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

Voolga®

敷尔佳

哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司

（哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书（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作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

中国证监会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明及承诺

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次发行的股票数量不超过 4,008.00 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），且不低于本次发行完成后公司股份总数的 10%。公司和主承销商可采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行股票数量不得超过本次发行股票数量（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）的 15%。本次发行不存在原股东公开发售的情形。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 40,008.00 万股（不考虑超额配售部分）
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

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

一、本次发行安排

公司本次发行前总股本 36,000.00 万股，本次公开发行股票不超过 4,008.00 万股，本次公开发行不进行原股东公开发售股份，且公开发行股票的总数占公司发行后总股本的比例不低于 10%。

本次公开发行新股不会导致公司实际控制人发生变更，不会导致公司股权结构发生重大变化，对公司治理结构及生产经营不会造成重大不利影响。

二、本公司特别提醒投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本招股说明书第四节披露的风险因素，审慎作出投资决定

（一）行业竞争加剧风险

近年来，我国皮肤护理产品行业已经成为一个国内外品牌竞争激烈、营销手段多元化、品牌概念和定位丰富的行业，在消费者需求、广告营销和产品适应市场需求等多维度都存在着较为激烈的竞争。若未来公司不能进一步提升多渠道布局及多元化营销投入，不能较为准确的掌握消费者需求并推出契合市场需求的产品，公司市场竞争力可能下降，对公司的行业地位产生不利影响。

（二）行业监管政策变化的风险

公司报告期内营业收入来源于医疗器械类敷料产品及功能性护肤品的销售。

2020 年 12 月，国务院修订通过《医疗器械监督管理条例》，该条例自 2021 年 6 月 1 日起施行，对医疗器械的生产、经营及流通等多环节提出了更加严格的要求。2020 年 6 月，国务院通过《化妆品监督管理条例》，该条例自 2021 年 1 月 1 日起施行，2021 年 8 月，国家市场监督管理总局发布《化妆品生产经营监督管理办法》，该办法自 2022 年 1 月 1 日起施行，总体对化妆品公司生产经营的各个环节制定了更为严格的基本行为规范，提高了化妆品行业整体的准入门槛。未来，随着公司所处行业的不断发展和成熟，国家可能出台相关的举措，对生产

经营、执业许可、质量标准等方面提出更高的要求。公司如果不能持续满足国家监督管理部门的有关规定和政策要求，则存在被相关部门处罚的风险，可能给公司生产经营带来不利影响。

如果未来公司所处行业的监管法规和监管政策发生变化，公司为了满足合规要求可能需要调整经营方向，或者花费更大成本和代价维系当前业务方向，将对公司的持续盈利能力造成不利影响。

（三）经营业绩增速放缓甚至下滑的风险

报告期内，公司所处行业不断出现新的竞争对手抢占市场份额，各类创新的商业模式、产品研发呈现快速变化趋势，消费者对皮肤护理产品性能的需求和消费体验标准不断提高，企业获客成本和获客难度持续增加，发行人所处行业的竞争格局呈不断加剧的趋势。**例如，报告期内，随着皮肤护理产品企业的研发能力增强，以及消费者不同护肤需求的增加，产品种类在近年来不断丰富，祛斑、美白、防晒、敏感肌修复等类型的皮肤护理产品相继推出，同时也逐渐形成了产品同质化的市场格局。同时，报告期内，同行业企业积极致力于研发更适合中国消费者的皮肤护理产品，各大品牌及厂商之间的竞争也将愈发激烈，同时在一定程度上出现了技术水平趋同的风险。**持续加剧和不断变化的市场竞争格局对发行人整体营销能力、产品研发能力和获客能力均提出了更高要求，若公司不能通过有效的销售管理体系促进收入增长，销售费用转化成收入的效率降低，或产品研发速度、**产品差异度**和性能无法满足**市场及**消费者的需求，**或不能采取有效措施持续提高自身的技术创新水平及品牌营销能力，**则存在经营业绩增速放缓甚至下滑的风险。

（四）品牌集中的风险

报告期内，公司实现的销售收入均来自于旗下“敷尔佳”品牌及子品牌“敷尔佳 1 美”、“敷尔佳花季”产品的销售。未来，若存在不法厂商生产或销售假冒公司品牌的产品，严重侵犯消费者合法权益；或经销商利用公司产品从事非法销售活动，对品牌运营可能造成重大不利影响，从而导致公司销售收入下滑，对公司经营业绩产生不利影响。

（五）经销商管理风险

公司设立之初深耕线下经销渠道，早期通过经销商快速打通营销网络及经销渠道。报告期各期，公司线下经销收入分别为 32,924.01 万元、103,282.13 万元、112,413.84 万元和 **79,785.38** 万元，占当期营业收入的比重分别为 88.15%、76.93%、70.92%和 **67.74%**。如果经销商在未来经营活动中未能按照合同约定进行销售、宣传，做出有损公司品牌形象的行为，或发生不符合公司合规经营管理体系或相关法律法规的行为，可能对公司市场推广和产品销售产生不利影响，进而对经营业绩造成不利影响。

随着对线下经销商的优化管理，公司拟对部分具有渠道优势、客户资源优势的客户授予信用期，公司应收账款规模预期增长，应收账款周转率存在下降风险。

（六）公司行业分类可能发生变化

报告期内，公司医疗器械类敷料产品的销售收入占比均超 50%。根据中国证监会 2012 年 10 月 26 日颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“C35 专用设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业为“C35 专用设备制造”中的“C3589 其他医疗设备及器械制造”。报告期内，公司化妆品类护肤品的销售额快速上升，如公司化妆品类产品销售占比超过 50%，公司行业分类将变更为《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）中“C26 化学原料和化学制品制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业将变更为“C268 日用化学产品制造”中的“C2682 化妆品制造行业”。

三、财务报告审计截止日至招股说明书签署日公司主要经营状况

财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司生产经营的外部环境、行业状况、监管及税务政策等未发生重大变化；公司经营状况良好，公司的销售规模、销售模式、销售价格及竞争格局未发生重大变化，主要原材料的采购规模及采购价格或主要产品的生产均未出现重大变化，主要客户或供应商未出现重大变化，重大合同条款或实际执行情况未发生重大变化；未发生对未来经营可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项，未发生重大安全事故，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

目 录

声明及承诺 1

本次发行概况 2

重大事项提示 3

一、本次发行安排 3

二、本公司特别提醒投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本招股说明书第四节披露的风险因素，审慎作出投资决定 3

三、财务报告审计截止日至招股说明书签署日公司主要经营状况 5

目 录 6

第一节 释义 11

一、一般释义 11

二、专业术语释义 12

第二节 概览 14

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 14

二、本次发行概况 14

三、公司报告期的主要财务数据和财务指标 16

四、公司主营业务经营情况 16

五、发行人符合创业板定位的相关情况 17

六、公司选择的上市标准 25

七、公司治理特殊安排 26

八、募集资金用途 26

第三节 本次发行概况 27

一、本次发行的基本情况 27

二、本次发行的有关当事人 28

三、发行人与本次发行当事人的关系 30

四、本次发行上市的重要日期 30

第四节 风险因素 31

一、创新风险及技术风险 31

二、经营风险 32

三、内控与管理风险.....35
四、财务风险.....36
五、法律风险.....37
六、不可抗力风险.....38
七、发行失败风险.....39
八、实际控制人可能履行特殊权利的风险.....39
九、公司行业分类可能发生变化的风险.....39
第五节 发行人基本情况.....41
一、发行人基本情况.....41
二、公司设立情况.....45
三、报告期内股东和股本变化情况.....47
四、重大资产重组情况.....51
五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况.....51
六、发行人股权结构.....52
七、发行人分公司、控股子公司及参股公司基本情况.....52
八、发行人控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东.....54
九、发行人股本情况.....56
十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况.....62
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况.....66
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系.....67
十三、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签定的对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议，以及有关协议的履行情况.....67
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况.....67
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况.....69
十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况.....70

十七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况.....70
十八、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排.....72
十九、发行人员工情况.....75
第六节 业务和技术.....78
一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....78
二、发行人所处行业基本情况及竞争状况.....100
三、发行人销售情况和主要客户.....124
四、发行人采购情况和主要供应商.....150
五、发行人主要资产情况.....155
六、发行人取得的资质认证和许可情况.....163
七、发行人核心技术和研发情况.....171
八、发行人境外生产经营情况.....182
第七节 公司治理与独立性.....183
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....183
二、特别表决权安排.....191
三、公司内部控制制度的情况.....191
四、公司报告期内违法违规情况.....192
五、公司报告期内资金占用及对外担保情况.....192
六、公司独立经营情况及持续经营能力.....193
七、同业竞争情况.....197
八、关联交易情况.....197
第八节 财务会计信息与管理层分析.....206
一、最近三年及一期经审计的财务报表.....206
二、审计意见.....214
三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....217
四、主要会计政策和会计估计.....217
五、主要税项.....258
六、分部信息.....259

七、非经常性损益情况.....259
八、主要财务指标.....260
九、盈利能力分析.....262
十、财务状况分析.....291
十一、现金流量分析.....312
十二、股利分配情况.....316
十三、持续经营能力分析.....316
十四、资产负债表日后事项、或有事项、承诺事项及其他重大事项.....317
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....319
一、本次募集资金运用概况.....319
二、本次募集资金运用的具体情况.....321
三、新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响.....336
四、本次募集资金运用对财务状况及经营成果的影响.....336
五、未来战略规划.....336
第十节 投资者保护.....339
一、投资者权益保护的情况.....339
二、报告期实际股利分配情况及发行后的股利分配政策.....340
三、股东投票机制的建立情况.....343
四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....345
五、与本次发行相关的重要承诺及履行情况.....345
第十一节 其他重要事项.....367
一、重要合同.....367
二、对外担保情况.....370
三、重大诉讼、仲裁、行政处罚或消费者投诉等负面信息情况.....370
四、其他.....375
第十二节 有关声明.....377
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....377
二、控股股东及实际控制人的声明.....380
三、保荐人（主承销商）声明.....381
四、发行人律师声明.....384

五、发行人会计师声明.....385
六、资产评估机构声明.....386
六、资产评估机构声明.....387
七、验资机构/验资复核机构声明.....389
第十三节 附件.....390
一、备查文件.....390
二、文件查阅时间.....390
三、文件查阅地址.....390

第一节　释义

在本招股说明书中除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、一般释义

敷尔佳、本公司、公司、发行人	指	哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司
敷尔佳有限	指	哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司，系发行人前身
敷特佳	指	哈尔滨敷特佳经贸有限公司
北星药业	指	哈尔滨北星药业有限公司
敷尔佳生物	指	哈尔滨敷尔佳生物科技有限公司，已注销
华信药业、文策科技	指	黑龙江省华信药业有限公司，后更名为黑龙江省文策科技有限公司
医药销售总公司	指	黑龙江省医药销售总公司
瑞达药业	指	黑龙江省瑞达药业有限公司，后更名为黑龙江省尚左药业有限公司
哈三联	指	哈尔滨三联药业股份有限公司，系深圳证券交易所主板上市公司，股票代码 002900
天猫	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Business-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
天猫超市	指	阿里巴巴集团下属网上零售超市平台，为消费者提供休闲零食、粮油米面、进口食品、家清个护、家居百货等商品，实施商品统一入仓和统一打包
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司下属综合性 B2C 网上购物平台京东商城（www.jd.com）
唯品会	指	唯品会（中国）有限公司下属综合性 B2C 网上购物平台唯品会（www.vip.com）
贝泰妮	指	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司，系深圳证券交易所创业板上市公司，股票代码 300957
创尔生物	指	广州创尔生物技术股份有限公司
华熙生物	指	华熙生物科技股份有限公司，系上海证券交易所科创板上市公司，股票代码 688363
珀莱雅	指	珀莱雅化妆品股份有限公司，系上海证券交易所主板上市公司，股票代码 603605
巨子生物	指	陕西巨子生物技术有限公司
安德普泰	指	北京安德普泰医疗科技有限公司
本次发行、本次公开发行	指	本公司向社会公开发行人民币普通股（A 股）股票
国家药监局	指	国家药品监督管理局
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐机构、保荐人、	指	中信证券股份有限公司

中信证券		
发行人会计师、会计师、验资机构/验资复核机构、大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、中伦	指	北京市中伦律师事务所
中致信、中致成	指	中致信国际土地房地产资产评估（北京）有限公司，后更名为北京中致成国际资产评估有限公司
中瑞世联	指	中瑞世联资产评估集团有限公司
弗若斯特沙利文	指	Frost & Sullivan，是一家国际化市场研究、出版和培训公司
发行人章程、《公司章程》	指	《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司章程（草案）》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
《首发管理办法》	指	《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》
《审核问答》	**指**	**《深圳证券交易所创业板首次公开发行上市审核问答》**
报告期	指	2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-9 月
报告期各期末	指	2018 年末、2019 年末、2020 年末和 2021 年 9 月末
最近一年及一期	指	2020 年和 2021 年 1-9 月
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业术语释义

医疗器械	指	直接或者间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料以及其他类似或者相关的物品，包括所需要的计算机软件；其效用主要是通过物理等方式获得对损伤的治疗、缓解或者功能补偿的目的
化妆品	指	以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品
普通化妆品、特殊化妆品	指	化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品。国家对特殊化妆品实行注册管理，对普通化妆品实行备案管理。用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品为特殊化妆品。特殊化妆品以外的化妆品为普通化妆品
皮肤护理产品	指	用于脸部或者身体，用以护理皮肤，保持皮肤的机理和光泽，起到保湿、补水、清洁、延缓皮肤衰老、防止或者修复皮肤受损等作用
专业皮肤护理产品	指	针对皮肤状态不稳定，如皮肤屏障受损、持续发痘、脱皮、过敏、泛红、激光光子治疗术后、水光针术后等情况的肌肤使用的产品，分为化妆品类功能性护肤品及医疗器械类敷料产品
功能性护肤品	指	具备美白、抗皱、防晒、补水等功效的护肤产品，该类别下均为化妆品

基础护肤品	指	用于脸部或者身体，用以护理皮肤，保持皮肤的机理和光泽的化妆品，属于肤用化妆品
医用敷料	指	用以覆盖疮、伤口或其他损害的医用材料，包括天然纱布、合成纤维类敷料、多聚膜类敷料、发泡多聚类敷料、水胶体类敷料、藻酸盐敷料等，是包伤的用品
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader,简称 KOL）是营销学上的概念，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人
B2C	指	电子商务的专业用语，指直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式
C2C	指	电子商务的专业用语，指个人与个人之间的电子商务模式
IP	指	各种智力创造比如发明、外观设计、文学和艺术作品，以及在商业中使用的标志、名称、图像，都可被认为是某一个人或组织所拥有的知识产权
Z 世代	指	指在 1995-2009 年间出生的人，又称网络世代、互联网世代，统指受到互联网、即时通讯、短讯、MP3、智能手机和平板电脑等科技产物影响很大的一代人
公域流量	指	平台流量/公共流量，它不属于单一个体，而是被集体所共有的流量，是商家通过公开平台进行销售所获取的流量
私域流量	指	相对于公域流量的概念，一般是指不用付费且可以在任意时间，任意频次，直接触达到用户的渠道，比如自媒体、用户群、微信号等
6·18	指	每年 6 月 18 日举办的网络购物促销日，最早源于京东于 2010 年 6 月 18 日举办的大型促销活动
双 11	指	每年 11 月 11 日举办的网络购物促销日，最早源于淘宝商城（现天猫商城）于 2009 年 11 月 11 日举办的大型促销活动
双 12	指	继“双 11”后，每年 12 月 12 日举办的大型促销活动
种草	指	网络用语，泛指“把一样事物推荐给另一个人，让另一个人喜欢这样事物”的过程
经销模式	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下游的销售模式
直销模式	指	公司直接向最终消费者销售产品的销售模式
代销模式	指	公司与代销商签订代销协议由其代理销售公司产品的销售模式
SKU	**指**	**Stock Keeping Unit（库存量单位）具备公司唯一物料编码的商品，可从规格、原料、包装、容量、单位、保质期、用途、价格等属性独立区分于其他商品**
CS	**指**	**Cosmetic Shop（化妆品专营店渠道）由化妆品店、日化店、化妆品精品店组成的终端销售市场**
KA	**指**	**Key Account（重要客户或重点客户渠道）由大型卖场、超市组成的终端销售市场**

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存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况	
中文名称	哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司
有限公司成立日期	2017 年 11 月 28 日
股份公司成立日期	2021 年 3 月 29 日
注册资本	36,000.00 万元
法定代表人	张立国
注册地址	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧
主要生产经营地址	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3-16 层
控股股东	张立国
实际控制人	张立国
行业分类	专用设备制造业（C35）
在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构	
保荐人、主承销商	中信证券股份有限公司
其他承销机构	无
发行人律师	北京市中伦律师事务所
审计机构/验资机构/验资复核机构	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构	中瑞世联资产评估集团有限公司、北京中致成国际资产评估有限公司
保荐人（主承销商）会计师	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	本次发行的股票数量不超过 4,008.00 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），且不低于本次发行完成后公司股份总数	占发行后总股本比例	不低于 10%

	的 10%。公司和主承销商可采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行股票数量不得超过本次发行股票数量（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）的 15%。本次发行不存在原股东公开发售的情形。		
其中：发行新股数量	不超过 4,008.00 万股（不含超额配售选择权发行的股票数量）	占发行后总股本比例	不低于 10%
原股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 40,008.00 万股（不考虑超额配售部分）		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股收益计算，每股收益按照最近一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净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	4.76 元（按照 2021 年 9 月 30 日经审计的归属于母公司的净资产除以本次发行前总股本计算）	发行前每股收益	1.85 元（2021 年 1-9 月）
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他方式（包括但不限于直接定价发行、向战略投资者配售股票）		
发行对象	符合资格和条件的战略投资者（包括但不限于保荐机构依法设立的相关子公司、公司高级管理人员与核心员工参与本次发行战略配售设立的专项资产管理计划等）、询价对象和在深圳证券交易所开立账户符合创业板投资者适当性管理要求的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）。		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	本次发行无公开发售股份		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	【】万元，根据发行价格乘以发行股数确定		
募集资金净额	【】万元，由募集资金总额扣除发行费用后确定		
募集资金投资项目	生产基地建设项目、研发及质量检测中心建设项目、品牌营销推广项目、补充流动资金		
发行费用概算	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： 承销费及保荐费【】万元 审计费【】万元 评估费【】万元 律师费【】万元 用于本次发行的信息披露费【】万元 发行手续费【】万元		
（二）本次发行上市的重要日期			

刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、公司报告期的主要财务数据和财务指标

以下财务数据经由大华审计，相关财务指标依据有关数据计算得出。报告期内，公司主要财务数据及财务指标如下：

项目	2021 年 9 月 30 日/ 2021 年 1-9 月	2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2018 年 12 月 31 日/ 2018 年度
资产总额（万元）	**185,146.58**	106,491.70	97,457.99	27,290.94
归属于母公司所有者权益（万元）	**171,206.83**	55,721.02	75,528.44	20,814.32
资产负债率（合并）	**7.53%**	47.68%	22.50%	23.73%
资产负债率（母公司）	**6.82%**	50.09%	33.11%	23.73%
营业收入（万元）	**117,778.73**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
净利润（万元）	**58,490.28**	64,783.06	66,104.16	19,958.85
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**58,490.28**	64,783.06	66,104.16	19,958.85
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	**56,019.39**	47,674.61	20,345.24	19,863.24
基本每股收益（元）	**1.85**	-	-	-
稀释每股收益（元）	**1.85**	-	-	-
加权平均净资产收益率	**45.24%**	75.71%	135.74%	188.25%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**61,358.59**	67,083.69	72,648.94	21,790.90
现金分红（万元）（含税）	**-**	92,240.92	12,000.00	-
研发投入占营业收入的比例	**0.13%**	0.09%	0.04%	0.08%

四、公司主营业务经营情况

敷尔佳是一家具有广泛市场认知度和品牌影响力，从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售的公司。公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念，紧跟消费者需求变化，采用精准营销的策略，借助国货崛起的消费新动力及广泛布局的专业渠道，逐步沉淀品牌力和产品力。

公司在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品，主打敷料和贴、膜

类产品，并推出了水、精华及乳液、喷雾、冻干粉等其他形态产品。基于对透明质酸钠及胶原蛋白的研究，公司形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主，多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系。公司通过多渠道布局的销售策略、线上线下相结合的营销思路，逐步形成了覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多元化终端销售矩阵。通过多年的口碑传播和品牌推广，公司已拥有多个年销售额过亿元的单品。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%；其中医疗器械类敷料产品占比 25.9%，市场排名第一；化妆品类产品占比 16.6%，市场排名第二。

五、发行人符合创业板定位的相关情况

（一）发行人技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等相关情况

1、市场空间及市场容量

发行人是一家从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售的公司，在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品。2016 年至 2020 年，中国皮肤护理产品行业市场规模由 1,570 亿元增长至 2,769 亿元，年复合增长率为 15.3%。2020 年至 2025 年，预计中国皮肤护理产品行业将保持 13.7%的年复合增长率增长，预计到 2025 年中国皮肤护理产品行业的市场规模将达 5,261 亿元。发行人所在的专业皮肤护理产品的市场规模由 2016 年的 92 亿元增长至 2020 年的 265 亿元，年均复合增长率为 30.3%。预计到 2025 年，专业皮肤护理产品的市场规模将达到 767 亿元。随着居民生活水平的提高、居民对自身健康及肌肤护理的重视程度不断提高、皮肤护理产品种类繁多、可满足需求多样化等多重因素的驱动下，中国居民越来越愿意将更多的支出投入个人护理，促进了皮肤护理产品行业的快速发展，公司所处行业市场空间及容量较大。

2、发行人技术优势及产品创新情况

（1）产品创新技术优势

2012 年，发行人实际控制人在经营其控股的华信药业期间，捕捉到市场变化趋势和庞大的消费需求，根据市场变化情况决定将皮肤护理产品领域调整为

公司未来的业务发展方向。华信药业与生产企业进行合作，通过两年左右的产品研究，于 2014 年 11 月完成“医用透明质酸钠修复贴”的研发。公司系较早进入专业皮肤护理产品市场的参与者之一，具备较为长期研究的技术优势及市场先发优势。

（2）产品配方配比研究能力

公司在配方配比及工艺筛选上，基于透明质酸钠不同分子量区间的具备不同特点的特性，针对要解决的肌肤问题，筛选出不同分子量透明质酸钠的用量配比以达到更好的效果。对于某些使用功效好，但理化性质不稳定的原料，比如虾青素，公司通过文献研究及配比尝试，进而筛选出能够保护虾青素活性的原料及与之相组合的配比，最终保证了产品的功效及稳定性。

（3）包装设计及材料选择能力

公司具备较强的包装设计能力，通过采用分子立体构型，结合原料图形以及不同的色彩搭配等进行组合设计。基于简洁明了的设计语言，赋予产品以科技感，通过相似的设计风格，不断形成较强的标志性元素，区别于市场上的同类产品，进而打造出独特的视觉识别印象。

公司通过对不同脸型的研究及膜布肤感、透气性、拉伸程度等方面的测试，综合选择出具备较强吸水输出能力且能够均匀分布有效成分的膜布，作为公司产品的载体，以达到更好的使用效果。此外，公司建立有完整的内包材材质测试流程，包括抗跌落强度测试、热封强度测试、冷冻强度测试、密封性测试、包装尺寸及容量检测、印刷质量检测等，从而对公司内包材材料进行有效的筛选。

（4）完整的质量控制链条

公司通过多个关键节点加强管控公司质量控制链条，以有效管理公司产品的质量。在研发期间，通过进行国标基础检测与刺激性检测确保产品符合国家行业标准及无刺激性成分。在产品研发完成后，会通过在不同环境条件下（如极寒、极热等恶劣气候环境）进行检测，以确定产品的性状、稳定性等指标是否符合预设。在生产过程中，进行原料检测、半成品检测、成品检测，对不同阶段的料液送检第三方，确保产品的安全性及完好性。对已上市的产品，公司

还会进行定期抽样送检，确保每一款产品的品质和安全均能得到有效保障。

3、客户拓展能力、成长性

报告期内，公司主营业务收入快速增长，具体情况如下：

单位：万元、%

渠道	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上	37,992.17	32.26	46,087.85	29.08	30,964.45	23.07	4,424.54	11.85
线下	79,785.38	67.74	112,413.84	70.92	103,282.13	76.93	32,924.01	88.15
合计	117,777.55	100.00	158,501.70	100.00	134,246.58	100.00	37,348.55	100.00

（1）销售复合增长率情况

报告期内，公司主营业务增长迅速，2018 年至 2020 年公司销售业绩复合增长率达 106%，各不同渠道下医疗器械及化妆品类产品的销售复合增长率情况如下：

销售渠道	销售模式	产品类别	年复合增长率（2018-2020）
线上渠道	直销	医疗器械类产品	356.56%
		化妆品类产品	591.03%
		小计	429.07%
	代销	医疗器械类产品	-
		化妆品类产品	
		小计	
	经销	医疗器械类产品	435.40%
		化妆品类产品	17.04%
		小计	46.31%
	小计		222.74%
线下渠道	经销	医疗器械类产品	40.30%
		化妆品类产品	922.16%
	小计		84.78%
合计			106.01%

注：公司代销业务自 2020 年起开展。

2018 年至 2020 年，公司线上渠道及线下渠道分别实现 222.74%及 84.78%的年复合增长率；其中，线上直销年复合增长率达到 429.07%，医疗器械类产品

及化妆品类产品线上销售分别实现356.56%及591.03%的年复合增长率。预计未来线上渠道中直销业务的进一步增长将成为公司收入增长的主要动力之一，其中化妆品的线上直销业务的成长性更高。

（2）线上渠道成交转化率及订单情况

公司天猫平台店铺账户活跃度及转化率情况如下：

产品	2021年1-9月	2020年度	2019年度
店铺浏览量（次/月）	17,215,476	28,139,063	15,562,525
访客数（人/月）	3,369,558	8,333,144	2,749,517
店铺销售人数（人）	3,624,732	4,363,585	2,945,730
成交转化率	11.95%	4.59%	9.74%

注：1、由于公司自2019年2月起开始启用天猫平台的赤兔名品统计平台，因此仅能获取到2019年2月至2021年9月公司天猫平台店铺的流量数据；

2、店铺浏览量指店铺各页面被查看的次数，用户多次打开或刷新同一个页面，该指标值累加（包含PC端和手机端的所有访问）；

3、访客数指全店各页面的访问人数，一天内，同一访客多次访问会进行去重计算（包含PC端和手机端的所有访问）；

4、全店成交转化率=店铺销售人数/访客数；

5、上述为报告期内天猫平台的数据。

报告期内，公司线上直营店铺日均订单情况如下：

产品	2021年1-9月	2020年度	2019年度	2018年度
日均订单数量（单）	12,802	13,246	8,430	127
日均订单金额（元）	1,056,927.30	1,196,998.32	670,285.56	29,070.95
日订单均价（元）	82.56	90.36	79.52	228.12

注：上述为报告期内天猫平台的数据

报告期内，皮肤护理行业快速发展，电子商务零售业态和商业模式逐渐成熟。2019年，公司通过大力开展互联网宣传及推广活动，提升消费者认可度，报告期内，公司日均订单数增速较快，日均交易金额也有较大幅度提高。自2019年公司销售投入逐步增加，公司的产品销量及曝光度都进入了快速增长期，日均订单数及订单金额都实现了跨越式增长。报告期内，公司客户拓展在线上渠道部分表现良好，访客数及销售人数增加迅速，成长性较好。

（3）线下渠道销售成长性

报告期内各完整年度，公司线下经销商经销规模大于100万的占线下经销收入的比重如下：

单位：万元、%

经销商交易规模	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
100 万以上	97,715.89	86.93	84,132.94	81.46	23,063.49	70.05

报告期内，公司线下经销商交易金额大于 100 万元的占比持续增加，公司线下渠道客户拓展能力良好，有效推动了线下销售金额的增长，具备成长性。报告期内，公司为拓展公司产品在药店、商超、便利店、化妆品专营店等实体店铺的销售，增强产品的线下体验，提升产品展示及服务空间，公司与掌握实体销售渠道资源和专业销售实力的经销商进行合作，以增强线下体验、增多展示及服务空间、形成自主可控的私域流量，为公司的后续成长打下基础。

4、发行人核心竞争力

发行人的核心竞争力系经由基于核心技术推出的产品及多渠道布局的销售策略逐步形成了具备市场认知度和品牌力的品牌。由于市场认知度及品牌影响力较难进行量化，故选取产品的复购率及市场占有率作为衡量的关键指标进行列示，具体情况如下：

项目		定义	敷尔佳
市场占有率（2020 年）		中国贴片类专业皮肤护理产品行业竞争者按照品牌厂家销售额为口径	年收入位居第一，占中国贴片类专业皮肤护理产品市场 21.3%
复购率	2018 年	天猫平台当期平台复购客户数量/天猫平台当期店铺总客户量	17.89%
	2019 年		32.17%
	2020 年		33.83%

报告期内，公司已形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主,多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系，且上市销售逾 40 个产品，已拥有多个年销售额过亿元的单品。

公司目前的管理及研发团队汇集了多学科的各类专业人才，在市场需求发现、产品方向选择、配方开发、包装设计等方面具备竞争优势。管理及研发团队能够准确把握市场动向，挖掘消费者的潜在需求，并可结合潜在市场机会开发出优质产品，从而实现公司产品持续满足市场需求，紧跟行业潮流，并在消费需求多元化趋势下保持强劲的市场竞争力。

5、发行人产品与同行业可比公司优劣势对比

通过与市场上同类产品进行比较，除2018年公司线上平台上市首年复购率较低外，其他各年公司产品复购率总体较高，说明公司产品黏性较高且市场认可度较高；2020 年市场占有率排名第一，说明公司品牌影响力较强，具备一定竞争优势。

发行人设立初期通过轻资产运行的方式，集中精力对上下游供应链进行管理，选择药品生产企业进行合作以达到产品品质可控及产能充分保障的优势。医药企业在洁净车间生产，生产过程严格按照相关标准进行，产品质量安全可靠、品质可控；哈三联为上市药企，生产能力强，且药企通过新版GMP认证后，生产效率提高，产能保障充分，确保“敷尔佳”产品稳定供应。

报告期内，公司研发活动多为非特殊化妆品研发、已有产品升级及性能检测等日常研发活动，较同行业可比公司研发活动涉及原料的研发/提取、工艺开发及临床研究类研发项目等技术水平存在一定劣势。公司已着手临床研究类研发项目的投入和研发，如Ⅲ类医疗器械医用重组Ⅲ型人源化胶原蛋白敷料；同时，公司已通过寻求与科研院所等外部研发机构合作，扩充研发产品线并提高研发效率，如与外部科研院所合作进行新产品的开发及原料方向的选择等，以增强公司的研发实力。

（二）发行人符合创业板定位及“三创四新”的相关情况

1、公司符合创业板行业的领域要求

2020年，公司Ⅱ类医疗器械的销售收入占比为55.54%。根据证监会2012年10月26日颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C35 专用设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业为“C35 专用设备制造”中的“C3589 其他医疗设备及器械制造”；根据国家药监局发布的《医疗器械分类目录》，公司主要产品属于 Ⅱ 类医疗器械。

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条的规定，公司所处行业不属于“不支持在创业板发行上市的行业”，符合创业板行业领域的要求。

2、公司所属行业符合创业板定位要求

为科学界定新产业新业态新商业模式（以下简称“三新”）范围，满足统计上监测“三新”经济活动规模、结构和质量等需要，国家统计局以党中央、国务院关于加快发展“三新”的有关要求为指导，以《国民经济行业分类》为基础，以重点反映先进制造业、互联网+、创新创业、跨界综合管理等“三新”活动为基本出发点，制定了《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，发行人主营业务契合该分类标准中“0802 健康管理与促进服务”之“080108 生物医用材料服务”及“0812 现代零售服务”之“081201 互联网零售”。因此公司主营业务属于新产业、新业态、新商业模式的范畴，公司所属行业符合创业板定位要求。

3、公司自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）公司自身的创新、创造、创意特征

1）公司注重产品创新，持续推出契合消费者需求的新产品

公司目前的管理及研发团队汇集了多学科的各类专业人才，在市场需求发现、产品方向选择、配方开发、包装设计等方面具备竞争优势。管理及研发团队能够准确把握市场动向，挖掘消费者的潜在需求，并可结合潜在市场机会开发出优质产品，从而实现公司产品持续满足市场需求，紧跟行业潮流，并在消费需求多元化趋势下保持强劲的市场竞争力。

公司销售的医用透明质酸钠修复贴，适用于修复轻中度痤疮、促进创面愈合，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状，占据了市场先发优势，树立了良好的品牌形象和市场口碑；同时，内含胶原蛋白、虾青素、积雪草等成分的功能性护肤品，有助于使肌肤水润光泽、改善肤色、舒缓修护、补水保湿等，成为年销售额过亿元的单品。

2）公司注重模式创新，逐步形成满足市场形势变化的业务模式

公司拥有一支经验丰富、运营效率高的销售团队，在皮肤护理产品销售方面积累了大量的实战经验，具有较强的市场敏锐度，能够根据市场形势的变化持续进行销售模式创新，从而在千变万化的市场环境中始终保持领先地位。公司的市

场创新能力突出表现在对销售渠道的选择和对营销方式的选择两方面：

在销售渠道方面，公司建立了完善的分级管理机制，深入触达医疗机构、美容机构等终端渠道，通过专业渠道经销商的合作拓展了化妆品专营店、大型商超等实体销售渠道，通过分销联盟系统平台进一步下沉销售渠道、深度拓展市场空间；同时，基于线下渠道沉淀的市场口碑，形成了直销、经销、代销相结合的线上销售渠道，充分利用互联网的高效性，通过主流电商平台汇集用户流量，借助灵活的新媒体营销手段，进一步提升了品牌知名度。在国货热潮的带动下，凭借着良好的产品质量成功把握住皮肤护理产品行业快速增长的发展机遇，实现了业务的快速增长。

在营销方式方面，公司从知名度及专业性两方面提高消费者对公司品牌的认可度。通过紧跟时代发展的潮流，充分利用新媒体时代营销渠道多元化的特性，积极开展网络直播营销、明星推广、种草推广等合作以增加产品知名度；通过小红书、抖音等垂直领域的内容平台，对消费者提供专业化的产品教育，形成内容沉淀，实现从广度到精度的聚焦。

（2）公司的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1）公司充分利用先发优势在皮肤护理产品领域取得了相对优势

公司以术后修复和肌肤问题解决类产品作为主要切入点，打造了“敷尔佳”品牌 II 类医疗器械类敷料产品。该类产品利用透明质酸钠活性成分，促进皮肤屏障自我修复，实现对肌肤的护理。随着品牌影响力的持续沉淀，“敷尔佳”品牌在消费者群体中已经具备了一定的知名度，并积累了一批忠实用户群体。公司凭借着在电商平台优异的表现，逐步提升了行业内同类产品销量领先的地位。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%。

公司凭借其优质的产品受到了市场的广泛认可，荣获“2018 年中国美容化妆品业受欢迎品牌”、“2019 最佳人气企业”等多项荣誉。

2）公司通过与互联网营销渠道的深度融合实现销售收入快速增长

公司充分利用互联网思维，通过电商平台推广、影视剧/综艺节目广告植入、明星代言宣传以及互联网社交平台推广等营销方式，实现与互联网电子商务的深

度融合。公司灵活运用互联网营销手段和先进大数据分析方法，实施精准营销，全面带动公司整体销售收入的增长。报告期内，公司线上渠道销售收入分别为4,424.54 万元、30,964.45 万元、46,087.85 万元和 **37,992.17** 万元，占整体销售收入的比例分别为 11.85%、23.07%、29.08%和 **32.26%**。

3）公司顺应新业态下零售模式的发展趋势构建了线上线下全渠道营销体系

随着天猫、京东、小红书、抖音等主流电子商务平台与互联网社交平台的快速崛起，皮肤护理产品零售的营销思路不再局限于线下/线上店铺等单一销售推广渠道，公司借助线上渠道的发力实现销售规模的快速扩张。同时，随着大数据技术的快速普及和广泛运用，公司重视线上线下的协同优势，实现线上互动与线下体验、线上下单与线下服务的融合，以提升产品带给客户的全方位体验，并通过线上线下渠道相结合的营销思路进一步提升品牌影响力和市场竞争力。

4）公司利用供应链管理优势提升了运营效率

基于轻资产运营的经验，公司发挥在供应链体系中的主导作用，提升供应商体系的积极性和配合度，快速建立起自有品牌力，并积极响应客户和消费者需求，有效提高业绩增长。公司不断优化供应链管理体系，增强供应链的安全性和灵活性，通过不断筛选更替，公司已精选出合作稳定的供应商及销售能力突出的经销商。

综上所述，公司业务发展依靠创新、创造、创意的大趋势，通过多年的市场口碑积累和品牌推广，已拥有多个年销售额过亿元的单品，在贴片类专业皮肤护理产品市场排名第一，符合《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》的行业目录，公司主营业务属于新产业、新业态、新商业模式的范畴。公司符合创业板定位要求。

六、公司选择的上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条，发行人适用第一项上市标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币5,000 万元”。

根据大华出具的无保留意见审计报告（大华审字[2021]0015144 号），发行人

2019 年、2020 年归属于母公司的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 20,345.24 万元、47,674.61 万元，累计不低于 5,000 万元，符合上述标准。

七、公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司每一股份具有同等权利，不存在其他特殊安排。

八、募集资金用途

本次发行募集资金投资项目如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资额	本次募集资金投入	环评批复文件	备案文号
1	生产基地建设项目	65,550.89	65,450.00	哈新审环审表[2021]13 号	2105-230109-04-01-869709
2	研发及质量检测中心建设项目	5,698.53	5,691.00		2105-230109-04-01-432330
3	品牌营销推广项目	88,552.61	88,520.00		2105-230109-04-01-264137
4	补充流动资金	30,000.00	30,000.00	-	-
合计		**189,802.03**	**189,661.00**	-	-

本次发行的募集资金到位后，公司将按照项目的实际需求和轻重缓急将募集资金投入上述项目。项目投资总金额高于本次发行募集资金使用金额部分由公司以自有或自筹资金解决。若出现本次发行的募集资金超过项目资金需求部分的情况，超出部分将用于与公司主营业务相关等用途。

在本次发行的募集资金到位之前，公司将根据项目需要以自有或自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位之后，可依照相关法律、法规及规范性文件的要求和程序对先期投入资金予以置换。

在最终确定的本次发行的募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	1.00 元
发行股数：	本次发行的股票数量不超过 4,008.00 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），且不低于本次发行完成后公司股份总数的 10%。公司和主承销商可采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行股票数量不得超过本次发行股票数量（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）的 15%。本次发行不存在原股东公开发售的情形。
占发行后总股本的比例：	不低于 10%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商通过向询价对象询价的方式或者中国证监会认可的其他方式确定）
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	若公司决定实施高管及员工战略配售，将在本次公开发行股票注册后、发行前，履行内部程序审议该事项的具体方案，并依法进行披露
保荐机构相关子公司拟参与战略配售情况：	保荐机构将根据发行情况及证券交易所的要求，安排相关子公司参与本次发行战略配售，具体按照深圳证券交易所相关规定执行。保荐机构及其相关子公司后续将按要求进一步明确参与本次发行战略配售的具体方案，并按规定向深圳证券交易所提交相关文件
发行市盈率：	【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股收益计算，每股收益按照最近一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	4.76 元（按照 2021 年 9 月 30 日经审计的归属于母公司的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元
发行市净率：	【】倍（按照发行价格除以本次发行后每股净资产计算）
发行方式：	本次发行采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他方式（包括但不限于直接定价发行、向战略投资者配售股票）
发行对象：	符合资格和条件的战略投资者（包括但不限于保荐机构依法设立的相关子公司、公司高级管理人员与核心员工参与本次发行战略配售设立的专项资产管理计划等）、询价对象和在深圳证券交易所开立账户符合创业板投资者适当性管理要求的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
募集资金总额：	【】万元
募集资金净额：	【】万元
发行费用概算：	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： 承销费及保荐费【】万元 审计费【】万元 评估费【】万元

	律师费【】万元 用于本次发行的信息披露费【】万元 发行手续费【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司

法定代表人：	张立国
住所：	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧
联系地址：	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3-16 层
联系人：	沈晓溪
联系电话：	0451-5977 8888
传真：	0451-5977 8888

（二）保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：	张佑君
住所：	广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座
联系地址：	北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 25 层
联系电话：	010-6083 7513
传真：	010-6083 3083
保荐代表人：	鄢凯红、范新亮
项目协办人：	陈溪峪
项目其他经办人：	朱绍辉、李柯、姜逸茵、罗文佳

（三）发行人律师：北京市中伦律师事务所

负责人：	张学兵
住所：	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 23-31 层
联系电话：	010-5957 2288
传真：	010-6568 1838
经办律师：	许志刚、张扬、张大伟

（四）发行人会计师：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：	梁春
住所：	北京海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层
联系电话：	010-5835 0011
传真：	010-5835 0006
经办注册会计师：	张瑞、李政德

（五）保荐人（主承销商）会计师：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：	李惠琦
住所：	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
联系电话：	010-8566 5588
传真：	010-8566 5120
经办人：	范晓红、刘蕾

（六）资产评估机构：中瑞世联资产评估集团有限公司

法定代表人：	何源泉
住所：	北京市海淀区西直门北大街枫蓝国际 A 座 16 层
联系电话：	010-6655 3366
传真：	010-6655 3380
经办注册评估师：	董雨露、刘兴君

（七）资产评估机构：北京中致成国际资产评估有限公司

法定代表人：	秦威
住所：	北京市海淀区亮甲店 130 号 21 号楼二层 A220X
联系电话：	010-6865 4963
传真：	010-6865 4963
经办注册评估师：	李文灿、常盼盼

（八）验资机构/验资复核机构：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：	梁春
住所：	北京海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层
联系电话：	010-5835 0011
传真：	010-5835 0006
经办注册会计师：	张瑞、李政德

（九）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：	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：	0755-2189 9999
传真：	0755-2189 9000

（十）保荐人（主承销商）收款银行：中信银行北京瑞城中心支行

（十一）拟申请上市交易所：深圳证券交易所

住所：	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话：	0755-8866 8888
传真	0755-8208 3947

三、发行人与本次发行当事人的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的证券服务中介机构之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有发行人股份，与发行人也不存在其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

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

第四节　风险因素

投资者在评价本次发行及做出投资决定时，除本招股说明书已披露的其他信息外，应认真考虑下述各项风险因素。下述风险因素的分类是根据重要性原则或有可能影响投资决策的程度大小进行排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、创新风险及技术风险

（一）营销模式迭代的风险

皮肤护理产品行业内企业的竞争力一定程度上取决于各家公司的销售策略及销售模式。对市场变化的敏感度和对销售模式迭代的警惕性，决定了公司能否持续占据市场领先地位。近年来，市场营销方式处于快速迭代的阶段，天猫、小红书、抖音、微博等新兴媒体流量呈现爆发式增长，原有的平台成交模式也逐步演变成为流量引导/分散化流量汇集的形式进行销售。零售、电商、社交网络等新媒体/新零售业态的普及，均对销售策略的制定及销售模式的调整效率提出了更高的要求。如若未来公司不能及时把握市场营销模式的变化趋势，根据市场偏好恰当布局销售渠道，则可能出现公司营销决策失误，进而影响公司经营业绩。

（二）新产品销售不及预期的风险

公司在推出新产品前需要依靠行业内的经验及市场敏锐度对当前阶段市场特征的变化进行分析及拆解。通过分析消费者的潜在需求后决定后续推出的新产品及销售策略。若由于新产品未能满足消费者的潜在需求、公司未能制定出贴合的销售策略或推广情况不及预期、消费者使用产品后产生不好的体验，则会影响公司新产品的销售，进而对公司的经营活动造成不利影响。

（三）产品迭代的风险

随着科技的进步和发展，皮肤护理产品可能从原材料、产品形式乃至包装均发生颠覆性改变。**结合《中国化妆品》杂志社与中国药科大学联合发布的六个技术趋势：中华文化与中医药方向、特色植物资源方向、高科技功能性新原料方向、生物发酵技术方向、高效的功效性评价体系、绿色安全可持续方向；如果未来前述技术开始应用并实现商业化而推出了**迭代性产品，公司未能紧跟科技发

展趋势、及时投入研发并推出新的产品，**公司产品将会被其他产品替代、淘汰，进而对**公司的经营活动造成不利影响。

（四）核心技术泄密风险

公司核心技术为产品用料配方及配比和生产工艺等专有技术，该等核心技术系公司产品具备市场竞争力的重要因素。如果公司未来对核心技术的保护力度不足，发生核心技术泄密的情况，将会对公司的经营造成不利影响。

（五）聘请第三方开展临床试验的风险

由于临床试验需要消耗较大的人力进行临床试验期间的数据统计、监查服务、临床研究协调服务以及医院提供的研究者服务等工作，企业通常会寻求委托第三方专业机构开展临床试验。公司与聘用的第三方临床机构共同制定临床试验方案，若该等第三方机构出现未能适当履行合同义务、履行合同未达预期或未能遵守监管规定等情形，公司获得的临床数据在进度或质量上将受到影响，进而导致临床试验的延迟或终止，可能对公司的业务发展产生不利影响。

二、经营风险

（一）行业竞争加剧风险

近年来，我国皮肤护理产品行业已经成为一个国内外品牌竞争激烈、营销手段多元化、品牌概念和定位丰富的行业，在消费者需求、广告营销和产品适应市场需求等多维度都存在着较为激烈的竞争。若未来公司不能进一步提升多渠道布局及多元化营销投入，不能较为准确的掌握消费者需求并推出契合市场需求的产品，公司市场竞争力可能下降，对公司的行业地位产生不利影响。

（二）行业监管政策变化的风险

公司报告期内营业收入来源于医疗器械类敷料产品及功能性护肤品的销售。

2020 年 12 月，国务院修订通过《医疗器械监督管理条例》，该条例自 2021 年 6 月 1 日起施行，对医疗器械的生产、经营及流通等多环节提出了更加严格的要求。2020 年 6 月，国务院通过《化妆品监督管理条例》，该条例自 2021 年 1 月 1 日起施行，2021 年 8 月，国家市场监督管理总局发布《化妆品生产经营监督管理办法》，该办法自 2022 年 1 月 1 日起施行，总体对化妆品公司生产经营的

各个环节制定了更为严格的基本行为规范，提高了化妆品行业整体的准入门槛。未来，随着公司所处行业的不断发展和成熟，国家可能出台相关的举措，对生产经营、执业许可、质量标准等方面提出更高的要求。公司如果不能持续满足国家监督管理部门的有关规定和政策要求，则存在被相关部门处罚的风险，可能给公司生产经营带来不利影响。

如果未来公司所处行业的监管法规和监管政策发生变化，公司为了满足合规要求可能需要调整经营方向，或者花费更大成本和代价维系当前业务方向，将对公司的持续盈利能力造成不利影响。

