

杭州网娘电子商务股份有限公司
(住所: 杭州市江干区九盛路9号A03幢101室)



番茄派®
tomatopai

公开转让说明书 (申报稿)

推荐主办券商

中国平安

保险·银行·投资

中国平安

平安证券

PING AN SECURITIES

(注册地址: 深圳市福田中心区金田路 4036 号荣超大厦 16-20 楼)

挂牌公司声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本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公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

全国中小企业股份转让系统有限责任公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司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，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

重大事项提示

一、市场竞争加剧的风险

化妆品零售行业是一个充分竞争的行业，品牌数目众多，市场集中度低。而随着国内化妆品市场逐渐走向成熟，国际品牌、传统本土品牌和新兴品牌纷纷加入化妆品市场份额的竞争之中，行业竞争越发激烈。

公司的“番茄派”品牌作为化妆品行业的新兴品牌，依靠差异化竞争策略，凭借手足护理类产品进入化妆品互联网零售行业，在淘宝、天猫等电商平台形成了一定的知名度，成为手足护理电商细分领域的主导品牌之一。

随着市场竞争的加剧，若公司无法及时调整经营策略、保持产品的竞争力，公司近年来形成的竞争优势可能会逐渐失去，最终影响公司的盈利能力。

二、市场需求发生变化的风险

我国不同区域的化妆品消费市场存在较大的差异，不同类型的消费者对于化妆品种类、特性的需求也各异。近年来，化妆品市场的流行趋势变化速度逐渐加快。为应对消费者不断变化的需求，化妆品零售企业需要重视需求端的变化，推出符合市场流行趋势的产品，从而能够保持自身的市场占有率。若公司无法把握化妆品的流行趋势或目标客户的消费需求，未能及时推出具有良好市场反响的产品，将会对公司的业绩产生一定的影响。

三、产品质量和安全风险

近年来，我国卫生部、食品药品监督管理局等监管机构不断出台新的化妆品产品质量和安全风险相关的政策制度。由于化妆品一般会直接接触消费者的皮肤，因此消费者对于化妆品产品质量和安全的要求越来越高。

公司自成立以来不断强化对产品质量和安全的控制，严格进行合格供应商的筛选和管理工作，对于供应商生产的产品从生产到上市分别经过厂家检验、第三方机构检测、公司检测、产品备案等流程，以控制产品的质量和安全。但是，由于公司并不直接生产产品，对于产品质量和安全的控制主要依赖厂家自检和独立

的第三方检测机构，因此无法完全控制供应商交付产品的质量。

根据《消费者权益保护法》与《产品质量法》的规定：消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。属于销售者责任的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

因此，如果公司销售的化妆品由于质量或安全问题造成消费者的身心受到损害的，消费者有权直接向本公司进行索赔，公司有义务赔偿消费者的损失。根据法律的规定和公司与供应商签订的合同，若因为产品质量问题导致公司受到损失，由供应商承担最终的赔偿责任。虽然公司最终可以向供应商追偿，但仍将可能导致公司品牌形象受损、市场占有率下滑。为进一步降低因产品质量问题可能导致的未来风险，公司将会继续严格执行供应商的筛选标准、对所有产品均按照相应行业标准或国家标准进行质量检测，从而保证产品的质量。

四、对第三方电子商务平台依赖的风险

公司与天猫商城、唯品会、京东商城等主流电商平台建立了稳定的合作关系，大部分的收入来源于电商平台的销售。报告期内，公司来自于线上平台的销售占公司营业收入的比重分别为 98.30%、93.49% 和 93.54%，对第三方电商平台的依赖性较大。

为应对第三方电商平台的依赖风险，公司正逐步拓展线下业务，进入商超市场，分散经营风险，但目前来自线上平台的销售收入占比仍然较高。未来，若电子商务行业的发展速度放缓，主流电商平台的管理制度、收费标准发生变化，将会显著影响公司的盈利能力。

五、收入的季节性波动风险

零售行业的销售情况受季节性波动的影响，零售行业的商家在“五一”、“十一”、“元旦”等传统节日时往往会展开促销活动，因而在节日期间的销售额会较平日有大幅提升。近年来，随着第三方电商平台推出诸如“双 11”“双 12”等电商购物节日，互联网零售商家的促销活动频率提升，季节性波动的影响进一步加大。

互联网零售行业呈现出上半年销售规模小、下半年销售规模大的特点，特别是在第四季度，伴随着“双11”“双12”等电商购物节的到来，商家的销售金额将会达到一年中的峰值。公司作为典型的互联网零售企业，收入呈现出上半年低、下半年高的季节性波动风险。

六、品牌形象被侵害的风险

公司的品牌形象是实现产品销售的重要因素。公司通过差异化竞争，依靠手足护理类产品进入化妆品互联网零售行业，“番茄派”已经在电商平台形成一定的知名度与品牌形象。

未来，若出现影响公司品牌形象的情况，公司将及时提起商标异议或侵权诉讼，以免公司的品牌形象和商标权受到不利影响。但公司仍然无法完全杜绝市场上仿冒公司品牌或品牌形象事件的发生，存在一定的品牌形象受损的风险。

七、业务拓展风险

公司自2012年成立以来，互联网零售业务经历了高速的发展，目前已开始拓展线下业务，进入商超市场。公司已经积累了较为丰富的互联网销售经验，但随着业务规模的不断扩大与线下业务的拓展，管理层需要不断提高自身的管理能力。同时，公司的业务人员也需要接受多种培训以适应业务拓展的需要。如果公司管理水平与业务能力的提升不能有效支撑业务快速拓展的需要，则可能影响公司对产品质量和销售的控制，进而对经营业绩造成不利影响。

八、实际控制人的控制风险

魏太敏先生直接持有本公司43.22%的股权，是公司的控股股东。魏太敏、朱苗夫妇通过杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司8.47%的股权，魏太敏、朱苗夫妇合计持有公司51.69%的股份，能对公司决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策。虽然公司不断完善法人治理结构，也已建立健全了包括三会议事规则、关联交易制度、对外担保制度等一系列公司治理制度且认真执行，但公司实际控制人仍可凭借其控股地位，通过行使表决权等方式对公司的人事任免、经营决策等进行不当控制，从而可能影响公司及中小股东的利益。

九、供应商集中度较高的风险

2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月，公司向前五名供应商采购的金额占采购总额的比重分别为 78.77%、74.56% 和 89.22%，供应商的集中度较高。主要原因在于公司一般会为自己的每一项产品选择 1 至 2 家合格供应商，由于公司部分主导产品的销量较大，因此公司与这些产品的供应商的交易金额占比较大。

由于目前国内化妆品生产企业数量众多，市场集中度较低，市场竞争激烈，因此公司在上游供应商的选择方面具有较为广泛的空间，且对于供应商具备一定的议价能力，因此公司不存在对主要供应商的重大依赖。

虽然公司目前与主要的供应商均保持着较为良好的合作关系，但是如果公司未来无法与主要的供应商继续良好合作，重新更换供应商可能会导致公司产品质量、产能的稳定性出现波动，从而影响公司销售情况。

目 录

挂牌公司声明	2
重大事项提示	3
一、市场竞争加剧的风险	3
二、市场需求发生变化的风险	3
三、产品质量和安全风险	3
四、对第三方电子商务平台依赖的风险	4
五、收入的季节性波动风险	4
六、品牌形象被侵害的风险	5
七、业务拓展风险	5
八、实际控制人的控制风险	5
九、供应商集中度较高的风险	6
目 录	7
释 义	12
第一节 基本情况	14
一、公司基本情况	14
二、股票挂牌情况	15
(一) 挂牌股票情况	15
(二) 股票限售安排	15
三、公司股权结构图	17
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况	17
(一) 公司控股股东、实际控制人及主要股东持股情况	17
(二) 股东相互间的关联关系	18
(三) 控股股东、实际控制人基本情况	18
(四) 公司持股 5% 以上股东基本情况	19
(五) 公司股东适格性说明	22
五、公司股本形成及其变化情况	23
(一) 有限责任公司阶段	23
(二) 股份有限公司阶段	28
六、子公司股本的形成	29
(一) 杭州瑞霞科技有限公司	29
(二) 杭州玉俏堂贸易有限公司	34
(三) 番茄派（韓國）生物科技有限公司	35

七、公司设立以来的资产重组情况	36
八、对赌协议的签订与解除情况	36
(一) 2015年4月，对赌协议签订	36
(二) 2016年6月，对赌协议解除	37
九、公司董事、监事和高级管理人员情况	38
(一) 董事基本情况	38
(二) 监事基本情况	39
(三) 高级管理人员基本情况	39
(四) 董事、监事、高级管理人员持股情况	40
(五) 董事、监事、高管任职资格	40
(六) 董事、监事、高管合法合规	41
(七) 董事、监事、高管竞业禁止	41
十、最近两年及一期主要会计数据和财务指标	41
十一、定向发行情况	43
十二、与本次挂牌有关的中介机构	43
(一) 主办券商	43
(二) 律师事务所	43
(三) 会计师事务所	43
(四) 资产评估机构	44
(五) 证券登记结算机构	44
(六) 证券挂牌场所	44
第二节 业务与技术	45
一、公司业务概述	45
(一) 公司主营业务	45
(二) 公司提供的主要产品及服务	45
二、公司主要业务流程	45
(一) 公司内部组织结构	49
(二) 公司的采购流程	50
(三) 公司的销售流程	51
(四) 公司的仓储物流流程	52
(五) 各流程为保证产品质量而采取的质量控制措施	52
三、与公司业务相关的关键资源要素	58
(一) 公司现有的主要技术和优势	58
(二) 主要无形资产情况	61
(三) 公司与业务相关的资质情况	64
(四) 特许经营权情况	69
(五) 公司的主要固定资产情况	69
(六) 员工情况	70
四、公司业务其他相关情况	72

(一) 业务收入的主要构成.....	72
(二) 报告期内对前五名客户销售情况.....	73
(三) 报告期内对前五名供应商采购情况.....	74
(四) 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况.....	76
五、公司的商业模式	82
(一) 委外代工模式.....	82
(二) 销售模式.....	84
(三) 盈利模式.....	89
六、公司所处行业概况、市场规模及风险特征.....	90
(一) 行业分类.....	90
(二) 行业主管部门和监管体系.....	90
(三) 行业价值链的构成和上下游关系.....	93
(四) 主要产品对应行业发展现状与发展趋势.....	93
(五) 影响本行业发展的有利因素和不利因素.....	102
(六) 基本风险特征.....	104
(七) 公司的行业竞争地位.....	104
第三节 公司治理.....	113
一、公司股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况	113
(一) 股东（大）会制度建立健全及运行情况.....	113
(二) 董事会制度建立健全及运行情况.....	113
(三) 监事会制度建立健全及运行情况.....	114
二、关于上述机构和相关人员履行职责情况的说明	114
三、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果	114
四、公司及控股股东、实际控制人最近两年及一期违法违规及受处罚的情况	116
五、公司独立性	117
(一) 业务独立.....	117
(二) 资产完整.....	117
(三) 人员独立.....	118
(四) 财务独立.....	118
(五) 机构独立.....	118
六、股东的私募基金备案	119
(一) 上海娴钦创业投资有限公司.....	119
(二) 上海莆蕴投资管理有限公司.....	119
(三) 杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）	119
(四) 上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）	120
(五) 首誉光控资产管理有限公司.....	120
七、同业竞争	121
(一) 控股股东、实际控制人控制或重大影响的企业.....	121
(二) 同业竞争情况及避免同业竞争的承诺	121
八、公司最近两年及一期内资金占用和对外担保情况及相关制度安排	122

(一) 公司关于资金占用和对外担保情况.....	122
(二) 公司关于资金占用和对外担保的相关制度安排.....	122
九、公司董事、监事、高级管理人员情况.....	123
(一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况.....	123
(二) 董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系.....	123
(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议及对公司所作的承诺	123
(四) 董事、监事、高级管理人员对外兼职情况	124
(五) 董事、监事、高级管理人员对外投资情况	125
(六) 董事、监事、高级管理人员的诚信情况	125
(七) 最近两年及一期董事、监事、高级管理人员的变动情况	125
第四节 公司财务	127
一、审计意见类型及财务报表编制基础.....	127
(一) 注册会计师审计意见.....	127
(二) 财务报表的编制基础及方法.....	127
二、最近两年及一期的主要财务报表.....	127
(一) 合并财务报表.....	127
(二) 母公司财务报表.....	142
三、主要会计政策和会计估计及其变更情况.....	155
(一) 重要会计政策和会计估计.....	155
(二) 主要会计政策和会计估计的变更情况.....	174
四、报告期内主要会计数据和财务指标分析	174
(一) 主要财务指标.....	174
(二) 主要财务指标分析.....	175
五、利润形成情况	178
(一) 营业收入、营业成本、毛利率的重大变化及说明	178
(二) 主要费用及变动情况.....	187
(三) 资产减值损失.....	189
(四) 投资收益.....	190
(五) 非经常性损益.....	190
(六) 适用税率及主要财政税收优惠政策.....	191
六、资产情况分析	191
七、负债情况分析	204
八、股东权益情况分析	208
九、关联方、关联方关系及交易.....	209
(一) 关联方信息.....	209
(二) 关联交易情况.....	211
(三) 关联交易决策程序及执行情况.....	213
十、会计报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	214
(一) 资产负债表日后事项.....	214

(二) 或有事项.....	214
(三) 其他重要事项.....	215
十一、资产评估情况	215
十二、股利分配政策和报告期内的分配情况	215
(一) 股利分配的一般政策.....	215
(二) 最近两年及一期利润分配情况.....	215
(三) 公开转让后的股利分配情况.....	216
十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	216
(一) 瑞霞科技.....	216
(二) 玉俏堂.....	216
(三) 番茄派（韓國）生物科技有限公司.....	216
十四、风险因素及应对措施	216
(一) 市场竞争加剧的风险.....	216
(二) 市场需求发生变化的风险.....	217
(三) 产品质量和安全风险.....	217
(四) 对第三方电子商务平台依赖的风险.....	218
(五) 收入的季节性波动风险.....	218
(六) 品牌形象被侵害的风险.....	219
(七) 业务拓展风险.....	219
(八) 实际控制人的控制风险.....	220
(九) 供应商集中度较高的风险.....	220
第五节 有关声明.....	错误!未定义书签。
第六节 附件.....	227
(一) 主办券商推荐报告.....	227
(二) 财务报表及审计报告.....	227
(三) 法律意见书.....	227
(四) 公司章程.....	227
(五) 全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见.....	227
(六) 其他与公开转让有关的重要文件.....	227

释义

本公开转让说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

挂牌公司、申请挂牌公司、本公司、网娘电商	指	杭州网娘电子商务股份有限公司
挂牌	指	杭州网娘电子商务股份有限公司在全国中小企业股份转让系统挂牌的行为
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
主办券商	指	平安证券股份有限公司
申请挂牌公司律师	指	国浩律师（上海）事务所
会计师事务所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
公司章程	指	杭州网娘电子商务股份有限公司章程
股东大会	指	杭州网娘电子商务股份有限公司股东大会
董事会	指	杭州网娘电子商务股份有限公司董事会
监事会	指	杭州网娘电子商务股份有限公司监事会
网娘有限、有限公司	指	杭州网娘电子商务有限公司，挂牌公司前身
娴钦创业	指	上海娴钦创业投资有限公司
莆蕴投资	指	上海莆蕴投资管理有限公司
易妆投资	指	杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）
鼎晖投资	指	上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）
首誉光控	指	首誉光控资产管理有限公司
易妆生物	指	上海易妆生物科技股份有限公司，挂牌公司原股东
瑞霞科技	指	杭州瑞霞科技有限公司，挂牌公司全资子公司
玉俏堂	指	杭州玉俏堂贸易有限公司，挂牌公司原控股子公司
玉润网络	指	诸暨市玉润网络科技有限公司，挂牌公司参股子公司
番茄派（韓國）	指	番茄派（韓國）生物科技有限公司，挂牌公司原全资子公司
报告期、近两年及一期	指	2014年、2015年和2016年1-4月
淘内平台	指	阿里巴巴集团旗下面向个人客户的电子商务平台，包括淘宝网与天猫商城
阿里巴巴	指	阿里巴巴集团旗下面向企业客户的采购批发电子商务平台

京东	指	京东集团旗下 B2C 综合网上购物商城
唯品会	指	唯品会（中国）有限公司运营的特卖网站
云集	指	一款在手机端开店的 app，为店主提供美妆、母婴、健康食品等货源，由浙江集商网络科技有限公司开发运营
蘑菇街	指	杭州卷瓜网络有限公司运营的购物平台
美丽说	指	美丽说（北京）网络科技有限公司运营的购物平台
贝贝网	指	杭州贝购科技有限公司运营的购物平台
乐蜂网	指	乐蜂（上海）信息技术有限公司运营的 B2C 特卖网站
B2B	指	Business-to-business，电子商务的一种模式，企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换和销售活动
B2C	指	Business-to-customer，电子商务的一种模式，企业直接面向消费者销售产品和服务
钻展	指	淘宝网图片类广告竞价投放平台，淘宝卖家以此来进行营销，吸引客户流量
直通车	指	由阿里巴巴集团下的雅虎中国和淘宝网进行资源整合，推出的一种淘宝广搜索竞价模式。为淘宝卖家按点击付费的效果营销工具，为卖家实现宝贝的精准推广。

注：本公开转让说明书中除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

公司名称: 杭州网娘电子商务股份有限公司
法定代表人: 魏太敏
有限公司成立日期: 2012 年 4 月 10 日
股份公司成立日期: 2016 年 7 月 13 日
注册资本: 590 万元人民币
住所: 杭州市江干区九盛路 9 号 A03 幢 101 室
邮编: 310019
电话: 0571-87098723
传真: 0571-81958820
电子信箱: wangniang@tomatopai.com
所属行业: 《上市公司行业分类指引》(2012年修订) 零售业
-F52;《国民经济行业分类标准》(GB/T4754-2011),
互联网零售-F5294;《挂牌公司管理型行业分类指
引》互联网零售-F5294
主要业务: 手足护理及其他类化妆品的电子商务零售业务
经营范围: 一般经营项目: 批发零售(含网上销售): 化妆品、
消毒用品、卫生用品、日用百货、预包装食品(凭
有效许可证经营)、服装服饰、纺织品、箱包; 服
务: 化妆品的技术开发、技术转让、技术咨询、技
术服务, 投资管理(除证券、期货); 其他无需报
经审批的一切合法项目。
统一社会信用代码: 913301045930745063

二、股票挂牌情况

(一) 挂牌股票情况

股票代码: 【】

股票简称: 【】

股票种类: 人民币普通股

每股面值: 1 元/股

股票总量: 590 万股

挂牌日期: 【】

转让方式: 协议转让

(二) 股票限售安排

1、法规规定

根据《公司法》第一百四十一条规定:“发起人持有的本公司股份,自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份,自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况,在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五;所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内,不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定”。

《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》规定:“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制,每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一,解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的,该股票的管理按照前款规定执行,主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

公司董事、监事和高级管理人员已按照上述法律法规的要求分别出具自愿锁定其所持有公司股份的承诺。除上述情况，公司全体股东所持股份无质押或冻结等转让受限情况。

2、股票限售情况

股份公司成立于 2016 年 7 月 13 日，截至公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，股份公司成立不足一年，公司发起人的股份不具备公开转让的条件。截至公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，公司全部股东的股票均为限售股。

公司的股票限售情况如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	可流通股数量 (股)	限售股数量(股)
1	魏太敏	2,550,000	0	2,550,000
2	上海娴钦创业投资有限公司	1,200,000	0	1,200,000
3	上海莆蕴投资管理有限公司	750,000	0	750,000
4	杭州易妆投资管理合伙企业(有限合伙)	500,000	0	500,000
5	上海鼎晖创泰创业投资中心(有限合伙)	600,000	0	600,000
6	首誉光控资产管理有限公司	300,000	0	300,000
合计		5,900,000	0	5,900,000

3、股东对所持股份自愿锁定的承诺

魏太敏承诺：自股份公司成立之日起一年内不转让所持股份公司股份。在股份公司任职期间每年转让的股份不得超过所持有公司股份总数的百分之二十五。从公司离职后半年内，不转让所持股份公司的股份。

娴钦创业、莆蕴投资、易妆投资、鼎晖投资、首誉光控承诺：自股份公司成

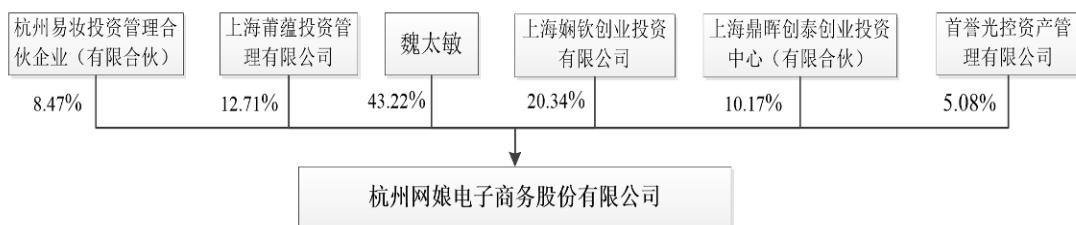
之日起一年内不转让所持股份公司股份。

魏太敏、易妆投资承诺：自网娘电商股票在全国中小企业股份转让系统挂牌后，在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

除上述股份锁定以外，公司股东对其所持股份未作出其他自愿锁定的承诺。

三、公司股权结构图

截至本公开转让说明书签署之日，公司的股权结构如下图所示：



四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况

（一）公司控股股东、实际控制人及主要股东持股情况

截至本公开转让说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及主要股东持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
1	魏太敏	2,550,000	43.22	自然人	否
2	上海娴钦创业投资有限公司	1,200,000	20.34	法人	否
3	上海蔚蕴投资管理有限公司	750,000	12.71	法人	否
4	杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）	500,000	8.47	有限合伙	否
5	上海鼎晖创泰创业投资中心	600,000	10.17	有限合伙	否

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
	(有限合伙)				
6	首誉光控资产管理有限公司	300,000	5.08	法人	否
	合计	5,900,000	100.00	-	-

(二) 股东相互间的关联关系

截至本公开转让说明书签署日，魏太敏先生与杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）具有关联关系。魏太敏先生为易妆投资的普通合伙人，出资比例为1%。除此之外，公司股东之间无关联关系。

(三) 控股股东、实际控制人基本情况

魏太敏先生直接持有本公司 43.22%的股权，是公司的控股股东。魏太敏、朱苗夫妇通过杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司 8.47%的股权，魏太敏、朱苗夫妇合计持有公司 51.69%的股份，能够对公司决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策，系公司的实际控制人。

魏太敏，男，1975 年 10 月生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，厦门大学毕业。1997 年 9 月至 1999 年 8 月就职于广州宝洁有限公司，担任粤东市场经理；1999 年 9 月至 2004 年 8 月，就职于福仕德(广州)营销顾问有限公司，担任策略顾问；2004 年 8 月至 2008 年 8 月，就职于法国奥洛菲（香港）有限公司，担任企划部经理；2008 年 8 月至 2012 年 3 月，就职于杭州香硕贸易有限公司，担任电商品牌总监；2012 年 4 月至 2015 年 10 月，就职于杭州网娘电子商务有限公司担任总经理；2015 年 10 月至今，于本公司担任董事长、总经理。

朱苗，女，1981 年 5 月生，中国国籍，无境外居留权，中专学历。2002 年 3 月至 2005 年 3 月，就职于神采国际贸易有限公司，担任技术总监；2005 年 3 月至 2012 年 12 月，就职于台湾安婕妤股份有限公司，担任华东部市场总监；2013 年至今就职于本公司，担任首席运营官。朱苗女士现担任公司副董事长、副总经理。

报告期初至 2014 年 11 月，公司的控股股东为魏太敏；2014 年 11 月至 2015 年 4 月，公司的控股股东为上海易妆生物科技股份有限公司；2015 年 4 月至今，公司的控股股东为魏太敏。

报告期内，公司实际控制人未发生变化。

（四）公司持股 5%以上股东基本情况

除控股股东魏太敏先生以外，公司持股 5%以上股东基本情况如下：

1、上海娴钦创业投资有限公司

上海娴钦创业投资有限公司持有公司 20.34% 股权，娴钦创业基本情况如下：

公司名称	上海娴钦创业投资有限公司
地址	嘉定区嘉新公路 1065 号 1 幢 029 室
法人代表	李骏彦
注册资本	1,000.00 万人民币
成立日期	2009 年 8 月 13 日
经营范围	创业投资（除股权投资和股权投资管理），投资咨询（除金融、证券），投资管理（除股权投资和股权投资管理），企业管理咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本公开转让说明书签署日，娴钦创业的股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额	出资比例 (%)
李骏彦	1,000.00	100.00
合计	1,000.00	100.00

2、上海莆蕴投资管理有限公司

上海莆蕴投资管理有限公司持有公司 12.71% 股权，莆蕴投资基本情况如下：

公司名称	上海莆蕴投资管理有限公司
------	--------------

地址	上海市崇明县城桥镇秀山路 8 号 3 幢 1 层 G 区 2063 室（崇明工业园区）
法人代表	王维珍
注册资本	50.00 万人民币
成立日期	2011 年 8 月 8 日
经营范围	投资管理、咨询，商务信息咨询，经济信息咨询，企业管理咨询，企业形象策划，市场营销策划，会务会展服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本公开转让说明书签署日，蔚蕴投资的股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额	出资比例 (%)
杨德毅	45.00	90.00
王维珍	5.00	10.00
合计	50.00	100.00

3、杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）

杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）持有公司 8.47% 股权，易妆投资的基本情况如下：

公司名称	杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）
地址	杭州市江干区九盛路 9 号 A03 幢 104 室
执行事务合伙人	魏太敏
出资额	50.00 万人民币
成立日期	2015 年 4 月 20 日
经营范围	一般经营项目：投资管理

截至本公开转让说明书签署日，易妆投资的股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额	出资比例 (%)

股东名称	出资额	出资比例 (%)
魏太敏	0.50	1.00
朱苗	49.50	99.00
合计	50.00	100.00

4、上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）

上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）持有公司 10.17% 股权，鼎晖投资的基本情况如下：

公司名称	上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）
地址	浦东新区南汇新城镇芦潮港路 1758 号 1 幢 A—353 室
执行事务合伙人	苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司
出资额	45,758.00 万人民币
成立日期	2013 年 11 月 29 日
经营范围	创业投资，投资管理，投资咨询（除经纪），企业管理。【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】

截至本公开转让说明书签署日，鼎晖投资的股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额	出资比例 (%)
苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司	101.00	0.22
中国科学院国有资产经营有限责任公司	10,000.00	21.85
上海鼎晖创禾创业投资中心（有限合伙）	35,657.00	77.93
合计	45,758.00	100.00

5、首誉光控资产管理有限公司

首誉光控资产管理有限公司持有公司 5.08% 股权，首誉光控的基本情况如下：

公司名称	首誉光控资产管理有限公司
------	--------------

地址	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
法人代表	周克
注册资本	12,000.00 万元人民币
成立日期	2013 年 03 月 11 日
经营范围	特定客户资产管理与中国证监会许可的其它业务

截至本公开转让说明书签署日，首誉光控的股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额	出资比例 (%)
中邮创业基金管理有限公司	5,400.00	45.00
北京庆鼎鑫投资中心（有限合伙）	3,000.00	25.00
重庆光控股股权投资管理有限公司	3,600.00	30.00
合计	12,000.00	100.00

（五）公司股东适格性说明

经公司书面声明及主办券商核查：公司自然人股东魏太敏为中国公民，具有完全的民事权利能力和行为能力，在中国境内有住所，非公务员，未在党政机关任职，不存在《公司法》、《中华人民共和国公务员法》、《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》等相关法律、法规、规范性法律文件及公司章程规定的不适合担任公司股东的情形。

非自然人股东鼎晖投资已经根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规的要求在基金业协会备案，基金编号为 SD3186，基金管理人为苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司。

首誉光控为中邮创业基金管理有限公司的子公司，投资公司的资金来源于“首誉光控-灵动文化专项资产管理计划”，首誉光控已取得证监会“特定客户资产管理业务资格证书”，该资产管理计划已按照《基金管理公司特定客户资产管理业务试点办法》要求在中国证券投资基金业协会办理基金专户产品备案，备

案编码 SC7077，管理人为首誉光控资产管理有限公司，托管人为宁波银行股份有限公司，备案日期为 2015 年 2 月 15 日。

根据企业出具的说明并经主办券商核查，娴钦创业与蒲蕴投资均以自有资金投资，未聘请其他公司或合伙企业提供管理服务，未以非公开方式向投资者募集资金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，无需私募投资基金备案登记。

易妆投资拟作为公司的员工持股平台，以自有资金投资设立，不属于私募投资基金，无需私募投资基金备案登记。

五、公司股本形成及其变化情况

（一）有限责任公司阶段

1、2012 年 4 月，网娘有限设立

杭州网娘电子商务股份有限公司的前身杭州网娘电子商务有限公司成立于 2012 年 4 月 10 日，注册资本 1,000.00 万元，由魏太敏、娴钦创业、蒲蕴投资三位股东共同出资设立，其中魏太敏认缴 510.00 万元，娴钦创业认缴 290.00 万元，蒲蕴投资认缴 200.00 万元。

2012 年 4 月 6 日，杭州金瑞会计师事务所有限公司出具编号为“杭金瑞会验字（2012）第 063 号”的《验资报告》，验证截至 2012 年 4 月 5 日，网娘有限已收到全体股东首次缴纳的注册资本合计人民币 500.00 万元，均为货币出资。其中，魏太敏实缴 255.00 万元，上海娴钦创业投资有限公司实缴 145.00 万元，上海蒲蕴投资管理有限公司实缴 100.00 万元。

经核查出资凭证、验资报告及访谈股东，本次出资魏太敏、上海娴钦创业投资有限公司、上海蒲蕴投资管理有限公司均以自有资金出资，出资真实、充足，不存在股权代持情况及潜在纠纷。

2012 年 4 月 10 日，杭州市工商行政管理局向网娘有限核发了《企业法人营业执照》，经营范围为网上销售：化妆品；服务：化妆品的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，投资管理（除证券、期货）；其他无需报经审批的一切合

法项目；住所为杭州市江干区九盛路 9 号 A03 幢 101 室。

网娘有限设立时，股权结构如下：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例（%）	出资方式
魏太敏	510.00	255.00	51.00	货币
上海娴钦创业投资有限公司	290.00	145.00	29.00	货币
上海莆蕴投资管理有限公司	200.00	100.00	20.00	货币
合计	1,000.00	500.00	100.00	-

2、2013 年 2 月，网娘有限减资

根据网娘有限设立时的《公司章程》约定：公司注册资本分两期缴纳，第一期 500 万元于 2012 年 4 月 5 日到位，第二期 500 万元于 2012 年 8 月 1 日前到位。网娘有限全体股东于 2012 年 4 月 5 日缴纳了第一期注册资本，但未按《公司章程》的约定及时缴纳第二期注册资本。

2012 年 12 月 7 日，网娘有限作出股东会决议，同意公司将未到位的认缴出资额 500.00 万元进行减资处理。本次减资后，魏太敏出资额为 255.00 万元，占注册资本的 51%；上海娴钦创业投资有限公司出资额为 145.00 万元，占注册资本的 29%；上海莆蕴投资管理有限公司出资额为 100.00 万元，占注册资本的 20%，并对《公司章程》进行相应修改。

2012 年 12 月 8 日，公司在《每日商报》上就上述减资事项发布公告。该减资公告发布起 45 日内，无债权人要求公司清偿债务或者提供相应担保。

2013 年 1 月 27 日，杭州勤行会计师事务所出具“杭勤验字（2013）第 017 号”验资报告，验证截至 2013 年 1 月 27 日，公司减资后的注册资本为人民币 500.00 万元，实收资本人民币 500.00 万元。

本次变更于 2013 年 2 月 27 日经杭州市工商行政管理局核准。

公司全体股东已出具书面说明，对网娘有限股东未及时缴纳第二期注册资本的行为及网娘有限的历史沿革予以认可，其将不会对网娘有限历史上未按时缴纳注册资本的情形提出异议。同时公司实际控制人魏太敏、朱苗承诺，若公司因前

述出资瑕疵遭受相关主管部门处罚或其他任何损失的，其将对该等损失予以无条件补偿。

本次减少注册资本后，网娘有限的股权结构变更为：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例 (%)	出资方式
魏太敏	255.00	255.00	51.00	货币
上海娴钦创业投资有限公司	145.00	145.00	29.00	货币
上海莆蕴投资管理有限公司	100.00	100.00	20.00	货币
合计	500.00	500.00	100.00	-

3、2014年11月，网娘有限第一次股权转让

2014年11月26日，公司召开股东会，全体股东一致通过如下决议：同意股东魏太敏将其持有的公司51%股权转让给上海易妆生物科技股份有限公司；同意股东娴钦创业将其持有的公司29%股权转让给易妆生物；同意股东莆蕴投资将其持有的公司20%股权转让给易妆生物；并对《公司章程》进行相应修改。同日，魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资与易妆生物分别签署了《股权转让协议》。

本次变更于2014年11月26日经杭州市工商行政管理局核准。

本次转让情况如下表所示：

转让方	受让方	转让出资额（万元）	转让价格（万元）
魏太敏	易妆生物	255.00	255.00
娴钦创业	易妆生物	145.00	145.00
莆蕴投资	易妆生物	100.00	100.00

经核查股权转让支付凭证及访谈股东，本次股权受让主体上海易妆资金来源为其股东投资款。本次股权受让金额共计500万元，已足额支付。上海易妆名下股权均为其真实所有，不存在股权代持情况及潜在纠纷。

本次股份转让后，网娘有限的股权结构变更为：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例 (%)	出资方式
上海易妆生物科技股份有限公司	500.00	500.00	100.00	货币
合计	500.00	500.00	100.00	-

4、2015年4月，网娘有限第一次增资及第二次股权转让

2015年4月27日，公司召开股东会，全体股东一致通过如下决议：

(1) 同意易妆生物将其持有本公司 51%的股权转让给魏太敏，同意易妆生物将其持有本公司 24%的股权转让给娴钦创业，同意易妆生物将其持有本公司 15%的股权转让给莆蕴投资，同意易妆生物将其持有本公司 10%的股权转让给杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）。

(2) 同意增资 90 万元，其中上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）认缴投资 60.00 万元，每 1 元注册资本的认购价格为 20.00 元，总投资额 1,200.00 万元，投资方式为货币，占注册资本的 10.17%；首誉光控资产管理有限公司认缴投资 30.00 万元，每 1 元注册资本的认购价格为 20.00 元，总投资额 600.00 万元，投资方式为货币，占注册资本的 5.08%。并同意对《公司章程》进行相应修改。

同日，易妆生物与魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资、易妆投资签署《股权转让协议》。

同日，鼎晖投资、首誉光控与网娘有限、易妆生物、魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资签订《增资协议》，约定由鼎晖投资以 1200.00 万元认购增加的注册资本 60.00 万元，首誉光控以 600.00 万元认购增加的注册资本 30.00 万元。

本次变更于 2015 年 4 月 29 日经杭州市市场监督管理局核准。

2015 年 6 月 16 日，上海海岳会计师事务所出具编号为“沪海岳验字（2015）第 8015 号”的验资报告，验证截至 2015 年 4 月 30 日，网娘有限已收到上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）和首誉光控资产管理有限公司缴纳的新增注册资本 90.00 万元，均为货币出资。

经核查本次股权转让支付凭证及及访谈股东，本次股权受让主体魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资、易妆投资资金来源为其自有资金；本次股权受让金额共计 500 万元，已足额支付。各股东持有股份为真实所有，不存在股权代持情况。

及潜在纠纷。

经核查本次增资的出资凭证、验资报告及访谈股东，本次增资主体首誉光控的资金系其作为资产管理人通过设立“首誉光控-灵动文化专项资产管理计划”向特定客户募集而来；鼎晖投资资金来源于其合伙人投资款；出资真实、充足，不存在持股平台或其他股权代持情形，亦不存在其他任何形式的潜在纠纷。

魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资、鼎晖投资已出具《关于不存在股权限制的承诺函》：本公司（本人）现持有的杭州网娘电子商务股份有限公司全部股份均为本公司（本人）真实持有，不存在委托持股、信托持股及其他利益安排的情形，不存在其他股权行使受他人限制或支配的情形。本公司（本人）所持有的杭州网娘电子商务股份有限公司与其他股东股份权属清晰，未被设定质押、冻结、其他任何形式的担保或第三者权益，不存在任何重大权属纠纷、争议，基于该等股份依法行使股东权利没有任何法律障碍。

首誉光控已出具《说明》：2015年4月，本公司作为资产管理人发起设立“首誉光控-灵动文化专项资产管理计划”并向合格投资者募集资金，资管计划在证监会备案成立。本公司以资管计划资产600万元对杭州网娘电子商务有限公司增资30万元，占注册资本的5.0847%，本次增资价款已实际支付。本公司持有网娘电商的股权为代表“首誉光控-灵动文化专项资产管理计划”实际合法拥有，权属清晰。本公司持有的网娘电商股权不存在任何纠纷或潜在纠纷。

本次增资及股权转让后，公司的股权结构如下所示：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例（%）	出资方式
魏太敏	255.00	255.00	43.22	货币
上海娴钦创业投资有限公司	120.00	120.00	20.34	货币
上海莆蕴投资管理有限公司	75.00	75.00	12.71	货币
杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）	50.00	50.00	8.47	货币
上海鼎晖创泰创业	60.00	60.00	10.17	货币

投资中心（有限合伙）				
首誉光控资产管理有限公司	30.00	30.00	5.08	货币
合计	590.00	590.00	100.00	-

（二）股份有限公司阶段

1、2016年7月，整体变更设立股份公司

2016年5月9日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字（2016）第115416号”《审计报告》，截至2016年4月30日，公司经审计后的净资产值为人民币3,136.53万元。

2016年5月9日，上海立信资产评估有限公司出具“信资评报字（2016）第2068号”《资产评估报告》。根据该报告，截至2016年4月30日，公司净资产的评估值为3,220.00万元。

2016年5月26日，有限公司作出股东会决议，将有限公司整体变更为股份有限公司，同意根据公司截至2016年4月30日经审计的净资产3,136.53万元，以全体股东作为发起人，按照5.316:1的比例折股，其中590.00万元计入注册资本，其余2,546.53万元计入资本公积金，有限公司整体变更为股份公司。同日，全体股东签订《发起人协议书》，一致同意网娘有限整体变更为股份公司。

2016年6月16日，公司召开创立大会，审议通过了关于设立股份公司整体折股方案、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、选举董事、监事及公司各项治理文件的决议。

2016年6月16日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字[2016]第115676号”《验资报告》，截至2016年6月16日，有限公司全体股东已根据《公司法》的规定，将有限公司截至2016年4月30日止经审计确认的公司净资产3,136.53万元，其中人民币590.00万元折合股份590.00万股，每股1元，共计实收注册资本人民币590.00万元，其余部分净资产人民币2,546.53万元计入资本公积。

2016年7月13日，公司取得了杭州市市场监督管理局核发的统一社会信用

代码为 913301045930745063 的《企业法人营业执照》。

整体变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	持股数量 (股)	持股比例(%)
1	魏太敏	净资产折股	2,550,000	43.22
2	上海娴钦创业投资有限公司	净资产折股	1,200,000	20.34
3	上海莆蕴投资管理有限公司	净资产折股	750,000	12.71
4	杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）	净资产折股	500,000	8.47
5	上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）	净资产折股	600,000	10.17
6	首誉光控资产管理有限公司	净资产折股	300,000	5.08
合计			5,900,000	100.00

公司整体变更为股份公司不涉及因未分配利润及盈余公积转增股本产生的自然人股东个人所得税缴纳义务，同时针对未来可能发生的追缴税费的情形，公司自然人股东魏太敏、公司股东杭州易妆投资管理合伙企业投资人朱苗已就相关的个人所得税事项作出承诺：若未来因税务部门要求或决定，导致其须缴纳相关的个人所得税税款，本人将依法履行纳税义务并承担可能产生的其他费用（包括但不限于税款、滞纳金等），与公司无关。

六、子公司股本的形成

(一) 杭州瑞霞科技有限公司

1、瑞霞科技股份的而形成

(1) 瑞霞科技设立

杭州瑞霞科技有限公司成立于 2013 年 7 月 10 日，注册资本 200.00 万元，由曹源与潘莎两位股东共同出资设立。曹源认缴 120.00 万元，首期出资 30.00 万元，于 2013 年 7 月 4 日前到位；第二期出资 30.00 万元，于 2014 年 7 月 3 日前到位；第三期出资 60.00 万元，于 2015 年 7 月 3 日前到位。潘莎认缴 80.00 万元，

