



重庆百亚卫生用品股份有限公司

Chongqing Baiya Sanitary Products Co., Ltd.

(重庆市巴南区麻柳沿江开发区百亚国际产业园)



首次公开发行 A 股股票招股说明书
(申报稿)

保荐人 (主承销商)



(北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层)

重庆百亚卫生用品股份有限公司

首次公开发行股票招股说明书

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

- 发行股票类型：人民币普通股（A 股）
- 发行股数：拟公开发行不超过 12,833.30 万股，不超过本次发行并上市后总股本的 25%（以中国证券监督管理委员会的核准或证券交易所审核同意为准）。本次公开发行股票预计采用公开发行新股及公司股东公开发售股份方式。公司股东公开发售股份的数量不超过 2,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。公司将根据发行市场情况和本次投资项目资金需求量等具体情况，并根据通过向网下投资者询价情况，与主承销商协商确定最终发行数量。
- 公开发售股份安排：公司优先进行新股发行，新股发行数量不超过 12,833.30 万股。若预计新股发行募集资金额（扣除新股发行的发行费用）超过募投项目所需资金总额，且存在自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者，在符合法律、法规、规范性文件规定以及监管部门要求的前提下，根据超过募投项目资金总额的情况、发行价格、发行人的实际资金需求、投资者认购情况，公司原股东可适当公开发售一定数量的股份。公司股东公开发售股份的数量不超过 2,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。若涉及公司股东公开发售股份，则由公司股东重望耀晖将其所持公司股份中的部分股份予以公开发售。公司和重望耀晖按照新股发行数量和股东公开发售股份数量

的相对比例分摊承销费。其他与本次发行相关的费用由公司承担。新股发行所得资金归公司所有；公司股东公开发售股份所得资金归股东所有，不归公司所有。新股发行与公司股东公开发售股份的实际发行总量为本次公开发行股票的数量不超过 12,833.30 万股。

每股面值：1.00 元

每股发行价格：【】元

预计发行日期：【】年【】月【】日

拟上市的证券交易所：深圳证券交易所

发行后总股本：【】股

本次发行前股东所持股份的流通限制及期限、股东对所持股份自愿锁定的承诺：

本公司控股股东复元商贸承诺：如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项，自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，公司不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；发行人首次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者首次发行并上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，公司直接或间接所持股票的锁定期自动延长 6 个月；在发行人首次发行并上市后 3 年内，如果发行人股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于发行人上一会计年度末经审计的除权后每股净资产值，公司直接或间接所持股票的锁定期自动延长 6 个月；若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理。

本公司实际控制人、担任公司董事长、高级管理人员

的冯永林承诺：一、如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项，发行人股票在证券交易所上市，自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后，在本人担任发行人董事、高级管理人员期间内每年转让的发行人股份不超过所持有的发行人股份总数的 25%；在本人离职后半年内，将不会转让所持有的发行人股份，在本人申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票的数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。二、在上述锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；发行人首次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者首次发行并上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持股票的锁定期自动延长 6 个月；在发行人上市后 3 年内，如果发行人股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于发行人上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，本人所持股票的锁定期自动延长 6 个月；若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理。本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

本公司股东重望耀晖、股东汇元投资、股东原元投资、股东光元投资承诺：如果证券监管部门核准发行人首次公开并上市事项，自发行人股票上市之日起 12 个月内，本公司/企业不转让或者委托他人管理本公司/企业持有的发行人首次发行并上市前已发行的股份，也不由发行人回购本公司/企业持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股

份。

担任公司董事，并间接持有公司股份的谢秋林；担任公司董事的马晖；担任公司董事、高级管理人员，并间接持有公司股份的李柏峰、王永兴、张黎；担任公司独立董事的康雁、郝颖、马赞；担任公司高级管理人员，并间接持有公司股份的王义均、肖远照承诺：如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项，发行人股票在证券交易所上市，自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后，在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的发行人股份不超过所持有的发行人股份总数的 25%；在本人离职后半年内，将不会转让所持有的发行人股份，在本人申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票的数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。在上述锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；发行人首次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者首次发行并上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持股票的锁定期自动延长 6 个月；在发行人上市后 3 年内，如果发行人股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于发行人上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，本人所持股票的锁定期自动延长 6 个月；若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理。本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

担任公司监事，并间接持有公司股份的陈治芳、魏军；

担任公司监事的张翼承诺：如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项，发行人股票在证券交易所上市，自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后，在本人担任发行人监事期间内每年转让的发行人股份不超过所持有的发行人股份总数的 25%；在本人离职后半年内，将不会转让所持有的发行人股份，在本人申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票的数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

保荐人及主承销商

中国国际金融股份有限公司

招股说明书签署日期：

【】年【】月【】日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《中华人民共和国证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

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

重大事项提示

公司特别提请投资者注意以下重大事项及风险，并认真阅读“风险因素”章节的全文。

一、股东关于所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

本公司控股股东复元商贸承诺：如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项，自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；在发行人首次发行并上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者首次发行并上市后六个月期末收盘价低于发行价，则直接或间接所持股票的锁定期自动延长六个月；在发行人首次发行并上市后 3 年内，如果发行人股票连续二十个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于发行人上一会计年度末经审计的除权后每股净资产值，则直接或间接所持股票的锁定期自动延长六个月；若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理。

本公司实际控制人、担任公司董事及高级管理人员的冯永林承诺：如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项，发行人股票在证券交易所上市，自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后，在本人担任发行人董事、高级管理人员期间内每年转让的发行人股份不超过所持有的发行人股份总数的 25%；在本人离职后半年内，将不会转让所持有的发行人股份，在本人申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票的数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。在上述锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；发行人首次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者首次发行并上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持股票的锁定期自动延长 6 个月；在发行人上市后 3 年内，如果发行人股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，

不包括大宗交易) 低于发行人上一会计年度经审计的除权后每股净资产值, 本人所持股票的锁定期自动延长 6 个月; 若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的, 上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理。本人不因职务变更、离职等原因, 而放弃履行上述承诺。

本公司股东重望耀晖、汇元投资、原元投资、光元投资承诺: 如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项, 自发行人股票上市之日起十二个月内, 不转让或者委托他人管理该公司持有的发行人首次发行并上市前已发行的股份, 也不由发行人回购该公司持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

担任公司董事, 并间接持有公司股份的谢秋林; 担任公司董事的马晖; 担任公司董事、高级管理人员, 并间接持有公司股份的李柏峰、王永兴、张黎; 担任公司独立董事的康雁、郝颖、马赞; 担任公司高级管理人员, 并间接持有公司股份的王义均、肖远照承诺: 如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项, 自发行人股票上市之日起十二个月内, 不转让或者委托他人管理在发行人首次发行并上市前持有的发行人股份, 也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后, 在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的发行人股份不超过所持有的发行人股份总数的 25%; 在本人离职后半年内, 将不会转让所持有的发行人股份, 在本人申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票的数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。在上述锁定期满后两年内减持股票的, 减持价格不低于首次发行并上市的发行价; 在发行人首次发行并上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价, 或者首次发行并上市后六个月期末收盘价低于发行价, 则所持股票的锁定期自动延长六个月; 在发行人首次发行并上市后 3 年内, 如果发行人股票连续二十个交易日除权后的加权平均价格(按当日交易数量加权平均, 不包括大宗交易) 低于发行人上一会计年度未经审计的除权后每股净资产值, 则直接或间接所持股票的锁定期自动延长六个月; 若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的, 上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理。本人不因职务变更、离职等原因, 而放弃履行上述承诺。

担任公司监事, 并间接持有公司股份的陈治芳、魏军; 担任公司监事的张翼承诺: 如果证券监管部门核准发行人首次发行并上市事项, 发行人股票在证券交易所上市, 自发行人首次发行并上市的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内, 本人不转让或者委

托他人管理在发行人首次发行并上市前本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。在上述锁定期满后，在本人担任发行人监事期间内每年转让的发行人股份不超过所持有的发行人股份总数的 25%；在本人离职后半年内，将不会转让所持有的发行人股份，在本人申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票的数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过 50%。本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

二、关于公司稳定股价的预案及相关承诺

（一）稳定股价的预案

根据发行人 2016 年 1 月 17 日召开的 2016 年第一次临时股东大会审议通过的《关于股份发行上市后稳定公司股价的预案》的议案，公司稳定股价的预案如下：

1、稳定公司股价的原则

公司将正常经营和可持续发展，为全体股东带来合理回报。为兼顾全体股东的即期利益和长远利益，有利于公司健康发展和市场稳定，当公司股价出现需启动股价稳定措施的具体条件时，根据《公司法》、《证券法》及证监会颁布的规范性文件的相关规定，并根据公司实际情况，公司或有关方将启动有关稳定股价的措施，以维护市场公平，切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益。

2、启动股价稳定措施的具体条件

公司启动股价稳定措施的具体条件为：公司自上市之日起三年内出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整，下同）情况。

当公司或有关方采取稳定股价措施后，公司股票若连续 10 个交易日均价高于公司最近一期经审计的每股净资产或者继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件，则可终止稳定股价措施。

3、可采取的具体措施

当上述股价稳定措施启动的具体条件成就时，公司应根据市场情况、公司财务状况

和未来发展等因素，按顺序采取下列措施稳定公司股价：

（1）公司回购股份

公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律法规及规范性文件规定的前提下，以公司自有资金回购公司股份以稳定股价。

公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金净额。

公司在股价稳定措施启动后的回购期内，用于回购的资金总额将根据公司当时股价情况及公司资金状况等，由股东大会最终审议确定，回购股份的数量以回购期满时实际回购的股份数量为准，公司每次用于回购股份的资金不得低于人民币 1,000 万元且单次及/或连续十二个月回购公司股份数量不超过公司股本总额的 2%。

（2）公司控股股东增持公司股份

公司启动股价稳定措施后，但是公司股东大会做出不回购股份的决议、公司回购股份方案实施期限届满之日起公司股票连续 20 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期经审计的每股净资产或公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发的情况下，公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持。

公司控股股东股价稳定措施启动后的增持期限内，增持股份总金额累计不少于 1,000 万元且单次及/或连续十二个月回购公司股份数量不超过公司股本总额的 2%。

公司控股股东增持公司股份后，自增持股份之日起六个月内不得转让其所持有的公司股份，包括其增持前持有的公司股份。

（3）公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员增持公司股份

当公司控股股东增持股份方案实施期限届满之日起公司股票连续 20 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期经审计的每股净资产或公司控股股东回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发的情况下，公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》等相关法律法规及规范性文件规定的前提下，以自有或自筹资金对公司股份进行增持，以稳定股价。

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员稳定措施启动后的增持期限内，增持

股份总金额累计不低于该等人员上一会计年度从公司处领取的税前薪酬总额的 30%，单一年度内累计增持股份总金额不超过该等人员上一会计年度从公司处领取的税前薪酬总额。

公司在未来三年内聘任新的董事（不包括独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已做出的相关承诺。

（4）其他法律、法规以及中国证监会、证券交易所规定允许的措施。

4、稳定股价措施的实施程序

为实现稳定股价目的，公司回购股份和控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持股份应符合中国证监会、证券交易所的相关规定，且不会导致公司的股权分布不符合上市条件，并按照相关规定的要求履行有关回购股份或增持股份的具体程序，及时履行相应的信息披露义务。

（1）公司回购的实施程序

当达到启动股价稳定措施的具体条件时，公司应在 10 个交易日内召开董事会作出回购股份的决议，但需事先征求独立董事和监事会的意见，独立董事应对公司回购股份的具体方案发表独立意见，监事会应对公司回购股份的具体方案提出审核意见。

公司回购股份的具体方案经半数以上独立董事及监事会审核同意，并经董事会审议通过后 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并提请股东大会审议。公司对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司回购应在公司股东大会决议作出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕并在 2 个工作日内公告。

公司回购的股份将于回购期届满或者回购方案实施完毕后依法注销，并办理工商变更登记手续，其他未尽事宜按照相关法律法规的规定执行。

（2）控股股东及董事、高级管理人员增持公司股份的实施程序

控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持股份，应在增持启动条件触发之日起 5 个交易日内，将其增持公司股份的具体计划书面通知公司，由公司在其增持前 2 个交易日内进行公告。

控股股东及董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在增持公告作出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

公司控股股东未按本预案启动增持或未按预案执行的，应将当年度的全部分红款项作为其违反承诺惩罚款，直接由公司扣缴；公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员未按本预案启动增持或未按该预案执行的，则自愿将该年度的董事津贴或高级管理人员除基本工资外的其他奖金或津贴作为其违反承诺惩罚款，直接由公司扣缴。

（二）发行人及实际控制人、控股股东、董事（不包括独立董事）及高级管理人员的承诺

本公司及实际控制人、控股股东、董事（不包括独立董事）及高级管理人员承诺，如果首次公开发行上市后三年内公司股价出现低于每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案，具体如下：

1、启动股价稳定措施的具体条件

（1）预警条件：当公司股票连续 5 个交易日的收盘价低于每股净资产的 120% 时，在 10 个工作日内召开投资者见面会，与投资者就上市公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通；

（2）启动条件：当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司上一会计年度末经审计的每股净资产时（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/年末公司股份总数，下同），若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整；

（3）停止条件：在上述第 2 项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施稳定股价措施。

上述第 2 项稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述第 2 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司将按下列顺序及时采取部分或全部措施稳定公司股价：

（1）由公司回购股票

公司在满足以下条件的情形履行上述回购义务：

- ①回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②回购价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格；及
- ③单次用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%。

公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内启动董事会会议程序讨论具体的回购方案，并提交股东大会审议。具体实施方案将在公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。如果回购方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括公司实施稳定股价措施期间及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度未经审计的每股净资产的情形），公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但单一会计年度累计用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（2）实际控制人（或促使控股股东）增持

实际控制人（或促使控股股东）将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定公司股价的措施，增持公司股份，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

实际控制人（或促使控股股东）在满足以下条件的情形履行上述增持义务：

- ①增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。
- ②增持价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格。
- ③单次用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东、实际控制人及其控制的企

业累计从公司所获得现金分红金额的 20%。

④累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东、实际控制人及其控制的企业累计从公司所获得现金分红金额的 50%。

⑤公司以回购公众股作为稳定股价的措施未实施，或者公司已采取回购公众股措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度末经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，实际控制人（或促使控股股东）将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

控股股东、实际控制人将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内向公司提交增持计划并公告。控股股东、实际控制人将在公司公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告控股股东、实际控制人增持计划后 10 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，或者继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件时，或者继续增持股票将导致将迫使公司控股股东、实际控制人履行要约收购义务，控股股东、实际控制人可不再实施上述增持公司股份的计划。

（3）董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定公司股价的措施，增持公司股份，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

董事（不包括独立董事）、高级管理人员在满足以下条件的情形履行上述增持义务：

①增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

②增持价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格。

③单次用于增持的资金金额不超过董事、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬及津贴总和的 20%。

④单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司领取税后薪酬及

津贴总和的 50%。

⑤如公司已采取回购公众股措施且控股股东、实际控制人已采取增持股份措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，董事（不包括独立董事）、高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

董事（不包括独立董事）、高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内向公司提交增持计划并公告。董事（不包括独立董事）、高级管理人员将在公司公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持计划后 10 个工作日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，董事（不包括独立董事）、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。

三、关于不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏的承诺

发行人承诺：招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，若本公司已公开发行股份但未上市，自中国证监会依法对上述事实作出认定或处罚决定后六十个工作日内，本公司将依法按照发行价加计银行同期存款利息回购本次公开发行的全部新股；若本公司已公开发行股份并上市，自中国证监会依法对上述事实作出认定或处罚决定后六十个工作日内，本公司将依法回购首次发行并上市的全部新股，回购价格以发行价和二级市场价格孰高为准。如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，公司自愿无条件地遵从该等规定。

发行人控股股东复元商贸、实际控制人冯永林、股东重望耀晖承诺：招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是

否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将在中国证监会对上述事项做出有法律效力的认定后六十日内启动依法购回发行人首次发行并上市时公开发售股份的工作，督促发行人依法回购首次发行并上市的全部新股，并在前述期限内启动依法购回已转让的原限售股份工作。购回价格以发行人股票发行价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前三十个交易日发行人股票交易均价的孰高者确定。如遇除权除息事项，上述发行价格及购回股份数量应作相应调整。如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人/公司将依法赔偿投资者损失。若本人/公司违反上述承诺，则将在违反上述承诺发生之日起五个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时本人/公司持有的发行人股份将不得转让，直至本人/公司按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人/公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人/公司自愿无条件地遵从该等规定。

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。将在中国证监会对上述事项做出有法律效力的认定后六十日内依法赔偿投资者损失。如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取薪酬或津贴，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

发行人保荐机构中国国际金融股份有限公司承诺：如因其未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，其将按照有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决，依法赔偿投资者损失。

发行人律师北京市安新律师事务所承诺：本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，

并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人申报会计师普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)承诺：对普华永道于 2017 年 7 月 20 日出具的普华永道中天审字(2017)第 11054 号审计报告、于 2017 年 7 月 20 日出具的普华永道中天特审字(2017)第 2142 号内部控制审核报告及于 2017 年 7 月 20 日出具的普华永道中天特审字(2017)第 2146 号非经常性损益明细表专项报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任、包括如果上述报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人申请首次公开发行并上市的评估机构重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司承诺：本机构及签字注册评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

四、持股5%以上股东的持股意向及减持意向的承诺

持股 5% 以上的股东复元商贸就持股意向及减持意向的承诺：对于首次发行并上市前持有的公司股份，复元商贸将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售首次发行并上市前持有的公司股份（首次发行并上市中公开发售的股份除外）。复元商贸保证减持时遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所有关法律、法规的相关规定，并提前三个交易日公告。如未履行上述承诺出售股票，复元商贸将该部分出售股票所取得的收益（如有），上缴公司所有。在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；减持将综合考虑各方因素逐步进行，在符合法律法规相关规定和监管部门要求的前提下，数量以不超过持有发行人股票数量的 5% 为限。

持股 5% 以上的股东重望耀晖就持股意向及减持意向的承诺：对于首次发行并上市前持有的公司股份，重望耀晖将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售首次发行并上市前持有的公司股份（首次发行并上市中公开发售的股份除外）。重望耀晖保证减持时遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所有关法律、法规的相关规定，并提前三个交易日公告。如未履行上述承诺出售股票，重望耀晖将该部分出售股票所取得的收益（如有），上缴公司所有。

间接持股 5% 以上的股东 Better Lead 就减持其持有的发行人首次发行并上市后股份事宜承诺如下：在法定锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于减持时发行人上一年度经审计财务报表每股净资产价格；减持将综合考虑各方因素逐步进行，在符合法律法规相关规定和监管部门要求的前提下，数量以不超过持有发行人的股票数为限。本公司每一次减持公司股份前，若减持前持有公司 5% 以上股份，将根据届时有效的《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告[2013]42 号）的规定提前三个交易日予以公告。若减持前对公司的持股比例少于 5%，或该等规定有所调整，则按照届时相关法律、法规、交易规则的规定进行减持。

间接持股 5% 以上的股东谢秋林就减持其持有的发行人首次发行并上市后股份事宜承诺如下：在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于首次发行并上市的发行价；减持将综合考虑各方因素逐步进行，在符合法律法规相关规定和监管部门要求的前提下，数量以不超过持有发行人可转让的股票数为限。

五、公司及其控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员相关承诺的约束措施

公司及其控股股东、实际控制人以及全体董事、监事、高级管理人员承诺就公司申请首次公开发行股份过程中做出的各项公开承诺接受以下约束措施：及时、充分披露其承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益；将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；公司违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿；其他责任主体违反承诺所得收益将归属于公司，因此给公司或投资者造成损失的，将依法对公司或投资者进行赔偿；若本公司/本人在相关承诺中已明确了约束措施的，以相关承诺中的约束措施为准。

六、本次股东公开发售股份事项对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响

根据公开发售方案，发行人本次发行新股数量与发行人股东公开发售股份数量之和不超过 12,833.30 万股。根据公司 2017 年第一次临时股东大会决议，若预计新股发行募

集资金额（扣除新股发行的发行费用）超过募投项目所需资金总额，且存在自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者，在符合法律、法规、规范性文件规定以及监管部门要求的前提下，根据超过募投项目资金总额的情况、发行价格、发行人的实际资金需求、投资者认购情况，符合条件的股东重望耀晖将其所持公司股份中的部分股份予以公开发售，公开发售股份的数量不超过 2,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。若涉及重望耀晖公开发售股份，公开发售股份后公司股权结构将不会发生重大变动，公司控股股东仍为复元商贸，实际控制人仍为冯永林。本次公开发售股份不会对发行人股权结构、治理结构以及生产经营等产生重大影响。

七、发行前滚存利润分配方案

公司于 2016 年 1 月召开 2016 年第一次临时股东大会通过决议，同意公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润由本次发行并上市后的所有新老股东按其各自持股比例共享。

八、发行后公司股利分配政策和未来三年分红规划

根据发行人于 2016 年 1 月 17 日召开的 2016 年第一次临时股东大会审议通过的《重庆百亚卫生用品股份有限公司未来三年（2015 年度-2017 年度）股东回报规划》，本公司发行上市后的利润分配政策和未来三年分红规划如下：

1、利润分配的原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

2、决策机制与程序：公司的利润分配政策和具体股利分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配政策、股利分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见，具体如下：

（1）董事会制订年度利润分配方案、中期利润分配方案，利润分配方案中应说明当年未分配利润的使用计划。独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立意见，公告董事会决议时应同时披露独立董事的审核意见；

（2）董事会审议通过利润分配方案后报股东大会审议批准，股东大会审议利润分配方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

3、利润的分配形式：公司可采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利。

公司将优先考虑采取现金方式分配股利；若公司增长快速，在考虑实际经营情况的基础上，可采取股票或者现金股票相结合的方式分配股利。

4、现金分红：公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的10%；如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计提。公司在当年度实施股票回购所支付的现金视同现金股利。

5、利润分配的期间间隔：原则上公司应按年将可供分配的利润进行分配，公司也可以进行中期现金分红。

九、特别风险提示

（一）品牌形象受损风险

品牌形象对卫生用品公司而言至关重要，是影响消费者购买选择的重要因素。公司“自由点”、“妮爽”和“好之”品牌在公司的主要销售区域具有较高的知名度和美誉度，受到消费者的青睐。如果出现不法厂商仿制、仿冒公司产品进行非法生产销售，或被他人采取不正当竞争手段恶意抹黑或诋毁，公司的品牌形象和美誉将遭受损害，消费者对公司的消费意愿也可能下降，从而对发行人的经营造成不利影响。

（二）销售区域集中的风险

公司业务和品牌发源地为重庆，在川渝地区卫生用品市场具有较高的知名度和市场影响力。随着品牌影响力的提升和业务规模的扩大，公司加大了川渝地区以外市场的开拓力度，但在新进入的市场区域，公司尚处于品牌培育和营销网络建设的初期，新区域消费者对公司品牌的认知和消费需求的释放尚需一定时间。公司仍存在销售区域相对集中的风险，一旦该区域市场竞争加剧或消费需求减少，将对公司经营业绩产生较大的不利影响。

（三）预付账款无法兑现的风险

公司的预付账款主要为供应商材料款。公司为了提前锁定汇率变动及原材料价格波动的风险，存在与供应商签订长期供应合同并支付一定预付款项的情况。公司对预付款项的支付有严格的内部审批程序，会综合考虑供应商的合作年限、资质、信用情况等因素决定预付资金的额度和支付期限。

上海凯琳进出口有限公司是国内从事浆板进口贸易的主要企业之一，与包括发行人

在内的多家国内主要卫生用品生产企业保持常年合作关系。公司与上海凯琳进出口有限公司签订长期原材料供货合同，为了提前锁定汇率变动及原材料价格波动的风险，向该公司预付原材料货款。2014 年，上海凯琳进出口有限公司因经营不善，无法有效履行供货合同。上述事件发生后，公司采取了多种措施，尽可能向上海凯琳进出口有限公司追回预付资金或要求对方恢复浆板供应，但仍然造成 2014 年共计 955.77 万元预付款无法兑现。基于谨慎性原则，公司管理层对上海凯琳经营状况评估后，对其预付的 955.77 万元材料款余额重分类至其他应收款，并全额计提了坏账准备。

公司目前已进一步加强了供应商管理和预付款风险控制管理，但未来仍不排除由于供应商自身经营原因造成预付账款无法兑现，从而对公司经营业绩造成不利影响的风险。

十、本次发行对即期回报的影响及发行人拟采取措施

（一）本次发行对公司每股收益的影响

根据公司的合理估计，公司本次发行募集资金到位当年，基本每股收益和稀释每股收益以及扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益均存在较上一年下降的趋势。

（二）本次发行的必要性和合理性

公司募集资金投资项目达产后，能够促使公司实现扩能增效；优化产品结构；完善营销网络及信息系统，助力业务发展。本次发行将持续增强公司的整体竞争力。本次募集资金项目经过充分论证，具有良好的发展前景。在募集资金项目建设期，由于项目尚未达产，公司每股收益、净资产收益率在短期内将有所下降，但随着项目陆续投产和业务规模的扩大，公司的经营规模和盈利能力将得到稳步的提升。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司成立以来一直致力于一次性卫生用品的研发、生产和销售。本次募集资金投资项目全部围绕公司的主营业务和发展战略展开，一方面扩大公司原有中高端品牌“自由点”卫生巾的产能，实现规模效益，另一方面新引入学步裤和成人纸尿裤生产线，丰富公司产品结构，提升公司盈利水平。此外还将拓展公司在全国范围内的销售网络，并优化公司信息系统，持续增强公司的整体竞争力。

（四）公司从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司本次募集资金投资项目全部围绕主营业务和发展战略展开，在人员、技术、市场等方面均有较好的储备基础。

在人员储备方面，公司凝聚了一支致力于发展本土一次性卫生用品品牌、富有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，并建立了有竞争力的人才引进、培养、激励、晋升发展体系，不断从外部引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，保障公司拥有充足的人才储备，为健康发展打下了基础。

在研发技术方面，公司十分注重自主创新和研发，针对女性、婴幼儿和成人用户的生理特点、使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，以市场为导向的研发能力日益强大。公司拥有丰富的技术积累，并拥有一支经验丰富的专职研发团队，未来还将进一步加大专业化研发的力度。

在市场渠道方面，公司实施了“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，采取经销和直营相结合的销售模式，建立和不断拓展销售渠道，覆盖了全国绝大部分省区，并以川渝地区、云贵陕地区和两湖地区为主要销售区域，为新增产能和未来增长奠定了良好的基础。

（五）公司对保证此次募集资金有效使用、防范本次发行摊薄即期回报拟采取的措施

公司主营业务为一次性卫生用品的研发、生产和销售，产品包括卫生巾和纸尿裤。根据尼尔森商超渠道销售额统计¹，公司名列卫生巾市场份额全国第七、纸尿裤市场份额全国第七，在川渝地区公司卫生巾产品 2014 年、2015 年、2016 年连续三年市场份额排名第二，处于行业领先地位，业务发展态势良好。公司现有业务面临的主要风险详见本招股说明书“第四章风险因素”。

为保证募集资金有效使用，防范经营风险和即期回报被摊薄的风险，提高未来回报能力，公司将采取以下具体措施以提高公司综合竞争力、提升整体盈利能力，控制公司经营和管控风险，维护和增加对股东的回报：

（1）积极稳妥的实施募集资金投资项目

¹《尼尔森 2016 年全国商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》、《尼尔森 2016 年全国商超渠道婴儿纸尿裤主要厂商销售额份额及排名》、《尼尔森 2016 年川渝商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》

本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化产能，拓展营销网络，进一步提高公司综合竞争力，提升在一次性卫生用品市场的市场地位，进一步扩大品牌影响力，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

（2）加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。

另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（3）在符合利润分配条件情况下，强化投资者回报机制

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《重庆百亚卫生用品股份有限公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司2016年第一次临时股东大会审议通过了公司董事会制订的《重庆百亚卫生用品股份有限公司未来三年（2015年度-2017年度）股东回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排，建立起健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后，公司将按照相关法律法规、《公司章程》、《未来三年(2015-2017年)股东回报规划》的规定，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

（六）相关责任主体关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

1、公司董事及高级管理人员承诺

公司全体董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，具体如下：

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

(3) 不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

(4) 由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(5) 拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

2、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东复元商贸、实际控制人冯永林承诺：在任何情况下，将不会越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

上述填补摊薄即期回报的措施已经公司 2016 年 1 月 2 日召开的第一届董事会第四次会议及 2016 年 1 月 17 日召开的 2016 年第一次临时股东大会审议通过。公司提请投资者注意，公司制定的上述填补摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。公司将在未来上市后定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

（七）保荐机构对发行人填补被摊薄即期回报的措施的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人针对填补被摊薄即期回报的措施分别召开了第一届董事会第四次会议、2016 年第一次临时股东大会，履行了必要的程序。发行人制定了具体的填补被摊薄即期回报的措施，公司董事、高级管理人员分别对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出了的承诺，相关承诺主体对违反承诺制定了处理机制。发行人填补被摊薄即期回报的措施符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》中关于保护投资者权益的规定。

目录

第一章 释义	31
第二章 概览	39
一、发行人概况.....	39
二、发行人控股股东及实际控制人.....	40
三、发行人主要财务数据.....	40
四、本次发行概况.....	42
五、募集资金用途.....	43
第三章 本次发行概况	44
一、本次发行基本情况.....	44
二、本次发行的有关当事人.....	46
三、有关本次发行上市的重要日期.....	48
第四章 风险因素	49
一、行业及市场风险.....	49
二、业务经营风险.....	50
三、财务风险.....	52
四、募集资金投资项目风险.....	54
五、实际控制人控制的风险.....	54
第五章 发行人基本情况	55
一、发行人基本情况.....	55
二、发行人改制重组及设立情况.....	55
三、发行人股本形成及变化情况.....	57
四、发行人搭建红筹结构及解除过程.....	69
五、发行人重大资产重组情况.....	72
六、历次验资情况.....	74
七、公司设立时发起人投入资产的计量属性.....	75
八、发行人的组织结构.....	75
九、发行人分公司、控股和参股子公司情况简介.....	79

十、发起人、持有公司 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况	79
十一、发行人股本情况.....	88
十二、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况	89
十三、发行人员工及社会保障情况.....	90
十四、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况	98
第六章 业务与技术	100
一、发行人主营业务和产品及设立以来的变化情况.....	100
二、发行人所处行业的基本情况.....	100
三、本公司在行业中的竞争地位.....	116
四、本公司主营业务的具体情况.....	125
五、公司主要固定资产及无形资产情况.....	187
六、发行人取得的生产经营方面的许可证.....	208
七、发行人核心技术与研发情况.....	208
八、发行人产品质量控制情况.....	213
第七章 同业竞争与关联交易	216
一、发行人的独立性.....	216
二、同业竞争.....	217
三、关联方、关联关系和关联交易.....	218
四、规范关联交易的制度安排.....	225
五、报告期内关联交易决策程序的执行情况.....	232
第八章 董事、监事与高级管理人员	235
一、董事、监事与高级管理人员概况.....	235
二、本公司董事、监事及高级管理人员个人投资情况.....	242
三、本公司董事、监事及高级管理人员薪酬情况.....	245
四、本公司与董事、监事及高级管理人员的有关协议及重要承诺.....	246
五、公司的董事、监事及高级管理人员相互之间的亲属关系.....	246
六、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	246

七、报告期内本公司董事、监事及高级管理人员变动情况.....	246
第九章 公司治理结构	250
一、概述.....	250
二、股东大会制度建立健全及运行情况.....	250
三、董事会制度建立健全及运行情况.....	255
四、监事会制度建立健全及运行情况.....	262
五、独立董事制度.....	265
六、董事会秘书.....	267
七、本公司报告期内违法违规情况.....	268
八、本公司报告期内资金占用和对外担保情况.....	268
九、内部控制制度的评估意见.....	271
第十章 财务会计信息	274
一、财务会计报表.....	274
二、财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明.....	277
三、合并财务报表范围和主要控股子公司情况.....	278
四、主要会计政策及会计估计、确定依据及关键假设.....	278
五、营业收入分部报告.....	294
六、非经常性损益表.....	294
七、主要资产情况.....	295
八、主要负债情况.....	296
九、股东权益情况.....	297
十、现金流量情况.....	299
十一、财务报表附注中的重要事项.....	299
十二、主要财务指标.....	301
十三、资产评估情况.....	303
十四、验资情况.....	303
第十一章 管理层讨论与分析	304
一、财务状况分析.....	304
二、盈利能力分析.....	336

三、现金流量分析.....	377
四、资本性支出.....	381
五、重大会计政策或会计估计与同行业上市公司的差异分析.....	381
六、重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项.....	382
七、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	382
八、股东未来分红回报规划及安排.....	383
九、本次发行对即期回报的影响及发行人拟采取措施.....	384
第十二章 业务发展目标	389
一、发行人未来三年的发展规划和发展目标.....	389
二、具体经营计划.....	389
三、发展计划的假设条件及将面临的困难.....	391
四、业务发展计划与现有业务的关系.....	392
五、本次募集资金对实现业务目标的作用.....	392
第十三章 募集资金运用	394
一、募集资金运用概况.....	394
二、募集资金投资项目与现有业务的关系.....	396
三、募集资金投资项目的具体情况.....	397
四、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响.....	415
第十四章 股利分配政策	417
一、发行人的股利分配政策.....	417
二、发行人最近三年股利的分配情况.....	417
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	418
四、本次发行上市后的股利分配政策及具体规划.....	418
第十五章 其他重要事项	422
一、信息披露与投资者服务.....	422
二、重大合同.....	422
三、对外担保情况.....	426
四、重大诉讼、仲裁事项.....	426
五、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁.....	426

第十六章董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	428
第十七章 备查文件	438
一、本招股说明书的备查文件.....	438
二、查阅时间.....	438
三、查阅地点.....	438

第一章 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列缩略语和术语具有如下含义：

一、一般词汇

本公司、公司、发行人、股份公司、重庆百亚	指	重庆百亚卫生用品股份有限公司
A 股	指	获准在境内证券交易所上市、以人民币标明面值、以人民币认购和进行交易的普通股股票
本次发行	指	发行人本次向中国证券监督管理委员会申请在境内首次公开发行不超过 12,833.30 万股人民币普通股（A 股）的行为
本次发行上市	指	发行人本次向中国证券监督管理委员会申请在境内首次公开发行不超过 12,833.30 万股人民币普通股（A 股）并于深圳证券交易所挂牌交易的行为
招股说明书	指	《重庆百亚卫生用品股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书》
百亚有限	指	重庆百亚卫生用品有限公司，为发行人前身
复元商贸	指	重庆复元商贸有限公司
重望耀晖	指	重望耀晖投资有限公司（Firm Hope Investment Limited），一家设立于香港的有限公司
锐进公司	指	锐进有限公司（Acute Advance Limited），一家设立于开曼群岛的有限公司
兆富贸易	指	兆富贸易有限公司（Mega Fortune Trading Limited），一家设立于英属维尔京群岛的有限公司

Better Lead	指	Better Lead Investments Limited, 一家设立于英属维尔京群岛的有限公司
飞耀公司	指	飞耀有限公司 (Shine Soar Limited), 一家设立于英属维尔京群岛的有限公司
骏海公司	指	骏海有限公司 (Junhai Limited), 一家设立于英属维尔京群岛的有限公司
New Horizon	指	New Horizon Capital III, L.P., 一家开曼群岛有限合伙企业, 主要从事股权投资
BVI	指	英属维尔京群岛, The British Virgin Islands
开曼	指	开曼群岛, Cayman Islands
汇元投资	指	克拉玛依汇元股权投资企业 (有限合伙)
光元投资	指	克拉玛依光元股权投资企业 (有限合伙)
原元投资	指	克拉玛依原元股权投资企业 (有限合伙)
吉尔商贸	指	重庆吉尔商贸有限公司
重庆丝爽	指	重庆丝爽卫生用品有限公司, 为吉尔商贸的前身
普兆恒益	指	重庆普兆恒益投资有限公司
雅域商贸	指	重庆雅域商贸发展有限公司
福建培新	指	福建培新机械制造实业有限公司
中顺洁柔	指	中顺洁柔纸业股份有限公司
恒安国际	指	恒安国际集团有限公司
维达国际	指	维达国际控股有限公司
上海凯琳	指	上海凯琳进出口有限公司
《资产转让协议》	指	重庆丝爽与百亚有限公司于 2010 年 12 月 5 日签署的《重庆丝爽卫生用品有限公司与重庆百亚卫生用品有限公司之资产转让协议》

发起人或发起人股东	指	复元商贸和重望耀晖
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家发改委	指	中华人民共和国发展与改革委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
质检总局	指	中华人民共和国质量监督检验检疫总局
卫生部	指	原中华人民共和国卫生部
卫计委	指	中华人民共和国卫生和计划生育委员会
财政部	指	中华人民共和国财政部
保荐人、主承销商	指	中国国际金融股份有限公司
普华永道、申报会计师	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙），发行人本次发行的审计机构、验资机构
安新、发行人律师	指	北京市安新律师事务所
开曼律师	指	汇嘉开曼群岛律师事务所
华康评估、资产评估机构	指	重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司
天健会计师事务所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）重庆分所
罗兵咸永道	指	罗兵咸永道会计师事务所， PricewaterhouseCoopers Certified Public Accountants
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（根据 2013 年 12 月 28 日第十二届全国人民代表大会常务委员第六次会议修正）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（根据 2014 年 8 月 31 日第十二届全国人民代表大会常务委员第十次会议修正）
《公司章程》	指	发行人现行有效的公司章程（经发行人 2015 年 8 月 10 日召开的创立大会审议通过，并先后经 2015 年 9 月 15 日召开的 2015 年第二次股东大会和 2015 年 11 月 21 日召开的 2015 年第三次股东大会审议修订）

《公司章程（草案）》	指	发行人为本次发行上市而制定的公司章程（经发行人 2016 年 1 月 17 日召开的 2016 年第一次临时股东大会审议通过，自发行人在深交所中小板上市之日起实施）
《企业会计准则》	指	财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定
报告期/最近三年	指	2016 年度、2015 年度、2014 年度，即自 2014 年 1 月 1 日起算、截至 2016 年 12 月 31 日
元/万元	指	人民币元/万元
股东大会	指	本公司股东大会
董事会	指	本公司董事会
监事会	指	本公司监事会
《股东大会议事规则》	指	《重庆百亚卫生用品股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《重庆百亚卫生用品股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《重庆百亚卫生用品股份有限公司监事会议事规则》
《关联交易管理制度》	指	《重庆百亚卫生用品股份有限公司关联交易管理制度》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》

二、专业词汇

GDP	指	国内生产总值(Gross Domestic Product)，在一定时期内（一个季度或一年），一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值
城镇化进程	指	农村人口不断向城镇转移，第二、三产业不断向城镇聚集的过程，也是使城镇数量增加、城镇规模扩大的一种历史过程
销售终端	指	指产品销售渠道的最末端，是商品与消费者面对面的展

		示和交易的场所
一线城市	指	在全国政治、经济等社会活动中处于重要地位并具有主导作用和辐射带动能力的大都市
二线城市	指	对本国的经济和社会具有较大影响作用的大都市，相对于一线城市影响小些，主要是地域性影响
三线城市	指	比较发达的中小城市，指有战略意义的中型城市和经济总量较大的小型城市
自主生产	指	利用自有工厂组织产品生产的生产模式
代工生产	指	委托方自行采购原材料，委托第三方生产企业按公司确定的质量标准进行加工生产，或由第三方生产企业按照委托方确定的质量标准采购原材料和加工生产，而委托方则专注于研发和销售等环节的生产模式
直营	指	公司直接与客户签订销售合同并通过代销等方式向其销售产品的销售模式
经销	指	公司与经销商签订销售合同，经销商向公司买断产品后销售给销售终端的销售模式
KA	指	重要客户（Key Account），对于公司来说 KA 即营业面积、客流量和发展潜力等方面均有很大优势的大型销售终端，包括永辉超市、沃尔玛、家乐福等
ERP 系统	指	建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台和企业资源计划系统
导购	指	在零售终端实地引导消费者，促成购买的工作人员
渠道	指	商品和服务从生产者向消费者转移过程的具体通道或路径
CP 活动	指	CP 是 customer promotion 的缩写，指安排促销人员在销

		售终端搭建简易促销台向消费者免费提供试用新产品或者赠品、向消费者介绍新产品，或者与消费者进行游戏互动等方法，促进消费者在某特定时间内购买的推广活动
迷你秀活动	指	指在销售终端的店内或店外，通过摆放三脚架、展架、悬挂吊旗、张贴地贴等搭建较复杂的促销台，向消费者展示公司产品及品牌形象的活动
大型路演推广活动	指	指在大型商超等人流密集的区域搭建舞台、配备音响、灯光等设备，聘请主持人及艺人向消费者展示公司品牌形象的大型推广活动
一次性卫生用品	指	具有纸制品属性的使用一次后即丢弃的、与人体直接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健（抗菌或抑菌）目的而使用的卫生用品，包括卫生巾（含护垫）、纸尿裤（含纸尿片）、成人失禁用品和湿巾
浆板	指	又名绒毛浆，经过漂白，抽出有机溶剂等操作后的木浆、草浆
高分子	指	全称高分子吸水树脂，是一种典型的功能高分子材料。它能吸收其自身重量数百倍、甚至上千倍的水，并具有很强的保水能力，所以它又被称为超强吸水剂或高保水剂
无纺布	指	由定向的或随机的纤维构成，是新一代环保材料，具有防潮、透气、柔韧、质轻、不助燃、容易分解、无毒无刺激性、色彩丰富、可循环再用等特点
膜	指	各类流延膜、PE 膜等膜材料的统称
无尘纸	指	一种干法非织造布
布伦特原油	指	布伦特原油指伦敦北海布伦特轻质原油，其价格常被作为国际原油贸易中的基准交易价格

大卖场	指	营业面积一般在 6,000 平米或以上的大型自选购物商场
大型连锁超市	指	营业面积至少 1,000 平米的自选购物商场
中小型超市	指	营业面积 1,000 平米以下的自选购物商场
食杂店	指	售卖至少一种食品类商品的自选或非自选购物商场
便利店	指	营业面积不超过 500 平米的自选购物商场
尼尔森	指	尼尔森公司是全球性的媒介和资讯集团，提供全球领先的市场资讯、媒介资讯、在线研究、移动媒体监测、商业展览服务以及其它相关服务。
学步裤	指	一种具有弹性腰围，贴合婴幼儿身体曲线，适合爬行、学步阶段婴幼儿穿戴的一次性婴儿纸尿裤
安睡裤	指	一种类似女性内裤样式的卫生巾产品
极薄卫生巾	指	厚度为 0.15cm 以下的卫生巾产品
护垫、卫生护垫	指	一种结构和功能与卫生巾相似，通常在女性经期前后量少时和非经期使用的外用生理卫生用品
纸尿片	指	简易式纸尿裤类产品，与纸尿裤相比，纸尿片价格较便宜，但吸水性、舒适度和防渗漏能力低于纸尿裤。
打样	指	根据客户的要求生产样品
老龄人口	指	65 岁及以上人口
信用期	指	企业允许顾客从购货到付款的时间，或者说是企业给予顾客的付款期间
赊销	指	以信用为基础的销售，卖方与买方签订购货协议后，卖方让买方取走货物，而买方按照协议在规定日期付款或分期付款形式付清货款的过程
生活用纸	指	为照顾个人居家、外出等所使用的各类卫生擦拭用纸，包括卷筒卫生纸、抽取式卫生纸、盒装面纸、袖珍面纸、

		纸手帕、餐巾纸、擦手纸、湿巾、厨房纸巾
第三方物流企业	指	以签署合同的方式，接受委托方物流外包工作，能够在物流各环节为委托方提供全面服务的物流配送提供商
宝洁	指	宝洁（中国）有限公司
尤妮佳	指	尤妮佳生活用品（中国）有限公司
沃尔玛	指	沃尔玛（中国）投资有限公司旗下的超市
家乐福	指	荷兰家乐福（中国）控股有限公司旗下在中国地区的超市
人人乐	指	人人乐连锁商业集团股份有限公司旗下的超市
新世纪百货	指	重庆商社新世纪百货有限公司旗下的超市
永辉超市	指	永辉超市股份有限公司旗下的超市
天猫、淘宝网	指	阿里巴巴集团旗下网上购物平台
京东商城	指	京东集团旗下网上购物平台
1 号店	指	沃尔玛百货有限公司旗下的网上购物平台
苏宁易购	指	苏宁云商集团股份有限公司旗下网上购物平台
麻柳新工厂项目	指	重庆百亚卫生用品股份有限公司位于重庆麻柳沿江开发区的新工厂建设项目

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二章 概览

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

一、发行人概况

（一）发行人基本情况

- 1、公司名称：重庆百亚卫生用品股份有限公司
英文名称：Chongqing Baiya Sanitary Products Co., Ltd.
- 2、法定代表人：冯永林
- 3、注册资本：38,500 万元人民币
- 4、重庆百亚卫生用品有限公司（发行人前身）设立时间：2010 年 11 月 29 日
- 5、整体变更设立股份有限公司时间：2015 年 9 月 11 日
- 6、公司住所：重庆市巴南区麻柳沿江开发区百亚国际产业园

（二）发行人主要业务

公司主营业务为一次性卫生用品的研发、生产和销售，产品包括卫生巾和纸尿裤。公司坚持多品牌差异化的发展战略，旗下拥有“自由点”、“妮爽”和“好之”三个品牌，为川渝地区一次性卫生用品行业的领先企业，致力于为消费者提供安全、舒适的高品质产品。

（三）发行人设立情况

2015 年 8 月 1 日，百亚有限股东复元商贸、重望耀晖签订《发起人协议》，同意将百亚有限整体变更设立为股份有限公司，以经“普华永道中天特审字[2015]第 1548 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 6 月 30 日的账面净资产 397,545,590 元按 1: 0.880402 的比例折合成 35,000 万股，每股面值人民币 1.00 元，净资产扣除总股本后的余额为 47,545,590 元转作资本公积，由各发起人按照该时点各自在百亚有限的出资比例持有相

应数额的股份。2015 年 9 月 11 日，本公司取得重庆市工商行政管理局颁发的《营业执照》（注册号：500000400056247）。本公司现持有加载统一社会信用代码的《营业执照》，统一社会信用代码为 9150011356560918XH。

二、发行人控股股东及实际控制人

截至本招股说明书签署日，复元商贸直接持有本公司 46.06%的股权，为公司的控股股东。冯永林通过复元商贸间接持有本公司 46.06%的股权，为公司的实际控制人，冯永林现任本公司董事长、总经理。

三、发行人主要财务数据

（一）资产负债表主要数据

单位：元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
流动资产	293,755,521	309,772,917	346,413,490
非流动资产	448,195,487	327,509,935	129,336,846
资产总计	741,951,008	637,282,852	475,750,336
流动负债	209,248,485	176,433,676	116,543,367
非流动负债	1,618,868	925,000	-
负债合计	210,867,353	177,358,676	116,543,367
股东权益合计	531,083,655	459,924,176	359,206,969
负债及股东权益合计	741,951,008	637,282,852	475,750,336

（二）利润表主要数据

单位：元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
营业收入	738,799,423	691,404,106	624,099,754
营业利润	77,519,614	66,404,839	69,622,094
利润总额	82,765,712	81,361,347	71,210,625
净利润	71,159,479	67,713,732	60,380,458
综合收益总额	71,159,479	67,713,732	60,380,458

项目	2016 年	2015 年	2014 年
归属于公司普通股股东的净利润	71,159,479	67,713,732	60,380,458
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	66,700,296	60,240,909	50,398,392

（三）现金流量表主要数据

单位：元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
经营活动产生的现金流量净额	98,545,290	118,173,632	5,875,480
投资活动产生的现金流量净额	-110,062,540	-74,467,433	113,526,800
筹资活动产生的现金流量净额	-4,491,320	19,669,803	-100,000,000
汇率变动对现金及现金等价物的影响	126,324	111,989	53,124
现金及现金等价物净增加额	-15,882,246	63,487,991	19,455,404
期末/年末现金及现金等价余额	153,989,745	169,871,991	106,384,000

（四）主要财务指标

财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	1.40	1.76	2.97
速动比率	1.08	1.36	2.37
资产负债率	28.42%	27.83%	24.50%
每股净资产（元）	1.38	1.19	1.89
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产比例	0.03%	0.05%	0.10%
财务指标	2016 年	2015 年	2014 年
应收账款周转率（次）	16.29	16.80	20.77
存货周转率（次）	5.39	5.14	5.45
息税折旧摊销前利润（万元）	9,740.55	9,115.06	8,132.80
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动的现金流量（元）	0.26	0.31	0.03
每股净现金流量（元）	-0.04	0.16	0.10

上述指标的计算公式如下：

1. 流动比率 = 流动资产 / 流动负债
2. 速动比率 = (流动资产 - 存货) / 流动负债

3. 资产负债率 = 总负债 / 总资产 × 100%
4. 每股净资产 = 归属于母公司的权益 / 公司设立后的股本总额
5. 无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例 = 无形资产（扣除土地使用权后） / 净资产
6. 应收账款周转率 = 主营业务收入 / 应收账款平均余额
7. 存货周转率 = 主营业务成本 / 存货平均余额
8. 息税折旧摊销前利润 = 利润总额 + 利息支出 + 折旧 + 摊销
9. 利息保障倍数 = 息税折旧摊销前利润 / 利息支出
10. 每股经营活动的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 公司设立后的股本总额
11. 每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 / 公司设立后的股本总额

四、本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A）股
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	拟公开发行不超过 12,833.30 万股，不超过本次发行并上市后总股本的 25%（以中国证券监督管理委员会的核准或证券交易所审核同意为准）。本次公开发行股票预计采用公开发行新股及公司股东公开发售股份方式。公司股东公开发售股份的数量不超过 2,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。公司将根据发行市场情况和本次投资项目资金需求量等具体情况，并根据通过向网下投资者询价情况，与主承销商协商确定最终发行数量。
每股发行价格	【】元
发行方式	采取网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，如中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所出台新规定，从其规定
发行对象	符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开立股票账户并符合深圳证券交易所中小板相关规定的境内自然人、法人和其他投资者（国家法律、法规及发行人须遵守的其他监管要求所禁止者除外）
承销方式	余额包销

本公司已经依法建立健全了股东大会、董事会、监事会等机构并制定了相应的议事规则及内部管理制度，本次发行不会导致本公司股权结构发生重大变化，不会导致本公司实际控制人发生变更，亦不会导致公司的董事及高级管理人员发生重大变化，因此，

本次公开发行不会对发行人的治理结构及生产经营构成重大影响。

五、募集资金用途

根据本公司第一届董事会第四次会议及 2016 年第一次临时股东大会批准，本次拟发行不超过 12,833.30 万股，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份，其中股东公开发售股份所得资金不归公司所有。募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资金额	拟用募集资金投入金额
1	百亚国际产业园产能扩建项目	26,747.84	26,747.84
2	营销网络拓展项目	5,963.87	5,963.87
3	信息系统建设项目	1,979.01	1,979.01
合计		34,690.72	34,690.72

本次募集资金投资项目已经公司第一届董事会第四次会议及 2016 年第一次临时股东大会审议通过，公司将严格遵循相关管理制度使用募集资金。

如实际募集资金不能满足拟投资项目所需的资金需求，不足部分由公司通过自筹方式解决。

在不改变上述投资项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际情况，对上述项目的投入顺序及拟投入募集资金金额进行适当调整。若实际募集资金扣除发行费用后不能满足上述项目的资金需求，则不足部分将由公司自筹解决。如果本次发行及上市募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

本次募集资金运用详细情况请参阅本招股说明书“第十三章募集资金运用”。

第三章 本次发行概况

一、本次发行基本情况

1. 股票种类：人民币普通股（A 股）
2. 每股面值：1.00 元
3. 发行规模：拟公开发行不超过 12,833.30 万股，不超过本次发行并上市后总股本的 25%（以中国证券监督管理委员会的核准或证券交易所审核同意为准）。本次公开发行股票预计采用公开发行新股及公司股东公开发售股份方式。公司股东公开发售股份的数量不超过 2,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。公司将根据发行市场情况和本次投资项目资金需求量等具体情况，并根据通过向网下投资者询价情况，与主承销商协商确定最终发行数量。

其中：关于公开发售股份安排：公司优先进行新股发行，新股发行数量不超过 12,833.30 万股。若预计新股发行募集资金额（扣除新股发行的发行费用）超过募投项目所需资金总额，且存在自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者，在符合法律、法规、规范性文件规定以及监管部门要求的前提下，根据超过募投项目资金总额的情况、发行价格、发行人的实际资金需求、投资者认购情况，公司原股东可适当公开发售一定数量的股份。公司股东公开发售股份的数量不超过 2,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。若涉及公司股东公开发售股份，则由公司股东重望耀晖将其所持公司股份中的部分

股份予以公开发售。新股发行所得资金归公司所有；公司股东公开发售股份所得资金归股东所有，不归公司所有。新股发行与公司股东公开发售股份的实际发行总量为本次公开发行股票的数量不超过 12,833.30 万股

4. 每股发行价格：【】元
5. 发行前市盈率：【】倍（每股收益按【】年经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前总股本）
6. 发行后市盈率：【】倍（每股收益按【】年经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本）
7. 发行后每股收益：【】元（按【】年经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本）
8. 发行前每股净资产：1.38 元（按经审计的截至 2016 年 12 月 31 日归属于母公司股东的净资产除以发行前总股本）
9. 发行后每股净资产：【】元（按本次发行后归属于母公司的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司的净资产按经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司的净资产和本次募集资金净额之和计算）
10. 发行前市净率：【】倍（按每股发行价除以发行前每股净资产计算）
11. 发行后市净率：【】倍（按每股发行价除以发行后每股净资产计算）
12. 发行方式：采取网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，如中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所出台新规定，从其规定
13. 发行对象：符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开立股

票账户并符合深圳证券交易所中小板相关规定的境内自然人、法人和其他投资者（国家法律、法规及发行人须遵守的其他监管要求所禁止者除外）

14. 承销方式： 采取余额包销方式
15. 预计募集资金总额和净额： 【】元；扣除发行费用后，预计募集资金净额【】亿元
16. 发行费用概算： 本次发行费用总额为【】万元，包括：承销费用及保荐费用【】万元，审计及验资费用【】万元，评估费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，股份登记费用【】万元，发行手续费用【】万元
17. 发行费用分摊： 公司和公开发售股份的股东按照新股发行数量和公开发售股份数量的相对比例分摊承销费，其他与本次发行相关的费用由公司承担

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：重庆百亚卫生用品股份有限公司

英文名称： Chongqing Baiya Sanitary Products Co., Ltd.

法定代表人： 冯永林

住所： 重庆市巴南区麻柳沿江开发区百亚国际产业园

联系电话： 023-6882 5666

传真： 023-6882 5666-801

联系人： 张黎

（二）保荐人（主承销商）：中国国际金融股份有限公司

法定代表人： 毕明建

住所： 北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及

28 层

联系电话：（010）6505 1166

传真：（010）6505 1156

保荐代表人：瞿骢、章志皓

项目协办人：张磊

项目经办人：王浩楠、陈晓静、郜铎准、高若然

（三）发行人律师：北京市安新律师事务所

单位负责人：林丹蓉

住所：北京市西城区丰盛胡同 28 号太平洋保险大厦 17 层

联系电话：（010）57763711

传真：（010）57763711

经办律师：何珺炜 潘晶晶

（四）保荐人（主承销商）律师：北京市通商律师事务所

单位负责人：吴刚

住所：北京市建国门外大街甲 12 号新华保险大厦 6 层

联系电话：（010）65693399

传真：（010）65693837

经办律师：张小满、张健

（五）会计师事务所：普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：李丹

住所：上海市浦东新区陆家嘴环路 1318 号星展银行大厦 6 楼

联系电话：（023）63937888

传真：（023）63937200

经办注册会计师： 雷放、张长弓

（六）资产评估机构：重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司

法定代表人： 殷翔龙

住所： 重庆市渝中区中山三路 168 号中安国际大厦 19 层

联系电话： (023) 63851614

传真： (023) 63870920

经办注册评估师： 柏露、何春明

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所： 广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所
广场 22-28 楼

联系电话： (0755) 21899999

传真： (0755) 21899000

（八）收款银行

开户名： **【】**

账号： **【】**

本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

三、有关本次发行上市的重要日期

询价推介时间： **【】年【】月【】日—【】年【】月【】日**

定价公告刊登日期： **【】年【】月【】日—【】年【】月【】日**

申购和缴款日期： **【】年【】月【】日**

股票上市日期： 发行后尽快申请和安排上市

第四章 风险因素

投资者在评价本公司本次公开发售的股票价值时，除应认真阅读本招股说明书提供的其他资料外，还应该特别考虑下述各项风险因素。

一、行业及市场风险

（一）宏观经济波动的风险

一次性卫生用品作为日常消费品，与行业发展和国民经济、居民可支配收入水平等有较强正相关关系。近年来我国经济规模的增长，有力带动和促进了卫生用品消费市场的快速发展，但仍不排除如果未来宏观经济发生波动，将影响消费者对卫生用品的消费意愿和消费能力，进而影响行业整体发展情况和公司经营业绩。

（二）市场竞争日益加剧的风险

一次性卫生用品行业是一个充分市场化竞争的行业，厂商及品牌数目众多。近年来，随着消费水平和健康生活理念的提高，一次性卫生用品行业在保持增长的同时，市场竞争已从单纯的价格竞争、渠道竞争逐渐向品牌竞争发展。随着国内企业转型升级和跨地区发展，外资品牌不断进入，行业竞争越来越激烈复杂。如果发行人不能有效制定并实施业务发展规划，日益加剧的行业竞争将对公司经营带来不利影响。

（三）原料价格大幅波动的风险

公司生产一次性卫生用品的主要原材料为浆板、无纺布和高分子等，其中浆板价格主要受产地地理气候、生产能力和供需关系影响，其他原材料价格主要受石油价格影响。如果未来原材料价格出现大幅波动，可能对公司生产成本产生不利影响，进而对公司经营业绩造成不利影响。

（四）产品销售的季节性波动风险

公司卫生用品的销售随季节变化呈现一定的周期性波动，例如：对于卫生巾，公司通常在“三八妇女节”前后进行较大力度的促销，故 3 月是销售旺季；对于婴幼儿纸尿裤，消费者在夏季因天气炎热故需求相对较弱，公司通常在夏季会进行较大力度促销。这种

波动会给公司盈利和现金流的稳定性带来一定影响，因而公司业绩面临季节性波动风险。

二、业务经营风险

（一）品牌形象受损风险

品牌形象对卫生用品公司而言至关重要，是影响消费者购买选择的重要因素。公司“自由点”、“妮爽”和“好之”品牌在公司的主要销售区域具有较高的知名度和美誉度，受到消费者的青睐。如果出现不法厂商仿制、仿冒公司产品进行非法生产销售，或被他人采取不正当竞争手段恶意抹黑或诋毁，公司的品牌形象和美誉将遭受损害，消费者对公司产品的消费意愿也可能下降，从而对发行人的经营造成不利影响。

（二）销售渠道的管理及拓展风险

公司的销售模式主要包括经销和直营两种。

经销模式下，公司向经销商卖断产品，利用经销商的渠道资源向各地市场销售，有效规避市场开拓成本过大的压力，提高了市场开发效率。尽管公司与经销商建立了良好合作关系，并积累了丰富的经销商管理经验，但由于各经销商直接管理其销售终端，公司部分参与管理，并不能完全驾驭，可能存在公司对市场终端反馈信息的掌握滞后，依赖于经销商的风险。未来随着经销商群体的进一步扩大，若公司无法有效管理，及时响应或经销商忠诚度下降，则可能对公司经营产生不利影响。

直营模式下，公司自主面对大卖场、大型商超类客户。通常该类客户较为强势，作为其供应商的公司议价和谈判能力相对有限。如果大卖场和大型连锁超市由于经营策略调整，撤出既有地域市场、改变销售产品或品牌、或者其他商业原因降低对本公司产品的需求或终止与本公司的销售协议，抑或提高相关销售终端所需的维护费用，可能对本公司的经营业绩产生不利影响。

此外，发行人未来将不断拓展销售网络，资金需求较大，需要一定的建设周期，且受到物流配送效率、销售管理能力等多方因素的影响，存在一定的不确定性。如果销售网络的拓展遇到困难，可能对发行人的发展速度带来一定影响。

（三）研发及新产品开发的风险

为满足多元化的市场需求，增强公司产品的竞争力，公司将持续研发并推出新产品。在新产品研发过程中，可能出现研发方向与市场需求脱节、研发成果出现可替代产品、研发无法实现产业化、甚至研发失败等情况，尤其是一些涉及新技术的研究项目，因此会面临一定风险。公司无法保证日后所有的新产品开发均会吸引足够的消费者，获得市场认可和预期收益。如果将来公司未能收回新产品的开发、生产及营销成本，可能会对公司的财务状况及整体盈利能力造成不利影响。

（四）少量产品代工生产相关的风险

受限于生产设施、产能等因素，公司将少量产品（主要为成人纸尿裤、学步裤及安睡裤等）进行了代工生产，但公司严格掌控产品设计、品牌和销售等最具价格影响的核心环节。虽然公司制定和执行了严格的代工厂商筛选机制，并建立了严格的质量控制制度，但代工生产的产品产量、质量、交付时间等，仍受限于代工厂商的生产能力、工艺、管理水平等。若公司对代工厂商的管理完善程度不足，或该等厂商在产品生产、供应方面无法满足公司要求，可能导致产品质量下降或交付延迟，从而对公司经营造成不利影响。

（五）产品发生质量问题和客户投诉的风险

公司的产品是与使用者肌肤密切接触的卫生用品，一旦出现质量问题则可能对使用者的身体健康产生伤害。因此公司一直以来高度重视产品的质量控制，按照 ISO9001 国际质量管理体系认证的要求建立了质量管理体系，针对生产过程中可能出现的潜在质量问题进行了有效防范。但若未来发生质量问题，则会影响公司多年积累的良好声誉，对公司业绩造成不利影响。

（六）规模扩张后的管理风险

随着公司业务规模不断扩大，资产规模和营业收入的增加，特别是本次发行后，公司净资产规模将大幅增加，经营规模将进一步扩张，对公司市场开拓、系统运作、生产管理以及人员管理方面都提出了更高要求。如果公司管理水平不能适应公司规模的迅速扩张，组织结构和管理模式不能随着公司规模的扩大进行及时调整和完善，可能会影响发行人的综合竞争力。

（七）人才流失的风险

本公司的业务发展与核心技术人员以及大量拥有专业技能和丰富行业经验的员工密不可分，包括研发设计、生产、营销、管理等各个领域的人才。一方面，随着公司业务的扩展，公司需要持续地吸引优秀人才加入；另一方面，随着行业竞争日益激烈，人才方面的竞争加剧，本公司现有人才也存在流失的风险。如果本公司无法吸引及挽留足够数量的优秀人才，将对公司生产经营和持续发展产生不利影响。

（八）销售区域集中的风险

公司业务和品牌发源地为重庆，在川渝地区卫生用品市场具有较高的知名度和市场影响力。随着品牌影响力的提升和业务规模的扩大，公司加大了川渝地区以外市场的开拓力度，但在新进入的市场区域，公司尚处于品牌培育和营销网络建设的初期，新区域消费者对公司品牌的认知和消费需求的释放尚需一定时间。公司仍存在销售区域相对集中的风险，一旦该区域市场竞争加剧或消费需求减少，将对公司经营业绩产生较大的不利影响。

（九）劳动力成本上升的风险

劳动力成本上升已成为中国经济发展的普遍现象，也成为国内许多企业面临的共性问题。公司可以通过扩大生产规模、加强新产品开发、升级生产设备及持续改善生产工艺等方式降低劳动力成本上升带来的影响。但若未来劳动力成本持续上升，公司的经营情况和业绩仍可能受到不利影响。

三、财务风险

（一）应收账款的回收风险

于 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，本公司应收账款账面价值为 4,162.39 万元、4,907.11 万元和 3,322.12 万元，占同期总资产比例分别为 5.61%、7.70% 和 6.98%，占同期营业收入的比例分别为 5.63%、7.10% 和 5.32%。公司应收账款账龄相对较短，于 2016 年 12 月 31 日，公司 1 年以内应收账款账面余额占比为 97.26%，面临的回收风险相对较小。但是随着公司销售规模增长，在新区域拓展销售渠道，可能存在应收账款余额增加、部分应收账款无法回收的风险。

（二）预付账款无法兑现的风险

公司的预付账款主要为供应商材料款。公司为了提前锁定汇率变动及原材料价格波动的风险，存在与供应商签订长期供应合同并支付一定预付款项的情况。公司对预付款项的支付有严格的内部审批程序，会综合考虑供应商的合作年限、资质、信用情况等因素决定预付资金的额度和支付期限。

上海凯琳是国内从事浆板进口贸易的主要企业之一，与包括发行人在内的多家国内主要卫生用品生产企业保持常年合作关系。公司与上海凯琳签订长期原材料供货合同，为了提前锁定汇率变动及原材料价格波动的风险，向该公司预付原材料货款。2014 年，上海凯琳因经营不善，无法有效履行供货合同。上述事件发生后，公司采取了多种措施，尽可能向上海凯琳追回预付资金或要求对方恢复浆板供应，但仍然造成 2014 年共计 955.77 万元预付款无法兑现。基于谨慎性原则，公司管理层对上海凯琳经营状况评估后，对其预付的 955.77 万元材料款余额重分类至其他应收款，并全额计提了坏账准备。

公司目前已进一步加强了供应商管理和预付款风险控制管理，但未来仍不排除由于供应商自身经营原因造成预付账款无法兑现，从而对公司经营业绩造成不利影响的风险。

（三）本次发行后净资产收益率下降的风险

2016 年、2015 年和 2014 年，公司扣除非经常损益后加权平均净资产收益率分别为 13.5%、15.3% 和 13.3%。本次发行公开募集资金到位后，公司净资产将大幅增长，由于募集资金投资项目尚需一定的筹备与建设期，在短期内产生显著的经济效益难度较大。发行后若本公司的净利润不能与净资产的增长保持同步，将存在净资产收益率下降的风险。

（四）税收政策风险

根据财税[2011]58 号《财政部、海关总署、国家税务总局关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》并同时满足所得税年度汇算清缴时对税收减免准予备案的前提下，本公司自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日享受 15% 所得税优惠税率。如果未来国家主管税务机关对西部大开发战略企业的税收优惠政策作出不利调整，将会对公司的经营业绩和利润水平产生一定程度的影响。

四、募集资金投资项目风险

发行人本次发行募集资金投资项目的可行性分析是基于对当前经济发展水平及发展速度、市场环境、行业发展趋势、消费者消费习惯、资金和技术等因素的分析，并结合公司多年的经营经验作出。由于市场情况不断变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变或行业竞争加剧等情况发生，都将给募集资金投资项目的实施进度、预期效果等带来较大影响。此外，本次募投项目达产后，本公司的生产能力将大幅提高。公司已经并将持续通过不断拓展营销网络、区域化扩张、制定差异化市场策略等措施加强营销能力建设，但如果出现市场需求低迷或行业竞争加剧的情况，导致公司市场扩张、营销结果未及预期等情形，可能引发公司募集资金投资项目产能无法完全利用的风险。

五、实际控制人控制的风险

本次股票发行前，公司实际控制人冯永林通过复元商贸间接持有公司 46.06% 股份。本次发行完成后，冯永林仍为公司实际控制人。如果实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利影响，与部分或全部少数股东的利益不一致，可能影响甚至损害发行人及公众股东的利益。

第五章 发行人基本情况

一、发行人基本情况

发行人名称：	重庆百亚卫生用品股份有限公司
英文名称：	Chongqing Baiya Sanitary Products Co., Ltd.
注册资本：	38,500 万元人民币
法定代表人：	冯永林
百亚有限成立日期：	2010 年 11 月 29 日
整体变更设立日期：	2015 年 9 月 11 日
公司住所：	重庆市巴南区麻柳沿江开发区百亚国际产业园
邮政编码：	400042
电话号码：	023-6882 5666
传真号码：	023-6882 5666-801
互联网网址：	http://www.baiya.cn
电子信箱：	baiya.db@baiya.cn

二、发行人改制重组及设立情况

（一）发行人的设立方式

发行人系百亚有限整体变更设立。

2015 年 8 月 1 日，百亚有限股东复元商贸、重望耀晖签订《发起人协议》，同意将百亚有限整体变更设立为股份有限公司，以经“普华永道中天特审字[2015]第 1548 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 6 月 30 日的账面净资产 397,545,590 元按 1: 0.880402 的比例折合成 35,000 万股，每股面值人民币 1.00 元，净资产扣除总股本后的余额为 47,545,590 元转作资本公积，由各发起人按照该时点各自在百亚有限的出资比例持有相

应数额的股份。

2015 年 9 月 11 日，本公司取得重庆市工商行政管理局颁发的《营业执照》（注册号：500000400056247）。

本公司现持有加载统一社会信用代码的《营业执照》，统一社会信用代码为 9150011356560918XH。

（二）发起人

本公司的发起人为复元商贸、重望耀晖。发行人整体变更设立时，复元商贸持有 17,731 万股，占发行人股本总额的 50.66%；重望耀晖持有 17,269 万股，占发行人股本总额的 49.34%。

发起人具体情况详见本章之“十、发起人、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（三）发行人改制设立前后，发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

1、复元商贸

发行人改制设立前，本公司的发起人复元商贸拥有的主要资产为本公司前身百亚有限 50.66% 的股权。除持有本公司的股权以外，复元商贸未开展实际经营业务。发行人改制设立前后，发起人复元商贸拥有的主要资产没有发生变化。

2、重望耀晖

发行人改制设立前，发起人重望耀晖拥有的主要资产为本公司前身百亚有限 49.34% 的股权，营业范围为投资及咨询，除持有本公司股权外，无实际经营任何业务。发行人改制设立前后，发起人重望耀晖拥有的主要资产没有发生变化。

（四）发行人改制设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由百亚有限整体变更设立，在设立时整体承继了百亚有限的全部资产、负债及相关业务，公司改制设立时实际从事的主要业务为一次性卫生用品的生产、研发、销售。

（五）改制前后发行人的业务流程

改制设立前后，公司业务流程没有发生变化。具体的公司业务流程请参见“第六章业务与技术”之“四、本公司主营业务的具体情况”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与发起人的关联关系及演变情况

本公司成立以来，除股权关系及本招股说明书已披露的关联关系和关联交易外，在生产经营方面与发起人复元商贸、重望耀晖不存在其他的关联关系，也没有发生重大变化，具体情况请参见本招股说明书“第七章同业竞争与关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由百亚有限依法整体变更设立，承继了百亚有限的全部资产及负债，并合法拥有相关商标、专利、土地使用权、房屋所有权等权利，但需要将有关权属证书的权利人名称由百亚有限变更为百亚股份。截至本招股说明书签署日，发行人拥有的其他资产或权利的权利人名称变更已完成。

三、发行人股本形成及变化情况

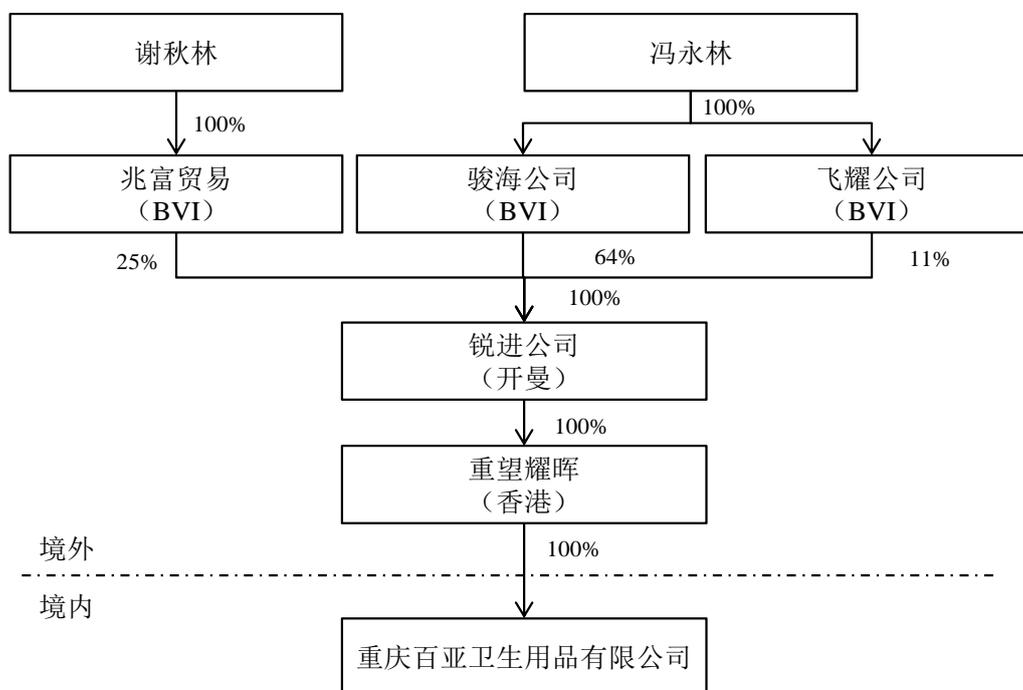
（一）发行人前身的设立及历次股本变动

本公司前身为百亚有限，百亚有限设立时的名称为“重庆百亚卫生用品有限公司”。2010年11月，本公司股东通过红筹结构设立了百亚有限，并计划在境外上市。2015年上半年，由于发展策略调整，本公司放弃了境外上市计划，并解除了红筹结构。上述红筹结构搭建和解除的具体情况详见本章“四、发行人搭建红筹结构及解除过程”，本公司前身百亚有限的设立及历次股本变动情况如下：

1、2010年11月，百亚有限设立

百亚有限是由重望耀晖依据中国法律设立的有限责任公司，于2010年11月24日经重庆市巴南区商务局《关于同意重庆百亚卫生用品有限公司章程的批复》（巴南商发[2010]151号）批准，投资总额17,500万元，注册资本7,000万元。2010年11月25日，百亚有限取得了重庆市人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并于2010年11月29日取得重庆市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》后正式设立。

根据重庆金财会计事务所有限公司于 2011 年 2 月 24 日出具的《验资报告》（重金会验字[2011]第 14 号），截至 2011 年 2 月 24 日，百亚有限收到股东重望耀晖缴纳的注册资本金 7,000 万元，出资方式为货币出资。本次出资已取得相关外汇管理部门的确认。百亚有限设立时，重望耀晖持有百亚有限 100% 股权，具体的股权结构如下：

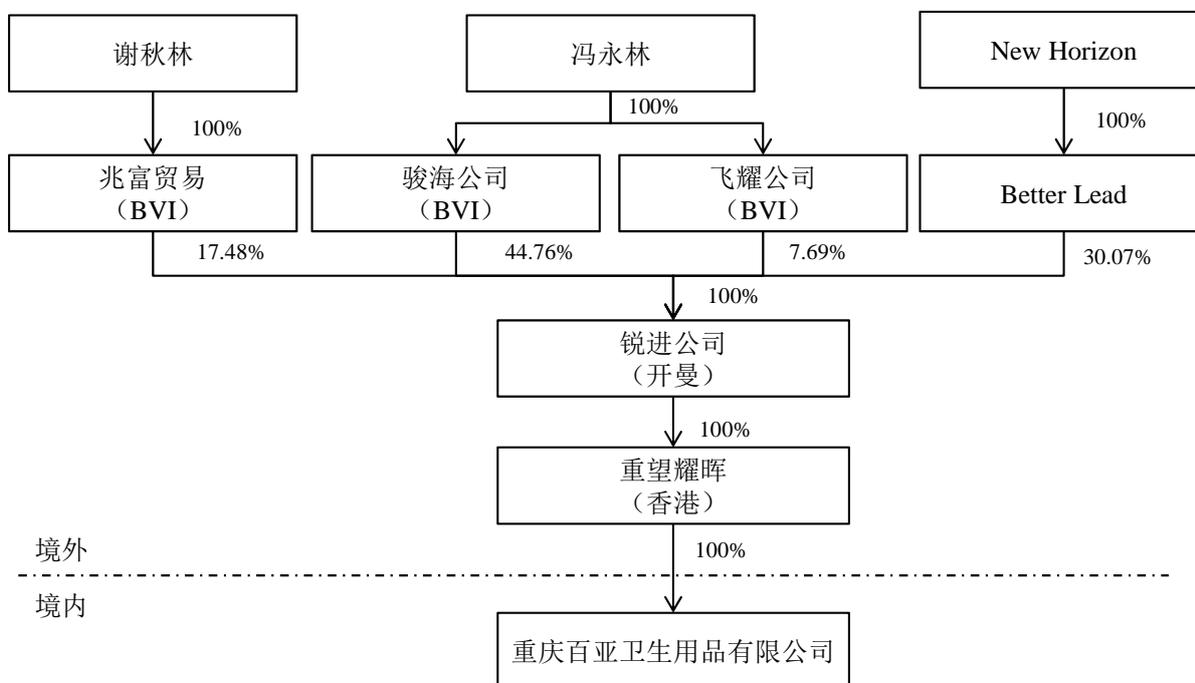


其中，冯永林合计间接持有百亚有限 75% 的股权，为百亚有限的实际控制人；谢秋林间接持有百亚有限 25% 的股权。关于冯永林、谢秋林搭建红筹架构的具体情况，详见本章“四、发行人搭建红筹结构及解除过程”之“（一）2010 年下半年，搭建红筹结构”。

2、2011 年 10 月，百亚有限增资至 19,000 万元

2011 年 3 月，Better Lead（由 New Horizon 全资持有的 BVI 公司）在境外向锐进公司增资等值于 12,000 万元人民币的美元，增资完成后间接持有重望耀晖 30.07% 的股权。为实现境内百亚有限的同步增资，百亚有限于 2011 年 3 月 10 日通过股东决定，重望耀晖以等值于 12,000 万元人民币的美元增资，百亚有限投资总额增至 19,000 万元，注册资本增至 19,000 万元。重庆市巴南区商务局于 2011 年 3 月 28 日出具《重庆市巴南区商务局关于同意重庆百亚卫生用品有限公司增加投资的批复》（巴南商发[2011]32 号），同意百亚有限投资总额及注册资本均增加至 19,000 万元。百亚有限于 2011 年 3 月 29 日取得重庆市人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。根据重庆金财会计事务所有限公司于 2011 年 4 月 29 日出具的《验资报告》（重金会验字[2011]

第 033 号)，截至 2011 年 4 月 28 日，百亚有限已收到股东重望耀晖缴纳的新增注册资本（实收资本）12,000 万元，出资方式为货币出资。变更后的累计注册资本为 19,000 万元，实收资本为 19,000 万元。2011 年 10 月 19 日，百亚有限取得了重庆市工商行政管理局换发的《企业法人营业执照》。在此次增资后，百亚有限股权结构如下图：



其中，冯永林合计间接持有百亚有限 52.45% 的股权，为百亚有限的实际控制人；谢秋林间接持有百亚有限 17.48% 的股权；New Horizon 通过 Better Lead 间接持有百亚有限 30.07% 的股权。

关于 2011 年 3 月 Better Lead 通过红筹架构增资锐进公司的具体情况，详见本章“四、发行人搭建红筹结构及解除过程”之“（二）2011 年 3 月，引入 Better Lead 投资”。

3、2015 年 6 月，百亚有限转增注册资本至 3.421 亿元及股权转让

2015 年上半年，由于发展战略调整，百亚有限放弃原境外上市计划，拟对股权结构进行重组。冯永林退出境外红筹结构，转为在境内通过复原商贸直接持股重庆百亚。

2015 年 6 月 5 日重望耀晖作出股东决定，同意：（1）百亚有限注册资本、投资总额均由 19,000 万元增至 34,210 万元，注册资本所增加的 15,210 万元由截止 2014 年 12 月 31 日经审计的未分配利润和盈余公积余额转增实收资本至 3.421 亿元而来；（2）重望耀晖将其持有百亚有限 50.66% 的股权以 20,394.74 万元的价格转让给冯永林全资持有的境内公司复元商贸。

上述转增注册资本及股权结构重组的具体实现情况如下：

（1）转增注册资本

重望耀晖根据相关决议及时履行了出资义务。根据普华永道于 2015 年 7 月 31 日出具的《验资报告》（普华永道中天验字(2015)第 983 号），截至 2015 年 6 月 25 日，百亚有限新增注册资本 15,210 万元，全部是以未分配利润和盈余公积转增实收资本。

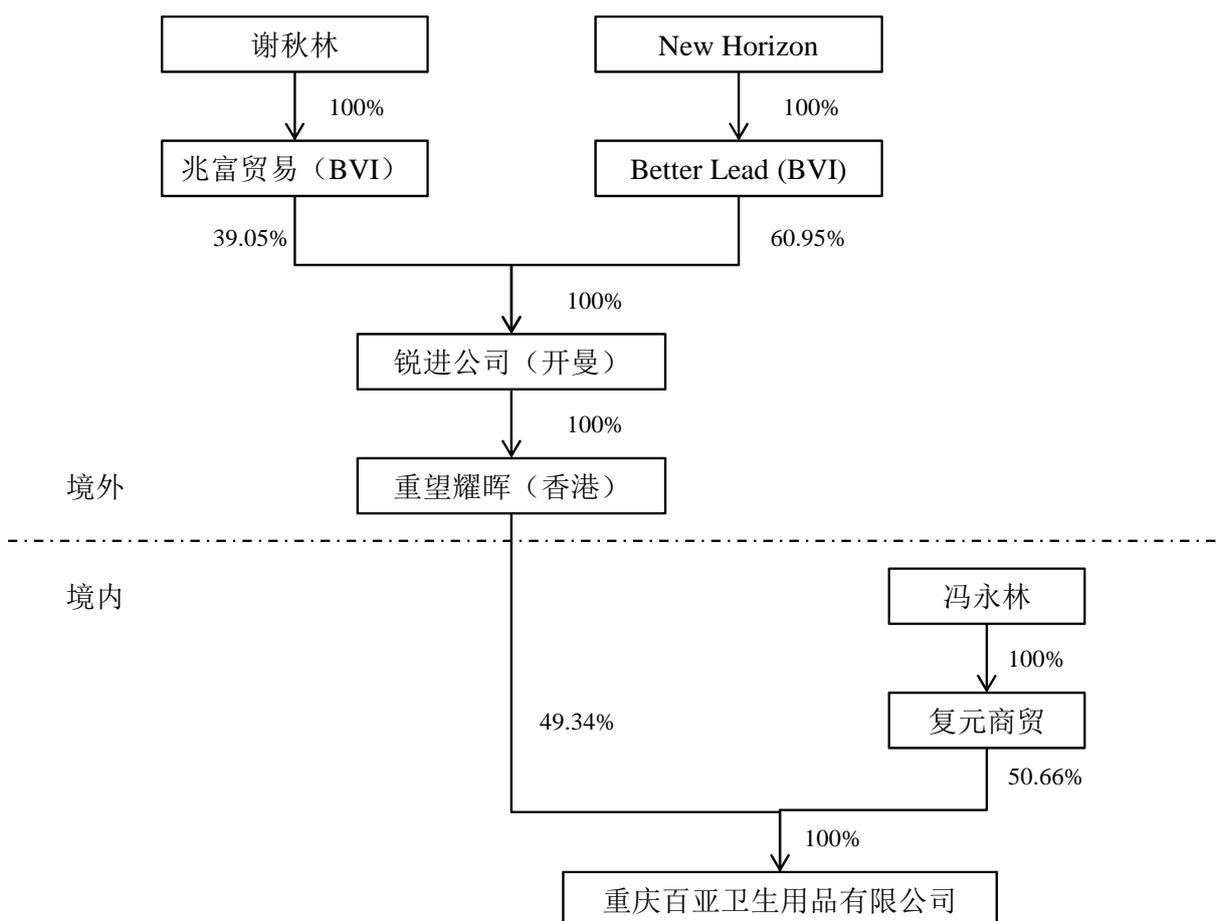
（2）关于冯永林的股权结构重组

2015 年 6 月 5 日，重望耀晖与复元商贸签署了《重庆百亚卫生用品有限公司股权转让协议》，将其持有百亚有限 50.66% 的股权以 20,394.74 万元的价格转让给复元商贸。本次股权转让的对价以重庆中资资产评估土地房地产估价有限公司出具的《重庆百亚卫生用品有限公司股东拟转让股权涉及的股东全部权益价值资产评估报告》（重中资评报字[2015]第 011 号）中以 2015 年 4 月 25 日为基准日的评估值为参考依据。

于境内重组的同时，发行人的境外间接股东锐进公司回购了冯永林通过飞耀公司和骏海公司持有的全部股权。回购完成后，冯永林在境外不再直接或间接持有任何百亚有限的权益，详情请见本章“四、发行人搭建红筹结构及解除过程”之“（三）2015 年 6 月，实际控制人退出境外结构”。

就上述变更，重庆市巴南区投资促进办公室于 2015 年 6 月 11 日出具《重庆市巴南区投资促进办公室关于同意重庆百亚卫生用品有限公司增资及股权转让的批复》（巴南投资促进办发[2015]17 号），同意：（1）百亚有限注册资本增加 1.521 亿元，投资总额增加到 3.421 亿元；（2）增资后，重望耀晖将所持百亚有限的 50.66% 股权转让给复元商贸。百亚有限于 2015 年 6 月 11 日取得重庆市人民政府换发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并于 2015 年 6 月 25 日取得重庆市工商行政管理局换发的《营业执照》。

至此，百亚有限股权结构如下图：



其中，冯永林在境外完全退出，在境内通过全资持有的复元商贸间接持有百亚有限 50.66% 的权益，为百亚有限的实际控制人；谢秋林间接持有百亚有限 19.27% 的权益；New Horizon 通过 Better Lead 间接持有百亚有限 30.07% 的权益。

（二）发行人的设立及股本变动

1、2015 年 9 月，百亚有限整体股份制改造

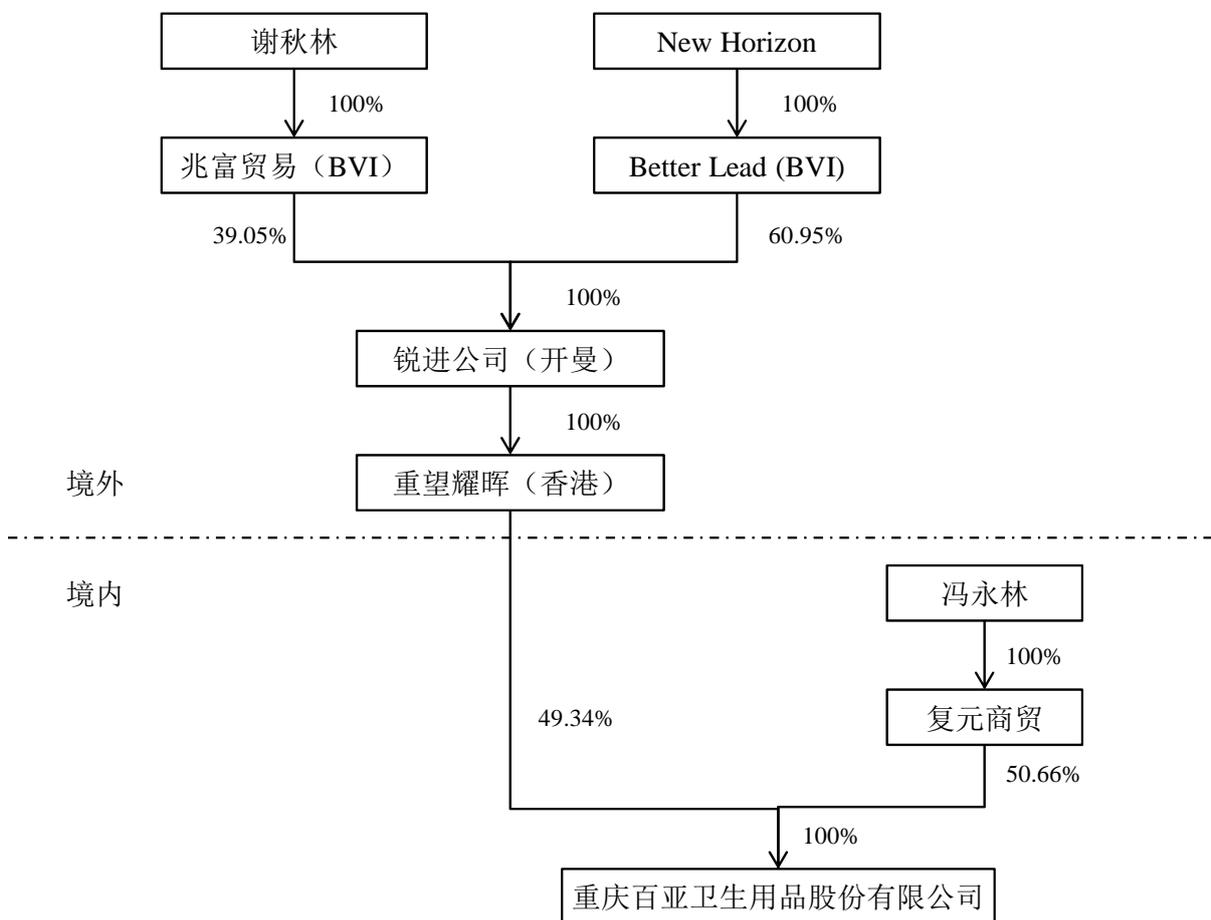
2015 年 8 月 1 日，重望耀晖和复元商贸作为发起人签署了《重庆百亚卫生用品股份有限公司发起人协议》，约定百亚有限全体股东作为公司的发起人，通过百亚有限整体变更的方式设立股份公司，以百亚有限经“普华永道中天特审字[2015]第 1548 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 6 月 30 日的账面净资产 397,545,590 元按 1: 0.880402 的比例折合成 35,000 万股，每股面值人民币 1.00 元，净资产扣除总股本后的余额为 47,545,590 元转作资本公积，由各发起人按照该时点各自在百亚有限的出资比例持有相应数额的股份。发起人于 2015 年 8 月 10 日签署了新的公司章程。

2015 年 10 月 29 日，普华永道出具《验资报告》（普华永道中天验字(2015)第 1177

号)验证,截至 2015 年 6 月 30 日,重庆百亚经审计的净资产额为 397,545,590 元,按照约 1: 0.8804 的比例整体折合为发起设立时的股本 350,000,000 元,登记变更后重庆百亚的注册资本为 350,000,000 元。

2015 年 9 月 8 日,重庆市对外贸易经济委员会出具《关于同意重庆百亚卫生用品有限公司变更设立为外商投资股份有限公司的批复》(渝外经贸函[2015]394 号)批准百亚有限改制为外商投资股份有限公司。2015 年 9 月 8 日,发行人取得重庆市人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2015 年 9 月 11 日,发行人取得重庆市工商行政管理局颁发的《营业执照》。

公司整体变更为股份公司后的股权结构如下图:



其中,冯永林通过全资持有的复元商贸间接持有重庆百亚 50.66% 的股权,为重庆百亚的实际控制人;谢秋林间接持有百亚有限 19.27% 的权益;New Horizon 通过 Better Lead 间接持有百亚有限 30.07% 的权益。

2、2015 年 9 月,员工持股平台入股,重庆百亚增资至 38,500 万元

为实施员工股权激励，公司于 2015 年 9 月引入员工持股平台汇元投资、原元投资和光元投资。

公司股东复元商贸、重望耀晖与汇元投资、原元投资、光元投资于 2015 年 9 月 15 日签订了《重庆百亚卫生用品股份有限公司增资协议》，汇元投资出资 14,298,013 元，其中 12,588,002 元计入注册资本，1,710,011 万元计入资本公积，占增资后公司股权的 3.27%；原元投资出资 12,977,022 元，其中 11,424,998 元进入注册资本，1,552,024 元进入资本公积，占增资后公司股权的 2.97%；光元投资出资 12,479,524 元，其中 10,987,000 元进入注册资本，1,492,524 元进入资本公积，占增资后公司股权的 2.85%。发行人于 2015 年 9 月 15 日通过股东大会决议，同意公司注册资本由 35,000 万元增加至 38,500 万元。注册资本增加部分 3,500 万元由员工持股平台汇元投资、原元投资、光元投资共同认缴。

2015 年 9 月 23 日，重庆市巴南区投资促进办公室作出了《关于同意重庆百亚卫生用品股份有限公司增资及持股比例变更的批复》（“巴南投资促进办发[2015]33 号”），批准公司本次增资事宜。

2015 年 9 月 24 日，发行人取得重庆市人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2015 年 9 月 25 日，发行人取得重庆市工商行政管理局换发的《营业执照》。

2015 年 10 月 31 日，普华永道出具《验资报告》（普华永道中天验字(2015)第 1180 号）验证，截至 2015 年 9 月 25 日，公司已收到汇元投资、原元投资、光元投资缴纳的增资款合计 39,754,559 元，其中新增注册资本（股本）合计 35,000,000 元，新增资本公积合计 4,754,559 元，均为货币出资。增资后，公司注册资本为 385,000,000 元。

员工入股完成后，重庆百亚的股权结构为：

股东名称	认购股份数（万股）	股权比例
复元商贸	17,731	46.06%
重望耀晖	17,269	44.85%
汇元投资	1,258.8	3.27%
原元投资	1,142.5	2.97%
光元投资	1,098.7	2.85%
合计	38,500	100%

员工持股平台汇元投资、原元投资、光元投资分别由本公司董事、中高层管理人员及核心业务人员进行出资，截至本招股说明书签署日，其股权结构分别为：

汇元投资股权结构如下：

序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
1	张黎	普通合伙人	1,125,624	7.87%
2	邓兴华	有限合伙人	955,245	6.68%
3	马斌	有限合伙人	524,760	3.67%
4	陈治芳	有限合伙人	554,292	3.88%
5	石如君	有限合伙人	420,262	2.94%
6	肖锋	有限合伙人	381,644	2.67%
7	周彻	有限合伙人	554,292	3.88%
8	刘贵川	有限合伙人	381,644	2.67%
9	陈莉	有限合伙人	669,012	4.68%
10	吴永英	有限合伙人	656,518	4.59%
11	肖仁才	有限合伙人	95,411	0.67%
12	江远东	有限合伙人	95,411	0.67%
13	向云国	有限合伙人	114,720	0.80%
14	曹红梅	有限合伙人	114,720	0.80%
15	孔令霞	有限合伙人	119,264	0.83%
16	刘俊	有限合伙人	95,411	0.67%
17	谢为荔	有限合伙人	134,030	0.94%
18	李亚	有限合伙人	119,264	0.83%
19	刘琳	有限合伙人	119,264	0.83%
20	张博伟	有限合伙人	95,411	0.67%
21	何艳	有限合伙人	95,411	0.67%
22	袁杨	有限合伙人	95,411	0.67%
23	钟俊	有限合伙人	215,810	1.51%
24	曾其燕	有限合伙人	95,411	0.67%
25	杨洋	有限合伙人	147,660	1.03%
26	陈茂志	有限合伙人	138,573	0.97%
27	文晋	有限合伙人	129,486	0.91%
28	王义群	有限合伙人	119,264	0.83%
29	田波	有限合伙人	95,411	0.67%