（三）品牌集中的风险

报告期内，公司实现的销售收入均来自于旗下“敷尔佳”品牌及子品牌“敷尔佳 1 美”、“敷尔佳花季”产品的销售。未来，若存在不法厂商生产或销售假冒公司品牌的产品，严重侵犯消费者合法权益；或经销商利用公司产品从事非法销售活动，对品牌运营可能造成重大不利影响，从而导致公司销售收入下滑，对公司经营业绩产生不利影响。

（四）经销商管理风险

公司设立之初深耕线下经销渠道，早期通过经销商快速打通营销网络及经销渠道。报告期各期，公司线下经销收入分别为 32,924.01 万元、103,282.13 万元、112,413.84 万元和 **79,785.38** 万元，占当期营业收入的比重分别为 88.15%、76.93%、70.92%和 **67.74%**。如果经销商在未来经营活动中未能按照合同约定进行销售、宣传，做出有损公司品牌形象的行为，或发生不符合公司合规经营管理体系或相关法律法规的行为，可能对公司市场推广和产品销售产生不利影响，进而对经营业绩造成不利影响。

随着对线下经销商的优化管理，公司拟对部分具有渠道优势、客户资源优势的客户授予信用期，公司应收账款规模预期增长，应收账款周转率存在下降风险。

（五）线上直销渠道收入集中的风险

随着发行人运营经验和品牌知名度的不断提升，发行人线上平台的销售收入在持续增加，其中天猫平台直营店铺销售增长迅速。报告期内，天猫平台直

营店铺销售金额占线上销售金额比例为 19.25%、67.73%、82.07%、81.23%，如果未来天猫平台受其他销售业态冲击导致公司天猫平台直营店铺经营不善，或者天猫平台销售政策、收费标准等发生重大不利变化，可能会对公司业绩造成不利影响。

（六）品牌运维和防范假冒伪劣风险

公司目前采取的注册商标、申请专利、开设官方旗舰店、给产品加设防伪贴和防伪包材等防御手段，不能完全杜绝市场上仿冒公司品牌和产品的事件发生。若公司未能及时发现商标盗用、假冒产品等影响公司品牌形象的事件，或未能及时采取有效防御或维权措施，则公司存在品牌形象受损的风险。公司持续开展打击假冒仿冒产品的维权行动需要投入较多的时间人力成本和维权成本，可能对公司的盈利产生不利影响。

（七）产品质量控制的风险

公司经营的产品为医疗器械类敷料产品及功能性护肤品，如果公司未来在采购、生产过程中未做到有效的质量控制，导致消费者最终使用公司产品产生不良反应，可能会引起消费者投诉，甚至可能受到监管部门行政处罚，进而对公司的企业形象和经营业绩产生不利影响。

（八）客户流失的风险

由于皮肤护理产品市场需求不断变化，产品更新换代速度较快，如果公司未来不能通过研发投入不断创新并适时推出新产品以满足不同消费者的多样化需求，或新品牌在推广过程中市场认可度较低，可能导致新客户转化率较低、现有老客户流失，进而对公司经营业绩造成不利影响。

（九）募集资金投资项目实施及对短期业绩造成冲击的风险

1、募投建设进展不及预期的风险

公司本次募集资金拟投资于生产基地建设项目、研发及质量检测中心建设项目、品牌营销推广项目等，上述募集资金投资项目均经过审慎论证，充分考虑了公司现有生产条件、未来发展规划以及皮肤护理产品行业的未来发展趋势、市场竞争环境、国内外宏观经济形势等综合因素。但由于从募集资金投资项目论证完

成到募集资金到位、项目实施完毕的周期较长，在此期间内，上述各项因素均有可能发生较大变化而导致项目无法顺利实施或无法实现预定的研发或市场目标。

2、净资产收益率下滑的风险

本次发行募集资金到位后，公司的净资产将会增加，公司净资产收益率将被摊薄。此外，公司计划实施的募集资金投资项目在投产初期对公司的经营业绩贡献仍存在不确定性。因此，在短期内，公司因募集资金到位导致净资产增加将造成公司净资产收益率出现下降趋势，股东即期回报存在被摊薄的风险。

（十）线上直销渠道产品单价及毛利率持续下降的风险

报告期内，发行人主营业务产品在线上直销渠道的每盒单价分别为 98.69 元、86.56 元、70.44 元及 69.89 元，整体呈下降趋势。随着线上电子商务平台流量不断集中，同类产品竞争程度有所加剧，发行人为了更好提高品牌知名度、提升产品市场占有率而加大促销力度，从而存在线上直销价格下滑的风险，对公司业绩造成一定程度的不利影响。

报告期内，公司在线上直销渠道的毛利率分别为 90.29%、88.43%、82.82%及 85.10%。随着线上电子商务平台流量不断集中，发行人不断推出多种化妆品类产品，可能导致线上直销渠道中化妆品类产品收入比重进一步加大，因化妆品类产品毛利率普遍低于医疗器械类产品，公司存在线上直销渠道毛利率持续下降的风险。

三、内控与管理风险

（一）实际控制人控制失当的风险

本次发行前，公司实际控制人张立国直接控制公司 93.81%的股份。本次发行后，张立国持有公司股份的比例将有所下降，但仍存在通过行使股东大会表决权，对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配和对外投资等重大事项施加不当影响的可能性，从而可能导致损害公司公众股东利益的风险。

（二）规模快速扩张可能引致的管理风险

报告期内，发行人业务快速发展，营业收入呈迅速增长趋势，对公司战略管理、技术研发、财务管控、市场营销、人力资源管理等方面的要求也大幅提高，

对各类人才的需求相应增加。若发行人不能继续加强管理、培养引进高素质人才、保证相应的治理水平，将难以匹配、适应公司的业务发展节奏，进而影响发行人的长期经营和持续发展。

四、财务风险

（一）经营业绩增速放缓甚至下滑的风险

报告期内，公司所处行业不断出现新的竞争对手抢占市场份额，各类创新的商业模式、产品研发呈现快速变化趋势，消费者对皮肤护理产品性能的需求和消费体验标准不断提高，企业获客成本和获客难度持续增加，发行人所处行业的竞争格局呈不断加剧的趋势。**例如，报告期内，随着皮肤护理产品企业的研发能力增强，以及消费者不同护肤需求的增加，产品种类在近年来不断丰富，祛斑、美白、防晒、敏感肌修复等类型的皮肤护理产品相继推出，同时也逐渐形成了产品同质化的市场格局。同时，报告期内，同行业企业积极致力于研发更适合中国消费者的皮肤护理产品，各大品牌及厂商之间的竞争也将愈发激烈，同时在一定程度上出现了技术水平趋同的风险。**持续加剧和不断变化的市场竞争格局对发行人整体营销能力、产品研发能力和获客能力均提出了更高要求，若公司不能通过有效的销售管理体系促进收入增长，销售费用转化成收入的效率降低，或产品研发速度、**产品差异度**和性能无法满足**市场及**消费者的需求，**或不能采取有效措施持续提高自身的技术创新水平及品牌营销能力**，则存在经营业绩增速放缓甚至下滑的风险。

（二）商誉减值的风险

截至 **2021 年 9 月 30 日**，公司合并资产负债表中商誉的账面价值为 56,564.47 万元，系公司 2021 年 2 月换股收购北星药业形成。北星药业主营业务为医疗器械类敷料产品和功能性护肤品的研发及生产，与发行人主营业务形成同一产业链互补。如果未来宏观经济、医疗器械及化妆品产业政策或行业发展状况等外部因素发生重大不利变化，北星药业未能及时调整发展方向，则可能对北星药业的持续经营产生不利影响，进而发行人账面商誉面临减值的风险。

（三）销售费用增加的风险

报告期内，公司销售费用分别为 2,137.03 万元、11,540.50 万元、26,543.97

万元和**17,046.00万元**，销售费用率分别为5.72%、8.60%、16.75%及**14.47%**，销售费用金额增长较快。由于目前公司仍处于市场开拓阶段，市场推广投入持续增加，尤其是广告宣传推广费用投入增长较快，未来公司销售费用可能持续增长，若上述销售费用投入无法取得预期效果，则可能使公司盈利能力下滑。

（四）存货损失的风险

报告期内，为提高物流配送时效性，公司存在将部分产成品委托存放和保管于第三方物流仓库，并由其代发行人进行产品拣选、配送和管理的情形。随着公司的销售规模持续扩大，报告期各期末，公司存放于第三方物流仓库的存货账面价值分别为0、1,473.94万元、859.57万元和**645.98万元**，占公司各期存货账面价值的比例分别为0、34.82%、12.19%和**9.88%**。如果第三方物流仓库管理不当，公司委托存放和保管的存货存在盘亏、遗失甚至损毁等损失风险。

（五）无法持续保持较高毛利率水平的风险

报告期内，发行人综合毛利率分别为77.88%、76.97%、76.47%及80.37%，均保持在较高水平。随着行业竞争的不断加剧、部分潜在竞争者的进入，发行人为了维持整体业绩规模和抢占主要产品市场占有率，存在降低产品销售价格的可能，从而存在无法持续保持较高毛利率水平的风险。

五、法律风险

（一）业务资质无法按时办理续期风险

公司所处行业监管日趋严格，主营业务开展需取得国家或省级行业监管部门的批准，需取得化妆品生产许可证、医疗器械生产许可证、医疗器械经营备案凭证等业务资质，生产和经营的相关产品也需取得有关注册或备案。公司已取得的化妆品生产许可证、医疗器械生产许可证的有效期分别至2023年3月5日、2025年11月16日，若因为任何客观或非客观的原因，导致公司及子公司未来未能如期取得相关业务资质，或相关业务资质到期后无法及时续展，将导致公司及子公司未来不能继续生产或经营相关产品，对公司未来的持续经营会造成不利影响。

（二）营销信息发布风险

化妆品和医疗器械的营销推广须严格遵守《中华人民共和国广告法》《化妆

品卫生监督管理条例》**《化妆品广告管理办法》**《化妆品标识管理规定》《医疗器械说明书、标签和包装标识管理规定》等法律法规的规定。2021 年 4 月 9 日，国家药品监督管理局发布《化妆品功效宣称评价规范》，该规范于 2021 年 5 月 1 日起施行，总体对化妆品产品功效宣传提出了更为严格的要求，包括要求宣称特定功能的化妆品应当按照强制性国家标准、技术规范的要求开展人体功效评价试验等。如果公司或公司的相关人员对最新法规、监管要求、产品性能及产品功效等理解不够精准，可能导致公司发布的广告内容不准确或具有误导性，亦可能导致公司发布的营销信息不符合合规要求，**出现因夸大或者虚假广告宣传引发的纠纷或诉讼情况，或收到有关部门的行政处罚或采取监管措施，**从而导致被消费者索赔、被主管机关处罚的风险。

（三）租赁房产瑕疵风险

截至本招股说明书签署日，公司及子公司的生产场地、仓库及部分办公用地为租赁取得，公司及子公司租赁仓库的不动产权证（房产证）仍在办理之中。如仓库出租方最终无法取得仓库的不动产权证（房产证），或任何第三方主张对租赁仓库的所有权或占有处分权，或任何租赁物业的出租方在租赁期限内单方提出终止租赁协议，则公司可能将无法续租，可能会对公司业务经营造成不利影响。

（四）主要股东可能从事相同或相似业务的风险

2021 年 2 月，哈三联以其持有的北星药业 100%股权对敷尔佳进行增资，增资完成后，哈三联持有敷尔佳 5.00%股权，不再持有北星药业股权。未来哈三联若从事相同或相似业务，将与敷尔佳构成业务竞争关系，可能对公司经营产生不利影响。

六、不可抗力风险

若发行人在其正常经营中发生不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括但不限于自然灾害、传染疾病、台风、地震、洪水、战争等情形，则对发行人的日常经营活动和持续经营能力造成不利影响。

2020 年以来，国内爆发新冠肺炎疫情，对发行人整体管理经营和业绩表现造成不利影响。若发行人主要生产经营所在地新冠肺炎疫情反弹，可能会对发行人的正常生产经营造成不利影响。

七、发行失败风险

公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响，可能存在因认购不足而导致的发行失败风险。

八、实际控制人可能履行特殊权利的风险

2021 年 2 月 9 日，敷尔佳有限、张立国与哈三联签署了《哈尔滨三联药业股份有限公司关于哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司之投资协议》（以下简称“《投资协议》”），其中约定了优先认购权、优先购买权、共同出售权、反稀释、回购权、业绩承诺及补偿、领售权、更优惠条款等特殊权利条款。2021 年 6 月 29 日，敷尔佳、张立国与哈三联签署关于《投资协议》之补充协议，约定《投资协议》中关于优先认购权、优先购买权、共同出售权、反稀释、领售权、更优惠条款等特殊权利条款在敷尔佳就首次公开发行上市向深交所递交首发上市申请文件之日起自动终止且自始无效，未能成功 IPO 时自动恢复生效，且追溯至《投资协议》生效之日，但相应责任主体不再包括敷尔佳，仅由张立国承担上述条款项下的责任和义务；回购权条款、业绩承诺及补偿条款在敷尔佳就首次公开发行上市向深交所递交首发上市申请文件之日，敷尔佳不再承担相关义务，但相关情形触发时，哈三联有权向张立国主张对应的权利。

尽管上述条款并不影响公司的权利和利益，但是如果触发约定条件，则公司实际控制人张立国面临回购、业绩承诺及补偿义务的风险。

九、公司行业分类可能发生变化的风险

报告期内，发行人主营业务为专业皮肤护理产品的研发、生产和销售，在售产品覆盖医疗器械类产品和化妆品类产品。

《上市公司行业分类指引》相关规定，“当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业”。2020 年，公司医疗器械类敷料产品的销售收入占比超过 50%，因此公司所处行业为“C35 专用设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业为“C35 专

用设备制造”中的“C3589 其他医疗设备及器械制造”。

报告期内，公司医疗器械类敷料产品的销售收入占比分别为 89.92%、68.38%、55.54%、57.63%，整体呈下降趋势。报告期内，由于公司上市销售了多款差异化的功能性护肤品并通过网络直播营销、明星推广、种草推广等营销活动，提高营销转化效率，促使公司化妆品类护肤品的销售额快速上升，预计未来化妆品的销售占比将进一步提升。如公司化妆品类产品销售占比超过 50%，公司行业分类将变更为《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）中“C26 化学原料和化学制品制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业将变更为“C268 日用化学产品制造”中的“C2682 化妆品制造行业”。

发行人医疗器械类产品和化妆品类产品的销售占比变化可能会导致其行业分类发生变化，但其所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度以及主营业务、生产模式及募投项目建成后生产模式等未发生重大变化，不会导致公司的主营业务发生重大变化。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

（一）基本情况

公司名称：	哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司
英文名称：	Harbin Fuerjia Technology Co., Ltd.
注册资本：	36,000.00 万元
法定代表人：	张立国
有限公司成立时间：	2017 年 11 月 28 日
股份公司成立时间：	2021 年 3 月 29 日
住所：	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧
邮政编码：	150070
联系电话：	0451-5977 8888
传真号码：	0451-5977 8888
互联网地址：	http://www.voolga.net/
电子邮箱：	fuerjia@voolga.net
信息披露部门：	证券办公室
信息披露负责人：	沈晓溪
信息披露部门联系电话：	0451-5977 8888

（二）“敷尔佳”品牌孵化和独立运营

1、华信药业基本概况

黑龙江省华信药业有限公司设立于 1996 年 5 月 13 日，为一家主要从事药品销售的企业，自设立以来，华信药业主要经营粉针注射剂的处方药品批发，经营的药品主要包括哈三联生产的注射用长春西汀、注射用利福霉素钠、注射用氯诺昔康、注射用甲磺酸加贝酯等产品。

截至 2017 年 11 月 28 日敷尔佳有限设立时，华信药业股东和股权结构情况如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	实缴注册资本（万元）	持股比例（%）
1	张立国	125.00	125.00	83.3333
2	张梦琪	25.00	25.00	16.6667

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	实缴注册资本（万元）	持股比例（%）
合计		150.00	150.00	100.0000

注：张立国与张梦琪为父女关系

2021 年 6 月 1 日，华信药业更名为黑龙江省文策科技有限公司。

2、“敷尔佳”品牌的孵化和独立运营

自 2012 年起，美容整形行业整体呈现良好发展趋势，美容整形逐渐被越来越广泛的消费群体认可和接受，带动了美容整形消费者对于美容整形术后修复产品的市场需求。2012 年，华信药业捕捉到市场变化趋势和庞大的消费需求，根据市场变化情况决定将皮肤护理产品领域调整为公司未来的业务发展方向。华信药业与生产企业进行合作，通过两年左右的产品研究，于 2014 年 11 月完成“医用透明质酸钠修复贴”的研发，由生产企业进行产品注册并负责生产，华信药业负责产品的营销、推广和销售。同时，华信药业于 2014 年提交了“敷尔佳”商标注册申请，并于 2015 年取得“敷尔佳”商标注册证书。

2016 年，国家陆续出台了《“健康中国 2030”规划纲要》《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》等政策文件，提出要加快医疗器械转型升级、提高国际竞争力、加快组织器官修复等医疗器械产品创新和产业化，皮肤护理产品行业发展逐渐进入快车道。同年，华信药业的战略合作伙伴哈三联开始涉足医疗器械研发、生产和销售，并取得第二类医疗器械生产许可证以及医用透明质酸钠修复贴的产品注册证。自 2016 年 9 月 1 日起，华信药业与哈三联进行合作，哈三联负责产品的独家生产，华信药业负责产品的独家销售、推广及品牌运营维护等。

2017 年，“敷尔佳”品牌产品销售业绩良好，华信药业管理层判断该产品的销售未来仍有较大增长空间，决定成立独立的公司专门从事皮肤护理产品业务的运营。2017 年 11 月 28 日，敷尔佳有限完成工商注册登记，华信药业逐渐将皮肤护理产品业务转由敷尔佳有限承继，相关经营管理人员亦逐步转移至敷尔佳有限。截至 2018 年 5 月，华信药业停止经营。

（三）产业链的重组和整合

1、敷尔佳有限换股收购敷特佳 100%股权

2021 年 1 月 12 日，张立国、张梦琪以其持有敷特佳 100.00%股权认缴敷尔

佳有限新增注册资本，即敷尔佳有限通过同一控制企业合并方式收购敷特佳100%股权。

敷特佳为实际控制人张立国控制的企业。自设立起，敷特佳自哈三联处采购产品销售至敷尔佳有限，相关经营活动与发行人业务存在重叠。敷尔佳有限通过同一控制下企业合并方式收购敷特佳 100%股权，对同一公司控制权人下与发行人相同、类似或者相关的业务进行重组整合，有利于避免同业竞争、减少关联交易、优化公司治理、确保规范运作。

上述重组交易系将同一控制下的相同或相似业务予以整合，交易发生前后，敷尔佳有限的主营业务未发生重大变化，符合《证券期货法律适用意见第 3 号——<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见》（证监会公告［2008］22 号）中“二、发行人报告期内存在对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组情况的，如同时符合下列条件，视为主营业务没有发生重大变化：（一）被重组方应当自报告期期初起即与发行人受同一公司控制权人控制，如果被重组方是在报告期内新设立的，应当自成立之日即与发行人受同一公司控制权人控制；（二）被重组进入发行人的业务与发行人重组前的业务具有相关性（相同、类似行业或同一产业链的上下游）”及《首发业务若干问题解答》之问题 36 的规定。

重组前一个会计年度，敷特佳和敷尔佳有限的资产总额、资产净额、营业收入、利润总额如下：

单位：万元

项 目	资产总额	资产净额	营业收入	利润总额
重组标的财务额 A	21,335.76	13,169.17	41,860.72	29,289.98
关联交易金额 B	750.00	750.00	41,860.72	26,307.01
重组标的财务额（扣除关联交易）（=A-B）	20,585.76	12,419.17	-	2,982.97
敷尔佳有限的财务数据 C	85,263.93	42,551.85	158,501.70	51,930.28
资产重组的影响占比（=(A-B)/C）	24.14%	29.19%	-	5.74%

注：1、敷特佳从哈三联采购商品后，均销售给敷尔佳，在计算敷特佳的资产总额、资产净额、营业收入、利润总额时，已扣除敷特佳与敷尔佳之间的关联往来及关联交易；

2、上述数据已经大华审计。

重组前一个会计年度/年末，敷特佳扣除关联交易的资产总额、资产净额、

营业收入及利润总额均未达到或超过敷尔佳有限相应科目的 50%。根据《证券期货法律适用意见第 3 号》规定，发行人报告期内存在对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组的，被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 20%的，申报财务报表至少须包含重组完成后的最近一期资产负债表。本次申报报表以 2021 年 3 月 31 日为申报基准日，符合上述规定。

2、敷尔佳有限换股收购北星药业 100%股权

2021 年 2 月，哈三联以其持有的北星药业 100%股权评估作价向敷尔佳有限增资，即敷尔佳有限通过换股方式收购北星药业 100%股权。

北星药业原系哈三联专门从事化妆品和医疗器械生产及销售业务的全资子公司。哈三联原与敷尔佳有限开展业务合作，其中哈三联负责产品的独家生产，敷尔佳有限负责产品的独家销售、推广及品牌运营维护等，二者为同一产业链上的上下游关系，具有高度相关性。敷尔佳有限通过换股收购北星药业新增化妆品和医疗器械生产业务，完成了产业链的垂直整合，进而确立了公司研发、生产和销售各环节良性契合的优势，增强企业的综合竞争力。业务重组后，哈三联持有公司 5.00%的股权，对实际控制人控制权未产生不利影响。

根据中瑞世联于 2021 年 2 月 3 日出具的《哈尔滨三联药业股份有限公司拟以持有的哈尔滨北星药业有限公司 100%股权对哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司增资所涉及的哈尔滨北星药业有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》（中瑞评报字[2021]第 000064 号），以 2020 年 12 月 31 日为评估基准日，收益法评估结论：哈尔滨北星药业有限公司评估基准日股东全部权益评估价值为 57,000.00 万元。

哈三联分别于 2021 年 2 月 9 日、2021 年 2 月 25 日召开第三届董事会第九次会议、2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于以全资子公司股权对外投资的议案》，同意哈三联以全资子公司北星药业 100%股权对敷尔佳进行增资；并于 2021 年 2 月 10 日、2021 年 2 月 26 日在《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》及巨潮资讯网上刊登了相关公告。

重组前一个会计年度，北星药业和敷尔佳有限的资产总额、资产净额、营业

收入、利润总额如下：

单位：万元

项 目	资产总额	资产净额	营业收入	利润总额
重组标的财务额 A	348.50	348.50	36,029.00	10,166.17
敷尔佳的财务数据 B	85,263.93	42,551.85	158,501.70	51,930.28
资产重组的影响占比（=A/B）	0.41%	0.82%	22.73%	19.58%

注：1、敷尔佳的财务数据不包含同一控制下企业合并敷特佳的财务数据；
2、重组标的营业收入、利润总额源自经大华出具的模拟报表审计报告；
3、上述数据已经大华审计。

根据《首发业务若干问题解答》之问答 36，对于重组新增业务与发行人重组前业务具有高度相关性的，被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、资产净额或前一个会计年度的营业收入或利润总额，未达到或超过重组前发行人相应项目 50%，发行人主营业务未发生重大变化，且重组后没有运行期限的要求。

二、公司设立情况

（一）有限公司设立情况

敷尔佳有限由张立国和张梦琪于 2017 年以发起方式设立。

2017 年 11 月 25 日，张立国、张梦琪签署《哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司章程》，同意以货币 500.00 万元出资设立敷尔佳有限，其中张立国认缴出资 400.00 万元，占注册资本的 80.00%；张梦琪认缴出资 100.00 万元，占注册资本的 20.00%。

2017 年 11 月 28 日，哈尔滨市南岗区市场监督管理局向敷尔佳有限核发了《营业执照》。敷尔佳有限设立时，其股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	400.0000	80.0000
2	张梦琪	100.0000	20.0000
合计		**500.0000**	**100.0000**

（二）股份公司设立情况

发行人系由敷尔佳有限整体变更设立的股份有限公司。

2021 年 3 月 11 日，敷尔佳有限召开股东会，同意敷尔佳有限整体变更为股

份有限公司。2021 年 3 月 26 日，敷尔佳有限全体股东召开了创立大会，并共同作为发起人签署了《发起人协议》。

根据大华出具的《审计报告》（大华审字[2021]003545 号），敷尔佳有限截至 2021 年 2 月 28 日经审计的净资产 123,290.98 万元按 3.4247:1 的比例折合成敷尔佳股本 36,000.00 万股，每股面值人民币 1 元，净资产大于股本部分计入资本公积。

根据中瑞世联出具《资产评估报告》（中瑞评报字[2021]第 000290 号），敷尔佳有限截至 2021 年 2 月 28 日净资产账面价值为 123,290.98 万元，评估价值为 135,778.29 万元。

2021 年 3 月 26 日，大华出具了《验资报告》（大华验字[2021]000172 号），确认敷尔佳已收到全体发起人认缴的净资产，上述净资产折合敷尔佳股本总额共计 36,000.00 万股。

2021 年 3 月 29 日，敷尔佳取得了哈尔滨市松北区市场监督管理局核准换发的《营业执照》。

发行人股份公司成立后的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	出资方式
1	张立国	33,772.0000	93.8111	净资产折股
2	哈三联	1,800.0000	5.0000	净资产折股
3	郝庆祝	50.0000	0.1389	净资产折股
4	肖　丽	50.0000	0.1389	净资产折股
5	王　巍	48.0000	0.1333	净资产折股
6	朱洪波	42.0000	0.1167	净资产折股
7	孙　娜	35.0000	0.0972	净资产折股
8	邓百娇	35.0000	0.0972	净资产折股
9	闫天午	35.0000	0.0972	净资产折股
10	韩金平	33.0000	0.0917	净资产折股
11	潘　宇	30.0000	0.0833	净资产折股
12	沈晓溪	25.0000	0.0694	净资产折股
13	王鑫磊	25.0000	0.0694	净资产折股
14	许小明	20.0000	0.0556	净资产折股

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	出资方式
合计		**36,000.0000**	**100.0000**	**-**

三、报告期内股东和股本变化情况

（一）报告期内，股份公司设立前的股本形成及其变化

1、报告期初，敷尔佳有限的股本情况

报告期初，敷尔佳有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	400.0000	80.0000
2	张梦琪	100.0000	20.0000
合计		**500.0000**	**100.0000**

2、2020 年 12 月，敷尔佳有限第一次增资

2020 年 12 月 1 日，敷尔佳有限全体股东作出股东会决议，同意敷尔佳有限的注册资本增至 24,200.00 万元。新增注册资本中，由张立国、张梦琪分别以其各自在敷尔佳有限的未分配利润认缴 18,960.00 万元、4,740.00 万元。

2020 年 12 月 2 日，敷尔佳有限就上述注册资本变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。

本次增资完成后，敷尔佳有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	19,360.0000	80.0000
2	张梦琪	4,840.0000	20.0000
合计		**24,200.0000**	**100.0000**

3、2020 年 12 月，敷尔佳有限第二次增资

2020 年 12 月 24 日，敷尔佳有限与 12 名被激励员工签署了《增资协议》，约定前述 12 人合计出资 1,070.00 万元认缴敷尔佳有限新增注册资本 428.00 万元，剩余部分计入资本公积。同日，全体股东决议同意《哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司股权激励计划》及上述增资事项，并通过了章程修正案。

2020 年 12 月 30 日，敷尔佳有限就上述注册资本和股权变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。

本次增资完成后，敷尔佳有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	19,360.0000	78.6097
2	张梦琪	4,840.0000	19.6524
3	郝庆祝	50.0000	0.2030
4	肖丽	50.0000	0.2030
5	王巍	48.0000	0.1950
6	朱洪波	42.0000	0.1706
7	孙娜	35.0000	0.1421
8	邓百娇	35.0000	0.1421
9	闫天午	35.0000	0.1421
10	韩金平	33.0000	0.1340
11	潘宇	30.0000	0.1218
12	沈晓溪	25.0000	0.1015
13	王鑫磊	25.0000	0.1015
14	许小明	20.0000	0.0812
合计		**24,628.0000**	**100.0000**

4、2021 年 1 月，敷尔佳有限第三次增资

2021 年 1 月 12 日，敷尔佳有限与张立国、张梦琪签订《张立国、张梦琪以所持哈尔滨敷特佳经贸有限公司 100%股权对哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司增资的协议》，约定张立国以其持有敷特佳 80.00%的股权作价 10,379.06 万元向敷尔佳有限认缴注册资本 7,657.60 万元，剩余计入资本公积；张梦琪以其持有敷特佳 20.00%的股权作价 2,594.76 万元向敷尔佳有限认缴注册资本 1,914.40 万元，剩余计入资本公积。同日，敷尔佳有限全体股东作出股东会决议，同意上述增资事项并通过了章程修正案。

2021 年 1 月 12 日，敷尔佳有限就上述注册资本和股权变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。

本次增资完成后，敷尔佳有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	27,017.6000	78.9988
2	张梦琪	6,754.4000	19.7497

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
3	郝庆祝	50.0000	0.1462
4	肖丽	50.0000	0.1462
5	王巍	48.0000	0.1404
6	朱洪波	42.0000	0.1228
7	孙娜	35.0000	0.1023
8	邓百娇	35.0000	0.1023
9	闫天午	35.0000	0.1023
10	韩金平	33.0000	0.0965
11	潘宇	30.0000	0.0877
12	沈晓溪	25.0000	0.0731
13	王鑫磊	25.0000	0.0731
14	许小明	20.0000	0.0585
合计		**34,200.0000**	**100.0000**

5、2021 年 1 月，敷尔佳有限第一次股权转让

2021 年 1 月 13 日，张立国与张梦琪签订《股权转让协议》，约定张梦琪将其持有敷尔佳有限 19.7497%的股权，对应公司注册资本 6,754.40 万元，以 1 元转让给张立国。

2021 年 1 月 13 日，敷尔佳有限全体股东作出股东会决议，同意上述股权转让事项并通过了章程修正案。

2021 年 1 月 13 日，敷尔佳有限就上述注册资本和股权变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。

本次变更完成后，敷尔佳有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	33,772.0000	98.7485
2	郝庆祝	50.0000	0.1462
3	肖丽	50.0000	0.1462
4	王巍	48.0000	0.1404
5	朱洪波	42.0000	0.1228
6	孙娜	35.0000	0.1023
7	邓百娇	35.0000	0.1023

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
8	闫天午	35.0000	0.1023
9	韩金平	33.0000	0.0965
10	潘宇	30.0000	0.0877
11	沈晓溪	25.0000	0.0731
12	王鑫磊	25.0000	0.0731
13	许小明	20.0000	0.0585
合计		**34,200.0000**	**100.0000**

6、2021 年 2 月，敷尔佳有限第四次增资

2021 年 2 月 9 日，敷尔佳有限、张立国与哈三联签署《投资协议》，约定哈三联以其持有的北星药业 100%股权评估作价向敷尔佳有限增资，认缴敷尔佳有限新增注册资本 1,800.00 万元，其余计入敷尔佳有限资本公积。

本次交易以 2020 年 12 月 31 日为评估基准日，截至评估基准日，北星药业 100.00%股权价值为 57,000.00 万元，敷尔佳有限 100%股权价值为 1,082,695.25 万元，敷尔佳有限和敷特佳[1]的评估价值合并计算为 1,095,669.07 万元。经交易各方协商确定，敷尔佳有限（含敷特佳）在本次交易之前的价值确认为 1,083,000.00 万元，本次增资价格为 31.67 元/注册资本。

2021 年 2 月 9 日，敷尔佳有限全体股东作出股东会决议，同意上述变更事项并通过了章程修正案。

2021 年 2 月 9 日，哈三联召开第三届董事会第九次会议、第三届监事会第七次会议，审议通过本次交易及有关事项。2021 年 2 月 25 日，哈三联召开 2021 年第二次临时股东大会审议通过本次交易及相关事项。

2021 年 2 月 26 日，敷尔佳有限就上述注册资本和股权变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。2021 年 2 月 27 日，北星药业就上述股权变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。

本次交易完成后，敷尔佳有限持有北星药业 100%股权，北星药业成为敷尔

[1] 2021 年 1 月 12 日，敷尔佳有限通过增资换股的方式收购实际控制人张立国控制的敷特佳 100.00%股权。

佳有限的全资子公司；哈三联持有敷尔佳有限 5.00%股权，敷尔佳有限的股权结构变更如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张立国	33,772.0000	93.8111
2	哈三联	1,800.0000	5.0000
3	郝庆祝	50.0000	0.1389
4	肖丽	50.0000	0.1389
5	王巍	48.0000	0.1333
6	朱洪波	42.0000	0.1167
7	孙娜	35.0000	0.0972
8	邓百娇	35.0000	0.0972
9	闫天午	35.0000	0.0972
10	韩金平	33.0000	0.0917
11	潘宇	30.0000	0.0833
12	沈晓溪	25.0000	0.0694
13	王鑫磊	25.0000	0.0694
14	许小明	20.0000	0.0556
合计		**36,000.0000**	**100.0000**

（二）股份有限公司的设立与股权演变

敷尔佳的设立情况详见本节之“二、公司设立情况”之“（二）股份公司设立情况”。

敷尔佳成立后，公司股权结构未发生变化。

四、重大资产重组情况

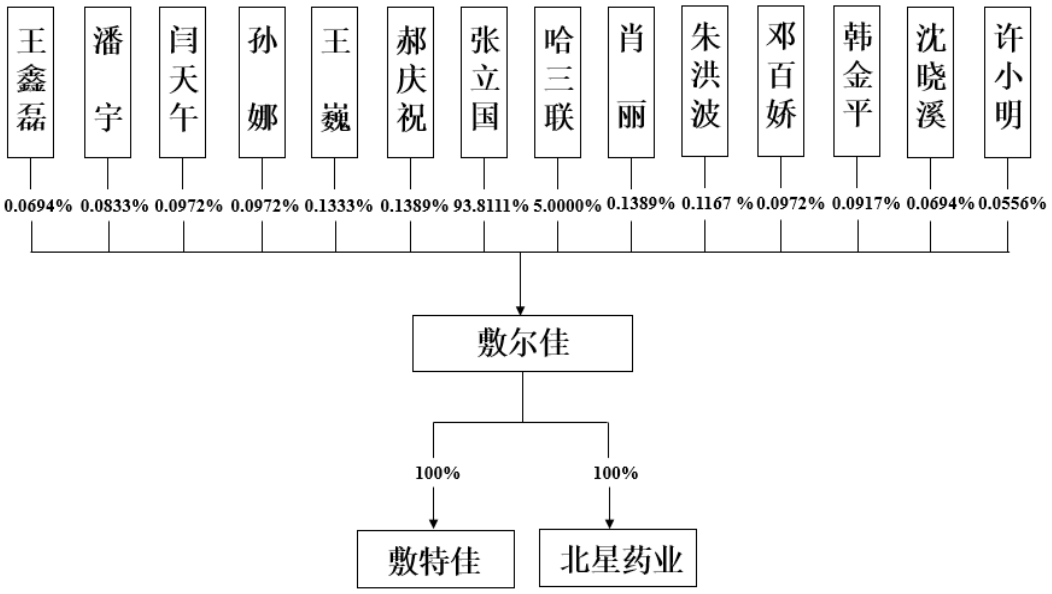
报告期内，发行人收购了敷特佳及北星药业，详见本节之“一、发行人基本情况”之“（三）产业链的重组和整合”。前述资产重组事项未构成重大资产重组。

五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

发行人不存在于其他证券市场上市或挂牌的情况。

六、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，敷尔佳的股权结构图如下：



七、发行人分公司、控股子公司及参股公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有敷特佳、北星药业两家子公司。此外，无其他子公司或分支机构。发行人子公司具体情况如下：

（一）敷特佳

截至本招股说明书签署日，敷特佳基本情况如下：

名称	哈尔滨敷特佳经贸有限公司
统一社会信用代码	91230109MA1BJ20Q0W
类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
注册资本	500.0000 万元
实收资本	500.0000 万元
注册地址	哈尔滨市利民开发区宝安路北侧、沈阳大街西侧办公室
主要生产经营地址	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3-16 层
经营范围	批发兼零售：医疗器械、化妆品、日用品、卫生用品；计算机软硬件技术、食品技术、医疗器械、化妆品、卫生用品、消毒产品的技术研发、技术咨询、技术推广（国家禁止的项目除外）
成立日期	2019 年 4 月 3 日
营业期限	2019 年 4 月 3 日至长期

法定代表人	张立国	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司	100.00%
主营业务及其与发行人主营业务的关系	报告期内主营业务为医疗器械类敷料产品和功能性护肤品的销售，当前无实际经营	

最近一年及一期，敷特佳主要财务数据如下：

单位：万元

项目	**2021 年 9 月 30 日/ 2021 年 1-9 月**	**2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度**
总资产	**16,307.34**	21,335.76
净资产	**15,619.23**	13,169.17
净利润	**2,450.06**	21,985.48

注：以上财务数据经大华审计

（二）北星药业

截至本招股说明书签署日，北星药业的基本情况如下：

名称	哈尔滨北星药业有限公司	
统一社会信用代码	91230109MA1CAW3J6T	
类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）	
注册资本	5,000.0000 万元	
实收资本	5,000.0000 万元	
注册地址	黑龙江省哈尔滨市利民开发区哈尔滨轴承厂东 500 米综合楼二层	
主要生产经营地址	黑龙江省哈尔滨市利民开发区哈尔滨轴承厂东 500 米综合楼二层	
经营范围	许可项目：第二类医疗器械生产；第三类医疗器械经营；第三类医疗器械生产；保健食品销售；食品生产；食品经营；保健食品生产；化妆品生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：医学研究和试验发展；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械生产；化妆品批发（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	
成立日期	2020 年 11 月 2 日	
营业期限	2020 年 11 月 2 日至长期	
法定代表人	张立国	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司	100.00%
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主营业务为医疗器械类敷料产品和功能性护肤品的研发及生产，与敷尔佳主营业务形成同一产业链互补	

最近一年及一期，北星药业主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021 年 9 月 30 日/ 2021 年 1-9 月	2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度
总资产	15,898.30	348.50
净资产	14,435.82	348.50
净利润	9,438.32	-2.50

注：以上财务数据经大华审计

八、发行人控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，张立国直接持有公司 93.8111%的股份，系发行人的控股股东及实际控制人。

哈三联持有公司 5.0000%股份，为持有发行人 5%以上股份的股东。

（一）控股股东及实际控制人基本情况

张立国（身份证号：2301071964********），男，中共党员，汉族，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，执业药师，高级工程师。1986 年 9 月至 1989 年 5 月，任黑龙江省干部疗养院药剂师；1989 年 5 月至 1992 年 12 月，历任哈药集团制药五厂生产调度、车间技术主任；1992 年 12 月至 1996 年 5 月，任黑龙江省中医药开发有限公司部门经理；1996 年 5 月至今，任黑龙江省文策科技有限公司执行董事；2017 年 11 月至今，任敷尔佳董事长、总经理；2019 年 4 月至今，任敷特佳执行董事兼总经理；2021 年 2 月至今，任北星药业执行董事。

自设立至今，发行人的控股股东及实际控制人未发生变化。

（二）控股股东控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、关联交易情况”之“（一）关联方及关联关系”。

（三）控股股东直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接及间接持有发行

人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（四）其他持有发行人 5%以上股份的股东基本情况

1、哈三联

截至本招股说明书签署日，哈三联持有公司 5%的股份，哈三联基本信息如下：

名称	哈尔滨三联药业股份有限公司
统一社会信用代码	91230100607168790X
类型	股份有限公司（上市、自然人投资或控股）
注册资本	31,660.0050 万元
实收资本	31,660.0050 万元
注册地址	哈尔滨市利民开发区北京路
主要生产经营地址	哈尔滨市利民开发区北京路
经营范围	药品生产；生产五层共挤输液用袋、三层共挤输液用袋、直立式聚丙烯输液袋、聚丙烯输液瓶、聚丙烯安瓿、聚乙烯安瓿、塑料组合盖、塑料接口、医疗器械（含微生物培养基）、消毒剂、消毒器械、卫生用品、化妆品；食品生产，食品经营；药品技术开发，技术检测服务；生物技术研究、开发；房屋租赁。
成立日期	1996 年 6 月 21 日
营业期限	1996 年 6 月 21 日至长期
法定代表人	秦剑飞
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主营业务为专业从事化学药品制剂、原料药等产品的研发、生产和销售

截至 2021 年 9 月 30 日，哈三联持股前十名的股东及持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	秦剑飞	123,705,000	39.07
2	周莉	36,787,500	11.62
3	诸葛国民	27,000,000	8.53
4	哈尔滨利民盛德发展有限公司	12,375,000	3.91
5	秦臻	8,650,000	2.73
6	中瑞国信资产管理有限公司	2,952,000	0.93
7	王明新	2,090,000	0.66
8	姚发祥	962,500	0.30
9	赵庆福	937,500	0.30
10	梁延飞	708,800	0.22

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
合计		216,168,300	68.28

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构

公司本次发行前总股本为 36,000.00 万股，本次发行的股票数量不超过 4,008.00 万股，且发行数量占公司发行后总股本的比例不低于 10%，公司现有股东不转让老股。本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（万股）	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	张立国	33,772.0000	93.8111	33,772.0000	84.4131
2	哈三联	1,800.0000	5.0000	1,800.0000	4.4991
3	郝庆祝	50.0000	0.1389	50.0000	0.1250
4	肖　丽	50.0000	0.1389	50.0000	0.1250
5	王　巍	48.0000	0.1333	48.0000	0.1200
6	朱洪波	42.0000	0.1167	42.0000	0.1050
7	孙　娜	35.0000	0.0972	35.0000	0.0875
8	邓百娇	35.0000	0.0972	35.0000	0.0875
9	闫天午	35.0000	0.0972	35.0000	0.0875
10	韩金平	33.0000	0.0917	33.0000	0.0825
11	潘　宇	30.0000	0.0833	30.0000	0.0750
12	沈晓溪	25.0000	0.0694	25.0000	0.0625
13	王鑫磊	25.0000	0.0694	25.0000	0.0625
14	许小明	20.0000	0.0556	20.0000	0.0500
15	公众股东	-	-	4,008.0000	10.0180
合计		**36,000.0000**	**100.0000**	**40,008.0000**	**100.0000**

（二）本次发行前发行人前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	发行前	
		持股数量（万股）	持股比例（%）
1	张立国	33,772.0000	93.8111

序号	股东名称	发行前	
		持股数量（万股）	持股比例（%）
2	哈三联	1,800.0000	5.0000
3	郝庆祝	50.0000	0.1389
4	肖　丽	50.0000	0.1389
5	王　巍	48.0000	0.1333
6	朱洪波	42.0000	0.1167
7	孙　娜	35.0000	0.0972
8	邓百娇	35.0000	0.0972
9	闫天午	35.0000	0.0972
10	韩金平	33.0000	0.0917
合计		**35,900.0000**	**99.7222**

（三）发行人股本中国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，敷尔佳不涉及国有股份或外资股份的情况。

（四）发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，敷尔佳前十名自然人股东于公司担任职务情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	在公司任职
1	张立国	33,772.0000	93.8111	董事长；总经理
2	郝庆祝	50.0000	0.1389	副总经理
3	肖　丽	50.0000	0.1389	总监
4	王　巍	48.0000	0.1333	总监
5	朱洪波	42.0000	0.1167	监事会主席；总监
6	孙　娜	35.0000	0.0972	董事；副总经理
7	邓百娇	35.0000	0.0972	财务负责人
8	闫天午	35.0000	0.0972	总监
9	韩金平	33.0000	0.0917	总监
10	潘　宇	30.0000	0.0833	助理总经理；子公司北星药业总经理

（五）最近一年，发行人新增股东情况

最近一年，发行人新增股东情况详见本节之“三、报告期内股东和股本变化情况”之“（一）报告期内，股份公司设立前的股本形成及其变化”之“3、2020

年 12 月，敷尔佳有限第二次增资”及“6、2021 年 2 月，敷尔佳有限第四次增资”。

1、实施股权激励新增股东情况

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	国籍及境外居留权情况	身份证号	在公司任职
1	郝庆祝	50.0000	0.1389	中国国籍，无境外永久居留权	2302211975********	副总经理
2	肖　丽	50.0000	0.1389	中国国籍，无境外永久居留权	2308051977********	总监
3	王　巍	48.0000	0.1333	中国国籍，无境外永久居留权	2301021978********	总监
4	朱洪波	42.0000	0.1167	中国国籍，无境外永久居留权	2301041976********	监事会主席；总监
5	孙　娜	35.0000	0.0972	中国国籍，无境外永久居留权	2311231979********	董事；副总经理
6	邓百娇	35.0000	0.0972	中国国籍，无境外永久居留权	2301031983********	财务负责人
7	闫天午	35.0000	0.0972	中国国籍，无境外永久居留权	2301051969********	总监
8	韩金平	33.0000	0.0917	中国国籍，无境外永久居留权	2321031985********	总监
9	潘　宇	30.0000	0.0833	中国国籍，无境外永久居留权	2301051981********	助理总经理；子公司北星药业总经理
10	沈晓溪	25.0000	0.0694	中国国籍，无境外永久居留权	2311821984********	董事会秘书
11	王鑫磊	25.0000	0.0694	中国国籍，无境外永久居留权	2301211990********	副总监
12	许小明	20.0000	0.0556	中国国籍，无境外永久居留权	2301291988********	副总监

上述股权激励授予股份价值参考公司近期净资产价值，确定入股价格为 2.50 元/注册资本，股权激励对象均在发行人处任职，其持有发行人股份不存在代持情形。上述自然人股东及其近亲属与公司实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、一致行动关系或其他关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

2、重组新增股东情况

哈三联为在深交所挂牌上市的股份有限公司，其基本情况及持股前十名的股东基本信息如详见本节之“八、发行人控股股东、实际控制人及其他持有发行人

5%以上股份的主要股东”之“（四）其他持有发行人 5%以上股份的股东基本情况”。

哈三联自敷尔佳有限设立至 2021 年 2 月期间内为发行人的供应商，其实际控制人为秦剑飞、周莉夫妇。哈三联在向敷尔佳有限增资完成并成为发行人持股 5%股东后，于 2021 年 3 月向发行人委派董事赵庆福和监事郭力冬；除前述情况外，哈三联与发行人及其他股东、董事、监事及高级管理人员无其他关联关系，与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、一致行动关系或其他关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。哈三联持有发行人股份不存在代持情形。

（六）本次发行前各股东之间的关系及各自持股比例

本次发行前，发行人的各股东之间无关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次公开发行不涉及原股东公开发售股份，不存在对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生影响的情况。

（八）已解除的对赌协议、特别股东权利条款及对发行人可能存在的影响

1、对赌协议签署情况

2021 年 2 月 9 日，敷尔佳有限、张立国与哈三联签署《投资协议》，约定哈三联以其持有的北星药业 100%股权向敷尔佳有限增资，并作为投资人享受《投资协议》第 8.1 条董事会（b）款及（c）款、第 8.3 条利润分配安排、第 9.1 条优先认购权、第 9.2 条优先购买权、第 9.3 条共同出售权、第 9.4 条反稀释、第 9.5 条回购权、第 9.6 条业绩承诺及补偿、第 9.7 条领售权、第 9.8 条更优惠条款中规定的若干特殊权利。