首期出资额 20.00 万元，于 2013 年 7 月 4 日前到位；第二期出资 20.00 万元，于 2014 年 7 月 3 日前到位；第三期出资 40.00 万元，于 2015 年 7 月 3 日前到位。

2013 年 7 月 4 日，杭州英泰会计师事务所出具“杭英验字（2013）第 873 号”《验资报告》，确认截至 2015 年 7 月 4 日，瑞霞科技已收到首次出资，出资额为人民币 50.00 万元，均为货币出资，其中曹源缴纳 30.00 万元，潘莎缴纳 20.00 万元。

2013 年 7 月 10 日，杭州市余杭区工商行政管理局向瑞霞科技核发了注册号为 330184000251360 的《企业法人营业执照》。

瑞霞科技设立时的股权结构如下所示：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例 (%)	出资方式
曹源	120.00	30.00	60.00	货币
潘莎	80.00	20.00	40.00	货币
合计	200.00	50.00	100.00	-

（2）瑞霞科技减资

2014 年 4 月 15 日，瑞霞科技作出股东会决议：同意减资 150.00 万元，全体股东采用同比例减资的办法。

本次减资完成后，瑞霞科技的股权结构如下所示：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例 (%)	出资方式
曹源	30.00	30.00	60.00	货币
潘莎	20.00	20.00	40.00	货币
合计	50.00	50.00	100.00	-

（3）瑞霞科技第一次股权转让

2014 年 11 月 12 日，瑞霞科技作出股东会决议：同意曹源将其持有瑞霞科技 60% 股权转让给陈王颖，同意潘莎将其持有瑞霞科技 40% 股权转让给陈王颖。

同日，曹源与陈王颖签订《股权转让协议》，将其持有瑞霞科技 60% 的股权

转让给陈王颖，转让价款为 30.00 万元。潘莎与陈王颖签订《股权转让协议》，将其持有瑞霞科技 40% 的股权转让给陈王颖，转让价款为 20.00 万元。

本次股权转让后，瑞霞科技的股权结构如下所示：

单位：万元				
股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例（%）	出资方式
陈王颖	50.00	50.00	100.00	货币
合计	50.00	50.00	100.00	-

（4）瑞霞科技第二次股权转让

2015 年 4 月 20 日，瑞霞科技作出股东决定：同意陈王颖将其持有瑞霞科技 100% 的股权转让给网娘有限。

同日，陈王颖与网娘有限签订《股权转让协议》，将其持有瑞霞科技 100% 的股权转让给网娘有限，转让价款为 50 万元。

本次股权转让后，瑞霞科技的股权结构如下图所示：

单位：万元				
股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例（%）	出资方式
杭州网娘电子商务有限公司	50.00	50.00	100.00	货币
合计	50.00	50.00	100.00	-

2、公司收购瑞霞科技的相关情况

（1）收购的必要性、收购后对公司业务及经营的具体影响

瑞霞科技主要从事化妆品的 B2C 业务，在天猫商城经营“番茄派瑞霞专卖店”，直接向终端消费者销售本公司的化妆品。在被本公司收购之前，瑞霞科技系本公司的渠道商，向公司采购化妆品后在其自主运营的天猫商城网店上进行销售。

在收购瑞霞科技前，公司在天猫商城运营的店铺为“番茄派旗舰店”，为降低单店运营的风险，公司拟拓展天猫商城店铺数量。而瑞霞科技作为公司渠道商，其管理和运营团队较为优秀，在天猫商城的销售情况良好，并且积累了一定的客户群，故公司收购瑞霞科技。

本次收购完成后，瑞霞科技继续经营“番茄派瑞霞专卖店”，作为公司 B2C 业务销售端的补充。公司一方面增加了天猫商城的店铺数量，降低了单一店铺的运营风险；另一方面也拓展了销售渠道与产品销量，增加了客户群体。

(2) 合并类型、收购的会计处理

在收购瑞霞科技前，公司的控股股东为上海易妆生物科技股份有限公司，实际控制人为魏太敏、朱苗夫妇，瑞霞科技的控股股东、实际控制人为陈王颖女士，本次合并属于非同一控制下的企业合并。

根据《企业会计准则》的规定，在非同一控制下的合并下，公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本；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，应当确认为商誉。

合并日，公司在母公司财务报表确认长期股权投资的金额为 50 万元。合并日，合并报表的抵消分录为：借记股本 50 万元，借记商誉 7.36 万元；贷记长期股权投资 50 万元，贷记未分配利润 7.36 万元。同时，基于谨慎性原则，公司已在 2015 年对该次收购形成的商誉 7.36 万元全额计提减值损失。

(3) 收购的审议程序

2015 年 4 月 20 日，瑞霞科技作出股东决定：同意陈王颖将其持有瑞霞科技 100% 的股权转让给网娘有限。

同日，陈王颖与网娘有限签订《股权转让协议》，将其持有瑞霞科技 100% 的股权转让给网娘有限，转让价款为 50 万元。

(4) 审计及评估的净资产情况、作价依据、收购价款的支付情况

2015 年 4 月 30 日，瑞霞科技的净资产为 42.64 万元，未经第三方审计及评估。考虑到瑞霞科技运营的天猫店铺销售情况较好并且积累了一定的客户群体，本次交易的作价依据为瑞霞科技的实收资本 50 万元。2015 年 4 月，经网娘有限股东决定通过，同意公司收购瑞霞科技全部股权，收购价款为 50 万元。2015 年 4 月 24 日，公司向陈王颖支付了收购价款 50 万元。

3、公司完成对瑞霞科技收购后，对瑞霞科技的业务安排

公司完成对瑞霞科技的收购后，瑞霞科技承担部分销售业务，继续负责天猫商城平台上“番茄派瑞霞专卖店”的运营，作为公司 B2C 销售模式的补充，而公司继续负责整体的业务经营。在分工与合作方面，公司将产品销售给瑞霞

科技后，由瑞霞科技负责产品在天猫商城网店“番茄派瑞霞专卖店”中的销售。

公司 2015 年 4 月完成对瑞霞科技的收购，自 2015 年 5 月起纳入合并报表的范围。

公司对瑞霞科技在人员、财务、业务上的控制情况如下：

(1) 股权状况

收购完成后，瑞霞科技成为公司的全资子公司，公司在股权方面拥有绝对控制权。

(2) 决策机制

瑞霞科技的执行董事兼总经理系本公司董事长兼总经理魏太敏，监事姜媚阳系本公司员工，因此在人员及管理上公司可以实现对子公司的控制。通过上述管理层方面的安排，可以保证对于公司制定的决策事项，子公司均能够有效地执行。

(3) 公司制度

公司制定了各项规章制度，其中涉及到对子公司的控制规定包括《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》等方面，并且由公司负责制定子公司的各项制度，从而在制度层面上保证格对子公司的控制。

(4) 利润分配方式

公司作为瑞霞科技的唯一股东，按照法律、法规、规范性文件及公司章程的规定，决定瑞霞科技的利润分配政策及分配方案。

综上，公司可以从股权状况、决策机制、公司制度及利润分配方式等方面完全实现对瑞霞科技在人员、财务、业务上的控制。

4、瑞霞科技的收入、客户情况

瑞霞科技主要从事“番茄派”品牌化妆品的电子商务零售业务，负责“番茄派瑞霞专卖店”的运营，主要客户为以年轻女性为主的终端消费者。报告期内，瑞霞科技的营业收入按产品类别划分情况如下：

单位：万元

产品名称	2016 年 1-4 月	2015 年	2014 年
足部护理	4.86	18.42	31.95
手部护理	2.41	72.95	13.17
彩妆	0.24	1.36	101.48

身体护理	0.30	15.56	-
面部护理	1.53	16.53	-
合计	9.34	124.82	146.60

自瑞霞科技成为公司的全资子公司之后，母子之间的内部交易主要是公司向瑞霞科技销售产品，其中 2015 年 5-12 月份销售金额为 57.25 万元，2016 年 1-4 月销售金额为 4.56 万元，内部交易已经全部最终实现。

(二) 杭州玉俏堂贸易有限公司

1、玉俏堂设立

杭州玉俏堂贸易有限公司成立于 2014 年 10 月 24 日，注册资本 10 万元，由王世君出资设立。

2014 年 10 月 24 日，杭州市余杭区市场监督管理局向玉俏堂核发了《企业法人营业执照》。

玉俏堂设立时的股权结构如下表所示：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例 (%)	出资方式
王世君	10.00	10.00	100.00	货币
合计	10.00	10.00	100.00	-

2、玉俏堂第一次股权转让

2015 年 6 月 8 日，玉俏堂作出股东决定：同意王世君将其持有玉俏堂 51% 的股权以 5.1 万元转让给网娘有限，将其持有玉俏堂 41% 的股权以 4.1 万元转让给陈王颖，将其持有玉俏堂 8% 的股权以 0.8 万元转让给李加旭。

同日，王世君与网娘有限、陈王颖、李加旭签订《股权转让协议》。

本次股权转让后，玉俏堂的股权结构如下表所示：

单位：万元

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例 (%)	出资方式
杭州网娘电子商务	5.10	5.10	51.00	货币

有限公司				
陈王颖	4.10	4.10	41.00	货币
李加旭	0.80	0.80	8.00	货币
合计	10.00	10.00	100.00	-

公司收购玉俏堂的原因：2014 年，通过微信朋友圈从事产品销售业务（微商）在国内兴起，部分化妆品企业开始从事微商业务。为应对这一潮流，公司准备试水微商，通过微信进行产品销售。而玉俏堂设立时其实际控制人有从事微商业务的意愿，但未正式运营，故公司在 2015 年 6 月以 5.1 万元的价格收购玉俏堂 51% 的股权，准备从事微商业务。但随着微信加强对朋友圈的监管，媒体关于微商的负面报道频繁，微商行业遇冷，公司决定暂缓推进微商业务，故公司收购玉俏堂后未实际经营业务。

考虑到玉俏堂已成立一段时间，且团队成员已积累一定的微商运营经验，故公司以玉俏堂的实收资本 10 万元作为收购的作价依据，以 5.1 万元的价格收购玉俏堂 51% 的股权，不存在通过本次收购进行利益输送的情况。

截至 2015 年 5 月 31 日，玉俏堂净资产 8.38 万元，玉俏堂 51% 股权对应的可辨认净资产的价值为 4.27 万元，与公司支付的对价之间的差额 0.83 万元计入商誉。基于谨慎性的原则，公司已在 2015 年对该次收购形成的商誉 0.83 万元全额计提减值损失，报告期末已不存在商誉。

3、玉俏堂注销

玉俏堂自成立之日起并未实际经营业务，因此公司决定将其注销。截至本公开转让说明书签署日，玉俏堂已完成注销，不再纳入合并范围。

2016 年 4 月 21 日，杭州市余杭区市场监督管理局出具《工商企业注销证明》，同意玉俏堂注销。

（三）番茄派（韓國）生物科技有限公司

原番茄派（韓國）生物科技有限公司系网娘电商全资子公司，成立于 2013 年 12 月 6 日，注册地为香港，已发行股份数为 1 万股，每股为 1 港元，公司注册号为 2008069。该公司成立以来未实际经营业务，已于 2016 年 4 月 27 日通过公司注销决议，截至本公开转让说明书签署日，番茄派（韓國）正在注销过程中。

七、公司设立以来的资产重组情况

自网娘有限成立至本公开转让说明书签署之日，公司不存在重大资产重组的情况。

八、对赌协议的签订与解除情况

(一) 2015 年 4 月，对赌协议签订

2015 年 4 月 27 日，鼎晖投资、首誉光控与网娘有限、易妆生物、魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资签订《增资协议》，约定由鼎晖投资以 1200.00 万元认购增加的注册资本 60.00 万元，首誉光控以 600.00 万元认购增加的注册资本 30.00 万元。

同日，《增资协议》各方签订《增资协议之补充协议》，该协议主要约定了投资人与公司、公司股东之间的业绩补偿、股权回购及其他义务，主要内容如下：

“关于经营目标约定如下：如果标的公司（即网娘有限）2015 年度经审计的净利润达到 600 万元，则标的公司投前估值保持不变，各方股权结构不变；如果标的公司未达到该目标，则实际控制人对投资方进行股权补偿。

关于股权回购约定如下：当出现以下情况之一时，投资方有权要求标的公司和/或实际控制人回购投资方所持有的全部或部分标的公司股权：1、除投资方的原因，公司无法于 2016 年 12 月 31 日前完成新三板挂牌；2、除投资方的原因，标的公司不能在 2019 年 12 月 31 日前实现首次公开发行股票并上市，该等原因包括但不限于标的公司经营业绩方面不具备上市条件，或由于公司历史沿革方面的不规范未能实现上市目标，或由于公司实际控制人存在重大过错、经营失误等原因造成公司无法上市等；3、公司累计新增亏损达到投资人完成对公司本次投资时公司净资产的 50%；4、实际控制人或标的公司实质性违反增资协议、本协议及附件的相关条款，或公司实际控制人涉嫌重大违法或犯罪，或公司实施财务造假，或公司擅自对外借款或担保，或公司实际控制人出现重大个人诚信问题损害公司利益（包括但不限于公司出现投资方不知情的大额账外现金销售收入等情

形），且在投资方规定的期限内未采取有效措施改正或消除不良影响；5、实际控制人持有的标的公司之股权因行使质押权等原因，所有权发生实质性转移或者存在此种潜在风险。”

除此之外，该《补充协议》还约定了投资者对股权转让的限制、共同出售权、反稀释条款、新投资者进入的限制、优先清算权等。

（二）2016年6月，对赌协议解除

上述《增资协议之补充协议》的签订涉及股东与公司进行对赌，将影响公司利益。若公司未完成对赌约定的目标，涉及公司或实际控制人回购投资方的股权，将导致公司未来的股权结构不具有稳定性。

因此，经协议各方充分友好协商，2016年6月10日，鼎晖投资、首誉光控与网娘有限、易妆生物、魏太敏、娴钦创业、莆蕴投资签署《增资协议之补充协议（二）》，作出如下约定：

“1、各方一致同意，自本协议签署之日起，原《增资协议之补充协议》终止生效。

2、本协议旨在取消上述两个协议中含有“对赌”性质的所有相关条款及各方就该次增资所作出的所有“对赌”性质的约定，若前述两个协议指定条款以外的其他条款被中国证监会、全国中小企业股份转让系统等有关审核部门认定为含有“对赌”性质，或协议各方就该次增资作出了其它“对赌”性质的约定，亦应根据本协议第1条所述之原则和时点自动终止。

3、本协议与原《增资协议》、原《增资协议之补充协议》约定不一致的，以本协议为准。但是，如标的公司关于在全国中小企业股份转让系统公开挂牌转让其股票的申请因任何原因被撤回、退回、撤销、否决、终止审核或不予批准，则根据前述约定被终止的条款及相关方的权利自该撤回、退回、撤销、否决、终止审核或不予批准之日起自动恢复效力，即相关方有权继续享有该等条款规定的相关权利，标的公司及各方应采取所有必要的行动包括签署文件等予以配合。

如标的公司向全国中小企业股份转让系统递交挂牌申请材料后12个月内仍未完成挂牌，除非经投资人书面同意，则标的公司应主动撤回申请。”

根据《增资协议之补充协议（二）》的约定，若公司在全国中小企业股份转让系统成功挂牌并公开转让，则对赌协议将完全解除，未来将不会对公司利益及

股权结构稳定性产生影响。

九、公司董事、监事和高级管理人员情况

(一) 董事基本情况

魏太敏 先生 董事长兼总经理

基本情况请参见本节之“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人基本情况”。

朱苗 女士 副董事长兼副总经理

基本情况请参见本节之“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人基本情况”。

朱东明 先生 董事

1988年3月出生，中国国籍，无境外居留权，高中学历。2010年3月至2012年3月就职于杭州香硕外贸有限公司，担任渠道主管；2012年4月至2014年5月，担任公司渠道部经理；2014年6月至2015年12月，担任业务拓展部总监；2016年1月至今，担任国际供应链部总监；现任公司董事，为公司创始团队成员。

杭荣 先生 董事

1989年12月出生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2012年7月至2015年6月，就职于中信建投证券股份有限公司，担任投资银行部VP。2015年10月至今，担任公司董事。

孟媛 女士 董事

1986年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2007年7月至2011年5月就职于美国Opera Solutions管理咨询有限公司，担任咨询分析师；2011年7月至2013年5月就读于美国哥伦比亚大学，攻读硕士学位；2013年7月至今就职于鼎晖股权投资管理（天津）有限公司，担任助理副总裁。2015

年10月至今，担任公司董事。

（二）监事基本情况

张丽 女士 监事会主席

1992年9月出生，中国国籍，无境外居留权，初中学历。2008年2月至2010年9月，就职于杭州千合伴服饰有限公司，负责客户维护及出库制单；2010年12月至2012年4月，就职于杭州徐娜拉电子商务有限公司，担任NALA金冠C店售前客服及客服组长；2012年6月至2013年2月，就职于杭州拉文电子商务有限公司，担任客服主管；2013年3月至今，担任公司客服主管；现任公司监事会主席。

黄丽云 女士 监事（职工代表监事）

1984年6月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。2003年8月至2008年3月，任职于中国工商银行江西省德兴分行，担任柜员；2008年3月至2011年5月，个人经营服装店；2011年8月至2014年6月，就职于杭州拉文电子商务有限公司，担任采购部主管；2014年7月至今，担任公司采购部主管；现任公司监事。

叶坤 先生 监事

1990年9月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。2011年9月至2012年3月，就职于杭州徐娜拉电子商务有限公司，担任设计师；2012年3月至2013年3月，就职于杭州艮坤电子商务园有限公司，作为创始人之一，负责设计TP模块；2013年3月至今，担任公司设计主管；现任公司监事。

（三）高级管理人员基本情况

魏太敏 先生 董事长兼总经理

基本情况请参见本节之“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人基本情况”。

朱苗 女士 副董事长兼副总经理、首席运营官

基本情况请参见本节之“四、实际控制人、持股5%以上股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人情况”。

冯春霄 女士 财务总监

1986年5月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2007年9月至2009年10月，就职于浙江韦宁会计师事务所审计部，担任审计助理；2009年10月至2012年4月，就职于浙江苏泊尔家电制造有限公司，担任外贸会计主管；2012年4月至2016年6月，担任公司财务经理；2016年6月至今，担任公司财务总监。

李雪娟 女士 董事会秘书

1987年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2009年6月至2012年4月，就职于盛大计算机（上海）有限公司，担任总裁助理；2012年4月至2016年5月，就职于上海骏梦网络科技有限公司，担任总裁助理；2016年6月至今，担任公司董事会秘书。

（四）董事、监事、高级管理人员持股情况

截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的直接持股情况如下：

序号	姓名	持股数量(股)	持股比例(%)	职位
1	魏太敏	2,550,000	43.22	董事长兼总经理
	合计	2,550,000	43.22	-

除此之外，董事长兼总经理魏太敏先生与副董事长兼副总经理朱苗女士通过股东杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司股份 50.00 万股，占公司总股本比例为 8.47%。魏太敏、朱苗合计持有公司 51.69% 的股份。

（五）董事、监事、高管任职资格

公司现任董事、监事和高级管理人员均符合《公司法》、《证券法》等法律

法规及规范性文件规定的任职资格，不存在《公司法》第一百四十七条所规定的不得担任董事、监事和经理等高级管理人员的情形，也不存在被中国证监会确定为证券市场禁入者或禁入尚未解除的情形。

（六）董事、监事、高管合法合规

公司董事、监事、高级管理人员报告期内没有因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分，也不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论情形。报告期内不存在对所任职（包括现任职和曾任职）的企业因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形。

公司董事、监事、高级管理人员在报告期内不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

（七）董事、监事、高管竞业禁止

公司董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，不存在有关竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷；也不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

十、最近两年及一期主要会计数据和财务指标

项目	2016年 4月30日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
总资产（万元）	3,356.36	3,284.76	863.66
股东权益合计（万元）	3,133.85	2,982.97	546.11
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	3,133.85	2,979.55	546.11
每股净资产（元/股）	5.31	5.06	1.09
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产 (元/股)	5.31	5.06	1.09
资产负债率（母公司）	7.24%	9.92%	36.77%

流动比率（倍）	12.84	9.23	2.50
速动比率（倍）	8.80	5.37	0.80
项目	2016年1-4月	2015年	2014年
营业收入（万元）	1,533.35	4,301.55	2,461.50
净利润（万元）	152.71	632.76	243.30
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	154.30	633.44	243.30
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	147.46	619.36	242.83
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	149.05	620.04	242.83
毛利率（%）	55.41	58.82	62.21
净资产收益率（%）	5.05	30.71	57.32
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	4.88	30.06	57.21
基本每股收益（元/股）	0.26	1.13	0.49
稀释每股收益（元/股）	0.26	1.13	0.49
应收账款周转率（次）	5.51	27.38	38.14
存货周转率（次）	1.12	3.32	3.63
经营活动产生的现金流量净额（万元）	262.17	-194.91	-91.47
每股经营活动产生的净现金流量净额(元/股)	0.44	-0.35	-0.18

注 1：报告期内的模拟股本数为有限公司阶段的实收资本数。

表中相关指标的计算公式如下：

1、毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

2、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）要求计算

3、每股经营活动的现金流量净额=当期经营活动产生的现金流量净额/股本（股本的计算方法参考每股收益计算公式中分母计算方法）

4、每股净资产=期末净资产/期末股本总额（2013 年、2014 年模拟股本数为有限公司阶段的实收资本数）

5、资产负债率=负债总计/资产总计

6、应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均账面价值

7、存货周转率=营业收入/存货期初期末平均余额

8、流动比率=流动资产/流动负债

9、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

十一、定向发行情况

公司本次申请在全国中小企业股份转让系统挂牌，未有进行定向发行事宜。

十二、与本次挂牌有关的中介机构

(一) 主办券商

名称：平安证券股份有限公司
法定代表人：谢永林
住所：深圳市福田区金田路 4036 号荣超大厦 16-20 楼
联系电话：0755-22624565
传真：0755-82434614
项目负责人：钱伟
项目组成员：钱伟、张梦夏、丁艺、李婧晖

(二) 律师事务所

名称：国浩律师（上海）事务所
负责人：黄宁宁
住所：上海市北京西路 968 号嘉地中心 23-25 层
联系电话：021-52341668
传真：021-52341670
经办律师：陈枫、刘中贵

(三) 会计师事务所

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人: 朱建弟
住所: 上海市南京东路 61 号新黄浦金融大厦 4 楼
联系电话: 021-63391166
传真: 021-63392558
经办注册会计师: 邵振宇、张稼

(四) 资产评估机构

名称: 上海立信资产评估有限公司
法定代表人: 张美灵
住所: 上海市徐汇区肇嘉浜路 301 号 23 楼
联系电话: 021-68877288
传真: 021-68877020
经办注册资产评估师: 金燕、肖明

(五) 证券登记结算机构

名称: 中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
负责人: 王彦龙
住所: 北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
电话: 010-58598980
传真: 010-58598977

(六) 证券挂牌场所

名称: 全国中小企业股份转让系统有限责任公司
法定代表人: 杨晓嘉
住所: 北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
电话: 010-63889600

第二节 业务与技术

一、公司业务概述

(一) 公司主营业务

公司是一家专门从事手足护理及其他护理类化妆品电子商务零售业务的公司，通过天猫商城、淘宝网、唯品会、京东商城等主流第三方电商平台进行自有品牌的化妆品销售。

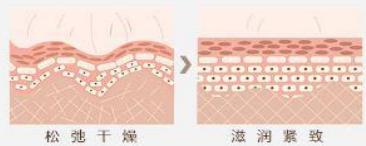
公司的主要产品系列包括足部护理系列、手部护理系列、身体护理系列、彩妆系列和面部护理系列。公司自设立以来，一直专注于互联网化妆品的销售，主营业务未发生变化。

(二) 公司提供的主要产品及服务

报告期内，公司销售的产品所属类别、产品名称和主要用途如下表所述：

编号	所属类别	产品名称	用途	图片展示
1	足部系列	蜕皮足膜	足部蜕死皮	 <p>韩版去老茧柔嫩足膜 系列：足部护理系列 净含量：2片装 产地：广东 广州 保质期：3年 适合肌肤：任何肤质，特别适用于足部老茧、硬皮者。 产品功效： 1.去除老废角质，使足部远离粗糙； 2.加速足部老茧、硬皮自然脱落，温和不刺激； 3.去粗嫩白，使双足细腻柔滑。 成分：水、甘油、乳酸、苹果酸、香蕉果油、番茄籽油、海藻糖。</p>
		去角质足膜	足部去角质、清洁	 <p>懒人换肤足膜 净含量：20g*2片 产地：广东 广州 保质期：3年 功效：萃取白柳树皮与木瓜提取物，温和软化足部角质，促进硬皮角质轻松脱落；结合果提取物，配合玫瑰精华，洁净双足，远离潮湿气候；特添蚕丝更柔软，滋养肌肤，改善粗干龟裂，还原丝滑脚底。 成分：水、1,2-丁二醇、甘油、白柳(SALIX ALBA)树皮提取物、澳洲坚果(MACADAMIA TERNIFOLIA)籽油、越桔(VACCINIUM VITIS-IDAEA)果提取物、橄榄(SOLANUM LYCOPERSICUM)果提取物、玫瑰(ROSA RUGOSA)提取物、木瓜(CHAEONOMELES SPECIOSA)提取物、生育酚(维生素E)、蒲公英(TARAXACUM MONGOLICUM)提取物、(日用)香精、乙醇。 适合肤质：置于阴凉干燥处，避免阳光直射和高温；远离婴幼儿放置。</p>

	补水足膜	足部补水	<p>产品名称：韩版玻尿酸补水足膜 净含量：2片装 产地：广东 广州 保质期：3年 功效：本品针对双足干瘪，干纹等干燥等现象，特添加补水成分-玻尿酸(透明质酸钠)，既能够帮助肌肤从肌肤表层吸取大量水分，还能增强皮肤长时间的保水能力。可使足部肌肤长效保持水润饱满状态。</p> <p>成分：PPG-10 山梨醇、1,4-丁二醇、透明质酸钠、甲基纤维素、卡波姆、酵母氨基酸类、柠檬酸三乙酯、番茄 (SOLANUM LYCOPERSICUM) 果油、芦荟提取物、三乙醇胺、甲基异噻唑啉酮、溴丙炔醇丁基氨基甲酰酯 适合肤质：任何肤质，特别适合足部干燥肌肤。</p>
	保养足膜	足部滋润、改善粗糙	<p>产品名称：玫瑰柔嫩滋润足膜（保养型） 保质期：3年 产地：广东珠海 适用：肤色暗沉、干燥粗糙、手部倒刺 净含量：2片装 功效：富含玫瑰花水、乳木果油、番茄红素等天然植物，从根源滋养足部肌肤，提高足部防御能力，深层保湿，柔嫩净白，修护粗糙、有干纹的玉足。 成分：水、甘油、1,4-丁二醇、芭乐胶、乳酸、芦荟提取液、黄瓜提取液、聚甲基硅氧烷、硬脂醇、山梨醇酯、植物羊毛脂油、橄榄油、乳木果油、甘草酸二钾、海藻精华、维他命E、玫瑰花水、聚丙烯酸酯聚合物、木瓜蛋白酶、白茶提取物、棕榈酸抗坏血酸酯、甘草黄酮、番茄红素</p>
	手足霜	手足滋润、防干燥	<p>产品名称：番茄派嫩白滋润手足霜 规格：100G 产地：广东 广州 保质期：3年 适用：肤色暗沉、干燥粗糙、手部倒刺 功效：添加番茄红素，向深八皮肤内部，软化角质层，保证手足部充足的水分及营养。同时含有玫瑰花提取物、黄瓜提取物等植物滋养保润成分，令手脚表层柔软光滑，远离后跟的死皮也能软化修护。使用后，让手足皮肤柔滑细腻。</p> <p>成分：水、甘油、辛酸/癸酸三甘油酯、矿油、肉豆蔻酸硬脂酸、硬脂醇聚醚-21、矿脂、硬脂醇聚醚-2、聚二甲基硅氧烷、甘油硬脂酸酯、聚丙烯酸钠、尿囊素、珊瑚脂、丁二甲苯、玫瑰花提取物、黄瓜果提取物、番茄红素、麦丝海棠提取物、EDTA二钠、羟丙基醋酸、甲基异噻唑啉酮、香精</p>
	足贴膜	去湿、改善睡眠	<p>产地：浙江 杭州 规格：2片装 产品功效：舒缓足底肌肤，祛除足部异味，吸附体内杂质，改善皮肤暗沉无光泽现象，达到足底养生的效果 成分：壳多糖、抗坏血酸(维生素C)、柑橘 (CITRUS RETICULATA) 坎皮粉、竹炭、矿盐类、竹醋添竹叶 (LOPHATHERUM GRACILE) 粉、番茄 (LYCOPERSICON ESCULENTUM) 提取物。 适合人群：各种人群，婴幼儿、孕妇、哺乳期女性和敏感体质除外。 注意事项：1.只供外用，皮肤过敏、伤口、湿疹等处勿用；2.使用前，请清洁双脚并擦拭干净；3.使用时皮肤出现发红、发痒等异常状况，请暂时停用；4.存放于阴凉干燥处，开封后请尽快使用；5.婴儿、孕妇、哺乳期禁用；6.至少要使用6至8个小时；7.基于卫生考虑，本品为一次性用品。 保存方法：存放于阴凉干燥处，避免潮湿，高温和阳光直射。</p>
	足部蜡膜	去角质、嫩滑足部	<p>品牌：番茄派 名称：猪皮胶原弹力紧致蜡膜 产地：3年 适用：所有肤质 净含量：160ml 功效：蕴含90%以上是大分子胶原蛋白和弹性蛋白，促进肌肤的吸水能力，使其紧致Q弹，细腻光滑。 成分：水、乙醇、丙烯酸(酯)类交联聚合物、甘油、硬脂醇、胶原蛋白、聚乙二醇400、乳木果提取物、DMDM乙内酰脲、碘丙块茎丁基氨基甲酸酯、维生素E、番茄红素、香精、CI15985 CI16035</p>

2 手部 系列	山羊奶护 手霜	手部保 湿、滋 润	 <p>手滋润·山羊奶护手霜</p> <p>产地：广东 广州 净含量：80g</p> <p>产品功效：</p> <ol style="list-style-type: none"> 高效保湿，补水更锁水，全天滋润手部肌肤； 深层渗透肌肤，输送肌肤所需水分和营养； 防止干燥粗糙，嫩白双手； 随时随地使用，干爽不粘腻。 <p>适合肤质：任何肤质，特别针对手部干燥、粗糙、暗沉者。</p> 
	保湿手膜	手部保 湿、滋 润	 <ul style="list-style-type: none"> 长效保湿 给手部倒刺者 特含玫瑰花水、芦荟、黄瓜等多效滋润保湿因子，能长效保湿，抚平倒刺。 去粗嫩白 给暗黄老茧者 多重植物精华液，软化老茧，去除黑色素，使手部重现白皙细滑。 深层滋养 给干燥粗糙者 蕴含多种植物精油，能由内而外滋养肌肤，抚平干纹细纹，使皮肤光滑细腻。 淡化细纹 给手部细纹者 富含抗氧化物—番茄红素，能激发皮肤的自我修复和防御能力，令肌肤保持健康。
	去角质手 膜	手部去角 质	 <ul style="list-style-type: none"> 去角质 特含苹果酸，促进皮肤新陈代谢，加快老废角质（死皮）层脱落。 疏通毛孔 去除肌肤表层老废角质层，预防手部角质层堵塞，疏通毛孔，为肌肤吸收营养打开通道。 嫩白保湿 特别添加具备美白效果的甘草中芍提取物，快速美白不伤手。 柔嫩爽滑 本品富含的玫瑰精油成分能及时补充肌肤所需的养分，柔嫩双手，令肌肤细腻爽滑。
	补水手膜	手部补 水	 <p>品 名：韩版玻尿酸补水手膜 规 格：2片装 产 地：广东 广州 保 质 期：3年</p> <p>产品功效：本品针对双手粗糙、缺水、干纹等现象 特别添加补水成分—玻尿酸（透明质酸钠），既能 够帮助肌肤从肌肤表层吸取大量水分，还能增强 皮肤长时间的保水能力，可使手部肌肤长效保持 持水润饱满状态，番茄提取液可维持手部肌肤 健康新活力，呈现水嫩饱满的少女手。</p> <p>成 分：PPG-10 山梨醇、1,4-丁二醇、透明质酸钠、甲 基纤维素、卡卡肽、酵母氨基酸类、柠檬酸三 乙酯霍乱 (SOLANUM LYCOPERSICUM) 果 油、芦荟提取液、三乙醇胺、甲基异噻唑啉酮 碘丙肤醇丁基肌甲酸酯</p> <p>适合肤质：任何肤质，特别适合手部干燥肌肤。</p>
	保养手膜	手部保 湿、滋 润	 <p>韩版玫瑰滋润手膜 (保养型)</p> <p>规格：2片装 产地：广东 保质期：3年</p> <p>产品功效：</p> <ol style="list-style-type: none"> 深层为干燥肌肤补充所需的水分和养分； 深层保湿，柔嫩白皙，使双手远离干燥、粗糙、改善暗沉肤色； 深层滋潤，提高肌肤嫩滑度。 <p>主要成分：水、甘油、氯化霍霍巴油、生育酚、玫瑰果油、黄原胶、乳木果油、苦参根粉、芍药根、蔷薇果油等。</p> <p>适合肤质：任何肤质，特别适合肌肤干燥、粗糙、暗黄无光者。</p>

		手部蜡膜	去角质、嫩滑手部	
3	身体系列	身体乳、浴盐、沐浴露、芦荟胶等	滋润、清洁、保湿	
4	彩妆系列	水性可拔指甲油、唇膏、睫毛膏、美颜气垫粉套装、口红、气垫BB水粉等	化妆	

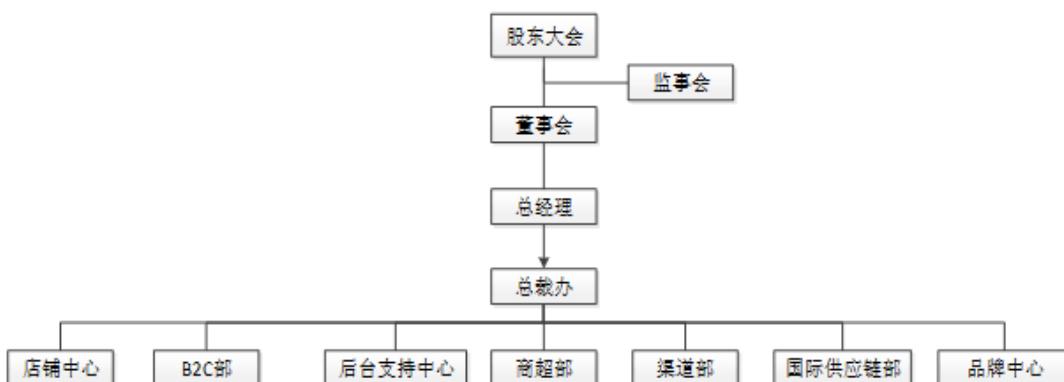
5	面部 系列	面膜、鼻 贴、眼膜 等	补水保 湿、去黑 头、缓解 疲劳	
---	----------	-------------------	---------------------------	--

(三) 公司产品的主要消费群体

按照销售渠道分类，公司的主要客户包括终端消费者、第三方电商平台、渠道商和商超。化妆品的最终消费群体均为终端消费者，公司产品的消费群体以年龄在 19 至 30 岁之间的年轻女性为主。

二、公司主要业务流程

(一) 公司内部组织结构



公司的内部职能部门分为店铺中心、B2C 部、渠道部、商超部、品牌中心、国际供应链部、后台支持中心七个部门，各部门的职责如下所示：

店铺中心主要负责管理淘宝网内的天猫旗舰店与淘宝店，包括店铺的运营、推广、设计、客服等工作。

B2C 部负责淘宝网外其他 B2C 平台的客户拓展和维护工作，以自营和寄售为主。

渠道部负责淘宝网内平台、APP、天猫超市等平台的客户拓展和维护工作，以经销为主。

商超部负责线下商超及代理商的拓展和维护工作。

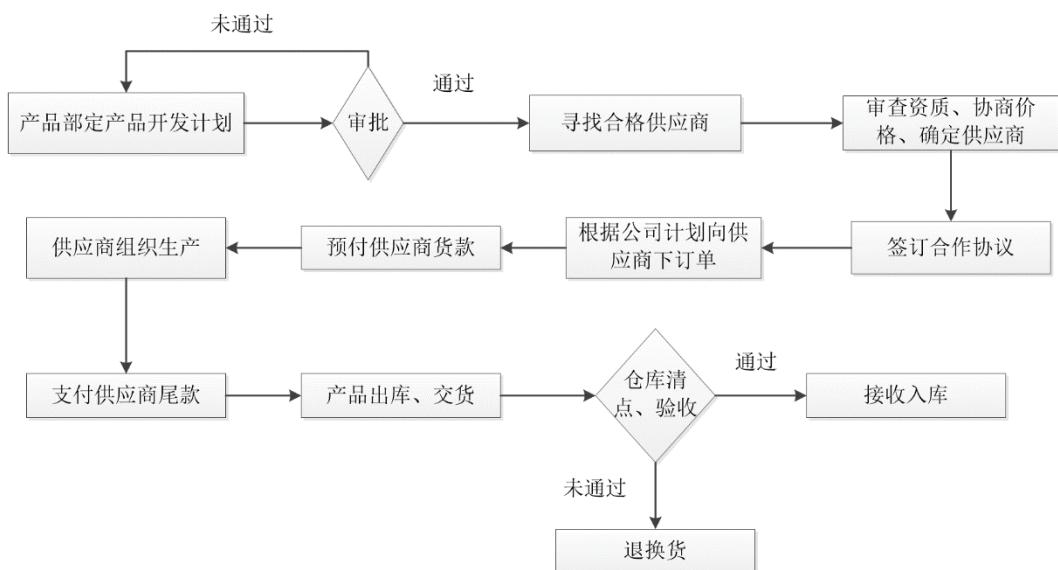
品牌中心的设计组负责品牌宣传、品牌营销的素材设计工作。

国际供应链部负责公司未来国际供应链业务模式的探索。

后台支持中心包括人事行政部、财务部、法务部、产品部、采购部、仓库等部门。其中，人事行政部负责公司人事行政工作；财务部负责资金管理、账务处理、税务处理、经营报表出具和分析等；法务部负责合同起草和管理、章证管理、工商监管部门对接；产品部负责新品的开发、工厂筛选、工厂和产品资质把控；采购部负责产品的采购下单、跟单、库存监控、和工厂的对接和协调；仓库部负责货物的仓储、管理、分拣、打包、交付快递运输、货物接收清单入库、盘点、售后件处理等工作。

（二）公司的采购流程

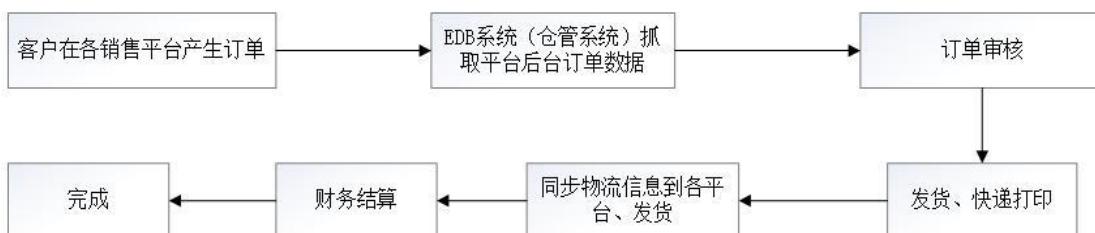
公司产品均采用委托加工的模式，公司选择合格的化妆品生产制造企业作为代工厂，向其采购产品，具体流程如下：



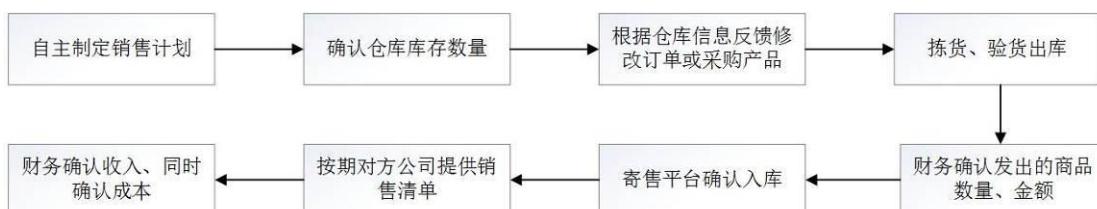
(三) 公司的销售流程

公司销售模式主要包括 B2C（自营店铺直销）、B2B（寄售、渠道销售）和线下销售模式。公司自营店铺主要通过第三方电子商务平台进行销售，如天猫商城、淘宝网、京东网、蘑菇街、卖克疯、美丽说、明星衣橱等平台型 B2C 电子商务服务商平台，其中以天猫商城销量最高。寄售模式下主要通过对唯品会、乐蜂网、嗨淘网等线上电子商务平台进行直供销售，其中以唯品会销量最高。渠道销售主要是通过阿里巴巴平台或云集网向企业客户销售商品。线下销售是通过公司直接向商超（如沃尔玛）供货，或向线下代理商供货后，由代理商销售给其他商超（如永辉超市、大润发）。

