创业板风险提示

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。

三问家居股份有限公司

（Shanghai Sunwin Industry Group Co., Ltd.）

（上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号楼二层）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401）

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

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。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
新股发行及股东公开发售股份数量	本次公开发行股票不超过【2,500】万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形。
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
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过【 】万股
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	【 】年【 】月【 】日

重大事项提示

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

一、特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项：

（一）国际贸易形势变动的风险

公司产品以外销为主，受国际贸易形势和国家间相对成本优势的影响较大。报告期内，公司外销收入分别为 106,227.45 万元、102,162.27 万元和 167,250.98 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 98.40%、92.64%和 93.40%。其中，对欧美市场实现的收入分别为 99,962.13 万元、95,720.16 万元和 154,676.81 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 92.59%、86.80%和 86.37%。

近年来，以中美贸易摩擦为主导的国际贸易形势较为动荡，全球范围保守主义和贸易保护主义再度抬头。2020 年 1 月，中美经贸第一阶段协议正式签署，中美贸易摩擦有暂缓趋势，但未来走向仍存在不确定性。在此背景下，若公司主要客户所在国家对中国公司采取针对性关税惩罚、非关税壁垒等措施，客户可能因此减少采购或转向其他国家供应商，对公司的海外客户销售带来不利影响。

（二）汇率波动的风险

公司的销售收入大部分为外销收入，报告期内，公司外销收入分别为 106,227.45 万元、102,162.27 万元和 167,250.98 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 98.40%、92.64%和 93.40%。公司的外销收入主要以美元等外币结算，汇率波动将对公司产品在国际市场的竞争力和公司盈利情况产生较大影响。报告期内，公司因汇率波动产生的汇兑损益分别为 1,072.85 万元、305.37 万元和 -3,528.38 万元。

为减小汇率波动对经营业绩带来的不确定性影响，2018 年起，公司在可交割的美元额度内，开始使用锁汇工具对冲汇率波动风险。报告期内，公司各期锁汇金额分别为 2,710.00 万美元、14,530.00 万美元和 17,300.00 万美元。2018 年和

2019 年，由于美元兑人民币汇率处于升值趋势，公司因外汇远期合约交割产生的投资损失分别为 471.89 万元和 588.67 万元，2020 年度，受美元兑人民币汇率下降的影响，公司因外汇远期合约交割产生投资收益 2,368.98 万元。公司使用锁汇工具一定程度对冲了汇率波动对经营业绩的影响。由于公司对客户的付款时间不能精确掌控，因此，公司只能在确保有交割能力的额度内进行锁汇操作，不能覆盖全部的外币应收账款，超出部分公司仍需承担汇率波动的风险。因此，尽管公司已采取措施进行风险对冲，仍不能完全规避汇率波动带来的影响。

（三）向合作工厂定制采购的管理风险

公司的业务定位为产品的原创设计和供应链管理，将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理。公司与客户签订销售订单后，会在供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。我国的纺织服装行业产业链配套完善且较为成熟，公司所在的长三角地区纺织服装企业较多，已形成产业集群，产能充足。截至本招股说明书签署日，公司已拥有超过 150 多家长期合作的工厂。报告期内，公司家纺、服饰和面料等产品向合作工厂定制采购的营业成本金额占公司当期主营业务成本的比例分别为 82.91%、76.43%和 80.24%，公司向合作工厂定制采购的销售数量占公司当期销售数量的比例分别为 85.90%、85.39%和 85.43%，向合作工厂定制采购比例较大。

由于合作工厂并非公司直接管理，其生产经营受到设备及技术水平、生产加工工艺、工人数量、产能及生产计划、管理能力等因素的综合影响，可能出现无法按照公司的销售计划保质保量且按时提供产品的情形，从而对公司与客户的合作关系产生不利影响。未来，若合作工厂的产能、产品质量无法满足客户需求，则可能对公司维持或提升经营规模产生不利影响。

（四）新冠疫情带来经营业绩下滑的风险

公司的销售收入大部分为外销收入，且以美国和欧洲地区为主。2020 年度，公司向美国和欧洲地区的销售额分别为 121,028.88 万元和 33,647.93 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 67.58%和 18.79%。目前，新冠疫情在欧洲、北美洲等全球多地区持续蔓延，客户需求受疫情影响而减小，公司 2020 年除医护类外的产品销量同比有所下滑，除医护类产品外的主营业务收入同比下降 4.72%。

如果新冠疫情在全球范围内无法得到有效控制，将影响公司除医护类外的产品销量，对公司经营业绩造成不利影响。

2020 年，公司针对疫情带来的医护类产品需求，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，实现营业收入 74,009.18 万元，占当期主营业务收入的 41.33%。未来，随着新冠疫情在全球范围内逐步缓和，公司的医护类产品销售规模可能逐步萎缩，短期内可能降低公司的营业收入和盈利水平，公司主营的家纺、服饰和面料等业务仍将是未来营业收入和盈利的主要来源。

二、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年 10 月 9 日召开的 2020 年第三次临时股东大会审议通过的《关于公司在首次公开发行股票前滚存的未分配利润由新老股东共享的议案》，公司首次公开发行 A 股前滚存的未分配利润由公司新老股东共享。

三、本次发行后利润分配政策

公司提醒投资者关注公司发行上市后的利润分配政策、现金分红的最低比例、未来三年具体利润分配计划，具体请参阅本招股说明书之“第十节 投资者保护”之“二、发行人的股利分配政策”。

四、本次发行相关各方作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等相关方作出的各项重要承诺、未能履行承诺的约束措施，具体内容详见本招股说明书“第十三节 附件”之“一、备查文件”之“（六）与投资者保护相关的承诺”。

目 录

声 明.....1
发行概况.....2
重大事项提示.....3
一、特别风险提示.....3
二、本次发行前滚存利润的分配安排.....5
三、本次发行后利润分配政策.....5
四、本次发行相关各方作出的重要承诺.....5
目 录.....6
第一节 释义.....11
一、基本术语.....11
二、专业术语.....13
第二节 概览.....16
一、发行人基本情况及本次发行的中介机构.....16
二、本次发行的概况.....16
三、发行人主要财务数据和财务指标.....17
四、发行人的主营业务经营情况.....18
五、发行人科技创新、模式创新、业态创新或新旧产业融合情况.....19
六、发行人选择的具体上市标准.....23
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....23
八、募集资金用途.....23
第三节 本次发行概况.....25
一、本次发行的基本情况.....25
二、本次发行的有关当事人.....25
三、发行人与本次发行有关中介机构的关系.....27
四、本次发行上市的重要日期.....27
第四节 风险因素.....28
一、经营和管理风险.....28
二、技术风险.....31

三、财务风险.....31
四、客户注册于境外导致维权困难的风险.....33
五、创新风险.....33
六、募集资金投资项目风险.....33
七、实际控制人不当控制的风险.....34
八、发行失败风险.....34
第五节 发行人基本情况.....35
一、发行人基本情况.....35
二、发行人设立情况和报告期内的股东变化情况.....35
三、发行人报告期内的重大资产重组情况.....51
四、发行人在其他证券市场上市、挂牌情况.....51
五、发行人股权结构和组织结构.....51
六、发行人控股及参股公司情况.....54
七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况.....71
八、发行人股本情况.....80
九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况.....84
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况.....91
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系.....93
十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况.....93
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年变动情况.....94
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况.....96
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况.....97
十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况.....99
十七、已经制定或实施的股权激励及相关安排.....100
十八、发行人员工情况.....105
第六节 业务和技术.....112
一、发行人主营业务、主要产品的情况.....112
二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况.....132

三、销售情况和主要客户.....168
四、采购情况和主要供应商.....190
五、产品质量控制情况.....222
六、发行人主要固定资产和无形资产.....231
七、发行人的业务许可资质、特许经营权情况.....256
八、发行人的研发和技术.....259
九、发行人的境外经营及境外资产情况.....271
十、发行人医护类产品业务的经营情况.....277
第七节 公司治理与独立性.....294
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....294
二、特别表决权股份或类似安排的情况.....296
三、协议控制架构的情况.....296
四、发行人内部控制情况.....296
五、报告期内发行人违法违规情况.....296
六、发行人资金占用和对外担保情况.....298
七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....299
八、同业竞争.....301
九、关联方及关联交易.....311
第八节 财务会计信息与管理层分析.....335
一、财务报表.....335
二、审计意见和关键审计事项.....339
三、影响发行人未来盈利（经营）能力或财务状况的主要因素及相关指标分析.....341
四、分部信息.....343
五、合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况.....344
六、主要会计政策和会计估计.....344
七、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率.....378
八、非经常性损益情况.....379
九、主要财务指标.....380

十、经营成果分析.....382
十一、资产质量分析.....467
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....500
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....520
十四、盈利预测信息.....521
十五、报告期内利润分配情况.....521
十六、关于《深圳证券交易创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题25列示财务内控不规范的情况分析.....521
十七、财务内控其他相关问题.....524
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....526
一、募集资金运用基本情况.....526
二、募集资金投资项目具体情况.....529
三、募集资金运用对公司的影响.....554
四、未来发展与规划.....557
第十节 投资者保护.....563
一、发行人投资者关系的主要安排.....563
二、发行人的股利分配政策.....564
三、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序.....568
四、发行人股东投票机制的建立情况.....568
五、摊薄即期回报分析.....569
第十一节 其他重要事项.....573
一、重要合同.....573
二、对外担保情况.....576
三、对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项.....576
四、控股股东、实际控制人、控股子公司，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼或仲裁事项.....576
五、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年的合法合规情况.....576
六、控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为.....577
第十二节 声明.....578

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....578
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....579
三、保荐机构（主承销商）声明.....580
四、发行人律师声明.....582
五、会计师事务所声明.....583
六、资产评估机构声明.....584
七、验资机构声明.....585
八、验资复核机构声明.....586
第十三节 附件 587
一、备查文件.....587
二、备查文件查阅时间、地点、网址.....605

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、基本术语

三问家居、发行人、公司、股份公司	指	三问家居股份有限公司
三问有限	指	上海三问家居服饰有限公司，曾用名“张家港市中堂服装有限公司”，发行人前身
三问投资、三问国际	指	上海三问投资控股集团有限公司，曾用名“上海三问国际贸易有限公司”，发行人控股股东
张家港中堂	指	张家港中堂纺织有限公司，发行人全资子公司
常熟中堂	指	常熟市中堂纺织有限公司，发行人全资子公司
心生实业	指	上海心生实业有限公司，曾用名“上海新三问国际贸易有限公司”，发行人全资子公司
亮丰新材料	指	上海亮丰新材料科技有限公司，发行人全资子公司
南通瑞兹	指	南通瑞兹卡尔森家居用品有限公司，发行人全资子公司
浙江三问	指	浙江三问家居智造有限公司，发行人全资子公司
秦艺服饰	指	上海秦艺服饰有限公司，发行人控股子公司
上海三隆	指	上海三隆医疗科技有限公司，发行人参股子公司
香港公司	指	亮丰实业（香港）有限公司（Alltex Industry (HK) Limited），曾用名“三问国际实业（香港）有限公司（Sunwin Global Industry (HK) Limited）”，发行人全资子公司
美国公司	指	Sunwin Global Industry Inc.（三问国际实业有限公司），发行人全资子公司
柬埔寨公司	指	Shanghai Sunwin Firstex (Cambodia) Co.,Ltd（三问极物纺织柬埔寨有限公司），发行人控股子公司
南非公司	指	Lucky Union Trading (Pty) Ltd.（南非幸合贸易有限公司），发行人的全资子公司
荷兰公司	指	Lifetex Industry Holding B.V.（心生实业控股有限公司），发行人全资子公司
靖江乐活	指	靖江乐活休闲运动服饰有限公司，发行人直接持有其61%的股权，并通过香港公司间接持有其 39%的股权
英国公司	指	Lifetex Industry (UK) Co.,Ltd（心生实业（英国）有限公司），发行人全资子公司
老美国公司	指	Sino-Touch Industry, Inc.，曾用名 Sunwin Global Industry Inc.，程晖曾经实际控制的公司
老南非公司	指	Prima World International Trading (Pty) Ltd.，王耀民曾经实际控制的公司
西藏天问	指	西藏天问企业管理有限公司，公司间接股东之一
天问思享	指	西藏天问思享企业管理有限公司，公司直接股东之一
天问新泉	指	西藏天问新泉企业管理有限公司，公司直接股东之一

宁波新泉	指	宁波新泉投资管理合伙企业（有限合伙），公司直接股东之一，系员工持股平台
海富长江	指	海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙），公司直接股东之一
中比基金	指	中国-比利时直接股权投资基金，公司直接股东之一
江阴海澜之家	指	江阴海澜之家投资有限公司，公司直接股东之一
顾家家居	指	顾家家居股份有限公司，公司直接股东之一
添威国际	指	Teamway International Limited（添威国际有限公司），英属维京群岛注册公司
英伦宝贝	指	上海英伦宝贝儿童用品有限公司
哲雄母婴	指	上海哲雄母婴用品有限公司
壮志投资	指	上海壮志投资管理合伙企业（有限合伙）
君子泰投资	指	上海君子泰投资管理合伙企业（有限合伙）
道地文化	指	上海道地文化传播有限公司
威林干那	至	William E. Connor (Shanghai) Ltd.及其关联公司
香港利丰	指	Li & Fung Ltd.及其关联公司
江苏昌新	指	江苏昌新织造有限公司
Target	指	Target Corporation 及其关联公司，塔吉特公司，美国第四大零售商
Nordstrom	指	Nordstrom, Inc.，是一家美国连锁百货公司
Lands’ End	指	Lands' End, Inc.，是一家美国的服装、配件和鞋类，以及家居产品零售商
Carrefour	指	家乐福公司，是欧洲第一大零售商，世界第二大国际化零售连锁集团
Matalan	指	Matalan Retail Inc.，是一家英国时装零售商
Barefoot Dreams	指	Barefoot Dreams, Inc.，是一家美国的家居、服饰产品零售商
Vera Bradley	指	Vera Bradley Designs Inc.，是美国的一家为女性设计、生产、销售以及功能性配件的品牌商
Primark	指	爱尔兰零售商 Primark Limited 及其关联公司
J.C. Penney	指	J.C Penney Purchasing Corporation 及其关联方，美国知名百货公司
Walgreen	指	Walgreen CO.及其关联方，美国知名零售商
Debenhams	指	Debenhams Retail Ltd.，英国知名百货公司
Dunelm	指	Dunelm (Soft Furnishings) Ltd.及其关联公司，英国家居产品商
Edcon	指	Edgars Consolidated Stores Ltd.及其关联公司，南非零售业公司
Macy’s	指	美国梅西百货公司，是美国的著名连锁百货公司
保荐人、华泰联合证券	指	华泰联合证券有限责任公司
会计师、安永华明	指	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

律师、锦天城	指	上海市锦天城律师事务所
评估机构、上海申威	指	上海申威资产评估有限公司
激励计划	指	《上海三问家居服饰有限公司限制性股权激励计划》
《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	《三问家居股份有限公司章程（草案）》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》
《规范运作指引》	指	《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
报告期	指	2018 年、2019 年和 2020 年
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业术语

FOB	指	Free On Board，也称“船上交货价”、“离岸价”。按此术语成交，由买方负责派船接运货物，卖方应在合同规定的装运港和规定的期限内，将货物装上买方指定的船只,并及时通知买方。货物在装船时越过船舷，风险即由卖方转移至买方，是国际贸易中常用的贸易术语之一
CIF	指	Cost, Insurance and Freight, 指运保费在内条件，卖方有义务投保货物运至目的港为止的海上运输保险，并且负担保险费，故又称至目的港运保费在内条件，是国际贸易中常用的贸易术语之一
DDP	指	Delivered Duty Paid（named place of destination），进口国完税后交货（指定目的地），是国际贸易中常用的贸易术语之一
FCA	指	Free Carrier,指货交运送人条件，卖方于指定地点或地方办妥输出通关手续后，将货物交给买方指定的运送人接管时，即履行其交货义务，是国际贸易中常用的贸易术语之一
QA	指	Quality Assurance（质量保证）的简称，在家纺服装行业中，特指具有专业背景和知识的从业人员，在产品生产过程及生产完成后，遵循相关标准，对生产过程、半成品和成品进行检验，确保生产过程和产品符合质量标准
MVP	指	Most Valuable Partner（最有价值合作伙伴）的简称，指有长期稳定、持续增长合作关系，或有巨大市场影响力和潜力的客户
AQL	指	Acceptable Quality Limit 可接收质量标准的缩写，即当一个连续系列批被提交验收时，可允许的最差过程平均质量水平。AQL 普遍应用于各行业产品的质量检验，不同的 AQL 标准应用于不同物质的检验上
全案设计	指	为客户提供全流程的完整解决方案，包括市场调研分析、趋势发布、相关多品类的产品企划、产品设计方案、样品报价及市场营销方案等
专案设计	指	基于某种面料/纱线，从市场流行的风格，工艺等着手，根据客户属性或研发可行性，做多品类的研发设计方案
验厂	指	对工厂进行审核，按照相关标准文件和准则进行的检验，内容通常包括社会责任、技术和反恐。确定此生产场所和场所内的专业器材、管

		理、人员和操作流程等符合标准和准则。
大货	指	试样阶段确认后，可以按照标准进行的产品批量生产
打样	指	通过少量的样品的制作，将大货的效果表现出来。对产品从基本属性（材料、花型、颜色等）、工艺操作和价格等方面进行的产品验证。供客户确认或供工厂大货生产时参考
裁剪	指	根据生产要求，将整块的面料或其它物料剪切成特定数量和形状的小片
缝制	指	对已裁剪好的面料片，按照纺织成品的形状属性，片和片之间用针线进行缝合，形成完整的产品
后整	指	产品缝制完成后至包装前的生产工序，通过物理的方法，如剪线、开扣眼、钉扣子、拍打（靠垫等充芯产品）、整烫等方法，实现产品的完整功能、改善产品的外观和内在品质，是提高产品使用性能的加工过程
充芯	指	向靠垫等设计有填充物的产品的外壳中装满填充物
封口	指	充芯等产品在缝制时会按工艺设计留下一小段开口不缝合，供充芯时使用，充芯完成后，再将留下的小段开口缝合，完成成品
拍打	指	填充类产品完成充芯和封口后，通过手工或机器拍打产品表面、轻摔、搓揉等方法，使内部填充物分布均匀，提升产品外观和内在品质
检验	指	产品完成后，检查产品的各个细节，包含原材料、缝制工艺、后整水平等，确定产品是否合格、是否达到客户下单要求的过程
包装	指	将检验合格的产品按客户要求的方式包装成可销售、可运输的形式
审单	指	对合同、订单以及相关税务、报关等单据进行审核，确保描述和信息正确
评审	指	对研发设计的图稿、研发样品等进行从审美，销售，使用等提出指导性的建议和意见
Oeko-Tex Standard 100	指	Oeko-Tex Standard 100，即 Oeko-Tex 标准认证，是 Oeko-Tex 国际环保纺织协会制定的标准认定。Oeko-Tex Standard 100 规定的标准是根据最新的科学知识，对纱线、纤维以及各类纺织品的有害物质含量规定限度。只有按照严格检测和检查程序提供可证明质量担保的生产商才允许在他们的产品上使用 Oeko-Tex 标签
GRS 4.0	指	Global Recycled Standard 4.0，即全球再生标准 4.0。全球回收标准，2008 年诞生于荷兰，它是一项国际、资源和全面的产品标准，规定了回收内容、产销监管链、社会和环境实践以及化学品限制的第三方认证要求。2017 年 GRS 标准 4.0 版本生效并沿用至今，其认证主要集中在瓶片制造纤维工艺相对成熟的纺织服装界
PLM	指	产品生命周期管理（Product Lifecycle Management，PLM），PLM 是一种应用于在单一地点的企业内部、分散在多个地点的企业内部，以及在产品研发领域具有协作关系的企业之间的，支持产品全生命周期的信息的创建、管理、分发和应用的一系列应用解决方案，它能够集成与产品相关的人力资源、流程、应用系统和信息
SRM	指	SRM 是 Supplier Relationship Management 的缩写，即供应商关系管理
TPP	指	跨太平洋伙伴关系协定（Trans-Pacific Partnership Agreement），是重要的国际多边经济谈判组织，前身是跨太平洋战略经济伙伴关系协定（Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement，P4）。是由亚太经济合作组织成员国中的新西兰、新加坡、智利和文莱四国发起，从 2002 年开始酝酿的一组多边关系的自由贸易协定，原名亚太自由贸易区，旨在促进亚太地区的贸易自由化

RCEP	指	区域全面经济伙伴关系协定（Regional Comprehensive Economic Partnership）是 2012 年由东盟发起，历时八年，成员包括中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰和东盟十国共 15 方而制定的协定。目标是共同建立一个现代、全面、高质量以及互惠共赢的经济伙伴关系合作框架，以促进区域贸易和投资增长，并为全球经济发展作出贡献

特别说明：

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

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

第二节 概览

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

一、发行人基本情况及本次发行的中介机构

（一）发行人基本情况			
发行人名称	三问家居股份有限公司	**成立日期**	2013-12-10
注册资本	7,500 万元	**法定代表人**	王耀民
注册地址	上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号楼二层	**主要生产经营地址**	上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号、12 号、17 号
控股股东	上海三问投资控股集团有限公司	**实际控制人**	王耀民、程晖
行业分类	F51：批发业。	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	华泰联合证券有限责任公司	**主承销商**	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	上海申威资产评估有限公司

二、本次发行的概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过2,500万股	**占发行后总股本比例**	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过2,500万股	**占发行后总股本比例**	不低于 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	不超过 10,000 万股		
每股发行价格	【 】元		
发行市盈率	【 】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
发行前每股净资产	【 】元	**发行前每股收益**	【 】元
发行后每股净资产	【 】元	**发行后每股收益**	【 】元

发行市净率	【 】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用向战略投资者定向配售、或网下向符合条件的投资者询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式、或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的战略投资者、询价对象以及已开立深圳证券交易所股票账户并开通创业板交易的境内自然人、法人等创业板市场投资者，但法律、法规及深圳证券交易所业务规则等禁止参与者除外
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	无
募集资金总额	【 】万元
募集资金净额	【 】万元
募集资金投资项目	年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目
	数字化设计展示中心建设项目
	数字化管理平台建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额为【 】万元，包括：承销及保荐费【 】万元、审计及验资费【 】万元、评估费【 】万元、律师费【 】万元、发行手续费【 】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【 】年【 】月【 】日
开始询价推介日期	【 】年【 】月【 】日
刊登定价公告日期	【 】年【 】月【 】日
申购日期和缴款日期	【 】年【 】月【 】日
股票上市日期	【 】年【 】月【 】日

三、发行人主要财务数据和财务指标

项目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
资产总额（万元）	87,344.50	54,475.39	48,413.23
归属于母公司所有者权益（万元）	41,912.35	31,548.67	23,701.79
资产负债率（母公司）	53.50%	45.06%	51.31%
营业收入（万元）	179,119.15	110,388.68	108,088.41
净利润（万元）	10,944.65	7,302.52	6,599.08
归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,346.35	7,848.60	6,936.05

项目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,826.05	7,704.10	6,678.90
基本每股收益（元/股）	1.51	1.05	不适用
稀释每股收益（元/股）	1.51	1.05	不适用
加权平均净资产收益率	30.48%	28.41%	34.29%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	3,031.33	8,969.01	-1,863.80
现金分红（万元）	997.50	-	-
研发投入占营业收入的比例	0.21%	0.20%	0.06%

四、发行人的主营业务经营情况

三问家居是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，定位为“做全球客户与供应商最有价值合作伙伴”，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品，具体包括客厅场景的靠垫、毯子、披巾，卧室场景的床品、浴袍、睡衣，以及家居休闲服、运动休闲服、配饰等。

原创设计能力是公司与客户合作的基础与核心优势。公司秉持“设计点亮生活，创新引领未来”的理念，坚持产品主义和长期价值创新，通过跨国、跨文化的设计师团队，数字化、模块化和矩阵式的设计流程，形成能准确把握市场和客户需求、产出高效的原创设计体系，设计活动涵盖市场趋势调研、面料材质研选、主题和花型设计、产品单体设计、产品全案/专案设计和营销推广的完整体系。

供应链管理能力是公司落地设计理念和产品价值交付的可靠保障。公司与国内多家纺织服装生产企业保持长期合作，建立了包括生产工厂筛选、产品质量控制和报关出货的完整供应链管理体系，能满足客户对产品质量、人权保护、品牌保护等多方面的严格要求，且在长期合作过程中得到了 Target, Nordstrom, Lands’ End, Carrefour, J.C. Penney 和 Dunelm 等大客户的信任和授权，获得自主验货权限。同时，公司保有小部分自有产能作为样板工厂，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。

三问家居践行“三省吾身，与时俱进”的司训，致力于通过创新和设计成为全球细分行业的领导者。经过多年经营，公司客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，为 Target, Matalan, Nordstrom,

Barefoot Dreams, Vera Bradley 等全球超过 190 家中大型零售商和中高端品牌商客户提供相关产品。

2020 年新冠疫情爆发之后，公司充分发挥供应链管理和既有的全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，既满足了客户对防疫物资的需求，增强了客户对公司供应链管理能力的认可，也实现了 74,009.18 万元的新增收入，增加了公司利润。未来，公司仍将依托自身的原创设计和供应链管理优势，继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，预计该类业务未来将保持平稳增长；公司医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。

五、发行人科技创新、模式创新、业态创新或新旧产业融合情况

（一）公司以成熟、规范及标准化的底层基础，驱动及支撑研发设计人员进行原创设计，产品满足了客户对创新、创造、创意的需求

公司在多年服务于国外客户的过程中，已形成独特的研发创新策略、统一的产品价值标准和时尚设计语言、模块化和矩阵式的设计流程、数字化的研发设计管理，从而构建了成熟、规范及标准化的研发设计体系作为底层基础。公司研发设计人员在底层基础和既有资源之上进行研发创新，并且通过与面料研发、营销企划相结合，推出的原创设计产品满足了客户对创新、创造、创意的需求。

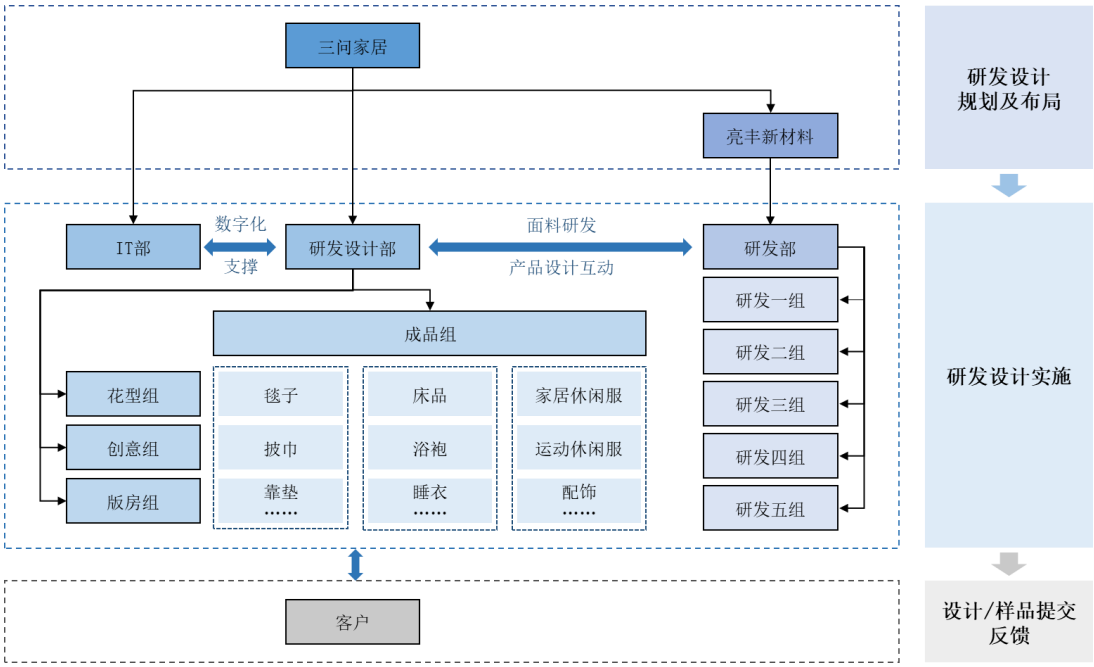
1、公司坚持创新创意的设计理念

公司**自成立之初即将原创设计作为努力构建的核心竞争力，**原创设计能力是公司与客户合作的基础与核心优势，公司秉持“设计点亮生活，创新引领未来”的理念，坚持双焦点、多品类、全案设计的研发创新策略，并拥有**统一**的产品价值标准和时尚设计语言。

2、公司设计模式的创新创意

公司积极探索设计模式创新，以产品设计与面料研发双向驱动产品创新，对研发设计项目进行模块化和矩阵式的流程管理。公司在进行设计活动时，将前端面料和纱线研发规划、中端围绕产品的花型和创意设计、后端版房打样及修改等程序，分解成单个项目模块，以成品组为纵向研发设计线条，花型组、创意组和版房组为横向研发设计线条，组成了研发设计项目的矩阵式管理。模块化和矩阵

式的设计流程管理可以高效推进项目进程。



3、公司利用数字化管理支撑原创设计

公司对研发设计过程中形成的面料和纱线、主题、花型和颜色、工艺等成果和经验沉淀进行数字化管理，通过字段注释的形式，形成有效的电子字典库，可进行快速检索。**电子字典库完整记录了每款产品的设计要素等数据，结合客户的选中率，相关数据及信息能够及时反馈到公司。便于公司及时了解并修改以满足客户的需求，并据此做出迅速的调整。比如公司推出的产品如成为爆款，公司会继续向客户推出类似的热销新产品，数字化的研发设计管理将加速新产品推出的效率和精准度。**助力公司为不同客户的个性化需求提供快速精准的解决方案。

公司申报的“创意设计管理的数字化建设与应用”，于 2020 年 12 月 25 日被上海市企业管理现代化创新成果评审委员会评审为“2020 年上海市企业管理现代化创新成果”三等奖。

4、公司将创新创意融合到产业链前端的面料开发

公司在提升家用纺织品和家居服饰产品的研发设计能力的同时，也注重面料技术研发。公司于 2018 年 6 月将内部面料部门设置为独立子公司亮丰新材料，专注于纺织面料与功能性面料的研发、供应链管理及销售，围绕特殊的功能性、

良好的触感和视觉效果等要素进行面料研发，**是公司创新理念向上游的延伸。**

公司精准捕捉流行趋势和消费者偏好的**家纺服饰原创**设计能力与面料研发能力**双向驱动**，是公司**为客户提供**持续创新创意的**产品**的有力保障。

5、公司将研发设计活动的创新创意向营销企划延伸

近年来，公司积极探索为客户提供产品的营销企划作为研发设计活动的延伸，通过品牌、消费者和品类等市场调研，将营销企划融入到产品设计中。在部分客户的经营实践中取得了较好的市场反馈，为客户带来了一定的收入规模。

例如，公司客户 Vera Bradley 是美国著名的轻奢箱包品牌，以花色布包设计著称,以自然、复古和时尚的风格赢得年轻女性的喜爱。公司根据 Vera Bradley 箱包全棉、印花、绗缝的工艺特点，向其建议进行适当的品类延伸，以女性携带箱包外出的场景作为切入点，很自然地延伸到旅行场景的产品应用，为之提供了“旅行毯”的企划设计。该营销企划使 Vera Bradley 的旅行毯产品赢得了较好的市场反响。最近三年，公司对其收入分别为 2,286.30 万元、6,056.74 万元和 4,197.13 万元，取得了较高的销售收入。

6、公司的原创设计能力得到认可，产品满足了客户对创新、创造、创意的需求

公司拥有跨国、跨文化的**研发**设计团队，**以包括研发流程、设计语言和评审标准等成熟、规范的研发设计体系来引导研发设计团队在体系中进行协同及利用既有的资源为客户高效的进行产品研发设计。**

报告期内，公司每年自主开发及为客户专案设计的基础图稿数量分别为 8,675 张、11,817 张和 10,859 张，设计能力较强。公司的设计能力得到客户青睐和市场的认可。**报告期内，发行人为前十大家纺、服饰类客户提供的原创设计产品收入占对该客户家纺、服饰类产品总收入的比例分别为 81.65%、76.95%和 74.77%。**2020 年 12 月 24 日，公司被上海市经济和信息化委员会评定为 2020 年度“上海市设计引领示范企业”。

（二）公司的供应链管理有助于产业链形成良性的业务闭环，利于提高管理效率

1、公司的供应链管理已形成产业链的良性业务闭环

基于长期服务于国外中大型零售商和中高端品牌商客户的经验，依托建立的严格品控制度及供应链管理经验优势，公司与传统的家纺服饰生产工厂合作，共同为国外客户提供高质量的产品。

公司对供应链管理环节进行高度把控，形成了以严格的供应商筛选及通过率近100%的验厂辅导、精准的供需匹配、严格而统一的质量管理、凭借海关AEO高级认证带来的高效货物出运、完善的售后服务、持续提高供应链及供应商的水平等多个环节构成的良性业务闭环。有助于传统家纺服饰产业链的提高与良性发展。

2、公司凭借供应链管理能力，获得了为部分战略客户验货的资格，利于提高供应链管理的效率

在与客户长期合作的过程中，发行人凭借优秀的供应链管理能力，得到了Target, Nordstrom, Lands’ End, Carrefour, J.C. Penney 和 Dunelm 等部分战略性大客户的信任和授权，获得为上述客户进行自主验货的权限。充分体现了公司对国外客户的品质需求的熟练掌握、对合作工厂的质量控制水平以及战略性大客户对公司供应链管理能力的信任。减少了客户直接或第三方验货的环节，提升了供应链管理效率。

（三）公司在产业链的新旧融合中充分发挥自身的优势，凸显核心竞争力

自 2020 年 10 月开始，我国陆续发布了《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》和《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》等政策法规，要求创新业态模式，促进外贸综合服务企业发展；提高出口产品质量，加强全面质量管理，严把供应链质量关；稳步提高出口附加值；引导企业深耕传统出口市场，创新发展服务贸易，推动传统业态转型升级，促进业态融合创新，不断探索新的外贸业态和模式。

公司在产业链中发挥的作用符合国家的发展战略。自成立以来，三问家居

就定位为“以服务为中心”的贸易商，而不仅是“以商品为中心”的贸易商。公司深入挖掘国外零售商和品牌商的产品需求与采购环节信息不对称的痛点，同时结合国内传统的家纺服饰生产企业的过剩的产能供给及较为薄弱的质量管理、设计能力和海外市场开拓能力等实际情况，以自身原创设计和供应链管理能力助力产业链的设计能力及整体效能的提升。

在赋能于**下游**客户**方面，公司让零售商和品牌商等客户集中精力搞好终端销售和服务，**持续为客户提供**具有设计内涵、**高品质、高性价比和可靠的产品；**在**赋能于**上游**供应商**方面，**公司获取的订单主要向国内众多的纺织服装工厂定制采购，有效利用了长三角地区充裕的纺织服装产能，**让生产工厂全力以赴搞好产品的生产制造，**助力设计能力和接单能力较弱的传统纺织服装工厂提升产能利用率。**公司在产业链中的核心竞争力有助于推动产业链的新旧融合，提高了整个产业链的运行效率，**兼具经济效益和社会效益。

六、发行人选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条规定，公司选择的具体上市标准为“（一）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 年度和 2020 年度，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,704.10 万元和 7,826.05 万元，符合上述标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

公司不存在红筹架构或表决权差异等特殊安排。

八、募集资金用途

本次募集资金投资项目经公司 2020 年第三次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施，用于下列项目建设：

单位：万元

序号	募集资金投资方向	预计总投资额	建设期（月）	拟用募集资金金额	
				金额	比例
1	年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目	30,778.87	24	29,198.68 注	54.69%

2	数字化设计展示中心建设项目	8,621.80	24	8,621.80	16.15%
3	数字化管理平台建设项目	3,368.10	12	3,368.10	6.31%
4	补充流动资金	12,201.01	-	12,201.01	22.85%
合计		**54,969.78**		**53,389.59**	**100.00%**

注：该金额与预计投资总额的差异为土地购置款

若公司首次公开发行新股实际募集资金净额不能满足上述募投项目的资金需求，董事会可以根据拟投资项目实际情况对上述单个或多个项目的拟投入募集资金金额进行调整，或者通过自筹资金解决。

公司首次公开发行新股募集资金到位前，若因生产经营或市场竞争等因素致使必须及时对上述全部或部分项目进行前期投入的，公司拟通过自筹资金进行先期投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换前期投入资金。

本次募集资金运用具体情况请参阅本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	本次公开发行股票不超过 2,500 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形
占发行后总股本的比例	不低于25%
每股发行价格	【 】元
发行市盈率	【 】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）
发行前每股净资产	【 】元（按【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【 】元（按【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【 】倍（按本次发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	采用向战略投资者定向配售、或网下向符合条件的投资者询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式、或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的战略投资者、询价对象以及已开立深圳证券交易所股票账户并开通创业板交易的境内自然人、法人等创业板市场投资者，但法律、法规及深圳证券交易所业务规则等禁止参与者除外
承销方式	余额包销
发行费用概算	【 】万元
其中：承销费用	【 】万元
保荐费用	【 】万元
审计费用	【 】万元
评估费用	【 】万元
律师费用	【 】万元
发行手续费用	【 】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称	华泰联合证券有限责任公司
法定代表人	江禹

住所	深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401
联系地址	上海市浦东新区东方路 18 号保利广场 E 座 20 楼
联系电话	021-38966911
传真	021-38966500
保荐代表人	覃文婷、姜海洋
项目协办人	梁旭
项目组其他成员	於桑琦、董辰晨、俞方一、杜岩松、吕潇楠、王正睿

（二）律师事务所

名称	上海市锦天城律师事务所
负责人	顾功耘
住所	上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 9、11、12 层
联系电话	021-20511000
传真	021-20511999
经办律师	江志君、张世骏

（三）会计师事务所/验资机构/验资复核机构

名称	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	毛鞍宁
住所	北京市东城区东长安街 1 号东方广场安永大楼 17 层 01-12 室
联系电话	010-58153000
传真	010-85188298
经办注册会计师	都蕾、章艳

（四）资产评估机构

名称	上海申威资产评估有限公司
法定代表人	马丽华
住所	上海市虹口区东体育会路 860 号 2 号楼 202 室
联系电话	021-31273006
传真	021-31273013
经办注册资产评估师	李芹、王培金

（五）股票登记机构

股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
法定住所	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（六）保荐人（主承销商）收款银行

名称	中国工商银行股份有限公司深圳分行振华支行
户名	华泰联合证券有限责任公司
账号	4000 0102 0920 0006 013

（七）申请上市证券交易所

名称	深圳证券交易所
联系地址	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

三、发行人与本次发行有关中介机构的关系

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、本次发行上市的重要日期

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

第四节 风险因素

投资者在评估本公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述各项风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、经营和管理风险

（一）国际贸易形势变动的风险

公司产品以外销为主，受国际贸易形势和国家间相对成本优势的影响较大。报告期内，公司外销收入分别为 106,227.45 万元、102,162.27 万元和 167,250.98 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 98.40%、92.64%和 93.40%。其中，对欧美市场实现的收入分别为 99,962.13 万元、95,720.16 万元和 154,676.81 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 92.59%、86.80%和 86.37%。

近年来，以中美贸易摩擦为主导的国际贸易形势较为动荡，全球范围保守主义和贸易保护主义再度抬头。2020 年 1 月，中美经贸第一阶段协议正式签署，中美贸易摩擦有暂缓趋势，但未来走向仍存在不确定性。在此背景下，若公司主要客户所在国家对中国公司采取针对性关税惩罚、非关税壁垒等措施，客户可能因此减少采购或转向其他国家供应商，对公司的海外客户销售带来不利影响。

（二）服装纺织产业向海外转移的风险

近年来，随着国内劳动力成本持续上升和东南亚地区国家对纺织行业支持力度的不断提高，全球纺织服装行业呈现出向东南亚地区转移的趋势。公司顺应该趋势，已着手布局东南亚供应链，但与东南亚当地企业相比，公司在该地区的供应链成熟度、完整度等方面尚有一定差距，在政商关系、用工管理等方面也存在劣势，如公司的供应链转移步伐跟不上全球纺织服装行业的产业转移速度，公司可能面临市场份额下降的风险。

（三）向合作工厂定制采购的管理风险

公司的业务定位为产品的原创设计和供应链管理，将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理。公司与客户签订销售订单后，会在供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。我国的纺织服装行业产业链配套完善

且较为成熟，公司所在的长三角地区纺织服装企业较多，已形成产业集群，产能充足。截至本招股说明书签署日，公司已拥有超过 150 多家长期合作的工厂。报告期内，公司家纺、服饰和面料等产品向合作工厂定制采购的营业成本金额占公司当期主营业务成本的比例分别为 82.91%、76.43%和 80.24%，公司向合作工厂定制采购的销售数量占公司当期销售数量的比例分别为 85.90%、85.39%和 85.43%，向合作工厂定制采购比例较大。

由于合作工厂并非公司直接管理，其生产经营受到设备及技术水平、生产加工工艺、工人数量、产能及生产计划、管理能力等因素的综合影响，可能出现无法按照公司的销售计划保质保量且按时提供产品的情形，从而对公司与客户的合作关系产生不利影响。未来，若合作工厂的产能、产品质量无法满足客户需求，则可能对公司维持或提升经营规模产生不利影响。

（四）客户验厂要求提高的风险

公司的境外客户对于生产工厂的合法合规性要求较高，一般会提出人权验厂、反恐验厂等对于生产工厂的准入要求，对于生产工厂的上述要求最终转化为公司对外采购或自行生产的准入成本。若未来境外客户提高对于生产厂家的验厂要求，可能导致公司长期合作的生产工厂因不能满足要求而无法继续合作，或者增加生产工厂的合规成本，最终导致公司产品成本的增加。

（五）产品质量风险

公司产品主要销往欧美市场，客户对产品品质要求较高。公司的业务定位为产品的原创设计和供应链管理，将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理，最终产品来源包括公司自产和对外采购。虽然公司建立了较为完善的质量控制体系，在订货、生产和销售环节均会对产品质量进行把控，但仍存在出现产品质量问题的风险。若未来公司产品出现重大质量问题，将面临客户索赔、减少订单和终止合作等风险，对公司品牌声誉和生产经营造成不利影响。

（六）人才储备不足和人员流失的风险

公司产品作为大众消费品需要紧跟市场潮流，对设计时效性和美观性要求较高。目前，公司拥有一支紧贴市场需求、专业能力较强的研发设计团队，截至 2020 年 12 月末，公司拥有研发设计人员 75 人。然而，随着公司未来业务的拓

展，若无法及时扩充高质量的设计人才储备，现有的设计团队可能无法满足业务发展要求。同时，目前的设计团队也存在人员流失的风险，从而可能给公司的生产经营造成不利影响。

（七）业绩季节性波动风险

公司的营业收入以外销为主，存在季节性波动，春夏较低，秋冬较高，一方面因为欧美的传统节日万圣节、圣诞节、新年等都集中在秋冬，另一方面公司主要产品用料是“花式纱线+绒类面料”的组合，更适合秋冬季使用。2018 年至 2020 年，公司除医护业务外，家纺、服饰、面料和其他业务第三、第四季度合计实现销售收入分别为 75,333.06 万元、82,890.38 万元和 81,122.18 万元，占上述业务全年主营业务收入的比例分别为 69.78%、75.16%和 77.21%。因此，公司营业收入的季节性特征将导致公司经营业绩的季节性波动。

（八）新冠疫情带来经营业绩下滑的风险

公司的销售收入大部分为外销收入，且以美国和欧洲地区为主。2020 年度，公司向美国和欧洲地区的销售额分别为 121,028.88 万元和 33,647.93 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 67.58%和 18.79%。目前，新冠疫情在欧洲、北美洲等全球多地区持续蔓延，客户需求受疫情影响而减小，公司 2020 年除医护类外的产品销量同比有所下滑，除医护类产品外的主营业务收入同比下降 4.72%。如果新冠疫情在全球范围内无法得到有效控制，将影响公司除医护类外的产品销量，对公司经营业绩造成不利影响。

2020 年，公司针对疫情带来的医护类产品需求，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，实现营业收入 74,009.18 万元，占当期主营业务收入的 41.33%。未来，随着新冠疫情在全球范围内逐步缓和，公司的医护类产品销售规模可能逐步萎缩，短期内可能降低公司的营业收入和盈利水平，公司主营的家纺、服饰和面料等业务仍将是未来营业收入和盈利的主要来源。

（九）行业竞争加剧的风险

与公司核心业务相关的家纺、家居服饰行业竞争较为激烈。中国 2019 年末纺织服装、服饰业和纺织业规模以上企业合计超过 3 万家，市场的参与主体较多，集中度不高，单个企业的市场占有率较低。根据 Trade Map 数据统计，2018 年

至 2020 年中国对美国和欧洲地区的家用纺织品和家居服饰产品的出口合计金额分别为 961.80 亿美元、923.78 亿美元和 1,146.76 亿美元。以此测算，公司的市场占有率分别为 0.15%、0.16%和 0.18%[1]。

报告期内，公司凭借高质量的产品与独特的原创设计与众多海外中大型零售商及品牌商保持了良好的合作关系，市场占有率较为稳定，但若未来行业竞争进一步加剧，公司的竞争压力将会增加，如公司不能维持向主要客户的销售份额并且持续拓展新客户，则公司营收和盈利能力可能因此受到不利影响。

二、技术风险

公司一直凭借敏锐的时尚嗅觉和设计积累，与众多海外中大型零售商和中高端品牌商保持良好的合作关系。另外公司通过技术研发，在面料材料创新方面积累了多项专利，这些成果构成了公司的核心竞争力。

但若公司未能保持在原创设计中的优势，无法持续凭借着新颖的原创设计成果满足客户需求，或公司面料研发落后于行业内其他公司，则存在重要客户流失、市场份额下降的风险，进而给公司盈利能力和未来业绩带来不利影响。

三、财务风险

（一）汇率波动的风险

公司的销售收入大部分为外销收入，报告期内，公司外销收入分别为 106,227.45 万元、102,162.27 万元和 167,250.98 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 98.40%、92.64%和 93.40%。公司的外销收入主要以美元等外币结算，汇率波动将对公司产品在国际市场的竞争力和公司盈利情况产生较大影响。报告期内，公司因汇率波动产生的汇兑损益分别为 1,072.85 万元、305.37 万元和 -3,528.38 万元。

为减小汇率波动对经营业绩带来的不确定性影响，2018 年起，公司在可交割的美元额度内，开始使用锁汇工具对冲汇率波动风险。报告期内，公司各期锁汇金额分别为 2,710.00 万美元、14,530.00 万美元和 17,300.00 万美元。2018 年和 2019 年，由于美元兑人民币汇率处于升值趋势，公司因外汇远期合约交割产生

[1] 含口罩等纺织品，不含手套等其他医护类产品

的投资损失分别为 471.89 万元和 588.67 万元，2020 年度，受美元兑人民币汇率下降的影响，公司因外汇远期合约交割产生投资收益 2,368.98 万元。公司使用锁汇工具一定程度对冲了汇率波动对经营业绩的影响。由于公司对客户的付款时间不能精确掌控，因此，公司只能在确保有交割能力的额度内进行锁汇操作，不能覆盖全部的外币应收账款，超出部分公司仍需承担汇率波动的风险。因此，尽管公司已采取措施进行风险对冲，仍不能完全规避汇率波动带来的影响。

（二）使用外汇管理工具的风险

公司业务以外销为主，为防范汇率波动对公司经营业绩产生影响，公司使用了远期结售汇和外汇期权作为外汇管理工具。公司使用外汇管理工具的主要风险为市场风险，当汇率波动幅度较大，且交割日的汇率优于合约中的约定的远期汇率时，将可能造成公司因履行远期结售汇合约产生的投资损失；虽然公司通过锁汇工具能够一定程度上对冲汇率波动对经营业绩的影响，但公司外汇管理专业人员需要具备专业知识和从业经验，如果出现外汇管理工具选择不当、合同条款的拟定不够严谨，公司均有可能产生损失。

（三）出口退税政策变动的风险

公司出口产品享受增值税出口退税政策。报告期内，公司适用的出口退税率分别为 17%、16%和 13%，公司收到的增值税出口退税金额分别为 20,558.18 万元、11,909.19 万元和 16,364.70 万元。出口退税是国际上较为通行的政策，对于提升本国企业在国际市场上的竞争力、促进出口贸易有重要作用，在可预见的未来，出口退税政策发生变化的可能性较低。但根据国际贸易形势及财政预算的变化，国家可能会对出口退税政策进行适度调整，从而整体传递影响中国纺织品服装产业链条。

公司的定价策略是确定自身的目标毛利率，在与客户协商确定采购价格后寻找适合的供应商，以尽量满足自身的毛利率目标。因此，当出口退税政策出现不利变化时，公司可以在一定程度上向生产工厂传导，但难以完全传导，并且公司自有工厂也承担部分产能，出口退税政策的不利变化最终将由生产工厂和公司共同分担，会对公司收益将产生不利的影响。

（四）净资产收益率下降的风险

报告期内，公司的加权平均净资产收益率分别为34.29%、28.41%和30.48%。本次公开发行股票后，公司的净资产将大幅增长，但由于募集资金投资项目从投入实施到产生效益需要一定周期，公司的净利润可能无法与净资产同步增长，因此，在本次发行完成后的一定时期内，公司净资产收益率将会出现一定程度的下降。

四、客户注册于境外导致维权困难的风险

公司产品主要以外销为主，多数客户为海外客户，遍布美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区。公司客户的质量较高，绝大多数客户均在中国出口信用保险公司的承保名单里，尽管如此，仍可能存在部分未承保客户应收账款无法收回，或已承保客户欠款超出赔付上限的可能。若海外客户在中国境内未设立经营实体，则公司需通过境外法律体系维护权益，相关维权成本较高，公司存在难以通过法律手段维护自身权益的风险。

五、创新风险

公司正在从事的研发项目主要集中在功能性面料产品方向，该功能性面料的创新与研发均存在一定的风险和不确定性。且因开发周期较长，市场偏好和消费者需求可能迅速变化，而导致该新开发面料上市后无法满足广大消费者的需求，存在新研发产品收入增长不及预期的风险。

六、募集资金投资项目风险

本次发行后，公司计划将募集资金用于年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目，数字化设计展示中心建设项目，数字化管理平台建设项目以及补充流动资金等。募集资金投资项目若能顺利实施，将提高公司的精益产能，提高公司的产品设计、产品推广和经营管理能力，从而进一步提高公司的核心竞争力和盈利能力。

募集资金投资项目建设完成后，对募投项目的管理和运营水平将影响其能否如期实现预期收益。若发行人相关管理人员的储备不足，可能导致公司现有管理人员无法满足公司规模扩张的需求，从而使得募集资金投资项目未能实现预期的

收益。

募集资金投资项目建成后，发行人每年将新增约 2,300.00 万元的固定资产折旧及无形资产摊销。若新增产能利用不足或项目未能实现预期的效益，将对发行人未来经营业绩产生一定的不利影响。

本次发行募集资金到位后，公司的总股本和净资产将会增加，而募投项目的建设需要一定时间，在建设周期内，公司的净利润可能无法快速同步增长，从而导致公司存在建设期内即期回报被摊薄的风险。

七、实际控制人不当控制的风险

公司的实际控制人为王耀民、程晖夫妇。本次发行前，实际控制人合计控制公司 78.36%的股份，且王耀民为公司董事长兼总经理。本次发行后，实际控制人将合计控制公司 58.77%的股份，处于控制地位。如果实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权等方式对发行人的人事任免、经营决策等进行不当控制，可能会损害发行人及中小股东的利益。

八、发行失败风险

公司申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、公司所处行业发展情况、资本市场整体情况、投资者对公司未来发展前景的认可程度、投资者对发行价格的判断等多重因素的影响，可能存在因认购不足而导致的发行失败风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：	三问家居股份有限公司
英文名称：	Shanghai Sunwin Industry Group Co., Ltd.
注册资本：	7,500 万元
法定代表人：	王耀民
成立日期：	2013 年 12 月 10 日
整体变更日期：	2019 年 12 月 24 日
统一社会信用代码：	91310000MA1K32TT0A
住所：	上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号楼二层
邮编：	201114
联系电话：	021-60360288
传真：	021-60360588
互联网网址：	www.sunwin-sh.com
电子信箱：	justinjia@sunwin-sh.com
负责信息披露和投资者关系的部门：	部门：董事会秘书办公室 负责人：贾骏 联系电话：021-60360380

二、发行人设立情况和报告期内的股东变化情况

（一）发行人设立情况

1、三问有限设立情况

发行人前身三问有限系由三问国际以货币方式出资设立的有限责任公司，设立时公司名称为“张家港市中堂服装有限公司”，住所为“张家港市常阴沙现代农业示范园区常南社区 3 幢”，注册资本为 500 万元，法定代表人为王耀民，经营范围为“服装制造、加工、销售；服装及辅料、纺织品、针织品、纺织原料购销；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）”。

2013 年 12 月 9 日，苏州精略会计师事务所（普通合伙）出具了苏精内验（2013）第 1481 号《验资报告》，验证截至 2013 年 12 月 9 日，三问有限已收到股东三问国际以货币方式缴纳的注册资本合计 500 万元。

2013 年 12 月 10 日，三问有限取得苏州市张家港工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。

三问有限设立时，股东及股权结构如下表所示：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问国际	货币	500.00	500.00	100.00%
合计			**500.00**	**500.00**	**100.00%**

2、三问家居设立情况

2019 年 11 月 21 日，安永华明出具了安永华明（2019）专字第 61419698_B01 号《审计报告》，确认截至 2019 年 9 月 30 日，三问有限经审计的净资产为 25,141.15 万元。

2019 年 11 月 22 日，上海申威以 2019 年 9 月 30 日为基准日，对三问有限净资产进行评估，出具了沪申威评报字[2019]1357 号《上海三问家居服饰有限公司拟股份制改制涉及的资产和负债价值评估报告》，确认三问有限净资产评估的公允价值为 33,245.86 万元。

2019 年 11 月 23 日，三问有限召开临时股东会作出决议，审议通过《关于确认股改审计、评估结果的议案》和《关于确定股改方案的议案》等议案，同意将三问有限整体变更设立为股份有限公司。

2019 年 12 月 8 日，三问家居召开创立大会暨第一次股东大会，决议同意由有限公司的全体股东作为发起人，将有限公司整体变更为股份有限公司。以经安永华明审计的截至 2019 年 9 月 30 日的账面净资产 25,141.15 万元折股投入，其中计入股本 7,500.00 万元，计入资本公积 17,641.15 万元。

安永华明针对本次整体变更注册资本的实收情况进行了审验，并出具了安永华明（2019）验字第 61419698_B01 号《验资报告》。

2019 年 12 月 24 日，三问家居在上海市市场监督管理局完成整体变更的工商登记，并取得统一社会信用代码为 91310000MA1K32TT0A 的《营业执照》。

股份公司设立时，各发起人的持股数量和持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	三问投资	4,057.5675	54.1009
2	王耀民	928.1220	12.3750
3	海富长江	480.7725	6.4103
4	顾家家居	360.5775	4.8077
5	江阴海澜之家	360.5775	4.8077
6	程晖	356.9700	4.7596
7	中比基金	240.3844	3.2051
8	宁波新泉	237.9801	3.1731
9	天问思享	230.7675	3.0769
10	天问新泉	65.4075	0.8721
11	笪汉青	59.4975	0.7933
12	陈贤付	49.9760	0.6663
13	王浩群	35.7000	0.4760
14	戴小明	35.7000	0.4760
合计		**7,500.0000**	**100.0000**

发行人自股份公司设立以来，截至本招股说明书签署日，股权结构未发生过变更。

（二）报告期内的股本和股东变化情况

公司自 2013 年 12 月设立至 2016 年末期间，共发生过 1 次增资和 1 次股权转让。截至 2016 年末，公司的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问投资	货币	4,610.00	4,610.00	76.8333%
2	王耀民	货币	750.00	750.00	12.5000%
3	程晖	货币	300.00	300.00	5.0000%
4	笪汉青	货币	250.00	250.00	4.1667%
5	王浩群	货币	30.00	30.00	0.5000%
6	李菲	货币	30.00	30.00	0.5000%
7	戴小明	货币	30.00	30.00	0.5000%
合计			**6,000.00**	**6,000.00**	**100.0000%**

报告期内，公司股本和股东变化情况如下：

1、2017 年 10 月，第二次股权转让

2017 年 8 月 1 日，三问有限通过股东会决议，同意股东宁波新泉以 600 万元受让笪汉青持有公司 3.33%的股权（出资额 200 万元），其他股东放弃优先购买权。同日，宁波新泉与笪汉青签署《股权转让协议》，约定笪汉青将其所持公司 3.33%的股权（对应公司出资额 200 万元）作价 600 万元转让给宁波新泉。

2017 年 10 月 18 日，三问有限完成了相应的工商变更登记手续。

本次股权转让后，三问有限股权结构如下：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问投资	货币	4,610.00	4,610.00	76.8333%
2	王耀民	货币	750.00	750.00	12.5000%
3	程晖	货币	300.00	300.00	5.0000%
4	宁波新泉	货币	200.00	200.00	3.3333%
5	笪汉青	货币	50.00	50.00	0.8333%
6	王浩群	货币	30.00	30.00	0.5000%
7	李菲	货币	30.00	30.00	0.5000%
8	戴小明	货币	30.00	30.00	0.5000%
合计			**6,000.00**	**6,000.00**	**100.0000%**

本次转让的股权系笪汉青代王耀民持有、预留用于公司日后实施股权激励计划的股权，受让方宁波新泉为公司员工持股平台。本次转让系为了实施员工股权激励计划，并解除股东之间的代持关系。

本次转让完成后，全体股东所持公司股权均系真实持有，不存在委托代持的情形。

2、2017 年 12 月，第三次股权转让

2017 年 11 月 20 日，三问有限通过股东会决议，同意股东天问思享以 1,800 万元受让三问投资持有公司 10%的股权（出资额 600 万元），股东天问新泉以 1,800 万元受让三问投资持有公司 10%的股权（出资额 600 万元），其他股东放弃优先购买权。同日，天问思享、天问新泉分别与三问投资签署《股权转让协议》，约定三问投资将其所持公司 10%的股权（对应公司出资额 600 万元）作价 1,800 万元转让给天问思享，将其所持公司 10%的股权（对应公司出资额 600 万元）作价

1,800 万元转让给天问新泉。

2017 年 12 月 27 日，三问有限完成了相应的工商变更登记手续。

本次股权转让后，三问有限股权结构如下：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问投资	货币	3,410.00	3,410.00	56.8333%
2	王耀民	货币	750.00	750.00	12.5000%
3	天问思享	货币	600.00	600.00	10.0000%
4	天问新泉	货币	600.00	600.00	10.0000%
5	程晖	货币	300.00	300.00	5.0000%
6	宁波新泉	货币	200.00	200.00	3.3333%
7	笪汉青	货币	50.00	50.00	0.8333%
8	王浩群	货币	30.00	30.00	0.5000%
9	李菲	货币	30.00	30.00	0.5000%
10	戴小明	货币	30.00	30.00	0.5000%
合计			**6,000.00**	**6,000.00**	**100.0000%**

3、2018 年 3 月，第二次增资及第四次股权转让

2017 年 12 月 22 日、2018 年 2 月 2 日，三问有限分别通过两次股东会决议，同意：（1）公司新增注册资本 303.03 万元，其中 101.01 万元新增注册资本由新股东中比基金以 1,666.67 万元的价格认购，202.02 万元新增注册资本由新股东海富长江以 3,333.33 万元的价格认购，其余股东放弃优先购买权；（2）股东天问思享将其持有的 101.01 万元股份以 1,666.67 万元的价格转让给中比基金，将其持有的 202.02 万元股份以 3,333.33 万元的价格转让给海富长江，将其持有的 103.03 万元股份以 1,700 万元的价格转让给新股东顾家家居；（3）股东天问新泉将其持有的 200 万元股份以 3,300 万元的价格转让给顾家家居，持有的 303.03 万元股份以 5,000 万元的价格转让给新股东江阴海澜之家。各方已就上述增资及股权转让事项签署《股权转让协议》。

上海荣审会计师事务所有限责任公司出具荣审字（2018）第 02-007 号《验资报告》，验证截至 2017 年 12 月 29 日，三问有限已收到股东中比基金缴纳的货币资金 1,666.67 万元，其中 101.01 万元计入实收资本，1,565.66 万元溢价部分计

入资本公积；股东海富长江缴纳的货币资金 3,333.33 万元，其中 202.02 万元计入实收资本，3,131.31 万元溢价部分计入资本公积。

2018 年 3 月 6 日，三问有限完成了相应的工商变更登记手续。

本次增资及股权转让后，三问有限股权结构如下：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问投资	货币	3,410.00	3,410.00	54.1009%
2	王耀民	货币	750.00	750.00	11.8990%
3	海富长江	货币	404.04	404.04	6.4103%
4	顾家家居	货币	303.03	303.03	4.8077%
5	江阴海澜之家	货币	303.03	303.03	4.8077%
6	程晖	货币	300.00	300.00	4.7596%
7	中比基金	货币	202.02	202.02	3.2051%
8	宁波新泉	货币	200.00	200.00	3.1731%
9	天问思享	货币	193.94	193.94	3.0769%
10	天问新泉	货币	96.97	96.97	1.5385%
11	笪汉青	货币	50.00	50.00	0.7933%
12	王浩群	货币	30.00	30.00	0.4760%
13	李菲	货币	30.00	30.00	0.4760%
14	戴小明	货币	30.00	30.00	0.4760%
合计			**6,303.03**	**6,303.03**	**100.0000%**

4、2018 年 7 月，第五次股权转让

2018 年 4 月 9 日，三问有限通过股东会决议，同意股东王耀民以 30 万元受让李菲持有公司 0.48%的股权（出资额 30 万元），其他股东放弃优先购买权。同日，王耀民与李菲签署《股权转让协议》，约定李菲将其所持公司 0.48%的股权（对应公司出资额 30 万元）作价 30 万元转让给王耀民。

此次转让的股权系王耀民对李菲提供的股权激励的股份退回，2015 年 12 月李菲入股三问有限时的实际资金来源为王耀民。经双方协商，本次股权转让王耀民未支付李菲股权转让价款，实际转让价格为 0 万元。

2018 年 7 月 4 日，三问有限完成了相应的工商变更登记手续。

本次股权转让后，三问有限股权结构如下：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问投资	货币	3,410.00	3,410.00	54.1009%
2	王耀民	货币	780.00	780.00	12.3750%
3	海富长江	货币	404.04	404.04	6.4103%
4	顾家家居	货币	303.03	303.03	4.8077%
5	江阴海澜之家	货币	303.03	303.03	4.8077%
6	程晖	货币	300.00	300.00	4.7596%
7	中比基金	货币	202.02	202.02	3.2051%
8	宁波新泉	货币	200.00	200.00	3.1731%
9	天问思享	货币	193.94	193.94	3.0769%
10	天问新泉	货币	96.97	96.97	1.5385%
11	笪汉青	货币	50.00	50.00	0.7933%
12	王浩群	货币	30.00	30.00	0.4760%
13	戴小明	货币	30.00	30.00	0.4760%
合计			**6,303.03**	**6,303.03**	**100.0000%**

5、2019 年 9 月，第六次股权转让

2019 年 9 月 18 日，三问有限通过股东会决议，同意新股东陈贤付以 800 万元受让天问新泉持有公司 0.67%的股权（出资额 42 万元），其他股东放弃优先购买权。同日，陈贤付与天问新泉签署《股权转让协议》，约定天问新泉将其所持公司 0.67%的股权（对应公司出资额 42 万元）作价 800 万元转让给陈贤付。

2019 年 9 月 30 日，三问有限完成了相应的工商变更登记手续。

本次股权转让后，三问有限股权结构如下：

单位：万元

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
1	三问投资	货币	3,410.00	3,410.00	54.1009%
2	王耀民	货币	780.00	780.00	12.3750%
3	海富长江	货币	404.04	404.04	6.4103%
4	顾家家居	货币	303.03	303.03	4.8077%
5	江阴海澜之家	货币	303.03	303.03	4.8077%
6	程晖	货币	300.00	300.00	4.7596%

序号	股东	出资方式	出资额	实际出资额	出资比例
7	中比基金	货币	202.02	202.02	3.2051%
8	宁波新泉	货币	200.00	200.00	3.1731%
9	天问思享	货币	193.94	193.94	3.0769%
10	天问新泉	货币	54.97	54.97	0.8721%
11	笪汉青	货币	50.00	50.00	0.7933%
12	陈贤付	货币	42.00	42.00	0.6663%
13	王浩群	货币	30.00	30.00	0.4760%
14	戴小明	货币	30.00	30.00	0.4760%
合计			**6,303.03**	**6,303.03**	**100.0000%**

（1）陈贤付的基本情况

陈贤付，中国国籍，1980 年出生，大专学历，无境外永久居留权。2001 年 03 月至 2004 年 08 月，任广东五羊本田摩托车厂工程师助理、车间主任；2004 年 08 月至 2008 年 04 月，任上海一诺劳务有限公司经理；2008 年 04 月至今，任上海双手建筑工程有限公司总裁、监事；2014 年 07 月至 2019 年 08 月，任上海双手劳务派遣有限公司经理；2018 年 05 月至今，任江西双手劳务派遣有限公司总裁、监事；2019 年 06 月至今，任上海纽盈健康科技有限公司执行董事；2019 年 08 月至今，任安徽国远建设集团有限公司执行董事、总经理。陈贤付自 2004 年开始自主创业，投资或经营的公司主要从事建筑劳务外包服务相关业务。

（2）入股背景情况

陈贤付与王耀民系朋友关系，因看好公司发展前景及投资价值，希望作为财务投资者入股公司。本次转让价格为 19.05 元/出资额，双方综合考虑公司的财务及经营状况、未来发展前景等因素，经协商确定。本次股权转让价格高于公司 2018 年 3 月引入海富长江等外部投资机构时的 16.50 元/股的投资入股价格，主要由于公司 2019 年度经营情况良好，估值持续提升。本次股权转让价格公允，不存在其他利益输送安排，不存在纠纷及潜在纠纷。

综上，陈贤付入股发行人具有合理性。

6、2019 年 12 月，整体变更为股份公司

股份公司设立情况请参阅本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、

发行人设立情况和报告期内的股东变化情况”之“（一）发行人设立情况”之“2、三问家居设立情况”。

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例
1	三问投资	4,057.5675	54.1009%
2	王耀民	928.1220	12.3750%
3	海富长江	480.7725	6.4103%
4	顾家家居	360.5775	4.8077%
5	江阴海澜之家	360.5775	4.8077%
6	程晖	356.9700	4.7596%
7	中比基金	240.3844	3.2051%
8	宁波新泉	237.9801	3.1731%
9	天问思享	230.7675	3.0769%
10	天问新泉	65.4075	0.8721%
11	笪汉青	59.4975	0.7933%
12	陈贤付	49.9760	0.6663%
13	王浩群	35.7000	0.4760%
14	戴小明	35.7000	0.4760%
合计		**7,500.0000**	**100.0000%**

7、历次股权变动的背景、原因、资金来源、定价依据及公允性等情况

发行人历次增资、股权转让的相关情况如下：

事项	股权变动情况	背景及原因	资金来源	增资/转让价格	定价依据及公允性	对应市盈率
2015 年 12 月第一次增资	注册资本由 500 万元增加至 6,000 万元，其中，三问投资认缴 4,110 万元，王耀民认缴 600 万元，程晖认缴 300 万元，罗中孝认缴 150 万元，笪汉青认缴 250 万元，李菲认缴 30 万元，王浩群认缴 30 万元，戴小明认缴 30 万元。	公司扩大生产规模，补充运营资金，并对核心管理人员以股权赠予的方式进行激励。 本次增资过程中，罗中孝、李菲、王浩群、戴小明取得的全部股权以及笪汉青取得的 0.83%公司股权（对应出资额 50 万元）系王耀民无偿赠予该等人员的激励股权；笪汉青取得的 3.33%公司股权（对应出资额 200 万元）系代王耀民持有，该部分股权拟用于公司日后实施的员工股权激励计划。	三问投资、王耀民及程晖的资金来源为自有资金；罗中孝、李菲、笪汉青、王浩群及戴小明的资金来源为王耀民的自有资金。	1 元/出资额	原股东追加投资，且相关核心管理人员取得的激励股权均来源于原股东的赠予，认购资金均来源于原股东，价格公允。	2014 年度净利润为 188.76 万元，对应市盈率为 31.79 倍；2015 年度三问有限亏损。[注 1]
2016 年 8 月第一次股权转让	王耀民受让罗中孝持有的公司 2.50%的股权（对应出资额 150 万元）。	罗中孝离职，经协商，将 2015 年 12 月获赠的激励股权予以退回。	-	无偿转让	双方协商一致，离职后退还实际控制人当初无偿赠与的激励股权。	-
2017 年 10 月第二次股权转让	宁波新泉受让笪汉青持有的公司 3.33%的股权（对应出资额 200 万元）。	实施员工股权激励计划，将笪汉青代持的股权转让给员工持股平台宁波新泉，并解除王耀民与笪汉青之间的代持关系。	宁波新泉全体合伙人的自有资金	3 元/出资额	综合考虑员工股权激励效果、公司财务及经营状况、未来发展前景等因素，经协商确定，价格公允。	2016 年度归属于母公司股东的净利润为 1,314.02 万元，对应市盈率为 13.70 倍；2017 年度归属于母公司股东净利润 3,693.88 万元，对应市盈率为 4.87 倍。

事项	股权变动情况	背景及原因	资金来源	增资/转让价格	定价依据及公允性	对应市盈率
2017年12月第三次股权转让	天问思享受让三问投资持有的公司10%的股权（对应出资额600万元）；天问新泉受让三问投资持有的公司10%的股权（对应出资额600万元）。	公司实际控制人调整持股架构。三问投资、天问思享和天问新泉均系王耀民、程晖夫妇100%控制的公司。	天问思享、天问新泉的自有资金	3元/出资额	同一控制下股权转让，协商定价，价格公允。	
2018年3月第二次增资、第四次股权转让	注册资本由6,000万元增加至6,303.03万元，其中，中比基金认缴101.01万元，海富长江认缴202.02万元；天问思享将持有的101.01万元出资额转让给中比基金，将持有的202.02万元出资额转让给海富长江，将持有的103.03万元出资额转让给顾家家居；天问新泉将持有的303.03万元出资额转让给江阴海澜之家，将持有的200万元出资额转让给顾家家居。	引入外部投资机构，优化股权结构及法人治理结构。	海富长江、中比基金系私募投资基金，资金来源为非公开的募集资金，江阴海澜之家、顾家家居的资金来源为其自有资金。	16.50元/出资额	综合考虑公司财务及经营状况、未来发展前景等因素，按照投前9.90亿元估值，经协商确定，价格公允。	2017年度归属于母公司股东的净利润（扣除股份支付的影响）为5,118.77万元，对应市盈率为19.34倍；2018年度归属于母公司股东的净利润6,936.05万元，对应市盈率为14.27倍。
2018年7月第五次股权转让	王耀民受让李菲持有的公司0.4760%的股权（对应出资额30万元）。	李菲离职，经协商，将2015年12月获赠的激励股权予以退回。	-	无偿转让	双方协商一致，离职后退还实际控制人当初无偿赠与的激励股权。	-
2019年9月第六次股权转让	陈贤付受让天问新泉持有的公司0.6663%的股权（对应出资额42万元）。	陈贤付看好公司发展前景及投资价值，投资入股公司。	陈贤付的自有资金	19.05元/出资额	综合考虑公司财务及经营状况、未来发展前景等因素，经协商确定，价格公允。	2018年度归属于母公司股东的净利润为6,936.05万元，对应市盈率为17.31倍；2019年度归属于母公司股东的净利润为7,848.60万元，对应市盈率为15.30倍。

注1：三问家居前身为张家港市中堂服装有限公司，成立于2013年，主要从事家居服饰的生产和销售。此时，公司实际控制人王耀民的对外投资体系中，由三问投资经营家用纺织品、家居服饰的研发设计和供应链管理业务，张家港市中堂服装有限公司定位为自有工厂。2016年，公司实际控制人王耀民对其所投资企业的业务定位进行调整，将三问投资定位为投资控股公司，三问投资此前经营的家用纺织品、家居服饰的研发设计和供应链管理业务

由三问有限承继。

综上，发行人历次增资与股权转让的资金来源合法合规，定价公允，除员工股权激励与引入外部投资机构之间存在合理的价格差异外，不存在时间相近的对外股权转让价格差异较大的情形。

8、历次股权变动是否履行公司决策和有权机关核准程序，历次股权变动是否合法有效

事项	公司决策程序	有权机关核准程序
2015 年 12 月第一次增资	2015 年 12 月 18 日经三问有限股东会审议通过	2015 年 12 月 30 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》
2016 年 8 月第一次股权转让	2016 年 7 月 25 日经三问有限股东会审议通过	2016 年 8 月 5 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》
2017 年 10 月第二次股权转让	2017 年 8 月 1 日经三问有限股东会审议通过	2017 年 10 月 18 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》
2017 年 12 月第三次股权转让	2017 年 11 月 20 日经三问有限股东会审议通过	2017 年 12 月 27 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》
2018 年 3 月第二次增资、第四次股权转让	2018 年 2 月 2 日经三问有限股东会审议通过	2018 年 3 月 6 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》
2018 年 7 月第五次股权转让	2018 年 4 月 9 日经三问有限股东会审议通过	2018 年 7 月 4 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》
2019 年 9 月第六次股权转让	2019 年 9 月 18 日经三问有限股东会审议通过	2019 年 9 月 30 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市监局换发的《营业执照》
2019 年 12 月整体变更为股份有限公司	2019 年 12 月 8 日，发行人创立大会审议通过	2019 年 12 月 24 日，发行人完成工商登记手续，取得上海市市场监督管理局颁发的《营业执照》；2021 年 2 月 13 日，财政部下发《财政部关于确认三问家居股份有限公司国有股权管理方案的函》（财金函[2021]5 号），同意发行人的国有股权管理方案，中比基金所持 240.3844 万股股份为国有法人股

综上，发行人历次股权变动均已履行公司决策和有权机关核准程序，历次股权变动合法有效。

9、是否存在代持、利益输送或其他利益安排

发行人历史上存在股权代持的情形，其形成原因、演变及解除过程等情况如下：

2015 年 12 月 18 日，三问有限召开股东会并作出决议，同意公司注册资本由 500 万元增加至 6,000 万元，其中笪汉青认缴 250 万元。本次增资中，笪汉青取得的 0.83%公司股权（对应出资额 50 万元）系王耀民无偿赠予的激励股权，取得的 3.33%公司股权（对应出资额 200 万元）系代王耀民持有，该部分股权拟用于公司日后实施的员工股权激励计划。

2015 年 12 月 28 日，笪汉青收到来自王耀民的 250 万元投资款。同日，笪汉青将该笔款项支付给三问有限，用于缴付出资。2015 年 12 月 30 日，三问有限完成本次增资的工商登记手续，取得上海市闵行区市监局换发的《营业执照》。2016 年 1 月 5 日，上海道和会计师事务所（普通合伙）出具道和验字（2016）第 200001 号《验资报告》，对上述实缴出资情况予以验证。

2017 年 8 月 1 日，为了实施员工股权激励计划，并解除股东之间的代持关系，三问有限召开股东会并作出决议，同意笪汉青将持有的三问有限 3.33%的股权（对应出资额 200 万元）作价 600 万元转让给宁波新泉。同日，笪汉青与宁波新泉签订《股权转让协议》。2017 年 10 月 18 日，三问有限完成本次股权转让的工商登记手续，取得上海市闵行区市场监督管理局换发的《营业执照》。

2017 年 12 月 22 日和 23 日，笪汉青收到宁波新泉向其支付的 600 万元转让款。2017 年 12 月 23 日，笪汉青将其中 80 万元转让款支付给三问有限，用于代缴个人所得税，并将剩余 520 万元转让款返还给王耀民；2018 年 1 月 15 日，三问有限为笪汉青代缴个人所得税 80 万元。本次股权转让完成后，王耀民与笪汉青之间的股权代持关系已解除完毕，双方不存在争议和潜在纠纷。

综上，除上述王耀民与笪汉青的股权代持情况外，发行人历史上不存在其他代持、利益输送或其他利益安排。截至本招股说明书签署日，发行人现有股东所持公司股份均为真实持有，不存在委托代持、利益输送或其他利益安排。

10、历次自然人股东入股、相关股权代持及还原过程

（1）2015 年 12 月，王耀民等 7 名自然人增资入股

2015 年 12 月 18 日，三问有限召开股东会并作出决议：同意公司注册资本由 500 万元增加至 6,000 万元，其中，三问投资认缴 4,110 万元，王耀民认缴 600 万元，程晖认缴 300 万元，罗中孝认缴 150 万元，笪汉青认缴 250 万元，李菲认

缴 30 万元，王浩群认缴 30 万元，戴小明认缴 30 万元。2015 年 12 月 30 日，三问有限完成工商登记手续，并取得上海市闵行区市场监督管理局换发的营业执照。

本次增资中，三问投资、王耀民和程晖的资金均来源于其自有资金；罗中孝、李菲、王浩群、戴小明、笪汉青等 5 名自然人的资金均来源于王耀民，相关过程如下：

①罗中孝、李菲、王浩群、戴小明取得的全部股权以及笪汉青取得的 0.83%公司股权（对应出资额 50 万元）系王耀民无偿赠予该等人员的激励股权。罗中孝和李菲从公司离职后，经协商一致已将前述获赠的激励股权全部无偿退还王耀民，公司已分别于 2016 年 8 月和 2018 年 7 月完成了相关工商变更登记手续。

②笪汉青取得的 3.33%公司股权（对应出资额 200 万元）系代王耀民持有，笪汉青与王耀民的股权代持关系已于 2017 年 10 月解除。关于代持的行成、形成原因、演变及解除过程等情况，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和报告期内的股东变化情况”之“（二）报告期内的股本和股东变化情况”之“9、是否存在代持、利益输送或其他利益安排”。

前述自然人股东通过增资方式无偿取得激励股权等事项，以及王耀民与笪汉青相关股权代持及还原过程，均依据口头约定，未签订书面协议。根据罗中孝、李菲、王浩群、戴小明、笪汉青及王耀民的书面确认，各方对此不存在争议及潜在纠纷。

上述自然人入股、退出、相关股权代持及还原等过程均已履行公司决策和有权机关核准程序，程序合规，款项收付情况与相关股东之间的口头约定相符，款项收付凭证、工商登记材料等法律文件齐备。

（2）2019 年 9 月，陈贤付受让股权入股

2019 年 9 月 18 日，三问有限召开股东会并作出决议：同意陈贤付受让天问新泉持有的公司 0.6663%的股权（对应出资额 42 万元）。同日，天问新泉与陈贤付签订《股权转让协议》，约定天问新泉将上述股权作价 800 万元转让给陈贤付。2019 年 9 月 30 日，三问有限完成工商登记手续，取得上海市闵行区市监局换发的《营业执照》。

本次股权转让中，陈贤付取得的全部公司股权系其本人真实持有，不存在委

托代持的情形，其资金来源为自有资金。本次股权转让已签署股权转让协议，并履行了公司决策和有权机关核准程序，程序合规，款项收付凭证、工商登记材料等法律文件齐备。

（三）工会及职工持股会持股情况

公司自设立以来不存在工会及职工持股会持股的情形。

（四）关于对赌协议的情况

1、发行人对赌协议的具体内容

发行人股东海富长江、中比基金、顾家家居及江阴海澜之家在投资发行人时与发行人及相关方签署了附有特殊权利条款的投资协议，具体情况如下：

协议签署时间	对赌协议义务人	对赌协议权利人	主要特殊权利条款
2017.12《补充协议》	王耀民、程晖、三问投资、天问思享及三问有限	海富长江、中比基金	（1）股权回购； （2）股权转让； （3）反稀释； （4）清算优先权； （5）分红权； （6）权利的中止和自行恢复
2018.02《补充协议》及2019.09《补充协议二》	王耀民、三问投资、天问思享、天问新泉及三问有限	顾家家居	（1）公司的经营目标； （2）重大决定； （3）回购、分红
2017.12《补充协议》及2019.07《补充协议二》	王耀民、三问投资、天问新泉及三问有限	江阴海澜之家	（1）公司的经营目标； （2）重大决定； （3）回购、分红； （4）权利的中止和自行恢复

2、对赌解除协议的具体内容

2020 年 8 月 20 日，海富长江、中比基金与三问家居及王耀民、程晖、三问投资、天问思享签署《解除协议》，各方同意解除于 2017 年 12 月 27 日签订的《补充协议》。

2020 年 11 月 3 日，顾家家居与三问家居及王耀民、三问投资、天问思享、天问新泉签署《解除协议》，各方同意终止于 2018 年 2 月 2 日和 2019 年 9 月 29 日签订的《补充协议》《补充协议二》。

2020 年 10 月 15 日，江阴海澜之家与三问家居及王耀民、三问投资、天问新泉签署《解除协议》，各方同意终止于 2017 年 12 月 28 日和 2019 年 7 月签订

的《补充协议》《补充协议二》。

综上，发行人与海富长江、中比基金、顾家家居及江阴海澜之家等股东之间存在对赌协议。截至本次申报前，相关对赌协议已完全解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定。

截至本招股说明书签署日，各股东投资发行人不存在其他对赌协议等特殊安排。

3、三问投资支付业绩补偿款的具体情况

截至本招股说明书签署日，三问投资及其关联方按照对赌协议的约定，向发行人股东支付业绩补偿款的具体情况如下：

单位：万元

补偿主体	补偿对象	支付时间	业绩对赌年度	补偿金额
三问投资	顾家家居	2019.10.29	2018 年度	100.00
		2020.02.14		1,356.45
		2020.12.29	2019 年度	563.48

除上述情况外，三问投资及其关联方不存在其他因对赌条款触发而向发行人股东支付业绩补偿款或进行现金补偿的情况。

三、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司未发生过重大资产重组。

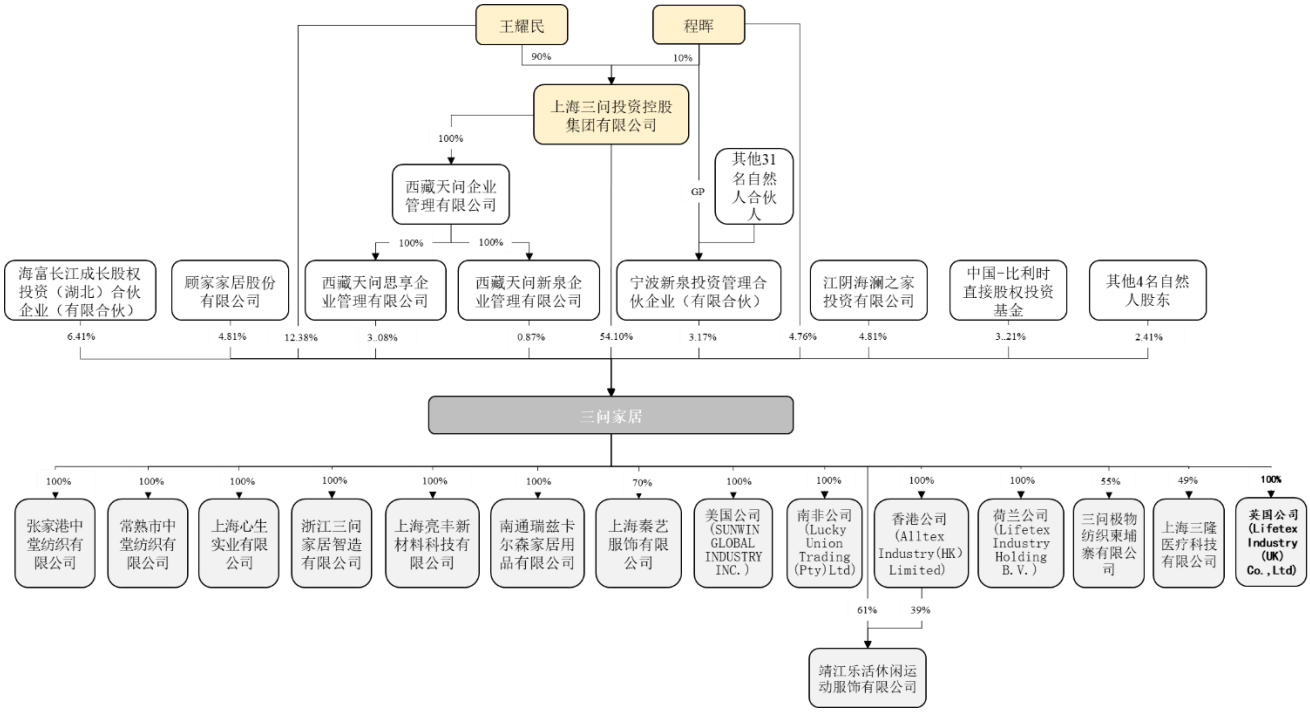
四、发行人在其他证券市场上市、挂牌情况

公司自成立至今，未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人股权结构和组织结构

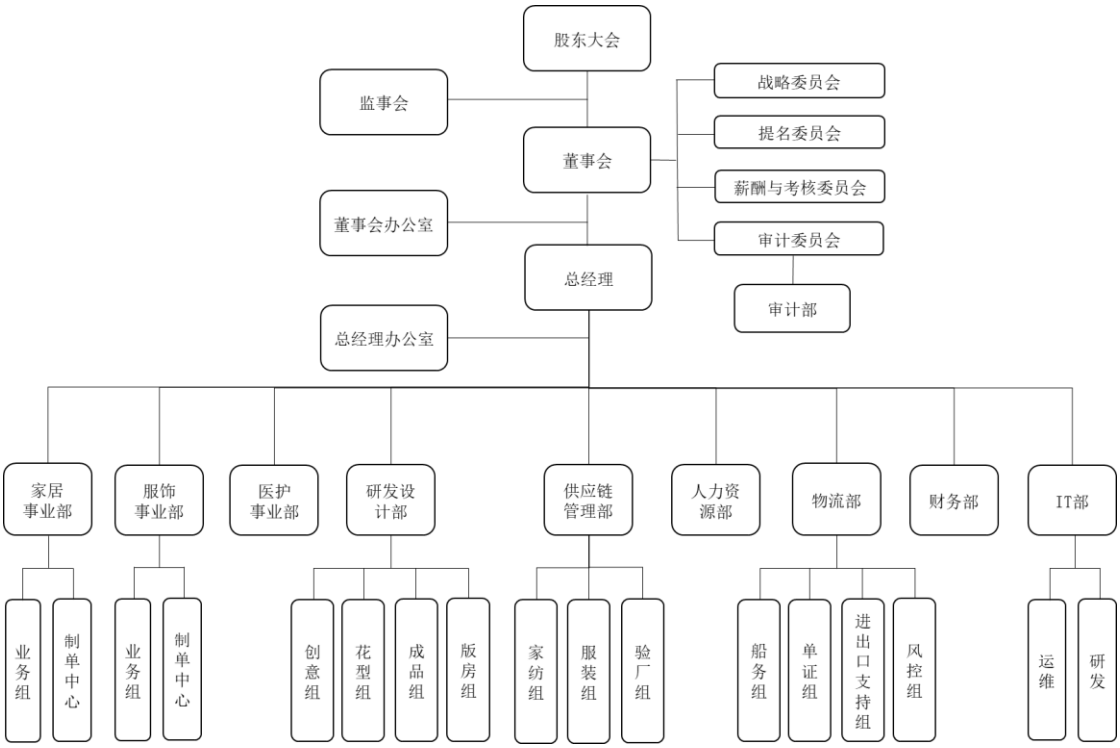
（一）发行人的股权结构图

截至本招股说明书签署日，发行人股权结构如下图所示：



（二）发行人的组织结构图

截至本招股说明书签署日，发行人内部组织结构如下图所示：



（三）发行人的内部组织机构职能及运行情况

公司最高权力机构是股东大会，董事会和监事会直接向股东大会负责。董事会下设四个专业委员会，包括战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考

核委员会。董事会聘任了总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员。

发行人各部门的主要职能如下：

序号	部门	职责介绍
1	家居事业部、服饰事业部、医护事业部	根据公司销售目标，制定并分解销售计划和任务，策划、组织、实施、协调包括设计、推销、谈判、成交、物料准备、技术准备、物料采购、委托加工、生产质量跟踪、交期跟踪、出运准备和收汇全部过程中的业务操作。
2	研发设计部	搜集、整理和分析流行时尚情报，并与服装品牌商设计团队共享；根据市场流行趋势变化，与服装品牌商同步工作，不断设计开发适应市场流行的新产品；发挥公司设计研发优势，协助服装品牌商设计师完成创意产品化，为公司市场开拓奠定基础。
3	供应链管理部	负责掌握国际国内服装原辅料市场动态，及时向公司决策层提供面辅料市场的供求情况、价格走向等信息，拟定采购方案；对供应商的原辅料价格、材料质量、交货期等作出评估，根据评估结果寻找符合服装品牌商需求的最佳供应商，持续降低成本的同时提高产品质量；签订和履行采购合同，做好合同履行的日常监督和检查工作，及时解决合同履行过程中出现的问题。
4	人力资源部	建立人力资源发展目标，制定人力资源总体规划；制定年度人力资源需求计划，完善人力资源引进制度，按照计划、制度和程序组织人力资源引进工作；建立绩效目标并对过程进行辅导和评估等；制定公司培训计划，组织培训和训导，促进员工的工作绩效的提高；制定薪酬福利体系；完善员工关系。
5	物流部	负责公司及各子公司海外进出口业务相关的日常管理工作；负责进出口业务的制单结汇工作；负责进出口业务相关的货物运输、仓储管理；负责进出口费用的审核、申请、结算等工作；负责进出口数据的审核工作。
6	财务部	制定的公司财务制度；负责公司财务日常核算及年终决算；日常监督并对执行情况分析；合理筹集、使用资金；有效利用各项资产，提高经济效益。
7	IT 部	负责公司网站策划，发布、宣传与推广企业文化、发展理念、产业优势及公司动态信息等；负责发布服装流行趋势和推介公司产品；组织并实施办公自动化及信息化建设工作。
8	审计部	向公司管理部门提供内部审计报告和建议；监督公司内部各项会计制度和财务制度的执行；协调公司内部监督活动，以便更好地实现审计目标；负责公司领导和审计机构交办的其他审计事项。
9	董事会办公室	协助董事会秘书筹办董事会会议、股东大会和处理信息披露、投资者关系管理等具体工作。
10	总经理办公室	负责起草并完善公司战略规划，并组织实施、监督，实现公司经营目标；负责公司投资融资决策工作；实现公司经营资源的有效整合；负责公司经营实施有效管理和控制；负责公司内外联络、公务接待和政府关系工作；负责公司企业文化建设和品牌建设；组建培养公司经营管理团队；董事会交办

序号	部门	职责介绍
		的其他事项。

六、发行人控股及参股公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 14 家控股子公司、1 家参股公司，具体如下：

序号	公司名称	发行人持股比例
1	张家港中堂	发行人直接持有其 100%的股权
2	常熟中堂	发行人直接持有其 100%的股权
3	南通瑞兹	发行人直接持有其 100%的股权
4	亮丰新材料	发行人直接持有其 100%的股权
5	心生实业	发行人直接持有其 100%的股权
6	浙江三问	发行人直接持有其 100%的股权
7	靖江乐活	发行人直接持有其 61%的股权，并通过香港公司间接持有其 39%的股权
8	秦艺服饰	发行人直接持有其 70%的股权
9	香港公司	发行人直接持有其 100%的股权
10	美国公司	发行人直接持有其 100%的股权
11	南非公司	发行人直接持有其 100%的股权
12	荷兰公司	发行人直接持有其 100%的股权
13	柬埔寨公司	发行人直接持有其 55%的股权
14	上海三隆	发行人直接持有其 49%的股权
15	英国公司	发行人直接持有其 100%的股权

（一）控股子公司

1、张家港中堂

公司名称	张家港中堂纺织有限公司
统一社会信用代码	913205827705031221
法定代表人	王耀民
成立时间	2005 年 2 月 1 日
注册资本	1,817.41 万元
实收资本	1,817.41 万元
注册地和主要生产经营地	张家港市常阴沙管理区
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%

经营范围	高档织物面料的织造及后整理加工，销售自产产品，自营或代理各类商品及技术的进出口业务。医用口罩生产；医用口罩批发；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械生产；第二类医疗器械销售；劳动保护用品生产；劳动保护用品销售；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营服饰类产品生产加工，与发行人主营业务相同，是发行人的自有工厂

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	5,294.07	3,536.99	4,215.03
负债总额	2,427.58	438.89	899.06
净资产	2,866.49	3,098.10	3,315.97
营业收入	11,441.61	8,802.07	8,023.62
营业利润	-286.18	782.04	445.69
净利润	-231.60	582.13	331.90

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

2020年张家港中堂营业收入同比增长，系向三问家居的医护用品业务销售收入增加所致。由于发行人采购的部分口罩产品为大批量包装，与境外客户要求不同，因此由张家港中堂采购并进行翻箱包装后向三问家居销售。

（2）亏损原因及合理性

张家港中堂 2020 年亏损，主要是因为 2020 年销售毛利率下降所致。张家港中堂 2020 年上半年采购口罩产品进行备货，当时的采购成本较高，而 6 月开始口罩市场价格开始快速下降，张家港中堂向三问家居销售口罩，以销售时的市场采购价格加翻箱成本定价销售给三问家居，故 6 月份所出售的口罩销售价格低于其采购成本，拉低了张家港中堂全年的销售毛利率，扣除各项费用后净利润为负。2020 年张家港中堂亏损主要系口罩市场价格变动所致，具有合理性。

2、常熟中堂

公司名称	常熟市中堂纺织有限公司
统一社会信用代码	91320581331296627J
法定代表人	郭庆禄

成立时间	2015 年 2 月 4 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地和主要生产经营地	苏州市常熟市碧溪新区碧溪港南村
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口；医用口罩生产；第二类医疗器械生产（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）一般项目：家用纺织制成品制造；服装制造；服装辅料销售；针纺织品及原料销售；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；包装服务；医用口罩批发；消毒剂销售（不含危险化学品）；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；劳动保护用品生产；劳动保护用品销售（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营家纺类产品生产加工，与发行人主营业务相同，是发行人的自有工厂

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	5,396.69	3,838.45	3,353.97
负债总额	2,818.73	1,508.37	1,446.29
净资产	2,577.95	2,330.08	1,907.67
营业收入	7,924.88	10,274.96	8,016.65
营业利润	285.99	566.99	394.89
净利润	247.87	422.41	294.14

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序

常熟中堂2020年的营业收入较2019年有所下降，主要受2020年新冠疫情的影响，家纺产品的订单同比下降所致。

3、南通瑞兹

公司名称	南通瑞兹卡尔森家居用品有限公司
统一社会信用代码	91320623MA1XXQX0XR
法定代表人	郭庆禄
成立时间	2019 年 2 月 21 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地和主要生产经营地	南通市如东县掘港镇友谊西路 119-8 号

股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	家居用纺织品、针织品、服装制造，加工，销售；服装辅料、纺织原料销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。许可项目：医用口罩生产；第二类医疗器械生产（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） 一般项目：日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；包装服务；医用口罩批发；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；劳动保护用品生产；劳动保护用品销售（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事床品类生产及销售，与发行人主营业务相同，是发行人的自有工厂

（1）设立原因和主要业务

南通瑞兹设立于2019年2月，其资产来源于发行人2019年3月收购的南通如宝。南通如宝此前为发行人家纺产品的供应商，其实际控制人因个人原因，无时间和精力继续经营管理，有意将公司出售，发行人鉴于其产品品质较高，可较好的满足客户需求，表示愿意收购；同时考虑到南通如宝尚有部分对外债务，故采用了资产收购的方式。发行人收购其核心业务资产并注入新设立的南通瑞兹，同时南通瑞兹承接了南通如宝的员工。

南通瑞兹的定位为发行人生产中高档家纺类产品的样板工厂。

（2）人员情况

截至2020年12年31日，南通瑞兹共有员工45人，其中供应链管理人员2人，管理人员6人，生产人员36人，销售人员1人。

（3）资产情况

截至2020年12月31日，南通瑞兹的资产主要由应收账款、存货、机器设备构成，生产经营场所为租赁使用，无自有房屋和土地使用权，无商标、专利等无形资产。

（4）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度
资产总额	1,224.01	802.36
负债总额	544.72	180.34

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度
净资产	679.29	622.02
营业收入	2,424.65	1,741.10
营业利润	59.30	129.70
净利润	57.27	122.02

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

南通瑞兹的财务数据变动主要因其2019年4月投产，5月份起形成收入，故2019年营业收入较低，使得2020年营业收入与2019年相比变动较大。

4、亮丰新材料

公司名称	上海亮丰新材料科技有限公司
统一社会信用代码	91310112MA1GC1Q4XA
法定代表人	笪汉青
成立时间	2018 年 6 月 6 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地和主要生产经营地	上海市闵行区恒南路 688 弄 12 号三层
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	一般项目：从事新材料、纺织品、服饰、复合材料科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，床上用品、服装、纺织品、家居用品、装饰材料、服装及辅料的销售，日用口罩（非医用）生产与销售，消毒剂销售（不含危险化学品），日用百货的销售，第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，合成纤维销售；从事货物及技术的进出口业务。（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营纺织面料与功能性面料的研发及销售，与发行人主营业务相同

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	7,685.63	4,251.59	1,105.90
负债总额	5,914.92	2,885.52	677.99
净资产	1,770.71	1,366.07	427.91
营业收入	12,812.33	13,231.33	447.59
营业利润	452.98	1,196.82	-112.01
净利润	404.64	938.16	-72.09

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

亮丰新材料成立于 2018 年 6 月。2019 年，一方面发行人将原来由心生实业经营的面料出口业务统一调整至亮丰新材料经营，另一方面，经过一段时间专注于面料业务拓展，其 2019 年的营业收入和净利润均有所增长。2020 年营业收入与 2019 年相比保持稳定，同时，公司为争取大客户的一些潜在订单，价格策略较为保守，使得综合毛利率和净利润有所下降。

5、心生实业

公司名称	上海心生实业有限公司
统一社会信用代码	91310000086236929A
法定代表人	赵贞婷
成立时间	2013 年 12 月 22 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地和主要生产经营地	中国（上海）自由贸易试验区德堡路 38 号 2 幢楼三层 305-37 室
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	一般项目：从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，从事能源科技、环保科技领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，日用口罩（非医用）、消毒用品（不含危险化学品）、第一类医疗器械、第二类医疗器械、劳保用品、纺织品、服装、纺织原料、玩具、纺织机械、日用百货、家用电器、电子产品的销售，区内企业间贸易及贸易代理，电子商务（不得从事金融业务），企业管理咨询、商务咨询，物业管理，时装设计服务，动漫衍生产品设计服务，饰物装饰设计服务。（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营家纺类及服饰类产品的研发及销售，与发行人主营业务相同

（1）设立原因和主要业务

心生实业为发行人于2013年在中国（上海）自由贸易试验区设立的销售公司，系发行人为享受自由贸易试验区的出口贸易支持政策而设立，设立时与三问家居定位相似，从事家纺、服饰和面料销售。2018年发行人将面料的研发、供应链管理和销售业务全部转移至新成立的亮丰新材料，对心生实业的业务也进行了重新定位。

心生实业现定位为发行人面向境内市场的销售公司，积极尝试开拓境内B端客户。同时，由于前述经营历史，心生实业此前拓展的海外客户在经客户同意后

正逐步转移至三问家居。

（2）人员情况

截至2020年12月31日，心生实业共有员工20人，其中销售人员18人，管理人员2人。

（3）资产情况

截至2020年12月31日，心生实业的资产构成主要包括货币资金、其他应收款，办公场所为租赁使用，无自有房屋和土地使用权，无专利、商标等无形资产。

（4）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	1,783.07	2,083.87	3,057.71
负债总额	448.92	569.07	1,453.32
净资产	1,334.15	1,514.81	1,604.38
营业收入	1,631.28	1,492.95	5,878.61
营业利润	-173.35	-88.93	709.45
净利润	-180.65	-89.58	531.96

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

2019年和2020年，心生实业的面料销售业务转移至亮丰新材料，使其营业收入和净利润较2018年大幅下降。

2019年、2020年心生实业的营业收入中，向境外客户JO-ANN STORES, LLC的销售额分别为980.08万元，1,014.19万元，心生实业国内市场销售规模仍然较小。

（5）亏损原因及合理性

由于心生实业的销售收入规模较小，2019年和2020年均处于亏损状态。

6、浙江三问

公司名称	浙江三问家居智造有限公司
统一社会信用代码	91330802MA2DJ8KPXX
法定代表人	郭庆禄
成立时间	2020 年 5 月 14 日
注册资本	2,000 万元

实收资本	2,000 万元
注册地和主要生产经营地	浙江省衢州市柯城区航埠镇兴航北苑 1 幢 305-2 室
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	一般项目：图文设计制作；企业形象策划；市场营销策划；供应链管理服务；靠垫、毯子、毛衫、睡袋、睡袍及床上用品的研发、生产与销售（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	暂未开展经营，拟作为募投项目的实施主体，与发行人主营业务相同

（1）设立背景和主要业务

浙江三问是发行人为实施募投项目而设立的主体，公司成立于 2020 年 5 月，目前无实际经营业务。

（2）人员情况

截至 2020 年 12 月 31 日，浙江三问无员工。

（3）资产情况

截至2020年12月31日，浙江三问资产主要为土地使用权，无其他资产。土地使用权具体信息可参见招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“1、土地使用权”。

（4）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度
资产总额	1,981.14
负债总额	0.51
净资产	1,980.63
营业收入	-
营业利润	-19.37
净利润	-19.37

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

（5）亏损原因及合理性

浙江三问是发行人为实施募投项目设立的主体，报告期内无业务经营，因土地使用权摊销导致净利润为负，具有其合理性。

7、秦艺服饰

公司名称	上海秦艺服饰有限公司
统一社会信用代码	91310112631895330G
法定代表人	王耀民
成立时间	1998 年 4 月 14 日
注册资本	2,500 万元
实收资本	2,500 万元
注册地和主要生产经营地	上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号楼 2 层
股东构成及控制情况	三问家居持股 70%，李建秦持股 25%，李阳持股 5%
经营范围	许可项目：第二类医疗器械生产。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：服装生产，羊毛衫、针纺织品、日用百货、办公用品、日用口罩（非医用）、消毒剂（不含危险化学品）的销售，第一类、第二类医疗器械的销售，第一类医疗器械的生产，专业设计服务，工艺品、床上用品、服装鞋帽、服装配饰、首饰、字画（除文物）、箱包、玉石制品、瓷器、皮革制品、眼镜（除角膜接触镜）、五金交电、建筑材料、汽车配件的销售，商务咨询（除经纪），从事货物及技术的进出口业务。（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营高端定制中式服装的设计、生产及销售，与发行人主营业务相同

（1）设立背景和主要业务

秦艺服饰为2015年10月三问投资从李建秦处收购的公司，持有其70%股份，2016年3月三问投资将秦艺服饰以收购价转让给发行人。秦艺服饰主营高端定制中式服饰的设计、制作和销售。发行人实际控制人王耀民认为中式服饰具有较高的艺术文化价值，具备较为广阔的市场前景。

（2）人员情况

截至 2020 年 12 月 31 日，秦艺服饰共有员工 27 人，其中销售人员 10 人，供应链管理人员 1 人，生产人员 7 人，研发设计人员 7 人，管理人员 2 人。

（3）资产情况

截至2020年12月31日，秦艺服饰的资产构成主要为存货、无形资产、固定资产，拥有注册商标61个，域名1项，无专利、土地使用权，经营场所为租赁取得。秦艺服饰的注册商标和域名具体信息可分别参见招股说明书“第六节 业务和技

术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“2、商标”和“4、域名”。

（4）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	507.07	1,007.39	1,587.87
负债总额	4,304.64	4,288.94	3,715.05
净资产	-3,797.57	-3,281.55	-2,127.17
营业收入	573.05	858.73	893.50
营业利润	-496.51	-1,132.15	-1,098.68
净利润	-516.03	-1,154.37	-1,123.24

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

报告期内秦艺服饰的主要财务数据不存在重大变动。

（5）亏损原因

报告期内秦艺服饰持续处于亏损状态，主要因其中式定制服饰定位高端，相对小众，导致市场开拓未达预期，报告期内收入规模较小；同时，其零售门店租金成本较高、生产及设计人员的薪酬总额较高，故其亏损具有合理性。

2019 年起，秦艺服饰开始调整经营策略，关闭了部分门店、辞退了部分生产及设计人员，并积极进行存货销售，2020 年亏损有所收窄。

8、香港公司

公司名称	亮丰实业（香港）有限公司（Alltex Industry (HK) Limited）
公司编号	2491575
董事	程晖
成立时间	2017 年 3 月 1 日
注册资本	80 万港币
实收资本	80 万港币
注册地和主要生产经营地	Suite 913B, 9/F, Ocean Centre Harbour City, 5 Canton Road, Tsim Sha Tsui, KL
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	家居服饰、日用百货、针织纺品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营家纺、服饰的销售业务，与发行人主营业务相同，是发行人的东南亚生产基地的对外销售公司

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	966.90	380.74	962.80
负债总额	774.22	276.21	885.87
净资产	192.69	104.53	76.94
营业收入	1,061.10	348.30	1,246.46
营业利润	132.44	25.35	35.77
净利润	100.37	25.35	35.77

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

报告期内香港公司的客户包括 Inticom Spa,Carre Blanc,Vera Bradley 和 Studio Retail Ltd 四家。发行人通过香港公司对其销售的原因为：1）Inticom Spa 和 Carre Blanc 系通过居间服务商获取的客户，对方指定由香港公司作为销售主体；2）Vera Bradley 和 Studio Retail Ltd 为发行人的主要客户，柬埔寨公司成立后，开始承接该两个客户的部分订单，发行人将香港公司定位为东南亚供应链的销售公司，今后东南亚供应链向客户销售的产品均通过香港公司进行，故柬埔寨公司通过香港公司向上述两个客户销售产品。

报告期内，香港公司营业收入变动的原因为：1、对客户 Inticom Spa 的销售收入逐步下降，分别为：1,184.65 万元、259.69 万元和 188.64 万元；2、2020 年 Vera Bradley 的销售收入增加，为 513.94 万元。

9、美国公司

公司名称	Sunwin Global Industry Inc.（三问国际实业有限公司）
公司编号	5136704
董事	Hui Cheng（程晖）、Lili Zhang（张莉莉）
成立时间	2017 年 5 月 12 日
注册资本	20 万美元
实收资本	20 万美元
主要生产经营地	Room 528 On The Fifth (5th) Floor, 4-16 West 33 Rd Street Manhattan, City of New York.
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	家居服饰、日用百货、针织纺品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易
主营业务及其与发行人主	主要负责美国当地设计和营销推广工作，与发行人主营业务相

营业务的关系	同

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
资产总额	7,186.67	538.42	1,190.99
负债总额	7,380.82	622.75	1,223.56
净资产	-194.15	-84.33	-32.57
营业收入	14,475.20	833.32	1,149.71
营业利润	-516.62	-49.32	-66.98
净利润	-121.89	-49.32	-67.00

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

美国公司 2018 年和 2019 年销售客户为 Nordstrom，Macy's 以及 Ross Procurement Inc，主要销售产品为家纺和服饰产品，由美国公司销售的原因为客户对此类产品的订单量小而频次高，故由美国公司批量采购后存放于美国仓库，再向客户出售。

2020 年美国公司营业收入大幅增长，因 2020 年发行人医护用品销售收入快速增长，主要为美国公司从三问家居采购医护用品后向客户销售。由美国公司向三问家居采购后销售的原因为应客户 Target 要求，6 月起口罩采用 DDP 模式销售，由三问美国进行清关。由于医护用品销售，美国公司的货币资金、应收账款、存货均较 2019 年有较大幅度增长，导致总资产增加；向三问家居采购口罩的应付账款增加，导致负债总额增加。2020 年的各项财务数据变动具有其合理性。

（2）亏损原因

美国公司 2018 年和 2019 年收入规模较小，故扣除各项开支后处于亏损状态；2020 年亏损的系因期末对库存的口罩产品全额计提了存货跌价准备，具有合理性。

。

10、南非公司

公司名称	Lucky Union Trading (Pty) Ltd.（南非幸合贸易有限公司）
注册号	2017/004190/07

董事	Zhou Yonghong（周永红）
成立时间	2017 年 6 月 1 日
注册地和主要生产经营地	38 Cypress Drive, Glen Anil, Durban, Kwa-Zulu Natal 4051, South Africa
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	家居服饰、日用百货、针织纺品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易
主营业务及其与发行人主营业务的关系	注册后未实际开展经营活动，目前正在注销过程中

报告期内，南非公司未开展生产经营，账面无资产。

11、柬埔寨公司

公司名称	Shanghai Sunwin Firstex (Cambodia) Co.,Ltd （三问极物纺织柬埔寨有限公司）
公司编号	00040856
董事	He Jianping（何剑平）
成立时间	2019 年 3 月 4 日
注册资本	100 万美元
实收资本	100 万美元
注册地和主要生产经营地	Damnak Thom 3 Village, Sangkat Steung Meanchy 3, Khan Meanchey, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia
股东构成及控制情况	三问家居持股 55%，上海佳垣慧贸易有限公司持股 45%
经营范围	包括家居服饰、日用百货、针纺织品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽，及宠物用品（宠物箱包、宠物服装、宠物玩具、宠物橡胶类玩具、狗窝、宠物牵引带）的生产制造、销售及进出口业务

（1）主要业务

柬埔寨公司主要从事家居服饰类产品的生产加工，是发行人在东南亚地区的自有工厂。

（2）人员情况

截至2020年12月31日，柬埔寨公司共有282名员工，其中生产人员257人，管理及行政人员3人，供应链管理人员22人。

（3）资产情况

截至2020年12月31日，柬埔寨公司资产主要包括货币资金、应收账款、存货、机器设备等。柬埔寨公司不存在房产、土地、知识产权等资产，现有厂房以租赁

方式取得。

（4）生产经营情况

1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度
资产总额	676.87	531.13
负债总额	969.51	289.26
净资产	-292.63	241.86
营业收入	1,160.61	204.64
营业利润	-548.05	-438.94
净利润	-548.65	-443.93

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

柬埔寨公司于 2019 年 3 月成立，实际经营期不足整年，且尚未通过主要客户验厂，无法承接大规模订单，故 2019 年业务规模较小。2020 年，柬埔寨公司开始承接 Vera Bradley、Studio 等客户的订单，收入规模增加。

2）亏损原因及合理性

报告期内，柬埔寨公司设立时间较短，部分客户仍处于验厂阶段，因此收入规模较小，尚处于亏损状态。大型客户的验厂程序周期较长，需提供工厂一年的运营数据，且受疫情影响验厂程序的进度受到一定影响，故柬埔寨公司承接的订单较少或承接一些加工订单，处于亏损状态，具有合理性。发行人报告期内来自于柬埔寨公司的收入和利润较少，柬埔寨公司净资产占发行人净资产的比例较低，对发行人的经营业绩影响较小。

（5）环保情况

1）建设项目环保手续

根据柬埔寨的适用法律，具有法律划分的社会和环境影响的开发项目，需要进行或通过他人进行EIA研究（环境影响评估）。对于具有轻微环境和社会影响的开发项目，应当编制环境保护协议，并随同环境保护计划提交该协议，由柬埔寨环境部批准。但对于具有中等或严重环境和社会影响的开发项目，将需要进行初始或完整的EIA。

根据柬埔寨AP&PARTNER Law Office出具的《尽职调查报告》，柬埔寨公司属于上述第一种情况，只需要达成一份经环境部批准的环境保护协议。柬埔寨公司已于2019年11月1日编制了环境保护协议，并于2019年11月15日获得了柬埔寨环境部的批准。

2）排污资质

柬埔寨公司生产经营过程中所涉及的主要污染物及环保措施、排污资质等情况如下：

污染物类型	环保措施及排污资质
废水	柬埔寨公司生产过程中不产生工业废水，只有生活污水，所有生活污水直接排放到城市污水管道。柬埔寨公司取得了柬埔寨政府相关部门颁发的废水排放许可证，有效期为 2020 年 5 月 29 日至 2021 年 5 月 25 日。
废气	柬埔寨公司生产过程中不产生工业废气，只有发电机和锅炉产生废气。发电机和锅炉废气经柬埔寨政府相关部门检测达到排放标准，颁发了发电机废气排放许可证，有效期为 2020 年 5 月 12 日至 2021 年 5 月 13 日，以及锅炉废气排放许可证，有效期为 2020 年 10 月 23 日至 2021 年 10 月 23 日。
噪声	柬埔寨公司生产过程中涉及缝纫机产生噪音，相关噪音经柬埔寨政府相关部门检测达标，颁发了室内噪音检测报告及合格批文，有效期为 2020 年 5 月 12 日至 2021 年 5 月 13 日。
固废	柬埔寨公司的固废主要是员工日常产生的生活垃圾和生产过程中产生的面料边角料等常规固体废弃物，前述固体废物的排放经由柬埔寨政府相关部门批准，颁发了固体废物排放许可证，有效期为 2020 年 5 月 15 日至 2021 年 5 月 20 日，最终由当地有资质的公司负责清运处理。
危废	危险废物主要为工厂储存生产设备（缝纫机器）所使用机油的废弃空桶，该危险废物的排放经由柬埔寨政府相关部门批准，颁发了危险废物排放许可证，有效期为 2020 年 5 月 19 日至 2021 年 5 月 19 日，最终由柬埔寨环保部门统一处理。

（6）柬埔寨公司少数股东情况

上海佳垣慧贸易有限公司（以及简称“上海佳垣慧”）持有柬埔寨公司45%的股权，其基本情况如下：

名称	上海佳垣慧贸易有限公司
统一社会信用代码	913100003987167618
类型	有限责任公司（外商投资企业与内资合资）
法定代表人	陆立新
住所	中国（上海）自由贸易试验区富特北路 353 号 7 层 A4 部位
注册资本	500 万元
成立日期	2014 年 06 月 12 日
经营范围	从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，区内企业间的贸易及贸易

	代理，仓储服务（除危险品），商务信息咨询（除经纪），会议及展览服务，自有设备租赁（不得从事金融租赁），设计、制作各类广告，化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、电子产品、一类医疗器械、文化用品、塑料制品、五金交电、光伏产品、针纺织品、服装鞋帽、玩具、家具、饲料、日用百货的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
营业期限	2014 年 06 月 12 日至 2044 年 06 月 11 日
股权结构	上海佳顺工艺玩具有限公司持股 80%，陆立军持股 20%
主要人员	陆立新（执行董事）、陆立军（经理）、张英（监事）

上海佳垣慧主要经营橡胶制品的进出口贸易业务，具有较为丰富的柬埔寨投资和经营经验，发行人因此借助其优势，与其合资设立柬埔寨公司。上海佳垣慧与发行人及其股东、实际控制人、董监高人员不存在关联关系。

12、荷兰公司

公司名称	Lifetex Industry Holding B.V.（心生实业控股有限公司）
注册号	76115852
董事	王浩群
成立时间	2019 年 10 月 15 日
注册资本	50 万欧元
实收资本	50 万欧元
注册地和主要生产经营地	Moermanskkade 407 1013 BC Amsterdam
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	纺织品、玩具、香水和化妆品的批发业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责荷兰当地设计和营销推广工作，与发行人主营业务相同，目前未实际开展业务

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
资产总额	243.83
负债总额	445.14
净资产	-201.31
营业收入	24.25
营业利润	-601.33
净利润	-593.66

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

（2）亏损原因及合理性

荷兰公司定位为发行人的欧洲地区销售公司，新冠疫情爆发后，荷兰公司也尝试开展医护用品销售业务，但销售不理想，期末对库存的口罩产品全额计提了存货跌价准备，导致亏损，具有合理性。

13、靖江乐活

公司名称	靖江乐活休闲运动服饰有限公司
统一社会信用代码	91321282MA257CUW9T
法定代表人	夏威
成立时间	2021 年 2 月 8 日
注册资本	2,500 万元
实收资本	1,000 万元
注册地和主要生产经营地	泰州市靖江市生祠镇生祠大道东侧 9 号
股东构成及控制情况	三问家居持股 61%，并通过香港公司间接持股 39%
经营范围	一般项目：服饰制造；服装制造；服装服饰批发；服装服饰零售；专业设计服务（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	目前处于试生产阶段，从事运动家居服饰生产。与发行人主营业务相同

靖江乐活为 2021 年发行人新成立的子公司，考虑在该区域设立自有工厂以带动供应链资源，目前处于试生产阶段。

14、英国公司

公司名称	Lifetex Industry (UK) Co.,Ltd（心生实业（英国）有限公司）
注册号	13429805
董事	夏威
成立时间	2021 年 5 月 31 日
注册资本	50 万英镑
实收资本	50 万英镑
注册地和主要生产经营地	SUITE 512 THE COTTON EXCHANGE BIXTETH STREET LIVERPOOL ENGLAND L3 9LQ
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	销售各种商品的代理；纺织品的批发；服装和鞋类批发；在专业商店(不含助听器)的医疗和骨科产品的零售销售。
主营业务及其与发行人主营业务的关系	暂未开展经营，拟从事家居、服饰批发。

英国公司为 2021 年成立的英国子公司，考虑作为英国地区的销售公司，目前暂无业务经营。

（二）参股公司

截至本招股说明书签署日，三问家居共有一家参股子公司上海三隆，基本情况如下：

公司名称	上海三隆医疗科技有限公司
统一社会信用代码	91310118MA1JNMDF7W
法定代表人	钱颢
成立时间	2020 年 05 月 27 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地和主要生产经营地	上海市青浦区胜利路 738 号 1 幢 5、6 楼
股东构成及控制情况	三问家居持股 49%，上海东隆羽绒制品有限公司持股 51%
经营范围	许可项目：卫生用品和一次性使用医疗用品生产；用于传染病防治的消毒产品生产；第二类医疗器械生产；化妆品生产。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：生产第一类医疗器械、日用口罩（非医用）、普通防护服（非医用）、橡胶制品、产业用纺织制成品、工艺美术品及礼仪用品（象牙及其制品除外）、家具用品、特种劳动防护用品、服装，销售公司自产产品，货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要经营口罩和手套等医护类产品的生产，与发行人主营业务相同

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东情况

截至本招股说明书签署日，三问投资直接持有发行人 54.10%的股份，三问投资全资孙公司天问思享和天问新泉合计直接持有发行人 3.95%的股份，三问投资合计控制发行人 58.05%的股权，为发行人控股股东。

三问投资的基本情况如下：

公司名称	上海三问投资控股集团有限公司（曾用名“上海三问国际贸易有限公司”）

统一社会信用代码	9131011574493691X1
法定代表人	王耀民
成立时间	2002 年 11 月 25 日
注册资本	7,000 万元
实收资本	7,000 万元
注册地和主要生产经营地	上海闵行区竹园路 468 号 1 幢 102 室
股东构成及控制情况	王耀民持股 90%，程晖持股 10%
经营范围	投资咨询，商务咨询，企业管理咨询，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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事股权投资业务，与发行人主营业务不存在重合或同业竞争关系

（1）三问投资主营业务

报告期内，三问投资为投资控股型公司，除直接持有发行人、西藏天问和英伦宝贝的股权外，未从事其他业务。

（2）三问投资子/孙公司情况

截至本招股说明书签署日，三问投资下属子/孙公司分别为发行人及其下属子公司、西藏天问及其子公司天问思享和天问新泉、英伦宝贝及其子公司哲雄母婴，具体情况如下：

序号	公司名称	成立时间	股权结构	报告期内主营业务
1	西藏天问企业管理有限公司	2017/04/28	三问投资 100%	2017年12月，王耀民调整对三问有限的持股架构，由三问投资出资设立西藏天问及其子公司天问思享和天问新泉，同时三问投资将其持有的三问有限10%、10%的股权分别转让给天问思享和天问新泉。报告期内，除持有发行人股权外，西藏天问、天问思享和天问新泉无实际经营业务。
2	西藏天问思享企业管理有限公司	2017/07/11	西藏天问 100%	
3	西藏天问新泉企业管理有限公司	2017/07/10	西藏天问 100%	
4	上海英伦宝贝儿童用品有限公司	2008/03/03	三问投资 69.77% 王耀民 22.33% 程晖 2.79% 壮志投资 2.33% 其他股东 2.79%	童床、童车、婴童服装和婴童家纺等母婴类产品的设计、销售和供应链管理业务，主要经营自创母婴品牌 i-baby 和 i-mummy。
5	上海哲雄母婴用品有限公司	2010/04/23	英伦宝贝 100%	经营i.lollipop品牌母婴精品实体连锁店，店内销售全球著名品牌的婴幼儿童车、母婴服饰以及宝宝玩具等。
6	三问家居股份有	2013/12/10	三问投资 54.10%	经营家纺、服饰和面料产品的

序号	公司名称	成立时间	股权结构	报告期内主营业务
	限公司		王耀民 12.38% 程晖 4.76% 天问思享 3.08% 天问新泉 0.87% 其他股东 24.82%	研发设计、销售和供应链管理业务。

注：上表中未包含发行人下属子公司情况。

报告期内，三问投资及其下属子/孙公司的主营业务未发生变化。

（3）三问投资主要财务数据和经营情况

报告期内，三问投资经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
总资产	27,829.84	28,369.84	31,062.59
总负债	18,771.81	17,069.22	19,373.30
所有者权益	9,058.02	11,300.63	11,689.29
项目	**2020年度**	**2019年度**	**2018年度**
营业收入	56.22	45.00	40.72
营业利润	-253.64	-408.36	-814.22
利润总额	-2,147.46	-388.67	-665.81
净利润	-2,242.60	-388.67	-665.81

注：上述数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计，系为三问投资的单体财务报表。

报告期各期末，三问投资的资产主要为对控股子公司英伦宝贝、哲雄母婴的其他应收款和对发行人、西藏天问及英伦宝贝的长期股权投资，负债主要为对子公司天问新泉和天问思享、王耀民的其他应付款。

2019 年末，三问投资资产总额较 2018 年末减少 2,692.75 万元，负债总额较 2018 年末减少 2,304.09 万元，主要系三问投资向发行人出售恒南路 688 弄 11 号房产和偿还对实际控制人王耀民的部分借款所致。2020 年末，三问投资负债总额较 2019 年末增加 1,702.60 万元，主要系新增上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的第三方借款所致，借款主要用于三问投资支付业绩补偿款。

报告期各期，三问投资的净利润分别为-665.81 万元、-388.67 万元和-2,242.60 万元。其中，管理费用分别为 1,055.04 万元、866.51 万元和 640.70 万元，是报

告期内三问投资亏损的主要原因之一。2020 年度，三问投资净利润较 2019 年度下降 1,853.93 万元，主要系支付发行人股东业绩补偿款所致。

（4）三问投资报告期内主要经营情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	56.22	45.00	40.72
减：营业成本	-	-	-
管理费用	640.70	866.51	1,055.04
财务费用	57.37	112.76	146.58
加：其他收益	2.46	0.23	141.54
投资收益	539.66	-	-
资产减值损失	-233.09	-409.44	158.68
资产处置收益	80.47	960.48	89.59
二、营业利润	-253.64	-408.36	-814.22
加：营业外收入	34.60	125.70	171.21
减：营业外支出	1,928.42	106.00	22.80
三、利润总额	-2,147.46	-388.67	-665.81
四、净利润	-2,242.60	-388.67	-665.81

注：上述数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

三问投资报告期各年的净利润分别为-665.81万元、-388.67万元和-2,242.60万元，亏损的主要原因为支付员工薪酬、计提其他应收款坏账准备和支付对发行人股东承诺的业绩补偿款等。其中，管理费用主要为三问投资总经理程晖、分管英伦宝贝的职业经理人的薪酬和实际控制人王耀民的个人费用开支，2018年度和2019年度管理费用较高主要系王耀民就读商学院期间出国学习考察、因私出国旅游等的费用较高所致，报告期内在三问投资领薪的人员均未在发行人处任职，三问投资的费用支出与发行人业务不相关，不存在代发行人支付相关费用的情形；资产减值损失主要系对同一控制下关联公司英伦宝贝和哲雄母婴的其他应收款计提的坏账准备；营业外支出主要系按照对赌协议约定由三问投资支付发行人股东的业绩补偿款。

此外，三问投资2019年度资产处置收益为向发行人出售恒南路688弄11号房屋所获得的收益，2020年度投资收益为从发行人获取的分红收益。

（5）三问投资报告期各期末负债情况

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
应付账款	146.26	146.26	146.26
应付职工薪酬	50.38	47.33	67.08
应交税费	-	191.22	0.09
其他应付款	18,575.17	16,684.41	18,335.47
流动负债合计	18,771.81	17,069.22	18,548.90
长期借款	-	-	824.39
非流动负债合计	-	-	824.39
负债合计	18,771.81	17,069.22	19,373.30

报告期各期末，三问投资的负债主要为其他应付款，主要系对同一控制下关联公司的借款。

截至2020年末，三问投资的其他应付款明细如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	性质
西藏天问	8,415.60	同控下关联公司借款
天问思享	6,195.10	同控下关联公司借款
上海系阳建筑劳务有限公司	1,557.92	非关联方借款
王耀民	1,363.77	实际控制人借款
常州市宇宸服装有限公司	700.58	非关联方借款
壮志投资	250.00	同控下关联公司借款
其他	92.19	-
合计	**18,575.17**	**-**

由上表可知，三问投资报告期末借款主要系对同一控制下公司西藏天问、天问思享等的无息借款，有息借款系对上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的信用借款，具体金额及资金用途如下：

借款方	金额（万元）	借款期限	借款利率	资金用途
上海系阳建筑劳务有限公司	1,500.00	2020.2.12 至 2021.12.31	4.35%	主要用于支付发行人股东业绩补偿款 1,356.44 万元
常州市宇宸服装有限公司	700.00	2020.12.25 至 2021.12.31	4.35%	主要用于支付发行人股东业绩补偿款 563.46 万元

上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司与发行人的董事、监

事、高级管理人员和其他核心人员、供应商、客户均不存在关联关系或其他权益安排，发行人与其不存在利益输送的情况。

综上，三问投资报告期末有息负债占比较低，系第三方信用借款，不存在资产抵押和发行人为其融资提供担保的情形。三问投资不存在对发行人控制权稳定造成影响的情形，不存在为发行人承担成本费用的情形。

（6）发行人控制权的稳定性

如前所述，三问投资报告期末的资产主要为对英伦宝贝、哲雄母婴的其他应收款和长期股权投资，负债主要为对子公司天问新泉、天问思享的其他应付款和第三方借款。其中，天问新泉、天问思享向三问投资拆出资金的资金来源均为其向外部投资者转让发行人股权而取得的股权转让款，其不存在对外借款的情形；三问投资对第三方上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的借款本金合计为 2,200 万元，金额相对较小。截至本招股说明书签署日，实际控制人王耀民、程晖夫妇合计控制发行人 78.36%的股权，上述对第三方的借款不会影响发行人控制权的稳定性。

截至本招股说明书签署日，除向顾家家居支付业绩补偿款外，发行人与其他股东的对赌协议均未实际执行，相关对赌协议未导致公司控制权发生变化。本次申报前，发行人与相关股东的对赌协议已完全解除，发行人不存在因执行对赌协议而可能导致控制权发生变化的风险。

综上，三问投资不存在对发行人控制权稳定造成影响的情形。

2、实际控制人情况

王耀民、程晖夫妇直接持有发行人 17.13%的股权；王耀民、程晖夫妇通过控股股东三问投资控制发行人58.05%的股权；程晖通过宁波新泉控制发行人3.17%的股权。王耀民、程晖夫妇合计控制发行人 78.36%的股权，为发行人实际控制人。

王耀民先生，中国国籍，1971 年出生，无境外永久居留权，长江商学院 EMBA。1993 年 07 月至 2002 年 12 月，任安徽省服装进出口公司业务副经理；2002 年 11 月至今，任三问国际（后更名为三问投资）执行董事；2005 年 02 月至今，任

张家港中堂执行董事；2013 年 12 月至 2019 年 12 月，任三问有限董事长；2015 年 05 月至 2019 年 06 月，任君子泰投资执行事务合伙人；2015 年 10 月至今，任秦艺服饰董事长；2017 年 04 月至今，任西藏天问执行董事；2017 年 07 月至今，任天问思享、天问新泉执行董事；2019 年 12 月至今，任三问家居董事长、总经理。目前，担任上海进出口商会第三届理事会副会长、安徽省健康产业发展促进会副会长。

程晖女士，中国国籍，1972 年出生，无境外永久居留权，毕业于安徽大学，本科学历。1995 年 09 月至 2002 年 10 月，任合肥经济技术学院助教；2002 年 10 月至 2003 年 05 月，任中国科学技术大学讲师；2003 年 05 月至 2017 年 10 月，历任三问国际（后更名为三问投资）副经理、经理、总经理、董事；2013 年 06 月至今，任哲雄母婴、道地文化监事；2013 年 12 月至 2019 年 12 月，任三问有限董事；2013 年 12 月至今，任心生实业监事；2015 年 05 月至今，任壮志投资执行事务合伙人；2017 年 06 月至今，任宁波新泉执行事务合伙人；2018 年 10 月至今，任西藏天问、天问思享、天问新泉经理；2019 年 02 月至今，任南通瑞兹监事；2019 年 12 月至今，任三问家居董事；2020 年 5 月至今，任浙江三问监事。

（二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，除控股股东三问投资外，海富长江持有发行人 6.41%的股份。

1、海富长江基本情况

公司名称	海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91420100MA4KN8560F
住所	武汉市东湖新技术开发区高新大道 666 号光谷生物创新园 C4 栋
成立时间	2016 年 8 月 4 日

执行事务合伙人	武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）
认缴出资额	252,722.00 万元
企业类型	有限合伙企业
经营范围	从事非证券类股权投资活动及相关的咨询服务业务（不含国家法律法规、国务院决定限制和禁止的项目；不得以任何方式公开募集和发行基金）（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款，不得从事发放贷款等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

海富长江是已在中国证券投资基金业协会完成备案的股权投资基金，基金编号为 SM4696，备案时间为 2017 年 3 月 18 日。海富长江的基金管理人为海富产业投资基金管理有限公司，已在中国证券投资基金业协会完成基金管理人登记，登记编号为 P1000839，登记时间为 2014 年 4 月 17 日。

2、股权结构

截至本招股说明书签署日，海富长江的股权结构如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	武汉欣达亚投资管理合伙企业(有限合伙）	普通合伙人	3,122.00	1.24%
2	全国社会保障基金理事会	有限合伙人	100,000.00	39.57%
3	湖北省长江经济带产业引导基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	39,600.00	15.67%
4	海通开元投资有限公司	有限合伙人	30,000.00	11.87%
5	中国人民财产保险股份有限公司	有限合伙人	30,000.00	11.87%
6	中国人民人寿保险股份有限公司	有限合伙人	30,000.00	11.87%
7	中元汇（武汉）产业投资有限公司	有限合伙人	10,000.00	3.96%
8	湖北宏泰产业投资基金有限公司	有限合伙人	10,000.00	3.96%
合计		-	252,722.00	**100.00%**

3、普通合伙人情况

海富长江的普通合伙人为武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙），具体情况如下：

公司名称	武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91420100MA4KN2396E
公司住所	武汉市东湖新技术开发区高新大道 666 号光谷生物城创新园 C4 栋 1 楼
成立时间	2016 年 7 月 6 日

执行事务合伙人	张均宇、武汉荟达亚投资管理有限责任公司
认缴出资额	3,122.00 万元
企业类型	有限合伙企业
经营范围	管理或受托管理股权类投资并从事相关咨询服务业务（不含国家法律法规、国务院决定限制和禁止的项目；不得以任何方式公开募集和发行基金）（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款，不得从事发放贷款等金融业务）。（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）的合伙人构成及出资比例如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	武汉荟达亚投资管理有限责任公司	执行事务合伙人	85.91	2.75%
2	张均宇	执行事务合伙人	393.68	12.61%
3	李保国	有限合伙人	393.68	12.61%
4	顾弘	有限合伙人	393.68	12.61%
5	司马非	有限合伙人	357.16	11.44%
6	朱庆莲	有限合伙人	341.24	10.93%
7	毛旭峰	有限合伙人	112.39	3.60%
8	李卫国	有限合伙人	112.39	3.60%
9	曾建	有限合伙人	112.39	3.60%
10	葛珉	有限合伙人	90.54	2.90%
11	白璐	有限合伙人	83.05	2.66%
12	戴向华	有限合伙人	74.93	2.40%
13	蔡戎熙	有限合伙人	78.052	2.50%
14	冯鑫	有限合伙人	74.93	2.40%
15	姜星河	有限合伙人	56.20	1.80%
16	桑腾飞	有限合伙人	56.20	1.80%
17	张春艳	有限合伙人	37.78	1.21%
18	刘嘉	有限合伙人	37.78	1.21%
19	杨子	有限合伙人	34.97	1.12%
20	黄祐宁	有限合伙人	30.28	0.97%
21	夏明	有限合伙人	32.028	1.03%
22	孔尔欣	有限合伙人	25.60	0.82%
23	孙翔	有限合伙人	24.35	0.78%

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
24	曹佳颖	有限合伙人	24.35	0.78%
25	陈喆	有限合伙人	9.74	0.31%
26	聂弋哲	有限合伙人	24.35	0.78%
27	胡妍蕊	有限合伙人	24.35	0.78%
合计			**3,122.00**	**100.00%**

张均宇、李保国、顾弘分别持有武汉荟达亚投资管理有限责任公司的 33.33%股权，股权较为分散，不存在能够实际控制武汉荟达亚投资管理有限责任公司的控股股东。海富长江无实际控制人。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前公司股份总数为 7,500.00 万股，如本次公开发行股份数量为 2,500.00 万股，占发行后股份总数的 25%，则本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东	发行前持股结构		发行后持股结构	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
1	三问投资	4,057.5675	54.1009%	4,057.5675	40.5757%
2	王耀民	928.1220	12.3750%	928.1220	9.2812%
3	海富长江	480.7725	6.4103%	480.7725	4.8077%
4	顾家家居	360.5775	4.8077%	360.5775	3.6058%
5	江阴海澜之家	360.5775	4.8077%	360.5775	3.6058%
6	程晖	356.9700	4.7596%	356.9700	3.5697%
7	中比基金（SS）	240.3844	3.2051%	240.3844	2.4038%
8	宁波新泉	237.9801	3.1731%	237.9801	2.3798%
9	天问思享	230.7675	3.0769%	230.7675	2.3077%
10	天问新泉	65.4075	0.8721%	65.4075	0.6541%
11	笪汉青	59.4975	0.7933%	59.4975	0.5950%
12	陈贤付	49.9760	0.6663%	49.9760	0.4998%
13	王浩群	35.7000	0.4760%	35.7000	0.3570%
14	戴小明	35.7000	0.4760%	35.7000	0.3570%
15	社会公众股	-	-	2,500.0000	25.0000%
合计		**7,500.0000**	**100.0000%**	**10,000.0000**	**100.0000%**

注：SS 为 State-owned Shareholder 的缩写，指国有股东

（二）本次发行前的前十名股东情况

本次发行前，发行人前十名股东持股情况如下：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例
1	三问投资	4,057.5675	54.1009%
2	王耀民	928.1220	12.3750%
3	海富长江	480.7725	6.4103%
4	顾家家居	360.5775	4.8077%
5	江阴海澜之家	360.5775	4.8077%
6	程晖	356.9700	4.7596%
7	中比基金（SS）	240.3844	3.2051%
8	宁波新泉	237.9801	3.1731%
9	天问思享	230.7675	3.0769%
10	天问新泉	65.4075	0.8721%
合计		**7,319.1265**	**97.5884%**

