广东景兴健康护理实业股份有限公司

Kingdom Healthcare Holdings Limited, Guangdong

（佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐机构（主承销商）：

广发证券股份有限公司
GF SECURITIES CO.,LTD.

广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决策的依据。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股份数量不超过 4,150 万股，全部为发行新股，公司原股东在本次发行中不公开发售股份；本次公开发行新股数量不低于发行后公司总股本的 10.03%（最终发行数量以中国证监会核准的数量为准）
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	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 41,376 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	**1、公司控股股东景盛集团、股东汇翔投资分别承诺** （1）自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。 （2）本企业所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。 **2、公司实际控制人之一邓景衡和邓锦明分别承诺** （1）自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。 （2）本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。 （3）在本人担任公司董事、监事和高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让本人直接或间接所持有的公司股份。若本人在担任公司董事、监事和高级管理人员的任

期届满前离职的，本人承诺在原任期内和原任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定，亦遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及上海证券交易所业务规则对董事、监事、高级管理人员股份转让的其他规定。本人因担任公司董事、监事、高级管理人员作出的上述承诺，不因职务变更、离职等原因而放弃履行。

3、公司实际控制人之一卢绮莲承诺

（1）自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

（2）本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

4、公司实际控制人的关联自然人冯月贞承诺

（1）自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

（2）本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

5、公司股东佛山百优顺、佛山创变分别承诺

自本企业增资公司的工商变更登记之日起 36 个月内或者自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内（以两者期限较长者为准），本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

6、公司股东佛山百优顺、佛山创变的所有合伙人及股东梁素云分别承诺

自本人直接或间接持有公司的股权之日（以工商变更登记之日为准）起 36 个月内或自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内（以两者期限较长者为准），本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

自公司首次公开发行股票并上市之日且本人直接或间接持有的公司股份锁定期满后，本人在公司任职期间，本人每年减持的股份不超过本人在首次公开发行股票前获得股份时的总数的 25%。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

同时，在佛山百优顺、佛山创变的合伙人中，目前担任公司董

	事、监事、高级管理人员的李劲斌、冯丹、李惠芬、许旭芳、梁静梅和徐善鹏还分别承诺： （1）本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。 （2）在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让本人直接或间接所持有的公司股份。若本人在担任公司董事、监事和高级管理人员的任期届满前离职的，本人承诺在原任期内和原任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定，亦遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及上海证券交易所业务规则对董事、监事和高级管理人员股份转让的其他规定。本人因担任公司董事、监事、高级管理人员作出的上述承诺，不因职务变更、离职等原因而放弃履行。 **7、公司股东朱剑锋、张伟明分别承诺** 自本人增资公司的工商变更登记之日起 36 个月内或者自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内（以两者期限较长者为准），本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。
保荐人、主承销商	广发证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

声 明

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摘要不存在虚假记载、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。

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及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其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，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。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，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策前，务必仔细阅读本招股说明书之“第四节　风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下事项：

一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺

（一）公司控股股东景盛集团、股东汇翔投资分别承诺

1、自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

2、本企业所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

（二）公司实际控制人之一邓景衡和邓锦明分别承诺

1、自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

3、在本人担任公司董事、监事和高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让本人直接或间接所持有的公司股份。若本人在担任公司董事、监事

和高级管理人员的任期届满前离职的，本人承诺在原任期内和原任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定，亦遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及上海证券交易所业务规则对董事、监事、高级管理人员股份转让的其他规定。本人因担任公司董事、监事、高级管理人员作出的上述承诺，不因职务变更、离职等原因而放弃履行。

（三）公司实际控制人之一卢绮莲承诺

1、自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

（四）公司实际控制人的关联自然人冯月贞承诺

1、自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

（五）公司股东佛山百优顺、佛山创变分别承诺

自本企业增资公司的工商变更登记之日起 36 个月内或者自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内（以两者期限较长者为准），本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也

不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

（六）公司股东佛山百优顺、佛山创变的所有合伙人及股东梁素云分别承诺

自本人直接或间接持有公司的股权之日（以工商变更登记之日为准）起 36 个月内或自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内（以两者期限较长者为准），本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

自公司首次公开发行股票并上市之日且本人直接或间接持有的公司股份锁定期满后，本人在公司任职期间，本人每年减持的股份不超过本人在首次公开发行股票前获得股份时的总数的 25%。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

同时，在佛山百优顺、佛山创变的合伙人中，目前担任公司董事、监事、高级管理人员的李劲斌、冯丹、李惠芬、许旭芳、梁静梅和徐善鹏还分别承诺：

1、本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

2、在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让本人直接或间接所持有的公司股份。若本人在担任公司董事、监事和高级管理人员的任期届满前离职的，本人承诺在原任期内和原任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定，亦遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及上海证券交易所业务规则对董事、监事和高级管理人员股份转让的其他规定。本人因担任公司董事、监事、高级管理人员作出的上述承诺，不因职务变更、离职等原因而放弃履行。

（七）公司股东朱剑锋、张伟明分别承诺

自本人增资公司的工商变更登记之日起 36 个月内或者自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内（以两者期限较长者为准），本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

二、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向等承诺

（一）公司控股股东景盛集团、股东汇翔投资之减持意向

1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本企业将严格遵守已做出的关于所持发行人的股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上市前持有的发行人股份。

2、本企业将长期持有公司的股份。在锁定期满后两年内，如本企业拟减持所持公司股份，将遵守中国证监会、交易所关于股份减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股份减持计划，在股份锁定期满后逐步减持，股份减持的价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

3、如本企业拟减持股份的，本企业将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让发行人股份，并于减持前 3 个交易日予以公告。

如本企业计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，将在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划；且在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过发行人股份总数的 1%。

如本企业通过大宗交易方式减持的，在任意连续 90 日内，本企业减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%。

如本企业通过协议转让方式减持股份并导致本企业所持公司股份低于 5%的，本企业将在减持 6 个月内继续遵守上述承诺。本企业通过协议转让方式减持股份的，单个受让方的受让比例不得低于 5%。

（二）公司实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲之减持意向

1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本人将严格遵守已做出的关于所持发行人的股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上

市前持有的发行人股份。

2、本人将长期持有公司的股份。在锁定期满后两年内，如本人拟减持所持公司股份，将遵守中国证监会、交易所关于股份减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股份减持计划，在股份锁定期满后逐步减持，股份减持的价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

3、如本人拟减持股份的，本人将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让发行人股份，并于减持前 3 个交易日予以公告。

如本人计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，将在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划；且在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过发行人股份总数的 1%。

如本人通过大宗交易方式减持的，在任意连续 90 日内，本人减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%。

如本人通过协议转让方式减持股份并导致本人所持公司股份低于 5%的，本人将在减持 6 个月内继续遵守上述承诺。本人通过协议转让方式减持股份的，单个受让方的受让比例不得低于 5%。

三、稳定公司股价的承诺

公司及控股股东景盛集团、公司实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲，以及在公司任职且领取薪酬的董事（不含独立董事）和高级管理人员邓景衡、邓锦明、李劲斌、冯丹、徐善鹏作出如下关于稳定公司股价的承诺：

（一）启动股价稳定措施的条件

公司股票上市后三年内，如公司股票收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照上海证券交易所的有关规定作复权处理，下同）连续 20 个交易日均低于最近一期经审计的每股净资产且非因不可抗力因素所致（以下简称“启动股价稳定措施的条件”），则公司及公司控股股东、实际控制人，以及在公司任职且领取薪酬的董事（独立董事除外）和高级管理人员将依据法律法规和公司章程规定依照以下法律程序实施具体的股价稳定措施。

（二）股价稳定措施的方式及顺序

1、股价稳定措施

股价稳定措施包括：（1）公司回购股票；（2）公司控股股东、实际控制人增持公司股票；（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。

选用前述方式时应考虑：不能导致公司不满足法定上市条件；不能迫使控股股东、实际控制人履行要约收购义务。

2、股票稳定措施的实施顺序

第一选择为公司回购股票，但如公司回购股票将导致公司不满足法定上市条件，则第一选择为控股股东、实际控制人增持公司股票；

第二选择为控股股东、实际控制人增持公司股票。在下列情形之一出现时将启动第二选择：

（1）公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东、实际控制人增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东、实际控制人的要约收购义务；

（2）公司虽实施股票回购计划但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产”之条件。

第三选择为董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为：在控股股东、实际控制人无法增持公司股票或增持方案实施完成后，公司股票仍未满足“连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产”之条件，并且董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事（不含独立董事）、高级管理人员的要约收购义务。

（三）实施公司回购股票的程序

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，公司将在 10 日内召开董事会，依法作出实施回购股票的决议、提交股东大会批准并履行相应公告程序。

公司将在董事会决议公告之日起 30 日内召开股东大会，审议实施回购股票的议案，公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会批准实施回购股票的议案后公司将依法履行相应的公告、备案及通知债权人等义务。在满足法定条件下依照决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过最近一个会计年度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。

单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%。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。

除非出现下列情形，公司将在股东大会决议作出之日起 3 个月内回购股票：

（1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

（2）继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在实施完毕或终止之日起 10 日内注销，并及时办理公司减资程序。

（四）实施控股股东、实际控制人增持公司股票的程序

1、启动条件

（1）公司未实施股票回购计划

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，并且在公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东、实际控制人增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东、实际控制人的要约收购义务的前提下，公司控股股东、实际控制人将在达到触发启动股价稳定措施条件或公司股东大会作出不实施回购股票计划的决议之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

（2）公司已实施股票回购计划

公司虽实施股票回购计划但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产”之条件，公司控股股东、实际控制人将在公司股票回购计划实施完毕或终止之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

2、控股股东、实际控制人增持公司股票的程序

在履行相应的公告等义务后，控股股东、实际控制人将在满足法定条件下依

照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

控股股东、实际控制人增持股票的金额不超过其上年度从公司领取的税后分红，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。公司不得为控股股东及实际控制人实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形，控股股东及实际控制人将在增持方案公告之日起 3 个月内实施增持公司股票计划：

①公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

②继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

③继续增持股票将导致控股股东、实际控制人需要履行要约收购义务且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。

（五）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票的程序

在控股股东、实际控制人无法增持公司股票，或增持方案实施完成后公司股票仍未满足“连续 3 个交易日的收盘价高于最近一年经审计的每股净资产”之条件，且董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件或触发其要约收购义务的情况下，董事（不含独立董事）、高级管理人员将在股价稳定预案触发或控股股东及实际控制人增持股票实施完成后的 90 日内增持公司股票，且增持资金不超过其上一年度于公司取得的税后薪酬总额，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。具体增持股票的数量等事项将提前公告。

董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：

（1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

（2）继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

（3）继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

公司在未来聘任新的董事（不含独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事（不含独立董事）、高级管理人员已做出的相应承诺。

四、关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）公司关于招股说明书信息披露作出的承诺

1、本招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且公司对招股说明书所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在前述行为被证券监督管理部门或其他有权部门认定后，本公司将依法启动回购首次公开发行的全部股票的工作，回购价格将按照如下原则：

（1）若上述情形发生于公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，则在证券监督管理部门或其他有权部门认定上述情形之日起 5 个工作日内，公司即启动将公开发行新股的募集资金并加算同期银行存款利息返还给网下配售对象及网上发行对象的工作；

（2）若上述情形发生于公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，则公司将于上述情形认定之日起 20 个交易日内，启动按照发行价格或证券监督管理部门认可的其他价格通过证券交易所交易系统回购公司首次公开发行的全部新股的工作。

若招股说明书所载之内容出现前述情形，则公司承诺在中国证监会认定有关违法事实之日起在按照前述安排实施新股回购的同时将极力促使公司控股股东、实际控制人依法购回已转让的全部原限售股份。

3、若本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则公司将依法赔偿投资者损失。

（二）公司控股股东景盛集团，实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲关于招股说明书信息披露作出的承诺

1、本招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，本人/本企业对招股说明书所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定招股说明书存在虚假记载、误

导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人/本企业承诺在中国证监会认定有关违法事实之日起将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股，本人/本企业亦将依法购回已转让的原限售股。

3、若招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人/本企业将依法赔偿投资者损失。

（三）公司董事、监事和高级管理人员关于招股说明书信息披露作出的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：本招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对招股说明书所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

若招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失。

（四）中介机构的承诺

1、发行人保荐机构承诺

发行人保荐机构广发证券承诺：

（1）如因本公司为发行人首次公开发行制作、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，在该等违法事实经依法认定后，将依法赔偿投资者损失。

（2）如因保荐机构为发行人首次公开发行制作、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，将先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师承诺

发行人律师信达承诺：若本所就景兴健护本次发行上市出具的法律意见书和律师工作报告存在虚假记载、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。

3、发行人会计师承诺

发行人会计师正中珠江承诺：如因本所为景兴健护首次公开发行制作、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。

4、发行人资产评估机构承诺

发行人资产评估机构中联国际评估咨询有限公司承诺：如因本公司为景兴健护首次公开发行制作、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。

五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司首次公开发行股票完成后，随着募集资金的到位及募集资金投资项目的逐步实施，公司的股本和净资产规模较发行前都将有较大幅度的增加，但募集资金投资项目带来的效益是否能在短期内充分体现，则会影响短期内公司的每股收益和净资产收益率，甚至有可能在短期内会出现一定幅度的下降，请投资者注意公司即期回报被摊薄的风险。

为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司将采取多种措施防范即期回报被摊薄的风险，提高未来的回报的能力，具体详见本招股说明书之“第十一节管理层讨论与分析”之“七、本次发行对每股收益的影响以及填补回报的措施”相关内容。

发行人董事、高级管理人员承诺：

“1、本人不会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发行人利益；

2、本人将严格遵守发行人的财务管理制度，确保本人的任何职务消费均属于本人为履行职责而必需的合理支出；

3、本人不会动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人将依据发行人《公司章程》及相关规章制度，在职责和权限范围内，全力促使发行人董事会或者薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩，并对发行人董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

5、如果发行人拟实施股权激励，本人将在职责和权限范围内，全力促使发行人拟公布的股权激励行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩，并对发行人董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

6、本人将严格履行发行人制定的有关填补回报措施以及本人作出的任何有关填补回报措施的承诺，确保发行人填补回报措施能够得到切实履行。如果本人

违反其所作出的承诺或拒不履行承诺，将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证券监督管理委员会、上海证券交易所等证券监管机构及自律机构依法作出的监管措施或自律监管措施；给发行人或者股东造成损失的，本人将依法承担相应补偿责任；

7、自本承诺函出具日至发行人首次公开发行人民币普通股股票并上市之日，若中国证券监督管理委员会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本人已做出的承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本人届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。”

发行人提示投资者注意，发行人制定的填补回报措施不等于对发行人未来利润做出的保证。

六、关于未能履行承诺的约束措施

（一）公司关于未履行承诺的约束性措施

本公司将严格履行公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如本公司在招股说明书中作出的相关承诺未能履行、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），本公司自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取以下措施：（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；（3）在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；（4）公司因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：（1）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或上海证券交易所对

本公司因违反公开承诺事项而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

（二）公司控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员，持股 5%以上的股东汇翔投资关于未履行承诺的约束性措施

公司控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员，持股 5%以上的股东汇翔投资分别承诺：

1、本人/本企业将严格履行本人/本企业在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、如本人/本企业未能完全且有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致的除外），本人/本企业自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取以下措施：（1）及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；（3）在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；（4）本人/本企业因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业将采取以下措施：（1）及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或上海证券交易所对本人/本企业因违反公开承诺事项而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人/本企业自愿无条件地遵从该等规定。

七、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经公司 2018 年 5 月 18 日召开的 2018 年第二次临时股东大会决议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司发行前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

八、公司本次发行上市后的股利分配政策

根据公司 2018 年第二次临时股东大会决议通过的《公司章程（草案）》及《公司上市后三年分红回报规划》，关于本次发行上市后的股利分配的主要规定如下：

（一）《公司章程（草案）》对利润分配政策的规定

《公司章程（草案）》第一百五十八条至第一百六十二条明确了公司利润分配原则、利润分配政策及调整和利润分配应履行的程序等，具体如下：

1、公司利润分配原则

公司应重视对投资者的合理投资回报，公司股利分配方案应从公司盈利情况和战略发展的实际需要出发，兼顾股东的即期利益和长远利益，应保持持续、稳定的利润分配制度，注重对投资者稳定、合理的回报，但公司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，并坚持如下原则：（1）按法定顺序分配的原则；（2）存在未弥补亏损、不得分配的原则；（3）公司持有的本公司股份不得分配利润的原则。

2、公司利润分配的形式

公司可以采取现金、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。优先采用现金分红。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司实施现金分红时应当同时满足以下条件：

（1）公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）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。

3、差异化现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，

现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

重大资金支出指以下情形之一：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%；

（2）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 20%。

4、现金分红的比例及时间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，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。

在满足现金分红条件且公司无重大资金支出时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%。

5、股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

6、利润分配决策机制和程序

董事会审议利润分配需履行的程序和要求：公司董事会结合经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，并充分考虑和听取股东特别是中小股东、独立董事和监事会的意见，制定年度或中期分红方案，独立董事应当发表明确意见。

股东大会审议利润分配需履行的程序和要求：公司董事会审议通过的公司利润分配方案，应当提交公司股东大会进行审议。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，

充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。

7、利润分配政策的调整机制

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

有关调整利润分配政策的议案由董事会制定，并经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事应当对利润分配政策调整发表独立意见。

调整利润分配政策的议案应由董事会向股东大会提出，在董事会审议通过后提交股东大会批准，董事会提出的利润分配政策需经全体董事过半数通过并经二分之一以上独立董事通过，独立董事应当对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。股东大会审议以出席会议股东所持表决权的三分之二以上通过。

（二）公司上市后三年分红回报规划

1、分红回报规划制定的基本原则

公司利润分配应高度重视对投资者的合理投资回报，牢固树立回报股东的意识。公司保持持续、稳定的利润分配政策，股利分配方案应从公司盈利情况、战略发展等实际需要出发，兼顾股东的即期利益和长远利益，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，增加公司股利分配决策的透明度和可操作性。

2、分红回报规划制定的考虑因素

分红回报规划应当着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析本行业特点、资本市场监管要求、公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本及外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。

3、上市后未来三年的分红回报规划

（1）公司可以采取现金、股票或者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，并优先考虑采用现金分红。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。同时，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。公司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。

（2）如无重大现金支出发生，且满足现金分红的条件，公司应当采取现金分配股利，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的20%。

重大资金支出指以下情形之一：

①公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%；

②公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 20%。

（3）若公司有扩大股本规模需要，或者公司认为其他需要时，且应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，可以在上述现金股利分配之余，进行股票股利分配。

（4）公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、分红回报规划的制定周期和决策机制

（1）公司应强化回报股东的意识，综合考虑公司盈利情况、资金需求、发展目标和股东合理回报等因素，以每三年为一个周期，制定周期内股东回报规划，明确三年分红的具体安排和形式，现金分红规划及期间间隔等内容。

（2）公司利润分配应重视对投资者的合理回报，同时兼顾公司的可持续发展，在每个会计年度或半年度结束后，公司董事会应结合经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，并充分考虑和听取股东特别是中小股东、独立董事和监事会的意见，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，提出年度或中期利润分配预案，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。

（3）公司具体利润分配预案经董事会审议通过后提交股东大会表决，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上审议通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。除设置现场会议投票外，还应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

（4）如果公司符合公司章程规定的现金分红条件，但董事会没有作出现金分红预案的，应当在定期报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，公司监事会、独立董事应当对此发表独立意见，并在股东大会审议相关议案时向股东提供网络形式的投票平台。

（5）公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。

5、股东回报规划的调整机制

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整或者变更本规划的，经过详细论证后，由董事会作出决议，独立董事发表意见，提交公司股东大会批准。董事会提出的股东回报规划调整的议案需经全体董事过半数通过并经 1/2 以上独立董事通过，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表决方式以方便中小股东参与股东大会表决。调整后的股东回报规划应不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

九、老股转让的具体方案

本次发行不存在股东公开发售股份的情形。

十、本公司特别提醒投资者注意以下风险

投资者在评价本次发行股票时，除招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真阅读本招股说明书之“第四节　风险因素”中的各项风险因素，并特别关注下列风险：

（一）市场竞争风险

经过近四十年的发展，我国个人卫生用品行业已逐步发展成竞争格局相对稳定的充分竞争行业。目前，我国个人卫生用品行业的市场竞争已从单纯的价格竞争、渠道竞争、品质竞争向品牌综合竞争发展。国内民族品牌企业如恒安国际、景兴健护、桂林洁伶等与国外品牌企业如宝洁、尤妮佳等展开了充分激烈的竞争。同时，伴随着我国消费者对个人健康护理用品消费升级的趋势，我国个人卫生用品行业各品牌产品更新换代加速，消费者个人健康护理的消费理念已深入人心，进一步加深了品牌企业之间的竞争。未来，若公司不能准确把握市场需求变化，适时推出符合消费者健康护理理念的产品，或公司业务发展规划及销售计划未有效执行，将对发行人经营及业绩产生不利影响。

（二）品牌形象遭受侵害的风险

经过多年的沉淀与积累，公司已成为国内领先的个人健康护理用品企业之一，ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”。公司品牌和产品在市场上具有较强的影响力和号召力，得到了消费者尤其是女性消费者的认可。自设立以来，公司即贯彻轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，因此，品牌美誉度对公司业务规模的扩张与市场竞争至关重要。未来，若公司品牌保护力度不足，出现部分不法商家冒用或仿制公司品牌，或被他人采取不正当竞争手段恶意抹黑或诋毁，将使公司品牌形象和品牌美誉度遭受侵害，从而对发行人经营及业绩产生不利影响。

（三）公司委托加工厂商集中度较高风险

公司从成立之初，就确立了轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念。报告期内，公司主要产品卫生巾和护垫均采用委托加工生产模式，主要委托加工厂商为啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生等厂商。其中，啟盛卫生和啟丰卫生系第三方自然人关启明家族同一控制下关联企业，公司自设立时便与其开展合

作，双方合作历史较长。报告期内，公司向啟盛卫生和啟丰卫生委托加工的采购金额占公司各年采购总额的比例分别为 75.08%、76.57%、71.49%和 65.73%，占比较高。

同时，公司亦积极开拓其他委托加工厂商，如经过严格审慎考察，公司与川田卫生逐渐建立了稳固的合作关系，2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司向川田卫生委托加工的采购金额占比分别为 1.57%、8.14%和 15.19%，增长较快。

公司对委托加工产品制定了严格的质量控制制度和措施，并指派品管专员进驻委托加工厂商，从源头上严格把控产品质量。而且在多年的业务合作中，公司已与啟盛卫生和啟丰卫生建立了稳定的战略合作关系，有利于公司对产品质量、交期、新品推出等方面进行把控。但由于公司主要产品卫生巾和护垫均采用委托加工模式生产，且委托加工厂商相对集中，若未来公司主要委托加工厂商出现产品质量不符合要求、产能供应不足、财务困难、或突发停产等风险情况时，公司又未能及时采取应对措施，将可能对公司产品质量、产品周转、经营业绩及品牌形象等产生不利影响。

（四）产品质量控制风险

由于卫生巾和护垫等个人健康护理用品需与人体发生大量的直接接触，因此其产品质量至关重要。一直以来，公司都非常重视产品质量控制，并将产品质量视为企业发展的“生命线”。公司对自主生产的产品和委托加工生产的产品均制定了严格的质量控制制度和措施，坚决将产品的质量问题排除在产品出货前，为消费者创造“优质、美丽、健康”的产品消费体验。因此，未来一旦公司产品存在质量问题，或者出现不知悉或无法预计的不良作用，引发消费者身体不适等情形，将会导致消费者对公司的投诉甚至诉讼，从而对公司品牌形象及美誉度造成不利影响，甚至有可能会面临处罚、赔偿等，进而对公司经营业绩带来不利影响。

（五）经销商渠道管理不当风险

公司销售渠道主要包括经销商渠道、KA 直销渠道和电子商务渠道，并以经销商渠道为主。公司注重对经销商的培育和维护，通过铺设经销商渠道，公司已建立了覆盖全国各主要省、市的营销网络。在营销网络建设过程中，公司一直持续完善和规范经销商管理制度，包括经销商开发与评审、合同管理、销售价格管理、市场促销管理、货物流向管理、货物运输管理等。通过切实有效地建立和完

善经销商管理制度，报告期内，公司经销商团队相对稳定，核心经销商均与公司合作多年，而且公司核心经销商对公司的经营理念和产品质量较为认同，对公司发展战略尤其是市场战略的成功实施起到了非常重要的作用。同时，公司持续实施销售渠道下沉的策略，进一步拓展和完善了公司的经销商渠道。若公司未来对经销商不能持续有效的管理，或与经销商的合作关系出现恶化，则公司营销网络建设和品牌形象将会面临负面影响，进而对公司经营业绩造成一定程度的不利影响。

目 录

发行概况.....2
声 明.....5
重大事项提示.....6
一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺.....6
二、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向等承诺.....9
三、稳定公司股价的承诺.....10
四、关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺.....14
五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....16
六、关于未能履行承诺的约束措施.....17
七、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....18
八、公司本次发行上市后的股利分配政策.....19
九、老股转让的具体方案.....23
十、本公司特别提醒投资者注意以下风险.....24
目 录.....27
第一节 释义.....32
一、普通术语.....32
二、专业术语.....34
第二节 概览.....36
一、发行人简介.....36
二、发行人控股股东及实际控制人.....37
三、发行人主要财务数据及主要财务指标.....38
四、本次发行情况.....39
五、募集资金运用.....40
第三节 本次发行概况.....41
一、本次发行的基本情况.....41
二、本次发行股票的有关机构.....41
三、发行人与中介机构及其相关人员的股权关系或其他权益关系.....43

四、与本次发行有关的重要日期.....43
第四节 风险因素.....44
一、行业及市场风险.....44
二、业务经营风险.....44
三、管理风险.....47
四、财务风险.....47
五、实际控制人的控制不当的风险.....48
六、募集资金投资项目实施风险.....48
七、股市风险.....49
第五节 发行人基本情况.....50
一、发行人基本情况.....50
二、发行人改制重组情况.....50
三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况.....52
四、发行人历次验资情况及设立时投入资产的计量属性.....66
五、发行人的股权结构及组织结构.....67
六、发行人对外投资基本情况.....69
七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 70
八、发行人股本情况.....80
九、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况.....82
十、发行人员工及其社会保障情况.....83
十一、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况.....91
第六节 业务和技术.....93
一、主营业务、主要产品及变化情况.....93
二、发行人所处行业基本情况.....95
三、发行人在行业中的竞争地位.....122
四、公司主营业务的具体情况.....128
五、公司的主要固定资产和无形资产.....206
六、公司的特许经营权.....244
七、公司境外经营情况.....244

八、公司技术和研发情况.....244
九、公司产品质量控制情况.....247
第七节 同业竞争与关联交易.....250
一、独立经营情况.....250
二、同业竞争.....254
三、关联方、关联关系及关联交易.....258
第八节 董事、监事、高级管理人员和核心技术人员.....274
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....274
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属的持股情况.278
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....279
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取的收入情况.....280
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....281
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系.....282
七、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议、作出的重要承诺及其履行情况.....282
八、董事、监事、高级管理人员任职资格合规情况.....283
九、董事、监事、高级管理人员近三年及一期变动情况.....283
第九节 公司治理.....285
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书运作或履行职责情况.....285
二、董事会专门委员会的设置及运行情况.....292
三、发行人最近三年及一期的规范运作情况.....294
四、发行人最近三年及一期资金占用和对外担保情况.....296
五、发行人内部控制情况.....297
第十节 财务会计信息.....299
一、财务报表.....299
二、审计意见.....309
三、财务报表编制基础、合并报表编制范围及其变化情况.....309
四、财务报告审计基准日至招股说明书签署之日之间的经营状况.....310

五、主要会计政策和会计估计.....310
六、发行人适用的各种税项及税率.....331
七、分部信息.....331
八、发行人最近一年的收购兼并情况.....332
九、发行人经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....332
十、发行人最近一期末主要资产情况.....333
十一、发行人最近一期末主要债项情况.....334
十二、发行人报告期内所有者权益变动情况.....336
十三、发行人报告期内现金流量情况.....336
十四、发行人期后事项、或有事项和其他重要事项.....336
十五、发行人报告期内的重要财务指标.....336
十六、发行人盈利预测情况.....339
十七、发行人设立时及报告期内发行人资产评估情况.....339
十八、发行人历次验资情况.....339
第十一节 管理层讨论与分析.....340
一、财务状况分析.....340
二、盈利能力分析.....373
三、现金流量分析.....418
四、重大资本性支出情况.....420
五、重大或有事项和期后事项.....420
六、公司财务状况和盈利能力未来趋势分析.....420
七、本次发行对每股收益的影响以及填补回报的措施.....422
第十二节 业务发展目标.....430
一、公司发展战略.....430
二、公司业务发展计划.....430
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....432
四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采取的措施.....432
五、业务发展计划与现有业务的关系.....433
第十三节 募集资金运用.....435
一、本次募集资金运用概况.....435

二、募集资金投资项目与现有业务关系.....436
三、保荐机构、律师对募集资金投资项目的核查意见.....436
四、董事会对募集资金投资项目可行性分析意见.....437
五、募集资金投资项目具体情况.....438
六、募集资金投资项目对公司财务状况及经营成果的影响.....456
第十四节 股利分配政策.....459
一、公司近三年及一期股利分配政策.....459
二、报告期内公司实际股利分配情况.....459
三、本次发行上市后的股利分配政策.....460
四、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....464
第十五节 其他重要事项.....465
一、信息披露和投资者关系管理制度.....465
二、发行人重大合同.....465
三、发行人对外担保情况.....468
四、发行人重大诉讼或仲裁事项.....468
五、发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项.....468
六、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况.....468
第十六节 有关声明.....469
第十七节 备查文件.....478
一、备查文件.....478
二、文件查阅地址.....478

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有说明，下列词语中具有如下含义：

一、普通术语

发行人、本公司、公司、景兴健护、股份公司	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司
景兴有限、有限公司	指	广东景兴卫生用品有限公司
爱碧斯	指	佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司
景盛集团	指	景盛集团控股有限公司
景盛国际	指	景盛国际控股有限公司
景盛商务拓展	指	景盛商务拓展有限公司
佛山创变	指	佛山创变股权投资合伙企业（有限合伙）
佛山百优顺	指	佛山百优顺股权投资合伙企业（有限合伙）
中兴皮件厂	指	佛山市南海区丹灶新农中兴皮件厂
汇荣投资	指	佛山市南海区汇荣投资有限公司
汇翔投资	指	佛山市汇翔投资有限公司
汇智实业	指	佛山市汇智实业发展有限公司
南海景兴	指	佛山市南海区桂城景兴商务拓展有限公司
奥碧施	指	佛山市南海区奥碧施卫生用品有限公司
啟盛卫生	指	佛山市啟盛卫生用品有限公司
啟丰卫生	指	佛山市南海区西樵啟丰卫生用品有限公司
川田卫生	指	广东川田卫生用品有限公司
汇辉投资	指	佛山市汇辉投资有限公司
中南机械孵化器	指	广东中南机械智能孵化器有限公司
二轴半科技	指	佛山市二轴半科技有限公司
岁之博新材料	指	佛山市岁之博新材料科技有限公司
南海泽睿	指	佛山市南海泽睿科技有限公司
中峪智能	指	佛山市中峪智能增材制造加速器有限公司
齐才科技	指	佛山市齐才科技有限公司
丽爽贸易	指	佛山市南海区丽爽贸易发展有限公司
蕴通贸易	指	佛山市南海区蕴通贸易发展有限公司
杭州豪悦	指	杭州豪悦实业有限公司
优全护理	指	浙江优全护理用品科技有限公司

南海欧比	指	佛山市南海欧比卫生用品有限公司
昱升护理	指	广东昱升个人护理用品股份有限公司
广州博勤	指	广州博勤企业管理顾问有限公司
共速达物流	指	深圳市共速达物流股份有限公司
尼尔森	指	尼尔森公司是全球性的媒介和资讯集团，提供全球领先的市场资讯、媒介资讯、在线研究、移动媒体监测、商业展览服务以及其它相关服务
Wind	指	Wind金融数据和分析工具服务商，总部位于上海陆家嘴金融中心
恒安国际	指	恒安国际集团有限公司
尤妮佳	指	尤妮佳集团，日本生理用品、卫生用品大型制造商
宝洁	指	宝洁集团，美国跨国消费日用品公司，全球最大的日用品生产商之一
金佰利	指	金佰利集团，美国跨国个人护理用品制造商，全球最大的纸制品生产商之一
花王	指	花王集团，日本大型日用品制造厂商
爱生雅	指	爱生雅集团，瑞典大型卫生用品与林业公司，全球最大的卫生用品生产商之一
维达国际	指	维达国际控股有限公司
千金药业	指	株洲千金药业股份有限公司
桂林洁伶	指	桂林洁伶工业有限公司
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司
家乐福	指	受荷兰家乐福（中国）控股有限公司控制的各地家乐福连锁超市
大润发	指	受康成投资（中国）有限公司控制的各地大润发连锁超市
沃尔玛	指	受沃尔玛（中国）投资有限公司控制的各地沃尔玛连锁超市
万宁	指	受广东万宁连锁商业有限公司控制的各地万宁连锁超市
屈臣氏	指	受格渥（香港）投资有限公司控制的各地屈臣氏连锁超市
麦德龙	指	受锦江麦德龙现购自运有限公司控制的各地麦德龙连锁超市
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
《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	《广东景兴健康护理实业股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《广东景兴健康护理实业股份有限公司章程（草案）》
股东大会	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司股东大会

董事会	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司董事会
监事会	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司监事会
招股说明书、本招股说明书	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书
保荐人、保荐机构、主承销商、广发证券	指	广发证券股份有限公司
发行人会计师、正中珠江	指	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、信达	指	广东信达律师事务所
近三年及一期、最近三年及一期、报告期内	指	2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月
报告期各期末	指	2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 6 月 30 日
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
本次发行	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司本次向社会公众首次公开发行 4,150 万股人民币普通股的行为

二、专业术语

卫生巾	指	一种具吸收力的外用生理卫生用品，主要的材质为棉状纸浆和高分子吸收体，用来吸收女性经血，可避免经血弄污衣物，且可缓解女性经期不适感
护垫	指	一种有吸收作用的女性卫生用品，和卫生巾的材料和构造基本相同，只是更薄更窄，使用更舒适。但因为吸收的液量比较少，只适用于轻量防护，不适用于月经高峰期
卫生巾和护垫	指	卫生巾和护垫产品，由于护垫结构与卫生巾基本相同，只是更窄更薄，若非单独列示，本招股书将卫生巾和护垫作为整体论述
卫生棉条	指	一种圆柱状的吸收材料，作为女性月经来潮时的卫生用品，可置入阴道中吸收经血，又称卫生栓
卫生杯	指	由硅胶、乳胶或者热塑性塑料制成、可以置放在阴道内使用的经期用品，柔软、富有弹性。一般多为钟形，下方为短柄状（或者也有环状、球状柄），又称月经杯、月亮杯、月事杯
个人卫生用品	指	任何以个人卫生清洁为使用目的的卫生用品
个人健康护理用品	指	以为消费者提供健康服务或体验为目的的个人卫生用品，是个人卫生用品的健康护理专业化细分方向
女性卫生用品	指	指专为女性设计的卫生用品产品，主要为女性经期吸收类卫生用品，即卫生巾和护垫、卫生棉条等，同时也包括女性护理液、女性专用湿巾等卫生用品
一次性卫生用品	指	具有纸制品属性的使用一次后即丢弃的、与人体直接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健（抗菌或抑菌）目的而使用的卫生用品，包括卫生巾（含护垫）、纸尿裤（含纸尿片）、成人失禁用品和湿巾等

抑菌绒毛浆	指	一种附着了抑菌因子的纤维材料，主要用于一次性卫生用品中的吸收材料
玉竹纤维	指	将从玉米中提取的玉米纤维和从竹子中提取的竹纤维合成的玉竹纤维材料，具有柔软性、高吸水性、抑菌性等特性，其在土壤或海水中可经微生物作用分解为二氧化碳和水，是一种环保材质
“AB”智能打孔	指	在无纺布上打AB两类孔，其中A类孔（较大）加速液体下渗，B类孔（较小）加速空气流通，使卫生巾干爽透气
纳米银负载	指	将具有良好抗菌性的、粒径为纳米的金属银负载于纤维素上，使纤维具备抗菌能力
海藻酸纤维	指	从褐藻类植物中提取的一种天然高分子材料，是一种无毒、无害、可生物降解的纯天然绿色材料，以海藻酸为原料，通过湿法纺丝制备的海藻酸纤维，可以应用于纺织、服装、医疗卫生等领域
多孔型蚕丝蛋白纤维	指	以蚕丝为原料、具有相互贯通或封闭的孔洞为网络结构的纤维材料
壳聚糖脱乙酰度	指	由自然界广泛存在的几丁质（chitin）经过脱乙酰作用得到的、化学名称为聚葡萄糖胺（1-4）-2-氨基-B-D葡萄糖，该种天然高分子新能优良，可用于医药、食品、化工、化妆品、水处理、金属提取及回收、生化和生物医学工程等诸多领域
高分子	指	高分子吸水树脂，是一种典型的功能高分子材料。它能吸收其自身重量数百倍、甚至上千倍的水，并具有很强的保水能力，所以它又被称为超强吸水剂或高保水剂
无纺布	指	非织造布，一种不需要纺纱织布而形成的织物，通过将纺织短纤维或者长丝进行定向或随机排列，然后经过摩擦、抱合或粘合，或者这些方法的组合而相互结合制成的片状物、纤网或絮垫
打孔无纺布	指	通过对近似平面的无纺布面层材料进行打孔，形成的漏斗形的、有一定厚度的立体形状无纺布
PE打孔膜	指	由PE膜加上特殊的微孔构成，能让经血不易回渗，让膜的正面保持干爽，俗称“干爽网面”
KA	指	Key Account，重要客户
京东平台	指	国内知名综合网上购物商城之一
天猫平台	指	国内知名综合网上购物商城之一
包柱	指	商超中将某陈列柜柱以特定品牌宣传材料包装并进行该品牌产品营销
堆头	指	在卖场中较为显眼的地方堆放陈列产品进行营销
卷膜	指	公司湿巾产品包装袋，一般用于单片装湿巾内包装

本招股说明书除特别说明外所有数值均保留小数点后 2 位，如出现总数与各分项数值之和在尾数上有差异，系为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示，投资者做出投资决策前，应认真阅读本招股说明书全文。

一、发行人简介

（一）发行人概况

公司名称	广东景兴健康护理实业股份有限公司
英文名称	Kingdom Healthcare Holdings Limited, Guangdong
注册资本	37,226 万元
法定代表人	邓景衡
有限公司成立日期	2009 年 11 月 6 日
股份公司成立日期	2016 年 4 月 11 日
公司住所	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号（一照多址：佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号、景兴环球大厦第 16 层 1601 号和 1602 号）
经营范围	内设研发机构，从事卫生巾、卫生护垫、湿巾、护理液及其它卫生用品、纸巾、胶袋、包装袋、日用化妆品、寝室用品、皮革制品、小五金器件、家用电器、建筑材料（不含钢材）、芳香剂、纺织品的研发设计；从事上述同类产品的批发、零售（不设店铺）、进出口及相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家相关规定办理；涉及行业许可管理的，按国家有关规定办理）；生产销售卫生巾、卫生护垫、湿巾、卫生湿巾、抗（抑）菌制剂（液体）（净化）（不含栓剂、皂类）；健康护理信息咨询。（涉及行业许可管理的，按国家有关规定办理）。

（二）发行人设立情况

发行人系由景兴有限整体变更设立。2015 年 12 月 15 日，景兴有限召开董事会，决议同意公司以发起设立的方式，将公司整体变更为股份有限公司，公司名称变更为“广东景兴健康护理实业股份有限公司”，公司股本为 15,000 万股；同意以立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字【2015】第 410650 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 9 月 30 日的净资产人民币 277,861,406.79 元折股为 15,000 万股，每股面值人民币 1 元，余额计入股份公司的资本公积。各发起人按照各自在景兴有限所占的注册资本比例确定对股份公司的持股比例。

同日，景兴有限全体股东签署了《发起人协议》，同意共同作为发起人，将景兴有限整体变更为股份公司。

2016 年 2 月 19 日，广东省商务厅出具“粤商务资字【2016】56 号”《广东省商务厅关于合资企业广东景兴卫生用品有限公司转制为外商投资股份有限公司的批复》。

2016 年 2 月 26 日，广东省人民政府向景兴健护颁发了“商外资粤股份证字【2009】0106 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2016 年 4 月 11 日，佛山市工商行政管理局向景兴健护颁发了统一社会信用代码为“91440600696424572A”的《营业执照》。

（三）发行人的主营业务情况

景兴健护作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，主要从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，致力于为消费者创造“优质、美丽、健康”的个人健康护理消费体验，成为消费者的“个人健康护理伙伴”。公司主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液等。

公司自成立之初，即确立了轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，坚持以消费者为核心，以引领和升级消费者个人健康观念、改善消费者个人护理习惯、满足消费者不断丰富的健康护理需求为目标，专注打造中国个人健康护理领域的优质民族品牌。

进入市场以来，公司重点推出了 ABC、Free、EC 和 ABC’s BB 四个知名度较高的品牌，树立了良好的品牌形象。其中，ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”。同时，公司凭借较强的研发能力、遍布全国的营销网络，充分利用行业成熟的生产制造技术，持续推出 KMS 配方卫生巾、茶树精华配方卫生巾、天然纯棉卫生巾等受市场高度肯定的创新型产品，契合了个人健康护理消费理念的升级趋势。根据尼尔森统计，2017 年公司 ABC 和 Free 品牌旗下的卫生巾和护垫的合计市场份额排名国内细分市场第三，其中护垫的市场份额排名国内细分市场第一，公司打造了卫生巾和护垫国内细分市场一线品牌，位列国内卫生巾和护垫市场第一梯队。

公司自设立以来，主营业务未发生重大变化。

二、发行人控股股东及实际控制人

公司控股股东为景盛集团；实际控制人为邓景衡、邓锦明和卢绮莲，该三名自然人为公司共同实际控制人。截至本招股说明书签署之日，邓景衡和卢绮莲通

过景盛集团间接控制公司 21,600 万股，占本次发行前公司总股本的 58.02%；邓锦明直接持有公司 7,200 万股，通过汇翔投资间接控制公司 7,200 万股，合计占本次发行前公司总股本的 38.68%，该三人合计控制公司发行前总股本的 96.70%。

报告期内，公司实际控制人未发生变更。公司控股股东、实际控制人情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人”相关内容。

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

根据正中珠江 2018 年 9 月 13 日出具的标准无保留意见的“广会审字【2018】G17032120176 号”《审计报告》，报告期内，公司主要财务数据及指标如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产	95,684.14	82,693.55	64,912.92	48,637.27
非流动资产	24,305.34	21,777.50	20,540.23	20,047.38
资产总额	119,989.49	104,471.05	85,453.15	68,684.65
流动负债	54,179.07	48,930.35	37,688.50	35,050.80
非流动负债	532.53	554.58	725.88	551.48
负债总额	54,711.60	49,484.92	38,414.38	35,602.28
归属于母公司股东的权益	65,277.88	54,986.13	47,038.77	33,082.37
股东权益合计	65,277.88	54,986.13	47,038.77	33,082.37

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	93,710.17	169,361.31	133,972.38	121,058.38
营业利润	11,498.44	15,751.48	11,229.95	10,355.49
利润总额	11,477.86	17,683.00	12,306.36	10,299.35
净利润	9,356.36	13,978.36	10,206.40	8,154.40
归属于母公司股东的净利润	9,356.36	13,978.36	10,206.40	8,154.40
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	8,810.94	13,484.66	9,054.14	8,204.20

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生现金流量净额	17,259.28	22,955.05	13,861.08	36,711.71
投资活动产生现金流量净额	-2,868.81	-1,849.76	-1,061.08	-541.54
筹资活动产生现金流量净额	343.39	-8,775.37	3,725.00	-18,929.84
现金及现金等价物净增加额	14,752.97	12,322.38	16,534.86	17,245.79
期末现金及现金等价物余额	68,205.10	53,452.13	41,129.74	24,594.88

（四）主要财务指标

项目	2018.06.30/ 2018 年 1-6 月	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31 /2016 年度	2015.12.31 /2015 年度
流动比率	1.77	1.69	1.72	1.39
速动比率	1.63	1.51	1.47	1.22
资产负债率（母公司）	33.66%	37.01%	39.01%	50.77%
资产负债率（合并）	45.60%	47.37%	44.95%	51.83%
应收账款周转率（次/年）	5.12	10.46	8.37	6.22
存货周转率（次/年）	6.20	10.37	9.79	9.81
息税折旧摊销前利润（万元）	12,120.61	18,992.59	13,622.35	12,240.86
利息保障倍数（倍）	-	-	-	18.13
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.46	0.62	0.74	2.45
每股净现金流量（元/股）	0.40	0.33	0.88	1.15
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	1.26%	0.85%	0.84%	1.31%

四、本次发行情况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股份数量不超过 4,150 万股，全部为发行新股，公司原股东在本次发行中不公开发售股份；本次公开发行新股数量不低于发行后公司总股本的 10.03%（最终发行数量以中国证监会核准的数量为准）
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和符合条件的已在上海证券交易所开户的自然

	人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟上市的证券交易所	上海证券交易所

五、募集资金运用

经公司 2018 年第二次临时股东大会决议通过，本次发行成功后，公司所募集的资金将按照轻重缓急投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	拟募集资金投资总额	项目备案单位	项目备案号
1	营销网络建设项目	33,510.00	佛山市南海区桂城经济促进局	2018-440605-22-03-007955
2	卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）	7,888.00	佛山市南海区桂城经济促进局	2018-440605-22-03-007591
3	信息化建设项目	2,410.00	佛山市南海区桂城经济促进局	2018-440605-22-03-007598
合计		**43,808.00**		

若最终本次实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自有资金或银行贷款等方式解决。

如果本次发行及上市募集资金到位时间与上述投资项目资金需求的时间要求不一致，公司可根据上述投资项目实际进度的需要，以自有资金或银行贷款先行投入，待本次发行募集资金到位后予以置换公司先行投入的资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次公开发行股份数量不超过 4,150 万股，全部为发行新股，公司原股东在本次发行中不公开发售股份；本次公开发行新股数量不低于发行后公司总股本的 10.03%（最终发行数量以中国证监会核准的数量为准）
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	【】元（按本公司【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）
本次发行前每股净资产	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的权益除以本次发行前总股本计算）
本次发行后每股净资产	【】元/股（根据本次发行后归属于母公司股东的权益除以本次发行后总股本计算，其中发行后归属于母公司股东的权益按本公司【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的权益和本次发行募集资金净额之和计算）
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	采用网下向询价对象询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和符合条件的已在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【】万元
预计募集资金净额	【】万元
发行费用概算	承销、保荐费用：【】万元
	审计费用：【】万元
	律师费用：【】万元
	发行手续费用：【】万元
	与本次发行相关的信息披露费用：【】万元
	材料制作费及其他：【】万元

二、本次发行股票的有关机构

（一）发行人

名称	广东景兴健康护理实业股份有限公司
法定代表人	邓景衡
住所	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号（一照多址：佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号、景兴环球大厦第 16 层 1601 号和 1602 号）
联系电话	0757-8626 1633
传真	0757-8623 8670
联系人	徐善鹏

（二）保荐机构（主承销商）

名称	广发证券股份有限公司
法定代表人	孙树明
住所	广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室
联系电话	020-8755 5888
传真	020-8755 7566
保荐代表人	王国威、夏晓辉
项目协办人	马振坤
项目组其他成员	黄雨灏、曹文洋、金睿诚

（三）发行人律师

名称	广东信达律师事务所
负责人	张炯
住所	深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 12 楼
联系电话	0755-8826 5288
传真	0755-8826 5537
经办律师	李琛蛟、赫敏、万利民

（四）发行人会计师

名称	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人	蒋洪峰
住所	广州市越秀区东风东路 555 号 1001-1008 房
联系电话	020-8393 9698
传真	020-8380 0977
经办注册会计师	安霞、徐俊

（五）资产评估机构

名称	中联国际评估咨询有限公司

	（曾用名：广东中联羊城资产评估有限公司）
法定代表人	胡东全
住所	广州市越秀区中山六路 232 号越秀新都会大厦 20 楼东座 2001、2002 单元
联系电话	020-8132 0962
传真	020-3801 0829
经办资产评估师	向珍、刘向君

（六）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
住所	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼
联系电话	021-5870 8888
传真	021-5889 9400

（七）保荐人（主承销商）收款银行

名称	中国工商银行广州市第一支行
户名	广发证券股份有限公司
账号	3602000109001674642

（八）拟申请上市的证券交易所

名称	上海证券交易所
住所	上海市浦东南路 528 号上海证券大厦
联系电话	021-6880 8888
传真	021-6880 4868

三、发行人与中介机构及其相关人员的股权关系或其他权益关系

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

四、与本次发行有关的重要日期

工作安排	日期
询价推介时间	【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
预计股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真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、行业及市场风险

（一）市场竞争风险

经过近四十年的发展，我国个人卫生用品行业已逐步发展成竞争格局相对稳定的充分竞争行业。目前，我国个人卫生用品行业的市场竞争已从单纯的价格竞争、渠道竞争、品质竞争向品牌综合竞争发展。国内民族品牌企业如恒安国际、景兴健护、桂林洁伶等与国外品牌企业如宝洁、尤妮佳等展开了充分激烈的竞争。同时，伴随着我国消费者对个人健康护理用品消费升级的趋势，我国个人卫生用品行业各品牌产品更新换代加速，消费者个人健康护理的消费理念已深入人心，进一步加深了品牌企业之间的竞争。未来，若公司不能准确把握市场需求变化，适时推出符合消费者健康护理理念的产品，或公司业务发展规划及销售计划未有效执行，将对发行人经营及业绩产生不利影响。

（二）市场需求波动的风险

公司主营业务为个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广。我国宏观经济的持续健康发展、国民人均可支配收入的持续增长、以及消费者对个人健康护理理念的日趋重视，促进了我国个人健康护理用品的长足发展，带来了良好的发展前景。未来，若出现宏观经济发生不利波动、或消费者人均可支配收入或购买力下降、或预期经济前景不明朗等情形，将有可能影响消费者对个人健康护理用品尤其是相对中高端产品的消费意愿和消费能力，进而影响行业整体发展和公司经营业绩。

二、业务经营风险

（一）品牌形象遭受侵害的风险

经过多年的沉淀与积累，公司已成为国内领先的个人健康护理用品企业之一，ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”。公司品牌和产品在市场上具有较强的影响力和号召力，得到了消费

者尤其是女性消费者的认可。自设立以来，公司即贯彻轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，因此，品牌美誉度对公司业务规模的扩张与市场竞争至关重要。未来，若公司品牌保护力度不足，出现部分不法商家冒用或仿制公司品牌，或被他人采取不正当竞争手段恶意抹黑或诋毁，将使公司品牌形象和品牌美誉度遭受侵害，从而对发行人经营及业绩产生不利影响。

（二）公司委托加工厂商集中度较高风险

公司从成立之初，就确立了轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念。报告期内，公司主要产品卫生巾和护垫均采用委托加工生产模式，主要委托加工厂商为啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生等厂商。其中，啟盛卫生和啟丰卫生系第三方自然人关启明家族同一控制下关联企业，公司自设立时便与其开展合作，双方合作历史较长。报告期内，公司向啟盛卫生和啟丰卫生委托加工的采购金额占公司各年采购总额的比例分别为 75.08%、76.57%、71.49%和 65.73%，占比较高。

同时，公司亦积极开拓其他委托加工厂商，如经过严格审慎考察，公司与川田卫生逐渐建立了稳固的合作关系，2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司向川田卫生委托加工的采购金额占比分别为 1.57%、8.14%和 15.19%，增长较快。

公司对委托加工产品制定了严格的质量控制制度和措施，并指派品管专员进驻委托加工厂商，从源头上严格把控产品质量。而且在多年的业务合作中，公司已与啟盛卫生和啟丰卫生建立了稳定的战略合作关系，有利于公司对产品质量、交期、新品推出等方面进行把控。但由于公司主要产品卫生巾和护垫均采用委托加工模式生产，且委托加工厂商相对集中，若未来公司主要委托加工厂商出现产品质量不符合要求、产能供应不足、财务困难、或突发停产等风险情况时，公司又未能及时采取应对措施，将可能对公司产品质量、产品周转、经营业绩及品牌形象等产生不利影响。

（三）产品质量控制风险

由于卫生巾和护垫等个人健康护理用品需与人体发生大量的直接接触，因此其产品质量至关重要。一直以来，公司都非常重视产品质量控制，并将产品质量视为企业发展的“生命线”。公司对自主生产的产品和委托加工生产的产品均制定了严格的质量控制制度和措施，坚决将产品的质量问题排除在产品出货前，为

消费者创造“优质、美丽、健康”的产品消费体验。因此，未来一旦公司产品存在质量问题，或者出现不知悉或无法预计的不良作用，引发消费者身体不适等情形，将会导致消费者对公司的投诉甚至诉讼，从而对公司品牌形象及美誉度造成不利影响，甚至有可能会面临处罚、赔偿等，进而对公司经营业绩带来不利影响。

（四）委托加工产品采购价格波动风险

公司与主要委托加工厂商总体上采用在成本加成基础上协商定价原则。报告期内，公司向啟盛卫生和啟丰卫生、川田卫生等主要委托加工厂商采购卫生巾和护垫产品的价格均未发生重大变化。如果未来啟盛卫生和啟丰卫生、川田卫生生产卫生巾和护垫所需要的主要原材料价格出现大幅波动，或者人工成本和生产制造成本大幅提升，将有可能对公司委托加工产品的采购价格产生不利影响，进而对公司业绩造成不利影响。

（五）经销商渠道管理不当风险

公司销售渠道主要包括经销商渠道、KA 直销渠道和电子商务渠道，并以经销商渠道为主。公司注重对经销商的培育和维护，通过铺设经销商渠道，公司已建立了覆盖全国各主要省、市的营销网络。在营销网络建设过程中，公司一直持续完善和规范经销商管理制度，包括经销商开发与评审、合同管理、销售价格管理、市场促销管理、货物流向管理、货物运输管理等。通过切实有效地建立和完善经销商管理制度，报告期内，公司经销商团队相对稳定，核心经销商均与公司合作多年，而且公司核心经销商对公司的经营理念和产品质量较为认同，对公司发展战略尤其是市场战略的成功实施起到了非常重要的作用。同时，公司持续实施销售渠道下沉的策略，进一步拓展和完善了公司的经销商渠道。若公司未来对经销商不能持续有效的管理，或与经销商的合作关系出现恶化，则公司营销网络建设和品牌形象将会面临负面影响，进而对公司经营业绩造成一定程度的不利影响。

（六）新产品开发及技术研发的风险

在个人卫生用品行业中，技术研发是保障公司产品市场竞争力的重要因素。为获取更多的市场份额，个人卫生用品厂商需要持续加强产品功能、样式、材质、生产工艺等的研发投入，不断在市场中推陈出新，才能够满足消费者不断升级的消费观念，才能够保持公司的市场竞争地位。然而，产品的研发需要经历市场调

研、基础研究、消费者试用及宣传推广等多个阶段，周期较长。该过程中可能面临市场需求变化、研发成果无法批量生产、竞争对手抢先推出同类产品、知识产权因未及时保护而外泄、实际经济效益低于预期等风险。

三、管理风险

（一）管理人员及核心技术人员流失的风险

经过多年的发展，公司已凝聚了一支拥有丰富行业从业和管理经验，涵盖公司技术研发、市场和销售等各个经营管理环节的人才队伍。其中大部分经营管理人员在公司任职多年，与公司一同成长和发展，对公司具有较高的忠诚度，同时亦对公司的企业文化以及发展战略具有较为深刻的理解，是公司宝贵的人力资源财富。多年以来，公司管理人员及核心技术人员的稳定性主要得益于公司创始人始终践行的“尊重人才、诚信经营、主导变革、追求卓越、绿色环保、共同繁荣”的核心价值观、公司良好的激励制度、以及为员工打造的可持续发展事业平台。未来，若公司不能持续保持这种尊重人才、激励人才和培养人才的机制，公司将有可能面临管理人员以及核心技术人员流失的风险，进而影响公司整体发展战略的实施以及损害公司的整体利益。

（二）规模扩张后的管理风险

随着个人卫生用品消费市场不断升级，以及本次募集资金到位和投资项目实施后，公司整体经营规模将进一步扩张，公司将在市场开拓、制度建设、组织设置、运营管理、财务管理、内部控制等方面面临更大的挑战。如果公司管理水平不能快速适应消费市场升级及公司规模进一步扩张的需要，不能及时调整完善公司组织模式和管理制度，将影响公司的应变能力和发展活力，进而削弱公司的市场竞争力。因此，公司面临因经营规模扩张导致的管理风险。

四、财务风险

（一）应收账款回收的风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 15,948.03 万元、12,553.35 万元、18,216.97 万元和 16,579.42 万元，占同期流动资产比例分别为 32.79%、19.34%、22.03%和 17.33%，占同期营业收入的比例分别为 13.17%、9.37%、10.76%和 17.69%，公司应收账款周转情况总体良好。报告期各期末，由于公司对大部分客户采取先款后货的结算方式，公司应收账款账龄均在 1 年以内，仅对 KA 直

销客户以及少数商业资信实力较强的经销商给予一定信用期或信用额度。但未来随着公司经营规模的扩大，应收账款的绝对金额有可能会增加，若下游客户经营情况或资信情况出现恶化，而推迟支付或无力支付款项，公司将有可能面临应收账款不能按期收回或无法收回而发生坏账的风险。

（二）本次发行后净资产收益率下降的风险

报告期各期，公司扣除非经性损益后的加权平均净资产收益率分别为28.29%、23.71%、25.35%和 14.61%。本次发行完成后，公司净资产短期内将大幅增长，由于募集资金投资从实施到产生效益需要一定时间，公司未来净利润增长很有可能不能与净资产增长保持同步。因此，本次发行募集资金到位后，公司的净资产收益率存在短期内可能被大幅摊薄下降的风险。

（三）企业所得税税收优惠政策变化的风险

公司为国家高新技术企业，目前持有广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，证书编号为“GR201644002234”，发证时间为 2016 年 11 月 30 日，有效期为 3 年。根据企业所得税法及相关规定，公司可按 15%税率缴纳企业所得税。如果公司未来不能被认定为高新技术企业或相应的税收优惠政策发生变化，公司将不再享受高新技术企业所得税税率的税收优惠政策，将有可能加重公司税收负担，对公司未来经营业绩造成一定程度的不利影响。

五、实际控制人的控制不当的风险

本次发行前，邓景衡、邓锦明和卢绮莲作为公司的实际控制人，该三人合计控制公司 96.70%的股份。本次发行后，邓景衡、邓锦明和卢绮莲持有发行人的股权比例将有所下降，但仍对公司保持绝对控制权。虽然公司自设立以来，未发生过实际控制人损害其他股东利益的行为，并且公司已制定了一系列内部控制制度，建立了较为完善的公司法人治理结构，但如果实际控制人为自身利益利用其实际控制地位，通过行使表决权对公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事项实施不利影响，将有可能损害公司及中小股东的利益。因此，公司存在实际控制人控制不当的风险。

六、募集资金投资项目实施风险

公司本次募集资金计划用于“营销网络建设项目”、“卫生护理材料及配方研

发中心项目（一期）”和“信息化建设项目”。上述项目系公司依据自身发展战略，并充分考虑自身品牌地位和管理能力等因素，以及预计未来宏观经济、市场环境等因素不发生重大变化情况下所确定的投资项目。项目成功实施后，公司营销网络将得到进一步完善，研发能力也将进一步增强，信息化管理水平也会得到提升，对增强公司核心竞争力具有重要意义。但如果在项目实施的过程中，宏观经济形势、市场环境、产业政策、项目进度、产品市场销售情况等方面发生重大不利变化，将对募投项目的实施进度、投资回报和经济效益等产生不利影响。

七、股市风险

影响股票价格波动的原因十分复杂，股票价格不仅受公司的经营状况、盈利能力和发展前景的影响，同时受国家的宏观经济状况、国内外政治经济环境、利率、汇率、通货膨胀、市场买卖力量对比、重大自然灾害发生以及投资者心理预期的影响而发生波动。我国资本市场仍属于新兴市场，股票价格波动较国外成熟市场更大。因此，公司提醒投资者，在购买本公司股票前，对股票市场价格的波动及股市投资的风险需有充分的认识。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	广东景兴健康护理实业股份有限公司
英文名称	Kingdom Healthcare Holdings Limited, Guangdong
注册资本	37,226 万元
法定代表人	邓景衡
有限公司成立日期	2009 年 11 月 6 日
股份公司成立日期	2016 年 4 月 11 日
公司住所	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号（一照多址：佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号、景兴环球大厦第 16 层 1601 号和 1602 号）
邮政编码	528200
电话	0757-8626 1633
传真	0757-8623 8670
互联网网址	http://www.abckms.com/
电子信箱	board@abckms.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
信息披露负责人	徐善鹏
联系电话	0757-8626 1633

二、发行人改制重组情况

（一）发行人设立方式

发行人系由景兴有限整体变更设立。2015 年 12 月 15 日，景兴有限召开董事会，决议同意公司以发起设立的方式，将公司整体变更为股份有限公司，公司名称变更为“广东景兴健康护理实业股份有限公司”，公司股本为 15,000 万股；同意以立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字【2015】第 410650 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 9 月 30 日的净资产人民币 277,861,406.79 元折股为 15,000 万股，每股面值人民币 1 元，余额计入股份公司的资本公积。各发起人按照各自在景兴有限所占的注册资本比例确定对股份公司的持股比例。

同日，景兴有限全体股东签署了《发起人协议》，同意共同作为发起人，将景兴有限整体变更为股份公司。

2016 年 2 月 19 日，广东省商务厅出具“粤商务资字【2016】56 号”《广东省商务厅关于合资企业广东景兴卫生用品有限公司转制为外商投资股份有限公司的批复》，同意公司转制为外商投资股份有限公司并更名为“广东景兴健康护理实业股份有限公司”；转制后，股份公司总股本为 15,000 万股，其中，景盛集团持有 11,250 万股，占 75%；汇翔投资持有 3,750 万股，占 25%。

2016 年 2 月 26 日，广东省人民政府向景兴健护颁发了“商外资粤股份证字【2009】0106 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2016 年 3 月 10 日，景兴健护召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关于<广东景兴健康护理实业股份有限公司筹建情况的报告>》、《关于创立广东景兴健康护理实业股份有限公司的议案》、《关于<广东景兴健康护理实业股份有限公司章程>的议案》、《关于授权董事会办理广东景兴健康护理实业股份有限公司设立登记有关事项的议案》等议案。立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“信会师报字【2016】第 410128 号”《验资报告》对公司股本予以验证。

2016 年 4 月 11 日，佛山市工商行政管理局向景兴健护颁发了统一社会信用代码为“91440600696424572A”的《营业执照》。

（二）发起人

股份公司设立时，公司发起人为景盛集团和汇翔投资 2 位企业法人股东。发行人设立时的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	景盛集团	11,250.00	75.00%
2	汇翔投资	3,750.00	25.00%
合计		**15,000.00**	**100.00%**

（三）在改制设立股份公司前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司发起人为景盛集团和汇翔投资 2 位企业法人股东，在改制设立股份公司前，景盛集团和汇翔投资拥有的主要资产和实际从事的主要业务如下：

序号	发起人	主要业务	主要资产
1	景盛集团	对所持股权/出资进行管理	持有公司 75.00%股权
2	汇翔投资	对所持股权/出资进行管理	持有公司 25.00%股权

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人系由景兴有限整体变更设立的股份有限公司，在改制设立时整体承继了景兴有限的所有资产与负债，拥有与个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广相关的经营性资产。

发行人自成立以来一直从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，主营业务未发生重大变化。

（五）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人改制设立之后，发起人景盛集团、汇翔投资拥有的主要资产和实际从事的主要业务没有发生变化，即主要是持有发行人的股权。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程之间的联系

发行人系由景兴有限整体变更设立的股份有限公司，在改制设立时整体承继了景兴有限的业务，改制前后公司业务流程未发生变化。公司的具体业务流程详见本招股说明书之“第六节　业务与技术”之“四、公司主营业务的具体情况”相关内容。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

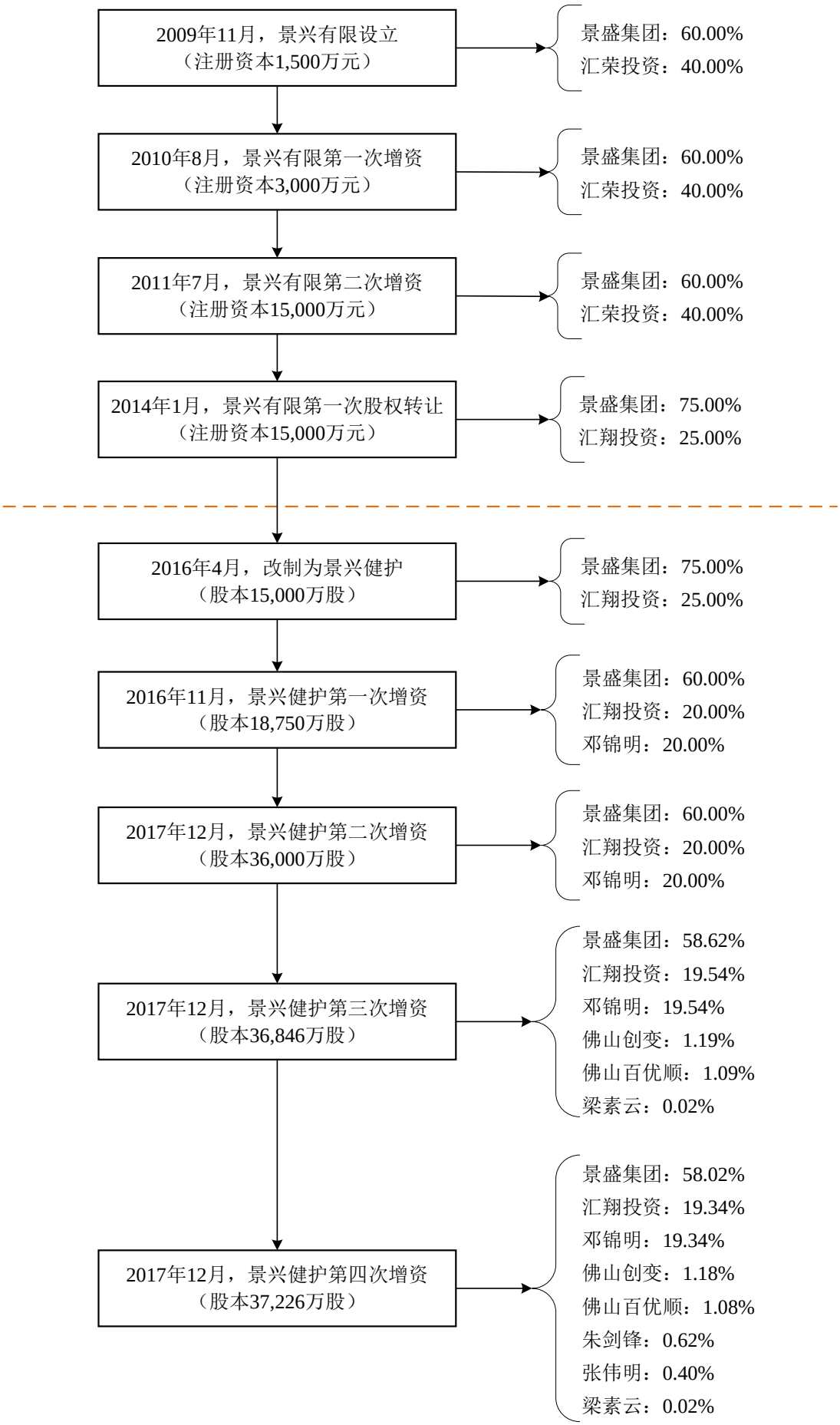
发行人主要从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广。发行人设立时发起人为景盛集团和汇翔投资。自成立以来，发行人在生产经营方面均独立于发起人，具有完整的业务体系和自主面向市场独立经营的能力，不存在依赖发起人的情形。发行人自成立以来与发起人及其关联方之间的关联交易详见本招股说明书之“第七节　同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）关联交易”相关内容。

（八）发起人出资资产产权变更手续的办理情况

公司由景兴有限整体变更设立而来。景兴有限的资产负债全部由公司继承，相应的资产及有关权利证书的变更不存在障碍。公司对上述资产拥有合法所有权或使用权，不存在法律障碍或风险。

三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

发行人自设立以来股本形成及其变化情况如下：


2009年11月，景兴有限设立
（注册资本1,500万元）
景盛集团：60.00%
汇荣投资：40.00%
2010年8月，景兴有限第一次增资
（注册资本3,000万元）
景盛集团：60.00%
汇荣投资：40.00%
2011年7月，景兴有限第二次增资
（注册资本15,000万元）
景盛集团：60.00%
汇荣投资：40.00%
2014年1月，景兴有限第一次股权转让
（注册资本15,000万元）
景盛集团：75.00%
汇翔投资：25.00%
2016年4月，改制为景兴健护
（股本15,000万股）
景盛集团：75.00%
汇翔投资：25.00%
2016年11月，景兴健护第一次增资
（股本18,750万股）
景盛集团：60.00%
汇翔投资：20.00%
邓锦明：20.00%
2017年12月，景兴健护第二次增资
（股本36,000万股）
景盛集团：60.00%
汇翔投资：20.00%
邓锦明：20.00%
2017年12月，景兴健护第三次增资
（股本36,846万股）
景盛集团：58.62%
汇翔投资：19.54%
邓锦明：19.54%
佛山创变：1.19%
佛山百优顺：1.09%
梁素云：0.02%
2017年12月，景兴健护第四次增资
（股本37,226万股）
景盛集团：58.02%
汇翔投资：19.34%
邓锦明：19.34%
佛山创变：1.18%
佛山百优顺：1.08%
朱剑锋：0.62%
张伟明：0.40%
梁素云：0.02%

（一）股份公司设立前的股本结构变化情况

1、2009 年 11 月，景兴有限设立

2009 年 8 月 7 日，广东省工商行政管理局出具了“粤名称预核外冠字【2009】第 0900030976 号”《名称预先核准通知书》，核准公司设立的名称为“广东景兴卫生用品有限公司”，名称有效期至 2010 年 8 月 7 日。

2009 年 9 月 1 日，汇荣投资和景盛集团共同签署了《广东景兴卫生用品有限公司章程》，双方约定公司投资总额为 3,000 万元人民币，注册资本为 1,500 万元人民币。其中，汇荣投资出资 600 万元，占注册资本 40%；景盛集团出资 900 万元，占注册资本 60%。

2009 年 10 月 17 日，佛山市对外贸易经济合作局出具“佛外经贸促字【2009】117 号”《关于设立中外合资企业广东景兴卫生用品有限公司的批复》，同意汇荣投资与景盛集团在佛山市南海区投资设立中外合资企业景兴有限，公司投资总额为 3,000 万元人民币，注册资本为 1,500 万元人民币，其中汇荣投资以人民币出资 600 万元，占注册资本的 40%；景盛集团以等值外汇出资 900 万元，占注册资本的 60%。

2009 年 10 月 27 日，广东省人民政府向景兴有限颁发了“商外资粤佛合资证字【2009】0003 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2009 年 11 月 6 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准设立登记通知书》，核准公司设立登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴有限核发了注册号为“440600400011506”的《企业法人营业执照》。

景兴有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额比例	出资方式	实缴出资额（万元）
1	景盛集团	900.00	60.00%	货币	0.00
2	汇荣投资	600.00	40.00%	货币	0.00
合计		**1,500.00**	**100.00%**		**0.00**

2、2010 年 5 月，景兴有限实收资本备案

2010 年 1 月 12 日，广东新祥和会计师事务所有限公司出具了“粤祥会验字【2010】第 1038 号”《验资报告》，经审验，截至 2009 年 12 月 28 日止，公司已收到全体股东缴纳的实收资本 1,500 万元整。其中，景盛集团缴纳港元

10,221,001.00 元，折合人民币 9,001,431.16 元，超过注册资本部分 1,431.16 元计入资本公积；汇荣投资缴纳人民币 600 万元。

2010 年 5 月 27 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司实收资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴有限换发了《企业法人营业执照》。

本次实收资本备案完成后，景兴有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额比例	出资方式	实缴出资额（万元）
1	景盛集团	900.00	60.00%	货币	900.00
2	汇荣投资	600.00	40.00%	货币	600.00
合计		**1,500.00**	**100.00%**		**1,500.00**

3、2010 年 8 月，景兴有限第一次增加注册资本

2010 年 6 月 21 日，景兴有限召开董事会，同意公司增加投资总额 3,000 万元人民币及注册资本 1,500 万元人民币，其中，汇荣投资以人民币投入 600 万元，景盛集团以等值外汇投入 900 万元。2010 年 6 月 28 日，汇荣投资和景盛集团就上述变更事项共同签署了《广东景兴卫生用品有限公司补充章程》。

本次增资的背景主要是基于扩大公司注册资本，增强公司实力。本次增资系原股东景盛集团和汇荣投资同比例增资，因此按照 1 元/注册资本确定本次增资价格，景盛集团和汇荣投资增资资金来源均系邓景衡和邓锦明的合法自筹资金，不存在纠纷或潜在纠纷。

2010 年 7 月 13 日，佛山市对外贸易经济合作局出具“佛外经贸促字【2010】118 号”《关于广东景兴卫生用品有限公司增资的批复》，同意公司投资总额增加 3,000 万元人民币，注册资本增加 1,500 万元人民币，其中，汇荣投资以人民币现金投入 600 万元；景盛集团以等值外汇投入 900 万元人民币。增资后，公司投资总额为 6,000 万元人民币，注册资本为 3,000 万元人民币，其中，汇荣投资共出资 1,200 万元人民币，占注册资本的 40.00%；景盛集团共出资 1,800 万元人民币，占注册资本的 60.00%。

2010 年 7 月 15 日，广东省人民政府向景兴有限换发了“商外资粤佛合资证字【2009】0003 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 8 月 8 日，广东新祥和会计师事务所有限公司出具了“粤祥会验字

【2010】第 1929 号”《验资报告》，经审验，截至 2010 年 7 月 30 日止，公司已收到全体股东缴纳的新增注册资本 1,500 万元整。其中，景盛集团缴纳港元 10,316,841.68 元，折合人民币 900 万元；汇荣投资缴纳人民币 600 万元。

2010 年 8 月 18 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司上述注册资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴有限换发了《企业法人营业执照》。

本次注册资本变更后，景兴有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额比例	出资方式	实缴出资额（万元）
1	景盛集团	1,800.00	60.00%	货币	1,800.00
2	汇荣投资	1,200.00	40.00%	货币	1,200.00
合计		**3,000.00**	**100.00%**		**3,000.00**

4、2011 年 7 月，景兴有限第二次增加注册资本

2011 年 3 月 10 日，景兴有限召开董事会，决议同意公司增加投资总额 24,000 万元人民币及注册资本 12,000 万元人民币，本次新增注册资本中，汇荣投资以人民币投入 4,800 万元，景盛集团以等值外汇投入 7,200 万元。2011 年 3 月 18 日，汇荣投资和景盛集团就上述变更事项共同签署了《广东景兴卫生用品有限公司补充章程》。

本次增资的背景主要是基于进一步扩大公司注册资本，增强公司实力。本次增资系原股东景盛集团和汇荣投资同比例增资，因此按照 1 元/注册资本确定本次增资价格，景盛集团和汇荣投资增资资金来源均系邓景衡和邓锦明的合法自筹资金，不存在纠纷或潜在纠纷。

2011 年 3 月 29 日，佛山市对外贸易经济合作局出具“佛外经贸促字【2011】47 号”《关于中外合资企业广东景兴卫生用品有限公司增资的批复》，同意公司投资总额增加 24,000 万元人民币，注册资本增加 12,000 万元人民币，新增注册资本中，汇荣投资以人民币现金投入 4,800 万元；景盛集团以等值外汇投入 7,200 万元人民币。增资后，公司投资总额为 30,000 万元人民币，注册资本为 15,000 万元人民币，其中，汇荣投资共出资 6,000 万元人民币，占注册资本的 40.00%；景盛集团共出资 9,000 万元人民币，占注册资本的 60.00%。

2011 年 6 月 23 日，佛山市金恒信会计师事务所（普通合伙）出具了“佛金

会验字【2011】第 025 号”《验资报告》，经审验，截至 2011 年 6 月 10 日止，公司已收到全体股东缴纳的新增注册资本 60,000,014.59 元，公司本期新增实收资本 60,000,014.59 元，各股东以货币出资人民币 60,000,014.59 元。

2011 年 3 月 30 日，广东省人民政府向景兴有限换发了“商外资粤佛合资证字【2009】0003 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2011 年 7 月 5 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司上述注册资本和实收资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴有限换发了《企业法人营业执照》。

本次注册资本变更后，景兴有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额比例	出资方式	实缴出资额（万元）
1	景盛集团	9,000.00	60.00%	货币	5,400.00
2	汇荣投资	6,000.00	40.00%	货币	3,600.00
合计		**15,000.00**	**100.00%**		**9,000.00**

5、2012 年 4 月，景兴有限实收资本备案

2012 年 3 月 30 日，佛山市金恒信会计师事务所（普通合伙）出具了“佛金会验字【2012】第 007 号”《验资报告》，经审验，截至 2012 年 3 月 22 日止，公司已收到全体股东缴纳的新增注册资本 59,999,985.41 元，公司本期新增实收资本人民币 59,999,985.41 元，全部以货币出资。

2012 年 4 月 13 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司实收资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴有限换发了《企业法人营业执照》。

本次实收资本备案完成后，景兴有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额比例	出资方式	实缴出资额（万元）
1	景盛集团	9,000.00	60.00%	货币	9,000.00
2	汇荣投资	6,000.00	40.00%	货币	6,000.00
合计		**15,000.00**	**100.00%**		**15,000.00**

6、2014 年 1 月，景兴有限第一次股权转让

2013 年 11 月 30 日，景兴有限召开董事会，决议同意公司股东汇荣投资将其持有公司 15%的股权转让给景盛集团，将其持有公司 25%的股权转让给汇翔

投资。同日，汇荣投资、汇翔投资和景盛集团共同签署了《股权转让协议书》，约定汇荣投资将其持有公司 15%的股权以 2,250 万元的价格转让给景盛集团；将其持有公司 25%的股权以 3,750 万元的价格转让给汇翔投资。同日，汇荣投资、汇翔投资和景盛集团就上述变更事项共同签署了《广东景兴卫生用品有限公司补充章程》。

本次股权转让的背景主要是基于邓锦明拟通过后续增资将部分间接持股调整为直接持股，以及邓锦明拟用不同的投资主体持有不同的产业，便于资产管理，即由汇翔投资受让汇荣投资持有的部分发行人股权，且汇翔投资仅持有发行人股权。

由于本次股权转让安排系在共同实际控制人邓景衡和邓锦明各自控制的投资主体之间的股权调整安排，因此按照 1 元/注册资本确定本次股权转让价格。上述股权调整安排均经实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲及控股股东景盛集团一致同意。本次股权转让受让方景盛集团的股权转让款资金来源于发行人的税后分红，汇翔投资的股权转让资金来源于邓锦明的合法自筹资金，不存在纠纷或潜在纠纷。

本次股权转让中，景盛集团支付给汇荣投资的股权转让款 2,250 万元，系景兴有限于 2013 年 9 月 26 日决议向股东进行 5,000 万元利润分配，其中向景盛集团分红 3,000 万元（税后 2,700 万元）的分红款，2014 年 3 月，公司将应支付给景盛集团的分红款中的 2,250 万元作为景盛集团股权转让款对价直接支付给汇荣投资。汇翔投资于 2014 年 7 月已向汇荣投资支付全部股权转让款 3,750 万元。根据股权转让款的支付凭证以及景盛集团、汇荣投资、汇翔投资出具的书面确认文件，上述股权转让款已实际支付且结清，不存在纠纷或潜在纠纷。

且就前述股权转让情况，本次股权转让的转让方汇荣投资已按照主管税务机关认定的股权转让收益申报并缴纳企业所得税 297.94 万元，相关税收缴纳义务已履行完毕。

2014 年 1 月 20 日，佛山市对外贸易经济合作局出具“佛外经贸资字【2014】10 号”《佛山市对外贸易经济合作局关于同意广东景兴卫生用品有限公司股权转让的批复》，同意公司股东汇荣投资将其持有公司 15%的股权转让给景盛集团，将其持有公司 25%的股权转让给汇翔投资。股权转让后，公司投资总额仍为

30,000 万元人民币，注册资本仍为 15,000 万元人民币，其中，景盛集团出资 11,250 万元人民币，占注册资本的 75%；汇翔投资出资 3,750 万元人民币，占注册资本的 25%。

2014 年 1 月 21 日，广东省人民政府向景兴有限换发了“商外资粤佛合资证字【2009】0003 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2014 年 1 月 27 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司股权转让变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴有限换发了《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，景兴有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额比例	出资方式	实缴出资额（万元）
1	景盛集团	11,250.00	75.00%	货币	11,250.00
2	汇翔投资	3,750.00	25.00%	货币	3,750.00
合计		**15,000.00**	**100.00%**		**15,000.00**

（二）股份公司设立时的股权结构

2015 年 10 月 15 日，佛山市工商行政管理局出具了“粤名称变核外冠字【2015】第 1500040431 号”《企业名称变更预先核准通知书》，核准公司名称变更为“广东景兴健康护理实业股份有限公司”，名称有效期至 2016 年 10 月 15 日。

2015 年 12 月 15 日，景兴有限召开董事会，决议同意公司以发起设立的方式，将公司整体变更为股份有限公司，公司名称变更为“广东景兴健康护理实业股份有限公司”；同意以立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字【2015】第 410650 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 9 月 30 日的净资产人民币 277,861,406.79 元，按约 1:0.54 的比例折为股份公司的股本总额 15,000 万股，每股面值人民币 1 元，余额计入股份公司的资本公积。各发起人按照各自在景兴有限所占的注册资本比例确定对股份公司的持股比例。变更后，股份公司注册资本为 15,000 万元。

发行人在整体变更过程中，变更前后注册资本均为 15,000 万元，且将变更前形成的未分配利润、盈余公积全部转入资本公积，并未增加注册资本，而且发行人于 2017 年 12 月将截至 2017 年 7 月 31 日的未分配利润、资本公积转增股本

时，发行人的自然人股东及境外股东均以资本公积（该等资本公积为股改时未分配利润和盈余公积转至资本公积部分）、未分配利润转增股本的全部金额为税基已进行纳税。

同日，景兴有限全体股东签署了《发起人协议》，同意共同作为发起人，将景兴有限整体变更为股份公司。

2015 年 12 月 15 日，中联国际评估咨询有限公司（曾用名：广东中联羊城资产评估有限公司）出具了“中联羊城评字【2015】第 VHMPD0486 号”《广东景兴卫生用品有限公司拟整体改制为股份有限公司涉及其所有者权益（净资产）资产评估报告书》，确认在评估基准日即 2015 年 9 月 30 日公司的净资产账面值为 27,786.14 万元，评估值为 31,516.39 万元，评估增值 3,730.25 万元，增值率为 13.42%。

2016 年 2 月 19 日，广东省商务厅出具“粤商务资字【2016】56 号”《广东省商务厅关于合资企业广东景兴卫生用品有限公司转制为外商投资股份有限公司的批复》，同意公司转制为外商投资股份有限公司并更名为“广东景兴健康护理实业股份有限公司”；转制后，股份公司总股本为 15,000 万股，其中，景盛集团持有 11,250 万股，占 75%；汇翔投资持有 3,750 万股，占 25%。

2016 年 2 月 26 日，广东省人民政府向景兴健护颁发了“商外资粤股份证字【2009】0106 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2016 年 3 月 10 日，景兴健护召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关于<广东景兴健康护理实业股份有限公司筹建情况的报告>》、《关于创立广东景兴健康护理实业股份有限公司的议案》、《关于<广东景兴健康护理实业股份有限公司章程>的议案》、《关于授权董事会办理广东景兴健康护理实业股份有限公司设立登记有关事项的议案》等议案。

2016 年 3 月 10 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“信会师报字【2016】第 410128 号”《验资报告》，经审验，截至 2016 年 3 月 10 日止，公司已根据折股方案，将景兴有限截至 2015 年 9 月 30 日止经审计的净资产 27,786.14 万元作为出资，按 1:0.54 的比例折合股份总额 15,000 万股，每股面值 1 元，股本共计人民币 15,000.00 万元，超过股本部分 12,786.14 万元计入资本公积。

2016 年 4 月 11 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司股份公司设立等变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向景兴健护颁发了统一社会信用代码为“91440600696424572A”的《营业执照》。

整体变更设立股份公司后，公司股本结构如下：

序号	股东名称	认缴股本（万股）	持股比例	出资方式	实缴股本（万股）
1	景盛集团	11,250.00	75.00%	净资产折股	11,250.00
2	汇翔投资	3,750.00	25.00%	净资产折股	3,750.00
合计		**15,000.00**	**100.00%**		**15,000.00**

（三）股份公司设立后的股本结构变化情况

1、2016 年 11 月，景兴健护第一次增加注册资本

2016 年 7 月 21 日，公司召开 2016 年第三次临时股东大会，决议通过《关于增加公司注册资本的议案》，同意引入自然人邓锦明作为公司股东，并修改公司章程。邓锦明以货币形式向公司出资人民币 3,750 万元，均计入公司注册资本。本次增资后，公司注册资本由 15,000 万元增加至 18,750 万元。

本次邓锦明增资的背景主要是在股份公司设立后，邓锦明通过直接增资方式以直接持有公司部分股份。本次增资系基于实际控制人之一邓锦明持股方式的调整，因此按照 1 元/股确定本次增资价格。本次邓锦明增资资金来源其合法自筹资金，不存在纠纷或潜在纠纷。

2016 年 10 月 17 日，公司取得佛山市商务局出具的“粤佛外资备 201600004”《外商投资企业变更备案回执》。

2016 年 11 月 4 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司上述注册资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向公司换发了《企业法人营业执照》。

2016 年 12 月 9 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“信会师报字【2016】第 410764 号”《验资报告》，经审验，截至 2016 年 12 月 9 日止，公司已收到邓锦明以货币缴纳的出资合计人民币 3,750 万元整，其中计入股本人民币 3,750 万元。

本次注册资本变更后，景兴健护的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴股本（万股）	持股比例	出资方式	实缴股本（万股）

1	景盛集团	11,250.00	60.00%	净资产折股	11,250.00
2	汇翔投资	3,750.00	20.00%	净资产折股	3,750.00
3	邓锦明	3,750.00	20.00%	货币	3,750.00
合计		**18,750.00**	**100.00%**		**18,750.00**

2、2017 年 12 月，景兴健护第二次增加注册资本

2017 年 11 月 1 日，公司召开 2017 年第二次临时股东大会，决议通过《关于公司资本公积、未分配利润转增股本及现金分红的议案》，同意公司将 11,750 万元资本公积向全体股东转增股份总额 11,750 万股，每股面值人民币 1 元，合计增加股本人民币 11,750 万元；以 5,500 万元未分配利润向全体股东转增股份总额 5,500 万股，每股面值人民币 1 元，合计增加股本人民币 5,500 万元。本次资本公积及未分配利润转增股本合计增加公司股本 17,250 万元，同时相应修改公司章程。本次增资后，公司注册资本由 18,750 万元增加至 36,000 万元。

本次发行人资本公积及未分配利润转增股本的背景主要是基于进一步扩大公司注册资本，增强公司实力。由于本次增资是通过资本公积及未分配利润按原股东持股比例增加股本，因此增资定价为 1 元/股，增资资金来源于发行人资本公积及未分配利润，不存在纠纷或潜在纠纷。

针对本次资本公积及未分配利润转增股本股东所涉及的税务事项，其中，股东景盛集团资本公积转增股本 7,050 万元、未分配利润转增股本 3,300 万元，合计转增 10,350 万元。由于景盛集团为在香港注册的企业，根据《内地和香港特别行政区关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的安排》，景盛集团以资本公积及未分配利润对公司增加股本金额 10,350 万元减按 5%税率缴纳所得税，即景盛集团需缴纳企业所得税 517.5 万元。根据佛山市南海区国家税务局出具的《服务贸易等项目对外支付税务备案表》，景盛集团已向主管税务机关纳税 517.5 万元。

股东汇翔投资资本公积转增股本 2,350 万元，未分配利润转增股本 1,100 万元，合计转增 3,450 万元，根据《企业所得税法》、《企业所得税实施条例》的规定，汇翔投资以资本公积及未分配利润对公司增加股本属于“居民企业直接投资于其他居民企业取得的投资收益”，为免税收入，无需缴纳企业所得税。

股东邓锦明资本公积转增股本 2,350 万元，未分配利润转增股本 1,100 万元，合计转增 3,450 万元。根据税法相关规定，邓锦明需缴纳 690 万元个人所得税。根据佛山市南海区地方税务局桂城税务分局于 2017 年 11 月 17 日受理的《个人

所得税（转增股本）备案表》以及 2017 年 11 月 21 日出具的《税务事项通知书》（南地税桂税通【2017】43547 号），邓锦明已就本次资本公积及未分配利润转增股本事宜的分期缴纳税款事项办理完毕相关备案，税款均分为 5 年缴纳，其中首笔税款 138 万元已于 2017 年 12 月由发行人代扣代缴。

因此，本次资本公积及未分配利润转增股本各股东需要缴纳的税收均已按照相关规定履行了纳税义务。

2017 年 12 月 4 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司上述注册资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向公司换发了《营业执照》。

2017 年 12 月 5 日，公司取得佛山市商务局出具的“粤佛外资备 201700863”《外商投资企业变更备案回执》。

2017 年 12 月 21 日，正中珠江出具了“广会验字【2017】G17032120015 号”《验资报告》，经审验，截至 2017 年 12 月 15 日止，公司已将资本公积 11,750 万元、未分配利润 5,500 万元，合计人民币 17,250 万元转增股本。

本次注册资本变更后，景兴健护的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴股本（万股）	持股比例	出资方式	实缴股本（万股）
1	景盛集团	21,600.00	60.00%	净资产折股，以及资本公积、未分配利润转增股本	21,600.00
2	汇翔投资	7,200.00	20.00%	净资产折股，以及资本公积、未分配利润转增股本	7,200.00
3	邓锦明	7,200.00	20.00%	货币，以及资本公积、未分配利润转增股本	7,200.00
合计		**36,000.00**	**100.00%**		**36,000.00**

3、2017 年 12 月，景兴健护第三次增加注册资本

2017 年 11 月 20 日，公司召开 2017 年第三次临时股东大会，决议通过《关于引进新的股东及注册资本变更的议案》，同意公司引入有限合伙企业佛山创变和佛山百优顺、公司员工梁素云作为公司新股东，并修改公司章程。其中，佛山创变以货币形式向公司出资 875 万元，其中 437.5 万元计入注册资本，剩余资金计入资本公积；佛山百优顺以货币形式向公司出资 802 万元，其中 401 万元计入注册资本，剩余资金计入资本公积；梁素云以货币形式向公司出资 15 万元，其中 7.5 万元计入注册资本，剩余资金计入资本公积。上述增资价格均为 2 元/股。

本次增资后，公司注册资本由 36,000 万元增加至 36,846 万元。

本次增资的背景主要是基于对公司员工实施股权激励，留住和吸引人才，进一步促进公司发展。本次员工及员工持股平台增资的价格系参考公司净资产及公司未来成长性，确定增资价格为 2 元/股。本次员工及员工持股平台增资资金来源均系员工合法自筹资金，不存在纠纷或潜在纠纷。

2017 年 12 月 18 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司上述注册资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向公司换发了《营业执照》。

2017 年 12 月 29 日，公司取得佛山市商务局出具的“粤佛外资备 201700939”《外商投资企业变更备案回执》。

2018 年 2 月 7 日，正中珠江出具了“广会验字【2018】G17032120026 号”《验资报告》，经审验，截至 2018 年 1 月 30 日止，公司已收到全体新增股东的实缴出资 1,692.23 万元，其中佛山创变缴纳人民币 875 万元；佛山百优顺缴纳人民币 802 万元；梁素云缴纳港币 18.80 万元，折合人民币 15.23 万元。股东所缴纳的 1,692.23 万元资本中，846 万元计入注册资本，其余部分计入资本公积。

本次注册资本变更后，景兴健护的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴股本（万股）	持股比例	出资方式	实缴股本（万股）
1	景盛集团	21,600.00	58.62%	净资产折股，以及资本公积、未分配利润转增股本	21,600.00
2	汇翔投资	7,200.00	19.54%	净资产折股，以及资本公积、未分配利润转增股本	7,200.00
3	邓锦明	7,200.00	19.54%	货币，以及资本公积、未分配利润转增股本	7,200.00
4	佛山创变	437.50	1.19%	货币	437.50
5	佛山百优顺	401.00	1.09%	货币	401.00
6	梁素云	7.50	0.02%	货币	7.50
合计		**36,846.00**	**100.00%**		**36,846.00**

4、2017 年 12 月，景兴健护第四次增加注册资本

2017 年 12 月 14 日，公司召开 2017 年第五次临时股东大会，决议通过《关于引进新的股东及注册资本变更的议案》，同意公司引入自然人朱剑锋和张伟明作为公司新股东，并修改公司章程。其中，朱剑锋以货币形式向公司出资 920

万元，其中 230 万元计入注册资本，剩余资金计入资本公积；张伟明以货币形式向公司出资 600 万元，其中 150 万元计入注册资本，剩余资金计入资本公积。上述增资价格均为 4 元/股。本次增资后，公司注册资本由 36,846 万元增加至 37,226 万元。

本次增资的背景主要是基于：公司为优化股权结构，拟引进外部财务投资者，且朱剑锋、张伟明等外部财务投资者，一致看好个人健康护理用品行业发展以及公司未来发展前景。由于本次增资对象系外部投资者，公司按照市盈率法确定本次增资价格为 4 元/股，即该等外部投资者增资入股对应的企业估值（投资后）约为 2017 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 PE 的 11.04 倍。朱剑锋、张伟明增资资金来源于其合法自筹资金，不存在纠纷或潜在纠纷。

2017 年 12 月 21 日，佛山市工商行政管理局向公司核发了《核准变更登记通知书》，核准公司上述注册资本变更登记。同日，佛山市工商行政管理局向公司换发了《营业执照》。

2018 年 1 月 19 日，公司取得佛山市商务局出具的“粤佛外资备 201800051”《外商投资企业变更备案回执》。

2018 年 3 月 7 日，正中珠江出具了“广会验字【2018】G17032120038 号”《验资报告》，经审验，截至 2018 年 3 月 1 日止，公司已收到全体新增股东的实缴出资 1,520.16 万元，其中张伟明缴纳人民币 600 万元；朱剑锋缴纳港币 1,138 万元，折合人民币 920.16 万元。股东所缴纳的 1,520.16 万元出资中，380 万元计入注册资本，其余部分计入资本公积。

本次注册资本变更后，景兴健护的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴股本（万股）	持股比例	出资方式	实缴股本（万股）
1	景盛集团	21,600.00	58.02%	净资产折股，以及资本公积、未分配利润转增股本	21,600.00
2	汇翔投资	7,200.00	19.34%	净资产折股，以及资本公积、未分配利润转增股本	7,200.00
3	邓锦明	7,200.00	19.34%	货币，以及资本公积、未分配利润转增股本	7,200.00
4	佛山创变	437.50	1.18%	货币	437.50
5	佛山百优顺	401.00	1.08%	货币	401.00
6	朱剑锋	230.00	0.62%	货币	230.00

7	张伟明	150.00	0.40%	货币	150.00
8	梁素云	7.50	0.02%	货币	7.50
合计		**37,226.00**	**100.00%**		**37,226.00**

截至本招股说明书签署之日，公司股本结构未再发生变化。

（四）发行人设立以来的重大资产重组情况

发行人自设立以来，未发生重大资产重组情况。

（五）发行人设立以来不存在委托持股、利益输送或其他利益安排

发行人历次增资和股权转让均不存在委托持股、利益输送或其他利益安排；发行人的所有直接和间接股东目前不存在以委托持股或信托持股等形式代他人间接持有发行人股份的行为，保荐机构、其他中介机构及其负责人、工作人员未直接或间接持有发行人股份。

（六）发行人设立以来不存在对赌协议等特殊协议或安排

发行人及其控股股东、实际控制人与发行人其他股东之间不存在对赌协议等特殊协议或安排。

四、发行人历次验资情况及设立时投入资产的计量属性

（一）发行人历次验资情况

发行人自设立以来，股东出资的历次注册资本（或股本）的验资情况如下：

序号	验资时间	验资机构	验资报告号	验资金额（万元）	投入资产属性
1	2010.01.12	广东新祥和会计师事务所有限公司	粤祥会验字【2010】第 1038 号	1,500.00	货币资金
2	2010.08.08	广东新祥和会计师事务所有限公司	粤祥会验字【2010】第 1929 号	1,500.00	货币资金
3	2011.06.23	佛山市金恒信会计师事务所（普通合伙）	佛金会验字【2011】第 025 号	6,000.00	货币资金
4	2012.03.30	佛山市金恒信会计师事务所（普通合伙）	佛金会验字【2012】第 007 号	6,000.00	货币资金
5	2016.03.10	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	信会师报字【2016】第 410128 号	27,786.14	净资产折股
6	2016.12.09	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	信会师报字【2016】第 410764 号	3,750.00	货币资金
7	2017.12.21	正中珠江	广会验字【2017】G17032120015 号	17,250.00	资本公积及未分配利润转增股本

序号	验资时间	验资机构	验资报告号	验资金额（万元）	投入资产属性
8	2018.02.07	正中珠江	广会验字【2018】G17032120026 号	1,692.23	货币资金
9	2018.03.07	正中珠江	广会验字【2018】G17032120038 号	1,520.16	货币资金

2018 年 5 月 3 日，正中珠江对公司注册资本或股本历次变动的验证情况进行了复核，并出具了“广会专字【2018】G17032120116 号”《关于对广东景兴健康护理实业股份有限公司历次验资报告的复核意见》。经复核，上述期间的历次出资均已出资到位。

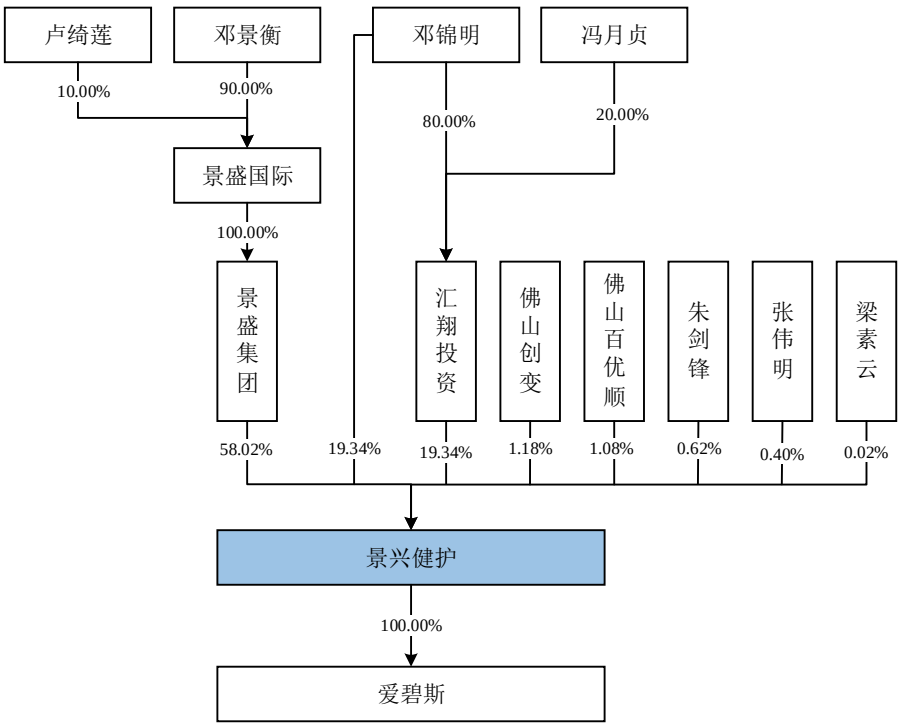
（二）设立时发起人投入资产的计量属性

2015 年 12 月 15 日，景兴有限全体股东签署了《发起人协议》，同意以 2015 年 9 月 30 日为改制审计基准日，将景兴有限经审计后的净资产值 277,861,406.79 元折合成股份公司股本 15,000 万股，每股面值人民币 1 元，余额计入股份公司的资本公积。整体变更设立时，全体发起人以有限公司经审计的账面净资产折股投入，投入资产以账面价值入账，未根据资产评估结果调账。

五、发行人的股权结构及组织结构

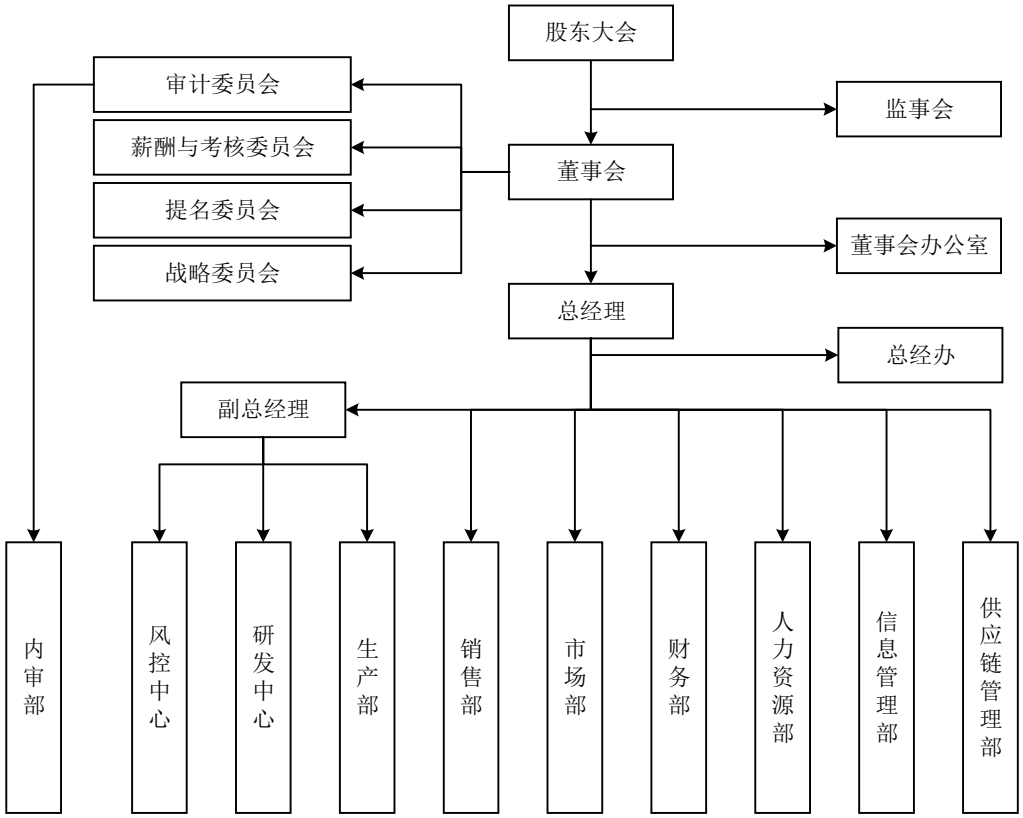
（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署之日，发行人股权结构情况如下：



（二）发行人组织架构

截至本招股说明书签署之日，发行人组织架构情况如下：



公司主要职能部门运作情况良好，主要职能如下：

职能部门	职责说明
董事会办公室	主要负责收集国家宏观经济政策及证券市场信息；筹备股东大会、董事会、监事会的召开；办理公司股票托管登记、信息披露事务、投资者关系管理；负责与证券监管部门、证券交易所、中介机构的沟通与协调。
总经办	主要负责协助制定和实施公司总体战略与年度经营计划，协助公司的日常经营管理工作，同时负责公司印鉴管理、存档文件管理等工作。
内审部	在审计委员会领导下开展内部审计工作，负责拟订内部审计工作制度，完善内部控制制度，有效地实施审计监督；开展董事会交办的其他审计事项；根据监事会委托办理其他审计事宜；配合国家审计机关、会计师事务所对公司的审计工作。
风控中心	下设法务组及制度流程组，其中法务组主要负责法律咨询、知识产权管理、维权打假、合规审查、法律纠纷预防及处理，制定标准的合同文本，审核企业各类技术、经济服务合同，参与重大合同的起草、谈判，协助总经办处理公司对外事务等工作；制度流程组主要负责组织流程制度的编制、修订、检查和控制执行工作。
研发中心	下设研发组及品管组，其中研发组主要负责洞察和技术预研、新产品设计及开发管理、产品工艺流程设计、技术交流与技术服务等工作；品管组主要负责质量体系认证、材料质检、产品品控等工作。

职能部门	职责说明
生产部	主要负责生产现场管理、工艺精益管理、生产标准化管理、生产安全管理等工作；负责工厂厂区及物流中心仓库安全管理。
销售部	主要负责渠道建设与维护，客户的开发及管理，配合执行推广策略，产品销售等工作。
市场部	主要负责洞察和市场调研，品牌定位及管理（包括整体策略和年度规划），新产品概念研发，广告及媒体投放，推广策略、促销活动的制定与实施等工作。
财务部	主要负责会计核算，会计监督，财务管理，资金管理，税务统筹，往来账项管控，财务内控制度的制定与执行，财务报表与财务分析、财务计划的编制与实施等工作。
人力资源部	负责公司人力资源及综合行政工作，规划、指导、协调公司的人力资源管理与组织建设，制定、组织实施公司人力资源战略，建设发展人力资源各项构成体系，通过招聘、培训、绩效管理、薪酬福利管理、员工激励方案的设计和实施、企业文化宣导等最大限度地管理并开发人力资源。
信息管理部	主要负责信息系统管理，信息技术与软件应用的更新与支持，策划决策支持方案等工作。
供应链管理部	主要负责计划管理、采购管理、订单管理、储运管理等工作。

六、发行人对外投资基本情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 1 家全资子公司，不存在其他控股和参股企业，子公司爱碧斯具体情况如下：

公司名称	佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司		
成立日期	2014 年 06 月 25 日		
注册资本	500 万元		
实收资本	500 万元		
法定代表人	邓锦明		
注册地址	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号（生产车间）A1		
主要生产经营地	广东省佛山市		
股东构成及控制情况	景兴健护持有其 100%的股权		
经营范围	生产、研发、设计、销售：护理液、卫生巾、卫生护垫、湿巾及其它卫生用品、纸巾、胶袋、日用化妆品、寝室用品、皮革制品、小五金器件、建筑材料（不含钢材）、芳香剂、纺织品；健康护理信息咨询，健康护理文化的传播服务。		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018 年 1-6 月**	**2017 年 12 月 31 日/2017 年度**
	总资产	39,660.89	31,088.48
	净资产	11,455.33	8,562.01