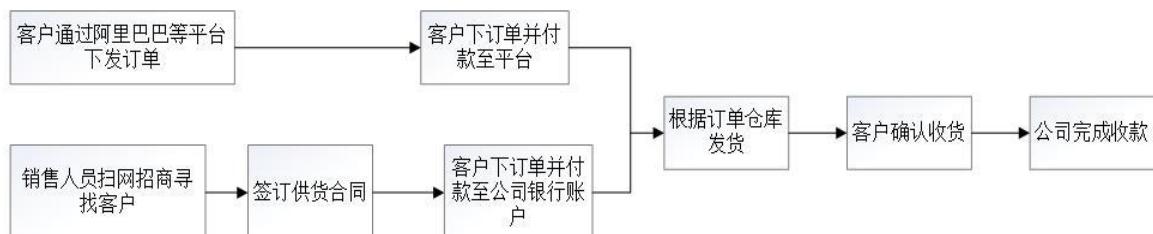
1、自营店铺直销具体流程如下：



2、寄售模式具体流程如下：

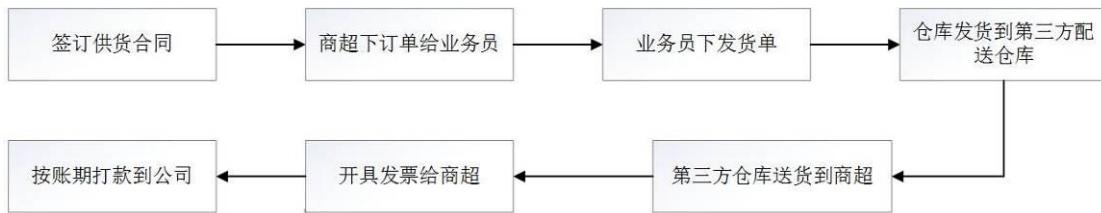


3、渠道销售模式流程如下：

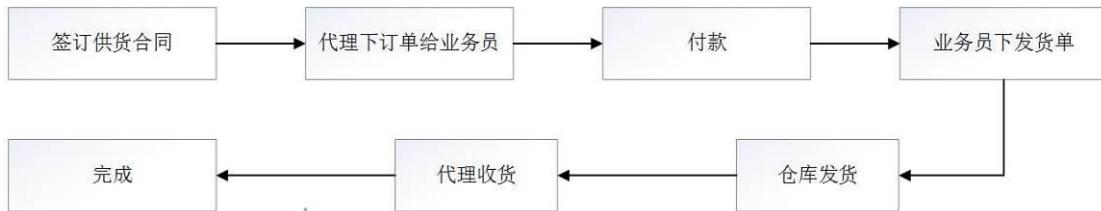


4、线下模式主要分为自营与代理两种：

线下自营流程如下：



线下代理流程如下：



(四) 公司的仓储物流流程

报告期内，公司仓储与物流配送基地位于南京江宁区。公司物流采用第三方物流配送的方式，公司目前未与某一家物流公司签订长期合作协议，因公司快递费用成本较高，故一般根据一定时期内快递费用高低确定某一时间段内合作的物流公司，以节省成本。

(五) 各流程为保证产品质量而采取的质量控制措施

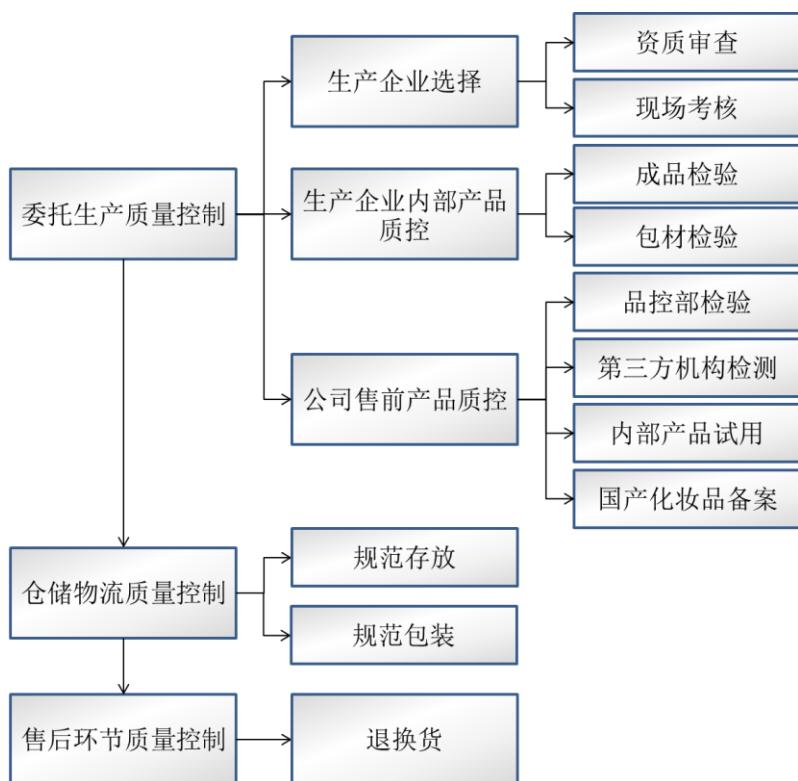
公司目前产品质量控制以行业标准为主，国家标准为辅。公司销售的产品种类较多，根据不同的产品类型使用不同的标准，大部分产品适用轻工行业推荐标准（QB/T），小部分产品适用国家推荐标准（GB/T）。化妆品行业标准的归口部门为全国香料香精化妆品标准化技术委员会，发布单位为工信部或国家发改委；化妆品国家标准由质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会发布。公司的产品在正式上架销售之前，需要通过国家食品药品监督管理总局认定的第三方检验机构的严格检验，均要符合相应的行业标准或者国家标准，才可以向食品与药品监督管理局备案，备案通过后产品可正式上架销售。

公司目前销售的主要产品、所属类别、执行的标准名称及标准发布机构如下表所示：

序号	标准所属类别	具体产品系列	执行标准名称	标准发布机构
1	润肤膏霜	护手霜、润手霜	QB/T 1857	中华人民共和国工业和信息化部
2	足浴盐	番茄派足盐	QB/T 2744	中华人民共和国国家

序号	标准所属类别	具体产品系列	执行标准名称	标准发布机构
				发展和改革委员会
3	面膜	手膜、足膜、面膜、手臂膜	QB/T 2872	中华人民共和国国家发展和改革委员会
4	一次性使用卫生用品	足贴	GB 15979	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
5	唇膏	口红	QB/T 1997	中华人民共和国国家发展和改革委员会
6	睫毛膏	睫毛膏	GB/T 27574	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

公司为保证产品质量及消费者权益，根据法律法规要求及行业特点建立并严格执行质量控制制度，从生产到上市分别经过厂家检验、第三方机构检测、公司检测、产品备案等环节，各相关方具体的控制流程如下：



1、委托生产环节质量控制制度

公司当前不直接生产化妆品，所有化妆品采用委托生产的方式。在委托生产环节执行资质审核、质量检测、合格备案等质量控制措施，具体如下：

(1) 生产企业选择

在确定生产企业之前，公司首先核实并要求受托生产化妆品企业提供有效期内的经营资质，包括营业执照、税务登记证、组织机构代码证；核查是否具备国家质检总局颁发的《全国工业产品生产许可证》、省级食品药品监管部门颁发的《化妆品生产企业卫生许可证》或者其他生产资质，现场考查核实生产企业生产条件情况。其次考察打样样品质量、生产企业规模及生产能力、价格、账期和配合程度，由公司产品部负责人判断决定是否选用此供应商。

截至报告期末，公司委外代工的外协厂商均满足产品生产的资质，具体情况如下：

序号	外协厂商名称	工业产品生产许可证	化妆品生产企业卫生许可证	消毒产品生产企业卫生许可证
1	广州市艾雪化妆品厂有限公司	产品名称：化妆品 证书编号： XK16-1088781	生产项目：洗发护发；护肤类；洁肤类 证书编号：（1997）卫妆准字 29-XK-1383	-
2	广州市隆翔化妆品有限公司	产品名称：化妆品 证书编号： XK16-1088471	生产项目：洗发护发；护肤类(不含眼部用护肤类、婴儿和儿童用护肤类)；洁肤类 证书编号：（2009）卫妆准字 29-XK-3211	-
3	广州宝生堂化妆品有限公司	产品名称：化妆品 证书编号： XK16-1085218	生产项目：洗发护发；护肤类；洁肤类 证书编号：（2002）卫妆准字 29-XK-2202	-
4	广州博娜美化妆品有限公司	-	生产项目：洗发护发；护肤类；洁肤类 证书编号：（2015）卫妆准字 29-XK-4231	-
5	杭州春池旅游日用品有限公司	-	-	生产项目：卫生用品 证书编号：浙卫消证字（2011）第 0073 号
6	杭州菲丝凯化妆品有限公司	-	生产项目：发用类；护肤类；美容修饰类（不含木质化妆笔、甲油）；香水类化妆品 证书编号：（2005）卫妆	-

序号	外协厂商名称	工业产品生产许可证	化妆品生产企业卫生许可证	消毒产品生产企业卫生许可证
			准字 08-XK-0042	
7	广州市圣美精细化工有限公司	产品名称: 化妆品 证书编号: XK16-1087118	生产项目: 护肤类、洗发护发、美容修饰类、香水类化妆品 证书编号: (2006)卫妆准字 29XK-2819	-
8	广州雨晓生物制品有限公司	产品名称: 化妆品 证书编号: XK16-1087046	生产项目: 洗发护发、护肤类、沐浴液化妆品 证书编号: (2006)卫妆准字 29XK-2842	-
9	广州市尹姬化妆品制造有限公司	-	生产项目: 洗发护发; 护肤类(不含眼部用护肤类、婴儿和儿童用护肤类); 美容修饰类(粉类、洁肤类) 证书编号: (2005)卫妆准字 29-XK-2637	-
10	杭州嘉禾日用品有限公司	产品名称: 化妆品 证书编号: XK16-1088921	生产项目: 发用、护肤类化妆品 证书编号: (2005)卫妆准字 08-XK-0014	-
11	杭州兰茜化妆品有限公司	-	生产项目: 发用、护肤、美容修饰(粉底类)类化妆品 证书编号: (2013)卫妆准字 08-XK-0005	-
12	朗曜日化(上海)有限公司	产品名称: 化妆品 证书编号: XK16-1088845	生产项目: 发用、护肤、美容修饰、香水类 证书编号: (2010)卫妆准字 06-XK-0023	-
13	广州诺菲化妆品有限公司	产品名称: 化妆品 证书编号: XK16-1087420	生产项目: 洗发护发、护肤类(不含眼部用护肤类、婴儿和儿童用护肤类); 洁肤类 证书编号: (2007)卫妆准字 29-XK-3011 号	-
14	浙江蓝海星盐制品有限公司	-	生产项目: 发用类; 护肤类(不含眼部用、婴儿和儿童用)化妆品 证书编号: (2001)卫妆准字 08-XK-0020	-

序号	外协厂商名称	工业产品生产许可证	化妆品生产企业卫生许可证	消毒产品生产企业卫生许可证
15	杭州优莉美化妆品有限公司	-	生产项目：发用类；护肤类化妆品 证书编号：（2003）卫妆准字 08-XK-0004	-
16	广州诗妃化妆品有限公司	产品名称：化妆品 证书编号： XJ16-1088554	生产项目：洗发护发、护肤类、洁肤类化妆品 证书编号：（2010）卫妆准字 29-XK-3291	-
17	杭州朵娅化妆品有限公司	-	生产项目：发用类；护肤类；美容修饰类（粉底类）化妆品 证书编号：（2009）卫妆准字 08-XK-0033	-
18	富阳宜美化妆品有限公司	-	生产项目：护肤类化妆品 证书编号：（2012）卫妆准字 08-XK-0027	-

注：根据《食品药品监管总局关于进一步做好当前化妆品生产许可有关工作的通知》食药监药化监[2013]213号，“将化妆品生产行政许可与化妆品卫生行政许可两项行政许可整合为一项行政许可”，“上述两个许可证有效期满需要换证的，原许可证有效期自动顺延，具体截至日期另行通知”。因此，部分生产厂家已经二证合一，部分企业原许可证已到期自动顺延。公司向杭州春池旅游日用品有限公司采购的产品为卸妆湿巾，非化妆品，因此杭州春池旅游日用品有限公司只拥有消毒产品生产企业卫生许可证。

（2）生产企业内部产品质控

为符合《化妆品卫生规范》及化妆品行业标准等相应法律法规的要求，化妆品生产厂家内部对于产品的开发与生产设定了自身的制度规范与操作流程，由业务部门、技术部门、客户、生产部门、质量控制部门等综合完成，控制产品质量与安全。

生产厂家在产品正式出厂前，会按照化妆品行业标准及化妆品卫生规范进行质量检验工作，包括成品检验和包材检验，检验合格后，向公司寄送大货样。

成品的检验指标包括感官指标、理化指标和卫生指标。感官指标包括外观、香气、色泽等指标，理化指标包括 PH 值、耐热度、耐寒度、粘度等指标，卫生

测试包括细菌总数、霉菌总数和酵母菌总数等指标。生产厂商内部通过成品检验后，会向公司出具成品检验报告。

包装材料的检验指标包括材质、形状、文字版面、印刷、油墨牢固度、粘胶、表面、尺寸、厚度、打钉、外观和覆膜等指标。厂家通过内部的包材检验后，向公司出具包材检验报告书。

(3) 公司售前产品质控

公司在收到生产厂家寄送的大货样后，对产品的检验流程如下：首先，品控部门会对产品进行检查，检查产品的外观、香型、肤感、性状等维度，确认大货样是否与存档的样品一致。若不一致，公司会立即联系工厂反馈问题。

其次，公司在收到大货样后，会及时随机挑选每批次的样品送往独立的第三方检验机构——国家质检总局下属的宁波出入境检验检疫局，进行产品质量检验，获取其出具的检测报告。

再次，在品控部门通过外观检查后，公司会随机挑选部分产品组织部分公司员工进行试用检测，公司员工向品控部门反馈试用意见，若产品试用结果无问题，公司会通知工厂出货。若产品试用结果存在问题，公司会及时与厂家沟通确认质量问题。

最后，通过公司内部检测和第三方检测后，公司申请进行国产化妆品备案。委托生产的化妆品取得备案批准文件后，公司方可委托生产企业进行批量生产。在委托产品销售阶段，公司要求受托生产企业就每批次产品进行内部质量检验并出具出厂质检报告。对未经出厂检验合格的化妆品，公司不予收货或销售。

2、仓储物流质量控制

公司在化妆品仓储环节执行如下质量保障措施：采取规范的装卸储存方式，包括轻拿轻放，禁止抛、扔、丢行为；装卸货物按箱外标识，禁止倒放、横放、斜放；码放货物遵循下重上轻，上大上小原则，禁止单重物大箱放最上层；采取先进科学的储存方式，定期进行仓库防尘、防虫处理、货物储存与墙体要分开距离、禁止存放其他类别商品；定期盘点及查验措施。

公司在化妆品物流环节执行如下质量保障措施：出库时遵守先进先出准则；在出库时严格检查货物的外观和效期。针对化妆品网购的特点，严格按照包装清单包装出库的产品；用气泡膜包裹配送商品，放置于标准规格的外包装纸箱，并用气袋填充纸箱缝隙，防止包装受压变形，之后专用的封箱胶带；选择正规物流或快递公司进行配送。

3、售后环节质量控制

公司在化妆品售后环节执行如下质量保障措施：消费者在签收配送商品后，享有 7 天内无理由退换货的权利。如果消费者收到的商品有破损、漏液或者其他异常情况，均可与客服联络办理退换货事项。客户退回货品经过严格检查，如果已经拆封或使用则返回供应商或销毁处理。如出现针对同一批次产品的相同质量投诉，公司将立即下架并停止销售该产品。如公司发现某产品存在产品批次质量问题，或监管机关发布公告宣布某产品存在质量问题，公司将立即联系顾客召回相关产品，损失由公司先行赔付。报告期内，公司不存在因产品质量问题而出现的重大质量纠纷。对消费者的一般退换货需求，公司均从顾客角度出发及时沟通、妥善处理。

根据《消费者权益保护法》与《产品质量法》的规定：消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。属于销售者责任的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

因此，如果公司销售的化妆品由于质量或安全问题造成消费者的身心受到损害的，消费者有权直接向本公司进行索赔，公司有义务赔偿消费者的损失。根据法律的规定和公司与供应商签订的合同，若因为产品质量问题导致公司受到损失，由供应商承担最终的赔偿责任。

三、与公司业务相关的关键资源要素

（一）公司现有的主要技术和优势

目前国内化妆品生产行业的竞争激烈，各厂家生产的同类化妆品的品质、性能差异不大，化妆品的同质性较高，目前市场上的化妆品竞争主要体现在品

牌与营销实力上的竞争。公司作为一家年轻的化妆品互联网零售企业，主要从差异化的市场定位、适应流行趋势的快速产品迭代和市场影响能力等几个方面构建自身的核心竞争力，在与其他品牌之间的竞争中取得了一定的差异化竞争优势，获得了一定的市场定位。

[1]准确的市场定位

面部护理理念已经得到消费者的普遍认可，但手部与足部护理是个相对较新的理念，对于消费者来说认知度不足，因此国内手足护理的市场长期并未受到重视，国际大牌也并没有在此领域占据竞争优势地位。

因此，公司从细分市场切入，专注于手足护理产品的销售，推出性价比高的手足护理产品，逐步在第三方电商平台上建立了一定的竞争力和品牌知名度。

[2]较强的产品创新、管理能力

公司力推产品系列化、专业化，树立品牌的专业形象，从进入手足护理领域以来，专注于手足护理领域产品的拓展和衍生。

公司保持对产品的快速迭代和更新，从最初推出手足膜产品以来，从优化用户体验和满足用户需求角度出发，对版本不断进行更新迭代和创新，从而提高消费者的满意度。

公司为加强产品线的管理，对产品进行分类和精准定位，提出“产品飞机图”的概念，将产品分为机头产品、机身产品、机翼产品（连带款，如足贴、足盐）、机尾等几个类别，根据不同类别，制定所属类别产品的营销策略。如重点做机头产品的营销推广，机身和机头产品形成组合销售或连带销售，机尾产品通过各种活动快速销售。

[3]专业化的运营手段

公司在对产品进行准确定位的基础上，配合制定产品销售策略及店铺活动策略：通过不定期地举行买赠、返现、优惠券、满赠、满减、第二件半价、第二件0元、买二送一、拍下立减等店铺活动打造店铺爆款产品；在天猫平台综合采用“直通车、钻展、淘宝客、聚划算、淘抢购”等推广方式，吸引流量，提高商品曝光率，提高店铺在全淘宝的人气；获取淘宝内外的优质流量信息，进行精准投放，提高转化率。

此外，公司会根据消费者的年龄、性别、地域和购买力等信息，对消费者

进行人群画像，分析消费者的特性，推送合适的促销信息，增加转化率。

[4]优秀品牌运作与传播能力

公司拥有十年以上自有品牌运作经验的团队，具有准确的品牌定位能力，丰富的品牌营销经验，以线上+线下结合的模式，拓展销售渠道和品牌影响力。

公司适时注册“番茄派”商标，打造“番茄女孩”的品牌形象，并将其运用到产品包装、网页上，将品牌图像化，从而增强品牌识别度，在手足护理领域已经形成了一定影响力。

作为轻资产经营的互联网零售公司，公司的核心竞争力体现在准确的市场定位、较强的产品创新、管理能力、专业化的运营手段以及优秀品牌运作与传播能力等企业软实力上。

自2012年公司成立以来，自淘内平台逐步拓展到淘外平台，从B2C业务拓展到B2B业务，从线上销售逐步拓展到线下销售，销售规模和盈利能力逐步增强，均依靠公司的这些核心竞争力。

公司的核心竞争力体现在入驻电商平台数量、销量的增长、以及主要合作客户的增加，部分体现公司主要核心竞争力的业务合同和平台服务协议列示如下：

序号	合同相对方	合同名称	合同主要内容	履行情况
1	浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司	《天猫服务协议》	商家在天猫平台销售产品，根据销售额支付平台使用费、技术服务费及其他费用	正在履行
2	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、杭州阿里巴巴广告有限公司	《阿里巴巴入驻协议》	阿里巴巴向商户提供运营服务、信息支持、商户需充值履约保证金	正在履行
3	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、北京京东世纪贸易有限公司	《“京东JD.COM”开放平台在线服务协议》	京东向商家提供“京东平台”上相应的网络空间、技术支持和系统维护、附属功能、增值服务等，商家支付支付平台使用费、保证金及技术服务费等费用	正在履行
4	杭州卷瓜网络有限公司	《蘑菇街商家入驻协议》	蘑菇街根据其技术和资源提供蘑菇街平台服务，商家缴纳店铺保证金与技术服务费	正在履行
5	杭州贝购科技有限公司	《贝贝商家合作协议》	贝贝网提供网络交易平台及相应的技术支持服务，商家支付技	正在履行

序号	合同相对方	合同名称	合同主要内容	履行情况
			术服务费、保证金等	
6	唯品会（中国）有限公司	《商品销售合同》	框架合同，按实际销售金额结算	正在履行
7	浙江集商网络科技有限公司	《产品采购合同》	采销实结，按订单结款	正在履行
8	沃尔玛（中国）投资有限公司	《供应商协议》及《补充协议》	框架合同，按实际订单发货，发货 60 天后按订单价付款	正在履行

此外，公司的软实力体现在与竞争对手的竞争之中。例如，报告期内某竞争对手采取低价包邮的方式冲销量、导致公司的手膜产品销量被其超越。针对这一情况，公司立即分析对方的成本、运费、每日成交笔数、营销策略、流量入口等信息，发现对方的劣势在于费用投入高、转化率低，无法长期维持这一竞争策略。据此，公司运营团队通过差异化的推广方式，提高转化率，保持较高的投入产出比。通过一段时间竞争后，竞争对手无法负担高额的推广费用，公司重新成为淘内平台手膜销量最高的商家。

（二）主要无形资产情况

1、著作权

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有的著作权列示如下：

序号	作品名称	作品种类	登记时间	首次发表时间	证书登记号
1	番茄女孩（Q 版）	美术	2013.11.21	2013.07.23	国作登字 -2013-F-00106212

2、ICP 备案情况

截至本公开转让说明书签署日，公司已进行 ICP 备案的网站列示如下：

序号	网站首页网址	网站名称	备案号	审批时间
1	www.tomatopai.com	番茄派官网	浙 ICP 备 12037322 号-1	2016-07-11
2	www.choiangel.com	俏天使官网	浙 ICP 备 12037322 号-2	2016-07-11

3、域名情况

序号	域名	注册时间	到期时间
1	tomatopai.net	2012-03-11	2017-03-11
2	番茄派.com	2012-03-11	2017-03-11

序号	域名	注册时间	到期时间
3	fanqiep.com	2012-03-11	2017-03-11
4	tomatopai.com	2012-03-11	2019-03-11
5	番茄派.net	2012-03-11	2017-03-11
6	我嘞个去.com	2014-04-02	2017-04-02
7	choiangel.cn	2014-09-06	2019-09-06
8	choiangel.com.cn	2014-09-06	2019-09-06
9	choiangel.com	2014-07-12	2019-07-12
10	choiangel.me	2014-09-06	2019-09-06
11	choiangel.net	2014-09-06	2019-09-06
12	choiangel.中国	2014-09-06	2019-09-06
13	俏天使.cn	2014-09-06	2019-09-06
14	俏天使.com	2014-07-12	2019-07-12
15	俏天使.net	2014-09-06	2019-09-06
16	俏天使.中国	2014-09-06	2019-09-06

4、商标情况

公司目前拥有有效商标 8 个，具体情况如下：

序号	商标图样	申请号	分类号	商标权人	专用期限
1		13197169	第 3 类	网娘有限	2015.02.07-2025.02.06
2		12897743	第 3 类	网娘有限	2014.12.28-2024.12.27
3		11219662	第 3 类	网娘有限	2013.12.07-2023.12.06
4		11219671	第 3 类	网娘有限	2013.12.07-2023.12.06
5		14217422	第 3 类	网娘有限	2015.05.07-2025.5.06
6		14968102	第 5 类	网娘有限	2015.09.14-2025.09.13
7		15065478	第 5 类	网娘有限	2015.08.21-2025.08.20

序号	商标图样	申请号	分类号	商标权人	专用期限
8		15109737	第 5 类	网娘有限	2015.10.07-2025.10.06

公司正在接受实际控制人转让的商标申请权如下表所列：

序号	受让人	转让人	申请号	商标样式	分类号	申请日期
1	网娘有限	魏太敏	15269320		第 3 类	2015.05.08
2	网娘有限	魏太敏	10587131		第 42 类	2015.05.08
3	网娘有限	魏太敏	10927960		第 21 类	2015.05.08
4	网娘有限	魏太敏	10481084		第 3 类	2015.05.08
5	网娘有限	魏太敏	10927961		第 25 类	2015.05.08
6	网娘有限	魏太敏	10914783		第 35 类	2015.05.08
7	网娘有限	魏太敏	15269235		第 3 类	2015.05.08
8	网娘有限	魏太敏	10493683		第 42 类	2015.05.08
9	网娘有限	魏太敏	10914784	TOMATO PAI	第 3 类	2015.05.08
10	网娘有限	魏太敏	10914785		第 3 类	2015.05.08
11	网娘有限	魏太敏	10481083		第 3 类	2015.05.08
12	网娘有限	魏太敏	14556312		第 3 类	2015.08.18
13	网娘有限	魏太敏	14556313	俏天使	第 3 类	2015.08.18
14	网娘有限	魏太敏	14968161	俏天使	第 21 类	2015.08.18

序号	受讓人	转让人	申请号	商标样式	分类号	申请日期
15	网娘有限	魏太敏	14968179	俏天使	第 35 类	2015.08.18
16	网娘有限	魏太敏	14968233	俏天使	第 42 类	2015.08.18
17	网娘有限	魏太敏	15109793		第 21 类	2015.08.18
18	网娘有限	魏太敏	15109826		第 3 类	2015.08.18
19	网娘有限	魏太敏	15109855		第 35 类	2015.08.18
20	网娘有限	魏太敏	15109888		第 42 类	2015.08.18

5、专利情况

序号	外观设计名称	图例	类型	发证时间	证书登记号	专利权人
1	包装袋（韩版玫瑰滋润手膜）		外观设计	2015.12.02	第 3481946 号	网娘电商
2	包装袋（韩版去老茧柔嫩足膜）		外观设计	2015.12.09	第 3502543 号	网娘电商
3	包装罐（山羊奶护手霜）		外观设计	2016. 8. 10	第 3797185 号	网娘电商

截至公开转让说明书签署日，公司正办理上述权利变更至股份公司名下的工作。公司拥有生产经营所必需的无形资产，无形资产与业务、人员具备匹配性、关联性。

（三）公司与业务相关的资质情况

1、公司资质情况

根据《化妆品卫生监督条例》、《化妆品卫生监督条例实施细则》的相关规定，化妆品生产企业应办理《化妆品生产企业卫生许可证》，而化妆品经营企业无须办理卫生许可证。公司不直接生产化妆品，故无须办理卫生许可证。因此，公司具有经营业务的全部资质。

2、公司产品备案情况

截至报告期末，网娘电商已有 137 款化妆品在浙江省食品药品监督管理局完成了国产非特殊用途化妆品备案登记，具体情况如下：

序号	产品名称	备案编号	备案日期
1	番茄派男士控油洁净面膜	浙 G 妆网备字 2016002402	2016/4/20
2	番茄派番茄面膜	浙 G 妆网备字 2016002070	2016/4/8
3	番茄派氨基酸泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2016001872	2016/3/31
4	番茄派高丽人参玉容撕拉面膜	浙 G 妆网备字 2016001032	2016/3/8
5	番茄派泡泡面膜	浙 G 妆网备字 2016000849	2016/1/25
6	番茄派番茄护手霜	浙 G 妆网备字 2016000444	2016/1/12
7	番茄派柠檬护手霜	浙 G 妆网备字 2016000442	2016/1/12
8	番茄派番石榴护手霜	浙 G 妆网备字 2016000441	2016/1/12
9	番茄女孩大眼睫毛膏（纤长分明型）	浙 G 妆网备字 2016000365	2016/1/7
10	番茄女孩大眼睫毛膏（浓黑翘密型）	浙 G 妆网备字 2016000116	2016/4/5
11	番茄派牛奶蜂蜜美手霜	浙 G 妆网备字 2016000034	2016/1/4
12	番茄派柠檬精油面膜	浙 G 妆网备字 2015012092	2016/3/14
13	番茄派乳木果护手霜	浙 G 妆网备字 2015011810	2015/12/25
14	番茄派乳木果倍润美手霜	浙 G 妆网备字 2015011702	2015/12/21
15	番茄派玫瑰精油面膜	浙 G 妆网备字 2015010744	2016/3/14
16	番茄派水果酵素补水亮肤面膜	浙 G 妆网备字 2015010719	2015/12/16
17	番茄派洋甘菊精油面膜	浙 G 妆网备字 2015010694	2016/3/14
18	番茄派薰衣草精油面膜	浙 G 妆网备字 2015010692	2016/3/14
19	番茄派依兰精油面膜	浙 G 妆网备字 2015010689	2016/3/14
20	番茄派芦荟胶	浙 G 妆网备字 2015010345	2015/11/17
21	番茄派果色水性指彩 (WR05 糖果粉)	浙 G 妆网备字 2015010245	2015/11/13
22	番茄派果色水性指彩 (WR01 大红色)	浙 G 妆网备字 2015010235	2015/11/13
23	番茄派果色水性指彩 (WR03 玫瑰金)	浙 G 妆网备字 2015010234	2015/11/13
24	番茄派果色水性指彩 (WR04 摩卡色)	浙 G 妆网备字 2015010232	2015/11/13
25	番茄派果色水性指彩 (WR02 裸色)	浙 G 妆网备字 2015010231	2015/11/13
26	番茄派番茄女孩口红 12#复古大红	浙 G 妆网备字 2015010188	2015/11/9
27	番茄派番茄女孩口红 08#胭脂红	浙 G 妆网备字 2015010187	2015/11/9
28	番茄派番茄女孩口红 07#芭比粉	浙 G 妆网备字 2015010186	2015/11/9

序号	产品名称	备案编号	备案日期
29	番茄女孩口红(玫粉色05#)	浙G妆网备字2015010185	2015/11/6
30	番茄女孩口红(正玫红03#)	浙G妆网备字2015010184	2015/11/6
31	番茄女孩口红(亮粉橙02#)	浙G妆网备字2015010183	2015/11/6
32	番茄女孩口红(裸粉色01#)	浙G妆网备字2015010182	2015/11/6
33	番茄女孩口红(番茄红素00#)	浙G妆网备字2015010181	2015/11/6
34	番茄女孩美貌自动眉笔(浅咖色04)	浙G妆网备字2015009743	2015/10/19
35	番茄女孩美貌自动眉笔(灰黑色03)	浙G妆网备字2015009741	2015/10/19
36	番茄女孩美貌自动眉笔(棕色02)	浙G妆网备字2015009739	2015/10/19
37	番茄女孩美貌自动眉笔(深咖色01)	浙G妆网备字2015009732	2015/10/19
38	番茄派冻裂膏	浙G妆网备字2015009277	2015/9/28
39	番茄派马油护手霜	浙G妆网备字2015009204	2015/9/25
40	番茄派控油洁净紧致黑面膜	浙G妆网备字2015009185	2015/9/25
41	番茄派马油霜	浙G妆网备字2015009019	2015/9/11
42	番茄派植物萃取足浴盐	浙G妆网备字2015008997	2015/9/11
43	番茄派珍珠磨砂沐浴盐	浙G妆网备字2015008941	2015/9/16
44	我嘞个去胶原蛋白紧致眼膜	浙G妆网备字2015008386	2015/8/14
45	番茄派美润护手霜(渗透滋养型)	浙G妆网备字2015008310	2015/8/6
46	番茄派奇迹修护马油霜	浙G妆网备字2015008169	2015/8/4
47	番茄女孩炫色唇彩06#	浙G妆网备字2015008137	2015/8/4
48	番茄派番茄女孩美颜气垫BB霜	浙G妆网备字2015008101	2015/8/3
49	番茄派番茄女孩美颜气垫CC霜	浙G妆网备字2015008095	2015/8/3
50	番茄派茉莉花牛奶足浴盐	浙G妆网备字2015008006	2015/8/3
51	番茄派薰衣草舒缓足浴盐	浙G妆网备字2015007990	2015/7/31
52	番茄派玫瑰滋润足浴盐	浙G妆网备字2015007987	2015/7/31
53	番茄派薄荷清凉足浴盐	浙G妆网备字2015007984	2015/8/6
54	番茄女孩炫色唇彩03#	浙G妆网备字2015007166	2015/7/2
55	番茄女孩炫色唇彩02#	浙G妆网备字2015007165	2015/7/2
56	番茄女孩炫色唇彩04#	浙G妆网备字2015007164	2015/7/2
57	番茄派懒人焕肤足膜	浙G妆网备字2015006595	2015/7/8
58	番茄派韩版滋养紧致足膜	浙G妆网备字2015006562	2015/6/12
59	番茄派韩版滋养紧致手膜	浙G妆网备字2015006528	2015/6/11
60	番茄派番茄玻尿酸补水面膜	浙G妆网备字2015006095	2015/6/5
61	番茄派洋甘菊鸡皮肤修护沐浴乳	浙G妆网备字2015006016	2015/6/2
62	番茄派番茄红素睡眠养肤面膜	浙G妆网备字2015006006	2015/6/1
63	俏天使轻柔气垫BB水粉紫色	浙G妆网备字2015005612	2015/5/25
64	番茄派 番茄辣妹 懒人紧致肚皮贴	浙G妆网备字2015005235	2015/5/15
65	番茄派弹力水晶舒胸贴膜	浙G妆网备字2015004802	2015/8/5
66	番茄派 番茄女孩大眼睫毛膏(浓黑翘密型)	浙G妆网备字2015004645	2015/5/4
67	番茄派韩版玻尿酸补水手膜	浙G妆网备字2015004566	2015/4/27
68	番茄派韩版玻尿酸补水足膜	浙G妆网备字2015004535	2015/4/27

序号	产品名称	备案编号	备案日期
69	番茄派 番茄女孩美貌自动眉笔 02棕色	浙 G 妆网备字 2015004442	2015/4/27
70	番茄派 番茄女孩美貌自动眉笔 01咖啡色	浙 G 妆网备字 2015004441	2015/4/27
71	番茄派番茄女孩防水眼线胶笔 02银钻黑	浙 G 妆网备字 2015004394	2015/4/22
72	番茄派番茄女孩防水眼线胶笔 04金色	浙 G 妆网备字 2015004419	2015/4/22
73	番茄派番茄女孩防水眼线胶笔 01浓密黑	浙 G 妆网备字 2015004416	2015/4/22
74	番茄派番茄女孩防水眼线胶笔 03金钻黑	浙 G 妆网备字 2015004386	2015/4/22
75	番茄派番茄女孩防水眼线胶笔 05抹茶绿	浙 G 妆网备字 2015004380	2015/4/22
76	番茄派 密友睡莲青春嫩红霜	浙 G 妆网备字 2015004379	2015/4/22
77	番茄派手足美玫瑰精华保湿喷雾	浙 G 妆网备字 2015004324	2015/4/17
78	番茄女孩果色水性甲油(月季玫)	浙 G 妆网备字 2015004291	2015/4/14
79	番茄派红参雪肌保湿润手霜	浙 G 妆网备字 2015004168	2015/4/10
80	番茄派蜗牛紧致嫩滑护手霜	浙 G 妆网备字 2015004165	2015/4/10
81	番茄派燕窝水润滋养暖手霜	浙 G 妆网备字 2015004164	2015/4/10
82	番茄女孩果色水性甲油(番茄红)	浙 G 妆网备字 2015004148	2015/4/8
83	番茄女孩果色水性甲油(西柚橘)	浙 G 妆网备字 2015004145	2015/4/8
84	番茄女孩果色水性甲油(桃花粉)	浙 G 妆网备字 2015004136	2015/4/8
85	番茄女孩果色水性甲油(营养亮油)	浙 G 妆网备字 2015004133	2015/4/8
86	番茄派 韩版温和去角质足膜 13ml*2 (线下)	浙 G 妆网备字 2015004130	2015/4/8
87	番茄派 韩版玫瑰滋润手膜 13ml*2 (线下)	浙 G 妆网备字 2015004129	2015/4/8
88	番茄派 韩版温和去角质手膜 13ml*2 (线下)	浙 G 妆网备字 2015004128	2015/4/8
89	番茄派 韩版玫瑰滋润足膜 13ml*2 (线下)	浙 G 妆网备字 2015004127	2015/4/8
90	番茄派 韩版去老茧柔嫩足膜 20ml*2 (线下)	浙 G 妆网备字 2015004126	2015/4/8
91	俏天使醉红酒靓肤调理面膜霜	浙 G 妆网备字 2015004001	2015/4/2
92	番茄派玫瑰精油嫩白凝胶足套	浙 G 妆网备字 2015003597	2015/3/30
93	番茄派玫瑰精油嫩白凝胶手套	浙 G 妆网备字 2015003594	2015/3/30
94	俏天使 红萝卜素魅惑润唇膏	浙 G 妆网备字 2015003545	2015/3/22
95	俏天使轻柔气垫 BB 水粉	浙 G 妆网备字 2015003282	2015/3/9
96	番茄派香体舒缓水	浙 G 妆网备字 2015003099	2015/3/23
97	番茄派手足美红景天皲裂膏修护膏	浙 G 妆网备字 2015000813	2015/4/8

序号	产品名称	备案编号	备案日期
98	番茄派帝皇蜂姿去角质喷雾	浙G妆网备字 2015000809	2015/1/5
99	帝皇蜂姿蜡疗 SPA 四件套-帝皇蜂姿 低温精油按摩蜡	浙G妆网备字 2015000808	2015/1/5
100	帝皇蜂姿蜡疗 SPA 四件套-帝皇蜂姿 蜜蜡精华乳	浙G妆网备字 2015000807	2015/1/5
101	番茄派 洋甘菊鸡皮肤香体乳	浙G妆网备字 2015000803	2015/8/7
102	番茄派 番茄女孩炫色唇彩(唇油)	浙G妆网备字 2015000540	2015/1/4
103	番茄派 番茄女孩炫色唇彩 01#	浙G妆网备字 2015000539	2015/1/4
104	番茄派 番茄女孩炫色唇彩 05#	浙G妆网备字 2015000536	2015/1/4
105	番茄派洋甘菊毛周去角质精华液	浙G妆网备字 2014004779	2014/12/23
106	番茄派 番茄女孩大眼睫毛膏(纤长分 明型)	浙G妆网备字 2014004153	2014/12/12
107	番茄派洋甘菊舒缓护手霜	浙G妆网备字 2014003879	2014/12/11
108	番茄派洋甘菊修护润唇膏	浙G妆网备字 2014003865	2014/12/11
109	番茄派韩版温和去角质足膜	浙G妆网备字 2014003766	2014/12/11
110	番茄派帝皇蜂姿嫩滑滋养蜡膜	浙G妆网备字 2014002968	2014/12/1
111	番茄派番茄女孩口红 01#裸粉色	浙G妆网备字 2014002568	2014/11/19
112	番茄派番茄女孩口红 02#亮粉橙	浙G妆网备字 2014002567	2014/11/19
113	番茄派番茄女孩口红 03#正玫红	浙G妆网备字 2014002566	2014/11/19
114	番茄派番茄女孩口红 04#奶茶淡粉	浙G妆网备字 2014002565	2014/11/19
115	番茄派番茄女孩口红 05#玫粉色	浙G妆网备字 2014002564	2014/11/19
116	番茄派番茄女孩口红 06#西瓜红	浙G妆网备字 2014002563	2014/11/19
117	番茄派番茄女孩口红 07#芭比粉	浙G妆网备字 2014002562	2014/11/19
118	番茄派番茄女孩口红 08#胭脂红	浙G妆网备字 2014002561	2014/11/19
119	番茄派番茄女孩口红 09#性感紫	浙G妆网备字 2014002560	2014/11/19
120	番茄派番茄女孩口红 10#正橘色	浙G妆网备字 2014002559	2014/11/19
121	番茄派番茄女孩口红 11#璀璨橘	浙G妆网备字 2014002558	2014/11/19
122	番茄派番茄女孩口红 12#复古大红	浙G妆网备字 2014002557	2014/11/19
123	番茄派番茄女孩口红 13#玫紫色	浙G妆网备字 2014002556	2014/11/19
124	番茄派番茄女孩口红 14#薰衣草紫	浙G妆网备字 2014002555	2014/11/19
125	番茄派番茄女孩口红 15#欧美浅橘	浙G妆网备字 2014002554	2014/11/19
126	番茄派番茄女孩口红 16#欧美裸橘	浙G妆网备字 2014002553	2014/11/19
127	番茄派番茄女孩口红 17#欧美裸棕	浙G妆网备字 2014002552	2014/11/19
128	番茄派番茄女孩口红 18#慕斯橘红	浙G妆网备字 2014002551	2014/11/19
129	番茄派番茄女孩口红 19#慕斯桃红	浙G妆网备字 2014002550	2014/11/19
130	番茄派番茄女孩口红 20#慕斯玫红	浙G妆网备字 2014002549	2014/11/19
131	番茄派番茄女孩口红 00#番茄红素	浙G妆网备字 2014002548	2014/11/19
132	俏天使水能量面膜	浙G妆网备字 2014002509	2014/11/19
133	番茄派 胶原弹力紧致蜡膜	浙G妆网备字 2014002193	2014/11/18
134	番茄派俏天使亮采明眸眼膜	浙G妆网备字 2014001877	2014/11/17
135	番茄派山羊奶护手霜	浙G妆网备字 2014001345	2014/10/31

