提升；2020年度，由于单价相对较高的Elite Pet、Bass Pro, LLC.等客户受疫情影响采购量有所下降，导致当期宠物玩具销售均价略有下降。

报告期内，公司其他产品销量保持持续增长，其销售均价则保持较快增长主要系

期间便携产品、其他宠物工具、宠物粮食等售价相对较高的产品销量增长较快所致；其中2020年度销售均价大幅增长系因公司境内宠物粮食业务快速增长，而该等产品货值显著高于其他产品所致。

（2）各类产品销售均价变化主要贡献客户或品类

1）宠物窝垫均价增长贡献及合理性情况说明

报告期内，公司产品主要根据客户需求进行定制化开发生产，各期窝垫产品根据面料、充棉材料、物理功能、形状、大小、色彩等不同涉及 5,000 多款规格型号，且向不同客户所销售的产品规格均存在不同程度的差异。**2018 年至 2020 年，公司各期窝垫产品的销售均价分别为 25.89 元/套、29.87 元/套及 32.29 元/套，2019 年与 2020 年的均价变动比例分别为 15.35%和 8.12%。**

2019 年，公司宠物窝垫销售均价 29.87 元/套，较上年增长 15.35%，其中当期销售均价增长贡献度前五大客户的情况如下：

单位：万套、万元、元/套

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价增长贡献度
Kmart AUS	2019 年度	165.92	4,725.82	28.48	10.13%
	2018 年度	132.57	2,636.82	19.89	
Amazon	2019 年度	20.33	1,077.65	53.00	3.95%
	2018 年度	4.95	215.98	43.67	
Fressnapf	2019 年度	60.49	2,139.45	35.37	3.11%
	2018 年度	41.12	1,540.78	37.47	
AMES	2019 年度	22.38	741.78	33.15	3.00%
	2018 年度	5.58	81.91	14.69	
GIFI Asia Ltd	2019 年度	13.13	363.43	27.69	1.24%
	2018 年度	2.60	94.02	36.16	

注 1：均价增长贡献度=（客户当期均价贡献值-客户上期均价贡献值）/大类产品上期均价，其中，均价贡献值=客户收入/大类产品总销量，下同；

注 2：由于部分客户存在对均价增长贡献度为负的情况，因此前五名客户的均价增长贡献度合计数存在超过大类产品均价增长率的情况。

2019 年以前，Kmart AUS 主要向公司采购价格相对较低的窝垫产品，2019 年其增加了耐抓咬、透气保暖、防水可拆洗等价格相对较高的窝垫采购规模，加之采购规模较大，从而对当期均价增长具有较高贡献度。同时，Amazon 和 AMES 采购订单对于窝垫

产品的均价贡献，亦主要因其功能性等中高档窝垫的采购量占比提升，从而导致采购均价提高。

Fressnapf 的采购均价虽未发生较大变化，但因其价格高于窝垫产品平均售价，受采购规模的扩大，亦对当期窝垫产品的销售均价提升有积极贡献。类似的情况，GIFI Asia Ltd 虽然因 2019 年减少了单价较高的狗沙发的采购，产品单价有所下降，但因其采购均价仍高于上年窝垫产品平均售价，采购规模的提高亦会对当期窝垫产品的销售均价提升有所贡献。

2020 年，公司宠物窝垫销售均价 32.29 元/套，较上年增长 8.12%，其中当期销售均价增长贡献度前五大客户的情况如下：

单位：万套、万元、元/套

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价增长贡献度
Kmart AUS	2020 年度	198.62	6,315.19	31.80	3.90%
	2019 年度	165.92	4,725.82	28.48	
WOOLWORTHS	2020 年度	66.24	1,431.91	21.62	2.65%
	2019 年度	25.75	619.15	24.04	
杭州万璞贸易有限公司	2020 年度	42.44	1,383.83	32.61	2.50%
	2019 年度	17.31	616.26	35.60	
Primeur Limited	2020 年度	1.20	525.89	439.01	1.86%
	2019 年度	-	-	-	
Amazon	2020 年度	34.03	1,467.00	43.11	0.98%
	2019 年度	20.33	1,077.65	53.00	

2020 年，Kmart AUS 因单价和收入占比进一步提高，对公司当期窝垫产品的均价增长贡献度达到 3.90%。WOOLWORTHS、杭州万璞贸易有限公司和 Amazon 的单价虽略有下降，但因销量增长较为明显，导致对公司当期窝垫的均价增长贡献度分别达到 2.65%、2.50%和 0.98%。Primeur Limited 系当期新增宠物窝垫客户，其所采购的窝垫产品为价格较高的大型沙发式套装，因此其当期均价增长贡献度达到了 1.86%。

2）猫爬架均价增长贡献及合理性情况说明

报告期内，公司产品主要系根据客户需求进行定制化开发与生产，各期猫爬架产品根据层数、高度、主体材质、抓板材质、配件搭配等不同涉及 1,500 多款规格型号，且

向不同客户所销售的产品规格均存在不同程度的差异。**2018 年至 2020 年，公司各期猫爬架产品的销售均价分别为 69.37 元/个、85.47 元/个及 86.02 元/个，2019 年与 2020 年的均价变动比例分别为 23.21%及 0.64%。**

2019 年，公司猫爬架销售均价 85.47 元/个，较上年增长 23.21%，当期销售均价增长贡献度前五大客户的情况如下：

单位：万个、万元、元/个

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价增长贡献度
Amazon	2019 年度	21.95	2,765.26	125.97	12.23%
	2018 年度	1.53	334.22	218.90	
CHEWY	2019 年度	35.25	5,358.71	152.00	6.86%
	2018 年度	22.94	3,492.80	152.28	
PETCO	2019 年度	2.25	576.78	256.61	2.96%
	2018 年度	1.37	111.39	81.06	
浙江经觉电子商务有限公司	2019 年度	3.98	509.84	128.07	2.62%
	2018 年度	-	-	-	
FBA US	2019 年度	3.53	444.93	126.02	2.29%
	2018 年度	-	-	-	

2018 年，公司对 Amazon 的猫爬架销量较小，以大型多层猫爬架为主，2019 年起销量大幅增长，产品型号包含各类型猫爬架，销售均价因此有较大下降，但仍高于猫爬架整体销售均价，由此对当期均价的增长有较大贡献。

Chewy2019 年度采购均价未有显著变化，由于其采购产品主要为多层复杂款猫爬架，故销售均价高于整体猫爬架平均价格，2019 年度其销售规模进一步扩大，对当期整体均价增长有明显贡献。

此外，PETCO2019 年度增加了较多大型多层猫爬架的采购，导致收入和单价均有较大增长，因此当期均价增长贡献度达到 2.96%。浙江经觉电子商务有限公司和 FBA US 系公司 2019 年新增的猫爬架客户，采购产品主要为中端以上猫爬架款式，销售单价高于猫爬架整体销售均价，对当期均价的提升有所贡献。

2020 年，公司猫爬架销售均价 86.02 元/个，较上年增长 0.64%，其中当期销售均价增长贡献度前五大客户的情况如下：

单位：万个、万元、元/个

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价增长贡献度
Canadia Tire	2020 年度	13.53	2,221.74	164.23	4.57%
	2019 年度	2.19	442.65	202.12	
Chewy	2020 年度	63.24	8,574.48	135.58	2.42%
	2019 年度	35.25	5,358.71	152.00	
杭州诚程宠物用品有限公司	2020 年度	7.40	697.45	94.27	2.01%
	2019 年度	-	-	-	
浙江经觉电子商务有限公司	2020 年度	9.38	1,204.38	128.40	1.35%
	2019 年度	3.98	509.84	128.07	
Kmart AUS	2020 年度	25.35	1,471.52	58.04	0.71%
	2019 年度	14.10	848.88	60.19	

2020 年，Canadia Tire 因销售收入大幅增长且其爬架因多为复杂款式单价较高，导致当期的均价增长贡献度最高，达到 4.57%。

Chewy、浙江经觉电子商务有限公司及 Kmart AUS 的销售单价未发生明显变化，但因销售收入占比提升，导致当期的均价增长贡献度分别达到 2.42%、1.35%和 0.71%。

杭州诚程宠物用品有限公司则为 2020 年新增的猫爬架客户且单价高于当期猫爬架销售均价，因此对当期猫爬架的均价增长贡献度达到 2.01%。

3）宠物玩具均价增长贡献及合理性情况说明

报告期内，公司销售的宠物玩具主要系根据客户需求定制化开发生产，各期产品根据材质、功能、造型、组件情况、复杂程度等不同涉及 6,000 多款规格型号，且向不同客户销售的产品规格均存在不同程度的差异。**2018 年至 2020 年，公司各期宠物玩具产品的销售均价分别为 6.55 元/件、6.94 元/件及 6.82 元/件，2019 年与 2020 年的均价变动比例分别为 5.93%及-1.73%。**

2019 年，公司宠物玩具销售均价 6.94 元/件，较上年增长 5.93%，其中当期销售均价增长贡献度前五大客户的情况如下：

单位：万件、万元、元/件

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价增长贡献度
Fressnapf	2019 年度	72.64	1,032.80	14.22	1.79%
	2018 年度	119.66	611.25	5.11	

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价增长贡献度
Chewy	2019 年度	40.29	433.59	10.76	1.70%
	2018 年度	1.34	44.80	33.50	
Barkbox, Inc.	2019 年度	26.18	309.64	11.83	1.35%
	2018 年度	-	-	-	
AMES	2019 年度	43.00	299.46	6.96	1.31%
	2018 年度	-	-	-	
BassPro, LLC.	2019 年度	36.43	446.87	12.27	1.09%
	2018 年度	17.71	194.40	10.98	

2019 年，Fressnapf 因新增 APP 老鼠、蝴蝶飞飞等电子宠物玩具的采购，单价和收入均有大幅提升；BassPro, LLC.因新增部分单价高于上年产品的帆布玩具的采购，单价和收入均有一定幅度的提升。两家公司对当期宠物玩具的均价增长贡献度分别为 1.79%和 1.09%。

2018 年，Chewy 向公司采购的宠物玩具系两款猫隧道，单价较高；2019 年起，Chewy 新增了各类毛绒玩具、乳胶玩具、戏猫杆等宠物玩具的采购，单价由 33.50 元/件降至 10.76 元/件，但因销售额大幅增长，且单价仍高于宠物玩具整体均价，因此对当期的均价增长贡献度达到了 1.70%。

Barkbox, Inc.和 AMES 系公司 2019 年新增宠物玩具客户，因单价高于宠物玩具整体均价，导致对当期的均价增长贡献率分别达到了 1.35%和 1.31%。

2020 年，公司宠物玩具销售均价 6.82 元/件，较上年降低 1.73%，其中对当期销售均价变动影响度最大的前五名客户的情况如下：

单位：万件、万元、元/件

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价变动影响度
Elite Pet	2020 年度	58.57	435.93	7.44	-2.75%
	2019 年度	125.83	1,097.76	8.72	
Kmart AUS	2020 年度	218.42	2,247.17	10.29	-1.93%
	2019 年度	284.48	2,682.42	9.43	
Miles	2020 年度	38.53	307.15	7.97	-1.35%
	2019 年度	78.32	630.70	8.05	
AMES	2020 年度	3.27	24.92	7.63	-1.13%

客户	期间	销量	收入	单位价格	均价变动影响度
	2019 年度	43.00	299.46	6.96	
X-mile	2020 年度	2.28	21.58	9.47	-1.07%
	2019 年度	39.14	281.56	7.19	

2020 年，Elite Pet、Kmart AUS、Miles 及 AMES 的宠物玩具单价未发生明显变化，但因受疫情影响收入有一定幅度下降，因此导致对当期销售均价变动的影响度分别达到-2.75%、-1.93%、-1.35%和-1.13%。

2020 年，X-mile 亦大幅减少了宠物玩具的采购量，仅保留了部分款式宠物玩具的采购，其中一款玩具套装单价偏高，因此其单价有一定提升，但由于收入有大幅下降，导致对当期销售均价变动的影响度达到-1.07%。

4）其他产品均价增长贡献及合理性情况说明

公司其他产品主要包括宠物服饰、宠物牵引用具、宠物食品、宠物日用品、宠物便携产品、其他宠物工具等。**2018 年至 2020 年，公司各期其他产品的销售均价分别为 10.90 元/件、12.78 元/件及 19.91 元/件，2019 年至 2020 年的均价变动比例分别为 17.21%及 55.85%。**

2019 年，公司其他产品销售均价 12.78 元/件，较上年增长 17.21%，其中对销售均价增长贡献较大的产品主要包括宠物日用品和宠物服饰，两类产品对其他产品当年度的均价增长贡献率合计 11.76%，具体情况如下：

单位：元/件

产品名称	期间	单位价格	均价增长贡献度	主要销售客户
宠物日用品	2019 年	7.90	6.06%	Kmart AUS、TRS、Birgma、KOHNAN 等
	2018 年	6.16	-	Kmart AUS、Fressnapf、Action、TRS 等
宠物服饰	2019 年	14.50	5.70%	Chewy 、 Kmart AUS 、 TRS 、 PETRAGEOUS Designs Ltd.、OTAY 2015 S.L 等
	2018 年	15.06	-	TRS 、 VERSHOLD 、 DANISH DESIGN LTD. 、 DATS PTY LIMITED、OTAY 2015 S.L 等

2019 年，公司宠物日用品销售均价较上年增长 28.25%，主要系当期售价较高的狗厕所、猫厕盆、饮水器等产品的销售占比提升所致。

2019 年，公司宠物服饰销售均价较上年未有明显变动，其均价增长贡献率较高主要系因其当期收入较上年增长了 33.52%，在其他产品中的销售占比有所提升，且其单价高于其他产品整体均价所致。

2020 年，公司其他产品销售均价 19.91 元/件，较上年增长 55.85%，其中对销售均价增长贡献较大的产品即宠物食品，宠物食品对其他产品当年度的均价增长贡献度达到 64.42%，具体情况如下：

单位：元/件

产品名称	期间	单位价格	均价增长贡献度	主要销售客户
宠物食品	2020 年	67.03	64.42%	天猫海外直营、F AND W INTERNATIONAL、ROSE-ROYAL HOLDING (HONG KONG) LIMITED 等
	2019 年	34.47	-	KOBENITE LIMITED、SIGNAL THREE LIMITED、Joyhood limited 等

2020 年度，公司宠物食品收入 26,853.91 万元，在其他产品的收入占比由 2019 年的 11.90%提升至 48.97%，同时因其中货值较高的宠物粮食收入大幅增长，单价亦较上年有大幅提升，当期其他产品均价增长主要系宠物食品所贡献。

综上，报告期内公司各类产品销售均价的变动主要与其中具体产品结构的调整及客户采购规模的变化等因素相关，各类销售均价的变化具有合理性。

4、收入的季节性变化情况

报告期内，公司按半年度分类的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
上半年度	**59,181.53**	**40.99%**	44,787.22	42.87%	38,600.70	43.90%
下半年度	**85,183.53**	**59.01%**	59,689.31	57.13%	49,333.74	56.10%
合计	**144,365.06**	**100.00%**	**104,476.53**	**100.00%**	**87,934.44**	**100.00%**

宠物行业不存在明显的季节性特征，公司主营业务收入季节性波动不大，其中由于欧美等国家下半年圣诞节前销售属相对旺季，公司下半年的销售收入略高于上半年。**2020 年因受新冠疫情影响，上半年度收入占比低于过去年度。**

5、关于境外销售收入的具体情况

公司目前以国际宠物用品市场业务为主，报告期各期，公司对前五大境外客户的销售情况和基本情况详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（五）不同销售区域前五大客户的销售情况和基本情况”。

（1）外销收入与同行业公司的比较情况

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
中宠股份	76.12%	79.98%	82.16%
佩蒂股份	/	85.96%	92.17%
路斯股份	82.04%	79.94%	76.92%
依依股份	84.58%	91.01%	90.76%
悠派科技	/	79.08%	80.22%
公司	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
天元宠物	**74.08%**	90.94%	91.19%

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）外销收入与增值税出口退税金额的匹配性

1）出口退税金额的计算过程

报告期内，根据企业性质差异，公司及子公司出口退税金额的具体计算过程如下：

① 生产企业出口退税额的计算过程

天元宠物、子公司湖州天元等公司出口货物实行“免、抵、退”税政策，具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退出口货物劳务销售额（A）	**88,407.79**	79,784.05	62,239.56
免抵退税额（C=A*退税率）	**11,481.88**	11,176.74	9,085.29
当期免抵税额（D）	**2,385.17**	3,463.08	2,504.83
当期应退税额（E=C-D）	**9,096.71**	7,713.66	6,580.45

报告期内，公司主要产品的出口退税率如下：

产品类型	退税率
化纤制宠物窝垫和化纤制宠物玩具	**2018 年初**至 2018 年 4 月主要是 17%，2018 年 5 月至 2019 年 3 月为 16%，2019 年 4 月起为 13%
猫爬架	13%
PVC 狗窝	**2018 年初**至 2018 年 10 月是 13%，2018 年 11 月至 2019 年 3 月是 16%，2019 年 4 月起 13%

② 外贸企业出口退税额的计算过程

一般外贸企业出口退税系按照取得的购进出口货物的增值税专用发票注明的金额或海关进口增值税专用缴款书注明的完税价格进行计算退税。

公司子公司杭州鸿旺、杭州特旺和杭州赛旺等按照该原则确认出口应退税额，具体计算过程如下：

单位：万元

贸易企业	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外贸企业出口货物采购额（A）	**6,103.74**	6,680.35	8,731.10
当期应退税额（C=A*退税率）	**794.84**	945.03	1,284.97

综上，报告期各期，境内母子公司应退税额分别为 7,865.43 万元、8,658.70 万元和 9,891.55 万元。同时，报告期各期，公司收到的出口退税额分别为 7,682.84 万元、7,778.24 万元和 10,702.57 万元，与应退税额存在一定差异，主要系退税额收款时间存在滞后所导致的时间性差异。

2）各期免抵退税金额与收入之间的匹配性

报告期各期，公司免抵退税金额与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退出口销售申报收入 A	**88,407.79**	79,784.05	62,239.56
免抵退税额 B	**11,481.88**	11,176.74	9,085.29
出口退税率测算 C=B/A	**12.99%**	14.01%	14.60%
公司主要产品适用退税率	**9%、13%**	9%、13%、16%	9%、13%、15%、16%、17%

由上表可见，根据免抵退税额测算得出的出口退税率在公司主要产品适用的退税率范围内，公司各期的增值税免抵退税额与公司出口销售收入具有匹配性。

3）外销收入与增值税出口退税金额的匹配情况

报告期内，公司各期增值税出口退税金额与出口销售收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内公司出口收入（A）	**103,223.22**	90,685.57	77,958.92
收到的增值税出口退税金额（B）	**10,702.57**	7,778.24	7,682.84
上年末应收增值税出口退税（C）	**1,710.04**	819.76	625.04
本年末应收增值税出口退税（D）	**959.97**	1,710.04	819.76
当年申报退税额（E=D+B-C）	**9,952.50**	8,668.52	7,877.56
其中：日本子公司申报退税金额（F）	**60.94**	9.82	12.13
境内公司申报退税金额（G=E-F）	**9,891.55**	8,658.70	7,865.43
当年申报退税额占外销收入比重（G/A）	**9.58%**	9.55%	10.09%

注：境内公司外销收入系按境内主体的出口收入统计，未包含境外子公司的销售收入，但包括了境内主体出口至境外子公司的数据，因此与公司合并范围的外销收入金额存在一定差异。

如上表所述，报告期各期，公司出口退税申报额占外销收入的比重分别为 10.09%、9.55%和 9.58%，出口退税申报额占境内母子公司的出口收入的比例整体较稳定。**其中，2019 年度、2020 年度较以前年度呈下降趋势，主要系公司出口退税率下降所致。自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率和出口退税率分别调整为 16%、10%；自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%和 10%税率的，税率和出口退税率分别调整为 13%、9%。**

报告期各期，公司增值税出口免抵退税与出口销售申报收入的匹配关系如下：

单位：万美元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退出口销售申报收入	**12,617.48**	11,607.79	9,511.18
境内生产企业公司出口销售收入[注 1]	**13,677.09**	11,783.34	9,862.91
差异	**-1,059.61**	-175.56	-351.73
其中：上年收入本年申报	**2,726.41**	2,547.92	2,200.63
本年收入下年申报	**3,787.88**	2,726.41	2,547.92
其他[注 2]	**1.86**	2.93	-4.44

注 1：包含母公司天元宠物、子公司湖州天元的出口外销数据。

注 2：报关金额为 FOB 价，公司外销存在极少部分 CIF 等方式，两者金额存在差异。

报告期内，公司完成报关出口后确认销售收入，出口退税通常在单证齐备后方可获

得相应的退税，收入确认时点与免抵退税申报系统存在时间性差异，是公司增值税出口免抵退税与出口销售申报收入存在差异的主要原因。

（3）外销收入与海关数据的匹配性

报告期各期，公司境外销售收入与海关数据的匹配情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内公司外销收入	**14,940.63**	13,109.59	11,592.20
海关出口金额	**14,092.93**	12,292.97	11,081.03
差异	**847.71**	**816.62**	**511.17**
差异构成：			
① 销售出运至保税区金额	**672.96**	202.68	17.72
② 一达通平台报关金额	**171.92**	383.05	504.63
③ 海外仓差异	**34.57**	-	-
④ 时间性差异等	**-31.74**	230.89	-11.18

注 1：报告期内，公司外销主要以美元为结算货币，海关出口数据亦以美元列示，因此统一折算为美元进行分析比较。

注 2：境内公司外销收入系按境内主体的出口收入统计，未包含境外子公司的销售收入，但包括了境内主体出口至境外子公司的数据，因此与公司合并范围的外销收入金额存在一定差异。

经对比，公司境内出口收入与海关出口数据差异较小，主要差异原因如下：

1）销售出运至保税区：公司存在根据部分客户要求将产品销售出运至保税区的情况，该等出运数据未统计在海关出口数据中；

2）一达通平台报关：报告期内公司入驻阿里巴巴旗下的外贸综合服务平台（由阿里巴巴下属的深圳市一达通企业服务有限公司（简称“一达通”）为中小企业提供专业、低成本的通关、外汇、退税及配套的物流和金融服务），通过一达通出口销售部分产品，由于该部分外销由一达通进行报关，因此未统计在公司的海关出口数据中；

3）海外仓差异：子公司杭州赛旺自 2020 年起通过亚马逊等海外电商平台进行线上销售，为保障供货的及时性，其提前将货物做出口报关处理，并运至进口国的仓库（海外仓），由于该部分报关数据未形成销售，公司未对该部分确认收入，但相关出口数据已统计在海关出口数据中；

4）时间性差异：**公司出口销售按提单等交货凭证所载的日期确认收入，海关出口**

数据系按办结海关手续的日期进行统计，二者存在一定时间差，因此会存在时间性差异。

（4）外销收入与信用保险数据的匹配性

报告期内，公司外销收入与中信保投保数据的匹配情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内公司出口收入（A）	**14,940.63**	13,109.59	11,592.20
其中：销售给境外子公司收入（B）	**774.76**	349.69	417.53
信用证回款收入（C）	**392.10**	532.43	342.86
预收款及交付提单后收款部分（D）	**1,834.43**	2,135.13	1,097.63
海外仓业务销售收入（E）	**263.35**	**-**	**-**
拟投保收入(F=A-B-C-D-E)	**11,676.00**	10,092.35	9,734.18
中信保投保收入(G)	**11,643.68**	10,040.28	9,654.34
差异(H=F-G)	**32.32**	52.07	79.84
差异率（H/F）	**0.28%**	0.52%	0.82%

报告期内，公司对销售给境外子公司收入、信用证回款收入、预收款及交付提单后收款部分以及海外仓业务销售收入不购买出口信用保险，各期拟投保的境内公司出口收入与中信保信用保险投保数据差异较小，不存在异常，主要差异系由于公司在完成报关出口程序后，按提单等交货凭证所载的日期确认收入，公司收到提单后在一定期限内在中信保办理投保事宜，故收入确认时间与中信保信用保险数据存在期间差异。

（5）中介机构的核查情况

保荐机构和申报会计师向公司境外主要客户函证了报告期内的销售金额及往来账款余额，以确认销售收入的真实性和准确性，**报告期各期境外客户回函确认的销售收入占公司外销收入的比例分别为 61.52%、68.01%及 69.67%**。此外，保荐机构并选取了公司主要出口国家中的 82 家客户进行了实地访谈或终端门店走访。

报告期内，由于公司主要客户 Chewy 和 Amazon 两大境外知名上市电商客户因内部管理政策原因不愿接受中介机构的访谈尽调，且因无相关实体门店，保荐机构和申报会计师为确认双方交易的真实性，采取了以下主要补充核查程序：

1）客户背景情况调查。经调查，Chewy 和 Amazon 公司均为美国知名电商公司，

经营状况良好。其中，Chewy 是美国最大的宠物电商公司之一，于 2019 年在美国纽约证券交易所上市，其通过线上渠道销售各类宠物产品，2019 年营业收入为 48.47 亿美元；Amazon 是全球商品品种最多的网上零售商之一，成立于 1994 年，1997 年在美国纳斯达克上市，2019 年营业收入为 2,805.22 亿美元。

2）客户通讯记录调查。经查阅报告期内公司与 Chewy、Amazon 的业务往来邮件或供应商系统，确认双方均基于合作订单开展业务，交易具有真实性。其中，公司与 Chewy 主要通过往来邮件开展业务合作，中介机构查阅了报告期内经公司与 Chewy 双方邮件确认的交易订单明细；公司与 Amazon 主要通过 Amazon 供应商系统开展合作，中介机构查阅了系统中公司与 Amazon 报告期内交易订单明细。

3）交易报关记录核查。调查公司向 Chewy 及 Amazon 出口的产品主要采用 FOB 方式交易，相关产品在完成报关出口程序后，按提单所载的出口上船日确认收入。获取了报告期内公司对 Chewy、Amazon 发货的全部报关明细，并抽取报告期内公司与 Chewy、Amazon 的具体订单及对应的出库单据、运输单据、报关单、装船单据及收款记录，与公司交易明细、报关明细、出库记录、银行对账单、应收账款明细账等相关资料进行核对。**报告期各期，保荐人和申报会计师对 chewy 的核查收入分别为 471.50 万元、730.11 万元和 1,227.39 万元，核查比例分别为 10.05%、10.46%和 10.93%；对 Amazon 的核查收入分别为 162.60 万元、510.08 万元和 564.99 万元，核查比例分别为 21.82%、11.85%和 10.24%。**

4）交易情况函证回函。对 Chewy 和 Amazon 报告期内的销售额和应收账款余额实施函证程序，经回函确认不存在异常。

5）网站产品下单测试。登录 Chewy 和 Amazon 的电商网站购买公司供应的相关产品，并将收到的产品与公司相关订单进行核对，确认该等产品系公司所供应。

6)货款结算账户核查。查阅公司与 Chewy 和 Amazon 的订单约定及具体销售流程，获取公司与 Chewy 和 Amazon 往来的回款账户的全部收款明细，经核查确认不存在异常。

通过前述核查方式，保荐人和申报会计师认为，对报告期内的 Chewy 和 Amazon 销售收入已进行了充分、有效的核查，报告期内公司对 Chewy 和 Amazon 的收入确认时点及金额准确、真实。

综上，保荐机构认为，公司境外销售具有真实性，公司销售予境外客户的产品主要在连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台以及其他面向终端消费者的门店进行销售。

6、第三方回款情况

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，主要原因系客户资金安排或交易习惯。

报告期内，公司第三方回款金额及占营业收入比例的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境外客户通过第三方回款	**20,173.03**	18,132.93	16,064.31
境内客户通过第三方回款	**848.74**	957.65	1,138.19
第三方回款金额合计	**21,021.76**	**19,090.58**	**17,202.50**
营业收入	**145,038.81**	104,874.07	88,670.53
占比	**14.49%**	18.20%	19.40%
剔除反向保理和集团内金融公司统一支付的第三方回款金额	**2,140.92**	1,766.28	3,706.59
剔除反向保理和集团内金融公司统一支付的占比	**1.48%**	**1.68%**	**4.18%**

报告期内，公司境外客户通过第三方回款的金额较大，主要系因公司前五大客户 Kmart AUS 和 Fressnapf 的全部回款均通过第三方回款所致。

1）Kmart AUS 反向保理付款方式的原因及必要性

报告期内，公司与 Kmart AUS 之间实行的基础结算方式是 90 天信用期 T/T（电汇）结算，即在货物装运出港后的 90 天信用期内以电汇方式向公司支付货款，与行业上市公司及其他客户的结算政策相似。与此同时，Kmart AUS 向公司等供应商提供了可通过反向保理提前收取货款的选择，即通过向反向保理合作银行支付较低利率费用后可提前取得货款。公司出于加快资金周转的考虑，通常选择以反向保理方式提前获得货款。由此可见，相较于其他客户，公司与 Kmart AUS 的货款结算系在常规结算方式基础上，新增了 Kmart AUS 为便利供应商而提供的反向保理收款选择。

Kmart AUS 所采取的反向保理付款方式又称为 Kmart 供应链金融（Supply Chain Finance，SCF），是指 Kmart AUS 向供应商采购货物所形成的相应货款，可由国际知名供应链金融管理公司 Prime Revenue 指令澳大利亚国民银行结算，以 Kmart AUS 母公司

Wesfarmers（澳大利亚上市公司）的高信用等级为基础，提供给供应商可通过交付较低利率信贷费用而提前取得货款的选择权。

报告期内，公司就 Kmart AUS 的货款结算选择反向保理收款方式，由澳大利亚上市金融机构澳大利亚国民银行进行直接结算，由此形成付款方与客户方不同的第三方回款。公司选择反向保理收款方式，有助于加快资金周转、提高资金使用效率。

依据 Kmart AUS 向公司提供的国际供应商供应合作手册（Kmart Australia International Supplier Shipping Manual），Kmart AUS 对其主要国际供应商亦提供了该项付款方式选择权。该项可选付款结算方式系由 Kmart AUS 及其金融机构所提供，由于其他客户未向公司提供类似付款选择方式，由此报告期内，公司与其他境外客户未采取反向保理收款方式。

综上，公司与 Kmart AUS 采用反向保理收款结算方式，具有合理的商业原因及必要性，有利于公司在支付小额资金成本的情况下快速回笼资金；同时，据公司所了解，Kmart AUS 对其他供应商也存在通过反向保理结算货款的情况。由于该项可选付款方式系由客户所提出，公司对其他境外客户未采取反向保理收款方式具有合理性。

公司对 Kmart AUS 的货款结算选择反向保理支付方式，相关贴现费用由公司所承担。在实际业务中，公司可选择信用期满后收款还是信用期内提前收款；若公司选择提前收款，则需支付给澳大利亚国民银行早于信用期结算时间的贴现费用，该贴现费用按照“货款×提前收款的天数×利率÷365”进行计算，其中利率与 Kmart AUS 母公司 Wesfarmers 的信用等级和 LABOR 相关。**2018 年至 2020 年**，公司因反向保理收款支出的贴现费用分别为 63.26 万元、97.85 万元和 **48.64 万元**，各期以反向保理方式收取货款金额分别为 9,868.43 万元、13,672.28 万元和 **15,320.93 万元**。

由于是否选择采取通过反向保理提前取得货款系由公司等供应商所决定，相关提前支付的贴现利率通常由公司等供应商所承担，具有合理性并符合行业惯例。例如，根据消费品行业上市公司中胤时尚在其招股说明书中所披露，其部分境外客户也存在利用反向保理供应链金融工具，由结算银行提前支付货款的情况，中胤时尚则根据提前回款金额及时间承担相应贴现利息。

在会计处理方面，公司在通过反向保理贴现取得货款时，借记“银行存款”和“财务费用”，并贷记“应收账款”。

综上，公司作为提前回款的受益方承担相应的贴现费用，符合行业惯例并具有商业合理性，相关贴现费用会计处理方式符合企业会计准则。

2）Fressnapf 实行集团统一支付的原因及必要性

EFIS AG 为 Fressnapf 集团范围内的供应链金融服务企业，公司与 Fressnapf 的结算方式同其他大部分供应商不存在差异，均主要通过 EFIS AG 进行统一结算。由此，公司应收 Fressnapf 货款由其集团内企业 EFIS 统一支付具有合理性。

FIS AG 统一支付公司应收 Fressnapf 的货款，其作为贷款结算服务的提供方，会基于订单金额收取货款一定比例的手续费，该等手续费用均由公司承担，公司对 Fressnapf 的产品报价已考虑该等手续费支出。报告期内，EFIS AG 收取的手续费分别为 38.56 万元、34.93 万元和 **57.57 万元**。

报告期内，除 Kmart AUS、Fressnapf 以外，公司各期前五大存在第三方回款的客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户地区	第三方回款金额	原因
2020 年度				
1	**American Pets Do Brasil LTDA**	**巴西**	**469.73**	**业务需要委托关联方付款**
2	**Kaufland Dienstleistung GMBH & CO.KG**	**德国**	**450.39**	**业务需要委托合作伙伴付款**
3	**KIKA LT, UAB**	**拉脱维亚**	**184.71**	**业务需要委托合作伙伴付款**
4	**Sok Consumer Goods Trade**	**芬兰**	**174.89**	**业务需要委托合作伙伴付款**
5	**上海汤琪贸易有限公司**	**中国**	**73.68**	**业务需要委托关联方付款**
2019 年度				
1	Kaufland Dienstleistung GMBH & CO.KG	德国	181.14	业务需要委托合作伙伴付款
2	KIKA LT, UAB	拉脱维亚	171.52	业务需要委托合作伙伴付款
3	Sok Consumer Goods Trade	芬兰	168.14	业务需要委托合作伙伴付款
4	American Pets Do Brasil LTDA	巴西	137.66	业务需要委托关联方付款
5	PetEx International Ltd	法国	87.60	业务需要委托关联方付款
2018 年度				
1	Action	荷兰	660.43	业务需要委托合作伙伴付款
2	Tex idea Gmbh	德国	518.03	业务需要委托合作伙伴付款
3	Kaufland Dienstleistung GMBH & CO.KG	德国	258.47	业务需要委托合作伙伴付款

序号	客户名称	客户地区	第三方回款金额	原因
4	GALA-CENTRE company	俄罗斯	158.23	业务需要委托合作伙伴付款
5	Benson Image B.V.	荷兰	146.73	业务需要委托关联方付款

报告期内，前述第三方回款客户的形成原因主要有以下两种：

一是客户基于跨境采购业务需要，委托采购代理商或其他合作伙伴进行结算的情形。该情形分为以下两种情况。客户如 Action、Tex idea Gmbh、Sok Consumer Goods Trade 通过跨境代理商付款，并由代理商进行订单跟踪、组织验货及交期管理等辅助工作，有助于提高客户在开展跨境采购过程中的工作效率。客户如 Kaufland Dienstleistung GMBH & CO.KG、KIKA LT, UAB、GALA-CENTRE company 通过金融机构等合作伙伴付款，有助于提高客户外汇结算的付款效率。

二是客户委托集团关联方进行付款，主要系客户基于提升集团整体运营效益，由其集团内其他子公司或母公司支付货款的情况，或境内客户出于付款便利性考虑，由法定代表人等关联方代为支付货款，具体如 American Pets Do Brasil LTDA 由其子公司 Dumar Capital.SA 等代付，Benson Image B.V.由其子公司 Aigostar SRL 等代付，PetEx International Ltd 由其母公司 Ethical Products Inc.代付，上海汤琪贸易有限公司由其法定代表人等代付等。

因此，上述第三方回款属于正常商业行为，具有合理的商业原因，不存在公司关联方代为支付或收取货款的情况。

4）代付款单位相关情况

公司将客户方与付款方进行对应的主要方式及依据包括：一是，公司可通过客户向公司提供的第三方付款说明、付款确认函以及结算手册等文件进行确认；二是，通过公司与客户有关付款方式的邮件往来说明，以及报关单、提单、出入库及运输单据、银行回单等材料上的业务信息加以确认；三是，通过公司与第三方签订的代付协议或类似协议进行确认。其中，报告期内，公司与 Fressnapf 的第三方回款系通过与第三方回款方签署协议方式进行确认，其余第三方回款主要通过其他两种途径进行确认。

公司第三方回款主要系由 Kmart AUS 和 Fressnapf 两大客户产生，报告期各期，上述两大客户的第三方回款金额占第三方回款总额的比例分别为 78.45%、90.75%和 89.82%。

公司少数客户存在同一客户对应多家代付款方的情况。对于境外客户，主要系出于支付便利性等原因，存在由集团内多家关联公司进行付款的情况，涉及的客户主要为American Pets Do Brasil LTDA、Action、Sok Consumer Goods Trade、Benson Image B.V.和 S.A. Jourdain；对于境内客户，主要系出于客户操作简便性等原因，根据实际控制人、股东或其亲属等业务账户的资金余额状况进行支付，因而形成同一客户对应多家代付款账户的情况。同时，因客户内部调整，公司客户存在各期代付款账户发生变化的情况，涉及的客户主要如 American Pets Do Brasil LTDA 等。

报告期内，公司少数境外客户存在共用相同代付款机构的情况，主要系不同境外客户指定了相同的跨境贸易代理商，由代理商进行结算所致，主要如 Action、Ross Procurement Inc.和 Sok Consumer Goods Trade 均委托 LF CENTENNIAL PTE LTD 付款，Kaufland Dienstleistung GMBH & CO.KG 和 Globus Fachmärkte GmbH & Co. KG 均委托 MARKANT TRADING ORGANISATION 付款。

综上，报告期内公司第三方回款均具有真实的业务背景，不存在虚构交易的情形，第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性。

5）第三方回款相关内控制度

报告期内，公司要求业务人员必须与客户进行充分沟通，原则上不接受第三方回款，对于无法避免的第三方回款，公司制定了《第三方回款业务内部控制制度》进行规范，建立了较为完善的内控流程，具体包括事前、事中与事后三部分：

① 事前控制。公司对涉及第三方回款的业务，在对客户进行背景调查以外，还需对第三方回款公司进行背景调查，并在与客户进行具体订单沟通时，通过邮件、电话等形式明确购买方、付款方、提货方以及付款方式等内容。

② 事中控制。公司在收到第三方付款的款项后，财务部核对收款金额是否与出货记录、双方约定的付款方等一致，最后根据银行单据进行财务处理。

③ 事后控制。公司财务部和销售部每月末定期就销售收款情况进行对账，由销售业务人员根据与客户约定的对账时间点，向客户或第三方付款方发送对账单或在客户系统上进行对账，对发货金额、回款金额等信息进行核对和确认。

报告期内，公司基于上述制度对客户进行规范，报告期各期，公司剔除反向保理和集团内金融公司统一支付的第三方回款金额分别为 3,706.59 万元、1,766.28 万元和

2,140.92 万元，占当期营业收入比例分别为 4.18%、1.68%和 **1.48%**，相关金额及占比较小且逐年下降，第三方回款内控制度得到了有效执行。

综上，经核查，保荐人、申报会计师认为，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，不影响销售循环内部控制有效性的认定，第三方回款及销售确认相关内部控制具有有效性。

上述涉及第三方回款的客户及付款方与公司均不存在关联关系。

综上，报告期内公司的第三方回款情况基于业务合作需求发生，具有必要性和商业合理性。截至本招股说明书签署日，公司不存在因第三方回款导致的货款纠纷。

保荐机构对公司第三方回款情况进行核查后认为：报告期内，公司第三方回款对应的营业收入具有真实性，公司报告期内发生的第三方回款系基于业务合作需求发生，具有必要性和商业合理性。

7、其他业务收入

报告期各期，公司其他业务收入分别为 736.09 万元、397.54 万元和 **673.75 万元**，主要为原材料销售收入。

（1）原材料销售的主要情况

报告期内，公司原材料销售的主要种类、金额、销售对象、毛利率情况如下：

单位：万元

种类	期间	销售金额	销售成本	毛利率	主要销售对象
面料	2018 年度	298.65	279.80	6.31%	杭州杭景彩印包装有限公司/杭州吉旺宠物用品有限公司、桐庐来盛针织有限公司、长兴合旺宠物用品有限公司、杭州福升服饰有限公司、德清辰东宠物用品有限公司、浦江裕达家纺有限公司、浦江县万欣工艺有限公司等
	2019 年度	133.26	125.99	5.45%	
	2020 年度	**44.32**	**43.39**	**2.10%**	
PP 棉	2018 年度	219.59	207.15	5.67%	桐庐来盛针织有限公司、杭州杭景彩印包装有限公司/杭州吉旺宠物用品有限公司、杭州福升服饰有限公司、长兴合旺宠物用品有限公司、杭州鼎旺宠物用品有限公司等
	2019 年度	117.99	113.98	3.39%	
	2020 年度	**113.66**	**111.05**	**2.29%**	
螺杆/螺帽	2018 年度	98.96	97.26	1.71%	德清县建旺塑料厂、德清县百旺塑料编织厂、长兴新大力塑业有限公司、长兴红艳塑料制品有限公司、杭州东亿塑业有限公司、德清德盛宠物用品科技股份有限公司、德清辰东宠物用品有限公司
	2019 年度	121.78	120.36	1.17%	
	2020 年度	**206.54**	**201.04**	**2.66%**	
海绵	2018 年度	27.42	26.00	5.17%	杭州杭景彩印包装有限公司、杭州长命乳胶

种类	期间	销售金额	销售成本	毛利率	主要销售对象
	2019 年度	3.64	3.43	5.66%	海绵有限公司、德清辰东宠物用品有限公司、杭州富阳永顺旅游用品有限公司等
	2020 年度	**4.89**	**4.71**	**3.71%**	

报告期内，公司出于保障产品质量及消化结余原材料的考虑，存在向部分外协供应商销售部分原材料的情况。**报告期各期，公司对外协供应商的原材料销售金额分别为729.03 万元、388.46 万元、386.61 万元，呈逐年降低趋势。**公司在原材料采购价基础上考虑仓储运输等成本确定材料销售价格，定价公允。

报告期内，出售给外协厂商的材料规模逐年下降，主要系公司对于外协生产的经营理念和管理方式发生变化。在同部分外协供应商合作初期，由于供应商质量管控能力较弱，为保障产品质量，公司会向外协厂商销售质量要求较高的部分材料；随着合作关系的加深，公司逐步增加了对外协产品的品控监管，减少了原材料销售。但对于部分存在起订量要求的原材料，在供应商具有协同采购意向的情况下，公司会将部分材料转销给外协厂商。