	净利润	2,893.32	6,180.15
	审计情况	已经正中珠江审计	

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人

1、控股股东、实际控制人基本情况

公司控股股东为景盛集团，截至本招股说明书签署之日，景盛集团直接持有公司 21,600 万股股份，占本次发行前公司总股本的 58.02%。公司实际控制人为邓景衡、邓锦明和卢绮莲，截至本招股说明书签署之日，邓景衡、邓锦明和卢绮莲通过直接和间接持股，合计控制发行人 96.70%的股权。具体情况如下：

（1）景盛集团

①景盛集团的基本情况

公司名称	景盛集团控股有限公司		
成立日期	2009 年 6 月 4 日		
注册资本	10,000 港元		
实收资本	1 港元		
注册地址	Room 1405, 14/F., CC Wu Building, 302-308 Hennessy Road, Wanchai, HongKong		
主要生产经营地	中国香港		
股东构成及控制情况	景盛国际持股 100%		
主营业务	对所持发行人股权进行管理		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018 年 1-6 月**	**2017 年 12 月 31 日/2017 年度**
	总资产	12,389.93	15,609.37
	净资产	10,421.64	10,343.28
	净利润	-10.15	5,163.45
	审计情况	已经正中珠江审计	

②景盛集团的历史沿革

根据方氏律师事务所（香港律师事务所）2018 年 10 月出具的《有关：景盛集团控股有限公司（ABC Group Holdings Limited）之法律意见书》、《公司注册证书》、《商业登记证》、公司章程以及景盛集团最新的周年申报表，景盛集

团自 2009 年 6 月 4 日在香港成立，从成立至今均由景盛国际持股 100%，景盛集团法定股本为 10,000 港币，已发行 1 股（每股面值 1 港元）。

③景盛集团的规范运作情况

根据方氏律师事务所（香港律师事务所）于 2018 年 10 月出具的《有关：景盛集团控股有限公司（ABC Group Holdings Limited）之法律意见书》，景盛集团主要从事投资控股业务，目前并未实际开展经营业务，其业务符合香港相关产业政策，不存在违法违规行为，不存在重大不良影响的质押、抵押或担保，无任何重大诉讼、仲裁或处罚记录，无员工保险、公积金、环境保护、安全生产、税务等方面的违法违规问题。

（2）邓景衡

邓景衡先生，董事长兼总经理，1959 年 7 月出生于中国香港，于出生之日起取得中国香港籍。香港身份证号码：D257 ****；境内住所：广东省佛山市。其简历详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事”相关内容。

（3）邓锦明

邓锦明先生，副董事长兼副总经理，出生于 1960 年 6 月，中国国籍，无境外永久居留权。身份证号码：4406 2219 6006 18****；住所：广东省佛山市。其简历详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事”相关内容。

（4）卢绮莲

卢绮莲女士，1962 年 3 月出生于中国香港，于出生之日起取得中国香港籍。香港身份证号码：E837****；境内住所：广东省佛山市。

2、实际控制人认定依据

公司实际控制人为邓景衡、邓锦明和卢绮莲，认定依据如下：

邓景衡和邓锦明系公司共同创始人，自公司成立至今，邓景衡、邓锦明和卢绮莲均直接或间接共同控制公司超过 95%的股权，其中卢绮莲系邓景衡配偶，间接持有公司股份超过 5%；同时，卢绮莲曾于 2015 年初至 2016 年 3 月期间担任

公司董事，邓景衡和邓锦明均一直担任公司董事和高级管理人员职务，对公司所有重大决策、发展战略，均在实现充分沟通的基础上达成一致意见，并在公司成立以来历次的股东会、股东大会及董事会上均发表相同的表决意见，共同决定公司经营决策，从而形成了事实上对公司经营的共同控制。

此外，为进一步明确对公司的共同控制权、保证公司控制权结构的稳定性和一致性，2018 年 9 月，邓景衡、邓锦明和卢绮莲签署了《一致行动协议》，确认各方对景兴健护的重要决议事项均采取和保持一致行动，并约定自该协议生效之日至公司在中国境内首次公开发行的股票上市之日起 37 个月内，各方作为公司的董事在公司的董事会上行使表决权时及作为公司的直接/间接股东在公司的股东大会上行使表决权（包括全部股份的表决权）时采取一致行动，以保持各方对公司的共同控制权和保障公司经营管理的稳定性。

综上所述，邓景衡和邓锦明作为公司的共同创始人，卢绮莲系邓景衡配偶，间接持有公司股份超过 5%，该三人对公司一直处于绝对控制地位，截至本招股说明书签署之日，该三人共同控制公司 36,000 万股股份，占本次发行前公司总股本的 96.70%，并且通过签署《一致行动协议》，保证了公司控制权结构的稳定性。因此，邓景衡、邓锦明和卢绮莲为公司的共同实际控制人。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的股东基本情况

截至本招股说明书签署之日，除景盛集团、邓锦明外，汇翔投资持有公司 19.34%的股份，其基本情况具体如下：

①汇翔投资的基本情况

公司名称	佛山市汇翔投资有限公司		
成立日期	2013 年 10 月 24 日		
注册资本	100 万元人民币		
实收资本	100 万元人民币		
法定代表人	冯月贞		
注册地址	佛山市南海区桂城街道灯湖西路 20 号保利水城 2 栋 312 铺之六		
主要生产经营地	广东省佛山市		
股东构成及控制情况	邓锦明持股 80%；冯月贞持股 20%		
经营范围	对工业、商业、农业、服务业、房地产业的投资。（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）		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018**	**2017 年 12 月 31 日/2017**

		年 1-6 月	年度
	总资产	3,823.41	3,860.88
	净资产	2,023.41	2,060.88
	净利润	-37.47	1,960.88
	审计情况	未经审计	已经佛山市南海骏朗会计师事务所有限公司审计

②汇翔投资的历史沿革

2013 年 10 月 1 日，邓锦明、冯月贞签署《佛山市汇翔投资有限公司章程》，约定邓锦明货币出资 80 万元、冯月贞货币出资 20 万元共同设立汇翔投资，出资时间为设立登记前一次缴足。

2013 年 10 月 15 日，佛山市南海骏朗会计师事务所有限公司出具《验资报告》（南骏事验注字【2013】0083 号），验证截至 2013 年 10 月 12 日，汇翔投资（筹）已收到股东缴纳的注册资本（实收资本）合计 100 万元，均以货币出资。

2013 年 10 月 24 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准设立登记通知书》（南海 1 核设通内字【2013】第 1300464255 号），核准汇翔投资设立。

汇翔投资设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	邓锦明	80	80%
2	冯月贞	20	20%
合计	-	**100**	**100%**

截至本招股说明书签署之日，汇翔投资自设立之后股权结构未发生变化。

③汇翔投资的规范运作情况

汇翔投资自设立以来，主要从事投资活动，不存在重大违法违规行为，运作规范。

（三）其他股东

1、佛山创变

截至本招股说明书签署之日，佛山创变的普通合伙人为区结群，其他合伙人均系有限合伙人。佛山创变基本情况、股权结构、以及各合伙人在公司或子公司的任职情况如下：

公司名称	佛山创变股权投资合伙企业（有限合伙）

成立日期	2017 年 12 月 07 日				
执行事务合伙人	区结群				
主要经营场所	佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号景兴环球大厦 16 楼 1505 号				
经营范围	股权投资				
股权结构	**序号**	**合伙人**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**	**在发行人或子公司的任职**
	1	李惠芬	20	2.29	监事会主席、项目经理
	2	徐善鹏	38	4.34	董事会秘书
	3	王晓萌	15	1.71	证券事务代表
	4	李劲斌	73.75	8.43	董事、财务总监
	5	郭颖仪	20	2.29	财务部经理
	6	邓智娟	15	1.71	财务部经理
	7	梁霭泳	6	0.69	财务部主管
	8	吴艳	15	1.71	财务部经理
	9	陈传俊	38	4.34	内审部总监
	10	冯丹	73.75	8.43	董事、人力资源部总监
	11	孙玉权	3.75	0.43	销售部总监
	12	程红梅	15	1.71	人力资源部经理
	13	梁静梅	10	1.14	监事、人力资源部行政主管
	14	海坤	10	1.14	人力资源部经理
	15	黎晓烽	10	1.14	人力资源部主任
	16	汤劲泉	38	4.34	供应链管理部总监
	17	查登云	15	1.71	已离职
	18	张成坤	15	1.71	供应链管理部经理
	19	陈淑芬	10	1.14	供应链管理部主管
	20	许旭芳	20	2.29	监事、研发中心经理
	21	黄梦影	15	1.71	研发中心经理
	22	范艳华	15	1.71	研发中心经理
	23	胡伟	15	1.71	研发中心经理
	24	段亮亮	10	1.14	研发中心工程师
	25	邓石清	10	1.14	研发中心主管
	26	李道顺	20	2.29	生产部经理

	27	胡涛	10	1.14	生产部经理
	28	安秉旭	10	1.14	生产部主管
	29	黎结瑛	10	1.14	生产部主管
	30	邓晓添	10	1.14	生产部主管
	31	黄小保	10	1.14	风控中心主管
	32	刘琴丰	10	1.14	风控中心法务主管
	33	邓智泉	10	1.14	生产部采购员
	34	张越俗	20	2.29	信息管理部总监
	35	郭敏	15	1.71	信息管理部主任
	36	关小懿	73.75	8.43	市场部总监
	37	梁钜聪	20	2.29	市场部经理
	38	王腾	20	2.29	市场部经理
	39	唐惠珊	20	2.29	市场部经理
	40	霍敏研	15	1.71	市场部经理
	41	蔡江南	15	1.71	市场部经理
	42	区结群	10	1.14	市场部主任
	43	陈丽敏	15	1.71	市场部经理
	44	周明欣	20	2.29	销售部经理
	45	陈佩玲	15	1.71	销售部经理
	合计		**875.00**	**100.00**	

佛山创变系员工持股平台，成立至今仅向发行人进行投资，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立投资基金之情形，亦未聘请或担任私募基金管理人从事其他投资活动，无需进行私募投资基金备案。

2、佛山百优顺

截至本招股说明书签署之日，佛山百优顺的普通合伙人为许碧霞，其他合伙人均为有限合伙人。佛山百优顺基本情况、股权结构，以及各合伙人在发行人或子公司的任职情况如下：

公司名称	佛山百优顺股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 12 月 07 日
执行事务合伙人	许碧霞
主要经营场所	佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号景兴环球大厦 16 楼 1506 号
经营范围	股权投资

股权结构	序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	在发行人或子公司的任职
	1	江晓华	15	1.87	财务部经理
	2	严海燕	10	1.25	市场部经理
	3	王志华	10	1.25	市场部经理
	4	李晓玲	10	1.25	市场部经理
	5	支敏	10	1.25	市场部主管
	6	付蕾	10	1.25	市场部主任
	7	孙玉权	70	8.73	销售部总监
	8	陈华瑶	38	4.74	销售部经理
	9	黎雪珍	15	1.87	销售部经理
	10	何飚	38	4.74	销售部经理
	11	郑晔	15	1.87	销售部经理
	12	邱凤花	15	1.87	销售部经理
	13	张林	15	1.87	销售部经理
	14	许碧霞	15	1.87	销售部经理
	15	文金	15	1.87	销售部经理
	16	汤佩娜	15	1.87	销售部经理
	17	张筱莉	15	1.87	销售部经理
	18	蔡婷	15	1.87	销售部经理
	19	姜元东	20	2.49	销售部经理
	20	文月笑	15	1.87	销售部经理
	21	李乐山	15	1.87	销售部经理
	22	施少杰	15	1.87	销售部经理
	23	贾丽娜	20	2.49	销售部经理
	24	尹昕炜	15	1.87	销售部副经理
	25	黎黎	15	1.87	销售部经理
	26	余苏群	15	1.87	销售部经理
	27	段治安	15	1.87	销售部经理
	28	张昊	15	1.87	销售部经理
	29	罗敬旗	15	1.87	销售部经理
	30	姜晓峰	15	1.87	销售部经理
	31	谭文宇	15	1.87	销售部经理
	32	王军	38	4.74	销售部经理

	33	吴巍巍	15	1.87	销售部经理
	34	赵作松	15	1.87	销售部经理
	35	薛伟	15	1.87	销售部经理
	36	苑岭	15	1.87	销售部经理
	37	张建军	15	1.87	销售部经理
	38	齐瑞	10	1.25	销售部副经理
	39	冯健	38	4.74	销售部经理
	40	张海珠	15	1.87	销售部经理
	41	吴丹	15	1.87	销售部经理
	42	沈刚	15	1.87	销售部经理
	43	李丽	15	1.87	销售部经理
	44	史靖	15	1.87	销售部经理
	45	刘清云	15	1.87	销售部经理
	合计		**802.00**	**100.00**	

佛山百优顺系员工持股平台，成立至今仅向发行人进行投资，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立投资基金之情形，亦未聘请或担任私募基金管理人从事其他投资活动，无需进行私募投资基金备案。

3、梁素云

梁素云，出生于 1981 年 1 月，中国香港籍，无其他境外永久居留权，毕业于暨南大学金融学专业，本科学历。2012 年至今，梁素云在公司任采购经理。

4、朱剑锋

朱剑锋，出生于 1973 年 4 月，中国香港籍，无其他境外永久居留权，毕业于美国三藩市大学商学院，MBA 学历。1999 年 8 月至 2003 年 3 月，任香港宏马集团商业经理、投资总监；2003 年至今，任佛山雅谷电子科技有限公司总经理及副董事长；2017 年 9 月至今，主要兼任佛山市中峪智能增材制造加速器有限公司执行董事、广东中南机械智能孵化器有限公司董事。

5、张伟明

张伟明，出生于 1973 年 7 月，中国国籍，无境外永久居留权，华南理工大学 EMBA 在读。1996 年 7 月至 2015 年 8 月，主要任广东星联精密机械有限公司总经理；2015 年 8 月至 2017 年 9 月，任广东星联精密机械有限公司副董事长、广东星联科技有限公司董事长兼总经理；2017 年 9 月至今，主要任广东星联精

密机械有限公司副董事长、广东星联科技有限公司董事长。

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署之日，除本公司及下属子公司、控股股东景盛集团、股东汇翔投资外，公司实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲直接或间接控制的其他企业情况如下：

1、景盛国际

公司名称	景盛国际控股有限公司		
成立日期	2008 年 8 月 15 日		
注册资本	50,000 美元		
实收资本	10 美元		
注册地址	Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, British Virgin Islands		
主要生产经营地	英属维尔京群岛		
股东构成及控制情况	邓景衡持股 90.00%；卢绮莲持股 10.00%		
主营业务	对所持景盛集团股权进行管理		
主要财务数据（万港元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018 年 4-6 月**	**2018 年 3 月 31 日/2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日**
	总资产	12,652.44	12,665.46
	净资产	-396.71	-384.32
	净利润	-12.39	-99.56
	审计情况	未经审计	

2、景盛商务拓展

公司名称	景盛商务拓展有限公司		
成立日期	1998 年 1 月 2 日		
注册资本	10,000 港元		
实收资本	10 港元		
注册地址	2nd Floor, 6 Tit Hong Lane, Central, Hong Kong		
主要生产经营地	中国香港		
股东构成及控制情况	邓景衡持股 90.00%；卢绮莲持股 10.00%		
主营业务	对所持有股权进行管理，无实际开展业务		
主要财务数据（万港元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018 年 4-6 月**	**2018 年 3 月 31 日/2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日**
	总资产	448.04	312.33

	净资产	318.77	183.02
	净利润	135.75	-7.41
	审计情况	未经审计	

3、汇荣投资

①汇荣投资的基本情况

公司名称	佛山市南海区汇荣投资有限公司		
成立日期	2008 年 9 月 22 日		
注册资本	500 万元人民币		
实收资本	500 万元人民币		
法定代表人	冯月贞		
注册地址	佛山市南海区桂城街道灯湖西路 20 号保利水城 2 栋商业 312 铺之五		
主要生产经营地	广东省佛山市		
股东构成及控制情况	邓锦明持股 100%		
经营范围	房地产投资、投资咨询（不含证券、期货）、投资管理、资产管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018 年 1-6 月**	**2017 年 12 月 31 日/2017 年度**
	总资产	6,905.12	6,920.37
	净资产	3,789.12	3,804.37
	净利润	-23.63	-37.72
	审计情况	未经审计	已经佛山市南海骏朗会计师事务所有限公司审计

②汇荣投资的历史沿革

2008 年 9 月 18 日，邓锦明签署了《佛山市南海区汇荣投资有限公司章程》，约定邓锦明出资 500 万元成立汇荣投资，汇荣投资注册资本为 500 万元。

2008 年 9 月 19 日，佛山中瑞诚会计师事务所有限公司出具“佛中会验字（2008）第 Y0913 号”《验资报告》，验证截至 2008 年 9 月 19 日，汇荣投资已收到邓锦明缴纳的注册资本 500 万元整。

2008 年 9 月 22 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准设立登记通知书》（南核设通内字【2008】第 0800635938 号），核准汇荣投资设立。

汇荣投资设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例

1	邓锦明	500	100%
合计	**-**	**500**	**100%**

截至本招股说明书签署之日，汇荣投资自设立之后股权结构未发生变化。

③汇荣投资的规范运作情况

汇荣投资自设立以来，主要从事投资活动，不存在重大违法违规行为，运作规范。

4、汇智实业

公司名称	佛山市汇智实业发展有限公司		
成立日期	2008 年 10 月 28 日		
注册资本	14,200 万人民币		
实收资本	14,200 万人民币		
法定代表人	冯月贞		
注册地址	佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号景兴环球大厦 15 层 1503 号		
主要生产经营地	广东省佛山市		
股东构成及控制情况	景盛国际持股 52.00%；汇荣投资持股 48.00%		
经营范围	在广东省佛山市南海区广东金融高新技术服务区（80 街区 D-05b 地块，地块编号为：桂城-规要（2008）215 号）开发、建设、经营商业营业用房和公共配套设施及其物业管理咨询服务，停车服务。		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2018 年 6 月 30 日/2018 年 1-6 月**	**2017 年 12 月 31 日/2017 年度**
	总资产	16,500.07	17,973.24
	净资产	14,188.74	14,025.83
	净利润	162.67	444.98
	审计情况	未经审计	已经佛山市南海骏朗会计师事务所有限公司审计

（五）公司股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东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。

八、发行人股本情况

（一）发行人本次发行前后股本情况

发行人本次发行前总股本为 37,226 万股，按本次拟公开发行新股不超过 4,150 万股，占发行后公司总股本比例不低于 10.03%，发行后总股本不超过 41,376 万股。以公司公开发行 4,150 万股计算，则本次发行前后公司股本结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份数量（万股）	持股比例	股份数量（万股）	持股比例
1	景盛集团	21,600.00	58.02%	21,600.00	52.20%
2	汇翔投资	7,200.00	19.34%	7,200.00	17.40%
3	邓锦明	7,200.00	19.34%	7,200.00	17.40%
4	佛山创变	437.50	1.18%	437.50	1.06%
5	佛山百优顺	401.00	1.08%	401.00	0.97%
6	朱剑锋	230.00	0.62%	230.00	0.56%
7	张伟明	150.00	0.40%	150.00	0.36%
8	梁素云	7.50	0.02%	7.50	0.02%
9	社会公众股	-	-	4,150.00	10.03%
合计		**37,226.00**	**100.00%**	**41,376.00**	**100.00%**

（二）发行人前十名股东持股比例及持股数量

序号	股东名称	股份数量（万股）	持股比例
1	景盛集团	21,600.00	58.02%
2	汇翔投资	7,200.00	19.34%
3	邓锦明	7,200.00	19.34%
4	佛山创变	437.50	1.18%
5	佛山百优顺	401.00	1.08%
6	朱剑锋	230.00	0.62%
7	张伟明	150.00	0.40%
8	梁素云	7.50	0.02%
合计		**37,226.00**	**100.00%**

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

序号	股东名称	持股比例	在公司任职情况
1	邓锦明	19.34%	副董事长兼副总经理
2	朱剑锋	0.62%	未在公司任职
3	张伟明	0.40%	未在公司任职
4	梁素云	0.02%	供应链管理部采购经理

（四）国有股份、外资股份及战略投资者情况

截至本招股说明书签署之日，发行人股份中不存在国有股份。

本次发行前，景盛集团、朱剑锋、梁素云共 3 名外资股东合计持有发行人

21,837.50 万股股份，占本次发行前发行人总股本的 58.66%，具体情况如下：

序号	股东名称	股份数量（万股）	持股比例
1	景盛集团	21,600.00	58.02%
2	朱剑锋	230.00	0.62%
3	梁素云	7.50	0.02%
合计		**21,837.50**	**58.66%**

发行人外资股东的历次出资或增资，均取得了有关主管部门的核准或备案，具体详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况”。

截至本招股说明书签署之日，公司股东中不存在战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系和关联股东的持股比例

邓景衡、邓锦明和卢绮莲为公司共同实际控制人，其中邓景衡和卢绮莲通过景盛集团间接控制公司 58.02%的股权，邓锦明通过直接持股和汇翔投资间接持股的方式合计控制公司 38.68%的股权；公司控股股东景盛集团的股东景盛国际之股东邓景衡与卢绮莲为夫妻关系，其中邓景衡持有景盛国际 90.00%的股权、卢绮莲持有景盛国际 10.00%的股权，景盛国际持有景盛集团 100%的股权，景盛集团直接持有发行人 58.02%的股权；公司股东汇翔投资的股东邓锦明与冯月贞为夫妻关系，其中邓锦明持有汇翔投资 80.00%的股权，冯月贞持有汇翔投资 20.00%的股权，汇翔投资直接持有发行人 19.34%的股权；公司股东佛山创变的合伙人中，邓智泉与邓智娟为兄妹关系，且该两人和佛山创变的合伙人之一邓晓添均系公司实际控制人之一邓锦明的兄弟姐妹的子女，该三人分别持有佛山创变 1.14%、1.71%和 1.14%的出资份额。除上述情形外，本次发行前公司各直接和间接股东间不存在其他关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺”相关内容。

九、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

自设立以来，发行人不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持

股，亦不存在股东数量超过 200 人的情况。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

报告期各期末，公司（含子公司）员工总数分别为 1,016 人、1,057 人、1,107 人和 1,104 人，相对比较稳定。2018 年 6 月 30 日公司（含子公司）员工具体结构分布如下：

1、员工专业构成

职能	员工人数（人）	占员工总数比例
财务人员	40	3.74%
行政管理及辅助人员	187	16.90%
车间人员	134	12.12%
研发人员	95	8.55%
营销人员	649	58.69%
合计	**1,104**	**100.00%**

2、员工受教育程度构成

受教育程度	员工人数（人）	占员工总数比例
硕士及以上	14	1.26%
本科	188	16.97%
大专	412	37.18%
高中及以下	490	44.31%
合计	**1,104**	**100.00%**

3、员工年龄构成

年龄区间	员工人数（人）	占员工总数比例
30 岁以下	310	28.08%
31-40 岁	558	50.54%
41-50 岁	224	20.29%
50 岁以上	12	1.09%
合计	**1,104**	**100.00%**

（二）发行人员工薪酬情况

1、公司现有员工薪酬制度

公司员工薪酬主要由“基本工资+各种绩效工资（含加班工资、绩效奖金和

年终奖金）+其他福利”等构成，其中，基本工资根据职位价值的大小、工作难度和任职条件的高低，如个人的综合素质（专业、学历、经验、能力等）综合确定，属于固定工资，每月根据出勤天数计发，但不同职位、不同级别的基本工资有一定差异。员工基本工资总额一般占年薪总额比例的 40%-90%不等，剩余部分作为浮动工资。一般情况下，公司员工实行月度考核制度，由主管人员进行考核评分，并根据考核结果计发月度绩效奖金。管理类员工还需要进行年度考核，包括进行自我评价以及接受主管人员的评分，通常各员工主管会和员工进行年度绩效面谈，面谈内容包括年度工作评价和改善提议，确定未来工作重点，年度考核结果将作为年度奖金结算的依据。

公司将人才队伍建设作为长期经营战略的重点，建立了符合行业特点和公司实际经营特征的员工薪酬制度。

2、各级别、各类岗位员工收入水平、大致范围及与当地平均工资水平比较情况

（1）公司各级别、各类岗位员工薪酬情况

报告期各期，公司按级别划分的员工平均薪酬及大致范围情况如下：

单位：万元/年

员工级别	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	平均薪酬	大致范围	平均薪酬	大致范围	平均薪酬	大致范围	平均薪酬	大致范围
总监及以上员工	38.32	16.04-81.51	75.68	29.56-157.61	66.50	28.32-148.25	60.80	24.73-134.24
经理级员工	15.17	5.11-39.79	28.39	8.75-74.78	23.46	6.66-70.86	16.99	6.05-48.77
中层员工	5.64	2.67-10.79	10.10	4.39-20.30	8.14	3.50-27.81	7.42	3.26-17.22
基层员工	3.62	1.67-13.28	6.55	3.48-24.55	5.52	2.82-16.14	4.95	2.66-14.26

注：（1）上表员工的平均薪酬是根据月度平均人数计算的；（2）上表员工薪酬不包含劳务派遣人员的薪酬；（3）上表 2018 年 1-6 月员工平均薪酬为半年度薪酬。

报告期各期，公司按岗位类别划分的员工平均薪酬情况如下：

单位：万元/年

员工岗位	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	平均薪酬	大致范围	平均薪酬	大致范围	平均薪酬	大致范围	平均薪酬	大致范围

管理人员	6.43	1.67-39.63	12.64	3.32-78.56	9.86	2.90-59.19	8.44	2.66-49.59
生产人员	2.60	1.68-3.63	5.43	3.83-6.69	4.74	3.55-5.31	4.14	3.21-5.42
研发人员	4.68	1.80-35.8	9.46	4.01-70.92	7.15	3.78-44.57	6.30	3.22-43.56
销售人员	5.63	2.08-81.51	9.63	3.81-157.61	8.33	2.82-148.25	7.19	2.75-134.24

注：（1）上表员工的平均薪酬是根据月度平均人数计算的；（2）上表员工薪酬不包含劳务派遣人员的薪酬；（3）上表 2018 年 1-6 月员工平均薪酬为半年度薪酬。

报告期内，公司人均薪酬均呈总体上升趋势，主要原因系：一方面，社会人力成本总体呈上升趋势；另一方面，报告期内公司业务规模总体呈现上升趋势，特别是 2017 年公司经营业绩有较大幅度的提升，相应的，公司员工整体的绩效奖金、年终奖金等薪酬有较大幅度的提升。

（3）报告期内公司员工平均薪酬与同地区对比情况

报告期内，发行人（含子公司）员工平均薪酬与发行人及子公司所在地广东省佛山市城镇私营单位就业人员平均薪酬进行了对比，具体如下：

单位：元/年

地区及项目	2017 年	2016 年	2015 年
佛山市城镇私营单位就业人员平均工资	52,804	51,290	47,057
发行人员工平均薪酬	96,638	78,985	67,162

注：佛山市城镇私营单位就业人员平均工资数据来源于佛山市统计局的信息发布，2018 年度相关统计数据尚未发布，故没有进行对比。

报告期内，公司员工平均工资水平高于当地城镇私营单位就业人员平均工资水平，具有一定的竞争力。

3、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

报告期内，随着公司业务规模不断扩大，公司员工薪酬水平亦在不断提升。公司现有的员工薪酬制度未来不会发生较大变化。同时，公司将持续优化公司员工薪酬体系、晋升制度，完善员工的福利制度等，综合考虑调整员工的薪酬水平，力争实现逐年稳定增长，保障员工利益。

（三）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

公司已根据国家和地方的有关法律法规，与员工签订劳动合同，按照劳动合同的规定承担义务和享受权利。报告期内，公司遵守国家和地方劳动和社会保障法律、法规的相关规定，逐步建立健全员工社会保险及住房公积金制度。

1、报告期各期末，公司员工的社会保险、住房公积金缴纳基本情况如下：

项目	2018 年 6 月		2017 年 12 月		2016 年 12 月		2015 年 12 月	
	缴纳人数（人）	缴纳比例	缴纳人数（人）	缴纳比例	缴纳人数（人）	缴纳比例	缴纳人数（人）	缴纳比例
社会保险：								
养老保险	1,089	98.64%	1,099	99.28%	1,054	99.72%	1,010	99.41%
失业保险	1,089	98.64%	1,099	99.28%	1,054	99.72%	1,010	99.41%
工伤保险	1,089	98.64%	1,099	99.28%	1,054	99.72%	1,010	99.41%
医疗保险	1,089	98.64%	1,099	99.28%	1,054	99.72%	1,010	99.41%
生育保险	1,089	98.64%	1,099	99.28%	1,054	99.72%	1,010	99.41%
住房公积金：								
住房公积金	868	78.62%	873	78.86%	808	76.44%	707	69.59%

2、报告期内，发行人员工社保及住房公积金缴纳金额情况如下：

单位：万元

期间	企业缴纳社保合计	个人缴纳社保合计	企业缴纳公积金合计	个人缴纳公积金合计
2015 年	651.47	329.21	58.58	58.58
2016 年	726.03	357.72	115.68	115.68
2017 年	818.46	408.60	131.37	131.37
2018 年 1-6 月	423.68	210.10	67.21	67.21

3、报告期内，发行人的员工社保和住房公积金缴费比例主要如下：

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	13%	8%	13%	8%	13%	8%	13%	8%
医疗保险	4%	1.5%	4%	2%	5%	2%	5%	2%
失业保险	0.5%	0.2%	0.5%	0.2%	0.5%	0.2%	0.5%	0.5%
工伤保险	0.2%	-	0.2%	-	0.35%	-	0.45%	-
生育保险	0.5%	-	0.5%	-	0.5%	-	0.9%	-
住房公积金	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%

注：发行人及子公司所在地均在广东省佛山市，上述缴纳标准按照佛山市人力资源和社会保障部门以及公积金管理部门公布的标准。

报告期各期，发行人及其子公司按照所在地社会保险和住房公积金缴纳规

定，参考当地缴费基数和缴纳比例为员工缴纳社会保险和住房公积金。

4、报告期内，发行人未缴纳社会保险及住房公积金员工人数及原因

报告期各期末，发行人社会保险和住房公积金的未缴纳缴纳人数、未缴原因等情况如下表所示：

项目	时间	员工人数	未缴纳人数	未缴纳比例	未缴原因
社会保险	2015 年 12 月	1,016	6	0.59%	（1）新入职员工尚未办理完毕社保转移手续；（2）退休返聘人员。
	2016 年 12 月	1,057	3	0.28%	
	2017 年 12 月	1,107	8	0.72%	
	2018 年 6 月	1,104	15	1.36%	
住房公积金	2015 年 12 月	1,016	309	30.41%	（1）新入职员工尚未向公司提交相关办理住房公积金的必备文件；（2）部分员工自愿放弃缴纳；（3）部分员工为退休返聘人员。
	2016 年 12 月	1,057	249	23.56%	
	2017 年 12 月	1,107	234	21.14%	
	2018 年 6 月	1,104	236	21.38%	

报告期内，公司为员工缴纳社会保险的覆盖比例分别为 99.41%、99.72%、99.28%和 98.64%，基本上为所有员工缴纳了社会保险。报告期内，公司为员工缴纳住房公积金的覆盖比例分别为 69.59%、76.44%、78.86%和 78.62%，覆盖比例相对较高。截至 2018 年 6 月，公司有 15 名员工尚未缴纳社保的主要原因为该等人员系退休返聘人员或者新入职员工尚未办理完毕社保转移手续而无法缴纳社保；截至 2018 年 6 月，公司有 236 名员工尚未缴纳住房公积金的主要原因为：（1）新入职员工尚未向公司提交相关办理住房公积金的必备文件；（2）部分员工自愿放弃缴纳；（3）部分员工为退休返聘人员。

5、报告期内，发行人及子公司根据相关规定测算的应补缴的社会保险及住房公积金的金额

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
社会保险补缴	-	4.43	2.77	4.06
住房公积金补缴	16.27	35.17	43.09	95.04
合计	**16.27**	**39.60**	**45.86**	**99.10**
占利润总额比例	0.13%	0.22%	0.37%	0.96%

根据上表显示，报告期内，若政府有关部门要求发行人对报告期内的社会保

险及住房公积金进行补缴，则报告期内发行人测算的应补缴社会保险及住房公积金总额分别为 99.10 万元、45.86 万元、39.60 万元、16.27 万元，占当期利润总额的比例分别为 0.96%、0.37%、0.22%、0.13%，对公司利润总额影响较小，不会对公司生产经营和盈利能力产生重大不利影响。

6、发行人拟采取的措施

针对部分社会保险未缴纳的情况，公司关于员工劳动保障现行政策为全员缴纳社会保险，即若新入职员工办理完毕社保转移手续，则公司将为其开始缴纳社会保险。同时，根据法律法规有关规定，发行人无需为退休返聘人员缴纳社会保险及住房公积金，因此，公司未对上述退休返聘人员缴纳社会保险。

针对部分住房公积金未缴纳的情况，在充分征求该部分人员的意见后，发行人及其子公司根据自身实际情况采取了缴纳住房公积金、发放住房补贴及提供员工宿舍相结合的方式解决员工住房问题。一方面，公司为愿意缴纳住房公积金的员工缴纳住房公积金；另一方面，为不愿缴纳住房公积金的员工发放住房补贴或为其提供宿舍，发行人及其子公司已经实际承担帮助员工在其工作场所附近解决住房问题的义务。

7、控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东景盛集团、实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲分别承诺：如果因发行人及其子公司在发行上市日前未及时、足额为其员工缴纳社会保险、住房公积金而受到任何追缴、处罚或损失，发行人控股股东、实际控制人将全额承担该等追缴、处罚或损失并承担连带责任，以确保发行人及其子公司不会因此遭受任何损失。

8、报告期内发行人及子公司不存在社会保险和住房公积金方面的重大违法违规行为

2018 年 1 月 26 日及 2018 年 9 月 30 日，佛山市南海区人力资源和社会保障局出具《广东景兴健康护理实业股份有限公司核查证明》，证明发行人 2015 年 1 月 1 日至 2018 年 9 月 30 日期间未被当局予以行政处罚；2018 年 1 月 26 日及 2018 年 10 月 8 日，佛山市南海区人力资源和社会保障局出具《佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司核查证明》，证明爱碧斯 2014 年 6 月 25 日至 2018 年 9 月 30 日期间未被当局予以行政处罚。

2018 年 8 月 6 日，佛山市住房公积金管理中心出具《证明》，证明发行人自 2013 年 12 月至今未受到被追缴住房公积金的行政强制或行政处罚情况；2018 年 8 月 6 日，佛山市住房公积金管理中心出具《证明》，证明爱碧斯自 2015 年 2 月至今未受到被追缴住房公积金的行政强制或行政处罚情况。

综上所述，发行人在报告期内未为全体员工缴纳住房公积金事项存在法律瑕疵，但鉴于发行人及其子公司报告期内未受到行政处罚，并且实际控制人就发行人未为全员缴纳社会保险、住房公积金作出书面承诺承担补缴款项或因处罚造成的损失。因此，前述法律瑕疵对发行人经营业绩不构成实质影响，不构成重大违法违规行为，亦不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

（四）劳务派遣情况

1、劳务派遣的基本情况以及合法合规性

2015 年至 2016 年 1 月期间，发行人基于销售业务中导购、促销、理货等辅助性、可替代性较强的工作岗位的需求，存在使用劳务派遣用工的情况。截至 2015 年 12 月 31 日，发行人及子公司爱碧斯劳务派遣用工人数分别为 1,459 人、539 人，分别占其用工总人数的比例为 63.00%、77.22%。发行人及子公司爱碧斯已于 2016 年 1 月末全部终止劳务派遣用工形式。

报告期内，发行人仅通过一家劳务派遣单位即广州博勤提供劳务派遣服务。广州博勤持有广州市人力资源和社会保障局于 2014 年 12 月 1 日核发的《劳务派遣经营许可证》（编号：440101140026 号），具备相应劳务派遣服务资质。

经核查，2015 年 12 月，广州博勤为发行人及子公司提供劳务派遣服务的劳务派遣人员中 1,663 名人数缴纳社会保险，缴纳比例为 83.23%。根据《劳务派遣暂行规定》有关规定及发行人与广州博勤签署之《劳务服务协议书》相关约定，上述劳务派遣人员与发行人无劳动关系，发行人无为其缴纳相关社会保险及住房公积金的法定义务，劳务派遣人员的社会保险由劳务派遣单位广州博勤负责办理缴纳事宜。

根据实际业务需求，发行人劳务派遣人员主要从事商场导购、促销及理货服务，该等岗位均为辅助性岗位，技术要求不高，流动性及替代性相对较强，符合《劳动合同法》关于劳务派遣用工临时性、辅助性、替代性的要求。

同时，根据 2014 年 3 月 1 日起实施的《劳务派遣暂行规定》规定“用工单

位在本规定施行前使用被派遣劳动者数量超过其用工总量10%的，应当制定调整用工方案，于本规定施行之日起2年内降至规定比例。但是，《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国劳动合同法〉的决定》公布前已依法订立的劳动合同和劳务派遣协议期限届满日期在本规定施行之日起2年后的，可以依法继续履行至期限届满”，公司及子公司爱碧斯在《劳务派遣暂行规定》实施前已存在相关劳务派遣的用工行为，截至2015年12月31的劳务派遣用工比例超过10%，但于2016年1月末终止了劳务派遣用工形式。因此，报告期前期发行人及子公司存在的劳务派遣用工，不违反《劳务派遣暂行规定》所要求的2016年3月1日后劳务派遣用工比例不得超过用工总量10%的比例要求。

根据佛山市南海区人力资源和社会保障局于2018年1月26日、2018年9月30日出具的《广东景兴健康护理实业股份有限公司核查证明》，及于2018年1月26日、2018年10月8日出具的《佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司核查证明》，发行人及子公司在报告期内不存在有关劳动保障部门予以行政处罚的情况。

综上，保荐机构、发行人律师认为，发行人报告期内的劳务派遣用工形式符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》的有关规定，不构成重大违规违法行为，亦不存在被主管部门处罚的风险。

2、终止劳务派遣对发行人生产经营和持续发展的影响

基于劳务派遣的有关法律、法规的变化及发行人出于公司经营策略、优化人员结构、提升员工管理效率的考虑，发行人于2016年2月开始向第三方市场促销服务公司采购商场导购、促销及理货服务，即由第三方市场促销服务公司负责发行人产品于商超等终端内的导购、促销及理货等服务。发行人综合考虑第三方市场促销服务公司的服务内容以及过往服务业绩等因素，通过招投标方式于2016年1月选取深圳前海达尊商务咨询有限公司、深圳穗智企业管理服务有限公司为前述服务的供应商，并自2016年2月至今由前海达尊商务咨询有限公司、深圳穗智企业管理服务有限公司持续为发行人及其子公司爱碧斯提供前述服务。

因此，终止劳务派遣后，发行人通过向第三方市场促销服务公司采购导购、促销及理货等服务，并未对发行人的正常生产经营和持续发展造成重大不利影响。

3、劳务派遣人员工资与同工种正式员工工资的对比情况

报告期各期，发行人所承担劳务派遣人员平均工资和市场促销服务中相关服务人员的平均成本对比情况如下：

单位：元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
劳务派遣人员月平均工资	-	-	2,715.62	2,885.99
市场促销服务人员月平均成本	3,241.31	3,077.20	2,965.38	-

注：（1）上述劳务派遣人员月平均工资不包括临时促销员工资；（2）2016 年 1 月末，发行人终止了劳务派遣的用工形式。

从上表可见，发行人报告期内采用劳务派遣，或者采购市场促销服务的方式完成相关商场的导购、促销及理货等服务的相关人员的月平均工资/服务成本逐年略有上升，不存在明显差异。

由于发行人及子公司正式员工并没有市场导购、促销及理货方面的工种，因此，发行人获取了第三方市场促销服务公司提供的消费品行业其他客户所负担同工种人员成本情况，并进行了对比，具体如下：

单位：元

企业主体	经营地区	所在行业	同工种人员月平均成本			
			2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
广州某实业公司 1	全国	日用品	3,168	3,079	2,977	2,817
广州某实业公司 2	全国	日用品	2,903	2,893	2,832	2,806
广州某实业公司 3	全国	食品	3,086	3,098	3,040	2,765

如上表所示，报告期内，发行人所负担劳务派遣人员平均工资和市场促销服务中相关服务人员的平均成本与同行业其他企业所负担同工种人员的平均成本相近，不存在显著差异，未对发行人经营成果造成重大不利影响。

十一、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺

具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所

持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺”相关内容。

（二）本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向等承诺

具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向等承诺”相关内容。

（三）稳定公司股价的承诺

具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、稳定公司股价的承诺”相关内容。

（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”相关内容。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”相关内容。

（六）关于未履行承诺的约束措施

具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、关于未履行承诺的约束措施”相关内容。

（七）避免同业竞争的承诺

具体情况详见本招股说明书之“第七节同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人作出的关于避免同业竞争的承诺”相关内容。

（八）规范并减少关联交易的承诺

具体情况详见本招股说明书之“第七节同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（五）公司进一步规范和减少关联交易行为的措施”相关内容。

（九）关于补缴社会保险和住房公积金的承诺

具体情况详见本招股说明书之“第五节发行人基本情况”之“十、发行人员工及其社会保障情况”相关内容。

第六节 业务和技术

一、主营业务、主要产品及变化情况

（一）主营业务

景兴健护作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，主要从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，致力于为消费者创造“优质、美丽、健康”的个人健康护理消费体验，成为消费者的“个人健康护理伙伴”。公司主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液等。

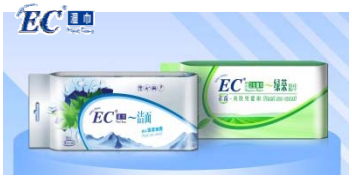
公司自成立之初，即确立了轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，坚持以消费者为核心，以引领和升级消费者个人健康观念、改善消费者个人护理习惯、满足消费者不断丰富的健康护理需求为目标，专注打造中国个人健康护理领域的优质民族品牌。

进入市场以来，公司重点推出了 ABC、Free、EC 和 ABC’s BB 四个知名度较高的品牌，树立了良好的品牌形象。其中，ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”。同时，公司凭借较强的研发能力、遍布全国的营销网络，充分利用行业成熟的生产制造技术，持续推出 KMS 配方卫生巾、茶树精华配方卫生巾、天然纯棉卫生巾等受市场高度肯定的创新型产品，契合了个人健康护理消费理念的升级趋势。根据尼尔森统计，2017 年公司 ABC 和 Free 品牌旗下的卫生巾和护垫的合计市场份额排名国内细分市场第三，其中护垫的市场份额排名国内细分市场第一，公司打造了卫生巾和护垫国内细分市场一线品牌，位列国内卫生巾和护垫市场第一梯队。

公司自设立以来，主营业务未发生重大变化。

（二）主要产品

公司主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液等，主要品牌为 ABC、Free、EC、ABC’s BB，其中 ABC、Free 为卫生巾和护垫、湿巾及护理液产品品牌，EC 和 ABC’s BB 主要为湿巾产品品牌。目前，公司主要品牌及产品情况如下：

产品类别	主要功能及用途	品牌名称	系列名称	图例
卫生巾和护垫	主要用于女性月经来潮时吸收经血，使经期女性健康、舒适。	ABC	KMS 系列、茶树精华系列、倍柔干爽系列、裤型卫生巾系列等	
		Free	高端纯棉系列、超薄触感系列、裤型卫生巾系列等	
湿巾	主要用于擦拭肌肤，达到清洁、健康的效果。	ABC	卫生湿巾、卸妆棉	
		Free	卫生湿巾、卸妆棉	
		EC	日常清洁湿巾	
		ABC's BB	日常清洁湿巾、手口湿巾	
护理液	主要用于清洁女性肌肤，达到清洁和抑菌的效果。	ABC	KMS 配方、草本配方、泡沫型护理液	

产品类别	主要功能及用途	品牌名称	系列名称	图例
		Free	啫喱型护理液、泡沫型护理液	

二、发行人所处行业基本情况

公司主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液，属于个人卫生用品行业，根据证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业归属于“造纸和纸制品业（C22）”；根据《国民经济行业分类标准》（GBT4754-2017），公司所处行业归属于“造纸和纸制品业（C22）”之“纸制品制造（C223）”之“其他纸制品制造（C2239）”。

根据国家市场监督管理总局发布的《全国重点工业产品质量监督目录》（2018 年版），公司经营的主要产品归类于“日用消费品”之“卫生巾和护垫”和“湿巾”等。

（一）行业监管体制、主要法律法规及行业政策

1、行业主管部门及监管体制

（1）行业主管部门

发行人所处的个人卫生用品行业的主管部门包括国家发展和改革委员会、国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会等相关部门。其中，国家发展和改革委员会负责规划、制定行业相关产业的发展政策；国家市场监督管理总局负责市场综合监督，产品质量安全，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等；国家卫生健康委员会负责拟订国民健康政策等。

（2）行业自律机构

发行人所处行业的自律管理机构主要为中国造纸协会生活用纸专业委员会。

中国造纸协会生活用纸专业委员会成立于 1993 年 6 月 8 日，是在中国造纸协会领导下的全国性专业组织，其主要职能为在企业与政府部门之间担当桥梁和纽带作用，加强行业自律和反倾销等，为企业提供多种形式的服务：开展技术咨询，发展与海外同行业的联系，加强本行业的国内外信息交流，建立生活用纸行

业数据库和信息网，开展国际间技术、经济方面的合作与交流，组织会员单位参加国内外有关展览与技术考察活动，定期出版《生活用纸》期刊和《中国生活用纸年鉴》，提供国内外生活用纸发展的技术经济和市场信息，为国内外厂商进行技术合作和合资经营牵线搭桥。

（3）行业监管体制

目前，对于个人卫生用品行业，我国主要以主管部门制定的法律、法规及规范性文件监管体制为基准，协同国家市场监管管理总局、行业自律协会进行监管。其中，主管部门从宏观上制定行业法律、法规及规范性文件，确保行业整体的合法、规范运行，并对企业规范及产品流通等进行监督；行业协会主要承担政策规划、发展优化等方面的辅助工作，并对企业进行服务。

2、行业主要法律、法规、规范性文件及政策

个人卫生用品与消费者生活及健康有着密切联系，国家对此类产品有严格的检测标准与监管要求。除单独规定一次性使用卫生用品、卫生巾、湿巾的技术标准外，国家也将前述产品和女性卫生护理液列为消毒卫生产品，对其生产环境、生产设备、产品标签等方面进行约束与规范。公司生产经营涉及的主要法律、法规、规范性文件及政策如下：

（1）行业主要法律、法规

①行业技术标准

序号	技术标准	发布单位	发布时间
1	《一次性使用卫生用品卫生标准（GB15979-2002）》	国家质量监督检验检疫总局	2002年
2	《一次性生活用纸生产加工企业监督整治规定》	国家质量监督检验检疫总局	2003年
3	《消毒产品标签说明书管理规范》	中华人民共和国卫生部	2005年
4	《卫生巾（含卫生护垫）（GB/T8939-2008）》	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2008年
5	《湿巾（GB/T27728-2011）》	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2011年

注：上述发布单位仍沿用发布时点的单位名称，下述行业法律法规及行业主要政策的发布单位同前。

②行业法律、法规及规范性文件

序号	法律法规	发布单位	发布时间

序号	法律法规	发布单位	发布时间
1	《卫生行政许可管理办法》	中华人民共和国卫生部	2004 年
2	《定量包装商品计量监督管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2006 年
3	《消毒产品标签说明书管理规范》	中华人民共和国卫生部	2005 年
4	《消毒产品生产企业卫生规范（2009 年版）》	中华人民共和国卫生部	2009 年
5	《消毒产品生产企业卫生许可规定》	中华人民共和国卫生部	2009 年
6	《消毒产品卫生安全评价规定》	国家卫生和计划生育委员会	2014 年
7	《外商投资产业指导目录（2017 年修订）》	国家发展和改革委员会、商务部	2017 年

（2）行业主要政策

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布时间
1	《轻工业调整和振兴规划》	国务院办公厅	突出重点行业，培育骨干企业；支持产品质量好、市场竞争力强、具有自主品牌的骨干企业发展壮大；完善轻工业标准体系等。	2009 年
2	《轻工业发展规划（2016－2020年）》	工业和信息化部	以市场为导向，以提高发展质量和效益为中心，以深度调整、创新提升为主线，以企业为主体，以增强创新、质量管理和品牌建设能力为重点，大力实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略。	2016 年
3	《国内贸易流通“十三五”规划》	商务部、发展改革委、工业和信息化部、财政部、国土资源部、农业部、人民银行、税务总局、工商总局、质检总局	推动中国产品向中国品牌转变，促进品牌国际化，提升产品附加值和软实力。利用互联网技术加强品牌推广，提升品牌知名度、美誉度，增加品牌附加值；顺应个性化、多样化的消费需求，改善消费环境，挖掘农村消费潜力，着力扩大居民消费。保障基本消费，满足中高端消费，以扩大服务消费为重点带动消费结构升级，支持信息、绿色、时尚、品质等新兴消费。	2016 年
4	《产业用纺织品行业“十三五”发展指导意见》	工业和信息化部、国家发展和改革委员会	提高一次性可降解医卫非织造产品的技术水平和应用比例；推动跨学科、跨行业的技术研发和产品检测等公用服务平台建设。鼓励企业加大技术和产品研发投入，推动企业技术中心建设，培育一批高新技术企业；在日常防护用口罩、成人	2017 年

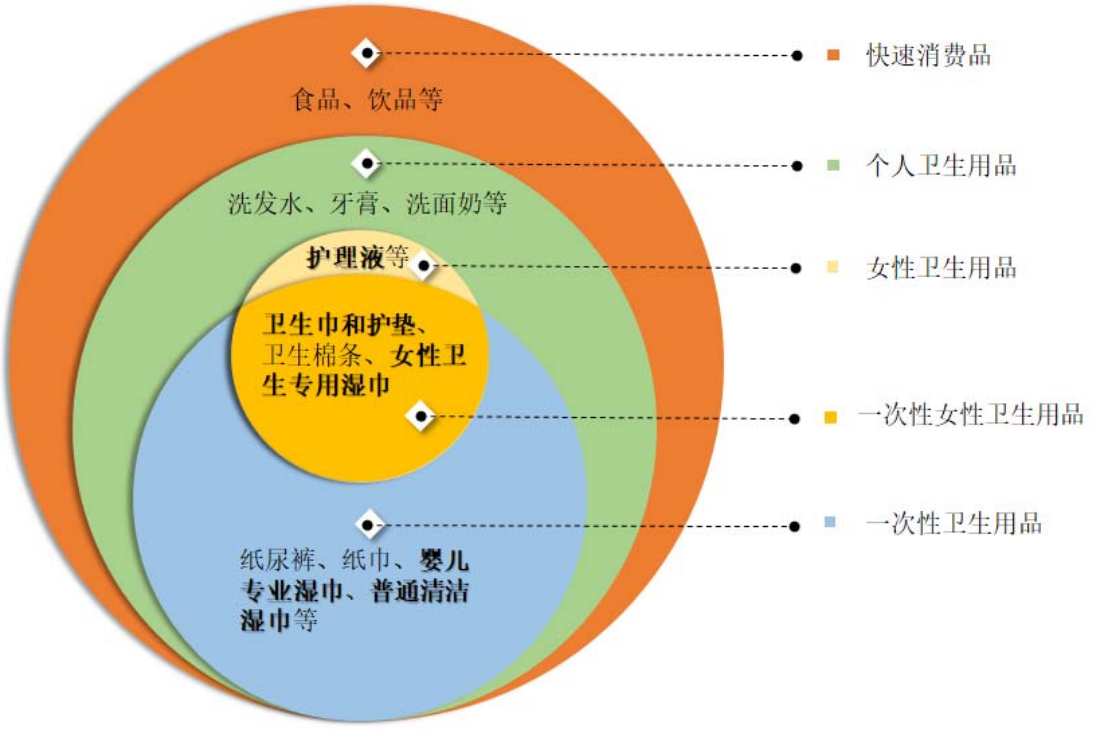
			和婴儿纸尿裤等领域支持开展品牌评价研究，重点培育终端消费品品牌。	

（二）行业发展概况及发展趋势

个人卫生用品属于快速消费品行业的一种，其按照可使用次数细分，可分为一次性卫生用品及非一次性卫生用品，其中一次性卫生用品包括纸巾、湿巾、纸尿裤、卫生巾和护垫等即弃卫生用品，非一次性卫生用品包括洗发液、护理液、洗面奶、香皂等可多次使用的卫生用品。

个人卫生用品按照使用群体细分，可分为女性卫生用品、婴幼儿卫生用品、成人卫生用品及一般卫生用品等，其中女性卫生用品包括卫生巾和护垫、女性专用湿巾、女性护理液等，婴幼儿卫生用品包括婴儿纸尿裤、婴儿湿巾等，成人卫生用品包括成人纸尿裤等，一般卫生用品包括纸巾、洗发液、洗手液等。

快速消费品、个人卫生用品、一次性卫生用品、女性卫生用品及一次性女性卫生用品的关系如下图所示：



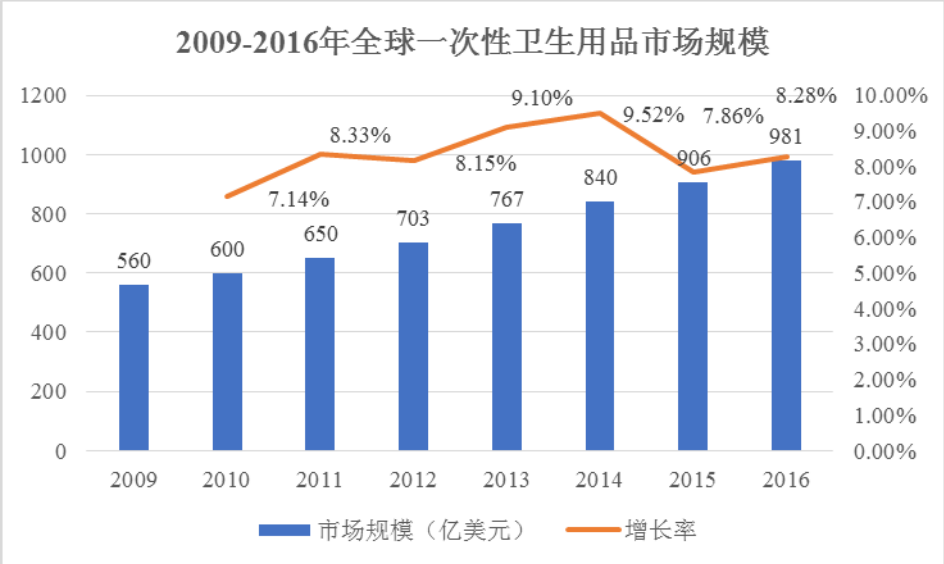
公司主要产品包括卫生巾和护垫、湿巾及护理液，总体上归属于个人卫生用品细分领域，其中最主要的产品为卫生巾和护垫，属于一次性女性卫生用品；湿巾和护理液属于其他卫生用品。

1、卫生巾和护垫细分行业的发展概况及发展趋势

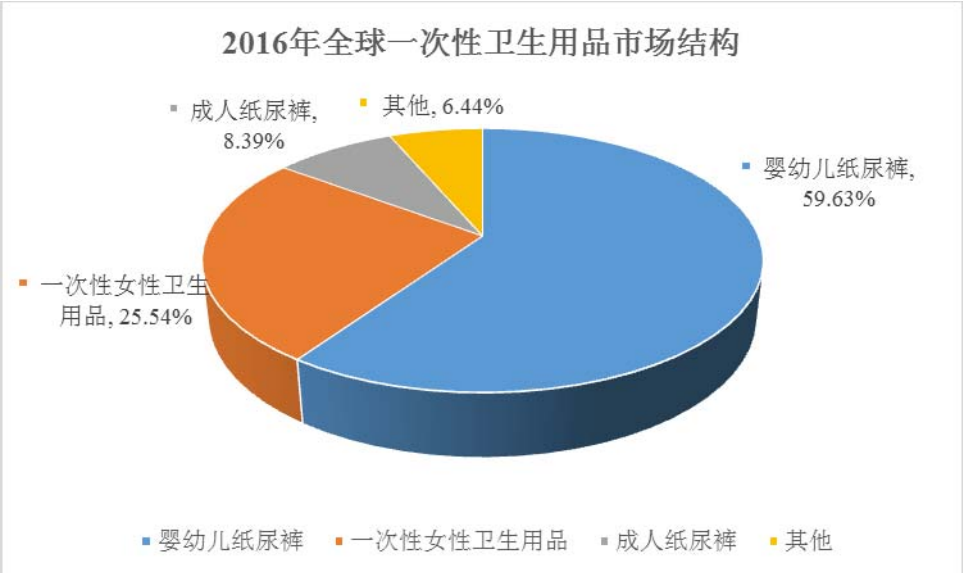
（1）全球卫生巾和护垫细分行业的发展概况

从市场规模来看，全球经济的稳定增长及消费者个人健康观念的逐步提高大力推动了一次性卫生用品市场的需求。

2009 年以来，全球一次性卫生用品市场规模年复合增长率超过 8%，体现出良好的成长性。2016 年，全球一次性卫生用品市场规模达到 981 亿美元，其中婴幼儿纸尿裤占比为 59.63%，达到 585 亿美元市场规模；一次性女性卫生用品居于第二，占比 25.54%，达到 251 亿美元市场规模；成人失禁用品占比 8.39%，达到 82 亿美元市场规模，具体如下：



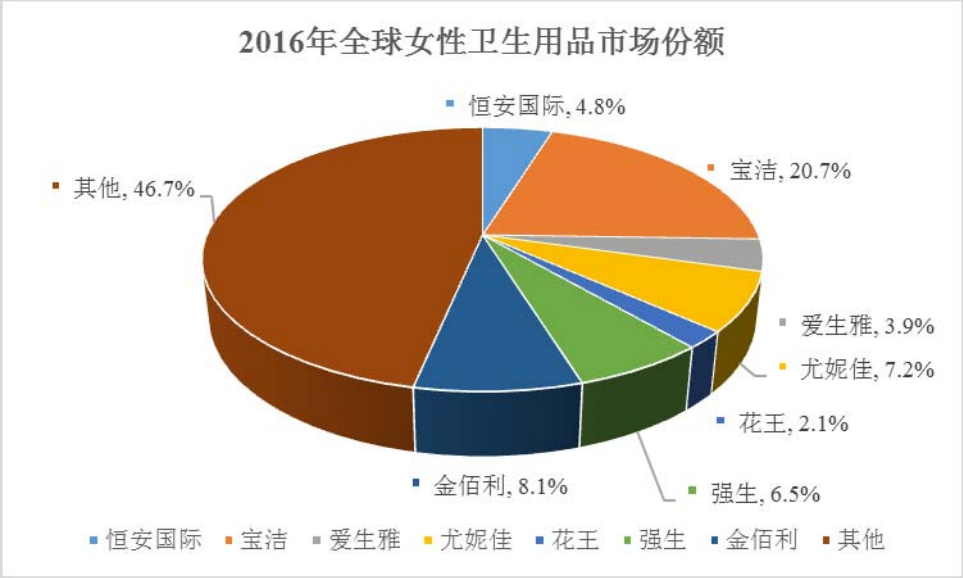
数据来源：产业信息网[1]



数据来源：产业信息网 [1]

[1]产业信息网，《2017 年全球一次性卫生用品市场规模、细分市场格局及重点品牌分析》，2017.9

一次性卫生用品市场中，以卫生巾和护垫为主的一次性女性卫生用品已在发达国家和发达地区的女性人群中广泛使用，相比较而言，亚太地区及拉丁美洲的新兴国家市场渗透率相对偏低，但是该等地区市场规模及渗透率的增长速度处于全球领先地位。从女性卫生用品的厂商来看，全球女性卫生用品市场竞争格局相对稳定，行业集中度较高。全球领先的女性卫生用品企业主要有宝洁、金佰利、尤妮佳、强生、恒安国际等，其中宝洁在全球女性卫生用品市场的占有率达20.7%，是全球最大的女性卫生用品生产厂商；恒安国际系我国女性卫生用品的知名厂商，其女性卫生用品产品市场份额已跻身全球前列。2016 年全球女性卫生用品市场份额具体如下：



数据来源：欧睿国际[2]

（2）我国卫生巾和护垫细分行业发展概况

我国的卫生巾和护垫市场兴起于 20 世纪八十年代，在 20 世纪九十年代后得到快速发展。根据中国生活用纸年鉴及行业研究报告[3]统计，1990 年至 2011 年的 22 年间，我国女性卫生巾（不含护垫）的年消费量从 28 亿片增加至 581 亿片，增长了 19.75 倍，同时，卫生巾的市场渗透率已接近欧美、日本等发达国家渗透率水平。

近年来，得益于社会经济的高速增长、女性对个人健康意识的关注和提高，农村地区消费市场不断发展以及城镇化、国际化的推进，我国女性消费者的卫生

[2]张芳、陈萌，《中信建投-延江股份（300658.SZ）：卫生用品面层材料龙头，享二胎政策与消费升级红利》，2017.8

[3]姜琳、张斌，《国金证券-延江股份（300658.SZ）：技术销售壁垒夯实业绩提升，跨区域扩品类打开增长空间》，2017.7

巾和护垫使用习惯已获得充分培养，使用频次逐年提高，形成了庞大的、稳中增长的卫生巾和护垫刚性市场需求。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据，2012 年至 2017 年，我国卫生巾和护垫消费量从 912.4 亿片增加到 1,200.1 亿片，年复合增长率达到 5.63%；市场规模从 285.5 亿元扩大至 410.2 亿元，年复合增长率达到 7.52%，具体情况如下：

数据来源：Wind《中国生活用纸年鉴》，《2017 生活用纸行业年度报告》

数据来源：Wind《中国生活用纸年鉴》，《2017 生活用纸行业年度报告》

与此同时，2012 年至 2016 年，我国卫生巾市场渗透率也由 91.3%提高至 96.5%，趋近于饱和。较高的市场渗透率不仅标志着我国经济实力的壮大、个人健康护理意识的增强，也充分体现了卫生巾行业发展的稳健性。但是，我国女性的个人健康护理意识与欧美、日本等发达国家仍尚有差距；我国各地区发展不均

衡，经济落后地区的女性居民与经济发达地区的女性居民的个人健康护理意识仍存在一定差距；我国女性的教育水平、社会地位和消费能力的不断提高，女性对自身健康护理有更高的关注和需求。上述因素，尤其是女性对个人健康护理的更高关注和个人健康护理消费升级的需求，使得我国女性消费者在卫生巾和护垫产品使用的品质及频次上有较大的提升空间，卫生巾和护垫市场，尤其是中高端的细分市场有进一步提升空间。

（3）我国卫生巾和护垫细分行业的发展趋势

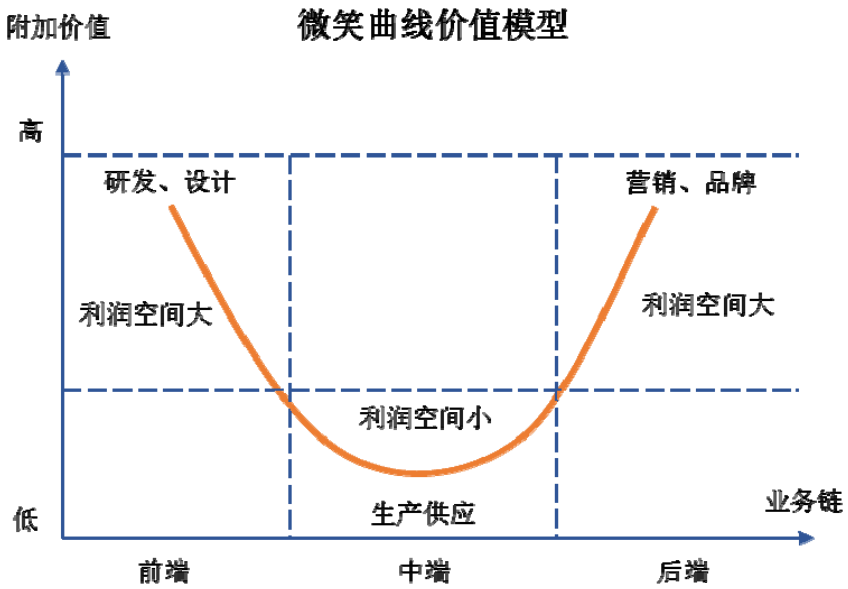
改革开放初期，我国卫生巾和护垫细分行业全面对外资企业开放，众多外资品牌进入国内市场，对中国本土品牌的发展形成强有力的挑战。但外资品牌的进入为中国带来了先进的技术、产品设计与营销理念，为中国民族品牌的发展带来了契机。而且，我国经济的持续发展、城镇化进程推进、女性对个人健康护理意识的持续提高，也为国内本土企业发展和壮大创造了机遇。

经过近四十年的发展，我国卫生巾和护垫市场已进入了产业技术相对成熟、产业结构趋于稳定、市场需求较为稳健的阶段，其发展变化重心将会从拉动市场需求、扩张市场规模，逐渐向以消费者为核心的消费升级需求转移。

①产业布局向“微笑曲线”两端转移

“微笑曲线”理论最早由施振荣[4]先生于 1992 年提出，其核心观点是业务链条附加值更多体现在研发和营销两端，处于中间环节的制造附加值较低，由此形成了类似“微笑”的 U 型产业价值曲线。在 U 型产业价值曲线的指导下，企业只有不断往附加价值高的区块移动与定位，才能获取更高利润。

[4]施振荣先生，出生于 1944 年 12 月，世界知名华人企业家，宏碁集团创始人，“施氏‘产业微笑曲线’理论”提出人。



卫生巾和护垫行业属于个人卫生用品行业，进一步延伸属于快速消费品行业，在产业价值链中，行业制造业技术相对成熟、产能充沛、制造环节的利润空间相对较小，各大厂商逐渐向前端研发、后端品牌及渠道建设加大投入，以创造更大的利润空间，这与“微笑曲线”模型较为相符。随着产业供应链的不断深耕、科学技术的持续进步，未来产业价值将进一步向“微笑曲线”两端推移，这将带动卫生巾和护垫产业走向“哑铃型”产业结构。

②女性健康护理意识的持续提升是卫生巾和护垫行业发展的动力

在卫生巾和护垫发展初期，因受到产业观念、设备技术及市场容量的限制，其产品仅为满足女性经血导渗、吸收、防漏而生产设计，大部分卫生巾为直条型，且主要采用无纺布作为面料。21 世纪以来，伴随着全球经济的增长、女性教育水平、社会地位和消费能力的不断提高，女性对自身健康护理有更高的关注和需求，女性消费者开始追求更加优质、健康、舒适的使用体验，不再满足于单一功能、单一材质、低品质的卫生巾和护垫产品。与此同时，得益于科学技术的飞跃，如生物降解、生物活性提取、天然植物精华萃取等高新技术的出现，卫生巾和护垫产品更新换代加速。

现阶段，市面上涌现了一批以为消费者带来优质、健康、舒适、个性化体验为目标的创新性产品，其按照创新形式主要划分为三类：第一，以纯棉材质为主打的产品，代表产品有 Free 品牌纯棉系列、七度空间品牌纯棉系列、护舒宝品牌天然纯棉系列等；第二，以功能性为主打的产品，代表产品有 ABC 品牌 KMS

系列、贵爱娘中草药卫生巾系列、云南白药旗下日子品牌等；第三，拥有特殊芳香气息的产品，此类创新产品应用较为广泛，覆盖产品较多。这些以满足女性消费者优质、健康、舒适、个人化需求体验的创新性产品和品牌受到了女性消费者认可，从而取得了持续的发展。

③市场细分趋势明显

一方面，卫生巾和护垫产品贴近肌肤，对个人体质较为敏感；另一方面，我国社会文明在不断进步，生活水平在不断提升，女性对健康护理意识的持续提升，推动我国女性消费者对卫生巾和护垫产品的功能性、舒适性、健康性不断提高要求，并对产品理念、产品舒适度等方面有更多个性化选择需求，对高品质的产品也更加青睐。我国女性卫生巾和护垫产品品类众多，具体细分情况如下：

类别	细分类别
适用时期	高峰期、非高峰期、回潮期
适用时段	日用、夜用
产品规格	长度规格、厚度规格、裤型卫生巾
产品材料	纯棉、打孔无纺布、PE 打孔膜等

根据国家统计局抽样统计及《2016 年生活用纸行业年度报告》，2011 年至 2015 年我国育龄（15 岁至 49 岁）女性人口在 3.6 亿至 3.8 亿之间浮动。庞大的消费者基数创造了能够容纳众多优质品牌的市场，促成企业维持多品牌、多系列产品共存的发展趋势；同时，卫生巾和护垫产品更新换代的速率较快，促进了企业持续更新产品系列，形成了以主导品牌下的主导系列产品为核心、其他品牌及其他系列产品协同发展的格局。

④三、四线城市及农村乡镇市场需求进一步提升

当前，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡、不充分的发展之间的矛盾。2016 年，我国卫生巾市场渗透率已经达到 96.5%，即使在三、四线城市及农村乡镇等地区，卫生巾和护垫的使用也已得到了较为全面的普及。但三、四线城市及农村乡镇女性与一、二线城市及沿海发达地区的女性收入及个人健康护理意识依然存在较大的差距，其对卫生巾和护垫产品的品质要求、体验的多样性追求及更换频次远未达到发达地区水准。

随着我国三、四线城市及农村乡镇地区经济的持续发展、当地居民人均可支配收入的提高，以及女性健康护理意识的持续提升，当地女性居民的生活习惯将

不断改善、消费观念将不断升级，其购买、使用的卫生巾和护垫产品将更为优质、多元化，其更换卫生巾和护垫产品的日均频次也将向发达地区靠近，从而拉动三、四线城市及农村乡镇地区市场需求。

⑤卫生巾和护垫使用的适龄段向两端延伸

近年来，我国国民经济和国民收入的持续提升使得我国女性营养摄取量充足，而日益完善的医疗体系使得女性健康得到更多保障。上述因素促使卫生巾和护垫的使用适龄段（15 岁至 49 岁）向两端延伸，部分女孩 12 岁以下即初次月经，部分妇女更年期延长至 50 岁以上，卫生巾和护垫的市场容量有所扩充。

2、湿巾细分行业的发展概况及发展趋势

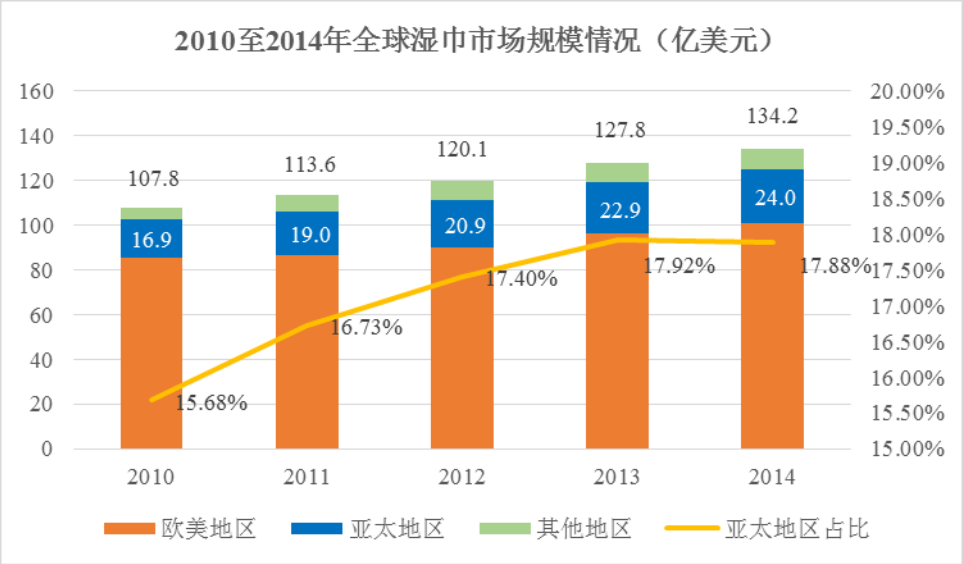
（1）湿巾行业的发展概况

湿巾产品根据其应用范畴不同可分为产业用湿巾及居家用湿巾。在中国，产业用湿巾的品类和消费量相对较少，湿巾产品主要为居家用湿巾。居家用湿巾按照用途又划分为个人护理用湿巾及居家清洁用湿巾两类，其中个人护理用湿巾主要细分为婴儿专业湿巾、普通清洁湿巾、卸妆用湿巾、女性卫生专用湿巾等。相对于湿毛巾、卷纸等其他擦拭型卫生用品，个人护理用湿巾的优点为便携、即弃、卫生、易于使用。

①全球湿巾市场发展概况

由于多数情况下，湿巾被作为一种“便捷性”个人卫生用品而非“必需性”的个人卫生用品使用，全球湿巾市场中，人口较少的发达国家市场规模高于人口较多的发展中国家市场规模，呈现出显著的区域性。根据 Wind 及智研咨询统计，2014 年全球欧美人口合计约占世界人口不到 15%，但合计贡献了全球约 75%的湿巾市场销售额；相较之下，2014 年亚太地区人口占世界人口比例超过 50%，但仅贡献了全球约 18%的湿巾市场销售额。

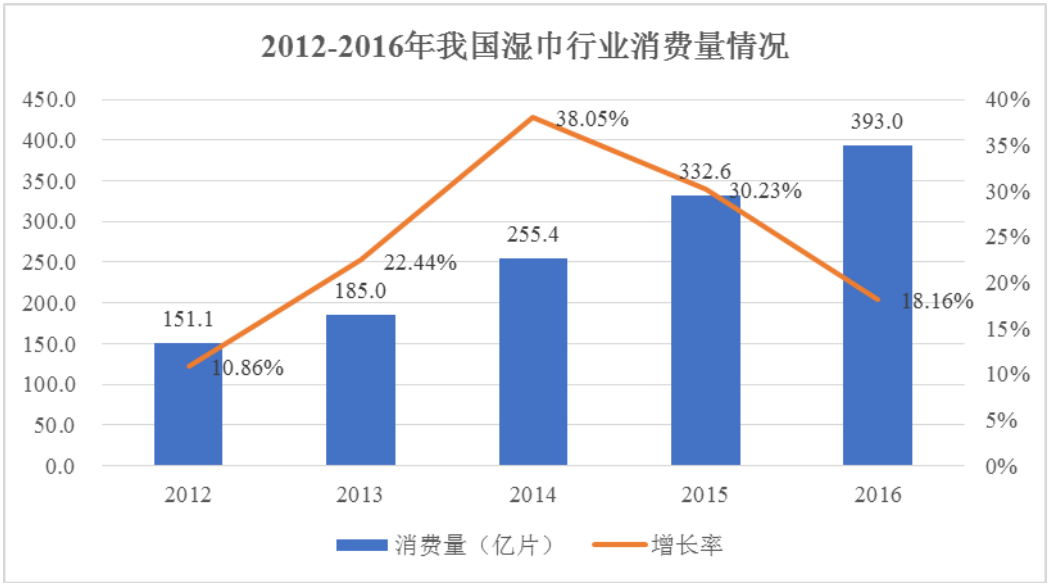
但对比欧美地区，亚太地区湿巾市场潜力较大。根据智研咨询及中国生活用纸专业委员会统计，2010 至 2014 年，全球湿巾消费市场规模由 107.8 亿美元增长至 134.2 亿美元，年复合增长率为 5.63%。其中亚太地区湿巾消费市场规模由 16.9 亿美元增长至 24.0 亿美元，年复合增长率为 9.16%，超过全球湿巾市场增长率，其占全球湿巾市场的份额比例也由 15.68%提升至 17.88%，具体如下：



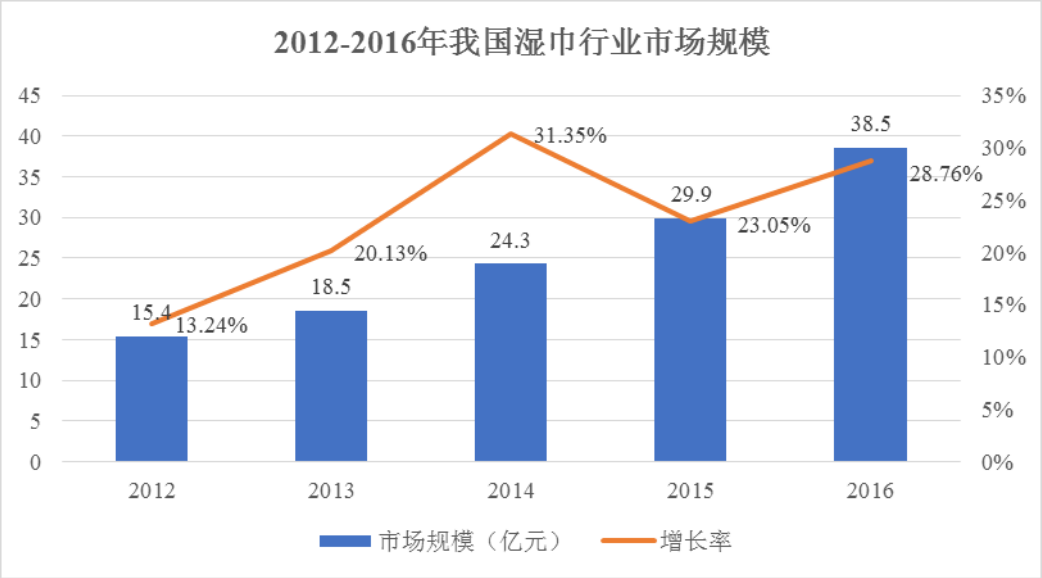
数据来源：智研咨询

②我国湿巾市场发展概况

近年来，随着国民健康观念有了较大程度的提高，我国湿巾市场开始迅速发展，虽然总体市场规模仍有限，但增长速度较快、未来市场潜力大。根据中国生活用纸专业委员会统计，2012 年至 2016 年，我国湿巾消费量从 151.1 亿片增加到 393 亿片，年复合增长率达到 26.99%，市场规模从 15.4 亿元扩大至 38.5 亿元，年复合增长率达到 25.74%，具体情况如下：

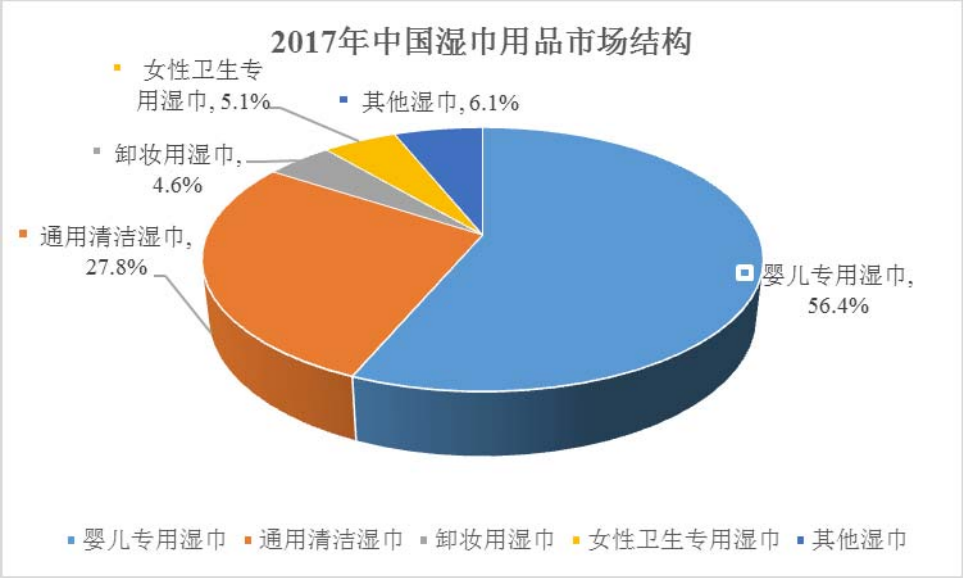


数据来源：Wind《中国生活用纸年鉴》



数据来源：Wind《中国生活用纸年鉴》

从产品构成来看，我国湿巾产品主要由婴儿专用湿巾及通用清洁湿巾等构成。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2017 年我国湿巾市场中，婴儿专用湿巾、通用清洁湿巾、卸妆用湿巾、女性卫生专用湿巾分别占市场份额的 56.4%、27.8%、5.1%及 4.6%。具体如下：



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

（2）我国湿巾行业的发展趋势

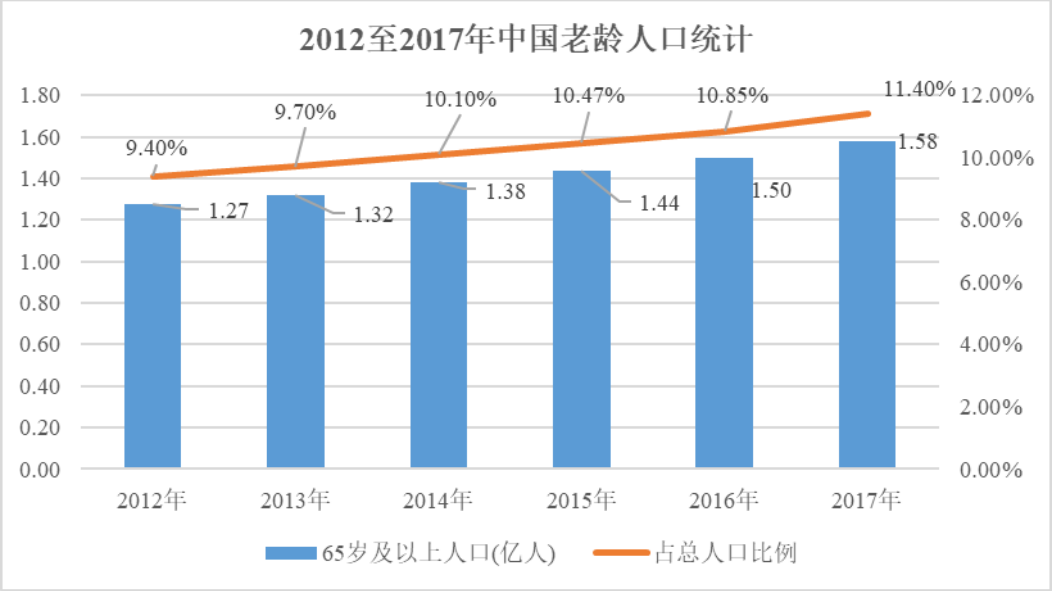
①我国居民的消费水平和个人健康观念提升将带动产业持续增长

根据国家统计局统计，2016 年我国有 13.83 亿人口，而 2016 年我国湿巾消费量仅为 393.0 亿片，平均每人每年消费小于 30 片湿巾，市场渗透程度很低。随着我国居民的收入水平和消费能力的不断提升、教育水平的普遍提高、医疗保

险的广泛覆盖，我国居民健康观念将进一步提升，并向欧美、日本等发达国家靠拢，这些因素将进一步带动湿巾产业持续增长。

②我国“老龄化”趋势带动老人护理市场扩张

湿巾主要应用群体之一为老龄群体。随着中国老龄化进一步升级，老人护理市场将进一步增长，为湿巾市场的增长提供稳定需求。根据国家统计局数据，2012年至2017年，中国65岁以上人群数量已由1.27亿人增长至1.58亿人，65岁以上人群占全国总人口比例由 9.40%增长至 11.40%，远高于联合国定义的老龄化社会标准——65岁以上老人占总人口7%。预计未来十年内，中国老年人口还将持续增长。



数据来源：国家统计局

③“二胎”政策带动婴儿专用湿巾市场规模持续提升

根据国家统计局数据，2016年全年我国新生儿分娩数为1,786万人，是2000年以来出生人口最高的年份。2017年全年我国新生儿分娩数为1,723万人，虽然比2016年小幅减少，但明显高于“十二五”时期年均出生1,644万人次的水平。其中，2017年二孩数量进一步上升至883万人，比2016年增加了162万人；二孩占全部出生人口的比重达到51.2%，比2016年提高了11%。

受益于国家“全面二孩”政策逐步落实，新生儿的增长有望加速，婴儿专用湿巾市场规模有望得到提升。

④女性护理意识增强带动女性专用湿巾市场进一步提升

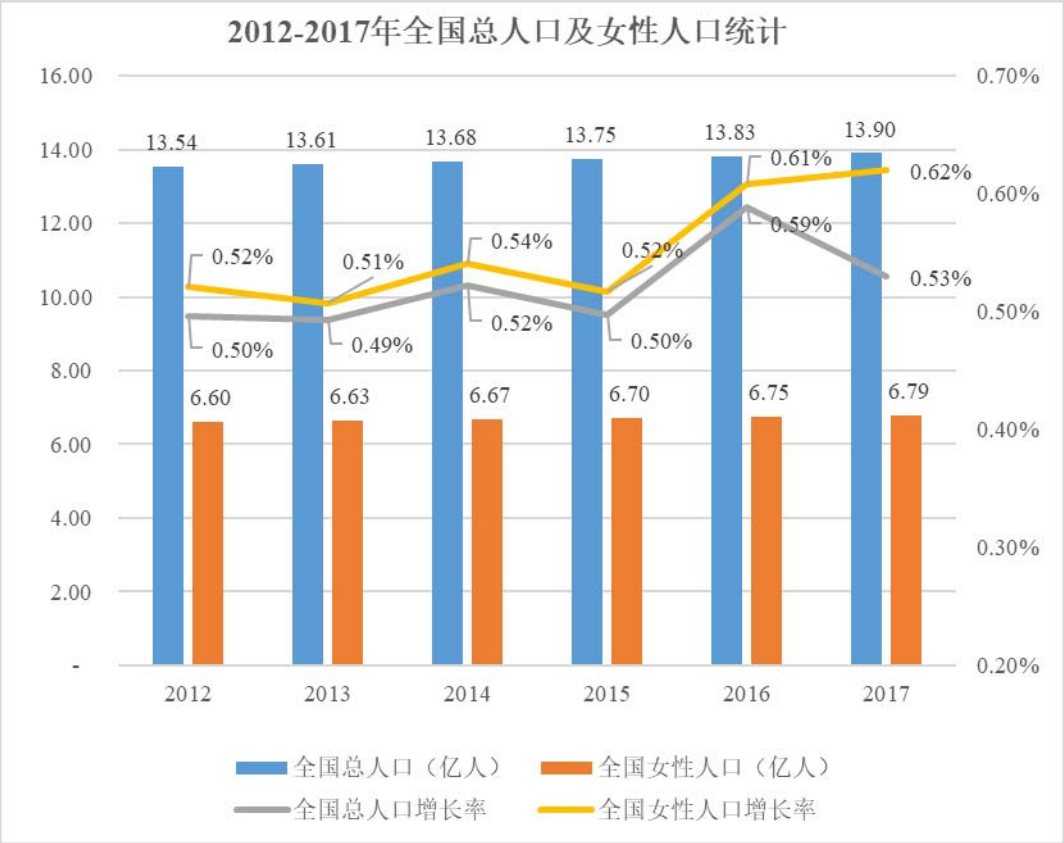
目前，我国女性专用湿巾还属于小众消费，受众主要为有良好教育背景、对新鲜事物接受度比较高的女性消费者。随着各主要品牌对于女性专用湿巾进一步的普及和推广引导以及女性护理意识的增强，女性专用湿巾市场将得到进一步提升。

3、护理液细分行业的发展概况及发展趋势

由于女性护理液引入中国较晚，我国女性护理液市场尚未形成规模。但是，我国女性护理液市场具有一定前景，具体如下：

（1）庞大的女性人口基数是女性护理液市场开拓的保障

根据国家统计局统计，2012 年至 2017 年，我国女性人口稳定在 6.6 亿人至 6.8 亿人之间，复合增长率为 0.56%，人口基数庞大，且复合增长率超出我国总人口复合增长率，具体如下：



数据来源：国家统计局

（2）女性健康护理关注度的提高是女性护理液用品市场开拓的动力

随着我国经济的不断发展，社会的不断进步，我国个人健康护理意识正在迅速加强，我国女性对健康护理的关注度也有了显著提高。根据第一财经商业数据

中心发布的 2017 年《中国女性生理健康白皮书》及 TrustData 发布的《2017 年中国移动互联网行业发展分析报告》，2017 年我国有超过 30 个女性生理健康 APP 平台，其中主要平台有“大姨妈”、“美柚”等。同时，2017 年以来我国女性生理健康类应用用户增长迅速，截至 2017 年第三季度末，安卓端日活跃用户规模近 300 万人，较 2017 年初增长 50%。我国女性健康护理意识的提升，将为女性护理液用品市场的开拓提供动力。

（三）影响市场需求变动的因素分析

1、消费者个人健康观念的提升是市场需求的直接动力

随着全球经济的发展，个人卫生用品的使用已经逐渐深入消费者的生活。我国女性卫生用品中，卫生巾市场渗透率已达到 96.5%，即使在较为落后的农村地区，卫生巾也已广泛普及。但是，我国目前的经济发展不充分、不均衡，各个地区居民的个人健康观念亦存在较大的差异，个人健康护理意识有待进一步引导，个人健康护理用品需求也有待进一步提升。其中，经济相对落后地区女性教育水平、社会地位和消费能力的提升对于加强女性的个人健康护理意识尤为重要。

改革开放以来，随着我国国民经济的持续增长、城镇化水平的持续提升及国际化进程的加快，在一、二线城市及沿海发达地区，消费者的个人健康观念得到了较大提升，其对于个人卫生用品的使用追求已由单一的清洁功能发展为多功能、多频次、高品质的个人健康护理消费体验；消费者对于个人卫生用品品质的追求已由基础的便捷实惠发展为高层次的健康、舒适。在该等地区，个人健康观念的进一步提升将带动个人健康护理用品市场持续升级、细分，向更高的品质发展。

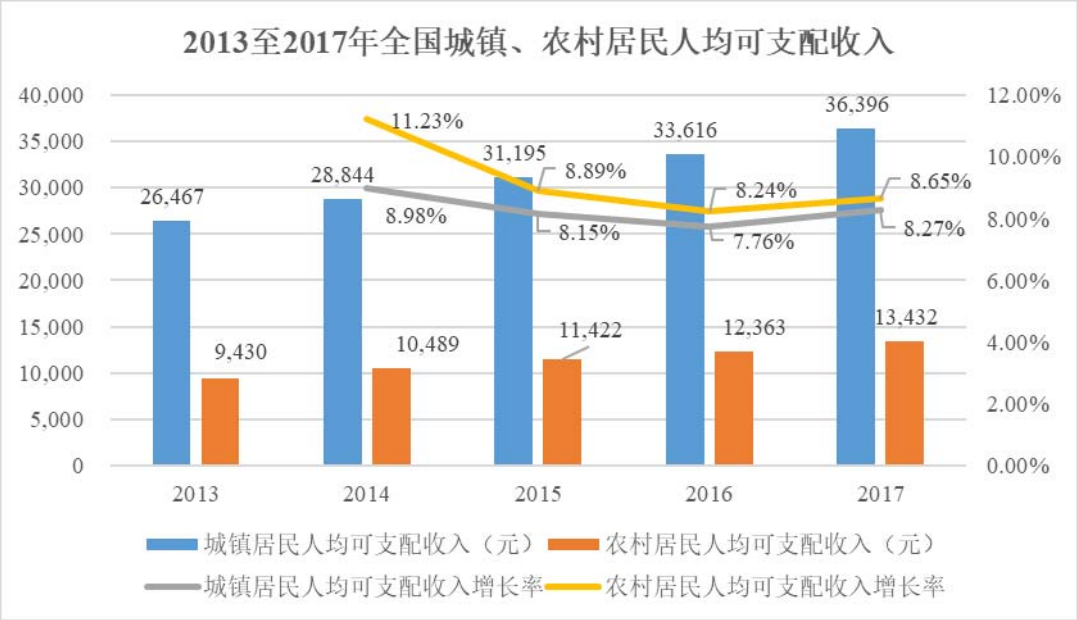
相对而言，受到人均可支配收入及区域文化的限制，农村及三、四线居民的健康观念有待进一步提升，其对个人卫生用品产品使用频次、产品品质的追求上亦有待进一步提升。在该等地区，个人健康观念的进步将促进个人健康护理概念深化、个人健康护理用品市场持续提升。

2、国民经济及人均可支配收入的稳定增长是市场需求增长的前提保障

个人健康观念的进步以国民经济及人均可支配收入的稳定增长为前提保障。根据发达国家和地区的经验，当一国的人均 GDP 超过 3,000 美元后，居民消费已基本超越温饱需求，转而追求更高的生活品质；当一国人均 GDP 超过 8,000

美元后，居民消费水平快速提升，迈入消费升级阶段；当一国人均 GDP 超过 2 万美元后，消费增速将进入稳定期。根据国家统计局数据，我国人均 GDP 在 2009 年已超过 3,000 美元，并于 2015 年超过 8,000 美元，大部分地区进入消费升级阶段。其中，北京、上海、广州、深圳等一线城市的人均 GDP 超出我国人均 GDP 一倍以上，接近或超过 2 万美元，步入消费增速稳定期；即使在云南、甘肃等西部地区，其人均 GDP 也已超过 3,000 美元，进入了消费快速增长阶段。

稳健的经济发展为个人健康观念的进步创造了良好的环境，是市场需求增长的前提，而人均可支配收入则是国民个人消费需求的直接驱动因素，较高的人均可支配收入可降低消费者对高品质消费品的价格敏感性，从而促进高品质商品销售增长。2013 年至 2017 年，我国全国居民人均可支配收入由 18,311 元增加至 25,974 元，年复合增长率为 9.13%；其中，城镇居民人均可支配收入由 26,467 元增加至 36,396 元，年复合增长率为 8.29%；农村居民人均可支配收入由 9,430 元增加至 13,432 元，年复合增长率为 9.25%，具体如下：



数据来源：国家统计局

根据上述统计数据，虽然我国农村居民可支配收入与城镇居民人均可支配收入存在差距，导致农村地区居民对个人健康护理用品价格更为敏感，但是农村居民人均可支配收入仍在稳定增长，且增长率略高于城镇居民人均可支配收入增长率。农村地区居民人均收入的增长会带动居民追求更高品质的个人健康护理用品、进行更频繁的健康护理，成为个人健康护理用品市场需求的有力保障。

3、我国城镇化进程进一步推动了个人健康护理用品市场发展

个人健康观念的进步除与国民教育水平相关外，还与国民对于健康的理解高度相关，而我国居民对于健康的理解深度与城镇化进程息息相关。根据国家统计局统计，2007 年至 2017 年间，我国城镇人口由 6.06 亿人增加至 8.13 亿人，农村人口由 7.15 亿人减少至 5.77 亿人，城市化率由 45.87%提高至 58.49%，年均提高 1.26%。城市化进程的加快促使城乡差异逐步缩小，有助于农村人口改善生活习惯，接受更为现代化的生活观念，成为未来拉动个人健康护理用品市场需求的新动力。

（四）市场竞争格局

1、卫生巾和护垫行业市场竞争格局

我国的卫生巾和护垫行业是一个市场化竞争较为充分的行业。目前我国卫生巾和护垫行业的市场竞争格局主要体现为国内外企业市场份额的竞争、各品牌品类的竞争以及各销售渠道的竞争。

（1）行业龙头牢牢占据市场，国内外企业竞争市场份额

我国卫生巾和护垫行业自改革开放后较早进行了对外开放，且发展较为迅速。在 20 世纪九十年代初，恒安国际的“安乐”品牌占据了 40%的市场份额，而后以宝洁、尤妮佳为代表的外资厂商进入国内市场，因产品质量、技术等优势迅速占据了较高的市场份额。21 世纪以来，我国本土品牌发展迅速，内资厂商市场占有率不断提高，形成了一批以恒安国际旗下的“七度空间”、景兴健护旗下的“ABC”等为代表的优秀的卫生巾和护垫民族品牌。其中，恒安国际已发展成我国卫生巾和护垫细分市场领域的龙头企业，景兴健护作为优秀本土品牌企业之一也把握住快速消费品市场的“微笑曲线”的高附加值产业链，在卫生巾和护垫产业的前端研发及后端渠道上持续加大投入，注重提升产品品质、丰富产品种类、提升产品附加值、完善渠道建设以及打造高品质的品牌形象，不断发展壮大，与外资品牌充分竞争，在卫生巾和护垫国内细分市场赶超了如花王、金佰利等外资企业。

现阶段，国内本土品牌企业已充分借鉴了外资企业运作现代渠道与品牌推广的经验，而外资企业也已充分适应了我国消费者个人卫生用品使用习惯，国内外各大企业的发展策略逐渐向产品创新、渠道进一步下沉趋同，形成了激烈的竞争

局面。

（2）各大企业在品牌系列创新层面加大投入，打响品牌战争

20 世纪九十年代初期，我国居民人均可支配收入相对较低，消费者对于消费品价格较为敏感，使得卫生巾和护垫市场以价格竞争为主导。在 2009 年我国人均 GDP 超过 3,000 美元后，女性消费者对于个人卫生用品的选择趋向逐渐从产品价格向产品品质转移，该种需求偏好的转移在一、二线城市及沿海发达地区更为明显。至 2015 年我国人均 GDP 超过 8,000 美元后，我国全面进入消费升级阶段，部分地区逐步接近发达国家消费水平。

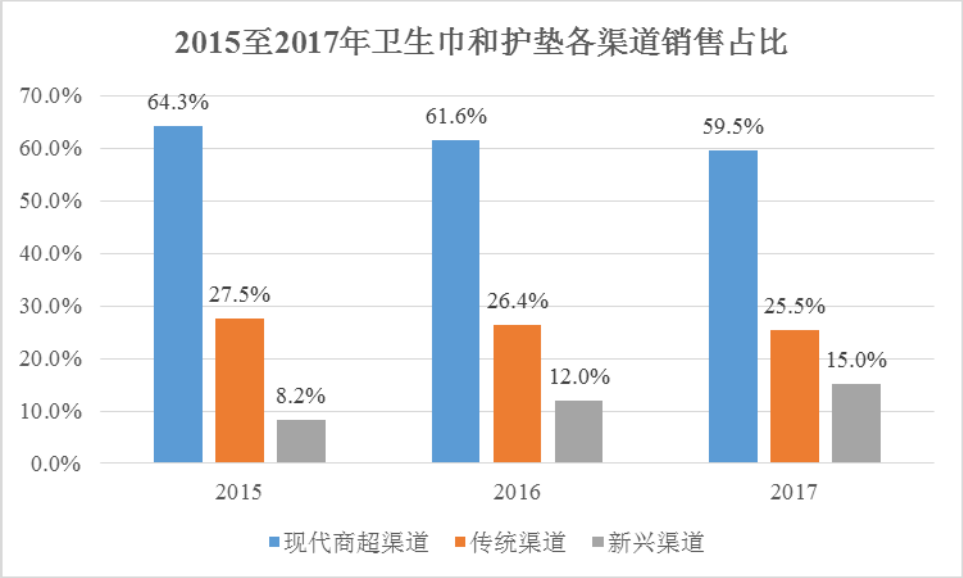
在上述市场环境下，消费者对于高品质产品的价格敏感度进一步降低，各大品牌企业逐渐摒弃了压低产品价格的恶性竞争手段，转而采用多品牌、多系列的发展策略。通过加强品牌概念，企业将细分产品定位至目标人群，培养忠实于品牌的消费者群体；通过设计更多品牌系列，企业将产品进行了更为细致的划分与定位，带动了产品竞争向各个层面不断延伸。

国内市场上排名前列的主要卫生巾和护垫厂商的品牌及品牌系列演变情况如下：

生产厂商	进入市场早期主要品牌（系列）	当前主要品牌（系列）
恒安国际	安乐品牌、安尔乐品牌	七度空间品牌（少女系列、优雅系列、蘑菇系列等）、安乐品牌、安尔乐品牌、新呼吸品牌等
尤妮佳	苏菲品牌（弹力贴身系列）	苏菲品牌（弹力贴身系列、口袋魔法系列、裸感 S 系列等）
景兴健护	ABC 品牌（KMS 系列）	ABC 品牌（KMS 系列、干爽网面系列、新肌感系列等），Free 品牌（棉柔系列、纯棉系列等）
宝洁	护舒宝品牌	护舒宝品牌（超净棉系列、瞬洁系列、甜睡系列等），朵朵品牌等

（3）现代商超渠道为主，新兴渠道市场份额快速提升

我国卫生巾和护垫市场主要划分为以食杂店、日用品商店及化妆品商店的传统渠道，以大卖场、大型超市、小型超市、连锁便利店为代表的现代商超渠道，以及以电商平台为代表的新兴渠道。根据尼尔森调研统计，2015 至 2017 年卫生巾和护垫用品各渠道销售占比情况如下：



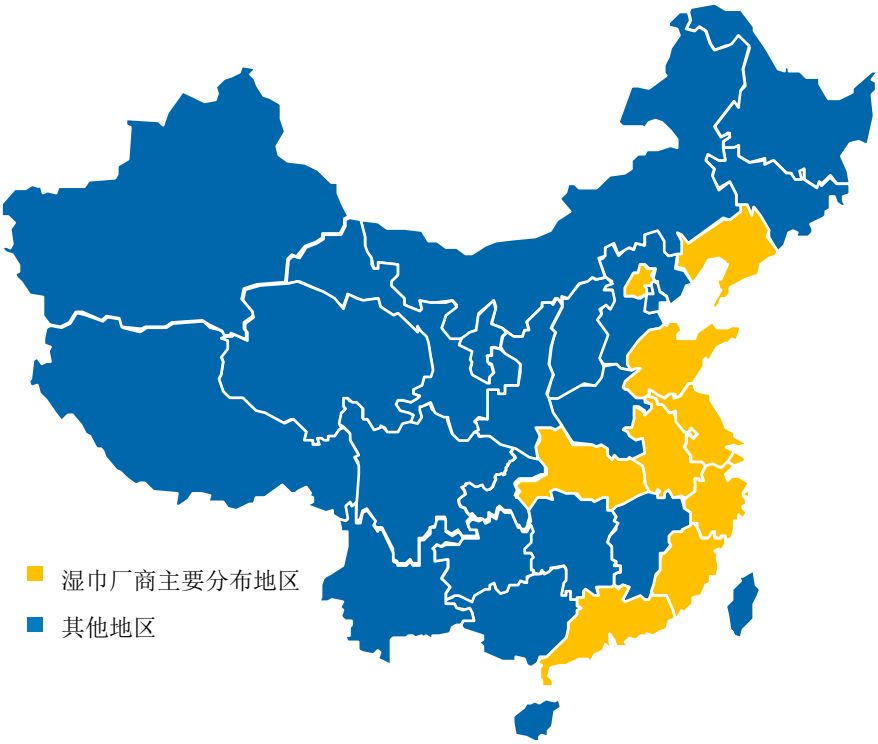
根据上图，现阶段现代商超渠道是我国卫生巾和护垫行业销售的主要渠道。与传统渠道相比，现代商超渠道能为消费者带来多元化的产品和更好的产品质量；与新兴渠道相比，现代商超渠道满足了消费者的接触性需求、并可通过不断升级购物平台为消费者带来娱乐、购物一体化的消费体验。

传统渠道在一、二线城市及沿海发达地区的市场份额相对较低，在三、四线城市及农村地区，传统渠道凭借其价格低廉、覆盖深入的优势，占据了一定规模的市场。在卫生巾和护垫行业，以电商为代表的新兴渠道市场逐渐壮大。根据上图，2015 年至 2017 年，卫生巾和护垫用品在新兴渠道销售占比由 8.2%上升至 15.0%，增幅为 82.93%。同时，根据 2017 年《中国女性生理健康白皮书》显示，我国女性卫生用品 2015 年和 2016 年网上成交量分别同比增长 49.2%和 34.6%，增长迅速。未来电子商务将成为卫生巾和护垫行业重要的销售渠道之一，而电子商务的发展也将对卫生巾和护垫的市场渠道结构带来冲击。

2、湿巾市场竞争格局

我国湿巾市场起步较晚、普及率相对较低，目前，我国湿巾市场正处于成长期，规模较小，市场竞争格局尚不明晰。但是，我国湿巾市场发展速度较快、发展前景广阔。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，我国湿巾注册生产厂家已经超过 1,000 家，主要分布在广东、福建、浙江、上海等沿海发达地区，以及北京、湖北等地区，具体如下：

我国湿巾厂商主要分布地区



数据来源：中国生活用纸专业委员会统计

我国湿巾生产厂商中，主要为代工贴牌生产企业，全国性品牌较少。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，我国湿巾市场主要生产商有恒安国际、景兴健护、中顺洁柔纸业股份有限公司、重庆珍爱卫生用品有限责任公司等等。上述企业利用自身品牌及渠道优势推广湿巾产品，如“心相印”、“ABC”、“EC”、“洁柔”等。

3、护理液市场竞争格局

我国女性护理液市场尚未形成规模，市场竞争格局尚不清晰。市场上的品牌主要为制药公司旗下品牌，如仁和药业股份有限公司旗下品牌“妇炎洁”、成都恩威投资（集团）有限公司旗下品牌“洁尔阴”等。除制药企业外，我国女性护理液品牌还有“Summer Eve 夏依”等海外品牌以及“ABC”等国内个人卫生用品厂商旗下品牌。

（五）行业的经营模式

1、生产模式

从行业生产的组织形式来看，个人卫生用品行业的生产模式主要包括自主生产和委托加工两种模式。自主生产模式下，公司自行采购原材料，通过自有工厂进行生产和加工；在委外加工模式下，则由品牌供应商委托其他生产企业按公司

要求进行生产和加工，而公司自身专注于附加价值较高的研发、销售和推广等环节。

2、销售模式

个人健康护理用品作为受众广泛的快速消费品，其销售模式主要包括 KA 直销模式、经销模式和电子商务模式等，产品销售渠道覆盖大卖场、商超、便利店、杂货店、网络销售等多种渠道。

（1）KA 直销模式

KA 即“Key Account（重要客户）”，随着商业的发展，大型零售客户（包括国际国内大型连锁零售商店）在快速消费品以及保健食品、日化用品等行业占有巨大的市场销售份额，其由于自身能够集中面对群体性目标消费者的优势，使得各大消费行业的厂商都争相打入这些零售客户的销售渠道。

在个人卫生用品市场中，KA 直销客户主要为大卖场、大型连锁商超等客户。供应商与 KA 直销客户签订销售合同，采用卖断或代销的方式与其开展合作，由 KA 直销客户将货物销售给终端消费者。KA 直销模式的优点在于企业可以利用 KA 直销客户信誉高、影响力大、覆盖网点广泛的特点提高品牌知名度、深化消费者对品牌理解。但与此同时，大型商超对供应商的品牌、货物周转、市场促销、采购价格折扣等方面要求较高，其在商业谈判中一般处于强势地位。

（2）经销模式

经销模式系由品牌供应商与经销商签订经销合同，由经销商在约定的期限和地域内销售指定的商品。商品由经销商自行买断购进，后通过其自有渠道向下游客户销售商品。

经销模式的主要优势为便于管理、操作便捷、库存风险低等。同时，由于我国地域宽广，人口众多，各地经销商在各地具有地域性销售渠道优势、销售策略优势、多品类经销协同优势，供应商可利用经销商的地域和渠道经营优势迅速占据终端销售网点，有效开发市场盲区，节约资金投入。此外，经销模式的劣势在于公司对经销商渠道下的营销网点管控较难，市场监管效率较低、掌握终端销售情况难度较大等。