序号	产品名称	备案编号	备案日期
136	圣女果夜间足部修护霜	浙G妆网备字2014001304	2014/10/29
137	番茄派手足倍润霜	浙G妆网备字2014000519	2014/8/26

3、公司荣誉情况

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有的荣誉情况列示如下：

序号	证书名称	颁发(批准)单位	证书编号	发证时间
1	江干区科技经济园 2014年度优秀成长企业	杭州江干区科技经济园管理委员会	江科园[2015]22号	2015年6月25日
2	2015年度优秀成长企业	杭州钱塘智慧城管委员会	杭钱智管[2016]9号	2016年3月
3	江干区2015年度智慧产业成长性企业	中共杭州市江干区委员会、杭州市江干区人民政府	江委[2016]10号	2016年2月23日

(四) 特许经营权情况

报告期内，公司的业务不涉及特许经营权。

(五) 公司的主要固定资产情况

截至2016年4月30日，网娘电商的固定资产原值为93.92万元，净值为46.57万元，固定资产类型主要为运输设备、电子设备和其他设备、无房产等重大固定资产。具体情况如下：

单位：万元

固定资产类别	折旧年限	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	成新率
运输设备	4	37.18	11.77	25.41	68.34%
电子设备	3	31.09	17.46	13.62	43.81%
其他设备	5	25.65	18.11	7.54	29.40%
合计	-	93.92	47.34	46.57	49.58%

公司拥有经营所必需的固定资产。固定资产与业务、人员具备匹配性、关联性。

(六) 员工情况

截至 2016 年 4 月 30 日，公司员工总数 58 人，基本构成如下：

1、员工专业结构

专业类别	员工人数(人)	占员工总数比例
产品人员	4	6.90%
营销人员	29	50.00%
后台支持人员	20	34.48%
管理人员	5	8.62%
合计	58	100%

2、员工学历结构

学历类别	员工人数(人)	占员工总数比例
本科学历及以上	16	27.59%
专科学历	33	56.90%
其他学历	9	15.52%
合计	58	100%

3、员工年龄结构

年龄类别	员工人数(人)	占员工总数的比例
18-25	21	36.21%
26-30	30	51.72%
31-35	3	5.17%
35 以上	4	6.90%
合计	58	100 %

4、核心业务人员情况

公司核心业务团队在报告期内未发生重大变动，主要包括：

胡 涛 先生 1988年生，中国国籍，无境外永久居留权，2009年毕业于西安工业科技学院物流管理专业，大专学历。2009年4月至2010

年1月，任西安宝盛华庭仓管员；2010年2月至2012年3月，任杭州香硕贸易有限公司分销部销售员；2012年3月至2014年5月，担任本公司渠道部主管；2014年6月至今，担任公司渠道部经理，为公司创始团队成员。

潘 莎 女士 1986年生，中国国籍，无境外永久居留权，2009年毕业于西南大学法律专业，学士学位。2009年11月至2011年3月，任杭州网营科技有限公司商务经理；2011年3月至2012年5月，任杭州凡之美科技有限公司运营部运营经理；2012年6月至2013年7月，个体经营；2013年8月至今，任本公司B2C中心总监。

濮海风 先生 1990年生，中国国籍，无境外永久居留权，2012年毕业于浙江经贸职业技术学院电子商务专业，大专学历。2011年5月至2012年10月，任杭州徐娜拉电子商务有限公司店长；2012年10月至2014年12月，任杭州优趣汇电子商务有限公司运营总监；2015年1月至今，任本公司店铺中心运营总监。

时建新 先生 1973年生，中国国籍，无境外永久居留权。1997年7月毕业于河南大学汉语言文学专业，本科学历。1997年9月至1999年6月任铁三局三处中学教师；1999年9月至2001年12月，任广州大方泳嘉化妆品有限公司销售部大区经理；2002年3月至2014年4月，任广州西婷美容保健有限公司销售部大区经理、市场部总监；2014年5月-2015年8月，任北京雅克菱生物保健有限公司市场部总监；2016年5月至今，本公司商超部总监。

以上核心业务人员不存在关于违反竞业限制的约定、法律规定，不存在有关违反竞业限制事项的纠纷或潜在纠纷。

5、核心业务人员持有公司的股份情况

截至本公开转让说明书签署日，公司核心业务人员未直接或间接持有公司股份。

四、公司业务其他相关情况

(一) 业务收入的主要构成

1、业务收入的主要构成

公司业务收入的来源主要为化妆品的销售。报告期内，公司营业收入明细情况如下表：

项目	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%
营业收入合计	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

2、按产品类别划分

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分情况如下：

产品名称	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
手部护理	539.66	35.20%	1,838.87	42.75%	1,021.91	41.52%
足部护理	297.83	19.42%	1,257.82	29.24%	990.90	40.26%
身体护理	124.07	8.09%	412.33	9.59%	256.97	10.44%
面部护理	361.13	23.55%	411.61	9.57%	70.69	2.87%
彩妆	209.11	13.64%	380.92	8.86%	118.68	4.82%
其他	1.55	0.10%	-	-	2.34	0.10%
合计	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

3、按销售渠道划分

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道划分情况如下：

序号	销售渠道	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比

1	天猫商城	791.77	51.64%	2,573.77	59.83%	1,832.85	74.46%
2	唯品会	218.50	14.25%	598.90	13.92%	465.72	18.92%
3	阿里巴巴	108.17	7.05%	233.86	5.44%	-	-
4	云集	196.32	12.80%	260.56	6.06%	-	-
5	京东	44.55	2.91%	148.23	3.45%	22.05	0.90%
6	蘑菇街	10.57	0.69%	106.57	2.48%	-	-
7	美丽说	-	-	41.60	0.97%	38.38	1.56%
8	沃尔玛	80.81	5.27%	-	-	-	-
9	线下批发	18.21	1.19%	279.88	6.51%	41.89	1.70%
10	其他	64.45	4.20%	58.19	1.35%	60.61	2.46%
合计		1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

(二) 报告期内对前五名客户销售情况

报告期内，公司对前五大客户的销售情况如下：

单位：万元				
期间	序号	客户名称	销售收入	占营业收入的比例
2016年1-4月	1	重庆唯品会电子商务有限公司	107.06	6.98%
		唯品会(中国)有限公司	91.94	6.00%
		唯品会(珠海)电子商务有限公司	19.50	1.27%
	2	浙江集商网络科技有限公司	196.32	12.80%
	3	沃尔玛（中国）投资有限公司	80.81	5.27%
	4	上海允希贸易有限公司	35.86	2.34%
	5	杭州雀泉网络科技有限公司	34.00	2.22%
	合计		565.49	36.88%
2015年度	1	唯品会(中国)有限公司	288.79	6.71%
		重庆唯品会电子商务有限公司	208.95	4.86%
		唯品会(珠海)电子商务有限公司	101.16	2.35%
	2	浙江集商网络科技有限公司	260.56	6.06%

期间	序号	客户名称	销售收入	占营业收入的比例
2014 年度	3	王展勇	24.92	0.58%
	4	吴潇	24.92	0.58%
	5	曾姣	24.92	0.58%
	合计		934.23	21.72%
	1	唯品会(中国)有限公司	257.32	10.45%
		重庆唯品会电子商务有限公司	105.37	4.28%
		唯品会(珠海)电子商务有限公司	103.03	4.19%
	2	杭州捷淘科技有限公司	10.86	0.44%
	3	上海钧钛电子商务有限公司	10.39	0.42%
	4	北京八百旺商贸有限公司	8.90	0.36%
	5	苏宁云商集团股份有限公司	7.91	0.32%
	合计		503.78	20.47%

注：重庆唯品会电子商务有限公司、唯品会（珠海）电子商务有限公司系唯品会（中国）有限公司的全资子公司，故合并计算。

公司及其董事、监事、高级管理人员与上述前五大客户不存在关联关系。

（三）报告期内对前五名供应商采购情况

1、主要原材料和能源供应

公司属于化妆品互联网零售行业，所有产品均通过委托供应商代加工的方式，公司自身并未直接涉及生产环节，因此不涉及原材料或其他大量能源消耗事宜。

2、公司营业成本构成情况

单位：万元

产品名称	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	成本	占营业成本比重	成本	占营业成本比重	成本	占营业成本比重
手部护理	182.75	26.73%	692.59	39.10%	416.12	44.73%

足部护理	129.95	19.00%	537.86	30.37%	354.05	38.06%
身体护理	45.34	6.63%	177.84	10.04%	78.45	8.43%
面部护理	221.49	32.39%	199.66	11.27%	21.83	2.35%
彩妆	101.15	14.79%	159.51	9.01%	58.39	6.28%
其他	3.11	0.46%	3.77	0.21%	1.38	0.15%
合计	683.79	100.00%	1,771.22	100.00%	930.23	100.00%

报告期内，公司的主要营业成本来自于手部护理产品和足部护理产品。2014年、2015年和2016年1-4月，手部护理和足部护理产品的营业成本占公司总体营业成本的比重为82.79%、69.47%和45.73%，与公司产品结构特征和变化趋势一致。

报告期内，公司面部护理产品的营业成本大幅上升，主要原因在于公司面部护理产品的销量逐年上升。

3、报告期内对前五名供应商采购情况

报告期内，公司向前五名供应商采购金额及占采购总额的比例情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占采购总额的比例
2016年 1-4月	广州市艾雪化妆品厂有限公司	170.96	35.25%
	南京风轻扬生物科技有限公司	163.69	33.75%
	杭州优莉美化妆品有限公司	62.48	12.88%
	广州市圣美精细化工有限公司	24.48	5.05%
	杭州嘉禾日用品有限公司	11.10	2.29%
	合计	432.71	89.22%
2015年度	广州隆翔化妆品有限公司	634.37	27.24%
	广州市艾雪化妆品厂有限公司	503.82	21.63%
	南京风轻扬生物科技有限公司	373.85	16.05%
	广州诺菲化妆品有限公司	137.31	5.90%
	广州市圣美精细化工有限公司	87.11	3.74%
	合计	1,736.46	74.56%
2014年度	广州隆翔化妆品有限公司	662.19	38.52%

	广州市艾雪化妆品厂有限公司	289.88	16.86%
	杭州维斯丽格化妆品有限公司	211.14	12.28%
	衡阳市燎原商贸有限公司	140.00	8.14%
	杭州高浪电子商务有限公司	51.09	2.97%
	合计	1354.30	78.77%

公司及其董事、监事、高级管理人员与上述前五大供应商不存在关联关系。

2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月，公司向前五名供应商采购的金额占采购总额的比重分别为 78.77%、74.56% 和 89.22%，供应商的集中度较高，主要原因在于公司一般会为自己的每一项产品选择 1 至 2 家合格供应商，由于公司部分主导产品的销量较大，因此公司与这些产品的供应商的交易金额占比较大。

公司的主要供应商均为公司的外协厂商。报告期内，公司与主要的供应商均保持着较为良好的合作关系，主要供应商未发生重大变动，双方合作关系稳定。

目前国内化妆品生产企业数量众多，市场集中度较低，市场竞争激烈，因此公司在上游供应商的选择方面具有较为广泛的空间，且对于供应商具备一定的议价能力。

随着公司销售规模的扩大，公司向主要供应商的采购规模也随之扩大，公司目前已成为主要供应商的重要客户，供应商对公司存在一定的依赖性，公司对供应商的议价能力有所增强。

综上，公司与供应商的合作关系稳定、对供应商存在一定的议价能力，且已成为主要供应商的重要客户，因此公司与现有供应商的合作未来可持续。

（四）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

1、采购合同

报告期内，公司与供应商签订的采购合同以框架合同为主，每笔订单金额较小，与报告期内前五大供应商签订的重要框架合同及其履行情况如下表所示：

序号	供应商	合同名称	合同标的	合同主要内容	报告期内采购金额(万元)	合同期限	履行情况

序号	供应商	合同名称	合同标的	合同主要内容	报告期内采购金额(万元)	合同期限	履行情况
1	广州市艾雪化妆品厂有限公司	《委托加工合同》	手足护理产品	年度框架合同,按实际采购订单结算货款	170.96	2015年12月22日至2016年12月21日	正在履行
					503.82	2015年1月1日至2015年12月31日	履行完毕
					289.88	2014年1月1日至2014年12月31日	履行完毕
2	杭州优莉美化妆品有限公司	《化妆品委托生产合同》	面膜等	年度框架合同,按实际采购订单结算货款	125.43	2015年11月9日至2016年11月9日	正在履行
3	杭州嘉禾日用品有限公司	《委托加工合同》	足部护理产品	年度框架合同,按实际采购订单结算货款	6.20	2016年3月1日至2017年3月1日	正在履行
4	南京风轻扬生物科技有限公司	《产品订货合同》	彩妆产品	框架合同,按照实际采购订单结算货款	537.54	2015年3月2日至2018年3月1日	正在履行
5	广州市圣美精细化工有限公司	《广州市圣美精细化工有限公司委托加工合同》	护理产品及彩妆品等	以实际采购订单结算货款	64.28	2015年5月4日至2017年5月3日	正在履行
		《广州市圣美精细化工有限公司委托加工合同》			47.32	2014年6月11日至2015	履行完毕

序号	供应商	合同名称	合同标的	合同主要内容	报告期内采购金额(万元)	合同期限	履行情况
		工有限公司化妆品OEM 加工合同》				年 5 月 10 日	
6	广州诺菲化妆品有限公司	《委托加工合同》	面部护理产品	年度框架合同,按实际采购订单结算货款	68.03	2015 年 11 月 3 日至 2016 年 11 月 3 日	正在履行
7	广州隆翔化妆品有限公司	《委托加工合同》	手足护理产品	年度框架合同,按实际采购订单结算货款	/	2016 年 8 月 9 日至 2017 年 8 月 8 日	正在履行
					425.98	2015 年 8 月 7 日至 2016 年 8 月 7 日	履行完毕
					722.01	2014 年 8 月 7 日至 2015 年 8 月 6 日	履行完毕
8	杭州维斯丽格化妆品有限公司	《委托加工合同》	手部护理产品	年度框架合同,按实际采购订单结算货款	227.49	2014 年 5 月 6 日至 2015 年 5 月 5 日	履行完毕
9	杭州高浪电子商务有限公司	《购销合同》	面部护理产品、彩妆产品	框架合同,按实际采购订单结算货款	51.09	2014 年 1 月 4 日	履行完毕
10	衡阳市燎原商贸有限公司	《购销合同》	彩妆产品	框架合同,按实际采购订单结算货款	140.00	2014 年 1 月 6 日	履行完毕

2、销售合同

报告期内,公司与客户签订的采购合同以框架合同为主,每笔订单金额较小,与前五大客户签订的重要合同及其在报告期内的履行情况如下表所示:

序号	合同相对方	合同名称	合同标的	合同主要内容	合同期限内销售额(万元)	合同期限	履行情况
1	唯品会（中国）有限公司	《商品销售合同》	面部系列、手部系列、彩妆系列、足部系列、身体系列	框架合同，按实际销售金额结算	218.50	2015年12月31日至2016年12月31日	正在履行
					598.90	2015年1月1日至2015年12月31日	履行完毕
					465.72	2013年10月25日至2014年12月31日	履行完毕
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	《供应商协议》及《补充协议》	面部系列	框架合同，按实际订单发货，发货60天后按订单价付款	80.81	2015年12月31日起	正在履行
3	浙江集商网络科技有限公司	《产品采购合同》	手部系列、身体系列、彩妆系列	采销实结，按订单结款	456.84	2015年10月9日至2016年10月8日	履行完毕
4	杭州雀泉网络科技有限公司	《合作协议》	面部系列、手部系列、彩妆系列、足部系列、身体系列	给予雀泉网络25万元启动资金，待协议履行完毕后返还；双方按订单供货价结算货款	34.00	2015年9月1日至2025年8月30日	正在履行
5	上海允希贸易有限公司	《供货协议》	面部系列、手部系列、彩妆系列、足部系列、身体系列	按订单结算货款，货品在天猫超市销售	33.73	2016年3月15日至2017年3月14日	正在履行
6	王展勇	《供货协议》	手部系列	购入番茄派马油护手霜	24.92	2015年9月14日	履行完毕

序号	合同相对方	合同名称	合同标的	合同主要内容	合同期限内销售额(万元)	合同期限	履行情况
7	吴潇	《供货协议》	手部系列	购入番茄派马油护手霜	24.92	2015年9月18日	履行完毕
8	曾姣	《供货协议》	手部系列	购入番茄派马油护手霜	24.92	2015年9月16日	履行完毕
9	杭州捷淘科技有限公司	《代理运营合同》	手部系列、足部系列	按电视购物销售平台的实际销售额扣除产品提成结算	10.86	2013年11月至2016年11月	正在履行
10	上海钧钛电子商务有限公司	《购销合同》	足部系列	一次性购入产品并结算	10.39	2014年10月10日	履行完毕
11	北京八百旺商贸有限公司	《产品区域代理合同书》	手部系列、足部系列	价款以实际订单约定	8.90	2013年7月1日至2014年6月30日	履行完毕
12	苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心	《业务合作主合同》	手部系列、足部系列、身体系列	按实际订单结算货款	7.91	2015年5月1日至2015年12月31日	履行完毕

3、平台服务协议

报告期内，公司与重要第三方电商平台签订的服务协议或入驻协议如下：

序号	合同相对方	合同名称	合同主要内容	履行情况
1	浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司	《天猫服务协议》	商家在天猫平台销售产品，根据销售额支付平台使用费、技术服务费及其他费用	正在履行
2	阿里巴巴(中国)网络技术有限公司、杭州阿里巴巴广告有限公司	《阿里巴巴入驻协议》	阿里巴巴向商户提供运营服务、信息支持、商户需充值履约保证金	正在履行
3	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、北京京东世纪贸易有限公司	《“京东JD.COM”开放平台在线服务协	京东向商家提供“京东平台”上相应的网络空间、技术支持和系统维护、附属功能、增值服务等，	正在履行

序号	合同相对方	合同名称	合同主要内容	履行情况
	易有限公司	议》	商家支付支付平台使用费、保证金及技术服务费等费用	
4	杭州卷瓜网络有限公司	《蘑菇街商家入驻协议》	蘑菇街根据其技术和资源提供蘑菇街平台服务，商家缴纳店铺保证金与技术服务费	正在履行
5	杭州贝购科技有限公司	《贝贝商家合作协议》	贝贝网提供网络交易平台及相应的技术支持服务，商家支付技术服务费、保证金等	正在履行

4、物流合同

报告期内，公司签订的物流合同如下：

序号	合同相对方	合同名称	合同内容	合同期限	履行情况
1	南京市江宁区邮政分公司	《邮政快递包裹客户用邮协议》之《国内小包用户用邮协议》	按实际发件月结邮资	2015年10月23日至2016年12月31日	正在履行
2	南京先锋申通物流有限公司	《协议书》	提供邮件寄发服务	2015年9月14日签订	正在履行
3	南京乐享快递服务有限公司	《圆通快递货代合同暨月结协议》	代理货件的运输服务	2014年12月19日签订，双方无异议自动续展	正在履行
4	南京市江宁区顺陵货运代理有限公司	《中通快递货代合同暨月结协议》	代理货件的运输服务	2014年4月2日签订，双方无异议自动续展	正在履行

5、借款合同

序号	合同相对方	合同名称	合同金额	合同期限	履行情况
1	杭州联合农村商业银行股份有限公司	《信用借款合同》	100万元	2014年9月12日至2015年9月11日	履行完毕

报告期内，公司只有一笔短期借款，且金额较小，已按时偿还，不会对公司的偿债能力和持续经营造成影响。

6、房屋租赁合同

公司无自有土地和房产，公司主要的经营场所与仓库都来自于对外租赁，公司正在履行的房屋租赁合同列示如下：

序号	合同相对方	租赁物	房屋坐落	房租	租赁期
1	杭州钱塘智慧城市管理委员会、杭州钱塘智慧城市投资开发有限公司	九盛路 9 号 A03 幢 1 层建筑面积 1087.04 平方米	杭州市江干区九盛路 9 号 A03 幢 1 层	每平方米 31 元/月	2016 年 5 月 11 日至 2017 年 8 月 7 日
2	南京普英电器有限公司	2#厂房东西四楼整一层，五楼半层，4100 平方米	南京市江宁区湖熟街道工业集中区波光路 10 号	每平方米 9.2 元/每月	2016 年 7 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日

五、公司的商业模式

公司在深耕手足护理化妆品销售细分领域的基础上，欧美日韩大品牌先发优势占据主流市场的形势下，通过线下渠道进行市场渗透难以推进，从线上渠道谋求发展。经过在天猫、淘宝等线上平台销售的经验积累，公司在快速发展、竞争激烈的化妆品互联网零售行业中已经形成一定的差异化竞争优势。

（一）委外代工模式

公司目前销售的化妆品和日用品均为委托化妆品生产企业代工的方式生产。公司根据订单需求和销售预测情况对代工厂下达采购订单，对所需加工产品的原材料、品质、外形、规格等指标提出明确要求，然后由代工厂根据公司的要求采购原材料和包装物。公司产品的配方一般情况下由受托方工程师配置，公司本身不参与配方配置的具体过程。试生产阶段的化妆品成品送至第三方检测机构出检测报告，合格后申请进行国产化妆品备案。委托生产的化妆品取得备案批准文件后，公司再委托生产企业进行批量生产。

在供应商的选择上，公司首先核实并要求受托生产化妆品企业提供有效期内的经营资质，包括营业执照、税务登记证、组织机构代码证；核查是否具备国家质检总局颁发的《全国工业产品生产许可证》、省级食品药品监管部门颁发的《化妆品生产企业卫生许可证》或者其他生产资质，现场考查核实生产企业生产条件情况。其次考察打样样品质量、生产企业规模及生产能力、价格、账期和配合程

度，由公司产品部负责人判断决定是否选用此供应商。

(1) 外协厂商情况

截至报告期末，公司委外代工的外协厂商的名称和产品内容的具体情况如下：

序号	外协厂商名称	委托生产的产品名称
1	广州市艾雪化妆品厂有限公司	护手霜、足霜、身体乳
2	广州市隆翔化妆品有限公司	手膜、足膜
3	广州宝生堂化妆品有限公司	皂类
4	广州博娜美化妆品有限公司	护手霜
5	杭州春池旅游日用品有限公司	卸妆湿巾
6	杭州菲丝凯化妆品有限公司	面膜、修护膏
7	广州市圣美精细化工有限公司	指甲油
8	广州雨晓生物制品有限公司	肚皮贴
9	广州市尹姬化妆品制造有限公司	足膜
10	杭州嘉禾日用品有限公司	足贴
11	杭州兰茜化妆品有限公司	蜡膜、气垫
12	朗曜日化（上海）有限公司	身体乳
13	广州诺菲化妆品有限公司	鼻贴
14	浙江蓝海星盐制品有限公司	浴盐、足盐
15	杭州优莉美化妆品有限公司	面膜
16	广州诗妃化妆品有限公司	鼻贴
17	杭州朵娅化妆品有限公司	面膜、洁面乳、芦荟胶
18	富阳宜美化妆品有限公司	蜡膜

(2) 外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员的关联关系

网娘电商及其董事、监事、高级管理人员与上述外协厂商之间不存在关联关系。

(3) 公司与外协厂商的定价机制

在寻找外协厂商时，公司首先会参考外协产品的原材料成本、生产工艺复杂程度、生产周期长短、订货量等因素，对产品的价格进行预估。其次，公司向多家外协厂商进行询价，以了解该产品的出厂价格区间。随后，综合考虑外协厂商的报价、生产能力、产品质量等因素的基础上选定外协厂商，公司与意愿合作的厂家进行协商谈判后最终确定价格。

(4) 外协产品成本的占比情况

报告期内，公司自身不从事生产工作，全部产品皆为委托外协厂商生产，外协产品成本占主营业务成本的比重为 100%。

(5) 外协在公司整个业务中所处环节和所占地位的重要性

公司主营业务为手足护理及其他类化妆品的电子商务零售业务，采取轻资产运营的方式，主要优势在于产品营销与品牌运作，故在产品生产环节全部采用外协加工的方式，外协加工对公司的产品质量具有重要影响。

国内化妆品生产企业众多，生产环节投入较大、附加值较低。公司出于成本投入的考虑，由公司对所需加工产品的原材料、品质、外形、规格等指标提出明确要求，选择合适的外协厂商进行生产供应，通过严格的质量控制措施保证产品品质满足公司的质量要求。

公司通过与外协加工企业的合作，可以将主要资源集中于品牌打造与营销渠道的拓宽，形成自身的独特优势，从而获取利润。

(二) 销售模式

公司目前的销售渠道为线上销售为主，线下销售为辅；线上渠道中公司的销售模式分为 B2B 模式及 B2C 模式；销售平台主要分为天猫、京东、云集、唯品

会、蘑菇街等。公司不依赖线下渠道进行销售，节约了大量的租金与人力成本，线上销售既加强了公司对渠道的控制力，又突出了公司产品的高性价比和口碑评价，使得信息展示更加透明，迎合了网络购物消费者更加关注化妆品的质量、效用和价格的特性。而线下渠道的铺设又弥补了线上用户体验不足等劣势，进一步提高公司产品的市场占有率。

1、B2C 模式

B2C 模式下，公司主要通过第三方电子商务平台上开设旗舰店或专营店，向终端消费者直销产品。在 B2C 直销模式下，公司自主运营维护网上店铺，自主定价。

公司在天猫商城、京东开设的旗舰店首页如下：



在 B2C 模式下，公司需要向电商平台缴纳固定金额的平台使用费或缴纳销售佣金，其他费用还包含一些服务费、手续费等，金额相对较小。公司目前主要 B2C 平台服务费及佣金情况如下表所示：

平台名称	平台服务费	佣金比例
天猫商城	30,000 元/年，年销售额满 36 万元可返还 50%，满 120 万元可返还 100%	4%
京东	1000 元/月	6%
卖客疯	-	7.5%
贝贝网	-	10%

B2C 销售模式下，货款由支付宝平台或其他电商支付平台代为收取，然后在

客户确认收货后，由公司专职财务人员将货款转入公司账户，一般为即时到账或账期很短。公司支付宝账户是以公司唯一名义设立，支付宝账户绑定了公司银行账户，相关收付行为是符合公司内部财务管理制度。

2、B2B 模式

B2B 模式主要包括两个部分，一是向唯品会、乐蜂网等线上垂直电商进行寄售，寄售模式主要特点是公司根据与销售平台协商采购订单确定货品类目和数量，直接供货于销售平台，由销售平台在自营网站上进行销售。以唯品会为例，公司按照双方协商确定的《采购货品清单》向唯品会供货，供货给唯品会的售卖价格必须低于正品零售价，双方按期直接根据唯品会提供的销货清单进行结算。

二是渠道销售，公司通过阿里巴巴、云集等平台或公司销售人员扫网招商进行 B2B 批发销售业务。企业客户通过阿里巴巴、淘宝网等电商平台与公司交易的流程类似于 B2C 模式，企业客户下订单并付款，企业客户确认收货后，公司通过第三方支付平台确认收款。公司通过云集进行渠道销售时，与云集签订《产品采购合同》，采取采销实结的方式，公司产品直接发货予云集，货到验收入库后云集按时付款，由云集利用自己的销售渠道及消费者资源进行销售。公司自主招商情况下与企业客户签订供货合同，企业客户向公司帐户付款后公司发货。当存在赊销时，企业客户与公司签订供货合同并下订单后，销售人员邮件告知上级、财务和仓库订单内容及赊销，企业客户收货后按账期到打款到公司，公司完成收款。

3、线下模式

公司将在未来几年将以直营和代理的形式逐步拓展线下商超的布局。在线下直营方面，目前公司产品已经进入沃尔玛，并形成了一定的销售规模。在线下代理方面，公司通过代理商进入永辉超市、大润发、旺盛、娇兰等商超。为配合线下商超销售，公司对产品进行改造升级打造了一系列线下产品，并通过参加上海美博会等与日化市场线下渠道互动，提高消费者体验。

4、公司与电商平台的合作情况

报告期内，公司的线上销售平台主要包括天猫商城、唯品会、阿里巴巴、

云集、京东、蘑菇街和美丽说，其中天猫商城、京东、蘑菇街、美丽说属于B2C业务，唯品会、云集、阿里巴巴属于B2B业务。公司与该等销售平台的合作情况如下：

(1) 天猫商城、阿里巴巴

公司在天猫商城和阿里巴巴上开设网店，向消费者销售化妆品，其中天猫商城主要面向零售客户、阿里巴巴面向批发客户。客户下单购买后，消费者的货款由支付宝平台代为收取，待客户确认收货后由支付宝平台转入公司的支付宝账户，公司可提现至银行账户中。

公司在客户确认收货、货款进入公司支付宝账户时确认收入，收入确认的外部依据为公司天猫商城、阿里巴巴店铺的后台交易订单，同时根据先进先出法结转相应存货成本，期间费用按照实际发生的期间进行归集。

(2) 京东商城

公司在京东商城开设旗舰店，向消费者销售化妆品。客户下单购买后，消费者的货款由京东钱包平台代为收取，待客户确认收货后由京东钱包平台转入公司的京东钱包账户，公司可提现至银行账户中。

公司在客户确认收货、货款进入公司京东钱包账户时确认收入，收入确认的外部依据为京东商城店铺的后台交易订单，同时根据先进先出法结转相应存货成本，期间费用按照实际发生的期间进行归集。

(3) 蘑菇街、美丽说

公司在蘑菇街、美丽说等平台开设网店，向消费者销售化妆品。客户下单购买后，货款直接支付给蘑菇街、美丽说等平台，待客户确认收货后平台将货款转账支付给本公司银行账户。

公司在客户确认收货后进行收入确认，外部依据为平台的后台交易订单，同时根据先进先出法结转相应存货成本，期间费用按照实际发生的期间进行归集。

(4) 唯品会

公司与唯品会的合作采取寄售模式，由唯品会代销公司的产品，双方根据每月销货清单进行结算，唯品会向公司按期付款。

公司在收到唯品会提供的代销清单后确认收入，收入确认的外部依据即为代销清单，同时根据先进先出法结转相应存货成本，期间费用按照实际发生的

期间进行归集。

(5) 云集

公司通过云集进行渠道销售时，与云集签订《产品采购合同》，采取采销实结的方式，公司产品直接发货予云集，货到验收入库后云集按时付款，由云集利用自己的销售渠道及消费者资源进行销售。

公司向云集发货后，云集收到货物并验收通过后确认收入，外部依据为云集的验收凭证，同时根据先进先出法结转相应存货成本，期间费用按照实际发生的期间进行归集。

5、第三方支付平台收款情况

报告期内，公司的天猫商城、阿里巴巴网店、京东商城网店通过支付宝、京东钱包这两个第三方支付平台收款，其中天猫商城、阿里巴巴通过支付宝收款，京东商城通过京东钱包收款。除支付宝和京东钱包外，公司不存在通过其他第三方支付平台收款的情况。

公司拥有的支付宝账户和京东钱包账号均以公司唯一名义设立，相关收付行为符合公司内部财务管理制度，公司的支付宝账户和京东钱包账户均唯一绑定了公司的银行账户，公司由专职财务人员负责第三方支付平台的转账操作，将第三方支付平台的货款转入公司银行账户内。

公司的支付宝账户由于流水较大，公司专职财务人员会每日进行转账操作，第二日资金即可到账；公司的京东钱包账户一般每周进行转账，申请转账后第二个工作日资金到账。

2014年、2015年和2016年1-4月，公司通过第三方支付平台收款的收入金额占公司营业收入的比重分别为74.46%、68.72%和61.60%。

6、公司的订单获取方式

作为一家凭借线上销售快速成长的公司，公司内部有专门的团队负责关注市场上出现的各种电商平台，对其未来发展趋势作出研究和初判后便派出团队与平台进行沟通、洽谈合作事宜，争取入驻平台，依靠电商平台获取终端消费者的关注。目前，公司已经通过在天猫商城、阿里巴巴、京东商城、蘑菇街、美丽说等电商平台上开设的网店获取最终消费者的订单；也会直接获取电商平台的订单，如唯品会、云集。

而在新拓展的线下销售方面，公司的客户为商超和代理商，主要通过公司的渠道团队对商超和代理商等潜在的合作伙伴进行考察并沟通，谈判成功后双方签订合作合同，从而获取订单。

7、公司的营销方式

公司进行产品营销前，首先对产品进行准确定位，配合制定产品销售策略及店铺活动策略，达到吸引用户、促成下单的效果，最终提升品牌影响力。

在平台营销策略上，公司主要在天猫平台上综合采用“直通车、钻展、淘宝客、聚划算、淘抢购”等推广方式，为公司的网店吸引流量，从而提高商品曝光率，提高店铺在电商平台的影响力。

在店铺活动策略上，公司通过不定期地举行买赠、返现、优惠券、满赠、满减、第二件半价、第二件 0 元、买二送一、拍下立减等店铺活动提高产品销量。

此外，公司具有很强的资源获取技术，能够获取淘宝内外的优质流量信息，进行广告的精准投放，提高转化率。

（三）盈利模式

公司通过对客户需求与化妆品配方功效的研究，结合不同时段铺排产品，向委托加工的供应商下达采购订单，供应商根据公司的要求进行产品的加工生产，公司与供应商根据产品的成本及供应商的利润确定产品委托加工价格，公司采购产品后在天猫、京东等 B2C 平台进行产品的直销，直接获得进销差额。同时在唯品会等平台进行产品的寄售，按照代销清单确认收入，获取盈利。此外，公司通过阿里巴巴等渠道进行 B2B 销售，以赚取差价的方式获取利润。总体来看，公司主要通过线上多渠道销售实现收入，塑造与提升品牌的价值。借助互联网营销客户群广泛、无地域限制等优势，控制营销费用，实现盈利。

同时，公司也在传统线下商超以直销或代理销售的方式销售产品，弥补线上体验不足的劣势，扩大产品市场占有率。

六、公司所处行业概况、市场规模及风险特征

（一）行业分类

公司的主营业务为手足护理类化妆品的委托生产和销售。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的规定，公司所属行业为“批发和零售业”之“零售业”，行业代码为 F52。根据国民经济行业分类标准（GB/T4754-2011），公司所属行业为“批发和零售业”之“零售业”之“互联网零售”，行业代码为 F5294。根据全国股份转让系统公司发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“互联网零售”，行业代码为 F5294。

（二）行业主管部门和监管体系

公司所处的的行业主管部门为商务部、工信部和食品药品监督管理局。

商务部电子商务和信息化司，其主要职责为制定我国电子商务发展规划，拟订推动企业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施；支持中小企业电子商务应用，促进网络购物等面向消费者的电子商务的健康发展。

工信部主要负责在其职责范围内拟订相关政策并组织实施；指导推进信息化工作，指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展，指导协调电子政务和电子商务发展对该行业进行监督管理。同时，国家工商行政管理总局在其职责范围内负责监督管理市场交易行为和网络商品交易及有关服务的行为。

食品药品监督管理局主要负责化妆品的卫生许可，对企业生产条件和卫生状况进行监管，并负责化妆品安全管理的综合监督，对化妆品进行检验，保证化妆品的卫生质量和使用安全。

公司所处行业的全国性行业协会为中国电子商务协会和中国香料香精化妆品工业协会。

中国电子商务协会主要职责为协助政府部门推动电子商务的发展；进行与电子商务相关业务的调查和研究，为政府部门制定相关法律法规和政策提供参考建

议；开展电子商务国际交流与合作；为会员提供相关法律与法规指导；开展信息化人才及电子商务培训；组织专家在电子商务及其相关领域开展咨询服务；完成业务主管单位和政府部门授权委托及会员单位委托的工作事项。

中国香料香精化妆品工业协会受政府委托起草行业发展规划，积极推动行业发展；对行业发展中的问题进行调查研究，向政府部门提出有关行业法规和政策的建议；开展产业及市场研究，并收集和发布市场信息，在技术、产品、市场、信息、培训等方面开展协作和咨询服务，提高行业开发新产品、开拓市场能力；配合相关部门对本行业产品进行监督；同时，协会还组织会员企业进行行业自律管理。

公司经营涉及的主要法律法规如下：

序号	法律法规名称	文件号	实施时间
1	《中华人民共和国产品质量法》	中华人民共和国主席令第33号	2000年9月
2	《中华人民共和国消费者权益保护法》	中华人民共和国主席令第7号	2014年3月
3	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》	中华人民共和国国务院令第440号	2005年9月
4	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局令第156号	2014年8月
5	《化妆品标识管理规定》	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局令第100号	2008年9月
6	《化妆品卫生监督条例》	卫生部令第三号	1990年1月
7	《化妆品卫生监督条例实施细则》	卫监督发[2005]190号	2005年5月
8	《化妆品广告管理办法》	中华人民共和国国家工商行政管理局令第12号	1993年10月
9	《化妆品卫生行政许可检验规定》	卫监督发[2007]159号	2007年7月
10	《中华人民共和国侵权责任法》	中华人民共和国主席令第21号	2010年7月
11	《互联网信息服务管理办法》	国务院令2000年第292号	2000年9月

公司经营的化妆品的互联网零售主要涉及的产业政策如下：

(1) 电子商务产业政策

序号	政策文件名称	文件号	发布时间
1	《关于促进电子商务规范发展的意见》	商发改[2007]490号	2007年12月
2	《电子商务模式规范》	商务部公告2009年第21号	2009年12月
3	《网络交易服务规范》	商务部公告2009年第21	2009年12月

序号	政策文件名称	文件号	发布时间
4	《关于加快电子商务发展的若干意见》	国办发[2005]2号	2005年1月
5	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	国发[2015]24号	2015年5月
6	《关于加快流通领域电子商务发展的意见》	商商贸发[2009]540号	2009年11月
7	《关于促进网络购物健康发展的指导意见》	商商贸发[2010]239号	2010年6月
8	《第三方电子商务交易平台服务规范》	商务部公告2011年第18号	2011年4月
9	《关于网上交易的指导意见（暂行）》	商务部[2007]第19号	2007年3月
10	《关于加强网络团购经营活动管理的意见》	工商市字[2012]39号	2012年3月
11	《关于促进电子商务应用的实施意见》	商电函[2013]911号	2013年10月
12	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	国发[2015]40号	2015年7月
13	《2006-2020年国家信息化发展战略》	中办发[2006]11号	2006年3月
14	《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》	商电发[2011]第375号	2011年10月
15	《电子商务“十二五”发展规划》	工业和信息化部	2012年3月
16	《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》，	商流通发[2012]27号	2012年1月
17	《2016年电子商务和信息化工作要点》	商办电函[2016]120号	2016年3月

(2) 化妆品市场的产业政策

序号	政策文件名称	发布单位	发布时间
1	《轻工业“十二五”发展规划》	工业和信息化部	2012年
2	《化妆品行业“十二五”发展规划》	中国香料香精化妆品工业协会	2011年
3	《严厉打击保健食品化妆品非法添加行为的通知》	国家食品药品监督管理局	2011年
4	《关于加强化妆品原料监督管理有关事宜的通知》	国家食品药品监督管理局	2011年
5	《关于印发化妆品产品技术要求规范的通知》	国家食品药品监督管理局	2011年
6	《关于印发化妆品行政许可检验管理办法的通知》	国家食品药品监督管理局	2010年
7	《关于加强化妆品标识和宣称日常监管工作的通知》	国家食品药品监督管理局	2010年
8	《关于印发化妆品行政许可申报受理规定的通知》	国家食品药品监督管理局	2009年