序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
30	唐建生	有限合伙人	95,411	0.67%
31	王晓姣	有限合伙人	99,954	0.70%
32	陈颖波	有限合伙人	601,998	4.21%
33	马松林	有限合伙人	537,254	3.76%
34	李雪	有限合伙人	285,119	1.99%
35	云永刚	有限合伙人	764,423	5.35%
36	任超祥	有限合伙人	163,562	1.14%
37	李发明	有限合伙人	656,518	4.59%
38	夏永均	有限合伙人	185,143	1.29%
39	黄云华	有限合伙人	76,102	0.53%
40	彭海麟	有限合伙人	999,543	6.99%
41	杨帅锋	有限合伙人	227,169	1.59%
42	朱琳	有限合伙人	227,169	1.59%
43	詹勇	有限合伙人	227,169	1.59%
44	侯远达	有限合伙人	374,829	2.62%
45	陈春梅	有限合伙人	79,509	0.56%
46	董拥军	有限合伙人	79,509	0.56%
47	许志勇	有限合伙人	90,868	0.64%
48	韩继维	有限合伙人	68,150	0.48%
合计			14,298,013	100%

原元投资股权结构如下：

序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
1	李柏峰	普通合伙人	1,527,711	11.77%
2	王义均	有限合伙人	1,184,686	9.13%
3	徐桥	有限合伙人	955,245	7.36%
4	唐泽燕	有限合伙人	95,411	0.74%
5	邹丽梅	有限合伙人	84,052	0.65%
6	陈晓玲	有限合伙人	104,498	0.81%
7	谭子洋	有限合伙人	80,645	0.62%
8	李淑芳	有限合伙人	238,527	1.84%

序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
9	王淑万	有限合伙人	165,833	1.28%
10	白海艳	有限合伙人	143,116	1.10%
11	张艳霞	有限合伙人	137,437	1.06%
12	常静	有限合伙人	251,022	1.93%
13	李毅	有限合伙人	764,423	5.89%
14	李宗	有限合伙人	524,760	4.04%
15	罗来军	有限合伙人	238,527	1.84%
16	王治伟	有限合伙人	305,542	2.35%
17	龚乾敏	有限合伙人	143,116	1.10%
18	张文彬	有限合伙人	114,720	0.88%
19	李建华	有限合伙人	143,116	1.10%
20	张建	有限合伙人	143,116	1.10%
21	谢素琼	有限合伙人	95,411	0.74%
22	黄菊华	有限合伙人	60,200	0.46%
23	刘咏梅	有限合伙人	80,645	0.62%
24	陈德斌	有限合伙人	84,052	0.65%
25	何婷	有限合伙人	76,102	0.59%
26	谭小龙	有限合伙人	114,720	0.88%
27	曹业林	有限合伙人	801,906	6.18%
28	龙燕	有限合伙人	113,584	0.87%
29	范菊辉	有限合伙人	95,411	0.74%
30	陈顺荣	有限合伙人	76,102	0.59%
31	高万鑫	有限合伙人	76,102	0.59%
32	肖远照	有限合伙人	1,146,067	8.83%
33	龚时福	有限合伙人	201,044	1.55%
34	李净	有限合伙人	266,923	2.06%
35	杨丹明	有限合伙人	229,441	1.77%
36	常红芳	有限合伙人	229,441	1.77%
37	石家洪	有限合伙人	482,734	3.72%
38	王爱萍	有限合伙人	137,437	1.06%
39	姚卫向	有限合伙人	114,720	0.88%
40	牟小龙	有限合伙人	92,003	0.71%

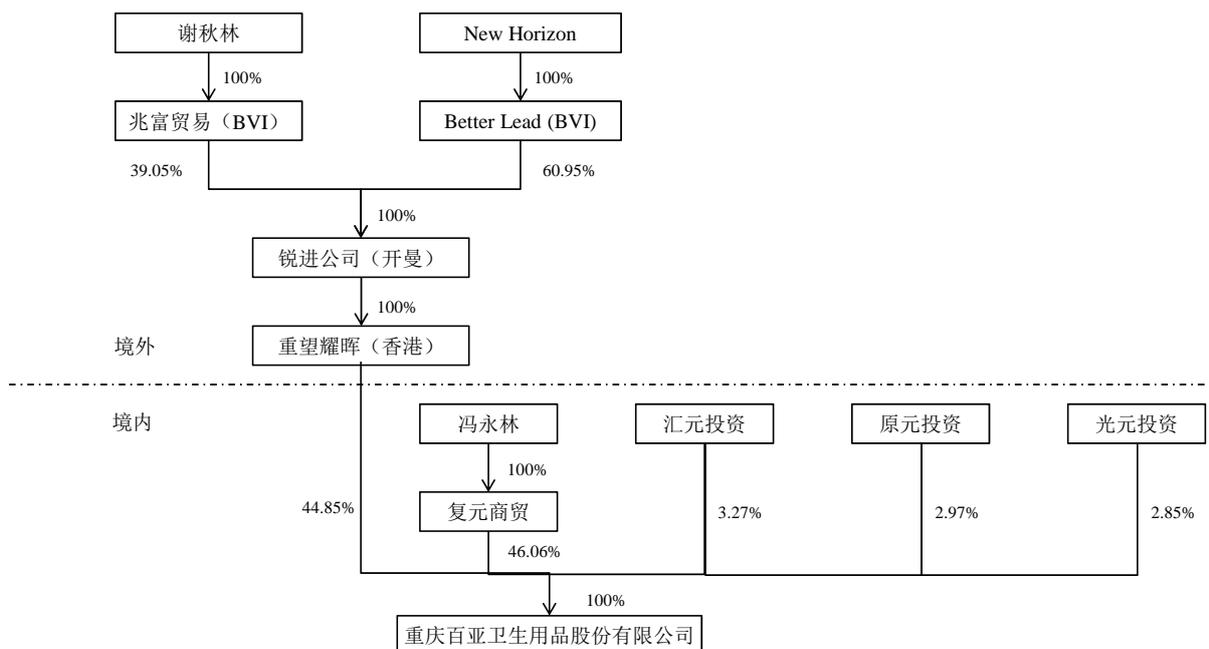
序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
41	李德智	有限合伙人	76,102	0.59%
42	程常勇	有限合伙人	563,379	4.34%
43	王勇	有限合伙人	54,521	0.42%
44	张琴	有限合伙人	120,400	0.93%
45	李勇涛	有限合伙人	76,102	0.59%
46	张惠	有限合伙人	76,102	0.59%
47	邱先宏	有限合伙人	45,434	0.35%
48	蒋祖金	有限合伙人	45,434	0.35%
合计			12,977,022	100%

光元投资股权结构如下：

序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
1	王永兴	普通合伙人	1,527,711	12.24%
2	刘云峰	有限合伙人	955,245	7.65%
3	刘崇刚	有限合伙人	955,245	7.65%
4	陈荣	有限合伙人	477,055	3.82%
5	涂江涛	有限合伙人	465,696	3.73%
6	刘兴富	有限合伙人	554,292	4.44%
7	张永飞	有限合伙人	477,055	3.82%
8	魏军	有限合伙人	591,775	4.74%
9	刘鹏	有限合伙人	420,262	3.37%
10	姚志刚	有限合伙人	381,644	3.06%
11	宋建东	有限合伙人	400,953	3.21%
12	肖莹	有限合伙人	160,154	1.28%
13	蒋兵	有限合伙人	104,498	0.84%
14	文春强	有限合伙人	104,498	0.84%
15	张新雏	有限合伙人	381,644	3.06%
16	李蘋	有限合伙人	104,498	0.84%
17	骆辉健	有限合伙人	99,954	0.80%
18	漆治国	有限合伙人	104,498	0.84%
19	张华	有限合伙人	95,411	0.76%

序号	合伙人	合伙类型	实缴出资额 (人民币元)	出资份额
20	艾建军	有限合伙人	99,954	0.80%
21	刘渝江	有限合伙人	99,954	0.80%
22	况波	有限合伙人	104,498	0.84%
23	任永桐	有限合伙人	104,498	0.84%
24	文化画	有限合伙人	95,411	0.76%
25	苟长青	有限合伙人	99,954	0.80%
26	陈甜	有限合伙人	76,102	0.61%
27	罗婵	有限合伙人	76,102	0.61%
28	廖小容	有限合伙人	84,052	0.67%
29	柯欢	有限合伙人	80,645	0.65%
30	郭倩	有限合伙人	80,645	0.65%
31	米文	有限合伙人	381,644	3.06%
32	王勇	有限合伙人	120,400	0.96%
33	毛修深	有限合伙人	95,411	0.76%
34	王瑞瑞	有限合伙人	143,116	1.15%
35	温磊	有限合伙人	56,792	0.46%
36	肖娅	有限合伙人	95,411	0.76%
37	吴恒	有限合伙人	121,536	0.97%
38	陈隆燕	有限合伙人	630,394	5.05%
39	魏占仁	有限合伙人	143,116	1.15%
40	梁远东	有限合伙人	764,423	6.13%
41	李志明	有限合伙人	137,437	1.10%
42	孙平	有限合伙人	76,102	0.61%
43	陈中琴	有限合伙人	98,818	0.79%
44	龙林	有限合伙人	92,003	0.74%
45	俞斌斌	有限合伙人	56,792	0.46%
46	陶霞霞	有限合伙人	34,075	0.27%
47	梅亚丽	有限合伙人	28,396	0.23%
48	张强	有限合伙人	39,755	0.32%
合计			12,479,524	100%

在此次增资后，重庆百亚股权结构如下图：



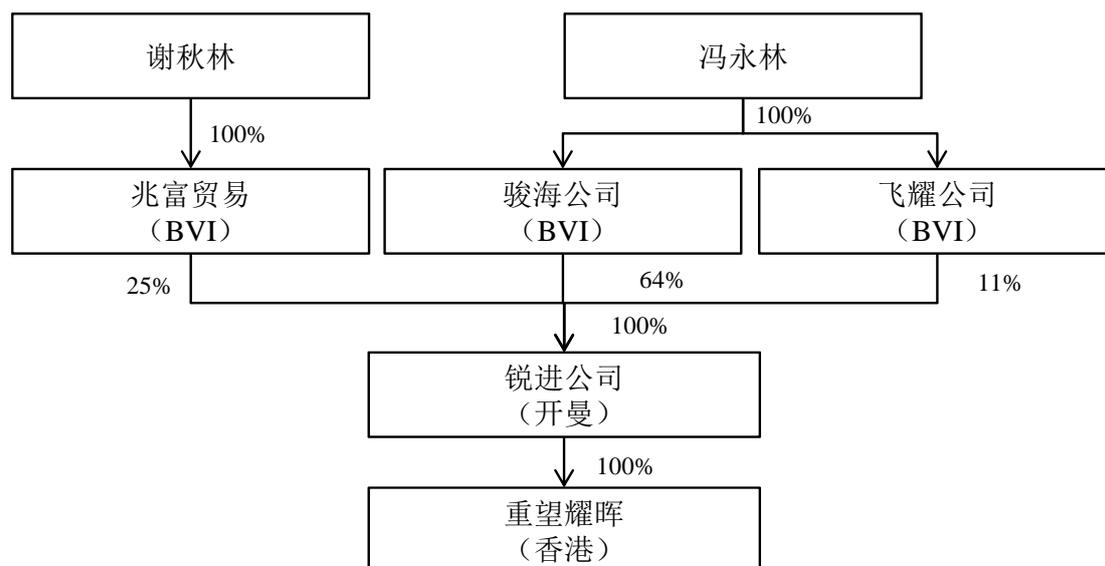
其中，冯永林通过全资持有的复元商贸间接持有重庆百亚 46.06% 的权益，为重庆百亚的实际控制人；谢秋林间接持有重庆百亚 17.51% 的权益；New Horizon 通过 Better Lead 间接持有重庆百亚 27.34% 的权益。

发行人设立后，截至本招股说明书签署日，除上述已披露的情况外，本公司未发生任何其他股本变动的情形。

四、发行人搭建红筹结构及解除过程

（一）2010 年下半年，搭建红筹结构

2010 年下半年，冯永林、谢秋林开始在境外公司搭建红筹结构。冯永林通过骏海公司 (BVI)、飞耀公司 (BVI)，谢秋林通过兆富贸易 (BVI)，分别持有锐进公司 (开曼) 75% 和 25% 的股权，进而持有重望耀晖 (香港) 100% 股权，并通过重望耀晖在境内设立外商独资企业百亚有限。上述红筹结构搭建完成后，境外公司的股权结构如下：



上述各境外公司的基本情况如下：

骏海公司，于 2010 年 9 月 13 日在 BVI 设立，注册地址为 P.O. BOX 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。

飞耀公司，于 2010 年 10 月 12 日在 BVI 设立，注册地址为 P.O. BOX 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。

兆富贸易，于 2010 年 10 月 15 日在 BVI 设立，注册地址为 P.O. BOX 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。

锐进公司，于 2010 年 7 月 21 日在开曼设立，注册地址为 P.O. BOX 2804, George Town, Grand Cayman KY1-1112, Cayman Islands。

重望耀晖，公司情况详见本章“十、发起人、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”，发行股本 1,000 股，由锐进公司持有。

（二）2011 年 3 月，引入 Better Lead 投资

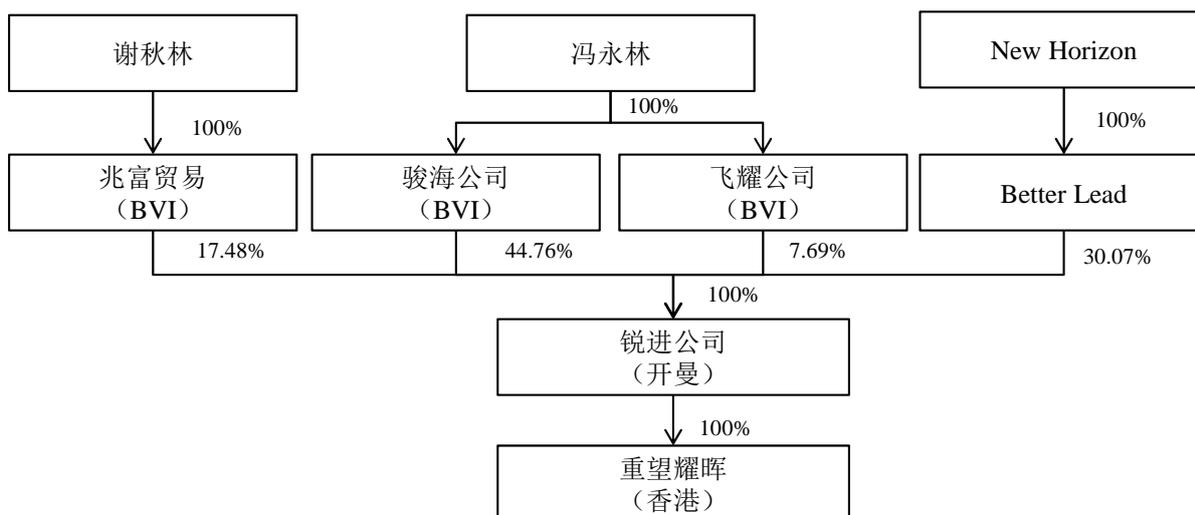
Better Lead 于 2010 年 4 月 12 日在 BVI 设立，注册地址为 P.O. BOX 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。Better Lead 的全资股东为 New Horizon。

New Horizon 于 2008 年 9 月 22 日在开曼设立，是一家有限合伙企业，主要业务为股权投资，普通合伙人为 New Horizon Capital Partners III Ltd.。New Horizon Capital Partners III Ltd. 为一家注册在开曼的有限责任公司。New Horizon 所持有股份的投票及

投资权均由 New Horizon Capital Partners III Ltd. 投资决策委员会行使。

2011 年 3 月 17 日，Better Lead 与骏海公司、飞耀公司、兆富贸易、锐进公司签订了《Shareholders Agreement》，Better Lead 将向锐进公司以增资方式投资等值于 12,000 万美元的美元，该投资数额系当时各方根据百亚有限发展前景、可比公司市场估值、百亚有限 2011 年预测市盈率（Better Lead 投资金额完全摊薄后）约 8.0 倍等因素协商定价。

为扩大锐进公司的股本总额，根据开曼律师出具的法律意见书，锐进公司于 2011 年 4 月 5 日分别向骏海公司、兆富贸易和飞耀公司发行 6,336 股、2,475 股和 1,089 股普通股。同时，为实现 Better Lead 增资，锐进公司向 Better Lead 增发 4,300 股普通股。自此，锐进公司合计发行股本增至 14,300 股，Better Lead 持有 4,300 股普通股，占总股本 30.07%；骏海公司持有 6,400 股，占总股本 44.76%；飞耀公司持有 1,100 股普通股，占总股本 7.69%；兆富贸易持有 2,500 股普通股，占总股本 17.48%。上述增资事项完成后，境外公司股权结构如下：



（三）2015 年 6 月，实际控制人退出境外结构

2015 年上半年，由于发展战略调整，百亚有限放弃原境外上市计划，拟对股权结构进行重组。因此，冯永林通过以下步骤退出了境外结构：

1、飞耀公司无偿向兆富公司转让所持锐进公司部分股份

由于计划变更设立重庆百亚完成后由员工持股平台增资入股，为保证该等员工持股平台入股后谢秋林间接持有重庆百亚的股权比例不被稀释，冯永林将其通过飞耀公司持有锐进公司的 255 股普通股（对应间接持有重望耀晖 1.79% 股权）无偿转让给谢秋林在

境外全资持股的兆富贸易。

2、锐进公司回购冯永林所持有的全部境外股权

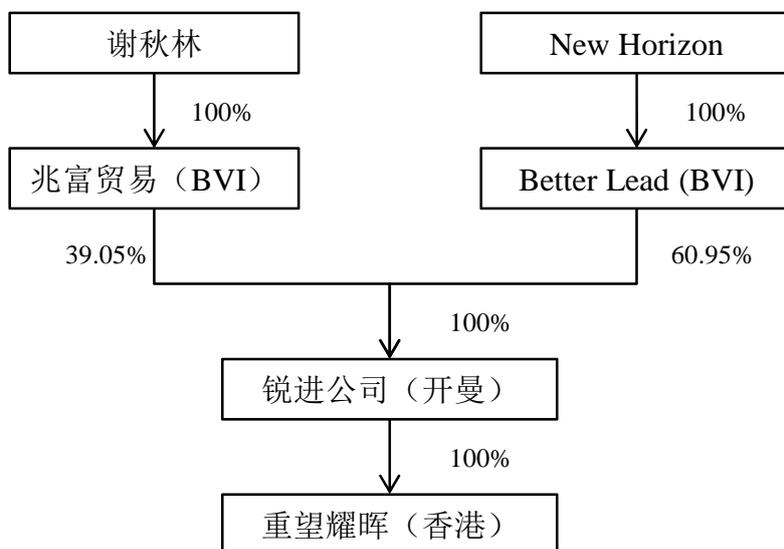
为完全退出境外结构，锐进公司以 23,767,720 元的对价回购飞耀公司剩余 845 股普通股，以 180,179,680 元的对价回购骏海公司所持锐进公司 6,400 股普通股。

上述境外结构退出所履行的相关决议程序如下：

2015 年 6 月 5 日，锐进公司作出董事会决议：同意飞耀公司将其所持 255 股普通股（占总股本 1.79%）转让予兆富贸易，同时以 23,767,720 元（或等值外币）回购飞耀公司所持锐进公司剩余 845 股普通股，以 180,179,680 元（或等值外币）回购骏海公司所持锐进公司 6,400 股普通股。根据开曼律师于 2016 年 1 月 18 日出具的法律意见书，2015 年 6 月 11 日锐进公司完成上述回购。自此，兆富贸易与 Better Lead 合计持有锐进公司 100% 的股权。

飞耀公司与骏海公司于 2015 年 11 月 20 日完成注销登记手续。

上述实际控制人回归境内持股事项完成后，境外公司股权结构如下：



五、发行人重大资产重组情况

报告期内发行人未发生重大资产重组。

2010 年发行人设立后，自实际控制人控股的重庆丝爽处收购了其生产经营性资产。在收购重庆丝爽资产前，百亚有限未开展实质经营活动。除生产厂房、办公室等物业未

收购外，百亚有限的主要生产经营性资产均通过此次收购取得。重庆丝爽成立于 2000 年 6 月 21 日，为吉尔商贸的前身，有关吉尔商贸的有关情况，详见本章“十、发起人、持有公司 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。

2010 年 12 月 15 日，经百亚有限执行董事决议同意，百亚有限与重庆丝爽签署了《资产转让协议》，协议约定百亚有限购买和承继截至转让基准日（2010 年 11 月 29 日）重庆丝爽的部分资产及流动负债（包括但不限于流动资产、固定资产、无形资产、流动负债等）。本次资产转让以华康评估于 2010 年 12 月 13 日出具的重康评报字（2010）第 306 号《资产评估报告书》以及德勤华永会计师事务所有限公司出具的 DTT（A）（10）I0094《重庆百亚卫生用品有限公司审计报告及财务状况表》（以下简称“《审计报告及财务状况表》”）的评估、审计值为定价依据，按照实物资产评估值和经审计的其他流动资产和流动负债净值确定。双方协商确定转让资产的总金额为 110,409,601.54 元，转让负债的总金额为 19,054,939.98 元。因此，百亚有限最终应支付的转让价款为 91,354,661.56 元。截至 2011 年 5 月，本次收购的转让价款已全部支付完毕，相关资产已全部完成过户。

资产收购前，重庆丝爽实际占用土地约 26,491.86 平方米，其中租用自重庆市巴南区南泉镇红星村五社、六社合计约 10,163.16 平方米集体土地。重庆丝爽租赁上述集体土地并建设厂房并未履行规划建设等审批手续，因而无法取得相关土地和房产的权属证书，对企业的稳定生产经营可能带来不利影响且短期内该瑕疵难以解决。因此各方决定另设新公司（即百亚有限），收购重庆丝爽除土地、房产外的其余经营性资产，并由百亚有限另行购置土地并建设新厂房，在新厂房建成投用前，为保证生产经营稳定，由百亚有限自重庆丝爽租赁上述土地和厂房用以继续生产。

除因上述资产收购导致的业务过渡期内重庆丝爽与百亚有限之间存在代收代付货款、费用及保证金的情况（详见“第七章同业竞争与关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“4、与关联方的代收代付”）以及因重庆丝爽代百亚有限在淘宝开设网店而产生的代收货款、平台保证金的情况外（详见“第七章同业竞争与关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“2、关联方的代收”），自上述资产收购完成之后，重庆丝爽不再从事其他卫生用品相关业务，百亚有限与重庆丝爽不存在同业竞争的情况。除继续持有原有土地使用权、房屋资产外，重庆丝爽不再拥有其他生产经营性资产。重庆丝爽现已更名为吉

尔商贸，经营范围亦变更为“销售：五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表；企业管理咨询服务；自有房屋租赁”。百亚有限则通过收购重庆丝爽的卫生用品相关经营性资产，开始从事卫生用品相关业务。

六、历次验资情况

本公司及前身百亚有限自设立以来的历次验资情况如下：

验资日期	验资目的	验资机构	报告号	报告结论
2011年2月24日	百亚有限设立	重庆金财会计事务所有限公司	重金会验字[2011]第014号	截至2011年2月24日，百亚有限已收到股东重望耀晖缴纳实收注册资本人民币7,000万元，新增实收资本人民币7,000万元，各股东以货币出资人民币7,000万元
2011年4月29日	百亚有限增资	重庆金财会计事务所有限公司	重金会验字[2011]第033号	截至2011年4月28日，百亚有限已收到股东重望耀晖缴纳的新增注册资本（实收资本）人民币12,000万元，出资方式为货币。截至2011年4月28日，累计注册资本为人民币19,000万元，实收资本为人民币19,000万元
2015年7月31日	百亚有限未分配利润和盈余公积金转增资资本	普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)	普华永道中天验字(2015)第983号	截至2015年6月25日，百亚有限注册资本及实收资本已变更为人民币34,210万元。
2015年10月29日	百亚有限整体变更为股份公司	普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)	普华永道中天验字(2015)第1177号	截至2015年6月30日，重庆百亚经审计的净资产额为人民币397,545,590元，按照约1:0.8804的比例整体折合为发起设立时的股本人民币35,000万元，登记变更后重庆百亚的注册资本为人民币35,000万元。
2015年10月31日	员工持股平台向发行人增资	普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)	普华永道中天验字(2015)第1180号	截至2015年9月25日，重庆百亚已收到来自光元投资、汇元投资、原元投资新增出资合计人民币39,754,559元，其中实收资本为人民币

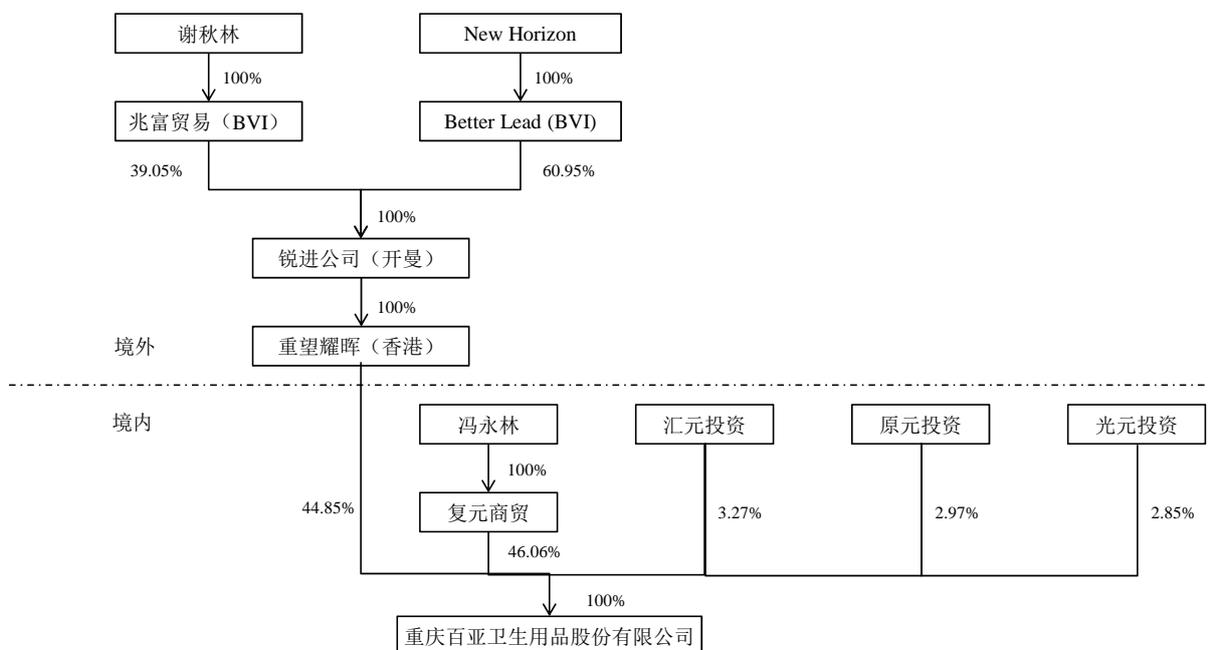
验资日期	验资目的	验资机构	报告号	报告结论
				35,000,000 元，出资方式为货币。累积实收资本为 38,500 万元。

七、公司设立时发起人投入资产的计量属性

本公司是由百亚有限整体变更设立的，公司设立时，发起人以经“普华永道中天特审字[2015]第 1548 号”《审计报告》审计的截至 2015 年 6 月 30 日的账面净资产 397,545.590 元按 1: 0.880402 的比例折合成 35,000 万股，每股面值人民币 1 元，净资产扣除总股本后的余额为 47,545.590 元转作资本公积，由各发起人按照该时点各自在百亚有限的出资比例持有相应数额的股份。2015 年 10 月 29 日，普华永道对百亚有限整体变更设立股份有限公司的注册资本及实收资本情况进行了审验，并出具“普华永道中天验字(2015)第 1177 号”的《验资报告》。

八、发行人的组织结构

（一）本次发行前发行人的股权结构

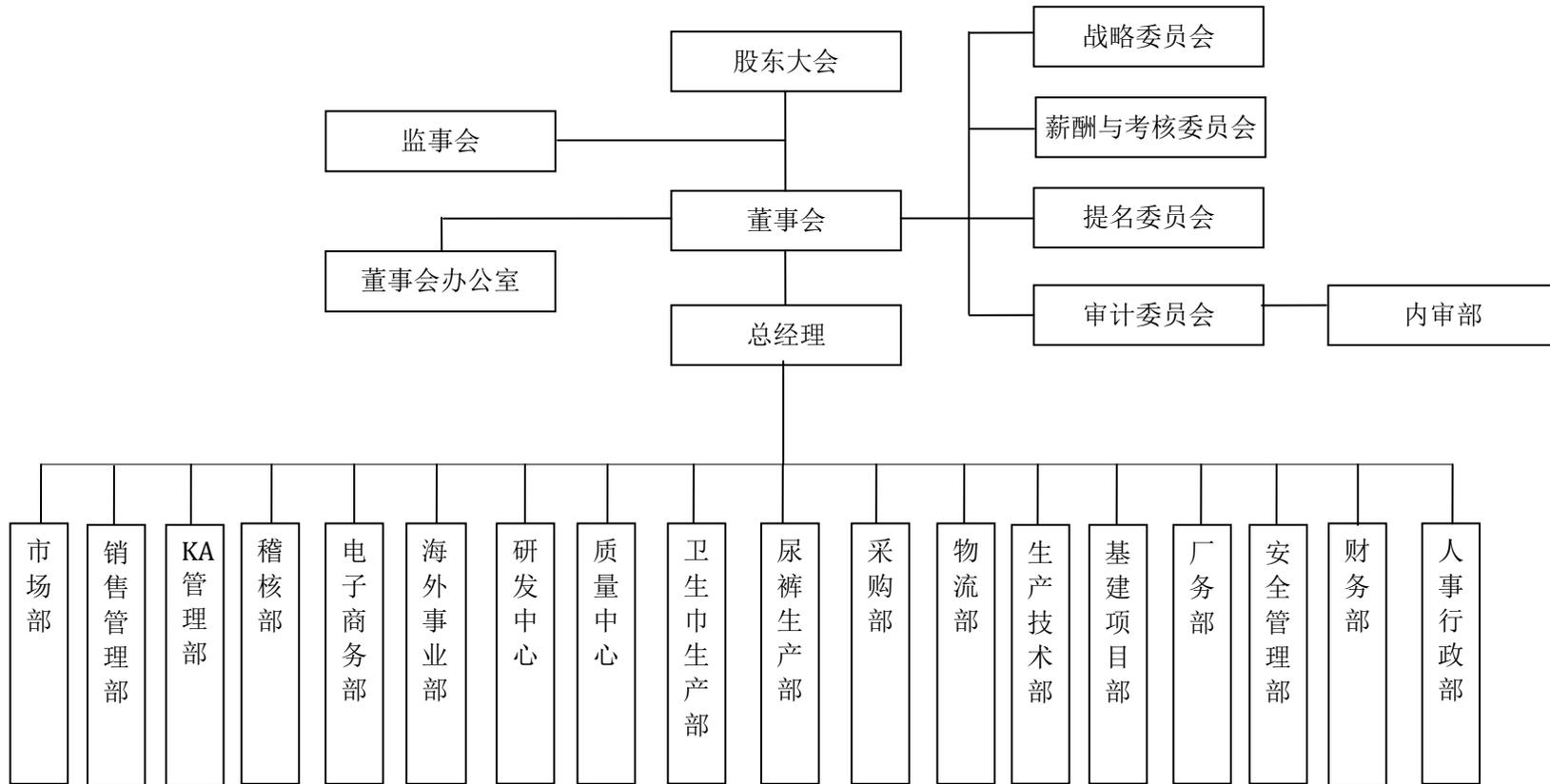


（二）发行人组织结构的设置情况

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权

力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的经营管理情况进行监督。

公司总部组织结构图如下表所示：



本公司各职能部门职责如下：

1、董事会办公室：负责协助董事会秘书开展信息披露工作，与投资者保持日常沟通与交流，落实公司各项投资者关系活动，总结并汇报资本市场动态及投资者建议。

2、内审部：负责公司内部经济活动、管理和效益情况的审计监督，内部控制制度的建立和执行情况稽核等。

3、市场部：负责品牌规划，策略研究，产品开发，品牌推广，媒体传播和平面设计。

4、销售管理部：负责协助分管副总经理对各销售大区实施管理、指导、支持、服务，帮助各销售大区达成目标，下辖各区域销售部。

5、KA 管理部：负责对 KA 客户进行销售管理，制定 KA 客户操作流程规范，培训和输送 KA 销售人员，以及对市场信息进行收集和分析。

6、稽核部：负责销售政策制度流程稽核，营销费用使用审计，销售系统日常巡检。

7、电子商务部：负责布局拓展电商平台，开发电商平台商品，电商平台运营，平台推广和客户管理。

8、海外事业部：负责国际市场情资分析及拓展，新客户开发，销售推广，订单管理和售后服务。

9、研发中心：负责开展基础研究，新产品设计，现有产品改进，实施技术标准化管理和产品 ERP 维护。

10、质量中心：负责质量体系和标准管理、质量管理和质量检验。

11、卫生巾生产部：依据生产计划组织卫品生产，督导生产工艺执行，依据产品质量标准进行生产过程产品质量检验，控制和提升产品质量，成本控制，安全检查，管理生产现场和人员培训。

12、尿裤生产部：依据生产计划组织尿裤生产，督导生产工艺执行，依据产品质量标准进行生产过程产品质量检验，控制和提升产品质量，成本控制，安全检查，管理生产现场和人员培训。

13、采购部：负责供应商管理，材料质量管理，材料价格管理，材料供给管理和供应商技术管理。

14、物流部：负责销售订单管理，依据销售计划编制生产计划，产销协调和平衡，配送管理，仓储管理，搬运装卸管理和自备车辆管理。

15、生产技术部：负责研究和制订公司技术发展规划，完善产品生产工艺技术标准，指导工艺技术标准实施，并负责新技术新设备的引进，设备的日常维护保养、改善与提升。

16、基建项目部：负责协调工程各方完成百亚国际产业园的建设。

17、厂务部：负责对食堂、保洁服务、垃圾处置、交通车保障、公司保险、办公车辆、资产、汽修厂、五金库等实施后勤保障管理。

18、安全管理部：负责制订和建立公司安全管理制度，过程管理和人员培训。

19、财务部：负责预算管理，成本控制管理，资产管理，筹资与投资管理，税务管理，财务分析与建议，会计核算，计划统计管理职能和信息系统管理。

20、人事行政部：负责全公司人力资源战略规划的制定并组织执行全公司人事行政服务。

九、发行人分公司、控股和参股子公司情况简介

在报告期内及截至本招股说明书签署日，本公司不存在任何分公司、控股或参股子公司。

十、发起人、持有公司 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）发起人基本情况

1、复元商贸

中文名称：重庆复元商贸有限公司

法定代表人：冯永林

成立时间：2015 年 5 月 6 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

住所：重庆市巴南区南泉街道灯建村 18 号 3 栋

经营范围：五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表、日化用品、日用百货、日杂用品（不含烟花爆竹）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

营业期限：永久

截至本招股说明书签署日，复元商贸的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例
冯永林	100	100%
合计	100	100%

复元商贸持有公司 46.06%的股权，为本公司的发起人及控股股东。复元商贸目前并没有开展任何实际的生产经营活动，主要资产为对重庆百亚的长期股权投资。截至 2016 年 12 月 31 日，复元商贸经天健会计师事务所审计的总资产为人民币 206,205,114.68 元，净资产为人民币 347,819.58 元，2016 年度净利润为人民币-20,532.77 元。

2、重望耀晖

中文名称：重望耀晖投资有限公司

英文名称：Firm Hope Investment Limited

成立时间：2010 年 5 月 12 日

注册地：香港

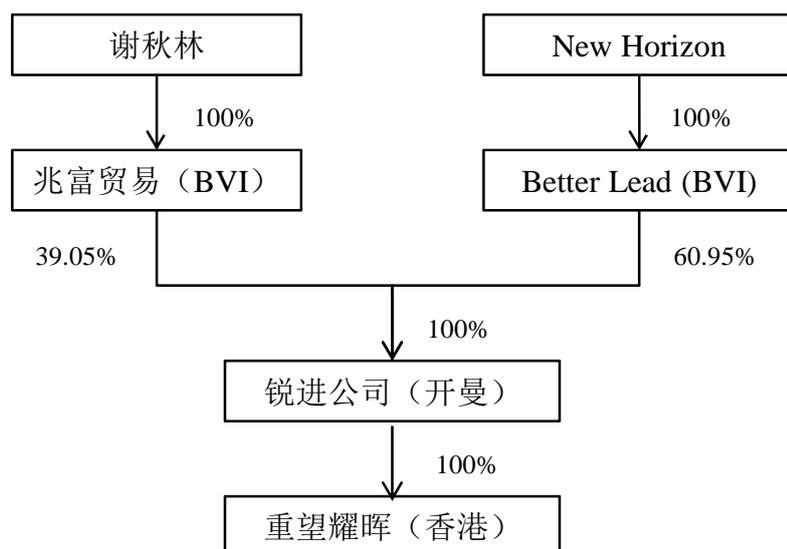
注册地址：5705 57/F THE CENTER 99 QUEEN'S RD CENTRAL HK

主要经营业务：投资及咨询

截至本招股书签署之日，重望耀晖授权股本为 1 港元，共分为 1 股，每股面值港币

1 元，已发行股本为 1 股，全部由锐进公司认缴。重望耀晖持有公司 44.85% 的股权，为本公司的发起人及股东。除持有本公司股权外，不存在其他实际经营业务。截至 2016 年 12 月 31 日，按照香港财务报告准则，重望耀晖经罗兵咸永道审计的总资产为 43,782,339 美元，净资产为 28,127,979 美元，2016 年度净利润为-1,997,266 美元。

截至本招股说明书签署日，重望耀晖的股权结构及最终股东的情况如下表所示：



其中，锐进有限公司持有重望耀晖 100% 股权。谢秋林和 New Horizon 分别通过兆富贸易和 Better Lead 间接持有锐进公司 39.05% 和 60.95% 的股权。谢秋林现为重庆百亚公司董事，详细情况参见本招股说明书“第八章董事、监事与高级管理人员”之“一、董事、监事及高级管理人员概况”。

(二) 实际控制人的基本情况

公司的实际控制人为冯永林先生（身份证号 51022319630303****，住所为重庆市渝中区长江支路 39 号 3-2），中国国籍，拥有马来西亚永久居留权（有效期自 2014 年 6 月 26 日至 2018 年 4 月 25 日），为公司董事长、总经理。截至本招股说明书签署日，冯永林先生通过复元商贸间接持有本公司 46.06% 的股份（冯永林先生持有复元商贸 100% 的股权）。公司实际控制人详细情况参见本招股说明书“第八章董事、监事与高级管理人员”之“一、董事、监事及高级管理人员概况”。

(三) 控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东复元商贸除本公司外不存在控制的其他企

业。公司实际控制人冯永林先生除本公司外控制的其他企业为复元商贸、吉尔商贸以及普兆恒益。有关复元商贸的基本情况，请参见本章“十、发起人、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。吉尔商贸、普兆恒益基本情况如下：

1、吉尔商贸

中文名称：重庆吉尔商贸有限公司

法定代表人：冯永林

成立时间：2000 年 6 月 21 日

注册资本：1,378 万元

实收资本：1,378 万元

住所：重庆市巴南区南泉镇红星龙洞湾

经营范围：销售：五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表；企业管理咨询服务；自有房屋租赁。吉尔商贸目前并未实际开展生产经营活动，主营业务为向公司出租场地及生产、办公用房。

截至本招股说明书签署日，吉尔商贸的股权结构如下：

序号	股东类型	股东	出资额（万元）	出资比例
1	自然人	冯永林	1,033.5	75%
2	自然人	谢秋林	344.5	25%
总计			1,378.0	100%

自设立至本招股说明书签署日，吉尔商贸历史沿革情况如下：

1、2000 年设立

2000 年 3 月 30 日，重庆日用品工业公司（以下简称“日用品公司”）与泉州培新机械制造实业有限公司（以下简称“培新机械”）签订《合资经营合同》，同意合资设立重庆丝爽，培新机械以生产线设备出资，日用品公司以重庆市巴南区南泉镇红星龙洞湾 16,625 平方米土地使用权及该土地上建筑面积 5,162 平方米厂房出资。同日，重庆丝爽通过《合资经营章程》。重庆丝爽设立时投资总额及注册资本均为 578 万元。

2000 年 3 月 15 日, 福建泉州闽南资产评估事务所出具《资产评估报告》(泉闽资评报字[2000]第 036 号), 对培新机械上述用作出资的生产线设备进行评估, 以 2000 年 3 月 11 日为评估基准日, 上述生产线设备价值为 310 万元。

2000 年 4 月 13 日, 重庆市房产价格评估事务所出具《关于重庆日用品工业公司位于南泉镇红星龙洞湾房地产的资产评估报告书》(重房估(2000)字第 179 号), 对日用品公司用作出资的上述土地使用权及厂房进行评估, 以 2000 年 4 月 12 日为评估基准日, 上述土地使用权及厂房的价格为 267 万元(其中土地使用权价格为 125 万元, 房屋价格为 142 万元)。上述评估值经重庆市国有资产管理局《关于对重庆日用品工业公司部分资产评估项目的审查确认批复》(渝国资评[2000]64 号)确认。

2000 年 6 月 7 日, 重庆市轻工业局出具《关于合资经营重庆丝爽卫生用品有限公司合同、章程的批复》(重轻技改发[2000]7 号), 同意批准设立重庆丝爽; 重庆丝爽总投资及注册资本均为 578 万元, 日用品公司出资 278 万元, 占注册资本 48%, 培新机械以设备出资 300 万元, 占注册资本 52%; 同意重庆丝爽的合资合同和章程。2000 年 6 月, 重庆市人民政府向重庆丝爽颁发《台港澳侨外商投资企业批准证书》。2000 年 6 月 21 日, 中华人民共和国国家工商行政管理局向重庆丝爽颁发《企业法人营业执照》。至此, 重庆丝爽注册成立。

设立时, 重庆丝爽股权结构如下:

股东	出资额(万元)	股权比例(%)
日用品公司	278	48
培新机械	300	52
合计	578	100

2、2002 年 5 月股权转让

2002 年 5 月, 日用品公司将其所持重庆丝爽 48% 股权分别转让予培新机械和自然人谢幼红, 该股权变更履行了以下程序:

(1) 资产评估

重庆同城资产评估有限责任公司于 2002 年 5 月 20 日出具了《评估报告书》(同诚估字(2002)第 324 号), 就日用品公司对重庆丝爽的出资资产进行了评估, 截至评估基准日 2002 年 5 月 16 日, 该等评估资产的评估值为 282.45 万元。

(2) 国有资产主管部门批准

鉴于日用品公司原上级主管部门重庆轻工业局已经撤销，作为相应职责继受主体，重庆轻纺控股（集团）公司于 2002 年 5 月 21 日出具《关于同意重庆日用品工业公司转让持有“重庆丝爽卫生用品有限公司”股权的批复》（渝轻纺经发[2002]12 号），同意日用品公司转让持有重庆丝爽 48% 的股权，转让价格为人民币 288 万元。

(3) 内部程序

2002 年 5 月 21 日，重庆丝爽作出董事会决议，同意日用品公司将其持有重庆丝爽 48% 的股权以 288 万元分别转让给培新机械和谢幼红。其中向培新机械转让 38% 股权，转让价格为 228 万元；向谢幼红转让 10% 的股权，转让价格为 60 万元。

随后，重庆丝爽通过了新的《合资经营重庆丝爽卫生用品有限公司合同》和《合资经营重庆丝爽卫生用品有限公司章程》。

(4) 商务部门批准和工商变更

2002 年 8 月 28 日，重庆市对外贸易经济委员会出具《关于重庆丝爽卫生用品有限公司股权转让的批复》（渝外经贸发[2002]271 号），批准重庆丝爽的上述股权变更事项。

此次股权转让后，重庆丝爽股权结构如下：

股东	出资额（万元）	股权比例（%）
谢幼红	57.80	10
培新机械	520.20	90
合计	578.00	100

3、2006 年 5 月增资

2006 年 5 月 13 日，重庆丝爽作出董事会决议，重庆丝爽注册资本及投资总额增加 800 万，增至 1,378 万元，出资方式均为货币。其中，冯永林以 455.5 万元认购新增股份，廖楚明以 344.5 万元等值港币认购新增股份。

2006 年 5 月 13 日，重庆丝爽通过了新的《重庆丝爽卫生用品有限公司章程》。

2006 年 7 月 5 日，重庆市巴南区对外贸易经济委员会出具《关于同意重庆丝爽卫生用品有限公司增资的批复》（巴南外经发[2006]13 号），批准上述增资。

2006 年 7 月 18 日，重庆君健会计师事务所出具《验资报告》（重君会所验（2006）

0064 号),截至 2006 年 7 月 18 日,重庆丝爽共收到全体股东缴纳的注册资本合计 739.02 万元。

2006 年 7 月 28 日,重庆市工商行政管理局向重庆丝爽换发《企业法人营业执照》。

此次增资后,重庆丝爽股权结构如下:

股东	出资额(万元)	股权比例(%)
培新机械	520.20	37.75
冯永林	455.50	33.06
廖楚明	344.50	25.00
谢幼红	57.80	4.19
合计	1,378.00	100

4、2006 年 11 月股权转让

2006 年 11 月 18 日,重庆丝爽作出董事会决议,同意培新机械将持有重庆丝爽 7.75% 的股权转让给冯永林,转让对价为 106.8 万元;廖楚明将持有重庆丝爽 25% 的股权转让给谢秋林,转让对价为 344.5 万元等值港币;谢幼红将持有重庆丝爽 4.19% 的股权转让给冯永林,转让对价为 57.8 万元。

2006 年 11 月 18 日,重庆丝爽通过了新的《重庆丝爽卫生用品有限公司章程》。

2006 年 12 月 6 日,重庆市巴南区对外经济委员会出具《关于同意重庆丝爽卫生用品有限公司股权变更的批复》(巴南外经发[2006]23 号),批准上述股权转让。

2006 年 12 月 18 日,重庆市工商行政管理局向重庆丝爽换发《企业法人营业执照》。

此次股权转让后,重庆丝爽股权结构如下:

股东名称	出资额(万元)	股权比例(%)
培新机械	413.40	30
冯永林	620.10	45
谢秋林	344.50	25
合计	1,378.00	100

5、2008 年 11 月股权转让

2008 年 11 月 7 日,重庆丝爽作出董事会决议,同意培新机械将持有重庆丝爽 30% 的股权转让给冯永林,转让对价为 413.4 万元。

2008 年 11 月 10 日,重庆丝爽通过了新的《重庆丝爽卫生用品有限公司章程》。

2009 年 1 月 5 日, 重庆市巴南区对外贸易经济委员会出具《关于重庆丝爽卫生用品有限公司股权变更的批复》(巴南外经发[2009]2 号), 批准上述股权转让。

2009 年 1 月 12 日, 重庆市工商行政管理局向重庆丝爽换发《企业法人营业执照》。

此次股权转让后, 重庆丝爽股权结构如下:

股东名称	出资额(万元)	股权比例(%)
冯永林	1,033.50	75
谢秋林	344.50	25
合计	1,378.00	100

6、名称、经营范围变更

2015 年 5 月 20 日, 重庆丝爽做出董事会决议, 同意公司名称变更为“重庆吉尔商贸有限公司”, 经营范围变更为“销售五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表、日化用品、日用百货、日杂用品、企业管理咨询服务及自有房屋租赁”。

2015 年 5 月 22 日, 重庆丝爽通过《重庆吉尔商贸有限公司章程》。

2015 年 6 月 2 日, 重庆市巴南区投促进办公室出具《关于同意重庆丝爽卫生用品有限公司经营范围及公司名称变更的批复》(巴南投促进办发[2015]16 号), 同意上述名称和经营范围变更。

2015 年 6 月, 重庆市人民政府向吉尔商贸换发《台港澳侨外商投资企业批准证书》。

2015 年 6 月 15 日, 重庆市工商行政管理局向吉尔商贸换发《营业执照》。

7、经营范围变更

2017 年 6 月 26 日, 吉尔商贸做出董事会决议, 同意公司经营范围变更为“销售: 五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表; 企业管理咨询服务; 自有房屋租赁”。

2017 年 6 月 26 日, 重庆丝爽通过变更后的《重庆吉尔商贸有限公司章程》。

2017 年 6 月 28 日, 重庆市工商行政管理局向吉尔商贸换发经营范围变更后的《营业执照》。

截至 2016 年 12 月 31 日, 吉尔商贸未经审计的总资产为 42,620,605.12 元, 净资产为 42,440,560.58 元, 净利润为-590,944.66 元。

2、普兆恒益

中文名称：重庆普兆恒益投资有限公司

法定代表人：冯永林

成立时间：2010 年 2 月 2 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

住所：重庆市九龙坡区歇台子科园四路 149 号附 4-15 号

经营范围：投资咨询（不含金融、证券、期货）。截止本招股说明书签署日，普兆恒益未实际开展生产经营活动。

截至本招股说明书签署日，普兆恒益的股权结构如下：

序号	股东类型	股东	出资额（万元）	出资比例
1	自然人	冯永林	80	80%
2	自然人	冯弟友	10	10%
3	自然人	冯永祥	10	10%
总计			100	100%

自设立至本招股说明书签署日，普兆恒益历史沿革情况如下：

2010 年 1 月 25 日，冯永林、冯弟友、余兆恒签署了《重庆普兆恒益投资有限责任公司章程》以及《重庆普兆恒益投资有限责任公司首届股东会决议》，共同出资设立普兆恒益，注册资本为人民币 100 万元，其中冯永林出资人民币 80 万元，占注册资本的 80%；冯弟友出资人民币 10 万元，占注册资本的 10%；余兆恒出资人民币 10 万元，占注册资本的 10%，均为货币出资。根据重庆金财会计师事务所出具的《验资报告》（重金会验字 [2010] 007 号），截止 2010 年 1 月 28 日，普兆恒益已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 100 万元。

2010 年 2 月 2 日，重庆市工商行政管理局向普兆恒益核发了《企业法人营业执照》（注册号：500901000116133）。

自普兆恒益设立以来，其名称、注册地址、股权结构、注册资本、经营范围等均未

发生任何变更。

截至 2016 年 12 月 31 日，普兆恒益未经审计的总资产为 2,221,126.33 元，净资产为 643,884.21 元，2016 年度净利润为-32,658.43 元。

(四) 控股股东和实际控制人持有发行人股份的质押或其他权利争议

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东复元商贸持有本公司股份及实际控制人冯永林间接持有本公司股份不存在质押或其他权利争议的情况。

十一、发行人股本情况

(一) 本次发行前后公司股本情况

本次发行前，公司总股本 38,500 万股。公司本次拟公开发行 A 股不超过 12,833.30 万股，占发行完成后总股本的比例不超过 25%。以公开发行 A 股 12,833.30 万股、现有股东不公开发售股份计算，本次发行前后公司股本情况如下：

股东名称	本次发行前		本次发行后	
	股数 (万股)	占总股本 比例 (%)	股数 (万股)	占总股本 比例 (%)
复元商贸	17,731.00	46.06	17,731.00	34.54
重望耀晖	17,269.00	44.85	17,269.00	33.64
汇元投资	1,258.80	3.27	1,258.80	2.50
原元投资	1,142.50	2.97	1,142.50	2.22
光元投资	1,098.70	2.85	1,098.70	2.10
本次发行流通股	-	-	12,833.30	25.00
合计	38,500.00	100	51,333.30	100

(二) 前十名股东

本次发行前，公司共有 5 名股东，持股情况如下：

股东名称	认购股份数 (万股)	股权比例
复元商贸	17,731.00	46.06%
重望耀晖	17,269.00	44.85%

股东名称	认购股份数(万股)	股权比例
汇元投资	1,258.80	3.27%
原元投资	1,142.50	2.97%
光元投资	1,098.70	2.85%
合计	38,500.00	100%

具体情况请参见本章之“十、发起人、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）股东基本情况”。

（三）本次发行前前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前公司的股东中不存在自然人股东持股情形。

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

本次发行前公司的股东中不存在战略投资者持股情形。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前股东之间不存在关联关系。

（六）本次发行前所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

关于发行前所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺的具体内容，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股东关于所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

十二、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况

本公司未发行过内部职工股，未曾有工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股和股东数量超过 200 人的情况。

十三、发行人员工及社会保障情况

(一) 员工人数和构成

1、员工人数及变化情况

报告期内，公司员工人数及变化情况如下表所示：

时间	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
员工人数	2,264	2,887	2,259

报告期内，公司曾与重庆投促人力资源管理服务有限公司（后更名为重庆投促人力资源服务有限公司）开展合作并签订《劳务派遣服务协议》，约定由重庆投促人力资源管理服务有限公司按发行人要求为其提供劳务派遣人员，按照发行人薪资规定按月支付劳动报酬，代扣代缴其个人所得税，并为派遣人员办理五险一金。重庆投促人力资源管理服务有限公司持有重庆市万盛经济技术开发区人力资源和社会保障局颁发的《劳务派遣经营许可证》（编号：渝 02340003），许可经营事项为经营劳务派遣业务。公司采用劳务派遣形式的人员系公司投放至超市的导购人员，属于为主营业务岗位提供服务的非主营业务岗位、且存续时间不超过 6 个月，符合《劳动合同法》关于劳务派遣人员辅助性、临时性的特征。

报告期各期末，公司使用劳务派遣员工人数及占比情况如下表所示：

单位：名

时间	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
劳务派遣用工人数	0	0	592
公司总员工人数	2,264	2,887	2,259
劳务派遣用工占比	0%	0%	26.20%

报告期内，公司根据 2014 年 3 月 1 日起施行的《劳务派遣暂行规定》，被派遣劳动者数量不得超过其用工总量 10% 的要求，但对超比例使用劳务派遣人员的情形给予了一定时间的整改期，要求用工单位在 2016 年 3 月 31 日前将劳务派遣用工降至规定比例，并将制定的调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案。

报告期内，公司存在劳务派遣员工占比超过 10% 的情况。为符合《劳务派遣暂行规定》的要求，公司及时制定劳务派遣用工调整方案，逐步将劳务派遣员工转为正式员工，并与该等员工签订《劳动合同》，依法建立劳动关系。2015 年 10 月 26 日，发行人向重

庆市巴南区劳动和社会保障监察支队履行备案程序,就上述情况提交《关于劳务派遣用工方案调整的报告》,并取得重庆市巴南区劳动和社会保障监察支队的确认,在上述法定整改期内实现了劳务派遣用工的合规。2015年9月30日至本招股说明书签署日,发行人不存在劳务派遣情形。为进一步确保用工合规性,发行人在用工制度中规定:公司使用劳务派遣人员,严格遵守“临时性、辅助性、替代性”原则,原则上避免以劳务派遣方式解决使用导购人员或其他流动性较大人员。若确因临时需要,需严格控制劳务派遣用工数量,使用的被派遣劳动者数量不得超过用工总量的10%,并遵守《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等国家和地方各项法律、法规和规范性文件的规定。

根据重庆市巴南区社会保险局和重庆市巴南区就业局于2017年7月4日出具的证明文件,公司自设立至证明出具之日,不存在因违反劳动法律法规而受到该部门调查或行政处罚的情形。

公司已将劳务派遣员工逐步转为正式员工,因此并未造成劳动用工的短缺。在转为正式员工后,员工基本薪酬未变,绩效工资均按照公司制度执行,薪酬成本未变化。因此,将劳务派遣转变为劳动合同用工形式未造成用工短缺或导致用人成本显著增加,对发行人的正常生产经营和持续发展未造成重大影响。

2、员工专业构成情况

截至2016年12月31日,公司员工专业构成情况如下:

专业构成	人数(名)	比例(%)
研发生产	630	27.8
销售	1,369	60.5
物流	102	4.5
行政管理	163	7.2
合计	2,264	100

3、员工年龄构成情况

截至2016年12月31日,公司员工年龄构成情况如下:

年龄段	人数(名)	比例(%)
30岁以下	761	33.6

年龄段	人数(名)	比例(%)
31-40 岁	854	37.7
41-50 岁	547	24.2
51 岁以上	102	4.5
合计	2,264	100

4、员工学历构成情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司员工学历构成情况如下：

学历构成	人数(名)	比例(%)
博士、硕士及本科学历	195	8.6
专科	434	19.2
高中同等学历	664	29.3
其他	971	42.9
合计	2,264	100

(二) 员工社会保障情况

1、社会保障制度的执行情况

本公司依据国家的相关法律、法规及政策的规定，为员工办理了各项保险和其他保障，包括基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险。

报告期内，公司存在部分员工社会保险费用未缴的情况，具体如下：

单位：名

缴纳情况	2016 年底		2015 年底		2014 年底	
	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)
已缴纳社会保险	2,144	94.70	2,396	82.99	2,047	90.62
员工因各种原因未缴纳(注 ¹)	0	0	0	0.00	60	2.66
员工因各种原因无需或无法缴纳(注 ²)	120	5.30	491	17.01	152	6.72
员工总数	2,264	100	2,887	100	2,259	100

注¹：原因包括员工自愿不缴纳、因未提供个人资料或提供材料不齐全或有误导致公司无法为其缴纳。

注²：原因包括新入职员工尚未开始缴纳、员工与其他单位签订协议保留社保关系、部分员工为退休返聘员工。

公司已取得重庆市巴南区社会保险局和重庆市巴南区就业局于 2017 年 7 月 4 日出具的证明文件，公司不存在因违反社会保险及劳动相关法律法规而受到行政处罚的情形，也不存在任何关于社会保险方面的争议。

公司实际控制人冯永林已出具《承诺函》：如因发行人应缴未缴、未足额为其全体职工缴纳各项社会保险，而被有关部门要求或决定补缴职工社会保险，或使发行人遭受任何罚款或损失，发行人实际控制人冯永林承诺，将承担所有补缴款项、罚款及一切相关费用的缴付义务，并对发行人因此而遭受的所有损失承担补偿责任。

报告期内公司存在未为个别员工缴纳社会保险的情形，但该等情形均系由于各项客观情况限制；自 2015 年 9 月 30 日起，公司已为全体应缴员工缴纳了社会保险；相关主管部门已确认公司不存在因违反社会保险及劳动相关法律法规而受到行政处罚的情形；实际控制人已作出相关承诺，将全额承担因报告期内未按规定缴纳社会保险可能给公司带来的经济损失。截至本招股说明书签署日，公司已实现依法足额缴纳各项社会保险，符合法律、法规及其他规范性文件的规定；公司历史上未严格按照法律、法规及其他规范性文件的规定为员工缴纳社会保险的情形未对公司及其股东产生重大不利影响，不会对公司持续经营构成重大不利影响，不会对公司本次发行上市构成实质障碍。

2、住房公积金制度的执行情况

报告期内，公司存在部分员工的住房公积金未缴的情况，具体如下：

单位：名

缴纳情况	2016 年底		2015 年底		2014 年底	
	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)
已缴纳住房公积金	2,144	94.70	2,396	82.99	1,403	62.11
员工因各种原因未缴纳 (注 ¹)	0	0	0	0.00	704	31.16
员工因各种原因无需或无法缴纳 (注 ²)	120	5.30	491	17.01	152	6.73
员工总数	2,264	100	2,887	100	2,259	100

注¹：原因包括在试用期尚未开始缴纳、员工不愿意缴纳、因未提供个人资料或所提供资料不齐全或有误导致公司无法为其缴纳。

注²：原因包括与其他单位签订协议保留住房公积金关系、部分员工为退休返聘员工、新入职员工尚未开始缴纳。

公司自 2010 年 11 月 29 日成立至今，不存在因违反住房公积金相关法律法规而受到住房公积金管理部门处罚的情形。

公司已取得重庆市住房公积金管理中心于 2017 年 6 月 16 日出具的《证明》，公司已按照国家法律法规的规定于 2011 年 1 月起为职工缴存住房公积金。

公司实际控制人冯永林已出具《承诺函》：如因发行人应缴未缴、未足额为其全体职工缴纳住房公积金，而被有关部门要求或决定补缴职工住房公积金，或使发行人遭受任何罚款或损失，发行人实际控制人冯永林承诺，将承担所有补缴款项、罚款及一切相关费用的缴付义务，并对发行人因此而遭受的所有损失承担补偿责任。

报告期内公司存在未为个别员工缴纳住房公积金的情形，但该等情形均系由于各项客观情况限制；自 2015 年 9 月 30 日起，公司已为全体应缴员工缴纳了住房公积金；相关主管部门已确认发行人已按相关规定为职工缴存住房公积金；发行人实际控制人已作出相关承诺全额承担因报告期内未按规定缴纳住房公积金可能给发行人带来的经济损失。截至本招股说明书签署日，发行人已实现依法缴纳住房公积金，符合法律、法规及其他规范性文件的规定；发行人历史上未按照法律、法规及其他规范性文件的规定为员工缴纳住房公积金的情形未对发行人及其股东产生重大不利影响，不会对发行人持续经营构成重大不利影响，不会对发行人此次发行上市构成实质障碍。

（三）发行人员工薪酬情况

1、员工薪酬政策、上市前后高管薪酬安排、薪酬委员会对工资奖金的规定

发行人注重人才梯队建设，以“为员工提供充分施展才华的空间”和“保证员工薪酬在所处地区和行业具有竞争力”为核心理念制定了《重庆百亚卫生用品股份有限公司薪酬绩效政策》，对公司销售、生产、职能体系员工的薪酬政策作出明确规定。

（1）员工薪酬政策

①基本原则

发行人制定的《重庆百亚卫生用品股份有限公司薪酬绩效政策》主要体现了公平性

原则、竞争性原则、激励性原则、业绩导向与按劳分配原则以及动态性原则五大原则，力图通过市场化运作的分配体系激发员工活力，共同分享发展所带来的利益，把员工个人业绩和团队业绩有效结合起来，促进员工价值观念的归合，形成留住人才和吸引人才的机制，推进实现公司总体发展战略。

②员工薪酬组成与结构

公司员工薪酬数额主要由员工职务、薪酬等级、绩效表现以及专项奖励方案等方面综合确定。公司对于销售体系员工、技术员工、职能部门员工、工人等不同类别员工制定了不同的职务与薪酬等级体系以及考核方式，用以充分调动各类员工积极性。

员工实际可获得的薪酬主要由基本工资、绩效考核工资以及其他福利与奖励组成，即员工薪酬=基本工资+绩效考核工资+其他福利与奖励。其中，基本工资指不受绩效考核结果影响而发放的工资金额，管理、销售及职能部门员工的固定工资由员工职级和薪酬等级确定，一线生产工人的基本工资依据计时或计件的原则确定；绩效考核工资指依据个人或部门绩效考核结果而确定的薪酬金额；其他福利与奖励指公司为员工提供的福利、专项奖励等其他薪酬。

为适应公司不同发展阶段的要求，薪资管理规定将根据行业市场水平，一年或两年进行重新审查和修改，以适应公司发展的需要。

(2) 上市前后高管薪酬安排及公司薪酬委员会对工资奖金的规定

当前公司高管薪酬政策与公司整体的员工薪酬政策相一致，仍遵循薪酬制定的基本原则即公平性原则、竞争性原则、激励性原则、业绩导向与按劳分配原则及动态性原则。公司董事会薪酬与考核委员会负责按照上述原则审议公司高管的薪酬与考核方案，并负责审查公司董事及高级管理人员履行职责的情况并对其进行年度绩效考评。

公司及公司董事会薪酬与考核委员会未对上市后高管薪酬做出特别安排。

2、员工总薪酬、平均薪酬及增长情况

报告期内，公司员工薪酬总额的情况如下表所示：

单位：万元

	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	2016 年度	2015 年度	2014 年度
员工薪酬总额	15,099.98	14,054.49	10,966.49
其中			
高层员工	415.67	414.50	395.14
中层员工	1,604.35	1,355.12	1,211.95
普通员工	13,079.97	12,284.86	9,359.39

注 1：工资薪酬总额包括公司为员工指出的工资、奖金、津贴、补贴、社会保险及住房公积金等，不包含职工福利费、工会经费和职工教育经费，不包含独立董事津贴；

注 2：高层员工为公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员

报告期内，公司员工的平均薪酬及增长情况如下表所示：

单位：元/月

	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
员工平均薪酬	4,647.87	8.45%	4,285.55	12.33%	3,815.09
其中					
高层员工	43,298.86	0.28%	43,177.48	4.90%	41,160.22
中层员工	10,384.13	0.61%	10,320.80	9.77%	9,402.27
普通员工	4,240.27	8.33%	3,914.11	14.42%	3,420.82

注：平均薪酬=员工薪酬总额/当期各月计提工资薪酬人次合计

3、员工薪酬与行业水平、当地企业的对比情况

(1) 员工平均薪酬与同行业上市公司的对比情况

单位：元/月

项目	2016 年	2015 年	2014 年
中顺洁柔	6,078.76	5,033.29	4,158.10
维达国际	9,348.69	7,951.34	6,864.98
恒安国际	3,777.28	3,608.16	3,466.91
平均值	6,401.58	5,530.93	4,830.00
发行人	4,647.87	4,285.55	3,613.05

注：同行业上市公司的员工平均薪酬=职工薪酬总额/（期末员工人数+期初员工数）*2/12。其中职工薪酬包括公司为员工支付的工资、奖金、津贴、福利、社会保险、住房公积金等薪酬。维达国际和恒安国际年报披露数据的货币单位为港元，转换汇率按 CNY/HKD=0.85 计算

(2) 员工平均薪酬与当地企业的对比情况

单位：元/月

项目	2016 年	2015 年	2014 年
重庆市城镇私营单位平均工资	3,945.42	3,684.42	3,344.92
重庆市制造业城镇私营单位平均工资	4,093.00	3,762.25	3,379.67
发行人	4,647.87	4,285.55	3,613.05

注：重庆市城镇私营单位平均工资与重庆市制造业城镇私营单位平均工资来源自重庆统计信息网网站

由上表可见，公司员工平均薪酬高于重庆市城镇私营单位平均工资和重庆市制造业城镇私营单位平均工资。

4、劳务派遣情况

报告期内，公司劳务派遣人员的相关工资水平如下表所示：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
劳务派遣人员薪酬支出总额（万元）	-	1,684.98	1,161.07
劳务派遣人员月平均工资（元/月）	-	3,109.97	2,140.62
重庆百亚员工月平均工资（元/月）	4,647.87	4,285.55	3,613.05
重庆市城镇私营单位平均工资（元/月）	3,945.42	3,684.42	3,344.92
重庆市最低工资（元/月）	1500.00	1250.00	1250.00

注：重庆市最低工资标准来源自重庆市人力资源和社会保障局《关于发布重庆市最低工资标准的通知（渝人社发〔2015〕250号）》和《关于发布重庆市最低工资标准的通知（渝人社发〔2013〕246号）》，重庆市内不同区域最低工资标准存在一定差异，此处选用较高标准与发行人员工平均薪酬进行对比；重庆市城镇私营单位平均工资与重庆市制造业城镇私营单位平均工资来源自重庆统计信息网网站

公司报告期内使用的劳务派遣人员全部为导购人员，平均薪酬水平略低于公司员工月平均工资，高于当地最低工资水平。公司劳务派遣人员全部按照发行人薪资规定按月支付劳动报酬，代扣代缴其个人所得税，并为派遣人员办理五险一金。根据 2014 年 3 月 1 日起施行的《劳务派遣暂行规定》，公司已将劳务派遣员工逐步转为正式员工。在转为正式员工后，员工基本薪酬未变，绩效工资均按照公司制度执行，薪酬成本未变化。

十四、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况

(一) 关于股份锁定、持股意向的承诺

实际控制人、持股 5% 以上股东、董事、监事、高级管理人员就股份锁定、持股意向的承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股东关于所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”、“四、持股 5% 以上股东的持股意向及减持意向的承诺”。

(二) 关于招股说明书信息披露的承诺

控股股东复元商贸、实际控制人冯永林、股东重望耀晖、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书信息披露的承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏的承诺”。

(三) 关于稳定公司股价预案的承诺

关于稳定公司股价预案的承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、关于公司稳定股价的预案及相关承诺”。

(四) 关于避免同业竞争和关联交易的承诺

本公司的控股股东复元商贸和实际控制人冯永林已作出了放弃同业竞争与利益冲突的承诺，详见“第七章同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”。

(五) 关于避免和规范关联交易的承诺

本公司的持股 5% 以上的股东复元商贸、重望耀晖以及实际控制人冯永林已作出了避免和规范关联交易的承诺，详见“第七章同业竞争与关联交易”。

(六) 关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

本公司董事及高级管理人员对发行人填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺参见本招股书“第十一章管理层讨论与分析”之“九、本次发行对即期回报的影响及发行人拟采取采取的措施”。

(七) 关于社保、公积金的承诺

本公司的实际控制人冯永林作出的关于社会保险及住房公积金的承诺参见本招股

说明书“第五章发行人基本情况”之“十三、发行人员工及社会保障情况”之“（二）员工社会保障情况”。

（八）关于承诺履行的约束措施

有关上述责任主体关于承诺履行的约束措施请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、公司及其控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员相关承诺的约束措施”。

第六章 业务与技术

一、发行人主营业务和产品及设立以来的变化情况

公司主营业务为一次性卫生用品的研发、生产和销售，产品包括卫生巾和纸尿裤。公司坚持多品牌差异化的发展战略，旗下拥有“自由点”、“妮爽”和“好之”三个品牌，为川渝地区一次性卫生用品行业的领先企业，致力于为消费者提供安全、舒适的高品质产品。

自公司成立以来，主营业务和主要产品均未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

公司产品包括卫生巾和纸尿裤，主要采用纸类原材料，属于纸制品，生产过程不涉及造纸环节。按照原材料构成划分，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人所处行业为“制造业（C）”中的“造纸和纸制品业（C22）”。按照产品特点 and 用途划分，发行人属于一次性卫生用品行业^注。发行人所属行业如下图所示：



注：此处的一次性卫生用品指广义的一次性卫生用品，即使用一次后即丢弃的、与人体直接或间接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健（抗菌或抑菌）目的而使用的各种日常生活用品，产品性状可以是固体也可以是液体。本招股说明书中所述一次性卫生用品，如无特别说明，均指具有纸制品属性的一次性卫生用品，即释义中所释的一次性卫生用品。

（一）行业的主管部门、监管体制、行业主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

发行人行业主管部门包括国家发改委、国家质检总局及卫生和计划生育委员会。

国家发改委负责规划、制定行业相关产业的发展政策。质检总局负责制定卫生标准，包括产品标准、生产环境卫生标准、消毒监测评价标准。卫生和计划生育委员会负责制定包括卫生巾和纸尿裤等产品在内的消毒类卫生用品行业的法律规范，明确消毒类卫生产品在生产、消毒、贮存、运输过程中的卫生要求及产品标识要求。

发行人所在行业的自律性组织为全国造纸协会生活用纸专业委员会，其主要职责为加强生活用纸及一次性卫生用品行业自律，为企业提供技术咨询，强化与海外同行业的联系，提供国内外生活用纸发展的技术、经济和市场信息等。

2、行业主要法律法规

卫生巾和纸尿裤与消费者生活及健康有着密切联系，国家对此类产品有严格的检测标准与监管要求。除单独规定一次性使用卫生用品、卫生巾及纸尿裤的技术标准外，国家也将此类产品列为消毒卫生产品，对其生产环境、生产设备、产品标签等方面进行约束与规范。公司生产经营涉及的主要法律法规及政策如下：

（1）行业技术标准

技术标准名称	颁布单位	实施日期
GB15979-2002 一次性使用卫生用品卫生标准	质检总局	2002年9月1日
GB/T8939-2008 卫生巾(含卫生护垫)	质检总局 中国国家标准化管理委员会	2008年9月1日
GB/T28004-2011 纸尿裤（片、垫）	质检总局 中国国家标准化管理委员会	2012年2月1日

（2）行业法律法规

名称	颁布单位	生效时间
《中华人民共和国产品质量法》	全国人民代表大会常务委员会	2000年9月1日
《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人民代表大会常务委员会	2014年3月15日
《中华人民共和国价格法》	全国人民代表大会常务委员会	1998年5月1日
《消毒管理办法》	卫生部	2002年7月1日

名称	颁布单位	生效时间
《消毒产品标签说明书管理规范》	卫生部	2006 年 5 月 1 日
《消毒产品生产企业卫生规范》	卫生部	2010 年 1 月 1 日
《消毒产品生产企业卫生许可规定》	卫生部	2010 年 1 月 1 日
《消毒产品卫生安全评价规定》	卫生和计划生育委员会	2014 年 6 月 27 日
《外商投资产业指导目录（2015 年修订）》	国家发改委、商务部	2015 年 4 月 10 日
《外商投资项目核准和备案管理办法》	国家发改委	2014 年 6 月 17 日

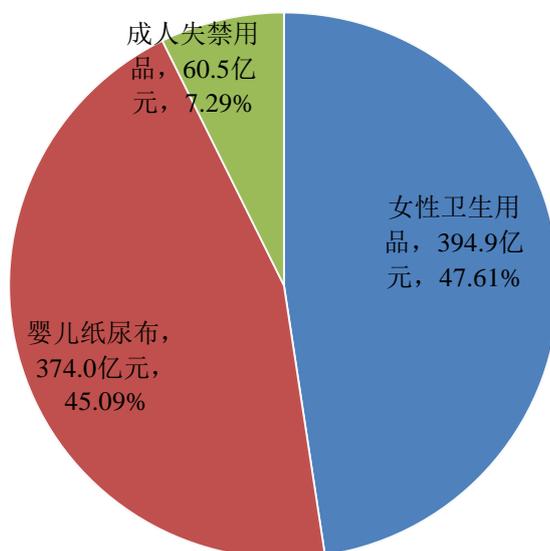
（二）行业基本情况及发展趋势

1、行业概况

我国一次性卫生用品行业的发展始于上世纪 80 年代，以卫生巾先行，行业发展初期国内市场较为封闭，厂商生产技术落后，产品种类单一，且消费者对产品尚缺乏了解，普及程度较低。进入上世纪 90 年代，外资厂商进入国内市场，同时婴儿纸尿裤市场开始起步，引入了先进的卫生巾及婴儿纸尿裤生产设备和产品，且消费者已形成一定的产品认知和使用习惯，行业开始加速发展。2000 年之后，一次性卫生用品因其方便、卫生、健康等优点，消费者普及程度进一步提升，成人失禁用品也开始出现，行业整体继续稳步发展，并且国内本土企业开始壮大。2010 年以来，消费者对产品的品牌、质量、功能的要求进一步提高，具有良好品牌、先进技术的企业占据了发展优势。

经过 30 多年的发展，我国一次性卫生用品行业产品种类不断丰富、功能不断完善、普及程度不断提升，已成为与人民生活密切相关的重要行业。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，2016 年我国一次性卫生用品市场规模达到 829.4 亿元，比 2015 年增长 3.6%。在 2016 年一次性卫生用品市场总销售额中，卫生巾（含护垫）占 47.6%，婴儿纸尿裤（含尿片）占 45.1%，成人失禁用品占 7.3%。卫生巾的市场销售额在行业中占比最大，具体情况如下：

2016 年中国一次性卫生用品市场构成



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

2、行业发展现状及趋势

(1) 行业发展现状

我国一次性卫生用品行业持续保持增长，其中占比较大的卫生巾市场行业规模稳步增长；婴儿纸尿裤和成人失禁用品需求不断增加、市场渗透率逐步上升。

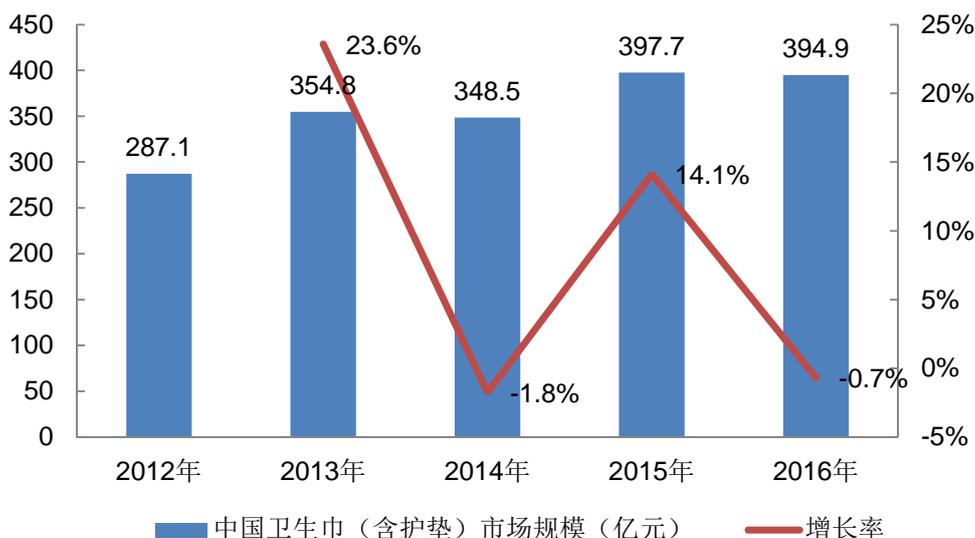
①卫生巾市场：消费者群体数量庞大，市场规模稳步增长

经过 30 多年的市场发展，我国女性消费者的卫生巾使用习惯已充分培养，卫生巾已成为女性经期护理必不可少的卫生用品。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据，截至 2016 年，我国卫生巾的市场渗透率达到 96.5%，与美国、日本等发达国家水平接近。中国造纸协会生活用纸专业委员会发布的《2016 年生活用纸行业年度报告》显示，我国 2016 年卫生巾使用适龄女性（15-49 岁）人口数量为 3.77 亿，并且近年来卫生巾使用适龄女性年龄段有向两端延伸的趋势，卫生巾市场拥有庞大的消费者群体。

近年来，随着生活水平不断提升、健康生活意识不断加强，女性消费者对卫生巾在功能、舒适、安全、健康等方面的需求不断提高；另一方面，卫生巾生产设备、技术水

平的进步也推动了产品的设计、功能持续细分和演化。在上述两方面因素作用下，消费升级推动卫生巾市场规模稳步增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据，2012年至2016年，卫生巾（含护垫）消费量从916.0亿片增加到1,186.1亿片，年复合增长率达到6.67%，市场规模从287.1亿元扩大至394.9亿元，年复合增长率达到8.30%，具体情况如下：

2012-2016年中国卫生巾（含护垫）市场规模

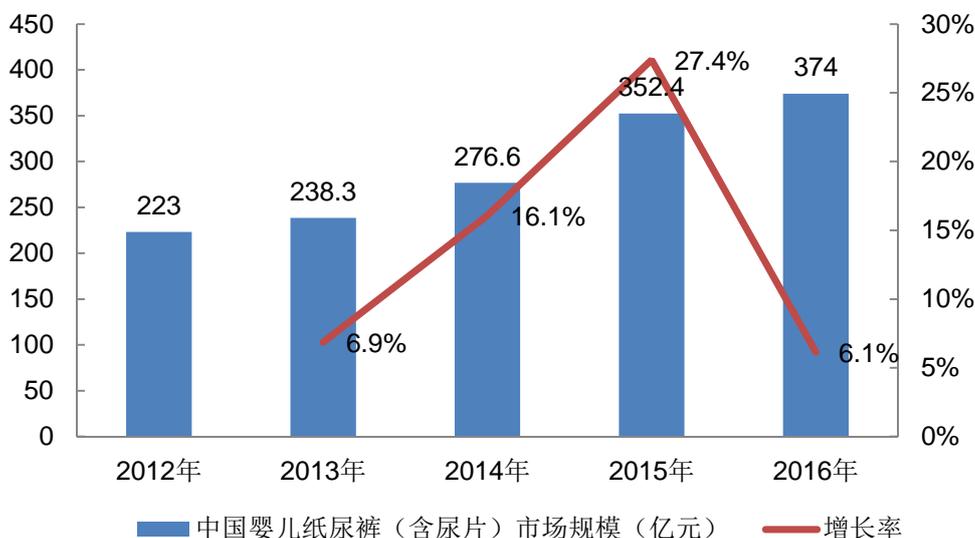


数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

②婴儿纸尿裤市场：渗透率快速上升，消费量提升明显

我国婴儿纸尿裤市场虽起步晚于卫生巾市场，但近年来发展迅速，随着我国家庭对婴儿纸尿裤的接受度不断提高和使用习惯的逐渐养成，婴儿纸尿裤产品的市场渗透率迅速提高。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，2000年我国婴儿纸尿裤（含尿片）的市场渗透率仅有2.1%，2016年已提升至55.6%，2016年我国0-2岁婴儿人数近4,000万人，全年出生人口达到1,786万人，较2015年增加131万人，消费人群规模增加明显。快速提升的渗透率和庞大的婴幼儿人口数量推动了婴儿纸尿裤市场规模的快速增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会数据，2012年至2016年，婴儿纸尿裤（含尿片）消费量从206.2亿片增加到349.1亿片，年复合增长率达到14.07%，市场规模从223.0亿元扩大至374.0亿元，年复合增长率达到13.80%，具体情况如下：

2012-2016 年中国婴儿纸尿裤（含尿片）市场规模



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

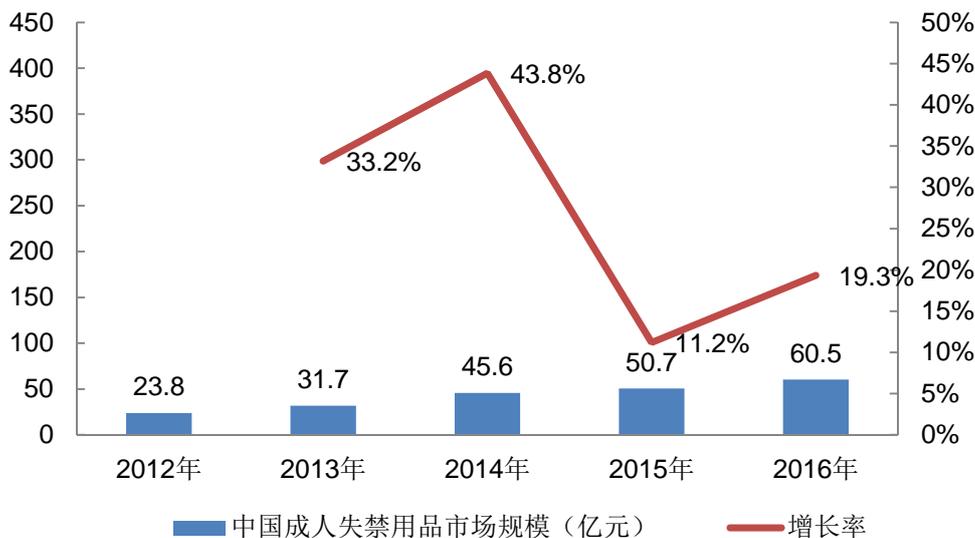
③成人失禁用品市场：养老护理需求增加，市场增速较快

成人失禁用品的主要消费群体是老龄人口中的失禁患者。近年来，中国人口老龄化程度不断加剧。2016年中国统计公报数据显示，全国65岁及以上人口数量已经从2005年的10,055万人增加到2016年的15,003万人，占总人口的比例也从2005年的7.7%增加到2016年的10.8%。其中，65周岁及以上人口老龄人口数居全球之首。数量巨大且快速增长的老龄人口为我国成人失禁用品市场发展提供了庞大的潜在消费群体。

成人失禁用品具有穿戴方便、贴身舒适的特点，穿着后行动束缚减少，能为不同失禁程度的成年人提供专业的护理保护，成人失禁用品的发展和普及减轻了居家养老的护理负担，提高了中老年人的生活质量。

与发达国家相比，我国成人失禁用品市场还处在起步阶段，但不断增加的老龄人口和生活观念的不断转变推动了成人纸尿裤市场规模的快速增长，市场渗透率逐年增高。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会数据，2016年成人失禁用品的消费量为39.5亿片，比上年增长35.3%，市场规模60.5亿元，比上年增长19.3%，具体情况如下：

2012-2016 年中国成人失禁用品市场规模



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

(2) 行业未来发展趋势

①卫生巾市场发展趋势

随着卫生巾市场进一步发展和女性消费者健康意识不断增强，女性消费者对卫生巾的安全性、舒适性、贴身性等方面的要求日渐提高。卫生巾功能的多样化、差异化发展为女性消费者的经期护理提供了更多个性化的选择。如量少时适合使用网面迷你巾，具有舒适干爽的特点；日间运动时适合使用极薄日用型，具有轻薄透气的特点；夜间量大时适合使用加长型或裤型，具有吸收能力强的特点。卫生巾功能逐渐细分将会是行业未来的发展趋势。在市场细分化过程中，产品线丰富的生产厂商将会具有一定竞争优势。

未来，随着我国居民人均可支配收入的逐渐提高和女性消费者对生理期卫生重视程度的日益加强，卫生巾市场规模将进一步扩大。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的预测，到 2020 年中国卫生巾（含护垫）市场规模将达到 611.0 亿元。居民收入的逐渐提高也推动高收入女性群体的不断扩大，以极薄、舒适、超强吸收为代表的中高端卫生巾的消费比例将持续提升。根据尼尔森市场调查统计，2016 年全国极薄卫生巾销售额占日用卫生巾总销售额的 20.1%，同比增长 27.8%，占夜用卫生巾总销售额的 12.6%，同比增长 48.0%，呈快速增长趋势。整体市场规模的扩大，特别是中高端卫生巾市场的

快速增长为行业内新品研发实力强、生产技术领先的厂商提供了进一步迅速发展的机遇。

②婴儿纸尿裤市场发展趋势

根据卫计委统计，2016 年我国新生婴儿数量为 1,846 万人。随着国家“全面二孩”政策逐步落实，新生儿的数量有望加速。近年来，中国婴儿纸尿裤市场渗透率提升速度明显，但与美国、日本等发达国家 90% 以上的婴儿纸尿裤市场渗透率相比，中国婴儿纸尿裤的市场渗透率仍然较低。未来，随着生活水平的提高和健康观念的转变，我国婴儿纸尿裤的使用将进一步从大中型城市向中小型城市以及农村地区普及。受益于国家推动“全面二孩”政策和婴儿纸尿裤普及程度提高等有利因素的影响，婴儿纸尿裤市场有望保持较高的增长速度。

随着产品研发水平和生产技术的不断提升，婴儿纸尿裤产品将进一步向提高舒适度、增强防漏保护以及智能化方向逐步升级。以学步裤（婴儿纸尿裤的一种特殊裤型）为代表的中高端纸尿裤产品将会得到越来越多家庭的认可和青睐。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2016 年学步裤销售额占婴儿纸尿裤整体销售额的 19.6%，占比较上年增加 4.70 个百分点，市场份额持续扩大。未来，具备学步裤等中高端纸尿裤产品的研发生产能力的生产厂商将在市场竞争中具有一定优势。

③成人失禁用品市场发展趋势

随着我国居民生活水平的提高以及家庭对于成人失禁用品消费观念的转变，越来越多的家庭和专业护理机构开始选择成人失禁用品为老年人进行失禁护理。成人失禁用品的使用能够降低护理难度，减轻护理负担，提高中老年人的生活质量和护理舒适度。由于人口老龄化加剧，加之居民生活水平提高以及老年人对失禁用品接受度提高，成人失禁用品市场具有很大的发展潜力。

（三）一次性卫生用品行业竞争格局

我国一次性卫生用品行业的发展始于上世纪 80 年代，至今已有三十多年发展历史。一次性卫生用品的三个主要子行业——卫生巾行业、婴儿纸尿裤行业、成人失禁用品行业由于所处发展阶段不同，因此当前呈现出差异化的竞争格局。其中，卫生巾行业竞争格局的形成经历了以下几个阶段的演变：

(1) 市场启蒙期：上世纪八十年代，我国首批卫生巾生产企业出现，但生产设备、工艺较为落后，产品较为单一，生产规模较小；

(2) 快速发展期：上世纪九十年代，以宝洁、尤妮佳为代表的外资厂商开始进入国内市场，引入了先进的生产设备和产品。在此阶段，外资企业因产品质量、技术和品牌等优势，占据主要市场份额；

(3) 整合发展期：2000年后，本土卫生巾生产厂商数量不断增加，最高峰时超过2,000家，国产卫生巾的市场占有率不断提高。2010年以来，行业进入整合期，市场集中度不断提升。在行业整合过程中，卫生巾生产企业减少到600多家，大量本土中小企业退出市场，部分优质本土企业抓住整合机遇，占据区域市场后向全国市场扩张，将品牌向全国拓展。根据《尼尔森2016年全国商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》，按照商超渠道销售额统计，2016年市场占有率前10名的卫生巾厂商合计占有卫生巾市场80%以上的市场份额。

2016年全国主要卫生巾厂商商超渠道市场份额

序号	公司名称	品牌	市场份额
1	福建恒安集团有限公司	七度空间、安尔乐、安乐	27.4%
2	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	苏菲、Center in、佳慕	17.1%
3	广东景兴卫生用品有限公司	ABC、Free	10.7%
4	宝洁（中国）有限公司	丹碧丝、护舒宝、朵朵	9.2%
5	桂林洁伶工业有限公司	洁伶、淘淘氧棉	4.4%
6	金佰利（中国）有限公司	高洁丝、舒而美	3.9%
7	重庆百亚卫生用品股份有限公司	自由点、妮爽	2.9%
8	花王（中国）投资有限公司	乐而雅	2.7%
9	湖北丝宝卫生用品有限公司	洁婷、伊倍爽	2.4%
10	北京倍舒特科技发展有限公司	倍舒特、怡悦清爽	1.3%
合计			82.0%

资料来源：《尼尔森2016年全国商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》

目前婴儿纸尿裤市场发展情况类似卫生巾市场快速发展期，主要由外资厂商占据市场主导地位。未来，随着婴儿纸尿裤市场渗透率逐步提高以及国产婴儿纸尿裤产品受到越来越多消费者的认可，国内婴儿纸尿裤生产厂家的市场份额有望提升。

2016 年全国主要婴儿纸尿裤厂商商超渠道市场份额

序号	公司名称	品牌	市场份额
1	宝洁（中国）有限公司	帮宝适	28.5%
2	金佰利（中国）有限公司	好奇	17.4%
3	福建恒安集团有限公司	安儿乐	13.1%
4	花王（中国）投资有限公司	妙而舒	11.6%
5	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	妈咪宝贝、Moony	9.8%
6	广东茵茵股份有限公司	茵茵、妈咪物语	3.5%
7	重庆百亚卫生用品股份有限公司	好之	1.5%
8	东莞市常兴纸业有限公司	一片爽	1.3%
9	爹地宝贝股份有限公司	爹地宝贝	0.9%
10	桂林洁伶工业有限公司	淘淘酷	0.8%
合计			88.4%

资料来源：《尼尔森 2016 年全国商超渠道婴儿纸尿裤主要厂商销售额份额及排名》

成人失禁用品在国内市场出现于 2000 年后，发展相对较晚。但近年来，国内品牌迅速增加，根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，2014 年排名前 10 位的生产厂家销售额合计约占全国总销售额的 77.9%。2015 年该比例已降至 44.4%，市场竞争逐渐加剧。

（四）主要进入壁垒

（1）品牌壁垒

随着人们生活水平的提高，消费者在选择商品时更关注品牌。知名品牌是企业产品质量、工艺技术、研发能力、市场营销和企业文化等多方面因素的综合体现，是企业通过大量的资金投入和长期的经营发展积累下来的企业核心竞争力。特别对于一次性卫生用品行业，大部分产品与使用者肌肤直接接触，产品的安全性、可靠性是消费者选择购买时最为关注的因素。知名品牌是消费者选择优质一次性卫生用品的重要依据。知名品牌给消费者建立起的信任感是长期积累的结果，行业的新进入者很难在短时间内建立起让消费者值得信赖的品牌。

（2）经销渠道壁垒

一次性卫生用品厂商不仅需要提供安全、优质的产品满足消费者日益多元化的需求，还需要通过覆盖广泛的销售终端将产品有效的展现和传递给消费者。一次性卫生用品具有产品单价较低、终端销售网点较多的特点，因此生产厂商自建销售平台的成本较高，大多借助于外部经销商已成功覆盖的销售网络。对于本行业新进入者来说，经销商资源属于相对稀缺的资源，一方面开发经销商客户、建立信任关系的前期投入成本高，另一方面对于没有品牌积累的新进入者来说，渠道的管控能力也相对较差，不利于市场开拓。

(3) 质量控制壁垒

一次性卫生用品在使用时与使用者肌肤直接接触，产品质量至关重要，一旦出现质量问题，会对使用者的身体健康造成不适甚至是伤害，企业的品牌和形象会遭受较大负面影响。影响产品质量的主要因素包括原材料质量、生产设备、工艺流程、管理水平、质量检验水平等。提高产品质量一方面需要建立完善的质量控制体系，另一方面需要较多的资金、人力、设备投入，行业新进入者难以在短时间内形成可靠稳定的质量控制体系。

(4) 资金壁垒

一次性卫生用品更新换代速度较快，新产品通常采用新技术或新标准生产。为采用新技术或满足新标准，生产厂商需要投入大量资金购置新型生产设备或对现有设备进行技术改造。同时，随着新产品更新换代，生产厂商需要投入大量的人力、物力推广新产品，过程中需要大量的资金投入。行业新进入者通常难以具备新产品生产、推广等各环节所需的大量资金。

(五) 行业经营模式及行业特点

1、行业经营模式

(1) 生产环节

在生产环节，一次性卫生用品厂商大多选择自主生产和代工生产两种模式。在自主生产模式下，厂商自行采购原材料，通过自有工厂、设备和人员进行加工生产；在代工生产模式下，厂商自行采购原材料，委托第三方生产企业按公司确定的质量标准进行加工生产，或由第三方生产企业按照公司确定的质量标准采购原材料并进行加工生产，公

司则专注于研发和销售等环节。

行业内拥有自主品牌、实力较强的厂商通常采用自主生产模式，以确保高品质的产品质量。但是为了提供多样化的产品系列以满足消费者差异化的需求，上述厂商也会采用代工生产模式生产部分销量较小或较新的产品系列，待产品适合于规模化生产以后再自主生产，提高生产的经济性。

(2) 销售环节

在销售环节，行业内生产厂家主要通过经销和直营两种模式进入销售终端：

①经销模式

生产厂家与经销商签订经销合同，以经销价向经销商销售产品，经销商在经销合同约定的期限和地域内销售给销售终端，销售终端再销售给终端消费者。经销模式的优势在于生产厂家借助经销商的渠道资源，可以迅速、有效的开发市场，节约资金投入。

②直营模式

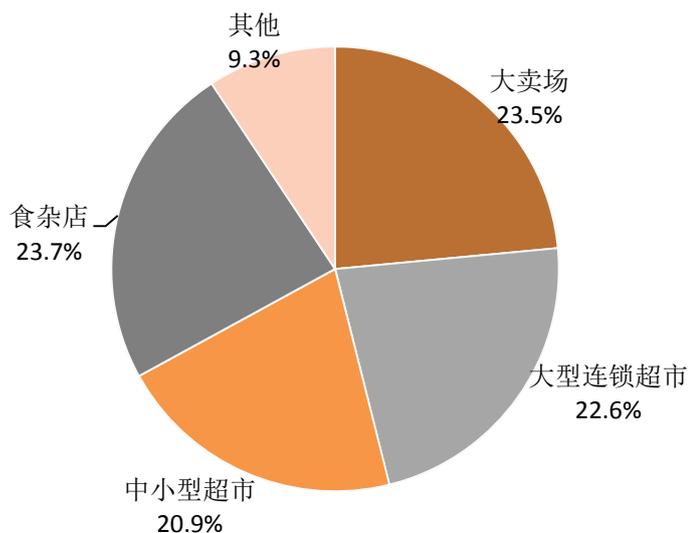
生产厂家与 KA 客户（主要为大卖场、大型连锁商超等客户）签订销售合同，采用卖断或代销的方式向 KA 销售商品。直营模式的优势在于生产厂家可以利用大型卖场、大型连锁超市网点多、影响力强的特点，提高品牌的覆盖率。