（三）本次发行前的前十名自然人股东在发行人处任职的情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 6 名自然人股东，其在发行人处任职的情况如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例	发行人处任职情况
1	王耀民	928.1220	12.3750%	董事长、总经理
2	程晖	356.9700	4.7596%	董事
3	笪汉青	59.4975	0.7933%	员工
4	陈贤付	49.9760	0.6663%	-
5	王浩群	35.7000	0.4760%	副总经理
6	戴小明	35.7000	0.4760%	副总经理
合计		**1,465.9655**	**19.5462%**	

（四）发行人股本中国有股份或外资股份情况

1、国有股份

本公司股东中，中比基金为国有股东。中比基金持有公司 240.3844 万股股份，持股比例 3.2051%。根据中比基金 2021 年 2 月 13 日收到的《财政部关于确认三问家居股份有限公司国有股权管理方案的函》（财金函[2021]5 号），财政部

同意中比基金提出的三问家居国有股权管理方案。

2、外资股份

截至本招股说明书签署日，发行人不存在外资股东。

（五）申报前一年发行人新增股东的情况

截至本招股说明书签署日前一年，发行人无新增股东。

（六）本次发行前各股东之间的关联关系

截至本招股说明书签署日，本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例	股东间的关联关系
1	王耀民	928.1220	12.3750%	1、公司实际控制人为王耀民、程晖夫妇； 2、三问投资为实际控制人王耀民、程晖控制的公司； 3、三问投资通过西藏天问间接持有天问思享和天问新泉 100%的股权； 4、宁波新泉为公司员工持股平台，其执行事务合伙人为公司实际控制人程晖； 5、宁波新泉的合伙人王东才与王耀民系兄弟关系。
	程　晖	356.9700	4.7596%	
	三问投资	4,057.5675	54.1009%	
	天问思享	230.7675	3.0769%	
	天问新泉	65.4075	0.8721%	
	宁波新泉	237.9801	3.1731%	
	合　计	**5,876.8146**	**78.3576%**	
2	海富长江	480.7725	6.4103%	海富长江和中比基金的基金管理人均为海富产业投资基金管理有限公司；公司董事朱庆莲系海富产业投资基金管理有限公司的副总经理。
	中比基金（SS）	240.3844	3.2051%	
	合　计	**721.1569**	**9.6154%**	
3	笪汉青	59.4975	0.7933%	笪汉青与孙红丹为夫妻关系；孙红丹通过宁波新泉间接持有公司股份权益。
	孙红丹	-	0.0628%	
	合　计	**59.4975**	**0.8561%**	

除上表所列示的关联关系外，发行人的直接或间接股东与发行人及其其他股东、实际控制人、董监高、核心技术人员、本次发行中介机构及其负责人、签字人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，不存在纠纷或潜在争议。

（七）公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

发行人本次公开发行股份不涉及股东公开发售股份的情形。

（八）申报时存在私募基金股东的情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 8 家机构股东，其中 2 家属于私募投资基金股东，其相关备案情况如下：

序号	法人股东名称	私募基金备案编号	基金管理人名称	私募投资基金管理人登记编号
1	海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙）	SM4696	海富产业投资基金管理有限公司	P1000839
2	中国-比利时直接股权投资基金（SS）	SD1670	海富产业投资基金管理有限公司	P1000839

（九）发行人股东适格性

截至本招股说明书签署日，发行人的现有股东均具备担任发行人股东的资格，不存在法律、法规及规范性文件规定的不适格或其他限制情形。

（十）发行人关于股东信息披露的专项承诺

公司根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》第二项的规定出具专项承诺如下：

（一）本公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息；

（二）本公司历史沿革中存在的股权代持等情形已依法解除，不存在股权争议或潜在纠纷等情形；

（三）本公司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；

（四）本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份的情形；

（五）本公司及本公司股东不存在以本公司股权进行利益输送的情形；

（六）本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务；

（七）若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事由股东大会选举产生，任期为 3 年，任期届满可连选连任。公司本届董事会由 5 名董事组成，其中 2 名为独立董事。

现任董事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	本届董事会任职期限
1	王耀民	董事长	全体发起人	2019.12.08 至 2022.12.07
2	程　晖	董事	全体发起人	2019.12.08 至 2022.12.07
3	朱庆莲	董事	全体发起人	2019.12.08 至 2022.12.07
4	张　昕	独立董事	全体发起人	2019.12.08 至 2022.12.07
5	翁和生	独立董事	全体发起人	2019.12.08 至 2022.12.07

上述各位董事简历如下：

1、王耀民先生，简历请参阅本节之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”之“2、实际控制人情况”。

2、程晖女士，简历请参阅本节之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”之“2、实际控制人情况”。

3、朱庆莲女士，中国国籍，1976 年出生，毕业于南京理工大学，硕士研究生学历，无境外永久居留权。2001 年 04 月至 2005 年 03 月，任海通证券股份有限公司职员；2005 年 03 月至今，历任海富产业投资基金管理有限公司董事总经理、总经理助理、副总经理；2018 年 03 月至 2019 年 12 月，任三问有限董事；2019 年 12 月至今，任三问家居董事。

4、张昕女士，中国国籍，1972 年出生，毕业于同济大学，硕士研究生学历，无境外永久居留权。1994 年 09 月至 1997 年 09 月，任哈尔滨师范大学实验中学教师；2001 年 01 月至 2004 年 10 月，任安永大华会计师事务所审计员；2004 年 11 月至 2011 年 04 月，任立信会计师事务所高级经理；2011 年 05 月至今，任大华会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人；2019 年 12 月至今，任三问家居独立

董事。

5、翁和生先生，中国国籍，1956 年出生，毕业于上海第二工业大学，本科学历，无境外永久居留权。1989 年 10 月至 1992 年 10 月，任上海三友实业社毛巾厂厂长；1992 年 10 月至 1994 年 12 月，任上海毛巾被单公司副总经理；1994 年 12 月至 2016 年 12 月，历任上海龙头家纺有限公司（原上海民光国际企业有限公司）副总经理、总经理；2006 年 06 月至 2018 年 11 月，任上海市家用纺织品行业协会会长；2019 年 12 月至今，任三问家居独立董事。

（二）监事会成员

公司监事由股东大会和职工代表大会选举产生，任期为 3 年，任期届满可连选连任。公司本届监事会由 3 名监事组成，其中 2 名为职工代表监事。

现任监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	本届监事会任职期限
1	孙红丹	监事会主席	全体发起人	2019.12.08 至 2022.12.07
2	张玉贞	监事	职工代表大会	2019.12.08 至 2022.12.07
3	牟晓芳	监事	职工代表大会	2019.12.08 至 2022.12.07

上述各位监事简历如下：

孙红丹女士，中国国籍，1982 年出生，毕业于东北大学，本科学历，无境外永久居留权。2005 年 07 月至 2016 年 02 月，任三问国际（后更名为三问投资）单证部物流总监；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限物流总监；2018 年 05 月至今，任上海晶棒服饰有限公司监事；2019 年 04 月至 2020 年 05 月，任上海鸿望电子商务有限公司监事；2019 年 12 月至今，任三问家居监事会主席、人力行政中心兼物流部高级总监。

张玉贞女士，中国国籍，1983 年出生，毕业于西北工业大学，大专学历，无境外永久居留权。2006 年 05 月至 2010 年 03 月，任宁波嘉森国际贸易有限公司业务员；2010 年 03 月至 2012 年 12 月，任上海伟军国际贸易有限公司部门经理；2013 年 01 月至 2014 年 09 月，任上海双实国际贸易有限公司部门主管；2014 年 10 月至 2016 年 02 月，任三问投资客户经理；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限客户经理；2019 年 12 月至今，任三问家居客户经理、职工代表监事。

牟晓芳女士，中国国籍，1986 年出生，毕业于武汉科技大学中南分校，本科学历，无境外永久居留权。2009 年 05 月至 2010 年 05 月，任上海东方激光教育文化有限公司英语教辅图书编辑；2010 年 05 月至 2012 年 05 月，任皓彬时装（上海）有限公司外贸业务员；2012 年 06 月至 2014 年 10 月，受中智上海经济技术合作有限公司派遣，任香港木兴有限公司上海代表处外贸业务员；2014 年 10 月至 2016 年 02 月，任三问投资外贸业务员，2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限外贸业务员；2019 年 12 月至今，任三问家居客户专员、职工代表监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员基本情况如下：

序号	姓名	在公司担任的职务
1	王耀民	总经理
2	周永红	副总经理
3	王浩群	副总经理
4	高长磊	副总经理
5	戴小明	副总经理
6	石广林	财务负责人
7	贾骏	董事会秘书

上述各位高级管理人员简历如下：

王耀民先生，简历请参阅本节之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”之“2、实际控制人情况”。

周永红先生，中国国籍，1977 年出生，毕业于安徽机电学院，本科学历，无境外永久居留权。2001 年 07 月至 2002 年 04 月，任浙江桐乡外贸集团股份有限公司业务助理；2002 年 04 月至 2003 年 03 月，任浙江绍兴昌井服装有限公司业务员；2003 年 04 月至 2005 年 05 月，任香港 Mansheen 上海办事处业务员；2005 年 05 月至 2009 年 08 月，任上海可丝帝国际贸易有限公司高级业务员；2009 年 09 月至 2016 年 02 月，任三问国际（后更名为三问投资）业务总监；2015 年 10 月至今，任秦艺服饰董事；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限副总经理；2017 年 04 月至今，任西藏天问监事；2017 年 07 月至今，任天问思享、天

问新泉监事；2017 年 12 月至 2021 年 3 月，任常熟中堂执行董事；2018 年 06 月至 2021 年 3 月，任亮丰新材料执行董事；2019 年 12 月至今，任三问家居副总经理；2020 年 05 月至 2021 年 3 月，任浙江三问执行董事；2020 年 05 月至今，任上海三隆董事长。

王浩群女士，中国国籍，1978 年出生，毕业于萍乡高等专科学校，大专学历，无境外永久居留权。1999 年 06 月至 2001 年 03 月，任广州市乐亿工艺制造有限公司单证员及业务员；2001 年 04 月至 2007 年 04 月，任上海联柏纺织品贸易有限公司业务经理；2008 年 07 月至 2016 年 01 月，任三问国际（后更名为三问投资）业务副总监；2015 年 08 月至今，任三问投资监事；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限副总经理；2019 年 12 月至今，任三问家居副总经理。

高长磊先生，中国国籍，1984 年出生，毕业于安徽大学，本科学历，无境外永久居留权。2006 年 08 月至 2007 年 07 月，任安徽外国语职业技术学院讲师；2007 年 08 月至 2011 年 06 月，任三问国际业务员；2011 年 11 月至 2016 年 02 月，任三问国际（后更名为三问投资）业务副总监；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限副总经理；2019 年 12 月至今，任三问家居副总经理。

戴小明先生，中国国籍，1970 年出生，毕业于南昌大学，本科学历，无境外永久居留权。1996 年 08 月至 2003 年 04 月，任江西省服装进出口公司业务员；2003 年 04 月至 2006 年 07 月，任上海优士服进出口贸易有限责任公司业务经理；2006 年 07 月至 2008 年 02 月，任肯耐（上海）服装贸易有限公司经理；2008 年 03 月至 2016 年 02 月，任三问国际（后更名为三问投资）副总经理；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限副总经理；2015 年 08 月至今，任三问投资监事；2019 年 12 月至今，任三问家居副总经理。

石广林先生，中国国籍，1980 年出生，毕业于云南民族大学，硕士研究生学历，无境外永久居留权。2004 年 02 月至 2005 年 12 月，任宁波波导股份有限公司四川分公司财务主管、审计组长；2006 年 01 月至 2008 年 01 月，任中国长远控股有限公司西部大区审计主管；2008 年 02 月至 2010 年 12 月，任成都高新发展股份有限公司审计主管；2010 年 12 月至 2016 年 02 月，任成都华西希望集团有限公司审计部经理；2016 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限财务总监；2016 年 03 月至今，任英伦宝贝监事；2018 年 06 月至今，任亮丰新材料监事；

2019 年 12 月至今，任三问家居财务负责人。

贾骏先生，中国国籍，1979 年出生，毕业于上海大学，本科学历，无境外永久居留权。2001 年 06 月至 2002 年 12 月，任上海天世缘商务信息有限公司客户代表；2003 年 03 月至 2003 年 11 月，任上海热线宽频网学习生；2003 年 12 月至 2004 年 03 月，任新闻午报社新闻记者；2004 年 05 月至 2006 年 02 月，任上海同家文化发展有限公司责任编辑；2006 年 03 月至 2006 年 04 月，任上海吾爱庐文化传播发展有限公司编辑；2006 年 05 月至 2009 年 10 月，任上海光路文化传播有限公司执行主编；2009 年 11 月至 2010 年 04 月，任上海俱进建设实业有限公司策划主管；2010 年 04 月至 2015 年 12 月，任英伦宝贝品牌总监；2016 年 01 月至 2016 年 06 月，任上海申先信息咨询有限公司项目经理；2016 年 08 月至 2019 年 01 月，任上海汉源企业管理咨询有限公司高级品牌经理；2019 年 02 月至 2019 年 12 月，任三问有限高级公关经理；2019 年 12 月至今，任三问家居董事会秘书。

（四）其他核心人员

其他核心人员基本情况如下：

序号	姓名	在公司担任的职务
1	范佳荣	家纺花式纱类首席设计师
2	孙玲芝	配饰设计副经理
3	孙艳辉	亮丰新材料运营副总监
4	石海帅	家纺靠垫类首席设计师
5	刘晴	服饰设计副经理

1、其他核心人员简历

范佳荣女士，中国国籍，1983 年出生，毕业于上海工程技术大学，艺术设计（服装与装潢），本科学历，无境外永久居留权。2005 年 8 月至 2006 年 1 月，任职上海韩鲜纺织有限公司花型及珠片设计师；2006 年 3 月至 2010 年 1 月，任职杭州康泰纺织品有限公司花型图案设计师；2010 年 1 月至 2016 年 2 月任三问投资首席设计师，2016 年发行人承接三问投资业务后，2016 年 2 月至今，于三问家居任职，现任发行人家纺花式纱类首席设计师。入职三问投资及发行人时长约为 11 年。

孙玲芝女士，中国国籍，1983 年出生，毕业于浙江理工大学，染织艺术设计，本科学历，无境外永久居留权。2006 年 6 月至 2007 年 2 月，任职无锡佳丰寝室用品有限公司产品设计师；2007 年 3 月至 2011 年 5 月，任职泛美（杭州）纺织品设计有限公司图案及款式设计师；2011 年 9 月至 2016 年 2 月，任三问投资设计副经理，2016 年发行人承接三问投资业务后，2016 年 2 月至今，于三问家居任职，现任发行人配饰设计副经理。入职三问投资及发行人时长约为 9.5 年。

孙艳辉女士，中国国籍，1984 年出生，毕业于江南大学，纺织工程专业，硕士研究生学历，无境外永久居留权。2010 年 3 月至 2013 年 6 月，任职上海安诺其集团股份有限公司应用工程师；2013 年 11 月至 2016 年 5 月，任职上海水星家用纺织品股份有限公司项目主管；2016 年 5 月至今，于三问家居任职，现任亮丰新材料运营副总监。入职发行人时长约为 5 年。

石海帅先生，中国国籍，1987 年出生，毕业于山东工艺美术学院，艺术设计（应用），本科学历，无境外永久居留权。2012 年 9 月至 2017 年 11 月，任职吴江瑞丽蕾丝刺绣有限公司开发主管；2017 年 11 月至 2018 年 7 月，任职上海华礼丝纺织品有限公司花型设计师；2018 年 7 月至 2019 年 5 月，任职上海艺夏家居用品有限公司花型设计师；2019 年 5 月至今，于三问家居任职，现任家纺靠垫类首席设计师。入职发行人时长约为 2 年。

刘晴女士，中国国籍，1988 年出生，毕业于东华大学，艺术设计（服装艺术设计），本科学历，无境外永久居留权。2011 年 7 月至 2013 年 4 月，任职上海音太服饰设计有限公司服装和图案设计师；2013 年 5 月至 2016 年 4 月，任职上海卓卡贸易有限公司服装和图案设计师；2016 年 4 月至今，于三问家居任职，现任服饰设计副经理。入职发行人时长约为 5 年。

2、其他核心人员薪酬水平的合理性

上述核心人员的2019年、2020年的薪酬情况如下：

单位：万元

姓名	在发行人所任职务	2019 年度薪酬	2020 年度薪酬
范佳荣	家纺花式纱类首席设计师	18.53	20.14
孙玲芝	配饰设计副经理	18.34	19.46
孙艳辉	亮丰新材料运营副总监	20.29	23.69

姓名	在发行人所任职务	2019 年度薪酬	2020 年度薪酬
石海帅	家纺靠垫类首席设计师	10.16 注	17.72
刘　晴	服饰设计副经理	17.47	19.59

注：石海帅为 2019 年 5 月入职

发行人核心人员的薪酬水平低于董事长、总经理、副总经理的原因及合理性如下：

（1）发行人建立了一整套完备的研发设计体系

发行人主要是毯子、靠垫等家用纺织品及睡衣、浴袍、家居常服等家居服饰。上述产品的应用场景主要是围绕居家生活，在国外属于快速消费类产品。通过多年与国外客户的合作经验，发行人建立了一整套完整的研发设计体系，通过制定研发创新策略、统一产品价值的标准和设计语言、利用模块化的设计流程、将设计资料进行数据库管理。

1）“双焦点+多品类+全案设计”的研发创新策略的建设情况

公司有明确的研发创新策略，即“双焦点+多品类+全案设计”，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况”之“（十三）发行人在行业中的竞争优势和劣势”之“1、竞争优势”之“（1）研发设计优势”之“4）公司坚持双焦点、多品类、全案设计的研发创新策略”的详细说明。

2）产品价值标准和时尚设计语言建设情况

公司拥有成熟的产品价值标准和时尚设计语言。参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况”之“（十三）发行人在行业中的竞争优势和劣势”之“1、竞争优势”之“（1）研发设计优势”之“5）公司拥有成熟的产品价值标准和时尚设计语言”的详细说明。

3）研发设计的模式流程和研发设计团队的建设情况

公司拥有高效的研发设计流程和经验丰富的研发设计团队。发行人将设计人员从多个维度定义为不同类型的设计师。横向主要是按照花型组、创意组、版房组进行分工，纵向主要是按照毯子、靠垫、睡衣、浴袍等成品组维度进行分工。上述人员分工形成了模块化和矩阵式的设计管理模式，保障了公司研发设计水平

持续提升、产品不断发展创新。

公司的设计模式能够高效的发挥作用，研发设计团队分工合理、专业性强，具体参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况”之“（十三）发行人在行业中的竞争优势和劣势”之“1、竞争优势”之“（1）研发设计优势”之“6）公司拥有高效的研发设计流程和优秀的研发设计团队”的详细说明。

4）设计研发的数字化建设情况

公司注重在研发设计的数字化方面的投入，通过电子字典库等信息化手段助力高效设计研发，建立设计资料的数据库以便快速检索。参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况”之“八、发行人的研发和技术”之“（一）发行人设计能力及面料技术掌握情况”之“3、数字化助力高效设计研发”的详细说明。

（2）发行人的核心人员的定位

发行人在研发设计过程中，主要依靠其完备的研发设计体系。研发设计人员更多的是在体系中进行协同及利用既有的资源为客户高效的进行产品研发设计和打样。

发行人在核心人员认定的时候，还会参考其学历和专业、工作经验、在公司的工作表现、能力展现以及在某个维度的设计能力。而不是以其所处的职位或职级的高低来认定。而发行人的董事长、总经理、副总经理等负责公司某一业务板块，属于高层领导，工资薪金水平相对较高。

综上，发行人完备的研发设计体系建设及核心人员定位等导致发行人的核心人员的工资薪酬低于董事长、总经理、副总经理等高管人员，具有合理原因。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在除公司及其控股子公司以外的其他单位兼职情况如下：

姓名	在本公司职务	兼职单位	在兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
王耀民	董事长、总	三问投资	执行董事	公司控股股东

姓名	在本公司职务	兼职单位	在兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
	经理	西藏天问	执行董事	公司控股股东全资子公司
		天问思享	执行董事	公司控股股东全资孙公司、公司股东
		天问新泉	执行董事	公司控股股东全资孙公司、公司股东
程晖	董事	三问投资	总经理	公司控股股东
		西藏天问	总经理	公司控股股东全资子公司
		天问思享	总经理	公司控股股东全资孙公司、公司股东
		天问新泉	总经理	公司控股股东全资孙公司、公司股东
		宁波新泉	执行事务合伙人	公司员工持股平台、公司股东
		哲雄母婴	监事	控股股东控制的其他企业
		壮志投资	执行事务合伙人	控股股东控制的其他企业
		道地文化	监事	控股股东控制的其他企业
朱庆莲	董事	海富产业投资基金管理有限公司	副总经理	无
		宁波均普智能制造股份有限公司	董事	
		上海百金化工集团股份有限公司	董事	
		上海卡姆南洋医疗器械股份有限公司	董事	
		北京新时空科技股份有限公司	董事	
		苏州维嘉科技股份有限公司	董事	
		江西金力永磁科技股份有限公司	监事	
张昕	独立董事	慧捷（上海）科技股份有限公司	独立董事	无
		大华会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人	
孙红丹	监事	上海晶棒服饰有限公司	监事	无
周永红	副总经理	西藏天问	监事	公司控股股东全资子公司
		天问思享	监事	公司控股股东全资孙公司、公司股东
		天问新泉	监事	公司控股股东全资孙公司、公司股东

姓名	在本公司职务	兼职单位	在兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
王浩群	副总经理	三问投资	监事	公司控股股东
戴小明	副总经理	三问投资	监事	公司控股股东
石广林	财务负责人	英伦宝贝	监事	公司控股股东的控股子公司
翁和生	独立董事	东隆家纺股份有限公司	独立董事	无

除外部董事朱庆莲、独立董事翁和生、张昕外，发行人董监高及核心技术人员兼任董事（执行董事）、高管、执行事务合伙人的单位主要为投资控股型企业，该等企业除从事股权投资业务外，无其他实际经营的业务，不会占用相应人员过多的精力和时间。发行人外部董事朱庆莲、独立董事张昕并非发行人员工，不参与发行人日常经营管理，其在外兼职不会影响发行人的正常运行。

报告期内，上述董监高人员均能依法履行职责，按照相关法律、法规和公司章程的规定参加会议并行使表决权。

综上，发行人董监高、核心技术人员在外兼职不影响其在发行人处履职，与发行人之间不存在利益冲突。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系

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之间，王耀民和程晖为夫妻关系，除此之外，其他人员之间无亲属关系。

十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况

发行人现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在与之前任职的企业签署过竞业禁止协议的情况，亦未对之前任职的企业负有任何竞业禁止义务。前述人员从之前任职的企业离职时，未曾收到之前任职的企业要求其履行竞业禁止义务的通知或请求，亦未曾因为竞业禁止、保守商业秘密等事项而被其他企业主张过任何权利，与之前任职的企业之间不存在任何纠纷或潜在纠纷。

发行人已与董事（外部董事和独立董事除外）、监事、高级管理人员及核心技术人员签署了《员工保密及竞业禁止协议书》，对相关人员的保密义务及竞业禁止义务做出了约定。

除上述协议外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未与公司签订对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的其他协议。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年变动情况

最近两年，公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的变动情况如下：

（一）发行人董事的变化

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人董事会由 5 名董事组成，分别为王耀民、程晖、笪汉青、朱庆莲、高长磊。

2019 年 12 月 8 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举王耀民、程晖、朱庆莲为公司第一届董事会非独立董事，选举翁和生、张昕为公司第一届董事会独立董事。

2019 年 12 月 8 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，会议选举王耀民为公司第一届董事会董事长。

（二）发行人监事的变化

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人有 1 名监事，为沈滨。

2019 年 12 月 7 日，发行人召开第一届职工代表大会第一次会议，会议选举张玉贞、牟晓芳为公司第一届监事会职工代表监事；2019 年 12 月 8 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举孙红丹为公司第一届监事会非职工代表监事。

2019 年 12 月 8 日，发行人召开第一届监事会第一次会议，会议选举孙红丹为公司第一届监事会主席。

（三）发行人高级管理人员的变化

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人的总经理为王耀民。

2019 年 12 月 8 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，同意聘请王耀民为公司总经理，聘请贾骏为董事会秘书，聘请周永红、王浩群、高长磊、戴小明为公司副总经理，聘请石广林为公司财务负责人。

（四）发行人其他核心人员的变化

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人的其他核心人员为范佳荣、孙玲芝、孙艳辉、刘晴。

2019 年 5 月，石海帅加入公司任职，现任家纺靠垫类首席设计师，作为公司其他核心人员。除此之外，公司其他核心人员在最近两年内未发生变动。

（五）上述人员变化对公司的影响

最近两年（2019年度和2020年度）发行人离职董监高为沈滨和笪汉青，具体情况如下：

1、沈滨

沈滨于2017年1月加入三问体系，担任发行人控股股东三问投资首席财务官职务，于2018年12月从三问投资离职。2017年8月至2019年12月期间，沈滨兼任三问有限监事。沈滨离职主要是个人职业规划方面的原因，离职后就职于国药控股股份有限公司，担任投资部副部长职务。2019年12月，发行人整体变更为股份有限公司，为进一步优化治理结构，经创立大会暨第一次股东大会选举产生第一届监事会，沈滨不再担任发行人监事。

沈滨与三问投资经协商一致解除劳动关系，双方不存在纠纷或潜在纠纷。同时，沈滨在三问投资任职的时间较短，任职期间主要负责三问投资集团层面的投融资事务，虽然兼任发行人监事，但未与发行人建立劳动关系，不属于发行人的关键管理人员，其离职不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

2、笪汉青

笪汉青于2003年1月加入三问体系，历任三问投资/三问有限业务经理、副总经理、总经理等职务，于2018年8月从三问有限离职。2015年12月至2018年8月期间，笪汉青任三问有限总经理，同时于2015年12月至2019年12月期间任发行人董事。笪汉青离职后自主创业，经营的公司主要从事潮牌服装的线上销售业务。2019年12月，发行人整体变更为股份有限公司，为进一步优化治理结构，经创立大会暨第一次股东大会选举产生第一届董事会，笪汉青不再担任发行人董事。

笪汉青与发行人经协商一致解除劳动关系，双方不存在纠纷或潜在纠纷。笪

汉青的离职属于公司正常人事变动，未导致以王耀民为核心的管理层发生重大变动，未影响发行人经营决策的稳定性和连续性，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

2020年7月，笪汉青因自身原因希望重回发行人处工作，考虑到其对行业的深入理解和多年的管理经验，发行人重新聘用其担任业务部门总监职务。

综上，发行人最近两年离职的董监高与发行人不存在纠纷或潜在纠纷，不会对发行人生产经营造成重大不利影响。

（六）中介机构核查意见

保荐机构及发行人律师认为：报告期内发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变化符合有关法律、法规及规范性文件及《公司章程》的规定，均履行了必要的法律程序，且最近两年发行人的董事、高级管理人员没有发生重大不利变化。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接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：

序号	姓名	在本公司职务	持股数（万股）	持股比例
1	王耀民	董事长、总经理	928.1220	12.3750%
2	程　晖	董事	356.9700	4.7596%
3	笪汉青[注]	员工	59.4975	0.7933%
4	王浩群	副总经理	35.7000	0.4760%
5	戴小明	副总经理	35.7000	0.4760%
合计			**1,415.9895**	**18.8799%**

注：笪汉青为公司监事孙红丹的配偶

（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、其他核心人员及其近亲属间接持有本公司股份的情况如下：

序号	姓名	在本公司职务	持股主体	自然人持有该股东股权比例	该股东持发行人的股权比例	自然人持有发行人权益比例
1	王耀民	董事长、总经理	三问投资	90.0000%	54.1009%	48.6908%
2			天问思享	90.0000%	3.0769%	2.7692%
3			天问新泉	90.0000%	0.8721%	0.7849%
4	程　晖	董事	三问投资	10.0000%	54.1009%	5.4101%
5			天问思享	10.0000%	3.0769%	0.3077%
6			天问新泉	10.0000%	0.8721%	0.0872%
7			宁波新泉	45.9333%	3.1731%	1.4575%
8	周永红	副总经理	宁波新泉	15.0000%	3.1731%	0.4760%
9	王东才	张家港中堂总经理	宁波新泉	7.3333%	3.1731%	0.2327%
10	高长磊	副总经理	宁波新泉	3.0833%	3.1731%	0.0978%
11	孙红丹	监事、人力行政中心兼物流部高级总监	宁波新泉	1.9833%	3.1731%	0.0629%

注：王东才为公司实际控制人王耀民的弟弟。

（三）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持有的公司股份不存在质押或者冻结情况。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有公司股权外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况如下：

单位：万元

姓名	在本公司职务	对外投资公司名称	对外投资公司与本公司关系	主营业务	出资额	持股比例（%）
王耀民	董事长、总经理	三问投资	公司控股股东	股权投资	6,300.00	90.0000
		壮志投资	无	股权投资	30.00	4.0000
		英伦宝贝	公司控股股东的控股子公司	主要经营自创母婴品牌，产品包括童床、童车、婴童服装和婴童家纺等	950.00	22.3256

姓名	在本公司职务	对外投资公司名称	对外投资公司与本公司关系	主营业务	出资额	持股比例（%）
程晖	董事	三问投资	公司控股股东	股权投资	700.00	10.0000
		宁波新泉	公司员工持股平台、公司股东	股权投资	275.60	45.9333
		壮志投资	无	股权投资	687.63	91.6840
		芯勋（上海）智能化科技股份有限公司		计算机技术开发、技术服务	21.15	4.2300
		上海璞吉贸易有限公司		销售日用百货、服装服饰等	20.00	20.0000
		北京魔力世界科技有限公司		技术推广、技术服务、技术转让等	17.65	15.0000
		道地文化		文化艺术交流活动、企业营销策划等	6.00	60.0000
		英伦宝贝	公司控股股东的控股子公司	主要经营自创母婴品牌，产品包括童床、童车、婴童服装和婴童家纺等	300.00	2.7907
朱庆莲	董事	上海荟知创投资管理合伙企业（有限合伙）	无	股权投资	23.20	29.0000
		上海俐添投资管理合伙企业（有限合伙）		股权投资	41.40	18.0000
		上海金涣百金投资管理合伙企业（有限合伙）		股权投资	72.57	18.0000
		上海银冀投资管理合伙企业（有限合伙）		股权投资	12.22	5.5000
		上海年胜投资管理企业（有限合伙）		股权投资	25.00	5.0000
		上海华喆投资管理合伙企业（有限合伙）		股权投资	5.60	4.0000
		上海沅科投资管理合伙企业（有限合伙）		股权投资	12.80	4.0000
		武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）		股权投资	341.24	10.9302

姓名	在本公司职务	对外投资公司名称	对外投资公司与本公司关系	主营业务	出资额	持股比例（%）
张昕	独立董事	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	无	提供审计等专业服务	10.00	0.4310
孙红丹	监事会主席	宁波新泉	公司员工持股平台、公司股东	股权投资	11.90	1.9833
		上海晶棒服饰有限公司	无	国内线上服装销售，目前未开展实际业务	10.00	10.0000
周永红	副总经理	宁波新泉	公司员工持股平台、公司股东	股权投资	90.00	15.0000
高长磊	副总经理	宁波新泉	公司员工持股平台、公司股东	股权投资	18.50	3.0833
戴小明	副总经理	上海优士服进出口贸易有限责任公司	无	目前无实际业务	2.83	1.4168

除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无其他重大对外投资情况，上述人员的对外投资均未与发行人业务产生利益冲突。

十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及履行的程序

在公司担任具体生产经营职务的公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由工资、津贴和奖金组成。独立董事领取固定津贴。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责公司高级管理人员薪酬制度的制订、管理与考核；并可依董事会的授权，拟订有关董事和非职工代表的监事的薪酬制度或薪酬方案。

（二）报告期内薪酬总额占发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额及其占公司利润总额的比重如下：

单位：万元

性质	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额	644.87	578.96	494.43
利润总额	15,083.38	10,297.12	9,217.54
占比	4.28%	5.62%	5.36%

（三）最近一年薪酬具体情况

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2020 年从发行人及其关联企业领取收入的情况如下：

单位：万元

姓名	在发行人所任职务	2020 年度薪酬	2020 年是否在实际控制人控制的其他企业领薪
王耀民	董事长、总经理	166.57	否
程　晖	董事	-	是
朱庆莲	董事	-	否
张　昕	独立董事	6.00	否
翁和生	独立董事	6.00	否
孙红丹	监事会主席	37.35	否
张玉贞	监事	30.01	否
牟晓芳	监事	18.46	否
周永红	副总经理	58.28	否
王浩群	副总经理	52.84	否
高长磊	副总经理	56.35	否
戴小明	副总经理	46.46	否
石广林	财务负责人	37.89	否
贾　骏	董事会秘书	28.05	否
范佳荣	家纺花式纱类首席设计师	20.14	否
孙玲芝	配饰设计副经理	19.46	否
孙艳辉	亮丰新材料运营副总监	23.69	否
石海帅	家纺靠垫类首席设计师	17.72	否
刘　晴	服饰设计副经理	19.59	否

上述人员的薪酬包括领取的工薪、奖金、津贴及所享受的其他待遇等，公司目前未设置退休金计划。

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员中，程晖、朱庆莲为外部董事，不在公司领薪；其中，程晖在发行人控股股东三问投资任职和领薪。

十七、已经制定或实施的股权激励及相关安排

为了进一步建立、健全公司的长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司骨干的积极性，三问有限于 2017 年 5 月 15 日召开临时股东会会议，审议

通过了《上海三问家居服饰有限公司限制性股权激励计划》（以下简称“《激励计划》”），激励对象通过持有员工持股平台宁波新泉的份额，间接持有公司权益。

（一）员工持股平台中出资人情况

截至本招股说明书签署日，宁波新泉的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	职务	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型	资金来源
1	程　晖	董事	275.60	45.93	普通合伙人	自有资金
2	周永红	副总经理	90.00	15.00	有限合伙人	自有资金
3	王东才	张家港中堂总经理	44.00	7.33	有限合伙人	自有资金
4	张莉莉	美国公司总经理	28.30	4.72	有限合伙人	自有资金
5	高长磊	副总经理	18.50	3.08	有限合伙人	自有资金
6	任晓伟	高级设计经理	14.90	2.48	有限合伙人	自有资金
7	徐秀东	心生实业营销与开发副总监	14.10	2.35	有限合伙人	自有资金
8	孙红丹	监事、物流部高级总监	11.90	1.98	有限合伙人	自有资金
9	崔贻钧	供应链管理部总监	10.70	1.78	有限合伙人	自有资金
10	刘　宁	客户经理	10.30	1.72	有限合伙人	自有资金
11	施　扬	家居事业部总监助理	10.00	1.67	有限合伙人	自有资金
12	郭庆禄	常熟中堂总经理	8.60	1.43	有限合伙人	自有资金
13	顾　永	供应链管理部副总监	7.00	1.17	有限合伙人	自有资金
14	夏　威	服饰事业部总监	6.50	1.08	有限合伙人	自有资金
15	佘晓捷	客户经理	6.50	1.08	有限合伙人	自有资金
16	吴　婵	客户经理	6.00	1.00	有限合伙人	自有资金
17	张　燚	产品经理	6.00	1.00	有限合伙人	自有资金
18	王彬彬	亮丰新材料副总经理	6.00	1.00	有限合伙人	自有资金
19	孙玲芝	配饰设计副经理	6.00	1.00	有限合伙人	自有资金
20	王杏莉	退税主管	5.90	0.98	有限合伙人	自有资金
21	姚克渊	船务副经理	5.50	0.92	有限合伙人	自有资金
22	陈　良	客户副经理	5.00	0.83	有限合伙人	自有资金
23	崔维克	家纺设计组副经理	1.80	0.30	有限合伙人	自有资金

序号	合伙人姓名	职务	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型	资金来源
24	赵贞婷	研发设计部总监	0.90	0.15	有限合伙人	自有资金
合计		—	**600.00**	**100.00**	—	—

由上表可知，员工持股平台宁波新泉的执行事务合伙人程晖为发行人实际控制人，其他有限合伙人均为在发行人及其子公司任职的员工，不存在外部股东。宁波新泉全体合伙人的资金来源均为自有资金，不存在股权代持情况。

（二）员工股权激励的相关安排

根据《激励计划》、员工与公司签订的《限制性股权激励计划授予协议书》（以下简称“《授予协议书》”）的约定，公司员工股权激励的主要安排如下：

1、合伙人选定依据

激励对象为公司（含子公司）的董事、监事、高级管理人员、核心管理人员及核心技术（业务）骨干。其中，董事、监事必须经股东会选举，高级管理人员必须经董事会聘任。所有激励对象必须在公司（含子公司）任职并签署劳动合同。

2、员工离职和退股安排

（1）激励对象发生职务变更，但仍在公司（含子公司）任职的，其已获授的限制性股权继续按照《激励计划》规定的程序进行。但激励对象因不能胜任岗位工作、触犯法律、违反职业道德、泄露公司机密、因失职或渎职等行为损害公司利益或声誉而导致职务变更的，或因前述原因导致公司解除与其劳动关系的，则激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股权不得解除限售，由实际控制人（或其指定的第三方）在员工持股平台层面，按授予价格回购。

（2）激励对象由于劳动合同到期不再续签、协商一致解除劳动合同、公司或激励对象单方面终止劳动合同、公司裁员、激励对象退休、丧失劳动能力或身故等原因而离职的，则已获授但尚未解除限售的限制性股权可以继续按照《激励计划》规定的程序进行。因前述原因而离职的，激励对象也可以申请由实际控制人（或其指定的第三方）在员工持股平台层面，按双方协商一致的价格回购。

3、限制性股权授予

员工持股平台出资额的授予价格为 1 元/出资额。

4、限售期与解除限售安排

激励对象获授的限制性股权的限售期为自授予登记完成之日起至公司股票上市之日起 36 个月。限制性股权在解除限售前不得转让、用于担保或偿还债务。限制性股权由于资本公积金转增股本、股票红利、股票拆细而取得的股权同时限售。

限售期满后，激励对象可以对已解除限售的限制性股权在员工持股平台层面进行转让，也可以按照《激励计划》规定的程序进行处置。

《激励计划》规定的具体程序为：单独或合计持有员工持股平台财产份额 5.00%以上的激励对象有权向执行事务合伙人提出减持公司股份的请求；员工持股平台应当以合伙决议的形式批准减持股份的减持价格、数量、时间、方式等事项，并授权执行事务合伙人具体实施；员工持股平台在减持股份后，应当及时将所得价款在扣除激励对象个人所得税及相关费用后的部分，按照出资比例支付各激励对象。

（三）股份支付会计处理

1、公允价值确定依据

发行人于首次授予日股份支付权益工具的公允价值系参考管理层按收益法评估的截至 2017 年 5 月 31 日发行人全部股东权益价值确定。

发行人股份支付确认时点与外部投资者投资时点比较情况如下：

时间	股份支付公允价值	对应市盈率	外部投资者入股时点	外部投资者入股价格	对应市盈率
2017.05.15	15.44 元/股	11.70	2017.12.22	16.50 元/股	12.75

注：2017 年 12 月 22 日，三问有限召开股东会，同意海富长江、江阴海澜之家及中比基金按照 16.50 元/股的价格分别取得三问有限 6.41%、4.81%及 3.21%的股权。

股份支付公允价值与外部投资者估值存在差异，主要原因为：（1）外部投资者投资时点与股份支付确认时点间隔时间较长，超过了 6 个月；（2）股份支付对象持股形式为间接持股、锁定期长、流动性差、变现复杂，外部投资者系直接持股、流动性较好，二者本身亦会存在估值差异。基于上述原因，发行人以管理层评估值作为股份支付公允价值确定依据。

如果按 2017 年 12 月外部投资者的入股价格作为公允价格确定依据确认股份

支付费用，则发行人2017年管理费用增加161.61万元，占当年利润总额的2.76%，影响较小。

2、人员变动对会计处理的影响

自首次授予日至本招股说明书签署日，员工持股平台宁波新泉无新增授予人员，累计退出人员为14名，均系正常离职所致，其离职后所持宁波新泉份额由实际控制人程晖按双方协商一致的价格回购。程晖受让退出的有限合伙人持有的股份后，相关股份即归属于程晖。程晖作为公司的实际控制人，该受让行为不构成对其劳务的报酬，不确认为股份支付。

由于该股权激励计划未约定服务期限，股份支付费用已于2017年度一次性记入费用，且无新增授予人员，因此员工离职后，发行人无需进行会计处理。

3、服务期、限售期等约定对会计处理的影响

根据《激励计划》及《授予协议书》，本次员工股权激励未约定员工服务期限，激励对象于授予日直接获得相应股份。公司的股份支付系立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付，根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的相关规定：“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益”，因此发行人对员工实施的股权激励，应作为偶发事项计入非经常性损益。

员工获授的限制性股权的限售期为自授予登记完成之日起至公司股票上市之日起36个月，激励对象取得股份后，基于与公司共同长期发展的意愿，向公司作出了锁定期限的承诺，限售期满后，激励对象获授的限制性股权解除限售。上述限售期的约定不影响对可行权条件的判断。

经查阅创业板已上市公司案例，公司将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件、约定了锁定期限的股份支付一次性全额计入当期损益符合行业实务惯例，具体如下：

序号	公司名称	申报审计报告相关股份支付处理	申报会计师	是否与三问家居一致

序号	公司名称	申报审计报告相关股份支付处理	申报会计师	是否与三问家居一致
1	朗特智能（300916.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	一致
2	金现代（300830.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	一致
3	通业科技（300960.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	上会会计师事务所(特殊普通合伙）	一致
4	立高食品（300973.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）	一致
5	达瑞电子（300976.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	一致
6	盛德鑫泰（300881.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）	一致
7	品渥食品（300892.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	一致
8	华绿生物（300970.SZ）	报告期内，将立即实现且没有明确约定服务期等限制条件的股份支付一次性计入当期损益，员工持股平台承诺所持股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	一致

十八、发行人员工情况

（一）发行人员工构成情况

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司员工人数分别为 686 人、802 人和 980 人，其中，境内员工人数分别为 683 人、641 人和 690 人。

1、按专业结构分类

（1）公司员工按专业结构划分情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工按专业结构划分的情况如下：

项目	人数（人）	比例
生产人员	519	52.96%
研发设计技术人员	75	7.65%
管理及行政人员	92	9.39%
业务人员	187	19.08%
供应链管理人员	107	10.92%
合计	980	100.00%

（2）研发设计及供应链管理人员在各业务环节的体现

三问家居是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，公司产品的设计理念和产品价值交付依靠完善的供应链管理能力进行保障，因此公司研发设计和供应链相关人员是发行人核心竞争力的有力执行者。研发设计人员主要包括产品款式、花型设计师以及面料等原料的研发人员，供应链管理人员主要包括验厂辅导、品控、物流等人员，上述人员在研发设计阶段、销售阶段、供应链管理阶段的体现情况如下：

1）设计阶段

设计人员：首先对产品拟销售市场进行调研，以“人—场景”为核心，围绕公司产品覆盖的居家、办公、学习、外出、旅行、运动等六大场景，结合深度研究主要销售地区的流行趋势，剖析流行要素，在面料选定及研发、配色方案、款式设计、花型再造和工艺表达等方面对产品完成创意设计，通过设计工具对产品进行价值评判。形成初稿后与销售部门、供应链管理人员沟通，获取反馈后形成最终产品设计。

供应链管理人员：在设计过程中对设计初稿进行产品风险评估和技术支持，依据设计花型、款式以及面料为设计产品匹配在产品质量、产能分配以及生产成本等各方面最合适的供应商。与匹配的合作供应商沟通产品设计与款式细节，并结合具体生产工艺提供生产难点的解决方案。

2）销售阶段

设计人员：向客户传达设计理念，给予客户视觉化、场景化方案化的营销策略，协助客户更高效推广产品。

供应链管理人员：根据客户选定的产品设计，调度合作供应商或自有工厂通过不同的工艺解决方案快速打样，找到均衡工艺难度、产品质量和成本的最优生产方案，同时根据客户反馈要求对细节进行修改。

3）供应链管理阶段

设计人员：协助供应链管理人员在具体生产工艺选择上给出建议，参与品类研发的供应链开发及前期沟通。

供应链管理人员：样衣定型后，正式进入供应链管理阶段，供应链管理人员对工厂开展产前会，对小批量量产产品质量进行初检，把握量产时各工序环节重难点并形成有效解决方案；进入大规模量产后，供应链管理人员结合工厂产能和生产进度，对交期进行确认；产品交付时进行尾检，确保产品质量达到客户要求。

（3）研发设计及供应链管理人员人数、人均工资、入职年限以及相关成本费用占发行人收入的比例

单位：人、万元、年

项目		期末人数	人均年薪[注1]	平均入职年限[注2]	相关成本占发行人收入的比例[注3]
2020/12/31	研发设计人员	75	16.47	4.10	0.96%
	供应链管理人员	107	9.04	4.39	0.61%
2019/12/31	研发设计人员	61	14.05	5.03	0.81%
	供应链管理人员	100	8.05	4.02	0.90%
2018/12/31	研发设计人员	66	12.20	4.14	0.70%
	供应链管理人员	84	8.85	4.14	0.74%

注：

1、人均年薪以期末在职人员年度薪酬统计，不足一年的以当期薪酬年化后的年薪统计。

2、平均入职年限以员工入职原三问投资之日起计算；

3、相关成本占发行人收入的比例为当期相关部门人力成本占主营业务收入的比例，计算研发设计人员成本占收入比例时，分母剔除了医护业务的收入。

1）研发人员情况分析

研发设计人员方面，2019 年末，研发设计人员较 2018 年末减少 5 名，主要

系公司聚焦家纺及家居服饰业务，减少了 10 名子公司秦艺服饰传统服饰的设计人员，同增加了 5 名家纺、家居服饰和功能性面料研发设计人员；2020 年末，随着公司业务发展及海外市场进一步扩张的需求，发行人设计研发人员较 2019 年末增加 14 人，其中包含新增 3 名薪酬较高的美国籍和英国籍设计师，导致人均薪酬增幅较大。

报告期内，发行人研发设计人员相关成本占发行人主营业务收入的比例较低，主要系①发行人定位为服务型贸易商，在国外不设有自有品牌。不同于行业中高端品牌的设计师，发行人设计人员的工作主要围绕客户订单展开，而非围绕品牌建设、品牌知名度打造和提升品牌的高溢价展开工作；②通常而言，发行人每单设计对应的订单金额较大，单项设计的产品形成的收入有一定的规模效应，因此各年收入总额较大，导致研发人员薪酬占收入的比重较小。

2）供应链管理人员情况分析

供应链管理人员方面，报告期内人数呈上升趋势。2019 年末，供应链管理人员较 2018 年末增加 16 人，主要系发行人设立柬埔寨子公司所新增的品控人员共计 17 人；2020 年末，随着公司业务发展及新增医护产品业务的需要，发行人供应链管理人员较 2019 年末增加 7 人。

发行人供应链管理人员人均年薪及相关成本占发行人收入的比例较低，主要系①随着发行人业务规模的扩张、对家纺和居家服饰业务供应链管理体系的成熟度不断提升，发行人减少了对资深供应链管理人员的招聘而增加招聘了年轻供应链管理执行人员的数量，新入职员工收入水平相对较低；②2019 年度，发行人新增 17 名供应链管理人员的任职地区在柬埔寨，平均薪酬为 2.01 万元人民币，从来拉低了整体供应链管理人员的平均薪酬水平；③除部分位于上海总部的供应链管理人员需要对学历、英语水平、项目管理、法律法规的了解有一定的要求外，其他以执行为主的供应链管理人员通常所需的是对生产工艺、品控等相关技能的了解，通常不需要较高的学历水平，报告期各期末，均有超过一半供应链管理人员学历水平未达本科，因此薪资相对较低。

综上，发行人研发设计人员及管理人员的人数、人均薪酬整体呈增长趋势，符合发行人业务发展情况。

2、按受教育程度分类

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工按受教育程度划分的情况如下：

受教育程度	人数（人）	比例
硕士及以上	31	3.16%
本科	249	25.41%
专科	79	8.06%
高中及以下	621	63.37%
合计	980	100.00%

其中，母公司三问家居专注于产品的原创设计和供应链管理，拥有本科及以上学历的员工数量为 217 人，占母公司员工总数的比例为 76%。

3、按年龄分布分类

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工按年龄分布划分的情况如下：

年龄区间	人数（人）	比例
25 周岁以下	131	13.37%
26-35 周岁	408	41.63%
36-45 周岁	244	24.90%
46 周岁以上	197	20.10%
合计	980	100.00%

（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司已按照《中华人民共和国劳动合同法》和国家及地方政府的有关规定，与员工签订劳动合同，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司按照国家及各地市的有关规定参加社会保障体系，执行养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等社会保险制度及住房公积金管理制度。

1、社会保险和住房公积金应缴未缴的具体情况、形成原因

报告期各期末，发行人社保和公积金缴纳的具体情况如下：

单位：人

日期	境内员工总数	项目	已缴人数	差异	差异原因
2020 年末	690	社会保险	577	113	退休返聘 101 人，征地社保买断 1 人，无需缴纳社保；当月入职员工 11 人，于次月开始缴纳。

日期	境内员工总数	项目	已缴人数	差异	差异原因
		住房公积金	576	114	退休返聘 101 人，外籍员工 1 人，无需缴纳公积金；当月入职员工 11 人，于次月开始缴纳；1 人当月入职，公积金已在原单位缴纳。
2019 年末	641	社会保险	556	85	退休返聘 80 人，征地社保买断 1 人，无需缴纳社保；当月入职员工 3 人，于次月开始缴纳。 剩余应缴未缴员工 1 人。
		住房公积金	555	86	退休返聘 80 人，外籍员工 1 人，无需缴纳公积金；当月入职员工 3 人，于次月开始缴纳。 剩余应缴未缴员工 2 人。
2018 年末	683	社会保险	522	161	退休返聘 51 人，征地社保买断 1 人，无需缴纳社保；当月入职员工 8 人，于次月开始缴纳。 剩余应缴未缴员工 101 人，主要为自有工厂的生产人员。
		住房公积金	345	338	退休返聘 51 人，外籍员工 1 人，无需缴纳公积金；当月入职员工 8 人，于次月开始缴纳。 剩余应缴未缴 278 人，主要为自有工厂的生产人员。

注：发行人退休返聘员工主要系自有工厂的生产人员，由于已达退休年龄，无需缴纳社保和公积金。

由上表可知，剔除退休返聘、当月入职和征地社保买断等因素，报告期各期末，发行人社保缴纳覆盖比例分别为 83.79%、99.82%和 100.00%；剔除退休返聘、当月入职和外籍员工等因素，报告期各期末，发行人公积金缴纳覆盖比例分别为 55.38%、99.64%和 100.00%。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人社保和公积金的缴纳已实现全员覆盖。

2、足额缴纳对经营业绩的影响

报告期内，发行人存在社会保险和住房公积金未足额缴纳的情况。经测算，如公司补缴报告期内未缴的社会保险和住房公积金，补缴金额对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应补缴社保金额	-	170.70	186.54
应补缴住房公积金金额	-	124.42	129.99
合计	-	295.12	316.53

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
占利润总额的比例	0.00%	2.87%	3.43%

注：报告期内未缴纳社保和公积金的员工的应补缴金额按照当地政府接受的缴纳标准进行测算。

根据上述测算结果，公司报告期内社会保险和住房公积金测算补缴金额占当期利润总额的比例较小且逐年下降，对经营业绩不存在重大不利影响。

就前述发行人报告期内部分员工未缴纳社会保险和住房公积金的情况，发行人控股股东三问投资及实际控制人王耀民、程晖已出具承诺，自愿全额承担发行人及其子公司需要补缴的相关社会保险费、住房公积金、或有罚款或赔偿款项。因此，即使相关政府主管部门要求足额缴纳，相关费用最终将由控股股东、实际控制人承担，不会给发行人造成任何额外支出，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

3、是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，是否构成重大违法行为

发行人及其境内子公司已取得了上海市人力资源和社会保障局、张家港市人力资源和社会保障局、如东县人力资源和已社会保障局、常熟市社会保险基金管理中心等部门出具的合规证明文件。针对发行人境外自有工厂柬埔寨公司，依据 AP&Partner Law Office 出具的《法律意见书》和《尽调报告》，报告期内柬埔寨公司已依法制定相关劳工制度，合法有效；且在劳动用工方面未牵涉任何争议（包括但不限于诉讼和仲裁）。

综上所述，报告期内，发行人及子公司不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，不存在重大违法行为。

（三）劳务派遣情况

报告期内，发行人不存在劳务派遣情况。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品的情况

（一）发行人主营业务情况

三问家居是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，定位为“做全球客户与供应商最有价值合作伙伴”，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品，具体包括客厅场景的靠垫、毯子、披巾，卧室场景的床品、浴袍、睡衣，以及家居休闲服、运动休闲服、配饰等。

原创设计能力是公司与客户合作的基础与核心优势。公司秉持“设计点亮生活，创新引领未来”的理念，坚持产品主义和长期价值创新，通过跨国、跨文化的设计师团队，数字化、模块化和矩阵式的设计流程，形成能准确把握市场和客户需求、产出高效的原创设计体系，设计活动涵盖市场趋势调研、面料材质研选、主题和花型设计、产品单体设计、产品全案/专案设计和营销推广的完整体系。

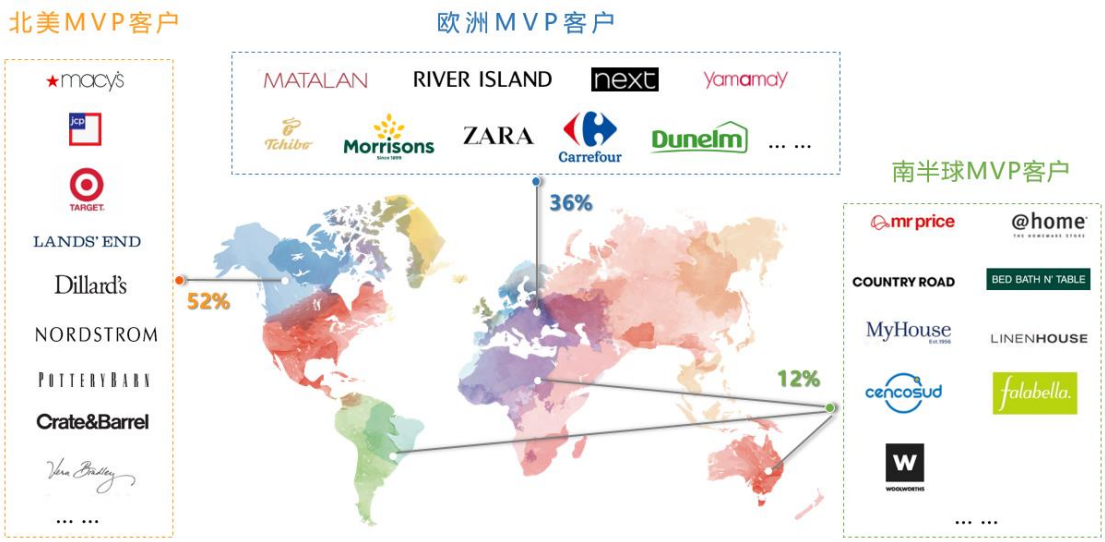
供应链管理能力是公司落地设计理念和产品价值交付的可靠保障。公司与国内多家纺织服装生产企业保持长期合作，建立了包括生产工厂筛选、产品质量控制和报关出货的完整供应链管理体系，能满足客户对产品质量、人权保护、品牌保护等多方面的严格要求，且在长期合作过程中得到了 Target, Nordstrom, Lands’ End, Carrefour, J.C. Penney 和 Dunelm 等大客户的信任和授权，对方给予了三问家居业内少有的产品自主验货的权限。同时，公司保有小部分自有产能作为样板工厂，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。

三问家居践行“三省吾身，与时俱进”的司训，致力于通过创新和设计成为全球细分行业的领导者。经过多年经营，公司客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，为 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等全球超过 190 家中大型零售商和中高端品牌商客户提供相关产品。

2020 年新冠疫情爆发之后，公司充分发挥供应链管理和既有的全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，既满足了客户对防疫物资的需求，增强了客户对公司供应链管理能力的认可，也实现了 74,009.18

万元的新增收入，增加了公司利润。未来，公司仍将依托自身的原创设计和供应链管理优势，继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，预计该类业务未来将保持平稳增长；公司医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。

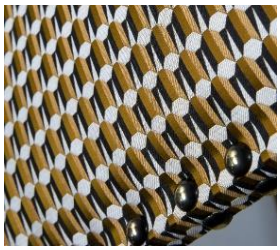
三问家居全球重点客户分布图



（二）发行人主要产品

公司经营的产品主要涵盖了家用纺织品、家居服饰及面料等，其主要分类如下：

产品大类	产品明细	图示	
家用纺织品	毯子、靠垫、枕头、床上用品等		
			

产品大类	产品明细	图示	
家居服饰	睡衣、浴袍、家居常服、长袍、针织服、海滩服等；披肩、时尚围巾、厚围巾、袜子、拖鞋、无痕服等		
			
面料	绒类面料、针织面料、梭织面料、色织面料、提花面料、薄型面料、功能性面料等		
			

发行人每年召开两次“创新者大会”，发布产品趋势设计和面料研发成果等。公司的趋势发布包含面料和工艺、主题元素、色系、关键图案、色系等，为客户新一季提供更多产品选择的同时，也提供更有前瞻性的趋势参考。以 2020 年秋冬季产品趋势发布为例，示例如下：

①家纺板块

披巾毯 Smart Knit 主题：公司持续推进三款核心纱线（羽毛纱、水晶纱雪尼尔和毛皮纱）的研发运用，同时结合市场流行，大胆将服装行业的一些自然感纱线作为辅助运用到家用纺织品中。将传统和新兴工艺相结合，对传统的披巾毯产品作了更符合当下消费需求的诠释。



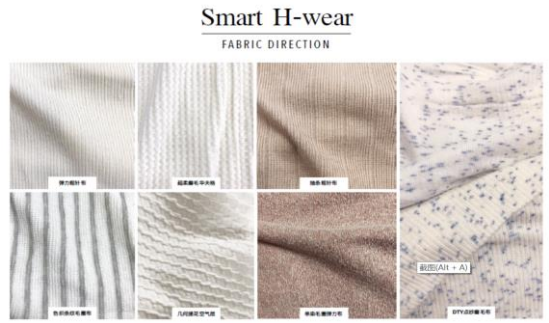


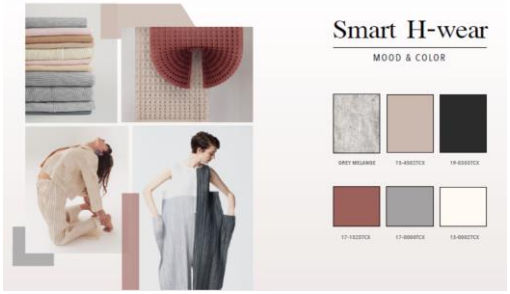




②服饰板块

女士家居服 Smart Home Wear 主题：公司根据市场上混搭风格的盛行，将时装元素融合到家居服中。面料上选用舒适和垂感并重的薄型针织面料，款式上，弱化传统家居服的廓形，将时装的款式、廓形、细节与家居服结合，打造搭配性强，适合外出的百搭型家居服。









（三）发行人主营业务收入构成

报告期内，发行人主营业务收入的构成情况如下：

单位：万元

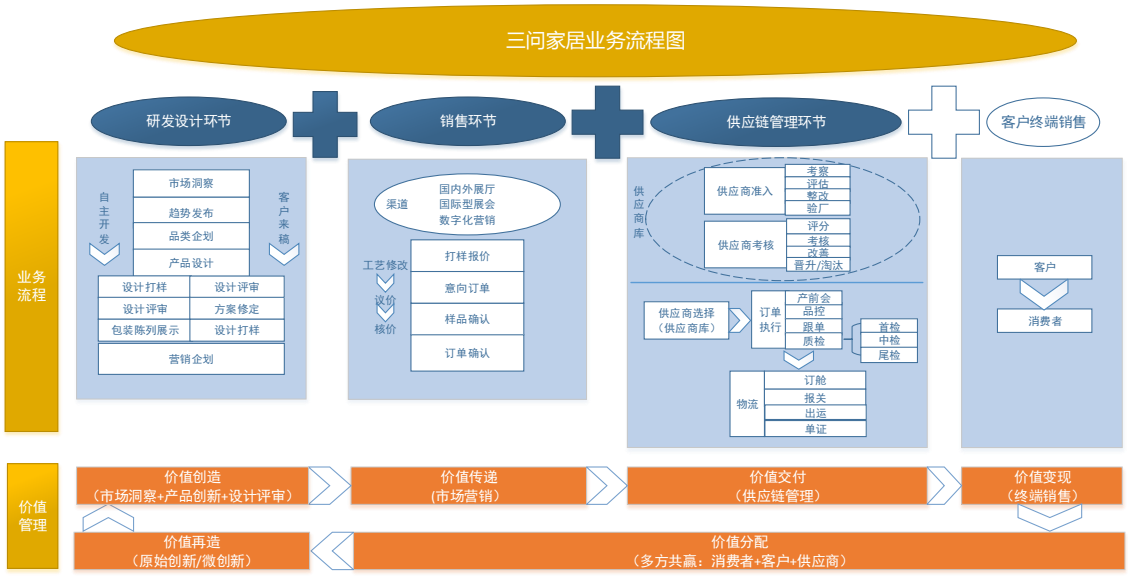
产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
家纺	57,945.67	32.36%	60,522.66	54.88%	56,882.08	52.69%
服饰	38,258.47	21.36%	38,975.92	35.34%	47,731.74	44.21%
面料	8,316.80	4.64%	9,998.70	9.07%	2,474.77	2.29%
医护	74,009.18	41.33%	-	-	-	-
其他	548.64	0.31%	782.18	0.71%	867.78	0.80%
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**110,279.47**	**100.00%**	**107,956.36**	**100.00%**

（四）主营业务经营模式

三问家居将主要资源投入产业链中附加值较高的原创设计和供应链管理环节，以向外部工厂定制采购为主，同时保有小部分自主产能作为样板工厂。一方面，公司持续为客户提供高品质、高性价比和供应可靠的产品，赋能于客户；另一方面，公司获取的订单主要向国内众多的纺织服装工厂定制采购，有效利用了长三角地区充裕的纺织服装产能，同时赋能于供应商，助力设计能力和接单能力较弱的传统纺织服装工厂提升产能利用率。

公司的业务流程包括设计、销售和供应链管理三个环节。公司以向客户销售产品作为收入来源，不单独向客户提供设计或供应链管理服务。

公司的主要业务模式及流程如下：



1、设计环节

公司建立有一支时尚敏感度高、国际化和多元化兼具、开发设计能力较出众的设计团队。公司的设计团队与客户保持密切的合作关系，对欧美客户的品牌设计理念和偏好有较深刻的理解，站在客户角度解读其所经营的品牌的设计理念为其设计产品。

公司的产品设计分为趋势发布、产品研发设计和营销企划三个主要业务阶段。

（1）趋势发布

公司的设计团队会定期前往全球各时尚之都采风，并通过参加流行趋势发布会、检索专业纺织服装网站和杂志、生产工厂实地考察等方式，了解当下流行趋势，获取设计灵感，丰富创意主题与元素，以制定全年不同季节和标志性时段的新品方案。

在各个主要季节之前，公司一般会先于客户进行流行趋势资讯和自主原创设计产品的发布，并完成设计样品打样，为客户进行趋势判断和产品选择提供参考。

（2）产品研发设计

公司根据所发布的流行趋势或根据客户提供的趋势要求，进行后续的产品研发设计。产品研发设计的主要内容包括面料研发或选材、品类规划、工艺研发、包装陈列和营销企划等。

公司根据所发布的流行趋势进行产品研发设计，并进行打样形成设计样品。公司会对设计样品进行评审，以评估该产品是否符合公司确定的“轻柔触感、简约美感、匠心工艺、适中定价”价值追求，通过设计评审的设计样品将进行陈列展示，供客户选择，并可能根据客户的意见进行修改完善。

（3）营销企划

公司积极探索为客户提供产品的营销企划，并作为设计活动的延伸，包括为客户推荐新的品类、不同品类产品的组合销售策略、产品展示布置方案等。

2、销售环节

公司的家用纺织品和家居服饰产品以外销为主，客户主要为境外中大型零售商和中高端品牌商；面料产品同时对境内和境外销售，客户主要为纺织服装企业。

上述产品均由公司直接向客户销售，具体销售流程包括：产品推荐及报价和样品开发、样品交付和价格谈判、订单确认及评审、签订销售订单。

（1）产品推荐及报价和样品开发

公司发布家用纺织品和家居服饰产品季节趋势和原创设计产品之后，公司将设计样品通过国内外展厅、国际展会和图片、视频等数字化展示方式输出给客户，业务人员通过电话、传真、电邮、面谈等方式与客户沟通，进行初步报价并安排样品开发。

（2）样品交付和价格谈判

业务人员在公司的合格供应商库中挑选 2-3 家打样工厂进行样品打样，同时由打样工厂报送样品价格，作为与客户进行后续价格谈判的参考。业务人员在样品打样完成后交付给客户，与客户进行价格谈判，并相应与打样工厂进行价格谈判。

（3）订单确认及评审

业务人员与客户完成样品确认和价格谈判及其他附加商务条件谈判后，公司会对订单进行评审，确认产品名称、规格、质量要求、数量、单价、总额、付款方式、包装要求、交货期、交货方式等订单要素，确保双方的要求或附加条件能得到满足。

（4）签订销售订单

订单评审完成并与客户达成一致后，公司与客户签订销售订单。此后，如客户提出产品要求变更的，业务人员会与客户充分协商，并重新执行评审程序后对订单条款进行修改。公司与客户签订销售订单后，与选定的生产工厂签订定作合同。

3、供应链管理环节

报告期内，公司采用向合作工厂定制采购为主的供应链管理模式。上述模式使公司可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，也使公司可以更加专注于产品的原创设计、供应链管理和客户的开发与维护等附加值更高的环节。同时，公司保有小部分自主产能作为样板工厂，可以为产品打样、生产工艺、产

品定价等提供技术支持，自有工厂的产品质量也更好把控。

报告期内，公司向合作工厂和向自有工厂定制采购的占比情况如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	数量占比	金额占比	数量占比	金额占比	数量占比	金额占比
合作工厂	85.43%	80.24%	85.39%	76.43%	85.90%	82.91%
自有工厂	14.57%	19.76%	14.61%	23.57%	14.10%	17.09%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：数量占比为公司向合作工厂定制采购的销售数量占公司当期销售数量的比例；金额占比为公司向合作工厂定制采购的营业成本金额占公司当期主营业务成本的比例。合作工厂不包含医护类供应商。

公司会根据客户需求为其选择最优的供应链方案完成从打样到订单执行、产品交付全流程服务。供应链管理贯穿于订单评审、选择工厂定制采购、质量控制及交期掌控、货物出运和供应链的持续管理等环节。在各个环节中发挥的作用如下：

（1）订单评审环节

发行人的供应链管理人员会对设计初稿转化为量产产品的可行性进行风险评估和提供技术支持。

（2）选择工厂定制采购

公司业务人员在接到客户需求后，与供应链管理部在前期参与订单评审的基础上，凭借供应链管理经验，会在供应商库中挑选 2-3 家打样工厂进行样品打样，并经价格谈判后确定合作工厂。截至本招股说明书签署日，公司已拥有超过 150 多家长期合作的工厂，公司的自有工厂也统一纳入合格供应商库进行管理。公司业务人员在合格供应商库里挑选工厂时，不会刻意区分外部合作工厂和自有工厂，而是根据统一的标准选择最适合的生产工厂，找到均衡工艺难度、产品质量和成本的最优的供应链方案。

（3）质量控制及交期掌控

公司作为服务型贸易商，质量控制是公司供应链管理工作中的重要环节。生产开始前，公司会与合作工厂召开产前会，确定和重申产品生产的技术方案、关键质量标准、交货期等关键事项；生产过程中，公司供应链管理部的 QA 人员会

对生产工厂进行巡厂质检，根据生产进度进行初检、中检及尾检，确保产品质量达到客户要求，同时与业务人员配合掌控订单的交期。

应部分国外客户的需求，合作工厂还需要通过客户验厂，包括社会责任验厂、技术验厂、反恐验厂、品牌保护验厂等。供应链管理部会对合作工厂进行验厂辅导，确保供应商在各方面的管理体系达到客户的要求。公司建立有较为严格的产品质量管控体系和制度，具体请参阅本节“五、产品质量控制情况”部分。

（4）货物出运

工厂完成产品生产后，由公司安排将货物如期交付给客户。以较常规的 FOB 模式为例，公司根据客户销售订单确定的交期，提前向货代预订舱位，并根据货代确认的船期、出运港口等信息，安排工厂按时将散货送至货代仓库或者安排货代派集装箱卡车到工厂整箱提货，之后协调货代或报关行完成报关手续后装运出港。公司于 2021 年 1 月通过了海关 AEO 高级认证[2]。AEO 高级认证为海关认证的最高信用等级，可以大大加快公司向以上国家和地区出口商品的通关速度。

（5）供应链的持续管理

供应链持续管理主要涉及到供应商的日常沟通及经验分享、产品质量追溯及售后管控。供应链管理部通过举办供应商大会的形式，将在各类展会、日常工作中收集到的生产设备选择和生产经验与供应商分享，提升公司供应链的整体水平。

如客户因产品质量向公司提出异议，公司供应链管理部会在业务人员的配合下，对相应的生产工厂进行核查，鉴定赔偿责任主体。公司供应链管理部会梳理问题根源，优化相关质量控制制度和程序，要求供应商整改，并帮助其优化生产流程。持续的供应链管理帮助公司动态调整供应商库的进出。

未来，公司将在了解客户业务痛点的基础上进一步发掘客户需求，努力把供应链管理环节延伸到货物出口代理、国际运输、送货到客户门店或者在客户的网购业务中送货到最终客户的服务。

[2] AEO 即 Authorized Economic Operator，简称为“经认证的经营者”。按照国际通行规则，海关对信用状况、守法程度和安全管理程度较好的企业进行认证认可，对通过认证的企业给予通关便利。AEO 企业的货物在通关时可以享受便利化待遇，能有效降低企业港口、保险、物流等贸易成本，提升国际竞争力。目前，中国海关已经与新加坡、韩国、欧盟等 17 个经济体 43 个国家和地区实现 AEO 互认。

4、公司各类产品对应的经营模式

公司各类产品对应的具体经营模式如下：

环节	自有工厂	合作工厂	
	家纺、服饰	家纺、服饰	面料
设计环节	由发行人研发设计部提供原创设计，选择 2-3 家打样工厂进行样品打样		部分面料由亮丰新材料进行研发，其余为贸易性质
	自有工厂提供打样	合作工厂提供打样	合作工厂提供打样
销售环节	发行人与客户进行价格谈判并签订销售订单		
	发行人向自有工厂定作采购，由发行人对外销售	发行人向合作工厂定作采购，由发行人对外销售	①亮丰新材料向合作工厂采购，亮丰新材料对外销售 ②亮丰新材料采购纤维和坯布等并委外加工成成品，亮丰新材料对外销售
供应链管理环节	自有工厂对外采购面料、辅料等生产出成品，发行人向自有工厂定作采购成品	向合作工厂直接定作采购成品	①向合作工厂直接采购成品； ②自采原材料，委外加工，收回成品
	由发行人供应链管理部按照供应商准入要求，对供应商进行筛选入库（自有工厂亦纳入供应商库管理）；为已入库工厂提供验厂辅导服务；对各工厂的大货生产进行质量控制（首、中、尾检），验货完成后出货		亮丰新材料组织对合作工厂、外协工厂进行质量抽检、验货等质量控制

（五）主营业务自设立以来的变化情况

公司自设立以来，主营业务的演变情况如下：

三问家居前身为张家港市中堂服装有限公司，成立于 2013 年，主要从事家居服饰的生产和销售。此时，公司实际控制人王耀民的对外投资体系中，由三问投资经营家用纺织品、家居服饰的研发设计和供应链管理业务，张家港市中堂服装有限公司定位为自有工厂。2015 年末，张家港市中堂服装有限公司迁址至上海并更名为三问有限。

2016 年，公司实际控制人王耀民对其所投资企业的业务定位进行调整，将三问投资定位为投资控股公司，三问投资此前经营的家用纺织品、家居服饰的研发设计和供应链管理业务由三问有限承继。

2018 年，公司向家纺、服饰的上游面料业务延伸，将面料研发部门独立出来，成立全资子公司亮丰新材料，主要从事绒类面料、花式纱线面料及功能性面料的研发与供应链管理业务，新增面料产品类别。

2020 年新冠疫情爆发后，公司抓住市场机遇，充分利用既有的欧美主要国家的中大型零售商客户渠道，发挥自身供应链管理的优势，拓展了口罩和手套等医护类产品业务。

2020 年全年，因受新冠疫情影响，公司家纺、服饰和面料等业务的营业收入为 105,069.58 万元，较 2019 年略微下降了 4.72%；同时，公司发挥供应链管理优势，主要利用既有客户渠道拓展了医护类产品业务，既满足了客户对防疫物资的需求，增强了客户对公司供应链管理能力的认可，也实现了 74,009.18 万元的新增收入，增加了公司利润。

截至2021年3月末，公司已履行及在手的家纺、服饰和面料产品订单为72,674.67万元，较2020年3月末增长53.62%，较2019年3月末增长57.21%；已履行及在手的医护类产品订单为13,723.06万元。

未来，公司仍将依托自身的原创设计和供应链管理优势，继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，预计该类业务未来将保持平稳增长；公司医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。总体而言，公司的主营业务不会因新增医护类产品而改变，家纺、服饰和面料等业务仍将是公司营业收入和利润的主要来源。

1、新冠疫情对发行人影响较小，发行人业务具有可持续性

（1）新冠疫情对发行人收入等财务状况的影响

2020 年，发行人原有的家纺、服饰和面料等业务的收入相比 2019 年度小幅下降 4.72%，新冠疫情对发行人原有业务的影响较小。报告期内，发行人家纺、服饰和面料等业务收入及变动情况如下：

单位：万元

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	变动比例
家纺	57,945.67	-4.26%	60,522.66	6.40%	56,882.08	-15.56%
服饰	38,258.47	-1.84%	38,975.92	-18.34%	47,731.74	20.87%
面料	8,316.80	-16.82%	9,998.70	304.03%	2,474.77	183.14%
其他	548.64	-29.86%	782.18	-9.86%	867.78	-14.78%
合计	**105,069.58**	**-4.72%**	**110,279.47**	**2.15%**	**107,956.36**	**-0.73%**

2020 年新冠疫情爆发之后，公司发挥供应链管理和既有的全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，实现了 74,009.18 万元的新增收入，增加了公司利润。

（2）疫情期间，发行人及子公司的停复工情况

发行人国内的自有工厂及主要合作工厂均处于长三角地区，员工也多数来自于长三角附近区域，生产活动受新冠疫情影响较小，发行人及各子公司 2020 年疫情初期的停复工主要系正常的春节放假。新冠疫情并未影响报告期内发行人订单的履行。具体如下：

序号	公司名称	性质	所处地域	停工时间	复工时间
1	三问家居	贸易型	上海	2020-1-23	2020-2-9
2	张家港中堂	涉及生产	张家港	2020-1-15	2020-2-12
3	常熟中堂	涉及生产	常熟	2020-1-15	2020-2-10
4	南通瑞兹	涉及生产	南通	2020-1-15	2020-2-17
5	亮丰新材料	贸易型	上海	2020-1-23	2020-2-9
6	心生实业	贸易型	上海	2020-1-23	2020-2-9
7	秦艺服饰	涉及生产	上海	2020-1-23	2020-2-10
8	香港公司	贸易型	香港	2020-1-23	2020-2-9
9	浙江三问	涉及生产	衢州	尚未开展经营	
10	靖江乐活	涉及生产	江苏靖江	2021 年成立，目前处于试生产阶段	
11	美国公司	贸易型	美国	未停工	
12	南非公司	贸易型	南非	尚未开展经营	
13	荷兰公司	贸易型	荷兰	尚未开展经营	
14	柬埔寨公司	涉及生产	柬埔寨	2021 年 4-5 月	
15	英国公司	贸易型	英国	2021 年成立，尚未开展经营	

2020年，柬埔寨公司未因新冠疫情影响而停工。2021年，其受新冠疫情影响，于4月中旬至5月中旬停工1个月。目前其收入和利润规模均较小，停工1个月对发行人的经营业绩影响较小。截至本招股说明书出具日，柬埔寨公司已恢复正常生产经营，对订单交付的影响较小。

（3）发行人在手订单高于2020年和2019年同期，新冠疫情影响较小

截至2021年3月末，发行人的在手订单及同期对比情况如下：

单位：万元

项目	截至2021年3月底在手订单金额	截至2020年3月底在手订单金额	截至2019年3月底在手订单金额
家纺	29,863.94	25,490.44	26,936.51
服饰	40,033.16	18,702.05	16,606.56
面料	2,777.57	3,116.05	2,685.48
小计	72,674.67	47,308.54	46,228.54
医护	13,723.06	-	-
合计	**86,397.74**	**47,308.54**	**46,228.54**

注：“在手订单”定义为截至上述日期，发行人已于2021年履行以及在手的订单

截至2021年3月底，公司已履行及在手的家纺、服饰和面料订单为72,674.67万元，订单的履行情况不存在障碍。发行人家纺、服饰和面料的在手订单金额高于2020和2019年同期，充足的订单为发行人2021年业务的持续性提供了支撑，预计业绩平稳增长。新冠肺炎疫情对原有业务的影响较小。

截至2021年3月底，发行人医护类在手订单为13,723.06万元，金额远低于2020年的医护类收入7.4亿元。当新冠疫情在全球范围内得到有效控制后，医护类产品的需求将恢复到疫情爆发前的正常水平，公司的医护类产品销售规模可能逐步下降。公司已在招股说明书“重大事项提示”向投资者做了特别风险提示。

综上，新冠疫情对发行人的影响较小。未来，公司仍将继续着重于家纺、服饰和面料业务的拓展，医护类业务主要以满足既有客户扩展其医护产品的需求为主。总体而言，公司的主营业务不会因新增医护类产品而改变，家纺、服饰和面料业务仍将是公司营业收入和利润的主要来源，且预计未来将保持平稳增长。

1）订单较往年同期大幅增长的原因及合理性

发行人2021年3月底来自于客户的已履行及在手订单相比2020年3月底上涨的主要原因及合理性如下：

单位：万美元

产品类型	客户名称	2021年3月底	2020年3月底	增长金额	增长原因及合理性
家居	Target	$1,127.48	$779.00	$348.48	1、新增获取了全涤兔毛系列产品订单，该产品为Target的既有产品之一，此前不由发行人提供。
	Dunelm	$868.17	$540.16	$328.01	1、疫情其关店较多，2021年4月份该客户的门店重新开张，需求增加； 2、2021年，发行人向其推出了窗帘、床品等新品类；

产品类型	客户名称	2021 年 3 月底	2020 年 3 月底	增长金额	增长原因及合理性
					3、随着对其产品理解的深入，发行人向其推荐的毯子等品类和款式被选中率提高。
小计		$1,995.65	$1,319.16	$676.49	
服饰	Barefoot Dreams	$3,587.57	$572.38	$3,015.19	1、经历过疫情，美国市场的家居产品需求增长。其向发行人的毯子、家居服、袜子、浴袍、玩具类等采购额增加； 2、发行人为该客户开发的羽毛纱类家居产品在美国高端市场很受欢迎。该客户作为品牌商，品牌效应和知名度近年来有所提升； 3、2021 年，该客户的线下渠道需求激增，Nordstrom, Saks 和 Dillard's,Inc.等零售商向其扩大了采购； 4、此外，该客户较早的搭建了线上自销渠道，疫情期间利用其成熟的线上销售渠道，销售额增长较快。
	Nordstrom	$398.87	$112.08	$286.79	1、2021 年该客户周年庆促销的订单从越南转移至发行人，采购金额增长，主要涉及莫代尔睡衣等； 2、自 2020 年下半年，该客户收缩优化了经营品类，睡衣等保留品类的采购额增加。
	MATALAN	$463.29	$268.47	$194.82	1、2021 年，发行人加大了营销和品类的拓展力度，该客户的部分订单从印度转移至发行人； 2、发行人加大了对该客户 Disney 部门（Disney 和 matalan 联名）的推广和开拓力度，浴袍、睡衣套装等产品采购量增加。
	WM Morrison Supermarkets PLC	$441.08	$287.90	$153.18	1、2021 年，客户 FOS（Front of store，产品陈列在超市门口，位置较好，疫情期间销量较好）项目的采购额增加；主要涉及绒类的浴袍和睡衣套装等； 2、发行人新开拓了该客户的婴童和女装部门。爬服、安慰毯和女装的休闲服等采购额增加； 3、2020 年疫情后，该客户新增了家纺服饰的线上销售渠道，销量增加。
小计		$4,890.81	$1,240.83	$3,649.98	

发行人 2021 年 3 月底的已履行及在手订单相比 2020 年 3 月底增长合理。

2）产品构成、定价、主要客户、毛利率是否发生重大变化

2021 年 1-3 月，发行人的家纺、服饰和面料的收入占比、销售单价和毛利率对比情况如下：

单位：元/件，元/米

类别	2021 年 Q1	2020 年 Q1	2021 年 Q1	2020 年 Q1	2021 年 Q1	2020 年 Q1
	收入占比		销售单价		毛利率	
家居	62.57%	74.21%	28.87	31.53	13.13%	12.85%
服饰	27.84%	18.25%	22.36	17.20	9.97%	9.94%
面料	9.06%	6.41%	20.97	17.55	11.92%	10.11%

2021 年 1-3 月相比 2020 年同期，发行人的产品结构和毛利率未发生重大变化。

2021 年 1-3 月，发行人对家纺、服饰和面料主要客户及其 2020 年同期的收入排名情况如下：

客户名称	2021 年 Q1 排名	2020 年 Q1 排名
Barefoot Dreams	1	3
Target	2	1
WOOLWORTHS (PTY) LTD.	3	4
BEST ＆ LESS PTY LIMITED	4	22
LPP SPOLKA AKCYJNA	5	30
Vera Bradley	6	11
J.C. Penney	7	7
Matalan	8	2
Nordstrom	9	5
TCHIBO MERCHANDISING HONG KONG LP	10	8

2021 年 1-3 月，BEST ＆ LESS PTY LIMITED 向发行人采购的睡衣和浴袍较多，LPP SPOLKA AKCYJNA 向发行人采购的毯子和床品及配件较多，相应的排名相比 2020 年同期上升。

通过上述与同期对比，2021 年 1-3 月，发行人的家纺、服饰和面料的主要客户未发生重大变化。

3）发行人 2021 年订单增长与行业变化趋势对比情况，营业收入高增长是否具有持续性；

发行人 2021 年 3 月底家纺、服饰和面料类业务的已履行及在手订单金额相比 2020 年 3 月底的增长比例与同行业可比公司 2021 年第一季度收入的同比增长

比例对比情况如下：

证券代码	证券简称	2021 第一季度 Vs 2020 第一季度
600710	苏美达	104.97%
002634	棒杰股份	21.06%
603558	健盛集团	11.26%
/	万代服装	未披露
行业平均		**45.76%**
三问家居[注1]		**53.62%**

注 1：为家纺、服饰和面料类业务，不含医护类。

发行人 2021 年 3 月底的订单增长情况与同行业可比公司第一季度收入的增长趋势一致。

受美国政府疫情期间在其国内实施派发现金支票等方式刺激民众消费宽松的货币政策的影响，美国居民消费能力有所增加；并且，在美国境内新冠疫情反复的情况下，民众居家办公的情况更加普遍，因此，发行人所经营的家居服饰和家纺产品的需求较 2020 年一季度增长。

未来，随着新冠疫情的缓和，发行人的家纺、服饰和面料业务将至少回归至平稳增长的正常水平，医护类业务可能随着疫情的缓和而下降。然而，目前尚无法对本次新冠疫情的持续时间、各国政府的应对方式及其对人们工作、生活习惯的影响程度进行准确预测。若疫情持续，也可能对发行人的业务增速有所促进。

2、发行人所处行业与主营业务未发生重大变化

（1）发行人 2020 年的主营业务情况

2020 年度，发行人主营业务情况如下所示：

单位：万元

项目	收入	收入占比	毛利	毛利额占比
家纺	57,945.67	32.36%	9,286.30	27.83%
服饰	38,258.47	21.36%	6,381.58	19.13%
面料	8,316.80	4.64%	991.17	2.97%
其他	548.64	0.31%	228.71	0.69%
医护	74,009.18	41.33%	16,479.94	49.39%
其中：口罩[注]	61,786.33	34.50%	13,281.85	39.80%

项目	收入	收入占比	毛利	毛利额占比
手套	11,883.84	6.64%	3,056.06	9.16%
其他医护产品	339.01	0.19%	142.03	0.43%
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**33,367.71**	**100.00%**

注：口罩产品包括一次性口罩和布口罩等纺织品。

根据国家统计局国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），公司所属行业为批发业（分类代码：F51），细分行业为纺织、服装及家庭用品批发（分类代码：F513）。发行人销售的口罩产品属于产业用纺织品中的防疫用纺织品，归属于发行人所处细分行业。2020 年度发行人销售口罩、家纺、服饰和面料等纺织产品所产生的收入和毛利额分别为 166,855.91 万元和 30,169.61 万元，分别占主营业务收入和主营业务毛利的比重分别为 93.17%和 90.42%。

2020 年度，发行人医护业务和非医护业务利润贡献测算情况如下：

单位：万元

项目	医护业务	非医护业务
	金额	金额
营业收入	74,009.18	105,109.97
营业成本	57,529.24	88,188.49
毛利额	16,479.94	16,921.48
存货跌价-资产减值损失	4,429.14	116.43
因火灾导致的医护产品损毁-营业外支出	973.61	-
销售费用	1,768.85	6,453.88
测算管理费用	1,897.97	2,695.55
研发费用	-	383.36
与日常活动相关的政府补助	-	1,251.31
测算其他利润表科目	-351.44	-499.12
测算利润总额	7,058.93	8,024.45
2020 年度利润总额		15,083.38
利润总额占比	46.80%	53.20%

注：费用测算按照医护和非医护业务收入的比例进行分配测算。政府补助均为非医护类业务相关的政府补助。

如上表所示，剔除 2020 年度新增的医护业务之后，发行人原家纺、服饰等业务的主营业务收入总主营业务收入的比例超过一半，测算所贡献的利润总额为 8,024.45 万元，占利润总额的比例为 53.20%，仍是发行人主要的收入和利润来

源。

此外，2020 年度，发行人销售医护产品系充分发挥供应链管理优势，利用既有的家纺、服饰产品欧美主要中大型零售商 Target、Walgreen 等客户渠道，系发行人业务经营核心竞争力的体现，符合发行人一贯的经营模式。

综上，报告期内，发行人主营业务较为突出和稳定，所处行业与主营业务未发生重大变化，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》，第十二条中关于最近两年主营业务稳定的相关要求。

（2）发行人 2021 年度业务情况

根据截至 2021 年 3 月末的在手订单情况，发行人家纺、服饰及面料等业务的在手订单金额达到了 72,674.67 万元，较 2020 年同期增长 53.62%，占在手订单总金额的比例为 84.12%。未来随着新冠疫情在全球范围内得到有效控制，发行人医护类产品收入占比也将逐步减少。

综上，2020 年度发行人家纺、服饰和面料等业务贡献的收入和营业利润的比例超过 50%；同时，截至 2021 年 3 月末，发行人家纺、服饰和面料等业务的在手订单占在手订单总金额的比例高达 84.12%，预计未来将保持稳定增长，医护类产品业务预计将随着疫情的缓和而逐步下降，家纺、服饰和面料等业务仍将是公司收入和营业利润的主要来源。因此，发行人主营业务稳定，未发生重大变化，符合发行条件的相关要求，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》，第十二条中关于最近两年主营业务稳定的相关要求

（六）主要产品生产工艺流程图

公司的主营业务流程图请参阅本节之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（四）主营业务经营模式”部分。

（七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司不属于高危险、重污染行业。自成立以来，公司始终重视环境保护，贯彻国家和地方政府环境保护相关法律法规。公司报告期内未发生过重大环境污染事件，亦不存在重大违反环境保护法律、法规而受到行政处罚的情形。公司的自有工厂在生产经营过程中的主要污染物、防治措施和环保设施等情况如下：

1、公司生产经营中涉及污染物的具体环节、主要处理设施

公司的自有工厂日常生产经营过程中产生的废水、废气和噪音较少，主要涉及污染物为生活污水和边角料等固废。各个自有工厂涉及的主要污染物及处置情况如下：

1）张家港中堂

废水：生产过程中无废水外排。生活污水经化粪池、隔油池预处理后，接管至张家港市给排水公司常阴沙污水处理厂集中处理，满足《污水综合排放标准》三级标准及《污水排入城镇下水道水质标准》。

废气：生产过程中不产生工业废气。

噪声：主要包括机器设备及辅助设施产生的噪声。公司通过选用低噪声设备、合理布置生产设备、厂区绿化、距离衰减及其他有助于消声的措施降低噪声影响。

固废：主要包括边角料、不合格品、废机油和职工生活垃圾。其中废机油属于危险废物，按照危废管理规定委托有资质的单位回收处置；边角料、不合格品均属于一般固废，外售综合利用；生活垃圾由环卫部门定期清运。

2）常熟中堂

废水：生产过程中无废水外排。生活污水接入区域污水管网由江苏中法污水处理有限公司集中处理。

废气：生产过程中不产生工业废气。

噪声：主要包括机械加工设备及空压机产生的噪声。公司通过选用低噪声设备、合理布置生产设备、建筑隔声、安装消声器减振垫、空压机房设置隔音装置、厂区绿化及其他有助于消声减振的措施降低噪声影响。

固废：主要包括边角料、次品、职工生活垃圾。边角料、次品属于一般固废，外售综合利用；生活垃圾由环卫部门定期清运。

3）南通瑞兹

废水：生活污水排入工业园区的化粪池，进入掘港镇污水处理厂处理。

废气：食堂油烟废气经净化器净化后引至楼顶高空排放。

噪声：主要包括缝纫机以及裁剪切割机产生的噪声。公司通过选用低噪声设备、合理布置生产设备、厂区绿化降低噪声影响。

固废：主要包括边角料、次品、职工生活垃圾。边角料、次品、均属于一般固废，外售综合利用；生活垃圾由环卫部门定期清运。

4）柬埔寨公司

废水：生产过程中不产生工业废水，只有生活污水，所有生活污水直接排放到城市污水管道，柬埔寨公司获得了柬埔寨政府颁发的废水排放许可证。

废气：生产过程中不产生工业废气，只有发电机产生废气。发电机废气经柬埔寨政府相关部门检测达到排放标准，颁发了废气排放许可证。

噪声：生产过程中只缝纫机产生噪音，噪音经柬埔寨政府相关部门检测达标，并颁发室内噪音检测报告及合格批文。

固废：生产过程中只产生面料的边角料等固体废弃物，经柬埔寨政府相关部门检测废弃物处理达标。生活垃圾由专业公司定期清运处理。

2、公司生产经营符合国家和地方环保要求的情况

报告期内，公司生产经营中环评验收和检测的情况如下：

公司	检测报告/相关机构	检测结论	出具日期
张家港中堂	江苏安诺检测技术有限公司 AN19022606H	生活污水、厂界噪声等均符合国家相关标准	2019 年 3 月 8 日
	张家港市环境保护局	同意通过固废污染防治设施环保竣工验收	2019 年 4 月 12 日
	苏州大学卫生与环境技术研究所 SDWH-S202000944	粉尘，噪声等工作场所有害因素均符合国家标准	2020 年 6 月 28 日
	苏州大学卫生与环境技术研究所 SDWH-E202000730	昼间厂界噪声符合国家相关标准	2020 年 6 月 30 日
常熟中堂	江苏苏环工程质量检测有限公司 苏环（JH）字（2019）第 P122603	车间噪音、总尘等均符合国家相关标准	2019 年 12 月 27 日
南通瑞兹	江苏华创检测技术服务有限公司 UHTIEV20040114	厂界噪声符合国家相关标准	2020 年 4 月 29 日
	江苏安泰安全技术有限公司	车间噪音、棉尘等均符合国家相关标准	2020 年 5 月 7 日

公司	检测报告/相关机构	检测结论	出具日期
	安泰检字（2020）第 0137 号		
柬埔寨公司	柬埔寨金边市环保部颁发的废水、废气、噪音和固废等检测报告及批文	发电机废气排放，普通废物排放，室内空气噪音检测，液体废物排放，危险废物排放等均符合当地相关标准	2020 年 5 月

二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况

（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业管理体制、主管部门及自律性组织

公司是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，定位为“做全球客户与供应商最有价值合作伙伴”，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为批发业（分类代码：F51）。根据国家统计局国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），公司所属行业为批发业（分类代码：F51），细分行业为纺织、服装及家庭用品批发（分类代码：F513）。

公司所属行业由国家发改委和商务部进行宏观管理，行业主管部门为工业和信息化部。上述监管部门的主要职责为制定产业政策、提出中长期产业发展导向和指导性意见等，行业内企业则基于市场化的方式进行业务开发和拓展。目前公司所在行业无准入限制。公司所属行业的自律性组织主要为中国针织工业协会、中国纺织工业联合会及其成员单位中国家用纺织品行业协会与中国服装协会、中国纺织品进出口商会。公司是上海进出口商会、上海市浦东国际商会、上海市家用纺织品行业协会会员。

管理机构	主要职责
国家发改委	负责产业政策的制定，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。
工业和信息化部	我国纺织服装行业的政府管理部门，下设“消费品工业司”管理纺织服装行业的具体工作，负责制定与组织实施行业发展规划、监测分析行业运行动态、统计发布行业相关信息，提出优化产业布局、结构的政策建议等。
商务部	国内纺织服装行业进出口业务、特许经营业务的主管部门，拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易、外商投资、对外援助、对外投资和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章，提出我国经济贸易法规之间及其与国际经贸条

管理机构	主要职责
	约、协定之间的衔接意见，研究经济全球化、区域经济合作、现代流通方式的发展趋势和流通体制改革并提出建议。
中国针织工业协会	国内针织品及内衣行业的自律性组织，以推动行业发展为宗旨，为政府、行业、社会提供各项相关服务，主要包括规范行业行为，维护行业及企业利益；研究产业发展及市场趋势，参与制定行业发展战略规划，向政府提出政策和立法建议；参与国家行业标准的制定、修订和实施；向企业提供包括技术、产品、市场等在内的各项信息与咨询服务等。
中国纺织工业联合会	制定行规行约，规范行业行为，建立行业自律机制，维护行业利益；向企业提供信息、咨询服务；综合协调纺织各行业之间经济技术关系，促进行业结构调整和产业升级，推动横向经济联合与协作；组织开展行业对外技术经济协作与交流等。
中国家用纺织品行业协会	负责产业及市场研究，主持同业开展协作和咨询服务，推动行业发展，提高行业开发新产品、开拓市场能力；负责行业自律管理并代表会员企业向政府部门提出产业发展建议及意见等。
中国服装协会	负责协助政府部门进行行业管理，协调成员单位之间以及成员与政府部门之间的沟通交流，维护行业、企业合法权益，在技术、产品、市场、信息、培训等方面为成员单位提供服务，推进产业结构调整和产业升级。
中国纺织品进出口商会	维护行业和会员企业的利益，促进中国纺织服装进出口贸易的可持续发展。一方面，积极帮助企业解决对外贸易中的问题，尽量完善各种功能机构，维护行业和企业的利益；另一方面，努力完成政府主管部门委托的各项工作，为政府的政策决策提供建议和参考。促进我国服装产业结构、进出口结构的调整以及服装行业平稳、可持续发展。

2、行业主要政策、行业标准及技术规范

近年来，政府部门不断出台相关的产业政策和发展规划，明确了产业发展方向及扶持政策，国家的鼓励和支持有利于行业的健康与稳定发展。

（1）行业主要法律法规

法律法规	发布机构	发布/修订时间
《中华人民共和国对外贸易法》	全国人民代表大会常务委员会	2004 年
《零售商供应商公平交易管理办法》	商务部、发展改革委等	2006 年
《国家纺织产品基本安全技术规范》	国家质量监督检验检疫总局[3]等	2010 年
《商业特许经营备案管理办法》	中华人民共和国商务部	2011 年
《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人民代表大会常务委员会	2013 年

[3] 2018 年 3 月，根据第十三届全国人民代表大会第一次会议批准的国务院机构改革方案，将国家质量监督检验检疫总局的职责整合，组建中华人民共和国国家市场监督管理总局；将国家质量监督检验检疫总局的出入境检验检疫管理职责和队伍划入海关总署；将国家质量监督检验检疫总局的原产地地理标志管理职责整合，重新组建中华人民共和国国家知识产权局；不再保留中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局。

《中华人民共和国环境保护法》	全国人民代表大会常务委员会	2014 年
《中华人民共和国环境保护税法》	全国人民代表大会常务委员会	2018 年
《中华人民共和国产品质量法》	全国人民代表大会常务委员会	2018 年
《中华人民共和国商标法》	全国人民代表大会常务委员会	2019 年
《中华人民共和国反不正当竞争法》	全国人民代表大会常务委员会	2019 年

（2）行业主要产业政策

序号	主要政策	发布时间	发布部门	主要内容
1	《纺织工业调整和振兴规划》	2009 年	国务院	提出“稳定国内外市场、提高自主创新能力、加快实施技术改造、淘汰落后产能、优化区域布局、完善公共服务体系、加快自主品牌建设、提升企业竞争实力”等八项主要任务，并明确“加大对纺织企业的金融支持”。
2	《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	2009 年	工业和信息化部、发展改革委、财政部、商务部等部委	提出支持自主品牌服装、家纺企业提高研发设计能力，建立公共研发设计平台，在信息、人才等方面向企业提供帮助，提高企业的核心竞争力。
3	《关于推进纺织产业转移的指导意见》	2010 年	工业和信息化部	明确纺织产业转移和区域发展重点，东部地区要加速产业升级步伐，推进中心城市都市产业建设。东部中心城市重点发展纺织服装的研发设计、品牌营销、市场推广等生产性服务业和纺织总部基地，培育建设全球或区域性纺织服装时尚创意中心、营销中心、贸易中心、品牌中心和购物（消费）中心，以贸易、商业流通带动周边地区和全行业的生产制造。
4	《纺织工业“十二五”科技进步纲要》	2010 年	中国纺织工业协会	提出“十二五”期间，要“加强服装家纺文化等重点领域的基础理论和前沿技术研究”，“加强服装、家纺文化及品牌发展课题研究”，“推广绿色环保家纺新产品加工技术”，“提高纺织面料、服装、家纺产品的开发创新水平，促进产业科技成果向市场开拓能力和品牌价值转化”。
5	《纺织工业“十二五”发展规划》	2012 年	工业和信息化部	提出“以服装和家纺行业为重点实施品牌建设工程。制定我国服装家纺品牌发展战略，建立品牌企业统计、跟踪、评价体系，建立我国纺织服装品牌数据库。按照‘公开、公平、公正’原则，开展品牌企业评价工作，重点跟踪和培育创新能力强、市场覆盖面广、市场占有率高、企业盈利能力强的 100 家左右服装家纺品牌企业。加

序号	主要政策	发布时间	发布部门	主要内容
				快推进我国服装家纺品牌国际化进程，争取尽快形成一批国际化服装家纺品牌”，并明确指出“优先支持新型纺织纤维材料、高端纺织装备、产业用纺织品、品牌服装和家用纺织品企业上市融资，积极支持企业创新能力和品牌运作能力”。
6	《建设纺织强国纲要（2011-2020）》	2012 年	中国纺织工业联合会	提出“服装、家纺、针织、面料等产品品牌发展日趋成熟，在建立市场信誉、提升品牌价值等方面取得显著进步，纺织工业从加工制造向自主品牌创建提升”，要“创建品牌新优势”。
7	中国制造 2025	2015 年	国务院	明确提出“推进信息化与工业化深度融合”和“全面推行绿色制造”的工作任务和重点，“加快纺织等行业生产设备的智能化改造，提高精准制造”，“促进纺织等产业向价值链高端发展”。纺织服装产业作为劳动密集型行业以及传统制造行业的一个重要门类，将面临向绿色制造和智能制造的深度转型。
8	《中共中央国务院关于构建开放型经济新体制的若干意见》	2015 年	国务院	明确提出“提高货物贸易中的服务附加值，促进制造业与服务业、货物贸易与服务贸易协调发展”。
9	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	2016 年	全国人民代表大会	提出以轻纺等行业为重点，采用境外投资等方式，推动装备、技术、标准、服务走出去。建立产能合作项目库，推动重大示范项目建设。引导企业集群式走出去，因地制宜建设境外产业集聚区。要求加快对外贸易优化升级，“实施优进优出战略，推动外贸向优质优价、优进优出转变，加快建设贸易强国。促进货物贸易和服务贸易融合发展，大力发展生产性服务贸易。促进加工贸易创新发展”。
10	《家用纺织品行业“十三五”发展指导意见》	2016 年	中国家用纺织品行业协会	明确“十三五”时期行业发展的指导思想与主要目标，确定“建设新家纺，创新驱动转型发展”、“倡导新生活，改善供给提升服务”、“构建新格局，优化配置协调发展”、“立足新高度，打造品牌促进升级”、“发展新经济，资源节约绿色环保”等主要任务，提出相应措施与建议。
11	《纺织工业发展规划（2016—2020年）》	2016 年	工业和信息化部	《规划》从提升产业创新能力、大力实施“三品”战略、推进纺织智能制造、加快绿色发展进程、促进区域协调发展、提升企业综合实力等方面提出了具体要求。根据《规划》要求，

序号	主要政策	发布时间	发布部门	主要内容
				“十三五”期间，规模以上纺织企业工业增加值年均增速保持在6%-7%；纺织品服装出口占全球市场份额保持基本稳定；纺织行业发明专利授权量年均增长15%，规模以上企业全员劳动生产率年均增长8%；纺织工业增长方式从规模速度型向质量效益型转变。
12	《纺织工业“十三五”科技进步纲要》	2016 年	中国纺织工业联合会	明确“十三五”期间，纺织工业科技进步的主要发展目标：纺织信息化水平进一步提高，建立智能化纺纱、长丝、印染、针织、非织造布、服装和家纺示范生产线；主要企业具备较强的自主创新能力，大中型企业研究与试验发展经费支出占主营业务收入比重达到1.0%；拥有一批自主知识产权的核心技术，授权发明专利年增15%等。
13	《国务院办公厅关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》	2017 年	国务院办公厅	提出推进纺织等行业供应链体系的智能化，加快人机智能交互、工业机器人、智能工厂、智慧物流等技术和装备的应用，提高敏捷制造能力。
14	《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》	2018 年	中共中央、国务院	强调顺应居民消费升级趋势，努力增加高品质产品和服务供给，切实满足基本消费，持续提升传统消费，大力培育新兴消费，不断激发潜在消费。加强引导、强化监督，确保市场主体提供安全放心的吃穿用消费品。
15	《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	2019 年	发展改革委	工业设计、文化创意设计服务被列为“对经济社会发展有重要促进作用，有利于满足人民美好生活需要和推动高质量发展”的鼓励类项目。
16	《中共中央国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》	2019 年	国务院	明确提出“加快创新驱动，培育贸易竞争新优势。增强贸易创新能力，构建开放、协同、高效的共性技术研发平台，强化制造业创新对贸易的支撑作用”。
17	《关于进一步做好供应链创新与应用试点工作的通知》	2020 年	商务部	加快推动和帮助供应链龙头企业和在全球供应链中有重要影响的企业复工复产、加强供应链安全建设、加快推进供应链数字化和智能化发展、促进稳定全球供应链、助力决战决胜脱贫攻坚、充分利用供应链金融服务实体企业。
18	《关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见》	2020 年	国务院	加大财税金融支持，更好发挥出口信用保险作用；发展贸易新业态新模式，加大对外贸综合服务企业的信用培育力度；提升通关和人员往来便利化水平，加大技术贸易措施咨询服务力度；

序号	主要政策	发布时间	发布部门	主要内容
				支持重点产业和重点企业，进一步加大对劳动密集型产业出口企业的支持力度。
19	《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》	2020 年	国务院	一是创新开拓方式，优化国际市场布局；二是发挥比较优势，优化国内区域布局；三是加强分类指导，优化经营主体；四是创新要素投入，优化商品结构；五是创新发展模式，优化贸易方式；六是创新运营方式，推进国家外贸转型升级基地建设；七是创新服务模式，推进贸易促进平台建设；八是创新服务渠道，推进国际营销体系建设；九是创新业态模式，培育外贸新动能，促进外贸综合服务企业发展，研究完善配套监管政策。
20	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	2021 年	全国人民代表大会	完善出口政策，优化出口商品质量和结构，稳步提高出口附加值。优化国际市场布局，引导企业深耕传统出口市场、拓展新兴市场，扩大与周边国家贸易规模，稳定国际市场份额。推动加工贸易转型升级，深化外贸转型升级基地、海关特殊监管区域、贸易促进平台、国际营销服务网络建设，加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转。创新发展服务贸易，推进服务贸易创新发展试点开放平台建设，提升贸易数字化水平。实施贸易投资融合工程。

3、报告期初以来新制定或修订、预期近期出台的法律法规、行业政策对公司的影响

报告期初以来新制定或修订、预期近期出台的与公司的生产经营密切相关的法律法规、产业政策主要为《中华人民共和国环境保护税法》、《中华人民共和国产品质量法》、《国务院办公厅关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》、《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》、《产业结构调整指导目录（2019 年本）》、《中共中央国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》、《关于进一步做好供应链创新与应用试点工作的通知》、《关于进一步做好稳外贸工作的意见》、《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，国家部门和行业协会持续鼓励产品创新及智能制造、鼓励供应链行业的创新与应用、支持

外贸行业的稳定发展。

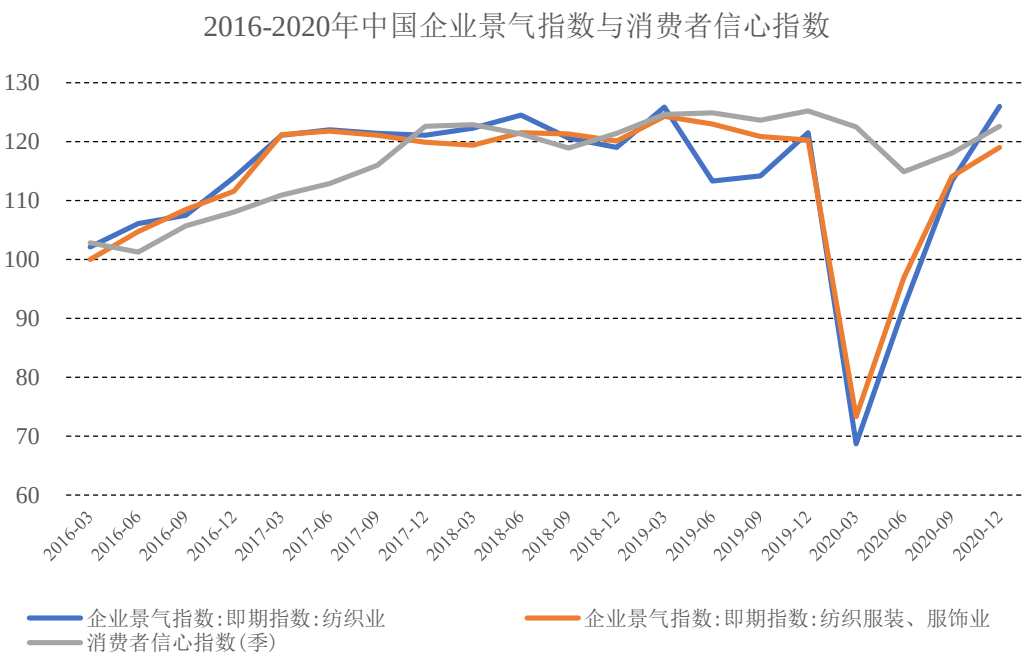
上述产业政策的修订实施对公司生产经营无重大不利影响。公司定位为服务型贸易商，具备较为突出的产品原创设计能力和较强的供应链管理能力，符合上述产业政策的导向。同时，公司本次募集资金投资项目顺应产业政策鼓励的发展方向，智能制造工厂、数字化设计展示中心和数字化管理平台的建成，将进一步提升公司的竞争力。

（二）行业发展概况和市场规模

1、纺织服装行业

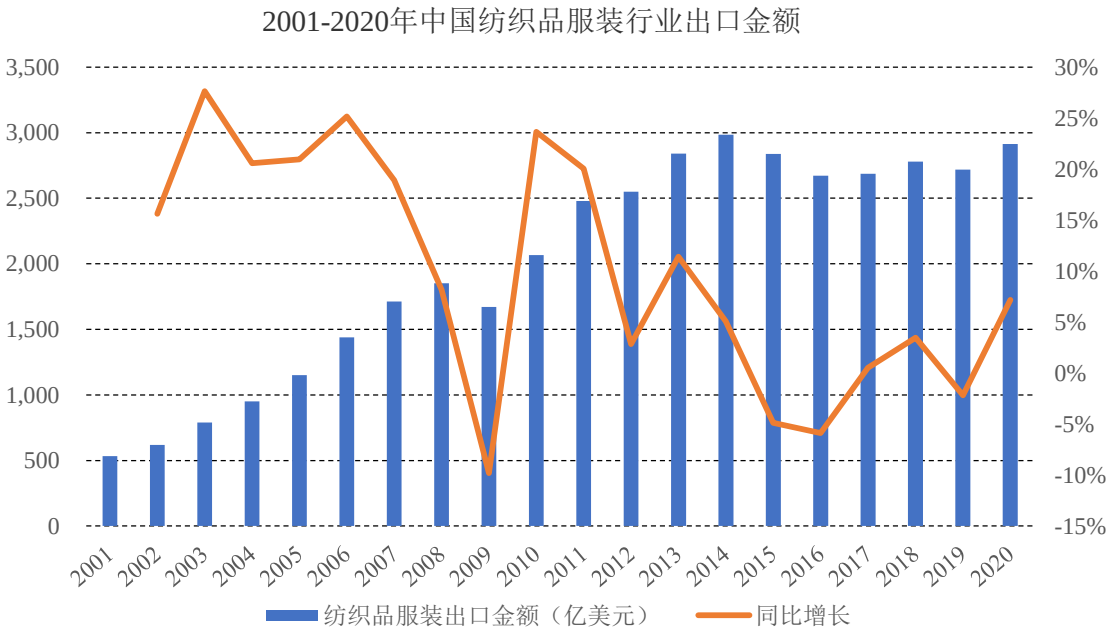
纺织服装行业包含家用纺织品、服装用纺织品与产业用纺织品为三大子行业。家用纺织品和服装用纺织品同生活起居息息相关，在纺织服装行业中占据重要地位。随着居民消费水平的提升和城镇化程度的推进，人们对美好及高品质生活的向往愈发迫切，家用纺织品和服装用纺织品行业具有广阔的发展前景，相关企业面临较好的市场机遇。

自 2016 年以来，纺织服装行业企业景气指数与消费者信心指数不断攀升，行业持续回暖，2019 年第 4 季度，中国纺织业企业景气指数、纺织服装、服饰业企业景气指数与消费者信心指数分别为 121.50、120.30 和 125.20。2020 年第 1 季度，由于新冠疫情的影响，上述指数有所下降；但随着国内疫情防控工作的有力开展，疫情得到了有效控制，上述指数在 2020 年第 2 季度逐步回升，第 4 季度已基本恢复至疫情爆发前水平。



数据来源：国家统计局

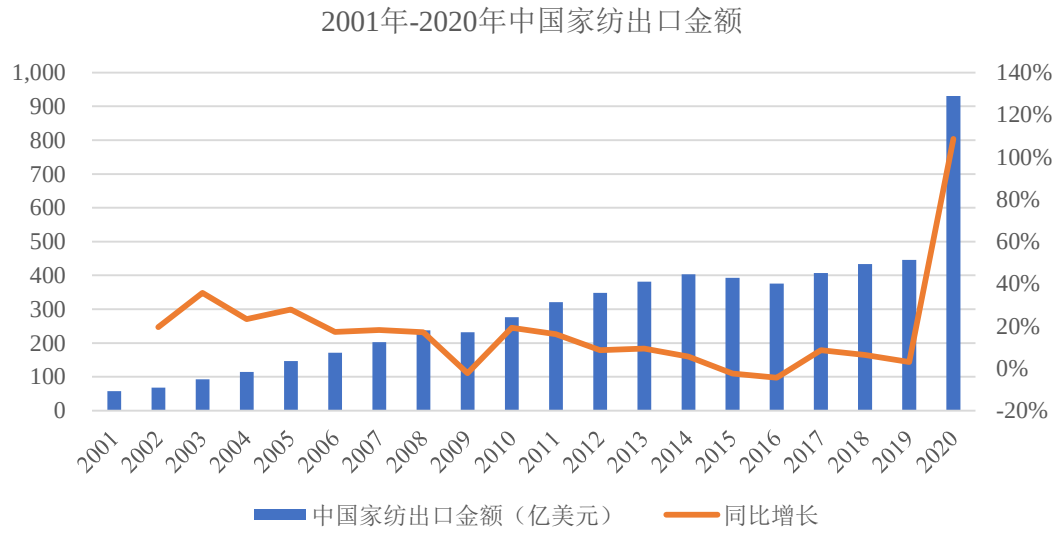
我国纺织品服装的出口规模自 2001 年以来经历了近 10 年的高速增长，2014 年以来进入平稳增长区间。受 2008 年金融危机影响，2009 年出口额经历小幅调整后快速回暖，并在 2014 年达到顶峰 2,984.91 亿美元，2015 年、2016 年经过小幅的微调后逐步复苏。2018 年，我国纺织品服装出口额上升至 2,779.39 亿美元，同比增长 3.48%，其中纺织品出口额为 1,192.74 亿美元，同比增长 7.95%；服装出口额为 1,586.65 亿美元，同比增长 0.35%。2019 年，我国纺织品服装出口额缩减至 2,718.94 亿美元，同比降低 2.17%，其中纺织品出口额为 1,202.98 亿美元，同比增长 0.86%；服装出口额为 1,515.96 亿美元，同比降低 4.46%。2020 年，我国纺织品服装出口额为 2,913.98 亿美元，同比增长 7.17%，得益于口罩等防疫物资的大量出口，纺织品出口额 1,539.43 亿美元，同比增长 27.97%，出口额创历史同期最高水平；服装出口额 1,374.56 亿美元，同比下降 9.33%。分地区看，欧洲、北美和日本是我国纺织品服装主要的出口国家和地区。2019 年，我国对欧盟、美国和日本的纺织品服装出口额分别为 598.13 亿美元、588.59 亿美元和 220.73 亿美元，共占当年纺织品服装出口总额的 51.76%，超过全部出口规模的一半。



数据来源：中华人民共和国海关总署

2、家用纺织品

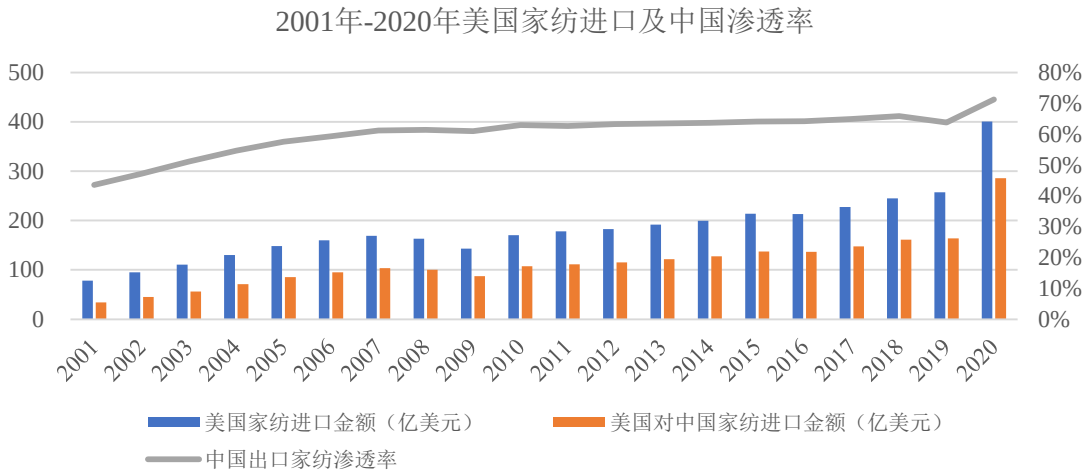
家用纺织品又称“家纺”，是提高人们生活舒适度、对生活环境起美化装饰作用的实用性纺织品，主要应用场景包括家庭和酒店、商场等公共场所。自 2001 年加入 WTO 后，我国家用纺织品出口额总体呈增长趋势，从 2001 年的 57.23 亿美元到 2019 年的 446.10 亿美元，复合增长率为 12.08%。中途历经了 2008 年的金融危机、2015-2016 年全球经济增速放缓导致的出口额小幅下跌后，得益于 2017 年全球经济的逐步复苏，家用纺织品出口额开开始回暖。2017 年至 2019 年，我国家用纺织品出口同比增长 2.96%。2020 年，得益于口罩等防疫物资的大量出口，我国家纺出口额达到 930.77 亿美元，已大幅超过 2019 年全年出口额。



数据来源：Trade Map，中华人民共和国海关总署

（1）美国市场

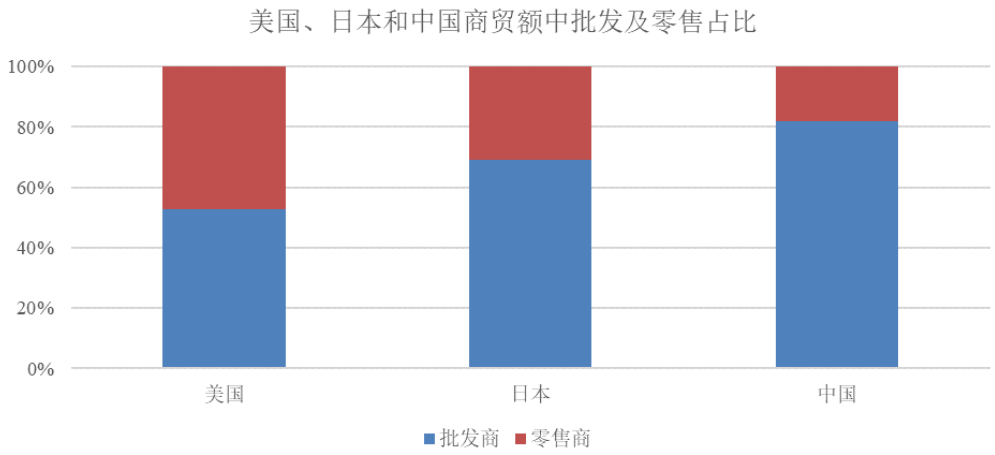
2008 年金融危机后，美国家纺进口总额呈稳步增长趋势。2019 年，美国家纺进口总额为 257.15 亿美元，同比增长 5.12%。其中，美国对中国家纺进口额为 163.95 亿美元，同比增长了 1.71%。中国对美国家纺进口市场的渗透率自 2007 年起始终保持在 60%以上。由于 2020 年新冠疫情在美国长期持续，口罩等防疫物资大规模出口至美国，中国对美国家纺进口市场的渗透率高达 71.30%。



数据来源：Trade Map

从市场结构来看，美国零售商占商贸（批发与零售）销售额的比重较高，在发达的零售体系下，美国家纺零售商可以绕过美国本土家纺品牌商，直接向海外家纺制造企业采购，故美国家纺市场具有零售业高度发达、零售商话语权更强的

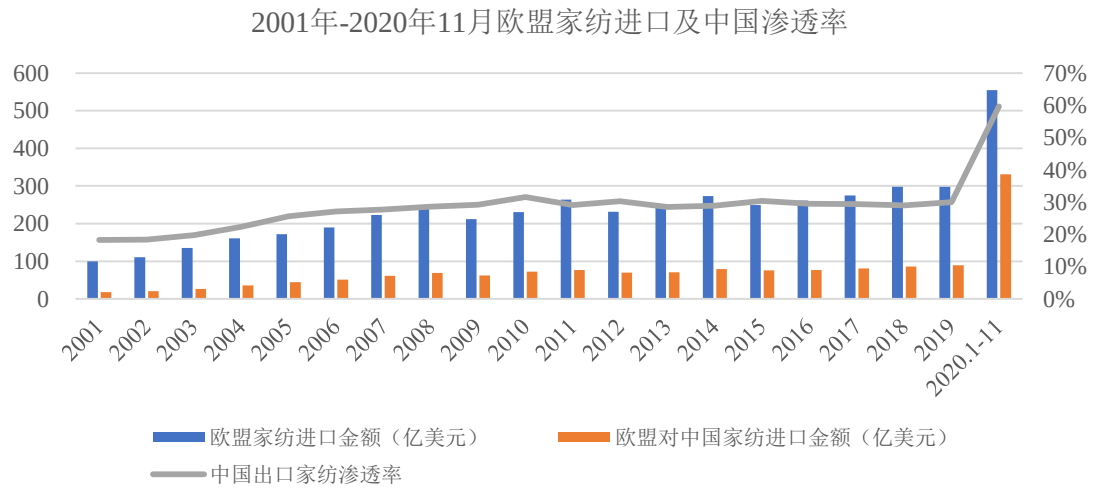
特点。2018 年，美国家纺行业前 11 大零售商市占率为 51%，基本都属于销售多种品牌产品的综合零售商。



数据来源：Wind

（2）欧洲市场

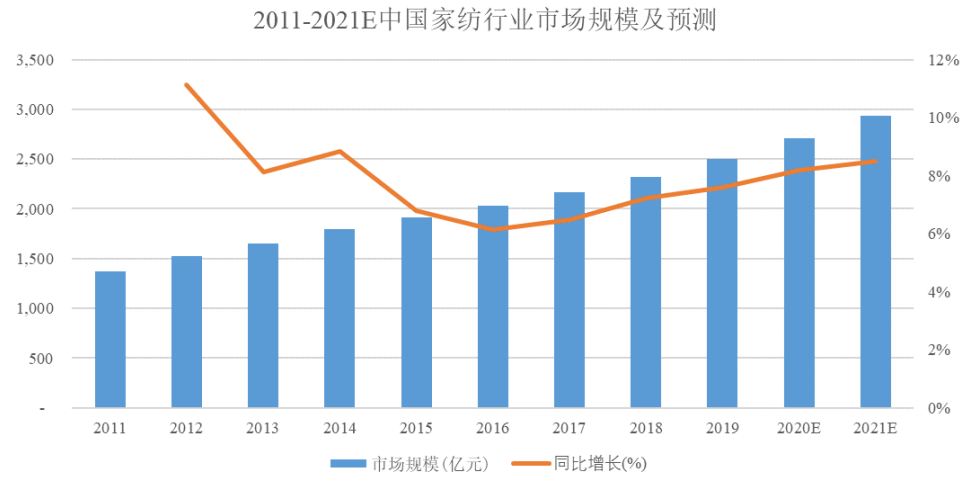
2008 年金融危机后，欧盟 28 国家纺进口总额一直处于波动状态。2019 年，欧盟家纺进口总额为 297.85 亿美元，同比减少 0.06%，其中，欧盟对中国家纺进口额为 89.39 亿美元，逆势同比增长了 3.71%，中国对欧盟家纺进口市场的渗透率上升至 30.01%，体现了欧盟客户对中国家纺产品的高度认可。2020 年 1-11 月，新冠疫情防控期间，口罩等防疫物资需求激增，欧盟对中国家纺进口额为 330.99 亿美元，渗透率高达 59.68%。



数据来源：Trade Map

（3）中国市场

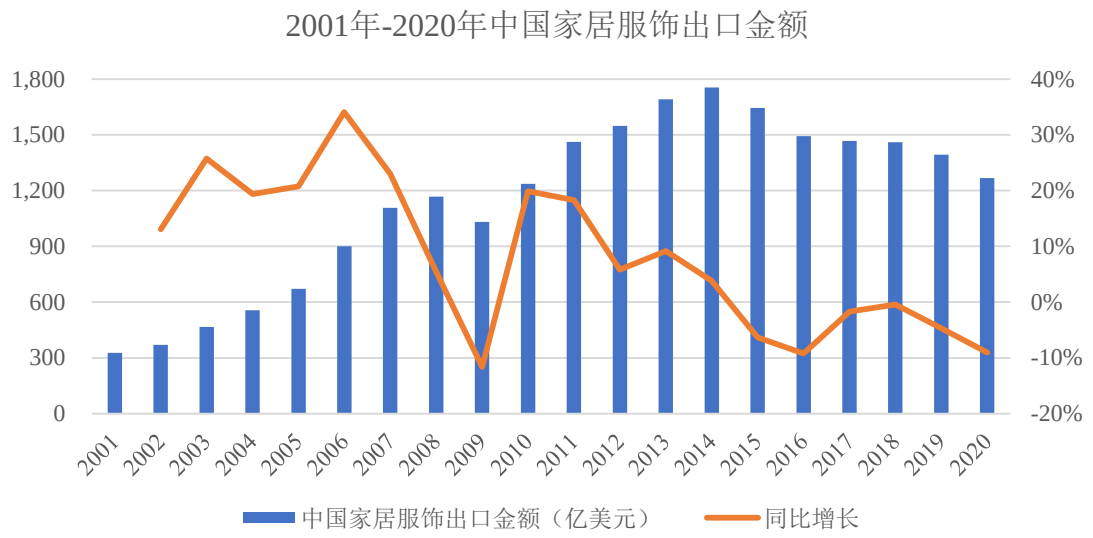
国内家纺市场规模随经济发展总体呈稳步增长趋势。根据中国家纺协会和艾媒数据中心的数据统计，我国家纺行业市场规模由 2011 年的 1,373 亿元增长至 2019 年的 2,502 亿元，复合增长率为 7.79%。随着我国城镇化持续推进、人均可支配收入增长和人口结构中中产阶级占比提升，我国消费者的消费能力逐步增强。消费者对高品质、个性化的家纺产品需求扩张，消费升级趋势为中高端家纺企业开辟了新的市场，我国家纺行业仍具有较为广阔的市场前景，预计 2021 年国内家纺市场规模将达到 2,937 亿元。



数据来源：中国产业信息网

3、家居服饰

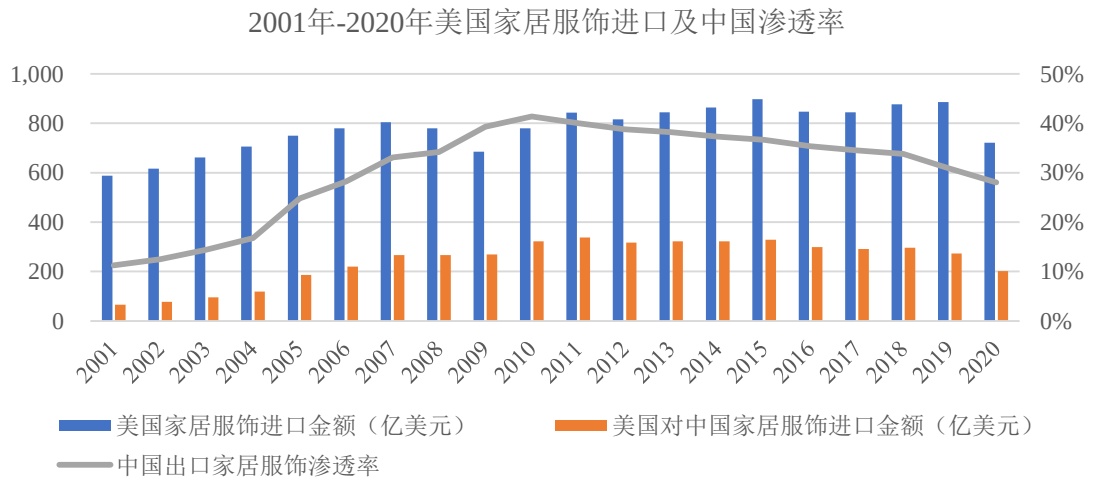
家居服饰是指与家有关、能体现家文化的一切服饰产品。家居服饰包括睡衣裤、浴袍、开襟衫、连体服、围巾、披肩、室内拖鞋等细分产品，具有更新速度快、需求刚性大的特点。自 2001 年加入 WTO 后，我国家居服饰出口额总体呈增长趋势，从 2001 年的 327.57 亿美元到 2019 年的 1,392.71 亿美元，复合增长率为 8.37%。经历了 2008 年的金融危机后，2009 年家居服饰的出口额有小幅调整但迅速回暖，在 2014 年达到 1,754.91 亿美元的高峰。2015 年和 2016 年全球经济增速放缓导致出口额小幅下调，但均值依然维持在 1,550 亿美元以上的较高水平。2017 年至 2019 年，我国家居服饰出口额维持在 1,400 亿美元左右，处于较为稳定的态势。2020 年新冠疫情爆发后，家居服饰出口出现短期 9.06%的下滑。



数据来源：Trade Map

（1）美国市场

美国是全球最大的家居服饰产品进口国，其具有发达的零售体系，各中大型零售商及品牌商通过分布于全球的供应商进口产品，以满足终端客户对家居服饰产品的需求。2019 年，美国家居服饰的进口总额为 886.01 亿美元，其中，美国对中国的家居服饰的进口额为 272.89 亿美元。中国对美国家居服饰进口市场的渗透率在 2007 年至 2019 年，始终保持在 30%以上。2020 年，在新冠肺炎疫情下，渗透率依然达到了 28.04%。

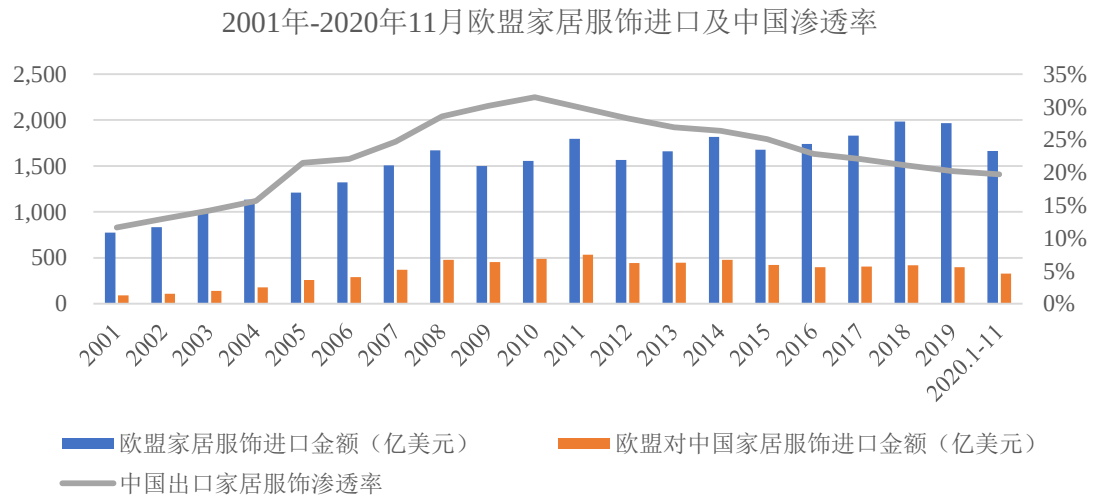


数据来源：Trade Map

（2）欧洲市场

2019 年，欧盟 28 国家居服饰进口总额为 1,966.05 亿美元，同比减少 0.83%。

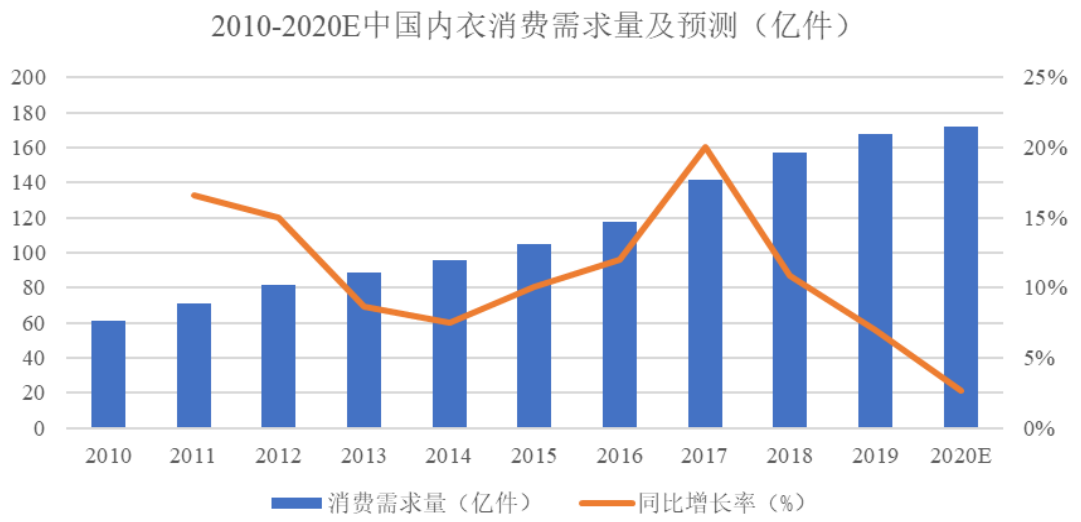
其中，欧盟对中国家纺进口额为 397.55 亿美元，同比减少 4.94%。2017 年-2020 年 11 月，中国对欧盟家居服饰进口市场的渗透率维持在 20%左右。



数据来源：Trade Map

（3）中国市场

受益于国民经济发展、人均可支配收入提高和居民价值观、消费观逐渐多元化等因素的推动，消费者对家居服饰的品质要求日益提高，中国家居服饰市场规模增速较快。中国服装市场近年来保持稳步增长，据国家统计局数据显示，中国纺织服装批发市场规模已从 2010 年的 9,818.79 亿元增长至 2019 年的 14,806.34 亿元，年复合增长率 4.67%。家居服饰所属内衣细分市场也在过去十年经历了快速增长。据市场研究机构艾媒数据中心的数据统计显示，自 2010 年以来，中国内衣消费需求量不断增长，已从 2010 年的 61 亿件增长至 2019 年的 167.70 亿件，年复合增长率为 11.89%，预计到 2020 年底将突破 172.10 亿件。



数据来源：艾媒数据中心

（三）行业驱动因素

我国纺织服装行业稳定发展，是内生力量和外生力量共同作用的结果，国际分工、经济发展、市场需求、经济政策等因素相互影响，共同形成产业演变的基础：

1、在全球产业分工体系中，中国拥有全球最完整、整体技术最高、供应链最完善的纺织服装制造体系，虽然纺织服装产能在持续向东南亚转移，但中国仍在劳动力素质、原材料供应、产业配套设施等方面具备明显优势，来自全球各国的对产品品质和交期要求更高的优质订单仍然需要由中国完成。

2、经济及社会发展带动消费升级。随着居民人均可支配收入的快速增长，消费者审美水平的不断提高，人们对居室环境和生活质量的需求由实用性、经济性逐渐向舒适性、文化性和个性化转变，中高端纺织品服装市场未来成长空间将更加广阔。

3、政策对纺织服装行业的发展施加有利影响。自 2001 年加入 WTO 以来，行业出口配额制度逐步取消为我国纺织服装国际化发展提供了有利的外部环境。在此基础上，凭借劳动力素质、原材料供应、产业配套设施等方面的优势，我国逐渐发展成为全球最大的纺织品服装生产和出口国。

（四）行业技术特点

家用纺织品、家居服饰产品下游零售商及品牌商的发展趋势在于加速产品周

期、丰富产品种类、提升品质和提高客户满意度，相应的，供应商需要具备优秀研发能力，为客户提供时尚新颖、品类丰富的产品。中短期而言，供应商可以通过供应链管理的方式，选择不同的合格生产商提供产品，实现产能的柔性安排。因此，供应商需要具备高效可靠的供应链管理能力，为客户提供高性价比、快速优质的供货服务。但长期而言，随着下游的零售商及品牌商对产品品质和交付能力要求的不断提高，单纯依赖供应链管理进行柔性交付的模式将变得捉襟见肘，这是由于分散的上游生产商由于资金实力和销售规模的局限，一般很难负担购置和维护精益生产设备的成本支出。而直接对接大量下游零售商及品牌商的供应商通过投入资金发展精益生产、打造自有产能，可以实现规模效应，以满足客户不断提升的品质和交付能力要求。因此供应商需要具备精益柔性的产品输出能力，以满足客户小批量、多频次和高质量的产品交付需求。