（3）电子商务模式

电子商务模式因各品牌供应商的需求不同衍生出较多的合作模式。比较典型

的模式包括：品牌供应商自主在电商平台上开设旗舰店进行销售；或由品牌供应商将货物卖断销售给第三方电子商务服务商，并授权该等电子商务服务商在电商平台上开设旗舰店或专营店，或供货给电商自营平台进行销售；或由品牌供应商直接将货物供应给电商自营平台，并委托第三方电子商务服务商进行客服、产品信息编辑等方式进行销售。

（六）行业的技术水平及技术特点

1、行业的技术水平

我国个人卫生用品行业经过近四十年的发展，生产技术已趋于成熟，在生产速度、效率、开机率、自动化程度、良品控制率等方面不断提升，已接近欧美发达国家地区水平。国内生产厂商具备大规模生产能力，产能整体水平也有了较大提高。充足的产能为我国个人卫生用品研发技术带来了保障，同时得益于 21 世纪生物学、化学、材料学等多个领域的技术突破，以及国内消费需求、健康护理理念的不断升级，我国个人卫生用品行业已进入技术创新与转型阶段。

在个人卫生用品细分行业中，我国卫生巾和护垫领域的技术创新主要体现在材料、工艺及配方三个层次。在材料方面，天然型纯棉材料、多孔型蚕丝蛋白纤维、抑菌型材料抑菌绒毛浆、可冲散型材料玉竹纤维等创新材料的出现，不仅给予了个人卫生用品多元化的发展方向，还使个人卫生用品更为环保；工艺方面，智能打孔技术、导渗材料应用技术及多面层透气结构的应用全方位优化了产品性能，使卫生巾和护垫产品更加导渗、柔软、透气。除了材料及工艺以外，配方型卫生巾和护垫是我国女性卫生用品市场的重要组成部分，其融合了我国传统养生文化，且同时赋予了卫生巾和护垫抑菌、止痒等升级功能，在我国卫生巾和护垫市场取得了较大的成功。

2、行业的技术发展趋势

（1）跨学科开发应用

随着消费者健康意识及功能需求的提升，提高产品的功效性、舒适性、品质等成为个人卫生用品发展的重点方向。个人卫生用品行业中，卫生巾和护垫产品的生产制造涉及产品设计、产品材料、制造工艺和质量控制等，集合了生理学、生物学、化学、材料学等多门学科知识。高标准的制造工艺、严格的品质要求使得多领域技术整合应用成为必需，而日渐成熟的跨学科交叉应用也促进了个人卫

生用品跨学科应用的发展。

（2）材料、工艺、配方的不断升级

在我国现阶段个人卫生用品领域，已有大量新技术及新材料应用于产品，如海藻酸纤维、壳聚糖脱乙酰度、天然植物精华萃取、纳米银负载等技术已应用于卫生巾和护垫用品。但是，随着科学技术的进步，消费者健康护理需求的不断丰富升级，以及环境保护关注的持续提高，必将有更新、更好、更环保的材料、工艺及配方出现，推动个人卫生用品行业继续优化创新，为消费者提供更为优质的健康护理体验。

（3）生理周期健康护理是技术发展的导向

由于女性在生理周期往往会抵抗力下降，易产生情绪波动，所以经期护理尤为重要。个人卫生用品中，卫生巾和护垫用品作为生理周期期间最贴近女性肌肤的护理用品，在透气性好、吸收快、吸收量大的前提下，还需要解决女性经期闷热、有害细菌入侵的烦恼。女性消费者对产品功能需求的增加，促使卫生巾和护垫产品厂商以女性生理周期健康护理为出发点开展针对性研究。

（七）主要进入壁垒

1、品牌壁垒

个人卫生用品行业中大部分产品与使用者肌肤直接接触，其中女性卫生用品产品尤为敏感，致使消费者对产品安全、产品质量的信赖度成为其购买时最为关键的选择因素。因此，在个人卫生用品行业中，品牌知名度是企业的核心竞争力之一，行业新进入者很难在短期建立起强大、优质的经营系统并针对市场推出拥有较高消费者忠诚度的品牌。同时，现阶段行业品牌系列多元化的发展方向使得仅拥有单一系列品牌的厂商难以快速发展壮大，进一步提高了个人卫生用品行业的品牌壁垒。

2、渠道壁垒

销售渠道是个人卫生用品赢得市场的关键。现阶段，国内外大型个人卫生用品厂商都在积极扩张或下沉销售渠道，以将产品全方位有效地展现和传递给消费者。企业需要具备成熟的品牌、丰富的运营经验、优秀的管理团队，并投入大量资金、经过长时间的积累，才能够建立起覆盖全国的营销网络并对各零售终端进行有效管控。新进企业若要建立完善的营销网络，不仅需要投入较大资金，还需

要较长的建设周期，且对于本行业新进入者来说，完善的渠道资源属于相对稀缺的资源，因此新进企业很难在短时间内获得渠道优势。

3、质量控制壁垒

个人卫生用品以消费者健康为首要保障，其产品质量至关重要。产品质量很大程度上取决于企业的管理水平及质量检验水平，企业需要对产品的原材料质量、生产设备、工艺流程有较高的管控能力，且对质量控制体系有较高的要求。行业新进入者难以在短时间内形成可靠稳定的质量控制体系。

4、规模、资金壁垒

个人卫生用品具有产品种类多、更新换代快的特点，企业规模在一定程度上决定其竞争力和盈利能力。经营规模较大的企业既能够增强其对上游供应商的采购优势，获得较低的采购成本，又有利于与下游大型零售商或大卖场建立长期密切的合作关系，增强品牌影响力、发挥规模效应、降低运营成本。同时，随着产品更新换代，生产厂商需要投入大量的人力、物力研发、宣传、推广新产品，该过程需要大量的资金投入。行业新进入者通常难以具备新产品研发、宣传、推广等各环节所需的大量资金。

（八）行业利润水平及变动原因

从市场结构上看，现阶段我国个人卫生用品行业厂商数量及产品种类较多，但内外资大型知名品牌的个人卫生用品厂商占据了较大比例市场份额。大型知名的个人卫生用品的品牌厂商相较小型、品牌知名度较低的厂商有更大的话语权，在交易中可获得较高的利润水平。

从企业类型上看，改革开放初期，外资厂商在品牌形象、品牌认可度上有较大优势，具有较高的利润水平。但是，随着我国本土品牌企业的不断壮大，我国本土品牌企业与外资企业的利润水平差距已逐渐缩小。

（九）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策大力支持本土品牌发展

国务院办公厅发布的《轻工业调整和振兴规划》，明确提到“突出重点行业，培育骨干企业；支持产品质量好、市场竞争力强、具有自主品牌的骨干企业发展壮大；完善轻工业标准体系等”；工业和信息化部发布的《轻工业发展规划（2016

－2020 年）》中明确提出要“以市场为导向，以提高发展质量和效益为中心，以深度调整、创新提升为主线，以企业为主体，以增强创新、质量管理和品牌建设能力为重点，大力实施增品种、提品质、创品牌的‘三品’战略”；商务部等 10 部委联合发布的《国内贸易流通“十三五”规划》指出要“推动中国产品向中国品牌转变，促进品牌国际化，提升产品附加值和软实力。利用互联网技术加强品牌推广，提升品牌知名度、美誉度，增加品牌附加值”以及“顺应个性化、多样化的消费需求，改善消费环境，挖掘农村消费潜力，着力扩大居民消费。保障基本消费，满足中高端消费，以扩大服务消费为重点带动消费结构升级”。

上述政策明确指出我国本土品牌轻工业要加强品牌建设、拓展农村消费市场等。积极鼓励的产业政策和发展规划，为我国个人卫生用品行业及优秀的本土品牌企业提供了相对良好的市场发展环境和政策支持。

（2）女性消费者群体基数庞大，为女性个人卫生用品的巨大市场空间奠定基础

根据国家统计局及 Wind 统计，2016 年全球女性人口为 36.88 亿人，其中我国女性人口为 6.75 亿人，占全球女性人口的 18.30%，排名第一。在我国女性人口中，卫生巾和护垫使用适龄女性（15-49 岁）人口数量为 3.77 亿，为我国一次性女性卫生用品市场容量提供巨大支撑。

（3）女性教育水平及社会地位提升，有利于女性卫生用品消费市场的升级

教育水平是增强个人健康观念的重要因素。现阶段，我国女性教育水平已有了显著提升。根据中国统计年鉴统计，2016 年我国大专学历及以上的女性占当年 6 岁以上女性人口的 12.50%，该比例较 1999 年提高了 3 倍，较 2012 年提高了 2.44%，说明我国正有更多女性在接受更好的教育；根据国家统计局统计，2016 年高等教育在校生中女研究生占全部研究生的比重达 50.6%，比 2010 年提高 2.8%；2016 年普通本专科女生的比重达 52.5%，比 2010 年提高 1.7%；成人本专科女生的比重达 57.8%，比 2010 年提高 4.6%，说明我国接受高等教育的女性数量已全面提高。

与此同时，妇女就业规模继续扩大。据国家统计局统计，2016 年全国女性就业人员占全社会就业人员的比重为 43.1%，其中城镇单位女性就业人员为 6,518 万人，较 2010 年增加 34.1%，增长较快。妇女就业规模的扩大，说明我国女性

的社会地位和消费能力都在逐渐提升。

我国女性教育水平的提升、社会地位和消费能力的提升，加强了我国女性的健康意识，使“健康护理”理念得以在女性消费者群体中深耕，从而有利于女性卫生用品向健康护理专业化方向发展，推动女性卫生用品的消费升级。

（4）零售业大力发展，销售渠道全面升级

经过多年的发展，我国零售业市场建立起成熟的体系，零售行业持续快速增长。根据国家统计局统计，2017 年我国社会消费品零售总额为 36.63 万亿元，同比增长 10.21%。其中，城镇消费品零售额为 31.43 万亿元，同比增长 9.96%；乡村消费品零售额为 5.20 万亿元，同比增长 11.76%。

一方面，零售产业的大力发展提高了我国各个地区的消费质量及消费观念。在一、二线城市及沿海发达地区，沃尔玛、家乐福等国际大卖场为我国零售业带来了先进的经营模式、管理理念，为我国零售业消费者带来了新的消费生活体验；在广大的农村市场，传统的百货商场、杂货店等零售体系的建立及渗入保障了农村消费者的需求。另一方面，电商等新兴渠道的加速崛起拓展了个人卫生用品的输出渠道，为消费者提供了更为丰富的消费方式，其大数据平台也为零售业发展带来了全新的管理模式及物流支持。

2、不利因素

（1）监管体制及行业标准有待完善

个人卫生用品与国民健康息息相关，但是目前，我国个人卫生用品行业法律法规有待完善，行业标准有待提高，标准制定落后于行业发展速度。

（2）行业信息化管理水平相对滞后

实现信息化管理对于个人卫生用品企业整合资源提高效率、管理供应链和销售终端、迅速了解市场需求等方面起到至关重要的作用。但是，相对于国际知名个人卫生用品厂商，我国个人卫生用品厂商起步较晚，生产经营的信息化水平相对滞后。

（十）行业的周期性、区域性及季节性特征

1、行业的周期性特征

个人卫生用品属于日常用品，其中卫生巾和护垫用品属于女性日常用必需品，市场需求呈现刚性，无明显周期性。

2、行业的区域性特征

在个人卫生用品行业中，卫生巾和护垫细分市场无明显区域性，但由于一、二线城市及沿海发达地区居民收入较高、健康意识较强，其对产品品质的要求较高、使用频次较高；在三、四线城市及农村乡镇等地区，居民收入水平相对较低，健康意识较弱，对产品品质要求、使用频次等有待进一步提升，造成卫生巾和护垫消费存在一定的区域差异。

3、行业的季节性特征

在个人卫生用品行业中，卫生巾和护垫细分市场需求弹性较小，无明显季节性波动。但卫生巾和护垫销量会随着品牌供应商和终端销售渠道各种市场促销活动的开展而呈现一定波动，如“双十一”、“三八妇女节”等大型节日市场促销活动。

（十一）上、下游行业对本行业的影响

在个人卫生用品行业中，如卫生巾和护垫细分市场的上游主要为 PE 打孔膜、无纺布、高分子等材料制造行业，最终上游行业为以生产加工聚乙烯和聚丙烯为主的石油化工行业。由于打孔膜、无纺布和高分子材料等系石油化工中的下游应用产品，相对而言，价格波动相对较小。卫生巾和护垫细分市场的直接下游为现代商超渠道、经销商渠道和电子商务渠道等，而最终购买者和使用者则主要为女性消费者。无论是上游原材料供应、还是下游渠道，均为充分竞争市场。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人的行业地位

公司是国内领先的个人健康护理用品企业之一，专注于个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，致力于为消费者创造“优质、美丽、健康”的个人健康护理消费体验，成为消费者的“个人健康护理伙伴”。公司自成立以来，始终贯彻轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，坚持以消费者为核心，以引领和升级消费者个人健康观念、改善消费者个人护理习惯、满足消费者不断丰富的健康护理需求为目标，专注打造中国个人健康护理领域的优质民族品牌。

经过多年发展，公司已成为卫生巾和护垫国内细分市场第一梯队企业，公司品牌已晋升行业一线品牌。根据尼尔森统计，2016 年及 2017 年公司在卫生巾和护垫行业国内细分市场份额排名第三，其中护垫在国内细分市场份额排名第一。

公司在细分市场和消费者群体当中具有较高的品牌知名度。公司持有的ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”、Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”，公司推出的“ABC”、“Free”及“EC”系列中多项产品被认定为广东省名牌产品。公司作为国家高新技术企业，已通过 ISO 9001:2015 管理体系认证，并获得了“广东省省级企业技术中心”、“AAA 标准化良好行为企业”等多项荣誉，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心被认定为广东省省级工程技术研究中心。

（二）发行人的主要竞争对手

1、国内本土企业

（1）恒安国际集团有限公司

恒安国际集团有限公司（以下简称“恒安国际”）是香港联合交易所上市公司，股票代码 1044.HK，总部位于福建省晋江市，成立于 1985 年，主要从事卫生巾、纸尿裤、生活用纸等产品的研发、生产和销售。其卫生巾产品的主要品牌为“七度空间”、“安尔乐”、“安乐”，湿巾产品的主要品牌为“心相印”。

（2）桂林洁伶

桂林洁伶总部位于广西壮族自治区桂林市，成立于 1993 年，主要从事一次性女性卫生用品、一次性婴幼儿卫生用品的研发、生产和销售。其卫生巾产品的主要品牌为“洁伶”、“淘淘氧棉”。

2、外资企业

（1）宝洁（中国）有限公司

宝洁（中国）有限公司的母公司总部位于美国俄亥俄州辛辛那提市，成立于 1837 年，主要从事洗发、护发、护肤用品、化妆品、婴儿护理产品、妇女卫生用品、医药、食品、饮料、织物、家居护理及个人清洁用品等产品的研发、生产和销售。其卫生巾产品在中国的主要品牌为“护舒宝”、“朵朵”，湿巾产品的主要品牌为“帮宝适”。

（2）尤妮佳生活用品（中国）有限公司

尤妮佳生活用品（中国）有限公司的母公司总部位于日本东京市，成立于 1961 年，主要从事婴儿纸尿裤、卫生巾、成人用卫生用品、清洁护理用品、湿纸巾、立体口罩、宠物护理用品等产品的研发、生产和销售。其卫生巾产品在中

国的主要品牌为“苏菲”，湿巾产品的主要品牌为“妈咪宝贝”。

（3）金佰利（中国）有限公司

金佰利（中国）有限公司的母公司总部位于美国德克萨斯州欧文市，成立于1872年，主要从事个人卫生用品、家庭生活用纸和商用消费产品等产品的研发、生产和销售。其卫生巾产品在中国的主要品牌为“高洁丝”、“舒而美”，湿巾产品的主要品牌为“好奇”。

（4）花王（中国）投资有限公司

花王（中国）投资有限公司的母公司总部位于日本东京市，成立于1940年，主要从事美容护理用品、健康护理用品、衣物洗涤及家居清洁用品和工业化学用品等产品的研发、生产和销售。其卫生巾产品在中国的主要品牌为“乐而雅”。

（三）发行人的竞争优势

1、品牌优势

（1）打造中高端民族品牌，培养国民健康意识

经过改革开放后近四十年发展，我国个人卫生用品的行业趋于成熟。我国本土民族品牌如恒安国际的“七度空间”，景兴健护的“ABC”、“Free”品牌，在国内个人卫生用品中的卫生巾和护垫细分市场确立了较强的市场地位。公司“ABC”、“Free”品牌基于对本土消费者心理的深入理解和精准把握，通过清晰的品牌定位和明晰的品牌形象，在多年的竞争中脱颖而出，塑造了值得信赖的产品质量及良好的品牌形象。

与其他本土品牌厂商不同，景兴健护成立之初即秉承轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，在中高端个人卫生用品市场独树一帜。景兴健护坚持研发、推广高品质的个人卫生用品，一方面，打造中高端卫生巾和护垫品牌，使女性消费者对本土民族品牌拥有充分信任感；另一方面，培养了女性消费者的个人健康意识，管理了女性消费者的健康护理习惯，满足了女性消费者丰富且个性化的健康护理需求。随着消费者对个人卫生用品持续的消费升级，公司所打造的本土民族品牌将为消费者持续创造“优质、美丽、健康”的个人健康护理消费体验。

（2）在行业内具有较高的品牌影响力

公司ABC品牌投入市场较早，经过多年的经营打造，已成为我国女性卫生

用品行业具有较高品牌影响力的本土民族品牌之一。ABC 品牌发展早期凭借旗下 KMS 健康配方型产品迅速推向市场，而后陆续推出茶树精华配方卫生巾、裤型卫生巾、新肌感系列卫生巾等创新产品，持续升级优化产品材料、产品配方、产品工艺，逐渐赢得了稳定、忠实的消费者群体。同时，公司倡导优质的个人健康护理理念，在全国一、二线城市的女性卫生用品市场拥有较高的市场份额，成为了我国女性卫生用品的领先品牌之一。目前，公司 ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”。

Free 品牌亦秉承了公司始终坚持的“优质、美丽、健康”个人健康护理理念，其旗下产品不论在产品设计、产品材料或产品工艺方面均按照不低于 ABC 品牌产品标准打造，并通过年轻时尚的包装形象使品牌定位至处于消费升级中心的少女群体。虽然 Free 品牌进入市场较晚，但投入市场后便获得了年轻女性消费者的认可。目前，Free 品牌借助强力的宣传推广，在年轻女性中已具有一定影响力，并在消费者群体中建立了较高的客户忠诚度。公司 Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”。

2、销售渠道优势

（1）公司拥有全国性销售渠道

在多年业务发展中，公司与各地经销商、销售终端建立了长期、良好的商业关系，公司自身也在此过程中积累了丰富的销售管理经验，完善了自身的销售管理体系，确立了公司在全国范围的营销基础及品牌地位。目前，公司分支机构和办事处遍布全国，在全国各主要地区均建立了销售渠道，形成相对完善的全国性营销网络。

（2）公司拥有线上线下全渠道、多层次零售体系

公司销售终端构成了从杂货店、小卖部等传统渠道，到大卖场、大型连锁超市等现代商超渠道，到新型便利店，再到电商平台的网络销售新兴渠道的多层次零售业态。对于线下现代商超渠道及传统渠道，公司采用 KA 直销与传统经销相结合的模式：一方面，通过与沃尔玛、家乐福、大润发等国际、国内知名大型连锁超市等 KA 直销客户直接合作，公司可在全国主要一、二线城市推动、深化公司品牌形象；另一方面，利用传统经销商当地渠道资源，公司可在加强现代商超渠道建设的同时，将渠道下沉铺设、占据公司 KA 直销客户外的其他 KA 客户及

商超渠道难以覆盖的传统消费市场和新型便利店等，进一步挖掘深层市场需求。对于电商渠道，公司除直接向国内大型知名电商京东平台销售货物开展合作外，也拓展第三方电子商务服务企业，充分利用其专业的电子商务销售经验，进一步拓展公司产品的输出端口。

3、研发优势

公司作为国内较早在卫生巾中添加特殊功能性配方的企业之一，也作为国内较早将易拉铝膜包装应用于卫生产品的企业之一，具有相对较强的创新和研发优势。2014 年，公司被认定为广东省省级企业技术中心；同年，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心被认定为省级工程技术研究中心。公司研发优势具体体现如下：

（1）公司拥有连接上、下游的研发体系

公司研发中心以市场需求为导向、以现有流程工艺为基础进行研究开发，研发体系连接上下游。一方面，公司从下游终端消费者需求出发，持续追踪最新市场动向、挖掘深层市场需求；另一方面，公司保持与委托加工厂商的交流协作，不断改进产品技术，提高产品质量。此外，公司与多家研究机构及专家交流咨询，以寻找、开发更为健康、更为环保的材料技术。

（2）持续开发具有市场竞争力的创新产品

公司研发实力最终体现于产品的市场竞争力。近年来，公司开发了众多受到市场认可的产品，如 ABC 裤型卫生巾“无忧裤”系列、ABC 新肌感卫生巾和护垫系列、Free 裤型卫生巾“小裤丫”系列、Free 纯棉卫生巾和护垫系列等。与此同时，公司不断对原有产品进行有效的升级优化。在材料方面，公司以加速导渗、干爽透气、柔软为方向应用开发了蓝芯 2、蓝芯 3、“AB”智能打孔无纺布等优质材料，使公司产品更为舒适、健康；在包装方面，公司针对产品定位人群最新的审美偏好将各品牌包装全面升级，让消费者的消费体验更加愉悦。公司的新产品宣传推广及产品升级主要由自有研发成果转化而来，其在市场中的优良表现不仅保障了公司的市场领先地位，也充分彰显了公司较高的研发水平。

（3）高效、专业的研发团队

一方面，公司拥有资深、稳定、专业的研发团队，并建立了有效的人员激励机制。公司研发团队核心骨干成员均拥有丰富的行业经验，且多数已在公司服务

多年。另一方面，公司建立了多部门共同协作机制。在公司内部，市场部、销售部、生产部、风控中心等多部门协同配合研发中心工作，为公司研发工作的进行提供了大力支持。在该机制下，公司基于市场需求的研发方向将更加准确，针对市场变动的调整将更加灵敏，研发计划的进行和研发成果的转化将更加有效，研发成果的产权维护将更有保障。

4、产品品质和质量控制优势

公司高度重视产品品质，视产品质量为公司的生命。针对行业生产现状和特点，公司建立了一套有效的产品质量控制机制，以实现对产品质量控制的全面掌控和快速反应。

对于自主生产产品的品质控制，公司建立了从人员培训、生产环境评测、来料入库检查到现场监察抽查、入库抽查、定期抽查等成熟、完善的管理体系，确保自主生产产品质量符合国家标准。

对于委托加工产品的品质控制，公司建立了多维度的质量监督管理体系，包括但不限于建立委托加工厂商开发及考核制度、通过委派品控人员现场入驻直接对委托加工厂商生产过程进行监督、委托加工产品完工入库前进行质量检测、不定期获取第三方检测报告等，加强对委托加工产品的质量控制。

在与委托加工厂商多年合作过程中，公司基于严格的考核体系、完善的质量监督检验体系和诚实守信的商业原则，与主要委托加工厂商均建立了稳定的合作关系。公司对于委托加工产品的质量控制机制亦系公司与委托加工厂商多年合作而累积沉淀出来的经验成果，该质量控制机制，是公司委托加工产品质量的重要保障。

5、企业文化及管理团队优势

公司秉承“尊重人才、诚信经营、主导变革、追求卓越、绿色环保、共同繁荣”的核心价值观，凝聚了一支致力于打造个人健康护理领域的优质民族品牌、富有现代化管理经验、具有强大进取心及高度企业荣誉感的管理团队，并不断培养、激发、吸纳优秀人才。

公司创始人和核心管理层均拥有将近二十年的个人卫生用品行业从业经验，对我国消费者尤其是女性消费者的消费心理把握精准，能够在第一时间对消费者产品需求、消费偏好做出反应，迅速调整公司策略应对，以准确把握市场机会。

与此相应，公司管理层对企业管理具有深刻理解，并以此建立了完善的企业管理体系。该体系除了能够使公司员工快速、精确地执行管理层下达的决策外，其有效的沟通机制还可以协助管理层完善决策制定、监督决策执行、反馈执行结果，促进公司内部运营高效循环。在管理层的推动下，公司建立了与管理体系配套的人才引进、培养、激励、晋升制度，在拓展市场的同时保证人才的储备与支持，使公司持续、健康成长。

（四）发行人的竞争劣势

1、三、四线城市及农村乡镇地区的销售渠道有待拓展

公司主要从事个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，主要品牌定位为优质的中高端个人卫生用品。目前，相对于我国三、四线城市及农村乡镇地区，我国一、二线城市及沿海发达地区对于中高端个人卫生用品的接受程度较高、市场需求较大，因此，公司在一、二线城市及沿海发达地区的营销网络建设较为完善。但是，随着我国经济的不断增长、个人健康意识的不断增强，我国三、四线城市及农村乡镇地区对于中高端个人卫生用品的接受程度将进一步提高，市场需求将进一步增大，而公司在三、四线城市及农村乡镇的营销网络尚有待进一步拓展。

2、信息化管理系统有待完善

随着科学技术的不断进步、经营管理理念的不断升级，企业管理信息化已成为行业发展趋势。通过多年的投入，公司信息系统持续更新换代、流程信息化水平持续提高，目前已具备较好的内部信息化管理水准。但是，受限于上下游信息化环境，公司外部信息化管理存在进一步升级和完善的空间。

四、公司主营业务的具体情况

（一）主要产品及其用途

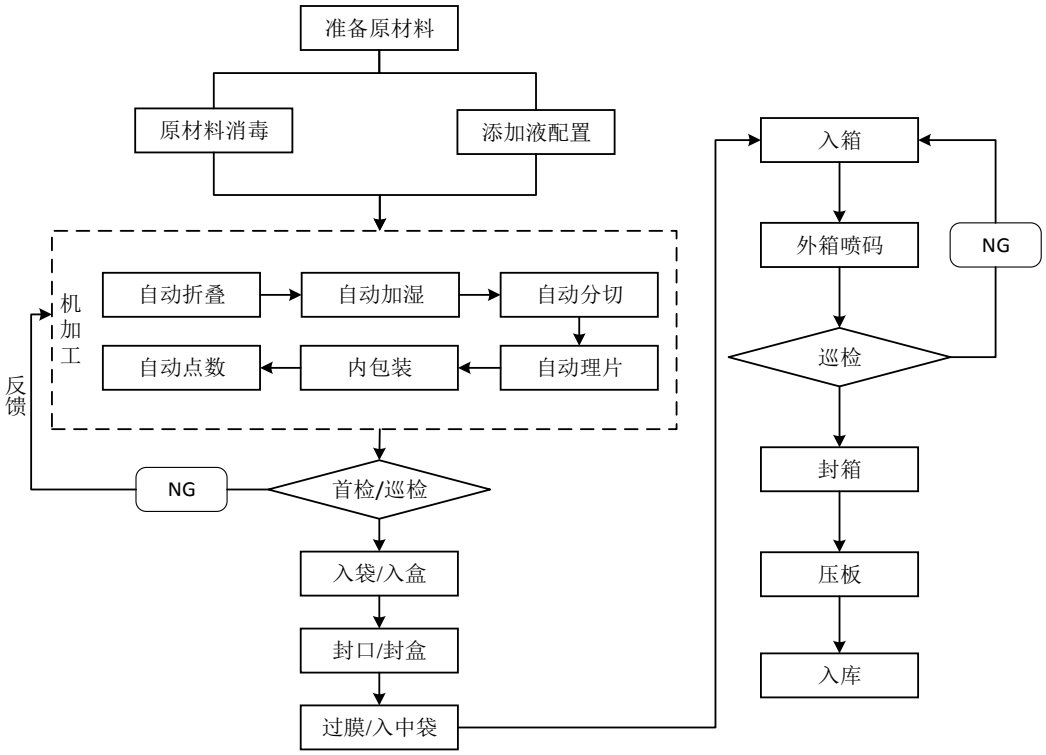
公司主要品牌包括 ABC、Free、EC、ABC’s BB，其中 ABC、Free 为卫生巾和护垫，湿巾及护理液产品品牌，EC 和 ABC’s BB 主要为湿巾产品品牌。公司产品具体情况详见本节“一、主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）主要产品”。

（二）主要产品工艺流程图

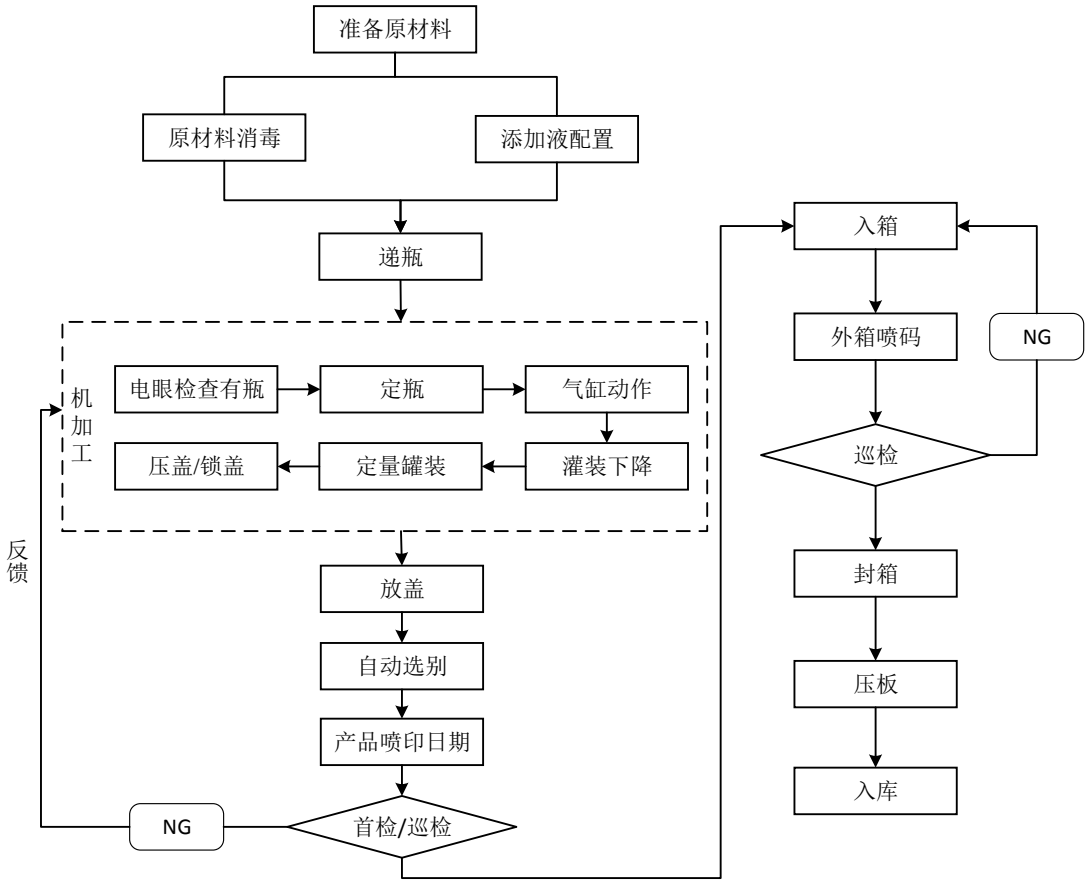
公司主要产品包括卫生巾和护垫、湿巾及护理液。其中，公司的卫生巾和护

垫主要由公司提供配方液和包装袋，并通过委托加工的形式进行生产；公司湿巾产品主要为自主生产，少量为委托加工；公司护理液产品均为自主生产。

1、湿巾生产流程图



2、护理液生产流程图



（三）公司经营模式

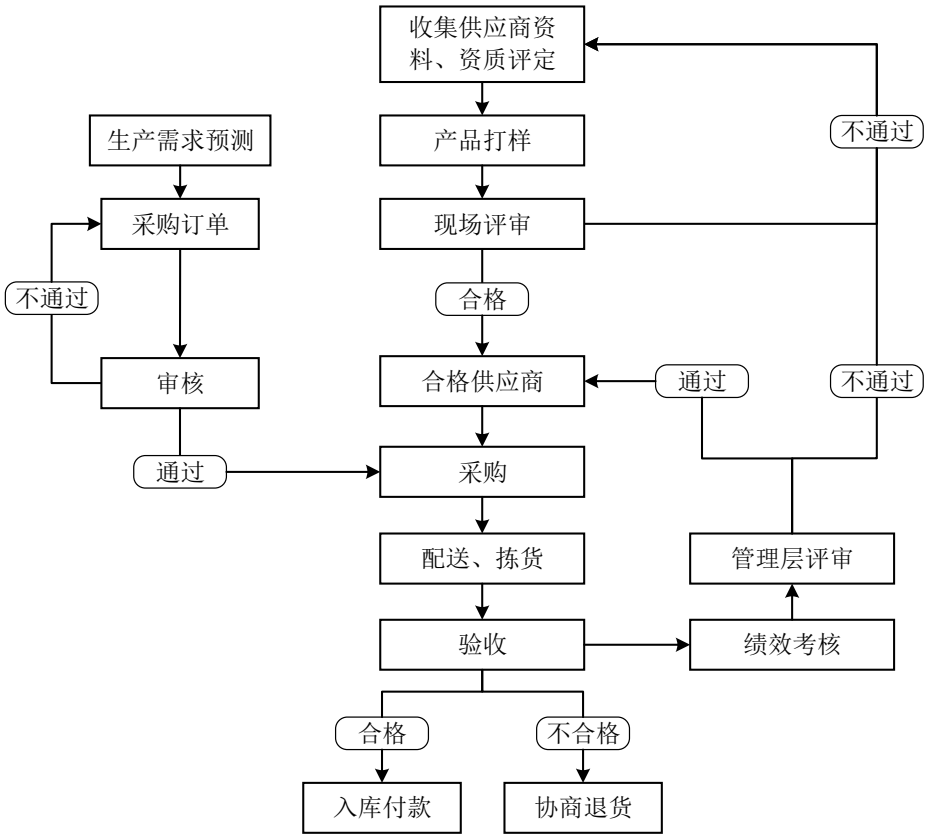
1、采购模式

按照物料用途，公司采购物料可划分为成品物料、原材料以及促销推广物料，各类物料由供应链管理部依照公司生产计划按需定采。为确保各项采购物料的安全性、规范性，公司制定了贯穿整个采购链条、划分多品类的全方位、精细化管控制度。流程上，公司制定了管控生产需求预算的《生产需求预测管理制度》，管控采购流程的《采购管理制度》、《采购合同签订流程》、《成品及生产物料采购流程》等制度，以及管控产品入库的《拣货流程》、《委外入库流程》等制度，落实从采购端严格把控材料、委外产品质量的管理要求；品类上，公司采用从原材料、成品、促销推广品，到样品、重大服务、零星采购的多品类精细化采购管理制度，做到清晰采购脉络、透视物资管理。

供应链管理部需要在合格供应商范围内采购，并对已合作供应商实行严格的考核机制。依照公司制定的《供应商开发管理流程》，供应链管理部需要严格执行供应商筛选程序，从收集供应商资料，到供应商资质评定，再到产品打样，最终经由现场评审筛选出合格供应商。对于筛选合格并已进行合作的供应商，供应

链管理部将按月从质量、交期、服务全方位量化、监控供应商绩效，并输出考核结果、进入淘汰机制。

公司采购流程重点环节列示如下：



2、生产模式

自公司成立以来，一直专注于前端研发设计及后端渠道品牌建设的投入，卫生巾和护垫主要委托第三方厂商如啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生等厂商生产，湿巾及护理液则主要采用自主生产的模式。

（1）委托加工模式

①发行人委托加工的业务模式、是否涉及关键工序或关键技术

公司卫生巾和护垫产品以及部分湿巾产品采用委托加工模式进行生产。在委托加工模式下，公司首先与委托加工厂商制定产品质量标准，在满足国家标准的基础上，公司产品多项测试指标均高于国家标准。确立标准后，由公司与委托加工厂商协商确定上游原材料供应商，再由委托加工厂商进行独立采购，部分卫生巾和护垫产品的配方液及辅助材料包装袋由公司向委托加工厂商提供。委托加工厂商根据公司的需求组织安排委托加工产品的生产，生产完成后，公司向委托加

工厂商直接采购成品。为确保产品质量，公司对主要委托加工厂商均设置了常驻外派岗位，主要负责生产监督、产品质检、以及与各生产厂商的沟通合作，不断改善生产工艺。

经过多年发展，我国个人健康护理用品产业中处于产业链中端的制造环节已形成技术成熟、产能充沛的局面。卫生巾和护垫、湿巾产品生产所涉及生产工序相对常规，在公司所采用的委托加工模式下，公司将委托加工产品的所有生产工序均进行外包，充分利用委托加工厂商的专业性和规模效应，而公司则将资源和精力集中在产品研发、品牌打造和渠道建设等方面，充分利用产业链的专业分工实现优势互补。

②报告期内发行人委外加工数量与自产数量、自有产能的对比情况

报告期内，发行人主要委托加工产品的委托加工数量与自产数量、自有产能的对比情况如下：

产品类别	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
卫生巾和护垫	委托加工生产数量（万片）	222,114.66	409,645.75	328,542.13	259,831.86
	自产数量（万片）	-	-	-	-
	自有产能（万片）	-	-	-	-
湿巾	委托加工生产数量（万片）	1,616.63	6,467.12	3,599.44	3,575.36
	自产数量（万片）	10,761.26	26,283.07	23,769.51	28,473.89
	自有产能（万片）	16,699.18	33,297.80	32,996.16	32,996.16

注：公司卫生巾和护垫产品均以委托加工形式生产，因此不存在自有产能和自产数量。

③发行人委外加工的必要性

发行人委托加工的产品包括卫生巾和护垫，及部分湿巾产品。公司对主要产品卫生巾和护垫采用委托加工形式的必要性主要是基于：

A、我国消费品领域的产业化分工导致多种经营模式的业态并存

从区域产业发展情况来看，我国长三角和珠三角地区自改革开放以来，一直属于国内民族品牌的消费品的产业聚集区，各类消费品的加工制造发达、产业链上下游专业分工配套完善，其中如服装、鞋类、家居用品以及个人健康护理用品等有完备和专业的产业链分工配套。基于此，各企业既可选择“品牌+研发+生产+渠道”综合模式运营，亦可专注于部分环节如高附加值的“品牌+研发+渠道”

模式运营，或仅专注为品牌厂商提供 OEM 或 ODM 等加工制造服务，从而形成了目前我国消费品领域中的多种经营业态并存的格局。

上述多种经营模式并存的格局，从产业发展的演变和历程来看，是产业链专业分工的必经阶段；从企业微观经营来看，选择何种经营业态，系各企业根据区域产业链发展现状、自身资源禀赋、比较优势等综合因素在企业设立及发展过程中逐渐形成的，而非某种经营业态一定优于其他经营业态。

鉴于上述情况，就我国个人健康护理用品行业而言，我国珠三角和长三角区域内均已形成了综合实力较强的品牌厂商，以此为基础亦带动产生了一批加工制造能力较强、规模较大、质量控制较强的委托加工厂商。其中，在长三角区域，如杭州可悦卫生用品有限公司为金佰利、维达国际代工生产部分卫生巾产品，康那香企业（上海）有限公司为宝洁、花王代工生产部分卫生巾产品，杭州豪悦实业有限公司为部分品牌厂商代工生产裤型卫生巾；在珠三角区域，如啟盛卫生、啟丰卫生为发行人生产卫生巾和护垫产品，川田卫生为发行人、千金药业生产卫生巾和护垫产品等。

我国消费品领域的产业化分工，客观上为发行人采用委托加工的生产模式提供了产业基础环境。

B、终端消费者对消费品的选择更多关注品牌

在消费品领域，尤其是快速消费品，终端消费者在选择产品时，更多是关注产品的品牌，亦即品牌所承载的相关形象、产品质量和本质安全等，而较少关注产品的生产厂商。

C、国际知名品牌商在发展过程中亦逐渐将部分运营环节如生产委外

对标国际上一些大型知名品牌商的业务发展模式，即它们将主要资源聚焦在附加值较高的产业链上游的设计研发和下游的品牌运营及销售渠道管理，而将附加值相对较低且固定投入相对较大的产品生产环节委托给专业优秀的外协生产厂商。

D、实际控制人具有国际化经营视野

发行人实际控制人之一兼董事长和总经理邓景衡系中国香港籍人，其具有在外资消费品企业工作的经历，具有国际化经营视野，并在公司成立之初就确立了轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念。

因此，综合考虑区域产业链专业化分工导致多种经营业态并存的格局，消费者对产品的选择更多关注品牌，以及对标国际知名消费品牌商的发展模式和结合实际控制人的经营理念，公司对主要产品采取委外加工具有合理性及必要性。

④发行人不存在对外协厂商的严重依赖

2015 年至 2018 年 1-6 月，发行人向啟盛卫生和啟丰卫生委托加工的采购金额占公司各年采购总额的比例分别为 75.08%、76.57%、71.49%和 65.73%，采购集中度相对较高。

发行人自设立以来，由于所经营的主要区域珠三角、长三角地区的个人消费品的产业化分工趋势明显，以及消费者对于快速消费品的选择更加关注品牌，鉴于此，发行人结合自身的资源禀赋、比较优势等，采用轻资产，重研发、市场和品牌的经营方式，自设立起便与啟盛卫生开展合作，并自 2013 年啟丰卫生成立后与其开始合作。啟盛卫生和啟丰卫生自公司设立以来均系公司主要委托加工厂商，双方合作具备较长历史渊源且保持稳定的合作模式，形成了互利互惠的战略合作关系，未来合作亦具备可持续性。啟盛卫生和啟丰卫生实际控制人关启明家族系国内较早开始组织生产女性卫生用品的企业家之一，具备较深厚的行业经验积淀。啟盛卫生和啟丰卫生成立以来，凭借其生产专业性和生产规模，在行业内具备较高的专业性和知名度，除受托加工外，旗下还拥有区域性自主品牌“小妮”和“U 适”的卫生巾和护垫产品。

近年来，随着公司所经营品牌知名度的日渐提高和经营规模的日渐扩大，品牌厂商的成功经营带动区域内上下游供应链企业的发展，公司对啟盛卫生和啟丰卫生的采购规模亦进一步加大，公司亦成为啟盛卫生和啟丰卫生的主要客户，双方相互依存。同时，公司作为品牌方，在合作中具备一定的谈判优势。因此，双方在合作过程中以公司为中心，保持了良好的合作关系，形成了区域内特定细分产业以品牌厂商为中心的发展模式。公司与啟盛卫生和啟丰卫生长期保持良好的合作关系是基于啟盛卫生和啟丰卫生对产品质量的严格把控、对生产经营的管理控制、专业性和生产规模均符合公司现阶段需求，且双方经营地区均处佛山市，双方合作具备地缘优势，在日常业务沟通和产品交货物流方面较为便利。

目前，我国华南、华中和华东等地区快速消费品产业分工趋势明显，有一定数量的可供选择的专业个人卫生用品生产厂商，行业竞争相对充分，行业产能总

体充沛，生产进入壁垒相对较低。除啟盛卫生、啟丰卫生外，川田卫生、杭州可悦卫生用品有限公司、康那香企业（上海）有限公司、杭州豪悦实业有限公司亦将 OEM 合作作为重要业务，具备较强的受托生产加工能力，公司具备充分的选择空间。2016 年以来，公司亦积极主动地通过对新产品的研发和推广开拓新的合格委托加工厂商，以进一步扩大公司产品委托加工产能空间，积极降低对委托加工厂商的集中度，分散经营风险。报告期内，公司通过新系列产品“Free 纯棉系列”和“ABC 新肌感系列”，经严格考察后与川田卫生逐渐建立了稳固的合作关系，2016 年至 2018 年 1-6 月，公司向川田卫生委托加工的采购金额占公司各期采购总额的比例分别为 1.57%、8.14%和 15.19%，增长较快，进一步降低了公司对啟盛卫生和啟丰卫生的采购集中度。

综上，公司通过自身的经营理念和经营实践，已成为了自主独立运营、在市场上具有较大影响力的个人健康护理用品企业。鉴于快速消费品的产业化分工趋势，消费者对快速消费品的选择更多关注品牌，以及公司与啟盛卫生和啟丰卫生的合作渊源、合作背景、合作历史、地缘合作便利等符合公司经营理念和行业经营逻辑，公司不存在对委托加工厂商啟盛卫生和啟丰卫生的严重依赖。

⑤发行人对外协业务的质量控制措施

针对公司现有生产特点，公司建立了一套对委托加工产品有效的产品质量控制机制，以实现对委托加工产品质量控制的及时掌控和快速反应。经过多年的积累和沉淀，公司通过合同约束、完善的质量监督检验体系和诚实守信的商业原则，与主要委托加工厂商建立了稳定的互补式合作发展战略关系。公司对委托加工厂商的多层次质量控制措施主要体现在以下方面：

A、公司通过制定较为严格的委托加工厂商开发和筛选标准，如《供应商开发管理流程》，并制定了与货物交付、品质管控等相关的考核制度，从源头和体系上对委外加工进行控制；对合作中的委托加工厂商，公司定期对委托加工厂商从现场生产管理、技术服务、物料管控、出厂成品管控、检验情况、不合格产品等维度进行评估和考核，以保障供应过程中持续的产品质量安全；

B、为保证委外加工产品品质和产品形象的一致性，公司向委托加工厂商提供产品生产工艺说明、部分产品所需的配方液，以及卫生巾和护垫包装袋；

C、公司在与委外加工厂商签订的合同中，对产品质量标准、工艺流程、质

量检测、废次品的处理、运输过程中的质量问题、产品质量提升情况下的材料变更、仓储及存储条件、缺陷和事故的处理方法等均进行了明确和严格的约定，并严格按合同约定条款对委外加工产品的质量进行监督检验；

D、公司向主要委托加工厂商长期派驻了品控人员，按照公司制定的标准化监督管理规程监督委托加工厂商来料、生产过程及成品出货质量等，协同委托加工厂商严控生产作业流程、工艺标准，监督、稽核委托加工厂商产品生产的质量控制，及时有效地保证产品质量；

E、公司要求委托加工厂商根据原材料验收标准对原材料进行检验，检验合格后方可使用。对于关键材料首批使用前，要求上游原材料厂家必须送专业第三方检测机构进行相关指标的检测，检测合格后方可使用，并将相应检测报告给公司备案，充分保证原材料采购的质量；

F、公司要求委托加工厂商产品出库前对产品进行自检，公司收到委托加工厂商交送的货物后亦会组织产品入库质量检验；

G、公司与委托加工厂商就产品维护事宜作出约定，如消费者投诉时，委托加工厂商应配合处理并相应核实产品质量、承担相应责任，同时对于产品出现重大问题时进行召回处理，委托加工厂商承担相应责任进行约定。

目前，公司主要委托加工生产厂商啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生均具有丰富的卫生巾和护垫生产管理经验，且已与公司合作多年，产品质量控制措施执行到位，未出现过重大的产品质量事故或投诉。

因此，公司拥有较为严格且相对完善、成熟的委托加工产品质量控制制度并严格履行，主要委托加工厂商与公司合作中产品质量控制措施执行到位，有力地保障了公司委托加工产品的质量及稳定性。

（2）自主生产模式

公司大部分湿巾及全部护理液产品采用自主生产模式。在自主生产模式下，公司以自有厂房、设备、人员、技术，严格依照生产工艺流程进行生产。生产过程中，公司会对产品进行在线抽检、入仓抽检，并由品控专员进行巡检监督，以确保产品质量。

公司自主生产的流程为：①由供应链计划员根据销售情况及库存制定成品需求订单，并递交至生产计划主管；②由生产计划主管编制月度生产计划提交审核，

月度计划通过审核后编排配套采购计划；③根据月度生产计划编制周生产计划，最终落实至日生产计划；④根据生产计划、生产工艺流程生产、入库；⑤生产人员、质检人员分别于生产及入库环节对产品进行检验，品控人员于生产过程中巡检监督。

3、销售模式

公司产品销售以内销为主，主要采用经销商渠道、KA 直销渠道和电子商务渠道等进行销售，其中以经销商渠道为主，公司建立了覆盖全国的营销网络。

（1）经销商渠道

公司与经销商合作的模式为：根据公司与经销商签订的经销协议约定，产品的灭失、毁损的风险自甲方（发行人）完成交付之时起转移给乙方（经销商），除因质量问题或其他甲方（发行人）认可的原因外，乙方（经销商）接收的产品不得退货，因此发行人系以卖断销售方式向经销商销售产品，由经销商在约定的区域和渠道内将产品拓展至销售终端，再由销售终端向消费者进行销售。公司以销售部牵头，在各地设立了多家办事处，协助经销商在当地开拓市场，传达和指导执行公司总部制定的活动计划，并提供与产品相关的专业技术服务支持。

公司利用经销商渠道进行市场开拓，有助于公司有效利用经销商区域资源进行渠道建设，挖掘各地市场需求，抢占市场份额。报告期内，公司经销模式销售收入占公司主营业务收入比例均在 70.00%以上，同时，公司通过各地经销商已成功布局永辉、物美、华润万家、百佳等知名商超，也覆盖了 7-11、全家等连锁便利店，以及传统杂货店等市场，形成全国范围内多方位、多层次的营销网络。

自设立以来，公司通过多年的经销商培育，同时也通过考核机制对经销商进行筛选，逐渐形成了一批队伍稳定、高度认同公司经营理念和文化、能有效配合公司开展销售和品牌推广工作的经销商队伍。

①经销商开发的区域选择

公司每年根据现有营销网络的覆盖情况和销售情况，确定翌年开发目标区域或目标终端渠道，并制定相应销售计划，以进一步铺设渠道和挖掘市场。公司谋求全国性业务布局，在选择市场覆盖区域时，优先选择经济发展水平较高的沿海地区；在纵深拓展内地市场时，则优先选择直辖市、省会城市和重点地级市，以逐步建立架构合理、覆盖有效的渠道网络。公司选择开拓区域时的重点考虑因素

包括当地经济发展水平、人口密集程度、居民消费水平、零售业发达程度、竞争品牌发展程度等。公司对各区域或各系统的经销商分布安排界限明确，各经销商间基本不存在经销区域和渠道重合的情形。

目前，公司在全国主要一、二线城市均已发展了销售能力较强的经销商，同时在发展相对较慢的二线城市和对其他三、四线城市进行重点拓展。公司目前的经销商市场区域分布情况与公司市场开发成熟度、销售收入区域分布一致。

②经销商开发的选择条件

公司对经销商实行严格的管控制度，并设置了相应的准入条件。公司在选择经销商时主要的考虑因素包括：A、要求经销商具备合法合规的经营主体资格、良好的商业信誉、固定的经营场所、充足的仓储空间、专业勤奋的管理和销售团队等基本条件；B、要求经销商具备丰富的快消品经销经验、完善的渠道资源、充分的资金实力和潜在的市场开拓能力等开展业务所必需的基本素质；C、符合公司的经营理念，愿意同公司共同发展，并保持长期的战略合作伙伴关系。

报告期内，公司秉持谋求实现双方共赢的理念，根据上述选择条件与经销商进行双向选择，不断完善和优化公司经销商队伍，取得良好成效。

③经销商的合作年限分布

报告期各期末，与公司合作关系存续的经销商合作年限分布情况如下表所示：

单位：家

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
1 年以下（含 1 年）	63	24.14%	56	25.69%	88	48.09%	23	21.30%
1-2 年（不含 1 年，含 2 年）	92	35.25%	76	34.86%	18	9.84%	25	23.15%
2-3 年（不含 2 年，含 3 年）	27	10.34%	17	7.80%	21	11.48%	13	12.04%
3 年以上（不含 3 年）	79	30.27%	69	31.65%	56	30.60%	47	43.52%
合计	**261**	**100.00%**	**218**	**100.00%**	**183**	**100.00%**	**108**	**100.00%**

从上表可见，报告期内各期公司新增较多合作 1 年以下（含 1 年）的经销商，主要原因系公司近年来在各区域采取渠道下沉的市场策略，开拓了较多经销商覆盖原空白区域，以及替代和优化原有经销渠道所致。

2016 年度，公司合作 1 年以下（含 1 年）经销商家数为 88 家，1-2 年（不含 1 年，含 2 年）家数为 18 家；至 2017 年，公司合作 1-2 年（不含 1 年，含 2 年）经销商家数为 76 家，说明公司新增经销商在后期均能与公司保持相对稳定的合作关系。报告期各期末，公司经销商合作期限在 3 年以上的经销商家数分别为 47 家、56 家、69 家和 79 家，保持增长趋势；家数占比分别为 43.52%、30.60%、31.65%和 30.27%，占比相对稳定。随着公司业务的不断发展，不断培育优秀且合作稳定的经销商，为公司业绩稳步发展提供了重要保障。

④经销商的收入规模分布情况

报告期各期，公司对各经销商的收入规模家数分布情况如下：

单位：家

项目	2018 年 1-6 月*		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
100 万以下（不含 100 万）	67	25.19%	61	24.80%	62	31.00%	24	19.35%
100 万-500 万（含 100 万，不含 500 万）	135	50.75%	125	50.81%	92	46.00%	57	45.97%
500 万以上（含 500 万）	64	24.06%	60	24.39%	46	23.00%	43	34.68%
合计*	**266**	**100.00%**	**246**	**100.00%**	**200**	**100.00%**	**124**	**100.00%**

注：（1）2018 年 1-6 月因只有半年数据，故按前述金额标准之半数统计。

（2）本表合计数与各期末公司合作经销商家数略有差异，主要是因为本表因需统计收入发生情况，合计数统计口径为当期与公司发生过交易的经销商，含部分当期曾向公司采购、但期末已结束合作的经销商，故本表合计数较各期末公司合作经销商家数大。

报告期内，公司对经销商销售收入规模为 100 万元-500 万元（含 100 万，不含 500 万）的经销商数量较多，占比分别为 45.97%、46.00%、50.81%和 50.75%，保持相对稳定；500 万以上（含 500 万）规模的经销商数量占比分别为 34.68%、23.00%、24.39%和 24.06%。总体而言，公司对经销商收入规模在 100 万元以上的经销商数量各期占比较高，说明公司经销商总体销售实力相对较强。

报告期内各期，公司对各经销商的收入规模金额分布情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月*		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
100 万以下（不含 100 万）	1,740.68	2.64%	3,205.82	2.66%	2,215.14	2.33%	378.33	0.42%
100 万-500 万（含 100 万，不含 500 万）	15,479.16	23.48%	29,974.68	24.88%	22,983.87	24.12%	16,689.23	18.56%
500 万以上（含 500 万）	48,705.94	73.88%	87,297.09	72.46%	70,074.52	73.55%	72,848.95	81.02%
合计	**65,925.79**	**100.00%**	**120,477.60**	**100.00%**	**95,273.52**	**100.00%**	**89,916.51**	**100.00%**

注：2018 年 1-6 月因只有半年数据，故按前述金额标准之半数统计。

从公司对各经销商的收入规模家数分布和金额分布可见，公司销售规模为 500 万以上（含 500 万）以上经销商家数较少，但其对公司经销商整体收入贡献较高，报告期内各期均在 70%以上且保持相对稳定。该等经销商作为公司核心经销商，为公司业绩持续增长提供了重要支撑。

⑤发行人对经销商的折扣政策和返利政策及相应会计处理

为促进公司经销商销售产品的收入，确保经销商盈利空间，报告期内，公司对经销商的折扣政策、返利政策和对应的会计处理为：

1）折扣政策

A、具体政策

为建立与经销商的利益共享机制，同时在一定程度上缓解经销商的资金压力，由经销商申请并经公司相关责任人员审批通过，公司在根据市场行情、经销商采购规模等多种维度综合分析后，会对经销商制定当期直接订单折扣预算，经销商可在预算范围内向公司下达订单时直接使用折扣，并以折扣后金额向公司购买货物。公司给予经销商的直接订单折扣比例区间一般为 0-30%。

B、会计处理方式

公司向经销商所提供折扣政策系在产品出厂价格基础上直接进行折扣出货，具体会计处理方式以商业折扣形式处理，并以折扣后金额作为公司的确认收入：

借：应收账款（扣除商业折扣后金额）

贷：主营业务收入（扣除商业折扣后金额）

借：主营业务成本

贷：存货

2）返利政策

A、具体政策

a、销售达标返利：为促进公司产品销售，公司与各经销商约定了年度销售目标，经公司与各经销商双方确认后执行。在目标协议执行期内，公司按季度和年度考核经销商的销售目标达成情况，并对达成目标的经销商给予季度达标返利或年度达标返利。公司对经销商销售达标返利一般为 2%-4%。

b、预收货款返利：公司对部分先款后货的经销商提供预收货款返利，以奖励其良好的回款效率。公司对经销商预收货款返利一般为客户当月采购金额的 1%-3%。

c、营销支持返利：为支持经销商执行公司所制定的市场特价活动，或为其在执行公司产品市场和渠道开拓计划，如经销商向商场门店支付入场费、陈列费、店庆费等费用时提供支持，公司为经销商提供营销支持返利。该等返利一般由公司制定活动计划、经销商执行活动后向公司申请、经公司审批通过后，给予其返利。

B、会计处理方式

对于上述返利政策，公司于经销商达成既定条件，如销售目标达标、向公司采购货物（预收货款返利），或按照营销活动计划执行完相应营销活动时，公司以应向经销商进行返利的金额预提客户返利并冲减收入。报告期内，公司对主要经销商上述各项返利的返利形式均系在下次经销商向公司采购货物时由公司将该等返利作为折扣对经销商进行折扣出货，仅对少数经销商根据公司与其约定，经其申请并经公司相关责任人员批准通过后，公司以银行转账方式向其支付返利，或抵减已销售产品形成的应收款项。具体会计处理方式如下：

a、经销商达成既定条件，如销售目标达标、向公司采购货物（预收货款返利），或按照营销活动计划执行完相应营销活动时，公司以应向经销商进行返利的金额预提客户返利，并冲减收入：

借：主营业务收入（返利金额）

贷：其他流动负债（返利金额）

b、若该等返利是在下次经销商向公司采购货物时由公司将该等返利作为折扣对经销商进行折扣出货，则会计处理方式为：

借：应收账款（扣减返利后销售金额）

贷：主营业务收入（扣减返利后销售金额）

借：主营业务成本

贷：存货

同时冲回原预提客户返利：

借：其他流动负债（返利金额）

贷：主营业务收入（返利金额）

若该等返利是由公司以银行转账形式支付给经销商，或抵减经销商原销售已形成货款，则冲回原预提客户返利的会计处理方式为：

借：其他流动负债 （返利金额）

贷：银行存款 或 应收账款（返利金额）

⑥发行人对经销商的各期折扣、返利金额和比例

报告期内，公司对经销商的各期折扣、返利金额和比例如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经销商折扣和返利促销金额	32,687.86	59,160.08	43,991.11	33,535.11
折扣和返利占比*	33.15%	32.93%	31.59%	27.16%

注：折扣和返利占比的计算公式为：经销商折扣和返利促销金额 /（经销商折扣和返利促销金额 +公司对经销商收入）。

近年来，为进一步完善和优化销售渠道，公司不断加大经销商渠道下沉力度，争夺二、三线城市渠道市场份额，同时亦为应对激烈的市场竞争，进一步巩固现有市场占有份额，公司给予经销商的折扣和返利金额及占比逐年有所提升。

⑦发行人与经销商合作模式及其协议主要条款

公司遵循与经销商实现共赢的合作理念。公司通过与经销商签署经销协议来保护公司和经销商的利益，并激励经销商积极开拓市场。公司在全国范围内通过各销售区域经销商将产品销往终端客户。公司对经销商的合作方式均为卖断式销售，根据合同约定将产品交付给经销商并取得签收确认的单据后，商品所有权相关的风险和报酬转移至经销商。公司与经销商前述的经销协议关于上述合作模式的主要约定具体如下（甲方为公司，乙方为经销商）：

“1、经销规则

（1）销售区域规则：乙方应在销售区域内销售产品，非经甲方书面许可不得跨区销售至子分销商、批发客户和零售客户，也不得将产品放置于销售区域外设立的分支机构或分销仓库内，否则视为冲货。

（2）销售价格规则

①甲方书面告知价格或建议零售价格；

②甲方有权根据市场的需要，调整甲方对乙方的产品供应价，乙方的产品批发价及零售价，所有的调整甲方将会以书面形式提前通知乙方。

③乙方未经甲方书面许可不得以低于甲方规定的价格（另行通知）销售甲方的产品。否则，甲方有权按照甲方的冲货管理制度要求乙方支付违约金等相关处罚。

④乙方必须按照前述销售区域和销售价格的规则来管理由其供货的子分销商及批发市场客户。如子分销商或批发市场客户违反规则，则乙方应当立即停止对其供货。如在乙方销售区域内屡次发生上述违规行为，则视为乙方违反本协议有关销售区域、销售价格的规定。

2、产品交付和风险转移

（1）产品的交货地点为本协议中乙方指定的交货地点或双方书面同意变更的其他指定地点。

（2）在指定交货地点从送货工具上卸下产品的有关费用应全部由乙方承担。

（3）乙方接收产品后，乙方的指定签收人员应在收货凭证上签字、注明日期，并加盖专用收货章确认。乙方在收货时应当对产品进行验收，对生产日期、数量、表面质量等有异议的产品应当在收货凭证上予以注明，并在收货之日起一日内致电甲方要求派人员处理（调整、调换），否则视为接受。

（4）乙方应当承担产品交付后、在乙方仓库中储存产品时一直到产品从仓库到客户所在地运输途中（包括装货和卸货）有关产品的风险和因产品损坏而产生的所有费用，包括但不限于将产品从商店里运回时所产生的费用。

（5）产品的灭失、毁损的风险自甲方完成交付之时起转移给乙方。乙方应为产品投保火险、损害险、盗窃险和其他商业风险并承担所有相关费用。若发生投保范围内的事故，乙方有义务向有关保险公司索赔和采取行动。无论乙方是否获得足够的保险赔偿，其应始终有义务根据约定向甲方支付货款。

（6）通常情况下，乙方接收产品后不得退货。若因甲方证实的产品生产质量问题或其他甲方认可的原因而发生乙方向甲方退货之情形，则甲方可给予乙方换货、或将退货部分的数量加进乙方下一个订货单。乙方不得自行减少或冲抵乙方应支付的换货部分的款项。

（7）产品包装物，甲方不予回收。但是，乙方不得将甲方产品包装用于其他产品或作有损于甲方形象或声誉的其他用途。

3、付款和对账

根据双方签订的相关结算协议进行结算。”

⑧发行人与经销商之间的结算模式

公司与经销商之间的具体结算模式包括先款后货和赊销模式。其中，公司对大部分经销商采取先款后货的结算方式，经销商向公司提交订单后，公司在组织发货前通知经销商付款，公司收到经销商货款后立即发货。公司仅对少数商业资信实力较强的经销商给予“月结+信用额度”的信用政策，或在特定节假日的市场促销活动等情况下针对少数经销商因临时资金周转给予一定额度和一定期限的收款承诺。

⑨发行人与经销商之间的退换货条款、各期实际退换货情况及主要原因

发行人原则上不接受经销商退换货，发行人在经销协议中与经销商约定的退换货条款如下：“通常情况下，乙方接收产品后不得退货。若因甲方证实的产品生产质量问题或其他甲方认可的原因而发生乙方向甲方退货之情形，则甲方可给予乙方换货、或将退货部分的数量加进乙方下一个订货单。乙方不得自行减少或冲抵乙方应支付的换货部分的款项。”

报告期内，公司经销商退货金额及比例均较低，具体如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经销商退货金额	83.20	308.41	245.94	186.74
经销商渠道收入	65,925.79	120,477.60	95,273.52	89,916.51
经销商退货金额占比	0.13%	0.26%	0.26%	0.21%

注：报告期内，公司无换货情况。

报告期内，公司经销商退货金额各年占比分别为 0.21%、0.26%、0.26%和0.13%，退货金额和占比均较小，产品退货风险较小。经销商退货主要原因系由

于公司产品出现残损等情形，经公司检验后接受其退货所致；或在极个别情况下，公司为维护产品品牌形象，以及出于保护市场价格体系、防止退出客户在市场抛货而影响产品市场价格的考虑，若退出经销商向公司提出申请，且经公司内部决策通过后，可由新的经销商接收其退货或向公司退货。

⑩报告期内与发行人持续存在业务往来的经销商数量及销售收入

报告期内与公司持续存在业务往来经销商数量共为 87 家，占 2018 年 6 月末公司合作经销商数量的 32.71%，其销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
与发行人持续存在业务往来的经销商销售收入	35,621.32	76,373.85	76,552.42	73,819.45
经销收入	65,925.79	120,477.60	95,273.52	89,916.51
占比	54.03%	63.39%	80.35%	82.10%

报告期内，与发行人持续存在业务往来的经销商销售收入总体保持稳定，但其占比逐步减少，主要系报告期内公司加大销售渠道下沉力度，新开发经销商以及该等经销商稳定后所带来的收入所致。

⑪经销商客户的库存情况及其合理性

保荐机构实地走访经销商时，现场取得了部分经销商的库存明细、销售清单、采购和销售原始资料，并对其仓库和存货情况进行现场查看和抽盘；同时，还向各主要经销商发送函证，函证其与公司合作期间各期期末库存明细。针对通过上述方式获取的库存明细，保荐机构结合经销商的库存周转情况，与发行人销售情况进行对比，以验证经销商销售的真实性和库存情况的合理性。

经统计测算，保荐机构获取的经销商库存明细情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
核查经销商数量（家数）	177	120	99	64
公司对核查经销商销售收入	59,320.09	98,025.38	78,284.61	68,322.04
公司经销渠道收入	65,925.79	120,477.60	95,273.52	89,916.51
核查经销商销售收入占公司经销渠道收入比例	89.98%	81.36%	82.17%	75.98%
核查经销商库存金额	17,785.08	16,066.27	12,380.82	9,164.31

核查经销商库存金额占公司对该等核查经销商销售收入比例*	12.81%	14.01%	13.52%	11.46%
核查经销商库存周转月数*	1.54	1.68	1.62	1.38

注：（1）因 2018 年 1-6 月只有半年，因此将 2018 年 1-6 月核查经销商库存金额占公司对该等核查经销商销售收入结果除以 2；

（2）核查经销商库存周转月数=12 个月*核查经销商库存金额占公司对该等核查经销商销售收入比例。

从上表可见，保荐机构核查经销商库存比例，即公司对核查经销商销售收入占公司经销渠道收入比例分别为 75.98%、82.17%、81.36%和 89.98%，核查比例较高。经测算，核查经销商库存周转月数分别为 1.38 个月、1.62 个月、1.68 个月和 1.54 个月，该等结果基本与保荐机构实地走访过程中所了解经销商存货周转一般为 30-50 天相符合。

因此，发行人经销商的库存余额和库存周转情况均处于合理范围，与经销商经营情况和行业特征相符，经销商最终销售真实，整体上不存在经销商库存积压的情况。

（2）KA 直销渠道

截至报告期末，公司的 KA 直销渠道包括沃尔玛、家乐福、大润发、屈臣氏、麦德龙、万宁。上述商超由公司直接对其区域中心或大仓进行销售，再由其自身区域中心或大仓自主对辖下各门店进行配送，由门店对终端消费者进行直接销售。根据发行人与上述 KA 直销客户签署的合同约定，公司将商品运送至 KA 直销客户指定地点，由对方验收收货后产品的风险及报酬视为转移，公司获取收取货款的权利，公司每月与客户对账后开具发票收款，同时，双方约定了 KA 客户基于公司产品的质量、权利瑕疵以及滞销等情形的无条件退货权利，但不影响双方之间已验收交付产品的结算。公司对 KA 直销客户的销售本质上仍属于卖断销售。上述 KA 直销客户由于具有影响力较大、资信实力较强的特点，公司设有专门 KA 团队负责日常管理、沟通和维护与上述 KA 直销客户之间的关系。

（3）电子商务渠道

为了迎合国内年轻消费者消费理念的转变，报告期内，公司拓展了电子商务渠道进行公司产品的线上销售。公司电子商务渠道客户主要包括京东自营平台以及第三方专业电子商务服务公司，其中对京东自营平台的销售，根据相关合同约

定产品所有权自甲方（京东自营）验收入库后转移甲方，产品在交付甲方验收入库前的一切费用及风险责任由乙方（发行人）承担，同时对于残次品、滞销品等，乙方（发行人）接受甲方（京东自营）任何原因的退货；对于第三方专业电子商务服务公司，根据相关的协议约定，产品的灭失、毁损的风险自甲方（发行人）完成交付之时起转移给乙方（第三方专业电子商务服务公司）。除因质量问题或其他甲方（发行人）认可的原因外，乙方（第三方专业电子商务服务公司）接收的产品不得退货。因此，公司采用的电子商务渠道销售，均系公司将产品卖断销售给第三方专业电子商务服务公司或网络自营平台，由其自主进行线上渠道的销售。公司采用上述销售模式，可有效降低公司自身对公司自营线上销售所需人力、仓储分拣、物流配送的投入，同时在管理上可借鉴公司对传统经销商的管理方式，提高公司运营效率。

①公司电商收入的交易渠道、推广方式、主要交易内容、交易金额、结算方式、地区分布、电商推广费用及会计核算等

报告期内，公司电子商务渠道的销售包括卖断销售给网络自营平台后，由其自主进行线上销售；或卖断销售给第三方专业电子商务服务公司后，由其自主通过在天猫、京东等电商平台设立的旗舰店等店铺向消费者进行销售。上述交易方式下相关产品的风险和报酬自公司货物交付给网络自营平台或第三方专业电子商务服务公司时由其自行承担，公司不直接运营电商平台。

报告期内，公司电子商务渠道销售收入分别为 10,076.32 万元、11,798.44 万元、19,312.02 万元及 10,715.71 万元，总体呈较快增长趋势，各电子商务渠道客户主要分布在我国北京、长三角和珠三角等电子商务发展较为发达的地区。公司在电子商务渠道模式下仅给予了京东相关信用政策，对其他电子商务渠道客户均为先款后货。公司电子商务渠道的交易内容涵盖公司全品类产品。

报告期内，除公司直接通过京东平台的京准通进行营销推广外，其他电商平台的推广均由第三方专业电子商务服务公司通过电商平台内设的营销工具或参与电商平台发起的营销活动进行业务推广，如天猫直通车、聚划算等。公司在京东“京准通”的推广费用发生时直接计入销售费用；其他电商平台的推广费用由第三方专业电子商务服务公司承担，对于公司促销活动计划内符合公司返利政策的推广费用，第三方专业电子商务服务公司在执行后向公司申请营销支持返利，

公司在其发生费用并满足返利条件时预提客户返利计入其他流动负债，同时冲减销售收入。

②电商渠道中自营销售平台、网络经销商的网店名称、网址、合作平台、销售额等信息

报告期内，公司电子商务渠道客户经营的网店名称、网址、合作平台如下：

运营主体	合作平台	店铺名称	店铺网址
北京京东世纪贸易有限公司	京东	ABC 京东自营官方旗舰店	https://mall.jd.com/index-1000002371.html
	京东	Free 京东自营旗舰店	https://mall.jd.com/index-1000080642.html
杭州创化电子商务有限公司	贝贝网	ABC 品牌特卖	d.beibei.com/ABC---3293-hot-1.html
	京东	Free 旗舰店	https://freemm.jd.com/
	京东	ABC 旗舰店	https://mall.jd.com/index-752468.html
	聚美优品	ABC 聚美官方旗舰店	http://abc.jumei.com/?site=gz
	聚美优品	Free 聚美官方旗舰店	http://free.jumei.com/?&site=bj
	唯品会	ABC 特卖旗舰店	https://mst.vip.com/uploadfiles/exclusive_subject/te/v1/saVy3Er7pj5z5iOIzISnDQ.php?wapid=mst_2807783&_src=mst&page_msg=VIP_NH-all-all&mst_cdi=1&mst_page_type=guide&extra_type=3&client=pc
	唯品会	Free 特卖旗舰店	https://mst.vip.com/uploadfiles/exclusive_subject/te/v1/JuMKQZiozp2kGX167lxdxQ.php?wapid=mst_6125680&_src=mst&page_msg=VIP_NH-all-all&mst_cdi=1&mst_page_type=guide&extra_type=3&client=pc
广州若羽臣科技股份有限公司	天猫	Free 旗舰店	https://freejj.tmall.com/
广州淘通科技股份有限公司	天猫	ABC 官方旗舰店	https://abc.tmall.com/
杭州慕乐品牌管理有限公司	天猫	ABC 慕乐专卖店	已关店
广州那些麦儿网络科技有限公司	一号店	ABC's BB 纸尿裤旗舰店	已关店
广州那些麦儿网络	一号店	ABC 纸尿裤旗舰店	已关店

运营主体	合作平台	店铺名称	店铺网址
科技有限公司			
广州那些麦儿网络科技有限公司	一号店	Free 纸尿裤旗舰店	已关店
上海三安实业有限公司	天猫	ABC 骋帆专卖店	https://abcchengfan.tmall.com/
	天猫	三安家居专营店	https://sananjj.tmall.com/
	京东	三安个护专营店	https://mall.jd.com/index-32585.html
	天猫	天猫超市	https://chaoshi.tmall.com/
佛山市当若电子商务有限公司	卷皮	ABC 旗舰店	http://shop.juanpi.com/deal/75492358
	淘宝	ABC 官方自营店	https://dasanfan.taobao.com/
	折 800	ABC 护理居家日用特卖店	https://store1244532.zhe800.com/?utm_content=p_detail_seller
	当当	ABC 官方旗舰店	http://shop.dangdang.com/17530
	阿里巴巴	ABC 官方旗舰店	https://abclove.1688.com
	美囤妈妈	ABC 官方旗舰店	http://item.meitun.com/itemDetail/0-0-03121104730101.htm?topicId=0
	淘宝	Free 品牌自营店	https://shop36214444.taobao.com
	拼多多	ABC 旗舰店	http://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=77566
	贝贝网	ABC 官方旗舰店	http://www.beibei.com/detail/600045926-5086335.html#sid=818
	拼多多	Free 旗舰店	http://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=189918
南京润至仁电子商务有限公司	孩子王	ABC 旗舰店	https://w.cekid.com/pop/pop.html?popid=10833&cmd=kwh5pop&appcode=HZW_MALL&chansource=fx_guid_IOSD49A081C1DB046B89417F073A3951765
	苏宁易购	ABC 自营官方旗舰店	https://shop.suning.com/30000978/index.html

公司对主要电子商务渠道客户的销售额详见本招股说明书之“四、公司主营业务的具体情况”之“（四）公司主要产品的销售情况”之“4、报告期内，不同销售模式下主要客户情况”中相关内容。

③发行人对网络经销商的管控情况

公司销售部设立了电商组对电子商务客户进行管控，负责其包括准入条件、资格审核、合同条款制定、考核评估，及日常订单的维护等事项。公司与各网络

经销商均签订了经销协议，明确各经销商经销规则、经销渠道、产品价格、销售目标等条款。此外，针对网络销售的特殊性，公司还制定了《电商店铺维护管理流程》和《电子商务服务质量监控流程》等制度文件，以确保电子商务客户通过网络销售公司产品的运营质量和服务质量等。一方面，公司销售部电商组人员会定期或不定期检查包括旗舰店、天猫超市、京东自营店等店铺前台的店铺首页设计、活动价格及链接等条目，查看是否存在需要调整的地方，或登录店铺后台查询销量情况，并形成检查结果反馈提交给京东自营平台或网络经销商，要求其在指定时间内做出相应的调整；另一方面，公司电商组人员还会定期和不定期浏览店铺评价并汇总负面评价交给京东自营平台和网络经销商，并提出改善目标，要求其进行整改，并每月将监控分析结果反馈给电商组负责人和销售部负责人。报告期内，公司上述对电子商务客户的管控措施得到了有效执行。

（4）外销渠道

除以上销售模式外，公司亦存在少量出口业务。对于出口业务，根据协议相关约定，甲方（发行人）对货物交付后的运输、销售等一切后续过程中可能存在非质量外的风险不承担任何法律责任。公司出口采用 FOB 方式成交，在 FOB 销售模式下，货物在装运港装船时，风险即由卖方转移至买方。因此发行人系以卖断销售方式向出口客户销售产品。

（5）不同销售模式下，公司与客户之间的结算方式、结算单据、收入确认时点和具体确认标志

销售模式	信用政策	结算单据				收入确认时点	收入确认标志
		订单	发货	对账	收款		
经销商渠道	通常为先款后货，对于被授予信用期的经销商在信用期内付款	订单	送货单（客户在清点核实生产日期、品种、规格、数量无误后在随车的送货单上签字、注明日期并加盖专用收货确认章）、验收单	对账单	银行回单、商业汇票	到货验收确认时	客户签收货物
KA 直销渠道	按照合同约定的账期回款，结算账期通常为月结 45 天、60 天	KA 客户订单	送货单、验收单	对账单	银行回单	到货验收确认时	客户签收货物

销售模式	信用政策	结算单据				收入确认时点	收入确认标志
		订单	发货	对账	收款		
电子商务渠道	第三方专业电子商务服务公司：通常为先款后货，对于被授予信用期的客户在信用期内付款	订单	送货单（客户在清点核实生产日期、品种、规格、数量无误后在随车的送货单上签字、注明日期并加盖专用收货确认章）	对账单	银行回单	到货验收确认时	客户签收货物
	京东：按照合同约定的账期回款，结算账期通常为60天	京东订单	送货单、验收单	对账单	银行回单	到货验收确认时	客户签收货物
外销模式	通常为先款后货，对于被授予信用期的经销商在信用期内付款	订单	送货单、报关单	对账单	银行回单	办妥出口报关手续	办妥出口报关手续

报告期内，公司对各渠道客户均主要采用银行转账的方式进行结算，仅针对少数经销商客户经其申请并经公司审批后接受其使用票据向公司进行结算。

（6）收入确认情况与相关合同约定风险和报酬转移条件或行业惯例是否相符

公司境内销售收入确认时点和依据为客户签收货物并取得客户在送货单上签章记录或取得客户的验收单，与公司经销协议、KA直销客户、电子商务客户签署协议中约定的产品所有权权属自公司完成交付之时起转移给客户，是一致的；公司出口销售确认收入依据为发出货物并取得报关单，同样亦符合公司与境外客户签署协议中约定的风险和报酬转移时点。

经查阅同行业可比上市公司和部分快速消费品行业上市公司披露的收入确认政策，公司收入确认政策与行业惯例也是相符的，具体如下：

公司名称	收入确认政策
同行业可比公司	
恒安国际（01044.HK）	已将货品交付顾客，有关应收款的收取因可合理确保，以及并无未履行的义务可能影响客户对产品的接收时确认
维达国际（03331.HK）	将产品交付客户，客户已接收该等产品，且可合理保证确保收回相关应收款项

公司名称	收入确认政策
千金药业（600479.SH）	在货物交付给购货方、购货方验收并在调拨单上签字或者出具收货凭据
快速消费品行业可比上市公司	
倍加洁（603059）	1、国内销售业务的收入确认： （1）通过 ODM 或者经销模式销售的产品，在公司已根据合同或订单的约定将产品交付给客户，并经客户签收后确认收入。 （2）通过代理模式销售的产品分为商超代销模式及商超买断模式，其中商超代销模式下，在产品由客户签收后且在收货当月末取得由客户提供的销货清单后确认收入；商超买断模式下，在产品由客户签收后确认收入。 （3）通过电商渠道销售的产品，公司根据订单将产品交付给客户，客户在电商平台的客户端中确认收货或者电商平台的交易系统已自动确认收货，并收到客户货款后确认收入。 （4）通过线下零售的产品采取货款即时清结的方式，在取得货款并将产品交付客户后确认收入。 2、国外销售业务的收入确认： 在商品发出时凭双方签订的购销合同和出口发票办理报关出口手续，在商品出口后凭报关信息确认销售收入。
珀莱雅（603605）	经销模式：公司根据合同约定将产品交付给购货方并经购货方验收后确认销售收入。 直销模式：公司将商品交付给消费者，消费者确认收货并支付货款后，确认销售收入。 代销：公司根据合同约定将产品交付给受托方，待受托方对外销售后开出代销清单时确认销售收入。

由上表可见，对于经销模式，公司的经销商渠道的收入确认政策与同行业可比上市公司和部分快速消费品行业上市公司一致，即以客户签收时点确认收入。

对于KA直销模式，公司KA直销客户收入确认政策总体上与恒安国际、维达国际一致，即以客户签收时确认收入；同时，公司KA直销模式与倍加洁的商超买断模式相似，倍加洁商超买断模式下，在产品由客户签收后确认收入，与公司收入确认时点一致。

公司电子商务渠道模式下对第三方专业电子商务服务公司类似于公司线上经销商，其收入确认与线下经销商一致；对于京东自营平台，则系由公司直供给京东自营平台后，由京东自营平台对消费者进行销售，公司以签收时点确认收入，该方式与珀莱雅采用买断式经销模式与聚美优品、京东合作下的收入确认时点一致。

对于出口销售模式，公司与倍加洁的收入确认政策一致，均是以完成报关出

口手续时确认收入。

因此，公司收入确认政策与相关合同约定风险和报酬转移条件，以及行业惯例相符，收入确认时点谨慎，符合《企业会计准则》的相关规定。

（7）公司与不同销售渠道下的客户在合同中均约定了退换货条款，具体如下：

销售模式	客户	退货条款
经销商渠道	经销商	通常情况下，乙方接收产品后不得退货。若因甲方证实的产品生产质量问题或其他甲方认可的原因而发生乙方向甲方退货之情形，则甲方可给与乙方换货、或将退货部分的数量加进乙方下一个订单。
电子商务渠道	第三方专业电子商务服务公司	
	京东	乙方接受甲方任何原因的退货。
KA 直销渠道	沃尔玛	公司可无条件地退还质量或权利存在瑕疵（包括 UPC/EAN 条码不合格）的任何商品。经过协商，公司也有权退还销售记录不令人满意的任何商品。
	家乐福	可接受全部退货。
	大润发	甲乙双方约定可退货。甲方将不定期地通过电子邮件、传真向乙方提出退货及换货要求。双方约定不能退货或换货的商品除外，乙方确认甲方享有无条件退换货的权利。
	屈臣氏	出现下列情况之一的，屈臣氏有权向供应商退货，且屈臣氏有权不再购进及/或不再售卖该种货品：（1）公司货品出现损坏；（2）货品保质期少于 3 个月有效期；（3）货品已过保质期；（4）滞销（本处滞销的定义：该货品的销售数量累计 8 周没有达到屈臣氏指定的销售数量水平，或者屈臣氏库存额/屈臣氏连续 13 周的平均周销售额对应的采购成本＞26）；（5）双方终止合作；（6）供应商计划下架的货品；（7）屈臣氏与供应商经协商决定下架的货品；（8）其他根据法律法规或本合同约定屈臣氏可退货的情形。屈臣氏在上述情况下有权单方面选择退货及/或终止订货单，而无需事前获得公司同意。
	麦德龙	如交付给公司的商品在任何方面与协议不符，在不影响公司任何其他合同或法定权利的情况下，公司可选择（i）在相关购买价款退还后退还瑕疵商品；或（ii）以在所有方面符合协议的商品更换瑕疵商品；或（iii）按照瑕疵比例获得价格折扣。公司在发出瑕疵通知时应具体说明理由，并且经公司要求，公司应在确认麦德龙的书面退货通知后 14 天内（易腐食物 3 天内）搬走上述商品，风险和费用由公司承担，且不得有不当延误，否则，麦德龙有权按其认为合理的方式处理商品。麦德龙将向公司出具“开具红字增值税专用发票通知单”，公司则须按上述通知单开具红字增值税专用发票给麦德龙并根据发票所列的实际退货值付款。

销售模式	客户	退货条款
	万宁	乙方接受甲方有权将货品无条件全部退还，包括但不限于存在质量问题的货品、包装破损货品、临近或超过保质期货品、下架货品、涉讼或投诉货品和销售不佳的货品等。
外销模式	OEM 客户	中国台湾客户：甲方对货物交付后的运输、销售等一切后续过程中可能存在非质量外的风险不承担任何法律责任。 蒙古客户：如果货物系列或尺寸有任何差异，或质量有任何缺陷，则甲方应在收到货物后十天内以书面形式通知乙方。否则，货物被视为合格。如果货物系列或尺寸有差异，或质量有缺陷，乙方应承担全部责任，乙方应更换合格产品给甲方。
	境外经销商	中国澳门客户：通常情况下，乙方接收产品后不得退货。若因甲方证实的产品生产质量问题或其他甲方认可的原因而发生乙方向甲方退货之情形，则甲方可给与乙方换货、或将退货部分的数量加进乙方下一个订单。

（8）报告期内发行人不同模式下退换货情况

报告期各期，公司不同销售模式下退货金额及占销售收入比例情况如下：

单位：万元

销售模式	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销商渠道	83.20	0.09%	308.41	0.18%	245.94	0.18%	186.74	0.15%
KA 直销渠道	744.67	0.79%	1,298.79	0.77%	1,303.79	0.97%	1,008.13	0.83%
电子商务渠道	-	-	2.46	0.00%	-	-	-	-
合计	**827.88**	**0.88%**	**1,609.67**	**0.95%**	**1,549.74**	**1.16%**	**1,194.87**	**0.99%**

注：报告期内，公司无换货情况。

报告期内，公司退货金额及占比总体均较小。其中，经销商退货主要系公司承担部分商品残损损失，以及对极少数退出经销商经公司审批后的退货；KA 直销客户退货主要是由于 KA 客户相对强势，合同约定了无条件退货权，其基于库存管理需求，对部分滞销商品或临期商品进行退货等。

对于不同销售模式下的退货，若退回的货物是整箱，且经检验后不存在货损以及临期货物，则继续用于销售；若退回货品散包，一般用于员工福利；若是存在货损或者临期货物，则进行报废处理。

（9）发行人定价模式和渠道管理模式

在产品销售定价方面，公司通过综合分析公司产品的市场规模、竞争对手定价、目标消费群以及同类产品的性价比等，结合产品成本及自身合理的利润水平

确定每个细分产品的原始出厂价格。公司对各渠道客户均采取统一定价策略，对各渠道客户具体出厂价格仅因其下游渠道结构不同而略有差异。对同一客户，公司与其确定对其产品原始出厂价格后，报告期内均基本未发生过变动。

在此基础上，公司产品最终销售的价格还受公司对各客户的折扣或返利政策的影响。公司根据市场状况及产品推广需要，在全国范围内或局部区域针对某些单品或产品组合制定折扣或返利方案，分别给予客户不同的折扣和返利，并以此作为最终的结算价格。公司客户中，由于大型KA直销客户具有极强的品牌效应和商品推广能力，其综合实力、议价能力较强，公司通常给予其较多的折扣和返利政策优惠；对经销商和电子商务客户，作为公司重要销售渠道，公司则主要通过返利形式给予其价格优惠。

在同一区域内，公司的经销商渠道、KA直销渠道和电子商务渠道的覆盖区域一般不重叠且为互补关系。公司经销商客户的销售区域和渠道包括大卖场、商超、便利店、杂货店等；KA直销渠道则是除经销商渠道覆盖以外的国际、国内知名大型连锁超市，直接面对线下终端消费者；电子商务渠道则是由电商自营平台或第三方专业电子商务服务公司通过线上直接面对消费者。因此，在同一区域内，公司通过经销、KA直销以及电子商务三种销售渠道在线上、线下多层次市场，满足终端消费者需求，三者互为补充，一般不存在覆盖区域或渠道重叠的情形。

（10）发行人与客户之间未完成销售任务或撤销时剩余产品的风险承担的具体约定

对于经销商和第三方专业电子商务服务公司，公司向该等客户销售的产品均采用卖断式销售，除非质量问题或其他公司认可的原因，无其他退货条款，因此，原则上对于该等客户未完成销售任务或撤销时其剩余的产品，其存货所有权仍归该等客户所有，相关的风险也由该等客户承担。

对于 KA 直销客户和京东，基于该等客户综合实力和渠道效应均较强，公司给予该等客户无条件退货权。

4、促销模式

（1）KA 直销模式下的折扣政策、返利政策及其具体实施方式，和对应收入确认或收入冲减的时点

对 KA 直销客户，公司的主要促销模式包括向其提供订单折扣或提供返利，其实施方式和对应收入确认或收入冲减的时点具体如下：

①直接订单折扣促销：经 KA 直销客户申请并经公司相关责任人员审批通过，公司在综合市场行情、KA 直销客户采购规模等多种维度分析后，会对 KA 直销客户制定当期直接订单折扣预算，KA 直销客户可在预算范围内向公司下达订单时直接使用折扣，并以折扣后金额向公司购买货物；公司给予 KA 直销客户的直接订单折扣比例区间一般为 0-30%。

公司向 KA 直销客户所提供折扣政策系在产品出厂价格基础上直接进行折扣出货，在账务上以商业折扣形式处理，并以折扣后金额作为公司的确认收入，收入确认时点为客户到货验收确认时。

②销售达标返利促销：为促进公司产品销售，公司与部分 KA 直销客户约定了年度销售目标，经公司与该等 KA 直销客户双方确认后执行。在目标协议执行期内，公司按年度考核该等 KA 直销客户的销售目标达成情况，并对达成目标的 KA 直销客户给予年度达标返利。

③营销支持返利促销：为支持 KA 直销客户执行公司所制定的如满减、满赠等市场特价促销活动，公司为 KA 直销客户提供营销支持返利。该等返利一般由公司制定计划、KA 直销客户执行后与公司对账，经公司确认后给予其返利。

对于上述销售达标返利促销和营销支持返利促销，公司在 KA 直销客户达成既定条件，如销售目标达标，或按照营销活动计划执行完相应营销活动时，公司以应向 KA 直销客户进行返利的金额冲减收入。

公司对 KA 直销客户进行上述返利的返利形式一般为在下次 KA 直销客户向公司采购货物时由公司将该等返利作为折扣对 KA 直销客户进行折扣出货，或抵减已销售产品形成的应收款项。

报告期内，公司不存在对 KA 直销客户的销售折让。

（2）经销模式和电子商务模式下的折扣政策、返利政策及其具体实施方式，和对应收入确认或收入冲减的时点

对经销商和电子商务客户，公司的主要促销模式包括向其提供订单折扣或提供返利，其实施方式和对应收入确认或收入冲减的时点具体如下：

①直接订单折扣促销：为建立与经销商和电子商务客户的利益共享机制，同

时在一定程度上缓解经销商和电子商务客户的资金压力，由经销商和电子商务客户申请并经公司相关责任人员审批通过，公司在根据市场行情、经销商和电子商务客户采购规模等多种维度综合分析后，会对其制定当期直接订单折扣预算，经销商和电子商务客户可在预算范围内向公司下达订单时直接使用折扣，并以折扣后金额向公司购买货物；公司给予经销商和电子商务客户的直接订单折扣比例区间一般为 0-30%。

公司向经销商和电子商务客户所提供折扣政策系在产品出厂价格基础上直接进行折扣出货，在账务上以商业折扣形式处理，并以折扣后金额作为公司的确认收入，收入确认时点为客户到货验收确认时。

②销售达标返利促销：为促进公司产品销售，公司与各经销商和电子商务客户约定了年度销售目标，经公司与各经销商和电子商务客户双方确认后执行。在目标协议执行期内，公司按季度和年度考核经销商和电子商务客户的销售目标达成情况，并对达成目标的经销商和电子商务客户给予季度达标返利或年度达标返利。公司对经销商和电子商务客户的销售达标返利一般为 2%-4%。

③预收货款返利促销：公司对部分先款后货的经销商和电子商务客户提供预收货款返利，以奖励其良好的回款效率。公司对经销商和电子商务客户预收货款返利一般为客户当月采购金额的 1%-3%。

④营销支持返利促销：为支持经销商和电子商务客户执行公司所制定的市场特价活动，或为其在执行公司产品市场和渠道开拓计划如经销商向商场门店支付入场费、陈列费、店庆费等费用时提供支持，公司为经销商和电子商务客户提供营销支持返利。该等返利一般由公司制定活动计划、经销商和电子商务客户执行活动后向公司申请、经公司审批通过后，给予其返利。

对于上述返利政策，公司在经销商和电子商务客户达成既定条件，如销售目标达标、向公司采购货物（预收货款返利），或按照营销活动计划执行完相应营销活动时，公司以应向经销商和电子商务客户进行返利的金额预提客户返利并冲减收入。报告期内，公司对主要经销商和电子商务客户上述各项返利的返利形式均系在下次经销商和电子商务客户向公司采购货物时由公司将该等返利作为折扣对经销商和电子商务客户进行折扣出货，仅对少数经销商和电子商务客户根据公司与其约定，经其申请并经公司相关责任人员批准通过后，公司以银行转账方

式向其支付返利，或抵减已销售产品形成的应收款项。

报告期内，公司不存在对经销商客户的销售折让或实物返利，仅对少数经销商（主要为北京朝批商贸股份有限公司及其下属公司、上海浦星贸易有限公司和北京一商美洁商业有限公司天津分公司），根据公司与其约定，经其申请并经公司相关责任人员批准通过后，公司以银行转账方式向其支付返利。报告期内，公司以银行转账形式向上述经销商支付返利的金额分别为 2,724.93 万元、3,834.40 万元、1,758.13 万元和 1,782.56 万元，占当期经销商营业收入和订单折扣、返利总额的比例分别为 2.21%、2.75%、0.98%和 1.81%，占比较低。

（3）其他促销模式

除上述促销方式外，公司执行的其他促销方式还包括：

①根据公司与 KA 直销客户的约定，公司需向所进驻的 KA 直销客户门店支付入场费、陈列费、海报费、店庆或节庆费等促销费用。公司将上述费用计入销售费用下的“促销推广费”。

②公司为重要门店的陈列提供相应的辅助材料、挂板、标贴等，同时也为部分产品的销售向消费者提供试用装产品、搭配赠送物品。该等费用均计入公司销售费用下的“促销推广费”。

③由于公司所处快速消费品行业中普遍存在对导购、理货、促销等市场促销服务的需求，2016 年 2 月前，公司通过劳务派遣形式解决上述需求，并将该等费用计入销售费用之职工薪酬；2016 年 2 月后，公司直接向提供市场促销服务的人力资源公司采购导购、理货、促销等市场促销服务，相应地将该等费用计入销售费用之市场促销服务费。

5、物流配送模式

（1）发行人产品的配送模式、运费承担方式

对于境内客户，公司产品的配送模式均为陆路运输，运费均由公司承担。公司拥有自有车队，对于广东省内客户，公司产品由自有车队和第三方专业物流公司共同进行配送；对于广东省外客户，公司主要通过第三方专业物流公司向客户进行配送。

发行人出口客户包括汉方生医科技股份有限公司、蒙古可丽悦贸易有限公司和新汇兴贸易有限公司，其经营地分别为中国台湾地区、蒙古和中国澳门地区。

公司对上述客户的交割方式均为 FOB（Free On Board），具体配送模式和运费承担方式如下：

序号	境外客户	配送模式	运费承担方式
1	汉方生医科技股份有限公司	水路和陆路相配合	公司承担境内运输费用、报关费和过关后海路运输费用
2	蒙古可丽悦贸易有限公司	水路和陆路相配合	公司承担在天津报关前的水路和陆路运输费用和报关费
3	新汇兴贸易有限公司	陆路	公司承担所有运费和报关费

（2）主要物流方名称、提供服务金额、合作期限等信息

报告期内，公司前五大物流供应商的名称、提供服务金额和合作期限如下：

①2018 年 1-6 月发行人前五大物流供应商的名称、提供服务的金额和合作期限

单位：万元

序号	物流方	金额	占第三方物流运输费比例	合作期限
1	广州市大羽物流有限公司	502.66	25.25%	2015.05-2020.05
2	广州市永欣物流有限公司	375.08	18.84%	2013.05-2020.05
3	深圳市共速达物流股份有限公司	291.28	14.63%	2015.05-2020.05
4	广州森龙汽车运输有限公司	241.22	12.12%	2017.07-2018.05
5	北京鑫华富货运代理有限公司广州分公司	173.96	8.74%	2010.01-2020.05
合计		**1,584.20**	**79.58%**	

②2017 年发行人前五大物流供应商的名称、提供服务的金额和合作期限

单位：万元

序号	物流方	金额	占第三方物流运输费比例	合作期限
1	广州市大羽物流有限公司	907.00	23.52%	2015.05-2020.05
2	广州市永欣物流有限公司	740.52	19.20%	2013.05-2020.05
3	深圳市共速达物流股份有限公司	619.35	16.06%	2015.05-2020.05
4	北京鑫华富货运代理有限公司广州分公司	378.80	9.82%	2010.01-2020.05
5	广州市恒诚物流有限公司	298.03	7.73%	2016.06-2017.06
合计		**2,943.71**	**76.32%**	

③2016 年发行人前五大物流供应商的名称、提供服务的金额和合作期限

单位：万元

序号	物流方	金额	占第三方物流运输费比例	合作期限
1	广州市大羽物流有限公司	686.66	21.83%	2015.05-2020.05
2	深圳市共速达物流股份有限公司	580.09	18.44%	2015.05-2020.05
3	北京鑫华富货运代理有限公司广州分公司	398.83	12.68%	2010.01-2020.05
4	广州市永欣物流有限公司	387.35	12.31%	2013.05-2020.05
5	佛山市丰华物流有限公司	251.86	8.01%	2015.05-2018.05
合计		**2,304.79**	**73.26%**	

④2015 年发行人前五大物流供应商的名称、提供服务的金额和合作期限

单位：万元

序号	物流方	金额	占第三方物流运输费比例	合作期限
1	广州市大羽物流有限公司	397.96	15.41%	2015.05-2020.05
2	北京鑫华富货运代理有限公司广州分公司	370.60	14.35%	2010.01-2020.05
3	广州华兄递物流有限公司	370.36	14.34%	2009.06-2016.05
4	深圳市共速达物流股份有限公司	343.20	13.29%	2015.05-2020.05
5	江西恒晟物流有限公司	297.73	11.53%	2013.05-2015.05
合计		**1,779.85**	**68.91%**	

报告期内，公司的主要物流方与公司均保持了良好且稳定的合作关系，为公司产品的顺利、高效流转提供了有力的支持。

（四）公司主要产品的销售情况

1、报告期内，公司主要产品的产能、产量及销量

报告期内，公司主要产品的产能、产量及销量情况如下：

产品类别	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
卫生巾和护垫	委托加工生产数量（万片）	222,114.66	409,645.75	328,542.13	259,831.86
	销量（万片）	225,695.54	410,267.56	313,511.89	267,738.34
	产销率	101.61%	100.15%	95.43%	103.04%
湿巾	产能（万片）	16,699.18	33,297.80	32,996.16	32,996.16
	产量（万片）	10,761.26	26,283.07	23,769.51	28,473.89

	委托加工生产数量（万片）	1,616.63	6,467.12	3,599.44	3,575.36
	产能利用率	64.44%	78.93%	72.04%	86.29%
	销量（万片）	14,026.49	30,669.95	26,346.76	33,890.33
	产销率	113.32%	93.65%	96.27%	105.74%
护理液	产能（万升）	56.55	113.09	113.09	113.09
	产量（万升）	43.29	102.38	84.47	101.76
	委托加工生产数量（万升）	-	-	-	-
	产能利用率	76.55%	90.53%	74.69%	89.98%
	销量（万升）	47.02	97.15	88.60	103.04
	产销率	108.62%	94.89%	104.89%	101.26%

注：公司产能利用率的计算不包含对外委托加工生产数量；产销率的计算含对外委托加工生产数量。

2、主要产品销售价格

报告期内，公司主要产品销售价格相对保持稳定，具体情况如下表所示：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
卫生巾和护垫（元/片）	0.3951	0.3899	0.3972	0.4070
湿巾（元/片）	0.1566	0.1505	0.1667	0.1733
护理液（元/升）	49.99	49.67	51.98	51.44

3、报告期内，公司前五大客户的销售情况

报告期内，公司对前五大客户的销售额及占当期营业收入比例的情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2018 年 1-6 月	1	深圳市国新实业有限公司	7,397.71	7.89%
	2	大润发	5,421.42	5.79%
	3	京东	4,160.36	4.44%
	4	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	3,940.42	4.20%
	5	沃尔玛	3,581.49	3.82%
	合计		**24,501.41**	**26.15%**
2017 年度	1	深圳市国新实业有限公司	13,123.30	7.75%
	2	大润发	7,696.95	4.54%

	3	沃尔玛	6,303.05	3.72%
	4	京东	6,254.44	3.69%
	5	北京朝批商贸股份有限公司	6,200.04	3.66%
	合计		**39,577.78**	**23.37%**
2016 年度	1	深圳市国新实业有限公司	9,907.68	7.40%
	2	北京朝批商贸股份有限公司	6,498.12	4.85%
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	6,360.78	4.75%
	4	沃尔玛	6,222.70	4.64%
	5	家乐福	5,289.33	3.95%
	合计		**34,278.60**	**25.59%**
2015 年度	1	深圳市国新实业有限公司	12,960.74	10.71%
	2	广州市百库电子科技有限公司	8,364.58	6.91%
	3	沃尔玛	5,593.78	4.62%
	4	屈臣氏	5,272.09	4.36%
	5	家乐福	4,938.47	4.08%
	合计		**37,129.66**	**30.67%**

注：（1）深圳市国新实业有限公司所述销售金额包括对其和其下属公司广州市宜新经贸有限公司、佛山宜新经贸有限公司、东莞市宜新贸易有限公司、中山市宜新贸易有限公司、惠州市国新实业有限公司的销售金额；

（2）北京朝批商贸股份有限公司所述销售金额包括对其下属公司北京朝批中得商贸有限公司、太原朝批商贸有限公司、大同朝批北辰商贸有限公司的销售金额；

（3）深圳市怡亚通供应链股份有限公司所述销售金额包括对其下属公司长春怡辰聚华供应链有限公司、广西怡兴供应链管理有限公司、安徽怡成深度供应链管理有限公司、山东怡方圆供应链管理有限公司、南通银月亮供应链管理有限公司、邯郸市安龙供应链管理有限公司、鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司、上海新世纪日用化学品有限公司、新疆诚烁供应链管理有限公司、温州瑞家供应链管理有限公司、广西科桂贸易有限责任公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司山东分公司的销售金额；

（4）“大润发”指受康成投资（中国）有限公司控制的各地大润发连锁超市；

（5）“沃尔玛”指受沃尔玛（中国）投资有限公司控制的各地沃尔玛连锁超市；

（6）“家乐福”指受荷兰家乐福（中国）控股有限公司控制的各地家乐福连锁超市；

（7）“屈臣氏”指受格渥（香港）投资有限公司控制的各地屈臣氏连锁超市。

报告期内公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖于少数客户的情形。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中均不存在持股、投资等权益关系。

4、报告期内，不同销售模式下主要客户情况

（1）报告期各期，发行人经销商渠道前五大客户

报告期各期，公司经销商渠道前五大客户的销售金额及占比情况如下：

①2018 年 1-6 月发行人经销商渠道前五大客户

单位：万元

序号	合并客户	具体客户	金额	占经销商收入比例
1	深圳市国新实业有限公司	深圳市国新实业有限公司	3,228.10	4.90%
		东莞市宜新贸易有限公司	1,885.82	2.86%
		广州市宜新经贸有限公司	1,866.21	2.83%
		佛山宜新经贸有限公司	417.56	0.63%
		惠州市国新实业有限公司	0.02	0.00%
		小计	7,397.71	11.22%
2	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	上海新世纪日用化学品有限公司	1,980.49	3.00%
		安徽怡成深度供应链管理有限公司	568.17	0.86%
		新疆诚烁供应链管理有限公司	361.64	0.55%
		深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	340.03	0.52%
		南通银月亮供应链管理有限公司	233.23	0.35%
		邯郸市安龙供应链管理有限公司	137.28	0.21%
		鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司	108.20	0.16%
		山东怡方圆供应链管理有限公司	77.57	0.12%
		温州瑞家供应链管理有限公司	71.65	0.11%
		长春怡辰聚华供应链有限公司	56.28	0.09%
		广西科桂贸易有限责任公司	5.88	0.01%
		小计	3,940.42	5.98%
3	广州市尚瑞营销策划有限公司		3,377.66	5.12%
4	北京朝批商贸股份有限	北京朝批中得商贸有限公司	2,001.96	3.04%
		太原朝批商贸有限公司	317.19	0.48%

	公司	大同朝批北辰商贸有限公司	124.33	0.19%
		小计	2,443.48	3.71%
5	湖南广顺商贸有限公司		2,241.63	3.40%
合计			**19,400.91**	**29.43%**

②2017 年发行人经销商渠道前五大客户

单位：万元

序号	合并客户名称	客户名称	金额	占经销商收入比例
1	深圳市国新实业有限公司	深圳市国新实业有限公司	6,507.47	5.40%
		东莞市宜新贸易有限公司	3,518.86	2.92%
		广州市宜新经贸有限公司	2,012.88	1.67%
		佛山宜新经贸有限公司	720.82	0.60%
		惠州市国新实业有限公司	249.44	0.21%
		中山市宜新贸易有限公司	113.83	0.09%
		小计	13,123.30	10.89%
2	北京朝批商贸股份有限公司	北京朝批中得商贸有限公司	4,836.06	4.01%
		太原朝批商贸有限公司	957.17	0.79%
		大同朝批北辰商贸有限公司	406.81	0.34%
		小计	6,200.04	5.15%
3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	山东怡方圆供应链管理有限公司	1,409.85	1.17%
		上海新世纪日用化学品有限公司	1,283.89	1.07%
		安徽怡成深度供应链管理有限公司	946.55	0.79%
		深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	657.99	0.55%
		长春怡辰聚华供应链有限公司	506.96	0.42%
		邯郸市安龙供应链管理有限公司	400.45	0.33%
		南通银月亮供应链管理有限公司	284.93	0.24%
		鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司	275.30	0.23%
		新疆诚烁供应链管理有限公司	125.93	0.10%
		广西怡兴供应链管理有限公司	27.29	0.02%
		小计	5,919.13	4.91%
4	重庆市英雄商业股份有限公司		3,635.03	3.02%
5	湖南广顺商贸有限公司		3,362.87	2.79%