通过上述两种模式，厂家的产品进入各销售终端，其中：

①卫生巾的销售终端

卫生巾的销售终端主要包括大卖场、大型连锁商超、中小型超市、食杂店等。在终端销售额的分布上，上述四类终端的销售占比接近。外资品牌企业主要通过 KA 渠道（主要为大卖场、大型连锁商超等客户）销售其产品，本土品牌企业在销售终端下沉方面通常具有一定优势，在二、三线城市及乡镇的中小型超市和食杂店的覆盖率相对较高。

卫生巾市场各销售终端销售额占比（2016 年）

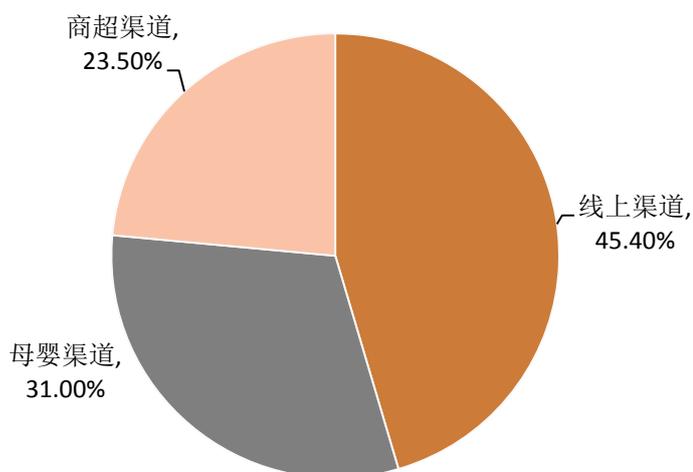


资料来源：尼尔森《2016年中国卫生用品零售趋势报告》

② 婴儿纸尿裤的销售终端

婴儿纸尿裤的销售终端主要由传统商超、母婴店和网络电商构成，三类终端销售占比接近，增速差异明显。根据尼尔森数据统计，2016年与2015年相比，网络电商销售额增长22.6%，母婴店销售额增长7.1%，传统商超销售额下降10.0%。网络电商渠道的快速发展促使行业内企业纷纷加大网络电商渠道的建设力度，设立专门部门负责网络电商渠道的运营和管理。

婴儿纸尿裤市场各销售终端销售额占比（2016年）



资料来源：尼尔森《2016年中国卫生用品零售趋势报告》

③成人失禁用品的销售终端

成人失禁用品销售终端主要为传统商超、医院等。

2、行业的周期性、季节性及区域性特点

(1) 行业的周期性和季节性

一次性卫生用品属于日常消费品，需求弹性小，行业具备较强的经营稳定性，无明显的周期性。

卫生巾生产厂商通常会在三八妇女节和学校开学季进行较大规模的促销活动，导致卫生巾的市场销售情况会因此呈现一定的季节性波动；纸尿裤的消费每年随季节呈现较明显的波动。夏季时由于天气炎热，部分家庭会减少婴儿纸尿裤的使用，导致其市场需求相对较弱，而在进入秋冬季节时市场需求则相对较强，因而纸尿裤厂商会跟随季节变化调整销售策略。

(2) 行业的区域性

我国各地经济发展阶段不同，居民消费能力存在较大差异。在一、二线城市及部分经济发达的三线城市，居民收入较高，对价格较高的卫生巾产品和纸尿裤产品的消费能力较强。在欠发达的三、四线城市和农村，居民通常对价格相对较低，但区域品牌影响力较强的卫生巾和纸尿裤的消费能力较强。

(六) 行业利润水平变动趋势及变动原因

一次性卫生用品行业厂家数量和产品种类较多，因品牌影响力、产品结构、管理水平等因素，不同厂家的利润率差异较大；因市场定位、原材料、生产工艺等因素，不同产品种类的毛利率差异也较大。一般而言，行业内拥有自主品牌的优势厂商品牌定价能力较强，产品毛利率较高，盈利能力较强。没有品牌优势的中小厂商，直接面临行业同类厂家低水平的价格竞争，盈利能力较弱。

(七) 行业技术水平及技术特点

一次性卫生用品行业的技术水平主要体现在加工技术、材料应用和产品设计等方面。

加工技术方面，目前行业主流加工技术有浆板粉碎成型技术、高分子吸收树脂定位喷洒技术和用于粘合产品各层材料的热熔胶技术等。行业技术领先的厂商仍不断研发新的加工技术，以使产品更轻薄、吸水性更强、透气性更好。随着消费者对薄型产品更加青睐，以复合芯体加工技术为代表的薄型产品加工技术将成为未来行业技术的重要发展趋势。

材料应用方面，先进材料的应用推动了一次性卫生用品行业产品升级换代。目前，行业普遍采用的吸收材料为浆板和高分子吸水树脂的混合物，以形成互补性、提高分散和吸收效率。随着天然类材料逐步受到市场的青睐，环保材料、可降解材料等对健康有益的材料应用将呈持续发展态势。行业内技术水平领先的厂商通常紧随材料科技的发展，应用先进材料以确保产品品质持续领先。

产品设计方面，高水平的产品设计能有效提升产品的功能，是行业技术水平的体现。目前，卫生巾生产厂家主要采用立体护围结构设计、中凸芯体设计等解决产品在使用过程中因吸收速度影响造成的侧漏；婴儿纸尿裤生产厂家主要采用弹性设计技术调节纸尿裤的位置，减少纸尿裤与肌肤间的缝隙，防止尿液后漏的情况。

（八）上、下游行业对本行业的影响

1、上游行业对本行业的影响

一次性卫生用品行业上游原材料主要包括膜、无纺布、高分子、胶和浆板等。上述原材料主要来源于造纸行业和石油化工行业。造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定。石油化工行业产品价格受国际石油价格影响，存在一定波动，会对本行业的生产成本造成一定影响。

2、下游行业对本行业的影响

一次性卫生用品通过大卖场、大型连锁超市、中小型超市、食杂店、便利店、网络电商等销售终端面向消费者。宏观经济景气度、消费者可支配收入状况、消费者的消费偏好等因素都将直接影响消费需求，进而影响一次性卫生用品的销售和未来的发展状况。

（九）影响行业发展的主要因素

1、有利因素

(1) 国内庞大的一次性卫生用品消费群体是支撑行业发展的基础

经过 30 多年的市场发展，我国女性消费者的卫生巾使用习惯已充分培养，卫生巾已成为女性经期护理必不可少的卫生用品。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据，截至 2016 年，我国卫生巾市场的渗透率达到 96.5%，与美国、日本等发达国家接近。随着生活水平提高和卫生意识加强，卫生巾的使用频次提高，消费群体的适龄阶段向两端延伸。中国造纸协会生活用纸专业委员会发布的《2016 年生活用纸行业年度报告》显示，2016 年我国适用卫生巾的适龄女性（15-49 岁）人口达到 3.77 亿。庞大的消费群体意味着巨大的市场需求，是支撑行业发展的基础。

(2) 婴儿纸尿裤市场有望进一步扩容

我国《人口发展“十一五”和 2020 年规划》指出：“受 20 世纪 80 年代至 90 年代第三次出生人口高峰的影响，未来十几年，20 岁至 29 岁生育旺盛期妇女数量将形成一个高峰；近 1 亿独生子女陆续进入生育年龄，政策内生育水平将有所提高。”此外，第十二届全国人民代表大会常务委员会第十八次会议通过修改《中华人民共和国人口与计划生育法》，明确“国家提倡一对夫妻生育两个子女”，标志着我国统一实施全面两孩政策。受上述两方面因素的影响，国内婴儿纸尿裤市场有望进一步扩容。

(3) 国内处于消费升级阶段，一次性卫生用品品牌企业发展前景广阔

根据发达国家和地区的经验，当一国的人均 GDP 超过 3,000 美元后，居民消费将由功能型向享受型转变，在产品质量与功能有保障的前提下，消费者更注重品牌体验。随着中国经济持续高速增长，2008 年中国的人均 GDP 已超过 3,000 美元，2015 年已超过 8,000 美元。消费观念的升级使得品牌消费逐渐成为城镇居民的消费习惯，同时我国城镇人口比例由 2000 年的 36.92% 增长至 2016 年的 57.35%。消费观念的升级和城镇人口比例的提高共同带动了卫生巾、纸尿裤等一次性卫生用品尤其是知名优质品牌产品的消费，从而为行业内具有品牌优势的企业提供了更广阔的发展空间。

(4) 零售行业的快速发展为一次性卫生用品行业的发展提供了渠道支撑

卫生巾和纸尿裤销售终端的发展在一定程度上决定着行业市场规模。我国零售行业发展迅速，各种形态的销售终端如大卖场、大型连锁商超、中小型超市、食杂店、便利店等遍布于城市甚至农村地区；此外，网络电商近年来蓬勃发展，成为一次性卫生用品

重要的销售平台。各种形态的销售终端能够满足不同消费者的消费需求，在一定程度上为一次性卫生用品行业的发展提供了渠道支撑。

(5) 产品创新能力、生产设备和技术的进步，推动行业升级转型

随着先进生产设备和工艺技术的研发、引进和使用以及行业产品创新能力的提升，近年来一次性卫生用品行业的发展得到了促进，产品使用舒适度、安全性和功能设计水平得到较大提高，一定程度上满足了消费者日益增长的需求，推动了行业升级转型。

2、不利因素

(1) 监管体制尚待完善，行业标准有待提升

目前我国一次性卫生用品行业法律法规尚不完善，行业标准相对较少，标准制定落后于行业发展速度。行业内优势企业的质量管控标准通常较现有国家标准更为严格，但依然存在少数小作坊或小公司利用行业标准漏洞做出损害消费者利益的行为，一定程度上影响了行业的健康发展。

(2) 行业信息化管理水平滞后

一次性卫生用品品类众多，生产厂家销售网络庞大，对于采购、仓储、配送、终端管控等环节的管理要求较高，现行的信息化管理水平普遍难以满足。信息化系统对于生产厂家整合企业资源提高效率、管理供应链和销售终端、迅速了解市场需求等方面起到至关重要作用。就目前国内一次性卫生用品行业整体而言，国内企业对信息化还不够重视，相关的人才和技术也较为缺乏，信息化仍然是该行业企业经营的薄弱环节。

三、本公司在行业中的竞争地位

公司主营业务为卫生巾和纸尿裤的研发、生产和销售，为川渝地区一次性卫生用品行业的领先企业，致力于为消费者提供安全、舒适的高品质产品。根据《尼尔森 2016 年全国商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》，按照商超渠道销售额统计，公司卫生巾产品 2016 年排名全国第七；根据《尼尔森 2016 年川渝商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》，按照商超渠道销售额统计，公司卫生巾产品在川渝地区 2014-2016 年连续三年市场份额排名第二；根据《尼尔森 2016 年全国商

超渠道婴儿纸尿裤主要厂商销售额份额及排名》，按照商超渠道销售额统计，公司纸尿裤产品 2016 年排名全国第七。在品牌影响力方面，公司“自由点”品牌荣获中国驰名商标。

（一）主要竞争对手

国内其他的一次性卫生用品生产厂商主要有恒安国际集团有限公司和广东景兴卫生用品有限公司等。国外一次性卫生用品生产厂商主要有尤妮佳生活用品（中国）有限公司、宝洁（中国）有限公司和金佰利（中国）有限公司等。在公司主要销售区域，主要竞争对手的基本情况如下：

1、恒安国际集团有限公司

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

2、尤妮佳生活用品（中国）有限公司

母公司总部位于日本东京市，成立于 1961 年，主要从事婴儿纸尿裤、卫生巾、成人用护理用品、清洁护理用品、湿纸巾、立体口罩、宠物护理用品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“苏菲”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“妈咪宝贝”、“Moony”。

3、广东景兴卫生用品有限公司

总部位于广东省佛山市，成立于 1998 年，主要从事卫生巾、婴儿纸尿裤和湿巾等卫生用品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“ABC”、“Free”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“ABC”。

4、宝洁（中国）有限公司

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

朵”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“帮宝适”。

5、桂林洁伶工业有限公司

总部位于广西壮族自治区桂林市，成立于 1993 年，主要从事女性一次性护理用品、婴幼儿一次性护理用品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“洁伶”、“淘淘氧棉”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“淘淘酷”。

6、金佰利（中国）有限公司

母公司总部位于美国德克萨斯州欧文市，成立于 1872 年，主要从事个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“高洁丝”、“舒而美”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“好奇”。

7、花王（中国）投资有限公司

母公司总部位于日本东京市，成立于 1940 年，主要从事美容护理用品、健康护理用品、衣物洗涤及家居清洁用品和工业化学用品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“乐而雅”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“妙而舒”。

8、湖北丝宝卫生用品有限公司

总部位于湖北省武汉市，成立于 1989 年，主要从事卫生用品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“洁婷”。

（二）本公司的竞争优势

1、专注于快速发展的一次性卫生用品行业，处于行业领先地位

公司始终专注于快速发展的一次性卫生用品行业，积累和沉淀了丰富的行业经验和资源，处于行业领先地位。

随着消费升级、健康生活观念提升，我国一次性卫生用品行业持续稳步增长，其中，卫生巾（含护垫）、婴儿纸尿裤（含尿片）分别为行业中规模占比第一和第二的品类，2016 年规模分别达到 394.9 亿元和 374.0 亿元。公司紧抓行业机遇，专注发展，集研发、生产、销售为一体，形成了卫生巾、婴幼儿纸尿裤、成人失禁用品的多品类战略布局。

目前公司已有超过 200 种产品上市，按照尼尔森商超渠道销售额统计²，2016 年公司名列卫生巾市场份额全国第七、纸尿裤市场份额全国第七，在川渝地区公司卫生巾产品 2014-2016 年连续三年市场份额排名第二，处于行业领先地位。

2、成功的多品牌差异化发展策略，建立了良好的品牌形象，并赋予公司较强的市场定价能力

公司实行多产品、多品牌的差异化发展的策略，旗下“自由点”、“妮爽”、“好之”三大品牌均定位精准，形象鲜明，有效覆盖了多类消费人群。“自由点”品牌代表“自由、青春”，定位为中高端品牌卫生巾产品；“妮爽”品牌代表“清新、健康”，定位为大众品牌卫生巾产品；“好之”品牌代表“健康、快乐”，定位为中高端品牌婴儿纸尿裤产品。针对快速增长的成人失禁用品市场，公司以“好之”品牌的“好伴”系列面向中高端市场，以“好来康”系列面向大众市场。2016 年起，出于加快成人失禁用品业务战略布局、减少成人失禁用品系列与婴幼儿纸尿裤系列名称混淆的考虑，“好伴”系列更名为“丹宁”系列。

经过多年的培育和运营，公司品牌已具有较高的市场知名度和美誉度。在品牌影响力方面，“自由点”品牌荣获中国驰名商标；“自由点”品牌、“妮爽”品牌和“好之”品牌均荣获重庆市著名商标。

得益于公司品牌的良好形象，公司具有较强的产品自主定价权，特别是“自由点”品牌，公司能够根据产品定位、市场策略和盈利目标等因素自行制定销售价格。作为一次性卫生用品企业，拥有自主定价权对公司而言至关重要，既能够有效保证盈利空间，又能维护稳定的价格体系，是公司产品享有品牌溢价的直接体现。

3、有序拓展、层次分明的销售渠道

公司实施了“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，采取经销和直营相结合的销售模式，建立了有序拓展、层次分明的销售渠道。

根据不同区域市场的开发程度和特点，公司采取差异化营销模式，将全国市场分为成熟市场、成长型市场和培育型市场三大层次，因地制宜，有序拓展。其中，成熟市场

²《尼尔森 2016 年全国商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》、《尼尔森 2016 年全国商超渠道婴儿纸尿裤主要厂商销售额份额及排名》

主要包括四川及重庆地区，公司深耕多年，成功培育和推广自主品牌，与经销商、销售终端建立了长期、良好的合作关系，实行精细化管理，占据市场领导地位；成长型市场主要包括云南、贵州、陕西、湖南及湖北等周边省份，公司在上述区域稳步推广成熟市场的成功经验；此外，公司积极向包括广西、江西、江苏、安徽、河南、河北、山东、北京等省份的培育型市场不断拓展销售网络。

在市场拓展基础之上，公司通过精细化运营，不断优化对销售终端的管理。公司的销售终端包含了大卖场、大型连锁超市、便利店等广泛、多层次的零售业态。对于大卖场、大型连锁超市，公司主要通过自主营销，目前已与沃尔玛、家乐福、人人乐、新世纪百货、永辉超市等建立了长期稳定的合作关系；对于其他销售终端，公司主要与经销商合作覆盖。公司制定了完整的经销商管理制度和流程，通过向经销商制定统一销售政策，并提供定期培训、终端店面管理支持等，确保销售终端的运营质量和管理水平。

此外，公司积极建设电商渠道，在天猫、淘宝网、京东商城等大型电商平台上均开设了自营店，报告期内，电商渠道的销售收入持续增长，电商渠道建设已初见成效。

公司高度重视销售渠道的战略布局，在不同市场有序建设形成了多层次的销售渠道，为公司持续增长奠定了坚实的基础。

4、以市场为导向的研发能力和严格的质量控制体系

(1) 以市场为导向的研发能力日益强大

公司十分注重自主创新和研发，针对女性、婴幼儿和成人消费者的生理特点、使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，以市场为导向的研发能力日益强大。

公司拥有一支经验丰富的专职研发团队，并且正在组建硬件条件一流的理化计量中心，将进一步加大专业化研发的力度。截至 2016 年 12 月 31 日，公司共拥有 203 项专利，其中外观设计专利 42 个、实用新型专利 156 个、发明专利 5 个。凭借公司对市场需求的精准把控和工艺技术的严密论证，公司已研发设计并向市场累计投放超过 200 种产品；其中 2015 年推出的“自由点”新款“隐形卫生巾产品系列”以“隐秘”、“舒适”为设计理念，成为公司中高端卫生巾的代表性产品。2016 年，公司推出以“高体验”、“高颜值”为特点的“自由点”品牌“掌控君”系列条形包产品，市场反应良好。

(2) 严格的质量控制体系

一次性卫生护理用品的质量安全至关重要，公司建立并执行了严格的质量控制体系，在采购、生产、出货等各个环节贯穿严控。在采购原料环节，公司执行严格的供应商准入标准、检测程序，供应商需通过资质审核、材料送样、材料检验、小批量试机等考察流程后，方可进入公司供应商名录，从源头上保证了优质和安全；在生产环节，公司严格贯彻质量控制流程，覆盖生产中抽验、入库检验等各个环节；在出货环节，公司在配送、销售过程中严格执行自检、送检、抽检程序。公司通过了 ISO 9001 国际质量管理体系认证，并严格按照相关标准进行质量检查和生产管理。

5、精细化管理供应链和生产经营，具有成本领先优势

公司通过对供应链和生产过程的精细化管理，有效控制、降低产品的生产成本，具有成本领先优势。

供应链管理方面，公司通过多年的经营，积累、整合了生产设备、主要原辅材料的供应资源，保证了设备、原料充足、稳定和高质量的供应。其次，公司制定和执行了严格的供应商遴选制度，并引入了质量、价格竞争机制及供应商考核体系，从而公司能够有效控制、降低采购成本。

生产经营方面，公司通过精细化管理实现有效控费，降低生产成本。公司采取以销定产的原则，逐月制定生产计划，通过信息化管理系统对采购、生产和发货过程进行供销管理，减少库存原材料、在产品 and 产成品的占用；此外，公司逐月分析经营数据，对各生产单元的成本耗用分类跟踪、分析、优化和考评，有效节约生产成本。

6、健康的企业文化和卓著的管理团队

公司秉承“锐意进取、任人唯贤、分享感恩”的企业文化，凝聚了一支致力于发展本土一次性卫生用品品牌、富有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，并不断吸纳、培养优秀人才。

公司核心管理层拥有多年行业或管理经验，对行业和市场具有敏锐洞察，对企业管理具有深刻理解，在其带领下公司具备强大的执行力，能够较好地应对市场变化，在复杂、激烈的竞争中能够及时、合理决策并有效实施，使得公司保持快速发展。在管理层的推动下，公司建立了有竞争力的人才引进、培养、激励、晋升发展体系，不断从外部

引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，保障公司拥有充足的人才储备，为健康发展打下基础。

（三）主要销售区域中的竞争地位

作为区域性优势品牌，公司目前在主要销售区域川渝及云贵陕地区拥有深度下沉的销售渠道及较强的品牌影响力，拥有较强的市场竞争力。

1、川渝地区市场竞争状况

根据尼尔森商超渠道销售额的统计数据，2014、2015 及 2016 年川渝地区卫生巾（含护垫）市场及婴儿纸尿裤市场中，主要生产厂商的市场份额及排名情况如下：

年份	排名	卫生巾		婴儿纸尿裤	
		公司名称	市场份额（%）	公司名称	市场份额（%）
2014年	1	福建恒安集团有限公司	27.1	宝洁（中国）有限公司	27.9
	2	重庆百亚卫生用品股份有限公司	21.4	福建恒安集团有限公司	17.0
	3	广东景兴卫生用品有限公司	18.7	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	13.6
	4	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	9.8	金佰利（中国）有限公司	13.1
	5	宝洁（中国）有限公司	7.9	重庆百亚卫生用品股份有限公司	7.5
2015年	1	福建恒安集团有限公司	28.6	宝洁（中国）有限公司	25.0
	2	重庆百亚卫生用品股份有限公司	20.2	金佰利（中国）有限公司	17.8
	3	广东景兴卫生用品有限公司	18.2	福建恒安集团有限公司	16.8
	4	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	10.9	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	11.1
	5	宝洁（中国）有限公司	6.6	重庆百亚卫生用品股份有限公司	8.4
2016年	1	福建恒安集团有限公司	29.3	宝洁（中国）有限公司	23.1
	2	重庆百亚卫生用品股份有限公司	20.4	金佰利（中国）有限公司	18.8
	3	广东景兴卫生用品有限公司	17.1	福建恒安集团有限公司	17.2
	4	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	11.3	重庆百亚卫生用品股份有限公司	9.3

年份	排名	卫生巾		婴儿纸尿裤	
		公司名称	市场份额 (%)	公司名称	市场份额 (%)
	5	宝洁(中国)有限公司	6.0	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	8.8

2014-2016年,除重庆百亚外,川渝地区卫生巾市场占有率前五名的生产厂家均为恒安、景兴等全国性知名卫生巾龙头企业。2014年-2016年,公司卫生巾产品在川渝地区的市场份额分别为21.4%、20.2%、20.4%,始终在该区域排名第二,体现出公司在川渝地区较强的品牌影响力与竞争力。

2014-2016年,川渝地区婴儿纸尿裤产品市场超过50%的市场份额由外资厂商占据,恒安国际与重庆百亚凭借其在全国和区域范围内的品牌竞争优势排名前列。2014、2015及2016年,公司婴儿纸尿裤产品在川渝地区的市场份额分别达7.5%、8.4%、9.3%,始终在该区域排名前五,市场份额呈现持续上升趋势。

2、云贵陕地区市场竞争状况

根据尼尔森商超渠道销售额的统计数据,2014、2015及2016年云贵陕地区卫生巾(含护垫)市场及婴儿纸尿裤市场中,主要生产厂商的市场份额及排名情况如下:

年份	排名	卫生巾		婴儿纸尿裤	
		公司名称	市场份额 (%)	公司名称	市场份额 (%)
2014年	1	福建恒安集团有限公司	33.6	宝洁(中国)有限公司	27.7
	2	宝洁(中国)有限公司	10.1	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	14.5
	3	重庆百亚卫生用品股份有限公司	9.5	福建恒安集团有限公司	13.3
	4	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	8.7	金佰利(中国)有限公司	8.3
	5	桂林洁伶工业有限公司	7.8	重庆百亚卫生用品股份有限公司	4.8
2015年	1	福建恒安集团有限公司	32.1	宝洁(中国)有限公司	26.5
	2	重庆百亚卫生用品股份有限公司	10.0	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	13.3
	3	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	9.8	福建恒安集团有限公司	12.9
	4	宝洁(中国)有限公司	8.4	金佰利(中国)有限公司	10.7

年份	排名	卫生巾		婴儿纸尿裤	
		公司名称	市场份额 (%)	公司名称	市场份额 (%)
	5	广东景兴卫生用品有限公司	7.8	重庆百亚卫生用品股份有限公司	5.4
2016年	1	福建恒安集团有限公司	33.6	宝洁(中国)有限公司	25.6
	2	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	10.1	福建恒安集团有限公司	12.8
	3	重庆百亚卫生用品股份有限公司	9.5	金佰利(中国)有限公司	12.1
	4	桂林洁伶工业有限公司	8.7	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	9.7
	5	广东景兴卫生用品有限公司	7.8	花王(中国)投资有限公司	7.7

注：重庆百亚2016年云贵陕地区婴儿纸尿裤市场份额排名行业第6，市场份额为5.9%

2014-2016年，恒安国际凭借其强大的品牌影响力始终在云贵陕地区卫生巾市场中占据较为明显的领先地位。重庆百亚及桂林洁伶等周边省份的区域性品牌，在云贵陕地区拥有较为领先的市场份额和排名。2014、2015及2016年，公司卫生巾产品在云贵陕地区的市场份额分别达10.4%、10.0%、9.5%，是除恒安国际外，唯一连续三年稳定在该区域市场份额前三位的卫生巾生产厂商。

2014-2016年，与川渝地区相类似，云贵陕地区婴儿纸尿裤产品市场超过50%的市场份额被外资厂商占据，恒安国际与重庆百亚则凭借其在全国和区域范围内的品牌竞争优势，与进口品牌展开激烈竞争。2014、2015、2016年，公司婴儿纸尿裤产品在云贵陕地区的市场份额分别达4.8%、5.4%、5.9%，呈现持续上升态势。

3、公司在川渝地区及云贵陕地区的市场潜力

卫生巾产品方面，公司已在川渝及云贵陕地区占据一定领先优势，报告期内销量始终排名上述区域前三，公司2016年在上述地区的市场份额分别为20.4%与9.5%。纸尿裤产品方面，近年来公司在川渝及云贵陕地区的市场份额持续呈现上升态势，2016年在上述地区的市场份额分别为为9.3%、5.9%。未来，公司卫生用品在上述区域的市场份额仍有较大提升空间。

为了进一步提高公司产品在川渝及云贵陕地区市场份额，公司近年来在逐步、有序加大其他地区市场开发力度的同时，始终高度重视对于川渝、云贵陕等主要销售区域进

一步拓展和深耕。一方面，公司不断加强川渝、云贵陕区域KA客户（主要为大卖场、大型连锁商超等客户）的合作和开发力度，拓展直营销售网络；另一方面，公司在川渝及云贵陕地区继续深耕经销销售网络，经销商数量持续保持增长态势。2014-2016年公司在上述区域的经销商数量变动情况详见本招股说明书第六章“业务与技术”之“四、本公司主营业务的具体情况”之“（三）主要经营模式”部分的披露内容。

（四）本公司的竞争劣势

1、经营规模有待进一步提升

公司的经营规模、资本实力与国际同行业企业和国内同行业上市公司相比还有较大的差距。目前，公司中高端卫生巾产品产能不足，学步裤和成人纸尿裤的自主生产能力缺乏。因此，公司亟需把握时机，提升高端产品及代表行业发展方向的产品的生产能力，并把销售网络向全国进一步扩张，提高市场占有率，形成规模化效益才能在激烈的市场竞争中占据一席之地。

2、信息系统有待升级

公司已在信息管理系统的开发上投入一定的人力和物力，在财务、订单和生产管理部分初步应用了信息化管理系统。但从目前公司信息化系统使用来看，现有信息系统已经滞后于公司的业务发展水平，亦无法满足公司未来业务发展的需要，因此需要升级和完善其他功能。

四、本公司主营业务的具体情况

（一）主要产品及其用途

公司致力于为消费者提供安全、舒适的卫生巾和纸尿裤产品，旗下拥有“自由点”、“妮爽”和“好之”三个品牌，其中“自由点”和“妮爽”是卫生巾品牌，“好之”是纸尿裤品牌。

自由点	妮爽	好之
		

1、卫生巾

公司的卫生巾包括“自由点”和“妮爽”两个品牌。“自由点”品牌强调“自由”和“青春”的品牌理念，包括“隐形”、“无感七日”、“瞬吸无忧”、“掌控君”、“活力贴身”等产品系列，属于公司的中高端品牌。“妮爽”品牌强调“清新”与“健康”的品牌理念，包括“清呼吸”、“云呼吸”、“清清爽”、“闪吸”等产品系列，属于公司的大众品牌。2016 年、2015 年、和 2014 年公司卫生巾销售收入分别为 54,697.77 万元、51,869.16 万元和 45,592.99 万元，占公司销售收入总额的比例分别为 74.04%、75.02%和 73.05%。

公司卫生巾产品的主要产品系列情况如下：

品牌	产品系列	图例
自由点	隐形卫生巾	
	掌控君卫生巾	
	无感 7 日卫生巾	
	瞬吸无忧卫生巾	
	活力贴身卫生巾	
	护垫	

品牌	产品系列	图例
妮爽	清呼吸卫生巾	
	云呼吸卫生巾	
	清清爽卫生巾	
	闪吸卫生巾	
	清凉瞬吸卫生巾	
	清新护垫	

2、纸尿裤

公司纸尿裤产品分为婴儿纸尿裤和成人纸尿裤。2016年、2015年和2014年公司纸尿裤销售收入分别为19,182.17万元、17,271.25万元和16,816.99万元，占公司销售收入的比例分别为25.96%、24.98%和26.95%。

(1) 婴儿纸尿裤

“好之”品牌婴儿纸尿裤强调“健康”和“快乐”的品牌理念，主要定位于0-3岁的婴幼儿，包括“超薄全能”、“薄爽透气”、“亲肤棉”、“学步裤”等产品系列，属于公司的中高端纸尿裤产品。公司婴儿纸尿裤的主要产品系列情况如下：

品牌	产品系列	图例
好之	超薄全能纸尿裤	

品牌	产品系列	图例
	薄爽透气纸尿裤	
	亲肤棉纸尿裤	
	学步裤纸尿裤	
	特薄棉柔纸尿裤	
	薄能吸纸尿裤	
	超级薄纸尿裤	

(2) 成人纸尿裤

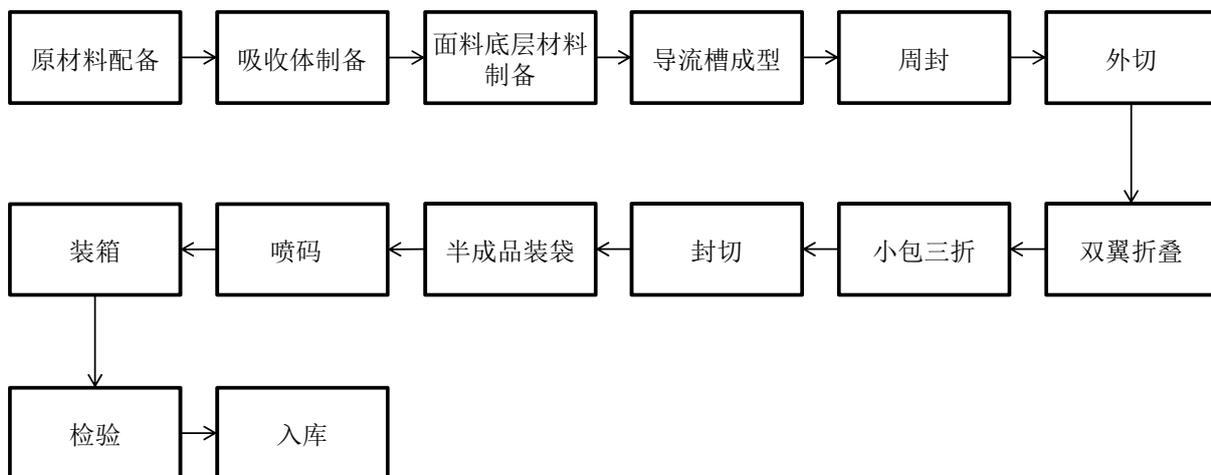
“好之”品牌成人纸尿裤包括“好伴”、“好来康”两个产品系列，其中“好伴”系列面向中高端市场，“好来康”系列面向大众市场。2016 年起，出于加快成人失禁用品业务战略布局、减少成人失禁用品系列与婴幼儿纸尿裤系列名称混淆的考虑，“好伴”系列产品逐步更名为“丹宁”系列，具体情况如下：

品牌	产品系列	图例
好之	好伴（丹宁）成人系列纸尿裤片	

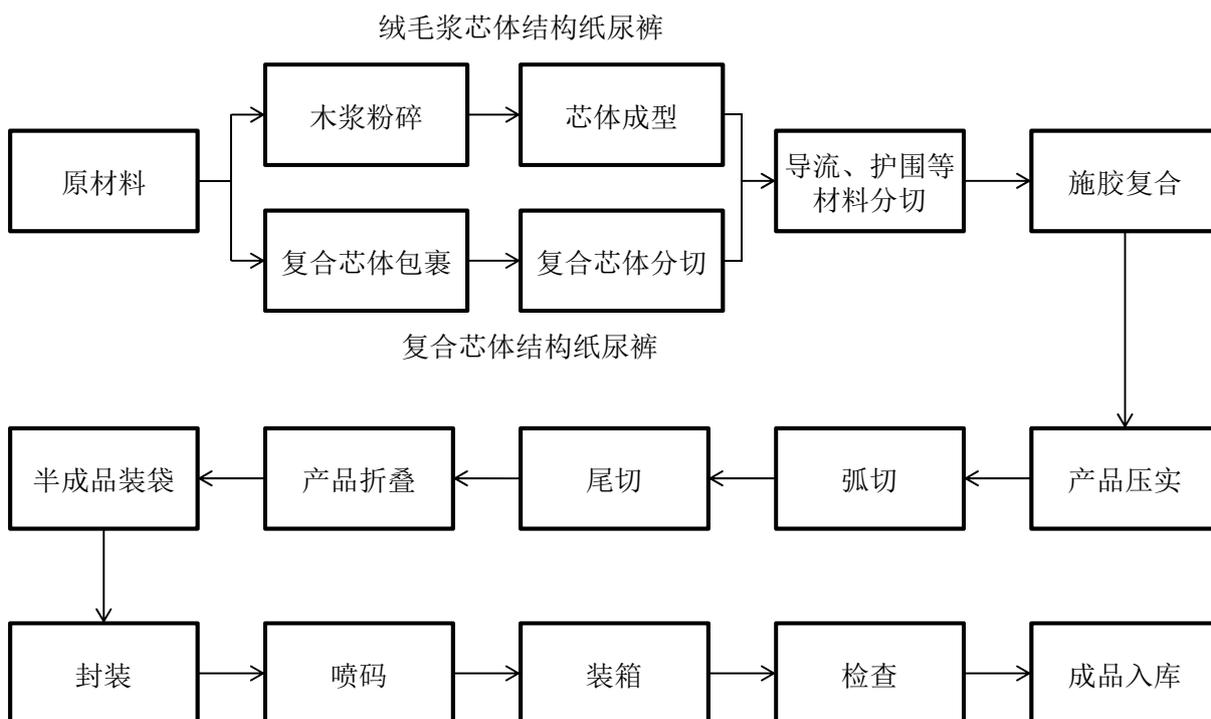
品牌	产品系列	图例
	好来康成人系列	

(二) 主要产品工序流程图

1、卫生巾



2、纸尿裤



(三) 主要经营模式

1、采购模式

采购方面，公司坚持以市场为导向，根据销售计划、生产计划和物料需求计划及原材料库存情况等因素，制定合理的采购计划，选择合格的供应商，进行原辅材料的采购。公司的采购管理体系主要包括供应商的选择和评价、供应商的管理、采购计划的制定、采购计划的实施、采购信息的保管、采购产品的验证等环节。

(1) 对供应商的选择与评价

在供应商选择方面，公司建立了成熟的供应商筛选程序，并严格执行《采购控制程序》中的供应商管理制度。公司通过供应商寻访调查、材料送样、材料检验、资质审核、现场评审、小批量试机等程序考察后将合格供应商纳入《合格供应商目录》。并在批量生产后持续对供应商进行管理，公司质量中心在每年年底对合格供应商按照《供应商绩效考核管理办法》进行跟踪复评。

(2) 采购流程

首先由公司销售管理部提供月销售预测量，物流部根据月销售预测量下达物料采购计划给采购部。采购部根据物流采购计划在《合格供应商目录》中选择供应商并下达采购订单。物资入厂后，物流部安排原材料检验员对所采购物资进行取样、检测，并记录来料数量。采购物资经检验员检测合格后，物流部参照采购订单进行收货。



2、生产模式

公司的生产模式以自主生产为主，仅卫生巾产品中的安睡裤、纸尿裤产品中的婴儿学步裤和成人纸尿裤由于属于行业内较新的产品类型，公司目前此类产品的销量较小，自主投入生产线尚不足以形成经济效应，故由具有此类产品较强生产能力和质量控制能力的生产厂商代工生产。2016年、2015年和2014年，公司自主生产产品的产量占公司总产量（自主生产产量与代工产量之和）的比例分别为98.90%、98.92%和99.05%，具体情况如下：

产品类别	生产模式	2016 年		2015 年		2014 年	
		数量 (万片)	占总产量比 例	数量 (万片)	占总产量比 例	数量 (万片)	占总产量比 例
卫生巾/纸 尿裤	自主生产	199,114.36	98.90%	190,736.40	98.92%	190,969.50	99.05%
	代工生产	2,216.27	1.10%	2,080.99	1.08%	1,837.91	0.95%
	合计	201,330.63	100%	192,817.39	100%	192,807.41	100%

卫生巾产品方面,报告期内采用代工模式生产少量裤型卫生巾产品(安睡裤),2016年、2015年代工生产数量占其当期卫生巾产量的比例分别为0.17%和0.05%,占比极少。具体情况如下:

产品类别	生产模式	2016 年		2015 年		2014 年	
		数量 (万片)	占卫生巾 产量比例	数量 (万片)	占卫生巾 产量比例	数量 (万片)	占卫生巾 产量比例
卫生巾	自主生产	177,054.47	99.83%	170,423.70	99.95%	168,533.77	100%
	代工生产	300.99	0.17%	92.97	0.05%	-	-
	合计	177,355.46	100%	170,516.67	100%	168,533.77	100%

纸尿裤产品方面,公司仅采用代工模式生产婴儿学步裤和成人纸尿裤产品,2016年、2015年和2014年,纸尿裤代工生产数量占当期纸尿裤产量的比例分别为7.99%、8.91%和7.57%,占比较小。具体情况如下:

产品类别	生产模式	2016 年		2015 年		2014 年	
		数量 (万片)	占纸尿裤 产量比例	数量 (万片)	占纸尿裤 产量比例	数量 (万片)	占纸尿裤 产量比例
纸尿裤	自主生产	22,059.89	92.01%	20,312.70	91.09%	22,435.73	92.43%
	代工生产	1,915.28	7.99%	1,988.02	8.91%	1,837.91	7.57%
	合计	23,975.17	100%	22,300.72	100%	24,273.64	100%

注:上表中的纸尿裤包括婴儿纸尿裤和成人纸尿裤。

(1) 自主生产模式

在此种模式下,公司自主完成产品的功能、外观和包装设计,按照产品设计及生产工艺要求,采购原辅材料,依靠自有生产技术、生产设备和生产人员组织生产,按照生产流程完成产品的制造。

公司在保证一定的库存商品安全边际基础上根据每个月的销售计划编制生产计划和物料需求计划。生产部根据生产计划,下达生产任务,并将任务备份给物流部作为发料依据。物流部根据生产任务,核算生产原材料,并及时发放到生产部。生产部根据生

产任务，对接收原材料进行确认，操作员和巡检员对原材料进行再确认，确认无误后投入生产使用。生产过程中，专门的巡检人员依据《半成品标准》、《成品标准》、《卫生巾分厂制程检验规范》和《尿裤分厂巡检作业办法》等对产品进行检验，并记录检验结果。产品入库前，再次进行检验，检验合格的产品由成品检验员在《入库单》上签字确认质量合格。检验合格的成品由打箱员工和成品周转员进行数量种类确认交接后，成品周转员将成品转运至成品库。

(2) 代工生产模式

① 公司代工生产流程

在此种模式下，公司采用“包工包料”的代工模式，即按照自身产品设计及生产工艺要求委托第三方生产企业采购原辅材料、负责生产加工。代工生产企业完成订单后交付公司验收。具体生产流程如下：



对于首批生产的代工产品，公司需进行产品技术评审、细节考察等质量控制措施；对于首批生产后的代工生产，公司对第三方代工生产企业进行考察打样，合格后签订合同下单生产，并进行验收。

② 代工模式的质量控制体系

公司为加强自身的品牌保护、保证产品质量，采取以下措施控制代工生产模式下的产品质量风险：

A、制定了完善的供应商准入制度。公司与潜在代工企业签订合同并开展正式业务合作关系前，潜在代工企业需要通过公司供应商资质评审，且公司将按公司产品质量检测标准对潜在代工企业提供的产品样品进行严格检测，资质与样品检测评估合格后，具有良好生产能力、质量控制能力的合格代工企业方能获得准入资格，成为公司代工厂商；

B、通过合同明确约定产品技术标准。公司代工生产产品均经过公司与代工厂商严密的设计论证，且公司与代工企业签订的采购合同中，双方对代工产品所执行的产品标准和工艺技术标准有明确的书面约定；

C、对代工产品执行严格的入场验收流程。代工产品到货后，公司会按照双方确认的产品标准进行产品质量检验判定，对于质量不合格的产品公司予以拒收退货处理；

D、通过安排技术人员进行监督指导等方式对代工厂进行管理，确保产品质量持续提升。

公司与代工企业在签订的委托生产加工协议中对质量责任划分作出了明确约定，代工企业有义务保证受托加工产品的质量且产品到货检验前的全部产品质量问题为代工企业责任。产品到货检验完成后，由于产品质量问题造成公司信誉或经济利益损失的，由公司与代工企业明确具体质量责任后，确定具体的赔偿事宜。报告期内不存在代工企业生产的产品发生质量问题的情形。

③ 前五大代工生产企业情况

报告期内，公司前五大委托代工生产企业的情况如下：

2016 年			
代工企业名称	代工生产产品	代工产量 (万片)	代工产品采购金额 (万元)
上海亿维实业有限公司	成人纸尿裤	750.47	954.75
杭州千芝雅卫生用品有限公司	卫生巾（安睡裤）	300.99	465.65
杭州可靠护理用品股份有限公司	成人纸尿裤	339.83	437.15
中天（中国）工业有限公司	婴儿纸尿裤（学步裤）	455.57	385.07
上海舒晓实业有限公司	成人纸尿裤	369.42	334.23
合计		2,216.27	2,576.85

2015 年			
代工企业名称	代工生产产品	代工产量 (万片)	代工产品采购金额 (万元)
上海亿维实业有限公司	成人纸尿裤	1,112.62	1,473.96
中天（中国）工业有限公司	婴儿纸尿裤（学步裤）	410.62	339.74
上海舒晓实业有限公司	成人纸尿裤	262.71	256.28
杭州可靠护理用品股份有限公司	成人纸尿裤	152.14	207.60
杭州舒泰卫生用品有限公司	卫生巾（安睡裤）	92.97	150.01
合计		2,031.06	2,427.59

2014 年			
代工企业名称	代工生产产品	代工产量 (万片)	代工产品采购金额 (万元)
上海亿维实业有限公司	成人纸尿裤	949.52	1,250.54
中天(中国)工业有限公司	婴儿纸尿裤(学步裤)	416.91	405.92
山东晶鑫无纺布制品有限公司	成人纸尿裤	444.12	373.92
杭州豪悦实业有限公司	成人纸尿裤	27.36	40.55
合计		1,837.91	2,070.93

注：代工产品采购金额是指不含 17% 增值税进项税的采购额。

公司在选择代工企业时，倾向于同时选择多家具有生产能力的代工企业进行合作，避免代工企业过于集中的风险。报告期内，公司代工企业变动的主要原因是公司不断寻求与能够满足公司新产品代工生产需求的代工企业进行合作，并淘汰无法满足公司代工需求的代工企业。在实施采购计划时，公司主要考虑的因素包括代工企业的产品品质、供货价格以及交货周期。

报告期内，上海亿维实业有限公司始终是发行人成人纸尿裤代工生产企业，中天(中国)工业有限公司始终是发行人学步裤代工生产企业。2015 年，公司停止了与杭州豪悦实业有限公司合作关系，主要系其供货价格不具有竞争优势，且其交货周期无法满足公司需要。公司与上海舒晓实业有限公司和杭州可靠护理用品股份有限公司新建了代工合作关系，主要系为满足发行人不断增加的成人纸尿裤代工生产需求。此外，公司 2015 年新推出了女性夜用安睡裤系列卫生巾产品，公司基于产品品质、供货价格以及交货周期因素综合考虑后选择杭州舒泰卫生用品有限公司作为该款产品的代工企业。

2016 年，公司进一步调整纸尿裤产品结构、加大推广毛利率较高的中高端纸尿裤产品，因此停止了与中低端纸尿裤产品代工企业山东晶鑫无纺布制品有限公司的合作关系。此外，杭州千芝雅卫生用品有限公司代替杭州舒泰卫生用品有限公司成为公司安睡裤代工厂商，主要系杭州舒泰卫生用品有限公司被杭州千芝雅卫生用品有限公司吸收合并后注销。

报告期各期内公司前五大委托代工生产企业基本情况如下：

序号	代工企业名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况	相关生产资质
1	上海亿维实业有限公司	2003.11.10	500 万元人民币	祁龙光 100%	卫生用品、包装材料、日用百货、保洁用品、塑料制品、批发零售;会务服务,企业形象策划,商务信息咨询服务,消毒产品生产(包括 剂和消毒器械)(取得许可证后方可从事经营活动),从事货物及技术的进出口业务。	持续经营	沪卫消证字(2009)第 0032 号
2	中天(中国)工业有限公司	2005.12.2	23,600 万港币	中天集团(中国)有限公司 100%	生产生活用品兼分装;货物、技术进出口(进口不含分销)业务(以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、的商品)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	持续经营	(闽)卫消字第(2009)第 001 号
3	上海舒晓实业有限公司	2009.4.28	300 万元人民币	张晓荣 13%/周逸文 47%/施军意 18%/戴新文 22%	消毒产品生产(一次性卫生护理产品)(取得许可证件后方可从事经营活动)、床垫生产,化工产品(除危险化学品、监控化学品、烟花 易制毒化学品)、纸制品销售;绿化工程,会务会展服务,商务信息咨询(除经纪),室内外装潢,从事货物及技术的进出口业务。(依法须经批准的 准后方可开展经营活动)	持续经营	沪卫消证字(2015)第 0039 号
4	杭州可靠护理用品股份有限公司	2001.8.7	19,989.67 29 万元人民币	金利伟 79.09%/杭州唯艾诺投资合伙企业(有限合伙) 3.60%/PACKWOOD ENTERPRISES LIMITED 3.75%/Cherish Star(HK) LIMITED 5.41%/Gracious Star(HK) LIMITED 8.14%	设计、研发、生产、销售:纸尿裤及卫生用品(卫生巾、卫生护垫、尿裤、尿布),第一类医疗器械(6864 医用卫生材料及辅料);货物进出口(不涉及进 分销);批发、零售:日用百货。(涉及许可证的凭证经营)。(涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外)	持续经营	浙卫消证字(2012)第 0048 号、浙卫消证字(2004)第 0012 号
5	杭州千芝雅卫生用品有限公	2011.5.30	18,176 万元人民币	吴跃 57.50%/马飞跃 27.37%/马锦妙 5.005/	生产、销售(含网上销售):尿裤、尿垫、隔尿垫。生产:第一类 6864 医用卫生材料及敷料;销售:无纺布、护理垫、	持续经营	浙卫消证字(2013)第

序号	代工企业名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务	经营状况	相关生产资质
	司			吴跃 10.13%	生活用纸、纸张、造纸原料、卫生巾材料、第一类医疗器械、第二类医疗器械(免征目录范围内经营);货物进出口(法律、行政法规禁止经营项目除外,法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营)。		0015 号
6	杭州舒泰卫生用品有限公司	2006.9.4 (注销日期 2016.5.3)	9,088 万元人民币	马飞跃、马锦妙合计持有 100%	生产:成人纸尿裤、成人纸尿片、护理垫。生产:无纺布制品、纸制品;销售:纸尿裤、尿片、护理垫、生活用纸、纸张、造纸原料、卫生巾材料;货物进口(法律、行政法规禁止经营项目除外,法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营)。	已注销 (注销日期 2016.5.3)	浙卫消证字 (2007)第 0030 号
7	山东晶鑫无纺布制品有限公司	2010.7.12	500 万元人民币	刘俊强 40%/刘勇 20%/朱卫红 40%	生产、销售:无纺布、无纺制品、卫生护理用品;销售:卫生巾、护垫、纸尿裤、尿片、宠物用品;货物及技术进出口(法律法规禁止经营的除外,法律法规限制经营的取得许可证后方可经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。	持续经营	鲁卫消证字 (2013)第 0034 号
8	杭州豪悦实业有限公司	2008.3.11	5,180 万元人民币	朱威莉 40%/李志彪 60%	第一类医疗器械(限医用卫生材料及敷料)、卫生用品(妇女经期卫生用品;尿布等排泄物卫生用品)的生产;塑料薄膜、床上用品生产,无纺布加工(上述经营范围中涉及前置审批项目的,在批准的有效期内方可经营)。销售:第一类医疗器械(限医用卫生材料及敷料)、婴儿及成人纸尿裤,妇女卫生巾、卫生床垫、一次性卫生用品、塑料薄膜、床上用品、无纺布;童车、儿童安全座椅的组装及销售;货物进出口(法律、行政法规禁止的项目除外,法律、行政法规限制的项目取得许可后方可从事经营活动)。	持续经营	浙卫消证字 (2008)第 0063 号

公司不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方及持有公司 5% 以上股份的主要股东在上述代工厂企业中持有权益的情况。

④公司通过外协加工的产品类型

公司通过外协加工的产品包括婴儿学步裤、成人纸尿裤和安睡裤（裤型卫生巾）三类产品。上述三类产品属于行业内较新的产品类型，公司销量较低，公司未自行生产，均通过代工厂生产。因此，上述代工生产的三类产品占公司同类产品的产销量均为 100%。

⑤代工产品销售收入、营业成本及期末存货情况

公司直接从代工企业采购代工产品成品（即代工厂采用“包工包料”的方式生产），公司不单独支付代工费用。采购的代工产品成品作为“产成品”入库，并计入公司“存货”科目核算，产品实现销售后结转至“营业成本”。2016 年、2015 年及 2014 年，上述三类代工产品销售收入占公司总收入的比例分别为 5.0%、5.5% 和 3.8%；代工产品销售后结转的营业成本占公司总成本的比例分别为 7.0%、7.5% 和 5.7%；2016 年末、2015 年末、2014 年末，代工产品存货余额占公司存货的比例分别为 5.9%、4.8% 和 6.5%，占比均较小。

报告期内，公司通过代工生产产品产生的收入、营业成本及期末存货及占比情况如下：

单位：除百分比外，万元

代工生产产品	营业收入	占比 ^{注1}	营业成本	占比 ^{注2}	期末存货余额	占比 ^{注3}
2014 年/2014.12.31	2,371	3.8%	1,869	5.7%	459	6.5%
2015 年/2015.12.31	3,793	5.5%	2,676	7.5%	330	4.8%
2016 年/2016.12.31	3,673	5.0%	2,592	7.0%	401	5.9%

注 1：占比=代工产品销售收入/公司总收入

注 2：占比=代工产品销售后结转的营业成本/公司营业成本

注 3：占比=期末代工产品存货余额/期末公司存货余额

3、销售模式

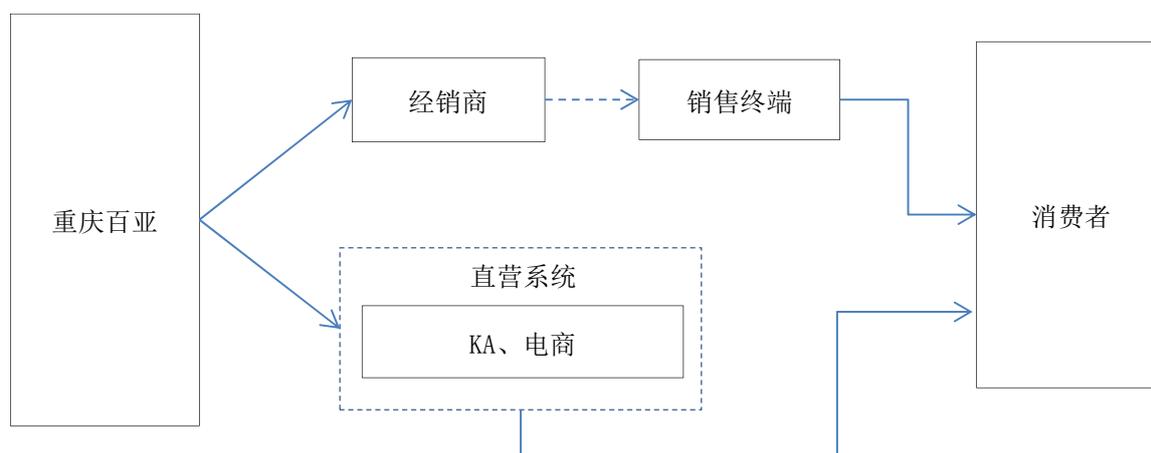
（1）销售管理体系

公司的销售管理体系主要由总经理、副总经理直接管理的各销售相关职能部门,以及各销售大区、各区域办事处、经销商和各类型销售终端组成。公司主管销售的副总经理主要负责公司传统渠道的管理,下辖销售管理部、KA 管理部和稽核部。电子商务部、海外事业部由公司总经理直接负责。

销售管理部负责协助副总经理对各销售大区实施管理、指导、支持、服务,帮助各销售大区达成目标。KA 管理部、电子商务部、海外事业部负责各自渠道的开拓及维护。稽核部负责政策制度流程及费用使用的稽核,销售系统日常巡检。

(2) 销售模式

公司采用经销和直营两种销售模式,建立了覆盖大卖场、大型连锁商超、中小型超市、食杂店、便利店、网络电商等多渠道销售网络。



公司的销售模式以经销模式为主,直营模式为辅,2016年、2015年和2014年,经销模式收入占总收入比重分别为76.08%、78.90%和84.29%。经销商的销售货物最终去向主要为所辖地区的购物中心、中小型超市、便利店、日化店、食杂店等。报告期内公司经销和直营销销售收入情况具体如下:

单位:万元

	2016年		2015年		2014年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	56,206.99	76.08%	54,549.51	78.90%	52,603.35	84.29%
直营	17,672.95	23.92%	14,590.90	21.10%	9,806.63	15.71%
合计	73,879.94	100%	69,140.41	100%	62,409.98	100%

1) 经销模式

一次性卫生用品产品种类多，流通量大，需要通过分布广泛的各种零售终端销售给消费者。因此发行人采用经销模式作为主要的销售模式，即发行人作为生产厂商直接供货给经销商，经销商在约定的地域内将产品直接销售给购物中心、中小型超市、便利店、日化店、食杂店等零售终端。

报告期内，发行人的经销商客户主要为从事快销品 / 卫生用品 / 日化产品经销业务的公司或个体工商户，主要通过其所辖地区的购物中心、中小型超市、便利店、日化店、食杂店等实现产品的最终销售。发行人的经销商客户不存在自行开店、加盟、通过二级经销商、分销商向消费者销售百亚产品的情况。除经销百亚产品外，公司的主要经销商客户还经销食用油、调味品、洗发水、洗衣液、卷纸等其他日杂品，并不存在对百亚具有重大依赖的情况。

在经销模式下，公司与经销客户签订销售合同，经销客户向公司买断产品后进行销售。公司制定了严格的经销商选择标准，主要考虑经销客户的资金实力、渠道控制力、人力资源配置、仓储和物流配送能力、产品了解及推广能力、资源整合能力及市场拓展能力等。对于能够达到公司经销商标准的经销客户，公司按照经销商管理制度对其进行管理，包括销售流程对接、产品配送、日常管理等，具体如下：

①销售流程

公司的销售流程依托现有电子分销系统和 ERP 系统实现，经销商通过电子分销系统在线下单；公司利用 ERP 平台管理和执行订单。主要流程如下：



通过上述流程，公司实现了对经销商销售过程的严格管理，并能借助信息系统及时、准确的收集、分析销售数据。

②结算方式

公司对经销商的结算方式通常为先款后货，公司每个月 5 日前与客户对账，确认上月销售额及双方往来款项余额。针对部分经销商在综合考虑其信用水平、偿付能力的情

况下，在经销商主动申请、公司审批后可以给予一定的信用期。

③产品配送

随着公司经营规模的不断扩大以及物流体系的日益发达，目前经销商的产品配送由第三方专业物流公司负责。公司制定了规范的物流工作规程，日常操作均按照规程严格执行，以确保产品安全、及时的交付给经销商。

④经销商管理

公司建立了完善的经销商管理体系，根据《销售管理规定手册》对经销商进行精细化管理，规定经销商必须严格执行公司的产品价格体系，无论何种形式的促销、需对价格调整的情况，均需报销售管理部批准，销售管理部备案后方可执行，否则将根据《经销合同》相关规定处罚；各级区域业务人员和稽核部巡检人员在市场巡视的过程中注重检查，防止各个渠道之间窜货以及向经销商负责区域以外地区窜货，管理和处罚跨区域销售的违规行为；公司重视管理培训销售终端导购人员，配合经销商做好销售终端的管理，保证销售终端陈列达到公司标准和市场促销的顺利推进；定期根据营销指标对经销商进行考核评估，并按照评估结果对经销商进行奖励和淘汰。

⑤经销商网络情况

A、经销商的分布及变动情况

截至 2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司经销商家数分别为 591 家、566 家和 422 家，随着公司经销网络的拓展，经销商数量呈上升趋势，报告期各期内，公司分地区经销商家数变动情况如下：

2016 年				
	期初经销商数量	新增经销商数量	退出经销商数量	期末经销商数量
川渝地区	160	22	16	166
云贵陕地区	172	28	24	176
两湖地区	55	10	11	54
其他地区	179	58	42	195
合计	566	118	93	591

2015 年				
--------	--	--	--	--

	期初经销商数量	新增经销商数量	退出经销商数量	期末经销商数量
川渝地区	147	33	20	160
云贵陕地区	144	50	22	172
两湖地区	61	17	23	55
其他地区	70	126	17	179
合计	422	226	82	566

2014 年				
	期初经销商数量	新增经销商数量	退出经销商数量	期末经销商数量
川渝地区	140	14	7	147
云贵陕地区	147	25	28	144
两湖地区	52	18	9	61
其他地区	32	45	7	70
合计	371	102	51	422

注：川渝地区包括重庆、四川；

云贵陕地区包括云南、贵州、陕西；

两湖地区包括湖北、湖南；

其他地区包括山东、北京、河北、天津、安徽、吉林、黑龙江、辽宁、江苏、浙江、福建、江西、新疆、河南、青海、宁夏，甘肃、山西、内蒙、西藏、广东、广西、海南等。

公司新增经销商主要集中在属于培育型市场的其他地区，符合发行人的分区域发展战略。根据不同区域市场的开发程度和特点，公司采取差异化营销模式，将全国市场分为成熟市场、成长型市场和培育型市场三大层次，因地制宜，有序拓展。

其中，成熟市场主要包括四川及重庆的川渝地区，公司采取精耕策略，根据业务需要微调经销商的构成，2014年初至2016年末，川渝地区净增加经销商26家，报告期内，川渝地区的经销收入稳步增长，占公司经销收入占比较为稳定。

成长型市场主要包括云南、贵州、陕西、湖南及湖北等周边省份，公司在该区域采取稳步推广的策略，根据业务发展情况，通过新设细分市场、业绩考评汰换等手段，不断调整优化经销商队伍。2014年初至2016年末，公司云贵陕地区净增加经销商29家，云贵陕地区的经销商持续增加。2014年初至2016年末，公司两湖地区仅净增加经销商2家。主要系2015年起，公司将两湖地区的部分KA门店由经销商管辖转为公司直营，导致公司来自两湖地区的经销收入下降，具有合理性。

除上述地区之外的其他地区为公司的培育型市场，在该区域公司品牌影响力较弱，采取积极开拓策略，不断与当地经销商建立合作。2014 年初至 2016 年末，作为培育型市场的其他地区的经销商家数由 32 家增长至 195 家，净增加 163 家。2016 年、2015 年和 2014 年其他地区的新增经销商数量占总体新增经销商数量的比例分别为 49.15%、55.75% 和 44.12%，与公司积极拓展该类区域销售网络的策略相吻合。

B、持续合作的经销商情况

2014 年、2015 年和 2016 年与公司有持续合作的经销商数量共 325 家。报告期各期，来自持续合作经销商的销售收入占当期经销收入的比例约为 80%，公司经销模式的主要经销商客户稳定，具体情况如下表：

单位：万元

	2016 年	2015 年	2014 年
持续合作经销商的收入	44,066.86	45,322.73	42,624.12
经销收入合计	56,206.99	54,549.51	52,603.35
经销收入占比	78.40%	83.09%	81.03%

C、新增及退出经销商的情况

报告期各期，公司分地区的新增经销商收入、毛利、毛利率及期末应收账款余额如下：

单位：万元

2016 年新增经销商情况					
	收入	占该地区经销收入的比例	毛利	毛利率	期末应收账款余额
川渝地区	965.21	3.10%	536.30	55.56%	-59.74
云贵陕地区	1,152.09	6.87%	561.54	48.74%	89.92
两湖地区	230.96	12.16%	88.55	38.34%	-2.23
其他地区	1,500.27	23.58%	773.87	51.58%	40.38
合计	3,848.53	6.85%	1,960.26	50.94%	68.33

注：期末应收账款为负系客户预付账款所致

单位：万元

2015 年新增经销商情况					
	当期收入	占该地区经销收入的比例	毛利	毛利率	期末应收账款余额
川渝地区	2,640.98	8.70%	1,413.07	53.51%	-44.41
云贵陕地区	1,243.15	7.74%	590.90	47.53%	86.65
两湖地区	379.15	17.22%	161.43	42.58%	37.01
其他地区	2,475.97	41.70%	1,026.62	41.46%	-171.56
合计	6,739.24	12.35%	3,192.03	47.36%	-92.30

单位：万元

2014 年新增经销商情况					
	当期收入	占该地区经销收入的比例	毛利	毛利率	期末应收账款余额
川渝地区	1,964.51	6.66%	1,021.43	51.99%	-92.42
云贵陕地区	876.43	5.92%	407.05	46.44%	1.52
两湖地区	476.48	13.52%	227.48	47.74%	-7.75
其他地区	890.19	18.66%	333.71	37.49%	-74.84
合计	4,207.61	8.00%	1,989.66	47.29%	-173.48

注：期末应收账款为负系客户预付账款所致

2016 年、2015 年和 2014 年新增经销商收入占公司经销收入的比例分别为 6.85%、12.35% 和 8.00%，占比较低。

报告期内，公司会对合作经销商进行考核，对产品推广能力不强、无法完成公司销售考核目标的经销商进行主动淘汰。报告期内，公司退出经销商在上一年度的收入、毛利、毛利率及期末应收账款余额如下：

单位：万元

2016 年退出经销商情况					
	上期收入	占上期该地区经销收入占比	上期毛利	上期毛利率	上期末应收账款余额
川渝地区	853.21	2.81%	418.29	49.02%	4.48
云贵陕地区	734.38	4.57%	313.58	42.70%	19.55
两湖地区	236.18	10.73%	56.47	23.91%	-2.94
其他地区	1,261.39	21.24%	527.72	41.84%	-119.55

2016 年退出经销商情况					
	上期收入	占上期该地区 经销收入占比	上期毛利	上期毛利率	上期末应收账款 款余额
合计	3,085.16	5.66%	1,316.05	42.66%	-98.47

注：期末应收账款为负系客户预付账款所致

单位：万元

2015 年退出经销商情况					
	上期收入	上期区域经销 收入占比	上期毛利	上期毛利率	上期末应收账款 款余额
川渝地区	1,558.49	5.28%	727.37	46.67%	-0.29
云贵陕地区	1,055.64	7.13%	363.36	34.42%	17.22
两湖地区	731.50	20.75%	277.69	37.96%	36.51
其他地区	248.86	5.22%	85.06	34.18%	-2.16
合计	3,594.49	6.83%	1,453.48	40.44%	51.28

单位：万元

2014 年退出经销商情况					
	上期收入	上期区域经销 收入占比	上期毛利	上期毛利率	上期末应收账款 款余额
川渝地区	729.69	2.11%	372.78	51.09%	-
云贵陕地区	1,523.66	8.65%	604.65	39.68%	6.54
两湖地区	206.21	6.10%	80.11	38.85%	-
其他地区	174.84	4.47%	53.49	30.59%	-
合计	2,634.39	4.43%	1,111.04	42.17%	6.54

2016 年、2015 年和 2014 年退出经销商上一期收入占公司上一期经销收入的比例分别为 5.66%、6.83%和 4.43%，占比较低，经销商退出并不会对公司经营造成重大影响。

⑥定价模式

在经销模式下，公司在产品生产成本价的基础上，综合考虑产品的市场定位和竞争情况等因素，确定统一的经销商出厂价。

⑦促销模式

经销模式下，公司采取两种促销方式，即公司承担经销商进驻重点的地方商场、超

市的营销费用,以及公司给予经销商商业折扣。报告期内,公司不存在给经销商销售折让、现金、实物返利的情况。经销模式下,公司采取两种促销方式,即:

A. 公司承担经销商进驻重点的地方商场、超市的营销费用,并计入销售费用中的促销费。经销模式下,对于实际销售中发生的营销费用的分担,公司与经销商有明确的分担原则,并通过经销合同书面约定。目前仅有一种情形下的营销费用,由公司承担且计入销售费用,即:对于经销商下辖的重点地方商场、超市,尽管在公司直营范围之外,但仍属于重要的终端零售点,故公司承担经销商进驻该等商场、超市的相关营销费用,主要包括入场费、陈列费、终端广宣制作及发布费、店庆节庆费等。2016年、2015年和2014年,该等费用分别为1,993.75万元、1,741.06万元和1,941.00万元,占当期经销收入的比例分别为3.55%、3.19%和3.69%,占比较为稳定。

B. 公司给予经销商商业折扣。公司基于双方约定,对达到一定销售目标的经销商会给予不同程度的商业折扣。在该情形下,公司以扣除商业折扣后的净额确认收入。2016年、2015年和2014年,公司给予经销商的商业折扣(不含税)分别为2,931.41万元、2,549.64万元和2,196.29万元,占当期商业折扣前收入(即,商业折扣+当期经销收入)的比例分别为4.96%、4.47%和4.01%,占比基本稳定。报告期内,公司通过实施商业折扣政策,调动了经销商的积极性,也有利于公司持续发展经销商队伍。2016年、2015年和2014年,公司经销收入分别为56,206.99万元、54,549.51万元和52,603.35万元,保持了较为稳定的增长。

⑧退货情况

经销模式下,发行人对经销商为卖断式销售,对于未完成销售任务的剩余产品,由经销商自行承担产品相应的风险和报酬。

在日常经销业务中,发行人经销商仅有两类情形可申请退货,即:(1)2014年和2015年,发行人允许经销商按照当期采购额的0.2%为上限,对货物的合理损耗进行退货,自2016年起,公司综合考虑业务发展策略、品牌形象提升等因素,除不符合国家质量标准的产品外,不再向经销商提供上述退货承诺。(2)产品不符合国家质量标准时。2016年、2015年和2014年,经销商在日常经销业务中,退换货金额较低,分别为0.00万元、136.88万元和134.92万元,占营业收入比例较低,分别为0.0%、0.2%和0.2%。

对于经销商停止与发行人合作的,经销商仅有少数情形(对于淘汰退出的经销商在

当地市场未找到替代经销商的情况)可向发行人退货。2016 年、2015 年和 2014 年,因经销商退出向发行人退货的金额较低,分别为 54.56 万元、13.87 万元和 0.00 万元,占营业收入的比例分别为 0.08%、0.02%和 0.00%。

⑨员工代收款情况

由于发行人经销商企业性质以个体工商户及小型公司制企业为主,交易规模一般较小而且比较频繁,为及时付款收货,报告期内,存在经销商直接回款至发行人员工个人账户的情况,截至 2014 年 11 月,发行人对员工代收账户予以全部注销,彻底整改为公司账户直接收款。

2016 年、2015 年和 2014 年,公司员工个人账户代收经销商货款金额分别为 0.00 万元、0.00 万元和 17,646.03 万元,占当年销售回款总额的比例分别为 0.00%、0.00%和 26.31%。

报告期内,发行人针对员工代收款建立较为严格的内控程序,例如:银行每日自动将员工个人账户货款转入发行人对公账户;发行人员工个人账户的使用和管理均受公司严格控制,员工个人无操作权利;员工个人账户仅服务于公司生产经营活动等。

公司利用员工账户收取货款的具体流程及相关内控如下:

A 合同签署:所有客户必须签订销售合同

发行人与经销商签订的合同为制式合同,发行人对模板制式合同进行审批,保证合同条款合法合规,维护公司利益。未签订合同的经销商将无法在发行人业务系统中下单,保障发行人销售收入均来自于签订经济合同的客户。

B 结算流程

客户将货款现金存入或者银行转账至发行人员工个人账户后,电话告知发行人销售会计。公司出纳收到客户款项后,每天 2 次汇总登记《回款记录表》,并传递至销售会计处,销售会计根据客户电话,在《回款记录表》上登记打款对应的经销商信息,并签字确认。确认无误后,物流部安排发货。

C 每日,员工账户货款转入发行人对公账户

根据银行、发行人及发行人员工个人的三方协议,每日,银行将发行人员工个人账

户代收的货款自动转入发行人公司账户；员工个人账户的密码、银行卡以及网上银行均由公司财务保管，且仅用于代收发行人经销业务货款；员工个人没有支取现金或者自主进行转账的权利，仅有查询权利。

D 每月对账：每月与经销商就当期交易数据进行对账

每月，发行人向经销商发送对账单，对回款金额、发货金额、开票金额等进行详细确认。

E 复核与审计：财务部主管定期复核销售台账，确保销售货款完整、准确

公司财务部安排不同的销售会计负责相应区域内经销商销售会计核算和货款管理，财务部销售复核主管每月定期复核各销售会计的销售台账，确保各经销商销售货款的完整性和一致性。

公司审计稽核部每年也会不定期对公司销售业务进行稽核审计，审计内容包括销售货款回收情况、公司各项资产保全情况等，审计结果向董事会及公司管理层报告。

公司通过与经销商约定结算方式、定期对账、定期内部复核与审计等方式建立了较为完善的内控制度，在销售过程中能够清晰辨别归属于经销商的付款金额，能够按照预付货款向经销商配送相应产品，保证销售收入真实实现。

⑩经销商现金存入发行人账户、经销商通过第三方回款的情况

公司部分经销商的下游销售终端（如食杂店、便利店等）在日常销售活动中会从消费者收到大量现金，部分经销商习惯于将收到的现金直接存入发行人账户，省去了将现金存入经销商的银行账户再通过网银转账给发行人的繁琐步骤。此外，经销商基于财务管理习惯、资金周转和简化交易流程等因素的考虑，存在通过第三方回款（即下游客户、亲属、员工、合作伙伴回款）给发行人的情况。

2016 年、2015 年和 2014 年，经销商现金存入发行人银行账户的金额分别为 480.06 万元、817.31 万元和 1,846.91 万元，占当年销售回款总额的比例分别为 0.58%、1.04% 和 2.75%，公司现金结算比例呈逐年下降趋势，报告期末已经占比很低。2016 年、2015 年和 2014 年，发行人第三方回款金额分别为 14,187.93 万元、15,997.71 万元和 14,189.04 万元，占当年发行人销售回款总额的比例分别为 17.28%、20.38% 和 21.16%，亦呈现逐年下降趋势。

报告期内,发行人针对经销商现金存入发行人账户及经销商第三方回款建立了较为严格的内控程序,具体包括:

A 合同签署: 所有客户必须签订销售合同

发行人与经销商签订的合同为制式合同,发行人法务部对制式合同进行审批,保证合同条款合法合规,维护公司利益。未签订合同的经销商将无法在发行人业务系统中下单,合理保障发行人销售收入均来自于签订经济合同的客户。

B 经销商付款账户备案制: 第三方回款方的回款银行账号及其与经销商的关系需在发行人处预先备案

签署合同后,发行人销售管理部、财务部共同对经销商的名称以及该经销商对应的付款人名称、付款账号、付款人与经销商法人代表的关系等信息进行统计,编制形成《经销商与付款人关系对应表》。年度内原则上只能用备案账户回款,如需增加回款账户,则需补充备案。

C 结算流程: 发行人收到款项后,销售会计根据银行账户备案信息或者现金存入后经销商的电话通知,逐笔匹配出该笔款项对应的经销商,发行人能清晰辨别归属于经销商的付款金额,能够按照预付货款向经销商配送相应产品,合理保障销售收入真实实现。

第三方付款方以其已备案的银行账户付款。公司出纳收到客户款项后,每天 2 次汇总登记《回款记录表》,并传递至销售会计处,销售会计根据将《回款记录表》中的付款信息匹配至《经销商与付款人关系对应表》,确保所记录的经销商名称相符。核对无误后,物流部安排发货。

对于现金存入,经销商将货款现金存入发行人账户后,电话告知发行人销售会计,销售会计根据经销商的电话通知,在《回款记录表》上登记打款对应的经销商信息,并签字确认。

D 对账流程: 每月与经销商就当期交易数据进行对账

每月,发行人向经销商发送对账单,对当月回款金额、发货金额、开票金额等进行详细确认。

E 复核与审计：财务部主管定期复核销售台账，确保销售货款完整、准确

公司财务部安排不同的销售会计负责相应区域内经销商销售会计核算和货款管理，财务部销售复核主管每月定期复核各销售会计的销售台账，确保各经销商销售货款的完整性和准确性。

公司审计稽核部每年也会不定期对公司销售业务进行稽核审计，审计内容包括销售货款回收情况、公司各项资产保全情况等，审计结果向董事会及公司管理层报告。

公司通过与经销商银行账户备案、约定结算方式、定期对账、定期内部复核与审计等方式建立了较为完善的内控制度，在销售过程中能够清晰辨别归属于经销商的付款金额，能够按照预付货款向经销商配送相应产品，保证销售收入真实实现。

针对报告期内经销商现金存入发行人银行账户及第三方付款的情况，保荐机构和发行人会计师主要实施了如下核查程序：

A 保荐机构及会计师对报告期内主要经销商及其第三方回款方同时发出函证，对第三方回款方的身份、代付原因、代付金额、三方之间是否存在关联关系及其他利益输送关系进行了询证。

B 对发行人、经销商及其下游客户回款方之间签订的三方付款协议进行了抽样审阅。

C 对于经销商下游客户代经销商回款的情况，保荐机构查阅了主要下游客户公示的工商信息，确认其与发行人之间是否存在关联关系。

D 对经销商现金存入百亚银行账户的情况进行了抽样访谈。

E 保荐机构及会计师对发行人内部控制进行了了解和测试，验证现金存入及第三方回款相关内控制度设计和执行的有效性。

保荐机构、发行人律师及会计师对发行人前十大经销商交易的真实性、准确性进行了详细核查，保荐机构、发行人律师及会计师认为，上述经销商的相关交易真实、准确；其与发行人不存在纠纷、潜在纠纷或其他法律风险；发行人相关内部控制措施有效，能够有效保障公司在销售过程中清晰辨别归属于经销商的第三方回款及现金存入金额，能够按照预付货款向经销商配送相应货物，保证销售收入真实实现，能够合理保证财务报告

的可靠性、生产经营的合法性、营运的效率与效果，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》的相关规定。出于谨慎性考虑，保荐机构、发行人律师及会计师根据公司实际情况扩大了核查范围，亦未发现异常。

2) 直营模式

①KA 渠道

对于 KA 客户（主要为大卖场、大型连锁超市等客户），公司直接与其签订销售合同，采用委托代销的方式销售公司商品。公司的 KA 客户主要包括永辉超市、新世纪百货、沃尔玛、家乐福、步步高等大卖场、大型连锁超市。

A、销售流程

在直营模式下，公司一般与 KA 客户的总部或区域性总部洽谈合作事宜，与其签订年度框架销售合同。KA 客户根据其经营情况向公司下订单，公司销售内勤审核订单并传送计划物流部按照订单发货，经与对方对账并开具发票之后，KA 客户在付款限期内支付货款，销售结算的账期通常为 30-90 天左右。

B、产品订购及结算

直营 KA 客户根据其产品的销售情况确定产品订单并发送至公司（或公示于该 KA 系统可查询的供应链系统中），订单注明采购产品的名称、种类、规格、数量等内容。KA 客户定期根据其实际销售情况向公司出具对账结算单，并按照购销协议约定的账期回款。

公司与 KA 客户的结算依据为 KA 客户编制的结算单，该结算单由 KA 客户根据其实际销售情况编制，公司在收到 KA 客户对账结算单且对账无误时确认收入。公司的 KA 客户主要为知名度高、信用良好的大卖场、大型连锁商超，该等客户有严格、成熟的销售管理、结算机制，其销售情况的源头信息真实性、准确性较高；此外公司在销售各环节进行电子化信息记录、核对，并通过销售人员及时掌握 KA 客户门店的实际销售情况，确保销售情况的真实性、准确性。

C、产品配送

公司销售内勤获取订单后进行审核，审核无误后传送计划物流部，按照订单发货至

KA 门店指定地点，运输费用由公司承担。

D、KA 客户网络

报告期内，公司合作的 KA 客户数量、进入该等客户的门店数量、总体店均收入的总体情况如下：

	2016 年	2015 年	2014 年
KA 客户数量（个）	58	53	42
进入的 KA 门店数量（家）	3,262	2,069	1,184
KA 客户收入（万元）	14,251.49	12,401.77	9,238.12
店均收入（万元/家/年）	4.37	5.99	7.80

报告期内，随着公司品牌影响力的提高和产品的升级优化，公司合作的 KA 客户数量及进入该等客户的门店数量均持续增长；由于新进入的 KA 门店主要来自成长型市场和培育型市场，因新入门店需要一定培育周期、部分新入门店为规模较小的便民超市等原因，故报告期内公司所进入 KA 门店的总体店均收入有所下降。

报告期内，公司合作的 KA 客户门店、收入的地域分布情况如下：

2016 年				
	KA 客户收入（万元）	KA 客户收入占比	KA 门店数（家）	店均收入（万元）
川渝地区	9,231.00	64.77%	830	11.12
云贵陕地区	1,409.33	9.89%	380	3.71
两湖地区	2,113.29	14.83%	1,170	1.81
其他地区	1,497.87	10.51%	882	1.70
合计	14,251.49	100%	3,262	4.37

2015 年				
	KA 客户收入（万元）	KA 客户收入占比	KA 门店数（家）	店均收入（万元）
川渝地区	8,477.24	68.36%	848	10.00
云贵陕地区	1,366.54	11.02%	359	3.81
两湖地区	2,068.89	16.68%	459	4.51
其他地区	489.10	3.94%	403	1.21
合计	12,401.77	100%	2,069	5.99

2014 年				
	KA 客户收入 (万元)	KA 客户收入占比	KA 门店数 (家)	店均收入 (万元)
川渝地区	7,192.34	77.86%	683	10.53
云贵陕地区	774.24	8.38%	158	4.90
两湖地区	1,246.73	13.50%	264	4.72
其他地区	24.81	0.27%	79	0.31
合计	9,238.12	100%	1,184	7.80

截至 2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司进驻的 KA 客户终端门店数量分别为 3,262 家、2,069 家和 1,184 家，数量持续增长，且增长主要来自两湖地区和其他地区，主要因为公司不断拓展成长型市场及培育型市场；

川渝地区是公司 KA 客户收入最多、且店均收入最高的市场，主要因为川渝地区为公司的传统优势区域，具有较高品牌影响力；但随着全国其他市场的不断开拓和收入增长，川渝地区 KA 客户收入占比呈现逐年下降的趋势。

云贵陕地区和两湖地区为成长型市场，是公司 KA 客户收入较多、KA 门店数量持续增长、店均收入较高的市场，主要因为公司在云贵陕、两湖地区已逐步建立较好的品牌形象，市场影响力较强。2016 年，公司在两湖地区新进入大量中百便民超市门店，其特点为门店数量多、分布广、单店规模小，故截至 2016 年末公司在两湖地区进入的 KA 门店数量快速增长至 1,170 家，店均收入下降至 1.81 万元。

其他地区为培育型市场，随着公司品牌影响力的逐步建设，KA 客户收入和门店数量均快速增长。

E、定价模式

对于直营模式的 KA 客户，公司在产品生产成本价的基础上，综合考虑产品的市场定位、竞争情况及终端营销推广等投入，确定直营 KA 客户出厂价。

F、促销模式

对于 KA 客户，公司采取两种促销方式，即公司进驻 KA 门店相关营销费用，以及公司给予 KA 客户商业折扣。报告期内，公司不存在给 KA 客户销售折让、现金、实物返利的情况。

a. 公司进驻 KA 门店的相关费用。公司进驻 KA 门店相关费用主要指公司支付的

KA 门店入场费、陈列费、店庆及节庆费等，计入销售费用中的促销费。2016 年、2015 年和 2014 年，该等费用分别为 4,359.77 万元、3,510.63 万元和 2,594.66 万元，占当期 KA 收入的比例分别为 30.59%、28.31%和 28.09%。截至 2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司进驻的终端门店数量分别为 3,262 家、2,069 家和 1,184 家，数量持续增长，上述促销费用占 KA 客户销售收入的比例亦小幅增长。

b. 公司给予 KA 客户商业折扣。公司基于双方约定，对达到一定销售目标的 KA 客户会给予不同程度的商业折扣。在该情形下，公司以扣除商业折扣后的净额确认收入。2016 年、2015 年和 2014 年，公司给予 KA 客户的商业折扣(不含税)分别为 1,067.44 万元、873.84 万元和 415.12 万元，占当期商业折扣前收入（即，商业折扣+当期 KA 收入）的比例分别为 6.97%、6.58%和 4.30%，占比呈小幅上升趋势。报告期内，公司通过实施商业折扣政策，促进了与 KA 客户的合作，2016 年、2015 年和 2014 年，公司 KA 客户收入分别为 14,251.48 万元、12,401.57 万元和 9,238.12 万元，保持了较快的增长。

公司主打卫生巾、纸尿裤产品，消费者对品质要求较高，选择较为慎重，故公司在直营 KA 系统门店中配置了驻店导购，以加强渠道掌控力度和及时反馈客户需求。导购人员主要负责公司产品的促销推广、货架调整等销售工作，公司对导购人员进行导购礼仪、导购技巧、产品知识等方面的培训，并对导购人员的销售行为进行抽查监督。

导购人员由公司聘任并承担薪酬，记入销售费用中的职工薪酬费用。报告期内，公司导购人员的平均薪酬持续上升，主要因为公司提高了导购的绩效奖励水平，以充分员工积极性。报告期内，公司导购人数呈现一定的变动，2015 年因拓展市场、推广产品需要，导购人员增加；2016 年因前期终端促销活动已达成初步效果，公司削减了导购人员数量。具体情况如下：

	2016 年	2015 年	2014 年
导购薪酬（万元）	3,768.67	4,539.52	2,830.32
导购月均人数（人）	1,003	1,231	1,203
平均薪酬（元/月）	3,131.16	3,073.06	1,960.60

G、退货情况

发行人对 KA 客户为委托代销式销售，KA 客户在双方对账结算之前可退货，公司按照扣除退货后的对账金额确认销售收入，报告期内不存在收入确认后 KA 客户退货的情形。

② 电商渠道

公司主要通过天猫、淘宝网、京东商城等第三方电商平台上开设直营店直接向终端消费者销售商品。2016年、2015年和2014年，公司电商渠道销售收入分别为3,421.47万元、2,189.33万元和568.51万元，占公司总销售收入的比重分别为4.63%、3.17%和0.91%，公司电商渠道的拓展初见成效，但尚不是公司主要的销售渠道。公司电商收入的交易渠道主要集中在天猫、京东两个电商平台，包括天猫电商平台的自由点、好之品牌旗舰店和专营店，京东电商平台的自由点、好之旗舰店。2016年、2015年和2014年，公司通过天猫和京东合计实现的销售收入分别为3,355.15万元、2,172.82万元和551.39万元，占电商渠道销售收入的比例分别为96.99%、99.25%和98.06%。

天猫自由点旗舰店界面：



京东自由点旗舰店界面：



A、销售流程

公司按照第三方电商平台的标准条款开店和运营管理。在电商渠道销售模式下，天猫、京东等电商平台负责为公司提供能够向消费者展示和介绍发行人产品的互联网平台，并负责为公司提供具有订单生成、交易管理、货款结算等功能的后台管理系统。公司则需为使用电商平台提供的上述服务向电商平台支付按月或按年收取的平台使用费，以及按商品售卖金额某一固定比例收取的技术服务费。

公司通过在天猫、京东等第三方电商平台销售自由点卫生巾、好之婴儿尿裤等产品。消费者在电商平台下单购买后，公司经核对订单后发货，并通过第三方物流公司配送，消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认付款。基于谨慎性原则，电商收入确认时点为公司收到消费者货款时，按照不同电商平台的要求进行销售款项结算。天猫平台为消费者确认到货后通过支付宝结算，京东平台为当月销售额次月结算。

B、主要销售区域

根据天猫和京东平台店铺的消费者地域分布数据，重庆、四川、云南及陕西地区为主要消费者贡献区域，与传统区域的品牌知名度有一定关联关系。自由点卫生巾产品显示出一定的品牌地域扩张性，来自传统区域以外地区的电商收入逐年持续上升。

C、营销推广

公司主要使用天猫和京东两个电商平台官方推出的营销工具，如直通车（天猫）、精准通（京东）等，对公司网店及产品进行网络营销推广，以获取在上述电商平台中更

好的展示位置,能够将公司产品展现给具有购买需求的潜在用户,从而提升公司网店流量及销售额。此外,公司还会通过进行折价促销活动等方式,增加到店用户流量及提高购买转化率。电商推广费用发生时直接计入销售费用科目下的促销费。报告期内,随着公司电商销售规模的扩大,电商推广费用也有所提高,2016年、2015年和2014年分别为560.22万元、473.48万元和21.16万元。

D、退货情况

根据公司与天猫和京东等主要第三方电商平台签订的服务协议的约定,消费者在收到货物7天内拥有向公司提出无理由退换货申请的权利。报告期内,公司在用户确认收货并收到电商平台的付款后确认收入,收入确认后,公司不存在收入确认后退货的情形。

E、定价模式

对于直营模式的电商渠道,产品在线下进行销售的,电商渠道定价与终端零售指导价保持一致。专供电商渠道的产品套装组合,采用单品零售价格加和并给予一定优惠的方式进行定价。

(四) 公司主营产品的产能及产销情况

1、主要产品的产能、产量及销量情况

年份	项目	卫生巾	纸尿裤		
			婴儿纸尿裤	成人纸尿裤	合计
2016年	产能(万片)	181,262.40	44,404.80	-	44,404.80
	产量(万片)	177,355.46	22,515.46	1,459.72	23,975.17
	其中:代工产量(万片)	300.99	455.57	1,459.72	1,915.28
	产能利用率	97.68%	49.68%	-	49.68%
	销量(万片)	171,348.42	22,767.41	1,425.02	24,192.41
	产销率	96.61%	101.12%	97.62%	100.91%
2015年	产能(万片)	194,705.28	36,748.80	-	36,748.80
	产量(万片)	170,516.67	20,723.32	1,577.40	22,300.72
	其中:代工产量(万片)	92.97	410.62	1,577.40	1,988.02
	产能利用率	87.53%	55.27%	-	55.27%
	销量(万片)	171,098.25	19,250.17	1,571.37	20,821.17

年份	项目	卫生巾	纸尿裤		
			婴儿纸尿裤	成人纸尿裤	合计
	产销率	100.34%	92.89%	99.62%	93.37%
2014 年	产能(万片)	222,266.88	41,817.60	-	41,817.60
	产量(万片)	168,533.77	22,658.14	1,615.51	24,273.64
	其中:代工产量(万片)	-	222.41	1,615.51	1,837.91
	产能利用率	75.82%	53.65%	-	53.65%
	销量(万片)	158,654.58	21,101.72	1,306.13	22,407.72
	产销率	94.14%	93.13%	80.85%	92.31%

注: 产能利用率=(当年产量-当年代工产量)/当年产能

(1) 报告期内,公司卫生巾产品产能利用率逐步提高。受厂房搬迁因素影响,2016年上半年卫生巾生产线产能利用率曾暂时性高于100%

卫生巾产品方面,公司2016年、2015年和2014年卫生巾生产线产能利用率分别为97.68%、87.53%、75.82%,呈现出逐年上升趋势。2016年及2015年公司产能利用率大幅上升的主要原因一方面在于经过2014年的产品结构调整,公司新产品和升级产品逐步得到市场认可,产品销量稳步提升,因此公司增加了卫生巾产量。另一方面,报告期内公司部分卫生巾生产线报废停产、技改停产以及公司厂房搬迁等原因致使卫生巾生产线产能有所下降。

2015年12月至2016年1月,公司各生产线陆续搬迁至麻柳新工厂,搬迁过程导致各条生产线产能发生暂时性下降、未能达到设计产能,并造成公司生产及发货计划有一定的延迟。2016年2月搬迁工作完成后,公司通过增加排班等方式加大了生产力度以及时满足客户采购需求。上述原因综合导致2016年产能利用率进一步升高,且2016年上半年间公司卫生巾生产线产能利用率曾暂时性高于100%。2016年下半年以来,公司已恢复正常生产经营状态。

(2) 产能增加及产品结构调整的原因导致报告期内公司纸尿裤产品产能利用率较低

纸尿裤产品方面,报告期内公司婴儿纸尿裤产品除学步裤外全部为公司自主生产,成人纸尿裤产品则全部为代工生产模式。公司纸尿裤生产线产能利用率较低主要是因为公司2012年底新购置两条纸尿裤生产线并在2013年后期完成安装调试进行正式生产、

2016 年新购置两条高端纸尿裤产品生产线，导致报告期内纸尿裤产能有较大幅度的提升。同时，报告期内公司不断优化纸尿裤产品结构，加大推广毛利率较高的纸尿裤产品，并主动减少毛利率较低的纸尿裤产品的生产和销售。

综合考虑公司纸尿裤生产设备的生产率情况、故障率情况，目前公司尿裤生产设备均处于正常运营状态，不存在生产设备闲置等情况，无需进行固定资产减值准备的计提。具体情况请参见本章之“五、公司主要固定资产及无形资产情况”之“（二）主要生产设备”的相关内容。

2、按产品分类的主营业务收入情况

单位：万元

产品系列	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾	54,697.77	74.04%	51,869.16	75.02%	45,592.99	73.05%
其中：自由点	43,439.95	58.80%	39,451.85	57.06%	32,161.98	51.53%
妮爽	11,257.82	15.24%	12,417.31	17.96%	13,431.01	21.52%
纸尿裤（好之）	19,182.17	25.96%	17,271.25	24.98%	16,816.99	26.95%
其中：纸尿裤	13,028.52	18.84%	9,076.34	13.13%	6,410.32	10.27%
纸尿裤片	6,153.65	8.90%	8,194.91	11.85%	10,406.67	16.67%
合计	73,879.94	100%	69,140.41	100%	62,409.98	100%

注：公司拥有“自由点”和“妮爽”两个卫生巾品牌，纸尿裤为“好之”品牌。

3、按地区分类的主营业务收入情况

单位：万元

地区	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
川渝地区	40,477.13	54.79%	38,925.90	56.30%	36,884.65	59.10%
增长率	3.99%	-	5.53%	-	-	-
云贵陕地区	18,224.70	24.67%	17,490.90	25.30%	15,531.04	24.89%
增长率	4.20%	-	12.62%	-	-	-
两湖地区	3,943.11	5.34%	4,070.08	5.89%	4,633.70	7.42%
增长率	-3.12%	-	-12.16%	-	-	-
国内其他地区	10,151.56	13.74%	7,918.05	11.45%	3,853.30	6.17%

地区	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增长率	28.21%	-	105.49%	-	-	-
国外地区	1,083.43	1.47%	735.48	1.06%	1,507.28	2.42%
增长率	47.31%	-	-51.21%	-	-	-
合计	73,879.94	100%	69,140.41	100%	62,409.98	100%

注：川渝地区包括重庆、四川；

云贵陕地区包括云南、贵州、陕西；

两湖地区包括湖北、湖南；

国内其他地区包括山东、北京、河北、天津、安徽、吉林、黑龙江、辽宁、江苏、浙江、福建、江西、新疆、河南、青海、宁夏，甘肃、山西、内蒙、西藏、广东、广西、海南等；

国外地区包括加纳、毛里塔尼亚、也门等。

公司绝大部分收入来自国内销售，2016 年、2015 年和 2014 年，国内销售收入占主营业务收入的比例分别为 98.53%、98.94%、97.58%。公司少量收入来自于海外销售，2016 年、2015 年和 2014 年，海外销售收入占公司主营业务收入的比例分别为 1.47%、1.06%、2.42%。

2016 年、2015 年和 2014 年，公司在川渝地区销售收入占比分别为 54.79%、56.30%、59.10%，为公司最主要销售区域。对比同行业可比上市公司，公司销售销售区域较为集中的原因及合理性如下：

1) 一次性卫生用品行业企业通常呈现出公司总部所在区域销售收入占比高于其他地区的特征。

一次性卫生用品行业由于具有产品单价较低、运输成本相对较高、营销网络深度下沉、本地消费者对当地品牌认知程度相对较高等特点，行业竞争以区域性市场竞争为主，一般企业通常在其总部所在地的周边地区拥有一定的区域性竞争优势，并因此表现出在上述地区销售收入较为集中的特点。

根据同行业可比上市公司曾披露的分区域销售收入数据，中顺洁柔和恒安国际总部所在区域销售收入占比也高于其他地区。具体情况如下³：

①中顺洁柔

³ 维达国际近年来未披露其国内市场销售区域分布情况

中顺洁柔总部位于广东省中山市，2010年在A股中小板上市。根据中顺洁柔首次公开发行股票招股说明书及其2010年年度报告披露的数据，该公司2010年在其总部所在地华南地区的销售收入约为10.03亿元，占该公司当年收入的比例约为57.50%，远高于其他地区的销售收入及占比。

中顺洁柔上市当年销售收入区域分布情况

地区	营业收入（万元人民币）	占比
华南	100,316.49	57.50%
华东	14,231.71	8.16%
西南	39,820.83	22.82%
华中	7,297.33	4.18%
华北	2,807.22	1.61%
国外	9,995.30	5.73%
合计	174,468.88	100%