1、优秀的研发设计能力

企业的研发设计团队需要紧跟时尚潮流，通过对色彩、图案、款式、面料、辅料的调整，将时尚设计、科技功能、生态安全等产品要素有机结合，满足消费者追求舒适、健康、自然、快乐的心理诉求。同时，企业在进行产品设计时，还需要综合考虑产品量产的工艺可行性、适合的成本等因素，以保障设计方案的最终产品化。

2、高效可靠的供应链管理能力

家用纺织品、家居服饰零售商及品牌商需要应对快速变化的市场需求，因此对产品的供应速度、供应可靠性和适合的性价比都提出了较高要求。优秀的供应链管理能够整合优质的原材料供应商、生产厂商和销售渠道等资源，提高供应链柔性，在保证产品质量的同时快速出货，缩短产品生产和物流周期，提高产品迭代速度，降低销售风险，提升企业盈利能力。

3、精益柔性的产品输出能力

由于客户对产品品类和品质的要求日益提升，产品迭代速度加快，长期而言，单纯通过供应链管理的模式即可实现产能柔性安排的局面将逐渐不复存在，这是因为分散的外部供应商由于自身资金实力和销售规模的局限，往往难以承担购置和维护精益生产设备的成本，鲜有能够及时灵活满足客户多变需求的外部供应商。

因此家用纺织品、家居服饰供应商需要通过自动化、智能化、信息化生产技术和设备赋能自主产能，实现精益化生产、柔性化制造和弹性产能供给，以满足客户小批量、多频次的产品交付需求。

（五）行业发展所面临的问题

1、国际贸易环境复杂多变

自 2018 年以来，美国开始推行“美国优先”贸易政策，多次以缩小对外贸易逆差为由对进口产品加征高额关税。2018 年 6 月 15 日，美国贸易代表办公室（USTR）基于“301 调查”结果，正式公布加征关税的中国进口商品清单，对清单上涉及约 500 亿美元的中国进口商品加征 25%的关税，其中对涉及 340 亿美元和 160 亿美元的商品已分别于 2018 年 7 月 6 日和 2018 年 8 月 23 日开始加征关税，此轮加征关税对纺织服装类商品影响较小。

2018 年 7 月 10 日，美国公布对华第二轮 2,000 亿美元加征关税商品清单，该清单涵盖了 HS50~60 章的几乎所有产品，涉及绝大部分纺织原料、半成品以及少量服装附件产品，主要包括纺织原料（棉花、丝、毛、麻等），纱线和面料（棉、毛、丝、麻、化纤、玻璃纤维等制），地毯，工业用纺织品，皮革和毛皮服装、帽类及手套、塑料雨衣等。

2019 年 5 月 17 日，USTR 发布公告，将就约 3000 亿美元中国商品加征关税征求意见并举行公开听证会。随后，经过几轮清单调整，2019 年 8 月 15 日，USTR 宣布了最终征税清单，对自华进口的约 3,000 亿美元商品加征 10%关税。加征关税的清单分为两批执行，分别自 2019 年 9 月 1 日（List 4A）和 12 月 15 日（List 4B）起实施。涉及的产品有服装（61-62 章）、其他纺织制成品（63 章）、鞋类（64 章）等。

2019 年 8 月 28 日，USTR 发布通知，正式将中国出口美国的 3,000 亿美元商品的加征关税税率由原定的 10%提高至 15%。其中，List 4A 中的商品从 2019 年 9 月 1 日起加征关税，List 4B 中的商品从 2019 年 12 月 15 日起加征关税。

2019 年 9 月，USTR 公布了 3 份对华加征关税商品排除清单通知，超过 400 项商品在免于加征关税之列，主要为各类仪器设备零部件、有机合成材料、日用品、化学制品、纺织品、机电设备、化工制品、钢铁制品等。此次关税排除清单

的刷新，对中国纺织行业属于利好，预计将有效提升纺织行业市场信心。

2019 年 10 月，中美贸易谈判取得进展，美国暂停原计划 10 月 15 日对 2,500 亿美元中国出口美国商品的关税上调。2019 年 12 月 13 日，中美第一阶段经贸协议文本达成一致，美国将分阶段取消对华产品加征关税。美东时间 2020 年 1 月 15 日，中美双方在美国华盛顿签署《中华人民共和国政府和美利坚合众国政府经济贸易协议》。

USTR 于 2020 年 1 月 15 日发布公告，决定取消原定于 2019 年 12 月 15 日对 3,000 亿美元 List 4B 清单中的中国出口美国商品的加税计划。自 2020 年 2 月 14 日美国东部时间上午 12:01，美国对 3,000 亿美元 List 4A 清单中商品的加征关税从 15%降至 7.5%正式生效。

截至本招股说明书签署日，USTR 陆续公布了部分加征关税商品的排除清单，其中包括家纺类和服饰类产品。

全球范围内的贸易摩擦将增加全球纺织品服装市场的不确定性，可能会使美国部分零售商和品牌商在未来调整采购策略和供应链布局。对国内企业来说，从原材料端开始到产成品的产业链布局、原创设计研发能力、产业工人的素质和效率均具有较强的比较优势。在贸易环境发生波动的情况下，一方面，需要加快国内产业的转型升级，增强产品的竞争力和不可替代性，尽量留住欧美地区的高质量订单；另一方面，可以利用与东盟等地区的产业互补关系，考虑在东盟地区等劳动力和关税成本相对更低的区域布局合作产能，进一步优化和完善国际供应链布局；第三方面，可以加强对于一带一路等新兴市场的开拓，寻找新的市场增长点。

2、企业的研发设计能力有待进一步提升

纺织服装是基础性消费品，既是关乎民生的基础产品，也是集中体现人类文化创意、技术进步和时代变迁的创新产品，具有较强的时尚性和潮流性因素，消费者的审美心理及品味持续变动。因此，企业需要具有较强的产品设计能力，除了要对色彩、款式、花型、面料等产品要素进行持续跟踪、研发外，还要建立能够深刻理解并呈现品牌设计理念、兼具设计研发灵感及时尚潮流敏感性的专业设计团队，正确把握市场脉搏，创造时尚潮流。但目前国内大多数中小型家纺服饰

企业的研发设计能力仍有所欠缺，核心竞争力有待提升。

3、纺织服装行业成本上升显著

中国纺织服装行业面临劳动力成本、能源成本、运输成本和环境治理成本四大高成本，随着中国人口红利的逐渐消失，亚洲其他地区的印度、越南、孟加拉国等发展中国家劳动力成本优势明显，以 TPP 和 RCEP 为代表的区域性贸易协定的实施将降低有关国家贸易成本。国内纺织服装行业正在通过提升产品的技术含量和附加值、主动进行国际供应链布局、开拓新兴市场、提高产品的智能制造水平和提高管理的信息化水平等方式应对行业环境的变化，保证行业的稳定健康发展。

4、低端产品产能过剩

中国纺织品服装历来以低价占据国际市场，虽然出口量较大，但产品附加值较低，行业内存在低端产品阶段性、结构性产能过剩，中高端产品有效供给不足的问题。发达国家在科技研发和品牌渠道方面优势明显，在高端装备、高性能纤维、智能纺织品服装等领域占据优势。在新一轮全球产业分工中，我国纺织工业发展正面临发达国家“再工业化”和发展中国家加快推进工业化进程的“双重挤压”。

（六）行业发展趋势

1、价值链向下游延长，不断提高货物贸易中的服务附加值是大势所趋

纺织服装贸易行业的发展趋势是价值链向下游延长、向上游突破以及横向延展，同时伴随产品向绿色、健康、环保和功能性等概念的进化升级。其中，产业链向下游延长的趋势主要体现在货物贸易中的服务附加值不断提高。《中共中央国务院关于构建开放型经济新体制的若干意见》明确提出，要提高货物贸易中的服务附加值，促进制造业与服务业、货物贸易与服务贸易协调发展。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出要创新发展服务贸易，推进服务贸易创新发展试点开放平台建设，提升贸易数字化水平。

从下游零售商及品牌商的角度，纺织服装供应商的服务附加值体现在品牌运作和营销服务等方面。通过将更多的业务流程交给供应商来完成，纺织服装零售

商及品牌商得以降低成本和费用，将资源分配到面向终端客户的营销和销售等关键环节中去。同时，供应商有利于对附加服务进行整合，实现规模效应。这种模式能让双方的运营更加高效、合作更加紧密。

从终端消费者的角度，纺织服装供应商的服务附加值体现在创新创意、研发设计等方面。随着社会经济的不断进步，人们生活水平的提高与消费观念的转变，消费者对纺织服装的要求已不再局限于保暖、舒适等原有的基本特性，开始更加关心产品背后的生活方式输出、文化输出、价值输出等隐性价值，市场需求趋于细分化、多元化和复杂化。在此背景下，家纺服饰企业需向客户提供以市场需求为导向的研发设计服务，在设计理念上力求创新，应用最新权威发布流行趋势，从色彩、花型、款式、面料等方面寻求突破，将流行趋势预测与技术经济分析有机结合，将时尚设计、科技功能、安全舒适等产品要素有机结合，充分满足消费者的审美心理，提升产品的市场竞争力，将技术价值与创新设计转化为被消费者接受的市场价值。

2、价值链向上游突破，从制造端完善产品交付能力是当务之急

价值链向上游突破的趋势主要体现在纺织服装供应商需要从制造端完善产品，提升产品品质，提高及时响应客户需求的能力。客户小批量、多频次、高质量、快迭代的产品交付需求促使纺织服装供应商向精益生产和柔性制造转型，通过自动化、智能化、信息化生产技术和设备赋能自主产能，进一步降低成本，满足灵活销售的需要。《中国制造 2025》提出智能制造是两化（信息化和工业化）深度融合的主攻方向，纺织工业智能制造包括智能化装备、智能化运营和智能化产品。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出要推动制造业优化升级，改造提升传统产业，扩大轻工、纺织等优质产品供给，完善绿色制造体系。

3、价值链横向延展，家纺家居一体化的必然趋势对横向整合能力提出要求

价值链横向延展，主要体现在家纺家居一体化的必然趋势上。我国家纺、家居企业的发展路径专业化特征表现得较为明显，例如，家纺企业仅生产销售毯子、靠垫等软品；家居企业仅生产销售装饰品、摆件等硬品，家纺企业和家居企业通常只在自身的细分领域中发展，不会相互跨越。然而，伴随着消费升级的加速，

消费者需求不断细化，家纺产品的设计使用场景化和对生活环境的改善功能愈加重要，消费者除了关注纺织品本身，还将更关注装修与装饰、软体与硬体、家居与家纺家饰的匹配性和美学性等。家纺行业的营销模式正从产品的推广转向生活方式的推广，产品品类也由以床品为主的家纺产品扩展至餐厨、生活家居、其他卧室用品等诸多配套家居产品，这对企业的横向资源整合能力提出了更高的要求。

4、产品进化升级，关注绿色、健康、环保和功能性等技术重点趋势

作为贯穿产业链的价值传递媒介，产品的进化升级趋势也值得关注。其中，绿色、健康、环保和功能性等技术特征是未来重点发展趋势。绿色体现在产品生产过程中具备较高能源利用率，健康体现在产品在原材料纤维应用、印染助剂和面料品种等方面对使用者的身体健康没有消极影响，环保体现在可降解、可再生和可循环利用等技术面料以及生产过程中较低的污染物排放水平，功能性体现在抗菌、恒温、防静电、三防（防水、防油、防污）、阻燃等特殊功能面料的实现。

（七）行业主要进入障碍

1、客户壁垒

世界知名零售商和品牌商企业在选择产品供应商时，会对其研发设计能力、产品质量、订单响应速度、成本管控等方面提出严格要求，还会要求供应商建立健全劳工保护、生产安全、质量管理、环保措施、社会责任、人权保护等一系列管理体系，因此，零售商、品牌商会对供应商进行一系列验厂审核，包括技术水平、社会责任、反恐等，进行全方位的资质审定。在完成验厂审核后，还需经过小订单的供货测试，才能最终确定长期、稳定的战略合作关系。在形成长期合作关系后，客户还会每年不定期对供应商进行现场检查。

我国的家纺服饰供应商在通过上述一系列认证后，才能进入国际市场，并在参与国际市场竞争的过程中逐步提高实力、积累经验，做到按质、按量、按时交货，形成在客户中的良好信誉，才能稳定地参与家纺服饰产业链的全球价值分工，拥有持续稳定的客户资源。大部分中小型家纺服饰企业，限于资金实力、运作管理不规范、研发设计能力不强等因素，很难通过客户的资质认证和认可，因此，优质的客户是家纺服饰企业进入本行业的壁垒之一。

2、研发设计壁垒

家纺服饰行业竞争激烈，面向终端消费市场的零售商及品牌商经历着最为直接的市场竞争：一方面，产品更新迭代速度日益加快，另一方面，消费者对花型款式、面料质量、产品功能等提出了更高要求。因此，终端零售商及品牌商在选择产品供应商时，会要求供应商具有相应的研发设计能力，能参与到其产品开发过程或者具备直接为其提供合适产品的能力。相应的，供应商需要对客户的品牌理念和偏好有较深刻的理解，提升自己的研发设计能力，具备较好的新面料研发或运用能力、新产品开发能力、产品全案设计能力甚至是整体的营销推广方案策划能力，才能更好的服务于零售商及品牌商客户。因此，家纺服饰企业的研发设计能力是进入本行业的主要壁垒之一。

3、供应链壁垒

家纺服饰生产的供应链壁垒体现在订单快速响应能力上。家纺服饰行业的时效性、流行性和季节性特点尤为突出，家纺服饰供应商需要做到“高效地反馈市场信息、灵敏地反映市场变化”，才能够在市场上立足。

客户往往要求供应商尽可能缩短生产周期，这对供应商的供应链管理提出了较高的要求。通过长期的经营运作，一个成熟的供应商能够将采购、生产、物流等流程精益化，科学地安排各个工序，严格把握质量、提高效率和控制成本。

4、规模优势壁垒

纺织服装行业的规模效应明显，企业需要产品形成较大的规模以降低产品的成本，保证企业利润空间。新进入的企业短期内很难达到一定的规模以控制成本。因此，大规模、低成本的生产经营要求是进入本行业的壁垒之一。

5、高素质员工队伍建设壁垒

为了确保产品的高品质，企业在研发设计，采购、生产、销售、物流等环节中需要大量工作经验丰富的员工作为技术保障，而近年来，随着人工成本日益增长，招工难现象已愈加明显，因此拥有一支高素质的员工队伍已成为进入本行业的壁垒之一。

（八）市场供求状况

1、需求现状

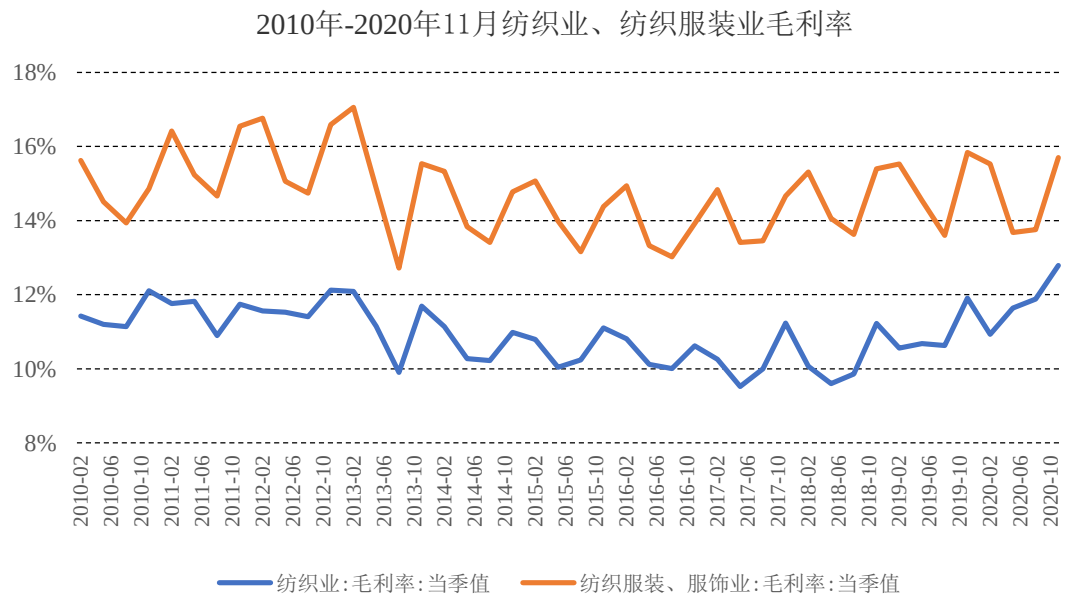
家用纺织品、家居服饰产品均属于日常消费品，市场需求将保持稳定增长趋势。全球主要的家用纺织品和家居服饰零售市场为美国、中国、日本以及欧洲各国，新兴市场国家的需求也有所扩张。随着欧美、日本等发达国家和地区经济逐渐复苏，新兴市场国家经济水平的提高，人均可支配收入的增长，人们对生活质量的要求将逐渐提高，对产品的需求将向高品质、多元化的方向发展，家用纺织品和家居服饰市场需求将保持平稳增长的态势，特别是对于制造中高端产品的企业而言，中长期发展的环境依然比较有利，市场前景良好。

2、供给现状

我国是全球最大的家用纺织品和家居服饰产品出口贸易国。自加入 WTO 以来，家用纺织品和家居服饰产品出口贸易已经成为我国对外出口的重要组成部分之一。近年来虽然由于我国劳动力红利降低，家纺和服饰产业链的部分劳动密集型环节向东南亚转移，但由于我国拥有最完备的产业配套、掌握产业链技术密集型的环节、能够提供高附加值的贸易服务，我国的全球产业位置依旧非常重要。

（九）行业利润水平的变动趋势及变动原因

最近 10 年纺织业和纺织服装、服饰行业的毛利情况如下：



数据来源：Wind

2010 年至 2020 年 11 月，纺织业及纺织服装、服饰业行业毛利率保持整体稳定。截至 2020 年 11 月，纺织业毛利率为 12.79%，纺织服装、服饰业为 15.70%。2019 年，规模以上纺织业企业数量为 18,362 家，同比减少 3.97%，最近三年复合减少 2.34%，规模以上纺织服装、服饰业数量为 13,876 家，同比减少 6.41%，最近三年年复合减少 3.23%。由此可见在纺织服装行业产品逐渐升级的趋势下，行业集中度进一步提高，行业毛利率也呈现稳中有升的趋势。

（十）影响行业发展的有利和不利因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）产业政策推动行业转型升级

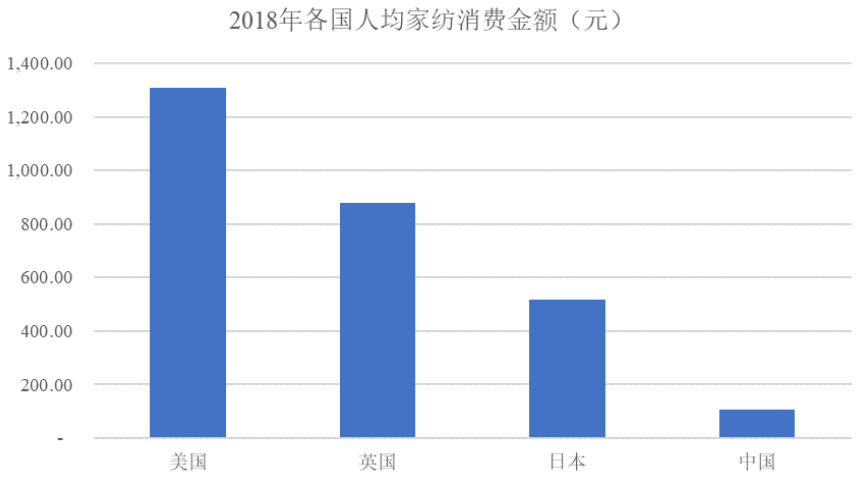
2021 年 3 月，全国人民代表大会宣布的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出：完善出口政策，优化出口商品质量和结构，稳步提高出口附加值。优化国际市场布局，引导企业深耕传统出口市场、拓展新兴市场，扩大与周边国家贸易规模，稳定国际市场份额。推动加工贸易转型升级，深化外贸转型升级基地、贸易促进平台、国际营销服务网络建设，保障外贸产业链供应链畅通运转。创新发展服务贸易，推进服务贸易创新发展试点开放平台建设，提升贸易数字化水平。推动制造业优化升级。扩大轻工、纺织等优质产品供给，完善绿色制造体系。率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。这表明纺织服装行业在“十四五”期间将继续担任我国经济发展的重要动力源，通过技术创新和模式创新的方式在未来的发展中更加国际化和现代化，为行业带来新的机遇。

（2）全球纺织产业转移

纺织产业在全球经历了几轮产业转移，上一轮是由中国台湾地区、香港地区、日本等地向中国大陆转移，此轮产业转移造就了中国全球纺织制造大国和强国的地位。近年来，随着我国劳动力成本持续上升，纺织产能开始逐步向东南亚国家转移，但我国仍拥有全球最完整、整体技术最高、供应链最完善的纺织服装制造体系，在产业配套、劳动力素质等方面具有竞争优势，来自全球各国的面料、交期、要求更高的优质订单仍然需要由我国完成，因此，在未来较长周期内，我国纺织产业将仍具有较强竞争力。

（3）市场发展空间巨大

美国、英国、日本等发达国家家纺消费水平高于我国。2018 年，我国家纺用品人均消费金额为 107.09 元，同期美国、英国、日本的人均消费金额分别是我国的 12.22 倍、8.22 倍和 4.83 倍，我国家纺市场仍具有巨大的潜力。



资料来源：Euromonitor、World Bank

2、影响行业发展的不利因素

（1）国际贸易政策变化对出口的制约作用突出

纺织产业作为我国优势出口产业，更容易受到贸易保护主义的影响。近年来，国际贸易环境的波动成为了我国纺织服装贸易发展中最大的不确定因素，以中美贸易摩擦为主导的国际贸易形势较为动荡，全球范围保守主义和贸易保护主义再度抬头。2020 年 1 月，中美经贸第一阶段协议正式签署，中美贸易摩擦有暂缓趋势，但未来走向仍存在不确定性。在此背景下，若主要国家对中国采取针对性关税惩罚、非关税壁垒等措施，客户可能因此减少采购或转向其他国家供应商采购，对行业的海外销售带来不利影响。

（2）汇率波动导致外贸出口市场存在不确定性

随着人民币汇率市场化改革推进，人民币汇率弹性将不断增加。报告期内，美元兑人民币汇率波动较大（如下图）。



数据来源：中国人民银行

我国是纺织品服装第一出口大国，出口企业外销业务主要以美元结算，人民币升值会提高以美元标价的外销产品的价格水平，降低其市场竞争力，同时，公司的美元应收账款会产生汇兑损失，进而对公司经营业绩造成不利影响。

（3）产业技术水平有待提升

由于资金和技术投入相对不足，我国家纺服饰企业的数字化管控系统使用比例较低，与国外发达国家和地区相比，我国家纺服饰企业在包括数字化、信息化等技术先进性方面和技术投入方面仍存在一定差距，产业技术水平尚有较大的提升空间。

（十一）发行人的行业地位

公司定位为做客户和供应商最有价值的合伙伙伴，以较为突出的原创设计能力和较强的供应链管理能力，对接客户与供应商。公司产品的主要出口地区为美国和欧洲地区，报告期内公司的出口收入金额分别为 106,227.45 万元、102,162.27 万元和 167,250.98 万元，公司是国内家用纺织品和家居服饰产品的主要出口企业之一，曾列为中国家纺出口企业百强，是中国海关出口指数企业。

目前，我国纺织服饰企业数量较多，集中度不高，单个企业的市场占有率较低，2019 年末，我国纺织服装、服饰业和纺织业规模以上企业合计超过 3 万家。根据 Trade Map 数据统计，2018 年至 2020 年中国对美国和欧洲地区的家纺产品和家居服饰产品的出口合计金额分别为 961.80 亿美元、923.78 亿美元和 1,146.76

亿美元。以此测算，公司的市场占有率分别为 0.15%、0.16%和和 0.18%[4]。近年来，东南亚国家劳动力成本优势逐渐凸显，当地政府也大力推动低税收等优惠政策，欧美国家的纺织服装、家纺产品的订单部分向东南亚转移，国内相关企业也纷纷到东南亚开厂。发行人已在柬埔寨设立了自有工厂，以此作为建立东南亚供应链的尝试，以顺应中低端纺织服装产业向东南亚转移的趋势和防范可能的贸易摩擦风险。

我国的家纺产品和家居服饰产品对欧美的出口额较高，发行人的市场占有率较小。境外部分客户与发行人的竞争对手存在业务往来，例如苏美达（SH 600710）的客户包括Primark、The Home Depot等，棒杰股份（SZ 002634）的客户包括Target、J.C. Penney、M&S、Carrefour等。

（十二）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

公司以原创设计能力和供应链管理能力建立了一定的竞争优势，与经营相同品类产品出口的主要企业存在一定的竞争关系。公司主要可比公司的基本情况如下：

1、发行人与同行业可比公司在关键财务指标上的比较情况

公司与同行业可比公司在毛利率、期间费用率、偿债指标、资产周转指标等关键财务指标上的比较情况请参阅本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”部分。

2、发行人与同行业可比公司在经营情况、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

2020 年度及年末，公司与同行业可比公司的对比如下：

项目	三问家居	苏美达	棒杰股份[注]	健盛集团	万代服装[注]
业务区域	外销占比 93.40%	外销占比 45.99%	**外销占比 72.24%**	外销占比 86.70%	外销占比 77.81%
企业规模	总资产 8.73 亿元	总资产 447.56 亿元	**总资产 10.19 亿元**	总资产 33.33 亿元	总资产 6.16 亿元
	净资产 4.07 亿元	净资产 109.75 亿元	**净资产 7.60 亿元**	净资产 23.85 亿元	净资产 4.28 亿元

[4] 含口罩等纺织品，不含手套等其他医护类产品

项目	三问家居	苏美达	棒杰股份[注]	健盛集团	万代服装[注]
关键业务数据	营业收入 17.91 亿元、归母净利润 1.13 亿元	营业收入 985.90 亿元、归母净利润 5.46 亿元	**营业收入 6.26 亿元、归母净利润 0.62 亿元**	营业收入 15.82 亿元、归母净利润 -5.28 亿元	营业收入 10.18 亿元、归母净利润 0.50 亿元
可比产品销售结构	家纺服饰及面料类收入 58.37%	纺织服装收入 9.83%	**无缝服装收入 96.58%**	纺织业收入 100%	外套类、上衣类、下装类收入 100%
是否为高新技术企业	否	否	**是**	否	否
研发投入及占营业收入比例	383.36 万元；0.21%	36,631.81 万元；0.37%	**1,927.57 万元；3.08%**	4,598.96 万元；2.91%	739.72 万元；0.73%
设计+研发人员及占总人数比例	75 人；7.65%	732 人；3.10%	**123 人；9.33%**	463 人；5.23%	130 人；4.04%

注：截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报，相关数据为 2019 年度及年末数据

1）苏美达股份有限公司

苏美达（600710.SH）总部位于南京，是以供应链集成服务为主体，以先进制造和工程承包为两翼的国际化企业集团，是中国纺织服装出口全国第三、服装对欧盟出口全国第一的纺织服装出口龙头。纺织服装业务板块主要包括通过创新设计、精益生产、品牌运作和销售服务的连接，构建全新的运营模式，打造全产业链。公司与全球主要经济体的众多中高端知名品牌客户建立了稳固的合作关系。

2）浙江棒杰控股集团股份有限公司

棒杰股份（002634.SZ）总部位于浙江，持续专注于无缝服装的设计、研发、生产和营销，主要以 ODM、OEM 的模式为全球客户提供无缝服装的开发设计和生产制造服务。主要产品是无缝服装，产品种类丰富、结构完善，包括内衣系列产品、套装系列产品、休闲服饰产品、运动服饰产品等多个系列产品。棒杰股份与众多国际知名品牌客户及大型零售商、采购商保持着长期稳定的合作关系。

3）浙江健盛集团股份有限公司

健盛集团（603558.SH）总部位于杭州萧山区，主要业务为针织运动服饰的生产制造，目前主要经营模式为以 ODM、OEM 的方式为世界知名品牌商和零售商自有品牌提供专业服务。拥有约 8000 余人，年产棉袜约 3 亿双、无缝服饰 2200

多万件，同时公司还从事氨纶包覆纱等辅料的加工、公司原料及产品印染等业务。主要服务客户及品牌为 Puma, Decathlon, Uniqlo, Under Armour, Gap, Bonds, Nike, Adidas 等，主要销售市场为欧洲、美国、日本、澳洲及中国。公司为全球化的产业链一体化的针织运动服饰制造商。

4）万代服装股份有限公司

万代服装总部位于大连，主要从事梭织服装生产及销售业务，主要以 ODM 模式向服装品牌商销售成衣服装。其以专业化的设计和业务团队为基础，为客户提供从服装设计、面辅料的开发及定购、生产加工和物流管理等一站式服务。产品涵盖男女成人服饰及儿童服饰，主要包括外套类、上衣类、下装类等。万代服装经营至今，积累了如印地纺集团、阿玛尼集团、绫致时装、贝纳通集团以及美邦服饰、赫基中国等优质、稳定的客户资源，在欧洲和国内市场树立了良好的企业形象。

（十三）发行人在行业中的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）研发设计优势

公司以原创设计为核心竞争力，建立有一支时尚敏感度高、国际化和多元化兼具、开发设计能力较出众的设计团队，设计活动贯穿于市场趋势调研、面料材质研选、主题和花型设计、产品单体设计、产品全案/专案设计和营销推广的完整体系。

公司的设计团队与客户保持密切的合作关系，对欧美客户的品牌设计理念和偏好有较深刻的理解，精准捕捉流行趋势和消费者偏好的设计能力与较强的面料研发能力相结合，是公司产品持续创新创意的保障。报告期内，公司每年自主开发及为客户专案设计的基础图稿数量分别为 8,675 张、11,817 张和 10,859 张，设计能力较强，产品得到国外客户青睐和终端市场的认可。

1）趋势发布的方式和对象

①创新者大会

发行人每年召开两次“创新者大会”，邀请当时在国内的客户、主要客户驻

国内代表、供应商代表等参加。研发设计部和亮丰新材料通过演讲、视频演绎等数字方式，模特走秀和样品静态展陈等方式，发布产品趋势设计和面料研发成果等。

②展厅、国外参展及客户拜访

趋势发布后，发行人会通过国内及美国公司的展示厅向到访的客户进行新品推荐。对于未到达现场的客户，发行人通过电子邮件等形式向客户推送、邮寄样品。同时，发行人会携带新发布的样品参加国外展会，向参会潜在客户展示趋势新品，也会携带样品前往国外主要客户处进行拜访推荐。

③疫情期间，通过网络推荐新品

在 2020 年疫情期间，发行人还采取了网络视频、电话和邮件等方式进行趋势新品的发布和推荐，并向客户邮寄相关样品。

2）趋势发布的频次、数量和主要客户的反馈结果

发行人分别于每年春夏季节和秋冬季节进行两次趋势发布。报告期内，发行人分别向客户推出了818款、883款和706款新产品，具体如下：

期间	季节	产品类别	数量（款）
2020 年度	春夏季趋势	家纺	205
		服饰	101
	秋冬季趋势	家纺	267
		服饰	133
	合计		**706**
2019 年度	春夏季趋势	家纺	233
		服饰	130
	秋冬季趋势	家纺	324
		服饰	196
	合计		**883**
2018 年度	春夏季趋势	家纺	279
		服饰	103
	秋冬季趋势	家纺	306
		服饰	130
	合计		**818**

趋势发布后，业务人员会跟进客户需求进一步完善产品设计，并经价格谈判后最终达成家纺、服饰产品销售协议。公司与客户不单独签订设计服务合同，也不单独提供设计服务。最终是以向客户销售家纺、服饰产品形成收入。

3）公司坚持双焦点、多品类、全案设计的研发创新策略

公司有明确的研发创新策略，即“双焦点+多品类+全案设计”。

①双焦点，是创新策略，指设计师在面料选择上，优先聚焦公司具有丰富开发经验和优势资源的两种材质：绒类面料和花式纱线。绒类面料领域侧重宽幅、新工艺、新型复合面料在产品设计中的运用；花式纱线领域重点发展雪尼尔、羽毛纱和毛皮纱等材质的面料。

②多品类，是营销策略。针对公司主要运用的纱线、面料、工艺和风格进行多品类开发，形成产品组合，为客户提供多种相关联品类的设计方案，丰富客户的产品选择，帮助业务部形成较强的营销联动和协同效应，在产品端即形成营销拉动的作用。

③全案设计，是服务策略。公司重视为客户提供全价值链的完整解决方案，包括市场分析、趋势发布、相关多品类的产品企划、产品设计、打样报价和市场营销等全流程方案设计。设计师按照季节向客户发布时尚趋势资讯和原创设计产品，根据客户需求进行产品全案或者专案开发设计，并通过故事化、场景化、节日化、礼品化的产品企划方案，为客户推荐市场营销方面的建议和服务。

同时，公司非常重视面料研发，将面料材质视为家用纺织品、家居服饰产品设计的基础和创新的重要环节。三问家居的创新创意不仅呈现于产品的外观设计，也同样体现在产品的面料、工艺和功能中。2018 年 6 月，公司将内部面料部门设置为独立子公司亮丰新材料，专注于纺织面料与功能性面料的研发、供应链管理及销售，围绕特殊的功能性、良好的触感和视觉效果等要素进行面料研发，为公司产品的持续创新提供保障，成为公司创新理念的纵向延伸。

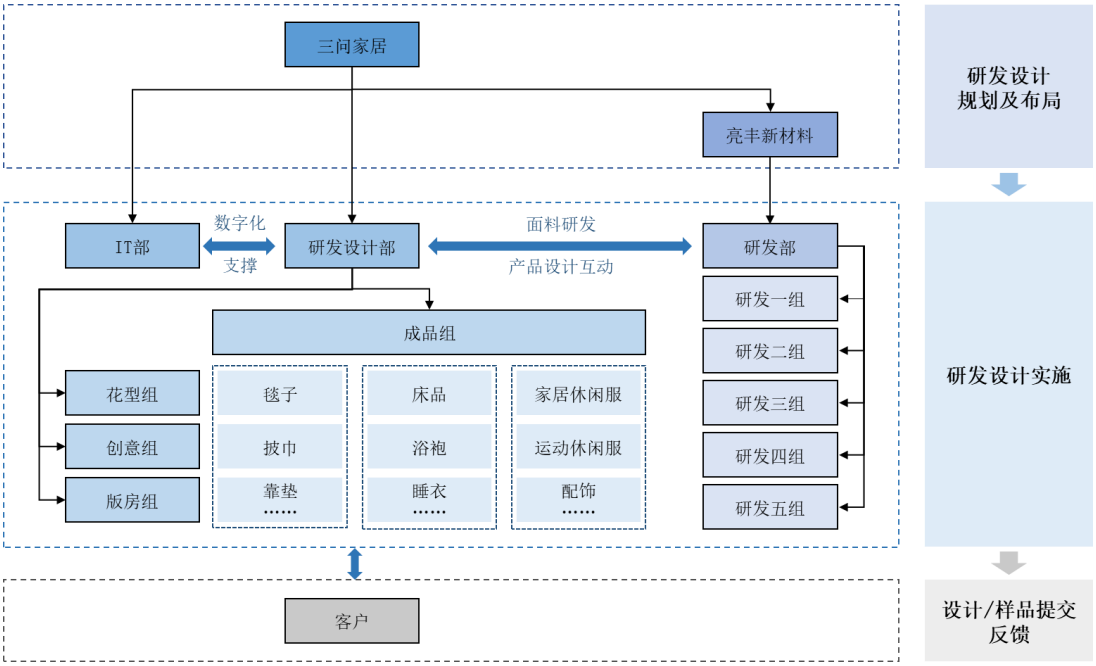
4）公司拥有成熟的产品价值标准和时尚设计语言

公司在总结历年销售数据和流行规律的基础上，提出了自身产品的价值标准，统一了公司内部设计评审和价值评判语言，即 SSCA：Simple Beauty 简约美感，Soft Touch 轻柔触感，Craft Value 匠心工艺，Affordable Price 适中定价。

同时，公司通过全球采风，关注和预判世界性的设计趋势变化。依据当前世界的流行趋势，公司形成了自然主义、环保主义、复古主义和东方主义的主题思想，并由此来选择材质、色彩、图案、工艺和风格等设计语言。

5）公司拥有高效的研发设计流程和优秀的研发设计团队

公司以产品设计与面料研发双向驱动产品创新。面料研发围绕产品创新开展；产品设计流程以成品组为纵向研发设计线条，花型组、创意组和版房组为横向研发设计线条，实行模块化和矩阵式管理；设计成果提交客户进行反馈修改后定稿。公司的研发设计机构设置如下：



公司已建立有一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队，并设有独立的面料研发技术团队，能及时准确地获取有关流行趋势、消费者偏好、客户销售反馈等第一手市场信息。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有研发设计相关人员 75 名，其中研发人员 11 名，设计人员 64 名。研发人员主要承担花式纱线、绒类面料的研发与拓展工作，运用新材料、新工艺、新技术不断优化产品品类及进行产品迭代与升级；设计人员主要承担包括市场洞察、趋势发布、产品企划、研发设计、打样报价和营销方案的制定。研发设计团队分工合理、专业性强，是保障公司研发设计水平持续提升、产品不断发展的重要支撑力量。

6）公司将设计活动延伸到客户产品的营销企划

公司积极探索为客户提供产品的营销企划作为设计活动的延伸，包括为客户推荐新的品类、不同品类产品的组合销售策略、产品展示布置方案等。公司与客户不单独签订营销企划服务合同，也不单独提供设计服务，最终目的也是与客户达成家纺、服饰产品销售协议。营销企划的整体流程和具体内容一般包括：

①市场调研

A.品牌调研：设计师对客户品牌的产品风格、常用花色、工艺特点、常见品类进行资料收集和归纳总结；

B.消费者调研：设计师确定客户品牌的消费者画像，例如性别、年龄、消费需求等；

C.品类调研：设计师了解客户品牌的主营品类，并对相关产品进行同品类、竞品类调研。

②营销设计

设计师根据市场调研结果，对客户品牌的主营品类做相关延伸设计，确定新品类的设计花型、产品尺寸、功能用途等，根据“人X产品X场景”的视觉营销设计理念绘制产品，产品追求兼具功能性和美观性。

A.新品类/面料：设计师为品牌客户推荐和介绍新品类产品或三问家居自主研发的面料，对品牌客户的原品类进行全新诠释；

B.不同品类的组合销售：设计师通过场景化展示，为品牌客户推荐和介绍不同品类的组合销售策略，为客户诠释设计背后的人文关怀理念；

C.产品展示布置方案：设计师为品牌客户提供产品的场景化布置方案。

③市场检验

品牌客户采用了研发设计部的营销企划方案后，通过多渠道的新品销售测试，以实际的销售收入来检验营销企划方案的效果。

例如，公司客户 Vera Bradley 是美国著名的轻奢箱包品牌，以花色布包设计著称，以自然、复古和时尚的风格赢得年轻女性的喜爱。公司根据 Vera Bradley 箱包全棉、印花、绗缝的工艺特点，向其建议进行适当的品类延伸，以女性携带箱包外出的场景作为切入点，很自然地延伸到旅行场景的产品应用，为之提供了

“旅行毯”的企划设计：一方面，在旅行毯新品类上继续沿用花色艳丽、复古时尚的品牌风格；另一方面，将旅行毯 50×60 英寸的市场通行尺寸，特别改大至 50×80 英寸，从而扩大了毯子的覆盖范围，突出女性在旅途中特别需要保暖舒适的需求。该营销企划使 Vera Bradley 的旅行毯产品赢得了较好的市场反响。最近三年，公司对其收入分别为 2,286.30 万元、6,056.74 万元和 4,197.13 万元，**取得了较高的**销售**收入**。

7）主要客户采纳发行人原创设计的收入占比情况

原创设计工作也主要围绕上述单一或多个要素展开。报告期内，发行人对家纺和服饰业务的前十大客户的销售收入中，原创设计的收入占比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原创设计收入比例	74.77%	76.95%	81.65%

报告期内，发行人为前十大家纺、服饰类客户提供的原创设计产品收入占对该客户家纺、服饰类产品总收入的比例分别为81.65%、76.95%和74.77%，占比较高。发行人在与客户的长期合作中，能准确把握客户的产品需求与当下流行趋势，积极推荐自己在成品、面料、花型图案和款式方面的原创设计，赢得了客户的高度认可。

客户在认同发行人原创设计能力的同时，每年会有一些基本款的翻单订单交给发行人执行，部分客户自己的设计团队也会推出一些新品订单交给发行人执行，使得发行人原创设计产品不会达到100%。

（2）供应链管理优势

供应链管理能力是公司落地设计理念和产品价值交付的可靠保障。在与客户签订销售订单后，会为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。公司建立有一套完整的供应商准入、质量评价和淘汰制度，公司根据该制度持续接洽、甄选、培育潜在供应商，将其纳入合格供应商库。目前，公司已与超过 150 多家外部工厂形成了良好的合作关系，可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源来给客户提供服务，而不受限于某家具体工厂的产能或工艺水平，可以着眼于全行业的供给来给客户提供更为多样化的选择。同时，公司保有小部分自有产能作为样板工厂，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。

1）执行严格的质量控制标准，制定了完善的质量控制体系

报告期内，公司严格执行《国家纺织产品基本安全技术规范》等强制性国家标准、《中华人民共和国产品质量法》等法律法规和行业的相关质量标准，并且制定了三问家居的供应链质量控制体系，包括对合作工厂的质量控制和对自有工厂的质量控制，从而为客户选择最优的供应链方案来完成订单的执行。具体详见本节“五、产品质量控制情况”之“（一）产品质量控制标准”和“（二）质量控制措施”的具体内容。

2）公司拥有经验丰富的验厂辅导团队，帮助工厂顺利进入客户供应商体系

公司组建有一支素质过硬的验厂辅导团队，团队成员既掌握整套的第三方机构的验厂标准和程序，同时也熟悉公司客户的自主验厂要求。公司验厂辅导团队辅导工厂改善和提升管理水平，帮助工厂顺利通过第三方机构和客户的自主验厂。公司自有工厂与合作工厂通过了国际公认的包括 BSCI, SMETA, WRAP, SQP 和 GSV 等第三方机构的验厂，另外有部分工厂通过了包括 Nordstrom, Vera Bradley, Lands’ End 和 Macy’s 等客户组织的自主验厂。最近 2 年，公司验厂辅导团队帮助工厂通过验厂的情况如下：

项目	2020 年	2019 年
验厂次数	108	99
一次性通过次数	107	92
一次性通过率	99.07%	92.93%

在公司的验厂辅导下，生产工厂接受客户验厂一次性通过率接近 100%，体现了公司验厂组对国外客户产品质量管理和要求的充分了解，以及公司较高的供应链管理的水平。

3）公司不断完善和统一质量控制总体措施及实施流程

公司供应链管理部根据国际抽样标准（AQL）制定了《品检作业流程》等制度，自有工厂也制定了《产品检验标准》等制度。对 QA 人员执行的初检、中检、尾检过程中抽箱及检查、开箱检查、查验成品、查验辅料和出具检查报告等程序进行了严格规范。合格的成品才能够进入交付流程，从而确保产品达到客户要求。同时，在长期合作过程中，公司得到了 Target, Nordstrom, Lands’ End、Carrefour、J.C. Penney 和 Dunelm 等大客户的信任和授权，由公司为对方提供产品最终验货。

具体详见本节“五、产品质量控制情况”之“（二）质量控制措施”之“1、总体措施”和“2、具体措施及流程”的具体内容。

（3）优质客户资源优势

国外零售商和品牌商对供应商的筛选较为严格，一般需要经过验厂、小订单供货测试后，才能最终确定长期、稳定的战略合作关系。经过多年经营，公司客户遍布美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，为超过 190 家全球中大型百货零售商及中高端品牌商提供相关产品。这些优质客户的市场竞争力强，产品需求量稳定，为公司业务的稳定发展奠定了基础；同时，优质客户对产品设计和质量要求严格，产品附加值较高，保证了公司较高的利润水平，也为公司开拓新的客户提供了便利条件。

（4）产品结构优势

公司早期以毯子、靠垫产品作为业务切入点，顺利实现市场拓展并积累了大量的知名中大型零售商和中高端品牌商客户。经过多年发展，目前公司已建立了相对比较完整的产品体系：在产品种类方面，公司的家用纺织品和家居服饰产品涵盖毯子、靠垫、披巾、睡衣、浴袍和家居常服等多个品种；在产品价格档次方面，公司产品涵盖了高档、中档和平价产品，价格档次组合完整。公司凭借较为完整和丰富的产品结构，可灵活应对市场的快速变化，满足客户多元化的需求。

2、竞争劣势

（1）发展资金不足，融资渠道单一

公司自成立至今，融资渠道主要为银行贷款和商业信用融资，渠道较为单一，资金问题已成为制约公司发展的瓶颈，影响公司持续的研发设计投入和承接中高端订单的能力，最终将制约公司发展。

公司拟通过本次股票发行上市募集足额资金用于投资项目及补充流动资金，并借助上市公司平台来拓宽融资渠道，以增强企业的资金实力，进一步提高公司的行业地位。

（2）经营规模有待提升

经过多年经营，公司产品获得客户的较高认可，客户遍布 30 多个国家和地

区，经营规模稳步扩大。但家用纺织品和家居服饰产品市场的总体规模较大，公司的经营规模和资金实力与同行业知名企业相比仍存在一定差距，公司需要持续开拓客户、扩大产品类别以进一步提升经营规模，从而在激烈的市场竞争中持续提升市场地位。

三、销售情况和主要客户

（一）主要产品的产能、产量、销量情况

1、主营业务收入的构成

报告期内，公司的主营业务收入主要来源于家用纺织品、家居服饰、面料、医护及其他产品，具体构成如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
家纺	57,945.67	32.36%	60,522.66	54.88%	56,882.08	52.69%
服饰	38,258.47	21.36%	38,975.92	35.34%	47,731.74	44.21%
面料	8,316.80	4.64%	9,998.70	9.07%	2,474.77	2.29%
医护	74,009.18	41.33%	-	0.00%	-	0.00%
其他	548.64	0.31%	782.18	0.71%	867.78	0.80%
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**110,279.47**	**100.00%**	**107,956.36**	**100.00%**

2018 年-2019 年，公司主营产品主要包括家用纺织品类、家居服饰类、面料类和其他等四大类。2020 年，新冠疫情持续，公司在既有的零售商渠道中积极拓展了医护类产品业务。公司的产品品类丰富，能够有效地满足国内外客户多样化和个性化的产品需求。报告期内，公司按产品分类的主营业务收入存在一定波动，总体保持稳定。具体波动原因详见“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”的内容。

报告期内，公司主要产品的销售方式包括直销和经销模式，除子公司秦艺服饰的中国传统服饰产品部分采用经销模式外，其余产品均采用直销模式。秦艺服饰为打开市场渠道，提高收入规模，尝试将部分产品采用经销模式销售。报告期内经销模式的收入规模及占比情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
中国传统服饰	29.31	0.02%	65.71	0.06%	77.65	0.07%

秦艺服饰的经销收入占公司主营业务收入的比例在 0.5%以下。

2、报告期内发行人主要产品的产能、产量和销量

公司的业务定位为产品的原创设计和供应链管理。报告期内，公司采用向合作工厂定制采购为主的供应链管理模式。截至本招股说明书签署日，公司已拥有超过 150 多家长期合作的工厂，同时拥有 4 家已在生产的自有工厂。

公司的自有工厂，主要用于满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。其中，张家港中堂和柬埔寨公司主要生产家居服饰，常熟中堂和南通瑞兹主要生产家用纺织品。自有工厂的产能、产量、销量、产能利用率及产销率情况如下：

单位：万件

期间	产品类别	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2020 年度	家纺	315.39	212.76	210.28	67.46%	98.84%
	服饰	289.82	162.47	167.88	56.06%	103.33%
2019 年度	家纺	237.22	217.41	249.79	91.65%	114.89%
	服饰	192.48	165.42	166.65	85.94%	100.74%
2018 年度	家纺	179.20	190.59	222.48	106.36%	116.73%
	服饰	145.15	119.54	115.47	82.35%	96.60%

注：公司销售具有明显的季节性，2020 年在一定程度上受到新冠疫情的影响，因此产能利用率较低。

2018 年至 2019 年，公司自有产能的利用率较高，2020 年，由于疫情使部分订单交期推迟。因此，产能利用率较低。

3、报告期内发行人主要产品的销售数量、销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品的销售数量、平均销售单价及其变动如下表所示：

单位：元/件、元/米

产品	2020 年			2019 年			2018 年	
	平均单价	单价增幅	销售数量	平均单价	单价增幅	销售数量	平均单价	销售数量
家纺	26.57	-17.89%	2,181.08	32.36	2.28%	1,871.13	31.64	1,797.74
服饰	26.04	-9.21%	1,469.37	28.68	5.71%	1,358.42	27.13	1,759.05

面料	16.45	51.75%	505.50	10.84	-21.73%	922.48	13.85	178.73
医护	1.90	-	39,013.05	-	-	-	-	-

发行人的产品主要以外销为主，外销产品以美元计价。2018 年至 2020 年度，美元兑人民币汇率先升后降，影响发行人以人民币确认的家纺和服饰产品销售单价先升后降，而面料产品的单价波动主要受原材料价格波动以及产品结构的变化而变化。报告期内，发行人家纺、服饰和面料产品的销售价格波动原因如下：

（1）家纺类

2018 年至 2020 年，家纺类产品的单价分别为 31.64 元/件、32.36 元/件和 26.57 元/件，销售价格波动主要受产品结构变化的影响。2018 年至 2020 年，发行人主要家纺产品的销售数量、销售数量占比及销售单价变化如下：

单位：万件、元/件

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售数量	销售数量占比	销售单价	销售数量	销售数量占比	销售单价	销售数量	销售数量占比	销售单价
毯子	870.26	39.90%	41.96	940.73	50.28%	40.85	966.13	53.74%	36.14
靠垫	402.95	18.47%	29.17	509.75	27.24%	26.64	506.52	28.18%	24.50
床品及配件	68.56	3.14%	45.45	38.98	2.08%	58.74	36.49	2.03%	68.81
毛巾	674.87	30.94%	2.15	223.88	11.96%	3.71	42.25	2.35%	29.69
其他家纺产品	164.44	7.54%	31.06	157.80	8.43%	34.20	246.35	13.70%	23.51
家纺产品合计	**2,181.08**	**100.00%**	**26.57**	**1,871.13**	**100.00%**	**32.36**	**1,797.74**	**100.00%**	**31.64**

注：1、销售数量占比为细分品类产品的销售数量占总体家纺产品销售数量的比例。

由上表可知，2018 年度和 2019 年度，家纺产品销售单价差异较小。

2020 年度，家纺类产品销售单价由 2019 年的 32.36 元/件下降为 26.57 元/件，主要是毛巾的销售数量占比由 2019 年的 11.96%提升至 2020 年的 30.94%，且其单价较低，2020 年的平均价格为 2.15 元/件，导致了家纺类产品销售单价的下降。

发行人毛巾产品销售数量增加，系因其于 2019 年下半年取得了原有客户——美国大型连锁超市 Meijer Inc 的自营品牌面巾、厨房巾销售项目，自 2019 年下半年开始向 Meijer 销售相关毛巾产品，2020 向 Meijer 销售毛巾数量增加较多。

报告期内，发行人毛巾销售情况如下：

单位：万元，万件

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售金额	数量	销售单价	销售金额	数量	销售单价	销售金额	数量	销售单价
面巾、厨房巾	1,082.69	649.39	1.67	324.61	195.24	1.66	-	-	-
沙滩巾、浴巾	367.87	25.48	14.44	407.77	21.37	19.08	1,206.65	37.88	31.85
宠物毛巾	-	-	-	98.26	7.27	13.52	15.44	1.18	13.07
茶巾	-	-	-	-	-	-	32.12	3.19	10.08
合计	**1,450.56**	**674.87**	**2.15**	**830.64**	**223.88**	**3.71**	**1,254.21**	**42.25**	**29.69**

（2）服饰类

报告期内，公司服饰类产品的销售单价波动较小，各细分产品的销售数量、销售数量占比及销售单价情况如下：

单位：万件，件/元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售数量	销售数量占比	销售单价	销售数量	销售数量占比	销售单价	销售数量	销售数量占比	销售单价
睡衣	278.00	18.92%	41.22	280.57	20.65%	44.70	417.91	23.76%	35.28
浴袍	158.48	10.79%	56.41	205.31	15.11%	56.38	272.61	15.50%	50.00
家居服	101.15	6.88%	61.38	59.04	4.35%	59.31	113.52	6.45%	53.58
袜子	515.87	35.11%	6.10	434.30	31.97%	6.19	545.02	30.98%	5.18
其他服饰产品	415.86	28.30%	20.45	379.20	27.91%	22.87	409.99	23.31%	25.48
服饰产品合计	**1,469.37**	**100.00%**	**26.04**	**1,358.42**	**100.00%**	**28.68**	**1,759.05**	**100.00%**	**27.13**

（3）面料类

报告期内，公司面料类产品的销售单价分别为 13.85 元/米、10.84 元/米和 16.45 元/米。面料类产品的销售价格与生产面料的原材料价格波动相关。公司经营的面料主要是以化纤作为原料生产的，化纤对应的大宗化工原料为 PTA（精对苯二甲酸）。在维持一定的毛利率情况下，公司面料的销售价格与 PTA 的价格波动存在一定的关系。



数据来源：wind

2018 年，PTA 的价格上涨明显，从而导致公司面料销售价格上升，2019 年 PTA 价格回落带动了面料销售价格的下降。2020 年面料价格走势与 PTA 价格不一致，主要是产品的结构变动引起的，一方面发行人销售单价较高的梭织面料比例从 2019 年度的 2.68%上升至 2020 年度的 12.97%，另一方面发行人加大了对定位高端、销售单价较高的 outlast 绗缝絮片、调温汗布等产品的销售，同时积极研发和销售由两种或以上面料混制而成的双面布面料，导致面料的销售单价较 2019 年度上升较大。

2020 年度，发行人销售的主要面料产品情况如下：

单位：万元，元/米

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售收入	收入占比	单价	销售收入	收入占比	单价
针织面料	1,898.41	22.83%	17.18	2,359.25	23.60%	14.10
梭织面料	1,078.84	12.97%	22.09	268.35	2.68%	21.11
双面布	856.54	10.30%	21.89	-	-	-
绗缝絮片	609.08	7.32%	29.19	-	-	-
调温汗布	269.76	3.24%	28.40	-	-	-
面料产品收入	**8,316.80**	**100.00%**	**16.45**	**9,998.70**	**100.00%**	**10.84**

（二）报告期内发行人主要客户的销售情况

公司业务经过多年发展，客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，开拓了全球中大型零售商和中高端品牌商客户

190 多家，与 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等众多欧美中大型零售商和中高端品牌商客户建立了较稳定的合作关系。

1、公司向前十大客户销售情况

1）公司非医护类业务向前十大客户的销售情况

报告期内，公司家纺、服饰和面料等非医护类业务向前十大客户的具体销售情况如下：

单位：万件、万元

期间	序号	客户名称	类型	非医护产品类别	销售数量	金额	金额占比
2020年度	1	Target	零售商	家纺	420.18	18,032.76	17.16%
	2	Barefoot Dreams	品牌商	家纺、服饰、面料	131.09	11,585.28	11.03%
	3	Matalan	零售商	家纺、服饰	291.41	6,264.34	5.96%
	4	J.C. Penney	零售商	家纺、服饰	381.79	5,173.85	4.92%
	5	Dunelm	品牌商	家纺、服饰	141.62	5,079.44	4.83%
	6	Debenhams	零售商	家纺、服饰	109.12	4,806.72	4.57%
	7	Nordstrom	零售商	家纺、服饰	44.63	3,654.30	3.48%
	8	WM Morrison Supermarkets PLC	零售商	家纺、服饰	79.94	3,609.54	3.44%
	9	Lands' End, Inc	品牌商	家纺、服饰	58.24	2,756.80	2.62%
	10	Vera Bradley	品牌商	家纺、服饰	62.61	2,692.70	2.56%
	合计				**1,720.64**	**63,655.74**	**60.58%**
2019年度	1	Target	零售商	家纺	433.73	16,920.38	15.34%
	2	Nordstrom	零售商	家纺、服饰	105.89	7,824.78	7.10%
	3	Matalan	零售商	家纺、服饰	346.88	7,752.11	7.03%
	4	Barefoot Dreams	品牌商	家纺、服饰	85.59	6,637.91	6.02%
	5	Vera Bradley	品牌商	家纺、服饰	145.42	6,056.74	5.49%
	6	J.C. Penney	零售商	家纺、服饰	369.87	5,808.10	5.27%
	7	Debenhams	零售商	家纺、服饰	99.67	5,092.81	4.62%
	8	Dunelm	品牌商	家纺	102.19	3,889.95	3.53%
	9	Lands' End, Inc	品牌商	家纺、服饰	59.35	2,988.25	2.71%
	10	Walgreen	零售商	家纺、服饰	179.25	2,976.09	2.70%
	合计				**1,927.85**	**65,947.11**	**59.80%**
2018年度	1	Target	零售商	家纺	337.94	12,979.27	12.02%
	2	Primark	品牌商	家纺、服饰	575.49	9,463.13	8.77%

期间	序号	客户名称	类型	非医护产品类别	销售数量	金额	金额占比
	3	Matalan	零售商	家纺、服饰	399.14	8,107.64	7.51%
	4	Nordstrom	零售商	家纺、服饰	106.86	7,694.46	7.13%
	5	J.C. Penney	零售商	家纺、服饰	506.38	6,935.16	6.42%
	6	Barefoot Dreams	品牌商	家纺、服饰	76.13	6,750.64	6.25%
	7	Dunelm	品牌商	家纺、服饰	91.02	3,750.27	3.47%
	8	Lands' End, Inc	品牌商	家纺、服饰	66.21	3,205.20	2.97%
	9	Walgreen	零售商	家纺、服饰	140.69	3,029.30	2.81%
	10	Indigo Books & Music Inc.	零售商	家纺、服饰	106.38	2,996.49	2.78%
	合计				**2,406.22**	**64,911.57**	**60.13%**

报告期内，发行人不存在向单个客户的销售比例超过营业收入 50%或严重依赖于少数客户的情形。截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及公司主要关联方或股东与上述客户不存在关联关系或其他权益安排。

发行人的主要客户均为国外中大型零售商和中高端品牌商，客户均有严格的商业秘密保护规定。因此，发行人在对其进行访谈时，对方出于相关信息为商业机密考虑，未对发行人在其同类产品中的占比做出明确回复。但是，相关客户多数为上市公司，因此发行人根据其公开披露的分类收入数据进行测算，对于未单独披露家纺服饰收入的客户，发行人采用该客户的总收入进行测算。

报告期内，发行人对各期前 10 大家纺、服饰和面料类客户的收入占比及在该客户的同类产品中的占比情况如下：

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比【注 1】	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比
Target	17.16%	0.07%	15.34%	0.07%	12.02%	0.06%
Barefoot Dreams	11.03%	未披露收入；基于商业机密，访谈时未回答	6.02%	39.65%	6.25%	49.18%
Matalan【注 2】	5.96%	未披露收入；基于商业机密，访谈时未回答	7.03%	0.75%	7.51%	0.85%

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比【注 1】	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比
Nordstrom	3.48%	0.10%	7.10%	0.13%	7.13%	0.12%
J.C. Penney	4.92%	未披露收入；基于商业机密，访谈时未回答	5.27%	0.12%	6.42%	0.13%
Dunelm【注 2】	4.83%	0.54%	3.53%	0.39%	3.47%	0.41%
Debenhams	4.57%	未披露收入；基于商业机密，访谈时未回答	4.62%	未披露收入；基于商业机密，访谈时未回答	2.58%	0.16%
Vera Bradley	2.56%	40%左右	5.49%	50%左右	2.12%	50%左右
Primark	0.00%	0.00%	0.06%	0.00%	8.77%	0.15%
Lands' End, Inc【注 2】	2.62%	0.30%	2.71%	0.30%	2.97%	0.32%
WM Morrison Supermarkets PLC【注 2】	3.44%	0.02%	2.36%	0.02%	2.49%	0.02%
Walgreen【注 2】	2.26%	0.00%	2.70%	0.00%	2.81%	0.00%
Indigo Books & Music Inc. 【注 2】	2.04%	0.46%	2.46%	0.53%	2.78%	0.57%
合计	64.88%		64.68%		67.32%	

注 1：发行人在该客户同类产品中占比，为当年发行人对该客户的收入/该客户对外销售的家纺服饰类收入

注 2：基于商业机密，部分客户访谈时未回答。采用该客户公开披露的总收入进行测算

报告期内，发行人在主要客户的同类产品中的占比较低。经过对发行人的主要客户进行访谈，了解到主要客户的同类产品还有其他供应商，基于商业机密考虑，对方未提供具体供应商名称。同时，经对客户访谈，中介机构了解到报告期内，发行人销售给家纺、服饰类主要客户的产品均使用该客户的品牌。

报告期内，发行人对各期前 10 大家纺、服饰和面料类客户的销售收入占比在 2%-17%之间，客户较为分散，不存在对单一客户的重大依赖。

2）公司医护类业务向前十大客户的销售情况

关于公司医护类产品业务前十大客户的具体销售情况，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（六）医护类产品业务销售情况和主要客户”之“1、公司医护类业务向前十大客户的销售情况”的详细说明。

3）主要客户选取供应商的具体标准

对于三问家居而言，三问家居较强的设计能力和供应链管理能力是客户选择合作的重要考虑因素。同时，三问家居作为服务型贸易商，拥有丰富的外贸业务经验积累，熟悉客户对供应商的各项要求。

4）主要客户的其他相似品类商品供应商情况

报告期内，发行人的主要客户为国外中大型零售商和中高端品牌商，通过与主要客户访谈，客户基于商业机密的原因，拒绝提供其除发行人之外的其他相似品类商品供应商的情况。

发行人通过检索国内家纺服饰类上市公司的相关公告或官方网站后，了解到发行人的境外主要客户与国内其他供应商的业务往来情况如下：

序号	客户名称	家纺服饰类供应商名称
1	Target	棒杰股份（SZ 002634）、江苏舜天（SH 600287）、江苏国泰（SZ 002091）、弘业股份（SH 600128）、孚日股份（SZ 002083）
2	J.C. Penney	棒杰股份（SZ 002634）、弘业股份（SH 600128）、孚日股份（SZ 002083）、浙江盛泰服装集团股份有限公司、雅戈尔（SH 600177）
3	Nordstrom	浙江盛泰服装集团股份有限公司
4	Primark	苏美达（SH 600710）、江苏国泰（SZ 002091）
5	Dunelm	维科技术(SH 600152)
6	Debenhams	浙江东方(SH 600120)
7	Lands’ End, Inc	浙江盛泰服装集团股份有限公司、雅戈尔（SH 600177）
8	WM Morrison Supermarkets PLC	鄂尔多斯（SH 600295）

资料来源：上述公司的定期报告、招股说明书或公司官网介绍。

5）竞争对手与发行人之间是否存在较强替代性

报告期内，三问家居与家纺、服饰和面料等业务的前 10 大客户合作时间在 6-15 年之间不等，合作时间较长，合作程度较为深入，客户的黏性较大。基于发

行人较强的原创设计和供应链管理能力、客户对于设计能力及产品品质和交期等的严苛要求，竞争对手与发行人之间不存在较强的替代性。

①发行人的竞争优势明显

发行人的竞争优势主要体现在原创设计和供应链管理方面，具体如下：

A.原创设计方面

发行人拥有独特的研发创新策略和完备的研发设计体系，通过模块化和矩阵式的高效设计流程和数字化的研发设计管理。以研发设计打造了成熟、规范及标准化的底层基础。

发行人建立了一支经验丰富的设计团队，同时重视以成熟、规范的研发设计体系（包括研发流程、设计语言和评审标准等）来引导设计师高效产出原创设计产品。经过与客户的长期合作，发行人能准确把握客户的产品需求与当下流行趋势的个性化理解，积极推荐自己的原创设计。同时，发行人熟悉客户设计语言的运用方式、从创意设计到设计实现的作业过程。通过上述努力，发行人赢得了客户的高度认可。

B.供应链管理方面

公司建立了完整的供应商准入、质量评价和淘汰制度，现拥有超过 150 家合作工厂，可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，为客户提供高品质、满足交期的供应链管理服务。

公司组建有一支素质过硬的验厂辅导团队，团队成员既掌握整套的第三方机构的验厂标准和程序，同时也熟悉公司客户的自主验厂要求。在公司的验厂辅导下，生产工厂接受客户验厂一次性通过率接近 100%。

在长期合作过程中，发行人获得 Target, Nordstrom, Lands' End, Carrefour, J.C. Penney 和 Dunelm 等大客户的信任和授权，获得自主验货权限，体现了公司对国外客户的品质需求熟练掌握、对合作工厂的质量控制水平以及知名客户对公司的信任。

公司通过了海关 AEO 高级认证。AEO 高级认证为海关认证的最高信用等级，可以大大加快公司向全球 40 多个国家和地区出口商品的通关速度。

②客户更换供应商需要花费较大的成本

通过与主要客户访谈了解到，客户寻找新的供应商需要大量的时间和精力去重新整合，整合成本具体体现在需要供应商满足产品设计要求以及对产品的面料、款式、花型等元素、流行趋势等有精准的判断和掌握；此外，还需要供应商在供应链管理过程中能够提供合格的工厂、充足的产能、满足不同客户要求的品控及交期。

继续与三问家居合作，在一定程度上可以帮助客户节省产品设计的沟通及时间成本、供应链管理方面的效率成本等。从而实现在终端销售时，保障为消费者提供的服务与产品与以往保持一贯性。因此，客户与三问家居继续合作可以做到风险共担，互利共赢。

发行人与主要客户之间没有签订过明确约定长期供货的相关协议。在每次具体采购时，双方会单独拟定采购订单，订单内容一般包括产品的单价、数量和金额、贸易条款、合同双方信息、送货地址、交货期限等。

2、报告期内新增客户情况

报告期内各期，公司较上一期新增的前十大客户主要为 E.M.C Distribution Limited、Northern Safety Co., Inc.、British Embassy Beijing（英国驻华大使馆）、GDTEX Inc.、珠海中博医疗科技有限公司和腾讯科技（深圳）有限公司。新增原因系 2020 年公司新增医护用品销售业务，且增长速度较快，客户结构发生变化。其基本情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（六）医护类产品业务销售情况和主要客户”之“2、医护类产品业务前十大客户的基本情况”的详细说明。上述新增的客户与发行人之间不存在关联关系。

3、报告期内发行人各期前十大客户基本情况

1）非医护类业务前十大客户的基本情况

2018年度至2020年度，发行人各期非医护类业务前十大客户剔除重复后共计13家，主要以国外知名零售商、品牌商为主，其中Target、Walgreen、Dunelm、Vera Bradley、Nordstrom、Land’s End和Primark等为境外上市公司或上市公司子公司。报告期内，发行人非医护类业务前十大客户基本情况如下：

序号	客户名称	基本情况	
1	Target Stores, Inc.	成立时间	1962.1.1
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司控股公司
		业务情况	Target Stores Inc.总部位于美国明尼苏达州明尼阿波利斯，是一家超市运营商。该公司成立于 1962 年，截至 2017 年 1 月，Target 在美国拥有 1,802 家商店。其控股公司 Target Corporaton 是美国仅次于沃尔玛的第二大零售百货集团。
		实控人或主要股东情况	为上市公司 Target Corporation[TGT]100%控股子公司;Target Corporation 的主要股东为 State Street Corporation 8.38%; The Vanguard Group 8.24%; BlackRock, Inc. 7.42%
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 1，采购额 1.8 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 1，采购额 1.69 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 1，采购额 1.30 亿元人民币
		客户收入情况	FY2020: Target Corporation 收入 652.22 亿美元 FY2019: Target Corporation 收入 781.12 亿美元 FY2018: Target Corporation 收入 753.56 亿美元
		首次业务开展时间	2006 年 6 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
2	Barefoot Dreams, Inc.	成立时间	1994
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	Barefoot Dreams 是一家舒适毛毯、休闲服和服装零售商，主要通过邮购、电商、电视购物等方式向销售者销售成人、婴儿和宠物的超柔软毛毯、长袍、休闲服、服装、蜡烛和配件为主的家纺和服饰产品。
		实控人或主要股东情况	实控人为 Ms. Annette Cook & Mr. Stanley Cook
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 2，金额 1.16 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 4，金额 0.66 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 5，金额 0.68 亿元人民币
		客户收入情况	2019:2400 万美元 2018:2000 万美元
		首次业务开展时间	2006 年左右
		发行人是否系国内唯一供应商	否
3	Matalan Retail Inc.	成立时间	1987.2.25
		所在国家/地区	英国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	Matalan 是英国知名折扣服饰零售商主要销售女装、男装、家居用品和家具。截至 2020 年，该公司在英国拥有超过 13,000 名员工，在欧洲拥有 230 家门店，在欧洲和中东拥

序号	客户名称	基本情况	
			有 32 家专营店。Matalan 始终强调以最低的价格提供最高质量的服装和家居用品。每年服务于约 1200 万的英国家庭。
		实控人或主要股东情况	为 Matalan Limited 100%控股子公司，主要股东为 Missouri Topco Ltd
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 3，金额 0.63 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 3，金额 0.78 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 2，金额 0.81 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019:收入 11.29 亿英镑 FY2018:收入 11.03 亿英镑
		首次业务开展时间	2007 年 2 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
4	J.C. Penney Purchasing Corporation	成立时间	1959.1.1
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司控股公司
		业务情况	J. C. Penney 是一家百货商店和电子商务零售商，是美国最大的连锁百货商场之一。公司在美国 49 个州和波多黎各设有 689 个营业点。主要销售男装、女装、童装、珠宝、鞋类、饰品和家居用品等。截至 2019 财年，J. C. Penney 共有 846 家门店。
		实控人或主要股东情况	为 J.C. Penney Company Inc. 100%控股子公司
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 4，金额 0.52 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 6，金额 0.58 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 4，金额 0.69 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019: J.C. Penney Company Inc.收入为 111.67 亿美元 FY2018: J.C. Penney Company Inc.收入为 120.19 亿美元
		首次业务开展时间	2012 年 5 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
5	Dunelm (Soft Furnishing) Ltd	成立时间	1987.5.8
		所在国家/地区	英国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司控股公司
		业务情况	Dunelm 是英国最大的家居用品零售商，是伦敦证券交易所上市公司。公司主要产品包括床上用品，浴室配件，织物，靠垫和垫子等软家居产品。2020 财年拥有 173 家商店
		实控人或主要股东情况	为上市公司 Dunelm Group PLC [DNLM.L] 100%控股子公司，实控人为 Adderley Family
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 5，金额 0.51 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 8，金额 0.39 亿元人民币

序号	客户名称	基本情况	
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 7，金额 0.38 亿元人民币
		客户收入情况	FY2020: Dunelm Group PLC 收入为 10.58 亿英镑 FY2019: Dunelm Group PLC 收入为 11 亿英镑 FY2018: Dunelm Group PLC 收入为 10.5 亿英镑
		首次业务开展时间	2015 年 5 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
6	Debenhams Retail Limited	成立时间	1905.1.28
		所在国家/地区	英国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	公司主要经营百货商店，提供男女装，家居用品，保健和美容，玩具和电器产品。 在 2021 年 1 月，在线时装公司 Boohoo 以 5500 万英镑的价格收购了 Debenhams 品牌和网站。
		实控人或主要股东情况	Celine Jersey Topco Limited
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 6，金额 0.48 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 7，金额 0.51 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 11，金额 0.28 亿元人民币
		客户收入情况	2018 年度：20.06 亿英镑
		首次业务开展时间	2014 年 8 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
7	Nordstrom Inc	成立时间	1901.1.1
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司
		业务情况	Nordstrom 是美国领先的时尚零售商之一。提供广泛的高品质品牌和自有品牌的商品，主要集中在服装，鞋，化妆品和配件。
		实控人或主要股东情况	公司是上市公司，主要股东为 Nordstrom Bruce A. Family 16.01% Gittinger Anne Family 9.77% FMR LLC 8.66%
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 7，金额 0.37 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 2，金额 0.78 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 3，金额 0.77 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019:收入为 155.24 亿美元 FY2018:收入为 158.60 亿美元
		首次业务开展时间	2009 年 5 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否

序号	客户名称	基本情况	
8	WM Morrison Supermarkets PLC	成立时间	1940.1.22
		所在国家/地区	英国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司
		业务情况	WM Morrison Supermarkets 是英国的第四大连锁超市,是伦敦证券交易所上市公司。主要销售生鲜食品及日用百货。截至 2019 财年， WM Morrison Supermarkets 共拥有 494 家门店。
		实控人或主要股东情况	Silchester International Investors LLP 13.01%
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 8，金额 0.36 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 13，金额 0.26 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 12，金额 0.27 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019:175.36 亿英镑 FY2018:177.35 亿英镑
		首次业务开展时间	2014 年 3 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
9	Lands’ End, Inc	成立时间	1963.1.1
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司
		业务情况	Lands'End，是一家美国服装和家居装饰品零售商，2014 年在纳斯达克上市。主要销售床单，枕套，毯子，床垫，毛巾和垫子等家居产品。
		实控人或主要股东情况	控股股东为 ESL Partners LP
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 9，金额 0.28 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 9，金额 0.30 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 8，金额 0.32 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019:收入为 14.50 亿美元 FY2018:收入为 14.52 亿美元
		首次业务开展时间	2008 年 5 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
10	Vera Bradley Designs Inc.	成立时间	1982.1.1
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司控股公司
		业务情况	Vera Bradley 是一家美国领先的设计女性手袋、行李和旅游相关产品、时尚和家居配件以及特色礼物的公司
		实控人或主要股东情况	为上市公司 Vera Bradley Inc.[VAR]子公司，主要股东为 Patricia R. Miller 16.33% BlackRock, Inc. 10.60% Dimensional Fund Advisors LP 8.52%

序号	客户名称	基本情况	
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 10，金额 0.27 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 5，金额 0.61 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 14，金额 0.23 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019：Vera Bradley 收入为 4.95 亿美元 FY2018：Vera Bradley 收入为 4.16 亿美元
		首次业务开展时间	2012 年 10 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
11	Primark Limted	成立时间	1974.5.6
		所在国家/地区	爱尔兰
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司控股公司
		业务情况	Primark 是欧洲最大的时装零售商之一，销售服装、家纺产品、箱包等。截至 2020 财年，在 13 个国家及地区拥有 384 家商店。
		实控人或主要股东情况	为上市公司 Associated British Foods PLC[ABF]子公司，实际控制人为 Garfield Weston Foundation
		2020 年非医护业务收入排名	-
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 102，金额 0.01 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 6，金额 0.95 亿元人民币
		客户收入情况	FY2020: Associated British Foods PLC 收入为 139.37 亿英镑 FY2019: Associated British Foods PLC 收入为 158.24 亿英镑 FY2018: Associated British Foods PLC 收入为 155.74 亿英镑
		首次业务开展时间	2007 年 8 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
12	Indigo Books & Music Inc.	成立时间	2005.4.3
		所在国家/地区	加拿大
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司
		业务情况	Indigo Books＆Music Inc.在多伦多证券交易所上市，是一家位于加拿大的图书零售连锁店，专注于销售家居，纸质商品和时尚配饰产品。该公司在加拿大大约 10 个省和地区经营商店，并通过其网站提供在线销售。经营着大约 90 家大型商店以及 120 家小型商店。
		实控人或主要股东情况	主要股东为 Trilogy Retail Enterprises L.P.28.6%，Trilogy Investments LP 28.52%
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 13，金额 0.21 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 11，金额 0.27 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 10，金额 0.30 亿元人民币
		客户收入情况	FY2019:收入为 9.58 亿加元
			FY2018:收入为 10.47 亿加元

序号	客户名称	基本情况	
		首次业务开展时间	2013 年 8 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
13	Walgreen Co.	成立时间	1909.2.15
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司控股公司
		业务情况	Walgreen CO.的控股公司 Walgreens Boots Alliance 是一家以药业为主导的百货零售公司，截至 2020 年 8 月，在 11 个国家和地区拥有超过 21,000 家门店，是全球最大的制药批发和分销网络之一，拥有超过 425 个分销中心，每年在 20 多个国家/地区开设药房，医生，保健中心和医院。
		实控人或主要股东情况	为上市公司 Walgreens Boots Alliance Inc[WBA]100%控股子公司;Walgreens Boots Alliance Inc 的主要股东为 Alliance Sante ParticipationsS.A.16.71%;The Vanguard Group, Inc. 8.01%;BlackRock, Inc. 6.03%
		2020 年非医护业务收入排名	排名第 11，金额 0.24 亿元人民币
		2019 年非医护业务收入排名	排名第 10，金额 0.30 亿元人民币
		2018 年非医护业务收入排名	排名第 9，金额 0.30 亿元人民币
		客户收入情况	FY2020:Walgreens Boots Alliance 收入 1,395.37 亿美元 FY2019:Walgreens Boots Alliance 收入 1,368.68 亿美元 FY2018:Walgreens Boots Alliance 收入 1,315.37 亿美元
		首次业务开展时间	2015 年 5 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否

注：首次业务开展时间以该客户与发行人业务前身三问投资首次业务开展时间计算。

上述客户基本情况、财务数据等信息来源于中国出口信用保险公司出具的海外资信报告、上市公司财务报告、万得资讯、orbis 数据库、路孚特数据库等。报告期内，发行人主要客户为国外大型或知名零售商、品牌商等，除部分客户因新冠疫情于 2020 年申请破产外，其余主要客户经营情况和资信较好，具体参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（三）主要客户或渠道是否存在停止经营的情形”的详细说明。

2）医护类产品业务前十大客户的基本情况

关于医护类产品业务前十大客户的基本情况，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（六）医护类产品业务销售情况和主要客户”之“2、医护类产品业务前十大客户的基本情况”的详细说明。

4、销售定价依据及公允性

1）定价依据

发行人作为服务型贸易商，定价依据主要是考虑生产工厂报价和客户谈判两方面。发行人接到客户订单后，根据客户的需求在合格供应商库中匹配对应的生产工厂进行询价，根据生产工厂的报价，发行人在保留一定毛利的基础上，同时结合汇率因素，与客户谈判定价。

2）定价公允性

根据发行人的定价原则，发行人在生产工厂报价的基础上，根据行业的利润水平，结合汇率因素，在自身保留一定的毛利的基础上向客户报价。因此，销售价格的公允性反应在发行人的毛利率水平上。

报告期内，发行人与同行业可比公司的主营业务毛利率比较情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600710	苏美达	19.29%	21.55%	21.11%
002634	棒杰股份	**28. 31%**	25.16%	26.08%
603558	健盛集团	20.10%	29.19%	28.03%
/	万代服装	未披露	17.84%	17.39%
行业平均		**22. 57%**	**23.44%**	**23.15%**
三问家居		**18.63%**	**22.46%**	**21.04%**

注：1、上述数据来源于公开披露的年报或招股说明书；2、苏美达经营品类较多，为保持可比性，上表仅选取苏美达纺织服装板块毛利率作为可比公司毛利率，棒杰股份仅选取无缝服装板块毛利率作为可比公司毛利率。

通过对比，发行人与同行业可比公司的毛利率接近，在与客户谈判定价时，保留了合理的毛利水平，发行人相关产品的销售定价公允。

5、报告期内新增客户及退出客户数量情况与分析

报告期内，发行人客户情况如下表所示：

单位：万元，个

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	179,078.76	110,279.47	107,956.36
客户数量[注]	235	215	150
其中：销售额大于 500 万元等额人民币客户数量	43	37	31

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户平均销售收入	762.04	512.93	719.71
本期新增客户	101	108	57
其中：新增医护客户	23	-	-
本期新增客户贡献收入	22,483.80	8,014.96	5,310.61
其中：新增医护客户收入	17,782.53	-	-
新增客户贡献收入占当年收入的占比	12.56%	7.27%	4.92%
其中：新增医护客户收入贡献率	9.93%	-	-
本期退出客户数量	81	43	51
退出客户上年收入占当年收入的占比	3.56%	3.66%	8.26%

注：同一控制下客户按一个客户计算，另外由于发行人子公司秦艺服饰整体收入规模较小且收入主要来源于个人客户和部分网络销售，客户较为分散，为合理反映发行人主要收入来源的客户数量及客均销售情况，上述客户数量统计不包括秦艺服饰的个人客户和网络销售客户。

报告期内，发行人客户数量分别为 150 个、215 个和 235 个，平均客户销售收入分别为 719.71 万元、512.93 万元和 762.04 万元。

2019 年度，发行人客户平均销售收入较 2018 年度下降，主要系发行人的面料业务客户数量增加而单个客户销售规模较小所致。

2020 年度，受新冠疫情影响，发行人新增医护类产品使得客户平均销售收入增加，同时新增客户收入占当年收入的比例由 2019 年度的 7.27%上升至 12.56%。

报告期内，发行人销售额大于 500 万元等额人民币的客户数量分别为 31 个、37 个和 43 个，呈上升趋势。2019 年度和 2020 年度，发行人当期退出客户数量分别为 51 个、43 个和 81 个，退出客户上年收入占当年收入的比例分别为 8.26%、3.66%和 3.56%，对发行人收入的影响较小。

综上，发行人拥有稳定持续的客户群体，年销售额超过 500 万元的大客户数量逐年上升，各年退出客户收入占上年收入的比例逐年下降，对发行人业务无重大影响。

（1）家纺、服饰和面料等业务的客户流失情况

2020 年，公司的家纺、服饰和面料业务的营业收入为 105,069.58 万元，较

2019 年下降了 4.72%，下降幅度较小，公司仍将继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展。

报告期内，对于家纺、服饰和面料等业务，发行人各年前 10 大客户合计有 13 家，2018 年-2020 年的销售额及客户排名的变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	排名	收入	排名	收入	排名
Target	18,032.76	1	16,920.38	1	12,979.27	1
Barefoot Dreams	11,585.28	2	6,637.91	4	6,750.64	6
Matalan	6,264.34	3	7,752.11	3	8,107.64	3
Nordstrom	3,654.30	7	7,824.78	2	7,694.46	4
J.C. Penney	5,173.85	4	5,808.10	6	6,935.16	5
Dunelm	5,079.44	5	3,889.95	8	3,750.27	7
Debenhams	4,806.72	6	5,092.81	7	2,788.98	11
Vera Bradley	2,692.70	10	6,056.74	5	2,286.30	14
Primark	-	-	63.57	102	9,463.13	2
Lands' End, Inc	2,756.80	9	2,988.25	9	3,205.20	8
WM Morrison Supermarkets PLC	3,609.54	8	2,608.10	12	2,685.34	12
Walgreen	2,373.50	11	2,976.09	10	3,029.30	9
Indigo Books & Music Inc.	2,140.56	13	2,709.14	11	2,996.49	10
合计	68,169.80	-	71,327.93	-	72,672.20	-

对于家纺、服饰和面料等业务，报告期内，除 Primark 以外，总体而言发行人各年对前 10 大客户的销售额及主要客户的排名较为稳定。

因靠垫质量问题，Primark 于 2019 年开始与发行人不再合作。因新冠疫情的影响，Debenhams 和 J.C. Penney 于 2020 年度进入破产保护程序，其中 J. C. Penney 已被收购，收购方继续运营其门店，与发行人仍有业务往来。截至 2021 年 3 月末，J.C. Penney 已完成业务重组并与发行人签订的采购订单为 2,300.35 万元；Debenhams 不再向发行人下达采购订单。

然而，在新冠疫情影响下，美国政府在其国内实施派发现金支票等刺激政策使居民消费能力增强，同时，民众居家办公也使其对家居服饰和家纺产品的需求

增加，市场整体需求在增长，部分以电商、邮购、电视购物作为主要销售渠道的客户，业务增长明显。截至 2021 年 3 月末，发行人家纺、服饰和面料等业务的在手订单较 2020 年同期增长 53.62%。总体来看，Debenhams 和 J.C. Penney 破产对发行人的未来业绩不会造成重大不利影响。详情参见招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（三）主要客户或渠道是否存在停止经营的情形”中的具体说明。

未来，发行人将继续依托研发设计和供应链管理优势为客户提供优质产品，发行人主要客户的流失风险较小。

6、发行人销售地区分布情况

2020年度，公司销售产品按客户注册地所对应国家主要集中于美国和英国，具体情况如下：

序号	国家/地区	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比
1	美国	54	118,888.31	66.39%
2	英国	19	27,918.67	15.59%

注：客户数量和主营业务收入基于 2020 年度数据。

报告期内，公司主要业务来源于美国和以英国为主的欧洲国家客户，2020 年度，向美国和英国的销售收入占主营业务收入的比例达到 81.98%。发行人主要客户集中于欧美国家系：（1）从总体规模和市场需求看，美国和欧洲地区是全球最大的纺织品进口国家及区域，近年来，进口总额呈稳步增长趋势；（2）从产品设计来看，发行人基于多年的业务经验，对欧美客户的品牌设计理念和偏好有较深刻的理解，能够精准捕捉流行趋势和欧美地区消费者偏好，因此，销售地区主要分布在美国及部分欧洲国家。

综上，发行人收入和客户主要集中于美国和欧洲国家具有合理性。

（三）主要客户或渠道是否存在停止经营的情形

发行人客户主要以国外中大型零售商和中高端品牌商为主，大部分客户经营较为稳定。受新冠疫情影响，发行人的主要客户中， Debenhams、J.C. Penney 和 Edcon 于 2020 年度进入破产保护程序。

Debenhams 成立于 1905 年，是英国知名的百货公司，受新冠疫情影响，其于 2020 年 4 月申请破产保护，目前该公司的电商运营业务已被英国电商上市公司 Boohoo Group PLC 收购。

J. C. Penney 是一家百货商店和电子商务零售商，是美国最大的连锁百货商场之一，受新冠疫情影响，其于 2020 年 5 月申请破产保护，目前 Simon Property Group 和 Brookfield Asset Management Inc 完成对 J. C. Penney 零售门店和运营资产的收购协议，上述两家公司将沿用 J. C. Penney 的品牌承接其零售门店的运营。

Edcon 成立于 1929 年，是南非第二大的服装零售商，受新冠疫情影响，其于 2020 年 4 月申请破产保护，目前该公司已与南非零售品牌集团 Retailability（PTY）Ltd 和零售服装公司 Foschini Group 签订协议，完成对其服装品牌 Edgars 和 Jet 部分资产的转让。

2020 年度，上述客户对公司业绩的影响情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度收入排名	主营业务收入		毛利额		毛利率		应收账款单项计提坏账准备金额
		非医护类	医护类	非医护类	医护类	非医护类	医护类	
J.C. Penney	6	5,173.85	664.35	1,023.30	142.66	19.78%	21.47%	111.47
Debenhams	9	4,806.72	-	905.87	-	18.85%	-	113.91
Edcon	108	77.41	-	11.54	-	14.90%	-	77.41
合计		**10,057.99**	**664.35**	**1,940.71**	**142.66**	**19.30%**	**21.47%**	**302.79**
主营业务收入和毛利额		105,069.58	74,009.18	16,887.77	16,479.94	/		
上述客户业务占主营业务收入和毛利的比例		**9.57%**	**0.90%**	**11.49%**	**0.87%**	**/**		

上述客户受新冠疫情影响，分别于 2020 年 4-5 月进入破产保护程序，但破产公司仍可持续运营并寻求重组机会。2020 年度，发行人对上述三家客户非医护类产品收入和毛利分别为 10,057.99 万元和 1,940.71 万元，相应占比分别为 9.57%和 11.49%。截至 2021 年 3 月末，Debenhams 和 Edcon 已不再有向发行人采购的订单，J.C. Penney 已完成业务重组并与发行人签订采购订单为 2,300.35 万元。考虑到新冠疫情在欧美国家的反复，上述公司未来经营情况具有一定不确定性，基于谨慎性考虑，2020 年末，发行人对应收 Debenhams 和 Edcon 的账款全额计提

坏账准备，针对预计无法收回且由中信保赔付的 J.C. Penney 应收款项 17.08 万美元单项全额计提坏账准备人民币 111.47 万元。

但是，在新冠疫情影响下，部分以电商、邮购、电视购物作为主要销售渠道的客户，其业务出现明显增长，截至 2021 年 3 月末，发行人家纺、服饰和面料等业务的在手订单 72,674.67 万元，较 2020 年同期增长 53.62%。因此，总体来看，上述三家客户破产对发行人的未来业绩不会造成重大不利影响。

四、采购情况和主要供应商

（一）主要产品采购情况

1、主要产品的供应情况

公司的业务定位为产品的原创设计和供应链管理，将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理，公司与客户签订销售订单后，会在供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。报告期内，公司向合作工厂采购的比例较大，自有工厂生产的比例较小。公司对外采购的产品包括家用纺织品成品、家居服饰成品、面料成品、医护产品和自有工厂生产时需要用到的坯布、面料和辅料等原材料。

报告期内，公司主要产品的采购金额及占采购总额的比例情况如下：

单位：万元

名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家纺	37,909.38	26.26%	38,172.21	46.97%	41,248.11	49.47%
服饰	24,895.87	17.25%	21,925.86	26.98%	29,917.40	35.88%
面料	18,275.67	12.66%	19,169.97	23.59%	10,743.68	12.89%
医护	61,342.96	42.49%	-	-	-	-
其他	1,938.16	1.34%	2,000.02	2.46%	1,464.00	1.76%
合计	**144,362.04**	**100.00%**	**81,268.06**	**100.00%**	**83,373.19**	**100.00%**

注：计算占比时的采购总额为发行人原材料和产成品的采购入库总金额，包括家纺、服饰、面料和医护等成品采购及自有工厂、亮丰新材料的原材料等。不含外协费用，外协费用已在本节“四、采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内公司向主要供应商的采购情况”之“5、对外采购和外协加工情况”中披露。

报告期内，发行人的采购总额分别为 83,373.19 万元，81,268.06 万元和 144,362.04 万元。

报告期内，公司的家用纺织品主要采购于江苏昌新织造有限公司、苏州市亚文针纺织有限公司和常州润豪纺织有限公司等。家居服饰产品主要采购于江苏凯瑞宝纺织品有限公司和宿迁创欣服饰有限公司等。坯布及面料主要采购于常熟市利荣纺织品有限公司、张家港市辉辉纺织品有限公司和常熟市银海印染有限公司等。医护类产品主要采购于江苏昌新织造有限公司、仙桃市鼎成无纺布制品有限公司和江苏华之源科技发展有限公司等。报告期内，公司采购的成品和原材料商品的市场供应充足。

发行人自有工厂和子公司亮丰新材料会采购面料和坯布。

1）自有工厂主要采购面料作为原材料，后续生产加工为家纺、服饰产品。

2）亮丰新材料部分向面料工厂定制面料产品，面料工厂向亮丰新材料交付定制的面料产品，亮丰新材料对外销售。亮丰新材料也直接采购坯布，向外协工厂提供坯布并定制面料产品，外协工厂将坯布加工成面料产品，亮丰新材料对外销售。亮丰新材料经营面料业务的附加价值，体现在根据其掌握的面料技术提出面料的专业定制，具体包括产品需求和指标，例如绒线长短、混纺材质等，而不仅是单纯的贸易。

2、采购单价情况

报告期内，公司主要产品的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/件，元/米

名称	2020 年度		2019 年		2018 年	
	平均单价	变动	平均单价	变动	平均单价	变动
家纺	20.68	-15.54%	24.49	-9.95%	27.20	5.83%
服饰	18.80	2.10%	18.42	-0.91%	18.58	33.12%
坯布及面料	11.15	3.20%	10.81	-7.84%	11.73	10.07%
医护	1.34	-	-	-	-	-

与供应商打样并进行价格谈判时，公司采购的定价原则主要根据同类产品的市场价格水平、合适供应商寻找的难易程度、采购规模大小及合理的利润等情况由双方协商确定。由于家纺服饰市场的竞争较为充分且透明，因而价格加成水平相对较为稳定。

发行人接到客户订单向合格供应商询价，供应商的报价一般考虑如下因素：

变动成本	相对稳定成本		
面料成本：面料材质及单价、面料用量	人工价格	制造费用	供应商利税

发行人家纺、服饰产品主要使用化纤面料，面料占原材料成本的比例约为85%；家纺产品的原材料占总成本的比例约为80%，服饰产品的原材料占总成本的比例约60%。发行人与供应商进行价格谈判时，影响价格的变动成本主要是面料，双方参考面料的市场公允价格议价，人工和制造费用及供应商保留的利税则相对稳定。

报告期内，公司家纺、服饰和坯布及面料的采购价格波动原因具体如下：

（1）家纺类

家纺类产品的采购单价波动主要是受产品结构变化的影响。2019 年至 2020 年，家纺类产品的采购单价由 24.49 元/件下降至 20.68 元/件，主要是由于全棉梭织毛巾的数量在家纺类产品中的占比由 13.48%上升至 33.92%，该产品在该期间的采购单价均为约 1.3 元/件。

（2）服饰类

服饰类产品的采购单价波动主要是受原材料价格及产品结构变化的影响。报告期内，服饰产品的采购单价波动较小。

（3）坯布及面料类

报告期内，公司坯布及面料类产品的采购单价分别为 11.73 元/米、10.81 元/米和 11.15 元/米。公司采购的坯布及面料主要是以化纤作为原料生产的，化纤对应的大宗化工原料为 PTA（精对苯二甲酸），因此 PTA 的价格波动对公司的采购价格有直接的影响。



数据来源：wind

2018 年至 2019 年，公司采购的坯布及面料价格变动趋势与 PTA 的价格整体变动趋势一致。

2020 年，面料采购单价为 11.15 元/米，略高于 2019 年。公司采购的坯布及面料的单价变化不同于 PTA 价格走势，主要是由采购的产品结构变化引起的。2019 年，占坯布及面料采购总数量前 30%的产品，其采购单价为 7.92 元/米，低于平均单价，主要是采购单价为 4.88 元/米的法兰绒坯布占总采购数量为 13.46%，占比较高。2020 年采购单价为 14.32 元/米的双面布占总采购数量的比例为 6.70%，而 2019 年为 0.89%，其单价高于平均价格且 2020 年的占比提升明显。此外，2020 年，亮丰新材料向 Outlast Technologies GmbH 进口的含 Outlast 技术的纤维相比 2019 年增长明显，其具有恒温功能，采购单价较高。

3、自有工厂原材料的采购情况

（1）自有工厂生产所需的原材料采购金额、数量、单价情况

报告期内，发行人的自有工厂主要采购面料、辅料等原材料作为生产所需，其采购金额、数量及单价情况如下：

单位：万元，万米，万件，元/米，元/件

期间	原材料名称	采购金额	占比	数量	单价
2020 年度	面料	9,443.37	83.66%	885.20	10.67
	辅料	1,844.22	16.34%	5,480.42	0.34
	合计	**11,287.59**	**100.00%**	**6,365.62**	

期间	原材料名称	采购金额	占比	数量	单价
2019年度	面料	11,278.00	86.17%	923.55	12.21
	辅料	1,810.15	13.83%	4,282.30	0.42
	合计	**13,088.15**	**100.00%**	**5,205.85**	
2018年度	面料	8,694.82	85.59%	738.47	11.77
	辅料	1,464.01	14.41%	3,570.50	0.41
	合计	**10,158.83**	**100.00%**	**4,308.98**	

注：自有工厂包括张家港中堂、常熟中堂、南通瑞兹、秦艺服饰和柬埔寨公司等拥有设备和人员的工厂，不含亮丰新材料。

发行人自有工厂采购的原材料主要是面料，其占原材料的采购比例分别为85.59%、86.17%和 83.66%。

（2）自有工厂原材料采购价格与市场价格的比较及公允性情况

自有工厂采购原材料，由自有工厂向供应商询价，供应商结合成本及自身利润自有工厂报价，经双方议价后签订采购合同。

以面料为例，自有工厂采购的面料以化纤类原材料为主，化纤属于大宗产品，有市场公允价格可以参考。供应商给出的报价一般会考虑如下因素：

变动成本	相对稳定成本			
化纤等原料价格	织造损耗	印染损耗	印染后整费	供应商利税

其中，影响面料价格的变动因素主要是化纤原料价格，双方主要参考市场上化纤原料的公允价格进行面料价格谈判，而面料的织造、印染及整理、供应商保留的利税等影响因素则相对稳定。

1）2020 年面料采购价格公允性

面料在网络交易平台上有丰富的供应商资源，比如阿里巴巴旗下的 1688 网站、全球纺织网和百度爱采购等。2020 年，发行人自有工厂的面料采购额大于100 万元的供应商，其采购单价（含税）与上述 3 家网络平台供应商报价的对比情况如下：

期间	采购主体	供应商名称	占 2020 年面料采购总额比例 (注 1)	主要采购内容	采购单价（含税）(元/KG、元/m)	网络检索价格（含税）(元/KG、元/m)	网络比价金额占该供应商总采购额比例(注 2)
2020	常熟	张家港保税区展	10.41%	珊瑚绒面料	18.13	18.00~19.10	93.29%

期间	采购主体	供应商名称	占 2020 年面料采购总额比例 (注 1)	主要采购内容	采购单价（含税）(元/KG、元/m)	网络检索价格（含税）(元/KG、元/m)	网络比价金额占该供应商总采购额比例(注 2)
年度	中堂	典国际贸易有限公司		法莱绒/法兰绒面料	22.91	19.00~23.50	
		常熟市利荣纺织品有限公司	9.78%	泰迪绒面料	21.76	21.00~22.00	86.70%
		常熟市银海印染有限公司	4.17%	印花法莱绒/法兰绒面料	25.90	24.50~26.00	100.00%
				印花珊瑚绒面料	25.63	24.00~26.00	
		常熟市润之杰纺织品有限公司	2.76%	羊羔绒面料（180g、210g 居多）	18.89	19.00~19.50	99.36%
		江苏七彩纺织染整有限公司	1.48%	仿超柔面料	18.06	17.50~18.50	76.37%
	南通瑞兹	常熟市利荣纺织品有限公司	4.67%	兔毛面料	23.43	22.50~24.00	99.21%
				单面印花法兰绒（225g 居多）	17.80	17.50~18.00	
				羊羔绒面料	18.56	18.50~19.50	
		常熟市欣鑫经纬编有限公司	3.28%	背印剪花法兰绒面料	19.77	18.00~20.80	69.16%
		江苏七彩纺织染整有限公司	2.44%	素色超柔面料	23.50	23.50~24.50	72.91%
				兔毛面料	23.06	22.50~24.00	
		常熟市君铎纺织有限公司	1.09%	羊羔绒面料（270g 居多）	11.13	10.50~11.50	91.70%
	张家港中堂	张家港市辉辉纺织品有限公司	10.97%	莫代尔氨纶汗布	73.02	72.00~75.00	69.57%
		张家港保税区展典国际贸易有限公司	1.91%	法莱绒/法兰绒面料	21.03	19.00~23.50	71.31%
		常熟市德仁纺织科技有限公司	1.44%	法莱绒/法兰绒面料	20.66	19.00~23.50	83.60%
	合计		**54.40%**				

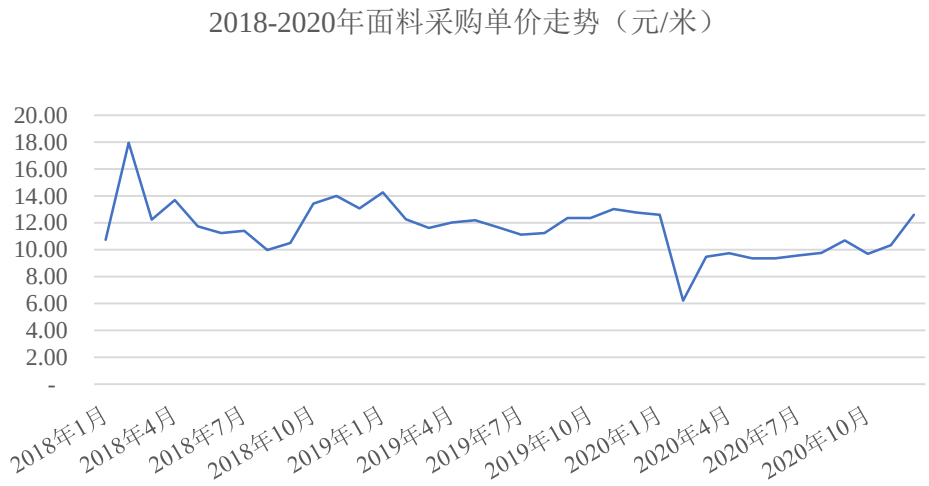
注 1：“占当年面料采购总额比例”=当年从该供应商采购的坯布及面料总额/当年自有工厂坯布及面料的采购总额；

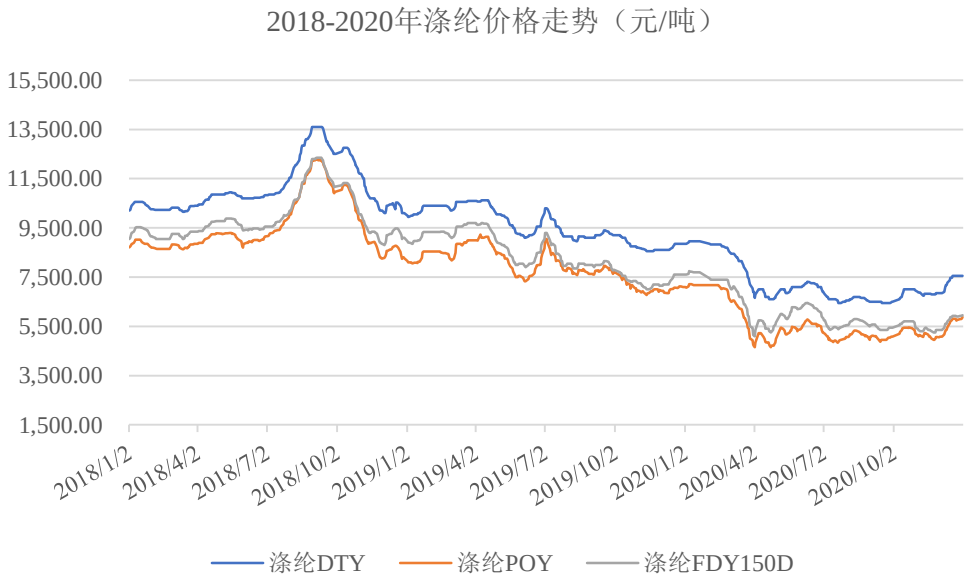
注 2：对“主要采购内容”通过品名进行网络检索比价，“网络比价金额占该供应商总采购额比例”=“主要采购内容”所对应的面料采购额/当年从该供应商采购的面料总额。

通过与网络平台的检索价格进行对比，2020 年度，发行人自有工厂的相关原材料的采购价格与市场价格较为接近，采购价格公允。

2）2018、2019 年面料采购价格公允性

因网络平台的报价具有时效性，目前已无法取得 2018 年和 2019 年的面料报价。基于供应商 2018 年和 2019 年向发行人自有工厂的报价原则与 2020 年一致，因此，对比报告期内发行人自有工厂面料的采购单价与涤纶的市场价格走势以分析价格公允性，具体如下：





资料来源:Wind

可见，报告期内，发行人自有工厂面料的采购单价的变化趋势与涤纶的市场价格变化趋势一致，采购价格公允。

4、向合作工厂采购价格的公允性

发行人向合作工厂采购的家纺、服饰产品均为定制，相关的面料材质及单价、用量等有所区别，属于非标准产品，无法直接获取某一产品的市场公允价格。但根据产品的定价原则，产品价格会随面料价格的变动而变动。

以 2020 年主要成品供应商的面料报价与网络平台的报价比较情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购占比(注 1)	采购的主要产品	报价单中主要面料名称	报价单中主要面料单价（元/KG,元/m）	网络检索价格（元/KG,元/m）	采购的主要产品的比例（注 2）
2020年度	1	江苏昌新织造有限公司	18.47%	全涤针织毯	假毛(克重 850)	50.00	48.00~53.00	44.56%
				全涤充芯靠垫	千鸟格面料	31.00	28.00~34.00	31.33%
	2	常州润豪纺织有限公司	5.87%	全涤针织毯	3.2s 雪尼尔纱线	23.00	21.50~25.00	73.08%
				全涤充芯靠垫	3.2s 雪尼尔纱线	23.00	21.50~25.00	15.40%
	3	苏州市亚文针纺织有限公司	5.19%	全涤针织毯	全涤(0.85kg/sm)	34.60	34.00~39.50	57.43%
				全涤充芯靠垫	全涤(0.43kg/sm)	16.56	15.90~20.00	23.71%
					羽丝棉(0.95kg/sm)	13.00	13.00~15.00	
	4	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	4.76%	全涤针织男式浴袍	提花珊瑚绒(280 克)	27.00	26.00~31.00	26.27%
				全涤针织女式浴袍	烂花法兰绒(280 克)	32.00	30.00~33.00	11.25%
				男式针织拉链衫	阳离子舒棉绒(280 克)	28.00	24.50~28.00	10.38%
	5	莘县源泰服装有限公司	3.93%	涤氨针织女式睡衣裤	印花涤氨磨毛布(180g)	32.00	33.00~37.00	32.51%
				全涤男式针织上衣	阳离子舒棉绒(280 克)	28.50	24.50~28.00	9.95%
				全涤男式针织睡衣裤	CVC 汗布(180 克)	36.50	34.00~37.50	8.42%
					全涤仿棉绒(160 克)	31.50	28.90~31.50	
	6	江阴科奇服饰有限公司	3.89%	全涤针织女式浴袍	全涤烂花法莱绒	25.00	24.50~26.00	8.64%
				全涤针织男式浴袍	全涤法莱绒	21.00	22.00~23.50	7.62%
				全涤男式针织睡裤	全涤摇粒绒	23.00	23.00~24.80	7.49%
	7	江阴市凯吉针织有限公司	3.63%	女式针织袜	97%Poly3%Spandex	34.00	33.00~34.00	23.68%
				女式针织鞋子	100%腈纶	30.00	30.00~32.00	18.67%
	8	常州天使纺织有限公司	3.56%	全涤针织女式开襟衫	3.5S+13s100%Polyester	41.00	37.00~43.00	38.91%
				全涤针织女式套头衫	6S100%Polyester	38.00	34.00~39.50	33.44%
	9	梁山凯信服装	2.91%	全涤女式针织	背印羊羔绒	27.00	25.00~30.00	15.92%

期间	序号	供应商名称	采购占比(注 1)	采购的主要产品	报价单中主要面料名称	报价单中主要面料单价（元/KG,元/m）	网络检索价格（元/KG,元/m）	采购的主要产品的比例（注 2）
		有限公司		上衣				
				全涤女式针织睡衣裤	涤/人棉/氨纶汗布磨毛	35.50	34.00~38.00	11.07%
	10	常熟市宏芳针织服饰有限公司	2.79%	全涤针织毯	7S100%Polyester	36.50	34.00~39.50	99.17%
	合计		55.00%					

注 1：“采购占比”=向该供应商采购家纺、服饰的金额/当年发行人家纺、服饰的采购总额；

注 2：“采购的主要产品的比例”=“采购的主要产品”的金额/向该供应商采购家纺、服饰的金额。

可见，2020 年度，发行人向家纺、服饰产品的供应商采购定价时，其面料报价与市场价格较为接近，价格公允，供应商进而考虑人工、制造费用及其利税后与发行人达成的成品采购价格公允。

家纺、服饰类产品供应商于 2018 年和 2019 年向发行人的报价原则与 2020 年保持一致，价格公允。

5、能源供应情况

报告期内，公司的主要能源耗用情况如下：

单位：万元、元/度、元/吨

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价
电力	174.15	0.92	189.29	0.95	151.33	0.98
生物质颗粒（注）	-	-	1.81	1,126.06	15.51	1,145.92
水	16.28	4.16	17.38	3.77	11.06	4.23

注：生物质颗粒是在常温条件下利用压辊和环模对粉碎后的生物质秸秆、林业废弃物等原料进行冷态致密成型加工，是可直接燃烧的一种新型清洁燃料。

报告期内，公司耗用的主要能源为电力、生物质颗粒和水。电力和水以市场价格向当地电力局、水务公司采购，价格稳定且供应充足。

2019 年，公司子公司南通瑞兹和柬埔寨公司的成立，生产规模扩大，用电量和用水量随之增加；同年，子公司张家港中堂进行技术改造，将原以生物质颗

粒为燃料的锅炉改为以电力为能源的锅炉供熨烫设备使用，因此 2020 年生物质颗粒使用的金额为 0 元。

（二）报告期内公司向主要供应商的采购情况

1、公司向前十大供应商采购情况

2020 年，发行人新增了医护类业务，新增了部分供应商。报告期内，发行人向家纺、服饰和面料类产品等业务以及医护类产品业务各自前十大供应商的采购情况及供应商基本情况：

1）发行人向家纺、服饰和面料类前十大供应商的采购情况

报告期内，发行人与家纺、服饰和面料类等业务的前十大供应商的关联关系、采购内容、采购金额、采购占比、数量及单价情况如下：

单位：万元，万件，万米，元/件,元/米

期间	序号	供应商名称	是否为关联方	主要采购内容	采购金额	采购占比	数量	单价
2020年度	1	江苏昌新织造有限公司	非关联方	家纺	11,601.25	13.97%	326.41	35.54
	2	常州润豪纺织有限公司	非关联方	家纺	3,686.62	4.44%	92.38	39.91
	3	苏州市亚文针纺织有限公司	非关联方	家纺	3,259.83	3.93%	76.32	42.71
	4	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	非关联方	服饰	2,989.52	3.60%	67.42	44.34
	5	莘县源泰服装有限公司	非关联方	服饰	2,469.50	2.97%	82.74	29.85
	6	江阴科奇服饰有限公司	非关联方	服饰	2,443.06	2.94%	75.51	32.35
	7	江阴市凯吉针织有限公司	非关联方	服饰	2,277.01	2.74%	324.00	7.03
	8	常州天使纺织有限公司	非关联方	服饰	2,235.56	2.69%	30.00	74.53
	9	梁山凯信服装有限公司	非关联方	服饰	1,827.77	2.20%	63.52	28.77
	10	常熟市宏芳针织服饰有限公司	非关联方	家纺	1,757.02	2.12%	28.39	61.89
	合计				34,547.14	41.61%	1,166.69	
2019年度	1	江苏昌新织造有限公司	非关联方	家纺	11,219.37	13.81%	361.06	31.07
	2	苏州市亚文针纺织有限公司	非关联方	家纺	3,460.17	4.26%	86.37	40.06
	3	常州润豪纺织	非关联方	家纺	2,854.57	3.51%	60.15	47.46

期间	序号	供应商名称	是否为关联方	主要采购内容	采购金额	采购占比	数量	单价
		有限公司						
	4	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	非关联方	服饰	2,723.87	3.35%	71.33	38.19
	5	如东县名佳工艺编织有限公司	非关联方	家纺、服饰	2,633.11	3.24%	70.26	37.47
	6	常熟市利荣纺织品有限公司	非关联方	面料	2,471.04	3.04%	247.89	9.97
	7	江阴市凯吉针织有限公司	非关联方	服饰	2,391.86	2.94%	374.63	6.38
	8	莘县源泰服装有限公司	非关联方	服饰	2,050.48	2.52%	77.18	26.57
	9	如皋市兰峰服饰有限公司	非关联方	服饰	1,968.71	2.42%	52.69	37.36
	10	常熟市银海印染有限公司	非关联方	面料	1,845.27	2.27%	139.11	13.26
	合计				33,618.46	41.37%	1,540.68	
2018年度	1	江苏昌新织造有限公司	非关联方	家纺	12,701.03	15.23%	353.28	35.95
	2	丹阳市凯瑞宝纺织品有限公司	非关联方	服饰	3,344.51	4.01%	93.16	35.90
	3	宿迁创欣服饰有限公司	非关联方	服饰	2,746.35	3.29%	106.31	25.83
	4	如东县名佳工艺编织有限公司	非关联方	家纺、服饰	2,620.93	3.14%	60.00	43.68
	5	如皋市兰峰服饰有限公司	非关联方	服饰	2,442.37	2.93%	67.99	35.92
	6	江阴市凯吉针织有限公司	非关联方	服饰	2,402.28	2.88%	384.56	6.25
	7	常州润豪纺织有限公司	非关联方	家纺	2,011.11	2.41%	41.56	48.39
	8	常州天使纺织有限公司	非关联方	服饰	1,966.90	2.36%	27.72	70.96
	9	莘县源泰服装有限公司及其关联方[注1]	非关联方	服饰	1,922.03	2.31%	85.48	22.49
	10	南昌鼎辉制衣有限公司	非关联方	服饰	1,780.29	2.14%	66.08	26.94
	合计				**33,937.79**	**40.71%**	**1,286.15**	

注 1：江苏凯瑞宝纺织品有限公司于 2018 年 12 月 21 日更名，曾用名为丹阳市凯瑞宝纺织品有限公司。

注 2：莘县源泰服装有限公司和山东莘县泰和针织服装有限公司是李国强、李宏杨与潘潇控制的公司。李国强为李宏杨的父亲，为潘潇的姑父。因此合并为一名供应商。

注 3：“采购占比”=向该供应商采购家纺、服饰及面料等的金额/当年发行人家纺、服饰

及面料等的采购总额。

报告期内，发行人家纺、服饰和面料等业务前十大供应商的基本情况及相关占比情况如下：

江苏昌新织造有限公司	成立时间	1999/5/18	注册资本	518 万元人民币
	实际控制人	陈葆华	首次合作时间	2003 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常州市金坛区尧塘镇尧塘集镇镇南路 71 号		
	持股 5%以上的股东	陈葆华 60%、陈爱华 40%		
	首次合作接触方式	实控人王耀民自 2003 年通过三问国际做国际贸易时接触并开始合作		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 13.97%（家纺、服饰和面料类）；2019 年 13.81%；2018 年 15.23%		
	供应商排名	2020 年、2019 年、2018 年均为第 1 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 60%-70%		
	经营范围	毛纺织品、围巾、服装制造及水洗加工、纺花式纱线；日用口罩（非医用）生产；医用口罩零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用口罩（非医用）销售；医用口罩批发；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发（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）等		
常州润豪纺织有限公司	成立时间	2013/3/21	注册资本	100 万元人民币
	实际控制人	陈剑峰	首次合作时间	2014 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常州市金坛区兴明路 58 号		
	持股 5%以上的股东	陈剑峰 100%		
	首次合作接触方式	原有供应商员工跳槽后，继续与发行人合作		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 4.44%、2019 年 3.51%、2018 年 2.41%		
	供应商排名	2020 年第 2 名、2019 年第 3 名、2018 年第 7 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 30%-40%		
	经营范围	针织制品及家用纺织制成品的生产、销售等		
苏州市亚文针纺织有限公司	成立时间	2012/6/6	注册资本	100 万元人民币
	实际控制人	薛亚军	首次合作时间	2013 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常熟市常福街道虞虹路 6 号		
	持股 5%以上的股东	薛亚军 80%、唐玉红 20%		

	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 3.93%、2019 年 4.26%、2018 年 0.99%		
	供应商排名	2020 年第 3 名、2019 年第 2 名、2018 年第 29 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 30%-50%		
	经营范围	针织品、纺织品、羊毛衫加工及销售，纱线布匹及家用纺织品销售等		
江苏凯瑞宝纺织品有限公司（注 2）	成立时间	2003/4/17	注册资本	1000 万元人民币
	实际控制人	钱利民	首次合作时间	约 2006 年-2007 年间（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	丹阳市皇塘镇常溧西路 311 号		
	持股 5%以上的股东	钱利民 80%、滕红华 20%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 3.60%、2019 年 3.35%、2018 年 4.01%		
	供应商排名	2020 年第 4 名、2019 年第 4 名、2018 年第 2 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 80%		
	经营范围	服装、纺织品生产，纺织品、普通化工原料销售等		
莘县源泰服装有限公司（注 3）	成立时间	2016/10/12	注册资本	50 万元人民币
	实际控制人	潘潇	首次合作时间	2018 年
	经营地址	山东省聊城市莘县鲁西经济开发区莘亭街道莘亭路鸿图街北 150 米路东		
	持股 5%以上的股东	潘潇 50%、李宏杨 50%		
	首次合作接触方式	网络搜寻		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.97%、2019 年 2.52%、2018 年 2.31%（与山东莘县泰和针织服装有限公司一起统计）		
	供应商排名	2020 年第 5 名、2019 年第 8 名、2018 年第 9 名（与山东莘县泰和针织服装有限公司一起统计）		
	发行人采购占其收入比例	约占 50%		
	经营范围	服装、鞋、帽、领带、绣品、针织品、皮革制品生产、销售；线、棉纱、布匹、购销等		
山东莘县	成立时间	2005/11/18	注册资本	50 万元人民币
	实际控制人	李国强	首次合作时间	2017 年

泰和针织服装有限公司（注 3）	经营地址	山东省聊城市莘县莘州街道办事处后李庄村东		
	持股 5%以上的股东	李国强 50%、潘潇 50%		
	首次合作接触方式	网络接触		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.97%、2019 年 2.52%、2018 年 2.31%（与莘县源泰服装有限公司一起统计）		
	供应商排名	2020 年第 5 名、2019 年第 8 名、2018 年第 9 名（与莘县源泰服装有限公司一起统计）		
	发行人采购占其收入比例	约占 50%		
	经营范围	服装、鞋、帽、领带、绣品、针织品、纺织品、皮革制品生产、销售；线、棉纱、布匹、购销等		
江阴科奇服饰有限公司	成立时间	2006/1/18	注册资本	3000 万元人民币
	实际控制人	蒋排兴	首次合作时间	2011 年底（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	江阴市通渡南路 142 号		
	持股 5%以上的股东	蒋排兴 60%，蒋园 40%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.94%、2019 年 2.03%、2018 年 1.91%		
	供应商排名	2020 年第 6 名、2019 年第 11 名、2018 年第 12 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 25%-30%		
	经营范围	服装、棉及化纤制品、针纺织品的制造、加工、销售等		
江阴市凯吉针织有限公司	成立时间	2012/4/16	注册资本	50 万元人民币
	实际控制人	包云锋	首次合作时间	2013 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	江阴市祝塘镇富顺村富阳新村 27 号		
	持股 5%以上的股东	包云锋 60%、包丹琼 40%		
	首次合作接触方式	朋友介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.74%、2019 年 2.94%、2018 年 2.88%		
	供应商排名	2020 年第 7 名、2019 年第 7 名、2018 年第 6 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 10%-60%		
	经营范围	针织品、纺织品、服装及其辅料、服饰的制造、加工、销售；织布；纺织原料、床上用品的销售等		

常州天使纺织有限公司	成立时间	2004/3/22	注册资本	496.617606 万元人民币
	实际控制人	陈国泽	首次合作时间	2012 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常州市新北区华山路 88 号		
	持股 5%以上的股东	常州三敏纺织有限公司 100%		
	首次合作接触方式	朋友介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.69%、2019 年 0.89%、2018 年 2.36%		
	供应商排名	2020 年第 8 名、2019 年第 28 名、2018 年第 8 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 90%		
	经营范围	花式纱线、针纺织品的制造、加工、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
梁山凯信服装有限公司	成立时间	2017/2/27	注册资本	300 万元人民币
	实际控制人	荣雷	首次合作时间	2019 年
	经营地址	山东省济宁市梁山县馆驿镇高庄村		
	持股 5%以上的股东	李洪海 33.33%、荣雷 33.33%、付小伟 33.33%		
	首次合作接触方式	由同一控制下供应商济宁凯信针织服装有限公司转让业务，之前由他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.20%、2019 年 1.26%、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 9 名、2019 年第 22 名、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占 60%-70%		
	经营范围	服装、针织品的生产、销售；纺织品、鞋帽、家纺的生产、销售等		
常熟市宏芳针织服饰有限公司	成立时间	2001/2/8	注册资本	1518 万元人民币
	实际控制人	谢可	首次合作时间	2003 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常熟市碧溪新区碧溪中路 59 号		
	持股 5%以上的股东	谢可 60%、谢维红 40%		
	首次合作接触方式	与发行人实控人王耀民是朋友关系		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 2.12%、2019 年 1.48%、2018 年 0.70%		
	供应商排名	2020 年第 10 名、2019 年第 17 名、2018 年第 36 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 20%-30%		

	经营范围	羊毛衫裤、服装、经纬编布、针织品、针织面料制造、加工；纺织原料（不含棉花）批发、零售等		
如东县名佳工艺编织有限公司	成立时间	2002/10/31	注册资本	2008 万元人民币
	实际控制人	蔡刘俊	首次合作时间	2005 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	如东县城南镇工业园区		
	持股 5%以上的股东	蔡刘俊 100%		
	首次合作接触方式	发行人主动拜访接触		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 1.87%、2019 年 3.24%、2018 年 3.14%		
	供应商排名	2020 年第 11 名、2019 年第 5、2018 年第 4 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 60%		
	经营范围	抽纱刺绣工艺品、手工编织品、钩棒针织品、针织品、绣品、玩具、家纺、缝纫制品生产、销售、网上销售等		
常熟市利荣纺织品有限公司	成立时间	2006/6/1	注册资本	1800 万元人民币
	实际控制人	陈建军	首次合作时间	2014 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常熟市沙家浜镇常昆工业园 B 区		
	持股 5%以上的股东	陈建军 70%、吉桂英 30%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 1.76%、2019 年 3.04%、2018 年 1.14%		
	供应商排名	2020 年第 12 名、2019 年第 6 名、2018 年第 24 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 10%		
	经营范围	针纺织品生产及纺织品原辅材料销售等		
如皋市兰峰服饰有限公司	成立时间	2006/7/24	注册资本	50 万元人民币
	实际控制人	杜秀芳	首次合作时间	2006 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	石庄镇张黄港居委会 13 组		
	持股 5%以上的股东	杜秀芳 50%、王红芹 25%、王宏林 25%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 1.72%、2019 年 2.42%、2018 年 2.93%		
	供应商排名	2020 年第 13 名、2019 年第 9 名、2018 年第 5 名		

	发行人采购占其收入比例	约占 65%		
	经营范围	服饰、纸箱加工、销售等		
常熟市银海印染有限公司	成立时间	2001/6/28	注册资本	830 万元人民币
	实际控制人	吴晓兵	首次合作时间	2016 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常熟东南经济开发区澎湖路 5 号		
	持股 5%以上的股东	吴晓兵 60%、吴晓红 40%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 0.47%、2019 年 2.27%、2018 年 0.69%		
	供应商排名	2020 年第 43 名、2019 年第 10 名、2018 年第 37 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 10%		
	经营范围	染整、织造、服装制造、加工等		
宿迁创欣服饰有限公司	成立时间	2008/4/30	注册资本	200 万元人民币
	实际控制人	宋建良	首次合作时间	2013 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	泗阳县王集镇人民路西侧广州路北侧 1#、2#、3#厂房		
	持股 5%以上的股东	宋建良 100%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 1.23%、2019 年 1.81%、2018 年 3.29%		
	供应商排名	2020 年第 20 名、2019 年第 13 名、2018 年第 3 名		
	发行人采购占其收入比例	约占 20%-30%		
	经营范围	服装生产、加工、销售等		
南昌鼎辉制衣有限公司	成立时间	2013/8/13	注册资本	200 万元人民币
	实际控制人	刘新贵	首次合作时间	2017 年
	经营地址	南昌市青山湖区京东镇黄城工贸城 4 号楼		
	持股 5%以上的股东	刘新贵 90%、刘辉 10%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	质量好，价格适中，产能充足		
	采购占比	2020 年 0.00%、2019 年 0.00%、2018 年 2.14%		
	供应商排名	2020 年未合作、2019 年未合作、2018 年第 10 名		

	发行人采购占其收入比例	无法获取。对方已不再经营，处于失信被执行状态。且自 2019 年开始双方不再合作，无法联系到对方。
	经营范围	服装、针纺织品加工等

注 1：“采购占比”=向该供应商采购家纺、服饰及面料等金额/当年发行人家纺、服饰及面料等的采购总额；“供应商排名”为该供应商在家纺、服饰及面料类供应商的排名；

注 2：江苏凯瑞宝纺织品有限公司于 2018 年 12 月 21 日更名，曾用名为丹阳市凯瑞宝纺织品有限公司；

注 3：莘县源泰服装有限公司和山东莘县泰和针织服装有限公司是李国强、李宏杨与潘潇控制的公司。李国强为李宏杨的父亲，为潘潇的姑父。因此合并为一名供应商。

2）向医护类前十大供应商的采购情况

2020 年度，关于发行人向前十大医护类供应商的采购内容、采购金额及占比等采购情况及供应商的基本情况，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（七）医护类产品业务采购情况和主要供应商”的详细说明。

发行人及各子公司所处的长三角地区，纺织服饰业较为发达，相关企业较为聚集，因此主要的供应商也处于长三角地区。但是，报告期内发行人前十大供应商的经营地址不存在与发行人及各子公司相同或者相近的情况。

上述供应商的实际控制人和主要管理人员不存在为发行人现任或前任员工的情况。

3）主要为发行人提供服务的供应商情况

从发行人向各供应商的采购额占各供应商的收入比例来看，除常州天使纺织有限公司外，不存在供应商主要为发行人提供产品或服务的情形。

报告期内，发行人向常州天使纺织有限公司的采购额占其收入的比例约为 90%。其成立于 2004 年，于 2012 年开始与三问投资进行合作，2016 年三问家居承接三问投资业务后，继续为三问家居的供应商，合作历史较长。常州天使纺织有限公司主要承接来自 Barefoot Dreams 的服饰产品订单。

报告期内，发行人向其采购主要产品的单价与向其他合作工厂采购同类产品的单价对比情况如下：

单位：元/件

期间	采购内容	单项金额占采购总金额比例	采购单价	其他供应商名称	其他供应商采购单价
2020 年	全涤针织女式开襟衫	38.91%	85.00	张家港市晟苑针织服饰有限公司	81.26

期间	采购内容	单项金额占采购总金额比例	采购单价	其他供应商名称	其他供应商采购单价
				烟台笑海针织有限公司	83.82
	全涤针织女式套头衫	33.44%	66.63	张家港市晟苑针织服饰有限公司	56.50
				烟台笑海针织有限公司	59.08
2019 年	全涤针织女式开襟衫	21.48%	87.53	张家港市晟苑针织服饰有限公司	72.93
	全涤针织女式帽衫	17.84%	103.85	张家港市晟苑针织服饰有限公司	97.35
2018 年	全涤针织女式开襟衫	65.60%	73.95	张家港市晟苑针织服饰有限公司	69.05

同类产品中，发行人向常州天使纺织有限公司的采购价格较其他合作工厂略高，主要因为其承接的是中高端品牌商 Barefoot Dreams 的产品，产品的质量和工艺要求较高，相应的产品采购价格较高。

发行人与常州天使纺织有限公司无关联关系，其实际控制人和主要管理人员不存在为发行人现任或前任员工的情况。

4）前十大供应商采购数量、单价变动较大的情况

报告期内，发行人向其采购数量和单价变动较大的供应商情况如下：

①苏州市亚文针纺织有限公司

报告期内，发行人主要向苏州市亚文针纺织有限公司采购毯子和靠垫等家纺类产品，报告期内其采购数量变化较大，具体情况如下：

单位：万元，万件、元/件

2020 年度			2019 年度			2018 年度		
金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价
3,259.83	76.32	42.71	3,460.17	86.37	40.06	822.32	17.04	48.26

苏州市亚文针纺织有限公司主要承接 Target 的订单，报告期内，发行人与 Target 合作规模逐渐扩大，发行人对其家纺服饰类收入分别为 12,979.27 万元、16,920.38 万元和 18,032.76 万元。由于苏州市亚文针纺织有限公司生产的毯子和靠垫产品质量较好，且其产能和交货期能够满足需求，发行人自 2019 年起增加了对其的采购。

②常熟市利荣纺织品有限公司

报告期内，发行人主要向常熟市利荣纺织品有限公司购买面料产品的数量及

单价均有一定变化，具体情况如下：

单位：万元，万米、元/米

2020 年度			2019 年度			2018 年度		
金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价
1,458.67	147.50	9.89	2,471.04	247.89	9.97	947.83	81.79	11.59

发行人 2019 年向常熟市利荣纺织品有限公司采购数量为 247.89 万米，较 2018 年增加较多，而 2020 年有所回落。2018 年 6 月发行人设立亮丰新材料，将面料作为单独品类经营，2019 年业务拓展较快，相应增加了向面料供应商的采购。2019 年，亮丰新材料主要以完全定制采购后销售的模式为主；2020 年，亮丰新材料为了进一步提升利润空间，将完全定制采购面料并销售逐步转为采购纤维、纱线或坯布等原材料，通过外协工厂加工为面料后销售的模式。亮丰新材料主要向常熟市利荣纺织品有限公司采购成品面料，因此，采购额先增后减。报告期内，发行人不存在向单个供应商的采购比例超过营业收入 50%或严重依赖于少数供应商的情形。截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及公司主要关联方或股东与上述供应商不存在关联关系或其他权益安排。

5）各类产品中，发行人向主要供应商的采购占比情况

报告期内，发行人按产品的不同类别向前 5 大供应商的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
家纺	2020 年度	1	江苏昌新织造有限公司	11,570.53	30.52%
		2	常州润豪纺织有限公司	3,686.62	9.72%
		3	苏州市亚文针纺织有限公司	3,259.83	8.60%
		4	常熟市宏芳针织服饰有限公司	1,753.46	4.63%
		5	常熟市康弘纺织品有限公司	1,333.17	3.52%
		合计		21,603.61	56.99%
	2019 年度	1	江苏昌新织造有限公司	11,140.79	29.19%
		2	苏州市亚文针纺织有限公司	3,356.10	8.79%
		3	常州润豪纺织有限公司	2,854.57	7.48%
		4	如东县名佳工艺编织有限公司	2,192.30	5.74%

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
		5	常熟市宏芳针织服饰有限公司	1,188.24	3.11%
		合计		20,732.01	54.31%
	2018年度	1	江苏昌新织造有限公司	12,697.49	30.78%
		2	如东县名佳工艺编织有限公司	2,027.18	4.91%
		3	常州润豪纺织有限公司	2,011.11	4.88%
		4	杭州耐盛纺织有限公司	1,517.43	3.68%
		5	南通如宝纺织科技有限公司	1,290.68	3.13%
		合计		19,543.89	47.38%
服饰	2020年度	1	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	2,989.52	12.01%
		2	莘县源泰服装有限公司	2,457.57	9.87%
		3	江阴科奇服饰有限公司	2,359.34	9.48%
		4	江阴市凯吉针织有限公司	2,227.48	8.95%
		5	常州天使纺织有限公司	2,134.21	8.57%
		合计		12,168.10	48.88%
	2019年度	1	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	2,723.87	12.42%
		2	江阴市凯吉针织有限公司	2,360.82	10.77%
		3	莘县源泰服装有限公司	1,973.46	9.00%
		4	如皋市兰峰服饰有限公司	1,968.71	8.98%
		5	江阴科奇服饰有限公司	1,652.40	7.54%
		合计		10,679.26	48.71%
	2018年度	1	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	3,337.77	11.16%
		2	宿迁创欣服饰有限公司	2,746.35	9.18%
		3	如皋市兰峰服饰有限公司	2,442.37	8.16%
		4	江阴市凯吉针织有限公司	2,397.32	8.01%
		5	常州天使纺织有限公司	1,952.68	6.53%
		合计		12,876.49	43.04%
面料	2020年度	1	常熟市利荣纺织品有限公司	1,451.32	7.94%
		2	张家港保税区展典国际贸易有限公司	1,304.40	7.14%
		3	宜兴启越纺织品有限公司	1,060.93	5.81%
		4	张家港市辉辉纺织品有限公司	1,040.33	5.69%
		5	Outlast Technologies GmbH	956.75	5.24%
		合计		5,813.74	31.81%

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
	2019年度	1	常熟市利荣纺织品有限公司	2,457.93	12.82%
		2	常熟市银海印染有限公司	1,845.27	9.63%
		3	张家港市辉辉纺织品有限公司	1,465.68	7.65%
		4	张家港保税区展典国际贸易有限公司[注]	1,211.50	6.32%
		5	常熟市德仁纺织科技有限公司	1,127.91	5.88%
		合计		8,108.29	42.30%
	2018年度	1	张家港市辉辉纺织品有限公司	1,431.41	13.32%
		2	常熟市泽众针织整理有限公司	1,254.93	11.68%
		3	常熟市利荣纺织品有限公司	934.67	8.70%
		4	张家港保税区展典国际贸易有限公司	834.40	7.77%
		5	绍兴永隆针纺绣品有限公司	583.97	5.44%
		合计		5,039.39	46.91%
医护	2020年度	1	江苏昌新织造有限公司	13,318.57	21.71%
		2	仙桃市鼎成无纺布制品有限公司	6,189.20	10.09%
		3	江苏华之源科技发展有限公司	4,764.75	7.77%
		4	卡宾服饰（中国）有限公司	4,482.30	7.31%
		5	联医医疗科技（北京）有限公司	3,174.16	5.17%
		合计		31,928.98	52.05%
其他	2020年度	1	常熟市顺屹达包装材料有限公司	257.91	13.31%
		2	丹阳市精艺印务有限公司	224.30	11.57%
		3	张家港明洋纸制品厂	112.80	5.82%
		4	昆山市三鼎包装厂	101.19	5.22%
		5	张家港市惠诚塑料制品有限公司	58.91	3.04%
		合计		755.12	38.96%
	2019年度	1	张家港明洋纸制品厂	246.28	12.31%
		2	常熟市顺屹达包装材料有限公司	243.38	12.17%
		3	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	109.89	5.49%
		4	苏州市亚文针纺织有限公司	104.07	5.20%
		5	丹阳市精艺印务有限公司	83.55	4.18%
		合计		787.17	39.36%
	2018年度	1	张家港明洋纸制品厂	205.13	14.01%
		2	常熟市顺屹达包装材料有限公司	199.21	13.61%

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
		3	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	88.25	6.03%
		4	利骏标识（深圳）有限公司	76.68	5.24%
		5	上海西文服饰有限公司	68.72	4.69%
		合计		637.99	43.58%

注 1：张家港保税区展典国际贸易有限公司于 2021 年 6 月更名为“苏州展典纺织科技有限公司”

报告期内，发行人向供应商采购产品，整体较为分散。从细分品类看，发行人报告期内向江苏昌新织造有限公司的采购占家纺类产品的比例约为 30%；除此之外，发行人向其他供应商采购细分品类也较为分散。

发行人向江苏昌新织造有限公司采购家纺类产品占比较高的原因及合理性如下：

①江苏昌新织造有限公司是三问体系最早的供应商

2002 年 11 月，王耀民设立三问投资从事国际贸易业务。三问投资定位为家纺、服饰产品的研发设计、销售和供应链管理，此时，三问体系里并没有自有工厂，不具有生产能力。江苏昌新织造有限公司是三问体系最早的合作工厂，在三问体系的业务中具有重要作用。2005 年，张家港中堂成立，三问体系才拥有了第一家自有工厂，此后，逐步建立了以自有工厂为基础、以合作工厂为主要组成部分的供应商库。

②发行人的经营模式决定稳定合作供应商存在的必然性

发行人定位为以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，不以生产能力赢得客户，客户关注的是其原创设计产品，并且保质、保量、按时完成产品交付。发行人将自有工厂定位为满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。以 2020 年发行人销售的产品数量计，自产和外采的比例分别为 14.57%和 85.43%，发行人以外采为主的业务模式，决定了稳定合作供应商存在的必然性。