2、对赌协议解除情况

2021 年 6 月 29 日，敷尔佳、张立国与哈三联签署了《<哈尔滨三联药业股份有限公司关于对哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司之投资协议>之补充协议》，其中约定特殊权利解除有关条款，具体情况如下：

<table>
<tr><th>特殊权利</th><th>是否清理</th><th>是否存在恢复条款</th></tr>
<tr><td>董事会（b）款及（c）款</td><td>是</td><td rowspan="8">自敷尔佳就首发上市向深圳证券交易所递交首发上市申请文件之日起自动终止且自始无效。
将在下述任一情形发生或日期到来时（以最早者为准）自动恢复生效，且追溯至《投资协议》生效之日，但相应责任主体不再包括敷尔佳，仅由张立国承担上述条款项下的责任和义务，在哈三联仍持有敷尔佳股权期间，张立国须通过持股保持对敷尔佳的控制，并应当保证哈三联上述权利的实现：
a） 敷尔佳在通过中国证监会地方派出机构辅导验收合格之日起六个月内未向深圳证券交易所提交首发上市的申请材料；
b） 敷尔佳首发上市申请未被中国证监会或深圳证券交易所受理；
c） 敷尔佳从中国证监会或深圳证券交易所撤回首发上市申请；
d） 敷尔佳首发上市申请被中国证监会或深圳证券交易所退回、否决或终止；
e） 中国证监会不予核准/注册敷尔佳的首发上市申请；
f） 敷尔佳在首发上市申请获得中国证监会核准注册后十二个月内未完成在深圳证券交易所挂牌上市的；
g） 敷尔佳因其他原因未能成功 IPO。</td></tr>
<tr><td>利润分配安排</td><td>是</td></tr>
<tr><td>优先购买权</td><td>是</td></tr>
<tr><td>优先认购权</td><td>是</td></tr>
<tr><td>共同出售权</td><td>是</td></tr>
<tr><td>反稀释</td><td>是</td></tr>
<tr><td>领售权</td><td>是</td></tr>
<tr><td>更优惠条款</td><td>是</td></tr>
<tr><td>回购权</td><td>是</td><td rowspan="2">自敷尔佳就首发上市向深圳证券交易所递交首发上市申请文件之日，敷尔佳自此不再承担上述条款项下的回购、业绩承诺及补偿义务，哈三联亦不得向敷尔佳主张该等权利。但《投资协议》项下交割日至敷尔佳完成合格 IPO 期间，张立国对哈三联仍负有回购、业绩承诺及补偿义务，在该条款约定情形出现时，哈三联有权向张立国主张对应的权利。</td></tr>
<tr><td>业绩承诺及补偿条款</td><td>是</td></tr>
</table>

如敷尔佳获得中国证监会核准注册批文且完成在深圳证券交易所挂牌上市的，上述所有条款自动终止、自始无效且在任何情况下均不得恢复效力或恢复执行。哈三联不再享有前述特别权利，不得向敷尔佳及张立国主张前述条款项下的权利。

根据相关合同或补充协议的约定，上述仍附有恢复条款的特殊权利条款中未将公司作为对赌协议当事人，不存在可能导致公司控制权变化的约定，未与公司市值挂钩，亦不存在严重影响公司持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。因此，公司上述合同中特殊权利条款的清理方案满足《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的相关要求，公司符合创业板发

行上市相关规定。

（九）穿透计算股东人数情况

按照《深圳证券交易所创业板首次公开发行上市审核问答》及《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的相关规定，发行人穿透计算的股东人数情况如下：

序号	股东名称	穿透计算股东数（名）	穿透后主体情况
1	张立国	1	1 名自然人
2	哈三联	1	1 家上市公司
3	郝庆祝	1	1 名自然人
4	肖　丽	1	1 名自然人
5	王　巍	1	1 名自然人
6	朱洪波	1	1 名自然人
7	孙　娜	1	1 名自然人
8	邓百娇	1	1 名自然人
9	闫天午	1	1 名自然人
10	韩金平	1	1 名自然人
11	潘　宇	1	1 名自然人
12	沈晓溪	1	1 名自然人
13	王鑫磊	1	1 名自然人
14	许小明	1	1 名自然人
合计		**14**	**-**

综上，公司股东穿透计算后的人数为 14 名，未超过 200 人。

发行人股东均不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，不存在私募投资基金等金融产品持有发行人股份的情况。

（十）公司不存在证监会系统离职人员入股情况

截至本招股说明书签署日，公司直接和间接自然人股东均不属于《监管规则适用指引——发行类第 2 号》规定的证监会系统离职人员，公司不存在证监会系统离职人员入股的情形。发行人已就相关事项进行了专项说明，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、与本次发行相关的重要承诺及履行情况”之

“（十一）关于不存在证监会系统离职人员入股的专项说明”。

（十一）公司股东信息披露情况的专项说明

发行人关于股东信息披露情况已出具了专项承诺，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、与本次发行相关的重要承诺及履行情况”之“（十二）关于公司股东信息披露的专项承诺”。

十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事由股东大会选举产生，任期为三年，任期届满可连选连任。公司本届董事会由 5 名董事组成，其中 2 名为独立董事。现任董事基本情况如下：

姓名	在公司任职	提名股东	本届董事会任职时间
张立国	董事长；总经理	张立国	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
赵庆福	董事	哈三联	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
孙娜	董事；副总经理	张立国	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
王孝先	独立董事	张立国	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
宋恩喆	独立董事	张立国	2021 年 3 月至 2024 年 3 月

上述各位董事的个人简历如下：

张立国，简历详见本节之“八、发行人控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

赵庆福，男，中共党员，汉族，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，具备深圳证券交易所董事会秘书资格和独立董事资格。1987 年 10 月至 1993 年 3 月，曾任齐齐哈尔第三印刷厂财务副厂长；1993 年 3 月至 1999 年 10 月，曾任齐齐哈尔美术印刷厂常务副厂长；1999 年 10 月至今，任哈尔滨三联药业股份有限公司董事、副总经理兼董事会秘书，2018 年 1 月至今，任哈尔滨三联药业股份有限公司全资子公司哈尔滨裕实投资有限公司执行董事；2021 年 3 月至今，任公司董事。

孙娜，女，民革党员，汉族，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2001 年 7 月至 2014 年 7 月，历任黑龙江日报报业集团生活报社记者、编辑、主任、主编；2014 年 8 月至 2016 年 2 月，曾任哈尔滨松松文化发展有限

公司总经理；2016 年 2 月至 2016 年 8 月，曾任哈尔滨招商嘉天房地产开发有限责任公司总经理助理；2016 年 9 月至 2017 年 10 月，曾任黑龙江省娜妃文化传媒有限公司监事；2017 年 11 月至 2018 年 12 月，曾任哈尔滨招商嘉天房地产开发有限责任公司副总经理；2019 年 3 月至 2020 年 10 月，曾任黑龙江碧海置业有限公司副总经理；2020 年 10 月至今，任公司副总经理；2021 年 3 月至今，任公司董事。

王孝先，男，中共党员，汉族，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，注册会计师，高级会计师（审计），具备深圳证券交易所上市公司独立董事资格。1982 年 10 月至 1991 年 3 月，曾任黑龙江省新建监狱会计；1991 年 3 月至 1999 年 10 月，曾任黑龙江省科学技术协会审计室主任；1995 年 11 月至 2009 年 10 月，曾任黑龙江龙科会计师事务所有限公司所长；2009 年 11 月至今，出资设立黑龙江亚太会计师事务所有限公司；2021 年 3 月至今，任公司独立董事。

宋恩喆，男，汉族，1989 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，律师，具备深圳证券交易所上市公司独立董事资格。2011 年 10 月至 2014 年 10 月，曾任哈尔滨市动力公证处公证员助理；2015 年 11 月至 2017 年 4 月，曾任黑龙江省浙江商会外联部主管；2017 年 4 月至 2017 年 11 月，曾任黑龙江省高级人民法院审监庭书记员；2017 年 11 月至 2019 年 2 月，自由职业；2019 年 3 月至 2021 年 3 月，曾任黑龙江达升律师事务所律师；2021 年 4 月至今，任黑龙江孟繁旭律师事务所律师；2021 年 3 月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由股东大会和职工代表大会民主选举产生，任期三年，并可连选连任。公司本届监事会由 3 名监事组成，其中包括 1 名职工代表监事。现任监事基本情况如下：

姓名	在公司任职	提名人	本届监事会任职时间
朱洪波	监事会主席	张立国	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
郭力冬	监事	哈三联	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
张旭	职工代表监事	职工代表大会	2021 年 3 月至 2024 年 3 月

上述各位监事简历如下：

朱洪波，女，汉族，1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中级会计师。2004 年 1 月至 2017 年 12 月，曾任黑龙江省华信药业有限公司任销售部经理；2018 年 1 月至今，历任公司销售部经理、综合管理部总监；2019 年 4 月至今，任敷特佳监事；2021 年 3 月至今，任公司监事。

郭力冬，男，汉族，1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，具备深圳证券交易所董事会秘书资格和中国证券投资基金业协会基金从业人员资格。2010 年 7 月至 2013 年 3 月，曾任黑龙江宇盛市政工程建设有限公司财务部会计主管；2013 年 3 月至 2015 年 5 月，曾任哈尔滨三联药业股份有限公司财务部会计；2015 年 5 月至今，历任哈尔滨三联药业股份有限公司证券投资部专员、专业经理；2020 年 10 月至今，任哈尔滨裕实投资有限公司副总经理；2021 年 3 月至今，任公司监事。

张旭，男，中共党员，汉族，1994 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2016 年 6 月至 2017 年 10 月，曾任黑龙江珍宝岛药业股份有限公司总裁秘书；2017 年 11 月至 2018 年 4 月，曾任黑龙江葵花药业股份有限公司董事长秘书；2018 年 8 月至今，任公司销售经理；2021 年 3 月至今，任公司监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括公司总经理、副总经理、助理总经理、财务负责人和董事会秘书。公司现任高级管理人员：

姓名	在公司任职	在公司起始任职时间
张立国	董事长；总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
孙娜	董事；副总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
郝庆祝	副总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
潘宇	助理总经理；子公司北星药业总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
邓百娇	财务负责人	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
沈晓溪	董事会秘书	2021 年 3 月至 2024 年 3 月

上述高级管理人员简历如下：

张立国，简历详见本节之“八、发行人控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

孙娜，简历详见本节之“十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

郝庆祝，男，汉族，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2000 年 7 月至 2004 年 1 月，曾任哈尔滨圣泰制药有限公司驻山西办总经理；2004 年 3 月至 2016 年 5 月，曾任黑龙江省华信药业有限公司销售经理；2016 年 5 月至 2018 年 2 月，从事护肤品销售工作；2018 年 2 月至 2020 年 10 月，任公司销售总监；2020 年 10 月至今，任公司副总经理。

潘宇，女，汉族，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2003 年 7 月至 2009 年 5 月，曾任哈尔滨广慈药业研究所研发项目负责人；2009 年 5 月至 2011 年 4 月，曾任黑龙江珍宝岛药业股份有限公司实验室主任；2011 年 5 月至 2014 年 12 月，曾任哈药集团三精制药有限公司国际贸易注册专员；2015 年 1 月至 2016 年 5 月，曾任哈尔滨奥博医疗器械有限公司研发部经理；2016 年 5 月至 2018 年 7 月，曾任黑龙江省华信药业有限公司生产采购经理；2018 年 8 月至今，历任公司生产技术总监、助理总经理；2021 年 3 月至今，任北星药业总经理。

邓百娇，女，汉族，1983 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历，中级管理会计师，澳洲公共注册会计师（MIPA）。2007 年 3 月至 2017 年 12 月，历任黑龙江省华信药业有限公司出纳、会计、财务经理；2018 年 1 月至今，任公司财务负责人。

沈晓溪，女，中共党员，汉族，1984 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中级会计师，具备上海证券交易所和深圳证券交易所董事会秘书资格，深圳证券交易所上市公司独立董事任职资格。2004 年 7 月至 2020 年 9 月，历任哈尔滨三联药业股份有限公司销售部职员、销售综合业务部主管、内审部主管、上市办公室副经理、上市办公室经理、董事长助理（兼投资证券运营中心总监、证券事务代表及全资子公司哈尔滨裕实投资有限公司总经理）；2020 年 10 月至今，任公司董事会秘书。

（四）其他核心人员

公司其他核心人员为潘宇、刘艳君、刘婷婷共 3 人，简历如下：

潘宇，简历详见本节之“十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（三）高级管理人员”。

刘艳君，女，汉族，1979 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，医药工程师，执业药师。2003 年 3 月至 2006 年 6 月，曾任哈尔滨凯程制药有限公司产品研发部研发员；2006 年 6 月至 2009 年 10 月，曾任哈高科白天鹅药业集团有限公司研发负责人；2009 年 10 月至 2015 年 10 月，曾任齐齐哈尔康盈国药堂医药连锁公司审方药师，2015 年 10 月至 2018 年 7 月，曾任黑龙江童医生儿童生物制药有限公司食品化妆品医疗器械消毒品部门研发负责人；2018 年 7 月至今，历任公司研发员、研发工程师。

刘婷婷，女，中共党员，汉族，1983 年 03 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，工程师。2010 年 11 月至 2012 年 6 月，曾任哈尔滨乐泰药业有限公司产品研发部产品研发员；2012 年 6 月至 2019 年 1 月，曾任北京世纪中康医药科技有限公司研发部副经理、注册部主管；2019 年 2 月至 2020 年 5 月，曾任知植堂生物科技有限公司研发经理；2020 年 5 月至今，历任公司研发员、研发经理。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在除发行人之外的其他单位的主要任职情况如下：

序号	姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	除兼职产生的关联关系外，兼职单位与发行人的关联关系
1	张立国	董事长；总经理	黑龙江省文策科技有限公司	执行董事	文策科技为实际控制人控制的关联公司
			哈尔滨敷特佳经贸有限公司	执行董事兼总经理	敷特佳为发行人持股100%的子公司
			哈尔滨北星药业有限公司	董事长	北星药业为发行人持股100%的子公司
2	赵庆福	董事	哈尔滨三联药业股份有限公司	董事、副总经理兼董事会秘书	哈三联为发行人持股5%股东；哈尔滨裕实投资有限公司为哈三联全资子公司
			哈尔滨裕实投资有限公司	执行董事	
3	王孝先	独立董事	黑龙江亚太会计师事务所有限公司	股东	无
4	宋恩喆	独立董事	黑龙江孟繁旭律师事务所	律师	无

序号	姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	除兼职产生的关联关系外，兼职单位与发行人的关联关系
5	朱洪波	监事会主席	哈尔滨敷特佳经贸有限公司	监事	敷特佳为发行人持股100%的子公司
6	郭力冬	监事	哈尔滨三联药业股份有限公司	证券投资部专业经理	哈三联为发行人持股5%股东；哈尔滨裕实投资有限公司为哈三联全资子公司
			哈尔滨裕实投资有限公司	副总经理	
7	潘宇	助理总经理	哈尔滨北星药业有限公司	总经理	北星药业为发行人持股100%的子公司

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

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

十三、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签定的对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议，以及有关协议的履行情况

在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签署劳动合同/聘用合同、保密协议和/或竞业禁止协议。截至本招股说明书签署日，上述合同、协议均履行正常，不存在违约情况。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况

（一）公司近两年董事变动情况

任职时间	成员	职位	董事人数	具体变化情况
2017 年 11 月	张立国	执行董事	1 人	-
2021 年 3 月	张立国	董事长	5 人	敷尔佳成立后，由张立国、赵庆福、孙娜、王孝先和宋恩喆组成董事会
	赵庆福	董事		
	孙娜	董事		
	王孝先	独立董事		
	宋恩喆	独立董事		

（二）公司近两年监事变动情况

任职时间	成员	职位	监事人数	具体变化情况
2017 年 11 月	杨松涛	监事	1 人	-
2021 年 3 月	朱洪波	监事会主席	3 人	敷尔佳成立后，由朱洪波、郭力冬和张旭组成监事会
	郭力冬	监事		
	张旭	职工代表监事		

（三）公司近两年高级管理人员变动情况

任职时间	成员	职位	高级管理人员人数	具体变化情况
2017 年 11 月	张立国	经理	1 人	-
2021 年 3 月	张立国	总经理	6 人	敷尔佳成立后，由张立国、孙娜、郝庆祝、潘宇、邓百娇和沈晓溪组成高级管理层
	孙娜	副总经理		
	郝庆祝	副总经理		
	潘宇	助理总经理		
	邓百娇	财务负责人		
	沈晓溪	董事会秘书		

（四）公司近两年其他核心人员变动情况

公司其他核心人员均为核心技术人员，潘宇于 2016 年 5 月加入华信药业，历任华信药业生产采购经理、公司生产技术总监；刘艳君于 2018 年 7 月加入公司，历任公司研发员、研发工程师；刘婷婷于 2020 年 5 月加入公司，历任公司研发员、研发经理。最近两年，其他核心人员未发生重大不利变动。

（五）最近两年公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变化对公司的影响

最近两年，公司仅在整体变更为股份有限公司时发生董事、监事和高级管理人员变化的情况，主要是在原有限公司执行董事和总经理的基础上，进一步完善和组建了股份公司的董事会、监事会和高级管理层。经股份公司创立大会审议通过，由张立国、赵庆福、孙娜、王孝先和宋恩喆 5 人组成公司董事会；由朱洪波、郭力冬和张旭 3 人组成公司监事会；由张立国、孙娜、郝庆祝、潘宇、邓百娇和沈晓溪 6 人组成公司高级管理层，以便加强管理团队建设并完善公司治理；其他核心人员随着公司的业务拓展逐步增加，不断增强公司的研发力量和研发实力。

综上，最近两年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变化系规范和完善公司治理结构、加强管理团队建设所致，除委聘的独立董事外，新增的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员主要来自发起人委派或发行人内部培养产生，履行了必要的法律程序，符合法律法规、有关规范性文件和《公司章程》的规定。最近两年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大不利变化。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员以及其他核心人员直接持有公司股份的情况如下：

姓名	在发行人任职情况	持股发行人股份数额（万股）	持有发行人股份比例（%）
张立国	董事长；总经理	33,772.0000	93.8111
孙娜	董事；副总经理	35.0000	0.0972
朱洪波	监事会主席	42.0000	0.1167
郝庆祝	副总经理	50.0000	0.1389
潘宇	助理总经理；子公司北星药业总经理	30.0000	0.0833
邓百娇	财务负责人	35.0000	0.0972
沈晓溪	董事会秘书	25.0000	0.0694

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在间接持有公司股份的情况，所持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的近亲属的持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的近亲属不存在持有公司股份的情况。

十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与发行人及其业务相关的对外投资情况。

十七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

发行人根据公司相关规定，对各董事、监事、高级管理人员按其贡献程度，并结合劳动合同约定支付劳动报酬。独立董事依照公司制度规定和股东大会审议情况领取定额薪酬。

根据《薪酬与考核委员会工作细则》，薪酬与考核委员会是董事会下设的专门工作机构，主要职责是审议并且监督执行具有有效激励与约束作用的薪酬制度和绩效考核制度，就公司董事、监事和高级管理人员的薪酬制度、绩效考核制度及激励方案向董事会提出建议，并对董事和高级管理人员的业绩和行为进行评估。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从公司及其关联企业领取薪酬情况，以及所享受的其他待遇和退休金计划

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2020 年度从公司及其关联企业薪酬领取情况如下表所示：

姓名	职务	2020 年度薪酬（万元）	2020 年度是否在关联方领取薪酬
张立国	董事长；总经理	66.03	否
赵庆福	董事	--- 注 1	否
孙娜	董事；副总经理	25.39 注 3	否
王孝先	独立董事	--- 注 2	否
宋恩喆	独立董事	--- 注 2	否
朱洪波	监事会主席	125.97	否
郭力冬	监事	--- 注 1	否
张旭	职工代表监事	18.05	否
郝庆祝	副总经理	214.80	否

姓名	职务	2020 年度薪酬（万元）	2020 年度是否在关联方领取薪酬
潘宇	助理总经理；子公司北星药业总经理；其他核心人员	157.59	否
邓百娇	财务负责人	157.66	否
沈晓溪	董事会秘书	18.29 注 4	否
刘艳君	其他核心人员	19.59	否
刘婷婷	其他核心人员	8.04 注 5	否

注：1、赵庆福为公司 2021 年新增股东哈三联委派董事，郭力冬为哈三联委派监事，因此该二人 2020 年度未在发行人或其关联公司领薪，该二人自公司 2021 年 3 月整体变更为股份有限公司并组建董事会、监事会后，分别在公司领取外部董事和外部监事津贴；

2、独立董事王孝先、宋恩喆自公司 2021 年 3 月整体变更为股份有限公司并组建董事会后，分别在公司领取独立董事津贴；

3、孙娜自 2020 年 10 月入职后从公司领薪；

4、沈晓溪自 2020 年 10 月入职后从公司领薪；

5、刘婷婷自 2020 年 5 月入职后从公司领薪；

6、上述薪酬总额中未包含股份支付相关费用。

除上述薪酬情况外，董事、监事、高级管理人员在公司享有的股权激励计划情况，详见本节之“十八、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排”。同时，公司按照国家和地方有关规定，依法为在公司担任具体职务的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员缴纳社会保险和住房公积金，不存在其他特殊待遇和退休金计划。

（三）报告期内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员报告期内在发行人及其子公司领取的薪酬总额及其占各期公司利润总额的比重如下：

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额（万元）	**601.39**	811.41	423.29	323.42
利润总额（万元）	**77,977.12**	91,241.73	88,986.35	26,023.35
薪酬总额占利润总额的比例（%）	**0.77**	0.89	0.48	1.24

注：1、薪酬总额中未包含股份支付相关费用；

2、公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员报告期内在发行人及子公司处领取的薪酬均已计入薪酬总额。

十八、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

（一）股权激励情况

为进一步完善公司治理结构，健全公司激励机制，增强公司管理团队和业务骨干对实现公司持续、健康发展的责任感、使命感，确保公司发展目标的实现，提高公司的可持续发展和盈利能力，发行人于 2020 年以员工直接持股的方式实施了公司员工股权激励。

2020 年 12 月 24 日，敷尔佳有限与 12 名被激励员工签署了《增资协议》，约定共同出资 1,070.00 万元认缴敷尔佳有限新增注册资本 428.00 万元，剩余部分计入资本公积。激励对象需要遵守公司的股权激励计划和有关制度安排。

2020 年 12 月 24 日，敷尔佳有限全体股东作出股东会决议，同意《哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司股权激励计划》及上述增资事项，并通过了章程修正案。**2021 年 11 月 11 日，为进一步完善股权激励计划，公司 2021 年第四次临时股东大会作出决议，对《哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司股权激励计划》之“六、激励对象持有的激励股份的特殊处理事项”的相关安排进行了修订。**

2020 年 12 月 30 日，敷尔佳有限就上述注册资本和股权变更事宜向哈尔滨市松北区市场监督管理局履行了变更登记手续，并领取了变更后的《营业执照》。

1、股权激励的人员构成及变动情况

股权激励的具体人员构成情况如下：

序号	股东名称	职级	出资额（万元）
1	郝庆祝	副总经理	50.0000
2	肖丽	总监	50.0000
3	王巍	总监	48.0000
4	朱洪波	监事会主席；总监	42.0000
5	孙娜	董事；副总经理	35.0000
6	邓百娇	财务负责人	35.0000
7	闫天午	总监	35.0000
8	韩金平	总监	33.0000

序号	股东名称	职级	出资额（万元）
9	潘宇	助理总经理；子公司北星药业总经理	30.0000
10	沈晓溪	董事会秘书	25.0000
11	王鑫磊	副总监	25.0000
12	许小明	副总监	20.0000
合计			**428.0000**

自员工股权激励计划实施日至本招股说明书签署日，被激励人员未发生变化。

2、股权激励安排的具体内容

（1）激励对象

股权激励计划的激励对象为公司的董事、监事、高级管理人员、核心管理人员、核心技术人员及董事会认为对公司发展有突出贡献的其他人员，以符合条件的员工自愿参与、风险自担为原则，具体参与名单由公司股东（大）会根据《公司法》《证券法》和《公司章程》的相关规定，结合公司实际情况而确定。激励股权来源于公司新增注册资本，由激励对象认缴公司新增注册资本。

（2）限售期及锁定安排

1）限售期

激励对象通过增资的方式持有公司的股份自取得股份之日起 36 个月内且自公司上市之日起 12 个月内不得转让。

2）限售期后的锁定安排

上述规定的限售期届满后，激励对象按照如下方式解除锁定：

①激励对象为公司董事、监事、高级管理人员，按照法律法规规定，或者监管部门或证券交易所的要求减持其所持激励股权；

②激励对象非为公司的董事、监事和高级管理人员，则限售期届满的当年，激励对象按照其限售期届满时点其直接持有的公司全部股份的 50%进行解锁，限售期届满的次年起，激励对象每年可解锁其持有公司全部股份的 10%，分五年解锁完毕。

3）其他相关安排

若公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为，解锁的股份数量将随之进行相应调整。

如果证券监管部门或证券交易所要求限制激励股权转让的要求高于以上规则的，则激励对象承诺将会按照证券监管部门或证券交易所的具体要求同意限制转让其所持激励股权。

（3）关于回购价格

1）公司境内首发上市前

①公司在境内首次公开发行股票并上市前，激励对象因自身原因主动辞职或不再接受公司续聘而终止与公司签署的劳动合同或聘用合同的，**激励对象可以选择**由公司实际控制人按照以下公式计算价格有偿回购或收购激励对象持有的敷尔佳股权：

收购价格=公司最近一期末每股净资产/最近一次经评估的每股价格/最近一次外部融资每股均价三者孰高*激励股份数额*30%

如激励对象选择保留激励股权的，其持有的激励股权将在股权激励计划约定的锁定期基础上，增加 12 个月的锁定期。

②公司在境内首次公开发行股票并上市前，激励对象如出现损害公司利益、违背忠诚义务的情形的，由公司实际控制人按照“激励对象受让激励股份时的现金成本（X）-持股期间现金分红”的价格有偿回购或收购激励对象持有的敷尔佳股权；激励对象给公司造成的经济损失，公司有权另行计算损失并追究补偿。

2）公司境内首发上市后

①公司在境内首次公开发行股票并上市后，激励对象持有锁定期未届满的激励股份，激励对象因自身原因主动辞职或不再接受公司续聘而终止与公司签署的劳动合同或聘用合同的，**激励对象可以选择**由公司实际控制人按照以下公式计算价格有偿回购或收购激励对象持有的敷尔佳股权：

收购价格=收购日前 20 个交易日公司股票每股平均交易价格*激励股份数额*50%

如激励对象选择保留激励股权的，其持有的激励股权将在股权激励计划约定的锁定期基础上，增加12个月的锁定期。

②公司在境内首次公开发行股票并上市后，激励对象持有锁定期未届满的激励股份，激励对象如出现损害公司利益、违背忠诚义务的情形的，由公司实际控制人按照“激励对象受让激励股份时的现金成本（X）-持股期间现金分红”的价格有偿回购或收购激励对象持有的敷尔佳股权；激励对象给公司造成的经济损失，公司有权另行计算损失并追究补偿。

（4）股权激励计划的会计、税务处理

股权激励计划实施过程中涉及的财务、会计处理及税收等事宜，按照有关法律、财务制度、会计准则、税务制度规定执行。

上述股权激励已按照相近时期公司增资价格（以2020年12月31日为评估基准日的评估价值确定）与本次增资价格差额确认 2020 年度股份支付费用12,484.76万元。

2021年6月22日，发行人就上述股权激励完成激励对象个人所得税递延纳税备案并取得《非上市公司股权激励个人所得税递延纳税备案表》。

（二）本次股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化的影响

本次股权激励基于公司未来长远发展考虑，对公司董事、监事、高级管理人员以及对公司经营业绩和持续发展有直接影响的核心人员形成有效激励，有助于公司长期稳定发展。

本次实施股权激励导致公司 2020 年度净利润相应减少，但是不影响公司现金流和净资产。若考虑到股权激励计划将有效促进公司发展，激励计划带来的长期公司业绩提升可能高于因其带来的费用增加。同时，公司向激励对象授予股份所收到的资金用于补充公司流动资金，进一步促进公司经营发展。

截至本招股说明书签署日，激励对象合计持有公司1.1889%股权，公司的股权激励计划不影响实际控制人对公司的控制稳定性。

十九、发行人员工情况

报告期各期末，公司及子公司员工人数为36人、62人、88人及**396**人。报

告期末，公司及子公司员工具体情况如下：

（一）员工专业结构

类别	2021 年 9 月 30 日	
	人数	比例（%）
管理和行政人员	109	27.53
销售人员	87	21.97
研发人员	6	1.52
生产人员	194	48.99
合计	396	100.00

注：由于 2021 年 1 月 1 日开始实施的《化妆品监督管理条例》第三十二条“化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当设质量安全负责人，承担相应的产品质量安全管理和产品放行职责”，公司为加强对生产及研发活动的管理有效性及合规性，将原熟悉研发及生产工艺流程的 2 名研发人员分别于 2021 年 1 月调岗至质量保证部、2021 年 3 月调岗至北星药业生产部。

（二）员工学历结构

学历	2021 年 9 月 30 日	
	人数	比例（%）
硕士及以上	9	2.27
本科	127	32.07
专科及以下	260	65.66
合计	396	100.00

（三）员工社会保险及住房公积金缴纳情况

公司实行劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利，员工的聘用、解聘均依照相关法律办理。截至本招股说明书签署日，公司已经按国家和地方的有关规定，为符合条件的员工缴纳了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险，并缴纳了住房公积金。

1、员工社保公积金缴纳人数情况

报告期末，发行人为员工缴纳社会保险和公积金的具体情况如下：

类别	养老保险	医疗保险	失业保险	生育保险	工伤保险	公积金
员工总数	396	396	396	396	396	396
缴纳人数	359	362	363	362	363	385
未缴纳人数	37	34	33	34	33	11

类别	养老保险	医疗保险	失业保险	生育保险	工伤保险	公积金
原因：新入职员工正在办理相关手续，暂未缴纳及产生费用	37	34	33	34	33	11

2、员工社保公积金缴纳合规情况

2021 年 4 月 20 日及 2021 年 10 月 18 日，发行人取得哈尔滨市松北区民政和人力资源社会保障局开具的《证明》，证明自发行人成立至今不存在因违反有关劳动保护和社会保障相关的法律、行政法规或规范性文件的规定而被处罚或调查的情形，不存在被追缴或可能被追缴社会保险金的情形；同时，该局亦未收到过关于发行人劳动保护或社会保障方面的投诉。

2021 年 6 月 24 日及 2021 年 10 月 27 日，发行人取得哈尔滨住房公积金管理中心开具的《住房公积金建户缴存证明》：“该单位自建户至 2021 年 10 月，不存在因违反住房公积金方面的法律、法规以及规范性文件而被处罚的情形”。

3、发行人实际控制人关于社会保险及住房公积金的承诺

公司实际控制人张立国就公司自成立以来未足额缴纳社会保险和住房公积金可能导致的结果承诺如下：“若因公司及其子公司上市前未为其员工缴纳或足额缴纳社会保险、住房公积金而被政府部门要求补缴社会保险、住房公积金的，承诺人将无条件按主管部门核定的金额代公司及其子公司补缴相关款项；若因公司及其子公司未为员工缴纳或足额缴纳社会保险、住房公积金而被政府部门处以罚款或被员工要求承担经济补偿、赔偿或因此使公司及其子公司产生其他任何费用或支出的，承诺人将无条件代公司及其子公司支付相应的款项，且保证公司及其子公司不因此遭受任何经济损失。”

第六节　业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）基本情况

1、主营业务

敷尔佳是一家具有广泛市场认知度和品牌影响力，从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售的公司。公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念，紧跟消费者需求变化，采用精准营销的策略，借助国货崛起的消费新动力及广泛布局的专业渠道，逐步沉淀品牌力和产品力。

公司在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品，主打敷料和贴、膜类产品，并推出了水、精华及乳液、喷雾、冻干粉等多形态产品。基于对透明质酸钠及胶原蛋白的研究，公司形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主，多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系。公司通过多渠道布局的销售策略、线上线下相结合的营销思路，逐步形成了覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多元化终端销售矩阵。通过多年的口碑传播和品牌推广，公司已拥有多个年销售额过亿元的单品。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%；其中医疗器械类敷料产品占比 25.9%，市场排名第一；化妆品类产品占比 16.6%，市场排名第二。

2、主要产品

公司经过多年发展，已拥有四十余种专业皮肤护理产品，其产品数量丰富、剂型和形态多元，功效丰富全面，能够较好满足市场和客户多样化的需求。

（1）公司产品概况

报告期内，按剂型和产品形态划分，公司产品数量结构情况如下：

类别	产品数量（种）
医用敷料贴及贴、膜（含涂抹式面膜）类	17
喷雾	5
水、精华及乳液	13

类别	产品数量（种）
冻干粉	1
凝胶	2
其他（洁面产品）	2
合计	40

按遵循的监管体系和法规不同划分，公司产品数量结构情况如下：

类别	产品数量（种）
医疗器械类	4
化妆品类	36
合计	40

（2）公司产品具体情况

报告期内，公司产品主要分为医疗器械类敷料产品及化妆品类功能性护肤品，具体名称、规格和功效情况如下：

1）医疗器械类：

①敷料

序号	产品全称	产品图示	规格型号	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	适用范围
1	医用透明质酸钠修复贴（白膜）		MHA-W-T	黑械注准20162140023	2021-04-29（初始注册时间：2016-04-14）	适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复；对痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕形成有辅助治疗作用。
2	医用透明质酸钠修复贴（黑膜）		MHA-B-T	黑械注准20162140023	2021-04-29（初始注册时间：2016-04-14）	
3	医用透明质酸钠修复液（次抛）		MHA-S-1	黑械注准20182140027	2021-04-29（初始注册时间：2018-02-12）	

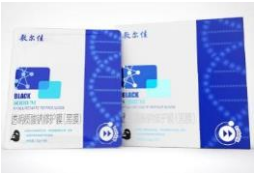
②喷雾

序号	产品全称	产品图示	规格型号	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	适用范围
1	医用透明质酸钠修复液（喷雾）		MHA-P-60	黑械注准20182140027	2021-04-29（初始注册时间：2018-02-12）	适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复；对痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻癫痕形成有辅助治疗作用。

2）化妆品类：

①贴、膜（含涂抹式面膜）类

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
1	敷尔佳积雪草舒缓修护贴		26g	黑G妆网备字2020001165	2020-12-28（初始备案时间：2019-09-04）	适用于各种类型肌肤，尤其适用于敏感性肌肤。具有舒缓修护、补水保湿、缓解肌肤敏感等特性。
2	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴		26g	黑G妆网备字**2021500059**	2021**-09-14**（初始备案时间：2018-09-14）	**适用于普通人群的所有肤质。本品核心成分为微生物发酵来源的胶原蛋白，具有良好的皮肤亲和性，添加聚谷氨酸钠和透明质酸钠等成分，在皮肤表面形成保护层，修护肌肤的同时增强肌肤水分，可令肌肤水润光泽。**
3	敷尔佳虾青素传明酸修护贴		26g	黑G妆网备字**2021500060**	**2021-10-13**（初始备案时间：2019-04-03）	**适用于普通人群的所有肤质。可修护肌肤、减少肌肤水分流失，令肌肤水漾盈润。**
4	敷尔佳植萃醒肤修护贴		25g	黑G妆网备字2021500062	2021-8-**05**（初始备案时间：2020-10-13）	适用于各种类型肌肤。具有补水保湿、提亮肤色等特性。

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
5	敷尔佳透明质酸钠修护贴		26g	黑G妆网备字2020001161	2020-12-28（初始备案时间：2018-03-23）	适用于各种类型肌肤。具有舒缓修护、痘痘修护、补水保湿等特性。
6	敷尔佳透明质酸钠修护贴（黑膜）		30g	黑G妆网备字**2021500519**	**2021-12-25**（初始备案时间：2018-03-23）	适用于各种类型肌肤。具有舒缓修护、痘痘修护、补水保湿等特性。
7	敷尔佳胶原蛋白多效修护贴		26g	黑G妆网备字2021000351	2021-03-29（初始备案时间：2018-09-14）	适用于各种类型肌肤，干燥缺水肌肤，细纹、松弛性肌肤，日晒后肌肤的修护和日常护理。核心成分为微生物发酵来源的胶原蛋白，具有良好的皮肤亲和性，添加神经酰胺和透明质酸钠等成分，可修护皮肤屏障，还肌肤健康神采。
8	敷尔佳透明质酸钠修护膜		26g	黑G妆网备字2020001152	2020-12-28（初始备案时间：2019-07-18）	适用于各种类型肌肤，特别是敏感性肌肤、痘痘肌肤和特殊美容护理后肌肤。具有舒缓修护、痘痘修护、补水保湿等特性。
9	敷尔佳透明质酸钠修护膜（黑膜）		30g	黑G妆网备字**2021500517**	**2021-12-27**（初始备案时间：2019-08-30）	适用于各种类型肌肤，特别是敏感性肌肤、痘痘肌肤和特殊美容护理后肌肤。具有舒缓修护、痘痘修护、补水保湿等特性。
10	敷尔佳烟酰胺美白淡斑修护面膜	储备产品，外包装尚未确定	26g	国妆特字G20202077	2020-10-27（初始备案时间：2020-10-27）	具有美白、祛斑、保湿营养肌肤的功能；烟酰胺、α-熊果苷可有效淡化色斑、色沉，多角度层层美白。包含丰富的二裂酵母发酵产物溶胞物、二裂酵母发酵产物滤液、β-葡聚糖、银耳子实体提取物等成份可修护滋养肌肤，均

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
						匀提亮肤色。
11	敷尔佳净爽控油黑泥膜		5g	黑 G 妆网备字 2021500064	2021-10-03（初始备案时间：2020-12-28）	适用于中性、混合型及油性肌肤。具有净肤控油、清洁毛孔的作用。
12	敷尔佳润泽水感绿泥膜		5g	黑 G 妆网备字 2021500063	2021-10-09（初始备案时间：2020-12-28）	适用于干性、中性、混合型肌肤。具有补水保湿、清洁皮肤的作用。
13	敷尔佳润颜滋养面膜		50g	黑 G 妆网备字 2021500061	2021-11-03（初始备案时间：2020-12-28）	适用于各种类型肌肤。具有强韧肌肤、柔滑亮泽、奢宠润养的功效。
14	**卉呼吸松茸舒润面膜**		**25g**	**黑 G 妆网备字 2021500032**	**2021-09-14**	**添加松茸、马齿苋提取物，舒缓肌肤。同时配合透明质酸钠和甜菜碱等保湿成分，补充肌肤水分，令肌肤光滑细腻有弹性。**

②喷雾

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
1	敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾		150ml	黑 G 妆网备字 2021000015	2021-01-05（初始备案时间：2018-10-12）	适用于各种类型肌肤、日晒后肌肤、干燥缺水肌肤的修护和日常护理。核心成分为微生物发酵来源的胶原蛋白，具有良好的皮肤亲和性，添加聚谷氨酸钠和透明质酸钠等成分，可令肌肤水润光泽。
2	敷尔佳胶原蛋白多效修护喷雾		150ml	黑 G 妆网备字 2021000021	2021-01-05（初始备案时间：2018-10-19）	适用于各种类型肌肤，干燥缺水肌肤，细纹、松弛性肌肤，日晒后肌肤的修护和日常护理。核心成分为微生物发酵来源的胶原蛋白，具有良好的皮肤亲和性；添加神经酰胺和透明质酸钠等成分，可修护皮肤屏障，还肌肤健康

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
						神采。
3	敷尔佳透明质酸钠修护喷雾		150ml	黑 G 妆网备字 2021500526	2021-12-16（初始备案时间：2018-10-19）	适用于各种类型肌肤。具有舒缓修护、痘痘修护、补水保湿等特性。
4	敷尔佳 B5 修护喷雾		150ml	黑 G 妆网备字 2021500540	2021-12-16（初始备案时间：2018-10-19）	适用于急需调理的皮肤修护。采用维生素原 B5 为核心成分的活性修护配方，修护皮肤屏障，尤其适合各种皮肤紧急状态下使用。

③水、精华及乳液

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
1	敷尔佳虾青素神经酰胺修护乳		5g/30g/50g	黑 G 妆网备字 2020001150	2020-12-28（初始备案时间：2019-04-03）	适用于各种类型肌肤。具有修护色泽、改善肤色、密集补水、光感亮洁等特性。
2	敷尔佳透明质酸钠水光精华液		3ml/30ml/50ml	黑 G 妆网备字 2020001154	2020-12-28（初始备案时间：2019-04-03）	适用于各种类型肌肤。本品具有改善肤质肤色，增添肌肤光泽的特性。
3	敷尔佳虾青素传明酸精华液		3ml/30ml	黑 G 妆网备字 2020001151	2020-12-28（初始备案时间：2019-05-16）	适用于各种类型肌肤。具有修护色泽、改善肤色、密集补水、光感亮洁等特性。
4	敷尔佳透明质酸钠氨基丁酸精华液		3ml/30ml	黑 G 妆网备字 2021000022	2021-01-05（初始备案时间：2019-05-16）	适用于各种类型肌肤。产品中水解透明质酸钠密集补水；低分子透明质酸钠滋养表层皮肤，柔嫩肌肤；高分子透明质酸钠形成透气水化膜，减少肌肤内部水分蒸发。多角度补充肌肤水分，牢牢锁水，

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
						添加氨基丁酸，有效舒缓表情细纹，沁现水光肌。
5	敷尔佳烟酰胺美白淡斑修护精华乳	储备产品，外包装尚未确定	30g/40g	国妆特字G20202076	2020-10-27（初始备案时间：2020-10-27）	具有美白、祛斑、保湿、营养肌肤和修护屏障的功能；烟酰胺、α-熊果苷可有效淡化色斑、色沉，多角度层层美白。包含丰富的二裂酵母发酵产物溶胞物、二裂酵母发酵产物滤液、β-葡聚糖、银耳子实体提取物等成份可修护滋养肌肤，均匀提亮肤色。
6	敷尔佳积雪草舒缓修护乳液		10ml/50ml/80ml/100ml/120ml	黑G妆网备字2020001167	2020-12-28（初始备案时间：2020-12-28）	适用于各种类型肌肤，尤其适用于敏感性肌肤。本品具有舒缓修护、补水保湿、缓解肌肤敏感等特性。
7	敷尔佳积雪草舒缓修护水		10ml/100ml/120ml//150m/200ml/300ml	黑G妆网备字2020001166	2020-12-28（初始备案时间：2020-12-28）	适用于各种类型肌肤，尤其适用于敏感性肌肤。本品具有舒缓修护、补水保湿、缓解肌肤敏感等特性。
8	敷尔佳花季色泽修护精纯液		5ml×5支	黑G妆网备字2018001416	已于2021年8月18日注销	科学配比肌肤色泽与光泽修护精萃，创新运用亮肤新方式，令肌肤洁皙柔润、色泽饱满、光泽晶透。适用于： 1、皮肤管理项目使用，匀亮肤色； 2、专业美容护理使用，修护色泽； 3、痘痘肌肤的修护，清肌净颜； 4、点片状肤色肌肤，匀净修色； 5、暗淡的肌肤，光感亮洁。
9	**敷尔佳积雪草舒缓修护霜**		**50g**	**黑G妆网备字2021500530**	**2021-12-09（初始备案时间：2021-08-17）**	**适用于普通人群的所有肤质，尤其适用于敏感性肌肤。具有舒缓修护、补水保湿、缓解肌肤敏感等特性。**

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
10	敷尔佳透明质酸钠次抛修护液		1.3mL	黑G妆网备字2021500191	2021-09-30	适用于普通人群的所有肤质。具有补水保湿，修护肌肤等特性。
11	卉呼吸松茸舒润水		110ml	黑G妆网备字2021500030	2021-09-17	添加马齿苋提取物、松茸，滋润舒缓保湿，令肌肤水润细腻。
12	卉呼吸松茸舒润乳液		100g	黑G妆网备字2021500031	2021-09-15	本品蕴含马齿苋提取物、松茸等多种植物提取物，舒缓肌肤。凝润乳状质地，滋润保湿，帮助肌肤舒润润泽。
13	卉呼吸松茸舒润面霜		50g	黑G妆网备字2021500034	2021-09-17	本品蕴含马齿苋提取物、松茸等多种植物提取物，舒缓肌肤，补水保湿，令肌肤柔滑细嫩。

④冻干粉

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
1	敷尔佳肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液		5ml×3支；100mg×3支	黑G妆网备字2021000584	2021-04-30（初始备案时间：2018-09-25）	蕴含多种肌肤修护成分，给予肌肤充足的修护力。针对性修护肌肤，尽展舒适的年轻美肌。寡肽-1，修护肌肤，提升肌肤保护力。寡肽-3，紧致弹润，滋润改善肌肤。冻干粉的固态特性，保持有效成分稳定，确保功效充分发挥。适用于： 1、皮肤管理项目肌肤的修护，协同增效； 2、美容护理项目肌肤的修护，滋润护肤； 3、痘痘肌肤的修护，清

序号	产品全称	产品图示	净含量	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	产品特性
						肌净颜； 4、日晒后肌肤的修护，靓丽肌肤； 5、滥用化妆品及环境污染造成的脱皮等肌肤的修护，柔肤舒润； 6、日常护理肌肤的修护，持久养护。

⑤凝胶

序号	产品全称	产品图示	规格型号	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	适用范围和主要功效
1	敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜		3g /100g	黑 G 妆网备字 2020001155	2020-12-28（初始备案时间：2020-04-01）	适用于各种类型肌肤。采用包合技术的水杨酸与五种天然果酸复配，温和去除皮肤表面老化角质，有效减少油脂分泌，解决痘痘困扰。清理阻塞毛孔，减轻黑头与闭口，收敛粗大毛孔，使肌肤平滑细腻。
2	敷尔佳海绵骨针祛痘凝露		3g/ 15g	黑 G 妆网备字 2020001164	2020-12-28（初始备案时间：2020-04-01）	适用于改善痘痘、黑头、白头肌肤的多油状态、毛孔堵塞，改善油痘肌肤的角质更新。收敛、缩小毛孔，细滑肌肤。多种植物精华净油祛痘，无暇油痘肌肤，海绵骨针在痘痘生长的前、中、后各时期加强有效成分的作用效果。

⑥洁面产品

序号	产品全称	产品图示	规格型号	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	适用范围和主要功效
1	敷尔佳积雪草洁颜泡泡		150ml	黑 G 妆网备字 **2021500639**	**2021-12-15**（初始备案时间：2020-12-28）	适用于各种类型肌肤，尤其适用于敏感性肌肤。氨基酸洁面配方，细腻绵密的泡沫能够温和清洁毛孔污垢和皮肤油污，舒缓肌肤。易冲洗，洗后不紧绷，不干燥。