数据来源：中顺洁柔2010年年度报告

②恒安国际

恒安国际总部位于福建省晋江市，1998年在香港联合交易所上市。根据恒安国际2016年年度报告披露的数据，该公司2016年在其总部所在地闽粤地区的销售收入约为48.97亿港元，占该公司当年全部收入的比例约为25.4%，高于第二大销售区域华东地区约9.9个百分点。

恒安国际 2016 年销售收入区域分布情况

地区	营业收入（港币百万元）	占比
闽粤	4,897	25.4%
西北	932	4.8%
西南	1,021	5.3%
川渝	1,599	8.3%
东北	830	4.3%
华北	1,476	7.7%
鲁豫	1,848	9.6%
华东	2,988	15.5%
华中	2,425	12.6%

地区	营业收入（港币百万元）	占比
海外	1,261	6.5%
合计	19,277	100%

数据来源：恒安国际2016年年度报告

2) 发行人属区域性优势品牌，在其深耕多年的总部所在地川渝地区的品牌影响力显著强于其他地区，并因此导致销售收入区域分布情况较为集中。

相较于同行业在全国范围内均具有较强品牌影响力、拥有成熟销售网络、资本实力更强、经营规模更大的上市公司，目前发行人仍属区域性优势品牌。因此，发行人目前在其深耕多年的总部所在地及生产基地所在地川渝地区的品牌影响力显著强于其他地区，且拥有较为成熟的营销网络，并导致销售收入区域分布情况较为集中。2014、2015及2016年，发行人在川渝地区的销售收入分别占发行人全部销售收入的59.10%、56.30%、54.79%。

公司销售收入区域分布较为集中的特点与同行业可比公司具有一致性，且符合公司目前的业务发展阶段和品牌影响力水平，具有合理性。

4、主要产品的平均销售价格情况

项目	2016 年		2015 年		2014 年
	平均价格 (元/片)	变动率	平均价格 (元/片)	变动率	平均价格 (元/片)
卫生巾	0.32	5.30%	0.30	5.49%	0.29
其中：自由点	0.44	3.67%	0.42	-0.82%	0.43
妮爽	0.16	-2.44%	0.16	-1.21%	0.16
纸尿裤（好之）	0.79	-4.41%	0.83	10.53%	0.75
其中：纸尿裤	0.93	0.91%	0.92	-13.69%	1.07
纸尿裤片	0.60	-19.22%	0.74	17.51%	0.63

报告期内，公司卫生巾的平均价格整体呈上升趋势，主要由于公司持续推出升级产品，并不断优化产品结构提升了价格相对较高的产品系列的销售比例。

“好之”品牌为公司纸尿裤品牌，包括纸尿裤和纸尿裤片两种产品类型。2016年，为了应对差异化的市场竞争环境，公司针对部分地区推出了价格较低的纸尿裤片新产品，导致纸尿裤片产品平均价格有所下滑。2015年，纸尿裤产品平均价格有所下降，主要是由

于公司加大了纸尿裤产品推广力度，对部分纸尿裤产品采用促销方式进行销售；2015 年纸尿裤产品较 2014 年平均价格上升幅度较大，主要是由于公司主动汰换价格相对较低的部分纸尿裤产品以推动“好之”品牌产品结构升级。

5、公司主要客户情况

(1) 前十大经销商客户

报告期各期，前十大经销商客户收入合计占当期总收入的比例不超过 14%，发行人客户较为分散，且发行人不存在向单个经销商客户的销售比例超过当年收入总额 3% 或严重依赖少数客户的情况。前十大经销商客户主要为从事快销品、卫生用品、日化产品经销业务的公司或个体工商户。报告期内，发行人前十大经销商主要为发行人报告期初即存在的客户，变动情况主要为因销售金额变化而导致的排名变化。

报告期内，发行人各年前十大经销商客户涉及到的客户数量共计 14 家，前十大经销商客户名单较为稳定；前十大经销商客户主要均为报告期初即存在的客户，变动情况主要为因销售金额变化而导致的排名变化。

2016 年、2015 年和 2014 年，发行人前十大经销商客户收入合计占当年营业收入的比例分别为 13.22%、12.88% 和 12.58%，第一大经销商客户的收入占当年营业收入的比例分别为 2.59%、2.38% 和 1.51%，占比较低且较为稳定，发行人客户较为分散，不存在对单一客户重大依赖的情况。

A、2016 年前十大经销商客户

序号	客户名称	销售收入 (万元)	毛利 (万元)	毛利率	收入占比
1	成都佳兴化妆品有限公司	1,910.62	810.41	42.42%	2.59%
2	云南怡联深度供应链管理有限公司	853.83	326.07	38.19%	1.16%
	文山怡众深度供应链管理有限公司 ^注	357.51	196.00	54.82%	0.48%
	小计	1,211.34	522.07	43.10%	1.64%
3	陕西百惠商贸有限公司	1,170.29	662.01	56.57%	1.58%
4	遵义市吉马贸易有限责任公司	1,012.51	541.54	53.49%	1.37%
5	重庆海弘日化有限公司	1,007.95	585.38	58.08%	1.36%
6	重庆发现商贸有限公司	799.28	453.82	56.78%	1.08%
7	泸州市铮铮商贸有限公司	770.63	358.30	46.49%	1.04%

序号	客户名称	销售收入 (万元)	毛利 (万元)	毛利率	收入占比
8	重庆桂金商贸有限公司	681.15	400.02	58.73%	0.92%
9	安康市百惠商务有限公司	635.99	227.27	35.73%	0.86%
10	达县南外兄弟日化经营部	568.10	308.42	54.29%	0.77%
合计		9,767.86	4,869.25	49.85%	13.22%

注：文山怡众深度供应链管理有限公司是云南怡联深度供应链管理有限公司的全资子公司，因此对其销售额进行合并计算。

B、2015 年前十大经销客户

序号	客户名称	销售收入 (万元)	毛利 (万元)	毛利率	收入占比
1	成都佳兴化妆品有限公司	1,642.98	658.06	40.05%	2.38%
2	遵义市吉马贸易有限责任公司	1,037.86	560.36	53.99%	1.50%
3	重庆海弘日化有限公司	1,014.47	583.65	57.53%	1.47%
4	陕西百惠商贸有限公司	909.06	524.59	57.71%	1.31%
5	重庆发现商贸有限公司	836.79	485.78	58.05%	1.21%
6	昭通市联众商贸有限责任公司	810.11	326.00	40.24%	1.17%
7	达县南外兄弟日化经营部	763.59	408.50	53.50%	1.10%
8	泸州市铮铮商贸有限公司	680.25	344.95	50.71%	0.98%
9	安康市百惠商务有限公司	621.42	254.65	40.98%	0.90%
10	大厂回族自治县丹顶鹤商贸有限公司	591.01	241.09	40.79%	0.85%
合计		8,907.56	4,387.63	49.26%	12.88%

C、2014 年前十大经销客户

序号	客户名称	销售收入 (万元)	毛利 (万元)	毛利率	收入占比
1	重庆海弘日化有限公司	1,234.47	713.71	57.82%	1.98%
2	遵义市吉马贸易有限责任公司	945.43	459.54	48.61%	1.51%
3	成都佳兴化妆品有限公司	939.51	329.67	35.09%	1.51%
4	LEXTA GHANA LIMITED	849.33	225.58	26.56%	1.36%
5	昭通市联众商贸有限责任公司	834.55	348.77	41.79%	1.34%
6	广州市虎头电池集团有限公司	669.37	37.38	5.58%	1.07%
7	重庆发现商贸有限公司	623.49	322.02	51.65%	1.00%
8	达县南外兄弟日化经营部	609.68	286.38	46.97%	0.98%
9	安康市百惠商务有限公司	588.60	236.21	40.13%	0.94%

序号	客户名称	销售收入 (万元)	毛利 (万元)	毛利率	收入占比
10	泸州市铮铮商贸有限公司	554.09	273.15	49.30%	0.89%
	合计	7,848.53	3,232.42	41.18%	12.58%

2014 年，除 LEXTA GHANA LIMITED LA 和广州市虎头电池集团有限公司外，其余前十大经销商的平均毛利率为 46.91%，与 2015 年和 2016 年前十大经销商平均毛利率基本持平，且与 2014 年经销业务整体毛利率 44.65%，基本持平。

LEXTA GHANA LIMITED LA 采购百亚商品为毛利率水平相对较低的纸尿裤，且公司所在地为非洲西部的加纳，公司为在海外进行拓展公司采取了低价策略，该客户的毛利率水平相对较低。

广州市虎头电池集团有限公司主要从事贸易代理、货物进出口、商品批发贸易等，采购百亚商品为毛利率水平相对较低的纸尿裤，且采购后主要是出口至叙利亚、伊拉克、尼日利亚、也门、刚果、乌干达、塞拉利昂等国家，与公司直接出口至海外客户相比，与国内贸易公司直接建立合作关系，可以大大降低沟通、考察等成本支出，因此公司对该客户亦采取了低价策略，该客户的毛利率水平相对较低。

(2) 各地区前五大经销商客户

报告期内，各区域主要经销商的基本情况如下：

A、“川渝”地区前五大经销商基本情况

a、2016 年“川渝”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入(万元)	占当期营业收入比例
1	成都佳兴化妆品有限公司	2000 年 12 月 16 日	成都市金牛区顺沙巷 8 号 11 幢 17 楼 6 号	50 万元人民币	中小型企业	1,910.62	2.59%
2	重庆海弘日化有限公司	2005 年 1 月 20 日	重庆市渝北区松北支路 A-3 号	50 万元人民币	中小型企业	1,007.95	1.36%
3	重庆发现商贸有限公司	2011 年 10 月 31 日	重庆市万州区金泉路 2 号 36 幢 7-2	30 万元人民币	中小型企业	799.28	1.08%
4	泸州市铮铮商贸有限公司	2008 年 11 月 26 日	泸州市江阳区前进中路 60 号 3 号楼 3 单元 15 号	50 万元人民币	中小型企业	770.63	1.04%
5	重庆桂金商贸有限公司	2006 年 7 月 5 日	重庆市涪陵区兴华东路兴华花园 B1 幢 2-1-2	50 万元人民币	中小型企业	681.15	0.92%
合计						5,169.63	7.00%

b、2015 年“川渝”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本 ^注	经营规模	销售收入(万元)	占当期营业收入比例	
1	成都佳兴化妆品有限公司	详见 2016 年“川渝”地区前五大经销商基本情况					1,642.98	2.38%
2	重庆海弘日化有限公司	详见 2016 年“川渝”地区前五大经销商基本情况					1,014.47	1.47%
3	重庆发现商贸有限公司	详见 2016 年“川渝”地区前五大经销商基本情况					836.79	1.21%
4	达县南外兄弟日化经营部	2014 年 1 月 10 日	达县南外杨柳工业园区嘉兴公司 1 号门市	不适用	中小型	763.59	1.10%	

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本 ^注	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
					个体工商户		
5	泸州市铮铮商贸有限公司	详见 2016 年“川渝”地区前五大经销商基本情况				680.25	0.98%
合计						4,938.08	7.14%

注：个体工商户均无注册资本。

c、2014 年“川渝”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
1	重庆海弘日化有限公司	详见 2016 年、2015 年“川渝”地区前五大经销商基本情况				1,234.47	1.98%
2	成都佳兴化妆品有限公司	详见 2016 年、2015 年“川渝”地区前五大经销商基本情况				939.51	1.51%
3	重庆发现商贸有限公司	详见 2016 年、2015 年“川渝”地区前五大经销商基本情况				623.49	1.00%
4	达县南外兄弟日化经营部	详见 2015 年“川渝”地区前五大经销商基本情况				609.68	0.98%
5	泸州市铮铮商贸有限公司	详见 2016 年、2015 年“川渝”地区前五大经销商基本情况				554.09	0.89%
合计						3,961.25	6.35%

B、“云贵陕”地区前五大经销商基本情况

a、2016 年“云贵陕”地区前十大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
1 ^注	云南怡联深度供应链管理有 限公司	2015 年 11 月 20 日	云南省昭通市昭阳区民航路 118 号	1500 万元 人民币	中小型 企业	853.83	1.16%

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入(万元)	占当期营业收入比例
	文山怡众深度供应链管理有 限公司	2016年1月14日	云南省文山壮族苗族自治州文山市新平 街道里布嘎社区泰民家园19幢103号	600万元人民币	中小型企业	357.51	0.48%
	小计					1,211.34	1.64%
2	陕西百惠商贸有限公司	2010年8月13日	陕西省西安市雁塔区台南路城南锦绣蝶 梦园幢21层32101号房	100万元人民币	中小型企业	1,170.29	1.58%
3	遵义市吉马贸易有限责任公 司	2003年12月9日	贵州省遵义市红花岗区忠庄镇高新产业 园	200万元人民币	中小型企业	1,012.51	1.37%
4	安康市百惠商务有限公司	2004年6月30日	陕西省安康市高新技术产业开发区建民 镇1.2幢	800万元人民币	中小型企业	635.99	0.86%
5	昆明洁高贸易有限公司	2006年3月2日	昆明市春城路60号云南新华印刷实业总 公司内	500万元人民币	中小型企业	435.84	0.59%
	合计					4,465.97	6.04%

注：文山怡众深度供应链管理有限公司是云南怡联深度供应链管理有限公司的全资子公司，因此对其销售额进行合并计算。

b、2015年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入(万元)	占当期营业收入比例
1	遵义市吉马贸易有限责任公 司	详见2016年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				1,037.86	1.50%
2	陕西百惠商贸有限公司	详见2016年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				909.06	1.31%
3	昭通市联众商贸有限责任公 司	2009年3月16日	云南省昭通市昭阳区民航路中段	50万元人民币	中小型企业	810.11	1.17%
4	安康市百惠商务有限公司	详见2016年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				621.42	0.90%
5	昆明洁高贸易有限公司	详见2016年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				452.17	0.65%

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
合计						3,830.64	5.54%

c、2014 年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
1	遵义市吉马贸易有限责任公司	详见 2016 年、2015 年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				945.43	1.51%
2	昭通市联众商贸有限责任公司	详见 2015 年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				834.55	1.34%
3	安康市百惠商务有限公司	详见 2016 年、2015 年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				588.60	0.94%
4	陕西百惠商贸有限公司	详见 2016 年、2015 年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				498.84	0.80%
5	昆明洁高贸易有限公司	详见 2016 年、2015 年“云贵陕”地区前五大经销商基本情况				487.24	0.78%
合计						3,354.65	5.38%

C、“两湖”地区前五大经销商基本情况

a、2016 年“两湖”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
1	邵东县大禾塘鑫鑫姣娥百货批发部	2012 年 9 月 19 日	湖南省邵阳市邵东县大禾塘丽景路四巷 1 号	不适用	中小型个体工商户	248.03	0.34%
2	恩施州誉欣商贸有限责任公司	2014 年 1 月 10 日	达县南外杨柳工业园区嘉兴公司 1 号门市	不适用	中小型企业	197.34	0.27%
3	宜昌北山商业连锁有限责任公司	1998 年 8 月 21 日	宜昌市伍家岗区隆中路 3 号	500 万元人民币	中小型企业	196.81	0.27%

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
4	利川市鸿翔商贸有限公司	2009年7月27日	利川市东城办事处王家湾1组134号	200万元人民币	中小型企业	172.90	0.23%
5	咸丰县传玉批发部	2007年5月17日	咸丰县高乐山镇专场坝(瓦二03)	不适用	中小型个体工商户	87.03	0.12%
合计						902.12	1.22%

b、2015年“两湖”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
1	邵东县大禾塘鑫鑫姣娥百货批发部	详见2016年“两湖”地区前五大经销商基本情况				231.34	0.33%
2	宜昌北山商业连锁有限责任公司	详见2016年“两湖”地区前五大经销商基本情况				204.85	0.30%
3	恩施州誉欣商贸有限责任公司	详见2016年“两湖”地区前五大经销商基本情况				192.90	0.28%
4	秦敬红	2011年5月14日	红安县杏花乡宏泰路新村小学	不适用	中小型个体工商户	171.05	0.25%
5	利川市鸿翔商贸有限公司	详见2016年“两湖”地区前五大经销商基本情况				153.92	0.22%
合计						954.07	1.38%

c、2014年“两湖”地区前五大经销商基本情况

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
1	邵东县大禾塘鑫鑫姣娥百货批发部	详见2016年、2015年“两湖”地区前五大经销商基本情况				408.13	0.65%

序号	经销商名称	成立时间	公司注册/经营地址	注册资本	经营规模	销售收入 (万元)	占当期营业收入比例
2	醴陵市金香源百货	2006年6月8日	醴陵市湘东食品城37号	不适用	中小型个体工商户	303.87	0.49%
3	利川市鸿翔商贸有限公司	详见2016年、2015年“两湖”地区前五大经销商基本情况				186.70	0.30%
4	恩施州誉欣商贸有限责任公司	详见2016年、2015年“两湖”地区前五大经销商基本情况				181.20	0.29%
5	黄冈星潮商贸有限公司	2012年10月18日	黄冈市黄州区壕沟路30号1幢1单元	10万元人民币	中小型企业	172.41	0.28%
合计						1,252.31	2.01%

公司销售渠道在川渝、云贵陕等地区深度下沉。2016 年、2015 年和 2014 年，个体工商户的销售收入分别为 24,568.34 万元、26,339.08 万元和 26,997.09 万元，占总收入的比例分别为 33.25%、38.10% 和 43.26%，呈逐年下降趋势。

保荐机构及会计师对发行人主要经销商的最终销售去向、库存及销售情况，进行了核查，上述经销商的销售货物的最终去向主要为所辖地区的购物中心、中小型超市、便利店、日化店、食杂店等，其存货周转正常，库存规模合理，不存在存货积压的情况，经营情况正常，不与发行人存在关联关系，相关销售真实。

D、前五大海外经销客户

公司主要通过每年举行的中国进出口商品交易会（即广交会）获取海外客户，同时，公司在批发贸易平台阿里巴巴国际交易市场（www.alibaba.com）上拥有公司主页（https://baiya.en.alibaba.com），亦为公司带来部分海外客户。

公司主要海外客户的基本情况如下：

客户名称	国家	成立时间	注册资本	经营规模
LEXTA GHANA LIMITED	加纳	2002	加纳塞地 500,000	2015 年销售额加纳 塞地 24,000,000
E.Y. Galil Gastronomia Ltd.	以色列	2007	新谢克尔 30,000	2015 年销售额 新谢克尔 4,000,000
LA MAURITANIENNE DE BUSINESS CO., LTD.	毛里塔尼亚	2000	乌吉亚 1,500,000,000	2015 销售额 乌吉亚 5,000,000,000
SINAN SINAN AL-SHUTBI	也门	1997	也门里亚尔 500,000	也门里亚尔 12,000,000
FAWZI ALMADANI	巴勒斯坦	2003	欧元 25,600	2015 销售额美元 1,487,650
FOREIGN FASHION & AVRIL GARMENT	巴基斯坦	2009	卢比 6000,000	2016 销售额美元 258,600
MEI JI S.A.	危地马拉	2010	美元 100,000	2016 年销售额美元 1,000,000

注：加纳塞地为加纳当地货币；新谢克尔为以色列当地货币；乌吉亚为毛里塔尼亚当地货币；里亚尔为也门当地货币；卢比为巴基斯坦当地货币。

报告期内，公司海外销售客户较为集中，各期前五大海外经销客户收入占当期海外销售收入的比例分别为 74.62%、99.80% 和 98.22%，具体销售情况如下：

单位：万元

2016 年			
序号	客户名称	营业收入	占海外收入比例

2016 年			
序号	客户名称	营业收入	占海外收入比例
1	LA MAURITANIENNE DE BUSINESS CO., LTD.	280.08	25.85%
2	LEXTA GHANA LIMITED	217.11	20.04%
3	SINAN SINAN AL-SHUTBI	143.45	13.24%
4	E.Y. Galil Gastronomia Ltd.	88.83	8.20%
5	MEI JI S.A.	79.04	7.30%
合计		808.51	74.63%

单位：万元

2015 年			
序号	客户名称	营业收入	占海外收入比例
1	LA MAURITANIENNE DE BUSINESS CO., LTD.	572.78	77.88%
2	E.Y. Galil Gastronomia Ltd.	76.09	10.35%
3	SINAN SINAN AL-SHUTBI	53.59	7.29%
4	FAWZI ALMADANI	16.39	2.23%
5	FOREIGN FASHION & AVRIL GARMENT	15.13	2.06%
合计		733.98	99.80%

单位：万元

2014 年			
序号	客户名称	营业收入	占海外收入比例
1	LEXTA GHANA LIMITED	849.33	56.35%
2	LA MAURITANIENNE DE BUSINESS CO., LTD.	442.89	29.38%
3	FAWZI ALMADANI	71.87	4.77%
4	E.Y. Galil Gastronomia Ltd.	65.16	4.32%
5	SINAN SINAN AL-SHUTBI	51.16	3.39%
合计		1,480.41	98.22%

（3）前十大 KA 客户的基本情况

报告期各期，前十大 KA 客户收入合计占当期总收入的比例不超过 16%，发行人客户较为分散，且发行人不存在向单个 KA 客户的销售比例超过当年收入总额 5% 或严重依赖少数客户的情况。报告期内，发行人前十大 KA 客户为知名度高、信用良好的大卖场、大型连锁商超，包括永辉超市、新世纪百货、沃尔玛、家乐福和步步高等；报告期内，发行人前十大 KA 客户主要为发行人报告期初即存在的客户，变动情况主要为因销

售金额变化而导致的排名变化。

报告期内，发行人各年前十大 KA 客户涉及到的客户数量共计 10 家，前十大客户名单很稳定；前十大 KA 客户主要均为报告期初即存在的客户，变动情况主要为因销售金额变化而导致的排名变化，报告企业亦不存在异常退出合作的情况。

2016 年、2015 年和 2014 年，发行人前十大 KA 客户收入合计占当年营业收入的比例分别为 15.50%、15.21%和 13.26%，第一大客户永辉超市的收入占当年营业收入的比例分别为 4.54%、4.38%和 3.45%，占比较低且较为稳定，发行人客户较为分散，不存在对单一客户重大依赖的情况。

A、2016 年前十大 KA 客户

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	毛利	毛利率	收入占比
1	永辉超市股份有限公司	3,357.75	2,104.31	62.67%	4.54%
2	重庆商社新世纪百货有限公司 ^注	1,986.19	1,283.92	64.64%	2.69%
	重庆百货大楼股份有限公司	253.40	172.47	68.06%	0.34%
	小计	2,239.58	1,456.39	65.03%	3.03%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	1,406.08	940.20	66.87%	1.90%
4	家乐福（中国）超市投资有限公司	1,017.95	554.75	54.50%	1.38%
5	步步高商业连锁股份有限公司	1,004.27	541.74	53.94%	1.36%
6	贵州合力购物有限责任公司	624.88	389.71	62.37%	0.85%
7	大润发投资有限公司	588.16	333.69	56.73%	0.80%
8	中百仓储超市有限公司	445.78	240.39	53.93%	0.60%
9	欧尚（中国）投资有限公司	401.89	200.64	49.92%	0.54%
10	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	365.00	234.01	64.11%	0.49%
合计		11,451.34	6,995.83	61.09%	15.50%

注：重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司是重庆百货大楼股份有限公司的全资孙公司，故合并披露，下同。

B、2015 年前十大 KA 客户

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	毛利	毛利率	收入占比
1	永辉超市股份有限公司	3,030.12	1,845.51	60.91%	4.38%
2	重庆商社新世纪百货有限公司	1,552.61	945.05	60.87%	2.25%

序号	客户名称	销售收入	毛利	毛利率	收入占比
	重庆百货大楼股份有限公司	621.12	408.64	65.79%	0.90%
	小计	2,173.73	1,353.69	62.27%	3.14%
3	步步高商业连锁股份有限公司	1,157.10	656.40	56.73%	1.67%
4	沃尔玛（中国）投资有限公司	1,010.07	679.19	67.24%	1.46%
5	家乐福（中国）超市投资有限公司	939.24	556.55	59.25%	1.36%
6	贵州合力购物有限责任公司	645.05	361.37	56.02%	0.93%
7	大润发投资有限公司	506.82	289.90	57.20%	0.73%
8	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	449.31	277.36	61.73%	0.65%
9	中百仓储超市有限公司	387.92	225.54	58.14%	0.56%
10	欧尚（中国）投资有限公司	218.02	115.64	53.04%	0.32%
	合计	10,517.38	6,361.15	60.48%	15.21%

C、2014 年前十大 KA 客户

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	毛利	毛利率	收入占比
1	永辉超市股份有限公司	2,153.31	1,326.79	61.62%	3.45%
2	重庆商社新世纪百货有限公司	1,414.37	943.08	66.68%	2.27%
	重庆百货大楼股份有限公司	683.50	480.46	70.30%	1.10%
	小计	2,097.87	1,423.54	67.86%	3.36%
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	1,081.23	683.98	63.26%	1.73%
4	步步高商业连锁股份有限公司	802.08	415.42	51.79%	1.29%
5	家乐福（中国）超市投资有限公司	800.20	467.54	58.43%	1.28%
6	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	452.56	275.81	60.94%	0.73%
7	贵州合力购物有限责任公司	426.74	267.80	62.76%	0.68%
8	中百仓储超市有限公司	157.40	104.64	66.48%	0.25%
9	大润发投资有限公司	155.94	91.99	58.99%	0.25%
10	欧尚（中国）投资有限公司	145.05	67.98	46.86%	0.23%
	合计	8,272.38	5,125.49	61.96%	13.25%

报告期内，公司 KA 渠道前十大客户的毛利率基本稳定。报告期内，公司不存在向单个客户的销售金额超过销售总额的 5% 或严重依赖于少数客户的情况。公司不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方及持有公司 5% 以上股份的主要股东在上述客户中占有权益的情况。

（五）按业务模式分类的收入及毛利率情况

报告期内，公司不同模式的收入、成本、毛利、毛利率情况如下表所示：

单位：万元

销售模式	2016 年			
	收入	成本	毛利	毛利率
经销	56,206.99	29,065.85	27,141.14	48.29%
KA	14,251.48	5,718.85	8,532.63	59.87%
电商	3,421.47	2,262.64	1,158.83	33.87%
合计	73,879.94	37,047.35	36,832.60	49.85%

单位：万元

销售模式	2015 年			
	收入	成本	毛利	毛利率
经销	54,549.51	29,379.37	25,170.14	46.14%
KA	12,401.57	4,841.32	7,560.25	60.96%
电商	2,189.33	1,590.61	598.72	27.35%
合计	69,140.41	35,811.30	33,329.11	48.20%

单位：万元

销售模式	2014 年			
	收入	成本	毛利	毛利率
经销	52,603.35	29,116.91	23,486.44	44.65%
KA	9,238.12	3,588.42	5,649.70	61.16%
电商	568.51	291.35	277.16	48.75%
合计	62,409.98	32,996.68	29,413.30	47.13%

（六）主要产品的原材料和能源及其采购情况

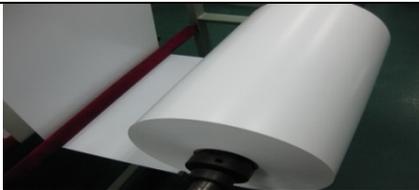
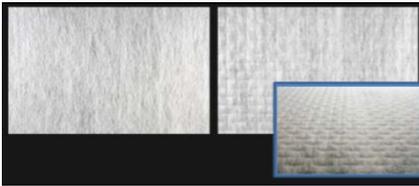
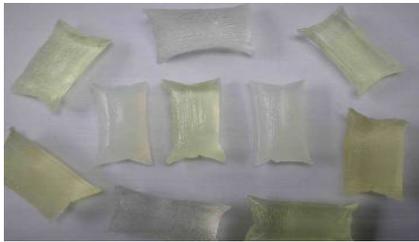
1、原材料采购情况

公司产品的主要原材料包括膜、无纺布、高分子等。报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

序号	原材料	采购金额（万元）		
		2016 年	2015 年	2014 年

序号	原材料	采购金额（万元）		
		2016 年	2015 年	2014 年
1	膜	4,282.28	4,240.13	4,189.12
2	无纺布	5,265.05	4,430.10	3,844.87
3	高分子	2,519.32	2,612.89	3,224.35
4	胶	2,054.23	2,035.41	1,732.51
5	浆板	1,526.39	1,096.12	3,352.22
合计		15,647.27	14,414.65	16,343.07

上述主要原材料的用途简介及图示如下：

名称	用途简介	图示
膜	又称防水薄膜，主要成份为聚乙烯，是卫生巾、纸尿裤产品的底膜材料，具有防漏功能。	
无纺布	在纸尿裤、卫生巾等卫生用品中主要用作面层、隔边、底层材料，可以提升产品的干爽性和柔软性。	
高分子	高分子吸水树脂的简称，能够吸收其自身重量数倍的水，且吸水膨胀后能够有效防止液体的渗出。在婴儿纸尿裤、卫生巾等产品中，是吸收液体的主要材料。	
胶	一种粘合剂，主要成分为树脂，用于卫生巾和纸尿裤产品中无纺布、高分子及膜等材料的粘合。	

名称	用途简介	图示
浆板	主要成分为木浆纤维，具有快速吸收并传导液体的特性。在婴儿纸尿裤、卫生巾等产品中，是吸收液体的主要材料。	

2、能源采购情况

本公司生产所需主要能源为电，报告期内采购情况如下：

年份	金额（万元）	数量（千瓦时）	占生产成本比例（%）
2016 年	939.41	13,848,182	2.66%
2015 年	784.58	11,441,550	2.32%
2014 年	677.84	9,736,676	2.21%

2016 年，公司用电量较大，主要是因为公司新工厂已基本投入使用，致使公司用电量明显增加。

3、公司主要成本构成

2014 年、2015 年、2016 年，公司营业成本总额分别为 32,996.68 万元、35,811.30 万元、37,047.35 万元，呈现出逐步上升趋势，主要原因系公司业务规模逐渐扩大以及产品结构升级背景下成本相对较高的中高端产品销售占比上升所致。

报告期内，公司营业成本由原材料成本、包装材料成本、人工成本以及其他四部分构成，营业成本结构相对稳定，原材料成本及包装材料成本合计占营业成本的比例始终保持在 80% 以上。报告期内，公司营业成本具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	25,969.86	70.10%	25,341.33	70.76%	23,642.58	71.65%
包装材料	3,864.24	10.43%	4,044.06	11.29%	3,839.99	11.64%
人工成本	3,090.12	8.34%	3,284.27	9.17%	2,822.15	8.55%
其他费用	4,123.13	11.13%	3,141.63	8.77%	2,691.96	8.16%

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	37,047.35	100%	35,811.30	100%	32,996.68	100%

报告期内，公司原材料成本的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
无纺布	5,042.31	19.42%	3,887.66	15.34%	3,620.09	15.31%
膜	4,124.06	15.88%	4,026.83	15.89%	3,933.72	16.64%
高分子	2,501.90	9.63%	2,441.28	9.63%	3,018.50	12.77%
胶	2,126.89	8.19%	1,819.82	7.18%	1,675.39	7.09%
浆板	1,736.22	6.69%	1,955.67	7.72%	2,100.46	8.88%
代工产品	2,592.32	9.98%	2,675.74	10.56%	1,868.72	7.90%
其他	7,846.15	30.21%	8,534.33	33.68%	7,425.70	31.41%
合计	25,969.86	100%	25,341.33	100%	23,642.58	100%

由上表可见，报告期内公司产品的主要原材料始终为无纺布、膜、高分子、胶、浆板等。其中，膜、胶在原材料成本中的占比变动较小，无纺布占比呈现持续上升态势，高分子及浆板成本呈现出下降趋势，具体情况如下：

无纺布在卫生巾和纸尿裤中主要作为面层、隔边、底层材料使用，可以提升产品的干爽性和柔软性，能够更好的满足消费者对于产品舒适性、贴身性的要求。随着公司产品结构向中高端方向调整，公司在产品中使用了更多的无纺布来提升产品的干爽性和柔软性，因此公司无纺布使用量明显上升，导致无纺布成本在原材料成本中的占比由 15.31% 提升至 19.42%。

高分子是一种高效的吸水材料，且吸水膨胀后能够有效防止液体的再次渗出，是公司生产超薄复合芯体的重要原材料之一。报告期内，随着公司逐步将超薄复合芯体结构产品为主打产品，高分子使用量逐步上升。但受报告期内高分子市场价格下降幅度较大以及国产高分子品牌性能提升后公司逐步使用性价比更高的国产高分子替代进口高分子材料的影响，报告期内高分子成本在原材料成本中的占比由 12.77% 下降至 9.63%。

浆板是用于卫生巾、纸尿裤中的一种吸水材料，但以浆板作为吸水材料会导致产品较厚并影响消费者的使用体验。近年来，为降低产品厚度、提升消费者使用体验，公司

自主研发了超薄吸收芯体技术，降低浆板使用量，同时为保证产品吸收性能，改善了产品配方，提升高分子及无纺布用量，使产品能够有效降低厚度，提高穿着舒适度。报告期内，随着公司逐步将超薄复合芯体结构产品为主打产品，因此公司浆板使用量逐步降低，导致浆板成本在原材料构成中的占比由 8.88% 下降至 6.69%。

4、主要原材料和能源年均采购价格变动情况

项目	2016 年		2015 年		2014 年
	价格	变动率	价格	变动率	价格
膜（元/千克）	11.85	-3.06%	12.22	-4.38%	12.78
无纺布（元/千克）	16.36	-5.80%	17.37	2.36%	16.97
高分子（元/千克）	7.70	-22.34%	9.92	-22.62%	12.82
胶（元/千克）	20.55	-9.74%	22.77	2.52%	22.21
浆板（元/千克）	4.31	-9.09%	4.74	0.64%	4.71
电力（元/度）	0.68	-1.86%	0.69	-2.04%	0.70

高分子为石油化工副产品，其市场价格受到国际石油价格及市场供需关系影响。2014 年中期至 2016 年末，布伦特原油价格已从约 110 美元/桶大幅下降至约 50 美元/桶，降幅比例超过 50%，受国际石油价格下降影响高分子平均价格持续较大幅度下降。

5、主要供应商情况

（1）报告期内前十大供应商及变动情况

1) 2016 年前十大供应商情况及变动情况

序号	供应商名称	采购金额（万元）	采购金额占比	采购内容	变化情况
1	重庆壮大包装材料有限公司	3,026.18	9.55%	膜、网面	报告期内始终为公司前十大供应商，不存在重大变化
2	重庆四平泰兴塑料包装有限公司	1,591.92	5.03%	包装材料	专业的卫生用品包装材料供应商，包材品质和报价具有相对竞争优势，报告期内采购金额呈现持续提升态势，2015 年和 2016 年均为公司前十大供应商
3	重庆陶氏纸业有限公司	1,509.08	4.76%	离型纸、无尘纸	报告期内始终为公司前十大供应商，不存在重大变化
4	宜兴丹森科技有限公司	1,407.67	4.44%	高分子	从事新型高分子精细化工产品研发和生产的高新技术企业，是公司长期合作的国产高分子产品供应商。2014 年

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购金额占比	采购内容	变化情况
					至 2016 年间,由于其高分子产品性能快速提升、逐渐接近进口高分子产品水准,而产品价格具有竞争优势,公司持续增加对宜兴丹森科技有限公司的采购金额,并于 2016 年首次成为公司前十大供应商。
5	成都益华塑料包装有限公司	1,033.90	3.26%	无纺布	报告期内始终为公司前十大供应商,不存在重大变化
6	上海亿维实业有限公司	954.75	3.01%	成人纸尿裤 (代工)	报告期内始终为公司前十大供应商,不存在重大变化
7	重庆和泰塑胶股份有限公司	877.75	2.77%	膜	报告期内始终为公司前十大供应商,不存在重大变化
8	国际纸业(香港)有限公司	858.06	2.71%	浆板	报告期内采购金额存在波动,2016 年因价格优势提高了对其采购的金额。
9	厦门延江新材料股份有限公司	819.09	2.59%	网面	高端网面供应商,能够满足公司高端产品的技术和质量要求,报告期内采购金额整体呈上升态势,2015 年和 2016 年均为公司前十大供应商
10	江门市润丰纸业 有限公司	810.14	2.56%	无尘纸	报告期内公司对其采购金额根据其产品报价情况存在波动,2016 年成为公司前十大供应商
	合计	12,888.56	40.69%	-	-

2) 2015 年前十大供应商情况及变动情况

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购金额占比	采购内容	变化情况
1	重庆壮大包装材料 有限公司	3,468.97	11.24%	膜、网面	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
2	重庆陶氏纸业有 限公司	1,884.32	6.11%	离型纸、无 尘纸	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
3	上海亿维实业有 限公司	1,473.96	4.78%	成人纸尿裤 (代工)	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
4	重庆四平泰兴塑 料包装有限公司	1,216.97	3.94%	包装材料	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
5	上海立成石油化 学贸易有限公司	1,082.46	3.51%	高分子	2014、2015 年为公司主要高分子供应商及前十大供应商,后因产品不具备价格优势故减少采购
6	Stora Enso Pulp AB	947.14	3.07%	浆板	2015 年为公司主要浆板进口供应商,后由于供货及到货周期较长,2016 年公司减

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购金额占比	采购内容	变化情况
					少了对其采购金额
7	伊藤忠商事株式会社	894.40	2.91%	高分子	2014、2015 年为公司主要高分子供应商及前十大供应商，后由于产品不具备价格优势而减少采购
8	厦门延江新材料股份有限公司	827.25	2.68%	网面	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
9	成都益华塑料包装有限公司	824.81	2.67%	无纺布	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
10	重庆和泰塑胶股份有限公司	770.61	2.50%	膜	详见 2016 年前十大供应商采购及变化情况表
	合计	13,352.60	43.27%	-	-

注：伊藤忠商事株式会社包含广州伊藤忠商事有限公司及伊藤忠（中国）集团有限公司两家供应商，其中对广州伊藤忠商事有限公司采购 856.11 万元，对伊藤忠（中国）集团有限公司采购 38.29 万元

3) 2014 年前十大供应商情况及变动情况

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购金额占比	采购内容	变化情况
1	重庆壮大包装材料有限公司	3,097.75	10.07%	膜、网面	详见 2016 年、2015 年前十大供应商采购及变化情况表
2	厦门速传物流发展股份有限公司	1,478.06	4.80%	浆板	2014 年浆板进口价格与内贸价格倒挂，即国内价格低于进口价格，因此公司从内贸浆板供应商厦门速传物流发展股份有限公司采购浆板金额较大。2014 年后浆板价格已不存在价格倒挂情形，公司恢复以直接进口为主的采购模式，因此降低了对浆板供应商厦门速传物流发展股份有限公司的采购金额
3	上海立成石油化学贸易有限公司	1,460.90	4.74%	高分子	详见 2015 年前十大供应商采购及变化情况表
4	重庆陶氏纸业有限公司	1,454.95	4.72%	离型纸、无尘纸	详见 2016 年、2015 年前十大供应商采购及变化情况表
5	上海亿维实业有限公司	1,250.54	4.06%	成人纸尿裤（代工）	详见 2016 年、2015 年前十大供应商采购及变化情况表
6	重庆和泰塑胶股份有限公司	1,131.57	3.67%	膜	详见 2016 年、2015 年前十大供应商采购及变化情况表
7	汉高（中国）投资有限公司	1,128.31	3.66%	胶	2014 年，汉高（中国）投资有限公司为发行人最大的原材料胶供应商和前十大供应商。2014 年后，发行人为了加强成本控制、提高议价能力、避免供应商过于集中风险，逐渐减少了对汉高（中国）投资有限公司的采购集

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购金额占比	采购内容	变化情况
					中度，增加了对其他优势供应商的采购额。
8	广州伊藤忠商事有限公司	1,091.45	3.54%	高分子	详见 2015 年前十大供应商采购及变化情况表
9	成都益华塑料包装有限公司	1,059.30	3.44%	无纺布	详见 2016 年、2015 年前十大供应商采购及变化情况表
10	重庆盛明印务有限公司	915.19	2.97%	包装材料	2014 年，重庆盛明印务有限公司为发行人最大的包装材料供应商和前十大供应商。2014 年后，发行人对重庆盛明印务有限公司的采购金额大幅减小，主要系其经营方向发生调整，专注于为食品企业提供专业包材，为发行人提供的卫生用品包材报价不具有竞争优势。
	合计	14,068.02	45.67%	-	-

注：厦门速传物流发展股份有限公司已更名为厦门象屿速传供应链发展股份有限公司。

（2）报告期内前十大供应商基本情况

报告期内，公司前十大供应商基本情况如下表所示：

序号	供应商名称	成立时间	经营范围	注册及经营地址
1	重庆壮大包装材料有限公司	2006.12.25	包装装潢印刷（按许可证核定事项和期限从事经营）。销售：包装材料、机电产品、办公用品；加工及销售塑料制品。	重庆市江津区珞璜工业园 B 区
2	重庆四平泰兴塑料包装有限公司	2015.11.4	包装装潢印刷品和其他印刷品印刷经营。（须取得相关行政许可或审批后方可从事经营）* 包装装潢印刷品设计、研发、技术服务。（以上范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；国家法律、法规规定应经审批而未获审批前不得经营）*	重庆市沙坪坝区陈家桥镇陈青路 165 号
3	重庆陶氏纸业有限公司	2010.3.16	生产、制作、销售：离型纸、热合膨化软纸、流延膜、打孔膜、离型膜。*[以上项目法律、法规禁止经营的不得经营；法律、法规规定应经审批而未获审批前不得经营]	重庆市九龙坡区含谷镇净龙村三社
4	宜兴丹森科技有限公司	2007.3.30	研发、生产化工产品（高吸水性树脂）；从事上述产品及丙烯酸（抑制了的）、氢氧化钠溶液（液碱）的批发、佣金代理（拍卖除外）和进出口业务（以上商品进出口不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。	宜兴经济开发区凯旋路
5	成都益华塑料包装有限公司	2001.10.29	生产、销售塑料制品、塑料包装、塑料压延薄膜、无纺布、纸制品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	成都市双流区彭镇歧阳村三社

序号	供应商名称	成立时间	经营范围	注册及经营地址
6	上海亿维实业有限公司	2003.11.10	卫生用品、包装材料、日用百货、保洁用品、塑料制品、批发零售；会务服务，企业形象策划，商务信息咨询服务，消毒产品生产（包括一次性卫生用品、消毒剂和消毒器械）（取得许可证后方可从事经营活动），从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	上海市松江区佘山镇新宅路 558 号
7	重庆和泰塑胶股份有限公司	2006.3.17	包装装潢印刷品印刷（有效期至 2016 年 12 月 31 日）。加工：塑料制品、机械配件、销售：化工产品（不含危险品）、橡胶制品、机械产品、包装制品、日用杂品（不含烟花爆竹）；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	重庆市南岸区牡丹路 10 号
8	国际纸业（香港）有限公司	1987.2.20	纸制品和其他可回收产品的生产和销售	11/F, Tower 5, China Hong Kong City, 33 Canton Road, Tsimshatsui, Kowloon, Hong Kong
9	厦门延江新材料股份有限公司	2000.4.3	新材料技术推广服务；塑料薄膜制造；非织造布制造；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；其他未列明专业技术服务业（不含需经许可审批的事项）；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。	厦门市翔安区内厝镇上塘社区 363 号致富楼 299 室
10	江门市润丰纸业有限公司	2008.3.18	生产、加工、销售：膨化纸、无尘纸。	江门市新会区睦洲镇梅大冲村委会大冲二村小组牛围仔
11	上海立成石油化学贸易有限公司	2006.5.22	化工原料及产品（不含危险化学品）、机电产品及设备、建材、汽车配件、日用百货、五金交电批发及进出口贸易，佣金代理（拍卖除外）及投资咨询、商务咨询（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）。（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）。	上海市浦东新区东靖路 1831 号 431 室
12	Stora Enso Pulp AB	1930.09.25	纸浆生产及交易	World Trade Center, Klarabergsviadukten 70, C4 P.O. Box 70395 SE-107 24 Stockholm, Sweden（瑞典斯德哥尔摩）
13	广州伊藤忠商事有限公司	1997.1.31	食品添加剂批发；水产品批发；冷冻肉批发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；技术进出口；贸易代理；贸易咨询服务；会议及展览服务；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；机械设备租赁；货物进出口（专营专控商品除	广州保税区广保大道 98 号 310 室

序号	供应商名称	成立时间	经营范围	注册及经营地址
			外);佣金代理;投资咨询服务;乳制品批发;化工产品批发(含危险化学品;不含成品油、易制毒化学品);酒类批发;预包装食品批发;散装食品批发;	
14	伊藤忠(中国)集团有限公司	1993.9.8	一、在下列领域从事投资及其管理活动(1)纺织、服装加工;(2)食品加工;(3)机电产品加工制造;(4)金属制品制造;(5)房地产开发经营;(6)其它经中国政府批准的行业;二、商品批发、佣金代理(拍卖除外)、进出口及相关配套业务(涉及行政许可的凭许可证经营);三、经批准设立财务公司,向所投资企业提供相关的财务服务;四、经批准,从事境外工程承包业务和境外投资,设立融资租赁公司并提供相关服务;五、经营性租赁和融资租赁业务;六、受所投资企业委托,代理生产所需机器设备、原材料、零部件、配件的进口,以及以代理或经销的方式在国内外销售其生产的产品;七、根据有关规定从事物流配送的服务;八、在中国国内收购不涉及出口配额、出口许可证管理的商品出口;九、向国内外的公司、企业提供国际经贸顾问咨询服务;十、联络伊藤忠的在华业务;十一、承接境内外企业的服务外包业务,委托境内其他企业生产/加工其产品或其母公司产品并在国内外销售;批发、佣金代理(拍卖除外)、进出口及相关配套业务:(一)医疗器械III、II类:注射穿刺器械,医用超声仪器及有关设备,医用光学器具、仪器及内窥镜设备,物理治疗及康复设备,医用X光射线设备,植入材料和人工器官,手术室、急救室、诊疗室设备及器具,介入器材;医疗器械II类:医用电子仪器设备,医用X光射线附属设备及部件,医用卫生材料及敷料,软件(以中华人民共和国医疗器械经营企业许可证批准内容为准);(二)乳制品(不含婴幼儿配方乳粉);(三)农膜;十二、食品、通讯设备、计算机、软件及辅助设备的批发、佣金代理(拍卖除外)、进出口及相关配套业务;科技技术咨询;数据处理、基本软件服务、应用软件开发服务;其他日用品修理;销售煤炭及煤制品(不在北京地区开展实物煤的交易、储运活动)、金属矿石。(销售食品以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)	北京市朝阳区建国路79号华贸中心写字楼2座501室
15	厦门象屿速传供应链发展股份有限公司(原厦门速传物流发展股份有	2001.12.31	1、承办海运、空运进出口货物的国际运输代理业务,包括:揽货、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报验、相关的短途运输服务及运输咨询业务;无船承运业务;联运业务;2、谷物、棉花、其他农产品的仓储;机械设备仓储服务、加工服务、	中国(福建)自由贸易试验区厦门片区象屿路99号厦门国际航运中心E栋7层06单元

序号	供应商名称	成立时间	经营范围	注册及经营地址
	限公司)		其他仓储业（不含需经许可审批的项目）、分拨及物流供应链管理；3、集装箱仓储及相关配套服务；4、企业物流供应链管理咨询及物流信息系统开发管理、信息系统集成服务、信息技术咨询服务、集成电路设计、其他互联网服务、其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；5、米、面制品及食用油、糕点、糖果及糖、盐、调味品批发、保健食品、其他预包装食品、其他散装食品、乳制品（含婴幼儿配方奶粉）的批发；谷物、豆及薯类、饲料、棉、麻、木材、林业产品、其他农牧产品、果品、蔬菜、肉、禽、蛋及水产品、纺织品、针织品及原料、服装、鞋帽、化妆品及卫生用品、厨房、卫生间用具及日用杂货、建材、灯具、装饰物品、包装材料、室内装饰材料、橡胶制品、家用电器、其他家庭用品、文具用品、体育用品及器材（不含弩）、首饰、工艺品及收藏品（不含文物）、其他文化用品、第一类医疗器械、煤炭及制品、燃料油、非金属矿及制品、金属及金属矿、石油制品（不含成品油、危险化学品和监控化学品）、化肥、农药（不含危险化学品和监控化学品及非药品类易制毒化学品）、农用薄膜、其他化工产品及其原料（不含危险化学品和监控化学品）、农业机械、汽车零配件、摩托车零配件、电气设备、通讯及广播电视设备、其他机械设备及电子产品、五金产品、计算机、软件及辅助设备、黄金、白银及制品的批发；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；6、国际海运货物仓储业务、国际海运集装箱站与堆场业务；道路货物运输【含普通货运、货物专用运输（集装箱）】（不含危险货物运输）；其他未列明水上运输辅助活动；其他道路运输辅助活动（不含须经审批许可的项目）；7、国际船舶代理；8、经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或者禁止进出口的商品及技术除外；9、贸易代理、其他贸易经纪与代理。	
16	汉高（中国）投资有限公司	1995.10.25	一、在国家允许外商投资的领域依法进行投资；二、受其所投资企业的书面委托（经董事会一致同意），向其提供下列服务：1、协助或代理其所投资企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零配件和在国内外销售所投资企业生产的产品，并提供售后服务，2、在国内外市场以经销的方式销售所投资企业生产的产品，并提供售后服务，3、在外汇管理部门的同意和监督下，安排组织和协调其所投资企业之间的外汇平衡，4、为其所投资企	上海市杨浦区江湾城路99号6幢5、6、7层

序号	供应商名称	成立时间	经营范围	注册及经营地址
			业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务，5、协助所投资企业寻求贷款及提供担保，6、为其所投资企业提供运输、仓储等综合服务，三、承接境内外企业的服务外包业务，四、为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务，五、以代理、经销或设立出口采购机构的方式出口境内商品，六、为所投资企业产品的国内经销商、代理商及与公司或母公司或母公司的关联公司签有技术转让协议的国内公司、企业提供相关的技术培训，七、在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并提供相应的技术服务，八、进口并在国内销售（不含零售）其母公司及其控股的关联公司的产品，并为进口的产品提供售后服务，九、购买所投资企业生产的产品依法进行系统集成后在国内外销售，十、进口为所投资企业、母公司的产品提供维修服务所需的原辅材料及零、配件，十一、经批准，从事境外工程承包业务的境外投资，十二、委托境内其他企业生产/加工其产品或其母公司产品并在国内外销售，十三、从事化工制品、日用化学品及上述产品原材料（原油除外）、相关工具、设备、配件的进出口、批发、佣金代理（拍卖除外），并提供售后服务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
17	重庆盛明印务有限公司	1998.5.4	生产、加工、销售：包装装潢印刷品（需取得印刷经营许可证并按印刷经营许可证核定范围和核定期限从事经营）。	重庆市南岸区茶园牡丹路7号

（七）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述供应商或客户中所占的权益

本公司无董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在前5名供应商和销售客户中持有权益的情况，亦不存在持有本公司5%以上股份的股东或主要关联方在前5名供应商和销售客户中持有权益的情况。

（八）环境保护及安全生产措施

公司产品为卫生巾和纸尿裤，属于纸制品行业，不是重污染、高危险行业。为履行保护环境的社会责任，确保安全生产，公司根据相关法规，结合公司的实际情况采取了一系列措施。

1、环境保护措施

针对公司自有工厂在生产过程中产生的少量固体废弃物和一定噪声，公司严格遵循国家有关环境保护的法律和法规，采取了有效治理和预防措施，力求降低对环境的影响。在固体废弃物处理方面，工厂生活垃圾交环卫部门处理，生产过程产生的废边角料外售重复利用或交有资质单位规范处理；在降低噪声方面，工厂对产生强噪音的设备采取隔音、减震等措施以防止噪声污染。

公司目前持有重庆市巴南区人民政府颁发的《重庆市排放污染物许可证》（渝（巴）环排证[2016]0182号），有效期限自2016年12月26日至2019年12月25日。

重庆市巴南区环境保护局于2017年7月出具《守法证明》，结合日常监管情况对公司环境行为进行了审查，结果如下：“重庆百亚卫生用品股份有限公司自2010年11月29日成立至今未受到我局行政处罚。”

2、安全生产措施

为保证安全生产，公司按照国家以及有关部委颁布的与安全生产有关的法律法规，并结合具体生产情况，建立安全生产管理制度。安全生产管理工作实行逐级责任制，由公司总经理、公司分管工厂的副总经理、各部门部长和各部门专（兼）职安全员对各级安全工作负责。公司制定了各类操作规程，相关操作人员经相关培训后上岗，并制定了紧急避险预案，应对突发事件。

五、公司主要固定资产及无形资产情况

（一）主要固定资产情况

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具、计算机及电子设备以及办公设备等。截至2016年12月31日，本公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

类别	固定资产原值	累计折旧	减值准备	固定资产净值
房屋及建筑物	15,856.67	498.11	-	15,358.57
机器设备	20,043.52	2,902.01	194.69	16,946.82
运输工具	504.62	395.99	-	108.63
计算机及电子设备	672.73	77.29	-	595.45
办公设备	590.53	273.32	-	317.21
合计	37,668.08	4,146.72	194.69	33,326.67

公司于2016年对固定资产中的3条全自动护翼卫生巾生产线全额计提了减值准备，计提金额为194.69万元，计提原因为：公司于2016对全自动护翼卫生巾生产线进行了更新换代，上述三条生产线已完全停止使用。在此背景下，管理层对该三条生产线进行了减值评估，估计其可回收金额已降至为0，因此根据会计准则的要求按照其账面价值194.69万元全额计提了减值准备。公司管理层结合上述生产线的实际情况，认为该次固定资产减值准备计提金额充分、合理，符合《企业会计准则第8号--资产减值》的相关规定。

（二）主要生产设备

截至2016年12月31日，公司拥有的主要生产设备如下表所示：

单位：万元

序号	资产名称	台数	原值	净值	成新率	主要用途
1	HCH185/150-1#PLC全伺服全自动护垫生产线	1	288.12	186.33	64.67%	用于生产护垫
2	HCH360/185#PLC全伺服全自动护翼生产线	1	224.7	115.49	51.40%	用于生产卫生巾
3	HCH230/290#PLC全伺服全自动护翼生产线	1	243.96	125.39	51.40%	用于生产卫生巾
4	HCHNK-1#PLC全伺服全自动尿裤生产线	1	183.45	81.67	44.52%	用于生产纸尿裤
5	FMSNK-2#PLC全伺服全自动尿裤生产线	1	731.6	455.19	62.22%	用于生产纸尿裤
6	全伺服横向护垫机FS-HD-1600生产线D150-1#	1	256.45	176.09	68.66%	用于生产护垫
7	尿裤生产线NK-3	1	560.92	423.52	75.50%	用于生产纸尿裤
8	尿裤生产线NK-4	1	594.99	452.45	76.04%	用于生产纸尿裤
9	护垫生产线D150-2#	1	273.92	210.31	76.78%	用于生产护垫

序号	资产名称	台数	原值	净值	成新率	主要用途
10	H280-5#全伺服卫生巾生产线	1	430.96	345.74	80.23%	用于生产卫生巾
11	H320/400 全伺服卫生巾生产线（T240 型）	1	547.59	434.97	79.43%	用于生产卫生巾
12	婴儿纸尿裤生产线 X/XL(NK-5,F20)	1	1,909.48	1,857.06	97.25%	用于生产纸尿裤
13	婴儿纸尿裤生产线 NB/S/M(NK-6,F21)	1	1,904.28	1,851.98	97.25%	用于生产纸尿裤
14	卫生巾条形包生产线 F19(W3201)	1	988.3	983.77	99.54%	用于生产卫生巾
15	FTBYSCN240-1 卫品生产线（W3101）	1	885.04	885.04	100%	用于生产卫生巾
16	FTBYSNCB280-1 卫品生产线（W3202）	1	885.87	885.87	100%	用于生产卫生巾

注：成新率=净值/原值×100%

截止 2016 年 12 月 31 日，公司主要尿裤生产设备如下：

单位：万元

序号	资产名称	净值	成新率	开始使用日期
1	HCHNK-1#PLC 全伺服全自动尿裤生产线	81.67	44.52%	2010.12.01
2	FMSNK-2#PLC 全伺服全自动尿裤生产线	455.19	62.22%	2010.12.01
3	尿裤生产线 NK-3	423.52	75.50%	2012.12.29
4	尿裤生产线 NK-4	452.45	76.04%	2012.12.29
5	婴儿纸尿裤生产线 X/XL(NK-5,F20)	1,857.06	97.25%	2016.06.25
6	婴儿纸尿裤生产线 NB/S/M(NK-6,F21)	1,851.98	97.25%	2016.06.25

2016 年公司主要尿裤生产设备的生产情况如下：

序号	机台	设计产能 (万片/月)	实际产量 (万片/月)	产能利用率
1	HCHNK-1#PLC 全伺服全自动尿裤生产线	844.80	457.563	54.16%
2	FMSNK-2#PLC 全伺服全自动尿裤生产线	844.80	459.91	54.44%
3	尿裤生产线 NK-3	739.20	329.50	44.58%
4	尿裤生产线 NK-4	633.60	332.47	52.47%
5	婴儿纸尿裤生产线 X/XL(NK-5,F20)	950.40	412.78	43.43%
6	婴儿纸尿裤生产线 NB/S/M(NK-6,F21)	950.40	401.35	42.23%
合计		4,963.20	2,393.58	48.23%

注：实际产量为全年产量除以 2016 年该机台的实际开工月数（不含设备搬迁、技改升级等原因造成的停工时间）。

报告期内公司纸尿裤产品线产能利用率相对较低，月均产能利用率约为 48.23%。

公司综合考虑尿裤 6 条主要生产线的故障率及生产效率，公司尿裤主要生产设备处于正常运营状态，不存在生产设备闲置等状况，因此不满足《企业会计准则第 8 号--资产减值》关于计提固定资产减值损失的相关条件，故公司未对尿裤生产线进行固定资产减值准备的计提。

（三）房屋所有权

截至本招股说明书签署日，发行人在中国境内共拥有 20 处房屋，建筑面积总计为 75,016.82 平方米：

序号	房屋所有权人	房产证号	坐落	建筑面积 (m ²)	房屋用途	是否存在他项权利
1	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55456 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-9 号	353.83	办公用房	否
2	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55447 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-10 号	148.35	办公用房	否
3	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55446 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-11 号	138.42	办公用房	否
4	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55483 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-14 号	253.04	办公用房	否
5	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55465 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-12 号	61.16	办公用房	否
6	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55484 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-13 号	57.22	办公用房	否
7	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55442 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-1 号	181.76	办公用房	否
8	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55443 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-2 号	55.29	办公用房	否
9	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55453 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-3 号	53.65	办公用房	否
10	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55467 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-4 号	59.20	办公用房	否
11	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55461 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-5 号	129.61	办公用房	否
12	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55448 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-6 号	132.82	办公用房	否
13	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55450 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-7 号	224.91	办公用房	否
14	重庆百亚	105 房地证 2015 字第 55454 号	九龙坡区奥体路 1 号附 5-25-8 号	176.21	办公用房	否
15	重庆百亚	渝（2016）巴南区不动产权第 000546326 号	巴南区木洞路 7 号	8,220.34	办公用房	否
16	重庆百亚	渝（2016）巴南区不动产权第 000546450 号	巴南区木洞路 7 号 1 幢	6,514.62	集体宿舍	否
17	重庆百亚	渝（2016）巴南区不动产权第 000546534 号	巴南区木洞路 7 号 2 幢	6,032.52	集体宿舍	否

序号	房屋所有权人	房产证号	坐落	建筑面积 (m ²)	房屋用途	是否存在他项权利
18	重庆百亚	渝（2016）巴南区不动产权第 000546976 号	巴南区木洞路 7 号 3 幢	50,935.23	工业	否
19	重庆百亚	渝（2016）巴南区不动产权第 000546582 号	巴南区木洞路 7 号 4 幢	1,184.36	其他	否
20	重庆百亚	渝（2016）巴南区不动产权第 000547022 号	巴南区木洞路 7 号 5 幢	104.28	其他	否

（四）租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，发行人共租赁房产 6 处，合计建筑面积 857.89 平方米，租赁期限自 2016 年 12 月 3 日至 2017 年 12 月 2 日：

序号	房屋所有权人	房地产证号	坐落	建筑面积 (m ²)	房屋用途	是否存在他项权利
1	吉尔商贸	105 房地证 2015 字第 57020 号	九龙坡区歇台子科园四路 149 号 3-1	293.82	办公用房	否
2	吉尔商贸	105 房地证 2015 字第 57017 号	九龙坡区歇台子科园四路 149 号附 4-13、4-15 号	67.59	商服用房	否
3	吉尔商贸	105 房地证 2015 字第 57027 号	九龙坡区歇台子科园四路 149 号-3-3 号	32.58	停车用房	否
4	吉尔商贸	105 房地证 2015 字第 57056 号	九龙坡区歇台子科园一街 72#-3-3、4、5 号	356.55	办公用房	否
5	吉尔商贸	105 房地证 2015 字第 57024 号	九龙坡区歇台子科园四路 149-3-5 号	32.58	停车用房	否
6	吉尔商贸	105 房地证 2015 字第 57010 号	九龙坡区科园四路 149 号 4-21、23、25 号	74.77	商服用房	否

（五）在建工程情况

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人在建工程余额情况如下：

单位：元

在建工程项目	2016 年 12 月 31 日
麻柳新工厂项目	10,647,393
外购设备安装工程	19,578,231

（六）无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，本公司拥有 5 宗土地使用权，均已取得《房地产权证》/《不动产权证》，具体情况如下：

序号	土地使用权人	房地产权证号/不动产权证号	土地坐落	土地面积 (m ²)	规划用途	土地使用权性质	终止日期	是否存在他项权利
1	重庆百亚	注 ¹	九龙坡区奥体路1号附5-25-1至5-25-14号	2,108.1 (注 ²)	其他商服用地	出让	2044年2月29日	否
2	重庆百亚	渝(2015)巴南区不动产权第000024148号	巴南区木洞镇松子村	103,566	工业用地	出让	2065年10月30日	否
3	重庆百亚	渝(2015)巴南区不动产权第000024573号	巴南区木洞镇松子村	15,164	工业用地	出让	2065年10月30日	否
4	重庆百亚	渝(2015)巴南区不动产权第000023882号	巴南区木洞镇松子村	76,132	工业用地	出让	2065年10月30日	否
5	重庆百亚	渝(2015)巴南区不动产权第000024691号	巴南区木洞镇松子村	18,278	工业用地	出让	2065年10月30日	否

注¹：包括 14 份《房地产权证》，具体见本招股说明书“第六章业务与技术”之“五、公司主要固定资产及无形资产情况”之“（三）房屋所有权”。

注²：2,108.1 平方米土地使用权系由发行人与该宗土地上其他房屋所有权人共有，并非由发行人单独拥有。

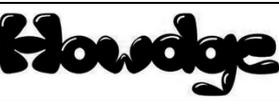
2、商标

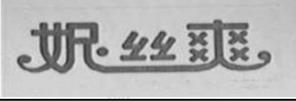
（1）境内商标

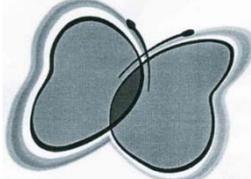
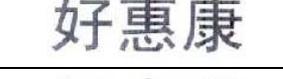
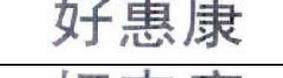
截至 2016 年 12 月 31 日，发行人共拥有 105 项境内注册商标，且在该等商标权上未设置质押或其他第三方权益。发行人拥有的境内注册商标的详细情况如下：

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
1		百亚有限	14029666	16	2014.2.17	2015.3.21-2025.3.20
2		百亚有限	12265202	5	2013.3.14	2015.3.28-2025.3.27
3		百亚有限	10389336	35	2012.1.4	2013.3.14-2023.3.13
4		百亚有限	9378179	16	2011.4.22	2012.5.7-2022.5.6
5		百亚有限	7556539	16	2009.7.20	2011.1.14-2021.1.13
6		百亚有限	7481077	5	2009.6.18	2010.12.28-2020.12.27

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
7		百亚有限	5765796	5	2006.12.5	2009.12.7-2019.12.6
8		百亚有限	5726955	35	2006.11.17	2009.11.14-2019.11.13
9		百亚有限	1305232	5	1998.5.4	2009.8.21-2019.8.20
10		百亚有限	1093958	16	1996.7.31	2007.9.7-2017.9.6
11		百亚有限	11958976	5	2012.12.26	2014.6.14-2024.6.13
12		百亚有限	11958968	5	2012.12.26	2014.6.14-2024.6.13
13		百亚有限	9731744	5	2011.7.18	2012.9.14-2022.9.13
14		百亚有限	9378213	5	2011.4.22	2012.5.7-2022.5.6
15		百亚有限	5498427	16	2006.7.24	2009.8.28-2019.8.27
16		百亚有限	3940045	5	2004.3.3	2006.10.28-2026.10.27
17		百亚有限	3940046	5	2004.3.3	2016.8.28-2026.8.27
18		百亚有限	1732497	5	2000.7.31	2012.3.21-2022.3.20
19		百亚有限	10862520	5	2012.5.3	2014.7.14-2024.7.13
20		百亚有限	7556538	5	2009.7.20	2010.11.7-2020.11.6
21		百亚有限	5498428	16	2006.7.24	2009.8.28-2019.8.27
22		百亚有限	827578	16	1994.6.13	2016.3.28-2026.3.27

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
23		百亚有限	13069951	35	2013.8.12	2015.3.28-2025.3.27
24		百亚有限	11959035	35	2012.12.26	2014.6.21-2024.6.20
25		百亚有限	11959013	35	2012.12.26	2014.6.14-2024.6.13
26		百亚有限	6612177	5	2008.3.24	2010.4.21-2020.4.20
27		百亚有限	4228628	16	2004.8.19	2007.8.14-2017.8.13
28		百亚有限	4228627	16	2004.8.19	2007.9.14-2017.9.13
29		百亚有限	3830277	5	2003.12.5	2016.5.14-2026.5.13
30		百亚有限	3276965	5	2002.8.19	2014.1.14-2024.1.13
31		百亚有限	3276968	5	2002.8.19	2014.1.7-2024.1.6
32		百亚有限	11958985	5	2012.12.26	2014.6.14-2024.6.13
33		百亚有限	11806111	5	2012.11.27	2014.5.7-2024.5.6
34		百亚有限	11806046	5	2012.11.27	2014.5.7-2024.5.6
35		百亚有限	9731733	5	2011.7.18	2012.9.14-2022.9.13
36		百亚有限	7526156	5	2009.7.7	2010.10.28-2020.10.27

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
37		百亚有限	3464129	16	2003.2.24	2015.1.21-2025.1.20
38		百亚有限	3277290	5	2002.8.19	2014.1.7-2024.1.6
39		百亚有限	1172256	5	1997.4.3	2008.5.7-2018.5.6
40		百亚有限	790112	5	1994.3.21	2015.11.14-2025.11.13
41		百亚有限	6612176	5	2008.3.24	2010.4.21-2020.4.20
42		百亚有限	827579	16	1994.6.13	2016.3.28-2026.3.27
43		百亚有限	790113	5	1994.3.21	2015.11.14-2025.11.13
44		百亚有限	14029697	16	2014.2.17	2015.3.21-2025.3.20
45		百亚有限	11959028	35	2012.12.26	2014.6.14-2024.6.13
46		百亚有限	10389372	35	2012.1.4	2013.3.14-2023.3.13
47		百亚有限	9122568	35	2011.2.15	2012.6.7-2022.6.6
48		百亚有限	7481074	5	2009.6.18	2010.10.28-2020.10.27
49		百亚有限	7481079	5	2009.6.18	2010.10.28-2020.10.27

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
50		百亚有限	7523723	5	2009.7.6	2010.10.28-2020.10.27
51		百亚有限	1212339	5	1997.8.18	2008.10.7-2018.10.6
52		百亚有限	14029730	16	2014.2.17	2015.3.21-2025.3.20
53		百亚有限	9731713	5	2011.7.18	2012.9.7-2022.9.6
54		百亚有限	6655407	5	2008.4.14	2010.4.21-2020.4.20
55		百亚有限	6572339	16	2008.3.3	2010.3.28-2020.3.27
56		百亚有限	3276967	5	2002.8.19	2014.1.7-2024.1.6
57		百亚有限	3020397	5	2001.11.19	2012.12.21-2022.12.20
58		百亚有限	1620524	5	2000.7.31	2011.8.21-2021.8.20
59		百亚有限	14698666	5	2014.5.12	2015.10.28-2025.10.27
60		百亚有限	14291854	5	2014.4.1	2015.7.28-2025.7.27
61		百亚有限	14291953	35	2014.4.1	2015.7.28-2025.7.27
62		百亚有限	14467213	35	2014.4.28	2015.9.21-2025.9.20
63		百亚有限	14467214	5	2014.4.28	2015.6.14-2025.6.13
64		百亚有限	14467215	35	2014.4.28	2015.6.14-2025.6.13

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
65	好来康	百亚有限	14467216	5	2014.4.28	2015.6.14-2025.6.13
66	好之	百亚有限	15391654	35	2014.9.22	2015.11.7-2025.11.6
67	好之 Howdige	百亚有限	14029847	24	2014.2.17	2015.7.7-2025.7.6
68	暮康	百亚有限	14317815	5	2014.4.4	2015.5.14-2025.5.13
69	暮康	百亚有限	14327665	35	2014.4.4	2015.5.14-2025.5.13
70	舒暮	百亚有限	14317816	5	2014.4.4	2015.5.14-2025.5.13
71	舒暮	百亚有限	14327657	35	2014.4.4	2015.5.14-2025.5.13
72	私密达	百亚有限	14673483	9	2014.5.7	2015.6.21-2025.6.20
73	私密达	百亚有限	14673536	44	2014.5.7	2015.8.7-2025.8.6
74	自由点	百亚有限	8549855	35	2010.8.6	2011.9.28-2021.9.27
75	亲亲时光	百亚有限	15986348	16	2014.12.22	2016.2.28-2026.2.27
76	智柔九道	百亚有限	15986276	5	2014.12.22	2016.2.28-2026.2.27
77	智柔九道	百亚有限	15986323	16	2014.12.22	2016.2.28-2026.2.27
78	智柔九道	百亚有限	15986458	35	2014.12.22	2016.2.21-2026.2.20
79	绵花宝宝	百亚有限	15846298	5	2014.12.03	2016.4.7-2026.4.6
80	绵花宝宝	百亚有限	15846509	16	2014.12.03	2016.4.7-2026.4.6
81	绵花宝宝	百亚有限	15846608	35	2014.12.03	2016.1.28-2026.1.27
82	micobaby	百亚有限	15846351	5	2014.12.03	2016.1.28-2026.1.27
83	micobaby	百亚有限	15846483	16	2014.12.03	2016.1.28-2026.1.27
84	micobaby	百亚有限	15846696	35	2014.12.03	2016.1.28-2026.1.27
85	嘟嘟萌	百亚有限	15749183	5	2014.11.20	2016.1.14-2026.1.13
86	嘟嘟萌	百亚有限	15749277	35	2014.11.20	2016.3.21-2026.3.20
87	好之贝好	百亚有限	15749218	5	2014.11.20	2016.1.14-2026.1.13

序号	注册商标	注册人	注册号	类别	申请日期	有效期限
88	好之贝好	百亚有限	15749258	35	2014.11.20	2016.1.14-2026.1.13
89	好之学步裤	百亚有限	15488772	5	2014.10.11	2016.2.14-2026.2.13
90	好之学步裤	百亚有限	15488842	35	2014.10.11	2015.11.28-2025.11.27
91	隐形7日	百亚有限	16256122	5	2015.1.28	2016.3.28-2026.3.27
92	自由点隐形	百亚有限	16256167	5	2015.1.28	2016.3.28-2026.3.27
93	自由点隐形	百亚有限	16256216	35	2015.1.28	2016.3.28-2026.3.27
94		百亚有限	10190196	5	2011.11.15	2013.1.14-2023.1.13
95	亲亲时光	百亚有限	15986396	35	2014.12.22	2016.5.21-2026.5.20
96		百亚有限	17170015	5	2015.6.10	2016.8.21-2026.8.20
97	自由点	百亚有限	17002533	5	2015.5.21	2016.8.14-2026.8.13
98	FREEMORE 自由点	百亚有限	17002426	5	2015.5.21	2016.7.28-2026.7.27
99	FREEMORE	百亚有限	17002617	5	2015.5.21	2016.7.21-2026.7.20
100	亲亲时光	百亚有限	15986209	5	2014.12.22	2016.2.28-2026.2.27
101	FREEMORE 自由点	百亚有限	17002296	35	2015.5.21	2016.12.21-2026.12.20
102		百亚有限	17714023	5	2015.8.20	2016.12.21-2026.12.20
103		百亚有限	17714083	16	2015.8.20	2016.12.21-2026.12.20
104		百亚有限	17714329	35	2015.8.20	2016.12.21-2026.12.20
105	掌控君	重庆百亚	18232845	5	2015.11.3	2016.12.14-2026.12.13

（2）海外商标

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人共拥有 3 项海外注册商标，情况如下：

序号	注册商标	注册人	注册地	注册号	类别	有效期限
1		Chongqing Baiya Sanitary Produce Co., Ltd.	坦桑尼亚 联合共和国 (桑给巴尔)	ZN/T/2013/529	5	2013.11.25-2023.11.24
2		Chongqing Baiya Sanitary Produce	坦桑尼亚 联合共和国	TZ/T/2013/1563	5	2013.11.13-2020.11.12

序号	注册商标	注册人	注册地	注册号	类别	有效期限
		Co., Ltd.	(坦噶尼喀)			
3		Chongqing Baiya Sanitary Produce Co., Ltd.	非洲知识产权组织	77249	5	2013.11.7-2023.11.6

3、专利

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人共拥有 203 项实用新型、外观设计、发明专利技术，且在该等专利技术上未设置质押或其他第三方权益。发行人拥有的境内专利技术的详细情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
1	一种超级薄护垫	重庆百亚	ZL200820098157.2	实用新型	2008.04.25-2018.04.24
2	可重复封口的包装盒	重庆百亚	ZL200820098156.8	实用新型	2008.04.25-2018.04.24
3	一种夜用防漏卫生巾	重庆百亚	ZL200820098609.7	实用新型	2008.06.20-2018.06.19
4	一种中药保健卫生巾	重庆百亚	ZL200820099952.3	实用新型	2008.09.09-2018.09.08
5	一种亲肤卫生巾	重庆百亚	ZL200920127295.3	实用新型	2009.05.13-2019.05.12
6	夜用防脱卫生巾	重庆百亚	ZL200920127358.5	实用新型	2009.05.19-2019.05.18
7	防表面污染的卫生巾	重庆百亚	ZL200920127445.0	实用新型	2009.05.26-2019.05.25
8	一种导流卫生巾	重庆百亚	ZL200920127738.9	实用新型	2009.06.22-2019.06.21
9	一种附带纸巾的独立卫生巾	重庆百亚	ZL200920127739.3	实用新型	2009.06.22-2019.06.21
10	一种使用更安全更舒适的夜用卫生巾	重庆百亚	ZL200920127781.5	实用新型	2009.06.25-2019.06.24
11	一种宽窄可调的卫生巾	重庆百亚	ZL200920127798.0	实用新型	2009.06.26-2019.06.25
12	一种透气型卫生巾	重庆百亚	ZL200920206464.2	实用新型	2009.09.27-2019.09.26
13	卫生巾用透气芯层	重庆百亚	ZL200920206463.8	实用新型	2009.09.27-2019.09.26
14	一种卫生用品包装盒	重庆百亚	ZL200920207362.2	实用新型	2009.11.27-2019.11.26
15	一种卫生巾用辅助垫	重庆百亚	ZL200920294024.7	实用新型	2009.12.21-2019.12.20
16	一种滋润护肤尿裤	重庆百亚	ZL200920294070.7	实用新型	2009.12.23-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2019.12.22
17	一种纸尿裤	重庆百亚	ZL201020228754.x	实用新型	2010.06.17-2020.06.16
18	一种透气防漏型卫生巾	重庆百亚	ZL201020145559.0	实用新型	2010.03.30-2020.03.29
19	一种新型纸尿裤	重庆百亚	ZL201020145539.3	实用新型	2010.03.30-2020.03.29
20	一种透气型卫生巾	重庆百亚	ZL201020145529.x	实用新型	2010.03.30-2020.03.29
21	一种新型吸水防漏卫生巾	重庆百亚	ZL201020111493.3	实用新型	2010.02.10-2020.02.09
22	一种吸水透气型卫生巾	重庆百亚	ZL201020111500.x	实用新型	2010.02.10-2020.02.09
23	一种吸水透气型卫生巾	重庆百亚	ZL201020111498.6	实用新型	2010.02.10-2020.02.09
24	一种新型卫生巾	重庆百亚	ZL201020055428.3	实用新型	2010.01.19-2020.01.18
25	一种新型卫生巾芯层	重庆百亚	ZL200920294074.5	实用新型	2009.12.23-2019.12.22
26	一种新型卫生巾	重庆百亚	ZL200920294073.0	实用新型	2009.12.23-2019.12.22
27	一种新型的卫生巾	重庆百亚	ZL201020299035.7	实用新型	2010.08.20-2020.08.19
28	一种卫生用品表面包覆层	重庆百亚	ZL201020299043.1	实用新型	2010.08.20-2020.08.19
29	一种新型卫生巾	重庆百亚	ZL201020539025.6	实用新型	2010.09.21-2020.09.20
30	一种吸水防漏卫生巾	重庆百亚	ZL201020539035.x	实用新型	2010.09.21-2020.09.20
31	纸尿裤	重庆百亚	ZL201020682833.8	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
32	一种中药卫生巾	重庆百亚	ZL201020682783.3	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
33	一种透气护堤式卫生巾	重庆百亚	ZL201020682767.4	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
34	抑菌去味的卫生巾	重庆百亚	ZL201020682796.0	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
35	超薄抑菌卫生护垫	重庆百亚	ZL201020682812.6	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
36	一种高效抑菌卫生巾	重庆百亚	ZL201020682770.6	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
37	一种卫生护垫	重庆百亚	ZL201020682815.x	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
38	一种高效导流防漏卫生巾	重庆百亚	ZL201020682724.6	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
39	一种具有警示作用的防漏卫生	重庆百亚	ZL201020682745.8	实用新型	2010.12.24-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
	巾				2020.12.23
40	一种新型包膜结构卫生巾	重庆百亚	ZL201020682798.x	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
41	抗氧化去异味的卫生巾	重庆百亚	ZL201020682846.5	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
42	一种超薄活氧缓释卫生巾	重庆百亚	ZL201020682725.0	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
43	一种具有导流槽的卫生巾	重庆百亚	ZL201020682757.0	实用新型	2010.12.24-2020.12.23
44	一种防侧漏卫生巾	重庆百亚	ZL201120202840.8	实用新型	2011.06.16-2021.06.15
45	一种可方便更换的纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273676.x	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
46	防返渗纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273660.9	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
47	防后漏纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273664.7	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
48	一种婴儿纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273656.2	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
49	导流纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273665.1	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
50	透气纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273668.5	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
51	速渗纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273657.7	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
52	幼儿纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273667.0	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
53	一种纸尿裤	重庆百亚	ZL201120273659.6	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
54	一种一次性吸收物	重庆百亚	ZL201120273666.6	实用新型	2011.07.29-2021.07.28
55	一种干爽卫生巾	重庆百亚	ZL201220071105.2	实用新型	2012.02.29-2022.02.28
56	一种梯形卫生巾	重庆百亚	ZL201220071108.6	实用新型	2012.02.29-2022.02.28
57	一种防后漏的卫生巾	重庆百亚	ZL201220071100.x	实用新型	2012.02.29-2022.02.28
58	一种不移位的卫生巾	重庆百亚	ZL201220071095.2	实用新型	2012.02.29-2022.02.28
59	一种防漏卫生巾	重庆百亚	ZL201220095362.x	实用新型	2012.03.14-2022.03.13
60	一种防漏定位卫生巾	重庆百亚	ZL201220095361.5	实用新型	2012.03.14-2022.03.13
61	一种防后漏卫生巾	重庆百亚	ZL201220095363.4	实用新型	2012.03.14-2022.03.13
62	一种纸尿裤	重庆百亚	ZL201220103054.7	实用新型	2012.03.19-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2022.03.18
63	一种舒爽纸尿裤	重庆百亚	ZL201220103051.3	实用新型	2012.03.19-2022.03.18
64	一种干爽纸尿裤	重庆百亚	ZL201220103050.9	实用新型	2012.03.19-2022.03.18
65	一种卫生巾	重庆百亚	ZL201220179516.3	实用新型	2012.04.25-2022.04.24
66	一种方便固定的纸尿片	重庆百亚	ZL201220179525.2	实用新型	2012.04.25-2022.04.24
67	一种纸尿片	重庆百亚	ZL201220179544.5	实用新型	2012.04.25-2022.04.24
68	一种独立卫生巾的包膜	重庆百亚	ZL201220214705.x	实用新型	2012.05.14-2022.05.13
69	一种独立卫生巾	重庆百亚	ZL201220214708.3	实用新型	2012.05.14-2022.05.13
70	具有高效吸收芯体的卫生巾	重庆百亚	ZL201220326308.1	实用新型	2012.07.06-2022.07.05
71	一种卫生巾及护垫	重庆百亚	ZL201220326306.2	实用新型	2012.07.06-2022.07.05
72	一种方便固定的卫生巾	重庆百亚	ZL201220468485.3	实用新型	2012.07.06-2022.07.05
73	一种带有发热贴的卫生巾	重庆百亚	ZL201220468506.1	实用新型	2012.09.14-2022.09.13
74	一种发热保健卫生巾	重庆百亚	ZL201220468790.2	实用新型	2012.09.14-2022.09.13
75	一种裤式发热卫生巾	重庆百亚	ZL201220468505.7	实用新型	2012.09.14-2022.09.13
76	一种清凉护垫	重庆百亚	ZL201220514419.5	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
77	一种透气卫生巾	重庆百亚	ZL201220514482.9	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
78	一种清凉卫生巾	重庆百亚	ZL201220514174.6	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
79	一种防后漏和侧漏卫生巾	重庆百亚	ZL201220514071.x	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
80	一种透气环保卫生巾	重庆百亚	ZL201220514280.4	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
81	一种防后漏卫生巾	重庆百亚	ZL201220514414.2	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
82	一种方便固定的纸尿片	重庆百亚	ZL201220514172.7	实用新型	2012.10.09-2022.10.08
83	一种轻薄透气护垫	重庆百亚	ZL201220599146.9	实用新型	2012.11.14-2022.11.13
84	一种干爽卫生巾	重庆百亚	ZL201220599292.1	实用新型	2012.11.14-2022.11.13
85	抗菌止痒卫生巾	重庆百亚	ZL201220599291.7	实用新型	2012.11.14-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2022.11.13
86	具有抗菌功能的轻薄护垫	重庆百亚	ZL201220599559.7	实用新型	2012.11.14-2022.11.13
87	一种具有抗菌功能的卫生巾	重庆百亚	ZL201220599144.x	实用新型	2012.11.14-2022.11.13
88	一种具有尿显功能的纸尿裤	重庆百亚	ZL201220615844.3	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
89	一种腰围可调的环保纸尿裤	重庆百亚	ZL201220615843.9	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
90	一种舒适纸尿裤	重庆百亚	ZL201220615845.8	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
91	一种具有肚脐保护功能的纸尿裤	重庆百亚	ZL201220615447.6	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
92	一种节约型纸尿裤	重庆百亚	ZL201220615406.7	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
93	一种腰围可调的纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220615842.4	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
94	一种干爽纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220615428.3	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
95	一种纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220615846.2	实用新型	2012.11.20-2022.11.19
96	多功能纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220658437.0	实用新型	2012.12.04-2022.12.03
97	带皮带扣的纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220658274.6	实用新型	2012.12.04-2022.12.03
98	具有导流功能的干爽卫生巾	重庆百亚	ZL201220658264.2	实用新型	2012.12.04-2022.12.03
99	一种压花纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220658276.5	实用新型	2012.12.04-2022.12.03
100	多功能干爽纸尿裤片	重庆百亚	ZL201220658360.7	实用新型	2012.12.04-2022.12.03
101	可伸缩式卫生巾	重庆百亚	ZL201220658275.0	实用新型	2012.12.04-2022.12.03
102	透气舒适护垫	重庆百亚	ZL201320027528.9	实用新型	2013.01.19-2023.01.18
103	一种防后漏的中凸卫生巾	重庆百亚	ZL201320027529.3	实用新型	2013.01.19-2023.01.18
104	一种卫生巾	重庆百亚	ZL201320027530.6	实用新型	2013.01.19-2023.01.18
105	一种具有复合面层的卫生巾	重庆百亚	ZL201320027527.4	实用新型	2013.01.19-2023.01.18
106	一种具有导流槽的纸尿裤	重庆百亚	ZL201320058249.9	实用新型	2013.02.01-2023.01.31
107	采用片状橡筋形成立体护围的卫生巾	重庆百亚	ZL201320380020.7	实用新型	2013.06.28-2023.06.27
108	一种双层吸收芯体及纸尿裤片	重庆百亚	ZL201320495046.6	实用新型	2013.08.09-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2023.08.08
109	一种具有翻边结构的吸水纸和纸尿裤	重庆百亚	ZL201320494646.0	实用新型	2013.08.09-2023.08.08
110	一种护理垫	重庆百亚	ZL201420196722.4	实用新型	2014.04.22-2024.04.21
111	具有尿湿提示功能的成人纸尿裤	重庆百亚	ZL201420196753.x	实用新型	2014.04.22-2024.04.21
112	一种具有提醒功能的护理垫	重庆百亚	ZL201420196848.1	实用新型	2014.04.22-2024.04.21
113	一种纸尿裤	重庆百亚	ZL201420197469.4	实用新型	2014.04.22-2024.04.21
114	一种成人纸尿裤	重庆百亚	ZL201420196655.6	实用新型	2014.04.22-2024.04.21
115	一种智能成人纸尿裤	重庆百亚	ZL201420196706.5	实用新型	2014.04.22-2024.04.21
116	一种防侧漏卫生巾	重庆百亚	ZL201420380072.9	实用新型	2014.07.10-2024.07.09
117	一种可卷曲包装的卫生巾	重庆百亚	ZL201420571935.0	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
118	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571758.6	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
119	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571805.7	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
120	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571869.7	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
121	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571910.0	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
122	一种使用后便于回收的卫生巾	重庆百亚	ZL201420571466.2	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
123	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571536.4	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
124	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571537.9	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
125	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571600.9	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
126	一种卫生巾的包装体	重庆百亚	ZL201420571934.6	实用新型	2014.09.30-2024.09.29
127	一种可用于治疗痔疮的护垫	重庆百亚	ZL201420586188.8	实用新型	2014.10.11-2024.10.10
128	一种可用于治疗痔疮的卫生巾	重庆百亚	ZL201420585972.7	实用新型	2014.10.11-2024.10.10
129	一种纸尿裤	重庆百亚	ZL201420601781.5	实用新型	2014.10.17-2024.10.16
130	防后漏卫生巾	重庆百亚	ZL201420601753.3	实用新型	2014.10.17-2024.10.16
131	立体防漏卫生巾	重庆百亚	ZL201420601801.9	实用新型	2014.10.17-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2024.10.16
132	一种妇婴两用巾	重庆百亚	ZL201420625088.1	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
133	具有提示功能的卫生巾	重庆百亚	ZL201420625166.8	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
134	一种具有舒适棉条的卫生巾	重庆百亚	ZL201420625152.6	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
135	能变化长度的卫生巾	重庆百亚	ZL201420625165.3	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
136	连续折叠卫生巾包装盒	重庆百亚	ZL201420625131.4	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
137	透气纸尿裤	重庆百亚	ZL201420625150.7	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
138	一种卫生裤	重庆百亚	ZL201420625164.9	实用新型	2014.10.27-2024.10.26
139	一种具有保健功能的纸尿裤	重庆百亚	ZL201420628941.5	实用新型	2014.10.28-2024.10.27
140	一种打孔网面吸水纸	重庆百亚	ZL201420628940.0	实用新型	2014.10.28-2024.10.27
141	一种易于抽取的卫生巾	重庆百亚	ZL201420641662.2	实用新型	2014.10.31-2024.10.30
142	一种具有储水结构的卫生巾	重庆百亚	ZL201420641822.3	实用新型	2014.10.31-2024.10.30
143	一种面层具有凸体的卫生巾	重庆百亚	ZL201420647763.0	实用新型	2014.11.03-2024.11.02
144	具有半封闭式立体护围的卫生巾	重庆百亚	ZL201420661717.6	实用新型	2014.11.07-2024.11.06
145	具有分段式面层的卫生巾	重庆百亚	ZL201420661800.3	实用新型	2014.11.07-2024.11.06
146	高分子呈线形分布的吸收芯体	重庆百亚	ZL201420661792.2	实用新型	2014.11.07-2024.11.06
147	一种锁水卫生巾	重庆百亚	ZL201420680775.3	实用新型	2014.11.14-2024.11.13
148	婴儿纸尿裤	重庆百亚	ZL201420772445.7	实用新型	2014.12.10-2024.12.09
149	梯形卫生巾	重庆百亚	ZL201230073551.2	外观设计	2012.03.23-2022.03.22
150	卫生巾	重庆百亚	ZL201230131349.0	外观设计	2012.04.25-2022.04.24
151	卫生巾(mini)	重庆百亚	ZL201230131359.4	外观设计	2012.04.25-2022.04.24
152	护垫	重庆百亚	ZL201330015276.3	外观设计	2013.01.19-2023.01.18
153	卫生巾	重庆百亚	ZL201330015278.2	外观设计	2013.01.19-2023.01.18
154	护垫（动感型）	重庆百亚	ZL201330015279.7	外观设计	2013.01.19-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2023.01.18
155	护垫（大马士革）	重庆百亚	ZL201330015282.9	外观设计	2013.01.19-2023.01.18
156	护垫（牵牛花）	重庆百亚	ZL201330015286.7	外观设计	2013.01.19-2023.01.18
157	护垫（冰感雪花）	重庆百亚	ZL201330015277.8	外观设计	2013.01.19-2023.01.18
158	卫生巾（迷你）	重庆百亚	ZL201330088387.7	外观设计	2013.03.28-2023.03.27
159	卫生巾（FW190）	重庆百亚	ZL201330088403.2	外观设计	2013.03.28-2023.03.27
160	卫生巾（320-2）	重庆百亚	ZL201330088451.1	外观设计	2013.03.28-2023.03.27
161	卫生巾（320）	重庆百亚	ZL201330088452.6	外观设计	2013.03.28-2023.03.27
162	卫生巾（360-1）	重庆百亚	ZL201330088470.4	外观设计	2013.03.28-2023.03.27
163	包装袋（卫生巾）	重庆百亚	ZL201330087923.1	外观设计	2013.03.28-2023.03.27
164	包装袋（4）	重庆百亚	ZL201330119266.4	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
165	包装盒（3）	重庆百亚	ZL201330119241.4	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
166	包装盒（2）	重庆百亚	ZL201330119243.3	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
167	包装袋（3）	重庆百亚	ZL201330119249.0	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
168	包装盒（1）	重庆百亚	ZL201330119307.x	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
169	包装袋（2）	重庆百亚	ZL201330119358.2	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
170	包装袋（1）	重庆百亚	ZL201330119381.1	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
171	包装袋（5）	重庆百亚	ZL201330119244.8	外观设计	2013.04.17-2023.04.16
172	包装袋（3）	重庆百亚	ZL201330213389.4	外观设计	2013.05.28-2023.05.27
173	包装袋（4）	重庆百亚	ZL201330213540.4	外观设计	2013.05.28-2023.05.27
174	包装袋（2）	重庆百亚	ZL201330213552.7	外观设计	2013.05.28-2023.05.27
175	包装袋（1）	重庆百亚	ZL201330213150.7	外观设计	2013.05.28-2023.05.27
176	护垫（1）	重庆百亚	ZL201430372691.9	外观设计	2014.09.30-2024.09.29
177	卫生巾（2）	重庆百亚	ZL201430372775.2	外观设计	2014.09.30-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2024.09.29
178	隐形卫生巾（1）	重庆百亚	CN201530023940.8	外观设计	2015.01.27-2025.01.26
179	隐形卫生巾（3）	重庆百亚	CN201530023847.7	外观设计	2015.01.27-2025.01.26
180	隐形卫生巾（2）	重庆百亚	CN201530024228.x	外观设计	2015.01.27-2025.01.26
181	隐形卫生巾（4）	重庆百亚	CN201530023846.2	外观设计	2015.01.27-2025.01.26
182	裤型卫生巾包装袋	重庆百亚	CN201530034766.7	外观设计	2015.02.05-2025.02.04
183	抑菌祛味卫生巾	重庆百亚	CN200910104150.6	发明	2009.06.22-2029.06.21
184	一种卫生用品表面包覆层及其用途	重庆百亚	CN201010202783.3	发明	2010.06.17-2030.06.16
185	一种抗菌、低敏喷剂	重庆百亚	CN201210233415.4	发明	2012.07.06-2032.07.05
186	卫生巾	重庆百亚	CN201530215290.7	外观设计	2015.06.25-2025.06.24
187	护垫（2）	重庆百亚	CN201430372774.8	外观设计	2014.09.30-2024.09.29
188	包臀纸尿裤	重庆百亚	CN201520511608.0	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
189	具有尿液导流功能的纸尿裤	重庆百亚	CN201520511593.8	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
190	卫生巾独立包装袋	重庆百亚	CN201530226291.1	外观设计	2015.06.30-2025.06.29
191	卫生巾包装盒	重庆百亚	CN201530226298.3	外观设计	2015.06.30-2025.06.29
192	纸尿裤	重庆百亚	CN201520511569.4	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
193	防漏贴身的卫生巾	重庆百亚	CN201520640152.8	实用新型	2015.08.24-2025.08.23
194	婴幼儿纸尿裤	重庆百亚	CN201520511594.2	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
195	新型纸尿裤	重庆百亚	CN201520511622.0	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
196	新型婴幼儿纸尿裤	重庆百亚	CN201520511607.6	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
197	护脐纸尿裤	重庆百亚	CN201520511625.4	实用新型	2015.07.15-2025.07.14
198	卫生巾（FSB240/290）	重庆百亚	ZL201630365566.4	外观设计	2016.08.03-2026.08.02
199	卫生巾（360/430）	重庆百亚	ZL201630365568.3	外观设计	2016.08.03-2026.08.02
200	卫生巾（无感 7 日）	重庆百亚	ZL201630365310.3	外观设计	2016.08.03-

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	有效期限
					2026.08.02
201	包装袋（自由点掌握君）	重庆百亚	ZL201630365582.3	外观设计	2016.08.03-2026.08.02
202	一种复合伸缩片材及其制造方法	重庆百亚	ZL201310742100.7	发明	2013.12.30-2033.12.29
203	体液吸收用的卫生用品及其制造设备和制造方法	重庆百亚	ZL201310047743.X	发明	2013.02.06-2033.02.05

六、发行人取得的生产经营方面的许可证

（一）消毒产品生产企业卫生许可证

发行人生产的产品属于消毒卫生用品，实行消毒产品生产企业卫生许可制度。发行人已经取得了《消毒产品生产企业卫生许可证》，目前持有的《消毒产品生产企业卫生许可证》情况如下：