（三）行业价值链的构成和上下游关系

公司作为化妆品互联网零售企业，上游的供应商为化妆品生产制造业，下游为网络平台消费者，以网络购物平台为依托进行产品销售。

公司所处行业价值链的构成情况如下图列示：



上游化妆品生产企业负责采购原料及包装材料，按照委托公司的要求生产加工样品，确定正式产品后进行生产。目前国内的化妆品生产企业约有 5,000 余家，其中中小型化妆品企业约占总数的 90%，但市场份额仅为 20%左右，近年来，本土化妆品生产公司数量增多，每家的市场占有率较低，市场竞争激烈。

行业中游为化妆品零售业企业，总体市场较为分散，超过 1%份额的品牌已经成为市场上比较知名和常见的品牌，目前国内化妆品零售市场仍主要被宝洁、欧莱雅等外资企业所占据。

随着电子商务的发展，化妆品网购市场规模不断增大，成为百货及专卖店外第三大流通渠道。天猫、京东、聚美优品等成为线上化妆品的主要销售渠道。

化妆品属终端消费品，行业下游为销售终端市场。近年来，我国政府不断出台鼓励拉动内需的政策，支持商品流通市场的发展，促进居民提升消费水平。终端流通市场的发展以及居民可支配收入和消费水平的提升将有利于化妆品行业的发展。目前，网络平台的消费者需求旺盛，网上购买化妆品的消费者持续增长，为化妆品网络零售业务的发展提供了充足的空间。

（四）主要产品对应行业发展现状与发展趋势

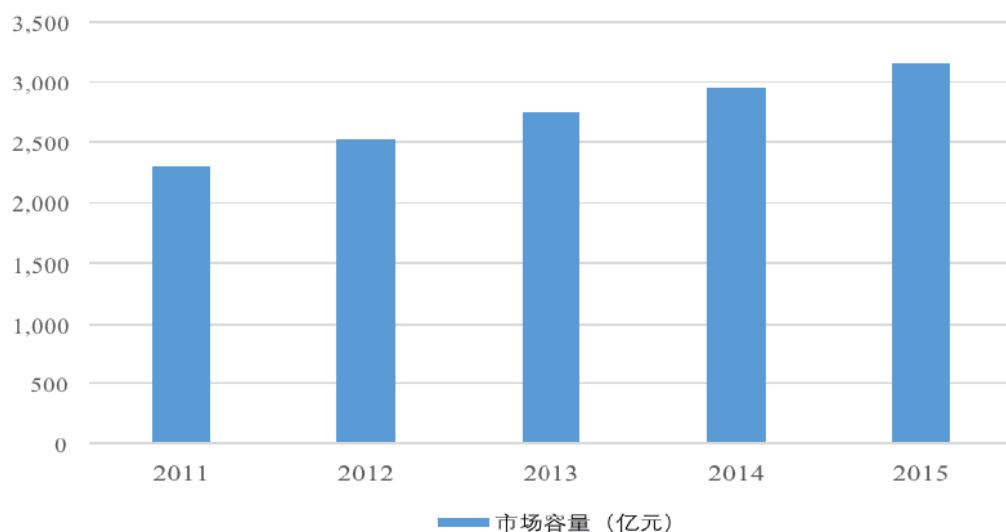
1、我国化妆品行业发展现状与发展趋势

（1）化妆品行业市场规模快速增长

中国化妆品行业是全世界最大的新兴市场，化妆品零售业近年来一直保持着快速增长，虽然 2014 年增速有所放缓但仍然是全球范围内增长最快速的地区之一。2014 年，中国美妆个护市场增长率为 7.2%，而日本、法国、美国和韩国四个国家的增长率分别为 2.3%、0.5%、1.9% 和 5.5%。伴随着我国经济的快速和持续增长以及居民生活习惯改变，依托庞大的人口基数，中国化妆品消费市场迅速发展，目前消费总额已经超过日本成为仅次于美国的世界第二大化妆品消费市场。

据 Euromonitor 统计，2015 年我国化妆品行业市场容量为 3,156.3 亿元，2011-2015 年的年均复合增长率达到 8.2%，**到 2020 年化妆品市场规模或达 4352 亿元，2016-2020 年的年复合增长率为 6.7%**。

2011-2015 年我国化妆品行业市场容量图

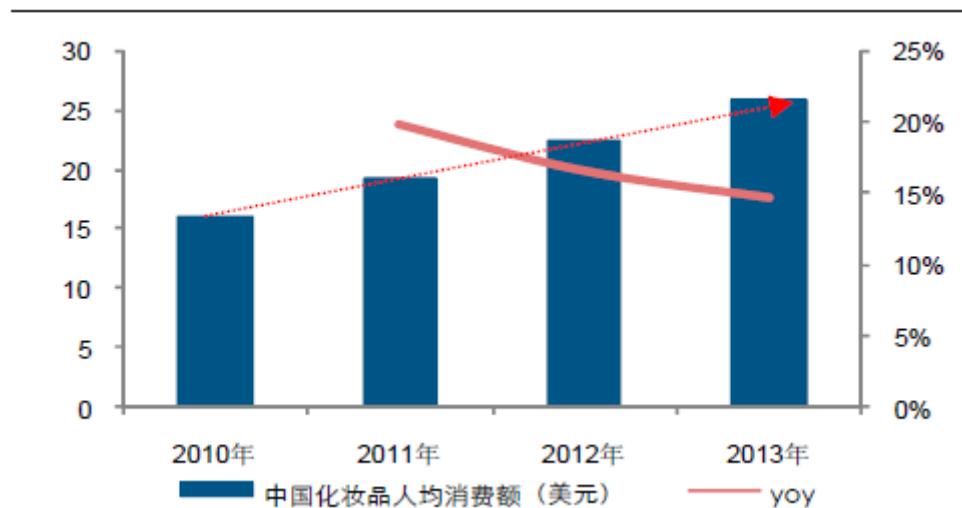


数据来源：Euromonitor

（2）化妆品行业蕴含巨大提升空间

2010 年中国人均化妆品消费水平仅为 16 美元，对化妆品的消费意识和消费能力都还比较弱。2012 年美、日、韩的人均化妆品消费分别是中国的 15 倍、9 倍和 7 倍。2013 年人均化妆品消费金额已经达到 25.8 美元，年复合增速保持 17%，表明中国消费者对化妆品的消费需求迅速提高。但这一水平仅为日本的八分之一，从化妆品消费相对规模来看，中国人均消费中化妆品消费占比不足

0.8%。因此，化妆品行业仍然存在较大的市场潜力。随着我国人均可支配收入的增长，市场需求潜力将不断释放，人均化妆品消费将逐步提高，化妆品行业具有巨大的成长空间。



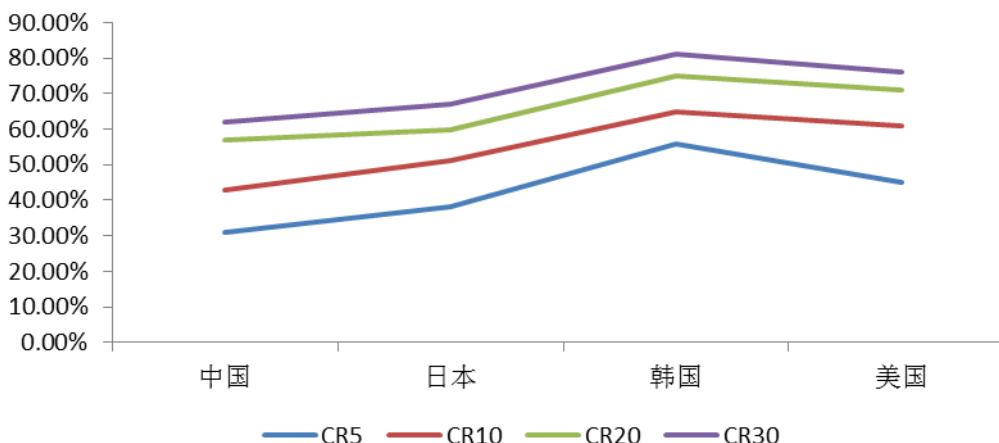
数据来源：Euromonitor

(3) 化妆品行业品牌集中度低

从品牌市场结构来看，中国化妆品市场销售前十名的品牌基本为国际领先品牌，以美日韩品牌为主导。虽国际品牌占据优势市场地位，但所占市场份额却较为有限。从化妆品公司的市场占有率来看，中国的化妆品行业集中度相比于美国、日本、韩国等发达国家处于较低水平。2014 年，中国 CR10 的化妆品公司市场总体份额为 43.9%，比 2013 年减少 1.2%。

随着国内化妆品市场近年来逐渐走向成熟，国内的生产商、销售商更多将目光聚集于本土品牌，加大投入力度，争夺市场。在 CR30 的品牌中，自然堂、佰草集、相宜本草、珀莱雅等本土化妆品品牌占据了重要位置，且大都呈现上升趋势。2011 年的 CR30 品牌中，国外品牌所占的市场份额为 33.5%，本土品牌的市场份额仅为 5%，而到 2014 年国外品牌的市场份额下降到 32.6%，本土品牌的市场份额上升到 9.3%。

2014年中、美、日、韩四国化妆品市场集中度比较

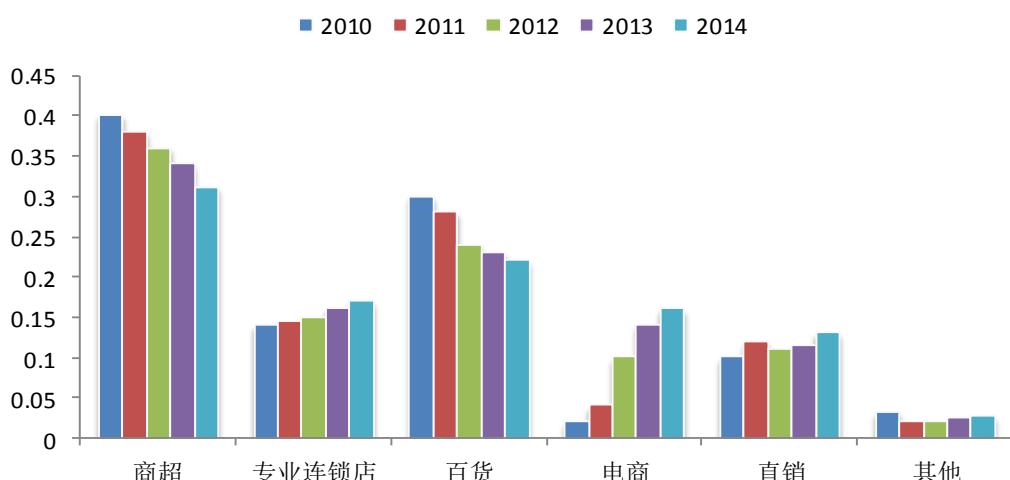


数据来源：Euromonitor

(4) 化妆品零售渠道快速变革

化妆品零售渠道主要包括商超渠道、专营店、百货商店、电商和直销。近几年中国化妆品的渠道结构正在经历快速调整。从 2010 年到 2014 年，商超和百货两大传统渠道下滑趋势非常明显，专营店是线下唯一每年都在稳步增长的渠道。电商渠道的销售额快速上升，不断蚕食着商超和百货的市场份额。

2010-2014化妆品零售渠道变化

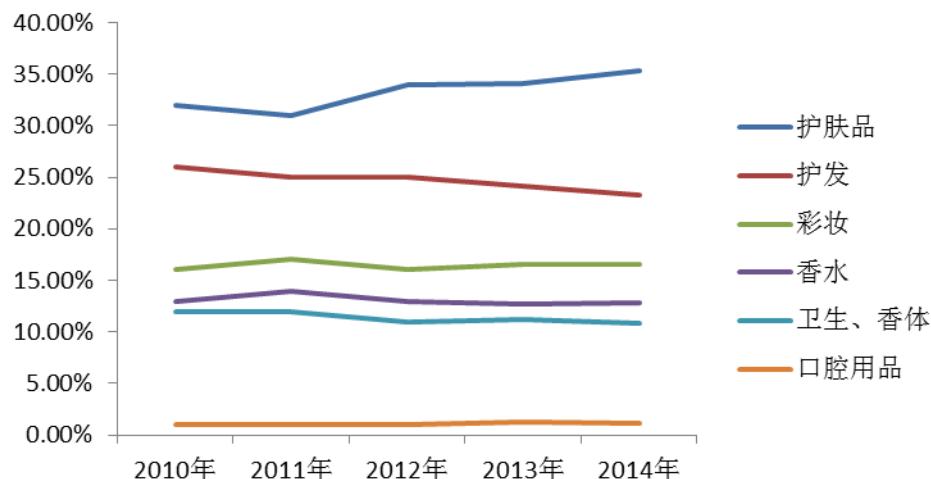


数据来源：Euromonitor

(5) 护肤类化妆品市场份额最大

化妆品品类包含：清洁类——洗发、护发、沐浴、洁面；护肤类——化妆水、乳液/面霜、面膜；彩妆类——面部彩妆、唇部彩妆、眼部彩妆；香水类等。其中，护肤类的占比最大。

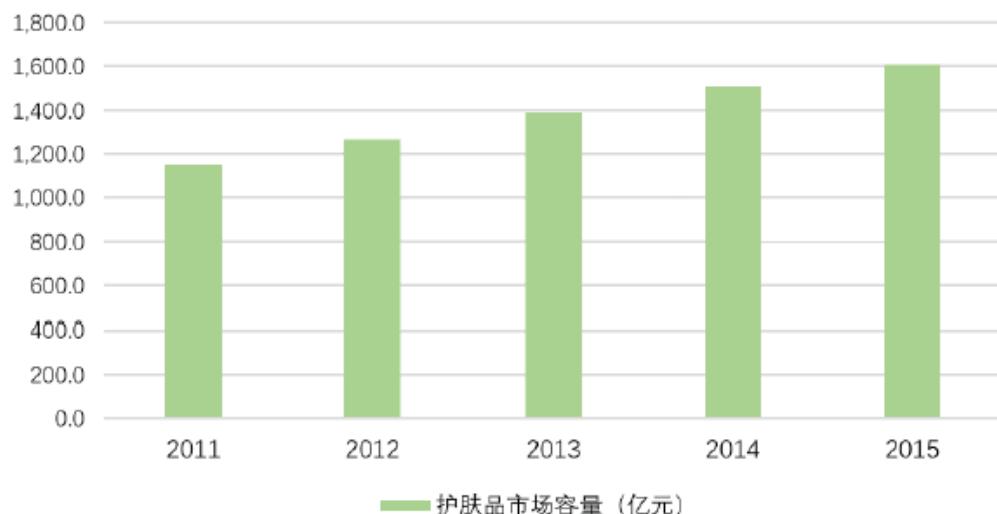
2010-2014年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势



数据来源：中国产业信息网

根据 Euromonitor 的数据统计，2015 年我国护肤品市场容量为 1,608.2 亿元，占化妆品整体市场的 51.0%；2011-2015 年护肤品市场年均复合增长率达到 8.8%，增速高于化妆品行业整体增速。

2011-2015 年护肤品市场容量图



数据来源：Euromonitor

护肤品市场可细分为面部护理产品、身体护理产品、手足护理产品三个细分

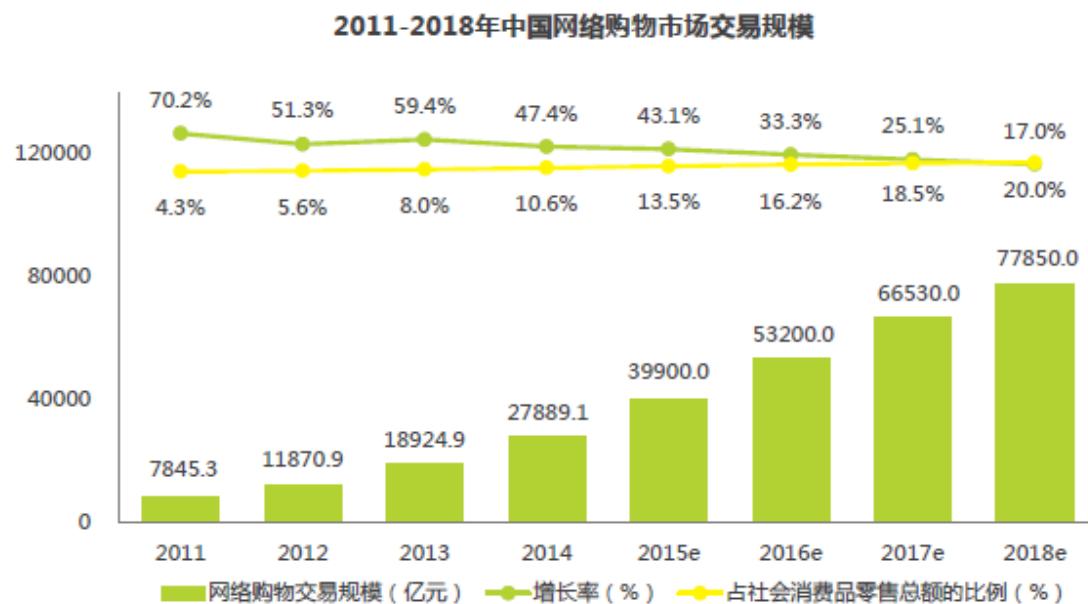
品类。其中，手足护理市场相对类别较小，在化妆品中属于较小的细分市场，功能诉求主要可分为滋润补水、软化角质、修复活肤等基本诉求，消费者以解决基本问题为主。根据 Euromonitor 的统计，2015 年护理品市场容量面部护理、身体护理、手部护理、护理套装分别为 1,418.0 亿元、41.1 亿元、40.8 亿元和 108.4 亿元。根据 Euromonitor 的预计，目前手霜市场仍将保持较快增长，到 2016 年手霜市场容量将近 15 亿元，年复合增长率约为 11.4%。而足部护理为近年刚刚兴起的护理品类，目前的市场占比情况不详，但随着消费者护肤需求的提高和消费习惯的改变，未来手足护理产品的市场占有率增长可期。

2、互联网零售业发展现状与发展趋势

（1）互联网零售业市场规模

互联网零售业是零售业与互联网相结合的产物，结合了零售业和电子商务行业的特点。其通过互联网或其他电子渠道向消费者提供商品或服务，属于 B2C 的电子商务范畴。作为电子商务的重要组成部分，伴随着电子商务的发展，互联网零售业更是得到突飞猛进。

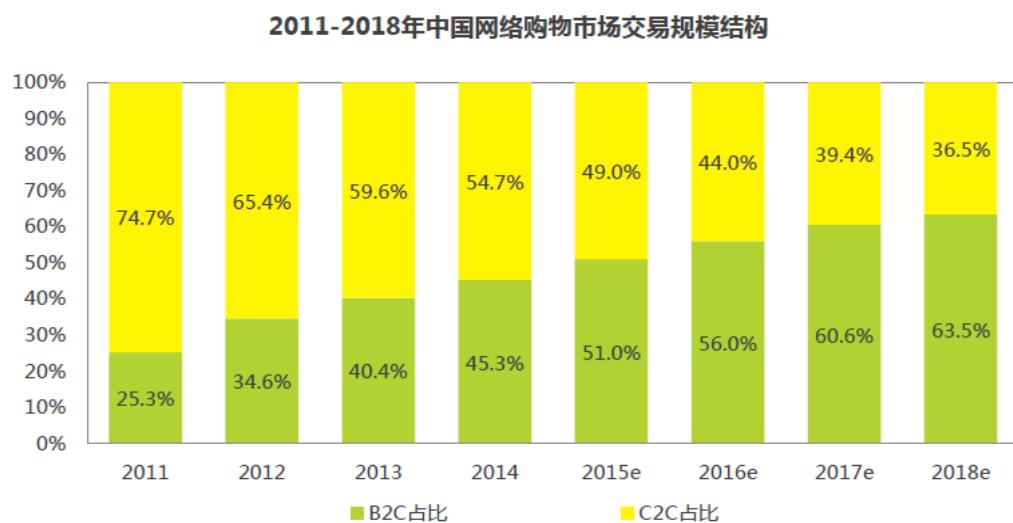
2014 年，中国网络购物市场交易规模达到 2.8 万亿，增长 47.4%，依然维持在较高的增长水平。根据国家统计局社会消费品零售总额数据，2014 年，网络购物交易额大致相当于社会消费品零售总额的 10.6%，年度线上渗透率首次突破 10%。



数据来源：艾瑞咨询

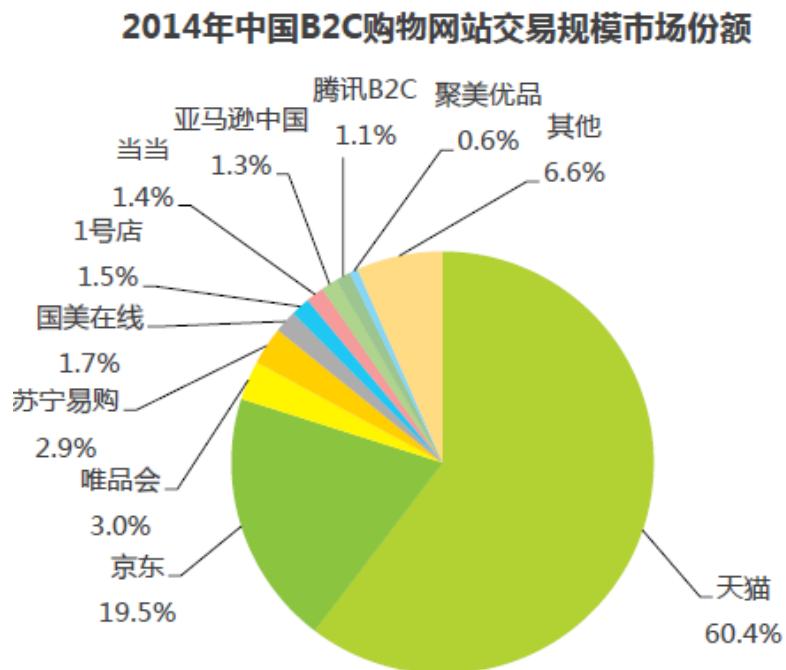
(2) 互联网零售行业市场结构

艾瑞咨询数据显示，2014年中国网络购物市场中B2C市场交易规模达12,636亿元，在整体网络购物市场交易规模的比重达到45.3%，较2013年的40.4%增长了4.9个百分点。从增速来看，B2C市场增长迅猛，2014年中国网络购物B2C市场增长65.4%，远高于C2C市场35.2%的增速，B2C市场将继续成为网络购物行业的主要推动力。



数据来源：艾瑞咨询

2014 年中国 B2C 网络购物零售市场中天猫、京东地位稳固，遥遥领先。天猫排名第一，占 60.4% 份额；京东名列第二，占据 19.5% 份额；唯品会位居第三，占 3.0% 的市场份额。



数据来源：艾瑞咨询

3、化妆品互联网零售业发展现状与发展趋势

电子商务高度信息化与快速比价特性，改变了传统国际化妆品品牌主导消费决策的局面。线上消费者对于价格的敏感性，使高性价比中小优质品牌销售得到提升，其市场份额有望持续提高；另一方面，电子商务高效无边界特性，使其成为高端品牌市场下沉、新品推广的绝佳媒介。

（1）化妆品互联网零售行业规模不断增长

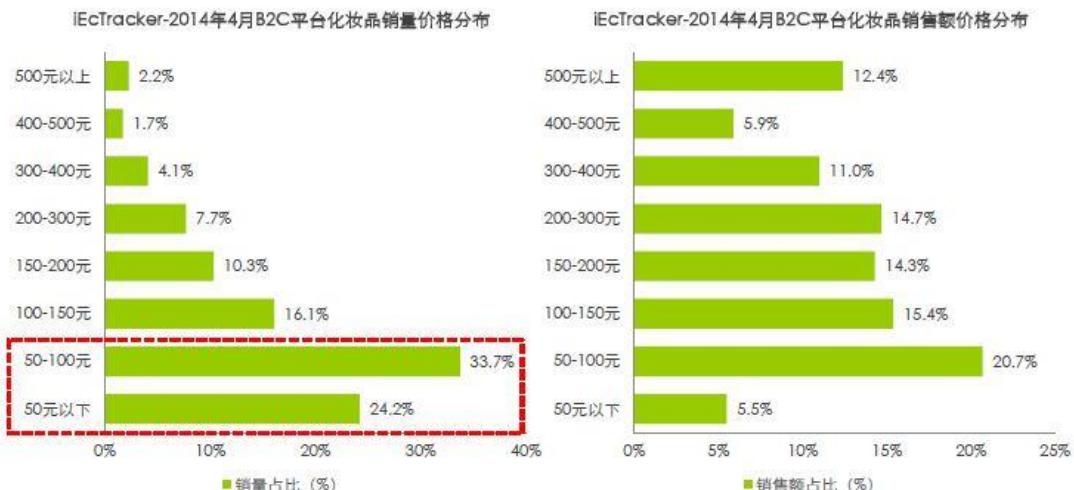
2008-2013 年化妆品电子商务行业复合增速超 65%，2013 年，化妆品网购市场规模达 902 亿元，占化妆品消费行业比重超过 25%，成为百货及专卖店外第三大流通渠道。鉴于化妆品兼具体积小、标准化程度高、重复购买率高等特点，未来市场增长动力强劲，预计 2017 年化妆品网购市场整体规模有望达到 2,200 亿元。



数据来源：艾瑞咨询

(2) 低价化妆品线上销量占比高

以 2014 年 4 月 B2C 平台化妆品销售情况为例，50-100 元的单品占到化妆品行业线上销量的 33.7%，销售额占比达到 20.7%，销量最好。整体线上化妆品的销售额由中高价位化妆品拉动，300 元以上化妆品销售额占比达到 29.4%。而国际品牌均价往往为国内优质品牌定价的两至三倍，售价出现两级分化，国内优质品牌的定价区间更加迎合线上消费者的消费能力。



数据来源：艾瑞咨询

(3) 国产品牌护肤品逐渐占据优势

以 2015 年第四季度数据分析，欧莱雅、宝洁两大日化巨头旗下品牌仍然名列前茅，但“双 11 大促”等网购促销活动极大拉动了本土品牌的销售，经典国

货百雀羚和年轻品牌韩束得益于电商渠道的良好运作成功进入护肤品行业前列。



数据来源：星图数据

（五）影响本行业发展的有利因素和不利因素

1、影响本行业发展的有利因素

（1）国内化妆品市场容量大，居民消费结构升级

我国经济持续稳定发展是我国化妆品行业快速增长的有力保证。我国国民经济仍在保持快速稳步的增长，居民生活水平和可支配的收入逐年提高。加之国家鼓励消费、拉动内需的经济政策，以及城市化进程加快等因素，均为化妆品行业的快速发展提供了良好的环境和巨大的市场空间。根据 Euromonitor 的预测，中国化妆品行业将在未来几年保持持续稳定增长的态势，预计到 2020 年市场容量将达到 4,352.4 亿元，2016-2022 年年均复合增长率 6.7%，行业发展空间巨大。

同时，居民消费意识的不断提高和消费理念的转变，使得社会消费结构逐渐向发展型、享受型升级。消费者对商品和品牌附加价值的认知程度逐渐提高，消费心理和需求逐渐呈现出多样化和个性化的特点，从而为化妆品向细分领域发展和差异化定位提供了进一步空间。

（2）互联网购物蓬勃发展，线上成为重要渠道

2014 年，我国网购用户规模达到 3.6 亿人，2014 年中国网络购物用户人均网购消费金额为 7,716.5 元，增长了 23.1%，预计 2015 年人均消费额将接近 1 万元。网络消费群体的快速兴起对我国电子商务行业的快速发展起到了至关重要的作

用。从化妆品品类特性来看，其标准化程度较高，物流配送压力较小；从化妆品下游需求来看，个性化需求程度较高，电商将商品信息化展示满足消费者多品类选择。在此两点带动下，化妆品电商线上快捷营销与线下体验式营销相结合的趋势日益明显。化妆品电商从价格竞争力和渠道可见度上提高了消费者对品牌化妆品的购买力，且提高了品牌的销售规模和周转效率。国际成熟品牌通过电商渠道低成本拓展三、四线城市消费群体，中小优质品牌通过打造产品口碑提升市场规模。

（3）行业监管不断规范化，为企业成长创造良好环境

从国家监控力度看，我国政府对化妆品行业的监管力度随着行业的发展不断加强并走向规范化。国家在《中国化妆品行业“十二五”发展规划》中明确指出要“进一步加强标准化工作，有关部门要继续完善法规和标准建设，改进监管办法，提高监管效率”。监管日趋严格导致的成本增加使得部分生产条件差、无品牌优势的小型日化企业被逐渐淘汰，提高行业经营及竞争的规范化，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。

2、影响本行业发展的不利因素

（1）行业竞争不规范，影响行业整体水平提升

化妆品行业门槛相对较低，我国化妆品电商企业中大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、产品研发和产品设计能力有限，品牌知名度不高，同质化情形严重。为了维持生存和发展，部分小企业抄袭、模仿名牌企业和市场流行的产品外观设计，以仿冒等违法方式侵害了优质企业的合法权益；或者有部分企业依靠价格战来争夺市场，严重影响了行业的利润率。这些不规范行为在加剧行业竞争的同时，影响了行业整体发展水平的提高。

（2）特卖闪购等手段吸引客流，缺乏差异化竞争

通过对目前国内主流的线上化妆品的经营形式进行梳理：从板块展示和页面售价情况来看，80%的网站均将特卖、限时闪购作为特定板块，价格多低至3-6折，同时满送、满减活动频繁推出，主要以折扣和优惠吸引客流。在购物体验上，尚未建立以提供用户评论、样品试用、实时在线交流、顾客问答等多功能立体服

务来保证化妆品网购体验的情景式服务，缺乏差异化竞争力，较难长效吸引客流。

（3）研发投入较少，技术创新能力不高

与欧美等发达国家化妆品企业相比，国内化妆品品牌的研发投入相对较少，技术创新能力不足，核心竞争力不强，产品自身的竞争优势不明显，在高档化妆品领域尚无法和外资品牌抗衡。

（六）基本风险特征

1、市场竞争的风险

化妆品零售行业是一个充分竞争的行业，品牌数目众多，市场集中度低。目前国内化妆品市场，尤其是中高端市场主要被国际品牌所占据。本土品牌面临国际大品牌及本土品牌之间，尤其是新兴品牌之间的双重竞争压力。行业内企业如果不能及时调整经营策略并形成核心竞争优势，将会面临较为激烈的行业竞争风险。

2、产品质量和安全风险

近年来，我国不断出台新的化妆品生产质量和安全标准，对于化妆品这类特殊的商品，由于其大多直接接触皮肤，消费者对质量和安全的需求越来越高。尽管公司十分注重产品质量和安全的控制，重视对供应商的选择和对生产过程的监督与管理，以及建立了全流程的产品质量控制措施，公司仍面临产品质量和安全不符合质量标准而导致退货甚至违约处罚以致失去市场份额的风险。

3、品牌形象维护的风险

化妆品属于大众消费品，品牌形象对化妆品企业而言至关重要，由于消费者的皮肤情况、产品需求、效果评价标准存在一定差异，一旦发生消费者对产品质量、效果等提出质疑的情况，可能会影响化妆品企业的品牌形象并对其经营造成一定的不利影响。

（七）公司的行业竞争地位

1、行业竞争格局

从化妆品电商平台上的销售品牌来看，韩流品牌、国际大牌以及本土品牌呈现三足鼎立之势。近年来，韩国偶像剧的热播将韩国化妆品带进更多的消费者家中。随着韩国各家网上商城开通不同语言版本的海外网站，韩国化妆品国际销量迅速增长，来自中国消费者的跨境网购数量占了七成。韩国化妆品因其与韩国偶像相匹配、与亚洲人人体质相接近、产品覆盖面广等特质，使得电商运营策略能够顺利进行，从而不断蚕食着国际品牌的市场份额。

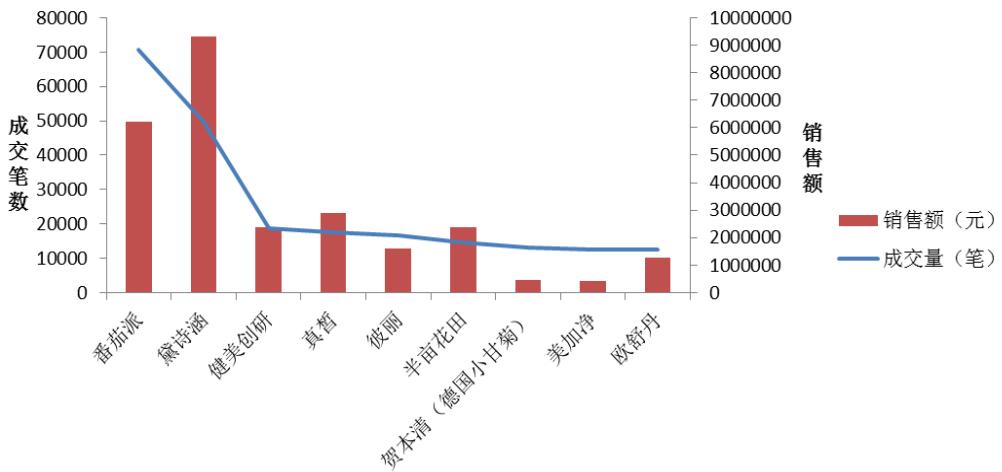
相比之下，虽然一些国际品牌拥有在天猫的旗舰店，但国际品牌因其对自身过高的定位，导致其在电商平台的表现差强人意；或因价格过高导致消费者望而却步，或产品生产流程复杂以致无法满足快速反应的要求。国际品牌目前仍未能在具有中国特色的市场上站稳脚跟。

本土品牌的最大特点是定价低、起步早、视电商业务为核心。由此，本土品牌能够在目前仍以价格战为主的电商平台上占有一席之地。

而在手足护理产品的细分市场上，目前尚未形成强势品牌，整体市场还处于培育阶段。公司把握机会，首创手足护理专业品牌，已成为线上手足护理化妆品领导品牌，在发展迅猛、竞争激烈的化妆品电商行业中形成了自己的独特竞争优势，根据天猫商城的销售量排名，公司产品中护手霜、手膜、足膜在同类产品占据明显领先优势，其“番茄派”的品牌、“番茄女孩”的独特标识在手足护理市场形成了一定的影响力。

在淘宝网内部，公司的品牌的影响力、产品的成交量都名列前茅。以 2016 年 4 月的品牌成交量数据为例，“番茄派”品牌 2016 年 4 月手部护理成交笔数为 7.06 万笔，销售金额为 620.60 万元，成交量排名第一，销售额排名第二。

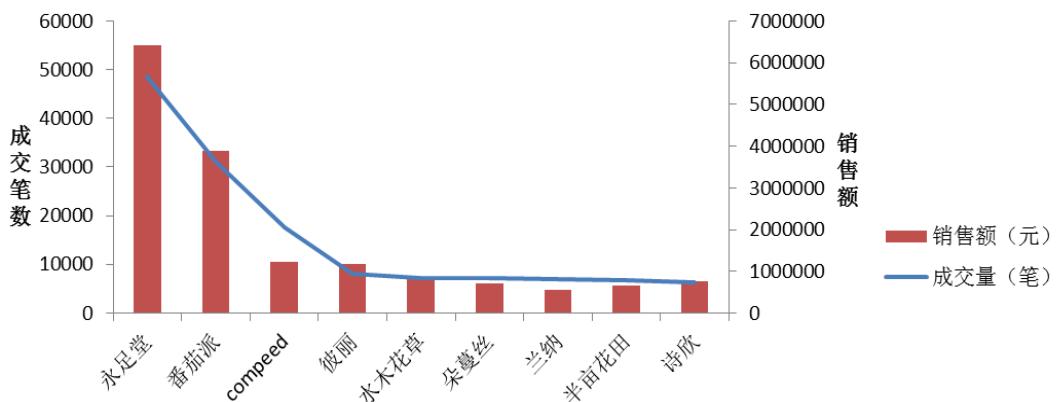
2016年4月淘内平台手部护理行业品牌排名



数据来源：生意参谋

“番茄派”品牌2016年4月足部护理成交量为3.1万笔，销售额为389.06万元，成交量排名第二，销售额排名第二。

2016年4月淘内平台足部护理行业品牌排名



数据来源：生意参谋

2、行业内的主要竞争对手

(1) L'OCCITANE (欧舒丹)

L'OCCITANE 欧舒丹创办于法国普罗旺斯，是一家专门制造及售卖个人护理产品及家居产品的国际零售企业，致力于为顾客奉上专业手部护理、面部护肤、

身体护理和洗护发及香氛产品。其产品中护手霜在全球的销量领先。

欧舒丹在高端用户群中的优势明显，作为一线品牌多年来积累了大量会员。但是其长期以来的高端形象及品牌定位限制，导致无法有效切入国内网购主流客户。目前仍然以专柜销售为主，线上渠道主要通过独立开设的网店和品牌旗舰店形式进驻 B2C 平台来，实际销售占比低，更多是作为品牌形象和产品的宣传渠道。

(2) 美加净

美加净是上海家化联合股份有限公司旗下的知名国货品牌。上海家化是中国历史最悠久的日化企业之一，于 2001 年在上海股票交易所上市。上海家化高度重视自主品牌建设，旗下拥有“佰草集”、“六神”、“美加净”、“高夫”、“启初”等诸多中国著名品牌。

美加净主要是通过在商超等线下零售平台进行包括手足护理产品的销售，在线上尚未形成竞争优势。

(3) 半亩花田

半亩花田是诞生于玫瑰之乡济南平阴的本土品牌，是济南君姿玫瑰制品开发有限公司的核心品牌。公司专注纯天然植物养护、手足膜领域的开发与研究，主要销售玫瑰纯露、马齿苋足膜、玫瑰去角质手膜等一系列产品。其作为电子商务品牌，局限于天猫和淘宝等单店运营。半亩花田目前已经转型，手足膜产品的销量逐渐减少。

(4) BEELY 彼丽

BEELY 为杭州香硕贸易有限公司主营品牌，涉及护肤彩妆等化妆品，在天猫、淘宝、聚美优品等平台销售。目标是为 25 岁左右的亚洲年轻女性持续提供高品质化妆品，其毛周护理类产品的销量在市场中具有一定优势，也销售部分手足膜及手足霜等手足护理产品。

市场中还存在部分日韩品牌化妆品拥有手足护理类产品，比如日本品牌 lucky trendy 等，但是在国内网购平台上并未设有专营店或旗舰店，主要通过 C2C 方式销售，互相竞争十分激烈，无法形成明显的品牌优势。

3、公司的竞争优势

（1）准确的市场定位和鲜明的品牌形象

公司专注于手足护理产品的销售，倡导健康、简单护肤的理念。国内手足护理的市场长期并未受到重视，而公司切入手足护理细分领域较早，很快就在淘宝等国内网购平台占据手足护理主导地位。该市场目前还处于培育阶段，未进入主流大牌商家眼界，但市场正在逐步扩大，消费习惯正在慢慢被培养，消费者对于手足护理的关注也在日益增加。公司产品的主要目标消费人群为 18-28 岁的年轻女性，以准确的市场定位将在细分领域占据领先的优势。

在品牌形象上，公司致力打造一个“年轻、健康、清新、自然、简单”的品牌形象，以“番茄派”和“番茄女孩”传达蔬果护肤的理念，在产品包装、终端形象及广告表现上不断创新、着力塑造差异化、个性化品牌特性，树立了鲜明的整体品牌形象。

（2）优秀的电商管理团队和稳定的专业人才队伍

公司的团队核心成员都是化妆品电商行业出身，拥有多年的行业从业经验，且大多有过淘宝天猫平台化妆品大商家的工作经验，对于行业和平台都有丰富的运营管理经验。团队具有市场营销和品牌管理的强大战斗力。公司的人才队伍稳定，建立了完善的培训机制使员工尽快成熟独立的开展业务，提高了公司员工整体的业务素质水平。

（3）良好的销售渠道和媒体宣传

公司具有专业的网络销售管理团队，基于网络营销的特点制定了独特的产品推广策略，以满足消费者对网络产品“新、奇、特”的追求。公司在天猫、京东、均设有旗舰店；公司和这些电商平台都有着良好的合作基础和沟通渠道，经常举行“特卖”“闪购”等活动。公司于 2016 年聘请“宇宙少女”组合为公司产品代言。公司依靠先发优势和不断完善的经营体制，发现再造手足护理品类空间，结合对行业和平台的洞察，把握最佳的铺排节奏，致力打造手足护理第一品牌。