序号	产品全称	产品图示	规格型号	注册证编号/备案编号	最新注册/备案时间	适用范围和主要功效
2	卉呼吸松茸舒润洁面啫喱		100g	黑G妆网备字2021500033	2021-09-14	本品蕴含马齿苋提取物、松茸等多种植物提取物，清洁面部的同时补充肌肤水分，清爽怡人。泡沫丰富细腻，轻松清洁毛孔的皮脂和污垢。

3、主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按不同产品类别列示如下：

单位：万元、%

产品分类	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
医疗器械类	67,871.61	57.63	88,031.42	55.54	91,799.12	68.38	33,582.81	89.92
化妆品类	49,905.93	42.37	70,470.28	44.46	42,447.46	31.62	3,765.73	10.08
总计	**117,777.55**	**100.00**	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

（二）主要经营模式

1、采购模式

公司在与北星药业重组前，通过外部采购产成品获得主营业务产品。

公司完成与北星药业的重组后，直接采购生产用原材料，主要包括内容物和包材，其中内容物主要包括活性物、保湿剂、面膜布、乳化剂、油脂等，包材主要包括面膜袋、包装盒、软管、精油瓶等。

公司建立了完整的供应链体系，对供应商选择、供应商管理等各个方面做出了严格规定，并按照制定的《物料供应商管理制度》《物料采购管理制度》《特殊化学品采购管理制度》《供应商确认和批准的标准管理制度》等一系列制度进行采购管理，以保证采购材料的质量符合国家标准和公司需求。

2、生产模式

公司在与北星药业重组前，通过外部采购产成品获得主营业务产品；公司完成与北星药业重组后，主要通过自主生产和委托生产的方式获得主营业务产品。

（1）自主生产

自主生产模式下，公司依靠自有生产设备、技术和工人组织生产。公司自主研发产品配方、设计产品包装，并按照产品开发要求及生产工艺要求完成产品的制造和包装，产品生产完成并经检验合格后对外销售。

在生产过程中，为更好实现生产资源优化配置，公司将部分生产工序进行委托加工，涉及的委托加工环节主要为面膜布折叠组装、辐照灭菌等通用生产工序。除前述工序外，其他生产工序均由公司自主完成。报告期内，公司不存在将关键工序进行委托，亦不存在因委托加工而泄露关键工序和关键技术的情形。

（2）委托生产

委托生产模式下，公司向受托加工厂商提供生产产品所需配方，受托加工厂商按照公司要求生产产成品后交付公司验收。该模式下，生产环节均由受托加工厂商完成。报告期内，公司仅存在委托生产化妆品的情形，对化妆品行业而言，配方研发、销售渠道网络和品牌建设为核心环节。生产环节的附加值较低，重要程度较小。

3、销售模式

发行人主要通过线上及线下两种渠道销售产品。销售模式分为直销、经销及代销三种。不同渠道的销售模式和收入金额具体情况如下：

单位：万元、%

销售渠道	销售模式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上渠道	直销	**33,672.72**	**28.59**	39,571.57	24.97	23,293.69	17.35	1,413.67	3.79
	代销	**2,268.29**	**1.93**	71.30	0.04	-	-	-	-
	经销	**2,051.16**	**1.74**	6,444.98	4.07	7,670.76	5.71	3,010.86	8.06
小计		**37,992.17**	**32.26**	**46,087.85**	**29.08**	**30,964.45**	**23.07**	**4,424.54**	**11.85**
线下渠道	经销	**79,785.38**	**67.74**	112,413.84	70.92	103,282.13	76.93	32,924.01	88.15
小计		**79,785.38**	**67.74**	**112,413.84**	**70.92**	**103,282.13**	**76.93**	**32,924.01**	**88.15**
合计		**117,777.55**	**100.00**	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

（1）线上渠道

公司在线上渠道中分为直销、经销和代销三种模式。直销为公司线上直营店

销售，经销为线上经销商分销，代销为线上 B2C 平台销售。具体如下：

销售模式	销售类型	销售模式介绍	主要平台
线上直销	线上直营店销售	主要通过大型 B2C 平台开设直营店铺的形式进行产品的线上推广与销售	天猫、小红书、京东等
线上经销	线上经销商分销	公司通过与线上经销商签订产品购销协议，线上经销商通过 B2C 平台等开设的自营店铺自主进行产品销售	淘宝、京东、唯品会等
线上代销	线上 B2C 平台销售	公司通过与大型 B2C 平台签订商品购销协议，双方根据平台实际销售产品及其他约定方式进行结算	天猫超市、京东（自营专区）等

1）线上直销

线上直营店，系公司于天猫、小红书、京东等大型 B2C 网络销售平台自主设立运营的网络店铺（即“直营店铺”），公司通过该类网络店铺进行线上推广与销售并获得直销收入。公司线上直营店的具体情况如下：

序号	直营平台	主营品牌	店铺名称	开店时间	网址链接
1	天猫	敷尔佳	敷尔佳旗舰店	2018 年 6 月	fuerjiahzp.tmall.com
2	小红书	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2018 年 8 月	仅通过手机移动端口搜索接入
3	考拉海购	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2020 年 4 月	search.kaola.com/brand/105237.html
4	京东	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2020 年 5 月	mall.jd.com/index-10242376.html
5	京东	敷尔佳	敷尔佳美妆官方旗舰店	2021 年 8 月	https://mall.jd.com/index-11486868.html?from=pc
6	微信小程序	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2020 年 5 月	仅通过手机移动端口搜索接入
7	微店	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2020 年 6 月	仅通过手机移动端口搜索接入
8	抖音	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2020 年 8 月	仅通过手机移动端口搜索接入
9	抖音	敷尔佳	敷尔佳美妆官方旗舰店	2021 年 8 月	仅通过手机移动端口搜索接入
10	快手	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2021 年 4 月	仅通过手机移动端口搜索接入
11	拼多多	敷尔佳	敷尔佳官方旗舰店	2021 年 6 月	仅通过手机移动端口搜索接入

公司各直营店铺均需要与平台签署《服务协议》，公司上述直营店铺服务协议的主要合作条款相似。具体合作方式、主要权利义务以及结算方式情况如下：

合作方式	主要权利义务	结算方式
公司通过天猫、京东、小红书等开放的平台开设直营店铺并自主运营；该等平台向店铺提供搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付等软件服	公司与各个平台签订专项合同，并承诺不在交易过程中采取不正当竞争行为，不扰乱网上交易的正常秩序，不在对应平台从事与网上交易无关的	通常合作中采取店铺佣金结算的模式，即以店铺实现交易额的一定费率收取，自买家向商户支付的订单款项中实时划扣；平台提供推广服务结

合作方式	主要权利义务	结算方式
务；直通车、钻展以及超级推荐等平台宣传推广服务以及店铺运营数据支持服务等。	行为；履行消费者保障义务；违反相关法律法规、侵犯第三方权益或其他违反协议的行为时，应向对应平台支付相应的违约赔偿。	算：根据具体服务类型，按照点击量、曝光量等进行结算，自公司店铺后台的结算账户中扣取。

2）线上经销

线上经销商，系经过发行人遴选后，符合发行人对经销商的认证要求，具备相关营业资质的专业线上经销商。线上经销商严格接受发行人的管理和考核，按照规定在淘宝和唯品会等大型电子商务平台上自主开设运营网络店铺，并向 C 端客户主要销售“敷尔佳”系列产品。公司线上经销商自主开设的店铺主要分布情况如下：

序号	B2C 平台	B2C 具体平台	主营品牌	网址链接
1	淘宝	淘宝网店	敷尔佳	（通过淘宝网页搜索接入）
2	唯品会	唯品会网店	敷尔佳	（通过唯品会网页搜索接入）

公司与线上经销商的具体合作方式、主要权利义务以及结算方式情况如下：

合作方式	主要权利义务	结算方式
线上经销商在公司授权许可的零售范围内开展产品的零售活动。	公司采用买断式销售方式将产品销售至线上经销商，在产品运输至线上经销商指定收货地址并签收后，权利义务完成转移。	线上经销商与公司采用先款后货的结算方式，在确认订单后，经销商将货款先通过电子转账的形式汇款至公司账户，公司确认收款后向经销商邮寄货品。

公司与线上经销商均签订《经销协议》，双方按照《经销协议》开展合作，公司同时按照制定的《经销商管理制度》对线上经销商的运营活动进行监督和管理。公司对线上经销商的主要管理范围如下：

管理项目	具体内容
销售区域	公司根据各线上经销商的店铺情况，授权可以销售公司产品的店铺及渠道范围，并规定不得在未授权的线上店铺、校园店、其他网站以及线下实体店铺销售公司产品。
销售定价	为线上经销商客户提供公司的指导零售价、活动价以及合适的销售政策建议。
交货方式	货物运抵经销商指定的收货地点，并由经销商签收后，货物的所有权及风险责任归属于线上经销商，公司不再承担货物的任何风险。
退换货	公司与线上经销商采取买断式结算方式，产品经过经销商签收后，非质量问题一般不允许退换货。

3）线上代销

该模式下，公司与阿里健康大药房、天猫超市、京东等大型 B2C 平台签署购销协议，前述大型 B2C 平台进行网络代销获得分成佣金。公司主要线上 B2C 平台的具体情况如下：

序号	B2C 平台	B2C 具体平台	主营品牌	网址链接
1	天猫	天猫超市	敷尔佳	（通过天猫超市 chaoshi.tmall.com 搜索接入）
2	天猫	阿里健康大药房	敷尔佳	（通过阿里健康大药房 www.liangxinyao.com 搜索接入）
3	京东	敷尔佳京东自营旗舰店	敷尔佳	mall.jd.com/index-1000301774.html
4	京东	敷尔佳美妆京东自营官方旗舰店	敷尔佳	mall.jd.com/index-1000361981.html

公司同线上 B2C 平台店铺均签署了专门的购销协议，双方主要按照该协议开展合作。公司与上述 B2C 平台的具体合作方式、主要权利义务以及结算方式情况如下：

合作方式	主要权利义务	结算方式
线上 B2C 平台店铺在公司授权许可的零售范围内开展产品的零售活动。	线上 B2C 平台店铺在保持产品原有形态的情况下，可对公司授权许可销售的产品进行销售。	根据双方确认的结算单等形式进行结算。

（2）线下渠道

在线下渠道中，公司采用经销模式对产品进行销售。

1）经销商分级管理

公司从业务规模、从业资质、分销能力、种草能力、沟通能力等多方面严格遴选经销商，并细分为甲、乙、丙三类。分级管理的经销商主要面向美容机构、整形机构等终端渠道。公司经销商分级情况如下：

序号	经销商	经营主体	主营品牌
1	甲类	企业+自然人	敷尔佳
2	乙类	企业+自然人	敷尔佳
3	丙类	自然人为主	敷尔佳

公司已形成较为完善的线下经销商管理制度，并通过对经销商准入和退出的管理，提高线下经销商与公司的粘性及协同性。公司对经销商的主要管理制度如下：

①准入门槛制度

公司通过对申请成为经销商的主体的业务规模、从业资质、经销能力、种草能力等多方面指标的筛选，从而确定其是否符合公司的战略以及是否可以成为公司的经销商。基于对上述各项指标的分析及排序，公司将有资质及能力成为经销商的主体细分为甲、乙、丙三类，以便于差异化管理。

②业绩淘汰制度

不同的经销商级别，约定的销售业绩指标亦不同。如果经销商不能在规定时间完成业绩指标，发行人有权对其进行降级和取消经销资格等措施，以保证经销商的销售竞争力。

2）分销联盟系统平台

公司在官方微信公众号中建立了分销联盟系统平台，并通过该系统平台对经销商进行注册、认证管理及销售，注册于该系统平台的经销商主要为自然人。分销联盟系统平台系对发行人经销商分级管理体系的有效补充，有利于公司下沉销售渠道、深度拓展市场空间，对发行人的整体销售业务具有重要意义。公司对分销联盟系统平台制定了较为完善的管理制度，具体如下：

①准入门槛制度

经销商需经过较为严格的业务能力考核和注册认证程序方可具备经销资质，其需于分销联盟系统平台提供姓名、身份证号码、身份证照片、微信号、手机号、银行卡号、开户行、收货信息等资料，待公司核实其身份真实性后，对其进行注册认证。

②业绩淘汰制度

针对分销联盟系统平台的特点，公司对其不进行分级，但对其制定严格的业绩淘汰制度。如果经销商不能在规定时间完成业绩指标，公司有权对其采用取消代理资格的惩罚措施，以保证经销商的销售竞争力。

③返利制度

公司在经销协议中明确约定了针对分销联盟系统平台的经销商奖励条款，根据业绩完成程度之高低，公司对完成指标、超额指标的经销商进行返利奖励，对

未完成指标的经销商，公司有权对其采用取消经销资格等惩罚机制。

A．涉及返利制度的产品

报告期内，除下列产品外，公司其它产品不存在返利相关的政策，具体产品情况如下：

序号	产品名称	产品简称
1	敷尔佳花季色泽修护精纯液	小白瓶
2	敷尔佳花季肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液	小绿瓶
3	敷尔佳花季提升紧致舒纹冻干粉+提升紧致舒纹修护液	小红瓶
4	敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜	蛋壳膜
5	敷尔佳虾青素传明酸修护贴	灯泡膜
6	敷尔佳润颜滋养面膜	元气面膜

B．返利金额的计算方式

返利相关情况的具体计算方式如下：

返利额=产品月销售额×对应产品权重系数×返利比例

公司根据不同的产品类别及月销售额的具体情况返利，返利比例（3%-30%）根据月销售额所处区间而不同。

C．返利相关的会计处理

公司按单个自然月计算返利金额，并调整相应月份已确认的收入金额，同时确认应付款项。报告期内，公司线下销售计提返利金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
返利金额	2,432.39	6,718.14	4,762.37	2.97
主营业务收入	117,777.55	158,501.70	134,246.58	37,348.55
返利金额/收入总额	2.07%	4.24%	3.55%	0.01%

2018 年 12 月，分销联盟系统平台开始上线运行，因此 2018 年度返利金额较低。2019-2020 年度，随着公司分销联盟系统平台业务规模的不断增长，返利金额逐年增长，返利比例基本保持稳定。

④品类管理制度

分销联盟系统平台的认证经销商仅可经销公司部分产品，一方面有利于产品销售渠道的精确下沉；另一方面，避免了与经销商分级体系之间的压价、窜货、抢客等恶性竞争情形，有利于营造线下经销商的合理竞争空间，促进市场良性发展。

⑤随机配额制度

分销联盟系统平台的认证经销商仅可定期争取产品配额，因配额存在不确定性，该制度限制了经销商恶意囤货并哄抬售价的情形，也规避了经销商低价倾销公司产品的情形。

3）实体渠道经销

为拓展公司产品在药店、商超、便利店、化妆品专营店等实体店铺的销售，增强产品的线下体验，提升产品展示及服务空间，公司与掌握实体销售渠道资源和专业销售实力的经销商进行合作。渠道经销商更加集中掌握美妆护肤实体销售店铺资源，因而更有渠道销售实力。公司与渠道经销商绑定融合，可增强线下体验、增多展示及服务空间、形成自主可控的私域流量。

4、品牌推广模式

公司于运营过程中高度关注品牌的市场推广和产品的市场营销工作，主要通过线上及线下两种方式进行品牌宣传和推广，具体情况如下：

（1）线上推广模式

1）线上销售覆盖场景

线上推广涉及的主要场景情况如下：

主要场景	运营模式	特征	人群画像
传统电商平台	在信息展示、信息传播、信息分享等方面具有优势，打通了不同定位品牌在不同区域的渠道限制	广泛覆盖不同产品品牌、类型及价位	对新媒体传播、线上营销等概念接受度高，有品牌、效果及价格全方位需求
影视剧与综艺节目	将产品或者品牌及其代表性的视觉符号甚至服务内容策略性融入电影、电视剧或综艺节目当中，通过场景的再现，让观众留下对产品及品牌印象，继而达到营销的目的	受众数量庞大，隐蔽性强	对影视剧及综艺节目有较高观看频率

主要场景	运营模式	特征	人群画像
明星代言	利用消费者追捧明星产品的心理，在增加产品曝光度的同时刺激粉丝购买产品	根据其所具有的说服力对消费者产生相应的影响	主要为明星的粉丝
互联网社交平台	随社交软件的兴起，以朋友圈为基础的 C2C 皮肤护理产品销售模式逐渐兴起	产品质量参差不齐，品牌概念较差	通常为价格敏感或易受营销驱使类型

2）公司线上推广具体形式

公司的宣传推广方式包括：电商平台推广、影视剧与综艺节目广告植入、明星代言宣传以及互联网社交平台推广。

①电商平台推广

公司直接在天猫、淘宝、京东等电商平台投放广告或购买品牌推广服务，如利用淘宝直通车、钻展、超级推荐、一站式智投、京东快车、京东海投等广告平台投放，让消费者通过关键词搜索、创意广告或者通过点击网站广告导入公司线上店铺。

②影视剧与综艺节目广告植入

公司通过影视剧和综艺节目的广告植入进行品牌宣传。已植入的影视剧主要包括金鹰剧场剧目，以及《妻子的浪漫旅行 4》《花花万物 2&3》《谁是宝藏歌手》等综艺节目。

③明星代言宣传

公司通过寻求明星为公司产品代言，以获取更高的知名度及销售推广效果。其中，袁姗姗及邓伦曾作为公司敷尔佳面膜的代言人进行了代言，通过产品宣传片、节日祝福视频、平面广告、产品种草视频的拍摄进行宣传推广。此外，代言人还会通过微博、小红书及抖音等社交平台发布推广文案。

④互联网社交平台推广

公司在互联网社交平台推广主要分为商业广告和达人合作两部分。

商业广告：公司主要通过微博、抖音、小红书及微信等互联网社交平台进行商业广告的投放，以达到与潜在客群互动并积累产品知名度与品牌口碑的目的；

达人合作：公司与社交网络平台中达人（包括博主、网红等）合作定期开展

视频直播、发布产品推荐视频等活动，通过达人自有渠道传播品牌形象及产品口碑。

（2）线下推广模式

1）线下销售覆盖渠道

线下推广涉及的渠道较多，公司采用线下推广的主要渠道/场景情况如下：

主要场景	运营模式	产品特征	人群画像
大型商超	KA 渠道，营业面积及客流量大，皮肤护理产品通常为其中一个分区	皮肤护理产品价格通常较低，多为大众化品牌	皮肤护理产品购买意向不充分，通常不是专为选购皮肤护理产品
日化专营店	CS 渠道，专门从事皮肤护理产品销售的零售商，汇集皮肤护理产品、香水、日化用品多种品类，综合性强	通常包含多种皮肤护理产品品牌，价格一般较低	非品牌导向型消费者，多为随机选购
大型百货商场专柜	彩妆产品和中高端皮肤护理产品牌最核心的销售渠道，提供体验式服务及品牌宣传、产品展示等功能	品牌有强大的消费者号召力和盈利能力，价格通常较高	品牌导向型消费者，消费能力一般较强
美容机构	在美容院进行销售的皮肤护理产品多为专业型产品，流通渠道较窄	产品价值透明度不高，常捆绑其他业务销售	该场景下选购产品多受专业人士意见影响
医疗机构	在公立及私立医疗机构中提供医疗器械类产品	均为医疗器械类产品，相较一般皮肤护理产品安全性及治疗作用更强	通常是有特定治疗需求的用户
药店	在药店开设医疗器械专区，仅医疗器械类产品有资质进入该专区	均为医疗器械类产品，相较一般皮肤护理产品安全性及治疗作用更强	通常是有特定治疗需求或对产品安全性要求较高的用户

2）线下销售推广活动

公司线下通过美博会参展以及对经销商的日常拜访等方式与公司经销商及线下渠道保持联系并进行新产品的推广，具体情况如下：

推广事项	具体活动	活动目的
参展美博会	参加上海、广州及成都等多地的美博会，宣传公司产品及品牌	宣传产品及品牌，寻求更好的业务合作机会
新产品宣传	与线上产品宣传相呼应，通过线下媒体渠道对公司产品进行宣传	聘请 KOL 背书，提高新品知名度
经销商拜访	实地探访主要经销商销售及库存情况，了解各地市场销售情况	了解市场及消费者未被满足的需求，跟进产品销售

5、研发模式

公司根据医用敷料及化妆品行业发展趋势和市场需求变化，结合自主研发创新及外部科研院所资源，采取内外协同的研发模式，搭建了较为完整、规范的研发体系。

（1）自主研发

该模式下，公司对项目立项、编制研发计划、设计与开发、跟进设计和试验、试验验收等环节进行全过程管理。公司研发人员通过自有的研发设备进行独立的研发工作。公司自主研发过程中主要集中于产品的前期方向选择及产品设计，后续公司将新产品开发所涉临床实验环节委托至第三方专业机构进行。

（2）委托研发

该模式下，公司与第三方科研院所合作，对产品的工艺及预期效果进行合作开发，并协同开展其他研究工作。委托研发模式下，双方依照合同约定对知识产权及所涉利益进行明确划分。

（三）公司设立以来主营业务、主要产品及主要经营模式的演变情况

敷尔佳有限设立之初，公司作为“敷尔佳”产品的全国总代理与哈三联合作，其中哈三联负责产品的独家生产，公司负责产品的独家销售、推广及品牌运营维护等。

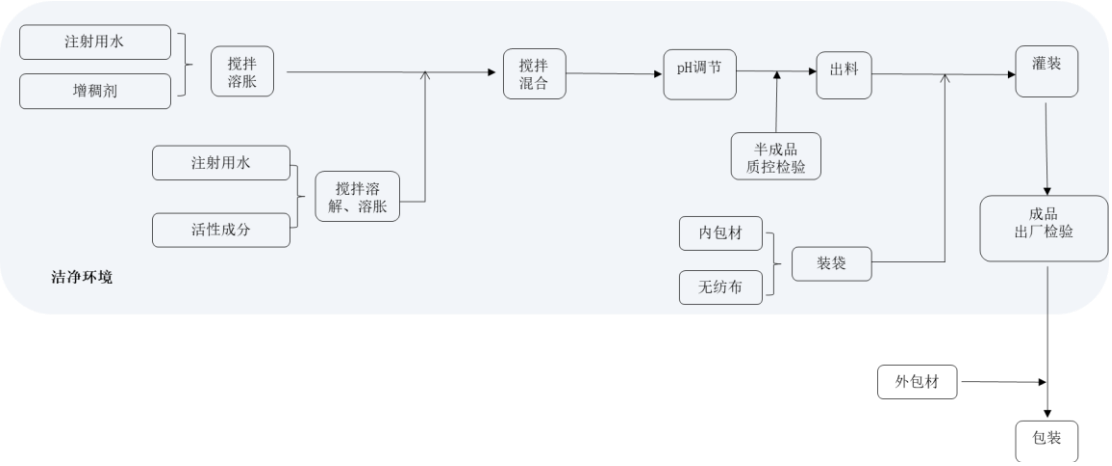
自 2021 年 2 月，公司通过对于北星药业的重组，完成了产业链的垂直整合。重组完成后，公司成为一家研发、生产和销售专业皮肤护理产品的公司。

报告期内，公司主营业务、主要产品及主要经营模式，均未发生重大不利变化。

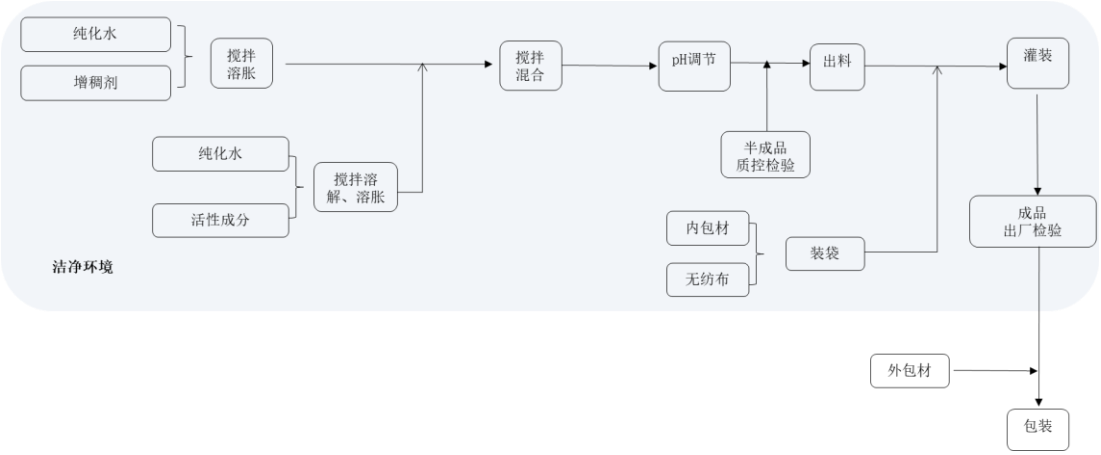
（四）主要产品的工艺流程

公司主要产品属于 II 类医疗器械（敷料）及化妆品，公司主要产品的生产工艺流程图如下：

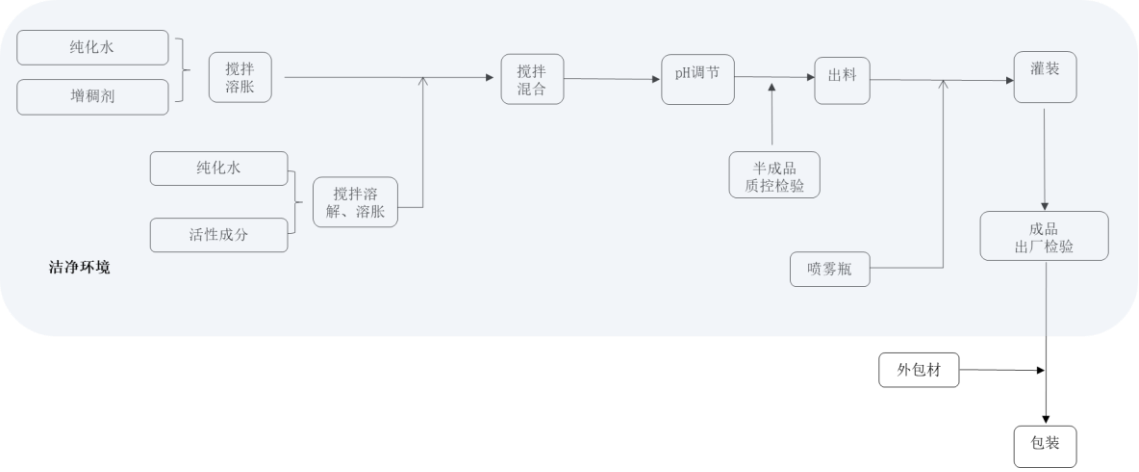
1、医疗器械敷料贴类的生产工艺流程图



2、化妆品（贴、膜类）的生产工艺流程图



3、化妆品（喷雾类）的生产工艺流程图



（五）公司生产经营中的环境保护情况

1、基本情况

公司高度重视环境污染防治工作，在生产过程中严格遵守国家及地方的环保

法律法规。公司生产经营过程中产生的主要污染物包括废水、废气、固体废物和噪声等。同时，公司根据国家及地方环境法规、一般行业环境管理标准，完成了固定污染源排污登记，建立了《废弃物处理标准管理制度》等管理制度，并保存《危险废弃物产生环节记录表》及《危险废弃物贮存环节记录表》等档案，严格贯彻落实环境保护规章制度，及时监测环保执行效果。根据国家和地方环保排放的相关法律法规及行业标准，公司按要求定期开展自行监测，保证排放达标。

2、主要污染物及处理设施

公司的主要污染物及对应的处置方式如下表所示：

污染物类型	主要污染物	处理方式
水污染	生活污水和地面清洁废水	实验室位于厂区综合制剂车间二层，距地面高度大于 5m，同时实验室地面采用水泥混凝土地面+3mmPVC 防水地板，实验全过程规范操作，防渗系数满足相关要求。
大气污染物	废气	通风管道上设置吸附剂+活性炭吸附装置，处理后引至高排气筒排放。
固体废物	实验室废弃物	在实验室中部设一座 12 ㎡危废暂存间，内部设危险废物废液桶、不锈钢托盘和危险废物袋。公司委托具备危险废物经营资质的机构进行无害化处置。
	城镇生活垃圾	交由相关合规机构统一处理。
噪声	噪声	选用低噪声实验仪器和设备，实验室封闭等措施。

报告期内，公司生产经营活动中持续关注环境保护及危废处理等相关问题，环境保护设施运行情况良好。

3、因环境保护受处罚情况

公司环境保护内控制度完善，环境保护设施运行情况良好，报告期内未因环境保护问题受到主管部门处罚。

2021 年 4 月 28 日**及 2021 年 9 月 30 日**，哈尔滨市松北区生态环境和水务局分别出具《证明》，证明敷尔佳、敷特佳和北星药业自设立至证明出具日，严格遵守国家和地方环境保护相关的法律、行政法规和规范性文件的规定，没有因违反国家和地方环境保护相关的法律、行政法规和规范性文件而受到处罚的情形，也未发生环境污染事故和突发环境事件。

二、发行人所处行业基本情况及竞争状况

（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

2020 年，公司 II 类医疗器械销售收入占比为 55.54%。根据中国证监会 2012 年 10 月 26 日颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“C35 专用设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业为“C35 专用设备制造”中的“C3589 其他医疗设备及器械制造”；根据国家药监局发布的《医疗器械分类目录》，公司主要产品属于 II 类医疗器械。

结合公司实际生产经营情况，报告期内公司主营业务收入可区分为医疗器械类收入和功能性护肤品类收入，故行业主管部门、监管体制及相关法规/政策将从医疗器械及化妆品两个维度进行描述。

1、行业主管部门

我国医疗器械行业的主管部门为国家发展和改革委员会、国家药监局、国家卫生健康委员会。其中，国家发展和改革委员会负责组织实施产业政策，研究拟定医疗器械行业发展规划，指导行业结构调整和实施行业管理；国家药监局负责对医疗器械企业的研制、生产、流通和使用进行行政监督和技术管理；国家卫生健康委员会负责制定医疗机构和医疗服务全行业管理办法并监督实施。

我国化妆品行业的主管部门为国家市场监督管理总局。国家市场监督管理总局主要负责制定化妆品监督管理的政策、规划并监督实施，参与起草相关法律法规和部门规章草案，负责化妆品生产许可、卫生监督管理和有关产品的审批工作，组织查处化妆品在研制、生产、流通方面的违法行为；组织实施化妆品的安全、卫生和质量监督检验。

2、行业自律组织

我国医疗器械行业的自律组织为中国医疗器械行业协会，主要负责开展有关行业发展问题的调查研究，向政府有关部门提供政策和立法等方面的意见和建议，组织制定并监督执行行业政策，参与国家标准、行业标准、质量规范的制定、修改、宣传和推广，开展行业资质管理工作等。协会在遵守国家政策法规的基础上，维护会员单位的合法权益，促进中国医疗器械行业的健康发展。

我国化妆品行业所属的自律组织主要为中国香料香精化妆品工业协会和中国轻工业联合会。其中中国香料香精化妆品工业协会主要职能包括受政府委托起草行业发展规划和产业政策；参与政府部门有关本行业法规、政策、标准等的制定、修订工作；制订并组织实施行业自律性管理制度等。中国轻工业联合会主要职能包括开展行业调查研究，向政府提出有关经济政策和立法方面的意见或建议；参与制订行业规划；加强行业自律、规范行业行为、培育专业市场、维护公平竞争；参与制订、修订国家标准和行业标准，组织贯彻实施并进行监督等。

3、行业监管体制

（1）医疗器械

我国医疗器械行业实行市场准入管理和产品管理，既监督生产、经营企业，又监督生产、经营的产品。

1）产品管理

①医疗器械分类管理

我国对医疗器械实行分类管理，按风险程度由低到高，依次分为第一类（I 类）、第二类（II 类）和第三类（III 类）。第一类是风险程度低，实行常规管理足以保证其安全、有效的医疗器械，如基础外科用手术器械、医用 X 光胶片、纱布绷带等；第二类是具有中度风险，需要严格控制管理以保证其安全、有效的医疗器械，如医用缝合针、血压计、体温计等；第三类是具有较高风险，需要采取特别措施严格控制管理以保证其安全、有效的医疗器械，如植入式心脏起搏器、角膜接触镜、医用可吸收缝合线等。

②医疗器械产品注册与备案管理

我国对医疗器械实行产品注册与备案管理制度，第一类医疗器械实行产品备案管理，第二类、第三类医疗器械实行产品注册管理。第一类医疗器械产品备案，由备案人向所在地设区的市级药品监督管理部门提交备案资料；第二类医疗器械产品注册，由注册人向所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门提交注册申请资料，药品监督管理部门审查批准后颁发医疗器械注册证；第三类医疗器械产品注册，由注册人向国家药监局提交注册申请资料，药品监督管理部门审查批准后颁发医疗器械注册证。

2）市场准入管理

①医疗器械生产企业生产许可与备案管理

我国对医疗器械生产企业实行生产许可与备案管理制度，第一类医疗器械生产企业实行备案管理，第二类、第三类医疗器械生产企业实行生产许可管理。开办第一类医疗器械生产企业的，应当向所在地设区的市级药品监督管理部门提交备案资料，办理生产备案；开办第二类、第三类医疗器械生产企业的，应当向所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门申请生产许可，药品监督管理部门审查批准后颁发医疗器械生产许可证。

②医疗器械经营企业许可与备案管理

我国对医疗器械经营企业实行许可与备案管理制度，经营第一类医疗器械不需要许可和备案；经营第二类医疗器械实行备案管理；经营第三类医疗器械实行许可管理。从事第二类医疗器械经营的，应当向所在地设区的市级药品监督管理部门备案；从事第三类医疗器械经营的，应当向所在地设区的市级药品监督管理部门提出申请，药品监督管理部门审查批准后颁发医疗器械经营许可证。

（2）化妆品

1）化妆品注册和备案管理

自 2021 年 1 月 1 日起，凡持有特殊化妆品注册证书（特殊用途化妆品行政许可批件）或者已办理普通化妆品（非特殊用途化妆品）备案的企业或者其他组织，应当按照《化妆品监督管理条例》关于化妆品注册人、备案人的要求，依法对化妆品的质量安全和功效宣称负责。化妆品注册人、备案人应当按照现行注册备案有关规定提交注册和备案资料，化妆品新原料注册人、备案人应当按照要求提交注册和备案资料。

2）功效宣称评价和标签管理

在《化妆品监督管理条例》及《化妆品功效宣称评价规范》配套的化妆品分类规则和分类目录、化妆品功效宣称评价规范、化妆品标签管理办法等发布实施之前，化妆品注册人、备案人暂不需要公布产品功效评价资料的摘要，化妆品功效宣称评价和标签管理按照现行有关规定执行；上述法规实施后，化妆品功效宣

称评价、标签管理办法及注册人、备案人等相关制度均需要依照更完善的法规执行。

3）化妆品生产许可

2021 年 1 月 1 日起，此前已取得的《化妆品生产许可证》在有效期内继续有效，新办化妆品生产许可和许可证变更、延续、补发，依照最新《化妆品监督管理条例》的规定执行。

4、行业主要法律法规

（1）医疗器械

政策名称	颁发单位	发布时间	政策内容
《境内第三类和进口医疗器械注册审批操作规范》	**国家药品监督管理局**	**2021.11**	**明确了境内第三类和进口第二类、第三类医疗器械（包括体外诊断试剂）的注册审批（指产品注册、变更注册和延续注册）包括受理、技术审评、行政审批和批件制作四个环节，临床试验审批包括受理、技术审评、行政审批三个环节，变更备案包括受理和文件制作两个环节。**
《境内第二类医疗器械注册审批操作规范》	**国家药品监督管理局**	**2021.11**	**明确了境内第二类医疗器械（包括体外诊断试剂）注册审批（指产品注册、变更注册和延续注册）包括受理、技术审评、行政审批和批件制作四个环节，变更备案包括受理和文件制作两个环节。**
《加强集中带量采购中选医疗器械质量监管工作方案》	**国家药品监督管理局**	**2021.9**	**通过全面落实高值医用耗材集中带量采购中选企业的质量安全主体责任和药品监管部门的属地监管责任，实现中选企业全覆盖检查和中选品种全覆盖抽检，切实保障集中带量采购中选品种质量安全。**
《关于做好第二批实施医疗器械唯一标识工作的公告》	**国家药品监督管理局和卫健委**	**2021.9**	**要求 2022 年 6 月 1 日起生产的第三类医疗器械（包括第三类体外诊断试剂），应当具有医疗器械唯一标识。医疗器械注册人应当在注册管理系统中提交最小销售单元的产品标识，并在产品上市销售前，将相关数据上传至医疗器械唯一标识数据库，确保数据真实、准确、完整、可追溯。**
《医疗器械注册与备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2021.8	医疗器械注册、备案应当遵守相关法律、法规、规章、强制性标准，遵循医疗器械安全和性能基本原则，参照相关技术指导原则，证明注册、备案的医疗器械安全、有效、质量可控，保证全过程信息真实、准确、完整和可追溯。
《医疗器械监督管理条例》	国务院	2020.12	将医疗器械创新纳入发展重点，对创新医疗器械予以优先审评审批，支持创新医疗器械临床推广和使用，推动医疗器械产业高质量发展；完善医疗器械创新体系，支持医疗器械的基础研究和应用研究，促进医疗器械新技术的推广和应用，在科技立项、融资、信贷、招标采购、医疗保险等方面予以支持。
《医疗器械	国家药品监	2020.3	为进一步缩短抽检周期，提高工作效率，取消了检

政策名称	颁发单位	发布时间	政策内容
质量抽查检验管理办法》	督管理局		验前的样品确认环节，对在经营、使用环节抽到的样品，规定标示生产企业、进口产品代理人收到检验报告后认为其不是本企业产品的，应向其所在地省级药品监管部门提出，由其进行调查核实并依法处置。
《定制式医疗器械监督管理规定（试行）》	国家药品监督管理局和卫健委	2020.1	为满足临床实践中的罕见特殊个性化需求，规范定制式医疗器械监督管理，保障定制式医疗器械的安全性、有效性，明确了定制式医疗器械的定义、备案、设计、加工、使用、监督管理等方面的要求。
《国家药监局关于扩大医疗器械注册人制度试点工作的通知》	国家药品监督管理局	2019.8	强调各级药品监管部门应当加强对注册人履行保证医疗器械质量、上市销售与服务、医疗器械不良事件监测与评价、医疗器械召回等义务情况的监督管理。
《医疗器械临床试验检查要点及判定原则》	国家药品监督管理局	2018.11	加强医疗器械临床试验过程的监督管理，指导监管部门开展医疗器械临床试验监督检查工作。
《医疗器械不良事件监测和再评价管理办法》	国家市场监督管理总局	2018.8	加强医疗器械不良事件监测和再评价，及时、有效控制医疗器械上市后风险，保障人体健康和生命安全。
《医疗器械网络销售监督管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2017.11	明确了国家食品药品监督管理总局负责指导全国医疗器械网络销售、医疗器械网络交易服务的监督管理，并组织开展全国医疗器械网络销售和网络交易服务监测，并明确了各级食品药品监督管理局对医疗器械网络销售的监管职责。
《医疗器械经营监督管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2017.11	按照医疗器械风险程度，医疗器械经营实施分类管理。经营第一类医疗器械不需许可和备案，经营第二类医疗器械实行备案管理，经营第三类医疗器械实行许可管理。
《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》	中共中央办公厅、国务院办公厅	2017.10	为促进药品医疗器械产业结构调整和技术创新，提高产业竞争力，满足公众临床需要，就深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新提出了包括改革临床试验管理；加快上市审评审批；促进药品创新和仿制药发展；加强药品医疗器械全生命周期管理的意见。
《医疗器械标准管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2017.2	明确了产品技术要求与强制性标准、推荐性标准之间的关系、标准的实施与监督，细化了标准管理职责及标准制修订工作程序，强调了标准公开和标准跟踪评价等内容。
《医疗器械召回管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2017.1	为加强医疗器械监督管理，控制存在缺陷的医疗器械产品，消除医疗器械安全隐患，保证医疗器械的安全、有效，召回存在缺陷的医疗器械。
《医疗器械临床试验质量管理规范》	国家食品药品监督管理总局	2016.3	本规范涵盖医疗器械临床试验全过程，包括临床试验的方案设计、实施、监查、核查、检查，以及数据的采集、记录，分析总结和报告等。

政策名称	颁发单位	发布时间	政策内容
《医疗器械通用名称命名规则》	国家食品药品监督管理总局	2015.12	医疗器械通用名称不得含有未经科学证明或者临床评价证明，或者虚无、假设的概念性名称，且不得含有“美容”、“保健”等宣传性词语。
《医疗器械使用质量监督管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2015.10	医疗器械使用单位应当按照本办法，配备与其规模相适应的医疗器械质量管理机构或者质量管理人员，建立覆盖质量管理全过程的使用质量管理制度，承担本单位使用医疗器械的质量管理责任。
《国务院关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》	国务院	2015.8	提高药品审批标准，推进仿制药质量一致性评价，加快创新药审评审批，开展药品上市许可持有人制度试点，落实申请人主体责任，及时发布药品供求和注册申请信息，改进药品临床试验审批，严肃查处注册申请弄虚作假行为，简化药品审批程序、完善药品再注册制度，改革医疗器械审批方式，健全审评质量控制体系，全面公开药品医疗器械审评审批信息。
《医疗器械分类规则》	国家食品药品监督管理总局	2015.7	医疗器械按照风险程度由低到高，管理类别依次分为第一类、第二类和第三类。 医疗器械风险程度，应当根据医疗器械的预期目的，通过结构特征、使用形式、使用状态、是否接触人体等因素综合判定。
《医疗器械生产质量管理规范》	国家食品药品监督管理总局	2014.12	企业应当按照本规范的要求，结合产品特点，建立健全与所生产医疗器械相适应的质量管理体系，并保证其有效运行。
《医疗器械经营质量管理规范》	国家食品药品监督管理总局	2014.12	医疗器械经营企业应当在医疗器械采购、验收、贮存、销售、运输、售后服务等环节采取有效的质量控制措施，保障经营过程中产品的质量安全。
《医疗器械说明书和标签管理规定》	国家食品药品监督管理总局	2014.7	医疗器械说明书和标签的内容应当科学、真实、完整、准确，并与产品特性相一致。医疗器械说明书和标签的内容应当与经注册或者备案的相关内容一致。
《医疗器械生产监督管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2014.7	为加强医疗器械生产监督管理，保证医疗器械安全、有效，规范医疗器械生产行为。

（2）化妆品

政策名称	颁发单位	发布时间	政策内容
《化妆品生产经营监督管理办法》	国家市场监督管理总局	2021.8	从事化妆品生产活动，应当向所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门提出申请。经省、自治区、直辖市药品监督管理部门资料审核和现场核查符合条件、取得化妆品生产许可证后，方可生产。
《2021 年下半年国家化妆品安全风险监测计划》	**国家药品监督管理局**	**2021.7**	**于 2021 年下半年部署开展计划风险监测工作。为对影响化妆品质量安全的风险因素进行监测和评价，为制定化妆品质量安全风险控制措施和标准、开展化妆品抽样检验提供科学依据。**
《关于进一步明确普通化妆品备案管理工作有关事项的通	**国家药品监督管理局**	**2021.6**	**根据普通化妆品备案管理工作的运行情况进一步明确有关事项，包括严格落实法规要求，严格规范备案信息公开，严肃查处违法违规行为，加强法规宣贯，落实企业主体责任，加强调查研究，及时解决问题。**

政策名称	颁发单位	发布时间	政策内容
知》			
《化妆品功效宣称评价规范》	国家药品监督管理局	2021.4	化妆品注册人、备案人申请特殊化妆品注册或者进行普通化妆品备案的，应当依据《规范》的要求对化妆品的功效宣称进行评价，并在国家药监局指定的专门网站上传产品功效宣称依据的摘要
《化妆品注册备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2021.1	申请注册具有防腐、防晒、着色、染发、祛斑美白功能的化妆品新原料，应当按照国家药品监督管理局要求提交申请资料。受理机构应当自收到申请之日起 5 个工作日内完成对申请资料的形式审查。
《化妆品监督管理条例》	国务院	2020.6	2021 年 1 月 1 日开始实施，化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品。国家对特殊化妆品实行注册管理，对普通化妆品实行备案管理。化妆品原料分为新原料和已使用的原料。国家对风险程度较高的化妆品新原料实行注册管理，对其他化妆品新原料实行备案管理。化妆品注册人、备案人对化妆品的质量安全和功效宣称负责。首次在行政法规层面，对化妆品集中交易市场、展销会进行相关规定。明确将美容美发机构、宾馆等在经营中使用化妆品或者为消费者提供化妆品的行为，视为经营行为。参照《中华人民共和国电子商务法》的相关规定，新增对电子商务平台经营者和平台中化妆品经营者的相关要求。
《化妆品注册和备案检验工作规范》	国家药品监督管理局	2019.9	化妆品企业应当依照法规、强制性国家标准、规范的要求，选择具备相应检验能力的检验检测机构，对申报注册或提交备案的化妆品进行检验，并对其提供的检验样品和有关资料的真实性、完整性负责。
《化妆品检验检测机构能力建设指导原则》	国家药品监督管理局	2019.8	加强对药品、医疗器械、化妆品类检验检测机构在能力建设方面的指导，提升检验检测能力，为药品、医疗器械化妆品、监督体系提供有力的保障。
《化妆品风险监测工作规程》	国家药品监督管理局	2018.1	风险检测指系统地、持续地对化妆品中风险因素进行信息收集、样品采集、检验、结果分析，及早发现化妆品质量安全问题，为化妆品监督抽检、风险研判和处置提供依据。
《化妆品监督抽检工作规范》	国家药品监督管理局	2017.7	省级食品药品监督管理部门负责组织实施本行政区域内的化妆品监督抽检工作，对本行政区域内监督抽检不合格化妆品及其生产经营单位依法进行处置。

5、行业相关政策

（1）《关于促进健康服务业发展的若干意见》

2013 年 9 月 28 日，国务院印发《关于促进健康服务业发展的若干意见》（国发[2013]40 号），提出培育健康服务业相关支撑产业，支持自主知识产权药品、医疗器械和其他相关健康产品的研发制造和应用。

（2）《关于调整化妆品消费税政策的通知》

自 2016 年 10 月 1 日起，财政部国家税务总局取消对普通美容、修饰类化妆品征收消费税。对高档化妆品的征收的税率调整为 15%。

（3）《“健康中国 2030”规划纲要》

2016 年 10 月 25 日，中共中央国务院印发了《“健康中国 2030”规划纲要》，提出要加快医疗器械转型升级，提高具有自主知识产权的医学诊疗设备、医用材料的国际竞争力，到 2030 年，药品、医疗器材质量标准全面与国际接轨。

（4）《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》

2016 年 11 月 29 日，国务院印发了《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，提出加快组织器官修复和替代材料及植介入医疗器械产品创新和产业化。