公司	编号	生产项目	生产类别	有效期限
重庆百亚	(渝)卫消证字(2010)第623号	卫生用品	卫生巾、卫生护垫、尿裤、尿布(垫、纸)	2016年3月30日至2020年3月29日

（二）其他资质

发行人目前持有重庆市巴南区人民政府颁发的《重庆市排放污染物许可证》(渝(巴)环排证[2016]0182号)，有效期限自2016年12月26日至2019年12月25日。

发行人依法开展进出口贸易活动，目前持有现行有效的《海关报关单位注册登记证书》、《原产地证申报企业注册登记证书》，并办理了对外贸易经营者备案登记及出入境检验检疫报检企业备案。

七、发行人核心技术与研发情况

（一）核心技术

公司现有核心技术简要情况如下：

类别	核心技术	简单描述	技术来源
卫生巾	超薄复合芯体加工技术	运用蓬松无纺布替代浆板，形成无浆板结构芯体的卫生巾，降低产品厚度，提高穿着舒适度、	自主研发

类别	核心技术	简单描述	技术来源
		增强产品吸水性能	
	降低返渗技术	利用正交分析等方法，通过面层、导流层、芯体等材料的重点把控，有效控制材料的吸液率、持液率，利用各类材料的有机结合，有效降低液体反渗进表层	自主研发
	中凸芯体技术	在传统浆板芯体中凸结构上增加复合芯体折叠形成中凸结构，有效结合传统浆板芯体的快速吸收能力与复合芯体的超强吸收能力，同时增强产品贴身性和吸收性	自主研发
	立体护围防漏技术	在传统平面结构上优化立体护围结构，使产品两侧在使用时以一定角度侧立在中体上，有效解决产品在使用过程中因吸收速度影响造成侧漏问题	自主研发
	专业单片四边封定位包装技术	优化改进包装工艺，形成独立的单片包装，在行业独创二次独立小包包装，杜绝二次污染	自主研发
纸尿裤	超薄复合芯体加工技术	运用蓬松无纺布替代浆板，形成无浆板结构芯体的纸尿裤，降低产品厚度，提高穿着舒适度、增强产品吸水性能	自主研发
	立体棉芯生产技术	立体棉芯可降低芯体宽度，提升婴儿裆部的穿着舒适度	自主研发
	臀围尺寸合身性优化设计技术	根据中国婴儿臀围尺寸优化纸尿裤的臀围设计，取得在臀围设计上的专利一项，专利号：201520511608.0	自主研发
	双表层材料复合凸点生产技术	实现表层材料凸点，有效降低表层材料同婴儿皮肤接触面积，保持表层材料干爽	自主研发
	双重腰围生产技术	使用两种弹性腰围实现不同弹性控制，较好贴合婴儿腰围，增加舒适性并降低纸尿裤在使用中发生后漏的风险，专利号：201520511571.1	自主研发
	加速液体导流疏散技术	研发带导流槽的芯体，能提供液体在芯体中流动的通道，使液体均匀扩散，提高芯体材料的利用率，降低液体回渗保护皮肤健康，专利号：201520511593.8	自主研发

（二）研究与开发情况

1、研发机构设置及人员构成

公司设有专门的研发中心负责公司产品和技术的研究、开发工作。研发中心下辖卫品研发部和尿裤研发部。卫品研发部现有研发人员 10 人、尿裤研发部现有研发人员 8 人，研发人员主要来自于轻纺、化工、自动化、材料、设计等相关领域的专业技术人才，其中大学本科及以上学历 16 人。研发部门配备独立的研发实验室，配置了液体渗透仪、

气相色谱仪、电子显微镜、分光光度计等试验仪器。研发中心的职责具体如下：

（1）基础研究

实施创新型材料、技术、产品的搜集和研究；实施内部技术攻关和解决方案研究；与市场部共同实施消费者分析与研究，协助建立市场调查报告，并对竞争对手进行分析与研究。

（2）产品设计

根据年度开发计划和市场开发需求，实施产品结构设计，协助市场部实施产品外观和包装设计；建立各类产品标准；根据产品开发进度，组织实施新产品的样品试作和试产作业；组织相关部门对试作、试产品实施试用、测评；实施产品材料配置设计；根据新产品的产品标准，实施新产品制造工艺参数设计，并组织工艺评审；通过首批生产对新产品的工艺参数实施验证；组织对新产品需求的新物料实施物料验证。

（3）产品改进

研发中心定期收集、分析产品的市场信息反馈、供应商物料供应状态、内部质量反馈等改进产品需求信息，建立并组织实施产品变更计划；组织相关部门建立新年度工艺课题改进计划；根据年度工艺课题改进计划，实施课题推进，并按月度提交进度报告。

（4）技术标准化

组织实施公司技术标准化体系的建立和管理；根据新产品开发结果，建立产品标准、物料标准、工艺标准，并督导实施；负责专利的申报和管理。

（5）产品 ERP 信息管理

新产品开发过程中，对新物料的档案、配方信息输入 ERP 系统；负责组织对临时代用、替代物料的审核和录入 ERP；根据市场部的促销要求，将促销物料录入 ERP。

2、研发部门主要研发方向

（1）卫生巾研发方向

公司将专注于中高端卫生巾的研发，主要研发方向为超薄化、无胶化、柔软化、绿色环保化。

超薄化方向：复合芯体的创新应用，能够保证卫生巾产品使用性能的同时，实现消

费者超薄与无感的体验。公司将持续对超薄芯体进行深入研究，使卫生巾产品达到更高的综合性能，满足年轻时尚消费群体超薄无感、吸收力强和透气性好的综合需求。

无胶化方向：热熔胶材料是卫生巾产品中重要的粘结材料，但热熔胶粘结性能受气候影响较大，且不具有亲水性、透气性、柔软性等，影响了卫生巾产品性能的提升。而轻薄、柔软、透气吸收性好的产品逐渐成为卫生巾市场发展的方向。公司研发团队将持续研发符合市场发展方向的无热熔胶产品。

柔软化方向：传统卫生巾面层主要有平纹和打孔两种，其面层柔软度与干爽性方面不能完全满足消费者日益增长的需求。公司研发团队正在研发双层面料在线复合压点技术，在产品上形成 3D 立体面层，减少面层与皮肤接触面积，有效提高面层柔软度及产品干爽性，增加面层蓬松度。

绿色环保化方向：随着社会经济的快速发展，环境友好型材料的使用得到越来越多消费者的亲睐。高分子吸水树脂具有优异的吸收、保水性能，但其在自然界中的分解性较差。公司把可降解、无刺激的新型吸收材料的应用作为未来重要的研发方向。

（2）纸尿裤研发方向

在纸尿裤研发方面，公司主要的研究与开发方向聚焦于舒适化、轻薄化和智能化。

舒适化方向：公司持续对产品合身性、舒适性进行研究，使产品在腰围、腿围尺寸方面更适合中国婴幼儿的身体尺寸。随着市场逐步的成熟，学步裤将受到越来越多的消费者亲睐。学步裤采用全腰围弹性材料，相比普通纸尿裤在合身性、舒适性上有较大的提升。公司将结合在超薄芯体、立体棉芯等方面积累的技术优势，应用于学步裤的研发，增强公司学步裤产品的竞争力。

轻薄化方向：公司研发团队通过对纸尿裤产品结构的优化，开发出有别于传统浆板芯体结构的超薄芯体产品。随着厚度仅为 0.2cm 的超薄芯体的研发，公司超薄纸尿裤同使用传统 0.8-1cm 厚度芯体的产品相比，大大提升了消费者的使用舒适度。轻薄型产品将是市场发展的趋势，公司将持续重视轻薄化产品的研发。

智能化方向：随着互联网技术的快速发展，智能化产品逐渐进入人们生活。公司将紧跟市场需求，利用“互联网+”技术研发智能化的纸尿裤产品。

3、在研项目进展情况

截至本招股说明书签署日，公司正在研究开发的新项目、新技术和新工艺主要有：

序号	名称	类型	拟达成目标	目前所处阶段
1	卫生巾超薄芯体配方方案研究	新品种、新工艺	国内领先	基础研究
2	功能性香氛的应用方案研究	新工艺	国内领先	基础研究
3	材料吸收性能的优化方案研究	新工艺	国内领先	基础研究
4	在线 3D 多层复合在面层的应用效果研究	新技术	国内领先	基础研究
5	材料使用对产品柔软度的研究	新工艺	国内领先	基础研究
6	一种更柔软包膜的应用研究	新品种、新工艺	国内领先	基础研究

4、研发投入

公司注重对新产品的开发，近年来不断加大研发投入。2016 年、2015 年和 2014 年，公司研发投入分别为 722.38 万元、668.44 万元和 578.06 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.98%、0.97% 和 0.93%。

（三）技术创新机制与安排

公司高度重视消费者需求调研，注重新产品的研发，建立了系统化的创新和研发机制，主要包括：

1、建立了多部门共同协作的技术创新机制

公司建立了多部门共同协作的技术创新机制，持续进行产品创新。新产品的研发需要经历产品调研、市场可行性研究、技术可行性研究、立项、样品制作、批量生产等多个阶段，同时需要市场部、研发中心、生产技术部、质量中心等多部门的共同协作。在新产品研发过程中，研发中心也会组织对技术和工艺进行沉淀，通过申请专利和知识产权进行保护，保护公司的研究成果。

2、加大研究开发投入力度

为了保持在行业内领先的技术研发优势，公司坚持可持续发展的思路，重视新产品、新工艺的研究开发，不断加大研发投入，建立了专门的研发中心，并在研发中心下设的每个部门设有独立的研发室，配置了液体渗透仪、气相色谱仪、电子显微镜、分光光度仪等试验仪器，为研究开发人员提供了良好的研发条件。同时，公司重视研发人员与行业相关人员的技术交流机制，并将技术交流频次作为年度策略管理目标。通过不断的技术交流、参观考察等，研发人员的技术水平和研发理念得到较大提高。报告期内，公司

持续研发投入，确保了研发能力的持续提高。

3、加强核心技术骨干储备

公司高度重视研发人才队伍的建设，通过内部培养与外部引进相结合的人才发展战略，建立了一支富有创新力的研发人才队伍。公司建立专门的晋升流程和职能转换通道，为研发人员提供了良好的职业发展空间。公司还建立了系统的激励机制，将研发人员的收入跟研究成果挂钩，并享受研发保密津贴和各类专利发明奖励，充分调动了研发人员的积极性。

（四）公司在产品研发和创新中所获得荣誉

时间	荣誉称号	授予单位
2012年4月	重庆百亚荣获重庆市第三批企业知识产权工作“试点单位”	重庆市知识产权局 重庆市中小企业局
2012年11月	“自由点”卫生巾荣获重庆市高新技术产品称号 “妮爽”卫生巾荣获重庆市高新技术产品称号 “好之”婴儿纸尿裤荣获重庆市高新技术产品称号	重庆市科学技术委员会
2013年12月	重庆百亚荣获巴南区企业技术中心称号	巴南区经济和信息化委员会 巴南区科学技术委员会
2014年6月	“好之”成人纸尿裤荣获重庆市高新技术产品称号 “好之”成人护理垫荣获重庆市高新技术产品称号 “妮爽”卫生护垫荣获重庆市高新技术产品称号 “自由点”卫生护垫荣获重庆市高新技术产品称号	重庆市科学技术委员会

（五）核心技术的保密措施

公司已建立严格的保密制度和措施，并与高级管理人员、技术人员签定了《保密协议》。

八、发行人产品质量控制情况

发行人十分重视产品质量，严格遵守质量控制标准，执行多种有效的质量控制措施，质量控制效果良好，没有出现因为产品质量问题引发重大诉讼、仲裁或受到相关部门的处罚。

（一）质量控制标准

公司全面通过了 ISO 9001 国际质量管理体系认证，并于每年进行跟踪审核。当前

生产管理按照 GB/T19001-2008/ ISO 9001:2008 标准相关条款运行。本公司设有质量中心和分厂质量科，专门负责公司的质量管理、产品检测、产品追溯和持续改进。公司制定了符合自身实际情况的质量管理制度，完善了生产工艺流程，形成了从原料进厂到成品出厂全过程的质量控制体系。

（二）质量控制措施

1、原材料的质量控制

公司对潜在供应商的资质证明、产品质量等进行全面评价，筛选出合格供应商进入《合格供应商目录》，为原材料的采购提供基本的质量保障。每年年底公司质量中心对供应商的供货质量、交货期限、价格、售后服务等方面进行考评，按考评填写《供应商年度评审表》，评定不合格的供应商取消合格供应商资格。公司对原材料供应商实行优胜劣汰，通过对供应商的动态调整为原材料的采购提供完善的质量保障。公司质量中心严格按照《原材料通用技术标准》及《原材料专用技术标准》对入厂的每一批次原材料实施检验，检验结果记录于《进料检验报告单》上。部份材料需要经过试生产的，由质量中心在试生产过程中对材料的质量进行确认。检验合格的材料，由质量中心出具进料检验报告单给原料库作为正式接收入库的依据。

2、生产过程质量控制

公司原料库根据生产部生产任务及质量中心用料标准，核算生产材料，及时发放到生产部，生产部需要对材料进行确认，质量中心要对材料进行再确认，确保用料符合相关标准和要求；生产部进行试生产，质量中心对试生产的首件产品进行质量检验，检验结果应记录于《首件检验记录表》，只有检验合格，生产部才能进行批量生产；生产过程中质量中心对产品进行不间断抽验，过程检验应记录于《生产过程抽验日报表》上，发现生产异常或不合格，即时要求生产部改进或纠正；质量中心应对每批产品抽取适当样本进行性能试验，每批至少抽验一次，试验结果记录于《吸水情况测试记录表》，若发现异常或不合格，即时要求生产部改进或纠正，生产部对过程检验放行后的最终成品进行包装；质量中心对包装后的产品进行抽样，最终检验结果应记录于《最终检验记录表》上，最终检验通过后的合格品方可入库。

公司对直接影响产品质量的过程制定相应的生产流程图、工艺卡、规范文件和作业指导书等，收集与本公司产品有关的国家、行业技术标准、规范及生产工艺信息，以保

证过程质量；生产设备、工装治具、生产场所及生产环境等都是影响产品质量的重要因素，公司均已配备和使用合适的生产设备和工艺装备，并使之在适宜的工作环境下运行，对检测仪器在使用前进行校验，并按周期进行复验；在生产中，公司严格按有关标准、法规、质量计划和程序执行，并做好各种质量记录。

3、成品的质量控制

公司成品推向市场，需要经过质量中心成品检验员对成品进行抽检，并记录产品抽检结果。在抽检程序中，产品的判定严格参照《不良品分类判定标准》分类，不合格品处理参照《不合格品控制程序》执行。发现不合格产品时，检验员立即填写《不合格品标识卡》对其标识，并在标识上签字、盖章；发现批量不合格时，检验员需开具《成品不合格品评审单》。对于非批量性不合格品，由检验员在检验记录上直接记录报废处理；对于批量性不合格产品，由检验员开具《成品不合格品评审单》，交物流部给出现有库存量、最迟发货时间等信息，然后由质量中心、生产部会签，质量中心提出处理意见，最后由公司主管工厂的副总经理审批。当审批结论为报废时，由各分厂生产部负责集中处理，质量中心负责监督。经过公司严格的质量控制程序检验合格的成品才能投放市场销售。

自公司设立以来，尚未出现因违反有关产品及服务质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况，也未出现因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。

（三）产品质量纠纷情况

为规范客户投诉管理，强化责任意识，提升过程控制能力，提高服务水平和顾客满意度，公司制定了一套完整的质量投诉管理制度。由公司人事行政部门负责顾客投诉信息的搜集、顾客投诉事件的受理、指导销售人员处理投诉、顾客满意度回访。并有质量工程科对消费者质量投诉严重程度进行分级对消费者投诉及时处理和反馈。公司质量控制标准严格、质量控制措施得当，报告期内未出现过重大产品质量纠纷。对出现的一般质量问题与纠纷，公司均从顾客的角度出发及时沟通，妥善处理。

第七章 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立性

本公司在业务、资产、人员、机构、财务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，具备独立完整的供应、生产和销售系统。

本公司在业务、资产、人员、机构和财务等方面的独立运行情况如下：

（一）业务独立性

本公司拥有独立的业务经营体系和直接面向市场独立经营的能力，包括拥有独立的产品研发体系、生产体系、市场营销体系等。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易的情形。

（二）资产独立性

本公司具备完整的与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法占有、使用与生产经营有关的厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统。公司的资产产权清晰，截至本招股说明书签署日，公司没有以其资产、权益或信誉为股东的债务提供担保，公司对其所有资产具有完全的控制支配权，不存在资产、资金被股东占用而损害公司利益的情况。

（三）人员独立性

本公司董事、监事、高级管理人员均按照《公司法》、《公司章程》等有关规定通过合法程序产生，不存在控股股东超越本公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其它职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领薪。公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（四）机构独立性

本公司依法设立股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层，建立了完整、独立的法人治理结构，并规范运作。公司已建立了适应自身发展需要和市场竞争需要的经营管理职能机构，各机构按照《公司章程》及各项规章制度独立行使职权。该等职能机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在上下级关系。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在办公机构和生产经营场所实现有效分离，不存在混合经营、合署办公的情况。

（五）财务独立性

本公司设立后，已依据《中华人民共和国会计法》、《企业会计准则》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，并建立健全了相应的内部控制制度，能够独立作出财务决策。本公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员；公司在银行独立开立账户，拥有独立的银行账号；公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务；公司独立对外签订合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户或混合纳税的情形。

保荐机构认为：发行人资产完整，在业务、资产、人员、机构、财务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，上述独立性内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）本公司目前和控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

本公司的主营业务为：卫生巾、纸尿裤的研发、生产与销售。

本公司控股股东为复元商贸，除持有重庆百亚 46.06%的股权外，复元商贸不存在持有其他企业股权的情况。公司实际控制人为冯永林，冯永林除持有复元商贸 100%的股权外，还持有吉尔商贸 75%的股权、普兆恒益 80%的股权。目前，复元商贸、吉尔商贸和普兆恒益不实际开展经营业务。

控股股东复元商贸、实际控制人冯永林及其控制的其他企业不与本公司构成同业竞争关系，也不存在与本公司从事相同、相似业务的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免今后可能发生的同业竞争，最大限度地维护本公司的利益，保证本公司的正常经营，持有本公司 5% 以上股权的股东复元商贸、重望耀晖及实际控制人冯永林均出具了《避免同业竞争的承诺函》，主要内容为：

1、本人/公司/企业及直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业目前没有直接或间接地从事任何与重庆百亚的主营业务及其它业务相同或相似的业务（以下简称“竞争业务”）；

2、本人/公司/企业及直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业，于本人/公司/企业作为重庆百亚持股 5% 以上股东期间，不会直接或间接地以任何方式从事竞争业务或可能构成竞争业务的业务；

3、本人/公司/企业及直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业，将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其它商业机会，在同等条件下赋予重庆百亚该等投资机会或商业机会之优先选择权；

4、自本承诺函出具日起，本承诺函及本承诺函项下之承诺为不可撤销的，且持续有效，直至本人/公司/企业不再直接或间接持有 5% 以上重庆百亚股份之日止；

5、本人/公司/企业直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业如违反上述任何承诺，本人/公司/企业将赔偿重庆百亚及重庆百亚股东因此遭受的一切经济损失，该等责任是连带责任；

6、本人将督促并确保本人配偶、父母、子女遵守本承诺函之承诺。

以上承诺适用于中国境内，及境外所有其他国家及地区。

三、关联方、关联关系和关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》等有关法律法规的规定，截至本招股说明书签署日，本公司的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人，其他持有 5% 以上股份的股东

关联方	持股比例	与公司的关联关系
复元商贸	46.06%	控股股东
冯永林	46.06%	实际控制人、董事长、总经理、间接持有 5% 以上股份的股东
重望耀晖	44.85%	持股 5% 以上的股东
谢秋林	17.51%	董事、间接持有 5% 以上股份的股东
Better Lead、 New Horizon	27.34%	间接持有 5% 以上股份的股东

控股股东、实际控制人，其他持有 5% 以上股份的股东情况详见本招股说明书“第五章发行人基本情况”。

2、控股股东、实际控制人控制或实际控制人担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日及在报告期内，本公司控股股东除持有重庆百亚 46.06% 的股权外，不存在控制的其他企业。实际控制人控制或者担任董事、高级管理人员的企业情况如下：

公司名称	注册地	与本公司关系
吉尔商贸	重庆市	公司实际控制人冯永林投资控股（持有 75% 的股权）并担任董事长
普兆恒益	重庆市	公司实际控制人冯永林投资控股（持有 80% 的股权）并担任执行董事
重庆綦江顺昌有限公司	重庆市	公司实际控制人冯永林参股（持有 30% 的股权）并担任董事
重庆康妮消毒服务有限公司	重庆市	公司实际控制人冯永林间接参股（持有约 36% 的股权）并担任董事

3、公司之控股子公司

截至本招股说明书签署日，本公司不存在控股子公司。

4、其他关联自然人

（1）公司及公司控股股东董事、监事、高级管理人员

本公司董事、监事、高级管理人员情况详见本招股说明书“第八章董事、监事与高级管理人员”。

本公司控股股东复元商贸的董事、监事和高级管理人员为本公司的关联方。其中，复元商贸的执行董事为冯永林，相关情况详见本招股说明书“第八章董事、监事与高级

管理人员”；复元商贸的监事为胡韵卓，截至本招股说明书签署日，其与本公司之间不存在任何关联交易，亦未担任本公司的董事、监事、高级管理人员；复元商贸的总经理为冯丽元（系公司实际控制人冯永林之女），截至本招股说明书签署日，其与本公司之间不存在任何关联交易，亦未担任本公司的董事、监事、高级管理人员。

（2）与公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员

与公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，均为本公司的关联方。截至本招股说明书签署日，该等人员与本公司之间不存在任何关联交易，亦未担任本公司的董事、监事、高级管理人员。

5、其他关联企业

公司其他关联企业包括其他关联自然人控制或担任董事、高级管理人员的企业。

公司名称	与本公司关系
雅域商贸	公司实际控制人冯永林之女投资控股（持有 60% 的股权）；冯永林之配偶担任执行董事兼经理
重庆市古馥轩饮食文化有限公司	公司实际控制人冯永林之配偶投资控股（持有 60% 的股权）并担任执行董事
普兆恒益	公司实际控制人冯永林之弟担任经理
重庆英达环琦包装有限公司	实际控制人冯永林之弟投资控股（持有 90% 的股权）并担任执行董事兼经理
重庆市坛内商贸发展有限公司	公司实际控制人冯永林之女儿的配偶参股（持有 33.4% 的股权）并担任执行董事
重庆钧域商贸发展有限公司	公司实际控制人冯永林之女儿的配偶参股并担任经理
重庆雅德网吧	公司实际控制人冯永林之女儿的配偶投资控股（持有 100% 的股权）
重庆亚辉医疗器械有限公司	公司实际控制人冯永林之妹妹的配偶投资控股（持有 50% 的股权）
重庆朗旭电器有限责任公司	公司实际控制人冯永林之妹妹的配偶投资控股并担任执行董事
瀚华金控股份有限公司	公司实际控制人冯永林之弟担任董事
兆富贸易	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东谢秋林控股（持有 100% 的股权）并担任董事
培新国际集团有限公司	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林控股（持有 100% 的股权）
福建培新	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林间接投资控股、谢秋林之子担任执行董事
泉州培新机械制造实业有限公司	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林间接投资控股并担任执行董事
山西丝爽卫生用品有限公司（注 ¹ ）	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林担任董事长

公司名称	与本公司关系
上海丝爽卫生用品有限公司（注 ² ）	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林控股、谢秋林之女担任执行董事
泉州百鑫机械制造实业有限公司（注 ³ ）	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林间接控股并担任执行董事、总经理
泉州市鲤城培新轻工机械厂	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林全资持有
上海锦达纸品机械制造有限公司	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林之子控股并担任执行董事
泉州怡鑫新材料科技有限公司	间接持有公司 5% 以上股份的自然人股东、公司董事谢秋林之女儿的配偶持股 70% 并担任执行董事、总经理
安徽商之都股份有限公司	公司董事马晖担任董事
北京恒泰博车拍卖有限公司	公司董事马晖担任董事
Heal Force Bio-Meditech Holdings Limited	公司董事马晖担任董事
辽宁德澜医院投资管理集团有限公司	公司董事马晖担任董事
北京东华慧科物业服务有限公司	公司董事马晖之父担任董事长
原元投资	公司董事李柏峰为普通合伙人
光元投资	公司董事王永兴为普通合伙人
重庆品正食品有限公司	公司董事王永兴担任董事
重庆华萃生物技术有限公司	公司董事王永兴之子投资控股
汇元投资	公司董事张黎为普通合伙人
重庆渝新财股权投资基金管理有限公司	公司独立董事马赟投资控股（持有 80% 的股权）并担任执行董事、经理
重庆元素投资有限公司	公司独立董事马赟投资控股（持有 65% 的股权）并担任执行董事、经理
宁夏元素投资有限公司	公司独立董事马赟担任执行董事
中国嘉陵工业股份有限公司（集团）	公司独立董事马赟担任独立董事
福安药业（集团）股份有限公司	公司独立董事马赟担任独立董事
重庆进出口信用担保有限公司	公司独立董事郝颖任独立董事
重庆港九股份有限公司	公司独立董事郝颖任独立董事
北大医药股份有限公司	公司独立董事郝颖任独立董事
华邦生命健康股份有限公司	公司独立董事郝颖任独立董事
成都银科创业投资有限公司	公司独立董事郝颖任独立董事
Autohome Inc.	公司独立董事康雁任高级管理人员
Nineyou International Limited	公司监事张翼担任董事
北京博远力恒管理咨询有限公司	公司监事张翼控股并担任执行董事及总经理
杭州卡考网络科技有限公司	公司监事张翼参股并担任董事
上海久之润信息技术有限公司	公司监事张翼担任董事

公司名称	与本公司关系
山东丁马生物科技有限公司	公司监事张翼担任董事
YIMUTIAN INC.	公司监事张翼担任董事
YIMUTIAN HONGKONG LIMITED	公司监事张翼担任董事
KAKAO INTERNATIONAL INC.	公司监事张翼担任董事
KaKao International Holdings Limited	公司监事张翼担任董事
Plasease International Ltd.	公司监事张翼担任董事
Guocui Flowers Holdings Limited	公司监事张翼担任董事
广州国萃花卉交易有限公司	公司监事张翼担任董事
广州国萃花卉生态有限公司	公司监事张翼担任董事

注¹：已于 2017 年 5 月注销。

注²：已于 2017 年 5 月注销。

注³：已于 2017 年 3 月注销。

经公司的董事、监事、高级管理人员确认，在报告期内及截至本招股说明书签署日，除上述企业外，公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在其他投资的、或担任董事、高级管理人员的其他对本公司及其子公司有重大影响的企业。

（二）经常性关联交易

1、从关联方租赁物业

单位：万元

交易对象	项目	2016 年	2015 年	2014 年
吉尔商贸	交易金额	24	167	180

报告期内，公司与吉尔商贸签署《厂房、场地及办公楼租赁合同》，公司向吉尔商贸租入坐落于重庆市南泉巴南区红星龙洞湾建筑面积为 25,000 平方米的卫生用品生产厂房及 5,000 平方米的相应场地，以及坐落于重庆市高新区科园四路 149 号 3-3#建筑面积为 800 平方米的办公楼。租金根据市场价格，经双方协商确定为厂房租金 12 万元/月，场地租金 1 万元/月，办公楼租金 2 万元/月，每月租金合计 15 万元（即 180 万元/年），租赁期限截止至 2015 年 12 月 2 日止。

2015 年 12 月，因公司新建百亚产业园区的生产厂房投入使用，工厂及其他设备搬迁至麻柳新工厂，所以经过双方协商，发行人将不再续租吉尔商贸的厂房及场地。因产业园的办公楼等办公设施尚未投入使用，因此仍需要租赁位于重庆市高新区科园四路 149 号 3-3#办公楼用于员工培训。公司与吉尔商贸于 2015 年 12 月 3 日、2016 年 12 月

1 日签订《办公楼租赁合同》及《办公场地租赁合同》，租金为 2 万元/月，租赁期限截止至 2017 年 12 月 2 日。待产业园区办公楼投入使用后，公司将不再租赁此办公楼，与吉尔商贸之间将不存在关联交易。

通过查询公司承租的生产厂房、办公楼周边同类生产厂房、办公楼的租赁价格，经与公司同吉尔商贸之间的租赁价格相比对，发现不存在较大差异，定价公允。

2、关联方的代收

单位：万元

委托方	受托方	项目	2016 年	2015 年	2014 年
重庆百亚	吉尔商贸	代收产品销售货款	0.04	6.84	23.21
重庆百亚	吉尔商贸	代收回平台保证金	8.50	-	-

据淘宝政策要求，一家公司仅可以在该网络平台上开设一家专卖店，因百亚已在淘宝平台开设专卖店，为增加网络平台入口，公司曾委托吉尔商贸在淘宝平台开设专卖店。该网络专卖店的日常管理、产品发货以及售后服务均由公司负责操作，吉尔商贸仅向公司提供代收产品销售款的服务，且未以任何形式就前述代收服务收取佣金。报告期内，吉尔商贸共计代收产品销售货款 30.09 万元。

截至本招股说明书签署日，吉尔商贸已关闭该网络专卖店，公司已收回开设网络专卖店时委托吉尔商贸向平台支付的保证金。

3、向关键管理人员支付报酬

报告期内，发行人向公司董事、监事、高级管理人员支付基本薪酬、绩效薪酬及福利津贴，具体数额如下：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
支付董事、监事及高级管理人员薪酬	491.83	453.76	390.19

（三）偶发性关联交易

1、采购关联方服务

报告期内，重庆康妮消毒服务有限公司（本公司实际控制人冯永林担任董事并通过

吉尔商贸间接持有该公司股份）曾于 2014 年、2015 年向百亚有限提供消毒服务，以市场价格为定价依据，费用合计 7.37 万元。

2、与关联方的代收代付

2010 年百亚有限设立后，自实际控制人控股的重庆丝爽（后更名为吉尔商贸）处收购了其生产经营性资产及流动负债。在上述收购后的业务过渡期内，存在少量收购前原由重庆丝爽销售的货物尚未回款，在收购后由百亚有限代重庆丝爽收取后返还，从而形成百亚有限对重庆丝爽的代收货款；少数客户在收购后仍将货款打入重庆丝爽，从而形成重庆丝爽对百亚有限的代收货款；此外，在报告期初公司与重庆丝爽之间存在少量代付杂费、押金、维修费等情况，从而形成百亚有限与吉尔商贸间的代收代付情况，具体如下：

单位：万元

委托方	受托方	关联交易内容	2016 年	2015 年	2014 年
吉尔商贸	百亚有限	代收货款	-	-	5.00
吉尔商贸	百亚有限	代付费用及保证金	-	0.29	2.08

2016 年，公司与吉尔商贸已经不存在该等代收代付情况。

3、接受关联方担保

发行人于 2015 年 5 月 5 日与重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行签订《流动资金借款合同》，双方约定由重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行向公司提供一年期人民币 1 亿元的贷款额度，用于企业日常经营周转，贷款期间自 2015 年 5 月 5 日至 2016 年 5 月 4 日。公司实际控制人冯永林承担最高额保证责任，保证期限为 2015 年 5 月 5 日至 2018 年 5 月 4 日。2015 年 5 月 6 日重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行向百亚有限发放《流动资金借款合同》项下流动资金贷款 30 万元，根据重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行的确认，百亚有限已于 2015 年 6 月 23 日结清该笔贷款。截至本招股书说明书签署日，该等《流动资金借款合同》项下无未偿还贷款。

除上述内容外，在报告期内，本公司与关联方之间未发生其他偶发性关联交易。

（四）关联交易的变化趋势及对发行人经营的影响

报告期内，公司与关联方发生的经常性关联交易主要为租赁物业。租赁厂房、场地及办公楼的租赁协议已于 2015 年 12 月到期，公司将不再租赁使用吉尔商贸的生产厂房

及场地。根据公司与吉尔商贸于 2016 年 12 月 1 日签订的《办公场地租赁合同》，公司仅租赁位于重庆市高新区科园四路 149 号 3-3#建筑面积为 800 平方米的办公楼，关联交易涉及的总体金额较小，对本公司生产经营无重大影响。

报告期内，公司与关联方发生的偶发性关联交易主要为采购服务、因业务承接导致的代收代付以及关联方担保，对公司财务状况和经营成果无不利影响。

（五）关联方款项余额

1、预付款项

单位：万元

企业名称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
吉尔商贸	4.00	13.00	-

四、规范关联交易的制度安排

本公司为规范关联交易行为，在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》及《关联交易管理制度》中明确规定了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。

（一）《公司章程》对关联交易决策权力及程序的规定

《公司章程》中对规范关联交易做出了如下规定：

第三十七条公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

第三十九条公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过。

（一）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

（二）公司连续十二个月内的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

（三）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

(五) 公司连续十二个月的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 5,000 万元人民币的担保；

(六) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

第五十二条股东大会通知和补充通知中应当充分、完整披露所有提案的全部具体内容。拟讨论的事项需要独立董事发表意见的，发布股东大会通知或补充通知时将同时披露独立董事的意见及理由。

股东大会拟讨论董事、监事选举事项的，股东大会通知中将充分披露董事、监事候选人的详细资料，至少包括以下内容：

- (一) 教育背景、工作经历、兼职等个人情况；
- (二) 与本公司或本公司的控股股东及实际控制人是否存在关联关系；
- (三) 披露持有本公司股份数量。

除采取累积投票制选举董事、监事外，每位董事、监事候选人应当以单项提案提出。

第六十九条股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

关联股东应当主动申请回避。关联股东不主动申请回避时，其他知情股东有权要求其回避。

股东大会在审议有关关联交易事项时，会议主持人应宣布有关关联关系股东的名单，说明是否参与投票表决，并宣布出席大会的非关联方有表决权的股份总数和占公司总股份的比例后进行投票表决。

第九十八条董事会行使下列职权：

- (一) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (二) 执行股东大会的决议；
- (三) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (四) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (五) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

(六) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；

(七) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

(八) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

(九) 决定公司内部管理机构的设置；

(十) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

(十一) 制定公司的基本管理制度；

(十二) 制订本章程的修改方案；

(十三) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

(十四) 听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；

(十五) 法律、行政法规、部门规章或本章程或股东大会授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

第一百零六条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

(二) 《股东大会议事规则》对关联交易决策权利及程序的规定

《股东大会议事规则》中对规范关联交易做出了如下规定：

第十九条 股东大会拟讨论董事、监事选举事项的，股东大会通知中应当充分提供董事、监事候选人的详细资料，至少包括以下内容：

(一) 教育背景、工作经历、兼职等个人情况；

(二) 与公司或其控股股东及实际控制人是否存在关联关系；

(三) 持有公司股份数量。

除采取累积投票制选举董事、监事外,每位董事、监事候选人应当以单项提案提出。

第三十八条股东与股东大会拟审议事项有关关联关系时,应当回避表决,其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

股东大会审议关联交易事项之前,公司应当依照国家的有关法律、法规并参照证券交易所有关规定确定关联股东的范围。关联股东或其授权代表可以出席股东大会,并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点,但在投票表决时应当回避表决。

股东大会决议有关关联交易事项时,关联股东应主动回避,不参与投票表决;关联股东未主动回避表决,参加会议的其他股东有权要求关联股东回避表决。关联股东回避后,由其他股东根据其所持表决权进行表决,并依据《公司章程》和本规则之规定通过相应的决议;关联股东的回避和表决程序由股东大会主持人通知,并载入会议记录。

第四十六条股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过,方为有效。但是,该关联交易事项涉及《公司章程》规定的需要以特别决议通过的事项时,股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过,方为有效。

（三）《董事会议事规则》对关联交易决策权力及程序的规定

《董事会议事规则》中对规范关联交易做出了如下规定：

第六条根据《公司章程》的规定,董事会主要行使下列职权：（八）在股东大会授权范围内,决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项。

第十七条委托和受托出席董事会会议应当遵循下列原则：（一）在审议关联交易事项时,非关联董事不得委托关联董事代为出席;关联董事也不得接受非关联董事的委托。

第二十五条出现下述情形的,董事应当对有关提案回避表决：

（一）根据有关法律、行政法规、部门规章规定董事应当回避的情形；

（二）董事本人认为应当回避的情形；

（三）《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

（四）《独立董事工作制度》对关联交易决策权力及程序的规定

《独立董事工作制度》对有关关联方交易的规定如下：

第十五条除具有《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》赋予董事的职权外，独立董事还具有以下职权：

（一）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（二）向董事会提议聘请或解聘会计师事务所；

（三）向董事会提请召开临时股东大会；

（四）提议召开董事会；

（五）独立聘请外部审计机构和咨询机构，相关费用由公司承担；

（六）对公司利润分配方案的制定和调整发表独立意见；

（七）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

第十六条独立董事须就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（一）提名、任免董事；

（二）高级管理人员的聘任和解聘；

（三）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（四）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于人民币 300 万元或高于公司最近经审计净资产值 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

（五）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

（六）公司利润分配方案的制定和调整；

（七）法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定的其他事项。

独立董事须就上述事项发表以下几类意见之一：

（一）同意；

（二）保留意见及其理由；

（三）反对意见及其理由；

（四）无法发表意见及其障碍。

（五）《关联交易管理制度》对关联交易决策程序及回避表决的规定

《关联交易管理制度》对发行人的关联交易有关事项的规定如下：

第七条 关联交易决策权限：

（一）股东大会决策权限：

1、公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产、提供担保、单纯减免公司义务的债务除外）金额在人民币 3,000 万元以上（含 3,000 万元）且占公司最近一期经审计净资产绝对值的 5%以上（含 5%）的，由股东大会作出决议。

2、为关联人提供担保：公司为关联人提供担保的，不论金额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

3、公司与公司董事、监事和高级管理人员及其配偶发生关联交易，应当在对外披露后提交公司股东大会审议。

（二）董事会决策权限：

交易金额低于最近一期经审计净资产绝对值的 5%，或绝对金额低于 3000 万元的关联交易；连续十二个月内和不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易或者与同一关联人发生的交易，该关联交易累计交易金额低于最近一期经审计净资产绝对值 5%，或绝对金额低于 3000 万元的关联交易，必须向董事会秘书报送备案材料，由公司董事会审议批准后实施；其中：

公司与关联自然人发生的交易金额低于 30 万元的关联交易；公司与关联法人发生的单笔或连续十二个月内发生的交易标的相关的同类关联交易低于 300 万元，或交易金

额在 300 万元以上但占公司最近一期经审计净资产绝对值低于 0.5%（以两者较低者为准）的关联交易，可由公司董事会授权总经理决定。

第八条 公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保的除外）金额在人民币 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，公司应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。

若该交易标的为股权，公司应聘请具有执行证券、期货相关业务资格会计师事务所对交易标的最近一年又一期财务会计报告进行审计，审计截止日距协议签署日不得超过 6 个月；若交易标的为股权以外的其他资产，公司应聘请具有执行证券、期货相关业务资格资产评估机构进行评估，评估基准日距协议签署日不得超过 1 年。

第九条 公司发生的关联交易涉及本制度第六条规定的“提供财务资助”、“提供担保”和“委托理财”等事项时，应当以发生额作为计算标准，并按交易事项的类型在连续 12 个月内累计计算。

第十条 公司在连续 12 个月内发生的以下关联交易，应当按照累计计算的原则适用本章规定：

- （一）与同一关联人进行的交易；
- （二）与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易。

上述同一关联人包括与该关联人受同一主体控制或相互存在股权控制关系的其他关联人。

已经按照本章规定履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

第十一条 公司与关联人达成的以下关联交易，可以免于按照关联交易的方式表决：

- （一）一方以现金方式认购另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或其他衍生品种；
- （二）一方作为承销团成员承销另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或其他衍生品种；
- （三）一方依据另一方股东大会决议领取股息、红利或报酬；

（四）法律、行政法规、规章和其它规范性文件所认定的其它情况。

第十七条 属于董事会决策权限范围的关联交易，在提交董事会讨论之前，应由独立董事认可。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立的财务顾问报告。

第十八条 独立董事应对公司的关联交易发表独立意见。独立董事发表的独立意见类型包括：同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其障碍，所发表的意见应当明确、清楚。

第十九条 如关联交易为与公司董事或与董事有利害关系的个人或其他企业进行的，则关联董事须回避表决。非关联董事不得委托关联董事代为出席，关联董事也不得接受非关联董事的委托；独立董事不得委托非独立董事代为出席，非独立董事也不得接受独立董事的委托。

该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。关联董事回避后出席董事会的无关联关系董事人数不足三人的，应当由全体董事（含关联董事）就将该交易提交公司股东大会审议等程序性问题作出决议，由股东大会对该交易作出相关决议。

第二十一条 股东大会应对董事会提交的有关关联交易议案进行审议并表决；在进行表决时，关联股东应按有关规定回避表决，其持股数不应计入有效表决总数。在股东投票前，公司董事会应当提醒关联股东予以回避；股东投票表决时，公司董事会应检查关联股东是否回避，如发现异常情况，应及时向监管部门报告。

第二十二条 公司为关联股东提供担保的，关联股东应当在股东大会上回避表决。

五、报告期内关联交易决策程序的执行情况

（一）报告期内关联交易决策程序的执行情况

公司设立后，严格履行《公司章程》和《关联交易管理制度》规定的关联交易决策程序及权限，公司第一届董事会第三次会议、第一届董事会第五次会议、第一届董事会第六次会议以及 2016 年第一次临时股东大会、2015 年度股东大会、2016 年第二次临时股东大会对本公司报告期内发生的关联交易进行了追认，关联董事、关联股东回避表决。

独立董事对公司报告期内关联交易履行的审议程序合法性及交易价格的公允性发表了独立意见。

（二）独立董事对公司关联交易的意见

本公司独立董事经充分核查后认为，公司报告期内发生的关联交易，是公开、公平、合理的，关联交易内容及价格公允，符合公司和全体股东的利益，不会损害公司及其他股东，特别是中小股东和非关联股东的利益。

（三）采取规范关联交易的主要措施

截至本招股说明书签署之日，本公司及控股股东、实际控制人采取了多项措施规范关联交易，主要措施如下：

1、本公司实际控制人冯永林作出关于避免和规范本公司关联交易承诺：

“（1）本人不会利用对发行人的控制地位操纵、指示发行人或者发行人的董事、监事、高级管理人员，使得发行人以不公平的条件，提供或者接受资金、商品、服务或者其他资产，或从事任何损害发行人利益的行为；

（2）本人及本人控制的其他企业与发行人及发行人的控股子公司（若有）进行交易均将遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，保证交易公平、公允，维护发行人的合法权益，并根据法律、行政法规、中国证券监督管理委员会及证券交易所的有关规定和公司章程，履行相应的审议程序并及时予以披露；

（3）发行人在 202D 房地产证 2015 字第 00340 号地块上的新工厂办公楼投入使用后，本人独资的重庆吉尔商贸有限公司将与发行人终止位于重庆市高新区科园四路 149 号 3-3#的建筑面积为 800 平方米的办公楼房屋租赁；

（4）如本人违反本承诺致使发行人遭受损失的，在依法确定损失后，本人将在发行人董事会通知的时限内依法赔偿发行人因此遭受的损失。”

2、本公司持股 5%以上股东复原商贸、重望耀晖作出关于避免和规范本公司关联交易承诺：

“（1）本公司不会利用对发行人的控制地位/持股关系操纵、指示发行人或者发行人的董事、监事、高级管理人员，使得发行人以不公平的条件，提供或者接受资金、商品、服务或者其他资产，或从事任何损害发行人利益的行为；

（2）本公司及本公司控制的其他企业与发行人及发行人的控股子公司（若有）进行交易均将遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，保证交易公平、公允，维护发行人的合法权益，并根据法律、行政法规、中国证券监督管理委员会及证券交易所的有关规定和公司章程，履行相应的审议程序并及时予以披露；

（3）如本公司违反本承诺致使发行人遭受损失的，在依法确定损失后，本公司将在发行人董事会通知的时限内依法赔偿发行人因此遭受的损失。”

3、严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立完整的生产经营系统，人员、财务、资产与股东严格分开；关联交易履行法定的批准程序，股东大会决策时关联股东进行回避。

4、完善独立董事制度，强化对关联交易事项的监督。

5、按照“公开、公平、公正”和市场化交易原则合理定价，并实行严格的合同管理。

6、公司制定了《关联交易管理制度》，就关联方的认定、关联交易的认定、关联交易的定价、决策应遵循的原则以及关联交易信息披露等内容进行了具体规定，以保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

考虑到本公司在报告期内与关联方之间进行的关联交易金额和占比较小，本公司日后在进行有关交易时，将尽可能寻找独立第三方，以尽可能避免关联交易。

对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行《公司章程》、《关联交易管理制度》中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥监事会、独立董事的作用，并认真履行信息披露义务，保护股东和公司利益不受损害。

第八章 董事、监事与高级管理人员

一、董事、监事与高级管理人员概况

公司第一届董事会由 9 名董事组成，其中 3 名为独立董事；公司第一届监事会由陈治芳、魏军、张翼三名监事组成，其中陈治芳、张翼为股东代表监事，魏军为经公司职工民主选举产生的职工代表监事。董事和监事任期均为 3 年。

（一）董事

1、本公司董事

本公司共设 9 名董事，其中 3 名为独立董事。本公司董事由公司股东大会选举产生，任期 3 年，可连选连任。

本公司董事如下：

姓名	在本公司任职	提名人	董事任职期间
冯永林	董事长兼总经理	复元商贸	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
谢秋林	董事	重望耀晖	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
马晖	董事	重望耀晖	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
李柏峰	董事兼副总经理	复元商贸	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
王永兴	董事兼副总经理	复元商贸	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
张黎	董事兼董事会秘书、财务总监	复元商贸	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
康雁	独立董事	复元商贸	2015 年 11 月至 2018 年 8 月
马赟	独立董事	复元商贸	2015 年 11 月至 2018 年 8 月
郝颖	独立董事	复元商贸	2015 年 11 月至 2018 年 8 月

本公司董事简历如下：

冯永林先生，男，中国国籍，拥有马来西亚居留权（有效期自 2014 年 6 月 26 日至 2018 年 4 月 25 日），1963 年出生，专科学历。1981 年至 1993 年，任重庆火柴厂企管办主任、副厂长；1993 年至今，任綦江顺昌有限公司董事；1995 年至 2000 年，任重庆华盛卫生纸业公司总经理；2000 年至今，任吉尔商贸董事长；2011 年至今，为深

圳博厚锦绣投资企业（有限合伙）有限合伙人；2010 年至今，任普兆恒益执行董事。2010 年至今，任百亚有限董事长兼总经理；现任公司董事会董事长兼总经理。

谢秋林先生，男，中国国籍，拥有加拿大永久居留权，1959 年出生，高中学历。1994 年至今，任泉州培新机械制造实业有限公司执行董事、总经理；2006 年至 2014 年，任福建培新董事长；2000 年至今，任吉尔商贸董事。现任公司董事会董事。

马晖先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1975 年出生，硕士研究生学历。2000 年至 2002 年，任用友软件有限公司解决方案经理；2002 年至 2005 年，任埃森哲（中国）有限公司咨询顾问；2005 年至 2009 年，任麦肯锡（上海）咨询有限公司资深咨询顾问；2009 年至 2011 年，任罗兰贝格国际管理咨询有限公司高级项目经理；2011 年至 2014 年，任北京明锐恒丰管理咨询有限公司运营部主管、总监；2013 年至今，任安徽商之都股份有限公司董事；2015 年至 2016 年，任新远景佑成（天津）股权投资管理企业（有限合伙）运营部总监；2016 年至今任北京恒泰博车拍卖有限公司董事、珠海远扬投资管理有限公司运营部执行董事、Heal Force Bio-Meditech Holdings Limited 董事；2017 年 6 月至今任辽宁德澜医院投资管理集团有限公司董事。现任公司董事会董事。

李柏峰先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1968 年出生，硕士研究生学历。1990 年至 1998 年，在吉林工商学院任教；1999 年至 2007 年，任长春百事可乐饮料有限公司销售总监；2008 年至 2010 年，任西安百事可乐饮料有限公司总经理；2011 年至 2014 年任重庆百事天府饮料有限公司总经理；2014 年 9 月至今，任重庆百亚副总经理。现任公司董事会董事。

王永兴先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1966 年出生，硕士研究生学历。1984 年至 1988 年，任重庆干菜果品公司生产技术科干部；1991 年至 1995 年，任重庆威高利食品有限公司生产部经理；1995 年至 2012 年，历任康师傅控股有限公司处长、厂长、总厂长；2012 年至今，任重庆百亚副总经理；2014 年至今，任重庆品正食品有限公司董事。现任公司董事会董事。

张黎先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1978 年出生，硕士研究生学历。2004 年至 2010 年期间，供职于普华永道中天会计师事务所，任审计部经理；2010 年至 2012 年，供职于乡村基快餐连锁有限公司，任财务总监、代理首席财务官。2012 年至

今，任重庆百亚财务总监、董事会秘书。现任公司董事会董事。

康雁先生，男，加拿大籍，1972 年出生，硕士研究生学历。1994 年至 1997 年，任壳牌（中国）有限公司市场营销助理、业务计划经理；1998 年至 1999 年，任波士顿咨询（上海）有限公司咨询顾问；1999 年至 2001 年，任 Mitchell Madison Group LLC 高级咨询顾问；2001 年至 2004 年，任远卓管理顾问有限公司合伙人；2004 年至 2005 年，任凯捷咨询（中国）有限公司总监；2005 年至 2006 年，任摩立特信息咨询（北京）有限公司中国区总监；2006 年至 2013 年，任罗兰贝格管理咨询（上海）有限公司资深合伙人、大中国区副总裁；2013 年至 2016 年，任贝恩创效管理咨询（上海）有限公司资深合伙人，贝恩创效管理咨询（上海）有限公司亚太区数字时代业务共同领导人，大中国区消费品与零售业务主要领导人；2016 年 7 月至今，任 Autohome Inc. 总裁。现任公司董事会独立董事。

马赞先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1971 年出生，本科学历。1996 年至 2000 年，在重庆广贤律师事务所任职专职律师；2000 年至 2014 年，在重庆索通律师事务所执业，任高级合伙人；2014 年 3 月至今，任重庆元素投资有限公司执行董事、总经理；2014 年至今，任重庆渝新财股权投资基金管理有限公司董事长、总经理；2016 年至今，任宁夏元素投资有限公司执行董事。现兼任重庆股份转让中心私募债发行审核委员、重庆卫视特约评论员等职务。现任公司董事会独立董事。

郝颖先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1976 年出生，博士学历。1998 年至 1999 年，任中国振华集团宇光电工厂技术员；2002 年至 2003 年，任核工业西南物理研究院理论研究室研究员；2007 年至 2017 年 6 月，历任重庆大学经济与工商管理学院讲师、副教授、教授、博士生导师；2017 年 6 月至今任北京师范大学教授。2013 年至今，任重庆进出口信用担保有限公司独立董事；2015 年至今，担任重庆港九股份有限公司独立董事、北大医药股份有限公司独立董事、重庆进出口信用担保有限公司独立董事以及华邦生命健康股份有限公司独立董事；2017 年至今，担任成都银科创业投资有限公司独立董事。现任公司董事会独立董事。

2、本公司董事的选聘及增补情况

2015 年 8 月，公司召开创立大会，选举并聘任冯永林、马晖、谢秋林、李柏峰、王永兴、张黎为本公司董事，任命于本公司整体变更为股份公司时生效。

2015 年 11 月，公司召开 2015 年度第三次股东大会，增选选举康雁、马赞、郝颖为本公司独立董事。

（二）监事

1、本公司监事

本公司监事会由 3 名监事组成，其中包括 2 名股东代表监事和 1 名职工代表监事。本公司股东代表监事由本公司股东大会选举产生，职工代表监事由本公司职工代表大会选举产生。本公司监事任期 3 年，可连选连任。

本公司监事如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
陈治芳	监事会主席	复元商贸	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
魏军	职工监事	公司职工代表大会	2015 年 8 月至 2018 年 8 月
张翼	监事	重望耀晖	2015 年 8 月至 2018 年 8 月

本公司上述各位监事的简历如下：

陈治芳女士，女，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年出生，本科学历。1997 年至 2000 年，任重庆全心食品厂出纳；2000 年至 2008 年，任重庆丝爽内勤主管、经理；2008 年至 2010 年，任重庆丝爽销售管理部副部长；2010 年至 2013 年，任百亚有限销售管理部副部长；2013 年至 2014 年，任百亚有限重庆区域销售经理；2014 年至今，任重庆百亚销售管理部部长。现任公司监事会主席。

魏军先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年出生，硕士研究生学历。1999 年至 2003 年，任航空工业部川江仪器厂（241 厂）质量技术员；2003 年至 2005 年，任宗申技术研发公司检测中心管理室主任；2005 年至 2010 年，任重庆丝爽研发部副部长；2010 年至今，任重庆百亚采购部部长。现任公司职工监事。

张翼先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1980 年 3 月出生，本科学历，英国特许会计师协会会员，国际注册内部审计师。曾就职于毕马威华振会计师事务所、西门子（中国）有限公司、美国克瑞集团，目前担任北京明锐恒丰管理咨询有限公司投监部董事，北京博远力恒管理咨询有限公司执行董事及总经理，以及 Nineyou International Limited、杭州卡考网络科技有限公司、上海久之润信息技术有限公司、山东丁马生物

科技有限公司、广州国萃花卉交易有限公司、广州国萃花卉生态有限公司董事。现任公司监事。

2、本公司监事的选举情况

2015年8月10日，公司召开创立大会，选举并聘任陈治芳、张翼为本公司监事，任命于本公司整体变更为股份公司时生效；2015年8月9日，公司召开职工代表大会，选举魏军担任职工代表监事。

（三）高级管理人员

1、本公司高级管理人员

根据《公司章程》，本公司的高级管理人员为公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书和销售总监。

本公司高级管理人员如下：

姓名	在本公司任职	任职期间
冯永林	总经理	2015年8月至2018年8月
李柏峰	副总经理	2015年8月至2018年8月
王永兴	副总经理	2015年8月至2018年8月
张黎	财务总监、董事会秘书	2015年8月至2018年8月
王义均	销售总监	2015年8月至2018年8月
肖远照	销售总监	2015年8月至2018年8月

本公司上述各位高级管理人员简历如下：

冯永林先生，男，总经理，请参见本部分“（一）董事”之“1、本公司董事”。

李柏峰先生，男，副总经理，请参见本部分“（一）董事”之“1、本公司董事”。

王永兴先生，男，副总经理，请参见本部分“（一）董事”之“1、本公司董事”。

张黎先生，男，财务总监、董事会秘书，请参见本部分“（一）董事”之“1、本公司董事”。

王义均女士，女，中国国籍，无境外永久居留权，1961年出生，大专学历。1981年至1994年，在重庆毛纺厂毛线车间负责成本核算；1994年至1996年，任重庆华盛

卫生用品有限公司销售内勤；1996 年至 2000 年，任重庆华盛卫生用品有限公司销售部长；2000 年至 2010 年，任重庆丝爽销售部长，2010 年至 2015 年，任百亚有限稽核总监。现任公司销售总监。

肖远照先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年出生，本科学历。1995 年至 1997 年，任中梁山矿务局技术员；1998 年至 2000 年，从事个体经商；2000 年至 2004 年，任重庆丝爽销售副部长；2004 至 2013 年，任泸州琦星纸业有限公司总经理；2013 年至今，任重庆百亚发展大区核心省区总监。现任公司销售总监。

2、本公司高级管理人员的选举情况

2015 年 8 月 10 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任李柏峰、王永兴为公司副总经理，聘任王义均、肖远照为公司销售总监，聘任张黎为公司财务总监，聘任张黎为董事会秘书，自该次董事会审议通过之日起生效。

（四）本公司董事、监事、高级管理人员目前在本公司以外的其他单位的重要任职

本公司董事、监事、高级管理人员目前在本公司以外的其他单位的重要任职情况如下：

姓名	在其他单位兼职情况	
	兼职单位	兼职职务
冯永林	吉尔商贸	董事长
	复元商贸	董事长
	普兆恒益	执行董事
	重庆綦江顺昌有限公司	董事
	重庆康妮消毒服务有限公司	董事
谢秋林	泉州培新机械制造实业有限公司	执行董事、总经理
	吉尔商贸	董事
	兆富贸易	董事
马晖	安徽商之都股份有限公司	董事
	珠海远扬投资管理有限公司	运营部执行董事
	Heal Force Bio-Meditech Holdings Limited	董事
	北京恒泰博车拍卖有限公司	董事
	辽宁德澜医院投资管理集团有限公司	董事
王永兴	光元投资	普通合伙人

姓名	在其他单位兼职情况	
	兼职单位	兼职职务
	重庆品正食品有限公司	董事
李柏峰	原元投资	普通合伙人
张黎	汇元投资	普通合伙人
张翼	Nineyou International Limited	董事
	北京博远力恒管理咨询有限公司	执行董事、总经理
	杭州卡考网络科技有限公司	董事
	上海久之润信息技术有限公司	董事
	山东丁马生物科技有限公司	董事
	YIMUTIAN INC.	董事
	YIMUTIAN HONGKONG LIMITED	董事
	KAKAO INTERNATIONAL INC.	董事
	KaKao International Holdings Limited	董事
	Plasease International Ltd.	董事
	北京明锐恒丰管理咨询有限公司	投监部董事
	Guocui Flowers Holdings Limited	董事
	广州国萃花卉交易有限公司	董事
	广州国萃花卉生态有限公司	董事
康雁	Autohome Inc.	总裁(President)
马赞	重庆渝新财股权投资基金管理有限公司	董事长、总经理
	重庆元素投资有限公司	董事长、总经理
	宁夏元素投资有限公司	执行董事
	中国嘉陵工业股份有限公司（集团）	独立董事
	福安药业（集团）股份有限公司	独立董事
郝颖	北京师范大学	教授
	重庆进出口信用担保有限公司	独立董事
	重庆港九股份有限公司	独立董事
	北大医药股份有限公司	独立董事
	华邦生命健康股份有限公司	独立董事
	成都银科创业投资有限公司	独立董事

二、本公司董事、监事及高级管理人员个人投资情况

（一）持有本公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长、总经理冯永林通过复元商贸间接持有公司 46.06% 股份。董事谢秋林间接持有公司 17.51% 股份，董事李柏峰通过原元投资间接持有公司 0.35% 股份，董事王永兴通过光元投资间接持有公司 0.35% 股份，董事张黎通过汇元投资间接持有公司 0.26% 股份，监事魏军通过光元投资间接持有公司 0.14% 股份，监事陈治芳通过汇元投资间接持有公司 0.13% 股份，销售总监王义均通过原元投资间接持有公司 0.27% 股份，销售总监肖远照通过原元投资间接持有公司 0.26% 股份。具体情况详见“第五章发行人基本情况”之“十、发起人、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）发起人基本情况”。

除上述持股情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属均未以任何方式直接或间接持有本公司股份。上述董事、监事及高级管理人员直接或间接持有的股份不存在质押或冻结的情况。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司董事、监事、高级管理人员间接持股变动情况如下：

姓名	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)
冯永林	17,731	46.06	17,731	46.06	9,965	52.45
谢秋林	6,745	17.51	6,745	17.51	3,322	17.48
李柏峰	134.5	0.35	134.5	0.35	-	-
王永兴	134.5	0.35	134.5	0.35	-	-
张黎	99.1	0.26	99.1	0.26	-	-
魏军	52.1	0.14	52.1	0.14	-	-
陈治芳	48.8	0.13	48.8	0.13	-	-
王义均	104.3	0.27	104.3	0.27	-	-
肖远照	100.9	0.26	100.9	0.26	-	-
合计	25,150.2	65.33	25,150.2	65.33	13,287	69.93

（二）董事、监事及高级管理人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事及高级管理人员对外投资主要情况如

下表所示：

姓名	公司名称	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	经营范围
冯永林	吉尔商贸	1,378	75	销售：五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表；企业管理咨询服务；自有房屋租赁
	复元商贸	100	100	销售：五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表、日化用品、日用百货、日杂用品（不含烟花爆竹）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）
	普兆恒益	100	80	投资咨询(不含金融、证券、期货)。(以上经营范围法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前，不得经营。)
	重庆綦江顺昌有限公司	50	30	批发、零售：建筑材料(不含危险化学品)，金属材料(不含稀有金属)，五金，化工原料(除化危品)，普通机电设备，汽车配件，其他仪器，百货，日用杂品(不含易燃易爆品)，仪器仪表，矿产品(不含稀有矿)，加工销售黑铁丝。
	深圳博厚锦绣投资企业（有限合伙）	-	27.66	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、投资管理（不含股票、债券、期货、基金投资及其它限制项目）；投资咨询（不含人才中介服务、证券及限制项目）。
谢秋林	吉尔商贸	1,378	25	销售：五金、机电设备、汽车配件、仪器仪表；企业管理咨询服务；自有房屋租赁
	培新国际集团有限公司	-	100	对外投资
	兆富贸易	-	100	投资咨询
	泉州市鲤城培新轻工机械厂	-	100	本企业自有厂房出租
马赟	重庆元素投资有限公司	420	65	从事投资业务；投资管理；投资咨询（以上范围皆不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务）；商务信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	重庆渝新财股权投资基金管理有限公司	2,000	80	股权投资管理、咨询（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
王永兴	重庆品正食品有限公司	2,000	22	生产：饮料（碳酸饮料（汽水）类、其他饮料类）（按许可证核定期限从事经营）；食品用塑料包装、容器、工具等制品。
	成都涌泉食品有限公司	100	40	蔬菜制品（酱腌菜）、调味料、农产品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
	光元投资	2,000	12.24	股权投资及股权资产管理
张黎	汇元投资	2,000	7.87	股权投资及股权资产管理
李柏峰	原元投资	2,000	11.77	股权投资及股权资产管理
魏军	光元投资	2,000	4.74	股权投资及股权资产管理

姓名	公司名称	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	经营范围
陈治芳	汇元投资	2,000	3.88	股权投资及股权资产管理
王义均	原元投资	2,000	9.13	股权投资及股权资产管理
肖远照	原元投资	2,000	8.83	股权投资及股权资产管理
张翼	北京博远力恒 管理咨询有限 公司	10	100	企业管理咨询；投资咨询；经济贸易咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
	杭州互秀电子 商务有限公司	3,500	3.34	服务：第二类增值电信业务中的信息服务业务（凭有效许可证经营），计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，计算机系统集成，国内广告的设计、制作、代理；批发零售（含网上）：针纺织品，服装，鞋帽，日用百货，婴童用品，玩具，床上用品，家居用品，文具用品，体育用品，化妆品，家用电器，厨房及卫生洁具，工艺美术品，电子产品，通讯设备，预包装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）（凭有效许可证经营），二类医疗器械；零售：出版物（图书、音像制品）（凭有效许可证经营）；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）。
	北京贞观雨科 技有限公司	1,000	6.48	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至 2018 年 01 月 22 日）；技术推广服务；应用软件开发（不含医用软件）；基础软件服务；计算机系统服务；货物进出口；技术进出口；代理进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
	杭州卡考网络 科技有限公司	46.134	9.33	服务：计算机软、硬件及网络工程的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，计算机系统集成设计、调试及维护，设计、制作、代理国内广告，房产中介。
	北京腾云天下 科技有限公司	1018.2033	5	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）（互联网信息服务增值电信业务经营许可证有效期至 2018 年 09 月 25 日）；技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备、机械设备。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
	杭州埃米网络 科技有限公司	100	5.45	服务：数据处理技术、网络信息技术、计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务），计算机系统集成，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告发布），承办会展，企业管理咨询，企业营销策划，投资管理、投资咨询（以上项目除证券、期货，未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客

姓名	公司名称	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	经营范围
				理财等金融服务); 批发、零售 (含网上销售): 计算机软件及配件, 针纺织品, 服装, 鞋帽, 日用百货, 玩具, 床上用品, 家居用品, 文具用品, 体育用品, 工艺美术品, 办公用品, 化妆品, 家用电器, 厨卫用品, 珠宝首饰, 通讯设备、电子产品 (除专控), 五金交电, 花卉, 初级食用农产品 (除食品、药品); 预包装食品销售, 散装食品销售, 特殊食品销售; 货物进出口、技术进出口 (国家法律、行政法规禁止的项目除外, 法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营)。

上述对外投资中, 除吉尔商贸与本公司存在关联交易外 (具体情况请参见本招股说明书“第七章同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系和关联交易”), 上述人员的对外投资与本公司不存在利益冲突。

除上述对外投资外, 本公司董事、监事及高级管理人员无其他对本公司有重大影响的对外重大投资情况。

三、本公司董事、监事及高级管理人员薪酬情况

本公司现任董事、监事及高级管理人员于 2016 年在本公司领取薪酬情况如下:

单位: 元

姓名	现任本公司职务	2016 年收入/津贴
冯永林	董事长、总经理	920,659
谢秋林	董事	-
马晖	董事	-
李柏峰	董事、副总经理	769,322
王永兴	董事、副总经理	736,780
张黎	董事、董事会秘书、财务总监	443,249
康雁	独立董事	84,000
马赟	独立董事	84,000
郝颖	独立董事	84,000
陈治芳	监事会主席	206,636
魏军	职工代表监事	195,781
张翼	监事	-
王义均	销售总监	447,736

姓名	现任本公司职务	2016 年收入/津贴
肖远照	销售总监	422,125

本公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。

四、本公司与董事、监事及高级管理人员的有关协议及重要承诺

本公司与在公司内部任职的董事、监事和全部高级管理人员均签署劳动合同，截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

公司董事、监事及高级管理人员作出的重要承诺参见本招股说明书“第五章发行人基本情况”之“十四、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况”。

五、公司的董事、监事及高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，本公司的董事、监事及高级管理人员相互之间不存在近亲属关系。

六、董事、监事及高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

七、报告期内本公司董事、监事及高级管理人员变动情况

百亚有限成立时，由于规模较小，为外商独资企业，未设董事会和监事会，由冯永林担任公司执行董事并履行董事会职责，由王义均担任公司监事并履行监事会职责。报告期内，公司董事和高级管理人员没有发生对发行人经营管理和本次发行并上市构成重

大影响的变化。

（一）发行人董事的任职变动情况

1、根据相关会议文件，百亚有限 2014 年初的董事为冯永林、谢秋林、吴嘉怡、胡玥玥、周彻。其中，冯永林担任董事长。

2、2014 年 9 月 10 日，百亚有限召开相关会议，胡玥玥不再担任董事，由马晖担任公司董事。

3、2015 年 1 月 30 日，百亚有限召开相关会议，周彻不再担任董事，由李柏峰担任公司董事。

4、2015 年 8 月 10 日，发行人召开创立大会，选举冯永林、马晖、谢秋林、李柏峰、王永兴、张黎担任发行人董事。

5、2015 年 11 月 21 日，发行人召开股东大会，增选康雁、马赟、郝颖担任发行人第一届董事会独立董事。

发行人董事会运行良好，董事会核心成员保持稳定，董事会的上述变化并未对发行人经营管理和本次发行并上市构成重大影响。

报告期初，董事会仅有 5 名成员，其中：2 名股东董事为冯永林（公司实际控制人）、谢秋林（间接持有公司股权的股东），2 名来自 New Horizon，即胡玥玥、吴嘉怡，1 名为发行人员工，即周彻。

目前，发行人董事会增至 9 名成员，其中：冯永林、谢秋林较报告期初未发生变化；来自 New Horizon 的董事因其内部人员调整，由马晖替代胡玥玥、吴嘉怡；原 1 名来自公司员工的董事增至 3 名，原董事周彻由 3 名公司高级管理人员替换，即李柏峰、王永兴和张黎；新增 3 名独立董事康雁、马赟、郝颖。具体如下：

类别	现任董事姓名	情况介绍
股东董事	冯永林	董事长、实际控制人，未发生变化
	谢秋林	董事，未发生变化
来自 New Horizon 的董事	马晖	替代了原来自 New Horizon 的董事胡玥玥、吴嘉怡
管理层董事	李柏峰 王永兴 张黎	在公司报告期期初，公司仅有一位员工周彻担任董事，随着公司的发展壮大，员工董事由高级管理人员李柏峰、王永兴和张黎替代
独立董事	康雁 马赟 郝颖	为发行人根据法律法规的要求新增的独立董事

综上，报告期内董事会随着公司的发展和治理结构的完善，董事人数增加，人员结

构发生少量变动，但是：（1）冯永林、谢秋林未发生变化；（2）财务投资人 New Horizon 本身未发生变化，因其内部人员调整，替换了派驻的董事；（3）公司员工董事由原来的 1 人增加为 3 人，由 3 位高级管理人员换了原董事；（4）新增 3 名独立董事。因此，公司董事会核心成员稳定，其他董事的变化是因为财务投资人派驻董事调整、公司完善健全治理结构导致，不属于重大变化，未对发行人报告期内业务和生产经营决策的连续性和稳定性构成影响。

（二）发行人监事的任职变化情况

1、根据发行人相关会议文件百亚有限 2014 年初的监事为王义均、张永飞、张翼，其中，王义均担任监事会主席。

2、2015 年 6 月，重望耀晖作出股东决议，免去王义均、张翼的监事职务。职工代表作出职工代表大会决议，免去张永飞职工代表监事职务。6 月 5 日，重望耀晖及新增股东复元商贸作出股东会决议，同意由重望耀晖、复元商贸分别委派张翼、张永飞为公司股东代表监事。

3、2015 年 8 月，百亚有限召开职工代表大会，同意选举魏军为职工代表监事。

4、2015 年 8 月 10 日，发行人召开创立大会，同意选举陈治芳、张翼担任股东代表监事，与职工代表监事魏军共同组成重庆百亚第一届监事会。

（三）发行人高级管理人员的任职变化情况

根据本公司《公司章程》的规定，本公司的高级管理人员为公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书和销售总监。发行人自设立以来高级管理人员的任职变化情况如下：

1、根据发行人相关会议文件，百亚有限 2014 年初的高级管理人员分别为：总经理冯永林、副总经理王永兴、财务总监及董事会秘书张黎。

2、2015 年 6 月，因股东发生变更，百亚有限召开董事会，重新任命冯永林为总经理。

3、2015 年 8 月，重庆百亚召开第一届董事会第一次会议，同意选举李柏峰、王永兴为公司副经理，聘任王义均、肖远照为公司销售总监，聘任张黎为公司财务总监、董事会秘书。

报告期内发行人高级管理人员不断扩充壮大，并未产生重大变化。

报告期初，发行人高级管理人员为总经理冯永林、副经理王永兴、财务总监及董事会秘书张黎。

随着公司的发展和治理结构的完善，根据发行人设立时的《公司章程》，发行人将销售总监纳入高级管理人员范畴。目前发行人高级管理人员增至 6 名，报告期初的三位高级管理人员无变化，新增一名副经理李柏峰以及两名销售总监王义均、肖远照。

综上，报告期内公司高级管理人员组成结构未发生重大变化，增加高级管理人员数量是基于发行人发展要求以及治理结构完善的要求，对发行人报告期内业务和生产经营决策的连续性和稳定性不构成影响。

第九章 公司治理结构

一、概述

本公司建立了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，为公司高效发展提供了制度保障。公司已经按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律、法规的要求，制定了《公司章程》。同时根据有关法律、法规及《公司章程》，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事议事规则》、《董事会秘书工作细则》、以及董事会各专门委员会议事规则等制度，建立起符合股份公司上市要求的法人治理结构。

公司治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法规范运作，履行职责，公司治理结构的功能已不断完善。

二、股东大会制度建立健全及运行情况

股东大会是本公司最高权力机构，由全体股东组成。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，并制订了《股东大会议事规则》。公司股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利。

（一）股东大会的职权

本公司股东大会行使下列职权：

- 1、决定公司的经营方针和投资计划；
- 2、选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- 3、审议批准董事会的报告；
- 4、审议批准监事会报告；
- 5、审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- 6、审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- 7、对公司增加或者减少注册资本作出决议；

- 8、对发行公司债券作出决议；
- 9、对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- 10、修改公司章程；
- 11、对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- 12、审议批准《公司章程》第三十九条规定的担保事项；
- 13、审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；
- 14、审议批准变更募集资金用途事项；
- 15、审议股权激励计划；
- 16、审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

（二）股东大会的决策程序

根据《公司章程》及《股东大会议事规则》，公司股东大会的决策程序如下：

1、股东大会召集

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司法》第一百条的规定应当召开临时股东大会的情形时，在两个月内召开临时股东大会。董事会在规定的期限内按时召集股东大会。

独立董事有权向董事会书面提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的应当说明理由。

监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并以书面形式向董事会提出。董事会根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，在作出董事会决

议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，征得监事会的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提议后 10 日内未作出书面反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并以书面形式向董事会提出。董事会根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东可以自行召集和主持。

监事会或股东决定自行召集股东大会的，应当书面通知董事会。在股东大会决议作出前，召集股东持股比例不得低于 10%。

2、股东大会提案

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3% 以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司 3% 以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，并说明临时提案的内容。除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

3、股东大会的通知

除非股东大会同意豁免提前通知义务，召集人应当在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会应当于会议召开 15 日前通知各股东。公司在计算起始时限时不包括会议召开当日。

召开股东大会会议的通知应当以书面形式作出，可采用专人送达、传真、邮件、电子邮件方式。

4、股东大会的召开

股东大会召开时，公司全体董事、监事和董事会秘书应当出席会议，经理和其他高级管理人员应当列席会议。股东大会由董事长主持，董事长不能履行职务或不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持。监事会自行召集的股东大会，由监事会主席主持。监事会主席不能履行职务或不履行职务时，由半数以上监事共同推举的一名监事主持。

在年度股东大会上，董事会、监事会应当就其过去一年的工作向股东大会作出报告。每名独立董事也应作出述职报告。

5、股东大会的表决

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

股东大会审议关联交易事项之前，公司应当依照国家的有关法律、法规并参照证券交易所有关规定确定关联股东的范围。关联股东或其授权代表可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但在投票表决时应当回避表决。

股东大会决议有关关联交易事项时，关联股东应主动回避，不参与投票表决；关联股东未主动回避表决，参加会议的其他股东有权要求关联股东回避表决。关联股东回避后，由其他股东根据其所持表决权进行表决，并依据《公司章程》和《股东大会议事规则》之规定通过相应的决议；关联股东的回避和表决程序由股东大会主持人通知，并载入会议记录。

6、股东大会的决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。

股东大会作出普通决议，应由出席会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过，方为有效。但是，该关联交易事项涉及《公司章程》规定的需要以特别决议通过的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过，方为有效。

下列事项由股东大会以普通决议通过：

- ①董事会和监事会的工作报告；
- ②董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；
- ③董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；
- ④公司年度预算方案、决算方案；
- ⑤公司年度报告；
- ⑥除法律、行政法规规定或者《公司章程》规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：

- ①公司增加或者减少注册资本；
- ②公司的分立、合并、解散或变更公司形式；
- ③《公司章程》的修改；
- ④公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产30%的；
- ⑤股权激励计划；
- ⑥现金分红政策的调整或修改（自公司股票在证券交易所上市交易之日起实施）；
- ⑦法律、行政法规或《公司章程》规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

（三）股东大会运行情况

自本公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》和《公司章程》的规定规范运作。自股份公司成立至本招股说明书签署日，本公司共召开了 8 次股东大会。历次股东大会

召开情况如下：

序号	召开时间	出席人员情况
1	2015 年 8 月 10 日	全体股东
2	2015 年 9 月 15 日	全体股东
3	2015 年 11 月 21 日	全体股东
4	2016 年 1 月 17 日	全体股东
5	2016 年 5 月 13 日	全体股东
6	2016 年 9 月 20 日	全体股东
7	2017 年 1 月 18 日	全体股东
8	2017 年 3 月 20 日	全体股东

上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和《公司章程》的规定。

三、董事会制度建立健全及运行情况

本公司依据《公司法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定并由股东大会审议通过了《董事会议事规则》，《董事会议事规则》对董事会的职权、召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等进行了规范。

（一）董事会的构成

公司设董事会。董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 人，设董事长 1 人。董事由股东大会选举或更换。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事任期 3 年，任期届满，可连选连任。

（二）董事会的职权

董事会行使下列职权：

- 1、召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- 2、执行股东大会的决议；
- 3、决定公司的经营计划和投资方案；
- 4、制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

- 5、制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- 6、制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- 7、拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- 8、在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- 9、决定公司内部管理机构的设置；
- 10、聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- 11、制定公司的基本管理制度；
- 12、制订公司章程的修改方案；
- 13、向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- 14、听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- 15、法律、行政法规、部门规章、公司章程或股东大会授予的其他职权。

（三）董事会的决策程序

根据《公司章程》及《董事会议事规则》，董事会的决策程序如下：

1、董事会会议召集

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。

有下列情形之一的，董事长应召集临时董事会会议：

- ① 董事长认为必要时；
- ② 代表十分之一以上表决权的股东提议时；
- ③ 三分之一以上董事联名提议时；
- ④ 半数以上的独立董事联名提议时；
- ⑤ 监事会提议时；

- ⑥ 总经理提议时；
- ⑦ 证券监管部门要求召开时；
- ⑧ 本公司《公司章程》规定的其他情形。

董事会召开临时董事会会议应在会议召开五日以前按召开定期会议的内容和方式通知各董事和监事以及总经理、董事会秘书。

董事会由董事长负责召集并主持。如董事长因特殊原因不能履行职责时，由副董事长履行职务（公司有两位或两位以上副董事长的，由半数以上董事共同推举的副董事长履行职务）；副董事长不能履行职务或者不履行职务的，可由半数以上的董事共同推举一名董事负责召集会议。

2、董事会会议的通知

召开董事会定期会议，董事会办公室应当提前十日将盖有董事会办公室印章的书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体董事和监事以及总经理、董事会秘书。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

3、董事会会议的召开

董事会审议通过会议提案并形成相关决议，必须有超过公司全体董事人数之半数的董事对该提案投赞成票。法律、行政法规和《公司章程》规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的，从其规定。

出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

- ① 根据有关法律、行政法规、部门规章规定董事应当回避的情形；
- ② 董事本人认为应当回避的情形；
- ③ 《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

（四）董事会运行情况

本公司设立以来，董事会一直严格按照有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，并严格履行相关召集程序及信息披露义务。截至本招股说明书签署日，本公司共召开 22 次董事会会议。历次董事会召开情况如下：

序号	召开时间	出席人员情况
1	2010 年 12 月 2 日	执行董事冯永林
2	2011 年 4 月 17 日	全体董事
3	2012 年 9 月 14 日	全体董事
4	2012 年 12 月 18 日	全体董事
5	2014 年 1 月 7 日	全体董事
6	2014 年 6 月 6 日	全体董事
7	2014 年 9 月 10 日	全体董事
8	2015 年 1 月 30 日	全体董事
9	2015 年 4 月 15 日	全体董事
10	2015 年 5 月 25 日	全体董事
11	2015 年 6 月 5 日	全体董事
12	2015 年 7 月 13 日	全体董事
13	2015 年 7 月 24 日	全体董事
14	2015 年 8 月 10 日	全体董事
15	2015 年 11 月 6 日	全体董事
16	2015 年 12 月 28 日	全体董事
17	2016 年 1 月 2 日	全体董事
18	2016 年 4 月 28 日	全体董事
19	2016 年 9 月 20 日	全体董事
20	2016 年 12 月 23 日	全体董事
21	2017 年 2 月 28 日	全体董事
22	2017 年 7 月 20 日	全体董事

本公司上述历次董事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在董事会违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

本公司根据《公司法》、《证券法》等法律法规及《公司章程》制定了《董事会议事规则》，对董事会的组成及其职权、董事长的职权、董事会会议的议事和表决程序、董

事会会议记录、董事会决议及公告等方面作出了明确的规定，符合上市公司治理的规范性文件要求，且与该等规范性文件的要求不存在实质差异。

（五）董事会专门委员会

本公司董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会，分别负责公司的发展战略、审计、董事和高级管理人员的提名、甄选和管理等工作。

（1）战略委员会

2015年11月6日，本公司召开第一届董事会第二次会议，通过《关于设立董事会专门委员会并通过专门委员会实施细则的议案》，设立战略委员会。本公司第一届董事会战略委员会由董事冯永林、谢秋林、马晖及独立董事康雁组成，其中冯永林担任委员会主席。

本公司战略委员会主要职责为：

- ①对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；
- ②对规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；
- ③对规定须经董事会批准的重大资本运作资产经营项目进行研究并提出建议；
- ④对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；
- ⑤对以上事项的实施进行检查；
- ⑥董事会授权的其他事宜。

截至本招股说明书签署日，公司战略委员会的召开情况如下：

序号	召开时间	会议内容
1	2015年12月28日	审议并通过《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并在深圳证券交易所中小板上市的议案》

（2）审计委员会

2015年11月6日，本公司召开第一届董事会第二次会议，通过《关于设立董事会专门委员会并通过专门委员会实施细则的议案》，设立审计委员会。本公司第一届董事会审计委员会由董事张黎及独立董事郝颖、马赞、康雁组成，其中郝颖担任委员会主席。

本公司审计委员会的主要职责为：

- ①监督及评估外部审计机构工作，提议聘请或更换外部审计机构；
- ②指导内部审计工作，监督公司的内部审计制度及其实施；
- ③协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；
- ④审核公司的财务信息及其披露，并对财务报告发表意见；
- ⑤评估内部控制的有效性，对重大关联交易进行审计；
- ⑥公司董事会授予的其他事宜。

截至本招股说明书签署日，公司审计委员会的召开情况如下：

序号	召开时间	会议内容
1	2015年12月28日	审议并通过《关于对公司报告期内关联交易予以确认的议案》、《关于聘请公司本次发行并上市审计机构的议案》、《关于公司对外报出的2012年度、2013年度、2014年度及2015年1-9月财务报告的议案》及《关于对外报出<重庆百亚卫生用品股份有限公司于2015年9月30日与财务报表相关的内部控制有效性认定书>的议案》
2	2016年4月28日	审议并通过《关于确认公司2015年度日常关联交易及2016年度日常关联交易预计的议案》、《关于公司聘请2016年度审计机构的议案》
3	2016年9月20日	审议并通过《关于对外报出重庆百亚卫生用品股份有限公司2013年度、2014年度、2015年度及截至2016年6月30日止6个月期间财务报表及附注的议案》《关于对外报出重庆百亚卫生用品股份有限公司截至2016年6月30日止的内部控制有效性评价认定书的议案》《关于对外报出重庆百亚卫生用品股份有限公司2013年度、2014年度、2015年度及截至2016年6月30日止6个月期间原始财务报表与申报财务报表的差异比较表及其说明、净资产收益率和每股收益计算表、主要税种纳税情况说明、非经常性损益明细表的议案》《关于对公司报告期内关联交易予以确认的议案》
4	2017年2月28日	审议并通过《关于对外报出公司2014年度、2015年度及2016年度财务报告的议案》《关于对外报出<重庆百亚卫生用品股份有限公司截至2016年度内部控制审核报告>的议案》《关于对外报出<重庆百亚卫生用品股份有限公司2014年度、2015年度、2016年度原始财务报表与申报财务报表的差异比较表、净资产收益率和每股收益计算表、主要税种纳税情况说明、非经常性损益明细表>的议案》《关于公司2016年度利润分配方案的议案》《关于公司2016年度财务决算报告的议案》《关于公司2017年度财务预算报告的议案》《关于公司聘请2017年度审计机构的议案》
5	2017年7月20日	审议并通过《关于对外报出公司2014年度、2015年度

序号	召开时间	会议内容
		及 2016 年度财务报告的议案》《关于对外报出<重庆百亚卫生用品股份有限公司 2016 年度的内部控制审核报告>的议案》《关于对外报出<重庆百亚卫生用品股份有限公司 2014 年度、2015 年度、2016 年度的原始财务报表与申报财务报表的差异比较表、净资产收益率和每股收益计算表、主要税种纳税情况说明、非经常性损益明细表>的议案》

（3）薪酬与考核委员会

2015 年 11 月 6 日，本公司召开第一届董事会第二次会议，通过《关于设立董事会专门委员会并通过专门委员会实施细则的议案》，设立薪酬与考核委员会。本公司第一届董事会薪酬与考核委员会由董事王永兴及独立董事郝颖、马赞、康雁组成，其中康雁担任委员会主席。

本公司薪酬与考核委员会的主要职责为：

①根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及社会相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；

②薪酬计划方案主要包括但不限于：绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

③审查公司董事及高级管理人员履行职责的情况并对其进行年度绩效考评；

④负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

⑤董事会授权的其他事宜。

截至本招股说明书签署日，公司薪酬与考核委员会的召开情况如下：

序号	召开时间	会议内容
1	2015 年 12 月 28 日	审议并通过《2015 年度对公司董事、高级管理人员薪酬考核执行情况的报告》及《2016 年度公司董事、高级管理人员薪酬与考核方案的报告》
2	2016 年 4 月 28 日	审议并通过《关于公司 2015 年度董事、监事和高级管理人员薪酬的议案》
3	2017 年 2 月 28 日	审议并通过《关于公司 2016 年度董事、监事和高级管理人员薪酬的议案》

（4）提名委员会

2015 年 11 月 6 日，本公司召开第一届董事会第二次会议，通过《关于设立董事会

专门委员会并通过专门委员会实施细则的议案》，设立提名委员会。本公司第一届董事会提名委员会由董事李柏峰及独立董事马赞、郝颖、康雁组成，其中马赞担任委员会主席。

本公司提名委员会主要职责为：

①根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会、高级管理人员的规模和构成向董事会提出建议；

②研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

③广泛搜寻合格的董事及高级管理人员的人选；

④对董事候选人进行资格审查并提出建议；

⑤对须提请董事会聘任的高级管理人员进行审查并提出建议；

⑥就董事委任、更换，以及董事继任计划的有关事宜向董事会提出建议；

⑦审核独立董事的独立性；

⑧董事会授权的其他事宜。

自本公司聘任各专门委员会以来，各专门委员会依照有关法律、法规和《公司章程》勤勉尽职地履行职权，依法对需要其发表意见的事项发表了意见，对完善发行人治理结构和规范发行人运作发挥了积极的作用。

四、监事会制度建立健全及运行情况

本公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定并由股东大会审议通过《监事会议事规则》，在《公司章程》的基础上对监事会的职权、议事规则等进行了细化。

（一）监事会的设置

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，其中 1 名为职工监事。监事会设主席 1 人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事任期届满，连选可以连任。董事、总经理和其他高级管理人员不得兼任监事。监事的任期每届为 3 年。

（二）监事会的职权

监事会行使下列职权：

- 1、检查公司财务；
- 2、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- 3、当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- 4、提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- 5、向股东大会提出提案；
- 6、依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- 7、对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及履行相关决策程序和信息披露等情况进行监督，存在问题时发表明确意见并督促其及时改正；
- 8、发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。
- 9、股东大会授予的其他职权。

（三）监事会决策程序

根据《公司章程》及《监事会议事规则》，监事会的决策程序如下：

1、监事会会议召集

监事会会议由监事会主席负责召集，监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集监事会会议。

监事会会议分为定期监事会会议（“定期会议”）和临时监事会会议（“临时会议”）。监事会定期会议应当每六个月至少召开一次。出现下列情况之一的，监事会应当在十日内召开临时会议：

- ①任何监事提议召开时；

②股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章、监管部门的各种规定和要求、《公司章程》、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；

③董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者在市场中造成恶劣影响时；

④公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；

⑤《公司章程》规定的其他情形需要召开时。

监事提议召开临时会议的，应当通过监事会办公室或者直接向监事会主席提交经提议监事签字的书面提议。

2、监事会会议的通知

召开监事会定期会议和临时会议，监事会办公室应当分别提前十日和五日将书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体监事。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明

3、监事会会议的召开

监事会会议由监事会主席主持，监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事主持监事会会议。

监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面等方式进行。

（四）监事会的运行情况

公司已制定了《监事会议事规则》，监事会运行规范。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，公司先后共召开 3 次监事会，历次监事会召开情况如下：

序号	召开时间	出席人员情况
1	2015 年 8 月 10 日	全体监事
2	2016 年 4 月 28 日	全体监事
3	2017 年 2 月 28 日	全体监事

上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法

规和《公司章程》的规定。

五、独立董事制度

（一）独立董事的设置

独立董事人数不得低于公司董事会成员人数的三分之一，至少包括一名会计专业人士（会计专业人士是指具有高级职称或注册会计师资格的人士）。目前公司设独立董事 3 名。

独立董事原则上最多在五家上市公司兼任独立董事，并确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责。

独立董事应当符合下列条件：

- 1、根据《公司法》及其他法律法规，具备担任公司董事的资格；
- 2、具有《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》所要求的独立性；
- 3、具备公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；
- 4、具有五年以上法律、经济、财务、管理或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；
- 5、法律法规及《公司章程》规定的其他条件。

独立董事必须具有独立性，下列人员不得担任独立董事：

- 1、在公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系（直系亲属是指配偶、父母、子女等；主要社会关系是指兄弟姐妹、配偶的父母、子女的配偶、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；
- 2、直接或间接持有公司已发行股份 1% 以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；
- 3、在直接或间接持有公司已发行股份 5% 以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；
- 4、在公司控股股东、实际控制人及其附属企业任职的人员及其直系亲属（任职是

指担任董事、监事、高级管理人员以及其他工作人员)；

5、为公司及其控股股东或者其各自附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员，包括但不限于提供服务的中介机构的项目组全体人员、各级复核人员、在报告上签字的人员、合伙人及主要负责人；

6、在与公司及其控股股东、实际控制人或者其各自的附属企业有重大业务往来的单位任职，或者在有重大业务往来单位的控股股东单位任职(重大业务往来是指根据《公司章程》规定需提交股东大会审议的事项)；

7、最近一年内曾经具有前六项所列举情形的人员。

此外，独立董事应无下列情形：

- 1、过往任职独立董事期间，经常缺席或经常不亲自出席董事会会议的；
- 2、过往任职独立董事期间，未按规定发表独立董事意见或发表的独立意见经证实明显与事实不符的；
- 3、最近三年内受到中国证监会以外的其他有关部门处罚的；
- 4、同时在超过五家上市公司担任董事、监事或高级管理人员的；
- 5、不符合其他有关部门对于董事、独立董事任职资格规定的；
- 6、影响独立董事诚信勤勉和独立履行职责的其他情形。

（二）独立董事的职责

公司独立董事对全体股东负有诚信与勤勉义务，独立董事应当严格遵守《重庆百亚卫生用品股份有限公司独立董事工作制度》规定的程序，行使法律、法规和《公司章程》赋予的职权，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受侵害。

独立董事应当独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人、或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还享有以下特别职权：

- 1、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- 2、向董事会提请召开临时股东大会；

- 3、提议召开董事会；
- 4、独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- 5、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事二分之一以上同意。

（三）独立董事制度实际发挥作用的情况

公司自设立独立董事以来，独立董事依据有关法律法规、《公司章程》和有关上市规则谨慎、认真、勤勉地履行了权利和义务，参与了公司重大经营决策，对公司重大关联交易和重大投资项目均发表了独立公允的意见，为公司完善治理结构和规范运作起到了积极作用。

六、董事会秘书

（一）董事会秘书的设置

本公司设立一名董事会秘书。董事会秘书为公司的高级管理人员，对董事会负责，承担法律、法规及《公司章程》对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

（二）董事会秘书的主要职责

根据《公司章程》及《董事会秘书工作制度》董事会秘书的主要职责如下：

- 1、负责公司信息披露管理事务；
- 2、协助董事会加强公司治理机制建设；
- 3、负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；
- 4、负责公司股权管理事务；
- 5、协助董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；
- 6、负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关

人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；

7、提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务。如知悉前述人员违反相关法律法规、其他规范性文件或《公司章程》，做出或可能做出相关决策时，应当予以警示，并立即向交易所报告；

8、应履行《公司法》、中国证监会和交易所要求履行的其他职责。

自受聘以来，本公司董事会秘书一直依照有关法律、法规和《公司章程》的规定认真履行其职责。

七、本公司报告期内违法违规情况

本公司严格遵守国家的有关法律和法规，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到国家行政及行业主管部门的重大处罚。

1、消防主管机关处罚及整改情况

2015年1月30日，重庆市巴南区公安消防支队在检查中发现百亚有限向重庆丝爽租赁的厂房存在重大火灾隐患，遂向百亚有限下发《重大火灾隐患整改通知书》（巴公消重字[2015]第0001号），责令其于2016年1月28日之前整改。重庆市巴南区公安消防支队于2015年3月5日向百亚有限作出《行政处罚决定书》（巴公（消）行罚决字[2015]第0035号），责令百亚有限停止使用未经消防验收的卫生巾厂房、尿不湿厂房，并处罚款10万元罚款。

在收到消防主管部门的行政处罚后，公司积极履行了以下程序及整改措施：于2015年3月30日足额缴纳罚款10万元；于2015年3月20日向重庆市巴南区公安消防支队提交《消防整改计划报告》；新建厂房于2015年12月完工投入使用，公司停止租赁重庆丝爽上述未经消防验收的厂房。

截至重庆市巴南区公安消防支队规定的整改到期日之前，公司已停止使用并整体搬离至百亚国际产业园且投入生产，前述不合规行为已经终止。2016年1月29日，重庆市巴南区公安消防支队出具《重大火灾隐患销案通知书》，经对发行人整改情况的检查，确认公司尿不湿厂及卫生巾厂已全部搬迁，火灾隐患已消除。

公司未严格按照重庆市巴南区公安消防支队的整改要求，停止使用上述厂房，但公

司此后立即按照要求制定和实施了一系列整改措施，重庆市巴南区公安消防支队未对发行人在按要求整改期间继续使用相关厂房提出任何异议。根据重庆市巴南区公安消防支队于 2015 年 12 月 3 日出具《合规证明》：“重庆百亚已按《行政处罚决定书》的要求，投入资金及人员进行整改。通过我队每月的现场稽核和该司提供的每月整改进度，我队综合认为，重庆百亚所涉违规情况并未造成严重的危害后果，不属于重大违法违规行为，相关处罚并不构成重大行政处罚。除此之外，自重庆百亚设立至本证明出具之日，重庆百亚严格遵守有关消防管理法律、法规、规章及规范性文件的规定，未发现其他违反消防管理法律、法规、规章及规范性文件的规定，也未因此违反消防管理法律、法规、规章及规范性文件受到其他行政处罚。”根据保荐机构及发行人律师于 2015 年 12 月 21 日与发行人消防安全主管机关重庆市巴南区公安消防支队的访谈，其确认公司已严格执行处罚决定，按时足额缴纳罚款，上述情况未造成严重危害后果，不构成重大行政处罚，不会对发行人追加处罚。