4、竞争劣势

(1) 资金实力有限

公司自成立以来发展速度较快，并取得了多次外部融资，但公司目前已经进入快速发展期，需要更多的资金支持。资金瓶颈一定程度上限制了公司的投入、营销渠道开发和人才引进，进而影响了公司的业务规模扩大。因此，发展资金不足是公司目前的竞争劣势之一。

(2) 公司规模尚待提高

报告期内公司营业收入同比增长幅度较大，但整体规模仍较小。虽然公司在细分行业内已经具备一定的竞争优势，但与互联网行业内具有资金及人才优势的大型企业相比，公司的资产规模及业务规模仍然较小，存在一定的劣势。

5、公司与竞争对手市场占有率分析

公司自 2012 年成立以来，专注于手足护理类化妆品的互联网零售，由于手足护理类化妆品占化妆品整体销售金额的比重较小，因此公司的规模尚无法和较为成熟的综合类化妆品品牌进行比较。

就手足护理市场来看，由于手足护理领域尚无上市公司或新三板挂牌公司，难以获取准确的整体市场排名与市场占有率的数据。在淘内市场中，公司的“番茄派”品牌与主要的竞争品牌“半亩花田”和“彼丽”之间手部护理和足部护理产品的成交量排名的对比情况，具体如下：

时间	淘内平台品牌成交量					
	番茄派		半亩花田		彼丽	
	手部护理	足部护理	手部护理	足部护理	手部护理	足部护理
2014年5月	3	1	1	2	4	9
2014年6月	1	1	3	2	4	9
2014年7月	1	1	2	2	6	10
2014年8月	2	1	1	2	5	11
2014年9月	1	1	3	2	8	5
2014年10月	1	1	5	2	6	4
2014年11月	1	1	6	4	4	2
2014年12月	1	1	5	3	2	4
2015年1月	1	1	2	2	4	4
2015年2月	1	1	2	2	3	5
2015年3月	1	1	2	2	4	3
2015年4月	1	1	2	3	5	2
2015年5月	1	1	2	2	5	3

时间	淘内平台品牌成交量					
	番茄派		半亩花田		彼丽	
	手部护理	足部护理	手部护理	足部护理	手部护理	足部护理
2015年6月	1	1	2	2	5	4
2015年7月	1	1	4	2	3	5
2015年8月	1	1	4	3	2	6
2015年9月	1	1	13	4	2	7
2015年10月	1	2	/	9	2	5
2015年11月	1	2	/	15	3	9
2015年12月	1	3	/	/	4	9
2016年1月	1	2	/	11	9	8
2016年2月	1	2	9	7	8	3
2016年3月	1	2	5	5	3	9
2016年4月	1	2	6	8	5	4
2016年5月	1	1	8	10	3	5
2016年6月	1	1	7	10	3	11
2016年7月	1	1	5	6	3	8
2016年8月	1	3	10	14	4	/
2016年9月	1	2	/	13	2	/

注 1：“半亩花田”系济南君姿玫瑰制品开发有限公司的品牌，“彼丽”系杭州香硕贸易有限公司品牌。

注 2：数据来源于“生 e 经”，一款由第三方公司开发的对淘内平台店铺流量、商品、销售和行业进行分析的软件，由于数据覆盖的原因，2014 年 5 月之前的数据缺失。

从以上排名可见，公司“番茄派”的手部护理和足部护理产品自 2014 年 5 月起一直位居淘内平台成交量前三名，具有较强的竞争优势。而“半亩花田”、“彼丽”这两个品牌的成交量排名波动较大，且落后于本公司。

6、公司与国内同行业挂牌公司比较分析

鉴于数据可获得性的影响，公司选取了部分同行业的新三板挂牌公司进行对比，如下表所示：

公司名称	基本情况	市场份额或排名	主要产品	客户对象	价格水平	销售情况
杭州网娘电子商务股份有限公司	公司主要通过第三方电子商务平台进行手足护理及其他护理类化妆品的线	化妆品电商平台内手足护理类领先品牌。	番茄派品牌护手霜、手膜、足膜等。	销售渠道以天猫商城、淘宝网、唯品会、京东网等电子商务服务商平台为	产品单价基本在 50 元以内。	2015 年营业收入为 4,301.55 万元，净利润为 632.76 万元；2014 年营业收入为 2,461.50 万元，净利润为 243.30。

	上销售。			主，客户为化妆品个人用户，以年轻女性为主。		
厦门美易在线科技股份有限公司	公司属于“互联网+”化妆品销售企业。公司主要从事化妆品和美容体仪器的研发及网络销售业务。	获得最具商业价值的化妆品消费平台、淘宝联盟2011年度金牌大卖家等荣誉。	PBA、慕慕、菲娜、YangSang、木薯品牌BB霜、面膜、洁面乳、彩妆等化妆品。	销售渠道为天猫店、自有官方网站、淘宝店等，客户对象为个人化妆品消费者，主要定位于18-30岁年轻女性。	产品单价大多在50元以内。	2015年营业收入为2,180.80万元，净利润为-1,457.50万元；2014年营业收入为5,311.55万元，净利润为-442.53万元。
苏州蜜思肤化妆品股份有限公司	公司经营“蜜思肤”化妆品品牌的监制生产与销售，以连锁店、加盟店等渠道为主。	2014年“第十届中国企业信用论坛暨中国市场用户满意品牌年会”中被评选为“中国化妆品行业十大领先品牌”。	千草汇草本护肤品系、Misskin专业BB霜及护肤品系、15度专业面膜品系和MISIFU专属彩妆品系。	化妆品个人客户和代理商、加盟商。	公司主打产品单价基本在100元-200元之间。	2015年营业收入为3,716.04万元，净利润为142.23万元；2014年营业收入为990.28万元，24.34万元。
江苏谢馥春国妆股份有限公司	公司主要从事古典类和现代护肤类化妆品的研发、生产和销售。	被国家商务部授予“中华老字号”称号，名列“全国300家重点保护品牌”，	谢馥春香件、头油、香粉等古典类产品以及现代护肤品。	通过直营店和加盟店在各旅游景点销售，客户群体主要为景点游客。	公司制定全国统一零售价：几十至几百不等。	2015年营业收入为5,026.32万元，净利润为1,460.03万元；2014年营业收入为5024.64万元，净利润为1,635.73。

7、公司比较优势和核心竞争能力分析

从公司与手足护理细分行业的竞争对手的对比来看，公司的手足护理类产品在电商平台上已经形成了一定的竞争优势。而从公司与化妆品行业的新三板挂牌公司的对比来看，公司的收入规模与利润水平与同行业公司相仿，且保持了较快的增长速度，成长性良好。

公司的良好成长性与市场地位的取得，体现了公司准确的市场定位、较强的产品创新、管理能力、专业化的运营手段以及优秀品牌运作与传播能力等企业优势和竞争力。

第三节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况

（一）股东（大）会制度建立健全及运行情况

有限公司设股东会，行使《公司法》及有限公司《公司章程》规定的职权。公司历次股权转让、减资、增资、整体折股变更为股份公司等事项均履行了股东会决议程序。有限公司的股东会召开程序存在一定的瑕疵，主要体现在股东会的召开未能按照有限公司章程的规定提前通知；股东会的届次不清等。

股份公司设股东大会。股份公司自设立以来，股东大会依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务，并制定了《股东大会议事规则》。股份公司股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定及程序行使权力。截至本公开转让说明书签署日，股份公司共召开 1 次股东大会，股东大会运行规范，主要对制定《公司章程》、制定主要管理制度、任免董事与监事以及股份进入全国中小企业股份转让系统挂牌及转让方式等重大事项进行审议并做出有效决议。

（二）董事会制度建立健全及运行情况

有限公司设立之初不设董事会，设执行董事 1 名。自 2015 年 10 月设董事会，成员 5 名，由股东会选举产生，负责执行股东会的决议并制定公司的经营投资方案。公司有较完整留存董事会会议记录、董事按期进行换届选举，董事会的决议基本得到有效执行。

股份公司设董事会。公司董事会由 5 名董事组成，设董事长 1 名、副董事长 1 名；董事由股东大会选举或更换，任期 3 年；董事任期届满，可连选连任。公司制定了《董事大会议事规则》，董事会严格按照《公司章程》和《董事大会议事规则》的规定及程序行使权利。截至本公开转让说明书签署日，股份公司共召 1 次董事会，董事会运行规范，主要对任免公司管理人员、制定公司基本制度、公司

对外投资等事项进行审议并作出有效决议，对需要股东大会审议的事项，按规定提交股东大会审议，发挥了董事会的作用。

（三）监事会制度建立健全及运行情况

有限公司不设监事会，设监事 1 名。自 2015 年 10 月设监事会，成员 3 名，其中 2 名由股东选举产生、1 名由公司职工代表大会选举产生，负责检查公司财务，监督董事、经理的日常工作。公司未有留存监事的工作报告记录，监事的监督职能未能得到充分的体现。

股份公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，其中 1 名职工监事由公司职工代表大会选举产生，2 名监事由公司股东大会选举产生。监事会设监事会主席 1 名，监事的任期为每届 3 年，监事任期届满，可以连选连任。公司制定了《监事会议事规则》，监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定及程序行使权利。截至本公开转让说明书签署日，股份公司共召开 1 次监事会，监事会运行规范，主要对任命监事、选举监事会主席进行审议并作出有效决议，对公司董事、高级管理人员和公司重大生产经营决策等事项进行有效监督。

二、关于上述机构和相关人员履行职责情况的说明

股份公司成立以来，公司能够依据《公司法》和《公司章程》的规定发布通知并按期召开股东大会、董事会、监事会会议；三会决议完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议决议均能够正常签署，三会决议均能够得到执行。

截至本公开转让说明书签署日，股份公司召开过 1 次股东大会会议、1 次董事会会议、1 次监事会会议，股份公司董事、监事及高级管理人员都能够认真、切实履行《公司法》和《公司章程》规定的职责，对公司的重大决策事项作出决议，从而保证公司的正常发展。

三、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司成立之初，公司按照《公司法》和《公司章程》的规定建立起了公司治

理的基本架构，股东会、董事会和经理、监事能够各司其职；有限公司在实际运作过程中，基本能够按照《公司法》和《公司章程》的规定进行运作。截至本公开转让说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

目前，公司已按照《公司法》制订了股份公司章程、三会议事规则和总经理工作细则以及相关管理制度。股东大会选举产生第一届董事会和监事会，建立了日常经营管理班子。公司日常运作将能按照《公司法》、《公司章程》和相关制度进行，监事会将发挥正常作用，履行监督职能。

公司的内部控制主要包括：国家法律法规、公司章程、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》和《总经理工作细则》以及公司各项管理制度。国家相关法规是公司内部控制的基本依据。公司重视对与公司内部控制相关法规的学习、贯彻，适时根据国家法规的颁布与变更修订公司内部控制文件，坚持依法治理公司。公司章程、股东大会议事规则、董事会议事规则、监事会议事规则是公司内部控制的依据。根据国家法律法规制定，公司章程对股东、董事、监事、高管的责任、义务做了明确约定。公司治理机制能给所有股东提供合适的保护以及能否保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

公司同时制定了《投资者关系管理制度》，规定了投资者关系管理的目的、原则和内容，对投资者管理关系活动的开展和信息的充分对外披露都做了详尽的规定，并设董事会秘书负责投资者关系工作的组织和实施。

公司建立了一套适应公司生产经营的内控制度、包含公司全部业务的程序、标准、制度、规范。公司内部控制制度主要包括对外投资管理制度、关联交易管理办法、对外担保管理制度、财务管理制度等，这些制度基本是以公司内部管理文件形式公布、执行。这些制度涵盖了公司管理的各个环节，符合公司的特点和现实情况，能够得到有效执行。

公司现有的一整套内部控制制度是针对公司的实际情况而制订的，内部控制

制度有效地保证了公司经营业务的有效进行，保护了资产的安全和完整，能够防止并及时发现、纠正错误，保证了公司财务资料的真实、合法、完整，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求，在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷。公司内控制度得到完整、合理和有效的执行。

四、公司及控股股东、实际控制人最近两年及一期违法违规及受处罚的情况

2016年2月6日，杭州市江干区市场监督管理局向公司下达“杭江市管餐罚处字（2015）034号”行政处罚决定书：

经杭州市江干区市场监督管理局查明：“番茄派我勒个去玫瑰美白柔嫩滋润足膜”系公司自主研发的一款化妆品，公司与广州隆翔化妆品有限公司、珠海名太化妆品有限公司签订三方协议，约定当事人通过广州隆翔化妆品有限公司向珠海名太化妆品有限公司下达产品生产订单，珠海名太化妆品有限公司为实际生产加工企业。

根据国家食品药品监管总局2013年第10号通告中关于“自通告发布之日起2013年12月16日起，食品药品监管部门不再受理国产或进口美白产品的非特备案申请，凡宣称有助于皮肤美白增白的化妆品，纳入祛斑类特殊用途化妆品实施管理，必须取得特殊用途化妆品批准证书后方可生产”的规定，该足膜应取得特殊用途化妆品批准文号。但在该产品未取得特殊用途化妆品批准文号的情况下，公司对外销售了该足膜。

杭州市江干区市场监督管理局认为：公司在未取得国家监管部门批准文号的情况下，经营特殊用途化妆品的行为，违反了《化妆品卫生监督条例》第十三条第一款第（四）项的规定，属于经营未取得批准文号特殊用途化妆品的行为。

杭州市江干区市场监督管理局决定对公司：1、警告；2、自收到处罚决定之日起30日内改进。

《化妆品卫生监督条例》第28条规定：对违反本条例其他有关规定的，处以警告，责令限期改进；情节严重的，对生产企业，可以责令该企业停产或者吊

销《化妆品生产企业卫生许可证》，对经营单位，可以责令其停止经营，没收违法所得，并且可以处违法所得 2 到 3 倍的罚款。公司受到的行政处罚不属于此款规定的“情节严重”情形，且已执行完毕，不属于重大违法违规行为。

2015 年 3 月 30 日，杭州市江干区国家税务局下达“杭国简罚(2015)3784 号”《税务行政处罚决定书（简易）》：公司因发票丢失而被罚款 100 元。根据公司出具的说明与罚款缴款凭证，公司已按时缴纳前述罚款，公司将严格遵守相关法律法规的规定，加强内部管理，依法及时纳税，确保合法合规经营。《中华人民共和国发票管理办法》第 36 条规定：跨规定的使用区域携带、邮寄、运输空白发票，以及携带、邮寄或者运输空白发票出入境的，由税务机关责令改正，可以处 1 万元以下的罚款；情节严重的，处 1 万元以上 3 万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。丢失发票或者擅自损毁发票的，依照前款规定处罚。上述因发票管理违规被处罚行为不属于此款所规定的“情节严重”情形，且已执行完毕，不属于重大违法违规行为。

除上述行政处罚外，公司及控股股东、实际控制人最近两年及一期不存在重大违法违规情况，不存在因重大违法违规而被处罚的情况。

五、公司独立性

（一）业务独立

公司所有业务均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司拥有完整的业务体系、业务流程及直接面向市场独立经营的能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行生产经营活动的情况。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未发生过显失公平的关联交易。

（二）资产完整

公司由有限公司整体变更设立而来，承继了有限公司的全部资产，具有独立完整的资产结构。公司拥有与经营相关的完整的独立采购、开发、销售等业务体系。公司资产与股东的资产严格分开，资产产权关系清晰，公司能够完全控制并支配所拥有的资产。

截至本公开转让说明书签署日，公司没有以资产或权益为主要股东及其控制的其他企业提供担保的情形。报告期内公司存在资金被关联方占用的情形，但截至本公开转让说明书签署日，经过落实相关整改措施，被关联方占用的资金已经全部归还，公司已经不存在资金被公司股东或关联方占用的情况。

综上，股份公司对所有资产有完全的控制支配权，不存在资产、资金和其他资源被公司股东及其关联方占用而损害公司利益的情况。

（三）人员独立

公司具有独立的劳动、人事、工资等管理体系及独立的员工队伍，所有的员工工资发放、福利支出与股东及其关联人严格分离。公司的董事、监事、高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务的情形；公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职的情形。

（四）财务独立

公司独立核算、自负盈亏，设置独立的财务部门。公司根据现行法律法规，结合公司自身情况，制定财务管理制度，建立独立完善的财务核算体系和严格的财务内控制度。公司财务负责人、财务会计人员均系专职工作人员，不存在其他企业兼职的情况。公司在银行独立开立账户，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，不存在与其他企业共享银行账户的情形。截至公开转让说明书签署日，公司不存在资金被公司股东占用的情况，不存在将所取得的借款、授信额度转借予股东或关联方使用的情况，不存在任何对外担保情形。

（五）机构独立

公司根据《公司法》等有关法律、法规和规范性文件的相关规定，按照法定程序制订了《公司章程》，并设置相应的组织机构，建立以股东大会为权力机构、董事会为决策机构、监事会为监督机构、经理层为执行机构的法人治理结构。公司拥有独立的经营和办公场所。公司各组织机构的设置、运行和管理均具有独立

性。公司各组织机构的设置、运行和管理均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

综上所述，公司资产完整，人员、财务、机构、业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力及风险承受能力。

六、股东的私募基金备案

截至本公开转让说明书签署日，公司的非自然人股东共五名，分别为娴钦创业、莆蕴投资、易妆投资、鼎晖投资、首誉光控，其私募基金备案情况如下：

（一）上海娴钦创业投资有限公司

娴钦创业的股东为李骏彦，以自有资金投资，未聘请其他公司或合伙企业提供管理服务，未以非公开方式向投资者募集资金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，无需私募投资基金备案登记。

娴钦创业已出具《确认函》，确认其不存在以非公开方式向投资者募集资金设立的情形，也未担任任何私募投资基金的管理人。

（二）上海莆蕴投资管理有限公司

莆蕴投资的股东为王维珍及杨德毅，以自有资金投资，未聘请其他公司或合伙企业提供管理服务，未以非公开方式向投资者募集资金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，无需私募投资基金备案登记。

莆蕴投资已出具《确认函》，确认其不存在以非公开方式向投资者募集资金设立的情形，也未担任任何私募投资基金的管理人。

（三）杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）

易妆投资系在杭州市江干区工商行政管理局设立的有限合伙企业，合伙人为魏太敏和朱苗，其中魏太敏担任普通合伙人。该合伙企业拟作为公司的员工持股平台，以自有资金投资，未聘请其他公司或合伙企业提供管理服务，未以非公开方式向投资者募集资金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募

投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，无需私募投资基金备案登记。

易妆投资已出具《确认函》，确认其不存在以非公开方式向投资者募集资金设立的情形，也未担任任何私募投资基金的管理人。

（四）上海鼎晖创泰创业投资中心（有限合伙）

鼎晖投资系在浦东新区市场监管局登记设立的有限合伙企业，系私募投资基金，执行事务合伙人为苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司。

根据基金业协会出具的《私募投资基金备案证明》，鼎晖投资已经在基金业协会备案，备案日期为 2014 年 4 月 23 日，管理人为苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司，基金编号为 SD3186。

根据基金业协会信息公示系统，苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司已经在基金业协会办理基金管理人登记证明，登记编号为 P1001323，登记日期为 2014 年 4 月 23 日。

（五）首誉光控资产管理有限公司

首誉光控系证券投资基金管理公司子公司，持有中国证监会颁发的编号为 A054-01 的《特定客户资产管理业务资格证书》。

首誉光控投资本公司的资金来源于“首誉光控-灵动文化专项资产管理计划”，该资产管理计划已按照《基金管理公司特定客户资产管理业务试点办法》要求在中国证券投资基金业协会办理基金专户产品备案，备案编码 SC7077，管理人为首誉光控资产管理有限公司，托管人为宁波银行股份有限公司，备案日期为 2015 年 2 月 15 日。根据《首誉光控-灵动文化专项资产管理计划资产管理合同》规定了合格投资者条件，且“资产委托人保证投资本资产管理计划的资金的来源合法”。该专项资管计划委托人非公司控股股东、实际控制人或董事、监事、高级管级人员。

七、同业竞争

(一) 控股股东、实际控制人控制或重大影响的企业

截至本公开转让说明书签署日，除网娘电商外，公司控股股东、实际控制人控制、曾经控制或具有重大影响的企业列示如下：

序号	公司名称
1	杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）
2	上海易妆生物科技股份有限公司

该等公司基本情况如下：

(1) 杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）

易妆投资的基本情况参见“第一节 基本情况”之“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况”之“（四）公司持股 5%以上股东基本情况”。

易妆投资拟作为公司的员工持股平台，无实际经营业务，与网娘电商不存在同业竞争情况。

(2) 上海易妆生物科技股份有限公司

上海易妆生物科技股份有限公司自成立起无实际经营业务，与网娘电商不存在同业竞争情况，该公司现已完成注销。

(二) 同业竞争情况及避免同业竞争的承诺

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制或重大影响的其他企业从事相同、相似业务的情况。

公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已经出具了《关于避免和消除同业竞争的承诺函》，承诺：截至承诺函出具日，本人及关系密切的家庭成员未从事或参与和公司存在同业竞争的行为，为避免与公司产生新的或潜在的同业竞争，将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对公司有竞争或可能构成竞争的业

务、活动或拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在该经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。

八、公司最近两年及一期内资金占用和对外担保情况及相关制度安排

（一）公司关于资金占用和对外担保情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资金、款项被控股股东、实际控制人及其他关联方占用的情况，不存在为控股股东、实际控制人提供担保的情况，也不存在为任何第三方提供担保的情况。

公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在违反其出具的《规范资金往来的承诺函》《避免关联交易承诺函》等相关承诺的情况。

（二）公司关于资金占用和对外担保的相关制度安排

公司为防止控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，公司制定了《公司章程》、三会议事规则、《总经理工作细则》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等法人管理制度，对公司对外投资、关联交易、对外担保等相关事项的审批权限以及关联股东、董事回避制度做出了明确规定，上述制度的有效执行将有利于保障公司关联交易的公允性，防止控股股东及其关联方侵占公司利益。同时，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具了《规范资金往来的承诺函》。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用或任何对外担保情况。

九、公司董事、监事、高级管理人员情况

(一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

截至本公开转让说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况如下：

序号	姓名	职务/直系亲属关系	直接持股数量 (股)	间接持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	魏太敏	董事长、总经理	2,550,000	5,000	43.31
2	朱苗	副董事长、副总经理	-	495,000	8.39
合计		-	2,550,000	500,000	51.69

截至本公开转让说明书签署日，除上述已披露之董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股名单外，公司不存在其他董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股的情况。

(二) 董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事长、总经理魏太敏与副董事长、副总经理朱苗为夫妻关系。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员间不存在其他亲属关系。

(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议及对公司所作的承诺

公司与全部高级管理人员签订了《劳动合同》。

除股份锁定的承诺外，公司与董事、监事、高级管理人员还做出如下承诺：

1、规范资金往来的承诺

公司董事、监事、高级管理人员已经出具了《规范资金往来的承诺函》承诺：

(1) 截至该承诺函出具之日，本人及本人所控制的其他企业不存在以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用网娘电商及网娘电商的子公司的资金的情形。

(2) 本人及本人所控制的其他企业将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用网娘电商及其子公司的资金，且将严格遵守公司《关联交易管理制度》的有关规定，避免与网娘电商及网娘电商的子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

2、避免关联交易的承诺

公司董事、监事、高级管理人员已经出具了《避免关联交易承诺函》，承诺：尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公允的合理价格确定；将严格遵守公司章程等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

3、避免同业竞争的承诺

参见本节之“七、同业竞争”之“（二）同业竞争情况及避免同业竞争的承诺”。

（四）董事、监事、高级管理人员对外兼职情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员在其他单位的兼职情况如下：

序号	姓名	本公司职务	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关联关系
1	魏太敏	董事长兼总经理	易妆投资	执行事务合伙人	系公司股东
			瑞霞科技	执行董事兼总经理	系公司子公司
3	孟媛	董事	鼎晖股权投资管理（天津）有限公司	副总裁	系公司股东鼎晖投资的私募基金管理人苏州鼎晖华禾创业投资管理有限公司的股东
4	李雪娟	董事会秘书	上海唯贤网络科技有限公司	监事	无
5	冯春霄	财务总监	玉润网络	监事	系公司参股公司

除上述列示的兼职情况外，本公司董事、监事、高级管理人员不存在其他兼职情况。

（五）董事、监事、高级管理人员对外投资情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

序号	姓名	职务	对外投资单位	持股比例（%）
1	魏太敏	董事长兼总经理	易妆投资	1.00
			上海法马有性格网络科技有限公司	4.00
2	朱苗	副董事长兼副总经理	易妆投资	99.00
3	杭荣	董事	上海傲礁网络技术服务社	100.00
4	李雪娟	董事会秘书	上海唯贤网络科技有限公司	49.00

除上述列示的对外投资情况外，本公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资情况。

（六）董事、监事、高级管理人员的诚信情况

公司董事、监事、高级管理人员最近两年及一期不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

（七）最近两年及一期董事、监事、高级管理人员的变动情况

报告期初，公司的执行董事为李骏彦，监事为朱东明，经理为魏太敏。

2015年10月15日，有限公司召开股东会，选举魏太敏、朱苗、朱东明、孟媛、杭荣为董事，选举黄丽云、张丽为监事。同日，有限公司召开职工代表大会，选举叶坤为公司职工监事。同日，有限公司召开董事会，选举魏太敏为董事长，聘任魏太敏为经理。同日，有限公司召开监事会，选举张丽担任监事会主席。

2016年6月16日，公司召开第一次股东大会暨公司创立大会，会议选举魏

太敏、朱苗、朱东明、孟媛、杭荣五人为公司董事会董事；选举张丽、叶坤为公司监事会股东代表监事。同日，公司召开职工代表大会，全体职工代表一致选举黄丽云为股份公司第一届监事会职工代表监事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举魏太敏为公司第一届董事会董事长、选举朱苗为副董事长，聘任魏太敏为总经理，朱苗为副总经理，李雪娟为董事会秘书，冯春霄为财务总监。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举张丽为监事会主席。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变动。

第四节 公司财务

本节所披露的财务会计信息，非经特别说明，均系引自具有证券期货从业资格的立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告。本公司提醒投资者关注本公开转让说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、审计意见类型及财务报表编制基础

（一）注册会计师审计意见

公司已聘请立信会计师事务所（特殊普通合伙）对近两年一期公司资产负债表、利润表、现金流量表进行了审计，立信会计师事务所（特殊普通合伙）已出具“信会师报字[2016]第115677号”标准无保留意见《审计报告》。立信会计师事务所（特殊普通合伙）认为：“网娘电商财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了贵公司2014年12月31日、2015年12月31日、2016年4月30日的合并及公司财务状况以及2014年度、2015年度、2016年1-4月的合并及公司经营成果和现金流量。”

（二）财务报表的编制基础及方法

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及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》的披露规定编制财务报表。

二、最近两年及一期的主要财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产:			
货币资金	850,325.74	2,525,212.78	927,904.34
以公允价值计量且其变动 计入当期损益的金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	3,529,552.74	1,759,389.26	1,226,105.24
预付款项	3,791,314.97	4,590,637.16	1,807,517.12
应收利息			
应收股利			
其他应收款	1,841,391.27	2,890,654.33	376,047.68
存货	5,203,156.98	7,057,981.55	3,611,004.61
划分为持有待售的资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	13,358,694.82	9,017,466.26	
流动资产合计	28,574,436.52	27,841,341.34	7,948,578.99
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	4,413,894.72	4,449,701.41	
投资性房地产			
固定资产	465,635.79	457,020.65	566,152.42
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	18,132.02	20,926.38	14,466.65
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			79,266.67

递延所得税资产	91,465.33	78,589.94	28,180.30
其他非流动资产			
非流动资产合计	4,989,127.86	5,006,238.38	688,066.04
资产总计	33,563,564.38	32,847,579.72	8,636,645.03

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动负债：			
短期借款			1,000,000.00
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			
应付账款	1,319,342.45	1,155,939.84	1,480,895.07
预收款项	25,960.00	183,810.80	
应付职工薪酬			
应交税费	838,821.80	1,638,457.94	459,846.45
应付利息			
应付股利			
其他应付款	40,964.14	39,647.12	234,837.05
划分为持有待售的负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	2,225,088.39	3,017,855.70	3,175,578.57
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			
长期应付职工薪酬			
专项应付款			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			

非流动负债合计			
负债合计	2,225,088.39	3,017,855.70	3,175,578.57
所有者权益:			
股本	5,900,000.00	5,900,000.00	5,000,000.00
其他权益工具			
其中: 优先股			
永续债			
资本公积	17,100,000.00	17,100,000.00	
减: 库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	836,533.39	679,167.33	46,106.65
未分配利润	7,501,942.60	6,116,294.04	414,959.81
归属于母公司所有者权益 合计	31,338,475.99	29,795,461.37	5,461,066.46
少数股东权益		34,262.65	
所有者权益合计	31,338,475.99	29,829,724.02	5,461,066.46
负债和所有者权益总计	33,563,564.38	32,847,579.72	8,636,645.03

2、合并利润表

单位：元

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	15,333,476.32	43,015,546.67	24,614,963.62
其中：营业收入	15,333,476.32	43,015,546.67	24,614,963.62
二、营业总成本	13,392,793.74	34,732,580.06	21,827,517.64
其中：营业成本	6,837,879.95	17,712,220.57	9,302,269.76
营业税金及附加	179,387.15	477,776.44	172,258.19
销售费用	4,546,677.34	12,391,071.92	10,451,616.36
管理费用	1,779,163.45	3,899,684.97	1,789,775.16
财务费用	80	-31,032.92	25,835.98
资产减值损失	49,605.85	282,859.08	85,762.19
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）	104,760.12	31,945.55	
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-35,806.69	-50,298.59	
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	2,045,442.70	8,314,912.16	2,787,445.98
加：营业外收入	70,000.25	187,366.03	7,200.00
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出		8,593.38	864.16
其中：非流动资产处置损失			
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	2,115,442.95	8,493,684.81	2,793,781.82
减：所得税费用	588,346.53	2,166,099.64	360,733.85
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,527,096.42	6,327,585.17	2,433,047.97
归属于母公司所有者的净利润	1,543,014.62	6,334,394.91	2,433,047.97
少数股东损益	-15,918.20	-6,809.74	
六、其他综合收益			
七、综合收益总额	1,527,096.42	6,327,585.17	2,433,047.97
归属于母公司所有者的综合收益总额	1,543,014.62	6,334,394.91	2,433,047.97
归属于少数股东的综合收益总额	-15,918.20	-6,809.74	

八、每股收益：			
(一) 基本每股收益(元/股)	0.26	1.13	0.49
(二) 稀释每股收益(元/股)	0.26	1.13	0.49

3、合并现金流量表

单位：元

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 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	16,093,651.88	51,091,262.63	27,508,869.75
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	2,358,363.10	563,268.05	280,231.76
经营活动现金流入小计	18,452,014.98	51,654,530.68	27,789,101.51
购买商品、接受劳务支付的现金	5,304,082.52	29,638,719.48	14,026,143.60
支付给职工以及为职工支付的现金	1,195,444.88	2,487,453.39	975,955.91
支付的各项税费	3,085,588.13	4,839,436.91	1,435,958.63
支付其他与经营活动有关的现金	6,245,203.73	16,638,061.68	12,265,718.31
经营活动现金流出小计	15,830,319.26	53,603,671.46	28,703,776.45
经营活动产生的现金流量净额	2,621,695.72	-1,949,140.78	-914,674.94
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金	122,222.36	82,244.14	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	19,070,000.00	15,239,705.17	
投资活动现金流入小计	19,192,222.36	15,321,949.31	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	68,805.12	89,500.09	384,348.72
投资支付的现金		4,500,000.00	
质押贷款净增加额			
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	23,420,000.00	24,200,000.00	
投资活动现金流出小计	23,488,805.12	28,789,500.09	384,348.72
投资活动产生的现金流量净额	-4,296,582.76	-13,467,550.78	-384,348.72
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金		18,000,000.00	

其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金			1,000,000.00
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计		18,000,000.00	1,000,000.00
偿还债务支付的现金		1,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		36,000.00	24,250.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计		1,036,000.00	24,250.00
筹资活动产生的现金流量净额		16,964,000.00	975,750.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	-1,674,887.04	1,547,308.44	-323,273.66
加：期初现金及现金等价物余额	2,475,212.78	927,904.34	1,251,178.00
六、期末现金及现金等价物余额	800,325.74	2,475,212.78	927,904.34

4、合并所有者权益变动表

(1) 2016年1-4月合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2016年1-4月										少数股东权益	所有者权益合计		
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备				
		优先股	永续债	其他										
一、上年年末余额	5,900,000.00				17,100,000.00				679,167.33		6,116,294.04	34,262.65	29,829,724.02	
加：会计政策变更														
前期差错更正														
同一控制下企业合并														
其他														
二、本年年初余额	5,900,000.00				17,100,000.00				679,167.33		6,116,294.04	34,262.65	29,829,724.02	
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）									157,366.06		1,385,648.56	-34,262.65	1,508,751.97	
(一) 综合收益总额											1,543,014.62	-15,918.20	1,527,096.42	
(二) 所有者投入和减少资本											-18,344.45	-18,344.45		
1. 股东投入的普通股														
2. 其他权益工具持有者投入资本														
3. 股份支付计入所有者权益的金额														

4. 其他											-18,344.45	-18,344.45
(三) 利润分配								157,366.06		-157,366.06		
1. 提取盈余公积								157,366.06		-157,366.06		
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
(四) 所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本期期末余额	5,900,000.00				17,100,000.00			836,533.39		7,501,942.60		31,338,475.99

(2) 2015 年度合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2015 年度										少数股东权益	所有者权益合计		
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备				
		优先股	永续债	其他										
一、上年年末余额	5,000,000.00								46,106.65		414,959.81			
加：会计政策变更														
前期差错更正														
同一控制下企业合并														
其他														
二、本年年初余额	5,000,000.00								46,106.65		414,959.81			
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	900,000.00				17,100,000.00				633,060.68		5,701,334.23	34,262.65 24,368,657.56		
(一) 综合收益总额											6,334,394.91	-6,809.74 6,327,585.17		
(二) 所有者投入和减少资本	900,000.00				17,100,000.00						41,072.39	18,041,072.39		
1. 股东投入的普通股	900,000.00				17,100,000.00							18,000,000.00		
2. 其他权益工具持有者投入资本														
3. 股份支付计入所有者权益的金额														
4. 其他											41,072.39	41,072.39		

(三) 利润分配								633,060.68		-633,060.68		
1. 提取盈余公积								633,060.68		-633,060.68		
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者(或股东)的分配												
4. 其他												
(四) 所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本(或股本)												
2. 盈余公积转增资本(或股本)												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本期期末余额	5,900,000.00				17,100,000.00			679,167.33		6,116,294.04	34,262.65	29,829,724.02

(3) 2014年度合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2014年度										少数股东权益	所有者权益合计		
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备				
		优先股	永续债	其他										
一、上年年末余额	5,000,000.00										-1,971,981.51	3,028,018.49		
加：会计政策变更														
前期差错更正														
同一控制下企业合并														
其他														
二、本年年初余额	5,000,000.00										-1,971,981.51	3,028,018.49		
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）									46,106.65		2,386,941.32	2,433,047.97		
(一)综合收益总额											2,433,047.97	2,433,047.97		
(二)所有者投入和减少资本														
1.股东投入的普通股														
2.其他权益工具持有者投入资本														
3.股份支付计入所有者权益的金额														
4.其他														

(三) 利润分配								46,106.65		-46,106.65	
1. 提取盈余公积								46,106.65		-46,106.65	
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者(或股东)的分配											
4. 其他											
(四) 所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本(或股本)											
2. 盈余公积转增资本(或股本)											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 其他											
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本期期末余额	5,000,000.00							46,106.65		414,959.81	
											5,461,066.46

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资产	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：			
货币资金	765,181.11	2,383,963.86	927,904.34
以公允价值计量且其变动 计入当期损益的金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	3,533,584.74	1,763,421.26	1,226,105.24
预付款项	3,767,378.38	4,573,676.39	1,807,517.12
应收利息			
应收股利			
其他应收款	1,713,166.27	2,739,211.21	376,047.68
存货	5,203,156.98	7,057,981.55	3,611,004.61
划分为持有待售的资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	13,350,000.00	9,000,000.00	
流动资产合计	28,332,467.48	27,518,254.27	7,948,578.99
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	4,913,894.72	5,000,701.41	
投资性房地产			
固定资产	465,635.79	457,020.65	566,152.42
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			

油气资产			
无形资产	18,132.02	20,926.38	14,466.65
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			79,266.67
递延所得税资产	84,021.58	77,071.19	28,180.30
其他非流动资产			
非流动资产合计	5,481,684.11	5,555,719.63	688,066.04
资产总计	33,814,151.59	33,073,973.90	8,636,645.03

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动负债：			
短期借款			1,000,000.00
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			
应付账款	1,294,241.70	1,142,594.95	1,480,895.07
预收款项	25,960.00	183,810.80	
应付职工薪酬			
应交税费	838,785.79	1,639,017.94	459,846.45
应付利息			
应付股利			
其他应付款	289,830.28	316,876.97	234,837.05
划分为持有待售的负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	2,448,817.77	3,282,300.66	3,175,578.57
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			
长期应付职工薪酬			
专项应付款			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			

其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	2,448,817.77	3,282,300.66	3,175,578.57
所有者权益:			
股本	5,900,000.00	5,900,000.00	5,000,000.00
其他权益工具			
其中: 优先股			
永续债			
资本公积	17,100,000.00	17,100,000.00	
减: 库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	836,533.39	679,167.33	46,106.65
未分配利润	7,528,800.43	6,112,505.91	414,959.81
所有者权益合计	31,365,333.82	29,791,673.24	5,461,066.46
负债和所有者权益总计	33,814,151.59	33,073,973.90	8,636,645.03

2、母公司利润表

单位：元

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	15,285,731.47	42,697,276.98	24,614,963.62
减：营业成本	6,834,926.82	18,069,643.40	9,302,269.76
营业税金及附加	179,339.84	466,924.60	172,258.19
销售费用	4,477,452.28	11,834,164.26	10,451,616.36
管理费用	1,741,236.41	3,877,457.43	1,789,775.16
财务费用	-104.18	-31,589.11	25,835.98
资产减值损失	27,801.54	195,563.56	85,762.19
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）	72,853.33	31,945.55	
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-35,806.69	-50,298.59	
二、营业利润（亏损以“-”填列）	2,097,932.09	8,317,058.39	2,787,445.98
加：营业外收入	70,000.02	186,476.03	7,200.00
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出		8,593.38	864.16
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	2,167,932.11	8,494,941.04	2,793,781.82
减：所得税费用	594,271.53	2,164,334.26	360,733.85
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,573,660.58	6,330,606.78	2,433,047.97
五、其他综合收益			
六、综合收益总额	1,573,660.58	6,330,606.78	2,433,047.97
七、每股收益：			
(一) 基本每股收益（元/股）			
(二) 稀释每股收益（元/股）			

3、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 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	15,984,418.39	49,631,029.61	27,508,869.75
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	2,311,636.37	739,073.83	280,231.76
经营活动现金流入小计	18,296,054.76	50,370,103.44	27,789,101.51
购买商品、接受劳务支付的现金	5,239,710.74	28,709,264.89	14,026,143.60
支付给职工以及为职工支付的现金	1,180,084.19	2,428,923.43	975,955.91
支付的各项税费	3,085,565.71	4,737,882.88	1,435,958.63
支付其他与经营活动有关的现金	6,150,331.77	15,993,716.77	12,265,718.31
经营活动现金流出小计	15,655,692.41	51,869,787.97	28,703,776.45
经营活动产生的现金流量净额	2,640,362.35	-1,499,684.53	-914,674.94
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金	122,222.36	82,244.14	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	37,437.66		
收到其他与投资活动有关的现金	19,070,000.00	15,200,000.00	
投资活动现金流入小计	19,229,660.02	15,282,244.14	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	68,805.12	89,500.09	384,348.72
投资支付的现金		4,500,000.00	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		551,000.00	
支付其他与投资活动有关的现金	23,420,000.00	24,200,000.00	
投资活动现金流出小计	23,488,805.12	29,340,500.09	384,348.72
投资活动产生的现金流量净额	-4,259,145.10	-14,058,255.95	-384,348.72
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金		18,000,000.00	
取得借款收到的现金			1,000,000.00

发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计		18,000,000.00	1,000,000.00
偿还债务支付的现金		1,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		36,000.00	24,250.00
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计		1,036,000.00	24,250.00
筹资活动产生的现金流量净额		16,964,000.00	975,750.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	-1,618,782.75	1,406,059.52	-323,273.66
加：期初现金及现金等价物余额	2,333,963.86	927,904.34	1,251,178.00
六、期末现金及现金等价物余额	715,181.11	2,333,963.86	927,904.34