合计	32,240.37	26.76%

③2016 年发行人经销商渠道前五大客户

单位：万元

序号	合并客户名称	客户名称	金额	占经销商收入比例
1	深圳市国新实业有限公司	深圳市国新实业有限公司	4,756.59	4.99%
		广州市宜新经贸有限公司	2,689.39	2.82%
		东莞市宜新贸易有限公司	1,628.65	1.71%
		佛山宜新经贸有限公司	477.68	0.50%
		中山市宜新贸易有限公司	331.40	0.35%
		惠州市国新实业有限公司	23.97	0.03%
		小计	9,907.68	10.40%
2	北京朝批商贸股份有限公司	北京朝批中得商贸有限公司	5,395.44	5.66%
		太原朝批商贸有限公司	846.04	0.89%
		大同朝批北辰商贸有限公司	256.64	0.27%
		小计	6,498.12	6.82%
3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	山东怡方圆供应链管理有限公司	2,031.51	2.13%
		长春怡辰聚华供应链有限公司	1,097.76	1.15%
		安徽怡成深度供应链管理有限公司	1,025.17	1.08%
		广西怡兴供应链管理有限公司	980.51	1.03%
		深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	777.13	0.82%
		南通银月亮供应链管理有限公司	185.74	0.19%
		邯郸市安龙供应链管理有限公司	148.08	0.16%
		鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司	114.87	0.12%
		小计	6,360.78	6.68%
4	重庆市英雄商业股份有限公司		4,379.63	4.60%
5	沈阳同创商贸有限公司		3,933.26	4.13%
合计			31,079.47	32.62%

④2015 年发行人经销商渠道前五大客户

单位：万元

序号	合并客户名称	客户名称	金额	占经销商收入比例

1	深圳市国新实业有限公司	广州市宜新经贸有限公司	7,725.23	8.59%
		东莞市宜新贸易有限公司	3,716.30	4.13%
		佛山宜新经贸有限公司	746.02	0.83%
		深圳市国新实业有限公司	468.53	0.52%
		中山市宜新贸易有限公司	304.66	0.34%
		小计	12,960.74	14.41%
2	四川贝博商贸有限公司		4,761.86	5.30%
3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	深圳市怡亚通供应链股份有限公司山东分公司	2,073.95	2.31%
		广西怡兴供应链管理有限公司	941.64	1.05%
		安徽怡成深度供应链管理有限公司	768.97	0.86%
		深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	421.13	0.47%
		山东怡方圆供应链管理有限公司	237.31	0.26%
		小计	4,443.00	4.94%
4	北京朝批商贸股份有限公司	北京朝批中得商贸有限公司	3,980.73	4.43%
		太原朝批商贸有限公司	377.96	0.42%
		小计	4,358.69	4.85%
5	上海浦星贸易有限公司		3,769.41	4.19%
合计			**30,293.70**	**33.69%**

报告期各期，深圳市国新实业有限公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司和北京朝批商贸股份有限公司均一直为公司主要经销商客户，未发生变动。

2015 年，公司对上海浦星贸易有限公司销售收入为 3,769.41 万元，为公司当年经销商渠道第五大客户，2016 年及之后，公司对其销售收入逐渐下降，主要原因是大润发因内部采购管理调整，将原来华东地区公司产品供应商由上海浦星贸易有限公司调整为公司直供所致。

2015 年，公司对四川贝博商贸有限公司有限公司销售收入为 4,761.86 万元，为公司当年经销商渠道第二大客户；2016 年公司对四川贝博商贸有限公司销售收入为 3,917.10 万元，略有下降；2017 年，因四川贝博商贸有限公司自身经营不善，公司于下半年与之停止合作。

2016 年，公司对沈阳同创商贸有限公司销售收入为 3,933.26 万元，为公司当年经销商渠道第五大客户，2017 年及之后，公司对其销售收入逐渐下降，主

要原因是大润发因内部采购管理调整，将原来东北地区公司产品供应商由沈阳同创商贸有限公司调整为公司直供所致。

2017 年，公司对湖南广顺商贸有限公司销售收入为 3,362.87 万元，成为公司当年经销商渠道第五大客户，主要是因为公司整合了湖南地区的渠道供应体系，且湖南广顺商贸有限公司在湖南部分区域的消费品领域耕耘多年，渠道实力较强，公司开拓其作为湖南区域的经销商，因此，公司从 2017 年开始对其销售收入增长较快。

2015 年至 2017 年，重庆市英雄商业股份有限公司分别为公司当年经销商渠道第六大、第四大、第四大客户；2018 年上半年，因公司对华西地区进一步实施渠道下沉策略，新增部分经销商替代原重庆市英雄商业股份有限公司部分负责区域和渠道，因此使其收入有所下降。

2018 年 1-6 月，公司对广州市尚瑞营销策划有限公司收入增长较快，主要系因为广州市尚瑞营销策划有限公司为阿里巴巴“零售通”渠道供货，“零售通”系阿里巴巴 B 类事业群针对线下传统零售店的供货渠道，随着其业务发展，公司对广州市尚瑞营销策划有限公司销售收入亦迅速增长。

总体而言，报告期内，公司主要经销商客户总体保持相对稳定，而且该等客户经营规模相对较大，耕耘批发和零售业务多年，下游渠道建设相对完善，整体实力均较强。

报告期内，公司上述经销商渠道主要客户的基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
1	深圳市国新实业有限公司	1995.9.29	广东省深圳市	7050 万人民币	深圳市国新投资控股有限公司 62.18%；鲁世斌 28.37%；何文彬 9.45%	投资兴办实业；汽车零配件的销售；市场营销策划；建筑装饰材料、五金的销售；室内外装饰工程的设计与施工；国内贸易，从事货物及技术的进出口业务。保健食品、预包装食品、乳制品的批发；劳务派遣	存续
2	东莞市宜新贸易有限公司	2002.9.6	广东省东莞市	1000 万人民币	深圳市国新实业有限公司 100%	批发业、零售业；展览展示服务；经济信息咨询；销售：预包装食品	存续
3	广州市宜新经贸有限公司	1997.4.1	广东省广州市	1000 万人民币	深圳市国新实业有限公司 100%	商品批发贸易;商品零售贸易;化妆品及卫生用品批发;厨房设备及厨房用品批发;清洁用品批发;家用电器批发;信息技术咨询服务;预包装食品批发;米、面制	存续

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
						品及食用油批发	
4	佛山宜新经贸有限公司	2007.3.26	广东省佛山市	400 万人民币	深圳市国新实业有限公司 100%	销售：日用百货、文具、五金制品、家用电器；国内贸易；批发兼零售：预包装食品；商品推广、策划及商品信息咨询	存续
5	中山市宜新贸易有限公司	2000.3.23	广东省中山市	50 万人民币	深圳市国新实业有限公司 100%	销售百货、日用杂品、护肤品、化妆品、洗涤用品、卫生用品、音响器材、工艺美术品、家用电器、汽车零配件、一类医疗器械、服装	存续
6	惠州市国新实业有限公司	2007.7.18	广东省惠州市	500 万人民币	深圳市国新实业有限公司 100%	国内贸易；经济信息咨询；销售：初级农产品	存续
7	上海新世纪日用化学品有限公司	1994.12.27	上海市	3548.39 万人民币	上海深怡供应链管理有限公司 69%；金纯鸣 31%	日用化学品、塑料原料、日用工艺辅料、日用百货、服装鞋帽、针纺织品、一类医疗器械销售	存续
8	安徽怡成深度供应链管理有限公司	2014.5.23	安徽省合肥市	2250 万人民币	安徽怡亚通深度供应链管理有限公司:77%；吴克斌 :13%; 李建伟:10%;	供应链管理及相关信息咨询；日用化工品、日用百货、文化用品、酒具、工艺品、电器、针纺织品、服装、玩具、工艺美术品、体育用品、办公用品、劳保用品的销售；商务咨询；自营和代理各类商品和技术的进出口业务	存续
9	新疆诚烁供应链管理有限公司	2016.1.5	新疆省乌鲁木齐市	1187.5 万人民币	新疆怡亚通深度供应链管理有限公司 60%；宋刚 40%	供应链管理及相关咨询服务；电子商务；广告业务；展览展示策划；文化活动策划；企业形象策划咨询；创业投资；销售：家用电器，数码产品，电子产品，电子及通讯设备，饮料，针纺织品，农畜产品，土特产品，洗涤用品，化妆品，五金交电，成品粮，食用油，预包装食品，乳制品，酒类，保健食品，机电产品，化工产品，日用百货，建筑装饰材料，一类医疗器械；农副产品的收购、销售；仓储；货运代理；商务信息咨询；承办各类展会、会务、培训	存续
10	深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	2007.1.17	江苏省南京市	-	系深圳市怡亚通供应链股份有限公司的分公司	国内商业；经营进出口业务、供应链管理及相关配套服务；预包装食品、乳制品的批发；设计、制作、代理、发布国内各类广告；会议及展览服务；货物运输代理服务；仓储服务、咨询服务；一类医疗器械、二类医疗器械、消毒用品销售；保健食品销售	存续

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
11	南通银月亮供应链管理有限公司	2016.2.26	江苏省南通市	2000 万人民币	江苏怡亚通深度供应链管理有限公司 60%；何建梅 40%	预包装食品、散装食品、乳制品、保健食品、其他婴幼儿配方食品的批发与零售；玩具、童装、洗化用品、文体用品、卫生洁具、服装鞋帽、洗涤用品、化妆品、护肤用品、电子产品、通讯器材、通信设备、办公用品、纸制品、床上用品、保健用品、日用百货、纺织品、建筑材料、五金交电销售；供应链管理；商务信息咨询	存续
12	邯郸市安龙供应链管理有限公司	2015.11.30	河北省邯郸市	2187.5 万人民币	河北怡亚通深度供应链管理有限公司 60%；张改银 30%；安现强 10%	供应链管理及相关信息咨询；企业营销策划；进出口贸易；五金电料；家用电器；洗涤用品；食品、日用杂货、化妆品、消杀用品及口罩的批发零售	存续
13	鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司	2014.5.6	辽宁省鞍山市	2500 万人民币	辽宁省怡亚通深度供应链管理有限公司 60%；杨向东 10%；王化冰 10%；傅军 10%；江洪仕 10%	食品、日用百货、农副产品、洗涤化妆品、家电通讯器材、办公器材、五金工具、一般劳保品、电子产品、钢材、装饰材料销售；普通货物道路运输	存续
14	山东怡方圆供应链管理有限公司	2014.12.26	山东省济南市	1000 万人民币	山东怡亚通深度供应链管理有限公 60%；王红卫 17%；朱德利 10%；宋西启 7%；张颖 6%	批发、零售：食品、蔬菜、水果、食品添加剂、文化用品、办公用品、纺织品、服装、工艺品、汽车配件、汽车装具、润滑油、家用电器、五金交电、机械设备、电子产品、橡胶制品、计算机软硬件、日用品、保健食品、饲料、Ⅰ类医疗器械、塑料制品、化工产品、化妆品、洗涤用品、酒水、饮料、Ⅱ类医疗器械、婴儿用品、玩具、鞋帽、非专控通讯器材、建材、消杀用品；企业供应链管理咨询；进出口业务	存续
15	温州瑞家供应链管理有限公司	2015.7.1	浙江省瑞安市	4375 万人民币	浙江怡亚通深度供应链管理有限公司 60%；李淑珍 40%	供应链管理服务、市场营销策划、物流配送信息咨询、经济信息咨询、文化创意服务、仓储服务、装卸服务、车辆中介服务；食品销售；道路货物运输经营；日用百货、化妆品销售；国内广告发布	存续
16	长春怡辰聚华供应链有限公司	2013.7.29	吉林省长春市	1500 万人民币	吉林省怡亚通深度供应链管理有限公司 60%；李伟 40%	日用百货、服装、五金、建材、文化用品、家用电器、箱包鞋帽、预包装食品、饮料、保健用品、保健食品、药品、医疗器械、粮油、土特产；供应链管理及相关配套服务	存续
17	广西科桂贸易有限	2003.12.23	广西省南宁市	5000 万人民币	广西怡亚通深度供应链管理有限	批发兼零售：食品、纸制品、日用百货、化妆品、计生用品、五金交电、服装鞋	存续

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
	责任公司				公司 60%;广西和桂集团有限公司 40%	帽、办公用品、劳保用品、建筑材料、农副土特产品；仓储服务，包装服务；商品信息咨询，物流信息咨询。	
18	广西怡兴供应链管理有限公司	2013.12.13	广西省南宁市	1250 万人民币	广西怡亚通深度供应链管理有限公司 60%； 胡炜 40%	供应链管理信息咨询服务；销售：化妆品、日用百货、酒具、工艺品、家用电器、预包装食品、乳制品、消毒产品、农副产品；自营和代理一般经营项目商品和技术的进出口业务；许可经营项目商品和技术的进出口业务须取得国家专项审批后方可经营	存续
19	深圳市怡亚通供应链股份有限公司山东分公司	2011.5.13	山东省济南市	-	系深圳市怡亚通供应链股份有限公司的分公司	预包装食品、乳制品的批发、零售；文化用品、办公用品、纺织品、服装、工艺品、汽车零配件、汽车装具、润滑油、家用电器、五金交电、机械设备、电子产品、橡胶制品、计算机软硬件、日用品、饲料、保健食品、一类医疗器械的批发、零售；供应链管理及相关配套服务	存续
20	广州市尚瑞营销策划有限公司	2010.7.5	广东省广州市	1000 万人民币	广州市天诺营销策划有限公司 100%	市场营销策划服务;公司礼仪服务;企业形象策划服务;会议及展览服务;美术图案设计服务;室内装饰设计服务;摄影服务;贸易咨询服务;投资咨询服务;企业财务咨询服务;市场调研服务;工商咨询服务;企业管理服务;企业管理咨询服务;文化艺术咨询服务;体育运动咨询服务;策划创意服务;营养健康咨询服务;商品信息咨询服务;广告业;软件服务;人力资源外包;业务流程外包;劳务承揽;汽车租赁;商品零售贸易;商品批发贸易;货物进出口;服装零售;化妆品及卫生用品零售;化妆品及卫生用品批发;服装批发;预包装食品零售;预包装食品批发;酒类零售;酒类批发;乳制品批发;图书、报刊零售;图书批发;乳制品零售	存续
21	北京朝批中得商贸有限公司	2007.2.7	北京市	5000 万人民币	北京朝批商贸股份有限公司 100%	普通货运；销售食品；销售日用品、服装、针纺织品、工艺品、体育用品、家用电器、医疗器械（I 类）、纸浆、玩具、饲料；仓储服务；委托加工；包装服务；货物进出口	存续
22	太原朝批商贸有限公司	2007.8.21	山西省太原市	1500 万人民币	北京朝批商贸股份有限公司 100%	预包装食品、散装食品、乳制品的批发;道路普通货物运输;日用杂品、化妆品、百货、五金交电、汽车配件、装饰材料、	存续

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
						玩具的销售；医疗器械经营；普通货物仓储服务；企业管理咨询；展览展示服务；房屋租赁；计算机软硬件技术服务；货物进出口、技术进出口	
23	大同朝批北辰商贸有限公司	2012.12.26	山西省大同市	2600 万人民币	北京朝批商贸股份有限公司 70%；赵宁 30%	批发预包装食品兼散装食品、乳制品；道路普通货物运输；销售日用百货、化妆品、洗涤用品、办公用品、服装鞋帽、劳保用品、五金化工、建筑材料、装潢材料、土产日杂、一类医疗器械、电子产品、家用电器、橡塑制品、工艺品、针纺织品、体育用品、计生用品；包装服务；仓储；广告策划；信息咨询；提供打字复印传真服务	存续
24	湖南广顺商贸有限公司	2008.10.20	湖南省长沙市	200 万人民币	龚旭 100%	纸制品销售；五金产品批发；企业管理服务；供应链管理与服务；连锁企业管理；商业管理；普通货物运输；百货、纺织品及针织品、服装、化妆品及卫生用品、化工产品、婴儿用品的零售	存续
25	沈阳同创商贸有限公司	2000.1.19	辽宁省沈阳市	2000 万人民币	孙洗瀛 2.5%；刘岩 97.5%	预包装食品、乳制品、日用百货、针纺织品、文化用品、办公用品、洗涤用品、消杀用品、纸制品、食品机械设备批发、零售；普通货运；展览展示服务	存续
26	重庆市英雄商业股份有限公司	1995.9.18	重庆市	2800 万人民币	杨育玲 42.86%；熊潇 28.57%；熊俊 28.57%	普通货运。 预包装食品、乳制品批发兼零售；销售：农副土特产品、日化用品、Ⅰ类医疗器械；商务信息咨询；货物及技术进出口；货运代理	存续
27	北京一商美洁商业有限公司天津分公司	1998.9.1	天津市	-	系北京一商美洁商业有限公司的分公司	日用百货、针纺织品、五金、交电、化工产品、计算机及辅助设备、日用杂品、家具、避孕套、预包装食品零售兼批发；仓储服务、劳务服务	存续
28	上海浦星贸易有限公司	1998.10.29	上海市	10000 万人民币	南浦食品（集团）有限公司 90%；天喔（福建）食品有限公司 10%	批发;预包装食品;乳制品;酒；百货，五金交电，计生用品，化工产品批发，日用化学品；仓储服务，市场营销策划，商务咨询，会展服务	存续

（2）报告期各期，发行人 KA 直销渠道前五大客户

①2018 年 1-6 月发行人 KA 直销渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占 KA 直销客户收入比例

1	大润发	5,421.42	36.22%
2	沃尔玛	3,581.49	23.93%
3	家乐福	2,486.91	16.62%
4	麦德龙	1,792.69	11.98%
5	屈臣氏	1,538.86	10.28%
合计		**14,821.37**	**99.02%**

②2017 年发行人 KA 直销渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占 KA 直销客户收入比例
1	大润发	7,696.95	28.96%
2	沃尔玛	6,303.05	23.71%
3	屈臣氏	4,237.18	15.94%
4	家乐福	4,057.16	15.26%
5	麦德龙	3,861.52	14.53%
合计		**26,155.86**	**98.40%**

③2016 年发行人 KA 直销渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占 KA 直销客户收入比例
1	沃尔玛	6,222.70	24.95%
2	家乐福	5,289.33	21.21%
3	屈臣氏	5,079.07	20.36%
4	大润发	4,732.40	18.97%
5	麦德龙	3,126.89	12.54%
合计		**24,450.39**	**98.03%**

④2015 年发行人 KA 直销渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占 KA 直销客户收入比例
1	沃尔玛	5,593.78	29.22%
2	屈臣氏	5,272.09	27.54%
3	家乐福	4,938.47	25.80%
4	麦德龙	2,081.41	10.87%

5	大润发	711.98	3.72%
合计		**18,597.73**	**97.16%**

报告期内，公司主要 KA 直销客户包括大润发、沃尔玛、屈臣氏、家乐福和麦德龙，客户构成稳定。其中，大润发因内部采购管理调整，将原来由经销商供货调整为公司直供，使得相应的报告期内公司对大润发的销售逐年大幅增长。

报告期内，公司上述 KA 直销渠道主要客户基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地址	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	2003.4.18	广东省深圳市	27760.00 万美元	沃尔玛中国有限公司	商业零售领域从事投资以及与之相关的业务	存续
2	格渥（香港）投资有限公司	2007.8.22	中国香港	100 万港元	-	-	存续
3	锦江麦德龙现购自运有限公司	1995.7.25	上海市	6803.477 万美元	锦江国际（集团）有限公司 4.9%、上海新长征（集团）有限公司 5.1%、麦德龙现购自运亚太控股有限公司 90%	开设、经营和管理连锁的现购自运仓储式商场、购物中心、超级市场、配货与存储中心及其他相关的配套设施	存续
4	康成投资（中国）有限公司	2005.3.23	上海市	24831.3183 万美元	大润发控股有限公司 92.83%；华宝信托有限责任公司 7.17%	在国家允许外商投资的领域依法进行投资；各类食品、酒、饮料、食用农产品、日用百货等的批发、进出口、零售	存续

注：其中，“大润发”指受康成投资（中国）有限公司控制的各地大润发连锁超市；“沃尔玛”指受沃尔玛（中国）投资有限公司控制的各地沃尔玛连锁超市； “屈臣氏”指受格渥（香港）投资有限公司控制的各地屈臣氏连锁超市；“麦德龙”指受锦江麦德龙现购自运有限公司控制的各地麦德龙连锁超市；“家乐福”指受荷兰家乐福（中国）控股有限公司控制的各地家乐福连锁超市，因荷兰家乐福（中国）控股有限公司为荷兰注册公司，因此无法从公开渠道获得其基本情况。

（3）报告期各期，发行人电子商务渠道前五大客户

①2018 年 1-6 月发行人电子商务渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占电子商务渠道收入比例
1	京东	4,160.36	38.82%
2	上海三安实业有限公司	2,985.54	27.86%

3	杭州创化电子商务有限公司	1,487.63	13.88%
4	广州淘通科技股份有限公司	1,206.76	11.26%
5	佛山市当若电子商务有限公司	354.58	3.31%
合计		**10,194.87**	**95.14%**

②2017 年发行人电子商务渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占电子商务渠道收入比例
1	京东	6,254.44	32.39%
2	上海三安实业有限公司	5,455.86	28.25%
3	广州淘通科技股份有限公司	4,188.70	21.69%
4	杭州创化电子商务有限公司	2,020.75	10.46%
5	广州若羽臣科技股份有限公司	1,004.52	5.20%
合计		**18,924.27**	**97.99%**

③2016 年发行人电子商务渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占电子商务渠道收入比例
1	广州市百库电子科技有限公司	4,890.63	41.45%
2	广州淘通科技股份有限公司	2,699.79	22.88%
3	上海三安实业有限公司	1,690.01	14.32%
4	广州若羽臣科技股份有限公司	1,101.19	9.33%
5	京东	964.91	8.18%
合计		**11,346.52**	**96.17%**

④2015 年发行人电子商务渠道前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占电子商务渠道收入比例
1	广州市百库电子科技有限公司	8,364.58	83.01%
2	广州若羽臣科技股份有限公司	1,141.53	11.33%
3	广州淘通科技股份有限公司	563.86	5.60%
4	广州市那些麦儿网络科技有限公司	6.35	0.06%
合计		**10,076.32**	**100.00%**

2016 年，因广州市百库电子科技有限公司被第三方企业收购，公司终止与

其合作，并调整广州淘通科技股份有限公司和广州若羽臣科技股份有限公司等客户作为原渠道的替代。同时，报告期内，公司还积极开拓了上海三安实业有限公司、杭州创化电子商务有限公司、京东等客户，拓展电子商务渠道的销售。

报告期内，公司上述电子商务渠道主要客户基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
1	京东	2007.4.20	北京市	139798.5564 万美元	京东香港国际有限公司 100%	定型包装食品、保健食品、兽药、计算机系统集成；机械设备、家用电器、电子元器件、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品及卫生用品、化工产品、体育用品、百货等商品的批发及零售。	存续
2	上海三安实业有限公司	2011.8.4	上海市	500 万人民币	廖家奇 95%，廖家明 5%	家居用品、工艺礼品、化妆品、洗涤用品、清洁用品、地板护理用品、厨房用品、建材、装潢材料（除危险品）、服装鞋帽、办公用品、日用百货、体育用品、玩具、电子元器件、家用电器、电子产品、数码产品、汽车配件、电脑及配件、机械设备批发零售；电子商务。	存续
3	杭州创化电子商务有限公司	2013.1.11	浙江省杭州市	50 万人民币	杭州昆汀科技股份有限公司 100%	网上销售兼批发零售：服装、服饰、文具用品、鞋帽、箱包、纺织品、日用百货、工艺美术品、电子产品（除电子出版物）、数码用品、五金交电、母婴用品（除奶粉）、化妆品（除分装）、预包装食品（含冷冻冷藏食品）；技术开发、技术服务、技术咨询：计算机软硬件、网络信息技术、电子商务技术；其他无需报经审批的一切合法项目。	存续
4	广州淘通科技股份有限公司	2012.2.17	广东省广州市	2448.3652 万人民币	截至 2018 年 8 月 14 日，持股超 5%的股东为李涛 27.51%，方超 10.58%，珠海广发信德今缘股权投资基金（有限合伙）9.8%，宁东俊 9.52%，广东比邻投资基金管理有限公司-瞪羚证券投资基金 9.15%，孙娜 8.93%，温州海汇金投创业投资企业（有限合伙）	预包装食品、润滑油、涂料批发;涂料、建材、装饰材料、玩具、百货、服装、电子产品、互联网商品、文具用品零售及批发	存续

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况
					8.33%		
5	佛山市当若电子商务有限公司	2011.7.27	广东省佛山市	100 万人民币	潘键龙 50%，潘焯龙 40%，关雪清 10%	百货，服装，鞋帽，箱、包零售，化妆品及卫生用品、文具用品、家用视听设备、日用家电设备、互联网零售。	存续
6	广州若羽臣科技股份有限公司	2011.5.10	广东省广州市	8333.3332 万人民币	截至 2018 年 8 月 14 日，持股超 5%的股东为王玉 43.91%，朗姿股份有限公司 18%，广州发光体投资管理合伙企业（有限合伙）11.52%，宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）7%，王文慧 5.83%	婴儿用品、化妆品及卫生用品、文具用品、体育用品及器材、百货的批发及零售;商品信息咨询服务;信息技术咨询服务;网络技术的研究、开发;	存续
7	广州市百库电子科技有限公司	2009.10.27	广东省广州市	2000 万人民币	广州美即生物科技有限公司 100%	鞋帽、化妆品及卫生用品、家用电器、婴儿用品、百货、日用杂品、服装的批发及零售	存续
8	广州市那些麦儿网络科技有限公司	2001.9.13	广东省广州市	100 万人民币	傅秋红 50%、邓小雄 50%	电子产品、日用家电设备、家用电器、日用杂品、服装、互联网商品、预包装食品、乳制品、酒类、非酒精饮料、茶叶的批发及零售	存续

（4）报告期内发行人与个人或个体工商户交易情况

报告期各期，公司与个人或个体工商户的交易情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公司对个人或个体工商户收入金额	363.65	0.39%	736.19	0.43%	24.02	0.02%	10.35	0.01%

报告期内，公司对经销商主体资格要求比较严格，基本均要求为企业法人，仅存在少量个体工商户经销商或个人客户。报告期各期，公司对个人或个体工商户收入金额分别为 10.35 万元、24.02 万元、736.19 万元和 363.65 万元，占比分别为 0.01%、0.02%、0.43%和 0.39%，金额和占比均较低，其中，2017 年起公司对个人或个体工商户收入新增金额相对较大，主要原因系公司实施进一步渠道下沉，与少部分地区有一定下游渠道网络的个体工商户经销商如开平市沙冈广康商行、桂林市广汇食品商行等开展合作所致。此外，公司有极少量对个人客户的收

入，主要系公司员工个人日常购买公司产品产生的收入。

（五）公司物料、能源供应情况

1、主要物料采购情况

公司除采购委托加工生产的卫生巾和护垫以及部分湿巾外，主要采购的物料还包括卫生巾和护垫包装袋、配方用料（生产配方液和护理液用）、配方液、护理液瓶、卷膜、无纺布等。公司委托加工的卫生巾和护垫、以及主要原材料市场供应充足。报告期内，公司的主要物料采购情况如下：

产品类别	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
卫生巾和护垫	采购金额（万元）	42,613.77	79,945.20	62,830.32	48,889.14
	采购金额占比	79.70%	78.33%	75.27%	71.50%
	采购数量（万片）	222,114.66	409,645.75	328,542.13	259,831.86
	采购单价（元/片）	0.1919	0.1952	0.1912	0.1882
卫生巾和护垫包装袋	采购金额（万元）	5,826.15	10,800.89	10,808.72	8,381.87
	采购金额占比	10.90%	10.58%	12.95%	12.26%
	采购数量（万个）	20,956.97	40,398.51	40,465.94	31,331.11
	采购单价（元/个）	0.2780	0.2674	0.2671	0.2675
配方用料	采购金额（万元）	668.93	1,600.76	1,429.90	1,675.02
	采购金额占比	1.25%	1.57%	1.71%	2.45%
	采购数量（万公斤）	25.11	59.74	54.55	64.38
	采购单价（元/公斤）	26.63	26.79	26.21	26.02
配方液	采购金额（万元）	564.08	1,092.93	856.03	504.67
	采购金额占比	1.06%	1.07%	1.03%	0.74%
	采购数量（万公斤）	15.90	30.81	24.10	16.24
	采购单价（元/公斤）	35.47	35.47	35.53	31.08
无纺布	采购金额（万元）	307.31	839.86	813.23	975.57
	采购金额占比	0.57%	0.82%	0.97%	1.43%
	采购数量（万公斤）	15.69	42.83	39.36	44.68
	采购单价（元/公斤）	19.58	19.61	20.66	21.83
护理液瓶	采购金额（万元）	314.25	837.30	555.80	720.95

产品类别	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
	采购金额占比	0.59%	0.82%	0.67%	1.05%
	采购数量（万个）	311.25	831.03	631.66	799.85
	采购单价（元/个）	1.01	1.01	0.88	0.90
卷膜	采购金额（万元）	325.47	806.09	708.82	818.95
	采购金额占比	0.61%	0.79%	0.85%	1.20%
	采购数量（万个）	10,800.28	26,125.99	22,944.85	26,418.94
	采购单价（元/个）	0.0301	0.0309	0.0309	0.0310

公司向各主要供应商采购原材料、包装物的价格遵循市场定价原则基础上由双方经充分商业谈判后协商确定。报告期内，公司对同一物料向不同的供应商采购的价格不存在明显差异；公司在不同年度向同一供应商采购物料的价格基本保持稳定，定价公允。

2、主要能源采购情况

公司生产经营所耗用的能源主要为电力，总体金额相对较小，对公司盈利能力影响较小，且供应有保障。报告期内，公司电力的采购情况如下：

期间	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
金额（万元）	68.88	157.10	160.66	155.64
数量（万千瓦时）	90.57	211.98	214.64	200.30
单价（元/千瓦时）	0.76	0.74	0.75	0.78

3、报告期内，公司对前十大供应商的采购情况

报告期内，公司对前十大供应商采购情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
2018 年 1-6 月	1	啟盛卫生	卫生巾和护垫	17,616.73	65.73%
		啟丰卫生		17,528.26	
	2	川田卫生	卫生巾和护垫	8,123.01	15.19%
	3	佛山市乐其包装有限公司	卫生巾和护垫包装袋	2,217.01	4.15%
	4	江门市祥利包装彩印有限公司	卫生巾和护垫包装袋	1,857.83	3.47%
	5	佛山市南海秉盈包装材料有限	卫生巾和护	1,719.80	3.22%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
		公司	垫包装袋		
	6	杭州豪悦护理用品股份有限公司	裤型卫生巾	480.56	0.90%
	7	广州大宇科技有限公司	配方用料	415.05	0.78%
	8	佛山市顺德区誉丰塑料容器包装实业有限公司	护理液瓶、瓶盖	316.93	0.59%
	9	广州中大药物开发有限公司	配方液	311.25	0.58%
	10	浙江金三发非织造布有限公司	无纺布	286.43	0.54%
	合计			50,872.86	95.15%
2017年度	1	啟盛卫生	卫生巾和护垫	42,530.71	71.49%
		啟丰卫生		30,436.04	
	2	川田卫生	卫生巾和护垫	8,311.75	8.14%
	3	江门市祥利包装彩印有限公司	卫生巾和护垫包装袋	4,250.88	4.17%
	4	佛山市乐其包装有限公司	卫生巾和护垫包装袋	3,726.25	3.65%
	5	佛山市南海秉盈包装材料有限公司	卫生巾和护垫包装袋	2,975.68	2.92%
	6	广州大宇科技有限公司	配方用料	1,019.56	1.00%
	7	佛山市顺德区誉丰塑料容器包装实业有限公司	护理液瓶、瓶盖	839.01	0.82%
	8	杭州豪悦护理用品股份有限公司	裤型卫生巾	832.47	0.82%
	9	浙江金三发非织造布有限公司	无纺布	769.12	0.75%
	10	佛山市盈朗包装有限公司	纸箱	602.52	0.59%
	合计			96,293.99	94.35%
2016年度	1	啟盛卫生	卫生巾和护垫	34,868.17	76.57%
		啟丰卫生		29,046.60	
	2	江门市祥利包装彩印有限公司	卫生巾和护垫包装袋	4,615.95	5.53%
	3	佛山市乐其包装有限公司	卫生巾和护垫包装袋	3,309.39	3.96%
	4	佛山市南海秉盈包装材料有限公司	卫生巾和护垫包装袋	2,835.64	3.40%
	5	川田卫生	卫生巾和护垫	1,310.23	1.57%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
	6	广州大宇科技有限公司	配方用料	911.14	1.09%
	7	浙江金三发非织造布有限公司	无纺布	742.33	0.89%
	8	广州中大药物开发有限公司	配方液	531.63	0.64%
	9	佛山市璐怡包装有限公司	卫生巾和护垫包装袋	522.59	0.63%
	10	佛山市顺德区誉丰塑料容器包装实业有限公司	护理液瓶	457.99	0.55%
	合计			79,151.65	94.82%
2015年度	1	啟丰卫生	卫生巾和护垫	26,378.02	75.08%
		啟盛卫生		24,954.35	
	2	江门市祥利包装彩印有限公司	卫生巾和护垫包装袋	3,713.56	5.43%
	3	佛山市乐其包装有限公司	卫生巾和护垫包装袋	2,927.74	4.28%
	4	佛山市南海秉盈包装材料有限公司	卫生巾和护垫包装袋	1,839.75	2.69%
	5	广州大宇科技有限公司	配方用料	1,101.04	1.61%
	6	浙江金三发非织造布有限公司	无纺布	897.80	1.31%
	7	佛山市顺德区誉丰塑料容器包装实业有限公司	护理液瓶	551.54	0.81%
	8	广东昱升个人护理用品股份有限公司	纸尿裤	536.48	0.78%
	9	佛山市璐怡包装有限公司	卫生巾和护垫包装袋	494.61	0.72%
	10	佛山市南海港明彩印有限公司	卷膜、纸尿裤包装袋	396.71	0.58%
	合计			63,791.58	93.30%

经核查，2015 年和 2016 年，公司存在少量现金付款情形，金额分别为 2.92 万元和 0.07 万元，2017 年和 2018 年 1-6 月，公司不存在现金付款情形。报告期内，公司不存在通过个人卡付款的情形。

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%以上股份的股东在上述供应商中均不存在持股、投资等权益关系。

4、报告期内公司主要供应商基本情况

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地址	经营范围	股权结构/实际控制人或主要股东	合作历史以及成为供应商的原因
1	佛山市啟盛卫生用品有限公司	2008.11.19	4666 万人民币	佛山市南海区西樵镇科技工业园百业大道 38 号	生产、销售：卫生巾、卫生护垫、尿裤（片）；货物进出口。	关启明 52.21%；关锦添 31.85%；关玉清 15.95%	啟盛卫生与啟丰卫生为关启明家族同一控制下的企业，为华南地区实力较强的个人卫生用品加工厂商，公司因认可其产品质量，信赖其成熟的生产技术，自成立起即与啟盛卫生合作，并于 2013 年与啟丰卫生合作。
2	佛山市南海区西樵啟丰卫生用品有限公司	2013.01.29	3966 万人民币	佛山市南海区西樵镇科技工业园百业大道 38 号之一	生产、销售：卫生巾，卫生护垫，尿裤，尿片	关启明 65.05%；关锦添 34.95%	
3	广东川田卫生用品有限公司	2015.01.19	300 万美元	中山市火炬开发区光丰路 46 号 2 幢	生产经营卫生护垫、卫生巾、婴儿纸尿片、成人纸尿片，湿巾，乳垫；从事无纺布、流延膜、无尘纸、热熔胶、离型纸、高吸水性树脂、木浆、湿强纸、复合纸、打孔膜、PE 胶袋、纸箱的批发、进出口业务	德阳实业有限公司 100%	川田卫生系华南地区实力较强的个人卫生用品加工厂商，在与公司合作以前，已为湖南千金卫生用品股份有限公司、深圳全棉时代科技有限公司等多家企业受托加工个人卫生用品。经过一系列严格审慎考察，从 2016 年开始，公司开始与川田卫生合作，并随着公司业务的发展逐渐加大了对其采购量。
4	佛山市乐其包装有限公司	2009.05.11	150 万人民币	佛山市南海区桂城林岳大道	包装装潢印刷品、其他印刷品印刷（持有效的印刷经营许可证经营）；加工、制造、销售：塑料类包装产品、纸类包装产品	霍丽然 40%；林狄华 30%；游细女 30%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自成立起与佛山市乐其包装有限公司开始合作。
5	江门市祥利包装彩印有限公司	2001.01.04	150 万人民币	江门市新会区睦洲镇新沙礼乐园	包装装潢印刷品、其它印刷品印刷（凭有效《印刷经营许可证》经营）；销售：食用塑料包装制品、塑料制品，包装材料	郑玉嫦 90%；张文祥 10%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自成立起与江门市祥利包装彩印有限公司开始合作。
6	佛山市南海秉盈包装材料有限公司	2013.08.20	150 万人民币	佛山市南海区丹灶镇华南五金产业基地东	产销：纸类包装制品、袋类、易拉贴胶袋；包装装潢印刷品、其他印刷品印刷；加工，销售：清洁剂；产销：胶袋、薄膜；销售：化工产品	卢秀慧 100%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司与佛山市南海秉盈包装材料有限公司合作 5 年左右。

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地址	经营范围	股权结构/实际控制人或主要股东	合作历史以及成为供应商的原因
				阳六路 9 号	（不含危险化学品）；货物进出口、技术进出口		
7	杭州豪悦护理用品股份有限公司	2008.03.11	8000 万人民币	浙江省杭州市余杭区康信路 581 号	生产、加工、制造：第一类医疗器械（限医用卫生材料及敷料），卫生用品（妇女经期卫生用品、尿布等排泄物卫生用品），塑料薄膜，复合芯体的生产，无纺布加工；生产、加工、制造（地址：杭州市余杭区瓶窑凤都路 3 号）：第一类医疗器械（限医用卫生材料及敷料），卫生用品（妇女经期卫生用品；尿布等排泄物卫生用品），塑料薄膜，复合芯体的生产，无纺布加工（上述经营范围涉及前置审批的项目除外）；批发、零售：第一类医疗器械（限医用卫生材料及敷料），婴儿及成人纸尿裤，妇女卫生巾，卫生床垫，一次性卫生用品，塑料薄膜，复合芯体，无纺布，童车，儿童安全座椅；货物进出口	截止至 2018 年 8 月 14 日，持股超 5%的股东为李志彪（44.65%），朱威莉（28.46%），李诗源（7.86%）	杭州豪悦护理用品股份有限公司系华东地区实力较强的个人卫生用品加工厂商，在与公司合作以前，已为尤妮佳、金佰利等多个知名品牌企业的受托加工个人卫生用品。2017 年公司因新开发裤型卫生巾产品，通过公开渠道将杭州豪悦发展为供应商，并合作至今。
8	广州大宇科技有限公司	1996.06.24	50 万人民币	广州市海珠区南洲路以北爱都铭轩 D 幢 11 楼 1108 房	化学工程研究服务;新材料技术开发服务；化工产品批发（危险化学品除外）；化妆品及卫生用品批发；电子产品批发；化学试剂和助剂制造（监控化学品、危险化学品除外）（仅限分支机构经营）；其他日用化学产品制造（监控化学品、危险化学品除外）	马月娇 80%；邓学军 20%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自成立起与广州大宇科技有限公司开始合作。
9	佛山市顺德区誉丰塑料容器包装	1995.12.13	150 万人民币	佛山市顺德区容桂街道南区	包装装潢印刷、其他印刷品印刷；制造：塑料制品（不含废旧塑料）；国内商业，物资供销	潘志成 50%；梁志聪 27%；潘惠琼 15%；	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自成立起与佛山市顺德区誉丰塑料容器包装实业

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地址	经营范围	股权结构/实际控制人或主要股东	合作历史以及成为供应商的原因
	实业有限公司			工业区	业。	卢国华 8%	有限公司开始合作。
10	广州中大药物开发有限公司	1995.03.03	68 万人民币	广州市萝岗区科学城崖鹰石路 10 号 B 座 301	食品科学技术研究服务；生物技术转让服务;商品批发贸易（许可审批类商品除外）；药品研发；生物技术开发服务;商品零售贸易（许可审批类商品除外）；香料、香精制造;医学研究和试验发展	广州中大控股有限公司 51.38%；曹维 36.62%；俞励平 4%；孙素兰 4%；文洁 4%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自成立起与广州中大药物开发有限公司开始合作。
11	浙江金三发非织造布有限公司	1998.03.08	6240 万人民币	长兴县李家巷镇新世纪工业园区	非织造布、非织造布制品生产、加工、销售；货物进出口、技术进出口。	浙江优全护理用品科技有限公司 100%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自 2013 年起与浙江金三发非织造布有限公司开始合作。
12	佛山市璐怡包装有限公司	2013.04.18	150 万人民币	佛山市南海区里水镇里广路 142 号首层	包装装潢印刷品、其他印刷品印刷（持有效印刷经营许可证经营）；生产、加工、销售：塑料包装袋，纸品类制品。	陈礼章 80%；叶凤英 20%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自 2013 年起与佛山市璐怡包装有限公司开始合作。
13	广东昱升个人护理用品股份有限公司	2005.10.28	15000 万人民币	佛山市南海区西樵镇西樵科技工业园广兴路 1 号	制造、销售：个人卫生用品、尿裤、尿片、隔尿垫、卫生护垫、卫生巾、湿巾、无纺布、流延膜、复合纸；货物进出口、技术进出口。	苏艺强 92%；苏艺容 5%；幸三生 1.6%；梁智盛 0.8%；范育平 0.6%	因开发婴幼儿纸尿裤，通过公开渠道发展供应商，公司自 2012 年起与广东昱升个人护理用品股份有限公司开始合作，后由于公司主动终止了纸尿裤的推广，并于 2016 年与之结束合作。
14	佛山市盈朗包装有限公司	2006.10.11	150 万人民币	佛山市南海区丹灶镇南丰开发区徐家后岗	加工，销售：纸类制品，塑料制品，金属制品；包装装潢印刷品、其他印刷品印刷。(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)	梁均元 90%、梁辉明 10%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自 2013 年起与佛山市盈朗包装有限公司开始合作。
15	佛山市南海港明彩印有限公司	2008.10.15	680 万人民币	佛山市南海区西樵镇海舟工业区	包装装潢印刷品、其他印刷品印刷；生产、销售：纸箱、塑料包装盒、塑料制品、塑料五金模具、泡沫制品；货物进出口，技术进出口。	陈锦德 97.35%、何惠妍 2.65%	因产品生产需要，通过公开渠道发展供应商，公司自 2013 年起与佛山市南海港明彩印有限公司开始合作。

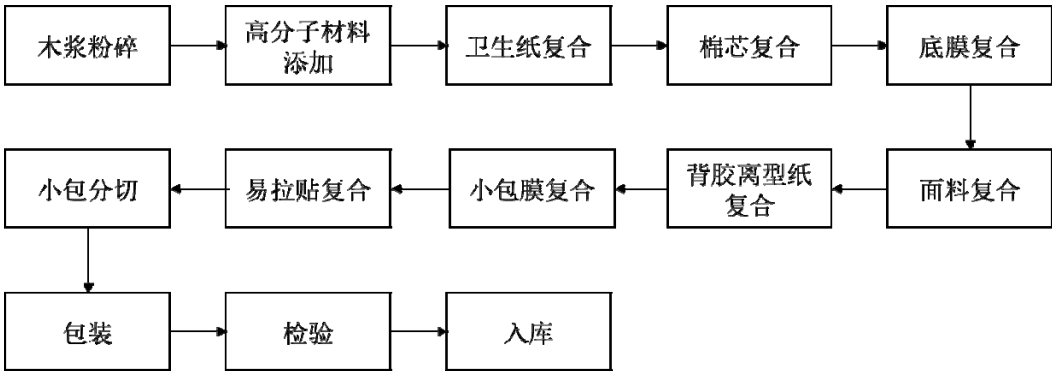
序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地址	经营范围	股权结构/实际控制人或主要股东	合作历史以及成为供应商的原因
					(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)		

5、公司委托加工情况

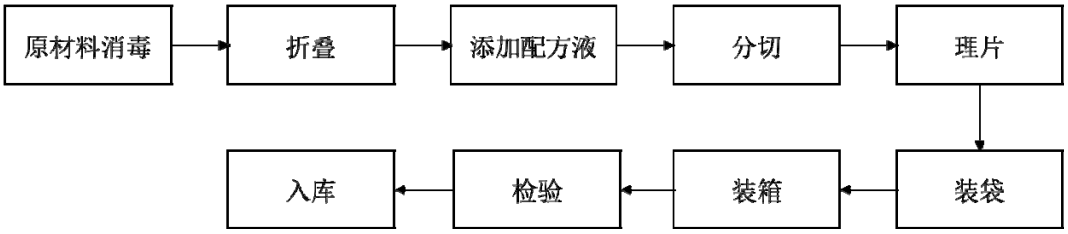
（1）报告期各期委托外包的工序的名称、其核心技术和工艺在生产中的具体体现、占成本的比例

公司委托加工生产的卫生巾和护垫，湿巾产品的具体工序如下：

①卫生巾和护垫



②湿巾



经过多年发展，我国个人卫生用品产业中处于产业链中端的制造环节已形成技术成熟、产能总体充沛的局面。卫生巾和护垫、湿巾产品生产所涉及生产工序相对常规，在公司所采用的委托加工模式下，公司将委托加工产品的所有生产工序均进行外包，充分利用委托加工厂商的专业性和规模效应，而公司则将资源和精力集中在产品研发、品牌打造和渠道建设等方面，充分利用产业链的专业分工实现优势互补。

公司核心技术和工艺在委托生产中的具体体现为公司与委托加工厂商共同确立产品生产的工艺和标准，委托生产厂商在生产加工过程中需严格符合公司确立的工艺和标准，最终生产出应用了公司核心技术的、达到公司工艺标准的产品。由于公司核心技术是作为产品生产标准，由委托加工厂商在产品生产中执行的，因此，无法单独核算该等核心技术在产品生产中的具体成本及占比。

（2）主要委托外包厂商的基本情况、合作历史、变动情况及原因，以及与外协厂商的交易金额占该等外协厂商同类业务收入和营业收入总额的比例

报告期内，公司委托加工的产品类型，及与相应委托加工厂商的合作历史如

下表所示：

序号	委托加工厂商	产品类型	合作历史
1	啟盛卫生、啟丰卫生	卫生巾和护垫	公司自成立起即与啟盛卫生开始合作，于 2013 年起与啟丰卫生开始合作
2	川田卫生	卫生巾和护垫	公司自 2016 年起与川田卫生开始合作
3	杭州豪悦	裤型卫生巾	公司自 2017 年起与杭州豪悦开始合作
4	优全护理	湿巾	公司自 2013 年起与优全护理开始合作
5	南海欧比	湿巾	公司自 2016 年起与南海欧比开始合作
6	昱升护理	纸尿裤	公司自 2012 起与昱升护理开始合作，于 2016 年停止纸尿裤业务并与昱升护理终止合作

报告期各期，公司与委托加工厂商之间的采购情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
啟盛卫生、啟丰卫生	35,144.99	65.73%	72,966.75	71.49%	63,914.77	76.57%	51,332.37	75.08%
川田卫生	8,123.01	15.19%	8,311.75	8.14%	1,310.23	1.57%	-	-
杭州豪悦	480.56	0.90%	832.47	0.82%	-	-	-	-
优全护理	112.76	0.21%	444.33	0.44%	263.82	0.32%	305.18	0.45%
南海欧比	11.21	0.02%	35.90	0.04%	17.37	0.02%	-	-
昱升护理	-	-	-	-	311.66	0.37%	536.48	0.78%
合计	**43,872.52**	**82.05%**	**82,591.19**	**80.92%**	**65,817.85**	**78.85%**	**52,174.02**	**76.31%**

注：上述比例为公司向各委托加工厂商采购的金额占公司全部采购金额的比例。

报告期内，公司随着业务规模的增长，向主要委托加工厂商啟盛卫生、啟丰卫生以及川田卫生的采购金额逐年上升。其中，川田卫生系公司因开发 Free 纯棉系列产品的契机于 2016 年新开拓的委托加工厂商，报告期内，川田卫生逐渐开始为公司生产 Free 系列产品和 ABC 新肌感系列产品，随着公司相关产品销量放大，公司对川田卫生采购亦有所增加。

2017 年，公司因新开发裤型卫生巾产品，并委托杭州豪悦护理用品股份有限公司进行生产，相关的采购量也随着增加。

此外，公司有部分湿巾委托优全护理和南海欧比生产；公司于 2016 年停止了纸尿裤业务，遂与昱升护理结束了合作。

公司主要委托加工厂商啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生主营业务收入均为卫

生巾和护垫收入。报告期内，公司对啟盛卫生、啟丰卫生的交易金额占其同类业务收入和营业收入总额的比例为约 74%至 88%。自 2016 年开始，公司与川田卫生开展合作，2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司对川田卫生的交易金额占其同类业务收入和营业收入总额的比例分别约为 25%、60%和 72%。

（3）发行人主要外协厂商的历史沿革、以及与发行人是否存在关联关系或其他可能导致利益输送的关系

发行人主要外协厂商啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生等历史沿革如下：

①啟盛卫生

公司名称	佛山市啟盛卫生用品有限公司
成立日期	2008.11.19
注册资本	4,666 万元人民币
法定代表人	关锦添
注册地址	佛山市南海区西樵镇科技工业园百业大道 38 号
主要生产经营地	广东省佛山市
股东构成及控制情况	关启明家族控股 100%
经营范围	生产、销售：卫生巾、卫生护垫、尿裤（片）；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）(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)

1）设立（2008 年 11 月）

2008 年 10 月 21 日，佛山市众联会计师事务所有限公司出具《验资报告》（验（2008）332 号），验证截至 2008 年 10 月 20 日，啟盛卫生收到全体股东缴纳的出资额 60 万元，其中关锦添以货币出资 42 万元，李永亨以货币出资 12 万元，董晋权以货币出资 6 万元。

2008 年 11 月 17 日，关锦添、李永亨、董晋权签署《佛山市啟盛卫生用品有限公司章程》，约定关锦添、李永亨、董晋权共同出资 60 万元成立啟盛卫生，其中关锦添以货币出资 42 万元、持股 70%，李永亨以货币出资 12 万元、持股 20%，董晋权以货币出资 6 万元、持股 10%。

2008 年 11 月 19 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准设立登记通知书》（南核设通内字【2008】第 0800750284 号），核准啟盛卫生设立。

啟盛卫生设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例

1	关锦添	42	70%
2	李永亨	12	20%
3	董晋权	6	10%
合计	-	**60**	**100%**

2）增加注册资本（2010 年 4 月）

2010 年 4 月 7 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生的注册资本、实收资本由 60 万元变更为 260 万元，新增注册资本由关锦添以货币认缴 140 万元、李永亨以货币认缴 40 万元、董晋权以货币认缴 20 万元；相应修改公司章程。

2010 年 4 月 7 日，啟盛卫生的全体股东制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2010 年 4 月 9 日，佛山市金安达会计师事务所出具《验资报告》（佛金验字（2010）676 号），验证截至 2010 年 4 月 7 日，啟盛卫生收到全体股东缴纳的新增出资额 200 万元，其中关锦添以货币出资 140 万元，李永亨以货币出资 40 万元，董晋权以货币出资 20 万元。

2010 年 4 月 20 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2010】第 1000203933 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	182	70%
2	李永亨	52	20%
3	董晋权	26	10%
合计	-	**260**	**100%**

3）增加注册资本（2011 年 7 月）

2011 年 7 月 11 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意新增股东关启明，啟盛卫生注册资本、实收资本由 260 万元变更为 660 万元，新增注册资本由关锦添以货币出资 200 万元、关启明以货币出资 200 万元，相应修改公司章程。

2011 年 7 月 11 日，啟盛卫生制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2011 年 7 月 18 日，佛山市金安达会计师事务所出具《验资报告》（佛金验字【2011】070243 号），验证截至 2011 年 7 月 15 日，啟盛卫生收到了相关股东

缴纳的新增注册资本，其中关锦添以货币出资 200 万元、关启明以货币出资 200 万元。

2011 年 7 月 26 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海 3 核变通内字【2011】第 1100551261 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	382	57.88%
2	李永亨	52	7.88%
3	董晋权	26	3.94%
4	关启明	200	30.30%
合计	-	**660**	**100%**

注：关锦添系关启明的父亲。

4）增加注册资本（2011 年 12 月）

2011 年 11 月 23 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生注册资本、实收资本由 660 万元变更为 960 万元，新增注册资本由关锦添货币出资 160 万元、关启明货币出资 90 万元、李永亨货币出资 50 万元。

2011 年 11 月 23 日，啟盛卫生制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2011 年 11 月 28 日，佛山市金安达会计师事务所（普通合伙）出具《验资报告》（佛金验字【2011】110351 号），验证截至 2011 年 7 月 15 日，啟盛卫生收到了相关股东缴纳的新增注册资本共计 300 万元，其中关锦添货币出资 160 万元、关启明货币出资 90 万元、李永亨货币出资 50 万元。

2011 年 12 月 9 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海 3 核变通内字【2011】第 1100679034 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	542	56.46%
2	李永亨	102	10.63%
3	董晋权	26	2.71%
4	关启明	290	30.20%
合计	-	**960**	**100%**

5）股权转让（2012 年 2 月）

2012 年 2 月 11 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意董晋权将其持有的 26 万元出资额以 26 万元价格转让给关启明，并相应修改公司章程。

2012 年 2 月 11 日，啟盛卫生制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2012 年 2 月 11 日，董晋权与关启明签署《股权转让合同》，就前述股权转让事宜进行约定。

2012 年 2 月 23 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海 3 核变通内字【2012】第 1200035907 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	542	56.46%
2	李永亨	102	10.63%
3	关启明	316	32.91%
合计	**-**	**960**	**100%**

6）增加注册资本（2012 年 12 月）

2012 年 11 月 21 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生注册资本、实收资本由 960 万元变更为 1,360 万元，新增注册资本由关锦添以货币出资 226 万元、关启明以货币出资 132 万元、李永亨以货币出资 42 万元，并相应修改公司章程。

2012 年 11 月 21 日，啟盛卫生制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2012 年 11 月 23 日，佛山求是会计师事务所（普通合伙）出具《验资报告》，验证截至 2012 年 11 月 21 日，啟盛卫生收到了全体股东新增注册资本 400 万元，其中关锦添以货币出资 226 万元、关启明以货币出资 132 万元、李永亨以货币出资 42 万元。

2012 年 12 月 6 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2012】第 1200530685 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	768	56.47%
2	李永亨	144	10.59%
3	关启明	448	32.94%

合计	-	1,360	100%

7）增加注册资本（2014 年 5 月）

2014 年 5 月 13 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生注册资本由 1,360 万元变更为 1,966 万元，新增注册资本由关启明以货币出资 606 万元，相应修改公司章程。

2014 年 5 月 13 日，啟盛卫生制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2014 年 5 月 21 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2014】第 1400117666 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	768	39.07%
2	李永亨	144	7.32%
3	关启明	1,054	53.61%
合计	-	1,966	100%

8）增加注册资本（2014 年 9 月）

2014 年 8 月 28 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生注册资本由 1,966 万元变更为 2,666 万元，新增注册资本关锦添以货币出资 118 万元，关启明以货币出资 582 万元；并相应修改公司章程。

2014 年 9 月 3 日，啟盛卫生制定了章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2014 年 9 月 11 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2014】第 1400303275 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	886	33.23%
2	李永亨	144	5.40%
3	关启明	1,636	61.37%
合计	-	2,666	100%

9）增加注册资本（2015 年 1 月）

2015 年 1 月 3 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生注册资本由 2,666 万元变更为 3,666 万元，新增注册资本关锦添以货币出资 500 万元，

关启明以货币出资 500 万元，并重新制定公司章程。

2015 年 1 月 3 日，啟盛卫生全体股东签订了《佛山市啟盛卫生用品有限公司章程》，就前述事宜进行了修订。

2015 年 1 月 13 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2015】第 1500524187 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	1,386	37.80%
2	李永亨	144	3.93%
3	关启明	2,136	58.30%
合计	-	**3,666**	**100%**

10）股权转让（2015 年 1 月）

2015 年 1 月 23 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意李永亨将持有的啟盛卫生 144 万元的出资额以 144 万元价格转让给关玉清，并重新制定公司章程。

2015 年 1 月 23 日，李永亨与关玉清签署《股权转让合同》，就前述事宜进行了修订。

2015 年 1 月 23 日，啟盛卫生全体股东签订了《佛山市啟盛卫生用品有限公司章程》，就前述事宜进行了修订。

2015 年 1 月 30 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2015】第 1500561750 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	1,386	37.80%
2	关启明	2,136	58.27%
3	关玉清	144	3.93%
合计	-	**3,666**	**100%**

注：关锦添系关玉清的父亲。

11）增加注册资本（2015 年 10 月）

2015 年 10 月 10 日，啟盛卫生召开股东会，全体股东一致同意啟盛卫生注

册资本、实收资本由 3,666 万元变更为 4,666 万元，新增注册资本由关启明以货币方式出资 300 万元、关锦添以货币方式出资 100 万元、关玉清以货币方式出资 600 万元，并重新制定公司章程。

2015 年 10 月 10 日，啟盛卫生全体股东签订了《佛山市啟盛卫生用品有限公司章程》，就前述事宜进行了修订。

2015 年 10 月 13 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2015】第 1500873841 号），核准啟盛卫生本次变更。

本次变更后，啟盛卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	1,486	31.85%
2	关启明	2,436	52.20%
3	关玉清	744	15.95%
合计	-	**4,666**	**100%**

自此之后，截至本招股说明书签署之日，啟盛卫生的股权结构未再发生变更。

②啟丰卫生

公司名称	佛山市南海区西樵啟丰卫生用品有限公司
成立日期	2013.01.29
注册资本	3,966 万元人民币
法定代表人	关启明
注册地址	佛山市南海区西樵镇科技工业园百业大道 38 号之一
主要生产经营地	广东省佛山市
股东构成及控制情况	关启明家族控股 100%
经营范围	生产、销售：卫生巾，卫生护垫，尿裤，尿片。(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)

1）设立（2013 年 1 月）

2012 年 11 月 18 日，关启明、关锦添、李永亨签署《佛山市南海区西樵啟丰卫生用品有限公司章程》，约定关启明、关锦添、李永亨共同出资 260 万元设立啟丰卫生，其中关启明出资 130 万元、持股 50%，关锦添出资 78 万元、持股 30%，李永亨出资 52 万元、持股 20%。

2012 年 11 月 26 日，佛山市南海骏朗会计师事务所有限公司出具《验资报告》（南骏事验注字【2012】0078 号），验证截至 2012 年 11 月 19 日，啟丰卫生

收到全体股东以货币缴纳的注册资本 260 万元，其中关启明出资 130 万元、关锦添出资 78 万元、李永亨出资 52 万元。

2013 年 1 月 29 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准设立登记通知书》（南海 7 核设通内字【2013】第 1300029879 号），核准啟丰卫生设立。

啟丰卫生设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	78	30%
2	关启明	130	50%
3	李永亨	52	20%
合计	-	**260**	**100%**

2）股权转让（2013 年 3 月）

2013 年 3 月 18 日，啟丰卫生召开股东会，全体股东一致同意李永亨将持有的啟丰卫生 52 万元出资额转让给关启明，并重新制定新的章程。

2013 年 3 月 18 日，李永亨与关启明签署《股权转让合同》，约定李永亨将持有的啟丰卫生 52 万元出资额转让给关启明，转让价格 52 万元。

2013 年 3 月 18 日，全体股东制定新的公司章程，就前述事宜进行了修订。

2013 年 3 月 28 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海 7 核变通内字【2013】第 1300092422 号），核准啟丰卫生本次变更。

本次变更后，啟丰卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	78	30%
2	关启明	182	70%
合计	-	**260**	**100%**

3）增加注册资本（2013 年 4 月）

2013 年 4 月 15 日，啟丰卫生召开股东会，全体股东一致同意啟丰卫生注册资本由 260 万元变更为 660 万元，新增注册资本由关启明货币出资 400 万元，并相应修改公司章程。

2013 年 4 月 15 日，全体股东制定公司章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2013 年 4 月 18 日，佛山市达正会计师事务所有限公司出具《验资报告》（佛达验字【2013】CH13-522 号），验证截至 2013 年 4 月 15 日，啟丰卫生收到关启

明货币出资 400 万元。

2013 年 4 月 28 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2013】第 1300168040 号），核准啟丰卫生本次变更。

本次变更后，啟丰卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	78	11.82%
2	关启明	582	88.18%
合计	-	**660**	**100%**

4）增加注册资本（2014 年 4 月）

2014 年 4 月 3 日，啟丰卫生召开股东会，全体股东一致同意啟丰卫生注册资本由 660 万元变更为 1,260 万元，新增注册资本由关启明货币出资 300 万元、关锦添货币出资 300 万元，并相应修改公司章程。

2013 年 4 月 13 日，啟丰卫生制定公司章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2014 年 4 月 22 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2014】第 1400085862 号），核准啟丰卫生本次变更。

本次变更后，啟丰卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	378	30%
2	关启明	882	70%
合计	-	**1,260**	**100%**

5）增加注册资本（2014 年 8 月）

2014 年 8 月 1 日，啟丰卫生召开股东会，全体股东一致同意啟丰卫生注册资本由 1,260 万元变更为 2,166 万元，新增注册资本由关启明货币出资 598 万元、关锦添货币出资 308 万元，并相应修改公司章程。

2014 年 8 月 1 日，啟丰卫生制定公司章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2014 年 8 月 14 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2014】第 1400256592 号），核准啟丰卫生本次变更。

本次变更后，啟丰卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	686	31.67%

2	关启明	1,480	68.33%
合计	-	**2,166**	**100%**

6）增加注册资本（2015 年 2 月）

2015 年 1 月 24 日，啟丰卫生召开股东会，全体股东一致同意啟丰卫生注册资本由 2,166 万元变更为 3,166 万元，新增注册资本由关启明货币出资 500 万元、关锦添货币出资 500 万元，并相应修改公司章程。

2015 年 1 月 24 日，全体股东签订新的公司章程，就前述事宜进行了修订。

2015 年 2 月 3 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2015】第 1500556888 号），核准啟丰卫生本次变更。

本次变更后，啟丰卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	1,186	37.46%
2	关启明	1,980	62.54%
合计	-	**3,166**	**100%**

7）增加注册资本（2015 年 9 月）

2015 年 8 月 22 日，啟丰卫生召开股东会，全体股东一致同意啟丰卫生注册资本由 3,166 万元变更为 3,966 万元，新增注册资本由关启明货币出资 600 万元、关锦添货币出资 200 万元，并相应修改公司章程。

2015 年 8 月 22 日，啟丰卫生制定章程修正案，就前述事宜进行了修订。

2015 年 9 月 8 日，佛山市南海区工商行政管理局出具《核准变更登记通知书》（南海核变通内字【2015】第 1500838798 号），核准啟丰卫生本次变更。

本次变更后，啟丰卫生的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例
1	关锦添	1,386	34.95%
2	关启明	2,580	65.05%
合计	-	**3,966**	**100%**

自此之后，截至本招股说明书签署之日，啟丰卫生的股权结构未再发生变更。

③川田卫生

公司名称	广东川田卫生用品有限公司
成立日期	2015.01.19

注册资本	300 万美元
法定代表人	孙潞德
注册地址	中山市火炬开发区光丰路 46 号 2 幢
主要生产经营地	广东省中山市
股东构成及控制情况	德阳实业有限公司控股 100.00%
经营范围	生产经营卫生护垫、卫生巾、婴儿纸尿片、成人纸尿片，湿巾，乳垫；从事无纺布、流延膜、无尘纸、热熔胶、离型纸、高吸水性树脂、木浆、湿强纸、复合纸、打孔膜、PE 胶袋、纸箱的批发、进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（依法须经批准的项目经相关部门批准后方可开展经营活动。）

2015 年 1 月 8 日，德阳实业有限公司（以下简称“德阳实业”）签署《外资企业广东川田卫生用品有限公司章程》，约定德阳实业出资 300 万美元设立川田卫生。

2015 年 1 月 9 日，中山市商务局出具《关于设立外资企业广东川田卫生用品有限公司的批复》（中商务审字【2015】10 号），同意德阳实业在中山市设立川田卫生，川田卫生投资总额为 600 万美元、注册资本为 300 万美元。

2015 年 1 月 13 日，广东省人民政府向川田卫生核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资粤中外资证字【2015】0004 号）。

2015 年 1 月 19 日，中山市工商行政管理局出具《核准设立登记通知书》((粤中）外资设准字（2015）年第 1500013654 号），核准川田卫生设立。

川田卫生设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例
1	德阳实业	300	100%
合计	-	**300**	**100%**

川田卫生自设立之日至本招股说明书签署之日，股权结构未再发生变化。

根据川田卫生的工商内档以及保荐机构、发行人律师取得川田卫生最新的周年申报表，德阳实业的股东为孙潞德、孙达炫、吴军。

经核查，啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生与发行人不存在关联关系或其他可能导致利益输送的关系。

（4）主要外协厂商报告期内的财务状况

报告期内，公司主要委托加工厂商啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生的财务状况如下：

单位：万元

项　　目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
啟盛卫生、啟丰卫生合计收入规模（约）	39,800	84,000	83,100	69,500
啟盛卫生、啟丰卫生盈利情况	盈利	盈利	盈利	盈利
川田卫生收入规模（约）	11,300	13,800	5,100	-
川田卫生盈利情况	微亏	盈利	盈利	-

截至 2018 年 6 月末，啟盛卫生和啟丰卫生的合计总资产规模约为 37,800 万元，川田卫生的总资产规模约为 9,500 万元。

（5）主要外协厂商与公司交易的定价依据及公允性

报告期内，公司与啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生交易的定价依据均为在成本加成定价原则基础上由双方经充分商业谈判后协商确定，即“双方认可的产品生产成本+合理利润”。上述委托加工厂商与公司交易定价的公允性具体说明如下：

①报告期内，公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生整体采购的卫生巾和护垫单片价格基本保持稳定

报告期内，公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生采购卫生巾和护垫的单片价格分别为：

单位：元/片

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
卫生巾和护垫单片采购价格	0.1900	-1.77%	0.1934	1.14%	0.1912	1.63%	0.1882

报告期内，随着公司采购规模的不断扩大，以及公司于 2016 年开拓了川田卫生作为公司的新的委托加工厂商，公司的议价能力不断得到提升。报告期内，除新推出单品，公司向上述委托加工厂商采购单品价格均未发生过重大调整。整体而言，公司向上述委托加工厂商采购的卫生巾和护垫单片价格基本保持稳定。

②公司向啟盛卫生、啟丰卫生和向川田卫生采购卫生巾和护垫价格对比

1）卫生巾

报告期内，公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生所采购的卫生巾的单片价格分别为：

单位：元/片

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
啟盛卫生、啟丰卫生卫生巾单片价格	0.2352	0.24%	0.2347	0.39%	0.2337	0.55%	0.2325
川田卫生卫生巾单片价格	0.2457	-0.61%	0.2472	-7.10%	0.2661	-	-
川田卫生相对啟盛卫生、啟丰卫生卫生巾价格差异	4.46%	-	5.33%	-	13.86%	-	-

A、公司向啟盛卫生、啟丰卫生采购卫生巾的单位价格整体保持稳定

2015 年度至 2017 年度，公司向啟盛卫生、啟丰卫生所采购卫生巾单片价格整体保持稳定。整体而言，报告期内，公司向啟盛卫生、啟丰卫生采购各品类卫生巾的单价基本未发生变动。

B、公司向川田卫生采购卫生巾的单位价格因产品结构变动有所下降

2016 年，公司研发并推出“Free • 飞日用丝薄纯棉表层卫生巾”等 Free 品牌纯棉系列卫生巾，并委托川田卫生进行生产。该系列产品材料因以纯棉为主，原材料成本相对较高；2017 年，因公司同时亦向川田卫生委托生产“ABC 新肌感系列”、“Free 棉柔表层”等产品，该等产品原材料成本相对纯棉系列较低，因此，公司向川田卫生所采购卫生巾单片价格有所下降。整体而言，报告期内，公司向川田卫生采购各品类卫生巾的单价亦基本未发生变动。

C、公司向啟盛卫生、啟丰卫生和向川田卫生采购卫生巾单位价格差异情况

由于公司向啟盛卫生、啟丰卫生所采购卫生巾的包装袋系由公司统一采购后对其提供，而公司向川田卫生所采购卫生巾的包装袋系由川田卫生自行采购，因此上述比较数据中公司向啟盛卫生、啟丰卫生和向川田卫生采购的卫生巾单片价格差异中含包装袋成本差异。报告期内，公司向啟盛卫生、啟丰卫生采购的卫生巾加总包装袋成本后的单片价格为 0.2681 元/片、0.2705 元/片、0.2718 元/片和 0.2733 元/片，2016 年至 2018 年 1-6 月较向川田卫生采购的单片价格高 1.65%、9.95%和 11.23%，主要是因为公司在与川田卫生合作时具备良好的相对优势，川田卫生所提供产品报价整体相对啟盛卫生、啟丰卫生更有竞争力，以及公司向该等委托加工厂商具体采购的产品系列存在一定差异，使得公司向川田卫生采购卫生巾单片价格较向啟盛卫生、啟丰卫生采购卫生巾单片价格低一些，但总体上不存在显著差异。

2）护垫

报告期内，公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生所采购的护垫的单片价格分别为：

单位：元/片

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
啟盛卫生、啟丰卫生护垫单片价格	0.0851	-1.25%	0.0862	-0.64%	0.0867	-0.01%	0.0867
川田卫生护垫单片价格	0.0896	-0.94%	0.0905	-	-	-	-
川田卫生相对啟盛卫生、啟丰卫生护垫价格差异	5.29%	-	4.99%	-	-	-	-

自 2017 年起，公司将部分原委托啟盛卫生、啟丰卫生生产的护垫如“Free •飞超薄活性卫生护垫”等转由委托川田卫生进行生产，产品结构变动使得公司对啟盛卫生、啟丰卫生采购的护垫单片价格有所下降。

此外，与卫生巾类似，公司向啟盛卫生、啟丰卫生采购的护垫加总包装袋成本后的单片价格为 0.0981 元/片、0.0985 元/片、0.0976 元/片和 0.0966 元/片，2017 年和 2018 年 1-6 月较向川田卫生采购的单片价格高 7.82%和 7.85%。

因此，公司与啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生的定价依据均为在成本加成定价原则基础上由双方经充分商业谈判后协商确定，公司对上述委托加工厂商采购价格不存在显著差异。

③公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生采购卫生巾和护垫价格与同行业可比公司同类产品的生产成本对比

根据可获得的公开信息，公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生采购卫生巾和护垫单位价格与同行业企业卫生巾和护垫单位销售成本对比情况如下：

单位：元/片

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
重庆百亚“自由点品牌”*	-	-	-	-	0.1643	-2.17%	0.1679
景兴健护	0.1900	-1.77%	0.1934	1.14%	0.1912	1.63%	0.1882
稳健医疗*	-	-	-	-	0.2544	-9.24%	0.2803

景兴健护纯棉系列	0.3016	1.70%	0.2965	11.45%	0.2661	-	-

注：（1）根据《重庆百亚卫生用品股份有限公司招股说明书（预先披露更新）》中自由点品牌卫生巾收入、毛利率和销量计算；因重庆百亚卫生用品股份有限公司“自由点”品牌定位为中高端品牌卫生巾产品，与公司整体品牌定位相近，故选取其“自由点”品牌进行比较。

（2）根据《稳健医疗用品股份有限公司招股说明书（预先披露更新）》中内容直接摘取。

从上表可见，2015 年度、2016 年公司向啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生所采购卫生巾和护垫的单片价格相较重庆百亚卫生巾单位销售成本分别高 12.06%和 16.42%，主要原因系重庆百亚所销售卫生巾主要均系自主生产，而公司均系委托生产，为充分保证公司产品的质量和交货，公司为委托加工厂商留存了合理的毛利空间，因此公司所采购单片价格较重庆百亚单位销售成本较高。

相较于稳健医疗，由于稳健医疗主打纯棉卫生巾，经对比公司的纯棉产品的单价，与其不存在实质性差异。

综上所述，公司与主要外协厂商啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生交易的定价依据均为在成本加成定价原则基础上由双方经充分商业谈判后协商确定，定价公允。

（6）主要外协厂商与公司是否存在非经营性资金往来或其他利益安排、与公司的主要客户和供应商是否存在关联关系或其他可能导致利益输送的关系

报告期内，发行人的主要外协厂商为啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生。经核查，发行人与上述主要外协厂商不存在非经营性资金往来或其他利益安排，上述主要外协厂商与发行人的主要客户和供应商不存在关联关系或其他可能导致利益输送的关系。

（7）主要外协厂商报告期内的规范运作情况、是否取得必要的生产和销售许可、是否存在违反环境保护、劳动用工、税务等相关法律法规的情形

报告期内，发行人主要委托加工厂商包括啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生，其主要生产和销售资质情况、及规范运作情况如下：

1）生产和销售许可

啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生的主营业务均为卫生巾和护垫的生产和销售，其经营范围如下：

序号	企业名称	经营范围
1	啟盛卫生	生产、销售：卫生巾、卫生护垫、尿裤（片）；货物进出口。

序号	企业名称	经营范围
2	啟丰卫生	生产、销售：卫生巾，卫生护垫，尿裤，尿片。
3	川田卫生	生产经营卫生护垫、卫生巾、婴儿纸尿片、成人纸尿片，湿巾，乳垫；从事无纺布、流延膜、无尘纸、热熔胶、离型纸、高吸水性树脂、木浆、湿强纸、复合纸、打孔膜、PE 胶袋、纸箱的批发、进出口业务。

根据《卫生行政许可管理办法》（2017 年版）、《消毒产品生产企业卫生许可规定》等相关法律、法规的规定，啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生从事上述主营业务除依法设立企业进行工商登记外，尚需取得《消毒产品生产企业卫生许可证》。经核查，啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生均取得了《消毒产品生产企业许可证》，具体如下：

①发行人报告期内一直与啟盛卫生合作。啟盛卫生于 2013 年 8 月 19 日取得《消毒产品生产企业卫生许可证》（粤卫消证字[2008]第 0904 号），并于 2017 年 10 月 15 日完成延期，现有效期限至 2021 年 6 月 14 日。现行有效证书载明生产地址为佛山市南海区西樵镇科技工业园百业大道 38 号，生产方式为生产，生产项目为卫生用品，生产类别系卫生巾、卫生护垫、尿裤（片）。

②发行人报告期内一直与啟丰卫生合作。啟丰卫生于 2012 年 12 月 21 日取得《消毒产品生产企业卫生许可证》（粤卫消证字[2012]第 1140 号），并于 2016 年 12 月 23 日完成延期，现有效期限至 2020 年 12 月 22 日。现行有效证书载明生产地址为佛山市南海区西樵镇科技工业园百业大道 38 号之一，生产方式为生产，生产项目为卫生用品，生产类别系卫生巾、卫生护垫。

③发行人与川田卫生自 2016 年开始合作至今。川田卫生于 2015 年 11 月 27 日取得广东省卫生和计划生育委员会颁发的《消毒产品生产企业卫生许可证》（粤卫消证字[2015]第 1292 号），生产地址为中山市火炬开发区光丰路 46 号 2 幢 3 楼，生产方式为生产，生产项目为卫生用品，生产类别系卫生巾、卫生护垫，有效期限至 2019 年 11 月 26 日。

因此，在报告期内发行人与主要委托加工厂商合作期间，主要委托加工厂商均依法取得了必要的生产和销售许可。

2）规范运作情况

①保荐机构和发行人律师核查了佛山市环境保护局、中山市环境保护局、广东省环境保护厅等政府主管部门的官网，并取得啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生

的书面确认，啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生报告期内不存在因违反环境保护相关法律法规而受到重大行政处罚的情形。

②保荐机构和发行人律师登录佛山市南海区人力资源和社会保障局、佛山市住房公积金管理中心、中山市人力资源和社会保障局、中山市住房公积金管理中心网站查询，并取得啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生的书面确认，啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生报告期内均不存在因违反劳动用工相关法律法规而受到重大行政处罚的情形。

③保荐机构和发行人律师登录国家税务总局佛山市南海区税务局网站、国家税务总局中山市税务局查询，并取得啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生的书面确认，啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生报告期内不存在因违反税务相关法律法规而受到重大行政处罚的情形。

④保荐机构和发行人律师核查发行人主要委托加工厂商啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生所在地的主管工商部门、卫生部门、质量技术监督部门的官方网站并取得主要委托加工厂商的书面确认，报告期内，发行人主要委托加工厂商不存在因违反工商、卫生、质量技术监督相关法律法规而受到重大行政处罚的情形。

因此，保荐机构和发行人律师认为，发行人主要委托加工厂商啟盛卫生、啟丰卫生、川田卫生在报告期内不存在因违反环境保护、劳动用工、税务、工商、卫生、质量技术监督等方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形。

（六）环境保护及安全生产情况

1、环境保护措施

公司自设立以来，一直非常重视环境保护工作。公司自主生产的湿巾及护理液生产过程中不存在高危险或重污染的情况。报告期内，公司及子公司爱碧斯不存在环保事故的情形，亦无因发生环境违法行为而受到环境保护部门的行政处罚的情形。

（1）发行人生产经营涉及的环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力

发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节包括：清洗水在水解酸化、接触氧化过程中产生的异味；员工日常生活产生的生活污水；搅拌罐清洗工序产生的清洗用水；纯水制备过程中产生的浓水；产品检验过程产生的残次品；原料使用后产生的包装桶、包装废料；清洗用水处理过程中产生的污泥。

①水污染物

A、设备清洗用水：发行人现行生产所产生的设备清洗用水总产生量为950t/a(3.17t/d)。其中主要污染物为 COD_{Cr}、BOD_5、SS、氨氮、LAS。公司委托有资质单位落实清洗用水提升治理，采用酸化水解+接触氧化工艺处理清洗用水。清洗用水经公司处理设施处理后，主要污染物为 COD_{Cr}、BOD_5、SS、氨氮、LAS的排放量分别达到 0.19 t/a、0.04 t/a、0.03 t/a、0.02 t/a、0.01 t/a，均达到《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段三级标准。

B、浓水：纯水制备过程中会产生浓水。发行人总体项目清洗工序纯水用量为 950m3/a，浓水产生量为 1912m3/a。纯水制备产生的浓水可作为清洁下水直接排入雨水管网。

C、生活污水：发行人现行生产所产生的生活污水排放量为 22680m³/a，该等员工生活污水经化粪池预处理达标后通过市政污水管网引到污水厂加以处理。

②固体废物污染

发行人现行生产产生的固体废物主要为残次品、包装废料、清洗用水处理过程中产生的污泥、员工生活垃圾，固废产生量较低，分别通过统一收集交环卫部门处理、定期交由供应商回收利用、外售给废品公司处理、交由相关的单位回收处理等措施加以治理，不存在危险固体废物。

③发行人主要环保处理设施及处理能力

发行人现有的主要环保处理设施包括 1 个存水罐、1 台提升泵、2 台鼓风设备、1 台板框压滤机和 1 台空压机，主要为清洗用水处理设备，清洗用水总产生量合计约为 950t/a（3.17t/d），现有该等清洗用水经上述处理设备加以处理后，主要污染物的处理效率在 80%-95%之间，水质可达到广东省地方标准《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段三级标准限值要求，且现有环保设施均正常工作运行。

（2）报告期内发行人环保投入情况

报告期内，发行人环保投入主要包括环保设备等资本性投入及日常环保费用投入两部分，其中，报告期内发行人环保设施投入金额约 16.00 万元；报告期各期，发行人日常环保费用投入分别为 6.67 万元、5.75 万元、8.04 万元和 4.01 万元。报告期内，公司环保设施均正常运行。由于发行人自主生产的湿巾及护理液生产过程中不存在高危险或重污染的情况，其生产经营产生的污染较少，因此，

公司总体的环保投入以及环保相关的成本费用相对较低，公司环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

（3）发行人生产经营符合国家和地方环保要求

发行人相关生产项目已履行环境保护验收手续并取得排放许可证，发行人目前持有佛山市南海局环境保护局发放的“4406052018000257 号”《广东省污染物排放许可证》，排放种类：废水、废气、噪声，有效期至 2019 年 4 月 12 日；发行人子公司暂不涉及生产，但存在在建项目即爱碧斯健护产业中心一期工程建设项目，该项目在建设前已取得环境影响评价批复；发行人募投项目建设环境影响评价均已取得相应环保主管部门审批同意。

发行人及子公司爱碧斯在生产经营中能够遵守国家及地方的环境保护法律法规，报告期内，发行人及子公司爱碧斯不存在环保事故的情形，亦无因发生环境违法行为而受到环境保护部门的行政处罚的情形。

因此，发行人及子公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求。

2、安全生产措施

（1）公司安全生产情况

为保证安全生产，公司在生产过程中严格执行国家安全生产方针、政策及有关安全生产的法律法规、规章及标准。公司制定了各类操作规程，相关操作人员经相关培训后上岗，并制定了紧急避险预案，应对突发事件。目前，公司取得了由国家安全生产监督管理总局监制、佛山市安全生产协会颁发的“AQBH III GM 20171934”《安全生产标准化证书》，证明公司生产符合安全生产标准化三级企业（工贸企业）标准。

公司已取得佛山市南海区安全生产监督管理局出具的证明文件，证明报告期内公司无符合该局立案条件的生产安全事故和安全生产违法行为。

（2）公司不涉及采购、生产、销售危险化学品的情况

公司采购的生产用的物料包括卫生巾和护垫包装袋、配方用料（配方液和护理液用）、配方液、护理液瓶、卷膜、无纺布等，不涉及采购危险化学品情形；发行人自行生产产品为湿巾和护理液，不涉及使用和生产危险化学品的情形；发行人销售的主要产品包括卫生巾和护垫、湿巾及护理液，不涉及销售危险化学品的情形。

公司主要产品为一般消毒类产品，不涉及危险化学品。而且公司已经取得了《消毒产品生产企业卫生许可证》，生产产品类别涵盖了公司自主生产的湿巾和护理液，其生产、使用、储存和经营，符合《消毒产品生产企业卫生许可规定》等相关规定。

五、公司的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

公司固定资产包括房屋及建筑物、机械设备、运输工具、电子设备和其他设备，目前使用状况良好。截至报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	折旧年限	原值	累计折旧	账面价值	平均成新率
房屋及建筑物	20	11,569.01	2,915.80	8,653.21	74.80%
机器设备	10	1,217.78	612.09	605.69	49.74%
运输工具	5	711.77	450.09	261.69	36.77%
电子设备	5	428.55	248.81	179.75	41.94%
其他设备	5	384.46	289.76	94.70	24.63%
合计		**14,311.58**	**4,516.54**	**9,795.04**	**68.44%**

1、自有房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有的房产具体情况如下：

序号	权利人	房地证号	用途	坐落	建筑面积（m^2）	他项权利
1	景兴健护	粤（2017）佛南不动产权第 0351330 号	办公楼	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号（研发车间）	5,394.76	无
			工业厂房	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号（生产车间）	27,358.58	无
2	景兴健护	沪房地普字（2016）第 030177 号	办公	上海市中山北路 1777 号	105.95	无
3	景兴健护	沪房地普字（2016）第 030178 号	办公	上海市中山北路 1777 号	96.14	无
4	景兴健护	沪房地普字（2016）第 030179 号	办公	上海市中山北路 1777 号	105.95	无

2、租赁房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司租赁房屋建筑物情况具体如下：

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	权属信息	用地性质	实际用途	证载用途	是否备案
1	景兴健护	汇智实业	佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号景兴环球大厦第 1601、1602 号	1,136.48	2014/4/1-2019/3/31	粤房地权证佛字第 0200470828 号、第 0200470906 号	国有、出让	办公	办公	已备案
2	景兴健护	王双兴	太原市小店区寇庄南街 87 号 1 幢 9 号	93.99	2018/7/1-2019/6/30	房权证井字第 00044578 号	国有、出让	办公	住宅	无
3	景兴健护	韩福荣	大连市沙河口区新华街 199 号 4-2-2	100.77	2018/9/1-2019/12/31	大房权证沙私字第 2009502180 号	国有、出让	办公	住宅	无
4	景兴健护	耿天增	郑州市惠济区生产路 20 号院 10 号楼 2 单元 23 层 2305 号	89.29	2017/10/8-2019/4/7	郑房权证字第 1501163757 号	国有、出让	办公	住宅	无
5	景兴健护	阿力普·伊斯马伊力	乌鲁木齐水磨沟区西虹东路 381 号 A 座 602 室	187.86	2017/11/1-2020/10/30	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无
6	景兴健护	王东旭	合肥市瑶海区盐业大厦 B 区 503 室	143.71	2018/5/12-2019/5/11	房地权证合产字第 110033483 号	国有、出让	办公	住宅	无
7	景兴健护	赵雅欣	重庆市渝中区大坪时代天街 3 号 1 幢 14-4#	174.3	2016/6/20-2021/6/19	101 房地证 2015 字第 11242 号	国有、出让	办公	办公	无
8	景兴健护	吴克智	兰州市七里河区西站西路 50 号 3 单元 2702 室	84.99	2018/1/1-2019/12/31	兰房权证（七里河区）字第 350815 号	国有、出让	办公	住宅	无
9	景兴健护	王智群	西安市碑林区东关南街古新巷 2 号 1 幢 2 单元 20102 室	175.12	2018/1/1-2020/12/31	西安市房权证碑林区字第 1125108005 1-99-1-2010 2-1 号	国有、出让	办公	住宅	无
10	景兴健护	廖海涛	南宁市西乡塘区北大北路 25 号茂泽大厦 2312 号	104.61	2018/11/1-2019/10/31	邕房权证字第 01816373 号	国有、出让	办公	住宅	无
11	景兴健护	赖连珠	泉州市丰泽区瑞士花园 B 地块 8-1 号楼 202 单元	116.34	2017/1/1-2019/12/31	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	权属信息	用地性质	实际用途	证载用途	是否备案
12	景兴健护	毛爱琴	青岛市市南区福州南路 39 号 2 号楼 2 单元 201 户	188.82	2017/10/16-2019/10/15	青房地权市字第 200989475 号	国有、出让	办公	住宅	已备案
13	景兴健护	康思云	武汉市江汉区江汉路 129 号中百商厦 18 层 7 室	165.81	2016/11/1-2019/10/31	有权属证书	国有、出让	办公	商业服务	已备案
14	景兴健护	孙绍清	武汉市江汉区江汉路 129 号中百商厦 18 层 6 室	101.84	2018/9/1-2020/8/31	有权属证书	国有、出让	办公	商业服务	已备案
15	景兴健护	徐晨少	西安碑林区和平路 118 号和平银座 505 房	161.59	2017/5/1-2020/4/30	有权属证书	国有、出让	办公	办公	无
16	景兴健护	北京北搪化工设备有限责任公司	北京市朝阳区南磨房路 37 号华腾北搪商务大厦 11 层 01 号	327.87	2018/8/16-2021/8/15	京房权证朝国 04 字第 001744 号	国有、划拨	办公	办公	无
17	景兴健护	危微	重庆渝中区大坪金银湾 210 号 1 栋 2 单元 1-4	55.00	2017/4/1-2020/3/31	有权属证书	国有、划拨	办公	住宅	已备案
18	景兴健护	赵元霞	南京市秦淮区中山东路 218 号 3007 室	127.14	2018/9/5-2020/9/4	宁房权证秦转字第 426297 号	国有、出让	办公	住宅	无
19	景兴健护	卢正华	遵义市红花岗区海尔大道益丰小区 1 栋 13 号库房	55.83	2018/1/1-2018/12/30	遵房权证监字第 201111659 号	国有、出让	办公、仓储	库房	无
20	景兴健护	广州市怡基物业管理有限公司	广州市海珠区江南大道中路 232 号华海大厦 B 座 29 层 2908	300.00	2017/1/1-2019/12/31	粤房证字第 C4157364 号	国有、出让	办公	办公	无
21	景兴健护	胡荣	扬州市联谊路 16 号银泰商务中心 427 室	68.13	2017/4/1-2019/3/31	扬房权证广字第 2013024587 号	国有、出让	办公	非住宅	无
22	景兴健护	吴忠喜	郴州市飞虹路 18 号解放里社区	67.69	2018/1/1-2019/12/31	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	权属信息	用地性质	实际用途	证载用途	是否备案
23	景兴健护	四川通用物业管理有限责任公司	成都市高新南区时代晶座 2 栋 1 单元负 2 层 1 号	188.00	2018/2/1-2019/1/31	川（2017）成都市不动产权第 0070279 号	国有、出让	办公、仓储	车位	无
24	景兴健护	周科斌	宁波市百丈东路 966 号好阳光国际商务公寓 A 栋 4 楼 404	92.20	2018/1/10-2019/1/9	浙（2017）宁波市鄞州不动产权第 0115826 号	国有、出让	办公	住宅	无
25	景兴健护	王永舒	南宁市西乡塘区北大路 11 号机电综合楼三层 308 号房	36.83	2018/2/1-2019/1/31	桂（2017）南宁市不动产权第 0119110 号	国有、出让	办公、仓储	仓储、综合	无
26	景兴健护	翁应钊	海口市美群路 15 号美亚小区 309 房	108.86	2018/1/1-2018/12/31	海口市房权证海房字第 HK050285 号	国有、出让	办公	住宅	无
27	景兴健护	何爱桃	衡阳市蒸湘区船山西路 59 号南华园 10 号楼 121 室	28.96	2018/1/1-2018/12/31	湘（2017）衡阳市不动产权第 0049895 号	国有、出让	办公、仓储	仓储	无
28	景兴健护	周洪	怀化市鹤城区沿河路舞水河畔 3 栋 501	75.25	2018/4/1-2019/3/31	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无
29	景兴健护	陈仲梅	济南市历下区正觉寺小区二区 9 号楼 4 单元 102 室	94.50	2018/4/1-2021/3/31	济房权证省直字第 100121 号	国有、出让	办公	住宅	无
30	景兴健护	薛伟	昆明市西山区西昌路 33 号中央丽城 7 栋 1404 号	140.74	2018/4/1-2019/3/31	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无
31	景兴健护	纳什企业发展（上海）有限公司	上海市普陀区中山北路 1759 号 2112 房	56.93	2018/4/24-2019/4/23	沪房地普字（2007）第 007724 号	国有、转让	办公	办公	无
32	景兴健护	郭迎春	武汉市江岸区安静小区 9 栋 3 单元 1-1 室	40.09	2017/12/1-2020/11/30	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无
33	景兴健护	易北移	株洲市天元区珠江南路 128 号天泰小区 17 栋	97.88	2018/1/1-2018/12/31	株房权证株字第 1000466191 号	国有、出让	办公	住宅	无

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	权属信息	用地性质	实际用途	证载用途	是否备案
34	爱碧斯	汇智实业	佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号景兴环球大厦第 1501 号、1701 号、1702 号	1,708.45	2014/6/1-2019/5/31	粤房地权证佛字第 0200470835 号、第 0200470855 号、第 0200470732 号	国有、出让	办公	办公	已备案
35	爱碧斯	王弘	湛江市霞山区人民大道南 50.52 号国贸新天地 A 区商住楼 A1 座	102.00	2017/3/3-2020/3/3	粤房地权证湛江 CQ 字第 0100021708 号	国有、出让	办公	办公	无
36	爱碧斯	潘兵	长春市朝阳区西安大路与安达街交汇处盛嘉新城 5 栋 2003 室	107.24	2018/6/15-2019/6/14	房权证长房权字第 1060117259 号	国有、划拨	办公	住宅	无
37	爱碧斯	苏静	长沙市韶山路 81 号第 5 号楼 304 房	140.10	2017/6/16-2020/12/31	长房权证雨花字第 00433622 号	国有、出让	办公	住宅	无
38	爱碧斯	深圳国新实业有限公司	深圳市罗湖区南湖路国贸商业大厦 28G	212.49	2017/1/1-2018/12/31	深房地字第 2000270790 号	国有、出让	办公	办公	已备案
39	爱碧斯	柯文光	茂名市双山六路 13 号大院 19 号 201 房	84.05	2018/1/1-2020/1/1	粤房地权证茂字第 0100015174 号	国有、出让	办公	住宅	无
40	爱碧斯	邓其亮	惠州市麦地路 57 号紫馨苑 03 栋首层 7 号车库	34.20	2018/10/1-2019/9/30	粤房地证字第 C4774495 号	国有、出让	办公、仓储	车库	无
41	爱碧斯	李来国	三亚市河东区春光路 7 号	88.19	2018/3/1-2018/12/31	有权属证书	国有、出让	办公	住宅	无
42	爱碧斯	姜涛	贵阳市中山东路 16、18 号中山大厦 16 层 2 号	145.64	2018/5/10-2020/4/30	筑房权证云岩字第 010167301 号	国有、出让	办公	住宅	无
43	爱碧斯	蒋昶	长沙市韶山路 81 号（福乐名园小区）1 栋 401 房	100.00	2018/1/1-2023/12/31	长房权证雨花字第 6058 号	国有、出让	办公	住宅	无

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	权属信息	用地性质	实际用途	证载用途	是否备案
44	景兴健护	王化荣	十堰市茅箭区二堰街办车城南路 18 号 C 栋 1-2	31.72	2018/6/30-2021/6/29	有权属证书	国有、出让	办公、仓储	车库	已备案
45	景兴健护	苏州市美术地毯厂有限公司	苏州市人民路 148 号 8 号楼 205#	27.00	2018/11/20-2019/11/19	苏（2016）苏州市不动产权第 8015376 号	国有、出让	办公	非居住	无
46	景兴健护	苏州市美术地毯厂有限公司	苏州市人民路 148 号 8 号楼 302#	74.00	2018/6/20-2018/12/19	苏（2016）苏州市不动产权第 8015376 号	国有、出让	办公	非居住	无
47	景兴健护	陈晨	天津市南开区平祥大厦 5 号楼 1 门 2703	98.90	2018/6/1-2019/5/31	房地证津字第 104021221838 号	国有、出让	办公	居住	无

公司租赁的上述物业主要用于公司总部办公以及在全国各地的销售办事处用作办公用房。上述租赁物业均已取得相应权属证书，不存在被要求拆除的法律风险，不会因权属事宜对发行人正常生产经营产生不利影响。

上述租赁业务中，39 份租赁合同未办理备案手续。根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》和《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》，上述租赁合同未办理租赁备案手续不影响该等租赁合同的有效性，亦不会影响发行人使用该等房屋。

上述房产租赁中，30 处租赁业务实际用途与证载用途不一致，3 处租赁房产（第 16 项、第 17 项、第 36 项）占用划拨地但未能提供市、县人民政府土地管理部门和房产管理部门的批准文件及上缴租金收益的证明瑕疵情形（其中第 17 项、第 36 项亦属于实际用途与证载用途不一致的情形），存在租赁合同无效的风险。但是，该等房屋主要系发行人外地员工日常办公用房，面积较小，且周边租赁资源较多，若发行人无法使用前述房屋，较易租赁到符合要求的替代性房产。

综上所述，发行人上述物业租赁瑕疵不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，且不会对本次发行上市构成实质性障碍。

3、主要生产设备情况

公司及子公司主要生产设备情况包括全自动灌装机、全自动折叠包装湿巾

机、水处理设备、配置罐等。截至 2018 年 6 月 30 日，公司及子公司生产设备的原值为 1,217.78 万元、净值为 605.69 万元、成新率为 49.74%。

（二）主要无形资产情况

公司无形资产主要包括土地使用权、商标、专利权、著作权等，具体如下：

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	使用权人	证书编号	坐落	使用权面积（㎡）	土地用途	性质	取得方式	终止日期	他项权利
1	景兴健护	粤（2017）佛南不动产权第 0351330 号	佛山市南海区桂城街道宝石东路 23 号	36,519.40	工业用地、仓储用地	国有	出让	2060 年 8 月 9 日	无
2	景兴健护	粤（2017）佛南不动产权第 0006081 号	佛山市南海区桂城 B23 街区 B 地块	5,345.80	工业用地、仓储用地	国有	出让	2060 年 8 月 9 日	无
3	爱碧斯	南府国用（2014）第 0111102 号	佛山市南海区桂城街道三山科技创意产业园 SS-AO5-01 地块	43,336.10	工业用地	国有	出让	2064 年 8 月 14 日	无