保荐人及发行人律师认为，发行人上述消防行政处罚不属于重大违法违规行为，不存在被追加处罚的风险，不构成本次发行的障碍。

2、关于百亚国际产业园曾经存在提前开工建设的情况

报告期内，就本招股说明书“第六章业务与技术”之“五、公司主要固定资产及无形资产情况”之“（三）房屋所有权”所述 15-20 项房屋所属百亚国际产业园建设项目，存在未取得《建筑工程施工许可证》提前开工建设的情况。根据《建筑工程施工许可证管理办法》，在中国境内从事各类房屋建筑及其附属设施的建造，建设单位在开工前应当向工程所在地的县级以上人民政府建设行政主管部门申请领取施工许可证。因此，发行人未取得相应许可证即开工建设的行为不符合上述法律规定。发行人已于 2015 年 12 月 4 日取得重庆市巴南区城乡建设委员会（以下简称“巴南建委”）颁发的关于开工建设该项目的《建筑工程施工许可证》（编号：500113201512020201），终止了不合规情形。巴南建委已针对发行人建设工程事宜出具了合规证明，认可发行人百亚国际产业园建设合法、合规。

3、发行人曾租用“建设用地-独立工矿用地”、“未利用地-裸岩石砾地”进行工业生产的情况

重庆丝爽曾租用重庆市巴南区南泉镇红星村五社、六社合计约 10,163.16 平方米集

体土地，在发行人收购重庆丝爽资产后，为保持生产经营稳定，重庆丝爽将该集体土地转租给发行人使用（本次资产收购的有关情况，详见第五章“五、发行人重大资产重组情况”）。

前述集体土地中包括“建设用地-独立工矿用地”和“未利用地-裸岩石砾地”。

根据《土地利用现状分类》（GB/T 21010-2007），“建设用地-独立工矿用地”属于一级类 06 项“工矿仓储用地”项下土地，并属于建设用地大类项下。根据《中华人民共和国土地管理法》（以下简称“《土地管理法》”），建设用地是指建造建筑物、构筑物的土地，包括城乡住宅和公共设施用地、工矿用地、交通水利设施用地、旅游用地、军事设施用地等。根据《土地利用现状分类》，工矿仓储用地指主要用于工业生产、物资存放场所的土地。发行人承租该“建设用地-独立工矿用地”用于工业生产经营并未超出建设用地的法定用途，符合法律法规规定。

根据《土地管理法》等规定，“未利用地”是指农用地和建设用地以外的土地，系用途无详细规划的土地。重庆丝爽开始租用集体土地并建设厂房设施时，针对农村规划的法律尚未出台，上述属于农村集体的未利用地上建设项目如何规划并无明确法律规定。根据重庆市巴南区国土资源管理分局出具的《证明》，上述重庆丝爽租用自集体经济组织的分类为“未利用地-裸岩石砾地”的土地具体使用用途并未进行详细规划，重庆丝爽自用或转租该等土地进行生产经营并未造成重大不利法律后果，且目前已停止生产经营行为，其不会对重庆丝爽和发行人处以行政处罚。

综上，保荐机构、发行人律师认为，发行人在“未利用地-裸岩石砾地”上进行工业生产的行为不属于重大违法违规行为。

八、本公司报告期内资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在本公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

九、内部控制制度的评估意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司成立以来，董事会及管理层十分重视内部控制体系的建立健全工作，通过公司治理的完善，内部组织架构的健全，内控制度的修订，已初步建立了一个科学、合理、适合本公司的内部控制体系。

1、公司的治理结构

按照《公司法》、《证券法》和公司章程的规定，本公司建立了较为完善的法人治理结构。股东大会是本公司最高权力机构，通过董事会对公司进行管理和监督。董事会是本公司的常设决策机构，向股东大会负责，对公司经营活动中的重大决策问题进行审议并做出决定，或提交股东大会审议。监事会是本公司的监督机构，负责对公司董事、高级管理人员的行为及公司财务进行监督。本公司总理由董事会聘任，在董事会的领导下，全面负责公司的日常经营管理活动，组织并实施董事会决议。董事会下设战略发展委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会四个专门委员会，以进一步完善治理结构，促进董事会科学、高效决策。

此外，本公司根据相关法律、法规及《公司章程》制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》、《专门委员会议事规则》、《对外担保决策制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》等相关制度，为公司法人治理的规范化运行提供了制度保证。

2、公司职能部门及规章制度

公司根据职责划分，设立了市场部、销售管理部、KA 管理部、稽核部、研发中心、质量中心、物流部等职能部门。

本公司修订完善了各项规章制度，确定了公司的机构和岗位设置、职务任免、薪酬管理、竞聘上岗、员工培训、考核与奖惩等内容，明确了公司机构和岗位工作职责及业务操作规范流程，各部门职责明确，各司其职、互相配合、互相制约。

3、会计系统与内部审计

公司已按照《公司法》、《会计法》以及新的企业会计准则及其应用指南等法律法规的要求，制定了适合公司的会计制度和财务管理制度，并设置了独立的会计机构，在财

务管理方面和会计核算方面均设置了较为合理的岗位和职责权限，并配备了相应的人员以保证财务会计工作的顺利进行。会计机构人员分工明确，实行岗位责任制，各岗位能够做到互相制约、流畅运作，批准、执行和记录职能分开。

公司内部审计部门对公司经营情况、资产安全状况以及公司内部控制制度的执行情况进行审计监督，针对存在的问题提出建设性意见。

4、内控管理制度

公司为保证日常业务的有序进行和持续发展，结合行业特性、自身特点和实际运营管理经验，建立了较为健全有效的内部管理及控制制度体系。公司制订并实施的内部管理及控制制度以公司的基本控制制度为基础，涵盖了公司销售与收款、货币资金、资产、工程项目、采购与付款、筹资、成本费用、工资及福利、税务、期末结账、关联方交易等整个生产经营过程和各个具体环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

5、风险识别、评估和对策

本公司建立了适当的内部风险评价机制。公司治理层和管理层根据公司战略目标和经营目标，分析了可能面临的政策风险、经营风险、筹资风险和管理风险。在制订公司战略和经营计划时，已充分考虑需要采取的应对措施，以将风险控制在可控的范围内。公司业务和职能部门在设计业务流程和制订管理制度时，针对识别出的各类风险，制订相应的控制程序和检查措施，以防范可能发生的各类风险。

综上，本公司董事会认为，公司已经建立起的内部控制体系符合《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及相关规范的要求，内部控制机制和内部控制制度在完整性、合理性等方面不存在重大缺陷。截至本招股说明书签署之日，本公司按照《内部会计控制规范—基本规范（试行）》和相关规定在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

普华永道接受本公司委托，审核了本公司管理层提供的对公司内部控制有效性的认定书，并出具了“普华永道中天特审字(2017)第 2142 号”《内部控制审核报告》，认为：发行人于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照财政部颁发的《内部会计控制规范—基本规范(试行)》及内部会计控制具体规范建立的与财务报表相关的有效的内部

控制。

第十章 财务会计信息

本公司聘请普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）依据中国注册会计师审计准则对本公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日的资产负债表，2016 年、2015 年及 2014 年的利润表、股东权益变动表和现金流量表以及财务报表附注进行了审计。普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的审计报告（普华永道中天审字(2017)第 11054）。

本章信息主要以经审计的财务报表及附注中摘录的部分信息为基础，本公司提醒投资者关注审计报告及经审计的财务报表及附注全文，以获取全部的财务资料。

一、财务会计报表

报告期内，公司无子公司，无需编制合并财务报表。

资产负债表

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	158,109,745	173,511,991	109,574,000
应收票据	7,590,683	3,286,234	8,662,238
应收账款	41,623,939	49,071,066	33,221,235
预付款项	2,312,052	3,014,114	2,563,569
应收利息	-	-	43,332
其他应收款	6,691,747	8,535,457	52,076,631
存货	68,371,796	69,169,299	70,134,088
其他流动资产	9,055,559	3,184,756	70,138,397
流动资产合计	293,755,521	309,772,917	346,413,490
非流动资产：			
固定资产	333,266,717	171,714,792	87,227,062
在建工程	30,225,624	71,421,516	30,963,522

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
无形资产	72,955,758	74,545,380	361,834
长期待摊费用	-	-	1,029,436
递延所得税资产	10,312,989	7,683,334	6,488,327
其他非流动资产	1,434,399	2,144,913	3,266,665
非流动资产合计	448,195,487	327,509,935	129,336,846
资产总计	741,951,008	637,282,852	475,750,336
流动负债：			
应付账款	66,851,440	57,083,134	36,072,808
预收款项	40,485,988	44,865,467	26,207,450
应付职工薪酬	11,229,215	12,445,319	10,027,094
应交税费	7,822,263	8,462,476	5,142,491
其他应付款	82,859,579	53,577,280	38,458,786
其他流动负债	-	-	634,738
流动负债合计	209,248,485	176,433,676	116,543,367
非流动负债：			
递延收益	1,618,868	925,000	-
非流动负债合计	1,618,868	925,000	-
负债合计	210,867,353	177,358,676	116,543,367
股东权益：			
股本/实收资本	385,000,000	385,000,000	190,000,000
资本公积	62,449,065	62,449,065	194,054
盈余公积	8,363,459	1,247,511	26,901,292
未分配利润	75,271,131	11,227,600	142,111,623
股东权益合计	531,083,655	459,924,176	359,206,969
负债和股东权益总计	741,951,008	637,282,852	475,750,336

利润表

单位：元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
一、营业收入	738,799,423	691,404,106	624,099,754
减：营业成本	370,473,452	358,112,979	329,966,758
税金及附加	8,315,078	6,885,800	5,350,461

项目	2016 年	2015 年	2014 年
销售费用	236,407,722	216,457,606	183,067,933
管理费用	41,614,233	44,380,188	30,904,548
财务费用-净额	-1,170,627	-2,191,226	-381,168
资产减值损失	5,639,951	5,115,528	15,724,204
加：投资收益	-	3,761,608	10,155,076
二、营业利润	77,519,614	66,404,839	69,622,094
加：营业外收入	5,394,106	15,241,791	1,727,973
其中：非流动资产处置利得	-	84,919	5,446
减：营业外支出	148,008	285,283	139,442
其中：非流动资产处置损失	148,008	229,170	81,417
三、利润总额	82,765,712	81,361,347	71,210,625
减：所得税费用	11,606,233	13,647,615	10,830,167
四、净利润	71,159,479	67,713,732	60,380,458
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	71,159,479	67,713,732	60,380,458

现金流量表

单位：元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
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	821,215,286	784,873,533	670,594,994
收到的其他与经营活动有关的现金	6,959,444	17,449,321	2,617,989
经营活动现金流入小计	828,174,730	802,322,854	673,212,983
购买商品、接受劳务支付的现金	382,541,524	356,332,470	380,149,677
支付给职工以及为职工支付的现金	160,104,981	158,281,391	126,085,179
支付的各项税费	76,214,579	73,208,711	67,544,186
支付的其他与经营活动有关的现金	110,768,356	96,326,650	93,558,461
经营活动现金流出小计	729,629,440	684,149,222	667,337,503
经营活动产生的现金流量净额	98,545,290	118,173,632	5,875,480
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3,590	103,994	25,343
收回投资收到的现金	-	69,400,000	148,280,000

项目	2016 年	2015 年	2014 年
取得投资收益收到的现金	-	3,804,940	11,708,637
收到的其他与投资活动有关的现金	850,000	75,205,256	2,800,098
投资活动现金流入小计	853,590	148,514,190	162,814,078
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	110,916,130	195,677,636	44,169,028
投资支付的现金	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	27,303,987	5,118,250
投资活动现金流出小计	110,916,130	222,981,623	49,287,278
投资活动产生的现金流量净额	-110,062,540	-74,467,433	113,526,800
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	-	39,754,559	-
筹资活动现金流入小计	-	39,754,559	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	4,491,320	20,084,756	-
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	-	100,000,000
筹资活动现金流出小计	4,491,320	20,084,756	100,000,000
筹资活动产生的现金流量净额	-4,491,320	19,669,803	-100,000,000
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	126,324	111,989	53,124
五、现金及现金等价物净增加额	-15,882,246	63,487,991	19,455,404
加：年初现金及现金等价物余额	169,871,991	106,384,000	86,928,596
六、年末现金及现金等价物余额	153,989,745	169,871,991	106,384,000

二、财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明

（一）财务报表编制基础

本财务报表按照财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定（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》（2014 年修订）的披露规定编制。

本财务报表以持续经营为基础编制。

（二）遵循企业会计准则的声明

本公司 2016 年、2015 年及 2014 年财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完

整地反映了本公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日的财务状况以及 2016 年、2015 年及 2014 年的经营成果和现金流量等有关信息。

三、合并财务报表范围和主要控股子公司情况

报告期内，公司无子公司，无需编制合并财务报表。

四、主要会计政策及会计估计、确定依据及关键假设

（一）主要会计政策及会计估计

本公司财务报表所载财务信息根据下列依照企业会计准则所厘定的主要会计政策和会计估计编制。

1、会计年度

会计年度为公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

2、记账本位币

本公司的记账本位币为人民币。

3、外币折算

外币交易按交易发生日的即期汇率将外币金额折算为人民币入账。

于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币。为购建符合借款费用资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额在资本化期间内予以资本化；其他汇兑差额直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，于资产负债表日采用交易发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额在现金流量表中单独列示。

4、现金及现金等价物

现金及现金等价物是指库存现金，可随时用于支付的存款，以及持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

5、金融工具

（a）金融资产

（1）金融资产的分类

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收款项、可供出售金融资产和持有至到期投资。金融资产的分类取决于本公司对金融资产的持有意图和持有能力。

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括持有目的为短期内出售的金融资产。

2) 应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

3) 可供出售金融资产

可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产及未被划分为其他类的金融资产。自资产负债表日起 12 个月内将出售的可供出售金融资产在资产负债表中列示为其他流动资产。

4) 持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且管理层有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。取得时期限超过 12 个月但自资产负债表日起 12 个月(含 12 个月)内到期的持有至到期投资，列示为一年内到期的非流动资产；取得时期限在 12 个月之内(含 12 个月)的持有至到期投资，列示为其他流动资产。

（2）确认和计量

金融资产于本公司成为金融工具合同的一方时，按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，取得时发生的相关交易费用计入当期损益；其他金融资产的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和可供出售金融资产按照公允价值进行后续计量，但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，按照成本计量；应收款项以及持有至到期投资采用实际利率法，以摊余成本计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动作为公允价值变动损益计入当期损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利以及在处置时产生的处置损益计入当期损益。

除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外，可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，以及被投资单位已宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利，作为投资收益计入当期损益。

（3）金融资产减值

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。

表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且本公司能够对该影响进行可靠计量的事项。

表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌。本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查，若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过一年（含一年）的，则表明其发生减值；若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50% 的，本公司会综合考虑其他相关因素诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。本公司以加权平均法计算可供出售权益工具投资的初始投资成本。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认

的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，其后公允价值上升直接计入股东权益。

以成本计量的可供出售金融资产发生减值时，按其账面价值超过按类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认减值损失。已发生的减值损失以后期间不再转回。

（4）金融资产的终止确认

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：(1)收取该金融资产现金流量的合同权利终止；(2)该金融资产已转移，且本公司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；或者(3)该金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

金融资产终止确认时，其账面价值与收到的对价以及原直接计入股东权益的公允价值变动累计额之和的差额，计入当期损益。

（b）金融负债

金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。本公司的金融负债主要为其他金融负债，包括应付款项等。

应付款项包括应付账款、其他应付款等，以公允价值进行初始计量，并采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。

其他金融负债期限在一年以下(含一年)的，列示为流动负债；期限在一年以上但自资产负债表日起一年内(含一年)到期的，列示为一年内到期的非流动负债；其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

（c）金融工具的公允价值确定

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，并尽可能优先使用相关可观察输

入值。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，使用不可观察输入值。

6、应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。本公司对外销售商品形成的应收账款，按从购货方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项时，计提坏账准备。

单项金额重大的判断标准为：单项金额超过 1,000,000 元。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（2）按组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额非重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之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，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

（i）确定组合的依据如下：

组合 1	经单独测试后未减值的和未单独测试的应收账款
组合 2	应收政府及政府平台单位款项
组合 3	备用金、保证金及其他经单独测试后未减值和未单独测试的款项

（ii）按组合计提坏账的应收款项

组合 1 按组合计提坏账准备的计提方法为账龄分析法。

账龄分析法的计提比例列示如下：

账龄	应收账款计提比例
6 个月以内	1%
7 到 12 个月	5%
1 到 2 年	10%
2 年以上	100%

组合 2 根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，按组合计提坏账的比例为 0%。

组合 3 根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，按组合计提坏账的比例为 0%。

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

(4) 本公司向金融机构转让不附追索权的应收款项，按交易款项扣除已转销应收款项的账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

7、存货

存货包括原材料、在产品、产成品和周转材料等，按成本与可变现净值孰低列示。

存货发出时的成本按加权平均法核算，产成品和在产品成本包括原材料、直接人工以及在正常生产能力下按系统的方法分配的制造费用。周转材料包括低值易耗品和包装物等，均采用一次转销法进行摊销。

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

存货盘存制度采用永续盘存制。

8、固定资产

(1) 固定资产确认及初始计量

固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具、计算机及电子设备以及办公设备等。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入本公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。购置或新建的固定资产按取得时的成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

（2）固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下：

	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	33 年、40 年 ^注	3%	2.9%、2.4%
机器设备	10-18 年	1%	5.5%-9.9%
运输设备	4-5 年	5%	19.0%-23.8%
计算机及电子设备	3 年	1%	33.0%
办公设备	5 年	1%	19.8%

注：麻柳新工厂房屋建筑物转固，公司估计其折旧年限为 40 年。

对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

（3）当固定资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（4）固定资产的处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

9、在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。当在建工程的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

10、无形资产

无形资产包括土地使用权、计算机软件等，以成本计量。

（1）土地使用权

土地使用权按使用年限 50 年平均摊销。

（2）计算机软件

外购的计算机软件按预计使用年限 5 年平均摊销。

（3）定期复核使用寿命和摊销方法

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

（4）研究与开发

内部研究开发项目支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，被分为研究阶段支出和开发阶段支出。

为研究卫生用品生产工艺而进行的有计划的调查、评价和选择阶段的支出为研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；大规模生产之前，针对卫生用品生产工艺最终应用的相关设计、测试阶段的支出为开发阶段的支出，同时满足下列条件的，予以资本化：

- 卫生用品生产工艺的开发已经技术团队进行充分论证；
- 管理层已批准卫生用品生产工艺开发的预算；
- 已有前期市场调研的研究分析说明卫生用品生产工艺所生产的产品具有市场推广能力；
- 有足够的技术和资金支持，以进行卫生用品生产工艺的开发活动及后续的大规模生产；以及
- 卫生用品生产工艺开发的支出能够可靠地归集。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（5）无形资产减值

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

报告期内，公司的研发支出全部于发生时计入当期损益，不存在研发支出资本化的情形。

11、长期待摊费用

长期待摊费用包括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，按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

12、长期资产减值

固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

13、职工薪酬

职工薪酬是本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿，包括短期薪酬、离职后福利和辞退福利等。

（1）短期薪酬

短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金、工会和教育经费、短期带薪缺勤等。本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

（2）离职后福利

本公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。设定提存计划是本公司向独立的基金缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划是除设定提存计划以外的离职后福利计划。于报告期内，本公司的离职后福利是为员工缴纳的基本养老保险和失业保险，均属于设定提存计划。

本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（3）辞退福利

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

预期在资产负债表日起一年内需支付的辞退福利，列示为流动负债。

14、预计负债

因销售合同中约定的退货承诺形成的现时义务，当履行该义务很可能导致经济利益的流出，且其金额能够可靠计量时，确认为预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数；因随着时间推移所进行的折现还原而导致的预计负债账面价值的增加金额，确认为利息费用。

于资产负债表日，对预计负债的账面价值进行复核并作适当调整，以反映当前的最佳估计数。

15、递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

同时满足下列条件的递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示：

（1）递延所得税资产和递延所得税负债与同一税收征管部门对本公司征收的所得税相关；

（2）本公司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。

16、收入确认

收入的金额按照本公司在日常经营活动中销售商品时，已收或应收合同或协议价款的公允价值确定。

与交易相关的经济利益能够流入本公司，相关的收入能够可靠计量且满足下列各项经营活动的特定收入确认标准时，确认相关的收入。

本公司在已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，并且不再对该产品实施继续管理和控制，与交易相关的经济利益能够流入本公司，相关的收入和成本能够可靠计量时确认销售收入的实现。本公司的销售主要通过经销商及商场超市完成，两类主要销售渠道的收入确认时点如下：

对经销商的销售：对于内销业务，本公司根据与经销商签订的购销协议规定，货物经本公司发出后，确认收入，为卖断式销售；对于外销业务，本公司根据销售合同规定的贸易条款，将出口产品按照合同规定办理出口报关手续并装船后，确认收入，为卖断式销售。

对商场超市的销售：本公司根据与商场超市的购销协议，在收到商场超市对账结算单确认收入，为委托代销式销售；对于电商渠道，公司主要在天猫、京东等第三方电商平台上开设直营店向终端消费者直接销售商品，为卖断式销售。

不同销售模式下，公司结算方式、结算单据、收入确认时点和确认标志为：

销售模式	结算方式	结算单据				收入确认时点	收入确认标志
		订货	发货	对账	收款		
经销模式	一般为货前全款，对于被授予信用期的经销商自发货日起在信用期内付款	订单	发货单、验收单	对账单	银行回单	车边交接时	公司将货物移交给物流配送商

	外销业务		订单	发货单、报关单、提货单	对账单	银行回单	公司完成出口报关手续取得报关单并装船后	办理出口报关手续并装船后
直营模式	KA 客户	经与公司核对无误并由公司开具发票后，KA 客户在账期内支付货款	商超采购订单	委托代销发货单、验收单	对账结算单	银行回单	对账无误时	公司收到商超对账结算单且对账无误
	电商渠道	消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货，电商平台同步将相应的货款交付至公司	消费者电子订单	发货单、快递单	订单交易明细	电商平台打款流水	收到消费者货款时	消费者确认收货，公司收到电商平台交付的消费者货款

公司收入确认时点均为主要风险和报酬已转移给客户、公司不再对货物实施继续管理和控制之时，与合同约定一致，具体情况如下：

销售模式		合同主要约定	风险和报酬转移时点分析	收入确认时点
经销模式	内销业务	货物实行发货地“车边交接”，“车边交接”后货物所有权上的风险和报酬转移至乙方	车边交接后公司无法再继续对商品进行管理，也不能对商品实施有效的控制，货物所有权上的主要风险和报酬转移至客户	公司将货物移交给物流配送商，与合同约定相符
	外销业务	根据合同约定，采用 FOB 结算方式，卖方在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方。	公司在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方。货物在装运港被装上指定船时，风险即由卖方转移至买方。	办理出口报关手续并装船后，与合同约定相符
直营模式	KA 客户	根据合同的约定，在双方对账结算前，KA 客户享有退货权	在商品发出后、对账结算前，公司实际保留着对发出产品的继续管理权和控制权，直至公司收到直营商超对账结算单时，货物所有权上的主要风险和报酬才转移至 KA 客户	公司收到商超对账结算单且对账无误时，与合同约定相符
	电商渠道	根据公司与主要电商平台签订的服务协议的约定，消费者在收到货物后 7 天内拥有向公司提出无理由退换货申请的权利	消费者确认收货并付款，说明消费者已经认可并接受了公司商品，公司产品为标准化的生活用品，通常情况下不存在退换货的情况，公司也无法再继续对商品进行管理，也不能对商品实施有效的控制，且根据历史交易经验及当期交易情况，消费者确认付款后发生退货的概率极低，因此可以认定货物所有权上主要的风险和报酬在消费者确认付款时已转移给消费者	消费者确认收货，公司收到电商平台交付的消费者货款，与合同约定相符

公司同行业可比公司上市时间较早，且主要为境外上市公司，招股说明书及年报中并未披露具体销售模式对应的收入确认政策。由于消费品行业相关处理方式较为类似，

故选取部分披露了相关收入确认政策的消费品上市公司进行比较。公司收入确认政策与其他消费品行业上市公司类似，具体情况如下：

经销商模式(内销)	发行人	佛山市海天调味食品股份有限公司 (SH:603288)	重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 (SZ:002507)	安记食品股份有限公司(SH:603696)
结算方式	公司一般采用“先款后货”的销售方式，仅对部分长期合作的经销商给予一定的信用期	公司销售商品主要采用先款后货的结算方式，即公司在收到客户全额预缴的货款后才发货。	先款后货、现款现货、赊销	除对少数客户核定有信用额度外，公司采用先收款后发货的销售模式
收入确认时点	在发货时确认相关商品销售收入	在发货时确认相关商品销售收入	在发货时确认相关商品销售收入	在发货时确认相关商品销售收入

经销商模式(外销)	发行人	山东道恩高分子材料股份有限公司(SZ:002838)	上海飞科电器股份有限公司(SH:603868)
结算方式	一般为货前全款，对于被授予信用期的经销商自发货日起在信用期内付款	一般采用款到发货的销售政策	公司与绝大部分经销商采取款到发货的结算方式
收入确认时点	公司完成出口报关手续取得报关单并装船后	公司根据海关系统打印出来的报关单上的出口日期作为收入确认时点	在货物报关离岸，并取得相关单证后确认收入

直营模式(KA客户)	发行人	洽洽食品股份有限公司(SZ:002557)	盐津铺子食品股份有限公司(SZ:002847)	海欣食品股份有限公司(SZ:002702)
结算方式	对账结算	对账结算	对账结算	对账结算
收入确认时点	公司在收到商场超市对账结算单后确认收入	双方根据合同的约定按月或者按批次对账确认后确认收入	在已经发货并获取商超结算对账单后，公司进行收入确认	双方依据合同约定的账期对账、结算后确认收入

直营模式(电商)	发行人	盐津铺子食品股份有限公司(SZ:002847)
结算方式	消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货，电商平台同步将相应的货款交付至公司	消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货，电商平台同步将相应的货款交付至公司
收入确认时点	客户确认收货后，公司收到电商平台同步交付的消费者货款	客户确认收货后，款项也同步在平台进行支付，公司同时确认收入

17、政府补助

政府补助为本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，包括税费返还、财政补贴等。

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。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。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

18、租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

19、股份支付

股份支付是指本公司为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。本公司的股份支付计划是为换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工的权益工具在授予日的公允价值计量，将取得的服务计入当期费用，同时相应增加资本公积。

20、股利分配

现金股利于董事会/股东大会批准的当期，确认为负债。

21、重要会计估计和判断

本公司根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键判断进行持续的评价。

下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出

现重大调整的重要风险：

（1）所得税

本公司在正常的经营活动中，部分交易和事项的最终的税务处理都存在不确定性。在计提所得税费用时，本公司需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

（2）预计退货损失

本公司会根据历史的退货经验，就出售商品时向经销商提供在满足一定条件后的全部或部分退货的承诺估计预计负债。由于历史的退货经验可能无法完全反映将来有关已售商品的退货情况，本公司管理层需要运用较多判断来估计该项准备。该项准备的任何增加或减少，均可能影响未来年度的损益。

（3）应收款项坏账准备

本公司以应收款项的可收回性为判断基础计提坏账准备。当存在迹象表明应收款项无法收回时需要计提坏账准备。坏账准备的计提需要运用判断和估计。如重新估计结果与现有估计存在差异，该差异将会影响估计改变期间的应收款项账面价值。

（4）长期资产减值准备

本公司于资产负债表日对存在减值迹象的长期资产进行减值测试，资产及资产组的可回收金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定，该计算需要利用假设和估计。

如果对资产和资产组未来现金流量计算中采用的毛利率或对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订，则本公司需对长期资产的可回收金额进行重新估计，以判断是否需要计提或调整减值准备。

如果实际毛利率高于或税前折现率低于原先的估计，本公司不能转回原已计提的长期资产减值损失。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（5）固定资产折旧和无形资产摊销

本公司对固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内或受益期限内计提折

旧和摊销。本公司定期审阅相关资产的使用寿命及受益期限，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。资产使用寿命及受益期限是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术改变而确定。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

（二）重要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

财政部于 2014 年颁布《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号——合营安排》、《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》和修订后的《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》、《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》、《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》，要求除《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》自 2014 年度财务报表起施行外，其他准则自 2014 年 7 月 1 日起施行。

本公司已采用上述准则编制 2016 年、2015 年及 2014 年财务报表，以上会计准则变更仅增加部分财务报表注释，财务报表之财务数据未发生变化。

2、会计估计变更

报告期内公司会计估计未发生变更。

（三）税项

1、主要税种和税率

税种	税基	税率
企业所得税	应纳税所得额	15%
增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算）	17% 及 13% ^注
城市维护建设税	应缴纳增值税及营业税	7%
教育费附加及地方教育费附加	应缴纳增值税及营业税	3% 及 2%

注：外销产品销售采用“免、抵、退”办法，退税率为 13%。

2、税收优惠和批文

本公司于 2011 年 4 月 25 日取得了重庆市经济和信息化委员会关于确认本公司符合国家鼓励类产业外资企业定义的批复。根据财税[2011]58 号《财政部、海关总署、国家税务总局关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》并同时满足所得税年度汇算清缴时对税收减免准予备案的前提下，本公司自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日享受 15% 所得税优惠税率。2014 年度、2015 年度及 2016 年度，本公司已获得重庆市巴南区国家税务局南泉税务所发出的税收减免准予备案通知书。

五、营业收入分部报告

本公司分产品业务收入和分地区业务收入的详细情况参见本招股说明书“第十一章 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”。

六、非经常性损益表

（一）本公司最近三年的非经常性损益项目及金额

单位：元

	2016 年	2015 年	2014 年
非流动资产处置损益	-148,008	-144,251	-75,971
计入当期损益的政府补助	5,169,233	14,809,112	1,268,700
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	3,761,608	10,155,076
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	224,873	291,647	395,802
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	1,750,000	-
其他符合非经常损益定义的损益项目-股份支付	-	-10,148,916	-
所得税影响额	-786,915	-2,846,377	-1,761,541
扣除所得税后的非经常性净损益净额	4,459,183	7,472,823	9,982,066

（二）最近三年扣除非经常性损益后的净利润

单位：元

	2016 年	2015 年	2014 年
净利润	71,159,479	67,713,732	60,380,458
归属于公司普通股股东的净利润	71,159,479	67,713,732	60,380,458
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	66,700,296	60,240,909	50,398,392

七、主要资产情况

（一）固定资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产账面净值为 33,326.67 万元，包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、计算机及电子设备、办公设备，具体明细如下：

单位：万元

固定资产类型	账面原值	账面净值	成新率
房屋及建筑物	15,856.67	15,358.57	96.86%
机器设备	20,043.52	16,946.82	84.55%
运输设备	504.62	108.63	21.53%
计算机及电子设备	672.73	595.45	88.51%
办公设备	590.53	317.21	53.72%
合计	37,668.08	33,326.67	88.47%

（二）无形资产

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司无形资产为计算机软件和土地使用权，以成本计量，明细如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	7,485.08	204.77	-	7,280.31
计算机软件	38.47	23.20	-	15.27
合计	7,523.54	227.97	-	7,295.58

报告期内，公司的研发支出全部于发生时计入当期损益，不存在研发支出资本化的情形。

（三）长期股权投资

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司无长期股权投资。

八、主要负债情况

（一）银行借款

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司无银行借款。

（二）应付账款

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司应付账款明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31
应付材料款	6,685.14
合计	6,685.14

（三）预收账款

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司预收账款明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31
预收货款	4,048.60
合计	4,048.60

（四）应付职工薪酬

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司应付职工薪酬明细情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	1,069.52
职工福利费	-
社会保险费	17.37
住房公积金	19.73
工会经费和职工教育经费	-
设定提存计划	16.30
合计	1,122.92

（五）应交税费

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司应交税费明细情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31
应交企业所得税	476.01
未交增值税	243.69
应交城市维护建设税	18.23
应交教育费附加	7.81
其他	36.49
合计	782.23

（六）其他应付款

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司其他应付款明细情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31
商业折扣及促销费	2,248.46
保证金及押金	1,312.57
设备及工程款	3,590.88
其他	1,134.05
合计	8,285.96

（七）对关联方的负债

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司无对关联方的负债。

（八）未偿还逾期债务

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司无未偿还逾期债务。

九、股东权益情况**（一）2016 年股东权益变动表**

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
----	----	------	------	-------	--------

2016年1月1日年初余额	385,000,000	62,449,065	1,247,511	11,227,600	459,924,176
2016年度增减变动额					
(一)净利润	-	-	-	71,159,479	71,159,479
(二)其他综合收益	-	-	-	-	-
转增实收资本	-	-	-	-	-
整体变更为股份有限公司	-	-	-	-	-
发行新股	-	-	-	-	-
股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
提取盈余公积	-	-	7,115,948	-7,115,948	-
2016年12月31日年末余额	385,000,000	62,449,065	8,363,459	75,271,131	531,083,655

（二）2015年股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
2015年1月1日年初余额	190,000,000	194,054	26,901,292	142,111,623	359,206,969
2015年度增减变动额					
(一)净利润	-	-	-	67,713,732	67,713,732
(二)其他综合收益	-	-	-	-	-
转增实收资本	152,100,000	-	-26,890,000	-142,110,000	-16,900,000
整体变更为股份有限公司	7,900,000	47,351,536	-11,292	-55,240,244	-
发行新股	35,000,000	4,754,559	-	-	39,754,559
股份支付计入股东权益的金额	-	10,148,916	-	-	10,148,916
提取盈余公积	-	-	1,247,511	-1,247,511	-
2015年12月31日年末余额	385,000,000	62,449,065	1,247,511	11,227,600	459,924,176

（三）2014年股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
2014年1月1日年初	190,000,000	194,054	20,863,246	187,769,211	398,826,511

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
余额					
2014年度增减变动额					
净利润	-	-	-	60,380,458	60,380,458
其他综合收益	-	-	-	-	-
综合收益总额合计	-	-	-	60,380,458	60,380,458
利润分配	-	-	-	-100,000,000	-100,000,000
提取盈余公积	-	-	6,038,046	-6,038,046	-
2014年12月31日年末余额	190,000,000	194,054	26,901,292	142,111,623	359,206,969

十、现金流量情况

单位：元

项目	2016年	2015年	2014年
经营活动产生的现金流量净额	98,545,290	118,173,632	5,875,480
投资活动产生的现金流量净额	-110,062,540	-74,467,433	113,526,800
筹资活动产生的现金流量净额	-4,491,320	19,669,803	-100,000,000
汇率变动对现金及现金等价物的影响	126,324	111,989	53,124
现金及现金等价物净增加额	-15,882,246	63,487,991	19,455,404
期末/年末现金及现金等价余额	153,989,745	169,871,991	106,384,000

十一、财务报表附注中的重要事项

（一）或有事项

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司未发生影响本公司财务报表阅读和理解的重大或有事项。

（二）资产负债表日后事项

本公司未发生重大资产负债表日后事项。

（三）承诺事项

1、资本性支出承诺事项

以下为本公司于资产负债表日，已签约而尚不必在资产负债表上列示的资本性支出承诺：

单位：元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
房屋、建筑物	9,110,924	28,060,653	84,220,241
机器设备	14,416,784	11,201,262	2,570,650
合计	23,527,708	39,261,915	86,790,891

2、经营租赁承诺事项

根据已签订的经营性租赁合同，本公司未来最低应支付租金汇总如下：

单位：元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
一年以内	180,000	220,000	1,650,000

（四）其他重要事项

1、关联方租赁

公司作为承租方，报告期内确认的房屋租赁费如下：

单位：元

出租方名称	2016 年	2015 年	2014 年度
吉尔商贸	240,000	1,670,000	1,800,000

2、持续的以公允价值计量的资产

截至 2016 年底、2015 年底及 2014 年底，公司以公允价值计量的资产明细如下，全部为公司购买的理财产品：

单位：元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
可供出售金融资产	-	-	69,400,000

十二、主要财务指标

（一）报告期内的基本财务指标

财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	1.40	1.76	2.97
速动比率	1.08	1.36	2.37
资产负债率	28.42%	27.83%	24.50%
每股净资产（元）	1.38	1.19	1.89
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产比例	0.03%	0.05%	0.10%
财务指标	2016 年	2015 年	2014 年
应收账款周转率（次）	16.29	16.80	20.77
存货周转率（次）	5.39	5.14	5.45
息税折旧摊销前利润（万元）	9,740.55	9,115.06	8,132.80
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动的现金流量（元）	0.26	0.31	0.03
每股净现金流量（元）	-0.04	0.16	0.10

上述指标的计算公式如下：

1. 流动比率 = 流动资产 / 流动负债
2. 速动比率 = (流动资产 - 存货) / 流动负债
3. 资产负债率 = 总负债 / 总资产 × 100%
4. 每股净资产 = 归属于母公司的权益 / 公司设立后的股本总额
5. 无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例 = 无形资产（扣除土地使用权后） / 净资产
6. 应收账款周转率 = 主营业务收入 / 应收账款平均余额
7. 存货周转率 = 主营业务成本 / 存货平均余额
8. 息税折旧摊销前利润 = 利润总额 + 利息支出 + 折旧 + 摊销
9. 利息保障倍数 = 息税折旧摊销前利润 / 利息支出
10. 每股经营活动的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 公司设立后的股本总额
11. 每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 / 公司设立后的股本总额

（二）每股收益及净资产收益率

报告期	报告期利润	每股收益（元）		加权平均净资产收益率
		基本	稀释	
2016 年	归属于公司普通股股东的净利润	0.18	0.18	14.4%

报告期	报告期利润	每股收益（元）		加权平均净资产收益率
		基本	稀释	
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.17	0.17	13.5%
2015 年	归属于公司普通股股东的净利润	0.19	0.19	17.2%
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.17	0.17	15.3%
2014 年	归属于公司普通股股东的净利润	不适用	不适用	15.9%
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	不适用	不适用	13.3%

注：本公司于 2015 年 9 月 11 日完成股份制改制

上述指标的计算公式：

1、每股收益率

$$(1) \text{基本每股收益} = \frac{P0}{SS} = \frac{S0 + S1 + Si \times Mi - M0 - Sj \times Mj}{M0 - Sk}$$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(2) 公司存在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益 = $\frac{P1}{(S0 + S1 + Si \times Mi - M0 - Sj \times Mj - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})}$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达

到最小值。

$$2、\text{加权平均净资产收益率}=\text{P0}/(\text{E0}+\text{NP}\div 2+\text{Ei}\times\text{Mi}\div\text{M0}-\text{Ej}\times\text{Mj}\div\text{M0}\pm\text{Ek}\times\text{Mk}\div\text{M0})$$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

十三、资产评估情况

（一）2015 年上半年股权转让时的资产评估情况

重望耀晖在 2015 年上半年向复元商贸转让百亚有限股权时，聘请了重庆中资资产评估土地房地产估价有限公司对百亚有限股东的全部权益价值进行了评估。根据《重中资评报字[2015]第 011 号》，经采用资产基础法评估，公司股东全部权益于评估基准日 2015 年 4 月 25 日的评估价值为 40,597.90 万元，增值额为 565.47 万元，增值率 1.41%。

（二）2015 年下半年整体改制设立股份公司时的资产评估情况

百亚有限在变更为股份公司时，聘请了华康评估公司对百亚有限的股东全部权益进行了评估。根据《重康评报字[2015]第 157 号》，经采用资产基础法评估，公司股东全部权益于评估基准日 2015 年 6 月 30 日的评估价值为 41,246.83 万元，增值额为 1,492.27 万元，增值率 3.75%。

十四、验资情况

公司历次验资情况参见本招股说明书“第五章发行人基本情况”之“三、发行人的股本形成及变化情况”相关内容。

第十一章 管理层讨论与分析

公司管理层结合 2014 年、2015 年及 2016 年三个会计年度经审计的财务资料，围绕公司业务发展目标 and 盈利前景，对报告期内公司的财务状况、盈利能力、现金流状况和资本性支出进行了讨论和分析。

本章内容可能含有前瞻性描述。该类前瞻性描述包含了部分不确定事项，可能与公司的最终经营结果不一致。投资者阅读本章内容时，应同时参考本招股说明书“第十章 财务会计信息”中的相关会计报告及附注的内容和本招股说明书披露的其他信息一并阅读。

一、财务状况分析

（一）资产构成及变动分析

1、资产变化趋势及结构分析

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司资产总额分别为 74,195.10 万元、63,728.29 万元和 47,575.03 万元。随着公司经营正常发展，公司资产总额总体呈上升趋势。报告期各期末，公司主要资产构成情况列示如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	29,375.55	39.59%	30,977.29	48.61%	34,641.35	72.81%
货币资金	15,810.97	21.31%	17,351.20	27.23%	10,957.40	23.03%
应收票据	759.07	1.02%	328.62	0.52%	866.22	1.82%
应收账款	4,162.39	5.61%	4,907.11	7.70%	3,322.12	6.98%
预付款项	231.21	0.31%	301.41	0.47%	256.36	0.54%
应收利息	0.00	0.00%	0.00	0.00%	4.33	0.01%
其他应收款	669.17	0.90%	853.55	1.34%	5,207.66	10.95%
存货	6,837.18	9.22%	6,916.93	10.85%	7,013.41	14.74%
其他流动资产	905.56	1.22%	318.48	0.50%	7,013.84	14.74%

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动资产	44,819.55	60.41%	32,750.99	51.39%	12,933.68	27.19%
固定资产	33,326.67	44.92%	17,171.48	26.94%	8,722.71	18.33%
在建工程	3,022.56	4.07%	7,142.15	11.21%	3,096.35	6.51%
无形资产	7,295.58	9.83%	7,454.54	11.70%	36.18	0.08%
长期待摊费用	-	-	-	-	102.94	0.22%
递延所得税资产	1,031.30	1.39%	768.33	1.21%	648.83	1.36%
其他非流动资产	143.44	0.19%	214.49	0.34%	326.67	0.69%
资产总计	74,195.10	100%	63,728.29	100%	47,575.03	100%

2016 年末、2015 年末和 2014 年末的公司资产结构中，流动资产占总资产的比例分别为 39.59%、48.61%和 72.81%。报告期内，随着公司规模不断壮大，对生产能力以及工艺流程产生了更高的要求，公司在 2014 年开始加大自有工厂麻柳园区百亚生产基地项目的建设投资，导致 2015 年末和 2016 年末固定资产余额增加，非流动资产比例有所上升。

2、货币资金分析

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
货币资金（万元）	15,810.97	17,351.20	10,957.40
增长率	-8.88%	58.35%	
货币资金占流动资产比重	53.82%	56.01%	31.63%

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司货币资金余额分别为 15,810.97 万元、17,351.20 万元和 10,957.40 万元。总体上看，报告期各期末公司货币资金较为充裕，主要系公司经营活动获取现金能力较强，经营积累所得资金较多。2015 年末公司货币资金余额 17,351.20 万元，较 2014 年末增加 6,393.80 万元，增幅 58.35%，主要原因系 2014 年底计入可供出售金融资产的 6,940.00 万元理财产品于 2015 年全部赎回。2016 年末公司货币资金余额 15,810.97 万元，较 2015 年末减少 1,540.22 万元，小幅下降 8.88%，主要原因系公司麻柳新工厂项目建设不断深入，资本性支出有所增加所致。

公司现金流较为充沛，符合公司自身发展的需要和消费品行业特点：（1）公司麻柳

新工厂项目不断深入，公司需留存一定资金投入生产基地建设。（2）公司为处于扩张期的品牌日常消费品企业，在川渝地区具有较高品牌影响力和市场占有率，但在其他地区仍有较强的市场拓展需求，需要预留资金进行品牌建设和渠道建设。

公司与同行业上市公司货币资金占流动资产比重如下：

证券简称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	46.25%	33.90%	33.47%
恒安国际（港股）	67.22%	68.93%	74.19%
维达国际（A 股）	20.95%	9.17%	16.61%
海外上市公司			
金佰利（美国）	18.04%	11.41%	14.19%
花王（日本）	42.36%	43.14%	16.74%
尤妮佳（日本）	49.89%	41.76%	41.07%
宝洁（美国）	21.02%	23.09%	27.07%
平均值	37.96%	33.06%	31.91%
公司	53.82%	56.01%	31.63%

注 1：数据来源为同行业可比公司年报。宝洁的财务年度为当年 6 月 30 日至下一年 6 月 30 日，下同

注 2：公司主营业务为卫生巾和纸尿裤的研发、生产和销售。国内上市企业中，仅有在香港上市的恒安国际（01044.HK）与发行人的产品种类较为接近。卫生巾和纸尿裤所属行业为一次性卫生用品行业，以该行业为可比公司选择基础，A 股上市公司中，选择从事生活用纸（手纸、盒巾纸、面巾纸）生产、研发、销售的中顺洁柔（002511.SZ）和维达国际（03331.HK）作为公司的可比公司。海外上市公司中，尤妮佳（日本）、宝洁（美国）、金佰利（美国）、花王（日本）等上市公司在卫生巾及纸尿裤行业有较高的市场份额，但上述公司多为综合性国际日化用品巨头，卫生巾及纸尿裤收入占总体营业收入的比例较发行人低、且销售区域遍布全球。可比公司情况请参见“第十一章、管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（二）、营业毛利分析”之“4、公司与同行业上市公司毛利率比较”，下同

2014 年末，公司货币资金占流动资产的比例低于行业可比公司平均水平，主要原因系公司为提高资金使用效率，利用暂时闲置资金购买了重庆农村商业银行、招商银行、中国农业银行和浦发银行发行的结构化存款及其他理财产品。自 2014 年始，公司已逐步降低持有的理财产品规模，截至报告期末已全部赎回。另外，公司 2014 年开始加大了麻柳新工厂项目的资本支出，投入货币资金用于在建工程的建设及土地使用权的购

买，导致货币资金占流动资产的比例低于同行业可比公司。2015 年末，公司货币资金占流动资产的比例高于同行业可比公司平均水平，主要原因系：2014 年底计入可供出售金融资产的 6,940.00 万元理财产品于 2015 年全部赎回。2016 年，公司未买卖理财产品，货币资金占流动资产的比例高于同行业可比公司平均水平，货币资金较为充沛。

3、应收票据分析

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收票据（万元）	759.07	328.62	866.22
增长率	130.98%	-62.06%	
应收票据占流动资产比重	2.58%	1.06%	2.50%

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司应收票据余额分别为 759.07 万元、328.62 万元和 866.22 万元，占流动资产的比例分别为 2.58%、1.06%和 2.50%。报告期内，公司收到的票据均为银行承兑汇票，且均因经销业务模式下销售货物而取得。公司仅接受资质较好、实力比较雄厚的客户出于自身资金融通需求，通过银行承兑汇票结算部分购货款项，应收票据的形成均具有商业实质。公司收到的应收票据的承兑银行均为四大国有银行或股份制商业银行等国家认可的金融机构，未能兑付的风险很小。

4、应收账款分析

（1）应收账款变动分析

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司应收账款分别为 4,162.39 万元、4,907.11 万元和 3,322.12 万元，应收账款占营业收入的比例分别为 5.63%、7.10%和 5.32%。报告期各期末，公司应收账款变化及相对营业收入和流动资产的比重情况如下：

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款（万元）	4,162.39	4,907.11	3,322.12
应收账款占营业收入比重	5.63%	7.10%	5.32%
应收账款占流动资产比重	14.17%	15.84%	9.59%

注：上表中的应收账款为扣除坏账准备后的净值。

应收账款和应收票据期末余额合计共同反映了各期末公司未结算的销售货款。2016 年、2015 年和 2014 年，应收账款和应收票据合计为 4,921.46 万元、5,235.73 万元和

4,188.34 万元。2015 年末公司应收账款和应收票据合计较 2014 年末增长幅度达到 25.01%，主要原因系当年公司直营收入较 2014 年增加且直营收入占公司营业收入比重由上一年度的 15.71% 提升至 21.10%，而由于公司与直营模式下的 KA 客户主要按照约定的账期对账、结算，因此应收账款余额增长较快。此外，受国家宏观经济增速放缓影响，来自经销商的赊销申请亦有所增加。2016 年末公司应收账款和应收票据较 2015 年末小幅减少 6.00%，无明显波动。

报告期内，公司应收账款占营业收入的比例较低，主要与公司销售模式相关，公司的销售模式以经销模式为主，直营模式为辅。经销模式下，公司一般采用“先款后货”的销售方式，少量经销商客户信用水平较高，偿付能力较好，在综合考虑其信用水平、偿付能力的情况下，在经销商主动申请、公司审批后方可给予一定的信用期；公司应收账款主要为经销模式下的部分经销商货款及直营模式下的 KA 客户待结算货款，并以后者为主。直营销销售模式下，公司客户主要是永辉超市、沃尔玛等大型 KA 客户，公司采用委托代销的方式销售公司产品，公司在收到大型 KA 客户提供的对账结算单后确认收入。大型 KA 类客户知名度高，信誉良好，绝大多数账龄在款 6 个月以内。

（2）公司具体信用政策

客户类型	信用政策
经销商客户	1、一般采用“先款后货”的销售方式； 2、仅对部分经销商在综合考虑其信用水平、偿付能力的情况下，在经销商主动申请、公司审批后方可给予一定的信用期，信用期原则上不超过 30 天； 3、对于合作年限达到 3 年或者合作年限不足 3 年但完成上季度销售业绩指标的经销商，可按季度给予授信额度(每季度首月 1 日起至季度末止)，经销商授信额度原则上以申请当月的销售计划额度为限，特殊情况须单独审批。
KA 客户	经与对方对账并开具发票之后，KA 客户在付款限期内支付货款，销售结算的账期通常为 30-90 天左右。

上述信用政策在报告期内保持一致，未发生变化。

（3）公司应收账款余额前十名情况

截至 2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司应收账款余额的前十大客户余额合计占比分别为 48.44%、63.28% 和 61.45%，具体情况如下：

2016 年末，公司应收账款余额前十名情况如下：

单位：万元

序号	名称	客户类型	应收账款余额	占比	账龄分布情况			
					6个月以内	7到12个月	1到2年	2年以上
1	步步高商业连锁有限责任公司	KA	730.52	17.17%	690.71	39.81	-	-
2	永辉超市股份有限公司	KA	434.91	10.22%	434.91	-	-	-
3	济南历下大润发商贸有限公司华北物流中心	KA	111.76	2.63%	111.76	-	-	-
	武汉大润发江汉超市发展有限公司		97.03	2.28%	97.03	-	-	-
	昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司		21.29	0.50%	21.29	-	-	-
	小计		230.08	5.41%	230.08	-	-	-
4	家乐福（中国）超市投资有限公司 (之前为荷兰家乐福(中国)控股有限公司)	KA	134.61	3.16%	133.50	1.11	-	-
5	物美控股集团有限公司	KA	123.81	2.91%	43.81	80.00	-	-
	陕西物美新百超市有限公司		1.66	0.04%	1.66	-	-	-
	小计		125.47	2.95%	45.47	80.00	-	-
6	遵义市吉马贸易有限责任公司	经销	117.01	2.75%	117.01	-	-	-
7	达县南外兄弟日化经营部	经销	88.64	2.08%	88.64	-	-	-
8	楚雄市振华商贸有限责任公司	经销	74.11	1.74%	74.11	-	-	-
9	重庆海弘日化有限公司	经销	65.01	1.53%	65.01	-	-	-
10	泸州市铮铮商贸有限公司	经销	60.72	1.43%	60.72	-	-	-
合计			2,061.08	48.44%	1,940.16	120.92	-	-

2015 年末，公司应收账款余额前十名情况如下：

单位：万元

序号	名称	客户类型	应收账款余额	占比	账龄分布情况			
					6个月以内	7到12个月	1到2年	2年以上
1	步步高商业连锁有限责任公司	KA	821.29	16.53%	812.20	9.09	-	-
2	永辉超市股份有限公司	KA	775.61	15.61%	775.61	-	-	-
3	荷兰家乐福(中国)控股有限公司	KA	431.73	8.69%	427.50	4.23	-	-
4	武汉大润发江汉超市发展有限公司	KA	192.17	3.87%	192.17	-	-	-
	济南历下大润发商贸有限公司华北物流中心		144.95	2.92%	144.95	-	-	-
	昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司		26.53	0.53%	26.53	-	-	-
	小计		363.65	7.32%	363.65	-	-	-
5	中百仓储超市有限公司	KA	98.25	1.98%	98.25	-	-	-
	中百超市有限公司		56.10	1.13%	56.10	-	-	-

序号	名称	客户类型	应收账款余额	占比	账龄分布情况			
					6个月以内	7到12个月	1到2年	2年以上
	小计		154.35	3.11%	154.35	-	-	-
6	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	KA	97.70	1.97%	97.70	-	-	-
	重庆百货大楼股份有限公司		36.75	0.74%	36.75	-	-	-
	小计		134.45	2.71%	134.45	-	-	-
7	南宁市万事吉商务有限公司	经销	122.30	2.46%	122.30	-	-	-
8	遵义市吉马贸易有限责任公司	经销	121.54	2.45%	121.54	-	-	-
9	欧尚(中国)投资有限公司	KA	119.55	2.41%	119.55	-	-	-
10	贵州合力购物有限责任公司	KA	98.74	1.99%	98.74	-	-	-
合计			3,143.21	63.28%	3,129.89	13.32	-	-

2014 年末，公司应收账款余额前十名情况如下：

单位：万元

序号	名称	客户类型	应收账款余额	占比	账龄分布情况			
					6个月以内	7到12个月	1到2年	2年以上
1	永辉超市股份有限公司	KA	466.98	13.91%	466.98	-	-	-
2	步步高商业连锁有限责任公司	KA	422.64	12.59%	422.64	-	-	-
3	LEXTA GHANA LIMITED	经销	279.16	8.31%	279.16	-	-	-
4	沃尔玛(中国)投资有限公司	KA	193.92	5.78%	193.92	-	-	-
5	广州市虎头电池集团有限公司	经销	163.57	4.87%	163.57	-	-	-
6	武汉大润发江汉超市发展有限公司	KA	132.89	3.96%	132.89	-	-	-
	济南历下大润发商贸有限公司华北物流中心		1.40	0.04%	1.40	-	-	-
	小计		134.29	4.00%	134.29	-	-	-
7	荷兰家乐福(中国)控股有限公司	KA	120.98	3.60%	120.98	-	-	-
8	重庆海弘日化有限公司 (原：渝北区创新日化经营部)	经销	109.05	3.25%	109.05	-	-	-
9	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	KA	86.52	2.58%	86.52	-	-	-
10	成都佳兴化妆品有限公司	经销	85.83	2.56%	85.83	-	-	-
合计			2,062.94	61.45%	2,062.94	-	-	-

(4) 报告期各期末，公司应收账款账龄结构及坏账准备计提政策：

报告期各期末，公司应收账款结构合理，一年以内的应收账款占比超过 97%，应收

账款账龄结构如下：

单位：万元

账龄结构	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
6 个月以内	3,895.71	91.57%	4,850.22	97.64%	3,311.19	98.61%
7 到 12 个月	241.93	5.69%	77.33	1.56%	41.75	1.24%
1 到 2 年	84.23	1.98%	35.48	0.71%	4.86	0.14%
2 年以上	32.54	0.76%	4.26	0.09%	-	-
合计	4,254.41	100%	4,967.28	100%	3,357.80	100%

公司应收账款坏账准备计提政策参见本招股说明书“第十章财务会计信息”之“四、主要会计政策及会计估计、确定依据及关键假设”之“（一）主要会计政策及会计估计”之“6、应收账款”相关内容，公司严格按照该会计政策计提坏账准备。

2016 年末、2015 年末和 2014 年末公司应收账款坏账准备的金额分别为 92.02 万元、60.17 万元和 35.69 万元，占应收账款余额的比例分别为 2.16%、1.21%和 1.06%。

公司与同行业上市公司应收账款坏账准备金额占应收账款的比例情况如下：

证券简称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
中顺洁柔	3.42%	2.76%	2.54%
恒安国际	1.78%	1.07%	0.26%
维达国际	0.95%	1.05%	0.60%
平均值	2.05%	1.63%	1.13%
公司	2.16%	1.21%	1.06%

数据来源：同行业可比公司年报。

从上表可见，公司应收账款坏账准备金额占收入的比例与同行业上市公司的平均水平较为接近，应收账款坏账准备计提充分。

（5）各期末应收账款的回款情况

2016 年，公司期后 5 个月内的回款比例为 84.26%，基本符合公司所执行的信用政策。2015 年、2014 年，公司期后 12 个月内的回款比例分别为 97.65%、98.82%，此外，公司与经销商和直营商超保持着积极的对账与催收，并根据应收账款账龄参照同行业上市公司的坏账准备计提政策计提了充分的坏账准备。

（6）应收账款周转能力分析

2016 年、2015 年和 2014 年，公司应收账款周转率分别为 16.29 次、16.80 次和 20.77 次，公司应收账款周转次数较高。报告期内，公司与同行业上市公司应收账款周转率比较情况如下：

单位：次

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	7.80	7.64	7.48
恒安国际（港股）	7.15	9.59	10.27
维达国际（A 股）	8.75	8.68	7.81
海外上市公司			
金佰利（美国）	8.17	8.26	8.27
花王（日本）	7.59	7.08	7.81
尤妮佳（日本）	8.48	N.A.	9.24
宝洁（美国）	14.14	12.58	12.49
平均值	8.87	8.97	9.05
公司	16.29	16.80	20.77

数据来源：同行业可比公司年报。

公司应收账款周转率高于同行业平均水平，主要原因系各公司不同销售模式的收入占比不尽相同所致。

本公司主要采用经销与直营相结合的销售模式，经销模式的销售收入占比约 80%。公司对经销商一般采用“先款后货”的销售方式，仅对部分经销商在综合考虑其信用水平、偿付能力的情况下，在经销商主动申请、公司审批后方予以一定的信用期。在直营模式下，公司客户主要是永辉超市、沃尔玛等大型 KA 客户，公司采用委托代销的方式销售公司产品，公司在收到大型 KA 客户提供的对账结算单后确认收入，在结算前会产生应收账款。

根据同行业可比公司招股书、年报等公开资料，维达国际来自直营模式的销售收入占比高于本公司，恒安国际对大部分交易予以 30-90 天的账期，中顺洁柔虽来自经销模式的收入比例较高，但对经销商的扶持力度较大，普遍给予经销商一定的商业信用额度。综上，公司应收账款周转率高于同行业上市公司平均水平，符合公司实际销售模式的情况。

5、预付账款分析

（1）预付账款余额分析

2016 年、2015 年末和 2014 年末，公司预付账款分别为 231.21 万元、301.41 万元和 256.36 万元。公司的预付账款主要为预付给供应商的材料款、促销赠品采购款以及产品代工预付款。

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预付款项（万元）	231.21	301.41	256.36
增长率	-23.29%	17.57%	
预付款项占流动资产比例	0.79%	0.97%	0.74%

2016 年末，公司预付账款为 231.21 万元，较 2015 年末小幅减少 70.20 万元，主要是 2015 年预付的材料款及促销赠品款项，本年度陆续到货，预付账款余额小幅下降。

2015 年末，公司预付账款为 301.41 万元，较 2014 年末小幅增加 45.05 万元，主要原因是根据公司业务拓展需要，在年末增加了促销赠品的采购，预付货款增加。

2014 年，公司原材料供应商上海凯琳经营出现困难，当年向公司实发 687.16 万元货物后，无法按购销合同完成剩余货物的供货。基于谨慎性原则，公司管理层对其经营状况评估后，对其预付的 955.77 万元材料款余额重分类至其他应收款，并全额计提坏账准备。

报告期内，公司与上海凯琳间的交易情况如下：

单位：万元

	2016 年	2015 年	2014 年
年初预付余额	-	-	1,642.93
当年新增预付金额	-	-	-
交易金额	-	-	687.16
预付余额	-	-	955.77

注：2014 年，公司将凯琳预付的 955.77 万元材料款余额重分类至其他应收款，并全额计提坏账准备。

（2）上海凯琳的基本情况

上海凯琳主要经营浆板、纸制品进出口贸易，货源来自瑞典、日本、美国、智利等

国家，是国内浆板等纸业综合原料的主要提供商之一，曾为国内多家知名卫生巾、纸尿裤厂商如恒安国际集团有限公司、杭州可靠护理用品股份有限公司、湖南康程护理用品有限公司等公司提供原材料。上海凯琳注册地位于上海市宝山区杨南路 167 号，法定代表人为林梅，注册资本为 5,500 万元，与本公司不存在关联关系。

报告期内，上海凯琳主要向本公司提供浆板原料，是公司的核心供应商之一，2014 年之前一直合作情况良好。公司使用预付货款的方式进行货款结算，公司可以根据预付货款时商定的原材料价格来锁定汇率波动及原材料价格变动的风险。

2014 年起，上海凯琳因自身经营出现问题，资金周转不畅，导致其现金流紧张，无法依合同发货。

由于公司上游供应商选择充足，上海凯琳终止向公司发货后，公司及时与其他供应商合作，保障原材料稳定及时供应，未对本公司经营产生重大不利影响。

（3）预付账款相关审批流程

报告期内，公司制定了《财务支付审批制度》对供应商预付款项的支付流程进行了规定，要求供应商预付款项的支付需经办部门经办人提出付款申请后，报经采购部部长（5 万元以下）或分管生产的副总经理（5 万元以上）审批，财务部相关岗位审核后，报经财务总监审批核准。公司建立健全了相关内部控制以确保款项支付经过审批、入账准确。具体包括：

1) 建立了明确的供应商预付款制度

公司制定了《财务支付审批制度》，明确了供应商预付款申请需经办部门经办人提出付款申请后，报经采购部部长（5 万元以下）或分管生产的副总经理（5 万元以上）审批，财务部相关岗位审核后，报经财务总监审批。

2) 不相容职责有效分离

供应商预付款申请、审核和审批由不同人员担任。不同部门和岗位互相监督、职责分离。

3) 供应商预付款项的支付经过审批

经办人员提交《申请单》后，财务部相关岗位职能人员和财务总监核对付款申请事项，对应合同，确保付款事项合理。

一般情况下，公司向供应商采购原材料时不提前支付预付款，从采购货物合格入库且收到供应商对应的发票后，按 30 天账期结算货款。仅以下两种情况时，公司会支付预付款：①向部分知名的国外供应商采购大宗原材料时，按照合同约定，公司需预付部分货款后对方才会安排供货；②采购定制的促销赠品时，公司需预付部分货款后供应商才会安排生产及供货。

报告期内，除上海凯琳外，不存在供应商无法有效履行供货合同、造成预付款无法兑现的情况。

（4）报告期各期末预付账款前十大情况

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司预付账款余额前十名情况如下：

单位：万元

序号	名称	预付账款余额	占比
1	杭州可靠护理用品股份有限公司	46.11	19.94%
2	漳州市联安纸业有限公司	38.67	16.73%
3	中天(中国)工业有限公司	38.21	16.53%
4	杭州翰永物资有限公司	22.72	9.83%
5	揭阳市润鹏塑胶有限公司	21.12	9.13%
6	揭阳空港经济区雅成塑胶有限公司	11.23	4.86%
7	福建家家乐鞋业制造有限公司	6.62	2.86%
8	醴陵东升瓷业有限公司	4.35	1.88%
9	重庆吉尔商贸有限公司	4.00	1.73%
10	永康市博朗休闲食品有限公司	3.81	1.65%
合计		196.84	85.13%

截至 2015 年 12 月 31 日，本公司预付账款余额前十名情况如下：

单位：万元

序号	名称	预付账款余额	占比
1	漳州市联安纸业有限公司	66.29	21.99%
2	Stora Enso Pulp AB	46.17	15.32%
3	重庆市红闺房商贸有限公司	34.00	11.28%
4	永康市冠一工贸有限公司	30.85	10.23%
5	国网重庆市电力公司南岸供电分公司	27.28	9.05%

序号	名称	预付账款余额	占比
6	揭阳空港经济区雅成塑胶有限公司	22.91	7.60%
7	潮州市潮安区金石镇厨帮不锈钢制品厂	18.49	6.13%
8	重庆吉尔商贸有限公司	13.00	4.31%
9	上海均轩贸易有限公司	8.97	2.98%
10	兴化市华良敷料卫生用品有限公司	5.98	1.98%
合计		273.94	90.89%

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司预付账款余额前十名情况如下：

单位：万元

序号	名称	预付账款余额	占比
1	中天(中国)工业有限公司	82.23	32.07%
2	厦门速传物流发展股份有限公司	50.87	19.84%
3	丰田通商(上海)有限公司	46.11	17.99%
4	Stora Enso Pulp AB	36.56	14.26%
5	义乌市经亘贸易有限公司	21.88	8.54%
6	浙江中包浆纸进出口有限公司	9.92	3.87%
7	上海浪尖展览展示服务有限公司	6.12	2.39%
8	广东一洲新材料科技有限公司	2.17	0.84%
9	江西巨泰实业有限公司	0.33	0.13%
10	无锡中策机电设备有限公司	0.13	0.05%
合计		256.30	99.98%

6、其他应收款分析

公司其他应收款主要为土地保证金、代垫土地平整费用、公司拨付给各地销售部门的备用金、支付给直营电商平台的保证金等款项。公司其他应收款具体构成情况如下：

单位：万元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
土地保证金	-	-	4,000.00
代垫土地平整费用	-	-	511.83
应收材料款	955.77	955.77	955.78
保证金及备用金	553.28	803.38	649.89
其他	115.89	50.17	45.95

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
减：坏账准备	955.77	955.77	955.77
其他应收款合计	669.17	853.55	5,207.67
增长率	-21.60%	-83.61%	

注：应收材料款为预付账款重分类所致，具体请参见预付账款分析

报告期内，各项其他应收款项的形成原因及后续收回情况如下：

（1）土地保证金因公司购买麻柳新工厂项目所需土地使用权而产生，已于 2015 年 11 月全额收回

土地保证金为公司为购买麻柳新工厂项目所需土地使用权而向重庆麻柳沿江开发投资有限公司支付的保证金，金额为 4,000 万元。重庆麻柳沿江开发投资有限公司系重庆麻柳沿江开发区成立的国有独资公司，根据 2012 年 8 月公司与重庆麻柳沿江开发区签订的企业入驻协议书约定，将在本公司支付土地摘牌交易款后 6 个月内将该款项全额返还公司。本公司已于 2015 年 11 月收到重庆麻柳沿江开发投资有限公司退还的全部保证金。

（2）代垫土地平整费用因公司代垫麻柳新工厂项目建设所需用地的平整费用产生，已于 2015 年 11 月全额收回

代垫土地平整费是公司为重庆麻柳沿江开发投资有限公司代垫的麻柳新工厂项目建设所需用地的平整费用，金额为 511.83 万元。2015 年 11 月，重庆麻柳沿江开发投资有限公司已将该部分款项全部返还给公司。

（3）应收材料款为公司预付浆板供应商上海凯琳进出口有限公司的材料款，但因上海凯琳进出口有限公司经营不善，无法有效履行供货合同，公司目前尚未收回。

上海凯琳进出口有限公司是国内从事浆板进口贸易的主要企业之一，与包括发行人在内的多家国内主要卫生用品生产企业保持常年合作关系。公司与上海凯琳进出口有限公司签订长期原材料供货合同，为了提前锁定汇率变动及原材料价格波动的风险，向该公司预付原材料货款。2014 年，上海凯琳进出口有限公司因经营不善，无法有效履行供货合同。上述事件发生后，公司采取了多种措施，尽可能向上海凯琳进出口有限公司追回预付资金或要求对方恢复浆板供应，但仍然造成 2014 年共计 955.77 万元预付款无法兑现。基于谨慎性原则，公司管理层对上海凯琳经营状况评估后，对其预付的 955.77 万元材料款余额重分类至其他应收款，并全额计提了坏账准备。

（4）保证金及备用金因公司日常业务开展所产生，其金额与公司经营规模相关，在日常经营中滚动拨付和回收

保证金及备用金主要为公司拨付给各地销售部门的备用金、支付给直营电商平台的保证金以及支付给重庆市电力公司南岸供电局的用电保证金等款项，因公司日常业务开展所产生，其金额与公司经营规模相关，在日常经营中滚动拨付和回收。

报告期内，公司其他应收款余额的大额变动主要发生在 2014 年和 2015 年期间，由 2014 年年末的 5,207.67 万元减少至 2015 年末的 853.55 万元，减少 4,354.12 万元，减幅为 83.61%。变动的主要原因为 2014 年末，公司尚有土地保证金 4,000 万元和代垫土地平整费用 511.83 万元未收回，2015 年上述两项大额其他应收款项已收回，因此 2015 年末的应收款余额大幅降低。

剔除上述土地保证金、代垫土地平整费用后，2014 年末公司剩余其他应收款余额为 695.85 万元。

2015 年末公司其他应收款余额为 853.55 万元，较 2014 年剩余其他应收款余额 695.85 万元(剔除上述土地保证金、代垫土地平整费用后)增加 157.70 万元，增幅为 22.66%，变动主要因为 2015 年末，保证金及备用金余额较 2014 年末增加 153.49 万元，因为公司销售规模的扩张以及线上活动开展频率的增加，使得保证金支付金额进一步上升。

2016 年末公司其他应收款余额为 669.17 万元，较 2015 年其他应收款余额 853.55 万元减少 184.38 万元，减幅为 21.60%，变动主要因为：(1)员工备用金报销后使得年末备用金余额下降；(2)随着公司麻柳园新工厂在 2016 年度改为电厂直供电，供电局不再向公司收取保证金。

7、存货分析

（1）存货构成及余额变动分析

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司存货余额分别为 6,837.18 万元、6,916.93 万元和 7,013.41 万元，占各期流动资产的比例分别为 23.28%、22.33%和 20.25%。报告期各期末，公司存货余额情况如下表：

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货（万元）	6,837.18	6,916.93	7,013.41

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
增长率	-1.15%	-1.38%	
存货占流动资产比重	23.28%	22.33%	20.25%

2016 年末和 2015 年末，公司存货余额分别较上期减少 1.15% 和 1.38%，期末存货余额基本稳定。

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	2,903.97	42.47%	3,525.49	50.97%	3,296.99	47.01%
在产品	26.33	0.39%	24.81	0.36%	19.27	0.27%
产成品	3,088.66	45.17%	2,624.13	37.94%	3,081.21	43.93%
发出商品	818.22	11.97%	742.51	10.73%	615.94	8.78%
存货账面余额	6,837.18	100%	6,916.93	100%	7,013.41	100%

本公司存货主要为原材料、在产品、产成品和发出商品。公司生产周期较短，在产品占比较低，存货以原材料和产成品为主。报告期内，公司的发出商品在直营销售过程中形成，具体情形如下：（1）对于向 KA 客户的销售，由于公司对 KA 客户为委托代销，KA 客户在与公司对账结算前有权退换货物，因此公司在发货时尚未转移相关货物所有权上的主要风险和报酬，按照“发出商品”科目相关货物进行记录、核算；（2）对于电商销售，根据公司与主要第三方电商平台的约定，消费者在确认收货之前拥有无理由退换货权利，因此公司在发货时尚未转移相关货物所有权上的主要风险和报酬，按照“发出商品”科目相关货物进行记录、核算。报告期内，公司直营模式不存在收入确认后发生退货的情况，公司不存在提前确认收入的情况。

（2）存货跌价准备的计提情况

公司在对存货进行全面盘点的基础上，对全部或部分陈旧过时的产成品，预计其成本不可收回的部分，按单个存货项目的可变现净值低于其成本的差额计提存货跌价准备。2016 年、2015 年和 2014 年，公司分别计提存货跌价准备 334.41 万元、487.07 万元和 583.80 万元，并于各期末全额核销上述计提的存货跌价准备。

（3）存货减值测试的具体情况

公司存货减值测试及计提减值准备的方法为：资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。其中，原材料和在产品的可变现净值，依据已签订同类产品销售订单估计售价，同时减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定；产成品和发出商品的可变现净值，依据已签订同类产品销售订单估计售价，同时减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

公司每月均会对临近到期的产成品、残次品进行清点和集中报废，并对相关存货按照其账面价值全额计提存货跌价准备并予以核销，相关损失计入资产减值损失。2016 年度、2015 年度及 2014 年度，前述报废存货的核销金额分别为 334.41 万元、487.07 万元和 583.80 万元。

于报告期各资产负债表日，经过前述对报废存货的核销处理，公司并无存货跌价准备余额。报告期内各资产负债表日，公司通过减值测试未发现各期末存货存在减值的迹象，并未对存货计提存货跌价准备。

（4）报告期各期末存货库龄情况

报告期各期末，公司库存的库龄分布情况如下：

金额单位：万元

存货库龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
30 天以内	4,580.71	67.00%	4,706.84	68.05%	3,531.66	50.36%
30-60 天	790.52	11.56%	711.47	10.29%	1,020.49	14.55%
60-90 天	298.73	4.37%	391.10	5.65%	574.65	8.19%
90-360 天	1,054.45	15.42%	637.13	9.21%	1,544.53	22.02%
1 年-2 年	77.24	1.13%	397.88	5.75%	217.59	3.10%
2 年以上	35.53	0.52%	72.51	1.05%	124.50	1.78%
1 年以内小计	6,724.41	98.35%	6,446.54	93.20%	6,671.33	95.12%
1 年以上小计	112.77	1.65%	470.39	6.80%	342.09	4.88%
合计	6,837.18	100%	6,916.93	100%	7,013.41	100%

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司库龄在一年以内的存货占比分别为 98.35%、93.20%和 95.12%，处于较高水平，库龄结构合理。对于库龄超过一年的存货，主要为包装物、赠品、生产设备的备品备件等，此类存货的可使用周期较长，不存在重大跌价

风险，于 2016 年末、2015 年末和 2014 年末，库龄超过一年的存货占比分别为 1.65%、6.80% 和 4.88%，整体较低。

发行人以月度为周期组织原材料采购、产品生产和销售。公司主要原材料为膜、无纺布、高分子等，市场供应较为充足，故公司原材料备货周期较短，在 30 天左右。公司生产环节工艺先进，生产周期较短。公司目前销售区域集中在川渝、云贵陕、两湖等地区，区域较为集中，物流配送效率相对较高，包括备货、运输的销售周期在 30 天左右。公司库龄在 30 天的存货占比分别为 67.00%、68.05% 和 50.36%，占比较高，符合发行人按月制定销售计划，并以月度为周期组织原料采购、产品生产和销售的特点。公司各类存货的存货周转天数情况如下：

	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
原材料	31.24	34.29	32.54
在产品	0.25	0.22	0.33
产成品	27.75	28.67	27.10
发出商品	7.58	6.83	6.08

注：存货周转天数=存货平均余额/营业成本*360 天

报告期内各类存货的库存水平与采购、生产、销售周期相匹配，存货水平合理。

（5）存货盘点制度

公司在报告期内建立了存货盘点的内部控制制度，定期对存货进行盘点，并对盘点结果进行分析和复核等。具体如下：

1) 存货盘点制度

公司为加强企业内部管理和及时掌握存货情况，建立了《仓储管理控制程序》，公司所有仓库配备有门锁、摄像头及仓库管理人员进行仓库安全管理；除此之外，公司尚有部分外地仓库用于存放用于当地销售的产品，所有的外库均与第三方物流供应商签订了正式的物流服务合同，以确保仓库存货的安全。

为控制存货库龄风险及产品质量风险，公司采取定期盘点（月度、半年及年度）的存货盘点制度。每月末，财务人员会同业务部门人员定期对存货进行盘点检查，将盘点计划在公司办公邮件系统中进行公告，内容包括：

- ① 明确盘点对象、范围、时间以及人员安排；
- ② 通知财务部在盘点前关闭出、入库操作权限，控制生产出入库物料和存货流动；

③明确存货盘点具体流程及程序；

④盘点结束后编制相应报告并由财务部根据盘点情况调整账务。

为保证盘点数据真实、准确、完整，公司存货定期盘点范围包括总仓及外地各分仓的原料、在产品、库存商品等所有存货。

2) 存货盘点具体流程

对于总仓，财务部、物流部、电商部及厂务部共同按照存货盘点计划，参与盘点的人员严格按照盘点计划和指引执行盘点程序，从公司财务系统中导出《存货盘点表》进行静态全盘。由仓库人员和盘点人员的共同进行初盘，盘点完成后由复盘人在初盘的基础上进行复盘。月末盘点报告需由盘点人、监盘人或复盘人及部门负责人签字确认；

对于外地分仓，由公司各区域经销办事处根据公司系统打印《存货盘点表》，外地办事处人员和第三方物流公司一起进行初盘，相应人员将在盘点表签字确认，盘点结束后公司外地办事处财务人员将进行复盘，并在盘点表上签字确认，最后盘点结果经过区域总经理审核签字后再传递给财务部。

上述盘点如有差异(盘盈或盘亏)，盘点负责人及时编制相应报告对差异原因进行说明并进行汇总复核审批，由财务部会计编制入账凭证进行账务调整，总账会计审核。

3) 各报告期末的存货盘点开展情况

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
是否制定盘点计划	是	是	是
盘点负责人	各部门负责人及外地经销商办事负责人	各部门负责人及外地经销商办事负责人	各部门负责人及外地经销商办事负责人
盘点参与部门	财务部、物流部、电子商务部、厂务部及各区域经销办事处	财务部、物流部、电子商务部、厂务部及各区域经销办事处	财务部、物流部、厂务部及各区域经销办事处
盘点范围	总仓及外地分仓	总仓及外地分仓	总仓及外地分仓
盘点地点	重庆及各区域分仓	重庆及各区域分仓	重庆及各区域分仓
盘点时间安排	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月29日至30日
盘点结果	正常	正常	正常
盘点是否按计划进行	是	是	是

4) 会计师对存货的监盘情况

会计师审阅了客户的盘点计划和指引，执行了实地监盘及抽盘程序等，具体如下：

①对发行人的存货管理进行了解，确认其是否建立健全的存货管理制度；通过测试发行人存货内部控制的有效性，确保存货管理流程得到一贯执行；测试发行人的存货盘

点制度，确保发行人的存货盘点制度得到有效实施；

②在实施监盘前，审阅及评价管理层制定的存货盘点计划和指引是否恰当；

③对公司存货盘点的执行工作：

在资产负债表日，公司对存储在工厂总部所有仓库的存货执行全面盘点；对总部仓库的盘点执行了实地监盘及抽盘程序；对于在非资产负债表日的盘点，根据实际盘点结果进行了相应测试；

对于异地存放和由第三方保管或控制的存货，根据发行人实际情况，执行了异地盘点或向第三方发函等审计程序；

在实施监盘时，会计师评价了管理层用以记录和控制存货盘点结果的指令和程序，观察并检查盘点程序的执行情况，同时，会计师在实施监盘过程中检查了发行人的存货，识别是否存在过时、毁损或陈旧的存货。

④盘点完成后，会计师检查了公司是否将在盘点过程中发现的存货盈亏情况、毁损等跌价情况进行了恰当的会计处理。

（6）经销商存货相关管理措施

公司在较长的实际经营过程中已经建立并执行了对经销商的查访指导、了解经销商实际销售数据、制定合理销售预测等管控措施，有效保障了发行人不会因为经销商在库存管理上的不足而导致产品过剩或断货，有效保障了公司营运的效率与效果。具体包括：

①查访指导

公司各地销售人员定期对辖区内的经销商进行现场拜访、了解市场情况，查看经销商库存情况，并对辖区内产品销售出现的问题及时处理。

②了解经销商实际销售数据

公司建立经销商库存信息制度，公司定期由销售管理部门对各地经销商进行拜访，对主要经销商的实际销售数据进行了解。对于经销商实际销量连续大于进货导致经销商库存较小时，公司销售管理部门会建议经销商增加采购补充至安全库存的水平；相反，则建议暂缓采购订单的执行，合理保障公司不会因为经销商在库存管理上的不足而导致产品过剩或断货。

此外，公司稽核检查部门，亦会定期对各个地区市场的经销商库存情况进行抽样检查，确保公司销售管理部门反馈的经销商销售及库存数据准确、完整。

③合理制定销售预测及销售政策

公司根据经销商库存、购销量情况，制订相应的销售预测，根据销售预测提前安排原材料的采购等相关生产备货，亦会根据对市场的动态管理制定相应的促销政策，确保发行人不会因为经销商在库存管理上的不足而导致产品过剩或断货。

（7）存货周转能力与同行业上市公司比较情况

2016 年、2015 年和 2014 年，公司存货周转次数分别为 5.39 次、5.14 次和 5.45 次，高于同行业上市公司平均水平，其比较情况如下表所示：

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	4.25	2.96	2.86
恒安国际（港股）	2.77	3.36	3.18
维达国际（A 股）	3.97	3.06	3.04
海外上市公司			
金佰利（美国）	6.44	6.27	6.28
花王（日本）	4.39	4.23	4.54
尤妮佳（日本）	6.77	N.A.	6.79
宝洁（美国）	6.35	5.98	5.94
平均值	4.99	4.31	4.66
公司	5.39	5.14	5.45

数据来源：同行业可比公司年报。

公司存货周转率高于行业平均水平，一方面，公司的存货管理制度完备并严格执行，存货管理效率较高。另一方面，公司目前为区域型优势品牌，主要销售地区为川渝、云贵陕、两湖等地区，区域较为集中，物流配送效率相对较高，而同行业中国上市公司均为全国性的品牌，销售范围较广。因此，公司存货余额较低，存货周转率较高。综上所述，公司存货周转率水平高于同行业可比公司，符合公司的实际情况。而宝洁、尤妮佳、金佰利等国际综合日化巨头，其存货管理效率更高，故存货周转率略高于公司。

8、其他流动资产分析

报告期内，公司其他流动资产主要为可供出售金融资产及预付的上市中介机构服务

费，具体情况如下：

单位：万元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他流动资产：	905.56	318.48	7,013.84
增长率	184.34%	-95.46%	
其中：可供出售金融资产	-	-	6,940.00
预缴企业所得税	-	-	73.84
上市中介机构服务费	767.61	318.48	-
待抵扣进项税额	137.95	-	-
其他流动资产占流动资产比重	3.08%	1.03%	20.25%

2015 年和 2014 年，为提高资金使用效率，公司利用暂时闲置资金购买了重庆农村商业银行、招商银行、中国农业银行、和浦发银行的结构化存款及理财产品。2015 年末，公司其他流动资产为 318.48 万元，较 2014 年末大幅下降 95.46%，主要原因系公司 2015 年对计入可供出售金融资产的全部结构化存款及理财产品进行了赎回。2016 年末，公司其他流动资产为 905.56 万元，较 2015 年末增长 184.34%，主要原因系预付的上市中介机构服务费增加。

2014 年和 2015 年，公司可供出售金融资产系公司购买的银行短期理财产品，理财产品资金主要投资于银行间和交易所市场信用级别较高、流动性较好的金融工具，风险较小，期末不存在减值现象。2016 年度，发行人未投资理财产品。

①报告期内发行人投资理财产品购买及赎回情况

2016 年度，发行人未投资理财产品。

2015 年度，发行人投资理财产品情况如下：

单位：万元

银行	产品类别	2015 年度			
		期初余额	本年购买	本年赎回	年末余额
重庆农村商业银行	江渝财富“天添金”	-	34,000.00	34,000.00	-
招商银行	朝招金(多元积极型)	4,150.00	47,850.00	52,000.00	-
	景源重庆 1 号	2,500.00	-	2,500.00	-
	E+企业定期理财	290.00	63,531.22	63,821.22	-

银行	产品类别	2015 年度			
		期初余额	本年购买	本年赎回	年末余额
合计		6,940.00	145,381.22	152,321.22	-

2014 年度，发行人投资理财产品情况如下：

单位：万元

银行	产品类别	2014 年度			
		期初余额	本年购买	本年赎回	年末余额
重庆农村商业银行	江渝财富“天添金”	13,768.00	60,100.00	73,868.00	-
招商银行	开元 2 号	5,000.00	5,000.00	10,000.00	-
	鼎鼎成金	3,000.00	1,000.00	4,000.00	-
	朝招金(多元积极型)	-	4,150.00		4,150.00
	景源重庆 1 号	-	4,500.00	2,000.00	2,500.00
	E+企业定期理财	-	290.00	-	290.00
	万虎机电债权收益权项目	-	2,000.00	2,000.00	-
	德鑫南京 1 号	-	6,200.00	6,200.00	-
	恒源重庆 1 号	-	11,000.00	11,000.00	-
	景源南京 1 号	-	1,200.00	1,200.00	-
合计		21,768.00	95,440.00	110,268.00	6,940.00

②报告期内发行人理财产品具体投资标的及投资收益情况

序号	产品类别	具体投资标的	投资收益
1	重庆农村商业银行江渝财富“天添金”理财产品	该理财产品在重庆农村商业银行标注的风险类型为稳健型，风险较低，主要投资于银行间市场流通的债券及同业往来资产。	2014 年、2015 年分别实现投资收益 582.52 万元和 164.28 万元。
2	诺安资产—招商银行开元 2 号专项资产管理计划	该理财计划由招商银行福州分行担任资产托管人，诺安资产管理有限公司任资产管理人，该计划具有较低风险特征。该理财计划投资的品种包括：银行存款、票据资产及法律法规未禁止投资的其他具有固定收益属性的债权、收益权、其他财产权利标的，比例为 0-100%。	2014 年实现投资收益 151.09 万元。
3	招商银行招银进宝之鼎鼎成金理财计划	该理财计划在招商银行标注的风险类型为稳健型，风险较低，主要投资于银行间市场、交易所市场债券，以及资金拆借、信托计划及其他金融资产。	2014 年实现投资收益 22.92 万元。
4	招商银行朝招金（多元	该理财计划在招商银行标注的风险类型为平衡	2015 年实现投

序号	产品类别	具体投资标的	投资收益
	积极型)理财计划	型,由招商银行投资于银行间和交易所市场信用评级较高、流动性较好的金融资产和金融工具,包括但不限于债券、资产支持证券、理财直接融资工具、资金拆借、逆回购、银行存款等,并可参与证券公司两融收益权、券商收益凭证、股权收益权转让业务、股票结构化投资优先级业务、定增基金优先级、资产证券化等固定收益属性的证券市场相关投资业务。	资收益 99.47 万元。
5	景源重庆 1 号专项资产管理计划	该理财计划由招商银行设立,具有较低风险特征。本级份额所受让标的资产为:招商银行股份有限公司重庆分行发放的尚未到期的信贷资产债权及该信贷资产债权所附属的担保从权利,标的物为招商银行对重庆拓达建设(集团)有限公司发放的流动资金贷款。	2014 年、2015 年分别实现投资收益 17.11 万元和 35.63 万元。
6	e+企业定期理财项目	该理财项目由招商银行发起,投资标的为编号为 M270042413 的国内信用证收益权。	2015 年实现投资收益 76.78 万元。
7	万虎机电债权收益权项目—资金信托	该理财项目由中国对外经济贸易信托有限公司发起设立,招商银行重庆分行作为信托财产的保管人,投资标的为招商银行对重庆万虎机电有限责任公司发放的为期一年的流动资金借款。	2014 年实现投资收益 9.95 万元。
8	德鑫南京 1 号专项资产管理计划	该专项资产管理计划由招商银行南京分行担任资产托管人,长城嘉信资产管理有限公司担任资产管理人,具有较低风险特征。本计划投资于银行存款、具有固定收益属性的债权、收益权及其他财产权利标的。	2014 年实现投资收益 52.72 万元。
9	恒源重庆 1 号专项资产管理计划	该专项资产管理计划由招商银行重庆分行担任资产托管人,招商财富资产管理有限公司担任资产管理人。该计划投资于具有固定收益属性的债权、收益权及其他财产权利标的,以信贷资产受让的方式买断招商银行重庆分行持有的尚未到期的信贷资产债权。	2014 年实现投资收益 162.08 万元。
10	景源南京 1 号专项资产管理计划	该资产管理计划由招商银行南京分行担任资产托管人,招商财富资产管理有限公司担任资产管理人,具有较低的风险特征。该计划投资于具有固定收益属性的债权、收益权、其他财产权利标的及银行存款等。	2014 年实现投资收益 17.20 万元。

③报告期内发行人理财产品会计处理

公司在购入相关理财产品时,计入可供出售金融资产;公司对相关理财产品按公允价值进行后续计量;公司收回相关理财产品本金和收益时,结转相应的理财产品账面成本,差额部分计入投资收益。

④ 购买理财产品履行的审议程序

报告期内,公司购买银行发行的、收益率可以合理预估、不确定性较小且 6 个月内

到期的理财产品，根据公司内部资金管理制度的规定，由公司财务总监审批执行，购买其他银行理财产品须由总经理进行审批。上述购买理财产品的行为履行了公司当时有效的内部审批程序，为了进一步规范公司购买理财产品履行的审议程序，发行人在 2016 年 1 月 17 日召开的公司 2016 年第一次临时股东大会上，对其最近三年购买银行理财产品的行为予以追认。

9、固定资产分析

单位：万元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
固定资产	33,326.67	17,171.48	8,722.71
增长率	94.08%	96.86%	
固定资产占资产总额比重	44.92%	26.94%	18.33%

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司固定资产余额分别为 33,326.67 万元、17,171.48 万元和 8,722.71 万元，占各期末资产总额的比重分别为 44.92%、26.94% 和 18.33%。公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备等，二者合计占公司固定资产比重超过 90%。2016 年末和 2015 年末，公司固定资产余额分别较上期末增加 16,155.19 万元和 8,448.77 万元，增长幅度分别为 94.08% 和 96.86%，主要系麻柳新工厂陆续转固及新购置机器设备导致。

10、在建工程分析

报告期各期末，公司在建工程余额具体情况如下：

单位：万元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
麻柳新工厂项目	1,064.74	3,245.74	3,096.35
外购设备安装工程	1,957.82	3,896.42	-
在建工程合计	3,022.56	7,142.15	3,096.35
增长率	-57.68%	130.66%	
在建工程占资产总额比重	4.07%	11.21%	6.51%

2016 年末公司在建工程余额 3,022.56 万元，较 2015 年末减少 4,119.59 万元，降幅为 57.68%，主要原因系外购设备安装工程及麻柳新工厂陆续转固所致。

2015 年末公司在建工程余额 7,142.15 万元，较 2014 年末增加 4,045.80 万元，增幅

130.66%。其中，麻柳新工厂项目新增投入 149.38 万元，新增外购设备安装工程 3,896.42 万元。

11、无形资产分析

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司无形资产余额分别为 7,295.58 万元、7,454.54 万元和 36.18 万元，占各期末资产总额的比重分别为 9.83%、11.70%和 0.08%。报告期内，公司无形资产主要为土地使用权和计算机软件，主要情况如下：

单位：万元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
土地使用权	7,280.31	7,429.90	-
计算机软件	15.27	24.64	36.18
无形资产合计	7,295.58	7,454.54	36.18
增长率	-2.13%	20,504.03%	
无形资产占资产总额比重	9.83%	11.70%	0.08%

2016 年末公司无形资产余额较 2015 年末减少 158.96 万元，降幅约为 2.13%，系无形资产摊销导致。

2015 年末公司无形资产余额较 2014 年末增加 7,418.35 万元，系公司获得的麻柳园区国有建设用地使用权（渝（2015）巴南区不动产权第 000024148 号、渝（2015）巴南区不动产权第 000024573 号、渝（2015）巴南区不动产权第 000023882 号、渝（2015）巴南区不动产权第 000024691 号）。2014 年末，公司无形资产主要为计算机软件，余额较小。

12、递延所得税资产分析

公司递延所得税资产主要由预收账款、预计负债、应收账款坏账准备、预提费用、递延收益、固定资产减值准备而引起的所得税可抵扣暂时性差异。2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司递延所得税资产分别为 1,031.30 万元、768.33 万元和 648.83 万元，占各期末资产总额的比重分别为 1.39%、1.21%和 1.36%，占资产总额的比例均较低。

（二）负债构成及变动分析

1、负债结构分析

报告期各期末，公司主要负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	20,924.85	99.23%	17,643.37	99.48%	11,654.34	100%
应付账款	6,685.14	31.70%	5,708.31	32.19%	3,607.28	30.95%
预收账款	4,048.60	19.20%	4,486.55	25.30%	2,620.75	22.49%
应付职工薪酬	1,122.92	5.33%	1,244.53	7.02%	1,002.71	8.60%
应交税费	782.23	3.71%	846.25	4.77%	514.25	4.41%
其他应付款	8,285.96	39.29%	5,357.73	30.21%	3,845.88	33.00%
其他流动负债	-	-	-	-	63.47	0.54%
非流动负债	161.89	0.77%	92.50	0.52%	-	-
递延收益	161.89	0.77%	92.50	0.52%	-	-
负债总额	21,086.74	100%	17,735.87	100%	11,654.34	100%

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司负债总额分别为 21,086.74 万元、17,735.87 万元和 11,654.34 万元，其中流动负债占负债总额的比重较高，2016 年末、2015 年末和 2014 年末分别为 99.23%、99.48% 和 100%。流动负债中，应付账款、预收款项和其他应付款占比较高。

2、应付账款分析

公司应付账款主要为应付的原材料采购款。2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司应付账款余额分别为 6,685.14 万元、5,708.31 万元和 3,607.28 万元。应付账款中无账龄超过一年的重大款项。应付账款的主要情况如下：

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付账款（万元）	6,685.14	5,708.31	3,607.28
增长率	17.11%	58.24%	
应付账款占负债总额的比重	31.70%	32.19%	30.95%

2016 年末及 2015 年末，公司应付账款较上一年年末分别增加 976.83 万元和 2,101.03 万元，增长幅度分别为 17.11% 和 58.24%，主要原因为公司销售规模增长，经营采购所需的期末付款金额有所增加。

2016 年末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	名称	应付账款余额	占比
1	重庆壮大包装材料有限公司	628.04	9.39%
2	宜兴丹森科技有限公司	398.23	5.96%
3	重庆四平泰兴塑料包装有限公司	344.46	5.15%
4	重庆陶氏纸业有限公司	321.71	4.81%
5	成都益华塑料包装有限公司	272.89	4.08%
合计		1,965.32	29.40%

3、预收账款分析

公司对经销商主要实行“先款后货”的销售政策，预收款项主要为公司预收的经销商货款。报告期各期末，公司预收账款具体情况如下：

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预收账款（万元）	4,048.60	4,486.55	2,620.75
增长率	-9.77%	71.19%	
预收账款占负债总额比重	19.20%	25.30%	22.49%

2015 年末，公司预收账款较 2014 年底增加 1,865.80 万，增幅 71.19%，主要原因系：1) 公司销售规模增长，期末预收客户货款增加；2) 2015 年末，因搬迁导致公司生产及发货安排计划有所延迟，未能及时足量对预付货款的经销商安排发货。

2016 年末，公司预收账款较 2015 年末减少 437.95 万元，小幅下降 9.77%，主要原因是 2016 年初公司搬迁完成，生产及发货安排恢复正常水平，陆续对在 2015 年底预收货款的经销商安排发货。

2016 年末，公司预收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

序号	名称	预收账款余额	占比
1	山西美林国际贸易有限公司	73.49	1.82%
2	重庆发现商贸有限公司	52.94	1.31%
3	LA MAURITANIENNE DE BUSINESS CO., LTD.	50.52	1.25%
4	SINAN SINAN AL-SHUTBI	44.00	1.09%

序号	名称	预收账款余额	占比
5	湖南湘雅医药有限公司	40.48	1.00%
	合计	261.43	6.47%

4、应付职工薪酬分析

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付职工薪酬（万元）	1,122.92	1,244.53	1,002.71
增长率	-9.77%	24.12%	
应付职工薪酬占负债总额比重	5.33%	7.02%	8.60%

公司应付职工薪酬余额为根据公司薪酬政策提取但尚未支付的工资、奖金及津补贴和社会保险费等。

2016 年末，公司应付职工薪酬较 2015 年末减少 121.61 万元，小幅下降 9.77%，主要系公司优化人员构架，对冗余人员进行了精简，因此应付职工薪酬小幅下降。