（2）向外协厂商出售原材料的合理性及会计处理情况

报告期各期，公司因保障质量向外协厂商销售的原材料金额分别为709.86万元、380.52万元和356.18万元，因消化结余考虑出售给外协厂商的原材料金额分别为19.17万元、7.94万元和30.43万元。

报告期内，公司向主要外协供应商所销售原材料的各期交易情况如下：

单位：万元

外协厂商	2020 年度	2019 年度	2018 年度
桐庐来盛针织有限公司	83.19	106.83	136.94
德清辰东宠物用品有限公司	3.47	5.38	83.72
长兴合旺宠物用品有限公司	0.28	12.20	19.23
杭州杭景彩印包装有限公司/杭州吉旺宠物用品有限公司	48.08	31.92	221.87
德清县建旺塑料厂	104.55	72.18	56.35
德清县百旺塑料编织厂	51.73	32.52	35.31
长兴红艳塑料制品有限公司	50.01	-	-
小计	341.31	261.03	553.42

公司向部分外协供应商销售部分原材料，主要系为了保障外协产品加工质量，具有真实、合理的商业基础。公司产品以境外销售为主，下游国际客户对于产品质量要求较

高。公司外协供应商普遍以中小企业为主，部分供应商的采购经验相对缺乏，因此为保障外协加工产品质量的一致性、稳定性，在合作初期，公司会自行采购部分原材料并销售给该类外协供应商进行产品加工。行业内，部分供应商也存在同其他客户采取类似方式进行合作的情况。此外，公司部分原材料的采购具有起订量要求，在通用性程度不高的情况下会形成少量生产结余；当外协供应商出现相同需求时，公司也会出于消化结余目的向其销售原材料，但整体规模相对较小，交易价格综合考虑材料采购单价、运费及仓储成本等因素协商确定，符合商业逻辑。

报告期内，公司将向该等外协供应商的产品采购与部分原材料销售分别认定为独立的购买与销售业务，具体原因如下：

1）购买和销售业务各自独立。根据产品购销合同及订单，公司与外协供应商之间的定价方式并非简单以加工费形式进行定价，而是以产成品整体进行定价销售，外协厂商具备完整定价权；公司向供应商销售的原材料亦是以材料采购成本为基础进行定价，购买和销售业务相对独立。

2）公司将原材料销售给外协厂商后，物料所有权已转移给外协厂商，原材料在生产加工中的物料风险、价格波动风险已转由外协厂商承担。

3）公司向外协厂商出售的主要是面料、PP 棉、海绵等材料，需要经过面料制版、切割、缝纫加工、装配、检验、包装等一系列加工后才能最终形成产品。外协厂商需要购置生产所需的其他材料，并将上述材料加工成一个完整的产成品，原材料并非经过简单加工，产品的形态功能较原材料已发生较大变化。

公司向外协供应商销售原材料，并在对方验收后确认收入，符合报告期内《企业会计准则》修订前后的相关规定，具体情况如下：

1）**2018 年**至 2019 年

企业会计准则规定的收入确认条件	公司原材料销售的收入确认情况
企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	公司在将原材料交付给外协厂商且经其签收后确认收入。由于该部分原材料若非质量问题，一般不允许退货，故商品所有权上的主要风险和报酬在客户收到商品并签收时转移。
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	公司将原材料销售给外协厂商后，物料所有权已转移给外协厂商，原材料在生产加工中的物料灭失风险、价格波动风险已转由外协厂商承担。
收入的金额能够可靠地计量	公司向供应商销售的原材料以材料采购成本为基础进行定价，收入的金额能够可靠地计量。

相关经济利益很可能流入企业	公司与外协厂商合作情况良好，无法收回货款的风险较低。
相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量	公司能够准确计量对外销售的原材料成本。

由上表可知，公司向外协供应商销售原材料，并在对方验收后确认收入，符合《企业会计准则》中关于收入确认条件的相关规定。

2）2020年

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”）。根据新收入准则的规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。公司在将原材料交付给外协供应商并经外协供应商验收后，原材料的控制权已转移给外协供应商，外协供应商对原材料的用途可自由支配，原材料在生产加工中的灭失风险、价格波动风险也由外协厂商承担。因此，公司对外协供应商销售原材料在对方验收时确认收入，符合新收入准则的规定。

综上，公司为保障产品质量及消化结余向部分供应商出售原材料的情况，具备商业合理性；同时，公司将向该等供应商销售原材料及采购外协加工产品按照独立的销售采购交易进行账务处理，符合业务的实际情况，具备合规性、准确性。

8、退换货情况

报告期内，如产品出现质量问题，公司对境外客户通常以扣减货款方式进行补偿，境内客户则根据协商情况予以退货。具体情况如下：

（1）境外客户的销售退换货情况

公司与境外客户的订单合同通常不会对退换货条款做出约定，主要系产品单位货值较小，货物通过海运送达客户后再进行退换货的相关成本较高。因此，在实际操作中，如货物出现质量问题，经双方确认后主要由公司以扣减货款方式进行补偿，仅在个别情况下予以退货处理。

报告期内，公司外销业务因货物出现质量问题所致的扣款、退货金额如下：

期间	扣款金额（万元）	合计占外销收入比重
2020 年度	**87.06**	**0.08%**
2019 年度	92.88	0.10%
2018 年度	96.51	0.12%

报告期内，公司发生前述扣款时，已相应冲减销售收入。公司外销扣款时的会计

处理符合企业会计准则相关规定。

（2）境内客户的销售退换货情况

公司境内直销和经销业务为买断式销售，在客户收到商品并签收后确认收入，如无质量问题一般不允许退货，若货物出现质量问题，主要由双方确认后以退货并扣减货款方式进行补偿。报告期内，主要退换货情况如下：

年份	退货金额（万元）	占内销收入比重
2020 年度	**4.28**	**0.01%**
2019 年度	7.61	0.08%
2018 年度	6.83	0.09%

境内客户发生前述退货时，公司已相应冲减销售收入与销售成本，对于因产品质量问题导致的无法形成二次销售的退回货物已全额计提存货跌价准备，会计处理符合企业会计准则相关规定。

9、现金交易情况

报告期内，公司存在少量现金采购和现金销售交易，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金采购	**4.97**	**0.005%**	3.53	0.006%	5.98	0.009%
现金销售	**0.04**	**0.000%**	1.93	0.002%	-	-

注：现金采购占比为占同期营业成本的比例；现金销售占比为占同期营业收入的比例。

公司报告期内的现金采购主要为零星运费支出，系根据运输公司习惯进行的支付；**2019 年和 2020 年公司的现金销售系零星客户现场提货时使用现金付款等导致。**该等现金采购和现金销售情况具备必要性与合理性，相关供应商和客户与公司均不存在关联关系，公司现金收支的内部控制制度完备并有效执行。

保荐机构经核查认为，公司报告期内存在的零星现金交易具有真实性、合理性和必要性。

10、中美贸易摩擦对公司的影响

（1）公司对美销售产品的关税加征情况

报告期内，中美贸易摩擦对公司在美国市场的销售业务产生了一定影响。美国政府自 2018 年 9 月 24 日起对约 2,000 亿美元的中国商品加征 10%关税，并自 2019 年 5 月 10 日起，对 2,000 亿美元中国商品加征的关税从 10%上调至 25%，相关产品涉及了公司销往美国的猫爬架、部分宠物牵引用具、宠物服饰等产品；其中，部分产品于 2019 年 11 月和 2020 年 2 月起被列入排除名单，暂停加征关税，至 2020 年 8 月 7 日恢复加征。此外，2019 年 9 月 1 日起，美国对从中国进口的 3,000 亿美元商品加征 10%关税，并于 2019 年 10 月 1 起将加征税率提高至 15%，其中包括公司销往美国的宠物窝垫产品；随着中美签署第一阶段经贸协议，自 2020 年 2 月 14 日起，美国正式将 3,000 亿 A 清单加征关税从 15%降至 7.5%。

（2）公司报告期内美国市场销售情况

公司对美国市场的产品销售可分为三种主要方式，一为境内公司直接出口至美国市场，该种方式下美国相关关税由进口方美国客户支付；二为境内公司出口至美国子公司欧塞艾后由欧塞艾销售至美国客户，该种方式下美国相关关税由进口方欧塞艾支付，即由公司直接承担；此外，2020 年起，子公司杭州赛旺开始在美国开展海外仓业务，该种业务模式与欧塞艾相似，美国相关关税亦由公司直接承担。

报告期内，公司三种销售方式下来自美国的销售收入情况如下：

单位：万元

销售方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内直接出口销售	**25,783.94**	21,549.61	13,767.89
子公司欧塞艾销售	**6,196.89**	6,043.06	5,837.96
海外仓的发货销售	**1,578.26**	-	-
对美销售额合计	**33,559.08**	27,592.66	19,605.84
占营业收入比例	**23.14%**	26.31%	22.11%

1）境内直接发货

报告期内，公司境内直接发货至美国客户的销售方式下各类产品的主要产品价格和销量如下：

均价单位：元/套、元/个、元/件；销量单位：万套、万个、万件

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	均价	销量	均价	销量	均价	销量
宠物窝垫	**30.80**	**113.21**	35.03	80.12	39.35	71.28

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	均价	销量	均价	销量	均价	销量
猫爬架	**104.10**	**123.33**	106.95	89.93	80.61	58.75
宠物玩具	**8.26**	**629.89**	8.32	546.93	8.34	435.26
其他	**10.58**	**394.23**	11.65	392.37	10.97	236.85

由上表可见，**2018 年至 2020 年**，公司主要产品对美国的销量均在逐年提升。

其中，宠物窝垫产品虽在加征关税产品之列，但销售均价下降主要系美国市场的客户结构和产品结构变化所致，主要客户的销售单价未因关税影响而下降。例如，报告期各期，公司对 Elite Pet 的宠物窝垫销售均价分别为 44.05 元/个、43.45 元/个和 31.26 元/个，其中 2018 年和 2019 年单价较高主要系因期间大型狗窝的采购占比较大，带动了整体平均销售单价的提升；2020 年，受疫情影响，Elite Pet 仅保留了简单款窝垫的少量采购，因此售价有所下降。

猫爬架产品的均价变动亦主要与产品类型的销售变化情况有关。2019 年以来，因板式猫爬架等高货值猫爬架销售占比的提升，公司对美国市场的猫爬架销售单价逐年上涨。报告期内，公司未因关税加征对主要猫爬架客户进行较大幅度降价调整。

其他产品中，部分宠物牵引用具和宠物服饰报告期内曾在加征关税之列，但除 2020 年外，其他产品的销售均价逐年有所增长，2020 年的单价下降主要系部分采购单价偏高的客户因疫情影响采购额降低所致，公司未因关税加征对主要牵引用具及宠物服饰等客户进行较大幅度降价调整。

2）欧塞艾发货

报告期内，在子公司欧塞艾对美国客户的销售方式下，主要产品猫爬架的各期平均价格和销量情况如下：

均价单位：元/个；销量单位：万个

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	均价	销量	均价	销量	均价	销量
猫爬架	**84.01**	**73.76**	77.49	77.99	67.48	85.34

欧塞艾在美国市场销售的产品主要为猫爬架，并以美国沃尔玛为主要客户。由于美国加征关税由欧塞艾承担，2019 年起，经与美国沃尔玛协商，欧塞艾对产品售价进行

了一定幅度的提升，以此与客户共同分摊了部分关税成本。同时，受产品价格提升及美国沃尔玛自身销售情况影响，2019 年起欧塞艾的猫爬架销量亦有所下降。

（3）公司应对加征关税所采取的措施及有效性

为减少美国加征关税对公司产生的影响，公司主要采取了以下应对措施：

1）对于既有美国客户的原有合作产品，公司主要通过与客户协商适当调整产品价格的方式以共同分摊关税成本；

2）持续开拓美国优质客户并加强新产品开发、优化产品结构，向既有客户及新客户推出附加值更高的新产品，以保持公司在美国市场的盈利能力；

3）积极开拓欧洲、大洋洲、南美洲等美国以外的境外市场以及境内市场，不断开拓境内外新客户，以应对未来美国订单可能减少的影响。

中美贸易摩擦以来，虽公司部分产品被多次加征关税，但随着公司积极采取上述应对措施，**报告期内**，公司对美国既有主要客户的销售规模未受到重大影响，同时因开发了 Amazon 等大客户，公司对美国的销售收入保持了持续增长；同时，公司对其他境外市场及境内市场的销售收入亦保持持续增长。

综上，2018 年以来，美国对我国部分产品加征关税对公司的美国市场业务产生了一定影响，公司采取了一系列有效的应对措施，使得美国加征关税政策未对公司经营业绩造成重大不利影响。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	**108,871.31**	**99.42%**	76,114.35	99.49%	64,121.71	98.94%
其他业务成本	**637.34**	**0.58%**	391.21	0.51%	687.78	1.06%
合计	**109,508.65**	**100.00%**	**76,505.56**	**100.00%**	**64,809.49**	**100.00%**

公司营业成本主要由主营业务成本所构成，报告期内主营业务成本占营业成本的比

重分别为98.94%、99.49%和**99.42%**，与公司主营产品的销售情况相匹配。

2、主营业务成本按产品类别构成分析

报告期内，公司主营业务成本按产品分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宠物窝垫	**22,108.64**	**20.31%**	18,546.93	24.37%	17,115.24	26.69%
猫爬架	**24,739.05**	**22.72%**	17,055.58	22.41%	12,105.71	18.88%
宠物玩具	**17,376.26**	**15.96%**	17,398.39	22.86%	16,277.82	25.39%
其他产品	**44,647.36**	**41.01%**	23,113.45	30.37%	18,622.94	29.04%
合计	**108,871.31**	**100.00%**	**76,114.35**	**100.00%**	**64,121.71**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本的分产品构成情况与主营业务收入结构及其变动趋势具有匹配性。

3、主要产品成本及销量变化情况分析

报告期内，公司主要产品的成本及销量情况如下：

项目		2020年度		2019年度		2018年度
		金额	变动比例	金额	变动比例	金额
宠物窝垫	销售成本（万元）	**22,108.64**	**19.20%**	18,546.93	8.37%	17,115.24
	销量（万套）	**943.82**	**10.35%**	855.26	-5.89%	908.83
	单位成本（元/套）	**23.42**	**8.02%**	21.69	15.15%	18.83
猫爬架	销售成本（万元）	**24,739.05**	**45.05%**	17,055.58	40.89%	12,105.71
	销量（万套）	**405.00**	**44.41%**	280.46	15.20%	243.46
	单位成本（元/套）	**61.08**	**0.44%**	60.81	22.30%	49.72
宠物玩具	销售成本（万元）	**17,376.26**	**-0.13%**	17,398.39	6.88%	16,277.82
	销量（万套）	**3,548.33**	**1.44%**	3,497.86	1.70%	3,439.46
	单位成本（元/套）	**4.90**	**-1.55%**	4.97	5.10%	4.73
其他产品	销售成本（万元）	**44,647.36**	**93.17%**	23,113.45	24.11%	18,622.94
	销量（万套）	**2,753.59**	**14.71%**	2,400.54	4.82%	2,290.26
	单位成本（元/套）	**16.21**	**68.40%**	9.63	18.41%	8.13

报告期内，公司宠物窝垫的单位成本逐年上涨，其中2019年因单位成本较高的功

能性窝垫销售占比有较大提升，导致窝垫整体销售成本有较大幅上涨；2020年因功能性窝垫销售占比进一步提升，导致单位成本继续提升。

2019年由于板式猫爬架等复杂款销量增长较快，该类产品成本显著高于简单款猫爬架，因此导致当年度猫爬架单位成本有较大幅上涨；2020年上半年猫爬架单位成本未有明显提升。

2019年公司宠物玩具的单位成本有所上涨，主要系公司销售的宠物玩具功能性愈加丰富，从而相关成本亦有所提升；2020年，由于单价和单位成本较高的Elite Pet、Bass Pro, LLC.受疫情影响采购量有所下降，导致当期宠物玩具单位成本略有下降。

报告期内，公司其他产品的单位成本逐年上涨，主要系期间便携产品、其他宠物工具、宠物粮食等成本相对较高的产品销量增长较快所致；其中2020年单位成本大幅增长系因公司境内宠物粮食业务快速增长，而该等产品单位成本显著高于其他产品所致。

4、主营业务成本结构构成情况

报告期内，公司主营业务成本结构保持相对稳定，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自产产品	**22,633.77**	**20.79%**	19,300.57	25.36%	14,205.00	22.15%
外协产品	**60,734.40**	**55.79%**	53,697.62	70.55%	46,888.61	73.12%
外购产品	**25,503.14**	**23.43%**	3,116.15	4.09%	3,028.10	4.72%
合计	**108,871.31**	**100.00%**	**76,114.35**	**100.00%**	**64,121.71**	**100.00%**

（1）自产产品的成本构成

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。报告期内，公司自产产品的成本结构变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比（%）	成本	占比（%）	成本	占比（%）
直接材料	**13,622.90**	**60.20**	12,555.98	65.05	9,250.40	65.12
人工费用	**3,753.34**	**16.58**	3,082.42	15.97	2,327.36	16.38

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比（%）	成本	占比（%）	成本	占比（%）
制造费用	**3,783.15**	**16.71**	2,932.34	15.19	1,979.72	13.94
其他	**1,474.38**	**6.51**	729.84	3.78	647.52	4.56
小计	**22,633.77**	**100.00**	**19,300.57**	**100.00**	**14,205.00**	**100.00**

公司自产产品成本以直接材料为主；人工费用和制造费用系公司自产产品生产过程中发生的生产人员薪酬和外协工序加工费、厂房及设备折旧、能源费用等；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。

如上表所示，自产产品的各类成本结构保持相对稳定。其中，**2020 年**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**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，公司自产产品的直接人工占比高于其他年度，主要系系 2018 年公司生产线调整导致产量有所下降，使得单位产品所分摊人工费用及其占比有所增加，**而 2020 年度，直接人工占比增加则主要系由于猫爬架订单增加，公司生产员工人数增加所致。此外，2020 年度，由于美国子公司欧塞艾销售的自产猫爬架收入和占比提高，导致相关海运费、装卸费等其他费用较上年度有较大幅增长。**

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 年度	变动额	2019 年度	变动额	2018 年度
宠物窝垫					
直接材料	**3,675.08**	**-291.87**	3,966.95	115.37	3,851.58
直接人工	**1,116.77**	**-45.66**	1,162.43	99.19	1,063.24
制造费用	**1,575.17**	**345.92**	1,229.25	168.84	1,060.41
小计	**6,367.02**	**8.39**	**6,358.63**	**383.40**	**5,975.23**
猫爬架					
直接材料	**9,947.81**	**1,358.79**	8,589.02	3,190.21	5,398.81
直接人工	**2,636.57**	**716.58**	1,919.99	655.87	1,264.12
制造费用	**2,207.98**	**504.89**	1,703.09	783.78	919.31
其他[注 1]	**1,474.38**	**744.54**	729.84	82.32	647.52

项目	营业成本				
	2020 年度	变动额	2019 年度	变动额	2018 年度
小计	16,266.74	3,324.80	12,941.94	4,712.16	8,229.78

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。

2020 年度较 2019 年度，直接材料、直接人工分别下降 291.87 万元、45.66 万元，制造费用增加 345.92 万元，其中，直接材料下降 7.36%主要系面料等主要材料的采购单价下降所致，同时，由于工序外协的增长，公司生产人员负责的工序减少导致直接人工下降 3.93%、制造费用则较上期增长 28.14%。

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。

2020 年度较 2019 年度，直接材料、直接人工、制造费用分别增加 1,358.79 万元、716.58 万元、504.89 万元，主要系销量增长 44.77 万套所致。2020 年度其他成本较 2019 年度增加 744.54 万元，主要系由于境外子公司欧塞艾销售规模较 2019 年度增加 33.73%导致成本构成中的海运费、关税等发生额增加所致。

2018 年，公司各类自产产品的产量、销量、主营业务收入及成本变动情况如下：

单位：万套/个、万元

期间	产品类型	产量	销量	收入	成本	收入变化幅度	成本变化幅度
2018 年度	宠物窝垫	233.03	223.46	8,541.80	5,975.23	-11.80%	-11.53%
	猫爬架	170.30	164.21	11,970.95	8,229.78	-6.73%	-5.92%
	小计	**403.33**	**387.67**	**20,512.75**	**14,205.01**	**-8.91%**	**-8.37%**

2018 年度，为满足具有相对较高毛利率的猫爬架产品订单需求，公司当年 9 月开始对原有厂房车间及仓库进行了布局调整，以提高猫爬架产品的自有产能规模，由此期间自产宠物窝垫和猫爬架产品的生产作业均受到一定程度影响，相关产量、销量及营业收入与营业成本均有所下降。

完成产线布局调整后，公司 2019 年度猫爬架与窝垫产品的自有产能分别较上年度有所增长与减少，相应猫爬架数量较 2018 年增加了 34.20 万套，自产宠物窝垫数量较 2018 年下降 12.36 万套。其中，2018 年生产线重新改造前，宠物窝垫生产线在母公司天元宠物和子公司湖州天元均有分布，经产线布局调整后，子公司湖州天元已专注于猫爬架产品的生产。

综上，自产产品成本 2018 年度下降符合公司实际业务情况，成本波动与营业收入的变动相匹配。

（2）外协产品的成本构成

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。报告期内，公司外协产品的成本结构变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	成本	占比（%）	成本	占比（%）	成本	占比（%）
购买价款	**58,605.35**	**96.50**	51,509.89	95.93	43,463.89	92.70
原材料	**1,562.67**	**2.57**	1,576.06	2.94	1,643.15	3.50
其他	**566.37**	**0.93**	611.68	1.14	1,781.57	3.80
小计	**60,734.39**	**100.00**	**53,697.63**	**100.00**	**46,888.61**	**100.00**

如上表，2019 年度、2020 年由于印刷品采购单价整体下降导致原材料成本占比略有下降；其他成本主要核算海运费以及出口的进项税额转出等成本，由于出口退税率的变化导致 2019 年度的其他成本支出较 2018 年度大幅下降，而 2020 年度其他成本较 2019 年度有所下降则主要系由于外子公司欧塞艾通过外协供应商采购的存货规模下降导致海运费、关税等支出下降所致。

公司外协产品成本占比较高，主要系公司采取外协生产业务模式所致。公司对外协产品的投入主要在产品的开发设计以及供应链管理，该等投入主要计入公司的研发费用或管理费用。

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，公司外协产品的投入材料成本占外协产品营业成本的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司外协投入成本	**1,562.67**	1,576.06	1,643.15
外协产品营业成本	**60,734.40**	53,697.63	46,888.60
占比（%）	**2.57**	2.94	3.50

2018 年公司印刷品投入占比较高，主要系 2018 年度印刷品的采购价格上涨幅度较大，2019 年印刷品价格下降后，印刷品投入占比有所下降；**2020 年**公司印刷品投入占比下降 **0.37%**，一方面系 **2020 年**印刷品的采购价格下降；另一方面，由于主要客户 Kmart AUS 的产品内盒包装减少，导致印刷品支出减少。

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 年度	变动额	2019 年度	变动额	2018 年度
宠物窝垫					
购买价款	15,431.19	3,484.35	11,946.84	1,220.22	10,726.62
原材料[注 1]	310.42	68.95	241.47	-136.49	377.96
其他[注 2]	-	-	-	-35.44	35.44
小 计	15,741.61	3,553.31	12,188.30	1,048.29	11,140.01
猫爬架					
购买价款	7,600.23	4,208.38	3,391.85	170.83	3,221.02
原材料[注 1]	305.69	158.20	147.49	4.74	142.75
其他[注 2]	566.37	-7.93	574.30	62.14	512.16
小 计	8,472.29	4,358.65	4,113.64	237.71	3,875.93
宠物玩具					
购买价款	16,660.43	-131.49	16,791.92	1,675.32	15,116.60
原材料[注 1]	533.10	-73.37	606.47	24.21	582.26
其他[注 2]		-	-	-578.96	578.96
小 计	17,193.53	-204.86	17,398.39	1,120.57	16,277.82
其他宠物用品					
购买价款	18,913.50	-465.79	19,379.29	4,979.63	14,399.66
原材料[注 1]	413.46	-167.17	580.63	40.45	540.18
其他[注 2]		-37.37	37.37	-617.64	655.01
小 计	19,326.96	-670.33	19,997.29	4,402.44	15,594.85

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。

2020 年度较 2019 年度，购买价款、原材料和其他成本变动额分别为 7,095.45 万元、-13.39 万元和-45.30 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境外子公司欧塞艾通过外协供应商采购的存货规模下降导致海运费、关税等支出下降所致。

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

公司外购产品的成本构成主要包括购买价款和采购过程中发生的相关运费等。报告期内，公司外购产品的成本结构变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比（%）	成本	占比（%）	成本	占比（%）
购买价款	**25,428.70**	**99.71**	3,116.15	100.00	3,028.10	100.00
其他	**74.44**	**0.29**	-	-	-	-
小计	**25,503.14**	**100.00**	**3,116.15**	**100.00**	**3,028.10**	**100.00**

报告期内，公司充分发挥销售渠道的优势，积极开展宠物食品业务，外购宠物食品规模的增加导致外购产品购买价款的大幅上升。

公司 2018 年开始销售渴望、爱肯拿等品牌宠物粮食，销售品种、规模等增加导致外购产品的销售规模增幅较大。2019 年下半年起，鉴于宠物产品市场仍以粮食产品消费为主，用品消费处于发展初期，为促进境内业务的突破发展，公司实行了进口主粮带动用品销售的境内业务发展战略，通过跨境电商模式进口销售渴望、爱肯拿等国际知名宠物粮食。由此，公司 2020 年，外购产品销售实现大幅增长。

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 年度	变动额	2019 年度	变动额	2018 年度
宠物食品					
购买价款	**23,326.63**	**20,221.10**	3,105.53	78.25	3,027.28
其他[注 1]	**74.44**	**74.44**	-	-	-
小 计	**23,401.07**	**20,295.54**	**3,105.53**	**78.25**	**3,027.28**
宠物玩具					
购买价款	**182.73**	**182.73**	-	-	-

项 目	营业成本				
	2020 年度	变动额	2019 年度	变动额	2018 年度
小 计	**182.73**	**182.73**	-	-	-
其他宠物用品					
购买价款	**1,919.34**	**1,908.72**	10.62	9.80	0.82
小 计	**1,919.34**	**1,908.72**	**10.62**	**9.80**	**0.82**

注：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。

公司宠物食品的销售规模 2019 年度较 2018 年度略有增加，整体变化较小；**2020 年度**，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。

（4）自产、外协、外购成本的差异

报告期内，公司自产和外协生产宠物窝垫与猫爬架的销量与单位成本情况如下：

单位：万套/个；万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量	单位成本	销量	单位成本	销量	单位成本
自产窝垫	**225.38**	**28.25**	226.07	28.13	223.46	26.74
外协窝垫	**718.45**	**21.91**	629.19	19.37	685.36	16.25
自产猫爬架	**254.50**	**63.92**	209.73	61.71	164.21	50.12
外协猫爬架	**150.51**	**56.29**	70.73	58.16	79.25	48.91

1）宠物窝垫

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，公司价格相对较高的产品以自行生产为主，价格相对较低的产品则主要采取外协生产方式。同时，自产窝垫与外协窝垫的成本构成也有所不同，即自产宠物窝垫的成本包括直接材料、直接人工和制造费用，外协窝垫的营业成本则主要包括产品采购价款以及公司投入的包装印刷品材料等。

2）猫爬架

报告期内，自产猫爬架的单位成本均高于外协的单位成本。2018 年起，公司开始

调整自有产线定位，逐步聚焦于价格相对较高的爬架产品，使得自产猫爬架产品单位成本出现略高于外协产品的情况。**2019 年以后，公司猫爬架产品中价格及成本较高的板式猫爬架占比提升，使得自产猫爬架的单位成本均有所增长。由于 2020 年度主要原材料板材、面料等的原材料单价下降，公司外协产品采购成本下降，导致外协猫爬架的单位成本较上期略有下降。**

除上述产品的结构的差异之外，公司自产与外协核算的成本构成不同，即自产猫爬架的营业成本主要包括直接材料、直接人工和制造费用，外协生产的猫爬架营业成本包括购买价款以及公司投入的印刷品等。成本构成不同也导致二者的单位成本存在差异。

报告期内，公司外购产品和外协产品的营业成本差异主要系包装材料费用的差异及进项税转出差异。其中，在包装材料费用方面，外协工厂交付订单后，公司将自产与外协产品统一包装、销售出运，外协产品核算的营业成本中包含了需要承担的吊牌、唛头、洗标等的包装费用；外购产品主要为国际知名品牌的进口宠物粮食，公司基本不需要增加或调整包装，不涉及包装材料费用的核算。

在进项税转方面，外协产品主要用于出口销售，由于征退税率之间的差异，因此核算的营业成本中存在进项税转出差异；外购产品宠物食品主要进口宠物粮食产品的境内销售，通常不存在进项税转出差异。

（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。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 年度	**宠物窝垫**	**21.91**	**27.37**	**-5.46**
	猫爬架	**56.29**	**62.15**	**-5.86**
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

如上表所述，报告期内，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

2018 年，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 年度和 2020 年度，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。

5、营业成本变动与营业收入的匹配情况

报告期内营业成本变化与营业收入变化的配比情况关系如下：

单位：万元

生产模式	产品类型	2020 年度			
		收入	成本	收入变动率(%)	成本变动率(%)
自产产品	宠物窝垫	9,001.40	6,367.02	-0.71	0.13
	猫爬架	23,893.10	16,266.75	26.69	25.69
外协产品	宠物窝垫	21,478.72	15,741.61	30.34	29.15
	猫爬架	10,944.40	8,472.30	114.12	105.96
	宠物玩具	24,005.48	17,193.53	-1.16	-1.18
	其他用品	26,139.95	19,326.96	-4.10	-3.35
外购产品	宠物食品	26,579.58	23,401.07	680.97	653.53
	宠物玩具	204.82	182.73	-	-
	其他用品	2,117.61	1,919.34	17,709.98	17,972.86

（续）

生产模式	产品类型	2019年度				2018年度	
		收入	成本	收入变动率(%)	成本变动率(%)	收入	成本
自产产品	宠物窝垫	9,066.12	6,358.63	6.14	6.42	8,541.80	5,975.23
	猫爬架	18,859.73	12,941.94	57.55	57.26	11,970.95	8,229.78
外协产品	宠物窝垫	16,478.86	12,188.30	9.92	9.41	14,991.55	11,140.01
	猫爬架	5,111.37	4,113.64	3.94	6.13	4,917.76	3,875.93
	宠物玩具	24,286.55	17,398.39	7.73	6.88	22,544.88	16,277.82
	其他用品	27,258.57	19,997.29	27.57	28.23	21,367.73	15,594.85
外购产品	宠物食品	3,403.42	3,105.53	-5.43	2.58	3,598.70	3,027.28
	宠物玩具	-	-	-	-		
	其他用品	11.89	10.62	1,021.70	1,195.12	1.06	0.82

（1）自产产品

报告期内自产宠物窝垫的收入变动率分别为-11.80%、6.14%、-0.71%，其对应的成本变动率分别为-11.53%、6.42%、0.13%，自产猫爬架的收入变动率分别为-6.73%、57.55%、26.69%，其对应的成本变动率分别为-5.92%、57.26%、25.69%。报告期内，自产窝垫、猫爬架的收入变化率与成本变化率基本一致。宠物窝垫产品2018年度至2020年度的销售成本增长率高于销售收入增长率，销售成本增加主要系由于多功能产品的销售占比逐步增加导致单价相对较高的材料耗用量增加所致，但公司产品售价调整相对滞后导致收入成本波动不一致。

猫爬架产品2018年度至2019年度销售收入变化率与成本变化率之间的差异逐年增加，成本增加主要系由于公司定价较高的中高端猫爬架的销售占比逐年增加所致，同时由于销售单价增加略大于单位成本，导致成本变化率低于收入变化率；而2020年度销售收入变化率高于销售成本变化率主要系由于板材、面料等主要材料的采购单价下降，但是产品售价调整相对滞后所致。

（2）外协产品

报告期内，外协宠物窝垫的收入变动率分别为25.27%、9.92%、30.24%，其对应的成本变动率分别为28.21%、9.41%、19.15%，外协猫爬架的收入变动率分别为18.21%、3.94%、114.12%，其对应的成本变动率分别为16.66%、6.13%、105.96%。两类产品的收入与成本变动情况保持相对稳定，小幅差异主要系原材料价格的波动与售价的调整

存在时间性差异所致。

报告期内，宠物玩具的收入变动率分别为 11.23%、7.73%、-1.16%，其对应的成本变动率分别为 13.89%、6.88%、-1.18%，收入变动幅度与成本变动幅度保持相对稳定，整体差异较小。

报告期内，其他宠物用品的收入变动率分别为 32.88%、27.57%、-4.10%，其对应的成本变动率分别为 33.99%、28.23%、-3.35%，收入变动幅度与成本变动幅度保持相对稳定，整体差异较小。

（3）外购产品

公司报告期内外购产品主要为宠物食品。其中，2019 年度，公司外购产品的销售收入与销售成本较 2018 年度的收入、成本分别变化-184.45 万元、88.05 万元，收入变动与成本变动趋势不一致，主要系为促进境内业务发展，公司于 2019 年下半年实行了进口主粮带动用品销售的发展策略，由于所销售宠物粮食产品为进口外购产品，毛利率相对较低，故使得整体外购产品毛利率有所下降，收入与成本变动幅度略有不同。

综上，公司各类产品的营业收入变动和营业成本变化具有匹配性，相关变动情况符合企业业务实际发展，不存在重大差异。

6、分模式的成本构成情况

报告期内，公司不同销售模式下的营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	营业成本	占比	营业成本	占比	营业成本	占比
直销模式						
直接材料	**14,810.49**	**13.85%**	14,016.46	18.69%	10,748.15	17.04%
直接人工	**3,665.79**	**3.43%**	3,053.07	4.07%	2,290.31	3.63%
制造费用	**3,707.51**	**3.47%**	2,903.78	3.87%	1,947.43	3.09%
购买价款	**82,741.81**	**77.35%**	53,682.40	71.58%	45,676.05	72.40%
其他	**2,040.76**	**1.91%**	1,341.52	1.79%	2,429.09	3.85%
小 计	**106,966.35**	**100.00%**	**74,997.24**	**100.00%**	**63,091.03**	**100.00%**
零售模式						
直接材料	**345.71**	**22.53%**	23.26	4.11%	-	-

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	营业成本	占比	营业成本	占比	营业成本	占比
直接人工	**80.32**	**5.23%**	5.38	0.95%	-	-
制造费用	**68.50**	**4.46%**	4.90	0.87%	-	-
购买价款	**1,039.88**	**67.77%**	532.80	94.08%	-	-
小 计	**1,534.40**	**100.00%**	**566.33**	**100.00%**	**-**	**-**
经销模式						
直接材料	**8.64**	**5.00%**	39.34	13.14%	37.74	9.47%
直接人工	**2.17**	**1.25%**	10.82	3.61%	9.89	2.48%
制造费用	**2.23**	**1.29%**	11.06	3.69%	9.06	2.27%
购买价款	**159.84**	**92.46%**	238.21	79.55%	341.78	85.77%
小 计	**172.88**	**100.00%**	**299.43**	**100.00%**	**398.47**	**100.00%**
寄售模式						
直接材料	**20.74**	**10.49%**	52.98	21.08%	107.65	17.03%
直接人工	**5.07**	**2.56%**	13.14	5.23%	27.16	4.30%
制造费用	**4.92**	**2.49%**	12.59	5.01%	23.23	3.67%
购买价款	**166.96**	**84.46%**	172.63	68.68%	474.16	75.00%
小 计	**197.69**	**100.00%**	**251.35**	**100.00%**	**632.20**	**100.00%**

注 1：直接材料包括外协生产公司投入的印刷品等；

注 2：其他主要系进项税转出以及海运费、装卸费等。

由于各销售模式下自产产品、外协产品和外购产品的销售占比存在差异，因此不同销售模式的成本结构也有所不同。

7、成本的核算、归集、分配和结转方法

公司采用自主生产和外协生产相结合的生产模式，同时还有部分外购成品。其中，自产产品主要为宠物窝垫与猫爬架两类产品，宠物玩具和其他宠物用品则为外协生产，另有宠物粮食、宠物罐头等宠物食品以及猫砂等宠物日用品为外购成品。

（1）自主生产

宠物窝垫的生产包括面料裁剪与缝纫、充棉、缝纫封口、成品全检、成品包装等环节。猫爬架的生产包括面料裁剪与缝纫、板材切割、面料与板材的组合成型、麻绳与纸管的绕绳、组装、检验、成品包装等环节。母公司天元宠物核算宠物窝垫生产，子公司湖州天元主要核算猫爬架生产，生产过程中以订单为单位进行管理，每一工序的生产车

间，同时有多个订单进行生产。

在会计核算方面，公司产品成本按照产品生产批别进行归集和分配，成本核算的具体方法和步骤如下：

1）材料成本的核算方法

公司原材料入库按照实际成本法核算，具体包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于原材料采购成本的费用。原材料出库按照移动加权平均法核算成本。报告期内，公司自产产品的原材料核算方法保持一致。

2）生产成本的归集

在成本归集方面，公司根据直接材料耗用量归集至各产品的生产订单，按照职工薪酬实际发生归集人工费用，按照生产设备折旧、水电费、加工费等按照实际发生额归集制造费用。

3）生产成本的分配

在产成品和在产品之间的成本分配方面，由于生产周期较短，在产品主要为生产初期一次性领用的材料，而职工薪酬、制造费用等逐步投入、比重较低，故期末在产品只核算其耗用的材料成本，直接人工和制造费用全部转入完工产品。

在产成品之间的成本分配方面，公司对直接人工、制造费用，以订单直接材料成本/全部订单的直接材料成本为分配率，分配至各订单。

在成品成本的结转方面，公司按具体生产订单核算生产成本，当月生产成本按完工数量结转产成品成本。

（2）外协生产

在进行外协生产之前，公司设计师先完成设计方案；通过样品打样测试，围绕用料成本、工序流程进行优化，继而对设计方案进行改进，并形成最终的设计方案和样品。在样品定样后，公司会测算出样品材料的用量、工时的消耗及分摊的相关费用等，测算出产品初步生产成本。公司以测算出的样品初步成本价为基础，主要考虑产品工艺复杂程度、制造水平的高低，并结合交货期、结算方式等其他因素进行询价、比价，确定最终的外协生产供应商及采购价格。外协产品以订单为单位进行管理。

在会计核算方面，公司产品成本包括购买价款、相关税费、运输费、以及其他可归

属于产品采购成本的费用，以及公司投入的印刷品。

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

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。

（3）外购成品

产品成本包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于产品采购成本的费用。

（4）销售成本结转

营业成本的结转：根据收入确认的时点和依据，确认实现销售并同时结转营业成本，营业成本的结转单价采用移动加权平均法进行计价。

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。

（三）毛利及毛利率分析

1、主营业务毛利及毛利率情况

报告期内，公司营业收入毛利主要来源于主营业务，各期主营业务毛利金额和毛利率情况按产品分类的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率
宠物窝垫	**8,371.48**	**23.59%**	**27.47%**	6,998.05	24.67%	27.40%	6,418.11	26.95%	27.27%

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率
猫爬架	10,098.46	28.45%	28.99%	6,915.53	24.38%	28.85%	4,783.01	20.09%	28.32%
宠物玩具	6,834.03	19.25%	28.23%	6,888.16	24.29%	28.36%	6,267.06	26.32%	27.80%
其他产品	10,189.78	28.71%	18.58%	7,560.44	26.66%	24.65%	6,344.54	26.64%	25.41%
合计	35,493.75	100.00%	24.59%	28,362.17	100.00%	27.15%	23,812.73	100.00%	27.08%

2018年至2019年，公司主营业务综合毛利率较为稳定，毛利率的小幅变动主要受产品结构及原材料、汇率等影响所致；2020年公司主营业务综合毛利率有一定幅度下降，主要系当年度其他产品中的宠物粮食业务毛利率较低但毛利占比有大幅提升所致。

报告期内，公司宠物窝垫和猫爬架毛利率总体保持相对平稳并逐年略有提升。

宠物玩具方面，2019年，随着公司开发并销售的宠物玩具功能性更加丰富，宠物玩具毛利率较上年有所上升；2020年，宠物玩具毛利率保持相对平稳。

其他产品方面，公司报告期内其他产品毛利率逐年下降，主要系各年度公司宠物便携产品、其他宠物工具、宠物食品等毛利率较低的产品销量增长，从而拉低了其他产品的毛利率所致；其中2020年由于宠物粮食的销售占比大幅提升且毛利率相对较低，从而导致其他产品毛利率有大幅下滑。

报告期内，公司主营业务收入分自有品牌和非自有品牌的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
自有品牌	13,544.57	9.38%	33.81%	10,081.03	9.65%	28.32%	8,747.00	9.95%	28.38%
非自有品牌	130,820.49	90.62%	23.63%	94,395.50	90.35%	27.02%	79,187.44	90.05%	26.94%
合计	144,365.06	100.00%	24.59%	104,476.53	100.00%	27.15%	87,934.44	100.00%	27.08%

报告期内，公司以非自有品牌收入为主，自有品牌收入主要来自美国子公司欧塞艾的销售和杭州特旺的部分境内销售，2020 年起新增的海外仓业务亦全部为自有品牌收入。公司自主品牌毛利率与非自主品牌毛利率差异主要系产品结构和销售模式差异导致。公司自主品牌产品以猫爬架为主，报告期内较为稳定；2018 年和 2019 年非自主品牌毛利率较 2017 年有小幅下降，与公司综合毛利率变动趋势一致。

2020年，公司自有品牌毛利率较上年增长了5.49个百分点，主要系因当年度子公司杭州赛旺在美国、日本及英国亚马逊平台上开展线上零售业务，该等业务毛利率较高带动了自有品牌整体毛利率提升；同时当年公司非自有品牌毛利率较上年下降了3.39个百分点，主要系境内毛利率偏低的宠物粮食业务大幅增长所致。