4、母公司所有者权益变动表

(1) 2016年1-4月母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	股本	2016年1-4月							
		其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积
		优先股	永续债	其他					
一、上年年末余额	5,900,000.00				17,100,000.00				679,167.33
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	5,900,000.00				17,100,000.00				679,167.33
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）									157,366.06
(一)综合收益总额									1,573,660.58
(二)所有者投入和减少资本									
1.股东投入的普通股									
2.其他权益工具持有者投入资本									
3.股份支付计入所有者权益的金额									
4.其他									
(三)利润分配									157,366.06
									-157,366.06

1. 提取盈余公积								157,366.06	-157,366.06	
2. 对所有者（或股东）的分配										
3. 其他										
（四）所有者权益内部结转										
1. 资本公积转增资本（或股本）										
2. 盈余公积转增资本（或股本）										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 其他										
（五）专项储备										
1. 本期提取										
2. 本期使用										
（六）其他										
四、本期期末余额	5,900,000.00				17,100,000.00			836,533.39	7,528,800.43	31,365,333.82

(2) 2015 年度母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	股本	2015 年度									
		其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	
		优先股	永续债	其他							
一、上年年末余额	5,000,000.00								46,106.65	414,959.81	5,461,066.46
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年年初余额	5,000,000.00								46,106.65	414,959.81	5,461,066.46
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	900,000.00				17,100,000.00				633,060.68	5,697,546.10	24,330,606.78
(一)综合收益总额										6,330,606.78	6,330,606.78
(二)所有者投入和减少资本	900,000.00				17,100,000.00						18,000,000.00
1.股东投入的普通股	900,000.00				17,100,000.00						18,000,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本											
3.股份支付计入所有者权益的金额											
4.其他											
(三)利润分配									633,060.68	-633,060.68	
1.提取盈余公积									633,060.68	-633,060.68	

2. 对所有者（或股东）的分配											
3. 其他											
（四）所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本（或股本）											
2. 盈余公积转增资本（或股本）											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 其他											
（五）专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
（六）其他											
四、本期期末余额	5,900,000.00				17,100,000.00				679,167.33	6,112,505.91	29,791,673.24

(3) 2014年度母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	股本	2014 年度								所有者权益合计	
		其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积		
		优先股	永续债	其他							
一、上年年末余额	5,000,000.00									-1,971,981.51 3,028,018.49	
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年年初余额	5,000,000.00									-1,971,981.51 3,028,018.49	
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）									46,106.65 2,386,941.32 2,433,047.97		
(一)综合收益总额										2,433,047.97 2,433,047.97	
(二)所有者投入和减少资本											
1.股东投入的普通股											
2.其他权益工具持有者投入资本											
3.股份支付计入所有者权益的金额											
4.其他											
(三)利润分配									46,106.65 -46,106.65		
1.提取盈余公积											

2. 对所有者（或股东）的分配											
3. 其他											
（四）所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本（或股本）											
2. 盈余公积转增资本（或股本）											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 其他											
（五）专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
（六）其他											
四、本期期末余额	5,000,000.00							46,106.65	414,959.81	5,461,066.46	

三、主要会计政策和会计估计及其变更情况

(一) 重要会计政策和会计估计

1、遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了报告期公司的财务状况、经营成果、现金流量等有关信息。

2、会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

本次申报期间为 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 4 月 30 日。

3、营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

4、记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司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；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差额，经复核后，计入当期损益。

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直接相关

费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

6、合并财务报表的编制方法

(1) 合并范围

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（包括本公司所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并财务报表。

(2) 合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

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。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

[1]增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自

最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之下孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

[2]处置子公司或业务

①一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损

益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降从而丧失控制权的，按照上述原则进行会计处理。

7、现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

8、金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

（1）金融工具的分类

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，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；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、其他应收款等，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其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

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，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

[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，将下列两项金额的差额计入当期损益：

[1]所转移金融资产的账面价值；

[2]因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（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，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

[1]终止确认部分的账面价值；

[2]终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（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。

本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的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够的可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

（6）金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

[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严重下降，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。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

[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。

9、应收款项坏账准备

(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:

应收款项余额前五名

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法:

对于期末单项金额重大的应收账款、其他应收款单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。

单独测试未发生减值的，包括在应收款项的组合中再进行减值测试。

(2) 按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项:

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法

组合 1	除已单独计提减值准备之外的应收账款和其他应收款，公司根据以前年度与之相同或相类似的，按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况分析法确定坏账准备计提的比例
组合 2	公司对合并关联方的应收账款、其他应收款不计提坏账准备
组合 3	年末对于不适用按类似信用风险特征组合的应收票据、预付账款、和长期应收款均进行单项减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如经减值测试未发生减值的，则不计提坏账准备
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法
组合 2、组合 3	其他方法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的:

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）	5.00	5.00
1—2 年	30.00	30.00

2-3年	80.00	80.00
3年以上	100.00	100.00

(3) 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项:

单独计提坏账准备的理由: 单项金额不重大, 但存在明显减值迹象的应收款项进行单项减值测试

坏账准备的计提方法: 根据测试情况, 按其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额, 确定减值损失, 计提坏账准备

10、存货

(1) 存货的分类

存货分类为: 周转材料、库存商品、发出商品

(2) 发出存货的计价方法

存货发出时按先进先出法计价。

(3) 不同类别存货可变现净值的确定依据

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货, 在正常生产经营过程中, 以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额, 确定其可变现净值; 需要经过加工的材料存货, 在正常生产经营过程中, 以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额, 确定其可变现净值; 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货, 其可变现净值以合同价格为基础计算, 若持有存货的数量多于销售合同订购数量的, 超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备; 但对于数量繁多、单价较低的存货, 按照存货类别计提存货跌价准备; 与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的, 且难以与其他项目分开计量的存货, 则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外, 存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

(4) 存货的盘存制度

采用永续盘存制

(5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

[1]低值易耗品采用一次转销法；

[2]包装物采用一次转销法。

11、长期股权投资

(1) 共同控制、重大影响的判断标准

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。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

(2) 初始投资成本的确定

[1]企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以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长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

[2]其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式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。

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。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

(3) 后续计量及损益确认方法

[1]成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

[2]权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本附注“5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“6、合并财务报表的编制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

[3]长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计

量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

12、固定资产

(1) 固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- [1]与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- [2]该固定资产的成本能够可靠地计量。

(2) 折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输设备	直线法	4	5	23.75
电子设备	直线法	3	5	31.67
其他设备	直线法	5	5	19.00

13、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。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时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，是指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、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

[1]资产支出已经发生，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。

(2) 借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

（3）暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

（4）借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去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，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，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借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

14、无形资产

（1）无形资产的计价方法

[1]公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

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。

[2]后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

(2) 使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项 目	预计使用寿命	依 据
电脑软件	5 年	预计使用年限

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

15、长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用包括装修费。

(1) 摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销

(2) 摊销年限

项目	摊销年限
装修费	3 年

16、职工薪酬

(1) 短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

(2) 离职后福利的会计处理方法

[1]设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

[2]设定受益计划

本公司无设定受益计划

(3) 辞退福利的会计处理方法

本公司在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，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

17、收入

(1) 销售商品收入的确认一般原则：

- [1]本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- [2]本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；
- [3]收入的金额能够可靠地计量；
- [4]相关的经济利益很可能流入本公司；
- [5]相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 具体原则

电商销售：客户在电商平台进行下单，本公司根据订单进行发货，客户确认

收货后企业扣减退货金额，确认销售收入。

非电商销售：以客户收货并取得客户确认收货的凭据后确认收入。

18、政府补助

(1) 类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：补助企业相关资产的构建；

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：补偿企业相关费用或损失；

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：将政府补助整体归类为与收益相关的政府补助。

(2) 确认时点

与资产相关的政府补助确认时点：相关资产达到预定可使用状态

与收益相关的政府补助确认时点：相关费用或损失发生时；

(3) 会计处理

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿本公司已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

19、递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。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。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的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）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

20、租赁

(1) 经营租赁会计处理

[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，确认为租赁相关收入。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相关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）主要会计政策和会计估计的变更情况

报告期内，公司不存在主要会计政策、会计估计变更的情况。

四、报告期内主要会计数据和财务指标分析

（一）主要财务指标

报告期内，公司的主要财务指标如下：

项目	2016年 4月30日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
总资产（万元）	3,356.36	3,284.76	863.66
股东权益合计（万元）	3,133.85	2,982.97	546.11
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	3,133.85	2,979.55	546.11
每股净资产（元/股）	5.31	5.06	1.09
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	5.31	5.06	1.09
资产负债率（母公司）	7.24%	9.92%	36.77%
流动比率（倍）	12.84	9.23	2.50
速动比率（倍）	8.80	5.37	0.80
项目	2016年1-4月	2015年	2014年
营业收入（万元）	1,533.35	4,301.55	2,461.50
净利润（万元）	152.71	632.76	243.30
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	154.30	633.44	243.30

扣除非经常性损益后的净利润（万元）	147.46	619.36	242.83
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	149.05	620.04	242.83
毛利率（%）	55.41	58.82	62.21
净资产收益率（%）	5.05	30.71	57.32
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	4.88	30.06	57.21
基本每股收益（元/股）	0.26	1.13	0.49
稀释每股收益（元/股）	0.26	1.13	0.49
应收账款周转率（次）	5.51	27.38	38.14
存货周转率（次）	1.12	3.32	3.63
经营活动产生的现金流量净额（万元）	262.17	-194.91	-91.47
每股经营活动产生的净现金流量净额(元/股)	0.44	-0.35	-0.18

（二）主要财务指标分析

1、盈利能力分析

项目	2016年1-4月	2015年	2014年
净资产收益率（%）	5.05	30.71	57.32
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	4.88	30.06	57.21
基本每股收益（元/股）	0.26	1.13	0.49
稀释每股收益（元/股）	0.26	1.13	0.49

2014年度、2015年度和2016年1-4月，公司净资产收益率分别为57.32%、30.71%及5.05%。公司2015年净资产收益率较2014年大幅下滑，主要是因为公司2015年4月完成1800万元的融资，导致2015年的加权平均净资产较2014年大幅增加。公司2016年1-4月净资产收益率较低，主要是因为互联网零售业务呈现季节性波动的特点，上半年为销售淡季，公司的大部分收入来源于下半年，特别是第四季度。

2014年度、2015年度和2016年1-4月，公司的基本每股收益分别是0.49、

1.13 和 0.26。2015 年度公司的每股收益较 2014 年度大幅上涨，主要是因为公司的收入规模增长导致公司的盈利能力大幅提高。

2、偿债能力分析

项目	2016年1-4月	2015年	2014年
资产负债率（母公司）	7.24%	9.92%	36.77%
流动比率	12.84	9.23	2.50
速动比率	8.80	5.37	0.80

报告期各期末，公司的资产负债率分别为 36.77%、9.92% 和 7.24%，主要的负债为应付账款和应交税费。报告期内，公司的资产负债率逐年下降，主要有两个原因：第一、公司于 2015 年 4 月完成股权融资 1800 万元，从而导致公司的净资产大幅增长；第二、公司报告期内的盈利能力良好，现金较为充裕，因此基本不存在有息负债。

报告期各期末，公司的流动比率与速动比率逐年增长，且远高于 1，表明公司资产的流动性良好、偿债能力较强，符合公司互联网零售业务轻资产运行的特点。

3、营运能力分析

项目	2016年1-4月	2015年	2014年
应收账款周转率（次）	5.51	27.38	38.14
存货周转率（次）	1.12	3.32	3.63

报告期各期末，公司的应收账款周转率分别为 38.14、27.38 和 5.51，周转率较高，主要原因是公司主要通过第三方电商平台销售化妆品，客户以个人消费者为主，从而应收账款金额较低，周转速度较快，不存在重大坏账损失风险。

报告期各期末，公司的存货周转率分别为 3.63、3.32 和 1.12，为应对销售规模的增长，公司会根据预期市场需求和促销活动的安排进行适当的备货，从而会有一定的存货。由于上游化妆品生产企业受春节假期的影响，第一季度的生产能力较低，因此公司在每年年底进行较大规模的备货，年末的存货金额较大，从而导致计算出的公司存货周转率低于公司实际的年平均存货的周转率。总体而

言，公司的存货周转情况良好，不存在存货积压的情况。

4、获取现金能力分析

项目	2016年1-4月	2015年	2014年
经营活动产生的现金流量净额（万元）	262.17	-194.91	-91.47
每股经营活动净现金流量（元/股）	0.44	-0.35	-0.18
投资活动产生的现金流量净额（万元）	-429.66	-1,346.76	-38.43
筹资活动产生的现金流量净额（万元）	0.00	1,696.40	97.58

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-91.47 万元、-194.91 万元和 262.17 万元。公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的匹配情况如下表所示：

项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
净利润	152.71	632.76	243.30
加：资产减值准备	4.96	28.29	8.58
固定资产等折旧	6.02	18.47	9.88
无形资产摊销	0.28	0.75	0.56
长期待摊费用摊销	-	7.93	15.29
财务费用（收益以“-”号填列）	-	3.60	2.43
投资损失（收益以“-”号填列）	-10.48	-3.19	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-1.29	-5.04	-2.82
存货的减少（增加以“-”号填列）	185.48	-344.70	-210.01
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	3.76	-589.99	-218.39
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-79.28	56.22	59.71
经营活动产生的现金流量净额	262.17	-194.91	-91.47

2014年度、2015年度经营活动现金流为负、经营活动现金流量净额与净利润存在差异的主要原因如下：

第一，公司 2014 年、2015 年存货的大幅增长。在经营过程中，公司会根据预期市场需求和促销活动的安排进行适当的备货，由于上游化妆品生产企业受

春节假期的影响，第一季度的生产能力较低，因此公司会在每年年底进行较大规模的备货。随着公司业务规模的快速增长，公司需要在年底增加备货量以应对市场需求，故公司 2014 年、2015 年的存货金额增长较快，随着年末备货因素的消除，公司 2016 年 1-4 月的存货余额有所下降。

第二，公司经营性应收项目大幅增长，主要是公司 2014 年、2015 年预付账款的增长以及和 2015 年末其他应收款的增加。其中，2014 年、2015 年公司预付账款增长，主要是受公司年末备货和业务规模快速增长的影响，向供应商预付货款增长。公司 2015 年末其他应收款余额增长较快，主要是 2015 年 11 月向诸暨市玉润网络科技有限公司拆出 190 万元资金所致，该笔借款已于 2016 年 3 月归还。

综上，公司报告期内的盈利情况良好，销售产品的回款情况良好，但由于公司随着业务规模的快速扩张，备货的规模也不断扩大，从而导致经营活动流出的现金高于流入的现金，因此 2014 年、2015 年的经营活动现金为负，且经营活动现金流量净额低于净利润。

报告期内，公司投资活动呈现现金净流出状态，2015 年和 2016 年 1-4 月投资活动产生的现金净流出规模较大。公司 2015 年投资活动现金流出 1,346.76 万元，主要系公司将 2015 年 4 月收到的融资款购买银行理财产品所致。2016 年 1-4 月投资活动现金净流出 429.66 万元，主要是公司投资 450 万元购买玉润网络 40% 的股权。

2014 年，公司筹资活动现金净流入 97.58 万元，主要系公司向杭州联合农村商业银行股份有限公司借款 100 万元所致。2015 年公司筹资活动现金净流入 1,696.40 万元，主要系公司 2015 年完成 1,800 万元股权融资所致。

五、利润形成情况

(一) 营业收入、营业成本、毛利率的重大变化及说明

1、收入确认条件

公司主营业务是化妆品的电子商务零售，以线上销售为主，线下销售为辅，

报告期内的收入主要来源于第三方电子商务平台。公司的销售模式主要包括电商B2C、电商B2B和线下销售。

公司收入确认的一般原则如下：

(1) 将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；(2) 公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；(3) 收入的金额能够可靠地计量；(4) 相关的经济利益很可能流入；(5) 相关的已发生或将来发生的成本能够可靠地计量。

公司收入确认的具体原则如下：

(1) 电商 B2C 销售模式

B2C 模式下，公司主要通过第三方电子商务平台开设旗舰店或专营店，自主运营维护网上店铺，向终端消费者直接销售产品。

消费者在公司的网店下单，公司根据订单发货，消费者收到产品后会在电商平台上点击“确认收货”，公司根据消费者确认收货的时点确认销售收入。

(2) 电商 B2B 销售模式

B2B 模式包括两部分，一是通过唯品会、乐蜂网等线上垂直电商进行寄售；二是通过阿里巴巴等平台进行批发业务。

寄售模式下，公司在收到电商平台的销货清单后确认销售收入。

在阿里巴巴等平台进行批发业务时，渠道商在电商平台上下单，公司根据订单发货，渠道商收到产品后会在电商平台上确认收货，公司确认销售收入。

(3) 线下销售模式

公司的销售模式以线上销售为主，线下销售为辅，报告期内逐步拓展线下销售，一方面直接向沃尔玛进行供货，另一方面通过线下代理商进入永辉超市、大润发等商超、天猫超市等平台。

线下销售模式下，公司以客户收货并取得客户确认收货的凭据后确认销售收入。

2、营业收入分析

(1) 营业收入的主要构成

报告期内，公司营业收入的构成情况如下：

项目	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%
营业收入合计	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

报告期内，公司的主营业务为化妆品零售，业务明确，主营业务收入占营业收入的比重为 100.00%。

报告期内，公司的主营业务收入大幅增长，2015 年的主营业务收入同比 2014 年上涨 74.75%，**2016 年 1-4 月的营业收入较 2015 年同期同样保持了快速增长。**公司报告期内营业收入的增长主要由于如下几个因素：

[1]市场需求逐步增长

随着我国城镇化率的提升、人口结构的变化以及收入水平的提高以及化妆品使用习惯的培育，国内化妆品行业近年来均稳定增长。依托庞大的人口基数中国化妆品市场的消费总额已经超过日本成为仅次于美国的世界第二大化妆品消费市场。据 Euromonitor 统计，2015 年我国化妆品行业市场规模为 3,156.3 亿元，2011-2015 年的年均复合增长率达到 8.2%，到 2020 年化妆品市场规模或达 4352 亿元，2016-2020 年的年复合增长率为 6.7%。

由于化妆品体积小、标准化程度较高，物流配送压力较小；且个性化需求程度高、重复购买率高，较为适合网购。因此化妆品电子商务行业的增长速度高于化妆品行业整体市场容量的增速。

[2]细分行业竞争较弱

虽然化妆品行业的集中度低，整体竞争情况较为激烈，但在手足护理产品的细分市场上，目前尚未形成强势品牌，整体市场还处于培育阶段，竞争尚未达到非常激烈的地步。

而公司切入手足护理细分领域较早，并且专注其中，很快就在天猫商城、淘宝网等电商平台上产生了一定的品牌影响力，从而能够规避整体化妆品行业

的激烈竞争态势，享受一定的先发优势。

[3] 销售渠道拓展顺利

报告期内，公司凭借较高的产品性价比，准确的市场定位、较强的产品创新、管理能力、专业化的运营手段以及优秀品牌运作与传播能力，在现有渠道的增长和新渠道的拓展方面都取得了较大的成功。

在现有渠道方面，公司来自于天猫商城、唯品会和京东商城的收入都取得了较大的增长；而在新渠道的拓展方面，公司在报告期内拓展了阿里巴巴、云集、蘑菇街等电商平台和沃尔玛，并在报告期内形成业务收入，从而产生了增量收入。

[4] 公司员工数量增长，适应业务发展需求

为适应公司业务规模的快速增长，公司在报告期内大幅增加了人员投入。从 2014 年初至 2016 年 4 月 30 日，公司的员工数量从 18 人增长至 58 人。公司定期组织员工进行培训，以提高公司的管理能力和员工的业务水平；同时在内部引入奖惩机制，增加员工学习与工作的积极性；注重人才引进工作，进一步完善团队建设，以适应业务的快速发展。

报告期内，公司员工数量的大幅增长，业务水平的不断提高，保证了公司业务的快速拓展，促进了公司收入与盈利水平的大幅增长。

（2）主营业务收入结构分析

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分情况如下：

单位：万元

产品名称	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
手部护理	539.66	35.20%	1,838.87	42.75%	1,021.91	41.52%
足部护理	297.83	19.42%	1,257.82	29.24%	990.90	40.26%
身体护理	124.07	8.09%	412.33	9.59%	256.97	10.44%
面部护理	361.13	23.55%	411.61	9.57%	70.69	2.87%
彩妆	209.11	13.64%	380.92	8.86%	118.68	4.82%
其他	1.55	0.10%	-	-	2.34	0.10%
合计	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

从产品类别划分，报告期内，公司的主要收入来源于手部护理产品和足部护理产品，包括手膜、护手霜、足膜等主打产品。公司通过差异化竞争，凭借手足护理类产品成为淘内平台手足护理类目的主导企业之一。公司基于手足护理类产品的品牌影响力，逐步推出身体护理类、面部护理类和彩妆类产品，拓宽自身的产品线。

2014年、2015年和2016年1-4月，公司手部护理和足部护理产品的销售收
入占总体销售收入的比重分别为81.77%、71.99%和54.62%，比重逐年下降，表
明公司产品线正逐步拓展，经营风险更为分散化。

报告期内，公司的手部护理、足部护理、面部护理、身体护理、彩妆全系列
产品的营业收入均保持增长趋势，公司业务上升趋势明显。

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道划分情况如下：

单位：万元

序号	销售渠道	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
1	天猫商城	791.77	51.64%	2,573.77	59.83%	1,832.85	74.46%
2	唯品会	218.50	14.25%	598.90	13.92%	465.72	18.92%
3	阿里巴巴	108.17	7.05%	233.86	5.44%	-	-
4	云集	196.32	12.80%	260.56	6.06%	-	-
5	京东	44.55	2.91%	148.23	3.45%	22.05	0.90%
6	蘑菇街	10.57	0.69%	106.57	2.48%	-	-
7	美丽说	-	-	41.60	0.97%	38.38	1.56%
8	沃尔玛	80.81	5.27%	-	-	-	-
9	线下批发	18.21	1.19%	279.88	6.51%	41.89	1.70%
10	其他	64.45	4.20%	58.19	1.35%	60.61	2.46%
合计		1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

按销售渠道划分来看，报告期内，天猫商城为公司最主要的收入来源。2014
年、2015年和2016年1-4月，公司来自天猫商城的收入分别为1,832.85万元、
2,573.77万元和791.77万元，逐期稳步增长。但报告期内，公司来自天猫商城的

收入分别占公司主营业务收入的 74.46%、59.83% 和 51.64%，占主营业务的比重逐年下降，主要系公司逐步拓展其他电商平台及线下业务并且取得了一定的成功，分散了公司的平台依赖风险。

报告期内，公司来自于天猫商城的具体的订单情况如下：

年度	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
订单总交易额（万元） (含税)	926.37	3,011.31	2,144.43
订单总量（万笔）	39.76	107.41	61.86
平均订单单价（元）	23.30	28.04	34.67

公司来自于天猫商城的交易总额与来自于天猫商城的收入匹配，报告期内，公司的平均订单单价分别为 34.67 元、28.04 元和 23.30 元，报告期内逐年有所下降，主要原因是公司产品结构的变化。公司在天猫商城销售的产品以手部护理与足部护理产品为主，主打产品为手膜、足膜和护手霜，其中护手霜的价格大幅低于其他产品。报告期内，公司大力推广护手霜产品，其销量逐年大幅提高，从而导致公司平均订单单价的逐步下降。

报告期内，公司不断拓展自身的销售渠道，在唯品会、阿里巴巴、云集等电商平台的营业收入稳定增长。2016 年，公司开始进入线下商超，成功拓展沃尔玛的业务。整体而言，报告期内，公司在大部分销售渠道的收入规模都取得了较为明显的增长。

（3）报告期内公司的刷单情况

刷单是一种电子商务营销的手段，由电商卖家委托第三方按照卖家要求在营销平台上上下订单，但卖家并不发出真实货品的形式来提高产品在营销平台的销量排名，为公司带来更多的真实消费者。目前，在我国电子商务竞争市场监管尚不规范的情况下，刷单行为已成为电商行业的惯例。

由于刷单只是一种业务营销手段，不属于真实的销售，公司未将刷单的收入计入公司营业收入，因此刷单的存在不会影响公司的财务真实性。

报告期内，公司各期的刷单金额及其占比情况如下：

项目	2016 年 1-4 月	2015 年	2014 年
----	--------------	--------	--------

项目	2016年1-4月	2015年	2014年
刷单金额(万元)	-	21.08	157.73
刷客佣金(万元)	-	0.03	8.94
平台佣金(万元)	-	1.21	7.37
营业收入(万元)	1,533.35	4,301.55	2,461.50
刷单金额占销售收入比重	0.00%	0.49%	6.41%

公司的刷单行为主要产生在2014年。2015年以来，由于公司在淘内平台的品牌知名度提升，公司的销售情况良好，且刷单需要支付给刷客的佣金、电商平台的佣金成本较高，因此公司从在报告期内逐步减少刷单，截至公开转让说明书签署日，刷单行为已经完全终止。整体而言，公司报告期内的刷单金额占销售收入的比重较低。

公司已出具书面承诺未来不再进行刷单；同时实际控制人也承诺，若公司因“刷单”行为被有关部门处罚、要求补缴税款或遭受任何损失的，本人对该等损失予以无条件承担。

3、营业成本分析

报告期内，公司营业成本的构成如下表所示：

单位：万元

产品名称	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
	成本	占营业成本比重	成本	占营业成本比重	成本	占营业成本比重
手部护理	182.75	26.73%	692.59	39.10%	416.12	44.73%
足部护理	129.95	19.00%	537.86	30.37%	354.05	38.06%
身体护理	45.34	6.63%	177.84	10.04%	78.45	8.43%
面部护理	221.49	32.39%	199.66	11.27%	21.83	2.35%
彩妆	101.15	14.79%	159.51	9.01%	58.39	6.28%
其他	3.11	0.46%	3.77	0.21%	1.38	0.15%
合计	683.79	100.00%	1,771.22	100.00%	930.23	100.00%

报告期内，公司的主要营业成本来自于手部护理产品和足部护理产品。2014年、2015年和2016年1-4月，手部护理和足部护理产品的营业成本占公司总体

营业成本的比重为 82.79%、69.47% 和 45.73%，占比逐年降低，与公司产品结构特征和变化趋势一致。

报告期内，公司面部护理产品的营业成本大幅上升，主要原因在于公司于 2015 年、2016 年在唯品会平台上进行了较大规模的面膜促销活动，销量大幅上升，从而导致公司面部护理产品的成本增长幅度较大。

4、主营业务毛利分析

报告期内，公司产品的毛利情况如下：

单位：万元					
时间	项目	营业收入	营业成本	毛利	毛利率
2016 年 1-4 月	手部护理	539.66	182.75	356.91	66.14%
	足部护理	297.83	129.95	167.88	56.37%
	身体护理	124.07	45.34	78.73	63.46%
	面部护理	361.13	221.49	139.64	38.67%
	彩妆	209.11	101.15	107.96	51.63%
	其他	1.55	3.11	-1.56	-100.65%
	合计	1,533.35	683.79	849.56	55.41%
2015 年	手部护理	1,838.87	692.59	1146.28	62.34%
	足部护理	1,257.82	537.86	719.96	57.24%
	身体护理	412.33	177.84	234.49	56.87%
	面部护理	411.61	199.66	211.95	51.49%
	彩妆	380.92	159.51	221.41	58.13%
	其他	-	3.77	-	-
	合计	4,301.55	1,771.22	2530.33	58.82%
2014 年	手部护理	1,021.91	416.12	605.79	59.28%
	足部护理	990.9	354.05	636.85	64.27%
	身体护理	256.97	78.45	178.52	69.47%
	面部护理	70.69	21.83	48.86	69.12%
	彩妆	118.68	58.39	60.29	50.80%
	其他	2.34	1.38	0.96	41.03%
	合计	2,461.50	930.23	1531.27	62.21%

报告期内，公司 2014 年、2015 年和 2016 年度的综合毛利率分别为 62.21%、58.82% 和 55.41%，呈现逐年下降的趋势，主要有如下两个原因：

第一、随着市场竞争的加剧，公司加大了促销活动的频率，平均产品单价有所下滑，导致毛利率下降；

第二、公司的主打产品为手部护理和足部护理产品，为了增加品类，公司在报告期内不断拓展身体护理、面部护理和彩妆等新产品，为快速抢占市场份额，公司对于新产品的促销活动较多，平均单价较成熟产品略低。

公司主要的收入来自于天猫商城等电商平台，而在电商平台上公司一般会以产品套餐的形式对各品类产品进行组合销售。根据促销活动的安排和促销频率的变化，公司将会搭配不同的产品形成组合套餐，根据促销力度的不同进行差异化定价，因此公司不同类型产品的定价的波动幅度较大，并且变化频率较高，从而导致公司不同系列产品之间的毛利率波动较大，手部护理产品、足部护理产品、身体护理产品和彩妆系列产品的毛利波动均在正常范围内。

报告期内，公司面部护理产品的毛利率分别为 69.12%、51.49% 和 38.67%，存在大幅度的下滑，主要原因系公司为快速推广面膜产品，抢占市场份额，2015 年起在唯品会推出了“满 199 元减 100 元”的活动，根据与唯品会的合作安排，其中 80% 的成本由公司负担，公司作为商业折扣进行会计处理，从而导致销售给唯品会的面膜产品的毛利率偏低。由于公司的面膜产品在唯品会上销售的比重较高，且公司 2016 年唯品会活动的频率较 2015 年更高，从而导致公司 2015 年与 2016 年 1-4 月面部护理产品的毛利率大幅下滑。

5、利润情况分析

报告期内，公司的净利润分别为 243.31 万元、632.76 万元、152.71 万元。公司 2015 年的净利润较 2014 年同比大幅增长 160.07%，主要是因为公司 2015 年营业收入较 2014 年的大幅增长所致。

公司净利润增长速度高于营业收入增长速度，主要是因为随着公司“番茄派”品牌市场影响力逐步形成，公司的推广力度无需大幅增加，因此销售费用的增长幅度较小，为 18.56%。而运费、广告费、电商平台服务费等销售费用占电商

零售行业营业总成本的比重较大，因此销售费用的增速大幅低于营业收入的增速导致了公司净利润水平的大幅增长。

(二) 主要费用及变动情况

报告期内，公司营业收入和费用的总体变化情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-4月		2015年度		2014年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	454.67	29.65%	1,239.11	28.81%	1,045.16	42.46%
管理费用	177.92	11.60%	389.97	9.07%	178.98	7.27%
财务费用	0.01	0.00%	-3.10	-0.07%	2.58	0.10%
期间费用合计	632.59	41.26%	1,625.97	37.80%	1,226.72	49.84%
营业收入	1,533.35	100.00%	4,301.55	100.00%	2,461.50	100.00%

报告期内，公司期间费用分别为 1,226.72 万元、1,625.97 万元和 632.59 万元，占营业收入的比重分别为 49.84%、37.80% 和 41.26%。公司期间费用占营业收入的比重较大，主要系销售费用较大所致，这是电子商务零售行业的特性决定的。目前，电商零售行业的大部分流量掌握在淘宝网、天猫商城、唯品会、京东商城等主流电商平台手上，因此商家对于电商平台的议价能力较弱，需要投放较多的广告来保证产品的关注度，从而促进销量的提升。

公司 2015 年期间费用占营业收入的比重较 2014 年下降 12.04%，主要系 2015 年销售费用占比较 2014 年大幅下降所致，公司销售费用的下降主要是因为随着公司品牌知名度的提升，广告费用未大幅增长。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
车辆、仓储运杂费	187.43	482.22	191.65
广告费	102.02	378.28	313.47

平台服务费	59.76	184.29	110.43
职工薪酬	54.00	60.95	21.40
包装费	31.07	95.31	58.47
租赁费	13.15	10.08	-
保险费	4.90	8.10	10.83
其他	2.35	18.60	2.88
促销赠品费	-	1.28	336.03
合计	454.67	1,239.11	1,045.16

公司的销售费用主要由车辆、仓储运杂费、广告费、平台服务费、职工薪酬、包装费等构成。报告期内，公司的销售费用分别为 1,045.16 万元、1,239.11 万元和 454.67 万元，逐年上升，与公司业务规模拓展的趋势保持一致。

公司 2014 年存在促销赠品费 336.03 万元，而 2015 年、2016 年均不存在促销赠品费，主要是因为公司 2014 年为增加产品销量、推广新品，在客户下单后的每个包裹内随机赠送小礼品，从而形成了较大额的赠品费用。随着公司产品推广的成功，于 2015 年起逐步取消随包裹赠送礼品的策略，因此促销赠品费用大幅下降。

随着公司销售规模的大幅增长，车辆、仓储运杂费、平台服务费、职工薪酬等费用均有较大幅度的提升。而由于公司 2015 年广告费投入较 2014 年增长幅度较小，且促销赠品费大幅下降，从而公司 2015 年的销售费用较 2014 年小幅上涨，销售费用的增长幅度低于营业收入的增幅。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下：

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
职工薪酬	65.54	187.82	76.20
办公费	31.57	24.34	2.43
业务招待费	24.98	5.48	3.85
差旅费	13.85	12.99	1.90

中介机构费	13.52	46.45	7.58
租赁费	13.48	38.53	39.13
折旧费与摊销	6.30	27.14	25.73
其他	8.67	47.22	22.17
合 计	177.92	389.97	178.98

公司的管理费用主要由职工薪酬、中介机构费、租赁费、办公费等费用构成。报告期内，公司管理费用分别为 178.98 万元、389.97 万元和 177.92 万元，报告期内大幅增长，主要是因为随着公司销售规模的大幅增长，公司的员工数量与工资均有所增长。

3、财务费用

报告期内，公司的财务费用明细如下：

类 别	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	3.60	2.43
减：利息收入	0.14	7.18	0.37
手续费及其他	0.14	0.48	0.52
合 计	0.01	-3.10	2.58

公司的财务费用主要为利息支出及收入。报告期内，公司的财务费用分别是 2.58 万元、-3.10 万元和 0.01 万元，财务费用的金额较小。公司报告期内的利息支出主要是 2014 年向杭州联合农村商业银行股份有限公司借款 100 万元的利息。公司 2015 年的利息收入主要是鼎晖投资与首誉光控的投资款到位后的存款利息。

(三) 资产减值损失

报告期内，公司的资产减值损失明细如下：

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
坏账损失	4.96	20.10	8.58
商誉减值损失	-	8.19	-
合 计	4.96	28.29	8.58

报告期内，公司的资产减值损失分别为 8.58 万元、28.29 万元和 4.96 万元，分别为坏账损失和商誉减值损失。公司的坏账损失均为按照账龄对应收账款、其他应收款计提的坏账准备。公司的商誉减值损失来自于对收购瑞霞科技和玉俏堂的过程中所形成商誉的减值损失。

（四）投资收益

报告期内，公司的投资收益明细如下：

单位：万元			
项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
权益法核算的长期股权投资收益	-3.58	-5.03	-
处置长期股权投资产生的投资收益	1.83	-	-
理财产品收益	12.22	8.22	-
合计	10.48	3.19	-

报告期内，公司 2015 年和 2016 年 1-4 月的投资收益分别为 3.19 万元和 10.48 万元。公司的投资收益主要来自于银行理财产品的收益和投资玉润网络形成的投资损失。玉润网络拟从事袜类产品电子商务店铺的代运营业务，由于报告期内尚未正式开展业务，因此存在一定的亏损。

（五）非经常性损益

报告期内，归属于公司普通股股东的非经常性损益情况如下：

单位：万元			
项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
非流动性资产处置损益	-	-	-
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	7.00	18.51	0.72
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.00	-0.63	-0.09
所得税影响额	-1.75	-4.46	-0.16
少数股东权益影响额	-	-0.02	-

项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
合计	5.25	13.40	0.48

报告期内，归属于公司普通股股东的非经常损益分别为0.48万元、13.40万元及5.25万元，主要由政府补助构成。总体上，公司的非经常性损益金额较小，公司的利润主要由主营业务产生，对非经常性损益不存在重大依赖。

(六) 适用税率及主要财政税收优惠政策

1、公司主要税种、税率

主要税种	税率(%)	计税依据
增值税	17.00	按税法规定计算的销售货物为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税
企业所得税	25.00	应纳税所得额
城市维护建设税	7.00	应纳流转税额
教育费附加及地方教育费附加	5.00	应纳流转税额

2、税收优惠的说明

报告期内，公司未获得税收优惠。

六、资产情况分析

1、资产结构总体分析

报告期内，公司各类资产金额及占总资产的比例如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	85.03	2.53%	252.52	7.69%	92.79	10.74%
应收账款	352.96	10.52%	175.94	5.36%	122.61	14.20%
预付款项	379.13	11.30%	459.06	13.98%	180.75	20.93%

其他应收款	184.14	5.49%	289.07	8.80%	37.60	4.35%
存货	520.32	15.50%	705.80	21.49%	361.10	41.81%
其他流动资产	1,335.87	39.80%	901.75	27.45%	-	-
流动资产合计	2,857.44	85.14%	2,784.13	84.76%	794.86	92.03%
长期股权投资	441.39	13.15%	444.97	13.55%	0	0.00%
固定资产	46.56	1.39%	45.70	1.39%	56.62	6.56%
无形资产	1.81	0.05%	2.09	0.06%	1.45	0.17%
商誉	-	-	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-	7.93	0.92%
递延所得税资产	9.15	0.27%	7.86	0.24%	2.82	0.33%
非流动资产合计	498.91	14.86%	500.62	15.24%	68.81	7.97%
资产总计	3,356.36	100.00%	3,284.76	100.00%	863.66	100.00%

报告期各期末，公司总资产分别为 863.66 万元、3,284.76 万元和 3,356.36 万元，资产总额逐年上升。公司 2015 年末总资产较 2014 年末大幅提升，主要系 2015 年外部股东增资投入和净利润大幅增长所致。

报告期内，公司的主要资产为流动资产，具有较好的变现能力，报告期各期末，公司的流动资产占总资产的比重分别为 92.03%、84.76% 和 85.14%。公司的流动资产主要由应收账款、预付账款、其他应收款、存货和其他流动资产构成，其中其他流动资产占公司流动资产的比重最大，主要是公司购买的理财产品。

报告期各期末，公司非流动资产占总资产的比重分别为 7.97%、15.24% 和 14.86%，公司的非流动资产主要是对玉润网络的长期股权投资。公司主要从事化妆品的电商零售业务，轻资产运行，没有自持的厂房、土地、设备，因此非流动资产占总资产的比重较低，符合公司的实际经营情况。

2、主要流动资产分析

(1) 货币资金

报告期各期末，公司的货币资金明细如下：

单位：万元

项 目	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
-----	-----------------	------------------	------------------

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
库存现金	-	0.01	0.57
银行存款	39.41	198.50	67.47
其他货币资金	45.62	54.01	24.75
合计	85.03	252.52	92.79

报告期各期末，公司的货币资金余额分别为 92.79 万元、252.52 万元和 85.03 万元，主要为银行存款和其他货币资金。公司的其他货币资金主要为支付宝余额和工商银行“融 e 购”购物平台保证金。

报告期内，公司的盈利情况良好，且 2015 年获得 1,800 万元投资款，因此公司的资金较为充裕。在保持合理的运营资金情况下，公司已将暂时闲置的货币资金投资保本型理财产品，因此公司报告期各期末的货币资金存在一定的波动。

(2) 应收账款

报告期内，公司的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
应收账款总额	371.53	185.20	129.06
坏账准备	18.58	9.26	6.45
应收账款账面价值	352.96	175.94	122.61
资产总额	3,356.36	3,284.76	863.66
应收账款账面价值占资产总额的比例	10.52%	5.36%	14.20%

报告期各期末，公司的应收账款账面价值分别为 122.61 万元、175.94 万元与 352.96 万元，占资产总额的比例分别为 14.20%、5.36% 及 10.52%。报告期各期末，公司应收账款账面价值逐年增加，主要系公司寄售模式和线下销售的规模逐步扩大，形成了一定的应收账款。公司主要的收入来源于线上 B2C 销售模式，不会产生赊销，因此整体而言，公司应收账款账面价值占资产总额的比重较低，公司的回款情况良好。

报告期末，公司的应收账款余额为 371.53 万元，截至公开转让说明书签署

日，期后已经收回 347.56，回款比例达到 93.55%，期后回款情况良好。

① 应收账款账龄结构

报告期各期末，公司应收账款账龄结构如下：

单位：万元

账 龄	2016 年 4 月 30 日			2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	应收账 款	坏账 准备	计提比 例	应收账 款	坏账 准备	计提比 例	应收账 款	坏账 准备	计提 比例
1 年以内	371.53	18.58	5.00%	185.20	9.26	5.00%	129.06	6.45	5.00%
合 计	371.53	18.58	5.00%	185.20	9.26	5.00%	129.06	6.45	5.00%