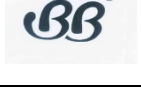
2、商标

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共持有境内外注册商标 323 项，具体情况如下：

（1）境内商标

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
1	ABC	16	10222992	2015.04.07	2018.03.27	2025.04.06	自中兴皮件厂受让取得
2	ABC	3	10548106	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得
3	ABC	5	10548232	2014.06.14	2018.03.27	2024.06.13	自中兴皮件厂受让取得
4	ABC	11	10548373	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
5	ABC	21	10548964	2016.03.07	2018.03.27	2026.03.06	自中兴皮件厂受让取得
6	ABC	25	10554176	2014.01.28	2018.03.27	2024.01.27	自中兴皮件厂受让取得
7	ABC	44	10554184	2014.05.21	2018.03.27	2024.05.20	自中兴皮件厂受让取得
8	ABC's BB	3	10575248	2016.05.14	2018.03.27	2026.05.13	自中兴皮件厂受让取得
9	ABC's BB	16	10575376	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得
10	ABC's BB	10	10581008	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得
11	ABC's BB	18	10581158	2013.04.28	2018.03.27	2023.04.27	自中兴皮件厂受让取得
12	ABC's BB	20	10581220	2013.04.28	2018.03.27	2023.04.27	自中兴皮件厂受让取得
13	ABC's BB	21	10581288	2013.04.28	2018.03.27	2023.04.27	自中兴皮件厂受让取得
14	ABC's BB	24	10581346	2013.04.28	2018.03.27	2023.04.27	自中兴皮件厂受让取得
15	ABC's BB	25	10581458	2015.04.14	2018.03.27	2025.04.13	自中兴皮件厂受让取得
16	ABC's BB	5	10588423	2014.06.14	2018.03.27	2024.06.13	自中兴皮件厂受让取得
17	ABC	5	11270860	2013.12.21	2018.03.27	2023.12.20	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
18		5	11276463	2016.04.07	2018.03.27	2026.04.06	自中兴皮件厂受让取得
19		5	11276463A	2015.05.28	2018.03.27	2025.05.27	自中兴皮件厂受让取得
20		11	11276659	2014.01.14	2018.03.27	2024.01.13	自中兴皮件厂受让取得
21		3	11278788	2014.06.28	2018.03.27	2024.06.27	自中兴皮件厂受让取得
22		16	11278814	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得
23		18	11282198	2014.05.07	2018.03.27	2024.05.06	自中兴皮件厂受让取得
24		20	11282210	2014.05.07	2018.03.27	2024.05.06	自中兴皮件厂受让取得
25		24	11282228	2013.12.28	2018.03.27	2023.12.27	自中兴皮件厂受让取得
26		21	11282319	2013.12.28	2018.03.27	2023.12.27	自中兴皮件厂受让取得
27		20	11952972	2015.11.14	2018.03.27	2025.11.13	自中兴皮件厂受让取得
28		16	12552668	2016.11.07	2018.03.27	2026.11.06	自中兴皮件厂受让取得
29		16	12552669	2015.09.07	2018.03.27	2025.09.06	自中兴皮件厂受让取得
30		5	12552670	2015.11.14	2018.03.27	2025.11.13	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
31		5	12552671	2015.08.28	2018.03.27	2025.08.27	自中兴皮件厂受让取得
32		3	12552672	2017.07.07	2018.03.27	2027.07.06	自中兴皮件厂受让取得
33		5	1295248	1999.07.21	2018.03.27	2019.07.20	自中兴皮件厂受让取得
34	ABCSBB	16	1712890	2002.02.14	2018.03.27	2022.02.13	自中兴皮件厂受让取得
35	THEABC	16	1770720	2002.05.21	2018.03.27	2022.05.20	自中兴皮件厂受让取得
36		25	18036334	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
37		24	18036335	2016.11.14	2018.03.27	2026.11.13	自中兴皮件厂受让取得
38		21	18036336	2016.11.14	2018.03.27	2026.11.13	自中兴皮件厂受让取得
39		18	18036337	2016.11.14	2018.03.27	2026.11.13	自中兴皮件厂受让取得
40		16	18036338	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
41		5	18036340	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
42		3	18036342	2016.11.14	2018.03.27	2026.11.13	自中兴皮件厂受让取得
43		3	18036343	2016.11.14	2018.03.27	2026.11.13	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
44	ABC	25	18036344	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
45	ABC	21	18036346	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
46	ABC	16	18036348	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
47	ABC	5	18036350	2017.01.21	2018.03.27	2027.01.20	自中兴皮件厂受让取得
48	ABC	3	18036352	2018.01.28	2018.03.27	2028.01.27	自中兴皮件厂受让取得
49	ABC	3	18036353	2018.01.28	2018.03.27	2028.01.27	自中兴皮件厂受让取得
50	ABC's BB	5	18036383	2016.11.14	2018.03.27	2026.11.13	自中兴皮件厂受让取得
51	ABC's BB	3	22688899	2018.02.21	2018.03.27	2028.02.20	自中兴皮件厂受让取得
52	BAC	5	5012806	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
53	CBA	5	5012807	2009.06.21	2018.03.27	2019.06.20	自中兴皮件厂受让取得
54	CBC	5	5012808	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
55	DBC	5	5012809	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
56	GBC	5	5012810	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
57	OBC	5	5012811	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
58	HBC	5	5012813	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
59	KBC	5	5012814	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
60	TBC	5	5012815	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
61	EBC	5	5012823	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
62	FBC	5	5012824	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
63	IBC	5	5012825	2009.04.21	2018.03.27	2019.04.20	自中兴皮件厂受让取得
64	ABC	5	5178045	2009.07.14	2018.03.27	2019.07.13	自中兴皮件厂受让取得
65	ABC	20	6006633	2010.09.28	2018.03.27	2020.09.27	自中兴皮件厂受让取得
66	ABC·飞	1	6426412	2010.06.21	2018.03.27	2020.06.20	自中兴皮件厂受让取得
67	ABC·飞	16	6426414	2012.07.14	2018.03.27	2022.07.13	自中兴皮件厂受让取得
68	ABC·EC	1	6426429	2010.07.07	2018.03.27	2020.07.06	自中兴皮件厂受让取得
69	ABC·EC	16	6426436	2012.10.21	2018.03.27	2022.10.20	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
70	ABC·EC	21	6426437	2010.07.21	2018.03.27	2020.07.20	自中兴皮件厂受让取得
71	ABC·FREE	16	6427057	2010.06.14	2018.03.27	2020.06.13	自中兴皮件厂受让取得
72	ABC·FREE	3	6427059	2010.03.28	2018.03.27	2020.03.27	自中兴皮件厂受让取得
73	ABC·FREE	1	6427060	2010.08.21	2018.03.27	2020.08.20	自中兴皮件厂受让取得
74	ABC's BB	21	6427061	2010.08.07	2018.03.27	2020.08.06	自中兴皮件厂受让取得
75	ABC's BB	3	6427063	2010.06.21	2018.03.27	2020.06.20	自中兴皮件厂受让取得
76	ABC's BB	1	6427064	2010.07.14	2018.03.27	2020.07.13	自中兴皮件厂受让取得
77	BB·ABC	3	7277051	2010.07.28	2018.03.27	2020.07.27	自中兴皮件厂受让取得
78	BB·ABC	16	7279856	2010.08.07	2018.03.27	2020.08.06	自中兴皮件厂受让取得
79	ABC	5	7279889	2013.12.14	2018.03.27	2023.12.13	自中兴皮件厂受让取得
80	A·ABC	5	7280006	2012.08.28	2018.03.27	2022.08.27	自中兴皮件厂受让取得
81	BB·EC	3	7280111	2010.07.28	2018.03.27	2020.07.27	自中兴皮件厂受让取得
82	BB·EC	16	7282440	2010.08.07	2018.03.27	2020.08.06	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
83	aABC	16	7713412	2013.12.07	2018.03.27	2023.12.06	自中兴皮件厂受让取得
84	@ABC	16	7713431	2013.12.07	2018.03.27	2023.12.06	自中兴皮件厂受让取得
85	ABC's	16	8159426	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得
86	ABC	5	9021261	2015.12.14	2018.03.27	2025.12.13	自中兴皮件厂受让取得
87	ABG	5	9047439	2013.11.21	2018.03.27	2023.11.20	自中兴皮件厂受让取得
88	ABE	5	9047460	2012.03.21	2018.03.27	2022.03.20	自中兴皮件厂受让取得
89	AEC	5	9047473	2014.02.14	2018.03.27	2024.02.13	自中兴皮件厂受让取得
90	ABL	5	9047488	2012.03.21	2018.03.27	2022.03.20	自中兴皮件厂受让取得
91	ABG	16	9050951	2012.12.07	2018.03.27	2022.12.06	自中兴皮件厂受让取得
92	ABC	5	9810978	2014.02.21	2018.03.27	2024.02.20	自中兴皮件厂受让取得
93	DELANE 迪莲妮	18	997857	1997.05.07	2018.03.27	2027.05.06	自中兴皮件厂受让取得
94	EC～	5	9054954	2012.09.14	2017.07.27	2022.09.13	自南海景兴转让取得
95	EC～2	16	3724525	2005.11.14	2017.07.27	2025.11.13	自南海景兴转让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
96	EC～1	16	3724524	2005.11.14	2017.07.27	2025.11.13	自南海景兴转让取得
97	EC～	16	9054988	2012.01.21	2017.07.27	2022.01.20	自南海景兴转让取得
98	EC～	16	3396378	2004.09.21	2017.07.27	2024.09.20	自南海景兴转让取得
99	easy clean EC	3	10581694	2013.08.28	2017.07.27	2023.08.27	自南海景兴转让取得
100	easy clean EC	5	11276059	2015.08.14	2017.07.27	2025.08.13	自南海景兴转让取得
101	easy clean EC	10	10587239	2013.07.21	2017.07.27	2023.07.20	自南海景兴转让取得
102	easy clean EC	16	9055269	2012.05.14	2017.07.27	2022.05.13	自南海景兴转让取得
103	easy clean EC	16	10587270	2013.10.14	2017.07.27	2023.10.13	自南海景兴转让取得
104	easy clean EC	16	10587278	2013.06.07	2017.07.27	2023.06.06	自南海景兴转让取得
105	帮泰	3	10568721	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
106	帮泰	5	11270721	2013.12.21	2017.07.27	2023.12.20	自南海景兴转让取得
107	帮泰	5	10568808	2013.07.21	2017.07.27	2023.07.20	自南海景兴转让取得
108	帮泰	5	8572931	2011.08.28	2017.07.27	2021.08.27	自南海景兴转让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
109	帮泰	5	10568751	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
110	帮泰	10	9047735	2012.01.21	2017.07.27	2022.01.20	自南海景兴转让取得
111	帮泰	10	10568836	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
112	帮泰	10	10568871	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
113	帮泰	11	10568906	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
114	帮泰	16	8573003	2011.08.28	2017.07.27	2021.08.27	自南海景兴转让取得
115	帮泰	16	10568943	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
116	帮泰	16	10568947	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴转让取得
117	帮泰	18	10575011	2014.04.07	2017.07.27	2024.04.06	自南海景兴转让取得
118	帮泰	20	10575049	2013.12.07	2017.07.27	2023.12.06	自南海景兴转让取得
119	帮泰	20	10575031	2014.04.07	2017.07.27	2024.04.06	自南海景兴受让取得
120	帮泰	21	10575061	2013.12.07	2017.07.27	2023.12.06	自南海景兴受让取得
121	帮泰	24	10575079	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
122	帮泰	25	10575110	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴受让取得
123	帮泰	25	11270763	2013.12.21	2017.07.27	2023.12.20	自南海景兴受让取得
124	帮泰	44	10575159	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴受让取得
125	易洁	3	10560468	2013.07.07	2017.07.27	2023.07.06	自南海景兴受让取得
126	易洁	5	9044293	2012.03.21	2017.07.27	2022.03.20	自南海景兴受让取得
127	易洁	5	10560510	2013.07.07	2017.07.27	2023.07.06	自南海景兴受让取得
128	易洁	5	11270695	2013.12.21	2017.07.27	2023.12.20	自南海景兴受让取得
129	易洁	10	10560565	2014.03.21	2017.07.27	2024.03.20	自南海景兴受让取得
130	易洁	11	10560650	2013.07.07	2017.07.27	2023.07.06	自南海景兴受让取得
131	易洁	16	9055347	2012.05.14	2017.07.27	2022.05.13	自南海景兴受让取得
132	易洁	16	10560682	2013.04.21	2017.07.27	2023.04.20	自南海景兴受让取得
133	易洁	21	10560712	2013.07.07	2017.07.27	2023.07.06	自南海景兴受让取得
134	易洁	24	10568666	2013.07.14	2017.07.27	2023.07.13	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
135	易洁	25	11270662	2013.12.21	2017.07.27	2023.12.20	自南海景兴受让取得
136	易洁	44	10568674	2013.04.28	2017.07.27	2023.04.27	自南海景兴受让取得
137	AFree	1	6426424	2010.04.28	2017.07.27	2020.04.27	自南海景兴受让取得
138	quicdry	5	18387205	2016.12.28	2017.07.27	2026.12.27	自南海景兴转让取得
139	Free	5	18035755	2017.01.21	2017.12.20	2027.01.20	自南海景兴转让取得
140	Free	5	18035754	2017.01.21	2017.12.20	2027.01.20	自南海景兴转让取得
141	Free	3	18035745	2018.01.14	2017.12.20	2028.01.13	自南海景兴转让取得
142	Free	5	18035744	2016.11.14	2017.12.20	2026.11.13	自南海景兴转让取得
143	Free	5	18035743	2018.01.21	2017.12.20	2028.01.20	自南海景兴转让取得
144	Free	10	18035742	2017.02.14	2017.12.20	2027.02.13	自南海景兴转让取得
145	Free	16	18035741	2017.02.14	2017.12.20	2027.02.13	自南海景兴转让取得
146	Free	24	18035738	2016.11.14	2017.12.20	2026.11.13	自南海景兴转让取得
147	Free	25	18035737	2017.01.21	2017.12.20	2027.01.20	自南海景兴转让取得
148	Free	3	18035735	2017.12.21	2017.12.20	2027.12.20	自南海景兴转让取得
149	Free	5	18035733	2017.12.21	2017.12.20	2027.12.20	自南海景兴转让取得
150	Free	5	18035732	2018.01.14	2017.12.20	2028.01.13	自南海景兴转让取得
151	Free	5	18035731	2018.01.14	2017.12.20	2028.01.13	自南海景兴转让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
152	Free	5	18035730	2017.08.14	2017.12.20	2027.08.13	自南海景兴转让取得
153	Free	1	6426421	2010.05.07	2017.12.20	2020.05.06	自南海景兴转让取得
154	Free	3	10554228	2015.04.07	2017.12.20	2025.04.06	自南海景兴转让取得
155	free	5	3724526	2009.08.21	2017.12.20	2019.08.20	自南海景兴转让取得
156	Free@	5	7291051	2010.10.28	2017.12.20	2020.10.27	自南海景兴转让取得
157	Free	5	7488688	2010.11.21	2017.12.20	2020.11.20	自南海景兴转让取得
158	Free	5	9051130	2012.10.21	2017.12.20	2022.10.20	自南海景兴转让取得
159	Free	5	9523522	2013.01.07	2017.12.20	2023.01.06	自南海景兴转让取得
160	Free	5	10554262	2013.09.07	2017.12.20	2023.09.06	自南海景兴转让取得
161	Free	5	11270613	2013.12.21	2017.12.20	2023.12.20	自南海景兴转让取得
162	Free	5	12552666	2015.04.21	2017.12.20	2025.04.20	自南海景兴转让取得
163	Free	10	10554301	2015.04.14	2017.12.20	2025.04.13	自南海景兴转让取得
164	Free	11	10554330	2015.12.14	2017.12.20	2025.12.13	自南海景兴转让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
165	Free	16	6426422	2010.09.28	2017.12.20	2020.09.27	自南海景兴转让取得
166	Free@	16	7291060	2010.10.14	2017.12.20	2020.10.13	自南海景兴转让取得
167	Free	16	7488705	2010.10.28	2017.12.20	2020.10.27	自南海景兴转让取得
168	Free	16	9055144	2014.05.21	2017.12.20	2024.05.20	自南海景兴转让取得
169	Free	16	10554375	2015.04.07	2017.12.20	2025.04.06	自南海景兴转让取得
170	Free	18	10554415	2014.05.21	2017.12.20	2024.05.20	自南海景兴转让取得
171	Free	24	10560419	2013.07.07	2017.12.20	2023.07.06	自南海景兴转让取得
172	Free	25	10560429	2013.07.07	2017.12.20	2023.07.06	自南海景兴转让取得
173	飞	5	3934289	2007.01.14	2017.12.20	2027.01.13	自南海景兴转让取得
174	飞^2	5	7291078	2010.09.28	2017.12.20	2020.09.27	自南海景兴转让取得
175	飞	5	8257444	2011.09.28	2017.12.20	2021.09.27	自南海景兴转让取得
176	飞	5	11282672	2014.06.14	2017.12.20	2024.06.13	自南海景兴转让取得
177	飞	24	11289161	2014.06.07	2017.12.20	2024.06.06	自南海景兴转让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
178	Freee	1	6426416	2010.04.28	2017.12.20	2020.04.27	自南海景兴受让取得
179	AFree	3	6426425	2011.02.28	2017.12.20	2021.02.27	自南海景兴受让取得
180	BB·Free	3	7277062	2010.10.14	2017.12.20	2020.10.13	自南海景兴受让取得
181	BB·飞	3	7277079	2012.02.07	2017.12.20	2022.02.06	自南海景兴受让取得
182	BB·易洁	3	7282461	2011.05.28	2017.12.20	2021.05.27	自南海景兴受让取得
183	蓝芯	5	3396380	2004.08.07	2017.12.20	2024.08.06	自南海景兴受让取得
184	KMS	5	1310260	1999.09.07	2017.12.20	2019.09.06	自南海景兴受让取得
185	小妹 xiao mei	5	1395478	2000.05.14	2017.12.20	2020.05.13	自南海景兴受让取得
186	小妹	5	1449487	2000.09.28	2017.12.20	2020.09.27	自南海景兴受让取得
187	至酷	5	1684466	2001.12.21	2017.12.20	2021.12.20	自南海景兴受让取得
188	EC 易洁	5	1672546	2001.11.28	2017.12.20	2021.11.27	自南海景兴受让取得
189	A大人	5	3396382	2004.08.07	2017.12.20	2024.08.06	自南海景兴受让取得
190	长者	5	3396381	2004.08.07	2017.12.20	2024.08.06	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
191	易拉贴	5	4139100	2007.08.07	2017.12.20	2027.08.06	自南海景兴受让取得
192	KMS	5	6354754	2010.03.28	2017.12.20	2020.03.27	自南海景兴受让取得
193	洁柔 活性无	5	6354755	2012.02.14	2017.12.20	2022.02.13	自南海景兴受让取得
194	AFree	5	6426426	2010.04.28	2017.12.20	2020.04.27	自南海景兴受让取得
195	Freee	5	6426418	2010.03.28	2017.12.20	2020.03.27	自南海景兴受让取得
196	快乐小妹	5	6682877	2011.12.14	2017.12.20	2021.12.13	自南海景兴受让取得
197	BB·Free	5	7277120	2012.02.07	2017.12.20	2022.02.06	自南海景兴受让取得
198	BB·飞	5	7277124	2011.02.21	2017.12.20	2021.02.20	自南海景兴受让取得
199	超速	5	7282560	2010.08.28	2017.12.20	2020.08.27	自南海景兴受让取得
200	迅爽	5	7282579	2010.09.28	2017.12.20	2020.09.27	自南海景兴受让取得
201	Wingsfree	5	7285690	2010.09.07	2017.12.20	2020.09.06	自南海景兴受让取得
202	减翼	5	7285773	2010.09.07	2017.12.20	2020.09.06	自南海景兴受让取得
203	蓝芯2	5	7285726	2010.09.07	2017.12.20	2020.09.06	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
204	蓝芯2 超速	5	7285821	2010.12.07	2017.12.20	2020.12.06	自南海景兴受让取得
205	蓝芯2 超速	5	7290992	2010.10.28	2017.12.20	2020.10.27	自南海景兴受让取得
206	清爽因子	5	7293525	2013.11.21	2017.12.20	2023.11.20	自南海景兴受让取得
207		5	7293472	2010.11.21	2017.12.20	2020.11.20	自南海景兴受让取得
208	免翼	5	7296572	2010.09.07	2017.12.20	2020.09.06	自南海景兴受让取得
209	清丽	5	7699607	2011.01.21	2017.12.20	2021.01.20	自南海景兴受让取得
210	亲柔立围 extra care	5	7970475	2013.07.28	2017.12.20	2023.07.27	自南海景兴受让取得
211	Buddy	5	7973306	2014.04.21	2017.12.20	2024.04.20	自南海景兴受让取得
212	泰斗	5	7973244	2011.05.14	2017.12.20	2021.05.13	自南海景兴受让取得
213	Nakama	5	7988146	2011.02.07	2017.12.20	2021.02.06	自南海景兴受让取得
214	Frcc	5	9051241	2012.01.21	2017.12.20	2022.01.20	自南海景兴受让取得
215	Frec	5	9051198	2012.03.28	2017.12.20	2022.03.27	自南海景兴受让取得
216	Frce	5	9051177	2012.03.21	2017.12.20	2022.03.20	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
217	Buddy	5	9055233	2012.03.21	2017.12.20	2022.03.20	自南海景兴受让取得
218	至酷	16	1712892	2002.02.14	2017.12.20	2022.02.13	自南海景兴受让取得
219	EC 易洁	16	1693041	2002.01.07	2017.12.20	2022.01.06	自南海景兴受让取得
220	易拉贴	16	1770795	2002.05.21	2017.12.20	2022.05.20	自南海景兴受让取得
221	冰湿	16	3396379	2004.09.28	2017.12.20	2024.09.27	自南海景兴受让取得
222	KMS	16	5178044	2009.06.07	2017.12.20	2019.06.06	自南海景兴受让取得
223	AFree	16	6426427	2010.08.07	2017.12.20	2020.08.06	自南海景兴受让取得
224	Freee	16	6426419	2010.07.21	2017.12.20	2020.07.20	自南海景兴受让取得
225	快乐小妹	16	6682876	2011.12.14	2017.12.20	2021.12.13	自南海景兴受让取得
226	BB·Free	16	7277148	2010.11.14	2017.12.20	2020.11.13	自南海景兴受让取得
227	BB·易洁	16	7282485	2010.08.07	2017.12.20	2020.08.06	自南海景兴受让取得
228	迅爽	16	7282614	2010.08.07	2017.12.20	2020.08.06	自南海景兴受让取得
229	减翼	16	7285795	2010.10.21	2017.12.20	2020.10.20	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
230	Wingsfree	16	7285711	2010.08.07	2017.12.20	2020.08.06	自南海景兴受让取得
231	蓝芯2	16	7285749	2010.10.28	2017.12.20	2020.10.27	自南海景兴受让取得
232	爽 透	16	7285659	2010.08.28	2017.12.20	2020.08.27	自南海景兴受让取得
233	蓝芯2 超速	16	7290902	2010.09.14	2017.12.20	2020.09.13	自南海景兴受让取得
234	减翼·简易	16	7291040	2010.10.21	2017.12.20	2020.10.20	自南海景兴受让取得
235		16	7293500	2010.09.21	2017.12.20	2020.09.20	自南海景兴受让取得
236	免翼	16	7296589	2010.10.21	2017.12.20	2020.10.20	自南海景兴受让取得
237	Buddy	16	7973426	2014.02.07	2017.12.20	2024.02.06	自南海景兴受让取得
238	泰斗	16	7973442	2011.02.21	2017.12.20	2021.02.20	自南海景兴受让取得
239	Nakama	16	7988270	2011.02.28	2017.12.20	2021.02.27	自南海景兴受让取得
240	EC	16	9051421	2012.01.21	2017.12.20	2022.01.20	自南海景兴受让取得
241	Frcc	16	9055198	2014.05.21	2017.12.20	2024.05.20	自南海景兴受让取得
242	Frce	16	9055173	2013.02.21	2017.12.20	2023.02.20	自南海景兴受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
243	Frec	16	9055187	2014.05.21	2017.12.20	2024.05.20	自南海景兴受让取得
244	AFree	21	6426428	2010.08.07	2017.12.20	2020.08.06	自南海景兴受让取得
245	ABC·飞	21	6426415	2010.11.07	2017.12.20	2020.11.06	自南海景兴受让取得
246	任性睡	5	22688984	2018.02.21	-	2028.02.20	原始取得
247	小裤丫	5	22688890	2018.02.21	-	2028.02.20	原始取得
248	御泰	3	11289306	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
249	御泰	5	11289386	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
250	御泰	10	11289453	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
251	御泰	11	11289524	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
252	御泰	16	11289581	2014.06.07	-	2024.06.06	原始取得
253	御泰	25	11289631	2014.06.07	-	2024.06.06	原始取得
254	御泰	44	11296844	2014.02.14	-	2024.02.13	原始取得
255	保柏	3	11296885	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
256	保柏	5	11296975	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
257	保柏	10	11296998	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
258	保柏	11	11297021	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
259	保柏	16	11297053	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
260	保柏	25	11297081	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
261	保柏	44	11297123	2014.02.14	-	2024.02.13	原始取得
262	安斯敦	3	11301642	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
263	安斯敦	5	11301679	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
264	安斯敦	10	11301654	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
265	安斯敦	11	11301670	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
266	安斯敦	16	11301689	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
267	安斯敦	25	11301894	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
268	安斯敦	44	11301791	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
269	翠柏	5	11302076	2013.12.28	-	2023.12.27	原始取得
270	翠柏	10	11302118	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
271	翠柏	11	11309325	2014.03.07	-	2024.03.06	原始取得
272	翠柏	25	11309338	2014.03.07	-	2024.03.06	原始取得
273	翠柏	44	11309341	2014.03.07	-	2024.03.06	原始取得
274	Silverite	3	11309356	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
275	Silverite	5	11309453	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
276	Silverite	10	11309481	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
277	Silverite	11	11309516	2014.03.07	-	2024.03.06	原始取得
278	Silverite	16	11309566	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
279	Silverite	25	11309504	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
280	Silverite	44	11317315	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
281	Esteem	5	11318979	2014.05.07	-	2024.05.06	原始取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
282	Esteem	10	11319022	2014.05.21	-	2024.05.20	原始取得
283	Esteem	11	11319128	2014.05.21	-	2024.05.20	原始取得
284	Esteem	16	11319299	2014.01.07	-	2024.01.06	原始取得
285	Esteem	25	11319320	2014.02.14	-	2024.02.13	原始取得
286	Esteem	44	11319335	2014.02.14	-	2024.02.13	原始取得
287		3	12552684	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
288		5	12552683	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
289		10	12552682	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
290		11	12552681	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
291		16	12552680	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
292		18	12552679	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
293		20	12552678	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
294		21	12552677	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
295		24	12552676	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
296		25	12552675	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
297		35	12552674	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
298		44	12552673	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
299		3	12552689	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
300		5	12552688	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
301		16	12552687	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
302		35	12552686	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
303		44	12552685	2014.10.07	-	2024.10.06	原始取得
304	Free 任性睡	5	22688983	2018.04.07	-	2028.04.06	原始取得
305	ABC Always Being Clean...	3	18387206	2018.06.28	2018.03.27	2028.06.27	自中兴皮件厂受让取得
306	ABC 无忧棉	5	22688896	2018.07.28	2018.03.27	2028.07.27	自中兴皮件厂受让取得
307	ABC 甜梦棉	5	22688897	2018.07.28	2018.03.27	2028.07.27	自中兴皮件厂受让取得

序号	商标名称	核定类别	注册号	注册时间	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
308	ABC 安睦棉	5	22688898	2018.07.28	2018.03.27	2028.07.27	自中兴皮件厂受让取得
309	Free 安睦棉	5	22688891	2018.07.28	-	2028.07.27	原始取得
310	Free 无忧棉	5	22688893	2018.07.28	-	2028.07.27	原始取得

（2）境外商标

序号	商标名称	商标号	申请国家/地区	注册日期	转让完成时间	注册有效期至	取得方式
1	ABC	302034657	中国香港	2011.09.19	2017.12.21	2021.09.18	自中兴皮件厂受让取得
2	ABC	N/059936	中国澳门	2012.03.14	2018.01.05	2019.03.14	自中兴皮件厂受让取得
3	ABC	4-2011-00011401	菲律宾	2012.03.08	2017.12.07	2022.03.08	自中兴皮件厂受让取得
4	ABC	849775	新西兰	2012.03.22	2017.12.11	2021.09.22	自中兴皮件厂受让取得
5	ABC	TMA864392	加拿大	2013.11.06	2017.10.17	2028.11.06	自中兴皮件厂受让取得
6	ABC	T0404229B	新加坡	2004.03.18	2017.10.02	2024.03.18	自南海景兴受让取得
7	ABC	04015597	马来西亚	2004.10.13	2017.08.17	2024.10.13	自南海景兴受让取得
8	ABC	01088394	中国台湾	2004.03.01	2018.01.09	2024.02.29	自南海景兴受让取得
9	ABC	4907489	日本	2005.11.11	2017.10.04	2025.11.11	自南海景兴受让取得
10	ABC	1151609	马德里	2013.01.07	2018.08.01	2023.01.07	自中兴皮件厂受让取得
11	ABC	1102158	马德里	2011.12.07	2018.08.01	2021.12.07	自中兴皮件厂受让取得
12	ABC	885/2012	津巴布韦	2012.07.17	2018.06.15	2022.07.17	自中兴皮件厂受让取得
13	ABC	40073992000	越南	2004.09.22	2018.08.10	2024.09.22	自南海景兴受让取得

截至本招股说明书签署之日，公司不存在使用关联方商标的情况。报告期内公司经关联方许可使用关联方商标的具体情况详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）关联交易”之“2、偶发性的关联交易”部分。

（3）境内外商标的法律状况、应用情况及是否存在权利提前终止等异常情况

发行人持有的上述境内外商标主要使用于产品的外包装，其中共计 26 项境内商标（即第 17、29、31、33、46、47、79、86、92、143、149、150、151、152、157、158、161、162、165、167、173、175、176、192、210、247 项商标）为发行人正在实际使用的核心商标，其他 284 项商标均为非核心商标。发行人现有 13 项境外商标均为未实际使用的非核心商标。

其中，就第 12552672 号商标，自然人张汉标以其名下在先注册第 6331012 号商标、第 11669698 号商标的在先商标权为由对 12552672 号商标提出无效宣告申请，请求国家工商行政管理总局商标评审委员会宣告 12552672 号商标在所有指定商品上的注册无效。截至本招股说明书出具之日，该争议还在审理中。发行人取得的第 12552672 号商标的核定使用商品/服务项目为“清洁制剂；空气芳香剂”，张汉标取得的第 6331012 号商标、第 11669698 号商标的核定使用商品/服务项目分别为“洗面奶、防皱霜、去斑霜、脱毛剂、美容面膜、化妆品用香料、化妆品、香、牙膏、动物用化妆品”、“浴液、牙膏、香水、洗发液、粉刺霜、增白霜、化妆品、去斑霜、香精油、花精（香料）”，该等商标核定的使用商品项目不同。而且，截至本招股说明书出具之日，发行人亦未生产、销售清洁制剂、空气芳香剂，亦未生产、销售张汉标拥有的第 6331012 号商标、第 11669698 号商标等核定的使用商品。因此，该商标若被宣告无效，不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

截至本招股说明书出具之日，除上述第 12552672 号商标存在争议外，发行人现有境内、外其他商标不存在期限届满而未提出续展申请等注销情况，亦不存在商标被撤销的情况；发行人持有的上述境内外其他商标均处于合法、有效状态，不存在处于诉讼状态的情况，其所有权及使用权等权益不存在纠纷及潜在纠纷，亦不存在权利提前终止等异常情形。

3、专利

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有的专利情况如下：

（1）专利具体情况

序号	权利人	名称	类型	专利号	申请日期	取得方式	他项权利

序号	权利人	名称	类型	专利号	申请日期	取得方式	他项权利
1	景兴健护	一种婴幼儿湿巾添加液及其制作工艺及婴幼儿湿巾	发明	201310248095.4	2013.06.20	原始取得	无
2	景兴健护	一种蜂蜜提取物及其制作工艺及婴幼儿湿巾	发明	201310248091.6	2013.06.20	原始取得	无
3	景兴健护	一种含有多种植物提取物的清洗护理液及其制作工艺	发明	201310413812.4	2013.09.11	原始取得	无
4	景兴健护	一种清洁护理液及其制作工艺	发明	201310413790.1	2013.09.11	原始取得	无
5	景兴健护	一种天然抗菌防腐剂及其制作工艺及卫生用品	发明	201410038978.7	2014.01.26	原始取得	无
6	景兴健护	一种抑菌洗衣液及其制作工艺	发明	201410038981.9	2014.01.26	原始取得	无
7	景兴健护	一种天然抗痘调理剂及其制作工艺	发明	201410039020.X	2014.01.26	原始取得	无
8	景兴健护	一种可单体分拆的易洗婴儿床垫	实用新型	201120024525.0	2011.01.25	自第三方受让取得	无
9	景兴健护	二段式尿片	实用新型	201120034461.2	2011.02.08	自第三方受让取得	无
10	景兴健护	夜显纸尿裤	实用新型	201120118875.3	2011.04.10	自第三方受让取得	无
11	景兴健护	加长型纸尿裤	实用新型	201120118905.0	2011.04.10	自第三方受让取得	无
12	景兴健护	婴儿尿布	实用新型	201120291317.7	2011.08.11	自第三方受让取得	无
13	景兴健护	一种婴儿尿布	实用新型	201120291332.1	2011.08.11	自第三方受让取得	无
14	景兴健护	一种警示纸尿片	实用新型	201220034572.8	2012.02.03	自第三方受让取得	无
15	景兴健护	木棉干爽面料	实用新型	201220065471.7	2012.02.25	自第三方受让取得	无
16	景兴健护	木棉抗菌面料	实用新型	201220065485.9	2012.02.25	自第三方受让取得	无
17	景兴健护	一种尿不湿	实用新型	201220133640.6	2012.03.28	自第三方受让取得	无
18	景兴健护	包装袋	实用新型	201220267916.X	2012.06.07	原始取得	无
19	景兴健护	一种包装结构	实用新型	201220267918.9	2012.06.07	原始取得	无
20	景兴健护	一种带中央芯片的吸收制品	实用新型	201220267920.6	2012.06.07	原始取得	无
21	景兴健护	一种纸尿裤	实用新型	201220267944.1	2012.06.07	原始取得	无

序号	权利人	名称	类型	专利号	申请日期	取得方式	他项权利
22	景兴健护	一种护理垫	实用新型	201220267956.4	2012.06.07	原始取得	无
23	景兴健护	一种宽尾吸收制品	实用新型	201220267959.8	2012.06.07	原始取得	无
24	景兴健护	一种双压痕吸收制品	实用新型	201220267960.0	2012.06.07	原始取得	无
25	景兴健护	一种双外压痕吸收制品	实用新型	201220268013.3	2012.06.07	原始取得	无
26	景兴健护	一种内外双压痕吸收制品	实用新型	201220268040.0	2012.06.07	原始取得	无
27	景兴健护	一种单压痕吸收制品	实用新型	201220268056.1	2012.06.07	原始取得	无
28	景兴健护	一种排湿吸收制品	实用新型	201220268673.1	2012.06.07	原始取得	无
29	景兴健护	一种带护堤的吸收制品	实用新型	201220539124.3	2012.10.19	原始取得	无
30	景兴健护	一种含吸收芯体的吸收制品	实用新型	201220539110.1	2012.10.19	原始取得	无
31	景兴健护	一种多用密封包装袋	实用新型	201220539107.X	2012.10.19	原始取得	无
32	景兴健护	一种带引流槽的护理垫	实用新型	201220539086.1	2012.10.19	原始取得	无
33	景兴健护	一种腰部可调节的纸尿裤	实用新型	201220539059.4	2012.10.19	原始取得	无
34	景兴健护	一种婴儿纸尿裤	实用新型	201220539028.9	2012.10.19	原始取得	无
35	景兴健护	一种防侧漏的纸尿裤	实用新型	201220539002.4	2012.10.19	原始取得	无
36	景兴健护	一种防泄漏的吸收制品	实用新型	201220538973.7	2012.10.19	原始取得	无
37	景兴健护	一种多用途护理垫	实用新型	201220538902.7	2012.10.19	原始取得	无
38	景兴健护	一种祛异味卫生巾	实用新型	201521141314.X	2015.12.31	原始取得	无
39	景兴健护	一种柔肤卫生巾	实用新型	201521141341.7	2015.12.31	原始取得	无
40	景兴健护	一种抗菌卫生巾	实用新型	201521141346.X	2015.12.31	原始取得	无
41	景兴健护	一种防侧漏卫生巾	实用新型	201521141350.6	2015.12.31	原始取得	无
42	景兴健护	一种可降解卫生巾	实用新型	201521141375.6	2015.12.31	原始取得	无
43	景兴健护	一种透气卫生巾	实用新型	201521141394.9	2015.12.31	原始取得	无
44	景兴健护	一种缓解痛经的卫生巾	实用新型	201521142115.0	2015.12.31	原始取得	无

序号	权利人	名称	类型	专利号	申请日期	取得方式	他项权利
45	景兴健护	标贴（卫生巾）	外观设计	200930071058.5	2009.03.23	自南海景兴受让取得	无
46	景兴健护	纸尿裤包装（NB）	外观设计	201230559622.X	2012.11.19	原始取得	无
47	景兴健护	纸尿裤包装（S）	外观设计	201230559731.1	2012.11.19	原始取得	无
48	景兴健护	纸尿裤包装袋（M）	外观设计	201230559623.4	2012.11.19	原始取得	无
49	景兴健护	纸尿裤包装（L）	外观设计	201230559613.0	2012.11.19	原始取得	无
50	景兴健护	纸尿裤包装（XL）	外观设计	201230559732.6	2012.11.19	原始取得	无
51	景兴健护	包装袋（ABC 系列之五）	外观设计	201230560941.2	2012.11.19	原始取得	无
52	景兴健护	包装袋（ABC 系列之六）	外观设计	201230561147.X	2012.11.19	原始取得	无
53	景兴健护	包装袋（ABC 系列之七）	外观设计	201230560833.5	2012.11.19	原始取得	无
54	景兴健护	包装袋（ABC 系列之八）	外观设计	201230561055.1	2012.11.19	原始取得	无
55	景兴健护	婴儿纸尿裤	外观设计	201230561039.2	2012.11.19	原始取得	无
56	景兴健护	包装袋（ABC 系列之九）	外观设计	201530188367.6	2015.06.10	原始取得	无
57	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十）	外观设计	201530188357.2	2015.06.10	原始取得	无
58	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十一）	外观设计	201530188173.6	2015.06.10	原始取得	无
59	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十二）	外观设计	201530188408.1	2015.06.10	原始取得	无
60	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十三）	外观设计	201530188081.8	2015.06.10	原始取得	无
61	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十四）	外观设计	201530188380.1	2015.06.10	原始取得	无
62	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十五）	外观设计	201530188379.9	2015.06.10	原始取得	无
63	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十六）	外观设计	201530188073.3	2015.06.10	原始取得	无
64	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十七）	外观设计	201530188170.2	2015.06.10	原始取得	无
65	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十八）	外观设计	201530188269.2	2015.06.10	原始取得	无
66	景兴健护	包装袋（ABC 系列之十九）	外观设计	201530188169.X	2015.06.10	原始取得	无
67	景兴健护	包装袋（ABC 系列之二十）	外观设计	201530188378.4	2015.06.10	原始取得	无

序号	权利人	名称	类型	专利号	申请日期	取得方式	他项权利
68	景兴健护	包装袋（ABC 系列之二十一）	外观设计	201530188115.3	2015.06.10	原始取得	无
69	景兴健护	包装袋（FREE 系列之一）	外观设计	201530271111.1	2015.07.24	原始取得	无
70	景兴健护	包装袋（FREE 系列之二）	外观设计	201530271112.6	2015.07.24	原始取得	无
71	景兴健护	包装袋（FREE 系列之三）	外观设计	201530270899.4	2015.07.24	原始取得	无
72	景兴健护	包装袋（FREE 系列之四）	外观设计	201530270697.X	2015.07.24	原始取得	无
73	景兴健护	包装袋（FREE 系列之五）	外观设计	201530270827.X	2015.07.24	原始取得	无
74	景兴健护	包装袋（FREE 系列之六）	外观设计	201530270874.4	2015.07.24	原始取得	无
75	景兴健护	包装袋（FREE 系列之七）	外观设计	201530270825.0	2015.07.24	原始取得	无
76	景兴健护	包装袋（FREE 系列之八）	外观设计	201530270887.1	2015.07.24	原始取得	无
77	景兴健护	包装袋（FREE 系列之九）	外观设计	201530270898.X	2015.07.24	原始取得	无
78	景兴健护	包装袋（FREE 系列之十）	外观设计	201530271113.0	2015.07.24	原始取得	无
79	景兴健护	包装袋（FREE 系列之十一）	外观设计	201530271161.X	2015.07.24	原始取得	无
80	景兴健护	包装袋（ABC 系列之二十二）	外观设计	201630062275.8	2016.03.07	原始取得	无
81	景兴健护	包装袋（ABC 系列之二十三）	外观设计	201630062276.2	2016.03.07	原始取得	无
82	景兴健护	包装袋（ABC 系列之二十四）	外观设计	201630062277.7	2016.03.07	原始取得	无
83	景兴健护	包装袋（k13）	外观设计	2017303884704	2017.08.22	原始取得	无
84	景兴健护	包装袋（k11）	外观设计	201730388751.X	2017.08.22	原始取得	无

截至本招股说明书签署之日，公司不存在使用关联方专利的情况。报告期内公司经关联方许可使用关联方专利的具体情况详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）关联交易”之“2、偶发性的关联交易”部分。

（2）专利的法律状况、应用情况以及是否存在权利提前终止等异常情况

发行人持有的上述专利主要使用于产品研发、生产、外观设计及外包装设计等，其中，共计 39 项专利目前正在实际使用（即第 3 项至第 5 项、第 16、19、20 项、第 22 项至第 32 项、第 38 项至第 41 项、第 43、45 项、第 69 项至第 84

项）；共计 38 项专利为曾经使用过（即第 1、2 项、第 9 项至第 14 项、第 18、21 项、第 33 项至第 37 项、第 46 项至第 68 项）；剩余 7 项专利为储备状态。

截至本招股说明书签署之日，发行人现有专利不存在期限届满、未按时交纳专利费用或发行人放弃上述专利等情况；发行人持有的上述专利均处于合法、有效状态，不存在处于诉讼状态的情况，其所有权及使用权等权益不存在纠纷及潜在纠纷，亦不存在权利提前终止等异常情形。

4、著作权

（1）著作权具体情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有的作品著作权如下：

序号	著作权人	作品名称	作品类型	登记号	作品登记时间	取得方式
1	景兴健护	ABC 品牌设计图	美术作品	国作登字-2018-F-00560616	2018.06.15	自南海景兴受让取得
2	景兴健护	Free 品牌标识	美术作品	国作登字-2018-F-00560617	2018.06.15	自南海景兴受让取得
3	景兴健护	ABC's BB 品牌标识	美术作品	国作登字-2018-F-00560618	2018.06.15	自南海景兴受让取得
4	景兴健护	ABC 品牌标识	美术作品	国作登字-2018-F-00560619	2018.06.15	自南海景兴受让取得

（2）著作权的法律状况、应用情况以及是否存在权利提前终止等异常情况

发行人持有的上述美术作品主要用于公司品牌设计，其中，第 1 项至第 3 项著作权目前正在实际使用。

截至本招股说明书签署之日，发行人持有的上述著作权均处于合法、有效状态，不存在处于诉讼状态的情况，其所有权及使用权等权益不存在纠纷及潜在纠纷，亦不存在权利提前终止等异常情况。

5、发行人商标、专利、著作权管理的内部控制制度建立及运行情况

发行人已制定了《知识产权管理制度》、《商标管理制度》、《专利管理制度》、《著作权管理制度》、《知识产权转让许可程序》、《知识产权争议处理程序》等关于商标、专利、著作权管理、使用、转让及纠纷处理等事项之系列内部控制制度文件，其实际管理相应知识产权均依照上述制度文件切实履行相应决策审批程序。因此，发行人相关商标、专利、著作权等知识产权的内部控制制度健全且有

效运行。

6、生产经营资质

公司主营业务为从事个人健康护理用品的研发、生产、销售和推广，产品销售区域主要为中国境内，少数为出口中国台湾、中国澳门、蒙古等。公司目前已取得的生产经营资质、许可、认证情况如下：

序号	持有主体	许可/认证名称	编号	生产项目	生产类别	有效期限
1	景兴健护	消毒产品生产企业卫生许可证	粤卫消证字【2018】-05-第 0022 号	卫生用品	湿巾、卫生湿巾、抗（抑）菌制剂（液体）（净化）（不含栓剂、皂剂）	2016.12.06-2020.12.05
2	景兴健护	化妆品生产许可证	粤妆 20161760	一般液态单元	护发清洁类	2018.04.18-2021.12.28
3	景兴健护	对外贸易经营者备案	03649390	-	-	2018.04.11 至长期
4	景兴健护	海关报关单位注册登记证书	4428931005	-	经营类别：进出口货物收发货人	2018.03.29 至长期
5	景兴健护	出入境检验检疫报检企业备案	4403603011	-	-	2018.06.11 至长期
6	景兴健护	ISO9001:2015 管理体系认证	CN08/32252	-	-	2017.12.10-2020.12.09

如上表列示，发行人的境内生产经营业务已根据《消毒产品生产企业卫生许可规定》等相关法律、法规取得消毒产品生产企业卫生许可证、化妆品生产许可证等证书，符合开展境内生产、销售所需资质；发行人出口销售业务根据《中华人民共和国对外贸易法》等相关法律、法规取得了上表所列的对外贸易经营者备案、海关报关单位注册登记证、出入境检验检疫报检企业备案，符合我国开展出口销售所需资质。

发行人与出口客户就受托生产事宜依法签署相关协议，该等协议约定：（1）客户应充分了解销售地区对产品的质量、包装、标识、产品描述等方面的要求并保证发行人受托生产、采购的产品不违反销售地区的法律法规及不侵犯任何第三方的合法权益，发行人不承担因客户违反前述约定而产生的任何责任；（2）发行人受托生产的产品系按照中国的标准受托生产，若客户提出的要求与该等标准有差异，则发行人在不违反中国大陆、运输地、销售地法规的情况下，视实际情况为客户生产。

六、公司的特许经营权

截至本招股说明书签署之日，公司未拥有任何特许经营权。

七、公司境外经营情况

截至本招股说明书签署之日，公司未在境外开展生产经营活动。

八、公司技术和研发情况

（一）公司核心技术及技术储备

截至本招股说明书签署之日，公司所拥有的核心技术及技术储备情况如下：

项目	技术名称	所处阶段	技术特点
1	蓝芯片应用技术	大批量生产	利用不同纤维搭配经梳理热风粘合成型的一种具有导渗功能的材料，应用到产品面层材料下方，达到将经血快速渗透到吸收层的作用，减少经血与人体接触的时间和面积，达到使用干爽的效果。
2	易拉贴铝膜包装	大批量生产	易于消费者使用开启抽取产品和减少产品在存放过程受到污染的包装设计。易拉贴可多次开启粘合密封，减少包装开启后产品与空气或其它物体接触导致细菌滋生和吸收异味的机会，对比其它开封后不能重新密封的卫生巾和护垫包装袋更加卫生安全。
3	壳聚糖复合无纺布芯片	大批量生产	利用不同工艺无纺布包裹壳聚糖粉制作的具有一定抑菌和祛味功能性的复合无纺布材料。
4	抗菌型卫生巾	大批量生产	应用新一代抗菌原料制作成抗菌层，并内嵌于卫生巾主体的内部，有效地抑制肌肤与卫生巾之间小环境的细菌繁殖滋生，起到抗菌、防止异味的功效。
5	防侧漏型卫生巾	小批量生产	具有超长长度、主体设计为超大扇尾型的卫生巾，巾身两侧另加防漏透气弹性护围，有效提升卫生巾防侧漏、后漏功能，增加舒适度。
6	透气型卫生巾	小批量生产	面层利用不同纤维材料搭配制作，具有较强透气功能，利用中层、底层材料增强汗液排放，有效缓解经期女性及时排出而造成的不适感。
7	柔肤型卫生巾	试生产	以天然生物纤维制作面层材料的卫生巾，对人体的摩擦刺激系数在各类纤维中相对最低的，并具有很好的透气性和透水性，有效降低女性经期不适感。
8	可降解卫生巾	试生产	以竹纤维制作面层材料的卫生巾，弃置后竹纤维面层可在土壤中降解，不会给环境带来污染。

（二）公司研发流程

公司自设立以来，一直非常重视研发，经过多年发展，公司研发体系已相对成熟，在行业中具有较强实力。2014 年，公司被认定为广东省省级企业技术中心；同年，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心被认定为广东省省级工程技术研究中心。

公司研发流程如下：

（三）对外技术合作

为加强公司研发技术水平，公司在完善自身研发的同时，积极寻求对外技术合作机会。公司先后与天津市中科健新材料技术有限公司合作开发“壳聚糖复合无纺布”项目，与川田卫生合作开发“Free 纯棉系列”、“ABC 新肌感系列”项目。公司已取得上述合作研发的研发成果。

（四）公司主要研发成果与在研项目

1、公司主要研发成果

公司的研发成果主要分为以产品创新为目的的产品转化成果、以材料应用为目的的材料转化成果以及产品优化为目的的产品优化成果。目前公司已转化应用的主要研发成果如下：

（1）产品转化成果

项目	成果名称	成果介绍
1	裤型卫生巾	内裤形态的新型卫生巾，便于经期量大、经期多动、旅行及长时间坐卧的女性使用。
2	新肌感卫生巾	面层到底膜层均采用超柔软和透气材料生产，更加轻透薄。
3	纯棉卫生巾	采用纯棉无纺布面层，减少对皮肤的刺激，使产品更加亲肤；内置壳聚糖复合芯片，达到抑菌、祛味、快速导渗的效果。
4	掌心包卫生湿巾	使用可冲散无纺布材料，可直接弃入马桶，绿色环保；小包装，

		方便携带。

（2）材料转化成果

项目	成果名称	成果介绍
1	蓝芯 3	比前代蓝芯更加蓬松柔软，加速液体下渗，保持面层干爽。
2	壳聚糖复合芯片	利用不同工艺无纺布包裹壳聚糖粉制作的具有一定抑菌和祛味功能性的复合无纺布材料。
3	“AB”智能打孔无纺布	通过 A 类孔（较大）加速液体下渗，通过 B 类孔（较小）加速空气流通，使得卫生巾干爽透气。

（3）产品优化成果

项目	成果名称	成果介绍
1	ABC 系列卫生巾全面升级	通过巾身设计、表层材料、导渗材料、内外包装全面升级，从而使产品体验更加速渗透气、贴身舒适，产品包装更加时尚大方。
2	Free 系列卫生巾全面升级	通过巾身设计、底膜材料、导渗材料、内外包装全面升级，从而使产品体验更加干爽透气，产品包装更加青春阳光。
3	卫生湿巾配方优化	产品配方优化。
4	护理液配方优化	产品配方优化。

2、公司在研项目

截至本招股说明书签署之日，公司正在研究开发的主要项目情况如下：

项目	项目名称	拟达到目标	所处阶段
1	功能性材料应用开发（抗菌油剂、植物精油、天然健康纤维）	国内领先	基础研究
2	轻透薄裤型卫生巾开发	国内领先	基础研究
3	一次性成型项目	国内领先	基础研究
4	纯棉卫生巾升级改良	国内领先	基础研究
5	功能性高端卫生巾开发	国内领先	基础研究
6	卫生棉条开发	国内领先	基础研究
7	弹性无纺布应用开发	国内领先	基础研究
8	痛经贴开发	国内领先	基础研究

（五）研发投入

报告期内，公司研发投入情况如下：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
研发费用（万元）	1,535.43	2,967.32	3,095.65	3,220.73
占母公司营业收入比例	3.18%	3.16%	3.38%	3.52%

（六）技术创新机制、技术储备及技术创新安排

1、多部门共同协作机制

公司研发体系以市场需求为向导，连接上下游产业链，且研发过程及研发成果维护涉及市场部、销售部、品管组、供应链管理部、生产部及风控中心等多部门。为此，公司建立了多部门共同协作的技术创新机制：由市场部配合研发部门进行市场调研，由销售部为研发部门提供渠道分析，由供应链管理部、生产部及研发中心下属的品管组负责研发产品的样本及生产质量控制，由风控中心申请、保护研发成果知识产权。各部门均有承担研发责任、给予研发部门支持的义务，最终达到共同协作机制效用最大化。

2、人才培养及激励机制

公司对研发人员的培养极为重视，并制定了如下的激励机制：

（1）公司建立了基于员工 KPI 的绩效考核机制，薪酬奖励与研发人员产品开发计划完成情况有效挂钩，充分调动研发人员积极性。

（2）公司对于在公司工作 5 年以上和 10 年以上的研发人员分别设立不同程度的荣誉奖项，以激励人才留用，降低公司核心技术及配方外泄风险；

（3）公司为研发人员提供对外交流的平台，如外派研发人员与专业性机构、专家进行学术交流研讨，增长研发人员见识、促进研发人员学习。

3、保密措施

公司建立了技术保密机制，与所有研发人员均签订了保密协议，且采用人员分级知情权限制度。

九、公司产品质量控制情况

（一）质量控制标准及质量控制体系

公司产品质量标准及检测标准均严格按照国家标准执行。目前，公司已通过 ISO 9001:2015 管理体系认证，生产管理亦按照 GB/T19001:2015 相关条款运行。

公司质量控制重点为从采购、基础生产把控产品质量，并建立了从采购、生产到销售的完整质量控制体系。公司质量控制主要由研发中心下属的品管组负责，并由生产部、风控中心等部门协同配合。品管组下设质检组、品控组及质量体系组。其中，质检组主要负责采购物料及成品的检测，及产品生产及销售的第三方的质量取证；品控组主要负责生产现场巡检监督、委托加工厂商检测实验室的评估以及消费者投诉处理；质量体系组主要负责国际质量管理体系认证的申请

及材料归档。

（二）质量控制措施

1、采购环节的质量控制措施

在采购环节，公司严格依照《供应商开发管理流程》筛选供应商，相关采购部门仅能从筛选合格的供应商进行采购。公司采购物料分为成品物料、原材料以及促销推广物料，根据公司制定的《成品及生产物料采购流程》、《市场推广物料采购流程》等制度，质检人员需在采购成品物料及原材料入库前取得供应商的质量检测报告，并再次对拟入库物料进行质量检验，物料入库后，质检人员需对在库物料进行定期检验。

2、生产环节的质量控制措施

公司生产环节质量控制分为自主生产现场的质量控制以及委托加工生产现场的质量控制。

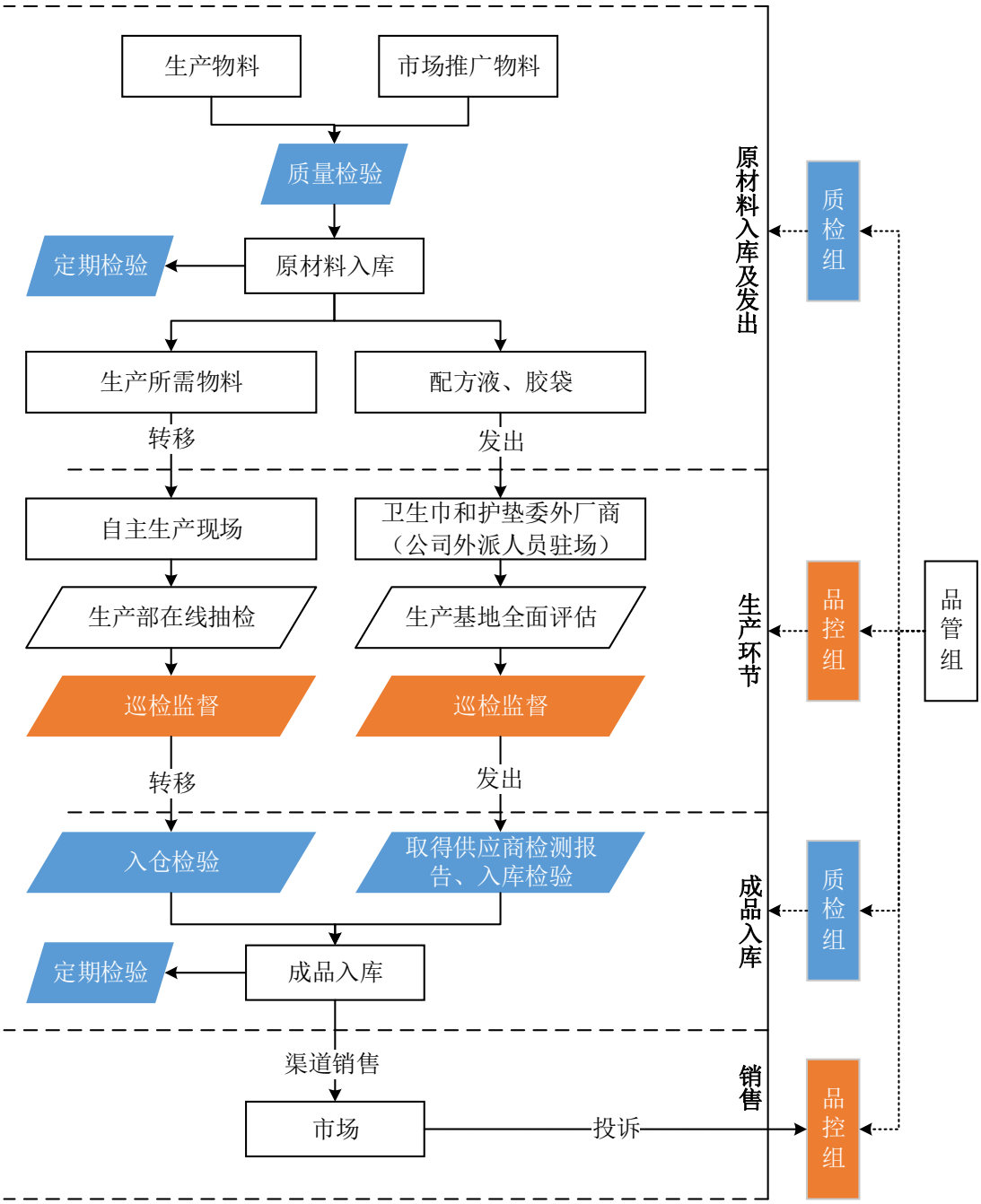
自主生产现场中，由生产部人员领取材料、严格依照生产工艺进行生产，并负责对产品进行在线抽检。整个生产过程由品控人员巡检、监督。产成品入仓后，由质检部进行抽检，抽检合格后方可正式入库，抽检方式依相关制度标准进行，包括但不限于外观、理化，以及微生物控制。

委托加工现场中，对于主要委托加工厂商，公司外派了常驻品控专员对其生产过程进行巡检监督，对于公司第一大供应商啟盛卫生和啟丰卫生，公司还外派了质检专员驻场，对公司提供的来料进行检验。同时，公司还与委托加工厂商协商确定原材料供应商，再由委托加工厂商进行独立采购，尽可能从源头上控制产品质量。公司会定期对主要委托加工厂商进行现场评审。

3、销售环节的质量控制

在销售环节，公司针对可能出现的产品质量问题制定了《产品召回管理制度》及《产品召回流程》。依据上述制度，品控人员在发现质量问题时将会对产品进行检测，并将检测结果反馈给生产部改进梳理。同时，公司针对消费者投诉建立了投诉热线及《客户投诉问题判定流程》。根据该制度，公司品控专员将对每一次消费者投诉进行记录分析，并将投诉原因及处理结果提交风控中心进行梳理统计。

上述质量控制措施及质量控制责任组如下图所示：



（三）产品质量纠纷情况

公司制定了严格的质量控制措施并严格执行，使公司产品质量获得了市场及消费者的信赖和认可。报告期内，公司未发生重大产品质量纠纷或安全事故纠纷。公司已取得佛山市质量技术监督局出具的证明文件，证明报告期内公司没有因违反质量技术监督法律法规被该局处罚的记录。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立经营情况

公司自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了公司的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人完全分开，具备完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）资产独立情况

公司具备与经营有关的采购、研发、销售和品牌运营相关的系统及配套设施，合法拥有与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使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

报告期内，公司关联方曾持有部分公司使用的商标，其已与公司签订《商标转让协议》及《商标转让补充协议》，约定将相关商标所有权无偿转让给公司，截至本招股说明书签署之日，主要商标转让登记手续均已完成，仅有 2 项非核心商标仍处于转让过程中。上述商标转让事项不会对公司资产完整性和独立性构成实质影响。

1、公司合法拥有经营所需的核心商标、专利技术等无形资产

在个人卫生用品行业中，品牌知名度是企业的核心竞争力之一，商标类无形资产亦成为个人卫生用品行业品牌厂商的重要资产。自进入市场以来，公司重点推出了 ABC、Free、EC 和 ABC’s BB 四个知名度较高的品牌，树立了良好的品牌形象。其中，ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，Free 品牌商标被认定为“广东省著名商标”。目前，公司自主合法持有与经营有关的注册商标。报告期内，公司未授权主要委托加工厂商使用公司商标生产非属于公司向其采购范围内的产品，主要委托加工厂商亦不存在未经公司批准擅自生产使用公司商标的产品，公司商标类资产独立于主要委托加工厂商。

报告期末，公司拥有 84 项国内专利，设有自主的研发中心，负责技术预研、新产品设计及技术开发、专利维护等工作。公司专利技术系供自主产品所使用，公司所委托加工生产的产品亦主要使用自主专利。公司产品所使用专利技术独立于主要委托加工厂商。

2、公司具备与经营有关的有形资产

经过多年发展，我国个人健康护理用品产业中处于产业链中端的制造环节已形成技术成熟、产能充沛的局面。卫生巾和护垫、湿巾产品生产所涉及生产工序相对常规，在公司所采用的委托加工模式下，公司将委托加工产品的所有生产工序均进行外包，充分利用委托加工厂商的专业性和规模效应，而公司则将资源和精力集中在产品研发、品牌打造和渠道建设等方面，充分利用产业链的专业分工实现优势互补。

卫生巾和护垫的生产系统相对通用，生产设备在市场上具有公开采购途径和相应的设计开发组装服务，设备的生产和组装技术并非专属于公司所合作的主要委托加工厂商。同时，公司不存在直接占用主要委托加工厂商生产系统或设备自主进行生产的情形。此外，公司注重产品的质量控制，自主拥有完善的检测设备，可对委托加工产品实施严格的检测流程。

公司自主拥有或有权合法使用产品生产、储存和办公的经营场所。公司自有厂房的土地和建筑物产权完善，可供公司经营所需货物的有效流转；公司租赁场所使用权明确，未向主要委托加工厂商租赁经营场所。公司各项仓库的设置物理界限明确，并与 ERP 系统设置相符，公司不存在与主要委托加工厂商仓库混同的情形。

公司不存在上述设备、厂房等有形资产被主要委托加工厂商占用，或利用上述有形资产为其提供担保的情形。

（二）人员独立情况

公司已建立独立的人力资源管理制度，并独立负责员工的招聘、聘任、职务任命及薪酬、考核等管理工作；公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员专职在公司工作并领取报酬，未在控股股东、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，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司亦不存在员工同时在公司和主要委托加工厂商中任职等人员混同的情形。

（三）财务独立情况

公司建立了独立的财务部门，配备专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度；公司依法独立在银行设立账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，以及委托加工厂商

共用银行账户。

（四）机构独立情况

公司依照《公司法》、《证券法》以及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会等机构，并聘用了高级管理人员，《公司章程》对股东大会、董事会和监事会的职责作了明确的规定，股东通过股东大会依法定程序对公司行使股东权利；公司在董事会下设立了审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、董事会办公室，并引入了独立董事制度；公司根据自身机构应管理的需要设置了必要的职能机构或部门，建立健全内部经营管理机构；公司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之间不存在机构混同的情形。

自公司设立以来，公司与主要委托加工厂商之间不存在拥有相同股东的情形，公司董事会、监事会机构中亦不存在由主要委托加工厂商股东、实际控制人和主要管理人员担任相关职位的情形，公司与主要委托加工厂商间不存在关联关系。

公司设有研发中心、供应链管理部、生产部、市场部、销售部等职能部门，亦设有风控中心、财务部、人力资源部、信息管理部等支持性部门，该等部门可有效地执行决策层制定的经营方针，完整地支持公司日常的研发、设计、采购、生产、市场策划和销售等经营活动。

（五）业务独立情况

公司面向市场独立经营，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之间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

公司可独立自主地完成研发、设计、采购、市场策划和销售等经营活动，业务体系完善且持久有效运转，独立于委托加工厂商，不受主要委托加工厂商或其他第三方所控制。此外，公司与主要委托加工厂商之间不存在显失公平的交易，定价公允。

1、公司具备独立主导研发和设计的能力

由于公司产品属于与人体直接接触的快速消费品，公司新产品的研发和设计需要经过严格调研、立项、小试、中试和测试流程，以保证公司产品符合质量和安全标准。公司研发体系以市场需求为向导，连接上下游产业链，且研发过程及

研发成果维护涉及市场部、销售部、品管组、供应链管理部、生产部及风控中心等多部门。为此，公司建立了多部门共同协作的技术创新机制：由市场部配合研发部门进行市场调研，由销售部为研发部门提供渠道分析，由供应链管理部、生产部及研发中心下属的品管组负责研发产品的样本及生产质量控制，由风控中心申请、保护研发成果知识产权。各部门均有承担研发责任、给予研发部门支持的义务。通过多年的研发设计，目前公司已拥有蓝芯片应用技术、易拉贴铝膜包装、壳聚糖复合无纺布芯片等自有核心技术，并已大量在公司产品中进行应用。

2、公司具有独立的原料采购系统

在原料的采购方面，公司一般指定或参与主要委托加工厂商对原材料供应商的确定，以在源头上保证公司产品的原材料质量。经确定原材料供应商后，由主要委托加工厂商向原材料供应商自主独立进行采购，公司则根据自身销售需要向主要委托加工厂商下达产品采购订单。公司设有供应链管理部，负责根据销售计划和市场情况向主要委托加工厂商进行采购。公司采购不受主要委托加工厂商及其相关人员控制。

3、公司拥有独立、完善的产品质量管理体系

公司一直将产品质量视为公司经营的“生命线”，对产品质量的控制贯穿采购、生产和销售各个环节。其中，针对公司现有生产特点，公司建立了一套对委托加工产品有效的产品质量控制机制，以实现对委托加工产品质量控制的及时掌控和快速反应。具体控制手段包括制定较为严格的委托加工厂商开发和筛选标准、以合同形式向委托加工厂商明确约定产品质量条款、向主要委托加工厂商长期派驻了公司品控人员、要求委托加工厂商对原材料和成品进行检验、公司自主入库时进行检验等。目前，公司已通过 ISO 9001:2015 管理体系认证，该等质量控制措施均系公司独立、完善的质量管理体系的重要组成部分。

4、公司拥有较强的销售渠道，形成一定优势和壁垒

在销售团队方面，公司拥有自主独立的市场和销售部门，且仅推广和销售公司自身产品，不存在为主要委托加工厂商或其他第三方实施推广和销售的情形。在销售渠道方面，在多年业务发展中，公司通过积极开拓市场和品牌运营及渠道建设，与各地经销商、销售终端建立了长期、良好的商业关系，建立了经销商渠道、KA 直销渠道和电子商务渠道，并自主对外签署合同，进行独立推广和销售。公司自身也在此过程中积累了丰富的销售管理经验，完善了自身的销售管理体

系，确立了公司在全国范围的营销基础及品牌地位。目前，公司办事处遍布全国，在全国各主要地区均建立了销售渠道，形成相对完善的全国性营销网络。公司委托加工厂商中，啟盛卫生、啟丰卫生拥有自有品牌“U 适”和“小妮”，川田卫生则基本以委托加工为主。公司不存在通过自身销售渠道为主要委托加工厂商销售其产品的情形。

经上述核查，保荐机构和发行人律师认为，发行人的资产完整，人员、财务、机构和业务独立于控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的企业和主要委托加工厂商，与主要委托加工厂商不存在关联关系，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，与控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的企业之间不存在同业竞争、显失公允的关联交易以及影响发行人独立运作的其他情形。

二、同业竞争

（一）公司同业竞争情况

公司主要从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液等。

1、控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除本公司及下属子公司外，公司实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲还直接或间接控制以下企业，具体情况如下：

序号	企业名称	经营范围	实际经营业务	关联关系
1	景盛集团	对所持有发行人股权进行管理	对所持有发行人股权进行管理	发行人控股股东
2	景盛国际	对所持景盛集团股权进行管理	对所持股权及出资进行管理	发行人实际控制人之一邓景衡及其配偶分别持股90.00%和10.00%，且邓景衡担任董事
3	景盛商务拓展	对所持有股权进行管理，未实际开展业务	对所持有股权进行管理	发行人实际控制人之一邓景衡及其配偶分别持股90.00%和10.00%，且邓景衡及其配偶卢绮莲担任董事
4	汇翔投资	对工业、商业、农业、服务业、房地产业的投资。	对所持有发行人股权进行管理	持有发行人 5%以上股份的股东
5	汇荣投资	房地产投资、投资咨询（不含证券、期货）、投资管理、资产管理。	对所持有股权进行管理	发行人实际控制人之一邓锦明持股 100%，且担任监事；邓锦明配偶冯月贞担任执行董事

序号	企业名称	经营范围	实际经营业务	关联关系
6	汇智实业	在广东省佛山市南海区广东金融高新技术服务区（80街区 D-05b 地块，地块编号为：桂城-规要（2008）215号）开发、建设、经营商业营业用房和公共配套设施及其物业管理咨询服务，停车服务。	商业物业租赁及配套服务	发行人实际控制人控制的其他企业景盛国际和汇荣投资分别持有 52%的股权和 48%的股权，且邓景衡担任监事，其配偶卢绮莲担任副董事长；邓锦明担任董事，其配偶冯月贞担任董事长

发行人主要从事个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液等。由上表可见，景盛集团、景盛国际、景盛商务拓展、汇翔投资、汇荣投资主要从事与投资相关业务，汇智实业主要从事商业物业租赁及配套服务，与发行人的业务存在本质区别。报告期初至本招股说明书签署之日，上表所列企业均未直接或间接从事与公司主营业务相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

2、实际控制人近亲属直接或间接控制的企业

截至本招股说明书签署之日，发行人实际控制人近亲属直接或间接控制以下企业，具体情况如下：

序号	企业名称	经营范围	实际经营业务	关联关系
1	佛山市汇辉投资有限公司	对工业、商业、农业、服务业、房地产业的投资，投资咨询（不含证券、期货）、投资管理、受托资产管理。	投资管理	发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣、邓晓暖分别持股 60%、40%；且邓晓荣担任执行董事、经理，邓晓暖担任监事
2	广东中南机械智能孵化器有限公司	科技中介服务（技术孵化活动）；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；专业化设计服务；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务；汽车租赁；会议及展览服务；社会经济咨询（不含投资咨询、教育咨询）；其他机械与设备租赁；物业管理；计算机及通讯设备租赁；房地产中介服务；模具制造；假肢、人工器官及植（介）入器械制造；其他通用零部件制造；机械零部件加工（以上项目佛山市企业投资准入负面清单中禁止类和限制类项目除外）；复印和胶印设备制造；计算机外围设备制造；印刷专用设备制造；其他金属制日用品制造；其他未列明批发业（工商登记前置审批项目除外）；医疗用品及器材零售；互联网零售（工商登记前置审批项目除外）；邮购及电	3D 打印服务、物业租赁、投资管理	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞持股 80%并担任董事，且邓锦明之子邓晓荣担任董事、经理

序号	企业名称	经营范围	实际经营业务	关联关系
		视、电话零售（工商登记前置审批项目除外）；其他未列明零售业（工商登记前置审批项目除外）。		
3	佛山市二轴半科技有限公司	工程和技术研究和试验发展；金属加工机械制造；轴承、齿轮和传动部件制造；机械零部件加工；其他通用零部件制造（以上项目佛山市企业投资准入负面清单中禁止类和限制类项目除外）；其他未列明批发业。	数控车床制造	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的中南机械孵化器持有该公司 70%的股权，且发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣担任董事长
4	佛山市岁之博新材料科技有限公司	自然科学研究和试验发展；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；其他未列明批发业（工商登记前置审批项目除外）；邮购及电视、电话零售（工商登记前置审批项目除外）；互联网零售（工商登记前置审批项目除外）；其他未列明零售业（工商登记前置审批项目除外）。	3D 打印粉墨及相关设备研发	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的中南机械孵化器持有该公司 70%的股权，且发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣担任董事
5	佛山市南海泽睿科技有限公司	其他非金属加工专用设备制造；其他科技推广和应用服务业；工程和技术研究和试验发展。	智能加油泵及控制系统制造	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的中南机械孵化器持有该公司 70%的股权，且发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣担任董事长
6	佛山市中峪智能增材制造加速器有限公司	假肢、人工器官及植（介）入器械制造，复印和胶印设备制造，计算机外围设备制造，印刷专用设备制造，模具制造，机械零部件加工，其他金属制日用品制造（以上项目佛山市企业投资准入负面清单中禁止类和限制类项目除外）；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；专业化设计服务；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务。	3D 打印服务	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的中南机械孵化器持有该公司 100%的股权
7	佛山市齐才科技有限公司	假肢、人工器官及植（介）入器械制造，复印和胶印设备制造，计算机外围设备制造，印刷专用设备制造，模具制造，机械零部件加工，其他金属制日用品制造；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；专业化设计服务；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务。	3D 打印医疗护具，未实际经营	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的中南机械孵化器持有该公司 70%的股权

经核查，发行人实际控制人之一邓锦明的近亲属控制的上述企业，其实际经营业务主要系从事 3D 打印服务相关产业链或物业租赁服务等，与发行人主营业务及主营产品存在本质区别，不构成同业竞争。

3、实际控制人及其近亲属报告期内曾控制的其他企业

序号	关联方名称	关联关系
1	丽爽贸易	发行人实际控制人之一邓锦明兄弟邓锐明和邓锦明之子邓晓荣曾经共同控制的企业；该企业已于 2017 年 4 月 1 日核准注销。
2	蕴通贸易	发行人实际控制人之一邓锦明兄弟邓锐明和邓锦明之子邓晓荣曾经共同控制的企业；该企业已于 2015 年 9 月 24 日核准注销。
3	中兴皮件厂	发行人实际控制人之一邓锦明曾经控制的企业，该企业已于 2018 年 5 月 16 日核准注销。
4	奥碧施	发行人实际控制人控制的其他企业景盛商务拓展和南海景兴曾经控制的企业，2018 年 8 月 17 日，佛山市南海区市场监督管理局出具《核准注销登记通知书》（南海核注通外字【2018】第 1800354180 号），核准奥碧施工商注销。
5	南海景兴	发行人实际控制人之一邓锦明曾经控制的企业，2018 年 10 月 16 日，佛山市南海区市场监督管理局出具《核准注销登记通知书》（南海 1 核注通内字【2018】第 1800432609 号），核准南海景兴工商注销。

报告期内，上述关联企业均未实际经营，且截至本招股说明书签署之日，均已注销，与发行人不构成同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人作出的关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东景盛集团出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

“1、截至本承诺函签署之日，本企业及本企业直接或间接控制的下属企业未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与景兴健护及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。

2、自本承诺函签署之日起，本企业及本企业直接或间接控制的下属企业承诺将不会在中国境内或境外：（1）单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与景兴健护及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（2）不会直接或间接投资、收购竞争企业，拥有从事与景兴健护及其下属企业可能产生同业竞争企业的任何股份、股权，或在任何竞争企业有任何权益；（3）不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

3、自本承诺函签署之日起，凡本企业及本企业直接或间接控制的下属企业有任何商业机会可发展、经营或协助经营、参与、从事可能会与景兴健护及其下属企业目前及未来的主营业务构成同业竞争的业务，本企业及本企业直接或间接控制的下属企业会将该等商业机会让予景兴健护。

4、“下属企业”就本承诺函的任何一方而言，指由其（1）持有或控制 50%或以上已发行的股本或享有 50%或以上的投票权（如适用），或（2）有权享有

50%或以上的税后利润，或（3）有权控制董事会之组成或以其他形式控制的任何其他企业或实体（无论是否具有法人资格），以及该其他企业或实体的下属企业。”

发行人实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲亦出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

“1、截至本承诺函签署之日，本人及本人直接或间接控制的下属企业未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与景兴健护及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。

2、自本承诺函签署之日起，本人及本人直接或间接控制的下属企业承诺将不会在中国境内或境外：（1）单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与景兴健护及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（2）不会直接或间接投资、收购竞争企业，拥有从事与景兴健护及其下属企业可能产生同业竞争企业的任何股份、股权，或在任何竞争企业有任何权益；（3）不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

3、自本承诺函签署之日起，凡本人及本人直接或间接控制的下属企业有任何商业机会可发展、经营或协助经营、参与、从事可能会与景兴健护及其下属企业目前及未来的主营业务构成同业竞争的业务，本人及本人直接或间接控制的下属企业会将该等商业机会让予景兴健护。

4、“下属企业”就本承诺函的任何一方而言，指由其（1）持有或控制 50%或以上已发行的股本或享有 50%或以上的投票权（如适用），或（2）有权享有50%或以上的税后利润，或（3）有权控制董事会之组成或以其他形式控制的任何其他企业或实体（无论是否具有法人资格），以及该其他企业或实体的下属企业。”

三、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等相关法律、法规及规范性文件的相关规定，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方及关联关系如下：

1、控股股东和实际控制人

公司控股股东为景盛集团，截至本招股说明书签署之日，景盛集团直接持有公司 21,600 万股股份，占本次发行前公司总股本的 58.02%。

公司实际控制人为邓景衡、邓锦明和卢绮莲，该三名自然人为公司共同实际控制人。截至本招股说明书签署之日，邓景衡和卢绮莲通过景盛集团间接控制公司 21,600 万股，占本次发行前公司总股本的 58.02%；邓锦明直接持有公司 7,200 万股，通过汇翔投资间接控制公司 7,200 万股，合计占本次发行前公司总股本的 38.68%，该三人合计控制公司发行前总股本的 96.70%。

公司控股股东及实际控制人详细情况见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人”相关内容。

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署之日，公司持股 5%以上股份的其他股东为汇翔投资，汇翔投资持有公司 7,200 万股股份，持股比例为 19.34%。汇翔投资的具体情况详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）其他持有发行人 5%以上股份的股东基本情况”相关内容。

3、控股股东的董事和高级管理人员

发行人控股股东景盛集团的董事和高级管理人员，均为公司实际控制人之一邓景衡。

4、子公司、合营企业和联营企业

截至本招股说明书签署之日，公司共有 1 家全资子公司爱碧斯，公司不存在其他合营企业、联营企业。爱碧斯的情况详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人对外投资基本情况”相关内容。

5、公司董事、监事及高级管理人员以及与其关系密切的家庭成员

公司董事、监事和高级管理人员情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”和“九、董事、监事、高级管理人员近三年及一期变动情况”。

公司董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员均为公司关联自然人。

6、公司控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除本公司及下属子公司、景盛集团、汇翔投资外，公司实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲控制或施加重大影响的其他企业具体情况如下：

序号	企业名称	经营范围	关联关系
1	景盛国际	对所持景盛集团股权进行管理	发行人实际控制人之一邓景衡及其配偶分别持股 90%和 10%，且邓景衡担任董事
2	景盛商务拓展	对所持有股权进行管理，未实际开展业务	发行人实际控制人之一邓景衡及其配偶分别持股 90%和 10%，且邓景衡及其配偶卢绮莲担任董事
3	汇荣投资	房地产投资、投资咨询（不含证券、期货）、投资管理、资产管理。	发行人实际控制人之一邓锦明持股 100%且担任监事；邓锦明配偶冯月贞担任执行董事
4	汇智实业	在广东省佛山市南海区广东金融高新技术服务区（80 街区 D-05b 地块，地块编号为：桂城-规要（2008）215 号）开发、建设、经营商业营业用房和公共配套设施及其物业管理咨询服务，停车服务。	发行人实际控制人控制的其他企业景盛国际和汇荣投资分别持有 52%的股权和 48%的股权，且邓景衡担任监事，其配偶卢绮莲担任副董事长；邓锦明担任董事，其配偶冯月贞担任董事长

公司控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的其他企业的具体情况详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”。

7、公司控股股东、实际控制人之外其他董事、监事及高级管理人员控制或施加重大影响的其它企业

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人之外其他董事、监事及高级管理人员控制或施加重大影响的其他企业具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	广东东箭汽车科技股份有限公司	发行人独立董事谢青担任独立董事
2	中广天择传媒股份有限公司	发行人独立董事谢青担任独立董事
3	湖北省宏源药业科技股份有限公司	发行人独立董事谢青担任独立董事
4	欧伏电气股份有限公司	发行人独立董事娄爱东担任董事
5	云南城投置业股份有限公司	发行人独立董事娄爱东担任独立董事
6	天津渤海商品交易所股份有限公司	发行人独立董事娄爱东担任独立董事
7	奥克斯国际控股有限公司	发行人独立董事娄爱东担任独立董事

8、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员的关系密切的

家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的企业

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业具体情况如下：

序号	关联方名称	经营范围	关联关系
1	佛山市汇辉投资有限公司	对工业、商业、农业、服务业、房地产业的投资，投资咨询（不含证券、期货）、投资管理、受托资产管理。	发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣、邓晓暖分别持股 60%、40%；且邓晓荣担任执行董事、经理，邓晓暖担任监事
2	佛山市锋荣科技投资有限公司	对科技、商业、农业、服务业、房地产业进行投资。	发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣持股 28.16%，并担任执行董事兼经理
3	广东星联科技有限公司	高分子成型技术研发、高端装备技术研发；制造、加工、销售：机械设备、模具、橡胶制品、塑料制品、机电产品；技术进出口、货物进出口；维修：机械设备、模具、机电产品；机械设备租赁；信息技术咨询服务、技术推广服务。	发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣担任董事
4	广东中南机械智能孵化器有限公司	科技中介服务（技术孵化活动）；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；专业化设计服务；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务；汽车租赁；会议及展览服务；社会经济咨询（不含投资咨询、教育咨询）；其他机械与设备租赁；物业管理；计算机及通讯设备租赁；房地产中介服务；模具制造；假肢、人工器官及植（介）入器械制造；其他通用零部件制造；机械零部件加工（以上项目佛山市企业投资准入负面清单中禁止类和限制类项目除外）；复印和胶印设备制造；计算机外围设备制造；印刷专用设备制造；其他金属制日用品制造；其他未列明批发业（工商登记前置审批项目除外）；医疗用品及器材零售；互联网零售（工商登记前置审批项目除外）；邮购及电视、电话零售（工商登记前置审批项目除外）；其他未列明零售业（工商登记前置审批项目除外）。	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞持股 80%并担任董事，且邓锦明之子邓晓荣担任董事、经理
5	佛山市二轴半科技有限公司	工程和技术研究和试验发展；金属加工机械制造；轴承、齿轮和传动部件制造；机械零部件加工；其他通用零部件制造（以上项目佛山市企业投资准入负面清单中禁止类和限制类项目除外）；其他未列明批发业。	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的广东中南机械智能孵化器有限公司持有该公司 70%的股权，且发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓

序号	关联方名称	经营范围	关联关系
			荣担任董事长
6	佛山市岁之博新材料科技有限公司	自然科学研究和试验发展；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；其他未列明批发业（工商登记前置审批项目除外）；邮购及电视、电话零售（工商登记前置审批项目除外）；互联网零售（工商登记前置审批项目除外）；其他未列明零售业（工商登记前置审批项目除外）。	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的广东中南机械智能孵化器有限公司持有该公司 70%的股权，且发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣担任董事
7	佛山市南海泽睿科技有限公司	其他非金属加工专用设备制造；其他科技推广和应用服务业；工程和技术研究和试验发展。	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的广东中南机械智能孵化器有限公司持有该公司 70%的股权，且发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣担任董事长
8	佛山市中峪智能增材制造加速器有限公司	假肢、人工器官及植（介）入器械制造，复印和胶印设备制造，计算机外围设备制造，印刷专用设备制造，模具制造，机械零部件加工，其他金属制日用品制造（以上项目佛山市企业投资准入负面清单中禁止类和限制类项目除外）；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；专业化设计服务；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务。	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的广东中南机械智能孵化器有限公司持有该公司 100%的股权
9	佛山市齐才科技有限公司	假肢、人工器官及植（介）入器械制造，复印和胶印设备制造，计算机外围设备制造，印刷专用设备制造，模具制造，机械零部件加工，其他金属制日用品制造；工程和技术研究和试验发展；新材料技术推广服务；专业化设计服务；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务。	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞控股的广东中南机械智能孵化器有限公司持有该公司 70%的股权
10	环拓科技（佛山）有限公司	基础软件开发；支撑软件开发；应用软件开发；其他软件开发；信息系统集成服务；物联网技术服务；运行维护服务；信息处理和存储支持服务；环保技术推广服务；仪器仪表修理；水污染治理；大气污染治理；固体废物治理；土壤污染治理与修复服务；环保工程施工；环境保护检测。	发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓暖持股 35%并担任董事
11	清远市清新区太和镇冠宏建材装饰商行	批发零售：陶瓷、卫浴、涂料、橱柜、衣柜；室内装修。	公司董事兼财务总监李劲斌的配偶的哥哥李朝晖投资设立的个体工商户
12	佛山市冠菱达机电设备有限公司	销售：电梯及其配套设施；商品信息咨询服务；电梯装饰、安装、维修。	公司监事许旭芳的配偶吴文海的弟弟吴文亮持股 60%

序号	关联方名称	经营范围	关联关系
13	广东金曼集团股份有限公司	供应链管理及国内贸易（专营及专控商品凭许可证经营）；仓储物流及配送；房地产建设项目投资、基础设施建设项目投资、现代服务行业投资、互联网行业投资以及资产管理、投资信息咨询；建筑工程施工；计算机信息技术服务；货物进出口、技术进出口。	公司董事会秘书徐善鹏的配偶甘鑫担任副总经理

9、其他关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	丽爽贸易	发行人实际控制人之一邓锦明兄弟邓锐明和邓锦明之子邓晓荣曾经共同控制的企业；该企业已于 2017 年 4 月 1 日核准注销。
2	蕴通贸易	发行人实际控制人之一邓锦明兄弟邓锐明和邓锦明之子邓晓荣曾经共同控制的企业；该企业已于 2015 年 9 月 24 日核准注销。
3	共速达物流	发行人实际控制人之一邓锦明之子邓晓荣持股 4.874%，并于 2015 年 7 月至 2017 年 9 月担任董事，2017 年 9 月，邓晓荣因个人原因辞去该公司董事。
4	中兴皮件厂	发行人实际控制人之一邓锦明曾经控制的企业，该企业已于 2018 年 5 月 16 日核准注销。
5	奥碧施	发行人实际控制人控制的其他企业景盛商务拓展和南海景兴曾经控制的企业，2018 年 8 月 17 日，佛山市南海区市场监督管理局出具《核准注销登记通知书》（南海核注通外字【2018】第 1800354180 号），核准奥碧施工商注销。
6	南海景兴	发行人实际控制人之一邓锦明曾经控制的企业，2018 年 10 月 16 日，佛山市南海区市场监督管理局出具《核准注销登记通知书》（南海 1 核注通内字【2018】第 1800432609 号），核准南海景兴工商注销。
7	佛山市南海区泰业生物科技有限公司	发行人实际控制人之一邓锦明的配偶冯月贞的兄弟冯啟忠控制的企业，该企业已于 2018 年 10 月注销。

（二）关联交易

1、经常性的关联交易

（1）关联采购

报告期内，公司存在向共速达物流采购物流运输服务和向广东中南机械智能孵化器有限公司采购低值易耗品的情形，具体如下：

单位：万元

关联方	交易内容	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
共速达物流	物流服务费	金额	291.28	619.35	580.09	213.97
		占配送物流费的比例	14.63%	16.06%	18.44%	8.28%
广东中南机械	低值易耗	金额	28.57	-	-	-

智能孵化器有限公司	品	占同类服务或交易的比例	4.14%	-	-	-

注：上述数据包含公司与共速达物流及其下属子公司的交易金额，其中 2015 年度公司向共速达物流采购金额系自 2015 年 7 月起算。

2015 年 5 月，基于采购物流运输服务的需求，公司通过公开招标的方式，与共速达物流建立物流服务合作关系。2015 年 7 月公司实际控制人之一邓锦明的儿子邓晓荣因看好物流行业及共速达物流的发展前景，认缴共速达物流增资 400 万元（截至目前持股比例约为 4.87%），并从 2015 年 7 月至 2017 年 9 月期间担任共速达物流的董事，在该期间，共速达物流即为发行人的关联方。2017 年 9 月之后，因邓晓荣辞去共速达物流的董事，共速达物流不再为发行人的关联方。报告期内，双方合作良好，共速达物流通过公开招标方式持续为公司提供物流服务。报告期内，公司与共速达物流之间的物流服务交易定价采取市场招标原则协商确定，公允合理。

2018 年 6 月，公司因举办纪念日活动向广东中南机械智能孵化器有限公司采购 28.57 万元的低值易耗品。该等低值易耗品系 3D 打印纪念品，由于广东中南机械智能孵化器有限公司地处佛山区域，其 3D 打印设备齐全，设计能力较强，在 3D 打印服务方面具有一定的竞争优势，因此，公司根据市场化询价原则，与广东中南机械智能孵化器有限公司达成采购意向，并谈判协商确定本次 3D 打印纪念品的价格，交易价格公允合理。

（2）关联租赁

报告期内，公司及子公司爱碧斯存在向关联方租赁办公用房的情形，具体如下：

单位：万元

出租方名称	承租方	租赁费定价依据	租赁用途	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
汇智实业	景兴健护、爱碧斯	市场定价	办公室	170.05	329.58	325.48	336.30
邓景衡、卢绮莲	景兴健护	市场定价	办公室	17.10	34.20	31.78	-
邓锦明	爱碧斯	市场定价	办公室	6.60	13.20	13.20	-
合计		-	-	**193.75**	**376.98**	**370.46**	**336.30**

因汇智实业所拥有的物业即景兴环球大厦地处广东金融高新技术服务区内、相关办公楼设施齐全、环境优良、交通便利，发行人及子公司基于业务和管理的

便利性考虑，向汇智实业租赁房产作为公司及其子公司总部员工办公使用；发行人基于邓景衡、卢绮莲所拥有的一处北京物业的交通便利性和邓锦明所拥有的一处广州物业的交通便利性，向邓景衡、卢绮莲和邓锦明分别租赁了一处房产作为办公使用。截至本招股说明书签署之日，为了减少关联交易，发行人与邓景衡、卢绮莲和邓锦明房产租赁交易已终止。

报告期内，公司上述关联租赁交易采取市场化定价原则，价格公允合理，与市场价格不存在重大差异，不存在交易价格显失公允或损害公司及其他非关联股东利益的情况。

（3）向关键管理人员支付报酬

报告期内，公司向关键管理人员支付的薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
向关键管理人员支付报酬	215.54	438.40	402.25	140.18
人数	8	8	8	3

2、偶发性的关联交易

（1）关联方资金往来

报告期内，公司与关联方之间的资金往来情况如下：

单位：万元

关联方名称	拆入/拆出	拆入方/拆出方	拆借金额	起始日	到期日
邓锦明	拆入	景兴健护	3,000.00	2014.05.21	2015.08.12
邓锦明	拆入	爱碧斯	1,000.00	2014.09.05	2015.11.09
邓锦明	拆入	景兴健护	5,000.00	2014.10.27	2015.07.10
邓锦明	拆入	景兴健护	3,000.00	2015.01.27	2015.08.12

报告期期初及以前，发行人及子公司基于临时资金周转短缺，向实际控制人之一邓锦明共计拆入 12,000 万元。公司向邓锦明借入上述资金主要用途是用于支付子公司爱碧斯的土地出让款及偿还到期银行贷款，且随后公司及时归还了上述借款。同时，公司参考同期银行贷款利率向邓锦明支付上述借款应计入 2015 年度的利息共计 380.05 万元，利息定价公允合理。2015 年 11 月公司偿还上述资金后，公司及子公司未再与合并报表范围外的关联方发生任何非经营性活动的资金往来情况。

（2）商标权、专利权、著作权转让

①为解决发行人资产的完整性和独立性，为解决发行人资产的完整性和独立性，2016 年 12 月与 2017 年 8 月，发行人分别与南海景兴、中兴皮件厂签署了《商标转让协议》及《商标转让补充协议》，上述协议中，约定发行人以无偿受让的方式分别取得南海景兴、中兴皮件厂持有及正在申请的商标合计 265 项。

截至本招股说明书签署之日，上述转让的 265 项商标中，已转让至发行人名下且发行人已取得权属的商标共 262 项，具体详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人的主要固定资产和无形资产”之“（二）主要无形资产情况”之“2、商标”，已转让至发行人名下但发行人尚未取得权属的商标共 1 项，仍处于转让程序中的商标共 2 项。

②为解决发行人资产的完整性和独立性，2017 年 2 月，发行人与南海景兴签署了《专利转让协议》，约定南海景兴将专利号为 200930071058.5 的专利无偿转让给发行人，该专利的转让手续已于 2017 年 3 月完成。

③为解决发行人资产的完整性和独立性，2018 年 5 月，发行人与南海景兴签署了《著作权转让协议》，约定南海景兴将登记号为 19-2010-F-00985、19-2010-F-00986、19-2010-F-00987、19-2010-F-00988 的 4 项著作权无偿转让给发行人。上述著作权的转让手续已于 2018 年 6 月完成，转让完成后，上述著作权的新登记号分别为国作登字-2018-F-00560617、国作登字-2018-F-00560619、国作登字-2018-F-00560616、国作登字-2018-F-00560618。

（3）商标、专利许可

①2014 年 1 月，发行人与中兴皮件厂、南海景兴分别签署了《商标许可协议》，约定中兴皮件厂、南海景兴将境内商标中全部非防御性商标无偿许可给发行人使用。截至本招股说明书签署之日，上述商标已全部转让给发行人。

②2014 年 1 月，发行人与南海景兴签署了《专利许可协议》，约定南海景兴将专利号为 200930071058.5 的专利无偿许可给发行人使用。截至本招股说明书签署之日，该项专利已转让给发行人。

3、关联方往来款项余额

报告期各期末，公司与关联方往来款项账面余额情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
其他应收款	汇智实业	52.80	52.80	52.80	52.80
其他应收款	邓锦明	-	138.00	-	-
预付款项	邓景衡	17.10	-	-	-
预付款项	邓锦明	1.10	-	-	-
其他应付款	共速达物流	28.00	28.00	28.00	28.00
其他应付款	邓景衡	-	-	31.78	-
其他应付款	邓锦明	-	13.20	13.20	-
应付票据及应付账款	广东中南机械智能孵化器有限公司	28.57	-	-	-

注：上述对共速达物流含对其下属子公司其他应付款余额。

4、报告期内关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司经常性关联交易主要包括公司与共速达物流之间的物流服务交易和向广东中南机械智能孵化器有限公司采购的低值易耗品，以及公司与关联方汇智实业、邓景衡、卢绮莲、邓锦明之间的关联租赁。该等关联交易总体金额及占比，相对较低，价格公允合理，对公司财务状况和经营成果影响较小。

报告期内，公司偶发性关联交易包括向关联方邓锦明临时拆借资金，以及关联方南海景兴、中兴皮件厂将其商标、专利等转让给公司。其中，公司向关联方拆借资金主要是解决公司临时性资金需求；公司向关联方受让商标、专利等有利于公司资产的完整性和独立性。上述偶发性关联交易对公司财务状况和经营成果影响较小。

（三）对关联交易决策权限与程序的安排

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》、《关联交易决策制度》等公司治理文件中对关联交易决策的权力与程序作出了规定，主要内容如下：

1、《公司章程》对于关联交易的有关规定

公司现行《公司章程》对关联交易的规定如下：

（1）股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

（2）董事会在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项。

（3）公司与关联方发生的交易金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）由公司董事会先行审议，通过后提交公司股东大会审议，此外的关联交易由公司董事会按照关联董事回避表决的原则审议决定，公司董事会可根据实际情况授权董事长对一部分关联交易进行审核、批准并报董事会备案。

2、《股东大会议事规则》对于关联交易的有关规定

股东大会审议关联交易事项时，与该交易事项有关联关系的股东（包括股东代理人）可以出席股东大会，依照大会程序向到会股东阐明其观点，并就其他股东的质询作出说明，但表决时应回避表决。

3、《董事会议事规则》对于关联交易的有关规定

（1）公司董事会审议股东大会权限下的关联交易事项：①公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外）；②公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外）；未达到前述标准的关联交易事项，由公司董事会授权董事长、总经理决定并执行。公司高级管理人员如为关联人时，应当回避表决。

（2）委托和受托出席董事会会议在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

（3）出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：①董事本人认为应当回避的情形；②公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

4、《独立董事工作制度》对于关联交易的有关规定

独立董事除法律、法规、《公司章程》及其他有关规定中规定的董事权利、义务外，还具有对重大关联交易发表独立意见的特别职权。独立董事应当对公司重大事项及以下事项发表独立意见：关联交易、对外担保（不含对合并报表范围

内子公司提供的担保）、委托理财、对外提供财务资助、股票及其衍生品种投资等重大事项；公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款。独立董事对上述事项作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

5、《关联交易决策制度》对于关联交易的有关规定

（1）公司关联交易应当遵循以下基本原则：①符合诚实信用的原则；②关联方如享有公司股东大会表决权，除特殊情况外，在股东大会就该事项进行审议时应回避表决；③公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权；该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议；④公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利。必要时应当聘请专业评估师或独立财务顾问。

（2）公司与关联人发生的金额在 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司债务除外），由股东大会批准。

对公司与关联人发生的金额在 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应当按照相关规定聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计。但对日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估。

（3）公司拟与关联方达成的总额高于人民币 300 万元或者高于公司最近一期经审计净资产值绝对值 5%的重大关联交易，应当由全体独立董事二分之一以上同意后，提交董事会讨论。独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

（4）公司不得直接或者通过子公司向董事、监事或者高级管理人员提供借款。公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前述规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

（5）公司发生的关联交易涉及“提供财务资助”和“委托理财”等事项时，

应当以发生额作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算。

（6）股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：①交易对方；②拥有交易对方直接或间接控制权的；③被交易对方直接或间接控制的；④与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；⑤交易对方或者其直接或者间接控制人的关系密切的家庭成员；⑥在交易对方任职，或者在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的（适用于股东为自然人的）；⑦因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；⑧公司认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或自然人。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有表决权股份总数。

公司在召开董事会审议关联交易事项时，会议召集人应在会议表决前提醒关联董事须回避表决。关联董事未主动声明并回避的，知悉情况的董事应要求关联董事予以回避。

（7）公司应采取有效措施防止关联人以垄断采购和销售业务渠道等方式干预公司的经营，损害公司利益。关联交易活动应遵循商业原则，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准。

（四）报告期内公司关联交易决策程序执行情况及独立董事的核查意见

公司为中外合资经营企业，于 2016 年 4 月股份制改造完成之前，最高权力机构为董事会。对于公司股份制改造之前发生的关联交易，即公司股改之前与共速达物流的交易、公司报告期内向汇智实业租赁的房产、公司与邓锦明之间的关联资金拆借、关联方知识产权的许可使用，发行人均依法召开相应董事会，审议通过前述关联交易。具体如下：

（1）2014 年 3 月 10 日，景兴有限召开董事会会议，审议通过公司向汇智实业租赁房产；（2）2015 年 4 月 20 日，景兴有限召开董事会会议，审议通过公司与共速达物流合作；（3）景兴有限分别于 2014 年 12 月 25 日召开董事会、2015 年 7 月 23 日召开董事会审议通过公司或其子公司向邓锦明借款事宜。

公司股份制改造完成后，发行人设立了董事会、股东大会，发行人创立大会暨第一次股东大会审议通过了《公司章程》、《关联交易决策制度》等公司治理制度，建立了健全的关联交易管理制度，并于 2017 年 11 月选举独立董事建立《独

立董事工作制度》。发行人发生的各项关联交易均依照《公司章程》、《关联交易决策制度》规定的程序进行了审议，且在发行人设置独立董事后由独立董事就相关关联交易事项出具的独立意见，具体如下：

（1）发行人分别召开第一届董事会第三次会议、第一届监事会第二次会议、2015 年年度股东大会分别审议通过了《关于公司 2016 年度预计日常关联交易的议案》，对发行人 2016 年度日常关联交易进行了预计。

（2）发行人召开第一届董事会第八次会议、第一届监事会第五次会议分别审议了《关于公司 2017 年度预计日常关联交易的议案》和《关于公司向关联方购买知识产权的议案》，其中，2016 年年度股东大会审议通过了《关于公司 2017 年度预计日常关联交易的议案》，对发行人 2017 年度日常关联交易进行了预计。

（3）发行人召开第一届董事会第十八次会议、第一届监事会第十二次会议、2017 年年度股东大会审议通过《关于公司 2015 年度、2016 年度、2017 年度的关联交易价格公允性及合法性的议案》，确认发行人报告期内发生的关联交易不存在损害发行人及其他股东利益的情形；同时，发行人独立董事已出具《关于发行人 2015 年至 2017 年发生的关联交易的意见》，确认发行人与其关联方发生的关联交易均遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则且公允、合理，关联交易的价格未偏离市场独立第三方的价格，不存在损害发行人及其他非关联股东利益的情况，对发行人的财务状况、经营业绩和生产经营独立性未产生不利影响。

（4）发行人召开第一届董事会第十五次会议、第一届监事会第十次会议、2018 年第一次临时股东大会分别审议通过了《关于 2018 年度预计日常关联交易的议案》，对发行人 2018 年度日常关联交易进行了预计，且独立董事就该等关联交易发表了独立意见。

（5）针对广东中南机械智能孵化器有限公司关联采购事项，发行人已根据《关联交易决策制度》有关规定经发行人董事长审核批准并报董事会备案，履行了必要的关联交易决策程序。

综上所述，报告期内，尤其是股份公司设立后，公司严格履行《公司章程》及相关规定，尽量减少关联交易发生的金额和频率，对发生的关联交易，公司严格按照《公司章程》及其他相关制度的规定履行了相关决策程序。

（五）公司进一步规范和减少关联交易行为的措施

1、通过制度约束加强公司关联交易的内部控制

发行人创立大会暨第一次股东大会审议通过了《公司章程》、《关联交易决策制度》等公司治理制度，建立了健全的关联交易管理制度，并于 2017 年 11 月选举独立董事，建立《独立董事工作制度》，该等制度对关联交易的决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易。报告期内，对于因业务需要与关联方发生的关联交易，发行人于股份制改造之前的关联交易依照《公司法》的相关规定履行相关决策程序；发行人于股份制改造之后的关联交易依照《公司章程》、《关联交易决策制度》等公司治理制度履行相关关联交易决策程序并进行规范运作，保障全体股东的利益。

2、优化公司股权结构，引进外部投资者，规范公司法人治理结构

报告期内，发行人引进了佛山创变、佛山百优顺、梁素云作为员工股权激励股东，还引进了朱剑锋、张伟明外部自然人投资者。上述情形，一方面，增加了公司的资本性投入，为公司的发展提供资金支持；另一方面，也进一步优化了公司的股权结构，规范了公司的法人治理结构，加强了外部股东对公司的约束力，提高了公司的决策和管理水平。

3、公司控股股东、实际控制人关于规范并减少关联交易的承诺

为规范并减少发行人关联交易情况，发行人控股股东景盛集团、实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲分别出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，具体内容如下：

（1）自本承诺函签署之日起，本企业/本人及本企业/本人直接或间接控制的下属企业将尽可能避免和减少与景兴健护及其下属企业进行关联交易。

（2）自本承诺函签署之日起，对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本企业/本人及本企业/本人直接或间接控制的下属企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及景兴健护公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与景兴健护或其下属企业签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，关联交易价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护景兴健护及其他股东的利益。

（3）自本承诺函签署之日起，本企业/本人及本企业/本人直接或间接控制的下属企业保证不利用在景兴健护的地位和影响，通过关联交易损害景兴健护及其他股东的合法权益。

（4）“下属企业”就本承诺函的任何一方而言，指由其（1）持有或控制 50%

或以上已发行的股本或享有 50%或以上的投票权（如适用），或（2）有权享有50%或以上的税后利润，或（3）有权控制董事会之组成或以其他形式控制的任何其他企业或实体（无论是否具有法人资格），以及该其他企业或实体的下属企业。

第八节 董事、监事、高级管理人员和核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

公司现有 7 名董事、3 名监事、4 名高级管理人员和 4 名核心技术人员。具体情况如下：

（一）董事

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，截至本招股说明书签署之日，现任董事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	邓景衡	董事长	景盛集团、汇翔投资	2016.03.10-2019.03.09
2	邓锦明	副董事长	景盛集团、汇翔投资	2016.03.10-2019.03.09
3	李劲斌	董事	景盛集团、汇翔投资	2016.03.10-2019.03.09
4	冯丹	董事	景盛集团、汇翔投资	2016.03.10-2019.03.09
5	谢青	独立董事	景盛集团、汇翔投资	2017.12.01-2019.03.09
6	娄爱东	独立董事	景盛集团、汇翔投资	2017.12.01-2019.03.09
7	李亚忠	独立董事	景盛集团、汇翔投资	2017.12.01-2019.03.09

公司董事简历如下：

邓景衡先生，现任公司董事长兼总经理，出生于 1959 年 7 月，中国香港籍，复旦大学 EMBA 在读。邓景衡先生曾任丹麦宝隆洋行中国部经理、英国英之杰集团中国部经理，后创办景盛商务拓展和奥碧施。2009 年 11 月，与邓锦明先生共同创办景兴有限，2009 年 11 月至 2018 年 3 月，任景兴有限和股份公司董事长；2018 年 3 月至今，任公司董事长兼总经理；2014 年 6 月至今，任子公司爱碧斯执行董事。

此外，邓景衡还兼任中国造纸协会生活用纸专业委员会副主任委员，广东省侨商投资企业协会常务理事，政协佛山市南海区第十三届委员会港澳委员，佛山市侨商投资企业协会常务副会长等职务。

邓锦明先生，现任公司副董事长兼副总经理，出生于 1960 年 6 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。邓锦明先生先后创办了南海景兴和奥碧施，2009 年 11 月，与邓景衡先生共同创办景兴有限；2009 年 11 月至 2018 年 3 月，任景兴有限和股份公司副董事长兼总经理；2018 年 3 月至今，任公司副董事长

兼副总经理；2014 年 6 月至今，任子公司爱碧斯总经理。

此外，邓锦明还兼任广东省投资促进会常务副会长，政协佛山市第十二届委员会常务委员，佛山市工商业联合会（总商会）副会长，佛山市南海区工商业联合会（总商会）副主席，佛山市南海区医卫用产品行业协会副会长，佛山市南海区桂城总商会常务副会长等职务。

李劲斌先生，现任公司董事兼财务总监，出生于 1972 年 7 月，中国国籍，无境外永久居留权，英国威尔士新港大学工商管理硕士学位，拥有注册会计师、国际注册内部审计师、澳大利亚公共会计师、英国财务会计师等证书。2003 年 2 月至 2011 年 3 月，任生力（广东）啤酒有限公司、广州生力啤酒有限公司财务总监兼董事会秘书；2011 年 3 月至 2012 年 6 月，任嘉士伯啤酒（广东）有限公司国际品牌财务总监；2013 年 3 月至 2014 年 4 月，任深圳百事可乐饮料有限公司财务总监；2014 年 7 月至 2016 年 4 月，任景兴有限财务总监；2016 年 4 月至今，任股份公司董事兼财务总监。

冯丹女士，现任公司董事，出生于 1974 年 2 月，中国国籍，无境外永久居留权，北京大学应用心理学硕士学位，劳动关系协调员（一级）资质。冯丹女士曾任广州宝洁有限公司人力资源经理；2012 年 2 月至 2016 年 4 月，任景兴有限人力资源总监；2016 年 4 月至今，任股份公司董事兼人力资源总监。

谢青先生，现任公司独立董事，出生于 1963 年 7 月，中国国籍，无永久境外居留权，长沙理工大学会计专业毕业，本科学历。1987 年至 1995 年，任湖南常德武陵百货大楼会计、副科长、科长；1995 年至 1999 年，任湖南武陵会计师事务所副所长；2000 年至 2004 年，任华寅会计师事务所有限公司高级经理；2004 年至 2013 年，任中磊会计师事务所有限公司副主任会计师；2013 年至今，任大信会计师事务所副主任会计师；2017 年 12 月至今，任公司独立董事。此外，谢青先生还兼任广东东箭汽车科技股份有限公司独立董事、中广天择传媒股份有限公司独立董事以及湖北省宏源药业科技股份有限公司独立董事。

娄爱东女士，现任公司独立董事，出生于 1966 年 12 月，中国国籍，无境外永久居留权，北京大学法律系国际法专业毕业，本科学历。1989 年至今，于北京康达律师事务所任职，现任北京康达律师事务所高级合伙人；2017 年 12 月至今，任公司独立董事。此外，娄爱东女士还兼任欧伏电气股份有限公司董事、云

南城投置业股份有限公司、天津渤海商品交易所股份有限公司和奥克斯国际控股有限公司独立董事。

李亚忠先生，现任公司独立董事，出生于 1970 年 1 月，中国香港籍，香港浸会大学工商管理硕士学位。曾任广州屈臣氏个人用品有限公司商品拓展总监、上海合家购物有限公司商品总监、深圳市新龙记实业发展有限公司零售事业部总经理、广东万宁连锁商业有限公司商业董事；2014 年至今，任广州市迈致企业管理咨询有限公司首席顾问；2017 年 12 月至今，任公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由 3 名监事组成，截至本招股说明书签署之日，现任监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	李惠芬	监事会主席	景盛集团	2017.08.06-2019.03.09
2	许旭芳	监事	景盛集团	2017.08.06-2019.03.09
3	梁静梅	监事	职工代表	2018.03.16-2019.03.09

李惠芬女士，现任公司监事会主席，出生于 1979 年 10 月，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于华南理工大学工商管理专业，硕士学位。2001 年 7 月至 2013 年 8 月，曾在南海景兴任职；2013 年 9 月至今，任景兴有限、股份公司品牌经理，2017 年 9 月至今，兼任公司监事会主席。

许旭芳女士，现任公司监事，出生于 1974 年 7 月，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于香港亚洲商学院 MBA。1998 年 5 月至 2009 年 11 月，曾在南海景兴任职；2009 年 11 月至 2013 年 8 月，任景兴有限采购及品管经理，同时负责产品研发工作；2013 年 9 月至今，任景兴有限和股份公司研发及品管经理；2017 年 8 月至今，兼任公司监事。

梁静梅女士，现任公司监事，出生于 1983 年 1 月，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于广州大学广播电视新闻学专业，本科学历。2006 年 5 月至 2007 年 7 月，任中国人民银行南海市支行办公室文秘；2007 年 7 月至 2013 年 8 月，曾在南海景兴任职；2013 年 9 月至今，任景兴有限和股份公司人力资源部行政主管；2018 年 3 月至今，兼任公司监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，公司现任高级管理人员基本情况如下：

序号	姓名	职务
1	邓景衡	总经理
2	邓锦明	副总经理
3	李劲斌	财务总监
4	徐善鹏	董事会秘书

邓景衡先生，现任公司董事长兼总经理，其具体情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心人员简介”之“（一）董事”相关内容。

邓锦明先生，现任公司副董事长兼副总经理，其具体情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心人员简介”之“（一）董事”相关内容。

李劲斌先生，现任公司董事兼财务总监，其具体情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心人员简介”之“（一）董事”相关内容。

徐善鹏先生，现任公司董事会秘书，出生于 1979 年 5 月，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于华南理工大学电力系统自动化专业，硕士学位。2004 年 7 月至 2009 年 8 月，任广东省轻工进出口股份有限公司投资部副经理；2009 年 8 月至 2011 年 9 月，任广东广新盛特金属有限公司项目总监；2011 年 9 月至 2016 年 2 月，任广东宏大爆破股份有限公司投资发展事业部副总经理；2016 年 2 月至 2017 年 8 月，任河南四方达超硬材料股份有限公司副总经理；2017 年 8 月至今，任公司董事会秘书。

（四）核心技术人员

邓景衡先生，现任公司董事长兼总经理，其具体情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心人员简介”之“（一）董事”相关内容。

邓锦明先生，现任公司副董事长兼副总经理，其具体情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心人员简介”之“（一）董事”相关内容。

许旭芳女士，现任公司监事，其具体情况详见本招股说明书之“第八节　董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员

与核心人员简介”之“（二）监事”相关内容。

胡伟先生，现任公司研发经理，出生于 1980 年 5 月，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于香港亚洲商学院 MBA。2004 年 12 月至 2012 年 9 月，曾在奥碧施任职；2012 年 10 月至今，历任景兴有限研发及配制中心主任、研发经理，现任公司研发经理。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属的持股情况

（一）直接持股情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有发行人股份情况如下：

单位：万股

姓名	身份	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
邓锦明	副董事长兼副总经理	7,200.00	19.34%	7,200.00	19.34%	3,750.00	20.00%	-	-
合计		**7,200.00**	**19.34%**	**7,200.00**	**19.34%**	**3,750.00**	**20.00%**	**-**	**-**

（二）间接持股情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有发行人股份情况如下：

单位：万股

姓名	身份	间接持股主体	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
			持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
邓景衡	董事长兼总经理	景盛集团	19,440.00	52.22%	19,440.00	52.22%	10,125.00	54.00%	10,125.00	67.50%
卢绮莲	邓景衡配偶	景盛集团	2,160.00	5.80%	2,160.00	5.80%	1,125.00	6.00%	1,125.00	7.50%
邓锦明	副董事长兼副总经理	汇翔投资	5,760.00	15.47%	5,760.00	15.47%	3,000.00	16.00%	3,000.00	20.00%
冯月贞	邓锦明配偶	汇翔投资	1,440.00	3.87%	1,440.00	3.87%	750.00	4.00%	750.00	5.00%

姓名	身份	间接持股主体	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
			持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
李劲斌	董事兼财务总监	佛山创变	36.88	0.10%	35.00	0.09%	-	-	-	-
冯丹	董事	佛山创变	36.88	0.10%	35.00	0.09%	-	-	-	-
李惠芬	监事会主席	佛山创变	10.00	0.03%	10.00	0.03%	-	-	-	-
许旭芳	监事兼核心技术人员	佛山创变	10.00	0.03%	10.00	0.03%	-	-	-	-
梁静梅	监事	佛山创变	5.00	0.01%	5.00	0.01%	-	-	-	-
徐善鹏	董事会秘书	佛山创变	19.00	0.05%	19.00	0.05%	-	-	-	-
胡伟	核心技术人员	佛山创变	7.50	0.02%	7.50	0.02%				
合计			**28,925.26**	**77.70%**	**28,921.50**	**77.69%**	**15,000.00**	**80.00%**	**15,000.00**	**100.00%**

注：间接持股数系各人员通过间接持股主体所持有的发行人股份，计算方式为：间接持股数量=间接持股主体持有发行人的股份数量*各人员所持有间接持股主体的出资份额比例。

（三）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持发行人股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人的股份不存在质押或冻结情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下表：

姓名	身份	被投资企业	出资比例	经营范围/实际从事业务
邓景衡	董事长兼总经理	景盛国际	90.00%	对所持景盛集团股权进行管理
		景盛商务拓展	90.00%	对所持有股权进行管理，未实际开展业务
		景盛集团	景盛国际直接持有 100%股权	对所持有发行人股权进行管理
		汇智实业	景盛国际直接持有 52%的股权	在广东省佛山市南海区广东金融高新技术服务区（80 街区 D-05b 地块，地块编号为：桂城-规要（2008）215 号）

姓名	身份	被投资企业	出资比例	经营范围/实际从事业务
				开发、建设、经营商业营业用房和公共配套设施及其物业管理咨询服务，停车服务。
邓锦明	副董事长兼副总经理	汇荣投资	100.00%	房地产投资、投资咨询（不含证券、期货）、投资管理、资产管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
		汇翔投资	80.00%	对工业、商业、农业、服务业、房地产业的投资；销售：日用百货、卫生用品。（法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，须取得许可并经工商登记机关登记后方可经营）
		汇智实业	汇荣投资直接持有 48%的股权	在广东省佛山市南海区广东金融高新技术服务区（80 街区 D-05b 地块，地块编号为：桂城-规要（2008）215 号）开发、建设、经营商业营业用房和公共配套设施及其物业管理咨询服务，停车服务。
娄爱东	独立董事	北京点睛融华教育科技有限公司	1.01%	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动；文艺创作；承办展览展示活动；会议服务；翻译服务；接受金融机构委托从事金融信息技术外包服务；接受金融机构委托从事金融业务流程外包服务；接受金融机构委托从事金融知识流程外包服务。

除以上对外投资外，公司其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均无其他对外股权投资。邓景衡和邓锦明的上述对外投资与公司不存在利益冲突情形。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取的收入情况

公司独立董事仅领取独立董事津贴；在公司任职的其他董事、监事、高级管理人员在任期内均按各自所任岗位职务的薪酬制度领取薪酬，其薪酬依据公司所处行业及地区的薪酬水平，结合公司的实际经营情况确定。

2017 年度，公司现任董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在本公司领取薪酬（税前）情况如下：

姓名	职务	本公司领薪（万元）
邓景衡	董事长兼总经理	78.56
邓锦明	副董事长兼副总经理	70.92
李劲斌	董事、财务总监	66.19
冯丹	董事	65.78
谢青	独立董事	1.00
娄爱东	独立董事	1.00
李亚忠	独立董事	1.00
李惠芬	监事会主席	41.63
许旭芳	监事兼核心技术人员	31.06
梁静梅	监事	10.56
徐善鹏	董事会秘书	18.85
胡伟	核心技术人员	19.26