报告期内，根据销售产品来源为自产、外协和外购区分的收入和毛利率情况如下：

单位：万元

类型	产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
自产产品	宠物窝垫	**9,001.40**	**29.27%**	9,066.12	29.86%	8,541.80	30.05%
	猫爬架	**23,893.10**	**31.92%**	18,859.73	31.38%	11,970.95	31.25%
	小计	**32,894.50**	**31.19%**	**27,925.86**	**30.89%**	**20,512.75**	**30.75%**
外协产品	宠物窝垫	**21,478.72**	**26.71%**	16,478.86	26.04%	14,991.55	25.69%
	猫爬架	**10,944.40**	**22.59%**	5,111.37	19.52%	4,917.76	21.19%
	宠物玩具	**24,005.48**	**28.38%**	24,286.55	28.36%	22,544.88	27.80%
	其他产品	**26,139.95**	**26.06%**	27,258.57	26.64%	21,367.73	27.02%
	小计	**82,568.56**	**26.44%**	**73,135.35**	**26.58%**	**63,821.93**	**26.53%**
外购产品	玩具/其他	**28,902.00**	**11.76%**	3,415.31	8.76%	3,599.76	15.88%
合计		**144,365.06**	**24.59%**	**104,476.53**	**27.15%**	**87,934.44**	**27.08%**

公司同品类的自产产品毛利率均高于外协产品，主要系自产产品包含了自主生产的利润在内所致，其中猫爬架的毛利率差异更大，系因猫爬架生产工艺更为复杂，因此制造环节的利润空间更大。公司外协产品的毛利率较之外购产品更高，系因外协产品包含了公司自主设计、品质管控方面的利润在内所致。

猫爬架产品生产工艺相对复杂，客户对该类产品的品质要求普遍较高，因此公司猫爬架以自产为主，仅有小部分产品由于产能不足而进行外协生产。

公司自主生产的宠物窝垫毛利率高于外协产品，具有自主生产可获得更多加工环节利润空间的合理性。与此同时，公司宠物窝垫产品采取以外协生产为主的生产方式，主要基于以下几方面原因：

首先，公司侧重于宠物用品产业链的产品开发设计与供应链管理环节，对于多数生产工艺相对简单的产品，在产品质量与交期管理可满足客户订单的情况下，选择外协加

工有助于公司将更多管理资源聚焦于产品开发设计等高附加值环节。由此，公司除对工艺要求较高的猫爬架产品外，多数宠物用品采取外协加工为主生产方式，而将内部价值链环节聚焦于客户开拓维护、产品开发设计及供应链管理等环节。

其次，公司自产窝垫产品毛利率虽略高于外协窝垫，但由于窝垫产品的生产工艺相对简单，通过供应链管理能够较好地把握外协产品品质；同时，公司通过把握产业链开发设计及产品销售两端环节，已可以获得相对较好毛利率，而自产毛利率仅略高出外协毛利率四个百分点左右，公司就窝垫产品继续扩大自有产能的必要性较低。

此外，宠物窝垫为相对劳动密集型产品，生产加工的机械化与规模化程度较低，公司保留部分自有产能可应对部分高品质要求或快速响应的产品订单，以及满足部分客户指定生产的合作要求。如进一步扩大自有产能，将可能增加公司的管理成本、分散管理资源，由此，公司就宠物窝垫产品建有部分自有产能，将内部资源更多的侧重于开发设计、供应链管理及产品销售等环节，具有商业合理性。

综上，由于宠物窝垫产品的生产工艺相对简单、劳动密集程度较高，公司自产毛利率仅略高于外协生产，公司选择建有部分自有产能，大部分产品实行外协加工，将内部资源更多的侧重于开发设计、供应链管理及产品销售等环节，具有商业合理性。

2、不同类型产品毛利率的变化原因

2018 年至 2019 年，公司产品主要包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物食品和其他宠物用品等，产品类型众多，各期受产品销售结构、原材料价格等因素变动影响，综合销售毛利率存在小幅波动，整体保持相对平稳，未发生重大变动。**2020 年，受毛利率相对较低的进口粮食业务收入增长影响，公司整体毛利率略有下降，而期间宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具等宠物用品毛利率未发生重大变化。**

报告期内，公司各类产品的销售收入、毛利率及其变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售收入	毛利率	毛利率变化幅度	销售收入	毛利率	毛利率变化幅度	销售收入	毛利率	毛利率变化幅度
宠物窝垫	**30,480.12**	**27.47**	**0.07**	25,544.98	27.40	0.13	23,533.35	27.27	-1.41
猫爬架	**34,837.51**	**28.99**	**0.14**	23,971.10	28.85	0.53	16,888.72	28.32	-0.66

宠物玩具	**24,210.30**	**28.23**	**-0.13**	24,286.55	28.36	0.56	22,544.88	27.80	-1.69
宠物食品	**26,853.91**	**11.92**	**3.52**	3,649.92	8.40	-7.70	3,629.75	16.10	-0.57
其他产品	**27,983.23**	**24.98**	**-1.86**	27,023.97	26.84	-0.15	21,337.74	26.99	-0.59
小计	**144,365.06**	**24.59**	**-2.56**	**104,476.53**	**27.15**	**0.07**	**87,934.44**	**27.08**	**-1.63**

如上表所示，公司宠物窝垫、猫爬架等各类产品毛利率保持相对平稳，综合毛利率略有波动，主要系各类产品销售结构变动所致。其中，公司各类产品的小幅毛利率变动情况主要受原材料采购单价、产品售价及产品结构变化等因素的影响。

（1）宠物窝垫

报告期各期，宠物窝垫毛利率分别为 27.27%、27.40%及 27.47%，保持相对稳定，各期宠物窝垫的单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

单位：元/套

项目	平均单价		单位成本		毛利率	
	金额	变动额	金额	变动额	毛利率	变动度
2020 年度	**32.29**	**2.42**	**23.42**	**1.73**	**27.47%**	**0.07%**
2019 年度	29.87	3.98	21.69	2.86	27.40%	0.13%
2018 年度	25.89	0.98	18.83	1.06	27.27%	-1.41%

如上表所示，公司窝垫产品平均单价与单位成本保持相对一致的变动方向，期间毛利率略有波动，主要系单位成本与单位售价较难保持相同变动幅度，但整体未出现重大异常变动。公司宠物窝垫的生产方式主要包括自产与外协两种方式，报告期内两类生产方式下的产品销量和单价、单位成本变动情况如下：

单位：万套；元/套

项目	产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价
平均售价变动	宠物窝垫	**943.82**	**32.29**	855.26	29.87	908.83	25.89
	其中：自产	**225.38**	**39.94**	226.07	40.10	223.46	38.22
	外协	**718.45**	**29.90**	629.19	26.19	685.36	21.87
平均成本变动	宠物窝垫	**943.82**	**23.42**	855.26	21.69	908.83	18.83
	其中：自产	**225.38**	**28.25**	226.07	28.13	223.46	26.74
	外协	**718.45**	**21.91**	629.19	19.37	685.36	16.25

如上表所示，公司报告期内自产与外协生产的两类窝垫产品平均单价及单位成本，均保持同步提高。其中，**2019 年及 2020 年的产品平均售价与单位成本较 2018 年有所**

提高，主要系公司增加了耐抓咬、透气保暖、防水可拆洗等功能性产品的开发与销售，相关所使用原材料成本及平均售价同步提升，具体情况如下：

1）原材料价格影响

2018 年，宠物窝垫主要原材料纺织面料、PP 棉价格相比 2017 年呈现出不同幅度的上涨，成本压力较大，因此，公司对宠物窝垫产品进行了调价，使得自产、外协宠物窝垫平均销售单价均有所上涨。但由于产品调价幅度有限，单位成本变动额大于单位售价，因此导致当年度公司宠物窝垫毛利率较上年下降了 1.41 个百分点。

2）产品结构的影响

在产品结构变化方面，根据市场需求变化，并出于充分利用产能的考虑，公司 2019 年起增加了具有耐抓咬、透气保暖、防水可拆洗等功能产品的开发销售占比，减少了功能及生产工艺相对较简单窝垫产品的开发销售，**带动了 2019 年及 2020 年自产与外协宠物窝垫平均销售单价较 2018 年度有所提高。与此同时，受产品结构变化的影响，公司对单价相对较高的面料耗用量随之增加，如全涤灯芯绒、全涤麂皮绒、PV 绒、蓝色防水布、仿毛皮布料及全棉平纹布料等面料的耗用量占比，均较 2018 年有所增加。因此，由于单价较高面料耗用量的占比增加，导致单位成本仍较逐年有所增长。**

（2）猫爬架

报告期各期，猫爬架毛利率分别为 28.32%、28.85%及 28.99%，保持相对平稳。其中，公司猫爬架的单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

单位：元/个

项目	平均单价		单位成本		毛利率	
	金额	变动额	金额	变动额	毛利率	变动度
2020 年度	**86.02**	**0.55**	**61.08**	**0.27**	**28.99%**	**0.14%**
2019 年度	85.47	16.10	60.81	11.09	28.85%	0.53%
2018 年度	69.37	-0.39	49.72	0.17	28.32%	-0.66%

公司猫爬架的生产方式包括自产及外协，报告期内两类生产方式下的产品销量和单价、单位成本变动情况如下：

单位：万个；元/个

项目	产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价

项目	产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价
单位售价变动	猫爬架	**405.00**	**86.02**	280.46	85.47	243.46	69.37
	其中：自产	**254.50**	**93.88**	209.73	89.93	164.21	72.90
	外协	**150.51**	**72.72**	70.73	72.26	79.25	62.05
单位成本变动	猫爬架	**405.00**	**61.08**	280.46	60.81	243.46	49.72
	其中：自产	**254.50**	**63.92**	209.73	61.71	164.21	50.12
	外协	**150.51**	**56.29**	70.73	58.16	79.25	48.91

报告期内，猫爬架平均售价、平均成本的变动主要系受产品结构变化及材料价格波动的影响。

1）2019 年度较 2018 年度

2019 年较 2018 年猫爬架单位售价增加 23.21%、单位成本增加 22.31%，主要系结构与功能较为丰富、价格较高的产品销售增多。例如，2019 年度，单价在 100 元以上的猫爬架销售收入由 2018 年度的 10,339.63 万元增加至 15,880.71 万元，增幅比例为 53.59%，产品结构的变化导致猫爬架单位售价、单位成本增加。

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%。

材料消耗量及规格的提高，使得 2019 年度的猫爬架的销售单价、销售成本较 2018 年度增幅明显。其中，因单价增加额略大于单位成本，公司 2019 年度猫爬架毛利率较上年增加了 0.53 个百分点。

2）2020年度较2019年度

2020年较2019年，公司猫爬架单位售价与单位成本分别增加0.55元和0.27元，整体波动较小。随着公司2020年度自产的中高端猫爬架的产销量占比进一步增加，导致公司自产猫爬架的销售单价、销售成本分别较2019年度增加4.40%、3.58%。外协产品2020年度单位成本较上期下降3.21%，单位售价较上期增加0.63%，其中外协产品单位

成本下降主要系由于主要原材料板材、面料等的原材料单价下降导致外协产品采购单价下降所致，而单位售价增加主要系由于新业务的拓展，即公司2020年开始通过亚马逊平台等直接销售给境外客户猫爬架，其产品单位售价较高，导致外协猫爬架单位价格较2019年度略有增加。

综上，由于中高端产品销售占比进一步增加、材料采购单价下降以及新业务的拓展，综合导致公司2020年度猫爬架整体毛利率较2019年度增加0.14%，整体变化较小。

（3）宠物食品

报告期内，公司宠物食品各期销售收入、平均售价、单位成本及毛利率的变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	**26,853.91**	3,649.92	3,629.75
平均单价（元/件）	**67.03**	34.47	41.25
单位成本（元/件）	**59.04**	31.58	34.61
毛利率	**11.92**	8.40%	16.10%

由于宠物食品在宠物产业中市场规模占比较大且客户粘性较高，为拓展国内市场，公司于 2017 年起在境内市场发展宠物食品业务，以带动后续宠物用品的销售。报告期内，公司销售的宠物食品以外购的进口品牌产品为主，并主要根据产品市场价格，及成本并加成一定利润的方式进行定价，由此相对于自主开发的宠物用品，公司宠物食品的销售毛利率处于较低水平，并受销售策略、销售产品类型及汇率波动等影响，报告期内存在一定波动。**在销售规模方面，报告期内公司各期宠物食品的销售收入占营业收入比重分别为 4.09%、3.48%及 18.51%，除 2020 年销售占比增加较大外，其余年度的占比较低。**

2018 年起，公司开始销售进口品牌宠物粮食，产品单件重量及价格相对较高，导致 2018 年以来宠物食品的销售单价、单位成本较高。2020 年，公司进口销售的渴望、爱肯拿等国际品牌宠物粮食规模提升，同时该类产品的单件重量规模及价格都有增加，从而使得产品售价与单位成本明显上升。

在毛利率变动方面，公司对宠物食品主要采取参考市场价格及成本加成的方式进行销售定价。2018 年以前，国内进口品牌宠物市场处于快速发展阶段，市场价格相对较高，由此公司可获得平均约 16%的销售毛利率；2019 年起，市场价格有所回落，公司

进口宠物粮食产品回归到8%左右水平。

2020年,公司宠物食品销售的毛利率为11.92%,较2019年度增长3.52个百分点,主要系业务模式调整所致。在业务模式调整方面,公司宠物食品业务在2019年度处于探索发展阶段,当期销售金额仅为3,649.92万元,产品报价以成本加成小幅合理利润为基础,产品销售毛利率较低。2019年末,公司与境外供应商建立了宠物食品跨境电商进口合作业务,并主要面向天猫海外直营及其他天猫国际商户销售产品。在该等业务模式下,公司需要进行较大规模的提前备货,并将产品存放于境内跨境电商保税仓,根据客户订单进行逐步发货;在考虑支付境内保税仓仓储费、代运营费等费用,公司销售报价时考虑了该等资金成本及承担的相关费用,因此毛利率相对较高。

（4）宠物玩具及其他宠物用品

公司宠物玩具及其他宠物用品全部为外协生产,其中的其他宠物用品包括宠物服饰、宠物牵引绳、宠物生活工具（宠物刷子、宠物餐具、垃圾袋、猫厕盆、喂食器等）、宠物便携产品（箱包、小笼箱、航空箱、手推车等）及宠物磨牙玩具等多类产品。由于公司宠物玩具和其他宠物用品种类种类繁多，规格各异，产品销售毛利率随产品结构的年度间变化而存在一定波动。

报告期内，公司宠物玩具、其他宠物用品的各期平均单价、单位成本及毛利率情况如下表所示：

单位：元/件

产品	项目	2020年度	2019年度	2018年度
宠物玩具	平均单价	**6.82**	6.94	6.55
	单位成本	**4.90**	4.97	4.73
	毛利率	**28.23**	28.36%	27.80%
其他宠物用品	平均单价	**11.89**	11.78	9.69
	单位成本	**8.92**	8.62	7.07
	毛利率	**24.98**	26.84%	26.99%

1）宠物玩具

宠物玩具包含的产品种类较多,涉及的材料主要包含面料、橡胶、塑料、金属件等,报告期内毛利率保持相对稳定。其中,由于原材料变动与产品价格调整存在一定时间差,故报告期内公司宠物玩具产品在较为平稳的范围内存在小幅波动。

2）其他宠物用品

2019 年，公司其他宠物用品的平均单价与单位成本较上年有所提高主要系单价相对略高的宠物服饰和其他宠物工具销售占比提升，单价相对略低的牵引用具销售占比下降，由于各类产品的成本加成定价政策较为相近，故整体毛利率保持相对平稳。2020 年，其他宠物用品销售毛利率较 2019 年度下降 1.86%，主要系为拓展境内市场，公司提高了附加值较低的猫砂、宠物洁齿水等外购产品的销售规模，使得销售毛利率有所下降所致。

3、自产产品和外协产品毛利率情况

报告期内，公司宠物窝垫和猫爬架自产产品和外协产品的毛利率差异如下：

产品	类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宠物窝垫	自产产品	**29.27%**	29.86%	30.05%
	外协产品	**26.71%**	26.04%	25.69%
猫爬架	自产产品	**31.92%**	31.38%	31.25%
	外协产品	**22.59%**	19.52%	21.19%

报告期内，公司宠物窝垫、猫爬架的外协产品毛利率低于同类自产产品毛利率，主要系由于公司自产产品的毛利率包含了生产环节的利润空间，而外协产品的该部分利润空间则由外协厂商所获得，符合产业链分工协作基本逻辑，具有商业合理性。其中，猫爬架产品的自产与外协毛利率差异空间相对较大，主要系由于猫爬架产品的生产工艺更为相对复杂，外协厂商制造环节所获得利润空间相对提高。

报告期内，公司自产产品的利润主要来源于开发设计、品质管控、自主生产及客户服务，外协产品的利润主要来源于开发设计、品质管控及客户服务，外购产品的利润主要来源于产品采购与客户服务，三类产品的毛利及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
自产产品	**10,260.73**	**28.91%**	8,625.29	30.41%	6,307.75	26.49%
外协产品	**21,834.16**	**61.52%**	19,437.73	68.53%	16,933.32	71.11%
外购产品	**3,398.86**	**9.58%**	299.16	1.05%	571.66	2.40%
合计	**35,493.75**	**100.00%**	**28,362.17**	**100.00%**	**23,812.73**	**100.00%**

由上表可见，公司主要利润来源于开发设计、品质管控及客户服务，与公司在产品

开发、供应链管控、客户资源及行业经验等方面的核心竞争力相匹配。

同时，公司与外协厂商不存在关联关系，双方采取市场化的定价方式，交易价格公允。报告期内，公司外协产品系外协厂商根据公司的产品设计及品质要求而为公司生产的产品，根据双方约定，外协厂商不得自行对外销售公司委托生产的同款产品。

4、自有品牌和非自有品牌毛利率情况

报告期内，公司自有品牌产品主要为美国子公司欧塞艾的境外销售产品以及公司的部分境内销售产品，产品类型以猫爬架为主，部分自有品牌收入采取外协加工方式。报告期内，自有品牌收入中来源于外协产品的销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自有品牌收入	**13,544.57**	10,081.03	8,747.00
其中：外协加工方式	**5,056.38**	5,046.83	4,822.49

报告期各期，公司非自有品牌与外协产品的销售毛利率情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非自有品牌	**23.63%**	27.02%	26.94%
外协产品	**26.44%**	26.58%	26.53%

报告期内，公司非自有品牌和外协产品毛利率具有较为一致的变动趋势，其中由于非自有品牌产品包含自主生产与外协加工产品，而外协加工产品亦不仅为非自有品牌，因此两者毛利率存在小幅差异。不同于其他日常消费品，宠物用品行业的品牌效应并不明显，产品以样式功能设计、质量性价比为主要竞争力，产品品牌以标示作用为主，公司的自有品牌与非自有品牌产品毛利率无显著差异。

其中，非自有品牌的毛利率2019年度较2018年度增加0.08%，外协产品的毛利率2019年度较2018年度增加0.05%，两者毛利率变化趋势基本一致。

2020 年度，非自有品牌的毛利率较 2019 年度下降 3.39%，外协产品的毛利率则仅较 2019 年度下降 0.14%，主要系公司当年毛利率较低的进口宠物粮食销售业务增长较为明显，由于该类产品以采购国际品牌粮食产品为主，销售毛利率相对较低，从而拉低了公司非自有品牌产品的整体毛利率。如不考虑该部分宠物食品业务，公司非自有品牌的宠物用品业务销售毛利率较上年未发生重大变化。

5、境内外毛利率情况

报告期内，公司产品不同销售区域的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
境内	**37,420.85**	**25.92%**	**14.40%**	9,467.04	9.06%	17.00%	7,749.90	8.81%	19.51%
境外	**106,944.21**	**74.08%**	**28.15%**	95,009.48	90.94%	28.16%	80,184.54	91.19%	27.81%
合计	**144,365.06**	**100.00%**	**24.59%**	**104,476.53**	**100.00%**	**27.15%**	**87,934.44**	**100.00%**	**27.08%**

报告期内，公司境外业务销售毛利率高于境内业务，主要系受境内外宠物产品市场成熟程度差异所影响，公司产品定价政策、产品销售结构的不同所致。

在产品销售结构方面，公司境外业务以销售自主开发的宠物用品为主，境内市场则在 2019 年起实行食品销售带动用品业务的经营策略，逐步提高进口宠物食品的销售业务，**报告期内公司宠物食品销售收入占境内销售的比重分别为 46.84%、38.55%和 70.28%，**其中，由于宠物食品的销售毛利率相对较低，使得境内业务毛利率随着食品业务占比的提高而逐步有所下降。**若剔除宠物食品业务，公司各期境内销售毛利率分别为 22.51%、22.39%和 20.25%。**

在产品定价政策方面，境内宠物用品消费正处于起步阶段，公司为促进产品销售、培育消费习惯，对宠物用品销售采取低于境外产品的定价政策。另一方面，境外宠物用品市场相对成熟，客户产品需求多样、功能结构相对复杂，从而具有相对境内产品更高的产品定价与销售毛利率。

综上，报告期内，公司境外业务毛利率高于境内业务，与境内外市场的市场成熟程度密切相关，公司由此在两市场所销售产品及定价政策有所不同，符合公司实际业务情况，具有合理性。

报告期内，公司境内销售收入的具体构成如下：

单位：万元

产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
宠物食品	**26,298.61**	**11.93%**	3,649.92	8.40%	3,629.75	16.10%
宠物窝垫	**2,291.09**	**23.70%**	1,783.83	19.25%	1,596.98	19.81%

产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
猫爬架	**3,286.81**	**21.11%**	1,380.81	19.23%	433.98	21.13%
宠物玩具	**1,294.74**	**23.98%**	1,340.26	28.82%	1,097.72	27.91%
其他宠物用品	**4,249.60**	**16.59%**	1,312.23	23.43%	991.47	21.46%
合计	**37,420.85**	**14.40%**	**9,467.04**	**17.00%**	**7,749.90**	**19.51%**
不含宠物食品的境内销售	**11,122.23**	**20.25%**	5,817.12	22.39%	4,120.15	22.51%

报告期内，公司开展境内业务涉及的促销手段主要是业务推广及适当的价格促销等。其中，公司主要通过参加国内各种展会活动，以及在阿里巴巴、天猫、京东等电商平台进行线上推广的方式进行业务推广。

在定价策略方面，公司对境内客户的定价方式与境外客户基本相同，即在参考市场价格的同时，以产品成本加上一定利润进行定价。由于境内宠物产业的用品消费正处于起步阶段，为培育消费习惯、扩大销售规模，公司对境内销售会采取略低价格的产品促销政策，由此产品毛利率会低于境外销售业务。

鉴于国内宠物用品消费处于起步阶段，宠物消费以粮食产品为主，公司在报告期内对境内业务采取了以食品带动用品的发展策略。由此，报告期境内销售收入的逐年增长，主要来源于宠物食品业务；境内业务整体销售毛利率逐步有所下降，亦主要系较低毛利率的宠物食品销售规模逐年增加所致。

如剔除宠物食品业务的影响，公司各期境内业务毛利率分别为22.51%、22.39%和20.25%，整体保持相对平稳，符合境内业务产品定价策略；其中，2020年毛利率较上年有所下降，主要系当期附加值较低的猫砂、宠物洁齿水等外购产品销售占比相对提高所致。

6、不同销售模式下的毛利率情况

报告期各期，公司不同销售模式的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
直销	**140,825.39**	**24.04%**	103,002.94	27.19%	86,629.50	27.17%
零售	**3,068.10**	**49.99%**	778.31	27.24%	-	-
经销	**224.13**	**22.87%**	387.78	22.78%	499.21	20.18%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
寄售	**247.44**	**20.11%**	307.50	18.26%	805.73	21.54%
合计	**144,365.06**	**24.59%**	**104,476.53**	**27.15%**	**87,934.44**	**27.08%**

报告期内，公司各类销售模式可分为直销、零售、经销、寄售等四种方式，由于销售对象、定价政策的不同，各类销售模式的毛利率有所差异，具体情况如下：

（1）直销模式

报告期内，公司主要采取直销模式进行产品销售，客户以大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台以及宠物用品进口商等为主，**2018 年至 2020 年的销售收入占比分别为 98.52%、98.59%、97.55%。**

2020 年，公司宠物食品直销业务规模加大，由于该类产品以采购国际品牌宠物粮食为主，毛利率低于宠物用品业务，使得公司整体直销业务毛利率有所下降。如不考虑宠物食品业务的影响，公司宠物用品直销业务的销售毛利率变动较小。

（2）零售模式

公司自 2019 年开始逐步通过天猫、京东、亚马逊等第三方平台从事线上零售业务，通过线上店铺面向终端消费者进行产品销售与网店运营。由于国内宠物用品消费处于起步阶段，公司采取了适当的价格促销，2019 年线上零售业务的销售毛利率与直销业务较为相近。**2020 年，公司开始通过亚马逊平台开展境外线上销售业务，产品采取零售价格进行销售，毛利率相对较高，带动了公司当期零售业务毛利利率。**

（3）经销模式

公司通过子公司杭州特旺**及杭州赛旺**在境内开展经销业务，与经销商约定在一定时间和区域内销售公司产品。报告期内，公司经销业务毛利率波动较小，随着公司将内销业务重心向零售及直销业务转移，境内经销业务销售规模逐年有所缩小。

（4）寄售模式

公司寄售业务模式主要系同京东自营、宠物用品电商波奇网、天猫国际自营所采取的合作方式。在该模式下，消费者在京东自营、波奇网及天猫国际自营购买商品，由该等平台负责与消费者进行商品配送、支付结算，公司则与该等平台定期根据产品销售情况进行对账结算。报告期内，公司寄售业务尚未形成规模，毛利率整体相对较低，

同时因各期销售产品类型结构的不同，各期销售毛利率存在小幅波动。

7、不同收入确认模式下的收入和毛利率情况

报告期内，公司不同收入确认模式下的销售金额及占比、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	类型	2020 年度			2019 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
境外客户出口业务	FOB	95,949.10	66.46%	27.10%	88,236.71	84.46%	28.00%
	CIF	7.61	0.01%	27.91%	34.94	0.03%	29.23%
	EXW	120.05	0.08%	28.93%	1.07	0.00%	28.67%
境内电商销售业务	境内自营	2,089.87	1.45%	26.43%	1,155.54	1.11%	25.77%
	境内寄售	247.44	0.17%	20.11%	307.50	0.29%	18.26%
海外仓业务	线上自营销售	1,519.65	1.05%	73.66%	-	-	-
	线下一般销售	295.57	0.20%	38.52%	-	-	-
一般销售	境内一般销售	35,083.54	24.30%	13.62%	8,004.01	7.66%	15.68%
	境外一般销售	9,052.25	6.27%	31.32%	6,736.76	6.45%	30.22%
主营业务合计		144,365.06	100.00%	24.59%	104,476.53	100.00%	27.15%

（续）

模式	类型	2018 年度		
		收入	收入占比	毛利率
境外客户出口业务	FOB	74,155.63	84.33%	27.49%
	CIF	50.70	0.06%	29.01%
	EXW	-	-	-
境内电商销售业务	境内自营	383.28	0.44%	33.73%
	境内寄售	805.73	0.92%	21.54%
海外仓业务	线上自营销售	-	-	-
	线下一般销售	-	-	-
一般销售	境内一般销售	6,560.89	7.46%	18.43%
	境外一般销售	5,978.21	6.80%	31.82%
主营业务合计		87,934.44	100.00%	27.08%

注：公司与境外第三方电商平台 Chewy、Amazon 的买断式销售收入包含在境外出口业务中，与境内第三方电商平台天猫海外自营等的买断式销售收入包含在境内一般销售中。

报告期内，公司各收入确认模式下的毛利率变动原因如下：

（1）境外出口业务。境外出口业务系公司境内主体面向境外客户的出口销售，是公司的主要收入来源，主要采取买断式销售，并以 FOB 出口方式为主，少部分采用 CIF 和 EXW 方式。报告期各期，FOB 出口方式下的毛利率有小幅变动，**其中，2019 年度毛利率略有上升系因多功能窝垫、复杂款猫爬架等产品销量占比提高所致；2020 年度毛利率较 2019 年度小幅下降，主要是当期毛利率较低的宠物日用品、宠物工具等销售占比有所提升所致。**报告期各期，CIF 和 EXW 出口方式下的收入金额较小，毛利率无较大变化。

（2）境内电商销售业务。境内电商销售业务包括境内自营店收入和电商平台寄售收入。自营店方面，**2018 年度**公司仅有于 1688 平台开设的 B2B 自营店，产品定价略高、销售额较小，毛利率偏高；2019 年起，公司在天猫、京东等平台开设 B2C 自营店，为吸引客流，店铺对猫砂等日用消耗品进行了低价促销，从而导致境内自营毛利率明显下降。报告期内，公司境内寄售客户包括**京东自营、波奇网等，**收入规模较小，各期毛利率变动主要系销售产品结构变动所致。

（3）海外仓业务。公司子公司杭州赛旺于 2020 年起在美国、英国、日本等设立境外仓库开展海外仓境外销售业务，销售产品以猫爬架为主。其中，线上自营收入系于亚马逊平台**等**开设 B2C 自营店的销售收入，由于境外市场零售价较高，该等销售毛利率相对较高；海外仓线下一般销售的客户主要系各小型线上零售商，定价相较公司其他商超、连锁店等大客户更高，毛利率亦相对较高。

（4）一般销售。境内一般销售系公司在境内的线下一般销售，**其中 2020 年度**收入增长显著主要系宠物食品收入增长所致，各期毛利率逐年下降亦系毛利率相对较低的宠物食品占比提升所致。境外一般销售系公司境外子公司在境外的线下一般销售，主要系美国子公司欧塞艾的销售业务，产品以猫爬架为主，毛利率水平相对较高，**2019 年度毛利率略有下降主要系受中美贸易战影响，2020 年度由于部分产品暂停加征或减征关税，毛利率有所回升。**

综上，公司报告期各期不同收入确认模式下的销售毛利率变动情况主要受到原材料价格、产品结构、销售策略等因素所影响，相关变动原因具有合理性。

8、同行业公司毛利率比较分析

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	
	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
佩蒂股份	58,169.75	25.38	100,830.89	24.97	86,932.18	34.76
路斯股份	19,663.52	23.56	34,640.77	21.45	33,912.49	27.35
依依股份	58,704.32	28.92	102,769.31	21.92	90,341.62	12.95
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
悠派科技	47,970.47	37.83	54,363.63	21.10	38,555.33	19.49
公司	**2020 年度**		**2019 年度**		**2018 年度**	
	收入	**毛利率**	**收入**	**毛利率**	**收入**	**毛利率**
天元宠物	**144,365.06**	**24.61**	104,874.07	27.15	88,670.53	27.08
其中：宠物食品	**26,853.91**	**11.92**	3,649.92	8.40	3,629.75	16.10
尿垫	**197.82**	**26.02**	435.27	29.32	653.43	27.84

2018 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 年度，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，与中宠股份上半年毛利率持平。**

佩蒂股份亦以外销为主，其 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 2020 年度因宠物粮食业务扩大导致毛利率下降。**

路斯股份亦以外销宠物食品为主，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，**与公司 2020 年度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，**2018 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。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	**13,716.91**	**9.46%**	10,469.73	9.98%	8,659.04	9.77%
管理费用	**4,420.23**	**3.05%**	3,922.08	3.74%	3,219.45	3.63%
研发费用	**1,586.32**	**1.09%**	1,483.47	1.41%	1,008.36	1.14%
财务费用	**2,869.24**	**1.98%**	137.17	0.13%	-892.76	-1.01%
合计	**22,592.71**	**15.58%**	**16,012.45**	**15.27%**	**11,994.09**	**13.53%**

报告期内，除财务费用受汇兑损益影响有较大变化外，公司期间费用占营业收入的比例整体保持稳定。

1、销售费用

（1）销售费用明细

报告期内，公司销售费用的各项费用明细支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
出口货物代理及物流仓储费	**5,606.48**	**40.87%**	3,989.88	38.11%	3,407.03	39.35%
职工薪酬	**3,866.94**	**28.19%**	2,883.08	27.54%	2,315.18	26.74%
宣传推广费	**597.64**	**4.36%**	552.01	5.27%	262.10	3.03%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
差旅费	**297.45**	**2.17%**	523.07	5.00%	522.82	6.04%
快递费	**599.67**	**4.37%**	384.25	3.67%	317.68	3.67%
佣金	**786.08**	**5.73%**	434.27	4.15%	250.02	2.89%
保险费用	**348.34**	**2.54%**	273.35	2.61%	255.31	2.95%
其他	**1,614.31**	**11.77%**	1,429.82	13.66%	1,328.90	15.35%
合计	**13,716.91**	**100.00%**	**10,469.73**	**100.00%**	**8,659.04**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用率分别为 9.77%、9.98%和 9.46%，公司销售规模增加，销售费用发生额逐年增加，公司销售费用变化与销售基本匹配。

报告期内，公司销售费用主要构成项目的具体变动情况分析如下：

1）出口货物代理及物流仓储费

公司出口货物代理及物流仓储费主要由集装箱拖柜费、仓库装箱费、订舱费、THC（集装箱码头装卸作业费）等费用所构成。公司货物出口主要分整柜出口和散货拼箱出口两种形式，在整柜出口模式下，由货代公司到厂装货封柜，并将集装箱运送到港口，货代公司向公司收取集装箱拖柜费等费用。在散货拼箱出口模式下，公司及外协工厂将货物运输至货代公司仓库，由货代公司负责将货物装柜并运送至港口，货代公司向公司收取仓库装箱费等费用。**报告期各期，公司出口货物代理及物流仓储费占外销收入的比重分别为 4.25%、4.20%及 5.24%。**

2018 年和 2019 年，出口货物代理及物流仓储费占外销收入比重无较大差异。2020 年，出口货物代理及物流仓储费占外销收入比重较 2019 年度有所增加，主要原因系：① 2020 年体积较大的猫爬架销售规模较 2019 年度增加，导致集装箱拖柜费、仓库装箱费、装卸费等相应增加；② 由于新冠肺炎疫情影响，2020 年 2 月和 3 月部分货物滞留货代公司仓库，导致临时性的仓储费用增加；此外，疫情导致 2020 年第 4 季度国际货运压力增加，公司支付的出口货物代理费用增加；③ 子公司杭州赛旺 2020 年分别在美国、英国、日本等租赁仓库从事电商业务，带动了境外仓储费用的增加。

公司产品的出口货物代理及仓储物流服务主要由合作货运代理公司所提供，产品在启运港所发生的码头装卸作业、订舱、加固及装船等业务活动主要由货代公司组织完成，部分货代公司同时代理报关服务。货代公司所收取的运费按运输路程、产品体积、集装

箱货柜大小、货物运送时间等因素进行计费，装船前发生的集装箱拖柜费、集装箱码头装卸作业费、订舱费等根据箱柜体积等进行计费；同时，货代公司代理报关所代垫的报关费、文件费等一般按单收取，不同口岸的价格有所不同。

报告期内，公司主要出口货物代理及仓储物流服务商的费用发生额及结算政策等具体情况如下：

单位：万元

服务商	**2020 年**	2019 年度	2018 年度	结算政策
杭州美星国际货运代理有限公司	**1,016.62**	339.67	145.63	结算周期：10-40 天，并参考具体开船时间确定 结算方式：月结，电汇
上海一诺国际物流有限公司/上海英赛轮国际物流有限公司	**876.87**	571.14	538.67	
上海浩环国际物流有限公司	**423.00**	481.45	294.48	
中外运外高桥（上海）国际物流有限公司	**346.66**	361.63	229.36	结算周期：船开后 7 天内 结算方式：船开后结算，电汇
杭州高新供应链管理有限公司	**287.58**	**-**	**-**	**结算周期：开船后 60 天结账 结算方式：船开后结算，电汇**
上海优笛国际物流有限公司	**67.26**	246.74	13.49	结算周期：10-40 天，并参考具体开船时间确定 结算方式：月结，电汇
上海腾艺物流有限公司	**37.74**	133.66	164.68	
上海振骐国际物流有限公司	**124.53**	124.28	188.68	
小计	**3,180.26**	**2,258.57**	**1,574.99**	

注：上海一诺国际物流有限公司和上海英赛轮国际物流有限公司系受同一实际控制人控制的公司。

上述货代服务商主要通过上海港办理产品出运。报告期内，公司通过上海港办理出运涉及的主要服务项目结算单价如下：

服务商	**集装箱拖柜费**	**仓库装箱费**	**报关费**
杭州美星国际货运代理有限公司	公司仓库、湖州天元仓库及外协厂商仓库为产品的主要出运地点，出运地点的不同，结算单价存在差异，其中公司出运的 45 尺的货柜结算单价一般在 2200 元/柜左右、40 尺的货柜结算单价一般在 1900-2000 元/柜左右、20 尺的货柜结算单价一般在 1600 元/柜左右；湖州天元出运的 45 尺的货柜出运的结算单价一般在 2500 元/柜左右、40 尺的货柜结算单价一般在 2350 元/柜左右、20 尺的货柜结算单价一般在 2000 元/柜左右。	45 尺的货柜结算单价一般在 1000 元/柜左右；40 尺的货柜结算单价一般在 700 元/柜左右；20 尺的货柜结算单价一般在 500 元/柜左右。	100-150 元/单
上海一诺国际物流有限公司/上海英赛轮国际物流有限公司			
上海浩环国际物流有限公司			
中外运外高桥（上海）国际物流有限公司			
上海优笛国际物流有限公司			
上海腾艺物流有限公司			
上海振骐国际物流有限公司			
杭州高新供应链管理有限公司			

（续）

服务商	订舱费	THC（集装箱码头装卸作业费）	文件费	舱单费
杭州美星国际货运代理有限公司	40 尺、45 尺的单价为 500-800 元/柜；20 尺的单价为 200-500 元/柜	40 尺、45 尺的单价为 1000-1300 元/柜；20 尺的单价为 800-1000 元/柜	500-800 元/单	100-200 元/单
上海一诺国际物流有限公司/上海英赛轮国际物流有限公司				
上海浩环国际物流有限公司				
中外运外高桥（上海）国际物流有限公司				
上海优笛国际物流有限公司				
上海腾艺物流有限公司				
上海振骐国际物流有限公司				
杭州高新供应链管理有限公司	**不适用**	**不适用**	**不适用**	**不适用**

货运代理公司如从事国际货运业务需在商务部进行国际货运代理企业信息备案，经相关部门审批后获取国际货运代理资质，如仅从事国内货运业务则需在营业执照允许的范围内从事相关经营活动。报告期内，公司合作的主要货运代理公司均具备相关合法从业资质，与公司不存在关联关系。

报告期内，公司出口货物代理及仓储物流费用的结算量变化及与收入的配比情况如下：

金额：万元；数量：立方米；单价：元/立方米

项目	公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口货物代理及物流仓储费	A	**5,606.48**	3,989.88	3,407.03
外销收入	B	**106,944.21**	95,009.48	80,184.54
出口量	C	**426,926.62**	360,283.73	315,234.76
单位费用(元/立方米)	D=A/C	**131.32**	110.74	108.08
占外销收入比例	E=A/B	**5.24%**	4.20%	4.25%

报告期内，公司出口结算量和出口货物代理及物流仓储费逐年增加，与外销收入增长趋势相匹配。其中占外销收入比例的波动原因详见前文关于出口货物代理及物流仓储费的变动情况分析。

2）职工薪酬

2018 年至 2020 年，公司销售人员薪酬分别为 2,315.18 万元、2,883.08 万元及 3,866.94 万元，占营业收入的比例分别为 2.61%、2.75%及 2.67%，占比总体较为稳定，

呈现小幅上升情况。

报告期内，公司销售收入实现了持续、良好增长，销售人员数量及人均薪酬由此逐步有所提升，整体规模与公司各年度业务开拓情况相匹配。

3）宣传推广费

公司宣传推广费主要包括在阿里巴巴、天猫、京东及亚马逊等电商平台的推广费用，**各期发生额分别为 262.10 万元、552.01 万元及 597.64 万元**，与公司逐步加大线上业务推广情况相符。

报告期内，公司宣传推广费的主要支付情况如下：

单位：万元

主要支付对象	2020 年度	2019 年度	2018 年度
阿里巴巴国际站	**257.80**	249.63	240.63
天猫、天猫国际、1688	**120.62**	13.94	5.18
TERRA DESIGN INC.	**-**	186.83	-
京东平台	**23.52**	25.17	6.68
亚马逊平台	**60.88**	-	-
杭州赛群网络科技有限公司	**29.61**	36.98	8.49
小计	**492.43**	512.55	260.97

报告期内，阿里巴巴国际站、天猫等平台为公司提供直通车、网销宝、出口通、橱窗等服务，双方根据点击量、服务期间确认费用；京东平台为公司提供京准通等平台服务，双方根据点击量确认费用；TERRA DESIGN INC.为公司在北美地区的宣传推广服务商，杭州赛群网络科技有限公司为公司提供产品网络推广、咨询服务等，公司在服务期限内确认费用。公司与上述支付对象均不存在关联关系。

4）差旅费

公司差旅费系销售人员参加国内外宠物展销会、拜访维护客户及管理外协订单等所发生的相关费用，**各期金额分别为 522.82 万元、523.07 万元及 297.45 万元**。各期差旅费用占比逐步有所下降，主要系由于公司在加强线上推广力度的同时，线下业务推广发生的差旅费用相对有所控制。其中，**2020 年，**受新冠疫情影响，员工差旅出行大幅减少。

5）快递费

报告期各期，公司快递费分别为 317.68 万元、384.25 万元及 599.67 万元，占营业收入的比例分别为 0.36%、0.37%及 0.41%。公司快递费的产生主要由以下原因形成：① 样品寄送给客户审查、试用及供应商生产；② 出口业务的提单、装运单等文件寄送；③ 电商或其他小额交易时的产品寄送。**报告期内，随着电商业务的规模增加，公司快递费占比有所增长。**

6）其他

报告期内，公司销售费用中的其他费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平台服务费	**164.55**	36.39	-
代运营费	**240.10**	-	-
参展费用	**108.34**	214.87	239.94
样品费	**180.97**	226.83	204.98
测试费	**283.81**	313.26	212.29
办公费	**238.03**	290.84	256.24
咨询费	**77.73**	101.79	84.60
业务招待费	**70.96**	124.83	187.47
折旧费	**129.30**	**16.57**	**14.79**
其他零星费用	**120.52**	**104.44**	**128.59**
合计	**1,614.31**	1,429.82	1,328.90