③发行人需要稳定合作的供应商来服务于重要客户

随着业务的发展，发行人在与国外客户的合作过程中，发展了一些重要的客户，例如 Target，报告期内，其占发行人家纺服饰类收入的比例分别为 12.02%、15.34%和 17.16%。Target 等重要客户的产品质量控制部门对其供应商有严格的

要求。

因此，发行人在为重要客户选择生产工厂的时候，也会考虑将其订单交由产能、产品品质、交期有保障的少数生产工厂来执行，以便集中对生产工厂进行管控。而且江苏昌新织造有限公司作为生产工厂，能够满足发行人的重要客户的需求。因此，江苏昌新主要承担了来自 Target 的订单，相应的导致发行人向其采购的比例较高。

④江苏昌新织造有限公司的工艺、产能和设备有优势

江苏昌新织造有限公司成立于 1999 年，长期从事纺织服装的生产，管理较为精细，熟练掌握毯子、靠垫的生产工艺，拥有较多技能娴熟的工人，能够保障品质稳定的产能。江苏昌新织造有限公司拥有 16 台自动化程度较高的高速提花机，其生产效率较高，可用于梭织面料和梭织毯等的生产，还能根据客户的需求对面料进行花型定制。

综上，发行人对其采购金额占比较高具有合理性。

2、不同品类产品供应商重合情况，相关原因及合理性

发行人的上游供应商主要是家纺、服饰和面料的生产工厂。由于家纺和服饰产品在生产设备、生产工艺、原材料等方面相似度较高，因此，同一供应商可能同时提供家纺和服饰产品。同时，发行人的部分外贸订单要求家纺和服饰作为整体进行包装，发行人在筛选供应商的时候，为使产品品质统一以及便于质量管控，也倾向于选择能同时提供家纺和服饰产品的供应商。

2020 年新冠疫情期间，部分家纺服饰类供应商也积极拓展医护类货源，在保障产品质量和经营资质的前提下，发行人向其采购医护类产品。

报告期内，发行人同时向其采购多类产品的各年前 5 大供应商情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购产品	采购金额
2020 年度	1	江苏昌新织造有限公司	家纺	11,570.53
			医护	13,318.57
			服饰	30.72
	2	莘县源泰服装有限公司	服饰	2,457.57

期间	序号	供应商名称	采购产品	采购金额
			家纺	11.94
	3	江阴科奇服饰有限公司	服饰	2,359.34
			家纺	83.73
	4	江阴市凯吉针织有限公司	服饰	2,227.48
			家纺	49.54
	5	常州天使纺织有限公司	服饰	2,134.21
			家纺	101.35
2019年度	1	江苏昌新织造有限公司	家纺	11,140.79
			服饰	66.12
			面料	12.46
	2	如东县名佳工艺编织有限公司	家纺	2,192.30
			服饰	440.81
	3	常熟市利荣纺织品有限公司	面料	2,457.93
			家纺	13.11
	4	江阴市凯吉针织有限公司	服饰	2,360.82
			家纺	31.04
	5	莘县源泰服装有限公司	服饰	1,973.46
			家纺	77.02
2018年度	1	江苏昌新织造有限公司	家纺	12,697.49
			服饰	1.84
			面料	1.70
	2	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	服饰	3,337.77
			家纺	6.74
	3	如东县名佳工艺编织有限公司	家纺	2,027.18
			服饰	593.75
	4	江阴市凯吉针织有限公司	服饰	2,397.32
			家纺	4.96
	5	常州天使纺织有限公司	服饰	1,952.68
			家纺	14.21

3、供应商数量变化及稳定性情况

发行人报告期内供应商的数量及平均采购金额如下：

单位：家，万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商数量	607	587	557
采购总额	144,362.04	81,268.06	83,373.19
平均采购金额	237.83	138.45	149.68
平均采购金额（剔除医护类）	151.22	138.45	149.68

2020 年，发行人向供应商的平均采购金额为 237.83 万元，相比 2019 年和 2018 年增加较多，主要因为对医护类供应商的平均采购金额较大。剔除医护类产品采购金额和供应商后，2020 年，发行人向家纺、服饰和面料类等业务供应商的平均采购金额为 151.22 万元，报告期内较为稳定。

报告期内，发行人供应商数量变化及其采购金额及占比情况如下：

单位：家，万元

类型	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
新增供应商	数量	285	294	287
	本期采购额	56,105.68	7,763.55	5,089.77
	占采购总额比例	38.86%	9.55%	6.10%
	占采购总额比例（剔除医护类）	11.47%	9.55%	6.10%
退出供应商	数量	265	264	264
	上期采购额	5,955.79	6,446.09	4,631.95
	占采购总额比例	4.13%	7.93%	5.56%
供应商数量	数量	607	587	557

注：新增供应商指在当年有采购但之前年度无采购的供应商，退出供应商指在当年无采购但上一年度有采购的供应商出。

剔除 2020 年医护类产品采购金额和新增医护类供应商的影响，报告期内发行人的供应商每年的变动比例约为 10%左右，整体较为稳定。

报告期内，存在持续采购关系的供应商共有 190 家，发行人各期向其采购金额及占采购总额的比例如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
各期采购金额（万元）	79,144.29	69,210.79	68,705.05
采购总额(万元）	144,362.04	81,268.06	83,373.19
比例	54.82%	85.16%	82.41%
比例（剔除医护类）	78.40%	85.16%	82.41%

剔除 2020 年医护类产品采购金额和新增医护类供应商的影响，报告期内发行人的供应商每年的变动比例约为 10%左右，整体较为稳定。

综上，报告期内，发行人拥有稳定且持续的供应商渠道。

4、新增供应商情况

报告期内，发行人家纺、服饰和面料等非医护类业务前十大客户无新增供应商。发行人医护类业务前十大供应商中，除江苏昌新织造有限公司外，均为新增供应商。对于医用类产品，相关的供应商均具备销售或生产该类产品的相应资质；对于非医用类产品，供应商不需要具备相关资质。即发行人在疫情爆发后的较短时间内迅速完成了医护类合格供应商库的组建。

关于新增的医护类供应商的基本情况，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（七）医护类产品业务采购情况和主要供应商”的详细说明。

上述新增供应商中除江苏华之源科技发展有限公司之外，不存在新设立即成为公司主要供应商的情况。江苏华之源科技发展有限公司主要向发行人提供丁腈手套和聚氯乙烯（PVC）手套，2020 年 5 月成立。作为为贸易商，其向发行人提供的产品主要为其关联方江苏华源医疗科技股份有限公司（2010 年成立）和东台市华亿手套有限公司（2013 年成立）所生产。其成立原因是其管理层与上述关联公司对手套的生产和销售进行分工调整，并于 2020 年 5 月，新设立了江苏华之源科技发展有限公司，凭借较为充足的货源专注于手套等产品的贸易。经发行人业务人员主动向其联系，其新成立后便与发行人发生业务往来。

公司与新增供应商不存在关联关系，亦不存在其为公司前员工控制或担任董事、监事或高管的公司的情况。

5、对外采购和外协加工情况

公司的业务定位为产品的原创设计和供应链管理，将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理，公司与客户签订销售订单后，会在供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。报告期内，公司向合作工厂定制采购的比例较大，自有工厂生产的比例较小。公司自有工厂承接订单时，部分工序如裁剪、缝制、后整、绣花和印花等会委托外协工厂加工（工序外协）；当实际生

产效率不及预期时，为保证订单的交期，也会将部分订单的全部工序委托外协工厂加工（整单外协）。报告期内，公司对外采购和外协加工情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
主营业务成本(a)	145,711.06	85,508.90	85,237.70
外购产品成本(b)	128,290.13	65,356.43	70,669.17
对外采购占比(b/a)	88.04%	**76.43%**	**82.91%**
外协加工费(c)	2,186.78	2,171.36	1,240.67
外协加工占比(c/a)	1.50%	**2.54%**	**1.46%**

公司主要的对外采购供应商和外协加工供应商与公司无关联关系，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在公司的对外采购供应商和外协加工供应商中不拥有权益，亦不存在亲属关系。

（1）对外采购和外协加工的内容、合作模式、必要性，是否符合行业惯例

1）对外采购和外协加工的内容

公司供应链管理环节，将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理。业务员在合格供应商库里挑选打样工厂并进行价格谈判时，不会刻意区分外部合作工厂和自有工厂，而是根据统一的标准选择最适合的生产工厂，为客户提供最优的供应链方案。根据该供应商确定原则，报告期内，公司向合作工厂定制采购成品，或者向自有工厂采购成品。

公司自有工厂承接订单时，部分工序如后整、绣花和印花等会委托外协工厂加工（工序外协）；当实际生产效率不及预期时，为保证订单的交期，也会将部分订单的全部工序委托外协工厂加工（整单外协）。公司向外协加工厂支付加工费。公司不存在将污染较高、对员工健康可能存在危害的生产环节主要通过对外采购或委外加工的方式完成的情形。

2）对外采购和外协加工的合作模式

公司根据供应商确定原则，向合作工厂定制采购成品，或者向自有工厂定制采购成品。公司将经客户确认的样品提供给选定的工厂，工厂按样品完成生产后，按约定的交货时间和地点交货，公司支付成品采购价款。

公司自有工厂的定位为样板工厂，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给

的需求。其中，张家港中堂和柬埔寨公司主要生产家居服饰，常熟中堂和南通瑞兹主要生产家用纺织品，单个工厂的产能规模不大，但自有工厂能实现更好的质量管控。自有工厂对所承接订单的最终质量负责，在保证产品质量的前提下规划产能接单，可能需要进行外协加工，包括部分不具备产能的工艺环节和产能不足的情形。当客户因产品质量瑕疵对发行人进行索赔时，发行人会向有责任的供应商进行追偿，包括外部合作工厂和自有工厂。此外，亮丰新材料主要从事纺织面料与功能性面料的研发及销售，没有自有工厂，除直接定制采购面料成品外，亮丰新材料也购买纤维、纱线和坯布等原材料委托外协工厂加工生产成面料成品。

3）对外采购和外协加工的必要性，是否符合行业惯例

公司所处的纺织服装行业在国内具备完整的产业链，公司所在的长三角地区纺织服装企业较多，已形成产业集群，可以提供成品定制和工序外协的供应商充足。公司根据自身的优势，将工作重心放在研发设计、供应链管理、质量控制和客户服务等附加值较高的环节，公司保有小部分自主产能作为样板工厂，以满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。

公司是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，与公司存在直接竞争关系的公司既包括经营相同或相近产品进出口业务的贸易型公司，也包括经营相同或相近产品的以外销为主的制造型的公司。贸易型公司在初始开展业务时，一般都是以对外采购为主；而制造型公司在最初开展业务时，一般立足于自产，但由于我国服装制造产业链已经相对完善，生产制造型公司也越来越多的使用外协生产模式，经营家用纺织品、纺织服装的贸易型公司和制造型公司已越来越趋同。公司的生产模式符合行业惯例。

（2）对外采购和外协加工的定价依据及其公允性

发行人对外采购和外协加工的定价依据为：公司综合考虑原材料价格、加工工艺难易程度、产品质量要求和产品交期要求等，同时考虑供应商的合理利润，通过向供应商询价或对方报价，公司对比市场价格后以双方议价的形式来确定最终合理的采购价格。

报告期内，公司与提供成品的合作工厂和外协加工厂等供应商之间不存在关联关系，交易定价公允。上述供应商不存在为公司承担成本、费用或输送利益的

情形。

（3）向主要外协厂商采购情况

报告期内，发行人向主要外协工厂采购的情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
2020年度	1	常熟市泽众针织整理有限公司	288.30	13.18%
	2	张家港宸轩纺织有限公司	208.75	9.55%
	3	浙江嘉名染整有限公司	179.83	8.22%
	4	江阴鸿裕纺织品有限公司	164.82	7.54%
	5	常熟市碧溪新区柔然家纺厂	142.56	6.52%
2019年度	1	常熟市泽众针织整理有限公司	535.03	24.64%
	2	张家港宸轩纺织有限公司	343.70	15.83%
	3	常熟市碧溪新区仪桥服装厂	222.58	10.25%
	4	常州东方诺亚印染有限公司	189.79	8.74%
	5	张家港市依诺针织服饰有限公司	159.46	7.34%
2018年度	1	张家港市凤凰镇玉硕针纺织品厂	192.19	15.49%
	2	常熟市碧溪新区吴市三丰家纺厂	162.95	13.13%
	3	张家港市依诺针织服饰有限公司	103.53	8.34%
	4	泰州市宾西尼服饰有限公司	101.87	8.21%
	5	相城区黄埭镇东桥徐服记服饰厂	90.26	7.28%

报告期内，发行人外协工厂主要集中在江苏省与浙江省，与发行人的自有工厂距离较近，利于发行人进行质量控制。上述外协工厂的注册资本、成立时间、股东构成及董监高人员情况如下：

序号	名称	注册资本	成立时间	持股超过5%的股东	董监高
1	常熟市泽众针织整理有限公司	900万元人民币	2008/11/28	常熟鸽球印染有限公司（100%）	沈峰（执行董事）、赵国庆（监事）
2	张家港宸轩纺织有限公司	100万元人民币	2019/02/22	李俊勇（100%）	李俊勇（总经理、执行董事）、李谨（监事）
3	浙江嘉名染整有限公司	7656.57万元人民币	2002/11/08	浙江嘉名控股有限公司、莫炳荣（72%）、钟坤祥（10%）、莫荣明（10%）、姚金良（8%）	莫炳荣（经理、执行董事）、姚金良（监事）
4	江阴鸿裕纺织品有限公司	500万元人民币	2019/01/07	陈建芬（100%）	陶城（总经理）、陈建芬（执行董事）、陶建玉（监事）
5	常熟市碧溪新区柔然家纺厂	30万元人民币	2017/02/15	刘文立（100%）	刘文立（个体工商户）

序号	名称	注册资本	成立时间	持股超过 5%的股东	董监高
6	常熟市碧溪新区仪桥服装厂	10 万元人民币	2011/05/03	李亚伟（100%）	李亚伟（个体工商户）
7	常州东方诺亚印染有限公司	8800 万元人民币	2005/12/14	佘建东（80%）、佘文吾（20%）	丁丽芬（执行董事兼总经理）、佘文吾（监事）
8	张家港市依诺针织服饰有限公司	50 万元人民币	2016/04/21	王守涛（50%）、赵年春（50%）	王守涛（总经理、执行董事）、赵年春（监事）
9	张家港市凤凰镇玉硕针纺织品厂	30 万元人民币	2016/06/06	杨玉勤（100%）	杨玉勤（个体工商户）
10	常熟市碧溪新区吴市三丰家纺厂	10 万元人民币	2016/09/18	张晓峰（100%）	张晓峰（个体工商户）
11	泰州市宾西尼服饰有限公司	500 万元人民币	2015/12/24	周勇（80%）、周彬（20%）	周勇（总经理、执行董事）、周彬（监事）
12	相城区黄埭镇东桥徐服记服饰厂	10 万元人民币	2014/04/01	徐洪波（100%）	徐洪波（个体工商户）

公司与上述外协工厂不存在关联关系。其中张家港宸轩纺织有限公司（以下简称“张家港宸轩”）为发行人子公司张家港中堂的生产部组长李俊勇所控制的公司。

保荐机构与申报会计师获取了张家港宸轩的工商内档资料，其具体情况如下：

成立时间	2019/02/22	注册资本	100 万元人民币
实际控制人	李俊勇	首次合作时间	2019 年
其实控人、主要管理人员是否系发行人现任或前任员工	是，李俊勇为张家港中堂的在职员工		
经营地址	张家港市杨舍镇闸上村		
持股 5%以上的股东	李俊勇 100%		
董监高	李俊勇（总经理、执行董事）、李谨（监事）		
首次合作接触方式	李俊勇为张家港中堂在职员工，打听到业务机会并争取		
外协采购占比	2020 年 9.55%；2019 年 15.83%		
供应商排名	2020 年外协工厂第 2 名；2019 年外协工厂第 2 名		
经营范围	纺织品、针织品制造、加工、销售等		

保荐机构与申报会计师对张家港宸轩进行了现场走访，查看了其生产场地及相关设备。同时，对发行人与其发生的外协采购进行了抽凭，核查了交易的凭证资料及账务处理，确认其交易的真实性。

张家港中堂的外协业务由生产部生产总监根据本厂产能和生产计划提出需求，技术部对外协的价格和工学的难易程度等因素进行内部评估，最后由外发部

负责在供应商库中进行筛选，对比产品特性、质量、交期、价格和合作关系等因素，选择合适的外协工厂。外协过程遵循公司统一的质量控制标准，主要由张家港中堂的外发部和品管部进行全程质量跟踪管控及产品验收。张家港宸轩的控制人李俊勇为张家港中堂的生产部的若干组长之一，是张家港中堂的一般管理人员，根据上述外协决策流程，其职务对其获知外协需求信息有所帮助，但对其获取外协业务并无决定作用，张家港宸轩获取相关外协订单均履行了相关程序。

针对合作期间交易价格的公允性，保荐机构与申报会计师对比了张家港中堂委托张家港宸轩外协生产的单价与委托其他外协工厂生产相同工序的单价。具体的对比情况如下：

单位：万件，元/件

工厂名称	2020 年度		2019 年度	
	数量	单价	数量	单价
张家港宸轩纺织有限公司	20.55	9.60	29.34	10.09
张家港市凤凰镇玉硕针纺织品厂	-	-	8.99	12.23
张家港市依诺针织服饰有限公司	-	-	13.70	11.64
相城区黄埭镇东桥徐服记服饰厂	3.09	11.59	-	-
张家港君展纺织有限公司	-	-	5.07	12.38
张家港市银港针织服饰有限公司	2.76	11.60	2.29	12.90
张家港市塘桥镇妙桥梓欣服装厂	1.80	10.84	2.07	11.82

发行人与张家港宸轩的外协采购价格与其他外协工厂的单价较为接近，价格略低于其他外协工厂，主要是委托其加工的数量较其他外协工厂大，相应的单价有适当优惠。经过对比，交易价格在公允范围内。

根据张家港宸轩提供的财务报表，其主要财务数据如下：

单位：万元

期间	2020 年度	2019 年度
收入(a)	448.53	404.52
毛利率	10.32%	12.70%
发行人对其外协费用(b)	208.75	343.70
来自发行人的外协业务占其收入比例(c=b/a)	46.54%	84.96%

报告期内，张家港宸轩的外协业务保留了合理的毛利率水平，发行人的外协业务占其收入比例逐步降低。同时，经核查张家港宸轩的序时账等财务资料及其

银行流水，发行人与其除外协业务外，不存在其他非经营性往来。

（4）外协相关的存货金额，外协成本占相关存货成本的比例情况

报告期内，发行人外协成本所对应的存货成本及外协成本占上述存货成本的比例情况如下：

单位：万元

期间	外协成本	对应存货成本	占比
2020 年度	2,186.78	10,276.93	21.28%
2019 年度	2,171.36	10,074.51	21.55%
2018 年度	1,240.67	5,288.96	23.46%

报告期内，发行人外协成本占对应的存货成本的比例分别为 23.46%、21.55%和 21.28%，比例较为稳定。发行人不生产面料产品，面料外协涉及到纺纱、织造和染整等多个工序，外协成本占比相对较高。报告期内，面料外协的上述占比分别为 38.02%、36.39%和 32.15%，家纺和服饰的外协成本占比分别为 22.48%、17.04%和 16.03%。

（5）外协工厂经国外客户的认证或许可情况

发行人向国外客户交付的产品，如存在质量瑕疵，国外客户会依据合同向发行人进行索赔，发行人供应链管理部在确认产品瑕疵责任后，会向对应的供应商进行追偿。报告期内，发行人与国外客户之间的索赔情况，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、产品质量控制情况”之“（三）关于 Primark 靠垫质量问题”和“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债构成及变化分析”之“1、预计负债”的详细说明。

报告期内，发行人不存在国外客户就产品是否经过外协提出异议或存在纠纷的情况。

五、产品质量控制情况

（一）产品质量控制标准

公司严格执行《国家纺织产品基本安全技术规范》等强制性国家标准、《中华人民共和国产品质量法》等法律法规和行业的相关质量标准。公司主要经营外

贸业务，需要遵守我国针对出口业务的相关法律法规，并遵守客户所在国的相关政策以及客户的具体要求。

基于环保和可持续发展趋势，三问家居的子公司张家港中堂、常熟中堂、南通瑞兹和亮丰新材料的部分产品获得了世界上最具权威性和影响力的 Oeko-Tex Standard 100 标准认证（纺织品生态标签）。同时，三问家居及亮丰新材料的部分产品还获得了 GRS 4.0 认证（全球回收标准），成为支持环保和可持续发展的纺织服饰供应商。公司取得了上述符合国内外关于产品环保标准要求的认证后，未来随着国内外纺织行业环保标准要求的提高，公司的产品将会在同行业中更具有竞争力。

医护类产品的质量控制与家纺、服饰和面料类业务一致，发行人供应链管理部制定和执行统一的质量控制标准。

（二）质量控制措施

1、总体措施

公司的供应链管理部负责落实质量管理标准。在实施过程中，公司的供应链管理部会根据实际情况定期对管理标准进行改进，以适应公司最新的实际情况。供应链管理部根据国际抽样标准（AQL）制定了《品检作业流程》，自有工厂也制定了《产品检验标准》，对 QA 人员执行的初检、中检、尾检过程中抽箱及检查、开箱检查、查验成品、查验辅料和出具检查报告等程序进行了严格规范。

公司质量控制的目的在于确保最终产品能满足客户的质量要求。因此，公司对合作工厂、自有工厂和外协加工厂采取统一的质量控制、检验流程和 AQL 检验标准。公司在实施质量控制的过程中，会向合作工厂、自有工厂和外协加工厂派遣 QA 人员进行现场质检。

合作工厂和自有工厂生产的成品在交付前均需要通过客户指定的检验机构（包括客户授权三问家居检验）出具检验报告。检验合格的成品才能够进入交付流程，从而确保产品达到客户要求。同时，在长期合作过程中发行人得到了 Target, Nordstrom, Lands’ End、Carrefour、J.C. Penney 和 Dunelm 等大客户的信任和授权，由三问家居为对方提供产品验货。

2、具体措施及流程

公司对产品质量控制的具体措施及流程涉及到合作工厂的质量控制、自有工厂及其外协环节的质量控制，具体如下：

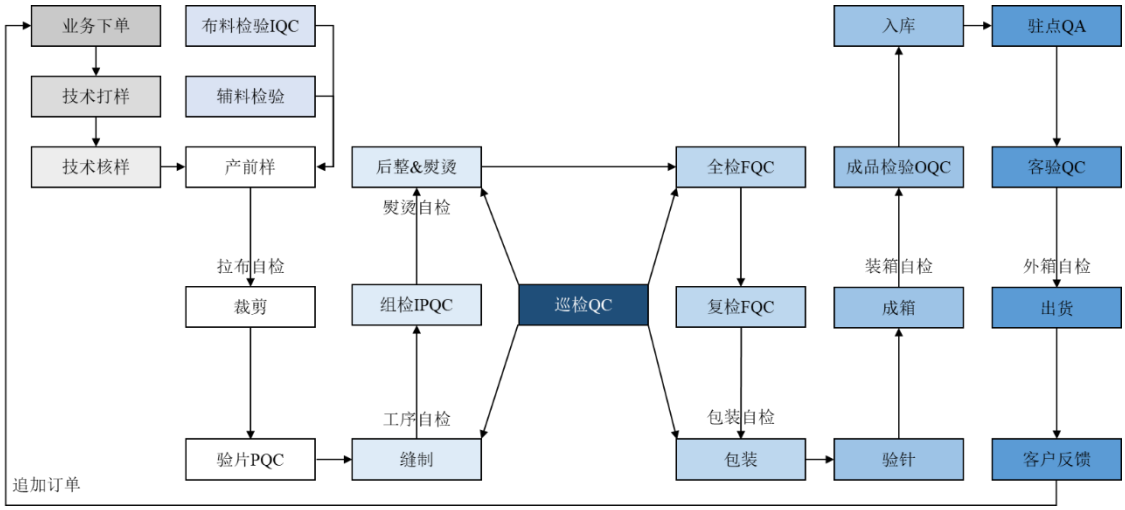
（1）合作工厂的质量控制

公司建立有一套完整的供应商准入、质量评价和淘汰制度。公司根据该制度持续接洽、甄选、培育潜在供应商，将其纳入合格供应商库，并根据客户的要求选择适合的供应商进行验厂辅导、整改提升，并帮助供应商通过客户的验厂程序；在与供应商合作的过程中，公司依据质量评价的具体要求对供应商进行动态评估，持续优化合格供应商库。

（2）自有工厂的质量控制

公司自有工厂针对生产经营建立了严格的质量控制体系。会向自有工厂派驻质量控制人员现场质检，质检工作严格按照《产品检验标准》等要求对照执行。合格品才能进入仓库，不合格产品按照《不合格品控制程序》进行处理。

自有工厂的质检工作分布于生产过程的各个环节，包括验布、裁剪、缝制、整烫、验针、包装等。质检严格按照《产品检验标准》等执行，具体流程如下：



（3）外协环节中的质量控制

公司的自有工厂在严格执行质量控制的同时，针对外协环节也制定了严格的质量控制程序。外协过程中，产品检验同样遵守公司根据国际抽样标准（AQL）标准制定的《产品检验标准》。

公司建立了较为完善的外协供应商准入制度，在引入新的外协供应商之前，公司通过实地考察相结合的方式，对外协厂商的企业资质、生产规模、设备装备水平、员工操作水平等情况进行审查，再经过试单加工选择合格的加工厂进入外协供应商体系。公司在分配订单时，综合对方的报价、产能、交期和质量等情况选择最终的外协供应商。

公司按月度、季度及年度定期对外协供应商进行全方位考核，根据考评结果得分高低依次评级，该评级将直接影响外协供应商后续的订单量。针对评级较低的外协供应商，公司将采取要求整改纠正、减少订单份额等措施予以惩戒，并在后续外协生产过程中加强现场监管力度；针对评级不合格的外协供应商，公司将直接取消其合格供应商资格。

公司报告期内的外协供应商大部分为纺织服装生产商，外协加工工序不涉及重污染环节，生产过程中涉及的污染较少。

3、出现质量问题时的措施

公司的供应链管理部负责对质量问题事件的调查和处理。针对客户提出的质量问题的情况，公司需要进行全面的分析，在尽可能地达到符合客户要求的成品率的基础上，一旦出现因质量问题而无法完成订单的情况，公司会在与客户共同协商的基础上提出赔偿等解决措施，并根据现有制度对供应商进行索赔和责任追究。通过对产品质量及服务质量的严格规定，并建立产品入库检测流程、缺陷产品召回制度及客户投诉机制等方式，公司能够有效控制产品质量问题，并妥善解决因产品质量而发生的客户退换货要求。

报告期内，发行人家纺、服饰及面料产品主要销往美国、英国、南非和加拿大等地区。

根据 Clyde&Co（其礼）律师事务所在美国纽约、英国伦敦、南非约翰内斯堡、加拿大多伦多等地的分所出具的《法律意见书》，发行人因产品质量问题可能需承担的赔偿责任情况如下：

国家	因质量问题可能需承担的赔偿责任情况
美国	假设发行人在美国（以纽约州为例）销售存在质量问题的产品，则相关受害方可以向纽约法院提起民事诉讼，从而就过往和未来经济和非经济损失追偿补偿性损害赔偿。未来损害赔偿包括在事实审判者认定责任后或在判决或裁决后所产生的经济和非经济损失。尽管在很大程度上，所裁决的损害赔偿金额由陪审团裁量，

国家	因质量问题可能需承担的赔偿责任情况
	但补偿性损害赔偿（不论为何种损害赔偿）仍不得具有投机性或推测性。 如果可以证明存在恶意或放任过失或轻率行为，受害方还可能获得惩罚性损害赔偿。陪审团通常会按所裁定补偿性损害赔偿的倍数（即，两倍或三倍）裁定惩罚性损害赔偿。另外，值得注意的是，纽约并没有通过法规对原告在人身伤害或过失致死诉讼中可追偿的惩罚性损害赔偿金额设限。但如果某被上诉裁决所裁定的惩罚性损害赔偿超过陪审团所裁定赔偿性损害赔偿的十倍，纽约法院通常会拒绝执行该裁决。
英国	假设发行人在英国（以英格兰和威尔士为例）销售存在质量问题的产品，依据英国法律，将就违约、违反 1987 年《消费者保护法》、过失（侵权）、欺骗性及过失性虚假陈述承担民事责任。其中，关于合同（违约）责任，依据英国法律，可针对财产损害、因财产损害造成的损失以及经济损失（例如，预期利润损失）判处损害赔偿。可能会判处违约金，但极少有判处示范性、加重性或惩罚性损害赔偿的情况。关于侵权责任，侵权注意义务仅适用于针对人身伤害和财产损害提出的索赔，同样极少有判处示范性、加重性或惩罚性损害赔偿的情况。此外，侵权法还规定了一项一般性义务，即不得就产品出售作出虚假陈述，不仅产品卖方可能需承担虚假陈述责任，产品进口商或制造商亦可能需承担虚假陈述责任。针对虚假陈述，一般实施的救济措施为损害赔偿或解除合同。如果原告在欺诈性行为指控中胜诉，被告可能需承担惩罚性或示范性损害赔偿。 另根据 1987 年《消费者保护法》，产品制造商、进口商和零售商应对瑕疵产品所导致的伤害或损害承担严格责任，原告只需证明产品存在瑕疵且该瑕疵使其遭受伤害或损害，而无需证明被告存在过错。依据《消费者保护法》判处的损害赔偿金额应能够使得受害方恢复至倘若产品不存在瑕疵受害方本应呈现的状态。同样，很少会判处加重性、示范性和惩罚性损害赔偿。
南非	假设发行人在南非销售存在质量问题的产品，其对缺陷产品造成的损害所承担的潜在民事责任取决于索赔人（在提出损害赔偿时）所依据的诉讼因由，更为具体地说，索赔人依据的是合同方面的还是侵权行为相关法律方面的诉讼因由，和/或索赔人是否依赖《消费者保护法》（2008 年第 68 号）第 61 条的规定。关于合同责任，根据相关协议的特定条款，缺陷产品的购买者可能会针对合同违约引起的任何经济损失（包括间接损失）提出损害赔偿，合同损害赔偿的目的是尽可能地使索赔人处于正常履行协议的情况下索赔人应当具有的状态；关于侵权责任，给予侵权行为引起的损害赔偿的目的是补偿在被告做出侵权行为的情况下索赔人的实际状态同被告未做出侵权行为的情况下索赔人的假设状态之间的差异。此外，南非的法院认为，仅在有限的情况下（例如，在存在过失性虚假陈述或干扰合同关系的情况下）才可以针对“纯经济损失”提出侵权行为索赔。 关于根据《消费者保护法》（2008 年第 68 号）第 61 条提出的潜在损害赔偿，如果任何伤害的全部或部分原因在于供应不安全产品、货物中的产品故障、缺陷或危害或就货物的使用可能引起的或与之有关的任何危害向消费者提供的说明或警告不充分，则相关产品供应链中的所有实体都有可能会面临索赔并承担潜在责任。在这种情况下，可索赔的损害赔偿包括对以下各项的损害赔偿：(i)人身伤害；(ii)死亡或(iii)疾病；以及(iv)任何财产损失或损害；和(v)上述伤害、死亡、疾病或财产损害导致的任何经济损失（包括后果性或间接性损失）。
加拿大	假设发行人在加拿大（不包括魁北克省）销售存在质量问题的产品，受害者在加拿大可提起基于合同法或侵权法的民事诉讼。基于合同法，原告可针对产品目的不适当性和产品对其他财产造成的伤害提出索赔诉讼。基于侵权法，如果产品造成人身或财产伤害，原告可在民事诉讼中索求金钱或非金钱方式的赔偿。 个人伤害的非金钱损失的赔偿金额上限为 C$100,000 加币。考虑通货膨胀指数，该限额目前为 C$394,000 加币。金钱方式赔偿的金额基于原告提供的损失证据而裁定。无论是通过合同还是侵权的诉讼，原告都可以索求惩罚性赔偿。但与美国相比，惩罚性赔偿在加拿大被判定的机会和赔偿金额都相对较小，现有案例也仅

国家	因质量问题可能需承担的赔偿责任情况
	限于个别情况。

报告期内，发行人在主要产品销售地国家不存在被提起产品质量纠纷的情况；除 Primark 索赔事件外，亦不存在其他因产品质量大额索赔的情况；根据公开资料检索，未发现同行业公司在美国、英国、南非和加拿大等地区被提起产品质量纠纷及大额索赔的情形。

根据发行人产品主要销售地国家法律，假设发行人销售存在质量问题的产品，发行人可能需承担的赔偿责任主要包括违约责任、侵权责任以及其他法定的赔偿责任。发行人需就违约或侵权行为所导致的相关人身或财产损害进行赔偿，以使其恢复到相当于合同正常履行或权利未被侵犯时的状态。前述损害赔偿以补偿性为原则，在司法实务中，被判定承担惩罚性赔偿的可能性较小，且相关惩罚性赔偿具有可预估的赔偿金额上限。关于产品质量风险，公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营和管理风险”之“（五）产品质量风险”中做了相应提示。

4、产品保险及保障范围

报告期内，发行人已为销售的产品购买了相应产品/完工责任保险，具体情况如下：

项目	具体内容		
保险类型	产品/完工责任保险		
保险单号码	93504130		
保险人	安达保险有限公司		
投保人	三问家居		
保险期间	2020 年 07 月 31 日至 2021 年 07 月 31 日	2019 年 7 月 31 日至 2020 年 7 月 31 日	2018 年 7 月 31 日至 2019 年 7 月 31 日
记名被保险人	三问家居、心生实业、香港公司、美国公司、荷兰公司	三问家居、心生实业、香港公司、美国公司	三问家居
保费	10.60 万美元	17.60 万美元	13.00 万美元
附加被保险人	经销公司产品的个人或机构		
承保范围	公司相关产品导致的人身伤害、财产损失及产品召回费用		
承保区域	全世界		
责任限额	500.00 万美元		

项目	具体内容
（赔付金额上限）	

（三）关于 Primark 靠垫质量问题

1、向 Primark 销售产品不符合质量要求的具体情况

2017 年度，公司向 Primark 销售一批靠垫产品，该批靠垫出货前，公司聘请了合格检测机构 TUV SUD 进行抽检，抽检结果合格。Primark 在英国地区门店上架向消费者销售后，收到消费者关于靠垫产品阻燃性能不达标的投诉。2018 年 1 月末，经 Primark 聘请第三方检测机构重新检测后，认定公司所销售的靠垫产品未达阻燃性能标准。2018 年 3 月，Primark 发出公告向消费者召回相关靠垫产品并给予消费者全额退款，同时对公司进行相关不符合质量要求靠垫的索赔。公司根据 Primark 的要求赔偿其货款及运费、保险费等其他损失，并根据合同约定向相应的合作工厂进行了追偿。

上述情况属于买卖合同项下的一般性索赔事件，公司已根据 Primark 的要求履行了赔偿义务，双方对此不存在争议或纠纷，亦未导致发生相关诉讼、仲裁案件。报告期内，公司不存在其他类似 Primark 的大规模质量索赔事件，亦不存在因产品质量问题而引发的诉讼、仲裁等纠纷案件。

截至本招股说明书签署日，发行人未受到相关国家或组织的调查、处罚、限制等情形。

2、索赔金额及向合作工厂责任追偿的具体情况

2018 年 6 月，Primark 完成对公司销售的相关靠垫产品索赔金额的确认，货值及其他损失共计 151.62 万美元，折合人民币 1,025.57 万元，Primark 从对公司的应付账款中扣除。

根据公司制定的《索赔管理操作规范》，在明确 Primark 相关产品的质量责任后，公司及时向相应的合作工厂进行了追偿。针对该批有质量问题的靠垫，合计追偿金额为 1,073.97 万元。具体工厂名称、追偿时间、追偿金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	追偿时间	追偿金额	后续合作情况（金额）	
				2020 年度	2019 年度

序号	供应商名称	追偿时间	追偿金额	后续合作情况（金额）	
				2020 年度	2019 年度
1	常熟市康弘纺织品有限公司	2018 年	528.13	1,356.17	918.07
2	江苏昌新织造有限公司	2018 年	293.21	24,919.82	11,219.37
3	杭州耐盛纺织有限公司	2018 年	252.63	710.34	1,095.91
合计			**1,073.97**	-	-

索赔事件发生后，公司高度重视来自 Primark 的产品质量反馈，供应链管理部积极组织人员对出现质量问题的原因进行现场深入调查，并对控制制度及程序进行修改，形成了《上海三问阻燃产品的控制流程》、《阻燃产品生产控制程序》。公司组织合作工厂进行沟通，督促合作工厂严格按照新的控制程序进行执行。调查完成后，公司将问题情况及具体整改计划向 Primark 进行了报送。

考虑到该质量事件的发生具有一定的偶然性，且上述工厂在后续合作中产品质量符合标准，并积极配合公司对质量事件进行赔偿，公司选择继续与其合作。

3、质量事件后对自有工厂和合作工厂的原材料质量把控的具体措施及效果

公司将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理。因此，在供应链管理部的统一标准和统一管控下，发行人对自有工厂和合作工厂的原材料的质量把控措施具有通用性。相关的措施及效果如下：

（1）制定或修订了内部控制制度及流程

索赔事件发生以后，发行人总结经验教训，积极加强产品质量的内部控制制度及流程建设。2018 年及以后，发行人供应链管理部及各个自有工厂出台或修订的主要质量控制制度及流程情况如下：

文件名称	主要制度及流程名称
供应链管理部	《上海三问阻燃产品的控制流程》
	《阻燃产品生产控制程序》
	《纺织产品安全技术规范》
	《货物技术标准规范保管制度》
	《缺陷产品召回制度》
张家港中堂	《供应商月评估表》
	《来料疵点 OQL 分析表》
常熟中堂	《不合格品控制程序》

文件名称	主要制度及流程名称
	《产品测试控制程序》
	《采购控制程序》
南通瑞兹	《不合格品控制程序》
	《布料检验作业指导书》
	《成品不良处理管理规定》
	《过程不良处理管理规定》
柬埔寨公司	《供应商管理程序》
	《仓库物料进出管理规定程序》
	《生产管理控制程序》
	《采购管理程序》
	《产品符合美国安全性规定程序》

（2）在加强常规的首检、中检及尾检的同时，着力对工厂的生产过程进行更加严格的管控

以阻燃棉原材料为例，公司供应链管理部每周会指派 QA 人员对相关工厂采购的阻燃棉的保管和使用情况进行检查。严格要求工厂将仓库和生产车间的阻燃棉和非阻燃棉分区域单独存放，并做明确醒目的标识。同时，对于靠垫芯的充填过程进行严格要求，比如要求阻燃棉需要使用单独的机器进行填充等。

同时，发行人加强了对工厂的首检、中检及尾检力度。将质量控制贯穿于生产过程控制与生产节点检验的全流程。此外，发行人加强对 QA 人员的技能培训。自 2018 年以来，共有 11 人次因技能提升，被不同客户授权为专项验货员，其中 2018 年 3 人次，2019 年 5 人次，2020 年 3 人次。

（3）严控供应商筛选标准

发行人加强了对供应商的评估把控，提高进入发行人供应商体系的标准，每年进行动态评估，优势劣汰，确保合格供应商库的水平。发生质量问题时，发行人供应链管理部会立即到相关工厂进行现场调查事件具体原因，提出整改措施，强制要求供应商整改。如相关工厂不按要求整改或经整改后仍不能达到发行人的质量控制标准，则会对相关工厂进行淘汰。

（4）加强与供应商之间的交流与经验分享，合作共赢

公司与主要供应商保持着密切联系。除根据具体的订单开展质量控制交流外，公司还会不定期召开供应商会议，进行业务经验交流。主要内容包括：①公司对供应链管理工作进行复盘；②各方会分享在生产制造、验厂验货、品检包装和物流出运等方面的具体管理经验；③各方还会分享最新的自动化、智能化设备信息；④公司对供应链管理的发展趋势、生产制造的前沿科技进行展望。

自 Primark 索赔事件后，发行人通过以上质量控制的改进措施和严格执行，未再发生客户因产品质量问题而向发行人大额索赔的事件。

六、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备等。截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产原值为 17,363.81 万元，成新率为 83.99%，公司固定资产的维护和运行状况良好。

1、房屋及建筑物

（1）自有房屋及建筑物

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房产如下：

权利人	证书号	坐落	面积（㎡）	证载/规划用途	实际用途	登记日期	他项权利
三问家居	沪（2020）闵字不动产权第 017747 号	恒南路 688 弄 12 号、17 号地下 1 层、1_3 层 01、02 室	3,889.80	商业	办公	2020.05.22	已设定抵押
	沪（2020）闵字不动产权第 008863 号	恒南路 688 弄 11 号	1,464.43	商业	办公	2020.03.30	-
张家港中堂	张房权证乐字第 0000149670 号	常阴沙镇农场 6 工区	14,354.84	非居住	生产、办公	2008.10.23	已设定抵押
	张房权证乐字第 0000209418 号	现代农业示范园区常南社区 3 幢	9,755.73	工业	生产、办公	2011.04.02	已设定抵押

（2）租赁的房屋及建筑物

权利人	证书号	坐落	面积（㎡）	证载/规划用途	实际用途	登记日期	他项权利
三问家居	沪（2020）闵字不动产权第017747号	恒南路688弄12号、17号地下1层、1_3层01、02室	3,889.80	商业	办公	2020.05.22	已设定抵押
	沪（2020）闵字不动产权第008863号	恒南路688弄11号	1,464.43	商业	办公	2020.03.30	-
张家港中堂	张房权证乐字第0000149670号	常阴沙镇农场6工区	14,354.84	非居住	生产、办公	2008.10.23	已设定抵押
	张房权证乐字第0000209418号	现代农业示范园区常南社区3幢	9,755.73	工业	生产、办公	2011.04.02	已设定抵押

截至本招股说明书签署日，公司租赁房屋及建筑物具体情况如下：

1）境内租赁房屋

序号	出租人	产权证书号	承租人	坐落位置	租金	租赁面积（m^2）	租赁期限	证载/规划用途	实际用途	租赁备案
1	曹红梅	沪房地闵字（2016）第021562号	三问家居	上海市闵行区江文路201弄39号1601室	5,200.00元/月	131.03	2021.02.05至2022.02.04	居住	员工宿舍	备案号：20210317110528137
2	刘海斌	已取得产权证书[注]	三问家居	上海市闵行区江玮路450弄27号302室	3,700.00元/月	75.29	2020.05.01至2021.04.30	居住	员工宿舍	未备案
3	常熟市荣欣针织有限公司	苏（2019）常熟市不动产权第8107455号	常熟中堂	常熟市碧溪镇迎宾路15号	198.00万元/年	9,274.83	2020.02.01至2023.01.31	工业	生产、办公	未备案
4	苏州市燕音毛衫有限公司	苏（2018）常熟市不动产权第0041610号	常熟中堂	常熟市碧溪迎宾路8号区	209,666.00元/年	1,480.00	2021.04.15至2021.12.31	工业	仓储	未备案
5	如东升远金属构件有限公司	东房权证掘港字第0420196-17号	南通瑞兹	南通市如东县掘港镇友谊西路123号C-4栋	307,460.97元/年	2,178.72	2021.01.01至2021.12.31	工业	生产、办公	备案号：东房租字（2021）第Z21073号
6	如东升远金属构件有限公司	东房权证掘港字第0420196-9号	南通瑞兹	南通市如东县掘港镇友谊西路123号B-2栋	348,763.97元/年	2,471.40	2021.01.01至2021.12.31	工业	生产、办公	备案号：东房租字（2021）第Z21072号
7	如东升远金属构件有限公司	东房权证掘港字第0420196-10号	南通瑞兹	南通市如东县掘港镇友谊西路123号B-3栋	279,011.17元/年	1,977.12	2021.01.01至2021.12.31	工业	生产、办公	备案号：东房租字（2021）第Z21071号

序号	出租人	产权证书号	承租人	坐落位置	租金	租赁面积（m^2）	租赁期限	证载/规划用途	实际用途	租赁备案
8	上海奇士金属件装饰有限公司	沪房地闵字（2008）第053094号	心生实业	上海市闵行区立跃路1768弄88号3幢3楼C	16,638.00元/月	547.00	2021.02.15至2024.02.14	工业	仓储	未备案
9	常熟市丙纶有限责任公司	苏（2017）常熟市不动产权第0009413号	亮丰新材料	常熟经济技术开发区高新技术产业园泰州路8号2号楼底层	87,360.00元/年	336.00	2021.02.01至2022.01.31	工业	仓储	未备案
10	严金田、徐良苏	衢房权证衢县字第03/003407号	浙江三问	衢州市柯城区航埠镇毛村320国道北侧	70,000.00元/年	288.00	2021.03.18至2023.03.17	商住	办公	备案号：（柯）房租证第2021003号
11	靖江市美丽乡村建设有限公司	苏（2021）靖江不动产权第0011887号	靖江乐活	泰州市靖江市生祠镇生祠大道东侧9号	864,000.00元/年	10,800.00	2021.03.01至2026.03.01	工业[注]	生产、办公	未备案

注：对于上表中第2项租赁房屋，出租人刘海斌已向发行人提供房屋产权人出具的授权委托书，同意刘海斌全权办理房屋租赁事宜。根据刘海斌向公司提供的资料，该租赁房屋已取得产权证书，但由于其提供的产权证书不完整，因此无法获取产权证书编号信息。同时，由于该房屋产权人长期在外地居住，因此完整的产权证书暂时无法取得。该项租赁将于2021年4月底到期，发行人未续租。

2）境外租赁房屋

序号	出租人	承租人	坐落位置	租金	租赁面积（m^2）	租赁期限	证载/规划用途	实际用途
1	Adams & Company Real Estate LLC	美国公司	Room 528 On The Fifth (5th) Floor, 4-16 West 33 Rd Street Manhattan, City of New York.	27,055.67美元/月	655.71	2020.09.01至2025.12.31	根据美国公司与出租人签订的《租赁协议》，承租人应将该租赁房屋用作日常行政办公室以及家居、床上用品的展示厅，且需符合该建筑物使用证书许可使用的范围。除此之外，不得用于其他用途。	办公、展厅
2	Ear Chease	柬埔寨公司	金边市Meanchey区，Steung Meanchey分区	13,500.00美元/月	7,132.00	2020.12.15至2023.12.15	根据柬埔寨公司与出租人签订的《厂房租赁协议》，承租人应该在法律允许的范围内使用房屋，工厂、仓库或从事其他业务活动。	生产、办公

序号	出租人	承租人	坐落位置	租金	租赁面积（m^2）	租赁期限	证载/规划用途	实际用途
3	Flexibel Huren B.V.	荷兰公司	1st floor at Moermanskkade 407 in (1013 BC) Amsterdam	97,133.30 欧元/年	399.71	2020.02.01 至 2025.01.31	根据荷兰公司与出租人签订的《转租协议》，该租赁场地只能用于创意产业运营的商业场地、会议场地、放映室、储藏场地。	展厅、办公、仓储

发行人及其子公司自有及租赁的生产经营用房的实际用途与证载用途、规划用途相符，发行人境外子公司的生产经营用房未超出约定的租赁场地使用限制；发行人及其子公司报告期内不存在因生产经营用房及相关土地使用权违规使用而受到行政处罚的情况，亦不存在其他因违反土地管理、规划建设等方面法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司租赁房屋的出租方均为相关房屋的产权人或其合法授权的主体，具有相应的处分权。发行人及其子公司租赁的房屋为合法建筑，租赁合同系双方真实意思表示，合法有效。

截至本招股说明书签署日，发行人尚未办理部分租赁房屋的租赁登记备案手续，主要系由于部分出租方主观上不愿意协助办理，抑或长期在外地居住，客观上无法配合办理。发行人正在积极与未办理相关手续的出租方协调办理租赁房屋的登记备案事宜。未来，发行人如需租赁其他新的房屋，在同等条件下，将优先与愿意配合办理租赁备案手续的出租方签订合同。

根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条的规定：“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。”据此，发行人未办理租赁登记备案手续不会导致相关租赁合同无效，不会影响发行人依据租赁协议使用相关租赁房屋。

根据《商品房屋租赁管理办法》（住房和城乡建设部令〔第 6 号〕）第二十三条的规定，租赁协议双方未办理租赁登记备案的，直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门有权责令限期改正，单位逾期不改正，处以 1,000 元以上 10,000 元以下的罚款。据此，发行人未办理租赁登记备案手续，存在被相关主管部门处罚的风险。

针对上述情况，发行人控股股东三问投资、实际控制人王耀民、程晖出具承诺：“如果三问家居及其下属子公司因房屋租赁未备案等租赁场地及房产的瑕疵情况，无法继续租赁房产，且未能及时变更所涉及的经营场所或遭受行政处罚、诉讼仲裁的，本人/本单位承诺由此产生的搬迁费用、罚款、诉讼仲裁费用和对生产经营等方面造成的其他直接、间接损失均由本人/本单位承担，以使三问家居及其下属公司不会遭受重大损失。”

综上，发行人未办理部分租赁房屋的登记备案手续不会导致相关租赁合同无效，但存在被相关主管部门处罚的风险。发行人控股股东、实际控制人已承诺对公司可能遭受的经济损失进行全额补偿，不会对发行人的生产经营产生重大影响。

2、主要生产设备

截至 2020 年 12 月 31 日，公司的主要生产设备如下：

序号	设备名称	数量（台/套）	账面原值（万元）	账面净值（万元）	成新率	所属公司
1	吊挂系统	12	174.72	62.70	35.88%	张家港中堂
2	自动裁床 D8003	1	68.21	42.29	62.00%	张家港中堂
3	自动剪线小方头绷缝机	19	59.74	27.18	45.50%	张家港中堂
4	自动铺布机	1	24.79	15.17	61.20%	张家港中堂
5	纺织机械	6	17.09	1.13	6.58%	张家港中堂
6	大和电脑剪线四线包缝车 CZ6125（配龙帝全套剪线装置）	21	16.66	13.09	78.60%	张家港中堂
7	兄弟直驱自动切线平缝机 S-7300A-303P	27	14.43	11.35	78.63%	张家港中堂
8	直驱电脑平车	40	13.33	3.20	24.01%	张家港中堂
9	全自动贴袋机	1	8.41	7.61	90.47%	张家港中堂
10	电脑横机	12	129.37	111.64	86.29%	柬埔寨公司
11	电脑平车	130	30.93	20.81	67.29%	柬埔寨公司
12	缝纫机	40	13.25	11.44	86.31%	柬埔寨公司
13	电脑平头锁眼机	5	12.71	10.95	86.18%	柬埔寨公司
14	直驱四线边车	50	11.38	7.66	67.29%	柬埔寨公司
15	服装自动裁剪设备	1	16.21	10.05	61.99%	秦艺服饰

序号	设备名称	数量（台/套）	账面原值（万元）	账面净值（万元）	成新率	所属公司
16	智能裁剪机	1	17.24	14.51	84.17%	常熟中堂
17	银箭直驱式平绷车	10	12.82	5.96	46.50%	常熟中堂
18	绷缝机	10	11.97	6.06	50.61%	常熟中堂
19	电脑平车	80	32.12	31.36	97.63%	南通瑞兹
20	自动剪线平缝机	28	4.67	3.93	84.23%	南通瑞兹
合计		**495**	**690.05**	**418.08**		

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司拥有土地使用权 4 处，具体情况如下：

权利人	证书号	坐落	面积（㎡）	证载/规划用途	实际用途	终止日期	他项权利
三问家居	沪（2020）闵字不动产权第 017747 号	恒南路 688 弄 12 号、17 号地下 1 层、1_3 层 01、02 室	121,954.00	商业办公	办公	2051.03.24	已设定抵押
	沪（2020）闵字不动产权第 008863 号	恒南路 688 弄 11 号	121,954.00	商业办公	办公	2051.03.24	-
张家港中堂	张国用（2011）第 0780002 号	现代农业示范园区常南社区	23,331.30	工业用地	生产、办公	2054.12.29	已设定抵押
浙江三问	浙（2020）衢州市不动产权第 0022151 号	柯城区航埠镇毛村村	56,792.00	工业用地	募投项目用地	2070.06.22	-

发行人及其子公司自有及租赁的生产经营用房参见本节“（一）主要固定资产情况”之“1、房屋及建筑物”。

综上，发行人及其境内子公司自有及租赁的生产经营用房及相关土地使用权的实际用途与证载用途、规划用途相符，发行人境外子公司的生产经营用房未超出约定的租赁场地使用限制；发行人及其子公司报告期内不存在因生产经营用房及相关土地使用权违规使用而受到行政处罚的情况，亦不存在其他因违反土地管理、规划建设等方面法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况；发行人及其子公司土地使用权的取得、使用符合法律法规的规定。

截至本招股说明书签署日，发行人及其境内子公司的自有房产、土地及租赁房屋均已取得相应的产权证书，不存在权属瑕疵；根据境外房屋租赁协议和境外子公司法律意见书或尽职调查报告，发行人境外子公司的租赁房屋不存在权属瑕疵。

综上，发行人及其子公司自有房产土地及租赁房屋不存在权属瑕疵，不会对生产经营造成重大不利影响。

2、商标

截至 2020 年 12 月 31 日，公司持有的中国境内注册商标如下：

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
1	三问家居	SOPHIE'S NEW	11140924	Sophie's new	第 24 类	2014.02.07 至 2024.02.06	受让	无
2	三问家居	SOPHIE'S NEW	11140863	Sophie's new	第 26 类	2013.11.14 至 2023.11.13	受让	无
3	三问家居	SOPHIE'S NEW	11140338	Sophie's new	第 18 类	2013.11.14 至 2023.11.13	受让	无
4	三问家居	SOPHIE'S NEW	11140252	Sophie's new	第 25 类	2013.11.14 至 2023.11.13	受让	无
5	三问家居	三问	10678225	三问	第 36 类	2013.05.21 至 2023.05.20	受让	无
6	三问家居	三问	10678101	三问	第 35 类	2013.05.21 至 2023.05.20	受让	无
7	三问家居	THOUSAND	10667313	Thousand	第 24 类	2013.10.07 至 2023.10.06	受让	无
8	三问家居	JOAN CALABRESE	10578816	Joan Calabrese	第 25 类	2013.05.07 至 2023.05.06	受让	无
9	三问家居	JOAN CALABRESE	10578779	Joan Calabrese	第 24 类	2013.04.28 至 2023.04.27	受让	无

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
10	三问家居	图形	8793248		第 25 类	2012.09.14 至 2022.09.13	受让	无
11	三问家居	SUNWIN	8793131		第 30 类	2011.11.14 至 2021.11.13	受让	无
12	三问家居	SUNWIN	8793012		第 23 类	2011.11.14 至 2021.11.13	受让	无
13	三问家居	SUNWIN	8792306		第 16 类	2012.07.28 至 2022.07.27	受让	无
14	三问家居	SUNWIN	8787056		第 24 类	2011.11.14 至 2021.11.13	受让	无
15	三问家居	SUNWIN	8786995		第 22 类	2011.11.14 至 2021.11.13	受让	无
16	三问家居	SUNWIN	8786852		第 20 类	2012.02.14 至 2022.02.13	受让	无
17	三问家居	SUNWIN	8786584		第 12 类	2011.12.21 至 2021.12.20	受让	无
18	三问家居	SUNWIN	8779927		第 10 类	2011.11.07 至 2021.11.06	受让	无
19	三问家居	SUNWIN	8779911		第 5 类	2012.01.07 至 2022.01.06	受让	无
20	三问家居	SUNWIN	8779898		第 3 类	2011.11.07 至 2021.11.06	受让	无
21	三问家居	三问	8751415	三问	第 42 类	2011.10.28 至 2021.10.27	受让	无
22	三问家居	三问	8751358	三问	第 28 类	2011.10.28 至 2021.10.27	受让	无
23	三问家居	三问	8739049	三问	第 27 类	2011.10.21 至 2021.10.20	受让	无

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
24	三问家居	三问	8739029	三问	第 25 类	2011.10.21 至 2021.10.20	受让	无
25	三问家居	三问	8738976	三问	第 24 类	2011.10.21 至 2021.10.20	受让	无
26	三问家居	三问	8738932	三问	第 18 类	2011.10.21 至 2021.10.20	受让	无
27	三问家居	三问	8738744	三问	第 12 类	2011.10.21 至 2021.10.20	受让	无
28	三问家居	SOPHIE'S NEW	8692207	SOPHIE'S NEW	第 35 类	2011.11.07 至 2021.11.06	受让	无
29	三问家居	SOPHIE'S NEW	6407254	Sophie's New	第 3 类	2020.03.28 至 2030.03.27	受让	无
30	三问家居	SOPHIE'S NEW	6407253	Sophie's New	第 5 类	2020.05.28 至 2030.05.27	受让	无
31	三问家居	SOPHIE'S NEW	6407252	Sophie's New	第 25 类	2020.05.14 至 2030.05.13	受让	无
32	三问家居	SUNWIN	6129454	Sunwin	第 28 类	2020.08.14 至 2030.08.13	受让	无
33	三问家居	SUNWIN	6129453	Sunwin	第 27 类	2020.03.28 至 2030.03.27	受让	无
34	三问家居	SUNWIN	6129195	Sunwin	第 24 类	2020.07.28 至 2030.07.27	受让	无
35	张家港中堂	中堂纺织 PRMETEX	10310686	Primetex 中堂纺织	第 40 类	2013.02.21 至 2023.02.20	申请	无
36	秦艺服饰	图形	36583026		第 25 类	2019.10.21 至 2029.10.20	申请	无
37	秦艺服饰	图形	36580744		第 20 类	2020.01.14 至 2030.01.13	申请	无
38	秦艺服饰	图形	36580729		第 14 类	2019.10.21 至 2029.10.20	申请	无
39	秦艺服饰	图形	36579266		第 24 类	2019.10.21 至 2029.10.20	申请	无
40	秦艺服饰	图形	36569548		第 18 类	2019.10.21 至 2029.10.20	申请	无

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
41	秦艺服饰	图形	36568097		第 35 类	2019.10.14 至 2029.10.13	申请	无
42	秦艺服饰	图形	35983448		第 18 类	2019.09.07 至 2029.09.06	申请	无
43	秦艺服饰	QENYEE	35981274	QENYEE	第 35 类	2020.01.28 至 2030.01.27	申请	无
44	秦艺服饰	图形	35981242		第 20 类	2019.09.07 至 2029.09.06	申请	无
45	秦艺服饰	QENYEE	35978558	QENYEE	第 18 类	2020.02.28 至 2030.02.27	申请	无
46	秦艺服饰	图形	35975548		第 25 类	2019.09.07 至 2029.09.06	申请	无
47	秦艺服饰	QENYEE	35973989	QENYEE	第 24 类	2019.09.07 至 2029.09.06	申请	无
48	秦艺服饰	QENYEE	35973975	QENYEE	第 20 类	2019.11.21 至 2029.11.20	申请	无
49	秦艺服饰	图形	35971073		第 24 类	2019.09.07 至 2029.09.06	申请	无
50	秦艺服饰	图形	35963735		第 14 类	2019.09.07 至 2029.09.06	申请	无
51	秦艺服饰	图形	35961903		第 35 类	2019.09.14 至 2029.09.13	申请	无
52	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34480587	衣我定 YIWODING.COM	第 23 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
53	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34480587	衣我定 YIWODING.COM	第 26 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
54	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34480587	衣我定 YIWODING.COM	第 25 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
55	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34480587	衣我定 YIWODING.COM	第 22 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
56	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34480587	衣我定 YIWODING.COM	第 24 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
57	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34469536	衣我定 YIWODING.COM	第 45 类	2019.08.07 至 2029.08.06	申请	无
58	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34469536	衣我定 YIWODING.COM	第 35 类	2019.08.07 至 2029.08.06	申请	无
59	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34469536	衣我定 YIWODING.COM	第 42 类	2019.08.07 至 2029.08.06	申请	无
60	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34469536	衣我定 YIWODING.COM	第 37 类	2019.08.07 至 2029.08.06	申请	无
61	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34469536	衣我定 YIWODING.COM	第 40 类	2019.08.07 至 2029.08.06	申请	无
62	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34456189	衣我定 YIWODING.COM	第 20 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
63	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34456189	衣我定 YIWODING.COM	第 16 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
64	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34456189	衣我定 YIWODING.COM	第 9 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
65	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34456189	衣我定 YIWODING.COM	第 18 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
66	秦艺服饰	衣我定 YIWODING.COM	34456189	衣我定 YIWODING.COM	第 14 类	2019.07.28 至 2029.07.27	申请	无
67	秦艺服饰	M 谷梦	33149324	M 谷梦	第 35 类	2019.08.14 至 2029.08.13	申请	无
68	秦艺服饰	M 谷梦	33149324	M 谷梦	第 40 类	2019.08.14 至 2029.08.13	申请	无
69	秦艺服饰	M 谷梦	33149324	M 谷梦	第 42 类	2019.08.14 至 2029.08.13	申请	无
70	秦艺服饰	桑帛 S3	33148324	S3 桑帛	第 18 类	2019.06.28 至 2029.06.27	申请	无

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
71	秦艺服饰	桑帛 S3	33148324	S3 桑帛	第 25 类	2019.06.28 至 2029.06.27	申请	无
72	秦艺服饰	桑帛 S3	33148324	S3 桑帛	第 26 类	2019.06.28 至 2029.06.27	申请	无
73	秦艺服饰	衣我定	33142465	衣我定	第 18 类	2019.06.21 至 2029.06.20	申请	无
74	秦艺服饰	衣我定	33142465	衣我定	第 25 类	2019.06.21 至 2029.06.20	申请	无
75	秦艺服饰	衣我定	33142465	衣我定	第 9 类	2019.06.21 至 2029.06.20	申请	无
76	秦艺服饰	M 谷梦	33140079	M 谷梦	第 18 类	2019.08.28 至 2029.08.27	申请	无
77	秦艺服饰	M 谷梦	33140079	M 谷梦	第 25 类	2019.08.28 至 2029.08.27	申请	无
78	秦艺服饰	衣我定	33138950	衣我定	第 35 类	2019.06.21 至 2029.06.20	申请	无
79	秦艺服饰	衣我定	33138950	衣我定	第 42 类	2019.06.21 至 2029.06.20	申请	无
80	秦艺服饰	衣我定	33138950	衣我定	第 40 类	2019.06.21 至 2029.06.20	申请	无
81	秦艺服饰	桑帛 S 3	33137871	S3 桑帛	第 20 类	2019.06.07 至 2029.06.06	申请	无
82	秦艺服饰	桑帛 S 3	33137871	S3 桑帛	第 24 类	2019.06.07 至 2029.06.06	申请	无
83	秦艺服饰	桑帛 S 3	33137871	S3 桑帛	第 14 类	2019.06.07 至 2029.06.06	申请	无
84	秦艺服饰	桑帛 S 3	33135783	S3 桑帛	第 42 类	2019.08.14 至 2029.08.13	申请	无
85	秦艺服饰	桑帛 S 3	33135783	S3 桑帛	第 40 类	2019.08.14 至 2029.08.13	申请	无
86	秦艺服饰	桑帛 S 3	33135783	S3 桑帛	第 35 类	2019.08.14 至 2029.08.13	申请	无
87	秦艺服饰	好在乎	24447143	好在乎	第 18 类	2018.05.28 至 2028.05.27	受让	无

序号	注册人	名称	注册号	标识	核定使用商品	有效期限	取得方式	他项权利
88	秦艺服饰	秦艺	10195749		第 40 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
89	秦艺服饰	秦艺	10195739		第 35 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
90	秦艺服饰	秦艺	10195726		第 26 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
91	秦艺服饰	秦艺	10195708		第 25 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
92	秦艺服饰	秦艺	10195695		第 25 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
93	秦艺服饰	秦艺	10195668		第 26 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
94	秦艺服饰	秦艺	10195644		第 40 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
95	秦艺服饰	秦艺	10195617		第 35 类	2013.01.14 至 2023.01.13	申请	无
96	秦艺服饰	秦艺	1414087		第 25 类	2020.06.28 至 2030.06.27	申请	无
97	三问家居	COZYBLISS	45139461	COZYBLISS	第 25 类	2020.11.28 至 2030.11.27	申请	无
98	三问家居	COZYBLISS	45128213	COZYBLISS	第 28 类	2020.12.07 至 2030.12.06	申请	无

截至 2020 年 12 月 31 日，公司持有的境外商标如下：

序号	注册人	注册地	名称	注册号	标识	核定使用商品	注册日期	取得方式	他项权利
1	三问家居	美国	SOPHIE’S NEW	4065754	SOPHIE'SNEW	第 24 类	2011.12.06	受让	无
2	三问家居	美国	SOPHIE’S NEW	4065754	SOPHIE'SNEW	第 25 类	2011.12.06	受让	无
3	三问家居	美国	SOPHIE’S NEW	4065754	SOPHIE'SNEW	第 35 类	2011.12.06	受让	无
4	三问家居	欧盟	sophie’s new	009408949	SOPHIE'SNEW	第 24 类	2011.01.18	受让	无
5	三问家居	欧盟	sophie’s new	009408949	SOPHIE'SNEW	第 25 类	2011.01.18	受让	无
6	三问家居	欧盟	sophie’s new	009408949	SOPHIE'SNEW	第 35 类	2011.01.18	受让	无
7	三问家居	（马德里）日	cozy bliss	1522095	COZY BLISS	第 25 类	2020.02.22	受让	无

序号	注册人	注册地	名称	注册号	标识	核定使用商品	注册日期	取得方式	他项权利
		本、英国、欧盟、加拿大							
8	三问家居	欧盟	HAKUNA MATATA	018279500		第 9、10 类	2020.11.17	申请	无
9	美国公司	美国	cozy bliss	5881197	COZY BLISS	第 25 类	2019.10.08	申请	无

3、专利

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有专利 30 项，其中发明专利 7 项，实用新型 23 项。具体情况如下：

序号	专利权人	类型	专利名称	专利号	申请日	权利期限	取得方式	他项权利	法律状态
1	三问家居	实用新型	一种手套	ZL201720614615.2	2017.05.27	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
2	三问家居	实用新型	产后束腹腰封	ZL201520089261.5	2015.02.09	自申请日起 10 年	受让	无	专利权维持
3	三问家居	发明专利	一种保健纺织品面料及其制备方法	ZL201510055758.X	2015.02.03	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持
4	三问家居	发明专利	一种含有机锗的家纺面料及其制备方法	ZL200910199828.3	2009.12.02	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持
5	三问家居	发明专利	一种含有维生素的织物预处理液、保健面料及其制备方法	ZL200910198294.2	2009.11.04	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持
6	亮丰新材料	发明专利	石墨烯在制备大豆蛋白纤维及其织物中的应用	ZL201710391003.6	2017.05.27	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持
7	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用卷布装置	ZL201821430469.9	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
8	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用色牢度检测装置	ZL201821430470.1	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
9	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用染色装置	ZL201821430476.9	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
10	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用快速印花装置	ZL201821430479.2	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持

序号	专利权人	类型	专利名称	专利号	申请日	权利期限	取得方式	他项权利	法律状态
11	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用摇粒装置	ZL201821430487.7	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
12	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用烫金装置	ZL201821430488.1	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
13	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用定型装置	ZL201821430502.8	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
14	亮丰新材料	实用新型	一种可呼吸的薄型面料	ZL201821430511.7	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
15	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用废液处理装置	ZL201821430513.6	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
16	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用压花装置	ZL201821430533.3	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
17	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用清洗装置	ZL201821430534.8	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
18	亮丰新材料	实用新型	一种面料静电消除装置	ZL201821430535.2	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
19	亮丰新材料	实用新型	一种面料生产用污水处理装置	ZL201821430553.0	2018.09.03	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
20	亮丰新材料	实用新型	一种带加热功能的蒲团	ZL201821277901.5	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
21	亮丰新材料	实用新型	一种儿童防摔裤	ZL201821277971.0	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
22	亮丰新材料	实用新型	靠垫	ZL201821278053.X	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
23	亮丰新材料	实用新型	一种保暖吊床	ZL201821278071.8	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
24	亮丰新材料	发明专利	一种仿棉全消光经编绒织物及其生产方法	ZL201710648403.0	2017.08.01	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持
25	亮丰新材料	实用新型	家居鞋	ZL201821278449.4	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
26	亮丰新材料	实用新型	一种野餐毯	ZL201821279025.X	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持

序号	专利权人	类型	专利名称	专利号	申请日	权利期限	取得方式	他项权利	法律状态
27	亮丰新材料	实用新型	一种隔尿垫	ZL201821279131.8	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
28	亮丰新材料	实用新型	一种 U 型枕	ZL201821292007.5	2018.08.09	自申请日起 10 年	申请	无	专利权维持
29	亮丰新材料	发明专利	一种水洗绗缝被的制备方法	ZL201710617538.0	2017.07.26	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持
30	亮丰新材料	发明专利	一种再生涤纶拉伸变形丝、其生产方法和再生摇粒绒面料	ZL201710618993.2	2017.07.26	自申请日起 20 年	受让	无	专利权维持

（1）受让取得的专利对发行人的重要程度、取得时间、使用情况、最近一期末账面价值，出让方的基本情况，与发行人及相关方是否存在关联关系，相关方是否存在纠纷或潜在纠纷

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共有 8 项受让取得的专利。其中，4 项专利为发行人自主研发取得,并转让给子公司亮丰新材料，为准确区分各独立法人主体持有专利情况而将其列示为“受让取得”；4 项专利为发行人从外部受让取得，该等外部受让取得专利的具体情况如下：

序号	受让方	出让方	专利名称	专利号	重要程度	取得时间	使用情况	报告期末账面价值（万元）
1	三问家居	三问投资、英伦宝贝	产后束腹腰封	ZL201520089261.5	该实用新型涉及穿戴产品技术领域，所要解决的技术问题是提供一种恢复效果好，能加快女性产后身材恢复进度的产后束腹腰封。该实用新型有助于发行人提升产品设计能力，扩宽产品品类，提高市场竞争力。	2016.04.26	正在使用	-
2	三问家居	湖州新创丝织品有限公司	一种保健纺织品面料及其制备方法	ZL201510055758.X	该发明涉及纺织品技术领域，提供一种保健纺织品面料，可以有效促进人体血液循环，具有良好的活血化瘀作用，通过人体自身能量吸收释放热能，具有一定的保暖性，所采用中草药均为食药，对人体无任何毒副作用和不良反应，制备工艺简单，成本低。该发明有助于发行人提升产品设计能力，扩宽产品品类，提高市场竞争力。	2016.12.26	正在使用	-[注1]
3	三问家居	上海市纺织科学研究院	一种含有机锗的家纺面料及其制备方法	ZL200910199828.3	该发明涉及一种家纺面料及其制备方法，提供一种含有机锗的保健家纺面料的制备方法。先对织物进行改性处理，再通过有机锗整理剂对织物进行整理，浸轧有机锗固着剂，从而形成一种有机锗含量高且耐洗性强的家纺面料。该发明有助于发行人克服原有技术缺陷，提高生产效率。	2016.05.27	正在使用	15.50
4	三问家居	上海市纺织科学研究院	一种含有维生素的织物预处理液、保健面料及其制备方法	ZL200910198294.2	该发明提供一种含有维生素的织物预处理液以及利用上述织物预处理液制备含有维生素的保健面料的方法。该面料与人体的皮肤接触摩擦后，可以缓慢释放维生素。该发明有助于发行人克服原有技术缺陷，扩宽产品品类，提高市场竞争力。	2016.04.29	正在使用	

注 1：专利转让价格为 6.20 万元，因金额较低，发行人财务上已作费用化处理。

对于上表中第 1 项专利，出让方为发行人关联公司三问投资及英伦宝贝。2016 年开始，发行人实际控制人对三问体系内公司进行业务调整，将三问投资定位为投资控股型公司，并将三问投资此前经营的家用纺织品、家居服饰相关业务逐步转移至发行人及其子公司。由于该专利所对应的产品属于家居服饰配套产品，因此将其转让至发行人名下。本次转让系三问体系内部业务调整所致，发行人未支付转让对价。本次转让已履行完毕权属变更手续，不存在纠纷或潜在纠纷。

对于上表中第 2-4 项专利，出让方湖州新创丝织品有限公司和上海市纺织科学研究院的基本情况如下：

出让人	成立时间	股权结构	经营范围
湖州新创丝织品有限公司	2000.06.12	罗明新 80% 杨晓琼 20%	丝织品制造、批发、零售。
上海市纺织科学研究院（现已更名为“上海市纺织科学研究院有限公司”）	1992.05.04	上海纺织（集团）有限公司 100%	纺织领域的科研及四技服务，测试剖析及纺织工业制品的加工，纺织产品、化工产品的研制、销售，机电产品、电子计算机及配件、钢材、建筑材料、五金交电、仪器仪表、机械设备的销售，自有房屋租赁，从事货物及技术的进出口业务，广告的设计、制作、发布、代理，知识产权代理，出版物经营 。【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】

湖州新创丝织品有限公司和上海市纺织科学研究院与发行人不存在关联关系。发行人已根据协议约定支付转让价款，并办理完毕权属变更手续，不存在纠纷或潜在纠纷。

综上，发行人受让专利不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）相关专利管理的内部控制制度是否建立健全并有效运行，相关专利的保护范围是否覆盖公司全部产品

发行人重视知识产权的保护，制定了《专利管理制度》，对发行人专利的申请、管理、使用及保护等事项进行了规定。

发行人指定专人负责专利的管理事宜，确保相关内控制度得到有效执行，主要职责包括：（1）负责专利的申请、维持、放弃、审查及运用；（2）管理专利台账，对专利申请进度、年费缴纳情况及外部代理机构等进行监控；（3）负责专利纠纷案件（如有）的处理；（4）管理专利档案，保管专利申请、审查及答复文件、

授权证书、相关合同和纠纷处理（如有）文件等。

为加强核心技术的保密工作，强化员工知识产权保护意识，降低相关侵权风险，发行人还与全体核心技术人员签订了《员工保密及竞业禁止协议书》，对相关人员的保密义务做出了约定。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人已取得 30 项授权专利，其中发明专利 7 项、实用新型 23 项，涉及日常生活用品、家居用品、家纺产品及纺织面料等多个技术领域。前述相关专利，尤其是面料研发方面的专利，可以应用于家用纺织品、家居服饰、特色面料等公司主要产品的研发设计和生产中，其保护范围能够覆盖公司主要的产品类型。

综上，发行人相关专利管理的内部控制制度建立健全并能够有效运行，相关专利的保护范围能够覆盖公司主要产品类型。

4、域名

截至 2020 年 12 月 31 日，公司持有的域名情况如下：

序号	持有人	域名	注册日期	到期日期
1	三问家居	sunwin-sh.com	2006.10.26	2024.10.26
2	秦艺服饰	chinaqinyi.com	2017.12.29	2022.12.29
3	三问家居	amelie-home.com	2020.11.25	2022.11.25
4	三问家居	cozy-bliss.com	2020.11.25	2022.11.25

5、其它知识产权情况

（1）发行人生产经营所涉及的图案、标识、款式的知识产权权属情况

公司是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，原创设计能力是公司与客户合作的基础与核心优势。公司的原创设计产品主要包括特色家用纺织品、家居服饰产品，相关原创设计产品所采用的图案、标识、款式等内容系公司的原创设计成果，主要涉及著作权和专利权等两方面的法律保护。具体而言：

1）由于相关图案、标识、款式属于具有独创性并能以有形形式复制的智力劳动成果，符合著作权法对作品的要求，可以受著作权法所保护。根据《中华人民共和国著作权法》（2010修正）、《中华人民共和国著作权法实施条例》（2013修订）及《作品自愿登记试行办法》的相关规定，著作权自作品创作完成之日起

产生。作品实行自愿登记，作品不论是否登记，著作权人依法取得的著作权不受影响。据此，公司原创设计产品所涉及的图案、标识、款式等作品自创作完成之日起享有著作权，不需要取得权属证明。

2）由于相关原创设计具有一定美感并可以应用于工业生产，在符合外观设计的条件下，也可以申请专利保护。根据《中华人民共和国专利法》（2008修正）的相关规定，外观设计专利申请经初步审查没有发现驳回理由的，由国务院专利行政部门作出授予外观设计专利权的决定，发给相应的专利证书，同时予以登记和公告。外观设计专利权自公告之日起生效。据此，公司相关设计如申请专利保护，需向国务院专利行政部门提出申请，并取得相应专利证书。

考虑到公司销售的家用纺织品、家居服饰产品具有时效性、流行性、季节性以及多款少量、交期短等特点，而申请外观设计专利需要一定审查周期，公司主要将相关原创设计成果作为作品进行保护，暂未申请专利。根据著作权自动保护和自愿登记原则，公司无需取得相关权属证书。未来，公司将根据知识产权保护的实际需求，及时就重要设计成果申请专利保护。

（2）发行人在报告期内不存在仿冒他人作品、主要产品设计侵犯他人知识产权或未经许可使用他人设计的情形，不存在知识产权侵权、纠纷、诉讼等的情形

公司立足于原创设计，将主要资源投入到原创设计环节，建立有一支行业经验丰富、专业基础扎实的研发设计团队负责产品的研发设计。公司重视研发设计人员及研发设计工作的规范管理，制定了《研发设计部部门管理规章制度》，规定设计师在进行研发设计工作时，需注明成品设计的灵感来源，并对作品做不侵害版权说明，以防范知识产权侵权。

报告期内，发行人不存在仿冒他人产品、主要产品设计侵犯他人知识产权或未经许可使用他人设计的情形，不存在知识产权侵权、纠纷、诉讼等的情形。

（3）发行人主要销售家用纺织品、家居服饰及特色面料等产品。在销售产品时，发行人仅转让相关产品的所有权，不涉及与产品设计相关的知识产权的转让。除少量通用款式外，发行人为每一家客户单独设计产品，不存在将同一图案、花型、款式的产品重复销售给不同客户的情况，相关销售模式符合行业特征。报

告期内，发行人不存在产品设计方面的纠纷或潜在纠纷。

（三）资产抵押情况

截至本招股说明书签署日，发行人房产及土地抵押的相关情况如下：

涉及抵押的房产及土地	抵押合同编号	抵押原因	融资款项用途	抵押权人	抵押权实现情形	抵押登记时间	担保金额（万元）	主债权期间	审议程序
沪（2020）闵字不动产权第017747号	2020 年沪中闵最高抵字第 007 号《最高额抵押合同》	银行授信	采购家纺、服饰类货物	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	债务人在主合同项下的任何正常还款日或提前还款日未按约定向抵押权人进行支付。	2020.11.03	6,500.00	2020.10.15 至 2023.10.14	2020 年 6 月 17 日召开 2019 年年度股东大会审议通过
张房权证乐字第 0000149670 号、张房权证乐字第 0000209418 号、张国用（2011）第 0780002 号	3210062018001 5452 号《最高额抵押合同》	银行授信	购买原材料、面料、口罩	中国农业银行股份有限公司张家港分行	（1）任一主合同项下债务履行期限届满，抵押权人未受清偿；（2）债务人、抵押人被撤销、吊销营业执照、责令关闭或者出现其他解散事由；（3）债务人、抵押人被人民法院受理破产申请或者裁定和解；（4）债务人、抵押人死亡、被宣告失踪或者被宣告死亡；（5）抵押物被查封、扣押、监管或者被采取其他强制措施；（6）抵押物毁损、灭失或者被征收、征用；（7）抵押人未按抵押权人要求恢复抵押物的价值或者提供相应的担保；（8）抵押人违反本合同项下义务；（9）其他严重影响抵押权实现的情形。	2018.12.19	4,100.00	2018.12.11 至 2021.12.11	张家港中堂于 2018 年 12 月 5 日召开董事会审议通过

注：上表中抵押发生时间为办理抵押登记日期。

发行人及其子公司上述房产抵押系正常经营活动中产生，且已履行相应审议程序。发行人目前资产负债结构合理，现金流量正常，具备良好的偿债能力，不存在抵押权及其他相关权利被债权人主张实现的风险。

（四）资产许可使用情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在许可他人使用自己所拥有的资产的情形。公司存在作为被许可方使用他人资产的情况，具体如下：

2019 年 2 月，公司子公司亮丰新材料获得了 Outlast Technologies LLC 授权的使用其“Outlast®”商标的许可。2019 年 10 月 22 日，亮丰新材料与 Outlast Technologies GmbH 签订了《制造许可协议》，非独家许可授权亮丰新材料在中国制造 Outlast®认证产品用针织/机织和无纺材料（包括填充物），并以 Outlast®商标向本身为 Outlast®商标受许人的公司和品牌销售前述授权产品。

根据《制造授权协议》的约定，亮丰新材料无需就上述授权向 Outlast 授权方支付授权费用，Outlast 授权方系通过向亮丰新材料销售其技术产品（包括粘胶纤维、涂层面料等）的方式获取收益。亮丰新材料从 Outlast 授权方处购买相关粘胶纤维、涂层面料等原材料后，利用其掌握的“Outlast 草珊瑚/芦荟面料的生产方法”等面料生产工艺，委托外部第三方工厂进行生产，并将生产出的面料等相关产品销售给 Outlast®商标授权的公司和品牌，最终用于服装、家纺领域。

1、合作期限及续期情况

《制造授权协议》中合作期限的约定如下：除双方通过书面协议延期或者双方后续签署协议外，本协议的有效期为自生效日期起 3 年，即合作期限为 2019 年 10 月至 2022 年 10 月，届时本协议应自动终止。双方有意协商延期本协议的，应在本协议终止之前，提前不少于 6 个月通知对方。

自合作以来，亮丰新材料与 Outlast 授权方保持了良好的合作关系。在授权协议到期之前，亮丰新材料将积极与授权方协商授权的延期事宜，预计不存在重大的无法续期风险。

2、协议的主要条款

双方签订的《制造授权协议》的主要条款如下：

条款	具体内容
许可的授予	**1** 许可的授予。在不违反本协议其他条款和条件的前提下，进一步受限于本协议第 2.2 条保留的权利，Outlast 特此向受许人（指“亮丰新材料”，下同）授予一项非独家许可，授权受许人在受许人国家（指“中国”）制造附件 A 所列的约定产品（指“Outlast®认证产品用针织/机织和无纺材料（包括填充物）”），并以 Outlast 的商标向本身为 Outlast 商标受许人的公司和品牌（仅限于该等公司和品牌）销售授权产品。所有潜在客户都需经 Outlast 以书面形式同意。 **2** 权利的保留。Outlast 保留本协议项下未明确授予受许人的所有技术权利。除本协议第 2.1 条规定的以外，本协议概不应被视为向受许人转让任何 Outlast 技术的任何其他权益。除此之外，本协议概不应解释为限制 Outlast 制造、委托他人制造、使用和销售包含 Outlast 技术产品的能力（本协议另有明确规定的除外）。 **3** 不竞争。为交换本协议第 2.1 条授予受许人的权利，受许人同意，本协议期间，受许人不得制造或者出售包含 PCM、与 Outlast 品牌产品竞争的任何产品。 **4** 报告。为保护 Outlast®商标并正确定位，Outlast 需要准确了解你司向授权品牌客户出售的数量。因此，你司需每个季度向 Outlast 提供一份显示每款产品销售数量的报告。你司最迟需在每个季度的 7 号发送上个季度的报告。另外，小额销售也需报告。 报告应发送给 Corinne Bigo（Corinne.bigo@outlast.com）。
责任	责任。除违反任一方的专有权利或者违反第 7 条（指“保密条款”）规定外，在任何情况下，任一方都不应负责任何从属或间接损害、商誉损失、业务损失、利润损失、收入损失或使用损失（无论是合同、侵权还是其他责任，无论是基于该方还是其员工或代理人的任何疏忽、其他行为、违约或不作为）。双方不排除依照法律无法免除的任何责任。
商标的所有权和使用	1. 商标的所有权。受许人承认，商标和其相关商誉仅归 Outlast 所有，Outlast 应保留其一切权利、所有权和权益，并为所有商标使用的受益人。 2. 品牌。受许人出售的所有授权产品，都必须标有商标。受许人对商标的使用应符合作为本协议附件“A”随附的《Outlast 品牌标识指南及商标使用指南》。经向受许人发出书面通知，Outlast 可不时修订该指南。 3. 商标注册。Outlast 应享有在全球任何国家注册商标的优先权。若受许人未经 Outlast 批准，在任何国家取得涉及商标的任何注册，则 Outlast 应有权通过向受许人偿付受许人为取得该注册支付的律师费和政府备案费用，向受许人购买该注册。
期限和终止	**1** 期限。除双方通过书面协议延期或者双方后续签署协议外，本协议的有效期为自生效日期起三（3）年，届时本协议应自动终止。双方有意协商延期本协议的，应在本协议终止之前，提前不少于（6）个月通知对方。 经双方签署书面协议，本协议可随时终止。 若任一方违反本协议，则申诉方可通过提前三十（30）天发出载明违约行为的书面通知，终止本协议。但是，若在该三十（30）天通知期内，对该违约行为进行了申诉方满意的补救，则该终止应不生效。 **2** 终止时受许人的义务。一旦本协议终止，受许人应完成终止通知之日前 Outlast 提交的所有订单和正在进行的工作。

3、如《制造授权协议》不再续期，对库存商品销售的影响情况

亮丰新材料的面料业务主要是以销定采。对于 Outlast 纤维，由于需要进口，

考虑到海运时间较长，亮丰新材料会进行少量的备货。截至 2020 年底，发行人持有的 Outlast 相关的存货余额为 198.79 万元，占发行人账面存货余额的比例 1.93%，存货金额较小。

经 Outlast 授权方的确认，在正式发出《制造授权协议》的终止通知之前，Outlast 授权方向亮丰新材料所提供的所有货物，亮丰新材料后续均可继续用于生产和销售。因此，发行人持有的 Outlast 相关存货不存在因双方不再续期而无法用于生产和销售的风险。

4、如《制造授权协议》不再续期，对相关项目的影响

发行人目前已掌握“Outlast 草珊瑚/芦荟面料的生产方法”、“Outlast 薰衣草/薄荷面料的生产方法”等面料生产技术，上述技术与合作研发的“合作开发草珊瑚抗菌与 Outlast 恒温面料的融合应用”项目的核心工艺如下：

序号	项目名称	核心工艺或技术描述	核心技术掌握方
1	Outlast 草珊瑚/芦荟面料的生产方法	亮丰新材料掌握了粘胶基草珊瑚纤维、粘胶基 Outlast 纤维、棉纤维的混纺、织造和染整工艺，最终制成面料。 ①纺纱：为了提高纱线的抱合力，先将 Outlast 和草本纤维分别和精梳棉预并条，再进行混并。使用赛络紧密纺纺纱。 ②织造：在针织提花大圆机上采用 40S 的 30/30/40 配比的草珊瑚/Outlast/棉混纺纱交织成 200 克的提花针织双面布，32 针，门幅 160cm。 ③染整：染色后烧毛，非氯漂，低温少碱的精炼和漂白。	亮丰新材料
2	Outlast 薰衣草/薄荷面料的生产方法	亮丰新材料掌握了粘胶基薰衣草/薄荷纤维、粘胶基 Outlast 纤维、及其他纤维的混纺、织造和染整工艺，最终制成面料。 通过采用涡流纺，环锭纺，紧密纺制纱工艺，高支高密，织成单面、双面、提花针织面料。	亮丰新材料
3	合作开发草珊瑚抗菌与 Outlast 恒温面料的融合应用	亮丰新材料研究利用 Outlast 纤维和草本类纤维进行纺纱、织造和后整理等面料生产工艺。并结合供应商提供的 Outlast 纤维和草珊瑚纤维的技术参数等特性，不断进行实验和生产工艺改良。亮丰新材料掌握了相关技术并生产出具有恒温及抗菌功效的面料。	亮丰新材料

在上述核心技术以及合作研发的项目中，发行人子公司亮丰新材料是该核心工艺或技术的掌握方。亮丰新材料除采用 Outlast 技术产品外，还可以采用其他同类纤维材料予以替代。即使 Outlast 授权无法延期，基于之前的技术研发经验积累，仍可运用该等技术以其他可替代的同类纤维进行研发和生产，不会对发行人的生产经营造成重大影响。

目前，国内外其他公司对相变材料进行了技术研究，已有公司取得了一定的研究成果。发行人有较多的可选公司对 Outlast 纤维进行替代。具体如下：

序号	材料名称	国内、外的主要供应商全程	专利取得、认证或成果情况
1	Cell Solution CLIMA	Cell Solution®是德国 Smartpolymer GmbH 和丹麦的 Larsen Production ApS 的合资企业	该产品通过了 Oeko-Tex Standard 100 的认证
2	Tempsense 智能调温纤维	青岛邦特生态纺织科技有限公司	发明专利：一种高储热量相变调温粘胶纤维及其制备方法（已授权）
3	相变储能粘胶纤维	恒天海龙（潍坊）新材料有限责任公司	一种溶剂法制备的相变调温纤维素纤维及其制备方法（已授权）
4	美科迪调温微胶囊	安徽美科迪智能微胶囊科技有限公司	发明专利：温敏性纳米胶囊及其制备方法（已授权）

因此，如果发行人与 Outlast 授权方的合作不再续期，发行人子公司亮丰新材料凭借已独立掌握相关面料的生产技术，能够在国内外寻找到与 Outlast 技术相似的纤维作为原材料，继续生产具有相同功能的面料产品。报告期内，发行人只在 2020 年存在销售含 Outlast 技术的产品，其收入为 1,092.38 万元，占发行人该年度家纺、服饰和面料等收入的比例为 1.04%，占比较小。如不续期对发行人后续业务的影响较小。

根据 Outlast 授权方提供的商标、专利证书及其确认，Outlast 授权方为 Outlast®商标及技术的知识产权所有人，其授权行为符合公司所在地及产品销售地的法律、法规，不存在纠纷或潜在纠纷。

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，发行人不存在其他类似资质许可使用授权情形。

七、发行人的业务许可资质、特许经营权情况

（一）业务许可资质情况

发行人生产经营各个环节需获得的审批、认证（含合格供应商认证）、备案等情况如下：

1、家用纺织品、家居服饰及特色面料业务

（1）研发设计环节

发行人在研发设计环节无需获得审批、认证或备案。

（2）销售环节

发行人的家用纺织品、家居服饰产品以外销为主，客户主要为全球中大型零售商和中高端品牌商，而面料产品同时在境内和境外销售，客户主要为纺织服装企业。

据《中华人民共和国对外贸易法》（2016 修正）、《商务部关于印发<在自由贸易试验区开展“证照分离”改革全覆盖试点工作的实施方案>的通知》以及《商务部关于外商投资企业外贸权备案登记有关问题的通知》（商资函〔2004〕46 号）等相关法律、法规的规定，发行人及其境内子公司张家港中堂、常熟中堂、亮丰新材料、南通瑞兹和秦艺服饰出口销售家用纺织品、家居服饰及特色面料产品，需要办理对外贸易经营者备案登记，而心生实业作为自贸试验区注册企业、靖江乐活作为外商投资企业，不需要办理对外贸易经营者备案登记；同时，根据《中华人民共和国海关法》（2017 修正），发行人及其境内子公司出口相关产品还需要办理海关注册登记。

除上述情况外，发行人及其境内子公司在境内销售，以及发行人境外子公司在境外销售产品均无需获得审批、认证或备案。

（3）供应链管理环节

公司与客户签订销售订单后，会根据客户需求为其选择最优的供应链方案完成订单执行。在订单执行过程中，资质要求主要包括法律法规层面和客户要求层面，具体如下：

1）法律法规层面

根据柬埔寨 AP&PARTNER Law Office 出具的《尽职调查报告》，发行人的境外自有工厂柬埔寨公司生产产品需要取得柬埔寨工业及手工业部颁发的设立许可证和经营许可证。

除上述情况外，发行人及其子公司生产家用纺织品、家居服饰等产品以及执行相关订单无需获得审批、认证或备案。

2）客户要求层面

发行人本身不需要取得客户的合格供应商认证，客户如需验厂的，会针对生

产工厂（如发行人的合作工厂或自有工厂）进行验厂审核。

2、医护类产品业务

关于发行人医护类业务需获得的审批、认证（含合格供应商认证）、备案等事项，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（八）医护类产品行业主管部门、生产资质情况”之“2、医护类产品业务资质情况”。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司为开展其核定经营范围内的相关业务已获得的主要资质证书如下：

持有人	证书名称	编号	发证机关	备案日期	有效期至
三问家居	对外贸易经营者备案登记表	03989424	上海市商务委员会	2020-01-14	长期
	海关进出口货物收发货人备案回执	3111360143	龙吴海关	2020-03-20	-
	第二类医疗器械经营备案凭证	沪闵食药监械经营备20200086号	上海市闵行区市场监督管理局	2020-04-30	-
张家港中堂	对外贸易经营者备案登记表	01810813	张家港市商务局	2017-11-29	长期
	海关进出口货物收发货人备案回执	3215933504	张家港关	2020-03-10	-
	食品经营许可证（食堂）	JY33205820005071	张家港市市场监督管理局	2018-03-14	2023-03-13
常熟中堂	对外贸易经营者备案登记表	03310826	常熟市商务局	2021-03-16	长期
	海关进出口货物收发货人备案回执	3214964034	常熟海关	2021-03-24	-
	食品经营许可证（食堂）	JY33205810169226	常熟市市场监督管理局	2021-04-06	2023-05-30
心生实业	海关进出口货物收发货人备案回执	3122463273	外高桥关	2021-04-09	-
亮丰新材料	对外贸易经营者备案登记表	04019095	上海市商务委员会	2021-04-09	长期
	海关进出口货物收发货人备案回执	31119699KY	龙吴海关	2021-04-09	-
南通瑞兹	对外贸易经营者备案登记表	01825838	如东县商务局	2019-06-05	长期
	海关进出口货物收发货人备案回执	320696688D	如东海关	2020-07-15	-
秦艺服饰	对外贸易经营者备案登记表	04019100	上海市商务委员会	2021-04-09	长期
	海关进出口货物收	3111360275	龙吴海关	2021-04-09	-

持有人	证书名称	编号	发证机关	备案日期	有效期至
	发货人备案回执				
靖江乐活	海关进出口货物收发货人备案回执	321293802G	靖江海关	2021-03-15	-

注 1：根据《对外贸易经营者备案登记办法》（2019 修订）、《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》（2018 修订）、《医疗器械经营监督管理办法》（2017 修正）等相关规定，“对外贸易经营者备案登记表”“海关进出口货物收发货人备案回执”“第二类医疗器械经营备案凭证”等资质证书为长期有效或无有效期限制，只需在备案/登记事项变更时办理变更备案/登记手续。

注 2：因股改更名，三问家居分别于 2020 年 1 月和 3 月再次办理了对外贸易经营者备案登记表和海关进出口货物收发货人备案回执；由于变更法定代表人，子公司常熟中堂、心生实业、亮丰新材料和秦艺服饰于 2021 年 3 月或 4 月再次办理了对外贸易经营者备案登记表和海关进出口货物收发货人备案回执。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的各项资质证书目前均在有效期内，不存在过期失效的情况。发行人合法合规经营，亦不存在相关资质证书被提前撤销的风险；发行人目前运营状况良好，各方面的条件均能持续符合相关资质证书的核发标准，且能够按照相关法律、法规的规定及时办理各项资质证书的续期手续，相关资质证书有效期届满后申请续期不存在实质性障碍，不会对主营业务造成重大不利影响。

（二）特许经营情况

截至本招股说明书签署日，发行人未拥有特许经营权。

八、发行人的研发和技术

（一）发行人设计能力及面料技术掌握情况

1、专业化设计及整合能力

公司建立了一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队，并设有独立的面料研发技术团队，能及时准确地获取有关流行趋势、消费者偏好、客户销售反馈等第一手市场信息。公司在进行产品原创设计时，不受限于某家具体工厂的产能或工艺水平，而是可以着眼于全行业的供给来给客户提供更为多样化的选择，也使公司可以更加专注于产品的原创设计等附加值更高的环节。

报告期内，公司各期设计的基础图稿数量分别为 8,675 张、11,817 张和 10,859 张，创意设计能力较强，产品得到国外客户青睐，赢得了良好的市场声誉。

2、整体解决方案，模块化、矩阵式设计流程

公司积极探索设计模式创新，对研发设计项目进行模块化和矩阵式的流程管理。公司在进行设计活动时，将前端面料和纱线研发规划、中端围绕产品的花型和创意设计、后端版房打样及修改等程序分解成单个项目模块；以成品组为纵向研发设计线条，花型组、创意组和版房组为横向研发设计线条，组成了研发设计项目的矩阵式管理。模块化和矩阵式的管理可以高效推进研发设计进程。

3、数字化助力高效设计研发

公司运用数字化技术，对日常及历史项目数据进行梳理，对企业研发设计规划和执行过程中形成的面料和纱线、主题、花型和颜色、工艺等成果和经验沉淀进行数字化管理，通过字段注释，形成有效的电子字典库，可进行快速检索。数字化建设助力公司提升研发设计效率，可为客户的个性化需求提供快速精准的研发设计解决方案。

4、掌握的面料技术助力产品设计持续创新

公司在提升家用纺织品和家居服饰产品的研发设计能力的同时，十分注重对产业链前端面料的研发，设计与面料双向驱动，从而带来产品创新。经过持续投入，公司取得了一系列面料研发技术成果，并将成果应用于家用纺织品和家居服饰产品的新品开发设计中，为公司经营业绩带来了直接效益。公司在面料研发方面掌握的主要技术如下：

序号	技术名称	技术特点	技术来源	所处阶段	应用领域	专利号及名称
1	全消光法兰绒织物的生产技术	采用全消光涤纶丝，同时利用两种原料的收缩率不同，在面料表面呈现出较多的毛圈，具有棉型感，同时也减弱了光的反射。该技术使得面料既有棉质手感，又有涤纶的高强和耐磨性，用于编织物的尺寸稳定、弹性适中、防脱散能力强等特点。	自主研发	商业化运用	盖毯、浴袍等	发明专利：201710648403.0一种仿棉全消光经编绒织物及其生产方法
2	短毛法兰绒生产技术	技术采用超细旦涤纶丝，所生产的面料布面绒感与平绒一致，价格比全棉平绒的便宜。相比于常规法兰绒，同克重下，超细短毛法兰绒布面效果更饱满，而且可以做轻克重产品，弥补了法兰绒只能做厚重产品的不足。	自主研发	商业化运用	盖毯等	-

序号	技术名称	技术特点	技术来源	所处阶段	应用领域	专利号及名称
3	面料静电消除技术	该面料静电消除技术，通过装置实现面料双面除静电，提高除静电处理效率，对静电消除棒与面料间的调节，使用更加灵活，绒类面料静电消除后的吸附除尘处理，保证绒类面料洁净，提高绒类面料产品质量，实用性更强。	自主研发	商业化运用	盖毯等	实用新型：201821430535.2一种面料静电消除装置
4	摇粒绒面料生产技术	1、该技术通过对新型装置的研究，增加了面料的结粒面积； 2、提高了摇粒绒面料的生产工作效率，缩短了面料的工作时间。	自主研发	商业化运用	家居服等	实用新型：201821430487.7一种面料生产用摇粒装置
5	面料生产用污水处理技术	1、利用该技术可使得污水管抬升和下降，方便污水管的连接； 2、通过卡环件固定过滤袋，方便过滤袋的安装和更换，并通过设有第一支管和第二支管，可在污水处理过程中一个过滤袋破损时利用单个过滤袋进行污水处理； 3、过滤袋的安装和更换更为方便，保证过滤质量； 4、该技术可以利用单个过滤袋进行污水处理。	自主研发	商业化运用	家居服等	实用新型：201821430553.0一种面料生产用污水处理装置
6	全涤雪尼尔纱线、其纺织工艺及应用	该技术通过纤维纺纱技术，制得超级柔软的全涤雪尼尔纱线，同时又不掉毛，通过电子提花技术制备的面料暖糯又不失骨感，高档、奢华的材质适合现代小资且富有情调的家居使用场景。	自主研发	商业化运用	靠垫等	-
7	Outlast草珊瑚/芦荟面料的生产方法	1、采用草珊瑚草本抗菌纤维与黏胶基 Outlast 纤维混纺，通过纺纱织造成针织面料； 2、该面料吸湿透气，抗菌抑菌，同时达能智能调温的功效。该面料具有天然抗菌、智能调温双层功效，具有很高的附加值，市场前景广阔，适合后疫情时代。	自主研发	商业化运用	睡眠产品	-
8	Outlast薰衣草/薄荷面料的生产方法	采用 Outlast 纤维、薰衣草纤维及薄荷纤维混纺，生产出助眠、减压、恒温的一款产品。该面料手感超柔软的同时又抗菌抑菌，同时有助眠安神之功效。是一款更有价值感的产品，有一定的市场接受度。	自主研发	商业化运用	睡眠产品	-

相关面料技术已运用于公司的主要产品毯子、家居服和浴袍的生产。公司以产业链前端的面料技术研发为出发点，研发方向和内容紧密结合家用纺织品、家居服饰产品的设计和产品营销业务。公司以客户需求为导向，结合面料的前沿发

展趋势，通过对面料的绿色、健康、环保和功能性等积极探索，为客户提供更多更优质的选择，从而提高公司设计和产品的附加值。

（二）公司设计研发人员情况及与“三创四新”相匹配的情况

报告期内，发行人的设计研发人员的人数、人均薪酬以及平均入职年限情况如下：

时间	设计研发人数（人）	人均年薪（万元）	平均入职年限（年）
2020/12/31	75	16.69	4.10
2019/12/31	61	14.05	5.03
2018/12/31	66	12.20	4.74

注：2016 年，发行人承接三问投资的业务，相关人员的劳动关系亦转入发行人。入职年限自入职三问投资时开始统计。

发行人的研发设计人员中包含部分打样职能的辅助设计人员，人均薪酬水平相对不高。从发行人的人员构成比例来看，设计及研发人员的占比处于同行业公司中较高的水平。以 2020 年末为例，具体对比如下：

项目	三问家居	苏美达	棒杰股份	健盛集团	万代服装[注]
设计+研发人员（人）	75	732	**123**	463	130
占总人数比例	7.65%	3.10%	**9.33%**	5.23%	4.04%

注：截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报，相关数据为 2019 年数据。

2020 年末，发行人的家纺、服饰的设计人员和面料的研发人员占总人数的比例为 7.65%。较高比例的研发设计人员为发行人在开展业务过程中的创新、创造和创意提供了人才储备。

此外，发行人注重设计研发团队的建设和培养。报告期内，剔除秦艺服饰的设计人员，发行人对接国外零售商及品牌商的家纺、服饰设计人员及面料研发人员增加明显。具体变动如下：

时间	设计研发人数（人）	人数增长率	人均年薪（万元）
2020/12/31	68	23.64%	16.78
2019/12/31	55	10.00%	14.16
2018/12/31	50	8.70%	11.61

注：不含秦艺服饰的设计人员。由于秦艺服饰经营的中国传统服饰的收入约为发行人总收入的 1%左右，占比很小。因此上述统计剔除秦艺服饰的设计人员。

报告期内，上述设计研发人员数量分别增长了 8.70%、10.00%和 23.64%。发行人持续加强原创设计的人员储备，强化设计团队建设，以更多的人力资源投入为客户提供创新创意类产品。发行人的上述情形与创业板“三创四新”的相关要求相匹配。

报告期内，在对前十大家纺、服饰类客户的收入中，发行人为其提供原创设计产品的收入占对上述客户家纺、服饰产品总收入的比例分别为 81.65%、76.95%和 74.77%。发行人原创设计相关的能力得到市场的验证。

综上，报告期内，发行人设计研发人员的人数占比处于同行业公司中较高的水平。设计研发人员的人数增长较快、平均入职时间较长。发行人设计相关人才资源与“三创四新”相关内容相匹配，发行人具备原创设计相关的核心竞争力。

（三）发行人的研发实施情况

1、公司正在研发的项目情况

公司正在从事的研发项目主要集中在功能性面料产品方向，符合行业的绿色、健康、环保和功能性等技术发展趋势，具体情况如下：

序号	技术名称	研发内容及目标	研发进展
1	永久抗菌面料的生产方法	内容：本发明主要是用采用天然植物为原料，结合纳米粉碎技术和微胶囊技术，将天然抗菌植物的有效成分以微胶囊包覆的形式与纤维素共混结合纺丝成纤。纺纱织造成府绸面料，在面料染色后加整理工艺环节。以浸轧法加入织物重量 10%的抗菌整理剂。 目标：发明一种永久抗菌抗病毒的府绸面料，保证水洗 50 次之后仍然有抗菌效果。	小试阶段
2	永久阻燃面料的生产方法	内容：利用具有永久阻燃功能的纤维制成纱线后再制作绒布面料。 目标：通过纤维性能使面料达到永久阻燃性，不会随水洗次数的增加而降低阻燃效果。	研发阶段
3	可降解无纺布技术	内容:通过研究 PLA 原料的性能及原理,深入研究 PLA 制备无纺布的工艺，实现生产稳定、降解性强、力学性能良好、成本更优的产品。 目标：研发生产制备一种可降解的无纺布，应用于医护及居家产品，减轻不可降解产品对资源的破坏，研发环境友好型产品，为人类共生的地球家园做贡献。	研发阶段
4	新三防面料技术	内容：通过后整理方法在特定面料表面形成防水防油污的薄膜。 目标：使面料具备防止咖啡、牛奶、可乐的泼溅，并达到企业标准。	研发阶段
5	热感服装面料的生产	内容：利用吸湿发热纤维制作的保暖服装面料。 目标：吸湿发热纤维保暖面料使改善传统厚重的保暖	研发阶段

序号	技术名称	研发内容及目标	研发进展
	方法	面料成为可能，面料具有轻、薄、柔、暖的特点。	
6	吸湿排汗运动面料的生产方法	内容：本发明主要是纺带有弹性的吸湿排汗的抗菌涤纶纤维，该纤维一半呈“米”字型（由常规对苯二甲酸二甲酯喷出），一半是圆孔（聚对苯二甲酸二甲酯的喷丝液中加入一定的抗菌助剂、聚氨酯弹性体、芥酸酰胺、纳米氧化锌、N,N-二甲基乙酰胺和丙酮等协同作用的成分），一步法混纤成型制得功能性纤维与不同比例的其他成分混纺或者混织，不同风格的面料，后考查各项基本性能指标。 目标：发明出一款带有舒适弹性、以及意识排汗功能。将传统的异型涤纶纤维再次创新，仿带有弹性的抗菌异型涤纶纤维，解决了常规异型纤维单一的吸湿排汗功能。	研发阶段
7	再生摇粒绒面料生产方法	内容:选用聚酯衣服为原料然后化学再生的纱线 DTY，改性后呈半光圆形多孔形态，不同规格纱线与不同比例的原生半光圆孔纱线混织，研发设计摇粒绒染色及后处理工艺。 目标：制备出再生绒类产品，实现废旧衣物再利用，减少不可再生石油资源的使用率，生产社会贡献型、环境友好型产品。	研发阶段
8	石墨烯织物的生产方法	内容：研究了石墨烯在大豆蛋白纤维中的纺丝技术，应用到家居睡衣的贴身面料。 目标：面料除了具有纯天然、可降解、环保、超柔手感等基本特点之外，还更富有功能性，远红外促进血液循环、抗紫外、护肤、抗菌等功效。	研发阶段

公司通过积极储备研发项目，可为产品设计持续提供面料技术保障，有助于提升公司的创新能力和竞争实力。

2、合作研发情况

（1）报告期内，公司开展的合作研发项目情况

报告期内，合作研发项目由公司子公司亮丰新材料与相关方开展，具体项目进展、合作研发方背景、各方投入、技术成果及知识产权分配约定情况如下：

序号	合作单位	项目名称/内容	合作目标	项目进展	合作各方投入情况	开发技术成果及知识产权分配情况	保密措施
1	江南大学纺织服装学院[注1]	印染行业废水处理相关技术开发	对印染行业废水进行处理，提高水质，达到可回收再用的目的。面料生产中众所周知会产生很多废水及污水，	已履行完毕	①江南大学纺织服装学院协助亮丰新材料对印染行业废水处理进行咨询，提交相关技术资料或现场技术指导。 ②亮丰新材料向江南大学纺织服装学院支付费用 5,000 元。	产生的技术成果和知识产权归江南大学纺织服装学院所有，亮丰新材料享	对需要保密的技术情报和资料的保密期限为 2 年。

序号	合作单位	项目名称/内容	合作目标	项目进展	合作各方投入情况	开发技术成果及知识产权分配情况	保密措施
			对污水的循环再利用研究，不仅能够优化实际生产工艺，降低加工成本，同时更大程度上能够节能环保，以绿色生产节约能源为目标与己任，为社会带来一定贡献。			有免费使用权，但无权转让给第三方使用	
2	青岛邦特生态纺织科技有限公司[注2]（以下简称“青岛邦特”）	1. 合作开发草本类—草珊瑚抗菌面料的开发应用。 2. 合作开发草珊瑚抗菌与Outlast恒温面料的融合应用。 3. 合作开发其他类草本抗菌面料。	通过德国授权的Outlast恒温材料与天然草本抗菌材料的巧妙融合，运用新的纺纱及织造染整技术，制备出多功能、超柔软的高附加值面料，实现恒温兼具天然抗菌的目标	正在履行	①亮丰新材料以其掌握生产面料所涉及的纺纱、织造和后整理等生产工艺技术，负责相关草本系列面料的生产技术及工艺的研发，并通过使用青岛邦特提供的草本类纤维，研发及生产相关系列的草本面料产品。 ②青岛邦特主要负责向亮丰新材料出售草本类纤维，同时向亮丰新材料提供草本类纤维的技术参数等指标，供其面料的研发和生产。后续在亮丰新材料面料的纺纱、织造、染整等研发和生产过程中，青岛邦特应根据亮丰新材料的要求，负责对草本类纤维的参数进行调整并向亮丰新材料提供相应的产品及修改后的技术参数。 ③青岛邦特应配合亮丰新材料做好草本类纤维的技术咨询及在亮丰新材料开拓业务的进程中提供技术支持。	一方转让专利权的，另一方可优先受让；一方放弃专利申请权的，另一方可单独申请；一方不同意申请专利的，另一方不得单方申请；项目被授予专利权后，放弃专利申请权的一方可免费取得该专利的普通实施许可，不可撤销。	双方对所提供给对方的一切资料、技术、策划设计保密； 高职级人员、研发小组人员与合作公司签订保密协议。

注1：江南大学纺织服装学院，2019年更名为江南大学纺织科学与工程学院。经过六十余年的发展，纺织科学与工程学科在国家“211 工程”的重点建设下，已在纺织用酶制剂的开发和应用、喷墨印花颜料墨水的研制和应用、超细涂料及染色技术、印染节能加工技术与

设备等研究方向形成了鲜明的特色和优势。

注 2：青岛邦特生态纺织科技有限公司致力于天然、绿色、低碳、环保纺织新材料的开发，其在研发和生产工艺方面具有较强的优势，具有优异的工艺流程控制能力。该公司现已成功研发、生产的复合型高端植物纤维，具有抗菌、抗病毒、消臭、防螨等多种功能，产品已获得多项发明专利及实用新型专利，并通过 Oeko-Tex、SCS 等多项生态、再生纺织品认证。掌握的核心技术有植物萃取技术、超细纳米技术、纳米微胶囊技术和差异化技术等。

（2）合作研发技术对发行人生产经营的重要程度

亮丰新材料与江南大学纺织服装学院的合作项目不属于面料生产核心技术。截至本招股说明书签署日，该合作项目已履行完毕，发行人未产生收入，对发行人生产经营不产生重大影响。

在亮丰新材料与青岛邦特的合作项目中，亮丰新材料掌握和主导相关面料的生产方法等核心技术，而青岛邦特主要负责向亮丰新材料销售草珊瑚等草本纤维，并在亮丰新材料研发试验和生产过程中，根据后者的要求调整草本纤维的技术参数。亮丰新材料与青岛邦特合作研发的 Outlast 草本面料具有特殊功能，可作为面料或进一步加工成家纺、家居服饰产品销售，对生产经营具有一定的重要性。截至 2020 年 12 月 31 日，该合作项目中 Outlast 草珊瑚面料 2020 年产生的收入为 215.59 万元，占面料收入的比例为 2.59%。

（3）发行人对合作研发方不存在技术依赖

由于亮丰新材料掌握面料的核心生产方法和相关技术，且市场上能够提供草本类纤维原材料的供应商较多，发行人能够快速地进行转换，因此发行人对合作方不存在技术依赖。可供替代的原材料及供应商情况具体如下：

序号	公司名称	主要草本类纤维名称
1	青岛百草新材料股份有限公司	草珊瑚、芦荟、薰衣草、薄荷纤维
2	潍坊泽宇纺织有限公司	草珊瑚、薄荷、芦荟、天莲纤维
3	杭州优标纺织有限公司	天莲、金银花纤维
4	德州仁和恒丰纺织集团有限公司	本草纤维混纺纱线
5	江苏悦达棉纺有限公司	本草纤维混纺纱线
6	上海奥领纺织新材料有限公司	艾草、玫瑰、薄荷纤维

综上，发行人与合作方的上述研究成果分配方案及相关开发技术成果及知识产权的分配约定合理；发行人与江南大学纺织服装学院的合作项目已履行完毕，对发行人生产经营不产生重大影响；发行人与青岛邦特的合作项目仍在履行过程

中，对发行人生产经营具有一定的重要性，但该合作项目的核心技术均由发行人掌握，合作方式主要为向青岛邦特采购草本类纤维等原材料，该类原材料存在其他可选供应商，发行人对合作方不存在技术依赖。

3、公司研发设计人员情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有研发设计相关人员 75 名，其中研发人员 11 名，设计人员 64 名（含打样师等设计辅助人员 13 名）。公司的研发人员主要承担花式纱线、绒类面料的研发与拓展工作，运用新材料、新工艺、新技术不断的优化产品品类及进行产品迭代与升级；设计部人员主要承担包括市场洞察、趋势发布、产品企划、研发设计、打样报价和营销方案的制定。

公司的研发设计团队具有较丰富的实践经验，其中任职 5 年以上的研发设计人员共 25 名，占公司总体研发设计人员的 33.33%。

此外，公司有效利用国际化平台优势，建立了一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队，报告期内，公司跨国、跨文化的设计师团队的具体情况如下：

序号	工作所在地	设计师总人数	外籍设计师人数	海外留学背景人数	人均年薪[注1]（万元）	平均入职时长[注2]（年）
1	中国	71	1	4	14.50	4.31
2	美国	2	2	-	75.73	0.76
3	英国	2	2	-	33.49	0.10

注 1：人均薪酬以期末在职人员年薪统计，不足一年的以预计年薪统计。
注 2：平均入职时长包括员工在原三问投资在职时长。

总体而言，公司核心技术人员均具有较丰富的行业经验与扎实的专业知识，研发设计团队较为成熟、分工合理、专业性强，是保障公司研发设计水平持续提升、产品不断发展的重要支撑力量。

4、公司设计和研发投入情况

公司注重家用纺织品、家居服饰产品和面料的设计及研发，报告期内，公司的设计和研发支出持续提升，具体如下：

单位：万元

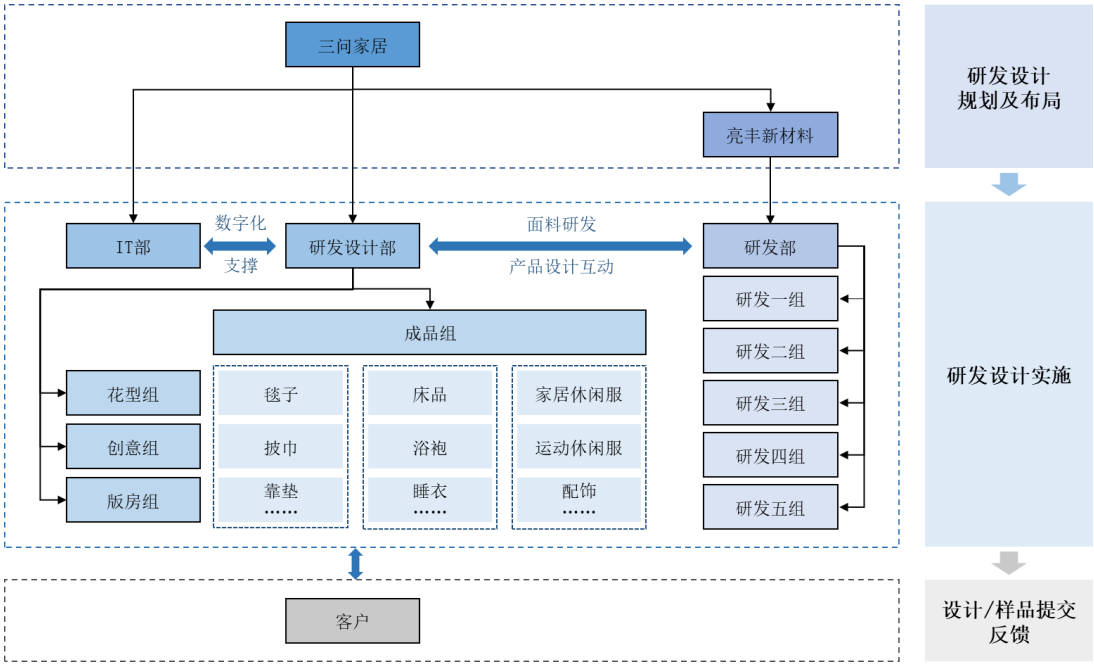
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
设计支出	886.57	926.51	1,014.47

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	383.36	226.23	63.76
合计	**1,269.93**	**1,152.75**	**1,078.23**

（四）保持不断创新的机制、储备及创新安排

1、研发设计机构设置

公司的产品设计主要由三问家居的研发设计部负责，面料研发由子公司亮丰新材料负责，产品设计与面料研发双向驱动产品创新。亮丰新材料的面料研发围绕产品创新开展；产品设计流程以成品组为纵向研发设计线条，花型组、创意组和版房组为横向研发设计线条，实行模块化和矩阵式管理；设计成果提交客户进行反馈修改后定稿。公司的研发设计机构设置如下：



2、研发设计制度建设

为积极推进和落实公司模块化和矩阵式的研发设计模式，建立高效的研发设计体系，公司制定了较完善的研发设计制度，具体如下：

序号	名称	内容
1	《三问家居股份有限公司研发设计部部门管理规章制度》	有效规范管理研发设计部，建立一个良好的激励机制，更好地调动研发设计师的工作积极性，充分发挥大家的潜能，科学、合理、高效地完成公司的研发任务。
2	《上海亮丰新材料科技有限公司产品研发管理流程》	对面料的战略研发、自主研发和定向研发的流程和标准进行了规范和管理。

序号	名称	内容
3	《上海亮丰新材料科技有限公司项目管理制度》	规定了公司科技研发管理的制度要求，旨在提高公司产品研发能力和产品质量，寻求公司在技术、工艺、材料等方面的创新，增强市场竞争力。

3、公司研发创新机制

公司高度重视产品创新，坚持产品原创设计与面料研发双向驱动产品创新理念。

（1）公司坚持双焦点、多品类、全案设计的研发创新策略

1）双焦点：公司的研发和设计聚焦花式纱线和绒类面料两大品类，花式纱线领域重点发展雪尼尔、羽毛纱和毛皮纱等材质的面料，绒类面料领域侧重宽幅、新工艺、新型复合面料在产品设计中的运用。

2）多品类：针对公司主要运用的纱线、面料、工艺和风格进行多产品品类开发，以形成较强的营销联动和协同效应。

3）全案设计：公司重视为客户提供全流程的完整解决方案，包括市场分析、趋势发布、相关多品类的产品企划、产品设计、打样报价和市场营销等全流程方案设计。

公司在总结历年销售数据和流行规律的基础上，提出了自身产品的价值标准，统一了公司内部设计评审和价值评判语言，即 SSCA：Simple Beauty 简约美感，Soft Touch 轻柔触感，Craft Value 匠心工艺，Affordable Price 适中定价。

（2）良好的研发团队建设机制

公司高度重视研发队伍的建设和培养工作，有效利用美国公司和荷兰公司这一国际化背景的优势，通过组织国内外设计师员工及项目型的兼职设计师的交流，并定期派遣国内设计师到纽约和阿姆斯特丹等地同当地设计师一起工作，拓展国内设计师的视野。同时安排国外设计师来中国实地走访各面料和纱线、工艺、成品工厂，让国外设计师从源头上了解公司的核心实力，增强设计师的综合竞争力。对表现优秀的设计师，公司会有针对性地组织国外采风、游学和交流，进一步提升设计师的国际化视野。

（3）日益完善的研发设计运行及管理机制

公司对研发部门进行不断的建设与完善，持续优化资源配置，制定了有效的研发运行及管理机制。在对设计师进行创意、花型、版房和成品的区块分类之外，为了适应新形势下的任务需求，全面执行品类首席设计师、品牌设计师和品牌经理三项制度，有效发挥设计师优势，保持公司在研发创新上的行业领先。

同时，全面启用数字化研发设计项目管理，将研发设计的进程可视化和模块化，实行责任人制度，将数量和质量考核同绩效管理结合起来，从人员、制度和信息系统上保证创新工作的持续开展。

4、绩效考核和激励机制

在公司完善的员工培训计划之外，公司固定每周一下午进行设计、研发研讨会，就研发面料、纱线、设计师款式进行内部研讨，实现了资源、咨询、灵感和理念的流动共享，促进设计和产品的创新及再造。

公司制度定了相关制度，要求所有设计师在进行研发设计工作时，需要注明花型、成品设计的灵感来源（如果有）并确认修改，再造程度需达到花型 30%以上，成品修改至少 3 处以上。

公司利用信息化手段，对研发面料、款式等进行线上宣导，传达到公司各部门，进一步将研发设计成果推行到业务端，实现快速的价值流通和价值变现，同时对经过价值评判的设计师创造的成果申请著作权、专利等版权保护，并根据公司相关规定对设计师给予奖励，鼓励和激发设计师工作热情。

公司建立了完善的绩效考核体系，与产品设计项目管理结合，对设计师从产出量、客户采用款的数量、完成时间等方面进行考核，将公司收入与设计师的价值产出挂钩，激励设计和产品的不断创新。

5、约束措施和版权保护

公司与所有核心技术人员签订了《员工保密及竞业禁止协议书》或在《劳动合同》中对其保密义务做出约定，以加强核心技术保密工作。

（1）设计师有责任对所做作品做不侵害版权说明。

（2）公司将对通过审核的设计师的成果进行实用新型、实用外观和发明创造方面的专利申请。

（3）所有研发人员不得向公司以外的人员透露公司研发项目进程，研发技术和研发成果。

九、发行人的境外经营及境外资产情况

（一）境外子公司的情况

公司在柬埔寨、香港、美国、荷兰和南非分别设立了子公司，公司境外子公司的基本情况、总资产、净资产、主营业务及与公司主营业务的关系参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司情况”。

（二）境外经营模式及流程

销售方面，报告期内，公司通过位于香港、美国和荷兰等境外主体充分发挥所在地的区域优势，进一步发挥服务海外客户、开拓海外客户的职能，向注册地的客户销售和推广公司的家用纺织品、家居服饰产品及面料产品等。上述公司主要是向三问家居及子公司采购成品再对外销售。

另外，公司在柬埔寨设立了工厂作为海外生产基地，以顺应中低端纺织服装产业向东南亚转移的趋势和防范可能的贸易摩擦风险。柬埔寨公司生产的成品主要向香港公司销售。

产品设计方面，公司的美国子公司拥有专业品类设计师，同时在英国也招聘了设计师，整合了来自全球不同国家和背景的设计师资源。

（三）境外销售区域

公司的境外客户主要在美国、英国、南非、加拿大和爱尔兰等地区。具体情况请参阅本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析“之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”部分。

（四）境外子公司的资产租赁情况

报告期内，公司境外子公司的房屋租赁情况请参阅本招股说明书中“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产情况”之“1、房屋及建筑物”之“（2）租赁的房屋及建筑物”的内容。

（五）设立境外子公司的原因

1、香港公司

香港公司主要定位为发行人东南亚生产基地的对外销售平台，发行人通过香港公司直接对接东南亚工厂和国外客户。

2、美国公司

美国公司主要定位为发行人在美国地区的销售公司，负责美国当地的设计和营销推广工作。美国是发行人的主要市场之一，在美国设立子公司有利于维护当地客户，开拓业务，同时有利于发行人深入了解客户需求，及时把握当地市场动态和趋势。

3、南非公司

南非公司在设立之初的定位是发行人在南非地区的销售公司，后由于当地政治、经济等方面的不稳定因素导致南非公司的预期运营成本和风险增加，因此其成立后未实际开展经营活动。截至本招股说明书签署日，南非公司正在办理注销手续。

4、柬埔寨公司

柬埔寨公司主要定位为发行人在东南亚地区的自有工厂。同时，作为建立东南亚供应链的尝试，设立柬埔寨公司有利于顺应中低端纺织服装产业向东南亚地区转移的趋势，降低劳动力成本，同时降低可能的国际贸易摩擦对发行人的不利影响。

5、荷兰公司

荷兰公司主要定位为发行人在欧洲地区的销售公司。欧洲地区是发行人的主要市场之一，考虑到荷兰的投资政策较为宽松，地理位置优越，交通物流发达，区位优势较为明显等因素，发行人选择荷兰作为其欧洲业务的平台。

（六）境外子公司履行的境内核准/备案程序

1、发行人已履行的境内程序

（1）香港公司

2017 年 5 月 2 日，上海市商务委员会下发境外投资证第 N3100201700151 号《企业境外投资证书》，核准三问有限以自有资金 71.1048 万元（折合 10.32 万美元）设立香港公司，经营范围为家居服饰、日用百货、针纺织品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易。

三问有限已办理完毕 ODI 中方股东对外义务出资外汇登记，取得随机码为 667829 号的《业务登记凭证》。

（2）美国公司

2017 年 7 月 19 日，上海市商务委员会下发境外投资证第 N3100201700328 号《企业境外投资证书》，核准三问有限以自有资金 136 万元（折合 20 万美元）设立美国公司，经营范围为家居服饰、日用百货、针纺织品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易。

三问有限已办理完毕 ODI 中方股东对外义务出资外汇登记，取得随机码为 871941 号的《业务登记凭证》。

（3）南非公司

2017 年 3 月 8 日，上海市商务委员会下发境外投资证第 N3100201700066 号《企业境外投资证书》，核准三问有限以自有资金 34.437 万元（折合 5 万美元）设立南非公司，经营范围为家居服饰、日用百货、针纺织品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易。

三问有限已办理完毕 ODI 中方股东对外义务出资外汇登记，取得随机码为 934561 号的《业务登记凭证》。截至本招股说明书签署日，发行人实际未对南非公司进行出资。

（4）柬埔寨公司

2019 年 1 月 25 日，上海市商务委员会下发境外投资证第 N3100201900072 号《企业境外投资证书》，核准三问有限（股比 55%）及上海佳垣慧贸易有限公司（股比 45%）以自有资金 684.82 万元（折合 100 万美元）设立柬埔寨公司，经营范围为家居服饰、日用百货、针纺织品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽，及宠物用品（宠物箱包、宠物服装、宠物玩具、宠物橡胶

类玩具、狗窝、宠物牵引带）的生产制造、销售及进出口业务。

2019 年 3 月 26 日，上海市发改委下发沪发改外资[2019]80 号《境外投资项目备案通知书》，对三问有限、上海佳垣慧贸易有限公司等在柬埔寨设立合资公司项目予以备案。

三问有限已办理完毕 ODI 中方股东对外义务出资外汇登记，取得随机码为 238592 号的《业务登记凭证》。

（5）荷兰公司

2019 年 9 月 3 日，上海市商务委员会下发境外投资证第 N3100201900659 号《企业境外投资证书》，核准三问有限以自有资金 385.73 万元（折合 56.02 万美元）设立荷兰公司，经营范围为从事家居服饰、服装、日用百货、针纺织品、母婴用品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、玩具、箱包、家具、鞋帽等产品的设计和销售，从事货物及技术的进出口业务。

2019 年 10 月 12 日，上海市发改委下发沪发改开放[2019]145 号《境外投资项目备案通知书》，对三问有限新设荷兰子公司项目予以备案。

三问有限已办理完毕 ODI 中方股东对外义务出资外汇登记，取得随机码为 087510 号的《业务登记凭证》。

综上，发行人设立柬埔寨公司、荷兰公司已履行境内所需的相应备案/登记程序，符合相关法律、法规和规范性文件的规定；发行人设立香港公司、美国公司、南非公司已履行商务部门备案和外汇登记手续，未履行发改部门的备案手续。

2、设立香港公司、美国公司及南非公司未履行发改部门备案手续的原因及可能存在的法律风险

发行人设立香港公司、美国公司及南非公司时未办理发改部门备案手续的主要原因系：香港公司、美国公司、南非公司均设立于 2017 年，彼时由于发行人经办人员对相关法规的理解不到位，不了解境外投资需要办理发改部门的备案手续，且在办理前述公司的境外投资外汇登记手续时，根据《资本项目外汇业务操作指引（2017 年版）》，只需要提交《营业执照》《企业境外投资证书》等文件，未被要求提供发改部门的备案文件，因此，发行人在开展境外投资过程中未能发

现相关程序瑕疵。

为解决上述问题，发行人积极向所在地发改部门咨询补办相关手续事宜，但由于发改部门仅进行事前备案，无相关事后补办的规定，因此未能实现补办。

根据香港公司、美国公司及南非公司设立时适用的《境外投资项目核准和备案管理办法》（已于 2018 年 3 月 1 日被废止）的规定，未取得核准文件或备案通知书而擅自实施的项目，由发改委会同有关部门责令其停止项目实施。根据 2018 年 3 月 1 日起实施的《企业境外投资管理办法》的规定，未取得备案通知书而擅自实施的项目，由核准、备案机关责令投资主体中止或停止实施该项目并限期改正，对投资主体及有关责任人处以警告；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

根据上述规定，发行人设立香港公司、美国公司及南非公司未履行发改部门的备案手续，不符合相关法律、法规和规范性文件的规定，存在被相关政府部门处罚的风险。经查询上海市发展和改革委员会（http://fgw.sh.gov.cn）等网站，截至本招股说明书签署日，相关政府主管部门未要求发行人中止、停止相关项目实施或对发行人及相关人员作出行政处罚。

针对上述情况，发行人控股股东三问投资及实际控制人王耀民、程晖出具了相关承诺：“如果三问家居境外投资南非公司、香港公司以及美国公司因未履行发改委备案程序而受到主管部门的任何强制措施、行政处罚、诉讼纠纷、履行任何其他法律程序或承担任何责任的，本人/本单位承诺由此产生的罚款、诉讼仲裁费用以及对生产经营等方面造成的其他直接、间接损失均由本人/本单位承担。”

综上，发行人设立香港公司、美国公司及南非公司未履行发改部门的备案手续，存在一定的程序瑕疵。截至本招股说明书签署日，发行人未因此而受到行政处罚，且相关瑕疵行为不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，亦未导致严重环境污染、重大人员伤亡或其他恶劣社会影响，因此不属于《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》规定的重大违法行为。发行人控股股东、实际控制人已承诺承担公司由此产生的全部损失，相关瑕疵行为不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，亦不构成本次发行上市的实质性障碍。

（七）境外子公司的合法经营情况

1、经营是否需要获得相应的审批和资质，合法存续情况，经营存续的合法合规性

（1）香港公司

根据香港英士律师行出具的《香港法律意见书》，香港公司成立于 2017 年 3 月 1 日，系在香港依法成立的私人股份有限公司，目前为合法存续状态。

香港公司实际经营业务为家居服饰、日用百货、针纺织品、纺织面料、羽绒制品、工艺品、床上用品、服装、鞋帽的进出口贸易，香港公司从事该等业务无需在香港政府机构取得有关执照、许可或证书。

报告期内，香港公司不存在任何清盘情形，亦不存在任何法庭诉讼、仲裁或行政处罚事项。

（2）美国公司

根据美国 Sullivan & Worcester LLP 出具的《法律意见书》和《尽职调查备忘录》，美国公司成立于 2017 年 5 月 12 日，系根据《纽约州普通公司法》注册成立的有限公司，目前为合法存续状态。

美国公司的主营业务是展示和销售服装及其他纺织品，作为三问家居在美国的代理，美国公司的运营不受任何许可、业务批准、资格或证明的约束。

报告期内，美国公司未发生过任何对其提起的诉讼，未被当地机构警告或罚款，未受到任何其他行政处罚。

（3）南非公司

根据南非 Herold Gie Attorneys 出具的《法律意见书》，南非公司成立于 2017 年 6 月 1 日，系根据南非《公司法》注册成立的私人公司。南非公司自设立至法律意见书出具日，未在南非境内或境外开展任何业务活动，亦未涉及任何法律纠纷或任何诉讼程序，目前正在办理注销手续。

（4）柬埔寨公司

根据柬埔寨 AP&PARTNER Law Office 出具的《尽职调查报告》，柬埔寨公

司成立于 2019 年 3 月 4 日，系根据柬埔寨的适用法律注册成立的私人有限公司，目前为合法存续状态。

柬埔寨公司的主要业务活动为建立服装、床垫套、枕头套、宠物服装和宠物设备生产厂。根据柬埔寨的适用法律，为了设立工厂并开展相关经营活动，需获得柬埔寨工业及手工业部颁发的设立许可证和经营许可证。根据《尽职调查报告》，柬埔寨公司已于 2019 年 12 月 6 日取得了相关许可，获准设立工厂生产服装和宠物服装、床垫套、枕头套、宠物设备等。

报告期内，柬埔寨公司未牵涉任何争议（包括但不限于诉讼和仲裁），其股权或资产也不存在任何质押、冻结和其他受限制情况。

（5）荷兰公司

根据荷兰 Broadstreet B.V.和 Fruytier Lawyers in Business B.V.出具的《法律意见书》，荷兰公司成立于 2019 年 10 月 15 日，系根据《荷兰商业登记法》注册成立的私人有限责任公司，目前为合法存续状态。

荷兰公司的经营对象主要包括纺织品、玩具、婴儿用品、儿童用品和皮肤护理产品的进出口、经销和贸易，为此，荷兰公司注册了用于进出口业务的 Eori 号码（经营者注册和识别号码），编号为 NL860512721。

报告期内，荷兰公司未牵涉任何法律纠纷、诉讼或仲裁，亦未受到任何警告、罚款或其他行政处罚。

综上，发行人的境外子公司已获得经营所需的相应审批和资质，除南非公司未开展经营活动正在办理注销手续外，发行人的境外子公司目前均合法存续，经营合法合规，不存在因违反当地法律法规而受到行政处罚的情况，不存在违反境外投资和外汇管理法律法规的情况。

十、发行人医护类产品业务的经营情况

（一）发行人主要医护类产品的情况

报告期内，发行人销售医护产品主要为口罩、手套等产品，根据客户需求，分为医用产品和非医用产品两类，具体型号如下：

产品	产品型号	性质

产品	产品型号	性质
口罩	一次性平面口罩	医用、非医用
	KN95 防护口罩	非医用
	N95 防护口罩	非医用
	FFP2 防护口罩	非医用
	布口罩	非医用
手套	一次性聚氯乙烯手套	医用、非医用
	一次性丁腈手套	医用、非医用

报告期内，发行人销售各项防疫物资均满足国内外相关医疗卫生器械或行业、特定客户的相关要求和标准。

（二）医护类产品经营模式

发行人医护类产品的经营模式为向供应商采购成品后对外销售，不需要进行设计，也不参与生产。

公司的医护类产品以外销为主，全部为直销，包括以销定采及备库销售两种方式。销售定价原则方面，以销定采方式下，公司结合供应商给出的含税报价，考虑自身的合理毛利，以美元向客户报价；备库销售方式下，公司结合存货成本，考虑自身的合理毛利，以美元向客户报价。

医护类产品的质量控制与原有家纺、服饰和面料类业务一致，发行人供应链管理部制定和执行统一的质量控制标准。

（三）行业基本情况和竞争情况

发行人经营医护类产品业务的定位为贸易商。客户端，以满足既有客户需求为主，并逐步进行业务拓展；供应端，疫情期间产品较为紧俏，疫情逐步缓和后，需求下降叠加疫情期间新增产能的释放，产品供应十分充足，生产企业竞争激烈。