（5）《化妆品监督管理条例》

2021 年 1 月 1 日开始实施的《化妆品监督管理条例》被称为化妆品行业的基本法，新政策对化妆品类公司经营的各个环节制定了最基本的行为规范，提高了行业整体的准入门槛。作为注册和备案的主体，公司在《化妆品监督管理条例》实施后将承担更多的责任，即不仅要对产品的质量安全负责，而且要承担产品功效宣称评价的职责。严格的监督抽检环节以及对抽检不合格化妆品及其生产经营单位的严厉处置对整体行业的运营模式提出了新要求，并鼓励各经营单位加大对科研和研发的投入，行业整体向规范化、专业化方向发展。

（6）《“十四五”规划纲要和 2035 年远景目标纲要》

2021 年 3 月 13 日，中央人民政府发布《“十四五”规划纲要和 2035 年远景目标纲要》，提出包括构建强大公共卫生体系、深化医药卫生体制改革、健全全民医保制度、推动中医药传承创新等，并将实施多项与健康产业发展相关的“全民健康保障工程”。

（7）《医疗器械监督管理条例》

国务院公布修订后的《医疗器械监督管理条例》自 2021 年 6 月 1 日起施行。近年来，随着医疗器械产业快速发展，党中央、国务院对药品医疗器械审评审批制度改革作出一系列重大决策部署，对原条例进行相应修订，以法规形式巩固了

改革成果；修订案中加大惩处力度，提高违法成本。落实“处罚到人”要求，加大对违法单位的行业和市场禁入处罚力度，大幅提高罚款幅度，从制度层面进一步促进行业创新，更好满足人民群众对高质量医疗器械的期待。

（8）《化妆品生产经营监督管理办法》

2021 年 8 月 6 日，国家市场监督管理总局审议通过《化妆品生产经营监督管理办法》，该法规自 2022 年 1 月 1 日起实施，对化妆品生产许可程序、化妆品生产管理要求及化妆品经营和监督管理等方面提出了更高的要求。在生产许可方面，细化了申请化妆品生产许可的条件，对申请人提出的化妆品生产许可申请分情况处理；在化妆品生产管理方面，要求企业落实质量安全责任制；在化妆品广告宣传方面，细化了标签管理要求，并进一步明确对化妆品虚假宣传、违法宣传等要求；在化妆品经营和监督管理方面，对化妆品的生产监督管理全过程作出了进一步优化。

6、行业监管体制及行业政策对发行人的影响

我国行业监管体制对资质认证方面提出了较高要求，使得行业存在一定的进入壁垒。同时，公司所处行业受到国家产业政策的鼓励和支持，有利于积极推动产业发展，加快技术升级，使公司在国家政策背景下受益。

（二）行业发展概况

1、皮肤护理产品行业发展概况

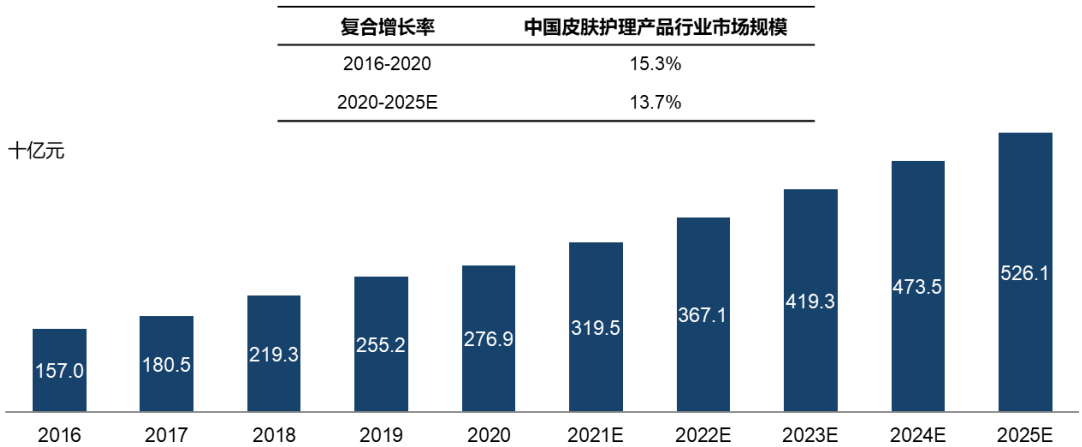
皮肤护理产品指用于脸部或者身体，用以护理皮肤，保持皮肤的机理和光泽，起到保湿、补水、清洁、延缓皮肤衰老、防止或者修复皮肤受损等作用。

皮肤护理产品依照不同定位，可分为专业皮肤护理产品和基础护肤品。基础护肤品属于化妆品，即用于脸部或者身体，用以护理皮肤，保持皮肤的机理和光泽的化妆品；专业皮肤护理产品主要指针对皮肤状态不稳定，如皮肤屏障受损、持续发痘、脱皮、过敏、泛红、激光光子治疗术后、水光针术后等情况的肌肤使用的产品；根据注册类别和监管分类，专业皮肤护理产品可以分成医疗器械类敷料产品和化妆品类功能性护肤品，其中，医疗器械类敷料产品系可直接使用于创口的创面敷料，功能性护肤品仅可在健康完整的皮肤表面上使用。

（1）中国皮肤护理产品市场发展概况

随着居民生活水平的提高、居民对自身健康及肌肤护理的重视程度不断提高、皮肤护理产品种类繁多、可满足需求多样化等多重因素的驱动下，中国居民越来越愿意将更多的支出投入个人护理，促进了皮肤护理产品行业的快速发展。2016 年至 2020 年，中国皮肤护理产品行业市场规模由 1,570 亿元增长至 2,769 亿元，年复合增长率为 15.3%。2020 年至 2025 年，预计中国皮肤护理产品行业将保持 13.7%的年复合增长率增长，预计到 2025 年中国皮肤护理产品行业的市场规模将达 5,261 亿元。

中国皮肤护理产品行业市场规模（按零售额计算），2016-2025E

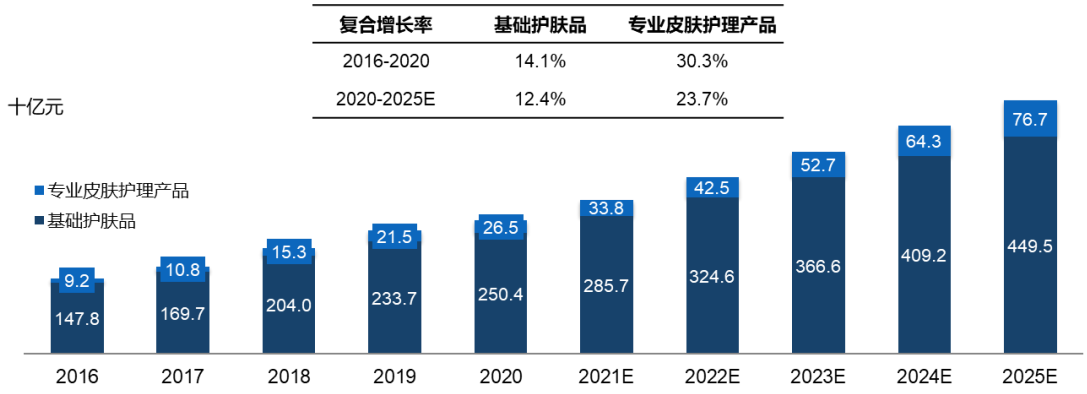


资料来源：弗若斯特沙利文分析

（2）中国不同类型皮肤护理产品市场发展概况

皮肤护理产品根据概念和定位的不同，可以分成基础护肤品和专业皮肤护理产品。基础护肤品和专业皮肤护理产品的市场规模由 2016 年的 1,478 亿元和 92 亿元增长至 2020 年的 2,504 亿元和 265 亿元，年均复合增长率为 14.1%和 30.3%。预计到 2025 年，基础护肤品和专业皮肤护理产品的市场规模将达到 4,495 亿元和 767 亿元。

中国皮肤护理产品行业市场规模（按基础护肤品和专业皮肤护理产品拆分），2016-2025E



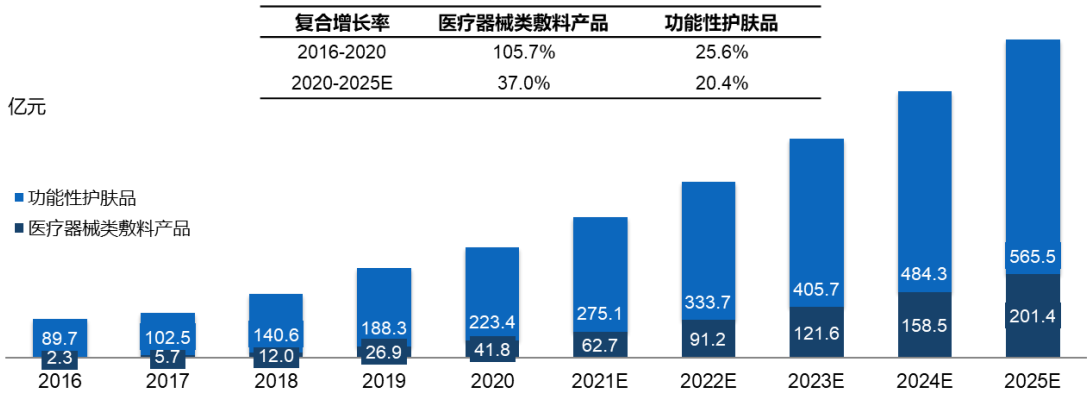
资料来源：弗若斯特沙利文分析

2、专业皮肤护理产品行业发展概况

（1）中国专业皮肤护理产品行业发展概况

专业皮肤护理产品可以分为功能性护肤品和医疗器械类敷料产品。功能性护肤品和医疗器械类敷料产品的市场规模由 2016 年的 89.7 亿元和 2.3 亿元增长至 2020 年的 223.4 亿元和 41.8 亿元，年均复合增长率为 25.6%和 105.7%。预计到 2025 年，功能性护肤品和医疗器械类敷料产品的市场规模将达到 565.5 亿元和 201.4 亿元。

中国专业皮肤护理产品行业市场规模（按医疗器械类敷料产品和功能性护肤品拆分），2016-2025E



资料来源：弗若斯特沙利文分析

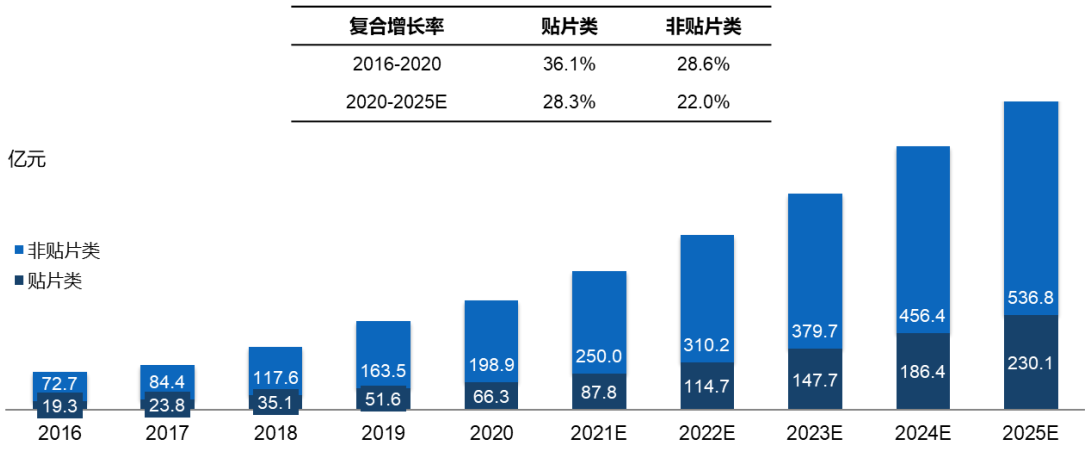
（2）中国不同形态专业皮肤护理产品市场发展情况

通常专业皮肤护理产品的产品形式分为贴片类和非贴片类两大类：贴片类专业皮肤护理产品主要是通过片状膜布等材料将精华液/成分液敷贴于皮肤上的产

品；非贴片类专业皮肤护理产品由精华、次抛原液、水、喷雾、乳液等将精华液/成分液直接涂抹在皮肤上的产品组成。贴片类和非贴片类在医疗器械类敷料中称作“敷料贴类”及非敷料贴类；在功能性护肤品中称作“贴、膜类”及其他类别。

贴片类和非贴片类专业皮肤护理产品的市场规模由 2016 年的 19.3 亿元和 72.7 亿元增长至 2020 年的 66.3 亿元和 198.9 亿元，年均复合增长率为 36.1%和 28.6%。预计到 2025 年，贴片类和非贴片类专业皮肤护理产品的市场规模将达到 230.1 亿元和 536.8 亿元。

中国专业皮肤护理产品行业市场规模（按贴片类和非贴片类拆分），2016-2025E



资料来源：弗若斯特沙利文分析

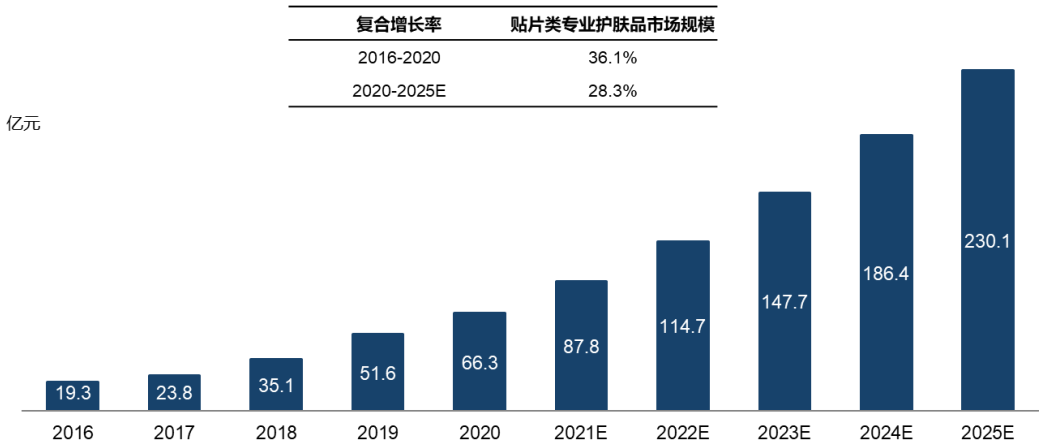
3、贴片类专业皮肤护理产品市场发展概况

贴片类的专业皮肤护理产品通常为贴合脸部形状的膜布，浸润在面膜精华液中，使用时直接覆盖贴合于脸部，通常具备清洁、保湿、祛斑、美白、抗皱、修护、舒缓、祛痘等功能。

（1）中国贴片类专业皮肤护理产品行业发展概况

贴片类专业皮肤护理产品市场规模增长速度快于整体皮肤护理产品市场，市场发展潜力大。中国贴片类专业皮肤护理产品市场规模由 2016 年的 19.3 亿元增长至 2020 年的 66.3 亿元，年均复合增长率为 36.1%，快于同期的整体皮肤护理产品行业。未来，中国贴片类专业皮肤护理产品行业规范程度及居民保养意识将进一步提升，消费群体随之不断扩大，国内贴片类专业皮肤护理产品行业也将稳步增长，预计市场规模将在 2025 年增长至 230.1 亿元，年均复合增长率为 28.3%。

中国贴片类专业皮肤护理产品市场规模，2016-2025E

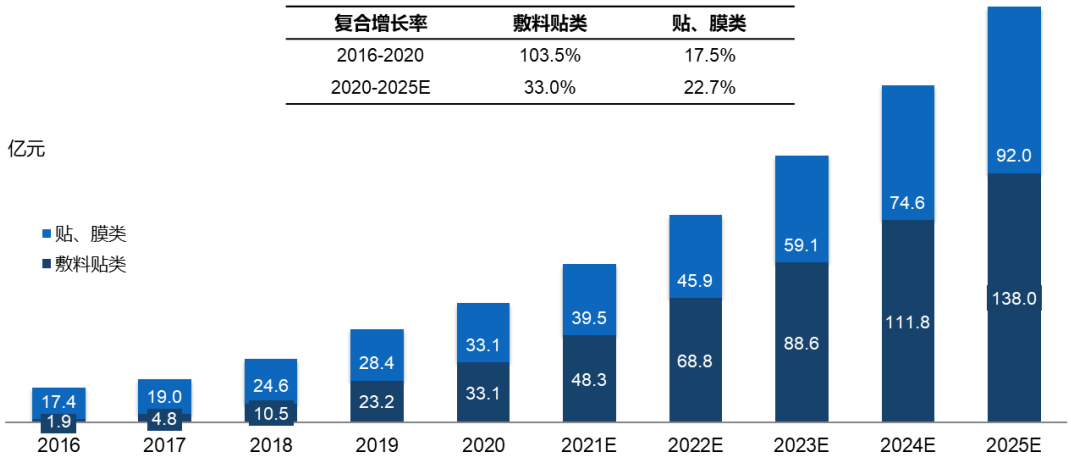


资料来源：弗若斯特沙利文分析

（2）中国不同类型贴片类专业皮肤护理产品市场发展概况

贴片类专业皮肤护理产品按不同监管体系可以分为敷料贴类和贴、膜类（功能性护肤品）两种。敷料贴类产品在中国起步较晚，2016 年市场规模仅 1.9 亿元，其后以 103.5%的年均增长率在 2020 年增加至 33.1 亿元；贴、膜类功能性护肤品由 2016 年的 17.4 亿元增长至 2020 年的 33.1 亿元，年均复合增长率为 17.5%。预计到 2025 年，敷料贴类和贴、膜类（功能性护肤品）市场规模将达到 138.0 亿元和 92.0 亿元。

中国贴片类专业皮肤护理产品市场规模（按敷料贴类和贴、膜类拆分），2016-2025E



资料来源：弗若斯特沙利文分析

（三）公司自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司自身的创新、创造、创意特征

（1）公司注重产品创新，持续推出契合消费者需求的新产品

公司目前的管理及研发团队汇集了多学科的各类专业人才，在市场需求发现、产品方向选择、配方开发、包装设计等方面具备竞争优势。管理及研发团队能够准确把握市场动向，挖掘消费者的潜在需求，并可结合潜在市场机会开发出优质产品，从而实现公司产品持续满足市场需求，紧跟行业潮流，并在消费需求多元化趋势下保持强劲的市场竞争力。

公司销售的医用透明质酸钠修复贴，适用于修复轻中度痤疮、促进创面愈合，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状，占据了市场先发优势，树立了良好的品牌形象和市场口碑；同时，内含胶原蛋白、虾青素、积雪草等成分的功能性护肤品，有助于使肌肤水润光泽、改善肤色、舒缓修护、补水保湿等，成为年销售额过亿元的单品。

（2）公司注重模式创新，逐步形成满足市场形势变化的业务模式

公司拥有一支经验丰富、运营效率高的销售团队，在皮肤护理产品销售方面积累了大量的实战经验，具有较强的市场敏锐度，能够根据市场形势的变化持续进行销售模式创新，从而在千变万化的市场环境中始终保持领先地位。公司的市场创新能力突出表现在对销售渠道的选择和对营销方式的选择两方面：

在销售渠道方面，公司建立了完善的分级管理机制，深入触达医疗机构、美容机构等终端渠道，通过专业渠道经销商的合作拓展了化妆品专营店、大型商超等实体销售渠道，通过分销联盟系统平台进一步下沉销售渠道、深度拓展市场空间；同时，基于线下渠道沉淀的市场口碑，形成了直销、经销、代销相结合的线上销售渠道，充分利用互联网的高效性，通过主流电商平台汇集用户流量，借助灵活的新媒体营销手段，进一步提升了品牌知名度。在国货热潮的带动下，凭借着良好的产品质量成功把握住皮肤护理产品行业快速增长的发展机遇，实现了业务的快速增长。

在营销方式方面，公司从知名度及专业性两方面提高消费者对公司品牌的认

可度。通过紧跟时代发展的潮流，充分利用新媒体时代营销渠道多元化的特性，积极开展网络直播营销、明星推广、种草推广等合作以增加产品知名度；通过小红书、抖音等垂直领域的内容平台，对消费者提供专业化的产品教育，形成内容沉淀，实现从广度到精度的聚焦。

2、公司的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）公司充分利用先发优势在皮肤护理产品领域取得了相对优势

公司以术后修复和肌肤问题解决类产品作为主要切入点，打造了“敷尔佳”品牌 II 类医疗器械类敷料产品。该类产品利用透明质酸钠活性成分，促进皮肤屏障自我修复，实现对肌肤的护理。随着品牌影响力的持续沉淀，“敷尔佳”品牌在消费者群体中已经具备了一定的知名度，并积累了一批忠实用户群体。公司凭借着在电商平台优异的表现，逐步提升了行业内同类产品销量领先的地位。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%。

公司凭借其优质的产品受到了市场的广泛认可，荣获“2018 年中国美容化妆品业受欢迎品牌”、“2019 最佳人气企业”等多项荣誉。

（2）公司通过与互联网营销渠道的深度融合实现销售收入快速增长

公司充分利用互联网思维，通过电商平台推广、影视剧/综艺节目广告植入、明星代言宣传以及互联网社交平台推广等营销方式，实现与互联网电子商务的深度融合。公司灵活运用互联网营销手段和先进大数据分析方法，实施精准营销，全面带动公司整体销售收入的增长。报告期内，公司线上渠道销售收入分别为 4,424.54 万元、30,964.45 万元、46,087.85 万元和 **37,992.17** 万元，占整体销售收入的比例分别为 11.85%、23.07%、29.08%和 **32.26**%。

（3）公司顺应新业态下零售模式的发展趋势构建了线上线下全渠道营销体系

随着天猫、京东、小红书、抖音等主流电子商务平台与互联网社交平台的快速崛起，皮肤护理产品零售的营销思路不再局限于线下/线上店铺等单一销售推广渠道，公司借助线上渠道的发力实现销售规模的快速扩张。同时，随着大数据技术的快速普及和广泛运用，公司重视线上线下的协同优势，实现线上互动与线

下体验、线上下单与线下服务的融合，以提升产品带给客户的全方位体验，并通过线上线下渠道相结合的营销思路进一步提升品牌影响力和市场竞争力。

（4）公司利用供应链管理优势提升了运营效率

基于轻资产运营的经验，公司发挥在供应链体系中的主导作用，提升供应商体系的积极性和配合度，快速建立起自有品牌力，并积极响应客户和消费者需求，有效提高业绩增长。公司不断优化供应链管理体系，增强供应链的安全性和灵活性，通过不断筛选更替，公司已精选出合作稳定的供应商及销售能力突出的经销商。

综上所述，公司业务发展依靠创新、创造、创意的大趋势，通过多年的市场口碑积累和品牌推广，已拥有多个年销售额过亿元的单品，在贴片类专业皮肤护理产品市场排名第一，符合《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》的行业目录，公司主营业务属于新产业、新业态、新商业模式的范畴。

（四）行业竞争格局

1、行业竞争格局

随着皮肤护理产品制造工业的革新，以及消费者对产品赋予更高品质的要求，专业皮肤护理产品逐渐成为市场新趋势。基于安全和功效双重需求，专业皮肤护理概念开始盛行，其凭借适用性广、安全性高及功效性强等优势备受消费者青睐。专业皮肤护理品牌推广、产品生产、技术开发、销售渠道建设及日常运营均需要较高的资本支撑。

目前，敷尔佳、巨子生物、安德普泰、创尔生物、贝泰妮占据了中国贴片类医疗器械类敷料产品的主要市场份额；贝泰妮、敷尔佳、华熙生物、巨子生物、创尔生物占据了中国贴片类功能性护肤品的主要市场份额。

2、发行人的行业地位

公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念，主要从事专业皮肤护理产品的研发、生产及销售。报告期内，公司主营业务收入分别为 37,348.55 万元、134,246.58 万元、158,501.70 万元及 **117,777.55** 万元，销售额逐年上升。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤

护理产品市场第一，占比 21.3%；其中医疗器械类敷料产品占比 25.9%，市场排名第一；化妆品类产品占比 16.6%，市场排名第二。

3、行业内主要企业

报告期内，中国专业皮肤护理产品行业发展较为迅速，行业内公司及品牌众多，行业内主要企业情况如下：

（1）国际企业

1）资生堂

资生堂总部位于东京，是日本第一家西式药房，从事化妆品、洗漱品、个人护理产品、美容及美发产品的生产和销售业务。

2）欧莱雅

欧莱雅总部位于巴黎，是一家法国化妆品公司，旗下品牌分为高档化妆品、大众化妆品、专业美发产品及活性健康化妆品四大类；除化妆品以外，该集团还经营高档的消费品，并从事制药和皮肤病研究。

3）雅诗兰黛

雅诗兰黛总部位于纽约，是一家美国皮肤护理、化妆品、香水和头发护理产品的制造商和销售商。旗下品牌包括雅诗兰黛、倩碧、雅男士、Lab Series、Prescriptives、Origins 等，涵盖了护肤品、化妆品、香水与护发等诸多产品类型。

（2）国内企业

1）敷尔佳

敷尔佳是一家具有广泛市场认知度和品牌影响力，集研发、生产和销售为一体，提供专业皮肤护理产品的公司。公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念，紧跟消费者需求变化，采用精准营销的策略，借助国货崛起的消费新动力及专业渠道布局，逐步沉淀品牌力和产品力。

2）贝泰妮

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司是以“薇诺娜”品牌为核心，专注于应用纯天然的植物活性成分提供温和、专业的皮肤护理产品，重点针对敏感性肌

肤，在产品销售渠道上与互联网深度融合的专业化妆品生产企业。

3）创尔生物

广州创尔生物技术股份有限公司是一家应用活性胶原生物医用材料制备关键技术，进行活性胶原原料、医疗器械及生物护肤品的研发、生产及销售的高新技术企业。

4）巨子生物

陕西巨子生物技术有限公司是一家以基因工程、生物材料工程为主导的高新技术企业，聚焦于皮肤医学、医疗器械、预防医学和营养医学三大健康产业方向。公司旗下拥有皮肤医疗领域的可丽金（敏感肌肤修复）、可复美（术后疤痕修复）、可愈（口腔健康）三个主要品牌线。

5）安德普泰

北京安德普泰医疗科技有限公司是一家专注提供适用于疾病预防、辅助治疗及亚健康调理的功效性产品的公司。公司专注于皮肤健康，旗下有五个品牌线，包括芙清、芙汭、芙芙、芙清密钥、芙了，拥有面膜、修复液、凝胶、洁面乳、护手霜等多种形式的产品。

6）华熙生物

华熙生物科技股份有限公司建立了从原料到医疗终端产品、功能性护肤品及功能性食品的全产业链业务体系，服务于全球的医药、化妆品、食品制造企业、医疗机构及终端用户。公司旗下护肤品牌有“润百颜”等。

7）珀莱雅

珀莱雅化妆品股份有限公司主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售。旗下主要拥有“珀莱雅”、“悦芙媞”、“彩棠”、“INSBAHA”、“CORRECTORS”等品牌。公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、高功效护肤等美妆领域。

4、行业进入壁垒

专业皮肤护理产品行业不仅是劳动密集型产业，而且是资本密集型产业，需要较高的人力及物力的投入，行业进入壁垒主要体现在以下几个方面：

（1）市场知名度/品牌认知度壁垒

现阶段，中国皮肤护理产品市场主要被国际品牌和一些国内领先品牌占据。在行业内的中端和高端皮肤护理产品的市场中，品牌定位、产品质量、设计、技术和管理等方面，知名或领先企业的竞争优势更加明显。成熟的品牌通常会拥有更稳定的消费者基础和多元化的渠道优势。因此，行业新进入者很难在短期内与当前知名品牌竞争。

（2）产品质量与技术壁垒

随着中国经济的持续快速发展，人民生活水平的不断显著提高，中国消费者愈发注重消费体验和产品品质，因此，高质量、高安全性及具备较好功效的产品更加受消费者青睐。这对竞争者产品的产品质量与技术提出了更高要求。

（3）销售渠道壁垒

皮肤护理产品的销售渠道一般分为直销渠道、经销渠道及代销渠道三种。经销渠道和代销渠道常见于快速的市场扩展期；直销渠道主要通过专柜和电商实现，直接面向终端消费者，毛利率较高，在盈利范围、服务便捷性和业务布局等方面优于其他两种渠道。对销售终端和销售途径的高效管理能力及选择能力对行业新参与者构成了销售渠道相关的壁垒。

（4）运营资本壁垒

皮肤护理产品行业内公司一般具备劳动力密集与资金密集型产业的特点，在公司的生产运营等阶段均需要较高人力、财力的投入才可达到较好的销售效果。虽然生产设施、原材料和生产场所的成本较低，但行业新进入者仍然需要为促销和广告推广支付大额费用，用于品牌建设及维护、规模扩张和售后服务。是否具有足够的资本和人力形成了运营资本壁垒。

5、发行人的竞争优势

（1）品牌优势

公司以术后修复和肌肤问题解决类产品作为主要切入点，打造了“敷尔佳”品牌 II 类医疗器械类敷料产品。该类产品充分利用透明质酸钠活性成分，促进皮肤屏障自我修复，实现对肌肤的护理，具备良好功效。随着品牌影响力的持续

沉淀，“敷尔佳”品牌在消费者群体中已经具备了较高的知名度，亦积累了较多忠实用户群体。公司凭借着在电商平台优异的表现，进一步增强了行业内同类产品销量领先的地位。

（2）精准营销优势

经过多年实践，公司电商运营团队建立了成熟的运营模式，积累了丰富的营销经验。公司重视对消费者的教育，通过与具有公信力的 KOL 进行深度合作，以线上直播、短视频等形式密集输出专业护肤知识，传递正确的护肤理念，提高消费者的皮肤护理意识。公司运营团队具有敏锐的市场热点捕捉能力，通过聘请个人形象与品牌定位高度契合的明星代言人，培养与消费者沟通的焦点人物，实现品牌宣传与产品销售相结合的双向互动。公司通过信息的高效传播、营销链条的长线铺设、线上及线下的双向配合，借助自身树立的专业品牌形象，推出适销对路的营销推广方案，成功抓住消费者消费心理，激发市场消费欲望，实现销售收入的快速增长。

（3）多平台宣传优势

公司目前致力于多平台宣传运营，通过线上及线下的双向配合加大品牌宣传力度。线上方面，公司充分利用新媒体时代的营销渠道多元化趋势，通过赞助综艺节目、与直播达人合作，在抖音、微博、小红书等线上平台进行宣传推广，树立专业的品牌形象。线下方面，公司积极参加各地的美容博览会，寻求与更优质的经销商及客户合作，从而进一步拓展品牌影响力及知名度。

（4）管理优势

公司拥有一支专业能力强、经验丰富、运营效率高的经营管理团队，并在专业皮肤护理产品研发、生产和销售等领域积累了大量的实战经验。针对专业皮肤护理产品行业特点，公司建立了完善的供应链管理体系，确保公司在快速更迭的行业市场环境中具备全方位的快速反应能力。针对电子商务渠道销售的特点，为应对如“双 11”、“双 12”等大促期间井喷式的成交量和个性化消费带来的大数据分析挑战，公司建立了相应的信息化管理体系，从数据抓取、系统开发、平台对接、数据分析、会员运营等方面更好的服务于公司电商销售业务。

（5）能够及时推出热点新品的优势

公司目前主要经营专业皮肤护理产品。普通化妆品类产品的研发周期及申报周期都较短，特殊化妆品及医疗器械类产品的研发周期及申报周期均较长。公司根据市场动向及潜在热点，提前分析并判断未来热点产品方向，进行针对性研究并推出相应产品，以维持品牌热度及产品知名度。报告期内，公司已陆续契合时点上市销售了敷尔佳虾青素传明酸修护贴、敷尔佳积雪草舒缓修护贴、敷尔佳胶原蛋白水光修护贴等多款产品。

6、发行人的竞争劣势

长期以来，公司发展所需的资金主要依赖自身的利润积累。虽然报告期内公司业务发展良好，资产规模不断扩大，但是与行业巨头企业相比资产规模依然偏小，融资渠道较窄，融资能力有限，一定程度上制约了公司的发展。公司需要拓宽融资渠道、加大资金投入、增强资本实力，从而抓住市场需求快速增长的发展机遇，促进公司业务规模不断扩大和可持续发展。

（五）影响发行人发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）人均可支配收入的增加

中国居民可支配收入从 2016 到 2020 年，人均可支配收入由 23,821 元增长到 32,189 元，复合年增长率为 7.8%。2020 年至 2025 年，预计中国人均可支配收入将以 6.7%的年复合年增长率增至 44,614 元。居民可支配收入的持续增长反映出居民生活水平的提高，人均可支配收入的提高会进一步促进消费升级，使得人们在皮肤护理产品消费中的支付能力越来越强。

（2）专业皮肤护理产品市场逐步扩大

随着皮肤护理产品制造工业的革新，以及消费者对高品质产品的需求，使用专业皮肤护理产品逐渐成为市场新趋势。基于安全和功效双重需求，因而备受关注。近五年来，皮肤修复及护肤概念开始盛行，相应产品凭借适用性广、安全性高及功效性强等优势备受消费者青睐。各大皮肤护理品牌相继推出专业皮肤护理产品，如敷尔佳的医用透明质酸钠修复贴，雅诗兰黛的“线雕”精华素，欧莱雅

的复颜玻尿酸水光安瓶精华等。未来，在品牌教育及消费升级的双向推动下，专业皮肤护理产品市场有望持续增长。

（3）男性护肤人群扩大

皮肤护理产品市场的消费主力集中在 17 至 35 岁之间的群体，且以女性消费者居多。但近年来，品牌教育不单针对女性，也逐渐开始涉及男性护肤领域，这使得男性的皮肤护理意识不断提升，中国男性消费者的护肤习惯正在从没有品牌意识的简单应付，逐渐向主动追求精致品牌的方向发展。男性护肤人群的扩大促进了中国皮肤护理产品市场的扩大。

（4）线上渠道助推销售放量

中国皮肤护理产品行业线上渠道不仅增加消费者购买的便利性，也扩宽了渠道的覆盖面，已成为产品品牌未来发展的重要渠道。与线下渠道相比，线上渠道具有管理和渠道费用低、流通效率高、产品展示齐全、信息传递快、可有效收集用户消费行为数据等优势。线上渠道为皮肤护理品牌进一步了解消费者、宣传自身产品和品牌等提供了更多的参考信息。因此，线上渠道未来将成为各大品牌争相布局的重要渠道，该渠道的发展亦将推动整体行业的市场销售放量。

（5）产品种类不断丰富，新的皮肤护理需求成为增长点

随着皮肤护理产品企业的研发能力增强，以及消费者不同护肤需求的增加，产品种类在近年来不断丰富，祛斑、美白、防晒、敏感肌修复等类型的皮肤护理产品相继推出。同时，同质化的竞争格局将促使企业采取差异化战略，打造差异化的产品，以发掘具有优势的细分市场。因此，未来产品种类将更加丰富，并且满足更多新的皮肤护理需求，进而形成行业新的增长点。

（6）Z 世代消费习惯成为市场主流

Z 世代已超过“千禧一代”逐渐成为我国消费主力军，该类群体消费时往往不盲目追求大品牌产品，而更加关注消费体验、消费品质和产品本身的价值，其对国产优质品牌的接受度也更高。同时，随着国产皮肤护理产品质量和品质不断提升，近五年来市场出现明显的买国货、用国货以及晒国货的新消费潮流。公司作为我国皮肤护理产品的领军企业之一，产品吻合主要消费者的消费理念。

2、不利因素

（1）皮肤护理产品行业集中度低

国内的皮肤护理产品行业集中度较低，中小型生产企业数量众多且大多布局于三四线城市。相较于国外大型企业的梯度市场渗透策略与定位，国内企业的行业市场渗透较分散，品牌/产品市场定位亦较为模糊；因此，许多中小型企业面临着恶性竞争困局。企业要想实现突围，在品牌塑造、技术研发、商业模式创新以及市场营销渠道变革等方面仍存在较多挑战。

（2）新冠肺炎疫情对产品线下零售带来冲击

虽然新冠肺炎疫情在国内已经得到较好的控制，但是常态化防疫背景下，消费者一定程度的减少了外出频次，线下销售占比高的皮肤护理企业因此受到了一定的冲击。虽然线上销售由于新冠肺炎疫情的影响而上升，但线下-线上的消费渠道转变将对企业提出更高的要求。

（六）行业的周期性、区域性、季节性特征

公司生产并销售的专业皮肤护理产品，此类产品可日常使用亦可在皮肤状态不稳定，如皮肤屏障受损、持续发痘、脱皮、过敏、泛红、激光光子治疗术后、水光针术后等情况下使用。行业本身不具周期性、区域性、季节性特征，由于近年来互联网购物平台营造出购物节等活动，公司产品在购物节当月存在销量激增的可能性。

（七）未来技术和市场的发展方向

同行业企业积极致力于研发更适合中国消费者的皮肤护理产品。产品效果和体验较大程度上取决于原材料、成分及配比，预期未来产品的原材料、形态、配方都将会进一步的提升迭代，各大品牌及厂商之间的竞争也将愈发激烈。未来皮肤护理产品行业的发展方向及趋势如下：

1、使用场景不断丰富

近年来中国市场和消费者对皮肤护理产品的分类逐渐细化，例如基础护肤品与专业皮肤护理产品的区分。随着中国居民的消费能力与需求不断提升，其对护肤产品的使用需求及使用场景也将逐渐丰富化，促使皮肤护理生产行业对品牌产

品进行更加精准的市场定位。

2、原材料不断更新

皮肤护理产品的原材料构成较大程度上决定了产品的功能性和功效。以贴片类产品为例，按照贴片的膜布材质划分，国内市场常见的膜布可分为蚕丝、棉布、无纺布、植物纤维等不同材质。由于材质不同，膜布在吸收性、亲肤性、透气性及环保程度等方面具有不同特点。在消费升级的过程中，消费者对膜布质地及功效也将提出更高的要求，从而驱动原材料的不断更新。有效成分也在以前的透明质酸钠、丁二醇、戊二醇、胶原蛋白的基础上增加神经酰胺、虾青素等。

3、竞争情况加剧

国际品牌在国内市场的竞争地位较为领先，以至于早期皮肤护理市场被少数国际大牌占据了主要份额，随着国产品牌快速发展，国货陆续在市场中占据了相应地位。近年来，通过多元化、互动式的营销手段，大量国产品牌出现在消费者的视线中，并通过线上线下信息传播，逐渐成为明星国货产品。随着消费者对护肤产品的了解逐渐深化以及对相似产品鉴别能力的提高，各大产品之间的竞争也将愈发激烈。

4、功效不断丰富

皮肤护理行业的产品更新受研发创新的推动，产品功效的提升则受益于原材料更新及配方优化。基于中国消费者对护肤产品的使用场景将不断丰富化，他们对皮肤护理产品的舒适度、功效性及个性化的要求也会日渐提升，从而推动皮肤护理产品生产商更加专注于研发出具有更多功效、高品质并受消费者喜爱的产品。

（八）发行人与同行业可比公司比较情况

公司所经营的皮肤护理产品行业内主要企业的基本情况见下表：

序号	企业名	简介
1	贝泰妮	贝泰妮为创业板上市公司，其以“薇诺娜”品牌为核心，制造并销售含有植物活性成分，重点针对敏感性肌肤的产品。2020 年营业收入约 26.36 亿元，净利润 5.44 亿元，为化妆品行业内领先企业。
2	创尔生物	创尔生物通过生物医用级活性胶原大规模无菌提取制备技术，制造并销售胶原贴敷料产品。2020 年销售额约 3.03 亿元，净利润 0.92 亿元，为胶原蛋白行业内领先企业。

序号	企业名	简介
3	华熙生物	华熙生物为科创板上市公司，其为国内最早实现微生物发酵法生产透明质酸钠的企业之一，主要生产并制造透明质酸钠及透明质酸钠类型产品。2020 年销售额约 26.33 亿元，净利润 6.46 亿元，为透明质酸钠行业内领先企业。
4	珀莱雅	珀莱雅为上海证券交易所主板上市公司，其为一家美妆企业，专注于化妆品的研发、生产和销售。2020 年销售额约 37.52 亿元，净利润 4.52 亿元，为化妆品行业内领先企业。

资料来源：弗若斯特沙利文分析、各公司的定期报告及招股说明书

目前，国内皮肤护理产品行业参与者众多，但大部分企业仍然具有规模小、品种单一、质量参差不齐的特点。发行人建立了完整的生产、研发及销售的体系，凭借多年的经验和市场积累，建立了一定的品牌影响力和客户资源，已逐步成为国内专业皮肤护理产品领域的领先企业。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品和服务的销售情况

1、主要产品的产能、产量与销量

（1）产能利用率

报告期初至 2021 年 2 月，公司不存在自产产品情形，主营业务产品均来自于外部采购。2021 年 2 月，公司换股收购北星药业，从而拥有自主生产的能力。为更好的列示北星药业的产能利用率情况，下表模拟了报告期初至 2021 年 2 月原哈三联医疗器械及化妆品业务的产能利用率情况，具体如下：

单位：万贴/支/瓶

产品分类	期间	产能	产量	产能利用率
医疗器械类	**2021 年 1-9 月**	**7,470.00**	**5,417.53**	**72.52%**
	2020 年	9,960.00	9,311.26	93.49%
	2019 年	9,960.00	9,772.08	98.11%
	2018 年	7,020.00	5,424.46	77.27%
化妆品类	**2021 年 1-9 月**	**8,400.00**	**3,920.86**	**46.68%**
	2020 年	11,200.00	9,513.39	84.94%
	2019 年	5,600.00	5,258.15	93.90%
	2018 年	1,120.00	695.55	62.10%

报告期内，产能及产能利用率变化原因：

①2019 年 3 月医疗器械类产品开始采用自动化装盒机进行装盒，从而提升了产能，2019 年至 2020 年产能维持稳定；

②自 2018 年 5 月开始生产化妆品类产品，2019 年及 2020 年由于业绩增速较快，各年分别新增灌装机数量以满足业务需求，从而化妆品类产品产能提高；

③2021 年**一季度**，受到公司重组事项、春节假期及哈尔滨新冠肺炎疫情影响，公司工厂停工时间较长，故产能利用率较低；

④2020 年和 2021 年 1-9 月产能利用率变化主要与公司业务发展变化及新冠肺炎疫情有关。**2021 年以来，哈尔滨经历了多轮新冠肺炎疫情，对公司的生产活动产生影响，公司产能利用率较低。**

（2）产销率及购销率

报告期内，公司主要产品产销量及购销量变动趋势如下：

单位：万贴/支/瓶

项目	类别	2021 年 1-9 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		数额	数额	变动幅度（%）	数额	变动幅度（%）	数额
产量/购买量	医疗器械类	**6,130.67**	9,358.12	-10.05	10,403.81	133.76	4,450.70
	化妆品类	**4,188.77**	8,386.31	62.05	5,175.21	644.05	695.55
	小计	**10,319.44**	**17,744.43**	**13.90**	**15,579.02**	**202.73**	**5,146.25**
销量	医疗器械类	**6,909.65**	9,208.91	-4.76	9,669.65	123.76	4,321.49
	化妆品类	**4,963.28**	7,060.18	55.59	4,537.54	702.94	565.11
	小计	**11,872.93**	**16,269.08**	**14.51**	**14,207.19**	**190.74**	**4,886.60**
产销率/购销率%	医疗器械类	**112.71**	98.41	-	92.94	-	97.10
	化妆品类	**118.57**	84.19	-	87.68	-	81.25
	小计	**115.08**	**91.69**	**-**	**91.19**	**-**	**94.95**

注：1、报告期初至 2021 年 2 月，公司主营业务产品均来自外部采购，其中以向哈三联采购的产成品为主，上表该期间产量数据为公司向三联购买的产成品数据，销量数据为向哈三联购买的产成品销售数据；
2、2021 年 3 月起，原向哈三联采购的产成品转由公司自行生产。

报告期内，公司产量和销量均整体呈稳定上升的趋势；报告期内，公司主要产品所涉产量、销量和营业收入符合公司实际经营情况。报告期内，公司的产销率/购销率均保持在 90%以上，公司产出的产品适销情况良好，与公司实际经营情况一致。2021 年 1-9 月，受公司重组事项、春节假期及哈尔滨新冠肺炎疫情影响，产量较低，产销率/购销率较高。

2、主营产品的销售收入情况

（1）按不同产品分类的收入分析

报告期各期，公司主营业务收入按不同产品类别列示如下：

单位：万元、%

产品分类	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
医疗器械类	**67,871.61**	**57.63**	88,031.42	55.54	91,799.12	68.38	33,582.81	89.92
化妆品类	**49,905.93**	**42.37**	70,470.28	44.46	42,447.46	31.62	3,765.73	10.08
总计	**117,777.55**	**100.00**	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

报告期内，公司的主营业务产品均由医疗器械类敷料产品（医疗器械类）和功能性护肤品（化妆品类）两种类别组成，整体均呈快速增长趋势。报告期内，医疗器械类产品收入占比**整体**呈下降趋势，主要系公司为响应市场和消费者需求，不断上市销售化妆品类护肤品，化妆品类产品收入和占比不断增加所致。

报告期内，公司销售收入增长的主要原因如下：

A. 行业处于快速上升周期，公司主营业务增长符合行业整体发展趋势

根据弗若斯特沙利文的分析报告，功能性护肤品和医疗器械类敷料产品的市场规模由 2016 年的 89.7 亿元和 2.3 亿元增长至 2020 年的 223.4 亿元和 41.8 亿元，年均复合增长率为 25.6%和 105.7%。公司销售增长趋势与行业状况相符。

B. 皮肤护理消费概念盛行，消费者对公司主营业务产品需求日益旺盛

随着皮肤护理产品行业与市场的不断革新，以及消费者对高品质功能性专业皮肤护理产品的需求不断加大，使用优质皮肤护理产品逐渐成为市场消费新趋势。公司打造的主营业务产品紧密契合市场需求，其凭借适用性广、安全性高及功效性强等优势备受消费者青睐。

C. 电子商务零售业态日益丰富和成熟，为公司业绩快速增长提供有利环境

我国日益进步的电子商务行业不断革新皮肤护理产品行业的消费和销售模式。电子信息流的传导方式促进消费过程高效化和消费体验多元化，也与皮肤护理产品行业之产品快速迭代、消费高频的行业特征天然吻合，同时对企业的销售能力提出了更多元的要求。

公司充分把握电子商务平台带来的战略机遇，逐步建立完善了专业的电商销售团队，并灵活运用多种线上营销的新工具、新手段开展线上营销。例如，公司2019 年开始邀请明星作为公司产品代言人，迅速提升了公司知名度；在天猫、抖音、京东、小红书等多个电商、社交及短视频平台加大了开展营销活动的力度，并积极参与“双 11”、“6·18”等促销活动，进一步增强了客户的粘性和忠诚度，形成了良好的品牌效应，促进了公司整体的业绩增长。

D. Z 世代消费理念逐渐成为市场主流，其理念吻合公司产品特征

Z 世代逐步成为我国消费主力军之一，该类群体消费时往往不盲目追求大品牌产品，而更加关注消费体验、消费品质和产品本身的价值，其对国产优质品牌的接受度也更高。同时，随着国产皮肤护理产品质量和品质不断提升，市场出现买国货、用国货以及晒国货的新消费潮流。公司作为我国皮肤护理产品的领军企业之一，产品吻合主要消费者的消费理念，销售收入不断呈现增长趋势。