如上表所示，公司销售费用中的其他费用主要包括线上店铺平台服务费、代运营费、参展费用、样品费、测试费和办公费等。

（2）销售费用和同行业公司比较分析

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
中宠股份	10.17%	9.92%	9.91%
佩蒂股份	6.74%	6.83%	5.01%
路斯股份	3.78%	4.62%	5.59%
依依股份	0.93%	4.74%	5.36%
悠派科技	12.31%	10.26%	8.37%
平均值	6.79%	7.27%	6.85%

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天元宠物	**9.49%**	9.98%	9.77%

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，**但其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，故而整体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。

2、管理费用

（1）管理费用明细

报告期内，公司管理费用的各项费用明细支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**3,027.32**	**68.49%**	2,430.81	61.98%	1,959.85	60.88%
折旧及无形资产摊销	**446.09**	**10.09%**	345.67	8.81%	373.60	11.60%
办公费用	**246.12**	**5.57%**	230.19	5.87%	209.38	6.50%
咨询费	**189.70**	**4.29%**	242.05	6.17%	171.45	5.33%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
聘请中介机构费	**88.57**	**2.00%**	177.83	4.53%	86.73	2.69%
差旅费	**179.76**	**4.07%**	213.69	5.45%	164.56	5.11%
其他	**242.68**	**5.49%**	281.83	7.19%	253.88	7.89%
合计	**4,420.23**	**100.00%**	**3,922.08**	**100.00%**	**3,219.45**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用主要包括管理人员薪酬、折旧与摊销及其他日常管理费用。其中，2018年度至2019年度管理费用率分别为3.63%和3.74%，占比较为稳定。2020年度，公司管理费用率下降，主要系当期宠物粮食业务带动了营业收入大幅增加，而该部分业务不涉及较多管理人员薪酬或其他相关管理费用的支出所致。

报告期内，公司管理费用主要构成项目的具体变动情况分析如下：

1）职工薪酬

报告期内，公职工薪酬的稳步增加，主要系员工人数及人均薪酬的增加所致。报告期内，公司销售收入实现了持续、良好增长，管理人员薪酬逐年有所上升，整体与公司各年度业绩发展情况相匹配。

2）折旧及无形资产摊销

2019年，公司折旧与摊销略有下降，主要系部分资产已超过使用期限及资产处置增加所致，与销售收入不存在明显相关性。2020年，随着公司新厂区的建成，相关折旧有所提高。

3）办公费用

报告期内，公司办公费主要包括各行政管理部门所发生的日常运营费用，各期总体保持相对稳定，无较大波动。

4）咨询及中介机构费

公司咨询费主要包括支付给咨询机构的技术咨询费，中介机构费则主要核算支付的法律、税务、审计等中介机构费用，该等费用与销售收入不存在相关性。

5）差旅费

管理费用中的差旅费主要核算行政管理部门所发生的相关差旅支出。**其中，2020**

年，差旅费支出较少系由于新冠肺炎疫情影响导致费用发生额减少。

（2）管理费用和同行业公司比较分析

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
中宠股份	3.88%	3.57%	3.61%
佩蒂股份	6.91%	10.52%	9.46%
路斯股份	3.83%	4.01%	3.67%
依依股份	1.92%	2.39%	1.68%
悠派科技	3.84%	5.46%	4.75%
平均值	**4.08%**	**5.19%**	**4.63%**
公司	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
天元宠物	**3.05%**	3.74%	3.63%

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与公司的差异较大；**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。

3、研发费用

（1）研发费用明细

报告期内，公司研发费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**875.35**	**55.18%**	701.92	47.32%	381.62	37.85%
材料费用	**503.83**	**31.76%**	437.05	29.46%	286.76	28.44%
设计费用	**126.27**	**7.96%**	135.38	9.13%	62.97	6.24%

其他费用	**80.88**	**5.10%**	209.12	14.10%	277.01	27.47%
合计	**1,586.32**	**100.00%**	**1,483.47**	**100.00%**	**1,008.36**	**100.00%**

公司研发费用主要为宠物用品新产品开发设计的相关投入。报告期内，公司研发费用随着业务规模的扩大而增长，研发费用占营业收入的比例整体保持稳定。

1）研发费用构成

报告期内，由于公司不参与直接参与外购产品的开发设计，**各期研发费用占自产与外协产品合计销售收入的比重分别为 1.20%、1.47%、1.37%**，保持相对平稳。报告期内，公司研发费用主要由职工薪酬、材料费用所构成。

在职工薪酬方面，**公司各期研发费用职工薪酬分别为 381.62 万元、701.92 万元和 875.35 万元**，职工薪酬逐年增加主要系研发人员人数增加和人均薪酬增加所致。

在材料费用方面，公司各期研发领料随着研发项目的增加，相关材料费用支出亦逐年扩大。其中，**2019 年和 2020 年材料费用增长较快，主要系部分宠物用品产品开发设计的相关材料投入较高所致。**

2）2019 年研发费用的增长原因

2019 年度公司研发费用较 2018 年度增加 47.12%，主要系职工薪酬、材料费用等增加较大所致。

一方面，公司 2019 年研发人员人数和平均薪酬水平均较上年有所增加，导致研发费用职工薪酬提升。公司 2019 年研发人员较 2018 年增加 20 人左右，同时因薪酬相对较高的电子工程师增多，带动了整体研发人员平均薪酬的提升。

另一方面，公司 2019 年增加了毛毡材料猫屋、宠物自动喂水器、降噪系列狗窝等研发项目，该等项目材料领用金额较高，带动了整体材料费用的增加。

3）主要研发项目收入贡献情况

为巩固和提高在宠物用品领域的竞争力，公司通过更新产品设计、丰富产品功能，持续开发与推出各类新产品，增强客户粘性，提高市场占有率。报告期内，公司各类产品的研发项目投入及相关直接产品销售收入情况如下：

单位：万元

产品类别	**项目**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**

产品类别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宠物窝垫	研发费用	**593.40**	347.83	117.59
	营业收入	**2,236.47**	1,373.18	643.21
猫爬架	研发费用	**715.53**	519.99	488.55
	营业收入	**5,916.08**	2,888.64	1,548.24
宠物玩具	研发费用	**115.66**	337.10	332.79
	营业收入	**1,648.81**	1,005.68	655.78
其他宠物用品	研发费用	**161.73**	278.55	69.44
	营业收入	**629.61**	587.81	281.34
研发费用合计		**1,586.32**	1,483.47	1,008.36
相关收入合计		**10,430.97**	5,855.30	3,128.56

报告期内，公司多项新设计方案和制作方法广泛用于宠物窝垫、猫爬架等众多规格产品中。其中，由于研发项目从实施完毕到直接产品实现销售需要一定时间，随着已完成研发项目的逐步增加，各期研发项目直接产品销售收入正逐年提升。

报告期内，公司产品研发主要应用于自产与外协产品，不直接参与外购产品的开发设计。受益于不断更新设计方案、改良制作方法，公司自产与外协产品销售收入逐年增加。报告期内，公司研发费用与自产、外协产品销售配比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	**1,586.32**	1,483.47	1,008.36
自产、外协产品的销售收入	**115,463.06**	101,061.21	84,334.68
占比	**1.37%**	1.47%	1.20%

综上，研发项目相关新设计方案和制造工艺的广泛应用，使得公司产品结构不断优化，促进了公司客户粘性的巩固提升和营业收入的持续增长。

公司根据《企业会计准则》及内部费用核算管理制度相关规定，对研发费用支出按项目进行归集、核算，研发支出归集准确、合理，相关内部控制完整有效。

报告期内，公司开展的主要研发项目的实施情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	费用支出金额			实施进度
			2020 年	2019 年	2018 年	
1	互动模式下飞碟式宠物狗玩具	90	29.46	-	-	实施中

序号	项目名称	整体预算	费用支出金额			实施进度
			2020 年	2019 年	2018 年	
2	基于物联网具有宠物信息采集功能的宠物智能蛋形不倒翁	240	16.45	-	-	实施中
3	基于依赖心理视角的宠物玩具设计	120	26.77	-	-	实施中
4	壁挂式猫乐园组件的设计开发	100	0.14	-	-	实施中
5	基于集成创新理论的宠物猫运动装置	120	0.02	-	-	实施中
6	基于陪伴式家庭教育模式的动物造型宠物床	140	93.42	-	-	实施中
7	基于适度设计思维的多材质拼接筒形多层猫爬架	100	89.37	-	-	实施中
8	基于符号语义的环保宠物家具设计	160	92.9	-	-	实施中
9	提高长毛犬毛发光泽度的狗粮开发	25	2.51	-	-	实施中
10	小型犬冬夏适用可折叠半封闭式狗窝	110	118.7	-	-	已完成
11	基于陪伴式家庭教育模式的卡通造型狗窝	140	128.67	-	-	实施中
12	共生理念视野下人与宠物和谐共处关系的家居用品设计	140	144.45	-	-	实施中
13	复合材质通天柱式猫爬架	140	124.64	-	-	实施中
14	可收集猫毛的智能猫爬架	230	175.14	-	-	实施中
15	园林式生态融合型猫台架	180	139.78	-	-	实施中
16	用于保持猫咪生物捕猎习性的电子仿生玩具设计	180	-	61.56	104.6	已完成
17	用于猫咪情绪管理可遥控镭射猫玩具	170	-	71.99	103.13	已完成
18	基于啮咬习性训练的便携式宠物塑料玩具	130	-	59.29	63.05	已完成
19	耐撕咬防静电长毛犬窝垫	180	25.04	115.24	45.5	已完成
20	毛毡材料猫屋的现代主题造型设计	150	30.67	136.96	-	已完成
21	可提高严酷环境舒适度的宠物护具	80	-	73.67	-	已完成
22	基于高频降噪技术的系列狗窝设计	130	52.45	95.63	-	已完成
23	基于情境设计的穿戴型宠物用品	130	67.15	94	-	已完成
24	宠物用溪流式自动喂水器	150	46.05	105.19	-	已完成

序号	项目名称	整体预算	费用支出金额			实施进度
			2020 年	2019 年	2018 年	
25	带箱式卫生间积木式多猫栖息别墅	170	-	68.45	105.35	已完成
26	基于草编支撑结构的复合式宠物栖息用品	190	-	71.97	113.11	已完成
27	基于混搭风格及多样性设计原则的柔性复合材料猫玩具	160	42.97	144.26	-	已完成
28	集成红外感应功能的城堡造型豪华猫爬架	180	-	63.34	108.65	已完成
29	兼具娱乐与运动功能的嘉年华主题设计猫爬架	150	45.1	91.5	-	已完成
30	适用于成年犬激烈运动的一体化设计宠物爬梯	180	43.55	145.27	-	已完成
31	原木风格仿真树形猫爬架	120	48.44	79.46	-	已完成
32	趣味造型主题宠物家用护理用具	50	2.47	5.69	-	终止
33	基于复合面料的宠物用品的开发	50	-	-	9.23	已完成
34	组件式可拆卸宠物沙发系列产品的设计开发	130	-	-	42.05	已完成
35	可拆洗中型犬四季通用型窝垫	100	-	-	30.03	已完成
36	轻量化不倒翁猫益智玩具系列产品的设计开发	130	-	-	62.02	已完成
37	日韩风格打扮宠物服饰套装系列	50	-	-	41.79	已完成
38	层叠式猫咪家居用品的设计开发	130	-	-	51.87	已完成
39	集成玩具功能的宠物猫间歇式栖息架	130	-	-	49.36	已完成
40	基于森林主题及北欧设计风格的木制猫爬架	120	-	-	50.96	已完成
41	增强成年猫免疫能力食疗食品开发	25	-	-	27.65	已完成
合计			1,586.32	1,483.47	1,008.36	

（2）研发费用和同行业公司比较分析

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
中宠股份	1.29%	1.34%	2.89%
佩蒂股份	1.95%	2.57%	2.97%
路斯股份	3.08%	3.21%	2.99%

依依股份	0.66%	0.80%	0.45%
悠派科技	3.08%	2.84%	3.58%
平均值	**2.01%**	**2.15%**	**2.58%**
公司	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
天元宠物	**1.09%**	1.41%	1.14%

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。

4、财务费用

（1）财务费用明细

报告期内，公司财务费用明细列示如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息收入	**-19.52**	-59.63	-46.21
利息支出	**156.04**	77.50	5.28
汇兑损失	**2,347.89**	-251.18	-1,157.94
手续费	**222.23**	241.26	183.82
现金折扣	**162.60**	129.21	122.29
合计	**2,869.24**	**137.17**	**-892.76**

公司产品以出口为主，主要结算货币为美元，报告期内财务费用变动主要受美元兑人民币的汇率波动所造成的汇兑损失影响。2017 年度，美元兑人民币汇率呈持续下降趋势，人民币升值导致当年公司出现汇兑损失；2018 年，美元兑人民币汇率 1-4 月呈现震荡下降趋势，5 月至 11 月呈快速上升趋势，整体导致公司当期产生较多的汇兑收益；2019 年，美元兑人民币汇率 1-2 月及 9-12 月呈小幅下降趋势，但 3 月至 8 月上升趋势幅度更大，整体导致公司当期产生一定的汇兑收益；**2020 年，美元兑人民币汇率在上半年呈震荡并小幅上升趋势，下半年持续下降，整体导致公司当期出现较大额汇兑损失。**

（2）财务费用和同行业上市公司比较分析

报告期内，公司财务费用率与同行业可比公司对比如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
中宠股份	1.10%	0.82%	-0.17%
佩蒂股份	0.43%	-0.47%	-0.98%
路斯股份	-0.19%	-0.34%	0.26%
依依股份	-0.54%	-0.07%	-0.22%
悠派科技	0.81%	0.76%	-0.12%
平均值	**0.32%**	**0.14%**	**-0.25%**
公司	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
天元宠物	**1.98%**	0.13%	-1.01%

报告期内，公司与行业可比公司均以出口为主，汇兑损益均是财务费用的主要影响因素之一，此外因银行借款规模不同利息支出存在一定差异。**2018 年和 2019 年，**公司财务费用率与同行业可比公司平均值不存在较大差异。

（五）其他影响经营成果的因素分析

1、其他收益

报告期内，公司的其他收益明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与收益相关的政府补助	**448.38**	602.34	301.72
个税手续费返还	**7.44**	1.96	-
合计	**455.82**	**604.31**	**301.72**

公司的其他收益主要系与收益相关的政府补助。报告期内，公司将与日常活动相关的政府补助计入其他收益，具体明细如下：

期间	补助项目	金额（万元）	依据
2020 年度	2020 年杭州市商务发展（外贸）财政专项资金	204.51	余商务[2020]8 号、余商务[2020]62 号
	社保返还	59.26	浙人社发[2020]10 号
	2019 年度“鲲鹏计划”大企业大集团上规模奖励	50.00	杭经信运行[2020]98 号
	余杭区开放型经济发展专项资金	51.19	余商务[2020]9 号、余商务[2020]87 号

期间	补助项目	金额（万元）	依据
	开放型经济高质量发展奖	**30.00**	**余发改[2020]39 号**
	2020 年余杭区新增流动资金贷款财政扶持资金	**10.82**	**余金融办[2020]43 号**
	新员工就业补贴	**8.00**	**德政发[2020]7 号**
	商贸纳统奖励	**7.00**	**余商务[2020]66 号**
	余杭区人力社保局引才奖励及交通补贴	**6.30**	**余人社发[2020]52 号**
	跨境电商平台推广项目奖励	**5.31**	**杭财企[2020]25 号**
	以工代训专项补贴	**3.50**	**杭人社发[2020]94 号**
	其他	**12.49**	
	合计	**448.38**	
2019 年度	社保返还	337.09	浙政发[2018]50 号/杭政函[2019]19 号
	余杭区开放型经济发展专项资金	131.14	余商务[2019]140 号
	土地使用税减免	96.92	杭余税通[2019]52071 号/德税通[2019]7517 号等
	2019 年杭州市第二批商务发展（外贸）财政专项资金	26.28	杭财企[2019]51 号
	其他	10.92	
	合计	**602.34**	
2018 年度	余杭区开放型经济发展专项资金	162.82	余商务[2018]107 号
	土地使用税减免	90.51	余地税通[2018]83681/84587 号等
	杭州市商务发展（外贸）财政专项资金	22.76	余商务（2018）146 号
	财政贡献奖	5.00	德政发[2016]59 号
	科技创新专项资金	3.00	德科[2018]22 号
	其他补贴	17.63	
	合计	**301.72**	

2、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
远期结售汇业务	**-98.73**	-376.44	-
权益法核算的长期股权投资收益	**0.14**	0.23	1.01
理财产品收益	**23.44**	81.06	18.23

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
货币互换及掉期业务	-	-	60.06
处置非流动金融资产投资取得的投资收益	-	10.00	-
合计	**-75.15**	**-285.15**	**79.30**

公司为减少汇率波动对公司业绩的影响，通过办理远期结售汇业务等方式锁定汇率，因此而产生的收益波动是公司投资收益变动的主要原因。

2018 年，公司未购买远期外汇合约产品。2019 年起，受中美贸易战等影响，美元对人民币汇率波动较大，为避免汇率下降带来的风险，公司针对当期预期销售可能形成的部分外币收款，购入了合计 6,500 万美元的远期外汇合约产品。但由于 2019 年 3 月至 8 月汇率持续上升，9 月以后小幅下降，导致公司当年因购买远期外汇合约产品产生一定损失，其中交割产品形成投资收益损失 376.44 万元。**2020 年，公司新购入 2,050 万美元的远期外汇合约产品，**当期汇率整体呈上升趋势，导致公司因购买远期外汇合约产品产生一定损失，其中交割产品形成投资收益损失 204.51 万元。

1）远期结售汇业务

2017 年以来，公司利润表中“投资收益-远期结售汇业务”的发生额均系远期外汇合约在交割时产生的损益，具体业务内容如下：

金融机构	结汇币种	期初合约（万美元）	本期签约（万美元）	本期交割（万美元）	期末合约（万美元）	投资收益（万元）
2017 年度						
交通银行	美元	300.00	-	300.00	-	-205.47
合计		**300.00**	**-**	**300.00**	**-**	**-205.47**
2018 年度						
合计	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2019 年度						
交通银行	美元	-	2,200.00	300.00	1,900.00	-42.97
中国银行	美元	-	4,300.00	2,400.00	1,900.00	-333.47
合计		**-**	**6,500.00**	**2,700.00**	**3,800.00**	**-376.44**
2020 年度						
交通银行	**美元**	**1,900.00**	**1,500.00**	**800.00**	**2,600.00**	**101.36**
中国银行	**美元**	**1,900.00**	**-**	**1,900.00**	**0.00**	**-200.09**

金融机构	结汇币种	期初合约（万美元）	本期签约（万美元）	本期交割（万美元）	期末合约（万美元）	投资收益（万元）
建设银行	美元		50.00	-	50.00	-
宁波银行	美元	-	500.00	-	500.00	-
合 计		3,800.00	2,050.00	2,700.00	3,150.00	-98.73

公司 2017 年远期结售汇业务投资收益系 2016 年购买的远期外汇合约产品在 2017 年进行交割所产生。2017 年和 2018 年，公司未购买远期外汇合约产品。2019 年 4 月起，受中美贸易战影响，美元兑人民币汇率波动较大，为避免汇率下降带来的风险，公司通过交通银行、中国银行、建设银行等金融机构办理远期结售汇业务，锁定汇率。**2019 年 4 月以来，美元兑人民币汇率整体呈上升趋势，2020 年下半年汇率开始下降，公司在 2019 年和 2020 年交割远期外汇合约产品时分别产生投资损失 376.44 万元和 98.73 万元。**

报告期内，公司购买的远期外汇合约均为美元结汇产品，合约期限通常在 3 个月至 12 个月之间。此外，根据公司与交通银行及建设银行的约定，合约到期后公司可申请向后展期，展期后的远期外汇合约产品期限可能在一年以上。

2）货币互换及掉期业务

2017 年至 2018 年，公司为获取高于外币存款利率的收益以及规避汇率变动风险，开展了货币掉期业务，分别获得投资收益 12.13 万元和 60.06 万元。具体情况如下：

① 浙商银行的货币掉期业务

2017 年和 2018 年，公司为了在保证资金流动性的同时，取得比美元活期存款利率更高的收益，通过浙商银行开展了多笔货币掉期业务，各笔业务期限较短，基本在 15 天以内，各期累计交易金额和收益情况如下：

单位：万元

项目	买入币种	买入金额	卖出币种	卖出金额	收益（美元）	收益（人民币）
2017 年度						
近端交易	欧元	3,378.75	美元	3,980.00	1.83	12.13
远端交易	美元	3,981.83	欧元	3,378.75		
合计					**1.83**	**12.13**
2018 年度						
近端交易	欧元	5,891.00	美元	7,165.00	5.16	32.62

项目	买入币种	买入金额	卖出币种	卖出金额	收益（美元）	收益（人民币）
远端交易	美元	7,170.15	欧元	5,891.00		
近端交易	港币	11,739.47	美元	1,500.00	0.85	5.36
远端交易	美元	1,501.72	港币	11,739.47		
合计					**6.00**	**37.98**

2017 年至 2018 年，美元的活期存款年利率为 0.05%；在进行货币掉期业务后，公司的实际美元年化利率大多提升至 1.5%-2%之间，大于同期美元活期存款利率。

② 中国银行的货币掉期业务

2018 年，公司为了规避汇率变动风险，通过中国银行开展了 2 笔人民币外汇货币掉期交易，于 2018 年 2 月分别将 200 万美元、400 万美元资金质押在银行，置换出人民币 1,256.30 万元和 2,537.00 万元，后分别于 2018 年 5 月、2018 年 6 月平盘。平盘时，质押的美元直接归属于银行，银行支付给公司的平盘费用分别为 0.30 万元和 9.00 万元。

前述交易过程中，公司共支付 600 万美元，折合人民币 3,771.22 万元，换回人民币 3,793.30 万元，外汇货币掉期交易产生的投资收益共 22.08 万元。

3、公允价值变动收益

报告期内，公司公允价值变动收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
交易性金融资产（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）	**1,089.96**	6.20	-
其中：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产生的公允价值变动收益	**1,089.96**	6.20	-
交易性金融负债（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）	**409.51**	-410.09	
其中：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产生的公允价值变动收益	**409.51**	-410.09	-
合计	**1,499.47**	**-403.89**	-

报告期内，公司的公允价值变动收益均系各期公司远期外汇合约产品所产生的公允价值变动损益。2018 年，由于公司未开展远期外汇业务，因此无相关变动损益。

2019年末和2020年末，公司未交割远期外汇合约产品根据资产负债表日的远期结

售汇汇率确认的公允价值变动损益分别为-403.89万元和1,499.47万元；结合前述已交割的投资收益损失，2019年度和2020年度，公司因购买远期外汇合约产品合计形成的损益分别为-780.33万元和1,400.74万元。

为规范远期外汇合约的购入、防范金融衍生品交易风险，公司制定的《外汇衍生品交易业务管理制度》对远期外汇合约的购买额度及决策权限等进行了规定，上述交易过程中，公司已严格按照制度执行决策、审批程序。

报告期内，公司购入的远期外汇合约规模仅限于公司未来部分外币销售回款，未正式指定套期工具和被套期项目，且未准备关于套期关系和企业从事套期的风险管理策略和风险管理目标的书面文件，不能运用套期会计方法进行处理，公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定对远期结汇业务进行会计处理，符合企业会计准则的相关规定。

报告期内，公司主要根据宏观经济形势、外汇走势、银行金融机构的专业意见以及公司未来的收汇规模等因素，综合确定远期结汇业务的开展规模。**2019 年度和 2020 年度，公司当期外币结算的收入分别为 14,112.51 万美元、18,590.61 万美元，购买的远期外汇产品金额分别为 6,500.00 万美元、2,050.00 万美元，占当期外币结算收入的 46.06%、11.03%，**公司开展远期结汇业务系为应对汇率波动对公司经营业绩带来的不利影响，与公司正常经营业务密切相关，不存在通过远期外汇合约业务从事投资或投机活动的情况。

报告期内，为规范远期外汇合约的购入、防范金融衍生品交易风险，经公司第二届董事会第二次会议和 2018 年年度股东会审议批准，公司制定了《外汇衍生品交易业务管理制度》，对远期外汇合约的购买额度及决策权限等进行了规定，其中关键控制点如下：

（1）公司的外汇衍生品交易须以正常的生产经营为基础，与公司实际业务相匹配，需以规避和防范汇率风险为主要目的，不得进行以投机为目的的外汇交易；

（2）公司需具有与外汇衍生品交易保证金相匹配的自有资金，严格遵守董事会或股东大会审议批准的外汇衍生品交易额度，不得影响公司正常生产经营；

（3）公司进行外汇衍生品交易业务只允许与具有合法经营资格的金融机构进行交易，不得与非正规的机构进行交易；

（4）公司必须以公司名义设立外汇衍生品交易账户，不得使用他人账户进行外汇衍生品交易业务。

报告期内，公司对远期结汇业务的会计处理符合企业会计准则相关规定，并严格按照《外汇衍生品交易业务管理制度》制度执行外汇衍生品交易业务的决策、审批程序，相关内部控制制度已建立健全并有效执行。

4、信用减值损失

2019 年，根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》，公司将金融资产减值准备所形成的预期信用损失通过“信用减值损失”科目核算。2019 年度和 **2020 年度**，公司分别发生信用减值损失 355.73 万元和 **201.51 万元**，均系坏账损失。

5、资产减值损失

报告期内，公司的资产减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	**-**	-	-156.40
存货跌价损失	**-384.80**	-210.01	-160.70
可供出售金融资产减值损失	**-**	-	-10.00
合计	**-384.80**	**-210.01**	**-327.10**

2018 年度，公司资产减值损失主要是依据公司会计政策所计提的坏账损失和存货跌价损失。坏账损失主要是应收账款和其他应收款的坏账准备；存货跌价损失系对库龄较长、有减值迹象的原材料及库存商品等存货计提的跌价准备。2019 年起，公司坏账损失调整至信用减值损失科目，公司的资产减值损失全部为存货跌价损失。

6、资产处置收益

2018年度，公司无资产处置收益；2019年度和2020年度，公司资产处置收益分别为0.35万元和8.86万元，系固定资产处置收益。

7、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 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置利得	-	0.25	1.43
政府补助	-	-	141.59
合并利得	0.19	0.08	-
其他	3.93	-	0.05
合计	4.12	0.33	143.07

2018 年、2019 年和 2020 年，公司营业外收入占营业收入的比例分别为 0.16%、0.0003%和 0.0028%，占比较小。主要为计入当期损益的政府补助及零星非流动资产处置利得。

报告期内，公司计入当期损益的政府补助明细如下：

期间	补助项目	金额（万元）	依据
2018 年度	资本市场扶持资金	141.59	余金融办（2018）29 号、杭财企[2017]77 号

8、营业外支出

2018 年、2019 年和 2020 年，公司营业外支出依次为 2.00 万元、3.28 万元和 3.12 万元，金额较小，主要为对外捐赠等支出。

9、汇率波动敏感性分析

报告期内，公司以外币结算收入占主营业务收入的比例均在 90%以上，外币收入结算以美元为主，经营业绩在一定程度上受到汇率波动的影响。其中，自签订销售订单至确认收入期间的汇率波动将主要影响公司营业收入金额，自确认销售收入至收回货款结汇成人民币期间的汇率波动则主要影响公司的财务费用。

报告期内，假定其他因素不变，当期美元兑人民币汇率上升 1%，公司期间营业收入、销售毛利率的模拟影响情况如下：

单位：万元

项目	期间	营业收入变动	毛利变动	毛利率变动	敏感系数
汇率上升 1%	2020 年度	1,282.70	1,282.70	0.66%	2.70
	2019 年度	976.67	976.67	0.67%	2.49
	2018 年度	820.20	820.20	0.67%	2.49

注：敏感系数=毛利率变动/毛利率*100

由上表可见，报告期各期公司毛利率对美元兑人民币汇率波动的敏感系数均大于 1，敏感性较高。

报告期内，假定其他因素不变，上期期末汇率不变，当期美元兑人民币汇率上升1%，对公司汇兑收益和净利润的影响如下：

单位：万元

项目	期间	汇兑收益变动	净利润变动	汇率变动后的净利润金额	净利润敏感系数
汇率上升1%	**2020年度**	**297.30**	**876.56**	**12,249.10**	**7.71**
	2019年度	151.18	472.81	9,050.82	5.51
	2018年度	190.51	737.89	9,579.41	8.35

注：净利润敏感系数=净利润变动/净利润*100

由上表可见，报告期各期公司净利润对美元兑人民币汇率波动的敏感系数绝对值均大于1，敏感性较高。

报告期各期实际汇率变动情况及公司的毛利率变动情况如下：

期间	平均汇率	平均汇率变动率	毛利率	毛利率变动率
2020年度	**6.8980**	**-1.91**	**24.59%**	**1.97%**
2019年度	6.8920	4.01%	27.15%	0.26%
2018年度	6.6261	-1.72%	27.08%	-5.68%

注：平均汇率为当年每月月初月末外汇中间价的平均数

报告期内，公司产品销售毛利率变动主要受产品结构、原材料价格等因素影响，毛利率的实际变动情况和平均汇率变动关联度较低，主要原因系公司会根据对汇率走势的评估调整订单的外币报价，人民币贬值时适当下调报价，人民币升值时适当提高报价，收入实际受汇率波动的影响较小；公司的采购主要以人民币定价，因此成本受汇率波动影响较小。

综上，由于公司外币结算收入占比较高，且以美元结算为主，在其他情况不变的情况下，公司毛利率水平、汇兑收益和净利润对美元兑人民币汇率的敏感性较高；在实际业务开展中，公司通常会通过产品报价调整，缓解汇率变动的影响，报告期内的汇率波动对公司毛利率的实际影响较小。

（六）报告期内非经常性损益情况

2018年、2019年和**2020年**，公司非经常性损益依次为394.55万元、0.96万元和**1,373.83万元**。公司非经常性损益的构成明细详见本节“六、非经常性损益”，相关非经常性损益项目的分析详见本节“九、经营成果分析”之“（五）其他影响经营成果

的因素分析”。

（七）纳税情况分析

1、增值税及所得税

报告期内，公司增值税的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交金额	-1,660.33	-1,226.61	-680.65
本期已交金额	**801.53**	811.05	562.86
期末余额	**-2,410.69**	**-1,660.33**	**-1,226.61**

报告期内，公司企业所得税的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交金额	**1,408.81**	**799.33**	**777.60**
本期已交金额	**2,543.65**	**2,155.01**	**2,906.59**
期末余额	**1,084.71**	**1,408.81**	**799.30**

注 1：2018 年收到汇算清缴返还上年企业所得税 2,346,196.62 元；2019 年收到汇算清缴返还上年企业所得税 1,976,045.98 元；2020 年收到汇算清缴返还上年企业所得税 1,806,477.42 元。

注 2：2018 年末、2019 年初应交税费未交数差异 386.76 元系 2019 年收购子公司杭州小兽星的期初应交所得税金额。

2、税金及附加

报告期内，公司税金及附加情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
城市维护建设税	**210.60**	280.85	214.77
教育费附加	**96.93**	125.93	97.37
地方教育附加	**64.62**	83.95	64.92
印花税	**27.45**	20.15	20.82
房产税	**84.68**	82.88	82.88
土地使用税	**104.47**	104.47	104.47
合计	**588.75**	**698.23**	**585.23**

3、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 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	**2,043.66**	2,565.01	2,686.64
递延所得税费用	**236.19**	-138.27	-51.45
合计	**2,279.85**	**2,426.74**	**2,635.19**

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	**13,652.40**	11,004.75	11,476.71
按母公司税率计算的所得税费用	**3,413.10**	2,751.19	2,869.18
子公司适用不同税率的影响	**-892.57**	-213.57	-94.59
调整以前期间所得税的影响	**-21.73**	-55.64	-4.65
非应税收入的影响	**-0.03**	-0.06	-0.25
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	**10.57**	13.74	23.15
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	**-104.39**	-1.81	-23.37
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	**98.39**	158.61	29.12
研发费用加计扣除影响	**-218.06**	-214.82	-110.33
其他	**-5.43**	-10.89	-53.05
所得税费用	**2,279.85**	**2,426.74**	**2,635.19**

报告期内，公司子公司湖州天元享受高新技术企业税收优惠；**子公司杭州特旺、杭州热宠及杭州小兽星于 2019 年度至 2020 年度符合小型微利企业认定标准，减按 20%税率缴纳企业所得税；子公司杭州赛旺于 2019 年度符合小型微利企业认定标准，减按 20%税率缴纳企业所得税。**除此之外，公司及各子公司适用的税收政策未发生重大变化，未发生因税收政策重大变化而对公司生产经营造成重大影响的情形。

十、资产质量分析

（一）资产构成分析

1、资产主要构成

报告期内，公司资产的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	61,048.11	56.10%	45,264.24	58.91%	32,445.68	57.83%
非流动资产	47,781.07	43.90%	31,570.96	41.09%	23,657.82	42.17%
资产总计	108,829.18	100.00%	76,835.20	100.00%	56,103.50	100.00%

报告期内，随着公司销售规模的扩大，公司资产总额呈增长趋势。

2、流动资产主要构成及变动分析

公司流动资产以货币资金、应收账款和存货为主，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	15,807.65	25.89%	16,777.30	37.07%	11,806.70	36.39%
交易性金融资产	1,096.16	1.80%	6.20	0.01%	-	-
应收账款	20,401.54	33.42%	16,241.52	35.88%	11,836.89	36.48%
预付款项	3,443.04	5.64%	1,826.69	4.04%	946.63	2.92%
其他应收款	1,103.59	1.81%	1,760.48	3.89%	812.84	2.51%
存货	16,252.48	26.62%	6,752.68	14.92%	5,453.44	16.81%
其他流动资产	2,943.63	4.82%	1,899.37	4.20%	1,589.18	4.90%
合计	61,048.11	100.00%	45,264.24	100.00%	32,445.68	100.00%

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	**0.23**	**0.00%**	13.48	0.08%	3.83	0.03%
银行存款	**14,943.78**	**94.54%**	15,355.63	91.53%	11,445.33	96.94%
其他货币资金	**863.64**	**5.46%**	1,408.20	8.39%	357.54	3.03%
合计	**15,807.65**	**100.00%**	**16,777.30**	**100.00%**	**11,806.70**	**100.00%**

公司货币资金由库存现金、银行存款和其他货币资金组成，以银行存款为主。2019年末公司货币资金余额较2018年末增加4,970.60万元，主要系当年公司在建工程支出较上年有所减少，同时公司当年度引入新股东增加了4,050万元投资款以及经营活动产生的现金增加所致。**2020年末公司货币资金余额较2019年末减少969.65万元，主要系商品采购支出增加所致。**

（2）交易性金融资产

2019年末和2020年末，公司交易性金融资产余额分别为6.20万元和1,096.16万元，均系期末未交割远期外汇合约的公允价值变动收益所形成的资产。

（3）应收账款

1）应收账款基本情况

报告期各期末，公司应收账款及与营业收入的比较情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应收账款余额	**21,643.42**	17,288.28	12,633.59
营业收入	**145,038.81**	104,874.07	88,670.53
应收账款余额占营业收入的比例	**14.92%**	16.48%	14.25%
应收账款余额增长率	**25.19%**	36.84%	28.03%
营业收入增长率	**38.30%**	18.27%	15.57%

报告期各期末，随着营业收入持续增长，公司应收账款余额保持逐年增长。报告期内，公司主要客户回款情况良好，各期末应收账款余额占营业收入的比例较低。

报告期内公司销售以境外市场为主，境外客户货款结算方式主要采用电汇结算方式（T/T），即在货物装运出港后一定的信用期内支付货款，多数客户信用期在30天至60天之间，部分大客户信用期在90天至120天之间；新客户及部分中小客户则通常采用前T/T或信用证结算方式，前T/T结算方式即在下单后支付0-30%预付款，剩余款项

在见单（提单、装运单等）后立即支付。

2018 年末和 2019 年末，公司应收账款余额增长率高于当期营业收入主要系大客户业务增长及汇率变动对期末应收账款影响所致，各期末应收账款保持良好回款，具体情况如下：

2018 年末，公司应收账款余额增长率高于营业收入的增长率，一方面系因 2018 年下半年公司正式进入 Amazon 的供应商直供体系，当期对 Amazon 销售额为 745.02 万元，截至期末有 564.93 万元销售额因在信用期内，形成了期末应收账款；另一方面，公司以国际市场为主，并主要以美元报价和结算，2018 年末美元兑人民币汇率（6.8632）较 2017 年末汇率（6.5342）提升约 5.04%，使得期末应收账款余额较上期有所增加。

2019 年末，公司应收账款余额增幅高于当年度营业收入，主要系当年度公司对主要客户 Chewy 的销售额大幅增加。Chewy 于 2019 年在美国上市后加大了宠物用品发展力度，使得下半年对公司采购金额大幅增加；截至 2019 年末，客户 chewy 的销售规模增加导致应收账款余额较上期增加 18.87%。Chewy 为国际知名的电商平台，产品采购需求来源于电商平台的终端消费需求，公司对其信用政策处于合理范围内，不存在对其放宽信用政策、刺激产品销售的情况。

综上，**2018 年末和 2019 年末**公司应收账款余额增长率高于当期营业收入主要系大客户业务增长及汇率变动对期末应收账款影响所致，不存在通过放宽主要客户的信用政策增加营业收入的情形。

2020年末，由于来自天海海外直营等宠物粮食客户的收入大幅增长，而该等客户信用期低于公司一般境外客户，因此公司应收账款余额增长率已低于营业收入增长率。

2）应收账款坏账准备计提情况

报告期各期末，公司应收账款明细情况如下：

单位：万元

种类	2020-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	164.11	0.76%	164.11	13.21%	-
按组合计提坏账准备	21,479.31	99.24%	1,077.77	86.79%	20,401.54
合计	21,643.42	100.00%	1,241.88	100.00%	20,401.54

种类	2019-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	275.51	1.59%	189.97	68.95%	85.54
按组合计提坏账准备	17,012.77	98.41%	856.79	5.04%	16,155.97
合计	**17,288.28**	**100.00%**	**1,046.77**	**6.05%**	**16,241.52**
种类	**2018-12-31**				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按信用风险特征组合计提坏账准备	12,460.97	98.63%	624.08	5.01%	11,836.89
单项金额不重大但单项计提坏账准备	172.62	1.37%	172.62	100.00%	-
合计	**12,633.59**	**100.00%**	**796.70**	**6.31%**	**11,836.89**

报告期内，公司单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例
2020-12-31	BH PET GEAR	124.05	124.05	100.00%
	SIMAN TRIO TRADING LLC	40.06	40.06	100.00%
	合计	164.11	164.11	100.00%
2019-12-31	Bob Martin GmbH	100.05	14.51	14.50%
	BH PET GEAR	132.64	132.64	100.00%
	SIMAN TRIO TRADING LLC	42.83	42.83	100.00%
	合计	**275.51**	**189.97**	**68.95%**
2018-12-31	BH PET GEAR	130.49	130.49	100.00%
	SIMAN TRIO TRADING LLC	42.13	42.13	100.00%
	合计	**172.62**	**172.62**	**100.00%**

其中，BH PET GEAR 和 SIMAN TRIO TRADING LLC 因长期未能回款，预计无法回收而全额计提坏账准备，报告期各期末账面余额的变动系因美元应收账款折算为人民币的汇率差异所致；Bob Martin GmbH 因客户经营困难，其不能取得出口信用保险赔付部分的应收账款预计无法回收因而全额计提坏账准备。

报告期内，公司采用按账龄分析法计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2020-12-31	2019-12-31

	账面金额	占比（%）	坏账准备	账面金额	占比（%）	坏账准备
1 年以内	**21,459.50**	**99.91**	**1,072.98**	16,951.49	99.64	847.57
1-2 年	**8.57**	**0.04**	**1.28**	61.08	0.36	9.16
2-3 年	**11.05**	**0.05**	**3.31**	0.19	0.00	0.06
3 年以上	**0.19**	**0.00**	**0.19**	-	-	-
合计	**21,479.31**	**100.00**	**1,077.77**	**17,012.77**	**100.00**	**856.79**

（续）

账龄	2018-12-31		
	账面金额	占比（%）	坏账准备
1 年以内	12,450.68	99.92	622.53
1-2 年	10.30	0.08	1.54
2-3 年	-	-	-
3 年以上	-	-	-
合计	**12,460.97**	**100.00**	**624.08**

公司客户主要为境外知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台及宠物用品进口商等，客户质量较高、信誉较好，公司货款的回收风险较低。公司各期末应收账款账龄主要为一年以内，账龄结构合理，应收账款质量整体较好，应收账款周转率保持在较高水平，坏账风险较小。

报告期内，公司重要的应收账款核销情况如下：

单位名称	款项性质	核销金额（万元）	核销原因	核销期间
Bob Martin GmbH	货款	4.24	无法收回	2020 年度

2018年和2019年，公司没有实际核销应收账款；2020年度，公司实际核销了4.24万元应收账款，占当期末应收账款余额的比例为0.02%，占比较小，该等核销并非由关联交易所产生。

2018 年，公司坏账准备计提政策主要为：（1）对单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项单独进行减值测试，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，主要计提方法为账龄分析法；（3）对单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项单独进行减值测试，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。

2018 年，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司对比如下：

账龄	计提比例					
	中宠股份	佩蒂股份	路斯股份	依依股份	悠派科技	天元宠物
1 年以内（含 1 年，下同）	5%	5%	5%	0-6 个月：0%；7-12 个月：5%	1%	5%
1-2 年	10%	10%	10%	10%	5%	15%
2-3 年	20%	20%	20%	20%	10%	30%
3-4 年	50%	50%	50%	50%	20%	100%
4-5 年	50%	100%	50%	50%	50%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%

由上表可见，公司应收账款的坏账计提政策较同行业上市公司更为谨慎，不存在重大差异。

2019 年起，公司及同行业公司上市公司均执行新金融工具准则，应收账款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。

综上，公司主要应收账款均在一年以内，账龄较短，实际发生的坏账核销比例较小，公司坏账计提政策较同行业可比公司更为谨慎，不存在重大差异，坏账计提政策合理、稳健，坏账准备计提充分。