（四）医护类产品业务的合理性及可持续性

1、口罩、手套等医护类产品业务的合理性

公司是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，致力于为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。2020 年新冠疫情爆发后，公司充分发挥供应链管理优势，迅速调动资源，为客户提供紧俏

的医护物资供货保障，充分体现了公司“做全球客户与供应商最有价值的合作伙伴”的定位。

从客户角度看，2020 年度，发行人的医护类产品收入来自于原家纺、服饰客户的占比为 76.10%，新增的医护类产品客户也主要来自既有客户的引荐。截至 2021 年 3 月底，发行人已于 2021 年履行完毕以及在手的医护类订单中，既有客户占比为 68.44%。

从供应商角度看，除江苏昌新织造有限公司外，发行人主要的医护类供应商均为新增供应商，发行人在疫情爆发后的较短时间内迅速完成了医护类合格供应商库的组建。

可见，在疫情爆发后，发行人充分发挥供应链管理优势，主要利用既有客户渠道新增医护业务品类，具有合理性。

2、口罩、手套等医护类产品业务的可持续性

疫情期间，公司利用其供应链管理优势快速反应，为客户提供紧俏的医护物资供货保障，进一步赢得了客户的信任。未来，公司仍将继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，公司医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。截至 2021 年 3 月底，发行人 2021 年已履行完毕以及在手的医护类订单金额为 13,723.06 万元。公司已在本招股说明书“重大事项提示”之“一、重大事项提示”之“（四）新冠疫情带来经营业绩下滑的风险”中做了特别风险提示。

3、医护类产品行业主管部门、生产资质情况

发行人医护类产品的经营模式为向供应商采购成品后对外销售，不参与研发和生产。发行人销售非医用类医护产品无需取得医疗器械相关资质，销售医用类产品如属于一类医疗器械，无需获得审批、认证或备案，如属于二类医疗器械，应当取得食品药品监管部门颁发的第二类医疗器械经营备案凭证。医护类产品的行业主管部门及经营资质情况，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人医护类产品业务的经营情况”之“（八）医护类产品行业主管部门、生产资质情况”。

综上，2020 年新冠疫情爆发后，发行人发挥供应链管理优势，基于既有客户渠道开拓的口罩、手套等医护类产品业务具有合理性；预计该类业务将随着新

冠疫情的缓和而逐步下降。

（五）发行人医护类产品的专业技能或从业经验的人员储备

发行人医护业务的迅速发展主要依靠原家纺、服饰等业务的客户渠道以及发行人完善的供应链管理能力。发行人医护事业部成立于 2020 年 2 月，由原家纺和服饰业务部门的部分人员组建而成，核心人员丰富的纺织品外贸行业经验以及供应链管理经验为医护业务的迅速发展提供保障。

为加强医护事业部人员对医护产品相关法律法规、产品标准以及医护产品生产等内容的了解，发行人积极与 SGS、UL、TUV SUD 各大国际知名检测机构保持长期合作关系，并组织邀请检测机构以现场或视频在线课程的形式对业务人员进行相关技术知识培训，同时积极参与医护用品行业展会、拜访医护产品生产企业，学习了解产品的生产、品控等流程，达到理论与实际相结合的效果。发行人医护事业部核心人员情况如下：

姓名	职务	具体负责工作	从业背景
高长磊	副总经理	核心产品品类构建，核心供应链打造，核心业务部门建设和核心销售渠道的拓展	拥有 10 年以上服装外贸行业经验，过往数年整体负责发行人家纺业务部门的主导工作，具备开发和维护欧美客户、带领部门的经验和能力。
钟雅玲	医护事业部总监	负责客户营销、战略客户拓展，以及维护客户关系。调研市场需求，拓展医护产品品类	拥有 10 年以上服装外贸行业经验，1 年防疫物资外销业务经验，具备开发和维护欧美客户的经验和能力。
汪柳	医护事业部副总监	负责市场调研，医护新产品开发，拓展医护产品品类	拥有 8 年以上服装外贸行业经验，1 年防疫物资外销业务经验，具备开发和维护欧美客户的经验和能力。
汪高飞	医护事业部高级经理	开发、拓展与完善医护产品供应链体系	拥有 10 年美国和欧洲服装行业经验、5 年纺织面料行业从业经验，1 年防疫物资外销业务经验。具备开发和整合供应链的经验和能力；
侯志斌	医护事业部采购专员	负责医护产品供应链维护与跟进，为业务部门的营销需求快速提供供应链的支持与反馈。	拥有 6 年纺织行业开发和维护欧美客户工作经验，1 年防疫物资外销业务经验
栾丽萍	医护事业部客户副经理	负责医护产品供应商、物流供应商整体评估；负责备货产品的进度及品质把控，客户产品交付工作	拥有 10 年国内外纺织品供应链管理以及客户维护经验，1 年防疫物资外销业务经验
廖春霞	医护事业部客户经理	负责客户开发和营销，维护客户关系，确保销售产品交期和品	拥有 10 年以上家纺、服饰行业从业经验，1 年防疫物资外销业

姓名	职务	具体负责工作	从业背景
		质；协助部门开发和完善产品线	务经验
刘欣	医护事业部客户专员	负责审核供应商资质； 研究防疫物质、医疗器械在中国、美国、欧盟法律法规、产品技术要求及合规准入并为业务部门提供法律法规、资质要求、产品技术要求等方面的技术支持。梳理总结防疫物质、医疗器械各国合规准入，解读产品技术要求，根据需要对相关人员进行培训	拥有 9 年以上面料外贸业务经历；1 年防疫物资、医疗器械法律法规、产品技术要求及合规准入等方面研究经历，并获得 ISO 13485 质量管理体系内审员证

发行人及医护事业部核心人员经过一年的防疫物资外销经验，已经建立了医护产品外销、供应链管理以及相关资质、法规、产品标准等方面的技能与经验。

综上，发行人发挥供应链管理的优势，主要利用既有客户渠道新增口罩、手套等医护类产品业务，发行人拥有相关专业人员储备。未来，公司仍将继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，预计公司医护类业务收入将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。

（六）医护类产品业务销售情况和主要客户

1、公司医护类业务向前十大客户的销售情况

2020 年度，公司医护类产品前十大客户的类型、采购的医护产品类别、收入情况、是否为原有家纺服饰类客户、新客户的开拓方式如下：

单位：万元、万件、万副

序号	客户名称	类型	医护产品类别	医护产品收入	占医护类收入比例	数量	是否为原家纺服饰类客户	新客户的开拓方式
1	Walgreen Co.	零售商	口罩	29,957.44	40.48%	15,386.75	是	原有客户，不适用
2	Target	零售商	口罩、手套	18,905.55	25.54%	11,440.32	是	原有客户，不适用
3	EMC Distribution Limited	零售商	口罩	6,187.80	8.36%	2,560.80	否	此前通过展会接触该客户并进行家纺产品开发，但最终没有成交；疫情期间，该客户知悉公司可以出口紧急防疫物资口罩，主动与公司取得联系，向公司订购防疫物资
4	Northern Safety Co., Inc.	零售商	口罩、手套	5,029.56	6.80%	1,930.00	是	原有客户，不适用
5	British Embassy Beijing	政府组织	口罩、手套	3,277.05	4.43%	1,505.00	否	通过原家纺、服饰业务行业内伙伴向英国驻上海总领事引荐
6	GDTEX Inc.	贸易商	手套	2,433.52	3.29%	1,058.30	否	通过公司原家纺、服饰客户 Target 引荐

序号	客户名称	类型	医护产品类别	医护产品收入	占医护类收入比例	数量	是否为原家纺服饰类客户	新客户的开拓方式
7	珠海中博医疗科技有限公司	贸易商	手套	1,699.12	2.30%	2,000.00	否	通过居间服务商桐乡市巨美医疗器械有限公司引荐
8	腾讯科技（深圳）有限公司	企业（用于捐赠）	口罩	1,571.68	2.12%	600.00	否	通过公司原家纺、服饰供应链管理公司香港利丰引荐
9	Vera Bradley	品牌商	口罩	1,504.42	2.03%	552.72	是	原有客户，不适用
10	J.C. Penney Purchasing Corporation	零售商	口罩	664.35	0.90%	558.85	是	原有客户，不适用
医护类前 10 大客户收入合计				**71,230.50**	**96.25%**	**37,592.74**	-	-
其中：原有家纺、服饰和面料类客户				56,061.33	75.75%	-	-	-
新增客户				15,169.17	20.50%	-	-	-
医护类产品总收入				**74,009.18**	**100.00%**	-	-	-
其中：原有家纺、服饰和面料类客户				56,319.07	76.10%	-	-	-
新增客户				17,690.11	23.90%	-	-	-

2020 年度，发行人的医护类产品收入来自于原有的家纺、服饰和面料类客户的占比为 76.10%，同时新增的医护类产品的客户也主要通过原有的家纺、服饰和面料类客户的引荐。

2、医护类产品业务前十大客户的基本情况

2020 年度，发行人医护类产品业务前十大客户中，第 1 名 Walgreen、第 2 名 Target、第 9 名 Vera Bradley 和第 10 名 J.C. Penney，同时也是家纺、服饰和面料业务的主要客户，其基本情况参见本招股书说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）报告期内发行人主要客户的销售情况”之“3、报告期内发行人各期前十大客户基本情况”之“1）非医护类业务前十大客户的基本情况”的详细说明。其余医护类业务前十大客户的基本情况如下：

1	**EMC Distribution Limited**	成立时间	2002.7.31
		所在国家/地区	香港
		是否系上市公司/上市公司控股公司	上市公司子公司
		业务情况	其位于香港，是一家百货批发商。其控股股东 Casino Guichard-Perrachon S.A.是一家法国零售商，主要在全球范围内经营大型超市、便利店、折扣店和批发店。截至 2020 年 3 月，集团拥有 22 万名员工，全球范围内已开设 11,172 家门店。
		实控人或主要股东情况	为上市公司 Casino Guichard-Perrachon S.A. 100%控股的子公司，实控人为 MR Jean-Charles Naouri
		2020 年医护类收入排名	排名第 3，金额 0.62 亿元人民币

		客户收入情况	FY2020：Casino Guichard-Perrachon S.A.收入 325.1 亿欧元 FY2019: Casino Guichard-Perrachon S.A.收入 353.1 亿欧元 FY2018: Casino Guichard-Perrachon S.A.收入 343.29 亿欧元
		首次业务开展时间	2020 年 5 月
		发行人是否系国内唯一供应商	否
2	**Northern Safety Co., Inc.**	成立时间	1983.1.1
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	其为美国劳动保护用具销售商，销售产品包括自有品牌和非专有品牌的安全眼镜，手套，鞋类，听力保护，头部和面部保护，手动和电动工具，物料搬运用品，清洁用品和运输补给品等。
		实控人或主要股东情况	Adolf Wurth GmbH & Co KG
		2020 年医护类收入排名	排名第 4，金额 0.50 亿元人民币
		客户收入情况	未披露
		首次业务开展时间	2018 年（2020 年之前采购非医护类，2020 年开始采购医护类）
		发行人是否系国内唯一供应商	否
3	**British Embassy Beijing**	成立时间	1954 年 6 月 17 日
		所在国家/地区	北京
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	为英国驻华使馆，系英国规模最大的驻外使馆之一
		实控人或主要股东情况	英国政府部门
		2020 年医护类收入排名	排名第 5，金额 0.33 亿人民币
		客户收入情况	N/A
		首次业务开展时间	2020 年
		发行人是否系国内唯一供应商	否
4	**GDTEX Inc.**	成立时间	1994 年 11 月 22 日（母公司成立时间）
		所在国家/地区	美国
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	广东省纺织品进出口股份有限公司前身为广东省纺织品进出口（集团）公司，是中国最早从事纺织品和服装贸易的国有外贸企业之一;现为广东省广新控股集团有限公司的二级公司，是一家集设计、生产、贸易、服务为一体的现代化企业，主营纺织品服装的进出口业务
		实控人或主要股东情况	为广东省纺织品进出口股份有限公司的美国子公司，其母公司的主要股东为：广东省丝绸纺织集团有限公司 77.86%、广东省纺织品进出口股份有限公司工会

			9.73%。实控人为广东省人民政府
		2020 年医护类收入排名	排名第 6，金额 0.24 亿人民币
		客户收入情况	N/A
		首次业务开展时间	2020 年
		发行人是否系国内唯一供应商	否
5	**珠海中博医疗科技有限公司**	成立时间	2015 年 3 月 4 日
		所在国家/地区	广东省
		是否系上市公司/上市公司控股公司	否
		业务情况	医疗器械、医疗设备维修；民用口罩、医用口罩、医用防护服、医用隔离衣、红外线测温仪、无纺布防护服、鞋、帽、一次性防护手套、红外线测温枪、医用试剂的销售；医疗器械的研发、生产、销售等
		实控人或主要股东情况	梁丽荷为实控人，主要股东为：梁丽荷 70%、珠海宇金园林工程有限公司 30%
		2020 年医护类收入排名	排名第 7，金额 0.17 亿人民币
		客户收入情况	N/A
		首次业务开展时间	2020 年
		发行人是否系国内唯一供应商	否
6	**腾讯科技（深圳）有限公司**	成立时间	2000 年 2 月 24 日
		所在国家/地区	广东省
		是否系上市公司/上市公司控股公司	是
		业务情况	腾讯控股为目前中国最大的互联网综合服务提供商之一，也是中国服务用户最多的互联网企业之一
		实控人或主要股东情况	马化腾
		2020 年医护类收入排名	排名第 8，金额 0.16 亿人民币
		客户收入情况	2020 年：腾讯控股收入为 4,820.64 亿元 2019 年：腾讯控股收入为 3,772.89 亿元 2018 年：腾讯控股收入为 3,126.94 亿元
		首次业务开展时间	2020 年
		发行人是否系国内唯一供应商	否

3、报告期内主要医护类产品的销售价格变动情况

发行人自 2020 年 3 月开始正式开展医护产品业务，并于 4 月开始产生收入，各月收入、销量、单价情况分析如下：

单位：万元、万个、万副

项目	一次性口罩	手套		其他医护用品及配件
		一次性丁腈手套	一次性聚氯乙烯手套	

项目		一次性口罩	手套		其他医护用品及配件
			一次性丁腈手套	一次性聚氯乙烯手套	
4 月	销售收入	12,193.21	2.83	-	38.91
	销售数量	4,091.70	1.00	-	2.01
	销售单价	2.98	2.83	-	19.36
5 月	销售收入	3,289.72	472.92	-	56.21
	销售数量	1,428.64	222.50	-	3.60
	销售单价	2.30	2.13	-	15.59
6 月	销售收入	41,026.63	2,508.29	1,395.76	63.85
	销售数量	18,863.13	1,172.40	1,860.30	110.11
	销售单价	2.17	2.14	0.75	0.58
7 月	销售收入	279.92	228.25	499.01	-
	销售数量	113.65	107.60	682.30	-
	销售单价	2.46	2.12	0.73	-
8 月	销售收入	201.83	-	-	-
	销售数量	146.44	-	-	-
	销售单价	1.38	-	-	-
9 月	销售收入	1,574.79	-	524.68	106.72
	销售数量	1,661.70	-	717.40	9.50
	销售单价	0.95	-	0.73	11.23
10 月	销售收入	715.56	-	6.73	-
	销售数量	597.65	-	5.00	-
	销售单价	1.20	-	1.35	-
11 月	销售收入	1,630.52	263.87	101.47	-
	销售数量	1,905.65	184.15	119.00	-
	销售单价	0.86	1.43	0.85	-
12 月	销售收入	874.15	4,143.85	1,736.20	73.33
	销售数量	936.71	2,013.30	2,037.50	20.12
	销售单价	0.93	2.06	0.85	3.65

发行人医护业务以销售口罩和手套为主，2020 年度，销售口罩和手套所产生的收入占整体医护业务收入的 99.54%，其他医护用品包括红外额温枪、洗手液等。

口罩业务方面，随着新冠疫情在中国境内得以有效控制，以口罩为主的防疫

物资的产能释放以及供给增加，发行人口罩销售业务主要集中在上半年，其销售单价整体呈现下降的趋势。随着口罩销售单价的下降，利润空间的降低，发行人下半年口罩业务规模较上半年大幅下降。发行人口罩产品销售单价与市场情况保持一致。

手套业务方面，发行人手套产品销售价格的波动主要受订单规模差异、运输方式差异以及上半年因延迟复工产能不足等因素的影响，同时，相较于口罩，生产手套所需要的生产工艺相对复杂、固定资产投资较高，2020 年因新冠疫情而新增的手套产能相较于新增口罩产能少，手套销售价格相较口罩而言更为稳定。2020 年第四季度，随着新冠肺炎确诊人数在美国的持续增长以及马来西亚的全球最大丁腈手套工厂因发现新冠病例而停产，在需求增长和供给下降的双重影响下，手套销售价格有所增长。

（七）医护类产品业务采购情况和主要供应商

1、发行人向前十大医护类产品供应商的采购情况

2020 年，发行人与医护类前十大供应商的采购内容、采购金额、采购占比、数量、单价、与原家纺等业务供应商的关系、业务资源来源及途经的情况如下：

单位：万元，万只，万双，元/只，元/双

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	采购占比	数量	单价	是否为原家纺等业务供应商	业务资源来源及途经
1	江苏昌新织造有限公司	口罩	13,318.57	21.71%	8,953.95	1.49	是	原家纺、服饰业务供应商
2	仙桃市鼎成无纺布制品有限公司	口罩	6,189.20	10.09%	3,001.60	2.06	否	三问业务人员主动联系
3	江苏华之源科技发展有限公司	手套	4,764.75	7.77%	5,845.40	0.82	否	三问业务人员主动联系
4	上海龙头（集团）股份有限公司及其子公司(注 1)	口罩	4,513.28	7.36%	3,000.00	1.50	否	通过家纺协会接触
5	卡宾服饰（中国）有限公司	口罩	4,482.30	7.31%	3,000.00	1.49	否	他人介绍
6	联医医疗科技（北京）有限公司	口罩	3,174.16	5.17%	1,708.00	1.86	否	他人介绍
7	上海韵凯实业有限公司	口罩	2,921.91	4.76%	1,500.80	1.95	否	他人介绍

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	采购占比	数量	单价	是否为原家纺等业务供应商	业务资源来源及途经
8	大众医疗医药科技（深圳）有限公司	手套	2,856.73	4.66%	3,388.15	0.84	否	由实际控制人同学介绍
9	紫罗兰家纺科技股份有限公司	口罩	2,690.64	4.39%	2,644.80	1.02	否	朋友介绍
10	仙桃盛美工贸有限公司	口罩	1,681.42	2.74%	1,000.00	1.68	否	三问家居业务员主动联系
合计			46,592.95	75.95%	34,042.70			

注 1：包含了发行人向上海龙头（集团）股份有限公司的子公司上海纺织时尚定制服饰有限公司的采购额；

注 2：“采购占比”=向该供应商采购医护类的金额/当年发行人医护类的采购总额。

发行人向医护类业务前十大供应商的采购额占医护类产品采购总额的比例为 75.95%。医护类供应商相比家纺、服饰和面料类的供应商较为集中，但不存在依赖于单一供应商的情形。

2、医护类产品业务前十大供应商的基本情况

2020 年，发行人前十大医护类产品供应商的基本情况及与发行人的合作情况如下：

江苏昌新织造有限公司	成立时间	1999/5/18	注册资本	518 万元人民币
	实际控制人	陈葆华	首次合作时间	2003 年（发行人承接三问投资的供应商）
	经营地址	常州市金坛区尧塘镇尧塘集镇镇南路 71 号		
	持股 5%以上的股东	陈葆华 60%、陈爱华 40%		
	首次合作接触方式	实控人王耀民通过 2003 年三问国际开始做国际贸易时接触，为了互利共赢开始合作。		
	合作原因	产品有竞争力，质量好，产能充足，价格适中，且通过客户验厂。		
	采购占比	2020 年：21.71%，2019 年、2018 年未采购医护产品		
	供应商排名	2020 年第 1 名，2019 年、2018 年未采购医护产品		
	经营范围	毛纺织品、围巾、服装制造及水洗加工、纺花式纱线；日用口罩（非医用）生产；医用口罩零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用口罩（非医用）销售；医用口罩批发；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发（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）等		
仙桃市鼎	成立时间	2009/6/11	注册资本	100 万元人民币
	实际控制人	程琴	首次合作时间	2020 年

成无纺布制品有限公司	经营地址	仙桃市刘口工业园区		
	持股 5%以上的股东	程琴 59%、陈鹏 41%		
	首次合作接触方式	三问业务人员主动联系		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：10.09%，2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 2 名，2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占 13%		
	经营范围	二类医用卫生材料及敷料生产、销售；服装、手套、无纺布制品、塑料制品、纸制品及所需原辅材料的加工、销售等		
江苏华之源科技发展有限公司	成立时间	2020/5/19	注册资本	1000 万元人民币
	实际控制人	钱冬	首次合作时间	2020 年
	经营地址	东台高新技术产业开发区南庄路 36 号		
	持股 5%以上的股东	苏州鑫众源企业管理合伙企业（有限合伙）95%、钱冬 5%		
	首次合作接触方式	因该公司管理层与其关联生产工厂(成立时间 2010-2013 年)对生产和销售进行分工调整，于 2020 年 5 月新成立了该公司且专注于手套等产品的贸易。该公司向关联工厂采购，有充足的货源。经发行人业务人员主动向其联系，其新成立后便与发行人发生业务往来。		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的手套供应商		
	采购占比	2020 年：7.77%，2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 3 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占其收入的 50%		
	经营范围	第一类医疗器械生产；日用口罩（非医用）生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售等		
上海龙头（集团）股份有限公司（注 2）	成立时间	1991/11/18	注册资本	42,486.1597 万元人民币
	实际控制人	上海市国资委	首次合作时间	2020 年
	经营地址	上海市黄浦区制造局路 584 号 10 幢 4 楼		
	持股 5%以上的股东	上海纺织（集团）有限公司 30.08%		
	首次合作接触方式	通过家纺协会接触		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：7.36%，2019 年、2018 年未合作（与上海纺织时尚定制服饰有限公司一起统计）		
	供应商排名	2020 年第 4 名,2019 年、2018 年未合作（与上海纺织时尚定制服饰有限公司一起统计）		
	发行人采购占其收入比例	约占 0.70%【以龙头股份（600630）三季报年化后测算】		
	经营范围	纺织品生产及经营，第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，化工产品、消毒剂销售（不含危险化学品），母婴用品、化		

		妆品、玩具、卫生用品和一次性使用医疗用品销售等		
上海纺织时尚定制服饰有限公司（注 2）	成立时间	2016/11/3	注册资本	3000 万元人民币
	实际控制人	上海市国资委	首次合作时间	2020 年
	经营地址	中国(上海)自由贸易试验区康桥东路 1 号 16 幢		
	持股 5%以上的股东	上海龙头（集团）股份有限公司 51%、上海纺织（集团）有限公司 49%		
	首次合作接触方式	通过家纺协会接触		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：7.36%，2019 年、2018 年未合作（与上海龙头（集团）股份有限公司一起统计）		
	供应商排名	2020 年第 4 名,2019 年、2018 年未合作（与上海龙头（集团）股份有限公司一起统计）		
	发行人采购占其收入比例	约占 0.70%【以龙头股份（600630）三季报年化后测算】		
	经营范围	服装服饰、纺织品的设计、销售等		
卡宾服饰（中国）有限公司	成立时间	2003/1/27	注册资本	10000 万港元
	实际控制人	杨紫明	首次合作时间	2020 年
	经营地址	福建省泉州市石狮市宝盖镇高科技园区锦逸路 298 号		
	持股 5%以上的股东	卡宾中国投资有限公司（香港）100%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：7.31%，2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 5 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占其个人防护装备收入的 4.64%		
	经营范围	生产服装、服饰品、包袋、鞋、运动用品；批发服装、服饰品、包袋、鞋、运动用品、服饰服装货架及道具、日用品、家具、电子产品；医疗器械、一般劳动防护用品（含非医用日用防护口罩）、特种劳动防护用品的研发、生产、销售（不含前置许可项目）；等		
联医医疗科技（北京）有限公司	成立时间	2015/12/29	注册资本	225.972 万元人民币
	实际控制人	王鹏	首次合作时间	2020 年
	经营地址	北京市朝阳区八里庄西里 99 号 13 层 1608 内 01		
	持股 5%以上的股东	王鹏 34.7274%； 世耀生物医药技术（上海）有限公司 15.8661%； 天津联医之星科技合伙企业（有限合伙）13.2489%； 苏州银河星际股权投资合伙企业（有限合伙）9.3487%； 宁波梅山保税港区真跃成怡投资管理合伙企业（有限合伙）6.6248%； 杭州有汉投资管理有限公司 5.3440%		

	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：5.17%，2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 6 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占其收入的 5%		
	经营范围	销售第三类医疗器械；销售机械设备、计算机、软件及辅助设备、医疗器械 I 类、II 类、日用杂货；销售第三类医疗器械以及依法须经批准的项目等		
上海韵凯实业有限公司	成立时间	2014/1/28	注册资本	50 万元人民币
	实际控制人	张兵	首次合作时间	2020 年
	经营地址	上海市青浦区外青松公路 5515、5517 号 303 室		
	持股 5%以上的股东	张兵 90%、胡胜英 10%		
	首次合作接触方式	他人介绍		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：4.76%，2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 7 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占其收入的 60%		
	经营范围	销售针纺织品、服装服饰及辅料一类医疗器械、二类医疗器械等		
大众医疗医药科技（深圳）有限公司	成立时间	2016/3/30	注册资本	10000 万元人民币
	实际控制人	陈龙川	首次合作时间	2020 年
	经营地址	深圳市福田区华强北街道福强社区深南中路 2070 号电子科技大厦 C 座 28E		
	持股 5%以上的股东	陈龙川 90%、李文鹏 10%		
	首次合作接触方式	由实际控制人同学介绍		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：4.66%,2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 8 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	无法获取		
	经营范围	一类医疗用品及器材的销售；医疗器械及其配附件的研发；二类、三类医疗用品及器材的销售；药品及制剂、医疗器械、消毒用品、生物制品（疫苗除外）的销售等		
紫罗兰家纺科技股	成立时间	2010/10/18	注册资本	10257.77 万元人民币
	实际控制人	陈永兵	首次合作时间	2020 年
	经营地址	南通市通州区张芝山镇 336 省道张江路口		

份有限公司	持股 5%以上的股东	陈永兵 72.6724%；南通嘉仁投资管理有限公司 6.2392%；南通嘉丰投资管理有限公司 6.2392%；陈胜杰 6.0832%。		
	首次合作接触方式	朋友介绍		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年：4.39%,2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 9 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占其收入的 20%		
	经营范围	纺织新材料、新面料的研发；各类家用纺织品、服装鞋帽、纺织品面料、辅料的生产、加工、销售；医用口罩生产；医用口罩批发；第二类医疗器械生产；医护人员防护用品生产（Ⅱ类医疗器械）；日用口罩（非医用）生产；第二类医疗器械批发；医护人员防护用品批发等		
仙桃盛美工贸有限公司	成立时间	2010/4/6	注册资本	500 万元人民币
	实际控制人	孙勤坤	首次合作时间	2020 年
	经营地址	仙桃市毛嘴镇工业园 18 号		
	持股 5%以上的股东	孙勤坤 99%		
	首次合作接触方式	三问家居业务员主动联系		
	合作原因	疫情期间，防疫物资需求激增，对方是发行人的口罩供应商		
	采购占比	2020 年 2.74%,2019 年、2018 年未合作		
	供应商排名	2020 年第 10 名,2019 年、2018 年未合作		
	发行人采购占其收入比例	约占其收入的 4.2%		
	经营范围	无纺布制品、塑料制品、纸制品、橡胶制品的加工和销售;第一类、第二类医疗器械的生产和销售；经营本企业货物进出口、技术进出口。(涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营)		

注 1：“采购占比”=向该供应商采购医护产品的金额/当年发行人医护产品的采购总额；“供应商排名”为该供应商在医护类供应商中的排名；

注 2：上海纺织时尚定制服饰有限公司为上海龙头（集团）股份有限公司的子公司，合并为一名供应商。

（八）医护类产品行业主管部门、生产资质情况

1、医护类产品行业主管部门

在国内，医疗器械行业主要受国家药品监督管理局、国家发展和改革委员会和国家卫生健康委员会监管。中国医疗器械行业协会作为行业内的非营利性社会组织，主要负责开展行业发展问题的调查研究、组织制定并监督执行行业政策、制定行业发展规划等工作。

2、医护类产品业务资质情况

发行人医护类产品的经营模式为向供应商采购成品后对外销售，不参与研发和生产。

发行人的医护类产品分为医用和非医用两类，其中，医用类产品主要涉及一类或二类医疗器械。根据《医疗器械经营监督管理办法》（2017 修正），发行人销售非医用类产品或属于一类医疗器械的产品，无需获得审批、认证或备案，销售属于二类医疗器械的产品，应当取得食品药品监管部门颁发的第二类医疗器械经营备案凭证。

发行人2020年度销售医用类产品的国家/地区为美国、英国及欧盟以及中国，在上述国家销售医用类产品需获取的资质或认证如下：

序号	国家/地区	发行人（出口商）	生产商
1	美国	1、对外贸易经营者备案登记；2、海关注册登记	1、在国内需具备医疗器械生产许可证和相应产品的医疗器械注册证； 2、在销售地需通过美国食品和药物管理局(FDA) 510(K)认证
2	英国及欧盟		1、在国内需具备医疗器械生产许可证和相应产品的医疗器械注册证； 2、在销售地需按照欧盟医疗器械指令93/42/EEC 出具了符合性声明（DOC），同时其指定的欧盟授权代表（例如 SUNGO Europe B.V.）已依法在欧盟成员国主管当局完成登记注册
3	中国	第二类医疗器械经营备案凭证	医疗器械生产许可证、医疗器械注册证

发行人作为出口商，销售的医用产品如属于二类医疗器械，需取得第二类医疗器械经营备案凭证，无需在上述国家取得相应的资质或认证；对应产品的生产商需具备医疗器械生产许可证和国家药品监督管理局批准的相应产品的医疗器械注册证，同时获取出口目的国的相关市场准入认证。

综上，报告期内，发行人在不同国家或地区销售产品均获取了相关的认证或资质，不存在被限制或处罚的风险。

3、关于供应商江苏昌新织造有限公司的说明

2020 年新冠疫情爆发初期，口罩等防疫物资十分紧俏，发行人及其供应商们都积极寻找口罩生产资源。本着尊重资源渠道的商业默契，发行人医护类产品

的供应商可能为直接的生产企业，也可能为贸易商。发行人向江苏昌新织造有限公司采购的一次性口罩，系其外购产品，生产商分别是上海东隆羽绒制品有限公司和江西百宏光电科技有限公司，具体为：

（1）上海东隆羽绒制品有限公司为发行人供货的是非医用口罩，其自身作为生产商无需办理医疗器械相关资质，同时江苏昌新织造有限公司向发行人销售非医用口罩亦无须具备医疗器械经营相关资质；

（2）江西百宏光电科技有限公司为发行人供货的是一次性使用医用口罩（非灭菌型），为第二类医疗器械。江苏昌新织造有限公司与江西百宏光电科技有限公司具备生产和经营该类产品的相关资质，具体如下：

项目	适用范围	拥有的医疗器械资质
江苏昌新织造有限公司	国内	第二类医疗器械经营备案凭证（苏常食药监械经营备20200168号）
江西百宏光电科技有限公司	国内	①一次性使用医用口罩（非灭菌型），医疗器械注册证（赣械注准）20202140334； ②医用外科口罩，医疗器械注册证（赣械注准）20202140512； ③医疗器械生产许可证（赣食药监械生产许20200365号）
	欧盟	① EN14683:2019 Type I：EC DECLARATION OF CONFORMITY（欧洲委员会符合性声明书），SGS Test Report. ② EN14683:2019 Type IIR：EC DECLARATION OF CONFORMITY（欧洲委员会符合性声明书），SGS Test Report.

报告期内，发行人向昌新织造采购的口罩产品质量良好，未发生因质量问题产生的退货。

综上，江苏昌新织造有限公司向发行人销售的医护产品系由其外购获得，其不生产医护产品；江苏昌新织造有限公司具备医护产品销售相关的资质，产品符合相关质量要求。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立情况

发行人自设立以来，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市规则》及《规范运作指引》等有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定，已建立健全股东大会、董事会、监事会、董事会秘书制度，并在董事会下设立了战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会四个董事会专门委员会，形成了较为规范的公司治理结构。

公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的要求，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《战略委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》和《提名委员会议事规则》等，明确了股东大会、董事会、监事会、独立董事、总经理及董事会秘书、董事会专门委员会的权责范围和工作程序，为公司法人治理结构的规范化运行提供了制度保证。

（二）股东大会、董事会和监事会的运行情况

1、股东大会的运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了 9 次股东大会，股东大会的召开程序均符合《公司章程》及相关法律法规的要求，决议内容均真实有效。公司建立了较为完善的股东大会制度并良好运行，维护了公司和股东的合法权益。

2、董事会的运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了 14 次董事会，董事会的召开程序均符合《公司章程》及相关法律法规的内容，决议内容均真实有效。公司建立了较为完善的董事会运行和决策机制，为规范公司的运作和高效的业务运营发挥了积极

作用。

3、监事会的运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了 7 次监事会，监事会的召开程序均符合《公司章程》及相关法律法规的内容，决议内容均真实有效。公司监事会依据相关规章制度要求，独立充分行使权力，认真履行了对公司运营、董事、高级管理人员工作的监督职责，依法维护公司和全体股东的合法权益。

（三）独立董事履职情况

公司独立董事自任职以来，严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关制度的规定行使权利、履行义务，积极参与公司决策，为公司治理结构的完善和规范运作起到了积极作用。公司独立董事参与了本公司本次股票发行方案、本次发行募集资金运用方案的决策，并利用他们的专业知识，对本次股票发行方案和募集资金投资方案提出了意见。各位独立董事根据自身的专长，分别任董事会下属各专业委员会委员。各位独立董事以其专业能力和勤勉尽责精神，在公司内部控制、绩效考核、制订公司发展战略和发展计划等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司内部控制的有效性和经营决策的科学性。

（四）董事会秘书履职情况

公司董事会秘书自任职以来，严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》有关规定履行职责，认真筹备历次董事会会议和股东大会，及时向公司股东、董事、监事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，促进了公司治理结构的完善和董事会、股东大会职权的正常行使。

（五）董事会专门委员会的构成及运行情况

公司董事会设立审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会以及提名委员会。截至本招股说明书签署日，各专门委员会的组成如下表所示：

名称	主任委员	成员
审计委员会	张　昕	张昕、翁和生、程晖
战略委员会	王耀民	王耀民、翁和生、张昕
薪酬与考核委员会	翁和生	翁和生、张昕、程晖
提名委员会	翁和生	翁和生、张昕、王耀民

公司各专门委员会自设立以来，严格按照《公司法》、《公司章程》、《战略委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》和《提名委员会议事规则》等相关规定开展工作，履行了相应职责，运作情况良好。

二、特别表决权股份或类似安排的情况

公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、协议控制架构的情况

公司不存在协议控制架构的情况。

四、发行人内部控制情况

（一）管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层认为，公司现有的内部控制制度全面覆盖了公司对外经营和内部运营等各方面，是针对公司自身的特点制定的，通过运行证明是有效的，在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷，执行情况良好。

（二）注册会计师的鉴证意见

2020 年 11 月 18 日，安永华明出具的安永华明（2021）专字第 61419698_B02 号《内部控制审核报告》认为，三问家居按照《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。

五、报告期内发行人违法违规情况

报告期内，发行人存在的违法违规情况如下：

1、2018 年 2 月 26 日，发行人全资子公司心生实业未按期进行 2014 年 7 月至 9 月的企业所得税纳税申报，违反《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条之规定，上海市浦东新区地方税务局保税区分局第三税务所对其下发沪地税浦保三简罚[2018]91 号《税务行政处罚决定书》，给予其罚款人民币 1,000 元的处罚。现罚款已缴纳完毕，并已完成所得税补充申报及税款缴纳。

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定，纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料可以处二千元以下的罚款，情节严重的可以处二千元以上一万元以下的罚款，心生实业的 1,000 元罚款属于法定的较低档

处罚。2020 年 2 月 26 日，上海市浦东新区保税区税务局出具税务证明，“经金三系统查询，未发现 2017-2019 年间心生实业存在重大违反税收管理法规的情形。”

2、2018 年 12 月 4 日，因张家港中堂室内消火栓内启泵按钮损坏（消防设施未保持完好有效），违反《中华人民共和国消防法》第十六条第一款第二项之规定，张家港市公安消防大队对其下发苏张公（消）行罚决字（2018）0352 号《行政处罚决定书》，给予其罚款人民币 5,000 元的处罚。现罚款已缴纳完毕。

根据《中华人民共和国消防法》（2008 修正）第六十条第一款第（一）项的规定并结合罚款金额，该项 5,000 元罚款系法定最低档处罚。2020 年 7 月 31 日，张家港市消防救援大队出具《核查报告》，确认张家港中堂该次处罚情节轻微，且已整改完毕。

3、2019 年 5 月 24 日，因张家港中堂拆除防火门，违反《中华人民共和国消防法》第二十八条之规定，张家港市公安消防大队对其下发苏张（消）行罚决字（2019）0166 号《行政处罚决定书》，给予其罚款人民币 5,000 元的处罚。张家港中堂及时进行了整改，现罚款已缴纳完毕。

根据《中华人民共和国消防法》（2019 修正）第六十条第一款第（二）项的规定并结合罚款金额，该项 5,000 元罚款系法定最低档处罚。2020 年 7 月 31 日，张家港市消防救援大队出具《核查报告》，确认张家港中堂该次处罚情节轻微，且已整改完毕。

4、因张家港中堂未对安全设备进行经常性维护、保养和定期检测，违反《中华人民共和国安全生产法》第三十三条之规定，张家港市应急管理局于 2019 年 12 月 27 日对其下发张应急责改（2019）1177 号《责令限期整改指令书》，并于 2020 年 2 月 27 日对其下发张应急行罚听告字（2020）10 号《安全生产监督管理行政处罚听证告知书》，责令限期改正，并给予其罚款人民币 30,000 元的处罚。现罚款已缴纳完毕。

根据《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第（三）项和《江苏省安全生产行政处罚自由裁量使用细则》的规定，该项 30,000 元罚款属于法定的较低档处罚。2020 年 8 月 4 日，张家港市应急管理局出具《核查报告》，确认张家港

中堂该次处罚情节轻微，且已整改完毕。

5、因张家港中堂食堂消毒柜内碗具抽检结果显示，其大肠菌群项目不符合GB14934-2016《食品安全国家标准 消毒餐（饮）具》要求，违反《中华人民共和国食品安全法》相关规定，张家港市市场监督管理局于2020年1月17日出具张市监罚字（2020）00058号《行政处罚决定书》，责令其改正，并给予警告。

2020年10月30日，张家港市市场监督管理局出具专项证明，确认张家港中堂此次处罚情节轻微，且已整改完毕。

6、2020年8月28日，因发行人以一般贸易方式申报出口货物的实际税号与申报税号不符，中华人民共和国洋山海关根据《中华人民共和国海关法》第八十六条第（三）项、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第三条第一款、第十五条第（一）项、第三十三条的规定，对其下发沪洋山关简违字[2020]0199号《行政处罚决定书》，给予其罚款人民币1,000元的处罚。现罚款已缴纳完毕。

2020年8月24日，发行人向海关以一般贸易方式申报出口一批货物，申报品名为室内拖鞋，申报税号为6404199000，申报价格为99,760.32美元，申报数量为17,688双。经查，实际税号为64041910，海关认定上述行为属于申报不实影响海关统计，因此对发行人做出处罚决定。根据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第（一）项规定并结合案涉申报价格，该项1,000元罚款属于法定最低档处罚。2020年12月1日，上海海关出具证明，确认三问家居该次处罚未达到影响该企业在海关信用评级标准的程度。

除上述事项外，报告期内公司不存在其他违法违规行为或者受到处罚的情况，公司最近三年不存在重大违法违规情形。

六、发行人资金占用和对外担保情况

报告期内，发行人与关联方之间的资金拆借情况请参阅本节之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”部分。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业提供担保的情形。

七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

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，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与公司控股股东完全分开，具有完整的供产销业务体系及直接面向市场的独立持续经营能力。

（一）资产完整

公司合法拥有与经营相关的资产，具备完整的产品研发设计、生产、推广销售部门，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。

（二）人员独立

公司总经理、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；公司的财务人员不在控股股东、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同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队近两年变动的情况

1、最近两年内发行人主营业务变化情况

公司自成立以来，一直是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，定位为

“做全球客户与供应商最有价值合作伙伴”，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。

在 2020 年新冠疫情爆发之后，公司充分发挥供应链管理和既有的中大型零售商的全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务。未来，公司仍将继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，预计该类业务未来将保持平稳增长；公司医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。总体而言，公司的主营业务不会因新增医护类产品而改变，家纺、服饰和面料等业务仍将是公司营业收入和利润的主要来源。

最近两年内，公司的主营业务未发生重大不利变化。

2、最近两年内发行人控制权变动情况

公司控股股东为三问投资，实际控制人为王耀民、程晖夫妇。

截至本招股说明书签署日，王耀民、程晖夫妇直接持有发行人 17.13%的股权；王耀民、程晖夫妇通过控股股东三问投资控制发行人 58.05%的股权；程晖通过宁波新泉控制发行人 3.17%的股权。王耀民、程晖夫妇合计控制发行人 78.36%的股权，为发行人实际控制人。最近两年内，公司实际控制人未发生变化。

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人和受控股股东、实际控制人控制的股东所持发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

3、最近两年内董事、高级管理人员变动情况

最近两年，公司董事、高级管理人员未发生重大不利变化。具体情况请参阅本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年变动情况”。

（七）权属纠纷情况

报告期内，发行人不存在主要资产、核心技术、专利、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）同业竞争基本情况

1、控股股东、实际控制人控制的企业

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企业如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系	实际经营的业务情况
1	三问投资	控股股东，直接持有公司54.10%的股份	股权投资、实业投资
2	西藏天问	三问投资直接持股 100%	股权投资，除持有天问思享和天问新泉股权外，未开展其他经营业务
3	天问思享	三问投资通过西藏天问间接持股 100%	股权投资，除持有发行人股权外，未开展其他经营业务
4	天问新泉	三问投资通过西藏天问间接持股 100%	股权投资，除持有发行人股权外，未开展其他经营业务
5	英伦宝贝	三问投资直接持股 69.77%，王耀民直接持股 22.33%，程晖直接持股 2.79%，壮志投资持股 2.33%	童床、童车、婴童服装和婴童家纺等产品的设计、生产和销售
6	哲雄母婴	英伦宝贝直接持股 100%	经营品牌母婴精品店，店内销售童车、母婴服饰、宝宝玩具等产品
7	宁波新泉	程晖担任执行事务合伙人	股权投资，为发行人的员工持股平台
8	壮志投资	程晖担任执行事务合伙人	股权投资，为英伦宝贝的员工持股平台
9	道地文化	程晖直接持股 60.00%	拟从事古玩、字画投资，目前未实际开展经营业务

2、实际控制人近亲属控制的关联企业

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人王耀民、程晖的近亲属中，仅程晖之妹程锦及其配偶汪祥存在对外投资控制的关联企业，具体如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系	经营范围
1	上海博仕邦略知识产权代理有限公司（以下简称“博仕邦略”）	程晖之妹程锦持股 55.00%并担任执行董事，程锦之配偶汪祥持股 45.00%并担任监事	知识产权代理（除专利代理），商标代理，投资咨询、企业管理咨询、商务咨询、法律咨询（上述咨询均除经纪）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
2	上海联俱投资管理有限公司（以下简称“联俱投资”）	程晖之妹程锦之配偶汪祥持股 100%并担任执行董事	投资管理、资产管理（除金融、证券等国家专项审批项目），投资咨询、企业管理咨询、商务信息咨询（除经纪），金融信息服务（除金融业务），接受金

序号	关联方名称	关联关系	经营范围
			融机构委托从事金融信息技术、金融业务流程、金融知识流程外包，企业营销策划，会务服务，设计制作各类广告。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
3	宁波天咨达速投资咨询有限公司（以下简称“天咨达速”）	程晖之妹程锦之配偶汪祥持股 49.00%并担任执行董事，上海联俱投资管理有限公司持股 51.00%	投资咨询；投资管理；企业管理咨询；经济信息咨询；财务咨询；商务信息咨询。(未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务)（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）

博仕邦略、联俱投资、天咨达速系程锦及汪祥独立经营的公司，因私人原因，其未配合提供相关企业的生产经营信息，且从公开渠道无法查询到其实际经营的业务情况。从工商部门核准的经营范围判断，博仕邦略、联俱投资、天咨达速主要从事知识产权代理、投资管理、投资咨询等相关业务，与公司不存在同业竞争。

综上，上述企业实际经营的业务与发行人不存在具有重大不利影响的同业竞争。公司已经参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》审慎完整地核查了公司控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的全部关联企业，不存在简单依据经营范围对重大不利影响同业竞争做出判断的情形。具体如下：

1、英伦宝贝和哲雄母婴

（1）英伦宝贝、哲雄母婴的历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面与发行人相互独立

1）历史沿革

英伦宝贝系三问投资于 2008 年 3 月出资设立的公司。2015 年 6 月，新增君子泰投资、壮志投资等 2 名股东；2016 年 2 月，新增王耀民、程晖、罗中孝、王立忠等 4 名股东，君子泰投资、壮志投资等 2 名股东退出；2016 年 3 月，新增君子泰投资、壮志投资等 2 名股东；2016 年 6 月，股东王立忠退出；2016 年 8 月，股东罗中孝退出；2017 年 7 月，股东君子泰投资退出；2021 年 1 月，新增蔡雅静、刘雪松、胡茂勤、张源源、孟杰等 5 名股东。

哲雄母婴系 YEH WIN 于 2010 年 4 月出资设立的企业。2014 年 4 月和 2015

年 10 月，英伦宝贝分别受让 YEH WIN 所持有的哲雄母婴 90%和 10%的股权。

综上，英伦宝贝和哲雄母婴与发行人在历史沿革上未发生过股权投资关系。英伦宝贝和哲雄母婴的历史沿革独立于发行人。

2）资产

发行人的资产独立完整、权属清晰，发行人及其子公司合法拥有与其生产经营有关的资产（包括但不限于不动产、知识产权及设备等）的所有权和使用权，不存在与英伦宝贝、哲雄母婴相互占用资产的情形。

3）人员

发行人的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在英伦宝贝、哲雄母婴中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在英伦宝贝、哲雄母婴中领薪，发行人的财务人员、研发设计人员及采购销售人员均未在英伦宝贝、哲雄母婴中兼职或领薪。发行人的人员独立于英伦宝贝、哲雄母婴。

4）业务

英伦宝贝主要经营自创母婴品牌 i-baby 和 i-mummy，产品包括童床、童车、婴童服装和婴童家纺等；哲雄母婴主要经营自创 i.lollipop 品牌母婴精品店，店内销售全球知名品牌的婴幼儿童车、母婴服饰以及宝宝玩具等。发行人目前虽然也经营少量母婴类产品，与英伦宝贝、哲雄母婴的婴童服装和婴童家纺产品在种类上存在部分重合，但双方在客户类型、销售区域和业务模式等方面不构成竞争关系，具体参见“（3）英伦宝贝、哲雄母婴与发行人不存在重大不利影响的同业竞争”中的内容。发行人面向市场独立开展生产经营，具有独立完整的原料采购、产品销售系统，具备独立的生产研发能力，不存在依赖英伦宝贝、哲雄母婴进行生产经营的情形。

5）技术

发行人设置了专门的研发设计部门，建立了独立的研发设计团队，相关研发设计人员与英伦宝贝、哲雄母婴不存在重合。发行人独立拥有相关设计和研发成果，独立申请知识产权保护，不存在与英伦宝贝、哲雄母婴共有的情况。发行人与英伦宝贝、哲雄母婴不存在技术合作关系或相互许可使用技术的情况，不存在

对英伦宝贝、哲雄母婴的技术依赖。

6）财务

发行人设有独立的财务会计部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，不存在受英伦宝贝、哲雄母婴干预的情况；发行人单独设立银行账户，依法独立纳税，不存在与英伦宝贝、哲雄母婴共用银行账户或混合纳税的情形。

综上，英伦宝贝、哲雄母婴与发行人在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面均相互独立。

（2）报告期内与发行人交易或资金往来，销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况

报告期内，发行人与英伦宝贝、哲雄母婴不存在交易或资金往来；发行人和英伦宝贝、哲雄母婴不存在销售渠道、客户重合的情形，与英伦宝贝存在少量供应商重合，具体情形如下：

单位：万元

年份	供应商名称	英伦宝贝		发行人	
		采购额	占总采购额的比例	采购额	占总采购额的比例
2020 年度	雅熙布艺南通有限公司	642.36	7.20%	228.30	0.16%
	上海硕特无纺布有限公司	224.14	2.51%	10.33	0.01%
	Outlast Technologies GmbH	92.75	1.04%	956.75	0.66%
	苏州万锦针织服饰有限公司	56.76	0.64%	275.94	0.19%
	山东千榕家纺有限公司	55.61	0.62%	273.11	0.19%
	上海森威包装材料厂	5.66	0.06%	8.92	0.01%
	上海浦东自立彩印厂有限公司	5.54	0.06%	26.99	0.02%
	江阴阿普国际贸易有限公司	1.85	0.02%	16.76	0.01%
	苍劲（上海）印务科技有限公司	1.56	0.02%	3.37	0.00%
	上海银际服装贸易有限公司	1.37	0.02%	14.55	0.01%
	上海久山包装材料有限公司	0.09	0.00%	24.16	0.02%
	小计	**1,087.67**	**12.19%**	**1,839.18**	**1.27%**
2019 年度	张家港市辉辉纺织品有限公司	234.60	2.06%	1,465.80	1.80%
	雅熙布艺南通有限公司	213.06	1.87%	322.86	0.40%

年份	供应商名称	英伦宝贝		发行人	
		采购额	占总采购额的比例	采购额	占总采购额的比例
	上海浦东自立彩印厂有限公司	51.52	0.45%	4.29	0.01%
	江阴阿普国际贸易有限公司	44.29	0.39%	0.21	0.00%
	山东千榕家纺有限公司	25.47	0.22%	119.38	0.15%
	宁波宏湾家纺制品有限公司	11.76	0.10%	57.19	0.07%
	上海久山包装材料有限公司	8.35	0.07%	0.38	0.00%
	常熟华贸纺织科技有限公司	4.59	0.04%	88.82	0.11%
	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	1.04	0.01%	118.61	0.15%
	小计	**594.67**	**5.23%**	**2,177.54**	**2.68%**
2018 年度	雅熙布艺南通有限公司	164.84	2.91%	568.12	0.68%
	小计	**164.84**	**2.91%**	**568.12**	**0.68%**

注：上表中英伦宝贝的财务数据未经审计。

报告期内，发行人和英伦宝贝重合的供应商主要为雅熙布艺南通有限公司和张家港市辉辉纺织品有限公司，发行人和英伦宝贝报告期内向其采购的产品类型如下：

项目	三问家居	英伦宝贝
雅熙布艺南通有限公司	家用纺织品为主，少量家居服饰	睡袋、定型枕、安抚毯等婴童家纺
张家港市辉辉纺织品有限公司	面料	哺乳套装

由上表可知，报告期内，发行人与英伦宝贝、哲雄母婴向共同供应商的采购均是各自正常生产经营活动中产生的，按照市场化的原则，独立建立采购关系、签署合同、支付货款，不存在相互代为采购或代为支付货款的情况。发行人拥有独立完整的采购、销售系统，独立进行采购、销售决策，不存在与英伦宝贝、哲雄母婴共用采购、销售渠道的情形。发行人向共同供应商采购产品的价格公允，采购数量较少，占比较低，不存在英伦宝贝、哲雄母婴为发行人承担成本、费用或利益输送的情形。

（3）英伦宝贝、哲雄母婴与发行人不存在重大不利影响的同业竞争

发行人与英伦宝贝、哲雄母婴在部分产品种类上虽然存在重合，但不构成重大不利影响的同业竞争关系，具体理由如下：

1）经营地域、产品或服务的定位及未来发展方向不同

发行人是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，产品以外销为主，主要为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料等产品，具体包括客厅场景的靠垫、毯子、披巾，卧室场景的床品、浴袍、睡衣，以及家居休闲服、运动休闲服、配饰等。

英伦宝贝主要经营自创母婴品牌 i-baby 和 i-mummy，产品包括童床、童车、婴童服装和婴童家纺等，经营模式为自主设计、外包生产、线上销售和线下区域性分销结合，其中也分销给子公司哲雄母婴对外销售。英伦宝贝经营的婴童服装和家纺产品定位于高端市场，最著名的产品为 i-baby 恒温睡袋。

哲雄母婴主要经营自创 i.lollipop 品牌母婴精品店，店内销售全球知名品牌的婴幼儿童车、母婴服饰以及宝宝玩具等。哲雄母婴最初通过开设于各高端商场的实体门店直接面向终端消费者销售，近年来，也通过天猫旗舰店和门店微商城等方式建立了线上销售渠道。哲雄母婴也是英伦宝贝 i-baby 产品线的销售渠道之一。

发行人目前经营少量母婴类产品，与英伦宝贝、哲雄母婴的婴童服装和婴童家纺产品在种类上存在部分重合，但在客户类型、销售区域和业务模式等方面不构成竞争关系，具体如下：

项目	三问家居	英伦宝贝	哲雄母婴
客户类型	B 端客户	C 端客户和分销商	C 端客户
销售区域	以国外为主	国内	国内
业务模式	贴牌	自有品牌	代理销售

另外，不同于英伦宝贝、哲雄母婴主打母婴类产品的定位和业务模式，发行人主要经营全品类家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。发行人积极推行“全案设计”的理念，即基于同一主题的完整细分产品，母婴类产品通常作为家纺或成人服饰类产品的“全案设计”的产品组合之一，并非发行人的主打产品。未来，发行人仍将继续专注于家纺、服饰及面料产品，依托已有的核心品类优势，做大该细分品类的市场规模，力争成为全球家纺、服饰细分领域的单项冠军。

2）发行人与英伦宝贝、哲雄母婴之间不存在非公平竞争、利益输送及相互或单方让渡商业机会情形

发行人在客户类型、销售区域和业务模式等方面与英伦宝贝、哲雄母婴均不

相同，不会导致两者的非公平竞争。发行人独立开展生产经营，在历史沿革、资产、人员、主营业务等方面均独立于英伦宝贝、哲雄母婴，与英伦宝贝、哲雄母婴不存在共用采购、销售渠道的情形，不存在为发行人承担成本、费用的情形，不会导致发行人与英伦宝贝、哲雄母婴之间存在利益输送，不会导致发行人与英伦宝贝、哲雄母婴之间相互或者单方让渡商业机会。

3）同类收入占发行人主营业务收入的比例较小，未达 30%以上

报告期内，英伦宝贝、哲雄母婴和发行人母婴家纺服饰类产品的收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英伦宝贝营业收入（A）	13,970.81	5,543.98	4,512.79
英伦宝贝母婴家纺服饰类产品收入（B）	12,705.37	4,865.36	3,222.41
哲雄母婴营业收入（C）	8,612.33	7,306.29	4,960.14
哲雄母婴母婴家纺服饰类产品收入（D）	4,204.09	1,518.05	974.47
发行人营业收入（E）	179,119.15	110,388.68	108,088.41
发行人母婴家纺服饰类产品销售收入（F）	1,066.04	1,190.38	1,375.42
发行人母婴家纺服饰类产品营业收入占比（F/E）	0.60%	1.08%	1.27%
英伦宝贝和哲雄母婴母婴家纺服饰类产品收入占发行人营业收入比例[（B+D）/E]	9.44%	5.78%	3.88%
英伦宝贝和哲雄母婴营业收入占发行人营业收入比例[（A+C）/E]	12.61%	11.64%	8.76%

注：上表中英伦宝贝和哲雄母婴的财务数据未经审计。

由上表可知，报告期内，英伦宝贝、哲雄母婴的母婴家纺服饰类产品的收入占发行人营业收入的比例分别为 3.88%、5.78%和 9.44%，未超过 30%。

综上，发行人与英伦宝贝、哲雄母婴之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（4）发行人目前没有收购计划

发行人目前暂不考虑收购英伦宝贝、哲雄母婴，主要基于以下原因：（1）英伦宝贝和哲雄母婴主要从事高端母婴产品业务，和发行人所从事的家纺服饰业务

属于两个独立的业务板块，两者在销售模式、客户群体、发展阶段、市场方向等方面有着较大的区别，短期内无法形成协同效应；（2）英伦宝贝和哲雄母婴目前仍处于业务开拓阶段，需要较多的前期市场投入，业绩尚不明朗。

未来若时机成熟，发行人将在履行内部决策程序后决定是否对其进行收购。

2、英伦宝贝、哲雄母婴以外的其他公司

（1）三问投资

三问投资系公司控股股东，2016 年 7 月之前，在公司实际控制人王耀民、程晖夫妇控制的三问体系内，由三问投资经营家用纺织品和家居服饰产品业务，三问家居前身张家港市中堂服装有限公司定位为三问投资的自有工厂。2016 年 7 月之后，三问体系内公司进行了业务调整，三问投资定位为投资控股型公司，三问家居开始承接三问投资的家用纺织品和家居服饰产品业务。报告期内，三问投资主要从事股权投资业务。

上述业务承继完成后，三问投资与发行人的资产、人员、主营业务相互独立，报告期内不存在采购销售渠道、主要客户及供应商重叠等影响发行人独立性的情况。三问投资与发行人的业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（2）宁波新泉

宁波新泉系发行人员工持股平台，合伙人为程晖及在发行人任职的员工。宁波新泉自设立至今除直接持有发行人股权外，未开展其他经营活动或持有其他公司的股权或权益。

宁波新泉与发行人的历史沿革、资产、人员、主营业务相互独立，报告期内不存在采购销售渠道、主要客户及供应商重叠等影响发行人独立性的情况。宁波新泉与发行人的业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（3）西藏天问、天问思享、天问新泉

西藏天问系三问投资投资设立的公司，西藏天问持有天问思享、天问新泉100%的股权。自设立至今，西藏天问、天问思享、天问新泉除直接或间接持有

发行人股权外，未开展其他经营活动或持有其他公司的股权或权益。

西藏天问、天问思享、天问新泉与发行人的历史沿革、资产、人员、主营业务相互独立，报告期内不存在采购销售渠道、主要客户及供应商重叠等影响发行人独立性的情况。西藏天问、天问思享、天问新泉与发行人的业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（4）壮志投资

壮志投资系发行人关联公司英伦宝贝的员工持股平台，自设立至今，除直接持有英伦宝贝股权外，未开展其他经营活动或持有其他公司的股权或权益。

壮志投资与发行人的历史沿革、资产、人员、主营业务相互独立，报告期内不存在采购销售渠道、主要客户及供应商重叠等影响发行人独立性的情况。壮志投资与发行人的业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（5）道地文化

道地文化系发行人实际控制人程晖及自然人郭松林投资设立的公司，自设立以来未实际开展经营业务。

道地文化与发行人的历史沿革、资产、人员、主营业务相互独立，报告期内不存在采购销售渠道、主要客户及供应商重叠等影响发行人独立性的情况。道地文化与发行人的业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（6）博仕邦略、联俱投资、天咨达速

根据公开渠道查询的工商登记资料，博仕邦略、联俱投资和天咨达速的历史沿革如下：

1）博仕邦略成立于 2011 年 10 月，汪祥持股 100%。2012 年 8 月和 11 月，博仕邦略进行 2 次增资，新增注册资本均由程锦认缴。前述增资完成后至今，程锦持有博仕邦略 55%股权，汪祥持有博仕邦略 45%股权。

2）联俱投资成立于 2015 年 4 月，汪祥持股 50%，缪越持股 50%；2020 年 9 月，缪越将所持 50%股权转让给汪祥。本次转让完成后至今，汪祥持有联俱投

资 100%股权。

3）天咨达速成立于 2018 年 6 月，联俱投资持股 100%；2020 年 7 月，联俱投资将所持 49%股权转让给汪祥。本次转让完成后至今，联俱投资持有天咨达速 51%股权，汪祥持有天咨达速 49%股权。

由此可知，博仕邦略、联俱投资和天咨达速系程晖之妹程锦及其配偶汪祥独立运营的公司，与发行人的历史沿革、资产、人员、主营业务相互独立，报告期内不存在采购销售渠道、主要客户及供应商重叠等影响发行人独立性的情况。

从工商部门核准的经营范围判断，博仕邦略、联俱投资和天咨达速主要从事知识产权代理、投资管理、投资咨询等相关业务，与发行人的业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

综上，发行人不存在对其构成重大不利影响的同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为防范潜在的同业竞争风险，公司控股股东三问投资及实际控制人王耀民、程晖向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：

“1、除已经披露的关联企业外，本企业/本人未直接或间接控股或参股其他企业。本企业/本人目前没有、将来也不以任何形式从事或者参与和公司主营业务相同或相似的业务和活动，不通过投资于其他公司从事或参与和公司主营业务相同或相似的业务和活动。

2、本企业/本人不从事或者参与和公司主营业务相同或相似的业务和活动，包括但不限于：

（1）自行或者联合他人，以任何形式直接或间接从事或参与任何与公司主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；

（2）以任何形式支持他人从事与公司主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；及以其他方式介入（不论直接或间接）任何与公司主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

3、如果公司在其现有业务的基础上进一步拓展其经营业务范围，而本企业/本人及届时控制的其他企业对此已经进行生产、经营的，本企业/本人及届时控

制的其他企业应将相关业务出售，公司对相关业务在同等商业条件下有优先收购权，本企业/本人并将尽最大努力促使有关交易的价格在公平合理的及与独立第三者进行正常商业交易的基础上确定。

4、对于公司在其现有业务范围的基础上进一步拓展其经营业务范围，而本企业/本人及届时控制的其他企业尚未对此进行生产、经营的，本企业/本人及届时控制的其他企业将不从事与公司该等新业务相同或相似的业务和活动。

5、本企业/本人如有任何竞争性业务机会，应立即通知公司，并将在其合法权利范围内竭尽全力地首先促使该业务机会以不亚于提供给本企业/本人的条件提供给公司。

6、若本企业/本人违反上述避免同业竞争承诺，则本企业/本人利用同业竞争所获得的全部收益（如有）归公司所有，并赔偿公司和其他股东因此受到的损失；同时本企业/本人不可撤销地授权公司从当年及其后年度应付本企业/本人现金分红和应付本人薪酬中扣留与上述收益和损失相等金额的款项归公司所有，直至本企业/本人承诺履行完毕并弥补完公司和其他股东的损失。

7、本承诺自签署之日起生效，在本企业/本人作为公司控股股东、实际控制人期间持续有效，本承诺在有效期内构成对本企业/本人有约束力的法律文件。如违反本承诺，本企业/本人愿意承担法律责任。”

九、关联方及关联交易

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和《上市规则》等相关规定，结合公司实际情况，公司的关联方、关联关系情况如下：

（一）关联方及关联关系

1、公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

公司控股股东为三问投资，实际控制人为王耀民和程晖夫妇。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人，直接或间接控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业如下：

序号	关联方名称	与发行人关联关系

序号	关联方名称	与发行人关联关系
1	西藏天问	三问投资直接持股 100%
2	天问思享	三问投资通过西藏天问间接持股 100%
3	天问新泉	三问投资通过西藏天问间接持股 100%
4	英伦宝贝	三问投资直接持股 69.77%， 王耀民直接持股 22.33%， 程晖直接持股 2.79%， 壮志投资持股 2.33%
5	哲雄母婴	英伦宝贝直接持股 100%
6	宁波新泉	程晖担任执行事务合伙人
7	壮志投资	程晖担任执行事务合伙人
8	道地文化	程晖持股 60.00%

2、公司的控股子公司和参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人共有 13 家控股子公司和 1 家参股公司。具体情况请参阅本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司情况”。

3、持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份的股东为海富长江，持股比例为 6.4103%。

4、关联自然人以及其控制或担任董事、高管的其他企业

（1）直接或者间接持有发行人 5%以上股份的自然人

发行人实际控制人王耀民、程晖夫妇及其关系密切的家庭成员为发行人关联自然人。

（2）董事、监事、高级管理人员

发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员为发行人关联自然人。发行人董事、监事、高级管理人员情况请参阅本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”。

（3）发行人控股股东的董事、监事、高级管理人员

发行人控股股东的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员为发

行人的关联自然人。发行人控股股东的执行董事为王耀民，监事为王浩群、戴小明，无高级管理人员。王耀民、王浩群、戴小明的情况请参阅本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”。

（4）关联自然人控制或担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，发行人的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的其他企业：

序号	关联方名称	与发行人关联关系	成立时间	注册资本	营业范围
1	上海博仕邦略知识产权代理有限公司	实际控制人程晖之妹程锦持股 55%并担任执行董事，妹夫汪祥持股 45%并担任监事	2011 年 10 月 9 日	100 万元	知识产权代理（除专利代理），商标代理，投资咨询、企业管理咨询、商务咨询、法律咨询（上述咨询均除经纪）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
2	上海联俱投资管理有限公司	实际控制人程晖之妹程锦配偶汪祥持股 100%，并担任执行董事	2015 年 4 月 15 日	100 万元	投资管理、资产管理（除金融、证券等国家专项审批项目）,投资咨询、企业管理咨询、商务信息咨询（除经纪）,金融信息服务（除金融业务）,接受金融机构委托从事金融信息技术、金融业务流程、金融知识流程外包,企业营销策划,会务服务,设计制作各类广告。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动。）
3	宁波天咨达速投资咨询有限公司	实际控制人程晖之妹程锦配偶汪祥持股 49%，并担任执行董事，上海联俱投资管理有限公司持股 51%	2018 年 6 月 15 日	100 万元	投资咨询；投资管理；企业管理咨询；经济信息咨询；财务咨询；商务信息咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（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。）
4	上海闻都投资有限公司	实际控制人程晖之妹程锦配偶汪祥担任董事	2014 年 8 月 6 日	5,000 万元	实业投资，投资管理，投资管理，投资咨询、企业管理咨询（以上咨询均除经纪），房地产开发经营，国内贸易，酒店管理，金融信息服务（除金融业务），企业形象策划，会务服务，文化艺术交流策划，展览展示服务，礼仪服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后

序号	关联方名称	与发行人关联关系	成立时间	注册资本	营业范围
					方可开展经营活动。）
5	海富产业投资基金管理有限公司	董事朱庆莲担任该公司副总经理	2004 年 10 月 18 日	10,000 万元	产业投资基金管理；投资咨询；发起设立投资基金。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
6	宁波均普智能制造股份有限公司	董事朱庆莲担任该公司董事	2017 年 1 月 10 日	92,121.21 万元	一般项目：工业机器人制造；工业机器人销售；工业机器人安装、维修；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；软件开发；软件销售；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广(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；技术进出口（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）。
7	上海百金化工集团股份有限公司	董事朱庆莲担任该公司董事	2005 年 3 月 24 日	51,939.47 万元	化工原料（危险化学品详见许可证）、纺织原料（除棉花收购）、建材、钢材、五金交电的销售,化肥经营,化工等专业技术领域内的“四技”服务，货物与技术的进出口。（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。）
8	上海卡姆南洋医疗器械股份有限公司	董事朱庆莲担任该公司董事	1989 年 5 月 16 日	4,690.35 万元	医疗器械生产（详见许可证），医疗器械销售（详见许可证）,医疗仪器、环保、节能技术专业领域内从事技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
9	北京新时空科技股份有限公司	董事朱庆莲担任该公司董事	2004 年 2 月 20 日	7,089.40 万元	从事智慧城市智能化控制系统、智能照明、水景喷泉、软件、计算机、舞台灯光及音响领域内的技术研发、咨询、服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；城市及道路照明工程专业承包、电子与智能化工程专业承包；照明工程设计；设计水景喷泉、喷泉设备、智慧照明控制设备、音响及舞台灯光设备；销售灯具、舞台灯光音响、机电设备、五金交电、计算机、软件及辅助设备；设计咨询、信息咨询；照明技术外包。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须

序号	关联方名称	与发行人关联关系	成立时间	注册资本	营业范围
					经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
10	苏州维嘉科技股份有限公司	董事朱庆莲担任该公司董事	2007 年 4 月 18 日	3,621.4286 万元	研发、生产、销售数控设备、激光设备、检测设备、工业机器人及计算机软硬件，从事自产产品的出口和生产所需设备及原材料的进出口；从事数控、机电设备及原材料的销售；自有厂房租赁及物业服务；从事上述商品的相关售后服务。（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）一般项目：电机制造；机械零件、零部件销售；机械零件、零部件加工；金属切削加工服务（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）
11	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	独立董事张昕担任该企业合伙人	2012 年 2 月 9 日	-	审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记帐；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；无（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
12	上海晶琳服饰有限公司	监事孙红丹配偶笪汉青持股 50%，并担任执行董事	2018 年 5 月 31 日	100 万元	服装服饰、鞋帽、针纺织品、日用百货、办公用品、床上用品、箱包、珠宝首饰、皮革制品、工艺礼品、金银饰品、眼镜的批发、零售，商务信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

5、其他关联方

序号	关联方名称	与发行人关联关系	成立时间	注册资本	营业范围
1	沈滨	2017 年 8 月至 2019 年 12 月，任发行人监事	-	-	-
2	笪汉青	报告期期初至 2019 年 12 月，任发行人董事	-	-	-

序号	关联方名称	与发行人关联关系	成立时间	注册资本	营业范围
3	李建秦	子公司少数股东，持有子公司秦艺服饰 25%的股权	-	-	-
4	李阳	子公司少数股东，持有子公司秦艺服饰 5%的股权	-	-	-
5	上海佳垣慧贸易有限公司	子公司少数股东，持有子公司柬埔寨公司 45%的股份	2014 年 6 月 12 日	500 万元	从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，区内企业间的贸易及贸易代理，仓储服务（除危险品），商务信息咨询（除经纪），会议及展览服务，自有设备租赁（不得从事金融租赁），设计、制作各类广告，化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、电子产品、一类医疗器械、文化用品、塑料制品、五金交电、光伏产品、针纺织品、服装鞋帽、玩具、家具、饲料、日用百货的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人王耀民、程晖曾持有境外公司股权，分别为添威国际、老南非公司和老美国公司，关于三家公司基本情况，参见本节“6、报告期内曾经存在的关联方”。

除此之外，发行人的控股股东、实际控制人及其成年子女、实际控制人控制的其他企业、董监高、其他关键人员不存在曾经或现在直接或间接持有的除发行人子公司外的境外公司股权的情形。

6、报告期内曾经存在的关联方

报告期内与发行人曾经存在关联关系的企业主要包括：（1）实际控制人王耀民、程晖曾经控制的企业；（2）监事孙红丹之配偶笪汉青曾经控制的企业；（3）实际控制人程晖之妹程锦之配偶汪祥曾经控制的企业。具体情况如下：

（1）王耀民、程晖、笪汉青曾经控制的企业

序号	关联方名称	与发行人关联关系	注销/转让时间	实际开展业务情况	与发行人是否存在同业关系或者上下游关系	报告期初至今是否与发行人存在交易情况
1	添威国际（已注销）	实际控制人王耀民持股	2017 年 6 月 16 日	曾从事境外销售居间服务，2014 年 5 月之后处	否	否

序号	关联方名称	与发行人关联关系	注销/转让时间	实际开展业务情况	与发行人是否存在同业关系或者上下游关系	报告期初至今是否与发行人存在交易情况
		100%		于长期停业状态		
2	老南非公司（已注销）	实际控制人王耀民持股100%	2018年8月15日	曾为三问体系的南非销售公司，主要面向南非地区客户销售家用纺织品、家居服饰产品；2018年随着三问体系内的公司业务调整完毕，其业务已完全转移至发行人	业务承继关系	否
3	老美国公司（已注销）	实际控制人程晖持股90%	2019年11月29日	曾为三问体系的美国销售公司，主要面向美国地区客户销售家用纺织品、家居服饰产品；2018年随着三问体系内的公司业务调整完毕，其业务已完全转移至发行人	业务承继关系	是
4	君子泰投资（已注销）	实际控制人王耀民出资47.07%并担任执行事务合伙人，程晖出资0.72%	2019年6月3日	股权投资，曾为英伦宝贝的员工持股平台	否	否
5	上海鸿望电子商务有限公司（已转让）	监事孙红丹配偶笪汉青曾持股100.00%并担任执行董事	2020年5月14日	未实际开展经营业务	否	否
6	佛山琪桑商贸有限公司（已转让）	监事孙红丹配偶笪汉青曾持股50.00%并担任执行董事	2020年5月15日	潮牌服装线上销售	否	否

综上，发行人与老美国公司、老南非公司存在业务承继关系。除此之外，报告期内，王耀民、程晖、笪汉青曾经控制的企业与发行人不存在同业关系或者上下游业务关系。2018年度，发行人与老美国公司因业务承继存在少量代收货款和代付清关费用的情形，除此之外，报告期内，上表中所列企业未与发行人存在交易。关于发行人与老美国公司报告期内发生交易的情况，参见本节“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“3、偶发性关联交易”。

（2）汪祥曾经控制的企业

序号	关联方名称	与发行人关联关系	注销/转让时间	经营范围
1	上海桢萌商务咨询有限公司（已注销，以下简称“上海桢萌”）	实际控制人程晖之妹程锦配偶汪祥持股50%并担任执行董事	2020年11月24日	商务咨询，企业管理咨询，企业营销策划，会展服务，礼仪服务，企业形象策划，公关活动策划，设计制作各类广告，电子产品，床上用品，化妆品，玩具，工艺礼品销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
2	上海扈兰企业发展有限公司（已注销，以下简称“上海扈兰”）	实际控制人程晖之妹程锦配偶汪祥持股50%并担任监事	2020年11月24日	企业管理咨询，商务咨询，企业营销策划，从事信息科技专业领域内技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，会展服务，礼仪服务，企业形象策划，公关活动策划，设计制作各类广告。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

上海桢萌和上海扈兰系汪祥独立经营的公司，因私人原因，其未配合提供两家公司注销前的生产经营信息，从其注销前经工商部门核准的经营范围来看，上海桢萌和上海扈兰注销前主要从事商务咨询、企业管理咨询等相关业务，与发行人不存在同业关系或者上下游业务关系。报告期内，发行人未与上海桢萌、上海扈兰发生过交易或存在资金往来。

（3）已注销的关联方注销的原因，是否存在违法违规行为，是否存在为发行人代为承担成本费用等情况

1）添威国际

① 注销原因，实际经营的业务内容，是否曾与公司存在同业竞争

添威国际原是一家注册在英属维京群岛的从事居间服务的公司，在三问国际（发行人控股股东三问投资前身）开展业务初期曾为三问国际提供境外销售居间服务。随着三问国际在业务经营过程中逐渐获得客户认可以及老南非公司、老美国公司等境外公司于2009年和2013年相继成立，三问国际已不再需要添威国际提供的居间服务，2014年5月之后，添威国际已无实际经营，并已于2017年6月注销完毕。添威国际与发行人不存在同业竞争关系。

② 是否存在违法违规行为，注销后业务、资产、债权债务的处置情况、员工安置情况，是否存在争议、纠纷

根据衡力斯律师事务所香港办事处出具的《法律意见书》及王耀民的相关确

认文件，添威国际存续期间不存在违法违规行为；添威国际注销前已无实际经营业务，全部债权债务亦处理完毕；添威国际名下无房产、土地、知识产权等资产，亦无雇佣员工，其注销程序符合当地法律的规定，不存在争议和纠纷。

③ 是否存在为发行人代为承担成本费用等情况

添威国际已于2017年6月正式注销，报告期内，添威国际不存在为发行人代为承担成本费用等情况。

2）老南非公司、老美国公司

① 注销原因，实际经营的业务内容，是否曾与公司存在同业竞争

2016年7月之前，王耀民、程晖控制的三问体系内，由三问投资、老南非公司和老美国公司经营家用纺织品、家居服饰产品的销售和供应链管理业务。其中，三问投资是主要业务经营主体，老南非公司为南非地区的销售公司，老美国公司为美国地区的销售公司。2016年7月开始，三问体系内公司进行了业务调整，将三问投资定位为投资控股型公司，并将三问投资、老南非公司和老美国公司此前经营的家用纺织品、家居服饰业务逐步转移至发行人。2018年后，发行人全部承接了老南非公司、老美国公司的业务，老南非公司和老美国公司已无存续的必要，分别于2018年8月和2019年11月完成注销。发行人与老南非公司、老美国公司之间为业务承继关系，不存在同业竞争。

② 是否存在违法违规行为，注销后业务、资产、债权债务的处置情况、员工安置情况，是否存在争议、纠纷

根据南非Herold Gie Attorneys出具的关于老南非公司注销事项的法律意见书以及王耀民、程晖的相关确认文件，老南非公司存续期间不存在违法违规行为；老南非公司注销前已将业务转移至发行人，并处理完毕全部债权债务；老南非公司注销前名下无房产、土地、知识产权等资产，员工均为当地雇佣人员，其注销后的员工安置措施及注销程序符合当地法律的规定，不存在争议和纠纷。

根据美国Dean L. Surkin律师出具的关于老美国公司注销事项的法律意见书以及王耀民、程晖的相关确认文件，老美国公司存续期间不存在违法违规行为；老美国公司注销前已将业务转移至发行人，并处理完毕全部债权债务；老美国公司注销前名下无房产、土地、知识产权等资产，且无雇员，其注销程序符合当地

法律的规定，不存在争议和纠纷。

③ 是否存在为发行人代为承担成本费用等情况

报告期内2018年度，老美国公司与发行人之间在业务承继过程中存在代收外销货款、代付清关费的情况，截至2018年末相关代收及代付款项已结清，具体情况已在本节“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“3、偶发性关联交易”中予以披露。

根据发行人及王耀民、程晖的相关确认文件，除已披露的情形外，报告期内，老南非公司和老美国公司不存在为发行人代为承担成本费用等情况。

3）君子泰投资

① 注销原因，实际经营的业务内容，是否曾与公司存在同业竞争

君子泰投资原为实际控制人控制的公司英伦宝贝筹划新三板挂牌时成立的员工持股平台，主要从事股权投资业务，与发行人不存在同业竞争。后因英伦宝贝终止筹划相关事宜，故将其注销。

② 是否存在违法违规行为，注销后业务、资产、债权债务的处置情况、员工安置情况，是否存在争议、纠纷

根据君子泰投资的工商登记资料以及王耀民、程晖的相关确认文件，并经查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国等网站及所在地主要政府部门官网，君子泰投资存续期间不存在违法违规行为；君子泰投资注销后业务已自动终止，全部债权债务亦处理完毕；君子泰投资名下无房产、土地、知识产权等资产，亦无任何雇员，其注销程序符合法律、法规和规范性文件的规定，不存在争议和纠纷。

③ 是否存在为发行人代为承担成本费用等情况

根据发行人及王耀民、程晖的相关确认文件，报告期内，君子泰投资不存在为发行人代为承担成本费用等情况。

4）上海桢萌和上海扈兰

①注销原因，实际经营的业务内容，是否曾与公司存在同业竞争

如前所述，从工商部门核准的经营范围来看，上海桢萌和上海扈兰注销前主要从事商务咨询、企业管理咨询等相关业务，与发行人不存在同业竞争关系。

②是否存在违法违规行为，注销后业务、资产、债权债务的处置情况、员工安置情况，是否存在争议、纠纷

由于汪祥未配合提供上海桢萌和上海扈兰的注销信息，从公开渠道获取的工商登记资料等中未显示其注销后业务、资产、债权债务的处置情况以及员工安置情况。

经查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站及所在地主要政府部门官网，上海桢萌和上海扈兰存续期间不存在因违法违规行为而被处罚的情况，不存在相关诉讼或纠纷案件。

③是否存在为发行人代为承担成本费用等情况

根据发行人及王耀民、程晖的相关确认文件，报告期内，上海桢萌和上海扈兰不存在为发行人代为承担成本费用等情况。

综上，发行人上述已注销的关联方与发行人不存在同业竞争关系，报告期内不存在重大违法违规行为，不存在为发行人代为承担成本费用等情况。上述企业注销过程以及资产、债权债务处置、员工安置情况不存在争议或潜在纠纷。

（二）关联交易

1、关联交易简要汇总表

交易性质	交易方向	交易方	交易内容
经常性关联交易	接受服务	三问投资	采购物业、汽车等相关服务
	关联租赁	李建秦	租赁房产
	董监高薪酬	董事、监事和高级管理人员	支付薪酬
偶发性关联交易	接受担保	王耀民、程晖、三问投资、英伦宝贝	接受银行借款担保
	资产购买	三问投资	购买房产
	资金拆入（拆出）	三问投资、王耀民	临时资金周转
	代收货款	老美国公司	代收外销货款
	代付费用	老美国公司	代付清关费

2、经常性关联交易

（1）销售商品

报告期内，发行人不存在向关联方销售商品的情形。

2018 年开始，三问家居全部直接或通过子公司美国公司对美国客户、南非客户销售，老南非公司和老美国公司分别系由发行人实际控制人王耀民和程晖控制的公司。2016 年 7 月之前，由三问投资、老美国公司和老南非公司经营家用纺织品和家居服饰产品业务，三问投资是业务的主要经营主体，老美国公司为美国地区的销售公司，老南非公司为南非地区的销售公司。2016 年 7 月之后，三问体系内公司进行了业务调整，三问投资定位为投资控股型公司，三问家居承接三问投资、老南非公司的业务；三问家居子公司美国公司承接老美国公司的业务。老南非公司和老美国公司均于 2018 年起停止开展业务，并分别于 2018 年 8 月和 2019 年 11 月完成公司注销程序。三问家居子公司南非公司设立时，原计划承接南非地区业务，后南非地区业务直接由三问家居开展，南非公司目前正在注销过程中。

（2）接受服务

报告期内，发行人接受关联方提供的服务的情况如下：

单位：万元

供应商	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三问投资	采购物业、汽车等相关服务	59.59	114.35	72.02
合计		**59.59**	**114.35**	**72.02**
主营业务成本		**145,711.06**	**85,508.90**	**85,237.70**
占主营业务成本的比例		**0.04%**	**0.13%**	**0.08%**

发行人目前使用的三幢办公楼，系分别于 2017 年和 2019 年向三问投资购买取得，房产过户手续目前已办理完毕；报告期内，发行人使用的汽车，其产权仍在三问投资名下，发行人因不具有上海市单位非营业性机动车辆牌照额度，而无法受让取得汽车产权。因此，报告期内，与房产、汽车权属相关的费用，包括物业费、停车费、电梯维护费、电费、水费、车辆折旧费、汽车维修费、汽车保险费、汽油费、汽车年检费等费用，由产权所有人三问投资支出，同时，三问投资按费用等值金额与发行人结算服务费用。

（3）租赁房产

报告期内，发行人向关联方租赁房产的情况如下：

单位：万元

供应商	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
李建秦	租赁商业门店	56.00	60.00	60.00
合计		**56.00**	**60.00**	**60.00**
主营业务成本		**145,711.06**	**85,508.90**	**85,237.70**
占主营业务成本的比例		**0.04%**	**0.07%**	**0.07%**

报告期内，发行人向李建秦租赁位于上海市闵行区红松路 321 号的房屋，用于秦艺服饰的销售门店。租赁价格比照市场价格，关联交易价格公允。

（4）董事、监事及高级管理人员薪酬

公司董事、监事及高级管理人员构成公司的关联方，公司向董事、监事及高级管理人员所支付的薪酬也构成关联交易的一部分，有关该部分薪酬的具体情形，请参阅本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况”。

3、偶发性关联交易

（1）关联担保

①发行人对关联方的担保

报告期内，发行人不存在对关联方担保的情况。

②关联方对发行人的担保

报告期内，关联方对发行人担保的情况及截至本招股说明书签署日的履行情况如下：

2020 年：

单位：万元

担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
王耀民、程晖	三问家居	3,000.00	2019/3/29	2020/3/29	是
王耀民、程晖	三问家居	500.00	2019/6/27	2020/6/27	是
王耀民、程晖	三问家居	3,500.00	2020/1/21	2021/1/21	是

担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
王耀民、程晖	三问家居	1,500.00	2020/4/3	2020/10/3	是
王耀民、程晖	三问家居	800.00	2020/5/19	2020/8/18	是
王耀民、程晖	三问家居	1,500.00	2020/5/19	2020/8/18	是
王耀民、程晖	三问家居	1,400.00	2020/5/28	2020/8/26	是
王耀民、程晖	三问家居	3,400.00	2020/5/28	2020/8/26	是
王耀民、程晖	三问家居	1,700.00	2020/6/9	2020/9/7	是
王耀民、程晖	三问家居	1,400.00	2020/7/10	2020/8/25	是
王耀民、程晖	三问家居	1,400.00	2020/7/10	2020/8/25	是
王耀民、程晖	三问家居	1,300.00	2020/9/25	2020/12/23	是
王耀民、程晖	三问家居	1,400.00	2020/10/10	2021/1/7	是
王耀民、程晖	三问家居	1,200.00	2020/10/19	2021/1/16	是
王耀民、程晖	三问家居	600.00	2020/10/19	2021/1/16	是
王耀民、程晖	三问家居	950.00	2020/10/26	2021/1/23	是
王耀民、程晖	三问家居	1,200.00	2020/11/4	2021/2/1	是
王耀民、程晖	三问家居	1,000.00	2020/11/11	2021/2/8	是
王耀民、程晖	三问家居	1,600.00	2020/11/11	2021/2/8	是
王耀民、程晖	常熟中堂	500.00	2020/3/25	2021/3/25	是

2019 年：

单位：万元

担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
王耀民、程晖	三问家居	3,000.00	2018/3/29	2019/3/29	是
王耀民、程晖	三问家居	500.00	2018/6/11	2019/6/11	是
王耀民、程晖	三问家居	3,000.00	2019/3/29	2020/3/29	是
王耀民、程晖	三问家居	500.00	2019/6/27	2020/6/27	是
王耀民、程晖、三问投资、英伦宝贝	三问家居	800.00	2016/11/3	2019/11/13	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/6	2019/6/5	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/10	2019/6/9	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/11	2019/6/10	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/17	2019/6/16	是
王耀民、程晖	常熟中堂	500.00	2019/6/25	2019/12/24	是
王耀民、程晖	常熟中堂	300.00	2018/12/19	2019/6/18	是

担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
王耀民、程晖	秦艺服饰	300.00	2018/11/20	2019/11/20	是

2018 年：

单位：万元

担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
王耀民、程晖、三问投资	三问家居	1,000.00	2017/9/25	2018/9/25	是
王耀民、程晖、三问投资	三问家居	2,000.00	2017/4/21	2018/4/21	是
王耀民、程晖、三问投资、英伦宝贝	三问家居	800.00	2016/11/3	2019/11/13	是
王耀民、程晖	三问家居	3,000.00	2018/3/29	2019/3/29	是
王耀民、程晖	三问家居	500.00	2018/6/11	2019/6/11	是
三问投资	三问家居	2,300.00	2018/9/21	2018/12/21	是
三问投资	三问家居	2,700.00	2018/2/11	2018/8/11	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/6	2019/6/5	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/10	2019/6/9	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/11	2019/6/10	是
王耀民、程晖	常熟中堂	50.00	2018/12/17	2019/6/16	是
王耀民、程晖	常熟中堂	300.00	2018/12/19	2019/6/18	是
王耀民、程晖	秦艺服饰	350.00	2017/8/1	2018/8/1	是
王耀民、程晖	秦艺服饰	300.00	2018/11/20	2019/11/20	是

（2）资产购买

报告期内，发行人向关联方购买房产的情况如下：

年度	关联方	交易内容	交易金额（万元）
2019 年度	三问投资	买卖房屋	3,700.00

2019 年 12 月 13 日，发行人与三问投资签订《房地产买卖合同》，约定三问投资将其坐落于上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号，建筑面积 1,464.43 平方米，房地产权证编号为“沪房地闵字（2015）第 023108 号”的房屋出售给发行人。上海科东房地产土地估价有限公司以 2019 年 11 月 12 日为评估基准日，以比较法和收益法对前述房产进行评估，评估值为 3,700 万元。本次交易作价以上海科东房地产土地估价有限公司出具的沪科东估字（2019）KS 第 3943 号《房地产课税估价报告》为基础，交易价格公允。

1）发行人向三问投资购买房产的情况及原因，三问投资购买该房产的价格以及时间，购买资金是否来源于从发行人取得的拆借资金，三问投资购买和出售该房产的收益情况

发行人向三问投资购买房产及三问投资初始购买房产的具体情况如下：

单位：万元

房屋位置	建筑面积（m^2）	发行人向三问投资购买		三问投资初始购买		增值率
		交易时间	交易价格	交易时间	交易价格	
上海市闵行区恒南路 688 弄 12 号	1,460.02	2017.12	3,665.00	2014.01	2,744.64	33.53%
上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号地下 1 层、1-3 层 01 室	1,212.87	2017.12	2,718.00	2014.01	1,848.66	46.41%
上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号地下 1 层、1-3 层 02 室	1,216.91	2017.12	2,727.00	2014.01	1,870.27	
上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号	1,464.43	2019.12	3,700.00	2014.12	2,628.00	40.79%

注：上表中交易时间为网签备案合同日期。

公司购买上述房产的主要原因为：公司原无自有房屋，办公场所系向控股股东三问投资租赁，为保持公司资产的独立性，减少并解决与控股股东的关联租赁，向三问投资购买了上述房产。

三问投资购买房屋的资金来源均为其自有资金及银行贷款，房屋购置时间早于三问投资与发行人发生资金拆借的时间，不存在使用从发行人处取得的拆借资金购置房产的情况。

三问投资持有 12、17 号房屋的时间约为 4 年，出售收益为 2,646.42 万元，增值率为 40.94%；持有 11 号房屋的时间约为 5 年，出售收益为 1,072.00 万元，增值率为 40.79%。

2）该房产评估价格与周边市场价格的比较情况，前后两次购买房屋价格之间的比较情况；发行人向三问投资购买价格是否公允

①房产评估价格与周边市场价格的比较情况

发行人向三问投资所购买的房屋所在区域周边已成交房产的市场价格情况如下所示：

编号	房屋坐落	房屋总价（万元）	单价（万元/m^2）	成交日期	房屋用途
1	联航路 1650 号 1_2 层	3,338.16	2.19	2017.8.25	商业
2	联航路 1650 号 3 层	1,882.54	2.19	2017.8.25	商业
3	联航路 1650 号 4 层	1,278.98	2.19	2017.8.25	商业
4	浦星公路 1919 弄 8 号 1 层	431.51	2.68	2016.11.29	商业
5	浦星公路 1919 弄 8 号 2 层	431.54	2.68	2016.11.29	商业
6	浦星公路 1919 弄 7 号 1 层	313.89	2.29	2016.11.23	商业
7	浦星公路 1919 弄 7 号 2 层	348.52	2.29	2016.11.23	商业
8	浦星公路 1919 弄 7 号 3 层	348.31	2.29	2016.11.23	商业

发行人购买 12、17 号房屋的交易单价为 2.34 万元/m2，购买 11 号房屋的交易单价为 2.53 万元/m2。可见发行人购置房产时的价格与同期相似位置的房屋市场交易价格相近，不存在重大差异，交易价格公允。

②前后两次购买房屋价格之间的比较情况

如前所述，12、17 号房屋的增值率为 40.94%，11 号房屋的增值率为 40.79%，前后两次购买房屋价格不存在重大差异，交易价格公允。

③发行人向三问投资购买价格公允

发行人向三问投资购买房产按照评估值价值定价，具体如下：

单位：万元

房屋位置	交易价格	评估值	评估报告
上海市闵行区恒南路 688 弄 12 号	3,665.00	3,665.00	万隆（上海）资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（万隆评字（2018）第 1031 号）
上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号地下 1 层、1-3 层 01 室	2,718.00	2,718.00	
上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号地下 1 层、1-3 层 02 室	2,727.00	2,727.00	
上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号	3,700.00	3,700.00	上海科东房地产土地估价有限公司出具的《资产评估报告》（沪科东估字（2019）KS 第 3943 号）

综上，发行人向三问投资购买 12 号、17 号、11 号房屋的价格公允。

4）购买前后该房产由何方使用，相关租金收入或费用计量是否完整、准确

2017 年 12 月以前，12 号、17 号楼由发行人向三问投资租赁使用，发行人向三问投资支付租金，发行人购买后仍作为办公场所和成品展厅自用，未对外出

租。因此，报告期内，发行人对 12 号和 17 号楼无租金费用或租金收入。

2019 年 12 月以前，11 号楼由三问投资、英伦宝贝、哲雄母婴作为办公场所使用，发行人购买后用于子公司心生实业、秦艺服饰、亮丰新材料的办公场所，未对外出租，因此，报告期内，发行人对 11 号楼无租金费用或租金收入。三幢房屋过户至发行人后，三问投资、英伦宝贝和哲雄母婴已搬至新办公场所，不存在与发行人共用办公场所的情况。

综上，发行人的租金收入或费用计量完整，不存在遗漏租金收入或费用的情况。

（3）资金拆借

报告期内，发行人向关联方拆出资金情况如下：

2018 年度：

单位：万元

项目	2018/1/1	本年拆出	本年收回	2018/12/31
三问投资	1,263.17	100.00	1,363.17	-

报告期内，发行人向关联方拆入资金情况如下：

2018 年度：

单位：万元

项目	2018/1/1	本年拆入	本年偿还	2018/12/31
三问投资	90.00	-	90.00	-
王耀民	30.00	-	30.00	-

1）资金拆借利息费用或收入情况

报告期内，发行人与关联方发生资金拆借的情形集中于 2018 年度。2019 年以后，发行人与关联方之间不再有资金拆借情形。发行人与关联方之间的资金拆入和拆出均按同期中国人民银行发布的 1 年以内（含一年）的贷款基准利率 4.35%支付及收取利息，具体情况如下：

项目	拆入方/拆出方	2018 年度			
		本金金额（万元）	资金拆借时间（天）	利率	利息金额（万元）
资金拆出	三问投资	1,263.17	19	4.35%	28.89

资金拆入	三问投资	90.00	25	4.35%	0.27
	王耀民	30.00	25	4.35%	0.09

2）资金拆借的会计处理

对于资金拆出，公司与关联方签订借款合同拆出资金，公司在支付款项后计入其他应收款，各期末按照合同约定的利率计算本期应收利息，借记其他应收款，贷记财务费用-利息收入，关联方归还借款以及支付利息时冲减其他应收款。

对于资金拆入，公司与关联方签订借款合同拆入资金，公司在收到款项后计入其他应付款，各期末按照合同约定的利率计算本期应付利息，借记财务费用-利息支出，贷记其他应付款，向关联方归还借款以及支付利息时冲减其他应付款。

综上，发行人对报告期内资金占用的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2016 年至 2017 年因三问体系内公司业务调整，三问投资定位为投资控股型公司，其原有业务逐步由三问家居承接。由于业务逐步转移至三问家居，导致三问投资的现金流受到一定影响，因此，2016 年至 2017 年期间，三问投资存在对发行人较为频繁的资金拆借。2016 年度、2017 年度资金拆借情况如下：

单位：万元

资金拆入方	资金拆出方	2016 年初余额	拆入金额	归还金额	2016 年末余额
三问投资	三问家居	-	18,176.00	2,978.30	15,197.70
三问投资	心生实业	968.10	151.97	58.00	1,062.08
合计		**968.10**	**18,327.97**	**3,036.30**	**16,259.78**
资金拆入方	**资金拆出方**	**2017 年初余额**	**拆入金额**	**归还金额**	**2017 年末余额**
三问投资	三问家居	15,197.70	13,802.16	27,788.67	1,211.19
三问投资	心生实业	1,062.08	-	1,010.10	51.98
合计		**16,259.78**	**13,802.16**	**28,798.77**	**1,263.17**

注：拆入金额和拆出金额为当年内所发生累计额。

由上表可知，2017 年初的拆借款余额主要形成于 2016 年，主要为三问投资向三问家居拆入资金所形成。

3）三问投资向三问家居拆入资金的合理性

2016 年下半年开始，三问投资的业务逐渐向三问家居转移，2016 年初三问投资的银行存款余额折合人民币为 14,778.58 万元，应收账款余额为 9,289.36 万元，三问投资的应收账款回款与现金支出期限不匹配，需要向三问家居拆入资金

予以周转。三问投资所拆入资金主要用于归还银行借款、银行票据到期付款、支付供应商货款、借款给英伦宝贝支持其日常运营开支等。整体来看，三问投资2016年主要资金需求情况如下所示：

单位：万元

项目	金额（资金流入以正数表示，资金流出以负数表示）
归还银行贷款	-4,183.41
借款给英伦宝贝的营运资金	-3,639.00
支付供应商货款（已扣除使用票据支付的2,000万元）	-17,209.64
银行票据到期付款	-15,300.00
合计	**-40,332.05**
2016年三问投资向三问家居净拆入金额	**15,291.67**

由上可见，三问投资向三问家居拆入款项与三问投资资金需求相比金额较小，拆入资金均用于三问投资日常资金周转，具有合理性。

4）是否存在长期占用发行人资金的情况

三问投资向发行人拆入资金主要发生于2016年下半年和2017年，截至2017年末余额为1,263.17万元，并于2018年全部归还，不存在长期占用发行人资金的情况。

5）是否存在抽逃出资的情况

2013年12月，三问投资（当时为三问国际）以货币出资方式设立三问有限，注册资本为人民币500万元。后于2015年12月30日三问有限第一次增资，注册资本由500万元增加至6,000万元，新增注册资本中三问投资认缴额为4,110万元。2015年12月31日，上海道和会计师事务所（普通合伙）出具道和验字（2015）第200025号《验资报告》，验证截至2015年12月25日止，三问有限已收到全体股东以货币方式缴纳的新增注册资本合计人民币 2,500 万元。2016年1月5日，上海道和会计师事务所（普通合伙）出具道和验字（2016）第200001号《验资报告》，验证截至2015年12月30日止，三问有限已收到全体股东以货币方式缴纳的第2期注册资本合计人民币3,000万元。

据此，三问投资已履行实缴义务。且三问投资与发行人的资金拆借属于真实的借贷关系，系三问投资确有客观资金缺口而产生，不存在虚假出资、出资不实

的主观恶意，不存在抽逃出资的情况。

根据上海市闵行区市场监督管理局出具的《合规证明》，三问投资、发行人报告期内均不存在违反市场监管局管辖范围内的相关法律法规而导致行政处罚的情况。

综上，三问投资不存在抽逃出资的情况。

（4）代收货款

2017 年，为美国公司与关联方老美国公司的业务过渡期，报告期期初仍存在少量美国公司与关联方老美国公司之间代收货款的情形，原因为：（1）客户已同意将业务转移至美国公司，但客户的财务系统中尚未完成供应商变更，客户收货后需要向系统中登记的供应商支付货款，由此导致关联方老美国公司代美国公司收取货款的情形；（2）客户的系统中已经将供应商变更为美国公司后，客户支付此前交易未结清的向老美国公司采购的货款，由此导致美国公司代关联方老美国公司收取货款的情形。发行人以报关单上的报关方为销售方进行收入确认，如收款方与报关方不一致则认定为代收。

报告期内，美国公司与关联方老美国公司之间代收货款情况如下：

单位：万元

应收款方	代收款方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
老美国公司	美国公司	-	-	69.51
美国公司	老美国公司			35.21

截至 2018 年末，美国公司与关联方老美国公司之间的代收货款已结清。

（5）代付费用

2017 年，为美国公司与关联方老美国公司的业务过渡期，报告期期初仍存在少量美国公司代关联方老美国公司支付清关费的情形，原因为：清关公司的系统中已经将客户变更为美国公司后，清关公司收取此前老美国公司未结清的清关费。发行人以报关单上的报关方判断清关费的支付义务，如支付方与报关方不一致则认定为代付。

报告期内，美国公司代关联方老美国公司支付清关费用的情况如下：

单位：万元

应付款方	代付款方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
老美国公司	美国公司	-	-	56.26

截至2018年末，美国公司与关联方老美国公司之间的代付费用已结清。

4、关联方应收应付款项

报告期各期末，公司与关联方之间的应收账款、应付账款、其他应收款均无余额。

报告期各期末，公司对关联方的其他应付款余额情况具体如下：

单位：万元

关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
三问投资	-	214.29	111.27
王耀民	-	-	-
合计	**-**	**214.29**	**111.27**

（三）发行人报告期关联交易履行程序的合法合规情况

1、规范关联交易的制度安排

公司已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易决策制度》等制度中，对关联交易的公允决策程序等进行了规定，以保护发行人及其股东的权益不因关联交易而受损害。

2、关联交易决策程序

公司已于 2021 年 3 月 15 日召开了第一届董事会第十三次会议和第一届监事会第六次会议，并于 2021 年 3 月 30 日召开了 2021 年第三次临时股东大会，上述会议均审议通过《关于审核确认公司 2018 年、2019 年、2020 年关联交易的议案》对发行人 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间的关联交易予以审核确认。

针对上述议案，发行人关联董事和关联股东均已回避表决。发行人独立董事张昕、翁和生均已发表了同意的独立意见，认为：“公司自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日与关联方发生的关联交易符合公司的业务发展实际和需求，相关协议的签订遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则；关联交易的交易条件是公允的、合理的，关联交易的价格遵循市场定价原则，未偏离市场独立第三方的

公允价格；公司不存在通过关联交易虚构收入、操纵利润、压缩成本等情形，亦不存在通过关联交易损害发行人和发行人股东、特别是中小股东利益等情形。”

发行人报告期内发生的关联交易已经履行了应有的审议程序，关联股东或董事在审议相关交易时均予以回避，独立董事及监事会未发表不同意见。

（四）关联方变化情况

关联方变化的详细情况请参阅本节之“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”。

公司不存在关联方成为非关联方后仍继续交易的情形。

（五）关于股东顾家家居和江阴海澜之家的说明

截至本招股说明书签署日，顾家家居及其持股或控制的公司、海澜之家集团股份有限公司（发行人股东江阴海澜之家系其全资子公司，股票代码：600398，以下简称“海澜之家”，此处将关注范围由江阴海澜之家扩大至海澜之家）及其持股或控制的公司不存在与发行人从事相同主营业务的情况。报告期内，前述公司与发行人之间的业务往来情况如下：

单位：万元

客户	关联关系	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
顾家家居（宁波）有限公司（以下简称“宁波顾家”）	顾家家居全资子公司	家用纺织品及配件	-	8.40	47.92
江阴海澜优选商业有限公司（以下简称“海澜优选”）	海澜之家全资子公司	家用纺织品、家居服饰	51.17	32.89	465.76
江阴领创采购管理有限公司（以下简称“江阴领创”）	海澜之家全资子公司	家用纺织品	-	-	7.18
占主营业务收入比例			**0.03%**	**0.04%**	**0.11%**

宁波顾家主要经营家具产品零售门店，宁波顾家向发行人采购家用纺织品及少量配件用于配合门店内家具产品的展示，或作为家具产品的赠品使用。发行人向其销售产品按市场价格定价，交易价格公允。

海澜优选主要经营一站式家居产品零售门店，海澜优选向发行人采购家用纺织品、家居服饰产品在其门店对外销售。江阴领创主要从事辅料销售业务，2018年度主要向发行人采购珊瑚绒拉链旅行毯，属于临时性采购，金额较小。发行人

向海澜优选和江阴领创销售产品按市场价格定价，交易价格公允。

综上，顾家家居、海澜之家未持股或控制与发行人从事相同主营业务的公司；顾家家居、海澜之家持股或控制的企业中，宁波顾家、海澜优选和江阴领创与发行人存在业务往来。前述交易价格公允，且占报告期各期主营业务收入的比例较低，对公司经营成果产生的影响较小。

（六）关于减少和规范关联交易的承诺

为规范及减少公司与关联方之间的关联交易，公司控股股东三问投资和实际控制人王耀民、程晖已出具《关于规范和减少关联交易的承诺及约束措施》，承诺如下：

“1、本公司/本人将严格按照《公司法》等法律法规及《公司章程》等有关规定行使股东权利，在董事会、股东大会对有关涉及本公司及本公司关联方事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务；

2、本公司/本人及本公司/本人的关联方将杜绝一切非法占用三问家居的资金、资产的行为；在任何情况下，不要求三问家居向本公司/本人及本公司/本人的关联方（三问家居及其子公司除外）提供任何形式的担保；在双方的关联交易上，严格遵循市场原则，尽量避免不必要的关联交易发生；

3、对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，将遵循市场公正、公平、公开的原则，并依法签订协议，履行合法程序，按照《公司章程》、有关法律法规和《上市规则》等有关规定履行信息披露义务和办理有关审议程序，保证不通过关联交易损害三问家居及其他股东的合法权益。

本公司/本人承诺，作为三问家居的控股股东/实际控制人时，所做出的上述声明和承诺不可撤销。本公司/本人及本公司/本人的关联方违反上述声明和承诺的，将立即停止与三问家居进行的关联交易，并采取必要措施予以纠正补救；同时本公司/本人须对违反上述声明和承诺导致三问家居之一切损失和后果承担赔偿责任。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

一、财务报表

本节披露或引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具的安永华明（2021）审字第 61419698_B01 号《审计报告》。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，请仔细阅读本公司的财务报告和审计报告。

公司经审计的最近三年的财务报表如下：

（一）合并资产负债表

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动资产：			
货币资金	24,874.94	16,183.58	12,577.96
交易性金融资产	1,729.05	178.87	-
应收账款	20,887.72	13,554.18	16,895.43
预付款项	10,817.41	3,378.86	474.87
其他应收款	2,142.93	1,743.30	2,828.16
存货	7,158.01	2,632.84	2,686.64
其他流动资产	664.32	359.78	116.89
流动资产合计	**68,274.38**	**38,031.41**	**35,579.95**
非流动资产：			
长期股权投资	422.68	-	-
固定资产	14,584.05	15,108.52	11,460.89
在建工程	61.97	-	-
无形资产	2,094.34	479.89	476.38
商誉	170.00	170.00	-
长期待摊费用	199.59	77.17	190.20
递延所得税资产	1,477.90	608.40	671.99
其他非流动资产	59.60	-	33.82
非流动资产合计	**19,070.13**	**16,443.98**	**12,833.28**
资产总计	**87,344.50**	**54,475.39**	**48,413.23**

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动负债：			
短期借款	13,818.98	3,500.00	4,700.00
应付票据	470.00	1,800.00	-
应付账款	24,275.41	13,477.65	14,719.08
预收款项	-	322.99	92.39
合同负债	1,948.93	-	-
应付职工薪酬	1,394.87	1,247.99	1,172.87
应交税费	1,714.86	1,207.70	1,638.92
其他应付款	871.41	589.28	795.68
一年内到期的非流动负债	-	-	800.00
其他流动负债	134.95	163.67	152.53
流动负债合计	**44,629.43**	**22,309.29**	**24,071.48**
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
预计负债	1,593.47	1,350.40	1,180.16
递延收益	-	50.00	50.00
递延所得税负债	432.26	44.72	-
非流动负债合计	**2,025.73**	**1,445.11**	**1,230.16**
负债总计	**46,655.16**	**23,754.40**	**25,301.64**
股东/所有者权益：			
股本/实收资本	7,500.00	7,500.00	6,303.03
资本公积	17,641.15	17,641.15	7,230.83
其他综合收益/（亏损）	16.88	2.04	3.77
盈余公积	1,492.61	310.18	1,150.96
未分配利润	15,261.71	6,095.29	9,013.20
归属于母公司股东/所有者权益合计	41,912.35	31,548.67	23,701.79
少数股东权益	-1,223.00	-827.67	-590.20
股东/所有者权益	**40,689.35**	**30,720.99**	**23,111.59**
负债和股东/所有者权益总计	**87,344.50**	**54,475.39**	**48,413.23**

（二）合并利润表

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**179,119.15**	**110,388.68**	**108,088.41**
减：营业成本	145,717.72	85,588.64	85,314.74
税金及附加	318.75	248.51	236.78
销售费用	8,222.73	9,997.19	10,647.81
管理费用	4,593.52	4,026.53	2,860.35
研发费用	383.36	226.23	63.76
财务费用	4,110.90	185.79	-558.38
其中：利息费用	588.65	467.27	484.79
利息收入	-112.29	-68.21	-72.38
加：其他收益	1,251.31	629.65	800.64
投资收益	2,301.66	-588.67	-471.89
公允价值变动收益	1,550.19	178.87	-
信用减值损失	-775.91	159.93	-
资产减值损失	-4,545.57	-165.35	-650.21
资产处置损失	-35.84	-53.45	-44.86
营业利润	**15,517.99**	**10,276.76**	**9,157.02**
加：营业外收入	653.44	123.59	94.24
减：营业外支出	1,088.05	103.22	33.72
利润总额	**15,083.38**	**10,297.12**	**9,217.54**
减：所得税费用	4,138.73	2,994.60	2,618.46
净利润	**10,944.65**	**7,302.52**	**6,599.08**
其中：持续经营净利润	10,944.65	7,302.52	6,599.08
归属于母公司股东/所有者的净利润	**11,346.35**	**7,848.60**	**6,936.05**
少数股东损益	-401.70	-546.08	-336.97
其他综合收益的税后净额	21.20	-2.99	4.50
归属于母公司股东/所有者的其他综合收益的税后净额	14.84	-1.73	4.50
将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
外币报表折算差额	14.84	-1.73	4.50
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	6.37	-1.26	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
综合收益总额	**10,965.85**	**7,299.53**	**6,603.59**
归属于母公司股东/所有者的综合收益总额	**11,361.19**	**7,846.87**	**6,940.56**
归属于少数股东的综合收益总额	-395.33	-547.34	-336.97
基本每股收益（元/股）	**1.51**	**1.05**	**-**

（三）合并现金流量表

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动（使用）/产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	174,867.48	118,657.26	108,247.61
收到的税费返还	16,364.73	11,903.79	20,561.34
收到的其他与经营活动有关的现金	4,022.82	886.25	7,568.98
经营活动现金流入小计	195,255.03	131,447.30	136,377.93
购买商品、接受劳务支付的现金	170,540.31	99,917.92	120,139.39
支付给职工以及为职工支付的现金	10,105.01	9,352.55	8,048.04
支付的各项税费	5,393.16	4,271.23	2,537.06
支付的其他与经营活动有关的现金	6,185.23	8,936.59	7,517.24
经营活动现金流出小计	192,223.70	122,478.29	138,241.73
经营活动（使用）/产生的现金流量净额	**3,031.33**	**8,969.01**	**-1,863.80**
二、投资活动（使用）/产生的现金流量			
处置固定资产和其他长期资产所收回的现金	34.89	22.13	2.05
收到其他与投资活动有关的现金	2,385.46	300.00	1,363.17
投资活动现金流入小计	2,420.35	322.13	1,365.21
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,235.90	4,201.30	285.21
投资支付的现金	490.00	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	198.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	16.48	588.67	661.89
投资活动现金流出小计	2,742.39	4,987.97	947.10

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
投资活动（使用）/产生的现金流量净额	**-322.04**	**-4,665.84**	**418.11**
三、筹资活动产生/（使用）的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	309.87	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	309.87	-
取得借款所收到的现金	28,650.00	9,000.00	9,700.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	20.00	361.66
筹资活动现金流入小计	28,650.00	9,329.87	10,061.66
偿还债务支付的现金	18,400.00	11,000.00	8,350.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	1,517.17	481.02	484.34
支付其他与筹资活动有关的现金	1,569.05	330.74	-
筹资活动现金流出小计	21,486.22	11,811.76	8,834.34
筹资活动产生/（使用）的现金流量净额	**7,163.78**	**-2,481.89**	**1,227.33**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-882.01**	**84.90**	**143.44**
五、现金及现金等价物净增加/（减少）额	**8,991.07**	**1,906.17**	**-74.92**
加：年初现金及现金等价物余额	**13,932.92**	**12,026.75**	**12,101.67**
六、年末现金及现金等价物余额	**22,923.99**	**13,932.92**	**12,026.75**

二、审计意见和关键审计事项

（一）审计意见

安永华明接受公司的委托，对公司最近三年母公司及合并的财务报表进行了审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（安永华明（2021）审字第61419698_B01 号）。

审计意见如下：

“我们审计了三问家居股份有限公司的财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 12 月 31 日的合并及公司资产负债表，2018 年度、2019 年度及 2020 年度的合并及公司利润表、股东/所有者权益变动表和现金流量表以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的三问家居股份有限公司的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了三问家居股份有限公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度及 2020 年度的合并及公司的经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

安永华明识别出的关键审计事项如下：

“1、收入的确认

（1）事项描述

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，三问家居股份有限公司合并财务报表确认销售收入分别为人民币 108,088 万元、人民币 110,389 万元和人民币 179,119 万元。2018 年度及 2019 年度三问家居股份有限公司在相关商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户后确认收入。2020 年度，三问家居股份有限公司在相关商品的控制权转移给客户后确认收入。由于三问家居股份有限公司客户涉及较多国外客户销售，需要根据合同约定判断商品销售收入确认的时点，可能存在商品销售收入未在恰当期间确认的风险，同时，收入是关键业绩指标之一，我们将其确认识别为关键审计事项。

（2）审计中的应对

针对三问家居收入确认实施的主要审计程序包括：

就销售收入确认的审计程序包括了解和评价三问家居股份有限公司与收入确认相关的关键内控制度的设计和运行有效性；查看主要客户的销售订单，对主要客户进行走访或电话访谈；对收入的确认执行了实质性程序，包括对收入进行了波动分析，通过抽样方法，检查销售订单、客户签收单、报关单、海运提单及销售发票等原始单据，检查收入确认时点是否恰当；查看临近期末的销售情况，检查是否存在销售截止性问题。对于客户直接扣款的退货金额，我们了解了退货的申请流程，测算了历史退货率对收入的影响，检查收入金额确认是否准确。

2、存货跌价准备

（1）事项描述

于 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 12 月 31 日，贵集团存货账面原值分别为人民币 3,104 万元、人民币 3,110 万元和人民币 10,274 万元，存货跌价准备分别为人民币 417 万元、人民币 477 万元和人民币 3,116 万元。

按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的存货，计提存货跌价准备。管理层于报告日复核存货的可变现净值。可变现净值以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。为执行销售合同而持有的存货，管理层以合同价格作为估计售价的计算基础；没有销售合同约定的存货，管理层参考最近或期后的产品售价。

（2）审计中的应对

针对三问家居存货跌价准备实施的主要审计程序包括：

我们就存货跌价准备的审计程序包括了解管理层计提存货跌价准备的流程；取得并评价集团计提该批存货跌价准备的相关假设和方法，对假设和方法中涉及的主要参数进行复核，复核并评估其可变现净值的确定过程的合理性，为执行销售合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。我们查看了销售订单确认了合同价格的合理性；对受影响的存货进行实地盘点，检查该批存货的实际状况。”

三、影响发行人未来盈利（经营）能力或财务状况的主要因素及相关指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，定位为“做全球客户与供应商最有价值合作伙伴”，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。家用纺织品和家居服饰产品均属于日常消费品，市场需求将保持稳定增长趋势。全球主要的家纺和家居服饰零售市场为美国、中国、日本以及欧洲各国。随着欧美、日本等发达国家和地区经济逐渐复苏，人均

可支配收入快速增长，人们对生活质量的要求将逐渐提高，对产品的需求将向高品质、多元化的方向发展，家纺和家居服饰市场需求将不断增长，特别是对于面向中高端市场的企业而言，中长期发展的环境依然十分有利，市场前景良好。因此，家纺和家居服饰行业的市场需求情况直接关系到公司收入和盈利能力的稳定性和成长性。

公司以外销为主，业务经过多年发展，客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，开拓了全球中大型零售商和中高端品牌商客户 190 多家。公司的原创设计能力和产品质量得到了众多国外客户的认可，为业务的持续和提升提供了有力的保障。

未来，全球家纺和家居服饰行业的发展状况、全球中大型零售商和中高端品牌商对公司所提供服务和产品质量的市场认可度、业务依存度将成为影响公司收入的重要因素。

2、影响成本的主要因素

公司的产品少部分为自有工厂生产，大部分为向外部合作工厂采购。对于自产的产品，其成本主要受到原材料价格及供需状况、员工总数及薪酬水平、长期资产投入及折旧摊销等影响；对于外购产品，其成本主要受上游家纺、服饰企业的产品价格影响，其所使用原材料、人力资源的价格及制造费用波动亦可能对公司的产品成本造成一定的影响。

公司在向外部合作工厂采购的同时，保留了少部分自有工厂，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。此外，在与合作工厂谈判时，拥有自有工厂使得公司具有较大的商业谈判优势和对报价的判断能力。因此，保留少部分自有工厂生产，可以一定程度上降低公司业务的单位成本。

3、影响费用的主要因素

公司的期间费用由销售费用、管理费用、研发费用和财务费用构成，报告期内，期间费用率分别为 12.04%、13.08%和 9.66%，有小幅波动，总体保持稳定。其中，职工工资及福利费、港杂费及运杂费等占期间费用的比重较高，未来上述费用仍将是影响公司期间费用的主要因素。除 2020 年执行新收入准则后，将履行合同中的运输、港杂、清关服务等履约义务所产生的费用归集于营业成本中核

算导致期间费用率降低外，报告期内，公司期间费用总体保持稳定，体现了公司良好的经营管理水平和经营效率。

4、影响利润的主要因素

总体上，报告期内影响公司利润的主要因素为营业毛利和期间费用，影响毛利的主要因素为营业收入规模和毛利率。未来公司将通过持续的产品设计创新、产品质量提升、强化管理等手段，不断满足市场需求，保持公司的持续盈利水平。

（二）发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

公司的核心主营业务，即家纺、服饰及面料产品的收入、毛利率及毛利贡献率等指标对公司具有核心意义，其变动对公司业绩具有较强的指向性作用。2018 年至 2020 年，上述核心主营的收入为 107,088.58 万元、109,497.28 万元及 104,520.94 万元，产品设计和质量水平得到了客户的认可，收入水平维持稳定；核心主营业务毛利率分别 20.76%、22.35%和 15.94%，2018 年至 2019 年毛利率保持增长趋势，2020 年度毛利率下降主要受执行新收入准则的影响，剔除该影响后毛利率为 20.09%，受汇率波动及客户结构的变化略有下降。核心主营业务的毛利贡献率 97.85%、98.79%和 49.93%，公司的业务开展紧密围绕主营业务，2018 年至 2019 年毛利贡献率持续增长,受新冠疫情影响下新拓展的医护产品业务毛利贡献率较高的影响，核心主营业务的毛利贡献率下降，未来随着新冠疫情的紧张态势趋于缓和，发行人核心主营业务的收入和毛利占比也将逐步恢复至正常水平。

公司的原创设计优势明显，是公司的核心竞争力，也是获取客户信任和销售订单的基石。公司在提升研发设计能力的同时，对产业链前端的面料研发持续投入，面料选材本身即是设计的一个重要环节。公司对面料研发费用的投入持续增加，2018 年至 2020 年的复合增长率为 81.84%。同时，公司对原创设计能力提升的投入也不断加大。上述非财务指标亦体现了公司设计能力不断提升、核心业务高质量发展的情况，对公司业绩变动也有一定预示作用。

四、分部信息

公司按照产品类别和销售区域进行分部信息披露，公司主要产品类别包括家

纺、服饰、面料、医护和其他，公司主要销售区域划分包括美国、英国、中国大陆、南非、加拿大、爱尔兰和其他。具体情况请参阅本节之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

五、合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司的财务报表以持续经营为基础列报。按照财政部颁布的《企业会计准则—基本准则》以及其后颁布及修订的具体会计准则、应用指南、解释以及其他相关规定（统称“企业会计准则”）编制。

公司编制财务报表时，除某些金融工具外，均以历史成本为计价原则。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）合并范围及变化情况

报告期内，公司合并财务报表范围内子公司及变化情况如下：

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围		
	2020 年	2019 年	2018 年
张家港中堂	是	是	是
常熟中堂	是	是	是
心生实业	是	是	是
秦艺服饰	是	是	是
香港公司	是	是	是
美国公司	是	是	是
南非公司	是	是	是
亮丰新材料	是	是	是
南通瑞兹	是	是	否
柬埔寨公司	是	是	否
荷兰公司	是	是	否
浙江三问	是	否	否

六、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。

（三）营业周期

公司的营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

公司采用人民币为记账本位币。

（五）企业合并

企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

1、同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下企业合并。同一控制下企业合并，采用权益结合法进行计量。在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方在同一控制下企业合并中取得的资产和负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉），按合并日在最终控制方财务报表中的账面价值为基础进行相关会计处理。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价的账面价值的差额，调整资本公积中的股本溢价，不足冲减的则调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下企业合并。非同一控制下企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

非同一控制下企业合并中所取得的被购买方可辨认资产、负债及或有负债在收购日以公允价值计量。

支付的合并对价的公允价值与购买日之前持有的被购买方的股权的公允价

值之和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，并以成本减去累计减值损失进行后续计量。支付的合并对价的公允价值与购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值之和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，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支付的合并对价的公允价值及购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值的计量进行复核，复核后支付的合并对价的公允价值与购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值之和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

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，包括本公司及全部子公司的财务报表。子公司指被本公司控制的主体（含企业等）。

编制合并财务报表时，子公司采用与本公司一致的会计年度和会计政策。公司内部各公司之间的所有交易产生的资产、负债、权益、收入、费用和现金流量于合并时全额抵销。

子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初股东权益中所享有的份额的，其余额仍冲减少数股东权益。

对于通过非同一控制下企业合并取得的子公司，被购买方的经营成果和现金流量自公司取得控制权之日起纳入合并财务报表，直至公司对其控制权终止。在编制合并财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整。

对于通过同一控制下企业合并取得的子公司，被合并方的经营成果和现金流量自合并当年初纳入合并财务报表。编制比较合并财务报表时，对前期财务报表的相关项目进行调整，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施控制时一直存在。

如果相关事实和情况的变化导致对控制要素中的一项或多项发生变化的，公司重新评估是否控制被投资方。

（七）现金及现金等价物

现金，是指公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款；现金等价物，是指公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

公司对于发生的外币交易，将外币金额折算为记账本位币金额。

外币交易在初始确认时，采用交易发生当月的月初汇率将外币金额折算为记账本位币金额。于资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算。由此产生的结算和货币性项目折算差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的差额按照借款费用资本化的原则处理之外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期近似汇率折算，不改变其记账本位币金额。

对于境外经营，公司在编制财务报表时将其记账本位币折算为人民币：对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，股东/所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期近似汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生时的即期近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生当期平均汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

（九）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

公司于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。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

（1）收取金融资产现金流量的权利届满；

（2）转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上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，但放弃了对该金融资产的控制。

如果金融负债的责任已履行、撤销或届满，则对金融负债进行终止确认。如果现有金融负债被同一债权人以实质上几乎完全不同条款的另一金融负债所取代，或现有负债的条款几乎全部被实质性修改，则此类替换或修改作为终止确认原负债和确认新负债处理，差额计入当期损益。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

2、金融资产分类和计量

公司的金融资产于初始确认时根据公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、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。当且仅当公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类：

（1）以摊余成本计量的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，

在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，其终止确认、修改或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当金融资产终止确认时，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

公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入（明确作为投资成本部分收回的股利收入除外）计入当期损益，公允价值的后续变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。当金融资产终止确认时，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

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

3、金融负债分类和计量

公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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（含属于金融负债的衍生工具）和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。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，所有公允价值变动均计入当期损益。对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，按照公允价值进行后续计量，除由公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益；如果由公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

4、金融工具减值

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进行减值处理并确认损失准备。

对于不含重大融资成分的应收款项以及合同资产，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。

除上述采用简化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未显著增加，处于第一阶段，公司按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果初始确认后发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否

已显著增加。公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失。公司考虑了不同客户的信用风险特征，以账龄组合为基础评估金融工具的预期信用损失。

当公司不再合理预期能够全部或部分收回金融资产合同现金流量时，公司直接减记该金融资产的账面余额。

5、金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：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；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。

6、衍生金融工具

公司使用衍生金融工具。衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

除与套期会计有关外，衍生工具公允价值变动产生的利得或损失直接计入当期损益。

7、金融资产转移

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，不终止确认该金融资产。

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：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

（十）金融工具（2018 年度）

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

公司于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。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

（1）收取金融资产现金流量的权利届满；

（2）转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上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，但放弃了对该金融资产的控制。

如果金融负债的责任已履行、撤销或届满，则对金融负债进行终止确认。如果现有金融负债被同一债权人以实质上几乎完全不同条款的另一金融负债所取代，或现有负债的条款几乎全部被实质性修改，则此类替换或修改作为终止确认原负债和确认新负债处理，差额计入当期损益。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

2、金融资产分类和计量

公司的金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

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。交易性金融资产，是指满足下列条件之一的金融资产：取得该金融资产的目的是为了在短期内出售；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表

明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有已实现和未实现的损益均计入当期损益。与以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

（2）贷款和应收款项

贷款和应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

3、金融负债分类和计量

公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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。交易性金融负债，是指满足下列条件之一的金融负债：承担该金融负债的目的是为了在近期内回购；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，所有已实现和未实现的损益均计入当期损益。

（2）其他金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

4、金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：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；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。

5、衍生金融工具

公司使用衍生金融工具，例如远期外汇合同。衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。但对于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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融工具，按成本计量。

除现金流量套期中属于有效套期的部分计入其他综合收益并于被套期项目影响损益时转出计入当期损益之外，衍生工具公允价值变动而产生的利得或损失，直接计入当期损益。

6、金融资产减值

公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。金融资产发生减值的客观证据，包括发行人或债务人发生严重财务困难、债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组，以及公开的数据显示预计未来现金流量确已减少且可计量。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，将该金融资产的账面通过备抵项目价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率（即初始确认时计算确定的实际利率）折现确定，并考虑相关担保物的价值。减值后利息

收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试或单独进行减值测试。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。已单项确认减值损失的金融资产，不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。

公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产转移

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，不终止确认该金融资产。

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：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

（十一）发行人套期工具确认损益的计算过程与会计处理

近年来，受国际政治、经济形势等因素影响，以美元为主的外汇汇率震荡幅度加大，外汇风险增加。发行人产品主要以美元计价外销，为减小汇率风险，发行人根据实际需要开展远期结售汇以及外汇期权交易业务。

1、远期结售汇

发行人自 2018 年开始根据预计的销售收汇情况与银行签订的《金融市场业务主协议》，向银行购入美金远期结售汇交易业务，即发行人在交割日以协定汇率向银行卖出对应名义金额美金。发行人会计处理如下：

发行人与银行当订立交易合约时无需向银行支付费用，同时在备查簿上登记合约内容作为备查，不作会计处理。每一会计期末，对尚未到期的合约公允价值进行重估，按合约约定的汇率与资产负债表日相同到期日远期市场汇率折现的差异与合约金额，确认相关的公允价值变动损益与相应的交易性金融资产/交易性金融负债。按交割日/平仓日即期汇率/远期汇率，与合约约定汇率差额与合约金额，确认相关的投资收益，同时冲回已确认的金融资产/金融负债与相应的公允价值变动损益。

2、卖出外汇期权

公司根据预计的销售收汇情况，通过卖出看涨期权，规避收汇汇率波动风险。会计处理如下：

合同订立时，公司根据收取的期权费用，确认一项交易性金融负债。后续每一资产负债表日，按公允价值对其进行后续计量，其变动计入当期公允价值变动损益。交割时，按交割日即期汇率与合约约定汇率差额与合约金额，确认相关的投资收益，同时冲回已确认的金融负债以及相关的公允价值变动损益转入投资收益。

（十二）应收款项

1、2019 年 1 月 1 日之前适用的政策：

公司的应收账款坏账准备的确认标准和计提方法如下：

（1）单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款

本公司将余额占应收款项余额 10%以上的应收账款确认为单项金额重大的应收账款。本公司对单项金额重大的应收账款单独进行减值测试。如有客观证据表明该应收账款发生减值的，本公司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，计入当期损益。单独测试未发生减值的单项重大的应收账款，

应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。

（2）单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款

单项余额占应收款项余额 10%以下的应收账款，如有迹象表明某项应收账款的可收回性与该账龄段其他应收账款存在明显差别，导致该项应收账款如果按照既定比例计提坏账准备，无法真实反映其可收回金额的，采用个别认定法计提坏账准备。单独测试未发生减值的单项不重大的应收账款，应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。

（3）本公司以账龄作为信用风险特征确定应收账款组合。

报告期内，公司采用账龄分析法计提坏账准备的计提政策如下：

账龄	坏账准备计提比例
1 年以内（含 1 年）	5.00%
1-2 年（含 2 年）	10.00%
2-3 年（含 3 年）	20.00%
3-4 年（含 4 年）	50.00%
4-5 年（含 5 年）	80.00%
5 年以上	100.00%

公司采用的坏账准备计提方法符合公司业务的基本特征及历史经验，在报告期内实际发生的坏账损失金额较小。

2、2019 年 1 月 1 日起适用的政策：

公司的应收账款坏账准备的确认标准和计提方法如下：

（1）选择账龄为基础

由于账龄变动同样也与预期损失变动存在紧密的关联，所以公司采用账龄分布做为迁徙测试计算的基础。

（2）确定风险组合

类别	采用方法	坏账计提方式
单项计提坏账准备	个别认定法	按 100%全额计提
按信用风险特征组合计提坏账准备	风险组合法	按预期信用损失率

（3）确定预期损失率

发行人通过汇总历史期间末的应收账款账龄数据，以此计算应收账款迁徙率，并结合客户的违约概率，以此计算应收账款预期信用损失的计提比例。再通过考虑宏观经济以及同行业对比等调整系数确定适合公司的预期信用损失比例。其中调整系数主要是前瞻性调整系数和行业对比等其他调整因素。具体如下：

前瞻性调整系数：

公司使用产品主要销往国经济政策、宏观经济指标以及中国的汇率政策、中国广义货币 M2 增速，并考虑国际资信评级机构穆迪公司发布的债务历史违约等因素来确定前瞻性调整系数，其已经考虑了宏观经济的运行与公司经营模式中密切相关的部分。

其他调整因素：

其他调整因素主要是考虑到与同行业公司可比。根据对比同行业公司的预期信用损失计提的情况，对公司测算的预期信用损失比例进行相应的调整。

公司综合以上因素后，采用的预期信用损失比例如下：

账龄	预期信用损失比例
1 年以内（含 1 年）	5.00%
1-2 年（含 2 年）	10.00%
2-3 年（含 3 年）	20.00%
3-4 年（含 4 年）	50.00%
4-5 年（含 5 年）	80.00%
5 年以上	100.00%

（十三）存货

存货为原材料、在产品、委托加工物资和产成品。

存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。发出存货采用加权平均法确定其实际成本。

存货的盘存制度采用永续盘存制。

于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响

因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。

可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，按存货类别计提。与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。为执行销售合同而持有的存货，以合同价格作为估计售价的计算基础；没有销售合同约定的存货，参考最近或期后的产品售价。

（十四）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。

长期股权投资在取得时以初始投资成本进行初始计量。通过同一控制下企业合并取得的长期股权投资，以合并日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初始投资成本；初始投资成本与合并对价账面价值之间差额，调整资本公积（不足冲减的，冲减留存收益）；合并日之前的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，在处置该项投资时转入当期损益；其中，处置后仍为长期股权投资的按比例结转，处置后转换为金融工具的则全额结转。通过非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，以合并成本作为初始投资成本（通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和作为初始投资成本），合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和；购买日之前持有的因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，在处置该项投资时转入当期损益；其中，处置后仍为长期股权投资的按比例结转，处置后转换为金融工具的则全额结转。除企业合并形成的长期股权投资以外方式取得的长期股权投资，按照下列方法确定初始投资成本：支付现金取得的，以实际支付的购买价款及与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其

他必要支出作为初始投资成本；发行权益性证券取得的，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，在本公司个别财务报表中采用成本法核算。控制，是指拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额。

采用成本法时，长期股权投资按初始投资成本计价。追加或收回投资的，调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

公司对被投资单位具有共同控制或重大影响的，长期股权投资采用权益法核算。共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，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。重大影响，是指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。

采用权益法时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，归入长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时，取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资损益和其他综合收益并调整长期股权投资的账面价值。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认资产等的公允价值为基础，按照公司的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照应享有的比例计算归属于投资方的部分（但内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认），对被投资单位的净利润进行调整后确认，但投出或出售的资产构成业务的除外。对于首次执行企业会计准则之前已经持有的对联营企业及合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，还应扣除按原剩余期限直线摊销的股权投资借方差额，确认投资损益。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。公司确认被投资单位

发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外股东权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入股东权益。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因处置终止采用权益法的，原权益法核算的相关其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，全部转入当期损益；仍采用权益法的，原权益法核算的相关其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理并按比例转入当期损益，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，按相应的比例转入当期损益。

（十五）投资性房地产

投资性房地产，是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的建筑物。

投资性房地产按照成本进行初始计量。与投资性房地产有关的后续支出，如果与该资产有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠地计量，则计入投资性房地产成本。否则，于发生时计入当期损益。

公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。

投资性房地产折旧采用年限平均法计提，使用寿命、预计净残值及年折旧率如下：

类型	使用年限	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	30 年	5%	3%

公司至少于每年年度终了，对投资性房地产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，必要时进行调整。

（十六）固定资产

固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。与固定资产有关的后续支出，符合该确认条件的，计入固定资

产成本，并终止确认被替换部分的账面价值；否则，在发生时计入当期损益。

固定资产按照成本进行初始计量。购置固定资产的成本包括购买价款，相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。

固定资产折旧采用年限平均法计提，各类固定资产的使用寿命、预计净残值及年折旧率如下：

类型	使用年限	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	30 年	5%	3%
机器设备	5-10 年	5%	10-19%
运输设备	6 年	5%	16%
办公设备	3-5 年	5%-10%	18%-32%
电子设备	3-5 年	5%	19%-32%

公司至少于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，必要时进行调整。

（十七）在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

（十八）无形资产

无形资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认，并以成本进行初始计量。但非同一控制下企业合并中取得的无形资产，其公允价值能够可靠地计量的，即单独确认为无形资产并按照公允价值计量。

无形资产按照其能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命，无法预见其为公司带来经济利益期限的作为使用寿命不确定的无形资产。

各项无形资产的使用寿命如下：

类型	摊销期限
软件	10 年

类型	摊销期限
专利权	10 年
土地使用权	50 年

使用寿命有限的无形资产，在其使用寿命内采用直线法摊销。公司至少于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，必要时进行调整。

（十九）资产减值

公司对除递延所得税资产、金融资产、存货外的资产减值，按以下方法确定：

公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。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，至少于每年末进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于公司确定的报告分部。

对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账

面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（二十）长期待摊费用

长期待摊费用采用直线法摊销，摊销期如下：

类型	摊销期限
经营租入固定资产改良	41-72 个月
电商平台使用费	24 个月

（二十一）职工薪酬

职工薪酬，指公司为获得职工提供的服务而给予的除股份支付以外各种形式的报酬。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1、短期薪酬

在职工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。

2、离职后福利（设定提存计划）

公司的职工参加由当地政府管理的养老保险和失业保险，相应支出在发生时计入相关资产成本或当期损益。

3、辞退福利

公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（二十二）股份支付

股份支付，分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指公司为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价

值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。权益工具的公允价值采用收益法（现金流折现法）估算确定。

对由于未满足非市场条件和服务期限条件而最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用。股份支付协议中规定了市场条件或非可行权条件的，无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有其他业绩条件或服务期限条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。初始采用二项式模型，按照授予日的公允价值计量，并考虑授予权益工具的条款和条件。授予后立即可行权的，在授予日以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，在等待期内每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照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，增加相应负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（二十三）预计负债

除了非同一控制下企业合并中的或有对价及承担的或有负债之外，当与或有

事项相关的义务同时符合以下条件，公司将其确认为预计负债：

（1）该义务是公司承担的现时义务；

（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十四）收入

1、收入确认原则

以下收入会计政策适用于 2020 年度及以后：

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务的控制权，是指能够主导该商品的使用或该服务的提供并从中获得几乎全部的经济利益。