E. 产品迅速扩充和迭代升级，产品线日益全面，产品综合竞争力强劲

报告期内，公司不断对产品线进行扩充，上市销售了多种专业皮肤护理产品，例如公司报告期内新增敷尔佳积雪草舒缓修护贴、敷尔佳虾青素传明酸修护贴、敷尔佳胶原蛋白水光修护贴等热门产品，对公司主营业务增长形成较好拉动作用。

F. 经销管理制度成熟稳定，渠道分布多元化拓展

经过多年培育和发展，公司对经销商形成了完善的管理制度。通过对经销商的准入和退出进行管理，提高了经销商与品牌厂家的粘性。公司根据经销商的业务规模、从业资质、分销能力、种草能力、沟通能力等多方面严格遴选，建立了甲、乙、丙经销商分级制度，有利于充分利用经销商的分销能力，进一步夯实发行人的销售渠道分布；建立分销联盟系统平台，并配套有返利制度、随机配额制度，有利于进一步下沉销售渠道；同时，公司逐步与实体渠道经销商合作，进一步拓展了美妆护肤实体销售店铺资源和专业销售实力。

1）医疗器械类产品收入分析

报告期内，公司医疗器械类产品的收入及占比情况如下：

单位：万元、%

产品分类	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
医用透明质酸钠修复贴（白膜）	**47,758.75**	**70.37**	59,771.63	67.90	64,278.36	70.02	26,830.43	79.89
医用透明质酸钠修复贴（黑膜）	**18,946.72**	**27.92**	26,352.31	29.94	26,318.12	28.67	6,498.69	19.35
医用透明质酸钠修复液	**1,166.13**	**1.72**	1,907.47	2.17	1,202.64	1.31	253.69	0.76
合计	**67,871.61**	**100.00**	**88,031.42**	**100.00**	**91,799.12**	**100.00**	**33,582.81**	**100.00**

报告期内，公司医疗器械类产品收入分别为 33,582.81 万元、91,799.12 万元、88,031.42 万元及 **67,871.61** 万元。2019 年，行业处于快速上升期，公司抓住市场利好形势采取了多元有效的营销策略，推动了医疗器械类产品收入规模的快速上升。2020 年，医疗器械类产品收入略有下滑，主要系该类产品的主要下游使用场景如美容机构、医疗机构等经营活动因新冠肺炎疫情受到一定程度影响，减少采买该类产品所致。**2021 年 1-9 月，医疗器械类产品收入基本稳定。**

报告期内，医用透明质酸钠修复贴（白膜）占医疗器械类产品收入的占比分别为 79.89%、70.02%、67.90%及 **70.37**%，医用透明质酸钠修复贴（黑膜）的占比分别为 19.35%、28.67%、29.94%及 **27.92**%，**2019 年以来**两者整体占比稳定。前述两款医疗器械类敷料产品上市销售时间较早，市场认可度较高，在多年的市场销售中树立了良好的品牌形象，积累了良好的市场口碑。医用透明质酸钠修复贴（黑膜）和医用透明质酸钠修复贴（白膜）均适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状。两个产品在膜布材质、剪裁工艺、包装材料、喷印成本及内容成分等方面有所差异，相应客户细分群体亦存在差异，因此产品销售规模及占比情况有所差异。

医用透明质酸钠修复液细分为次抛液及喷雾剂型。报告期内，该产品占医疗器械类收入的比重分别为 0.76%、1.31%、2.17%及 **1.72**%，占比较低。

2019 年，医用透明质酸钠修复贴收入同比增长近 170%；2019 年及 2020 年，医用透明质酸钠修复液收入同比增长近 370%及 60%，增速较快，其共同原因如下：

①从市场供求角度看，发行人所处行业持续利好，市场需求较旺盛。根据弗若斯特沙利文的分析报告，医疗器械类敷料贴类产品的市场规模由2018年的10.5亿元增长至2019年的23.2亿元和2020年的33.1亿元，同比增长率分别为120.95%和42.67%。

②从营销策略和消费者认知度角度看，品牌营销发力，提升了发行人产品的消费者认知度。2019 年以来，公司开始邀请明星作为公司产品代言人，迅速提升了公司知名度；在天猫、抖音、京东、小红书等多个电商、社交及短视频平台加大了平台推广力度，对新媒体营销和形象宣传的推广不断优化升级。

③从产品质量角度看，产品质量及功效较好，受消费者青睐。公司的医用敷料严格遵循《医疗器械临床试验质量管理规范》、《医疗器械使用质量监督管理办法》、《医疗器械生产质量管理规范》等规范文件进行生产销售，质量水平高。

2019年，医用透明质酸钠修复贴收入同比增长近170%的其他形成因素如下：

①从推广力度角度看，该类产品的主要销售渠道为线下经销，当期线下经销商扩充迅速，逐步形成了覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店等多元化终端销售矩阵，对该产品主要渠道市场形成较好支撑。

②从产品的品牌力角度看，该敷料产品用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状。另外，该产品上市销售时间较早，市场认可度较高，在多年的市场销售中树立了良好的品牌形象，积累了良好的市场口碑。

2019年及2020年，医用透明质酸钠修复液收入同比增长近370%及60%的其他形成因素如下：

①从产品更新角度看，2019 年公司新增次抛液剂型的医用透明质酸钠修复液，该剂型具备包装小巧、携带方便、用后即抛的特征，提升了消费者使用医疗器械敷料产品的便利性。

②从推广力度角度看，2019 年发行人线下经销商扩充迅速，对该产品主要渠道市场形成较好支撑。

2）化妆品类主要产品收入分析

报告期内，公司化妆品类产品的收入及占比情况如下：

单位：万元、%

剂型	产品	2021 年 1-9 月		2020 年		2019 年		2018 年	
		收入	占化妆品收入比	收入	占化妆品收入比	收入	占化妆品收入比	收入	占化妆品收入比
面膜（含涂抹式面膜）	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	**11,542.59**	**23.13**	21,247.80	30.15	17,847.07	42.05	73.65	1.96
	敷尔佳虾青素传明酸修护贴	**11,345.99**	**22.73**	16,198.79	22.99	8,834.14	20.81	-	-
	敷尔佳积雪草舒缓修护贴	**13,262.97**	**26.58**	14,300.74	20.29	518.36	1.22	-	-
	敷尔佳透明质酸钠修护膜	**2,065.18**	**4.14**	1,454.07	2.06	241.95	0.57	-	-
	敷尔佳透明质酸钠修护贴（白膜）	**1,778.70**	**3.56**	3,409.36	4.84	5,296.36	12.48	3,031.57	80.50
	敷尔佳透明质酸钠修护贴（黑膜）	**392.19**	**0.79**	972.87	1.38	1,686.94	3.97	555.92	14.76
	敷尔佳胶原蛋白多效修护贴	**843.21**	**1.69**	944.62	1.34	1,878.19	4.42	64.42	1.71
	小计	**41,230.83**	**82.62**	**58,528.25**	**83.05**	**36,303.00**	**85.52**	**3,725.56**	**98.93**
水、精华及乳液	敷尔佳透明质酸钠水光精华液	**558.30**	**1.12**	721.39	1.02	360.73	0.85	-	-
	敷尔佳虾青素传明酸精华液	**721.44**	**1.45**	1,849.89	2.63	1,541.14	3.63	-	-
	敷尔佳花季色泽修护精纯液	**140.71**	**0.28**	454.78	0.65	500.94	1.18	10.33	0.27
	敷尔佳虾青素神经酰胺修护乳	**144.90**	**0.29**	1,884.90	2.67	393.45	0.93	-	-
	小计	**1,565.35**	**3.14**	**4,910.97**	**6.97**	**2,796.26**	**6.59**	**10.33**	**0.27**
冻干粉	敷尔佳肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液	**1,111.48**	**2.23**	2,516.56	3.57	2,190.01	5.16	16.68	0.44
	小计	**1,111.48**	**2.23**	**2,516.56**	**3.57**	**2,190.01**	**5.16**	**16.68**	**0.44**
凝胶	敷尔佳海绵骨针祛痘凝露	**400.61**	**0.80**	868.60	1.23	-	-	-	-
	敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜	**1,566.12**	**3.14**	1,677.26	2.38	-	-	-	-
	小计	**1,966.73**	**3.94**	**2,545.85**	**3.61**	-	-	-	-
喷雾	敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾	**390.64**	**0.78**	606.94	0.86	436.03	1.03	-	-
	小计	**390.64**	**0.78**	**606.94**	**0.86**	**436.03**	**1.03**	-	-
其他产品		**3,640.90**	**7.30**	1,361.70	1.93	722.16	1.70	13.16	0.35
合计		**49,905.93**	**100.00**	**70,470.28**	**100.00**	**42,447.46**	**100.00**	**3,765.73**	**100.00**

报告期内，公司化妆品类产品收入分别为 3,765.73 万元、42,447.46 万元、70,470.28 万元及 **49,905.93** 万元，呈快速增长趋势。得益于在医疗器械类敷料产品领域积累的多年综合运营经验，以及对专业皮肤护理产品市场的深刻理解，公司在报告期内上市销售了多款差异化功能性护肤品。公司开展网络直播营销、

明星推广、种草推广等营销活动，并赞助《花花万物 2&3》《妻子的浪漫旅行 4》等综艺节目，使得营销转化效率较高，产品质量和效果较好得到消费者认可，促进了化妆品类产品收入快速增长。

①面膜（含涂抹式面膜）产品的收入分析

报告期内，公司主要面膜（含涂抹式面膜）化妆品收入占各期化妆品收入的比重分别为 98.93%、85.52%、83.05%及 **82.62%**，占比较高，系公司化妆品类产品的核心剂型。其中，敷尔佳胶原蛋白水光修护贴、敷尔佳虾青素传明酸修护贴、敷尔佳积雪草舒缓修护贴、敷尔佳透明质酸钠修护贴（白膜）、敷尔佳透明质酸钠修护贴（黑膜）合计占公司各期化妆品类收入的比重分别为 97.22%、80.53%、79.65%及 **76.79%**。

2019 年及 2020 年，公司该类产品收入增长较为明显，其形成的共同原因如下：

从市场供求角度看，发行人所处行业持续利好，市场需求较旺盛。根据弗若斯特沙利文的分析报告，化妆品类贴、膜类产品的市场规模由 2016 年的 17.4 亿元增长至 2019 年的 28.4 亿元和 2020 年的 33.1 亿元，增长率达 63.22%和 16.55%。

从营销策略和消费者认知度角度看，品牌营销发力，提升了发行人产品的消费者认知度。2019 年以来，公司开始邀请明星作为公司产品代言人，迅速提升了公司知名度；在天猫、抖音、京东、小红书等多个电商、社交及短视频平台加大了平台推广力度，对新媒体营销和形象宣传的推广不断优化升级。

从产品质量角度看，产品质量及功效较好，公司严格遵循《化妆品生产经营监督管理办法》、《化妆品监督管理条例》、《化妆品风险监测工作规程》等规范文件进行生产销售，质量水平较高。

A. 敷尔佳胶原蛋白水光修护贴

敷尔佳胶原蛋白水光修护贴于 2018 年末上市销售，该产品系公司主打内含微生物发酵来源胶原蛋白成分的功能性护肤品，具有良好的皮肤亲和性，有助于使肌肤水润光泽。

2019 年，该产品同比增长超过 1,000%，增长率较高，其他形成原因如下：

a. 从产品更新和销售节奏角度看，该产品于 2018 年 12 月上市销售，当期销售时间较短，产品收入仅为 73.65 万元。该产品主要从 2019 年开始销售，取得市场认可。2020 年，该产品收入稳步增长 19.05%。

b. 从推广力度角度看，当期发行人经销商扩充迅速，对该产品主要渠道市场形成较好支撑。

c. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品系公司主打内含微生物发酵来源胶原蛋白成分的功能性护肤品，具有良好的皮肤亲和性。

B. 敷尔佳虾青素传明酸修护贴

敷尔佳虾青素传明酸修护贴于 2019 年下半年上市销售，该产品系公司主打内含虾青素成分的功能性护肤品，具备修护色泽、改善肤色等功能。

2020 年，该产品同比增长 83.37%，增长较快，其他原因如下：

a. 从产品更新和销售节奏角度看，该产品 2019 年下半年上市销售，当期销售时间较短，产品收入较低，2020 年销售状况持续向好，同比增长率较高。

b. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品内含的虾青素成分具备修护色泽、改善肤色等功能。

C. 敷尔佳积雪草舒缓修护贴

敷尔佳积雪草舒缓修护贴于 2019 年末上市销售，该产品系公司主打内含积雪草成分的功能性护肤品，具备舒缓修护、补水保湿、缓解肌肤敏感等特性。

2020 年，该产品同比增长超过 2000%，增长较快，形成的其他原因如下：

a. 从产品更新和销售节奏角度看，该产品于 2019 年 11 月上市销售，当期销售时间较短，产品收入较少。该产品主要从 2020 年开始销售，导致 2020 年同比增长率较高。

b. 从产品定位角度看，该产品精准匹配了快速增长的市场需求，促进了收入快速增长。2019 年以来，敏感肌修护产品受到较高的市场追捧，公司的产品上市销售后增长迅速。

c. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品内含积雪草成分，具备舒缓修护、补水保湿、缓解肌肤敏感等特性。

D. 敷尔佳透明质酸钠修护膜

敷尔佳透明质酸钠修护膜于2019年上市销售，该产品系公司专门供线下渠道经销商并由其销售至CS渠道。

2020年，该产品同比增长近500%，增长较快，形成的其他原因如下：

a. 渠道经销商不断成熟，形成集中较快增长。2019年以来，公司为拓展产品在药店、商超、便利店、化妆品专营店等实体店铺的销售，增强产品的线下体验，提升产品展示及服务空间，与掌握实体销售渠道资源和专业销售实力的经销商进行合作。公司将敷尔佳透明质酸钠修护膜专供具备较丰富实体渠道销售经验的经销商，其主要将该产品销售至CS渠道。该模式下，渠道经销商可获独家授权和充分的产品供应，可较好发挥其下游专业销售实力，促进了商品的较快速增长。

b. 渠道经销商掌握较多下游资源，实力较强，快速促进了该产品销售。该类经销商的销售渠道覆盖全国区域，具备较广的销售网络，促进了该产品收入迅速增长。

E. 敷尔佳透明质酸钠修护贴

敷尔佳透明质酸钠修护贴（白膜）系公司主打内含透明质酸钠成分的功能性护肤品，具备舒缓修护、痘痘修护、补水保湿等功效；敷尔佳透明质酸钠修护贴（黑膜）除具备敷尔佳透明质酸钠修护贴（白膜）的基本功效外，因采用含优质木炭成分的膜布材质，还具有污垢清洁等特色功效。

2019年，该类产品同比收入增长近95%，增长较快；2020年同比下降近37%，降幅较大，该情形的其他形成原因如下：

a. 从推广力度角度看，该类产品主要由发行人线上经销商进行销售，该类主要经销商同比新增41.63%，促进了该产品在2019年的销售增长；2020年，随着公司品牌影响力不断提升，公司在各知名电商平台陆续开立了直营旗舰店，为避免线上流量碰撞，同时部分线上经销商销售能力有限，公司决定优化线上

经销商渠道，相应终止了部分线上经销商的合作。当期主要线上经销商同比下降 28.53%,造成该产品销售收入下滑。

b. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品在化妆品类产品中具备较专业的修护功效，受到消费者欢迎。

c. 从产品线布局角度看，2018 年，公司面膜（含涂抹式面膜）化妆品产品较少，该面膜所占收入权重较大；随着公司不断上市销售多种功效的功能性护肤品，该产品一定程度上被多种主打内含虾青素、积雪草、胶原蛋白成分的其他产品迭代。

F. 敷尔佳胶原蛋白多效修护贴

敷尔佳胶原蛋白多效修护贴于 2018 年末上市销售，该产品系公司主打内含微生物发酵来源胶原蛋白成分的功能性护肤品，具有良好的皮肤亲和性，有助于修护皮肤屏障、增强皮肤耐受力。

2019 年，该类产品同比收入增长超过 2000%，增长较快；2020 年同比下降近 50%，降幅较大，该情形的其他形成原因如下：

a. 从产品更新和销售节奏角度看，该产品于 2018 年 12 月上市销售，当期销售时间较短，产品收入较少，2018 年仅取得 64.42 万元。该产品主要从 2019 年开始销售，导致 2020 年同比增长率较高。

b. 从推广力度角度看，该类产品主要由发行人线上经销商进行销售，该类主要经销商同比新增 41.63%，促进了该产品在 2019 年的销售增长；2020 年，随着公司品牌影响力不断提升，公司在各知名电商平台陆续开立了直营旗舰店，为避免线上流量碰撞，同时部分线上经销商销售能力有限，公司决定优化线上经销商渠道，相应终止了部分线上经销商的合作。当期主要线上经销商同比下降 28.53%,造成该产品销售收入下滑。

②水、精华及乳液产品收入分析

为进一步提升公司在专业皮肤护理产品市场的核心竞争力，除面膜外，公司还打造了种类较丰富的水、精华及乳液产品，主要产品为敷尔佳透明质酸钠水光精华液、敷尔佳虾青素传明酸精华液、敷尔佳色泽修护精纯液及敷尔佳虾青素神

经酰胺修护乳等。报告期内，前述产品合计收入分别为 10.33 万元、2,796.26 万元、4,910.97 万元及 **1,565.35** 万元，占化妆品收入的比重分别为 0.27%、6.59%、6.97%和 **3.14**%，收入权重较低，但与面膜（含涂抹式面膜）化妆品业务形成较好互补。

A. 透明质酸钠水光精华液

透明质酸钠水光精华液于 2019 年下半年开始销售，系主打内含抗坏血酸磷脂钠、苹果（PYRUS MALUS）籽提取物的功能性护肤品，有助于改善肤质肤色，增添肌肤光泽的特性。

透明质酸钠水光精华液 2020 年同比增长近 100%，增速较快，形成的其他原因如下：

a. 从推广力度角度看，该类产品主要由发行人线上直销和线下分级经销商进行销售。2019 年，为更好获知该新产品的市场反馈，发行人率先在分级经销商渠道进行该产品的推广，并于当期取得该渠道收入 351.50 万元，而在线上直销渠道仅取得收入 9.18 万元。2020 年，公司开始主要在线上直销渠道集中推广该产品，线上直销渠道的高效信息流传递优势迅速发挥作用，新产品迅速得以曝光和推广，当期公司在线上直销渠道取得该产品的收入迅速增长至 510.39 万元，有效推动了该产品 2020 年整体收入的快速增长。

b. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品内含抗坏血酸磷脂钠、苹果（PYRUS MALUS）籽提取物，成分较新颖，加快了该产品当期收入的迅速增长。

B. 敷尔佳花季色泽修护精纯液

敷尔佳花季色泽修护精纯液于 2018 年上市销售，系主打对肌肤色泽与光泽修护精粹科学配比的产品，其采用西林瓶封装的创新亮肤方式，有助于令肌肤洁皙柔润、色泽饱满、光泽晶透。

2019 年，该产品同比增长超过 4,000%，增速较高，主要形成的其他原因如下：

a. 从产品更新和销售节奏角度看，该产品于 2018 年 12 月上市销售，当期销售时间较短，产品收入较少，2018 年仅取得 10.33 万元。该产品主要从 2019

年开始销售，并形成收入 500.94 万元，导致 2019 年同比增长率较高。

b. 从推广力度角度看，该类产品主要由发行人线下联盟经销商进行销售，当期该类主要经销商处于较快速发展期，由 2018 年度 4 家增长至 2019 年的 190 家，促进了该产品在 2019 年的快速销售增长。

c. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品采用较新颖的西林瓶封装，成分配比具备一定特色。

C. 敷尔佳虾青素神经酰胺修护乳

敷尔佳虾青素神经酰胺修护乳于 2019 年下半年上市销售，系主打内含虾青素成分的水、精华及乳液功能性护肤品，有助于修护色泽和改善肤色。

2020 年该产品同比收入增长近 380%，增速较快，形成的其他原因如下：

a. 从推广力度角度看，该类产品主要由发行人线上直销和线下分级经销商进行销售。2019 年，为更好获知该新产品的市场反馈，发行人率先在分级经销商渠道进行该产品的推广，并于当期取得该渠道收入 351.50 万元，而在线上直销渠道仅取得收入 17.49 万元。2020 年，公司开始主要在线上直销渠道集中推广该产品，线上直销渠道的高效信息流传递优势迅速发挥作用，新产品迅速得以曝光和推广，当期公司在线上直销渠道取得该产品的收入迅速增长至 1,586.84 万元，有效推动了该产品 2020 年整体收入的快速增长。

b. 从产品质量和功效专业性角度看，公司主打内含虾青素成分的敷尔佳虾青素传明酸修护贴已经在报告期内取得了较好的增长，已经得到了市场和消费者的认可，敷尔佳虾青素神经酰胺修护乳以乳液推出，系对敷尔佳虾青素传明酸修护贴的积极、有效补充，较快获得市场认可。

③冻干粉类产品收入分析

为丰富产品种类，打造更多元的产品形态，公司还打造了冻干粉类产品以更好协同其余剂型产品的销售，主要产品为敷尔佳肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液。报告期内，其收入分别为 16.68 万元、2,190.01 万元、2,516.56 万元及 1,111.48 万元，占化妆品收入的比重分别为 0.44%、5.16%、3.57%和 2.23%。

A. 敷尔佳肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液

敷尔佳肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液于 2018 年末上市销售，系主打对各类皮肤管理项目的肌肤修护等的冻干粉类产品，有助于肌肤的持久养护。

2019 年，该产品同比增长 10000%，增速较快，主要形成的其他原因系：

a. 从产品更新和销售节奏角度看，该产品于 2018 年 12 月上市销售，当期销售时间较短，产品收入较少，2018 年仅取得 16.68 万元。该产品主要从 2019 年开始销售，并形成收入 2,190.01 万元，导致 2019 年同比增长率较高。

b. 从推广力度角度看，该类产品主要由发行人线下联盟经销商进行销售，当期该类主要经销商处于较快速发展期，由 2018 年度 4 家增长至 2019 年的 190 家，促进了该产品在 2019 年的快速销售增长。

c. 从产品质量和功效专业性角度看，该产品采用较新颖的西林瓶封装，采取“粉液分装，调配使用”的方式带给消费者创新使用体验，上市销售后受到线下市场的欢迎。

④凝胶类产品收入分析

公司的凝胶类化妆品主要为敷尔佳海绵骨针祛痘凝露和敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜。最近一年及一期，前述化妆品收入分别为 2,545.85 万元及 **1,966.73** 万元，占化妆品收入的比重分别为 3.61%及 **3.94%**，占比较低，主要系公司凝胶类产品上市销售时间较晚，仍处于市场培育期所致。

⑤喷雾和其他产品分析

报告期内，公司喷雾和其他产品主要系敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾等，其总体占比较低，收入均较为分散。

A. 敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾

敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾于 2019 年下半年上市销售，系公司主打内含微生物发酵来源胶原蛋白成分的喷雾剂型功能性护肤品，具有良好的皮肤亲和性，有助于使肌肤水润光泽。

2020 年，该产品收入同比增长近 40%，增速较快，形成的其他原因如下：

a. 从推广力度角度看，该类产品主要由线下分级经销商进行销售。2020 年，公司加大了对该产品的线下推广力度而获得较好销售。

b. 从产品质量和功效专业性角度看，公司主打内含胶原蛋白成分、强调补水功效的敷尔佳胶原蛋白水光修护贴已经在报告期内取得了较好的增长，敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾以喷雾剂型推出，系对敷尔佳胶原蛋白水光修护贴的积极、有效补充，且使用更为方便快捷，在经过较短时间的线下销售后形成快速增长。

3、主营业务收入按销售渠道分类

发行人主要通过线上及线下两种渠道对产品进行销售，销售模式分为直销、经销和代销三种。不同渠道的销售模式和收入金额具体情况如下：

单位：万元、%

销售渠道	销售模式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上渠道	直销	**33,672.72**	**28.59**	39,571.57	24.97	23,293.69	17.35	1,413.67	3.79
	代销	**2,268.29**	**1.93**	71.30	0.04	-	-	-	-
	经销	**2,051.16**	**1.74**	6,444.98	4.07	7,670.76	5.71	3,010.86	8.06
小计		**37,992.17**	**32.26**	**46,087.85**	**29.08**	**30,964.45**	**23.07**	**4,424.54**	**11.85**
线下渠道	经销	**79,785.38**	**67.74**	112,413.84	70.92	103,282.13	76.93	32,924.01	88.15
小计		**79,785.38**	**67.74**	**112,413.84**	**70.92**	**103,282.13**	**76.93**	**32,924.01**	**88.15**
合计		**117,777.55**	**100.00**	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

（1）线上直销

1）按细分渠道区分的收入分布

单位：万元、%

平台	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
天猫-敷尔佳旗舰店	**30,861.38**	**91.65**	37,825.77	95.59	20,973.63	90.04	851.63	60.24
京东-敷尔佳官方旗舰店	**1,642.52**	**4.88**	208.52	0.53	-	-	-	-
京东-敷尔佳美妆官方旗舰店	**33.05**	**0.10**	-	-	-	-	-	-
小红书-敷尔佳官方旗舰店	**341.41**	**1.01**	1,410.58	3.56	2,320.06	9.96	562.04	39.76
微信小程序-敷尔佳官方旗舰店	**69.85**	**0.21**	61.46	0.16	-	-	-	-
考拉海购-敷尔佳**官方旗舰店**	**47.31**	**0.14**	61.42	0.16	-	-	-	-

平台	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
抖音-敷尔佳官方旗舰店	530.40	1.58	3.83	0.01	-	-	-	-
抖音-敷尔佳美妆官方旗舰店	1.36	0.00						
拼多多-敷尔佳官方旗舰店	136.24	0.40						
快手-敷尔佳官方旗舰店	9.19	0.03						
总计	33,672.72	100.00	39,571.57	100.00	23,293.69	100.00	1,413.67	100.00

报告期内，公司线上直销收入均通过在电商平台开设的敷尔佳官方直营旗舰店完成。线上直销收入中，来自天猫平台的收入为主要组成部分，主要系天猫平台运营时间较久，具备广阔的流量基础、丰富的网络销售手段和成熟的电商运营环境所致。同时，发行人较早入驻天猫平台并开设了网络直营店铺，其通过较早抢占该平台的流量池更好实现销售。报告期内，公司于小红书平台开设的敷尔佳官方旗舰店收入占比持续降低，主要系公司选择于线上流量更为集中的平台进行推广和营销所致。除天猫平台和小红书平台外，其余平台收入占线上直销收入比重均较低，主要系发行人入驻经营时间较短。

报告期内，发行人线上直销收入快速增加，2019 年同比增加 1,547.74%，主要系发行人在 2019 年增大了天猫平台的营销投入并上市销售较多新产品，形成了较好的产品口碑和品牌影响力，同时天猫平台的流量本身也在不断快速扩充所致；2020 年同比增加 69.88%，主要系公司品牌力不断沉淀，产品销售规模进一步提升。

2）按客单价区分的销售金额和客户分析

①报告期内客单价区间的顾客数量及占比情况

客单价区间（元）	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	顾客数量（万人）	人数占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）
0-500	199.39	93.60	260.82	93.96	172.05	94.14	3.27	88.18
500-1,000	9.87	4.64	12.22	4.40	7.77	4.25	0.35	9.40
1,000-5,000	3.73	1.75	4.49	1.62	2.91	1.59	0.09	2.41
5,000-10,000	0.03	0.01	0.05	0.02	0.03	0.02	0.00	0.00

客单价区间（元）	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	顾客数量（万人）	人数占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）
10,000-20,000	**0.00**	**0.00**	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20,000 以上	**0.00**	**0.00**	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	**213.03**	**100.00**	**277.59**	**100.00**	**182.76**	**100.00**	**3.70**	**100.00**

注：上述客单价为报告期内单个客户各期在天猫平台的合计成交金额

报告期内，发行人线上直销收入呈快速增长趋势，整体线上直销客户数量亦扩展较快，收入与客户量匹配。2019 年和 2020 年，公司线上直销收入客户数量分别同比提升 4,835.71%及 51.88%，与各期线上直销收入增长趋势一致。

报告期内，公司线上直销收入各客单价区间以 0-500 元为主，其占各期线上直销收入比重分别为 88.18%、94.14%、93.96%及 **93.60%**，占比较为集中，且呈稳定上升趋势。2019 年以来客单价区间的客户数量占比基本保持稳定。

②报告期内客单价区间的销售金额分布情况

单位：%

客单价区间（元）	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
0-500	**63.69**	63.99	58.67	65.47
500-1,000	**19.10**	18.80	21.41	22.01
1,000-5,000	**16.40**	16.28	18.84	12.22
5,000-10,000	**0.49**	0.66	0.81	0.19
10,000-20,000	**0.13**	0.14	0.14	0.10
20,000 以上	**0.20**	0.13	0.13	0.00
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

注：上述客单价为报告期内单个客户各期在天猫平台的合计成交金额

报告期内，公司每年客单价在 5,000 元及以下的销售金额占比均在 99%左右，公司各年不同客单价区间的销售金额占比总体变化不大；客单价在 1,000-5,000 区间内的销售金额占比在 2019 年发生较大幅度的增长，主要系由于当年公司加强了推广宣传活动力度。

3）按购买频次的客户分析

次数	2021 年 1-9 月			2020 年度		
	顾客数量（万人）	人数占比（%）	金额占比（%）	顾客数量（万人）	人数占比（%）	金额占比（%）

1-3 次	**189.08**	**88.76**	**77.97**	253.99	91.50	77.13
4-6 次	**16.41**	**7.70**	**13.42**	17.84	6.43	15.06
7-9 次	**4.30**	**2.02**	**4.10**	3.65	1.32	4.40
10 次及以上	**3.24**	**1.52**	**4.51**	2.11	0.76	3.41
合计	**213.03**	**100.00**	**100.00**	**277.59**	**100.00**	**100.00**
次数	**2019 年度**			**2018 年度**		
	顾客数量（万人）	**人数占比（%）**	**金额占比（%）**	**顾客数量（万人）**	**人数占比（%）**	**金额占比（%）**
1-3 次	168.89	92.41	78.40	3.64	98.40	92.73
4-6 次	10.63	5.82	15.03	0.05	1.45	6.05
7-9 次	2.06	1.12	3.94	0.00	0.12	0.89
10 次及以上	1.19	0.65	2.63	0.00	0.03	0.33
合计	**182.76**	**100.00**	**100.00**	**3.70**	**100.00**	**100.00**

注：上述为报告期内天猫平台的数据

报告期内，发行人线上直销收入及客户数量呈快速增长趋势，人数及金额均扩展较快；高频次（4 次及以上）购买金额占比和人数占比均显著提升，表明公司线上客户的复购率在不断提升，消费者认可度显著提高。报告期各期内线上直销收入占比及顾客采购频次占比及分布相对稳定；2018 年及 2021 年 1-9 月，因线上销售时间**不足整年**，低频次占比较高，所以存在一定波动。

4）线上直销客户复购率、新客户数量及收入贡献和交易次数、新客户单次平均交易金额

①线上直营店铺的客户复购率及复购客户情况

报告期内，公司线上直销收入均通过于知名电商平台开设敷尔佳官方网络店铺销售完成，其中天猫平台的直营收入为主要组成部分。对于复购率及复购客户的计算口径如下：

指标名称	统计口径
复购客户数量	各期存在 2 次及以上购买公司产品的客户数量
复购率	当期平台复购客户数量/当期店铺总客户量

报告期内，公司线上直销的客户复购率及复购客户数量情况如下：

指标名称	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

复购客户数量（万人）	**77.13**	93.90	58.80	0.66
客户总数量（万人）	**213.03**	277.59	182.76	3.70
复购率	**36.21%**	33.83%	32.17%	17.89%

注：上述为报告期内天猫平台的数据

2018 年至 2020 年，公司客户总数量及复购率呈上升趋势，考虑到 2021 年仅有**三**季度数据，部分客户**可能**尚未进行第二次购买，复购率**有望进一步提升**。报告期内，公司产品的购买客户数量快速提升，同期复购率亦处于稳步提升的状态。

②线上直销平台新客户数量、新客户贡献收入金额及交易次数、新客户单次平均交易金额

指标名称	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
新客户数（万人）	**156.28**	236.99	181.77	3.70
新客户贡献金额占总销售金额比例	**66.01%**	80.31%	97.04%	100.00%
交易次数（万次）	**273.77**	385.80	305.96	4.65
购买频次（次/年）	**1.75**	1.63	1.68	1.26
平均交易金额（元）	**149.10**	148.05	130.98	286.56

注：1、上述为报告期内天猫平台的数据；

2、报告期各期新客户定义如下：2018 年客户均为新客户，以客户手机号码作为识别编号，2019 年度各店铺的新客户系 2018 年度未从该店铺购买公司产品的客户；2020 年度新客户系 2018-2019 年度未从该店铺购买公司产品的客户，以此类推。

报告期内，皮肤护理行业快速发展，电子商务零售业态和商业模式逐渐成熟。2019 年，公司通过大力开展互联网宣传及推广活动，提升消费者认可度，报告期内线上直销平台的新客户数量实现了较大幅度的增长，公司品牌知名度快速提升。随着公司品牌知名度的提高，公司客户的购买频次及平均交易额均维持在较好的水平。报告期内，公司新客户快速增加的同时，老客户贡献金额的占比仍旧维持上升趋势，说明公司产品黏性较强，维持着较高的市场竞争力。

5）线上直销平台买家的画像及行为分析情况

公司主要线上直营店铺收入来自于敷尔佳旗舰店（天猫），此外公司在小红书、考拉海购、京东等平台上均开设了直营店铺，报告期各期内公司 80%以上的线上直销收入来源于天猫平台，故此处对天猫平台数据进行分析。天猫平台店铺具体情况如下：

①账户活跃度及转化率

公司天猫平台店铺账户活跃度及转化率情况如下：

产品	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度
店铺浏览量（次/月）	17,215,476	28,139,063	15,562,525
访客数（人/月）	3,369,558	8,333,144	2,749,517
店铺销售人数（人）	3,624,732	4,363,585	2,945,730
成交转化率	11.95%	4.59%	9.74%

注：1、由于公司自 2019 年 2 月起开始启用天猫平台的赤兔名品统计平台，因此仅能获取到 2019 年 2 月至 2021 年 9 月公司天猫平台店铺的流量数据；

2、店铺浏览量指店铺各页面被查看的次数，用户多次打开或刷新同一个页面，该指标值累加（包含 PC 端和手机端的所有访问）；

3、访客数指全店各页面的访问人数，一天内，同一访客多次访问会进行去重计算（包含 PC 端和手机端的所有访问）；

4、成交转化率：全店成交转化率=店铺销售人数/访客数；

5、上述为报告期内天猫平台的数据。

公司天猫平台店铺于“3.8”、“6.18”、“双 11”等购物节期间浏览量和访客数较高，其他时段总体保持稳定。除特殊情况外，公司产品的成交转化率及访问量总体处于稳步提升的状态。

②购买金额区间分布

报告期内，公司线上直营销售的金额区间分布情况如下：

金额区间（元）	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	订单数量（万单）	订单占比（%）	订单数量（万单）	订单占比（%）	订单数量（万单）	订单占比（%）	订单数量（万单）	订单占比（%）
0-100	357.44	76.50	335.70	69.43	226.68	73.47	0.01	0.15
100-200	46.67	9.99	81.24	16.80	42.54	13.79	3.01	64.78
200-300	33.66	7.20	37.05	7.66	16.37	5.31	0.80	17.12
300-400	12.63	2.70	14.10	2.92	11.51	3.73	0.47	10.06
400-500	8.23	1.76	7.53	1.56	5.42	1.76	0.14	2.98
500-1,000	7.69	1.64	7.14	1.48	5.48	1.78	0.21	4.45
1,000 及以上	0.94	0.20	0.73	0.15	0.52	0.17	0.02	0.46
合计	467.27	100.00	483.49	100.00	308.52	100.00	4.65	100.00

注：上述为报告期内天猫平台的数据

报告期内，公司订单数量主要分布于 0-200 元的价格区间内，自 2019 年公司加大营销投入后，300 元及以内订单金额占据公司线上直销订单的 80%以上。公司产品线上直销分布总体维持稳定，订单价格区间在 500-1,000 的订单数量有

所增加。

③地区分布

报告期内，公司线上直营销售的地区分布情况如下：

单位：%

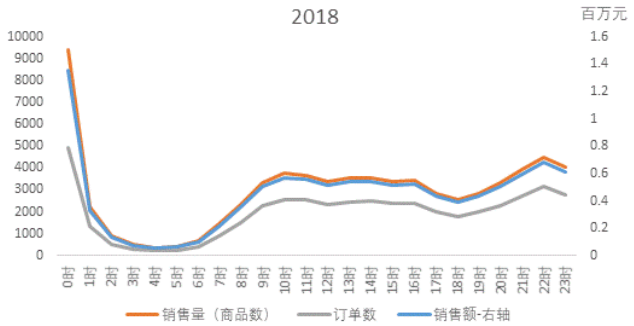
区域	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
华东	**42.02**	40.69	38.68	37.89
华南	**18.04**	17.98	17.46	17.47
华北	**12.14**	12.79	13.73	15.87
华中	**10.23**	10.13	10.15	8.74
西南	**9.21**	9.38	9.95	9.37
东北	**4.59**	4.97	5.63	6.32
西北	**3.77**	4.07	4.40	4.33
港澳台及其他	**0.00**	0.00	0.00	0.01
总计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

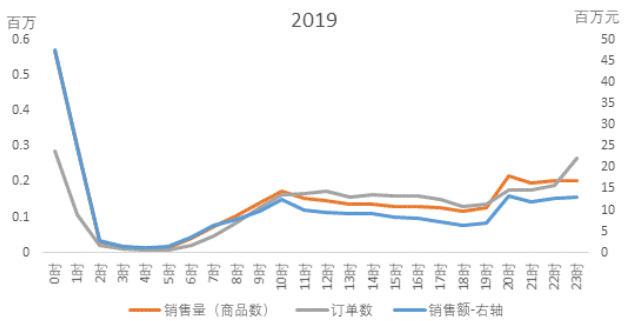
注：上述为报告期内天猫平台的数据

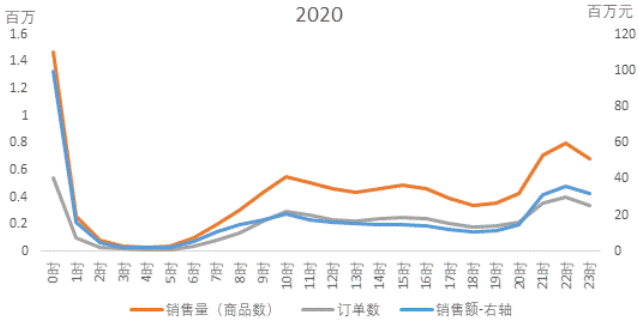
公司线上直营店铺的客户群体较大，地区分布较为广泛。报告期内，公司线上直销平台的销售地区分布结构较为稳定，不存在大幅波动的情况。除港澳台及其他地区的零星销售外，公司在中国各地区的销售均实现了稳定增长。其中经济发展水平较高、购买力较强的华东地区，占据了较为重要的地位。

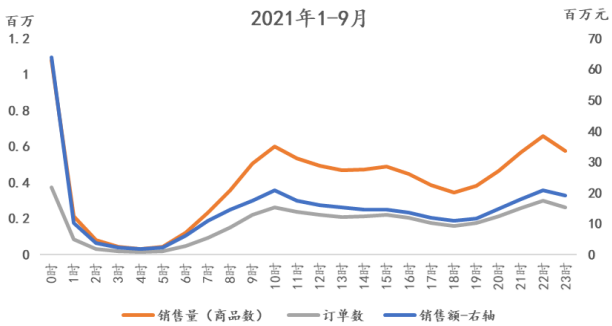
④线上直营店铺的交易量分时分布

报告期各期内，公司线上直营店铺的交易量分时分布情况如下：









注：上述为报告期内天猫平台的数据

公司线上平台的支付时段波峰主要集中在 0 时，其次为夜晚 21 时至 23 时以及白天 9 时至 11 时。由于通常购物节活动的促销开始于 0 时，且促销力度整体较大，该时段整体下单数量较大，导致各年付款波峰时段集中在 0 时。此外，下单时间总体趋势整体与作息时间相符。

⑤线上直营店铺日均订单情况

报告期内，公司线上直营店铺日均订单情况如下：

产品	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
日均订单数量（单）	12,802	13,246	8,430	127
日均订单金额（元）	1,056,927.30	1,196,998.32	670,285.56	29,070.95
日订单均价（元）	82.56	90.36	79.52	228.12

注：上述为报告期内天猫平台的数据

报告期内，公司日均订单数增速较快，日均交易金额也有较大幅度提高。自 2019 年公司销售投入逐步增加，公司的产品销量及曝光度都进入了快速增长期，日均订单数及订单金额都实现了跨越式增长；伴随着营销活动的增多，日订单均价有所下降。

（2）线上及线下经销

报告期内，各销售渠道的主要经销商按照规模的金额分布及占经销收入的比重如下：

单位：万元、%

经销商类型	经销商交易规模（万元）	2021 年 1-9 月		2020 年		2019 年		2018 年	
		交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
线上经销商	1-10	255.75	0.31	562.49	0.47	952.05	0.86	688.02	1.91
	10-50	780.81	0.95	1,402.26	1.18	2,669.77	2.41	1,461.74	4.07

	50-100	138.36	0.17	627.69	0.53	976.79	0.88	723.16	2.01
	100 以上	872.74	1.07	3,816.11	3.21	3,043.71	2.74	120.15	0.33
小计		2,047.66	2.50	**6,408.55**	**5.39**	**7,642.32**	**6.89**	**2,993.07**	**8.33**
线下经销商	1-10	315.58	0.39	207.25	0.17	420.51	0.38	876.56	2.44
	10-50	6,325.60	7.73	2,546.86	2.14	6,268.17	5.65	2,523.45	7.02
	50-100	11,132.96	13.60	11,922.12	10.03	12,377.30	11.16	6,272.17	17.45
	100 以上	61,964.95	75.72	97,715.89	82.21	84,132.94	75.83	23,063.49	64.18
小计		79,738.96	97.44	**112,392.13**	**94.56**	**103,198.92**	**93.01**	**32,735.68**	**91.10**
合计		81,786.62	99.94	**118,800.68**	**99.95**	**110,841.24**	**99.90**	**35,728.75**	**99.43**

1）经销商交易金额分布分析

报告期内，公司线下主要经销商占各期经销收入的比重均超过 90%，系公司经销商的主要组成部分。2018 至 2020 年，交易规模为 100 万元以上的线下经销商占各期经销收入的比分别为 64.18%、75.83%和 82.21%，呈逐渐上升趋势；其他交易规模低于 100 万的线下经销商占各期经销收入的比重持续下降，主要原因是随着公司对经销商的不断培育，经销商得以持续发展壮大，经销商和公司的合作关系不断沉淀和加深，经销商交易规模逐步增大和集中。

报告期内，公司的经销商变动情况和公司实际经营情况一致，经销体系较为稳定。报告期内，公司主要经销商并非均专门销售公司的产品，其自发行人处采买的产品整体销售情况良好，期末存货处于合理水平。

2）经销商变动对收入的影响分析

①新增经销商对收入的影响

报告期内，公司主要新增经销商对收入的影响情况如下：

单位：万元、%

经销商类型	经销商交易规模（万元）	2021 年 1-9 月		2020 年		2019 年	
		新增经销商销售金额	占当期经销收入比	新增经销商销售金额	占当期经销收入比	新增经销商销售金额	占当期经销收入比
线上经销商	10-50	239.93	0.29	331.92	0.28	894.79	0.81
	50-100	84.79	0.10	-	-	-	-
	100 以上	229.39	0.28	113.98	0.10	579.67	0.52
小计		554.11	0.68	**445.90**	**0.38**	**1,474.46**	**1.33**

线下经销商	10-50	1,425.21	1.74	1,107.10	0.93	4,910.40	4.43
	50-100	1,127.99	1.38	1,758.55	1.48	8,627.45	7.78
	100 以上	6,412.51	7.84	11,467.00	9.65	36,614.76	33.00
小计		**8,965.72**	**10.96**	**14,332.65**	**12.06**	**50,152.61**	**45.20**
合计		**9,519.82**	**11.63**	**14,778.55**	**12.43**	**51,627.07**	**46.53**

2019 年，新增线下经销商收入占当期经销收入比重为 45.20%，主要系公司品牌影响力和产品认知度不断增强，公司选择优质经销商拓展合作，以更好支撑销售业绩的快速增长所致。经过 2019 年的快速发展，公司经销商管理体系不断优化，2020 年经销商已较为稳定，新增经销商收入占比降至 12.06%。

2019 年，公司新增线上经销商主要系公司为进一步拓展线上销售渠道，快速聚集线上流量，以提升线上销售的规模和品牌流量所致。

②退出经销商对收入的影响

报告期内，公司主要退出经销商对收入的影响情况如下：

单位：万元、%

经销商类型	经销商交易规模（万元）	2020 年		2019 年	
		退出经销商上年销售金额	占上年整体经销收入比例	退出经销商上年销售金额	占上年整体经销收入比例
线上经销商	10-50	211.14	0.19	14.07	0.04
	50-100	-	-	-	-
	100 以上	-	-	-	-
小计		**211.14**	**0.19**	**14.07**	**0.04**
线下经销商	10-50	1,766.63	1.59	1,136.83	3.16
	50-100	2,391.77	2.16	2,109.44	5.87
	100 以上	15,508.80	13.98	3,461.20	9.63
小计		**19,667.20**	**17.73**	**6,707.47**	**18.67**
合计		**19,878.35**	**17.92**	**6,721.54**	**18.70**

2019 年及 2020 年，退出经销商上期收入占上期经销收入比重为 18.70%和 17.92%，整体较为稳定，主要系公司逐步优化经销商管理体系，增强经销商管理要求，与部分分销能力较差的经销商停止了合作所致。