3）应收账款前五名情况

2020 年末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	账龄	坏账准备
Chewy	4,954.08	22.89%	1 年以内	247.70
Amazon	2,012.34	9.30%	1 年以内	100.62
Fressnapf	1,189.78	5.50%	1 年以内	59.49
Kmart AUS	1,123.40	5.19%	1 年以内	56.17
天猫海外自营	902.86	4.17%	1 年以内	45.14
合计	10,182.45	47.05%		509.12

2019 年末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	账龄	坏账准备
Chewy	3,849.66	22.27%	1 年以内	192.48

单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	账龄	坏账准备
Fressnapf	1,365.50	7.90%	1 年以内	68.28
Kmart AUS	1,023.28	5.92%	1 年以内	51.16
Amazon	747.05	4.32%	1 年以内	37.35
Elite Pet	702.51	4.06%	1 年以内	35.13
合计	**7,688.00**	**44.47%**		**384.40**

2018 年末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	账龄	坏账准备
Chewy	1,465.45	11.60%	1 年以内	73.27
Kmart AUS	910.33	7.21%	1 年以内	45.52
KIK	588.93	4.66%	1 年以内	29.45
Amazon	564.93	4.47%	1 年以内	28.25
美国沃尔玛	519.56	4.11%	1 年以内	25.98
合计	**4,049.19**	**32.05%**	**-**	**202.46**

由上表可知，公司应收账款余额较大客户主要为境外大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店、线上电商平台或宠物用品进口商。其中，Amazon 为国际知名电商企业，美国沃尔玛为国际大型连锁超市企业，Chewy 为美国专业宠物产品电商企业，Kmart AUS 为澳大利亚知名连锁零售商，Fressnapf 为欧洲知名宠物产品连锁商，Elite Pet 为美国宠物用品进口商，KIK 为德国知名零售商，Action 为荷兰知名零售商。报告期内前述客户均未出现过坏账损失的情况。

报告期内，公司应收账款前五名客户与营业收入前五大客户存在差异主要系客户间具体信用政策、发货时间等不同导致，具体原因如下：

2020年度，公司应收账款第三名Fressnapf系当期营业收入第六大客户，由于公司当期与Fressnapf的交易主要发生在二季度和四季度，截至期末尚有1,189.78万元应收账款尚在其信用期内，因此期末应收账款余额排名进入前五大。

2019 年度，公司应收账款第五名 Elite Pet 系公司当年营业收入第七大客户，当年度公司对其销售额为 2,342.70 万元，Elite Pet 信用期相对略长，当期回款相对较慢，因此期末其应收账款余额排名进入前五大。

2018 年度，公司应收账款第三名 KIK 和第四名 Amazon 均非公司营业收入前五大

客户。其中，公司当期对 KIK 销售金额为 1,191.38 万元，并在下半年交易额相对较大，相关款项于期末均形成了应收账款；Amazon 因 2018 年下半年开始与公司开展直供体系合作，当期公司对 Amazon 的销售额为 745.02 万元，截至期末有 564.93 万元销售额因在信用期均形成了期末应收账款。

综上，报告期内公司应收账款前五名与营业收入前五大客户存在部分不一致的情况，主要系不同客户信用政策、发货时间等不同所致，不存在异常情况。

4）应收账款期后回款及逾期情况

报告期各期末，公司应收账款余额及期后回款情况如下：

单位：万元

时点	账面余额	期后回款金额	期后回款占比
2020-12-31	**21,643.42**	**16,886.87**	**78.02%**
2019-12-31	17,288.28	**17,096.07**	**98.89%**
2018-12-31	12,633.59	**12,449.73**	**98.54%**

注：期后回款截止时间为 **2021 年 3 月 24 日**。

报告期各期末，公司应收账款账龄主要在 1 年以内，主要客户业务规模较大，期后回款情况较好，公司已制定较为谨慎的坏账准备计提政策，应收账款不存在较大的坏账风险。

公司各期末超过信用期的应收账款余额及期后回款情况如下：

单位：万元

时点	信用期外余额	信用期外余额占应收账款余额比例	信用期外应收账款期后回款金额	期后回款进度
2020-12-31	**928.81**	**4.29%**	**556.94**	**59.96%**
2019-12-31	1,027.67	5.94%	**840.98**	**81.82%**
2018-12-31	881.88	6.98%	**708.85**	**80.38%**

注：期后回款截止时间为 **2021 年 3 月 24 日**。

公司各期末逾期回款客户中，BH PET GEAR、SIMAN TRIO TRADING LLC 和 Bob Martin GmbH 已长期未回款或出现经营困难的情况，公司已就相关应收账款单项计提坏账准备，其余逾期客户未发生破产或明显经营状况恶化等情形，公司根据其应收账款账龄相应计提坏账准备。

5）出口信用保险投保情况

报告期内，公司以出口销售国际市场为主，为控制应收账款风险，公司在中信保为

主要出口客户应收账款投保了出口信用保险。报告期内，公司投保中信保的收入与公司外销收入的对比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中信保投保收入（万美元）	**11,643.68**	10,040.28	9,654.34
中信保投保收入（万元）	**78,601.80**	69,475.70	64,671.53
境外销售收入（万元）	**106,944.21**	95,009.48	80,184.54
投保收入占比	**73.50%**	73.13%	80.65%

注：中信保投保收入以美元计算，本表按各期平均汇率换算为人民币与外销收入进行比较。

由上表可见，报告期各期，公司外销收入的中信保投保比例分别为 80.65%、73.13%和 73.50%。报告期内，因信用证结算等原因，公司存在对少部分客户应收账款未投保出口信用保险的情况，具体情况如下：

① 公司部分境外销售收入系境外子公司于境外实现的销售收入，相关客户非境内直接出口客户，无法就其应收账款投保出口信用保险，该等客户主要为美国子公司欧塞艾的直接客户美国沃尔玛；

② 公司部分客户采用信用证结算方式，该种结算方式下已有开证银行以自身信用作为付款保证，公司不再为该类客户应收账款投保出口信用保险；

③ 公司部分客户采用前 T/T 结算方式，即在下单后支付 0-30%预付款，剩余款项在见单（提单、装运单等）后立即支付，该种结算方式下公司收款较为及时，由此未对该类客户应收账款投保出口信用保险。

综上，报告期内，公司存在对少部分客户应收账款未投保出口信用保险的情况，主要包括部分境外子公司的境外销售业务、客户采取信用证及前 T/T 结算方式等情形。该等未投保金额相关客户多为行业知名企业，历史回款良好；或者，客户以信用证作为付款保证以及实际付款及时，相关应收账款的回款风险整体可控。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项及账龄情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**3,433.13**	**99.71%**	1,805.41	98.84%	852.89	90.10%

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1-2 年	9.91	0.29%	21.28	1.16%	61.99	6.55%
2-3 年	-	-	-	-	23.66	2.50%
3 年以上	-	-	-	-	8.09	0.85%
合计	3,443.04	100.00%	1,826.69	100.00%	946.63	100.00%

公司预付账款主要为预付的原材料采购款和成品采购款等。**2019 年末和 2020 年末，公司预付账款明显增加，**主要系公司在 2019 年下半年开始注重发展进口宠物食品的电商销售及其对境内宠物用品的协同销售效应，期末子公司元祐宠物因宠物粮食采购而预付的金额增加所致。

报告期各期，公司采用部分或全部预付款方式的预付款金额及其占当期对该供应商的合同采购金额的比例情况如下：

单位：万元

期间	供应商名称	采购类别	预付款金额	合同采购额	占比
2020 年度	有术股份有限公司	宠物食品	23,961.17	24,734.64	96.87%
	玛氏食品（中国）有限公司	宠物食品	1,242.42	1,242.42	100.00%
	杭州志恒科技有限公司	宠物食品	1,217.23	1,425.83	85.37%
	安吉扬溢家居有限公司	猫爬架	650.99	822.17	79.18%
	深圳派菲爱宠贸易有限公司	宠物食品	446.33	446.33	100.00%
	小计		27,518.14	28,671.39	
2019 年度	有术股份有限公司	宠物食品	3,094.11	4,658.82	66.41%
	CHG TRADING COMPANY LIMITED	宠物食品	599.04	599.04	100.00%
	CAFOOD TRADING COMPANY LIMITED	宠物食品	595.22	595.22	100.00%
	REAL PET FOOD COMPANY	宠物食品	450.61	450.61	100.00%
	福建省德化县晖德陶瓷有限公司	宠物日用品	261.83	326.71	80.14%
	小计		5,000.81	6,630.40	
2018 年度	有术股份有限公司	宠物食品	697.89	697.89	100.00%
	CHG TRADING COMPANY LIMITED	宠物食品	671.44	671.44	100.00%
	杭州志顺毛绒制品有限公司	面料	318.00	769.00	41.35%
	PETTOY INTER NATIONAL CO	宠物食品	231.80	231.80	100.00%

期间	供应商名称	采购类别	预付款金额	合同采购额	占比
	福建省德化县晖德陶瓷有限公司	宠物日用品	140.43	167.75	83.71%
	小计		**2,059.56**	**2,537.88**	

报告期内，公司与供应商的结算方式可分为月结和非月结两种形式。其中，对于月结供应商，公司需要提前支付货款的主要情况有：（1）采购订单金额较大，经供应商申请，公司预付一定比例的货款，但是尾款采取月结的方式；（2）为了锁定一段期间内的原材料采购价格，公司和供应商签订备货协议，会提前支付一定比例的货款。

对于非月结供应商，主要付款方式包括款到发货、货到付款、预付一定比例款项后货到支付尾款或在一定期限内支付尾款。公司需要提前支付货款的主要情况如下：（1）供应商要求款到发货或者出运后即刻付款；（2）供应商要求公司先支付一定比例定金后发货，货到后支付尾款。

报告期各期公司预付款项占付款金额的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
预付款项金额	**31,916.69**	7,154.78	5,031.20
付款总额	**122,727.99**	80,676.29	69,798.37
占比	**26.01%**	8.87%	7.21%

报告期内，公司预付款项采购的主要内容为宠物食品。报告期内公司预付款项金额逐年上升，主要系宠物食品采购额扩大所致，各期采购宠物食品的预付款项金额分别为1,983.71 万元、5,208.54 万元**和 28,405.09 万元**。2019 年末公司开始积极开拓宠物食品业务，宠物食品的采购大幅增加，宠物食品的采购大部分需要提前支付货款，故预付款项金额增幅较大。

报告期内公司存在预付情况的主要供应商的付款方式如下：

供应商名称	结算方式
有术股份有限公司	下单后预付一定比例货款，发货前支付剩余货款，其中 2018 年的下单后预付比例为 50%，由于 2019 年-2020 年采购规模增加，比例逐步调整为下单后预付 20%或者 30%
杭州志恒科技有限公司	款到发货
安吉扬溢家居有限公司	**2020 年 7 月之前为月结，2020 年 7 月起，变更为预付一定比例货款后货到支付尾款**
深圳派菲爱宠贸易有限公司	款到发货

玛氏食品（中国）有限公司	款到发货
CHG TRADING COMPANY LIMITED	预付一定比例货款，款到发货
CAFOOD TRADING COMPANY LIMITED	预付一定比例货款，款到发货
REAL PET FOOD COMPANY	预付一定比例货款，款到发货
福建省德化县晖德陶瓷有限公司	款到发货
杭州志顺毛绒制品有限公司	预付一定比例货款，尾款月结
PETTOY INTER NATIONAL CO	预付一定比例货款，款到发货

报告期内，**除安吉扬溢家居有限公司付款方式发生变更以外，**公司对上述**其他**主要供应商的付款方式未发生变化。

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 946.63 万元、1,826.69 万元和 **3,443.04 万元**。**公司** 2019 年开始规模化开展宠物食品业务，宠物食品的采购大幅上升，宠物食品的供应商大部分需要进行提前支付货款，因此 2019 年末和**2020 年末**预付款余额上升。

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款按性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
增值税出口退税	**959.97**	1,710.04	819.76
押金保证金	**178.86**	75.53	28.06
其他	**39.22**	72.56	14.22
合计	**1,178.05**	**1,858.13**	**862.04**

公司各期末其他应收款余额较小，主要为增值税出口退税、押金保证金及员工备用金等。

2020 年末，公司其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	占其他应收款余额的比例	账龄	款项性质
余杭区国家税务局	**959.97**	**81.49%**	**1 年以内**	**增值税出口退税款**
黑与白（上海）供应链管理有限公司	**20.00**	**1.70%**	**1-2 年**	**押金保证金**
京东香港国际有限公司	**13.05**	**1.11%**	**1 年以内**	**押金保证金**
有品信息科技有限公司	**10.00**	**0.85%**	**1-2 年**	**押金保证金**
名创优品（广州）有限责任公司	**10.00**	**0.85%**	**1 年以内**	**押金保证金**

单位名称	账面余额	占其他应收款余额的比例	账龄	款项性质
合计	1,013.02	85.99%		

（6）存货

报告期各期末，公司存货净额占流动资产的比例分别为16.81%、14.92%和**26.62%**，与公司业务规模相匹配，并主要以库存商品及原材料为主。报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	**1,648.91**	**9.65%**	1,468.63	20.01%	1,314.94	22.02%
在产品	**1,389.59**	**8.13%**	874.11	11.91%	679.53	11.38%
库存商品	**13,632.86**	**79.80%**	4,253.26	57.95%	3,745.37	62.72%
委托加工物资	**87.60**	**0.51%**	39.28	0.54%	0.64	0.01%
发出商品	**324.68**	**1.90%**	202.06	2.75%	231.48	3.88%
在途物资	**-**	**-**	502.30	6.84%	-	-
账面余额	**17,083.65**	**100.00%**	**7,339.64**	**100.00%**	**5,971.95**	**100.00%**
存货跌价准备	**831.17**	**4.87%**	586.96	8.00%	518.51	8.68%
存货净额	**16,252.48**	**95.13%**	**6,752.68**	**92.00%**	**5,453.44**	**91.32%**

公司存货主要由原材料、在产品、库存商品构成。公司执行“以销定产”为主的生产模式，按照订单情况制定相关生产计划，公司原材料采购遵循“以产定购”为主的模式，根据生产计划、库存情况及原材料市场情况进行采购；由于宠物产品生产周期、合同履约周期均较短，公司存货周转较快，各期末存货余额相对较低。

报告期各期末，公司存货余额逐年增长，主要系报告期内公司主营业务销售规模持续扩大所致。2018 年，公司库存商品金额较上年增长了 34.78%，除经营规模扩大的影响外，主要系 2018 年末公司为应对中美贸易战，对美国沃尔玛等美国客户的销售备货有所提前，增加了对美国子公司欧塞艾的备货量。2019 年，公司因开拓国内电商市场及宠物粮食业务，期末相关库存商品和在途物资有所增加。**2020 年，随着进口宠物粮食业务规模的大幅增长及其他境内及海外仓业务的扩大，期末库存商品大幅增长；但由于 2020 年下半年公司与主要宠物粮食采购商的合同条款由货品所有权自上船起转移**

变更为自到港后转移，因此年末不再存在在途物资。

1）原材料的具体构成

报告期内，公司各类原材料的数量、金额、库龄等情况如下：

单位：万元；平方米、米、千克等

项目	库龄	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
面料	1 年以内	**567.60**	**111.68**	689.32	115.63	550.99	109.27
	1-2 年	**113.73**	**16.85**	98.74	17.69	118.13	25.78
	2 年以上	**270.96**	**50.00**	171.12	35.97	142.62	26.43
	小计	**952.29**	**178.53**	959.18	169.29	811.74	161.48
PP 棉、海绵等	1 年以内	**45.69**	**27.61**	56.19	12.74	70.84	12.74
	1-2 年	**0.66**	**0.69**	6.32	0.85	0.85	0.11
	2 年以上	**4.57**	**0.94**	0.24	0.04	0.45	0.06
	小计	**50.92**	**29.24**	62.75	13.63	72.14	12.91
板材	1 年以内	**190.13**	**12.09**	62.53	5.50	43.12	3.52
	1-2 年	**4.17**	**0.19**	4.32	0.16	0.35	0.01
	2 年以上	**0.69**	**0.03**	2.75	0.13	2.58	0.14
	小计	**194.99**	**12.31**	69.60	5.79	46.05	3.67
麻绳	1 年以内	**128.16**	**8.05**	118.99	7.68	168.24	10.50
	1-2 年	**6.16**	**0.44**	1.08	0.09	1.58	0.09
	2 年以上	**2.38**	**0.17**	4.68	0.30	6.65	0.41
	小计	**136.70**	**8.66**	124.75	8.07	176.47	11.00
纸管	1 年以内	**22.28**	**38.37**	6.73	8.19	14.98	17.72
	1-2 年	**0.03**	**0.01**	0.02	0.01	0.14	0.02
	2 年以上	**0.02**	**0.01**	0.02	-	0.29	0.04
	小计	**22.33**	**38.39**	6.77	8.20	15.41	17.78
其他辅料	1 年以内	**251.19**	**2,078.77**	197.01	664.82	144.80	491.12
	1-2 年	**7.26**	**26.94**	9.60	22.18	29.60	59.84
	2 年以上	**33.23**	**73.24**	38.96	107.73	18.73	85.86
	小计	**291.68**	**2,178.95**	245.57	794.73	193.13	636.82
原材料汇总	1 年以内	**1,205.05**	**2,276.57**	1,130.77	814.56	992.97	644.87
	1-2 年	**132.01**	**45.12**	120.09	40.98	150.65	85.85
	2 年以上	**311.85**	**124.39**	217.77	144.17	171.32	112.94

项目	库龄	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
	合计	**1,648.91**	**2,446.08**	1,468.63	999.71	1,314.94	843.66

报告期内，公司不存在明显的专用性原材料，结合原材料的使用情况及起订量等因素区分其通用性程度的强弱。

在主要原材料中，面料由于花色以及材质的区别较大，且不同客户的订单需求不一，可将其分类为通用性较弱的原材料；板材、麻绳、纸管等可适用不同猫爬架的生产，PP棉、海绵可适用不同宠物窝垫的生产，可将该等材料分类为通用性较强的原材料；其他辅料类型款式众多、客户需求差异较大，且部分辅料单位价值低而存在最低起订量，会出现结余，可将其分类为通用性较弱的原材料。

报告期内，公司各期末通用性较强与通用性较弱的原材料占比及库龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
通用性较强						
1年以内	**386.26**	**23.42**	244.45	16.65	297.18	22.60
1-2年	**11.02**	**0.67**	11.74	0.80	17.28	1.31
2年以上	**7.66**	**0.47**	7.69	0.52	9.97	0.76
小计	**404.94**	**24.56**	263.88	17.97	324.43	24.67
通用性较弱						
1年以内	**818.78**	**49.66**	886.33	60.35	695.79	52.91
1-2年	**120.99**	**7.34**	108.34	7.38	133.37	10.14
2年以上	**304.20**	**18.45**	210.08	14.30	161.35	12.27
小计	**1,243.97**	**75.44**	1,204.75	82.03	990.51	75.33

如上表，公司各期末面料等通用性较弱的原材料占比相对较高，符合通用性较强原材料能够实现较快周转的使用特征，同时对于预计无待执行合同且库龄1年以上的原材料，公司已全额计提跌价准备。

2）库存商品的具体构成

报告期内，公司各类库存商品的数量、金额、库龄等情况如下：

单位：万元；万套、万个、万只等

项目	库龄	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
宠物窝垫	1 年以内	1,338.41	53.52	411.09	15.62	561.36	23.86
	1-2 年	87.48	2.61	93.53	3.59	30.65	1.54
	2 年以上	143.05	6.91	111.28	5.12	138.35	6.73
	小计	1,568.94	63.04	615.90	24.33	730.36	32.13
猫爬架	1 年以内	3,950.27	75.13	1,716.50	41.31	2,116.60	60.74
	1-2 年	47.25	1.34	23.44	0.89	21.54	0.86
	2 年以上	78.88	3.11	58.93	2.08	41.34	1.27
	小计	4,076.39	79.58	1,798.87	44.28	2,179.48	62.87
宠物玩具	1 年以内	368.43	44.30	178.11	16.03	306.03	49.50
	1-2 年	44.42	4.77	163.28	31.56	66.28	8.03
	2 年以上	21.70	7.78	23.94	4.62	21.49	6.48
	小计	434.55	56.85	365.33	52.21	393.81	64.02
宠物食品	1 年以内	6,560.45	45.23	906.32	24.06	113.87	41.49
	1-2 年	14.86	0.76	11.02	5.29	0.11	0.05
	2 年以上	-	-	-	-	-	-
	小计	6,575.31	45.98	917.34	29.35	113.98	41.53
其他宠物用品	1 年以内	859.07	77.08	400.02	46.15	223.86	24.29
	1-2 年	92.37	11.00	127.67	13.19	94.17	13.42
	2 年以上	26.23	1.69	28.14	2.97	9.72	1.13
	小计	977.67	89.77	555.82	62.31	327.75	38.84
库存商品合计	1 年以内	13,076.62	295.26	3,612.04	143.18	3,321.73	199.87
	1-2 年	286.37	20.48	418.93	54.51	212.75	23.90
	2 年以上	269.87	19.49	222.29	14.78	210.89	15.62
	合计	13,632.86	335.23	4,253.26	212.47	3,745.37	239.40

报告期内，因客户取消订单（含取消部分订单）对应的存货金额具体如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
取消订单的库存商品余额	275.20	212.04	188.72
其中：库龄 1 年以内	-	25.66	-
1-2 年	97.72	36.99	49.59
2 年以上	177.48	149.39	139.13

报告期内，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向其他客户进行产品推荐。如果库龄超过一定期限仍无法形成二次销售，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，公司不存在客户下单后超过 1 年未出运的长期推迟订单。

报告期各期末，**公司 1 年以上库龄的库存商品金额分别为 423.64 万元、641.22 万元和 556.24 万元，**较公司各期营业收入比例较低，不存在大规模存货积压的情况。对于 1 年以上库龄的库存商品，公司已按照可变现净值与账面价值孰低的原则计提存货跌价准备，**各期末计提的存货跌价准备金额分别为 210.90 万元、219.42 万元和 368.52 万元。**

综上，报告期内公司 1 年以上的库存商品逐年增加，主要系公司销售规模扩大、部分客户取消订单所致，公司已计提相关存货跌价准备，不存在存货积压的情况。

3）库存商品和发出商品的期后实现销售情况

最近一年，公司库存商品和发出商品的期后实现销售情况如下：

单位：万元

项目	期末余额	期后销售对应的库存金额	占比
库存商品			
2020-12-31	13,632.86	7,544.22	55.34%
发出商品			
2020-12-31	324.68	281.54	86.71%

注：期后销售金额统计至 2021 年 3 月 15 日。

综上，公司库存商品和发出商品的期后销售较好，对于未能在期后销售的存货，如无在手订单且实现销售的可能性较小，公司将对其全额计提存货跌价准备。

4）库存商品较高、委托加工物资和发出商品较低的原因以及合理性

报告期各期末，公司库存商品余额较高、委托加工物资和发出商品较低，主要系由于公司宠物用品生产销售周期较短，外协生产相关原辅材料主要由外协厂商所提供，同时公司报告期内逐步加大了宠物食品的采购备货、境外仓库的备货规模，从而库存商品规模相对较大且逐年有增长，具体情况如下：

在库存商品方面，公司各期末库存商品余额分别为 3,745.37 万元、4,253.26 万元和 13,632.86 万元。其中，**2020 年末**公司库存商品大幅增加，一方面系由于公司进口

宠物粮食业务的销售规模持续增加，子公司元祐宠物的粮食产品备库规模相应增加；另一方面，子公司杭州赛旺在美国、英国、日本等租赁仓库从事电商业务，使得境外仓库的备货规模有所增加，符合公司境内外业务发展情况。

在委托加工方面，公司各期末委托加工物资分别为 0.64 万元、39.28 万元和 87.60 万元，金额较小。公司外协生产模式下，相关产品原辅材料主要由外协厂商根据公司的质量要求自行采购生产，公司向外协厂商购买成品，该等生产模式不涉及委托加工物资。公司自产宠物窝垫和猫爬架过程中，在特定工序产能不能满足生产所需的情况下，会进行工序外协，工序外协主要是割条、纸管绕绳、面料复合等，外协工序较为简单导致加工费较低，同时由于发出的材料成本较低，因此委托加工物资的库存较低。

在发出商品方面，公司的发出商品核算已出运但未满足收入确认条件的存货成本，主要包含通过第三方电商平台销售以及京东、波奇网寄售模式发出的存货成本，报告期内上述销售模式的收入规模尚小，导致发出商品金额较低。

综上，公司库存商品较高、委托加工物资和发出商品较低，与公司产品的生产方式、产品类型与销售模式的拓展情况有关，符合公司业务实际发展情况。

5）存货减值测试方法及跌价准备计提情况

① 存货减值测试的方法及过程

资产负债表日，公司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。公司各类存货的跌价准备具体计提政策如下：

存货类型	存货减值测试方法及过程
原材料	公司大部分原材料都属于需要经过加工的存货，由于产品销售订单均有毛利，所生产的产成品可变现净值高于存货成本，因此该类原材料通常无需计提存货跌价准备。对于存在起订量要求的通用性较弱原材料，如该客户不再追加同类订单，且其他客户使用概率不高，谨慎起见，公司对库龄超过 1 年仍未使用且无在手订单的原材料，全额计提跌价准备。

在产品及委托加工物资	公司在产品、委托加工物资均属于需要经过加工的存货，由于产品销售订单均有毛利，所生产的产成品可变现净值高于账面价值，在产品、委托加工物资通常无需计提存货跌价准备。
库存商品	1、对于自产和外协生产业务模式中的库存商品，如果存在在手销售合同，且该类产品的可变现净值高于账面价值，则该类库存商品无需计提存货跌价准备；对于客户因故取消订单、因报关装运遗漏等产生的存货，部分库存商品可转为内销或推荐其他客户，如果公司判断无法形成二次销售或超过一定期限仍无法形成二次销售的存货，公司预计其未来实现销售的可能性极低，谨慎起见对该类产品全额计提存货跌价准备。 2、对于外购的库存商品，这部分库存商品主要为宠物粮食产品，由于宠物粮食的市场销售情况较好，可变现净值均大于外购产品的账面价值，通常不存在减值。但如果产品的包装破损或者过期，公司预计其实现销售的可能性较低，对其全额计提存货跌价准备。
发出商品	发出商品属于为执行销售合同而持有的存货，由于相应的销售合同均有毛利，存货可变现净值均大于发出商品的账面价值，故无需计提存货跌价准备。
在途物资	在途物资主要为宠物粮食，由于该类产品市场销售情况较好，可变现净值均大于账面价值，故无需计提存货跌价准备。

② 存货库龄及跌价准备计提情况

报告期内，公司各类存货的库龄结构及存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	库龄	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备
原材料	1 年以内	1,205.04	5.66	1,130.77	4.69	992.97	-
	1-2 年	132.01	130.57	120.09	119.42	150.65	136.29
	2 年以上	311.86	311.86	217.77	217.77	171.32	171.32
	小计	1,648.91	448.09	1,468.63	341.88	1,314.94	307.61
在产品	1 年以内	1,389.59	-	874.11	-	679.53	-
	小计	1,389.59	-	874.11	-	679.53	-
委托加工物资	1 年以内	87.60	-	39.28	-	0.64	-
	小计	87.60	-	39.28	-	0.64	-
库存商品	1 年以内	13,076.62	14.56	3,612.04	25.66	3,321.72	-
	1-2 年	286.37	98.65	418.93	31.10	212.75	4.40
	2 年以上	269.87	269.87	222.29	188.32	210.90	206.50
	小计	13,632.86	383.07	4,253.26	245.08	3,745.36	210.90
发出商品	1 年以内	324.68	-	202.06	-	231.48	-
	小计	324.68	-	202.06	-	231.48	-
在途物资	1 年以内	-	-	502.30	-	-	-
	小计	-	-	502.30	-	-	-

项目	库龄	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备
存货合计	1 年以内	**16,083.54**	**20.22**	6,360.56	30.35	5,226.34	-
	1-2 年	**418.38**	**229.22**	539.02	150.52	363.40	140.69
	2 年以上	**581.73**	**581.73**	440.06	406.09	382.22	377.82
	小计	**17,083.65**	**831.17**	7,339.64	586.96	5,971.95	518.51

对于 1-2 年库龄的库存商品，如存在在手订单，且该类产品的可变现净值高于账面价值，则该类库存商品无需计提存货跌价准备；对于客户因故取消订单、因报关装运遗漏等产生的存货，部分库存商品可转为内销或推荐其他客户。报告期后，公司各期末 1-2 年库龄的库存商品期后实现销售情况如下：

单位：万元

期间	余额	期后销售金额	占比
2020-12-31	**286.37**	**134.33**	**46.91%**
2019-12-31	418.93	345.07	82.37%
2018-12-31	212.75	196.43	92.33%

注：期后销售金额统计至 **2021 年 3 月 15 日**。

如上表可见，报告期内库龄为 1-2 年的库存商品的期后销售的存货金额占期末余额的比例分别为 92.33%、82.37%和 46.91%。对于 1-2 年库龄的库存商品，公司就其中预计无法形成二次销售的库存商品全额计提存货跌价准备；**报告期各期末，1-2 年库龄的库存商品计提的存货跌价准备分别是 4.40 万元、31.10 万元和 98.65 万元。**

综上，公司存货跌价准备计提方法及过程合理，库龄 1-2 年的库存商品在报告期后已实现较高比例销售，相关存货跌价准备计提充分。

6）存货核算、成本结算的会计处理方法

公司存货包括原材料、在产品、库存商品、委托加工物资、在途物资和发出商品，各类存货的核算、成本结转的会计处理方法具体如下：

① 原材料

公司原材料主要核算面料、PP 棉、海绵、板材、麻绳、纸管等材料。公司所购入材料在已验收入库后，按实际成本入账，未取得发票的，在验收合格后暂估入账。

对于原材料的生产经营领用、研发领用及委外加工，按移动加权平均法计算领用原材料的实际成本，借记生产成本、研发费用、委托加工物资等科目，贷记原材料科目。期末余额反映库存材料的实际成本。

② 在产品

在产品核算公司正在制造、尚未完工的半成品，包括正在各个生产工序加工的产品。

由于生产周期较短，在产品主要为生产初期一次性领用的材料，而工费逐步投入、比重较低，故在产品按所消耗的材料成本计价，即期末在产品只保留直接材料成本，直接人工和制造费用全部转入完工产品。

③ 库存商品

库存商品核算公司库存的自产产品、外协产品及外购产品。其中，公司自产产品库存商品主要是宠物窝垫和猫爬架，外协生产主要是宠物玩具、宠物服饰以及其他宠物用品，外购产品主要是宠物食品和宠物日用品等。

在成本核算方面，对于自产库存商品，公司按照订单进行核算。对于直接材料，按各订单实际领用情况分配至各订单产品成本。由于公司单个订单产量小、产品更新快，历史数据可参照性不强，定额工时测算的准确性难以核实。公司自产产品的备货周期和周转速度相近，分摊方法对存货和营业成本的影响很小，故对直接人工、制造费用，以订单直接材料成本÷全部订单的直接材料成本为分配率，全部分配至各订单。

对于外协产品和外购产品，相关产品成本包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于产品采购成本的费用。

在成本结转方面，库存商品的发出采用移动加权平均法计价，确认销售收入时按该产品发货单日期结转营业成本。

④ 委托加工物资

委托加工物资核算公司已发出但加工尚未完成的材料成本及暂估的加工费等成本。材料发出时按移动加权平均法计算领用原材料的实际成本，借记本科目，贷记原材料科目；验收入库时按照实际发生的材料成本、加工费、运费成本等，借记原材料科目，贷记本科目。

⑤ 在途物资

公司通过境外代理商采购渴望、爱肯拿等宠物粮食，根据双方约定的贸易方式，在对方报关出运后，与货物相关的所有权、风险等已转移至公司，但是由于公司尚未验收入库，公司通过在途物资核算，核算的成本包含购买价款、运费等。

⑥ 发出商品

发出商品主要核算不满足收入确认条件但已发出的商品的实际成本。对于已出运但未满足收入确认条件的存货，按发出商品的实际成本，借记本科目，贷记库存商品科目；满足收入确认条件后，借记主营业务成本科目，贷记本科目。

7）存货周转率与交货周期的匹配性

报告期各期，公司的存货周转率和周转天数如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转率	**9.52**	12.54	12.97
存货周转天数（天）	**37.81**	28.72	27.75

报告期内，公司产品以出口国际市场为主，并通常根据订单生产或进行外协产品采购，备货周期较短。其中，自产窝垫和猫爬架产品从生产到交货的周期通常在 60 天左右，外协产品自向外协厂商采购后至向客户发货的周期一般为 1-7 天；欧塞艾的美国业务交货周期通常为 7-10 天，但一般需提前 50 天以上备货；内销产品的交货周期较快，但一般需提前 30 天左右备货。

2019年，公司存货周转天数较2018年度有所上升，主要系当期公司外协产品成本占比较上年有所降低，从而交货周期整体有所延长所致；2020年，由于内销业务扩大，内销备货期远长于外销产品，导致存货周转天数进一步增加。

综上，考虑备货水平影响后，公司的存货周转天数和交货周期具有匹配性。

8）存货备货情况

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	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售备货	**10,864.64**	**63.60%**	3,723.88	50.74%	2,575.69	43.13%
订单存货	**5,943.14**	**34.79%**	3,352.68	45.68%	3,156.51	52.86%
其他	**275.87**	**1.61%**	263.08	3.58%	239.76	4.01%
合计	**17,083.65**	**100.00%**	**7,339.64**	**100.00%**	**5,971.96**	**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

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**较 2018 年末**有所下降；**2020 年末，**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 **34.79%**，订单存货规模未发生重大变化。

报告期内，公司客户取消订单的各期规模在 **40 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 年度	**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**	**12.91**
	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	**13.38**
	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	**10.30**
	合计	**36.58**
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

期间	取消原因	取消订单金额（万美元）
	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**

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。

9）库存商品的具体状态、存放地点及存放地权属、盘点过程

报告期各期末，公司库存商品的具体状态如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
呆滞、残缺的库存商品	**269.87**	188.32	206.50
其他状态完好的产品	**13,362.99**	4,064.94	3,538.87
合计	**13,632.86**	**4,253.26**	**3,745.37**

其中，公司对于各期末呆滞、残缺等的存货已全额计提存货跌价准备。

报告期各期末，公司库存商品的具体存放地点和存放权属情况如下：

单位：万元

项目	存放地权属	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
公司自有仓库	公司自有	**5,776.86**	2,042.39	1,771.22
境内第三方仓库	第三方	**6,362.96**	1,302.19	389.96
其中：杭州保税仓		**5,819.91**	800.42	-
货代公司仓库		**484.10**	378.88	252.93
外协厂商		**58.95**	122.89	137.03
境外第三方仓库	第三方	**1,493.04**	908.68	1,584.19
合计		**13,632.86**	**4,253.26**	**3,745.37**

注：境外第三方仓库存货包含境内主体调拨给境外子公司的存货及海外仓的存货。

2019 年末和 **2020 年末**境内第三方仓库的库存金额较高，主要系由于公司通过跨境

电商模式进口的保存在保税仓的宠物粮食库存规模较大所致。报告期各期末，存放在外协厂商处的库存主要系客户当年取消订单所对应的存货。

对于公司自有仓库，公司库存商品盘点过程中各部门的职责、盘点时间、盘点范围、盘点方法、盘点要求、盘点程序及差异处理具体情况如下：

公司仓管员按照规定定期对存货进行监控与盘存，财务人员不定期抽盘，年末仓管员全盘存货实际数量，并由财务人员等实施监盘；存货发生盘盈、盘亏及毁损，及时按规定审批处理。

在仓库主管指导下，每月仓管员对保管的货物进行盘点，财务部门负责抽盘。盘点过程中采用实盘实点方式，盘点时注意物料的摆放及状况，盘点后需要对物料进行整理，保持原来的或合理的摆放顺序。盘点后，仓管员、财务人员汇总数据并查找盘点差异原因，依据权限经审批后，由财务部门计入财务核算系统，保证账实相符。

公司在年末时会对库存商品全面盘点，全面盘点前制定详细的盘点计划，召开盘点会议，确定盘点范围，合理安排公司各部门人员开展盘点工作。仓库、生产部门先进行初盘，财务及其他部门人员复盘，盘点过程中确保仓库有序摆放存货，停止存货的移动，附盘点标识，防止遗漏或重复盘点，对盘点表进行充分控制，保证盘点记录的完整；同时，关注存货的状况，关注是否存在毁损、陈旧、过时及残次的存货。盘点结束后，根据实际情况填列盘点差异明细表，各部门查找并分析差异原因。盘点结果及差异经审批后，由财务部门计入财务核算系统，保证账实相符。

对于第三方仓库，公司主要委托第三方进行日常管理。其中对存放量较大的境内保税仓及境外第三方仓库，公司于年末时会对库存商品进行全面盘点，参照公司自有仓库开展盘点工作。货代公司仓库及外协厂商的库存商品存放量较少，公司通常不安排全面盘点，通过对账方式确认存货情况。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产依次为 1,589.18 万元、1,899.37 万元及 **2,943.63 万元**，主要为待抵扣增值税进项税额，占各期末流动资产的比例依次为 4.90%、4.20%及 **4.82%**。

3、非流动资产主要构成及变动分析

公司非流动资产以固定资产、在建工程和无形资产为主，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期股权投资	**48.76**	**0.10%**	48.63	0.15%	48.40	0.20%
固定资产	**35,018.29**	**73.29%**	7,378.99	23.37%	7,464.56	31.55%
在建工程	**505.75**	**1.06%**	18,563.92	58.80%	11,049.49	46.71%
无形资产	**4,350.20**	**9.10%**	4,445.15	14.08%	4,206.12	17.78%
长期待摊费用	**720.24**	**1.51%**	65.53	0.21%	-	-
递延所得税资产	**566.21**	**1.19%**	529.91	1.68%	390.09	1.65%
其他非流动资产	**6,571.61**	**13.75%**	538.83	1.71%	499.16	2.11%
合计	**47,781.07**	**100.00%**	**31,570.96**	**100.00%**	**23,657.82**	**100.00%**

（1）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资余额分别为 48.40 万元、48.63 万元和 **48.76 万元**。公司的长期股权投资系对参股公司宁波胜力的投资余额。由于参股公司 ALNPET 自 2015 年设立以来未实际开展业务且净资产已为负，公司对 ALNPET 的长期股权投资于报告期初已全额计提减值准备，相关减值准备计提充分。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产主要为房屋建筑物及设备，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	**37,860.52**	**93.23%**	10,262.45	85.38%	10,182.93	88.25%
通用设备	**1,071.41**	**2.64%**	621.26	5.17%	598.17	5.18%
专用设备	**1,387.32**	**3.42%**	947.40	7.88%	594.63	5.15%
运输工具	**200.87**	**0.49%**	176.07	1.46%	153.56	1.33%
其他设备	**89.04**	**0.22%**	13.14	0.11%	10.03	0.09%
原值合计	**40,609.17**	**100.00%**	**12,020.31**	**100.00%**	**11,539.32**	**100.00%**
累计折旧	**5,590.88**	**13.77%**	4,641.33	38.61%	4,074.76	35.31%

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
减值准备	-	-	-	-	-	-
净额合计	**35,018.29**	**86.23%**	**7,378.99**	**61.39%**	**7,464.56**	**64.69%**

报告期内，公司的固定资产主要是房屋及建筑物以及机器设备，**其中 2020 年末固定资产大幅增加主要系杭州鸿旺新厂区工程项目转固所致。公司固定资产**均系与公司正常经营密切相关的固定资产，相关资产使用正常，市场价值未出现大幅波动，公司处于业务稳定增长期，所处的经济、技术、法律等环境以及资产所处的市场均未发生重大不利变化。

因此，根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，报告期内，公司固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

公司固定资产主要由与生产经营密切相关的房屋建筑物和设备等组成，与公司主营业务、经营模式及行业特征相符。

报告期内，公司经营情况稳定，主要生产产品未发生重大变化，2019 年，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，从而导致猫爬架产能由 150 万套扩产至 180 万套，宠物窝垫产能由 250 万个降至 200 万个。2020 年下半年，猫爬架产能由 180 万套扩产至 **260 万套**。公司固定资产规模与公司产能和经营规模具有匹配性。报告期各期末，公司主要固定资产运行状况良好，各期末各项固定资产不存在损坏、陈旧过时等减值迹象，无需计提减值准备。

报告期内，公司主要固定资产折旧年限与同行业可比公司对比如下：

单位：年

类别	中宠股份	佩蒂股份	路斯股份	依依股份	悠派科技	类别	天元宠物
房屋及建筑物	10-20	5-30	20	20	5-20	房屋及建筑物	10-20
机器设备	5-10	3-15	10	3-20	3-10	专用设备	10
运输设备	4-10	4-10	5	4-5	4-10	运输工具	4
电子设备及其他	3-5	3-10	3-10	3-5	3-10	通用设备	3-5
工业工程及附属设备	/	/	/	5-20	/	其他设备	3-5

公司主要固定资产折旧年限与同行业上市公司不存在重大差异。

报告期内，公司宠物窝垫和猫爬架生产线的机器设备原值与产量的对应关系如下：

类别	项目	2020-12-31/2020 年度	2019-12-31/2019 年度	2018-12-31/2018 年度
宠物窝垫	机器设备原值（万元）	**431.08**	391.34	369.14
	产量（万只）	**235.08**	220.67	233.03
	单位产量机器设备原值（万元/只）	**1.83**	1.77	1.58
猫爬架	机器设备原值（万元）	**866.00**	556.06	225.50
	产量（万套）	**273.18**	204.50	170.30
	单位产量机器设备原值（万元/套）	**3.17**	2.72	1.32

报告期内，公司宠物窝垫生产线因添设充棉机、自动铺布机等辅助设备，单位产量机器设备原值逐年有所提升。**猫爬架方面，2019 年公司猫爬架单位产量机器设备原值有较大提升，主要是由于公司当年新增年产 30 万套板式猫爬架产能，板式猫爬架生产线的机器设备价值高于原传统产线；2020 年单位产量机器设备原值进一步提升主要系当年下半年公司新增年产 80 万套猫爬架产能所致。**

（3）在建工程

报告期各期末，公司在建工程明细如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
杭州鸿旺新厂区工程项目	-	-	18,563.92	100.00%	10,812.94	97.86%
产品技术开发中心建设项目	**505.75**	**100.00%**	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	236.55	2.14%
合计	**505.75**	**100.00%**	**18,563.92**	**100.00%**	**11,049.49**	**100.00%**