（1）销售商品合同

公司与客户之间的销售商品合同通常仅包含转让商品的履约义务。公司通常在综合考虑了下列因素的基础上，以销售贸易条款中约定时点确认收入：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品。具体销售确认原则如下：

国内销售的收入确认：公司于将产品按照合同运至约定交货地点或由买方自行提货，完成产品交付义务后，确认产品销售收入。

国外销售的收入确认：采用 FOB 和 CIF 等条款，货物报关出口并确认货物已装船时确认收入；采用 FCA 等条款，公司于将货物交予买方指定承运人并办理出口清关手续时确认销售收入；采用 DDP 等条款，公司以产品交付至买方指定收货地点，完成产品交付义务后确认销售收入。

（2）销售退回条款

对于附有销售退回条款的销售，公司在客户取得相关商品控制权时，按照应向客户转让商品而预期有权收取的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债。每一资产负债表日，公司重新估计未来销售退回情况，并对上述负债进行重新计量。

（3）质保义务

根据合同约定、法律规定等，公司为所销售的商品提供质量保证。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准的保证类质量保证，公司按照预计负债进行会计处理。

（4）主要责任人/代理人

对于公司自第三方取得贸易类商品控制权后，再转让给客户，公司有权自主决定所交易商品的价格，即公司在向客户转让贸易类商品前能够控制该商品，因此公司是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。否则，公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

以下收入会计政策适用于 2020 年度以前：

公司的营业收入为销售商品收入、利息收入和租赁收入。收入在经济利益很可能流入公司、且金额能够可靠计量，并同时满足下列条件时予以确认。

（1）销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，并不再对该商品保留通常与所有权相联系的继续管理权和实施有效控制，且相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，确认为收入的实现。销售商品收入金额，按照从购货方已收或应收的合同或协议价款确定，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外；合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定。

国内销售的收入确认：公司于将产品按照合同运至约定交货地点或由买方自行提货，完成产品交付义务后，确认产品销售收入。

国外销售的收入确认：采用 FOB 和 CIF 等条款，货物报告出口并确认货物已装船时确认收入；采用 FCA 等条款，公司于将货物交予买方指定承运人并办理出口清关手续时确认销售收入；采用 DDP 等条款，公司以产品交付至买方指定收货地点，完成产品交付义务后确认销售收入。

（2）销售退回条款

对于附有销售退回条款的销售，公司在客户取得相关商品控制权时，按照应向客户转让商品而预期有权收取的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债。每一资产负债表日，公司重新估计未来销售退回情况，并对上述负债进行重新计量。

（3）质保义务

根据合同约定、法律规定等，公司为所销售的商品提供质量保证。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准的保证类质量保证，公司按照预计负债进行会计处理。

（4）利息收入

按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

（5）租赁收入（合并报表范围内）

经营租赁的租金收入在租赁期内各个期间按照直线法确认，或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、新收入确认政策影响

根据《发行监管问答关于首发企业执行新收入准则相关事项的问答》，新收入准则执行的影响分析情况如下：

（1）新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异及实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

①具体收入确认原则的差异对比

项目	旧收入准则收入具体确认原则	新收入准则收入具体确认原则
国内销售	由买方自行提货，完成产品交付义务后确认收入	商品销售为单项履约义务，买方或其指定承运人提货后取得控制权。因此，执行新收入准则后，公司仍在买方自行提货，完成产品交付义务后确认收入。
	将产品按照合同运至约定交货地点，完成产品交付义务时确认收入	商品销售为单项履约义务，客户在签收后取得控制权。因此，执行新收入准则后，公司仍在客户签收后完成产 品交付义务时确认收入。
国外销售	采用 FOB 和 CIF 等条款，货物报关 出口并确认货物已装船时确认收 入	商品销售为单项履约义务，客户在货物报关出口并确认货物已装船时取得控制权。因此，执行新收入准则后，公司仍在货物报关出口并确认货物已装船时确认收入。
	采用 FCA 等条款，公司于将货物交予买方指定承运人并办理出口清关手续时确认产品销售收入	商品销售为单项履约义务，且客户在公司将货物交予买方指定承运人，办理出口清关手续时取得控制权。因此，执行新收入准则后，公司仍在将货物交予买方指定承运人并办理出口清关手续时确认收入
	采用 DDP 等条款，公司以产品交付至买方指定收货地点，完成产品交付义务后确认产品销售收入	商品销售为单项履约义务，且客户或其指定第三方收到货物并签收后取得控制权。因此，执行新收入准则后，公司仍在以产品交付至买方指定收货地点，完成产品交付义务后确认收入

②销售退回

根据新收入准则，公司根据销售退回历史数据、当前销售退回情况等对退货率予以合理估计，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债，同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。

由于公司销售的产品发生退回时均采取就地处理，因此不存在按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额确认为一项资产的情况，新旧收入准则下均根据销售退回历史数据、当前销售退回情况等对退货率予以合理估计冲减营业收入，因此对公司不产生影响。

③质量保证

公司根据销售合同为客户提供产品质量保证服务：I、提供的质量保证服务作为商品销售的一部分，主要是保护客户免于承担购买不合格产品的风险，为一项法定的要求；II、公司提供的质保服务内容主要为满足合同约定规格质量等，不包含向客户保证所销售商品符合既定标准之外的服务。

因此，发行人提供的质量保证服务不构成一项单独的履约义务，新收入准则对发行人收入确认无影响。

④运输费用

根据新收入准则，需要基于产品本身的控制权转移时点来判断运输服务是否构成一项单独的履约义务。根据财政部发布的《收入准则应用案例——运输服务》，若运输服务发生在客户取得产品控制权之后，且构成单项履约义务，则公司应当按照分摊至该运输服务的交易价格确认收入；若运输服务发生在客户取得 产品控制权之前，则不构成单项履约义务，而是公司为履行合同发生的必要活动。

公司现有的销售交货方式中，运输仓储服务主要是发生在货物控制权转移之前，属于合同履约成本，相关的运输费用应当记入营业成本。

CIF 条款下，由于公司不是运输服务的主要责任人，公司采用 CIF 贸易条款的销售占比较少且无法具体拆分不同贸易条款下的运输费用，因此 2020 年 1 月 1 日起，CIF 贸易条款下销售的相关的运输费也在营业成本中核算。

综上所述，结合公司业务模式和合同条款的具体情况，公司在现有收入确认政策下的确认时点同样符合在新收入确认准则下关于客户取得相关商品控制权之认定。在业务模式和合同条款方面，实施新收入确认准则的前提下，公司仍将按照目前在执行的模式及条款开展业务，对公司不产生影响。

（2）假定 2018 年 1 月 1 日起开始全面执行新收入准则对首次执行日前各年度合并报表主要财务指标的影响

在收入确认方面，收入确认时点由风险报酬转移转变为控制权转移，对于公司报表相关数据不产生影响。假定自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总

额、归属于公司普通股股东的净资产等指标均不产生影响。

新旧收入准则变更对报告期各年度财务报表主要财务指标的影响参见本节“（三十一）会计政策变更”之“2、新收入准则列报方式变更”。

（二十五）合同负债（2020 年 1 月 1 日起适用）

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负债。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，如企业在转让承诺的商品之前已收取的款项。

（二十六）政府补助

政府补助在能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。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。

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的，作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，除此之外的作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，并在确认相关成本费用或损失的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，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（但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，尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（二十七）租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

1、作为经营租赁承租人

经营租赁的租金支出，在租赁期内各个期间按照直线法计入相关的资产成本

或当期损益。

2、作为经营租赁出租人

经营租赁的租金收入在租赁期内各个期间按直线法确认为当期损益，或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十八）利润分配

公司的现金股利，于股东大会批准后确认为负债。

（二十九）公允价值计量

公司于每个资产负债表日以公允价值计量衍生金融工具。公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是公司在计量日能够进入的交易市场。公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

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，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，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；第二层次输入值，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；第三层次输入值，相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（三十）重大会计判断和估计

编制财务报表要求管理层作出判断、估计和假设，这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的列报金额及其披露，以及资产负债表日或有负债的披露。这些假设和估计的不确定性所导致的结果可能造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

1、估计的不确定性

以下为于资产负债表日有关未来的关键假设以及估计不确定性的其他关键来源，可能会导致未来会计年度资产和负债账面金额重大调整。

（1）应收款项减值（适用于 2018 年度）

公司对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。除此之外，管理层对应收款项年末余额根据账龄分析法计提坏账准备。这要求公司估计预计未来现金流量、实际利率和客户信用风险，因此具有不确定性。

（2）金融工具减值（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

2019 年 1 月之后，公司采用预期信用损失模型对金融工具的减值进行评估，应用预期信用损失模型需要做出重大判断和估计，需考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。在做出这些判断和估计时，公司根据历史还款数据结合主要客户所在国家的经济政策、宏观经济指标、并考虑国际资信评级机构穆迪公司发布的债务历史违约等因素推断债务人信用风险的预期变动。不同的估计可能会影响减值准备的计提，已计提的减值准备可能并不等于未来实际的减值损失金额。

（3）金融工具减值（适用于 2018 年度）

应收账款及其他应收款的减值根据对应收款的可收回性和未来现金流量的评估而作出。确认应收账款及其他应收款减值时，管理层须作出判断及估计。有客观证据显示公司将无法收回该等款项时，方会计提减值准备并估计准备金额。倘实际结果或未来预期与原始估计存在差异，则该等差异将影响于该估计变动期间应收账款及其他应收款的账面价值及坏账准备的计提/转回。

（4）除金融资产之外的非流动资产减值（除商誉外）

公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。预计未来现金流量现值时，管理层必须估计该项资产或资产组的预计未来现金流量，并选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

（5）存货跌价准备

公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的存货，计提存货跌价准备。公司于每年年末对于存货是否陈旧和滞销、可变现净值是否低于存货成本进行重新评估。如重新估计结果与现有估计存在差异，该差异将会影响估计改变期的存货账面价值。

（6）商誉减值

公司至少每年测试商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组或者资产组组合的未来现金流量的现值进行预计。对未来现金流量的现值进行预计时，公司需要预计未来资产组或者资产组组合产生的现金流量，同时选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

（7）递延所得税资产

在很可能有足够的应纳税所得额用以抵扣可抵扣亏损的限度内，应就所有尚未利用的可抵扣亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来取得应纳税所得额的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

（8）销售退回条款

公司对具有类似特征的合同组合，根据销售退回历史数据、当前销售退回情况，考虑客户变动、市场变化等全部相关信息后，对退货率予以合理估计。估计

的退货率可能并不等于未来实际的退货率，公司至少于每一资产负债表日对退货率进行重新评估，并根据重新评估后的退货率确定应付退货款。

（9）质量保证

公司对具有类似特征的合同组合，根据历史保修数据、当前保修情况，考虑产品改进、市场变化等全部相关信息后，对保修费率予以合理估计。估计的保修费率可能并不等于未来实际的保修费率，公司至少于每一资产负债表日对保修费率进行重新评估，并根据重新评估后的保修费率确定预计负债。

（三十一）会计政策变更

1、新金融工具准则

2017 年，财政部颁布了修订的《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》（统称“新金融工具准则”）。公司自 2019 年 1 月 1 日开始按照新金融工具准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整 2019 年年初未分配利润或其他综合收益。

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。企业需考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益工具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将非交易性权益工具投资不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

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，以及贷款承诺和财务担保合同。

公司在日常资金管理中将部分银行承兑汇票背书或贴现，管理上述应收票据的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，因此公司 2019 年 1 月 1 日之后将该等应收票据重分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益金融资产，列报为应收款项融资。

在首次执行日，金融资产按照修订前后金融工具确认和计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

单位：万元

项目	修订前的金融工具确认和计量准则		修订后的金融工具确认和计量准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
应收账款	摊余成本（贷款和应收款）	16,895.43	摊余成本	16,895.43
其他应收款	摊余成本（贷款和应收款）	2,828.16	摊余成本	2,828.16

在首次执行日，原金融资产减值准备 2018 年 12 月 31 日金额调整为按照修订后金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备调节表：

单位：万元

计量类别	按原金融工具准则计提损失准备	按新金融工具准则计提损失准备
贷款和应收款（原金融工具准则）/ 以摊余成本计量的金融资产（新金融工具准则）	-	-
应收账款	892.63	892.63
其他应收款	73.16	73.16
总计	**965.79**	**965.79**

2、新收入准则列报方式变更

2017 年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第 14 号——收入》（简称“新收入准则”）。公司自 2020 年 1 月 1 日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整 2020 年年初未分配利润。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。根据新收入准则，确认收入的方式应当反映主体向客户转让商品或提供服务的模式，收入的金额应当反映主体因向客户转让这些商品或服务而预计有权获得的对价金额。同时，新收入准则对于收入确认的每一个环节所需要进行的判断和估计也做出了规范。

公司仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数进行调整，对 2020 年 1 月 1 日之前或发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。上述会计政策变更对公司收

入确认无重大影响。

执行新收入准则对 2020 年 1 月 1 日及 2020 年 12 月 31 日的合并资产负债表的影响如下：

单位：万元

2020 年 1 月 1 日	报表数	假设按原准则	影响
合同负债	303.26	-	303.26
其他流动负债	19.74	-	19.74
预收款项	-	322.99	-322.99
2020 年 12 月 31 日	**报表数**	**假设按原准则**	**影响**
合同负债	1,948.93	-	1,948.93
其他流动负债	134.95	132.18	2.77
预收款项	-	1,951.70	-1,951.70
存货	85.88	-	85.88

执行新收入准则对 2020 年的合并利润表的影响如下：

单位：万元

2020 年	按照新收入准则	假设按原准则	影响
营业成本	145,711.06	136,416.99	9,294.06
销售费用	8,222.73	17,602.67	-9,379.94

3、财务报表列报方式变更

根据《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）要求，将“应收利息”和“应收股利”归并至“其他应收款”项目，将“应付利息”和“应付股利”归并至“其他应付款”项目；在利润表中，增设“研发费用”项目列报研究与开发过程中发生的费用化支出，“财务费用”项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。公司相应追溯调整了比较数据。该会计政策变更对合并及公司净利润和股东权益无影响。利润表中，“研发费用”项目反映进行研究与开发过程中发生的费用化支出；公司相应追溯调整了比较数据。该会计政策变更对合并及公司净利润和所有者权益无影响。

根据《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）要求，资产负债表中“交易性金融资产”项目，反映资产负债表日企业分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的期末账面价值；“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应

收票据和应收账款等；“交易性金融负债”项目，反映资产负债表日企业承担的交易性金融负债的期末账面价值。利润表中，“信用减值损失”项目，反映企业按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）的要求计提的各项金融工具信用减值准备所确认的信用损失。公司从 2019 年 1 月 1 日起相应调整了财务报表相关项目的列报。此外，随 2019 年新金融工具准则的执行，“其他应收款”项目中的“应收利息”改为仅反映相关金融工具已到期可收取但于资产负债表日尚未收到的利息（基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中），“其他应付款”项目中的“应付利息”改为仅反映相关金融工具已到期应支付但于资产负债表日尚未支付的利息（基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中），参照新金融工具准则的衔接规定不追溯调整比较数据。该会计政策变更对合并及公司净利润和股东权益无影响。

根据 2020 年 12 月财政部《企业会计准则实施问答》，本公司将利润表中原计入“信用减值损失”的合同资产减值损失重分类至“合同资产减值损失”。该会计政策变更影响对合并及公司净利润和所有者权益无影响。

七、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率

（一）公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税[注1]	销售货物或提供应税劳务	17%、16%、13%
城市维护建设税[注2]	实际缴纳的流转税	5%或 1%
教育费附加[注2]	实际缴纳的流转税	3%
地方教育费附加[注2]	实际缴纳的流转税	1%或 2%
企业所得税[注3]	应纳税所得额	28%、25%、21%、20%、16.5%、10%、8.84%或 5%

注 1：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），公司及中国大陆地区子公司自 2018 年 5 月 1 日起，增值税税率原适用 17%税率调整为 16%。根据财政部、国家税务总局、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），公司及中国大陆地区子公司自 2019 年 4 月 1 日起，增值税税率原适用 16%税率调整为 13%；出口销售收入适用免抵退税政策；

注 2：城市维护建设税、教育费附加和地方教育费附加为公司及中国大陆地区子公司缴纳税项；

注 3：公司及中国大陆地区的子公司按企业所得税按应纳税所得额的 25%、10%和 5%计缴，香港公司按企业所得税按应纳税所得额的 16.5%计缴，美国公司自 2018 年 1 月起按照 21%的税率就应纳税所得额计缴联邦企业所得税，按照 8.84%的税率就应纳税所得额计缴

州税。柬埔寨公司按企业所得税按应纳税所得额的 10%计缴，荷兰公司按企业所得税按应纳税所得额的 20%计缴。新南非公司按企业所得税按应纳税所得额的 28%计缴。

（二）税收优惠及批文

1、小型微利企业企业所得税优惠

发行人子公司常熟中堂（2020 年）、心生实业（2019 年和 2020 年）、秦艺服饰（2018 年至 2020 年）、南通瑞兹（2019 年和 2020 年）和浙江三问（2020 年）符合小型微利企业条件，根据财政部、税务总局 2019 年 1 月 17 日颁布的《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税[2019]13 号）的有关规定，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。根据财政部、税务总局 2018 年 7 月 11 日颁布的《关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税[2018]77 号）的有关规定，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（三）税收优惠占净利润比例

报告期内，公司因享受所得税税收优惠政策对各期利润总额的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
所得税优惠	61.80	6.51	-
利润总额	**15,083.38**	**10,297.12**	**9,217.54**
所得税优惠占税前利润的比例	**0.41%**	**0.06%**	**-**

注：所得税优惠系基于小型微利企业企业所得税优惠计算所得，不含研发费用加计扣除。

报告期内，所得税优惠占利润总额的比例在 0.5%以下，公司对所得税税收优惠政策不存在重大依赖。

八、非经常性损益情况

安永华明为发行人出具了安永华明（2021）专字第 61419698_B03 号《非经常性损益的专项说明》，报告期内发行人的非经常性损益明细表如下：

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	-35.84	-53.45	-44.86
计入当期损益的政府补助	1,396.60	629.65	800.64
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	3,919.16	-409.80	-471.89
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	10.95	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-579.90	20.37	60.52
非经常性损益项目合计	4,710.98	186.76	344.41
减：所得税影响数	1,177.61	58.21	99.85
减：少数股东权益影响数（税后）	13.07	-15.95	-12.59
合计	**3,520.29**	**144.51**	**257.15**
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	**7,826.05**	**7,704.10**	**6,678.90**

报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 257.15 万元、144.51 万元和 3,520.29 万元。非经常性损益主要由计入当期损益的政府补助、股份支付、存货报废损失、因外汇套期保值业务而形成的投资损益等组成。2020 年，子公司常熟中堂的仓库发生火灾，公司寄存于仓库的口罩等存货因火灾烟雾、消防喷淋等原因受到污染，造成非经常性损失较大。

九、主要财务指标

报告期内，公司最近三年一期的主要财务指标情况如下：

（一）最近三年主要财务指标

主要财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.53	1.70	1.48
速动比率（倍）	1.37	1.59	1.37
资产负债率（母公司）	53.50%	45.06%	51.31%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	5.59	4.21	-
主要财务指标	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
应收账款周转率（次）	9.78	6.89	6.73

存货周转率（次）	21.78	27.55	26.58
息税折旧摊销前利润（万元）	16,485.31	11,413.83	10,318.23
归属于发行人股东的净利润（万元）	11,346.35	7,848.60	6,936.05
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	7,826.05	7,704.10	6,678.90
研发投入占营业收入的比例	0.21%	0.20%	0.06%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.40	1.20	-
每股净现金流量（元）	1.20	0.25	-

指标计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

资产负债率=总负债/总资产

归属于发行人股东的每股净资产＝期末归属于母公司股东权益合计/期末股本总额

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面余额

存货周转率=营业成本/存货平均账面余额

息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息费用+固定资产折旧+摊销

归属于发行人股东的净利润＝归属于母公司股东的净利润

归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润＝归属于母公司股东的净利润－非经常性损益的影响数

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

（二）最近三年净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，本公司加权平均净资产收益率及每股收益计算如下：

1、加权平均净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于公司普通股股东的净利润	30.48%	28.41%	34.29%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	21.03%	27.89%	33.02%

2、每股收益

单位：元/股

报告期利润	基本每股收益			稀释每股收益		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于公司普通股股东的净利润	1.51	1.05	-	1.51	1.05	-

报告期利润	基本每股收益			稀释每股收益		
	2020年度	2019年度	2018年度	2020年度	2019年度	2018年度
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.04	1.03	-	1.04	1.03	-

（1）加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率=P0/（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益的计算公式如下：

基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益的计算公式如下：

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。由于公司不存在稀释性潜在普通股，故稀释性每股收益的计算与基本每股收益的计算结果相同。

十、经营成果分析

报告期内，公司主要利润表数据如下表：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	179,119.15	110,388.68	108,088.41
营业成本	145,717.72	85,588.64	85,314.74
营业利润	15,517.99	10,276.76	9,157.02
利润总额	15,083.38	10,297.12	9,217.54
净利润	10,944.65	7,302.52	6,599.08
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	7,826.05	7,704.10	6,678.90

报告期内，公司整体的经营情况良好。公司营业收入分别为 108,088.41 万元、

110,388.68 万元和 179,119.15 万元，主营业务突出，营业收入维持稳定。扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润分别为 6,678.90 万元、7,704.10 万元和 7,826.05 万元，盈利能力持续增强。

（一）营业收入分析

1、营业收入构成情况

报告期内，公司营业收入整体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	179,078.76	99.98%	110,279.47	99.90%	107,956.36	99.88%
其他业务收入	40.38	0.02%	109.21	0.10%	132.05	0.12%
合计	**179,119.15**	**100.00%**	**110,388.68**	**100.00%**	**108,088.41**	**100.00%**

报告期内，本公司营业收入由主营业务收入及其他业务收入构成。主营业务收入主要来源于家用纺织品、家居服饰、面料和医护产品等销售业务以及少部分受托加工服务，占相应期间营业收入的比例达到 99%以上，公司主营业务突出；其他业务收入主要为边角料的销售收入等，该部分收入占比在 1%以下，对营业收入的贡献较小。

2、主营业务收入分析

（1）变动分析

报告期内，公司主营业务收入保持稳定，2019 年度和 2020 年度同比变动分别为 2.15%和 62.39%。公司主营业务收入波动的原因包括外部因素和内部因素，具体如下：

1）外部原因

①纺织服装行业整体发展趋势良好

我国纺织服装的出口规模自 2001 年以来增长迅速。2008 年金融危机过后，2009 年经历了小幅调整便快速回暖，在 2010 年首次突破 2,000 亿美元，之后一直保持在较高水平，并在 2014 年出口额达到顶峰 2,984.91 亿美元。2015 年-2016 年经过小幅的微调后逐步复苏。2018 年，我国服装纺织品出口额上升至 2,779.39

亿美元，同比增长 3.48%，其中纺织品出口额为 1,192.74 亿美元，同比增长 7.95%；服装出口额为 1,586.65 亿美元，同比增长 0.35%。

消费者对于家纺、服饰的品牌认知进一步提高，对富有设计感的个性化、差异化产品的追求更为明显。在此期间，以三问家居为代表的家纺、服饰企业，凭借其对底层流行元素的精准把控、较强的产品原创设计能力和高效供应链管理等优势，获得众多国外中大型零售商和中高端品牌商客户的认可，报告期内各完整年度公司营业收入均达到 10 亿元以上。

②报告期内，公司所处行业政策优势明显

近年来，我国纺织业积极推进产业结构调整，以提高竞争能力的优化升级。2016 年发布的《纺织工业发展规划（2016-2020 年）》和《纺织工业“十三五”科技进步纲要》中提出：“十三五”期间，规模以上纺织企业工业增加值年均增速保持在 6%-7%；要求主要企业具备较强的自主创新能力，大中型企业研究与试验发展经费支出占主营业务收入比重达到 1.0%，拥有一批自主知识产权的核心技术，授权发明专利年增 15%等。2020 年商务部发布的《关于进一步做好供应链创新与应用试点工作的通知》，提出要加快推动和帮助供应链龙头企业和在全球供应链中有重要影响的企业复工复产、加强供应链安全建设、加快推进供应链数字化和智能化发展、促进稳定全球供应链、助力决战决胜脱贫攻坚、充分利用供应链金融服务实体企业。

在行业政策的驱动下，三问家居充分利用原创设计能力和供应链管理的一体化服务能力，准确把握国外市场需求，在家纺和服饰产品的出口领域打造了较强的竞争力，保持了较高的出口规模。

2）内部原因

①公司产品得到客户认可

公司业务经过多年发展，通过对面料的创新应用、对流行趋势的准确把握、新产品的持续开发以及对供应链的有效管控，产品和服务获得了客户的广泛认可。经过多年发展，公司客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，开拓了以 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等为代表的 190 多家欧美中大型零售商和中高端品牌商客户。

②新冠疫情期间，公司深入挖掘客户需求，新业务带来收入增长

2020 年，随着新冠疫情爆发，公司抓住市场机遇，充分利用既有的欧美主要国家中大型零售商客户的销售渠道，发挥自身供应链管理优势，拓展了口罩和手套等医护类产品出口业务，2020 年，实现 74,009.18 万元的医护类产品销售收入。

（2）主营业务收入产品构成分析

报告期内，公司主营业务收入按照产品类别的构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
家纺	57,945.67	32.36%	60,522.66	54.88%	56,882.08	52.69%
服饰	38,258.47	21.36%	38,975.92	35.34%	47,731.74	44.21%
面料	8,316.80	4.64%	9,998.70	9.07%	2,474.77	2.29%
医护	74,009.18	41.33%	-	0.00%	-	0.00%
其他	548.64	0.31%	782.18	0.71%	867.78	0.80%
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**110,279.47**	**100.00%**	**107,956.36**	**100.00%**

2018 年和 2019 年，公司主营产品主要包括家纺、服饰和面料等三大类产品。2020 年，新增了医护类产品。公司的产品品类丰富，能够有效满足国内外客户多样化和个性化的需求。报告期内，公司按产品分类的主营业务收入存在一定波动，总体保持稳定，具体分析如下：

1）家纺和服饰产品

报告期内，家纺和服饰产品收入变动情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
家纺	57,945.67	-4.26%	60,522.66	6.40%	56,882.08	-15.56%	67,363.99
服饰	38,258.47	-1.84%	38,975.92	-18.34%	47,731.74	20.87%	39,489.90

2020 年度，家纺业务和服饰业务的收入均较 2019 年度有所下降，主要系新冠疫情等因素对发行人业务的影响。除此之外，2017 年度至 2019 年度，发行人家纺产品和服饰产品的收入的变动趋势有一定背离，主要系：

①发行人采用以销定采（产）的销售模式，客户采购品类和采购规模的变化导致了发行人收入结构的变化。客户的采购品类和规模受流行趋势、其库存情况、其业务拓展情况等诸多因素影响；

②受发行人与 Primark 中止家纺和服饰业务的时间差异所致：Primark 是发行人 2017 年度的第一大客户，受 Primark 靠垫阻燃棉质量问题事件的影响，2018 年度，发行人向 Primark 销售的家纺产品收入较 2017 年度下降 8,295.25 万元，而由于业务线不同，向 Primark 销售的服饰产品仅减少了 1,189.37 万元。2019 年度，继家纺业务后，发行人也中止了与 Primark 服饰业务的合作，2019 年度向 Primark 销售服饰产品的收入为 0 万元，较 2018 年度下降 5,756.02 万元。

有关发行人与 Primark 业务往来的具体情况参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（十）报告期内 Primark 对公司经营的影响”。

报告期内，发行人分产品、分年度、分客户的变动情况如下所示：

2017 年度至 2018 年度，发行人家纺和服饰产品收入变动主要客户情况：

单位：万元

项目			2017 年度	2018 年度	变动	变动贡献率
家纺	收入增加主要客户	Jo-Ann Stores, LLC	1,032.67	1,688.54	655.87	1.15%
		Nordstrom	1,850.23	2,488.46	638.23	1.12%
		Hennes & Mauritz GBC AB	1,322.39	1,899.98	577.59	1.02%
	收入减少主要客户	Primark	12,002.36	3,707.11	-8,295.25	-14.58%
		Macy's	1,887.66	-	-1,887.66	-3.32%
		Vera Bradley	2,824.94	1,605.68	-1,219.26	-2.14%
服饰	收入增加主要客户	Barefoot Dreams	1,473.87	4,748.67	3,274.80	6.86%
		Nordstrom	3,108.11	5,206.01	2,097.90	4.40%
		Debenhams	910.82	2,203.59	1,292.77	2.71%
	收入减少主要客户	Primark	6,945.39	5,756.02	-1,189.37	-2.49%
		Macy’s	781.30	-	-781.30	-1.64%
		Williams-Sonoma Singapore PTE. LTD.	1,466.94	873.52	-593.42	-1.24%

注：变动贡献率=变动金额/2018 年度该分类收入总额

2018年度至2019年度，发行人家纺和服饰产品收入变动的主要客户情况：

单位：万元

项目			2018 年度	2019 年度	变动	变动贡献率
家纺	收入增加主要客户	Target	12,979.27	16,920.38	3,941.10	6.51%
		Vera Bradley	1,605.68	5,212.26	3,606.58	5.96%
		Barefoot Dreams	2,001.97	4,373.00	2,371.02	3.92%
	收入减少主要客户	Primark	3,707.11	63.57	-3,643.54	-6.02%
		Shopko Stores Operation CO.,LLC	1,425.09	-	-1,425.09	-2.35%
		J.C. Penney	5,332.67	4,168.16	-1,164.52	-1.92%
服饰	收入增加主要客户	Debenhams	2,203.59	4,677.10	2,473.50	6.35%
		NEXT	-	999.70	999.70	2.56%
		Nordstrom	5,206.01	5,887.36	681.35	1.75%
	收入减少主要客户	Primark	5,756.02	-	-5,756.02	-14.77%
		Barefoot Dreams	4,748.67	2,264.91	-2,483.75	-6.37%
		Pink Gifting & Accessories	1,198.58	-	-1,198.58	-3.08%

注：变动贡献率=变动金额/2019 年度该分类收入总额

2019 年度至 2020 年度，发行人家纺和服饰产品收入变动的主要客户情况：

单位：万元

项目			2019 年度	2020 年度	变动	变动贡献率
家纺	收入增加主要客户	Dunelm	3,889.95	5,054.38	1,164.43	2.01%
		Barefoot Dreams	4,373.00	5,492.28	1,119.28	1.93%
		Target	16,920.38	18,032.76	1,112.38	1.92%
	收入减少主要客户	Vera Bradley	5,212.26	1,835.75	-3,376.51	-5.83%
		J.C. Penney	4,168.16	2,313.11	-1,855.05	-3.20%
		Williams-Sonoma Singapore PTE. LTD.	1,143.73	-	-1,143.73	-1.97%
服饰	收入增加主要客户	Barefoot Dreams	2,264.91	6,082.06	3,817.15	9.98%
		J.C. Penney	1,639.94	2,860.75	1,220.81	3.19%
		WM Morrison Supermarkets PLC	2,598.67	3,597.89	999.22	2.61%
	收入减少主要客户	Nordstrom	5,887.36	2,689.52	-3,197.84	-8.36%
		Walgreen	2,446.90	1,285.39	-1,161.51	-3.04%
		Matalan	5,189.81	4,477.01	-712.80	-1.86%

注：变动贡献率=变动金额/2020 年度该分类收入总额

综上，2017 年度至 2020 年度，发行人家纺产品与服饰产品的收入变动情况

主要受到客户采购品类的变化以及对 Primark 中止家纺和服饰业务的时间差异所致，具有合理原因，符合发行人的实际经营情况。

2）面料类产品

报告期内，面料类产品实现销售收入分别为 2,474.77 万元、9,998.70 万元和 8,316.80 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.29%、9.07%和 4.64%，2020 年度占非医护类产品收入的比例为 7.92%；面料产品收入相比上年同期增长比例分别为 183.14%、304.03%和-16.82%。

发行人的面料产品以绒类化纤面料为主，主要销售给相关客户作为生产家纺、服饰等纺织品的原材料。发行人的面料部门早期仅对内部提供产品设计支持，2018 年 6 月后，发行人将面料部门独立设置子公司亮丰新材料，专门从事面料产品的研发、销售和供应链管理。亮丰新材料成立后，依托三问家居的既有客户和供应商渠道逐步拓展业务，发展做大。亮丰新材料的客户来源包括：①三问家居的家纺、服饰客户指定其他家纺、服饰供应商向亮丰新材料采购面料；②亮丰新材料向三问家居的家纺、服饰供应商推荐面料；③通过参加展会、线下拜访等方式拓展新客户。

发行人的面料业务依托于原家纺、服饰业务的供应链体系，2018 年度系面料业务独立运营的第一年，主要以客户拓展和体系搭建工作为主，且当年面料业务开展时间不足一个完整年度，因此收入规模相对较低。2019 年度，面料业务的前期拓展成效逐渐显现，业务快速发展，收入增长迅速。

报告期内，发行人面料类客户主要为生产商，家纺、服饰类客户主要为零售商和品牌商，属于不同的群体。发行人各期前五大面料产品客户收入规模和获取途径如下：

单位：万元

年度	客户名称	当年收入	占面料收入的比例	获取该客户的时间	获取该客户的途径来源
2020 年度	上海润兆实业有限公司	1,493.65	17.96%	2018 年 9 月	通过行业伙伴介绍的方式获取该客户
	江苏昌新织造有限公司	829.87	9.98%	2018 年 9 月	发行人原家纺、服饰业务供应商
	Garment 10 Corporation-Joint Stock Company	733.74	8.82%	2019 年 6 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 Abercrombie&Fitch

年度	客户名称	当年收入	占面料收入的比例	获取该客户的时间	获取该客户的途径来源
					指定该生产商采购发行人面料
	Elegance Insdustrial Co.,Ltd	535.65	6.44%	2016 年 11 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料
	宿迁创欣服饰有限公司	419.75	5.05%	2019 年 3 月	发行人原家纺、服饰业务供应商
2019 年度	江苏昌新织造有限公司	2,042.68	20.43%	2018 年 9 月	发行人家纺、服饰业务的供应商
	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	1,299.61	13.00%	2019 年 3 月	发行人家纺、服饰业务的供应商
	JO-Ann Stores,LLC	1,045.24	10.45%	2016 年 1 月	通过展会方式接洽该客户
	宿迁创欣服饰有限公司	662.63	6.63%	2019 年 3 月	发行人家纺、服饰业务的供应商
	Crystal Clear Wealth Limited	574.45	5.75%	2018 年 6 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料
2018 年度	Elegance Insdustrial Co.,Ltd	764.26	30.88%	2016 年 11 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料
	Handsome Textile,Ltd	597.88	24.16%	2015 年 4 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料
	U-Knits.Inc	327.24	13.22%	2017 年 3 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料
	Crystal Clear Wealth Limited	263.24	10.64%	2018 年 6 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料
	Poongin Trading Co.,Ltd.	150.90	6.10%	2015 年 6 月	由发行人原家纺、服饰业务客户 J.C. Penney 指定该生产商采购发行人面料

3）医护类产品

2020 年，随着新冠疫情爆发，公司抓住市场机遇，充分利用既有的欧美主要国家中大型零售商客户的销售渠道，发挥自身供应链管理优势，拓展了口罩和手套等医护类产品出口业务，2020 年实现 74,009.18 万元的医护类产品销售收入。

4）其他类产品

其他类产品主要是子公司秦艺服饰的旗袍产品等收入，占主营业务收入的比例在1%以下，金额较小。

（3）主营业务收入销售季节构成分析

报告期内，公司主营业务收入按销售季节构成情况如下：

单位：万元

季度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	11,333.46	6.33%	12,228.20	11.09%	14,599.41	13.52%
第二季度	73,662.26	41.13%	15,160.89	13.75%	18,023.89	16.70%
第三季度	47,213.70	26.36%	51,628.15	46.82%	48,516.44	44.94%
第四季度	46,869.35	26.17%	31,262.23	28.35%	26,816.62	24.84%
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**110,279.47**	**100.00%**	**107,956.36**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入季节性较为明显。2018 年至 2020 年，第三、四季度收入占比合计为 69.78%、75.16%和 52.54%。公司的产品主要为外销，产品主要以毯子、靠垫、睡衣、浴袍和家居服等为主，适用的季节一般为第四和次年第一季度，特别是西方国家消费者一般会选择在圣诞节期间集中采购。因此公司向国外零售商及品牌商的出货时间主要在第三、四季度。而在第一、二季度，公司与客户的合作主要是围绕当下元素的采风和收集、流行资讯推荐、定制趋势、面料开发、设计图稿、打样和款式确定阶段，为下半年的大批量采购做准备，收入相对较少。2020 年度，第三、第四季度收入占比相对较低主要系受发行人主要医护产品相关收入集中于上半年所致。

（4）主营业务收入销售区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入根据销售区域构成情况如下：

单位：万元

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境外收入	167,250.98	93.40%	102,162.27	92.64%	106,227.45	98.40%
境内收入	11,827.78	6.60%	8,117.20	7.36%	1,728.91	1.60%

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**110,279.47**	**100.00%**	**107,956.36**	**100.00%**

公司以外销为主，报告期内，主营业务收入外销比例分别为 98.40%、92.64%和 93.40%。公司的客户主要为国外的中大型零售商和中高端品牌商企业。

按国别/地区的收入情况如下：

单位：万元

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
美国	118,888.31	66.39%	61,968.33	56.19%	59,749.99	55.35%
英国	27,918.67	15.59%	25,867.47	23.46%	24,704.01	22.88%
中国大陆	11,827.78	6.60%	8,117.20	7.36%	1,728.91	1.60%
南非	2,096.31	1.17%	3,138.82	2.85%	3,470.67	3.21%
加拿大	2,140.56	1.20%	2,709.14	2.46%	3,017.31	2.79%
爱尔兰	287.73	0.16%	34.46	0.03%	6,235.42	5.78%
其他	15,919.40	8.89%	8,444.04	7.66%	9,050.05	8.38%
合计	**179,078.76**	**100.00%**	**110,279.47**	**100.00%**	**107,956.36**	**100.00%**

报告期内，公司对美国、英国的销售收入合计占主营业务收入的比例为 78.23%、79.65%和 81.98%。欧美国家作为全球时尚潮流的发源地和规模庞大的家纺服饰产品的消费市场，其消费者对富有原创设计、个性化、面料舒适的家纺服饰产品的消费需求强劲，是公司产品出口的主要国家和地区。

2018 年至 2020 年，公司在中国大陆收入分别占主营业务收入的比例为 1.60%、7.36%和 6.60%。2019 年占比提升，主要是子公司亮丰新材料积极开拓国内的面料市场，致力于为消费者带来高品质的特色面料产品。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成情况

报告期内，公司营业成本的整体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	145,711.06	99.99%	85,508.90	99.91%	85,237.70	99.91%
其他业务成本	6.67	0.01%	79.74	0.09%	77.04	0.09%
合计	**145,717.72**	**100.00%**	**85,588.64**	**100.00%**	**85,314.74**	**100.00%**

报告期内，营业成本包括主营业务成本和其他业务成本。其中，主营业务成本主要包括销售家纺、服饰、面料和医护等产品的成本以及受托加工相关产品的成本。报告期内，各期主营业务成本占营业成本的比例均达到 99%以上。其他业务成本主要为受托加工和销售边角料等业务所发生的成本，占比较小。上述营业成本的构成分布与其所对应的营业收入的结构相匹配。

2、主营业务成本分析

（1）主营业务成本按类别分析

报告期内，公司主营业务成本按产品的分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
家纺	48,659.37	33.39%	47,823.58	55.93%	46,087.68	54.07%
服饰	31,876.89	21.88%	29,010.72	33.93%	36,705.61	43.06%
面料	7,325.63	5.03%	8,191.96	9.58%	2,065.85	2.42%
医护	57,529.24	39.48%	-	0.00%	-	0.00%
其他	319.93	0.22%	482.65	0.56%	378.56	0.44%
合计	**145,711.06**	**100.00%**	**85,508.90**	**100.00%**	**85,237.70**	**100.00%**

公司主营业务以家纺和服饰类产品为主。报告期内，上述两个品类的主营业务成本占比分别为 97.13%、89.86%和 55.27%。2020 年，在新冠疫情爆发之后，公司充分发挥供应链管理和既有全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，2020 年，医护类产品成本占主营业务成本的比例为 39.48%。

（2）主营业务成本按构成分析

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

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	直接材料	10,708.54	7.35%	14,295.65	16.72%	10,417.00	12.22%
	直接人工	3,119.00	2.14%	2,766.39	3.24%	2,162.70	2.54%
	制造费用	3,593.39	2.47%	3,090.44	3.61%	1,988.83	2.33%
	小计	17,420.93	11.96%	**20,152.48**	**23.57%**	**14,568.52**	**17.09%**
外购	外购产品成本	128,290.13	88.04%	65,356.43	76.43%	70,669.17	82.91%
合计	**合计**	**145,711.06**	**100.00%**	**85,508.90**	**100.00%**	**85,237.70**	**100.00%**

报告期内，公司的主营业务成本构成以外购产品成本为主，占比分别为82.91%、76.43%和 88.04%。公司在与客户签订销售订单后，会根据客户的产品需求和产品特点选择合适的工厂进行生产。目前，除少部分利用自有工厂进行生产外，公司主要向合作工厂进行采购成品以满足订单。公司已与超过 150 多家外部工厂建立了长期的合作关系。通过向合作工厂采购完成的订单金额超过公司订单总金额的 80%以上，公司充分利用掌握的供应链资源和长期积累的管理经验，全程对合作工厂的产品进行质量管理和追踪，跟进订单的执行情况并进行产品质量检测和监督。详见“第六节 业务和技术”之“五、产品质量控制情况”的具体内容。

1）自产产品的料工费构成的情况

单位：万元、元/件、元/米

业务类别	项目	2020 年			2019 年			2018 年		
		金额	占比	单位成本	金额	占比	单位成本	金额	占比	单位成本
家纺	直接材料	6,905.26	71.42%	20.49	8,715.98	81.92%	22.48	6,032.94	83.45%	18.21
	直接人工	928.51	9.60%	2.75	957.07	9.00%	2.47	584.46	8.08%	1.76
	制造费用	1,835.36	18.98%	5.45	966.51	9.08%	2.49	612.27	8.47%	1.85
	小计	9,669.13	100.00%	28.69	10,639.56	100.00%	27.45	7,229.67	100.00%	21.82
服饰	直接材料	2,695.47	45.65%	15.96	4,653.56	60.54%	27.76	4,318.55	62.05%	24.94
	直接	2,092.62	35.44%	12.39	1,643.10	21.38%	9.80	1,453.48	20.88%	8.39

业务类别	项目	2020 年			2019 年			2018 年		
		金额	占比	单位成本	金额	占比	单位成本	金额	占比	单位成本
	人工									
	制造费用	1,116.05	18.90%	6.61	1,390.34	18.09%	8.29	1,188.26	17.07%	6.86
	小计	5,904.14	100.00%	34.96	7,687.00	100.00%	45.85	6,960.30	100.00%	40.19
面料	直接材料	1,025.88	66.51%	28.39	839.73	62.46%	6.88	-	-	-
	直接人工	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	制造费用	516.57	33.49%	14.29	504.66	37.54%	4.13	-	-	-
	小计	1,542.45	100.00%	42.68	1,344.39	100.00%	11.01	-	-	-
其他	直接材料	81.92	26.84%	21.00	86.37	17.94%	119.40	65.5	17.30%	123.48
	直接人工	97.88	32.07%	25.09	166.23	34.52%	229.79	124.76	32.96%	235.17
	制造费用	125.41	41.09%	32.15	228.93	47.54%	316.46	188.3	49.74%	354.94
	小计	305.21	100.00%	78.23	481.53	100.00%	665.64	378.56	100.00%	713.59
合计	**直接材料**	**10,708.54**	**61.47%**	-	**14,295.65**	**70.94%**	-	**10,417.00**	**71.50%**	-
	直接人工	**3,119.00**	**17.90%**		**2,766.39**	**13.73%**		**2,162.70**	**14.84%**	
	制造费用	**3,593.39**	**20.63%**		**3,090.44**	**15.34%**		**1,988.83**	**13.65%**	
	小计	**17,420.93**	**100.00%**		**20,152.48**	**100.00%**		**14,568.52**	**100.00%**	

发行人 2018 年、2019 年自产产品的料工费占比较为稳定。2020 年受新冠疫情影响，Nordstrom 等部分以线下经营为主的高端百货公司向发行人的采购减少，发行人的自产产品规模下降较多，使得发行人自产产品的工费占比相对增长较多，直接材料成本占比下降。此外，发行人于 2020 年度执行新收入准则，相关合同履约成本计入营业成本—制造费用科目，导致 2020 年度制造费用的金额与占比上升。

发行人各类产品料工费占比有一定差异，发行人家纺产品直接材料占比较高，而服饰产品直接材料占比较低。家纺产品主要系毯子和靠垫，服饰产品主要系睡衣和家居服。服饰产品需要经过的裁剪制衣等工序流程较为复杂，家纺产品工艺流程较为简单，故服饰产品人工费用占比高于家纺产品。发行人自产的面料主要系自行采购坯布、纤维、纱线等原材料后通过委外加工方式生产，制造费用为委

外加工费用，无人工成本。2020 年面料业务新增对档次较高的针织薄型面料产品的生产，该类面料产品使用的材料成本略高，故 2020 年直接材料占比略有增长。

2）报告期内，自产产品的直接材料成本与相关存货、采购的匹配情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初原材料	287.65	299.71	529.84
本年采购原材料	11,920.50	13,669.56	10,720.96
本年出库/领用	11,187.05	13,681.62	10,951.10
期末原材料	1,021.10	287.65	299.71

发行人报告期内自产产品的直接材料成本与原材料领用金额匹配。由于发行人存在直接销售原材料及形成期末产成品存货的情形，故 2018 年和 2020 年原材料出库金额大于当年主营成本的料工费的材料成本金额；2019 年期初结存产成品、在产品等自产存货于 2019 年度销售，导致 2019 年原材料出库金额小于当年主营成本的料工费的材料成本金额。

3）直接人工与发行人制造人员人数、人均薪酬的匹配情况具体如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接人工总额(万元)	3,119.00	2,766.39	2,162.70
生产人员平均数量[注]	425	343	224
剔除委外加工直接人工金额（万元）	2,653.68	2,209.15	1,627.93
自产工厂生产人员人均薪酬(万元/年)	6.24	6.44	7.27
直接人工总额(万元)（扣除柬埔寨公司）	1,549.81	1,953.05	1,627.93
生产人员平均数量[注]（扣除柬埔寨公司）	229	245	224
生产人员人均薪酬(万元/年)（扣除柬埔寨公司）	6.77	7.97	7.27

注：生产人员平均数量=（期初直接人工核算人数+期末直接人工核算人数）/2，南通瑞兹与柬埔寨公司分别于2019年2月下旬和3月上旬成立，为合理计算工厂人数， 2019年工厂生产人员以年末在册人数/12×10计算

报告期内，生产人员人数处于增长状态，主要系 2019 年开始新增柬埔寨工厂和南通瑞兹工厂，生产人员人数增加。由于柬埔寨生产人员人均薪酬低于国内，柬埔寨工厂人数较多，扣除柬埔寨公司影响外，报告期内公司生产人员的人均薪

酬呈上升趋势，2020 年度受新冠疫情延迟复工的影响，境内生产人员人均薪酬较 2019 年度略有下降。

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利分析

报告期内，公司的毛利金额及占比构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务毛利	33,367.71	99.90%	24,770.56	99.88%	22,718.66	99.76%
其他业务毛利	33.71	0.10%	29.47	0.12%	55.01	0.24%
综合毛利	**33,401.42**	**100.00%**	**24,800.04**	**100.00%**	**22,773.67**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利分别为 22,718.66 万元、24,770.56 万元和 33,367.71 万元，主营业务毛利占当期综合毛利的比例在 99%以上，与主营业务收入占比相匹配。其他业务毛利占公司综合毛利比例在 1%以下，对公司的经营业绩无实质性影响。

报告期内，主营业务毛利按产品类别构成的具体情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
家纺	9,286.30	27.83%	12,699.09	51.27%	10,794.40	47.51%
服饰	6,381.58	19.13%	9,965.21	40.23%	11,026.13	48.53%
面料	991.17	2.97%	1,806.74	7.29%	408.92	1.80%
医护	16,479.94	49.39%	-	0.00%	-	0.00%
其他	228.71	0.69%	299.53	1.21%	489.22	2.15%
合计	**33,367.71**	**100.00%**	**24,770.56**	**100.00%**	**22,718.66**	**100.00%**

公司主营业务以家纺和服饰类产品为主。报告期内，上述两个品类的毛利合计占比分别为 96.05%、91.50%和 46.96%。2018 年公司成立子公司亮丰新材料，专注于面料的技术开发、推广和销售，面料业务逐步增长，相应的毛利占比提升。2020 年，在新冠疫情爆发之后，公司充分发挥供应链管理和既有全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，2020 年医护类产品

毛利占比为 49.39%。

2、毛利率分析

（1）综合毛利率分析

报告期内，公司的毛利率情况如下：

指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务	18.63%	22.46%	21.04%
其他业务	83.49%	26.99%	41.66%
综合毛利率	**18.65%**	**22.47%**	**21.07%**

报告期内，公司综合毛利率分别为 21.07%、22.47%和 18.65%。主营业务毛利率分别为 21.04%、22.46%和 18.63%。

公司的定价策略是确定自身的目标毛利率，在与客户协商确定销售价格后寻找适合的供应商，尽量满足自身的毛利率目标。公司毛利率水平主要受客户结构、产品结构和汇率的影响。报告期内，公司主营业务毛利波动的主要原因如下：

1）个别客户收入变动导致毛利率波动

①与 Primark 业务中止的影响

2018 年和 2019 年公司主营业务毛利率相比上一年分别增加了 2.36 个百分点和 1.42 个百分点。2018 年和 2019 年，公司主营业务毛利率的上升，与减少与 Primark 的交易相关，具体情况请参阅本节“十、经营成果分析”之“（十）报告期内 Primark 对公司经营业绩的影响”部分。

报告期内，剔除与 Primark 的交易后，2018 年和 2019 年，公司的主营业务毛利率较为平稳，具体如下：

指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务	18.63%	22.46%	21.04%
主营业务（剔除 Primark 后）	18.63%	22.41%	22.38%

注：2019 年度，受公司与 Primark 终止合作，Primark 向公司索赔和公司向供应商追责期间不同导致收入成本不匹配的影响，2019 年度公司剔除 Primark 业务后的主营业务毛利率低于未剔除 Primark 业务的主营业务毛利率。

②除Primark外其他低毛利率客户的情况

报告期内，尤其是 2018 年度，当时发行人尝试开拓欧美中低端市场，除

Primark 外，存在其他少数较低毛利率（小于 10%）的客户。Primark 事件后，发行人在选择客户合作时，尽量避免通过压低毛利率的方式来争取类似 Primark 这类低价竞标客户，而是专注于以原创设计和供应链管理整合优势去争取高质量客户及销售较高毛利率的产品。报告期内，发行人毛利率小于 10%且年销售额大于 100 万元人民币的客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
Primark	-	-	-	63.57	0.06%	118.21%[注]	9,463.13	8.77%	7.12%
B&M Retail Limited	556.01	0.31%	9.93%	1,458.67	1.32%	12.60%	2,024.39	1.88%	7.76%
Mr Price Home	705.26	0.39%	15.34%	674.27	0.61%	11.29%	579.44	0.54%	6.37%
Masstores(Pty)Ltd	19.30	0.01%	19.02%	622.63	0.56%	11.99%	416.90	0.39%	8.09%
Ascena Retail Group	-	-	-	67.18	0.06%	21.23%	379.04	0.35%	5.21%
Newton Buying Corp.	-	-	-	17.87	0.02%	9.12%	405.49	0.38%	6.59%
Marshalls Of Ma, Inc.	-	-	-	17.26	0.02%	9.18%	298.29	0.28%	6.51%
合计	**1,280.57**	**0.72%**	**13.05%**	**2,921.46**	**2.65%**	**14.62%**	**13,566.67**	**12.57%**	**7.13%**

注：收入占比指客户当年收入占主营业务收入的比例。2019 年度，公司向 Primark 销售金额很小，上年度索赔对应的供应商赔偿部分于当年度确认并冲减成本，使得对 Primark 销售的毛利率较异常。

如上表所示，报告期内，发行人收入超过 100 万元以上的低毛利率客户，整体收入规模占主营业务收入的比例从 2018 年度的 12.57%下降至 0.72%，对发行人经营业绩的影响较小。在除 Primark 外的其他低毛利率客户中，除日常索赔外，不存在与 Primark 类似的因质量问题而大额索赔的情形。

2）美元兑人民币汇率变动导致毛利率变动

报告期内，公司以外销为主，外销比例平均在 90%以上，主要以美元结算。随着人民币汇率市场化改革推进，人民币汇率弹性不断增加。自 2018 年到 2020 年上半年，美元兑人民币的平均汇率处于上升趋势，相应的换算为人民币的产品价格因汇率上升而有所增长，从而导致公司的毛利率上升。2020 年下半年美元兑人民币汇率下跌，导致公司毛利率有所下降。



数据来源：中国人民银行

3）2020 年度医护业务与实施新收入确认准则对毛利率的影响

2020 年 3 月，新冠疫情在全球爆发后，公司充分发挥供应链管理和既有全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和医用手套为主的医护类产品出口业务，由于相关医护类产品较为紧俏，毛利率相对较高；另一方面，公司于 2020 年度起执行新收入准则，将履行合同中的运输、港杂、清关服务等履约义务所产生的费用归集于主营业务成本中核算。

（2）按产品分类的毛利率

1）按产品分类毛利率的整体情况

报告期内，公司分产品的毛利率情况具体如下：

产品类别	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本）	2019 年度	2018 年度
家纺	16.03%	19.58%	20.98%	18.98%
服饰	16.68%	22.51%	25.57%	23.10%
面料	11.92%	12.55%	18.07%	16.52%
医护	22.27%	28.96%	-	-
其他	41.69%	41.69%	38.29%	56.38%
主营业务毛利率	**18.63%**	**23.82%**	**22.46%**	**21.04%**

公司的主要产品为家纺和服饰类，2018 年-2019 年，其毛利率逐年上升，2020 毛利率有所下降。总体而言，服饰类产品的毛利率要高于家纺类产品，主要是服

饰类产品以衣着为主，消费者更加注重产品的设计创新、个性化和穿着感，因而产品的附加值相对高于家纺类产品。

面料业务为公司近年来较为注重的业务板块，其收入逐年增长。由于不同面料的材质和性能有所差异，相应的其产品毛利率波动较大。由于新冠疫情期间医护类产品较、紧俏，2020 年公司医护类产品的毛利率相对较高。

2）2020 年度家纺、服饰和面料产品分月毛利率情况

2020 年下半年，新冠疫情在中国境内得到有效控制，发行人及合作供应商的生产秩序恢复正常，发行人家纺服饰毛利率恢复至正常水平。由于发行人的产品主要为家纺、服饰等居家生活类消耗品，欧美疫情因素导致人们居家时间更长，发行人的产品销售受疫情影响较小。2020 年度，发行人家纺、服饰和面料业务分月的毛利率情况如下所示：

单位：万元

月度	家纺		服饰		面料	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
1 月	4,171.61	15.39%	876.66	13.71%	80.70	15.81%
2 月	857.98	14.10%	692.45	12.59%	235.75	14.59%
3 月	3,323.19	9.36%	484.95	-0.68%	404.71	6.37%
4 月	1,681.39	12.23%	277.38	17.85%	447.73	18.71%
5 月	2,806.10	17.53%	601.55	17.30%	272.05	13.71%
6 月	4,563.79	6.14%	1,407.44	12.87%	501.05	13.57%
7 月	4,736.70	10.39%	2,932.50	18.52%	1,270.23	5.76%
8 月	9,038.84	19.22%	7,439.48	16.55%	1,029.07	16.04%
9 月	7,394.82	17.39%	9,014.28	19.63%	809.92	16.99%
10 月	7,916.70	20.72%	7,773.78	19.19%	736.13	10.00%
11 月	5,922.17	18.63%	3,891.59	12.58%	1,077.69	13.33%
12 月	5,532.38	17.65%	2,866.39	11.12%	1,451.78	9.37%
2020 年	57,945.67	16.03%	38,258.47	16.68%	8,316.80	11.92%
2020 年（剔除合同履约成本后）	57,945.67	19.58%	38,258.47	22.51%	8,316.80	12.55%
2019 年	60,522.66	20.98%	38,975.92	25.57%	9,998.70	18.07%

综上，2020 年下半年，发行人家纺、服饰和面料产品的毛利率已回升至正常水平，全年毛利率波动处于合理范围。

（3）各产品毛利率波动分析

公司毛利率主要受产品的销售价格和营业成本变动的综合影响。报告期内，公司家纺、服饰、面料和医护类等主要产品的毛利率分析情况如下：

1）家纺、服饰产品的毛利率波动分析

报告期内，公司家纺和服饰类产品的毛利率呈先升后降的情形，发行人家纺和服饰产品毛利率的波动主要受客户结构变动导致产品结构的变动以及汇率波动影响所致。2017 年度至 2020 年度，发行人家纺、服饰产品的 2017 年度至 2020 年度，发行人家纺、服饰具体细类产品售价、单位成本、销售占比及毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

产品类别	2020 年度					2019 年度				
	收入	占主营业务收入比例	售价	单位成本	毛利率	收入	占主营业务收入比例	售价	单位成本	毛利率
家纺	57,945.67	55.15%	26.57	21.37	19.58%	60,522.66	54.88%	32.36	25.56	20.98%
其中：毯子	36,517.12	34.76%	41.96	33.14	21.02%	38,425.45	34.84%	40.85	31.52	22.82%
靠垫	11,755.37	11.19%	29.17	24.36	16.51%	13,580.01	12.31%	26.64	22.17	16.80%
服饰	38,258.47	36.41%	26.04	20.18	22.51%	38,975.92	35.34%	28.69	21.36	25.57%
其中：睡衣	11,458.60	10.91%	41.22	33.86	17.85%	12,540.95	11.37%	44.70	33.33	25.44%
浴袍	8,939.47	8.51%	56.41	43.19	23.44%	11,575.21	10.50%	56.38	42.05	25.41%
产品类别	2018 年度					2017 年度				
	收入	占主营业务收入比例	售价	单位成本	毛利率	收入	占主营业务收入比例	售价	单位成本	毛利率
家纺	56,882.08	52.69%	31.64	25.64	18.98%	67,363.99	61.95%	30.12	24.57	18.45%
其中：毯子	34,917.70	32.34%	36.14	28.75	20.46%	42,042.32	38.66%	35.40	28.53	19.41%
靠垫	12,407.37	11.49%	24.50	20.69	15.53%	13,195.07	12.13%	21.77	18.42	15.38%
服饰	47,731.74	44.21%	27.13	20.87	23.10%	39,489.90	36.31%	20.08	16.44	18.10%
其中：睡衣	14,744.30	13.66%	35.28	28.75	18.52%	13,291.42	12.22%	46.58	37.00	10.40%
浴袍	13,630.69	12.63%	50.00	38.80	22.41%	9,707.17	8.93%	42.81	27.81	20.58%

注：1、为保持各年度可比，在计算 2020 年度单位成本和毛利率时剔除了运输、港杂、清关服务等履约成本；2、2020 年度，在计算各类产品占主营业务收入比例时剔除医护类收入的影响。

2017 年度至 2019 年度，发行人家纺和服饰产品的毛利率呈上升趋势，2020

年度毛利率较 2019 年度略有下降，其原因主要受客户结构变动导致产品结构变动以及美元兑人民币汇率变动的影响所致。

①客户结构变动和产品结构变动的影响

2017 年度，发行人第一大客户为“平价商品”零售商 Primark，发行人主要通过低价竞标方式获取到其订单，2017 年向其销售产品的毛利率仅为 7.38%，远低于整体毛利率水平。2019 年度，发行人终止了与 Primark 包括家纺和服饰内的全部业务合作，家纺和服饰的毛利率水平分别从 2018 年度的 18.98%和 23.10%提升至 20.98%和 25.57%。若不考虑向 Primark 销售而导致拉低毛利率的影响，发行人 2017 年度和 2018 年度的毛利率分别为 21.07%和 22.38%。

2018 年度，在 Primark 事件后，发行人完善自身和合作供应商的质量把控制度，并逐步减少向类似 Primark 等通过低价竞标、低毛利率获取订单，而是更加专注于附加值更高、毛利率较高的客户和产品销售。因此，发行人加大开拓以美国客户 Nordstrom、Vera Bradley 等中高端品牌商和零售商的家纺与服饰业务，拉高了整体毛利率水平。报告期内，发行人对 Nordstrom 和 Vera Bradley 销售家纺和服饰的毛利率在 30%-40%之间，对其销售占比从 2017 年度的 7.63%上升至 2019 年度的 12.59%，对发行人毛利率贡献从 2017 年度的 2.89%上升至 2019 年度的 4.66%。2020 年度，以线下经营为主的 Nordstrom 和 Vera Bradley 受新冠疫情影响，对发行人采购减少，收入占比及毛利率贡献下降至 6.04%和 2.01%，从而拉低了整体毛利率。具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度		
	收入	占主营业务收入的比例	毛利率	收入	占主营业务收入的比例	毛利率
Nordstrom	3,654.30	3.48%	34.98%	7,824.78	7.10%	37.92%
其中：家纺	964.78	0.92%	34.06%	1,937.43	1.76%	36.53%
其中：服饰	2,689.52	2.56%	35.31%	5,887.36	5.34%	38.38%
Vera Bradley	2,692.70	2.56%	27.86%	6,056.74	5.49%	35.94%
其中：家纺	1,835.75	1.75%	30.83%	5,212.26	4.73%	35.96%
服饰	856.95	0.82%	31.39%	844.48	0.77%	35.81%
合计	**6,347.00**	**6.04%**	**33.29%**	**13,881.52**	**12.59%**	**37.05%**
毛利率贡献			**2.01%**			**4.66%**

项目	2018 年度			2017 年度		
	收入	占主营业务收入的比例	毛利率	收入	占主营业务收入的比例	毛利率
Nordstrom	7,694.46	7.13%	36.34%	4,958.34	4.56%	37.09%
其中：家纺	2,488.46	2.31%	33.25%	1,850.23	1.70%	33.73%
其中：服饰	5,206.01	4.82%	37.82%	3,108.11	2.86%	39.09%
Vera Bradley	2,286.30	2.12%	34.89%	3,342.52	3.07%	39.08%
其中：家纺	1,605.68	1.49%	35.70%	2,824.94	2.60%	41.24%
服饰	680.63	0.63%	32.98%	517.59	0.48%	27.33%
合计	**9,980.77**	**9.25%**	**36.01%**	**8,300.87**	**7.63%**	**37.89%**
毛利率贡献			**3.33%**			**2.89%**

注：为保持各年度可比，在计算 2020 年度单位成本和毛利率时剔除了运输、港杂、清关服务等履约成本。

2020 年度，在计算各类产品占主营业务收入比例时剔除医护类收入的影响。

毛利率贡献=各类产品毛利额/合计毛利额*毛利率

产品结构方面，发行人向 Nordstrom 销售的产品以中高端睡衣、浴袍为主，2018 年度发行人向 Nordstrom 销售服饰产品的比例从 2017 年的 2.86%上升至 4.82%，导致 2018 年度服饰产品的毛利率和售价、单位成本较 2017 年度上升幅度较大。

发行人向 Vera Bradley 销售家纺产品以中高端毯子为主，2017 年度至 2018 年度，向 Vera Bradley 销售的比例从 2.60%下降至 1.49%，整体家纺毛利率从 2017 年度的 18.45%上升至 18.98%，其变动主要受减少向 Primark 销售家纺产品所致。2019 年度，发行人向 Vera Bradley 销售的毯子产品占比从 1.49%上升至 4.73%，导致 2019 年度的家纺毛利率从 18.98%上升至 20.98%。

②美元兑人民币汇率变动导致毛利率变动

报告期内，公司以外销为主，外销比例平均在 90%以上，主要以美元结算。随着人民币汇率市场化改革推进，人民币汇率弹性不断增加。自 2018 年到 2019 年末，美元兑人民币的平均汇率处于上升趋势，相应的换算为人民币的产品价格因汇率上升而有所增长，从而导致公司的毛利率上升。2020 年度，美元兑人民币汇率下降，导致换算为人民币的产品价格因汇率下降而下降，从而导致毛利率下降。美元兑人民币汇率走势具体参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、毛

利率分析”之“（1）综合毛利率分析”之“2）美元兑人民币汇率变动导致毛利率变动”。

2）医护类产品的毛利率波动分析

2020 年，在新冠疫情爆发后，公司充分发挥供应链管理和既有全球销售渠道的优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，2020 年取得了 74,009.18 万元的医护类产品收入，2020 年上半年医护类产品较为紧俏，其毛利率相对较高，2020 年下半年医护产品的毛利空间随相关产能的上升而收缩，全年的毛利率水平为 22.27%。

①发行人医护产品各月度售价、单位成本和毛利率情况

2020 年度，发行人医护产品各月度售价、单位成本和毛利率情况如下所示：

单位：万元、件、副、元/件、元/副

月度	收入	成本	销售数量	毛利率	毛利率（还原结转已计提的存货跌价准备）	售价	单位成本	单位成本（还原结转已计提的存货跌价准备）
4 月	12,234.94	9,691.67	4,095	20.79%	20.79%	2.99	2.37	2.37
5 月	3,818.84	2,645.34	1,655	30.73%	30.73%	2.31	1.60	1.60
6 月	44,994.53	34,243.66	22,006	23.89%	23.89%	2.04	1.56	1.56
7 月	1,007.18	827.25	904	17.87%	12.62%	1.11	0.92	0.97
8 月	201.83	201.12	146	0.35%	-33.79%	1.38	1.37	1.84
9 月	2,206.18	1,031.69	2,389	53.24%	-9.97%	0.92	0.43	1.02
10 月	722.29	787.86	603	-9.08%	-9.08%	1.20	1.31	1.31
11 月	1,995.86	2,153.38	2,209	-7.89%	-7.89%	0.90	0.97	0.97
12 月	6,827.52	5,947.27	5,008	12.89%	12.89%	1.36	1.19	1.19
总计	**74,009.18**	**57,529.24**	**39,013**	**22.27%**	**20.22%**	**1.90**	**1.47**	**1.51**

2020 年 6 月末，发行人根据《企业会计准则》的要求，对其库存的 2,860.10 万只口罩产品以存货成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备 1,647.97 万元。2020 年 7-12 月，发行人采用加权平均法确定口罩成本，须同时结转已计提的跌价准备，冲减当期主营业务成本 1,516.09 万元。

为反映发行人各月实际医护产品的毛利率情况，以还原结转已计提的存货跌价准备的毛利率予以分析。

2020 年 1-6 月，发行人销售医护产品的销售单价和毛利率较高，各月毛利率在 20%以上，主要系彼时新冠疫情在欧美地区逐步扩散，以口罩为主的防疫物资需求旺盛，且国内医护产品的产能尚未完全释放，海外市场处于供不应求的状态，因此毛利空间较大。其中，4 月的毛利率相对较低，主要系为满足客户交期，部分向美国销售的口罩产品采用空运的运输方式，成本较高。

2020 年 7 月以后，随着国内疫情得到有效控制，口罩产品的供给旺盛，销售和采购价格急剧下跌，由于发行人于上半年囤积的口罩产品价格较高，因此下半年销售的口罩产品出现了毛利率为负的情况。2020 年 9 月以后，随着发行人对上半年采购的备货口罩的逐步销售完毕，负毛利情况逐步收窄。除口罩外，发行人销售的手套产品产能增长较小，毛利率随欧美疫情的反复而变化。

2020 年度，医护类产品中口罩和手套产品各月度收入、成本、毛利率、售价和单位成本如下所示：

单位：万元、万件、万副、元/件、元/副

月度	收入	成本	销售数量	毛利率	毛利率（还原结转已计提的存货跌价准备）	售价	单位成本	单位成本（还原结转已计提的存货跌价准备）
4 月	12,193.21	9,675.03	4,091.70	20.65%	20.65%	2.98	2.36	2.36
5 月	3,289.72	2,353.37	1,429	28.46%	28.46%	2.30	1.65	1.65
6 月	40,975.29	31,682.54	18,850	22.68%	22.68%	2.17	1.68	1.68
7 月	226.97	152.80	100	32.68%	9.39%	2.27	1.53	2.06
8 月	137.06	149.81	131	-9.31%	-59.58%	1.05	1.15	1.67
9 月	1,514.07	418.15	1,655	72.38%	-19.71%	0.91	0.25	1.10
10 月	579.33	675.46	570	-16.59%	-16.59%	1.02	1.19	1.19
11 月	1,450.71	1,727.61	1,876	-19.09%	-19.09%	0.77	0.92	0.92
12 月	792.27	1,181.43	927	-49.12%	-49.12%	0.86	1.28	1.28
口罩合计	**61,158.61**	**48,016.20**	**29,628**	**21.49%**	**19.01%**	**2.06**	**1.62**	**1.67**
4 月	2.83	1.31	1	53.81%	53.81%	2.83	1.31	1.31
5 月	472.92	260.09	223	45.00%	45.00%	2.13	1.17	1.17
6 月	3,904.05	2,472.85	3,033	36.66%	36.66%	1.29	0.82	0.82
7 月	727.26	629.29	790	13.47%	13.47%	0.92	0.80	0.80
9 月	524.68	522.00	717	0.51%	0.51%	0.73	0.73	0.73

月度	收入	成本	销售数量	毛利率	毛利率（还原结转已计提的存货跌价准备）	售价	单位成本	单位成本（还原结转已计提的存货跌价准备）
10 月	6.73	4.08	5	39.38%	39.38%	1.35	0.82	0.82
11 月	365.34	296.12	303	18.95%	18.95%	1.21	0.98	0.98
12 月	5,880.04	4,642.04	4,051	21.05%	21.05%	1.45	1.15	1.15
手套合计	**11,883.84**	**8,827.78**	**9,122**	**25.72%**	**25.72%**	**1.30**	**0.97**	**0.97**

综上，2020 年度，发行人医护产品的单位售价和毛利率随着新冠疫情在中国境内和欧美地区的演变及产品的供需变化整体呈现下降趋势。

②发行人医护产品毛利率与同行业水平比较情况

公司医护产品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年毛利率	产品类型
稳健医疗	67.43%	医用级口罩、纱布口罩、医用级手套、防护服等
阳普医疗	47.36%	民用防护口罩及医用防护口罩
龙头股份	33.20%	口罩、防护服等
奥美医疗	50.95%	N95 医用防护口罩、外科口罩、儿童口罩等
平均值	**49.74%**	-
公司-医护用品	**22.27%**	**发行人医护产品销售以口罩和手套为主**

2020 年新冠疫情爆发后，公司抓住市场机遇，拓展了口罩和手套等医护类产品业务。由于此前发行人未从事医护类产品相关业务，且发行人销售的口罩产品均不由自有工厂生产，而是发挥自身供应链管理的优势，直接采购成品向既有的欧美主要国家的中大型零售商客户进行销售。因此，发行人在销售环节和业务模式等方面与主要从事医护产品产销业务的上市公司存在一定差异，业务环节较短，毛利率低于生产医护产品的可比上市公司。

3）其他产品

报告期内，发行人其他产品收入构成与毛利率如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
中式服装及配饰	493.27	299.09	39.37%	782.18	482.65	38.29%	867.78	378.56	58.64%
真丝口罩（套）	55.38	20.84	62.37%	-	-	-	-	-	-
合计	**548.64**	**319.93**	**41.69%**	**782.18**	**482.65**	**38.29%**	**867.78**	**378.56**	**56.38%**

报告期内，公司其他产品主要是子公司秦艺服饰的以旗袍为主的中式服装及配饰、真丝口罩等，其设计难度较大、面料选择挑剔、制作工艺更为复杂和精细，因此毛利率相对较高。

中式服装及配饰、真丝口罩等产品主要通过线下门店销售给个人客户，报告期内向个人客户销售的金额分别为 813.38 万元、621.69 万元和 452.57 万元，占其他产品收入的比例分别为 93.73%、79.48%和 82.49%，其余向东方航空等法人机构销售。

（4）按客户的毛利率分析

非医护类前十大产品客户收入、毛利率、单价情况：

单位：万元、元/件

年度	排序	客户名称	非医护业务收入	占非医护业务收入比例	毛利率	销售单价
2020 年度	1	Target	18,032.76	17.16%	13.68%	42.92
	2	Barefoot Dreams	11,585.28	11.03%	44.09%	88.37
	3	Matalan	6,264.34	5.96%	16.34%	21.50
	4	J.C. Penney	5,173.85	4.92%	21.18%	13.55
	5	Dunelm	5,079.44	4.83%	14.24%	35.87
	6	Debenhams	4,806.72	4.57%	19.81%	44.05
	7	Nordstrom	3,654.30	3.48%	34.98%	81.88
	8	WM Morrision Supermarkets PLC	3,609.54	3.44%	21.28%	45.15
	9	Lands' End, Inc	2,756.80	2.62%	22.23%	47.33
	10	Vera Bradley	2,724.54	2.59%	31.13%	42.79
	非医护业务合计		**105,069.58**	**100.00%**	**16.07%**	**26.51**
2019 年度	1	Target	16,920.38	15.34%	13.85%	39.01
	2	Nordstrom	7,824.78	7.10%	37.96%	73.89
	3	Matalan	7,752.11	7.03%	19.25%	22.35

年度	排序	客户名称	非医护业务收入	占非医护业务收入比例	毛利率	销售单价
	4	Barefoot Dreams	6,637.91	6.02%	44.59%	77.55
	5	Vera Bradley	6,056.74	5.49%	35.99%	41.65
	6	J.C. Penney	5,808.10	5.27%	23.31%	15.70
	7	Debenhams	5,092.81	4.62%	23.68%	51.09
	8	Dunelm	3,889.95	3.53%	14.38%	38.07
	9	Lands' End, Inc	2,988.25	2.71%	29.10%	50.35
	10	Walgreen	2,976.09	2.70%	17.77%	16.60
	非医护业务合计		**110,279.47**	**100.00%**	**22.46%**	**26.50**
2018年度	1	Target	12,979.27	12.02%	15.60%	38.41
	2	Primark	9,463.13	8.77%	7.12%	16.44
	3	Matalan	8,107.64	7.51%	16.74%	20.31
	4	Nordstrom	7,694.46	7.13%	36.34%	72.01
	5	J.C. Penney	6,935.16	6.42%	23.34%	13.70
	6	Barefoot Dreams	6,750.64	6.25%	39.68%	88.67
	7	Dunelm	3,750.27	3.47%	17.38%	41.20
	8	Lands' End, Inc	3,205.20	2.97%	29.17%	48.41
	9	Walgreen	3,029.30	2.81%	11.88%	21.53
	10	Indigo Books & Music Inc.	2,996.49	2.78%	24.41%	28.17
	非医护业务合计		**107,956.36**	**100.00%**	**21.04%**	**28.90**

注：为保持各年度毛利率可比，计算 2020 年度毛利率的成本不含运输、港杂、清关服务等履约成本。

报告期内发行人各期前十大客户销售单价和毛利率有一定的差异，其主要体现在：①客户定位所导致的产品档次差异，例如 Nordstrom、Barefoot Dreams、Vera Bradley、J.C. Penney 等客户为中高端百货商场或品牌商，同类产品的品牌定位、设计和质量要求较高，导致售价和毛利率相对偏高，而 Target、Dunelm、Matalan、Primark 等客户为全品类零售商、大型超市或平价家纺产品零售商，其自有品牌定位相对较低，售价与毛利率也偏低；②售价方面，不同客户主要采购的品类不同，导致销售单价存在差异，通常面料用量较多的产品售价较高，秋冬季款式售价高于春夏季款式的售价，床品配件的价格高于毯子的价格，而毯子的价格高于靠垫、毛巾等产品的价格；③贸易条款的差异导致的售价差异，发行人向 Barefoot Dreams 销售产品采用 DDP 贸易条款，发行人需承担运费、清关服务

费等费用，因此对客户的售价较高，而其他主要客户主要采用 FOB 的贸易条款，发行人需承担的额外费用较少，因此产品售价较低。

对于医护产品，前十大客户收入、毛利率、单价情况如下所示：

单位：万元、元/件、元/双

项目	2020 年度		
	收入	毛利率	单价
Walgreen	29,957.44	24.86%	1.95
Target	18,905.55	10.74%	1.65
EMC Distribution Limited	6,187.80	31.92%	2.42
Northern Safety Co., Inc.	5,029.56	25.17%	2.61
British Embassy Beijing	3,277.05	45.96%	2.18
GDTEX Inc.	2,433.52	14.19%	2.30
珠海中博医疗科技有限公司	1,699.12	20.69%	0.85
腾讯科技（深圳）有限公司	1,571.68	36.78%	2.62
Vera Bradley	1,504.42	21.61%	2.72
J.C. Penney	664.35	21.47%	1.19
医护合计	**74,009.18**	**22.27%**	**1.90**

2020 年度，发行人销售的医护产品以口罩、手套为主，平均单价为 1.90 元，平均毛利率为 22.27%。销售不同产品的时间点以及产品类别影响了发行人销售医护产品的单价和毛利率。发行人向 EMC Distribution Limited、British Embassy Beijing 和腾讯科技（深圳）有限公司销售医护产品的毛利率较高，主要系发行人向其销售的时间点均在 2020 年上半年，当时医护产品产能不足货源紧俏，使得销售单价较高、毛利空间较大。

（5）按国别/地区的毛利率分析

报告期内，发行人向不同地区客户销售产品的毛利率的差异主要受具体客户的品牌定位、销售产品档次以及产品结构等原因所影响。报告期内，发行人不同产品针对主要国家或地区销售的毛利率情况如下：

家纺产品：

国家地区	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本[注]）	2019 年度	2018 年度

美国	17.22%	21.30%	22.82%	21.71%
英国	12.34%	14.99%	16.89%	15.73%
南非	14.26%	17.19%	14.29%	11.34%
加拿大	27.98%	29.63%	22.72%	23.28%
合计	**16.03%**	**19.58%**	**20.98%**	**18.98%**

注：将运输、港杂、清关服务等履约成本剔除后计算毛利率，以保证各年度之间毛利率可比。

报告期内，发行人家纺产品主要向美国、英国、南非和加拿大销售，向上述国家销售家纺产品的收入总和占所有家纺产品收入的比例为分别为 85.69%、91.58%和 89.93%。总体而言，发行人向美国和加拿大客户销售的毛利水平较高，向南非和英国销售的毛利率水平较低。

2018 年度，发行人向南非和英国销售的毛利率水平较低，其中南非主要因为向客户 Mr Pirce Home 和 Masstores 销售价格较为低廉的地毯产品，毛利率仅为 4.44%和 3.23%；向英国客户销售的毛利率水平较低主要系发行人在英国的客户以 Primark、Matalan、Dunelm 为主的平价零售商和品牌商，毛利空间较低。

2019 年度，发行人向南非客户销售家纺产品的毛利率有所提升，主要系当年度减少了与南非主要中低端产品客户 Edcon 的合作，从 2018 年度的 322.77 万元下降至 2019 年度的 28.91 万元。当年度，发行人向其他国家销售家纺产品的毛利率较为稳定。

2020 年度，发行人向加拿大客户销售家纺产品的毛利率提升较大，主要系发行人向加拿大第一大客户 Indigo Books & Music Inc.销售的毯子以羊羔绒双层毯为主，占当年度向加拿大客户销售家纺产品收入的 81.65%，产品档次较高，毛利率为 32.21%（不考虑新收入准则下的合同履约成本）。

服饰产品：

国家地区	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本[注]）	2019 年度	2018 年度
美国	18.91%	28.94%	31.50%	29.97%
英国	16.40%	18.37%	20.37%	16.15%
加拿大	24.22%	25.06%	22.79%	25.03%
南非	18.71%	20.22%	25.60%	18.25%

国家地区	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本[注]）	2019 年度	2018 年度
合计	**16.68%**	**22.51%**	**25.57%**	**23.10%**

注：将运输、港杂、清关服务等履约成本剔除后计算毛利率，以保证各年度之间毛利率可比。

报告期内，发行人服饰产品主要向美国、英国、加拿大、南非销售，向上述国家销售服饰产品的收入总和占所有服饰产品收入的比例分别为 88.40%、95.31%和 92.92%。

报告期内，发行人向美国和加拿大客户销售服饰产品的毛利率较其他国家或地区高，主要系美国和加拿大服饰产品的客户主要为 Nordstrom、Barefoot Dreams、Vera Bradley、Indigo Books & Music Inc.等中高档次零售商或品牌商，报告期内，发行人毛利率 30%以上的家居服产品主要销售给这些客户，使得美国和加拿大地区的销售毛利率较高。

面料产品：

国家地区	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本[注]）	2019 年度	2018 年度
中国大陆	10.00%	10.19%	17.39%	13.33%
越南	17.26%	18.88%	17.58%	19.37%
中国台湾	13.83%	15.95%	17.28%	13.62%
合计	**11.92%**	**12.55%**	**18.07%**	**16.52%**

注：将运输、港杂、清关服务等履约成本剔除后计算毛利率，以保证各年度之间毛利率可比。

报告期内，发行人面料产品主要向中国大陆、越南和中国台湾销售，向上述国家或地区销售面料产品的收入总和占所有面料产品收入的比例分别为 51.44%、76.61%和 96.98%。发行人向上述国家或地区销售面料产品的毛利率差异主要由产品结构差异引起，整体差异不显著。

医护产品：

国家地区	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本[注 3]）
美国	19.92%	27.96%
中国香港[注 1]	31.77%	32.54%

国家地区	2020 年度	2020 年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本[注 3]）
英国	44.68%	45.39%
中国大陆	26.18%	26.18%[注 2]
合计	**22.27%**	**28.96%**

注 1：2020 年度，法国零售商上市公司 CASINO GUICHARD-PERRACHON 通过其注册在香港地区的公司 EMC Distribution Limited 向发行人采购一次性医用口罩合计金额 6,187.80 万元，该批口罩产品直接向法国出口，但计入向中国香港地区的销售。

注 2：发行人向中国大陆的销售均为客户自提，未产生运费等履约成本。

注 3：将运输、港杂、清关服务等履约成本剔除后计算毛利率，以保证各年度之间毛利率可比。

2020 年度，发行人医护产品主要向美国、中国香港、英国和中国境内销售，向上述国家或地区销售医护产品的收入总和占所有医护产品收入的比例为 99.03%，其中向美国和中国大陆销售的毛利率显著较低，主要系发行人销售医护产品的时点不同：发行人向除美国之外地区销售医护产品的时间集中于 2020 年上半年，此时医护产品产能较为紧张，销售单价较高，因此毛利率较高。而新冠疫情在美国持续时间较长，随着紧张的供需关系逐步缓解，下半年向美国销售医护产品的毛利率空间缩小，导致全年向美国销售医护产品的毛利率较其他国家或地区低。此外，发行人向中国销售医护产品的毛利率较低，主要系发行人于下半年清理了部分口罩库存，销售价格较低，导致毛利率较低。

（6）同行业可比公司毛利率对比情况

报告期内，发行人与同行业可比公司的主营业务毛利率比较情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
600710	苏美达	19.29%	21.55%	21.11%	19.57%
002634	棒杰股份	**28.31%**	25.16%	26.08%	31.51%
603558	健盛集团	20.10%	29.19%	28.03%	28.20%
/	万代服装	未披露	17.84%	17.39%	14.91%
行业平均		**22.57%**	**23.44%**	**23.15%**	**23.55%**
三问家居		**18.63%**	**22.46%**	**21.04%**	**18.68%**
三问家居（剔除 Primark 后）		**18.63%**	**22.41%**	**22.38%**	**21.07%**

注：1、上述数据来源于公开披露的年报或招股说明书。截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报；2、苏美达经营品类较多，为保持可比性，上表仅选取苏美达纺织服装板块毛利率作为可比公司毛利率，棒杰股份仅选取无缝服装板块毛利率作为可比公司毛利率。

2017 年和 2018 年，公司的主营业务毛利率低于同行业可比公司，主要是受客户 Primark 的低毛利影响，剔除上述客户之后，公司的主营业务毛利率与同行业可比公司的平均值接近。2019 年，公司与 Primark 不再合作之后，公司的主营业务毛利率与同行业可比公司的平均值接近。2020 年度，受公司执行新收入准则的影响，将销售费用中的港杂费和运杂费等合同履约成本全部计入了主营业务成本导致主营业务毛利率下降，若剔除该部分成本的影响，同时剔除医护产品收入的影响，发行人 2020 年度毛利率为 16.07%，较 2019 年度变化较小。

公司的主营业务毛利率低于棒杰股份，除产品品类区别外，主要是棒杰股份无缝服装产品以依靠自有厂房、设备、工人和技术自行组织生产为主，而公司主要向合作工厂进行采购。合作工厂会留存部分毛利，相应的导致公司的毛利率低于棒杰股份。

公司的主营业务毛利率低于健盛集团，除产品品类区别外，一方面是由于健盛集团于 2013 年开始生产基地海外布局，目前在越南已规划建设了三大生产基地。东南亚的人力成本、税收等相对较低，从而导致产品的毛利率较高。另一方面，健盛集团的客户主要是 Puma, Decathlon, Under Armour, Bonds, Nike, Adidas 等，客户的品牌知名度较高，品牌溢价明显，相应的导致生产商的毛利率较高。

公司的主营业务毛利率高于万代服装。除产品品类区别外，主要是产品和客户定位的差别。公司为国外众多高质量客户提供从时尚流行资讯、产品原创设计、面辅料的开发及定购和供应链管理等一体化服务。具有较强的竞争优势，且产品主要面向国外的中大型零售商和中高端品牌商，客户的定位相对较高。万代服装的主要客户为 Uniqlo, Zara, Esprit 和美邦服饰等，主打高性价比的平价产品，留给生产商的毛利率相对较低。

除棒杰股份所生产的无缝服装因原辅材料及人工成本上升导致毛利率下降除外，其他同行业可比公司 2017 年度至 2019 年度的毛利率基本保持稳定或上升的趋势，整体与发行人毛利率变动趋势一致。

综上，2017 年度至 2019 年度，发行人毛利率呈上升趋势的原因主要受客户结构变动导致产品结构变动以及美元兑人民币汇率变动的影响所致，未与同行业公司毛利率变动趋势背离。

（7）2017 年度至 2019 年度，发行人毛利率上升与国际贸易局势的分析

2017 年至 2020 年度，发行人向美国地区销售的金额分别为 56,461.39 万元、59,749.99 万元、61,968.33 万元和 118,888.31 万元，向美国地区销售产品的毛利率分别为 22.54%、24.96%、25.55%和 25.99%，收入和毛利率均呈上升趋势。

自 2018 年以来，美国开始推行“美国优先”贸易政策，多次以缩小对外贸易逆差为由对进口产品加征高额关税。2018 年 7 月，美国公布对华第二轮 2,000 亿美元加征关税商品清单，其中包含绝大部分纺织品，2019 年 8 月再次上调对纺织品相关产品关税，从宏观层面来看，对发行人向美国出口销售产生一定的影响。

然而，尽管在加征关税的背景下，中国生产的家纺、家居服饰产品仍以较高的性价比在美国市场上体现了一定的竞争优势。2017 年度至 2019 年度，尽管在贸易摩擦的影响下，美国向中国进口家纺产品及家居服饰产品的总额仍较为稳定，未出现明显下滑。关于中美家纺、家居服饰进出口数据参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况”之“（二）行业发展概况和市场规模”的说明。

另一方面，受国际贸易形势以及其他因素的共同影响下，2018 年至 2019 年末，美元兑人民币汇率处于上升趋势，且发行人家纺和服饰产品在主要下半年完成销售，而美元兑人民币汇率在 2018 年和 2019 年下半年均处于年内高位，发行人换算为人民币所确认的收入因汇率上升而有所增长，使得毛利率也有所上升。

最后，如上文所分析，发行人加大开拓以美国客户 Nordstrom、Vera Bradley 等中高端品牌商和零售商的家纺与服饰业务，也导致了毛利率的上升。

因此，报告期内，发行人毛利率变动趋势符合发行人经营的实际情况，未与国际贸易局势背离。

（四）期间费用分析

报告期内，公司的期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	8,222.73	4.59%	9,997.19	9.06%	10,647.81	9.85%
管理费用	4,593.52	2.56%	4,026.53	3.65%	2,860.35	2.65%
研发费用	383.36	0.21%	226.23	0.20%	63.76	0.06%
财务费用	4,110.90	2.30%	185.79	0.17%	-558.38	-0.52%
合计	**17,310.51**	**9.66%**	**14,435.75**	**13.08%**	**13,013.55**	**12.04%**

报告期内，公司期间费用率分别为 12.04%、13.08%和 9.66%。2018 年度和 2019 年度，公司期间费用的费用率较为稳定，未发生重大变化。2020 年，期间费用率下降，主要系发行人执行新收入准则，将销售费用中与合同履约相关的港杂费、运费、清关费的等费用转入主营业务成本核算。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售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	比例	金额	比例	金额	比例
职工工资及福利费	4,695.38	57.10%	4,145.45	41.47%	3,899.82	36.63%
港杂费	-	0.00%	2,406.44	24.07%	3,135.27	29.45%
运杂费	403.51	4.91%	666.83	6.67%	682.97	6.41%
口罩翻箱费	310.46	3.78%	-	-	-	-
保险费	545.61	6.64%	359.77	3.60%	383.33	3.60%
检测费	432.70	5.26%	403.04	4.03%	430.65	4.04%
差旅费	297.73	3.62%	426.65	4.27%	352.37	3.31%
服务费	246.63	3.00%	207.93	2.08%	325.97	3.06%
租赁费	240.73	2.93%	489.46	4.90%	563.92	5.30%
折旧及摊销	256.38	3.12%	221.26	2.21%	216.22	2.03%
仓储费	155.42	1.89%	96.36	0.96%	83.13	0.78%
招待费	93.73	1.14%	46.99	0.47%	41.20	0.39%
通讯费	51.51	0.63%	44.76	0.45%	48.95	0.46%
其他	492.94	5.99%	482.25	4.82%	484.00	4.55%
合计	**8,222.73**	**100.00%**	**9,997.19**	**100.00%**	**10,647.81**	**100.00%**
营业收入	**179,119.15**	**-**	**110,388.68**	**-**	**108,088.41**	**-**

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用/营业收入	**4.59%**	**-**	**9.06%**	**-**	**9.85%**	**-**

报告期内，公司的销售费用分别为 10,647.81 万元、9,997.19 万元和 8,222.73 万元，占营业收入的比例分别为 9.85%、9.06%和 4.59%，从销售费用的构成来看，销售费用以运杂费、港杂费、职工工资及福利费和保险费为主，合计占销售费用的比例分别为 76.09%、75.81%和 68.65%。2018 年至 2019 年，上述占比相对稳定。2020 年，上述比例分别下降 4.47 和 7.16 个百分点，主要是 2020 年起，公司执行新收入准则，将销售费用中的港杂费和运杂费等合同履约成本全部计入了主营业务成本。

（1）运杂费和港杂费

报告期内，公司运杂费和港杂费合计占销售费用的比例分别为 35.86%、30.74%和 4.61%。

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
运杂费	403.51	4.61%	666.83	6.67%	682.97	6.41%
港杂费	-	0.00%	2,406.44	24.07%	3,135.27	29.45%
合计	**403.51**	**4.61%**	**3,073.26**	**30.74%**	**3,818.25**	**35.86%**

2018-2019 年度，运杂费和港杂费占比较高，主要是公司业务以外销为主，需要承担相应的运输费用、报关出口费用、清关费等费用。报告期内，运杂费和港杂费存在一定的波动，具体原因如下：

1）运杂费

公司的运杂费是从自有工厂至货代仓库或货代指定仓库所产生的陆路运输费用，也包括空运费。报告期内，公司的运杂费与主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运杂费	403.51	666.83	682.97
主营业务收入	179,078.76	110,279.47	107,956.36
比例	**0.23%**	**0.60%**	**0.63%**

2018 年至 2019 年，公司运杂费相对平稳，与主营业务收入较为匹配。2020 年，公司执行新收入准则，公司将当期与销售活动直接相关的运杂费作为合同履约成本全部计入主营业务成本，以前年度不需要进行追溯。2020 年度，计入销售费用的运杂费主要包括与国内外客户、供应商之间寄送样品的快递费以及公司业务部门文件单证邮寄费等，该部分运杂费并非系直接销售活动的履约义务，无需计入主营业务成本，因此于销售费用中归集核算。2020 年度，将计入成本和销售费用的运杂费合并统计后，其占主营业务收入比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务成本-运杂费	3,455.50	-	-
销售费用-运杂费	403.51	666.83	682.97
运杂费合计	**3,859.01**	**666.83**	**682.97**
主营业务收入	179,078.76	110,279.47	107,956.36
运杂费占主营业务收入比例	**2.15%**	**0.60%**	**0.63%**

2020 年，运杂费占主营业务收入比例较高，主要系新冠疫情期间公司的口罩等医护类产品主要以航空运输方式出口，相应的运杂费增加较多。

2）港杂费

公司的港杂费是指出口业务在货物代理公司收货到装船离岸期间发生的操作费用，诸如报关费、装箱费、定舱费、安保费等，同时由于海运服务也由货物代理公司提供，因此也包含了海运运费。此外，还包含 DDP 贸易模式下的清关服务费等。报告期内，公司的港杂费与主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
港杂费	-	2,406.44	3,135.27
主营业务收入	179,078.76	110,279.47	107,956.36
港杂费占主营业务收入比例	**-**	**2.18%**	**2.90%**

2020 年销售费用下不再核算港杂费，原因是新收入准则下，发行人将本期港杂费作为合同履约成本全部计入到主营业务成本，以前年度不需要进行追溯。将计入成本和销售费用的港杂费合并统计后，其占主营业务收入比例如下：

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
主营业务成本-港杂费	5,924.44	-	-
销售费用-港杂费	-	2,406.44	3,135.27
港杂费合计	**5,924.44**	**2,406.44**	**3,135.27**
主营业务收入	179,078.76	110,279.47	107,956.36
港杂费占主营业务收入比例	**3.31%**	**2.18%**	**2.90%**

报告期内，港杂费占主营业务收入的比例波动主要受以下因素的影响：

①Primark 的影响

2018 年的港杂费占比较高。主要是 Primark 的收入在 2018 年的主营业务收入中占比较大，但是其购买的靠垫等产品的单价较低，购买数量较大，且靠垫的体积较大，因此单位销售额对应的港杂费率高于平均港杂费率。同时，2018 年度，受靠垫索赔事件冲减收入的影响，港杂费占收入的比重较高。具体如下：

单位：万元

项目	2018 年度
对 Primark 的收入（a）	9,463.13
主营业务收入（b）	107,956.36
占比（c=a/b）	**8.77%**
Primark 的港杂费（d）	423.94
港杂费占比（e=d/a）	**4.48%**

②FCA 模式客户的收入变动带来的影响

2019 年港杂费占比相比 2018 年减少 0.72 个百分点，除 Primark 的影响之外，另一原因是 Target 的 2019 年的销售收入占比增加。公司向 Target 销售家纺和服饰产品时，主要采用 FCA 贸易方式，FCA 方式下由客户指定的货代到公司提货，公司不承担除少量报关费之外的港杂费。2018 年和 2019 年，公司向 Target 的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度
对 Target 的收入	16,920.38	12,979.27
主营业务收入	110,279.47	107,956.36
比例	**15.34%**	**12.02%**

2019 年，公司对 Target 的收入占比相比 2018 年增长了 3.32 个百分点，导致

港杂费的比例相应降低。

2020 年度，港杂费占主营业务收入比例较 2019 年度上升 1.13 个百分点，主要系本年度公司新增的医护业务部分以 DDP 方式销售，发行人需承担对应的清关服务费。

（2）职工工资及福利费

报告期内，公司的职工工资及福利费金额分别为 3,899.82 万元、4,145.45 万元和 4,695.38 万元，呈持续增长趋势，职工工资及福利费金额的变动主要受到平均工资变动的影响。

报告期内，公司销售人员人均薪酬情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用-职工工资及福利	4,695.38	4,145.45	3,899.82
平均销售费用核算人数	271	254	251
人均薪酬	17.33	16.32	15.54

注：平均销售费用核算人数=（期初人数+期末人数）/2

报告期内，公司人均销售费用的薪酬为 15.54 万元、16.32 万元和 17.33 万元，呈逐年上升趋势，公司人均薪酬的上升主要系随公司经营规模的稳定上升和利润水平的增加而进行的每年度基本薪资调增所致。

同行业可比公司销售人员人均薪酬与公司销售人员人均薪酬比较如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏美达	31.75	29.08	28.75
棒杰股份	**20.71**	17.58	14.96
健盛集团	12.46	11.30	12.06
万代服装	未披露	30.36	31.92
同行业平均水平	**21.64**	**22.08**	**21.92**
发行人	**17.33**	**16.32**	**15.54**

注：1、平均销售费用核算人数=（期初人数+期末人数）/2
2、上市公司数据来源于公开披露信息

2018 年度和 2019 年度，发行人销售人员人均薪酬低于同行业可比公司平均水平，主要系 1）相较于苏美达等上市公司，发行人尚处于高速发展阶段，业务

规模相对较低，因此销售人员平均薪酬相对较低；2）相较于万代服装较为集中的客户群体以及较为集中的产品线，发行人销售的家纺、服饰及面料产品的细分品类较多且客户集中度相对分散，因此需要较多的基础设计人员对不同品类的产品进行样式与花型等方面的设计，以及基础销售业务人员对销售和售后维护管理进行具体跟进与执行，从而拉低了销售人员的平均薪酬。

报告期内，发行人销售人员人均创收与同行业公司对比情况：

单位：万元

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏美达	3,638.68	3,486.17	3,702.68
棒杰股份	**933.78**	931.62	666.90
健盛集团	1,313.24	1,596.74	1,626.26
万代服装	未披露	795.57	969.30
同行业平均水平	**1,961.90**	**1,702.53**	**1,741.28**
发行人	**660.96**	**434.60**	**430.63**

注：1、人均创收=营业收入/((期初人数+期末人数)/2)；
2、上市公司数据来源于公开披露信息

报告期内，随着公司收入规模上升，人均创收水平也逐年提高，但销售人员人均创收水平仍低于同行业平均水平。与苏美达相比，发行人主要销售的纺织品单价较低，总体规模相对较小，苏美达主要业务以销售金属产品、煤炭、矿产品及机电产品为主，单价较高收入规模较大，销售人员人均创收规模较高。与棒杰股份、健盛集团和万代服装相比，发行人的销售业务主要依靠其出色的供应链管理能力和原创设计能力，因此需要的包括销售、售后、设计及其他销售辅助人员数量较多，人均创收被摊薄，而同行业可比公司以自产为主，销售相关人力资源投入人数较发行人小，因此发行人销售人员人均创收较同行业平均水平低。

（3）服务费

公司服务费主要包括第三方服务费和销售佣金，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
佣金	117.25	100.63	99.02
其他服务费	129.38	107.30	226.95
合计	**246.63**	**207.93**	**325.97**

1）佣金

佣金通常为为获取单一客户或订单而支付的销售佣金，报告期内，各年度佣金费用的大小与通过居间服务商获取客户或订单的数量和规模相关，与发行人各年度总收入规模的变化不具有直接的线性关系。报告期内，发行人佣金对应的客户、销售收入及占比，毛利率情况和销售佣金匹配性分析如下所示：

单位：万元

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率
Inticom	188.64	13.68%	264.24	25.44%	1,197.11	30.48%
CarreBlanc	43.54	29.99%	90.30	13.89%	76.16	31.34%
Zeytun Pharmaceuticals	638.57	16.32%	-	-	-	-
Masstores	19.30	19.02%	622.63	11.99%	416.90	8.09%
珠海中博医疗科技有限公司	1,699.12	20.69%	-	-	-	-
Bokser Home	22.44	19.69%	-	-	-	-
合计	**2,611.61**	**19.25%**	**977.17**	**15.68%**	**1,690.17**	**25.00%**
主营业务收入	**179,078.76**		**110,279.47**		**107,956.36**	
占比	**1.46%**		**0.89%**		**1.57%**	

报告期内，上述客户各年毛利率波动较大，主要系公司各年向其销售产品的差异所致。

销售佣金匹配性分析：

单位：万元

序号	项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	营业收入	客户：Inticom 注 2	188.64	264.24	1,197.11
	佣金费用	代理商：Inticom 关联方注 1Pianoforte、盈利洋国际贸易（上海）有限公司	26.80	89.75	61.77
	佣金约定方式	根据协议约定，客户向发行回款的 5-8%作为销售佣金支付给代理商			
2	营业收入	客户：Carre Blanc	43.54	90.30	76.16
	佣金费用	代理商：Asiatiss	8.75	10.88	16.07
	佣金约定方式	根据协议约定，发行人与代理商约定向客户的销售价格后，将客户支付给发行人货款的超额部分作为佣金向代理商支付			
3	营业收入	客户：Zeytun Pharmaceuticals	638.57	-	-
	佣金费用	代理商：泰安市力马企	21.23	-	-

序号	项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
		业管理咨询有限公司			
	佣金约定方式	根据协议约定，按照每个口罩 0.01 美元计算，发行人合计向客户销售口罩 300 万只，支付佣金 21.23 万元人民币			
4	营业收入	客户：Masstores	19.30	622.63	416.90
	佣金费用	代理商：Masstores	-	-	21.18
	佣金约定方式	根据协议约定，针对 Masstores2018 年度形成销售额的 5%返还给（3.05 万美元）Masstores 作为销售佣金，结算时以销售货款佣金部分			
5	营业收入	客户：珠海中博医疗科技有限公司	1,699.12	-	-
	佣金费用	代理商：桐乡市聚美医疗器械有限公司	60.00	-	-
	佣金约定方式	根据协议约定，以 0.015 元一只，共计 4000 万只支付居间费用 60 万元人民币			
6	营业收入	客户：Bokser Home	22.44	-	-
	佣金费用	供应商：The Moscoe Group	0.47	-	-
	佣金约定方式	根据协议约定，按照实际收款的 2%支付佣金费用			
销售佣金合计			**117.25**	**100.63**	**99.02**

注：1、Pianoforte、盈利洋国际贸易（上海）有限公司分别为 Inticom 在香港和中国大陆的关联方；

2、由于在代理商以实际收款时确定佣金费用，因此存在当年度收入与费用不匹配的情形。2017-2020 年度，公司向 Inticom 销售产品而产生的佣金费用比例合计为 7.11%，与佣金协议范围一致。

报告期内，发行人销售佣金规模与对应客户收入匹配，公司通过向居间服务商支付佣金并获取客户及订单的收入占各年主营业务收入的比例分别为 1.57%、0.89%和 1.46%，其中 2020 年度剔除医护产品相关的居间服务后的占比为 0.26%，公司对通过居间服务商获取业务的依赖度较低，且逐年下降。

2）其他服务费

2018 年度，其他服务费金额较高，主要系：1）公司于 2018 年度增加了对 Target 等境外客户的销售，公司通过对方的订单系统网站完成订单的金额和次数较多，导致公司承担的系统流量及网页服务费较 2017 年度增加 16.79 万元；2）2018 年度，发行人因产品线头过多向美国 Soft Surroundings 公司采购产品整理服务，包括重新打包费、清理费等，产生服务费 13.39 万美元，合计 88.56 万元；3）2018 年度，秦艺服饰于厦门磐基中心开设商铺，并向厦门磐基大酒店有限公司支付门店经营服务费 31.29 万元。

2019 年度，相较于 2018 年度，发行人美国公司未产生产品整理服务费，另外秦艺服饰厦门磐基中心店也于 2018 年度关闭，未再支付门店经营服务费，因此服务费下降幅度较大。

2020 年，发行人其他服务费的增长主要包括新增口罩业务而导致的订单金额与下单次数上升而导致的系统流量及网页服务费增加，另外主要是荷兰公司租赁经营场所发生的中介费用以及其他海关、医疗物资相关的认证费用。

（4）折旧及摊销

报告期内，折旧及摊销费分别为 216.22 万元、221.26 万元和 256.38 万元。主要系自持房产的固定资产的折旧费用。

（5）仓储费

发行人仓储费主要为三问家居采购的仓储服务以及美国公司向 Westset Distribution, Inc.支付的仓储服务费用。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
国内仓储费	51.80	-	-
国外仓储费	103.62	96.36	83.13
合计	**155.42**	**96.36**	**83.13**

1）国内仓储费

2020 年公司新增了医护业务，国内仓储费系公司为医护的存货采购的仓储服务。公司的家纺服饰产品为以销定采，主要储存在货运代理方仓库以及港口码头，货运代理人向公司收取港杂费，故 2020 年前未归集国内仓储费。

2020 年度公司租赁仓库面积与仓储费用明细如下：

单位：万元

出租方	仓库地址	租赁时间	租赁费标准	仓库面积（平方米）	仓储费（万元）
上海杰联货物运输代理有限公司	上海市奉贤区港文路 128 号北仓库 3 号库	3 个月	1.75 元每天每平米	500.00	7.96
上海杰联货物运输代理有限公司	上海市奉贤区港文路 340 号 A 库	3 个月	1.75 元每天每平米	500.00	7.96
上海杰联货物运输代理有限公司	上海市奉贤区港文路 340 号 A 库	3 个月	1.75 元每天每平米	800.00	12.60

出租方	仓库地址	租赁时间	租赁费标准	仓库面积（平方米）	仓储费（万元）
国桥远航国际货运（上海）有限公司	上海市奉贤区海杰路 636 号东大门	2 个月	不适用	据实结算	6.71
美仓互联(上海)供应链管理有限公司	″7411 Trinity Blvd Ft. Worth, TX 76118 US″	1 个月	不适用	据实结算	1.34
国桥远航国际货运（上海）有限公司	上海市奉贤区海杰路 636 号东大门	8 个月	不适用	据实结算	15.22
合计					**51.80**

上述仓储费用系根据租赁时间、面积与单价或据实结算。仓储费用与租赁面积相匹配。

2）国外仓储费

国外仓储费主要为美国公司向 Westset Distribution, Inc.支付的仓储服务费用。美国公司的商业模式为向发行人采购家纺服饰和医护产品，再销售给当地的客户。发行人将货物送到美国公司指定的 Westset Distribution, Inc.的仓库由其代为保管，其根据美国公司的指令向最终客户安排发货。

根据合同约定，仓储费用的包括拆箱卸货费、出库费、储存费、办公费等，具体如下：

单位：万元

费用类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
储存费	6.51	1.28	9.84
卸货费	8.47	9.72	12.96
出库费	55.06	46.93	35.04
办公费	28.31	22.54	12.82
其他	5.27	15.90	12.47
国外仓储费合计	**103.62**	**96.36**	**83.13**

国外仓储费主要是仓储服务费用，不仅与仓库面积相关，而且包括各类仓储相关的服务费用。储存费系根据使用的托盘数量确定，其余费用为卸货费、出库费、日常仓储管理及台账维护等办公费、其他杂费等。

报告期，美国公司通过该仓库对外销售对应的客户主要为 Nordstrom、Meijer 和 Macy’s，系满足上述客户少量、零星的补货需求，该库存属于维护上述客户

关系的战略性备货。存货的收发变动及单位费用如下：

单位：件，元/件/年，元/件/次

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货期初数量（a）	1,030.00	6,993.00	14,115.00
入库数量（b）注	3,852,048.00	15,264.00	30,451.00
出库数量（c）注	3,851,558.00	21,227.00	37,573.00
存货期末数量（d）	1,520.00	1,030.00	6,993.00
平均库存[(a+b+c+d)/4]	1,926,539.00	11,128.50	22,283.00
平均储存费（储存费/平均库存）	0.03	1.15	4.42
平均卸货费（卸货费/入库数量）注	4.22	6.37	4.26
平均出库费（出库费/出库数量）注	28.15	22.11	9.33

注：2020 年，由于入库及出库数量中包含 383.20 万条毛巾，其数量多、单条占用空间小且整批出库。为了与 2019 年和 2018 年的可比，计算平均卸货费用与平均出库费用时，所用的存货入库数量、出库数量均为扣除毛巾后的数量。

2020 年出、入库的数量大幅增加，主要是包含了 383.20 万条毛巾。2018 年度、2019 年度出入库主要为毯子、靠垫、浴袍等。

2020 年，平均储存费较底，主要系毛巾数量较多所致。2019 年、2020 年度平均出库费较高，主要系发行人向 Nordstrom 销售的出库较为零散，出库次数较多导致平均出库费较高。

国外仓储费不仅与仓库面积相关，而且与各类仓储相关的分类收费服务相关。报告期内，各类单独收费金额合理。发行人发生的国外仓储费与在境外存货规模相匹配。

（6）口罩翻箱费

2020 年度，公司发生翻箱整理费共计 310.46 万元，包括口罩、手套等医护产品的翻箱(即将采购的大箱医护产品分装、整理重新包装成小箱)费用，其中包含临时的劳务服务性质的翻箱服务等劳务费共计 51.40 万元、采购纸箱、口罩盒、说明书等辅料费共计 194.96 万元以及增值税进项税转出 64.10 万元，具体供应商及业务情况如下：

序号	签订主体	供应商名称	采购性质	是否存在关联关系	2020 年度全年采购金额（万元）
1	常熟中堂	常熟华翔企业管理公司	翻箱劳务费	否	29.95
2	常熟中堂	如东齐力工艺品厂	翻箱劳务费	否	9.70

序号	签订主体	供应商名称	采购性质	是否存在关联关系	2020 年度全年采购金额（万元）
3	常熟中堂	如东国发工艺品厂	翻箱劳务费	否	9.00
4	常熟中堂	如东本兰工艺品厂	翻箱劳务费	否	2.75
劳务费小计					**51.40**
1	常熟中堂	丹阳市精艺印务有限公司	彩盒、合格证、说明书等	否	73.48
2	常熟中堂	昆山市三鼎包装厂	口罩彩盒+合格证	否	54.52
3	三问家居	上海仝佳实业有限公司	纸箱、贴纸等	否	23.47
4	常熟中堂	常熟市顺屹达包装材料有限公司	纸箱、自封口胶袋	否	16.07
5	常熟中堂	张家港明洋纸制品厂	纸箱	否	12.28
6	常熟中堂	其他供应商	纸箱等辅料	否	15.15
辅料费小计					**194.96**
增值税进项税转出[注]					**64.10**
合计					**310.46**

注：发行人子公司常熟中堂以内部交易形式为母公司提供医护产品翻箱服务并向母公司开票，开票金额 557.22 万元形成增值税 64.10 万元，由于相关服务对应外销业务，因此该部分形成的增值税无法进行抵扣，进项税转出金额在费用归集。

（7）销售费用率与同行业可比公司比较

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率比较情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600710	苏美达	1.50%	1.88%	1.68%
002634	棒杰股份	**3.10%**	3.83%	4.77%
603558	健盛集团	3.15%	3.12%	4.04%
/	万代服装	未披露	6.96%	6.26%
行业平均		**2.58%**	**3.95%**	**4.19%**
三问家居		**4.59%**	**9.06%**	**9.85%**

注 1：上述数据来源于公开披露的年报、招股说明书。截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报数据

注 2：苏美达未单独披露其纺织服装板块的销售费用率，该销售费用率包含其大宗商品贸易和机电设备等非纺织服装业务。

2018-2019 年，公司销售费用率略高于同行业可比公司平均水平，主要是公司的出口比例高于其他可比公司，相应的运杂费和港杂费占比相对较高。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理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	比例	金额	比例	金额	比例
职工工资及福利费	2,071.60	45.10%	2,440.48	60.61%	1,851.99	64.75%
服务费	1,452.05	31.61%	387.21	9.62%	176.83	6.18%
折旧及摊销	339.63	7.39%	219.01	5.44%	207.90	7.27%
租赁费	326.65	7.11%	340.72	8.46%	250.56	8.76%
会务费	168.18	3.66%	223.56	5.55%	112.74	3.94%
差旅费	45.79	1.00%	182.02	4.52%	125.14	4.38%
其他	189.64	4.13%	233.53	5.80%	135.19	4.73%
合计	**4,593.52**	**100.00%**	**4,026.53**	**100.00%**	**2,860.35**	**100.00%**
营业收入	**179,119.15**	-	**110,388.68**	-	**108,088.41**	-
管理费用/营业收入	**2.56%**	-	**3.65%**	-	**2.65%**	-

报告期内，发行人的管理费用分别为 2,860.35 万元、4,026.53 万元和 4,593.52 万元，占营业收入的比例分别为 2.65%、3.65%和 2.56%。从管理费用的构成来看，管理费用以职工工资及福利费、服务费、租赁费、折旧与摊销和股份支付为主。

（1）职工工资及福利费

报告期内，管理费用的职工工资及福利费金额分别为 1,851.99 万元、2,440.48 万元和 2,071.60 万元。职工工资及福利费金额的变动主要受到平均工资变动的影响。

报告期内，公司管理人员人均薪酬情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
管理费用-职工工资及福利	2,071.60	2,440.48	1,851.99
平均管理费用核算人数	110	106	100
人均薪酬	**18.83**	**23.02**	**18.52**

注：平均管理费用核算人数=（期初人数+期末人数）/2

报告期内，公司管理费用年度人均薪酬在 18.52 万元至 23.02 万元之间。2019

年度，管理费用人均薪酬较 2018 年度增加 4.50 万元，主要系 1）为优化公司业务结构，公司对秦艺服饰行政管理、研发设计人员进行精简，于 2019 年 6 月起辞退共计相关人员 19 人，产生辞退福利和补偿共计 175.84 万元，从而拉高了人均薪酬；2）公司为拓展和巩固美国业务，在美国当地新聘任 3 名管理人员，美国公司管理费用职工薪酬较 2018 年度上升 125.27 万元，导致人均薪酬上升；

2020 年度，发行人管理费用人均薪酬较 2019 年度下降，主要系 1）与秦艺管理和设计相关高薪酬人员较上年度减少，同时相关费用中不再包含辞退补偿款，相关薪酬较上年下降 373.66 万元；2）受疫情影响，2020 年上半年发行人管理人员绩效提成较低，抵消了部分年度涨薪的金额；3）随着业务规模扩大，发行人于 2020 年度管理行政人员增加，新入职员工平均工资水平较低，拉低了人均薪酬。

同行业可比公司管理人员人均薪酬与公司销售人员人均薪酬比较如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏美达	36.94	45.45	53.40
棒杰股份	**15.01**	12.72	12.49
健盛集团	13.03	13.92	7.88
万代服装	未披露	13.06	14.55
同行业平均水平	**21.66**	**21.29**	**22.08**
发行人	**18.83**	**23.02**	**18.52**

注：平均管理费用核算人数=（期初人数+期末人数）/2

报告期内，发行人管理人员人均薪酬低于苏美达，主要系相较于苏美达等上市公司，发行人尚处于高速发展阶段，业务规模相对较小，因此管理人员平均薪酬较低。相较于棒杰股份、健盛集团和万代服装，发行人管理人员人均薪酬较高，主要系报告期内，发行人深入探索和实施阿米巴经营管理模式，管理层级较为扁平，同时，发行人自有工厂规模相较于同行业可比公司少，后勤人员规模较小，因此公司管理及行政人员数量少于同行业可比公司，而较高薪酬的高等级管理人员在总体管理及行政人员中的占比较高，拉高了发行人管理人员人均薪酬水平。

报告期内，发行人管理人员人均创收与同行业公司对比情况：

单位：万元

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏美达	14,247.10	13,423.27	14,847.62
棒杰股份	**410. 25**	395.33	274.99
健盛集团	250.39	263.17	200.95
万代服装	未披露	553.44	674.29
同行业平均水平	**4, 969. 24**	**3,658.80**	**3,999.46**
发行人	**1,628.36**	**1,041.40**	**1,080.88**

注：1、人均创收=营业收入/((期初人数+期末人数)/2)；
2、上市公司数据来源于公开披露信息

报告期内，发行人管理人员人均创收低于苏美达，但高于其他同行业上市公司，主要系苏美达业务规模远大于发行人及其同行业可比公司，业务较为成熟且形成了一定的规模效应，管理人员人均创收较高；相较于其他同行业可比公司，发行人管理层级较为扁平，管理人员较少，使得管理人员人均创收高于同行业可比公司。

（2）服务费

报告期内，公司的管理费用的服务费金额分别为 176.83 万元、387.21 万元和 1,452.05 万元，呈持续增长趋势。

2019 年相比 2018 年增加了 210.38 万元，主要是发生 IPO 中介机构费用 36.50 万元以及股改前发生的中介机构费用 88.85 万元，其次是 2019 年柬埔寨公司设立时发生的注册费用及相关设备及材料的进口服务费 40.83 万元。

2020 年服务费相比 2019 年增加了 1,064.84 万元，主要包括募投项目咨询费、阿米巴培训服务费、与 IPO 相关的中介机构费和咨询费等。

（3）会务费

报告期内，管理费用的会务费金额分别为 112.74 万元、223.56 万元和 168.18 万元。2019 年相比 2018 年增加了 110.82 万元。主要系公司为了提升管理水平和加强人才培养，与上海交通大学合作，开展了三问家居中高层管理者特训营，相关费用为 66.00 万元。

（4）差旅费

报告期内，管理费用的差旅费金额分别为 125.14 万元、182.02 万元和 45.79 万元。2019 年相比 2018 年增加了 56.88 万元，主要系 2019 年为了应对中美贸易战的潜在影响，公司加强了对客户的现场拜访和沟通，导致差旅费增加。2020 年，由于新冠疫情的影响，差旅费较低。

（5）管理费用率与同行业可比公司比较

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率比较情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600710	苏美达	0.83%	1.10%	1.09%
002634	棒杰股份	**8.33%**	7.34%	10.71%
603558	健盛集团	9.78%	8.51%	7.19%
/	万代服装	未披露	3.20%	2.91%
行业平均		**6.31%**	**5.04%**	**5.48%**
三问家居		**2.56%**	**3.65%**	**2.65%**

注：上述数据来源于公开披露的年报、半年报及招股说明书。截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报

报告期内，公司管理费用率低于同行业可比公司平均水平，与万代服装相当。棒杰股份的管理费用率高于公司，主要是其营业收入规模较小，相应的导致管理类人员的工资薪金和办公楼的折旧摊销费用等占收入的比例较高。健盛集团的管理费用率高于公司，主要是其管理类人员的工资薪金和办公楼的折旧摊销费用等占收入的比例较高。

3、研发费用分析

报告期内，公司将子公司亮丰新材料发生的研发支出计入研发费用，亮丰新材料于 2018 年新成立，公司报告期内的研发费用如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工工资及福利费	174.05	45.40%	124.09	54.85%	43.58	68.35%
打样费	140.58	36.67%	70.56	31.19%	13.08	20.52%
折旧及摊销	2.40	0.63%	1.60	0.71%	-	-
其他	66.34	17.30%	29.98	13.25%	7.10	11.14%
合计	**383.36**	**100.00%**	**226.23**	**100.00%**	**63.76**	**100.00%**

公司的研发费用主要是职工工资及福利费和打样费等。公司将面料研发作为设计创新的重要一环，致力于向客户提供具有独特功能性、舒适度和优良触感的面料的产品，投入的研发支出逐年增加。

报告期内，公司按项目的研发费用投入如下：

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	2020 年度	2019 年度	2018 年度	完成进度
1	再生纤维技术在面料上的研发与应用	140.00	-	86.57	34.84	已完成
2	特殊原材料的面料研发与生产技术	160.00	-	84.14	28.92	已完成
3	全消光绒类织物	220.00	158.22	23.30	-	正在研发
4	维生素织物的制备与应用	180.00	225.14	32.23	-	正在研发
合计			**383.36**	**226.23**	**63.76**	

报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用的构成情况如下：

单位：万元

指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息支出	588.65	467.27	484.79
减：利息收入	112.29	68.21	72.38
汇兑损益	3,528.38	-305.37	-1,072.85
其他	106.16	92.10	102.06
合计	**4,110.90**	**185.79**	**-558.38**

注：汇兑损益中的负号为收益

报告期内，公司的财务费用分别为-558.38 万元、185.79 万元和 4,110.90 万元，主要由利息支出、利息收入、汇兑损益和其他构成。

报告期内，公司的利息支出为借款利息支出。公司的利息收入，主要为日常存款利息收入。2020 年度，受美元兑人民币汇率下降的影响，形成 3,528.38 万元汇兑损失。

（五）其他收益及营业外收支分析

1、其他收益

报告期内，公司其他收益的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与日常活动相关的政府补助	1,251.31	629.65	800.64
利润总额	**15,083.38**	**10,297.12**	**9,217.54**
政府补助占利润总额比例	**8.30%**	**6.11%**	**8.69%**

报告期内，公司获得的政府补助占利润总额的比例小于 10%，占比较低。公司对政府补助不存在重大依赖。

单位：万元

项目	与资产相关/与收益相关	2020 年度	2019 年度	2018 年度
促进外贸转型款	与收益相关	608.10	210.08	307.73
闵行区浦江镇企业扶持资金	与收益相关	301.00	257.00	468.00
2019 年度园区重点项目立项资助款	与收益相关	-	100.00	-
文创项目扶持资金	与收益相关	80.00	-	-
中国出口信用保险公司上海分公司保险费扶持资金	与收益相关	158.14	11.67	-
现代服务业政策扶持经费	与收益相关	50.00	-	-
其他	与收益相关	54.06	50.90	24.91
合计		**1,251.31**	**629.65**	**800.64**

2、营业外收入和支出

报告期内，公司的营业外收入和支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
违约金收入	14.68	121.95	93.39
与日常经营活动无关的政府补助	145.29	-	-
提前退租补偿	310.24	-	-
其他	183.23	1.64	0.86
合计	**653.44**	**123.59**	**94.24**
违约赔偿支出	23.25	99.75	27.77
捐赠支出	51.01	0.50	2.22

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非常损失	973.61	-	-
其他	40.17	2.97	3.73
合计	**1,088.05**	**103.22**	**33.72**

违约金收入主要是部分客户临时取消订单，给予公司的补偿。违约赔偿支出主要是客户取消订单后，公司支付给相应的供应商的补偿款。营业外收入其他主要系公司收到中信保因发行人客户破产所支付的保险赔偿。

2020 年的非常损失，是由于 2020 年 5 月子公司常熟中堂租用的仓库因电线老化发生火灾，公司寄存于仓库的口罩等存货因火灾烟雾、消防喷淋等原因受到污染，口罩已经不符合国家制定的《医用外科口罩，YY0469-2011》、《工业防尘口罩，GB2626-2006/2019》、《医用防护口罩，GB19083-2010》等标准，相应的存货损失及对应的进项税转出作为营业外支出。

3、政府补助的具体情况

报告期内，公司取得的各项政府补助具体情况如下：

（1）2020年度取得的各项政府补助

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
促进外贸转型款-2020	2020 年市外经贸发展专项资金	2020/12/21	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	231.16
浦江镇企业扶持资金-中介服务费补贴	浦江镇人民政府《情况说明》企业扶持资金中介服务补贴	2020/2/17	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	227.00
促进外贸转型款	《市商务委关于开展 2019 年国家外经贸发展专项资金（促进外贸转型和创新发展）申报工作的通知》（上海市商务委员会，2019.08.07）	2020/5/8	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	211.98
促进外贸转型款-稳外资外贸	闵行区政策性信用保险保费扶持资金	2020/12/10	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动	114.97

第一批拨款				相关	
中国出口信用保险公司上海分公司保险费扶持资金	《上海市关于出口信用保险专项扶持资金的操作办法[试行]》（沪经贸财[2003]619号）	2020/6/21	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	68.58
中国出口信用保险公司上海分公司保险费扶持资金	《上海市关于出口信用保险专项扶持资金的操作办法[试行]》（沪经贸财[2003]619号）	2020/7/26	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	60.62
现代服务业政策扶持经费	关于组织申报2020年度闵行区现代服务业政策（第一批）的通知	2020/6/29	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	50.00
促进外贸转型款	2020年市外经贸发展专项资金（品牌项目）	2020/11/16	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	50.00
文创项目扶持资金[注1]	《上海市文化创意产业推进领导小组办公室关于印发<2019年度上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金项目申报指南>的通知》（沪文创办[2019]1号）	2018/11/29	其他收益	用于补偿企业以后发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	50.00
闵行区浦江镇企业扶持资金	闵行区浦江镇企业扶持资金技术服务费	2020/11/12	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	43.00
文创项目扶持资金	《上海市文化创意产业推进领导小组办公室关于印发<2019年度上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金项目申报指南>的通知》（沪文创办[2019]1号）	2020/3/25	其他收益	用于补偿企业以后发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	30.00
中国出口信用保险公司上海分公司保	《上海市关于出口信用保险专项扶持资金的操作办法[试行]》（沪	2020/6/30	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	28.94

险费扶持资金	经贸财[2003]619号）				
文创项目扶持资金	闵行区浦江镇企业扶持资金技术服务费	2020/11/6	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	17.00
中国出口信用保险公司上海分公司保险费扶持资金	浦江镇人民政府《情况说明》	2020/2/14	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	14.00
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/4/27	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	10.52
其他	上海南虹桥商务发展有限公司《情况说明》	2020/4/7	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	9.00
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2020/3/21	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	8.30
其他	2020 年第二批企业扶持资金	2020/12/14	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	5.00
其他	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/4/22	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	3.07
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2020/3/9	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	2.08
其他	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2020/12/11	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	2.08
其他-稳岗补贴	《关于加快兑现失业保险稳岗返还政策有关工作的通知》（苏人保就[2020]2 号）；	2020/3/11	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.99

	《张家港失业保险稳岗返还政策指南》				
其他-稳岗补贴	《关于加快兑现失业保险稳岗返还政策有关工作的通知》（苏人保就[2020]2 号）；《张家港失业保险稳岗返还政策指南》	2020/2/6	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.88
其他	《关于张家港市 2019 年度商务发展专项资金的申报通知》（张家港市商务局，2019.11.26）	2020/4/29	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.45
其他	《关于开展“疫情防控”项目制专项培训的通知》（常人社技[2020]3 号）	2020/4/23	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.35
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/4/8	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.08
其他-稳岗补贴	《关于加快兑现失业保险稳岗返还政策有关工作的通知》（苏人保就[2020]2 号）	2020/2/27	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.04
其他-浦江镇促进就业补贴款	《浦江镇人民政府办公室转发浦江镇关于进一步加强促进就业工作的实施意见的通知》（闵浦府办[2017]14 号）	2020/2/12	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.00
其他-稳岗补贴	张家港市失业保险稳岗返还政策	2020/12/28	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.80
其他-浦江镇促进就业补贴款	《浦江镇人民政府办公室转发浦江镇关于进一步加强促进就业工作的实施意见的通知》（闵浦府办[2017]14 号）；	2020/3/18	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.80

	《2019 年浦江镇促进就业补贴申报通知》（浦江镇社区事务受理服务中心 2019.11.25）				
其他-稳岗补贴	《闵行区关于全力防控疫情支持服务企业平稳健康发展的若干意见》	2020/3/23	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.57
其他-社保补贴	社保疫情吸纳性补贴	2020/10/30	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.40
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2020/3/21	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.36
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2020/4/23	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.29
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/4/8	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.26
其他	2020 年以工代训补贴	2020/12/11	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.18
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/4/8	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.17
其他-返常人员交通补贴	《关于市指挥部 12 号通告第 4 条“工业企业员工返常交通费补贴”政策操作流程的通知》（常企复防组[2020]9 号）	2020/5/13	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.12
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理	2020/6/23	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动	0.11

	的通知》（财行[2019]11 号）			相关	
其他-个税手续费返还其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/5/7	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.11
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2020/5/30	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.04
其他	《关于调整超比例安排残疾人就业单位奖励标准的通知》（沪残工委[2014]3 号）	2020/3/25	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.02
IPO 补助	闵行区鼓励引导企业上市（挂牌）的实施意见	2020/9/30	营业外收入	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动无关	100.00
IPO 补助	2020 年度上海市中小企业发展专项资金	2020/9/17	营业外收入	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	35.00
IPO 补助	闵行区鼓励引导企业上市（挂牌）的实施意见	2020/9/30	营业外收入	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动无关	10.29
合计					1,396.60

（2）2019年度取得的各项政府补助

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
促进外贸转型款	《关于开展 2018 年国家外经贸发展专项资金（促进外贸转型和创新发展）申报工作的通知》（上海市商务委员会，2019.01.03）	2019/8/13	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	210.08
闵行区浦江镇企业扶持资金	浦江镇人民政府《情况说明》	2019/3/28	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	131.00

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
浦江镇政府企业扶持资金-保险费	浦江镇人民政府《情况说明》	2019/9/23	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	126.00
2019 年度园区重点项目立项资助款	《关于开展张江国家自主创新示范区专项发展资金 2019 年重点项目申报的通知》（上海推进科技创新中心建设办公室，2019.04.29）	2019/11/22	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	100.00
其他-增值税返还	上海南虹桥商务发展有限公司《情况说明》	2019/7/3	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	14.00
中国出口信用保险公司上海分公司保险费扶持资金	《上海市关于出口信用保险专项扶持资金的操作办法[试行]》（沪经贸财[2003]619 号）	2019/10/27	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	11.67
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2019/3/8	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	9.25
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2019/10/15	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	7.30
其他	《市商务委、市财政局关于印发<上海市外经贸发展专项资金（中小企业国际市场开拓资金）实施细则>的通知》（沪商财[2016]376 号）；《市商务委关于做好上海市 2018 年度外经贸发展专项资金（中小企业国际	2019/7/31	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	6.50

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
	市场开拓资金）申报工作的通知》（沪商财[2018]203 号）				
其他	《浦江镇人民政府办公室转发浦江镇关于进一步加强促进就业工作的实施意见的通知》（闵浦府办[2017]14 号）	2019/2/22	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	4.25
其他	上海南虹桥商务发展有限公司《情况说明》	2019/11/21	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	4.00
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2019/9/21	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	2.26
其他	《浦江镇人民政府办公室转发浦江镇关于进一步加强促进就业工作的实施意见的通知》（闵浦府办[2017]14 号）	2019/6/19	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.09
其他-稳岗补贴	《省人力资源和社会保障厅省财政厅关于进一步做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》（苏人社发[2015]245 号）	2019/12/4	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.81
其他-带动就业补贴款	《关于落实本市鼓励创业带动就业专项行动计划有关事项的通知》（沪人社规[2018]37 号）	2019/11/30	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.58
其他-促进就业补贴款	《浦江镇人民政府办公室转发浦江镇关于进一步加强促进就业工作的实施意见的通知》（闵浦府办	2019/1/19	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.40

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
	[2017]14 号）				
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2019/10/14	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.16
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2019/4/30	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.10
其他-带动就业补贴款	《关于落实本市鼓励创业带动就业专项行动计划有关事项的通知》（沪人社规[2018]37 号）	2019/9/26	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.08
其他	《上海市人力资源社会保障局等关于进一步做好本市青年就业创业见习工作的通知》（沪人社规[2017]22 号）	2019/9/11	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.07
其他-个税手续费返还	《关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2019]11 号）	2019/6/30	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.05
合计					629.65

（3）2018年度取得的各项政府补助

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
浦江镇政府企业扶持资金	浦江镇人民政府《情况说明》	2018/4/24	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	468.00
促进外贸转型款	《市商务委关于开展 2017 年度国家外经贸发展专项资金（促进外贸转型和创新发展）申报工作的通知》（上海市	2018/8/15	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	307.73

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
	商务委员会，2017.11.16）				
其他	上海南虹桥商务发展有限公司《情况说明》	2018/7/9	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	12.00
其他-经济转型升级奖励	常熟市人民政府碧溪街道办事处《证明》工业经济转型升级奖励	2018/12/26	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	5.00
其他-个税手续费返还	《财政部、国家税务总局、中国人民银行关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2005]365 号）	2018/3/27	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	2.17
其他-稳岗补贴	《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规[2018]20 号）	2018/6/29	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.88
其他-促进就业补贴款	《浦江镇人民政府办公室转发浦江镇关于进一步加强促进就业工作的实施意见的通知》（闵浦府办[2017]14 号）	2018/2/1	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.65
其他-个税手续费返还	《财政部、国家税务总局、中国人民银行关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》（财行[2005]365 号）	2018/3/27、2018/6/25	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	1.60
其他-专利资助	《上海市专利资助办法》（沪知局[2017]61 号）	2018/3/27	其他收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	0.61
文创项目首款扶持资金[注1]	《上海市文化创意产业推进领导小组办公室关于印发<2019 年度上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金项目	2018/11/29	递延收益	用于补偿企业已发生的相关成本费用且与日常经营活动相关	-

补助内容	补助依据	到账时间	计入科目	划分依据	计入当期损益的金额（万元）
	申报指南>的通知》（沪文创办[2019]1 号）				
合计					800.64

注 1：公司根据《上海市文化创意产业推进领导小组办公室关于印发<2019 年度上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金项目申报指南>的通知》（沪文创办[2019]1 号）与上海市闵行区文化创意产业推进领导小组办公室于 2018 年 11 月签订了《基于旗袍和中国文化相融合的设计能力提升和推广》任务书并收到 50 万元款项目。根据任务书约定，上海市闵行区文化创意产业推进领导小组办公室在项目验收未通过时取消拨付项目尾款并视项目实施情况保留追回已拨付的资金权力，2020 年该项目通过专家组以及闵行区文创办的验收。因此，公司在 2018 年收到该项政府补助时确认为递延收益，在 2020 年通过验收后结转至其他收益。

公司按照《企业会计准则第16号——政府补助》（财会〔2017〕 15号）相关规定，将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；除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。

与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。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，计入当期损益和冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益和冲减相关成本。

与企业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。与企业日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

报告期内，公司政府补助已按上述规定进行了恰当的处理，符合企业会计准则的相关规定。

（六）其他影响损益的科目分析

1、投资收益

报告期内，发行人投资收益明细如下：

期间	金融工具	约定交割日	名义金额（美元万元）	协议汇率	约定交割日即期汇率	投资收益/（投资损失）（人民币万元）
2020 年度	远期结售汇	2020/2/11	400.00	7.0174	6.9639	21.40
	远期结售汇	2020/2/28	415.00	6.7320	6.9933	-108.44
	远期结售汇	2020/2/28	185.00	6.7320	6.9933	-49.95
	远期结售汇	2020/2/28	70.00	7.0320	6.9933	2.71
	远期结售汇	2020/3/18	200.00	7.0263	6.9998	5.30
	远期结售汇	2020/4/16	13.70	7.0289	7.0637	-0.48
	远期结售汇	2020/4/17	25.00	7.0289	7.0597	-0.77
	远期结售汇	2020/4/20	25.00	7.0289	7.0627	-0.85
	远期结售汇	2020/4/21	36.00	7.0289	7.0747	-1.65
	远期结售汇	2020/4/21	58.00	7.0289	7.0747	-2.66
	远期结售汇	2020/4/21	36.00	7.0289	7.0747	-1.65
	远期结售汇	2020/4/22	6.30	7.0289	7.0747	-0.29
	远期结售汇	2020/4/27	150.00	7.0780	7.0597	2.75
	远期结售汇	2020/4/30	30.00	7.0810	7.0467	1.03
	远期结售汇	2020/5/6	170.00	7.0810	7.0747	1.07
	远期结售汇	2020/5/8	350.00	7.0880	7.0597	9.91
	远期结售汇	2020/5/11	100.80	7.0541	7.0617	-0.77
	远期结售汇	2020/5/12	111.00	7.0541	7.0822	-3.12
	远期结售汇	2020/5/13	51.10	7.0541	7.0762	-1.13
	远期结售汇	2020/5/15	100.00	7.0933	7.0827	1.06
	远期结售汇	2020/5/19	21.20	7.0541	7.0911	-0.78
	远期结售汇	2020/5/21	15.90	7.0541	7.0901	-0.57
	远期结售汇	2020/5/21	150.00	7.0922	7.0901	0.32
	远期结售汇	2020/5/27	340.00	7.1000	7.1316	-10.74
	远期结售汇	2020/6/3	375.00	7.1061	7.0872	7.09
	远期结售汇	2020/6/3	125.00	7.1061	7.0872	2.36
	远期结售汇	2020/6/4	300.00	7.0931	7.1146	-6.45
	远期结售汇	2020/6/4	160.00	7.1000	7.1146	-2.34
	远期结售汇	2020/6/8	300.00	7.0979	7.0707	8.16
	远期结售汇	2020/6/11	150.00	7.0922	7.0462	6.90
	远期结售汇	2020/6/16	200.00	7.0931	7.0667	5.28
	远期结售汇	2020/6/25	300.00	7.0570	7.0667	-2.91