2015 年末，公司应付职工薪酬较 2014 年末增加 241.82 万元，增幅 24.12%，主要系公司规模有所扩大，员工人数增加所致。

5、应交税费分析

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应交税费（万元）	782.23	846.25	514.25
增长率	-7.57%	64.56%	-60.06%
应交税费占负债总额比重	3.71%	4.77%	4.41%

公司应交税费主要由未交增值税和应交企业所得税组成，报告期各期末二者合计占公司应交税费比例均超过 80%，公司应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应交企业所得税	476.01	60.85%	453.85	53.63%	-	-
未交增值税	243.69	31.15%	327.52	38.70%	456.02	88.68%
应交城市维护建设税	18.23	2.33%	24.39	2.88%	25.68	4.99%
应交教育费附加	7.81	1.00%	10.45	1.24%	11.01	2.14%

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	36.49	4.66%	30.03	3.55%	21.54	4.19%
应交税费合计	782.23	100%	846.25	100%	514.25	100%

2016 年末，公司应交税费较 2015 年末减少 64.02 万元，小幅下降 7.57%，无明显波动。

2015 年末，公司应交税费较 2014 年末增加 332.00 万元，增幅 64.56%，主要原因是公司在 2014 年 4 季度预缴企业所得税较多，致使 2014 年底应交税费余额较低。

6、其他应付款分析

公司其他应付款主要包括设备及工程款、商业折扣及促销费、经销商保证金及押金等。报告期各期末，其他应付款具体情况如下：

单位：万元

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应付款	8,285.96	5,357.73	3,845.88
增长率	54.65%	39.31%	
其中：设备及工程款	3,590.88	1,203.07	65.97
商业折扣及促销费	2,248.46	2,317.64	1,832.73
保证金及押金	1,312.57	1,400.29	1,447.84
其他	1,134.05	436.73	499.34

2016 年，公司其他应付款余额为 8,285.96 万元，较 2015 年末增加 2,928.23 万元，增幅 54.65%，主要原因系麻柳新工厂所需设备采购的增加导致应付设备款较 2015 年末大幅增加。

2015 年末，公司其他应付款余额为 5,357.73 万元，较 2014 年末增加 1,511.85 万元，增幅为 39.31%，其中外购在安装设备的增加导致应付设备款增加 1,137.10 万元，销售规模的扩大导致的应付商业折扣及促销费增加 484.90 万元。

（三）偿债能力分析

报告期内，本公司偿债能力指标见下表：

	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	1.40	1.76	2.97
速动比率	1.08	1.36	2.37
资产负债率	28.42%	27.83%	24.50%
	2016 年	2015 年	2014 年
息税折旧摊销前利润（万元）	9,740.55	9,115.06	8,132.80
利息支出	不适用	不适用	不适用
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用

注：上述财务指标计算公式如下：

1. 流动比率=流动资产/流动负债
2. 速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
3. 资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%
4. 息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
5. 利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/利息支出

1、流动比率和速动比率

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司流动比率分别为 1.40、1.76 和 2.97，速动比率分别为 1.08、1.36 和 2.37。公司与同行业上市公司流动比率情况如下：

证券简称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	2.15	1.81	2.10
恒安国际（港股）	1.45	1.22	1.51
维达国际（A 股）	1.03	1.10	1.08
海外上市公司			
金佰利（美国）	0.87	0.85	0.89
花王（日本）	1.66	1.85	1.69
尤妮佳（日本）	2.00	1.97	1.78
宝洁（美国）	1.10	1.00	0.94
平均值	1.47	1.40	1.43
本公司	1.40	1.76	2.97

数据来源：同行业可比公司年报

公司与同行业上市公司速动比率情况：

证券简称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	1.72	1.16	1.43
恒安国际（港股）	1.24	1.03	1.32
维达国际（A 股）	0.65	0.49	0.57
海外上市公司			
金佰利（美国）	0.59	0.55	0.59
花王（日本）	1.28	1.46	1.27
尤妮佳（日本）	1.68	1.59	1.43
宝洁（美国）	0.94	0.81	0.74
平均值	1.16	1.01	1.05
本公司	1.08	1.36	2.37

数据来源：同行业可比公司年报

公司流动比率、速动比率较高，公司资产流动性较强，短期偿债能力较强，处于安全水平。

2、资产负债率

2016 年末、2015 年末和 2014 年末，公司资产负债率分别为 28.42%、27.83%和 24.50%。公司与同行业上市公司资产负债率情况如下：

证券简称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	40.25%	46.44%	48.36%
恒安国际（港股）	56.77%	54.40%	57.58%
维达国际（A 股）	56.62%	60.43%	58.36%
海外上市公司			
金佰利（美国）	98.80%	99.30%	93.10%
花王（日本）	48.33%	47.22%	43.88%
尤妮佳（日本）	36.76%	35.80%	30.35%
宝洁（美国）	54.39%	51.31%	51.50%
平均值	55.99%	56.41%	54.73%
公司	28.42%	27.83%	24.50%

数据来源：同行业可比公司年报。

公司资产负债率处于较低水平，长期偿债能力较强，财务风险较低。

3、息税折旧摊销前利润

2016年、2015年和2014年，公司息税折旧摊销前利润分别为9,740.55万元、9,115.06万元和8,132.80万元，公司具有较强的偿债能力。

二、盈利能力分析

报告期内，公司利润表主要科目数据变动如下：

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
营业收入	73,879.94	69,140.41	62,409.98
增长率	6.85%	10.78%	-
营业毛利	36,832.60	33,329.11	29,413.30
增长率	10.51%	13.31%	-
营业利润	7,751.96	6,640.48	6,962.21
增长率	16.74%	-4.62%	-
利润总额	8,276.57	8,136.13	7,121.06
增长率	1.73%	14.25%	-
净利润	7,115.95	6,771.37	6,038.05
增长率	5.09%	12.15%	-
归属于母公司的净利润	7,115.95	6,771.37	6,038.05
增长率	5.09%	12.15%	-
扣除非经常性损益后的归属于本公司普通股股东的净利润	6,670.03	6,024.09	5,039.84
增长率	10.72%	19.53%	-

（一）营业收入分析

1、营业收入趋势及主要变动原因

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
主营业务收入	73,879.94	69,140.41	62,409.98
增长率	6.85%	10.78%	
营业收入	73,879.94	69,140.41	62,409.98

报告期内，公司只从事一次性卫生用品研发、生产和销售，主营业务突出。2016 年，公司实现营业收入 73,879.94 万元，较 2015 年同期增长 4,739.53 万元，涨幅 6.85%；2015 年，公司实现营业收入 69,140.41 万元，较 2014 年同期增长 6,730.43 万元，增长 10.78%。报告期内，公司营业收入始终保持稳步增长态势的主要原因为：

（1）产品策略方面，随着消费者可支配收入增长以及对产品品质要求的提高，公司主动对产品结构进行优化调整。报告期内，公司加大对卫生巾和纸尿裤中高端产品的研发和销售力度。卫生巾品类中，定位中高端消费者的品牌“自由点”销售收入持续上升。定位大众消费者的品牌“妮爽”销售收入金额及占比则逐渐下降。纸尿裤方面，公司致力于推动纸尿裤品牌“好之”从低端产品向中高端产品转型，不断推出更加易用、毛利更高的新品，并主动削减了低毛利产品的投入。

经历过 2014 年的产品结构调整，2015 年以来，公司新产品和升级产品逐步得到市场认可，产品销量稳步提升，因此营业收入稳步提升。

（2）区域拓展方面，公司在深耕川渝地区市场的基础上，加大了在全国范围内的销售拓展力度，并重点开发湖南、湖北、河南、河北、山东等市场，挖掘当地经销商资源，拓展区域经销网络。报告期内，公司来自川渝、云贵陕等传统区域以外地区的销售收入持续上升。

（3）行业增速方面，根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据，2016 年我国一次性卫生用品市场规模达到 829.4 亿元，较 2015 年增长 3.6%。

2、主营业务板块结构分析

报告期内，公司各业务板块销售收入情况列示如下：

单位：万元

产品系列	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾	54,697.77	74.04%	51,869.16	75.02%	45,592.99	73.05%

产品系列	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其中：自由点	43,439.95	58.80%	39,451.85	57.06%	32,161.98	51.53%
妮爽	11,257.82	15.24%	12,417.31	17.96%	13,431.01	21.52%
纸尿裤(好之)	19,182.17	25.96%	17,271.25	24.98%	16,816.99	26.95%
其中：纸尿裤	13,028.52	18.84%	9,076.34	13.13%	6,410.32	10.27%
纸尿裤片	6,153.65	8.90%	8,194.91	11.85%	10,406.67	16.67%
合计	73,879.94	100%	69,140.41	100%	62,409.98	100%

注：公司拥有“自由点”和“妮爽”两个卫生巾品牌，纸尿裤为“好之”品牌。

随着我国居民人均可支配收入的增长以及生活水平的提高，消费者对卫生巾、纸尿裤等一次性卫生用品的品质要求也不断提高。为了满足消费者需求，契合市场发展趋势，公司主动对产品结构进行了优化调整。

公司卫生巾品类拥有“自由点”、“妮爽”两个品牌，其中“自由点”定位于中高端消费者，“妮爽”定位于大众消费者。报告期内，公司主营业务突出，产品结构较为稳定，不存在产品结构大幅异常变动的情形。

报告期内发行人收入的增长主要由定位中高端的“自由点”产品销售收入的增长驱动，2016 年和 2015 年其销售收入分别较上年增长 3,988.10 万元、7,289.87 万元，占当年公司总收入增长额的比例分别为 84.15%、108.31%，2016 年和 2015 年均是公司收入增长第一的产品；此外“好之”产品进一步推动了销售收入的增长，2016 年和 2015 年销售收入分别较上年增长 3,952.18 万元、2,666.02 万元，占当年公司总收入增长额的比例分别为 83.39%、39.61%；而对于定位大众消费的“妮爽”卫生巾产品和逐渐被尿裤型产品的替代的“好之”纸尿裤产品，报告期内公司减少了对应的研发及销售资源投入，销售收入持续下降，部分抵消了上述“自由点”卫生巾和“好之”纸尿裤产品的增长。2016 年和 2015 年，“妮爽”卫生巾产品销售收入分别较上年减少 1,159.49 万元和 1,013.70 万元，“好之”品牌下的纸尿裤产品销售收入分别较上年减少 2,041.26 万元和 2,211.76 万元。报告期各期收入变动情况具体如下：

（1）2016 年较 2015 年收入变动情况分析

2016 年公司销售收入为 73,879.94 万元，较 2015 年增加 4,739.50 万元，增幅为 6.85%，其中：①“自由点”销售收入为 43,439.95 万元，较 2015 年增加 3,988.10 万元，增幅为 10.11%，是 2016 年总体销售收入增长的主要原因；②“好之”销售收入为 19,182.17 万元，

较 2015 年增加 1,910.92 万元，增幅为 11.06%，进一步拉动了 2016 年总体销售收入的增长；③“妮爽”销售收入减少 1,159.49 万元，降幅为 9.34%，部分抵消了前述“自由点”和“好之”带来的收入增加。

2016 年，上述三种产品各自销售收入、销售数量和销售单价的变动的具体情况如下：

产品系列	2016 年						
	收入			销量		单片价格	
	金额 (万元)	占比	增长率	数量 (万片)	增长率	金额 (元/片)	增长率
卫生巾	54,697.77	74.04%	5.45%	171,348.42	0.15%	0.32	5.30%
其中：自由点	43,439.95	58.80%	10.11%	98,751.08	6.21%	0.44	3.67%
妮爽	11,257.82	15.24%	-9.34%	72,597.34	-7.07%	0.16	-2.44%
纸尿裤(好之)	19,182.17	25.96%	11.06%	24,192.41	16.19%	0.79	-4.41%
其中：纸尿裤	13,028.52	17.63%	43.54%	13,960.81	42.25%	0.93	0.91%
纸尿裤片	6,153.65	8.33%	-24.91%	10,231.61	-7.05%	0.60	-19.22%
合计	73,879.94	100%	6.85%	195,540.84	1.89%	0.38	4.88%

其中：

① 2016 年“自由点”销售收入较 2015 年增长 3,988.10 万元的主要原因系：A、公司主动将广告资源、导购人员等销售资源向定位中高端的“自由点”倾斜，使得其 2016 年销量达到 98,751.08 万片，较 2015 年增加 6.21%；B、公司对“自由点”产品不断升级，实现 2016 年平均销售单价 0.44 元/片，较 2015 年增加 3.67%。

② 2016 年“好之”销售收入较 2015 年增长 1,910.92 万元，其中：

A、纸尿裤产品 2016 年销售收入较 2015 年增长 3,952.18 万元，增长 43.54%，主要原因系随着我国居民生活水平的提升，公司主动推动“好之”品牌产品结构升级，主要向市场推广品质更高、使用更加便捷的纸尿裤产品，使得其销量达到 13,960.81 万片，较上年增长 42.25%，平均销售单价达到了 0.93 元/片，较上年小幅上涨 0.91%。

B、2016 年纸尿裤片产品销售收入较 2015 年下降 2,041.26 万元，降幅 24.91%，主要原因系：a、为了应对差异化的市场竞争环境，公司针对部分地区推出了价格较低的纸尿裤新产品，导致纸尿裤片产品平均价格下降至 0.60 元/片，较 2015 年下降 19.22%；b、纸尿裤片产品相对低端，公司减少了研发及销售资源的投入，导致销量下降至 10,231.61 万片，较 2015 年下降 7.05%。

③ 2016 年“妮爽”销售收入较上年减少 1,159.49 万元，主要原因系：公司对“妮爽”品牌的研发生产及销售资源投入的减少，导致“妮爽”平均价格和销量分别下降至 0.16 元/片和 72,597.34 万片，分别较 2015 年下降 2.44% 和 7.07%。

（2）2015 年较 2014 年收入变动情况分析

2015 年公司销售收入为 69,140.41 万元，较 2014 年增加 6,730.43 万元，增幅为 10.78%，其中：①“自由点”销售收入为 39,451.85 万元，较 2014 年增加 7,289.87 万元，增幅为 22.67%，是 2015 年总体销售收入增长的主要原因；②“好之”销售收入为 17,271.25 万元，较 2014 年增加 454.26 万元，增幅为 2.70%，小幅拉动了 2015 年总体销售收入的增长；③“妮爽”销售收入减少 1,013.70 万元，降幅为 7.55%，部分抵消了前述“自由点”和“好之”带来的收入增加。

2015 年，上述三种产品各自销售收入、销售数量和销售单价的变动的具体情况如下：

产品系列	2015 年						
	收入			销量		单片价格	
	金额 (万元)	占比	增长率	数量 (万片)	增长率	金额 (元/片)	增长率
卫生巾	51,869.16	75.02%	13.77%	171,098.25	7.84%	0.30	5.49%
其中：自由点	39,451.85	57.06%	22.67%	92,978.16	23.67%	0.42	-0.82%
妮爽	12,417.31	17.96%	-7.55%	78,120.09	-6.41%	0.16	-1.21%
纸尿裤(好之)	17,271.25	24.98%	2.70%	20,821.17	-7.08%	0.83	10.53%
其中：纸尿裤	9,076.34	13.13%	41.59%	9,814.02	64.05%	0.92	-13.69%
纸尿裤片	8,194.91	11.85%	-21.25%	11,007.15	-32.99%	0.74	17.51%
合计	69,140.41	100%	10.78%	191,919.42	6.00%	0.36	4.52%

其中：

① 2015 年“自由点”销售收入较 2014 年增长 7,289.87 万元的主要原因系：A、随着消费者可支配收入增长以及对产品品质要求的提高，公司主动对产品结构进行优化调整。报告期内，公司加大对卫生巾和纸尿裤中高端产品的销售力度。卫生巾品类中，定位中高端消费者的品牌“自由点”销量持续上升，2015 年销量达到 92,978.16 万片，较 2014 年增加 23.67%；B、2015 年“自由点”平均销售单价 0.42 元/片，较 2014 年小幅下降 0.82%，平均销售单价基本平稳。

② 2015 年“好之”销售收入较 2014 年增长 454.26 万元，其中：

A、纸尿裤产品销售收入增长 2,666.02 万元，主要原因系：a、随着居民生活水平的提升，公司主动推动“好之”品牌产品结构升级，主要向市场推广品质更高、使用更加便捷的纸尿裤产品，使得纸尿裤产品销量增长至 9,814.02 万片，较 2014 年增长 64.05%；b、公司加大了纸尿裤产品推广力度，对部分纸尿裤产品采用促销方式进行销售，使得平均单价下降至 0.92 元/片，较 2014 年下降 13.69%。

B、纸尿裤片产品销售收入下降 2,211.76 万元，主要原因系公司一方面主动汰换价格相对较低的部分产品，使得当年该类产品的平均价格增长至 0.74 元/片，较 2014 年增长 17.51%；另一方面，研发生产及销售资源投入的减少使得较为低端的纸尿裤片产品销量持续下降，2015 下降至 11,007.15 万片，较 2014 年下降 32.99%。

③ 与 2016 年的情况类似，公司产品结构调整，对“妮爽”品牌的研发生产及销售资源投入的减少，导致报告期内“妮爽”平均价格、销量下降，2015 年“妮爽”品牌的平均价格和销量分别较 2014 年下降 1.21%和 6.41%。

3、销售区域结构分析

报告期内，公司分区域销售情况列示如下：

单位：万元

地区	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
川渝地区	40,477.13	54.79%	38,925.90	56.30%	36,884.65	59.10%
增长率	3.99%		5.53%			
云贵陕地区	18,224.70	24.67%	17,490.90	25.30%	15,531.04	24.89%
增长率	4.20%		12.62%			
两湖地区	3,943.11	5.34%	4,070.08	5.89%	4,633.70	7.42%
增长率	-3.12%		-12.16%			
国内其他地区	10,151.56	13.74%	7,918.05	11.45%	3,853.30	6.17%
增长率	28.21%		105.49%			
国外地区	1,083.43	1.47%	735.48	1.06%	1,507.28	2.42%

地区	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增长率	47.31%		-51.21%			
合计	73,879.94	100%	69,140.41	100%	62,409.98	100%

注：川渝地区包括重庆、四川；

云贵陕地区包括云南、贵州、陕西；

两湖地区包括湖北、湖南；

国内其他地区包括山东、北京、河北、天津、安徽、吉林、黑龙江、辽宁、江苏、浙江、福建、江西、新疆、河南、青海、宁夏，甘肃、山西、内蒙、西藏、广东、广西、海南等；

国外地区包括加纳、毛里塔尼亚、也门等。

公司位于重庆市，在川渝地区有着独特的地理优势，经过多年深耕已经在该地区打下坚实的基础并成为区域强势品牌。此外，公司正向全国市场稳步拓展，在云贵陕和两湖地区已获得初步成效。报告期内，公司销售收入主要集中在川渝和云贵陕两个地区，这两个地区是公司市场占有率、品牌影响力最强的销售区域，上述区域销售收入占公司总销售收入比重保持在 75% 以上。公司立足于西南地区，逐渐开拓全国市场，随着公司销售网络的扩张，在两湖及国内其他地区的销售额不断上涨，占公司总体销售的比例也不断提高。

4、直营、经销模式下的销售情况

报告期内，公司的销售收入按业务类型分项列示如下：

单位：万元

销售模式		2016 年		2015 年		2014 年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
经销	国内	55,123.56	74.61%	53,814.03	77.83%	51,096.07	81.87%
	海外	1,083.43	1.47%	735.48	1.06%	1,507.28	2.42%
	小计	56,206.99	76.08%	54,549.51	78.90%	52,603.35	84.29%
直营	KA	14,251.48	19.29%	12,401.57	17.94%	9,238.12	14.80%
	电商	3,421.47	4.63%	2,189.33	3.17%	568.51	0.91%
	小计	17,672.95	23.92%	14,590.90	21.10%	9,806.63	15.71%
合计		73,879.94	100%	69,140.41	100%	62,409.98	100%

公司销售模式以经销为主、直营为辅，直营模式的销售收入占比呈稳步上升态势。

2016 年、2015 年和 2014 年，公司来自经销模式的销售收入占比分别为 76.08%、78.90% 和 84.29%，比例均超过 75%，是公司收入的主要来源。报告期内，随着公司品牌影响力的提高和产品的升级优化，公司来自直营模式的销售收入稳步增长，直营收入占比呈增长态势。

公司绝大部分收入来自国内销售，仅少量收入来自于海外销售，2016 年、2015 年和 2014 年，海外销售收入占公司主营业务收入的比例分别为 1.47%、1.06%、2.42%。

公司主要通过天猫、淘宝网、京东商城等第三方电商平台上开设直营店直接向终端消费者销售商品。2016 年、2015 年和 2014 年，公司电商渠道销售收入占公司总销售收入的比重分别为 4.63%、3.17% 和 0.91%，公司电商渠道的拓展初见成效，但尚不是公司主要的销售渠道。

2016 年、2015 年和 2014 年，公司营业收入分别为 73,879.94 万元、69,140.41 万元和 62,409.98 万元，2016 年和 2015 年分别较上年增长 4,739.53 万元、6,730.43 万元。从销售模式维度来看，来自直营模式的收入增长是公司总收入增长的主要渠道，2016 年和 2015 年直营模式收入增长额分别为 3,082.05 元和 4,784.27 万元，占公司总收入增长额的比例分别为 65.03%、71.08%。

报告期内，公司经销模式下卫生巾产品单价如下：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)
卫生巾	0.2914	0.2783	0.2658
其中：自由点	0.4212	0.4053	0.4084
妮爽	0.1510	0.1533	0.1549

经销模式下，2014、2015、2016 年公司卫生巾单价分别为 0.27 元/片、0.28 元/片和 0.29 元/片，总体保持稳定。报告期内发行人自由点及妮爽品牌卫生巾产品单价均整体保持稳定、波动幅度较小，卫生巾产品单价呈缓慢上升态势主要系公司不断推出高端新品及单价较高的自由点产品销售占比提升所致。

报告期内，公司经销模式下纸尿裤产品单价如下：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)

项目	2016 年	2015 年	2014 年
	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)
纸尿裤（好之）	0.8247	0.8683	0.7243
其中：纸尿裤	0.9141	1.0193	1.0391
纸尿裤片	0.6632	0.7409	0.6114

“好之”品牌为公司纸尿裤品牌，包括纸尿裤和纸尿裤片两种产品类型，2014 年、2015 年、2016 年单价分别为 0.72 元/片、0.87 元/片、0.82 元/片。纸尿裤单价方面，报告期内价格呈现连续下降态势，由 1.04 元/片降至 0.91 元/片，主要是由于公司加大了纸尿裤产品推广力度，对部分纸尿裤产品采用促销方式进行销售；纸尿裤片单价方面，2015 年纸尿裤片产品较 2014 年价格上升幅度较大，由 0.61 元/片升至 0.74 元/片，主要是由于公司主动汰换价格相对较低的部分纸尿裤片产品以推动产品结构升级。2016 年，由于随着经济条件改善以及公司加大纸尿裤产品促销力度，部分高端纸尿裤片产品客户已转为使用纸尿裤产品，公司为了应对差异化的市场竞争环境，针对部分地区推出了价格较低的纸尿裤片新产品，导致纸尿裤片产品平均价格有所下滑，降至 0.66 元/片。

报告期内，公司直营模式下卫生巾产品单价如下：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)
卫生巾	0.4705	0.4549	0.4568
其中：自由点	0.4996	0.4935	0.5161
妮爽	0.2477	0.2635	0.2707

直营模式下，2014、2015、2016 年公司卫生巾单价分别为 0.46 元/片、0.45 元/片和 0.47 元/片，总体保持稳定。报告期内发行人直营模式下自由点及妮爽品牌卫生巾产品单价同样整体保持稳定、波动幅度较小，卫生巾产品整体单价呈缓慢平稳上升态势主要系单价较高的自由点产品销售占比提升所致。

报告期内，公司直营模式下纸尿裤产品单价如下：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)	平均价格 (元/片)
纸尿裤（好之）	0.7173	0.7106	1.1306
其中：纸尿裤	1.0029	0.6669	1.4707
纸尿裤片	0.5116	0.7567	0.9772

“好之”品牌为公司纸尿裤品牌，包括纸尿裤和纸尿片两种产品类型，2014 年、2015 年、2016 年单价分别为 1.13 元/片、0.71 元/片、0.72 元/片，呈现下降态势。纸尿裤单价方面，2014 年、2015 年、2016 年单价分别为 1.47 元/片、0.67 元/片及 1.00 元/片。2015 年为配合超薄纸尿裤新品的推出，公司在直营渠道中大力度促销大量纸尿裤老品，导致纸尿裤产品单价降低。2016 年随着大规模促销活动逐渐结束，纸尿裤价格有所回升；纸尿片单价方面，报告期内产品单价呈逐年下滑趋势，由 0.98 元/片降至 0.51 元/片，主要原因包括（1）是公司加大了对纸尿片产品促销力度；（2）公司电商平台为扩大规模采取了较大幅度优惠措施；（3）部分高端纸尿片用户转向使用纸尿裤。

（二）营业毛利分析

1、营业毛利构成分析

报告期内，公司按品类、品牌划分的营业毛利构成列示如下：

单位：万元

产品系列	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾	30,958.86	84.05%	27,722.99	83.18%	23,988.17	81.56%
其中：自由点	27,218.92	73.90%	23,842.31	71.54%	19,805.85	67.34%
妮爽	3,739.94	10.15%	3,880.68	11.64%	4,182.32	14.22%
纸尿裤(好之)	5,873.73	15.95%	5,606.12	16.82%	5,425.13	18.44%
其中：纸尿裤	4,261.67	11.57%	2,971.07	8.91%	2,196.21	7.47%
纸尿片	1,612.06	4.38%	2,635.04	7.91%	3,228.92	10.98%
合计	36,832.60	100%	33,329.11	100%	29,413.30	100%

注：营业毛利=营业收入-营业成本

报告期内，“自由点”品牌作为公司卫生巾品类的优势品牌，毛利贡献持续提升，2016 年、2015 年和 2014 年实现的营业毛利占公司毛利总额的比例分别为 73.90%、71.54% 和 67.34%，带动了卫生巾品类毛利占比保持高位，纸尿裤品类毛利金额保持连续增长，转型升级已初见成效。

2、分产品营业毛利率变动分析

报告期内，公司分产品毛利率和综合毛利率变动列示如下：

产品系列	2016 年		2015 年		2014 年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
卫生巾	56.60%	3.15%	53.45%	0.83%	52.61%
其中：自由点	62.66%	2.22%	60.43%	-1.15%	61.58%
妮爽	33.22%	1.97%	31.25%	0.11%	31.14%
纸尿裤（好之）	30.62%	-1.84%	32.46%	0.20%	32.26%
其中：纸尿裤	32.71%	-0.02%	32.73%	-1.53%	34.26%
纸尿片	26.20%	-5.96%	32.15%	1.13%	31.03%
合计	49.85%	1.65%	48.20%	1.08%	47.13%

注：毛利率=营业毛利/营业收入

报告期内，公司整体毛利率保持稳定，2016 年、2015 年和 2014 年分别为 49.85%、48.20%和 47.13%，毛利率水平稳中有升，保持了较好的盈利能力。公司综合毛利率逐年提升主要因为：（1）公司产品结构变化，毛利率较高的“自由点”卫生巾产品销售收入占比逐年提高；（2）各产品毛利率在各期因销售单价、原材料成本、人工成本和制造费用的影响而产生变化。由于公司的“自由点”产品为公司各产品中销售收入占比最高、毛利率水平最高的产品，因此公司各年综合毛利率的主要变动均来自“自由点”产品，此外“妮爽”和“好之”因其各自的销售占比和毛利率变化，会部分影响公司综合毛利率。具体情况如下表：

	综合毛利率	自由点		妮爽		好之	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
	$M=A*B+C*D+E*F$	A	B	C	D	E	F
2016 年	49.85%	62.66%	58.80%	33.22%	15.24%	30.62%	25.96%
2015 年	48.20%	60.43%	57.06%	31.25%	17.96%	32.46%	24.98%
2014 年	47.13%	61.58%	51.53%	31.14%	21.52%	32.26%	26.95%

（1）2016 年较 2015 年毛利率提升的原因

2016 年度公司综合毛利率为 49.85%，较 2015 年上升 1.65 个百分点，其中分产品毛利率的变化导致公司综合毛利率提升 1.16 个百分点，产品结构优化导致公司综合毛利率提升 0.49 个百分点：

1) 从分产品毛利率的变化角度来看，2016 年公司卫生巾产品毛利率提升幅度较大而纸尿裤产品毛利率略有下降，产品的销售单价、原材料成本、人工成本和制造费用对于各个产品系列毛利率的具体情况如下：

项目	价格影响	原材料成本影响	人工成本影响	制造费用影响	综合影响
自由点	1.40%	1.25%	0.39%	-0.81%	2.22%
妮爽	-1.72%	4.05%	0.89%	-1.25%	1.97%
好之	-3.12%	2.11%	0.69%	-1.52%	-1.84%

①“自由点”产品销售价格提升：2016 年公司致力于推动高毛利产品的销售增长，如无感七日系列产品，其产品销售价格比自由点平均销售价格高出 20%-30%；此外，公司还于 2015 年下半年推出首款隐形卫生巾产品，定位于高端品牌，虽然隐形卫生巾产品的销售占比不大，但其产品销售价格是目前自由点各个系列产品中最高的。自由点平均售价的提升使得自由点产品的毛利率提升约 1.40%。

②原材料成本下降：受国际石油价格波动的影响，发行人使用的部分原材料的市场价格有所降低，且公司通过采购招标选择了供货价格更有竞争力的供应商，导致原材料采购单价进一步降低，使得公司产品的原材料成本有所下降。原材料成本下降使得“自由点”、“妮爽”和“好之”的毛利率分别提升 1.25%、4.05% 和 2.11%。

③单位人工成本的下降：由于公司产品生产包装环节自动化程度提升，导致单位人工成本下降。单位人工成本下降使得“自由点”、“妮爽”和“好之”的毛利率分别提升 0.39%、0.89% 和 0.69%。

2) 从产品结构优化的角度来看，2016 年高毛利率的“自由点”产品销售占比提升，使得公司整体毛利率有所提升。自由点产品定位于中高端消费者，2016 年毛利率为 62.66%，处于公司产品结构中的最高位，高于其他产品毛利率近 30 个百分点。2016 年自由点产品销售占比提升至 58.80%，较 2015 年提升 1.74 个百分点，从而提升了公司综合毛利率。

(2) 2015 年较 2014 年毛利率提升的原因

2015 年度公司综合毛利率为 48.20%，较 2014 年提升 1.07 个百分点，其中产品结构优化导致毛利率提升 1.66 个百分点，分产品毛利率变动导致毛利率降低 0.59 个百分点，具体情况如下：

1) 从分产品毛利率的变化角度来看，2015 年，公司自由点产品毛利率略有下降，妮爽和好之品牌的产品毛利率则波动较小，产品的销售单价、原材料成本、人工成本和制造费用对于各个产品系列毛利率的具体情况如下：

项目	价格影响	原材料成本影响	人工成本影响	制造费用影响	综合影响
自由点	-0.32%	-0.21%	-0.32%	-0.31%	-1.15%
妮爽	-0.84%	1.64%	-0.34%	-0.34%	0.11%
好之	6.45%	-4.37%	-0.95%	-0.93%	0.20%

2) 从产品结构优化的角度来看, 2016 年高毛利率的“自由点”产品销售占比提升, 使得公司整体毛利率有所提升。2015 年公司自由点产品销售占比提升至 57.06%, 较 2014 年提升 5.53 个百分点, 自由点品牌定位于中高端消费者, 属于公司的核心产品系列, 2015 年自由点毛利率为 60.43%, 高于其他产品毛利率近 30%。2015 年, 随着自由点产品不断升级, 公司主动将广告资源、导购人员等销售资源向自由点品牌倾斜, 品牌销量有所提升, 带动公司综合毛利率提升。

3、按销售模式划分的毛利率情况分析

报告期内, 公司按销售模式列示的毛利率水平如下:

销售模式	2016 年		2015 年		2014 年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
经销	48.29%	2.15%	46.14%	1.49%	44.65%
直营	54.84%	-1.08%	55.92%	-4.52%	60.44%
合计	49.85%	1.65%	48.20%	1.07%	47.13%

报告期内, 公司按渠道划分的毛利率总体保持稳定, 处在较高水平。直营模式的毛利率总体高于经销模式, 主要是由不同模式下定价策略和产品结构的不同导致的。

公司经销模式下的产品收入构成如下:

单位: 万元

产品类别	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾	42,165.49	75.02%	40,921.27	75.02%	37,419.92	71.14%
其中: 自由点	31,668.11	56.34%	29,568.48	54.20%	25,159.47	47.83%
妮爽	10,497.38	18.68%	11,352.79	20.81%	12,260.45	23.31%
纸尿裤(好之)	14,041.50	24.98%	13,628.25	24.98%	15,183.43	28.86%
其中: 纸尿裤	10,018.92	17.83%	7,321.80	13.42%	5,749.73	10.93%
纸尿片	4,022.58	7.16%	6,306.45	11.56%	9,433.70	17.93%
合计	56,206.99	100%	54,549.51	100%	52,603.35	100%

2016 年、2015 年和 2014 年, 公司经销模式的毛利率分别为 48.29%、46.14%和

44.65%，呈小幅增长趋势，主要原因系：经销模式下“自由点”卫生巾收入占比为 56.34%、54.20%和 47.83%，“自由点”产品定位于中高端消费者，其整体毛利率处于公司产品结构中的最高位，“自由点”销售占比的提高，导致经销模式毛利率有所提升。

公司直营模式下的产品收入构成如下：

单位：万元

产品类别	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
卫生巾	12,532.28	70.91%	10,947.89	75.03%	8,173.07	83.34%
其中：自由点	11,771.84	66.61%	9,883.38	67.74%	7,002.51	71.41%
妮爽	760.44	4.30%	1,064.52	7.30%	1,170.56	11.94%
纸尿裤(好之)	5,140.67	29.09%	3,643.00	24.97%	1,633.56	16.66%
其中：纸尿裤	3,009.60	17.03%	1,754.55	12.02%	660.59	6.74%
纸尿片	2,131.07	12.06%	1,888.46	12.94%	972.97	9.92%
合计	17,672.95	100%	14,590.90	100%	9,806.63	100%

2016 年、2015 年和 2014 年，公司直营模式的毛利率分别为 54.84%、55.92%和 60.44%，呈下降趋势。公司直营模式下纸尿裤收入占比分别为 29.09%、24.97%和 16.66%，纸尿裤收入占比持续提升。公司纸尿裤品类毛利率低于卫生巾品类，故直营模式的综合毛利率有所下滑。

4、公司与同行业上市公司毛利率比较

公司主营业务为卫生巾和纸尿裤的研发、生产和销售。国内企业中，仅有在香港上市的恒安国际（01044.HK）与发行人的产品种类较为接近。卫生巾和纸尿裤所属行业为一次性卫生用品行业，以该行业为可比公司选择基础，A 股上市公司中，选择从事生活用纸（手纸、盒巾纸、面巾纸）生产、研发、销售的中顺洁柔（002511.SZ）和维达国际（03331.HK）作为公司的可比公司。海外企业中，尤妮佳（日本）、宝洁（美国）、金佰利（美国）、花王（日本）等上市公司在卫生巾及纸尿裤行业有较高的市场份额，但上述公司多为综合性国际日化用品巨头，卫生巾及纸尿裤收入占总体营业收入的比例较发行人低。上述公司基本情况如下：

恒安国际（01044.HK）：国内最大的妇女卫生巾和婴儿纸尿裤生产企业之一，经营领域涉及妇幼卫生用品和生活用纸，旗下一次性卫生用品品类（品牌）包括：女性卫品（七度空间、安尔乐、安乐等）、婴儿卫品（安儿乐、奇莫等）、成人失禁卫品（安尔康），

一次性卫生用品销售收入占比接近 50%。从产品种类上，恒安国际是国内与发行人产品种类最为相似的上市公司。

中顺洁柔（002511.SZ）：中顺洁柔的主营业务为中高档生活用纸的生产和销售，拥有“洁柔”、“太阳”两大国内生活用纸知名品牌，主要产品为卷纸、手帕纸、软抽纸和盒巾纸等。根据中国造纸业协会生活用纸委员会的定义，“一次性卫生用品”与“卫生纸及制品”同属于生活用纸的范畴，从产品品类上有一定相似性。

维达国际（03331.HK）：为港股上市公司，主营业务为卫生纸产品的生产、销售，主要产品包括厕纸、纸巾、面巾纸及餐巾纸。根据中国造纸业协会生活用纸委员会的定义，“一次性卫生用品”与“卫生纸及制品”同属于生活用纸的范畴，从产品品类上有一定相似性。此外，维达国际于 2016 年收购了爱生雅亚洲，为一家从事纸尿裤和卫生巾生产的企业。

尤妮佳株式会社（8113 JT）：公司总部位于日本东京市，成立于 1961 年，主要从事婴儿纸尿裤、卫生巾、成人用护理用品、清洁护理用品、湿纸巾、立体口罩、宠物护理用品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“苏菲”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“妈咪宝贝”、“Moony”。2016 年，婴儿纸尿裤业务的收入占比约 40%，卫生巾业务的收入占比约 20%。

金佰利公司（KMB US）：公司总部位于美国德克萨斯州欧文市，成立于 1872 年，主要从事个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“高洁丝”、“舒而美”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“好奇”。2016 年，其个人护理业务（包括卫生巾、纸尿裤、成人裤）的收入占比为 49.81%。

宝洁公司（PG US）：公司总部位于美国俄亥俄州辛辛那提市，成立于 1837 年，主要从事洗发、护发、护肤用品、化妆品、婴儿护理产品、妇女卫生用品、医药、食品、饮料、织物、家居护理及个人清洁用品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“护舒宝”、“朵朵”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“帮宝适”。2016 年，其婴儿、女性及家庭护理业务（包括卫生巾、纸尿裤、生活用纸等）的收入占比为 28.52%。

花王（4452 JT）：公司总部位于日本东京市，成立于 1940 年，主要从事美容护理用品、健康护理用品、衣物洗涤及家居清洁用品和工业化学用品等产品的研发、生产和销售。卫生巾产品的主要品牌为“乐而雅”，婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“妙而舒”。

2016 年，其健康护理业务（包括卫生用品、个人护理产品、家庭用品）的收入占比为 18.73%。

可比公司	卫生巾、纸尿裤产品对应的业务分部	2016 年对应业务分部的收入占比
恒安国际	卫生巾（34.08%）；纸尿裤（12.99%）	47.07%
维达国际	个人护理产品（2016 年收购爱生雅亚洲获得相关业务收入）	17%
尤妮佳	婴儿用品（Baby Care）约 40%；女性用品（Feminine Care）约 20%	合计约 60%
金佰利	个人护理（Personal Care）：包括卫生巾、纸尿裤、成人失禁用品等	49.81%
宝洁	婴儿、女性及家庭护理（Baby, Feminine and Family Care）：包括卫生巾、纸尿裤及生活用纸等产品	28.52%
花王	健康护理（Human Healthcare）：包括卫品（Sanitary，卫生巾、纸尿裤等）、个人护理产品（Personal Care Products）、家庭用品（Household Products）	18.73%

公司综合毛利率略高于可比上市公司的平均综合毛利率，该差异主要是由于不同公司产品结构差异导致，具有合理原因，对比情况如下：

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	35.92%	32.03%	29.79%
恒安国际（港股）	48.78%	47.61%	46.11%
维达国际（A 股）	31.66%	30.51%	30.16%
海外上市公司			
金佰利（美国）	36.57%	35.90%	34.35%
花王（日本）	56.26%	55.32%	54.90%
尤妮佳（日本）	47.04%	44.97%	44.65%
宝洁（美国）	50.56%	48.36%	49.56%
平均值	43.83%	42.10%	41.36%
公司	49.85%	48.20%	47.13%

数据来源：同行业可比公司年报。

尽管发行人的卫生巾、纸尿裤产品的毛利率均低于恒安国际，但由于恒安国际其他业务如生活用纸业务毛利率相对较低，发行人综合毛利率仍略高于恒安国际。恒安国际的收入包括卫生巾业务（包括“七度空间”、“安尔乐”等品牌）、纸尿裤（“安儿乐”品牌）、纸巾业务（“心相印”品牌）、以及少量的零食及其他业务。2014 年、2015 年和 2016 年，

恒安国际的卫生巾收入占比在 31.17%-34.08%，纸尿裤业务收入占比在 11.15%-12.99%，纸巾业务收入占比在 44.17%-47.03%，零食及其他业务收入占比在 7.74%-11.95%。报告期内，发行人与恒安国际分产品毛利率比较情况如下表：

	2016 年		2015 年		2014 年	
	发行人	恒安国际	发行人	恒安国际	发行人	恒安国际
卫生巾业务	56.60%	72.60%	53.45%	72.60%	52.61%	68.50%
纸尿裤业务	30.62%	50.80%	32.46%	49.30%	32.26%	45.30%
纸巾业务	-	37.90%	-	35.60%	-	34.50%
其他	-	7.13%	-	24.51%	-	30.69%
合计	49.85%	48.78%	48.20%	47.61%	47.13%	46.11%

由上表可知，恒安国际的卫生巾业务及纸尿裤业务毛利率均高于发行人。恒安国际的品牌影响力、市场占有率等强于发行人，且恒安国际较发行人更具规模优势，成本控制能力优于发行人，因此恒安国际的卫生巾业务、纸尿裤业务的毛利率均较高具有合理性。恒安国际整体毛利率略低于发行人，主要是由于恒安国际生活用纸业务收入占比较高，而该业务毛利率较低，拉低了其综合毛利率所致。

中顺洁柔毛利率低于发行人，主要是因为产品结构不同。中顺洁柔的主要业务为生产和销售高档生活用纸系列产品，主要产品包括：洁柔、太阳两大品牌生活用纸系列产品。根据中顺洁柔的招股书及年报，其收入按产品主要为卷纸类、非卷纸类，二者占其收入比例超过 97%，具体毛利率情况如下：

	2016 年		2015 年		2014 年	
	发行人	中顺洁柔	发行人	中顺洁柔	发行人	中顺洁柔
卫生巾	56.60%		53.45%		52.61%	
纸尿裤	30.62%		32.46%		32.26%	
卷纸类	-	30.90%	-	26.70%	-	24.40%
非卷纸类	-	41.91%	-	37.92%	-	36.76%
合计	49.85%	35.92%	48.20%	32.03%	47.13%	29.76%

维达国际的毛利率低于发行人，主要是因为产品结构不同。维达国际的收入主要来自纸巾业务，收入占比超过 80%，具体产品包括卷纸、纸巾、盒装面巾等。维达国际的年报并未披露具体每类产品的毛利率情况，但生活用纸类产品的毛利率普遍低于卫生巾产品，因此维达国际毛利率低于发行人。

发行人的毛利率水平高于尤妮佳，主要由产品结构差异导致。尤妮佳并未披露其分业务的毛利率水平，但参考其收入占比，纸尿裤业务占比（约 40%）显著高于卫生巾业务占比（约 20%），而纸尿裤产品的毛利率通常显著低于卫生巾。尤妮佳除卫生巾及纸尿裤外的其他业务，主要为个人清洁用品、宠物食品及护理等产品，毛利率相对较低，因此其综合毛利率低于发行人，具有合理性。

发行人的毛利率水平高于金佰利，主要由产品结构差异导致。金佰利并未披露其分业务的毛利率水平，但参考其收入占比，2016 年其个人护理业务（包括卫生巾、纸尿裤、成人裤）的收入占比为 49.81%，而毛利率相对较低的生活用纸业务收入占比 32.85%。生活用纸产品的毛利率远低于卫生巾及纸尿裤产品，导致其综合毛利率低于发行人，具有合理性。

宝洁和花王的综合毛利率水平略高于发行人，且未披露其分业务的毛利率水平，但考虑到卫生巾及纸尿裤产品在其营业收入中占比较小，参考价值较小。综上，本公司毛利率高于同行业可比公司，具有合理性。

（三）期间费用分析

1、报告期内，公司费用率情况

报告期内，公司期间费用率情况如下：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
销售费用率	32.00%	31.31%	29.33%
管理费用率	5.63%	6.42%	4.95%
财务费用率	-0.16%	-0.32%	-0.06%
期间费用率	37.47%	37.41%	34.22%

2016 年、2015 年及 2014 年，公司期间费用率分别为 37.47%、37.41% 和 34.22%，总体波动幅度较小。报告期内，公司致力于拓展销售网络，开拓传统优势的川渝地区以外的区域市场，使得渠道拓展投入、营销人员薪酬等费用增加，因此销售费用率持续保持上升。报告期内，公司管理费用率及财务费用率总体较为稳定。

公司与同行业上市公司期间费用率情况如下：

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
中顺洁柔	25.87%	27.70%	23.32%
恒安国际	27.95%	26.93%	27.97%

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
维达国际	24.90%	25.24%	21.59%
平均值	26.24%	26.62%	24.29%
公司	37.47%	37.41%	34.22%

数据来源：同行业可比公司年报。

由上表看出，公司的期间费用率高于同行业上市公司，主要原因为公司销售费用率高于同行业可比公司。

2、期间费用具体分析

（1）销售费用

公司的销售费用主要包括职工薪酬费用、促销费用、广告宣传费及差旅费用等，上述费用项目合计占销售费用总额约 80% 以上。

单位：万元

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬费用	10,026.21	42.41%	10,676.80	49.33%	7,860.25	42.94%
促销费用	6,913.73	29.24%	5,725.18	26.45%	4,556.82	24.89%
广告宣传费	1,122.04	4.75%	1,187.07	5.48%	2,118.21	11.57%
差旅费	1,170.11	4.95%	1,209.03	5.59%	1,357.63	7.42%
折旧和摊销	93.58	0.40%	185.35	0.86%	316.70	1.73%
运输费	2,184.23	9.24%	888.22	4.10%	600.77	3.28%
办公费	574.41	2.43%	577.01	2.67%	725.92	3.97%
会务会议费	373.89	1.58%	429.18	1.98%	247.11	1.35%
招待费	197.90	0.84%	133.88	0.62%	130.53	0.71%
其他	984.68	4.17%	634.06	2.93%	392.86	2.15%
销售费用合计	23,640.77	100%	21,645.76	100%	18,306.79	100%

2016 年、2015 年和 2014 年，公司销售费用分别为 23,640.77 万元、21,645.76 万元和 18,306.79 万元，销售费用持续增长。公司属于区域性优势品牌，主要销售区域在川渝、云贵陕和两湖地区，在全国范围内品牌影响力有限。近年来，公司为了提高品牌影响力和产品销量，持续拓展新的区域市场，并不断推出新产品，故报告期各期销售费用均有不同程度增长。

2015 年，公司销售费用为 21,645.76 万元，较 2014 年增加 3,338.97 万元，增幅 18.24%，

主要是因为职工薪酬费用、促销费用提高，具体原因为：

1) 职工薪酬费用

2015 年，职工薪酬费用较 2014 年提高，主要是因为销售人员平均薪酬的提高，同时公司销售人员总体数量有所增加。出于区域拓展和产品推广的需要，公司 2015 年销售人员较 2014 年总体净增加 37 人，其中属于培育型市场的其他地区销售人员增加 97 人，川渝地区增加 30 人；云贵陕、两湖地区及销售后台的销售人员各略有减少，部分抵消了其他地区的增加。2015 年及 2014 年末销售人员月均人数及地区分布具体情况如下：

单位：人

地区	2015 年	2014 年	2015 年较 2014 年变动
川渝地区	662	632	30
云贵陕地区	387	409	-22
两湖地区	293	325	-32
其他地区	587	490	97
销售后台	191	227	-36
小计	2,120	2,083	37

2015 年，销售人员平均月薪由 3,144.60 元/月增至 4,196.36 元/月。2015 年销售人员平均薪酬提高，主要是因为公司提高了销售人员的绩效奖励水平，以充分调动销售人员的积极性，因此当年公司销售人员的平均薪酬有了较大提升。2015 年和 2014 年，公司销售人员平均薪酬情况如下：

项目	2015 年	2014 年	变动幅度
职工薪酬费用（万元）	10,676.80	7,860.25	35.83%
月均销售人数	2,120	2,083	1.78%
平均月薪（元/月/人）	4,196.36	3,144.60	33.45%

注：上述平均月薪 = 职工薪酬费用 / 月均销售人数 /12

由于前期终端促销活动已达成初步效果，公司于 2016 年削减了销售人员的人数，导致 2016 年销售费用中的职工薪酬费用小幅下降，部分抵消了运输费用和促销费用增加带来的影响。

	2016 年	2015 年	变动幅度

职工薪酬费用（万元）	10,026.21	10,676.80	-6.09%
月均销售人数	1,752	2,120	-17.36%
平均月薪（元/月/人）	4,768.48	4,196.36	13.63%

注：上述平均月薪 = 职工薪酬费用 / 月均销售人数 / 12

2) 促销费用

公司促销费用具体内容主要包括店内陈列费、店内促销费、广宣费、入场费、助销材料以及导购管理费等；报告期内，公司销售费用中促销费的核算内容和结算方式未发生变化，具体情况如下：

	费用内容	经销模式下，各项费用的 结算方式	直营模式下，各项费用 的结算方式
店内陈列费	公司产品上架陈列、堆头等卖场终端陈列费用	对于经销商下辖的重点商场、超市，仍属于重要的终端零售点，故公司承担经销商进驻该等商场、超市的相关营销费用，在取得发票后，公司与经销商进行结算	公司承担进驻商场、超市的相关营销费用或其他促销费，公司收到发票后，与商超进行结算
店内促销费	由商超按销售额一定比例收取或按固定金额收取的促销费用		
广宣费	主要为电商平台的营销推广费用，亦包括少量线下活动展销费		
入场费	公司产品进入商超需缴纳的费用		
导购管理费	商超为统一管理导购人员，而收取的管理费用	不适用（经销模式下，发行人并不聘请和派驻导购）	
助销材料	开展促销活动而制作的非印刷品物料	公司统一向第三方供应商进行定制，并随货发给经销商，促销材料费由公司承担，收到发票后，公司与第三方进行结算	公司统一向第三方供应商进行定制，促销材料费由公司承担，收到发票后，公司与第三方进行结算

报告期内，随着公司经营规模扩大，公司促销费金额相应增长，2014年、2015年和2016年分别为4,556.82万元、5,725.18万元和6,913.73万元，占销售收入的比例分别为7.30%、8.28%和9.36%，由于公司直营模式的销售收入占比不断提高，促销费用占收入的比例也有所提高。具体情况如下：

单位：万元

	2016年		
	经销	直营	合计
店内陈列费	496.87	1,716.17	2,213.04
店内促销费	638.04	1,421.83	2,059.87
广宣费	436.51	490.93	927.44
入场费	68.29	884.65	952.94

	2016 年		
	经销	直营	合计
助销材料	354.05	167.29	521.34
导购管理费	-	239.13	239.13
促销费合计	1,993.75	4,919.99	6,913.74
占对应销售收入比例	3.55%	27.84%	9.36%

	2015 年		
	经销	直营	合计
店内陈列费	511.37	1,153.94	1,665.31
店内促销费	322.83	1,028.84	1,351.67
广宣费	461.56	647.69	1,109.25
入场费	61.15	757.14	818.29
助销材料	384.15	159.03	543.18
导购管理费	-	237.49	237.49
促销费合计	1,741.06	3,984.12	5,725.18
占对应销售收入比例	3.19%	27.31%	8.28%

	2014 年		
	经销	直营	合计
店内陈列费	894.32	436.58	1,330.90
店内促销费	337.25	823.41	1,160.66
广宣费	216.16	162.21	378.37
入场费	145.31	764.56	909.87
助销材料	347.96	185.32	533.28
导购管理费	-	243.75	243.75
促销费合计	1,941.00	2,615.83	4,556.83
占对应销售收入比例	3.69%	26.67%	7.30%

2016 年公司促销费为 6,913.74 万元，较 2015 年增长 1,188.56 万元，主要因为：（1）2016 年直营渠道促销费用增长 935.87 万元，因为公司进驻的直营 KA 门店数量增长，直营渠道下的店内陈列费、店内促销费分别增长 547.73 万元和 708.20 万元；（2）2016 年经销渠道促销费用增长 252.69 万元，因为公司加大了对经销商下辖商超店内促销费的投入。

2015 年公司促销费为 5,725.18 万元，较 2014 年增长 1,168.35 万元，主要因为：（1）2015 年直营渠道促销费用增长 1,368.29 万元，因为公司进驻的直营 KA 门店数量增长，并且加大了直营门店内的促销力度，其中直营渠道下的店内陈列费、店内促销费和广宣费分别增长 717.36 万元、205.43 万元和 485.48 万元；（2）2015 年，公司适度减少了经

销渠道下促销费用的投入，经销渠道下的促销费用减少 199.94 万元，部分抵消了上述直营渠道促销费用的增长。

3) 运输费

公司销售费用中的运输费主要为公司产品配送时发生的运输费用，2014 年、2015 年、2016 年分别为 600.77 万元、888.22 万元、2,184.23 万元，2016 年显著增长。经销模式下，2016 年之前，公司承担产品配送至公司仓库的运输费，从公司仓库运至经销商处的运输费由经销商承担，2016 起公司统一使用专业第三方物流公司进行配送，由公司承担全部运输费用，因而带动了 2016 年运输费的大幅增长。直营模式下，由公司承担运输费，且报告期内结算方式未发生变化。

直营模式下，公司报告期内一直使用专业第三方物流公司进行配送，且由公司承担费用；收到发票后，公司与第三方物流公司进行结算。

经销模式下，2016 年之前，公司承担产品配送至公司仓库的运输费，从公司仓库运至经销商处的运输费由经销商承担。随着公司全国市场的拓展，为提高品牌形象和货物运输服务质量，公司从 2016 年起逐步转变为统一使用专业第三方物流公司进行配送，且由公司承担费用，截至 2017 年 3 月末运输模式的转变已基本完成。收到发票后，公司与第三方物流公司进行结算。

报告期内，公司运输服务的前十大供应商情况如下：

单位：万元

序号	2016 年前十大运输供应商名称	金额	占比
1	重庆力宏物流有限公司	564.37	25.84%
2	重庆俊德物流有限公司	196.00	8.97%
3	昆明大荣物流有限公司	150.50	6.89%
4	重庆顶通物流有限公司	140.82	6.45%
5	重庆普骆物流有限公司	133.78	6.12%
6	重庆达迅快递有限公司	96.34	4.41%
7	重庆市邮政速递物流有限公司	89.84	4.11%
8	重庆圆通快递有限公司	87.19	3.99%
9	重庆晨明物流有限公司	86.48	3.96%
10	贵州省怡亚通深度供应链管理有限公司	68.58	3.14%
	合计	1,613.89	73.89%

序号	2015 年前十大运输供应商名称	金额	占比
1	重庆俊德物流有限公司	330.87	37.25%
2	昆明大荣物流有限公司	134.76	15.17%

序号	2015 年前十大运输供应商名称	金额	占比
3	重庆力宏物流有限公司	112.51	12.67%
4	陕西盘龙医药物流有限公司	43.53	4.90%
5	重庆市邮政速递物流有限公司	24.33	2.74%
6	重庆腾皖快递服务有限公司	27.93	3.14%
7	武汉连运仓储物流有限公司	21.56	2.43%
8	重庆市博盟快递服务有限公司	20.86	2.35%
9	重庆新会邦物流有限公司	18.53	2.09%
10	申通快递有限公司重庆分公司	18.27	2.06%
	合计	753.15	84.79%

序号	2014 年前十大运输供应商名称	金额	占比
1	重庆俊德物流有限公司	225.60	37.55%
2	昆明大荣物流有限公司	164.97	27.46%
3	重庆力宏物流有限公司	26.78	4.46%
4	湖南九裕物流有限公司	22.47	3.74%
5	重庆市邮政速递物流有限公司	17.35	2.89%
6	武汉连运仓储物流有限公司	14.57	2.42%
7	重庆市博盟快递服务有限公司	8.88	1.48%
8	申通快递有限公司重庆分公司	7.29	1.21%
9	重庆腾皖快递服务有限公司	5.80	0.97%
10	重庆信雅达快递服务有限公司	5.45	0.91%
	合计	499.17	83.09%

报告期内，公司经销模式和直营模式下的运输费用如下：

单位：万元

	经销		直营		总计	
	金额	占经销收入比例	金额	占直营收入比例	金额	占收入比例
2016 年	1,456.04	2.59%	728.19	4.12%	2,184.23	2.96%
2015 年	582.53	1.07%	305.69	2.10%	888.22	1.28%
2014 年	413.86	0.79%	186.9	1.91%	600.77	0.96%

报告期内，公司直营模式下的运输费用占直营收入比例持续提高，主要是由于公司 KA 客户门店数量持续增加，且销售区域分布更广，配送半径持续更大，运输费用持续上升，导致运输费用占直营收入比例持续提高。2014 年至 2016 年，公司除川渝以外地区的 KA 客户收入分别为 2,045.78 万元，3,924.54 万元和 5,020.49 万元，呈持续增长态势。报告期内，公司合作的 KA 客户数量、进入该等客户的门店数量、总体店均收入的总体情况如下：

	2016 年	2015 年	2014 年
KA 客户数量（家）	58	53	42

	2016 年	2015 年	2014 年
进入的 KA 门店数量（家）	3,262	2,069	1,184
KA 客户收入（万元）	14,251.49	12,401.77	9,238.12
店均收入（万元/家/年）	4.37	5.99	7.80

报告期内，公司经销模式下的运输费用占经销收入比例持续提高，原因主要为（1）2016 年起，随着公司全国市场的拓展，为提高品牌形象和货物运输服务质量，公司统一使用专业第三方物流公司进行配送且由公司承担费用，导致 2016 年经销模式下的运输费用占经销收入较 2015 年有所提高；（2）随着公司销售区域拓展，配送半径扩大，导致经销模式下的运输费用占经销收入有所提高。

4) 广告宣传费

2014 年、2015 年和 2016 年，公司广告宣传费分别为 2,118.21 万元、1,187.07 万元和 1,122.04 万元，呈现下降趋势，具体情况如下：

单位：万元

	2016 年	2015 年	2014 年
线下品牌推广费	744.44	419.76	1,036.33
媒体传播费	356.36	766.50	925.17
广告咨询费	21.24	0.81	156.71
合计	1,122.04	1,187.07	2,118.21

2015 年，公司广告宣传费为 1,187.07 万元，较 2014 年降低 931.14 万元，降幅为 43.96%，主要因为：

①2015 年，线下品牌推广费较 2014 年下降 616.57 万元。公司曾在 2014 年开展了较多线下品牌推广活动，合作的品牌推广公司包括重庆德冠广告文化传播有限公司、重庆御世广告文化传媒有限公司等，但由于反响效果未达预期，故在 2015 年大幅削减了线下品牌推广活动的投入，导致 2015 年线下品牌推广费大幅下降；

②2015 年公司广告咨询费较 2014 年下降 155.90 万元，主要系公司曾于 2014 年就“自由点”品牌进行广告方案咨询，故 2014 年广告咨询费基数较高，2015 年并未再开展较大规模咨询，故广告咨询费显著下降；

③2015 年公司媒体传播费较 2014 年减少 158.67 万元。2014 年公司合作的媒体包括湖南卫视、思美传媒股份有限公司、广州璀璨网络广告公司等。2015 年公司减少了

电视媒体的广告投放，仅保留湖南卫视一家电视媒体进行合作，同时增加了地面媒体、互联网媒体的推广支出。

2016 年，公司广告宣传费为 1,122.04 万元，较 2015 年小幅减少 65.03 万元，降幅为 5.48%，总体保持平稳，其中变化较大的项目为：

①媒体传播费下降 410.14 万元，主要因考虑广告投放的实际效果后，公司于 2016 年停止了传统电视媒体的广告投放，主要通过互联网媒体和线下广告进行媒体传播；

②线下品牌推广费增加 324.68 万元，主要因为随着公司销售市场范围扩大，公司增加了线下品牌推广活动的投入。

报告期内，公司与同行业可比公司广告费投入占营业收入比率的情况如下：

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
中顺洁柔	1.21%	1.01%	0.62%
维达国际	0.59%	0.67%	0.57%
平均值	0.90%	0.84%	0.60%
本公司	1.52%	1.72%	3.39%

注：恒安国际未在年报、半年报等公开资料中对广告费进行单独披露，无相关数据参考。

公司广告投入占营业收入比重高于同行业上市公司，主要因品牌影响力存在差异，导致发行人需要更大的广告宣传力度。恒安国际、中顺洁柔和维达国际上市多年，旗下拥有诸多全国知名品牌，销售网络较为成熟。而本公司作为区域性优势品牌，在川渝地区知名度较高，市场占有率领先，但在全国范围内品牌影响力有限，因此公司所需的广告投放力度更高。

5) 可比公司对比情况

报告期内，公司与同行业上市公司销售费用率比较情况如下所示：

	2016 年	2015 年	2014 年
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	18.93%	17.47%	15.67%
恒安国际（港股）	19.30%	18.23%	20.30%
维达国际（A 股）	17.21%	16.15%	14.88%
海外上市公司			
金佰利（美国）	N.A	N.A	N.A
花王（日本）	12.39%	11.84%	11.81%

尤妮佳（日本）	20.40%	19.04%	17.72%
宝洁（美国）	N.A	N.A	N.A
平均值	17.65%	16.55%	16.08%
发行人	32.00%	31.31%	29.33%

数据来源：同行业可比公司年报、季报。

注：宝洁及金佰利年报中将销售及一般行政管理费用合并列示

与中顺洁柔、恒安国际和维达国际等披露了销售费用明细的上市公司相比，发行人销售费用率较高，主要因发行人的销售费用中，职工薪酬费用占收入比例高于可比公司。发行人销售费用中职工薪酬占收入的比例与可比公司的对比情况如下：

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
中顺洁柔	3.52%	2.59%	1.96%
恒安国际	7.57%	7.62%	7.97%
维达国际	11.27%	9.94%	10.10%
本公司	13.57%	15.44%	12.59%

注：恒安国际和维达国际为港股上市公司，在年报中披露按性质分的销售成本、分销成本及行政费用，仅披露所有员工薪酬费用的合计金额。

2016 年、2015 年和 2014 年，公司销售费用率较中顺洁柔分别高 13.07、13.84 和 13.66 个百分点，主要因公司销售费用中的职工薪酬费用占收入比例较高。2016 年、2015 年和 2014 年，公司该比例分别为 13.57%、15.44% 和 12.59%，较中顺洁柔分别高 10.05、12.85 和 10.63 个百分点。

恒安国际和维达国际为港股上市公司，仅披露所有员工的薪酬费用。本公司仅销售人员的薪酬费用占收入比例，已高于恒安国际和维达国际所有员工的薪酬费用占比。由此可知，公司销售费用中的人员薪酬占比亦高于恒安国际和维达国际。

公司销售费用中的职工薪酬费用占收入的比例高于其他可比公司，主要原因为：

①产品类别本身存在差异，导致公司需要投入更多的专业销售人员及导购人员。报告期内，中顺洁柔、维达国际以生活用纸类产品为主，恒安国际的业务分部中生活用纸业务的收入占比亦接近 50%。生活用纸产品具体包括卷纸、抽纸、手帕纸、湿巾等，该产品标准化程度较高，消费者容易选择，因此在终端配置的导购相对较少。而本公司的产品为卫生巾和纸尿裤产品，消费者进行购买选择时更加谨慎，因此需要投入较多的专业销售人员及导购人员进行产品介绍和推广。

②品牌影响力存在差异，导致发行人需要投入更多的销售人员和导购人员。恒安国际、中顺洁柔 and 维达国际上市多年，旗下拥有诸多全国知名品牌，销售网络较为成熟。而本公司作为区域性优势品牌，在川渝地区知名度较高，市场占有率领先，但在全国范围内品牌影响力有限。在拓展销售区域、推广产品和品牌的过程中，公司主要通过在线下投入销售人员和促销费用的方式进行品牌推广，致使销售人员薪酬费用占比较高。

除职工薪酬费用占比远高于可比公司外，公司其他主要销售费用与可比公司较为接近。公司与可比公司销售费用中的促销费用和广告宣传费合计收入占比情况如下：

	2016 年	2015 年	2014 年
中顺洁柔	10.41%	10.31%	8.59%
恒安国际	10.80%	10.19%	10.91%
维达国际	6.96%	6.91%	6.41%
平均值	9.39%	9.14%	8.64%
本公司	10.88%	10.00%	10.70%

注：由于披露方式的不同，恒安国际将该性质费用披露为“市场及推广成本”，维达国际披露为“广告成本”和“推广费用”，中顺洁柔披露为“广告宣传费”、“产品促销费”和“商场管理费”。

与其他海外可比上市公司相比，由于海外可比公司均为国际性综合日化巨头，旗下品牌知名度较高，销售网络较为成熟，因此销售费用率相对较低。

综上，发行人销售费用率高于同行业可比上市公司，具有合理性。

（2）管理费用

公司管理费用主要由管理员工资薪酬、产品开发费等项目构成。报告期内管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬费用	1,381.04	33.19%	1,228.92	34.40%	918.78	29.73%
培训费	64.40	1.55%	83.87	2.35%	241.86	7.83%
差旅费	314.59	7.56%	269.41	7.54%	203.81	6.59%
折旧费和摊销费用	349.72	8.40%	208.91	5.85%	160.39	5.19%
办公费	502.11	12.07%	439.83	12.31%	430.59	13.93%
会务会议费	191.92	4.61%	119.14	3.34%	154.89	5.01%

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产品开发费	722.38	17.36%	668.44	18.71%	578.06	18.70%
招待费	107.58	2.59%	92.87	2.60%	47.77	1.55%
其他	527.70	12.68%	1,326.62	12.90%	354.30	11.46%
管理费用合计	4,161.42	100%	4,438.02	100%	3,090.45	100%

2016 年、2015 年和 2014 年，公司管理费用率分别为 5.63%、6.42%和 4.95%，其中，2015 年，公司管理费用率较报告期其他各期略高，主要原因系：

2015 年 9 月，公司股东大会通过决议同意三家员工持股平台光元投资、汇元投资、原元投资增资入股，并于当月完成缴款、入股。三家员工持股平台共计增资 3,975.46 万元，占增资前持股比例的 10%，合计持有增资后公司 3,500 万股，增资对价以 2015 年内 6 月 30 日发行人经审计的净资产值 39,754.56 万元为确定依据。公司结合未来发展前景、以未来收益与现金流折现的估算等因素，确定公司股东的全部股权于 2015 年 6 月 30 日的公允价值为 49,903.48 万元，确认了 1,014.89 万元的股份支付费用，由此当年管理费用率较高。

与同行业上市公司比较，公司管理费用率情况如下所示：

证券简称	2016 年	2015 年	2014 年
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	5.39%	6.70%	6.66%
恒安国际（港股）	7.69%	7.03%	6.55%
维达国际（A 股）	6.04%	5.96%	5.91%
海外上市公司			
金佰利（美国）	N.A	N.A	N.A
花王（日本）	26.55%	27.38%	29.89%
尤妮佳（日本）	14.33%	13.85%	14.41%
宝洁（美国）	N.A	N.A	N.A
平均值	12.00%	12.18%	12.68%
公司	5.63%	6.42%	4.95%

数据来源：同行业可比公司年报。

注：宝洁及金佰利年报中将销售及一般行政管理费用合并列示

公司管理费用率略低于可比上市公司，主要是公司规模相对较小，且严格控制管理

相关的费用支出，费用控制较为理想。而海外可比上市公司多为国际综合性日化巨头，规模较大，管理结构更为复杂，因此管理费用率相对较高。

（3）财务费用

2016年、2015年及2014年，公司财务费用分别为-117.06万元、-219.12万元和-38.12万元。报告期内，主要为银行存款及土地保证金的利息收入。

（四）投资收益分析

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
人民币理财产品投资收益	-	376.16	1,015.51
投资收益合计	-	376.16	1,015.51

报告期内，公司投资收益全部为公司利用暂时闲置货币资金购买的银行理财产品获得的收益。随着公司2015年逐渐赎回银行理财产品，公司2015年理财产品投资收益较上一年度大幅下降。至2015年末，公司已全部赎回所购买的银行理财产品，2016年公司未买卖理财产品。

（五）资产减值损失分析

报告期内，公司资产减值损失包括存货资产减值损失、固定资产减值损失、应收账款及其他应收款坏账损失，具体情况如下：

减值损失类型	减值损失金额（万元）			注释
	2016年	2015年	2014年	
存货资产减值损失	334.41	487.07	583.80	公司每月均会对临近到期的产成品、残次品进行清点和集中报废，并对相关存货按照其账面价值全额计提存货跌价准备并予以核销，相关损失计入资产减值损失。2016年度、2015年度及2014年度，前述报废存货导致的资产减值损失分别为334.41万元、487.07万元和583.80万元。
固定资产减值损失	194.69	-	-	公司于2016年对固定资产中的3条全自动护翼卫生巾生产线全额计提了减值准备，计提金额为194.69万元，计提原因为：公司于2016对全自动护翼卫生巾生产线进行了更新换代，上述三条生产线已完全停止使用。公司对该三条生产线进行了减值评估，估计其可回收金额已降至为0，因此根据会计准则的要求按照其账面价值194.69万元全额计提了减值准备。
应收账款坏账准备	34.90	24.49	32.84	2016年、2015年和2014年，公司按照账龄分别计提34.90万元、24.49万元和32.84万元的应收账款坏账准备。报告期内，不存在单项计

减值损失类型	减值损失金额（万元）			注释
	2016 年	2015 年	2014 年	
				提应收账款坏账准备的情况。
其他应收款坏账准备	-	-	955.77	2014 年，公司原材料供应商上海凯琳经营出现困难，当年向公司实发 687.16 万元货物后，无法按购销合同完成剩余货物的供货。基于谨慎性原则，公司管理层对其经营状况评估后，对其预付的 955.77 万元材料款余额重分类至其他应收款，并全额计提坏账准备。
合计	564.00	511.55	1,572.42	

2016 年、2015 年和 2014 年，公司资产减值损失分别为 564.00 万元、511.55 万元和 1,572.42 万元，其中固定资产中生产设备减值损失分别为 194.69 万元、0.00 万元和 0.00 万元。

2016 年，3 条全自动护翼卫生巾生产线因更新换代而停止使用，公司按照其账面余额全额计提了 194.69 万元减值准备。报告期内，公司共计新增 5 条生产线，其中共 2 条为对已全额计提减值的全自动护翼卫生巾生产线进行更新换代，其余 3 条均为新增设备。公司不存在因新增生产线而导致其他已有生产线闲置停产的情况，不存在漏计、少计减值损失的情况。

（六）营业外收入、营业外支出分析

2016 年、2015 年及 2014 年，公司营业外收入分别为 539.41 万元、1,524.18 万元、和 172.80 万元，主要为政府补助，包括搬迁补助、创新引导资金补助、稳岗补贴、国家高新技术企业奖励、重点培育企业财政奖励和中国驰名商标认定奖励等。公司 2015 年营业外收入为 1,524.18 万元，其中 1,100.00 万元是公司于 2015 年 12 月收到的重庆市巴南区财政局拨付的一次性搬迁补助款，263.93 万元是公司于 2015 年 4 月份收到的重庆市巴南区科学技术委员会拨付的创新引导资金；公司 2016 年营业外收入为 539.41 万元，主要为创新引导资金政府补助 310.00 万元，重点培育企业财政奖励 100.00 万元及稳岗补贴 41.01 万元。

1、报告期内发行人计入当期损益的政府补助

（1）2014 年发行人计入当期损益的政府补助情况

序号	补助内容	补助金额 (元)	到账时间	类型	会计处理	补助依据	说明
1	稳产促销	480,000	2014/10/11	与收益	直接计	1.2013 年第四季度鼓励重	1)

序号	补助内容	补助金额 (元)	到账时间	类型	会计处理	补助依据	说明
	增效基金			相关	入营业 外收入	重点企业稳产促销增效实施 细则 2.2013 年第四季度重点企 业稳产促销增效奖励申请 表	
2	代收手 续费领款(企 业所得税)	200,000	2014/11/28	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	关于进一步加强代扣代收 代征税款手续费管理的通 知 (财行[2005]365 号)	2)
3	商标奖励	100,000	2014/11/14	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	重庆市江津区出台奖励政 策	3)
4	重庆名牌 产品奖励	100,000	2014/11/07	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	重庆市巴南区质量技术监 督局奖励政策	
5	中小企业 市场开拓 资金	79,000	2014/04/28	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	重庆市财政局文件重庆市 对外贸易经济委员会关于 印发中小企业国际市场开 拓资金管理暂行办法的通 知(渝财企〔2010〕492 号)	
6	科委专利 资助费	74,800	2014/12/10	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	重庆市专利资助办法 (试 行)	
7	出口信保 费资助资 金	58,000	2014/07/28	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	出口信保资金补助邮件	
8	科技中心 资助资金	50,000	2014/01/14	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	重庆市巴南区经济和信 息化委员会出台补助政策	
9	区科委转 划创新引 导资金	40,000	2014/12/22	与收益 相关	直接计 入营业 外收入	重庆市巴南区人民政府办 公室印发巴南区科技创 新引导资金管理方法的通 知(巴南府办发〔2013〕227 号)	
	其他	86,900		与收益 相关	直接计 入营业 外收入		
合计		1,268,700					

1)稳产促销增效基金

根据重庆市经济和信息化委员会和重庆市财政局关于印发《2013 年第四季度鼓励重点企业稳产促销增效实施细则》的通知，该项补助用于支持第四季度重点企业开拓市场、促进销售、增加效益，与构建资产无关，故本公司将其划分为与收益相关的政府补助，计入当期损益。

2)代收手续费领款

重庆市巴南区国家税务局按照关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知(财行〔2005〕365号)的规定，按实际代扣代缴金额的2%，本公司收到20万手续费退还，属于与收益相关的政府补助。

3)奖励政策中规定，新创重庆市级名牌产品、著名商标的，一次性奖励企业10万元，通过复评的奖励1万元，因此本公司收到10万元商标奖励，属于与收益相关的政府补助。

(2) 2015年发行人计入当期损益的政府补助情况

序号	补助内容	补助金额 (元)	到账时间	类型	会计处理	补助依据	说明
1	一次性搬迁补助	11,000,000	2015/12/28	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆麻柳沿江开发投资有限公司关于兑现重庆百亚卫生用品有限公司搬迁补助优惠政策的请示(麻柳开发区文〔2015〕272)； 2.重庆市巴南区人民政府领导批示抄告单。	1)
2	产业引导专项资金	2,639,300	2015/04/28	与收益相关	直接计入营业外收入	《关于对高新技术企业和国家级创新型企业实施财政奖励有关事项的通知》(渝财企〔2011〕169号)	2)
3	稳岗补贴	430,440.00	2015/12/29	与收益相关	直接计入营业外收入	1.关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知(渝人社发〔2015〕45号)； 2.关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作有关问题的通知(巴南人社发〔2015〕397号)。	3)
4	代扣代缴企业所得税的手续费返还	220,000.00	2015/09/25	与收益相关	直接计入营业外收入	1.关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知(财行〔2005〕365号)	4)
5	代扣代缴企业所得税的手续费返还	118,000	2015/12/15	与收益相关	直接计入营业外收入	关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知(财行〔2005〕365号)	4)
6	外贸信保资助金	84,000	2015/07/15	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆市外经贸企业出口信保资助暂行办法	5)
7	中小企业市场开拓资金	80,000	2015/04/20	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆市中小企业国际市场开拓资金管理暂行办法	6)
8	外贸信保资助金	73,000	2015/04/29	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆市外经贸企业出口信保资助暂行办法	5)

序号	补助内容	补助金额 (元)	到账时间	类型	会计处理	补助依据	说明
9	生产线智能化提升项目	75,000	2015/04 至 2015/12	与资产相关	当期递延收益摊销计入营业外收入	关于重庆百亚卫生用品有限公司卫生用品包装生产线智能化提升项目资金申请报告的批复(渝经信投资(2015)8号)	7)
10	代扣代缴个人所得税的手续费返还	37,852	2015/12/09	与收益相关	直接计入营业外收入	中华人民共和国个人所得税法第十一条	
11	知识产权补贴	20,000	2015/12/25	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆市巴南区科学技术委员会关于确定第二批区级知识产权试点企业和第一批区级知识产权示范企业的通知(巴南科委发(2015)43号)	
12	专利资助	17,800	2015/12/04	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆市巴南区人民政府办公室关于印发巴南区专利资助和奖励办法的通知(巴南府办发(2012)178号)	
13	专利资助	9,620	2015/08/24	与收益相关	直接计入营业外收入	关于开展 2014 年度市级专利资助的通知(渝知发(2015)10号)	
14	专利资助	4,100	2015/12/22	与收益相关	直接计入营业外收入	重庆市巴南区人民政府办公室关于印发巴南区专利资助和奖励办法的通知(巴南府办发(2012)178号)	
	合计:	14,809,112					

1) 一次性搬迁补助

本公司原址位于重庆市巴南区南泉镇，2012 年拟外迁发展。由于本公司是重庆市巴南区的纳税大户及轻工优质企业，为留住本公司继续在当地发展，重庆麻柳沿江开发区投资有限公司(重庆市巴南区下辖的地方政府平台公司)与本公司于 2012 年 8 月 10 日签订了《百亚项目入驻正式协议及补充协议》，协议承诺以区财政局核定的企业 2012 年、2013 年缴纳的增值税、所得税区级实得部分作为搬迁补助，补助总额不超过 1100 万元。

上述协议约定“开发区在 2012 年 7 月 30 日前启动项目地块的征地工作，于 2012 年 12 月 31 日前供地给企业”；因开发区征地拆迁工作延缓，本公司于 2014 年 10 月 30 日进场开工建设，于 2015 年 7 月 10 日完成土地摘牌，新工厂于 2015 年 12 月底正式建成

投产。

根据巴南区国税局开具的证明，本公司 2012 年缴纳的增值税、所得税区级收入为 6,484,202.98 元，2013 年缴纳的增值税、所得税区级收入为 7,406,490.37 元，两者合计 13,890,693.35 元。

因此，根据协议约定，重庆麻柳沿江开发区投资有限公司于 2015 年 11 月 20 日向巴南区政府提交了资金拨付申请，巴南区政府于 2015 年 11 月 25 日同意按原协议兑现上述搬迁补助，并于 2015 年 12 月 28 日通过重庆市巴南区国库支付中心拨付了 1100 万元的一次性搬迁补偿款。

鉴于上述搬迁补助协议中约定：一、补助资金全额用于弥补本公司 2015 年度已经发生的搬迁费用和搬迁损失，并不用于与资产相关的购建等安排；二、本公司可自由使用该批资金，不存在使用条件限制；三、该笔资金不会在未来年度内由政府收回。根据上述协议，本公司将该笔资金划分为与收益相关的政府补助，并将收到的 1100 万元一次性计入当期损益。

2) 产业引导专项资金

《关于对高新技术企业和国家级创新型企业实施财政奖励有关事项的通知》(渝财企〔2011〕169 号)规定，为扶持鼓励高新技术企业和国家级创新型企业，对于被认定的“高创企业”，从被认定的次年起，由市、区县(自治县)财政连续三年按其企业所得税地方留存部分的百分之五十计算给予奖励，用于科学研究和技术开发活动的补贴收入。本公司于 2013 年 8 月 23 日被重庆市财政局、重庆市国税局、重庆市地税局及重庆市科学技术委员会共同认定为高新技术企业，有限期 3 年，2014 年 3 月 3 日本公司根据 2013 年的企业所得税金额为基础计算出奖励金额向财政局进行上述补贴的申报，申报金额 2,650,000 元，巴南区财政局于 2015 年 4 月 28 日将上述补贴共计 2,639,000 元通过重庆市巴南区国库支付中心拨付给本公司。

渝财企〔2011〕169 号文件的第四项第五条规定：“财政奖励资金为专项拨款，主要用于科学研究和技术开发活动，企业收到后作补贴收入账务处理。”鉴于上述款项主要用于补贴科学研究和技术开发活动，而相关的研发活动具有较大的不确定性，并不一定能形成无形资产，另外该文件并未明确规定补贴一定要用于构建长期资产，因此本公司将其划分为与收益相关的政府补助。

3) 稳岗补贴

渝人社发〔2015〕45号文件及巴南人社发〔2015〕397号文件规定，为发挥失业保险在调整优化产业结构中预防失业、促进就业的作用，鼓励企业稳定就业岗位，有效防范失业风险对积极承担社会责任的企业，实施失业保险稳定就业岗位补贴政策。稳岗补贴额度为企业及其职工上年度实际缴纳失业保险费总额的50%，补贴资金主要用于职工生活补助、缴纳社会保险费、转岗培训及技能提升培训等相关支出。本公司于2015年10月29日向重庆市巴南区人力资源和社会保障局申请了该项补助，巴南区人力社保局于2015年11月17日批准了该项补助，由于本公司在2014年实际缴纳的失业保险费合计为860,879.47元，因此社保局批准的补助金额为430,440元整。巴南区财政局于2015年12月29日向本公司划拨了上述补助。

渝人社发〔2015〕45号文件及巴南人社发〔2015〕397号文件规定，补贴资金主要用于职工生活补助、缴纳社会保险费、转岗培训及技能提升培训等相关支出。鉴于上述款项主要用于补贴企业因稳岗产生的相关费用，与构建长期资产无关；另外上述文件并未规定该项补助用于补贴相关费用的具体年度，且本公司实际发生的相关费用已超过补助金额，因此本公司将该笔补助共计430,440元整划分为与收益相关的政府补助，并一次性计入当期损益。

4) 代扣代缴企业所得税的手续费返还

本公司2015年6月5日举行的董事会决议通过了关于未分配利润和盈余公积余额转增实收资本的决议，自未分配利润及盈余公积余额中分别提取142,110,000及26,890,000元，共计169,000,000元，转增资本152,100,000元，同时预提代扣代缴所得税16,900,000元。

本公司于2015年6月10日代扣代缴了上述所得税款，重庆市巴南区国家税务局按照关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知(财行〔2005〕365号)的规定，按实际代扣代缴金额的2%，向本公司分两次返还了手续费，第一次于2015年9月25日返还手续费220,000元，第二次于2015年12月15日返还手续费118,000元，两者合计338,000元。

鉴于上述代扣代缴的手续费返还，与构建长期资产无关，且不属于补偿企业以后期间的相关费用或损失，因此本公司将上述338,000元一次性计入当期损益。

5) 外贸信保资助金

《重庆市外经贸企业融资担保、出口信保资助暂行管理办法》规定，为推动我市外经贸企业运用融资担保和出口信用保险开拓国际市场，规避出口风险，提高国际竞争力，对我市货物和服务贸易、对外经济技术合作及国际货代企业在重庆外经贸融资担保有限责任公司开展的融资担保业务所支付的担保费；在中国出口信用保险公司开展的出口信用保险业务所支付的信保费给予适当资助。在我市登记注册的具有法人资格，并具有对外贸易经营权、对外经济技术合作资格的各类外经贸企业、境外投资企业及具有国际货代业务经营资格的企业(其中国际货代企业上年营业总额 3000 万元人民币以上)，且已缴纳担保费或信保费，均可申请资助。信保费资助的范围如下：短期出口信用保险(短期出口信用证保险不予以支持)、进口预付款保险及海外投资保险。本公司根据上述文件，向重庆市巴南区财政局分别申请了 73,000 元和 84,000 元的信保保费资助，分别对应 2014 年上半年和下半年的出口信保保费资助资金，重庆市巴南区财政局通过重庆市巴南区国库支付中心于 2015 年 4 月 29 日拨付了 2014 年上半年出口信保保费资助资金 73,000 元，于 2015 年 7 月 15 日向本公司拨付了 2014 年下半年出口信保保费资助资金 84,000 元。

根据上述暂行管理办法的规定，该项资金用于补贴已发生的实际支付保费，与构建长期资产无关，且属于补偿企业已发生的相关费用或损失，因此本公司将两笔补助共计 157,000 元划分为与收益相关的政府补助，并一次性计入当期损益。

6) 中小企业市场开拓资金

《重庆市中小企业国际市场开拓资助管理暂行办法》(渝财企〔2010〕492 号)规定，为支持中小企业开拓国际市场，提高资金使用效益，决定对国际市场考察；国(境)外展览会、企业管理体系认证、各类产品认证、专利注册、国(境)外发布产品广告和商标注册、培训与研讨会、国际市场宣传推介、国际电子商务建设、境外投(议)标及境外收购技术和品牌等提供资金支持，本公司向重庆市对外贸易经济委员会申请了 80,000 元的上述补助，申请的资助用于弥补本公司在 2015 年及以前发生境外考察费等费用，重庆市对外贸易经济委员会同意了本公司的申请，并于 2015 年 4 月 20 日向本公司拨付了 80,000 元资金补助。

鉴于上述资助资金与构建长期资产无关，且用于补偿本公司以前期间的相关费用或

损失，因此本公司将上述 80,000 元一次性计入当期损益。

7) 生产线智能化提升项目

为提升公司生产制造水平，增强公司竞争力，本公司于 2014 年 11 月向重庆市经济和信息化委员会申报了工业振兴专项资金，用于购置 Flying15G 激光打标机 5 台、BDM22T6S2D-BY 纸尿裤自动套袋包装机 2 台、自动装盒机 2 台，以提升公司生产线智能化水平。重庆市经济和信息化委员会于 2015 年 1 月 21 日批准了该项申请，并于 2015 年 4 月 25 日拨付了 1,000,000 专项资金。

鉴于本公司于 2015 年 3 月购置了相关资产并投入使用，在收到政府拨付的 1,000,000 元专项资金后，将其划分为与资产相关的政府补助，确认了 1,000,000 元的递延收益。由于该批固定资产的使用年限为 10 年，因此本公司按照 10 年的使用寿命对上述递延收益进行平均分配，在 2015 年 4 月至 2015 年 12 月每月将 8,333.33 元计入当期损益，2015 年全年共计 75,000 元。

(3) 2016 年发行人计入当期损益的政府补助说明：

序号	补助内容	补助金额 (元)	到账时间	类型	会计处理	补助依据	说明
1	新产品等财政扶持补助	1,860,000	2016/04/29	与收益相关	直接计入营业外收入	关于对高新技术企业和国家级创新型企业实施财政奖励有关事项的通知(渝财企〔2011〕169号)	1)
2	工业结构转型补助	1,240,000	2016/05/25	与收益相关	直接计入营业外收入	关于对高新技术企业和国家级创新型企业实施财政奖励有关事项的通知(渝财企〔2011〕169号)	1)
3	拟上市重点培育企业财政扶持	1,000,000	2016/06/29	与收益相关	直接计入营业外收入	《重庆市拟上市重点培育企业财政扶持暂行办法》	2)
4	稳岗补贴	410,135		与收益相关	直接计入营业外收入	1.关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知(渝人社发〔2015〕45号)； 2.关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作有关问题的通知(巴南人社发〔2015〕397号)。	3)
5	生产线智能	156,132	2016/01 至 2016/12	与资产	当期递延收	关于重庆百亚卫生用	4)

序号	补助内容	补助金额 (元)	到账时间	类型	会计处理	补助依据	说明
	化提升项目			相关	益摊销计入 营业外收入	品有限公司卫生用品 包装生产线智能化提 升项目资金申请报告 的批复(渝经信投资 (2015) 8 号)	
6	中小企业国际 市场开拓资金	84,000	2016/04/01	与收益 相关	直接计入营 业外收入	中小企业国际市场开 拓资金管理办(财企 (2010) 87 号)	
7	外经贸发展 资金	57,000	2016/03/25	与收益 相关	直接计入营 业外收入	财政部商务部关于 2015 年度外经贸发展 专项资金申报工作的 通知	
8	代扣代缴企 业所得税的 手续费返还	56,504	2016/03/28	与收益 相关	直接计入营 业外收入	财政部、国家税务总 局、中国人民银行关 于进一步加强代扣代 收代征税款手续费管 理的通知(财行 [2005]365 号)	
9	2015 年巴 南区企业稳 产奖励	68,000	2016/10/09	与收益 相关	直接计入营 业外收入	关于印发《2015 年巴 南区规模工业稳增长 考核办法》的通知(巴 南经信发〔2015〕224 号)	
10	个税手续费 返还	36,793	2016/12/09	与收益 相关	直接计入营 业外收入	财政部、国家税务总 局、中国人民银行关 于进一步加强代扣代 收代征税款手续费管 理的通知 (财行 [2005]365 号)	
11	专利资助奖 励	62,400	2016/12/19	与收益 相关	直接计入营 业外收入	巴南府办发〔2016〕 126 号关于印发《专利 资助和奖励办法(修 订)》的通知	
12	2016 年上 半年重点规 模企业资助	46,700	2016/12/24	与收益 相关	直接计入营 业外收入	重庆市巴南区经济和 信息化委员会出台补 助政策	
13	其他	91,569		与收益 相关	直接计入营 业外收入		
	合计:	5,169,233					

1) 产业引导专项资金

《关于对高新技术企业和国家级创新型企业实施财政奖励有关事项的通知》(渝财企〔2011〕169 号)规定,为扶持鼓励高新技术企业和国家级创新型企业,对于被认定的“高创企业”,从被认定的次年起,由市、区县(自治县)财政连续三年按其企业所得税地

方留存部分的百分之五十计算给予奖励，用于科学研究和技术开发活动的补贴收入。本公司于 2013 年 8 月 23 日被重庆市财政局、重庆市国税局、重庆市地税局及重庆市科学技术委员会共同认定为高新技术企业，有限期 3 年，共 310 万元为第二批的该项补助。

渝财企〔2011〕169 号文件的第四项第五条规定：“财政奖励资金为专项拨款，主要用于科学研究和技术开发活动，企业收到后作补贴收入账务处理。”鉴于上述款项主要用于补贴科学研究和技术开发活动，而相关的研发活动具有较大的不确定性，并不一定能形成无形资产，因此本公司将其划分为与收益相关的政府补助。

2) 拟上市重点培育企业财政扶持

根据《重庆市拟上市重点培育企业财政扶持暂行办法》，“对重点培育企业拟在境内外证券交易所上市的，股份制改造完成后给予 50 万元奖励，申报材料正式受理后给予 50 万元奖励，审核通过后给予 100 万元奖励”。本公司经申请并得到批准后，重庆市财政局按照企业股份制改造、上市申报材料受理、审核通过等工作进度，2016 年对本公司给予财政奖励资金 100 万元。该政府补助属于对本公司已完成工作进度的财政奖励资金，属于与收益相关的政府补助，应一次性计入当期营业外收入。

3) 该笔款项为重庆市巴南区就业服务管理局签发的失业保险稳岗补贴，补贴资金主要用于职工生活补助、缴纳社会保险费、转岗培训及技能提升培训等相关支出。客户 2015 年裁员率为 1.37%，小于重庆市 2015 年城镇失业登记率 3.6%，符合稳岗要求，本公司于 2016 年申请该项补助。据渝人社发〔2015〕45 号文件及巴南人社发〔2015〕397 号文件规定，稳岗补贴额度为企业及其职工上年度实际缴纳失业保险费总额的 50%。而 2015 年实际缴纳失业保险费总额为 820,249 元，因此申请该项补助 410,135 元，属于与收益相关的政府补助，取得时直接计入当期损益。

4) 生产线智能化提升项目

重庆市经济和信息化委员会于 2016 年 6 月拨付了生产线智能化预算项目余下的 85 万资金。

本公司于 2015 年 3 月购置了相关资产并投入使用，在收到政府拨付的 1,000,000 元专项资金后，将其划分为与资产相关的政府补助，确认了 1,000,000 元的递延收益。又于 2016 年 6 月，收到余下 850,000 元专项资金，确认了 850,000 元递延收益。对于 2016 年摊销金额计算如下（资产使用年限：10 年/120 月）：

单位：元

项目	金额	摊销月份	月摊销金额	2016 年摊销月份	2016 年摊销额
首笔款项的待摊销金额	1,000,000	120	8,333	12	99,999
末笔款项的待摊销金额	850,000	106	8,019	7	56,133
合计					156,132

2、报告期内发行人计入递延收益的政府补助

(1) 2015 年发行人计入递延收益的政府补助说明：

补助内容	到账时间	类型	会计处理	补助金额(元)	补助依据	说明
生产线智能化提升项目	2015.3	与资产相关	当期未摊销至营业外收入的部分计入递延收益	925,000	关于重庆百亚卫生用品有限公司卫生用品包装生产线智能化提升项目资金申请报告的批复(渝经信投资(2015)8号)	1)

本公司于 2015 年 3 月购置了相关资产并投入使用，在收到政府拨付的 1,000,000 元专项资金后，将其划分为与资产相关的政府补助，确认了 1,000,000 元的递延收益。2015 年部分该补助摊销后计入营业外收入，未摊销部分仍计入递延收益核算，如下所示：

项目	2014.12.31	当期收到并计入递延收益	当期减少摊销至营业外收入	2015.12.31
生产线智能化升级补助	0	1,000,000	(75,000)	925,000

(3) 2016 年发行人计入递延收益的政府补助说明：

补助内容	到账时间	类型	会计处理	补助金额(元)	补助依据	说明
生产线智能化提升项目	2016/6	与资产相关	当期未摊销至营业外收入的部分计入递延收益	1,618,868	关于重庆百亚卫生用品有限公司卫生用品包装生产线智能化提升项目资金申请报告的批复(渝经信投资(2015)8号)	1)

1) 生产线智能化提升项目

本公司于 2015 年 3 月购置了相关资产并投入使用，在收到政府拨付的 1,000,000 元专项资金后，将其划分为与资产相关的政府补助，确认了 1,000,000 元的递延收益。又于 2016 年 6 月，收到余下 850,000 元专项资金，确认了 850,000 元递延收益。2016 年部分该补助摊销后计入营业外收入，未摊销部分仍计入递延收益核算，如下所示：

项目	2015.12.31	当期收到并计入递延收益	当期减少摊销至营业外收入	2016.12.31
生产线智能化升级补助	925,000	850,000	(156,132)	1,618,868

2016 年、2015 年及 2014 年，公司营业外支出分别为 14.80 万元、28.53 万元和 13.94 万元，主要为非流动资产处置损失、捐赠款和赔偿款，整体金额较小。

发行人对生产设备保持了良好的保养和维护，发行人设备不存在重大设备老旧失修、闲置及需要补提折旧等情况。报告期内，发行人仅对少量技术性能落后、耗能高效率低、经济效益差的生产设备进行了报废，2016 年度、2015 年度及 2014 年度，发行人报废生产设备的净值分别为 3.31 万元、9.96 万元及 0.00 万元，报废金额较小。

（七）公司与同行业上市公司净利率比较

报告期内，公司与同行业上市公司的净利率列示如下：

	2016 年	2015 年	2014 年
国内上市公司			
中顺洁柔（A 股）	6.84%	2.98%	2.68%
恒安国际（港股）	19.51%	16.78%	16.67%
维达国际（A 股）	5.42%	3.24%	7.43%
海外上市公司			
金佰利	11.90%	5.45%	7.74%
花王	8.68%	7.13%	5.68%
尤妮佳	6.21%	5.48%	6.38%
宝洁	16.09%	9.95%	14.46%
平均值	10.66%	7.29%	8.72%
发行人	9.63%	9.79%	9.67%