随着公司品牌影响力不断提升，公司在各知名电商平台陆续开立了直营旗舰店，为避免线上流量碰撞，同时部分线上经销商销售能力有限，公司决定优化线

上经销商渠道，相应终止了部分线上经销商的合作。

报告期内，公司经销商管理体系不断优化，主要退出经销商对收入的影响程度较低。

4、产品价格变动情况

产品价格变动分析详见本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务产品的价格和数量变动分析”。

（二）报告期内主要客户

报告期内，公司前五大客户的收入及占比情况如下：

单位：万元、%

年份	序号	客户名称	销售额	占营收比
2021 年 1-9 月	1	黑龙江伽禾侬经贸有限公司	4,339.32	3.68
	2	北京京东弘健健康有限公司	1,407.74	1.20
	3	无锡和诚鑫商贸有限公司	1,140.31	0.97
	4	福建腾辉贸易有限公司	781.61	0.66
	5	杭州珂恩商贸有限公司	733.19	0.62
	小计		8,402.17	7.13
2020 年	1	黑龙江伽禾侬经贸有限公司	3,598.98	2.27
	2	重庆阿蒙蒙商贸有限公司	1,862.81	1.18
	3	重庆兰淼商贸有限公司	1,655.62	1.04
	4	无锡和诚鑫商贸有限公司	1,530.56	0.97
	5	深圳小红书进出口贸易有限公司	1,179.19	0.74
	小计		**9,827.17**	**6.20**
2019 年	1	上海娜达科技有限公司	945.47	0.70
	2	丽水市鼎泰商贸有限公司	840.71	0.63
	3	上海轩轶实业有限公司	839.75	0.63
	4	吉林省亮晶晶医疗器械有限责任公司	819.01	0.61
	5	哈尔滨依然美晟商贸有限公司	787.97	0.59
	小计		**4,232.91**	**3.15**
2018 年	1	广州康哲医疗器械有限公司	755.46	2.02
	2	上海娜达科技有限公司	720.51	1.93

年份	序号	客户名称	销售额	占营收比
	3	河南省康泰医疗器械有限公司	637.12	1.71
	4	泗洪明辉医疗器材有限公司	606.43	1.62
	5	陕西纽瑞达医药生物技术有限公司	605.27	1.62
	小计		**3,324.79**	**8.90**

注：同一控制内主体交易额已合并计算

2018 至 2020 年，公司前五大主要客户的交易金额分别为 3,324.79 万元、4,232.91 万元和 9,827.17 万元，整体呈现快速上升的趋势，和发行人主营业务销售收入的快速增长趋势一致。

报告期各期前五大客户占各期营业收入的比重分别为 8.90%、3.15%、6.20%及 **7.13**%，于 2019 年下降后回升并保持稳定，公司不存在对重要客户形成重大依赖情形。报告期内，公司的主要客户集中度较低，主要系公司整体销售较为分散所致，符合行业特征。2019 年，公司前五大客户的销售收入占当期营业收入比重下滑近 5 个百分点，主要系 2019 年公司业绩大幅增长导致单个经销商销售占比显著下降所致。

报告期内，发行人、发行人控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要客户不存在关联关系，不存在主要客户及其控股股东、实际控制人是发行人前主要员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

公司与报告期各期前五大客户的合作背景及波动原因如下：

年份	序号	客户名称	合作背景及波动原因
2021 年 **1-9 月**	1	黑龙江伽禾依经贸有限公司	从 2019 年 6 月起合作。该公司于发行人首次开放线下实体渠道阶段获得代理权，且其销售渠道较多，销售产品包括敷尔佳全系产品，因此销售额于 2020 年及 2021 年 1-**9** 月上升较快。
	2	**北京京东弘健健康有限公司**	**发行人曾授权重庆阿蒙蒙商贸有限公司等经销商于京东开展敷尔佳京东自营专区的销售业务，自 2021 年 3 月起，公司与京东直接合作，开展京东平台自营专区之“敷尔佳京东自营旗舰店”的代销合作，故 2021 年 1-9 月对其销售额较高。**
	3	无锡和诚鑫商贸有限公司	从 2019 年 5 月起合作。从 2020 年 8 月成为江苏省独家实体渠道经销商，经销全系列产品；同时，该公司市场运营能力较强，快速将产品覆盖至其下游实体渠道，故其 2020 年及 2021 年 1-**9** 月销售量增加较明显。
	4	**福建腾辉贸易有限公司**	**从 2019 年 9 月起合作，该客户为公司 2019 年及 2020 年的分级经销商，随着公司与其合作不断加深，其于 2021 年获公司福建省独家实体经销渠道授权，经销全系列产品，销售覆盖面增加，故公司对其销售额增加。**
	5	杭州珂恩商贸有限公司	从 2020 年 9 月起合作。从 2021 年 1 月成为浙江省独家实体渠道经销商，经销全系列产品；同时，该公司于 2021 年加大了营销力度，其于 2021 年 1-**9** 月销售量增加较明显。

年份	序号	客户名称	合作背景及波动原因
2020 年	1	黑龙江伽禾依经贸有限公司	见上。
	2	重庆阿蒙蒙商贸有限公司	从 2019 年 11 月起合作。该公司较早获发行人授权于京东开展敷尔佳京东自营专区的销售业务，促进了该公司在 2020 年的销售规模增长。随着公司线上直销收入快速增长，公司在 2020 年 5 月开设京东官方直营旗舰店并决定自主独立运营，故终止与其合作。
	3	重庆兰淼商贸有限公司	**从 2019 年 10 月起合作。该公司于发行人首次开放药店渠道时较早获代理权，该公司陆续开发多家连锁药店，主要销售械字号产品，销售覆盖面广，形成较具特色的渠道销售，故其于 2020 年及 2021 年 1-3 月销售规模增长较大。**
	4	无锡和诚鑫商贸有限公司	见上。
	5	深圳小红书进出口贸易有限公司	从 2019 年 1 月起合作。其分销能力较强，具备较多元的实体销售渠道，公司于 2020 年 8 月授权其成为渠道经销商，借助实体渠道的产品及渠道授权优势，其与公司合作规模提升明显。
2019 年	1	上海娜达科技有限公司	从 2018 年 1 月起合作（同控内主体最早合作时间），其经销能力较强。同时，与该公司处同一控制下的个人经销商亦具备较好经销实力，交易额已合并计算。
	2	丽水市鼎泰商贸有限公司	从 2018 年 1 月起合作（同控内主体最早合作时间），其经销能力较强。同时，与该公司处同一控制下的个人经销商亦具备较好经销实力，交易额已合并计算。
	3	上海轩轶实业有限公司	从 2018 年 10 月起合作。该公司较早获发行人授权其开设京东敷尔佳专卖店，因此该公司在 2019 年与公司合作规模增长较快。随着公司线上直销快速增长，公司在 2020 年 5 月开设京东直营旗舰店并决定自主独立运营，故终止与其合作。
	4	吉林省亮晶晶医疗器械有限责任	从 2018 年 1 月起合作（同控内主体最早合作时间），其经销能力较强。同时，与该公司处同一控制下的个人经销商亦具备较好经销实力，交易额已合并计算。
	5	哈尔滨依然美晟商贸有限公司	从 2018 年 1 月起合作（同控内主体最早合作时间）。同时，与该公司处同一控制下的个人经销商亦具备较好经销实力，交易额已合并计算。2021 年起，其成为公司竞争对手的全国总代理，与公司形成潜在竞争关系，发行人故与其取消合作。
2018 年	1	广州康哲医疗器械有限公司	从 2018 年 1 月起合作，其具备稳定的销售渠道，经销能力较强，故销售额较大。
	2	上海娜达科技有限公司	见上。
	3	河南省康泰医疗器械有限公司	从 2018 年 1 月起合作，其具备稳定的销售渠道，经销能力较强，故销售额较大。
	4	泗洪明辉医疗器材有限公司	从 2018 年 1 月起合作，其当期经销业绩较好，故销售额较大。2019 年起销售业绩逐渐下滑，不再符合经销资格，公司于 2020 年取消与其合作。
	5	陕西纽瑞达医药生物技术有限公司	从 2018 年 1 月起合作，有稳定的销售渠道，代理商按需订购，没有实行限量供货模式，销售额较大。2020 年，该公司开始自主创立品牌，与公司形成潜在竞争关系，发行人故取消与其合作。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）总体采购情况

报告期内，公司总体采购情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	采购额	占总体采购额比例	采购额	占总体采购额比例	采购额	占总体采购额比例	采购额	占总体采购额比例
产成品采购	3,778.02	27.64	37,160.14	100.00	34,573.16	100.00	8,726.07	100.00
原材料采购	8,761.97	64.09	-	-	-	-	-	-
委托加工服务采购	993.28	7.27	-	-	-	-	-	-
能源采购	137.33	1.00	-	-	-	-	-	-
总计	**13,670.60**	**100.00**	**37,160.14**	**100.00**	**34,573.16**	**100.00**	**8,726.07**	**100.00**

公司在与北星药业重组前，通过外部采购产成品获得主营业务产品。

2021 年 2 月完成北星药业重组后，公司主要采用自主生产和委托生产的方式进行生产。自主生产模式下，公司主要通过子公司北星药业直接采买供应商的原材料，并由其自主加工制造产成品；委托生产方为公司加工产品主要采购的材料包括各类型面膜布、透明质酸钠、胶原蛋白、增稠剂、铝箔袋、包装盒等。

自主生产模式下，公司将部分生产工序进行委托加工，主要为面膜布折叠组装、辐照灭菌等通用生产工序，报告期内交易额占采购总额的比重较低。

1、产成品采购情况

单位：元/盒

产品类型	剂型	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单位成本	变动值	单位成本	变动值	单位成本	变动值	单位成本
医疗器械类	敷料	9.80	0.68	9.12	-0.54	9.66	1.46	8.20
	喷雾	10.59	-0.74	11.33	-1.78	13.11	-0.08	13.20
	小计	**9.80**	**0.63**	**9.17**	**-0.54**	**9.71**	**1.47**	**8.24**
化妆品类	面膜（含涂抹式面膜）	9.99	-0.18	10.17	-1.42	11.59	2.23	9.36
	冻干粉	25.48	1.74	23.74	-0.95	24.69	-11.82	36.51
	水、精华及乳液	-	-	11.94	-1.39	13.33	-0.62	13.95
	凝胶	8.92	3.16	5.76	-	-	-	-
	喷雾	-	-	13.29	-2.69	15.98	0.87	15.11
	小计	**11.21**	**0.98**	**10.23**	**-2.14**	**12.37**	**2.86**	**9.51**
合计		**10.26**	**0.55**	**9.71**	**-0.95**	**10.66**	**2.25**	**8.41**

报告期内，公司主要通过采购哈三联、广州暨源及广州科玮产成品的方式获

得主营业务产品。报告期内，公司采购医疗器械类或化妆品类的各剂型产成品单价基本保持稳定。

2、主要能源采购情况

公司 2021 年 3 月 1 日起自主生产，相关水费、电费、蒸汽费情况如下：

采购项目		2021年3-9月
纯化水	采购金额（含税，元）	47,115.16
	采购数量（立方米）	2,103.37
	采购单价（元/立方米）	22.40
注射用水	采购金额（含税，元）	358,638.86
	采购数量（立方米）	3,529.91
	采购单价（元/立方米）	101.60
电	采购金额（含税，元）	936,867.40
	采购数量（千瓦时）	1,171,084.25
	采购单价（元/千瓦时）	0.80
蒸汽	采购金额（含税，元）	184,800.00
	采购数量（吨）	462.00
	采购单价（元/吨）	400.00

（二）主要供应商情况

报告期内，公司采购前五名的供应商情况如下：

单位：万元、%

期间		序号	供应商名称	采购内容	采购额	占总采购/存货采购额比
2021年1-9月	1-2月	1	哈尔滨三联药业股份有限公司	成品	3,501.52	27.92
	3-9月	1	上海即索实业有限公司	面膜布	1,559.52	11.41
		2	扬州中福生物技术有限公司	透明质酸钠等	1,048.01	7.67
		3	黑龙江仙芙生物医疗科技有限公司	折膜服务	765.08	5.60
		4	深圳九星印刷包装集团有限公司	包装盒	708.82	5.19
		5	华熙生物科技股份有限公司	透明质酸钠等	703.96	5.15
	-	小计		-	8,286.92	62.93
2020年		1	哈尔滨三联药业股份有限公司	成品	36,020.30	96.93

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购额	占总采购/存货采购额比
	2	广州市暨源生物科技有限公司	成品	1,139.84	3.07
	小计		-	**37,160.14**	**100.00**
2019 年	1	哈尔滨三联药业股份有限公司	成品	32,948.71	95.30
	2	广州市暨源生物科技有限公司	成品	1,619.49	4.68
	3	广东科玮生物技术股份有限公司	成品	4.96	0.01
	小计		-	**34,573.16**	**100.00**
2018 年	1	哈尔滨三联药业股份有限公司	成品	8,698.83	99.69
	2	广州市暨源生物科技有限公司	成品	18.34	0.21
	3	广东科玮生物技术股份有限公司	成品	8.91	0.10
	小计		-	**8,726.07**	**100.00**

注：1、同一控制内主体已合并采购金额；
2、2021 年 1-2 月，哈三联及其子公司北星药业为发行人该期间内唯一直接供应商；

2018 至 2020 年，公司采购总额整体呈上涨趋势，与销售增长情况一致。2021 年，公司成品采购金额较小，主要系受北星药业重组、工厂生产计划调整、黑龙江地区新冠肺炎疫情等多重影响所致。

报告期内，公司主要为产成品采购，直接供应商较少，集中度较高，但与供应商合作保持稳定，未出现重大不利变化。2021 年 2 月，公司完成换股收购北星药业后开始自主生产主营业务产品，供应商集中度下降，不存在对单一供应商采购金额超过 50%的情形。除哈三联外，发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与相关供应商不存在关联关系；不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

1、公司与哈三联的采购合作情况

报告期初至 2021 年 2 月，公司作为“敷尔佳”产品的全国总代理与哈三联合作，哈三联负责产品的独家生产，公司负责产品的独家销售、推广及品牌运营维护等。报告期内，公司向哈三联的采购总额分别为 8,698.83 万元、32,948.71 万元、36,020.30 万元及 3,501.52 万元。2018 年至 2020 年，公司向哈三联的采购额占各期存货采购总额的比例均超过 95%，占比较高，且基本保持稳定，系公司

报告期内的重要供应商，双方合作关系稳定。

2021 年 2 月，公司完成换股收购北星药业并自行生产化妆品和医疗器械产品，完成了产业链的垂直整合。

2、公司与广州暨源的采购合作情况

报告期内，公司通过委托生产模式与广州暨源进行合作，主要由敷尔佳向广州暨源采购敷尔佳肤质肤色修护冻干粉+肤质肤色修护液、敷尔佳提升紧致舒纹冻干粉+提升紧致舒纹修护液等冻干粉类产品。**报告期内**，公司向广州暨源采购总额分别为 18.34 万元、1,619.49 万元、1,139.84 万元**及 276.50 万元**，占各期采购总额的比例分别为 0.21%、4.68%、3.07%**及 2.02%**，占比较低。

截至本招股说明书签署日，公司相关冻干粉类产品销售稳定增长，公司继续通过委托加工模式与广州暨源进行合作。

3、公司与广东科玮的采购合作情况

报告期内，公司通过委托加工模式与广东科玮进行合作，主要由敷尔佳向广东科玮采购理肤焕颜冻干粉套盒和微雕塑颜冻干粉套盒等产品。2018 及 2019 年，公司向广东科玮采购总额分别为 8.91 万元及 4.96 万元，占各期存货采购总额的比例极低。

2020 年起，受公司产品线架构和销售策略重心调整影响，公司与广东科玮的合作已终止。

4、公司与其他供应商的合作情况

2021 年 3 月**起**，发行人主要通过全资子公司北星药业采买原材料并进行自主加工，该期间**内至报告期末**，前五大供应商均为原哈三联化妆品和医疗器械生产业务的合作供应商，**公司的主要供应商结构保持稳定**。

最近一期，随着公司自主生产模式的不断稳定与成熟，公司与主要原材料、内容物等供应商的采购额比重增大，与哈三联采购产成品的比例明显降低，公司对单一供应商的依赖程度进一步降低。

（三）发行人向哈三联的采购数据与哈三联披露数据的差异及原因

哈三联在北星药业模拟报表中披露的当期营业收入与招股说明书披露的对

哈三联采购金额存在差异，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
哈三联披露的北星药业模拟报表营业收入	36,029.00	32,948.75	9,278.44
招股说明书披露的发行人对哈三联的采购金额	36,020.30	32,948.71	8,698.83
差异	-8.70	-0.04	-579.61
原因	未使用的外包装材料（铝箔袋）销售形成的其他收入；以及监管部门进行质量抽检时，其付费购买抽检样品时公司形成的收入	监管部门进行质量抽检时，其付费购买抽检样品时公司形成的收入	发行人在完成对华信药业皮肤护理产品业务资源承接之前，哈三联因履行已签订的业务合同向华信药业销售医用敷料及功能性护肤品形成的收入

哈三联在 2021 年半年报中披露了与公司之间的租赁交易，与招股说明书和审计报告中披露的数据一致，具体内容如下：

序号	承租人	出租人	租赁用途	租赁面积（平方米）	年租金（万元）	租赁期限
1	公司	哈三联	办公室	31.26	1.22	2021/6/30
2	公司	哈三联	生产车间+质量	2,986.81	89.60	2021/3/1
3	公司	哈三联	库房租赁	609.27	26.32	2021/3/1

除上述采购额及租赁相关的交易外，哈三联的定期报告未披露其他与公司之间的交易及往来。

五、发行人主要资产情况

（一）固定资产情况

截至 2021 年 9 月 30 日，公司拥有的固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备及其他设备，具体情况如下：

单位：万元

资产类别	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	1,958.35	178.29	1,780.06	90.90%
机器设备	1,134.34	172.49	961.85	84.79%
运输设备	433.86	133.23	300.62	69.29%
电子设备	207.97	59.92	148.05	71.19%
办公设备	33.52	4.71	28.81	85.95%

资产类别	原值	累计折旧	净值	成新率
合计	3,768.04	548.64	3,219.40	85.44%

1、房屋建筑物

截至 2021 年 9 月 30 日，公司拥有的房产情况如下：

序号	商品房买卖合同编号	权利人	坐落位置	面积（㎡）	用途
1	19117253241	敷尔佳	河鼓街围合区域 T3 栋 1 单元 16 层 1601	266.49	办公
2	19194131587	敷尔佳	河鼓街围合区域 T3 栋 1 单元 16 层 1602	185.34	办公
3	19728286179	敷尔佳	河鼓街围合区域 T3 栋 1 单元 16 层 1604	258.51	办公
4	19149529612	敷尔佳	河鼓街围合区域 T3 栋 1 单元 16 层 1605	190.83	办公

截至本招股说明书签署日，上述房产正在办理不动产权证书。

2、主要生产设备

截至 2021 年 9 月 30 日，公司及子公司拥有的主要生产设备情况如下：

单位：万元

序号	名称	数量（台）	原值	期末净值	成新率
1	六头面膜专用充填封口机	12	143.44	127.03	88.55%
2	皮带式半自动折棉机（三折/对折）	12	84.48	61.07	72.29%
3	装盒机	2	57.19	46.93	82.06%
4	升降式真空均匀质乳化机	4	56.64	54.40	96.04%
5	面膜装盒机（无内衬）+数片机	3	55.75	54.43	97.62%
6	全自动内衬封盒机	1	48.67	45.20	92.88%
7	均质配液罐	5	48.28	34.04	70.51%
8	洁净管路系统	1	45.15	30.85	68.33%
9	面膜折叠机	10	44.25	43.20	97.62%
10	全自动三维包装机	3	35.69	26.18	73.35%
11	烟包机（六面烫）	3	34.51	33.69	97.63%
12	水乳膏转盘灌装机	1	34.34	29.99	87.33%
13	皮肤弹性测试仪	1	25.66	12.12	47.22%
14	透明膜三维包装机	2	25.66	23.02	89.71%

序号	名称	数量（台）	原值	期末净值	成新率
15	全自动二元包装机	1	25.34	18.52	73.08%
16	液相色谱仪	1	23.89	22.63	94.72%
17	均质配液罐管路配件	1	23.62	16.70	70.71%
18	测漏称重、剔除机	3	22.24	16.34	73.45%
19	片称重、剔除一体机	6	21.24	20.73	97.62%

注：上表选取原值在 20 万元以上的生产设备作为主要设备

（二）租赁物业

截至本招股说明书签署日，公司及子公司租赁房产如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	租赁用途	租赁面积（㎡）	租赁期限	租金	租赁备案
1	敷尔佳	张立国	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1603 室	办公	177.74	2020.01.18-2023.01.17	13,499 元/月	哈房租登字第 0310210315004 号
2	敷尔佳	张梦琪	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1606 室	办公	267.98	2020.01.18-2023.01.17	20,353 元/月	哈房租登字第 0310210121001 号
3	敷尔佳	张梦琪	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1607 室	办公	184.27	2020.01.18-2023.01.17	13,995 元/月	哈房租登字第 0310210121002 号
4	敷尔佳	张梦琪	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1608 室	办公	172.67	2020.01.18-2023.01.17	13,114 元/月	哈房租登字第 0311210121003 号
5	敷尔佳	张梦琪	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1609 室	办公	174.69	2020.01.18-2023.01.17	13,268 元/月	哈房租登字第 0310210121004 号
6	敷尔佳	张立国	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1610 室	办公	190.83	2020.01.18-2023.01.17	14,493 元/月	哈房租登字第 0310210315003 号
7	敷尔佳	周顺泽	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋---15 层 1509 室	办公	264.81	2021.08.05-2022.12.31	2.79 元/㎡/日	哈房租登字第 0310210817002 号
8	敷尔佳	徐丽娜	哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋---15 层 1510 室	办公	190.83	2021.06.01-2022.12.31	2.7 元/㎡/日	哈房租登字第 0310210617001 号
9	敷尔佳	哈尔滨儿童制	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧	办公	22.68	2021.06.01-2022.12.	租金总额	哈房租登字第

序号	承租方	出租方	租赁地址	租赁用途	租赁面积（㎡）	租赁期限	租金	租赁备案
		药厂有限公司				31	13,107元	1310210607002号
10	敷尔佳	黑龙江润泰医药供应链有限公司	哈尔滨市利民开发区深圳大街1号二期库房1层	仓储	3,660.00	2021.02.01-2023.01.31	74,450元/月	哈房租登字第1310210528001号
11	敷尔佳	黑龙江润泰医药供应链有限公司	哈尔滨市利民经济开发区深圳大街1号一期库房1层、2层	仓储	5,000.00	2021.04.13-2023.04.12	100,000元/月	哈房租登字第1310210528001号
12	敷特佳	哈尔滨儿童制药厂有限公司	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧办公室	办公	23.76	2021.06.01-2022.12.31	租金总额13,731元	哈房租登字第1310210607001号
13	北星药业	哈三联	黑龙江省哈尔滨市利民开发区哈尔滨轴承厂东500米，哈三联经营场所内医疗器械生产车间（包含：洁净区：液体制剂车间；一般区：二期车间净化间；空调间：液体制剂车间）；化妆品生产车间（包含：一楼生产车间）；质量办公区	厂房	2,986.81	2021.03.01-2023.03.01	74,670.25元/月	哈房租登字第1310210604002号
14	北星药业	哈三联	黑龙江省哈尔滨市利民开发区哈尔滨轴承厂东500米，哈三联经营场所内三期综合制剂车间（包含：一般区：九号库）	厂房	609.27	2021.05.01-2023.03.01	21,933.75元/月	哈房租登字第1310210604001号
15	北星药业	黑龙江润泰医药供应链有限公司	哈尔滨市利民经济开发区深圳大街1号二期库房1层、2层	仓储	6,340.00	2021.02.01-2023.01.31	133,650元/月	哈房租登字第1310210528002号
16	**北星药业**	**哈三联**	**黑龙江省哈尔滨市利民开发区哈尔滨轴承厂东500米，哈三联经营场所内（哈三联二期314车间部分区域、健康事业部）**	**厂房**	**694.31**	**2021.12.01-2023.03.01**	**17,357.75元/月**	**哈房租登字第1310211229001号**
17	**北星药业**	**黑龙江润泰医药供应链有限**	**哈尔滨市利民经济开发区深圳大街1号二期库房3层B区**	**仓储**	**2,370.00**	**2021.12.01-2023.12.31**	**47,400.00元/月**	**哈房租登字第1310211229002号**

序号	承租方	出租方	租赁地址	租赁用途	租赁面积（㎡）	租赁期限	租金	租赁备案
		公司						
18	敷尔佳	哈尔滨儿童制药厂有限公司	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧	办公	87.00	2021.12.21-2022.12.31	32,625.00 元	疫情原因，主管部门暂不办理

发行人上述租赁事项均已签订房屋租赁合同，租赁房产不存在重大权属纠纷，不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

（三）无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有土地使用权 1 项，具体情况如下：

序号	使用权人	位置	取得方式	面积（m^2）	证书编号	权利终止日期	用途	他项权利
1	敷尔佳	松北区规划 214 路以东、规划 224 路以南、奥瑞德项目以西、九洲路以北位置	出让	75,259.01	黑（2021）哈尔滨市不动产权第 0342756 号	2071.06.17	工业	无

2、商标

截至本招股说明书签署日，公司及子公司共持有 60 项注册商标，具体情况如下：

序号	注册号	商标	类号	注册人	取得方式	有效期至	他项权利
1	14151404	敷尔佳	3	发行人	继受取得	2025.04.20	无
2	14151418	敷尔佳	5	发行人	继受取得	2025.04.20	无
3	15625811	敷尔佳	10	发行人	继受取得	2026.02.13	无
4	46869409	敷尔佳	33	发行人	原始取得	2031.02.06	无
5	47835204	敷尔佳	44	发行人	原始取得	2031.04.20	无
6	23110926	敷尔佳美	3	发行人	继受取得	2028.03.06	无
7	23110925	敷尔佳美	10	发行人	继受取得	2028.03.06	无

序号	注册号	商标	类号	注册人	取得方式	有效期至	他项权利
8	28963492	敷尔佳花季	3	发行人	原始取得	2028.12.20	无
9	28963491	敷尔佳花季	10	发行人	原始取得	2028.12.20	无
10	35305174	VOOLGA	3	发行人	原始取得	2029.10.13	无
11	35305173	VOOLGA	10	发行人	原始取得	2029.11.06	无
12	33126195	Voolga	3	发行人	原始取得	2029.05.27	无
13	46897953	Voolga	9	发行人	原始取得	2031.04.13	无
14	33126196	Voolga	10	发行人	原始取得	2029.10.06	无
15	46882039	Voolga	29	发行人	原始取得	2031.02.27	无
16	46889328	Voolga	32	发行人	原始取得	2031.02.06	无
17	46888592	Voolga	33	发行人	原始取得	2031.02.06	无
18	46898416	Voolga	42	发行人	原始取得	2031.04.06	无
19	46862325	Voolga	44	发行人	原始取得	2031.04.27	无
20	23840170	Voolga	3	发行人	继受取得	2028.07.06	无
21	23840171	Voolga	10	发行人	继受取得	2028.07.06	无
22	28963493	敷特佳	3	发行人	原始取得	2028.12.20	无
23	28963490	敷特佳	10	发行人	原始取得	2029.04.13	无
24	17887031	8光颜	3	发行人	继受取得	2026.10.20	无
25	17887032	8光颜	10	发行人	继受取得	2026.10.20	无
26	37945295		3	发行人	原始取得	2029.12.27	无
27	37945296		10	发行人	原始取得	2029.12.27	无

序号	注册号	商标	类号	注册人	取得方式	有效期至	他项权利
28	41455813	YIDELVEN 伊蒂精灵	3	发行人	继受取得	2030.08.13	无
29	20611481	肃呼吸 HUIHUXI	3	发行人	继受取得	2027.09.06	无
30	50105661	敷尔佳	5	发行人	原始取得	2031.09.06	无
31	54686567	伊蒂精灵	3	发行人	原始取得	2031.11.06	无
32	54705238	伊蒂精灵	5	发行人	原始取得	2031.10.27	无
33	54686633	伊蒂精灵	9	发行人	原始取得	2031.10.27	无
34	54693916	伊蒂精灵	10	发行人	原始取得	2031.10.27	无
35	54687818	伊蒂精灵	11	发行人	原始取得	2031.10.27	无
36	54705560	伊蒂精灵	29	发行人	原始取得	2031.10.27	无
37	54705113	伊蒂精灵	30	发行人	原始取得	2031.10.27	无
38	54670132	伊蒂精灵	31	发行人	原始取得	2031.10.27	无
39	54670156	伊蒂精灵	32	发行人	原始取得	2031.10.27	无
40	54681730	伊蒂精灵	33	发行人	原始取得	2031.10.27	无
41	54704655	伊蒂精灵	35	发行人	原始取得	2031.10.27	无
42	54670526	伊蒂精灵	42	发行人	原始取得	2031.10.27	无
43	54701366	伊蒂精灵	44	发行人	原始取得	2031.10.27	无
44	54698094	YID ELVEN	3	发行人	原始取得	2031.10.27	无
45	54672874	YID ELVEN	5	发行人	原始取得	2031.10.27	无
46	54676867	YID ELVEN	9	发行人	原始取得	2031.10.27	无
47	54687794	YID ELVEN	10	发行人	原始取得	2031.10.27	无
48	54670883	YID ELVEN	11	发行人	原始取得	2031.10.27	无

序号	注册号	商标	类号	注册人	取得方式	有效期至	他项权利
49	54689713	YID ∈LV∈N	29	发行人	原始取得	2031.10.27	无
50	54705108	YID ∈LV∈N	30	发行人	原始取得	2031.10.27	无
51	54672716	YID ∈LV∈N	31	发行人	原始取得	2031.10.27	无
52	54687852	YID ∈LV∈N	32	发行人	原始取得	2031.10.27	无
53	54687487	YID ∈LV∈N	33	发行人	原始取得	2031.10.27	无
54	54703107	YID ∈LV∈N	35	发行人	原始取得	2031.10.27	无
55	54670522	YID ∈LV∈N	42	发行人	原始取得	2031.10.27	无
56	54687907	YID ∈LV∈N	44	发行人	原始取得	2031.10.27	无
57	54687821		11	发行人	原始取得	2031.11.06	无
58	54678305		31	发行人	原始取得	2031.10.27	无
59	54681376		32	发行人	原始取得	2031.10.27	无
60	54671491		44	发行人	原始取得	2031.10.27	无

注：14151404、15625811、23110926、23110925、23840170、23840171、17887031、17887032号商标系2018年6月6日自华信药业处继受取得；14151418号商标系2019年1月6日自哈三联处继受取得；41455813号商标系2021年3月27日自凡尔登（广州）品牌管理有限公司处继受取得；20611481号商标系2021年7月21日自石狮市柏兴优客商贸有限公司处继受取得。

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有9项已授权专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	类别	申请日期	取得方式	有效期至	状态
1	敷尔佳	包装盒	ZL201730642372.9	外观设计	2017.12.15	原始取得	2027.12.14	专利权维持
2	北星药业	包装盒（敷尔佳净爽控油黑泥膜）	ZL202130467613.7	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持
3	北星药业	包装盒（敷尔佳虾青素传明酸精华液）	ZL202130467594.8	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持

序号	专利权人	专利名称	专利号	类别	申请日期	取得方式	有效期至	状态
4	北星药业	包装盒（敷尔佳海绵骨针祛痘凝露）	ZL202130469091.4	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持
5	北星药业	包装盒（敷尔佳润颜滋养面膜）	ZL202130468618.1	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持
6	北星药业	包装盒（敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜）	ZL202130469084.4	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持
7	北星药业	包装盒（敷尔佳虾青素传明酸修护贴）	ZL202130468617.7	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持
8	北星药业	包装盒（敷尔佳透明质酸钠修护贴）	ZL202130469082.5	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持
9	北星药业	包装盒（敷尔佳胶原蛋白多效修护贴）	ZL202130469078.9	外观设计	2021.07.22	原始取得	2036.07.21	专利权维持

4、域名

截至本招股说明书签署日，公司及子公司共持有 1 项域名，具体情况如下：

序号	权属人	域名	注册日期	到期日期
1	敷尔佳	voolga.net	2018.12.28	2028.12.28

六、发行人取得的资质认证和许可情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得生产经营所需全部资质，具体如下：

（一）医疗器械生产许可证

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的医疗器械生产许可证如下：

序号	许可证编号	被许可人	有效期至	许可范围	发证部门
1	黑食药监械生产许20160030 号	北星药业	2025.11.16	原《分类目录》II 类 6866-11 医用高分子材料及制品-雾化吸入器； 新《分类目录》II 类，II 类 14-10 注输、护理和防护器械-创面敷料	黑龙江省药品监督管理局

（二）医疗器械注册证

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的医疗器械注册证如下：

序号	注册证编号	注册主体	产品名称	有效期至	审批部门
1	黑械注准20162140023	北星药业	医用透明质酸钠修复贴	2026.04.28	黑龙江省药品监督管理局
2	黑械注准20182140027	北星药业	医用透明质酸钠修复液	2026.04.28	
3	黑械注准20172660063	北星药业	海水鼻腔喷雾器	2022.09.13	

（三）化妆品生产许可证

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的化妆品生产许可证如下：

序号	许可证编号	被许可人	有效期至	许可范围	发证部门
1	黑妆20180001	北星药业	2023.03.05	一般液态单元（啫喱类、护发清洁类、护肤水类）；膏霜乳液单元（护肤清洁类）；气雾剂及有机溶剂单元（气雾剂类）	哈尔滨新区管理委员会行政审批局

（四）国产化妆品备案电子凭证

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的国产普通化妆品备案电子凭证及国产特殊化妆品注册情况如下：

序号	备案编号	产品名称	备案日期/批准日期
1	**黑 G 妆网备字 2021500059**	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	**2021.9.14**
2	黑 G 妆网备字 2021000351	敷尔佳胶原蛋白多效修护贴	**2021.3.29**
3	**黑 G 妆网备字 2021500523**	敷尔佳虾青素神经酰胺修护乳	**2021.12.16**
4	黑 G 妆网备字 2020001167	敷尔佳积雪草舒缓修护乳液	**2020.12.28**
5	**黑 G 妆网备字 2021500639**	**敷尔佳积雪草洁颜泡泡**	**2021.12.15**
6	黑 G 妆网备字 2020001166	敷尔佳积雪草舒缓修护水	**2020.12.28**
7	**黑 G 妆网备字 2021500063**	**敷尔佳润泽水感绿泥膜**	**2021.10.9**
8	**黑 G 妆网备字 2021500064**	敷尔佳净爽控油黑泥膜	**2021.10.3**
9	黑 G 妆网备字 2021000022	敷尔佳透明质酸钠氨基丁酸精华液	**2021.1.5**
10	**黑 G 妆网备字 2021500061**	敷尔佳润颜滋养面膜	**2021.11.3**
11	黑 G 妆网备字 2020001151	敷尔佳虾青素传明酸精华液	**2020.12.28**
12	黑 G 妆网备字 2020001154	敷尔佳透明质酸钠水光精华液	**2020.12.28**
13	黑 G 妆网备字 2021000021	敷尔佳胶原蛋白多效修护喷雾	**2021.1.5**
14	黑 G 妆网备字 2021000015	敷尔佳胶原蛋白水光修护喷雾	**2021.1.5**
15	**黑 G 妆网备字 2021500519**	敷尔佳透明质酸钠修护贴（黑膜）	**2021.12.15**
16	**黑 G 妆网备字 2021500060**	敷尔佳虾青素传明酸修护贴	**2021.10.13**
17	黑 G 妆网备字 2020001152	敷尔佳透明质酸钠修护膜	**2020.12.28**
18	**黑 G 妆网备字 2021500517**	敷尔佳透明质酸钠修护膜（黑膜）	**2021.12.17**
19	黑 G 妆网备字 2020001155	敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜	**2020.12.28**
20	**黑 G 妆网备字 2021500540**	**敷尔佳 B5 修护喷雾**	**2021.12.16**
21	**黑 G 妆网备字 2021500526**	敷尔佳透明质酸钠修护喷雾	**2021.12.16**
22	黑 G 妆网备字 2020001161	敷尔佳透明质酸钠修护贴	**2020.12.28**

序号	备案编号	产品名称	备案日期/批准日期
23	黑 G 妆网备字 2020001164	敷尔佳海绵骨针祛痘凝露	2020.12.28
24	黑 G 妆网备字 2020001165	敷尔佳积雪草舒缓修护贴	2020.12.28
25	国妆特字 G20202077	敷尔佳烟酰胺美白淡斑修护面膜	2020.10.27
26	国妆特字 G20202076	敷尔佳烟酰胺美白淡斑修护精华乳	2020.10.27
27	黑 G 妆网备字 2021500468	敷尔佳祛痘修护冻干复配精华液	2021.12.10
28	黑 G 妆网备字 2021500062	敷尔佳植萃醒肤修护贴	2021.8.5
29	黑 G 妆网备字 2021500530	敷尔佳积雪草舒缓修护霜	2021.12.9
30	黑 G 妆网备字 2021500418	敷尔佳奇亚籽滋养保湿修护贴	2021.12.8
31	黑 G 妆网备字 2021500415	敷尔佳依克多因熬夜修护贴	2021.12.8
32	黑 G 妆网备字 2021500416	敷尔佳清痘净肤修护贴	2021.12.8
33	黑 G 妆网备字 2021500419	敷尔佳 B5 舒缓修护贴	2021.12.7
34	黑 G 妆网备字 2021500420	敷尔佳沙漠植物保湿修护贴	2021.12.4
35	黑 G 妆网备字 2021500191	敷尔佳透明质酸钠次抛修护液	2021.9.30
36	黑 G 妆网备字 2021500034	卉呼吸松茸舒润面霜	2021.9.17
37	黑 G 妆网备字 2021500030	卉呼吸松茸舒润水	2021.9.17
38	黑 G 妆网备字 2021500031	卉呼吸松茸舒润乳液	2021.9.15
39	黑 G 妆网备字 2021500033	卉呼吸松茸舒润洁面啫喱	2021.9.14
40	黑 G 妆网备字 2021500032	卉呼吸松茸舒润面膜	2021.9.14
41	黑 G 妆网备字 2021500559	敷尔佳依克多因修护喷雾	2021.12.17
42	黑 G 妆网备字 2021500561	敷尔佳乳酸菌修护贴	2021.12.16
43	黑 G 妆网备字 2021500417	敷尔佳益生菌修护贴	2021.12.14

注：由于公司业务调整，计划将原备案于北星药业下的化妆品转移由敷尔佳进行备案，故存在部分产品的注册号及名称发生变化及调整。其中，第 2、11、13、17、22 及 23 项现正处于重新备案审评状态中。

（五）第二类医疗器械经营备案凭证

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的第二类医疗器械经营备案凭证情况如下：

序号	备案编号	备案主体	备案日期	备案范围	备案部门
1	黑哈食药监械经营备 20180120 号	敷尔佳	2021.09.28	2002 年分类目录：6864 2017 年分类目录：14	哈尔滨新区管理委员会行政审批局
2	黑哈食药监械经营备 20190562 号	敷特佳	2019.04.11	2002 年分类目录：6864 2017 年分类目录：14	哈尔滨市市场监督管理局

（六）医疗器械网络销售备案凭证

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的医疗器械网络销售备案凭证如下：

序号	备案编号	备案主体	备案日期	备案范围	备案部门
1	黑哈食药监械经营备20180120号	敷尔佳	2021.12.03	医疗器械批零兼营	哈尔滨市市场监督管理局

（七）医疗器械广告审查许可

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的医疗器械广告审查许可如下：

序号	广告批准文号	广告产品	有效期至	审批部门
1	黑械广审（文）第230413-00195号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
2	黑械广审（文）第230413-00196号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
3	黑械广审（文）第230413-00197号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
4	黑械广审（文）第230413-00198号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
5	黑械广审（文）第230413-00199号	医用透明质酸钠修复液	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
6	黑械广审（文）第230413-00200号	医用透明质酸钠修复液	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
7	黑械广审（文）第230413-00201号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
8	黑械广审（文）第230413-00202号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
9	黑械广审（文）第230413-00203号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
10	黑械广审（文）第230413-00204号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
11	黑械广审（文）第230413-00205号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
12	黑械广审（文）第230413-00206号	医用透明质酸钠修复贴	2023.04.13	黑龙江省市场监督管理局
13	黑械广审（文）第230420-00208号	医用透明质酸钠修复液	2023.04.20	黑龙江省市场监督管理局
14	黑械广审（文）第230511-00223号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.11	黑龙江省市场监督管理局
15	黑械广审（文）第230511-00224号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.11	黑龙江省市场监督管理局
16	黑械广审（文）第230511-00225号	医用透明质酸钠修复液	2023.05.11	黑龙江省市场监督管理局
17	黑械广审（文）第	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.16	黑龙江省市场

序号	广告批准文号	广告产品	有效期至	审批部门
	230516-00229 号			监督管理局
18	黑械广审（文）第230523-00231 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
19	黑械广审（文）第230523-00232 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
20	黑械广审（文）第230523-00233 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
21	黑械广审（文）第230523-00234 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
22	黑械广审（文）第230523-00235 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
23	黑械广审（文）第230523-00236 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
24	黑械广审（文）第230523-00237 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
25	黑械广审（文）第230523-00238 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
26	黑械广审（文）第230523-00239 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
27	黑械广审（文）第230523-00240 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
28	黑械广审（文）第230523-00241 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
29	黑械广审（文）第230523-00242 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
30	黑械广审（文）第230523-00243 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
31	黑械广审（文）第230523-00244 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
32	黑械广审（文）第230523-00245 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
33	黑械广审（文）第230523-00246 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
34	黑械广审（文）第230523-00247 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
35	黑械广审（文）第230523-00248 号	医用透明质酸钠修复贴	2023/05/23	黑龙江省市场监督管理局
36	黑械广审（文）第230523-00249 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
37	黑械广审（文）第230523-00250 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
38	黑械广审（文）第230523-00251 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
39	黑械广审（文）第230523-00252 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
40	黑械广审（文）第230523-00253 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
41	黑械广审（文）第	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场

序号	广告批准文号	广告产品	有效期至	审批部门
	230523-00254 号			监督管理局
42	黑械广审（文）第 230523-00255 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
43	黑械广审（文）第 230523-00256 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
44	黑械广审（文）第 230523-00257 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
45	黑械广审（文）第 230523-00258 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
46	黑械广审（文）230523-00259	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
47	黑械广审（文）230523-00260	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
48	黑械广审（文）230523-00261	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
49	黑械广审（文）230523-00262	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
50	黑械广审（文）230523-00263	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
51	黑械广审（文）230523-00264	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
52	黑械广审（文）230523-00265	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
53	黑械广审（文）230523-00266	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
54	黑械广审（文）230523-00267	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
55	黑械广审（文）230523-00268	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
56	黑械广审（文）230523-00269	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
57	黑械广审（文）230523-00270	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
58	黑械广审（文）230523-00271	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
59	黑械广审（文）230523-00272	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
60	黑械广审（文）230523-00273	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
61	黑械广审（文）230523-00274	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
62	黑械广审（文）230523-00275	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.23	黑龙江省市场监督管理局
63	黑械广审（文）第 230531-00287 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.31	黑龙江省市场监督管理局
64	黑械广审（文）第 230531-00288 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.31	黑龙江省市场监督管理局
65	黑械广审（文）第	医用透明质酸钠修复贴	2023.05.31	黑龙江省市场

序号	广告批准文号	广告产品	有效期至	审批部门
	230531-00289 号			监督管理局
66	黑械广审（文）230628-00317	医用透明质酸钠修复贴	2023.06.28	黑龙江省市场监督管理局
67	黑械广审（文）230628-00318	医用透明质酸钠修复贴	2023.06.28	黑龙江省市场监督管理局
68	黑械广审（文）230628-00319	医用透明质酸钠修复贴	2023.06.28	黑龙江省市场监督管理局
69	黑械广审（文）230701-00329	医用透明质酸钠修复液	2023.07.01	黑龙江省市场监督管理局
70	黑械广审（文）230704-00332	医用透明质酸钠修复贴	2023.07.04	黑龙江省市场监督管理局
71	黑械广审（文）230704-00333	医用透明质酸钠修复贴	2023.07.04	黑龙江省市场监督管理局
72	黑械广审（文）第230718-00351 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.07.18	黑龙江省市场监督管理局
73	黑械广审（文）第230825-00373 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.08.25	黑龙江省市场监督管理局
74	黑械广审（文）第230825-00371 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.08.25	黑龙江省市场监督管理局
75	黑械广审（文）第230825-00372 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.08.25	黑龙江省市场监督管理局
76	黑械广审（文）第230819-00370 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.08.19	黑龙江省市场监督管理局
77	黑械广审（文）第230825-00374 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.08.25	黑龙江省市场监督管理局
78	黑械广审（文）第230825-00375 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.08.25	黑龙江省市场监督管理局
79	黑械广审（文）第230902-00395 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.02	黑龙江省市场监督管理局
80	黑械广审（文）第230913-00413 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.13	黑龙江省市场监督管理局
81	黑械广审（文）第230913-00412 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.13	黑龙江省市场监督管理局
82	黑械广审（文）第230913-00411 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.13	黑龙江省市场监督管理局
83	黑械广审（文）第230913-00410 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.13	黑龙江省市场监督管理局
84	黑械广审（文）第230913-00409 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.13	黑龙江省市场监督管理局
85	黑械广审（文）第230913-00408 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.13	黑龙江省市场监督管理局
86	黑械广审（文）第230929-00445 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.29	黑龙江省市场监督管理局
87	黑械广审（文）第230929-00446 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.09.29	黑龙江省市场监督管理局
88	黑械广审（文）第231118-00516 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.11.18	黑龙江省市场监督管理局
89	黑械广审（文）第	医用透明质酸钠修复贴	2023.11.18	黑龙江省市场

序号	广告批准文号	广告产品	有效期至	审批部门
	231118-00517 号			监督管理局
90	黑械广审（文）第231118-00518 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.11.18	黑龙江省市场监督管理局
91	黑械广审（文）第231124-00520 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.11.24	黑龙江省市场监督管理局
92	黑械广审（文）第231124-00519 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.11.24	黑龙江省市场监督管理局
93	黑械广审（文）第231202-00566 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
94	黑械广审（文）第231212-00593 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.12	黑龙江省市场监督管理局
95	黑械广审（文）第231202-00565 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
96	黑械广审（文）第231202-00564 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
97	黑械广审（文）第231202-00563 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
98	黑械广审（文）第231202-00562 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
99	黑械广审（文）第231202-00561 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
100	黑械广审（文）第231202-00560 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
101	黑械广审（文）第231202-00559 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
102	黑械广审（文）第231202-00558 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
103	黑械广审（文）第231202-00557 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
104	黑械广审（文）第231212-00592 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.12	黑龙江省市场监督管理局
105	黑械广审（文）第231202-00556 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
106	黑械广审（文）第231202-00555 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
107	黑械广审（文）第231202-00554 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
108	黑械广审（文）第231202-00553 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
109	黑械广审（文）第231202-00552 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
110	黑械广审（文）第231202-00551 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
111	黑械广审（文）第231202-00550 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
112	黑械广审（文）第231202-00549 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.02	黑龙江省市场监督管理局
113	黑械广审（文）第	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场

序号	广告批准文号	广告产品	有效期至	审批部门
	231201-00531 号			监督管理局
114	黑械广审（文）第231201-00545 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
115	黑械广审（文）第231201-00544 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
116	黑械广审（文）第231201-00543 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
117	黑械广审（文）第231201-00541 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
118	黑械广审（文）第231201-00542 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
119	黑械广审（文）第231201-00540 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
120	黑械广审（文）第231201-00539 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
121	黑械广审（文）第231201-00538 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
122	黑械广审（文）第231201-00537 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
123	黑械广审（文）第231201-00536 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
124	黑械广审（文）第231201-00535 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
125	黑械广审（文）第231201-00534 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
126	黑械广审（文）第231201-00533 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局
127	黑械广审（文）第231201-00532 号	医用透明质酸钠修复贴	2023.12.01	黑龙江省市场监督管理局