2018 年末和 2019 年末，公司在建工程金额持续增加，主要系杭州鸿旺新厂区厂房持续施工建造所形成；随着 2020 年下半年杭州鸿旺新厂区厂房陆续转入固定资产，公司 2020 年末在建工程大幅减少。

报告期各期末，公司在建工程不存在重大减值因素，未计提减值准备。

1）主要在建工程的建设情况和转固情况

报告期内，公司在建工程主要为杭州鸿旺新厂区工程项目。杭州鸿旺于 2017 年购买取得位于余杭塘栖镇的一处土地使用权，占地面积约 92 亩；杭州鸿旺新厂区工程项

目拟在该处土地上新建 12 幢主体建筑，其中包括 7 幢生产车间及仓库、3 幢宿舍楼、2 幢综合楼，项目总建筑面积 126,498.86 平方米。项目于 2017 年开始进行前期规划设计等工作，2018 年 2 月正式开工建设。

公司参照企业会计准则相关规定，确定在建工程的转固标准如下：（1）符合资本化条件的资产的实体建造（包括安装）或者生产工作已经全部完成或者实质上已经完成，并达到实际可投入使用的状态；（2）已购建的资产与公司的要求一致，能满足公司设计时的生产经营需要；（3）继续发生的支出的金额很少或者几乎不再发生。

根据前述转固标准，截至2020年9月30日，厂房和部分宿舍楼的必要装修、配电安装工程等已经完成，已转入固定资产核算；截至2020年12月31日，剩余综合楼、部分宿舍楼已完成必要装修、配电安装工程等，杭州鸿旺新厂区工程项目全部结转至固定资产。

综上，**截至 2020 年 12 月 31 日，杭州鸿旺新厂区工程项目已经全部完工；**报告期内公司不存在延迟转固的情况，亦不存在因延迟转固而影响公司报告期内累计折旧计提的情形。

2）主要在建工程的结算情况

2017 年末至 2020 年末，杭州鸿旺新厂区工程项目的**各期末**余额构成情况如下：

单位：万元

类别	主要内容	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年末（整体完工）	报告期末占比
工程总承包	桩基、土建、水电安装等	-	9,966.96	16,410.38	**21,482.74**	**76.78%**
其他工程	外墙及门窗工程、配电房工程等	246.49	440.02	1,243.74	**3,997.91**	**14.29%**
设备及材料款支出	电缆电线、空调通风设备、石材等	26.15	37.55	298.63	**1,404.20**	**5.02%**
工程相关费用支出	设计费、监理费、检测费、勘探费、测绘费等	161.55	368.41	534.04	**811.90**	**2.90%**
资本化利息	专项借款发生的利息	-	-	77.13	**283.97**	**1.01%**
合计		**434.20**	**10,812.94**	**18,563.92**	**27,980.73**	**100.00%**

其中，主要工程支出的结算情况如下：

① 工程施工总承包

报告期各期末，公司根据杭州鸿旺新厂区工程项目施工总承包合同约定、第三方监理月报和进度款审核报告等相关资料，确认该项目的工程进度，办理在建工程入账和付款事项。**截至 2020 年末，工程已通过验收，尚未完成工程审计决算，初步估计工程款总额为 23,416.18 万元（含税）。工程开工建设以来**各期该等工程款的含税发生金额和实际付款情况具体如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	合计
当期工程款金额	-	10,841.36	7,066.24	**5,508.58**	**23,416.18**
当期的付款金额	2,780.80	8,060.56	5,460.45	**5,535.79**	**21,837.60**
期末应付工程款余额（含税）	-2,780.80	-	1,605.79	**1,578.58**	**1,578.58**

② 外墙及门窗

公司与外墙及门窗工程施工单位按照实际施工量、验收情况和合同约定的付款进度及时结算并付款，**报告期各期的结算金额分别为 163.08 万元、449.10 万元和 187.56 万元；公司按照合同和实际施工量暂估剩余未结工程款为 42.14 万元（含税）。**

③ 装修工程

杭州鸿旺新厂区工程项目主要的装修工程施工单位为杭州金顺建设有限公司，2020 年 3 月开始装修，2020 年底完成，主要的装修范围为综合楼、厂房、宿舍、食堂等，公司按照实际施工量、验收情况和合同约定的付款进度及时结算并付款，2020 年度已结算金额为 1,701.32 元。公司按照合同、实际施工量、联系单等暂估剩余未结工程款 131.44 万元（含税）。

根据《企业会计准则第 4 号——固定资产》第 9 条，自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。公司计入杭州鸿旺新厂区工程项目的资本化支出主要包括工程设计、施工、安装支出、设备及材料款支出、与工程相关费用支出及资本化利息，该等支出与项目本身密切相关，均为建造该项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出，不存在将成本费用计入资产科目的情况。

综上，报告期各期公司的在建工程结算价款与工程施工进度、施工内容匹配，不存在虚增工程成本、套取资金的情形，不存在将成本费用计入资产科目的情形。

3）借款资本化

2019 年度和 **2020 年度**，公司向浙江杭州余杭农村商业银行股份有限公司星桥支行累计借款 3,100 万元用于杭州鸿旺新厂区工程项目建设，借款利率 **4.90%-5.64%**，相关借款利息计入在建工程。2019 年和 **2020 年度**，公司计入在建工程的借款资本化情况具体如下：

单位：万元

期间	本期利息资本化金额	利息资本化累计金额	利息资本化金额占在建工程比
2019 年度	77.13	77.13	0.42%
2020 年度	**206.85**	**283.97**	**1.02%**

4）造价公允性

杭州鸿旺新厂区工程项目各支出项目定价采用市场定价原则。公司采用清单招标、清单询价等形式确定主要施工单位、供应商和合同价款，主要支出项目的具体定价原则、方式、程序如下：

① 工程施工总承包

公司在杭州鸿旺新厂区工程项目立项后，委托专业第三方工程咨询公司出具工程量清单及施工图预算。工程量清单根据施工设计的要求按工程部位、性质、数量等特性进行拆分列举，工程建造内容清晰明确。公司以工程咨询公司参照国家相关预算定额和当地市场价格编制的施工图预算作为标底价，再通过招投标程序，参考不同工程建筑商提供的工期及合同报价并与自己的标底价进行比对，并结合相关资质等评价指标，选定合适的工程承包人以确保工程定价的公允性。通过上述招标程序，最后确定工程施工总承包单位为浙江宝华控股集团有限公司。

② 其他主要工程

对于其他主要工程，公司根据施工设计的要求制作工程量清单，自行或由第三方工程咨询公司参照国家相关预算定额和当地市场价格编制预算，采用询价方式参考不同供应商的合同报价并与预算进行比对，从而选定合适的工程供应商以确保工程定价的公允性。

公司在建工程杭州鸿旺新厂区工程项目的施工总承包商为浙江宝华控股集团有限公司。**截至 2020 年 12 月 31 日，施工总承包工程已经完成验收，尚未完成审计决算。公司根据施工总承包合同约定、项目结算书、竣工验收记录等相关资料，合理估计工**

程款含税金额为 23,416.18 万元，其中室内工程款为 21,923.26 万元，对应室内工程单位造价为 1,733.08 元/平方米，与国家统计局 2020 年 12 月发布的同类浙江房屋建筑竣工单位价值比较如下：

经营用途	浙江省房屋建筑竣工 单位金额（元/平方米）	杭州鸿旺室内工程 单位造价（元/平方米）
厂房	1,405.87	1,733.08
仓库	1,802.06	
办公用房	2,117.94	

杭州鸿旺新厂区工程项目建筑物包括厂房、仓库、办公用房和宿舍楼，整体室内工程的单位造价与浙江同期房屋建筑竣工单位价值不存在显著差异。

除杭州鸿旺新厂区工程项目外，报告期内公司发生的新设备采购主要系湖州天元在 2018 年至 2019 年期间新增 30 万套板式猫爬架生产线而采购的机器设备，公司相关设备采购主要采用询价方式，结合采购需求和不同供应商的报价，确定合适的设备供应商。其中，主要设备的采购询价过程如下：

单位：万元

设备名称	询价公司	报价金额（含税）	选定供应商
木材加工数控机械	杭州耀鼎数控设备有限公司	148.00	杭州耀鼎数控设备有限公司
	杭州公司 1	163.00	
板式车间数控生产线	杭州极东木工机械有限公司	79.80	杭州极东木工机械有限公司
	杭州公司 2	84.20	
自动裁剪机	浙江万亨智能设备有限公司	54.42	浙江万亨智能设备有限公司
	上海公司 1	59.96	

综上，公司在建工程造价、固定资产购买价格公允，不存在成本费用计入在建工程或固定资产的情形。

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	4,587.74	90.91%	4,587.74	91.81%	4,587.74	98.68%

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件	458.82	9.09%	409.32	8.19%	61.36	1.32%
原值合计	5,046.56	100.00%	4,997.06	100.00%	4,649.10	100.00%
累计摊销	696.36	13.80%	551.91	11.04%	442.98	9.53%
减值准备	-	-	-	-	-	-
净额合计	4,350.20	86.20%	4,445.15	88.96%	4,206.12	90.47%

公司无形资产主要为土地使用权及软件，土地使用权包括天元宠物、湖州天元及杭州鸿旺所拥有的土地使用权。

公司无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“五、主要会计政策和会计估计”之“（十九）部分长期资产减值”。报告期各期末，公司无形资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（5）长期待摊费用

2019年末，公司长期待摊费用余额为65.53万元，主要系支出在1年以上的阿里巴巴平台推广费；2020年末，公司长期待摊费用余额为720.24万元，除阿里巴巴平台推广费外，还包括杭州鸿旺厂区的绿化费、装修费等。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司所确认递延所得税资产的主要形成情况如下：

单位：万元

形成	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
资产减值准备	465.65	382.01	309.86
内部销售未实现利润	80.72	24.31	57.79
交易性金融工具公允价值变动	0.14	102.52	-
其他	19.70	21.07	22.45
合计	566.21	529.91	390.09

公司递延所得税资产形成原因是各项资产减值准备、内部销售未实现利润及交易性金融工具公允价值变动等造成的暂时性纳税差异。

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
预付房屋购置款	**6,213.00**	**-**	**-**
预付工程设备款	**141.61**	96.04	66.16
项目建设保证金	**217.00**	433.00	433.00
预付投资款	**-**	9.79	-
合计	**6,571.61**	**538.83**	**499.16**

2018年末和2019年末，公司其他非流动资产主要为杭州鸿旺新厂房建设预付的工程设备款及项目建设保证金。2020年末，公司因购买位于中海发展大厦的预售办公楼导致期末存在较大金额的预付房屋购置款，相关购买情况详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产”之“（二）土地使用权和主要经营性房产的取得和使用情况”之“2、自有房屋所有权情况”。

（二）负债构成分析

1、负债主要构成

报告期内，公司负债的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	**32,645.46**	**76.39%**	20,018.28	99.99%	9,978.76	100.00%
非流动负债	**10,088.71**	**23.61%**	1.55	0.01%	-	-
负债总计	**42,734.17**	**100.00%**	**20,019.83**	**100.00%**	**9,978.76**	**100.00%**

公司负债主要由流动负债构成，**报告期内公司负债规模逐年扩大，主要系期末借款余额形成及应付账款余额增长所致。**

2、流动负债主要构成及变动分析

报告期内，公司流动负债主要由短期借款、应付账款、应付职工薪酬、应交税费等组成，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	**8,856.39**	**27.13%**	3,102.97	15.50%	-	-
交易性金融负债	**0.58**	**0.00%**	410.09	2.05%	-	-
应付票据	**-**	**-**	245.00	1.22%	537.00	5.38%
应付账款	**18,034.10**	**55.24%**	10,829.06	54.10%	6,103.60	61.17%
预收款项	**-**	**-**	826.97	4.13%	732.25	7.34%
合同负债	**1,283.48**	**3.93%**	-	-	-	-
应付职工薪酬	**2,081.58**	**6.38%**	1,548.41	7.73%	1,142.99	11.45%
应交税费	**1,553.75**	**4.76%**	1,638.49	8.18%	1,062.43	10.65%
其他应付款	**108.42**	**0.33%**	244.68	1.22%	197.56	1.98%
一年内到期的非流动负债	**-**	**-**	1,001.57	5.00%	-	-
其他流动负债	**727.16**	**2.23%**	171.04	0.85%	202.93	2.03%
合计	**32,645.46**	**100.00%**	**20,018.28**	**100.00%**	**9,978.76**	**100.00%**

（1）短期借款

2018年末，公司无短期借款余额。2019年末和2020年末，公司短期借款余额分别为3,102.97万元和8,856.39万元，主要系公司为增加运营流动资金新增的银行借款。

（2）交易性金融负债

2019年末和**2020年末**，公司交易性金融负债余额分别为410.09万元和**0.58万元**，系期末未交割远期外汇合约的公允价值变动损失所形成的负债。

（3）应付票据

2018年末和2019年末，公司应付票据余额分别为537.00万元和245.00万元；2020年末，公司无应付票据余额。报告期内，公司应付票据全部为银行承兑汇票。公司采购以银行转账支付方式为主，小部分采用票据结算，因此期末应付票据规模较小。

（4）应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应付货款	**15,207.87**	8,951.32	5,825.01
应付工程设备款	**2,687.07**	1,580.70	44.94
其他	**139.16**	297.03	233.66
合计	**18,034.10**	**10,829.06**	**6,103.60**

报告期内，公司的供应商采购主要包括外协产品采购、原材料采购、外购产品采购、长期资产采购及支付运输代理费等。其中，外协产品采购的主要内容为向外协厂商购买宠物玩具、宠物服饰、牵引用具、宠物窝垫和猫爬架等各类宠物用品及部分宠物食品，原材料采购的主要内容为向原材料供应商购买用于自产猫爬架和宠物窝垫所需的面料、板材、剑麻、PP 棉、纸管等原材料以及印刷品，外购产品采购的主要内容为向品牌代理商等购买宠物食品、猫砂等日用消耗品，长期资产采购的主要内容为机器设备、杭州鸿旺新厂区工程项目的支出等。

公司的外协产品、原材料以及外购产品供应商按照付款政策可分为月结供应商和非月结供应商两类，双方主要采用银行转账付款，少部分采用银行承兑汇票付款。

月结供应商包括大部分主要外协产品与原材料供应商，即公司根据客户订单情况向供应商下单进行产品购买，并在产品交付的次月同供应商进行对账并开具发票，并在收到发票的 7 日内付款。对于月结供应商，公司在以下情况下需要提前支付货款：（1）采购金额较大时，经供应商申请，公司预付一定比例的货款，后续尾款采取月结方式；（2）为了锁定一段期间内的原材料采购价格，公司和供应商签订备货协议，会提前支付一定比例的货款，后续尾款采取月结方式。

非月结供应商主要为新合作的供应商、年采购金额较少的供应商、无法谈成月结条款的供应商以及大部分外购成品供应商。公司的付款政策主要为款到发货、货到付款、预付一定比例款项后货到支付尾款或在一定期限内支付尾款等三类结算方式。

报告期内，公司与月结供应商和非月结供应商的付款政策均得到有效执行。

报告期内，公司应付账款主要为应付货款、应付工程设备款及运输货代费等。应付账款逐年上升的主要原因系公司业务规模扩大导致期末应付货款增长，以及 2019 年来因杭州鸿旺在建工程厂房建设需要，期末应付工程设备款增长等因素所致。报告期内，公司应付账款与采购金额的配比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度/2020-12-31	2019 年度/2019-12-31	2018 年度/2018-12-31
期末应付账款余额	**18,034.10**	10,829.06	6,103.60
其中：应付货款	**15,207.87**	8,951.32	5,825.01
应付工程设备款	**2,687.07**	1,580.70	44.94
其他	**139.16**	297.03	233.66
本期采购金额（不含税）	**112,284.68**	71,212.58	59,165.52
应付账款余额占采购金额比	**16.06%**	15.21%	10.32%
应付货款余额占采购金额比	**13.54%**	12.57%	9.85%

注：采购金额未包含长期资产采购及支付运输货代费。

报告期内，公司应付账款余额变动与公司的采购金额变动趋势一致，均逐年增长。其中，2019 年末，公司应付账款余额较 2018 年末增长较多，期末应付账款余额占采购金额比例也有较大增加，主要系公司当年末订单较上年末有大幅度的增加，导致应付货款相应增加。同时，杭州鸿旺新厂房因工程建设需要，应付工程设备款增长。

2020 年末，公司应付账款余额相较 2019 年末增加较多，主要系疫情复工后，下半年业绩增长较快，导致当年末订单有较大幅度的增加，带动应付货款的增长；同时，杭州鸿旺新厂房持续进行工程建设，应付工程设备款有所增长。此外，2020 年末，期末应付账款余额占采购金额比例相较 2019 年末保持稳定。

2020 年末，公司应付账款余额前五名的供应商情况如下：

序号	供应商	应付账款余额（万元）	占比
1	**浙江宝华控股集团有限公司**	**1,466.85**	**8.13%**
2	**杭州金顺建设有限公司**	**708.91**	**3.93%**
3	**浦江县万欣工艺有限公司**	**634.33**	**3.52%**
4	**武义新艺休闲用品有限公司**	**448.78**	**2.49%**
5	**诸暨海洋特种绳业有限公司**	**371.88**	**2.06%**
合计		**3,630.74**	**20.13%**

2019 年末，公司应付账款余额前五名的供应商情况如下：

序号	供应商	应付账款余额（万元）	占比
1	浙江宝华控股集团有限公司	1,473.20	13.60%
2	浦江县万欣工艺有限公司	385.32	3.56%
3	天长市亚宁玩具有限公司	217.88	2.01%
4	浦江县宏伟工艺有限公司	215.79	1.99%

序号	供应商	应付账款余额（万元）	占比
5	东阳市东方工艺厂	212.06	1.96%
合计		**2,504.25**	**23.13%**

（5）预收款项和合同负债

报告期各期末，公司预收货款分别为 732.25 万元、826.97 万元和 **1,283.48 万元**，主要为公司对部分新客户或中小客户预收的货款。由于公司主要客户采用后 T/T 结算方式，公司各期末预收货款规模较小。**2018 年末**至 2019 年末，公司预收货款在预收款项科目中核算，2020 年起公司适用新收入准则，将预收货款转为在合同负债科目中核算。

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,142.99 万元、1,548.41 万元和 **2,081.58 万元**，主要为计提而未支付的工资、奖金、津贴和补贴等。**2018 年末至 2020 年末，**公司应付职工薪酬逐年增加主要系随着公司经营规模扩大，员工人数增加及员工工资标准有所提高，期末计提工资及奖金增加所致。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
增值税	**164.16**	64.10	139.25
企业所得税	**1,152.10**	1,408.81	799.30
代扣代缴个人所得税	**10.52**	4.34	2.00
土地使用税	**19.13**	12.36	14.19
房产税	**104.47**	82.88	41.44
其他	**103.37**	66.01	66.26
合计	**1,553.75**	**1,638.49**	**1,062.43**

公司产品以外销为主，各期末应交税费主要为企业所得税。

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 197.56 万元、244.68 万元和 **108.42 万元**，占总负债的比例较低。公司其他应付款主要包括押金保证金、应付员工报销款及往来暂收款等。

（9）一年内到期的非流动负债

2019 年末，公司一年内到期的非流动负债余额为 1,001.57 万元，系子公司杭州鸿旺因厂区建设借入的一年内到期的长期借款。

（10）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债余额分别为 202.93 万元、171.04 万元和 **727.16 万元**，占总负债的比例较低。公司其他流动负债主要包括预提的出口货物代理费、佣金、快递费等。

3、非流动负债主要构成及变动分析

报告期内，公司非流动负债的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	9,814.67	97.28%	-	-	-	-
递延所得税负债	274.04	2.72%	1.55	100.00%	-	-
合计	10,088.71	100.00%	1.55	100.00%	-	-

（1）长期借款

2018 年末和 2019 年末，公司无长期借款余额；2020 年末，公司长期借款余额 9,814.67 万元，系子公司杭州鸿旺因厂区建设借入的固定资产借款。

（2）递延所得税负债

2019 年末和 2020 年末，公司递延所得税负债分别为 1.55 万元和 274.04 万元，系交易性金融工具公允价值变动造成的暂时性纳税差异。

（三）股东权益变动分析

报告期内，公司股东权益的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
股本	6,750.00	6,750.00	6,480.00
资本公积	21,790.00	21,755.70	17,979.71

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
其他综合收益	**-35.69**	-2.45	0.65
盈余公积	**2,483.69**	1,949.99	1,403.59
未分配利润	**35,146.36**	26,298.32	20,070.32
归属于母公司所有者权益合计	**66,134.37**	56,751.56	45,934.27
少数股东权益	**-39.36**	63.81	190.47
所有者权益合计	**66,095.01**	**56,815.37**	**46,124.74**

其中，公司资金公积主要因外部投资者或员工股权激励平台溢价增资所形成，2019年有所增加系因当年度公司引入外部投资者产生的股本溢价所致。此外，公司其他综合收益较小，系境外子公司财务报表折算差额产生的损益。公司少数股东权益主要为宠物直销、日宠联盟、杭州小兽星、杭州热宠等控股公司的少数股东权益。

（四）资产周转能力分析

1、资产周转能力情况

报告期内，公司各期资产周转能力主要指标情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次）	**7.92**	7.47	8.42
存货周转率（次）	**9.52**	12.54	12.97

2019年度，公司应收账款周转率有所下降，主要系当期末应收账款余额增幅高于营业收入增长所致。当年度公司对主要客户Amazon和Chewy的销售较上年均有较大幅增长，且该两家大型电商客户的信用期略长于其他客户，分别为110天与120天；截至2019年末，公司对该两家客户分别有747.05万元和3,849.66万元应收账款尚在信用期内，从而导致当期期末应收账款余额增长较快。Amazon和Chewy均为国际知名的电商平台，公司不存在对其放宽信用政策的情况。2020年度，公司应收账款周转率有所回升。报告期内，公司应收账款周转率总体保持在相对较高水平。

公司主要系订单式生产，拥有完善的采购控制程序，通过“以销定产”和“以产定购”，控制原材料、外协产品的采购，合理设定安全库存，报告期内公司存货周转率稳定保持在较高水平。

2、公司资产周转能力与同行业公司比较情况

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
应收账款周转率（次）	中宠股份	3.71	8.23	9.05
	佩蒂股份	2.65	5.70	5.46
	路斯股份	5.58	11.89	12.51
	依依股份	3.37	6.47	6.53
	悠派科技	4.83	6.76	7.74
	平均值	**4.03**	**7.81**	**8.26**
存货周转率（次）	中宠股份	1.99	4.60	4.55
	佩蒂股份	2.11	4.17	4.63
	路斯股份	2.39	4.25	3.95
	依依股份	4.40	9.86	10.93
	悠派科技	2.34	4.15	3.85
	平均值	**2.65**	**5.41**	**5.58**
项目	**公司**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
应收账款周转率（次）	天元宠物	**7.92**	7.47	8.42
存货周转率（次）	天元宠物	**9.52**	12.54	12.97

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。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、主要债项情况

报告期末，公司主要债项为应付账款和银行借款。应付账款的情况见本节“十、资产质量分析”之“（二）负债构成分析”之“2、流动负债主要构成及变动分析”之“（4）应付账款”。截至报告期末，公司的银行借款情况如下：

单位：万元

序号	贷款人	借款人	借款余额	借款期限	利率	截至期末已发生的利息费用
1	交通银行余杭支行	天元宠物	500.00	2020.5.27-2021.5.27	3.85%	11.42
2	交通银行余杭支行	天元宠物	1,000.00	2020.6.12-2021.6.12	4.20%	23.97
3	交通银行余杭支行	天元宠物	250.00	2020.9.23-2021.6.26	4.20%	2.92
4	交通银行余杭支行	杭州鸿旺	1,700.00	2020.5.27-2021.5.27	3.85%	39.82
5	余杭农村商业银行星桥支行	杭州鸿旺	1,500.00	2020.7.9-2028.11.4	4.90%	35.73
6	余杭农村商业银行星桥支行	杭州鸿旺	1,600.00	2020.7.13-2028.11.4	4.90%	37.46
7	余杭农村商业银行星桥支行	杭州鸿旺	1,800.00	2020.11.11-2025.6.30	4.90%	12.49
8	余杭农村商业银行星桥支行	杭州鸿旺	4,900.00	2020.11.11-2027.12.30	4.90%	34.01
9	浙商银行杭州余杭支行	杭州鸿旺	1,500.00	2020.11.26-2021.5.25	4.80%	7.20
10	浙商银行杭州余杭支行	天元宠物	200.00	2020.9.18-2021.6.8	4.90%	7.16
11	浙商银行杭州余杭支行	天元宠物	1,500.00	2020.9.23-2021.9.20	4.50%	67.88
12	浙商银行杭州余杭支行	天元宠物	1,000.00	2020.10.1-2021.9.28	4.50%	45.25
13	浙商银行杭州余杭支行	天元宠物	1,000.00	2020.10.22-2021.4.12	4.50%	21.50
14	浙商银行杭州余杭支行	杭州鸿旺	200.00	2020.9.18-2021.6.8	4.90%	7.16

注 1：余杭农村商业银行星桥支行向杭州鸿旺提供的 1,800 万元和 4,900 万元借款系分期偿还，上表列示为最后一笔借款的还款期限；

注 2：10-14 项系浙商银行杭州余杭支行向公司提供的“区块链应收款”产品，资金由浙商银行直接支付给公司指定供应商，相关利息费用于打款时一次性扣除，公司于产品到期日向浙商银行杭州

余杭支行偿还本金。

2019 年及 **2020 年**，公司利息资本化金额分别为 77.13 万元和 **206.84 万元**，均为子公司杭州鸿旺因项目建设贷款产生的利息。

2、未来偿还债务及利息金额与偿债能力分析

截至报告期末，公司可预见的未来需偿还的负债主要为应付账款及银行借款。其中，应付账款金额较大，主要为工程款及原材料供应商的应付款项。根据截至报告期末已发生的银行借款，公司期后 12 个月内可预见的需偿还的借款本金及利息费用合计 **9,417.97 万元**。

公司盈利能力逐年增长，经营活动现金流较好，同时公司银行资信状况良好，与大部分供应商保持了良好的合作关系，预计未来不存在可预见负债无法偿还的风险。

3、偿债能力与资本结构指标

报告期内，公司主要短期偿债能力及资本结构指标情况如下：

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动比率（倍）	**1.87**	2.26	3.25
速动比率（倍）	**1.37**	1.92	2.70
资产负债率（母公司）	**32.48%**	24.10%	15.32%
资产负债率（合并）	**39.27%**	26.06%	17.79%
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	**14,197.42**	11,752.30	12,117.50
利息保障倍数（倍）	**88.50**	142.99	2,174.45

注 1：利息保障倍数=（利润总额＋利息支出）/利息支出

注 2：其他指标的计算公式参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、主要财务指标”之“（一）公司主要财务指标”，下同。

2019年末和2020年末，出于增加运营流动资金与项目建设资金的需求，公司对银行借款的使用有所增加，从而导致流动负债扩大，流动比率和速动比率有所降低。报告期内，公司流动比率和速动比率整体保持在较优水平。

2019年末和2020年末，随着银行借款的使用，带动了公司资产负债率的相应提高。报告期内，公司整体资产负债率水平良好。

报告期内，随着销售规模的扩大，公司息税折旧摊销前利润逐年增长。2018年度

因银行借款规模较小，公司利息支出金额较小，利息保障倍数较高；2019年起公司银行借款规模扩大，从而导致利息保障倍数降低。

（1）流动比率与速动比率

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
流动比率（倍）	中宠股份	1.19	1.33	1.20
	佩蒂股份	2.92	2.36	3.90
	路斯股份	3.31	4.04	2.71
	依依股份	2.72	2.89	1.33
	悠派科技	1.08	1.09	1.28
	平均值	**2.24**	**2.34**	**2.08**
速动比率（倍）	中宠股份	0.66	0.82	0.69
	佩蒂股份	2.46	1.73	3.12
	路斯股份	2.27	2.28	1.38
	依依股份	2.09	2.32	0.94
	悠派科技	0.62	0.62	0.72
	平均值	**1.62**	**1.55**	**1.37**
项目	**公司**	**2020-12-31**	**2019-12-31**	**2018-12-31**
流动比率（倍）	天元宠物	**1.87**	2.26	3.25
速动比率（倍）	天元宠物	**1.37**	1.92	2.70

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。

（2）资产负债率

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
中宠股份	44.86%	44.33%	40.76%

佩蒂股份	21.82%	24.20%	17.14%
路斯股份	25.04%	21.55%	26.89%
依依股份	21.72%	24.42%	43.67%
悠派科技	55.31%	54.86%	52.21%
平均值	**33.75%**	**33.87%**	**36.13%**
公司	**2020-12-31**	**2019-12-31**	**2018-12-31**
天元宠物	**39.27%**	**26.06%**	**17.79%**

2018年末和2019年末，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，2020年末，由于银行借款增加，公司资产负债率有所提升，但公司整体偿债能力仍较强。

（二）报告期内股利分配的实施情况

报告期内，公司的股利分配情况如下：

2019 年 5 月 10 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了公司 2018 年度利润分配方案，决议向全体股东分配现金股利 1,944 万元。

2020 年 4 月 10 日，公司召开 2019 年年度股东大会，审议通过了公司 2019 年度利润分配方案，决议向全体股东分配现金股利 2,025 万元。

（三）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	**5,033.99**	6,620.11	5,943.36
投资活动产生的现金流量净额	**-16,204.97**	-8,942.57	-8,683.35
筹资活动产生的现金流量净额	**11,973.75**	6,129.61	-5.28
现金及现金等价物净增加额	**-292.55**	3,975.19	-2,354.50

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	**143,409.95**	100,660.44	86,808.73
收到的税费返还	**10,883.35**	7,975.85	7,917.46
收到其他与经营活动有关的现金	**726.05**	866.05	927.58
经营活动现金流入小计	**155,019.35**	**109,502.33**	**95,653.77**
购买商品、接受劳务支付的现金	**122,727.99**	80,676.29	69,798.37
支付给职工以及为职工支付的现金	**11,477.66**	8,659.01	6,807.29
支付的各项税费	**3,922.63**	3,528.07	3,982.32
支付其他与经营活动有关的现金	**11,857.08**	10,018.85	9,122.43
经营活动现金流出小计	**149,985.36**	**102,882.22**	**89,710.41**
经营活动产生的现金流量净额	**5,033.99**	**6,620.11**	**5,943.36**

报告期内，公司销售收现情况较好，经营性现金流入较为充足、稳定。公司净利润与经营活动现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	**11,372.55**	8,578.01	8,841.52
经营活动产生的现金流量净额	**5,033.99**	6,620.11	5,943.36

2018年至2020年，公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例分别为0.67、0.77和0.44，经营活动现金流量净额低于净利润，主要系公司业绩持续增长，应收账款和存货规模逐年增加所致；其中2020年比例偏低，系当年宠物粮食等存货及相关预付款有较大增长所致。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	**35,180.45**	57,111.06	26,946.21
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**10.80**	2.24	1.80
收到其他与投资活动有关的现金	**1,294.59**	138.43	216.00
投资活动现金流入小计	**36,485.84**	**57,251.73**	**27,164.01**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**17,195.83**	7,499.65	8,957.36
投资支付的现金	**35,255.73**	57,416.50	26,890.00

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
支付其他与投资活动有关的现金	**239.25**	1,278.15	-
投资活动现金流出小计	**52,690.81**	**66,194.29**	**35,847.36**
投资活动产生的现金流量净额	**-16,204.97**	**-8,942.57**	**-8,683.35**

报告期内，公司收回投资收到的现金和投资支付的现金规模较大，主要系公司使用短期流动资金赎回理财收到的现金和购买理财支出的现金。**报告期内，公司投资活动现金流量净额均为负数，主要系子公司杭州鸿旺新厂房建设及购置办公楼等支出所致。**

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	**-**	4,130.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	**-**	80.00	-
取得借款收到的现金	**20,545.65**	9,400.00	1,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	**-**	70.00	-
筹资活动现金流入小计	**20,545.65**	**13,600.00**	**1,000.00**
偿还债务支付的现金	**6,100.00**	5,300.00	1,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**2,392.36**	2,094.09	5.28
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	**21.00**	**-**	**-**
支付其他与筹资活动有关的现金	**79.55**	76.30	-
筹资活动现金流出小计	**8,571.90**	**7,470.39**	**1,005.28**
筹资活动产生的现金流量净额	**11,973.75**	**6,129.61**	**-5.28**

2018 年度，公司筹资活动现金流量净额-5.28 万元系当年度银行借款利息支出；2019 年度，公司筹资活动现金流量净额 6,129.61 万元，主要系当期外部投资者增资取得 4,050 万元以及增加银行借款所致；**2020 年度，公司筹资活动现金流量净额 11,973.75 万元，主要系当期取得银行借款金额较高所致。**

（四）重大资本性支出计划及资金需求量

截至报告期末，公司未来可预见的重大资本性支出情况主要为本次发行募集资金投资项目，具体参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（五）流动性风险分析

报告期内，公司负债以流动负债为主，流动比率和速动比率保持在较优水平，应收账款周转率和存货周转率较高，经营活动现金流较为充足、稳定，公司流动性风险较低。

未来公司的募集资金投资项目支出将主要通过自有资金、银行借款（募集资金到位前）及公开发行股票等方式筹集，公司经营状况良好，预计未来亦不存在较大的流动性风险。

（六）持续经营能力

公司主要从事宠物用品的设计开发、生产和销售业务，公司从成立伊始始终专注于宠物行业，报告期内公司客户主要为境外知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等。受益于全球宠物市场的稳步发展，报告期内公司收入和扣除非经营性损益后的净利润均保持稳定增长。随着全球宠物市场的持续发展和消费升级以及国内宠物市场的高速发展，未来公司将继续维持和开拓境外客户，并加大境内市场的开拓。

截至本招股说明书签署日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化。基于公司报告期内的业绩及宠物行业的发展状况，公司认为自身不存在重大的持续经营风险。

十二、报告期重大投资或资本性支出等事项的基本情况

报告期内，公司不存在重大资产重组事项，公司的重大投资或资本性支出事项如下：

1、杭州鸿旺新厂区工程项目于 2018 年 2 月正式开工建设，2020 年下半年建成，报告期内累计投入 27,204.07 万元。杭州鸿旺新厂区系公司主要办公场所之一，同时募集资金投资项目中的杭州鸿旺生产基地建设项目、天元物流仓储中心建设项目、产品技术开发中心建设项目和电子商务及信息化建设项目均将在杭州鸿旺新厂区实施。

2、2020年11月，公司与杭州世茂世盈房地产开发公司签署商品房预售买卖合同，购置了位于杭州市滨江区西兴街道中海发展大厦2幢17层整体的7套写字楼及23个地下停车位使用权，交易总价6,213万元，相关房产预计交付时间不晚于2022年12月31日。该等房产未来拟用开展境内经营业务之用。

公司的上述重大投资有利于公司未来生产经营的稳定性和产能的扩充，对公司未来盈利能力的提升具有积极意义。

十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

1、分部信息

公司不存在跨行业经营，按产品分类的主营业务收入及主营业务成本明细详见本节“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”及“（二）营业成本分析”。

2、执行新金融工具准则的影响

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》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下称“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，确定了三个主要的计量类别：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 日财务报表的影响仅涉及金融工具

列报科目调整，无其他相关影响。

（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：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	摊余成本（贷款和应收款项）	118,066,977.89	摊余成本	118,066,977.89
应收账款	摊余成本（贷款和应收款项）	118,368,927.32	摊余成本	118,368,927.32
其他应收款	摊余成本（贷款和应收款项）	8,128,368.15	摊余成本	8,128,368.15
可供出售金融资产	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	
应付票据	摊余成本	5,370,000.00	摊余成本	5,370,000.00
应付账款	摊余成本	61,036,040.40	摊余成本	61,036,040.40
其他应付款	摊余成本	1,975,611.46	摊余成本	1,975,611.46
其他流动负债	摊余成本	2,029,285.93	摊余成本	2,029,285.93

（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：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				
1）摊余成本				
货币资金	118,066,977.89			118,066,977.89
应收账款	118,368,927.32			118,368,927.32
其他应收款	8,128,368.15			8,128,368.15
以摊余成本计量的总金融资产	244,564,273.36			244,564,273.36
2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益				
可供出售金融资产				
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的总金融资产				

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）
3）以公允价值计量且其变动计入当期损益				
其他非流动金融资产				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的总金融资产				
（2）金融负债				
摊余成本				
应付票据	5,370,000.00			5,370,000.00
应付账款	61,036,040.40			61,036,040.40
其他应付款	1,975,611.46			1,975,611.46
其他流动负债	2,029,285.93			2,029,285.93
以摊余成本计量的总金融负债	70,410,937.79			70,410,937.79

（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：元

项目	按原金融工具准则计提损失准备（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	7,966,992.50			7,966,992.50
其他应收款	492,077.31			492,077.31
可供出售金融资产	100,000.00	-100,000.00		
其他非流动金融资产		100,000.00		100,000.00

3、执行新收入准则的影响

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。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：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	8,269,695.85	-8,269,695.85	

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
合同负债		8,269,695.85	8,269,695.85

（四）重大担保、诉讼等事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大对外担保和诉讼事项。

十四、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的应对措施

（一）本次发行募集资金到位当年公司每股收益的变动趋势

本次发行后，公司资本实力将得到增强，但由于募集资金投资项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，因此，本公司在发行当年每股收益将有所下降，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。具体测算过程如下：

1、假设条件

（1）假设公司本次发行于 **2021 年 12 月 31 日前**实施完毕，本次发行股票数量为 2,250 万股，发行后公司总股本将增加至 9,000 万股，不考虑扣除发行费用等因素影响。

前述关于本次发行完成时间、发行股份数量和募集资金总额仅为公司假设，最终应以经中国证监会核准发行的股份数量和实际募集资金总额、实际完成时间为准；

（2）**2019 年度以及 2020 年度，公司实现归属于母公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润分别为 8,717.44 万元及 10,032.92 万元。假设公司 2021 年度归属于母公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润与 2020 年度持平，均为 10,032.92 万元。该假设仅为测算本次发行对公司即期回报的影响，不代表对公司 2021 年度经营情况的判断，亦不构成盈利预测；**

（3）在预测公司 **2021 年末**总股本时，仅考虑本次发行的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

（4）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

2、对每股收益的影响

基于上述假设情况，本次发行对公司每股收益的影响如下：

项目	2020 年度/2020-12-31	2021 年度/2021-12-31	
		发行前	发行后
普通股股数（万股）	6,750.00	6,750.00	9,000.00
稀释性潜在普通股股数	-	-	-
当年实现的归属于母公司普通股股东的净利润（扣除非经常性损益后，万元）	10,032.92	10,032.92	10,032.92
发行在外的普通股加权平均数（万股，基本）	6,750.00	6,750.00	7,875.00
发行在外的普通股加权平均数（万股，稀释）	6,750.00	6,750.00	7,875.00
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	1.49	1.49	1.27
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	1.49	1.49	1.27

经测算，假如公司在 2021 年 6 月完成本次发行，由于本次募集资金从资金投入到产生效益需要一定的时间，预计将导致当年每股收益低于上年度，公司即期回报出现被摊薄的情况。

（二）本次发行融资的必要性及合理性

本次发行融资的必要性和合理性详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目是在公司现有业务基础上，根据行业发展趋势及市场需求特点所确定，有利于丰富和优化公司的产品结构，有助于公司业务规模的稳定增长。湖州天元技术改造升级项目计划对现有猫爬架生产线进行技术升级改造，有助于提升公司猫爬架生产效率。杭州鸿旺生产基地建设项目计划新建复合材质猫爬架和电子类宠物用品生产线，有助于扩充公司猫爬架和电子类宠物用品产能。物流仓储中心建设项目计划搭建智能化的仓储体系，有助于满足公司未来业务持续增长带来的仓储管理需求，提升公司运营效率。产品技术开发中心建设项目计划购置产品开发设备及软件，针对宠物窝垫、猫爬架、和电子类宠物用品等进行研究与开发，该项目的实施有利用公司提高产品开发能力，巩固核心竞争力。电子商务及信息化建设项目计划购置信息系统和电商运营相关的软硬件设备，并引进相关人员，有助于公司提升运营管理效率和开发电商业务。

2、公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场方面的储备情况

人员储备方面，通过多年来在宠物行业的稳步发展，公司培养了一批优秀的管理人员和业务人员。公司核心团队成员拥有丰富的宠物行业开发和管理经验。核心团队对于宠物行业的深刻理解与丰富的从业经验将为募投项目的顺利实施奠定基础。

技术储备方面，公司坚持自主开发设计投入，不断根据市场需求优化和改进产品设计。公司研发团队经过多年探索和积极实践，在宠物用品开发设计领域积累了丰富的技术基础，能够有效保障产品技术开发中心项目和后续生产项目的实施。

市场储备方面，公司经过多年发展，已成为中国规模较大的宠物用品综合提供商，公司相关产品已获得客户较高的认可度，公司外销规模保持逐年稳定增长；同时，公司积极开拓国内市场和境内外线上直销渠道。公司募投项目将扩大现有产能、增加自产产品种类，适应市场对产品规格和类型的需求变化。募投项目与公司现有主营业务的市场关联度极高，具有相同的客户群体。

（四）填补被摊薄即期回报的措施

公司将采用多种措施防范即期回报被摊薄的风险，提高未来的回报能力，并充分保护中小投资者的利益，具体措施详见本招股说明书**“第十节 投资者保护”之“三、发行人、股东、实际控制人及发行人的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施”之“（二）关于填补本次公开发行股票被摊薄即期回报的措施及承诺”。**

（五）董事和高级管理人员的相关承诺

为保障本次发行填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司董事和高级管理人员出具了相关承诺，具体内容详见本招股说明书**“第十节 投资者保护”之“三、发行人、股东、实际控制人及发行人的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施”之“（二）关于填补本次公开发行股票被摊薄即期回报的措施及承诺”。**

十五、2020 年度主要财务信息及经营情况

（一）2020 年度经营业绩情况

公司 2020 年度实现营业收入 145,038.81 万元，较上年度增长 38.30%，归属于母公司所有者的净利润 11,406.75 万元，较上年度增长 30.84%。