数据来源：同行业可比公司年报。

由于前述毛利率、销售费用率及管理费用率的差异，综合导致公司与可比上市公司的净利率有所差异。

三、现金流量分析

（一）报告期内公司现金流量分析

报告期内，公司现金流量总体情况列示如下：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
经营活动产生的现金流量净额	9,854.53	11,817.36	587.55
投资活动产生的现金流量净额	-11,006.25	-7,446.74	11,352.68
筹资活动产生的现金流量净额	-449.13	1,966.98	-10,000.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	12.63	11.20	5.31
现金及现金等价物净增加额	-1,588.22	6,348.80	1,945.54

1、经营活动产生的现金流量净额分析

2016 年、2015 年和 2014 年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,854.53 万元、11,817.36 万元和 587.55 万元，同期公司实现的净利润分别为 7,115.95 万元、6,771.37 万元和 6,038.05 万元。采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
净利润	7,115.95	6,771.37	6,038.05
加：资产减值准备	564.00	511.55	1,572.42
固定资产折旧	1,305.02	812.56	772.42
无形资产摊销	158.96	63.42	3.86
长期待摊费用摊销	-	102.94	235.47
预计负债的增加/(减少)	-	-63.47	-74.04
递延收益的摊销	-15.61	-7.50	-
处置固定资产、无形资产的净损失/(收益)	14.80	14.43	7.60
财务费用	-12.63	-186.20	-5.31
投资收益	-	-376.16	-1,015.51
递延所得税资产的(增加)/减少	-262.97	-119.50	142.59
存货的减少/(增加)	-254.65	-390.59	-2,503.29
受限制货币资金的(增加)/减少	-48.00	-45.00	-319.00
经营性应收项目的(增加)/减少	399.05	-1,200.79	-192.12
经营性应付项目的增加/(减少)	890.62	4,915.41	-4,075.58
其他	-	1,014.89	-
经营活动产生的现金流量净额	9,854.53	11,817.36	587.55
现金利润比^注	1.38	1.75	0.10

注：现金利润比=经营性活动产生的现金流量净额/净利润

2016 年、2015 年及 2014 年，公司现金利润比分别为 1.38、1.75 和 0.10。报告期内，公司经营性现金流净额与净利润的差异较大，具体分析如下：

（1）2016 年公司经营性现金流净额高于净利润的原因

2016 年经营性现金流净额高于净利润的原因主要是由经营性应付项目的增加、影响净利润但不导致经营活动现金流出的固定资产折旧和资产减值准备两项形成，其中：

1) 经营性应付项目增加 890.62 万元，主要原因为公司销售规模增长，经营采购有所增加，应付账款较上期末增加 976.83 万元。

2) 影响净利润但不导致经营活动现金流出的固定资产折旧和资产减值准备合计 1,869.02 万元。

（2）2015 年公司经营性现金流净额高于净利润的原因

2015 年经营性现金流净额高于净利润的原因主要由经营性应付项目的增加、应收账款的增加、影响净利润但不导致经营活动现金流出的权益结算股份支付三项形成，其中：

1) 2015 年公司经营性应付项目较 2014 年增加 4,915.41 万元，主要系应付账款及预收账款的增加所致。其中：（1）应付账款（应付原材料采购款）的增加为 2,101.03 万元，主要系公司销售规模增长，经营采购所需的期末付款金额有所增加。（2）预收账款增加 1,865.80 万元，主要系：1) 公司销售规模增长，2015 年期末预收经销商的货款增加，2) 因 2015 年底厂房搬迁，公司在年末未能及时足量对已预付货款的经销商安排发货。

2) 应收账款余额增加 1,609.47 万元，主要原因系报告期内直营销售收入占总收入的比重逐步由 2013 年的 11.11% 提升至 2015 年的 21.10%，直营客户先货后款的销售方式导致应收账款逐步增加。

3) 影响净利润但不导致经营活动现金流出的权益结算股份支付费用为 1,014.89 万元。

（3）2014 年公司经营性现金流净额低于净利润的原因

2014 年经营性现金流净额低于净利润的原因主要由经营性应付项目的减少、存货的增加和投资收益三项形成，其中：

1) 2014 年公司经营性应付项目较 2013 年减少 4,075.58 万元，主要原因系应付账款（应付原材料采购款）、其他（经营性）应付款、预收帐款及应交税金减少所致，其中：

（1）应付账款（应付原材料采购款）减少 1,603.09 万元，主要系公司为应对 2015 年三八妇女节期间的促销活动而提前安排生产，原材料采购已在 2014 年年底前提前采购并完成付款，应付账款有所下降；（2）其他（经营性）应付款减少 979.36 万元，主要系公司 2014 年销售收入较 2013 年有所下降，其他应付款中的应付商业折扣及促销费下降所致；（3）预收帐款减少 641.56 万元，主要系 2014 年公司收入规模较上年有所下降，期末预收款项规模有所减小；（4）应交税金减少 773.44 万元，主要系 2014 年 4 季度公司预缴的企业所得税较多，致使 2014 年底应交税费余额较低。

2) 存货增加 2,503.29 万元，主要系 2014 年初三八妇女节促销活动市场反应良好，需求强劲，2014 年末公司有意识地加大了产成品和原材料储备以应对 2015 年三八妇女节期间的促销活动。

3) 投资收益 1,015.51 万元，主要系公司购买理财产品形成的收益。

2、投资活动产生的现金流量净额分析

2016 年、2015 年及 2014 年，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-11,006.25 万元、-7,446.74 万元和 11,352.68 万元。

2016 年，公司投资活动产生的现金流量净额为-11,006.25 万元，较 2015 年下降 47.80%，主要系公司麻柳新工厂项目投资支出及生产设备购置支出所致。

2015 年，公司投资活动产生的现金流量净额为-7,446.74 万元，较 2014 年大幅下降 165.59%，主要系公司麻柳新工厂项目建设不断深入，公司用于购置土地使用权、开展生产基地建设及相关设备购置的投资支出所致。

2014 年，公司投资活动产生的现金流量净额为 11,352.68 万元，主要是公司赎回银行理财产品的现金流入及构建麻柳新工厂项目的现金支出。

3、筹资活动产生的现金流量净额分析

2016 年，公司支付上市中介机构服务费 449.13 万元，构成筹资活动产生的现金流出。

2015 年，公司筹资活动产生的现金流量净额为 1,966.98 万元，主要原因是：（1）2015 年 6 月 5 日，经公司董事会决议，公司自未分配利润及盈余公积余额中提取合计 16,900 万元，向全体股东进行分配。其中，15,210 万元转增公司实收资本，1,690 万元为重望耀晖代扣代缴预提所得税；（2）2015 年 9 月 15 日，经公司股东大会决议，同意

员工持股平台光元投资、汇元投资、原元投资投入 3,975.46 万元以溢价方式认购公司新增的 3,500 万股普通股；（3）2015 年，支付上市中介机构服务费 318.48 万元。

2014 年公司向股东分配、支付股利 10,000 万元，构成筹资活动产生的现金流出。

四、资本性支出

（一）报告期内公司资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出主要为固定资产投资、在建工程投资以及无形资产投资，具体资本性支出情况如下：

单位：万元

	2016 年	2015 年	2014 年
固定资产投资	104.46	402.96	132.04
运输设备	18.49	20.53	92.05
电子设备	3.00	63.19	1.78
办公设备	82.98	319.24	38.21
在建工程投资	10,987.15	11,678.73	4,269.82
麻柳新工厂项目	4,244.94	6,507.09	3,173.40
外购设备安装工程	6,742.21	5,171.64	1,096.42
无形资产投资	-	7,486.08	15.04
计算机软件	-	1.00	15.04
土地使用权	-	7,485.08	-
资本性支出合计	11,091.61	19,567.76	4,416.90

报告期内，公司重大资本性支出主要为麻柳新工厂项目支出。截至 2016 年末，包括土地使用权在内的麻柳新工厂项目实际投资支出 21,542.37 万元。投入使用后，将进一步提高公司的产品工艺水平和生产效率。

（二）近期的重大资本性支出计划

公司近期重大资本性支出计划主要是本次拟实施的募集资金项目，具体投资计划详见本招股说明书“第十三章募集资金运用”部分的内容。

五、重大会计政策或会计估计与同行业上市公司的差异分析

公司重大会计政策或会计估计与同行业上市公司目前不存在明显差异。

六、重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项

截至本招股说明书签署日，公司无重大担保和其他或有事项。

诉讼请参见“第十五章其他重要事项”之“四、重大诉讼、仲裁事项”

重大期后事项请参见“第十章财务会计信息”之“十一、财务报表附注中的重要事项”之“（二）资产负债表日后事项”。

七、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）财务状况未来趋势分析

1、资产状况趋势

报告期内，公司资产规模随业务发展同步增长，资产结构相对合理。募集资金到位以后，公司资产规模将出现较大幅度的增长，以增强公司的综合实力和竞争能力。同时，随着募集资金投资项目的实施，预计未来几年公司固定资产规模将保持较快速度的增长，固定资产在总资产中所占的比重将会上升。

2、负债状况趋势

报告期内，公司偿债能力较强。本次发行后，公司资产负债率将进一步降低。随着公司规模的不增大，公司贷款融资能力也将增强，未来公司将适当增加信贷融资，使资产负债结构更趋合理。

3、股东权益趋势

本次发行后，公司股东权益将大幅增加。随着募投项目逐步实施，公司盈利能力也将不断增强，未来公司股东权益水平将呈持续上升趋势。

（二）盈利能力未来趋势分析

1、提升销售网络的规模和效率

报告期内，公司深耕传统优势的川渝地区，同时加大在全国范围内其他省区的业务拓展，销售网络覆盖全国绝大部分省区。目前公司客户主要包括经销商和直营卖场。

（1）直营卖场客户主要为包括永辉超市、沃尔玛、家乐福、易初莲花等国内外知名连锁卖场。与大型直营卖场客户的战略合作有利于提升公司的品牌形象、提高公司产品市场竞争力、保证公司快速提高当地及周边的市场份额。

（2）经销商客户为公司主要的客户群体，与公司保持着长期的商业合作关系。高质量的经销商客户群体有利于公司的整体业务管理和控制，拓展公司在当地的市场竞争力，保证公司销售额的稳步提升。

随着公司未来在新区域业务的不断拓展，新增销售人员包括导购人员将在中长期提升公司整体销售网络的规模和效率，但短期内可能会影响公司的盈利能力。

2、提升品牌的知名度和市场地位

本公司主要从事生产和销售卫生巾、纸尿裤等一次性卫生用品，定位为区域优势品牌。随着募投项目的顺利实施，未来公司将继续加大品牌推广力度，推动品牌知名度和附加值提升，带动公司盈利能力稳定增长。

3、先进设备投入，提升并优化产能

近年来，公司引进国内外先进的生产设备。高端设备的引进将不断提高公司的现有产能、优化产品结构，进而满足公司未来业务发展的需要，提升公司的盈利能力。

4、人口结构和居民消费水平

公司产品为妇婴日常必需消费品，产品主要在中国大陆销售，受益于消费人群基数庞大、消费升级、“二胎政策”放开等有利因素，未来公司卫生巾、纸尿裤产品市场发展空间广阔。

八、股东未来分红回报规划及安排

（一）发行人股东未来分红回报规划

为了保证投资者回报，保障利润分配政策的持续性和稳定性，进一步完善公司分红决策和监督机制，公司特拟定《重庆百亚卫生用品股份有限公司未来三年（2015 年度

-2017 年度）股东回报规划》，并经公司 2016 年 1 月 17 日召开的 2016 年第一次临时股东大会通过，具体内容详见本招股说明书“第十四章股利分配政策”。

（二）股东未来分红回报规划的合理性分析

公司根据总体发展战略、未来经营发展规划，综合考虑了目前及未来盈利规模、现金流量状况、前期分红情况、发展所处阶段、项目投资资金需求、融资信贷环境等情况，所制订的分红回报规划具备可行性。分红回报规划在兼顾股东回报和公司长远和可持续发展的同时，也保证了股东长期利益的最大化。

公司目前处于良好发展时期，产品结构不断优化，综合毛利率不断提高，并且保持了良好的净利润和经营性现金流量水平。公司 2016 年、2015 年和 2014 年的毛利率分别为 49.85%、48.20% 和 47.13%。2016 年、2015 年和 2014 年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,854.53 万元、11,817.36 万元和 587.55 万元。公司目前的现金分红规划有充分的经营业绩和现金流量的保障。

截至 2016 年底、2015 年底和 2014 年底，公司资产负债率分别为 28.42%、27.83% 和 24.50%，资产负债率较低，公司偿债能力较强，支付现金股利不会对公司的生产经营和未来发展造成不利影响。

报告期内，公司的利润分配情况是综合了公司发展情况、资本开支情况以及对股东回报的要求等综合确定的。未来，公司销售网络将进一步扩大，因此公司将在设置现金分红比例为不低于可分配利润的 10% 的合理水平基础上，坚持积极的分红政策，这与报告期内公司的平均利润分配水平基本相当。本公司上市后，随着募投项目的顺利实施，公司的销售网络将更为完善，品牌知名度将进一步提升，从而进一步增强公司利润水平，为股东创造更多的利益，与股东共享公司成长收益。

综上所述，公司未来分红回报规划充分考虑了公司客观实际经营情况、未来发展规划及外部环境，具有可行性和合理性。

九、本次发行对即期回报的影响及发行人拟采取措施

（一）本次发行对公司每股收益的影响

根据公司的合理估计，公司本次发行募集资金到位当年，基本每股收益和稀释每股收益以及扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益均存在较上一年下降的

趋势。

（二）本次发行的必要性和合理性

公司募集资金投资项目达产后，能够促使公司实现扩能增效；优化产品结构；完善营销网络及信息系统，助力业务发展。本次发行将持续增强公司的整体竞争力。本次募集资金项目经过充分论证，具有良好的发展前景。在募集资金项目建设期，由于项目尚未达产，公司每股收益、净资产收益率在短期内将有所下降，但随着项目陆续投产和业务规模的扩大，公司的经营规模和盈利能力将得到稳步的提升。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司成立以来一直致力于一次性卫生用品的研发、生产和销售。本次募集资金投资项目全部围绕公司的主营业务和发展战略展开，一方面扩大公司原有中高端品牌“自由点”卫生巾的产能，实现规模效益，另一方面新引入学步裤和成人纸尿裤生产线，丰富公司产品结构，提升公司盈利水平。此外还将拓展公司在全国范围内的销售网络，并优化公司信息系统，持续增强公司的整体竞争力。

（四）公司从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司本次募集资金投资项目全部围绕主营业务和发展战略展开，在人员、技术、市场等方面均有较好的储备基础。

在人员储备方面，公司凝聚了一支致力于发展本土一次性卫生用品品牌、富有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，并建立了有竞争力的人才引进、培养、激励、晋升发展体系，不断从外部引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，保障公司拥有充足的人才储备，为健康发展打下了基础。

在研发技术方面，公司十分注重自主创新和研发，针对女性、婴幼儿和成人用户的生理特点、使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，以市场为导向的研发能力日益强大。公司拥有丰富的技术积累，并拥有一支经验丰富的专职研发团队，未来还将进一步加大专业化研发的力度。

在市场渠道方面，公司实施了“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，采取经销和直营相结合的销售模式，建立和不断拓展销售渠道，覆盖了全国绝大部分省区，并以川渝地区、云贵陕地区和两湖地区为主要销售区域，为新增产能

和未来增长奠定了良好的基础。

（五）公司对保证此次募集资金有效使用、防范本次发行摊薄即期回报拟采取的措施

公司主营业务为一次性卫生用品的研发、生产和销售，产品包括卫生巾和纸尿裤。根据尼尔森商超渠道销售额统计⁴，公司名列卫生巾市场份额全国第七、纸尿裤市场份额全国第七，在川渝地区公司卫生巾产品 2014-2016 年连续三年市场份额排名第二，处于行业领先地位，业务发展态势良好。公司现有业务面临的主要风险详见本招股说明书“第四章风险因素”。

为保证募集资金有效使用，防范经营风险和即期回报被摊薄的风险，提高未来回报能力，公司将采取以下具体措施以提高公司综合竞争力、提升整体盈利能力，控制公司经营和管控风险，维护和增加对股东的回报：

（1）积极稳妥的实施募集资金投资项目

本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化产能，拓展营销网络，进一步提高公司综合竞争力，提升在一次性卫生用品市场的市场地位，进一步扩大品牌影响力，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

（2）加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。

另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（3）在符合利润分配条件情况下，强化投资者回报机制

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司2016年第一次临时股东大会审议通过了公司董事会制订的《重庆百

⁴《尼尔森 2016 年全国商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》、《尼尔森 2016 年全国商超渠道婴儿纸尿裤主要厂商销售额份额及排名》、《尼尔森 2016 年川渝商超渠道卫生巾（含护垫）主要厂商销售额份额及排名》

亚卫生用品股份有限公司未来三年（2015年度-2017年度）股东回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排，建立起健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后，公司将按照相关法律法规、《公司章程》、《未来三年（2015-2017年）股东回报规划》的规定，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

（六）相关责任主体关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

1、公司董事及高级管理人员承诺

公司全体董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，具体如下：

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

2、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东复元商贸、实际控制人冯永林承诺：在任何情况下，将不会越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

上述填补摊薄即期回报的措施已经公司 2016 年 1 月 2 日召开的第一届董事会第四次会议及 2016 年 1 月 17 日召开的 2016 年第一次临时股东大会审议通过。公司提请投资者注意，公司制定的上述填补摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。公司将在未来上市后定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

（七）保荐机构对发行人填补被摊薄即期回报的措施的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人针对填补被摊薄即期回报的措施分别召开了第一届

董事会第四次会议、2016 年第一次临时股东大会，履行了必要的程序。发行人制定了具体的填补被摊薄即期回报的措施，公司董事、高级管理人员分别对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出了的承诺，相关承诺主体对违反承诺制定了处理机制。发行人填补被摊薄即期回报的措施符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》中关于保护投资者权益的规定。

第十二章 业务发展目标

本章所描述的业务发展与规划是公司根据国内外经济形势和市场环境，对可预见的发展作出的发展计划和安排。不排除公司根据宏观形势变化和实际经营状况对所提及的发展目标进行修正、调整和完善的可能性。

一、发行人未来三年的发展规划和发展目标

（一）整体发展战略

公司以满足和引领消费者需求、提高消费者的生活品质为使命，秉承“为消费者创造最大价值”的经营理念，以研发创新为推动力，以精细化管理为基础，为行业的健康发展，为向广大消费者提供优质、安全、健康的一次性卫生用品而不断努力。公司将以市场需求为导向，以研发创新为支撑，不断提升“自由点”、“妮爽”和“好之”三大自有品牌的全国影响力，逐步建成国内一流、国际具有一定实力的一次性卫生用品企业。

（二）未来三年的发展规划及目标

公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化产能，拓展营销网络，进一步提升在一次性卫生用品市场的市场地位，进一步扩大品牌影响力。优化产能方面，公司将增加中高端品牌“自由点”卫生巾的产能，引入学步裤及成人纸尿裤生产线，进一步优化产能和产品结构；拓展营销网络方面，公司将在巩固现有销售区域的市场领先地位基础上，不断加大“自由点”、“妮爽”和“好之”品牌在全国范围的推广力度，提升品牌认知度，实现产品、品牌与消费者良好的交流和互动；在研发创新方面，公司将积极拓展和升级产品系列，不断提升产品的市场竞争力。

二、具体经营计划

（一）产能优化计划

公司目前中高端品牌“自由点”卫生巾生产线产能有限，已不能满足日益扩大的市场需求；新型高附加值产品学步裤及成人纸尿裤生产线的缺乏，已不满足公司优化产品结

构的需求。本次募集资金投资项目百亚国际产业园产能扩建项目建成后，公司产能受限问题及产品结构不完善的情况将得到有效缓解。

目前，关于百亚国际产业园产能扩建项目公司已经完成了项目规划、可行性论证、环评、前期准备等工作。为尽快达到产能，公司将利用自筹资金先期投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换上述先期投入，并继续用于募集资金投资项目。在百亚国际产业园产能扩建项目中，公司将提高自动化水平，继续优化工艺流程，提高生产效率，优化产品结构，确保能够实施高效率、高保障的新工艺方案，实现高品质一次性卫生用品的生产。

（二）营销网络建设计划

公司当前实施的是“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，采取以经销为主，直营为辅的销售模式。未来将结合本次募集投资项目“营销网络拓展项目”，在继续加强对现有营销网络精细化管理的基础上，公司将积极与现有优势区域外的销售终端建立合作关系，力争实现全国重点城市销售终端的广泛覆盖。公司将继续深化直营渠道，并同时加大与各区域优质经销渠道的合作，并进一步发挥电商渠道的积极作用。在营销队伍建设方面，公司将进一步扩充和优化营销团队，提高跨区域市场管理水平，增强营销网络掌控能力，为公司多品牌经营模式的长期、稳定发展提供有力支撑。

（三）品牌建设计划

国内一次性卫生用品市场的竞争已从单纯的价格竞争、渠道竞争逐渐向品牌竞争发展，因此公司将继续加强品牌建设，以保障产品质量为基础，立足现有市场地位，增加品牌知名度，拓展市场影响力。在品牌运营方面，公司将继续以“自由点”、“妮爽”、“好之”三大品牌为核心，通过升级产品品质、广告投放支持、营销活动加强，积极塑造、传递和提升公司的品牌形象。在市场营销方面，公司将加大市场宣传推广力度，加强对销售团队的培训与考核；在进一步稳固主要销售区域的同时，积极向其他市场延伸和下沉，逐步成为全国有影响力的优秀品牌。

（四）信息系统建设计划

公司将结合本次募集资金使用项目“信息系统建设项目”的实施，进一步完善公司信息化系统的建设，以提高管理效率和决策水平。此外，公司将通过信息系统及时地进行

数据分析,快速了解并满足消费者不断变化的需求,并提升消费者对公司产品的满意度,进一步提升公司的市场地位。

（五）人才战略与管理培训计划

公司坚持“以人为本”的原则,注重人才梯队建设,公司以“为员工提供充分施展才华的空间”和“保证员工薪酬在所处地区和行业具有竞争力”为核心理念,依靠内部培养和外部引进,将人才战略贯彻到研发、生产、销售和管理的各个层面。未来公司将继续完善薪酬体系,优化各层级员工的激励机制,进一步壮大公司的人才队伍,建立一支高素质的研发、生产、销售和管理的业务团队。

（六）融资计划

公司首次公开发行股票并上市的应用获准、募集资金到位之后,将显著增强公司的资本实力。公司本次募集资金投资项目将严格按照计划进行实施。

根据公司的业务发展需要,公司将会综合考虑资金需求和成本,通过资本市场直接融资、银行贷款等多种方式筹集资金,促进公司更好、更快的发展。

三、发展计划的假设条件及将面临的困难

（一）发行人拟定上述计划所依据的假设条件

1、我国国民经济和社会各项事业稳定发展,经济和社会环境不会发生对本公司运营产生重大不利影响的变化;

2、公司所遵循的现行法律、法规及国家有关行业及产业政策不发生重大改变;

3、本次股票发行能够顺利完成,募集资金能及时到位,募集资金拟投资项目能如期完成;

4、不发生对公司经营业务造成重大不利影响以及导致公司财产重大损失的任何不可抗力事件或任何不可预见的因素;

5、公司所处行业及市场处于正常发展状态,原材料价格和产品售价均能处于正常变动的范围内,不会出现重大的市场突变情形;

6、公司现有的主要竞争优势继续发挥作用。

（二）发行人实现上述计划可能面临的困难以及实现上述计划拟采取的措施

1、在募集资金到位之前，由于公司融资渠道较为单一，业务发展所需资金主要依靠自有资金解决。募集资金到位后，在较大规模资金运用和公司较快扩张的背景下，公司在战略规划、组织设计、机制建立、资源配置、运营管理、市场开拓、内部管理控制等方面都将面临更大挑战。

2、为顺利实施上述计划，公司将加强内部管理，提高管理水平，在不断提高产品质量的同时严格控制成本和费用，进一步提高公司产品的市场竞争力；加大市场开拓力度，不断提高市场份额，扩大销售收入；通过加大研发投入的力度，提升公司自主创新能力；通过人才培养和引进，不断提高员工素质，并努力打造一个成熟而现代化的核心技术和管理团队；持续健全和完善公司法人治理结构，更加规范运作。

四、业务发展计划与现有业务的关系

公司上述发展规划是根据一次性卫生用品行业的发展趋势制定的。公司现有业务是公司发展规划的基础，是实现未来发展规划的前提。公司未来发展规划则是对公司现有业务的进一步拓展和深化。公司将通过增加中高端卫生巾品牌“自由点”的生产线，新引入学步裤及成人纸尿裤生产线，拓展营销网络和建设信息系统，提升品牌形象，提高公司知名度，通过规模效应及广泛的营销网络强化公司的竞争优势并提高市场占有率。经过多年经营，公司在产品设计、生产供应、渠道建设、品牌塑造等方面已有深厚的积累，公司将充分利用现有经验和自身优势，大力推动发展计划的实施，以促进战略目标的实现。

五、本次募集资金对实现业务目标的作用

本次募集资金将用于主营业务的资金需求，对公司实现总体业务发展目标具有至关重要的作用，主要体现在：

1、此次募集资金投资项目全部建成并投产后，公司将一方面扩大原有中高端品牌“自由点”卫生巾的产能，实现规模效益，另一方面新引入学步裤和成人纸尿裤生产线，丰富产品结构，提升盈利水平。此外公司还将拓展在全国范围内的销售网络，并优化信

息系统，持续增强公司的整体竞争力；

2、通过发行上市成为公众公司后，有利于扩大公司的知名度，提升公司品牌形象，巩固和提高公司市场份额，同时有利于吸引行业内优秀人才，对公司实现上述业务目标起到积极的促进作用；

3、发行上市之后将接受包括股东、监管机构和社会公众的监督，有助于公司完善法人治理结构，提升管理水平；

4、将有助于改善公司的财务资本结构，改善盈利能力。

第十三章 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）预计募集资金数额及项目

根据本公司第一届董事会第七次会议及 2017 年第一次临时股东大会批准，本次拟公开发行不超过 12,833.30 万股，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份，其中股东公开发售股份所得资金不归公司所有。本次募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资金额	拟用募集资金投入金额
1	百亚国际产业园产能扩建项目	26,747.84	26,747.84
2	营销网络拓展项目	5,963.87	5,963.87
3	信息系统建设项目	1,979.01	1,979.01
合计		34,690.72	34,690.72

上述项目均用于本公司主营业务。本公司控股股东复元商贸及公司实际控制人冯永林持股的吉尔商贸、普兆恒益均未实际开展经营业务，因此上述项目实施后，不会产生同业竞争，也不会对本公司独立性产生不利影响。在不改变上述投资项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际情况，对上述项目的投入顺序及拟投入募集资金金额进行适当调整。若实际募集资金扣除发行费用后不能满足上述项目的资金需求，则不足部分将由公司自筹解决。如果本次发行及上市募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

（二）募集资金年度使用计划

单位：万元

序号	项目名称		第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
1	百亚国际产业园产能扩建项目	建设投资	6,299.59	5,599.91	11,867.71	26,747.84
		铺底流动资金	2,980.63			
2	营销网络拓展项目	建设投资	1,589.96	2,199.30	2,174.62	5,963.88
3	信息系统建设项目	建设投资	593.70	692.65	692.65	1,979.00

注 1、募集资金年度使用计划中，“1 年”指 12 个月，“第 1 年”是项目开始实施后 12 个月，以此类推。

注 2、上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目的安排，其实际投入时间将根据募集资金实际到位时间和项目进展情况作适当调整。

（三）募集资金投资项目履行的批复或备案情况

本次募集资金投资项目已经分别取得了有权部门的批复或备案，具体情况如下：

序号	项目名称	项目备案情况	项目环评情况
1	百亚国际产业园产能扩建项目	重庆市企业投资项目备案证 项目编号：2015-500113-22-03-006047	重庆市建设项目环境影响评价文件批准书渝（巴）环准[2016]4 号
2	营销网络拓展项目	重庆市企业投资项目备案证 项目编号：2015-500113-22-03-006046	不适用 ^注
3	信息系统建设项目	重庆市企业投资项目备案证 项目编号：2015-500113-22-03-006045	不适用 ^注

注：募集资金项目用于投入的“营销网络拓展项目”和“信息系统建设项目”资金将分别用于品牌推广和信息平台建设，在项目实施过程中均不产生废气、废水和固定废弃物，不涉及对环境的影响，根据《中华人民共和国环境影响评价法》等法律法规，无需进行环境影响评价。

（四）专户存储安排

根据公司《募集资金管理制度》，公司募集资金实行专户存储制度，本公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。募集资金专户数量不超过募集资金投资项目的个数。公司在募集资金到位后与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（五）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

1、公司已经具备实施募集资金投资项目所需的人员、技术、市场储备

公司本次募集资金投资项目全部围绕主营业务和发展战略展开，在人员、技术、市场等方面均有较好的储备基础。

在人员储备方面，公司凝聚了一支致力于发展本土一次性卫生用品品牌、富有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，并建立了有竞争力的人才引进、培养、激励、晋升发展体系，不断从外部引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，保障公司拥有充足的人才储备，为健康发展打下了基础。

在研发技术方面，公司十分注重自主创新和研发，针对女性、婴幼儿和成人用户的生理特点、使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，以市场为导向的研发能力日益强大。公司拥有丰富的技术积累，并拥有一支经验丰富的专职研发团队，未来还将进一步加大专业化研发的力度。

在市场渠道方面，公司实施了“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，采取经销和直营相结合的销售模式，建立和不断拓展销售渠道，覆盖了全国绝大部分省区，并以川渝地区、云贵陕地区和两湖地区为主要销售区域，为新增产能和未来增长奠定了良好的基础。

2、本次发行募集资金投资项目与公司经营规模、财务状况和管理能力相适应

得益于一次性卫生用品市场规模的持续增长和公司产品结构的逐步优化，2016 年，公司实现营业收入 73,879.94 万元，较 2015 年增长 4,739.54 万元，增长 6.85%；2015 年公司实现营业收入 69,140.41 万元，较 2014 年同期增长 6,730.43 万元，增长 10.78%；报告期内，公司整体毛利率持续提升；资产负债率始终保持较低水平，整体财务状况良好。为了适应经营规模的快速发展，公司持续加强对内外部的管理，建立科学的管理制度和激励机制，保证管理人才的招聘与培养，运营管理水平得到大幅提升。因此，公司董事会认为，本次募集资金投资项目与公司的经营规模、财务状况和管理能力相适应，相关项目的经济效益较好，盈利能力较强，从经济效益分析和社会效益分析来看，该等项目具有可行性。

二、募集资金投资项目与现有业务的关系

公司成立以来一直致力于一次性卫生用品的研发、生产和销售。本次募集资金投资项目全部围绕公司的主营业务和发展战略展开，一方面扩大公司原有中高端品牌“自由点”卫生巾的产能，实现规模效益，另一方面新引入学步裤和成人纸尿裤生产线，丰富公司产品结构，提升公司盈利水平。此外还将拓展公司在全国范围内的销售网络，并优化公司信息系统，持续增强公司的整体竞争力。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）百亚国际产业园产能扩建项目

1、项目概况

本项目是在公司现有的土地及厂房基础上，计划运用募集资金主要新购置五条“自由点”卫生巾生产线、一条学步裤生产线和一条成人纸尿裤生产线，并配套自动化辅助生产设备及立体库。项目建成后，可达年产约 63,360 万片“自由点”卫生巾、约 7,603 万片学步裤，约 7,096 万片成人纸尿裤的生产规模。该项目的建设有助于公司在巩固现有优势产品的市场地位基础上，进一步丰富公司的产品结构，提高公司核心竞争力，增强公司的盈利能力。

2、项目实施的必要性

（1）我国一次性卫生用品行业发展空间广阔

我国卫生巾消费群体庞大，行业保持稳定增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据显示，2015 年我国一次性卫生用品市场规模达到 766.9 亿元，比 2014 年增长 12.3%。未来随着国民人均收入水平的提高，女性消费者对个人卫生的重视日益加强，卫生巾的人均使用频次和消费量将继续提高，预计到 2020 年，中国卫生巾市场规模将达到 611.0 亿元。

随着我国家庭对婴儿纸尿裤的接受度不断提高和使用习惯的逐渐养成，我国婴儿纸尿裤市场近年来发展迅速。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，我国婴儿纸尿裤（含尿片）的市场渗透率从 2000 年的 2.1% 已提升至 2015 年的 46.0%；2011 年至 2015 年，婴儿纸尿裤（含尿片）消费量从 178.7 亿片增加到 280.5 亿片，年复合增长率达到 11.93%，市场规模从 184.6 亿元扩大至 313.8 亿元，年复合增长率达到 14.18%。随着国家全面二胎政策的实施，婴儿纸尿裤渗透率将进一步提升，市场规模成长空间广阔。

近年来，随着我国人口老龄化进程加剧和老年人对失禁护理用品的接受程度逐步提高，成人纸尿裤市场规模快速增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2015 年成人失禁用品市场规模约 49.6 亿元，比上年增长 14.2%。未来成人纸尿裤市场规模还将进一步快速增长。

（2）公司“自由点”卫生巾产能不足，无法满足市场发展要求

报告期内，公司“自由点”卫生巾的产量和销量均持续提升，给产能造成一定压力。2012年度，公司“自由点”卫生巾产能利用率达到了93.54%，部分产品生产线满负荷生产，个别产品甚至超负荷生产。卫生巾属于快速消费品，产品在销售终端货架上及时、充足的供应直接影响消费者的消费选择，如果在销售旺季出现产品缺货的情况，对公司的品牌及销售将产生较大不利影响。

为此，公司于2012年12月和2013年3月新投入三条“自由点”卫生巾生产线，使得2013及2014年的产能瓶颈得到较大缓解。但在卫生巾市场稳步增长及公司加大中高端卫生巾产品推广力度的作用下，公司2015年“自由点”卫生巾产能利用率迅速攀升至了接近80%的较高水平；2015年末，因搬迁导致公司生产及发货安排计划有所延迟，未能及时足量对预付货款的经销商安排发货，2016年初搬迁完成后，为保证对2015年底预付货款的经销商及时安排发货，公司加大了生产力度，2016年“自由点”卫生巾产能利用率达到了94.14%，产能不足的问题重现。具体情况如下：

年份	项目	“自由点”卫生巾
2016年	产能（万片）	115,684.80
	产量（万片）	109,212.37
	其中：代工产量（万片）	300.99
	产能利用率	94.14%
	销量（万片）	98,751.08
	产销率	90.67%
2015年	产能（万片）	116,117.76
	产量（万片）	92,803.61
	其中：代工产量（万片）	92.97
	产能利用率	79.84%
	销量（万片）	92,978.16
	产销率	100.19%
2014年	产能（万片）	117,849.60
	产量（万片）	80,860.70
	其中：代工产量（万片）	-
	产能利用率	68.61%
	销量（万片）	75,179.93
	产销率	92.97%

注：产能利用率=（当年产量-当年代工产量）/当年产能

此外，公司现有的“自由点”品牌旗下产品系列较多，为满足生产需要，同一生产线生产各种系列产品的现象普遍存在，在不同系列产品之间进行生产切换时，必须增加更换模具、切割刀片及调试设备等程序，会一定程度降低生产效率。

因此，稳步增长的市场需求、不断丰富的产品系列与公司“自由点”卫生巾生产线数量有限、设备超负荷运转之间的矛盾已经成为制约公司进一步发展、扩大公司市场占有率的主要矛盾。公司需要通过新增生产及配套设施，解决产能紧张问题。

（3）公司尚不具备婴儿学步裤和成人纸尿裤的自主生产能力

目前，公司尚不具备婴儿学步裤和成人纸尿裤的自主生产能力，该等产品依靠代工生产。尽管公司对代工厂商实行了较为严格的管理措施，但仍然无法完全避免代工生产带来的产品质量风险。由于学步裤代表婴儿纸尿裤高端产品的发展方向，成人纸尿裤市场快速增长，为了实现产品线的科学战略布局，公司亟需形成婴儿学步裤和成人纸尿裤的自主产能。本项目建成后，上述两类产品的经营方式将由代工生产模式转变为自主生产模式，有效的避免了代工生产模式带来的产品质量风险。

3、项目市场前景

（1）市场供需情况、市场容量及行业发展趋势

我国卫生巾市场方面，消费群体庞大，行业保持稳定增长；我国婴儿纸尿裤市场方面，随着我国家庭对婴儿纸尿裤的接受度不断提高和使用习惯的逐渐养成，市场近年来发展迅速；我国成人纸尿裤市场方面，随着人口老龄化进程加剧和老年人对失禁护理用品的接受程度逐步提高，市场规模快速增长。关于市场的详细情况参见本招股说明书“第六章业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（二）行业基本情况及发展趋势”。

此外，随着我国居民人均可支配收入的逐渐增长和高收入女性群体的不断扩大，女性消费者对卫生巾的安全性、舒适性、贴身性等方面的要求日渐提高，以“极薄”、“舒适”、“超强吸收”为产品理念的中高端卫生巾的消费比例将持续提升。根据尼尔森市场调查统计，2016年全国极薄卫生巾销售额占日用卫生巾总销售额的20.1%，同比增长27.8%，占夜用卫生巾总销售额的12.6%，同比增长48.0%，呈快速增长趋势。“自由点”卫生巾为公司中高端卫生巾产品，未来将面临较好的行业发展机遇。

婴儿纸尿裤的各类产品中，学步裤作为中高端产品的代表，经过最近几年的发展，得到了越来越多消费者的认可和青睐。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，学步裤占2015年婴儿纸尿裤整体销售额的14.9%，占比较上年增加2.00个百分点，增长速度较快。从产业发展链来讲，学步裤作为中高端纸尿裤，其市场发展前景广阔，代

表未来婴儿纸尿裤发展的方向。

(2)公司具备消化新增产能的销售能力

本项目将扩建五条现有产品“自由点”卫生巾生产线，目前公司现有的“自由点”卫生巾生产线的产能利用率已接近满负荷状态，项目建成达产后，公司“自由点”卫生巾产能不足的情况将得到改善，新增产能情况如下表所示：

单位：万片/年

项目	现有产能 ^注	募集资金投资项目达产后新增产能	产能扩张比例
“自由点”卫生巾生产线	116,117.76	63,360.00	54.57%

注：现有产能指 2015 年产能。

此外，公司将建设一条学步裤生产线和一条成人纸尿裤生产线，项目设计产能年产学步裤约 7,603 万片，成人纸尿裤约 7,096 万片。

公司具备消化新增产能的销售能力，主要包括：

1) 公司实施了“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，采取经销和直营相结合的销售模式，建立了有序拓展、层次分明的销售渠道。截至 2016 年底，公司已在全国范围内发展经销商超过 500 家，销售网络覆盖全国绝大部分省区，并以川渝地区、云贵陕地区和两湖地区为主要销售区域。公司现有的营销网络为新增产能的消化奠定了良好的基础。

2) 根据公司本次募集资金投资计划，公司还将实施“营销网络拓展项目”（详细情况请见本招股说明书“第十三章募集资金运用”之“三、募集资金投资项目的具体情况”之“（二）营销网络拓展项目”），进一步拓展营销网络并加大市场推广力度，尤其在目前并非公司主要销售区域的华北地区、华南地区等市场加大市场渗透，积极开展产品推广活动等。此外，公司未来还将继续发展优质经销商合作，覆盖更多地区市场，实现销售网络的扩张和下沉。通过上述营销拓展计划，本项目的新增产能能够及时消化。

(3)项目在生产技术方面具有可行性

经过多年的研发和积累，公司拥有专业的研发技术队伍，形成了业内一流的生产技术能力。本项目新增五条“自由点”卫生巾生产线采用的生产技术与现有卫生巾产品的生产技术具有通用性，本项目不存在技术风险。

本项目新增的一条学步裤及一条成人纸尿裤生产线采用的核心生产技术与婴儿纸

尿裤的核心生产技术具有相似性，均以复合芯体技术为核心，公司研发人员目前已经积累了丰富的经验，项目的实施在生产技术方面具有可行性。

公司实施项目的生产技术具体情况详见本招股说明书“第十三章募集资金运用”之“三、募集资金投资项目的具体情况”之“（一）百亚国际产业园产能扩建项目”之“6、产品的质量标准和生产工艺和核心技术”。

（4）主要竞争对手情况

公司自成立以来一直专注于生产和销售一次性卫生用品，销量在川渝及云贵陕地区位居行业前列，具有品牌形象良好、市场定价能力强、销售渠道层次分明、成本优势和区位优势等方面的竞争优势。公司的主要竞争对手包括恒安国际集团有限公司、尤妮佳生活用品（中国）有限公司、广东景兴卫生用品有限公司、宝洁（中国）有限公司、桂林洁伶工业有限公司、金佰利（中国）有限公司、花王（中国）投资有限公司、湖北丝宝卫生用品有限公司等，详细情况请见本招股说明书“第六章业务与技术”之“三、本公司在行业中的竞争地位”之“（一）主要竞争对手”。

4、项目投资概算

本项目总投资 26,747.84 万元。其中设备购置 19,547.10 万元，设备安装调试费 1,759.90 万元，基本预备费 1,760.53 万元，其他费用 699.68 万元，铺底流动资金 2,980.63 万元。项目建设期预计 3 年，资金来源为公司扣除发行费用后的上市募集资金。本项目投资概算如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	设备购置	19,547.10	73.08%
2	设备安装调试	1,759.90	6.58%
3	基本预备费	1,760.53	6.58%
4	设计、监理等其他费用合计	699.68	2.62%
5	铺底流动资金	2,980.63	11.14%
	合计	26,747.84	100%

5、本项目的设备购置构成

本项目设备投资估算主要依据一次性卫生用品的生产工艺流程所需设备，同时兼顾了自动化程度和环保要求，所需设备明细估算具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台、套）	单价	总价
1	中高端卫生巾品牌“自由点”生产设备	5	1,200.00	6,000.00
2	卫生巾自动包装机	10	180.00	1,800.00
3	卫生巾自动装箱机	5	80.00	400.00
4	卫生巾自动放片机	5	80.00	400.00
5	学步裤生产设备	1	2,750.00	2,750.00
6	成人纸尿裤生产设备	1	2,500.00	2,500.00
7	尿裤自动包装机	4	550.00	2,200.00
8	立体库	1	3,000.00	3,000.00
9	理化计量中心	1	497.10	497.10
	合计	-	-	19,547.10

6、产品的质量标准、生产工艺和核心技术

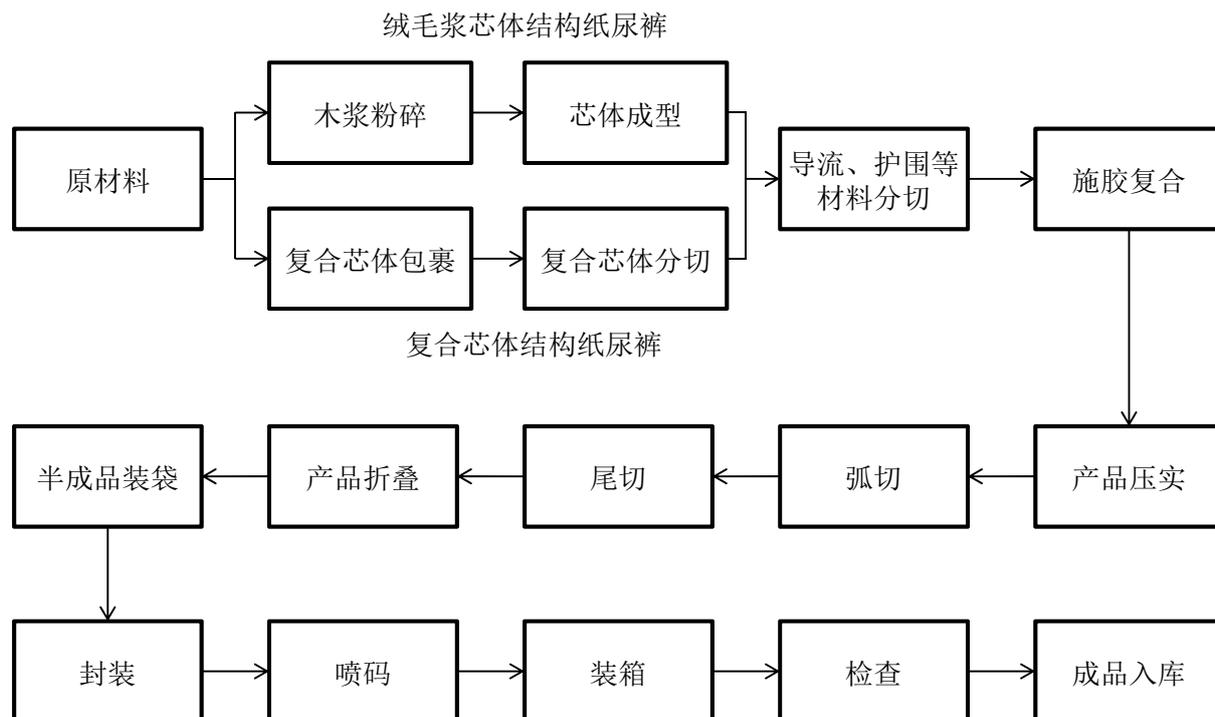
（1）质量标准

公司根据国家有关规定，结合市场和消费者的需求，对不同种类的产品制定了企业标准。本项目将继续执行公司制定的企业标准。有关公司的质量标准等情况，详见本招股说明书“第六章业务与技术”之“八、发行人产品质量控制情况”有关内容。

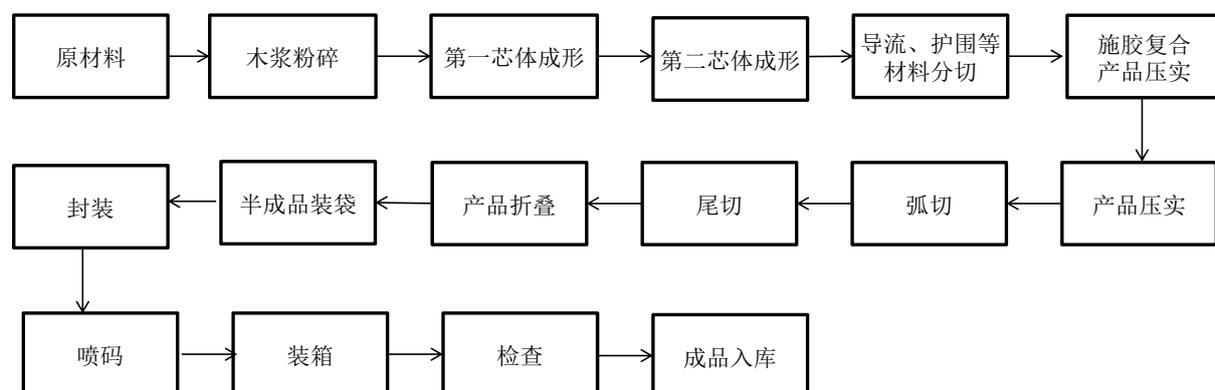
（2）生产工艺

“自由点”卫生巾是公司报告期内的现有产品，其关键生产工艺流程详见本招股说明书“第六章业务和技术”之“四、本公司主营业务的具体情况”之“（二）主要产品工序流程图”之“1、卫生巾”。

报告期内，学步裤的生产方式是代工生产，本次产能扩建项目引入生产线自主生产后，该新型产品的生产工艺流程如下图所示：



报告期内，成人纸尿裤的生产方式是代工生产，本次产能扩建项目引入生产线自主生产后，该新型产品的生产工艺流程如下图所示：



（3）核心技术

公司现有产品结构中包含中高端品牌“自由点”卫生巾产品，其核心技术均来源于公司自主研发掌握的成熟的工艺技术，详细情况请见本招股说明书“第六章业务与技术”之“七、发行人核心技术与研发情况”之“（一）核心技术”。新增五条“自由点”卫生巾生产线的生产技术与原有“自由点”卫生巾的生产技术具有通用性，核心技术一致。

学步裤及成人纸尿裤的关键核心技术与婴儿纸尿裤类似，都是复合芯体技术。该技术主要涉及两个研究方向，芯体结构优化及新型材料的研究与开发。在芯体结构研究方面，公司将目前已经积累的丰富的婴儿纸尿裤芯体结构研究经验，运用于未来学步裤

及成人纸尿裤的研究中，实现芯体结构的持续优化。在新型材料的研究与开发方面，公司目前已经掌握了关键材料的技术标准与检测能力，因此在材料质量控制及新材料开发方面也不存在技术障碍。

7、主要原材料、辅助材料及燃料的供应情况

本项目主要原材料包括浆板、高分子、无纺布等。其中浆板和高分子的供应对卫生巾和纸尿裤生产影响较为显著。本行业原材料较为标准化，市场供应充足、具备通用性。公司具有成熟的原辅材料供应渠道能保障项目所需原材料供给，所需原辅材料主要从国内市场就近选购。

8、投资项目可能存在的环保问题、采取的措施及资金投入情况

本公司工厂在生产过程中会产生固体废弃物。公司将遵守国家 and 地方环境保护相关法律、制度，严格执行环境保护相关标准，坚持经济效益与环境友好相统一的原则，对固体废弃物进行合理处理。本项目已经取得环境评价批复，符合国家有关环保政策要求。

9、投资项目的选址，拟占用土地的面积、取得方式及土地用途

本项目实施地点为重庆市巴南区麻柳工业园区，水路交通便利，政策环境优惠，服务环境优越，区位优势明显。

本项目拟在百亚国际产业园现有生产厂房内通过调整生产线布局、增加必要的自动化设备等手段达到建设预期，以满足新产品生产和市场需求的目标。

本项目占用公司现有土地面积 17,938.80 平方米，公司以出让方式取得该土地使用权。本项目用地已取得不动产权证，证书编号为：渝（2015）巴南区不动产权第 000024148 号、渝（2015）巴南区不动产权第 000024573 号、渝（2015）巴南区不动产权第 000023882 号、渝（2015）巴南区不动产权第 000024691 号。

10、项目的组织方式与实施计划

本项目由发行人负责实施建设、运营。本项目总建设期为 3 年，公司开始建设之日起，第一年和第二年分别投建两条“自由点”卫生巾生产线，第三年分别投建一条“自由点”卫生巾生产线、一条学步裤和一条成人纸尿裤生产线。

11、项目经济效益分析

该项目全部生产线完全达产后，将年产约 63,360 万片“自由点”卫生巾、约 7,603 万

片学步裤和约 7,096 万片成人纸尿裤。公司基于现在的市场价格、未来发展趋势及谨慎性原则估算，则项目达产后，预计新增年营业收入为 53,293.36 万元，新增年净利润为 5,838.53 万元，税后投资回收期（含建设期）为 7.14 年，税后内部收益率为 20.40%，具有良好的盈利能力。

12、项目的合规性

保荐人及发行人律师认为本项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他适用法律、法规和规章的规定。

（二）营销网络拓展项目

1、项目概况

根据本公司营销网络的现有基础条件和未来发展目标，本项目的预计总投资额为 5,963.88 万元，拟新进驻 1,566 家直营销销售终端，并加大力度开展多种类型推广活动。通过本项目，公司的营销网络将进一步扩展，产品将进入更多优质大卖场、大型连锁超市，将扩大公司销售区域、提升公司品牌形象，为公司实现成为国内一流、国际具有一定实力的领先一次性卫生用品企业打下坚实基础。

2、投资概算

本项目总投资额为 5,963.88 万元，项目建设期为 3 年，具体投资概算见下表：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	营销网络拓展费用	5,923.88	99.33%
1.1	直营销销售终端拓展费	2,289.86	38.40%
1.2	品牌推广费	3,634.02	60.93%
2	其他费用	40.00	0.67%
	合计	5,963.88	100%

3、项目实施的必要性

（1）有利于抓住市场机遇，促进公司发展壮大

目前，我国一次性卫生用品行业正处于稳步增长阶段，市场前景广阔。在市场发展

的早期，外资品牌占绝了绝对领先的市场地位，但是近年来本土企业逐渐壮大，从区域市场逐渐向全国市场发展，成为了市场新兴的领先企业。未来，销售渠道网络的竞争是行业未来竞争的核心要素之一，对于公司而言，制定适合自身的渠道发展战略并高效实施，是把握行业机会、迅速壮大自身的关键。

（2）有利于提升市场占有率，提高盈利能力

发行人一直坚持“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的销售渠道策略，并在多年的经营实践中取得了良好的收效。目前，公司以川渝地区、云贵陕地区和两湖地区为主要销售区域，在其他地区，公司的市场辐射能力有待进一步提升。公司计划通过本项目，加快对目前主要销售区域之外的其他城市市场的渗透，并以直营方式进入超过 1,500 家优质的大卖场、大型连锁商超，进一步提高公司品牌的认知度和形象。该项目的实施，是公司进一步提高公司产品的市场占有率、增加公司盈利的必然选择。

（3）有利于优化渠道结构，进一步提高对销售终端的掌控能力

公司目前以经销模式为主，直营模式为辅的销售模式。2014 年、2015 年及 2016 年，直营收入占营业收入的比例分别为 15.71%、21.10%和 25.96%，公司来自直营模式的收入持续增加，但对整个销售收入的贡献份额仍然较低。

与经销模式相比，直营模式具有稳定性更强，更便于管理，并能够使公司更加直接的面对终端消费者，洞察最新市场动向及消费者偏好。本项目以直营方式进入超过 1,500 家优质的大卖场、大型连锁商超，有利于优化公司现有销售渠道，进一步提高对销售终端的掌控能力。

（4）有利于提高品牌知名度，塑造品牌形象

国内一次性卫生用品市场的竞争已从单纯的价格竞争、渠道竞争逐渐向品牌竞争发展，因此公司需要进一步提高品牌知名度，塑造品牌形象。通过本项目，公司增加直营销售终端的进驻数量，并开展多种形式的产品推广活动，是公司增加品牌知名度、契合消费升级趋势的有效途径。

4、项目实施的可行性分析

（1）国内一次性用品市场前景广阔

我国卫生巾消费群体庞大，行业保持稳定增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委

员会的数据显示，2015 年我国一次性卫生用品市场规模达到 766.9 亿元，比 2014 年增长 12.3%。未来随着国民人均收入水平的提高，女性消费者对个人卫生的重视日益加强，卫生巾的人均使用频次和消费量将继续提高，预计到 2020 年，中国卫生巾市场规模将达到 611.0 亿元。

随着我国家庭对婴儿纸尿裤的接受度不断提高和使用习惯的逐渐养成，我国婴儿纸尿裤市场近年来发展迅速。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，我国婴儿纸尿裤（含尿片）的市场渗透率从 2000 年的 2.1% 已提升至 2015 年的 46.0%；2011 年至 2015 年，婴儿纸尿裤（含尿片）消费量从 178.7 亿片增加到 280.5 亿片，年复合增长率达到 11.93%，市场规模从 184.6 亿元扩大至 313.8 亿元，年复合增长率达到 14.18%。随着国家全面二胎政策的实施，婴儿纸尿裤渗透率将进一步提升，市场规模成长空间广阔。

近年来，随着我国人口老龄化进程加剧和老年人对失禁护理用品的接受程度逐步提高，成人纸尿裤市场规模快速增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2015 年成人失禁用品市场规模约 49.6 亿元，比上年增长 14.2%。未来成人纸尿裤市场规模还将进一步快速增长。

（2）公司具有丰富的销售管理经验

自公司成立以来，在激烈的市场竞争中，公司积累了丰富的销售管理经验，构建起完整的销售架构，在销售终端控制、物流管理等方面都制定了一系列完善的管理流程。同时，针对不同区域的消费特点，公司都确立了不同的销售策略和品牌推广方式，因地制宜地推出特色产品和促销活动，建立了比较忠实的客户基础。同时，公司对于销售人员的招募和培训也十分严格，并制定了科学的激励和晋升体系，从而逐渐培养起一支强大的营销管理队伍，为项目的顺利开展打下了良好基础。

（3）良好的品牌知名度有助于公司开拓新的销售网络

经过多年的培育和运营，公司品牌已具有较高的市场知名度和美誉度。在品牌影响力方面，“自由点”品牌荣获中国驰名商标；“自由点”品牌、“妮爽”品牌和“好之”品牌均荣获重庆市著名商标。良好的品牌知名度不仅强化了公司原有客户的忠诚度，而且吸引了许多新的消费群体，有利于公司实施更广泛的战略布局，充分挖掘市场潜力，激发未来新的利润增长点。

5、项目建设的具体内容

（1）拟进驻直营销售终端的具体分布

在综合考虑了各门店所在区域的市场竞争状况、城市基本情况、消费者情况、店铺位置等因素后，公司筛选出了区位较好、客流量大、有较好销售能力的销售终端 1,566 家，如能对这些销售终端进行有效进驻，将对公司产品销售带来较大的销售带动。公司拟进入的门店及渠道费用具体如下：

单位：元

区域	省市城市	商超系统	门店数 A	上架品项数 B	渠道费/品 项 C	渠道拓展费 D = A×B×C
东北	辽宁大连	大商	20	28	500.00	280,000.00
	吉林长春	欧亚	27	28	500.00	378,000.00
华北	北京、天津	物美	135	15	800.00	1,620,000.00
	北京	京客隆	78	28	500.00	1,092,000.00
	山西太原	美特好	66	28	500.00	924,000.00
	山西汾阳	大商（家家利）	38	28	500.00	532,000.00
华东	山东济南	华联	19	28	850.00	452,200.00
	山东烟台	振华	40	28	500.00	560,000.00
	安徽合肥	合家福	65	28	500.00	910,000.00
	浙江宁波	加贝	45	28	500.00	630,000.00
	浙江衢州	东方商厦	34	28	500.00	476,000.00
	浙江绍兴	千客隆	22	28	500.00	308,000.00
	浙江舟山	台客隆	35	28	500.00	490,000.00
	山东青岛	利群	40	28	500.00	560,000.00
	山东潍坊	佳乐家	30	28	500.00	420,000.00
	江苏各市	大润发	54	28	1000.00	1,512,000.00
	浙江嘉兴	东兴系统	60	28	500.00	840,000.00
	浙江宁波	三江购物	87	28	500.00	1,218,000.00
	浙江宁波	华润慈客隆	40	28	500.00	560,000.00
	浙江绍兴	供销	49	28	500.00	686,000.00
	浙江绍兴	诸暨一百	42	28	500.00	588,000.00
	浙江舟山	华之友	19	28	500.00	266,000.00
	安徽亳州	盖盛祥	95	28	500.00	1,330,000.00
	安徽亳州	金色华联	63	28	500.00	882,000.00
	浙江嘉兴	江南系统	30	28	500.00	420,000.00

区域	省市城市	商超系统	门店数 A	上架品项数 B	渠道费/品 项 C	渠道拓展费 D = A×B×C
	浙江嘉兴	戴梦得系统	32	28	500.00	448,000.00
华南	广东深圳	吉之岛系统	25	28	500.00	350,000.00
	广东广州、深圳	沃尔玛	36	28	800.00	806,400.00
	广东深圳	天虹	31	28	500.00	434,000.00
华中	河南洛阳	大张	39	28	500.00	546,000.00
	河南濮阳	百姓	40	28	500.00	560,000.00
	河南周口	万果园	69	28	500.00	966,000.00
	河南平顶山	九头崖	26	28	500.00	364,000.00
	河南信阳	百佳	35	28	500.00	490,000.00
合计			1,566	-	-	22,898,600.00

注：华北地区指：北京、天津、河北、山西、内蒙古

华东地区指：上海、江苏、浙江、山东、安徽

东北地区指：辽宁、吉林、黑龙江

华中地区指：湖北、湖南、河南、江西

华南地区指：广东、广西、海南、福建

“上架品项数”即为公司拟向 KA 客户（单个门店）提供的、可用于上架销售的产品 SKU⁵数量。

渠道费主要为生产厂家产品在 KA 客户终端门店上架时需要支付的进场费。营销网络拓展项目中，渠道费主要根据公司历史上已有合作的商超渠道费及与部分拟进驻的商超系统接洽沟通的结果进行估计。根据企业历史资料，直营商超产品入驻的渠道费价格如下：

类型	渠道费/品项	备注
全国性商超系统	800-1500 元	如：沃尔玛/大润发/家乐福等
地区性商超系统	200-800 元	如：步步高/华联/物美/合力等

（2）推广活动

为了配合新进驻直营销销售终端的品牌宣传，公司计划同时加大产品营销力度，通过开展 CP 活动、迷你秀活动、及大型路演推广活动，提高品牌知名度，具体推广活动投

⁵ SKU 为 Stock Keeping Unit（库存量单位），即库存进出计量的基本单元

放计划如下表：

金额单位：万元

年份 ¹	CP 活动 ²			迷你秀活动 ³			大型路演推广活动 ⁴			费用合计
	场次 (次)	单次 费用	活动费用	场次 (次)	单次 费用	活动费用	场次 (次)	单次 费用	活动费用	
第 1 年	3,504	0.11	385.44	700	0.37	259.30	24	4.00	96.00	740.74
第 2 年	7,056	0.11	776.16	1,060	0.37	392.50	24	4.00	96.00	1,264.66
第 3 年	9,396	0.11	1,033.56	1,348	0.37	499.06	24	4.00	96.00	1,628.62
合计	19,956	-	2,195.16	3,110	-	1,150.86	72	-	288.00	3,634.02

注 1：上述年度计划中，“1 年”指 12 个月，“第 1 年”是项目开始实施后 12 个月，以此类推。

注 2：CP 是 customer promotion 的缩写，指安排促销人员在销售终端搭建简易促销台向消费者免费提供试用新产品或者赠品、向消费者介绍公司买赠等产品促销活动，或者与消费者进行游戏互动等方法，促进消费者在某特定时间内购买的推广活动。

注 3：指在销售终端的店内或店外，通过摆放三脚架、展架、悬挂吊旗、张贴地贴等搭建较复杂的促销台，向消费者展示公司产品及品牌形象的活动。

注 4：指在大型商超等人流密集的区域搭建舞台、配备音响、灯光等设备，聘请主持人及艺人向消费者展示公司品牌形象的大型推广活动。

6、环保影响及措施

本项目主要为商业流通环节建设，无污染源。

7、项目实施的进度安排

本项目周期为 3 年，即计划 3 年内逐步拓展公司的营销网络并加大市场推广活动的投入，以满足公司经营发展的要求。

8、项目效益分析

本项目的实施将进一步拓展营销网络区域覆盖面，加大直营客户的开发，优化营销网络，通过各类品牌推广活动，增强公司产品营销的深度和广度，契合了公司生产经营规模扩大的需要，将有助于公司进一步增强和发挥营销优势，促进渠道开发和终端销售，挖掘市场潜力、提高市场占有率，间接促进公司经济效益的提升。

9、项目的合规性

保荐人及发行人律师认为本项目符合国家产业政策以及其他适用法律、法规和规章的规定。

（三）信息系统建设项目

1、项目概况

随着公司生产、销售及客户规模的扩大，公司对采购、仓储、销售、客户需求及经营决策的信息化管理能力亟待提升，公司计划引入先进的信息化管理理念，建设业务运营管理平台、经营决策支持平台、协同办公管理平台和系统网络支撑平台，通过整合信息数据管理与挖掘的多项辅助功能模块，着力打造高效、智能的信息化管理平台。

2、项目投资概算

本项目投资预算总额为 1,979.00 万元，其中软件投资 1,160.00 万元，硬件投资 535.63 万元。具体投资预算构成如下表所示：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	建筑工程及公用系统	54.91	2.77%
1.1	机房装修费	21.00	1.06%
1.2	综合布线	33.91	1.71%
2	设备购置及安装费	1,695.63	85.68%
2.1	软件工程	1,160.00	58.62%
2.2	硬件工程	535.63	27.07%
3	基本预备费	146.64	7.41%
4	其他费用	81.82	4.13%
	合计	1,979.00	100%

（1）本项目软件工程的投資构成情况

单位：万元

序号	系统	子系统/模块	投资金额
1	ERP	升级 ERP 系统	400.00
		人力资源系统	80.00
		电子商务 ERP	50.00
2	SCM	建立分销系统	150.00
		商超订单系统	50.00
		物流系统	60.00
3	CRM	客户关系管理系统	60.00

序号	系统	子系统/模块	投资金额
4	BI	商业智能系统	115.00
5	EIP	门户系统	35.00
6	PDM/CAPP	产品数据管理系统	50.00
7	DB	ORACLE12	110.00
合计			1,160.00

上述信息系统的的功能具体如下：

序号	系统	本信息系统功能说明
1	ERP	涉及公司经营策略、销售预测、生产管理、计划管理、财务管理五个管理层面，包括公司内所有产、供、销、人、财、物及预测的管理职能
2	SCM	提供KA订单处理，经销商订单处理，对账管理、经销商进销存管理等功能
3	CRM	提供渠道管理、竞争情况收集等系统、销售行为管理等功能
4	BI	提供设定管理目标、针对管理目标衡量公司当前业绩并进一步分析、及时通知业务主管并及时做出反应
5	EIP	提供一个单一的访问公司各种信息资源的入口，公司的员工、客户、合作伙伴和供应商等都可以通过这个门户获得个性化的信息和服务
6	PDM/CAPP	提供产品市场需求、概念设计、详细设计、加工制造、售后服务等全过程的管理
7	DB	ERP/ CRM/ SCM 等信息系统的数据库管理工具。

(2) 本项目硬件工程的投资明细为构成情况

单位：万元

序号	硬件设备名称	品牌及型号	单价	数量（台、套）	投资金额
1	小型机	IBM P740	68.00	3	204.00
2	服务器	IBM 3850	20.00	4	80.00
3	存储	Netapp E5412	48.00	2	96.00
4	VPN 防火墙	CISCO ASA5550	25.00	1	25.00
5	负载均衡流量控制	深信服 AD-1800	15.00	1	15.00
6	VPN 设备	深信服 VPN-2150	6.50	1	6.50
7	PC 机	联想 M4500	0.50	148	74.00
8	笔记本	THINKPAD X250	0.65	50	32.50

序号	硬件设备名称	品牌及型号	单价	数量（台、套）	投资金额
9	打印机	HP 128NF	0.18	15	2.63
合计			-	-	535.63

3、项目实施的必要性分析

（1）项目建设符合一次性卫生用品行业信息化建设的趋势

随着国内一次性卫生用品行业竞争的快速发展，一次性卫生用品企业的产品研发、采购、生产、仓储、物流和销售的全过程管理能力和用户需求反应速度成为企业的核心竞争力之一。流程自动化和快速反应能力的实现有赖于完备的信息管理系统，越来越多的国内一次性卫生用品生产企业开始加大力度建设其信息管理系统。

（2）项目建设是支持企业发展战略的需要

建设信息化系统是公司快速发展的必然需要。本公司的快速发展带来了销售、设计研发、供应、生产和物流业务规模的迅速扩张，提高了对各项运营和管理的要求。为了提高运营效率，需要公司增加投入并提升整体信息化系统技术水平。

目前公司的信息管理系统尚无法完全满足未来公司管理工作的需要，公司计划逐步建设并完善包括企业资源计划系统（ERP）、企业信息门户系统（EIP）、供应链管理系统（SCM）、客户关系管理系统（CRM）、PDM/CAPP 系统、商业智能系统（BI）、企业信息门户（EIP）等信息管理系统，使信息平台在公司未来发展中成为管理工作重要的技术支撑。

（3）项目建设是满足公司外部运营管理体系的需要

随着公司业务快速发展，未来几年生产规模增加和营销网络的扩展，现有信息管理系统已不能满足要求，公司需要建立功能更先进的信息管理系统对整体运营进行统筹管理。面对公司生产、物流、营销、资金、人事、区域管理中心的管理，以及外部经销商及直营客户的选择与管理、顾客服务等一系列庞大的内部外部管理需要，公司信息管理系统将面临更高的要求，因此需引入更高效的信息化平台进行管理。

（4）项目建设有助于提高公司的内部管理和决策能力

目前，公司的各个信息管理系统相对孤立，尚未达到系统协同运作的程度，成为工

作效率提高的瓶颈。为满足公司管理日趋复杂的需要，逐步实现公司信息流、物流、资金流的同步运行，同时为提高内部营运管理能力，实现对市场的快速反应，也为公司决策层能更加及时科学地做出决策，优化建设信息管理系统势在必行。

4、项目实施的可行性分析

（1）国家政策大力支持企业信息化

信息化是当今世界发展的大趋势，是推动经济社会变革的重要力量。2006 年，国家出台了《2006-2020 年国家信息化发展战略》，提出在全球信息化发展的大背景下，要大力推进企业的全面信息化建设，广泛应用信息技术，改造和提升传统产业，发展信息服务，推动经济结构战略性调整。公司的信息化建设项目的实施具备政策保障。

（2）公司信息化部门拥有强大的执行团队

在信息管理系统使用方面，公司已建立了专门的信息管理团队，并通过培训使公司各部门逐渐熟悉公司信息管理系统的操作程序。目前，公司在采购管理、生产管理、质量管理、仓储管理、销售管理、财务管理等方面都形成了较为成熟的制度和流程，各部门工作人员对工作流程、工作权限、工作职责已较为熟悉和适应，为该项目的成功实施提供有力保障。

（3）公司管理层高度重视信息化建设

公司管理层在发展过程中充分认识到信息化平台构建对公司整体运营所起到的重要作用，并积极调动软硬件配套资源，组建并直接参与信息化项目小组，为信息化建设实施创造便利条件。

5、项目建设进度安排

本项目建设周期为 3 年，即计划 3 年内逐步对企业信息系统进行建设与提升，以满足公司经营发展的要求。

6、环保营销及措施

本项目建设内容主要为购置并安装信息系统软硬件，无生产环节，不产生污染。

7、项目效益分析

信息化系统作为公司业务管理、信息收集与分析的重要方法和工具，其本身并不直

接创造经济效益，故不做经济效益的定量分析，仅从可能产生的效益方面进行定性分析。本项目建设将整体提高公司管理与运营能力、提高数据收集及应变速度、完善客户服务水平，将实现对销售、库存、采购、财务等各部分流程有力监控，使物流、信息流、资金流的运转更加顺畅，为公司快速可持续快速健康发展提供有力支撑。

8、项目的合规性

保荐人及发行人律师认为本项目符合国家产业政策以及其他适用法律、法规和规章的规定。

四、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）募集资金运用对公司经营发展的影响

通过本次募集资金投资项目的实施，将最终提升公司的核心竞争力和市场占有率，有利于公司长远、健康的发展，具体表现为以下三个方面：

1、本次国际产业园产能扩建项目紧密围绕公司现有核心业务，其实施将进一步扩大公司生产规模，解决产能不足的现状，实现规模经济。本次募集资金投资项目实施完成后，公司业务的持续发展能力将得到有力增强，核心竞争力将进一步提高。

2、公司将通过营销网络建设，提升公司品牌形象和市场竞争能力，增强公司对销售渠道的控制力。公司将在原有营销网络的基础上，进驻重点核心城市的销售门店，加强对重要销售终端和潜力区域的控制力，完善公司原有的营销模式并优化营销网络的区域布局，增强公司对销售渠道的稳定性，不断提升公司品牌形象和市场地位，扩大销售规模 and 市场份额，提升公司的销售能力和盈利能力。

3、公司将通过信息化项目建设，实现对采购、库存、销售、物流、客户服务等各部分流程的有力监控，使物流、信息流、资金流的运转更加通畅，改善内外部信息沟通渠道，建立科学决策体系，提高供应链的快速反应能力，增强销售网络掌控能力，为公司多品牌经营模式的长期、稳定发展提供有力支撑。

（二）募集资金运用对财务状况的影响

1、对财务状况的影响

本次发行后，公司净资产和每股净资产将大幅增长，资金实力和偿债能力将有效提

升。由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此公司在短期内净资产收益率将有所下降，但募集资金投资项目的逐步达产将极大增强公司的市场竞争力，提升公司的盈利能力，届时公司的净资产收益率将稳步提高。

2、新增折旧摊销的影响

（1）新增折旧摊销金额

本次募集资金到位后，随着固定资产、无形资产投资的逐步完成，发行人固定资产、无形资产规模将有较大幅度增加，固定资产折旧及无形资产摊销也将相应增加。机器设备折旧年限按 18 年计算，残值率按 1% 计算，计算机及电子设备折旧年限按 3 年计算，残值率按 1% 计算，计算机软件摊销年限按 5 年计算，无残值，折旧和摊销均按照直线法计算，则项目建设完成后，新增年固定资产年折旧额及年无形资产年摊销金额约为 1,789.79 万元。

（2）新增折旧摊销对公司经营业绩及净资产收益率的影响

募集资金到位后至项目实施完毕前，由于净资产规模的扩大，公司的净资产收益率将被摊薄。

百亚国际产业园产能扩建项目的建设期为 3 年，项目预计税后内部收益率为 20.40%，项目达产后将在一定程度上消除对净资产收益率的摊薄效益。

营销网络建设项目实施对公司的发展及战略目标的实现将起到极其重要作用。营销网络建设项目的实施将扩大公司直营销售终端的规模，从而提升销售收入及市场占有率。

信息化建设项目的实施将进一步优化与提升公司现有信息系统，有助于提高公司对供应商和客户的管理能力、内部营运管理能力、对销售终端的管理能力，更有效地整合企业供应链，从而快速地对市场变化做出反应，有效地捕捉市场机会或规避市场风险。

因此，尽管募集资金投资项目的实施将增加公司的折旧、摊销费用，并在短期内降低公司的净资产收益率，但是项目的实施将带来新增的销售收入、提升公司的管理能力及市场竞争力，从长期看将对公司的财务状况及未来发展产生积极的影响。

第十四章 股利分配政策

一、发行人的股利分配政策

本公司的股利分配严格执行有关法律、法规和《公司章程》的规定，重视对投资者的合理投资回报。根据《公司法》和本公司《公司章程》，本公司的税后利润按下列顺序进行分配：

1、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，经股东大会决议后按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

2、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。

3、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

4、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

5、公司可以采取现金或者股票方式分配股利。

二、发行人最近三年股利的分配情况

根据 2014 年 6 月 6 日百亚有限通过的《关于公司 2013 年度利润分配方案的决议》，截止 2013 年 12 月 31 日经审计的公司未分配利润余额为人民币 187,769,211 元，百亚有限向股东重望耀晖分配利润人民币 10,000 万元。

报告期内上述现金股利目前已派发完毕，且百亚有限依法代扣代缴了前述股利分配中所涉及境外持股股东应缴纳的预提所得税。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

2016年1月17日召开的本公司2016年第一次临时股东大会通过决议，若公司本次发行并上市经中国证券监督管理委员会核准及/或证券交易所审核同意并得以实施，公司本次发行并上市前滚存的未分配利润由本次发行并上市后的所有新老股东按其各自持股比例共享。

四、本次发行上市后的股利分配政策及具体规划

（一）发行后股利分配政策

根据2016年1月17日召开的公司2016年第一次临时股东大会通过的《公司章程（草案）》，公司发行后的股利分配政策为：

1、利润分配的原则。公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

2、决策机制与程序。公司的利润分配政策和具体股利分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配政策、股利分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见，具体如下：

（1）董事会制订年度利润分配方案、中期利润分配方案，利润分配方案中应说明当年未分配利润的使用计划。独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立意见，公告董事会决议时应同时披露独立董事的审核意见；

（2）董事会审议通过利润分配方案后报股东大会审议批准，股东大会审议利润分配方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

3、利润的分配形式。公司可采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利。公司将优先考虑采取现金方式分配股利；若公司增长快速，在考虑实际经营情况的基础上，可采取股票或者现金股票相结合的方式分配股利。

4、现金分红比例。公司实行差异化的现金分红政策：公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前述（1）、（2）、（3）项规定处理。

公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%；如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计提。公司在当年度实施股票回购所支付的现金视同现金股利。

5、利润分配的期间间隔。原则上公司应按年将可供分配的利润进行分配，公司也可以进行中期现金分红。

（二）发行人分红回报规划

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司 2016 年第一次临时股东大会审议通过了公司董事会制订的《重庆百亚卫生用品股份有限公司未来三年（2015 年度-2017 年度）股东回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排。具体要点如下：

1、公司制定本规划考虑的因素

公司追求长期可持续发展，促进股东现实与长远利益的平衡，根据《重庆百亚卫生用品股份有限公司章程》的规定，在综合考虑行业发展趋势、公司发展战略、业务开展状况、经营业绩、现金流量、财务状况、社会资金成本及外部融资环境等重要因素基础上，建立持续、稳定、科学的股东回报机制。

2、公司的利润分配政策如下：

（1）利润分配的原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

（2）决策机制与程序：公司的利润分配政策和具体股利分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配政策、股利分配方案时应充分考

考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见，具体如下：

A. 董事会制订年度利润分配方案、中期利润分配方案，利润分配方案中应说明当年未分配利润的使用计划。独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立意见，公告董事会决议时应同时披露独立董事的审核意见；

B. 董事会审议通过利润分配方案后报股东大会审议批准，股东大会审议利润分配方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

（3）利润的分配形式：公司可采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利。公司将优先考虑采取现金方式分配股利；若公司增长快速，在考虑实际经营情况的基础上，可采取股票或者现金股票相结合的方式分配股利。

（4）现金分红比例：公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%；如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计提。公司在当年度实施股票回购所支付的现金视同现金股利。

（5）利润分配的期间间隔：原则上公司应按年将可供分配的利润进行分配，公司也可以进行中期现金分红。

3、利润分配政策的执行和监督

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项；公司监事会对董事会是否严格执行现金分红政策和股东回报规划、是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督，监事会发现问题时，应发表明确意见，并督促其及时改正。

4、利润分配政策的调整

公司根据外部经营环境或者自身经营状况对本章程既定的利润分配政策进行调整，应遵守以下规定：

（1）应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并积极充分听取独立董事意见，同时通过多种渠道主动与中小股东进行沟通和交流（包括但不限于深圳证券交易所规定的与中小股东沟通方式），征集中小股东的意见和诉求；

（2）利润分配政策的调整和变更议案需经公司董事会审议后由公司股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。股东大会应当为投资者提供网络投票便利条件，并根据

深圳证券交易所相关规定按照参与表决股东的持股比例分段披露表决结果；

（3）调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和交易所的有关规定。

5、利润分配政策执行情况的披露

公司在特殊情况下无法按照本条款既定的现金分红政策确定和执行当年利润分配方案的，应在年度报告中披露具体原因以及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事及监事会需发表明确意见。

第十五章 其他重要事项

一、信息披露与投资者服务

本公司董事会秘书负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会、证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系，通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。具体联系方式如下：

董事会秘书： 张黎

联系地址： 重庆市九龙坡区奥体路 1 号上城国际 5 栋 25 楼

邮政编码： 400042

联系电话： 023-6882 5666

传真号码： 023-6882 5666-801

电子信箱： baiya.db@baiya.cn

二、重大合同

本公司的重大合同，是指交易金额在 500 万元以上，或者虽然未达到前述标准但对本公司生产经营、未来发展或财务状况有较大影响的合同。

截至本招股说明书签署日，本公司签订的正在履行的重大合同包括：

（一）销售合同

1、直营销销售合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的重大直营销销售合同情况如下：

合同有效期	直营客户名称	合同主要内容
2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日（注 ¹ ）	永辉物流有限公司	双方约定永辉物流有限公司向重庆百亚采购商品事宜
2016 年 12 月 26 日至 2017 年 12 月 25 日	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	双方约定重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司向重庆百亚采购商品事宜

合同有效期	直营客户名称	合同主要内容
2012年11月23日至2013年11月24日（注 ² ）	沃尔玛（中国）投资有限公司	双方约定沃尔玛（中国）投资有限公司向重庆百亚采购商品事宜
2017年1月1日至2017年12月31日	步步高商业连锁股份有限公司	双方约定步步高商业连锁股份有限公司向重庆百亚采购商品事宜
2016年1月1日至2016年12月31日（注 ³ ）	华润万家有限公司	双方约定华润万家有限公司向重庆百亚采购商品事宜
2014年1月1日至2014年12月31日（注 ⁴ ）	成都家乐福超市有限公司、重庆家乐福商业有限公司、四川家乐福商业有限公司	各方约定成都家乐福超市有限公司、重庆家乐福商业有限公司、四川家乐福商业有限公司向重庆百亚采购商品事宜
2016年1月1日至2016年12月31日（注 ⁵ ）	武汉大润发江汉超市发展有限公司	双方约定武汉大润发江汉超市发展有限公司向重庆百亚采购商品事宜

注¹：根据双方协议约定，合同期满前1个月，双方可另行签订补充协议延期；未签订补充协议时，永辉物流有限公司下单且百亚有限接受的，合同继续有效。截止本招股说明书签署日，双方尚未签订新合同，目前仍按原合同履行。永辉物流有限公司系永辉超市股份有限公司的子公司。

注²：根据双方协议约定，该协议在每次期限届满之时自动展期一年，并可以连续多次续展。在2013年11月24日协议到期后，该协议自动展期至今。

注³：根据双方协议约定，期满后，若任何一方未提出异议，则在双方签订新的协议前，双方仍依照该协议的约定行使权利承担义务。截止本招股说明书签署日，双方尚未签订新协议，目前仍按原协议履行。

注⁴：根据协议约定，期满后，若各方未签订新的商品合同，亦未在原始期限届满前行使终止权，则协议于原始期限届满后将视为已经由各方默认无限期续订而有效并对双方均具有约束力。截止本招股说明书签署日，各方尚未签订新协议，目前仍按原协议履行。

注⁵：根据双方协议约定，期满后，若武汉大润发江汉超市发展有限公司下单且重庆百亚接受的，合同继续有效。截止本招股说明书签署日，双方尚未签订新协议，目前仍按原合同履行。

2、经销合同

截至本招股说明书签署日，本公司与主要经销商签订的正在履行的经销合同情况如下：

合同有效期	经销商名称	销售区域
2016年12月26日至2017年12月25日	成都佳兴化妆品有限公司	四川省
2017年1月1日至2017年12月31日	遵义市吉马贸易有限责任公司	贵州省遵义市红花岗区、汇川区、播州区、绥阳县
2017年1月1日至2017年12月31日	陕西百惠商贸有限公司	陕西省
2017年1月1日至2017年12月31日	重庆发现商贸有限公司	重庆市万州区
2017年1月1日至2017年12月31日	云南怡联深度供应链管理有限公司	云南省昭通市
2017年1月1日至2017年12月31日	达县南外兄弟日化经营部	四川省达州市
2017年1月1日至2017年12月31日	泸州市铮铮商贸有限公司	四川省泸州市

合同有效期	经销商名称	销售区域
2017年1月1日至2017年12月31日	安康市百惠商务有限公司	陕西省安康市
2017年1月1日至2017年12月31日	重庆桂金商贸有限公司	重庆市涪陵
2017年1月1日至2017年12月31日	重庆海弘日化有限公司	重庆市沙坪坝区、渝中区、南岸区、九龙坡区

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，本公司目前正在履行的重大采购合同情况如下：

2016年8月1日，百亚有限与重庆壮大包装材料有限公司签订《采购合同》，根据该框架合同约定，重庆壮大包装材料有限公司为百亚有限的产品提供生产所需的膜，合同有效期至2017年7月31日止。

2016年8月2日，百亚有限与重庆和泰塑胶股份有限公司签订《采购合同》，根据该框架合同约定，重庆和泰塑胶股份有限公司为百亚有限的产品提供生产所需的膜，合同有效期至2017年7月31日止。

本公司与厦门延江新材料股份有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，厦门延江新材料股份有限公司为本公司的产品提供无纺布，合同有效期自2017年1月1日至2017年12月31日止。

本公司与恒天嘉华非织造有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，恒天嘉华非织造有限公司为本公司卫生巾、护垫、纸尿裤、尿片系列产品提供无纺布，合同有效期自2016年9月6日至2017年9月5日。

本公司与宜兴丹森科技有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，宜兴丹森科技有限公司为本公司提供高分子，合同有效期自2017年1月23日至2018年1月23日。

本公司与重庆陶氏纸业有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，重庆陶氏纸业有限公司为本公司卫生巾、护垫、纸尿裤、尿片系列产品提供无尘纸及离型纸，合同有效期自2017年1月23日至2018年1月23日。

本公司与上海立成石油化学贸易有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，宜兴丹森科技有限公司为本公司提供高分子，合同有效期自2017年1月23日至2018年

1 月 23 日。

本公司与北京大源非织造股份有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，北京大源非织造股份有限公司为本公司提供生产卫生巾、护垫、纸尿裤、尿片的产品（材料），具体产品、规格、数量以采购清单为准，合同有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

本公司与重庆四平泰兴塑料包装有限公司签订《采购合同》，根据该合同约定，恒天嘉华非织造有限公司为本公司提供生产卫生巾、护垫、纸尿裤、尿片的产品（材料），合同有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

2014 年 6 月 18 日，本公司与重庆林建建筑工程有限公司签署了《建筑（土建）工程施工承包合同补充协议（一）》，重庆林建建筑工程有限公司承包了位于重庆市巴南区木洞的百亚国际产业园一期建设项目的土建工程，合同价款暂定为 4,500 万元，因涉及变更，用材标准调整及新增或减少施工项目，工程结算以调整后的结算金额为实际结算金额。2016 年 8 月 8 日，本公司与重庆林建建筑工程有限公司就上述施工承包项目签署了《百亚国际产业园一期工程施工承包补充协议（三）》，根据工程实际进展情况，双方协商确认合同总价增加 1,370 万元。

2016 年 9 月 6 日，本公司与无锡中鼎物流设备有限公司签署了《麻柳新工厂立体库工程承揽合同》，无锡中鼎物流设备有限公司同意出售麻柳新工厂二期项目立体库工程一套，为本公司在麻柳新工厂安装仓储物流系统，合同总金额为 478.4 万元。

（三）其他合同

百亚有限于 2015 年 5 月 5 日与重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行签署《流动资金借款合同》（合同编号：两江新区支行 2015 年公流贷字第 5100002015100085 号），双方约定由重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行向公司提供一年期人民币 1 亿元的贷款额度，用于企业日常经营周转，贷款期间自 2015 年 5 月 5 日至 2016 年 5 月 4 日，由公司实际控制人冯永林承担最高额保证责任，保证期限为 2015 年 5 月 5 日至 2018 年 5 月 4 日。2015 年 5 月 6 日重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行向百亚有限发放《流动资金借款合同》项下流动资金贷款 30 万元，根据重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行的确认，百亚有限已于 2015 年 6 月 23 日结清该笔贷款。。截至本招股书说明书签署日，该等《流动资金借款合同》项下无未偿还贷款。

（四）关联交易合同

公司与吉尔商贸于 2013 年 12 月 1 日、2014 年 12 月 1 日签署《厂房、场地及办公楼租赁合同》。根据前述租赁合同，公司向吉尔商贸租入坐落于重庆市南泉巴南区红星龙洞湾建筑面积为 25,000 平方米的卫生用品生产厂房及 5,000 平方米的相应场地，以及坐落于重庆市高新区科园四路 149 号 3-3#建筑面积为 800 平方米的办公楼用于办公。厂房租金 12 万元/月，场地租金 1 万元/月，办公楼租金 2 万元/月，每月租金合计 15 万元（即 180 万元/年），租赁期限截止至 2015 年 12 月 2 日止。

公司与吉尔商贸于 2015 年 12 月 3 日签署《办公楼租赁合同》，公司承租吉尔商贸位于重庆市高新区科园四路 149 号 3-3#办公楼，租金为 2 万元/月，租赁期限至 2016 年 12 月 2 日。双方于 2016 年 12 月 1 日签署《办公场地租赁合同》，在租金维持不变的情况下对该租赁场所予以续租，租赁期限至 2017 年 12 月 2 日。

公司实际控制人冯永林于 2015 年 5 月 5 日与重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行签署《最高额保证合同》（两江新区支行 2015 年高保第 5100002015300085 号），冯永林为发行人向重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行提供最高额保证，主债权本金为 2 亿元。保证期限为 2015 年 5 月 5 日至 2018 年 5 月 4 日。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大诉讼或仲裁案件。公司不涉及可能对公司业务活动、财务状况、经营成果、声誉、未来前景等产生重大不利影响的重大现时的和未决的诉讼或仲裁事项。

五、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理

人员均未涉及重大诉讼和仲裁事项，亦未有涉及刑事诉讼的情形。

第十六节 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

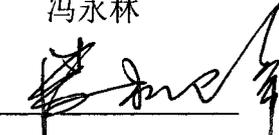
全体董事签名：

		
--	--	---

冯永林

谢秋林

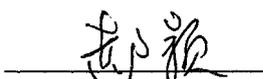
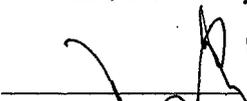
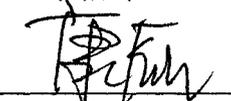
马晖



李柏峰

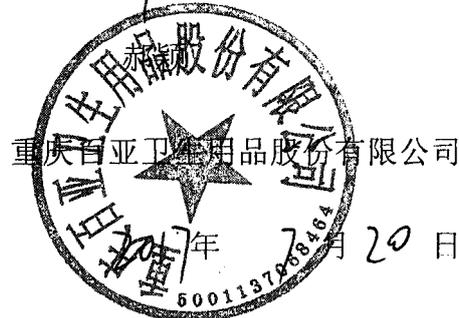
王永兴

张黎



康雁

马赞



发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体监事签名：



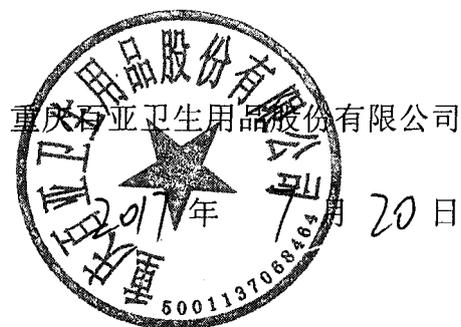
陈治芳



魏军



张翼



发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

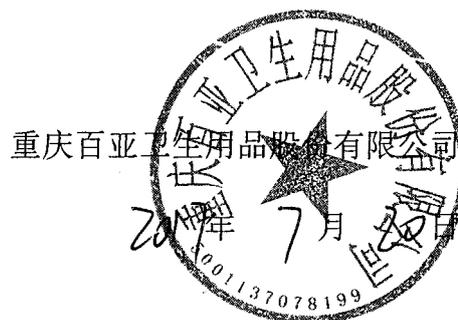
除董事、监事以外的本公司高级管理人员签名：



王义均



肖远照



二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人： 毕明建
毕明建

保荐代表人： 瞿 懿
瞿懿

章志皓
章志皓

项目协办人： 张 磊
张磊

中国国际金融股份有限公司
1101030073870
2017年 7 月 20 日

三、发行人律师声明

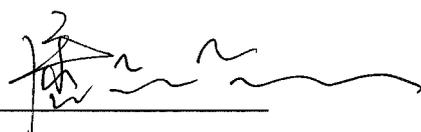
本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：


林丹蓉

经办律师：


何珺炜


潘晶晶





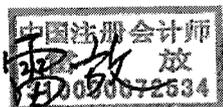
普华永道

关于重庆百亚卫生用品股份有限公司 招股说明书及其摘要的 会计师事务所声明

重庆百亚卫生用品股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读重庆百亚卫生用品股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要中引用的本所对重庆百亚卫生用品有限公司出具的截至 2015 年 6 月 25 日止新增的注册资本及实收资本情况的验资报告、重庆百亚卫生用品股份有限公司截至 2015 年 6 月 30 日止的注册资本的实收情况的验资报告以及重庆百亚卫生用品股份有限公司截至 2015 年 9 月 25 日止新增的注册资本及实收资本情况的验资报告的内容，与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

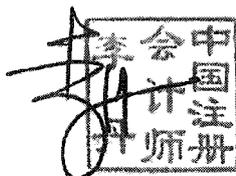
签字注册会计师



签字注册会计师



会计师事务所负责人



普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)



普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)
中国上海市黄浦区湖滨路202号企业天地2号楼普华永道中心11楼 邮编200021
总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com



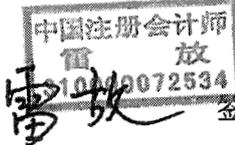
普华永道

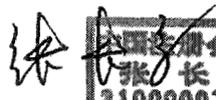
关于重庆百亚卫生用品股份有限公司 首次公开发行文件的 会计师事务所声明

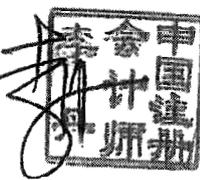
中国证券监督管理委员会：

本所对重庆百亚卫生用品股份有限公司(以下简称“百亚股份”) 2014 年度、2015 年度及 2016 年度的财务报表进行了审计，于 2017 年 7 月 20 日出具了普华永道中天审字(2017)第 11054 号审计报告。本所审核了百亚股份于 2016 年 12 月 31 日与财务报表相关的内部控制，于 2017 年 7 月 20 日出具了普华永道中天特审字(2017)第 2142 号内部控制审核报告。本所对百亚股份 2014 年度、2015 年度及 2016 年度的非经常性损益明细表执行了鉴证业务，于 2017 年 7 月 20 日出具了普华永道中天特审字(2017)第 2146 号非经常性损益明细表专项报告。

本所确认，对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任，包括如果本所出具的上述报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

签字注册会计师  中国注册会计师
雷 放 10109072534 签字注册会计师

签字注册会计师  中国注册会计师
张 长 号 310000074100

会计师事务所负责人  中国注册会计师
李 俊

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2017 年 7 月 20 日



普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)
中国上海市黄浦区湖滨路202号企业天地2号楼普华永道中心11楼 邮编200021
总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com



普华永道

关于重庆百亚卫生用品股份有限公司 招股说明书及其摘要的 会计师事务所声明

重庆百亚卫生用品股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读重庆百亚卫生用品股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要中引用的有关经审计的 2014 年度、2015 年度及 2016 年度申报财务报表、内部控制审核报告所针对的 2016 年 12 月 31 日与编制申报财务报表相关的内部控制及经核对的 2014 年度、2015 年度及 2016 年度非经常性损益明细表的内容，与本所出具的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师



签字注册会计师

张长



会计师事务所负责人



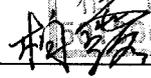
普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)



普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)
中国上海市黄浦区湖滨路202号企业天地2号楼普华永道中心11楼 邮编200021
总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com

六、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：  

柏露

何春明

资产评估机构负责人：  

殷翔龙

重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司



2017年7月20日

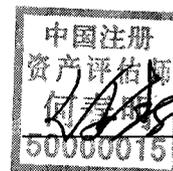
六、资产评估机构声明（暨资产评估复核机构）

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：



柏露



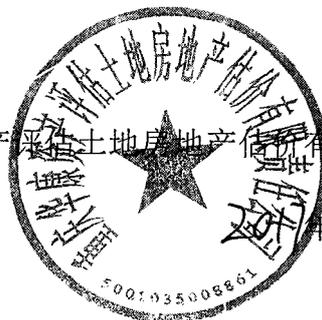
何春明

资产评估机构负责人：



殷翔龙

重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司



2019年7月20日

第十七章 备查文件

一、本招股说明书的备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的正式法律文件，该等文件也在指定的网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制审核报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

本次发行承销期间，除法定节假日以外的每日上午 9:00—11:00，下午 2:30—4:30。

三、查阅地点

投资者可于本次发行承销期间，到本公司或保荐人（主承销商）的办公地点查阅。

（一）重庆百亚卫生用品股份有限公司

地址：重庆市九龙坡区奥体路 1 号上城国际 5 栋 25 楼

（二）中国国际金融股份有限公司

地址：北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层