期间	金融工具	约定交割日	名义金额（美元万元）	协议汇率	约定交割日即期汇率	投资收益/（投资损失）（人民币万元）
	远期结售汇	2020/6/29	200.00	7.1000	7.0627	7.46
	远期结售汇	2020/6/29	100.00	7.1000	7.0627	3.73
	远期结售汇	2020/6/29	250.00	7.1000	7.0627	9.33
	远期结售汇	2020/6/29	100.00	7.0955	7.0627	3.28
	远期结售汇	2020/6/30	160.00	7.1000	7.0527	7.57
	远期结售汇	2020/7/15	90.00	7.1000	6.9848	10.37
	远期结售汇	2020/7/23	100.00	7.1000	6.9903	10.97
	远期结售汇	2020/7/30	400.00	7.0538	6.9848	27.60
	远期结售汇	2020/8/27	500.00	7.0565	6.9235	66.50
	远期结售汇	2020/8/25	490.00	7.0216	6.8970	61.05
	远期结售汇	2020/9/10	53.00	7.0325	6.8241	11.05
	远期结售汇	2020/9/11	30.00	7.0335	6.8236	6.30
	远期结售汇	2020/9/17	127.00	7.0594	6.7573	38.37
	远期结售汇	2020/9/24	116.00	7.0110	6.8047	23.93
	远期结售汇	2020/9/27	100.30	7.0137	6.8102	20.41
	远期结售汇	2020/9/29	64.00	7.0124	6.8072	13.13
	远期结售汇	2020/9/29	370.00	7.0124	6.8072	75.92
	远期结售汇	2020/9/30	200.00	6.9850	6.8241	32.18
	远期结售汇	2020/10/9	120.00	7.0107	6.7074	36.40
	远期结售汇	2020/10/14	137.00	7.0197	6.7298	39.72
	远期结售汇	2020/10/20	480.00	7.0033	6.6759	157.15
	远期结售汇	2020/10/23	222.70	7.0407	6.6719	82.13
	远期结售汇	2020/10/29	297.30	7.0033	6.7029	89.31
	远期结售汇	2020/11/4	320.00	7.0110	6.6874	103.55
	远期结售汇	2020/11/6	270.00	7.0119	6.6041	110.11
	远期结售汇	2020/11/10	340.00	7.0142	6.6046	139.26
	远期结售汇	2020/11/12	292.70	7.0145	6.6001	121.29
	远期结售汇	2020/11/13	221.00	7.0011	6.6081	86.85
	远期结售汇	2020/11/19	150.00	7.0036	6.5497	68.09
	远期结售汇	2020/11/27	100.00	7.0107	6.5641	44.66
	远期结售汇	2020/12/3	529.00	7.0141	6.5422	249.64
	远期结售汇	2020/12/10	500.00	7.0626	6.5337	264.45

期间	金融工具	约定交割日	名义金额（美元万元）	协议汇率	约定交割日即期汇率	投资收益/（投资损失）（人民币万元）
	远期结售汇	2020/12/17	400.00	7.0430	6.5212	208.72
	远期结售汇	2020/12/17	400.00	7.0430	6.5212	208.72
	卖出期权	2020/12/28	1,000.00	7.1000	6.4716	50.00 注
	合计		**14,200.00**			**2,368.98**
2019 年度	远期结售汇	2019/4/29	300.00	6.7300	6.7225	2.25
	远期结售汇	2019/5/28	300.00	6.7462	6.8910	-43.44
	远期结售汇	2019/6/28	400.00	6.7472	6.8643	-46.84
	远期结售汇	2019/7/30	600.00	6.7310	6.8711	-84.06
	远期结售汇	2019/9/30	300.00	6.8000	7.1146	-94.38
	远期结售汇	2019/9/30	300.00	6.8500	7.1146	-79.38
	远期结售汇	2019/9/30	400.00	6.8500	7.1146	-105.84
	远期结售汇	2019/10/28	1,000.00	6.9270	7.0427	-115.70
	远期结售汇	2019/11/27	1,000.00	6.9270	7.0128	-85.80
	远期结售汇	2019/11/29	930.00	7.0320	7.0166	14.32
	远期结售汇	2019/12/16	400.00	7.0340	6.9823	20.68
	远期结售汇	2019/12/19	400.00	7.0340	6.9843	19.88
	远期结售汇	2019/12/27	200.00	7.0340	6.9858	9.64
	合计		**6,530.00**			**-588.67**
2018 年度	远期结售汇	2018/10/11	300.00	6.7870	6.9098	-36.84
	远期结售汇	2018/10/19	190.00	6.7870	6.9387	-28.82
	卖出期权	2018/10/30	100.00	6.5000	6.8293	-29.63
	远期结售汇	2018/10/30	450.00	6.7953	6.9574	-72.95
	远期结售汇	2018/11/2	280.00	6.8040	6.9371	-37.27
	远期结售汇	2018/11/7	210.00	6.8040	6.9065	-21.53
	卖出期权	2018/11/30	30.00	6.5000	6.9357	-12.62
	远期结售汇	2018/11/30	100.00	6.4060	6.9357	-52.97
	远期结售汇	2018/11/30	100.00	6.4008	6.9357	-53.49
	远期结售汇	2018/12/4	100.00	6.8560	6.8939	-3.79
	远期结售汇	2018/12/7	100.00	6.8560	6.8664	-1.04
	远期结售汇	2018/12/13	100.00	6.8560	6.8769	-2.09
	远期结售汇	2018/12/20	100.00	6.8560	6.8936	-3.76
	远期结售汇	2018/12/21	80.00	6.8560	6.8825	-2.12

期间	金融工具	约定交割日	名义金额（美元万元）	协议汇率	约定交割日即期汇率	投资收益/（投资损失）（人民币万元）
	远期结售汇	2018/12/21	240.00	6.7550	6.8825	-30.60
	远期结售汇	2018/12/27	30.00	6.7550	6.8894	-4.03
	卖出期权	2018/12/28	100.00	6.4180	6.8632	-42.02
	远期结售汇	2018/12/28	100.00	6.5000	6.8632	-36.32
	合计		**2,710.00**			**-471.89**

注：受美元兑人民币汇率下跌的影响，美元看涨期权的协定汇率高于交割日汇率，期权交易对方未行权，发行人于交割日确认收到的期权费作为投资收益。”

公司制定了《外汇套期保值业务管理制度》，积极规范外汇套期保值业务的管理，防范汇率波动对公司带来的经营风险，公司从制度层面要求外汇管理必须与实际业务匹配，不得影响公司的正常生产经营，不得进行以投机为目的的外汇交易，并在实际执行过程中积极加强管理。

2、公允价值变动损益

报告期内，金融资产的公允价值变动损益（“-”为损失）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			
其中：远期外汇合约	1,550.19	178.87	-
合计	**1,550.19**	**178.87**	**-**

公司业务以外销为主，且主要以美元结算。为减小汇率波动风险，公司与银行签订了远期售汇协议，公允价值变动损益为期末持有的未到期的远期外汇合约的公允价值变动。

报告期内，公允价值变动损益明细具体如下：

期间	金融工具	未交割金额（万美元）	协定汇率	公允价值变动损益[注]（万元人民币）
2020 年度	远期结售汇	400.00	7.1300	228.85
	远期结售汇	200.00	7.1300	111.78
	远期结售汇	200.00	7.1200	110.10
	远期结售汇	300.00	7.1411	164.09
	远期结售汇	400.00	7.1490	222.37
	远期结售汇	400.00	7.1490	222.52

期间	金融工具	未交割金额（万美元）	协定汇率	公允价值变动损益[注]（万元人民币）
	远期结售汇	400.00	7.1490	222.37
	远期结售汇	400.00	7.1520	222.65
	远期结售汇	400.00	7.1562	224.32
	冲回交割上年度金融资产所冲减的公允价值变动损益			-178.87
	合计			**1,550.19**
2019 年度	远期结售汇	400.00	7.0224	18.04
	远期结售汇	600.00	6.7320	-146.44
	远期结售汇	70.00	7.0320	3.82
	远期结售汇	400.00	7.0263	17.99
	远期结售汇	200.00	7.0289	8.63
	远期结售汇	300.00	7.0541	19.60
	远期结售汇	300.00	7.0570	19.51
	远期结售汇	400.00	7.0538	23.13
	远期结售汇	500.00	7.0565	28.70
	远期结售汇	700.00	7.0594	40.18
	远期结售汇	1,130.00	7.0407	40.75
	远期结售汇	2,000.00	7.0433	69.62
	远期结售汇	1,000.00	7.0461	35.33
	合计			**178.87**

注：发行人根据银行在各期末提供的《衍生交易市值重估通知书》中所列示公司远期结售汇的公允价值，计算各期未交割远期结售汇工具的公允价值变动损益。

3、信用减值损失和资产减值损失

报告期内，公司的信用减值损失/资产减值损失（“-”为损失）如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款坏账损失	-749.79	163.83	-
其他应收款坏账损失	-26.13	-3.91	-
信用减值损失	**-775.91**	**159.93**	**-**
应收账款坏账准备	-	-	-435.65
其他应收款坏账准备	-	-	14.09
存货跌价准备	-4,545.57	-165.35	-228.65
资产减值损失	**-4,545.57**	**-165.35**	**-650.21**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	**-5,321.48**	**-5.42**	**-650.21**

根据 2019 年 4 月 30 日财政部颁布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），自 2019 年起，企业发生的应收款项坏账损失通过信用减值损失科目列报。因此，2019 年度公司发生的坏账损失从“资产减值损失”调整至“信用减值损失”科目核算。

报告期内，公司信用减值损失与资产减值损失合计分别为-650.21 万元、-5.42 万元和-5,321.48 万元。2020 年的资产减值损失为-4,545.57 万元，主要是公司期末持有的口罩和手套等医护类产品的价格波动较大，公司在考虑了在手订单等因素后，基于谨慎考虑计提了存货跌价准备。

（七）纳税情况

报告期内，公司企业所得税的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	4,636.43	2,886.30	2,629.05
递延所得税费用	-497.70	108.30	-10.59
所得税费用合计	**4,138.73**	**2,994.60**	**2,618.46**
所得税费用占利润总额的比例	**27.44%**	**29.08%**	**28.41%**

报告期内，公司所得税费用分别为 2,618.46 万元、2,994.60 万元和 4,138.73 万元，占利润总额比例分别为 28.41%、29.08%和 27.44%，报告期内公司所得税费用占比和公司当期实际执行的企业所得税税率基本匹配。

（八）第三方回款情况

1、第三方回款总体情况

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
客户的代理商回款	4,391.14	9,113.40	6,294.28
老南非公司	-	-	478.80
合计	**4,391.14**	**9,113.40**	**6,773.08**

报告期内发生的第三方回款主要有以下两种情况：

（1）客户通过代理商第三方回款

在纺织品及其他品类的国际贸易中，境外客户通过代理商进行采购的模式较为普遍，可以提高其采购效率并有效减少其风险。报告期内，发行人部分海外客户通过香港利丰和威林干那两家香港的供应链物流管理公司进行采购和支付货款。发行人、海外客户与代理商之间均会签署三方订单，明确规定支付事项与流程，该类第三方回款具有合理性。

1）主要代理商的基本情况

报告期内，境外客户主要通过香港利丰和威林干那作为代理商与发行人进行业务来往，上述代理商基本情况列式如下：

公司名称	LI & FUNG LTD.（利丰有限公司）
注册资本	106,736,586.325 港币
香港公司成立时间注	1992-6-26
实际控制人	冯氏家族
公司简介	利丰有限公司是一家香港为总部的跨国公司，系领先的消费产品设计、采购及分销公司。公司为超过 50 个经济体的零售商及知名品牌提供全球范围内的供应链管理服务。
2019 年收入	1,141,331 万美元
2019 年净利润	5,427 万美元
是否为上市公司或上市公司控股子公司	曾为港交所上市公司，已于 2020 年 5 月私有化
与发行人是否存在关联关系	否

注：与公司发生直接业务的供应链管理公司主要为 LI & FUNG LTD 的新加坡子公司 LF CENTENNIAL PTE LTD 以及香港子公司 LI AND FUNG(TRADING)LIMITED。

以上信息来源于公司官网、公司年报等公开资料以及中国出口信用保险公司出具的海外资信报告。（下同）

公司名称	William E. Connor & Associates Ltd (威林干那有限公司)
注册资本	1,000,000 港币
成立时间	1983-5-24
实际控制人	Connor II William Edwin
公司简介	威林干那是一家全球性制成品采购与行销的集团，为全球超过 60 个领先品牌和零售商提供供应链管理服务。
是否为上市公司或上市公司控股子公司	否
与发行人是否存在关联关系	否

注：与公司发生直接业务的供应链管理公司主要为 William E. Connor & Associates Ltd 及其关联方 Worldwindows (HK) Limited。

2）发行人与代理商、客户三方之间签署的合同安排以及代理商在交易中所扮演角色

部分境外最终客户因自身海外采购规模相对较小、不完全具备全球化的采购体系，或考虑到拟采购的品类较为细分等因素，为降低综合成本、提升采购效率等，其将采购活动交由香港利丰或威林干那等知名供应链管理公司代理。

发行人与代理商、最终客户三方之间会签署三方采购协议。协议中明确显示了购销业务的销售方为发行人，购买方为发行人的最终客户，代理商为香港利丰或威林干那等。三方采购协议中明确约定购买方指定代理商作为该购销业务的代理方，作为购买方的代表向销售方下达订单，并由代理方直接向销售方支付货款。同时，协议中约定购买方有权享有例如当货物质量不合格、交期未达要求等情况下向销售方提出索赔。

在实际业务过程中，发行人、代理商和最终客户的业务流程如下：

①业务拓展环节，最终客户向代理商提出产品品类采购需求，由代理商在中国境内寻找相关供应商，部分最终客户会要求对供应商审核，审核合格的供应商即进入代理商的合格供应商库；

②订单获取环节，最终客户向代理商提出具体产品采购需求，由代理商向发行人以及数家同行业合格供应商进行询盘初筛，以为最终客户获取合适的产品；

③产品设计打样环节，发行人根据代理商转发的最终客户的产品需求进行设计研发并确定产品方案，由代理商传递方案与样品给最终客户。该过程中代理商只是为最终客户和三问家居传递产品信息、设计方案及样品等，由最终客户选定具体供应商；

④定价环节，发行人依据最终客户选定产品的采购成本或生产成本以及自身毛利向最终客户报价，销售价格由发行人与最终客户双方协商确定。代理商只参与报价的传递，不参与双方的价格谈判；

⑤订单生成环节，最终客户通过代理商以邮件方式向发行人下达订单。同时，代理商会在其供应链管理系统中录入相关订单，生成三方采购协议并传递给各方。

⑥产品生产环节，由发行人或发行人的合作工厂进行生产。在生产期间，代理商对生产进度进行监督以保证交期能够满足客户需求。在完成生产时，代理商参与对产品的尾检和验货以保证产品质量符合客户要求。

⑦商品发货环节，发行人安排工厂交运，并由货代公司完成报关。生成的提单会发送给代理商，并由后者转交给最终客户作为付款依据。

⑧货款结算环节，最终客户将货款支付给代理商，后者再支付给发行人。

代理商在上述业务流程中主要角色是为发行人的最终客户提供信息传递、执行前期工厂审核、确定合格供应商范围、交期保证、验货、代为支付货款等代理职能。

3）发行人未将代理商认定为客户的原因

从协议约定来看，发行人与最终客户、代理商签订的三方协议中明确约定了发行人为购销业务的卖方（Vendor），最终客户为购销客户的买方（Buyer），代理商作为买方的代理（Buying Agent）行使和承担各自的权利与义务。

从业务实质来看，①代理商主要承担的是为买方提供信息传递、筛选合适的供应商、代由客户支付货款等服务，且支付的货款为原金额代付，不存在价差。不同于经销商的买断制，代理商在经济活动中主要受客户的委托代为其进行购买活动，并按约定的规则提取佣金；②作为FOB贸易模式下确认收入的主要依据，货运提单系证明货物运输合同和货物已经由承运人接收或者装船的依据，其单证上的收货方为最终客户的，收货地址也为最终客户的地址，因此货物的控制权转交给最终客户而非代理商。

综上，代理商的业务实质系为购买方提供采购服务而非经销业务，公司未将代理商认定为客户符合代理业务的一般认定标准。根据《企业会计准则—基本准则》，“实质重于形式要求企业应当按照交易或者事项的经济实质进行会计确认、计量和报告，不仅仅以交易或者事项的法律形式为依据”，因此，发行人未将代理商认定为客户。

4）发行人在交易中无需向代理商支付额外费用

代理商在业务流程中主要为发行人的最终客户提供代理服务，在实际业务过

程中，代理商赚取的佣金收入由最终客户支付，代理商在向发行人支付货款时，是按照协议约定的货款全额代为支付，发行人无需向代理商支付额外费用。

5）通过威林干那和香港利丰和威林干那等代理商实现的收入规模及其占比情况

报告期内，公司通过香港利丰（LI&FUNG）和威林干那（Williame Connor）等代理商实现的收入规模及其占比情况如下所示：

单位：万元

代理商	客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
香港利丰	Hudson's Bay Company	1,223.61	584.12	741.84
	Jo-Ann Stores, Inc.	1,096.76	2,143.01	1,688.54
	Kohl's Inc	886.63	1,200.14	1,204.71
	Country Road Clothing PTY. LTD.	179.15	37.12	32.84
	SOK Consumer Goods	74.47	55.96	62.87
	AEO Management CO.	-	-	9.40
	Bluestem Brands, INC	-	392.69	429.35
	Christy Lifestyle LLC	-	-	2.21
	EURODIF	-	25.66	44.54
	Homestead International Group LTD	-	-	218.27
	Laura Ashley	-	6.10	15.07
	Loblaw CO.LTD	-	-	152.01
	Lord & Taylor LLC	-	20.45	1.47
	Poundworld Retail Limited	-	-	19.17
	Things Remembered, INC.	-	-	137.48
威林干那	Indigo Books & Music INC.	2,140.56	2,709.14	2,996.49
	Oriflame Cosmetics AB	6.61	-	-
	Avon Operations Polska	-	-	53.77
合计		**5,607.78**	**7,174.40**	**7,810.03**
当年主营业务收入		**179,078.76**	**110,279.47**	**107,956.36**
通过代理商销售收入占当年主营业务收入的比例		**3.13%**	**6.51%**	**7.23%**

报告期内，发行人通过代理商销售收入分别为7,810.03万元、7,174.40万元和5,607.78万元，呈逐年下降趋势；通过供应链管理公司销售收入占各年度主营业

务收入的比例分别为7.23%、6.51%和3.13%，整体占比较低。

此外，由于是否采购产品的决定权在最终客户，发行人的原创设计能力较强，在通过代理商询盘获得与最终客户初次接洽的机会后，凭借优秀的产品设计和质量满足客户需求，维系客户关系并持续获取订单。在后续业务中，代理商只是作为客户采购管理的执行者，对业务的归属没有决定性的影响力。因此，发行人上述业务来源并不主要依赖于代理商。

6）同行业公司与香港利丰和威林干那和香港利丰合作是否普遍

在代理商接收到最终客户的订单需求后，通常会向发行人以及数家同行业公司进行询盘初筛，以为最终客户获取最合适的采购价格和产品，其中主要包括知名纺织品外贸公司上海晟达国际贸易有限公司、台湾地区上市公司聚阳实业股份有限公司和杭州肯特纺织科技有限公司等，因此发行人同行业公司和竞争对手与香港利丰和威林干那合作系正常现象。

除发行人外，涉及纺织、服装和其他涉及境外销售业务的上市公司、拟上市公司普遍存在部分业务和订单通过供应链管理公司执行，并通过供应链管理公司回款的情形，具体情况如下：

公司名称	所属行业	主营业务	与供应链管理公司合作情况
天元宠物	C-24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业	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，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”
凤凰画材	C241-文教办公用品制造	公司是一家长期从事专业画材产品研发、生产及销售的绘画材料供应商，公司产品以外销为主，并主要以ODM模式与客户合作	“境外客户指定付款原因如下：（1）商业合作委托付款：报告期内，发行人客户 Jo-Ann Stores, Inc.曾与 LF CENTENNIAL PTE LTD（利丰有限公司（0494.HK）的新加坡子公司，简称“利丰”）合作，利丰作为 Jo-Ann Stores, Inc.的服务商代其向发行人付款，发行人与 Jo-Ann Stores, Inc.签订的合同中对此条款进行明确约定： 为了便于外汇结算指定第三方回款：公司外销报价与结算通常用美元进行，部分国家客户（如俄罗斯）由于购汇结汇手续繁琐，通

公司名称	所属行业	主营业务	与供应链管理公司合作情况
			常指定第三方向公司支付美元。”
万事利	C-18 纺织服装、服饰业	专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售	“外销第三方回款主要有三大原因：1、部分客户出于统一调配资金、外汇额度不足等原因，统筹安排属于实际控制人控制的其他企业或统一支付平台回款； 2、部分境外客户通过 PAYPAL 及 ALIBABA 等跨境电商服务平台进行小额采购，并通过相应电商平台回款； 3、部分客户因结算便捷性、临时性资金周转等原因，通过区域代理公司、专业清关公司、专业付款机构等商业合作伙伴支付货款。 报告期内，公司境外销售客户 GUESS 通过该客户自有供应链平台集中向供应商支付款项，该平台向公司支付的每笔款项均在附言中说明系 GUESS 向公司支付的货款。”
南山智尚	精纺呢绒业务所处行业归属于“C17 纺织业”中的“172 毛纺织及染整精加工”，服装业务所处行业归属于“C18 纺织服装、服饰业”	精纺呢绒及正装职业装的研发、设计、生产与销售	“报告期内， 公司第三方回款主要来自境外收入， 境外第三方回款主要因客户指定加工厂代付、 同一集团内公司代付、 客户委托贸易公司代付等原因产生， 境内第三方回款主要因同一集团内公司代付、客户关联人代付等原因产生。”
伟时电子	C397-电子器件制造业	主要从事背光显示模组、液晶显示模组等产品研发、生产、销售	“发行人客户深圳市秣科电子有限公司委托深圳市富森供应链管理有限公司支付货款，实际由深圳市富森供应链管理有限公司的中国香港子公司 JENNEX TECHNOLOGY LIMITED 来执行。”
立功科技	自主产品属于 C-39 计算机、通信和其他电子设备制造业 IC 增值分销业务属于 I65-软件和信息技术服务业	从事自主设计芯片及软件与芯片定制以及微控制器等产品为主的 IC 增值分销业务	“报告期内，公司第三方回款总额占营业收入的比重分别为 20.05%、17.98%、18.62%和 23.09%，2020 年 1-6 月，公司第三方回款占比增加，主要是由于公司对大疆创新的销售额增加，通过供应链管理公司向立功科技付款 704.52 万美元，较上年同期大幅增长。”

注：上述公司信息来源于招股说明书、问询意见回复等公告资料。

（2）老南非公司第三方回款

2016 年 7 月至 2017 年为三问体系业务过渡期，三问家居开始承接老南非公司的业务。过渡期内南非地区的业务尚未完全切换至发行人，发行人与实际控制

人控制的老南非公司之间存在关联交易，具体情况请参阅本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”章节。业务过渡期内老南非公司向发行人进行的关联采购，存在部分货款通过实际控制人王耀民控制或指定的第三方公司回款的情况。

（九）发行人外购和自产产品情况分析

报告期内，发行人自产产品主要为家纺和服饰产品。面料产品通过采购纤维、坯布等委外加工或直接定制成品的方式生产，发行人不进行自产。医护产品均为外购产品。其他产品主要为中式服饰和配饰等，除零星配饰外，均为发行人自产。

发行人结合客户产品的工艺特点、品质要求以及自有工厂和合作工厂产能安排等因素，综合考量对于客户订单采用自产或外购的决定。

1、家纺和服饰产品自产和外购对应的各类子产品的销量、单价、毛利率情况及分析

报告期内，发行人主要自产和外购产品的销量、单价和毛利率情况如下所示：

单位：万元，万件，件/元

项目		外购				自产				自产比例
		收入	销售数量	毛利率	销售单价	收入	销售数量	毛利率	销售单价	
2020年度	家纺	46,072.98	1,844.05	18.47%	24.98	11,872.69	337.03	23.86%	35.23	15.45%
	其中：毯子	26,364.71	593.99	19.59%	44.39	10,152.41	276.27	24.75%	36.75	31.75%
	靠垫	10,407.64	363.56	15.84%	28.63	1,347.73	39.39	21.73%	34.22	9.78%
	服饰	30,985.66	1,300.47	23.07%	23.83	7,272.82	168.90	20.13%	43.06	11.49%
	其中：睡衣	8,183.25	215.46	17.19%	37.98	3,275.36	62.55	19.50%	52.37	22.50%
	浴袍	6,039.21	114.87	19.21%	52.58	2,900.27	43.61	32.25%	66.50	27.52%
2019年度	家纺	45,591.85	1,483.48	18.44%	30.73	14,930.82	387.65	28.74%	38.52	20.72%
	其中：毯子	24,513.15	581.24	19.14%	42.17	13,912.29	359.48	29.31%	38.70	38.21%
	靠垫	12,986.36	495.78	16.19%	26.19	593.64	13.96	29.99%	42.51	2.74%
	服饰	27,693.48	1,190.76	23.00%	23.26	11,282.44	167.66	31.87%	67.29	12.34%
	其中：睡衣	7,319.77	204.72	19.46%	35.75	5,221.18	75.85	33.83%	68.84	27.03%
	浴袍	6,446.28	132.11	19.06%	48.79	5,128.94	73.20	33.40%	70.07	35.65%
2018年度	家纺	47,170.28	1,466.40	17.62%	32.17	9,711.80	331.35	25.56%	29.31	18.43%
	其中：毯子	25,448.65	645.75	18.52%	39.41	9,469.06	320.38	25.67%	29.56	33.16%

项目		外购				自产				自产比例
		收入	销售数量	毛利率	销售单价	收入	销售数量	毛利率	销售单价	
	靠垫	12,353.49	505.20	15.42%	24.45	53.88	1.31	39.83%	40.98	0.26%
	服饰	37,529.48	1,585.87	20.74%	23.66	10,202.26	173.18	31.78%	58.91	9.85%
	其中：睡衣	10,572.30	350.16	13.90%	30.19	4,171.99	67.76	30.24%	61.57	16.21%
	浴袍	8,014.51	177.39	15.55%	45.18	5,616.18	95.22	32.19%	58.98	34.93%

注：为保持各年度毛利率可比，计算 2020 年度毛利率的成本不含运输、港杂、清关服务等履约成本。

自产比例=自产销售数量/(自产销售数量+外购销售数量)。

由上表所示，发行人外购同类产品的毛利率通常低于自产产品，主要系外购产品的成本包含了合作供应商的毛利，单位成本相对较高，因此毛利率较低。销售单价方面，因为自有工厂的产品质量较合作供应商更高，通常所接订单的档次较高，相应销售单价也较高，除家纺类的毯子产品外，其他主要产品自产的销售单价均高于外购产品。对于毯子产品，客户Barefoot Dreams的全涤针织毯档次和销售单价较高，该产品采用针织工艺生产，发行人自有工厂的针织工艺略弱，因此向针织工艺更为成熟的合作供应商常熟市宏芳针织服饰有限公司和苏州市国顺纺织饰品有限公司等进行采购，从而导致在报告期内外购毯子的销售单价略高于自产毯子。

2、发行人自产和外购项下各类产品的成本情况

报告期内，公司自产和外购同类项下各类产品的单位成本情况具体如下：

单位：万个、万件、万米、元/件、元/米

项目		外购			自产		
		成本	销售数量	单位成本	成本	销售数量	单位成本
2020年度	家纺	38,990.25	1,844.05	21.14	9,669.13	337.03	28.69
	其中：靠垫	8,785.81	363.56	24.17	1,131.76	39.39	28.74
	毯子	21,125.38	593.99	35.56	8,160.41	276.27	29.54
	服饰	25,972.75	1,300.47	19.97	5,904.14	168.90	34.96
	其中：睡衣	6,776.19	215.46	31.45	2,636.66	62.55	42.16
	浴袍	4,879.18	114.87	42.48	1,964.92	43.61	45.05
	面料	5,783.18	271.91	21.27	1,542.45	36.14	42.68
	其他	14.72	0.20	75.38	305.21	3.90	78.23
2020	家纺	37,562.28	1,844.05	20.37	9,040.34	337.03	26.82

项目		外购			自产		
		成本	销售数量	单位成本	成本	销售数量	单位成本
年度（不考虑新收入准则下的合同履约成本）	其中：靠垫	8,759.34	363.56	24.09	1,054.89	39.39	26.78
	毯子	21,125.38	593.99	35.56	7,639.75	276.27	27.65
	服饰	23,836.86	1,300.47	18.33	5,808.78	168.90	34.39
	其中：睡衣	6,776.19	215.46	31.45	2,636.66	62.55	42.16
	浴袍	4,879.18	114.87	42.48	1,964.92	43.61	45.05
	面料	5,783.18	271.91	21.27	1,490.13	36.14	41.23
	其他	14.72	0.20	75.38	305.21	3.90	78.23
2019年度	家纺	37,184.02	1,483.48	25.07	10,639.57	387.65	27.45
	其中：靠垫	10,883.42	495.78	21.95	415.62	13.96	29.76
	毯子	19,813.25	581.40	34.08	9,841.92	359.33	27.39
	服饰	21,323.72	1,190.76	17.91	7,687.00	167.66	45.85
	其中：睡衣	5,896.96	204.75	28.80	3,453.59	75.82	45.55
	浴袍	5,268.32	133.11	39.58	3,365.43	72.20	46.61
	面料	6,847.57	800.40	8.56	1,344.39	122.07	11.01
	其他	1.12	0.06	19.59	481.53	0.72	665.64
2018年度	家纺	38,858.01	1,466.40	26.50	7,229.67	331.35	21.82
	其中：靠垫	10,448.12	505.20	20.68	32.42	1.31	24.66
	毯子	20,735.01	645.75	32.11	7,038.70	320.38	21.97
	服饰	29,745.31	1,585.87	18.76	6,960.30	173.18	40.19
	其中：睡衣	9,103.00	350.16	26.00	2,910.27	67.76	42.95
	浴袍	6,768.15	177.39	38.15	3,808.35	95.22	39.99
	面料	2,065.85	178.73	11.56	-	-	-
	其他	-	-	-	378.56	0.53	713.59

发行人产品以向供应商定制采购为主，自有工厂生产的订单一般产品档次和质量要求较高、工艺更复杂，售价相应也较高，因此，自产产品的单位成本略高于外购产品的单位成本。

相反的是，报告期内毯子的外购单位成本均高于自产单位成本，主要系发行人向 Barefoot Dreams 销售的档次和价格较高的全涤针织毯，发行人没有生产该产品的相应设备，因此向针对该产品的生产工艺更为成熟的合作供应商常熟市宏芳针织服饰有限公司和苏州市国顺纺织饰品有限公司等进行采购，采购单价高于

自产毯子产品。

其他产品主要以中式服装和配饰为主，2019 年度，公司销售了部分外购的中式设计的配饰，单价较低，因此单位成本与自产中式服装差异较大。2020 年度，公司自产和外购了部分真丝口罩（套），单价相较服饰低，导致与以前年度单位成本有一定差异。

3、自产和外购产品销售对应客户构成情况

公司将合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库进行管理，会根据工厂既往生产的产品种类、质量状况、交付能力、如需客户验厂的是否已完成等信息确定订单的执行工厂。

报告期内，家纺、服饰和面料等产品各期间外购和自产产品前十大客户如下所示：

单位：万元，万件，件/元

项目	外购产品					自产产品				
	外购产品销售前十大客户	销售收入	销售数量	毛利率	销售单价	自产产品销售前十大客户	销售收入	销售数量	毛利率	销售单价
2020年度	Target	16,521.11	377.95	13.12%	43.71	Nordstrom	3,106.54	36.75	36.33%	84.53
	Barefoot Dreams	11,585.28	131.09	44.09%	88.37	Dunelm	2,397.71	85.97	10.00%	27.89
	Matalan	6,151.93	286.31	16.37%	21.49	Vera Bradley	2,391.79	53.26	32.51%	44.91
	J.C. Penney	3,507.15	336.70	15.05%	10.42	J.C.Penney	1,666.70	45.09	34.08%	36.96
	Debenhams	3,451.93	88.27	17.19%	39.10	Target	1,511.65	42.24	19.81%	35.79
	WM Morrison Supermarkets PLC	3,365.30	75.64	21.13%	44.49	上海润兆实业有限公司	1,433.36	67.65	2.29%	21.19
	Dunelm	2,681.73	55.65	18.03%	48.19	Debenhams	1,354.79	20.85	26.50%	64.99
	Walgreen	2,373.50	154.00	13.55%	15.41	Indigo Books&Music Inc.	845.39	21.12	31.90%	40.03
	Lands’ End, Inc	1,995.87	44.37	19.60%	44.98	Lands’End,Inc	760.93	13.87	29.13%	54.85
	Meijer Inc	1,650.53	658.19	21.82%	2.51	Dillard's, Inc.	649.60	8.07	18.18%	80.49
2019年度	Target	16,198.81	414.89	13.41%	39.04	VeraBradley	5,807.49	137.17	36.35%	42.34
	Matalan	7,624.50	342.16	18.86%	22.28	Nordstrom	4,951.03	63.33	41.59%	78.18
	Barefoot Dreams	6,637.91	85.59	44.59%	77.55	J.C.Penney	3,735.51	114.85	28.99%	32.52
	Nordstrom	2,873.75	42.56	31.69%	67.52	Debenhams	2,336.19	34.52	27.38%	67.67
	Debenhams	2,756.62	65.15	20.56%	42.31	Dunelm	2,175.97	66.75	12.90%	32.60
	WM Morrison Supermarkets PLC	2,608.10	55.30	23.23%	47.16	Dillard’s,Inc.	1,233.80	13.78	34.30%	89.55

项目	外购产品					自产产品				
	外购产品销售前十大客户	销售收入	销售数量	毛利率	销售单价	自产产品销售前十大客户	销售收入	销售数量	毛利率	销售单价
	Lands’ End, Inc	2,585.43	54.59	29.14%	47.36	Indigo Books&Music Inc.	1,014.68	24.14	21.68%	42.03
	Walgreen	2,360.81	164.88	15.44%	14.32	Jo-Ann Store, LLC	940.36	14.75	23.55%	63.77
	J.C. Penney	2,072.59	255.02	13.08%	8.13	Target	721.57	18.84	23.84%	38.31
	Dunelm	1,713.98	35.44	16.25%	48.36	Walgreen	615.29	14.37	26.70%	42.81
2018年度	Target	12,971.54	337.75	15.60%	38.41	J.C. Penney	4,336.33	128.93	29.51%	33.63
	Primark	8,851.84	487.01	8.13%	18.18	Nordstrom	3,675.13	47.08	41.65%	78.07
	Matalan	8,005.78	395.20	16.52%	20.26	VeraBradley	2,178.04	54.02	35.18%	40.32
	Barefoot Dreams	6,742.63	76.03	39.67%	88.68	Dunelm	1,644.76	48.14	15.28%	34.17
	Nordstrom	4,019.34	59.78	31.49%	67.23	Dillard’s,INC.	1,249.22	13.08	35.28%	95.54
	Indigo Books & Music Inc.	2,996.49	106.38	24.41%	28.17	PinkGifting&Accessories	1,198.58	34.76	20.41%	34.48
	Lands’ End, Inc	2,868.66	62.16	29.79%	46.15	Debenhams	877.78	13.47	24.73%	65.17
	WM Morrison Supermarkets PLC	2,683.58	60.71	20.87%	44.20	H&M Hennes&Mauritz GBC AB	816.77	8.40	28.62%	97.25
	Walgreen	2,608.62	131.85	10.21%	19.79	Williams-Sonoma Singapore PTE.LTD.	722.54	6.56	40.86%	110.07
	J.C. Penney	2,598.83	377.46	13.05%	6.89	Primark	611.30	88.48	-7.46%	6.91

注：为保持各年度毛利率可比，计算 2020 年度毛利率的成本不含运输、港杂、清关服务等履约成本。

报告期内，发行人家纺、服饰和面料等产品合计前十大客户外购和自产情况如下：

单位：万元，万件，件/元

项目		外购产品				自产产品			
		收入	销售数量	毛利率	销售单价	收入	销售数量	毛利率	销售单价
2020年度	Target	16,521.11	377.95	13.12%	43.71	1,511.65	42.24	19.81%	35.79
	Barefoot Dreams	11,585.28	131.09	44.09%	88.37	-	-	-	-
	Matalan	6,151.93	286.31	16.37%	21.49	112.41	5.10	15.17%	22.03
	J.C.Penney 注	3,507.15	336.70	15.05%	10.42	1,666.70	45.09	34.08%	36.96
	Dunelm	2,681.73	55.65	18.03%	48.19	2,397.71	85.97	10.00%	27.89
	Debenhams	3,451.93	88.27	17.19%	39.10	1,354.79	20.85	26.50%	64.99
	Nordstrom	547.76	7.88	27.28%	69.55	3,106.54	36.75	36.33%	84.53
	WM Morrison Supermarkets PLC	3,365.30	75.64	21.13%	44.49	244.24	4.30	23.29%	56.82
	Lands’ End,Inc	1,995.87	44.37	19.60%	44.98	760.93	13.87	29.13%	54.85
	Vera Bradley	300.92	9.35	20.15%	32.18	2,391.79	53.26	32.51%	44.91

项目		外购产品				自产产品			
		收入	销售数量	毛利率	销售单价	收入	销售数量	毛利率	销售单价
2019年度	Target	16,198.81	414.89	13.41%	39.04	721.57	18.84	23.84%	38.31
	Nordstrom	2,873.75	42.56	31.69%	67.52	4,951.03	63.33	41.59%	78.18
	Matalan	7,624.50	342.16	18.86%	22.28	127.60	4.72	42.70%	27.05
	Barefoot Dreams	6,637.91	85.59	44.59%	77.55	-	-	-	-
	Vera Bradley	249.25	8.25	27.58%	30.23	5,807.49	137.17	36.35%	42.34
	J.C. Penney 注	2,072.59	255.02	13.08%	8.13	3,735.51	114.85	28.99%	32.52
	Debenhams	2,756.62	65.15	20.56%	42.31	2,336.19	34.52	27.38%	67.67
	Dunelm	1,713.98	35.44	16.25%	48.36	2,175.97	66.75	12.90%	32.60
	Lands’End,Inc	2,585.43	54.59	29.14%	47.36	402.82	4.77	28.83%	84.51
	Walgreen	2,360.81	164.88	15.44%	14.32	615.29	14.37	26.70%	42.81
2018年度	Target	12,971.54	337.75	15.60%	38.41	7.73	0.19	19.92%	40.91
	Primark	8,851.84	487.01	8.13%	18.18	611.30	88.48	-7.46%	6.91
	Matalan	8,005.78	395.20	16.52%	20.26	101.86	3.94	33.95%	25.86
	Nordstrom	4,019.34	59.78	31.49%	67.23	3,675.13	47.08	41.65%	78.07
	J.C. Penney 注	2,598.83	377.46	13.05%	6.89	4,336.33	128.93	29.51%	33.63
	Barefoot Dreams	6,742.63	76.03	39.67%	88.68	8.01	0.10	49.58%	80.10
	Dunelm	2,105.51	42.88	19.02%	49.10	1,644.76	48.14	15.28%	34.17
	Lands’End,Inc	2,868.66	62.16	29.79%	46.15	336.54	4.05	23.84%	83.09
	Walgreen	2,608.62	131.85	10.21%	19.79	420.69	8.84	22.18%	47.59
	Indigo Books&Music Inc.	2,996.49	106.38	24.41%	28.17	-	-	-	-

注：前十大客户根据 2018 年度至 2020 年度对该客户的合计收入排序，销售收入不包含医护产品。

为保持各年度毛利率可比，计算 2020 年度毛利率的成本不含运费等履约成本。

J.C. Penney 自产和外购产品单价差异较大，主要系销售的自产产品以袜子、室内拖等单价较低的家居服饰为主，而销售外购的产品主要以单价相对较高的家纺毯子为主。

对于大部分主要客户，发行人向其销售的产品同时包括外购产品和自产产品，主要是因为客户采购产品的品类、工艺较为多样，发行人综合考虑工厂工艺优势差异、产能分配等，合理安排供应链计划。

（十）报告期内 Primark 对公司经营业绩的影响

1、发行人与 Primark 业务的基本情况

Primark 是爱尔兰的家纺服饰零售商，是公司 2017 年度的第一大客户。2018

年度，因公司向其销售的一批靠垫产品不符合质量要求向公司提出索赔，索赔事件发生后，除继续执行当时尚未执行完毕的订单外，发行人与 Primark 中止了业务往来。

2017 年度至 2020 年度，公司对 Primark 及其同一控制下企业的收入、毛利、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
Primark 收入（a）	-	63.57	9,463.13	18,947.75
主营业务收入（b）	179,078.76	110,279.47	107,956.36	108,746.19
占比（c=a/b）	-	0.06%	8.77%	17.42%
Primark 毛利（d）	-	75.15	673.74	1,398.32
主营业务毛利（e）	33,899.78	24,770.56	22,718.66	20,314.95
占比（f=d/e）	-	0.30%	2.97%	4.97%
Primark 毛利率	-	118.21%	7.12%	7.38%

注： 2019 年度，受公司与 Primark 终止合作，Primark 向公司索赔和公司向供应商追责期间不同导致收入成本不匹配的影响，公司对 Primark 毛利率较显异常。

公司对 Primark 的销售收入占 2017 年和 2018 年主营业务收入的比例为 17.42%和 8.77%，占比较大。公司对其毛利率相对较低， 2017 年和 2018 年分别为 7.38%和 7.12%。因此公司对 Primark 的销售拉低了 2017 年和 2018 年公司整体的主营业务毛利率。

2、向 Primark 的销售产品具体情况向其销售毛利率较低的原因

发行人主要于 2017 年度和 2018 年度向 Primark 销售家纺和服饰产品，其中家纺产品以毯子、毛巾、靠垫为主，服饰产品以睡衣、浴袍为主。其收入和毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目		2018 年度			2017 年度		
		收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率
家纺	毯子	2,395.99	25.32%	2.85%	7,287.08	38.46%	5.32%
	毛巾	721.57	7.63%	5.41%	150.30	0.79%	7.96%
	靠垫	-	0.00%	0.00%	1,992.48	10.52%	7.34%
服饰	家居服	1,145.35	12.10%	17.09%	32.58	0.17%	3.52%
	睡衣	1,552.39	16.40%	6.56%	4,803.16	25.35%	4.35%

项目		2018 年度			2017 年度		
		收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率
	浴袍	2,006.94	21.21%	6.77%	1,031.38	5.44%	6.17%
其他家纺服饰产品		1,640.89	17.34%	8.11%	3,650.77	19.27%	15.85%
合计		**9,463.13**	**100.00%**	**7.12%**	**18,947.75**	**100.00%**	**7.38%**

注：比例为该项产品的销售额占发行人当年向 Primark 总销售额的比重。

总体而言，发行人向 Primark 销售产品的毛利率较低，主要系:(1)Primark 是一家主打平价产品的零售商，发行人向其销售的产品主要为中低档产品，因此毛利空间较低；（2）Primark 采取招标的方式进行采购，且单次采购数量和金额较大，供应商为获取订单一般均须采用低价策略，导致毛利率较低。

当时，发行人一方面希望通过 Primark 的案例尝试对欧美中低端市场进行拓展，另一方面，由于 Primark 单次采购订单数量及金额较大，有利于为合作工厂平衡淡旺季产能分配，因此，虽然 Primark 的销售毛利率水平较低，但发行人在报告期初期与 Primark 业务往来较多。

3、与 Primark 的相关的赔偿支出和从供应商获得的赔偿收入情况，会计处理账务处理是否合规

报告期内，公司与 Primark 相关的索赔包括 2018 年度因靠垫阻燃棉质量问题事件所引起的索赔以及其他日常索赔，相关的赔偿支出和从供应商获得的赔偿收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司赔偿支出（A）	-	290.60	1,131.35
向供应商追索金额（B）	-	297.09	1,078.44
影响营业利润的金额（C=B-A）	-	6.49	-52.91
营业利润	15,517.99	10,276.76	9,157.02
占营业利润的比例	-	0.06%	-0.58%

注：2019 年度向供应商追索金额大于当年客户索赔金额主要系向供应商追索金额包含少部分上年度客户索赔金额，以及汇率引起的差额。

2018 年度和 2019 年度，Primark 索赔事件对发行人营业利润的影响分别为-0.58%、0.06%，对发行人经营业绩影响的程度较低。

公司确认赔偿支出和从供应商处获得赔偿收入的会计处理如下：

公司在收到客户的索赔清单即与客户沟通产品质量的原因，并对确属质量问题的索赔，根据《企业会计准则第 14 号-收入》的相关规定，冲减当期销售商品收入并同时冲减当期销售商品成本。已确认收入的售出商品发生的质量索赔属于资产负债表日后事项的，则按照有关资产负债表日后事项的相关规定进行会计处理。

对确属质量问题的索赔，公司根据客户的索赔清单向对应供应商发出《函告书》，冲减当期营业成本以及对该供应商的应付账款。当赔偿金额较大时，公司与相应的供应商会协商签署协议确定最终赔偿金额。

根据《企业会计准则第 13 号-或有事项》相关规定，如果某一时点企业基本确定能够收到这项潜在资产并且其金额能够可靠计量，则应当将其确认为企业的资产。发行人均在取得明确证据时，确认对客户的相关赔偿金额并冲减收入，确认对供应商的追索金额并冲减对应成本，相关会计处理合规。

4、Primark 相关产品对应的供应商采购情况

Primark 因靠垫阻燃相关质量问题向发行人索赔对应的供应商分别为常熟市康弘纺织品有限公司、杭州耐盛纺织有限公司和江苏昌新织造有限公司。报告期内，发行人向上述公司采购金额如下：

单位：万元、万件、万双等

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	采购数量	采购金额	采购数量	采购金额	采购数量
常熟市康弘纺织品有限公司	家纺	1,333.17	97.67	755.38	57.02	1,170.51	97.45
	服饰	-	-	7.25	0.13	-	-
	面料	23.00	1.49	155.44	11.53	51.59	7.00
	合计采购	1,356.17	99.16	918.06	68.68	1,222.10	104.45
杭州耐盛纺织有限公司	家纺	710.34	52.73	1,095.91	79.51	1,517.42	105.32
	合计采购	710.34	52.73	1,095.91	79.51	1,517.42	105.32
江苏昌新织造有限公司	家纺	11,570.53	317.68	11,140.79	352.38	12,697.49	353.13
	服饰	30.72	8.73	66.12	8.26	1.84	0.13
	面料	-	-	12.46	0.42	1.70	0.01
	医护	13,318.57	8,953.95	-	-	-	-
	合计采购	24,919.82	9,280.36	11,219.37	361.06	12,701.03	353.27

（1）Primark事件后相关采购和存货的处理情况

公司采用以销定产（采）的业务模式，相关靠垫产品均已向 Primark 完成发货和销售，不存在已完成采购但尚未销售的存货。Primark 事件发生后，公司也不再向供应商采购同款靠垫产品。

Primark 事件发生后，公司积极与客户沟通，妥善处理索赔、追偿事宜。2018 年度，公司完成对 Primark 的赔付，货值及其他损失共计 151.62 万美元，约合人民币 1,025.57 万元，相关产品已在客户所在地完成销毁。根据公司制定的《索赔管理操作规范》，在明确 Primark 相关产品的质量责任后，公司即向上述供应商发起索赔，分别为常熟市康弘纺织品有限公司 528.13 万元、杭州耐盛纺织有限公司 252.63 万元和江苏昌新织造有限公司 293.21 万元，合计追索金额人民币 1,073.97 万元。

（2）发行人是否仍与相应供应商合作，后续产品销售过程中是否面临质量和索赔风险

上述三家供应商与发行人的合作期限较长，且其自身资质、资源均有一定优势。Primark 事件发生后，公司要求其进行了相应整改，其后续产品质量能满足客户要求，公司继续与上述供应商进行合作。

公司在后续销售过程中，未再出现类似大规模质量和索赔事件。

5、报告期内，发行人与 Primark 中止合作后的业务发展

与 Primark 不再合作后，公司实施内部质量控制建设和外部市场渗透战略。2018 年度，公司对 Nordstrom, Barefoot Dreams, Debenhams 等外销客户的收入增长明显。同时 2018 年公司设立了子公司亮丰新材料，专注于面料的技术开发、推广和销售，2018 年面料收入相比 2017 年增长了 183.14%。综上因素，公司主营业务收入相比 2017 年仅出现-0.73%的小幅下跌。

2019 年度，公司通过加大产品设计开发继续深耕现有客户。2019 年开发了超过 11,000 张图稿，通过积极的渗透挖掘市场潜力，Target, Vera Bradley, Debenhams 等外销客户的采购额增加。同时，2019 年公司面料产品的市场认可度进一步提高，收入持续发力，相比 2018 年增长了 304.03%。综上因素，2019 年公司主营业务收入相比 2018 年增长 2.15%。

因此，报告期内，公司与大客户 Primark 中止合作，公司及时向合作工厂进行了产品质量问题责任追偿，同时强化了质量控制管理。并且公司加大了产品设计投入和供应链管理能力的提升，加强了对原有客户的市场渗透，积极投入面料产品的技术开发、市场推广和销售。公司主营业务收入仅出现小幅下跌，但未对公司的经营情况造成实质性影响。

（十一）海关数据分析

报告期内，发行人的出口业务由三问家居及其子公司亮丰新材料、心生实业的境外销售构成的。发行人外销收入与海关出口数据差异如下：

单位：万美元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海关出口统计数据（a）	24,060.92	14,891.98	16,155.49
境内主体出口数据（b）	23,888.96	14,723.63	15,919.39
数据差异（c=a-b)	171.96	168.35	236.10
其中：时间性差异	212.96	40.87	-117.93
客户质量/退回索赔	90.34	166.99	288.07
其他差异	-131.34	-39.50	65.95
差异比例（d=c/a）	0.71%	1.13%	1.46%

报告期内，发行人海关出口数据与境内主体出口数据的差异金额分别为 236.10 万美元、168.35 万美元和 171.96 万美元，差异比例分别为 1.46%、1.13%和 0.71%。形成差异的原因主要包括时间性差异和客户销售退回/索赔所形成的差异：

1、时间性差异

对于出口业务，发行人主要采取 FCA、FOB、CIF、DDP 等贸易方式，其中 DDP 和 FCA 是造成时间性差异的主要原因：

在 DDP 方式下，发行人需将货物运送至客户指定的海外目的地，才能确认收入，因此存在部分产品已完成报关但尚未确认收入的情形。

在 FCA 方式下，发行人将货物于国内交付于客户指定的运输方后即可确认收入，此时，存在年末有部分货物尚未报关，因此不在海关年末的出口数据中统计。

2、客户索赔差异/退回索赔差异

发行人的销售完成后，当客户出现终端销售退货或发现产品质量瑕疵时，会对发行人进行索赔，当期发生的索赔冲减当期的营业收入，该部分索赔不涉及货物实物的流转，因此海关出口数据不变，使得海关数据大于发行人出口销售收入金额。

综上，发行人外销出口确认收入金额与海关出口统计数据差异较小，具有合理性。

十一、资产质量分析

（一）资产构成及变化情况分析

报告期各期末，公司资产结构如下：

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	68,274.38	78.17%	38,031.41	69.81%	35,579.95	73.49%
非流动资产	19,070.13	21.83%	16,443.98	30.19%	12,833.28	26.51%
资产总计	**87,344.50**	**100.00%**	**54,475.39**	**100.00%**	**48,413.23**	**100.00%**

1、资产总额变动分析

报告期各期末，公司的资产总额分别为 48,413.23 万元、54,475.39 万元和 87,344.50 万元。2020 年 12 月末增长较多，主要是公司增加了短期借款融资，相比 2019 年末增加了 1.31 亿元，且医护类产品的销售情况良好，公司的货币资金、存货等流动资产增长较多。

2、资产构成分析

报告期各期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 73.49%、69.81%和 78.17%，主要是与公司主营业务密切相关的货币资金、应收账款、存货和预付账款等，流动资产占总资产比例较高，短期偿债能力较好。公司非流动资产占总资产的比例分别为 26.51%、30.19%和 21.83%，主要是与公司主营业务密切相关的房屋建筑物、机器设备等固定资产。

总体而言，报告期内公司资产构成及变化情况与公司生产经营模式相适应，

资产结构较为合理。

（二）流动资产结构及变化分析

报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

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	24,874.94	36.43%	16,183.58	42.55%	12,577.96	35.35%
交易性金融资产	1,729.05	2.53%	178.87	0.47%	-	-
应收账款	20,887.72	30.59%	13,554.18	35.64%	16,895.43	47.49%
预付款项	10,817.41	15.84%	3,378.86	8.88%	474.87	1.33%
其他应收款	2,142.93	3.14%	1,743.30	4.58%	2,828.16	7.95%
存货	7,158.01	10.48%	2,632.84	6.92%	2,686.64	7.55%
其他流动资产	664.32	0.97%	359.78	0.95%	116.89	0.33%
流动资产合计	**68,274.38**	**100.00%**	**38,031.41**	**100.00%**	**35,579.95**	**100.00%**

报告期内，公司的流动资产主要是由货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款和存货构成。报告期各期末，上述各项资产合计占流动资产的比例分别为99.67%、98.58%和 96.49%。报告期内，各项流动资产变动情况及具体原因分析如下：

1、货币资金

报告期各期末，公司的货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
库存现金	8.56	13.99	11.98
银行存款	22,463.55	13,918.92	12,014.77
其他货币资金	2,402.83	2,250.67	551.21
合计	**24,874.94**	**16,183.58**	**12,577.96**

报告期各期末，公司的货币资金金额分别为 12,577.96 万元、16,183.58 万元和 24,874.94 万元，占各期末流动资产比例分别为 35.35%、42.55%和 36.43%。公司货币资金主要为银行存款；其他货币资金主要为票据保证金和远期外汇保证金。

2、应收账款

报告期各期末，公司应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020/12/31	2019 年度 /2019/12/31	2018 年度 /2018/12/31
应收账款账面余额	22,361.43	14,276.32	17,788.06
应收账款账面余额增长率	56.63%	-19.74%	24.21%
营业收入	**179,119.15**	**110,388.68**	**108,088.41**
营业收入增长率	62.26%	2.13%	-0.68%
应收账款账面余额占营业收入的比例	**12.48%**	**12.93%**	**16.46%**

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 17,788.06 万元、14,276.32 万元和 22,361.43 万元，应收账款账面余额占同期营业收入的比例分别为 16.46%、12.93%和 12.48%。

2018 年末，应收账款账面余额较 2017 年末增长 24.21%，系公司对 Barefoot Dreams, Matalan 和 Kohl's 的应收账款较上年末分别增加了 2,062.83 万元、1,958.40 万元和 991.18 万元。2018 年末，公司对 Barefoot Dreams 有 2,728.66 万元的应收账款，由于对方人员休假导致付款延迟至 2019 年初。2018 年底公司对 Matalan 有 3,230.33 万元的应收账款，由于对方财务人员更换导致单据传输延误，付款延迟至 2019 年初。

2019 年末，应收账款占营业收入的比例恢复到 2017 年末的水平，与营业收入金额匹配。

2020 年末，公司应收账款余额占营业收入比例为 12.48%，系因新冠疫情影响，部分零售商客户资金链收紧，向公司申请了延期付款，前十大客户中 Nordstrom 的信用期从 45 天延长至 60 天，Debenhams Retail Limited 的信用期从 90 天延长至 120 天，Matalan 的信用期从 75 天延长至 105 天，公司逐个客户予以跟进，期后已陆续收到回款，不存在发生大额坏账损失的情况。

1）公司制定的应收账款坏账准备/预期信用损失政策

公司制定的应收账款坏账准备/预期信用损失政策的参见本节“六、主要会计政策和会计估计”之“（十二）应收款项”。

2）应收账款坏账准备/预期信用损失政策与同行业公司对比情况

公司与同行业可比公司的坏账准备/预期信用损失计提比例如下：

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
苏美达	0.50%	1.00%	8.00%	15.00%	50.00%	100.00%
棒杰股份	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%
健盛集团	5.00%	10.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
万代服装	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%
三问家居	**5.00%**	**10.00%**	**20.00%**	**50.00%**	**80.00%**	**100.00%**

注：上述数据来源于公开披露的年报、半年报及招股说明书。

公司对于应收账款的坏账准备/预期信用损失计提政策，与行业可比公司基本一致。公司在以账龄作为信用风险特征确定应收账款组合中采取的坏账准备/预期信用损失计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，会计估计符合行业惯例，较为谨慎。

3）应收账款坏账准备/预期信用损失的具体情况

报告期内，本公司对应收账款计提坏账准备/预期信用损失的情况如下：

单位：万元

日期	类别	账面余额		预期信用损失/坏账准备		账面价值
		金额	比例	金额	计提比例	
2020/12/31	单项计提预期信用损失	374.04	1.67%	374.04	100.00%	-
	按信用风险特征组合计提预期信用损失	21,987.39	98.33%	1,099.67	5.00%	20,887.72
2019/12/31	单项计提预期信用损失	-	-	-	-	-
	按信用风险特征组合计提预期信用损失	14,276.31	100%	722.14	5.06%	13,554.18
2018/12/31	单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
	按信用风险特征组合计提坏账准备	17,788.06	100%	892.63	5.02%	16,895.43

报告期内，公司不存在单项计提坏账准备/预期信用损失的情形。同时，本公司以账龄作为信用风险特征确定应收账款组合进行减值测试。报告期各期末，

公司按账龄法计提坏账准备/预期信用损失的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31			
	估计发生违约的账面余额	占比	预期信用损失率	整个存续期预期信用损失
1 年以内	21,981.46	99.97%	5.00%	1,099.07
1 年至 2 年	5.93	0.03%	10.00%	0.59
合计	**21,987.39**	**100.00%**	**5.00%**	**1,099.67**
项目	**2019/12/31**			
	估计发生违约的账面余额	占比	预期信用损失率	整个存续期预期信用损失
1 年以内	14,126.92	98.95%	5.00%	706.35
1 年至 2 年	140.87	0.99%	10.00%	14.09
2 年至 3 年	8.52	0.06%	20.00%	1.70
合计	**14,276.31**	**100.00%**	**5.06%**	**722.14**
项目	**2018/12/31**			
	账面余额	占比	坏账准备计提比例	坏账准备
1 年以内	17,723.55	99.64%	5.00%	886.18
1 年至 2 年	64.51	0.36%	10.00%	6.45
合计	**17,788.06**	**100.00%**	**5.02%**	**892.63**

报告期内，公司应收账款主要由账龄 1 年以内的应收账款组成，账龄 1 年以内的应收账款占比在 98%以上，总体来看，应收账款账龄结构合理，与公司信用期通常为 30-120 天的政策相符。公司的主要客户为 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等欧美中大型零售商和中高端品牌商，该等客户大多为大型知名企业，信用度较高，并且公司与之建立了长期稳定的合作关系。应收账款质量良好，预期损失的风险较小。

4）应收账款管理制度

公司制定了三问家居《财务管理制度》，对应收账款管理和相关岗位的责任和权限做了明确说明，并落实了以财务部门和业务经办部门人员共同负责的往来款项管理方式，并将销售款项的账龄分析、回收风险分析和拟核销情况及时整理上报管理层。公司持续跟踪和了解客户的经营状况和信用情况，加大应收账款的清收力度，防止坏账的发生。公司与客户建立良好的协调关系，并及时向客户申

请付款加快资金回流速度，以促进公司现金流的正常流转。报告期内，公司的应收账款回款情况良好，不存在大额逾期的应收账款。

同时，公司在中国出口信用保险公司对公司与主要国外客户之间的业务进行了投保，进一步降低了应收账款逾期并形成坏账损失的风险。

5）应收账款对应主要客户情况

单位：万元、次、天

年度	客户名称	应收账款余额	销售额	周转率	周转天数	信用期	期末逾期金额
2020年度	Matalan	3,737.70	6,264.34	2.68	136	105	1,901.32
	上海润兆实业有限公司	2,374.63	2,345.73	1.71	213	90	589.90
	GDTEX Inc.	2,301.36	2,433.52	2.11	173	90	-
	Barefoot Dreams	1,491.99	11,615.18	6.52	56	60	-
	Target	1,203.85	36,938.31	35.40	10	120	-
2019年度	Walgreen	2,398.55	2,976.09	2.41	152	75	1,957.35
	Barefoot Dreams	2,068.22	6,637.91	2.77	132	60	397.53
	Debenhams	1,042.63	5,092.81	6.83	53	90	38.29
	Matalan	934.70	7,752.11	3.72	98	75	149.60
	Target	883.28	16,920.38	15.23	24	120	-
2018年度	Matalan	3,230.33	8,107.64	3.60	101	75	2,451.11
	Barefoot Dreams	2,728.66	6,750.64	3.98	92	60	1,989.66
	Target	1,338.69	12,979.27	9.95	37	120	-
	Kohl's Department Stores Inc.	1,209.88	1,204.71	1.69	216	60	-
	Inticom S.P.A.	749.95	1,197.11	1.71	213	90	-

报告期内，应收账款前五大客户的应收账款周转天数大于发行人信用期，主要有两个原因，一是发行人外销的出货期主要集中于 7-12 月，其中向 GDTEX Inc. 等客户的销售集中于第四季度，导致上述客户在年末的应收账款余额较大，营业收入除以应收账款余额得到的周转率较低，但逾期应收账款金额较小；二是发行人客户以 FOB 贸易条款下的外销为主，发行人应收账款与收入确认时点同步，但客户开始计算信用期的时点一般在收到议付单据时，收到议付单据的时点一般晚于收入确认时点 15 天左右，导致发行人应收账款周转天数通常高于信用期。

发行人在信用管理方面建立了较为完善的客户信用政策管理制度，具体对客户信用期的确定和调整规定如下：

对于家纺、服饰和面料等业务的客户，发行人参考由中国出口信用保险公司出具的《海外资信报告》给予客户的评级和承保额度，并根据客户经营规模、所在国家或地区的市场地位、开发阶段的难易程度以及客户采购规模与客户协商信用期。对于老客户，每年按照《客户信用风险评估制度》从法律资质、企业基本情况、合作情况、业务及风控部门的评价等几个维度对客户进行信用风险等级评定，据此作为次年客户账期调整的依据之一。此外，当出现影响较大的政治、经济、社会事件时，如贸易战、新冠疫情等，也会与客户协商新的临时性信用期。对于医护业务，除上述因素外，还需考虑市场供需情况予以最终确定。

6）应收账款的期后回款情况

单位：万元

时间	账龄	账面余额	比例	期后回款	期后回款比例
2020/12/31	1 年以内	22,327.87	99.85%	16,132.29	72.25%
	1-2 年	33.56	0.15%		14.36%
	2-3 年	-	-	-	-
	合计	**22,361.43**	**100.00%**	**16,137.11**	**72.16%**
2019/12/31	1 年以内	14,126.92	98.95%	14,093.36	99.76%
	1-2 年	140.87	0.99%	140.87	100.00%
	2-3 年	8.52	0.06%	8.52	100.00%
	合计	**14,276.32**	**100.00%**	**14,242.75**	**99.76%**
2018/12/31	1 年以内	17,723.55	99.64%	17,582.68	99.21%
	1-2 年	64.51	0.36%	55.99	86.79%
	2-3 年	-	-	-	-
	合计	**17,788.06**	**100.00%**	**17,638.67**	**99.16%**

注：上表中 2018 年末、2019 年末应收账款期后回款金额为截至次年年末，2020 年末应收账款期后回款截止至 2021 年 3 月 31 日。

截至 2021 年 3 月末，2018 年末、2019 年末和 2020 年末的应收账款余额回款良好。

公司 2020 年末应收账款前五大期后回款情况与信用期对比如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年末余额	截止 2021 年 3 月末回款金额	信用期（天）
1	Matalan	3,737.70	2,946.06	105
2	上海润兆实业有限公司	2,374.63	581.84	90
3	GDTEX Inc.	2,301.36	2,301.36	90
4	Barefoot Dreams	1,491.99	1,491.99	60
5	Target.	1,203.85	1,203.85	120

截止 2021 年 3 月 31 日，发行人前五大客户中，除上海润兆实业有限公司外，其余客户的应收账款期后回款情况良好，与信用政策匹配。

上海润兆实业有限公司于 2018 年度与发行人首次发生业务往来，主要向发行人采购家纺、服饰成品后直接对零售渠道销售，以及向发行人采购面料产品，通过其外协加工厂制成成品后对零售渠道进行销售。截至本招股书说明书签署日，上海润兆实业有限公司累计已回款 677.43 万元，剩余款项正陆续回款，对方经营情况正常，发行人已根据预期信用损失率计提坏账。

公司 2019 年末应收账款前五大期后回款情况与信用期对比如下：

序号	客户名称	2019 年末余额	截止 2020 年 12 月 31 日回款金额	信用期（天）
1	Walgreen	2,398.55	2,398.55	75
2	Barefoot Dreams	2,068.22	2,068.22	60
3	Debenhams	1,042.63	1,015.00	120
4	Matalan	934.70	934.70	60
5	Target	883.28	883.28	120

截止 2020 年 12 月 31 日，2019 年末的应收账款中，除了 Debenhams 还剩余 27.63 万元未归还外，公司应收账款均已全部回款，与信用政策匹配，不存在较大的坏账风险。发行人已于 2020 年末对 Debenhams 进行单项全额计提坏账准备。

公司 2018 年末应收账款前五大期后回款情况与信用期对比如下：

序号	客户名称	2018 年末余额	截止 2019 年 12 月 31 日回款金额	信用期（天）
1	Matalan	3,230.33	3,230.33	60
2	Barefoot Dreams	2,728.66	2,728.66	60
3	Target	1,338.69	1,338.69	120

4	Kohl's Department Stores Inc.	1,209.88	1,209.88	60
5	Inticom S.P.A	749.95	749.95	90

截止 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五户均已全部回款，与信用政策匹配。

7）应收账款余额占营业收入比例与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司的应收账款余额与营业收入的比例情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年/ 2020/12/31	2019 年/ 2019/12/31	2018 年/ 2018/12/31
600710	苏美达	7.99%	9.29%	10.12%
002634	棒杰股份	**14.95%**	18.52%	11.22%
603558	健盛集团	21.06%	18.44%	19.32%
/	万代服装	未披露	22.34%	20.76%
行业平均		**14.67%**	**17.15%**	**15.35%**
三问家居		12.48%	**12.93%**	**16.46%**

注：上述数据来源于公开披露的年报、半年报及招股说明书。截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报

报告期各期末，公司的应收账款余额与营业收入的比例略低于同行业可比公司的平均水平，主要是公司外销平均占比超过 90%，高于同行业可比公司，且客户多为欧美中大型零售商和中高端品牌商，其资金实力较好、信誉度较高，国外客户公司在信用期内付款较为及时。因此，公司应收账款占比相对较低，应收账款余额合理。

3、预付款项

报告期各期末，公司预付款项账龄结构如下：

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	10,817.41	100.00%	3,378.86	100.00%	474.87	100.00%
1 年至 2 年	-	-	-	-	-	-
合计	**10,817.41**	**100.00%**	**3,378.86**	**100.00%**	**474.87**	**100.00%**

报告期各期末，公司的预付款项余额分别为 474.87 万元、3,378.86 万元和 10,817.41 万元，占各期末流动资产的比例分别为 1.33%、8.88%和 15.84%。报告

期内，预付账款余额呈上升趋势，主要为预付成品家纺、服饰以及医护产品采购款增加。

一方面，由于国际油价波动频繁，为了避免 PTA 等大宗有机原料价格波动所导致化纤、面料等原材料以及成品成衣的采购价格波动，公司 2019 年向合作工厂预付了部分货款，以便其提前锁定成品家纺和服饰产品的采购价格；另一方面，公司为降低采购成本，以预付方式与供应商签订来年采购的框架协议/定作意向书，通过约定较大的采购数量以换取预期较低的采购单价。

2020 年 12 月末，预付款项余额中包含了 9,902.47 万元的医护产品的预付款。疫情防御期间，医护类产品极为紧俏，供应商一般要求公司预付货款才能组织后续的发货。

报告期各期末，公司预付款项的账龄均在一年以内，预付账款期后结转至存货和费用，无回收风险。

报告期各期末，公司预付款项金额前五名情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	金额	占预付款项余额比例
2020/12/31	江苏华之源科技发展有限公司	3,926.23	36.30%
	宁波天顺橡塑有限公司	1,500.00	13.87%
	镇江华扬乳胶制品有限公司	1,125.08	10.40%
	名医堂医药科技有限公司	870.00	8.04%
	河北泰能鸿森医疗科技有限公司	733.45	6.78%
	合计	**8,154.76**	**75.39%**
2019/12/31	江苏昌新织造有限公司	1,200.00	35.51%
	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	980.00	29.00%
	常州润豪纺织有限公司	201.59	5.97%
	如皋市兰峰服饰有限公司	200.00	5.92%
	梁山凯信服装有限公司	200.00	5.92%
	合计	**2,781.59**	**82.32%**
2018/12/31	上海吉羽绒绣制品有限公司	73.82	15.55%
	丹阳市立信旅游用品有限公司	50.00	10.53%
	太仓雪松针织有限公司	38.25	8.05%
	浙江绍兴勇大针纺工艺有限公司	38.00	8.00%

期间	客户名称	金额	占预付款项余额比例
	常熟市华贸纺织科技有限公司	37.09	7.81%
	合计	**237.16**	**49.94%**

报告期各期末，公司无预付持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项，无预付关联方账款。

4、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 2,828.16 万元、1,743.30 万元和 2,142.93 万元，占各期末流动资产比例分别为 7.95%、4.58%和 3.14%。公司的其他应收款主要包括出口退税、押金、资金拆借、员工借支等。

1）其他应收款的构成

报告期各期末，公司其他应收款的构成如下：

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
出口退税	1,757.29	78.32%	1,538.53	84.50%	2,305.63	79.47%
资金拆借	-	-	-	-	300.00	10.34%
押金	407.84	18.18%	211.33	11.61%	159.99	5.51%
员工备用金	47.55	2.12%	16.59	0.91%	25.49	0.88%
其他	31.09	1.39%	54.31	2.98%	110.21	3.80%
小计	**2,243.77**	**100.00%**	**1,820.76**	**100.00%**	**2,901.32**	**100.00%**
减：其他应收款坏账准备	100.85	-	77.46	-	73.16	-
合计	**2,142.93**	**-**	**1,743.30**	**-**	**2,828.16**	**-**

报告期各期末，出口退税账面余额分别为 2,305.63 万元、1,538.53 万元和 1,757.29 万元，占其他应收款账面余额的比例分别为 79.47%、84.50%和 78.32%，为其他应收款的主要构成部分。

2018 年末，资金拆借账面余额为 300.00 万元，主要系公司应收常熟市康弘纺织品有限公司 200.00 万元和子公司秦艺服饰应收个人的 100.00 万元借款，上述拆借款项已于 2019 年全部归还。公司严格执行关联交易制度，截至 2020 年 12 月 31 日，公司与关联方之间不存在资金拆借情形。

2018 年度，发行人与供应商常熟市康弘纺织品有限公司（以下简称“常熟康弘”）存在资金拆借情况，具体为：

债权人	债务人	拆借金额（万元）	起始日	还款日	利率	利息（万元）
三问家居	常熟康弘	100.00	2018.5.23	2019.7.19	4.35%	5.52
		100.00	2018.6.8	2019.7.19	4.35%	

注：根据发行人与常熟康弘签署的借款协议，约定前 6 个月不计息，6 个月以后按照 4.35%的利率计息。

发行人向常熟康弘提供借款的背景系：发行人主要向常熟康弘采购 Primark 订单对应商品，因靠垫阻燃棉质量问题，Primark 于 2018 年向发行人索赔，发行人继而向供应商进行追偿，其中，发行人向常熟康弘追偿金额为 528.13 万元，直接从对其的应付账款中扣除；该扣款导致常熟康弘短期资金链较为紧张，作为发行人重要的合作工厂，为了保障顺利执行后续的外贸订单，发行人向其提供上述借款。双方已签署借款合同，约定了借款金额、借款期限、利率等条款。截至 2019 年 7 月，常熟康弘以银行转账形式归还借款本息共计 205.52 万元。

报告期内各期发行人对常熟康弘的采购金额分别为 1,222.10 万元，918.07 和 1,356.17 万元，占各期采购总额的比重分别为 1.47%，1.13%和 0.94%，占比较小，该借款不会对发行人的采购产生重大影响。

常熟康弘与发行人及其实际控制人、董监高、核心技术人员不存在关联关系，因此上述资金拆借未作为关联交易披露。

报告期内，除前述资金拆借外，发行人不存在其他与客户、供应商之间发生资金拆借的情形。

2018 年度，发行人向自然人李成借出人民币 100 万元，公司参考同期银行贷款利率，并经双方协商一致，共收取 10 万元的资金占用费，平均年利率为 5.55%。李成与公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、供应商、客户均不存在关联关系。

报告期内，除以上资金拆借外，发行人不存在其他与客户、供应商之间发生资金拆借的情况。

2）其他应收款的账龄分析

报告期各期末，其他应收款的账龄分布如下：

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	2,094.60	93.35%	1,669.35	91.68%	2,729.66	94.08%
1 年至 2 年	31.89	1.42%	3.42	0.19%	93.23	3.21%
2 年至 3 年	0.40	0.02%	92.37	5.07%	68.43	2.36%
3 年至 4 年	87.02	3.88%	45.62	2.51%	10.00	0.34%
4 年至 5 年	29.87	1.33%	10.00	0.55%	-	-
小计	**2,243.77**	**100.00%**	**1,820.76**	**100.00%**	**2,901.32**	**100.00%**
减：其他应收款坏账准备	100.85	-	77.46	-	73.16	-
合计	**2,142.93**	**-**	**1,743.30**	**-**	**2,828.16**	**-**

其他应收款主要集中在 1 年以内，占比超过 91%，且主要是应收出口退税款项，超过 1 年以上账龄的其他应收款主要为房屋租赁押金，无法回收的风险较小。

3）其他应收款余额前五名情况

公司报告期各期末，其他应收款的主要应收对象情况如下：

单位：万元

期间	单位名称/款项名称	关系	款项	金额	占其他应收款期末余额的比例	坏账准备期末余额
2020/12/31	出口退税	第三方	出口退税	1,757.29	78.32%	-
	International Bond & Marine Broker	第三方	海关保险押金	130.56	5.82%	6.53
	Adams & Company Real Estate,LLC	第三方	房租押金	88.46	3.94%	4.42
	Manhanttan Properties Company	第三方	房租押金	59.79	2.66%	29.89
	锦江国际旅游中心有限公司	第三方	房租押金	29.87	1.33%	14.94
	合计			**2,065.97**	**92.07%**	**55.78**
201912/31	出口退税	第三方	应收出口退税	1,538.53	84.50%	-
	Manhanttan Properties Company	第三方	押金	65.06	3.57%	13.01

期间	单位名称/款项名称	关系	款项	金额	占其他应收款期末余额的比例	坏账准备期末余额
	锦江国际旅游中心有限公司	第三方	押金	29.87	1.64%	5.97
	Ear Chease	第三方	押金	27.90	1.53%	1.40
	Pai Sheng Cambodia Industry	第三方	其他	26.61	1.46%	26.61
	合计			**1,687.98**	**92.70%**	**47.00**
2018/12/31	出口退税	第三方	应收出口退税	2,305.63	79.47%	-
	常熟市康弘纺织品有限公司	第三方	资金拆借	200.00	6.89%	10.00
	李成	第三方	资金拆借	100.00	3.45%	5.00
	Manhanttan Properties Company	第三方	押金	64.09	2.21%	6.41
	上海漕河泾开发区浦星建设发展有限公司	第三方	押金	38.56	1.33%	7.71
	合计			**2,708.28**	**93.35%**	**29.12**

截至 2020 年 12 月 31 日，公司其他应收款中无持有公司 5%以上表决权股份的股东单位欠款。

5、存货

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 2,686.64 万元、2,632.84 万元和 7,158.01 万元，占各期末流动资产比例分别为 7.55%、6.92%和 10.48%。公司的存货主要由原材料、在产品、委托加工物资和产成品组成。

1）存货构成情况

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	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	1,011.84	14.14%	287.65	10.93%	299.71	11.16%
在产品	354.66	4.95%	297.71	11.31%	512.01	19.06%
委托加工物资	164.97	2.30%	23.14	0.88%	116.60	4.34%

项目	2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
产成品	5,355.61	74.82%	2,024.34	76.89%	1,758.32	65.45%
在途物资	185.06	2.59%	-	-	-	-
合同履约成本	85.88	1.20%	-	-	-	-
合计	**7,158.01**	**100.00%**	**2,632.84**	**100.00%**	**2,686.64**	**100.00%**

报告期各期末，公司的存货主要为产成品，占比超过 65%。公司采用以销定产的生产模式，2018 年末至 2019 年末，存货金额波动与各期末在手订单量相关，公司期末持有的存货与下一季度的主营业务收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
存货金额	7,158.01	2,632.84	2,686.64
项目	**2021 年度第一季度**	**2020 年度第一季度**	**2019 年度第一季度**
收入金额	22,822.04 注	11,333.46	12,228.20
占比	31.36%	23.23%	21.97%

注：2021 年第一季度收入金额未经审计

存货金额与下一季度主营业务收入的变化趋势一致，公司的存货持有金额与业务匹配。

2020 年末，存货账面价值相比 2019 年末增长了 4,525.18 万元，其中医护类产品增长了 2,341.29 万元，主要由于公司医护类业务相关产品的货源较为紧俏，公司需要提前备货。

2）存货按类别变化情况

报告期各期末，公司存货分类别的变化情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	账面价值	变动	账面价值	变动	账面价值	变动
原材料	1,011.84	251.76%	287.65	-4.02%	299.71	-43.43%
在产品	354.66	19.13%	297.71	-41.86%	512.01	0.57%
委托加工物资	164.97	613.07%	23.14	-80.16%	116.60	-
产成品	5,355.61	164.56%	2,024.34	15.13%	1,758.32	-10.22%
在途物资	185.06	-	-	-	-	-

项目	2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	账面价值	变动	账面价值	变动	账面价值	变动
合同履约成本	85.88	-	-	-	-	-
合计	**7,158.01**	**171.87%**	**2,632.84**	**-2.00%**	**2,686.64**	**-10.37%**

报告期各期末，公司原材料账面价值分别为 299.71 万元、287.65 万元和 1,011.84 万元。2018 年末原材料账面价值同比下降了 43.43%，主要系公司根据订单进行定制化采购，2018 年第一季度的订单较多，对应收入为 14,599.41 万元，2017 年底公司储备了较多的原材料，而 2019 年第一季的订单相对减少，对应收入为 12,228.20 万元，因此公司 2018 年底减少了原材料的备货。

2020 年 12 月末，公司的原材料、在产品、委托加工物资和产成品账面价值都较 2019 年末有较大增加，主要系受新冠疫情影响，发行人部分订单执行时间有所推迟，部分产品尚在生产过程中，因此期末原材料、在产品和委托加工物资较多。同时，2020 年 12 月末，公司产成品较上年末增加 3,331.27 万元，主要系公司对于医护类产成品的备货 2,341.29 万元，以及部分家纺服饰产品因期末运输货柜紧张，尚未发出所致。

关于发行人存货产成品的分析具体如下：

年度	项目	存货金额（万元）	存货数量（万件、万米、万副）	存货单价（元/件、元/米、元/副）	单位营业成本（元/件、元/米、元/副）	差异率
2020年度	家纺	1,209.20	33.11	36.52	21.37	70.92%
	服饰	1,527.32	42.60	35.85	20.18	77.69%
	面料	45.37	3.78	12.02	14.39	-16.49%
	其他	232.43	1.42	164.04	78.10	110.05%
	医护	2,341.29	4,878.41	0.48	1.35	-64.39%
	合计	**5,355.61**	**4,959.32**			
2019年度	家纺	948.06	47.96	19.77	25.56	-22.65%
	服饰	577.77	20.64	27.99	21.36	31.05%
	面料	36.68	1.15	32.00	8.88	260.34%
	其他	461.82	1.61	286.92	547.47	-47.59%
	合计	**2,024.34**	**71.36**			

年度	项目	存货金额（万元）	存货数量（万件、万米、万副）	存货单价（元/件、元/米、元/副）	单位营业成本（元/件、元/米、元/副）	差异率
2018年度	家纺	683.29	26.46	25.83	25.64	0.74%
	服饰	503.23	33.06	15.22	20.87	-27.05%
	面料	15.42	1.16	13.30	11.56	15.09%
	其他	556.39	1.92	290.53	713.59	-59.29%
	合计	**1,758.32**	**62.59**			

注 1：为保持各年度单位成本可比，2020 年度列示单位营业成本未含运输、港杂、清关服务等履约成本数据。

注 2：此处列示存货单价和单位营业成本均已考虑存货跌价准备。

家纺产品方面，2018 年末存货单价和年度单位营业成本无显著差异。2019 年末家纺存货毛巾数量占比为 32%，而 2019 年度销售毛巾数量占比仅为 12%，由于毛巾单位成本远低于其他家纺产品，故导致 2019 年末存货单价低于单位营业成本。2020 年末的存货中成本单价较高的全涤针织毯占期末存货总数量比重较高，导致存货单价高于 2020 年度单位销售成本。

服饰产品方面，2018 年期末结存存货包括成本较低的针织袜，导致 2018 年末结存存货单位成本低。2018 年末结存存货于 2019 年度实现销售，且 2019 年末存货无针织袜结存，故 2019 年度单位营业成本低于 2019 年末结存存货单位成本。2020 年末存货单价高于 2020 年度单位营业成本，主要系年末结存单价较高的男士针织拉链衫、全涤针织产品占期末服饰产品约 42%，其单价分别为 65.92 元和 56.92 元，故存货单价和单位营业成本差异率较大。

面料产品方面，由于各期末存货余额较小，存货单价受产品类别的影响较大，代表性较差。

医护产品方面，2020 年期末结存医护产品单价低于 2020 年度单位营业成本，主要系 2020 年上半年疫情严重，医护物资需求紧俏，单位成本较高；2020 年下半年医护物资的供应逐渐稳定，导致年末结存的医护物资单价较低，发行人已对期末医护产品进行减值测试并计提存货跌价准备。

其他产品方面，主要系旗袍配饰等产品，2018 年末和 2019 年末其他产品存货中单价较低的配饰占比较高，故其他产品存货期末单价远低于当年度单位销售成本。2020 年新增真丝口罩的销售，使得其他产品的单位成本下降，而 2020 年

末结存的真丝口罩比例较低，故存货单价高于单位营业成本。

经对比，发行人存货产成品项下各类产品的单位成本与对应产品的单位营业成本或存在一定差异，但符合发行人的实际经营情况，发行人成本核算结转准确。

3）存货跌价准备计提情况

公司制定了合理谨慎的存货跌价准备计提政策。公司存货跌价准备的计提方法系结合在手订单以存货成本与可变现净值孰低计提或调整。对应原材料和在产品以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定其可变现净值。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31			
	账面余额	跌价准备	账面价值	计提比例
原材料	1,021.10	9.26	1,011.84	0.91%
在产品	354.66	-	354.66	0.00%
委托加工物资	164.97	-	164.97	0.00%
产成品	8,462.18	3,106.57	5,355.61	36.71%
在途物资	185.06	-	185.06	0.00%
合同履约成本	85.88	-	85.88	0.00%
合计	**10,273.84**	**3,115.83**	**7,158.01**	**30.33%**
项目	**2019/12/31**			
	账面余额	**跌价准备**	**账面价值**	**计提比例**
原材料	287.65	-	287.65	0.00%
在产品	297.71	-	297.71	0.00%
委托加工物资	23.14	-	23.14	0.00%
产成品	2,501.22	476.88	2,024.34	19.07%
合计	**3,109.72**	**476.88**	**2,632.84**	**15.34%**
项目	**2018/12/31**			
	账面余额	**跌价准备**	**账面价值**	**计提比例**
原材料	299.71	-	299.71	0.00%
在产品	512.01	-	512.01	0.00%
委托加工物资	116.60	-	116.60	0.00%
产成品	2,175.69	417.37	1,758.32	19.18%

合计	**3,104.01**	**417.37**	**2,686.64**	**13.45%**

报告期内，公司的子公司秦艺服饰的存货存在库龄较长的情形，公司根据库龄对该部分存货进行减值测试，并且计提了存货跌价准备，具体为对于库龄在 2 年以上的存货，发行人对 2-3 年库龄的存货计提 70%存货跌价准备，对 3 年以上库龄的存货全额计提存货跌价准备。

2020 年 12 月末，除秦艺服饰的存货跌价外，公司针对所持有的口罩、手套等医护类产品，根据在手订单单价、市场售价及期后滞销情况对存货进行了减值测试。其中，考虑到 2020 年下半年至 2021 年初口罩类产品价格大幅下跌，发行人于 2020 年末所持有的口罩产品在期后出现滞销的情形，其存货成本低于可变现净值，基于谨慎性原则对口罩产品全额计提存货跌价准备 2,552.70 万元。

4）发行人存货库龄情况

报告期各期末，发行人存货库龄情况具体如下：

①原材料、在产品、委托加工物资库龄情况

报告期各期末，发行人原材料、在产品、委托加工物资的存货库龄情况如下：

单位：万元

2020/12/31	原材料		在产品		委托加工物资		合计	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	946.54	92.70	354.66	100.00	164.97	100.00	1,466.17	95.16
1-2 年	9.77	0.96	-	-	-	-	9.77	0.63
2-3 年	24.23	2.37	-	-	-	-	24.23	1.57
3 年以上	40.56	3.97	-	-	-	-	40.56	2.63
合计	**1,021.10**	**100.00**	**354.66**	**100.00**	**164.97**	**100.00**	**1,540.73**	**100.00**

单位：万元

2019/12/31	原材料		在产品		委托加工物资		合计	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	178.13	61.92	297.71	100.00	23.14	100.00	498.97	82.00
1-2 年	35.93	12.49	-	-	-	-	35.93	5.90
2-3 年	70.63	24.56	-	-	-	-	70.63	11.61
3 年以上	2.96	1.03	-	-	-	-	2.96	0.49
合计	**287.65**	**100.00**	**297.71**	**100.00**	**23.14**	**100.00**	**608.49**	**100.00**

单位：万元

2018/12/31	原材料		在产品		委托加工物资		合计	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	205.96	68.72	512.01	100.00	116.60	100.00	834.57	89.90
1-2 年	88.85	29.65	-	-	-	-	88.85	9.57
2-3 年	0.65	0.22	-	-	-	-	0.65	0.07
3 年以上	4.24	1.42	-	-	-	-	4.24	0.46
合计	**299.71**	**100.00**	**512.01**	**100.00**	**116.60**	**100.00**	**928.32**	**100.00**

报告期各期末结存的在产品、委托加工物资库龄均在1年以内。原材料的库龄存在1年以上的情况，主要系秦艺服饰定制旗袍储备的面料、金属配饰等以及张家港中堂为生产储备的面辅料等。发行人于报告期各期末根据原材料市场同类产品报价对原材料、在产品和委托加工物资执行减值测试，除少量传统服饰产品相关的原材料以外，不存在需要计提存货跌价准备的情形。

②产成品库龄情况

报告期各期末，发行人产成品的库龄情况如下：

单位：万元

项目	产成品-家纺			产成品-服饰			产成品-面料			产成品-其他			产成品-医护产品			合计		
	账面余额	比例（%）	存货跌价准备	账面余额	比例（%）	存货跌价准备	账面余额	比例（%）	存货跌价准备	账面余额	比例（%）	存货跌价准备	账面余额	比例（%）	存货跌价准备	账面余额	比例（%）	存货跌价准备
1 年以内	1,199.03	99.16	-	1,516.20	99.27	-	45.37	56.81	-	47.93	6.38	-	4,894.00	100.00	2,552.70	7,702.52	91.15	2,552.70
1-2 年	10.17	0.84	-	11.12	0.73	-	34.49	43.19	34.49	141.22	18.78	-	-	-	-	197.01	2.20	34.49
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	144.26	19.19	100.98	-	-	-	144.26	1.70	100.98
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	418.39	55.65	418.39	-	-	-	418.39	4.94	418.39
2020 年末合计	**1,209.20**	**100.00**	**-**	**1,527.32**	**100.00**	**-**	**79.86**	**100.00**	**34.49**	**751.80**	**100.00**	**519.37**	**4,894.00**	**100.00**	**2,552.70**	**8,462.18**	**100.00**	**3,106.57**
1 年以内	948.06	100.00	-	565.40	97.86	-	36.68	100.00	-	206.76	22.03	-	-	-	-	1,756.90	70.24	-
1-2 年	-	-	-	12.37	2.14	-	-	-	-	202.74	21.60	-	-	-	-	215.12	8.60	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	174.40	18.58	122.08	-	-	-	174.40	6.97	122.08
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	354.80	37.80	354.80	-	-	-	354.80	14.19	354.80
2019 年末合计	**948.06**	**100.00**	**-**	**577.77**	**100.00**	**-**	**36.68**	**100.00**	**-**	**938.70**	**100.00**	**476.88**	**-**	**-**	**-**	**2,501.22**	**100.00**	**476.88**
1 年以内	683.29	100.00	-	474.36	94.26	-	15.42	100.00	-	278.87	28.64	-	-	-	-	1,451.94	66.73	-
1-2 年	-	-	-	28.86	5.74	-	-	-	-	216.83	22.27	-	-	-	-	245.69	11.29	
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	202.31	20.78	141.61	-	-	-	202.31	9.30	141.61
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	275.76	28.32	275.76	-	-	-	275.76	12.67	275.76
2018 年末合计	**683.29**	**100.00**	**-**	**503.23**	**100.00**	**-**	**15.42**	**100.00**	**-**	**973.76**	**100.00**	**417.37**	**-**	**-**	**-**	**2,175.69**	**100.00**	**417.37**

报告期各期末，发行人产成品库龄在 1 年以内的存货账面余额占期末产成品存货账面余额的比例分别为 66.73%、70.24%、91.15%，1 年以上库龄的产成品主要系秦艺服饰的旗袍等产成品。公司已根据存货政策计提存货跌价准备：对于期末 2 年以内库龄的产成品存货，按照成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备；同时，出于谨慎性考虑，对于库龄在 2 年以上的存货，发行人对 2-3 年库龄的存货计提 70%存货跌价准备，对 3 年以上库龄的存货全额计提存货跌价准备。

公司重视对存货的经营管理，针对生产及采购产品的特点，公司制定了《存货管理制度》，对公司及子公司存货的验收入库、领用出库、委托加工物资、存货调拨、退货、报废和存货盘点进行了严格的规范，并且对存货的日常管理进行了制度化的约束和执行监督。

5）发行人境外存货情况

报告期发行人境外仓库及对应的存货情况汇总如下：

单位：万元

公司名称	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31		仓库名称	仓库主要用途
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比		
美国公司	1,667.82 注	16.23%	-	-	-	-	One Stop Customs Brokers Inc 仓库	存储医护产品以备出售
美国公司	10.18	0.10%	13.23	0.43%	92.01	2.96%	Westset Distribution, Inc 仓库、三问家居运输存货至 Westset Distribution, Inc 仓库途中	维护 Nordstrom 、Meijer 和 Macy's 客户关系战略性备货使用
荷兰公司	460.12 注	4.48%	-	-	-	-	荷兰办事处	存储医护产品以备出售
柬埔寨公司	63.98	0.62%	53.94	1.73%	-	-	柬埔寨工厂	存放柬埔寨工厂产成品和原材料
香港公司	63.75	0.62%	-	-	-	-	香港公司运输存货至达拉斯仓库途中	海外运输途中
香港公司	1.48	0.01%	-	-	-	-	达拉斯仓库	存储物资以备销售
总计	2,267.33	22.07%	67.17	2.16%	92.01	2.96%		

注：美国公司存放于 One Stop Customs Brokers Inc 仓库的口罩产品于 2020 年末已全额计提存货跌价准备，仓库存放存货账面净额为 870.29 万元，主要为手套产品；荷兰公司存放于其办事处的口罩产品于 2020 年末已全额计提存货跌价准备，账面净额为 0 元。

报告期各期，三问家居及子公司销售给美国公司和美国公司将上述产品销售给客户的数量及金额情况列示如下：

单位：万件、万副等，万元

产品	年度	合并范围内公司销售至美国公司		美国公司对外销售自合并范围内公司采购的产品情况	
		数量	销售收入金额	数量	销售收入金额
非医护产品	2020 年	2.02	163.75	1.97	186.59
	2019 年	1.53	111.07	2.12	216.99
	2018 年	7.47	469.23	8.18	596.59
医护产品	2020 年	13,009.95	13,643.05	10,636.80	12,968.35

注：美国公司对外销售时保留了一定的毛利

报告期内，发行人经由美国公司对外销售的家纺、服饰产品金额较小，美国仓库主要用于存放少量产品用于中转备货。2020 年度，发行人拓展了医护类产品业务，美国的仓库、荷兰的仓库增加了一次性口罩和手套等医护产品。发行人境外存放的存货主要通过客户自提或运输至约定地点的模式进行销售，并根据客户的提货单据或签收单据确认收入。报告期各期末，发行人境外存货均尚未对外出售，不存在已向客户出售的商品仍存放于发行人境外仓库的情形。

6、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产账面价值分别为 116.89 万元、359.78 万元和 664.32 万元，占各期末流动资产比例分别为 0.33%、0.95%和 0.97%。主要由待抵扣/待认证进项税、预缴所得税和待摊费用组成。报告期各期末，公司其他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
待抵扣进项税	33.50	220.17	6.88
待摊费用	486.99	114.11	110.01
上市费用	143.83	25.50	-
合计	**664.32**	**359.78**	**116.89**

报告期各期末，其他流动资产期末余额的变化主要系各期末待抵扣增值税进项税金额的波动所致。2020 年 12 月末，公司其他流动资产主要为阿里巴巴平台推广费、中信保保险费、资产保险费等待摊费用。

（三）非流动资产结构及变化分析

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

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	422.68	2.22%	-	-	-	-
固定资产	14,584.05	76.48%	15,108.52	91.88%	11,460.89	89.31%
在建工程	61.97	0.32%	-	-	-	-
无形资产	2,094.34	10.98%	479.89	2.92%	476.38	3.71%
商誉	170.00	0.89%	170.00	1.03%	-	-
长期待摊费用	199.59	1.05%	77.17	0.47%	190.20	1.48%
递延所得税资产	1,477.90	7.75%	608.40	3.70%	671.99	5.24%
其他非流动资产	59.60	0.31%	-	-	33.82	0.26%
非流动资产合计	**19,070.13**	**100.00%**	**16,443.98**	**100.00%**	**12,833.28**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动资产金额分别为 12,833.28 万元 16,443.98 万元和 19,070.13 万元，公司非流动资产主要由固定资产、无形资产和递延所得税资产构成，三者合计占非流动资产的比例分别为 98.25%、98.50%和 95.21%。2019 年末非流动资产余额较 2018 年末增加 3,610.70 万元，主要原因为 2019 年成立子公司南通瑞兹和柬埔寨公司，外购的房屋、机械设备和运输设备等固定资产增加。2020 年 12 月末非流动资产相比 2019 年末增加 2,626.14 万元，主要是本期新设立的子公司浙江三问购置用于募投项目的土地使用权等无形资产。

1、固定资产

报告期各期末，公司固定资产的构成如下：

单位：万元

项目	2020/12/31			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋建筑物	15,539.76	1,848.01	0.00	13,691.75
机器设备	1,094.16	546.80	0.80	546.56
运输设备	257.64	103.10	0.00	154.54
电子设备	261.61	150.67	4.08	106.87
办公设备	210.63	125.15	1.15	84.33
合计	**17,363.81**	**2,773.73**	**6.03**	**14,584.05**
项目	**2019/12/31**			
	原值	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**

房屋建筑物	15,534.73	1,343.96	-	14,190.77
机器设备	1,143.57	510.28	14.03	619.27
运输设备	254.92	74.44	-	180.47
电子设备	188.69	142.86	4.40	41.42
办公设备	217.32	123.02	17.72	76.59
合计	**17,339.23**	**2,194.57**	**36.14**	**15,108.52**
项目	**2018/12/31**			
	原值	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**
房屋建筑物	11,817.07	965.73	-	10,851.33
机器设备	918.19	446.30	15.14	456.76
运输设备	133.65	46.16	-	87.48
电子设备	179.51	129.80	4.40	45.31
办公设备	145.74	107.25	18.48	20.00
合计	**13,194.15**	**1,695.25**	**38.02**	**11,460.89**

房屋建筑物、机器设备是公司固定资产的主要组成部分。报告期各期末，房屋建筑物和机器设备原值合计金额分别为 12,735.26 万元和 16,678.30 万元和 16,633.92 万元，占固定资产比重分别为 96.52%、96.19%和 95.80%，占比波动较小。

2019 年末，房屋建筑物、机械设备和运输设备账面价值同比上升 30.77%、35.58%和 106.29%，主要原因为 2019 年公司新成立了子公司南通瑞兹和柬埔寨公司，并且从控股股东三问投资购入位于上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号楼的房屋一栋，造成房屋建筑物、机械设备和运输设备等固定资产原值上升。

报告期内，发行人房屋建筑物具体情况如下：

单位：平方米、万元

房屋建筑物名称	建成时间	取得时间	地址	建筑面积	原值	单位面积对应原值金额	主要用途	是否存在质押或其他受限情形
恒南路 688 弄 12 号	2013 年	2018/1/2	上海市闵行区恒南路 688 弄 12 号	1,460.02	3,775.47	2.59	商业	是 / 银行借款抵押
恒南路 688 弄 17 号	2013 年	2018/1/2	上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号	2,429.78	5,608.60	2.31	商业	是 / 银行借款抵押

房屋建筑物名称	建成时间	取得时间	地址	建筑面积	原值	单位面积对应原值金额	主要用途	是否存在质押或其他受限情形
恒南路688弄11号	2013年	2019/12/13	上海市闵行区恒南路688弄11号	1,464.43	3,631.29	2.48	商业	否
现代农业示范园区常南社区3幢	2011年	2011/12/31	江苏省张家港市现代农业示范园区常南社区3幢	9,755.73	940.39	0.10	工业	是/银行借款抵押
常阴沙镇农场6工区	2008年	2008/12/31	江苏省张家港市常阴沙镇农场6工区	14,354.84	1,492.61	0.10	非居住	是/银行借款抵押

有关上述房屋建筑物的具体受限情形，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“（三）资产抵押情况”的说明。

报告期内，公司与同行业可比公司的固定资产折旧年限的对比如下：

公司名称	房屋建筑物	机器设备	运输工具	办公及电子设备
苏美达	20-35年	5-20年	3-8年	3-5年
棒杰股份	20年	10年	10年	5%
健盛集团	20-40年	3-5年、5-10年	4-5年	-
万代服装	10-20年	5-10年	4-8年	3-10年
三问家居	**30年**	**5-10年**	**6年**	**3-5年**

公司与同行业的可比公司相比，固定资产折旧年限等政策无重大差异，符合行业惯例。

2、无形资产

报告期各期末，公司无形资产的构成如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
软件	373.41	313.34	302.63
专利权	15.50	18.50	21.50
土地使用权	1,705.44	148.05	152.25

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
合计	**2,094.34**	**479.89**	**476.38**

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 476.38 万元、479.89 万元和 2,094.34 万元，占各期末非流动资产总额的比例分别为 3.71%、2.92%和 10.98%。2020 年 12 月末的无形资产相比 2019 年末增加了 1,614.46 万元，主要是子公司浙江三问为本次募投项目的顺利实施，购置了位于衢州市柯城区的土地。

3、商誉

报告期内，公司的商誉变动及减值情况如下：

单位：万元

形成原因	原值	2020 年度			账面价值
		本期增加	本期减少	减值准备	
收购秦艺服饰股权	1,294.20	-	-	1,294.20	-
收购南通如宝核心业务	170.00	-	-	-	170.00
合计	**1,464.20**	**-**	**-**	**1,294.20**	**170.00**
形成原因	**原值**	**2019 年度**			**账面价值**
		本期增加	**本期减少**	**减值准备**	
收购秦艺服饰股权	1,294.20	-	-	1,294.20	-
收购南通如宝核心业务	-	170.00	-	-	170.00
合计	**1,294.20**	**170.00**	**-**	**1,294.20**	**170.00**
形成原因	**原值**	**2018 年度**			**账面价值**
		本期增加	**本期减少**	**减值准备**	
收购秦艺服饰股权	1,294.20	-	-	1,294.20	-
合计	**1,294.20**	**-**	**-**	**1,294.20**	**-**

报告期各期末，公司商誉账面价值分别为 0 万元、170.00 万元和 170.00 万元。本公司于 2016 年 3 月收购秦艺服饰 70%的股权，形成商誉 1,294.20 万元；2019 年 3 月收购南通如宝纺织科技有限公司核心业务，形成商誉 170 万元。

2016 年末，公司对秦艺服饰的商誉进行减值测试，出现减值迹象。公司将秦艺服饰商誉的账面价值分摊至能够受益于企业合并的协同效应的资产组，并在此基础上进行减值测试。公司以其资产组的预计未来现金流量的现值作为其可回收金额，经测试，该资产组的账面价值小于可收回金额，因此公司于 2016 年底

对收购秦艺服饰股权所形成的商誉全额计提了减值准备。

报告期内，秦艺服饰相关的收入、净利润、固定资产、长期待摊费用、无形资产、资产情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	573.05	858.73	893.50
净利润	-516.03	-1,154.37	-1,123.24
固定资产原值	52.57	116.47	157.10
累计折旧	-29.19	-36.65	-46.03
固定资产减值准备	-6.03	-36.14	-38.02
固定资产净值	17.35	43.67	73.05
无形资产	65.94	77.46	83.66
长期待摊费用	5.84	58.97	140.57
资产合计	507.07	1,007.39	1,587.87

秦艺服饰主要经营高端定制中式服装的设计、生产及销售。其长期资产主要包括：固定资产主要是办公电子设备、制作服饰用机器设备；无形资产主要是 ERP 或其他平台软件；长期待摊费用主要是各门店装修费用。

由于秦艺服饰连年亏损，发行人以 2016 年 12 月 31 日为基准日聘请东洲对该公司的长期资产执行了减值测试并出具东洲咨报字[2020]第 1503 号《秦艺长期资产减值测试报》。经测试，需对固定资产计提减值准备 39 万元；无形资产由于是在用的财务软件和办公软件，无需计提减值，长期待摊费用则根据预计关店时间进行加速摊销。报告期内，秦艺服饰固定资产无重大新增；无形资产仍在使用中，长期待摊费用已基本摊销完毕，故无需补充计提资产减值准备。因此，发行人已对秦艺相关的资产充分足额计提了减值准备。

4、长期待摊费用

单位：万元

项目	2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
装修费、电商平台使用费等	199.59	100.00%	77.17	100.00%	190.20	100.00%
合计	**199.59**	**100.00%**	**77.17**	**100.00%**	**190.20**	**100.00%**

报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为 190.20 万元、77.17 万元和 199.59 万元，占各期末非流动资产总额的比例分别为 1.48%、0.47%和 1.05%。公司的长期待摊费用为经营租入固定资产改良支出和电商平台使用费，包括装修费、设计费和电商平台使用费等。

5、递延所得税资产

报告期各期末，公司的递延所得税资产的构成如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
应收账款坏账准备	366.34	175.19	209.08
其他应收款坏账准备	18.84	9.75	11.80
存货跌价准备	539.11	-	-
预提奖金	73.77	75.92	68.63
内部交易未实现利润	8.87	9.94	1.45
预计负债	398.37	337.60	295.04
可抵扣亏损	72.61	-	86.00
合计	**1,477.90**	**608.40**	**671.99**

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 671.99 万元、608.40 万元和 1,477.90 万元，占各期末非流动资产总额的比例分别为 5.24%、3.70%和 7.75%。公司递延所得税资产主要为因计提资产减值准备、预计负债、预提奖金等形成的可抵扣暂时性差异。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下表所示：

指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次）	9.78	6.89	6.73
应收账款周转天数（天）	37.33	53.01	54.21
存货周转率（次）	21.78	27.55	26.58
存货周转天数（天）	16.76	13.25	13.73

报告期内，公司的应收账款周转天数平均为 48.18 天，与公司的信用期 30-120 天趋势一致。存货的周转天数平均为 14.58 天，周转较快与公司根据订单进行定制化采购的业务模式一致。

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率与同行业可比公司的对比如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率				
600710	苏美达	12.54	10.46	10.57
002634	棒杰股份	**6.11**	7.61	8.04
603558	健盛集团	4.79	5.63	5.48
/	万代服装	未披露	4.20	4.83
行业平均		**7.81**	**6.97**	**7.23**
三问家居		**9.78**	**6.89**	**6.73**
存货周转率				
600710	苏美达	15.10	18.89	18.68
002634	棒杰股份	**5.98**	4.69	3.33
603558	健盛集团	2.80	2.82	2.96
/	万代服装	未披露	11.11	13.16
行业平均		**7.96**	**9.38**	**9.53**
三问家居		**21.78**	**27.55**	**26.58**

注：上述数据来源于公开披露的年报、半年报及招股说明书。截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报

公司的应收账款周转率与同行业可比公司接近，处于合理水平。公司的存货周转率高于同行业可比公司，系公司主要采用以供应链管理为核心的业务模式，货物从到达货代仓库至报关完成时间较短，因此公司存货余额较小，存货周转率较高。同样以供应链服务为主的可比公司苏美达，其存货周转率也显著高于行业平均值。

发行人的供应链管理贯穿于订单评审、产品生产（自产或选择工厂定制采购）、质量控制及交期掌握、货物出运和供应链的持续管理等环节。同行业公司的供应链管理活动与发行人接近，也基本包含上述主要环节，差异在于产品生产环节，部分公司以自产为主，部分公司以外协或定制采购为主。具体如下：

项目	供应链管理模式	产品生产方式
苏美达（SH600710）	在纺织服装业务板块，公司一直专业专注于家用纺织品和家居用品领域。始终秉持“贸工技金”一体化发展战略，以全球视野，坚持国际国内市场并重、贸易与自主品牌建设并举之路，致力于为向全球客户提供设计、定制、生产、物流等系统化解决方案。公司拥有营销团队和资深的技术、设计力量、专业化规模化的生产制造能力以及包括中国中西部和东南亚国家在内的全球供应商网络，获得多家国际品牌客商和世界著名检验机构的各类“验厂”认证，与全球主要经济体的众多中高端知名品牌客户建立了	公司的纺织服装以自产为主，以 2018 年为例，自产比例为 96.75%。公司拥有服装、家纺生产基地。截至 2020 年 6 月底，在海内外布局实业，纺织服装已实现“六国制造”。

项目	供应链管理模式	产品生产方式
	稳固的战略合作关系。	
棒杰股份（SZ002634）	公司以 ODM/OEM 模式主要为国外大型零售商、采购商和品牌商提供无缝服装开发设计和生产制造服务。 公司接受客户的询盘进行初步报价后，根据客户的要求或样品对款式、功能、面料的组织结构、原材料的选用等方面进行全部或部分设计并打样，或者直接根据样品打样交客户确认，然后按照设计/打样各个环节记录使用原料、尺寸规格、克重等，形成生产工艺单，以此作为生产标准及报价基础，双方对公司提供的报价协商后形成最终报价，并与客户签订合同，确立销售关系。 按照订单需求及时排期组织生产、检验并交货，并由品质管理人员和跟单人员及时跟踪反馈，保障产品质量、交期，不断提高公司的综合生产能力。	公司的无缝服装产品生产过程除染色工序外均采用自产模式。 公司无缝服装产品以依靠自有厂房、设备、工人和技术自行组织生产为主，采用“以销定产”的生产模式。
健盛集团（SH603558）	公司专注于无缝服装的设计、研发、生产和营销，公司通过 ODM、OEM 的方式为世界品牌商和零售商自有品牌提供专业服务。 在保证品质的前提下，公司通过生产、研发、采购等服务，为客户提供稳定的品质、准确的交货期和合理的产品价格，成为集生产能力和服务能力为一体的服务制造商。公司为全球化的产业链一体化的针织运动服饰制造商。	公司以智能制造为供应链基础，主要产品以自主生产为主。 由于公司产能有限，不能满足不断增大的客户需求，公司把部分工序外包给外协厂商。
万代服装	公司主要从事梭织服装生产及销售业务，主要以 ODM 模式向服装品牌商销售成衣服装，公司为客户提供从服装设计、面辅料的开发及定购、生产加工和物流管理等一站式服务。 公司的主要流程：与服装品牌商共同完成款式设计—自主样品研发—自主原材料采购—生产加工（自制生产和委托加工生产相结合）—报关出口或国内销售。 公司业务专注于设计研发和对原材料供应商及外协加工厂的甄选和合作，在确保产品质量的基础上不断优化供应链管理水平。 公司质量控制的目的在于确保最终产品满足客户的质量要求。因此，公司对自营工厂和外协加工厂采取统一的质量控制流程，向自营工厂和外协加工厂派驻质量控制人员现场质检，质检工作分布在生产过程的各个环节。	公司主要是采购委托加工的方式进行生产，以 2019 年的占比为例，主营业务收入中委托加工占比为 72.27%，自产占比为 27.73%。 公司根据产品特点、生产周期、工艺技术要求、工厂的生产能力等因素确定产品是采用自制生产还是委托加工生产方式。
三问家居	公司以原创设计为核心竞争力，作为服务型贸易商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。 公司与客户签订销售订单后，会根据客户需求为其选择最优的供应链方案完成从打样到订单执行、产品交付全流程服务。 公司会在供应商库中挑选 2-3 家打样工厂进行产前样品打样，并经价格谈判后确定生产工厂进行生产。公司的自有工厂也统一纳入合格供应商库进行管理。公司负责全程的供应链管理及质量控制，跟进订单的执行情况并进行产品质量检测和监督。	公司主要是以向外部合作工厂定制采购成品为主。 公司自有工厂作为样板工厂，可以为产品打样、生产工艺、产品定价等提供技术支持，自有工厂的产品质量也更好把控。

资料来源：上述公司的定期报告、招股说明书及公司官网介绍。

公司所在的长三角地区纺织服装企业较多，已形成产业集群，产能充足，质量可靠，使公司具备充分利用该区域成熟丰富的纺织服装加工资源进行生产的可行性，从而可以更加专注于产品的原创设计、供应链管理和客户的开发与维护等附加值更高的环节，而仅保有小部分自主产能作为样板工厂。同行业公司由于各自不同的创始人背景、历史沿革和能力差异，可能选择以自产为主或以外采、外协为主的不同经营策略。由上表可见，发行人与万代服装的产品以外采或外协为主，自产比例较低，相应的存货周转率较高；棒杰股份和健盛集团的产品以自产

为主，相应的存货周转率较底；苏美达除自产纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，因而存货周转率也相对较高。

（五）发行人境内外资产的情况

1、境内、境外资产对应金额及其占比情况

会计期间	项目	金额（万元）	占比
2020 年 12 月 31 日	境内资产	79,509.40	91.03%
	境外资产	7,835.10	8.97%
	小计	**87,344.50**	**100.00%**
2019 年 12 月 31 日	境内资产	53,170.35	97.60%
	境外资产	1,305.04	2.40%
	小计	**54,475.39**	**100.00**
2018 年 12 月 31 日	境内资产	46,828.90	96.73%
	境外资产	1,584.33	3.27%
	小计	**48,413.23**	**100.00%**

2020 年末境外资产占比较 2019 年末增加 6.57 个百分点，主要系应客户需向美国境内公司直接采购口罩和手套等防疫物资的要求，发行人通过美国公司进行销售，导致境外公司账面货币资金、应收账款以及存货期末账面金额增加 5,746.71 万元。

2、境内存款和境外存款对应金额及占比情况

会计期间	项目	金额（万元）	占比
2020 年 12 月 31 日	境内存款	22,546.77	90.64%
	境外存款	2,328.17	9.36%
	小计	**24,874.94**	**100.00%**
2019 年 12 月 31 日	境内存款	15,882.16	98.14%
	境外存款	301.42	1.86%
	小计	**16,183.58**	**100.00%**
2018 年 12 月 31 日	境内存款	12,456.51	99.03%
	境外存款	121.45	0.97%
	小计	**12,577.96**	**100.00%**

2020 年期末较 2019 年期末存放在境外的存款增加 7.50 个百分点，主要原因

系三问美国销售口罩、手套等防疫物资的回款较多，使得期末货币资金增加。

3、人民币存款和外币存款对应金额及占比情况

会计期间	项目	金额（万元）	占比
2020 年 12 月 31 日	人民币存款	4,702.96	18.91%
	外币存款	20,171.97	81.09%
	小计	**24,874.94**	**100.00%**
2019 年 12 月 31 日	人民币存款	7,282.61	45.00%
	外币存款	8,900.97	55.00%
	小计	**16,183.58**	**100.00%**
2018 年 12 月 31 日	人民币存款	11,437.79	90.94%
	外币存款	1,140.17	9.06%
	小计	**12,577.96**	**100.00%**

2020 年期末较 2019 年期末外币存款比例增加 31.09 个百分点，主要系 2020 年美元兑人民币汇率持续走低，发行人为减少实际汇兑损失，减少了外币结汇。

2019 年期末较 2018 年期末外币存款比例增加 45.94%，主要因为发行人于 2018 年首次使用外汇远期结售汇工具，2018 年期末时外汇远期结售汇工具规模相对较小，发行人在收到客户外汇后换汇成人民币的频率相对较高，因此期末外币存款规模较小。

4、发行人存放境外存货的情况

报告期各期末，发行人存放于境外的存货情况如下表所示：

单位：万元

地点	2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值
美国	1,743.23	945.70	13.23	13.23	92.01	92.01
荷兰	460.12	-	-	-	-	-
柬埔寨	63.98	63.98	53.94	53.94	-	-
合计	**2,267.33**	**1,009.68**	**67.17**	**67.17**	**92.01**	**92.01**

报告期内，发行人存放于境外的存货，包括存放于美国公司、柬埔寨公司的家纺、服饰产品。2020年末，发行人存放于境外的存货增加较多，主要为医护类产品，放置于美国公司、荷兰公司租赁的第三方仓库中。

十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债构成及变化情况分析

报告期各期末，公司的负债结构如下：

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
流动负债合计	44,629.43	95.66%	22,309.29	93.92%	24,071.48	95.14%
非流动负债合计	2,025.73	4.34%	1,445.11	6.08%	1,230.16	4.86%
负债合计	**46,655.16**	**100.00%**	**23,754.40**	**100.00%**	**25,301.64**	**100.00%**

1、负债总额变动分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 25,301.64 万元、23,754.40 万元和 46,655.16 万元。2018 年末和 2019 年末，公司的负债规模总体呈下降趋势，反映了公司经营能力稳健，财务情况持续改善。2020 年 12 月末负债总额相比 2019 年末增加了 22,900.76 万元，主要是公司业务扩张导致资金需求增加，公司增加了 10,318.98 万元的短期借款。

2、负债的构成分析

报告期内公司的负债主要包括短期借款、应付票据、应付账款、应交税费和预计负债等。从负债结构看，公司的负债主要由流动负债构成，报告期内各期末流动负债占负债总额的比例均在 90%以上，这一特点与公司所处家纺服饰行业的经营模式相符合。

（二）流动负债构成及变化分析

报告期各期末，公司流动负债构成情况如下：

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	13,818.98	30.96%	3,500.00	15.69%	4,700.00	19.53%
应付票据	470.00	1.05%	1,800.00	8.07%	-	-
应付账款	24,275.41	54.39%	13,477.65	60.41%	14,719.08	61.15%
预收款项	-	-	322.99	1.45%	92.39	0.38%

项目	2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合同负债	1,948.93	4.37%	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,394.87	3.13%	1,247.99	5.59%	1,172.87	4.87%
应交税费	1,714.86	3.84%	1,207.70	5.41%	1,638.92	6.81%
其他应付款	871.41	1.95%	589.28	2.64%	795.68	3.31%
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	800.00	3.32%
其他流动负债	134.95	0.30%	163.67	0.73%	152.53	0.63%
流动负债合计	**44,629.43**	**100.00%**	**22,309.29**	**100.00%**	**24,071.48**	**100.00%**

公司的流动负债主要以短期借款、应付票据、应付账款、应付职工薪酬和应交税费为主，报告期各期末，上述合计占比分别为 92.35%、95.18%和 93.38%。流动负债的构成和具体变化情况如下：

1、短期借款

报告期各期末，公司的短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
抵押借款	5,300.00	3,500.00	3,900.00
保证借款	500.00	-	800.00
质押借款	7,950.00	-	-
应付借款利息	68.98	-	-
合计	**13,818.98**	**3,500.00**	**4,700.00**

公司短期借款以抵押借款为主，公司根据营运资金需求和资金存量并结合现金流量预测情况确定短期借款融资金额。

报告期各期末，短期借款余额分别为4,700.00 万元、3,500.00 万元和 13,818.98 万元。2020 年末相比 2019 年末增加了 10,318.98 万元，主要是公司上半年医护类业务导致资金需求增加，公司通过短期借款增加了货币资金储备。

2020 年度，发行人短期借款构成情况如下：

单位：万元

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
中国银行上海闵行支行	3,000.00	4.79%	2019/3/29	2020/1/19	-	保证、抵押[注1]

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
中国银行上海闵行支行	500.00	4.79%	2019/6/27	2020/1/19	-	
中国银行上海闵行支行	3,500.00	4.79%	2020/1/21	2021/1/21	3,500.00	
中国银行上海莘沥路支行	1,500.00	4.79%	2020/4/3	2020/10/3	-	
宁波银行上海分行	800.00	4.55%	2020/5/19	2020/8/18	-	保证[注2]
招商银行上海分行吴中路支行	1,500.00	3.90%	2020/5/19	2020/8/18	-	保证人：王耀民、程晖
中国建设银行上海闵行支行	1,400.00	4.85%	2020/5/28	2020/8/25	-	保证人：王耀民、程晖；质押物：银行保证金存款
中国建设银行上海闵行支行	3,400.00	4.85%	2020/5/28	2020/8/25	-	
中国建设银行上海闵行支行	1,700.00	4.85%	2020/6/9	2020/8/25	-	
中国建设银行上海闵行支行	1,400.00	4.85%	2020/7/10	2020/8/25	-	
中国建设银行上海闵行支行	1,400.00	4.85%	2020/7/10	2020/8/25	-	
中国建设银行上海闵行支行	1,300.00	4.85%	2020/9/25	2020/12/23	-	
中国建设银行上海闵行支行	1,400.00	4.85%	2020/10/10	2021/1/7	1,400.00	
中国建设银行上海闵行支行	1,200.00	4.85%	2020/10/19	2021/1/16	1,200.00	
中国建设银行上海闵行支行	600.00	4.85%	2020/10/19	2021/1/16	600.00	
中国建设银行上海闵行支行	950.00	4.85%	2020/10/26	2021/1/23	950.00	
中国建设银行上海闵行支行	1,200.00	4.85%	2020/11/4	2021/2/1	1,200.00	
中国建设银行上海闵行支行	1,000.00	4.85%	2020/11/11	2021/2/8	1,000.00	
中国建设银行上海闵行支行	1,600.00	4.85%	2020/11/11	2021/2/8	1,600.00	
中国农业银行张家港分行	500.00	5.05%	2020/4/9	2020/12/15	-	保证、抵押[注3]
中国农业银行张家港分行	500.00	5.05%	2020/4/21	2021/4/19	500.00	
中国农业银行张家港分行	300.00	5.05%	2020/4/24	2021/4/21	300.00	
中国农业银行张家港分行	500.00	5.05%	2020/5/1	2021/4/28	500.00	
中国农业银行张家港分行	500.00	5.05%	2020/5/9	2021/5/8	500.00	
中国银行常熟	500.00	4.35%	2020/3/25	2021/3/25	500.00	保证人：王

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
分行						耀民、程晖
合计					**13,750.00**	

注 1：保证人：王耀民、程晖；抵押物：恒南路 688 弄 17 号、恒南路 688 弄 12 号

注 2：保证人：王耀民、程晖、上海创业接力融资担保有限公司

注 3：保证人：三问家居股份有限公司；抵押物：现代农业示范园区常南社区 3 幢、常阴沙镇农场 6 工区

2019 年度，发行人短期借款构成情况如下（含一年内到期的长期借款 800 万元）：

单位：万元

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
中国银行上海闵行支行	3,000.00	4.79%	2019/3/29	2020/1/19	3,000.00	保证、抵押[注1]
中国银行上海闵行支行	500.00	4.79%	2019/6/27	2020/1/19	500.00	
中国银行上海闵行支行	3,000.00	4.79%	2018/3/29	2019/3/27	-	
中国银行上海闵行支行	500.00	4.80%	2018/6/11	2019/6/11	-	
花旗银行（中国）有限公司上海分行	800.00	LPR 上浮 30%	2016/11/3	2019/11/13	-	保证、抵押[注2]
中国农业银行张家港分行	400.00	LPR+74 基点	2018/12/20	2019/9/17	-	保证、抵押[注3]
中国农业银行张家港分行	500.00	LPR+74 基点	2019/1/23	2019/10/28	-	
中国农业银行张家港分行	500.00	LPR+74 基点	2019/2/27	2019/10/28	-	
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/6	2019/6/5	-	保证人：王耀民、程晖、三问家居股份有限公司
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/10	2019/6/5	-	
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/11	2019/6/5	-	
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/17	2019/6/5	-	
中国银行常熟分行	300.00	4.35%	2018/12/19	2019/6/5	-	

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
中国银行常熟分行	500.00	LPR+4 基点	2019/6/25	2019/12/18	-	
上海银行静安支行	300.00	6.31%	2018/11/29	2019/11/20	-	保证[注4]
合计					**3,500.00**	

注 1：保证人：王耀民、程晖；抵押物：恒南路 688 弄 17 号、恒南路 688 弄 12 号

注 2：保证人：王耀民、程晖、上海英伦宝贝儿童用品有限公司、张家港中堂纺织有限公司、上海三问投资控股集团有限公司；抵押物：松涛路 200 弄 63 号 301 (3.4.5) 室（沪房地浦字(2003)第 055394 号）

注 3：保证人：上海三问家居服饰有限公司、张家港中堂纺织有限公司；抵押物：现代农业示范园区常南社区 3 幢、常阴沙镇农场 6 工区

注 4：王耀民、程晖、上海市中小微企业政策性融资担保基金管理中心

2018 年度，发行人短期借款构成情况（含一年内到期的长期借款 800 万元）明细如下：

单位：万元

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
中国银行闵行支行	3,000.00	4.79%	2018/3/29	2019/3/27	3,000.00	保证、抵押[注1]
中国银行闵行支行	500.00	4.80%	2018/6/11	2019/6/11	500.00	
花旗银行（中国）有限公司上海分行	800.00	LPR 上浮 30%	2016/11/3	2019/11/13	800.00	保证、抵押[注2]
中国农业银行张家港分行	400.00	LPR+74 基点	2018/12/20	2019/9/17	400.00	保证、抵押[注3]
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/6	2019/6/5	50.00	保证[注4]
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/10	2019/6/5	50.00	
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/11	2019/6/5	50.00	
中国银行常熟分行	50.00	4.35%	2018/12/17	2019/6/5	50.00	
中国银行常熟分行	300.00	4.35%	2018/12/19	2019/6/5	300.00	
上海银行静安支行	300.00	6.31%	2018/11/29	2019/11/20	300.00	保证[注5]
上海银行静安支行	350.00	5.66%	2017/8/1	2018/8/1	-	
中国银行闵行支行	1,000.00	4.79%	2017/9/25	2018/1/9	-	保证、抵押[注6]
中国银行	2.000.00	4.79%	2017/4/21	2018/1/9	-	

金融机构名称	借款金额	资金成本	借款开始日	借款到期日	期末余额	增信方式
闵行支行						
中国银行闵行支行	2,300.00	4.39%	2018/9/21	2018/11/10	-	定期存单质押
中国银行闵行支行	2,700.00	4.40%	2018/2/11	2018/8/6	-	
合计					**5,500.00**	

注 1：保证人：王耀民、程晖、三问家居股份有限公司；抵押物：恒南路 688 弄 17 号、恒南路 688 弄 12 号

注 2：保证人：王耀民、程晖、上海英伦宝贝儿童用品有限公司、张家港中堂纺织有限公司、上海三问投资控股集团有限公司；抵押物：松涛路 200 弄 63 号 301 (3.4.5) 室（沪房地浦字(2003)第 055394 号）

注 3：保证人：上海三问家居服饰有限公司、张家港中堂纺织有限公司；抵押物：现代农业示范园区常南社区 3 幢、常阴沙镇农场 6 工区

注 4：保证人：王耀民、程晖、三问家居股份有限公司

注 5：保证人：王耀民、程晖、上海市中小微企业政策性融资担保基金管理中心

注 6：保证人：王耀民、程晖、上海三问投资控股集团有限公司；抵押物：恒南路 688 弄 17 号、恒南路 688 弄 12 号

公司应对短期偿债风险，制定了完善的资金管理制度，具体措施如下：

1、公司建立年度资金预算和月度资金计划机制，通过年度资金预算来统筹全年的重大投、融资安排，使得全年收支匹配并留有结余；通过月度资金计划来平衡次月资金安排，让正常的经营管理、资金运作都与偿债计划紧密联系起来，确保年度资金预算能得到落实；

2、在收款环节，通过物流部专职的风控组对接客户收款事宜，及时关注客户信用状况，督促应收账款的回收情况，并形成风控预警、财务核对、业务催收的三角联动工作机制，确保货款及时回收；同时，在与客户谈判付款账期时，会考虑供应商的付款时间，避免出现收付款时间倒挂过长的现象；

3、在付款环节，建立供应商应付账期审核机制，在供应商可接受条件下，双方确定合理的付款账期，并明确付款条款，严格付款审批授权机制，减少预付或提前付款。同时，加强存货的日常管理，安排好生产与销售，减少原材料库存，以减少资金占用而增强资金流动性；

4、在银行融资环节，公司财务部组建资金组专门对接银行工作，银行融资除考虑贷款使用时间外，还要考虑还款期是否处于流动资金较为紧缺的期间内，同时加强续贷管理，缩短续贷时间，提高短期债务的偿还能力。

报告期内，公司在各贷款银行的资信状况良好，未发生过逾期归还银行贷款

的情况。

2、应付账款和应付票据

（1）报告期内应付账款和应付票据的变动情况

报告期各期末，发行人应付账款、应付票据期末余额如下：

单位：万元

截止日	应付账款余额	应付账款占流动负债比	应付票据余额	应付票据占流动负债比
2020/12/31	24,275.41	54.39%	470.00	1.05%
2019/12/31	13,477.65	60.41%	1,800.00	8.07%
2018/12/31	14,719.08	61.15%	-	-

2020 年末较 2019 年末应付账款增加 10,797.76 万元，应付票据减少 1,330.00 万元，合计增加 9,467.76 万元。受 2020 年欧美地区新冠疫情反复的影响，部分客户下达给发行人的采购订单发货期推迟至第四季度，导致发行人向供应商的采购也集中在第四季度。截至 2020 年末，相关应付账款尚在信用期内，因此 2020 年末的应付账款相对高于 2019 年末。2019 年末较 2018 年末应付账款减少人民币 1,241.43 万元，应付票据增加人民币 1,800 万元，合计增加 558.57 万元，整体变动较小，与全年收入规模变动一致。

（2）前五大应付账款供应商采购情况

报告期应付账款前五大明细如下：

单位：万元

年份	供应商名称	应付账款余额	账龄	当期采购金额	采购排序
2020/12/31	江苏昌新织造有限公司	3,972.32	一年以内	11,601.25	1
	江阴科奇服饰有限公司	1,365.17	一年以内	2,443.06	6
	常州天使纺织有限公司	1,157.20	一年以内	2,235.56	8
	莘县源泰服装有限公司	1,098.29	一年以内	2,469.50	5
	江阴市凯吉针织有限公司	1,064.26	一年以内	2,277.01	7
	合计	**8,657.24**			
2019/12/31	常州润豪纺织有限公司	796.40	一年以内	2,854.57	3
	常熟市利荣纺织品有限公司	716.26	一年以内	2,471.04	6
	莘县源泰服装有限公司	665.53	一年以内	2,050.48	8

年份	供应商名称	应付账款余额	账龄	当期采购金额	采购排序
	常州市康裕印染有限公司	643.27	一年以内	1,118.84	20
	常熟市宏芳针织服饰有限公司	628.01	一年以内	1,207.14	17
	合计	**3,449.47**			
2018/12/31	常州天使纺织有限公司	1,058.77	一年以内	1,966.90	8
	江苏昌新织造有限公司	940.92	一年以内	12,701.03	1
	南昌市长征针织制衣有限公司	775.07	一年以内	907.42	26
	江阴市凯吉针织有限公司	770.75	一年以内	2,402.28	6
	莘县源泰服装有限公司	659.87	一年以内	1,895.64	9
	合计	**4,205.38**			

注：由于医护类产品主要以预付款形式向供应商支付货款，因此 2020 年度采购金额与排名均只包含非医护类的原材料、成品、外协加工费的采购。

报告期各期末，发行人应付账款前五名以发行人前十大供应商为主，排名与当期前五大供应商不完全一致，主要系公司与各供应商采购时点不同以及约定的信用期不同所致。报告期内，发行人应付账款账龄主要集中于在一年以内，不存在个别欠供应商货款账龄较长的情形。

（3）前五大应付票据供应商采购情况

报告期应付票据前五大明细如下：

单位：万元

年份	供应商名称	应付票据余额	账龄	采购排序
2020/12/31	常熟市利荣纺织品有限公司	100.00	一年以内	12
	常熟市银海印染有限公司	100.00	一年以内	43
	常熟市顺屹达包装材料有限公司	50.00	一年以内	64
	张家港保税区展典国际贸易有限公司	50.00	一年以内	15
	昆山市三鼎包装厂	20.00	一年以内	115
	合计	**320.00**		
2019/12/31	江苏昌新织造有限公司	300.00	一年以内	1
	江阴市凯吉针织有限公司	300.00	一年以内	7
	如皋市兰峰服饰有限公司	300.00	一年以内	9
	苏州市亚文针纺织有限公司	300.00	一年以内	2

年份	供应商名称	应付票据余额	账龄	采购排序
	常州润豪纺织有限公司	200.00	一年以内	3
	合计	**1,400.00**		

注：由于医护类产品主要以预付款形式向供应商支付货款，因此 2020 年度采购金额与排名均只包含非医护类的原材料、成品、外协加工费的采购。

报告期内，发行人开具的应付票据均为银行承兑汇票，报告期各期末，发行人应付票据余额前五名的排名与当期前五大供应商不完全一致，主要系公司与各供应商采购时点不同以及不同供应商对收取票据的作为货款支付方式的接受程度不同。

3、**预收款项和合同负债**

报告期各期末，公司预收款项余额分别为 92.39 万元、322.99 万元和 0.00 万元，占各期末流动负债总额的比例分别为 0.38%、1.45%和 0.00%。公司预收款项规模相对较小，主要系公司对长期合作的客户一般给予一定的账期，先货后款。2020 年 12 月末合同负债的余额为 1,948.93 万元，主要为预收海外客户的医护产品采购货款。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司无预收持本公司 5%以上表决权股份的股东单位及关联方款项。

4、**应付职工薪酬**

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,172.87 万元、1,247.99 万元和 1,394.87 万元，占各期末流动负债总额的比例分别为 4.87%、5.59%和 3.13%。

1）应付职工薪酬的构成分析

公司的应付职工薪酬余额主要由短期薪酬、离职后福利（设定提存计划）和辞退福利组成。其中短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费等。离职后福利包括基本养老保险和失业保险费。

应付职工薪酬的变动主要受公司员工人数和人均薪酬的变动而变动。

2）薪酬管理制度

公司设有人力资源部，管理人员招聘、薪酬设置、薪酬发放、社保公积金缴纳、员工考核等事宜。人力资源部根据《绩效管理制度》等薪酬考核体系，设立绩效考核委员会，建立了公平、公正、公开和客观的绩效考核平台。

公司根据不同的岗位性质制定了员工薪酬制度和薪酬体系，以岗定薪，注重考核和激励，兼顾公平，员工薪资包括固定工资、绩效工资、加班工资、考核奖金等。

5、**应交税费**

报告期各期末，公司应交税费具体情况如下表所示：

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
增值税	136.79	7.98%	200.66	16.62%	79.51	4.85%
契税	-	-	105.71	8.75%	-	-
企业所得税	1,554.69	90.66%	853.29	70.65%	1,543.55	94.18%
个人所得税	2.31	0.13%	19.96	1.65%	0.57	0.03%
其他	21.07	1.23%	28.07	2.32%	15.30	0.93%
合计	**1,714.86**	**100.00%**	**1,207.70**	**100.00%**	**1,638.92**	**100.00%**

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 1,638.92 万元、1,207.70 万元和 1,714.86 万元，占各期末流动负债总额的比例分别为 6.81%、5.41%和 3.84%。应交税费主要由应交增值税、契税、企业所得税和个人所得税组成。

报告期内，公司应交税费余额的变动主要随企业所得税的变动而变动。

6、**其他应付款**

报告期各期末，其他应付款组成明细如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
往来款	191.72	133.33	312.31
资金拆借	-	-	200.00
服务费	350.01	328.59	198.61
待支付报销款	113.01	62.61	30.28
租金	52.97	-	-

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
应付利息	-	-	13.75
其他	163.70	64.75	40.73
合计	**871.41**	**589.28**	**795.68**

公司的其他应付款主要由应付供应商的押金等往来款、资金拆借和服务费组成。2019 年末其他应付款余额相比上年减少 206.40 万元，主要系公司应付供应商的押金减少，子公司秦艺服饰向第三方归还了 200 万元借款。

2019 年末其他应付款余额相比上年减少 206.40 万元，主要系公司应付供应商的押金减少，子公司秦艺服饰向蒋克萍归还了 200 万元借款。蒋克萍系秦艺服饰股东李建秦的朋友，秦艺服饰向蒋克萍借款主要用于公司日常经营性支出。秦艺服饰按照 5%的年化利率，按季向蒋克萍支付利息。蒋克萍与公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、供应商、客户均不存在关联关系。

7、其他流动负债

公司其他流动负债余额分别为 152.53 万元、163.67 万元和 134.95 万元，占各期末流动负债总额的比例分别为 0.63%、0.73%和 0.30%，其他流动负债主要由期末的预提费用组成。

（三）非流动负债构成及变化分析

报告期各期末，公司的非流动负债构成如下：

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
预计负债	1,593.47	78.66%	1,350.40	93.45%	1,180.16	95.94%
递延收益	-	-	50.00	3.46%	50.00	4.06%
递延所得税负债	432.26	21.34%	44.72	3.09%	-	-
合计	**2,025.73**	**100.00%**	**1,445.11**	**100.00%**	**1,230.16**	**100.00%**

非流动负债主要由预计负债、递延收益和递延所得税负债组成。

1、预计负债

报告期各期末，公司的预计负债金额分别为 1,180.16 万元、1,350.40 万元和 1,593.47 万元，分别占公司非流动负债的 95.94%、93.45%和 78.66%，具体如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
销售退回准备	1,201.00	1,022.59	1,044.81
销售索赔准备	392.47	327.81	135.34
合计	**1,593.47**	**1,350.40**	**1,180.16**