其中，公司 2020 年度主营业务收入的产品结构、毛利率及其变动情况如下：

项目	2020 年度				2019 年度	
	销售收入（万元）	毛利率	收入变化幅度	毛利率变化幅度	销售收入（万元）	毛利率
宠物窝垫	**30,480.12**	**27.47%**	**19.32%**	**0.07%**	25,544.98	27.40%
猫爬架	**34,837.51**	**28.99%**	**45.33%**	**0.14%**	23,971.10	28.85%
宠物玩具	**24,210.30**	**28.23%**	**-0.31%**	**-0.13%**	24,286.55	28.36%
宠物食品	**26,853.91**	**11.92%**	**635.74%**	**3.52%**	3,649.92	8.40%
其他产品	**27,983.23**	**24.98%**	**3.55%**	**-1.86%**	27,023.97	26.84%
合计	**144,365.06**	**24.59%**	**38.18%**	**-2.56%**	**104,476.53**	**27.15%**

由上表可见，公司 2020 年度宠物窝垫和猫爬架等主要宠物用品保持了稳步增长。公司宠物用品销售业务主要面向境外国际市场，客户以大型连锁零售商、专业宠物产品连锁企业以及电商企业为主。在欧美各国陆续爆发新冠疫情后，连锁商超、宠物专营店及电商平台等公司下游客户作为居民日用品销售企业，疫情期间持续经营未受到重大影响。同时，在疫情期间，较多国家或地区实行了居家办公的防控政策，养宠家庭数量及宠物用品消费亦未因此受到不利影响。由此，公司宠物用品出口业务在 2020 年度保持了稳步增长。

与此同时，在境内宠物行业快速发展的背景下，为进一步加快公司境内业务的培育突破，公司实行了宠物主粮带动用品销售策略，积极发展了渴望、爱肯拿等国际知名宠物粮食品牌的跨境电商业务，2020 年度公司境内宠物食品销售收入实现大幅增长。

在产品毛利率方面，公司 2020 年度宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具的毛利率较 2019 年度保持相对稳定，波动较小。宠物食品作为进口品牌产品，相比于公司自主开发的宠物用品具有相对较低的销售毛利率；2020 年公司宠物食品销售毛利率较 2019 年度略有提升，主要系跨境电商业务模式调整及汇率波动影响所致。此外，公司其他产品的毛利率波动主要系其他各类宠物用品的产品结构变动所致。整体来说，公司 2020 年度主营业务收入毛利率较 2019 年度下降 **2.56 个百分点**，主要系当期毛利率相对较低的宠物食品销售收入占比提升所致。

综上，受益于营业收入的稳步增长以及各主要产品销售毛利率保持相对平稳，公司 2020 年度归属于母公司所有者的净利润较上年度增长 **30.84%**，前期年度业绩预计的实现情况较好，未出现低于业绩预计的情况。

（二）汇率变动对公司 2020 年度业绩的影响情况

报告期内，公司产品以境外出口销售为主，并与国外客户主要以美元结算。其中，在以美元结算的产品订单下，汇率波动将影响公司营业收入的人民币确认金额及产品销售毛利率；在确认销售收入至货款结汇人民币期间，汇率波动则将直接影响公司的汇兑损益财务费用。同时，公司会根据对汇率变动情况，评估调整产品订单的外币报价，以缓解汇率波动对公司产品销售收入及毛利率的影响。

2020 年度，美元兑人民币汇率呈现上半年小幅提升、下半年持续下行的变动趋势，全年平均汇率与 2019 年度基本持平。2020 年度，汇率变动对公司当年经营业绩的影响情况具体如下：

1、汇率变动对公司营业收入及毛利率情况的影响

假设在公司各期产品美元报价不发生变化的情况下，各期汇率波动将直接影响公司所确认的营业收入金额。以公司 **2018 年至 2020 年**美元计价结算销售收入为例，美元兑人民币的汇率变动对公司各期营收收入的影响情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
美元结算的销售收入（原币）	**18,590.61**	14,112.51	12,335.88
各期平均结算汇率	**6.8997**	6.9206	6.6489
汇率波动对收入的影响金额	**-388.54**	3,834.51	-1,002.42
主营业务收入	**144,365.06**	104,476.53	87,934.44
汇率波动影响金额占营业收入比	**-0.27%**	3.67%	-1.14%

注:各期平均结算汇率为公司当期美元收入兑换人民币的平均汇率，汇率波动对收入的影响金额=本期美元销售收入×（本期平均结算汇率-上期平均结算汇率）。

如上表所述，2018 年度至 2020 年度，汇率波动影响金额占各期主营业务收入的比重分别为-1.14%、3.67%、**-0.27%**，处于较低水平。其中，汇率波动对公司各期营业收入影响较小，另一方面也在于公司会根据汇率变动情况，通过推出新产品及客户协商调整产品美元报价，以缓解汇率波动的影响，但也会存在一定程度的非同步性。

同时，**2018 年至 2019 年度，公司主营业务毛利率依次为 27.08%、27.15%。**其中，2019 年度期间平均结算汇率变动幅度相对明显，而公司主营业务毛利率未受到显著影响，主要是由于公司通过产品推新等定价调整方式，缓解了汇率波动对当期毛利率有大

幅影响。**2020 年度**综合毛利率较上年度有所下降，主要系当年度毛利率偏低的宠物食品销售占比提高所致，非因汇率波动所影响。由此，从报告期内实际相关情况来看，汇率波动对公司营业收入及毛利率的影响程度较小。

2、汇率变动对财务费用及远期结汇情况的影响

报告期内，汇率变动对公司的直接影响主要为外汇结算所产生的汇兑损益。为减少汇兑损益的影响程度，公司会根据宏观经济形势及外汇走势、银行金融机构专业意见以及未来预期收汇规模等因素，综合确定远期结汇业务的开展规模，购入规模可控的远期外汇合约。相较于 2019 年，2020 年汇率波动对公司财务费用和远期结汇业务的影响情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
财务费用核算的汇兑损益（损失以“-”号填列）	**-2,347.89**	251.18
公允价值变动收益核算的远期结售汇业务损益（损失以“-”号填列）	**1,499.47**	-403.89
合计	**-848.42**	**-152.71**
占归属于母公司所有者的净利润的比重	**-7.44%**	-1.75%

由上表可知，虽然 2020 年度全年平均结算汇率与 2019 年度基本持平，但上下半年汇率波动较为明显，公司当年度因汇率波动产生的汇兑损益及远期结售汇损益合计**-848.42 万元**，占当期归属于母公司所有者净利润的比重为 **7.44%**，汇率波动对公司经营业绩存在一定影响，但尚不构成重大影响；公司根据业务规模所开展的远期结售汇业务，在一定程度上缓解了汇率波动及期汇兑损益对公司经营业绩的波动影响。

综上，汇率波动对公司经营业绩的影响主要为汇兑损益财务费用，以及根据业务规模所开展的远期结售汇损益，2020 年度公司业绩未因汇率变动受到较大影响。

十六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，2021 年 1-3 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[2021]4943 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 2021 年 1-3 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 2021 年 1-3 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）2021 年 1-3 月主要财务信息

公司经天健会计师审阅的 2021 年 1-3 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	2021-3-31	2020-12-31	同比变动
资产总额	111,236.69	108,829.18	2.21%
负债总额	43,432.73	42,734.17	1.63%
所有者权益合计	67,803.96	66,095.01	2.59%
归属于母公司所有者权益合计	67,854.81	66,134.37	2.60%

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
营业收入	36,887.75	16,155.74	128.33%
营业利润	2,069.24	834.27	148.03%
利润总额	2,067.87	834.45	147.81%
净利润	1,709.84	621.03	175.32%
归属于母公司股东的净利润	1,722.75	633.35	172.01%

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
经营活动产生的现金流量净额	-2,628.19	-4,521.93	-41.88%
投资活动产生的现金流量净额	-1,211.67	-2,612.89	-53.63%
筹资活动产生的现金流量净额	3,388.38	-140.10	-2518.56%
汇率变动对现金及现金等价物的影响	119.05	184.82	-35.58%
现金及现金等价物净增加额	-332.42	-7,090.10	-95.31%

4、非经常性损益的主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 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	-1.38

项目	2021 年 1-3 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）	122.98
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	-35.08
除上述各项之外的其他营业收入和支出	0.01
其他符合非经常性损益定义的损益项目	8.22
小计	94.75
减：所得税影响数	23.66
少数股东权益影响额（税后）	0.01
合计	71.07

（二）2021 年 1-3 月财务信息的变动分析

截至 2021 年 3 月 31 日，公司总资产为 111,236.69 万元，较上年末增长 2.21%，公司总负债为 43,432.73 万元，较上年末增长 1.63%，公司归属于母公司股东权益为 67,854.81 万元，较上年末增加 2.60%，均未有较大变动。

2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 36,887.75 万元，较去年同期增加 128.33%，主要系去年同期受疫情影响实现的营业收入较低，而 2021 年同期公司与国内外客户保持稳定合作所致。2021 年 1-3 月公司实现归属于母公司股东的净利润 1,722.75 万元，较去年同期增加 172.01%，亦系销售规模较去年同期有较大幅增长所致。

2021 年 1-3 月，公司经营活动现金流量净额-2,628.19 万元，为负数主要系一季度公司向原材料和成品供应商的采购款支出通常较大而当期受春节因素影响销售收入有限所致。

此外，公司 2021 年 1-3 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 71.07 万元，占同期归属母公司股东的净利润的比例为 4.13%，主要系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。

（三）财务报告审计截止日后主要经营状况

公司财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，主要原材料采购情况、主要产品销售情况、主要客户及供应商的构成情况、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。

综上所述，公司财务报告审计截止日后的经营情况与经营业绩较为稳定，总体经营情况良好，不存在重大异常变动情况。

（四）2021 年 1-6 月的预计经营情况

公司预计 2021 年 1-6 月实现营业收入 75,000 万元至 82,000 万元，较 2020 年 1-6 月增长 26.38%至 38.17%，预计归属于母公司所有者的净利润 4,200 万元至 5,000 万元，较 2020 年 1-6 月增长 4.44%至 24.34%，预计将保持良好增长。

上述 2021 年 1-6 月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。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用概述

（一）募集资金拟投资项目

经公司第二届董事会第九次会议、2020 年第一次临时股东大会决议、第二届董事会第十二次会议、2020 年第二次临时股东大会，公司拟首次公开发行 2,250 万股人民币普通股（A 股）股票，新股发行数量占发行后总股本的比例 25%，具体募集资金数额根据市场和询价情况确定。

本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将根据轻重缓急投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金投资金额
1	湖州天元技术改造升级项目	5,081.90	5,081.90
2	杭州鸿旺生产基地建设项目	23,514.22	23,514.22
3	天元物流仓储中心建设项目	19,035.16	19,035.16
4	产品技术开发中心建设项目	4,991.91	4,991.91
5	电子商务及信息化建设项目	6,335.25	6,335.25
总计		**58,958.44**	**58,958.44**

注：受募集资金未能及时到位影响，本次募集资金投资项目的计划投资进度与实际情况可能会存在一定差异。

以上项目所需募集资金投入合计为 5.90 亿元。在募集资金到位前，公司可根据各募集资金投资项目的实际付款进度，通过自有资金或银行贷款等方式支付上述项目款项。募集资金到位后，按公司有关募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

本次发行计划实施后，若实际募集资金量不能满足拟投资项目资金需求，公司将通过自筹资金方式解决。若本次发行募集资金超过拟投资项目资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定，履行法定程序后适当使用。

（二）募投项目审批及用地情况

本次募集资金建设项目的相关备案、环评情况如下表所示：

序号	项目名称	项目备案情况	项目环评情况	建设时间
1	湖州天元技术改造升级项目	2020-330521-41-03-111065	湖德环建[2020]59 号	2 年
2	杭州鸿旺生产基地建设项目	2020-330110-41-03-104327	杭环余改备 2020-67 号	2 年
3	天元物流仓储中心建设项目	2020-330110-41-03-104325	202033011000000083	2 年
4	产品技术开发中心建设项目	2020-330110-41-03-103783	杭环余改备 2020-71 号	2 年
5	电子商务及信息化建设项目	2020-330110-41-03-103780	202033011000000082	2 年

注：建设时间指固定资产投资预计所需时间，不包括后续铺底流动资金的投入。

其中，“湖州天元技术改造升级项目”在湖州天元现有土地上实施，相关土地证号为“浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号”，“杭州鸿旺生产基地建设项目”、“天元物流仓储中心建设项目”、“产品技术开发中心建设项目”和“电子商务及信息化建设项目”在杭州鸿旺现有土地上实施，相关土地证号为“浙（2017）余杭区不动产权第 0095129 号”。

（三）募集资金专户存储安排

2020 年 3 月 26 日，公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《募集资金管理制度》；2020 年 6 月 16 日，公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过了修改《募集资金管理制度》的议案。按照《募集资金管理制度》规定，公司募集资金实行募集资金专项账户存储制度，将募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，募集资金专户不得存放非募集资金或其他用途的资金。募集资金限定用于公司对外公布的募集资金投向的项目，未经公司股东大会依法做出决议，不得改变公司募集资金的用途。公司在募集资金到位后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（四）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

公司本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务、产品研发与生产工艺核心技术以及发展规划展开，将进一步增强公司的核心竞争力和盈利能力。其中，“湖州天元技术改造升级项目”和“杭州鸿旺生产基地建设项目”旨在解决公司现有生产基地的产能瓶颈问题，扩大生产规模，形成规模效应，进而巩固并提升公司产品的市场占有率以及公司生产的自动化、智能化水平；“天元物流仓储中心建设项目”旨在提高公司仓储空间利用率，提升物资配送和流通效率；“产品技术开发中心建设项目”旨在提升公司的定制化开发能力，培养研发人才；“电子商务及信息化建设项目”旨在促进公司开拓销售渠道，提高线上收入占比，同时实现各部门协同工作，提高公司管理水平。通过本

次募投项目的实施，将全面提升公司的综合竞争实力，有利于公司业务规模的发展和行业地位的不断提升。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）湖州天元技术改造升级项目

1、项目概况

本项目的预计总投资金额及拟投入募集资金为 5,081.90 万元，拟对湖州天元猫爬架生产基地进行技术升级改造，进一步提高公司猫爬架的产能。

2、项目建设方案

项目将对湖州天元原厂房进行升级改造并新建厂房，同时购置先进的生产、检测、公用辅助及其他办公设备，优化产品生产、检验等流程。根据企业生产实际情况及未来发展战略规划，项目建成后，将新增 71.5 万套猫爬架产品产能，有助于提升公司生产的自动化、智能化水平。

本项目涉及到建筑工程，该项目将在公司的自有土地上进行建设，湖州天元已就相关土地取得“浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号”不动产权证书，宗地面积为 26,676.57 平方米。

3、项目的必要性和可行性

近年来，公司的宠物用品销售收入不断提高，仅就猫爬架而言，**2018 年至 2020 年的销售收入分别为 1.69 亿元、2.40 亿元和 3.48 亿元，报告期内复合增长率为 43.62%。**由于猫爬架产品的生产工艺相对复杂，公司采取自主生产为主、外协生产为辅的生产模式。**2018 年至 2020 年，公司猫爬架产品销售收入的自产占比分别为 70.88%、78.68%和 70.94%。**随着猫爬架订单需求的进一步增加，公司对于猫爬架的产能也有了更高要求。本募投项目的实施，将有助于公司增加猫爬架产能，进一步提升猫爬架的市场占有率。

公司经过十余年的发展，已经在宠物用品市场形成了一定的影响力，就猫爬架业务而言，公司已与诸如 Kmart AUS、Chewy、美国沃尔玛、Fressnapf、Amazon、Elite Pet 等国际知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台建立了稳定合作关系，客户遍及美国、澳大利亚、德国等国家和地区，为新增产品的产能消化提供了坚

实的保障。同时，公司积累的多年猫爬架生产经验、良好的质量管理体系和丰富的人才储备为项目实施提供了有力的支持。

4、项目投资概况

本项目计划使用募集资金 5,081.90 万元，其中场地投入 1,841.60 万元，设备投入 2,728.00 万元，基本预备费 228.48 万元，铺底流动资金 283.82 万元。

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	**建设投资**	**4,798.08**	**94.42%**
（一）	**场地投入**	**1,841.60**	**36.24%**
1	建筑工程	1,641.60	32.30%
2	装修工程	200.00	3.94%
（二）	**设备投入**	**2,728.00**	**53.68%**
1	硬件设备	1,948.00	38.33%
2	软件设备	780.00	15.35%
（三）	**基本预备费**	**228.48**	**4.50%**
二	**铺底流动资金**	**283.82**	**5.58%**
三	**项目总投资**	**5,081.90**	**100.00%**

5、项目建设进度

本项目预计建设期为 24 个月，项目进度规划如下：

时间（月） 阶段	T+24							
	3	**6**	**9**	**12**	**15**	**18**	**21**	**24**
可行性研究、初步设计	■							
房屋装修		■	■	■	■	■		
设备采购及安装				■	■	■	■	
人员招聘及培训				■	■	■	■	
试运营						■	■	■

6、项目环境保护情况

（1）废气。本项目所产生的废气主要为车间生产过程中产生的废气。公司将在生产车间安装集气罩、排气管道、过滤网、空气净化器、有机废气吸收塔和洁净送回风系统，确保生产过程中产生的废气能够被吸收、净化。

（2）废水。本项目所产生的废水主要为生产污水，经专用处理池处理并达标后，进入市政污水管网排放。

（3）噪声。本项目噪声主要为设备运行过程中造成的噪声。该噪声通过厂房隔音和距离衰减后符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》的要求。

（4）固废。本项目所产生的固体废物主要有边角料、生产过程中产生的一般废弃物，将交物资公司回收利用。

本项目已取得湖州市环境保护局出具的《湖州市生态环境局德清分局关于湖州天元宠物用品有限公司湖州天元技术改造升级项目环境影响报告表的批复意见》，同意项目在德清县禹越镇杭海路建设。

（二）杭州鸿旺生产基地建设项目

1、项目概况

本项目的预计总投资金额及拟投入募集资金为 23,514.22 万元。项目拟对新建的杭州鸿旺宠物用品生产基地进行装修工程建设，购置先进的生产设备和配套设施，扩大公司猫爬架和电子类宠物用品的产能。

2、项目建设方案

本项目将对鸿旺生产基地进行厂房建设和装修，同时购买先进生产设备、检测设备、公用辅助设施及其他办公设备等。根据企业生产实际情况及未来发展战略规划，本项目建成后，将新增 160 万套复合材质猫爬架和 393 万套电子类宠物用品产能，有助于解决公司现有生产基地的产能瓶颈问题，扩大生产规模，增强公司整体竞争力。

3、项目的必要性和可行性

近年来，公司的宠物产品销售收入不断提高，**2018 年至 2020 年的营业收入分别为 8.87 亿元、10.49 亿元和 14.50 亿元，报告期内复合增长率为 27.89%**。公司收入规模的快速增长得益于客户订单需求的增加，但也对公司产能提出了更高的要求。同时，随着宠物用品市场规模的扩大，电子类宠物用品市场规模也在逐步扩大，进一步呈现出数字化、集成化和智能化的发展趋势。

本募投项目的实施，一方面有助于公司提升产能，突破产能瓶颈，进一步提升公司猫爬架的市场占有率；另一方面，公司将扩大宠物电子产品的生产和销售规模，特别是

增加电子宠物玩具、电子可穿戴宠物用品、电子宠物饮食用具等主要产品的产能，这将优化公司的产品和收入结构，满足国内外客户对宠物产品日益多样化的产品需求。

公司经过十余年的发展，已经在宠物用品市场形成了一定的影响力，与诸如 Kmart AUS、Chewy、美国沃尔玛、Fressnapf、Amazon、TRS、KOHNAN 等国际知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台建立了长期稳定的合作关系，客户遍及美国、澳大利亚、德国、日本等几十个国家和地区，为新增产品的产能消化提供了坚实的保障。同时，公司良好的质量管理体系和丰富的人才储备也为项目实施提供了有力的支持。

4、项目投资概况

本项目计划使用募集资金 23,514.22 万元，其中场地投入 4,728.00 万元，设备投入 13,900.00 万元，基本预备费 931.40 万元，铺底流动资金 3,954.82 万元。

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	**建设投资**	**19,559.40**	**83.18%**
（一）	**场地投入**	**4,728.00**	**20.11%**
1	装修工程	4,728.00	20.11%
（二）	**设备投入**	**13,900.00**	**59.11%**
1	硬件设备	12,920.00	54.95%
2	软件设备	980.00	4.17%
（三）	**基本预备费**	**931.40**	**3.96%**
二	**铺底流动资金**	**3,954.82**	**16.82%**
三	**项目总投资**	**23,514.22**	**100.00%**

5、项目建设进度

本项目预计建设期为 24 个月，项目进度规划如下：

时间（月） 阶段	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
房屋装修								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								

试运营								

6、项目环境保护情况

（1）废气。本项目所产生的废气主要为车间生产过程中产生的废气。公司将在生产车间安装集气罩、排气管道、过滤网、空气净化器、有机废气吸收塔和洁净送回风系统，确保生产过程中产生的废气能够被吸收、净化。

（2）废水。本项目所产生的废水主要为生产污水，经专用处理池处理并达标后，进入市政污水管网排放。

（3）噪声。本项目噪声主要为设备运行过程中造成的噪声。该噪声通过厂房隔音和距离衰减后符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》的要求。

（4）固废。本项目所产生的固体废物，主要有边角料、生产过程中产生的一般废弃物，将交物资公司回收利用。

本项目已取得杭州市环境保护局出具的《浙江省杭州市余杭区“区域环评+环境标准”改革环境影响评价文件承诺备案受理书》，同意项目在拟建地址浙江省杭州市余杭区塘栖镇宁桥大道 291 号建设。

（三）天元物流仓储中心建设项目

1、项目概况

本项目的预计总投资金额为 19,035.16 万元，拟投入募集资金 19,035.16 万元。项目拟在杭州余杭经济开发区建设物流仓储中心，在现有仓储容量的基础上升级搭建智能化的物流仓储体系。

2、项目建设方案

本项目将购买先进的物流仓储设备，以搭建智能化的物流仓储体系，从质检、入库、盘点到发货均实现自动化运行。同时，引入信息化仓储管理系统，对仓储、物流信息进行统一而高效的管理。此外，公司将把上游供应商接入物流仓储系统当中，为供应商提供精准、全面的物流仓储服务，并整合上下游供应链，提升公司物流仓储管理水平及业务运营效率。

3、项目的必要性和可行性

为更好的适应公司产品的小批量定制化生产模式，改进产品端人工管理的传统运作模式，本项目将对仓库进行智能化改造，将入库、仓储、出库、运输等流程纳入信息管理系统中，构建覆盖母子公司、主要上游供应商的物流仓储信息管理系统，提高仓储空间利用率、物资配送与流通效率。

同时，公司经过十余年的发展，已制定了从原材料采购到产品售后服务全过程的管理程序文件，并根据自身特点在分拣、拣选、包装复合、存储、运输管理、仓库管理等各个环节建立并完善了各项质量管理制度，为项目实施提供了坚实保障。此外，公司在长期发展过程中，积累了丰富的物流基地管理运营经验，并通过引进和培训的方式汇集了一批优秀的信息化管理人才，为本项目的高效运作提供了重要支持。

4、项目投资概况

本项目计划使用募集资金 19,035.16 万元，其中，场地投入 2,307.10 万元，设备投入 15,262.00 万元，基本预备费 878.46 万元，实施费用 587.60 万元。具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	**建设投资**	**18,447.56**	**96.91%**
（一）	**场地投入**	**2,307.10**	**12.12%**
1	装修工程	2,307.10	12.12%
（二）	**设备投入**	**15,262.00**	**80.18%**
1	仓储设备	14,572.00	76.55%
2	运输设备	360.00	1.89%
3	软件设备	330.00	1.73%
（三）	**基本预备费**	**878.46**	**4.61%**
二	**实施费用**	**587.60**	**3.09%**
1	人员工资	587.60	3.09%
三	**项目总投资**	**19,035.16**	**100.00%**

5、项目建设进度

本项目预计建设期为 24 个月，项目进度规划如下：

时间（月） 阶段	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
房屋装修								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
试运营								

6、项目环境保护情况

（1）废气、废水和固废。本项目为物流仓储中心建设项目，无大量生产性废气废水废料等污染物。少量一般废弃物交物资公司回收利用。

（2）噪声。本项目噪声主要为设备运行过程中造成的噪声。该噪声通过厂房隔音和距离衰减后符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》的要求。

本项目已完成环境影响登记表备案，备案号为 202033011000000083。

（四）产品技术开发中心建设项目

1、项目概况

本项目的预计总投资金额及拟投入募集资金为 4,991.91 万元。项目拟对公司产品技术开发各部门进行软硬件设备设施升级建设，并引进一批高素质的产品开发人员。

2、项目建设方案

本项目将对产品技术开发中心下的产品企划部、产品开发部、技术服务部、技术管理部、检测中心、试制中心等部门进行设备设施升级建设，购置频谱仪、信号分析仪等开发设备以及耐破度测试仪、拉力试验机等检测设备及软件。同时，本项目将增加开发人员编制，针对宠物窝垫、猫爬架和电子类宠物产品等各类宠物用品进行开发设计。

3、项目的必要性和可行性

当前，我国养宠人群呈现出年轻化的特征，相对年轻的客户群体对宠物产品个性化、定制化和智能化要求越来越高，同时也越发注重宠物用品的舒适、环保，对公司产品的开发设计能力提出了较高的要求。

本募投项目的实施，一方面将加强对新产品、新技术、新工艺的研究开发力度，着

力在材料、功能和外观上形成较大的突破，不断提高产品技术含量，满足快速变化的市场需求。另一方面，公司将购买先进的产品开发设备、检测设备和试制设备，强化新产品开发及生产环节中的质量检测工作，不断提升产品品质。此外，通过本项目的实施，公司将升级完善产品技术开发中心场所设施，引进先进的软硬件设备，为技术开发人员创建良好的工作环境，有助于吸引优秀的开发人才。

在过去的经营过程中，公司已经在技术开发上取得了丰硕的成果，掌握了多种产品开发的关键技术，可快速生产出满足客户个性化的产品，这为本项目的开展提供了技术保障。同时，公司锻炼和培养了一支理论知识扎实、经验丰富的专业开发队伍，并制定了完善的开发管理制度，这为本项目的开展提供了有力的支持。

4、项目投资概况

本项目计划使用募集资金 4,991.91 万元，其中，场地投入 2,875.40 万元，设备投入 1,878.80 万元，基本预备费 237.71 万元。

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	**建设投资**	**4,991.91**	**100.00%**
（一）	**场地投入**	**2,875.40**	**57.60%**
1	装修工程	2,875.40	57.60%
（二）	**设备投入**	**1,878.80**	**37.64%**
1	硬件设备	1,488.80	29.82%
2	软件设备	390.00	7.81%
（三）	**基本预备费**	**237.71**	**4.76%**
二	**项目总投资**	**4,991.91**	**100.00%**

5、项目建设进度

本项目预计建设期为 24 个月，项目进度规划如下：

时间（月） 阶段	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
房屋装修								
设备采购及安装								

人员招聘及培训								
试运营								

6、项目环境保护情况

（1）废气、废水和固废。本项目为研发中心，无大量生产性废气、废水和固废产生。少量一般废弃物交物资公司回收利用。

（2）噪声。本项目噪声主要为设备运行过程中造成的噪声。该噪声通过厂房隔音和距离衰减后符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》的要求。

本项目已取得杭州市环境保护局出具的《浙江省杭州市余杭区“区域环评+环境标准”改革环境影响评价文件承诺备案受理书》，同意该项目在拟建地址浙江省杭州市余杭区塘栖镇宁桥大道 291 号建设。

（五）电子商务及信息化建设项目

1、项目概况

本项目的预计总投资金额及拟投入募集资金为 6,335.25 万元。项目具体包括两部分内容，一是建设公司的电子商务运营系统，提高线上收入占比，优化公司的收入渠道结构；二是建设公司的信息化体系，提高各部门协同工作效率与公司管理水平。

2、项目建设方案

本项目建设内容为公司电子商务及信息化体系的建设。电子商务的主要建设内容，包括对公司摄影区、产品展示区和电商办公区进行设施升级，购买电商运营相关的软硬件设备，引进运营、网页设计、客服等电子商务相关人员，扩大公司电商队伍。信息化建设项目则主要分为基础规划、信息平台建设、智能制造发展和整合发展四个阶段，公司将对服务器机房进行设施升级，引进相关信息系统的软硬件设备，并招聘和培育高素质信息技术人员和管理人员，以保证项目的顺利实施。

3、项目的必要性和可行性

在电子商务建设方面，本项目旨在顺应互联网普及化和年轻人的消费支付习惯，提升线上收入占比，优化整个公司的渠道结构。目前，公司已成立了电商业务部门，积极建设电子商务渠道，并已在国内主流电商平台开设旗舰店，制定了相关销售计划。对于线上零售端，公司每个月都会制定具体的销售目标并细分到每一类产品，以满足线上消

费者的多元化需求。公司已有的电商基础对本项目的实施提供了坚实的保障。

在信息化建设方面，本项目旨在提升母公司与各子公司之间的运作协同性，加强对各职能部门、供应商和客户三方的管理水平。目前，公司已经制定了四个步骤的信息化战略，完整覆盖了行政、人力、财务、采购、生产、销售和物流等各个业务模块，同时在多年的经营管理中形成了一套健全的管理运作体系，拥有完善的组织架构和管理制度，这为本项目的实施提供了扎实的基础。

4、项目投资概况

本项目计划使用募集资金 6,335.25 万元，其中，场地投入 222.00 万元，设备投入 2,544.90 万元，基本预备费 138.35 万元，实施费用 3,430.00 万元。

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
一	**建设投资**	**2,905.25**	**45.86%**
（一）	**场地投入**	**222.00**	**3.50%**
1	装修工程	222.00	3.50%
（二）	**设备投入**	**2,544.90**	**40.17%**
1	硬件设备	1,447.20	22.84%
2	软件设备	1,097.70	17.33%
（三）	**基本预备费**	**138.35**	**2.18%**
二	**实施费用**	**3,430.00**	**54.14%**
三	**项目总投资**	**6,335.25**	**100.00%**

5、项目建设进度

本项目预计建设期为 24 个月，项目进度规划如下：

时间（月） / 阶段	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
房屋装修								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
试运营								

6、项目环境保护情况

本项目主要从事电子商务和信息化建设，不会对环境产生不利影响。

本项目已完成环境影响登记表备案，备案号为 202033011000000082。

三、募集资金投资项目可行性分析

（一）募集资金数额和投资项目与公司现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术水平、管理能力、发展目标相适应情况

募集资金数额和投资项目与公司相关适应情况如下：

1、主营业务方面

本次募投项目中，湖州天元技术改造升级项目和杭州鸿旺生产基地建设项目将用于公司猫爬架和电子类宠物用品的产能扩张；天元物流仓储中心建设项目将用于升级公司的物流仓储体系；产品技术开发中心建设项目将用于软硬件设备设施的升级改造以及人才队伍的建设；电子商务及信息化建设项目将用于公司电子商务运营系统的升级以及公司整体信息化水平的提升。上述项目的建设均围绕主营业务开展，旨在提升主营业务产品竞争力、扩大产品销售规模，与公司主营业务相适应。

2、经营规模方面

近年来，公司的宠物产品销售收入不断提高，**2018 年至 2020 年的营业收入分别为 8.87 亿元、10.49 亿元和 14.50 亿元，报告期内复合增长率为 27.89%。**为进一步提高公司的生产经营规模，满足日益增多的客户订单需求，公司决定建设湖州天元技术改造升级项目和杭州鸿旺生产基地建设项目，计划新增 71.5 万套普通猫爬架、160 万套复合材质猫爬架以及 393 万套电子类宠物用品产能。结合公司的营业收入增长趋势和公司整体发展战略，以及公司稳定的客户关系，预计新增产能将可有效消化，项目与公司现有的生产经营规模以及未来发展战略相适应。

3、财务状况方面

为提升持续盈利能力，公司需要充足的资金用以扩大产品产能、构建高效仓储物流体系、加大产品开发力度、提高电子商务业务占比和信息化水平，而较为单一的融资渠道制约了公司的快速发展。本次公开发行募集资金到位后，公司的总资产和净资产都将大幅提高，资产流动性进一步提升，将有效解决公司在发展过程中面临的资金难题。本

募投项目与公司财务状况相适应。

4、技术水平方面

公司经过多年的行业积累，在宠物用品开发上积累了丰富的经验，掌握了宠物产品开发的多项技术和相关专利，在行业内具有较强的技术领先性。本次募集资金投资项目是基于公司的主营业务和自身技术研发基础所进行的产能扩充、新产品开发和技术升级改造。因此，本次募集资金投资项目与公司现有技术条件相适应，有助于进一步提升公司的技术水平。

5、管理能力方面

经过十余年的发展，公司经营管理团队逐步积累了丰富的行业管理经验，对宠物用品行业有着深入的理解，有能力领导公司继续长期、健康发展。公司内部，在产品研发、采购销售、仓储物流、生产经营等领域，都建立了完善的管理体系，能够有效地实行内部控制。公司已经按照《公司法》规定建立健全了三会制度，公司股东大会、董事会、监事会严格按照《公司章程》及相关规则运行。因此本次募集资金投资项目同公司的管理能力相适应。

6、发展目标方面

本次募投项目的实施，将增加公司猫爬架和电子类宠物产品的产能，有助于提升公司的经营规模和技术水平，并进一步扩大市场份额。这同公司“发展成为全球领先的全品类宠物产品提供商”的经营目标相适应。

本次募集资金投资项目实施后，不会和控股股东、实际控制人及其控制的企业产生构成重大不利影响的同业竞争，也不会对公司独立性产生不利影响。

（二）募集资金对公司主营业务发展的贡献、对公司未来经营战略的影响、对公司业务创新创造创意性的支持作用

1、募集资金对公司主营业务发展的贡献

本次发行股票所募集的资金将全部用于公司主营业务。募投项目建成后，公司经营模式不会发生变化，经营规模、技术能力将得以增强，资产流动性得以提高，公司竞争力将进一步提升，为公司的持续经营和业务发展提供了坚实保障。

2、募集资金对公司未来经营战略的影响

本次募集资金的运用，将扩大公司猫爬架和电子类宠物用品的产能，并增强公司的研发能力与物流仓储水平，使得公司能够更好地紧贴客户需求进行产品开发，进一步提升公司全品类产品的供应能力，促进公司经营战略发展目标的实现。

3、募集资金对公司业务创新创造创意性的支持作用

公司部分募集资金将用于湖州天元技术改造升级项目、杭州鸿旺生产基地建设项目以及产品技术开发中心建设项目，帮助公司在新功能、新主题、新材料以及新品类等方面进行多品类产品开发。在新功能上，募集资金将用于开发具有饮食监控、人宠互动等功用的自动化智能化电子宠物用品；在新主题上，募集资金将用于公司根据客户需求、市场动态等开发多品类组合套装与系列产品；在新材料上，募集资金将用于公司产品新型面辅材料的研发与改造升级；在新品类上，募集资金将用于宠物用品的空间搭配以及风格特点的改进与创新。

因此，本次募集资金运用将对公司业务创新创造创意性起到支持作用。

四、未来发展规划

（一）发展目标

公司专注于宠物行业，始终以“创新情感消费、促进自然和谐”为使命，紧跟宠物用品行业发展趋势，通过不断的产品开发紧贴客户需求；以智成全球宠物行业最具竞争力企业为愿景；以发展成为全球领先的全品类宠物产品提供商为经营目标。

（二）发展战略

公司坚持业务领先战略，专注于宠物产品领域，通过有效整合设计开发、生产制造、市场营销、品牌与服务等资源，在原有产品基础上开拓电子类宠物用品以及宠物粮食等领域，全方位满足客户和消费者的需求，致力于成为全品类的宠物产品提供商。公司基于多种方式的市场分析，结合内外部环境、自身的优势和不足制定具体的发展战略。

1、产品创新：为适应宠物行业品类众多，客户需求变化多样，产品更新频繁的特点，公司采取市场调研、客户交流等多种方式，了解市场最新行情。公司不断提升产品开发与款式设计能力，产品中心每年向市场推出各类新产品供客户挑选，把握行业大趋势，保持自身业务优势。公司培养并巩固自身的产品开发团队，并形成自身人才团队优

势。

2、持续改善：在日常经营管理过程中，公司会对生产、质量、管理等制度与流程持续优化，实现成本的降低与效率的提升。在销售环节，公司销售部会收集市场的讯息以及客户的反馈，一方面同产品中心协同精进产品，另一方面有针对性地改进自身工作方法，提高自身销售能力与服务质量。

3、重视线上：针对互联网进一步发展以及国内电商发达的特点，积极拓展线上电商业务，进一步增加客户覆盖面，以更好地扩大公司销售规模。

4、全球整合：为更好地提升公司在全球的销售能力，公司在美国、日本、德国、香港均设立了境外子公司，通过全球资源的整合，打造更完善的产业链体系。

（三）报告期内实施效果及未来规划措施

报告期内，公司围绕着发展战略积极布局，经营规模逐年提升。未来三年，公司计划保持稳步发展，抓住宠物行业持续增长的机遇，依靠自身实力，通过引入资本、技术和人才等扩大公司生产规模，完善产品线布局，全面实现产品结构升级，同时优化公司利润来源，提高公司产品获利能力。

根据公司的未来发展战略，为了进一步快速提升公司整体实力，公司将在以下几个主要方面多层次、全方位提高公司的可持续发展能力、增强成长性、提升公司核心竞争优势：

1、新产品开发计划

报告期内，公司根据市场需求不断优化产品结构，形成了包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子智能宠物用品以及宠物粮食等在内的多系列、全品类宠物产品供应体系。

公司坚持以产品为核心，未来将持续增加对产品开发的投入力度，优化原有产品，开发新产品，紧跟宠物用品行业的发展趋势，满足客户和消费者不断变化的消费需求。未来三年，公司将着重加大符合智能、趣味、环保趋势的产品，如智能喂食机、智能项圈、智能宠物养护产品的研发，顺应轻量化、智能化、网络化等发展潮流，紧跟国际先进技术的发展方向。

2、产能扩充计划

公司现有生产条件具备 200 万套宠物窝垫以及 260 万套猫爬架的生产能力。报告期内，公司销售规模稳步增长，实际需求增长快于公司产能的提升。为进一步满足市场需求的增长，公司将通过湖州天元技术改造升级项目和杭州鸿旺生产基地建设项目新增猫爬架和电子宠物用品的产能，通过引入先进的生产设备和生产流水线，改善生产工艺，提升自动化水平，从而降低人工成本，缩减生产工序，提高生产效率。

3、人才开发计划

目前，公司形成了稳定、合理的生产、研发、销售等各团队组织架构。近年来，宠物行业快速发展，消费者对于宠物用品的个性化需求强烈，宠物产品智能、趣味、环保的趋势明显。公司为持续保持快速发展，将进一步增强人才的培养与引进，以紧跟市场变化趋势、在产品上不断推陈出新。

未来，公司将更加注重人才队伍的建设，通过内部培训、人才引进等多种方式大力扩充技术开发、管理等方面人才队伍，不断改善员工的知识结构、年龄结构和专业结构，建立符合企业快速发展需要的人才梯队。

4、国内市场开发计划

以美国为代表的欧美地区宠物行业经历多年发展已较为成熟，因此公司自成立以来，主要专注于境外宠物用品市场。目前，公司建立了以欧美发达国家市场为主的客户销售体系，报告期各期，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 91.19%、90.94%和 74.08%。

近年来随着我国宠物市场的蓬勃发展、养宠人数及宠物数量的持续增长，国内宠物市场规模不断扩大，在此基础上，未来公司将积极开拓国内宠物市场，并借助国内电商发达的特点，通过天猫、京东等电商平台进行产品销售。具体而言，国内市场开发将以自主品牌销售为主，推出与国内宠物市场消费环境相适应的宠物用品，同时通过自有品牌和代理品牌宠物食品业务扩大客户群体、增加客户粘性并带动宠物用品的销售增长。

第十节 投资者保护

一、公司投资者权益保护的情况

公司保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。为此采取的措施主要包括：

（一）保障投资者享有获取公司信息的权利

《公司章程（草案）》第三十五条第五款规定股东权利包括：

“查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告”

《公司章程（草案）》第三十六条规定：

“股东提出查阅前条所述有关信息或者索取资料的，应当向公司提供证明其持有公司股份的种类以及持股数量的书面文件，公司经核实股东身份后按照股东的要求予以提供。股东应对所查阅的信息或资料予以保密。”

此外，公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《信息披露事务管理制度》；2020 年第二次临时股东大会审议通过了修改《信息披露事务管理制度》的议案。《信息披露事务管理制度》对公司的信息披露原则、披露标准、部门设置等事项作出了详细规定，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，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。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，能够保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）完善股东投票机制

《公司章程（草案）》中关于完善股东投票机制的规定：

“第四十八条 股东大会审议下列事项之一的，公司应当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：

（一）公司向社会公众增发新股（含发行境外上市外资股或其他股份性质的权证）、发行可转换公司债券、向原有股东配售股份（但具有实际控制权的股东在会议召开前承诺全额现金认购的除外）；

（二）公司重大资产重组，购买的资产总价较所购买资产经审计的账面净值溢价达到或超过 20%的；

（三）一年内购买、出售重大资产或担保金额超过公司最近一期经审计的资产总额30%的；

（四）股东以其持有的公司股权偿还其所欠该公司的债务；

（五）对公司有重大影响的附属企业到境外上市；

（六）中国证监会、证券交易所要求采取网络投票方式的其他事项。

第八十二条 股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。

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。

公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

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。

第八十七条 公司股东大会就选举或者更换两名（含两名）以上董事、非职工代表监事进行表决时，应当实行累积投票制。

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。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。累积投票制的具体操作程序如下：

（一）公司独立董事、非独立董事、非职工代表监事应分开选举，分开投票。

（二）选举董事、非职工代表监事时，每位股东有权取得的选票数等于其所持有的股票数乘以其有权选出的董事、监事人数的乘积数，该票数只能投向该公司的董事、监事候选人，得票多者当选。