注：独立董事娄爱东、谢青、李亚忠于 2017 年 11 月正式聘任为公司独立董事；公司董事会秘书徐善鹏于 2017 年 9 月正式聘任为公司董事会秘书。

2017 年度，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除从公司领取上述薪酬外，未享受其他待遇和退休金计划等；亦未从公司关联企业领取收入，也未享受其他待遇或退休金计划等。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况如下：

姓名	在公司任职情况	兼职情况		兼职单位与公司关系
		企业名称	职务	
邓景衡	董事长兼总经理	爱碧斯	执行董事	公司子公司
		景盛集团	董事	公司控股股东
		景盛国际	董事	公司控股股东之股东
		景盛商务拓展	董事	其他关联方
		汇智实业	监事	其他关联方
邓锦明	副董事长兼副总	爱碧斯	经理	公司子公司

姓名	在公司任职情况	兼职情况		兼职单位与公司关系
		企业名称	职务	
	经理	汇荣投资	监事	其他关联方
		汇翔投资	监事	公司股东
		汇智实业	董事	其他关联方
谢青	独立董事	大信会计师事务所	副主任会计师	无
		广东东箭汽车科技股份有限公司	独立董事	无
		中广天择传媒股份有限公司	独立董事	无
		湖北省宏源药业科技股份有限公司	独立董事	无
娄爱东	独立董事	北京康达律师事务所	高级合伙人	无
		欧伏电气股份有限公司	董事	无
		云南城投置业股份有限公司	独立董事	无
		天津渤海商品交易所股份有限公司	独立董事	无
		奥克斯国际控股有限公司	独立董事	无
李亚忠	独立董事	广州市迈致企业管理咨询有限公司	首席顾问	无

发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出声明，除上述披露的兼职情况以外，不存在其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议、作出的重要承诺及其履行情况

（一）协议情况

公司与全体董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员均签订了劳动合同或聘任合同，对上述人员的诚信义务，特别是商业秘密、知识产权等方面的保密义务作了严格的规定。截至本招股说明书签署之日，上述合同、协议履行情况良好。

（二）承诺情况

详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“十一、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况”。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格合规情况

公司全体董事、监事、高级管理人员均不存在《公司法》中不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形，其聘任均符合公司章程所规定的程序，符合法律法规规定的任职资格。

九、董事、监事、高级管理人员近三年及一期变动情况

（一）董事近三年及一期的变动情况

2015 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 9 日，公司董事会成员为邓景衡、邓锦明、卢绮莲，其中邓景衡为任董事长，邓锦明任副董事长。

2016 年 3 月 10 日，公司召开创立大会，选举邓景衡、邓锦明、孙玉权、李劲斌、冯丹为公司第一届董事会董事，任期三年。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举邓景衡为公司董事长，选举邓锦明为公司副董事长。

2017 年 11 月 27 日，公司召开 2017 年第四次临时股东大会，同意孙玉权辞去公司董事职务，并选举娄爱东、谢青、李亚忠为公司独立董事，任期至第一届董事会董事任期届满。

（二）监事近三年及一期的变动情况

2015 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 9 日，公司未设监事会，由冯月贞担任监事。

2016 年 2 月 20 日，公司召开职工代表大会，选举陈肖莲为公司第一届监事会职工代表监事，任期三年。2016 年 3 月 10 日，公司召开创立大会，选举梁龙彬、江晓华为公司第一届监事会股东代表监事，任期三年。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举梁龙彬为监事会主席。

2017 年 8 月 6 日，公司召开 2017 年第一次临时股东大会，同意梁龙彬和江晓华辞去公司监事职务，并增选李惠芬和许旭芳为公司监事，任期至第一届监事会监事任期届满。2017 年 9 月 22 日，公司召开第一届监事会第七次会议，选举李惠芬为监事会主席。

2018 年 3 月 16 日，公司召开职工代表大会，同意陈肖莲辞去原职工代表监事职务，并选举梁静梅为新任职工代表监事，任期至第一届监事会届满。

（三）高级管理人员近三年及一期的变动情况

2015 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 9 日，公司高级管理人员为邓锦明、李劲斌，其中邓锦明担任公司总经理，李劲斌担任公司财务总监。

2016 年 3 月 10 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任邓锦明为公司总经理，聘任李劲斌为公司财务总监，任期三年。

2017 年 9 月 5 日，公司召开第一届董事会第十次会议，聘任徐善鹏为公司董事会秘书，任期至第一届董事会届满。

2018 年 3 月 15 日，公司召开第一届董事会第十六次会议，同意邓锦明辞去公司总经理职务，并聘任邓景衡为公司总经理，改聘邓锦明为公司副总经理，任期至第一届董事会届满。

（四）董事、监事和高级管理人员变动原因

自公司创立以来，公司即形成了以邓景衡和邓锦明为核心的经营管理团队，董事、监事和高级管理人员的变动是公司为适应经营发展需要，建立有效的法人治理结构以及满足上市规则的要求而进行的调整，并不影响公司董事会决策权的稳定，不构成发行人董事和高级管理人员的重大变化，未对公司经营发展的持续性和稳定性造成不利影响。

综上，公司近三年及一期董事和高级管理人员未发生重大变动。

第九节 公司治理

公司自设立以来，已根据《公司法》、《证券法》等法律法规的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会和高级管理层的公司治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互独立、权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。

根据《公司法》和《公司章程》的规定，公司先后审议通过了《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》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等制度，明确了股东大会、董事会、监事会及管理层之间的权责范围和工作程序。通过对上述制度的制定和执行，公司逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书运作或履行职责情况

公司根据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》及其他相关法律、法规的要求，确立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，并在公司董事会下设立了审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立健全情况

本公司已建立了较为完善的股东大会制度，股东享有《公司法》、《公司章程》中规定的权利、履行相应的义务，公司股东大会依法行使职权。

公司股东享有以下权利：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议

的股东，要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

公司股东承担下列义务：（1）遵守法律、行政法规和本章程；（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。（5）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

股东大会由全体股东组成，是公司的权力机构，依法行使下列职权：（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改《公司章程》；（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（12）审议《公司章程》规定的对外担保事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；（14）审议股权激励计划；（15）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

2、股东大会议事规则

（1）股东大会的召集

董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定召集股东大会。

独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，将在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的，将说明理由并公告。

监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并应以书面形式向董事会提

出。董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的五日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应当征得监事会的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提议后 10 日内未作出书面反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。

监事会或股东决定自行召集股东大会的，应当书面通知董事会。对于监事会或股东自行召集的股东大会，董事会和董事会秘书应予配合。同时向公司所在地中国证监会派出机构和证券交易所备案。在股东大会决议公告前，召集股东持股比例不得低于 10%。召集股东应在发出股东大会通知及股东大会决议公告时，向公司所在地中国证监会派出机构和证券交易所提交有关证明材料。对于监事会或股东自行召集的股东大会，董事会和董事会秘书将予配合。董事会应当提供股权登记日的股东名册。

（2）股东大会的提案与通知

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和本章程的有关规定。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补

充通知，通知临时提案的内容。

除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

（3）股东大会的召开

公司应当在公司住所地或公司章程规定的地点召开股东大会。

股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。

公司召开股东大会，全体董事、监事和董事会秘书应当出席会议，经理和其他高级管理人员应当列席会议。

股东大会由董事长主持。董事长不能履行职务或不履行职务时由副董事长主持；副董事长不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持。监事会自行召集的股东大会，由监事会主席主持。监事会主席不能履行职务或不履行职务时，由半数以上监事共同推举的一名监事主持。股东自行召集的股东大会，由召集人推举代表主持。召开股东大会时，会议主持人违反议事规则使股东大会无法继续进行的，经现场出席股东大会有表决权过半数的股东同意，股东大会可推举一人担任会议主持人，继续开会。

3、股东大会制度的运行情况

截至本招股说明书签署之日，自股份公司设立以来，公司股东大会严格按照有关法律、法规及规范性文件对《公司章程》的订立和修改、相关制度制定、公司财务决算、利润分配、董事会和监事会成员的选举、发行方案及授权等事项作出了决议。自股份公司设立以来，公司共召开 16 次股东大会，股东大会的召集、召开程序符合法律法规及公司章程规定。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立健全情况

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，董事由股东大会选举产生。董事会设董事长 1 人，副董事长 1 人，董事长、副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公

司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订《公司章程》的修改方案；（13）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（14）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（15）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。超过股东大会授权范围的事项，董事会应当提交股东大会审议。

2、董事会议事规则

（1）董事会的召集和通知

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，1/2 以上独立董事提议时，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。董事会召开临时董事会会议的通知方式为以通讯方式（电话、传真、信函）或书面方式、专人送出、电子邮件、即时通讯；通知时限为会议召开前 5 天。如遇紧急情况，需要立即召开董事会的，经半数以上董事同意，可以豁免通知程序，即时召开董事会。

（2）董事会的议事和表决

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

3、董事会制度的运行情况

公司自设立以来，董事会按照公司章程和相关规定，规范运行。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。自股份公司设立以来，公司共召开 19 次董事会，董事会会议的召集、召开程序符合法律法规及公司章程规定。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立健全情况

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，监事会设主席 1 人。监事会包括 2 名股东代表和 1 名公司职工代表。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》相关规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

2、监事会议事规则

（1）监事会的召集和通知

监事会每 6 个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。

监事会会议通知包括以下内容：①举行会议的日期、地点和会议期限；②事由及议题；③发出通知的日期。

（2）监事会的议事和表决

监事会会议应当有过半数的监事出席方可举行。董事会秘书和证券事务代表应当列席监事会会议。监事会决议应当经半数以上监事通过。监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面等方式进行。

3、监事会制度的运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，监事会运行规范。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。自股份公司设立以来，公司共召开 13 次监事会，监事会会议的召集、召开程序符合法律法规及公司章程规定。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事情况

公司于2017年11月27日召开的2017年第四次临时股东大会决议通过聘任谢青、娄爱东和李亚忠三名独立董事。

2、独立董事履行职责的制度安排

《独立董事工作制度》的主要内容包括：

（1）人员构成

公司独立董事的人数不少于公司董事会人数的1/3，至少一名独立董事为会计专业人士。会计专业人士指具有高级专业职称或注册会计师资格的人士。

（2）任职资格

公司独立董事应当具有与其行使职权相适应的任职条件，担任公司独立董事应当符合下列条件：①根据法律、法规及其他有关规定，具备担任公司董事的资格；②具备法律、法规、《公司章程》及有关规定要求的独立性；③具备公司运作的基本知识，熟悉相关法律、法规、规章及规范性文件；④具有5年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；⑤《公司章程》确定的其他任职条件。

（3）任期

独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任时间不得超过六年。独立董事可以在任期届满前提出辞职。独立董事辞职应向董事会提交书面辞职报告，对任何与其辞职有关或其认为有必要引起公司股东和债权人注意的情况进行说明。

（4）特别职权

除法律、法规、《公司章程》及其他有关规定中规定的董事权利、义务外，独立董事还具有以下特别职权：①对重大关联交易发表独立意见；②向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；③向董事会提议召开临时股东大会；④提议召开董事会；董事会拒绝召开的，可以向监事会提议召开临时股东大会；⑤在股东大会召开前向股东公开征集投票权；⑥基于履职需要独立聘请外部审计机构和咨询机构。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的1/2以上同意。

3、独立董事制度的运行情况

公司独立董事具备良好的专业知识，勤勉尽责，在董事会制定公司发展战略、投资方案和生产经营决策等方面发挥了良好的作用，保障了公司经营决策的科学性和合理性，提高了董事会决策的科学性，对公司关联交易等事项发表了独立意

见，独立董事制度的建立健全有利于完善公司治理结构，维护中小投资者的权益，对完善公司治理结构和规范公司发挥了积极作用。

报告期内，公司独立董事对公司经营管理及发展战略等事项的科学决策起到了积极的作用，并对关联交易进行了审核，发表了独立意见。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书情况

公司于 2017 年 9 月 5 日召开的第一届董事会第十次会议任命徐善鹏为董事会秘书。

2、董事会秘书履行职责的制度安排

《董事会秘书工作细则》的主要内容包括：

（1）任职资格

董事会秘书应具备下列任职资格：①具有良好的职业道德和个人品质；②具备履行职责所必需的财务、管理、法律等专业知识；③具备履行职责所必需的工作经验；其中，若公司上市，公司董事会秘书应取得上海证券交易所认可的董事会秘书资格证书。

（2）主要职责

公司董事会秘书的主要职责包括：①负责公司信息披露管理事务；②协助公司董事会加强公司治理机制建设；③负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；④负责公司股权管理事务；⑤协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；⑥负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；⑦提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务，如知悉前述人员违反相关法律法规、其他规范性文件或公司章程，做出或可能做出相关决策时，应当予以警示，并立即向上海证券交易所报告；⑧履行《公司法》、中国证监会和上海证券交易所要求履行的其他职责。

二、董事会专门委员会的设置及运行情况

公司董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会四个专门委员会，分别负责公司的发展战略、薪酬和考核、高级管理人员的推选及审计等工作。2017 年 12 月 15 日，公司召开第一届董事会第十五次会议，审

议通过了《战略委员会工作制度》、《薪酬与考核委员会工作制度》、《提名委员会工作制度》、《审计委员会工作制度》。

（一）战略委员会的设置及运行情况

根据公司《战略委员会工作制度》规定，公司战略委员会由三名董事组成，其中，至少应包括一名独立董事。董事长为委员之一，除董事长外的其他战略委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者三分之一以上的全体董事提名，并由董事会选举产生。公司战略委员会设召集人一名，由董事长担任，负责主持战略委员会工作。公司战略委员会委员任职期限与其董事任职期限相同，连选可以连任，如有委员因辞职或其他原因不再担任公司董事职务，其委员资格自动丧失。

2017 年 12 月 15 日，公司召开第一届董事会第十五次会议，选举董事长邓景衡、副董事长邓锦明和独立董事李亚忠三人为战略委员会委员，公司董事长邓景衡为召集人。自 2017 年 12 月 15 日第一届董事会战略委员会成立以来，本公司战略委员会共召开了 1 次会议，对公司发展战略规划进行研究并提出了积极的建议。

（二）薪酬与考核委员会的设置及运行情况

根据公司《薪酬与考核委员会工作制度》规定，公司薪酬与考核委员会由三名公司董事组成，其中独立董事两名。公司薪酬与考核委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生，设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。召集人由委员过半数选举产生，并报董事会备案。公司薪酬与考核委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任，如有委员因辞职或其他原因不再担任公司董事职务，其委员资格自动丧失。

2017 年 12 月 15 日，公司召开第一届董事会第十五次会议，选举董事冯丹、独立董事谢青和李亚忠三人为薪酬与考核委员会委员，独立董事李亚忠为召集人。公司薪酬与考核委员会为公司建立及完善董事及高级管理人员的业绩考核与评价体系，制订科学、有效的薪酬管理制度，实施公司的人才开发与利用战略发挥了重要作用。

（三）提名委员会的设置及运行情况

根据公司《提名委员会工作制度》规定，公司提名委员会成员由三名董事组

成，其中独立董事两名。公司提名委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生，设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持提名委员会工作，召集人由委员过半数选举产生，并报董事会备案。公司提名委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。在该任期内，如有委员不再担任公司董事职务，自动失去委员资格。

2017 年 12 月 15 日，公司召开第一届董事会第十五次会议，选举副董事长邓锦明、独立董事娄爱东和李亚忠为提名委员会委员，独立董事娄爱东为召集人。自 2017 年 12 月 15 日第一届董事会提名委员会成立以来，本公司提名委员会共召开了 1 次会议，为规范公司董事及高级管理人员的产生，优化董事会成员组成，完善公司治理结构起到了重要作用。

（四）审计委员会的设置及运行情况

根据公司《审计委员会工作制度》规定，公司审计委员会由三名董事组成，其中独立董事两名，且至少有一名独立董事为会计专业人士。公司审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生，设召集人一名，由会计专业独立董事担任，负责主持审计委员会工作，召集人由委员过半数选举产生，并报董事会备案。公司审计委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。在该任期内，如有委员不再担任公司董事职务，自动失去委员资格。

2017 年 12 月 15 日，公司召开第一届董事会第十五次会议，选举董事长邓景衡、独立董事谢青和娄爱东三人为审计委员会委员，其中独立董事谢青为召集人。公司审计委员会董事严格按照《审计委员会工作制度》的规定行使职权。自 2017 年 12 月 15 日第一届董事会审计委员会成立以来，本公司审计委员会共召开了 2 次会议，为强化公司董事会决策功能，确保董事会对管理层的有效监督，完善公司治理结构起到了重要作用。

三、发行人最近三年及一期的规范运作情况

报告期内，公司严格按照《公司法》及相关法律法规、《公司章程》的规定规范运作、依法经营。报告期初至今，公司存在受税务部门和工商行政管理部门处罚的情形，但不构成重大违法违规行为，具体情况如下：

1、2015 年 10 月 23 日，佛山市南海区国家税务局出具《税务行政处罚决定书（简易）》（南国税简罚【2015】1284 号），认为景兴有限未按照规定期限办理

纳税申报和报送纳税申报资料，违反了《中华人民共和国税收征管法》第二十五条的规定，根据《中华人民共和国税收征管法》第六十二条的规定，处以罚款30元；2017年5月24日，佛山市南海区国家税务局出具《税务行政处罚决定书（简易）》（南国税简罚【2017】692号），认为景兴健护由于丢失发票违反了《中华人民共和国发票管理办法》第二十九条，根据《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第二款的规定，处以罚款400元。公司已及时缴纳了上述罚款。

鉴于：发行人已按照前述行政处罚决定足额缴纳了罚款，且上述处罚适用简易程序，根据《中华人人民共和国税收征管法》、《中华人民共和国发票管理办法》的有关规定，发行人上述未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税申报资料、以及遗失发票的行为均不属于情节严重的违法违规行为的情形；并且本次处罚机关佛山市南海区国家税务局亦出具《税务证明》，确认发行人自2015年1月1日至2018年6月30日期间，无重大违法行为。

2、2018年4月18日，公司收到吉林市工商行政管理局昌邑分局“吉市工商昌公处字【2018】57 号”《行政处罚决定书》，吉林市工商行政管理局昌邑分局认为公司在吉林地区销售 Free 品牌的个别系列产品的商品包装上标注的部分宣传用语存在未能真实、全面介绍商品信息的情形，违反《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关规定，依据相关法律规定，责令公司停止违法行为，消除影响并作出罚款7万元的行政处罚。

发行人已按照昌邑工商局之处罚决定足额缴纳了相应全部罚款，并已停止对外销售使用该等不合规包装的卫生巾产品，且对库存包装进行销毁；同时，发行人对该种品类的卫生巾包装重新依法设计后再对外销售。

为了避免发行人再次出现公司产品包装宣传不符合法律、法规规定的情形，发行人采取了如下措施：

（1）召开内部整改会议：公司于2018年4月在会议室召开了由公司管理层、研发部、市场部员工及中介机构参与的“公司全品牌产品外包装及终端物料风险点沟通及整改会议”。本次会议详细分析了本次处罚涉及的违规产品包装、分析出现该等违规包装的原因，并制定相应预防措施，包括但不限于加强对产品包装设计、使用的审核力度，进一步完善宣传、包装的审核流程，以避免再次出现此种类似情形。

（2）公司组织相关产品包装设计及研发人员、市场销售人员与中介机构一

并对公司现有产品的全部包装及拟使用包装进行了逐一核查，筛选剔除了部分可疑标志及宣传用语，确保公司产品包装符合法律、法规及规范性文件的有关规定。

2018 年 6 月 27 日，吉林市工商行政管理局昌邑分局出具了《关于广东信达律师事务所<关于吉林市工商行政管理局昌邑分局行政处罚事项的征询函>的复函》，确认“本局作出的行政处罚不属于从重处罚，该违法行为不构成重大违法行为，同时，公司已主动缴纳罚款，停止违法行为，积极采取措施消除影响，其于 2015 年 1 月 1 日至今，除该违法行为外，不存在其他违法行为的投诉或举报”，而且除上述违法行为外，发行人未再发生其他类似的违法行为。

鉴于：发行人已按照前述行政处罚决定足额缴纳了罚款，并积极采取整改措施消除相关影响；且根据吉林省工商行政管理局 2017 年 9 月发布的《吉林省工商和市场监管系统行政处罚裁量规则（第四次修订）》的相关规定，发行人上述受到的行政处罚不属于情节严重的违法违规行为。而且处罚作出单位吉林市工商行政管理局昌邑分局于 2018 年 6 月 27 日出具《关于广东信达律师事务所<关于吉林市工商行政管理局昌邑分局行政处罚事项的征询函>的复函》，确认“本局作出的行政处罚不属于从重处罚，该违法行为不构成重大违法行为，同时，公司已主动缴纳罚款，停止违法行为，积极采取措施消除影响，其于 2015 年 1 月 1 日至今，除该违法行为外，不存在其他违法行为的投诉或举报”。

综上所述，发行人上述被行政机关处罚的行为，均未构成情节严重的情况，不属于重大违法违规行为，并且，考虑到上述处罚涉及金额较小，占发行人的营业收入和净利润比重很小，亦不会对发行人的经营或财务情况构成重大不利影响，该等行政处罚事项不会构成发行人本次发行上市的实质障碍。

四、发行人最近三年及一期资金占用和对外担保情况

1、报告期内及截至本招股说明书签署之日，公司不存在为控股股东、实际控制人及控制的其他企业提供担保的情况，不存在公司的权益被控股股东严重损害且尚未消除的情形，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

2、报告期内，公司不存在“转贷”、为获得银行融资向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据进行票据贴现后获得银行融资、因外销业务需要通过关联方或第三方代收货款的情形。

3、公司与关联方之间的资金往来情况

报告期期初，公司与实际控制人之一邓锦明存在资金往来的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	拆入/拆出	拆入方	拆借金额	起始日	到期日
邓锦明	拆入	景兴健护	3,000.00	2014.05.21	2015.08.12
邓锦明	拆入	爱碧斯	1,000.00	2014.09.05	2015.11.09
邓锦明	拆入	景兴健护	5,000.00	2014.10.27	2015.07.10
邓锦明	拆入	景兴健护	3,000.00	2015.01.27	2015.08.12

报告期期初及以前，公司及子公司基于临时资金周转短缺，向实际控制人之一邓锦明共计拆入 12,000 万元。公司向关联自然人邓锦明借入上述资金主要用途是用于支付子公司爱碧斯的土地出让款及偿还到期银行贷款，且随后公司及时归还了上述借款。同时，公司参考同期银行贷款利率向邓锦明支付上述借款应计入 2015 年度的利息共计 380.05 万元，利息定价公允合理。根据现行有效的法律、法规，公司向关联自然人邓锦明的资金拆借行为是合法、合规的，且经公司决策程序审议批准。2015 年 11 月公司及子公司偿还上述资金后，公司及子公司未再与合并报表范围外的关联方发生非经营性活动的资金往来情况，并建立了《防范控股股东及关联方占用公司资金管理制度》，且严格执行。上述发行人与关联方的资金往来行为不影响发行人内部控制的有效性。

五、发行人内部控制情况

（一）公司管理层的自我评估意见

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：“截至 2017 年 12 月 31 日，公司已按《企业内部控制基本规范》的要求，针对自身的特点，建立了较为规范、有效的内部控制制度体系。公司现有的内部控制制度全面涵盖了公司生产经营的各层面和各环节，在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷，能够预防并及时发现、纠正公司运营过程中可能出现重要错误和舞弊，保护公司资产的安全与完整，能够对编制真实、完整、公允的财务报表提供合理保证，在执行过程中未发现重大的内部控制制度缺陷。

随着国家法律法规的逐步深化完善和公司的不断发展，公司将根据业务发展和内部机构调整的需要，及时完善和补充内部控制制度，提高内部控制制度的可操作性，使其更好地发挥在公司生产经营中的促进、监督和制约作用，有效地控

制经营风险和财务风险，保证公司生产经营持续、稳定、健康的发展。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

正中珠江就公司的内部控制制度进行了审核，并出具了“广会专字【2018】G17032120217 号”《内部控制鉴证报告》，正中珠江认为：“公司按照《企业内部控制基本规范》以及其他控制标准于截至 2018 年 6 月 30 日止在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制”。

第十节 财务会计信息

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自经具有证券、期货相关业务从业资格的正中珠江出具的“广会审字【2018】G17032120176 号”《审计报告》。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：				
货币资金	691,444,731.45	543,915,010.32	411,547,416.64	245,948,830.80
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
应收票据及应收账款	165,794,207.68	182,169,654.14	132,533,478.24	172,480,313.20
预付款项	6,036,465.65	822,349.98	292,988.99	1,054,799.15
其他应收款	7,194,376.33	8,376,520.32	7,861,327.92	4,363,099.59
存货	76,036,150.14	90,501,892.76	95,963,890.64	57,020,511.24
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	10,335,492.69	1,150,079.75	930,072.91	5,505,133.75
流动资产合计	**956,841,423.94**	**826,935,507.27**	**649,129,175.34**	**486,372,687.73**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	97,950,374.03	99,318,635.88	106,994,253.71	115,350,580.92

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
在建工程	60,168,010.67	34,625,267.39	16,645,033.48	1,799,603.30
无形资产	63,897,788.41	60,970,953.02	61,485,575.18	63,107,614.93
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	2,651,118.58	4,005,786.72	6,728,280.07	9,056,712.15
递延所得税资产	18,326,751.08	18,155,336.86	13,444,754.39	11,044,430.18
其他非流动资产	59,400.00	699,050.00	104,444.44	114,900.00
非流动资产合计	**243,053,442.77**	**217,775,029.87**	**205,402,341.27**	**200,473,841.48**
资产总计	**1,199,894,866.71**	**1,044,710,537.14**	**854,531,516.61**	**686,846,529.21**
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据及应付账款	183,452,598.85	142,832,148.43	132,238,060.01	125,360,181.72
预收款项	24,696,140.53	11,864,792.64	41,884,577.94	18,048,777.67
应付职工薪酬	11,637,937.90	19,430,503.18	7,813,473.02	7,334,086.65
应交税费	20,320,558.32	36,311,146.22	16,872,124.37	36,301,519.15
其他应付款	2,982,568.40	3,602,690.28	6,423,330.38	1,192,300.68
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	298,700,913.54	275,262,191.41	171,653,388.51	162,271,157.59
流动负债合计	**541,790,717.54**	**489,303,472.16**	**376,884,954.23**	**350,508,023.46**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	4,994,820.32	5,190,290.78	6,862,190.89	5,514,792.76

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
递延收益	330,507.46	355,481.80	396,630.26	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**5,325,327.78**	**5,545,772.58**	**7,258,821.15**	**5,514,792.76**
负债合计	**547,116,045.32**	**494,849,244.74**	**384,143,775.38**	**356,022,816.22**
所有者权益：				
实收资本（或股本）	372,260,000.00	369,885,000.00	187,500,000.00	150,000,000.00
资本公积	47,145,300.87	40,166,406.79	127,861,406.79	127,861,406.79
其他综合收益	-	-	-	-
盈余公积	22,585,504.59	22,585,504.59	7,787,304.14	-
未分配利润	210,788,015.93	117,224,381.02	147,239,030.30	52,962,306.20
归属于母公司股东权益合计	**652,778,821.39**	**549,861,292.40**	**470,387,741.23**	**330,823,712.99**
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	**652,778,821.39**	**549,861,292.40**	**470,387,741.23**	**330,823,712.99**
负债和股东权益总计	**1,199,894,866.71**	**1,044,710,537.14**	**854,531,516.61**	**686,846,529.21**

2、合并利润表

单位：元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	**937,101,722.48**	**1,693,613,142.39**	**1,339,723,793.69**	**1,210,583,837.67**
其中：营业收入	937,101,722.48	1,693,613,142.39	1,339,723,793.69	1,210,583,837.67
二、营业总成本	**828,843,568.42**	**1,542,801,245.13**	**1,230,352,656.48**	**1,106,998,319.41**
其中：营业成本	531,393,190.77	988,204,720.34	764,991,625.80	668,361,966.46
税金及附加	9,272,794.36	17,639,104.87	13,786,156.28	15,611,308.21
销售费用	241,754,369.83	430,308,445.26	371,995,867.62	336,312,126.13
管理费用	31,878,321.95	75,290,543.35	50,990,704.32	50,058,886.14
研发费用	15,354,334.36	29,673,166.82	30,956,460.55	32,207,304.64
财务费用	-976,834.36	-2,530,074.62	-1,871,647.27	4,792,333.46
其中：利息费用	-	-	-	6,013,781.27
利息收入	1,500,499.82	2,898,034.70	1,901,336.85	1,074,055.07
资产减值损失	167,391.51	4,215,339.11	-496,510.82	-345,605.63

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
加：其他收益	1,046,274.34	41,148.46	-	-
投资收益	5,680,000.00	6,661,755.09	2,928,383.56	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益	-			-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-30,570.51
三、营业利润	**114,984,428.40**	**157,514,800.81**	**112,299,520.77**	**103,554,947.75**
加：营业外收入	20,633.24	20,467,818.06	11,764,740.19	622,267.90
减：营业外支出	226,458.39	1,152,651.08	1,000,640.73	1,183,709.69
四、利润总额	**114,778,603.25**	**176,829,967.79**	**123,063,620.23**	**102,993,505.96**
减：所得税费用	21,214,968.34	37,046,416.62	20,999,591.99	21,449,552.97
五、净利润	**93,563,634.91**	**139,783,551.17**	**102,064,028.24**	**81,543,952.99**
（一）按经营持续性分类：				
持续经营净利润	93,563,634.91	139,783,551.17	102,064,028.24	81,543,952.99
终止经营净利润	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
归属于母公司所有者的净利润	93,563,634.91	139,783,551.17	102,064,028.24	81,543,952.99
少数股东损益	-	-	-	-
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	**93,563,634.91**	**139,783,551.17**	**102,064,028.24**	**81,543,952.99**
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	93,563,634.91	139,783,551.17	102,064,028.24	81,543,952.99
（二）归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
八、每股收益		-	-	-
（一）基本每股收益	0.25	0.39	0.35	0.28
（二）稀释每股收益	0.25	0.39	0.35	0.28

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,138,610,364.59	1,986,111,215.50	1,678,868,677.60	1,587,895,887.00
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,961,879.13	29,821,863.38	21,057,855.73	2,891,188.23
经营活动现金流入小计	**1,143,572,243.72**	**2,015,933,078.88**	**1,699,926,533.33**	**1,590,787,075.23**
购买商品、接受劳务支付的现金	588,026,732.36	1,185,477,315.59	983,809,516.14	673,330,579.58
支付给职工以及为职工支付的现金	66,063,012.28	93,936,495.84	83,730,783.41	171,936,600.13
支付的各项税费	110,986,347.99	163,112,548.92	152,051,574.25	163,143,234.45
支付其他与经营活动有关的现金	205,903,301.90	343,856,221.08	341,723,887.67	215,259,601.71
经营活动现金流出小计	**970,979,394.53**	**1,786,382,581.43**	**1,561,315,761.47**	**1,223,670,015.87**
经营活动产生的现金流量净额	**172,592,849.19**	**229,550,497.45**	**138,610,771.86**	**367,117,059.36**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	780,000,000.00	1,315,000,000.00	815,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	5,680,000.00	6,661,755.09	2,928,383.56	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	200.00	2,300.00	34,641.03
处置子公司及其他营业单位收回的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**785,680,000.00**	**1,321,661,955.09**	**817,930,683.56**	**34,641.03**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	34,368,117.14	23,361,556.38	13,541,513.60	5,450,065.72
投资支付的现金	780,000,000.00	1,315,000,000.00	815,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,798,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	**814,368,117.14**	**1,340,159,556.38**	**828,541,513.60**	**5,450,065.72**
投资活动产生的现金流量净额	**-28,688,117.14**	**-18,497,601.29**	**-10,610,830.04**	**-5,415,424.69**
三、筹资活动产生的现金流量：				

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	9,353,894.08	22,770,000.00	37,500,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款所收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	1,380,000.00	-	-	30,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**10,733,894.08**	**22,770,000.00**	**37,500,000.00**	**30,000,000.00**
偿还债务所支付的现金	-	-	-	91,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	100,000,000.00	-	8,298,355.83
支付其他与筹资活动有关的现金	7,300,000.00	10,523,744.27	250,000.00	120,000,000.00
筹资活动现金流出小计	**7,300,000.00**	**110,523,744.27**	**250,000.00**	**219,298,355.83**
筹资活动产生的现金流量净额	**3,433,894.08**	**-87,753,744.27**	**37,250,000.00**	**-189,298,355.83**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**191,095.00**	**-75,302.48**	**98,644.02**	**54,645.87**
五、现金及现金等价物净增加额	**147,529,721.13**	**123,223,849.41**	**165,348,585.84**	**172,457,924.71**
加：期初现金及现金等价物余额	534,521,266.05	411,297,416.64	245,948,830.80	73,490,906.09
六、期末现金及现金等价物余额	**682,050,987.18**	**534,521,266.05**	**411,297,416.64**	**245,948,830.80**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：				
货币资金	560,807,897.48	426,099,599.68	329,181,716.15	185,283,849.25
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
应收票据及应收账款	47,604,145.98	93,706,017.59	59,074,360.07	120,500,060.28
预付款项	881,100.17	337,868.68	102,399.63	626,901.73
其他应收款	5,894,021.48	7,088,259.61	3,996,658.52	10,025,945.87
存货	44,047,993.17	62,340,790.27	72,208,381.18	50,970,750.00
持有待售资产	-	-	-	-

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	8,268,189.75	596,976.21	634,233.22	3,991,600.60
流动资产合计	**667,503,348.03**	**590,169,512.04**	**465,197,748.77**	**371,399,107.73**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	97,456,926.18	98,743,077.35	106,247,232.90	114,439,144.82
在建工程	6,574,537.94	9,497,512.63	5,087,697.64	914,076.80
无形资产	32,976,044.77	29,714,316.86	29,559,153.98	30,511,300.37
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	2,588,162.64	3,927,721.34	6,619,995.81	8,918,209.01
递延所得税资产	6,649,672.26	7,250,454.80	7,800,634.19	9,425,412.47
其他非流动资产	59,400.00	699,050.00	104,444.44	114,900.00
非流动资产合计	**151,304,743.79**	**154,832,132.98**	**160,419,158.96**	**169,323,043.47**
资产总计	**818,808,091.82**	**745,001,645.02**	**625,616,907.73**	**540,722,151.20**
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据及应付账款	91,183,415.65	82,581,401.21	76,367,280.30	93,509,530.21
预收款项	10,993,372.88	7,252,476.21	32,059,398.51	16,476,261.85
应付职工薪酬	7,077,542.50	12,145,236.98	7,059,733.13	6,110,557.83
应交税费	9,053,660.12	19,132,771.54	4,721,590.06	15,859,657.97
其他应付款	2,319,699.21	1,843,672.67	1,182,312.77	1,190,885.68
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
其他流动负债	154,112,974.31	151,047,671.09	116,462,838.98	135,889,685.05
流动负债合计	**274,740,664.67**	**274,003,229.70**	**237,853,153.75**	**269,036,578.59**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	511,377.79	1,401,738.52	5,797,933.22	5,489,423.55
递延收益	330,507.46	355,481.80	396,630.26	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**841,885.25**	**1,757,220.32**	**6,194,563.48**	**5,489,423.55**
负债合计	**275,582,549.92**	**275,760,450.02**	**244,047,717.23**	**274,526,002.14**
所有者权益：				
实收资本（或股本）	372,260,000.00	369,885,000.00	187,500,000.00	150,000,000.00
资本公积	47,145,300.87	40,166,406.79	127,861,406.79	127,861,406.79
其他综合收益	-	-	-	-
盈余公积	22,585,504.59	22,585,504.59	7,787,304.14	-
未分配利润	101,234,736.44	36,604,283.62	58,420,479.57	-11,665,257.73
股东权益合计	**543,225,541.90**	**469,241,195.00**	**381,569,190.50**	**266,196,149.06**
负债和股东权益总计	**818,808,091.82**	**745,001,645.02**	**625,616,907.73**	**540,722,151.20**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	**483,348,828.11**	**939,745,258.58**	**915,853,993.08**	**915,864,191.29**
减：营业成本	298,309,236.72	594,426,441.75	561,304,608.84	535,346,886.39
税金及附加	4,660,067.69	9,180,439.30	9,010,356.07	11,732,493.92
销售费用	78,198,138.57	178,280,446.87	200,701,425.37	244,869,369.38
管理费用	19,890,520.64	58,225,573.05	40,309,586.63	41,011,513.29
研发费用	15,354,334.36	29,673,166.82	30,956,460.55	32,207,304.64
财务费用	-551,629.62	-1,761,412.96	-1,321,245.11	4,415,743.83
其中：利息费用	-	-	-	5,515,699.08

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息收入	1,015,777.20	2,047,172.73	1,313,437.81	940,791.24
资产减值损失	-2,540,292.70	2,976,980.45	-2,455,804.73	-1,274,684.31
加：其他收益	1,046,274.34	41,148.46	-	-
投资收益	5,105,808.22	75,615,342.48	2,586,164.38	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
二、营业利润	**76,180,535.01**	**144,400,114.24**	**79,934,769.84**	**47,555,564.15**
加：营业外收入	20,483.24	20,467,817.98	11,757,538.86	621,585.85
减：营业外支出	121,811.09	1,152,651.08	1,000,640.73	1,146,574.78
三、利润总额	**76,079,207.16**	**163,715,281.14**	**90,691,667.97**	**47,030,575.22**
减：所得税费用	11,448,754.34	15,733,276.64	12,818,626.53	7,291,616.05
四、净利润	**64,630,452.82**	**147,982,004.50**	**77,873,041.44**	**39,738,959.17**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	64,630,452.82	147,982,004.50	77,873,041.44	39,738,959.17
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	**64,630,452.82**	**147,982,004.50**	**77,873,041.44**	**39,738,959.17**

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	617,871,327.78	1,069,067,471.44	1,162,812,240.00	1,242,558,605.49
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	3,899,660.67	24,283,201.41	14,873,868.26	2,728,833.16
经营活动现金流入小计	**621,770,988.45**	**1,093,350,672.85**	**1,177,686,108.26**	**1,245,287,438.65**
购买商品、接受劳务支付的现金	343,037,678.08	696,456,333.54	723,607,076.02	546,364,787.21
支付给职工以及为职工支付的现金	40,159,044.12	63,633,128.81	60,730,620.23	136,339,484.33

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
支付的各项税费	53,817,996.06	67,752,960.01	89,674,671.03	118,708,331.47
支付其他与经营活动有关的现金	55,365,174.66	156,948,172.20	205,717,421.16	184,419,649.52
经营活动现金流出小计	**492,379,892.92**	**984,790,594.56**	**1,079,729,788.44**	**985,832,252.53**
经营活动产生的现金流量净额	**129,391,095.53**	**108,560,078.29**	**97,956,319.82**	**259,455,186.12**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	680,000,000.00	1,040,000,000.00	710,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	5,105,808.22	75,615,342.48	2,586,164.38	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	200.00	2,300.00	-
处置子公司及其他营业单位收回的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	11,576,409.75	70,556,439.76
投资活动现金流入小计	**685,105,808.22**	**1,115,615,542.48**	**724,164,874.13**	**70,556,439.76**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	3,413,595.03	6,774,434.76	5,821,971.07	4,513,416.69
投资支付的现金	680,000,000.00	1,040,000,000.00	710,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,798,000.00	-	30,000,000.00
投资活动现金流出小计	**683,413,595.03**	**1,048,572,434.76**	**715,821,971.07**	**34,513,416.69**
投资活动产生的现金流量净额	**1,692,213.19**	**67,043,107.72**	**8,342,903.06**	**36,043,023.07**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	9,353,894.08	22,770,000.00	37,500,000.00	-
取得借款所收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	1,380,000.00	-	-	30,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**10,733,894.08**	**22,770,000.00**	**37,500,000.00**	**30,000,000.00**
偿还债务所支付的现金	-	-	-	91,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	100,000,000.00	-	7,607,944.87
支付其他与筹资活动有关的现金	7,300,000.00	1,380,000.00	-	110,000,000.00
筹资活动现金流出小计	**7,300,000.00**	**101,380,000.00**	**-**	**208,607,944.87**

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
筹资活动产生的现金流量净额	**3,433,894.08**	**-78,610,000.00**	**37,500,000.00**	**-178,607,944.87**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**191,095.00**	**-75,302.48**	**98,644.02**	**54,645.87**
五、现金及现金等价物净增加额	**134,708,297.80**	**96,917,883.53**	**143,897,866.90**	**116,944,910.19**
加：期初现金及现金等价物余额	426,099,599.68	329,181,716.15	185,283,849.25	68,338,939.06
六、期末现金及现金等价物余额	**560,807,897.48**	**426,099,599.68**	**329,181,716.15**	**185,283,849.25**

二、审计意见

正中珠江接受发行人委托，对公司 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2015 年度、2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了“广会审字【2018】G17032120176 号”标准无保留意见的《审计报告》。

正中珠江认为：“景兴健护财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了景兴健护 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 6 月 30 日的财务状况以及 2015 年度、2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-6 月的经营成果和现金流量”。

三、财务报表编制基础、合并报表编制范围及其变化情况

（一）财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的规定编制财务报表。

公司自报告期末起 12 个月不存在对公司持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并报表编制范围及其变化情况

报告期内纳入公司合并财务报表范围的子公司为爱碧斯。报告期内，公司合并报表范围未发生变化。

四、财务报告审计基准日至招股说明书签署之日之间的经营状况

财务报告审计基准日后至本招股说明书签署之日，发行人的经营模式及税收政策未发生重大变化，主要客户及供应商未发生重大变化，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

五、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、商品销售收入：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入公司；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，确认为商品销售收入实现。公司内销和出口销售收入确认的具体原则如下：

（1）内销收入确认方法：

以货物送达到客户并经签收为销售收入的确认时点。

（2）出口销售收入确认方法：

货物经检验合格后办妥出口报关手续为出口销售收入确认时点。

2、提供劳务收入：收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入公司；交易的完工进度能够可靠地确定；交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

期末，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，公司选用已完工作的测量确定完工进度。

3、让渡资产使用权收入：相关的经济利益很可能流入公司；收入的金额能够可靠地计量。

（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

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，为同一控制下的企业合并。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。

合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的

账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，在个别财务报表和合并财务报表中，将按持股比例享有在合并日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。合并日之前所持被合并方的股权投资账面价值加上合并日新增投资成本，与长期股权投资初始投资成本之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

2、非同一控制下的企业合并

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，为非同一控制下的企业合并。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。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，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，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益转入当期投资收益。

（2）在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

（三）合并财务报表的编制方法

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司均纳入合并

财务报表。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

按照《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》的规定，在合并时，对公司的重大内部交易和往来余额均进行抵销。

在报告期内，同一控制下企业合并取得的子公司，合并利润表和合并现金流量表包括被合并的子公司自合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润和现金流量。

在报告期内，非同一控制下企业合并取得的子公司，合并利润表和合并现金流量表包括被合并的子公司自合并日至报告期末的收入、费用、利润和现金流量。

子公司所有者权益中不属于母公司的份额作为少数股东权益，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。

（四）合营安排的分类及共同经营的会计处理方法

1、合营安排是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排，分为共同经营和合营企业。

2、当公司为共同经营的合营方时，确认与共同经营利益份额相关的下列项目：

（1）确认单独所持有的资产，以及按持有份额确认共同持有的资产；

（2）确认单独所承担的负债，以及按持有份额确认共同承担的负债；

（3）确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；

（4）按公司持有份额确认共同经营因出售资产所产生的收入；

（5）确认单独所发生的费用，以及按公司持有份额确认共同经营发生的费用。

3、当公司为合营企业的合营方时，将对合营企业的投资确认为长期股权投资，并按照本财务报表附注长期股权投资所述方法进行核算。

（五）现金及现金等价物的确定标准

本公司的现金是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款；现金等

价物是指本公司所持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（六）外币业务和外币财务报表折算

1、外币业务核算方法

本公司外币交易均按交易发生日的即期汇率或即期汇率的近似汇率折算为记账本位币。该即期近似汇率指交易发生日当期期初的汇率。

在资产负债表日，按照下列规定对外币货币性项目和外币非货币性项目进行处理：

（1）外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益。

（2）以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

（3）以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动处理，计入当期损益。

2、外币财务报表的折算方法

本公司以外币为记账本位币的子公司在编制折合人民币财务报表时，所有资产、负债类项目按照合并财务报表日即期汇率折算为母公司记账本位币，所有者权益类项目除“未分配利润”项目外，均按照发生时的即期汇率折算为母公司记账本位币。利润表中收入和费用项目按照合并财务报表期间即期汇率平均汇率折算为母公司记账本位币。产生的外币财务报表折算差额，在编制合并财务报表时，在合并资产负债表中所有者权益项目下“其他综合收益”项目列示。

（七）金融工具

1、金融工具的分类

公司按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接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或金融负债；持有至到期投资；应收款项和贷款；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率（如实际利率与票面利率差别较小的，按票面利率）计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、应收票据、预付款项、其他应收款、长期应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入资本公积。处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如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，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将以下两项金额的差额计入当期损益：所转移金融资产的账面价值；因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将以下两项金额的差额计入当期损益：终止确认部分的账面价值；终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

（1）可供出售金融资产的减值准备

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

（2）持有至到期投资的减值准备

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（八）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款。

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：单项金额重大是指单项金额在500 万元（含 500 万元）以上的应收款项。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，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。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

2、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

对于某项应收款项的可收回性与其他各项应收款项有确凿证据表明存在明显差别，有客观证据表明其已发生减值的单项非重大应收款项，导致该项应收款项如果按照与其他应收款项同样的方法计提坏账准备，将无法公允地反映其可收回金额的，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

3、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险组合计提坏账准备。

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
保证金组合	款项性质	其他方法
员工往来组合	款项性质	其他方法
合并范围内的关联方组合	合并范围内关联方关系	其他方法

组合中，按账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	30	30
3-4 年	50	50
4-5 年	80	80
5 年以上	100	100

组合中，按其他方法计提坏账准备：

组合名称	方法说明
保证金组合	属于保证金性质的款项不计提坏账准备
员工往来组合	属于员工往来性质的款项不计提坏账准备
合并范围内的关联方组合	属于合并范围内的关联方往来不计提坏账准备

（九）存货

1、存货的分类

本公司存货分为原材料、发出商品、库存商品、周转材料。

2、存货的计价方法

（1）入库的存货按照买价加上应由公司负担的各种杂费、途中合理损耗、入库前的加工整理费以及按税法规定应计入存货成本的税金等计价；

（2）委托加工的存货按照加工存货的原料成本、加工费和运杂费以及应负担的税金计价；

（3）投资者投入的存货按照资产评估确认的价值计价；

（4）盘盈的存货按同类存货的实际成本计价；

（5）接受捐赠的存货按发票金额加上必须负担的费用、税金等计价；无发票的，按同类存货的市场价格计价；

（6）领用或者发出的存货，按加权平均法或个别计价法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；其他存货按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取存货跌价准

备。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，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。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、周转材料的摊销方法

周转材料于领用时采用一次摊销法核算。

（十）长期股权投资

1、投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本

①同一控制下的企业合并：合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，将按持股比例享有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。合并日之前所持被合并方的股权投资账面价值加上合并日新增投资成本，与长期股权投资初始投资成本之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

②非同一控制下的企业合并：在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：a.在个别财务报表中，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，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益转入当期投资收

益。b.在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本

①以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

③通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量，其长期股权投资成本以换出资产的公允价值计量；如果该交换不具有商业实质或换入资产或换出资产的公允价值不能可靠计量，则长期股权投资成本以换出资产的账面价值计量。

④通过债务重组取得的长期股权投资，将放弃债权而享有的股份的公允价值确认为对债务人的投资，重组债权的账面余额与长期股权投资的公允价值之间的差额，记入当期损益；债权人已计提坏帐准备的，先将该差额冲减减值准备，不足冲减的部分，记入当期损益。

2、后续计量及收益确认方法

（1）后续计量

对被投资单位能够实施控制的长期股权投资采用成本法核算；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。

（2）长期股权投资收益确认方法

①采用成本法核算的长期股权投资，在被投资单位宣告分派利润或现金股利时，确认投资收益。

②采用权益法核算的长期股权投资，中期期末或年度终了，按分享或分担的被投资单位实现的净利润或发生的净亏损的份额，确认投资损益。

③处置股权投资时，将股权投资的账面价值与实际取得的价款的差额，作为当期投资的损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外

所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时应当将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

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利，但并不能够控制或与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

期（年）末对长期股权投资进行逐项检查，如果被投资单位的市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因导致其可收回金额低于投资的账面价值，按其可收回金额低于账面价值的差额单项计提减值准备。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。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（十一）固定资产

1、固定资产确认条件、计价和折旧方法

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年，单位价值较高的有形资产。

固定资产以取得时的实际成本入账，并从其达到预定可使用状态的次月起，采用直线法（年限平均法）提取折旧。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20	10	4.5
机器设备	10	10	9
运输工具	5	10	18
电子设备	5	10	18
其他设备	5	10	18

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

期末，逐项检查预计的使用年限和净残值率，若与原先预计有差异，则做调整。由于市价持续下跌或技术落后、设备陈旧、损坏、长期闲置等原因，导致固定资产可收回金额低于账面价值的，按单项或资产组预计可收回金额，并按其与

账面价值的差额提取减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。若固定资产处于处置状态，并且通过使用或处置不能产生经济利益，则停止折旧和计提减值，同时调整预计净残值。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

（1）公司的融资租入固定资产是指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。公司将符合下列一项的，认定为融资租赁：

①在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；

②承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值；

③即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产的使用寿命的大部分；

④在租赁开始日，最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产的公允价值；

⑤租赁资产性质特殊，如不作较大改造，只有承租人才能使用。

（2）融资租入固定资产的计价方法：在租赁开始日，公司将租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

（3）融资租入固定资产折旧方法：公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租赁资产的折旧。

（十二）在建工程

1、在建工程按各项工程实际发生的成本入账；与在建工程相关的借款所发生的借款费用，按照借款费用的会计政策进行处理。

2、在建工程达到预定可使用状态时，根据工程预算、合同造价或工程实际成本，按估计的价值转入固定资产，待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异作调整。

3、期末，对在建工程进行全面检查，按该项工程可收回金额低于其账面价值的差额计提减值准备，计入当期损益。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（十三）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

企业发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，包括需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产和存货等资产。

2、借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

3、借款费用资本化的停止

为购建或者生产符合资本化条件的资产发生的借款费用，满足上述资本化条件的，在该资产达到预定可使用或者可销售状态前所发生的，计入该资产的成本，在达到预定可使用或者可销售状态后所发生的，于发生当期直接计入财务费用。

4、暂停资本化

若固定资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始。

5、借款费用资本化金额的计算方法

在资本化期间内，每一会计期间的利息（包括折价或溢价的摊销）资本化金额，按照下列方法确定：

（1）为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

（2）为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十四）无形资产

1、无形资产计价方法

无形资产按照实际发生的成本进行初始计量。

（1）外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

（2）自行开发的无形资产，在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等的支出为开发阶段支出。除满足下列条件的开发阶段支出确认为无形资产外，其余确认为费用：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

研究阶段的支出在发生时计入当期费用。

（3）投资者投入无形资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（4）非货币性资产交换、债务重组、政府补助和企业合并取得的无形资产的成本，分别按照相关会计准则确定的方法计价。

2、无形资产的摊销方法和期限

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按直线法摊销，计入当期损益。

使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

对于使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产，每一个会计期间对该无形资产的使用寿命重新进行复核，根据重新复核后的使用寿命进行摊销。

期末，逐项检查无形资产，对于已被其他新技术所代替，使其为企业创造经

济利益受到更大不利影响的或因市值大幅度下跌，在剩余摊销期内不会恢复的无形资产，按单项预计可收回金额低于账面价值的差额计提减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（十五）长期待摊费用

公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用按实际受益期限平均摊销。当长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益时，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十六）预计负债

1、如果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企业；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债金额的确认方法：金额是清偿该预计负债所需支出的最佳估计数。如果所需支出存在一个金额范围，则最佳估计数按该范围的上、下限金额的平均数确定；如果所需支出不存在一个金额范围，则最佳估计数按如下方法确定：

（1）或有事项涉及单个项目时，最佳估计数按最可能发生金额确定；

（2）或有事项涉及多个项目时，最佳估计数按各种可能发生额及其发生概率计算确定；

（3）如果清偿已确认预计负债所需支出的全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

（十七）股份支付

公司为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具，分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付，并以授予日的公允价值计量。

1、以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

在等待期内的期末，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。后

续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。在行权日，根据实际行权的权益工具数量，计算确定应转入股本的金额，将其转入股本。

2、以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的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。

在授予日以公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在等待期内的期末，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。后续信息表明公司当期承担债务的公允价值与以前估计不同的，进行调整，并在可行权日调整至实际可行权水平。在相关负债结算前的期末以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（十八）政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。

本公司在能够满足政府补助所附条件且能够收到政府补助时确认政府补助。其中：

（1）政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按公允价值计量，如公允价值不能可靠取得，则按名义金额计量。

（2）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。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

（3）与企业日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益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。

已确认的政府补助需要退回的，应当在需要退回的当期分情况按照以下规定进行会计处理：

（1）初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；

（2）存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；

（3）属于其他情况的，直接计入当期损益。

（十九）递延所得税资产和递延所得税负债

公司所得税的会计处理采用资产负债表债务法：

1、递延所得税资产的确认

（1）资产、负债的账面价值与其计税基础存在可抵扣暂时性差异的，以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

①该项交易不是企业合并；

②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

（2）对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

②未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

（3）对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

（4）资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额转回。

2、递延所得税负债的确认

（1）资产、负债的账面价值与其计税基础存在应纳税暂时性差异的，确认由应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。但是，下列交易中产生的递延所得税负债，不予确认：

①商誉的初始确认；

②同时具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该项交易不是企业合并；交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏

损）。

（2）对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债，但同时满足下列条件所产生的递延所得税负债，不予确认：

①投资企业能够控制暂时性差异的转回时间；

② 该暂时性差异在可预见的未来很可能不转回。

（二十）经营租赁

1、公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

2、公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（二十一）职工薪酬

1、职工薪酬的范围

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、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。

本公司在职工提供相关服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、津贴和补贴，职工福利费，医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费，住房公积金，工会经费和职工教育经费等确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

2、离职后福利

离职后福利，是指为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。本公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。（1）设定提存计划：公司向独立的基金缴存固定费用后，公司不再承担进一步支付义务的离职后福利计划。包含基本养老保险、失业保险等，在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。（2）设定受益计划：除设定提存计划以外的离职后福利计划。

3、辞退福利

辞退福利，是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性记入当期损益。正式退休日之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

（二十二）其他综合收益

其他综合收益，是指公司根据其他会计准则规定未在当期损益中确认的各项利得和损失。分为下列两类列报：

1、以后会计期间不能重分类进损益的其他综合收益项目，主要包括重新计量设定收益计划净负债或净资产导致的变动、按照权益法核算的在被投资单位以后会计期间不能重分类进损益的其他综合收益中所享有的份额等。

2、以后会计期间在满足规定条件时将重分类进损益的其他综合收益项目，主要包括按照权益法核算的被投资单位以后会计期间在满足规定条件时将重分类进损益的其他综合收益中所享有的份额、可供出售金融资产公允价值变动形成的利得或损失、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产形成的利得或损失、现金流量套期工具产生的利得或损失中属于有效套期的部分、外币财务报表折算差额等。

（二十三）持有待售及终止经营

非流动资产或处置组划分为持有待售类别，应当同时满足下列条件：

1、根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

2、出售极可能发生，即企业已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求企业相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，应当已经获得批准。

终止经营，是指公司满足下列条件之一的、能够单独区分的组成部分，且该组成部分已经处置或划分为持有待售类别：

1、该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区；

2、该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分；

3、该组成部分是专为转售而取得的子公司。

（二十四）主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

2017 年 5 月，财政部修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，公司对 2017 年 1 月 1 日起存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

2017 年 4 月，财政部发布《企业会计准则第 42 号—持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2018 年，财政部发布《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）及其解读，其中，资产负债表：原“应收票据”及“应收账款”行项目整合为“应收票据及应收账款”、原“应收利息”及“应收股利”行项目归并至“其他应收款”、原“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”、原“工程物资”行项目归并至“在建工程”、原“应付票据”及“应付账款”行项目整合为“应付票据及应付账款”项目、原“应付利息”及“应付股利”行项目归并至“其他应付款”；将“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”；利润表：从原“管理费用”中分拆出“研发费用”、在“财务费用”行项目下列示“利息费用”和“利息收入”明细项目、将“其他收益”的位置提前，企业作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手

续费，应作为其他与日常活动相关的项目在利润表的“其他收益”项目中填列、“其他综合收益”行项目，简化部分子项目的表述：将原“重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动”改为“重新计量设定受益计划变动额”；将原“权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下不能转损益的其他综合收益”；将原“权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下可转损益的其他综合收益”。现金流量表：企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，在编制现金流量表时均作为经营活动产生的现金流量列报。另外，关于其他个别项目的列报：关于“资产处置收益”和“其他收益”比较信息的列报、非流动资产毁损报废损失的列报、“一年内到期的非流动资产”项目的列报、合并利润表中净利润部分的列报，参照 2018 年 1 月 12 日发布的《关于一般企业财务报表格式有关问题的解读》。公司按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据根据本通知进行调整。

主要会计政策变更对报表的影响：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
资产负债表：原“应收票据”及“应收账款”合并为“应收票据及应收账款”列示；原“应收利息”及“应收股利”并入“其他应收款”列示、原“固定资产清理”并入“固定资产”列示、原“工程物资”并入“在建工程”列示、原“应付票据”及“应付账款”合并为“应付票据及应付账款”列示、原“应付利息”及“应付股利”并入“其他应付款”列示；将“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	“应收票据”及“应收账款”合并为“应收票据及应收账款”，2018 年 6 月末、2017 年末、2016 年末及 2015 年末账面价值分别为 16,579.42 万元、18,216.97 万元、 13,253.35 万元和 17,248.03 万元； “应付票据”及“应付账款”合并为“应付票据及应付账款”，2018 年 6 月末、2017 年末、2016 年末及 2015 年末账面余额分别为 18,345.26 万元、14,283.21 万元、13,223.81 万元和 12,536.02 万元。
利润表：（1）以下内容调整比较数据，从原“管理费用”中分拆出“研发费用”单独列示；在“财务费用”行项目下列示“利息费用”和“利息收入”明细项目；新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”及“营业外支出”的资产处置收益重分类至“资产处置收益”项目。（2）以下内容从 2017 年开始执行，扣缴个税手续费返还在“其他收益”项目中填列；与公司日常活动相关的政府补助，计入“其他收益”，不再计入“营业外收入”。	2018 年 1-6 月、2017 年度、2016 年度及 2015 年度“管理费用”分别调减 1,535.43 万元、2,967.32 万元、3,095.65 万元和 3,220.73 万元，重分类至“研发费用”； 2015 年度“营业外支出”减少 3.06 万元，重分类至“资产处置收益”。
现金流量表：企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，在编制现金流量表时均作为经营活动产生的现金流量列报。比较数据相应调整。	2016 年度“收到其他与经营活动有关的现金”增加 40.00 万元，“收到其他与筹资活动有关的现金”减少 40.00 万元。

2、会计估计变更

报告期内，公司无主要会计估计的变更。

六、发行人适用的各种税项及税率

报告期内，公司缴纳的主要税种及适用的税率情况如下：

税目	计税依据	税率或费率
增值税	应税收入	17%、16%*
城市维护建设税	应交流转税	7%
教育费附加	应交流转税	3%
地方教育附加	应交流转税	2%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%*

根据财政部税务总局于 2018 年 4 月 4 日公布财税【2018】32 号文件，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%。

公司于 2013 年 10 月 21 日获取广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局颁发的高新技术企业证书，证书编号为“GR201344000502”，证书有效期三年；并于 2016 年 11 月 30 日继续获取高新技术企业证书，证书编号为“GR201644002234”，证书有效期三年。根据相关税收法律、法规及规范性文件的规定，认定合格的高新技术企业自认定批准的有效期当年可申请享受企业所得税税率优惠。公司 2015 年度、2016 年度和 2017 年度均已向税务机关申请并获批《企业所得税优惠事项备案表》，相应的公司 2015 年度、2016 年、2017 年均减按 15%的税率征收企业所得税。2018 年度企业所得税优惠事项备案表由于要在下一年度填列申请，相应的 2018 年 1-6 月公司暂未进行企业所得税优惠事项备案，但根据相关税收法律、法规及规范性文件的规定，认定合格的高新技术企业自认定批准的有效期当年可申请享受企业所得税税率优惠，因此 2018 年 1-6 月公司企业所得税仍减按 15%的税率进行预缴。

除公司报告期内享受高新技术企业所得税率优惠外，报告期内，发行人及子公司未享受其他税收优惠。

公司子公司爱碧斯按 25%税率计缴企业所得税。

七、分部信息

公司收入按产品构成、按销售渠道构成和按地区构成，详见本招股说明书之

“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”相关内容。

八、发行人最近一年的收购兼并情况

最近一年，发行人不存在对其他企业收购兼并的情况。

九、发行人经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（2008）的规定，发行人编制了最近三年及一期非经常性损益明细表，并由正中珠江出具“广会专字【2018】G17032120201 号”《非经常性损益鉴证报告》，报告期内，公司非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-	-3.06
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	104.63	2,043.10	1,161.73	42.00
计入当期损益的对非金融企业支付的资金占用费				
债务重组损益				
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动损益				
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益				
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-20.58	-107.47	-85.32	-98.14
其他符合非经常性损益定义的损益项目	568.00	-1,025.82	292.84	-
非经常性损益总额	**652.04**	**909.81**	**1,369.25**	**-59.20**
减：非经常性损益的所得税影响数	106.62	416.11	216.98	-9.39
非经常性损益净额	**545.43**	**493.70**	**1,152.27**	**-49.81**
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润	**8,810.94**	**13,484.66**	**9,054.14**	**8,204.20**
非经常性损益净额占归属于母公司普通股股东的净利润的比例	**5.83%**	**3.53%**	**11.29%**	**-0.61%**

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助构成，其中 2016 年、2017 年

和 2018 年 1-6 月公司“其他符合非经常性损益定义的损益项目”系公司购买的短期银行理财产品收益及 2017 年员工股权激励产生的股份支付费用。报告期内，公司非经常性损益净额分别为-49.81 万元、1,152.27 万元、493.70 万元和 545.43 万元，占公司净利润比例分别为-0.61%、11.29%、3.53%和 5.83%，公司非经常性损益对公司经营业绩影响较小。

十、发行人最近一期末主要资产情况

（一）固定资产

截至 2018 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	折旧年限	原值	累计折旧	账面价值	平均成新率
房屋及建筑物	20	11,569.01	2,915.80	8,653.21	74.80%
机器设备	10	1,217.78	612.09	605.69	49.74%
运输工具	5	711.77	450.09	261.69	36.77%
电子设备	5	428.55	248.81	179.75	41.94%
其他设备	5	384.46	289.76	94.70	24.63%
合计		**14,311.58**	**4,516.54**	**9,795.04**	**68.44%**

截至报告期末，公司不存在需计提固定资产减值准备的情形。

（二）在建工程

截至 2018 年 6 月 30 日，公司在建工程情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	减值准备	账面价值
基建工程	5,902.84	-	5,902.84
软件项目	113.96	-	113.96
合计	**6,016.80**	-	**6,016.80**

截至报告期末，公司不存在需计提在建工程减值准备的情形。

（三）无形资产

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

类别	摊销年限	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	50 年	6,238.36	673.73	5,564.63

类别	摊销年限	原值	累计摊销	账面价值
软件	10 年	972.49	147.34	825.15
合计		**7,210.84**	**821.07**	**6,389.78**

截至报告期末，公司不存在需计提无形资产减值准备的情形。

（四）对外投资

截至 2018 年 6 月 30 日，公司除合并财务报表范围内的全资子公司外，无其他对外投资项目。

十一、发行人最近一期末主要债项情况

（一）短期借款

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无短期借款余额。

（二）应付票据及应付款项

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无应付票据余额。公司按账龄列示的应付账款情况如下：

单位：万元

账龄结构	金额	占比
1 年以内	18,272.41	99.60%
1 年以上	72.85	0.40%
合计	**18,345.26**	**100.00%**

截至报告期末，应付账款余额中不存在持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

（三）预收款项

截至 2018 年 6 月 30 日，公司按账龄列示的预收款项情况如下：

单位：万元

账龄结构	金额	占比
1 年以内	2,469.61	100.00%
合计	**2,469.61**	**100.00%**

截至报告期末，预收款项余额中不存在持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

（四）其他应付款

截至 2018 年 6 月 30 日，公司按款项性质列示的其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比
保证金及押金	273.79	91.80%
其他	24.47	8.20%
合计	**298.26**	**100.00%**

截至报告期末，其他应付款余额中不存在持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

（五）其他流动负债

截至 2018 年 6 月 30 日，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比
预提客户返利	28,244.88	94.56%
预提促销推广费用	611.32	2.05%
预提其他费用	1,013.89	3.39%
合计	**29,870.09**	**100.00%**

（六）对内部人员和关联方的负债

1、对内部人员的负债

截至 2018 年 6 月 30 日，公司对内部员工的负债主要为应付职工薪酬，主要包括工资、奖金、津贴、补贴和工会经费，合计金额 1,163.79 万元。

2、对关联方的负债

截至 2018 年 6 月 30 日，公司对关联方的负债情况如下：

单位：万元

项目	关联方	账面余额
其他应付款	共速达物流	28.00
应付票据及应付账款	广东中南机械智能孵化器有限公司	28.57

上述对共速达物流含对其下属子公司其他应付款余额，主要为公司对其收取的运输物流保证金。

（七）或有负债

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无未决诉讼或仲裁形成的或有负债，无为关联方及其他单位提供债务担保形成的或有负债。

十二、发行人报告期内所有者权益变动情况

报告期各期末，公司所有者权益变动情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
股本	37,226.00	36,988.50	18,750.00	15,000.00
资本公积	4,714.53	4,016.64	12,786.14	12,786.14
其他综合收益	-	-	-	-
盈余公积	2,258.55	2,258.55	778.73	-
未分配利润	21,078.80	11,722.44	14,723.90	5,296.23
归属于母公司所有者权益合计	65,277.88	54,986.13	47,038.77	33,082.37
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	65,277.88	54,986.13	47,038.77	33,082.37

十三、发行人报告期内现金流量情况

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生现金流量净额	17,259.28	22,955.05	13,861.08	36,711.71
投资活动产生现金流量净额	-2,868.81	-1,849.76	-1,061.08	-541.54
筹资活动产生现金流量净额	343.39	-8,775.37	3,725.00	-18,929.84
现金及现金等价物净增加额	14,752.97	12,322.38	16,534.86	17,245.79
期末现金及现金等价物余额	68,205.10	53,452.13	41,129.74	24,594.88

报告期内，发行人不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动的情形。

十四、发行人期后事项、或有事项和其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司无应披露重大期后事项、或有事项和其他重要事项。

十五、发行人报告期内的重要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2018.06.30/ 2018 年 1-6 月	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 度
流动比率	1.77	1.69	1.72	1.39
速动比率	1.63	1.51	1.47	1.22

资产负债率（母公司）	33.66%	37.01%	39.01%	50.77%
资产负债率（合并）	45.60%	47.37%	44.95%	51.83%
应收账款周转率（次/年）	5.12	10.46	8.37	6.22
存货周转率（次/年）	6.20	10.37	9.79	9.81
息税折旧摊销前利润（万元）	12,120.61	18,992.59	13,622.35	12,240.86
利息保障倍数（倍）	-	-	-	18.13
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.46	0.62	0.74	2.45
每股净现金流量（元/股）	0.40	0.33	0.88	1.15
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	1.26%	0.85%	0.84%	1.31%

注：上述指标的计算公式如下：

（1）流动比率=流动资产÷流动负债

（2）速动比率=（流动资产—存货）÷流动负债

（3）资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%

（4）应收账款周转率=营业收入÷应收账款、应收票据期初期末平均余额

（5）存货周转率=营业成本÷存货期初期末平均余额

（6）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧计提额+无形资产摊销额+长期待摊费用摊销额

（7）利息保障倍数＝（利润总额+利息支出）÷利息支出

（8）每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动产生的现金流量净额÷年度末普通股份总数

（9）每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷年度末普通股份总数

（10）无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权）账面价值÷净资产×100%

上述指标除资产负债率（母公司）系以母公司财务报表的数据为基础计算外，其余指标均以合并财务报表的数据为基础计算；因 2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月公司无利息支出，故 2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月利息保障倍数指标无数值。

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的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，报告期内公司计算的净资产收益率和每股收益如下：

项目		加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2018 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	15.52%	0.25	0.25
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.61%	0.24	0.24
2017 年度	归属于公司普通股股东的净利润	26.28%	0.39	0.39
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	25.35%	0.37	0.37
2016 年度	归属于公司普通股股东的净利润	26.73%	0.35	0.35
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	23.71%	0.31	0.31
2015 年度	归属于公司普通股股东的净利润	28.11%	0.28	0.28
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	28.29%	0.28	0.28

注：上述指标的计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率=P÷（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0-Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P 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 为新增净资产下一月份至报告期期末的月份数；Mj 为减少净资产下一月份至报告期期末的月份数；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下一月份至报告期期末的月份数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

（2）基本每股收益=P÷S

S=S0+S1+Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk

其中：P 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；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 为报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份至报告期期末的月份数。

（3）稀释每股收益=【P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息－转换费用）×（1-

所得税率）】/（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，P 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。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的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十六、发行人盈利预测情况

发行人未编制盈利预测报告。

十七、发行人设立时及报告期内发行人资产评估情况

公司整体变更设立时，委托中联国际评估咨询有限公司（曾用名：广东中联羊城资产评估有限公司）以 2015 年 9 月 30 日为评估基准日，对公司的全部资产及负债进行了评估，并出具“中联羊城评字【2015】第 VHMPD0486 号”《广东景兴卫生用品有限公司拟整体改制为股份有限公司涉及其所有者权益（净资产）资产评估报告书》。此次评估值仅作股本验证的参考，公司未根据评估值进行调账。截至 2015 年 9 月 30 日，景兴有限经评估的资产情况为：总资产评估价值为 58,867.91 万元，评估增值 6.77%；负债评估价值为 27,351.52 万元，未发生评估增减值；净资产评估值为 31,516.39 万元，评估增值 13.42%。

十八、发行人历次验资情况

发行人历次验资情况详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况及设立时投入资产的计量属性”相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

根据经正中珠江审计的公司近三年及一期财务报告，结合公司业务特点和实际经营情况，公司管理层对报告期内公司的财务状况、盈利能力及现金流量情况及未来趋势做如下分析。公司董事会提醒投资者注意，以下讨论分析应结合公司经审计的财务报表及报表附注和本招股说明书披露的其他财务信息一并阅读，非经特别说明，以下数据均为经审计的合并会计报表口径。

一、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产构成及变化趋势

报告期各期末，公司流动资产和非流动资产金额及占总资产比例如下表所示：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	95,684.14	79.74%	82,693.55	79.15%	64,912.92	75.96%	48,637.27	70.81%
非流动资产	24,305.34	20.26%	21,777.50	20.85%	20,540.23	24.04%	20,047.38	29.19%
资产总计	**119,989.49**	**100.00%**	**104,471.05**	**100.00%**	**85,453.15**	**100.00%**	**68,684.65**	**100.00%**

报告期内，随着公司业务持续稳健增长，公司资产总额也呈现逐年上升的趋势。报告期各期末，公司资产总额分别为 68,684.65 万元、85,453.15 万元、104,471.05 万元和 119,989.49 万元。其中，2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末公司资产总额较上年末分别增加 16,768.50 万元、19,017.90 万元和 15,518.43 万元，增速分别为 24.41%、22.26%和 14.85%。

从资产结构上看，报告期各期末公司流动资产占资产总额比例分别为 70.81%、75.96%、79.15%和 79.74%，均超过 70%，占比相对较高，主要以生产经营活动产生的货币资金、应收账款和存货为主。公司资产结构以流动资产为主，主要原因系公司主营产品属于快消品行业，在良好的经营管理下，公司资产流动性和产品变现能力较强。该种资产结构特征符合行业特征及公司业务特点。

2、流动资产分析

公司流动资产主要由货币资金、应收账款与存货构成。报告期各期末，公司

流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	69,144.47	72.26%	54,391.50	65.77%	41,154.74	63.40%	24,594.88	50.57%
应收票据及应收票据	16,579.42	17.33%	18,216.97	22.03%	13,253.35	20.42%	17,248.03	35.46%
预付款项	603.65	0.63%	82.23	0.10%	29.30	0.05%	105.48	0.22%
其他应收款	719.44	0.75%	837.65	1.01%	786.13	1.21%	436.31	0.90%
存货	7,603.62	7.95%	9,050.19	10.94%	9,596.39	14.78%	5,702.05	11.72%
其他流动资产	1,033.55	1.08%	115.01	0.14%	93.01	0.14%	550.51	1.13%
流动资产合计	**95,684.14**	**100.00%**	**82,693.55**	**100.00%**	**64,912.92**	**100.00%**	**48,637.27**	**100.00%**

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
现金	3.64	1.41	2.75	3.34
银行存款	68,226.46	53,475.72	41,151.99	24,591.54
其他货币资金	914.37	914.37	-	-
合计	**69,144.47**	**54,391.50**	**41,154.74**	**24,594.88**

2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司货币资金占流动资产比例分别为 50.57%、63.40%、65.77%和 72.26%，货币资金占流动资产比例相对较高，与公司的经营模式相匹配。由于公司销售模式以经销商渠道为主，且公司对经销商主要采取先款后货的结算方式，因此公司经营过程中形成相对较为充裕的现金流。

2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司货币资金余额分别较上年末增加 16,559.86 万元、13,236.76 万元和 14,752.97 万元，分别同比增长 67.33%、32.16%和 27.12%，增长较快，主要原因系公司盈利能力稳定，经营活动产生的现金流充沛，使得现金及现金等价物持续增加，体现了公司主营业务发展良好，收益质量较高。

2018 年 6 月末，公司其他货币资金为 914.37 万元，主要系子公司爱碧斯因

健护产业中心建设项目向银行申请开立保函所存入的保证金。

（2）应收票据

2015 年末和 2016 年末，公司应收票据余额分别为 1,300.00 万元和 700.00 万元，占流动资产比例分别为 2.67%和 1.08%，占比较低，主要系当年公司少数客户采用承兑汇票结算销售货款所致。2017 年末和 2018 年 6 月末，公司应收票据余额为零。

①公司对收取商业承兑汇票的政策、相关内部控制和坏账准备计提政策

公司基于自身业务情况和内部控制要求对票据的收取、保管、背书、贴现、盘点等制定了《财务票据管理制度》，规范及完善公司相应的内部控制制度。其中关于商业承兑汇票的收取及内部控制制度如下：

A、商业承兑汇票的收取

公司收取商业承兑汇票的出票人必须是信誉良好、经营状况良好、财务状况良好、社会信誉度较高的企业，或公司所收取商业承兑汇票的前手是公司合作期限较长且各项经营状况良好的客户。公司收取商业承兑汇票必须经客户申请且经由公司财务负责人和总经理同意后方可收取。

B、商业承兑汇票的管理

财务主任为公司收取客户汇票管理人员，对汇票的取得、背书、贴现和到期收款等事项进行详细登记。财务主任对于收取客户汇票应建立登记簿，详细记录汇票号、出票人、出票日期、金额和收取汇票日期等。财务主任收到销售人员递交的客户汇票时应及时登记，同时递交汇票复印件给会计入账。公司对商业承兑汇票的具体管理措施包括：

a、商业承兑汇票的保管：财务主任必须保管好未使用的客户汇票，发现客户汇票遗失时，应及时向财务经理及财务总监汇报并查明原因，及时到银行办理挂失手续。

b、商业承兑汇票到期托收：财务主任应关注即将到期的客户汇票，应于到期日前七天提交银行托收。

c、商业承兑汇票背书转让：根据资金需求需背书客户汇票的，财务主任需在客户汇票登记表上注明背书时间、背书供应商等信息。

d、商业承兑汇票贴现：根据资金需求需贴现客户汇票的，财务主任将客户汇票盖好章后连同银行承兑汇票贴现业务申请书递交给银行，并在客户汇票登记

表上注明贴现时间、贴现银行等信息。

e、商业承兑汇票盘点：资金组财务经理应定期或不定期盘点客户汇票情况，及时与客户汇票登记表进行对比，保证库存和登记表一致。会计应定期或不定期盘点客户汇票情况，及时与客户汇票登记表和账务进行核对，保证库存、登记表和账务明细一致。若发现有差异，应及时查明原因并调整。

C、公司对期末应收商业承兑汇票的坏账准备计提政策

报告期各期末，公司仅 2015 年末应收票据余额中存在商业承兑汇票，其余额为 1,200.00 万元，公司未出现过商业承兑汇票无法兑付的情况，且公司所收取商业承兑汇票的前手或出票人均系经营状况、财务状况、社会信誉度良好的企业，应收商业承兑汇票无法兑付的风险很小。因此，公司未对应收商业承兑汇票计提坏账准备。

②报告期内，公司采用票据结算的前五大客户、对其各期销售额、票据结算金额及占比情况

A、2018 年 1-6 月

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		
	票据结算金额	销售额	占比（不含税口径）
蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	90.00	144.45	53.25%
合计	**90.00**	**144.45**	**-**

B、2017 年

单位：万元

项目	2017 年		
	票据结算金额	销售额	占比（不含税口径）
上海浦星贸易有限公司*	2,450.00	1,361.24	153.83%
沈阳同创商贸有限公司	200.00	2,935.05	5.82%
合计	**2,650.00**	**4,296.29**	**-**

注：公司当年对上海浦星贸易有限公司票据结算金额大于公司当期对其销售金额的原因如下：1、公司当期应向上海浦星贸易有限公司以银行转账形式支付返利 1,033.81 万元，期末较期初新增尚未向其支付的折扣返利 492.20 万元，该等返利均冲减公司对上海浦星贸易有限公司销售额，因此公司销售额较票据结算金额较小；2、公司票据结算金额为含税金额，销售额为不含税金额。

C、2016 年

单位：万元

项目	2016 年		
	票据结算金额	销售额	占比（不含税口径）
上海浦星贸易有限公司	1,200.00	1,269.91	80.76%
安徽怡成深度供应链管理有限公司	500.00	1,025.17	41.69%
台州市鸿都百货有限公司	400.00	677.74	50.44%
太原朝批商贸有限公司	260.00	846.04	26.27%
蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	50.00	231.98	18.42%
合计	**2,410.00**	**1,501.89**	

D、2015 年

单位：万元

项目	2015 年		
	票据结算金额	销售额	占比（不含税口径）
上海浦星贸易有限公司*	8,600.00	3,769.41	195.00%
沈阳同创商贸有限公司	800.00	2,499.37	27.36%
蚌埠市雅佳丽百货有限责任公司	150.00	190.21	67.40%
合计	**9,550.00**	**6,458.98**	-

注：公司当年对上海浦星贸易有限公司票据结算金额大于公司当期对其销售金额的原因如下：1、公司期初对上海浦星贸易有限公司应收账款为 2,074.53 万元，期末为 241.19 万元，上海浦星贸易有限公司当期对公司支付较多期初款项；2、公司当期应向上海浦星贸易有限公司以银行转账形式支付返利 1,403.77 万元，期末较期初新增尚未向其支付的折扣返利 620.37 万元，该等返利均冲减公司对上海浦星贸易有限公司销售额，因此公司销售额较票据结算金额较小；3、公司票据结算金额为含税金额，销售额为不含税金额。

③报告期内，公司应收票据的贴现、背书情况及各期末已背书或贴现但尚未到期的票据情况

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
应收票据贴现金额	-	950.00	910.00	300.00
应收票据背书金额	-	-	300.00	-
期末已贴现但尚未到期的票据金额	-	-	860.00	100.00
期末已背书但尚未到期的票据金额	-	-	-	-

A、公司因与经销商客户约定，在公司对其所支付票据进行贴现时，由经销商客户承担贴现利息，计入经销商客户应收款项，故公司贴现时的会计处理如下：

借：银行存款

应收账款

贷：应收票据

报告期内，因公司所进行票据贴现未发生商业汇票到期违约的情况，因此公司将票据贴现收到的款项在现金流量表中经营活动项下“销售商品、提供劳务收到的现金”列示。2015 年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月，公司因票据贴现实现“销售商品、提供劳务收到的现金”分别为 300.00 万元、910.00 万元、950.00 万元和 0.00 万元。

B、公司背书转让票据时会计处理如下：

借：应付账款

贷：应收票据

公司背书转让票据不影响现金流量表。

C、公司不对在期末已背书或转让但尚未到期的票据进行会计处理。

综上所述，因公司所进行票据贴现均未发生商业汇票到期违约的情况，因此公司终止确认票据，在现金流量表下计入“销售商品、提供劳务收到的现金”；背书转让因不产生具体现金流，不影响现金流量表金额。同时，报告期内，公司亦未出现过汇票无法兑付的情况，公司会计处理符合企业会计准则的相关要求。

报告期内，发行人不存在应收票据到期未收回转为应收账款的情况。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31
	金额	变动情况	金额	变动情况	金额	变动情况	金额
应收账款账面价值	16,579.42	-8.99%	18,216.97	45.12%	12,553.35	-21.29%	15,948.03
营业收入	93,710.17	-	169,361.31	26.42%	133,972.38	10.67%	121,058.38
占比	17.69%	-	10.76%	-	9.37%	-	13.17%

① 应收账款变动情况分析及信用政策及结算方式

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 15,948.03 万元、12,553.35 万元、18,216.97 万元和 16,579.42 万元，应收账款占流动资产比例分别为 32.79%、19.34%、22.03%和 17.33%，系流动资产的主要构成部分之一。应收账款账面价值占营业收入比例分别为 13.17%、9.37%、10.76%和 17.69%，占比总体保持在相对合理水平。公司销售模式以经销商渠道为主，原则上采取先款后货的结算方式，仅对 KA 直销客户、京东以及少数商业资信实力较强的经销商采取“月结+信用额度”，或在特定节假日的市场促销活动等情况下针对少部分商业资信实力较强的客户因临时资金周转给予一定额度和一定期限的收款承诺。

对于给予信用政策的客户，其中，公司授予 KA 直销客户的信用额度金额一般不超过该 KA 直销客户当年最高月销售额的 4 倍，且一般授予 KA 直销客户发货验收并开票或者发货后 45 天和 60 天的信用期限。

针对部分业绩稳定、偿付能力和资信实力较强的经销商和电子商务客户，经其申请并经公司审批通过后，公司授予该等客户信用政策。其中，信用期限类型包括发货验收后 1 天至 60 天；月结 5 天至 45 天；开具发票后 10 天至 60 天不等。公司经综合考虑其业务规模、历史回款情况、合作时间等因素向经销商和电子商务客户核定信用额度。

报告期内，公司对不同渠道下前五大客户的信用政策及其变动情况如下表所示：

A、报告期各期发行人对 KA 直销客户前五大客户的信用政策情况

序号	客户名称	信用政策	信用政策变动情况
1	大润发	开具发票后 60 天	未发生变化
2	家乐福	发货验收后 60 天	未发生变化
3	麦德龙	发货验收后 60 天	未发生变化
4	屈臣氏	开具发票后 45 天	未发生变化
5	沃尔玛	发货验收后 60 天	未发生变化

B、报告期各期发行人对经销商和电子商务客户前五大客户的信用政策情况

序号	客户名称	信用政策	信用政策变动情况
1	深圳市国新实业有限公司	5,000 万+月结 45 日	未发生变化
2	东莞市宜新贸易有限公司	1,380 万+月结 30 日	未发生变化
3	广州市宜新经贸有限公司	1,300 万+月结 25 日	未发生变化

4	佛山宜新经贸有限公司	170 万+月结 5 日	未发生变化
5	惠州市国新实业有限公司	先款后货	未发生变化
6	中山市宜新贸易有限公司	先款后货	未发生变化
7	上海新世纪日用化学品有限公司	先款后货	未发生变化
8	安徽怡成深度供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
9	新疆诚烁供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
10	深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	先款后货	未发生变化
11	南通银月亮供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
12	邯郸市安龙供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
13	鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司	先款后货	未发生变化
14	山东怡方圆供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
15	温州瑞家供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
16	长春怡辰聚华供应链有限公司	先款后货	未发生变化
17	广西科桂贸易有限责任公司	先款后货	未发生变化
18	广西怡兴供应链管理有限公司	先款后货	未发生变化
19	深圳市怡亚通供应链股份有限公司山东分公司	先款后货	未发生变化
20	北京朝批中得商贸有限公司	1,500 万+月结 45 日	2016 年相对 2015 年信用政策略有变化，其后信用额度和信用期限均有所收紧
21	太原朝批商贸有限公司	100 万+发货验收后 30 日	未发生变化
22	大同朝批北辰商贸有限公司	61 万+月结 30 日	信用额度略有变化
23	广州市尚瑞营销策划有限公司	先款后货	未发生变化
24	湖南广顺商贸有限公司	先款后货	未发生变化
25	重庆市英雄商业股份有限公司	先款后货	未发生变化
26	四川贝博商贸有限公司	先款后货	未发生变化
27	上海浦星贸易有限公司	发货验收后 30 日	未发生变化
28	沈阳同创商贸有限公司	700 万+发货后 1 日	信用期限有所收紧
29	京东	1,000 万+发货验收后 60 日	信用额度有所变化
30	上海三安实业有限公司	先款后货	未发生变化
31	杭州创化电子商务有限公司	先款后货	未发生变化
32	广州淘通科技股份有限公司	先款后货	未发生变化
33	佛山市当若电子商务有限公司	先款后货	未发生变化

34	广州若羽臣科技股份有限公司	先款后货	未发生变化
35	广州市百库电子科技有限公司	先款后货	未发生变化
36	广州市那些麦儿网络科技有限公司	先款后货	未发生变化

根据上表可知，公司对大部分客户采取先款后货的结算模式，仅针对少数综合实力和资信实力较强的客户，给予不同的信用政策，但对同一客户的信用政策在报告期内基本没有实质变动。

报告期内，公司对各渠道客户均主要采用银行转账的方式进行结算，仅针对少数经销商客户经其申请并经公司审批后接受其使用票据向公司进行结算。

公司上述信用政策与公司及行业的经营特征相符。

2016 年末，公司应收账款账面价值较 2015 年末下降 3,394.68 万元，下降幅度为 21.29%，有一定下降，主要原因系 2016 年公司对有信用政策的大客户深圳国新实业有限公司的销售额有所下降，导致当年末公司应收深圳国新实业有限公司的款项余额降低，相应地导致公司当年末应收账款下降。

2017 年末，公司应收账款账面价值较 2016 年末增加 5,663.62 万元，增长 45.12%，主要原因系公司对主要客户收入有所增长，导致应收账款相应增加。

2018 年 6 月末，公司应收账款账面价值较 2017 年末减少 1,637.54 万元，下降 8.99%，主要系公司加强了对有信用政策的大客户深圳市国新实业有限公司款项回收力度所致。

②应收账款账龄结构及坏账计提情况分析

报告期各期末，公司应收账款账龄结构如下：

单位：万元

时间	账龄	账面余额	占总额比例	坏账准备	账面净额
2018.06.30	1 年以内	17,452.02	100.00%	872.60	16,579.42
	合计	**17,452.02**	**100.00%**	**872.60**	**16,579.42**
2017.12.31	1 年以内	19,175.75	100.00%	958.79	18,216.97
	合计	**19,175.75**	**100.00%**	**958.79**	**18,216.97**
2016.12.31	1 年以内	13,214.05	100.00%	660.70	12,553.35
	合计	**13,214.05**	**100.00%**	**660.70**	**12,553.35**
2015.12.31	1 年以内	16,787.40	100.00%	839.37	15,948.03
	合计	**16,787.40**	**100.00%**	**839.37**	**15,948.03**

报告期各期末，公司应收账款账龄均在 1 年以内，应收账款质量良好。同时，公司制定了稳健的坏账准备计提政策，坏账准备计提充分。

③应收账款前五名单位情况

报告期各期末，公司应收账款期末余额前五名单位具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	余额	占比	业务内容	是否关联
2018.06.30					
1	大润发	4,087.35	23.42%	货款	否
2	京东	2,930.91	16.79%	货款	否
3	沃尔玛	2,560.72	14.67%	货款	否
4	家乐福	1,696.77	9.72%	货款	否
5	深圳市国新实业有限公司	1,564.29	8.96%	货款	否
合计		**12,840.04**	**73.57%**		
2017.12.31					
1	大润发	4,359.44	22.73%	货款	否
2	深圳市国新实业有限公司	3,352.46	17.48%	货款	否
3	家乐福	1,963.82	10.24%	货款	否
4	沃尔玛	1,743.36	9.09%	货款	否
5	北京朝批商贸股份有限公司	1,620.25	8.45%	货款	否
合计		**13,039.33**	**68.00%**		
2016.12.31					
1	大润发	3,416.22	25.85%	货款	否
2	沃尔玛	1,965.69	14.88%	货款	否
3	深圳市国新实业有限公司	1,363.05	10.32%	货款	否
4	京东	1,128.94	8.54%	货款	否
5	家乐福	1,122.60	8.50%	货款	否
合计		**8,996.50**	**68.08%**		
2015.12.31					
1	深圳市国新实业有限公司	4,549.84	27.10%	货款	否
2	家乐福	2,395.64	14.27%	货款	否
3	沃尔玛	1,431.96	8.53%	货款	否
4	北京朝批商贸股份有限公司	1,335.66	7.96%	货款	否
5	麦德龙	1,285.36	7.66%	货款	否

合计	**10,998.46**	**65.52%**		

注：（1）对深圳市国新实业有限公司及其下属关联公司货款主要包含深圳市国新实业有限公司、广州市宜新经贸有限公司、佛山宜新经贸有限公司、东莞市宜新贸易有限公司、中山市宜新贸易有限公司、惠州市国新实业有限公司的货款。

（2）对北京朝批商贸股份有限公司下属公司货款主要包含北京朝批中得商贸有限公司、太原朝批商贸有限公司、大同朝批北辰商贸有限公司的货款。

（3）“麦德龙”指受锦江麦德龙现购自运有限公司控制的各地麦德龙连锁超市。

报告期内，公司应收账款的客户主要系 KA 直销客户、京东及少数资信实力较强的经销商。该等客户业务规模大、商业信用良好，产生坏账的风险较小。

报告期各期末，公司应收账款余额中无应收持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

④先款后货和给予信用期的经销商收入的分布情况

报告期内，公司采取先款后货和给予信用期的经销商销售收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
先款后货经销商收入	48,575.41	73.68%	86,842.32	72.08%	63,815.27	66.98%	55,993.45	62.27%
给予信用期的经销商收入	17,350.38	26.32%	33,635.28	27.92%	31,458.26	33.02%	33,923.06	37.73%
经销商收入合计	65,925.79	100%	120,477.60	100%	95,273.52	100%	89,916.51	100%

报告期内，公司给予信用期的经销商销售收入分别为 33,923.06 万元、31,458.26 万元和 33,635.28 万元和 17,350.38 万元，相对较为稳定，说明公司对客户的信用政策没有发生重大变化；但占比总体呈下降趋势，说明公司市场地位持续提升，公司对先款后货的经销收入逐年增长。

报告期内，公司根据不同客户的经营规模、资金实力、信誉情况、合作年限等因素，制定了不同的信用政策，并与客户协商后确定。公司给予信用政策的经销商一般为经营规模较大、资金实力较强、信誉情况较好、与公司合作年限较长的经销商。

⑤公司应收账款期后回款和期后退货情况

报告期各期期后公司应收账款的回款情况如下：

单位：万元

期间	应收账款余额	下一期应收账款回款金额	回款比例
2015 年末	16,787.40	16,787.40	100.00%
2016 年末	13,214.05	13,214.05	100.00%
2017 年末	19,175.75	19,175.75	100.00%
2018 年 6 月末*	17,452.02	17,452.02	100.00%

注：2018 年 6 月末期后回款金额和比例为截至本招股说明书签署之日数据。

报告期内，公司各客户应收账款回款情况良好。其中，2015 年末至 2017 年末该等客户应收账款余额均在下一年度全部回款；2018 年 6 月末客户应收账款已在本招股说明书签署之日前全部回款。

总体而言，报告期各期，公司应收账款的期后回款符合公司与客户之间约定的结算政策和信用期限等。

此外，报告期内，公司客户退货金额及比例均较低，具体如下：

单位：万元

期间	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
退货金额	827.88	1,609.67	1,549.74	1,194.87
当期销售收入	93,710.17	169,361.31	133,972.38	121,058.38
退货金额占当期销售收入比例	0.88%	0.95%	1.16%	0.99%

报告期内，公司客户退货金额占比分别为 0.99%、1.16%、0.95%和 0.88%，退货金额和占比均较小，产品退货风险较小，公司期后不存在大额异常退货情形。

⑥现金收款、第三方回款情况

报告期各期，公司存在少量现金收款、以及第三方回款的金额及其占公司收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金收款	1.32	0.00%	13.92	0.01%	25.84	0.02%	12.16	0.01%
第三方回款	-	-	8.00	0.00%	944.16	0.70%	2,038.15	1.68%
合计	**1.32**	**0.00%**	**21.92**	**0.01%**	**970.00**	**0.72%**	**2,050.31**	**1.69%**

注：报告期内，发行人不存在通过员工个人卡收取货款的情形。

根据上表，报告期各期公司通过现金收款和第三方回款方式合计回款金额分

别为 2,050.31 万元、970.00 万元、21.92 万元和 1.32 万元，占比分别为 1.69%、0.72%、0.01%和 0.00%，总体金额及占比均较低，且逐年下降，2018 年 1-6 月公司通过现金收款和第三方回款方式合计回款金额仅 1.32 万元，金额及占比极低。公司销售回款总体符合国家和企业财务规范制度的相关要求。

⑦应收账款周转情况

报告期内，公司应收账款周转率分别为 6.22 次、8.37 次、10.46 次和 5.12 次，总体保持较高水平，主要原因系：

第一，从销售模式和客户结构来看，公司采用经销商渠道、KA 直销渠道和电子商务渠道等进行销售，其中又以经销商渠道为主。公司注重对经销商的培育和维护，通过铺设经销商渠道，已建立了覆盖全国各主要省、市的营销网络。报告期内，公司经销商渠道实现的收入占主营业务收入比重均超过 70.00%，且保持相对稳定。而且公司电子商务渠道客户除京东外，其他电子商务渠道客户均为第三方专业电子商务服务公司，相当于公司的线上经销商。因此，公司的客户绝大多数以线下经销商和线上经销商为主。公司属于品牌方，相对于经销商而言，货款结算及回收谈判能力更强。

第二，从公司对客户的信用政策来看，对于线下经销商和第三方专业电子商务服务公司，公司原则上对其采取先款后货的结算方式，仅对少数商业资信实力较强的经销商采取“月结+信用额度”，或在特定节假日的市场促销活动等情况下针对少部分商业资信实力较强的客户因临时资金周转给予一定额度和一定期限的收款承诺；对于 KA 直销客户和京东，因其综合规模、资信实力非常强，公司会给予一定的信用政策。公司对大部分客户采用先款后货以及给予综合规模、资信实力较强的 KA 直销客户、京东和少数经销商一定信用政策的结算模式，导致公司应收账款回款良好，周转较快。

第三，从同行业可比公司来看，报告期各期，公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
恒安国际（01044.HK）	4.02	7.68	7.66	8.92
维达国际（03331.HK）	4.01	7.56	8.63	8.51
千金药业（600479.SH）	1.93	3.81	3.90	3.51
平均	3.32	6.35	6.73	6.98

景兴健护	5.12	10.46	8.37	6.22

注：数据来源于各同行业可比公司的年报和半年度报告；各同行业可比公司应收账款周转率=营业收入÷应收账款、应收票据期初期末平均余额。

报告期内，同行业可比公司平均应收账款周转率为 6.98、6.73、6.35 和 3.32。因千金药业除女性卫生用品业务外整体产品和业务模式与恒安国际、维达国际和公司差异较大，剔除千金药业后，行业可比公司应收账款周转率平均水平为 8.72、8.14、7.62 和 4.01，与公司应收账款周转率基本接近。整体而言，公司和同行业可比公司恒安国际、维达国际应收账款周转率均处于较高水平，主要是因为公司与该等公司均属快速消费品行业，且均采用以经销商和先款后货为主的经营模式和结算模式，使应收账款周转情况较好、货款回收速度较快，符合行业特征。

综上所述，公司采用以经销商为主的销售模式，对大部分客户采用先款后货的结算模式，仅给予综合规模、资信实力较强的 KA 直销客户、京东和少数经销商一定信用政策，使得公司应收账款周转率相对较高，跟同行业可比公司恒安国际、维达国际相当，符合行业经营特征。

（4）预付款项

公司预付款项主要是预付广告商的广告代理费用、预付供应商的物料货款等。报告期各期末，公司预付款项余额分别为 105.48 万元、29.30 万元、82.23 万元和 603.65 万元，余额整体相对较小。2018 年 6 月末，公司预付款项增长较多主要系公司预付广告代理商费用所致。

截至 2018 年 6 月末，公司存在对实际控制人邓景衡预付款项 17.10 万元，和邓锦明 1.10 万元，主要系公司向其预付办事处租赁款项。除上述款项外，公司预付款项中无预付其他持有公司 5%以上股份的股东单位款项及其他关联方款项。

（5）其他应收款

公司其他应收款主要为各类性质的押金、保证金等款项，报告期各期末，公司其他应收款账面净额分别为 436.31 万元、786.13 万元、837.65 万元和 719.44 万元，余额相对较小。

截至 2018 年 6 月末，公司存在对关联方汇智实业应收款项 52.80 万元，主要系公司向其租赁总部办公室所支付的租赁押金。

除对上述关联方款项外，截至 2018 年 6 月末，公司其他应收款中无应收其

他持有公司 5%以上股份的股东单位款项及其他关联方款项。

（6）存货

①存货管理制度

为加强对公司存货的内部控制，公司制定《存货实物管理制度》、《采购管理制度》等相关制度，保证存货的计划与采购、入库与出库、储存与盘点各环节规范有序、账实相符。公司对存货的管理主要包括以下方面：

A、存货计划与采购

公司采购计划由供应链管理部根据实际需求、库存情况、安全库存量和最大允许库存量、供应商产能等编制，并按照《采购管理制度》严格执行，对于超出最大允许库存量的采购需报公司总经理审批后方可执行。生产部与供应链管理部负责监控库存情况，在低于最低库存量或高于最大允许库存量时及时调整生产计划或采购计划，避免存货短缺或积压。其他非生产物料请购均需经物料使用部门经理及总监审批和供应链管理部评估确认。

B、存货入库与出库

存货必须经过实物验收后方可入库。对于采购物料的入库，仓管员需核对采购订单、送货单、检测报告与到货材料是否一致，检查货物的外观是否合格；质检人员需按照公司相关规定对进行质检，形成检测报告。验收合格的材料由仓管员签收送货单、登记存货卡片和状态标签，录入 ERP 系统并提交仓库主管确认后打印一式四联并连续编号的采购入库单，提交供应商、财务部和供应链管理部。验收不合格的材料需向供应链管理部反馈，由其办理退货、换货或索赔。

对于委外生产成品入库，仓管员需根据安全库存量先在 ERP 系统制作调拨出库单和拣货单确定品种、数量和到货时间，委外仓管员打印拣货单交由外协厂备货，委派至外协厂的质检人员检查货物质量。货物运达后，仓管员核对拣货单、采购订单、外协厂送货单与货物品种及数量是否相符，验收相符后在 ERP 系统制作调拨入库单并提交仓库主管确认。

对于自制产成品入库，仓管员清点车间产成品后移送至成品待检仓，在 ERP 系统上制作产成品入库单并提交生产主管确认。品管部根据成品检验制度对产成品进行检验，形成检测报告。成品检验合格后，仓库主管在 ERP 系统制作转库单并提交生产经理审核通过后将成品移交至成品存放仓库。

仓管员根据经审核的单据办理存货出库。存货的出库遵循先进先出原则。材

料领料出库时，仓管员根据经审核的领料单办理出库手续。成品发货出库时，理货员根据经审核的送货单拣货并在存货卡片登记出仓记录及在送货单上签字，仓管员复核拟出库货物品种和数量是否相符并在送货单签字。发货理货员核对送货单和物流公司的提货单一致后，双方点数交接并在单据上签字确认。仓管员需及时在 ERP 系统完成出库确认。仓管员每月末需及时将经相关人员签字确认的原始凭证提交财务部。

C、存货储存与盘点

所有存货需按各品目类型和存储条件整齐合理地排放在各仓库，并使用物料卡片注明存货名称、规格、批次和数量。所有存货原则上应储存于规定的仓库内，严禁未经批准或授权的人员进入仓库或接触物资。

公司采用永续盘存制，对存货进行盘点。存货管理部门与财务部定期对存货进行盘点，编制盘点报告。外区备货仓存货由公司每月与运输公司对账，驻当地销售人员定期盘点检查。对于存货盘盈盘亏问题，经查明原因并审批后处理。对于无使用价值的存货，仓管员需及时提交呆滞物料申请并经审批后处理。财务部与存货管理部门定期分析库存商品库龄，确定是否需要计提减值准备。

②存货以及原材料、库存商品的具体构成情况

公司存货主要包括原材料、库存商品，以及少量的发出商品和低值易耗品。报告期各期末，公司存货原值构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	1,616.13	20.58%	1,494.99	16.11%	2,235.62	22.88%	1,466.57	25.03%
库存商品	5,456.35	69.48%	7,565.10	81.53%	7,076.54	72.42%	4,178.04	71.31%
发出商品	648.64	8.26%	77.55	0.84%	308.76	3.16%	83.38	1.42%
低值易耗品	131.94	1.68%	141.01	1.52%	150.80	1.54%	131.27	2.24%
合计	**7,853.06**	**100.00%**	**9,278.64**	**100.00%**	**9,771.72**	**100.00%**	**5,859.25**	**100.00%**

报告期内，公司存货以原材料和库存商品为主，原材料和库存商品的具体构成情况如下：

A、报告期各期末公司原材料构成情况

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾和护垫包装袋	994.99	61.57%	770.37	51.53%	1,446.72	64.71%	716.90	48.88%
配方用料	250.06	15.47%	281.63	18.84%	286.29	12.81%	291.64	19.89%
配方液	163.99	10.15%	145.17	9.71%	172.73	7.73%	75.49	5.15%
卷膜	54.19	3.35%	56.02	3.75%	54.64	2.44%	66.28	4.52%
无纺布	49.25	3.05%	94.97	6.35%	118.46	5.30%	142.74	9.73%
护理液瓶	28.79	1.78%	48.16	3.22%	32.09	1.44%	76.07	5.19%
其他	74.85	4.63%	98.67	6.60%	124.69	5.58%	97.45	6.65%
合计	1,616.13	100.00%	1,494.99	100%	2,235.62	100%	1,466.57	100%

报告期各期末，公司原材料主要系卫生巾和护垫包装袋、配方用料、配方液、卷膜、无纺布和护理液瓶等，各明细材料占比基本保持稳定。公司卫生巾和护垫均采用委托加工模式进行生产，原材料由委托加工厂商进行独立采购，公司仅向委托加工厂商提供部分辅助材料，如部分产品的包装袋、配方液。公司护理液产品和主要湿巾产品采用自主生产模式，湿巾和护理液的主要原材料为卷膜、无纺布等。公司材料明细构成与公司生产模式相匹配。

B、报告期各期末公司库存商品构成情况

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾和护垫	4,728.68	86.66%	6,425.40	84.93%	6,311.39	89.19%	3,178.83	76.08%
湿巾	301.41	5.52%	448.96	5.93%	400.95	5.67%	364.47	8.72%
护理液	264.27	4.84%	374.50	4.95%	335.25	4.74%	463.38	11.09%
其他	161.99	2.97%	316.24	4.18%	28.95	0.41%	171.37	4.10%
合计	5,456.35	100.00%	7,565.10	100.00%	7,076.54	100.00%	4,178.04	100.00%

报告期各期末，公司库存商品主要系卫生巾及护垫、湿巾和护理液。各库存商品明细占比与公司产品销售规模相匹配。

③存货各项目的变动情况

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,702.05 万元、9,596.39 万元、9,050.19 万元和 7,603.62 万元，占流动资产比例分别为 11.72%、14.78%、10.94%

和 7.95%，随公司业务规模和备货策略不同而有所波动。报告期各期末，公司各存货项目金额变动情况如下：

报告期各期末，公司原材料账面原值分别为 1,466.57 万元、2,235.62 万元、1,494.99 万元和 1,616.13 万元。由于公司主要产品卫生巾和护垫均采用委托加工方式进行生产，公司原材料整体金额和占比较小。其中，2016 年末公司原材料金额相对较大，主要系为应对上游供应商春节期间的放假停工，春节前公司一般会根据客户订单情况和市场销售预计情况进行备货，而 2017 年春节时间相对 2016 年春节时间较早，相应的公司 2016 年末原材料备货均较 2015 年末备货多所致。

报告期各期末，公司库存商品账面原值分别为 4,178.04 万元、7,076.54 万元、7,565.10 万元和 5,456.35 万元，总体金额相对较低，主要系公司产品系快速消费品，库存流通周转速度较快，公司通常会根据订单情况和市场预计销售情况，确定合理的库存规模。其中，2016 年末公司库存商品余额较 2015 年末增长较多，主要原因系：一方面，公司营业收入规模有所增长，公司根据销售预测情况，提前对产品进行了备货；另一方面，为应对上游供应商春节期间的放假停工，春节前公司一般会根据客户订单情况和市场销售预计情况进行备货，而 2017 年春节时间相对 2016 年春节时间较早，相应的公司 2016 年末原材料和库存商品备货均较 2015 年末备货多。

报告期各期末，公司发出商品账面原值分别为 83.38 万元、308.76 万元、77.55 万元和 648.64 万元，金额较小，主要是已出库但客户尚未签收的在途货物。

报告期各期末，公司低值易耗品账面原值分别为 131.27 万元、150.80 万元、141.01 万元和 131.94 万元，金额较小且保持稳定，主要是为配合公司促销推广活动所采购的广告用品。

④报告期各期公司原材料的采购与使用计划、产能与产出、出库量与销售计划的数量平衡关系

公司通过 ERP 系统对原材料的采购计划、采购入库、生产耗用、产品检验入库、销售发货、确认收入结转成本等业务流程进行严格管控，同时也保证了公司原材料采购与使用计划、产品出库量与销售计划的数量平衡关系。