报告期各期末，公司主要客户的资信状况良好，应收账款账龄均在一年以内，不存在重大坏账损失风险。报告期内，公司严格根据会计政策计提了应收账款坏账准备，总体上来看公司应收账款风险控制在较低水平。

② 前五大应收账款情况

截至 2016 年 4 月 30 日，公司前五大应收账款如下：

单位：万元

客户名称	余额	占应收账款总额比例	账龄
浙江集商网络科技有限公司	132.30	35.61%	1 年以内
重庆唯品会电子商务有限公司	69.85	18.80%	1 年以内
唯品会（中国）有限公司	57.54	15.49%	1 年以内
沃尔玛（中国）有限公司	47.30	12.73%	1 年以内
杭州雀泉网络科技有限公司	38.14	10.26%	1 年以内
合计	345.12	92.89%	-

截至 2015 年 12 月 31 日，公司前五大应收账款如下：

单位：万元

客户名称	余额	占应收账款总额比例	账龄
唯品会（中国）有限公司	30.84	16.65%	1 年以内
庙李魁栋	29.16	15.75%	1 年以内
周林	29.16	15.75%	1 年以内
重庆唯品会电子商务有限公司	21.95	11.85%	1 年以内

客户名称	余额	占应收账款总额比例	账龄
郑美锦	19.93	10.76%	1 年以内
合计	131.04	70.76%	-

截至 2014 年 12 月 31 日，公司前五大应收账款如下：

单位：万元

客户名称	余额	占应收账款总额比例	账龄
唯品会（中国）有限公司	59.99	46.48	1 年以内
重庆唯品会电子商务有限公司	26.75	20.72	1 年以内
唯品会（珠海）电子商务有限公司	23.49	18.2	1 年以内
苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心	9.29	7.20	1 年以内
乐蜂（上海）信息技术有限公司	4.85	3.76	1 年以内
合计	124.37	96.36	-

③ 公司应收账款期末余额中无应收持本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（3）预付账款

报告期各期末，公司的预付账款按账龄列示如下：

单位：万元

账龄	2016 年 4 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)
1 年以内	365.85	96.50	453.06	98.69	180.46	99.84
1 至 2 年	7.28	1.92	6.00	1.31	0.29	0.16
2 至 3 年	6.00	1.58	-	-	-	-
合计	379.13	100.00	459.06	100.00	180.75	100.00

公司预付账款主要为预付供应商的货款。报告期各期末，公司预付账款余额分别为 180.75 万元、459.06 万元和 379.13 万元，且账龄大部分均在 1 年以内。

截至 2016 年 4 月 30 日，公司前五大预付账款明细如下：

单位：万元

预付对象	余额	占预付账款总额比例
广州市艾雪化妆品厂有限公司	119.93	31.63%

预付对象	余额	占预付账款总额比例
杭州嘉禾日用品有限公司	96.20	25.37%
杭州江干科技经济开发有限公司	20.22	5.33%
杭州永德包装制品有限公司	20.00	5.28%
上海莎蒗生物科技有限公司	20.00	5.28%
合 计	276.35	72.89%

截至 2015 年 12 月 31 日，公司前五大预付账款明细如下：

单位：万元

预付对象	余额	占预付账款总额比例
广州市艾雪化妆品厂有限公司	156.16	34.02%
杭州嘉禾日用品有限公司	98.70	21.50%
杭州泛欧包装材料有限公司	60.60	13.2%
杭州无印良品印刷科技有限公司	21.74	4.74%
杭州永德包装制品有限公司	20.95	4.56%
合 计	358.15	78.02%

2014 年 12 月 31 日，公司前五大预付账款明细如下：

单位：万元

预付对象	余额	占预付账款总额比例
广州致美化妆品有限公司	36.29	20.08%
广州隆翔化妆品有限公司	33.03	18.28%
广州诺菲化妆品有限公司	21.77	12.05%
广州市圣美精细化工有限公司	16.07	8.89%
杭州尽在网络技术有限公司	16.00	8.85%
合 计	123.17	68.15%

公司预付账款期末余额中无预付持本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

(4) 其他应收款

报告期各期末，公司的其他应收款明细如下：

单位：万元

其他应收款性质	账面余额		
	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
员工借款	96.57	18.59	-
押金及保证金	81.83	84.65	34.30
备用金	19.04	18.09	8.02
玉俏堂清算款	3.74	-	-
其他	0.97	0.10	0.10
关联方单位往来款	-	190.00	-
合 计	202.15	311.43	42.42

报告期各期末，公司的其他应收款余额分别为 42.42 万元、311.43 万元与 202.15 万元。截至 2016 年 4 月 30 日，公司的其他应收款主要为员工借款、押金及保证金、员工备用金，账龄大部分在 1 年以内，回款情况较为良好。

为吸引人才、提高员工福利，公司向员工提供免息贷款用于购房或购车。根据公司实行的《福利政策——房车计划实施细则》：符合条件的员工可以向公司申请一定额度的无息贷款用于买房买车，在免息期限内免收贷款利息。公司为“主管”“经理”“总监”级别的员工提供额度为 5 万至 20 万、免息期限为 1 至 2 年的借款，公司整体借款总额不超过 100 万元。

截至 2016 年 4 月 30 日，公司房车计划借款总额为 97 万元，涉及员工 8 人，其中监事 1 人，高级管理人员 2 人。截至本公开转让说明书签署日，公司向关联方的借款已经收回。

报告期各期末，公司的其他应收账款账龄结构如下：

单位：万元

账龄	2016年4月30日			2015年12月31日			2014年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
1 年以内	179.62	8.98	5.00%	293.33	14.67	5.00%	33.83	1.69	5.00%
1 至 2 年	18.43	5.53	30.00%	14.00	4.20	30.00%	7.49	2.25	30.00%

2至3年	3.00	2.40	80.00%	3.00	2.40	80.00%	1.10	0.88	80.00%
3年以上	1.10	1.10	100.00%	1.10	1.10	100.00%	0	0	
合计	202.15	18.01	8.91%	311.43	22.37	7.18%	42.42	4.82	11.36%

截至 2016 年 4 月 30 日，公司前五大其他应收款如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额的比例
杭州雀泉网络科技有限公司	保证金	25.00	1 年以内	12.37%
濮海枫	员工借款/备用金	20.40	1 年以内	10.09%
李雪娟	员工借款	20.00	1 年以内	9.89%
潘莎	员工借款	20.00	1 年以内	9.89%
胡涛	员工借款	20.00	1 年以内	9.89%
合计	-	105.40	-	52.13

截至 2015 年 12 月 31 日，公司前五大其他应收款如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额的比例
诸暨市玉润网络科技有限公司	往来款	190.00	1 年以内	61.01%
杭州雀泉网络科技有限公司	保证金	25.00	1 年以内	8.03%
浙江天猫技术有限公司	押金	12.00	1 年以内	3.85%
杭州卷瓜网络有限公司	保证金	11.00	1 年以内	3.53%
许利峰	备用金/借款	10.00	1 年以内	3.21%
合计	-	248.00	-	79.63%

截至 2014 年 12 月 31 日，公司前五大其他应收款如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额的比例
浙江天猫技术服务有限公司	押金	12.00	1 年以内	28.29%
北京三快在线科技有限公司	保证金	10.00	1 年以内	23.57%
陈晓红	备用金	4.00	1 年以内	9.43%
北京京东世纪贸易有限公司	保证金	3.00	1—2 年	7.07%
南京拍拍蓝天信息技术有限公司	保证金	3.00	1—2 年	7.07%
合 计	-	32.00	-	75.43%

截止到本公开转让说明书签署日，公司应收关联方的其他应收款已经全部收回。

(5) 存货

报告期各期末，公司的存货情况如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日			2015年12月31日			2014年12月31日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
周转材料	-	-	-	-	-	-	4.44	-	4.44
库存商品	468.23	-	468.23	650.75	-	650.75	290.23	-	290.23
发出商品	52.09	-	52.09	55.05	-	55.05	66.44	-	66.44
合计	520.32	-	520.32	705.80	-	705.80	361.10	-	361.10

公司的存货主要为库存商品和发出商品。报告期各期末，公司存货的账面价值分别为 361.10 万元、705.80 万元和 520.32 万元。公司会根据预期市场需求和促销活动的安排进行适当的备货，由于上游化妆品生产企业受春节假期的影响，第一季度的生产能力较低，因此公司在每年年底进行较大规模的备货，年末的存货金额较大。公司 2015 年末的存货余额较 2014 年末增长幅度较大，主要是由于公司销售规模大幅增长，公司需要增加备货以应对市场需求；2016 年 4 月 30 日的存货金额较 2015 年末有所下降，主要是因为年末备货的影响已经消失。

(6) 其他流动资产

报告期各期末，公司的其他流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
理财产品	1,335.00	900.00	-
待抵扣增值税	0.87	1.75	-
合计	1,335.87	901.75	-

报告期末，公司的流动资产主要为保本型理财产品，为保证资金的使用效率，公司会用暂时闲置的货币资金去投资短期保本型理财产品。

3、主要非流动资产分析

(1) 长期股权投资

报告期内，公司长期股权投资投资成本及损益变动情况如下：

单位：万元

被投资单位	2014年12月 31日	本期增减变动			2015年12月 31日
		增加投资	减少 投资	权益法下确认 的投资损益	
诸暨市玉润网络科技有限公司	-	450.00		-5.03	444.97
合计		450.00		-5.03	444.97

单位：万元

被投资单位	2015年12月 31日	本期增减变动			2016年4月30 日
		追加投资	减少 投资	权益法下确认 的投资损益	
诸暨市玉润网络科技有限公司	444.97			-3.58	441.39
合计	444.97			-3.58	441.39

报告期内，公司的长期股权投资为2015年10月对联营企业玉润网络的450万元投资，公司持股40%，用权益法进行核算。由于玉润网络尚未开始实际经营业务，因此存在一定的亏损，公司按照权益法分别在2015年度和2016年1-4月确认5.03万元和3.58万元的投资损失。

玉润网络的主营业务为电子商务平台网络店铺的代理运营服务，根据完成店铺销售额的一定百分比收取服务费用。由于玉润网络成立于2015年8月，成立时间较短，代理运营业务正处于洽谈阶段，尚未正式开展业务，因此报告期内存在一定的亏损。

玉润网络的创始人具有多年的电商平台店铺的运营经验，在网娘电商投资前，已经与多家电商店铺达成代理运营协议或意向，主要运营领域在于丝袜、内衣品类。

公司作为一家电商零售企业，除运营自有品牌的化妆品业务外，有计划向与化妆品具有关联性的行业进行拓展。而玉润网络拟进行代理运营的主要是丝袜、内衣类的店铺，其客户定位均以较年轻的女性为主，与公司的目标客户群体类似。与对方接洽沟通后，公司便决定投资玉润网络，以股权形式促进双方的合作。一方面，双方可以实现数据互通，更好地进行客户行为分析；另一方面，由于目标人群相似，双方的电商店铺可以彼此导入流量，拓展客户群体。

(2) 固定资产

公司固定资产主要为运输设备、电子设备和其他设备。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 56.62 万元、45.70 万元与 46.56 万元，分别占当期末资产总额的 6.56%、1.39% 和 1.39%，公司固定资产较少，且公司在用的固定资产均状况良好。

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
运输设备	4	5	23.75
电子设备	3	5	31.67
其他设备	5	5	19.00

报告期各期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	93.92	87.03	79.48
运输设备	37.18	37.18	37.18
电子设备	31.09	24.21	16.65
其他设备	25.65	25.65	25.65
二、累计折旧合计	47.35	41.33	22.86
运输设备	11.77	8.83	0.00
电子设备	17.46	15.85	11.08
其他设备	18.11	16.65	11.78
三、减值准备合计	-	-	-
运输设备	-	-	-
电子设备	-	-	-
其他设备	-	-	-
四、账面价值合计	46.56	45.70	56.62

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
运输设备	25.41	28.35	37.18
电子设备	13.62	8.35	5.56
其他设备	7.54	9.00	13.87

公司的固定资产以运输设备和电子设备为主。报告期内，公司新增的固定资产主要是办公电脑等电子设备，主要系随着业务规模的扩展，公司扩大了员工规模，从而配备的电子设备数量增加，符合公司的业务经营特点。

公司不存在融资租入固定资产及用于抵押的固定资产，不存在固定资产发生可收回金额低于账面价值的事项，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

(3) 无形资产

报告期各期末，公司的无形资产情况如下：

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
一、账面原值合计	4.19	4.19	2.80
电脑软件	4.19	4.19	2.80
二、累计摊销合计	2.38	2.10	1.35
电脑软件	2.38	2.10	1.35
三、减值准备合计	-	-	-
电脑软件	-	-	-
四、账面价值合计	1.81	2.09	1.45
电脑软件	1.81	2.09	1.45

公司的无形资产主要是电脑软件。报告期各期末，公司的无形资产账面价值分别为1.45万元、2.09万元和1.81万元。

(4) 商誉

报告期各期末，公司的商誉如下：

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
一、商誉原值合计	7.36	8.19	-
控股合并瑞霞科技	7.36	7.36	-
控股合并玉俏堂	-	0.83	-
二、减值准备合计	7.36	8.19	-
控股合并瑞霞科技	7.36	7.36	-
控股合并玉俏堂	-	0.83	-
三、商誉账面价值合计	-	-	-
控股合并瑞霞科技	-	-	-
控股合并玉俏堂	-	-	-

报告期内，公司的商誉产生于 2015 年控股合并瑞霞科技和玉俏堂过程中。2015 年 4 月，公司以 1 元/注册资本的价格购买瑞霞科技 100% 的股权，转让价款合计 50.00 万元，较当期瑞霞科技的净资产的价格计入商誉，记 7.36 万元。2015 年 6 月，公司以 1 元/注册资本的价格购买玉俏堂 51% 的股权，购买价款合计 5.1 万元，较收购取得玉俏堂净资产的价格计入商誉，记 0.83 万元。

基于谨慎性考虑，公司在 2015 年度对控股合并瑞霞科技和玉俏堂过程中产生的商誉全额计提了减值准备，计入资产减值损失。

(5) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要为公司成立时的装修费用，摊销年限为 3 年，报告期初余额为 23.21 万元，2014 年摊销 15.29 万元，2015 年摊销 7.93 万元。截至报告期末，公司的长期待摊费用已无余额。

(6) 递延所得税资产

报告期各期末，公司的递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
资产减值准备	9.15	7.86	2.82
合计	9.15	7.86	2.82

七、负债情况分析

1、负债结构总体分析

报告期内，公司各类负债金额及占总负债的比例如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	0	0.00%	0	0.00%	100.00	31.49%
应付账款	131.93	59.29%	115.59	38.30%	148.09	46.63%
预收款项	2.60	1.17%	18.38	6.09%	0	0.00%
应交税费	83.88	37.70%	163.85	54.29%	45.98	14.48%
其他应付款	4.10	1.84%	3.96	1.31%	23.48	7.40%
流动负债合计	222.51	100.00%	301.79	100.00%	317.56	100.00%
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债合计	222.51	100.00%	301.79	100.00%	317.56	100.00%

报告期各期末，公司的负债均为流动负债，无非流动负债。报告期末，公司的流动负债主要为应付账款应交税费和其他应付款。2014年末至2015年末，公司的总资产规模较为稳定；2016年4月30日，公司的总负债较2015年末有所下降，主要是公司支付年末计提的应交税费所致。

2、主要负债分析

(1) 短期借款

报告期末，公司的短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
信用借款	-	-	100.00
合计	-	-	100.00

2014年9月12日，公司与杭州联合农村商业银行股份有限公司签订《信用借款合同》，借款期限为2014年9月12日至2015年9月11日，公司已按时偿

还银行借款。

截至公开转让说明书签署日，公司不存在短期借款。

(2) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
1年以内	131.93	115.59	148.09
合计	131.93	115.59	148.09

公司的应付账款主要为应付供应商的货款。公司与化妆品生产企业合作的方式为下订单的同时先预付部分货款，待化妆品生产企业交货并验收通过后再支付尾款，因此账面上存在应付账款。

公司与供应商合作的过程中，均按时支付货款，不存在拖欠供应商货款的情况，应付账款的账龄均在1年以内。公司的应付账款总额的变动主要取决于公司的下单节奏，而公司的下单节奏主要与公司促销活动的频率有关，因此报告期各期末公司应付账款的余额存在一定的波动。

截至2016年4月30日，公司前五大应付账款如下：

单位：万元

客户名称	余额	占应付账款总额比例	账龄
广州隆翔化妆品有限公司	43.23	32.76%	1年以内
杭州兰茜化妆品有限公司	40.16	30.44%	1年以内
浙江久灵笔刷有限公司	15.73	11.92%	1年以内
杭州优莉美化妆品有限公司	10.26	7.78%	1年以内
广州市圣美精细化工有限公司	6.13	4.65%	1年以内
合计	115.51	87.55%	-

截至2015年12月31日，公司前五大应付账款如下：

单位：万元

客户名称	余额	占应付账款总额比例	账龄
南京风轻扬生物科技有限公司	37.80	32.70%	1年以内

客户名称	余额	占应付账款总额比例	账龄
南京市江宁区顺凌货运代理有限公司	19.50	16.87%	1 年以内
南京先锋申通物流有限公司	15.30	13.24%	1 年以内
广州市圣美精细化工有限公司	9.98	8.63%	1 年以内
浙江蓝海星盐制品有限公司	7.60	6.57%	1 年以内
合计	90.18	78.01%	-

截至 2014 年 12 月 31 日，公司前五大应付账款如下：

单位：万元

客户名称	余额	占应付账款总额比例	账龄
南京市江宁区顺凌货运代理有限公司	120.78	81.56%	1 年以内
南京风清扬生物科技有限公司	10.09	6.81%	1 年以内
中国邮政集团公司南京市江宁区分公司	5.24	3.54%	1 年以内
浙江蓝海星盐制品有限公司	5.04	3.41%	1 年以内
中国邮政速递物流股份有限公司南京市 分公司	3.70	2.50%	1 年以内
合计	144.86	97.82%	

公司前五大应付账款中不含持公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项，亦无应付关联方款项余额。

（3）预收账款

公司预收账款主要为预收部分客户的货款，账龄均在 1 年以内。

报告期各期末，公司预收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
1 年以内	2.60	18.38	-
合计	2.60	18.38	-

公司预收账款中不含持公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

(4) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司不存在应付职工薪酬余额。报告期内，公司无拖欠员工工资的行为，公司实行劳动合同制，员工按照《劳动法》的要求与公司签订《劳动合同》，承担义务并享受权利。

(5) 应交税费

报告期内，公司的应交税费情况如下：

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
增值税	41.72	11.19	25.39
企业所得税	35.66	147.52	18.13
城市维护建设税	3.60	2.65	1.08
教育费附加	2.57	1.90	0.77
水利建设基金	0.33	0.59	0.50
印花税	0.00	0.00	0.11
合计	83.88	163.85	45.98

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 45.98 万元、163.85 万元和 83.88 万元，主要由应交增值税和企业所得税构成。2015 年末，公司的应交税费余额较 2014 年末大幅增长，主要系公司应交企业所得税的大幅增长所致。公司 2015 年的盈利能力较 2014 年大幅增长，四季度的盈利能力最为良好，且公司 2014 年初存在未弥补亏损，因此公司 2015 年末的应交的企业所得税较 2014 年大幅增加。

(6) 其他应付款

报告期各期末，公司的其他应付款情况如下：

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
单位往来款	0.00	0.00	15.00
代收代付款	0.41	0.00	0.00
个人报销款	3.68	3.96	8.48
合计	4.10	3.96	23.48

公司的其他应付款主要是单位往来款和员工报销款。截至 2016 年 4 月 30 日，

公司的其他应付款余额为 4.10 万元，主要是公司员工的个人报销款。

截至 2016 年 4 月 30 日，公司前五大其他应付款如下：

单位：万元

单位名称	余额	占其他应付款总额比例	性质
王世君	3.68	89.94%	员工代垫款
个人社保代扣代缴	0.41	10.06%	社保代扣代缴
刘志浪	0.01	0.21%	员工代垫款
合计	4.10	100.00%	-

截至 2015 年 12 月 31 日，公司前五大其他应付款如下：

单位：万元

单位名称	余额	占其他应付款总额比例	性质
王世君	3.96	100.00%	员工代垫款
合计	3.96	100.00%	-

截至 2014 年 12 月 31 日，公司前五大其他应付款如下：

单位：万元

单位名称	余额	占其他应付款总额比例	性质
上海娴钦创业投资有限公司	15.00	63.87%	往来借款
赵静静	3.89	16.58%	员工代垫款
王世君	3.76	16.02%	员工代垫款
陈浩	0.48	2.06%	员工代垫款
朱苗	0.34	1.47%	员工代垫款
合计	23.48	100.00%	-

八、股东权益情况分析

报告期各期末，公司股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
股本	590.00	590.00	500.00
资本公积	1,710.00	1,710.00	-
其他综合收益	-	-	-

项 目	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
专项储备	-	-	-
盈余公积	83.65	67.92	4.61
未分配利润	750.19	611.63	41.50
归属于母公司所有者权益合计	3,133.85	2,979.55	546.11
少数股东权益	-	3.43	-
所有者权益合计	3,133.85	2,982.97	546.11

报告期各期末，公司的所有者权益分别为 546.11 万元、2,982.97 万元和 3,133.85 万元。2015 年末公司的所有者权益较 2014 年末大幅增加，主要系公司 2015 年资本公积和未分配利润大幅增加所致，原因在于 2015 年外部股东增资投入和第四季度净利润大幅增长。公司 2016 年 4 月 30 日所有者权益较 2014 年末稳步增长，主要原因系 2016 年经营情况稳步发展，产生了一定的盈利。

九、关联方、关联方关系及交易

(一) 关联方信息

1、控股股东、实际控制人及其控制或重大影响的企业

公司控股股东为魏太敏先生，实际控制人为魏太敏、朱苗夫妇，其简历参见“第一节 基本情况”之“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人基本情况”。

报告期内，公司控股股东、实际控制人控制或曾经控制、重大影响的企业如下：

序号	关联方名称	与本公司关系
1	杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）	公司股东；实际控制人控制的公司
2	上海易妆生物科技股份有限公司	实际控制人曾控制的公司，现已注销

2、其他持有公司 5%以上股份的股东

除魏太敏先生外，其他持有公司 5%以上股份的股东为娴钦创业、莆蕴投资、易妆投资、鼎晖投资和首誉光控。

3、其他董事、监事、高级管理人员及其控制或重大影响的企业

除董事长兼总经理魏太敏先生，副董事长兼副总经理朱苗女士，公司其他董事、监事、高级管理人员如下：

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	朱东明	公司董事
2	杭荣	公司董事
3	孟媛	公司董事
4	张丽	公司监事
5	黄丽云	公司监事
6	叶坤	公司监事
7	李雪娟	公司董事会秘书
8	冯春霄	公司财务总监

上表中公司其他董事、监事、高级管理人员控制或重大影响的企业情况如下：

序号	姓名	职务	对外投资单位	在对外投资单位所任职务	持股比例
1	杭荣	董事	上海傲礁网络技术服务社	-	100.00%
2	李雪娟	董事会秘书	上海唯贤网络科技有限公司	监事	49.00%

4、其他关联方

报告期内，与公司发生过交易的其他关联方列示如下：

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	诸暨市玉润网络科技有限公司	公司的联营公司
2	俞金锋	持有联营公司玉润网络 30%的股权并担任法定代表人

序号	关联方名称	与本公司的关系
3	陈王颖	报告期内子公司瑞霞科技的原控制人

(二) 关联交易情况

1、经常性关联交易

报告期内，公司无经常性关联交易。

2、偶发性关联交易

(1) 关联方资金拆借

报告期内，公司与关联方资金拆借情况如下：

单位：万元

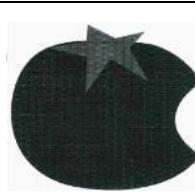
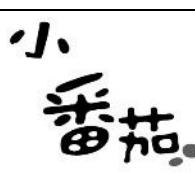
交易类别	关联方	拆借金额	拆出日期	还款日期
公司向关联方拆出资 金	诸暨市玉润网络科技有限公司	190.00	2015年11月4日	2016年3月30日
	俞金锋	100.00	2015年8月14日	2015年10月22日
	李雪娟	20.00	2016年1月26日	2016年8月4日
	黄丽云	5.00	2015年7月8日	2016年7月27日
	冯春霄	4.99	2015年11月14日	2016年7月31日

(2) 关联担保

报告期内，公司不存在关联担保的情况。

(3) 关联方资产转让

2015年5月，公司实际控制人魏太敏将其控制的20项商标申请权无偿转让给公司，截至本公开转让说明书签署日，该等商标申请权正在转让过程中。实际控制人向公司转让的商标申请权明细如下：

序号	受让人	转让人	申请号	商标样式	分类号	申请日期
1	网娘有限	魏太敏	15269320		第 3 类	2015.05.08
2	网娘有限	魏太敏	10587131		第 42 类	2015.05.08
3	网娘有限	魏太敏	10927960		第 21 类	2015.05.08
4	网娘有限	魏太敏	10481084		第 3 类	2015.05.08
5	网娘有限	魏太敏	10927961		第 25 类	2015.05.08
6	网娘有限	魏太敏	10914783		第 35 类	2015.05.08
7	网娘有限	魏太敏	15269235		第 3 类	2015.05.08
8	网娘有限	魏太敏	10493683		第 42 类	2015.05.08
9	网娘有限	魏太敏	10914784		第 3 类	2015.05.08
10	网娘有限	魏太敏	10914785		第 3 类	2015.05.08
11	网娘有限	魏太敏	10481083		第 3 类	2015.05.08
12	网娘有限	魏太敏	14556312		第 3 类	2015.08.18
13	网娘有限	魏太敏	14556313		第 3 类	2015.08.18
14	网娘有限	魏太敏	14968161		第 21 类	2015.08.18
15	网娘有限	魏太敏	14968179		第 35 类	2015.08.18
16	网娘有限	魏太敏	14968233		第 42 类	2015.08.18

序号	受让人	转让人	申请号	商标样式	分类号	申请日期
17	网娘有限	魏太敏	15109793		第 21 类	2015.08.18
18	网娘有限	魏太敏	15109826		第 3 类	2015.08.18
19	网娘有限	魏太敏	15109855		第 35 类	2015.08.18
20	网娘有限	魏太敏	15109888		第 42 类	2015.08.18

3、关联方应收、应付款项余额

报告期内，关联方应收、应付款项余额如下：

单位：万元

项目	关联方	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
其他应收款	张丽	0.10	0.10	0.11
其他应收款	玉润网络	-	190.00	-
其他应收款	李雪娟	20.00	0.95	-
其他应收款	黄丽云	5.00	5.00	-
其他应收款	冯春霄	4.99	5.00	-
其他应收款	朱苗	0.68	-	-
其他应收款	陈王颖	-	3.59	-
其他应付款	娴钦创业	-	-	15.00

截至本公开转让说明书签署日，除用于公司经营的员工备用金外，公司对关联方的借款已经全部收回。

(三) 关联交易决策程序及执行情况

1、关联交易决策程序

发生在有限公司时期的关联交易，有限公司章程未就关联交易决策程序作出明确规定，关联方交易由各股东协商确定，并未形成书面决议。

公司于2016年6月16日制定《关联交易管理制度》规定：

股东大会审议批准交易金额超过 200 万元（不含 200 万元）或超过公司最近一期经审计净资产 5%（不含 5%）的单项关联交易。

董事会审议批准公司与关联方之间金额在 200 万元以下（含 200 万元）或在公司最近经审计净资产值 5%以下（含 5%）的关联交易事项（公司提供担保除外）。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当由董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司每年新发生的各类日常关联交易数量较多，需要经常订立新的日常关联交易协议等，可以按类别对本公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计，公司实际执行中超出预计总金额的，应当根据超出量重新提请股东大会或者董事会审议。

2、关联交易决策执行情况

公司在《公司章程》中对关联交易进行了相关规定，另外为了使决策管理落到实处，更具有操作性，管理层对关联交易的决策程序进行了进一步的规范，制订《关联交易管理制度》，并经股东大会予以通过。

公司按照《公司章程》、《关联交易管理制度》执行有关关联交易决策，规范和减少关联方交易与资金往来。

十、会计报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

公司无需要披露的其他重要事项。

十一、资产评估情况

公司聘请上海立信资产评估有限公司以 2016 年 4 月 30 日为基准日对有限责任公司账面净资产进行评估，提供其在评估基准日的市场价值，作为网娘有限拟以审定的账面净资产折股设立股份公司的价值参考。此次公司账面净资产评估值为 3,220.00 万元。2016 年 5 月 9 日，上海立信资产评估有限公司出具了信资评报字（2016）第 2068 号《资产评估报告》。公司未根据该评估报告的评估值进行账务调整。

十二、股利分配政策和报告期内的分配情况

（一）股利分配的一般政策

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，经股东大会决议同意，可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。

（二）最近两年及一期利润分配情况

报告期内公司未发生股利分配情况。

(三) 公开转让后的股利分配情况

公开转让后的股利分配情况与上述政策一致。

十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内，公司合并报表范围内的子公司为瑞霞科技、玉俏堂和番茄派（韓國）生物科技有限公司。截止到本公开转让说明书签署日，玉俏堂已经注销完毕，不再纳入合并范围。该等公司的基本情况列示如下：

(一) 瑞霞科技

瑞霞科技的基本情况参见“第一节 基本情况”之“六、子公司股本的形成”之“(一) 杭州瑞霞科技有限公司”。

(二) 玉俏堂

玉俏堂的基本情况参见“第一节 基本情况”之“六、子公司股本的形成”之“(二) 杭州玉俏堂贸易有限公司”。

(三) 番茄派（韓國）生物科技有限公司

番茄派（韩国）的基本情况参见“第一节 基本情况”之“六、子公司股本的形成”之“(三) 番茄派（韓國）生物科技有限公司”。

十四、风险因素及应对措施

(一) 市场竞争加剧的风险

化妆品零售行业是一个充分竞争的行业，品牌数目众多，市场集中度低。而随着国内化妆品市场逐渐走向成熟，国际品牌、传统本土品牌和新兴品牌纷纷加入化妆品市场份额的竞争之中，行业竞争越发激烈。

公司的“番茄派”品牌作为化妆品行业的新兴品牌，依靠差异化竞争策略，凭借手足护理类产品进入化妆品互联网零售行业，在淘宝、天猫等电商平台形成

了一定的知名度，成为手足护理电商细分领域的主导品牌之一。

随着市场竞争的加剧，若公司无法及时调整经营策略、保持产品的竞争力，公司近年来形成的竞争优势可能会逐渐失去，最终影响公司的盈利能力。

应对措施：公司在保持手足护理类产品作为主导产品的基础上，根据市场需求和趋势，开发其他品类产品，并根据销售渠道的不同特性进行差异化营销。此外，公司将力求进一步强化品牌形象，扩大品牌的影响力，以增强客户粘性。

（二）市场需求发生变化的风险

我国不同区域的化妆品消费市场存在较大的差异，不同类型的消费者对于化妆品种类、特性的需求也各异。近年来，化妆品市场的流行趋势变化速度逐渐加快。为应对消费者不断变化的需求，化妆品零售企业需要重视需求端的变化，推出符合市场流行趋势的产品，从而能够保持自身的市场占有率。若公司无法把握化妆品的流行趋势或目标客户的消费需求，未能及时推出具有良好市场反响的产品，将会对公司的业绩产生一定的影响。

应对措施：公司通过进行市场调研、参加大型美妆行业展会、前往化妆品产业发达国家考察等渠道了解流行趋势和客户需求，降低市场需求变化带来的影响。公司也会对主流电商平台的热销产品进行数据分析，采集销量、购买人群分布、价格、销售策略等信息，作为新产品开发的参考。

（三）产品质量和安全风险

近年来，我国卫生部、食品药品监督管理局等监管机构不断出台新的化妆品产品质量和安全风险相关的政策制度。由于化妆品一般会直接接触消费者的皮肤，因此消费者对于化妆品产品质量和安全的要求越来越高。

公司自成立以来不断强化对产品质量和安全的控制，严格进行合格供应商的筛选和管理工作，对于供应商生产的产品从生产到上市分别经过厂家检验、第三方机构检测、公司检测、产品备案等流程，以控制产品的质量和安全。但是，由于公司并不直接生产产品，对于产品质量和安全的控制主要依赖厂家自检和独立的第三方检测机构，因此无法完全控制供应商交付产品的质量。

根据《消费者权益保护法》与《产品质量法》的规定：消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。属于销售者责任的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

因此，如果公司销售的化妆品由于质量或安全问题造成消费者的身心受到损害的，消费者有权直接向本公司进行索赔，公司有义务赔偿消费者的损失。根据法律的规定和公司与供应商签订的合同，若因为产品质量问题导致公司受到损失，由供应商承担最终的赔偿责任。虽然公司最终可以向供应商追偿，但仍将可能导致公司品牌形象受损、市场占有率下滑。为进一步降低因产品质量问题可能导致的未来风险，公司将会继续严格执行供应商的筛选标准、对所有产品均按照相应行业标准或国家标准进行质量检测，从而保证产品的质量。

应对措施：公司为保证产品质量及消费者权益，降低产品质量和安全风险，根据法律法规要求及行业特点建立并严格实施质量控制制度，从生产到上市分别经过厂家检验、第三方机构检测、公司检测、产品备案等环节，从多重环节保证产品质量符合要求。

（四）对第三方电子商务平台依赖的风险

公司与天猫商城、唯品会、京东商城等主流电商平台建立了稳定的合作关系，大部分的收入来源于电商平台的销售。报告期内，公司来自于线上平台的销售占公司营业收入的比重分别为 98.30%、93.49% 和 93.54%，对第三方电商平台的依赖性较大。

为应对第三方电商平台的依赖风险，公司正逐步拓展线下业务，进入商超市场，分散经营风险，但目前来自线上平台的销售收入占比仍然较高。未来，若电子商务行业的发展速度放缓，主流电商平台的管理制度、收费标准发生变化，将会显著影响公司的盈利能力。

应对措施：一方面，公司逐步拓展电商平台的数量，分散线上平台流量，降低单个平台的影响风险；另一方面公司开始开发线下商超渠道，已经进入沃尔玛，从而降低线上平台销售的比重。

（五）收入的季节性波动风险

互联网零售行业的销售情况受季节性波动的影响，互联网销售的商家在“五一”、“十一”、“元旦”等传统节日时往往会推出促销活动，因而在节日期间的销售额会较平日有大幅提升。近年来，随着第三方电商平台推出诸如“双11”“双12”等电商购物节日，商家的促销活动频率提升，季节性波动的影响进一步加大。

互联网零售行业呈现出上半年销售规模小、下半年销售规模大的特点，特别是在第四季度，伴随着“双11”“双12”等电商购物节的到来，商家的销售金额将会达到一年中的峰值。公司作为典型的互联网零售企业，收入呈现出上半年低、下半年高的季节性波动风险。

应对措施：一方面，公司正逐步优化产品线，结合产品的生命周期，推出不同季节的热销产品，以降低季节性因素的影响；另一方面，公司已拓展线下商超的销售，线下销售的季节性波动较小，公司通过在各节假日展开促销活动以减弱线上销售淡季带来的影响。

（六）品牌形象被侵害的风险

公司的品牌形象是实现产品销售的重要因素。公司通过差异化竞争，依靠手足护理类产品进入化妆品互联网零售行业，“番茄派”已经在电商平台形成一定的知名度与品牌形象。

未来，若出现影响公司品牌形象的情况，公司将及时提起商标异议或侵权诉讼，以免公司的品牌形象和商标权受到不利影响。但公司仍然无法完全杜绝市场上仿冒公司品牌或品牌形象事件的发生，存在一定的品牌形象受损的风险。

应对措施：公司注重品牌形象的维护工作，一方面会在产品包装上设计防伪码，提高仿冒的难度；另一方面，不定期对主流电商平台进行搜索，监测是否存在侵权现象并进行及时处理。

（七）业务拓展风险

公司自2012年成立以来，互联网零售业务经历了高速的发展，目前已开始

拓展线下业务，进入商超市场。公司已经积累了较为丰富的互联网销售经验，但随着业务规模的不断扩大与线下业务的拓展，管理层需要不断提高自身的管理能力。同时，公司的业务人员也需要接受多种培训以适应业务拓展的需要。如果公司管理水平与业务能力的提升不能有效支撑业务快速拓展的需要，则可能影响公司对产品质量和销售的控制，进而影响公司品牌形象，对经营业绩造成不利影响。

应对措施：为加强管理能力、提升业务水平，公司会定期组织管理方法和业务技能的培训；在内部引入奖惩机制，增加员工学习与工作的积极性；注重人才引进工作，进一步完善团队建设，以适应业务的快速发展。

（八）实际控制人的控制风险

魏太敏先生直接持有本公司 43.22%的股权，是公司的控股股东。魏太敏、朱苗夫妇通过杭州易妆投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司 8.47%的股权，魏太敏、朱苗夫妇合计持有公司 51.69%的股份，能对公司决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策。虽然公司不断完善法人治理结构，也已建立健全了包括三会议事规则、关联交易制度、对外担保制度等一系列公司治理制度且认真执行，但公司实际控制人仍可凭借其控股地位，通过行使表决权等方式对公司的人事任免、经营决策等进行不当控制，从而可能影响公司及中小股东的利益。

应对措施：公司控股股东、实际控制人和管理层加强对三会议事规则、关联交易制度、对外担保制度等一系列公司治理制度的学习，提高自我规范管理的意识，并在主办券商及其他中介机构的协助与督导下，严格按相关规则运作，以提高公司规范化水平。

（九）供应商集中度较高的风险

2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月，公司向前五名供应商采购的金额占采购总额的比重分别为 78.77%、74.56% 和 89.22%，供应商的集中度较高。主要原因在于公司一般会为自己的每一项产品选择 1 至 2 家合格供应商，由于公司部分主导产品的销量较大，因此公司与这些产品的供应商的交易金额占比较大。

由于目前国内化妆品生产企业数量众多，市场集中度较低，市场竞争激烈，

因此公司在上游供应商的选择方面具有较为广泛的空间，且对于供应商具备一定的议价能力，因此公司不存在对主要供应商的重大依赖。

虽然公司目前与主要的供应商均保持着较为良好的合作关系，但是如果公司未来无法与主要的供应商继续良好合作，重新更换供应商可能会导致公司产品质量、产能的稳定性出现波动，从而影响公司销售情况。

应对措施：综合考量供应商的报价、生产能力、产品质量、供货及时性等因素的基础上，确定合格供应商，为每一项产品确定主供应商的同时，将另外的合格供应商作为备选供应商。在主要供应商因种种原因无法满足公司采购需求时，公司能够从合格供应商名录中及时找到备选供应商，比如因季节性销售发生大量临时备货需求。

除维系好与现有主要供应商之间的长期合作关系以外，公司将增加更多的优质供应商，符合公司业务快速拓展的需求。

为保证产品质量，公司严格执行产品质量控制措施，对供应商送货的产品及时验收、组织 6 试用并及时送往第三方机构进行检测；为保证供货及时性，公司采购部人员会及时跟进供应商生产与交货进度。

第五节 有关声明

全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事：

魏太敏 朱丽 朱东明
魏太敏 朱丽 朱东明
杭荣 孟媛
杭荣 孟媛

全体监事：

张丽 黄丽云 叶坤
张丽 黄丽云 叶坤

全体高级管理人员：

魏太敏 朱丽 冯春霄
魏太敏 朱丽 冯春霄
李雪娟
李雪娟

杭州网娘电子商务股份有限公司



主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，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。

项目负责人：

钱伟

钱伟

项目小组成员：

钱伟

钱伟

丁艺

丁艺

张梦夏

张梦夏

李婧晖

李婧晖

法定代表人：

谢永林

谢永林



律师事务所声明

本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让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。

经办律师：

陈 枫
陈 枫

刘中贵
刘中贵

律师事务所负责人：

黄宁宁
黄宁宁



2016年10月20日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让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：

邵振宇 张稼

邵振宇

张稼

会计师事务所负责人：

朱建弟

朱建弟



资产评估机构声明

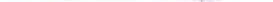
本机构及签字注册资产评估师已阅读杭州网娘电子商务股份有限公司公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：



资产评估机构负责人：

张美灵



上海立信资产评估有限公司

2016年10月20日

第六节 附件

- (一) 主办券商推荐报告
- (二) 财务报表及审计报告
- (三) 法律意见书
- (四) 公司章程
- (五) 全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见
- (六) 其他与公开转让有关的重要文件