（三）在候选人数多于本章程规定的人数时，每位股东投票所选的董事和监事的人

数不得超过本章程规定的董事和监事的人数，所投选票数的总和不得超过股东有权取得的选票数，否则该选票作废。

（四）股东大会的监票人和点票人必须认真核对上述情况，以保证累积投票的公正、有效。”

（三）保障投资者享有资产收益的权利

《公司章程（草案）》第三十五条第一款规定公司股东权利包括：“依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。”公司的股利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”。

根据公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《关于制定公司上市后适用的<杭州天元宠物用品股份有限公司股东未来分红回报规划（草案）>的议案》，公司上市后三年的分红回报规划如下：

1、股东分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析公司经营发展战略、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对利润分配做出制度性安排，以保持利润分配政策的连续性和稳定性。

2、股东分红回报规划制定原则

本规划的制定应符合相关法律法规和《公司章程》中利润分配相关条款的规定，重视对投资者的合理投资回报且兼顾公司实际经营情况和可持续发展，在充分考虑股东利益的基础上确定合理的利润分配方案，保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。公司在利润分配政策的研究论证和决策过程中，应充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

3、公司上市后股东分红回报规划

（1）公司可以采用现金或者股票方式分配股利，优先采用现金股利分配方式。

（2）在满足现金分红条件的前提下，公司应当进行年度现金分红，且最近三年以现金方式累计分配的利润原则上不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

实施年度现金分红的条件：1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、

提取公积金后的税后利润）为正数、且现金流充裕，实施现金分红不会对公司持续经营造成不利影响；2）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指按照公司章程规定应当提交给股东大会审议的投资计划或现金支出达到相应标准的交易。

（3）公司董事会可以根据公司当期的盈利状况、现金流状况及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

（4）公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于维护公司及股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

公司董事会应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，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策。

1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时， 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时， 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时， 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

4）公司如实现盈利但董事会未提出现金分配预案的，则董事会应在定期报告中详细说明未进行现金分红的原因、未用于现金分红的资金留存公司的用途，该次分红预案对公司持续经营的影响等，独立董事应对上述事项发表独立意见。

4、股东分红回报规划方案的制定周期

公司至少每三年重新审议一次《股东未来分红回报规划》，根据股东（特别是公众股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的利润分配政策进行评估及必要的修改，确定该时期的股东回报计划。

5、股东分红回报规划的生效机制

公司上市完成后将重新召开股东大会审议本《股东未来分红回报规划（草案）》，本规划自上市后股东大会审议通过之日起生效，修改时亦同。本规划由公司董事会负责

解释。

6、其他事项

股东分红相关的决策程序、实施程序、信息披露等未尽事宜，依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程》规定执行。

（四）保障投资者参与重大决策的权利

《公司章程（草案）》第三十五条第二款规定，公司股东权利包括“依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权”。《公司章程（草案）》第四十三条规定股东大会是公司的权力机构，依法决定公司的经营方针和投资计划。投资者通过参加股东大会行使表决权可以参与重大决策。

《公司章程（草案）》第五十二条规定：

“单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。

监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提案的变更，应当征得相关股东的同意。

监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。”

二、股利分配政策

（一）发行上市后股利分配政策

根据公司2020年第一次临时股东大会审议通过并经2020年第二次临时股东大会审议修改的《公司章程（草案）》，公司发行上市后的主要股利分配政策如下：

1、利润分配的原则

公司重视全体股东的利益，尤其是中小股东的利益，公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，促成全资或控股子公司向公司进行现金分红，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

2、利润分配的形式

公司可以根据实际经营情况采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，优先采用现金分红方式分配利润。

3、利润分配的条件

在公司该年度实现的可供分配利润为正值且保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大的投资计划或重大现金支出安排，公司连续三年内以现金方式累计分配的利润不少于三年实现的年均可分配利润的 30%。

根据公司经营情况，董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以采用股票方式进行利润分配。公司采用股票方式进行利润分配时，应当综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素。

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，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、利润分配决策程序和机制

公司管理层、董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划提出合理的分红建议和预案，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提交股东大会批准。独立董事及监事会对提请股东大会审议的分红建议和预案进行审核并出具书面意见。

股东大会应依法依规对董事会提出的分红议案进行表决，并通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。在召开股东大会时除现场会议外，还应向股东提供网络形式的投票平台。为了切实保障社会公众股股东参与股东大会的权利，董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

公司采取股票方式进行利润分配的，独立董事应对其必要性发表明确意见。

5、利润分配政策调整

公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策应以保护股东利益为出发点，不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

利润分配政策调整方案首先应经独立董事同意并发表明确独立意见，然后分别提交董事会和监事会审议，经董事会和监事会分别审议通过后方可提交股东大会审议，股东大会提案中应对利润分配政策调整方案进行详细论证和说明原因。利润分配政策调整方案的审议应当提供网络投票表决方式为公众股东参加股东大会提供便利，经出席会议的全体股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（二）本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据公司 2020 年第一次临时股东大会决议，为兼顾新老股东利益，公司本次发行上市前可根据股东大会决议进行利润分配，留存的未分配滚存利润全部由公司本次发行上市后的新老股东按照上市后的持股比例共同享有。如因国家财务政策调整而相应调整前述未分配利润数额，以调整后的数额为准。

三、发行人、股东、实际控制人及发行人的董事、监事、高级管理人

员作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施

（一）上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的承诺

1、稳定股价的预案

（1）稳定股价措施启动的条件

本公司股票自挂牌上市之日起三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整，下同），且非因不可抗力因素所致，则公司应启动稳定股价措施。

（2）实施主体

稳定股价预案实施主体包括公司和公司控股股东、实际控制人、公司董事（不包括独立董事，下同）及高级管理人员，包括上市后三年内新聘的董事及高级管理人员。

（3）稳定股价措施的原则

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，各实施主体应依照本预案的规定，及时实施股价稳定措施，股价稳定措施的实施需符合以下条件：1）不能导致公司不满足法定上市条件；2）不能迫使控股股东、实际控制人履行要约收购义务。

实施主体采取的稳定股价措施包括：1）由公司回购股票；2）由公司控股股东、实际控制人增持公司股票；3）由董事、高级管理人员增持公司股票；4）其他符合法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的方式。其中，公司不得为控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员实施增持公司股票提供资金支持。

触发前述股价稳定措施的启动条件后，公司综合考虑当时的实际情况，可按顺序或同时采用上述多种稳定股价措施，制定并公告稳定股价措施的具体实施方案；如发生控股股东、实际控制人不再处于公司控股股东或实际控制人的地位及董事、高级管理人员离职的情形，不免除上述人员根据本股价稳定方案实施稳定股价措施的义务。

（4）稳定股价的具体措施

1）公司回购股票

当达到启动股价稳定措施条件的情况下，公司董事会将综合考虑公司经营发展实际情况、行业发展情况、股票市场表现、现金流量状况、社会资金成本和外部融资环境等因素，在 5 个交易日内审议是否回购公司股票的议案，如决定回购公司股票的，需一并审议回购数量、回购期限、回购价格等具体事项。

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件，并按照该等规定的要求履行有关回购股票的具体程序，及时进行信息披露。

公司回购股票预案由董事会提出，但需事先征求独立董事和监事会的意见，独立董事应对公司回购股票预案发表独立意见，监事会应对公司回购股票预案提出审核意见。公司回购股票预案经二分之一以上独立董事及监事会审核同意，并经董事会审议通过后提请股东大会审议。公司股东大会对回购股份预案做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司用于回购股票的资金为自有资金，回购价格不高于最近一期经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价、要约或证券监督管理部门认可的其他方式。

公司为稳定股价之目的进行股票回购的，除应符合相关法律、法规规定之外，单次计划用于回购股份的资金合计不低于上一盈利会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%，单一年度用于回购股份的资金合计不超过上一盈利会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过每股净资产时，公司董事会可以做出决议终止回购股份事宜。

2）控股股东及实际控制人增持公司股票

在达到启动股价稳定措施条件，且控股股东及实际控制人增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发实际控制人要约收购义务的情况下，公司控股股东及实际控制人（不包含实际控制人控制的公司）将在上述情形确认之日起 5 个交易日内决定是否增持公司股票，如决定增持公司股票则向公司提交增持公司股票的方案（包括拟增持股票的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 2 个交易日内通知发行人，发行人应按照相关规定披露增持股票的计划。

公司控股股东及实际控制人应在符合《证券法》、《公司法》、《上市公司收购管理办法》以及当时有效的其他法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持。

公司控股股东及实际控制人增持公司股票的增持价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产，单一计划用于增持公司股票的资金合计不低于上一次自公司现金分红总额的 20%，单一年度用于增持公司股票的资金合计不超过上一次自公司现金分红总额的 80%，且连续十二个月累计增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

3）董事、高级管理人员增持公司股票

在达到启动股价稳定措施条件，且公司董事和高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事和高级管理人员的要约收购义务的情况下，公司董事和高级管理人员将在上述情形确认之日起 5 个交易日内决定是否增持公司股票，如决定增持公司股票则向公司提交增持公司股票的方案（包括拟增持股票的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 2 个交易日内通知发行人，发行人应按照相关规定披露增持股票的计划。

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在符合《证券法》、《公司法》、《上市公司收购管理办法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》以及当时有效的其他法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持。

有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，增持股票的增持价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产，单次计划用于增持公司股票的资金不低于该等董事、高级管理人员上年度自公司领取薪酬总和的 20%，单一年度用于增持公司股票的资金不超过该等董事、高级管理人员上年度自公司领取薪酬总和的 80%。

（5）稳定股价措施的终止情形

自股价稳定方案公告之日，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

1）公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产；

2）继续回购/增持/买入公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

（6）未履行稳定公司股价措施的约束措施

如公司未能履行稳定公司股价的承诺，则公司将在法定信息披露媒体上公开说明未履行的具体原因并刊登书面道歉，并将以单次不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%、单一会计年度合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%的标准向全体股东实施现金分红。

如控股股东及实际控制人未能履行稳定公司股价的承诺，则将在法定信息披露媒体上公开说明未履行的具体原因并刊登书面道歉，并在违反上述承诺之日起 5 个工作日内，停止自公司获得股东分红且不得转让其所持公司的股份，直至按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

如公司董事（独立董事除外）、高级管理人员未能履行稳定公司股价的承诺，则公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将在法定信息披露媒体上公开说明未履行的具体原因并刊登书面道歉；并将在违反上述承诺之日起 5 个工作日内，停止在公司领取薪酬，同时持有的公司股份不得转让，直至相关人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

如因《公司法》、《证券法》等法律、法规、规范性文件关于社会公众股股东最低持股比例的规定导致实施主体在一定时期内无法履行股票回购/增持义务的，相关责任人可免除前述惩罚，但应积极采取其他措施稳定股价。

2、稳定股价的承诺

（1）发行人关于稳定股价的承诺

在公司上市后三年内股价达到稳定股价预案规定的启动稳定股价措施的具体条件后，公司遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于回购公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施。

公司保证将严格履行上述承诺事项，并严格遵守董事会决议采取的约束措施。

（2）控股股东、实际控制人关于稳定股价的承诺

在公司上市后三年内股价达到稳定股价预案规定的启动稳定股价措施的具体条件后，本人遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于增持公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施，该具体实施方案涉及公司董事会、股东大会表决的，在董事会、股东大会表决时投赞成票。

本人保证将严格履行上述承诺事项，并严格遵守董事会决议采取的约束措施。

（3）董事、高级管理人员关于稳定股价的承诺

在公司上市后三年内股价达到稳定股价预案规定的启动稳定股价措施的具体条件后，本人遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于增持公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施，该具体实施方案涉及公司董事会、股东大会表决的，在董事会、股东大会表决时投赞成票。

本人保证将严格履行上述承诺事项，并严格遵守董事会决议采取的约束措施。

（二）关于填补本次公开发行股票被摊薄即期回报的措施及承诺

1、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）公司根据相关规定及公司《募集资金管理制度》的要求，强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用；

（2）积极推进募集资金投资项目的实施进度，提升公司相关产品的研发、生产、销售能力；

（3）加强公司经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力，提高公司竞争力；

（4）在募投项目扩大产能之外，拓展新产品业务领域，增加新的利润增长点；

（5）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制，在符合利润分配条件的情况下，积极回报股东；

（6）公司承诺将根据中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所后续出台的实施细则，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

本承诺主体若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则作出相关处罚或采取相关管理措施。

2、控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

（2）若未来中国证监会、深圳证券交易所后续出台具体细则及要求，本人承诺将积极落实相关内容，并按照相关规定出具补充承诺；

（3）本人承诺全面、完整并及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报措施以及本人对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报措施的承诺。若违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人将在公司股东大会及中国证监会指定网站或报刊公开作出解释并道歉，并依法承担对公司、股东的补偿责任。

3、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）对职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）将根据中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所后续出台的实施细则，持续完善保证公司填补被摊薄即期回报的各项措施。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则作出相关处罚或采取相关管理措施。

（三）关于未履行或未及时履行相关承诺的约束措施

1、发行人承诺

如果本公司未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

公司将对出现未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴（如该等人员在公司领薪）等措施。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观

原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向本公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

2、发行人控股股东、实际控制人承诺

如果本人未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。

如果因本人未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项而给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

如果本人未承担前述赔偿责任，发行人有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时，在本人未承担前述赔偿责任期间，不得转让所持有的发行人股份。

如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有。本人在获得收益或知晓未履行相关承诺事项的事实之日起 5 个交易日内应将所获收益支付给发行人指定账户。

在本人作为发行人控股股东、实际控制人期间，发行人若未履行招股说明书披露的承诺事项，给投资者造成损失的，本人承诺依法承担赔偿责任。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

3、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

如果本人未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投

资者道歉。

如果因本人未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项而给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

如果本人未能履行本招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在前述事项发生之日起 10 个交易日内，停止自发行人处领取薪酬或津贴，直至本人履行完成相关承诺事项。同时，本人不得主动要求离职，但可进行职务变更。

如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有。本人在获得收益或知晓未履行相关承诺事项的事实之日起 5 个交易日内应将所获收益支付给发行人指定账户。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

（四）关于股东信息披露的承诺

根据 2021 年 2 月 5 日实施的《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》，为保障投资者合法权益，关于公司股东信息披露的相关内容，公司承诺：

1、本公司现有股东为薛元潮、江灵兵、杭州同旺投资有限公司、杭州乐旺股权投资管理有限公司、薛雅利、杭州联创永溢创业投资合伙企业（有限合伙）、长兴新兹股权投资管理合伙企业（有限合伙）、杭州御硕投资合伙企业（有限合伙）、朱兆服、管军、丁敏华、余伟平、钱进等 13 名股东，上述股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

2、本公司与本次发行有关的中介机构（中信证券股份有限公司、北京市康达律师事务所、天健会计师事务所（特殊普通合伙）以及坤元资产评估有限公司）及其负责人、高级管理人员及为本次发行提供服务的经办人员等之间不存在直接、间接的股权关系或其他利益关系，不存在上述人员直接或间接持有本公司股份的情形；

3、本公司及本公司现有股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；

4、本公司及其现有股东已及时向本次发行有关的中介机构提供真实、准确、完整的资料，并积极和全面配合中介机构开展尽职调查，依法履行信息披露义务，本公司已根据《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》等相关规定真实、准确、完整地披露股东信息。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

本节所指重要合同是指本公司已经签署、正在履行或将要履行的，对本公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。公司已经签署、正在履行的或将要履行的重要合同情况如下：

（一）借款合同

截至 2020 年 12 月 31 日，本公司正在履行的借款合同如下：

序号	借款主体	银行	款项性质	期限	金额
1	杭州鸿旺	交通银行余杭支行	流动资金借款	2020.5.27 至 2021.5.27	1,700 万元
2	杭州鸿旺	交通银行余杭支行	流动资金借款	2020.5.27 至 2021.5.27	500 万元
3	天元宠物	交通银行余杭支行	流动资金借款	2020.6.12 至 2021.6.12	1,000 万元
4	杭州鸿旺	余杭农村商业银行星桥支行	固定资产借款	2020.7.9 至 2028.11.4	1,500 万元
5	杭州鸿旺	余杭农村商业银行星桥支行	固定资产借款	2020.7.13 至 2028.11.4	1,600 万元
6	天元宠物	交通银行余杭支行	流动资金借款	2020.9.23 至 2021.6.26	250 万元
7	杭州鸿旺	余杭农村商业银行星桥支行	固定资产借款	2020.11.11 至 2025.6.30	1,800 万元
8	杭州鸿旺	余杭农村商业银行星桥支行	固定资产借款	2020.11.11 至 2027.12.30	4,900 万元
9	杭州鸿旺	浙商银行杭州余杭支行	流动资金借款	2020.11.26 至 2021.5.25	1,500 万元

（二）抵押合同

截至 2020 年 12 月 31 日，本公司正在履行的抵押合同如下：

序号	债权人	担保人	被担保人	被担保的主债权	担保标的物	担保方式
1	余杭农村商业银行星桥支行	杭州鸿旺	杭州鸿旺	杭州鸿旺自 2018 年 11 月 21 日至 2020 年 11 月 20 日期间在最高额度 9,800 万元内与该银行发生的全部主合同	浙（2017）余杭区不动产权第 0095129 号土地使用权及地上在建工程	抵押担保

序号	债权人	担保人	被担保人	被担保的主债权	担保标的物	担保方式
2	交通银行余杭支行	湖州天元	湖州天元	湖州天元自 2019 年 6 月 21 日至 2025 年 6 月 14 日期间在最高额度 1,000 万元内与该银行签订的全部主合同	浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号房产及土地使用权	抵押担保
3	交通银行余杭支行	湖州天元	天元宠物	天元宠物自 2019 年 6 月 21 日至 2025 年 6 月 14 日期间在最高额度 4,766 万元内与该银行签订的全部主合同	浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号房产及土地使用权	抵押担保
4	交通银行余杭支行	湖州天元	杭州鸿旺	杭州鸿旺自 2019 年 6 月 21 日至 2025 年 6 月 14 日期间在最高额度 1,766 万元内与该银行签订的全部主合同	浙（2019）德清县不动产权第 0010779 号房产及土地使用权	抵押担保
5	浙商银行余杭支行	天元宠物	天元宠物	天元宠物自 2019 年 7 月 18 日至 2029 年 7 月 17 日期间在最高额度 7,150 万元内与该银行签订的全部主合同	浙（2017）余杭区不动产权 0119754 号房地产	抵押担保
6	浙商银行余杭支行	天元宠物	杭州鸿旺	杭州鸿旺自 2019 年 8 月 1 日至 2029 年 7 月 17 日期间在最高额度 7,150 万元内与该银行签订的全部主合同	浙（2017）余杭区不动产权 0119754 号房地产	抵押担保

（三）采购合同

公司与主要供应商签订年度采购框架合同。截至报告期末，公司与 **2020 年度**前五大供应商正在履行的主要采购框架合同如下：

序号	供应商名称	采购内容	合同价款	合同期限
1	**有术股份有限公司**	**成品**	**228.36 万元**	**2020 年 9 月 24 日签订**
2	**浦江县万欣工艺有限公司**	**成品**	**以采购订单为准**	**2020.10.17 至 2021.10.16**
3	**浦江县宏伟工艺有限公司**	**成品**	**以采购订单为准**	**2020.10.14 至 2021.10.13**
4	**武义新艺休闲用品有限公司**	**成品**	**以采购订单为准**	**2020.10.12 至 2021.10.11**
5	**嵊州市越悦宠物用品有限公司**	**成品**	**以采购订单为准**	**2020.10.18 至 2021.10.17**

（四）销售合同

公司客户通常以小批量、多批次的临时订单形式向公司订购具体产品，订单较为分散。截至报告期末，公司与 **2020 年度**前五大客户签订的正在履行的大额销售订单合同情况如下：

序号	客户名称	销售内容	合同价款（万美元）	合同签订日期
1	**Kmart AUS**	**宠物玩具、宠物笼、牵引绳等**	**117.84**	**2020.12.23**

序号	客户名称	销售内容	合同价款（万美元）	合同签订日期
2	天猫海外直营	以订单为准	以订单额为准	2020.3.13（框架协议）
3	Chewy	猫爬架、宠物服饰等	11.92	2020.11.5
4	美国沃尔玛	猫爬架	2.65	2020.12.13
5	Amazon	宠物床	1.18	2020.12.4

二、对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在为合并报表范围外的主体进行对外担保的情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

四、两次申报材料的差异情况及前次申报未予核准的具体情况

（一）前次申报未予核准的具体情况

公司曾于 2017 年 6 月向证监会提交首次公开发行股票并在主板上市的申请，该项申请于 2019 年 3 月被证监会发审委否决。

公司就前次申报未获通过所涉及的具体事项及相关整改措施和执行情况具体如下：

1、有关公司业务运营信息披露的充分性问题及解决情况

前次未予核准意见指出公司存在未充分说明和披露设计研发支出、研发团队及薪酬水平与“设计研发”核心竞争优势的匹配关系，外协产品占比上升的原因及合理性，主营业务毛利率变动情况的原因及合理性等问题，该等事项及其整改情况如下：

（1）研发支出的披露问题

公司在前次申报文件中披露 2018 年度研发费用中的工资薪酬为 381.62 万元，2018 年末研发技术人员数量为 87 人，若以两数据直接相除所计算的研发技术人员平均薪酬水平存在过低的情况，而公司研发人员薪酬实际不存在偏低的情况。形成该信息披露理解偏差的主要原因是公司研发技术人员的工资薪酬实际不完全在研发费用的工资薪酬中核算。公司截至 2018 年末的 87 名研发技术人员中有 27 名技术人员、60 名研发人员；其中，60 名研发人员在研发期间的薪酬核算在研发费用中，而 27 名技术人员因未直接

参加研发项目，相关工资薪酬不属于研发费用支出，即研发费用中的工资薪酬与研发技术人员合计数量之间实际不存在对应关系，但前次申报未对此进行说明。此外，前次申报关于公司产品研发设计的主要内容也存在未充分、有效说明的情况。

公司对研发人员情况、研发内控管理制度及研发费用核算方法等进行了复核，确认相关数据和公司研发支出归集不存在异常，并在本次申报招股说明书中明确披露了公司期末研发人员数量。同时，公司重新梳理了产品开发设计体系，根据公司的实际业务情况，在本次申报招股说明书中充分披露了公司的经营模式、业务特点以及产品设计开发能力对于公司经营发展的重要性。

（2）外协加工的披露问题

公司在 2016 年至 2018 年间外协产品比例存在逐步提高的情况，但未能在前次申报招股说明书中充分说明外协产品占比提高的原因及合理性，以及外协厂商与发行人外协生产的匹配情况、外协管理相关内控制度及其有效性。

公司前次申报未能有效说明外协加工比例占比较高的合理性，主要是因为公司对于宠物行业及公司的发展特征、运营模式未能阐述到位，公司定位并非一家以制造加工为主的企业，而是一家具有丰富产品开发能力、高效供应链管理体系以及广泛客户资源的综合型宠物产品供应商。公司在本次申报招股说明书中就宠物行业特点和公司业务模式进行了重新阐述，对公司外协加工的比例、外协生产的原因和合理性、外协厂商与公司外协生产的匹配情况以及公司外协管理相关的内控制度及有效性情况进行了充分说明。

（3）毛利率情况披露问题

公司已在历次回复以及招股说明书中对毛利率变动情况进行了详细说明及补充披露，但可能由于此前的回复过于繁琐，未能简明扼要对上述问题进行清晰阐述，因此前次未予核准意见指出公司未能在前次申报招股说明书中充分说明和披露，报告期主营业务毛利率与同行业可比公司差异情况的合理性，以及公司各类产品毛利率差异情况的合理性。

本次申报前，公司详细梳理了报告期内毛利率的变化情况及具体原因，在本次申报招股说明书中结合公司及行业可比公司的具体情况，对公司报告期内的毛利率变动情况、与同行业公司毛利率的差异原因及各产品毛利率的差异情况进行了分析披露。

2、有关前次申报与新三板挂牌期间的信息披露差异问题及解决情况

前次未予核准意见所指出公司未能充分说明和披露前五名供应商和外协厂商采购金额计量方法、计量依据的合理性，以及报告期对关联关系及关联交易的界定不准确、披露不完整，调整的理由不适当。该等事项主要涉及公司前次申报与新三板挂牌期间关于 2014 年与 2015 年前五大供应商的采购金额统计及其信息披露问题，以及新三板期间遗漏部分关联交易的信息披露问题，两项问题的具体情况及解决情况如下：

（1）采购金额的统计问题

公司前次申报招股说明书所披露的 2014 年与 2015 年前五大供应商及其交易金额，存在与新三板公开转让说明书（下称“公转书”）所披露前五大供应商交易金额不一致的情况。公司于 2016 年 2 月完成改制，2016 年 8 月挂牌新三板，挂牌时处于股份公司的设立初期，公转书信息披露的经办人员因对供应商采购金额的统计方式存在理解不足，披露了未考虑期末暂估金额及包含了增值税额的交易金额。公司于 2017 年向证监会申请首次公开发行时，所披露供应商采购金额系考虑了暂估金额及不含税的交易金额，从而形成了两次信息披露的差异问题。

本次申报以 2017 年至 2019 年为报告期，上述问题已属于报告期外事项，且公司本次申报报告期内已建立健全了相关内部控制制度并得到有效执行，财务会计规范，未再发生上述类似问题。

（2）关联交易的披露问题

公司前次申报招股说明书所披露的 2015 年与 2016 年关联交易，存在与新三板公转书披露不一致的情况。2016 年 3-4 月期间，为维护与银行的合作关系，公司累计向杭州乐旺等 5 家关联方汇出资金 800 万元，并于当日或次日收回；2015 月 8 月，公司委托宠邦智能开发宠物用品，当年 10 月公司参股投资宠邦智能、取得其 10%股权，致使宠邦智能成为公司关联方。因新三板挂牌期间公司对关联交易认定规则理解不够充分，因第一项往来资金于次日前收回及第二项交易协议签署于成为关联方之前，当时未将上述情况认定为关联交易并进行披露。公司于 2017 年向证监会申请首次公开发行时，已披露了上述关联交易情况。

上述关联交易相关事项主要发生在 2015 年和 2016 年期间，公司已于 2016 年在新三板挂牌期间进行了补充披露。本次申报以 2017 年至 2019 年为报告期，上述问题已属于报告期外事项，且公司报告期内已建立健全了相关内部控制制度并得到有效执行，未

再发生上述类似问题。

综上，公司本次申报报告期内已建立健全了相关内控制度并得到有效执行，本次申报报告期内，公司会计基础规范，前次未予核准意见关注事项已经得到解决，并已在本次申报招股说明书中做出了充分披露。

（二）两次申报材料的差异情况

1、两次申报材料在信息披露上的主要差异及差异原因

公司前次申报与本次申报材料在信息披露上的主要差异情况如下：

（1）报告期变化导致的差异

公司前次申报材料的报告期为 2014 年至 2018 年，本次申报文件的报告期为 2017 年至 2019 年。因报告期不同，公司披露的财务数据、关联交易、业务情况、资产情况、股东情况等信息存在差异。

（2）信息披露具体依据不同导致的差异

公司前次申报板块为上海证券交易所主板，前次申报招股说明书系根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》的相关规定进行的信息披露；本次公司申报板块为深圳证券交易所创业板，本次申报招股说明书的信息披露依据为《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》的相关规定。由于信息披露具体依据不同，公司两次申报招股说明书在部分章节和内容披露顺序和范围上存在差异。

（3）其他主要差异

除上述差异外，公司两次申报材料在信息披露上的主要差异情况如下：

序号	差异事项	前次申报材料	本次申报材料	差异原因
1	产品来源分类	公司根据产品是否自产将主营业务产品划分为自产产品和外协产品两类。	公司根据产品来源将主营业务产品划分为自产产品、外协产品和外购产品三类。	公司非自产产品中除委托外协供应商生产的外协产品外，还包括小部分宠物食品等直接向供应商采购后对外销售的外购产品，2020 年该类业务有所增长，本次申报将非自产产品进一步细分为外协产品与外购产品。
2	销售模式	公司销售产品以 ODM 为主，同时拥有自有品	公司销售产品以贴牌产品为主。	OEM 和 ODM 是基于传统代加工厂商的经营模式，与公

序号	差异事项	前次申报材料	本次申报材料	差异原因
		牌，还有少量 OEM。		司业务模式存在一定差异；公司本次申报时对自身业务进行了重新梳理，在销售模式中进行了更贴近公司业务状况的表述。
3	竞争优势	公司竞争优势包括：（1）设计优势明显；（2）渠道和客户优势；（3）高效的供应链管理优势。	公司竞争优势包括：（1）行业先发优势与客户资源优势；（2）供应链管理及品质管控的优势；（3）多品类产品快速响应开发优势；（4）产业区位配套与运营体系优势。	公司对自身业务情况进行了重新梳理，在本次申报中对竞争优势进行了重新归纳和表述，不存在实质差异。
4	竞争劣势	公司竞争劣势包括：（1）业务发展模式单一；（2）产能不足；（3）国内市场开发不足。	公司竞争劣势包括：（1）行业门槛低与市场无序竞争；（2）加强国内市场的培育与开拓。	公司对自身业务情况进行了重新梳理，在本次申报中对竞争劣势进行了重新归纳和表述，不存在实质差异。
5	核心技术情况	披露了公司主要产品应用的主要技术及所处阶段，并具体介绍了公司产品成型技术等 4 类技术。	披露公司技术水平主要体现在产品开发技术以及质量管理技术两方面。	公司对自身业务情况进行了重新梳理，在本次申报中从品类丰富的产品特点出发对公司核心技术进行了重新归纳和表述，不存在实质差异。
6	可比公司选择	公司选取的宠物行业可比公司包括：中宠股份、佩蒂股份、悠派科技、路斯股份、庆泉宠物、依依股份；同时选取了德艺文创、巨星科技、柏堡龙、创源文化 4 家快消品行业可比公司。	公司主要选择境内上市公司中宠股份、佩蒂股份，拟上市公司依依股份以及新三板挂牌公司路斯股份、悠派科技作为同行业可比公司。	本次申报未选择庆泉宠物为可比公司，系因庆泉宠物销售规模较小，可比性较低，且已于 2020 年 4 月于全国股转系统终止挂牌，仅有 2017 年度和 2018 年度数据可进行比较；但鉴于庆泉宠物主要从事猫爬架的生产销售，与公司猫爬架业务较为相似，因此公司在毛利率章节就猫爬架毛利率与庆泉宠物进行了比较分析。 本次申报未选择德艺文创、巨星科技、柏堡龙、创源文化为可比公司，主要系因该 4 家公司仅在生产模式等方面与公司存在相似处，但所属行业、主营产品与公司存在较大差异。 本次申报为增强行业及业务可比性，未将上述公司列入同行业可比公司，而重点选择了中宠股份、佩蒂股份、路斯股份、依依股份、悠派科技 5 家宠物行业公司作为可比公司。

序号	差异事项	前次申报材料	本次申报材料	差异原因
7	产品销售区域分类	报告期内公司将对收货地点为境内保税区的香港注册企业的销售收入划为境外销售。	报告期内公司将对收货地点为境内保税区的香港企业的销售收入划为境内销售。	公司该等产品销往中国保税区，虽客户主要为境外客户，但销售区域实际位于境内，且公司相关香港客户均为在天猫国际开设店铺的商家或以该等商家为客户，可以确定其购买产品将最终向境内消费者销售，因此本次申报根据业务实质对该等产品销售区域进行了分类调整。
8	第三方回款情况	2017 年度和 2018 年度，公司第三方回款金额合计分别为 5,933.84 万元和 3,165.20 万元。	2017 年度和 2018 年度，公司第三方回款金额合计分别为 15,523.55 万元和 17,202.50 万元。	前次申报公司参照 2018 年证监会发布的《首发审核财务与会计知识问答》，对反向保理、集团内统一支付、实际控制人及直系亲属代个体工商户付款的情形未列入第三方回款；本次申报公司根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，将前述情形均列入第三方回款，由于第三方回款认定范围的扩大，导致第三方回款的统计金额大于前次申报披露的金额。
9	行政处罚情况	公司披露了洋山海关对公司作出的一项“沪洋关缉违字[2017]151 号”行政处罚，罚款金额为 2,000 元。	公司披露了洋山海关对公司作出的“沪洋关缉违字[2017]151 号”和“沪洋关简违字[2017]0113 号”两项行政处罚，罚款金额分别为 2,000 元和 1,000 元。	两项行政处罚均系针对 2016 年 7 月 28 日报关公司集装箱号填报串号所致，前次申报未披露“沪洋关简违字[2017]0113 号”行政处罚，系因报关公司代为领取了行政处罚决定书并承担了 1,000 元罚款，而未向公司反馈该事项，且海关官网亦未能查询到该项行政处罚；本次申报时经增加查询了“中国海关企业进出口信用信息公示平台”，并经与洋山海关及报关公司确认后补充披露了该项行政处罚。该项处罚金额较小、情节较轻，不属于重大处罚及重大遗漏。
10	公司及相关人员承诺事项	公司及公司股东、董事、监事、高级管理人员等按主板相关要求结合公司实际情况出具各项承诺。	公司及公司股东、董事、监事、高级管理人员等按创业板相关要求结合公司实际情况出具各项承诺。	（1）本次申报公司基于自身情况及可操作性考虑，在符合创业板相关要求的基础上调整了上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价等承诺；（2）本次承诺新增了对欺诈发行上市的

序号	差异事项	前次申报材料	本次申报材料	差异原因
				股份回购和股份买回承诺。
11	募集资金情况	公司募集资金投资项目包括年产 715 万套宠物养护用品建设项目和技术研发中心建设项目，募集资金投资金额合计 2.76 亿元。	公司募集资金投资项目包括湖州天元技术改造升级项目、杭州鸿旺生产基地建设项目、天元物流仓储中心建设项目、产品技术开发中心建设项目和电子商务及信息化建设项目，募集资金投资金额合计 5.90 亿元。	本次申报时公司结合最新业务发展规划和申报前业绩对募集资金投资项目和募集资金投资金额进行了重新规划和调整。

综上，公司两次申报材料在信息披露上的差异主要体现为报告期变化、信息披露具体依据变化以及因公司对自身业务情况重新梳理，以使相关信息披露更加充分、准确和完整，不存在重大实质差异。

2、前次申报与本次申报关于核心技术、业务模式、主要客户及供应商结构、主营业务毛利率的披露差异及变动情况

（1）两次申报材料关于核心技术的披露情况

关于公司的核心技术，前次申报招股说明书披露了公司主要产品应用的主要技术及所处阶段，并具体介绍了公司产品成型技术、远程色彩信息传递及图文转换技术、宠物益智玩具镭射集成模块技术和宠物领域智能开发技术等 4 类技术；而本次申报招股说明书则披露了公司技术水平主要体现在产品开发技术以及质量管理技术两方面，其中产品开发技术从猫爬架、宠物窝垫、电子宠物用品、其他产品四个产品开发方向进行了说明介绍。

本次申报时公司对自身业务情况进行了重新梳理，从品类丰富的产品特点出发对公司核心技术进行了重新归纳和表述。一方面，本次申报对公司的产品开发技术从产品开发方向角度进行了介绍，而前次申报则侧重于列举主要产品的具体应用技术；另一方面，本次申报从公司在供应链管理和质量控制管理方面的优势出发增加披露了公司质量管理技术为公司的核心技术。

据此，两次申报材料关于公司核心技术的披露不存在重大差异。

（2）两次申报材料关于业务模式的披露情况

在销售模式方面，前次申报招股说明书披露公司以ODM为主，同时拥有自有品牌，

还有少量 OEM；本次申报招股说明书则披露公司销售产品以贴牌产品为主。OEM 和 ODM 是基于传统代加工厂商的经营模式，与公司业务模式存在一定差异；公司本次申报时对自身业务进行了重新梳理，在销售模式中进行了更贴近公司业务状况的表述。

在采购模式方面，前次申报招股说明书披露公司采购包括自主生产原材料采购和外协加工成品采购两部分；本次申报招股说明书披露公司采购模式包括原材料采购和外购产品采购，外协产品采购则在生产模式部分进行了介绍。2018 年以来，公司外购产品采购和销售规模较往年有所扩大，本次申报将非自产产品进一步细分为外协产品与外购产品，从而在采购模式上进行了外购产品采购的相关披露。

除前述情形外，两次申报材料关于公司其他业务模式的披露不存在实质差异。

（3）两次申报材料关于主要客户及供应商结构的披露情况

前次申报招股说明书披露公司客户主要系境外知名的大型连锁零售商、专业宠物用品连锁店以及宠物用品网上销售平台；公司供应商主要为各外协厂商和主要原材料供应商。

本次申报招股说明书披露公司境外客户主要系境外知名的大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等，随着境内销售占比的提升，2020 年以境内市场为主的天猫海外直营等客户亦成为公司主要客户；公司供应商主要为各外协厂商、主要原材料供应商和外购产品供应商。

两次申报材料关于主要客户及供应商结构的披露差异主要系公司 2019 年以来境内业务开拓的业务发展情况所致。

（4）两次申报材料关于主营业务毛利率的披露情况

前次申报招股说明书披露公司 2017 年度和 2018 年主营业务毛利率分别为 28.71%和 27.08%，本次申报招股说明书披露的 2017 年度和 2018 年主营业务毛利率与前次申报不存在差异。

综上，除因业务发展所发生的最新变化外，公司两次申报关于核心技术、业务模式、主要客户及供应商结构、主营业务毛利率的披露不存在实质差异。

3、公司业务模式未表述为 ODM/OEM 的具体情况说明

公司本次申报将业务模式主要从生产模式上表述为自主生产和外协加工生产，销售

模式上表述为以贴牌销售为主，系对公司业务模式进行的更准确的表述。本次申报未将业务模式表述为 ODM/OEM，主要系其不适合概括公司业务模式的实际情况。

（1）公司不属于 ODM/OEM 概念下的制造商

ODM 即原始设计制造商（Original Design Manufacturer），指制造厂商（Manufacturer）除了制造加工外，还接受品牌厂商的委托，按其技术要求承担部分设计任务，生产制造产品并销售给品牌商的生产方式；OEM 即原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer），指受托制造商（Manufacturer）不参与设计，为品牌厂商提供加工制造服务的生产方式。

ODM 和 OEM 是对传统代加工业务模式的概括表述，其核心均为制造商，而公司属于具备较强产品开发能力、供应链组织管理能力的综合性宠物产品供应商，其性质有别于传统 ODM 和 OEM 概念下的制造商。

（2）公司聚焦于产品开发及供应链管控环节

公司与传统ODM/OEM模式的相似之处在于参与了产品的开发设计及部分生产环节，但并不聚焦或定位于产品的生产加工职能。为满足国际客户“一站式”采购需求，广泛、高效的覆盖各类宠物用品，公司突破了传统ODM/OEM模式，充分利用所在区域轻工业产品生产配套资源，采取以外协加工为主的生产模式，发挥产业链分工比较优势，将经营资源聚焦于产品开发设计、供应链管理及客户开拓维护等高附加值业务环节。因此，传统的ODM和OEM概念已不适用于概括公司的业务模式、核心竞争力及实际经营情况。

综上，公司业务模式不适合表述为传统的 ODM/OEM 模式，本次申报的相关披露系对公司业务模式进行了更准确的表述。与前次申报期相比，公司的境外销售业务模式未发生重大变化。

宠物相关产业中，宠物用品更注重新款式、新品类的开发及更新，公司的业务重心在于供应链管理、产品开发及客户开拓服务等方面，因此本次申报招股说明书主要从生产方式为自主生产或外协生产对公司业务进行分类披露，该等披露方式与前次申报不存在冲突。

五、其他

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、公司控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项的情形。

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查或被中国证监会立案调查的情况。

最近三年，公司控股股东及实际控制人薛元潮先生和薛雅利女士不存在贪污、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、公司全体董事、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。

公司全体董事签名：



薛元潮 江灵兵 薛雅利

虞晓春 张中平 李安

黄简 马卓檀 靳朝

杭州天元宠物用品股份有限公司

2021 年 4 月 29 日

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。

公司全体监事签名：

朱伟强　　宋辉　　方春雷

公司全体高级管理人员签名：

江灵兵　　薛雅利　　虞晓春

张中平　　田金明

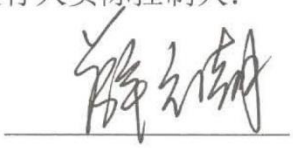
杭州天元宠物用品股份有限公司

2021年 4月 29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。

发行人实际控制人：



薛元潮



薛雅利

发行人控股股东：



薛元潮

2021年 4月 29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。

法定代表人：

张佑君

保荐代表人：

胡 娴 高若阳

项目协办人：

徐海霞

中信证券股份有限公司

2021 年 4 月 29 日

保荐人（主承销商）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招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构董事长

张佑君

中信证券股份有限公司

2021 年 4 月 29 日

保荐人（主承销商）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招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理

杨明辉

中信证券股份有限公司

2021 年 4 月 29 日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

杨健 张晓光 邢靓

律师事务所负责人：

乔佳平

北京市康达律师事务所

2021年 4月 29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〔2021〕1078 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2021〕1079 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天元宠物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：

宋鑫

杨攀

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年 九月 十九日

资产评估机构声明

本机构及签字评估师已阅读《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招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本机构出具的《评估报告》（坤元评报[2015] 746 号）的内容无矛盾之处。本机构及签字评估师对发行人在招股说明书中引用的上述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。

签字评估师：

陆锋 周敏

资产评估机构负责人：

俞华开

坤元资产评估有限公司

二〇二一年四月二十九日

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〔2016〕21 号、天健验〔2016〕463 号、天健验〔2017〕216 号、天健验〔2017〕217 号、天健验〔2019〕327 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州天元宠物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，并对引用的上述内容承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

黄元喜　　金东伟

方燕

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年 四 月 二十九日

第十三节 附件

（一）中信证券股份有限公司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之发行保荐书；

（二）中信证券股份有限公司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之上市保荐书；

（三）北京市康达律师事务所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的法律意见书；

（四）杭州天元宠物用品股份有限公司审计报告；

（五）杭州天元宠物用品股份有限公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺

1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

2、稳定股价的措施和承诺；

3、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺；

4、填补被摊薄即期回报的措施及承诺；

5、利润分配政策的承诺；

6、依法承担赔偿责任的承诺；

（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）关于杭州天元宠物用品股份有限公司内部控制的鉴证报告；

（九）关于杭州天元宠物用品股份有限公司非经常性损益的鉴证报告。