报告期内，公司主要原材料包括卫生巾和护垫包装袋、配方用料、配方液、无纺布、护理液瓶和卷膜。其采购与使用计划、产能与产出、出库量与销售计划

的数量平衡关系如下：

1）原材料采购与使用计划的数量平衡关系

公司主要原材料的计划采购量、实际采购量、耗用量对比分析如下：

产品类别	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
卫生巾和护垫包装袋	计划采购量（万个）	24,124.81	37,475.43	42,800.55	35,545.68
	实际采购量（万个）	20,956.97	40,398.51	40,465.94	31,331.11
	实际采购计划比	86.87%	107.80%	94.55%	88.14%
	耗用量（万个）	20,152.96	42,740.25	37,831.73	28,859.78
	采购耗用比	96.16%	105.80%	93.49%	92.11%
配方用料	计划采购量(万公斤)	20.97	61.91	62.44	66.68
	实际采购量(万公斤)	25.11	59.74	54.55	64.38
	实际采购计划比	119.76%	96.50%	87.36%	96.55%
	耗用量（万公斤）	25.95	60.28	52.59	65.15
	采购耗用比	103.33%	100.91%	96.40%	101.19%
配方液	计划采购量(万公斤)	20.75	29.51	29.51	17.68
	实际采购量(万公斤)	15.90	30.81	24.10	16.24
	实际采购计划比	76.65%	104.43%	81.65%	91.86%
	自产量（万公斤）	110.21	261.71	228.52	107.55
	采购量+自产量(万公斤)	126.11	292.52	252.61	123.79
	耗用量（万公斤）	127.43	294.49	257.30	124.63
	采购耗用比	101.05%	100.67%	101.85%	100.67%
无纺布	计划采购量(万公斤)	21.47	47.00	41.54	48.41
	实际采购量(万公斤)	15.69	42.83	39.36	44.68
	实际采购计划比	73.09%	91.12%	94.73%	92.31%
	耗用量（万公斤）	18.12	43.66	40.55	46.85
	采购耗用比	115.47%	101.95%	103.02%	104.86%
护理液瓶	计划采购量（万个）	380.02	740.83	779.98	1,011.72
	实际采购量（万个）	311.25	831.03	631.66	799.85
	实际采购计划比	81.90%	112.18%	80.98%	79.06%
	耗用量（万个）	329.38	820.10	677.96	787.56
	采购耗用比	105.83%	98.68%	107.33%	98.46%
卷膜	计划采购量（万个）	11,929.23	26,910.35	25,420.85	27,805.73
	实际采购量（万个）	10,800.28	26,125.99	22,944.85	26,418.94

产品类别	项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
	实际采购计划比	90.54%	97.09%	90.26%	95.01%
	耗用量（万个）	10,787.66	26,071.48	23,327.86	27,299.65
	采购耗用比	99.88%	99.79%	101.67%	103.33%

注：（1）实际采购计划比=实际采购量/计划采购量* 100%；

（2）采购耗用比=耗用量/实际采购量 * 100%；配方液采购耗用比=耗用量/（实际采购量+自产量）* 100%。

从上表可见，公司各项主要原材料的计划采购量、实际采购量、耗用量基本持平，其数量平衡关系保持稳定。

2）产能与产出、出库量与销售计划的数量平衡关系

报告期内公司主要产品卫生巾和护垫、湿巾及护理液的产能与产出、出库量与销售计划情况如下：

A、卫生巾和护垫

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
产能（万片）	-	-	-	-
产量（万片）	-	-	-	-
委托加工生产数量（万片）	222,114.66	409,645.75	328,542.13	259,831.86
产能利用率	-	-	-	-
销量（万片）	225,695.54	410,267.56	313,511.89	267,738.34
产销率	101.61%	100.15%	95.43%	103.04%
销售计划	232,425.15	426,893.63	327,067.00	276,293.81
销售计划达成率	97.10%	96.11%	95.86%	96.90%

注：公司产能利用率的计算不包含对外委托加工生产数量；产销率的计算含对外委托加工生产数量，下同。

报告期内，公司主要产品卫生巾和护垫均采用委托加工方式进行生产，公司根据市场销售预测情况向委托加工厂商下达采购订单，因此公司产销率均接近100.00%，与公司实际经营模式相匹配。

报告期内，公司销售计划达成率分别为 96.90%、95.86%、96.11%和 97.10%，公司各期根据市场情况、拓展计划制定销售计划，销售计划达成率基本稳定。

B、湿巾

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
产能（万片）	16,699.18	33,297.80	32,996.16	32,996.16
产量（万片）	10,761.26	26,283.07	23,769.51	28,473.89
委托加工生产数量（万片）	1,616.63	6,467.12	3,599.44	3,575.36
产能利用率	64.44%	78.93%	72.04%	86.29%
销量（万片）	14,026.49	30,669.95	26,346.76	33,890.33
产销率	113.32%	93.65%	96.27%	105.74%
销售计划	14,471.67	32,517.20	26,920.14	35,446.83
销售计划达成率	96.92%	94.32%	97.87%	95.61%

报告期内，公司湿巾产品的产能利用率分别为 86.29%、72.04%、78.93%和 64.44%，由于公司湿巾生产工序相对简单，且公司湿巾销量较小，因此公司产能余裕较多。报告期各期，公司湿巾产品的产销率分别为 105.74%、96.27%、93.65%和 113.32%，销售计划达成率分别为 95.61%、97.87%、94.32%和 96.92%，主要受各年销量影响产生一定波动，但由于湿巾整体销量和销售金额较小，对公司经营不构成重大影响。

C、护理液

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
产能（万升）	56.55	113.09	113.09	113.09
产量（万升）	43.29	102.38	84.47	101.76
委托加工生产数量（万升）	-	-	-	-
产能利用率	76.55%	90.53%	74.69%	89.98%
销量（万升）	47.02	97.15	88.60	103.04
产销率	108.62%	94.89%	104.89%	101.26%
销售计划	49.71	98.43	88.75	103.46
销售计划达成率	94.59%	98.70%	99.83%	99.59%

公司护理液均系自产。报告期内，公司护理液产品产能利用率分别为 89.98%、74.69%、90.53%和 76.55%。因公司经营聚焦于将主要资源投入到拳头产品卫生巾和护垫，对湿巾、护理液产品主要采取市场维持策略，因此护理液产品产能利用率略有余裕。公司护理液产品产销率分别为 101.26%、104.89%、94.89%和 108.62%，整体保持稳定。

综上，公司各项产品产能与产出、出库量与销售计划的数量关系基本平衡，

符合公司实际经营情况。

⑤相关原材料备货及在产品、库存商品的订单支持及减值情况

1）原材料备货及在产品、库存商品的订单支持情况

报告期内，公司存货周转率分别为 9.81 次、9.79 次、10.37 次和 6.20 次，存货周转效率相对较高，存货余额总体保持在相对合理水平。由于公司产品系快速消费品，库存流通周转速度较快，公司通常会根据市场销售预测情况确定合理的库存规模。公司期末的库存商品基本在期后 1-2 月内完成销售，公司原材料是为满足生产正常进行所需要的备货，期末公司无在产品。因此，公司期末的原材料和库存商品主要是根据客户需求和市场预计销售情况进行的备货。

2）存货跌价准备情况

公司在报告期各期末对存货进行了跌价测试，并相应确定是否需要计提跌价准备及计提金额，报告期各期末，公司存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
库存商品	249.44	228.45	175.33	157.20

由于公司产品属快消产品，行业具有竞争充分、货物周转速度较快、行业环境相对稳定的特点，因此，针对极少部分周转较慢且库龄相对较长的库存商品，公司预计其销售价格降低，从而其可变现净值下降。根据《企业会计准则》对有关存货计提跌价准备的规定和谨慎性原则，报告期各期末公司存货跌价准备余额分别为 157.20 万元、175.33 万元、228.45 万元和 249.44 万元，总体计提余额相对较低，对公司业绩影响较小。公司原材料主要为生产而持有，且以包装物料为主，报告期各期末不存在减值迹象。未来公司将持续加强存货的库存管理，提高存货周转速度，降低存货跌价的风险。

2018 年 6 月末，公司存货中原材料和库存商品的库龄分布情况：

单位：万元

项目	0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	1,575.50	33.54	4.24	0.20	2.64	1,616.13
库存商品	4,822.20	384.75	158.85	90.54	-	5,456.35
合计	6,397.70	418.30	163.09	90.75	2.64	7,072.48
占比	90.46%	5.91%	2.31%	1.28%	0.04%	100.00%

2017 年末，公司存货中原材料和库存商品的库龄分布情况：

单位：万元

项目	0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	1,454.55	28.77	5.15	0.44	6.08	1,494.99
库存商品	6,924.82	359.83	210.81	69.65	-	7,565.10
合计	8,379.37	388.59	215.96	70.09	6.08	9,060.08
占比	92.49%	4.29%	2.38%	0.77%	0.07%	100.00%

2016 年末，公司存货中原材料和库存商品的库龄分布情况：

单位：万元

项目	0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	2,172.30	40.12	7.04	16.16	-	2,235.62
库存商品	6,530.81	238.26	303.47	4.00	-	7,076.54
合计	8,703.11	278.38	310.51	20.16	-	9,312.16
占比	93.46%	2.99%	3.33%	0.22%	-	100.00%

2015 年末，公司存货中原材料和库存商品的库龄分布情况：

单位：万元

项目	0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	1,415.77	14.68	36.11	-	-	1,466.57
库存商品	3,891.45	144.86	141.72	-	-	4,178.04
合计	5,307.23	159.55	177.83	-	-	5,644.61
占比	94.02%	2.83%	3.15%	-	-	100.00%

报告期各期末，公司存货余额中原材料和库存商品的库龄在 0-6 个月占比分别为 94.02%、93.46%、92.49%、90.46%，占比较大。同时，2015 年至 2017 年，公司存货周转率分别为 9.81 次、9.79 次、10.37 次，存货周转天数约 35 天，与存货库龄较匹配，公司存货整体流动性较好。

存货余额中原材料和库存商品的库龄超过 1 年以上的金额分别为 177.83 万元、330.67 万元、292.12 万元、256.48 万元，占比分别为 3.15%、3.55%、3.22%、3.63%，主要系少数享有退货权的 KA 客户及京东的退货和少量库龄较长的原材料。在快速消费品行业，超过 1 年以上的库存商品周转相对较慢，存在一定的减值风险，公司在进行存货跌价测试时已考虑库龄对存货可变现净值的影响，并相应计提了跌价准备。

从销售模式来看，公司主要采用经销商渠道、KA 直销渠道和电子商务渠道等进行销售，其中以经销商渠道为主。报告期内，公司经销模式销售收入占公司主营业务收入比例均在 70.00%以上。在经销模式下，公司以卖断销售方式向经销商销售产品。经销商自行承担产品相应的风险和报酬，一般不能退货。公司根据销售预测进行备货，库存水平保持在合理水平。

从生产模式来看，公司的卫生巾和护垫均采用委托加工模式进行生产，护理液及主要湿巾产品采用自主生产模式。在委托加工模式下，公司仅向委托加工厂商提供辅助材料，如部分产品的包装袋及配方液，公司对生产卫生巾和护垫所需原材料备货量较自主生产模式下少。在自主生产模式下，公司对生产湿巾和护理液耗用的原材料持有一定的备货量，但由于湿巾和护理液的业务规模较卫生巾和护垫小，因为库存量相对较低。

总体而言，公司存货库龄主要分布在 1 年以内且以 6 个月内为主，公司存货周转效率较高，存货余额保持在相对合理水平，符合公司销售模式和生产模式的经营特点。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 550.51 万元、93.01 万元、115.01 万元和 1,033.55 万元，主要为待摊广告费、房屋租赁费以及待抵扣增值税进项税和预付上市相关中介费用等，其中 2018 年 6 月末公司其他流动资产余额增长较大，主要系本期末公司预付上市相关中介费用所致。

3、非流动资产分析

公司非流动资产主要由固定资产、无形资产和在建工程构成，报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	9,795.04	40.30%	9,931.86	45.61%	10,699.43	52.09%	11,535.06	57.54%
在建工程	6,016.80	24.76%	3,462.53	15.90%	1,664.50	8.10%	179.96	0.90%
无形资产	6,389.78	26.29%	6,097.10	28.00%	6,148.56	29.93%	6,310.76	31.48%
长期待摊费用	265.11	1.09%	400.58	1.84%	672.83	3.28%	905.67	4.52%
递延所得税资产	1,832.68	7.54%	1,815.53	8.34%	1,344.48	6.55%	1,104.44	5.51%

其他非流动资产	5.94	0.02%	69.91	0.32%	10.44	0.05%	11.49	0.06%
非流动资产合计	**24,305.34**	**100.00%**	**21,777.50**	**100.00%**	**20,540.23**	**100.00%**	**20,047.38**	**100.00%**

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	11,569.01	80.84%	11,569.01	82.30%	11,569.01	82.74%	11,562.41	82.75%
机器设备	1,217.78	8.51%	1,153.15	8.20%	1,128.81	8.07%	1,143.45	8.18%
运输工具	711.77	4.97%	583.32	4.15%	583.32	4.17%	583.32	4.17%
电子设备	428.55	2.99%	406.84	2.89%	363.52	2.60%	346.13	2.48%
其他设备	384.46	2.69%	345.25	2.46%	337.25	2.41%	338.20	2.42%
账面原值合计	**14,311.58**	**100.00%**	**14,057.58**	**100.00%**	**13,981.92**	**100.00%**	**13,973.51**	**100.00%**
累计折旧	**4,516.54**	**-**	**4,125.72**	**-**	**3,282.50**	**-**	**2,438.45**	**-**
账面余额合计	**9,795.04**	**-**	**9,931.86**	**-**	**10,699.43**	**-**	**11,535.06**	**-**

公司固定资产以房屋建筑物和机器设备为主。报告期各期末，公司的固定资产原值分别为 13,973.51 万元、13,981.92 万元、14,057.58 万元和 14,311.58 万元，较为稳定。

报告期各期末，公司固定资产总体成新率分别为 82.55%、76.52%、70.65%和 68.44%，固定资产成新率相对较高，使用状况良好。报告期内，公司固定资产不存在减值的情形。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
基建工程	5,902.84	3,027.68	1,482.61	179.96
软件项目	113.96	434.85	181.89	-
合计	**6,016.80**	**3,462.53**	**1,664.50**	**179.96**

截至 2018 年 6 月末，公司在建工程账面余额中的基建工程主要包括爱碧斯健护产业中心项目、物流中心配套用房项目和产业用房项目；软件项目主要为公

司 ERP 实施项目。报告期内，随着上述项目投入逐渐增加，导致报告期各期末在建工程余额逐年增加。报告期各期末，公司在建工程不存在减值迹象，亦未计提减值准备。

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产包括土地使用权和软件，公司无形资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	6,238.36	86.51%	6,238.36	91.52%	6,238.36	93.21%	6,238.36	93.33%
软件	972.49	13.49%	577.85	8.48%	454.49	6.79%	445.94	6.67%
账面原值合计	**7,210.84**	**100.00%**	**6,816.20**	**100.00%**	**6,692.84**	**100.00%**	**6,684.30**	**100.00%**
累计摊销	**821.07**	**-**	**719.11**	**-**	**544.29**	**-**	**373.54**	**-**
账面余额合计	**6,389.78**	**-**	**6,097.10**	**-**	**6,148.56**	**-**	**6,310.76**	**-**

报告期各期末，公司无形资产原值分别为 6,684.30 万元、6,692.84 万元、6,816.20 万元和 7,210.84 万元，基本保持稳定。公司无形资产均正常使用，不存在需计提减值准备的情形。

（4）长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用主要为公司总部办公室装修费用。报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 905.67 万元、672.83 万元、400.58 万元和 265.11 万元，余额逐年下降，主要系装修费用按受益期限逐年计提摊销所致。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司已确认的递延所得税资产主要源于计提资产减值准备、其他流动负债和预计负债形成的所得税可抵扣暂时性差异，具体如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
资产减值准备	254.86	241.74	176.56	181.05
其他流动负债	1,458.06	1,458.06	1,054.34	840.42
预计负债	119.76	115.74	113.58	82.98
合计	**1,832.68**	**1,815.53**	**1,344.48**	**1,104.44**

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 1,104.44 万元、1,344.48 万

元、1,815.53 万元和 1,832.68 万元。其中，2015 年末至 2017 年末公司递延所得税资产余额逐年上升，主要原因系公司各年末预提费用有所增长，导致递延所得税资产相应增加。

（6）其他非流动资产

公司其他非流动资产均为购置机器设备的预付款。报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 11.49 万元、10.44 万元、69.91 万元和 5.94 万元，余额相对较低。

4、主要资产减值准备计提情况

报告期各期末，公司除对应收款项计提坏账准备、对存货计提跌价准备外，其他资产不存在减值情形，未计提减值准备，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
应收账款坏账准备	872.60	958.79	660.70	839.37
其他应收款坏账准备	-	6.90	-	-
存货跌价准备	249.44	228.45	175.33	157.20
合计	**1,122.04**	**1,194.14**	**836.03**	**996.57**

公司管理层认为，近年来公司资产规模和质量持续提高，资产结构逐步优化，资产质量良好，目前资产结构与公司的业务模式相匹配。公司已按照稳健性原则，根据自身的业务特点和资产的实际情况，制定了合理的资产减值准备计提政策。报告期内，公司对各类资产的减值情况进行了审慎核查，按照会计政策的规定，计提了相应的减值准备。公司计提的各项资产减值准备是公允和稳健的，各项资产减值准备提取情况与资产质量实际状况相符，客观反映了公司的资产价值。

（二）负债状况分析

1、负债构成及变化趋势

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	54,179.07	99.03%	48,930.35	98.88%	37,688.50	98.11%	35,050.80	98.45%
非流动负债	532.53	0.97%	554.58	1.12%	725.88	1.89%	551.48	1.55%

负债合计	54,711.60	100.00%	49,484.92	100.00%	38,414.38	100.00%	35,602.28	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 35,602.28 万元、38,414.38 万元、49,484.92 万元和 54,711.60 万元，总体随着公司业务规模增长而相应增长。从负债结构来看，公司负债以应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费及其他流动负债等经营性流动负债为主。报告期各期末，公司流动负债占负债总额比例分别为 98.45%、98.11%、98.88%和 99.03%，占比较高，与公司业务性质以及资产结构基本相匹配。

报告期各期末，公司负债具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据及应付账款	18,345.26	33.53%	14,283.21	28.86%	13,223.81	34.42%	12,536.02	35.21%
预收款项	2,469.61	4.51%	1,186.48	2.40%	4,188.46	10.90%	1,804.88	5.07%
应付职工薪酬	1,163.79	2.13%	1,943.05	3.93%	781.35	2.03%	733.41	2.06%
应交税费	2,032.06	3.71%	3,631.11	7.34%	1,687.21	4.39%	3,630.15	10.20%
其他应付款	298.26	0.55%	360.27	0.73%	642.33	1.67%	119.23	0.33%
其他流动负债	29,870.09	54.60%	27,526.22	55.63%	17,165.34	44.68%	16,227.12	45.58%
预计负债	499.48	0.91%	519.03	1.05%	686.22	1.79%	551.48	1.55%
递延收益	33.05	0.06%	35.55	0.07%	39.66	0.10%	0.00	0.00%
负债合计	**54,711.60**	**100.00%**	**49,484.92**	**100.00%**	**38,414.38**	**100.00%**	**35,602.28**	**100.00%**

2、应付票据及应付账款

报告期各期末，公司无应付票据余额。

公司应付账款主要为日常经营活动中应付给供应商的采购货款、广告商的广告费用等其他款项。报告期各期末，公司应付账款期末余额分别为 12,536.02 万元、13,223.81 万元、14,283.21 万元和 18,345.26 万元，占负债总额比例分别为 35.21%、34.42%、28.86%和 33.53%，公司应付账款余额及占负债总额比例相对较高，主要原因系公司在多年经营积累中，形成了良好的品牌形象和信誉，并与供应商建立了稳定的商业合作关系，为此，绝大多数供应商对公司采购货物或服务的款项给予一定信用期。公司应付账款余额在各期末的变动主要受各年末采购规模和付款期限等因素的影响。

截至 2018 年 6 月末，公司应付账款余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

3、预收款项

报告期内，公司对经销商一般采取先款后货的结算方式，在日常经营中，经销商按需向公司发出销售订单并预先支付货款，公司收款后将其计入预收款项，并在产品发货后根据收入确认政策将相应预收款项结转为主营业务收入，因此公司预收款项主要为经销商预付的产品货款。报告期各期末，公司预收款项余额分别为 1,804.88 万元、4,188.46 万元、1,186.48 万元和 2,469.61 万元，其中，2016 年末公司预收款项余额较高，主要原因系 2017 年春节在 1 月份，较 2016 年和 2018 年春节均较早，为应对上游供应商春节期间的放假停工，经销商一般会提前发出销售订单进行备货，故 2016 年末公司的销售订单较为充足，相应的导致 2016 年末预收款项较多。

4、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要是应付职工的工资、奖金、津贴、补贴和工会经费等。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 733.41 万元、781.35 万元、1,943.05 万元和 1,163.79 万元，公司应付职工薪酬余额有所增长，尤其 2017 年末公司应付职工薪酬余额增长较多，主要原因系社会人力资本的提升和 2017 年公司业绩增长，公司对员工计提年终奖的覆盖面和金额均有所增长。报告期内公司不存在拖欠职工薪酬的情况。

5、应交税费

公司应交税费余额主要为企业所得税和增值税。报告期各期末，公司应交税费余额的明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
增值税	628.55	1,050.96	383.76	1,871.94
企业所得税	1,206.72	2,164.71	1,082.98	1,374.02
个人所得税	42.85	100.43	19.95	16.01
城市维护建设税	43.55	83.38	29.18	127.24
印花税	6.55	18.54	7.80	6.17
教育费附加	18.66	35.74	12.51	54.53

土地使用税	21.34	42.60	31.77	23.14
房产税	51.40	110.92	110.92	105.67
地方教育附加	12.44	23.82	8.34	36.36
堤围防护费	-	-	-	15.06
合计	**2,032.06**	**3,631.11**	**1,687.21**	**3,630.15**

6、其他应付款

公司其他应付款主要系物流运输公司和工程建设公司存入的保证金，以及公司应付工程建设公司的建设款项。报告期各期末，公司其他应付款余额分别为119.23 万元、642.33 万元、360.27 万元和 298.26 万元。2016 年公司其他应付款余额相对较大，主要系公司收到第三方工程建设公司存入的保证金余额较大所致。

截至 2018 年 6 月末，其他应付款余额中存在对关联方共速达物流运输保证金 28.00 万元。除前述关联应付款项外，公司其他应付款余额中无其他应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

7、其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
预提客户返利	28,244.88	26,501.45	16,561.53	15,904.63
预提促销推广费用	611.32	215.80	33.23	8.92
预提其他费用	1,013.89	808.96	570.58	313.56
合计	**29,870.09**	**27,526.22**	**17,165.34**	**16,227.12**

报告期各期末，公司其他流动负债主要由预提客户返利构成。报告期各期末，公司其他流动负债余额分别为 16,227.12 万元、17,165.34 万元、27,526.22 万元和 29,870.09 万元，其中，预提客户返利为 15,904.63 万元、16,561.53 万元、26,501.45 万元和 28,244.88 万元，占公司主营业务收入比例 13.14%、12.36%、15.65%和 30.14%。公司预提客户返利余额逐年增长，尤其是 2017 年末和 2018 年 6 月末公司预提客户返利余额相对较大，主要原因系公司为了强化渠道的建设，采取了渠道下沉策略，相应的公司客户数量和对客户销售金额都有所增加，其中 2017 年和 2018 年 1-6 月增长较快，导致了公司预提的客户返利也大幅增加。公司预提

客户返利金额整体与公司收入的增长趋势相匹配。

8、预计负债

报告期各期末，公司根据少数享有退货权的 KA 直销客户和京东的历史退货情况对销售退回损失进行预提，各期末预计负债金额分别为 551.48 万元、686.22 万元、519.03 万元和 499.48 万元，相对比较稳定。

9、递延收益

报告期内，公司仅在 2016 年收到一笔与资产相关的政府补助，并计入递延收益，具体情况如下：

单位：万元

期间	项目	具体用途	到账时间	金额	主要依据文件
2016年	《2015年度省协同创新与平台环境建设》项目专项资金	购置研发设备	2016.5.31	40.00	关于印发《广东省协同创新与平台环境建设专项资金管理办法》的通知（粤财教【2014】280号）

根据 2014 年 8 月广东省财政厅、广东省科学技术厅关于印发《广东省协同创新与平台环境建设专项资金管理办法》的通知（粤财教【2014】280 号），公司“广东省天然萃取分离（景兴）工程技术研究中心建设”项目于 2016 年获得补助 100 万元，其中，40 万元用于购置工程中心研发设备，属于与资产相关的政府补助，作为递延收益，在相关资产使用期限内进行摊销。截至 2018 年 6 月末，该笔政府补助计入递延收益的余额为 33.05 万元。

（三）偿债能力分析

报告期内，与公司偿债能力相关的主要财务指标如下：

财务指标	2018.06.30/ 2018 年 1-6 月	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 度
流动比率	1.77	1.69	1.72	1.39
速动比率	1.63	1.51	1.47	1.22
资产负债率（合并）	45.60%	47.37%	44.95%	51.83%
息税折旧摊销前利润（万元）	12,120.61	18,992.59	13,622.35	12,240.86
利息保障倍数（倍）	-	-	-	18.13

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.39、1.72、1.69 和 1.77，速动比率分别为 1.22、1.47、1.51 和 1.63，体现公司短期偿债能力相对较强。

报告期各期末，公司合并口径的资产负债率分别为 51.83%、44.95%、47.37%

和 45.60%，处于合理的负债水平，且公司负债对应公司资产结构主要系商业负债，资产负债结构相对合理。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 12,240.86 万元、13,622.35 万元、18,992.59 万元和 12,120.61 万元，保持稳步增长的趋势，与公司经营业绩持续增长相匹配。2015 年度，公司利息保障倍数为 18.13，保持较高水平，2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月，公司无利息支出。

报告期各期末，公司流动比率、速动比率以及资产负债率与同行业可比公司对比情况如下：

项目		2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动比率	恒安国际（01044.HK）	1.42	1.34	1.45	1.22
	维达国际（03331.HK）	1.03	1.12	1.03	1.10
	千金药业（600479.SH）	2.57	2.60	2.55	2.91
	平均	1.67	1.69	1.68	1.74
	景兴健护	1.77	1.69	1.72	1.39
速动比率	恒安国际（01044.HK）	1.22	1.16	1.24	1.03
	维达国际（03331.HK）	0.49	0.54	0.65	0.49
	千金药业（600479.SH）	2.13	2.20	2.12	2.50
	平均	1.28	1.30	1.34	1.34
	景兴健护	1.63	1.51	1.47	1.22
资产负债率（合并口径）	恒安国际（01044.HK）	55.72%	57.98%	56.77%	54.22%
	维达国际（03331.HK）	54.14%	53.96%	56.62%	60.43%
	千金药业（600479.SH）	31.82%	31.81%	31.27%	28.40%
	平均	47.23%	47.92%	48.22%	47.68%
	景兴健护	45.60%	47.37%	44.95%	51.83%

注：数据来源于各同行业可比公司的年度报告和半年度报告。

报告期内，公司流动比率、速动比率和资产负债率（合并口径）均与可比上市公司平均水平相近，且优于恒安国际和维达国际，表明公司资产流动性较好，偿债能力较强，偿债风险较小，符合公司坚持贯彻轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念的经营特点。

综上所述，公司管理层认为，报告期内，公司资产流动性较好，短期偿债能力较强；公司负债结构与资产结构基本相匹配，符合公司经营特点；公司能够及时偿还商业负债，不存在超过信用期付款的大额拖欠情形。总体而言，公司短期和长期偿债风险相对较小。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力相关的主要财务指标如下：

财务指标	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率（次）	5.12	10.46	8.37	6.22
存货周转率（次）	6.20	10.37	9.79	9.81
总资产周转率（次）	0.83	1.78	1.74	1.85

报告期内，公司应收账款周转率分别为 6.22 次、8.37 次、10.46 次和 5.12 次，总体保持较高水平，主要原因系公司对经销商主要采用“先款后货”的结算方式，公司应收账款回收情况良好。同时，报告期内公司应收账款周转率亦逐步提升，表明报告期内公司销售回款管理效率较高。

报告期内，公司存货周转率分别为 9.81 次、9.79 次、10.37 次和 6.20 次，总体处于较高水平且保持平稳。

报告期内，公司总资产周转率分别为 1.85 次、1.74 次、1.78 次和 0.83 次。报告期内，随着公司经营规模持续扩大，公司总资产规模亦同步扩大，导致公司总资产周转率总体保持平稳。

报告期各期末，公司应收账款周转率、存货周转率和总资产周转率与同行业可比公司对比情况如下：

项目		2018.06.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
应收账款周转率	恒安国际（01044.HK）	4.02	7.68	7.66	8.92
	维达国际（03331.HK）	4.01	7.56	8.63	8.51
	千金药业（600479.SH）	1.93	3.81	3.90	3.51
	平均	3.32	6.35	6.73	6.98
	景兴健护	5.12	10.46	8.37	6.22
存货周转率	恒安国际（01044.HK）	1.75	3.18	3.04	3.13
	维达国际（03331.HK）	1.63	3.93	3.97	3.06
	千金药业（600479.SH）	1.99	4.74	4.98	5.06

	平均	1.79	3.95	4.00	3.75
	景兴健护	6.20	10.37	9.79	9.81
总资产周转率	恒安国际（01044.HK）	0.26	0.54	0.57	0.56
	维达国际（03331.HK）	0.38	0.78	0.86	0.78
	千金药业（600479.SH）	0.46	1.01	0.99	0.98
	平均	0.37	0.78	0.81	0.78
	景兴健护	0.83	1.78	1.74	1.85

注：数据来源于各同行业可比公司的年度报告和半年度报告；各同行业可比公司应收账款周转率=营业收入÷应收账款、应收票据期初期末平均余额。

报告期内，除 2015 年末公司应收账款周转率略低于行业平均水平外，2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司应收账款周转率均高于行业水平。整体而言，公司及同行业可比公司恒安国际、维达国际应收账款周转率均处于较高水平，符合行业特征。

报告期内，公司存货周转率和总资产周转率均高于行业平均水平，主要与公司坚持贯彻轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念的经营特点有关。

综上所述，公司管理层认为，报告期内公司应收账款周转率、存货周转率均保持在较高水平，与公司所处的行业特征以及公司自身的经营特点相匹配。未来，公司将持续贯彻信用政策，并加强应收账款催收力度，提高应收账款回款能力，同时，加强对原材料采购和库存商品规模等的科学管理，提升存货周转速度。

二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入变动分析

报告期内，公司营业收入均为主营业务收入，主营业务突出。2015 年至 2018 年 1-6 月，公司营业收入分别为 121,058.38 万元、133,972.38 万元、169,361.31 万元和 93,710.17 万元，持续稳步增长，其中，2016 年度和 2017 年度分别同比增长 10.67%和 26.42%，主要原因系：

第一，依托我国卫生巾和护垫市场消费量、中高端卫生巾渗透率的持续提升，公司充分发挥竞争优势，基于对本土消费者心理的深入理解和精准把握，通过清晰的品牌定位和明晰的品牌形象，促进了公司拳头产品卫生巾和护垫销售收入的持续增长。

第二，公司不断对产品进行更新换代和升级，适时推出迎合消费者心理和需求的新材质、新规格、新包装和新概念的产品，如 Free“纯棉”系列产品、ABC“新肌感”系列产品等，进一步提高了公司产品的认知度和消费者粘性，促进产品销售收入的持续增长。

第三，公司进一步完善和优化销售渠道，不断加大经销商渠道下沉力度，争夺二、三线城市线下渠道市场份额；为了应对国内电子商务的快速发展，公司大力拓展电子商务渠道；同时为了巩固和提升公司产品品牌形象以及认知度，公司加强 KA 直销渠道合作，从而促进了报告期内公司经营业绩的稳步提升。

2018 年 1-6 月，公司主营业务收入为 93,710.17 万元，占 2017 年主营业务收入的比例为 55.33%，体现公司 2018 年 1-6 月的主营业务收入继续增长。

公司上述营业收入增长变动与细分行业变化趋势一致，具体如下：

①我国卫生巾和护垫细分市场行业总体市场规模呈增长趋势

根据《中国生活用纸年鉴》统计，2012 至 2017 年，我国卫生巾和护垫的消费量及工厂销售额如下图所示：

数据来源：Wind《生活用纸年鉴》，《2017 生活用纸行业年度报告》

根据上图所示，2016 年我国卫生巾和护垫的消费量为 1,186.1 亿片，较上年增长 9.09%，市场规模为 394.9 亿元，较上年增长 5.70%；2017 年我国卫生巾和护垫的消费量为 1,200.1 亿片，较上年增长 1.18%，市场规模为 410.2 亿元，较上年增长 3.88%，2016 年和 2017 年，我国卫生巾和护垫的消费量无论是消费量还是市场规模均在持续增长。而且，2017 年我国卫生巾和护垫的销售规模增长率高于消费量增长率，一定程度上说明我国卫生巾和护垫市场正处于消费升级趋势中。

②高端卫生巾渗透率持续提升

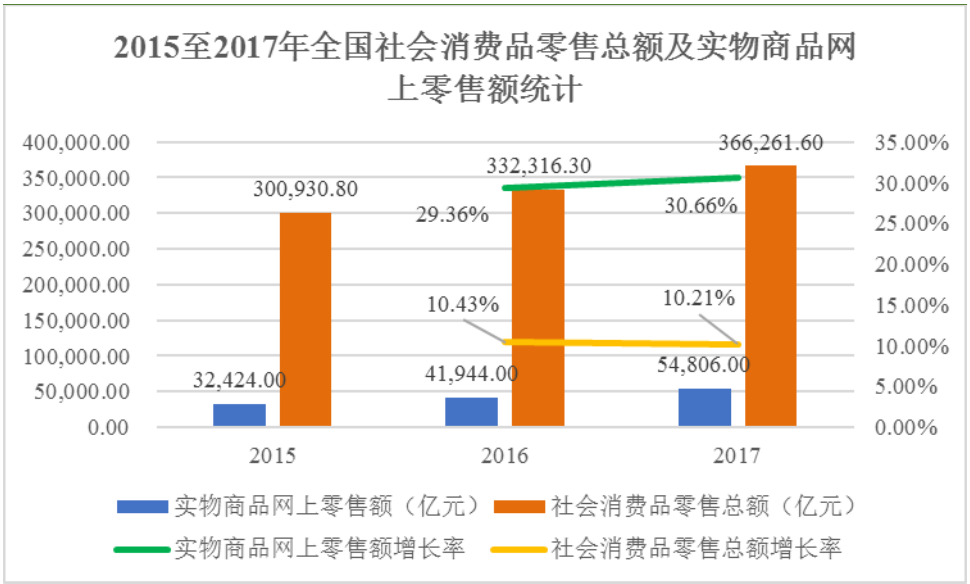
2016 年，我国卫生巾市场渗透率已达到 96.5%，接近饱和，但我国卫生巾市场仍处于持续的消费升级过程当中。根据《中国市场与媒体研究（CMMS）2007-2016》，2012 至 2016 年，我国高端卫生巾在 15 至 29 岁年轻消费者人群的渗透率以每年接近 1.6%的增加值持续提高，标志着我国个人健康意识的持续提高，具体如下：

数据来源：《中国市场与媒体研究（CMMS）2007-2016》

同时，2016 年高端卫生巾在一线城市年轻消费者群体中的占有率较 2012 年提升了 1.5%、在二线城市年轻消费者群体中的占有率较 2012 年提升了 10.0%，在三线城市年轻消费者群体中的占有率较 2012 年提升了 8.9%。上组数据说明我国二、三线城市年轻消费者的消费观念正在迅速升级，高端卫生巾正在快速渗透我国二、三线城市。

③我国网上零售规模迅猛攀升

根据国家统计局统计，2016 年及 2017 年，我国实物商品网上零售额分别为 41,944 亿元及 54,806 亿元，实物商品网上零售额增长率分别为 29.36%及 30.66%，增长率远超 2016 年、2017 年社会消费品零售总额增长率 10.43%、10.21%，具体如下：



数据来源：国家统计局

总体而言，报告期内公司营业收入持续增长，与我国卫生巾和护垫产品细分行业的整体增量市场稳中增长、消费升级带动中高端卫生巾产品需求上涨、电子商务零售规模迅猛攀升等行业特征是一致的。

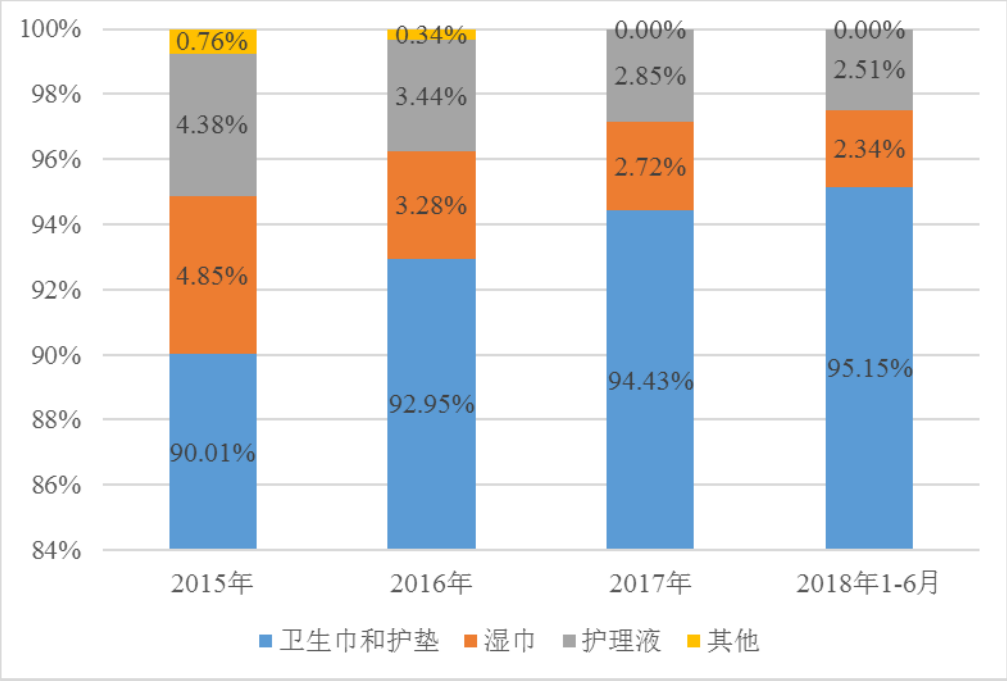
2、主营业务收入按产品构成分析

报告期内，公司主营业务收入分产品类别构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
卫生巾和护垫	89,163.75	95.15%	159,921.37	94.43%	124,525.19	92.95%	108,966.84	90.01%
其中：ABC 品牌	72,983.89	77.88%	132,189.90	78.05%	106,341.13	79.38%	94,163.99	77.78%
Free 品牌	14,137.55	15.09%	24,860.21	14.68%	16,291.18	12.16%	13,104.62	10.83%
其他品牌	2,042.31	2.18%	2,871.26	1.70%	1,892.88	1.41%	1,698.23	1.40%
湿巾	2,195.99	2.34%	4,614.31	2.72%	4,392.03	3.28%	5,874.40	4.85%
护理液	2,350.43	2.51%	4,825.63	2.85%	4,605.84	3.44%	5,300.37	4.38%
其他	-	-	-	-	449.32	0.34%	916.78	0.76%
合计	**93,710.17**	**100.00%**	**169,361.31**	**100.00%**	**133,972.38**	**100.00%**	**121,058.38**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务产品结构变化情况如下图所示：



由上图可见，报告期内，公司卫生巾和护垫业务占销售收入比重均大于

90.00%，且逐年保持增长，从 2015 年度的 90.01%上升至 2018 年 1-6 月的 95.15%；相应地，公司湿巾和护理液产品的销售比重逐年有所下降。

报告期内，公司卫生巾和护垫产品的销售收入分别为 108,966.84 万元、124,525.19 万元、159,921.37 万元和 89,163.75 万元，2016 年度和 2017 年度分别同比增长了 14.28%和 28.42%，增长较为快速，主要原因系：近年来，受益于良好的国内宏观经济环境，随着消费者消费理念逐步升级，国内个人健康护理用品市场规模保持持续增长。其中，卫生巾和护垫作为我国女性个人健康护理用品中的主要产品，市场渗透率和市场规模均保持稳定增长。公司注重不同消费群体差异化需求的引导和满足，借助市场需求结构逐步中高端化和消费升级的趋势，持续更新换代、优化产品结构，经过多年发展，形成以“ABC”和“Free”中高端品牌为代表的卫生巾和护垫产品系列。同时，公司建立了强大的市场团队和积累了丰富的行业经验，并以快速的反应充分抓住卫生巾和护垫快速增长的市场需求，从而实现了卫生巾和护垫销售收入的持续增长。2018 年 1-6 月公司卫生巾和护垫产品的销售收入为 89,163.75 万元，占 2017 年卫生巾和护垫产品销售收入的比例为 55.75%，体现 2018 年 1-6 月公司卫生巾和护垫产品销售收入继续小幅增长。

在品牌方面，报告期内，公司 ABC 品牌卫生巾和护垫占公司主营业务收入比例分别为 77.78%、79.38%、78.05%和 77.88%，占比保持相对稳定，为公司的主要收入产品品牌；报告期内，公司 Free 品牌卫生巾和护垫占公司主营业务收入的比例分别为 10.83%、12.16%、14.68%和 15.09%，逐年增长，主要原因系：一方面，公司 Free 品牌定位于年轻时尚的少女群体，为了充分抓住该部分消费群体，公司积极投入各种市场资源，加强对 Free 品牌的销售推广；另一方面，公司 2016 年成功研发推出了 Free 品牌的新系列产品如“纯棉”系列产品，受到了消费者的认可，该系列产品销售收入迅速增长。该等因素促进了公司 Free 品牌卫生巾和护垫收入及占比的持续提升，从而最终拉动了公司卫生巾和护垫整体收入的金额及占比。

报告期内，公司湿巾和护理液产品的合计销售收入分别为 11,174.76 万元、8,997.87 万元、9,439.94 万元和 4,546.42 万元，占比分别为 9.23%、6.72%、5.57%和 4.85%，占比逐年下降，主要原因系：一方面，目前国内湿巾、护理液仍处于培育期，整体市场规模有限，且渗透率相对较低；另一方面，报告期内公司经营

聚焦于将主要资源投入到拳头产品卫生巾和护垫，对湿巾、护理液产品主要采取市场维持策略，尚未完全发力。因此，公司湿巾、护理液产品销售收入未来增长空间有待挖掘。

2015 年和 2016 年，公司其他收入金额分别为 916.78 万元和 449.32 万元，金额相对较小，主要为公司销售纸尿裤形成的少量收入，2016 年后公司停止了对纸尿裤的销售推广。

3、主营业务收入按销售渠道分析

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道类别构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商	65,925.79	70.35%	120,477.60	71.14%	95,273.52	71.11%	89,916.51	74.28%
KA 直销	14,967.33	15.97%	26,581.11	15.69%	24,940.74	18.62%	19,141.73	15.81%
电子商务	10,715.71	11.43%	19,312.02	11.40%	11,798.44	8.81%	10,076.32	8.32%
其他	2,101.34	2.24%	2,990.59	1.77%	1,959.68	1.46%	1,923.83	1.59%
合计	**93,710.17**	**100.00%**	**169,361.31**	**100.00%**	**133,972.38**	**100.00%**	**121,058.38**	**100.00%**

公司产品销售以内销为主，主要采用经销商、KA 直销和电子商务等方式进行销售，其中以经销商渠道为主，公司建立了覆盖全国的营销网络，以 KA 直销、电子商务销售等方式，对经销商渠道进行了有效补充。报告期内，公司经销商渠道实现的收入占主营业务收入比重均超过 70.00%。具体各渠道的收入增长分析如下：

（1）报告期内发行人经销渠道收入增长情况分析

报告期内各期，公司经销商数量变动情况如下：

单位：家

期间	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
期初经销商家数	218	183	108	98
当期新增经销商家数	48	63	92	26
当期减少经销商家数	5	28	17	16
期末经销商家数	261	218	183	108

各经销商平均销售额变化情况如下：

单位：家/万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
当期产生过收入的经销商数量	266	246	200	124
经销商收入	65,925.79	120,477.60	95,273.52	89,916.51
经销商平均销售额	247.84	489.75	476.37	725.13

注：本表合计数与各期末公司合作经销商家数有所不同，主要是因为本表因需统计收入发生情况，合计数统计口径为当期与公司发生过收入的经销商，含部分当期曾向公司采购、但期末已结束合作的经销商，故本表合计数较各期末公司合作经销商家数大。

在经销渠道建设方面，公司的发展战略为在严格落实经销商管理制度、严格把控经销商合作准入的前提下，大力寻求各细分区域优质、可靠、稳定的经销商，并与其建立起长期、互利的合作关系。报告期内，公司经销商渠道销售收入分别为 89,916.51 万元、95,273.52 万元、120,477.60 万元和 65,925.79 万元，2016 年和 2017 年公司经销商渠道销售收入分别同比增长了 5.96%和 26.45%，其中 2017 年公司经销商渠道收入增长较多，主要原因系：公司近年来采取销售渠道向二、三线城市下沉的策略，并在 2016 年和 2017 年拓展了多家经销商，经过一段期间的培育，进一步覆盖二、三线城市区域市场，有效地促进了公司业务规模尤其是 2017 年收入的增长。

2018 年 1-6 月公司经销商渠道销售收入为 65,925.79 万元，占 2017 年经销商收入比例为 54.72%，体现公司 2018 年 1-6 月经销商渠道销售收入继续增长。未来，公司仍将持续加大经销商渠道下沉力度，深层次挖掘市场需求，进一步扩大市场份额。

同时，从上表可见，2015 年公司经销商数量相对较少，且单个经销商平均销售额较高，自 2016 年起，公司不断加强销售渠道建设，实施渠道下沉策略并获得良好的培育转化效果，使得单个经销商平均销售额有所下降，但 2016 年及之后单个经销商平均销售额整体保持稳定，公司经销商渠道收入增长原因主要来源于销售渠道下沉导致的公司经销商数量的增长。

（2）报告期内发行人 KA 直销渠道收入增长分析

公司 KA 直销客户包括沃尔玛、大润发、家乐福、麦德龙、屈臣氏和万宁，公司上述客户均具有较突出的行业地位和较强的资信实力，公司与该类 KA 直销客户合作有利于提升公司品牌形象和认知度。报告期内，公司通过 KA 直销渠道实现的销售收入分别为19,141.73万元、24,940.74万元、26,581.11万元和14,967.33

万元，总体随着公司与 KA 直销客户合作的广度和深度加强，公司对 KA 直销渠道的收入稳步增长。报告期各期，公司对 KA 直销客户前五大客户的销售量和销售额变化情况如下：

①2018 年 1-6 月公司对 KA 直销客户前五大客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占 KA 销售总额比例
1	大润发	卫生巾和护垫（万片）	14,711.92	5,172.92	5,421.42	36.22%
		湿巾（万片）	737.62	88.56		
		护理液（万毫升）	2,374.07	159.94		
2	沃尔玛	卫生巾和护垫（万片）	8,557.22	3,420.45	3,581.49	23.93%
		湿巾（万片）	408.57	54.11		
		护理液（万毫升）	3,135.47	106.92		
3	家乐福	卫生巾和护垫（万片）	7,631.29	2,375.14	2,486.91	16.62%
		湿巾（万片）	230.64	36.48		
		护理液（万毫升）	1,484.82	75.29		
4	麦德龙	卫生巾和护垫（万片）	4,275.80	1,753.43	1,792.69	11.98%
		湿巾（万片）	172.80	38.24		
		护理液（万毫升）	24.00	1.02		
5	屈臣氏	卫生巾和护垫（万片）	3,126.16	1,179.55	1,538.86	10.28%
		湿巾（万片）	473.04	80.99		
		护理液（万毫升）	6,387.24	278.32		
合计					**14,821.37**	**99.02%**

②2017 年公司对 KA 直销客户前五大客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占 KA 销售总额比例
1	大润发	卫生巾和护垫（万片）	23,817.68	7,284.75	7,696.95	28.96%
		湿巾（万片）	1,411.46	192.02		
		护理液（万毫升）	5,240.83	220.18		
2	沃尔玛	卫生巾和护垫（万片）	14,841.94	5,835.61	6,303.05	23.71%
		湿巾（万片）	786.03	120.92		
		护理液（万毫升）	6,004.93	346.52		
3	屈臣氏	卫生巾和护垫（万片）	9,081.76	3,439.31	4,237.18	15.94%
		湿巾（万片）	1,041.28	185.37		

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占 KA 销售总额比例
		护理液（万毫升）	13,401.07	612.50		
4	家乐福	卫生巾和护垫（万片）	14,412.91	3,813.13	4,057.16	15.26%
		湿巾（万片）	853.50	99.00		
		护理液（万毫升）	3,267.96	145.03		
5	麦德龙	卫生巾和护垫（万片）	9,818.08	3,825.78	3,861.52	14.53%
		湿巾（万片）	194.40	34.24		
		护理液（万毫升）	28.56	1.50		
合计					**26,155.86**	**98.40%**

③2016 年公司对 KA 直销客户前五大客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占 KA 销售总额比例
1	沃尔玛	卫生巾和护垫（万片）	16,033.29	5,901.49	6,222.70	24.95%
		湿巾（万片）	508.47	61.67		
		护理液（万毫升）	6,047.60	259.53		
2	家乐福	卫生巾和护垫（万片）	16,244.14	5,005.56	5,289.33	21.21%
		湿巾（万片）	951.91	137.50		
		护理液（万毫升）	3,227.62	146.27		
3	屈臣氏	卫生巾和护垫（万片）	10,892.53	4,063.37	5,079.07	20.36%
		湿巾（万片）	2,216.51	370.93		
		护理液（万毫升）	13,867.54	644.78		
4	大润发	卫生巾和护垫（万片）	12,627.74	4,569.29	4,732.40	18.97%
		湿巾（万片）	443.83	68.12		
		护理液（万毫升）	2,199.98	94.99		
5	麦德龙	卫生巾和护垫（万片）	6,429.46	3,116.85	3,126.89	12.54%
		湿巾（万片）	20.87	3.72		
		护理液（万毫升）	130.80	6.33		
合计					**24,450.39**	**98.03%**

④2015 年公司对 KA 直销客户前五大客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占 KA 销售总额比例
1	沃尔玛	卫生巾和护垫（万片）	15,924.85	5,252.59	5,593.78	29.22%
		湿巾（万片）	467.63	56.34		

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占 KA 销售总额比例
		护理液（万毫升）	7,546.24	284.85		
2	屈臣氏	卫生巾和护垫（万片）	11,261.50	4,088.59	5,272.09	27.54%
		湿巾（万片）	2,695.40	470.63		
		护理液（万毫升）	13,869.79	712.87		
3	家乐福	卫生巾和护垫（万片）	13,309.57	4,582.17	4,938.47	25.80%
		湿巾（万片）	1,003.76	173.68		
		护理液（万毫升）	3,855.31	182.62		
4	麦德龙	卫生巾和护垫（万片）	4,028.41	2,062.02	2,081.41	10.87%
		湿巾（万片）	43.24	8.33		
		护理液（万毫升）	261.02	11.06		
5	大润发	卫生巾和护垫（万片）	1,569.44	688.75	711.98	3.72%
		湿巾（万片）	41.26	7.87		
		护理液（万毫升）	290.83	15.35		
合计					**18,597.73**	**97.16%**

从上表可见，报告期内，公司 KA 直销客户构成总体保持稳定，公司对 KA 直销客户收入的增长主要系：大润发因内部采购管理调整，将原来由经销商供货调整为公司直供，相应的报告期内公司对大润发的销售逐年大幅增长。

（3）报告期内发行人电子商务渠道销售收入增长分析

为了应对国内电子商务的快速发展和迎合国内年轻消费者对电子商务购物方式的“青睐”，报告期内，公司拓展了电子商务渠道进行公司产品的线上销售。公司主要通过将产品卖断给第三方专业电子商务服务公司，或直接卖断给电商自营平台，由第三方专业电子商务服务公司或电商自营平台通过互联网平台向消费者进行销售。报告期内，公司通过电子商务渠道实现的销售收入分别为 10,076.32 万元、11,798.44 万元、19,312.02 万元和 10,715.71 万元，占公司主营业务收入比例分别为 8.32%、8.81%、11.40%和 11.43%，金额和占比均逐步提升，体现了电子商务渠道较好的成长性。

报告期内，公司对前五大电子商务客户的销售量和销售额变化情况如下：

①2018 年 1-6 月公司对前五大电子商务客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例
1	京东	卫生巾和护垫（万片）	7,448.14	3,910.46	4,160.36	38.82%
		湿巾（万片）	431.22	107.89		
		护理液（万毫升）	2,378.28	142.00		
2	上海三安实业有限公司	卫生巾和护垫（万片）	6,446.56	2,707.59	2,985.54	27.86%
		湿巾（万片）	856.19	151.78		
		护理液（万毫升）	4,221.31	126.17		
3	杭州创化电子商务有限公司	卫生巾和护垫（万片）	3,568.17	1,346.48	1,487.63	13.88%
		湿巾（万片）	216.47	37.31		
		护理液（万毫升）	2,314.42	103.84		
4	广州淘通科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	2,395.82	1,094.43	1,206.76	11.26%
		湿巾（万片）	546.27	52.90		
		护理液（万毫升）	1,304.16	59.43		
5	佛山市当若电子商务有限公司	卫生巾和护垫（万片）	863.33	336.93	354.58	3.31%
		湿巾（万片）	15.05	3.20		
		护理液（万毫升）	293.28	14.45		
合计					**10,194.87**	**95.14%**

②2017 年公司对前五大电子商务客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例
1	京东	卫生巾和护垫（万片）	10,078.57	5,785.68	6,254.44	32.39%
		湿巾（万片）	980.97	209.05		
		护理液（万毫升）	4,895.03	259.70		
2	上海三安实业有限公司	卫生巾和护垫（万片）	11,779.34	4,777.60	5,455.86	28.25%
		湿巾（万片）	1,577.39	269.33		
		护理液（万毫升）	9,307.77	408.92		
3	广州淘通科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	10,715.49	3,790.16	4,188.70	21.69%
		湿巾（万片）	1,723.97	242.02		
		护理液（万毫升）	4,355.68	156.52		
4	杭州创化电子商务	卫生巾和护垫（万片）	4,427.10	1,813.52	2,020.75	10.46%
		湿巾（万片）	254.04	48.90		

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例
	有限公司	护理液（万毫升）	3,641.41	158.34		
5	广州若羽臣科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	3,603.32	967.89	1,004.52	5.20%
		湿巾（万片）	64.27	9.95		
		护理液（万毫升）	521.86	26.69		
合计					**18,924.27**	**97.99%**

③2016 年公司对前五大电子商务客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例
1	广州市百库电子科技有限公司	卫生巾和护垫（万片）	9,328.18	4,514.47	4,890.63	41.45%
		湿巾（万片）	852.73	159.59		
		护理液（万毫升）	5,426.60	216.57		
2	广州淘通科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	5,693.33	2,534.94	2,699.79	22.88%
		湿巾（万片）	548.60	111.90		
		护理液（万毫升）	1,166.42	52.15		
		其他	-	0.80		
3	上海三安实业有限公司	卫生巾和护垫（万片）	3,286.24	1,491.79	1,690.01	14.32%
		湿巾（万片）	160.66	34.93		
		护理液（万毫升）	2,247.55	111.52		
		其他	-	51.77		
4	广州若羽臣科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	3,479.22	905.33	1,101.19	9.33%
		湿巾（万片）	432.54	47.97		
		护理液（万毫升）	1,117.73	41.63		
		其他	-	106.26		
5	京东	卫生巾和护垫（万片）	1,290.68	898.28	964.91	8.18%
		湿巾（万片）	111.53	25.03		
		护理液（万毫升）	670.54	41.59		
合计					**11,346.52**	**96.17%**

④2015 年公司对前五大电子商务客户的销售情况

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例
1	广州市百	卫生巾和护垫（万片）	20,369.61	7,746.36	8,364.58	83.01%

序号	客户	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占电商销售总额比例
	库电子科技有限公司	湿巾（万片）	1,316.71	240.29		
		护理液（万毫升）	8,334.48	377.91		
		其他	-	0.01		
2	广州若羽臣科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	3,189.31	907.03	1,141.53	11.33%
		湿巾（万片）	942.32	78.49		
		护理液（万毫升）	544.30	24.81		
		其他	-	131.19		
3	广州淘通科技股份有限公司	卫生巾和护垫（万片）	1,192.53	484.44	563.86	5.60%
		湿巾（万片）	103.88	20.41		
		护理液（万毫升）	1,133.62	56.65		
		其他	-	2.37		
4	广州市那些麦儿网络科技有限公司	湿巾（万片）	5.02	0.50	6.35	0.06%
		其他	-	5.85		
合计					**10,076.32**	**100.00%**

根据上表显示，报告期各期公司对前五大电子商务客户的销售占比均超过95%以上，公司电子商务渠道客户相对集中。

公司主要通过将产品卖断给第三方专业电子商务服务公司，或直接卖断给京东，由第三方专业电子商务服务公司或京东向消费者进行销售。报告期内，公司在该两种销售渠道下实现的销售收入分别为：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
对第三方专业电子商务服务公司收入	6,555.35	13,057.58	10,833.53	10,076.32
对京东收入	4,160.36	6,254.44	964.91	-

2016 年相对 2015 年，公司主要电子商务客户广州市百库电子科技有限公司被三方企业收购后进行了业务转型，受此影响，公司对第三方专业电子商务服务公司收入保持平稳；2017 年，公司与新开拓的电子商务客户保持稳定合作，因此对其收入随国内电子商务发展呈现较快增长趋势。

公司于 2016 年拓展了京东自营平台作为公司客户，公司将产品销售给京东后，由京东自主在其自营平台上进行销售。在 2016 年公司开拓京东后，借助京

东平台强大的销售能力，2017 年及 2018 年 1-6 月，公司对京东均实现快速增长，从而带动了公司电子商务渠道收入的大幅增长。

（4）报告期内发行人其他渠道销售收入变动分析

报告期内，公司其他渠道的收入金额分别为 1,923.83 万元、1,959.68 万元、2,990.59 万元和 2,101.34 万元，金额相对较小，主要系为其他客户的 OEM 采购销售。

综上，公司以经销商渠道为主，并通过 KA 直销和电子商务渠道，对公司经销商渠道销售模式进行了有效补充，为公司未来业绩增长奠定良好基础。

4、主营业务收入按收入地区分析

（1）公司主营业务收入按地区构成情况

报告期内，公司主营业务收入按地区构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华北	19,457.63	20.76%	38,273.04	22.60%	38,954.63	29.08%	26,279.89	21.71%
华东	18,379.69	19.61%	30,140.60	17.80%	19,263.36	14.38%	19,004.54	15.70%
华南	31,580.46	33.70%	56,707.36	33.48%	42,873.17	32.00%	42,938.21	35.47%
华西	11,358.25	12.12%	22,238.41	13.13%	18,827.46	14.05%	18,411.65	15.21%
华中	10,904.91	11.64%	19,072.75	11.26%	12,506.12	9.33%	12,738.38	10.52%
境外	2,029.24	2.17%	2,929.15	1.73%	1,547.63	1.16%	1,685.73	1.39%
合计	**93,710.17**	**100.00%**	**169,361.31**	**100.00%**	**133,972.38**	**100.00%**	**121,058.38**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入区域主要集中在华南、华北和华东地区，公司在该三个地区销售收入的占比分别为 72.88%、75.46%、73.88%和 74.07%，占比相对较高且保持较为稳定。公司在该三个地区的业务规模占比较高的主要原因系：公司销售渠道主要集中在全国的一、二线城市，相对而言，上述三个地区经济较为发达，一、二线城市相对较多，公司在该三个地区业务规模的集中与公司销售渠道资源的特点相匹配。

未来，公司拟将继续下沉销售渠道，以进一步促进国内市场各个区域销售的稳步增长。

（2）销售区域中重点省份销售收入、各产品销量以及市场占有率情况

报告期内，因公司向 KA 直销客户配送货物系向其各区域中心或大仓配送，

以及因电子商务渠道本身销售性质，公司无法准确统计该等渠道分省份的销售情况。报告期内，公司对经销商收入下的重点省份销售收入和各产品销量具体如下：

①2018 年 1-6 月发行人对经销商前十大省份的销售收入分布情况：

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
1	广东	卫生巾和护垫（万片）	42,934.55	17,540.51	18,271.40	27.72%
		湿巾（万片）	3,524.96	441.94		
		护理液（万毫升）	5,178.86	288.95		
2	湖北	卫生巾和护垫（万片）	11,212.88	4,884.97	4,989.16	7.57%
		湿巾（万片）	577.44	72.75		
		护理液（万毫升）	567.84	31.44		
3	浙江	卫生巾和护垫（万片）	9,841.07	3,778.86	3,918.19	5.94%
		湿巾（万片）	561.09	91.06		
		护理液（万毫升）	1,108.99	48.27		
4	四川	卫生巾和护垫（万片）	9,517.97	3,728.80	3,819.64	5.79%
		湿巾（万片）	437.13	58.36		
		护理液（万毫升）	614.93	32.48		
5	江苏	卫生巾和护垫（万片）	6,969.96	2,935.38	3,031.51	4.60%
		湿巾（万片）	163.52	33.98		
		护理液（万毫升）	1,108.13	62.16		
6	湖南	卫生巾和护垫（万片）	6,835.95	2,823.50	2,870.83	4.35%
		湿巾（万片）	135.93	20.81		
		护理液（万毫升）	464.16	26.52		
7	福建	卫生巾和护垫（万片）	6,253.17	2,505.17	2,562.67	3.89%
		湿巾（万片）	118.01	20.94		
		护理液（万毫升）	724.37	36.55		
8	河南	卫生巾和护垫（万片）	5,417.67	2,191.06	2,279.33	3.46%
		湿巾（万片）	165.12	42.03		
		护理液（万毫升）	742.46	46.24		
9	北京	卫生巾和护垫（万片）	5,280.07	1,843.35	2,001.96	3.04%
		湿巾（万片）	348.48	73.60		
		护理液（万毫升）	1,356.48	85.01		
10	辽宁	卫生巾和护垫（万片）	4,821.68	1,809.82	1,979.11	3.00%
		湿巾（万片）	549.86	103.13		

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
		护理液（万毫升）	1,211.76	66.16		
合计					**45,723.79**	**69.36%**

②2017 年发行人对经销商前十大省份的销售收入分布情况：

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
1	广东	卫生巾和护垫（万片）	71,036.22	27,984.92	29,500.07	24.49%
		湿巾（万片）	7,497.08	1,007.37		
		护理液（万毫升）	10,208.90	507.79		
2	湖北	卫生巾和护垫（万片）	19,951.11	8,305.91	8,533.45	7.08%
		湿巾（万片）	1,221.66	166.77		
		护理液（万毫升）	1,096.90	60.76		
3	四川	卫生巾和护垫（万片）	15,252.76	6,355.86	6,588.98	5.47%
		湿巾（万片）	1,062.27	146.49		
		护理液（万毫升）	1,487.86	86.64		
4	浙江	卫生巾和护垫（万片）	16,471.55	5,964.34	6,148.71	5.10%
		湿巾（万片）	670.49	123.48		
		护理液（万毫升）	1,327.68	60.89		
5	重庆	卫生巾和护垫（万片）	12,355.41	5,689.19	5,837.89	4.85%
		湿巾（万片）	280.16	48.13		
		护理液（万毫升）	1,777.49	100.57		
6	北京	卫生巾和护垫（万片）	12,232.96	4,615.33	4,836.06	4.01%
		湿巾（万片）	794.56	98.17		
		护理液（万毫升）	2,510.77	122.56		
7	福建	卫生巾和护垫（万片）	12,789.93	4,713.13	4,828.13	4.01%
		湿巾（万片）	237.25	43.51		
		护理液（万毫升）	1,446.36	71.49		
8	江苏	卫生巾和护垫（万片）	12,766.70	4,664.66	4,810.40	3.99%
		湿巾（万片）	307.61	50.69		
		护理液（万毫升）	1,970.06	95.05		
9	湖南	卫生巾和护垫（万片）	10,832.76	4,492.79	4,595.86	3.81%
		湿巾（万片）	241.67	38.87		
		护理液（万毫升）	1,145.51	64.20		

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
10	山东	卫生巾和护垫（万片）	8,808.29	3,743.23	3,995.91	3.32%
		湿巾（万片）	799.03	128.05		
		护理液（万毫升）	2,234.16	124.63		
合计					**79,675.46**	**66.13%**

③2016 年发行人对经销商前十大省份的销售收入分布情况：

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
1	广东	卫生巾和护垫（万片）	39,126.79	15,978.61	18,822.34	19.76%
		湿巾（万片）	8,290.39	1,455.42		
		护理液（万毫升）	16,986.96	1,170.49		
		其他	-	217.82		
2	浙江	卫生巾和护垫（万片）	15,016.70	5,719.61	5,898.04	6.19%
		湿巾（万片）	544.99	93.22		
		护理液（万毫升）	1,874.59	85.20		
3	重庆	卫生巾和护垫（万片）	12,258.96	5,574.00	5,742.84	6.03%
		湿巾（万片）	419.68	71.09		
		护理液（万毫升）	1,828.83	90.74		
		其他	-	7.00		
4	北京	卫生巾和护垫（万片）	11,804.53	5,149.84	5,395.44	5.66%
		湿巾（万片）	897.82	121.71		
		护理液（万毫升）	2,730.24	123.88		
5	辽宁	卫生巾和护垫（万片）	11,151.19	4,600.42	4,979.39	5.23%
		湿巾（万片）	1,293.59	195.56		
		护理液（万毫升）	3,476.45	149.58		
		其他	-	33.82		
6	山东	卫生巾和护垫（万片）	11,344.59	4,619.00	4,923.09	5.17%
		湿巾（万片）	838.79	144.16		
		护理液（万毫升）	2,531.90	149.84		
		其他	-	10.09		
7	福建	卫生巾和护垫（万片）	13,363.39	4,653.58	4,769.33	5.01%
		湿巾（万片）	292.50	43.26		
		护理液（万毫升）	1,487.28	68.96		

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
		其他	-	3.53		
8	湖北	卫生巾和护垫（万片）	11,858.78	4,329.20	4,528.64	4.75%
		湿巾（万片）	843.24	108.86		
		护理液（万毫升）	1,108.03	57.59		
		其他	-	32.98		
9	四川	卫生巾和护垫（万片）	10,172.26	4,383.54	4,498.87	4.72%
		湿巾（万片）	453.54	65.34		
		护理液（万毫升）	799.57	43.27		
		其他	-	6.72		
10	江苏	卫生巾和护垫（万片）	11,205.28	4,305.55	4,477.42	4.70%
		湿巾（万片）	319.53	57.44		
		护理液（万毫升）	2,249.14	114.44		
合计					**64,035.39**	**67.21%**

④2015 年发行人对经销商前十大省份的销售收入分布情况：

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
1	广东	卫生巾和护垫（万片）	30,699.07	14,326.78	19,021.78	21.15%
		湿巾（万片）	13,947.63	2,605.35		
		护理液（万毫升）	30,808.41	1,646.65		
		其他	-	443.00		
2	浙江	卫生巾和护垫（万片）	15,156.66	6,113.56	6,274.17	6.98%
		湿巾（万片）	473.05	80.88		
		护理液（万毫升）	2,039.92	79.74		
3	四川	卫生巾和护垫（万片）	11,015.42	5,468.85	5,716.12	6.36%
		湿巾（万片）	706.45	112.30		
		护理液（万毫升）	1,168.70	77.75		
		其他	-	57.24		
4	湖北	卫生巾和护垫（万片）	11,423.30	4,881.69	5,238.58	5.83%
		湿巾（万片）	1,085.70	164.77		
		护理液（万毫升）	993.65	59.46		
		其他	-	132.66		
5	山东	卫生巾和护垫（万片）	10,370.81	4,655.48	5,079.70	5.65%

序号	省份	销售内容	销售量	销售金额（万元）	销售总金额（万元）	占经销商销售总额比例
		湿巾（万片）	932.42	177.07		
		护理液（万毫升）	3,259.58	207.01		
		其他	-	40.15		
6	福建	卫生巾和护垫（万片）	10,015.40	4,419.06	4,545.91	5.06%
		湿巾（万片）	298.65	46.95		
		护理液（万毫升）	1,393.97	78.99		
		其他	-	0.92		
7	江苏	卫生巾和护垫（万片）	9,830.24	3,838.17	3,999.98	4.45%
		湿巾（万片）	412.27	71.49		
		护理液（万毫升）	1,687.90	90.32		
8	北京	卫生巾和护垫（万片）	10,668.16	3,734.84	3,980.73	4.43%
		湿巾（万片）	963.92	119.17		
		护理液（万毫升）	3,444.74	126.73		
9	上海	卫生巾和护垫（万片）	11,034.58	3,566.06	3,769.41	4.19%
		湿巾（万片）	744.55	95.03		
		护理液（万毫升）	2,715.54	107.53		
		其他	-	0.78		
10	辽宁	卫生巾和护垫（万片）	9,180.54	2,979.50	3,491.59	3.88%
		湿巾（万片）	1,364.29	212.67		
		护理液（万毫升）	3,325.87	174.79		
		其他	-	124.63		
合计					**61,117.98**	**67.97%**

报告期内，公司经销收入排名前十的省份占公司经销商销售收入的比例为67.97%、67.21%、66.13%和 69.36%，占比较为稳定。各地区中，公司在广东、北京、江苏、浙江、四川、湖北等省份和直辖市的销售收入在报告期内一直排名前十，主要是因上述地区经济发展水平相对较高，人口相对密集，公司通过采用“巩固优势地区、加速渠道下沉”的经营策略，保证了公司经营业绩的稳定发展。

根据尼尔森统计[5]，报告期内各期公司综合排名及各品牌排名均比较稳定。公司 ABC、Free 品牌作为全国性品牌，在各个区域的市场份额排名均比较均衡。公司各品牌综合市场份额排名在华南地区为第 2 名，在其他区域介于第 3 名和第

[5] 该数据口径为根据销售终端数据统计的全国卫生巾和护垫的市场份额排名。

4 名。总体而言，公司品牌产品在国内具有较高的市场占有率，品牌知名度较高。

（二）营业成本分析

报告期内，公司营业成本均由主营业务成本构成。公司业务发展迅速，主营业务收入持续增长，相应的主营业务成本随着收入增长保持合理变动。公司主营业务成本按照产品分类结构如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
卫生巾和护垫	50,407.86	94.86%	92,982.12	94.09%	70,811.20	92.56%	59,556.72	89.11%
其中：ABC 品牌	40,356.63	75.94%	74,865.91	75.76%	58,796.89	76.86%	49,853.58	74.59%
Free 品牌	8,669.51	16.31%	16,211.48	16.40%	10,842.24	14.17%	8,570.31	12.82%
其他品牌	1,381.71	2.60%	1,904.73	1.93%	1,172.08	1.53%	1,132.84	1.69%
湿巾	1,525.93	2.87%	3,231.97	3.27%	2,969.42	3.88%	3,891.01	5.82%
护理液	1,205.53	2.27%	2,606.38	2.64%	2,357.22	3.08%	2,708.12	4.05%
其他	-	-	-	-	361.32	0.47%	680.35	1.02%
合计	**53,139.32**	**100.00%**	**98,820.47**	**100.00%**	**76,499.17**	**100.00%**	**66,836.20**	**100.00%**

公司产品主要包括卫生巾和护垫、湿巾及护理液。其中，公司卫生巾和护垫产品、部分湿巾产品为委外生产，公司仅向卫生巾和护垫委托加工厂商提供配方液和部分包装袋；公司则自主生产主要湿巾产品和护理液产品。公司设有湿巾生产车间、护理液生产车间和包装车间三个车间，其中，包装车间主要系包装用于组合销售的产品。

公司产品成本的核算方式为品种法，根据产品品种为成本计算对象，归集和分配生产成本。公司根据品类、品牌、规格型号、所用配方、用途等清晰区分每种产品，并通过 ERP 系统对每种产品设置唯一的物料编码，准确核算每种产品的收发存情况。产品成本按照生产车间归集，具体成本核算方法如下：

1、自主生产的湿巾、护理液和组合装产品

对于自主生产产品成本中直接材料的核算，公司原材料以实际成本入库，原材料生产领用出库时按照全月一次加权平均法计价并直接归集到对应的成本核算对象中，计入产品成本。月末无在产品，直接材料成本无需在产成品和在产品之间分配。

对于自主生产产品成本中直接人工的核算，公司每月按生产车间归集生产人

员的工资成本，再按照当月完工产品产量在各产品之间分配，月末无在产品，直接人工成本无需在产成品和在产品之间分配。

对于自主生产产品成本中制造费用的核算，公司每月按各生产车间进行归集，主要包括折旧费、水电费、福利费、车间管理人员工资、机器维修费等各项间接费用。各车间制造费用按照当月完工产品产量分摊至各完工产品。月末无在产品，制造费用无需在产成品和在产品之间分配。

2、委外生产的卫生巾和护垫产品，以及部分湿巾产品

对于委外生产的卫生巾、护垫和湿巾产品，若公司不提供包装袋、配方液，则按照实际采购成本作为库存商品成本进行核算；若公司提供包装袋、配方液，则按照实际采购成本和采购商品所耗用的包装袋、配方液的成本作为库存商品成本进行核算，其中，耗用的包装袋成本按照标准耗用量计入到相关的入库产品成本中，耗用的配方液成本按照标准耗用量计入相关入库产品成品中。

因此，公司产品成本确认与计量完整、合规，并已按照不同产品清晰归类。

（三）毛利分析

报告期内，公司毛利均来源于主营业务毛利。公司主营业务毛利按产品构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
卫生巾和护垫	38,755.90	95.53%	66,939.25	94.89%	53,713.99	93.46%	49,410.12	91.13%
其中：ABC 品牌	32,627.26	80.42%	57,323.99	81.26%	47,544.25	82.72%	44,310.41	81.72%
Free 品牌	5,468.04	13.48%	8,648.73	12.26%	5,448.94	9.48%	4,534.32	8.36%
其他品牌	660.60	1.63%	966.53	1.37%	720.80	1.25%	565.39	1.04%
湿巾	670.06	1.65%	1,382.34	1.96%	1,422.60	2.48%	1,983.39	3.66%
护理液	1,144.90	2.82%	2,219.26	3.15%	2,248.62	3.91%	2,592.25	4.78%
其他	-	-	-	-	88.00	0.15%	236.43	0.44%
合计	**40,570.85**	**100.00%**	**70,540.84**	**100.00%**	**57,473.21**	**100.00%**	**54,222.19**	**100.00%**

报告期内，公司毛利主要来源于卫生巾和护垫产品，且保持稳步增长，主要系报告期内公司经营聚焦于将主要资源投入到拳头产品卫生巾和护垫，而对湿巾、护理液产品采取市场维持策略，与公司自身经营发展战略相符。公司 ABC

品牌的卫生巾和护垫产品是最主要的毛利贡献，占当期毛利总额比例分别为81.72%、82.72%、81.26%和80.42%；Free品牌的卫生巾和护垫对毛利贡献亦实现了较快增长，分别为8.36%、9.48%、12.26%和13.48%。

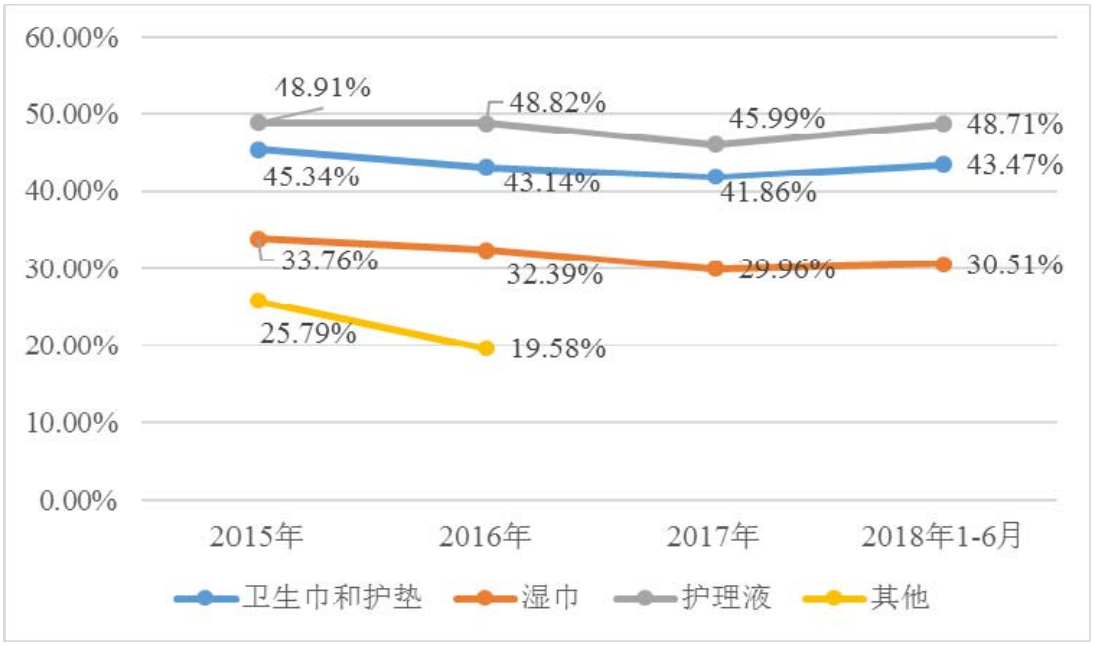
（四）毛利率分析

1、主营业务毛利率按产品构成分析

报告期各期，公司主营业务毛利率按产品构成及变动情况如下：

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度
	毛利率	同比变动	毛利率	同比变动	毛利率	同比变动	毛利率
卫生巾和护垫	43.47%	1.61%	41.86%	-1.28%	43.14%	-2.21%	45.34%
其中：ABC品牌	44.70%	1.34%	43.36%	-1.34%	44.71%	-2.35%	47.06%
Free品牌	38.68%	3.89%	34.79%	1.34%	33.45%	-1.15%	34.60%
其他品牌	32.35%	-1.32%	33.66%	-4.42%	38.08%	4.79%	33.29%
湿巾	30.51%	0.56%	29.96%	-2.43%	32.39%	-1.37%	33.76%
护理液	48.71%	2.72%	45.99%	-2.83%	48.82%	-0.09%	48.91%
其他	-	-	-	-	19.58%	-6.20%	25.79%
主营业务毛利率	**43.29%**	**1.64%**	**41.65%**	**-1.25%**	**42.90%**	**-1.89%**	**44.79%**

报告期内，公司主营业务毛利率按产品结构变化情况如下图所示：



报告期各期，公司主营业务毛利率分别为44.79%、42.90%、41.65%和43.29%，其中，2015年至2017年度公司主营业务毛利率逐年小幅下降，主要原因系：一方面，伴随着我国消费者消费升级的趋势，我国个人卫生用品行业各类品牌产品

概念层出不穷、消费者消费观念和习惯逐渐被改变，为应对激烈的市场竞争，公司于报告期内持续投入市场促销，导致毛利率有所下降；另一方面，公司 Free 品牌产品因品牌定位于年轻时尚的少女群体，整体毛利率较 ABC 品牌低一些，报告期内，由于公司 Free 品牌产品收入增长较快，在一定程度上拉低了公司整体毛利率。

2018 年 1-6 月，公司主营业务毛利率相较 2017 年度增长 1.64 个百分点，其中，公司卫生巾和护垫、湿巾和护理液产品毛利率均实现稳定提升。主要系因为：一方面，公司近年所新推出较高毛利产品，如 Free 品牌纯棉系列产品在 2018 年 1-6 月的销售占比有所提升，在一定程度上提高了公司销售毛利率；另一方面，部分市场促销投入如电商渠道的“双十一”活动系于下半年投放。上述因素导致 2018 年 1-6 月公司主营业务毛利率较 2017 年略有提升。

（1）卫生巾和护垫产品毛利率变动分析

报告期内，公司卫生巾和护垫产品分品牌的毛利率和收入占比情况如下：

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
ABC 品牌	44.70%	81.85%	43.36%	82.66%	44.71%	85.40%	47.06%	86.42%
Free 品牌	38.68%	15.86%	34.79%	15.55%	33.45%	13.08%	34.60%	12.03%
其他品牌	32.35%	2.29%	33.66%	1.79%	38.08%	1.52%	33.29%	1.55%
合 计	**43.47%**	**100.00%**	**41.86%**	**100.00%**	**43.14%**	**100.00%**	**45.34%**	**100.00%**

由上表可知，报告期内，公司卫生巾和护垫产品的毛利率分别为 45.34%、43.14%、41.86%和 43.47%，2016 年和 2017 年同比分别下降 2.21 个百分点和 1.28 个百分点，整体虽略有下降，但仍保持了较好的盈利能力。2016 年和 2017 年公司卫生巾和护垫产品的毛利率分别较上年下降的主要原因系：一方面，2016 年和 2017 年，公司为应对激烈的市场竞争，进一步拓展和巩固各品类产品的市场占有份额，对市场促销力度投入逐步加大，因此导致卫生巾和护垫产品最主要的 ABC 品牌的毛利率有所下降；另一方面，近年来，公司毛利率相对较高的 ABC 品牌的产品的销售收入占比，随着 Free 品牌销售收入的迅速提升，而有所降低。

2018 年 1-6 月，公司卫生巾和护垫产品的毛利率为 43.47%，回升至 2016 年水平，主要原因系：一方面，公司近年来新推出较高毛利产品，如 Free 品牌“纯棉”系列产品在 2018 年 1-6 月的销售占比有所提升，在一定程度上提高了公司

Free 品牌的卫生巾和护垫产品的毛利率；另一方面，部分市场促销投入如电商渠道的“双十一”活动系于下半年投放。

报告期内，公司卫生巾和护垫产品综合毛利率受产品结构和各产品毛利率的影响如下：

项 目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年
产品结构变动对综合毛利率变动的贡献	-0.07%	-0.30%	-0.13%
产品毛利率变动对综合毛利率变动的贡献	1.68%	-0.98%	-2.08%
综合毛利率变动	1.61%	-1.28%	-2.21%

注：产品结构变动对综合毛利率变动的贡献=Σ[（本年度产品销售收入占比-上年度产品销售收入占比）*上年度该产品的毛利率]；产品毛利率变动对综合毛利率变动的贡献=Σ[（本年度产品毛利率-上年度产品毛利率）*本年度该产品的收入占比]

由上表可知，2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司卫生巾和护垫产品的毛利率变动主要受各品牌卫生巾和护垫产品自身毛利率波动的影响较大，相对而言，产品结构变动的因素影响较小。

①产品结构变动对公司卫生巾和护垫产品毛利率变动的影响

进一步来看，报告期内，公司分品牌的卫生巾和护垫产品结构变动对卫生巾和护垫产品的综合毛利率变动的贡献具体如下：

项 目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年
ABC 品牌	-0.35%	-1.22%	-0.48%
Free 品牌	0.11%	0.82%	0.37%
其他品牌	0.17%	0.10%	-0.01%
合 计	**-0.07%**	**-0.30%**	**-0.13%**

2016 年至 2018 年 1-6 月，公司 ABC 品牌卫生巾和护垫的产品结构变动对卫生巾和护垫产品毛利率的影响分别为下降 0.48 个百分点、下降 1.22 个百分点和下降 0.35 个百分点，Free 品牌卫生巾和护垫的产品结构变动对卫生巾和护垫产品毛利率的影响分别为上升 0.37 个百分点、上升 0.82 个百分点和上升 0.11 个百分点。

根据上表，2017 年公司 ABC 品牌和 Free 品牌产品结构变动对公司卫生巾和护垫产品毛利率变动的影响相对较大，主要原因系：公司 Free 品牌定位于年轻时尚的少女群体，为了充分抓住该部分消费群体，公司积极投入各种市场资源，加强对 Free 品牌的销售推广力度。尤其是公司 2016 年成功研发推出的 Free“纯

棉”系列产品，因受到消费者的认可，该系列产品销售收入迅速增长。2016 年和 2017 年，公司 Free 品牌销售收入分别较上年增长 24.32%和 52.60%，2017 年增长尤为快速。报告期内，由于 ABC 品牌的收入增幅低于 Free 品牌，因此，从产品结构来看，Free 品牌因收入占比逐年上升整体上对公司卫生巾和护垫产品的毛利率是正向影响，相应的 ABC 品牌因收入占比逐年下降整体上对公司卫生巾和护垫产品的毛利率是负向影响，且因 Free 品牌毛利率低于 ABC 品牌，整体上对公司 2016 年至 2018 年 1-6 月卫生巾和护垫产品毛利率的变动为负向影响。

公司其他品牌卫生巾和护垫主要系公司为其他客户进行受托加工生产的卫生巾和护垫产品，该等产品销售占比较低且相对稳定，其对公司卫生巾和护垫综合毛利率影响较小。

②各品牌卫生巾和护垫产品的销售单价和单位成本变动对毛利率的影响

报告期内，公司分品牌的卫生巾和护垫产品毛利率变动对卫生巾和护垫产品综合毛利率变动的贡献具体如下：

项 目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年
ABC 品牌	1.10%	-1.11%	-2.00%
Free 品牌	0.62%	0.21%	-0.15%
其他品牌	-0.03%	-0.08%	0.07%
合 计	**1.68%**	**-0.98%**	**-2.08%**

由上表可知，公司卫生巾和护垫产品毛利率变动主要受 ABC 品牌的卫生巾和护垫产品毛利率波动的影响，相对而言，Free 品牌的毛利率变动对公司卫生巾和护垫产品的毛利率变动影响较小。

报告期内，公司卫生巾和护垫产品销售单价和单位成本的变动情况如下：

单位：元

产品	项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年
		金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
卫生巾和护垫产品	销售单价	0.3951	1.36%	0.3898	-1.86%	0.3972	-2.41%	0.4070
	单位销售成本	0.2233	-1.46%	0.2266	0.31%	0.2259	1.57%	0.2224
	毛利率	43.47%		41.86%		43.14%		45.34%
其中：								
ABC 品	销售单价	0.4011	1.44%	0.3954	-2.18%	0.4042	-2.81%	0.4159

牌	单位销售成本	0.2218	-0.94%	0.2239	0.18%	0.2235	1.50%	0.2202
	毛利率	44.70%		43.36%		44.71%		47.06%
Free 品牌	销售单价	0.3876	2.87%	0.3771	2.20%	0.3690	-1.57%	0.3749
	单位销售成本	0.2377	-3.33%	0.2459	0.12%	0.2456	0.16%	0.2452
	毛利率	38.68%		34.79%		33.45%		34.60%

在产品销售定价方面，公司通过综合分析公司产品的市场规模、竞争对手定价、目标消费群以及同类产品的性价比等，结合产品成本及自身合理的利润水平确定每个细分产品的原始出厂价格。公司对各渠道客户均采取统一定价策略，对各渠道客户具体出厂价格仅因其下游渠道结构不同而略有差异。对同一客户，公司与其确定对其产品原始出厂价格后，报告期内均基本未发生过变动。在此基础上，公司产品最终销售的价格还受公司对各客户的折扣或返利政策的影响。公司根据市场状况及产品推广需要，在全国范围内或局部区域针对某些单品或产品组合制定折扣或返利方案，分别给予客户不同的折扣和返利，并以此作为最终的结算价格。因此，公司产品在销售单价方面，主要受公司折扣和返利政策的影响。

从销售单价来看，报告期各期，公司 ABC 品牌的卫生巾和护垫的产品销售单价分别为 0.4159 元/片、0.4042 元/片、0.3954 元/片和 0.4011 元/片，其中 2016 年和 2017 年，ABC 品牌的卫生巾和护垫产品的销售单价分别较上年下降了 2.81%和 2.18%，主要原因系：近年来，为进一步完善和优化销售渠道，公司不断加大经销商渠道下沉力度，争夺二、三线城市渠道市场份额，同时亦为应对激烈的市场竞争，进一步巩固现有市场占有份额，公司市场促销力度投入逐步加大所致。2018 年 1-6 月，公司 ABC 品牌的卫生巾和护垫产品销售价格略有提升，但变动较小。报告期各期，公司 Free 品牌的卫生巾和护垫的产品销售单价分别为 0.3749 元/片、0.3690 元/片、0.3771 元/片和 0.3876 元/片，2016 年至 2018 年 1-6 月逐步提升，主要是因为公司于 2016 年推出 Free 纯棉系列产品，其销售占比进一步提升，该系列产品销售单价和毛利均较高，从而使得 Free 品牌卫生巾和护垫的产品销售单价逐步提高。

从单位销售成本来看，报告各期，公司 ABC 品牌的卫生巾和护垫的单位销售成本分别为 0.2202 元/片、0.2235 元/片、0.2239 元/片和 0.2218 元/片，Free 品牌的卫生巾和护垫的单位销售成本分别为 0.2452 元/片、0.2456 元/片、0.2459 元/片和 0.2377 元/片，均基本保持稳定，其中 2018 年 1-6 月略有下降的主要原因

为护垫销售占比有所提升所致。

公司卫生巾和护垫产品均系向委托加工厂商采购，公司仅提供委托加工厂商生产过程中所需的配方液及部分产品的包装袋，公司提供的包装袋及配方液的成本占卫生巾和护垫产品总成本相对较低。除了混合装产品需要公司包装车间进行产品组合包装外，其他产品均无需公司进行再次加工，因此，公司向委托加工厂商采购成本的变动直接影响公司卫生巾和护垫产品的平均销售成本。报告期内，公司向主要委托加工厂商啟盛卫生、啟丰卫生和川田卫生采购卫生巾和护垫的单片价格分别为：

单位：元/片

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
卫生巾和护垫单片采购价格	0.1900	-1.77%	0.1934	1.14%	0.1912	1.63%	0.1882

从上表可见，公司销售的单片销售成本与采购成本变动基本保持一致。

综上所述，公司各品牌卫生巾和护垫产品的产品结构变动以及各品牌卫生巾和护垫产品的销售单价和单位成本变动整体导致公司卫生巾和护垫产品综合毛利率出现一定的波动。

（2）湿巾产品毛利率变动分析

报告期各期，公司湿巾产品的平均售价、平均销售成本及毛利率情况如下：

单位：元/片

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
销售单价	0.1566	4.05%	0.1505	-9.72%	0.1667	-3.81%	0.1733
单位销售成本	0.1088	3.23%	0.1054	-6.48%	0.1127	-1.83%	0.1148
毛利率	30.51%		29.96%		32.39%		33.76%

报告期内，公司湿巾产品的收入分别为 5,874.40 万元、4,392.03 万元、4,614.31 万元和 2,195.99 万元，占公司收入比例分别为 4.85%、3.28%、2.72%和 2.34%，对公司收入贡献较小且逐年下降。报告期各期，公司湿巾产品的毛利率分别为 33.76%、32.39%、29.96%和 30.51%，其中 2015 年至 2017 年，逐年小幅下降，2018 年 1-6 月有所回升。从产品销售单价来看，湿巾产品销售单价主要受公司市场促销活动各期投入力度的影响出现一定的波动；从单位销售成本来看，湿巾产

品的单位销售成本主要受直接材料成本的影响，报告期内，湿巾产品销售成本中直接材料成本占比分别为 78.87%、77.82%、81.06%和 80.81%，基本保持稳定。受直接原材料中无纺布采购价格下降的影响，2016 年和 2017 年湿巾产品的单位销售成本均有所下降。

总体上，公司湿巾产品因市场仍处于培育期，市场规模相对有限，公司总体采取市场维持策略，毛利率有一定下降，但总体保持相对稳定。

（3）护理液产品毛利率变动分析

报告期各期，公司护理液产品的平均售价、平均销售成本和毛利率情况如下：

单位：元/升

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
销售单价	49.99	-0.64%	49.67	-4.45%	51.98	1.06%	51.44
单位销售成本	25.64	-4.43%	26.83	0.84%	26.60	1.23%	26.28
毛利率	48.71%		45.99%		48.82%		48.91%

报告期各期，公司护理液产品的收入分别为 5,300.37 万元、4,605.84 万元、4,825.63 万元和 2,350.43 万元，占公司收入的比例分别为 4.38%、3.44%、2.85%和 2.51%，对公司收入贡献较小。报告期各期，护理液产品的毛利率分别为 48.91%、48.82%、45.99%和 48.71%。从销售单价来看，公司护理液产品的销售单价受公司市场促销活动各期投入力度的影响出现一定的波动；从单位销售成本来看，护理液产品的单位销售成本主要受直接材料成本的影响，报告期内，护理液产品的直接材料成本占比分别为 88.33%、87.20%、89.87%和 89.62%，基本保持稳定。2017 年下半年，公司生产护理液产品所使用的部分配方用料采购单价有一定下降，使得 2018 年 1-6 月单位销售成本有所下降，2015 年至 2017 年则基本保持稳定。

总体上，公司护理液产品因市场仍处于培育期，市场规模相对有限，公司总体采取市场维持策略，毛利率总体保持相对稳定。

2、主营业务毛利率按销售渠道的构成分析

公司产品销售以内销为主，主要采用经销商、KA 直销和电子商务等方式进行销售，此外有少量出口销售。报告期各期，公司各销售渠道的毛利率情况如下：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度

	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
经销商	44.34%	0.26%	44.08%	-0.29%	44.37%	-2.99%	47.36%
KA 直销	39.00%	5.40%	33.60%	-3.88%	37.48%	-2.69%	40.16%
电子商务	45.06%	5.86%	39.20%	-4.20%	43.40%	10.52%	32.88%
其他	32.21%	0.94%	31.27%	-6.11%	37.38%	4.24%	33.14%
合计	**43.29%**	**1.64%**	**41.65%**	**-1.25%**	**42.90%**	**-1.89%**	**44.79%**

报告期内，公司 KA 直销渠道的毛利率总体上低于经销商渠道和电子商务渠道，主要原因系：由于大型 KA 直销客户系国际国内知名的连锁超市经营者，综合实力强，具有极强的品牌效应和商品推广能力，议价能力较强，公司通常给予其较多的折扣和返利政策优惠，公司相对毛利空间会小一些。具体各产品在各个渠道的毛利率对比情况如下：

（1）卫生巾和护垫产品各个渠道毛利率对比情况

报告期各期，公司卫生巾和护垫产品在各个销售渠道的毛利率及变动情况如下：

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
经销商渠道	44.45%	0.16%	44.29%	-0.21%	44.50%	-3.62%	48.12%
KA 直销渠道	39.10%	5.80%	33.30%	-4.46%	37.75%	-2.31%	40.07%
电子商务渠道	45.74%	6.28%	39.46%	-5.10%	44.56%	11.53%	33.02%
卫生巾和护垫综合毛利率	43.47%	1.61%	41.86%	-1.28%	43.14%	-2.21%	45.34%

报告期内，公司卫生巾和护垫产品在经销商渠道下的毛利率接近并略高于电子商务渠道，同时经销商渠道和电子商务渠道毛利率在 2016 年至 2018 年 1-6 月均高于 KA 直销渠道，主要原因系：

一方面，公司电子商务客户除京东外，其他第三方专业电子商务服务公司相当于公司网络经销商，公司对该等客户均采用卖断销售方式进行销售，因此其毛利率应与经销商接近，但同时因为电子商务渠道直接面对消费者，公司需对其进行较多的促销投入支持，因此使得其毛利率略低于经销商毛利率；另一方面，在公司经营策略中，公司原则上不对商超系统进行直销，而仅在部分大型连锁商超系统要求直销时，或经销商因该大型连锁商超系统在服务、账期等方面要求较高而无法实现较好盈利水平时，公司才将该等商超系统作为 KA 直销客户。因此，

相较其他快消品行业企业而言，公司 KA 直销客户数量较少、集中度较高，报告期内公司所合作 6 家 KA 直销客户均具备突出的市场地位和相对优势。公司为维持公司产品的市场占有率，会寻求与其保持较稳定的合作关系，对其销售产品促销力度均较高，从而使得公司 KA 直销渠道销售毛利率较低，且低于经销商渠道和电子商务渠道毛利率。

具体就各个渠道下卫生巾和护垫产品毛利率变动分析如下：

①公司经销商渠道下卫生巾和护垫产品毛利率 2016 年相对 2015 年下降 3.62 个百分点，主要是 2016 年公司因积极下沉销售渠道开拓了较多新增经销商，为支持其市场开拓，公司较 2015 年加大了市场促销投入力度，从而使得业务规模增长的同时，毛利率有所下降。2017 年和 2018 年 1-6 月，公司经销商渠道毛利率分别较上期保持稳定。

②鉴于公司 KA 直销客户均系大型连锁商超，在业内具有较为突出的行业地位和市场影响力，报告期内公司为维护渠道关系，对其市场促销力度较大，使公司 KA 直销渠道较 2016 年和 2017 年卫生巾和护垫产品的毛利率均有所下滑。2018 年上半年，公司调整促销策略，减少了“三八”期间在部分 KA 商场如大润发和家乐福的促销投入，以避免与其他品牌进行直接的竞争，因此毛利率有所上升。

③电子商务渠道下，公司卫生巾和护垫产品的毛利率 2016 年相对 2015 年增长较大，主要原因系 2015 年主要通过客户广州市百库电子科技有限公司进行电子商务渠道销售，2016 年因该公司被第三方收购后进行了业务转型，公司结束与其合作，并引入或加大与其他第三方专业电子商务服务公司的合作。因上述客户结构调整原因，2016 年公司市场促销投入有所下降，使得毛利率上升较多。2017 年，公司与新电子商务客户保持稳定合作，促销投入有所增长，毛利率有所下降。因电子商务市场促销一般在下半年如“双十一”期间投入较大，因此 2018 年 1-6 月公司促销投入相对较小，毛利率较 2017 年全年有所回升。

（2）湿巾产品各个渠道毛利率对比情况

报告期各期，公司湿巾产品在各个销售渠道的毛利率及变动情况如下：

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率

经销商渠道	32.53%	-0.09%	32.62%	-1.80%	34.42%	-0.27%	34.69%
KA 直销渠道	23.01%	-0.57%	23.58%	0.94%	22.64%	-9.32%	31.96%
电子商务渠道	29.32%	-0.23%	29.55%	-3.58%	33.13%	7.32%	25.81%
湿巾产品综合毛利率	30.51%	0.56%	29.96%	-2.43%	32.39%	-1.37%	33.76%

报告期内，公司湿巾产品在各渠道下的毛利率差异情况与卫生巾和护垫产品类似，经销商渠道下的毛利率接近并略高于电子商务渠道，同时经销商渠道和电子商务渠道毛利率在 2016 年至 2018 年 1-6 月均高于 KA 直销渠道。公司湿巾产品的销售主要由经销商和 KA 直销渠道贡献，电子商务渠道较少。公司经销渠道下湿巾产品的毛利率高于 KA 直销渠道，主要原因系公司湿巾产品仍处于市场培育期，公司在大型连锁商超推广促销力度更大一些所致。公司总体上对湿巾产品采取市场维持策略，报告期各个渠道的毛利率会因为促销投入差异有所波动。

（3）护理液产品各个渠道毛利率对比情况

报告期各期，公司护理液产品在各个销售渠道的毛利率及变动情况如下：

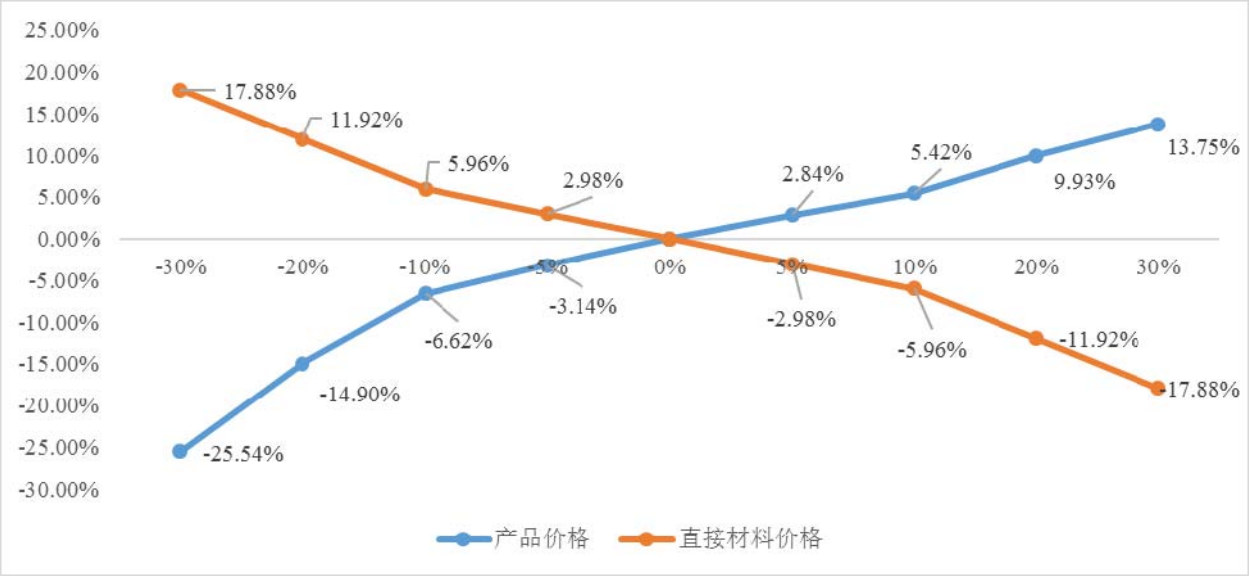
项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
经销商渠道	53.01%	4.02%	48.99%	-4.66%	53.65%	3.39%	50.26%
KA 直销渠道	44.67%	0.80%	43.86%	3.22%	40.64%	-5.82%	46.47%
电子商务渠道	42.61%	0.37%	42.24%	0.99%	41.25%	-3.16%	44.41%
护理液综合毛利率	48.71%	2.72%	45.99%	-2.83%	48.82%	-0.09%	48.91%

报告期内，公司护理液产品在电子商务渠道和 KA 直销渠道下的毛利率相接近，且均低于经销商渠道，主要系公司护理液产品处于市场培育期，公司在大型连锁商超以及电子商务渠道推广促销力度更大一些，相应的导致护理液产品在经销商渠道的毛利率要高于 KA 直销渠道和电子商务渠道。公司护理液产品因市场仍处于培育期，市场规模相对有限，公司总体采取市场维持策略，报告期各个渠道的毛利率虽然有一定波动但总体保持相对稳定。

此外，公司有少量产品出口销售，主要系公司为其他客户受托加工生产的卫生巾和护垫产品，报告期内该等出口销售的毛利率分别为 33.14%、37.38%、31.27%和 32.21%。报告期内，公司出口渠道业务销售金额和占比整体相对较小，对公司整体毛利率影响较小。

3、主营业务毛利率敏感性分析

假定报告期内其他因素不变，以 2018 年 1-6 月的销售收入、产品结构和成本构成为例，则公司最主要的产品卫生巾和护垫产品的毛利率受产品价格和直接材料价格变动的影响情况如下：



4、公司与同行业可比公司毛利率对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司毛利率对比情况如下：

名称	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
恒安国际（01044.HK）	39.64%	46.91%	48.78%	47.90%
维达国际（03331.HK）	29.70%	29.66%	31.66%	30.51%
千金药业（600479.SH）	46.81%	44.96%	44.80%	46.05%
平均	38.72%	40.51%	41.75%	41.49%
景兴健护	43.29%	41.65%	42.90%	44.79%

注：数据来源于各同行业可比公司的年度报告和半年度报告。

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要系产品结构，生产和经营模式、策略，及产品定位等存在一定差异，具体分析如下：

恒安国际经营的主要产品包括生活用纸、卫生巾和护垫以及纸尿裤，2017 年生活用纸占其收入比例接近 50%。虽然生活用纸产品标准化程度较高，毛利率相对卫生巾和护垫产品低一些，但恒安国际对卫生巾和护垫主要采取自主生产模式，且经营产品种类相对较多，规模和协同效应明显，其卫生巾和护垫的毛利率高于公司，亦使得在 2015 年至 2017 年恒安国际综合毛利率高于公司综合毛利率。

维达国际经营的主要产品为生活用纸、个人护理产品等，且以生活用纸为主，2017 年维达国际生活用纸占其收入比例为 81%，集中度较高。因生活用纸产品

毛利率相对卫生巾和护垫产品低一些，而公司销售则主要以卫生巾和护垫为主，因此维达国际综合毛利率低于公司综合毛利率。

千金药业主要经营中成药、化学药和女性卫生用品产品，其中又以药品经营为主，女性卫生用品产品销售整体规模相对较小，因此其综合毛利率与公司综合毛利率存在差异。

综上所述，公司综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，是与公司和可比公司在产品结构，生产和经营模式、策略，及产品定位等综合因素相关，是合理的。

（五）报告期内公司利润的主要来源及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

报告期内，公司经营概况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	93,710.17	169,361.31	26.42%	133,972.38	10.67%	121,058.38
营业成本	53,139.32	98,820.47	29.18%	76,499.16	14.46%	66,836.20
营业利润	11,498.44	15,751.48	40.26%	11,229.95	8.44%	10,355.49
利润总额	11,477.86	17,683.00	43.69%	12,306.36	19.49%	10,299.35
净利润	9,356.36	13,978.36	36.96%	10,206.40	25.16%	8,154.40

报告期内，随着公司经营策略的有效贯彻和各项业务的稳步推进，公司品牌价值进一步提升，销售渠道逐步完善，公司营业收入、营业利润、净利润均实现了持续增长，公司盈利情况良好，净利润主要来源于营业利润。未来，随着国民尤其是女性的收入水平和教育水平的提升，消费者消费观念的持续升级，以及我国零售业市场的进一步拓展和销售渠道的进一步完善，公司的盈利能力将进一步得到提升。

（六）期间费用

报告期内，公司期间费用的具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 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	金额	占营业收入比例
销售费用	24,175.44	25.80%	43,030.84	25.41%	37,199.59	27.77%	33,631.21	27.78%
管理费用	3,187.83	3.40%	7,529.05	4.45%	5,099.07	3.81%	5,005.89	4.14%
研发费用	1,535.43	1.64%	2,967.32	1.75%	3,095.65	2.31%	3,220.73	2.66%
财务费用	-97.68	-0.10%	-253.01	-0.15%	-187.16	-0.14%	479.23	0.40%
合计	**28,801.02**	**30.73%**	**53,274.21**	**31.46%**	**45,207.14**	**33.74%**	**42,337.07**	**34.97%**

报告期内，公司期间费用总额分别为 42,337.07 万元、45,207.14 万元、53,274.21 万元和 28,801.02 万元，占营业收入比例分别为 34.97%、33.74%、31.46%和 30.73%。虽然公司期间费用总额不断增长，但其占营业收入比例持续下降，主要得益于公司在销售收入实现稳步增长的同时，也有效加强了自身费用的控制与管理。具体情况如下：