报告期预计负债和相应营业收入的占比关系统计如下：

单位：万元

期间	项目	营业收入[注1]	预计负债	计提比例[注2]
2020 年	销售退回	30,024.99	1,201.00	4.00%
	销售索赔-三问家居	71,198.72	310.66	0.49%
	销售索赔-亮丰新材料	3,910.99	81.81	2.47%
2019 年	销售退回	25,564.70	1,022.59	4.00%
	销售索赔	79,780.19	327.81	0.49%
2018 年	销售退回	26,120.33	1,044.81	4.00%
	销售索赔	87,127.33	135.34	-

注 1：销售退回对应营业收入为最近 18 个月扣除索赔前收入，销售索赔为当期扣除索赔前收入；

注 2：由于发行人与 Primark 已中止交易，故不包括 Primark 的收入和相关索赔。

报告期内，公司的预计负债主要包括两大部分：

（1）销售退回准备，是公司在资产负债表日根据现行营销政策对附有销售退回条件的销售收入，在资产负债表日根据销售退回历史数据、当前销售退回情况等对退货率予以合理估计，估计的退货金额冲减已确认的收入并确认为预计负债。在该支出金额能够可靠计量时，按照所需支出的最佳估计金额入账确认为负债。

发行人计提的销售退回准备主要针对的是美国零售商客户Target所确认的收入。Target 从发行人采购家纺和服饰类产品在其商场作为自有品牌产品进行销售，根据约定，Target有权在终端客户退货后向供应商退货。

1）确认历史退回回顾期

在估计 Target 向发行人的退货期间时，发行人综合考虑了向 Target 销售后海运、提货的时间以及 Target 上架商品时间约为 4 个月，Target 向其终端消费者的

产品销售周期约为 2 个月，给予其终端销售者的退货期约为 12 个月，即发行人完成销售至终端客户最终可能发生退换货最长时间约为 18 个月。

2）根据历史退货情况确定预计负债计提比例

发行人历史退货比例的确定是考虑针对 Target 销售家纺、服饰类产品的历史退货金额占历史销售收入来确定的：

单位：万元

项目	公式	截至 2020 年末	截至 2019 年末	截至 2018 年	截至 2017 年
历史累计退货金额[注 1]	a	1,897.71	1,516.10	869.81	288.72
历史累计销售收入[注 2]	b	54,997.95	37,843.99	22,083.05	7,854.57
退货比例	c=a/b	3.45%	4.00%	3.94%	3.68%

注 1：历史退货金额指 2016 年 1 月 1 日至当期期末，Target 向发行人要求退货的总金额；

注 2：历史销售收入指 2016 年 1 月 1 日至当期期末，发行人向 Target 家纺、服饰业务销售不考虑退回冲减收入的销售总金额减去当期期末前最近 18 个月的加权收入（按退回概率加权平均即当期期末前最近 18 个月的加权收入=当期期末倒数第一个月未冲减销售退回收入*18/18+当期期末倒数第二个月未冲减销售退回收入*17/18+……+当期期末倒数第十八个月未冲减销售退回收入*1/18）。

如上表所示，Target 历史退货金额占历史收入比例相对稳定，发行人以资产负债表日前 18 个月对 Target 家纺和服饰业务收入为基数，以历史期最高退货比例 4%作为预计负债余额的计算比例计算期末应计提预计退货金额。

单位：万元

项目	公式	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
前 18 个月收入	a	30,024.99	25,564.70	26,120.33	19,350.06	6,592.20
余额计算比例	b	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%
期末余额	c=a*b	1,201.00	1,022.59	1,044.81	774.00	263.69

（2）销售索赔准备，是公司在资产负债表日已确认的收入因未来发生产品质量问题承担的现时义务，且该义务的履行很可能会导致经济利益的流出。在该支出金额能够可靠计量时，按照所需支出的最佳估计金额入账确认为负债。发行人计提的销售索赔准备主要针对除 Target 以外的客户。销售索赔分为三问家居家纺、服饰销售索赔与亮丰新材料以面料销售为主的索赔。

1）三问家居家纺、服饰销售索赔准备

三问家居家纺、服饰销售索赔所产生的预计负债主要系三问家居根据以前年度产品质量问题发生的索赔做出的合理估计。客户在发起索赔时会提供相应的订

单号以及具体的质量问题，发行人与客户达成一致意见后完成索赔。2016 年至 2020 年度，三问家居家纺、服饰业务销售收入与对应索赔数据如下：

单位：万元

项目	公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
索赔金额[注 1]	a	41.34	140.81	118.40	158.72	297.87
索赔前当年销售收入[注 2]	b	71,198.72	79,780.19	87,127.33	84,789.75	60,250.97
索赔比例	c=a/b	0.06%	0.18%	0.14%	0.19%	0.49%

注 1：索赔金额为当期完成销售活动业务在当期以及以后期间发生的索赔，由于发行人与 Primark 已中止交易，故不包括 Primark 相关的索赔。

注 2：索赔前当期销售收入为当期完成销售活动业务的收入，不包含发生的索赔冲减收入部分。

由上表可知，2016 年至 2020 年末，三问家居索赔比例最高为 0.49%。根据历史经验数据，当期销售索赔基本于第二年内完成索赔，故用一年内已完成销售活动业务收入作为预计负债的计提基数。2018 年度用当年度所销售商品在期末实际索赔金额作为预计负债余额；2019 年及 2020 年以历史年度最高索赔比例 0.49%与一年内已完成销售活动业务收入的乘积减去当期销售订单已发生的索赔作为预计负债的期末余额，具体情况如下：

单位：万元

项目	公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
扣除索赔前当期销售收入	a	71,198.72	79,780.19	不适用
计提比例	b	0.49%	0.49%	不适用
本期应计提索赔金额	c=a*b	351.99	394.42	不适用
本期销售在本期索赔金额	d	41.34	140.81	不适用
2018 年度及以前的收入在 2020 年度索赔的金额	f	-	74.20	不适用
期末预计负债	e=c-d+f	310.66	327.81[注]	135.34

注：2019 年预计负债期末余额中包含 2018 年及以前的销售活动在 2020 年发生的索赔金额，合计 74.20 万元。

2）亮丰新材料以面料为主的外销索赔准备

亮丰新材料以面料为主的外销索赔准备系发行人子公司亮丰新材料根据以前年度产品质量问题发生的索赔做出的合理估计。客户在发起索赔时会提供相应的订单号以及具体的质量问题，发行人与客户达成一致意见后完成索赔。亮丰新材料以面料销售为主的外销索赔准备数据如下：

项目	公式	2020 年度	2019 年度

项目	公式	2020 年度	2019 年度
扣除索赔前当年销售收入	a	3,910.99	4,357.36
计提比例	b	2.47%	2.47%
本期应计提索赔金额	c=a*b	97.13	109.45
本期销售在本期索赔金额	d	15.32	66.96
期末预计负债	e=c-d	81.81	-

2018 年度和 2019 年度为亮丰新材料开展外销业务早起，整体规模相对较小且历史退货金额较小，且内销未曾发生过销售索赔事件，因此发行人未对 2019 年度和 2018 年度的销售业务计提预计负债。2020 年度末，发行人按照 2019 年实际外销销售收入索赔率 2.47%（2019 年已完成销售业务实际发生索赔/2019 年扣除索赔前销售收入）计提当期外销收入索赔准备 97.13 万元。

3）医护产品

医护产品在销售时不提供质保，实际经营过程中亦未出现客户退货等情形，故对该部分产品不计提索赔准备。

综上，发行人根据历史销售退回和索赔比例，合理、谨慎地计提了各项产品的销售退回和销售索赔准备，预计负债的会计处理符合《企业会计准则》的要求。

公司制定了《索赔管理操作规范》，明确了索赔管理的具体事项，加强对索赔业务的监控和业务资料的匹配，确保各类索赔款项权责清晰、处理依据充分得当。针对客户提出的退回/索赔要求，公司会及时准确地匹配到对应的上游供应商，从而形成追偿机制。公司重视索赔管理，在维护客户关系和严控产品质量的同时保障公司的利益并控制经营风险。

（四）偿债能力分析

报告期内，公司的主要偿债能力财务指标如下：

主要财务指标	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动比率（倍）	1.53	1.70	1.48
速动比率（倍）	1.37	1.59	1.37
资产负债率（合并）	53.42%	43.61%	52.26%
主要财务指标	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	16,485.31	11,413.83	10,318.23

利息保障倍数（倍）	26.62	23.04	20.01

注：流动比率=流动资产/流动负债
速动比率=（流动资产-存货净额）/流动负债
资产负债率=负债/资产
息税折旧摊销前利润=税前净利润+利息支出+本期折旧及摊销
利息保障系数=（税前净利润+利息支出）/利息支出

报告期内，公司的利息保障倍数为 20.01 倍、23.04 倍和 26.62 倍，有息债务的偿债能力较强。

公司的流动比率、速动比率、资产负债率与同行业可比公司的对比如下：

证券代码	证券简称	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动比率				
600710	苏美达	1.05	0.88	1.00
002634	棒杰股份	**1.44**	1.33	1.38
603558	健盛集团	1.81	1.67	1.82
/	万代服装	未披露	2.83	2.20
行业平均		**1.43**	**1.68**	**1.60**
三问家居		**1.53**	**1.70**	**1.48**
速动比率				
600710	苏美达	0.80	0.76	0.87
002634	棒杰股份	**1.16**	1.05	1.04
603558	健盛集团	1.23	1.03	1.21
/	万代服装	未披露	2.37	1.86
行业平均		**1.06**	**1.30**	**1.25**
三问家居		**1.37**	**1.59**	**1.37**
资产负债率（合并）				
600710	苏美达	75.48%	76.11%	80.18%
002634	棒杰股份	**25.39%**	28.26%	29.43%
603558	健盛集团	28.44%	18.97%	20.38%
/	万代服装	未披露	30.53%	37.39%
行业平均		**43.10%**	**38.47%**	**41.85%**
三问家居		**53.42%**	**43.61%**	**52.26%**

注：上述数据来源于公开披露的年报、半年报及招股说明书。截至本招股说明书签署日，万代服装尚未披露 2020 年年报

公司与同行业可比公司的偿债能力差异对比情况如下：

1、流动比率、速动比率分析

2018 年至 2019 年公司的流动比率和速动比率提升，一方面系公司于 2017 年 12 月新引入的外部投资者的增资款到账，公司资金实力进一步增强；另一方面是近年来公司加强了内部管理，持续优化资产负债结构，降低流动性风险，竞争力逐步增强。

2020 年度，流动比率较 2019 年度下降，主要系公司规模扩张导致以应付账款为主的流动负债增长较快所致。

报告期内，公司的速动比率整体上高于可比公司，主要因为公司的生产模式以向合作工厂采购为主，存货持有量较低，相比可比公司，公司具有一定的短期偿债能力优势。

2、资产负债率分析

公司的资产负债率略高于同行业可比公司，主要因为公司的生产模式以向合作工厂采购为主，作为服务型贸易商，需要的资金量较大，而前期公司的注册资本较小，主要通过负债融资。2017 年 12 月，公司引入的外部投资者的增资款到账后，公司的资产负债率得到了明显改善，偿债能力进一步增强。

2020 年末，公司资产负债率较 2019 年末上升，主要系 2020 年度公司开展医护业务，主动采用银行借款等方式增加财务杠杆，导致资产负债率有所上升。

（五）现金流量分析

报告期内，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31	2018 年度 /2018.12.31
经营活动（使用）/产生的现金流量净额	3,031.33	8,969.01	-1,863.80
投资活动产生/（使用）的现金流量净额	-322.04	-4,665.84	418.11
筹资活动产生/（使用）的现金流量净额	7,163.78	-2,481.89	1,227.33
现金及现金等价物净增加/（使用）额	8,991.07	1,906.17	-74.92
年末现金及现金等价物余额	22,923.99	13,932.92	12,026.75

公司现金流的具体分析如下：

1、经营活动（使用）/产生的现金流量净额分析

（1）销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比较

报告期内，公司经营活动中销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金（a）	174,867.48	118,657.26	108,247.61
营业收入（b）	179,119.15	110,388.68	108,088.41
占比（c=a/b）	97.63%	**107.49%**	**100.15%**

从上表可以看出，报告期内销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重均在 97%以上。报告期内，公司销售的回款情况良好。

（2）经营活动产生的现金流量净额与净利润的比较

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的对比情况如下：

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（a）	3,031.33	8,969.01	-1,863.80
净利润（b）	10,944.65	7,302.52	6,599.08
占比（c=a/b）	27.70%	**122.82%**	**-28.24%**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额占当期净利润的比例分别为、-28.24%、122.82%和 27.70%。

2018 年经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润 8,462.88 万元，主要系：1）2017 年底公司引入的外部投资者的增资款 5,000.00 万元到账，公司的营运资金得到补充，支付了较多 2017 年末的应付账款，经营性应付项目减少 19,194.69 万元；2）随着公司外汇信用等级的提升，公司收汇流程审批加速，经营性应收项目的较上年度减少 3,503.85 万元。受上述原因影响，导致 2018 年经营活动产生的现金流量净额较当期净利润低。

2019 年经营活动产生的现金流量净额高于当期净利润 1,666.49 万元，一方面系受资产减值准备、折旧与摊销、投资收益等非现金项目对利润表的影响，另一方面，随着公司业务与管理能力的提升以及对资金管理的把控，2019 年末经

营性应收与经营性应付项目差额较小，仅为 30.73 万元。因上述原因，2019 年经营活动产生的现金流量净额高于当期净利润 1,666.49 万元。

2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润较多，主要原因系本期公司抓住疫情防控时期医护类产品出口的市场机遇，采购的口罩和手套等存货较多，占用了部分经营活动的资金，存货以及向供应商预付了较多的货款，因此，2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润较多。

2、投资活动（使用）/产生的现金流量净额分析

报告期内，公司投资活动产生/（使用）的现金流量净额分别为 418.11 万元、-4,665.84 万元和-322.04 万元。

2019 年投资活动的现金净额为负，主要是 2019 年公司向控股股东三问投资购入上海市闵行区恒南路 688 弄 11 号楼，购入价格为 3,700.00 万元。

2020 年投资活动的现金净额为负，主要是公司新设立子公司浙江三问，并且在浙江衢州购置了 1,580.02 万元的土地。

3、筹资活动产生/（使用）的现金流量净额分析

报告期内，公司筹资活动产生/（使用）的现金流量净额分别为 1,227.33 万元、-2,481.89 万元和 7,163.78 万元。

2018 年公司筹资活动产生的现金流量净额为 1,227.33 万元，主要是公司取得的银行短期借款的净增加额为 1,350.45 万元，同时公司的承兑汇票保证金等在本年解除限制，共计收到其他与筹资活动有关的现金 361.66 万元。

2019 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-2,481.89 万元，主要是公司银行短期借款净减少了 1,200.00 万元。

2020 年公司筹资活动产生的现金流量净额为 7,163.78 万元，主要是 2020 年度，公司银行短期借款的净增加额为 10,318.98 万元，主要是公司医护类业务导致资金需求增加，公司通过短期借款增加了货币资金储备。

（六）资本支出事项对发行人流动性的影响

1、公司最近三年的重大资本性支出

报告期内，公司的重大资本性支出主要为房产建筑物、机器设备和土地的购置支出等，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为285.21 万元、4,201.30 和 2,235.90 万元，上述资本性支出均是公司主营业务范畴内的必要投资，这些投入为提升公司的产品质量控制能力、提升产能、提升智能制造水平、解决和减少关联交易、提升公司的综合竞争力以及为未来的持续发展打下坚实了基础。

2、重大资本性支出计划

未来两年，公司资本性支出项目主要为募集资金投资项目，具体内容请参阅本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”；同时，公司也将视市场需求情况，适时更新现有生产设备，提升生产效率和智能化水平。除此之外，公司无可预见的重大资本性支出计划。

（七）流动性变化情况及应对风险的具体措施

报告期内，公司负债以流动负债为主，主要为短期借款和应付账款等经营性负债。同时，公司货币资金、应收账款和存货余额较高，最近一年 2020 年的经营活动现金流量净额为 3,031.33 万元，公司的资产负债结构、长短期债务结构、偿债比率等均处于合理水平；截至 2020 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为24,874.94 万元，流动性未出现重大不利变化或风险。

未来，公司将在提高经营效率的基础上，深入探索和实施阿米巴经营管理模式，并且通过公开发行股票、提高应收账款回款速度等方式降低财务杠杆、优化债务结构和改善经营活动现金流，以降低公司的流动性风险。

（八）持续经营能力分析

1、公司的业务或产品定位、报告期经营策略以及未来经营计划

公司秉持“设计点亮生活，创新引领未来”的理念，致力于为客户提供家纺类、服饰类和面料类产品，以及供应链管理一体化服务。公司凭借具有前瞻性的原创设计能力、强大的供应链管理能力，很好地满足了国外客户对于时尚趋势、

产品设计、产品质量、产品交期等方面的严格要求。

公司客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，公司是 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等众多欧美中大型零售商和中高端品牌商的供应商。公司的经营模式得到有效验证，原创设计能力得到客户认可，产品质量得到用户青睐。

报告期各期，公司的营业收入分别为 108,088.41 万元、110,388.68 万元和 179,119.15 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 6,678.90 万元、7,704.10 万元和 7,826.05 万元，公司的经营情况良好，盈利能力持续提升。

未来公司将继续专注于家纺、服饰类产品的原创设计和产品销售，通过深入探究时尚流行前沿，精准掌握流行趋势，不断拓展产品品类，满足国内外消费者对高品质生活的追求。此外，公司将进一步提升供应链管理能力，强化公司落地设计理念和产品价值交付的能力。同时公司未来将持续加大对面料产品的研发投入，并通过对新技术、新装备、新工艺的探索，深入延伸到产业链的上下游，突破面料技术的瓶颈，进一步拓展国内外中高端市场、提高公司的市场竞争力及盈利能力。

综上，公司一直以来专注于主营业务，在家纺服饰领域不断深耕、做大做强，在持续经营能力方面未出现重大不利变化。

2、持续经营能力自我评估

报告期内，公司的经营情况良好，管理层对公司的经营情况、所面临的内外部环境、产业链上下游、公司的竞争能力和行业地位进行审慎评估后认为在可预见的未来，公司能够保持良好的持续盈利能力。

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

于 2021 年 2 月 8 日，本公司及其全资子公司亮丰实业（香港）有限公司共同注册成立新的子公司靖江乐活休闲运动服饰有限公司，持股比例分别为 61%和 39%，经营范围为服装制造、服装服饰批发、服装服饰零售、专业设计服务等，

注册资本人民币 2,500 万元。截至审计报告批准报出日，本集团已出资人民币 1,000 万元，剩余注册资本将于 2024 年前缴足。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项说明

截至本招股说明书签署日，公司无其他对投资者决策有影响的重要交易和事项。

十四、盈利预测信息

公司未编制盈利预测报告。

十五、报告期内利润分配情况

2020 年 6 月 17 日，公司召开 2019 年度股东大会，审议并通过了《关于公司 2019 年度利润分配方案的议案》，以截至 2019 年 12 月 31 日的总股本 7,500.00 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 1.33 元（含税），共计派发现金股利 997.50 万元（含税）。相关利润分配方案已于 2020 年 7 月 22 日实施完毕。

报告期内，公司利润分配均履行了必要的决策程序，股利分配后公司资产负债率等财务指标保持合理水平，本次发行完成后，公司将实行持续、稳定的利润分配政策。

十六、关于《深圳证券交易创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 列示财务内控不规范的情况分析

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）问题25列示财务内控不规范的情形：

序号	《深圳证券交易创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 列示的情形	公司是否存在该情形
1	为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）的情形	不存在
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资的情形	不存在
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借的情形	存在

序号	《深圳证券交易创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 列示的情形	公司是否存在该情形
4	通过关联方或第三方代收货款的情形	存在
5	利用个人账户对外收付款项的情形	不存在
6	出借公司账户为他人收付款项的情形	不存在
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金的情形	不存在

根据《深圳证券交易创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）问题25列示财务内控不规范的情形，报告期内，发行人与关联方和第三方进行资金拆借、第三方回款的情形，不存在其他情况。

（一）发行人与关联方或第三方直接进行资金拆借的情形

1、发行人与关联方进行的资金拆借

关于发行人报告期内与控股股东发生的资金拆借情况，参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“3、偶发性关联交易”之“（3）资金拆借”的详细说明。

2、发行人与第三方进行的资金拆借

报告期内，发行人向第三方拆出资金情况如下：

单位：万元

债权人	债务人	拆借金额	起始日	还款日	资金占用费
三问家居	常熟市康弘纺织品有限公司	200.00	2018.5.23 /2018.6.8	2019.12.7	5.52
秦艺服饰	李成	100.00	2018.2.9	2019.11.20	10.00

常熟市康弘纺织品有限公司系公司供应商，2018 年因 Primark 靠垫阻燃棉质量事件受到公司追偿，出现短期资金链紧张。为支持其继续发展，公司向其拆借资金 200.00 万元，前 6 个月不收取利息，此后按照银行同期贷款基准利率 4.35%计息。

李成与秦艺服饰之间的资金拆出系李成个人资金周转需求，李成系程晖对外投资的公司芯勋（上海）智能化科技股份有限公司的实际控制人，公司参考同期银行贷款利率，并经双方协商一致，共收取 10 万元的资金占用费，平均年利率为 5.55%。

针对上述资金拆出，公司已参考同期银行贷款利率收取资金占用费，且相关本金已经归还，不存在损害公司利益的情形，亦不存在潜在的争议和纠纷。常熟市康弘纺织品有限公司与发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、其他供应商和客户均不存在关联关系或其他权益安排。李成除与程晖共同投资芯勋（上海）智能化科技股份有限公司外，与发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、其他供应商和客户均不存在关联关系或其他权益安排。

报告期内，发行人向第三方拆入资金情况如下：

单位：万元

债权人	债务人	拆借金额	起始日	还款日	利率	资金占用费
蒋克萍	秦艺服饰	200.00	2016.10.12	2019.7.11	5.00%	15.00 注
谢美华	三问家居	500.00	2018.2.12	2018.3.12	-	-
上海系阳建筑劳务有限公司	三问家居	180.00	2020.4.19	2020.4.24	-	-

注：此处仅包括报告期内秦艺服饰支付蒋克萍的利息费用。

秦艺服饰向蒋克萍的借款主要用于经营资金周转，相关资金均用于其日常经营性支出。蒋克萍为秦艺服饰小股东李建秦的朋友，该借款发生时间较早，秦艺服饰按照 5%的年化利率，按季向蒋克萍支付利息。秦艺服饰已于 2019 年 7 月归还上述借款，双方不存在因资金拆借导致的现实或潜在纠纷。

此外，公司向谢美华、上海系阳建筑劳务有限公司拆入资金期限均较短，主要系解决公司临时性的资金进展问题。2018 年 2 月，因春节前集中付款请求较多，而银行借款的审批流程较长尚未完成，公司临时向谢美华借款周转，一个月后予以归还。谢美华为大地工程集团开发有限公司董事长，与王耀民为朋友关系，经访谈确认其与发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、供应商和客户均不存在关联关系或其他权益安排。2020 年 4 月，全球新冠疫情较为严重，公司利用自己的供应链管理和全球销售渠道优势，临时决定大力发展医护类产品出口业务，流动资金需求量大，因银行借款尚未完成审批，公司向上海系阳建筑劳务有限公司借款周转，5 天后予以归还。上海系阳建筑劳务有限公司为发行人股东陈贤付控制的公司，其借款资金来源为其自有资金。上述两笔资金拆入的时间均较短，因此未计提利息费用。

上述个人和公司与发行人的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、供应商、客户均不存在关联关系或其他权益安排。对于报告期内发生的资金拆借，发行人或其子公司均已按照《公司章程》《资金使用管理制度》《关联交易决策制度》的要求，履行了总经理决策、董事会或股东大会审议等内部审议程序，以及请款、审批、划款等资金控制程序。交易定价公允，符合市场规律和公司实际，不会对公司的经营产生不利影响，不会损害公司及股东的利益，也不会构成对公司独立运行的影响。

（二）发行人通过关联方或第三方代收货款的情形

关于发行人第三方 回款情况通过关联方或第三方代收货款的情形，参见本招股说明书 “第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易经营成果分析”之“（二）关联交易第三方回款情况”之“3、偶发性关联交易”之“（4）代收货款”的详细说明。

十七、财务内控其他相关问题

（一）发行人现金收款的情形

报告期内，公司存在现金销售收款的情形，主要系①秦艺服饰门店零售业务现金收款；②销售边角料及残次品等现金收款；③柬埔寨公司部分销售及加工费的现金收款等情况构成。报告期内，发行人现金销售具体情况如下：

单位:万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
秦艺门店收款	13.83	18.35	14.16
销售边角料、残次品等收款	19.26	19.38	49.58
柬埔寨公司收款	337.87	109.89	-
合计	370.97	147.61	63.74
经营活动现金流入	195,255.03	131,447.30	136,377.93
现金收款占经营活动现金流入的比例	0.19%	0.11%	0.05%

1、秦艺服饰门店收款

发行人子公司秦艺服饰主要收入来源系通过线下门店向个人客户销售中式服装及配饰等产品，报告期内，存在部分消费者采用现金方式付款的情形。秦艺

服饰门店采用现金收款符合零售行业惯例，现金收款交易真实且具有合理性。

2、销售边角料、残次品等现金收款

发行人子公司常熟中堂、张家港中堂、南通瑞兹卡尔森等工厂存在向个人销售边角料、残次品等并收取现金的情形。边角料与残次品的单次销售量较小，购买方主要为不定期上门收货的个人，通常以现金方式进行结算。发行人工厂向个人销售边角料、残次品等采用现金收款，符合行业惯例，现金收款交易真实且具有合理性。

3、柬埔寨公司现金销售

由于柬埔寨当地的金融系统相对落后，当地交易仍以现金为主要结算方式。发行人柬埔寨公司存在以现金方式收取当地客户加工费和货款的现金收款的情形。发行人柬埔寨公司存在现金收款的情形符合经营地的实际情况，现金收款交易真实且具有合理性。

针对上述现金收款，发行人制定并执行了较为严格的《财务管理制度》、《资金管理制度》等，同时建立了完善的会计核算体系以确保公司财务信息真实、完整。报告期内，发行人采用现金收款的比例分别为0.05%、0.11%和0.19%，整体占比较小，同时，发行人采用现金方式收款的情形符合行业惯例或特定地区经营的实际情况，现金收款交易真实且具有合理性。

（二）发行人与境外公司资金往来及大额取现的情形

报告期内，发行人银行流水涉及的境外公司，主要为发行人客户。除发行人客户外，发行人与境外关联方之间的银行流水均系因关联交易引起，关联交易的相关情况已在本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”中进行披露。

综上，报告期内，发行人与境外公司不存在与产品销售无关的资金往来，也不存在大额取现情形。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用基本情况

（一）募集资金运用概况

公司第一届董事会第八次会议及 2020 年第三次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，公司拟申请向社会公开发行人民币普通股（A 股），发行数量不超过 2,500 万股，且不低于本次发行后公司总股本的 25%。公司本次募集资金扣除发行费用后的具体用途如下：

单位：万元

序号	募集资金投资方向	预计总投资额	建设期（月）	拟用募集资金金额	
				金额	比例
1	年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目	30,778.87	24	29,198.68 注	54.69%
2	数字化设计展示中心建设项目	8,621.80	24	8,621.80	16.15%
3	数字化管理平台建设项目	3,368.10	12	3,368.10	6.31%
4	补充流动资金	12,201.01	-	12,201.01	22.85%
合计		**54,969.78**		**53,389.59**	**100.00%**

注：该金额与预计投资总额的差异为土地购置款

上述项目不存在关联方参与投资或募集资金向实际控制人、控股股东及其关联方收购资产等情形，相关项目实施后不会新增同业竞争，对公司的独立性亦不会产生不利影响。

（二）实际募集资金超出募集资金投资项目需求或不足时的安排

若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司以自筹方式解决，若本次发行募集资金净额大于上述投资项目的资金需求，公司将按照中国证监会及深交所的相关规定应用于公司的主营业务，履行相应的审议程序并及时进行信息披露；如果本次募集资金到位时间与项目进度要求不一致，则根据实际情况需要以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

（三）本次募集资金运用计划履行的备案程序

公司各个募集资金投资项目获得有权部门的批复情况如下：

序号	募集资金投资方向	项目备案证编号	项目环评备案号
1	年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目	2020-330802-17-03-143899	柯环承备[2020]01 号
2	数字化设计展示中心建设项目	上海代码：310112MA1K32TT020201D3101005 国家代码：2020-310112-51-03-003793	-
3	数字化管理平台建设项目	上海代码：310112MA1K32TT020201D3101003 国家代码：2020-310112-51-03-003185	-
4	补充流动资金	-	-

根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》（环境保护部令第 44 号）、《固定污染源排污许可分类管理名录（2019 年版）》（中华人民共和国生态环境部令第 11 号）和《〈建设项目环境影响评价分类管理名录〉上海市实施细化规定（2018 版）》（沪环规[2018]4 号）的相关规定，公司的“数字化设计展示中心建设项目”和“数字化设计展示中心建设项目”属于未列入环境影响评价审批和备案管理名录的其他建设项目，无需履行建设项目环境影响评价审批或备案。

数字化设计展示中心建设项目中房产购置和人员费用属于企业自主决策的经营行为，不属于固定资产投资项目管理范畴，不需要进行投资项目备案，因此闵行区发展和改革委出具的《上海市企业投资项目备案证明》未将房产购置计入总投资额。

（四）本次募投项目与公司主营业务、核心技术的关系

公司定位为做客户和供应商最有价值的合伙伙伴，以较为突出的原创设计能力和较强的供应链管理能力，对接客户与供应商，为客户提供以毯子、靠垫等家用纺织品和睡衣、浴袍等家居常服为代表的家居服饰产品。本次募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务展开：

1、年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目将购置先进智能制造设备，建立靠垫、毯子、毛衫及配饰全自动智能生产线，并建立智能物流配送中心。本项目的实施将显著提升公司靠垫、毯子、毛衫及配饰的精益产能，有效提升公司产品品质和及时响应客户需求的能力。

公司采取供应商库的形式进行供应商管理，合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库。公司与客户签订销售订单后，会从供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。报告期内，公司充分利用了长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，向合作工厂定制采购的比例较高，自有工厂生产的比例较低。随着客户对产品质量的要求日益提高，生产环节需要引入更先进的设备才能满足精益制造和更高效的订单交期要求，且有利于降低综合成本。公司既有的供应商库中的工厂，受限于资金实力和生产规模等因素，并不具备相应的精益产能，制约了公司承接更高端的订单。因此，公司拟建设本智能生产线和智能物流配送中心，全面提升供应链的自动化、智能化和柔性化水平，以提供更高和更稳定品质的产品，提升公司的竞争实力和盈利水平。

2、数字化设计展示中心建设项目将设立设计中心及展示体验中心，引进专业技术人才，购置先进的展示、辅助设计、生产的软硬件设备设施。项目的实施一方面有利于提升公司研发设计能力及业务水平，促进产品升级，增强企业核心竞争力；另一方面通过展示体验中心的建立，有助于实现客户对公司产品的全面了解和直观体验、提高产品设计开发能力和效率，提升客户体验感、公司品牌形象及价值。

3、数字化管理平台建设项目是通过信息技术对现有业务和资源进行深度整合。通过数字化、信息化平台的建设，支持家居、设计、采购、贸易物流等业务环节高效运转，满足公司提升生产效率和落实管理精细化、决策科学化的需要。

4、补充流动资金将改善公司的资产负债结构，提升公司的流动性，保障公司主营业务的顺利开展。

本次募集资金投资项目实施的关键技术为公司现有核心技术，或在现有核心技术基础上的延伸、拓展或升级。项目实施不会导致公司主营业务发生变化。

（五）募集资金专户储存安排

公司 2020 年 10 月 9 日召开 2020 年第三次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，募集资金将存放于董事会决议指定的专项账户进行集中管理。在募集资金到账后 1 个月内，公司将与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订存管协议。公司将严格按照募集资金使用计划确保专款专用，同时严格执行深交

所及中国证监会有关募集资金使用的规定。

（六）董事会对募集资金运用的意见

公司董事会对本次募集资金投资项目进行了可行性分析，认为：本次募集资金投资项目是对现有业务体系的发展、调整、完善和补充；募集资金投资项目与公司现有的经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，符合国家产业政策、环保政策以及其他相关法律、法规的规定，投资估算及效益分析表明项目各项财务指标良好。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目

1、项目概况

公司拟在浙江省衢州市建设家纺家居智能制造生产基地，本次募投项目主要建设内容为年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰的全自动智能生产线以及智能物流配送中心，总投资额为 30,778.87 万元。本项目的实施将显著提升公司靠垫、毯子、毛衫及配饰的精益产能，有效提升公司产品品质和及时响应客户需求的能力。

2、项目实施的必要性分析

（1）提升精益生产能力，满足客户高品质的产品需求

公司采取供应商库的形式进行供应商管理，合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库。公司与客户签订销售订单后，会从供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。报告期内，公司充分利用了长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，向合作工厂定制采购的比例较高，自有工厂生产的比例较低。

随着客户对产品质量的要求日益提高，生产环节需要引入更先进的设备才能满足精益制造和更高效的订单交期要求，且有利于降低综合成本。公司既有的供应商库中的工厂，受限于资金实力和生产规模等因素，并不具备相应的精益产能，制约了公司承接更高端的订单。

为满足客户高品质的产品需求，在此阶段，公司需要建设智能生产线以满足精益制造的要求，以提供更高和更稳定品质的产品，提升公司的竞争实力和盈利

水平。

（2）提高生产效率，满足客户多品类、高频次的产品需求

家纺、服饰产品的时效性、流行性和季节性特点突出，产品具有多款少量、交期短的特点。因此，要求供应商具备较强的柔性供应能力，品种丰富、效率高，能满足客户多样性的要求。公司目前采用的供应商库的供应链管理模式，天然具备柔性生产的可能，可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，不受限于某家具体工厂的产能或工艺水平，可以着眼于全行业的供给来给客户提供更为多样化的选择和更灵活的产能供给。但是，若客户的品种要求复杂化、交货频次继续增加，公司满足客户需求的能力在准确性、效率性、效益性方面可能都会遇到瓶颈，供应链管理难度将增加。

为此，工厂需要提升设备的智能化水平，以智能化的柔性生产线来满足客户多品类、高频次的产品需求。

（3）提升供应链质量，增强企业核心竞争力

公司采取供应商库的形式进行供应商管理，合作工厂和自有工厂统一纳入合格供应商库。公司与客户签订销售订单后，会从供应商库中为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。

公司较强的供应链管理能力，是其业务经营的核心竞争力之一，获得了全球众多知名中大型零售商和中高端品牌商客户的认可。为保持和提升公司的竞争力，公司需要不断提升供应链质量。一方面，公司将持续优化供应商的区域分布，进一步转向优势产业集聚地，加快国际供应链布局，持续将人力成本低、产能高、配套成熟、欧美免关税、产业可持续的国家供应商吸收充实供应商库，包括东南亚地区（越南、巴基斯坦、缅甸、孟加拉国等）和北非地区（埃及、埃塞俄比亚等）。另一方面，公司需要持续优化供应商的产能，争取将更优质的产能入库备用并持续筛选和淘汰落后的产能。当供应商库中的产能质量无法满足客户需求时，公司需要予以弥补以维持供应链的质量。目前，公司供应商库中的产能质量预期无法满足客户日益提升的对产品质量、多品类和高频次的诉求，公司需要通过自建先进产能予以应对。

3、项目实施的可行性分析

（1）研发设计优势

公司建立有一支时尚敏感度高、国际化和多元化兼具、开发设计能力较出众的设计团队。公司的设计团队与客户保持密切的合作关系，对欧美客户的品牌设计理念和偏好有较深刻的理解，站在客户角度解读其所经营的品牌的设计理念为其设计产品。

1）掌握流行趋势

公司的设计团队会定期前往全球各时尚之都采风，并通过参加流行趋势发布会、检索专业纺织服装网站和杂志、生产工厂实地考察等方式，了解当下流行趋势，获取设计灵感，丰富创意主题与元素，以制定全年不同季节和标志性时段的新品方案。经过多年经营，公司对主要产品的流行趋势变化和发展积累了丰富的经验并形成了独特的理解，在各个主要季节换季之前，公司一般会先于客户进行流行趋势资讯和自主原创设计产品的发布，并完成设计样品打样，为客户进行趋势判断和产品选择提供参考。

2）深入理解客户的设计理念

公司的主要客户为欧美国家的中大型零售商和中高端品牌商，每个零售商有其独有的品牌文化、风格偏好和设计理念。公司站在客户的角度，为其经营的品牌的提供设计，积极保持与客户之间的信息互动和沟通机制，逐步熟悉客户设计语言的运用方式、从创意设计到设计实现的作业过程，了解不同客户对流行趋势的个性化理解。基于对客户的深入理解，公司的产品设计能更契合客户需求并获得认可。

3）优秀的研发设计团队

原创的研发设计能力是公司的核心竞争力之一，公司以良好的业务发展前景、完善的薪酬奖励制度和员工培养机制，吸引了一批优秀的研发设计人才。目前，公司已建立了一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队，并设有独立的面料研发技术团队，能及时准确地获取有关流行趋势、消费者偏好、客户销售反馈等第一手市场信息。

（2）供应链管理优势

公司定位为一家服务型贸易商，在与客户签订销售订单后，会为客户选择最优的供应链方案完成订单执行。公司建立有一套完整的供应商准入、质量评价和淘汰制度，公司根据该制度持续接洽、甄选、培育潜在供应商，将其纳入合格供应商库。目前，公司已与超过 150 多家外部工厂形成了良好的合作关系，可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源来给客户提供服务，而不受限于某家具体工厂的产能或工艺水平，可以着眼于全行业的供给来给客户提供更为多样化的选择。同时，公司保有小部分自主产能作为样板工厂，可以为产品打样、生产工艺、产品定价等提供技术支持，自有工厂的产品质量也更好把控。

（3）优质客户资源优势

公司定位为做客户和供应商最有价值的合作伙伴，以较为突出的原创设计能力和较强的供应链管理能力，对接客户与供应商。世界知名零售企业和品牌企业对供应商的筛选较为严格，一般需要经过验厂、小订单供货测试后，才能最终确定长期、稳定的战略合作关系。经过多年经营，公司客户遍布美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，为超过 190 家全球中大型零售商及品牌商提供相关产品。这些优质客户的市场竞争力强，产品需求量稳定，为公司业务的稳定发展奠定了基础；同时，优质客户对产品设计和质量要求严格，产品附加值较高，保证了公司较高的利润水平，也为公司开拓新的客户提供了便利条件。

（4）产品结构优势

公司早期以毯子、靠垫产品作为业务切入点，顺利实现市场拓展并积累了大量的知名中大型零售商及品牌商客户。经过多年发展，目前公司已建立了相对比较完整的产品体系：在产品种类方面，公司的家用纺织品和家居服饰产品涵盖毯子、靠垫、披巾、睡衣、浴袍、家居常服等多个品种；在产品价格档次方面，公司产品涵盖了中档、高档和平价产品，价格档次组合完整。公司凭借较为完整和丰富的产品结构，可灵活应对市场的快速变化，满足客户多元化的需求。

4、项目投资概算

（1）项目总投资概算

本项目投资总额为 30,778.87 万元，拟用募集资金投入除土地购置款外的 29,198.68 万元。具体投资明细如下：

序号	投资项目	金额（万元）	投资占比	投资进度（万元）	
				第一年	第二年
1	土地购置	1,580.19	5.13%	1,580.19	-
2	土建工程	15,489.90	50.33%	13,041.90	2,448.00
3	工程建设其他费用	335.00	1.09%	335.00	-
4	设备购置费	9,950.00	32.33%	-	9,950.00
5	安装工程	497.50	1.62%	-	497.50
6	预备费	788.17	2.56%	788.17	-
7	铺底流动资金	2,138.11	6.95%	-	2,138.11
合计		**30,778.87**	**100.00%**	**15,745.26**	**15,033.61**

（2）工程费用

其中工程费用主要包括厂房、综合楼和物流中心等建设，具体工程费用如下：

序号	投资项目	金额（万元）	投资进度（万元）	
			第一年	第二年
1	**土建工程**	**15,489.90**	**13,041.90**	**2,448.00**
1.1	厂房	4,896.00	2,448.00	2,448.00
1.2	其他	10,593.90	10,593.90	-
2	**工程建设其他费用**	**335.00**	**335.00**	**-**
工程费用合计		**15,824.90**	**13,376.90**	**2,448.00**

（3）设备购置费

根据项目所确定的产品方案、生产规模和工艺技术流程，为确保产品品质、增强产品在市场上的竞争能力，本项目将新增部分先进设备。其中主要包括全自动一体化靠垫产品智能生产线、全自动一体化毯子产品智能生产线、全自动绣花机、全成型电脑横编机、智能物流配送中心及其他生产辅助设备等，具体设备购置费用如下：

序号	设备名称	使用范围及说明	单价（万元）	数量（套）	金额（万元）
1	全自动一体化靠垫产品智能生产线	1、适用于靠垫产品的生产； 2、每条生产线含自动裁剪、缝制、充芯、品检及包装工序	500.00	6	3,000.00
2	全自动一体化毯子产品智能生产线	1、适用于毯子产品的生产； 2、每条生产线含自动裁剪、缝制、品检及包装工序	200.00	6	1,200.00
3	全自动绣花机	1、靠垫或毯子产品上花型图案的生产	50.00	10	500.00
4	全成型电脑横编机	适用于毛衫免套口一次成型生产，以及部分配饰生产	50.00	50	2,500.00
5	智能物流配送中心	1、客户验货中心； 2、产品出口物流运输中心； 3、国内销售物流配送中心； 4、智能仓-货架系统	2,700.00	1	2,700.00
6	其他生产辅助设备	其他生产用的零星辅助设备	50.00	1	50.00
合计					**9,950.00**

5、项目组织方式及实施计划

本项目由发行人子公司浙江三问负责组织实施。项目计划建设期为 24 个月。建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用，项目计划实施进度如下：

序号	项目	第一年				第二年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目前期工作								
2	土建工程								
3	设备订货采购								
4	设备安装调试								
5	人员招聘培训								
6	试生产/投产								

6、项目环保情况

2020 年 7 月 16 日，衢州市生态环境局柯城分局为本项目出具了《建设项目环评承诺备案表》（柯环承备[2020]01 号），同意本项目环评备案。

本项目的实施主要产生如下环境影响：

（1）废气

施工期大气污染物主要为施工扬尘、施工车辆汽车尾气等。在整个施工期，

产生扬尘的作业有平整土地、打桩、开挖土方、道路铺浇、材料运输和装卸等过程；运营期间，项目在生产过程中产生的废气污染物主要为食堂油烟。

（2）废水

施工期废水主要来自于土建施工期间产生的砂浆废水、施工机械冷却排污水和清洗废水以及施工人员产生的生活污水等；运营期间，废水主要为食堂废水、生活污水。生活污水主要来源于员工生活废水，废水经过污水处理厂处理后达标排放。

（3）噪声

施工期噪声主要来自施工机械噪声、施工作业噪声和运输车辆噪声；运营期间，项目生产环节主要为裁剪、缝制等，会产生少量机器设备噪声。

（4）固体废物

本项目施工期间产生的固体废物主要包括剩余各种土方、建筑及装修垃圾和施工人员产生的生活垃圾等；运营期间，本项目的固体废物主要为员工生活及办公垃圾、生产车间产生的报废料、边角料等。

公司在项目建设施工期间以及建成投产使用的同时，将采取如下环境保护措施：

（1）废气处理措施

施工期间，为减少风力扬尘，施工时将采取以下措施：

1）减少建材的露天堆放，尽可能堆放在室内或置于围护结构内；

2）经常对施工现场及附近道路进行喷水，以减少扬尘；

3）采用商品混凝土；

4）针对项目厂区南、北侧厂界，设置稳固整体的围挡，围挡高度不低于 2.5m。

为尽可能减少扬尘对本项目建设区域周围大气环境的污染程度，首先，加强施工管理，对通行机动车的临时道路和施工场内露裸地面均应硬化处理，配置滞尘防护网，同时对扬尘发生量大的部分应采用喷水雾法降低扬尘，对运输交通道路应及时洒水、清洒。再次，在运输、装卸建筑材料时，尤其是泥砂运输车辆，

采用封闭车辆运输，以减少施工扬尘对周边环境的影响。

运营期间，食堂油烟经油烟净化器处理后，由食堂屋顶高空排放。油烟净化器风量为 8,000 m³/h，食堂厨房工作时间以 4h/d 计，则净化后食堂油烟的排放浓度为 1.24mg/m³，符合《饮食业油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）中型规模标准要求（油烟浓度≤2.0mg/ m³）。

（2）废水处理措施

施工期间，建材物质的堆放要采取防冲刷措施，堆场也应合理选址，在堆场四周设截流沟，防止施工物质的流失，同时减少对附近河道水体的影响。

施工人员生活污水经化粪池预处理后排入航埠污水处理厂，处理达标后外排水体，对周边环境影响较小。

运营期间，食堂废水经过隔油池处理，生活污水经过厂区内化粪池预处理，由厂区总排口统一纳管进入市政管网，经过航埠污水处理厂处理后排入常山港。

（3）噪声防治措施

施工阶段，将采取以下治理措施：①尽量选用低噪声设备，对高噪声设备采取减振、隔声降噪等措施。②加强施工管理，合理安排施工内容及施工时间，严格控制夜间施工。③合理布置，将高噪声建筑机械尽量置于整个场区的西侧位置，远离东侧居民区。④固定的高噪声施工机械应加设工棚，施工场地周围应设置临时隔声屏障（围墙）。⑤加强施工期的环境管理，提高施工人员的环保意识，以降低噪声对环境的影响。采取上述降噪措施后，项目施工噪声对周边环境的影响是可以接受的。随着施工的结束，该影响即会停止。

项目建成后，厂界噪声排放符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 3 类标准要求，周边声环境敏感点噪声预测值可达到《声环境质量标准》（GB3096-2008）2 类标准要求。

运营期间，选用低噪声设备，做好生产设备的减震基础；平时注意维护设备，防止因设备故障形成的非正常生产噪声。同时确保环保措施发挥最佳有效的功能；加强职工环保意识教育，提倡文明生产，防止人为噪声；强化行车管理制度，设置降噪标准，严禁鸣号，进入厂区低速行驶，最大限度减少流动噪声源。另外企

业通过加强绿化、种植树木等措施减少噪声影响。

（4）固体废物处置措施

施工期间，及时将固废运到指定点（如垃圾填埋场、铺路基等）处置。对于建筑垃圾中可回收利用的部分应尽量回收利用，无利用价值部分可与生活垃圾一并由环卫部门清运。施工人员产生的生活垃圾要求放到指定的垃圾清运点，由环卫部门定期清运。

运营期间，边角料、不合格品收集后外售至回收企业综合利用；废润滑油委托有资质的单位进。生活及办公垃圾分类收集，委托环保部门处理。

7、项目选址

本项目由发行人子公司浙江三问负责组织实施，项目选址的土地位于衢州市柯城区航埠镇毛村村。浙江三问已取得该地块的国有建设用地使用权，不动产权证书编号为“浙（2020）衢州市不动产权第 0022151 号”。

衢州位于浙江省西部，南接福建南平，西连江西上饶、景德镇，北邻安徽黄山，东与省内金华、丽水、杭州三市相交。衢州历来是浙闽赣皖四省边际交通枢纽和物资集散地，素有“四省通衢、五路总头”之称。境内航空、铁路、公路、水运齐全，民航直达北京、深圳、昆明、青岛、重庆、济南、海口。衢州形成了由高铁、高速、航空、航运等构成的现代综合交通网络体系。随着衢州产业结构的优化提升，创新动力持续增强。

公司选择在衢州实施本次募投项目，可享受到便利的交通物流和成熟的产业结构配套，利于项目的顺利实施。

8、项目经济效益分析

随着本项目实施并投产后，本项目预期产生的经济效益如下：

项目	项目经济指标预期值
运营期年均销售收入（万元）	40,716.52
运营期年均所得税（万元）	1,346.94
运营期年均净利润（万元）	4,040.81
运营期年均净利率	10.02%
税后内部收益率	11.49%

项目	项目经济指标预期值
税前内部收益率	15.15%
项目建设期（年）	2
税后投资回收期（不含建设期）（年）	6.86

本项目具有明确的市场前景，项目投资收益较好，投资回收期较短，项目实施切实可行，能够给公司带来良好回报。

（二）数字化设计展示中心建设项目

1、项目概况

本项目的实施主体是发行人母公司三问家居。项目拟投资 8,621.80 万元，具体建设内容包括新建研发设计中心以及展示体验中心场地，引进高端研发设计人才，购置先进的展示、辅助设计、生产的软硬件设备。数字化设计展示中心将在公司已有研发设计基础上，继续围绕面料、纱线结构进行持续深入研发，并开展全品类设计。另外，展示体验中心的建立有助于实现客户对公司产品的全面了解和直观体验，提高产品设计开发能力和效率，提升客户体验。

本项目的建设期为 24 个月，投资总额为 8,621.80 万元，其中土建工程费用 5,663.50 万元，设备购置费为 1,896.80 万元，安装调试费为 378.02 万元，人员费用 445.34 万元，基本预备费 238.15 万元。

2、项目实施的必要性分析

（1）提升企业研发设计实力，增强企业核心竞争力

研发设计能力是家纺服饰产品供应商的核心竞争力之一，也是企业持续发展的动力。一方面，随着消费水平的不断提升，消费者对家纺服饰产品的要求愈加多元，对品质及审美要求不断提高；另一方面，随着新材料、新工艺的不断涌现，以及先进设计理念的引入，家纺服饰产品更新换代的速度明显加快。因此，家纺服饰企业需要紧跟时尚潮流，通过对色彩、图案、款式、面料、辅料的调整，将时尚设计、科技功能、生态安全等产品要素有机结合，以满足消费者追求舒适、健康、安全、环保的心理诉求，同时还需要把握行业内前沿核心技术发展动向，不断提升自身研发设计实力，开发出迎合市场需求的产品，是家纺服饰企业发展的立足之本。

本次新建数字化展示中心项目，将新建研发设计场地，引进高端人才，购置先进辅助设计工具及先进的设计软件，建立小型样品生产中心。项目的实施有利于提升公司现有研发设计实力，进一步增强企业核心竞争力。

（2）提升公司业务水平，加速研发设计成果转化

公司秉持“设计点亮生活，创新引领未来”的理念，设计活动涵盖面料材质选择、主题和花型设计、产品单体设计、产品全案设计和营销推广的完整体系。经过多年经营与发展，公司在家纺服饰产品的研发设计方面积累了丰厚的经验，客户遍布美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，与诸多欧美中大型零售商和中高端品牌商建立了合作关系。此外，截至 2020 年 12 月 31 日，公司已获得面料研发方面的发明专利 7 项。

近年来，随着公司业务规模的不断扩大，公司现有的研发设计及展示场地、设施、人员都已不能满足公司日益发展的需要。通过本募投项目的建设，公司通过新建数字化设计展示中心，一方面通过购置先进的辅助设计设备及软件、引进高端设计人才，提升公司的研发设计能力，以迎合不断增长的业务需求，提升公司的市场份额；另一方面，通过建立小型生产中心，有助于加速研发设计到样品的转化，进而加速研发设计成果的快速落地。

（3）促进产品升级，形成差异化竞争优势

公司将坚持“做客户与供应商最有价值合作伙伴”的战略定位，全面构建价值创新体系，通过原创设计与面料研发双向驱动产品创新。对于家纺服饰企业来说，持续不断地研发创新，实现产品升级，迎合市场需求，形成差异化竞争优势，是企业提升盈利能力的必然选择。本次项目，公司将新建研发设计场地，引进高端设计人才，购置先进辅助设计设备，提升公司研发设计能力，未来公司将聚焦产品基础面料、纱线结构、消费者环保需求、文化创意设计等不同方面，促进公司现有产品升级，实现差异化竞争优势。

（4）提升客户体验，提升公司品牌形象及价值

展厅是企业进行形象推广，宣传产品与服务，提高品牌价值的重要途径。而数字展厅凭借着多样化的展示效果和多媒体互动科技的生动性，增强参观者的沉浸式体验。因此数字展厅能够更好地展示出公司的品牌理念以及产品优势，借助

数字展厅可以让更多参观者更清楚地了解到公司的文化内涵、公司的综合实力以及公司产品，有利于公司更好吸引客户和获取订单。本次数字化设计展示中心建设项目包括建立展示体验中心，展示体验中心功能区分为企划文化墙、面料和纱线展示区域、成品展示区、前沿趋势区等，通过先进的软硬件设备，向客户生动地呈现公司发展历程、核心技术及未来发展规划等，并将现有研发设计成果及前瞻性开发材料进行数字化展示，向客户呈现从产品的研发设计到模拟货柜形式和包装组货陈列效果的全过程，还可根据客户属性和需求完成专项推荐展示，数字化展示体验中心的建立有助于提升客户体验，进一步提升公司的品牌形象和品牌价值。

3、项目实施的可行性分析

（1）与政府鼓励政策相契合

国务院 2014 年 3 月发布的《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》中指出，支持消费类产品提升新产品设计和研发能力，加强传统文化与现代时尚的融合，创新管理经营模式，以创意和设计引领商贸流通业创新，加强广告营销策划，增加消费品的文化内涵和附加值，健全品牌价值体系，形成一批综合实力强的自主品牌，提高整体效益和国际竞争力。

2018 年 6 月，上海市委、市政府 15 个相关部门共同制定了《促进上海创意与设计产业发展的实施办法》指出加快消费品产业向时尚产业转型升级，推进时尚产业价值链中设计、品牌、贸易、市场、零售、展示、人才等各环节有机融合。此外，《促进上海创意与设计产业发展的实施办法》还指出，推进创意设计与科技融合发展；通过应用虚拟/增强现实、大数据分析、4K 超高清、交互设计、人工智能等前沿技术，促进文创与科技融合发展，带动科技成果的产业化应用。

数字化设计展示中心建设项目具体包括建立研发中心、设计中心及展示体验中心，项目顺利实施后，公司将引进一批高端研发设计人才、先进的辅助设计的软硬件设备及展示设备，旨在提升公司现有设计研发能力，通过数字化展示技术，更好的向客户展示产品和公司形象，因此项目的实施与鼓励创意设计及文创与科技融合的产业政策相契合。

（2）强大的研发设计团队

公司利用完善的薪酬奖励制度和员工培养机制，吸引了一批优秀的研发设计人才。目前，公司已建立了一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队。截至 2020 年 12 月 31 日，公司产品设计团队有 64 人，包括 1 位美国设计总监、1 位美国设计师、2 位英国高级设计师和 60 名国内优秀的专业设计人员；面料研发技术团队 11 人，其中 5 名专业硕士；研发设计人员中部分人员毕业于八大纺院设计相关专业或纺织工程类院校面料/设计相关专业，拥有同行业多年的工作经验。同时，公司持有相关领域发明专利 7 项和实用新型 23 项。公司较强大的研发设计团队和研发成果储备为项目的顺利实施提供了有力保障。

（3）深厚的研发设计经验积累

公司自成立以来，对绒类面料和花式纱线有着广泛的运用经验和市场基础，且可以以一种纱线，一种面料，尽可能多地延伸多个品类的产品开发满足同个客户不同品类的组货需求。公司在面料研发方面，处于行业较先进水平，技术开发的范畴已经深入到产业链的源头——纤维原料、纱线、面料、后整等一整套流程的技术环节。公司在长期服务客户过程中，积极保持与客户之间的良好信息互动和沟通机制，逐步熟悉客户从创意设计到设计实现的作业过程、客户设计语言的运用方式和各个客户对不同流行趋势的个性化理解。以 2019 年为例，公司为客户提供了超过 11,000 款基础图稿。公司深厚的研发设计经验为保证项目的顺利实施提供了坚实基础。

（4）广泛的客户基础保证研发设计成果转化

经过多年经营积累，公司在全球拥有的中大型百货零售商及品牌商客户遍布美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30 多个国家和地区，公司参与国际市场竞争的过程中逐步提高实力，积累经验，在客户中建立了良好信誉，公司与 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等知名国际零售商及品牌商建立了长期合作关系，这些优质客户产品需求量稳定，且对产品设计和质量要求严格，为公司开拓新的优质客户提供了经验，这为募投项目顺利实施后的研发设计成果转化提供了有利条件。

4、项目投资概算

本项目投资总额为 8,621.80 万元，具体投资明细如下：

序号	投资项目	金额（万元）	投资占比	投资进度（万元）	
				第一年	第二年
1	土建工程	5,663.50	65.69%	5,663.50	-
2	设备投资	1,896.80	22.00%	1,327.76	569.04
3	安装调试费	378.02	4.38%	349.56	28.45
4	人员费用	445.34	5.17%	-	445.34
5	基本预备费	238.15	2.76%	220.23	17.92
合计		**8,621.80**	**100.00%**	**7,561.05**	**1,060.75**

（1）土建工程

本项目计划购置约 2,410.00 平方米的房产。按照 2.20 万元/平方米的建筑购置单价及 0.15 万元/平方米的装修单价计算，土建工程投入为 5,663.50 万元。

（2）设备投资

本项目所需设备包括员工个人办公设备、辅助设计工具、生产中心和展示体验中心所需的软硬件设备等。各项设备是研发设计业务必不可少的基础，科学地进行设备选型、论证和合理配置，使设备的使用价值最大化，对提高企业的整体研发实力和客户体验意义重大。

在充分考虑适用性、先进性和性价比的原则上，本项目投入的设备清单如下：

研发设计中心设备清单				
设备名称	内容	数量（台/套）	单价（万元）	金额（万元）
苹果一体机	员工个人办公设备	36	1.80	64.80
高配置电脑设备（3D 视觉设计师专用）	员工个人办公设备	2	2.00	4.00
高性能打印机	辅助设计工具	1	2.00	2.00
3D 打印机	辅助设计工具，实现部分产品的快速打样，实样呈现	2	125.00	250.00
3D 面料扫描仪	辅助设计工具	1	260.00	260.00
读色仪	辅助设计工具	1	10.00	10.00
灯箱	辅助设计工具	1	5.00	5.00

LED 屏	智能显示呈现	5	3.00	15.00
合计				**610.80**
CAD 软件、PS 软件、AI 软件	软件	34	3.00	102.00
3D 呈现软件	软件	1	50.00	50.00
AR 交互软件	软件	1	15.00	15.00
合计				**167.00**
电脑	MINI 生产中心	2	1.00	2.00
CAD 打印机	MINI 生产中心	2	2.00	4.00
电脑车	MINI 生产中心	6	1.00	6.00
四线拷边机	MINI 生产中心	3	2.00	6.00
双针拷边机	MINI 生产中心	3	1.50	4.50
熨烫设备	MINI 生产中心	2	1.00	2.00
合计				**24.50**
共计				**802.30**
展示体验中心设备清单				
硬件设备明细				
序号	**设备名称**	**台（套）数**	**单价（万元）**	**金额（万元）**
1	投影机 8000 流明	4	15.00	60.00
2	投影机镜头	4	6.00	24.00
3	服务器	15	3.00	45.00
4	图形处理器	8	3.00	24.00
5	VR 眼镜	2	1.00	2.00
6	投影机 10000 流明	3	25.00	75.00
7	投影机镜头	2	6.00	12.00
8	MR 眼镜	3	4.00	12.00
9	透明 OLED	3	30.00	90.00
10	OLED 屏幕	2	10.00	20.00
11	LED P2	16	3.00	48.00
12	LED P1.5	8	8.00	64.00
13	透明 LED P3.92	8	8.00	64.00
14	定制化 LED 屏	12	5.00	60.00
15	拼接屏	6	5.00	30.00
16	动感座椅	5	4.00	20.00

17	触摸屏 80 寸	4	7.00	28.00
18	液晶显示器 100 寸	3	30.00	90.00
19	液晶显示器 80 寸	4	5.00	20.00
20	音响系统	6	3.00	18.00
21	IPAD	2	0.50	1.00
22	双目摄像头	1	2.00	2.00
23	核心交换机	2	5.00	10.00
24	雷达感应器	2	9.00	18.00
25	机器人	1	60.00	60.00
26	机械互动装置	2	50.00	100.00
合计				**997.00**
软件设备明细				
序号	**设备名称**	**台（套）数**	**单价（万元）**	**金额（万元）**
1	Adobe 软件套装/年	4	0.80	3.20
2	AUTODESK 3dsmax/年	4	0.70	2.80
3	Vs 系列	8	2.50	20.00
4	SQL Server	4	1.00	4.00
5	Unity 3D	3	1.50	4.50
6	AR 引擎	3	15.00	45.00
7	云数据库/年	2	9.00	18.00
合计				**97.50**
共计				**1,094.50**
总计				**1,896.80**

5、项目组织方式及实施计划

本项目由发行人母公司三问家居负责组织实施。项目计划建设期为 24 个月。建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用，项目计划实施进度如下：

序号	项目	第一年				第二年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	土建工程								
2	设备采购								
3	设备安装调试								
4	人员招募及培训								
5	试运营								

6、项目环保情况

本项目施工过程中主要污染为装修固体包装废弃物、装修时的轻微噪声污染与建设垃圾污染、生活垃圾与污水等。本项目建成运营时不存在废气、废水、废渣等工业污染物，对环境影响很小，符合国家相关环保标准和要求。在施工期，公司主要采用的环境保护措施如下：

（1）加强施工期的环境管理，与施工单位签订施工期环境管理合同，合理安排施工工序，按有关环保措施要求进行施工。

（2）加强施工管理，严格遵守各地市建筑施工噪声管理规定，尽可能避免或减轻施工噪声对环境的影响。

（3）合理安排施工期和工时，特别是控制午、夜间的高噪声作业。因生产工艺要求，确需在午、夜间进行施工作业的，报经工程所在地的县环境行政主管部门批准，并由环保部门向周围居民公告。

（4）建筑垃圾和装修垃圾应分选安置，其中的废钢筋、水泥包装袋、塑料袋、废纸箱、废油漆桶等可回收的物品应由物质回收部门回收，加以再生利用。渣土等运往指定地点填埋处置。

7、项目选址

项目由三问家居实施，选址在上海市闵行区恒南路 688 弄，公司已与上海闵光房地产开发有限公司签订了《购买房产意向书》。

上海市经济运行总体平稳，产业结构加快转型升级。服务经济持续平稳发展，近年来推出了旅游、健康、体育等服务业促进政策，推进服务业综合改革试点，信息服务业、商务服务业、科研服务业、文化创意产业等现代服务业保持快速发展势头。

8、项目经济效益分析

本项目不直接产生经济效益，项目的实施有助于增强公司研发设计实力及业务水平，促进现有技术及产品升级，提高产品附加值，增强公司盈利能力；同时，项目的实施将有助于提升客户体验感，提升品牌资产。本项目的顺利实施将进一步增强公司的核心竞争力，促进公司的可持续发展。

（三）数字化管理平台建设项目

1、项目概况

本项目的实施主体是发行人母公司三问家居。本项目拟投资 3,368.10 万元，主要包括柔性供应链管理模块、全渠道电子商务营销系统模块、商务智能分析模块、信息协同办公管理系统模块等 4 大模块，以实现公司资金流、物流、信息流一体化管理，完成业务流程的规范和优化，提高业务运作与管理模式，贯通供应链，实现产品设计、市场营销、仓储、财务等全流程一体化管理控制。

本项目建设期为 12 个月。项目总投资 3,368.10 万元，拟全部采用募集资金进行投资，其中硬件设备投入 639.00 万元，软件及服务投入 2,523.00 万元，人员投入 48.00 万元，基本预备费 158.10 万元。

2、项目实施的必要性分析

（1）顺应公司业务快速发展、提高企业运营管理能力的内在要求

从公司的长期发展的需求来看，企业要达到预期的市场占有率和经济效益，提高企业的竞争能力，就必须在产品的质量、价格、周转周期等方面具有自己的竞争优势。通过各种数据全面、及时、高效、准确地掌握公司各项业务开展情况，是现代企业有效管理、科学决策的基础，也是构建公司核心竞争力的重要内容。

家纺服饰行业是一个信息量大、产业链条长、工作流程复杂的行业，家居产品的生产需要从产品设计阶段开始，统筹考虑之后的供应链管理、营销推广以及财务成本核算等工作。随着移动互联网技术的高速发展，传统的家纺服饰供应商面临严峻挑战，同时也遇到重大的发展机遇。因此，建立先进的数字化管理平台已成为企业未来发展的迫切需求。

目前公司内部在顶层设计和整体规划上还有较大的改善空间，各个子公司的信息系统模式、标准设置、技术规范等都不完全一致，数据之间不能完全实现共享，存在一定的“信息孤岛”效应，已不能满足公司经营管理的信息整合需求。提高竞争力的有效方法是加强管理，在管理方法、模式和工具等方面进行切实可行的变革。

建立一个全面的数字化管理平台是系统化提升企业现代管理水平的手段，企

业通过建立一个全面的管理平台系统有助于公司的产品流通、数据信息一体化运营管理，使得各项流程，包括生产、采购、仓储、销售等系统互相建立联系，在信息平台上实现实时共享，避免信息资源的不对称，减少因为缺乏信息沟通造成的各项损失，提高公司整体运营的效率和效益。

（2）加快转型升级和促进数字化融合发展的需要

当今世界信息技术革命方兴未艾，以新一代信息技术为代表的科技革命和产业变革深度改变着人类的生产和生活方式，引发经济社会的全方位变革。新一代信息技术带动传统产业转型升级、促进新产业、新业态的发展。家纺服饰产品类型日益丰富，消费市场逐渐活跃。提升公司数字化、网联化、一体化水平，最终将提高公司的综合竞争优势。

在日益发达的现代经济社会中，产品周期管理和供应链管理日益为家纺服饰供应商所重视。通过信息化与工业化的深度融合，将互联网、大数据、云计算、物联网等新技术与工业生产相结合，打造柔性化生产链条，实现工厂、消费者、产品和信息数据的互联，逐步实现大规模定制的智能制造模式，成为家纺服饰供应商新一轮竞争的有力武器。对于传统家纺服饰的生产企业来说，可能存在以下问题：产品设计能力的创新匮乏，市场潮流变化快，用户需求预测难，中小代加工企业甚至没有设计；品牌商高库存，产业链长，订单周期 3~9 个月；加工企业招工难，利润低，用户购买衣物结束后难追踪；购买后的数据信息和公司的售后部门联动不足；IT 技术落后，信息系统不健全。前述问题可以通过重构企业数字化系统，打造企业内外信息集成平台，实现动态化管理与决策辅助；其次，升级改造企业数字化管理，提升企业在设计、业务、生产等模块运营的数字化管控能力；第三，导入精益生产管理体系与自动化设备配套方案，完善企业标准化管理流程，控制资源成本，提升产品质量与生产效率；第四，实现“三端”合一，将终端零售-流通-生产制造线上线下打通，优化用户体验过程，升级打造新型数字化管理系统，为终端用户提供设计、生产、配送等一站式家居配套的供应链物流服务。数字化管理系统，是技术升级的大背景下，家纺服饰供应商打造更柔性化、快速反应的供应链和更个性化、定制化的品牌消费体验的共同选择和重要工具。智慧数字化信息系统建设，将为家纺服饰供应商重新获取市场、寻求新的盈利点提供有力支持，进而推动中国服装行业转型升级。

（3）获取市场数据，降低企业运营成本

公司业务人员需要对消费群体的需求和销售情况及时地跟踪分析，通过内部沟通，反馈给产品设计部门。但是目前公司内部系统无法完全实现信息的实时共享和沟通，因此，建立内外协同的数字化供应链管理系统有助于加强公司对市场需求反应的敏锐度。

数字化供应链管理系统体现了事前计划和事中控制的管理思想。数字化管理系统中的计划、审批流程等这些功能，完全集成到整个供应链系统中，这样便可以实现事前计划，而且在事前定义好的事务里，会阐述资金流和物流的唯一编号、同步记录等，以保证公司所处上下游信息的统一性和信息的完全共享，有利于实现事前控制和实时做出决策。其次，伴随着消费者个性化需求越来越强，导致供应链推拉结合点不断向供应端后移。家纺服饰供应商越来越倾向于提供产品多样性选择和选配服务、以及全渠道的经营与服务，客户对于产品缩短交期、提高性价比的诉求越来越高，这就要求企业的供应链体系具有非常强的管控能力和柔性能力。数字化管理系统有效帮助家纺服饰供应商提高筛选顾客需求的准确度。

综上所述，公司通过建立内部统一的数字化管理系统，有助于公司内部各个部门与供应链上的各方能建立起一个协作运营平台，快速反应市场需求，及时做出市场判断。此外，数字化管理平台也有助于提高公司的管理水平，降低生产生命周期，提高发售工作效率，降低运营成本。

（4）进一步提升公司综合竞争力的需要

公司准备面向数字化、智能化、物联网化方向逐步转型，未来将在管理平台的系统里建设 4 大模块，这将涉及到公司内部多个独立运营的业务主体。公司面临多产品、多业务线、多环节、多部门并存，既彼此独立又互相联系。

随着公司的不断发展，公司组织结构日趋复杂，现已存在包括子公司在内的多个独立运营业务主体，其分布范围并不局限于上海，而是扩展到全国部分省市乃至海外。这些运营主体未被完全纳入系统统一管理，使得公司难以及时、有效地深度掌握其生产、经营情况。因此，有必要通过本项目建设，将公司各运营主体纳入统一的资源信息管理系统，通过数据与信息共享，充分发挥“合力”效应。

综合上述条件，公司目前需要采用先进的企业管理理念、应用技术、相关系

统软件，增强公司整合内部流程和资源的能力，促进业务跨部门发展，为公司带来新的业务增长点；构建内外部信息处理平台，并在此基础上形成通畅灵活的信息搜集、传递、分析、处理和工作机制，增强经营决策对市场反应的灵敏度和预见性，促进公司未来的规范化和可持续发展。

3、项目实施的可行性分析

（1）依托于公司积累的信息系统实施经验

公司深耕家纺服饰行业多年，具备了业内较强的产业资源整合和协同能力。本次项目通过新建一套包含 4 个功能模块的数字化管理系统，极大提升管理水平，同时与产业链下游的企业进一步合作。目前，公司建立有一套完整的供应商准入、质量评价和淘汰制度，公司在常熟、张家港、南通、柬埔寨金边建立的自有标准化工厂也统一纳入合格供应商库进行管理，构建了从面料纱线、产品设计、成品制造、品检包装、报关出运、收汇核销全流程控制的供应链管理系统。

三问家居目前在使用的共有 3 套信息系统，包括：金蝶 ERP+定制化外贸软件项目、泛微 OA 软件系统和合协 HR 软件系统。3 套系统整合实施的经验将为本次数字化管理系统的实施起到借鉴的作用。

综上所述，按照公司规划的“数字化转型战略的顶层设计，分阶段建设，全公司一个行业一套系统、内外打通、分期部署、分级应用”的总体建设思路，公司原有的信息系统实施经验为本次项目的建设提供了良好的支持。

（2）国家产业持续发展为本次项目提供良好的指导方向

家纺服饰行业近年发展得较快，中小型家纺服饰供应商的信息化投资重硬轻软、应用深度不够、准备实施管理工作不够落实到位，发展速度相对滞缓。目前，“智能+”已经上升为国家战略，刺激传统企业谋求自身的变革，借助“数字化+物联网”的浪潮，将数字技术、信息技术和智能技术应用于设计、制造、管理和服务等各个链路，实现整个家纺服饰产业经营运作的高度柔性化，进一步提升生产的智能自动化，真正实现个性化的效率和规模。因此，随着 5G、人工智能、物联网技术的日新月异，新的家纺服饰消费形式不断涌现，引发市场新的需求。在这种情况下，国家的产业政策为本次数字化管理系统的建设提供了良好的宏观指导方向。

（3）公司一体化资源的支持

本次建设的数字化管理系统是未来支撑公司主营业务运作的供应链集成信息系统，是公司的核心业务系统，主要包括产品设计、供应商、采购、库存、销售、财务系统模块，实现公司资金流、物流、信息流一体化管理，完成业务流程的规范和优化，提高业务运作与管理模式，贯通供应链，实现物流、市场营销、产品设计、财务等全流程一体化管理控制。

公司将会成立专门的数字化系统管理部门，小组成员包括总经理办公室、IT部、业务部门、人力资源部、供应链管理部、物流部、财务部的部门领导，各职能部门、业务部门、物流部等主要岗位的业务骨干、内部相关人员结合公司发展战略，参与各部门、各子公司业务流程优化、合理性的前期讨论。

推进小组作为数字化管理系统项目实施的枢纽负责具体组织实施，负责按照建设项目管理规定和企业审批的规定，制定了“数字化管理系统”管理办法；负责组织编制项目初步设计方案；负责协调系统内的 4 个功能模块应用部门，明确各部门在数字化管理系统中所担任的职责等。

综上所述，数字化管理系统项目的实施将在公司管理层的大力支持下，管理和技术两方面都由专业的团队来全面负责项目的实施，为此次数字化管理系统的建设提供了坚实保障。

4、项目投资概算

（1）项目总投资概算

本项目计划总投资金额为 3,368.10 万元，具体投资明细如下：

序号	项目	投资总额（万元）	比例	投资进度（万元）
				第一年
1	硬件设备购置	639.00	18.97%	639.00
2	软件系统投入	2,523.00	74.91%	2,523.00
3	人员费用	48.00	1.43%	48.00
4	基本预备费	158.10	4.69%	158.10
合计		**3,368.10**	**100.00%**	**3,368.10**

（2）硬件设备购置

在设备选型的过程中本着技术先进性和经济性原则，具体投入的硬件设备明细如下：

序号	设备名称	规格型号	单价（万元）	台（套）数	金额（万元）
1.超融合系统软硬件相关明细					
1	联想 IBM 服务器	ThinkSystem SR650	20.00	4	80.00
2	群辉 NAS 存储柜	Synology RS4017xs+	20.00	8	160.00
3	阿里云服务器租用	阿里云服务器	2.00	2	4.00
4	腾讯云	腾讯云会议系统	5.00	1	5.00
小计					**249.00**
2.新增全球化数据中心的 IT 基础建设项目					
1	中国电信链路租用	国内、国际出口链路租用	25.00	1	25.00
2	中国联通链路租用	国内、国际出口链路租用	25.00	1	25.00
3	华为核心交换机	华为 S7908	60.00	2	120.00
4	华为路由器	NetEngine05E	20.00	2	40.00
5	华为防火墙	USG6500E	50.00	2	100.00
6	深信服应用负载	AD-2000	40.00	2	80.00
小计					**390.00**
合计					**639.00**

（2）软件系统

本项目具体投入的软件系统明细如下：

序号	软件名称	单价（万元）	金额（万元）
1	产品数据管理、原创设计展示管理系统	600.00	600.00
2	智慧型供应链管理系统	200.00	200.00
3	协同办公平台	150.00	150.00
4	零售、设计服务全渠道营销系统	150.00	150.00
5	智能制造管理系统	100.00	400.00
6	帆软 BI 报表	200.00	200.00
7	系统集成开发费用	500.00	500.00
8	SmartX 超融合系统	120.00	120.00

序号	软件名称	单价（万元）	金额（万元）
9	申石单点登录软件系统	8.00	8.00
10	U-mail 邮件管理系统	15.00	15.00
11	泛微 OA 管理系统	150.00	150.00
12	契约锁	30.00	30.00
合计			**2,523.00**

5、项目组织方式及实施计划

本项目由发行人母公司三问家居股份有限公司负责组织实施。项目计划建设期为 12 个月。建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用，项目计划实施进度如下：

序号	项目	第一年			
		Q1	Q2	Q3	Q4
1	前期准备工作				
2	硬件设备采购				
3	软件系统采购				
4	人员招聘				
5	试运营				

6、项目环保情况

本次数字化管理平台建设项目在实施过程中不产生粉尘、废水、废渣等污染物，对环境无不良影响。公司对于项目建设及运营过程中所产生的废弃办公用品等进行严格的回收处理，保证办公环境和周围环境不受污染。

7、项目选址

本项目的建设地为发行人母公司三问家居所在地上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号。

8、项目经济效益分析

本项目的建设不直接产生效益，数字化管理平台建设有利于公司内部实现各职能部门之间的信息充分共享，从而提高全公司运营水平，实现集约化、规模化经营，降低由于信息不畅带来的高成本；项目完成后，将为公司的进一步发展搭建更为高效的应用平台，对公司的长远发展将产生深远而积极的影响。其效益主

要体现在对公司运营能力、管理效率的提高上。

（四）补充流动资金

公司拟使用本次募集资金 12,201.01 万元用于补充流动资金。

1、补充流动资金的必要性

（1）近年来公司业务呈发展趋势，存在补充流动资金的需求

近年来，公司产品的竞争力不断增强，与客户的合作更加深入。2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 108,826.00 万元、108,088.41 万元、110,388.68 万元和 85,012.11 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 5,523.28 万元、6,678.90 万元、7,704.10 万元和 6,907.75 万元，整体呈快速增长趋势。近年来随着生产经营规模的逐步扩大，公司应收票据及应收账款、预付账款等相应增加，导致营运资金需求水平相应增加。2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司营运资金分别为 4,999.71 万元、11,508.47 万元、15,722.12 万元和 17,881.22 万元，均有一定程度的增长，公司对补充流动资金的需求更为迫切。

（2）资金实力的增强将进一步提升公司的竞争力

公司所处的行业是一个人力资源密集型行业，产品的研发、设计能力的提升、设计师团队的扩张、供应链管理一体化服务等都需要投入大量的资金。公司自成立至今，融资渠道主要为依靠银行贷款和商业信用融资。近年来，随着公司经营规模的快速扩张、新产品的不断推出以及新市场的不断开拓，资金已成为公司发展的瓶颈。从长远看，公司完全依靠内部积累、银行贷款和商业信用融资的状况如不能得到改善，将制约公司对研发设计的投入、生产制造水平的提升和承接中高端订单的能力，最终制约公司发展。

公司拟通过本次股票发行上市募集部分资金用于补充流动资金，将有助于增强企业资金实力，进一步提高自身行业地位，以此来应对市场竞争。补充流动资金具有较强的必要性。

2、补充流动资金的管理

公司建立了《募集资金管理制度》，对募集资金的存储、管理、使用、信息

披露等作出了明确的规定。根据公司已建立的募集资金专项存储制度的要求，募集资金将存放于董事会决定的专用银行账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。同时，为了控制生产经营中资金运作的风险，公司制定了严格的内控制度，在日常的固定资产和原材料采购、人工和期间费用支出、研究开发支出、产品质量控制、环境和安全及劳动保护等企业运营的各环节实行了严格的管理控制。通过不断完善内部控制程序，可以在有效实施募投项目的同时，避免项目的运作风险，高效充分利用募集资金中补充流动资金的部分以增强公司的市场竞争力。

综上，公司利用募集资金补充流动资金，有利于增强公司的整体资金实力，在公司业务发展过程中助力经营业绩的增长，提升公司的研发实力、市场开拓能力、供应链管理一体化服务能力和品牌影响力。而公司在经营管理制度方面的完善和有效执行为此提供了充分的可行性。

三、募集资金运用对公司的影响

本次成功发行后，公司的经营条件和财务状况将得到进一步改善，特别是随着募集资金投入项目逐渐产生效益，公司的盈利能力和市场竞争力将得到进一步增强。

（一）募集资金投资项目对公司主营业务发展的贡献

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务，将有助于提升公司的产品设计创新实力、生产能力以及供应链管理能力。募集资金到位并投入使用后，对公司财务状况及经营成果的主要影响如下：

1、对净资产的影响

截至 2020 年 12 月 31 日，公司净资产规模为 40,689.35 万元，本次发行募集资金到位后，公司净资产规模将大幅增长，每股净资产也将大幅增加，公司的资本实力、后续持续融资能力和抗风险能力将大大增强。

2、对资产负债结构的影响

截至 2020 年 12 月 31 日，公司总资产规模为 87,344.50 万元，负债规模为 46,655.16 万元，本次发行募集资金到位后，公司的资产负债率将进一步下降，

将会显著增强公司的偿债能力，降低公司运营的财务风险。

3、对净资产收益率的影响

由于本次募集资金投资项目中的年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目的建设期为 2 年，在项目全部建成达产后才能达到预计的收益水平。数字化设计展示中心和数字化管理平台以及补充流动资金并不直接产生收益，因此短期内公司的净资产收益率将有所下降。

从中长期看，本次募集资金项目具有较高的投资回报率，随着项目达产，公司将进一步夯实主营业务，营业收入与利润水平将有大幅增长，公司盈利能力将不断增强，净资产收益率不断提高。

4、新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

由于新建募投项目在建设完成后需要投产试运行，进行一定时间的磨合，市场开发需要逐步推进，投资项目将分年达产，效益逐步显现。因此，在项目建设期内，固定资产折旧费用会对公司利润产生一定影响，但随着项目建成并进入收益期，公司盈利水平将迅速提高，上述两项因素对公司经营业绩的影响将逐渐减少。公司募集资金投资项目效益测算良好，成本及费用中已经考虑了新增固定资产折旧。

（二）募集资金投资项目对公司未来经营战略的影响

公司以较为突出的原创设计能力和较强的供应链管理能力，对接客户与供应商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供毯子、靠垫等家用纺织品和睡衣、浴袍和家居常服等家居服饰产品，获得全球众多中大型零售商和中高端品牌商客户的认可，具有良好的发展前景。但是较为单一的融资渠道阻碍了公司优势产品的产能扩张和自主创新的长期持续投入。本次募集资金运用项目的实施对公司具有重大战略意义，将进一步提升公司的产品规模优势，积极响应客户的及时需求，增强新技术、新产品研发实力和工艺、质量管理水平、提升客户的体验，从而综合提升公司的核心竞争力。

本次募集资金运用项目一旦顺利实施并投产，公司现有的生产能力和销售规模将大幅增长。新产品、新技术研发和设计周期将缩短，规模、技术优势将继续扩大。数字化展示体验中心将有利于进一步提高公司品牌的知名度，帮助客户更

好了解公司的实力及产品，最终将提升公司产品在国内外市场的占有率，对公司长远发展产生深远的积极影响。

（三）募集资金对业务创新创造创意性支持作用的具体表现

本次募集资金将重点投向创新创造创意领域，具体安排如下：

1、年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目

本项目建设将引入全自动一体化靠垫产品智能生产线、全自动一体化毯子产品智能生产线、全自动绣花机、全成型电脑横编机、智能物流配送中心及其他生产辅助设备等。通过本次募集资金投资项目，发行人的相关研发设计成果将会持续在主要产品中释放，通过募集资金投资项目实现大规模智能化生产和销售，推动发行人主营业务收入的增加，改善发行人目前的业务结构。

2、数字化设计展示中心建设项目

本项目将新建研发设计中心以及展示体验中心。引进高端研发设计人才，购置先进的展示、辅助设计、生产的软硬件设备。数字化设计展示中心将在公司已有研发设计基础上，继续围绕面料、纱线结构进行持续深入研发，并展开全品类设计。研发设计中心将会对发行人现有核心技术、主要产品以及未来拟研发的新技术、新产品及新应用领域进行深入的研发。项目投向属于创新领域。

另外，展示体验中心的建立有助于实现客户对公司的企业实力及研发设计能力的全面了解，提升客户体验。通过现代化数字展示技术，将发行人富有创新性的产品和饱含创意的设计理念充分展示出来。项目投向属于业务创意领域。

3、数字化管理平台建设项目

本项目主要包括柔性供应链管理模块、全渠道电子商务营销系统模块、商务智能分析模块、信息协同办公管理系统模块等 4 大模块，以实现公司资金流、物流、信息流一体化管理，完成业务流程的规范和优化，提高业务运作与管理模式，贯通供应链，实现产品设计、市场营销、仓储、财务等全流程一体化管理控制。

数字化管理将提高公司服务客户的综合能力，全流程一体化管理会提升公司的经营效率，从而进一步促进公司更加及时响应客户的需求，高效的数字化管理将会对市场流行趋势反应更加灵敏和迅速，进而不断保持公司产品的创新性，产

品设计的创意性，为客户源源不断地创造价值。

四、未来发展与规划

（一）公司未来发展战略

未来，公司将坚持“做客户与供应商最有价值合作伙伴”的战略定位，在聚焦主营业务的同时，全面构建价值创新体系，通过原创设计与面料研发双向驱动产品创新。并根据“产品相对多元化，市场绝对多元化”的策略，开创相关联的新品类，开拓全球跨区域市场。

在产品创新的基础上，公司将进一步以故事化、场景化、视觉化的方式升级市场营销战略，落地客户极致体验，加快经营管理与数字化、智能化的深度融合，打造可持续竞争优势，增强可持续盈利能力，拓展可持续成长空间。

公司将汲取稻盛和夫的阿米巴企业经营理念，以人心为本，推动全员实施自主经营，构建以赢利为核心的经营体系，激发每一名员工的内生动力。并借鉴合伙人模式，通过打造梦想共同体、利益共同体和命运共同体，培养具有“老板意识”的经营性人才。

公司将借助上市契机，健全内部治理，加速国际化布局，开展全球品牌化运营，努力把公司打造成具有领先创新能力和国际竞争优势的一流企业，引领全球时尚设计潮流。

（二）公司未来三年发展规划

未来三年，公司将围绕总体发展战略，以客户为中心，以市场为导向，坚持长期价值创造，一端链接客户，一端链接供应商，全心全意帮助客户增长，帮助供应商成长，帮助员工职业发展。

在新的国际形势下，公司将积极响应国家的国际、国内双循环战略：第一方面，公司拟通过拓展产品品类、提升客户服务能力等方式加大对欧美市场的渗透，同时加强南半球和“一带一路”市场的业务拓展，特别要加快对于 RCEP 自贸区域市场的拓展速度；第二方面，公司将把握国际产业链转移的趋势，加快供应链的全球化布局，降低原材料成本和人力成本，以应对国际贸易摩擦带来的风险；第三方面，公司拟在国内市场的品牌化运作，抓住国内大循环的新机遇。

1、产品创新计划

公司将继续以原创设计与面料研发双向驱动产品创新。

创意设计方面，公司将紧跟当今自然主义、环保主义、复古主义和东方主义的设计大趋势，聚集优势产品的核心要素，包括主题、图案、色彩、面料和工艺等，将之拓宽至相关联的品类，为客户提供最佳品类组合，减轻客户设计人员的工作量，优化产品结构，丰富产品种类，帮助客户赢得更大的市场份额，实现业绩增长。

面料研发方面，公司以花式纱线和绒类面料为核心面料，争取在工艺、结构上有所突破，开发自主知识产权的功能型面料，例如全消光、石墨烯、可循环利用等绒类面料的研发，实现抗静电、阻燃、抗菌等健康型功能，以及可回收再利用的环保目标。

2、业务开拓计划

公司将依托已有的核心品类优势，譬如毯子、披巾、靠垫、运动服等，切入全球细分市场，实施大单品开发，贯彻全渠道营销，做大细分品类的市场规模，力争成为全球家用纺织品、家居服饰细分领域的单项冠军。针对不同客户，实施不同的产品引导策略：以个性化设计方案满足核心客户，共性化方案引导成长性客户；以多品类拓展做大已有客户，以单品爆品突破新客户。

在欧美成熟市场，公司将依托既有中大型零售商和中高端品牌商客户的经验优势，进行适当的市场下沉，进入沃尔玛、Costco、宜家等中低端的大型零售商及品牌商渠道，扩大市场份额；同时，针对合作多年的老客户实施产品组合营销，为客户介绍当下最流行的款式，推荐公司的最新产品设计，并提供包括市场分析、趋势发布、相关多品类的产品企划、产品设计方案、样品报价及市场营销等全流程设计服务，扩充客户可选择的产品种类，形成多品类组合优势。

在全球其他地区，公司计划有侧重、有节奏地进行市场拓展：优先进入 RCEP 自贸区域市场，获取政策红利；重点关注文化生活习惯与欧美趋同的市场，包括大洋洲、北欧和中欧等；突破经济潜力较大的市场，譬如南方共同体市场，包括阿根廷、巴西、巴拉圭、乌拉圭、智利和秘鲁等；拓展“一带一路”沿线国家，以及市场规模较大的俄罗斯和经济雄厚的日韩等国家。

响应国家双循环的政策号召，公司将加快拓展国内市场，建立国内营销网络，以现有成熟的细分品类切入市场，依据国内的消费偏好调整款型设计和面料选择，并全面实施品牌化运营。

3、供应链升级计划

公司坚持为客户提供最优的供应链方案。将在现有的供应商管理体系基础上，提高供应商准入门槛，加大供应商淘汰机制，优化供应商名单体系和区域分布，进一步转向优势产业集聚地；加快国际供应链布局，吸收柬埔寨工厂的建设和管理经验，持续将人力成本低、产能高、配套成熟、欧美免关税、产业可持续的国家供应商吸收充实供应商库，包括东南亚地区（越南、巴基斯坦、缅甸、孟加拉国等）和北非地区（埃及、埃塞俄比亚等）。

为满足客户对产品质量、快反速度更高的诉求，公司在不断充实供应商库的前提下，公司将以衢州浙江三问的投资建设为契机，引入先进设备，全面提升供应链的自动化、智能化和柔性化水平，从而稳定产品品质，提升自动化产能，降低成本，提高收益水平。

4、信息化升级计划

公司制定了“数字化经营”、“数字化营销”和“数字化生产”的信息化升级目标，将引入 PLM 产品生命周期管理系统，通过数字化流程和模块化项目，可视化地帮助公司监控产品所处的生命周期，加强产品研发协作管理，提升开发效率，缩短从研发到生产的周期，利于公司产品升级、产品组合、产品延伸及产品替代等产品策略的实施。

公司将适时引入 3D 技术和 AR/VR 技术。通过 3D 展示的形式，场景化的视觉呈现，直观、全面地展示产品以及应用场景，可更好地与客户进行产品决策沟通，更准确地向客户交付产品，提高客户满意度，同时减少供应商的频繁打样工作，降低样品开发成本。

公司还将接入 SRM 供应链管理系统，实现供应商采购过程的及时交互，订单传递的无纸化和透明化，降低订单周转时间，提高订单传递效率；自动分析供应商交货及时率、验货合格率及客户索赔情况等数据，对供应商考核提供数据化辅助参考，根据考核结果进行供应商周期评级，持续优化供应商结构及整体素质；

实现各供应商之间的协同与信息协作问题，实现从产品企划、研发设计、成品生产到物流运输的全过程管理，并对供应商的关键沟通和承诺记录进行数据化跟踪和保存。

5、人才发展计划

“客户第一，守正出奇，以终为始，成人达己”，是公司的核心价值观。公司坚持以价值观和成长性作为人才选拔的核心标准，尤其关注员工对于企业文化的认知和认同。

公司将导入稻盛和夫的阿米巴企业管理体系，倡导利他精神，并以经营会计报表分析为基础，建立以创造共享价值为中心的经营体制和激励机制，从而培养具有经营者意识和能力的自主经营人才。同时，公司将在自主经营的基础上优化组织结构，建立健全“选用育留”的人才机制，通过企业内训、外部培训、专业辅导相结合的方式，提升全体员工的技术能力、管理水平和综合素质，并以量化赋权、有效赋能的方式，培养员工的自主经营意识，提升公司的整体竞争力。

未来两到三年，公司将根据业务市场和业务范围的发展扩大，有计划地引进高素质的专业技术人才和管理人才，尤其在研发设计方面，将持续引进高学历、国际背景的设计人才和技术人才，扩大研发设计队伍，增强设计软实力和技术硬实力；同时，加大内部培养力度，以课程培训、院校进修、国际交流等多种形式，推动人才的持续学习和技能提升；完善设计师队伍结构，形成跨国、跨文化的多元化背景结构，有效促进团队的灵感碰撞和内部活力，激发设计师的积极性与创造力。

公司将根据自主经营的激励原则，完善现有人才激励机制，将激励与业绩挂钩，与贡献成正比，营造以价值创造者为本的奋斗环境，共创共赢共享，确保团队的向心力与稳定性，充分调动员工的创造性与积极性，实现有利于人才成长的长效激励。

6、后续融资计划

本次发行如能顺利实施，在未来两至三年内，公司将集中精力建设募集资金投资项目，为实现公司战略目标夯实基础，培育高回报的利润增长点。同时，根据市场和自身发展的实际需求，在保持稳健的资产结构的同时，通过不同渠道筹

措长短期资金，实现公司的持续发展。

（三）拟定计划所依据的假设条件

公司的上述发展计划是基于本公司现有的业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其拟定依据了以下假设条件：

（1）国内外的政治、经济、法律和社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势，无重大不利变化。

（2）公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策不会发生对公司业务造成重大不利影响的改变。

（3）我国进出口贸易政策保持相对稳定，公司产品的出口国家和地区与我国不发生重大贸易摩擦，不发生不利于公司产品出口的重大不利变化。

（4）公司所处行业及市场处于正常的发展状态，不会出现重大的市场突变情形。

（5）本次股票发行顺利完成，募集资金按时到位，募集资金投资项目进展顺利。

（6）公司的人力资源计划能够有效实现，核心人员不发生重大变动。

（7）无其他不可抗力或不可预见因素对公司造成重大不利影响。

（四）实施上述规划面临的主要困难

1、资金短缺

按照公司制定的发展计划，公司未来将持续加大产品创新力度，丰富产品种类，建设智能制造产能，升级设计和营销展示场所，引进生产经营所需的高素质人才，这一系列计划的实施都需要大量的资金，仅靠企业日常经营积累或债务融资方式将难以完全满足。因此，资金短缺是公司实现上述计划过程中将面临的困难之一。

2、人才短缺

公司的产品设计研发以及营销渠道布局等，都离不开人才的支持。随着生产经营规模的扩大，公司现有的人力资源和人才储备可能难以满足业务发展的需求。

如果公司不能稳定现有的专业团队并及时根据业务的发展聘用到合适人才，将可能影响公司上述计划的实施。

3、内部管理能力的挑战

按照公司制定的发展计划，公司的经营规模将进一步扩大，客户数量、外部合作厂商数量和自有产能均将相应增加，公司的组织结构、管理体系须随之进行调整。因此，公司在组织架构设计、人力资源配置、营销策略、资金管理和内部控制等问题上将面临挑战。

（五）发展计划与现有业务的关系

公司未来三年发展计划是在现有业务的基础上延伸制定的，是对公司现有业务的进一步扩展。公司现有业务持续稳定发展和募集资金投资项目的顺利投产，是实现上述计划的前提。通过上述计划的实施，公司的设计能力、生产水平和销售规模将大幅提升，公司的员工队伍将得到锻炼，管理团队素质将得到提升，推动公司业务大力发展。

第十节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为规范公司的信息披露行为，确保公司信息披露内容的真实、准确、完整、公平，切实维护公司、股东及投资者的合法权益，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上市规则》、《规范运作指引》、《公司章程》以及其他有关法律、法规的规定，并结合公司实际情况，制定了本制度《信息披露管理制度》。

《信息披露管理制度》明确了发行人信息披露的基本原则、信息披露的内容、信息披露事务管理、信息披露的保密措施、信息披露的记录和档案管理以及责任追究和处理机制等，有利于提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

《信息披露管理制度》规定了信息披露的基本原则为准确、完整、及时、公平，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；信息披露的内容包括招股说明书、募集说明书与上市公司书、定期报告、临时报告、应披露的交易和其他重大事项等；信息披露事务的管理，明确了所披露信息的内部流转、审核及披露流程；信息披露的保密措施要求信息知情人在信息没有公告前，对其知晓的信息负有保密责任，不得向第三人披露，也不得利用该等内幕信息买卖公司的证券或者建议他人买卖该证券；信息披露的记录和档案管理要求对信息披露资料的保管期限不少于 10 年。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

发行人的董事会秘书为公司投资者关系管理事务的负责人。公司董事会办公室是投资者关系管理工作的职能部门，由董事会秘书领导，在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动和日常事务。公司将多渠道、多层次地与投资者进行沟通，包括但不限于：定期报告和临时报告；股东大会；公司网站；分析师会议和说明会；面对面沟通；电话咨询；广告、宣传单和其他宣传资料；媒体采访和报道；现场参

观；路演及其他等，沟通方式尽可能便捷、有效，便于投资者参与。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

为了规范公司的投资者关系管理工作，进一步保护投资者的合法权益，建立公司与投资者之间及时、互信的良好沟通关系，完善公司治理，发行人根据《公司法》、《证券法》、《上市公司与投资者关系工作指引》和《规范运作指引》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，制定了《投资者关系管理制度》。

发行人将遵循充分、合规、公平、诚实守信、高效低耗、互动沟通等原则开展投资者关系管理，就发行人发展战略、法定信息披露及其说明、经营管理信息、重大事项、企业文化建设和公司的其他相关信息等与投资者加强沟通。公司应重视网络沟通平台建设，丰富和及时更新公司网站的内容，将投资者关心的相关信息放置于公司网站；公司计划设立专门的投资者咨询电话，咨询电话由熟悉情况的专人负责，保证在工作时间线路畅通、认真接听，解答投资者关心的问题。

二、发行人的股利分配政策

（一）发行后的股利分配政策和决策程序

公司发行上市后，将严格按照《公司法》、《证券法》以及中国证监会、深交所创业板有关规定，以股东利益最大化为公司价值目标，实施连续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。根据公司上市后适用的《公司章程》，发行后的股利分配政策具体如下：

1、公司的股利分配政策

（1）利润分配的原则

公司实行持续、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，并坚持如下原则：按法定顺序分配的原则；存在未弥补亏损、不得向股东分配利润的原则；同股同权、同股同利的原则；公司持有的本公司股份不得参与分配利润的原则。

（2）利润分配的形式和期间间隔

公司将采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式

分配利润。在利润分配的方式中，现金分红优于股票分配。

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（3）现金分红的具体条件和比例

①公司实施现金分红时须同时满足下列条件：

公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

②公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，并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，制定以下差异化的现金分红政策：

A、当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%；

B、当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%；

C、当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。

③重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：

A、公司未来十二个月内拟对外的投资项目、技术改造或更新、扩建项目、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

B、公司未来十二个月内拟对外的投资项目、技术改造或更新、扩建项目、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（4）发放股票股利的具体条件

公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公

司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

2、利润分配的决策程序和机制

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。

董事会审议现金分红具体方案时，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，独立董事应当发表明确意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当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（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），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。

3、利润分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要或因外部经营环境发生重大变化，确需调整利润分配政策和股东回报规划的，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件、公司章程的有关规定。

有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决，独立董事可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

（二）首发上市后三年内分红回报具体计划

为完善和健全公司科学、持续和稳定的股东回报机制，增加利润分配政策决策的透明度和可操作性，切实保护公众投资者的合法权益，根据中国证监会《关

于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等规定，并结合《公司章程》了制定公司《三问家居股份有限公司上市后三年（含上市年度）股东分红回报规划》，并经 2020 年 10 月 9 日公司召开的 2020 年第三次临时股东大会通过，相关具体内容如下：

1、公司股东回报规划制定原则

公司股东分红回报规划应充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见。公司分红回报规划的制定应充分考虑投资者回报，合理平衡地处理好公司自身稳健发展和回报股东的关系，实施科学、持续、稳定的利润分配政策。

2、公司股东回报规划制定周期

公司至少每三年重新审阅一次未来三年股东回报规划，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，确定该时段的股东回报计划。

3、公司上市后三年股东回报具体规划

公司根据《公司法》等有关法律、法规及公司章程的规定，在满足现金分红条件的基础上，结合公司持续经营和长期发展，上市后未来三年内，公司原则上每年进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润原则上不低于当年实现的可分配利润的 20%，且公司连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，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，可以按照上述规定处理。

在有条件的情况下，公司董事会可以根据公司当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（三）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前，公司章程规定公司可以采取现金或者法律许可的其他方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

为切实维护股东权益，保持公司股利分配政策的持续性和稳定性，提高股东对公司经营和分配的监督，公司依据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）及《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等法律法规，在本次发行前股利分配政策的基础上，修改并完善了公司利润分配原则、利润分配形式与时间间隔、现金分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的决策程序和机制、利润分配政策的调整机制、利润分配的监督约束等重要条款，以期兼顾投资者合理投资回报及公司长期稳定可持续发展，增强公司投资价值。

（四）相关主体关于利润分配政策的承诺

为维护中小投资者的利益，公司、控股股东、实际控制人就执行利润分配事项作出了承诺，具体请参阅本招股说明书之“第十三节 附件”之“一、备查文件”之“（六）与投资者保护相关的承诺”之“7、关于利润分配政策的承诺”。

三、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序

2020 年 10 月 9 日，公司召开 2020 年第三次临时股东大会，审议通过《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市前滚存未分配利润的分配方案的议案》，若公司本次公开发行股票并在创业板上市成功，公司本次发行前公司滚存的未分配利润将由本次发行后公司新老股东按持股比例共享。

四、发行人股东投票机制的建立情况

公司按照证监会的有关规定，在《公司章程》对累积投票制度、中小投资者

单独计票机制、网络投票及征集投票权等机制作出了规定。同时，公司还进一步制定了《累积投票制度实施细则》对累积投票制度的适用进行细化。具体如下：

（一）累积投票制度

股东大会就选举两名以上（含两名）董事、监事进行表决时，实行累积投票制。董事包括独立董事和非独立董事，监事指非由职工代表担任的监事。股东大会在选举董事或监事时，股东所持的每一有效表决权股份拥有与该次股东大会应选董事或监事总人数相等的投票权，股东拥有的投票权等于该股东持有股份数与应选董事或监事总人数的乘积。股东既可以用所有的投票权集中投票选举一位候选董事或监事，也可以将投票权分散行使、投票给数位候选董事或监事，最后按得票的多少决定当选董事或监事。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）对法定事项采取网络投票方式的相关机制

公司在召开股东大会时，可以提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

股东参加股东大会网络投票进行会议登记的，应按中国证监会有关网络投票的规定和中国证券登记结算有限责任公司发布的《上市公司股东大会网络投票业务实施细则》等有关实施办法办理。

（四）对征集投票权的相关机制

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、摊薄即期回报分析

（一）募集资金到位当年每股收益变化情况

根据公司经审计的财务报告，公司 2019 年实现扣非后归属于母公司股东的

净利润 7,704.10 万元，每股收益为 1.05 元/股。公司本次拟公开发行 A 股股票数量合计不超过 2,500 万股，本次发行完成后，公司股本规模将由 7,500 万股增加至 10,000 万股，公司的股本和净资产将会大幅增加。

公司本次募集资金拟用于“年产 522 万条靠垫、459 万条毯子、100 万条毛衫及配饰建设项目”、“数字化设计展示中心建设项目”、“数字化管理平台建设项目”以及补充流动资金，为公司后续扩大经营规模、提高盈利水平和抗风险能力提供良好保障。但是，募集资金投入使用后需要经过一定的运营期才能产生效益，短期内可能对公司业绩增长贡献较小，因此本次公开发行完成后公司存在净资产收益率及每股收益下降的风险。

（二）填补回报的具体措施

为了维护广大投资者的利益，降低即期回报被摊薄的风险，增强公司对股东的持续回报能力，公司拟采取多种措施填补即期回报。

1、深入实施公司发展战略，提升盈利能力

公司将继续推动发展战略的深化和落地，进一步扩大公司业务规模，培育新的利润增长点，持续提升公司持续盈利能力，为公司股东尤其是中小股东带来持续长期的回报，以填补本次发行对即期回报的摊薄。

2、加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投融资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本。同时，公司也将进一步加强企业内部控制，通过信息系统提升，加强成本控制，强化对研发设计、采购、销售等各个环节流程和制度实施情况的监控，全面有效地控制公司经营和管控风险。

3、强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

为规范公司募集资金管理，提高募集资金使用效率，根据《公司法》、《证券法》、《上市规则》、《上市公司监管指引第 2 号—公司募集资金管理和使用的监管要求》和《规范运作指引》等法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，公司修订完善了《募集资金管理制度》。该制度对募集资金存储、使用、变更、监督和责任追究等内容进行明确规定。本次发行上市后，公司将根据相关法规和

公司《募集资金管理制度》的要求，将募集资金存放于专项账户中，严格管理募集资金使用途径，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

4、严格执行利润分配政策，制定股东回报规划，强化投资者回报机制

为进一步规范公司分红行为，推动公司建立科学、持续、稳定的分红机制，保护中小投资者合法权益，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号上市公司现金分红》等相关法律法规和规范性文件要求，结合公司实际情况，对《公司章程》中有关利润分配政策的相关条款进行了修订，进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了利润分配的决策程序和机制。同时，公司将制定未来三年股东回报规划（2021-2023 年），建立了健全有效的股东回报机制。公司将严格执行《公司章程》等相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（三）控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够切实履行作出承诺如下：

“本单位/本人将不利用本单位/本人作为公司控股股东/实际控制人的地位与便利越权干预公司经营管理活动或侵占公司利益。

自本承诺出具日至公司本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构该等规定时，本单位/本人承诺届时将按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本单位/本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本企业/本人作出处罚或采取相关管理措施。”

（四）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够切实履行作出承诺如下：

“（1）承诺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）承诺对本人作为公司董事/高级管理人员的职务消费行为进行约束，前述职务消费是指公司董事、高级管理人员履行工作职责时，发生的由公司承担的消费性支出；

（3）承诺不动用公司资产从事与本人履行公司董事/高级管理人员职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺由公司董事会或薪酬委员会制订的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司未来实施新的股权激励计划，承诺拟公布的公司股权激励行权条件与填补回报措施的执行情况相挂钩。

自本承诺出具日至公司本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出处罚或采取相关管理措施。”

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

（一）销售合同

报告期内，截至 2021 年 3 月 31 日公司及子公司已经履行完毕及正在履行的等值人民币 700 万元以上的家用纺织品、家居服饰和特色面料的重大销售合同如下：

序号	客户名称	合同标的	合同金额（美元）	签订时间	是否履行完毕
1	Barefoot Dreams	家居服	1,715,940.72	2018 年 6 月 1 日	是
2	Barefoot Dreams	毯子	1,452,485.68	2019 年 3 月 8 日	是
3	Barefoot Dreams	针织毯	1,101,902.88	2020 年 5 月 22 日	是
4	Barefoot Dreams	针织毯	1,502,668.72	2020 年 12 月 18 日	否
5	Barefoot Dreams	针织毯	1,081,416.24	2020 年 12 月 23 日	否
6	NORDSTROM	睡衣	1,025,557.63	2020 年 12 月 08 日	否

报告期内，截至 2021 年 3 月 31 日公司及子公司已经履行完毕及正在履行的等值人民币 3,000 万元以上的医护类产品的重大销售合同如下：

序号	客户名称	合同标的	合同金额（美元）	签订时间	是否履行完毕
1	Target	口罩	8,820,000.00	2020 年 4 月 9 日	是
2	Target	口罩	5,180,000.00	2020 年 5 月 13 日	是
3	British Embassy Beijing.	手套	4,500,000.00	2020 年 4 月 11 日	是
4	Walgreens Boots Alliance Asia Sourcing Ltd.	口罩	4,350,000.00	2020 年 5 月 12 日	是
5	Walgreens Boots Alliance Asia Sourcing Ltd.	口罩	10,150,000.00	2020 年 5 月 19 日	是
6	Walgreens Boots Alliance Asia Sourcing Ltd.	口罩	8,820,000.00	2020 年 5 月 26 日	是
7	Walgreens Boots Alliance Asia Sourcing Ltd.	口罩	6,845,000.00	2020 年 6 月 3 日	是
8	Target	口罩	6,075,000.00	2020 年 6 月 17 日	是
9	NORTHERN SAFETY CO., INC.	手套	4,686,000.00	2020 年 11 月 25 日	是
10	GDTEX Inc.	手套	6,733,440.00	2020 年 11 月 25 日	是

（二）采购合同

报告期内，截至 2021 年 3 月 31 日公司及子公司已经履行完毕及正在履行的

等值人民币 400 万元以上的家用纺织品、家居服饰和特色面料的重大采购合同如下：

序号	供应商名称	合同标的	合同编号	合同金额（人民币元）	签订时间	是否履行完毕
1	常熟市泽众针织整理有限公司	面料	ZT17092-96B-ZZ	4,621,940.00	2017 年 6 月 16 日	是
2	常熟市泽众针织整理有限公司	面料	ZT17096-110-ZZ	4,749,806.00	2017 年 7 月 17 日	是
3	常熟市泽众针织整理有限公司	面料	ZT18081-84-ZZ	4,737,783.50	2018 年 4 月 12 日	是
4	常州天使纺织有限公司	服饰	18SWA5FC0012-0165-01	8,968,026.60	2018 年 7 月 17 日	是
5	常熟市德仁纺织科技有限公司	面料	P00RD004327	5,598,997.60	2018 年 7 月 23 日	是
6	常熟市利荣纺织品有限公司	面料	ZT19055/56/64/65-D-LR	7,339,350.00	2019 年 2 月 18 日	是
7	常熟市利荣纺织品有限公司	面料	DSJ2019-06-05-2	6,186,420.00	2019 年 6 月 5 日	是
8	张家港市辉辉纺织品有限公司	面料	CGDD001222	5,732,846.00	2020 年 12 月 21 日	是
9	常熟市宏芳针织服饰有限公司	针织毯	20SWA5FC0012-0420-02	4,845,969.00	2021 年 1 月 26 日	否
10	常熟市宏芳针织服饰有限公司	针织毯	21SWA5FC0012-0080-01	4,467,688.00	2021 年 2 月 1 日	否

报告期内，截至 2021 年 3 月 31 日公司及子公司已经履行完毕及正在履行的等值人民币 1,500 万元以上的医护类产品的重大采购合同如下：

序号	供应商名称	合同标的	合同编号	合同金额（人民币元）	签订时间	是否履行完毕
1	仙桃市鼎成无纺布制品有限公司	口罩	SW20MFMDC001	69,900,000.00	2020 年 4 月 1 日	是
2	大众医疗医药科技（深圳）有限公司	手套	dzycwcg202004101	17,920,000.00	-注	是
3	上海韵凯实业有限公司	口罩	SW20MFMYK003	30,800,000.00	2020 年 4 月 21 日	是
4	江苏昌新织造有限公司	口罩	SW20MFMJSCX004	18,700,000.00	2020 年 4 月 25 日	是
5	上海纺织时尚定制服饰有限公司	口罩	SW20MFMFZ003	25,500,000.00	2020 年 5 月 10 日	是
6	仙桃盛美工贸有限公司	口罩	SW20MFMSM001	19,030,000.00	2020 年 5 月 20 日	是
7	濮阳林氏医疗制品有限公司	手套	SW20MGLLS004	21,900,000.00	2020 年 12 月 16 日	否
8	东台市华亿手套有限公司	手套	SW21NBRDTHY011-1	162,500,000.00	2021 年 3 月 8 日	否

注：订单未标注签订时间，但已标注发货时间等信息。

（三）授信协议、借款合同和担保合同

1、授信协议

截至 2021 年 3 月 31 日，公司及子公司正在履行的授信合同如下：

序号	被授信人	授信银行	合同编号	授信金额（万元）	授信期限
1	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32100620180015447号	4,100.00	2018.12.11-2021.12.11
2	三问家居	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	2020年沪中闵授字第01000166号	6,500.00	2020.10.15-2021.08.09
3	三问家居	招商银行股份有限公司上海分行	121XY2021004180	5,000.00	2021.02.04-2022.02.03
4	常熟中堂	中国银行股份有限公司常熟分行	中银（常熟中小）授字（2021）年第0043号	700.00	2021.03.29-2022.01.24

2、借款合同

截至2021年3月31日，公司及子公司正在履行的借款合同如下：

序号	借款人	贷款银行	合同编号	借款金额（万元）	合同期限
1	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32010120200005201号	500.00	2020.04.09-2021.04.06
2	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32010120200006052号	500.00	2020.04.21-2021.04.19
3	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32010120200006206号	300.00	2020.04.24-2021.04.21
4	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32010120200006608号	500.00	2020.05.01-2021.04.28
5	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32010120200006944号	500.00	2020.05.09-2021.05.08
6	三问家居	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	2021年沪中闵贷字第01000001号	3,500.00	2021.01.25-2022.01.24
7	亮丰新材料	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	闵行2021年流字第21029600-01号	1,000.00	2021.01.29-2022.01.28
8	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	32010120210003506	500.00	2021.03.04-2021.12.01
9	常熟中堂	中国银行股份有限公司常熟分行	中银（常熟中小）贷字（2021）年第0043-01号	500.00	2021.03.31-2022.03.30

3、担保合同

截至2021年3月31日，公司及子公司正在履行的担保合同如下：

序号	担保人	担保权人	被担保人	合同编号	担保金额/最高融资额（万元）	主债权发生期限
1	张家港中堂	中国农业银行股份有限公司张家港分行	张家港中堂	32100620180015452	4,100.00	2018.12.11-2021.12.11
2	三问家居	中国农业银行股份有限公司张家港分行	张家港中堂	0412020180105	3,500.00	2018.12.11至2021.12.11

序号	担保人	担保权人	被担保人	合同编号	担保金额/最高融资额（万元）	主债权发生期限
3	王耀民、程晖	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	三问家居	2020 年沪中闵最高保字 024 号	6,500.00	2020.10.15-2023.10.14
4	三问家居	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	三问家居	2020 年沪中闵最高抵字第 007 号	6,500.00	2020.10.15-2023.10.14
5	王耀民、程晖	中国银行股份有限公司上海市闵行支行	亮丰新材料	闵行 2021 年最高保字第 21029601 号	1,000.00	2021.1.28-2026.1.28
6	王耀民、程晖	招商银行股份有限公司上海分行	三问家居	121XY2021004180	5,000.00	2021.02.04-2022.02.03
7	三问家居	中国银行股份有限公司常熟分行	常熟中堂	中银（常熟中小）保字（2021）年第 0043-01 号	700.00	2021.03.29-2022.01.24
8	王耀民、程晖	中国银行股份有限公司常熟分行	常熟中堂	中银（常熟中小）保字（2021）年第 0043-02 号	700.00	2021.03.29-2022.01.24

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

三、对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

四、控股股东、实际控制人、控股子公司，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员、其他核心人员不存在作为一方当事人的重大刑事诉讼、重大民事诉讼或仲裁事项。

五、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年的合法合规情况

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在重大违法违规情形。

最近三年，公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

六、控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签字：

王耀民　　程晖　　朱庆莲

张昕　　翁和生

全体监事签字：

孙红丹　　张玉贞　　牟晓芳

除董事、监事外全体高管签字：

周永红　　王浩群　　高长磊

戴小明　　贾骏　　石广林

三问家居股份有限公司

2021年7月22日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：上海三问投资控股集团有限公司

法定代表人：

王耀民

实际控制人：

王耀民　　程　晖

三问家居股份有限公司

2021年7月22日

三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

梁 旭

保荐代表人：

覃文婷 姜海洋

总经理：

马 骁

董事长、法定代表人（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2021年 7月 22日

本人已认真阅读三问家居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、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

马 骁

保荐机构董事长（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2021年7月22日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《三问家居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》与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在《招股说明书》中引用的法律意见书的内容无异议，确认《招股说明书》不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

顾功耘

经办律师：

江志君　　张世骏

上海市锦天城律师事务所

2021年7月22日

Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza
No. 1 East Chang An Avenue
Dong Cheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼16层
邮政编码：100738

Tel 电话：+86 10 5815 3000
Fax 传真：+86 10 8518 8298
ey.com

关于招股说明书
引用审计报告及其他报告和专项说明的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读三问家居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（“招股说明书”），确认招股说明书中引用的经审计的财务报表、经审核的内部控制评估报告、非经常性损益明细表的内容，与本所出具的审计报告（报告编号：安永华明（2020）审字第61419698_B01号）、内部控制审核报告（报告编号：安永华明（2020）专字第61419698_B02号）及非经常性损益的专项说明（专项说明编号：安永华明（2020）专字第61419698_B03号）的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对三问家居股份有限公司在招股说明书中引用的本所出具的上述报告和专项说明的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用本所出具的上述报告和专项说明而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告和专项说明的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供三问家居股份有限公司本次向深圳证券交易所和中国证券监督管理委员会申请首次公开发行A股股票使用；未经本所书面同意，不得作其他用途使用。

中国注册会计师 都蕾 110002432668

签字注册会计师：都 蕾

中国注册会计师 章艳

签字注册会计师：章 艳

会计师事务所
首席合伙人： 毛鞍宁

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 7 月 22 日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的《沪申威评报字〔2019〕第 1357 号》资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

马丽华

签字资产评估师：

李芹

王培金

上海申威资产评估有限公司

2021 年 7 月 22 日

Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza
No. 1 East Chang An Avenue
Dong Cheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼16层
邮政编码：100738

Tel 电话：+86 10 5815 3000
Fax 传真：+86 10 8518 8298
ey.com

关于招股说明书引用验资报告的会计师事务所声明

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”）及签字注册会计师已阅读三问家居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（“招股说明书”），确认招股说明书中引用的验资报告与本所出具的验资报告（报告编号：安永华明(2019)验字第61419698_B01号）的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对三问家居股份有限公司在招股说明书中引用的本所出具的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用本所出具的上述验资报告而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供三问家居股份有限公司本次向深圳证券交易所和中国证券监督管理委员会申请首次公开发行A股股票使用；未经本所书面同意，不得作其他用途使用。

中国注册会计师 都蕾 110002432668

签字注册会计师：都 蕾

中国注册会计师 章艳

签字注册会计师：章 艳

会计师事务所
首席合伙人： 毛鞍宁

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年7月22日

Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza
No. 1 East Chang An Avenue
Dong Cheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼16层
邮政编码：100738

Tel 电话：+86 10 5815 3000
Fax 传真：+86 10 8518 8298
ey.com

关于招股说明书引用验资复核报告的会计师事务所声明

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”）及签字注册会计师已阅读三问家居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（“招股说明书”），确认招股说明书中引用的验资复核报告与本所出具的验资复核报告（报告编号：安永华明（2020）专字第61419698_B05号、安永华明（2020）专字第61419698_B06号和安永华明（2020）专字第61419698_B07号）的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对三问家居股份有限公司在招股说明书中引用的本所出具的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用本所出具的上述验资复核报告而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资复核报告的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供三问家居股份有限公司本次向深圳证券交易所和中国证券监督管理委员会申请首次公开发行A股股票使用；未经本所书面同意，不得作其他用途使用。

中国注册会计师 都蕾 110002432668

签字注册会计师：都 蕾

中国注册会计师 章艳

签字注册会计师：章 艳

会计师事务所
首席合伙人： 毛鞍宁

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 7 月 22 日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

1、关于股份流通限制和股东自愿锁定的承诺

（1）公司控股股东三问投资承诺

“一、自公司股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

二、公司上市后 6 个月内，若公司股票连续 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，自公司上市至本人减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价相应调整，下同），或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本单位持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。

三、本单位所持公司股票在上述锁定期满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价。

如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

（2）发行人股东宁波新泉、天问思享、天问新泉承诺

“一、自公司股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，

也不由公司回购该部分股份。

二、公司上市后 6 个月内，若公司股票连续 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，自公司上市至本人减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价相应调整，下同），或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本单位持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。

三、本单位所持公司股票在上述锁定期满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价。

如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

（3）发行人实际控制人王耀民、程晖承诺

“一、自公司股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

二、公司上市后 6 个月内，若公司股票连续 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，自公司上市至本人减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价相应调整，下同），或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。

三、本人所持公司股票在上述锁定期满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价。

四、在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。本人离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；本人在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。

如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

（4）发行人股东海富长江、顾家家居、江阴海澜之家、中比基金、陈贤付、笪汉青承诺

“自公司股票在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

（5）担任公司副总经理的王浩群、戴小明、高长磊、周永红承诺

“一、自公司股票在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

二、公司上市后 6 个月内，若公司股票连续 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，自公司上市至本人减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价相应调整，下同），或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。

三、本人所持公司股票在上述锁定期满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价。

四、在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。本人离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；本人在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。

如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中

国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

（6）担任公司监事的孙红丹承诺

“一、自公司股票在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

二、在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。本人离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；本人在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。

如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

2、公开发行前控股股东、实际控制人和其他持股 5%以上股东的持股及减持意向

（1） 公司控股股东三问投资的持股及减持意向

“一、本单位在所持公司股份的锁定期届满后两年内，在不违反已作出的相关承诺的前提下，存在对所持公司股份进行减持的可能性，但每年减持数量不超过上一年末所持股份数量的 25%；减持公司股份前，将提前 3 个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

二、本单位将遵守《公司法》、《证券法》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上市规则》和《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定，如法律、行政法规、中国证监会及深圳证券交易所对本单位持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本单位将按照相关要求执行。

三、如本单位违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，则将违规减持公司股票所得上交公司，并在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承

诺的原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。”

（2）发行人股东天问思享、天问新泉承诺的持股及减持意向

一、本单位在所持公司股份的锁定期届满后两年内，在不违反已作出的相关承诺的前提下，存在对所持公司股份进行减持的可能性，但每年减持数量不超过上一年末所持股份数量的 25%；减持公司股份前，将提前 3 个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

二、本单位将遵守《公司法》、《证券法》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上市规则》和《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定，如法律、行政法规、中国证监会及深圳证券交易所对本单位持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本单位将按照相关要求执行。

三、如本单位违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，则将违规减持公司股票所得上交公司，并在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。”

（3）发行人实际控制人王耀民、程晖的持股及减持意向

“一、本人在所持公司股份的锁定期届满后两年内，在不违反已作出的相关承诺的前提下，存在对所持公司股份进行减持的可能性，但每年减持数量不超过上一年末所持股份数量的 25%；减持公司股份前，将提前 3 个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

二、本人将遵守《公司法》、证券法》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定，如法律、行政法规、中国证监会及深圳证券交易所对本人持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按照相关要求执行。

三、如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，则将违规减持公司股票所得上交公司，并在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。”

（4）发行人持股 5%以上股东海富长江的持股及减持意向

“一、本单位在所持公司股份的锁定期届满后，在不违反已作出的相关承诺的前提下，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》、《上市规则》等相关规定进行股份减持，如法律、行政法规、中国证监会及深圳证券交易所对本单位持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本单位将按照相关要求执行。

二、本单位作为公司持股 5%以上股东期间，减持公司股份前，将提前 3 个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

三、如本单位违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，则将违规减持公司股票所得上交公司，并在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。”

3、关于公司股票上市后三年内稳定股价的预案及承诺

为维护公司上市后股价的稳定，保护广大投资者尤其是中小投资者的利益，公司制定了《三问家居股份有限公司股票上市后三年内稳定股价预案》，并经公司 2020 年第三次临时股东大会审议通过。具体内容如下：

（1）启动条件

自公司股票上市之日起三年内，如非因不可抗力因素所致，公司股票连续 20 个交易日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/期末公司股份总数；且若因除权、除息、增发等事项致使上述股票收盘价与本公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整，下同），公司、控股股东和实际控制人、公司董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员将启动稳定股价措施：公司回购股票；控股股东和实际控制人增持股票；董事、高级管理人员增持股票。在上述稳定股价措施中，公司将优先选用公司回购股票的方式，在公司回购股票将导致公司不满足法定上市条件等情况下依次选用控股股东增持股票，董事、高级管理人员增持股票的方式。

（2）终止条件

自稳定股价措施公告之日起，若出现以下任一情形的，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价措施终止执行：

①公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于最近一期经审计的每股净资产。

②若继续实施回购或增持，将导致公司股份分布不符合上市条件。

③若继续实施增持，将导致控股股东、实际控制人以及董事、高级管理人员需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购的。

（3）稳定股价的措施及承诺

①公司稳定股价的措施及承诺

A、公司稳定股价的措施

a.公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等法律、法规、规章、规范性文件和公司章程的规定向社会公众股东回购公司部分股票，且保证回购股份后公司仍然符合上市条件。

b.当触发启动条件时，公司应在 10 个交易日内召开董事会审议公司回购股份的议案，并在董事会做出决议后的 2 个交易日内公告董事会决议及召开股东大会的通知。回购股份的议案应包括回购股份的价格或价格区间，拟回购股份的数量及占总股本的比例，回购股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。公司股东大会对回购股份的议案做出决议，须经出席股东大会的股东所持表决权三分之二以上通过。

c.在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

d.公司回购股份的资金来源为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度公司经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。公司回购股份的稳定股价措施实施后，符合终止条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。

e.若某一会计年度内公司股价多次触发稳定股价措施启动条件需要公司回

购股份的，公司应继续执行稳定股价措施，但应遵循以下原则：

单次用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润（以扣除非经常性损益前后孰低为准，下同）的 20%；同一会计年度内用于回购股份的资金金额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%。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

B、公司稳定股价的承诺

“公司作为本次首次公开发行股票并在创业板上市的发行人，承诺将严格遵守并执行公司股东大会审议通过的《三问家居股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》，包括但不限于按照该预案的规定履行稳定股价的义务并接受未能履行稳定股价的义务时的约束措施。”

②公司控股股东、实际控制人稳定股价的措施及承诺

A、公司控股股东、实际控制人稳定股价的措施

a.在控股股东、实际控制人增持公司股份的稳定股价措施条件成就后，公司控股股东、实际控制人应在 10 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、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 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露增持股份的计划。在公司披露控股股东、实际控制人增持公司股份计划的 5 个交易日后，控股股东和实际控制人开始实施增持公司股份的计划。控公司控股股东和实际控制人增持公司股份应符合法律、法规、规章、规范性文件和公司章程的规定。

b.若某一会计年度内因公司股价多次触发股价稳定措施启动条件需要控股股东和实际控制人增持股份的，控股股东和实际控制人应继续履行稳定股价措施，但应遵循以下原则：

单次增持公司股份的金额不低于上一会计年度自公司获得的税后现金分红金额的 20%；同一年度内累计增持公司股份的金额不超过上一会计年度自公司获

得税后现金分红金额的 50%。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，控股股东、实际控制人将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

B、公司控股股东、实际控制人稳定股价的承诺

“本人/本单位作为公司的控股股东、实际控制人，承诺将严格遵守并执行公司股东大会审议通过的《三问家居股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》，包括但不限于按照该预案的规定履行稳定股价的义务并接受未能履行稳定股价的义务时的约束措施。”

③董事和高级管理人员稳定股价的措施及承诺

A、董事和高级管理人员稳定股价的措施

a.在董事、高级管理人员增持公司股份的稳定股价措施条件成就后，公司时任董事、高级管理人员应在 10 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），公司应按照相关规定披露增持股份的计划。在公司披露董事、高级管理人员增持公司股份计划的 5 个交易日后，董事、高级管理人员开始实施增持公司股份的计划。公司董事、高级管理人员增持公司股份应符合法律、法规、规章、规范性文件和公司章程的规定。

b.若某一会计年度内因公司股价多次触发股价稳定措施启动条件需要董事和高级管理人员增持股份的，董事和高级管理人员应继续履行稳定股价措施，但应遵循以下原则：

单次用于增持股份的资金金额不低于上一会计年度担任董事或高级管理人员职务期间自公司领取的税后薪酬总额的 10%；同一年度用以稳定股价所动用的资金合计应不超过上一会计年度担任董事或高级管理人员职务期间自公司领取的税后薪酬总额的 30%。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，董事、高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事（独立董事除外）、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

B、董事和高级管理人员稳定股价的承诺

“本人作为公司的董事、高级管理人员，承诺将严格遵守并执行发行人股东大会审议通过的《三问家居股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》，包括但不限于按照该预案的规定履行稳定股价的义务并接受未能履行稳定股价的义务时的约束措施。”

4、关于股份回购和股份买回的承诺

（1）公司的承诺

“一、本公司承诺本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

二、若在本公司投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市交易前，因本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，对于首次公开发行的全部新股，本公司将按照投资者所缴纳股票申购款加该期间内银行同期一年期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若在本公司首次公开发行的股票上市交易后，因本公司本次发行并上市的招股说明书有虚假记载，误导性陈述或重大遗漏，导致对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格不低于回购公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值，并根据相关法律、法规规定的程序实施。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

本公司董事会应在上述情形认定之日起 15 个交易日内做出退款或回购股份的决议，并在决议作出之日起 2 个交易日内公告决议和相关预案内容，以及发出召开股东大会的通知；本公司应在相应股东大会作出决议并履行相关法定手续的次日起开始启动退款或回购股份的工作。

三、若因本公司本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本公司将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者因此遭受的直接经济损失。

四、上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。”

（2）公司控股股东三问投资的承诺

“一、本公司承诺本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

二、若在发行人投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市交易前，因本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，对于首次公开发行的全部新股，本公司和发行人将按照投资者所缴纳股票申购款加该期间内银行同期一年期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若在发行人首次公开发行的股票上市交易后，因发行人本次发行并上市的招股说明书有虚假记载，误导性陈述或重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司和发行人将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格不低于回购公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值，并根据相关法律、法规规定的程序实施。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

本公司将促使发行人董事会应在上述情形认定之日起 15 个交易日内做出退款或回购股份的决议，并在决议作出之日起 2 个交易日内公告决议和相关预案内容，以及发出召开股东大会的通知；本公司和发行人将在相应股东大会作出决议并履行相关法定手续的次日起开始启动退款或回购股份的工作。

三、在发行人首次公开发行的股票上市后，本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件

构成重大、实质影响的，如本公司存在已转让的原限售股份，本公司将通过二级市场集中竞价等方式购回该等股份，价格按照市场价格确定。

四、若因发行人本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本公司将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

五、上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。”

（3）公司实际控制人王耀民、程晖的承诺

“一、本人承诺本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

二、若在发行人投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市交易前，因本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，对于首次公开发行的全部新股，本人和发行人将按照投资者所缴纳股票申购款加该期间内银行同期一年期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若在发行人首次公开发行的股票上市交易后，因发行人本次发行并上市的招股说明书有虚假记载，误导性陈述或重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人和发行人将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格不低于回购公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值，并根据相关法律、法规规定的程序实施。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

本人将促使发行人董事会应在上述情形认定之日起 15 个交易日内做出退款或回购股份的决议，并在决议作出之日起 2 个交易日内公告决议和相关预案内容，以及发出召开股东大会的通知；本人和发行人将在相应股东大会作出决议并履行相关法定手续的次日起开始启动退款或回购股份的工作。

三、在发行人首次公开发行的股票上市后，本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，如本人存在已转让的原限售股份，本人将通过二级市场集中竞价等方式购回该等股份，价格按照市场价格确定。

四、若因发行人本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本人将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

五、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

5、关于欺诈发行上市股份回购的承诺

（1）公司的承诺

“一、公司承诺并保证本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形；

二、如公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。”

（2）公司控股股东三问投资的承诺

“一、本公司承诺并保证三问家居本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形；

二、如三问家居不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回三问家居本次公开发行的全部新股。”

（3）公司实际控制人王耀民、程晖的承诺

“一、本人承诺并保证三问家居本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形；

二、如三问家居不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动

股份购回程序，购回三问家居本次公开发行的全部新股。”

6、填补被摊薄即期回报的措施与承诺

具体内容请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、摊薄即期回报分析”之“（三）控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺”和“（四）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺”。

7、关于利润分配政策的承诺

（1）公司的承诺

“公司将严格按照《公司章程》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行利润分配决策程序，并实施利润分配。”

（2）公司全体股东的承诺

“本人/本单位承诺将严格按照《公司章程》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

本人/本单位承诺根据《公司章程》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）在相关股东大会/董事会/监事会进行投票表决，并督促公司根据相关决议实施利润分配。”

（3）公司董事、监事和高级管理人员的承诺

“本人承诺将严格按照《公司章程》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

本人承诺根据《公司章程》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）在相关股东大会/董事会/监事会进行投票表决，并督促公司根据相关决议实施利润分配。”

8、依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

（1）公司的承诺

“本公司《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任；

若本公司《招股说明书》有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（2）控股股东三问投资和实际控制人王耀民、程晖的承诺

“公司《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人/本单位对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任；

若公司《招股说明书》有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本单位/本人将依法赔偿投资者损失。”

（3）公司董事、监事和高级管理人员的承诺

“公司《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任；

若公司《招股说明书》有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失；

上述承诺不因本人职务变动、离职等原因而放弃履行。”

9、关于未履行承诺相关事项的承诺

（1）公司的承诺

“如公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（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的除外），本公司将采取以下措施：

A、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；

B、自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，该等承诺将提交公司股东大会审议；

C、对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

D、若给投资者造成直接损失的，公司将依法赔偿其损失。

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：

A、及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

B、向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

（2）控股股东三问投资和实际控制人王耀民、程晖及其控制的企业的承诺

“如本人/本单位承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（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的除外），本人/本单位将采取以下措施：

A、及时、充分披露本人/本单位承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

B、自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，该等承诺将提交公司股东大会审议；

C、不转让公司股份，因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

D、暂不领取公司分配利润中归属于本人/本单位的部分；

E、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，本人/本单位将在获得收益的十个工作日内将所获收益支付至公司指定账户；

F、若给投资者造成直接损失的，本人/本单位将赔偿其损失。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致本人/本单位承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本单位将采取以下措施：

A、及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

B、向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

（3）公司董事、监事和高级管理人员的承诺

“如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（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的除外），

本人将采取以下措施：

A、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；

B、自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，该等承诺将提交公司股东大会审议；

C、不转让公司股份，因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

D、暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分；

E、不主动要求离职，并主动申请调减或停发薪酬或津贴；

F、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，本人将在获得收益的十个工作日内将所获收益支付至公司指定账户；

G、若给投资者造成直接损失的，本人将赔偿其损失。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等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：

A、及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

B、向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

10、避免同业竞争的承诺

具体内容请参阅本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

11、关于减少和规范关联交易的承诺

具体内容请参阅本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（五）关于减少和规范关联交易的承诺”。

12、关于社会保险和住房公积金事项的承诺

具体内容请参阅本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十八、发行人员工情况”之“（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改

革情况”。

13、关于租赁场地及房产瑕疵的承诺

公司控股股东三问投资和实际控制人王耀民、程晖的承诺具体内容请参阅本招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产情况”之“1、房屋及建筑物”。

14、本次发行的保荐人及证券服务机构作出的承诺

发行人保荐机构华泰联合证券承诺：“若华泰联合证券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。”

发行人律师锦天城承诺：“本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，若因本所为发行人首次公开发行股票制作、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，本所将依法赔偿投资者损失。”

发行人会计师、验资机构和验资复核机构安永华明承诺：“安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”）承诺，因本所为三问家居股份有限公司首次公开发行创业板股票出具的以下文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，从而给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失：

（1）于 2019 年 12 月 8 日出具的验资报告（报告编号：安永华明（2019）验字第 61419698_B01 号）；

（2）于 2020 年 11 月 18 日出具的审计报告（报告编号：安永华明（2020）审字第 61419698_B01 号）；

（3）于 2020 年 11 月 18 日出具的内部控制审核报告（报告编号：安永华明（2021）专字第 61419698_B02 号）；

（4）于 2020 年 11 月 27 日出具的申报财务报表与原始财务报表的差异比较表的专项说明（专项说明编号：安永华明（2020）专字第 61419698_B01 号）、非经常性损益的专项说明（专项说明编号：安永华明（2020）专字第 61419698_B03 号）、主要税种纳税情况的专项说明（专项说明编号：安永华明（2020）专字第

61419698_B04 号）；

（5）于 2020 年 11 月 27 日出具的验资复核报告（报告编号：安永华明（2020）专字第 61419698_B05 号、安永华明（2020）专字第 61419698_B06 号和安永华明（2020）专字第 61419698_B07 号）”

发行人评估机构上海申威承诺：“若因本公司为发行人首次公开发行股票制作、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，本公司将依法赔偿投资者损失。”

15、发行人关于股东信息披露的专项承诺

具体内容请参阅本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人股本情况”之“（十）发行人关于股东信息披露的专项承诺”。

（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）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；

（九）内部控制鉴证报告；

（十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十一）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十二）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间、地点、网址

查阅时间：星期一至星期五上午 9：00-11：30，下午 13：30-15：00

查阅地点：

（一）发行人：三问家居股份有限公司

公司住所：上海市闵行区恒南路 688 弄 17 号楼二层

电话号码：021-60360380　传真号码：021-60360588

联系人：贾骏

（二）保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

联系地址：上海市浦东新区东方路 18 号保利大厦 E 栋 20 楼

电话号码：021-38966911　传真号码：021-38966500

联系人：覃文婷 姜海洋

（三）深圳证券交易所指定信息披露网址：http：//www.cninfo.com.cn