1、销售费用

报告期内，公司销售费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传费	5,071.34	20.98%	9,749.19	22.66%	9,436.71	25.37%	8,332.78	24.78%
市场促销服务费	7,426.16	30.72%	12,640.08	29.37%	9,180.08	24.68%	-	-
职工薪酬	3,650.40	15.10%	6,101.96	14.18%	5,526.88	14.86%	13,706.23	40.75%
促销推广费	3,954.98	16.36%	7,389.83	17.17%	6,624.62	17.81%	6,704.72	19.94%
配送物流费	1,990.81	8.23%	3,856.94	8.96%	3,146.15	8.46%	2,582.89	7.68%
差旅费	780.28	3.23%	1,350.99	3.14%	1,292.63	3.47%	1,035.45	3.08%
办公费	122.32	0.51%	232.56	0.54%	236.91	0.64%	373.10	1.11%
租金物管费	181.71	0.75%	350.20	0.81%	228.56	0.61%	168.04	0.50%
市场调研费	347.53	1.44%	358.02	0.83%	581.29	1.56%	265.36	0.79%
业务招待费	68.99	0.29%	220.45	0.51%	209.81	0.56%	187.65	0.56%
其他费用	580.91	2.40%	780.62	1.81%	735.96	1.98%	274.98	0.82%
合计	**24,175.44**	**100.00%**	**43,030.84**	**100.00%**	**37,199.59**	**100.00%**	**33,631.21**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用主要包括销售人员职工薪酬、市场促销服务费、广告宣传费、促销推广费和配送物流费等。

报告期内，公司销售费用金额分别为 33,631.21 万元、37,199.59 万元、

43,030.84 万元和 24,175.44 万元，其中，2016 年和 2017 年公司销售费用分别同比增长了 10.61%和 15.68%，持续增长，主要原因系：第一，报告期内随着公司销售规模增长，相应的职工薪酬、物流配送费和差旅费等均有所增长；第二，公司主营产品属于快消品行业，为保持和提升品牌知名度，公司需要持续维持较高广告宣传和促销推广投入；第三，随着公司经营规模的扩大，为了更好地配合品牌推广与产品销售，公司在零售终端尤其是重点商超持续投入资源进行市场促销服务。

由于公司所处快速消费品行业中普遍存在对导购、理货等市场促销服务的需求，2016 年 2 月前，公司通过劳务派遣形式解决上述需求，并将该等费用计入销售费用之职工薪酬；2016 年 2 月后，公司直接向提供市场促销服务的人力资源公司采购导购、理货等市场促销服务，相应地将该等费用计入销售费用之市场促销服务费。

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：

名称	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
恒安国际（01044.HK）	11.54%	19.63%	19.30%	17.64%
维达国际（03331.HK）	15.87%	17.44%	17.21%	16.15%
千金药业（600479.SH）	32.60%	29.61%	30.08%	32.77%
平均	20.00%	22.23%	22.20%	22.19%
景兴健护	25.80%	25.41%	27.77%	27.78%

注：数据来源于各同行业可比公司的年度报告和半年度报告。

报告期内，公司销售费用率高于恒安国际和维达国际，主要原因系：维达国际以生活用纸类产品为主，恒安国际的业务分部中生活用纸的收入占比亦接近 50%。生活用纸类产品标准化程度较高，消费者容易选择，因此在零售终端配置的如导购等市场促销服务资源投入相对较少，且在广告宣传投入上亦会少一些，而公司主营产品卫生巾和护垫、湿巾和护理液，消费者进行购买时更加谨慎，因此需要投入较多的导购等市场促销服务进行品牌推广，以及广告宣传和促销推广等。

报告期内，公司销售费用率总体低于千金药业，主要系千金药业属医药制造行业，其核心业务为药品经营，基于行业特点，其销售费用率要高于快消品行业的公司。

综上，公司销售费用率与同行业可比公司存在一定差异，是与公司现有主营产品结构、广告宣传和促销推广策略等相关的，具有合理性。

2、管理费用及研发费用

（1）管理费用

报告期内，公司管理费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,464.00	45.92%	2,815.29	37.39%	2,116.23	41.50%	1,672.92	33.42%
股份支付	-	-	1,692.00	22.47%	-	-	-	-
日常办公费	690.88	21.67%	1,057.47	14.05%	1,028.06	20.16%	1,054.43	21.06%
折旧及摊销费	303.62	9.52%	631.22	8.38%	636.61	12.48%	620.38	12.39%
租金物管费	210.04	6.59%	422.12	5.61%	409.33	8.03%	418.60	8.36%
中介咨询费	230.58	7.23%	275.82	3.66%	251.97	4.94%	225.35	4.50%
装修费	130.76	4.10%	261.52	3.47%	234.96	4.61%	268.55	5.36%
税费	-	-	-	-	107.91	2.12%	345.96	6.91%
其他费用	157.97	4.96%	373.61	4.96%	314.01	6.16%	399.69	7.98%
合计	**3,187.83**	**100.00%**	**7,529.05**	**100.00%**	**5,099.07**	**100.00%**	**5,005.89**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用主要包括行政管理及辅助人员薪酬日常办公费和折旧及摊销费等。报告期各期，公司管理费用金额分别为 5,005.89 万元、5,099.07 万元、7,529.05 万元和 3,187.83 万元，其中 2017 年公司管理费用较上年增加了 2,429.98 万元，主要系 2017 年公司对员工进行了股权激励而确认的股份支付费用以及管理人员薪酬成本增加所致。总体而言，公司报告期内的管理费用基本保持稳定。

①管理人员职工薪酬

报告期各期，公司管理人员薪酬情况如下：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
管理人员薪酬总额（万元）	1,464.00	2,815.29	2,116.23	1,672.92
管理人员数量（人）	228	223	215	198
管理人员年均薪酬（万元）	6.43	12.64	9.86	8.44

注：管理人员数量为月度加权平均人数。

报告期各期，公司管理费用职工薪酬总额分别为 1,672.92 万元、2,116.23 万元、2,815.29 万元和 1,464.00 万元，逐年上升，主要原因系：一方面，随着报告期内公司业务规模逐年提升，报告期内公司计提业绩相关奖金金额有所增加，相应的管理人员薪酬总额亦有所提升；另一方面，近年来随着社会人力资本的提升，公司对管理人员的薪酬亦有所提升。

②股份支付费用

2017 年 11 月 20 日，公司第三次临时股东大会决议同意两家员工持股平台佛山百优顺、佛山创变及员工梁素云增资入股，分别认购 401 万股、437.5 万股和 7.5 万股，每股面值 1 元，认购价格 2 元/股。公司参照同期外部投资者朱剑锋、张伟明的增资价格，进行股份支付处理，具体如下：

A、本次员工股权激励授予价格为 2 元/股；

B、公允价值及确定依据：2017 年 12 月 14 日，公司第五次临时股东大会决议同意引入外部投资者，由朱剑锋、张伟明分别认购 230 万股、150 万股，每股面值 1 元，认购价格 4 元/股。该等外部投资者增资入股对应的企业估值（投资后）约为 2017 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 PE 的 11.04 倍，即市盈率估值约为 11.04 倍，且同期无其他投资者增资或受让公司股份。综合 2017 年 12 月朱剑锋、张伟明等外部投资者的增资价格以及对应的市盈率估值情况，确定本次员工股权激励计提股份支付的公允价值为 4 元/股。

C、股份支付的人员名单及职务：本次股权激励的对象为两个员工持股平台佛山百优顺、佛山创变以及员工梁素云，该等股权激励对象的最终人员名单及职务情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他股东”。

D、股份支付费用的计算过程：佛山百优顺、佛山创变以及梁素云对公司认购股份总数为 846 万股，根据上述公允价值与股权激励授予价格之间的差异即 2 元/股，确认股份支付费用为 1,692 万元，计入当期损益，并作为非经常性损益，同时确认资本公积。

（2）研发费用

报告期内，公司的研发费用分别为 3,220.73 万元、3,095.65 万元、2,967.32 万元和 1,535.43 万元，总体保持稳定，主要系公司研发项目耗用的材料、人工及其他费用等。

（3）公司管理费用及研发费用占营业收入比例与同行业可比公司对比

报告期内，公司管理费用和研发费用合计费率与同行业可比公司管理费用率比较情况如下：

名称	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
恒安国际（01044.HK）	5.61%	6.52%	7.69%	6.99%
维达国际（03331.HK）	5.09%	5.39%	6.04%	5.96%
千金药业（600479.SH）	8.09%	6.92%	7.54%	8.83%
平均	6.26%	6.28%	7.09%	7.26%
景兴健护	5.04%	6.20%	6.12%	6.80%

注：数据来源于各同行业可比公司的年度报告和半年度报告。

从上表中可以看到，报告期内公司管理费用率与同行业可比公司及平均水平总体相当，不存在明显差异，均维持在合理水平。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息支出	-	-	-	601.38
减：利息收入	150.05	289.80	190.13	107.41
加：汇兑损失	43.13	21.61	-	-
减：汇兑收益	-	-	6.78	21.99
手续费用	9.24	15.18	9.75	7.25
合计	**-97.68**	**-253.01**	**-187.16**	**479.23**

报告期内，公司财务费用主要系公司银行存款产生的利息收入。其中 2015 年公司财务费用中的利息支出为 601.38 万元，主要系向银行借款和对关联方邓锦明拆借资金形成的利息支出。

（七）利润表其他项目

1、税金及附加

公司税金及附加主要由城市维护建设税、教育费附加和地方教育附加构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
房产税	59.45	118.91	79.27	-
土地使用税	21.34	42.67	28.43	-
营业税	-	-	57.88	94.56
印花税	37.27	86.99	41.66	-
城市维护建设税	472.05	883.94	683.30	855.50
教育费附加	202.31	378.83	292.84	366.64
地方教育费附加	134.87	252.56	195.23	244.43
合计	**927.28**	**1,763.91**	**1,378.62**	**1,561.13**

注：根据财会【2016】22 号文规定，2016 年 5 月起将房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费由“管理费用”调整至“税金及附加”。

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账损失	-93.09	304.99	-178.67	-191.76
存货跌价损失	109.83	116.55	129.02	157.20
合计	**16.74**	**421.53**	**-49.65**	**-34.56**

公司资产减值损失包括坏账损失和存货跌价损失。报告期内，公司资产减值损失金额分别为-34.56 万元、-49.65 万元、421.53 万元和 16.74 万元，其中 2017 年公司资产减值损失金额较 2016 年增长较多，主要原因系 2017 年末公司应收账款余额增加导致对应收账款计提的坏账准备金额增加所致。

报告期内公司资产减值损失金额总体较小，对经营业绩影响也较小。

3、投资收益

报告期内，公司投资收益金额分别为 0.00 万元、292.84 万元、666.18 万元和 568.00 万元，主要系公司利用暂时闲置的流动资金进行银行理财的收益。报告期内，公司购买银行理财产品及相关投资收益情况如下：

单位：万元

产品名称	收益率（%）	认购金额	起息日	到期日	投资收益
中银保本理财	3.2	10,000.00	2016-1-29	2016-3-31	54.36
中银保本理财	3.2	4,000.00	2016-1-29	2016-3-31	21.74

产品名称	收益率（%）	认购金额	起息日	到期日	投资收益
中银保本理财	2.6	1,500.00	2016-4-1	2016-6-30	9.62
中银保本理财	2.3	10,000.00	2016-4-1	2016-4-29	17.64
中银保本理财	2.5	10,000.00	2016-5-13	2016-6-30	32.88
中银保本理财	2.7	15,000.00	2016-7-1	2016-9-30	100.97
中银保本理财	2.3	10,000.00	2016-10-12	2016-12-29	49.15
中银保本理财	1.5	8,000.00	2016-12-21	2016-12-30	2.96
中银保本理财	1	8,000.00	2016-12-27	2016-12-30	0.66
中银保本理财	1.9	5,000.00	2016-12-19	2016-12-30	2.86
2016 年合计	-	81,500.00	-	-	292.84
中银保本理财	2.8	4,500.00	2017-1-26	2017-2-13	6.21
中银保本理财	2.9	15,000.00	2017-1-5	2017-3-31	101.30
中银保本理财	2.8	4,500.00	2017-1-25	2017-2-13	6.56
中银保本理财	2.8	3,500.00	2017-1-25	2017-2-13	5.10
中银保本理财	2.9	3,000.00	2017-2-15	2017-3-15	6.67
中银保本理财	2.9	3,000.00	2017-2-15	2017-3-15	6.67
中银保本理财	2.9	5,000.00	2017-2-16	2017-3-15	10.73
全球智选 2017258	2.8	5,000.00	2017-4-7	2017-5-15	14.58
全球智选 2017258	2.8	5,000.00	2017-4-7	2017-5-15	14.58
全球智选 2017259	4	5,000.00	2017-4-7	2017-5-15	20.82
全球智选 2017259	4	5,000.00	2017-4-7	2017-5-15	20.82
全球智选 2017344	2.8	5,000.00	2017-4-28	2017-6-28	23.40
全球智选 2017345	4	5,000.00	2017-4-28	2017-6-28	33.42
全球智选 2017470	3.8	6,000.00	2017-5-27	2017-6-30	21.24
全球智选 2017470	3.8	3,000.00	2017-5-27	2017-6-30	10.62
全球智选 2017471	2.6	6,000.00	2017-5-27	2017-6-30	14.53
全球智选 2017471	2.6	3,000.00	2017-5-27	2017-6-30	7.27
全球智选 2017627	4.2	10,000.00	2017-7-12	2017-9-29	90.90
全球智选 2017627	4.2	2,500.00	2017-7-12	2017-9-29	22.73
全球智选 2017628	3	10,000.00	2017-7-12	2017-9-29	64.93
全球智选 2017628	3	2,500.00	2017-7-12	2017-9-29	16.23
全球智选 20171009	3.2	3,000.00	2017-10-12	2017-11-17	9.47
全球智选 20171010	4.3	3,000.00	2017-10-12	2017-11-17	12.72
中银保本理财	4.2	14,000.00	2017-10-12	2017-12-28	124.04

产品名称	收益率（%）	认购金额	起息日	到期日	投资收益
2017 年合计	-	131,500.00	-	-	665.55
全球智选 20180046	4.4	10,000.00	2018-1-9	2018-3-30	96.44
全球智选 20180047	3.5	10,000.00	2018-1-9	2018-3-30	76.71
全球智选 20180048	4.3	4,000.00	2018-1-9	2018-2-28	23.56
全球智选 20180049	3.4	4,000.00	2018-1-9	2018-2-28	18.63
中银保本理财	3	6,000.00	2018-2-7	2018-3-1	10.85
中银保本理财	3	4,000.00	2018-2-7	2018-3-1	7.23
全球智选 20180462	3	9,000.00	2018-4-4	2018-6-29	63.62
全球智选 20180462	3	8,000.00	2018-4-4	2018-6-29	56.55
全球智选 20180462	3	3,000.00	2018-4-4	2018-6-29	21.21
全球智选 20180463	4.1	9,000.00	2018-4-4	2018-6-29	86.94
全球智选 20180463	4.1	8,000.00	2018-4-4	2018-6-29	77.28
全球智选 20180463	4.1	3,000.00	2018-4-4	2018-6-29	28.98
2018 年 1-6 月合计	-	78,000.00	-	-	568.00

注：2017 年理财产品投资收益与公司投资收益的差异为 0.63 万元，为银行保函保证金利息收益。

公司在购买和赎回银行理财产品时均通过其他流动资产科目核算，相关的投资收益在实际收到时通过投资收益科目核算，并计入当期损益。

4、其他收益

报告期内，公司其他收益金额分别为 0.00 万元、0.00 万元、4.11 万元和 104.63 万元。2018 年公司其他收益主要为公司收到的企业研究开发补助资金 102.13 万元。报告期内，公司计入其他收益的政府补助情况如下：

单位：万元

期间	项目	具体用途	到账时间	金额	计入当期损益金额	类型	主要依据文件
2018 年 1-6 月	2017 年企业研发补助	研发补助	2018.4.29	102.13	102.13	与收益相关	《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》（粤财工〔2015〕246 号）
	《2015 年度省协同创新与平台环境建设》项目专项资金	购置研发设备	2016.5.31	40.00	2.50	与资产相关	关于印发《广东省协同创新与平台环境建设专项资金管理办法》的通知（粤财教【2014】

期间	项目	具体用途	到账时间	金额	计入当期损益金额	类型	主要依据文件
2017 年	《2015 年度省协同创新与平台环境建设》项目专项资金	购置研发设备	2016.5.31	40.00	4.11	与资产相关	280 号）

5、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
政府补助	-	2,038.99	1,161.73	42.00
赔偿金、违约金及罚款收入	-	0.30	2.31	12.38
非流动资产毁损报废利得	-	-	-	0.07
其他	2.06	7.49	12.44	7.78
营业外收入合计	**2.06**	**2,046.78**	**1,176.47**	**62.23**
利润总额	11,477.86	17,683.00	12,306.36	10,299.35
营业外收入占利润总额比例	**0.02%**	**11.57%**	**9.56%**	**0.60%**

报告期内，公司营业外收入主要为政府补助，具体构成情况如下：

单位：万元

期间	项目	具体用途	到账时间	金额	计入当期损益的金额	类型	主要依据文件
2017 年	佛山市南海区“北斗星计划”扶持奖励资金	区内新增项目投资、品牌建设、自主创新和技术改造等	2017.12.29	1,993.99	1,993.99	与收益相关	《佛山市南海区人民政府关于印发佛山市南海区“北斗星计划”实施办法的通知》（南府[2013]95 号）
	高新技术扶持奖励	企业发展	2017.10.12	15.00	15.00	与收益相关	《佛山市南海区人民政府关于印发佛山市南海区推进高新技术企业发展专项扶持奖励办法的通知》（南府[2016]24 号）
	2016 年佛山市高新技术企业补助资金	企业发展	2017.8.30	10.00	10.00	与收益相关	《佛山市财政局关于清算 2016 年佛山市高新技术企业补助资金的通知》（佛财工[2017]67 号）

期间	项目	具体用途	到账时间	金额	计入当期损益的金额	类型	主要依据文件
	佛山市企业上市扶持奖励	企业发展	2017.5.4	20.00	20.00	与收益相关	《佛山市人民政府办公室关于修订佛山市企业上市扶持奖励办法的通知》（佛府办[2012]84号）
2016年	佛山市南海区“北斗星计划”扶持奖励资金	区内新增项目投资、品牌建设、自主创新和技术改造等	2016.10.25	957.09	957.09	与收益相关	《佛山市南海区人民政府关于印发佛山市南海区“北斗星计划”实施办法的通知》（南府[2013]95号）
	自主创新奖励	企业发展	2016.9.8	22.00	22.00	与收益相关	《佛山市南海区桂城街道办事处鼓励自主创新发展扶持办法》
	高新技术产品扶持奖励	企业发展	2016.8.17	0.50	0.50	与收益相关	《佛山市南海区人民政府关于印发佛山市南海区推进高新技术企业发展专项扶持奖励办法的通知》（南府[2016]24号）
	《2015年度省协同创新与平台环境建设》项目专项资金	研发补助	2016.5.31	60.00	60.00	与收益相关	关于印发《广东省协同创新与平台环境建设专项资金管理办法》的通知（粤财教[2014]280号）
		购置研发设备	2016.5.31	40.00	0.34	与资产相关	
	2015年度佛山市科技创新平台项目	科技创新平台补助	2016.4.22	20.00	20.00	与收益相关	《佛山市财政局关于下达2015年佛山市科技计划项目资金的通知》（佛财工[2015]143号）
	2014年度佛山市南海区科技工作先进单位奖	企业发展	2016.3.26	0.80	0.80	与收益相关	《佛山市南海区人民政府关于表彰2014年度佛山市南海区科技进步奖项目、科技工作先进单位和优秀科技工作者的通报》（南府[2015]43号）

期间	项目	具体用途	到账时间	金额	计入当期损益的金额	类型	主要依据文件
	2015 年度佛山市南海区科技工作先进单位奖	企业发展	2016.12.27	1.00	1.00	与收益相关	《佛山市南海区人民政府关于表彰2015 年度佛山市南海区科技进步奖项目、科技工作先进单位和优秀科技工作者的通报》（南府[2016]37 号）；
	自主创新奖励	企业发展	2016.1.5	100.00	100.00	与收益相关	关于印发《佛山市南海区推进品牌战略与自主创新扶持奖励办法》的通知（南府[2012]85 号）
2015 年	自主创新奖励	企业发展	2015.12.25	10.00	10.00	与收益相关	《佛山市南海区桂城街道办事处鼓励自主创新发展扶持办法》
	创知名品牌奖励	企业发展	2015.10.10	20.00	20.00	与收益相关	关于印发《佛山市南海区推进品牌战略与自主创新扶持奖励办法》的通知（南府[2012]85 号）
	制定技术标准奖励	企业发展	2015.10.10	6.00	6.00	与收益相关	
	完善计量检测体系奖励	企业发展	2015.10.10	2.00	2.00	与收益相关	
	自主创新奖励	企业发展	2015.1.20	4.00	4.00	与收益相关	

注：上述政府补助中，除公司 2016 年 5 月根据《广东省协同创新与平台环境建设专项资金管理办法》的通知（粤财教[2014]280 号）收到的 40 万元资金用于购置研发设备，并计入与资产相关的政府补助即递延收益外，公司收到的其他政府补助均系与收益相关的政府补助，即计入当期损益。

报告期各期，公司营业外收入中政府补助金额分别为 42.00 万元、1,161.73 万元、2,038.99 万元和 0.00 万元，其中 2016 年和 2017 年公司政府补助金额相对较大，主要系公司 2016 年和 2017 年根据《佛山市南海区人民政府关于印发佛山市南海区“北斗星计划”实施办法的通知》分别获得扶持资金 957.09 万元和 1,993.99 万元。

6、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产毁损报废损失	1.98	3.08	14.11	5.99

对外捐赠	10.00	111.71	81.95	110.80
罚款及税收滞纳金支出	7.00	0.04	-	-
其他	3.66	0.44	4.00	1.58
营业外支出合计	**22.65**	**115.27**	**100.06**	**118.37**
利润总额	11,477.86	17,683.00	12,306.36	10,299.35
营业外支出占利润总额比例	**0.20%**	**0.65%**	**0.81%**	**1.15%**

报告期内，公司营业外支出分别为 118.37 万元、100.06 万元、115.27 万元和 22.65 万元，占利润总额比例分别为 1.15%、0.81%、0.65%和 0.20%，主要为对外捐赠和固定资产报废损失。报告期内，公司营业外支出对公司利润总额的影响较小，对经营业绩影响较小。

7、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
当期所得税费用	2,138.64	4,175.70	2,339.99	2,720.30
递延所得税费用	-17.14	-471.06	-240.03	-575.34
合计	**2,121.50**	**3,704.64**	**2,099.96**	**2,144.96**

2015 年-2017 年，随着公司经营规模不断扩大，利润总额持续快速增长，使得当期所得税费用逐年增加。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

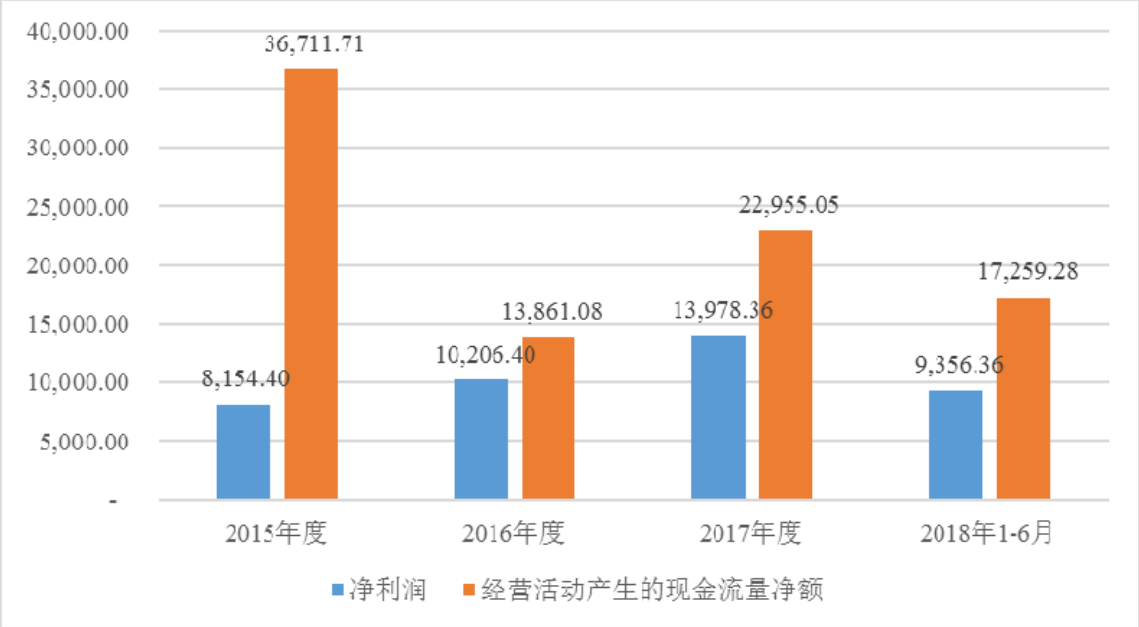
单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生现金流量净额	17,259.28	22,955.05	13,861.08	36,711.71
投资活动产生现金流量净额	-2,868.81	-1,849.76	-1,061.08	-541.54
筹资活动产生现金流量净额	343.39	-8,775.37	3,725.00	-18,929.84
现金及现金等价物净增加额	14,752.97	12,322.38	16,534.86	17,245.79
期末现金及现金等价物余额	68,205.10	53,452.13	41,129.74	24,594.88

（一）经营活动产生的现金净流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润对比情况如下：

单位：万元



报告期各期，公司经营活动现金净流量分别为 36,711.71 万元、13,861.08 万元、22,955.05 万元和 17,259.28 万元，经营活动现金流量水平良好，公司经营活动获取现金的能力较强，均大于公司最近三年及一期盈利水平。公司净利润与经营活动现金净流量之间的差异主要系各期公司存货余额、经营性应收项目和经营性应付项目的增减变化所致。

（二）投资活动产生的现金净流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-541.54 万元、-1,061.08 万元、-1,849.76 万元和-2,868.81 万元，公司投资活动现金流量净额均为负数，主要系报告期内公司对爱碧斯健护产业中心项目、物流中心配套宿舍项目和产业用房项目等项目的固定资产资本性支出所致。报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金金额分别为 545.01 万元、1,354.15 万元、2,336.16 万元和 3,436.81 万元。

2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司收回投资收到的现金金额分别为 81,500 万元、131,500 万元和 78,000 万元，均系各期累计赎回理财产品本金金额；2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司投资支付的现金金额分别为 81,500 万元、131,500 万元和 78,000 万元，均系各期累计购买理财产品本金金额。

（三）筹资活动产生的现金净流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金净流量金额分别为-18,929.84 万元、

3,725.00 万元、-8,775.37 万元和 343.39 万元。其中，2015 年度公司筹资活动产生的现金净流量金额为负数，主要系公司当年偿还了对银行和实际控制人之一邓锦明的借款所致。2016 年度，公司收到股东邓锦明投入的增资款项 3,750.00 万元，导致当年筹资活动产生的现金流量净额为正数。2017 年度，公司向公司合计向股东派发现金股利 10,000.00 万元，同时收到新增股东投入增资款项 2,277.00 万元，导致当年筹资活动产生的现金流量净额为负数。

四、重大资本性支出情况

（一）报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金金额分别为 545.01 万元、1,354.15 万元、2,336.16 万元和 3,436.81 万元，主要系公司基建投资、购置机器设备等支出。报告期内，公司重大资本性支出均围绕主营业务开展，相关投入可进一步完善业务体系、提升业务效能，符合公司的业务发展规划和市场需求趋势，将有效提升公司持续盈利能力。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至本招股说明书签署之日，除本次发行的募集资金涉及的项目投资外，公司未来可预见的重大资本性支出还包括爱碧斯健护产业中心项目和物流中心配套宿舍项目。其中，爱碧斯健护产业中心项目预算建设费用为 20,340.01 万元，截至 2018 年 6 月末，已投入 5,359.35 万元，预计以后年度尚需投入 14,980.67 万元；物流中心配套宿舍项目预算建设费用为 10,050.76 万元，已投入 312.36 万元，预计以后年度尚需投入 9,738.40 万元。除上述项目外，公司近期无其他可预见的重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目详见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”相关内容。

五、重大或有事项和期后事项

公司重大或有事项和期后事项详见本招股说明书之“第十节 财务会计信息”之“十四、发行人期后事项、或有事项和其他重要事项”相关内容。

六、公司财务状况和盈利能力未来趋势分析

（一）财务状况未来趋势分析

1、资产状况趋势

报告期内，随着整体业务的稳步发展，公司资产规模呈逐年增长的趋势，资

产结构基本保持稳定。未来几年，公司总资产规模及净资产规模将随着业务扩张继续保持增长态势。

2、负债状况趋势

公司偿债能力相对较强，负债结构主要以经营性往来款项等商业信用负债为主。未来随着公司业务的发展和盈利能力的不断增强，公司偿债能力将进一步得到提升。

3、股东权益趋势

本次发行后，公司股东权益将大幅增长。未来随着公司募投项目的实施、业务规模的扩大及盈利能力的增强，公司的股东权益将保持增长趋势。

（二）盈利能力未来趋势分析

随着我国国民经济发展及城镇化进程加快，我国消费者的个人健康观念不断提升等促进因素的作用，国内个人卫生用品的市场规模将稳步提升。

公司自成立以来，始终致力于为消费者创造“优质、美丽、健康”的个人健康护理消费体验，成为消费者的“个人健康护理伙伴”。进入市场以来，公司重点推出了 ABC、Free、EC 和 ABC’s BB 四个知名度较高的品牌，并通过各品牌始终如一的高产品质量、不断改良升级的新产品体验，树立了良好的品牌形象。

未来三年公司将进一步巩固在一、二线城市的市场占有率，同时在此基础上加速二、三线城市渠道的下沉，并继续拓展线上渠道，进一步丰富与升级销售渠道。具体计划为在严格落实经销商管理制度、严格把控经销商合作准入的前提下，大力寻求各区域可靠、稳定的经销商，并与其建立起长期、互利的合作关系。

面对未来发展的竞争与机遇，公司亦拟利用本次募集资金投入“营销网络建设项目”、“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”和“信息化建设项目”。其中，“营销网络建设项目”，依托公司现有成熟的销售渠道，不断扩展销售渠道的广度和深度、扩大公司的市场占有率及巩固销售渠道竞争优势；“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”，进一步提高产品研发能力，持续推出符合消费者消费需求的优质产品，增强公司产品的核心竞争力；通过“信息化建设项目”，引入大数据营销平台和完善协同办公平台，进一步提升公司信息化水平。

综上，在国内个人卫生用品行业整体市场规模稳步提升的背景下，随着公司品牌影响力不断提高、轻资产经营理念的不断实践、销售渠道逐步下沉的拓展、研发设计能力日趋提高，以及公司募集资金投资项目的陆续实施完毕，公司综合

竞争力将逐步增强，持续盈利能力将得到保障。

七、本次发行对每股收益的影响以及填补回报的措施

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发【2013】110号）要求，以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会【2015】31号公告）等规定，为保障中小投资者利益，公司就首次公开发行股票摊薄即期回报对主要财务指标的影响进行了认真的分析，并就采取的填补回报措施说明如下：

本公司提示投资者，制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

（一）募集资金到位当年发行人每股收益相对于上年度每股收益的变动趋势

1、主要假设

（1）假设宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大不利变化。

（2）假设本次公开发行股份于 2019 年 6 月底上市，该上市时间仅为公司测算摊薄即期回报的假设，最终以中国证监会核准后完成发行且交易所核准的具体上市日为准。

（3）假设本次公开发行股票数量为 4,150 万股（具体发行数量以中国证监会核准发行数量为准），本次发行不存在股东公开发售股份的情形。

（4）假设本次发行募集资金净额（不含发行费用）为 43,808.00 万元。

（5）假设 2018 年度公司归属于母公司所有者净利润和扣非后归属于母公司所有者净利润的金额与 2017 年度持平，且 2019 年度公司预计扣非前和扣非后归属于母公司所有者净利润较 2018 年分别为持平、上涨 10%、上涨 20%。

（6）测算时，未考虑募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况等影响。

（7）上述假设仅为测算本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对 2018 年、2019 年经营情况及趋势的判断，亦不构成公司盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对公司每股收益指标的影响

基于上述假设前提，公司测算了本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，具体情况如下表所示：

项目	具体指标	2018年度	2019年度（持平）		2019年度（假设增长10%）		2019年度（假设增长20%）	
			发行前	发行后	发行前	发行后	发行前	发行后
归属于公司普通股股东的净利润	基本每股收益（元/股）	0.38	0.38	0.36	0.41	0.39	0.45	0.43
	稀释每股收益（元/股）	0.38	0.38	0.36	0.41	0.39	0.45	0.43
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	基本每股收益（元/股）	0.36	0.36	0.34	0.40	0.38	0.43	0.41
	稀释每股收益（元/股）	0.36	0.36	0.34	0.40	0.38	0.43	0.41

本次公开发行完成后，公司股本总额及净资产规模都将有所增加，而募集资金投资项目的实施和收益实现均需要一定周期，若公司未来最终实现的净利润未能与股本及净资产规模同比例增加，则本次募集资金到位后发行人即期回报存在被摊薄的可能性，特此提醒投资者关注本次公开发行可能摊薄即期回报的风险。

（二）本次募集资金投资项目的必要性、合理性，与公司现有业务之间的关系，以及公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次发行融资的募集资金将全部用于“营销网络建设项目”、“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”和“信息化建设项目”，进一步扩展销售渠道的广度和深度、扩大公司的市场占有率及巩固销售渠道竞争优势，同时提升公司研发能力和信息化建设水平。具体如下：

（1）本次募集资金投资项目建设将有利于巩固公司市场地位，加强营销网络建设

公司作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，建立了覆盖全国的经销网络体系，并以 KA 直销渠道和电子商务渠道作为补充。全国性、多渠道、多层次的营销网络，为公司在市场竞争中赢得了领先的行业地位。但个人健康护理用品属于快速消费品，品牌厂商之间的竞争较为激烈，公司需持续投入营销资源，方能在竞争中保持优势。通过“营销网络建设项目”建设，将通过进一步加大线上、线下营销网络的投入，进一步巩固公司的市场竞争力，同时，积极投入资源加强二、三线及其他有潜力的市场开拓，进一步提高公司产品的市场份额、扩大销售规模。

（2）本次募集资金投资项目建设将有利于公司品牌形象和品牌影响力

目前，公司 ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，在我国卫生巾和护垫细分市场具有较高的影响力，但也面临与其他国内外知名品牌争抢市场份额的竞争压力，公司需要继续深化其品牌概念、增强其宣传力度；公司 Free 品牌系“广东省著名商标”，正处于快速成长期，其市场定位为 12 岁至 23 岁女性人群，需加大品牌推广投入，进一步强化品牌形象，提高品牌知名度和扩大消费者群体。对于个人卫生用品行业而言，品牌价值是厂商对于产品研发、品质、渠道建设等各环节投入的综合体现，对品牌推广的持续投入有利于公司提升市场地位，保持长期稳健的发展。

（3）本次募集资金投资项目建设有利于增强公司产品研发和技术创新能力，提高公司信息化水平，从而提升公司的核心竞争力

经过多年发展与沉淀，公司已开发了蓝芯片应用技术、易拉贴铝膜包装、壳聚糖复合无纺布芯片、以及多种创新型卫生巾产品等多项核心技术；2014 年，公司被认定为广东省省级企业技术中心，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心被认定为“广东省省级工程技术研究中心”。通过“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”的建设将进一步加大研发资源的投入，保持公司在个人健康护理领域的技术领先优势，适应未来个人健康护理领域消费者对产品品质、健康、舒适、个性化的消费需求，从而进一步提升公司的市场竞争力。

对于全国性品牌厂商而言，大数据营销平台的建设尤为重要，可以帮助品牌厂商梳理全国范围内各区域、各渠道销售情况，使企业更好地把握市场情况、调整市场策略，亦可以帮助企业对接下游客户和销售终端，统筹厂商在客户及零售层面的营销规划，还可以深度分析消费者习惯，帮助企业实现精准营销。通过“信息化建设项目”，有利于提高公司自身核心竞争力，拥有超前于行业的信息化水平。

2、本次募集资金投资项目与公司现有业务之间的关系

公司自成立以来的主营业务一直为优质个人健康护理用品的研发、生产、销售和推广，公司本次募集资金投资项目以现有业务为基础，是对公司现有生产经营活动的补充和优化。其中，“营销网络建设项目”有利于公司进一步加强销售渠道建设、提升产品品牌形象，为公司获取更大市场份额奠定基础；“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”是对公司现有产品研发能力和技术创新能力

的加强和提升；“信息化建设项目”则有利于提升公司销售渠道和整体运营的信息化水平，从而提升管理效率。

综上，公司本次募集资金投资项目与公司主营业务密切相关，将进一步延伸、拓展和强化现有主营业务和经营模式，有利于公司未来的持续发展。

3、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

在人员方面，公司核心销售管理人员为公司服务多年，对公司有较高的忠诚度，且累积了丰富的经验、对行业有深刻的认知及高度敏感性。同时，公司定期对销售人员进行业务培训，以确保其专业性，并制定了合理的绩效考核机制，保证其积极性。公司优秀的销售团队为未来进一步扩大营销网络建设奠定了坚实的人才基础。

在技术方面，公司一直非常重视研发，在行业中具有较强的研发实力，2014年，公司被认定为广东省省级企业技术中心，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心亦被认定为广东省省级工程技术研究中心。同时，公司聚集了一批拥有丰富行业经验的研发团队，并建立了多部门共同协作的研发机制。截至目前，公司在卫生巾和护垫产品方面拥有“蓝芯片应用技术”、“易拉贴铝膜包装”、“壳聚糖复合无纺布芯片”以及多种创新升级型卫生巾等核心技术及技术储备，并拥有 7 项发明专利。公司在个人护理健康领域相对领先的技术实力，为本次募投项目的实施奠定了坚实的技术基础。

在市场方面，公司具备了相对成熟的销售渠道。公司销售渠道遍布全国各主要地区，销售终端构成了从杂货店、小卖部等传统渠道，到大卖场、大型连锁超市等现代商超渠道、新型便利店，再到电商平台的网络销售新兴渠道的多层次零售业态。公司相对成熟的销售渠道为本次募集资金投资项目实施奠定了坚实的市场基础。

综上所述，公司在人员、技术、市场等方面已具备实施本次募集资金投资项目的各项条件，募集资金到位后，预计募投项目的实施不存在重大障碍。

（三）填补被摊薄即期回报的措施

公司将采取多种措施保证防范即期回报被摊薄的风险，提高未来的回报能力，并充分保护中小投资者的利益，具体措施如下：

1、公司现有业务板块运营状况及发展态势

报告期内，公司现有业务板块的运营情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
卫生巾和护垫	89,163.75	95.15%	159,921.37	94.43%	124,525.19	92.95%	108,966.84	90.01%
其中：ABC 品牌	72,983.89	77.88%	132,189.90	78.05%	106,341.13	79.38%	94,163.99	77.78%
Free 品牌	14,137.55	15.09%	24,860.21	14.68%	16,291.18	12.16%	13,104.62	10.83%
其他品牌	2,042.31	2.18%	2,871.26	1.70%	1,892.88	1.41%	1,698.23	1.40%
湿巾	2,195.99	2.34%	4,614.31	2.72%	4,392.03	3.28%	5,874.40	4.85%
护理液	2,350.43	2.51%	4,825.63	2.85%	4,605.84	3.44%	5,300.37	4.38%
其他	-	-	-	-	449.32	0.34%	916.78	0.76%
合计	**93,710.17**	**100.00%**	**169,361.31**	**100.00%**	**133,972.38**	**100.00%**	**121,058.38**	**100.00%**

报告期内，公司最主营的产品为卫生巾和护垫，占比均在 90.00%以上，公司集中优势资源发展核心品牌 ABC 品牌的卫生巾和护垫，同时着力针对年轻时尚的少女群体加强对 Free 品牌卫生巾和护垫的品牌推广。对于湿巾和护理液，公司主要采取市场维持策略。

（2）公司面临的主要风险及改进措施

公司主营产品为卫生巾和护垫、湿巾和护理液等个人健康护理用品，在业务经营过程中，面临着激烈的市场竞争、市场需求波动、品牌形象易遭受侵害、委托加工厂商集中度较高、产品质量控制、委托加工产品价格波动、经销商渠道管理不当、新产品开发及技术研发等风险。对此，公司将采取持续提升公司品牌、完善渠道建设和加强渠道管理、加强产品研发、优化和丰产产品线、引进新的委托加工商、持续引进人才等改进措施，全面提升公司综合竞争力，以应对潜在的市场和经营风险。

2、提高发行人日常运营效率、降低发行人运营成本，提升发行人经营业绩的具体措施

为了保证本次募集资金的有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险，以及提高公司未来的持续回报能力，本次公开发行股票完成后，公司拟采取以下措施降低本次发行摊薄股东即期回报的影响，具体如下：

（1）增强现有业务板块的竞争力，提高公司的盈利能力

报告期内，公司营业收入分别为 121,058.38 万元、133,972.38 万元、169,361.31

万元和 93,710.17 万元，呈现持续增长趋势，其中拳头产品卫生巾和护垫无论是销售额还是销售占比都在持续提升。未来，公司在稳固现有市场和客户基础上，将进一步加强销售渠道的下沉，更加贴近终端消费者，持续提升公司产品的销售规模和市场占有率，提升公司的整体盈利能力。

（2）加强募集资金运营管理，实现预期效益

公司本次募集资金投资项目均与公司主营业务相关。对于上述募集资金的投入，公司拟在资金的计划、使用、核算和风险防范方面强化风险管理，保证募集资金投资项目建设顺利推进并实现预期收益的前提下能产生最大效益回报股东。

（3）科学实施成本、费用管理，提升利润水平

公司将实行严格、科学的成本费用管理，不断提升管理水平，强化成本、费用的预算管理、额度管理和内控管理，严格按照公司管理制度履行管理层薪酬计提、发放的审议披露程序，全面有效的控制公司经营风险、管理风险，不断提升公司的利润水平。

（4）重视投资者回报，增加公司投资价值

为切实保护投资者的合法权益，公司已在《公司章程（草案）》、《公司上市后三年分红回报规划》中明确了持续、稳定的回报机制，并制定了投资者合法权益的保障条款。公司将按照上述规定，根据公司的经营业绩采取包括现金分红等方式进行股利分配，努力提升股东回报。

公司制定上述填补回报措施不等于对公司未来利润作出保证。

（四）公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

为保障公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司董事、高级管理人员承诺：

“1、本人不会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发行人利益；

2、本人将严格遵守发行人的财务管理制度，确保本人的任何职务消费均属于本人为履行职责而必需的合理支出；

3、本人不会动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人将依据发行人《公司章程》及相关规章制度，在职责和权限范围内，全力促使发行人董事会或者薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回

报措施的执行情况相挂钩，并对发行人董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

5、如果发行人拟实施股权激励，本人将在职责和权限范围内，全力促使发行人拟公布的股权激励行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩，并对发行人董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

6、本人将严格履行发行人制定的有关填补回报措施以及本人作出的任何有关填补回报措施的承诺，确保发行人填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反其所作出的承诺或拒不履行承诺，将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证券监督管理委员会、上海证券交易所等证券监管机构及自律机构依法作出的监管措施或自律监管措施；给发行人或者股东造成损失的，本人将依法承担相应补偿责任；

7、自本承诺函出具日至发行人首次公开发行人民币普通股股票并上市之日，若中国证券监督管理委员会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本人已做出的承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本人届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。”

同时，报告期内，公司控股股东景盛国际、实际控制人邓景衡、邓锦明和卢绮莲不存在越权干预公司经营管理活动，侵占公司利益的情形，并且承诺：“未来不干预公司经营管理活动，不侵占公司利益”。

公司董事会对本次融资是否摊薄即期回报进行了认真分析，并将填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺等事项即《关于公司摊薄即期回报有关事项的议案》，分别于 2018 年 5 月 3 日召开第一届董事会第十七次会议和 2018 年 5 月 18 日召开 2018 年第二次临时股东大会审议通过。

发行人提示投资者注意，发行人制定的填补回报措施不等于对发行人未来利润做出的保证。

（五）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为，公司预计的即期回报被摊薄的情况、填补即期回报措施以及相关主体的承诺事项，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发【2014】17 号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发【2013】110 号）和《关于首发及

再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告【2015】31 号）的相关规定，未损害中小投资者的合法权益。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略

公司主要从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，致力于为消费者创造“优质、美丽、健康”的个人健康护理体验，成为消费者的“个人健康护理伙伴”。未来，公司将继续贯彻轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，坚持以消费者为核心，以健康护理专业化为发展方向，进一步完善销售渠道，加强技术研发和信息化系统的投入，树立优秀的本土民族品牌形象，践行公司“成为中国领先的个人健康护理用品企业”的愿景。

二、公司业务发展计划

（一）公司经营方针

未来三年公司将紧紧围绕总体发展规划，充分发挥公司品牌优势、销售渠道优势、技术研发优势、产品质量控制优势和人才优势，通过进一步拓展营销网络、加强品牌推广、提升研发能力和信息化水平等措施实现经营目标，达成公司产品市场份额及经营规模的稳步增长，保持公司在国内个人健康护理领域尤其是卫生巾和护垫细分市场的前列地位。公司具体业务发展计划如下：

（二）具体业务发展计划

1、产品研发计划

公司将加大研发投入、加强研发力度，以提高产品品质、丰富产品价值，使产品在市场中具备强大的竞争力，具体表现为：公司将加大研发投入，引进先进的研发设备、建设优质的研发环境、建立专业的研发团队，切实提高研发质量、加速研发效率、提高研发成果转化，使公司的市场领先地位得到有力保障。在公司自有的人员及硬件基础上，为了拓展研发团队视野、丰富研发可行方向，公司将加强与国内外知名机构或专家的交流合作，学习国内外先进的理念及技术，加快公司产品的研发进程和周期。

同时，公司将从技术研发端强化产品品质控制，增加对产品各项指标的检测，保障产品质量、维护消费者的健康。

2、优化和丰富产品线计划

为满足消费市场的不断升级、市场需求的不断变化，公司将持续加强对产品线的投入，优化并丰富公司现有产品线，以提高公司产品竞争力、争取更多的市

场份额。

一方面，公司将加强市场消费者需求调研，做到深入挖掘市场需求、准确把握市场趋势、及时应对市场变化；另一方面，公司将加强内部各部门的合作，协调研发中心及市场部资源共享，使前端研发及后端市场的沟通和反馈更为充分、及时。在市场部及研发中心的支持下，公司将继续丰富、细化产品品类，优化产品性能，提高产品质量，并加快产品更新换代的频率。

3、市场拓展计划

未来三年公司将进一步巩固在一、二线城市的市场占有率，同时在此基础上加速二、三线城市及乡村渠道的下沉，并继续拓展线上渠道，进一步丰富与升级零售业态。

一方面，公司将在严格落实经销商管理制度、严格把控经销商合作准入的前提下，大力寻求各细分区域优质、可靠、稳定的经销商，并与其建立起长期、互利的合作关系。另一方面，公司将保持现有 KA 直销客户的稳定合作关系，并通过丰富公司产品线等举措提高公司对 KA 直销客户的谈判地位，争取更多的话语权。此外，公司将抓住电子商务渠道零售的高速增长的机遇，适时加大电子商务渠道的资源投入，进一步丰富公司的营销网络。

4、品牌提升计划

未来三年公司仍将以 ABC 为主打品牌，持续宣传、推广、深化 ABC 品牌在中高端卫生巾市场的品牌形象。同时，公司将着重对 Free 品牌的培养，具体体现在对 Free 品牌产品结构的完善、对 Free 品牌形象的持续丰富、对 Free 品牌产品理念的不断挖掘，充分提升 Free 品牌的价值。公司将利用多元化新兴互联网媒体对公司产品进行更为深入的宣传，同时适时配合实施满足市场需求的促销推广活动，以实现对公司产品理念更为深刻的诠释和更为精准的营销。

5、人力资源提升计划

公司一向坚持“内部培训人才、外部引进人才”的原则，不断调整、优化人力资源结构及配置。未来公司将进一步健全、完善人力资源管理体系，包含用工招聘、人员培训、出勤管理、薪酬管理等，为员工的招聘、培训、激励与约束提供制度保障，形成良好的竞争环境，充分调动员工的积极性和创造性；加大人才引进的力度，尤其是引进研发人才、技术创新人才、市场拓展人才以及复合型管理人才；加强对员工的培训力度，全面提升员工的综合能力和技术水平，最大限

度地发挥人才在企业中的地位和作用。

6、管理水平提升计划

为了在机制、决策、组织、流程上确保公司的规范和高效运作，公司将进一步提高公司的治理水平，按照上市公司的标准规范股东大会、董事会、监事会的运作和公司经理层的工作制度，建立和完善现代企业管理制度，建立科学有效的决策机制、市场快速反应机制和风险防范机制。规范公司的内部管理，营造良好的管理氛围，形成良好的企业文化。

7、筹资计划

未来三年内，公司将丰富自身筹资方式，以多元化筹资手段满足发展规划资金需求，降低资金周转风险。本次募集资金到位后，公司将综合考虑筹资成本，在业务发展需要时进行后续融资，融资方式包括但不限于银行贷款、增发、配股、发行公司债券或可转换债券。公司在融资过程中将充分利用财务杠杆作用，使公司融资效益最大化，同时保持稳健的资产负债结构，确保公司能够持续、稳定、健康发展。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

发行人实现上述计划所依据的假设条件为：

（一）发行人各项业务所涉及的国家或地区的政治、经济、法律和社会环境处于正常发展的状态；所遵循的国家及地方法律、法规等没有重大变更；

（二）发行人所处行业处于正常发展的状态下，没有出现重大的国家产业政策变更情形；

（三）发行人本次股票发行能够顺利完成，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；

（四）发行人主要经营所在地区以及业务涉及地区的社会经济环境无重大变化；

（五）发行人无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运作的人事变动；

（六）不会发生对发行人经营业务造成重大不利影响以及导致发行人财产重大损失的任何不可抗力事件或任何不可预见的因素。

四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采取的

措施

（一）主要困难

1、资金方面

公司为实现未来发展计划需要进行全方位的投入，包括投入前端研发、铺设营销网络、进行多元化广告宣传、进行满足市场需求的促销推广、培养及引入人才等。本次募集资金到位以前，公司融资渠道主要为经营累积及银行贷款，手段较为单一，难以筹集可同时满足公司全方位发展需求的资金。若资金来源得不到充分保障，将在一定程度上影响公司发展计划的进行。

2、人力资源方面

人才的引进和培养，特别是研发、市场销售方面人才的引进和培养，是公司持续、稳健发展的必要条件。虽然公司已在前期引进并储备了较多优秀人才，但随着公司发展战略计划的逐步落实，对人才的需求将显得更加迫切和严苛。因此，公司在实施计划过程中面临着较大的人力资源需求以及持续提升员工综合素质的压力。

3、管理方面

随着公司经营规模的不断扩大、营销网络的不断拓展，公司在组织设计、战略规划、机制建立、资源配置、营销管理、内部管理等方面都面临一定挑战。

（二）确保实现上述计划拟采取的措施

为顺利实施上述计划，一方面，公司将全面提高自身管理水平，包括内部控制管理、生产管理、供应商及经销商管理等，确保产品质量、控制内部风险。另一方面，公司将加强对资源分配的把控，包括对研发项目及渠道建设的把控，做到在进行充分的可行性分析后开展研发或建设项目，提高企业效率。同时，为保障上述计划存在充足的资金支持，本次募集资金到位后，公司将根据募集资金管理制度进行合理规划，提高资金使用效率，稳步实现上述发展计划。

五、业务发展计划与现有业务的关系

公司上述业务发展计划是以现有业务为基础，审慎地评估了公司的资源与条件，根据国家产业政策及个人卫生用品的行业发展趋势制定的。公司将通过提高研发能力、拓展销售渠道、加强品牌推广、培养优秀人才等措施最终实现公司综合竞争力的提升。所以，上述业务发展规划是公司现有业务的发展和深化，是公

司为打造中国个人健康护理领域的优秀民族品牌的重要布局。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金运用概况

（一）拟投资项目资金需求情况

根据公司 2018 年第二次临时股东大会审议，公司本次拟向社会公众公开发行不超过人民币普通股（A 股）4,150 万股，本次发行的募集资金总额将根据最终询价确定的发行价格确定，发行募集资金总额扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟投入募集资金金额	预计投入进度（投资金额）		
					T+12	T+24	T+36
1	营销网络建设项目	景兴健护	33,510.00	33,510.00	12,530.00	10,070.00	10,910.00
2	卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）	爱碧斯	7,888.00	7,888.00	4,311.88	3,576.12	-
3	信息化建设项目	景兴健护	2,410.00	2,410.00	1,614.00	796.00	-
合计			**43,808.00**	**43,808.00**	**18,455.88**	**14,442.12**	**10,910.00**

注：T+12 指募集资金到位日后的 12 个月，以此类推，下同。

若最终本次实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自有资金或银行贷款等方式解决。

如果本次发行及上市募集资金到位时间与上述投资项目资金需求的时间要求不一致，公司可根据上述投资项目实际进度的需要，以自有资金或银行贷款先行投入，待本次发行募集资金到位后予以置换公司先行投入的资金。

（二）募集资金投资项目审批、核准或备案情况

公司本次发行募集资金投资项目审批、核准或备案情况以及环评批复情况如下：

序号	项目名称	项目备案单位	项目备案号	环评批复文号
1	营销网络建设项目	佛山市南海区桂城经济促进局	2018-440605-22-03-007955	-
2	卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）	佛山市南海区桂城经济促进局	2018-440605-22-03-007591	南环综函【2018】167 号

序号	项目名称	项目备案单位	项目备案号	环评批复文号
3	信息化建设项目	佛山市南海区桂城经济促进局	2018-440605-22-03-007598	-

注：“营销网络建设项目”和“信息化建设项目”不涉及生产，佛山市南海区环境保护局分别出具了复函，认为该两个项目可不纳入建设项目环境影响评价管理。

（三）募集资金专户储存制度的建立及执行情况

公司 2018 年第二次临时股东大会审议通过了《广东景兴健康护理实业股份有限公司募集资金管理制度（草案）》的议案。根据该制度的相关规定，募集资金到位后公司将审慎选择商业银行并开设募集资金专项账户，募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理，专项账户内不存放非募集资金或用作其它用途。

二、募集资金投资项目与现有业务关系

公司本次募集资金投资项目“营销网络建设项目”有利于公司进一步加强销售渠道建设、提升产品品牌形象，为公司获取更大市场份额奠定基础；“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”是对公司现有产品研发能力和技术创新能力的加强和提升；“信息化建设项目”则有利于提升公司销售渠道和整体运营的信息化水平，从而提升管理效率。

上述项目均适用于本公司主营业务，且项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对发行人的独立性产生不利影响。

三、保荐机构、律师对募集资金投资项目的核查意见

公司主要从事优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，主要产品为卫生巾和护垫、湿巾及护理液等。公司主营产品及所属的个人健康护理产业属于工业和信息化部发布的《轻工业发展规划（2016－2020 年）》中明确提出着力打造本土民族产业及品牌的理念。公司本次募集投资项目“营销网络建设项目”、“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”和“信息化建设项目”，均紧紧围绕公司主营业务模式和经营特征展开，有利于持续提升公司的品牌形象，完善销售渠道，增强公司的产品研发能力、技术创新能力和信息化管理水平，符合国家对产业政策的鼓励方向。

公司上述募投项目均已在佛山市南海区桂城经济促进局进行了备案。其中，“营销网络建设项目”主要是销售渠道扩充和品牌推广，“信息化建设项目”主要是购买信息平台的软硬件设备，均不涉及占用土地和环境保护的问题；“卫生

护理材料及配方研发中心项目（一期）”项目用地已取得了“南府国用（2014）第 0111102 号”土地使用证，并取得了佛山市南海区环境保护局的审批同意。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他相关法律、法规和规章的规定。

四、董事会对募集资金投资项目可行性分析意见

报告期各期末，公司资产总额分别为 68,684.65 万元、85,453.15 万元、104,471.05 万元和 119,989.49 万元，余额逐年增加，公司管理层具有管理资产规模较大及投资项目的经验和能力。本次募集资金投资项目总额为 43,808.00 万元，小于公司现有资产规模，且主要用于渠道建设、研发投入和信息化投入等，与公司轻资产、注重前端研发及后端渠道建设的发展模式相符合。本次募集资金投资项目建设将进一步完善公司销售渠道建设，提升品牌形象、研发能力和信息化管理水平，为公司产品市场份额和营业收入的持续提升奠定基础。

截至 2018 年 6 月 30 日，公司合并资产负债率为 45.60%，偿债能力良好；报告期各期，公司营业收入分别为 121,058.38 万元、133,972.38 万元、169,361.31 万元和 93,710.17 万元，营业利润分别为 10,355.49 万元、11,229.95 万元、15,751.48 万元和 11,498.44 万元，公司盈利能力相对较强；报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 36,711.71 万元、13,861.08 万元、22,955.05 万元和 17,259.28 万元，经营活动产生的现金流充沛。本次募集资金用于主营业务，募集资金到位后，将进一步优化公司财务状况，增强公司的盈利能力，公司财务状况亦能够有力支持募集资金投资项目的建设和实施。

公司作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，经过多年的累积，在品牌、渠道、研发、质量控制等方面均具有较强优势。尤其是在技术研发方面，公司开发了蓝芯片应用技术、易拉贴铝膜包装、壳聚糖复合无纺布芯片，及多种创新型卫生巾产品等核心技术；2014 年，公司被认定为广东省省级企业技术中心，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心被认定为“广东省省级工程技术研究中心”。公司在个人护理健康领域相对领先的技术实力，为本次募投项目的实施奠定了坚实的技术基础。

随着公司资产规模和业务规模扩大，公司已逐步建立了一套较为完善的现代公司治理和内部控制制度，并不断完善和健全。本次公开发行完成后，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步提高公司的治理水平，充分发挥股东大

会、董事会、监事会和独立董事等治理机构在重大决策、经营管理和监督方面的作用。

综上所述，公司董事会认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有发展模式、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目的实施有利于完善公司的渠道建设，提升公司品牌形象、研发能力和信息化管理水平，巩固公司在行业内的领先地位。

五、募集资金投资项目具体情况

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目拟由发行人实施，项目总投资 33,510.00 万元，项目建设内容主要为品牌推广、线下和线上渠道建设等，其中品牌推广计划投资金额为 10,200.00 万元，线下渠道建设计划投资 19,200.00 万元，线上电商渠道计划投资 3,600.00 万元。

2、项目建设的必要性分析

（1）本项目建设将有利于巩固公司市场地位，加强营销网络建设

公司作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，建立了覆盖全国的经销网络体系，并以 KA 直销渠道和电子商务渠道作为补充。全国性、多渠道、多层次的营销网络，为公司在市场竞争中赢得了领先的行业地位。但个人健康护理用品属于快速消费品，品牌厂商之间的竞争较为激烈，公司需持续投入营销资源，方能在竞争中保持优势。与此同时，公司营销网络虽已覆盖全国各主要区域，但以一、二线城市及大型商超渠道为主，这与公司产品及品牌定位相对中高端的特征相关。

根据《中国市场与媒体研究（CMMS）》，2016 年高端卫生巾在一线城市年轻消费者（15 至 29 岁）群体中的占有率较 2012 年提升了 1.5%、在二线城市年轻消费者群体中的占有率较 2012 年提升了 10.0%，在三线城市年轻消费者群体中的占有率较 2012 年提升了 8.9%。该等数据说明高端卫生巾产品在一线城市市场渗透率较为饱和，市场竞争较为密集，而二、三线城市市场成长空间则较大。

在此背景下，各大品牌厂商均在持续巩固一线城市市场地位的基础上，积极在消费升级迅速提升的二、三线及其他有潜力的城市拓展销售渠道。本项目将通过进一步加大线上、线下营销网络的投入，进一步巩固公司的市场竞争力，同时，

积极投入资源加强二、三线及其他有潜力的市场开拓，进一步提高公司产品的市场份额、扩大销售规模。

（2）本项目建设将有利于提升公司品牌形象和品牌影响力

我国个人卫生用品行业，尤其是卫生巾和护垫行业，属于品牌集中度较高的行业。根据尼尔森统计，2017 年我国卫生巾和护垫行业前十大品牌的市场占有率合计近 80%。在如此激烈的品牌竞争格局下，各大卫生用品厂商均需要持续投入营销资源、加强品牌推广，才有可能继续维持或获取更大市场份额，以保持市场地位。

目前，公司 ABC 品牌商标被认定为“中国驰名商标”，在我国卫生巾和护垫细分市场具有较高的影响力，但也面临与其他国内外知名品牌争抢市场份额的竞争压力，公司需要继续深化其品牌概念、增强其宣传力度；公司 Free 品牌系“广东省著名商标”，正处于快速成长期，其市场定位为 12 岁至 23 岁女性人群，需加大品牌推广投入，进一步强化品牌形象，提高品牌知名度和扩大消费者群体。对于个人卫生用品行业而言，品牌价值是厂商对于产品研发、品质、渠道建设等各环节投入的综合体现，对品牌推广的持续投入有利于公司提升市场地位，保持长期稳健的发展。

（3）本项目建设有利于公司提升市场响应速度，实现精准营销

一方面，随着我国消费市场不断升级，消费者对于个人卫生用品的需求呈现多样化、细分化发展趋势，对行业各大品牌厂商的响应速度提出了挑战。营销网络的建设有利于公司加强对市场趋势的把控，使公司能够及时了解市场需求变化，并充分发挥和落实以市场为导向的研发策略，并据此开发出满足消费者需求的产品。另一方面，公司营销网络的规模化扩张可加强公司与下游客户的沟通合作，促进数据网络的建立，助力企业对客户及营销网络进行高效管理，提升企业效率、节约企业成本。此外，公司可利用涵盖销售终端的数据网络，深度分析消费者偏好，并针对不同偏好的消费者群体设计产品方案及产品推广，实现精准营销。

（4）本项目建设将有利于提高公司营销管理水平

公司作为全国性品牌厂商，营销网络覆盖全国各地，且正在持续扩张、下沉。营销网络的不断拓展和深化，考验着公司对分散在在各个地区的营销网络的统筹管理和运营能力。通过本项目建设，公司将加强对各渠道经销商及 KA 直销客户

的统筹管理，确保公司在各地区销售渠道基础的稳定性、安全性。

3、项目建设的可行性

（1）国内女性健康护理用品消费市场庞大、消费升级趋势明显

2016 年，全球女性卫生用品市场规模约为 251 亿美元，合计约 1,600 亿元人民币。其中，2016 年我国卫生巾和护垫消费量达到 1,186.1 亿片，市场规模达到 394.9 亿元人民币，标志着我国已成为全球最大的女性卫生用品市场之一。与此同时，近年来我国经济持续快速发展，国际化、城市化进程不断加快，人均收入水平不断增长，个人健康意识不断增强，我国已进入全面消费升级阶段。未来我国女性卫生用品消费市场容量巨大，为企业的发展及本项目的实施提供了广阔的空间。

（2）公司具备相对成熟的营销体系

公司作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，具备了相对成熟的营销网络。报告期内，公司营销网络遍布全国各主要地区，销售终端覆盖了从杂货店、小卖部等传统渠道，到大卖场、大型连锁超市等现代商超渠道，再到电商平台的网络销售新兴渠道的多层次零售业态。公司相对成熟的营销网络体系是本项目重要的支撑，为本项目提供了坚实的实践基础。

（3）公司拥有一支优秀的营销团队

公司核心销售管理人员均为公司服务多年，对公司有较高的忠诚度，且在长期从事个人健康护理用品产品销售及管理的过程中累积了丰富的经验、对行业有深刻的认知及高度敏感性，对于行业内新兴的互联网、新媒体宣传渠道有着更强的学习能力。同时，公司对营销人员定期进行业务培训，以确保其专业性，并制定了合理的绩效考核机制，保证其积极性。公司优秀的营销团队为未来进一步扩大营销网络建设奠定了坚实的人才和团队基础。

4、项目投资概算

本项目拟投资总额为 33,510.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

投资项目	募集资金使用计划			合计
	T+12	T+24	T+36	
品牌推广	3,400.00	3,400.00	3,400.00	10,200.00
线下渠道建设	7,760.00	5,300.00	6,140.00	19,200.00

线上电商渠道建设	1,200.00	1,200.00	1,200.00	3,600.00
其他	170.00	170.00	170.00	510.00
合计	**12,530.00**	**10,070.00**	**10,910.00**	**33,510.00**

5、项目建设具体内容

（1）品牌推广

公司本项目的品牌推广主要分为广告宣传和促销推广。其中广告宣传投入主要包括互联网广告、户外广告和电视广告等。具体投入如下表所示：

投入方式	投入金额（万元）
户外广告	2,400.00
互联网广告	3,600.00
电视广告	1,500.00
合计	**7,500.00**

本项目所涉及的促销推广主要包括校园推广、户外推广、助销品和市场调研等，具体投入如下表所示：

投入方式	投入金额（万元）
校园推广	1,050.00
户外推广	600.00
助销品	600.00
市场调研	450.00
合计	**2,700.00**

（2）线下渠道建设

本项目的线下渠道建设投入主要为二、三线城市的渠道拓展和下沉，公司计划在 3 年内将营销资源增加投入到 295 个大卖场门店、384 个大中型商超门店、17,770 个小型商超门店以及 4,798 个连锁便利店，总投入 19,200.00 万元，具体如下：

①门店开拓情况

门店区域	门店省份	门店数量（个）			
		大卖场	大型商超	小型超市	连锁便利店
华北	河北省	16	29	1,323	505
	黑龙江省	5	30	352	86

门店区域	门店省份	门店数量（个）			
		大卖场	大型商超	小型超市	连锁便利店
	吉林省	1	32	935	136
	辽宁省	6	27	583	93
	内蒙古自治区	4	2	198	86
	山东省	55	38	2,546	545
	山西省	8	12	906	514
华东	江苏省	19	1	626	178
	浙江省	14	6	1,513	404
华南	福建省	36	27	908	415
	广东省	44	40	1,210	996
	广西省	16	28	470	110
	湖南省	9	23	325	89
华西	甘肃省	1	6	315	40
	贵州省	6	4	161	20
	宁夏自治区	0	2	64	12
	陕西省	4	26	482	46
	四川省	17	27	2,813	190
	云南省	0	0	33	10
华中	安徽省	7	12	273	35
	河南省	20	5	1,468	127
	湖北省	4	4	140	39
	江西省	3	3	126	122
合计		**295**	**384**	**17,770**	**4,798**

②具体投入情况

投入内容	投入金额（万元）
货架陈列费	6,000.00
海报费	650.00
包柱陈列费	2,510.00
堆头陈列费	3,930.00
新品进场费	4,430.00
销售人员招聘及培训	1,410.00
办事处建设	270.00

合计	19,200.00

（3）线上电商渠道建设

本项目的线上电商渠道建设主要为公司拟增加在京东平台、天猫平台等各大电商平台活动的广告宣传，计划三年内投入电商渠道 3,600.00 万元。

6、项目投资效益情况

本项目不直接产生财务效益，本项目的建设是以增强公司对外部市场开拓能力、提升公司品牌形象和营销体系运营效率为目标，公司将通过营销网络的建设实现：

（1）通过各种形式的广告宣传和促销推广，提高公司“ABC”、“Free”等品牌在国内个人健康护理细分市场的知名度和影响力，提高消费者的品牌忠诚度和公司产品的重复购买率，最终提高公司产品的市场份额，实现营销网络、品牌形象和销售业绩的良性循环和相互促进；

（2）公司通过线下渠道资源的投入，进一步扩充销售渠道的覆盖区域，并配备相应办事处，以更好地服务经销商和 KA 直销客户，以及更精准的掌握消费者需求的变化趋势，为公司销售业绩的增长提供有力的保障；

（3）公司通过线上电商渠道的建设，将加大对电商渠道营销资源的投入，从而促进公司线上渠道销售收入的快速增长，进一步提升公司品牌知名度。

7、项目实施进度安排

本项目建设周期为三年，具体实施进度如下表：

项目	建设期 T+12				建设期 T+24				建设期 T+36			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1、品牌推广												
户外广告												
互联网广告												
电视广告												
校园推广												
户外推广												
助销品												
市场调研												
2、线下渠道建设												

项目	建设期 T+12				建设期 T+24				建设期 T+36			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
货架陈列费												
海报费												
包柱陈列费												
堆头陈列费												
新品入场费												
销售人员招聘												
销售人员培训												
办事处建设												
3、线上电商渠道建设												
电商平台展示												

注：Q1 指建设期内每年第一季度，以此类推，下同。

8、项目环保情况

本项目不涉及生产建设情况，亦不纳入建设项目环境影响评价管理。

（二）卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）

1、项目概况

本项目拟由发行人子公司爱碧斯实施，项目总投资 7,888.00 万元，用于研发中心场地建设、研发中心设备购置和项目实施费用等方面。其中研发中心场地建设计划投资 1,657.00 万元，研发中心设备计划投入 3,998.00 万元，项目实施费用计划投入 1,950.00 万元。

2、项目建设的必要性

（1）本项目的建设有利于增强公司产品研发和技术创新能力，从而提升公司的核心竞争力

经过多年发展与沉淀，公司已开发了蓝芯片应用技术、易拉贴铝膜包装、壳聚糖复合无纺布芯片、以及多种创新型卫生巾产品等多项核心技术；2014 年，公司被认定为广东省省级企业技术中心，公司拥有的广东省天然产物萃取分离（景兴）工程技术研究中心被认定为“广东省省级工程技术研究中心”。公司持续不断的研发投入，有效保障了公司主要产品卫生巾和护垫、湿巾和护理液等个人健康护理用品的高品质，以及不断引领和满足消费者对高品质的个人健康护理用品的需求，提升了公司的市场竞争力。

本项目的建设将进一步加大研发资源的投入，保持公司在个人健康护理领域的技术领先优势，适应未来个人健康护理领域消费者对产品品质、健康、舒适、个性化的消费需求，从而进一步提升公司的市场竞争力。

（2）本项目的建设将有利于改善公司研发的软硬件环境，吸引优秀的人才加盟

公司从成立之初，就确立了轻资产，重研发、市场和品牌的行业先进发展理念，一直把产品研发和技术创新作为公司战略发展的重点之一。公司多年来对产品研发和技术创新的重视使得公司在个人健康护理细分市场具备良好的竞争力，并保证了公司能及时应对消费者需求的变化。

未来，随着消费者个人健康观念的持续提升，尤其是女性消费者的教育水平、社会地位和消费能力的提升，将对个人健康护理用品提出更高的要求。目前，一方面，公司受场地、设备和资金限制，新产品研发、工艺优化、新材料测试等，不能一次性集中完成，一定程度上拉长了项目研发周期，影响研发效率；另一方面，公司现有资源，不能完全满足公司进行持续技术研发的需求，一定程度上也制约了研发的顺利进行。

因此，通过本项目的建设，公司将极大改善研发环境，完善研发所需要的设备，以保障公司研发及时跟进甚至引领行业发展及消费者需求。

3、项目建设的可行性

（1）公司已经拥有多年市场化导向的产品研发体系的成功经验

公司成立以来，一直专注于优质个人健康护理用品的研发、生产、销售及推广，积累了丰富的行业和市场拓展经验、产品储备及更新换代经验。通过多年的研发及市场拓展，公司已拥有一批符合市场定位、满足消费者需求的产品储备。同时，公司在产品研发储备的基础上，进一步加强了以新材料、新配方、新工艺为方向的研发技术创新。

（2）公司拥有一批专业的研发团队，以及较为完善的研发的管理制度和激励制度

公司创始人邓景衡和邓锦明先生均在个人健康护理领域从业近二十年，对于个人健康护理用品行业有着深刻的理解和前瞻性视野。同时，公司研发团队核心成员亦均从事个人健康护理用品行业多年，具备丰富的经验与良好的专业背景，为公司研发创新提供了坚实的人才保障。此外，公司还建立了一整套的研发与创

新管理制度，对公司研发项目进行规范化的流程管理，为公司产品研发和技术创新能力提升奠定了良好的制度保证。

4、项目投资概算项目建设内容

本项目拟投资总额为 7,888.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

投资项目	募集资金使用计划		合计
	T+12	T+24	
场地建设	828.50	828.50	1,657.00
设备购置	2,591.88	1,406.12	3,998.00
实施费用	750.00	1,200.00	1,950.00
基本预备费	141.50	141.50	283.00
合计	**4,311.88**	**3,576.12**	**7,888.00**

5、项目建设内容

（1）场地建设

本项目场地建设主要为研发试产区、研发办公区等场地的装修建设，该等场地面积约为 5,636.00 平方米，本项目计划投入研发中心场地装修建设费用为 1,657.00 万元。

（2）研发中心设备购置

本项目硬件设备购置金额为 3,998.00 万元，具体购置明细如下：

序号	设备名称	设备数量（个/台/㎡）	设备单价（万元）	总投资（万元）
1	Cod 测定仪	2.00	2.00	4.00
2	IKA 磁力搅拌器	1.00	1.00	1.00
3	IKA 数显式悬臂搅拌机	1.00	1.00	1.00
4	IKA 搅拌机	6.00	1.00	6.00
5	METTLER TOLEDO 电子秤	10.00	1.80	18.00
6	pH 计	1.00	0.20	0.20
7	暗箱式四用紫外分析仪 ZF-20A	4.00	0.50	2.00
8	白度仪器	3.00	2.00	6.00
9	工作台	40.00	1.10	44.00
10	包装检测设备	1.00	60.00	60.00
11	便捷式 pH 计	2.00	0.10	0.20

序号	设备名称	设备数量（个/台/㎡）	设备单价（万元）	总投资（万元）
12	便携式电脑色差仪	1.00	0.10	0.10
13	标准对色灯箱 P60（6）	2.00	0.30	0.60
14	超净工作台	2.00	2.00	4.00
15	尘埃粒子计数器	2.00	2.00	4.00
16	称重仪器	2.00	1.00	2.00
17	初粘、持粘测试仪	1.00	1.50	1.50
18	除尘集尘装置	1.00	30.00	30.00
19	除湿机	1.00	0.05	0.05
20	处理系统	1.00	50.00	50.00
21	传递窗	6.00	0.20	1.20
22	导流层复合	1.00	45.00	45.00
23	低温培养箱	2.00	0.50	1.00
24	滴定计	2.00	8.00	16.00
25	底膜复合	1.00	65.00	65.00
26	电感耦合等离子体原子发射光谱仪（ICP）	1.00	35.00	35.00
27	电力系统	1.00	30.00	30.00
28	电气组件	30.00	19.00	570.00
29	电热恒温培养箱	20.00	0.41	8.10
30	电热恒温水浴锅	9.00	0.25	2.25
31	电热恒温水浴锅 HHS	2.00	0.30	0.60
32	电热炉	1.00	0.20	0.20
33	电子秤	1.00	0.50	0.50
34	电子天平	14.00	0.24	3.40
35	读菌计数器	1.00	3.00	3.00
36	短程分子蒸馏设备	1.00	10.00	10.00
37	分析天平	8.00	1.20	9.60
38	粉碎机机组	1.00	45.00	45.00
39	风量罩	1.00	8.00	8.00
40	风淋机	2.00	3.00	6.00
41	高低温培培养箱	3.00	2.00	6.00
42	高精度数字折光仪	2.00	0.30	0.60
43	高效液相色谱仪	1.00	100.00	100.00

序号	设备名称	设备数量（个/台/㎡）	设备单价（万元）	总投资（万元）
44	功能性健康溶液喷涂机	1.00	40.00	40.00
45	光波炉	9.00	0.10	0.90
46	光照培养箱	4.00	0.60	2.40
47	恒温恒湿机	1.00	2.00	2.00
48	恒温恒湿箱	2.00	0.60	1.20
49	恒张力自动换接料装置	12.00	14.98	179.73
50	后包装设备	1.00	100.00	100.00
51	厚度仪	2.00	1.00	2.00
52	机架	1.00	100.00	100.00
53	架式去离子水设备	1.00	20.00	20.00
54	减压过滤装置	1.00	0.15	0.15
55	胶机	7.00	55.00	385.00
56	搅拌机	2.00	0.40	0.80
57	精密酸度计 PHS-3C	6.00	0.50	3.00
58	均质机	10.00	1.83	18.30
59	拉力仪	1.00	3.00	3.00
60	冷却循环器	1.00	1.00	1.00
61	离心机	4.00	0.33	1.30
62	离型纸复合	2.00	45.00	90.00
63	留样间样品架	60.00	0.30	18.00
64	落标冲击测试仪	1.00	3.00	3.00
65	马沸炉	2.00	0.30	0.60
66	密度计	12.00	0.10	1.20
67	密封试验仪	1.00	0.50	0.50
68	密封性试验仪	1.00	0.30	0.30
69	面层复合	1.00	65.00	65.00
70	模轮机组	1.00	65.00	65.00
71	摩擦系数测定仪	1.00	1.00	1.00
72	摩擦仪器	3.00	1.80	5.40
73	内切刀组件	2.00	75.00	150.00
74	培训中心椅、台	150.00	0.08	12.00
75	培养箱	4.00	0.30	1.20

序号	设备名称	设备数量（个/台/㎡）	设备单价（万元）	总投资（万元）
76	配套空调	1400.00	0.07	98.00
77	配套消防	1400.00	0.03	42.00
78	全自动蒸汽灭菌器	1.00	2.00	2.00
79	热封试验仪	1.00	0.30	0.30
80	人体模型	1.00	30.00	30.00
81	柔软度测试仪	2.00	2.00	4.00
82	三片式复合	1.00	65.00	65.00
83	三折机构	1.00	28.00	28.00
84	生化培养箱	4.00	0.60	2.40
85	生物洁净安全柜	1.00	3.00	3.00
86	实验台（含椅、水台等）	12.00	4.00	48.00
87	手动灭菌器	1.00	0.30	0.30
88	数位式照度计 TES-1330A	2.00	0.10	0.20
89	数显程式噪音计 AR814	2.00	0.10	0.20
90	数显电导率仪	1.00	0.50	0.50
91	数显电导率仪 DDS-11A	2.00	0.30	0.60
92	数显鼓风干燥箱	2.00	0.60	1.20
93	数显酒精度计	4.00	0.02	0.08
94	数显立式压力蒸汽灭菌器	1.00	1.50	1.50
95	数显式布氏粘度计	4.00	1.25	5.00
96	数显温度计	12.00	0.02	0.24
97	数显自动鼓风干燥箱	2.00	0.80	1.60
98	体验中心椅、台	150.00	0.08	12.00
99	条码检测仪	1.00	3.00	3.00
100	透气仪器	1.00	30.00	30.00
101	透湿仪器	1.00	30.00	30.00
102	外切刀组件	2.00	75.00	150.00
103	往复振荡器 HY-2	2.00	0.20	0.40
104	微量水分测定仪	6.00	1.50	9.00
105	卫生巾渗透性能测试仪	5.00	0.10	0.50
106	污点检测	1.00	120.00	120.00
107	物架等	2.00	0.10	0.20

序号	设备名称	设备数量（个/台/㎡）	设备单价（万元）	总投资（万元）
108	物料架	2.00	0.30	0.60
109	吸水纸复合	1.00	45.00	45.00
110	洗衣机等配套	2.00	0.25	0.50
111	显微镜（带电脑）	2.00	2.75	5.50
112	消毒器具	1.00	0.30	0.30
113	消防设施	2820.00	0.03	84.60
114	小包组件	1.00	40.00	40.00
115	芯片复合	1.00	45.00	45.00
116	旋转蒸发仪	1.00	2.00	2.00
117	循环水真空泵	1.00	0.20	0.20
118	圆盘剥离试验机	1.00	1.50	1.50
119	圆盘切刀	2.00	1.00	2.00
120	真空泵	2.00	0.10	0.20
121	真空干燥器	4.00	0.18	0.70
122	真空均质乳化锅	1.00	20.00	20.00
123	蒸气发生器	1.00	1.50	1.50
124	整机电气控制	1.00	180.00	180.00
125	纸箱抗压测试仪	1.00	4.50	4.50
126	中药粉碎机	1.00	1.00	1.00
127	资料室样品架	30.00	0.30	9.00
128	自动断水不锈钢电热蒸馏水器	1.00	0.50	0.50
129	其他设备	-	-	389.10
合计				**3,998.00**

（3）实施费用

项目建设期内的实施费用共计约 1,950.00 万元，主要为对外合作费用、材料费、专利申请费、调研差旅及培训费等。

6、项目投资效益情况

“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”作为提升公司研发能力的投资，不直接产生收益，项目投入产生的间接效益主要体现在公司个人健康护理用品种类的丰富和使用价值的提升等方面，因此，未对该项目单独进行效益测算。

该项目的建设，将改善公司的研究、实验条件，进一步提升公司产品研发能

力和技术创新能力，有利于公司进一步提升产品技术含量，提高产品盈利水平，增强竞争实力。

7、项目实施进度安排

本项目建设选址位于佛山市南海区桂城街道三山科技创意产业园 SS-AO5-01 地块，项目用地为工业用地，该块土地使用权的证书编号为“南府国用（2014）第 0111102 号”。

本项目建设周期为两年，具体实施进度如下表：

项目	建设期 T+12				建设期 T+24			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目准备								
方案设计								
场地建设及装修								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
产品及技术开发								

8、项目环保情况

“卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）”不直接从事大规模生产，产生的污染较小，对周围环境影响亦较小。在建设及项目实施阶段对环境产生的主要污染物有少量的废气、污水、固体废弃物及噪声等，具体环保措施如下：

（1）针对废气，发行人委托有资质的单位落实试产喷胶工序中产生的有机废气收集治理设施，确保废气处理效率不低于 80%，废气经收集处理达标后通过排气筒高空排放；VOCs 废气排放参照执行广东省地方标准《家具制造行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/814-2010）第 II 时段污染物排放限值和无组织排放监控点浓度限值的要求；委托有资质的单位落实实验室产生的废气收集治理设施，废气经收集处理达标后通过排气筒高空排放，其中酸性废气执行广东省地方标准《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）第二时段二级标准要求；有机废气参照执行广东省地方标准《家具制造行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/814-2010）第 II 时段污染物排放限值。

（2）针对项目在原料粉粹混合工序中产生少量粉尘，发行人落实相应的粉尘废气治理设施，配置粉尘回收装置，并搞好车间的通风换气，粉尘废气执

行广东省地方标准《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）第二时段颗粒物无组织排放浓度限值标准。

（3）项目的生活污水、实验场地拖洗废水排放量合计约为 1,056.6 吨/年，发行人落实相应的生活污水处理设施，污水经预处理达到广东省地方标准《水污染排放限值》（DB44/26-2001）第二时段三级标准后通过市政污水管网排入三山污水处理厂进行深化处理。项目实验室酸性废气处理设施喷淋水经处理后循环使用，不得外排。

（4）针对噪声，发行人对噪声源设备进行合理布局，选用低噪声的设备，做好隔音降噪工作，以减轻噪声对生产工人和附近环境的影响。厂界噪声符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 2 类标准的要求。

（5）针对固定废弃物的管理，实施分类收集。生产过程中产生的实验仪器和器皿清洗废水、废酸、废碱、废有机溶剂和废试剂瓶等均属于危险废物，必须交由取得相应危险废物装置资质的单位收集处置，确保不产生二次污染；边角废料、收集的粉尘和废包装材等一般工业固体废物必须按照《报告表》要求进行综合利用或合理处理，生活垃圾必须进行分类收集后及时交由环卫部门处理，不得乱堆乱放。危险废物、一般工业固废在厂区内暂存符合相关规定。

2018 年 5 月 28 日，佛山市南海区环境保护局出具《关于<佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司卫生护理材料及配方研发中心（一期）项目环境影响报告表>审批意见的函》（南环综函【2018】167 号），认为：“项目按照《佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司卫生护理材料及配方研发中心（一期）项目环境影响报告表》中所列项目的性质、规模、地点进行建设，从环境保护角度可行。”

根据《佛山市爱碧斯健康护理实业有限公司卫生护理材料及配方研发中心（一期）项目环境影响报告表》及相应环评批复文件，该募投项目环保投资共计 80 万元，全部来源本次募集资金。

（三）信息化建设项目

1、项目概况

本项目拟由发行人投资，项目总投资 2,410.00 万元，用于信息化软硬件设备的购置，包括大数据营销平台和协同办公平台建设、以及机房设备购置等。其中大数据营销平台建设计划投资 1,723.00 万元、协同办公平台建设计划投资 465.00 万元、机房设备购置计划投资 107.00 万元。

2、项目建设的必要性

（1）大数据信息化建设将有利于提高公司核心竞争力

随着互联网、云计算、大数据等现代化信息技术的兴起，信息技术已经成为推动我国国民经济发展、促进传统产业优化升级的重要力量。在我国快速消费品行业的产业链中，下游零售业已兴起无人超市、无人配送等基于数据网络的新业态，但上游厂商的生产、供应模式还处于较为传统的阶段，且与下游零售对接程度较低，信息化水平相对较为落后。

大数据处理技术的出现和持续进步为快速消费品行业供应商提供了“从下游到上游”的契机。以线下消费行为习惯“大数据”作为媒介，上游供应商和下游零售终端乃至消费者之间的多层信息壁垒将被打破，供应商能够快速、准确、全面地掌握消费者行为习惯，从而设计适用于不同消费者的个性化产品及个性化营销方案，给消费者更好的体验。

对于全国性品牌厂商而言，大数据营销平台的建设尤为重要。一方面，大数据营销平台可以帮助品牌厂商梳理全国范围内各区域、各渠道销售情况，使企业更好地把握市场情况、调整市场策略；另一方面，大数据营销平台可以帮助企业对接下游客户和销售终端，统筹厂商在客户及零售层面的营销规划，帮助企业节约管理成本、优化营销网络；此外，大数据营销平台可以深度分析消费者习惯，帮助企业实现精准营销。

综上，通过本项目建设，有利于提供公司自身核心竞争力，拥有超前于行业的信息化水平。

（2）协同办公平台建设将有利于完善公司内部控制，提高管理效率

协同办公平台是基于流程管理、门户管理、知识管理、目标计划、任务协作、人力资源、客户管理、项目管理、集成管理等业务模块，让组织内的人、财、物、信息、流程等资源集中于一个全面协同的运营管控体系内进行管理的系统。通过本项目的建设，公司能够将管理制度流程化，并通过电子化流转的方式在信息系统平台上执行，进一步加强管理制度和管理流程的执行力度，完善公司内部控制，提高管理效率。此外，公司还能够建立知识管理平台、实现知识经验共享，并建立个性化信息门户，满足客户及供应商的个性化终端接入需求。

3、项目建设的可行性

（1）企业信息化建设符合国家及行业信息化发展方向

在全球信息化大发展的背景下，我国正在全面推进信息化建设，包括互联网、云计算、大数据等信息技术的应用。2014 年两会的政府工作报告中指出要“设立新兴产业创业创新平台，在新一代移动通信、集成电路、大数据、先进制造、新能源、新材料等方面赶超先进，引领未来产业发展”。

国务院于同年出台了《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》，其中指出要“统筹城市发展的物质资源、信息资源和智力资源利用，推动物联网、云计算、大数据等新一代信息技术创新应用”。

2015 年发布的《国务院关于促进云计算创新发展，培育信息产业新业态的意见》中也指出，“加强大数据开发与利用，实现数据资源的融合共享，推动大数据挖掘、分析、应用和服务”。

2016 年发布的《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》中指出，“要实施国家大数据战略，深化大数据在各行业的创新应用，探索与传统产业协同发展的新业态和新模式，加快完善大数据产业链，加快攻关海量数据采集、存储、清洗、分析发掘、可视化、安全与隐私保护等领域的关键技术。各地方政府也积极制定大数据产业发展的相关政策，促进技术攻关和应用转化。”

因此，本项目建设规划是国家政策非常鼓励和支持的。

（2）企业具备进一步信息化建设的基础

公司作为国内领先的个人健康护理用品企业之一，已进行了一系列信息化系统建设工作。在内部，公司已建立了包括内部管理系统、财务管理系统的各项系统，公司员工也已通过培训、自我学习、实践等方式熟练掌握了现有内部系统，并做好了进一步改善内部信息化系统的准备。在外部，公司经过多年发展，已累积了较多的市场数据及市场资源，并已初步建立了采购与销售的信息化管理系统，为进一步整合数据及系统奠定了基础。

4、项目投资概算

本项目拟投资总额为 2,410.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

投资项目	募集资金使用计划		合计
	T+12	T+24	
机房设备购置	107.00	-	107.00
大数据营销平台	966.00	757.00	1,723.00

协同办公平台	465.00	-	465.00
基本预备费	76.00	39.00	115.00
合计	**1,614.00**	**796.00**	**2,410.00**

5、项目建设内容

（1）机房设备购置

项目建设期内的机房设备购置系在原有的信息化硬件设备的基础上，设计并实施机房配电、机房精密空调、机房新风、机房动力环境监控等项目，改善信息化硬件设备运行环境，为公司信息化水平提升提供良好的硬件环境保障。本项目计划投入机房设备购置金额为 107.00 万元，具体如下：

序号	投入内容	投入金额（万元）
1	UPS、智能配电柜、行级精密空调、服务器机柜、网络机柜、门禁系统等	80.00
2	冷通道动力环境监控系统（含温湿度报警等）	6.00
3	新风系统	2.00
4	供配电工程	12.00
5	综合布线工程	7.00
合计		**107.00**

（2）大数据营销平台

公司通过建设大数据营销平台，一方面能够建立起更加高效、透明的经销商合作和管理机制，另一方面能够构建出公司掌握终端消费者消费行为的数据平台，从而充分连接各级经销商、终端门店和消费者，最终实现渠道和营销的互联网数据化。

本项目计划投入大数据营销平台建设 1,723.00 万元，具体如下：

序号	类别	数量（个/台）	单价（万元）	投资总额（万元）
1	服务器	4	55.00	220.00
2	存储	3	90.00	270.00
3	交换机	2	50.00	100.00
4	防火墙	3	50.00	150.00
5	大数据平台（DMP）	1	372.00	372.00
6	会员管理系统（SCRM）	1	231.00	231.00
7	渠道管理系统（DRP）	1	200.00	200.00

序号	类别	数量（个/台）	单价（万元）	投资总额（万元）
8	电子交易平台（ECP）	1	180.00	180.00
合计				**1,723.00**

（3）协同办公平台

本项目计划根据各部门业务需求，通过协同办公系统、电子办公门户的建设投入，进一步加强和完善公司现有信息化系统功能，建设涵盖流程管理、门户管理、知识管理、目标计划、任务协作、人力资源、客户管理等业务模块的协同办公平台。本项目计划投入协同办公平台建设 465.00 万元，具体如下：

序号	类别	数量（个/台）	单价（万元）	投资总额（万元）
1	服务器	1	55.00	55.00
2	存储	1	90.00	90.00
3	防火墙	1	50.00	50.00
4	协同办公系统	1	50.00	50.00
5	电子办公门户	1	40.00	40.00
6	经销商门户	1	180.00	180.00
合计				**465.00**

6、项目投资效益情况

本项目不直接产生经济效益。通过本项目的建设，有利于提升公司销售渠道和整体运营的信息化水平，从而提升公司经营和管理效率。

7、项目实施进度安排

本项目建设周期为两年，具体实施进度如下表：

项目	建设期 T+12				建设期 T+24			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目准备								
方案设计								
软硬件设备采购、安装及调试								
软件开发实施								
人员招聘及培训								

8、项目环保情况

本项目不涉及生产建设情况，亦不纳入建设项目环境影响评价管理。

六、募集资金投资项目对公司财务状况及经营成果的影响

（一）募集资金投资项目对公司经营的影响

1、有利于提升公司产品的市场份额

目前，公司营销网络已基本覆盖全国主要的一、二线城市，待本次募集资金投资项目中的营销网络建设项目实施后，公司线下的经销和 KA 直销渠道的深度和广度将得到进一步拓展，线上电子商务渠道也将加强，形成线上和线下渠道的全面覆盖，进而为提升公司产品的市场份额和销售收入奠定基础。

2、有利于提升公司产品品牌形象

公司营销网络建设项目中通过投入一定的品牌推广资源，如广告宣传和促销推广，进一步提升公司品牌的知名度和曝光率。

3、提升公司研发能力和技术创新能力

公司本次募投项目中的卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）将全面提升公司研发的软硬件环境，加强公司的研发资源投入，从而进一步提升公司的研发能力和技术创新能力，强化公司的核心技术竞争力。

4、提升公司信息化水平

公司本次募投项目中的信息化建设项目将建立大数据营销平台，以及协同办公系统，将提高公司销售渠道和整体运营的信息化水平。

（二）新增折旧、摊销及销售费用、研发费用等对公司经营成果的影响

本次募集资金到位后，公司将新增固定资产总额 6,697.00 万元、无形资产总额 1,253.00 万元。按照公司折旧摊销政策，预计项目实施开始前三年，折旧摊销金额分别为 303.01 万元、785.92 万元及 965.82 万元，相对较小，不会对公司未来经营成果产生重大不利影响。

本次募集资金到位后，随着公司营销网络建设项目和卫生护理材料及配方研发中心项目（一期）的实施，公司销售费用和研发费用将会所有增加。其中 3 年建设期内，每年新增销售费用及研发费用合计分别为 13,280 万元、11,270 万元和 10,910 万元，若新增的销售毛利不能覆盖上述费用，将有可能导致公司盈利水平受到一定影响。

（三）募集资金投资项目对公司财务状况及盈利能力的影响

本次募集资金到位后，假设其他条件不变，一方面，公司货币资金、净资产以及摊薄后的每股净资产都将出现大幅增长，将增强公司后续抗风险能力；另一方面，公司的流动比率和速动比率等都将大幅提高，短期内资产负债率大幅下降，

将增强公司的偿债能力，有效降低财务风险。

同时，由于募集资金投资项目实施需要一定时间，短期内，公司净资产收益率、利润水平将会受到一定程度的影响，但长期来看，随着募集资金投资项目的顺利实施，公司营业收入及利润水平将会增长，相应的公司净资产收益率也会得到恢复和提升。

第十四节 股利分配政策

一、公司近三年及一期股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，公司目前的股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

二、报告期内公司实际股利分配情况

2017 年 11 月 1 日，公司召开 2017 年第二次临时股东大会，决议通过《关于公司资本公积、未分配利润转增股本及现金分红的议案》，同意公司将 11,750 万元资本公积，以每 10 股转增 6.27 股的比例向全体股东转增股份总额 11,750 万股，每股面值人民币 1 元，合计增加股本人民币 11,750 万元；以 5,500 万元未分配利润，按每 10 股送 2.93 股的比例向全体股东转增股份总额 5,500 万股，每股面值人民币 1 元，合计增加股本人民币 5,500 万元；以 10,000 万元未分配利润，按每 10 股派 5.33 元的比例向全体股东派发现金股利。发行人于 2017 年 12 月 4 日就前述资本公积、未分配利润转增股本事宜办理完毕相关工商变更登记手续；发行人于 2017 年 11 月分别向景盛集团、汇翔投资、邓锦明依法支付完毕前述现金股利。该次股利分配已实施完毕。

除上述股利分配外，报告期内公司未对股东进行其他股利分配。

三、本次发行上市后的股利分配政策

根据公司 2018 年第二次临时股东大会决议通过的《公司章程（草案）》及《公司上市后三年分红回报规划》，关于本次发行上市后的股利分配的主要规定如下：

（一）《公司章程（草案）》对利润分配政策的规定

《公司章程（草案）》第一百五十八条至第一百六十二条明确了公司利润分配原则、利润分配政策及调整和利润分配应履行的程序等，具体如下：

1、公司利润分配原则

公司应重视对投资者的合理投资回报，公司股利分配方案应从公司盈利情况和战略发展的实际需要出发，兼顾股东的即期利益和长远利益，应保持持续、稳定的利润分配制度，注重对投资者稳定、合理的回报，但公司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，并坚持如下原则：（1）按法定顺序分配的原则；（2）存在未弥补亏损、不得分配的原则；（3）公司持有的本公司股份不得分配利润的原则。

2、公司利润分配的形式

公司可以采取现金、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。优先采用现金分红。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司实施现金分红时应当同时满足以下条件：

（1）公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）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。

3、差异化现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

重大资金支出指以下情形之一：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%；

（2）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 20%。

4、现金分红的比例及时间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，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。

在满足现金分红条件且公司无重大资金支出时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%。

5、股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

6、利润分配决策机制和程序

董事会审议利润分配需履行的程序和要求：公司董事会结合经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，并充分考虑和听取股东特别是中小股东、独立董事和监事会的意见，制定年度或中期分红方案，独立董事应当发表明确意见。

股东大会审议利润分配需履行的程序和要求：公司董事会审议通过的公司利润分配方案，应当提交公司股东大会进行审议。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可在股东大会召开前向公

司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。

7、利润分配政策的调整机制

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

有关调整利润分配政策的议案由董事会制定，并经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事应当对利润分配政策调整发表独立意见。

调整利润分配政策的议案应由董事会向股东大会提出，在董事会审议通过后提交股东大会批准，董事会提出的利润分配政策需经全体董事过半数通过并经二分之一以上独立董事通过，独立董事应当对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。股东大会审议以出席会议股东所持表决权的三分之二以上通过。

（二）公司上市后三年分红回报规划

1、分红回报规划制定的基本原则

公司利润分配应高度重视对投资者的合理投资回报，牢固树立回报股东的意识。公司保持持续、稳定的利润分配政策，股利分配方案应从公司盈利情况、战略发展等实际需要出发，兼顾股东的即期利益和长远利益，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，增加公司股利分配决策的透明度和可操作性。

2、分红回报规划制定的考虑因素

分红回报规划应当着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析本行业特点、资本市场监管要求、公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本及外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。

3、上市后未来三年的分红回报规划

（1）公司可以采取现金、股票或者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，并优先考虑采用现金分红。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。同时，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。公司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。

（2）如无重大现金支出发生，且满足现金分红的条件，公司应当采取现金分配股利，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的20%。

重大资金支出指以下情形之一：

①公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%；

②公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 20%。

（3）若公司有扩大股本规模需要，或者公司认为其他需要时，且应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，可以在上述现金股利分配之余，进行股票股利分配。

（4）公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、分红回报规划的制定周期和决策机制

（1）公司应强化回报股东的意识，综合考虑公司盈利情况、资金需求、发展目标和股东合理回报等因素，以每三年为一个周期，制定周期内股东回报规划，明确三年分红的具体安排和形式，现金分红规划及期间间隔等内容。

（2）公司利润分配应重视对投资者的合理回报，同时兼顾公司的可持续发展，在每个会计年度或半年度结束后，公司董事会应结合经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，并充分考虑和听取股东特别是中小股东、独立董事和监事会的意见，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，提出年度或中期利润分配预案，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。

（3）公司具体利润分配预案经董事会审议通过后提交股东大会表决，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上审议通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。除设置现场会议投票外，还应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

（4）如果公司符合公司章程规定的现金分红条件，但董事会没有作出现金分红预案的，应当在定期报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，公司监事会、独立董事应当对此发表独立意见，并在股东大会审议相关议案时向股东提供网络形式的投票平台。

（5）公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。

5、股东回报规划的调整机制

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整或者变更本规划的，经过详细论证后，由董事会作出决议，独立董事发表意见，提交公司股东大会批准。董事会提出的股东回报规划调整的议案需经全体董事过半数通过并经 1/2 以上独立董事通过，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表决方式以方便中小股东参与股东大会表决。调整后的股东回报规划应不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经公司 2018 年 5 月 18 日召开的 2018 年第二次临时股东大会决议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司发行前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系管理制度

（一）信息披露和投资者关系管理制度

为加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》和中国证监会的有关规定，制定了《信息披露管理办法（草案）》和《投资者关系管理制度（草案）》。本次公开发行股票上市后，公司将按规定认真履行信息披露义务、管理投资者关系相关事宜。

（二）信息披露和投资者关系负责的部门及人员

信息披露和投资者关系负责的部门：董事会办公室

负责人：徐善鹏（董事会秘书）

联系地址：佛山市南海区锦园路 13 号景兴环球大厦 16 楼

电话：0757-8626 1633

传真：0757-8623 8670

E-MAIL：board@abckms.com

二、发行人重大合同

由于公司的采购合同、销售合同以及市场促销服务合同，均系框架类合同，相关合同中并未明确约定合同金额，因此，选取 2017 年度交易金额大于 5,000 万元的正在执行的合同，或虽未达到前述标准，但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同作为重大合同，具体如下：

（一）采购合同

公司与供应商签订框架性的购销合同，对采购的产品、价格、质量标准、验收方法、结算方式等进行约定。基于该购销合同，公司根据实际需求向供应商发出具体订单，供应商根据订单要求供货，并进行货款结算。

截至本招股说明书签署之日，发行人正在履行的重大采购合同列示如下：

序号	合同签订主体	供应商名称	合同签订日期	合同内容	履行期限
1	景兴健护、爱碧斯	啟盛卫生	2017.12.31	卫生巾及护垫系列产品供应	2018.01.01-2020.12.31
2	景兴健护、爱碧斯	啟丰卫生	2017.12.31	卫生巾及护垫系	2018.01.01-2020.12.31

序号	合同签订主体	供应商名称	合同签订日期	合同内容	履行期限
				列产品供应	
3	景兴健护、爱碧斯	川田卫生	2018.01.01	卫生巾及护垫系列产品供应	2018.01.01-2019.12.31

（二）销售合同

公司通过经销模式、KA 直销模式和电子商务模式开展销售业务。公司与各类客户签订框架销售合同，对销售产品、结算方式、供货方式、合作期限等内容进行约定。在合同期限内，公司根据客户下发的要货订单安排发货，并进行货款结算。

截至本招股说明书签署之日，发行人正在履行的重大销售合同如下：

序号	合同签订主体	客户名称	合同签订日期	合同内容
1	景兴健护	广州市宜新经贸有限公司	2017.11.17	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
2	景兴健护	深圳市国新实业有限公司	2017.11.17	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
3	景兴健护	佛山宜新经贸有限公司	2017.11.17	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
4	景兴健护	东莞市宜新贸易有限公司	2017.11.17	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
5	爱碧斯	青岛润泰事业有限公司沈阳分公司	2017.10.25	商品销售
6	爱碧斯	康成投资（中国）有限公司	2017.09.26	商品销售
7	爱碧斯	昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司	2017.04.01	商品销售
8	爱碧斯	济南历下大润发商贸有限公司	2017.12.01	商品销售
9	爱碧斯	沃尔玛（中国）投资有限公司	2017.10.19	商品销售
10	爱碧斯	京东	2018.01.01	商品销售
11	景兴健护	北京朝批中得商贸有限公司	2017.02.08	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
12	景兴健护	太原朝批商贸有限公司	2017.02.08	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
13	景兴健护	大同朝批北辰商贸有限公司	2016.05.13	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权

序号	合同签订主体	客户名称	合同签订日期	合同内容
				的授予
14	爱碧斯	上海三安实业有限公司	2017.10.29	ABC、Free、EC、ABC's BB等品牌产品的销售及经销权的授予
15	景兴健护	山东怡方圆供应链管理有限公司	2016.03.25	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
16	爱碧斯	上海新世纪日用化学品有限公司	2017.03.02	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
17	爱碧斯	安徽怡成深度供应链管理有限公司	2016.03.25	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
18	景兴健护	深圳市怡亚通供应链股份有限公司江苏分公司	2016.05.13	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
19	景兴健护	邯郸市安龙供应链管理有限公司	2016.07.26	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
20	景兴健护	南通银月亮供应链管理有限公司	2016.06.29	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
21	景兴健护	鞍山市怡安汇金供应链服务有限公司	2016.07.26	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
22	景兴健护	新疆诚烁供应链管理有限公司	2017.07.01	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
23	景兴健护	广西科桂贸易有限责任公司	2017.11.01	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予
24	爱碧斯	温州瑞家供应链管理有限公司	2017.10.24	ABC、Free、EC、ABC’s BB等品牌产品的销售及经销权的授予

（三）市场促销服务合同

序号	合同签订主体	供应商名称	合同签订日期	合同内容	合同金额
1	景兴健护、爱碧斯	深圳前海达尊商务咨询有限公司	2018.01.11	提供营销策划服务	框架合同
2	景兴健护、爱碧斯	深圳穗智企业管理服务有限公司	2018.01.11	提供营销策划服务	框架合同

（四）建设合同

序号	发包人	承包人	合同签订日期	合同内容	合同金额（万元）

1	爱碧斯	广州市房屋开发建设有限公司	2017.02.10	爱碧斯健护产业中心建设	9,143.74
2	景兴健护	佛山市南海第二建筑工程有限公司	2017.10.12	物流中心-配套用房建设	5,994.41

三、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保情形。

四、发行人重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

五、发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，均不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

六、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在涉及刑事诉讼的情形。

第十六节 有关声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、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。

全体董事签名：

邓景衡　邓锦明　李劲斌　冯丹

谢青　娄爱东　李亚忠

全体监事签名：

李惠芬　许旭芳　梁静梅

全体高级管理人员签名：

邓景衡　邓锦明　李劲斌　徐善鹏

广东景兴健康护理实业股份有限公司

年　月　日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

如因本公司为发行人首次公开发行制作、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，在该等违法事实经依法认定后，将依法赔偿投资者损失。

法定代表人（董事长）：

孙树明

总经理：

林治海

保荐代表人：

王国威 夏晓辉

项目协办人：

马振坤

广发证券股份有限公司

2019 年 2 月 1 日

保荐机构董事长和总经理声明

本人已认真阅读广东景兴健康护理实业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、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：

孙树明

2018 年12月17日

保荐机构总经理：

林治海

2018 年12月17日

广发证券股份有限公司

2018 年12月17日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读广东景兴健康护理实业股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

张 炯

经办律师：

李璟蛟 赫 敏 万利民

广东信达律师事务所

2018 年 12 月 17 日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

安霞　　徐俊

会计师事务所负责人：

蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

2018年12月17日

资产评估机构声明

本评估机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要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，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

胡东全

签字注册资产评估师：

资产评估师 4411 向珍

资产评估师 4403 刘向君

中联国际评估咨询有限公司

2018 年 12 月 7 日

资产评估机构关于名称变更的声明

本评估机构已完成工商变更登记，名称由广东中联羊城资产评估有限公司变更为中联国际评估咨询有限公司。

本评估机构对发行人在招股说明书及其摘要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，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人签字：

胡东全

中联国际评估咨询有限公司

2018年12月17日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的《验资报告》（广会验字【2018】G17032120038 号）的内容无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并引用的上述内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

安霞　　徐俊

会计师事务所负责人：

蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

2018 年 12 月 17 日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的注册资本复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的注册资本复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 安霞 徐俊

会计师事务所负责人： 蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

2018 年 12 月 17 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）财务报表及审计报告；

（三）内部控制鉴证报告；

（四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（五）法律意见书及律师工作报告；

（六）公司章程（草案）；

（七）中国证监会核准本次发行的文件；

（八）其他与本次发行有关的重要文件。

查阅时间：工作日上午 9:00～11:30；下午 13:30～16:00

二、文件查阅地址

1、发行人：广东景兴健康护理实业股份有限公司

联系地址：佛山市南海区桂城街道锦园路 13 号景兴环球大厦第 16 层

联系人：徐善鹏

电话：0757-86261633

2、保荐机构（主承销商）：广发证券股份有限公司

联系地址：广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

联系人：王国威、夏晓辉

电话：020-87555888