（八）互联网药品信息服务资格证书

截至本招股说明书签署日，公司及子公司持有的互联网药品信息服务资格证书如下：

序号	证书编号	持有主体	有效期至	服务性质	备案部门
1	（黑）-非经营性-2021-0066	敷尔佳	2026.07.01	非经营性	哈尔滨新区管理委员会行政审批局

七、发行人核心技术和研发情况

（一）核心技术介绍和技术先进性具体表征

公司形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主，多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系。公司各产品在配方组份、修复效果等方面有所区分，涵盖了保湿、祛痘、美白、舒缓、修护等

多种功效，产品剂型涉及贴、膜、精华液、凝胶、乳液等多种形式，满足不同消费者的购买及使用需求，在行业内享有良好的认可度及先发优势。

其中，医用透明质酸钠修复贴适用于修复轻中度痤疮、促进创面愈合，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状，其上市销售时间较早，市场认可度较高，在多年的市场销售中树立了良好的品牌形象，积累了良好的市场口碑；同时，内含胶原蛋白、虾青素、积雪草等成分的功能性护肤品，有助于使肌肤水润光泽、改善肤色、舒缓修护、补水保湿等，成为年销售额过亿元的单品。

此外，公司在研的医用胶原蛋白敷料为胶原蛋白III类医疗器械产品，将进一步扩充公司产品线。公司产品普遍采用非动物源材料作为原材料，有效避免了动物源可能存在的病毒隐患及致敏性，具有较好的生物相容性。

公司通过换股收购北星药业，完成了产业链的垂直整合，进而确立了研发、生产和销售各环节良性契合的优势。公司核心技术为产品用料配方及配比和生产工艺等，其中生产工艺属行业通用技术，产品用料配方及配比系非专利技术。公司紧跟市场需求变化，应用产品用料配方及配比技术适时上市新产品，以体现公司的技术水平和技术竞争力。

公司核心技术来源于公司经营活动中的积累及经验，具体情况详见“第五节发行人基本情况”之“一、发行人基本情况”之“（二）‘敷尔佳’品牌孵化和独立运营”中相关描述。

（二）核心技术的科研实力和成果情况

1、公司奖项

公司始终将提升研发实力置于战略发展的核心地位。报告期内，公司上市销售逾 40 个产品，已拥有多个年销售额过亿元的单品。公司获得的主要品牌荣誉如下：

序号	获奖主体	颁奖机构	奖项名称	年份
1	敷尔佳	中国美容博览会	2021 年中国好品牌	2021
2	敷尔佳	中国美容博览会	2020 年中国好品牌	2020
3	敷尔佳	中国化妆品大会	2020 年最受欢迎品牌	2020

序号	获奖主体	颁奖机构	奖项名称	年份
4	敷尔佳	成都美博会	2019 年中国好品牌	2019
5	敷尔佳	中国美容博览会	中国好品牌	2018

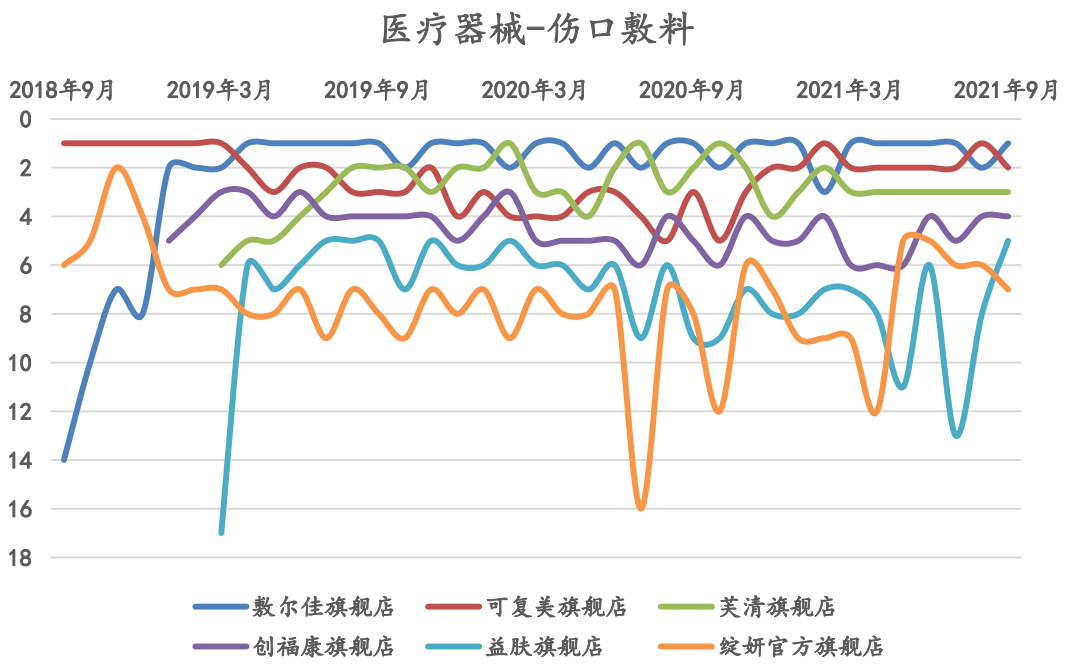
2、公司产品竞争优势体现

发行人的核心竞争力系经由基于核心技术推出的产品及多渠道布局的销售策略逐步形成了具备市场认知度和品牌力的品牌。由于市场认知度及品牌影响力较难进行量化，故选取产品的复购率及市场占有率作为衡量的关键指标进行列示，具体情况如下：

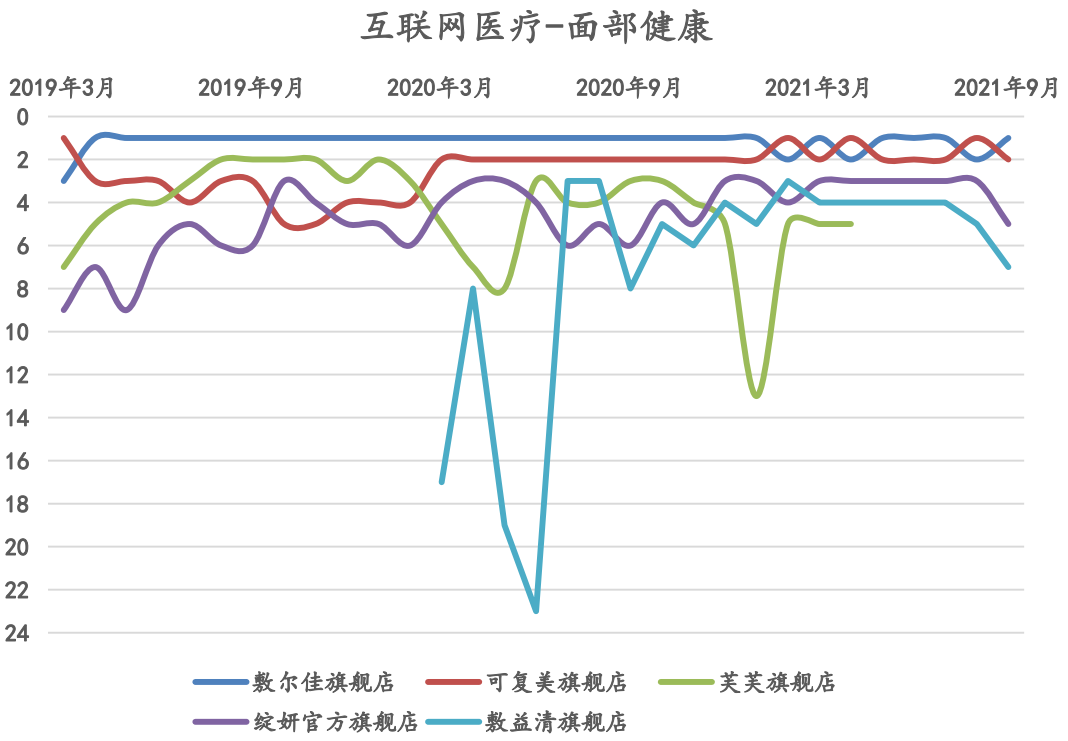
项目		定义	敷尔佳
市场占有率（2020 年）		中国贴片类专业皮肤护理产品行业竞争者按照品牌厂家销售额为口径	年收入位居第一，占中国贴片类专业皮肤护理产品市场 21.3%
复购率	2018 年	天猫平台当期平台复购客户数量/天猫平台当期店铺总客户量	17.89%
	2019 年		32.17%
	2020 年		33.83%

3、公司品牌竞争优势体现

报告期内，公司从专注线下销售转型至线上线下销售渠道并重，线上销售收入逐年快速增长。以交易指数（指在统计时间内，根据产品交易过程中的核心指标如订单数、买家数、支付件数、支付金额等，进行综合计算得出的数值，不等同于交易金额）为标准，发行人于天猫电商平台开设的敷尔佳旗舰店于所属品类中处于领先地位，公司医疗器械类产品参与“医疗器械-伤口敷料”品类排名，功能性护肤品参与“互联网医疗-面部健康”品类排名。公司与同品类主要品牌各月排名对比情况如下：



数据来源：生意参谋，仅可视近三年数据



注：公司功能性护肤品参与互联网医疗-面部健康类目排名，自 2019 年 3 月参评

数据来源：生意参谋

（三）研发情况

1、在研项目储备情况

公司以市场及临床需求为导向确定研发项目，目前已有多项在研产品取得一

定研究进展。发行人主要在研项目的具体情况如下：

项目名称	所处阶段	预算（万元）	项目主要成员	内容与目标
III 类医疗器械开发	工艺研发	633.81	刘艳君、潘宇、刘婷婷、马蕊	研究重组III型人源化胶原蛋白材料对皮肤创面的修复效果，结合无菌制剂技术，开发一款III类医疗器械产品。
敷尔佳防晒产品开发	工艺研发	60.50	刘艳君、孙雪颖、刘婷婷	针对日常通勤人群及长时间户外活动人群对的防晒需求，开发一款肤感清爽不油腻，成分温和的防晒产品。
美容饮品开发	配方及工艺研发	24.90	刘婷婷、宁玮钰、马蕊、刘艳君	结合市场对免疫健康产品需求的不断提高，搭配其他可食用原料，开发具有改善皮肤状态等功能的产品。
修护面膜类产品开发	设计开发及工艺研发	127.20	宋媛媛、刘艳君、刘婷婷、马蕊、宁玮钰、孙雪颖	针对经常熬夜人群、敏感肌人群以及皮肤屏障受损人群的需求，开发具有保湿、滋养、修护皮肤屏障的产品。
修护水乳类产品开发	工艺研发	44.50	宋媛媛、刘艳君、马蕊	针对敏感肌人群的需求，开发一系列以维生素为主要成分的舒缓修护产品。

注：1、医疗器械研发注册流程一般包括实验室研究、动物实验、注册检验、临床试验和注册申报等环节；

2、化妆品研发流程一般包括设计开发、工艺研究、功效评价试验、产品注册/备案等环节。

上述在研项目符合市场发展趋势及消费需求，目前已经取得阶段性的成果，获准注册后将陆续投放市场，是公司现有产品的补充和扩展，保证公司实现长期可持续发展。

公司所处行业境内与境外最新的技术发展主要涵盖两个技术类型，具体情况如下：

技术类型	技术方向	具体情况
成分技术	植物提取	国内外植物提取方向各不相同。国外的名字如猴面包树、海茴香、白松露；而国内则有更多的中草药类成分。
	中药提取	除了特色植物外，中国的中草药也正在焕发新生；此外，将植物提取和发酵结合的植物复方发酵也有望诞生出一些新的原料。
	工程菌改造	工程菌改造就是对细菌进行修饰，使其在发酵过程中能够定向得到想要的物质。该技术预计未来将更广泛的在行业内使用。
	多肽修饰	多肽是低浓度下就能够起到很强功效的物质。油溶性多肽链段、透皮多肽链段，这些改性修饰方法，能让原本的成分体现更好的效果。
	特殊菌种	部分新的细菌，如嗜热栖热菌发酵产物、脱球菌等。有

技术类型	技术方向	具体情况
		来自极端高温环境的细菌可能会在护肤品原料或生产环节蕴藏着潜力。
	传统成分的升级换代	部分传统成分由于溶解性不好、刺激性太高、应用时麻烦而较少被使用。当升级/改性之后，预期其功效将会获得更大的认可。
平台技术	载体技术	载体技术主要解决靶向输送、药物缓释、透皮吸收等问题；常用的载体有水凝胶载体、脂质体、胶束、微囊、液晶体系、超分子等。
	配方设计新工具	化妆品配方设计新工具 COSMOlogic：适用于任何混合物体系的一套软件。在量化计算的基础上预测任意组份的混合溶液的热力学性质。
	微流模型	微流控指的是使用微管道处理或操纵微小流体的系统所涉及的科学和技术，是一门新兴交叉学科。

资料来源：《中国化妆品》“2022 化妆品技术趋势与技术风向标”

公司核心技术为产品用料配方及配比和生产工艺等，其中生产工艺属行业通用技术，产品用料配方及配比系非专利技术。报告期内，发行人主要在研项目的技术应用情况如下：

项目名称	研发内容与目标	核心技术应用情况
III 类医疗器械开发	研究重组Ⅲ型人源化胶原蛋白材料对皮肤创面的修复效果，结合无菌制剂技术，开发一款Ⅲ类医疗器械产品。	产品以重组Ⅲ型人源化胶原蛋白为主要原料，科学配比，严格控制生产过程，使产品质量满足医用敷料的要求。
防晒产品开发	针对日常通勤人群及长时间户外活动人群对的防晒需求，开发一款肤感清爽不油腻，成分温和的防晒产品。	采用生物发酵技术来源的多种原料与植物提取物相结合，开发出具有防晒功效同时清爽不油腻的防晒产品。
美容饮品开发	结合市场对免疫健康产品需求的不断提高，搭配其他可食用原料，开发具有改善皮肤状态等功能的产品。	将生物发酵技术产物应用于普通食品，同时搭配其他原料，开发出具备改善皮肤的产品。
修护面膜类产品开发	针对经常熬夜人群、敏感肌人群以及皮肤屏障受损人群的需求，开发具有保湿、滋养、修护皮肤屏障的产品。	采用一组具有保湿功效的沙漠植物提取物为主要原料或以益生菌及益生素为主要原料，搭配具有修护功效的中药提取物。
修护水乳类产品开发	针对敏感肌人群的需求，开发一系列以维生素为主要成分的舒缓修护产品。	将植物提取物与中药提取物、微生物发酵产物相结合，研发出一款具有舒缓修护、润泽滋养的专业皮肤护理产品。

综上，公司核心技术在境内与境外发展方向上存在部分契合，技术水平处于行业内具备竞争力的位置。

2、研发投入情况

报告期内，公司研发投入分别为 30.78 万元、60.39 万元、147.97 万元以及 148.61 万元，占营业收入的比例分别为 0.08%、0.04%、0.09%及 0.13%。公司研

发费用主要由研发人员薪酬、服务费、材料费等构成。公司通过本次公开发行股票募集资金，将投资建设研发及质量检测中心，以技术研发为核心，以质量检测为辅助，通过专业皮肤护理产品的研究，从而提升公司研发能力，增加公司的技术储备，同时对现有产品及在研产品进行质量检测以保证公司产品质量。

3、核心技术人员和研发人员情况

截至 **2021 年 9 月 30 日**，公司共拥有员工 **396** 人，其中研发人员 **6** 人，占员工总数 **1.52%**，研发人员均具有丰富的行业研发经验，公司研发人员队伍根据业务发展需求**仍在持续**扩充。

（1）核心技术人员具体情况

公司核心技术人员为潘宇、刘艳君及刘婷婷，相关人员的简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（四）其他核心人员”。

随着公司业务发展，公司持续扩充研发人员队伍，截至 2021 年 9 月 30 日，发行人主要参与研发活动的人员共 8 人；报告期内，公司主要参与研发活动的人员相关研发经验及专业背景情况如下：

姓名	部门	专业背景	研发经验
张立国	行政管理部门	中药专业、执业药师、高级工程师	超过 30 年中药、西药的研发生产及运营经验；主导研发并推出公司主要在售产品医用透明质酸钠修复贴产品。
潘宇	行政管理部门	生物制药专业	超过 15 年中药、西药、医疗器械等产品研发及技术优化经验；创立公司后，总体负责医疗器械，化妆品产品的研发、生产等工作。
刘艳君	研发部	中药制药专业、执业药师、中级工程师	超过 15 年抗生素、中药及西药等药物研发工作经验；进入公司后，主要负责 II 类、III 类医疗器械产品的研发工作。
刘婷婷	研发部	生物制药工程专业、生物物理学硕士、工程师	超过 10 年中药、保健食品、特殊化妆品及化妆品的研发经验；进入公司后主要负责食品类、化妆品类产品的研发工作，及各研发项目的知识产权维护工作。
付微微[注]	生产部	生物工程专业、制药工程师、执业药师	超过 10 年的药品 GMP、GSP 质量管理及药品研发相关工作经验；进入公司后，主要负责医疗器械及化妆品产品用原辅料、包材选择及采购等工作。
李慧颖[注]	质量部	生物技术（制药）专业	超过 8 年的创新药品、保健食品、化妆品研发，产品工艺开发及质量研究经验；进入公司后主要负责公司化妆品类新产品开发工作。

姓名	部门	专业背景	研发经验
宋媛媛	研发部	生物技术专业、药学工程师	超过10年的细胞生物学及病毒学研究经验及3年以上化妆品研发经验；进入公司后，主要负责微生态化妆品作用机理及改善皱纹的新型抗皱化妆品原料的研究。
孙雪颖	研发部	生物技术专业、生物学硕士	超过5年的医疗器械、化妆品、衍生化妆品原料研发相关工作经验；进入公司后，主要负责化妆品类产品的开发工作。
宁玮钰	研发部	食品工程专业、食品工程工程师	超过5年食品、化妆品研发相关工作经验；进入公司后，主要负责化妆品、美容食品的研发工作。
马蕊	研发部	食品质量与安全专业、食品科学专业硕士	2021年校招加入公司，主要负责医疗器械及化妆品产品的研发、包材审核选择等工作。

注：李慧颖和付微微已调岗，目前归属于质量安全负责人和生产人员。

（2）最近两年公司核心技术人员变动情况

报告期内，发行人主要参与研发活动的人员为张立国、潘宇、刘艳君、李慧颖、刘婷婷、付微微六人，其中张立国、潘宇属于高级管理人员。由于 2021 年 1 月 1 日开始实施的《化妆品监督管理条例》第三十二条“化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当设质量安全负责人，承担相应的产品质量安全管理和产品放行职责”，公司为加强对生产及研发活动的管理有效性及合规性，将原熟悉研发及生产工艺流程的2名研发人员分别于2021年1月调岗至质量保证部、2021 年 3 月调岗至北星药业生产部，截至 2021 年 9 月 30 日，公司研发人员 6 名。

最近两年内，公司新增核心技术人员刘婷婷。核心技术人员变动情况具体如下：潘宇于 2016 年 5 月加入华信药业，历任华信药业生产采购经理、公司生产技术总监；刘艳君于 2018 年 7 月加入公司，历任公司研发员、研发工程师；刘婷婷于 2020 年 5 月加入公司，历任公司研发员、研发经理。最近两年，公司核心技术人员保持稳定，未发生重大不利变化。

（3）对核心技术人员实施的约束激励措施

公司的核心技术人员均与公司签署了《保密协议》及《竞业禁止协议》，就核心技术人员任职期间及离职以后保守公司商业秘密和竞业限制的有关事项进行了约定。

4、公司技术储备情况

公司技术储备主要体现在三方面：①公司生产、研发人员储备有序并积极吸收优质人才，有助于公司提升现有生产及研发实力；②产品配方及配比准确且有效且不断升级，有助于公司保持现有产品的竞争力；③公司研发及生产人员具备丰富的经验，有助于公司新产品的快速投产上市。公司研发活动中主要涉及的技术储备具体情况如下：

技术名称	具体内容
重组胶原蛋白交联技术	以 BDDE（丁二醇缩水甘油醚）为交联剂进行胶原蛋白的交联反应研究，并对交联产物进行理化性质研究、生物学安全性评价、细胞实验，动物实验验证其安全性、有效性。
重组胶原蛋白填充剂生产技术	重组胶原蛋白填充剂批量生产工艺研究，包装可行性、包材相容性研究、产品稳定性及有效期研究。
植物活性成分提取技术	通过工艺优化植物富含活性成分的部位,控制总体活性成分含量或将 1-2 中活性成分设为指标并限定其在有效部位的含量。

公司通过皮肤护理产品生产经营活动逐步形成产品保湿性、粘稠度控制、样品液防腐性及微生物控制等技术的独到见解及经验。通过委托外部科研院所探究，公司将相继完成重组胶原蛋白交联技术、交联产物的理化性质研究、生物学安全评价、通过细胞实验/动物实验验证安全性、有效性等技术的积累。

（四）公司合作研发及委托研发项目及进展情况

报告期内，公司仅存在委托研发的情形。**截至 2021 年 11 月 30 日**，公司正在进行的主要委托研发协议具体情况如下：

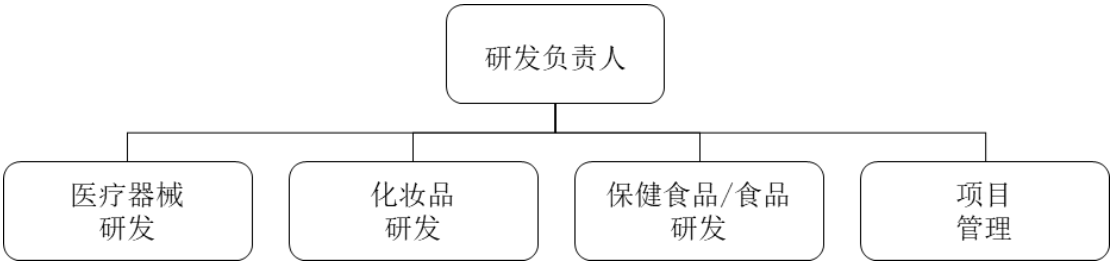
序号	项目名称	受托方	主要委托内容	交易金额	研究成果分配及权利义务划分	委托期限	保密措施
1	化妆品技术服务	江南大学	由江南大学对敷尔佳指定的产品原始配方及预期功效进行产品升级	敷尔佳向江南大学支付 150 万元	研究结果及相关的专利所有权归属于敷尔佳；研发出的产品成果、收益亦均归属于敷尔佳	2021 年 4 月 18 日至 2024 年 4 月 18 日	合同有保密条款，各方对项目内容保密
2	技术委托开发合同	四川大学（乙方）、江苏江山聚源生物技术有限公司（丙方）	基于重组胶原蛋白的注射填充剂项目的研究开发	敷尔佳向乙方支付 100 万元，向丙方支付 550 万元	研究结果及相关的专利所有权归属于敷尔佳；研发出的产品成果、收益亦均归属于敷尔佳	2021 年 9 月 30 日至履行完毕	合同有保密条款，各方对项目内容保密
3	委托研究开发技术合同	中国科学院昆明植物研究所	植物提取物的舒缓、修复功效、抗衰老、美白等功效	敷尔佳向中国科学院昆明植物研究	研究结果及相关的专利所有权归属于敷尔佳；研发出的产	2021 年 10 月 21 日至 2022 年 10	合同有保密条款，各方对项目

序号	项目名称	受托方	主要委托内容	交易金额	研究成果分配及权利义务划分	委托期限	保密措施
			研发	所支付 400 万元	品成果、收益亦均归属于敷尔佳	月 27 日	内容保密

（五）研发部门设置和创新机制情况

1、研发机构设置

公司设有研发中心，分为医疗器械研发、化妆品研发、保健食品/食品研发及项目管理等，拥有独立的研发器材、实验场所。研发部门负责进行各产品线新产品的研发和生产平台的优化。具体情况如下：



医疗器械研发：主要负责医疗器械类产品的研发工作；

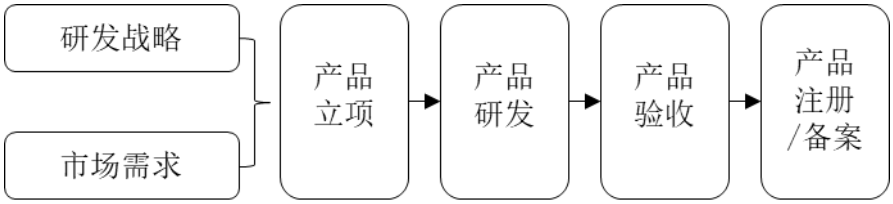
化妆品研发：主要负责化妆品类产品的研发工作；

保健食品/食品研发：主要负责保健食品及食品类产品的研发工作；

项目管理：主要负责项目完成后相关的专利申请、产品申报/备案、项目过程管理及跟踪等工作。

2、研发流程设置

公司根据医用敷料及化妆品行业发展趋势，搭建了较为完整、规范的研发体系及研发流程。公司产品研发流程如下：



公司的产品种类较多，绝大多数产品的研发流程分为产品立项、产品研发、产品验收、产品注册/备案四个步骤：

产品立项：研发中心根据研发战略、市场需求反馈和近期科研进展，提出对

某个项目的立项申请。通过研发负责人召集相关人员进行项目评审，综合评估技术风险、开发成本、市场需求，最终完成立项。

产品研发：项目负责人根据项目的研发和产品质量预期编写开发计划，制定项目开发总目标、阶段性目标和开发期限，研发实验人员依据研发计划进行产品研发工作。

产品验收：最终产品以及中间产品将交由项目质量控制人员进行产品检测，项目负责人根据产品研发结果进行汇报评审，通过项目评审的产品即可完成产品验收。

产品注册/备案：通过项目验收的产品，交由负责相关业务的人员对产品进行注册/备案程序。

3、保持技术不断创新的机制

为持续保持技术创新能力，发行人在研发理念、研发人员培训与激励以及与各大科研院所合作等方面提供了机制保证，具体情况如下：

（1）以客户需求为导向的研发理念

公司的研发活动坚持以消费者需求为导向，通过对市场动态及实时热点的跟踪，及时了解市场需求和科研方向，推出多品类专业皮肤护理产品，并不断提高服务能力，满足下游客户的需求。

（2）设置研发人员培训、激励机制

发行人自创立以来，通过加强研发人员的内部培养和外部培训，不断引进研发和管理人才，并采用多种激励方式提高研发人员积极性和创新能力。

1）研发人员培训制度

发行人研发人员培训形式可分为内部培养和外部培训。内部培养的形式主要有新员工入职培训、在职培训，**并在研发过程中通过对新的法律法规的不断学习，对前沿技术的不断了解、研究及应用，提升创新能力；外部培训的形式主要包括短期培训、外出考察等形式**。通过内外部培训相结合的形式，旨在提高研发人员对业务情况、行业前沿、技术变革的了解，不断开发和提高其自身的科研能力。

2）研发人员激励机制

为提高科研人员的积极性、提高技术创新的效率，发行人构建了包括绩效考核、职位晋升体系、股权激励等方面的较为完善的激励机制。

（3）组织、参加行业协会和技术研讨会

发行人积极组织、参加行业博览会及各大展会，了解国家宏观政策、市场需求、行业前沿技术发展情况，不断升级改造生产技术装备、深化产品加工工艺，落实提升公司核心竞争力的目标。

（4）与各大科研院所合作提升研发效率

公司将通过寻求与科研院所等外部研发机构合作，扩充研发产品线并提高研发效率。公司通过与外部合作研发完成 III 类医疗器械及功能性护肤品的研发活动，并通过委托研发/合作研发的形式对产品进行设计、升级等工作。

综上，基于公司已建立起的研发体系及研发创新相关制度，可有效保证公司研发活动的可持续性及创新能力。

八、发行人境外生产经营情况

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司不存在境外生产经营情况。

第七节　公司治理与独立性

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会（含独立董事）、监事会和高级管理层组成的治理结构。公司建立了符合上市公司治理规范性要求的《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》和《总经理工作细则》等制度，并建立了战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会等董事会下属委员会。

公司组织机构职责分工明确，相互配合，健全清晰，制衡机制有效运作。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制订了《公司章程》及《股东大会议事规则》，其中《公司章程》中规定了股东大会的职责、权限及股东大会会议的基本制度，《股东大会议事规则》针对股东大会的召开程序制订了详细规则。

1、股东大会的职权

根据《公司章程》，股东大会是公司的权力机构，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四十一条规定的担保事项；

（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）审议股权激励计划；

（15）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。

2、股东大会议事规则

根据《公司章程》和《股东大会议事规则》规定：

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 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

（1）董事人数不足《公司法》规定人数或公司章程规定人数 2/3 时；

（2）公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；

（3）单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；

（4）董事会认为必要时；

（5）监事会提议召开时；

（6）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他情形。

3、股东大会的运行情况

自股份公司成立以来，截至本招股说明书签署日，公司累计召开了***五***次股东大会，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。

（二）董事会的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《董事会议事规则》,《公司章程》中规定了董事的职责、权限及董事会会议的基本制度。同时,《董事会议事规则》针对董事会的运作制定了详细规则。

1、董事会的构成

公司设立董事会，对股东大会负责。董事会共有 5 名董事，其中董事长 1 名，董事 4 名（含独立董事 2 名）。

2、董事会的职权

根据《公司章程》，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，聘任或解聘公司副总经理、助理总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（11）制订公司的基本管理制度；

（12）制订公司章程的修改方案；

（13）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（14）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（15）拟定公司因章程第二十一条第一款第（一）项、第（二）项规定的情形收购本公司股份的方案；

（16）对公司因章程第二十一条第一款第（三）项、第（五）项、第（六）项规定的情形收购本公司股份作出决议；

（17）法律、行政法规、部门规章或章程授予的其他职权。

超过董事会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会议事规则

《公司章程》和《董事会议事规则》规定，董事会每年至少召开 2 次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。

代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。

4、董事会的运行情况

自股份公司成立以来，截至本招股说明书签署日，公司董事会累计召开了八次会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（三）监事会的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《监事会议事规则》,《公司章程》中规定了监事的职责、权限及监事会会议的基本制度,《监事会议事规则》针对监事会的召开程序制定了详细规则。

1、监事会的构成

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，监事会主席 1 人。

2、监事会的职权

根据《公司章程》，监事会行使下列职权：

（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（6）向股东大会提出提案；

（7）依照《公司法》的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会议事规则

监事会每 6 个月至少召开一次会议。监事可以提议召开监事会临时会议。监事会定期会议通知和临时会议通知，应当分别提前 10 日和 3 日以专人送达、邮寄、传真、电子邮件等书面方式提交全体监事。有紧急事项时，召开临时监事会会议不受前述会议通知时间限制，但应发出合理通知。

4、监事会的运行情况

自股份公司成立以来，截至本招股说明书签署日，公司监事会累计召开了八次会议。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利和履行义务，监事会制度的建立和有效执行对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了应有的监督和制衡作用。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、公司独立董事的构成

公司现有 2 名独立董事。根据《独立董事工作制度》的规定，公司董事会、监事会、持有和合并持有 1%以上公司股份的股东可以提名独立董事候选人，并

经公司股东大会选举决定。独立董事的提名人在提名前应当征得被提名人的同意。提名人应当充分了解被提名人职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表意见，被提名人应当就其本人与公司之间不存在任何影响其独立客观判断的关系发表声明。

公司的独立董事均具备担任公司独立董事的资格，符合公司章程规定的任职条件，具备中国证监会《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。

2、独立董事履行职责的制度安排

根据《独立董事工作制度》的规定，独立董事应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（4）公司现金分红政策的制定、调整、决策程序、执行情况及信息披露，以及利润分配政策是否损害中小投资者合法权益；

（5）需要披露的关联交易、提供担保（对合并报表范围内子公司提供担保除外）、委托理财、提供财务资助、募集资金使用有关事项、公司自主变更会计政策、股票及其衍生品种投资等重大事项；

（6）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 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；

（7）重大资产重组方案、股权激励计划、员工持股计划、回购股份方案；

（8）独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项；

（9）相关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及《公司章程》规定的其他事项。

3、独立董事实际发挥作用的情况

公司独立董事自当选以来，依照有关法律法规和《公司章程》勤勉尽职地履行权利和义务，对董事会和股东大会相关议案发表了独立意见，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设董事会秘书 1 名。董事会秘书是公司的高级管理人员，承担有关法律、行政法规及《公司章程》中对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。董事会秘书对董事会负责，《董事会秘书工作细则》对董事会秘书的任职资格、任命程序、主要职责等作出了明确规定。

公司董事会秘书受董事会聘任以来，按照《公司章程》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（六）董事会专门委员会的建立健全及运行情况

2021 年 5 月，经公司第一届董事会第二次会议审议通过，公司同意在董事会下设立董事会战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和审计委员会。

1、战略委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司设立战略委员会，并制定了《董事会战略委员会工作细则》。战略委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责对公司的长期发展战略、重大投资决策等进行研究与建议。

（1）战略委员会的人员构成

根据《董事会战略委员会工作细则》的规定，战略委员会由 3 名董事担任，委员由董事会选举产生。公司第一届董事会战略委员会的人员由张立国、赵庆福、

孙娜三位董事构成，其中张立国为主任委员。

（2）公司战略委员会的运行情况

公司战略委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会战略委员会工作细则》的有关规定开展工作。

2、提名委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会提名委员会，并制定了《董事会提名委员会工作细则》。提名委员会主要负责对公司董事（不含独立董事）和高级管理人员的人选、选择标准和程序提出建议。

（1）提名委员会的人员构成

根据《董事会提名委员会工作细则》的规定，提名委员会成员由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，委员由董事会选举产生。公司第一届董事会提名委员会的人员由王孝先、张立国、宋恩喆三位董事担任，其中王孝先为主任委员。

（2）提名委员会的运行情况

公司提名委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会提名委员会工作细则》的有关规定开展工作。

3、薪酬与考核委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会薪酬与考核委员会，并制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。薪酬与考核委员会主要负责根据董事、高级管理人员的主要岗位范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案，审查公司董事及高级管理人员履行职责情况并对其进行年度绩效考评，负责对公司薪酬制度执行情况进行监督等。

（1）薪酬与考核委员会的人员构成

根据《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定，薪酬与考核委员会成员由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，委员由董事会选举产生。公司第一届董事会薪酬与考核委员会的人员由宋恩喆、孙娜、王孝先三位董事担任，其中宋恩喆

为主任委员。

（2）薪酬与考核委员会的运行情况

公司薪酬与考核委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，薪酬与考核委员会共召开了二次会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

4、审计委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会审计委员会，并制定了《董事会审计委员会工作细则》。审计委员会主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。

（1）审计委员会的人员构成

根据《董事会审计委员会工作细则》的规定，审计委员会成员由 2 名董事组成，其中独立董事 2 名，且至少有 1 名独立董事为会计专业人士。委员会委员由董事会选举产生。公司第一届董事会审计委员会的人员由王孝先、赵庆福、宋恩喆 3 位董事担任。其中，王孝先为会计专业人士和主任委员。

（2）公司审计委员会的运行情况

公司审计委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会审计委员会工作细则》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，审计委员会共召开了二次会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

二、特别表决权安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权安排。

三、公司内部控制制度的情况

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评价

公司管理层对内部控制的合理性、有效性进行了合理的评估。公司管理层认为按照财政部于 2008 年颁发的《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号）的

要求，截至 2021 年 9 月 30 日，公司已结合自身的经营特点，在所有重大方面建立了较为合理、健全的内部控制制度，并得以良好地贯彻执行。公司内部控制制度设计合理、执行有效，实现了公司内部控制的目标。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的评价报告

大华在对公司的内部控制制度进行了审核之后，出具了《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司内部控制鉴证报告》（**大华核字[2021]0012634 号**），其结论意见如下：“敷尔佳于 2021 年 9 月 30 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。”

四、公司报告期内违法违规情况

报告期内，公司不存在因重大违法违规而受到主管部门行政处罚的情形。

五、公司报告期内资金占用及对外担保情况

截至 2020 年 12 月 31 日，因发行人先行退回由实际控制人张立国代收的部分线上经销商保证金形成短期资金占用款共计 75.48 万元，相关资金占用款已依据金融工具相关会计政策计提坏账准备，截至 2021 年 3 月 31 日，上述款项已归还公司。报告期内，公司不存在其他资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

为防止控股股东和实际控制人占用公司资金行为，维护全体股东和债权人的合法权益，公司逐步完善公司治理结构，建立了规范的运作机制，完善内控制度，制定了《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》等，制定防范控股股东及关联方占用公司资金的机制，明确了对外担保的审批权限和审议程序。

同时，为规范发行人公司治理、杜绝资金占用，发行人控股股东、实际控制人已出具《关于减少和规范关联交易的承诺函》，承诺“不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用公司及其控股子公司的资金和资产，也不要求公司及其控股子公司为承诺人及其承诺人所控制的其他企业提供违规担保”。

六、公司独立经营情况及持续经营能力

（一）发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立

1、承继华信药业资产、人员、业务、技术、供应商、客户资源

敷尔佳有限系为专营“敷尔佳”品牌皮肤护理业务而设立的主体。其设立后，陆续承接了华信药业皮肤护理相关资产、人员、业务、技术、供应商、客户资源，转移完成后，华信药业已停止经营。

（1）资产完整

截至本招股说明书签署日，发行人已具备与经营有关的业务体系及主要相关资产，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、办公场所、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和服务提供系统。

（2）人员独立

截至本招股说明书签署日，发行人的总经理、副总经理、助理总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在除子公司以外的关联方中担任除董事、监事以外的其他职务，未在实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬；发行人的财务人员未在实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（3）财务独立

截至本招股说明书签署日，发行人财务会计部门独立，配备了专职财务会计人员，并已建立了独立的财务核算体系，能够独立开展财务工作、作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；发行人已开立独立银行账户，独立纳税，不存在与实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

（4）机构独立性

截至本招股说明书签署日，发行人依法建立了股东大会、董事会、监事会、经理层等较为完备的法人治理结构，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》等公司治理制度，并根据公司的经营发展需要，建立了符合公司实际经营情况的各级职能管理部门和下设机构，形成独立健全的内部经营管理体系，能够独立行使经营管理职权，与华信药业、实际控制人及其控制

的其他企业之间不存在机构混同的情形。

（5）业务独立性

截至本招股说明书签署日，业务转移至敷尔佳后，华信药业已停止经营。发行人业务独立于华信药业及实际控制人控制的其他企业，具有独立完整的业务经营体系，与实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争，也不存在严重影响独立性或显失公平的关联交易。

2、发行人经营活动不存在依赖于租赁实际控制人房产的情形

报告期内，发行人存在向实际控制人及其关联方租赁房产的情形，相关租赁房产主要用于日常办公经营，非发行人生产用房，可替代性较强。发行人向张立国、张梦琪租赁房产，均系参考房屋所在地段周边房产租赁的市场同类价格确定，租赁价格公允。实际控制人已出具承诺函，承诺其将确保发行人可以长期使用该等租赁房产，如未来发生无法使用的情形，将尽快协助公司重新依法取得其他房屋以供发行人使用。

此外，发行人本次募集资金投资的生产基地建设项目、研发及质量检测中心建设项目建成后，将解决发行人主要日常办公需求，未来发行人将视需求选择是否继续租赁该等房产。

综上，发行人租赁实际控制人的房产价格公允，主要用于发行人日常办公，可替代性较强，发行人经营活动不存在依赖于租赁实际控制人房产的情形。

（二）发行人具备直接面向市场独立经营的能力

结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中关于持续经营能力的相关规定，发行人相关情况如下：

序号	《审核问答》的规定	是否存在	发行人情况描述
1	发行人所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响存在重大不利变化风险	否	截至本招股说明书签署日，发行人的所处行业不属于限制类或淘汰类产业，符合国家产业政策。发行人业务全部在境内开展，不涉及国际贸易。发行人不存在因所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响而带来重大不利变化的风险。
2	发行人所处行业出现周期性衰退、产能过	否	发行人的所处专业皮肤护理产品行业。随着居民生活水平的提高、居民对自身健康及肌肤护理的重视程度不断提高、皮肤护理产品种类繁多、可满足需求多样化等多重因素的

序号	《审核问答》的规定	是否存在	发行人情况描述
	剩、市场容量骤减、增长停滞等情况；		驱动下，中国居民越来越愿意将更多的支出投入到个人专业皮肤护理，行业预期发展良好，不存在行业周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。
3	发行人所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者发行人在技术、资金、规模效应方面等不具有明显优势	否	发行人所处皮肤护理产品行业竞争激烈，知名或领先企业的竞争优势明显，具有较高的品牌认知度壁垒。“敷尔佳”系列产品，经过多年的市场销售，树立了良好的品牌形象，市场认可度较高，2020 年公司主要贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%，发行人具有较强的品牌优势和规模效应优势。 皮肤护理产品行业具有劳动力密集与资金密集的产业特点，在公司的生产运营等阶段均需要较高资金、人力资源，尤其需要投入较高资金用于品牌建设及推广，具有较高的运营资本壁垒。公司通过多渠道布局的销售策略、线上线下相结合的营销思路，逐步形成了覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多元化终端销售矩阵，其中电商运营团队在行业内先发建立了成熟的运营模式，公司具有较强的资金优势和营销优势。
4	发行人所处行业上下游供求关系发生重大变化，导致原材料采购价格或产品售价出现重大不利变化	否	发行人所处行业上下游供求关系未发生重大变化，报告期内，原材料及成品采购价格或产品售价未出现重大不利变化
5	发行人因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化，且最近一期经营业绩尚未出现明显好转趋势	否	报告期内，发行人主营业务未发生变化，不存在业务转型的情形。
6	发行人重要客户本身发生重大不利变化，进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响	否	报告期内，发行人主要客户较为分散，报告期内前五大客户的占营业收入比重分别为 8.90%、3.15%、6.20%、7.13%，对单一客户不存在重大依赖。经查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站，截至本招股说明书签署日，发行人重要客户的登记状态均为开业，未被列入经营异常名录或严重违法失信企业名单，未发生对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响的情形。
7	发行人由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败	否	报告期内，公司主营业务收入分别为 37,348.55 万元、134,246.58 万元、158,501.70 万元及 117,777.55 万元，销售额逐年上升。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市

序号	《审核问答》的规定	是否存在	发行人情况描述
	等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩		场第一，占比 21.3%；其中医疗器械类敷料产品占比 25.9%，市场排名第一；化妆品类产品占比 16.6%，市场排名第二。发行人不存在由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩的情形。
8	发行人多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象	否	报告期内，发行人产品销量、营业收入、净利润等核心指标整体呈上升趋势，主营业务稳定发展，不存在多项业务数据和财务指标恶化趋势且短期内无好转迹象。
9	对发行人业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响	否	截至本招股说明书签署日，对发行人业务经营或主营业务收入实现有重大影响的商标、专利等重要资产或技术不存在重大纠纷或诉讼情形，发行人不存在特许经营权，不存在已经或者未来将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响的情形。
10	其他明显影响或丧失持续经营能力的情形	否	发行人不存在其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。

截至本招股说明书签署日，发行人不存在《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中影响持续经营能力的重大事项，具备直接面向市场独立经营的能力。

（三）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定

发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（四）不存在其他重大影响事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

七、同业竞争情况

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在与公司从事相同或相似业务的情况，与公司不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争承诺

公司控股股东、实际控制人张立国及其配偶和女儿出具了《关于避免同业竞争的承诺函》：

“1、截至本承诺函出具日，公司与承诺人控制的其他企业之间当前不存在从事相同、相似主营业务的情况；公司与承诺人控制的其他企业之间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争；

2、公司首次公开发行股票募集资金投资项目实施后，与承诺人控制的其他企业不会产生同业竞争，对公司的独立性不会产生不利影响；

3、未来承诺人控制的其他企业将避免与公司产生同业竞争，如果未来有在公司主营业务范围内的商业机会，承诺人将优先介绍给公司；

4、本承诺函自出具之日起生效，至张立国不再为公司控股股东、实际控制人当日失效；

5、如违反上述承诺，承诺人愿意承担由此给公司造成的全部损失。”

八、关联交易情况

（一）关联方及关联关系

按照《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《企业会计准则第36 号——关联方披露》等法律法规的相关规定，结合公司的实际情况，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方、关联关系情况如下：

1、控股股东、实际控制人

名称	关联关系
张立国	公司实际控制人、控股股东、董事长、总经理

2、直接持有发行人 5%以上股份的股东及其直接或间接控制的主要关联法人

名称	关联关系
哈尔滨三联药业股份有限公司及其子公司	哈三联自 2021 年 2 月起成为持有公司 5%股权的股东

3、控股子公司

名称	关联关系
哈尔滨敷特佳经贸有限公司	公司直接持有 100.00%股权
哈尔滨北星药业有限公司	公司直接持有 100.00%股权

4、董事、监事、高级管理人员

名称	职位
张立国	公司实际控制人、控股股东、董事长、总经理
赵庆福	公司董事
孙娜	公司董事、副总经理
王孝先	公司独立董事
宋恩喆	公司独立董事
朱洪波	公司监事会主席
郭力冬	公司监事
张旭	公司职工代表监事
郝庆祝	公司副总经理
潘宇	公司助理总经理、子公司北星药业总经理
邓百娇	公司财务负责人
沈晓溪	公司董事会秘书

5、其他关联自然人

其他关联自然人包括直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人关系密切的家庭成员，以及公司的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员。关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

6、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制，或董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员担任董事或高级管理人员的其他企业

名称	关联关系
黑龙江省文策科技有限公司	公司董事长张立国控制的企业
哈尔滨正阳河木材综合加工有限责任公司	**公司董事长张立国近亲属王百玉担任执行董事、总经理的公司**
方正县高楞东方红大药房	**公司董事长张立国近亲属李华经营的实体**
哈尔滨裕实投资有限公司	公司董事赵庆福担任执行董事的企业
黑龙江碧海置业有限公司	公司董事孙娜配偶贾作强控制的企业
黑龙江省娜妃文化传媒有限公司	公司董事孙娜配偶贾作强控制的企业
黑龙江悦海网络信息咨询有限公司	公司董事孙娜配偶贾作强控制的企业
海南强川科技有限公司	公司董事孙娜配偶贾作强控制的企业
惠州市牧川置业有限公司	公司董事孙娜配偶贾作强控制的企业
哈尔滨市松北区娜妃婚礼堂	公司董事孙娜配偶贾作强控制的实体
哈尔滨市道里区大鱼儿装饰设计工作室	**公司董事孙娜配偶贾作强控制的实体**
仲恺高新区兴秀修文具店	**公司董事孙娜近亲属贾秀志控制的实体**
黑龙江亚太会计师事务所有限公司	公司独立董事王孝先可以施加重大影响的企业
哈尔滨市南岗区创世纪女装店	**公司独立董事王孝先近亲属纪维刚控制的实体**
四川九洲光电科技股份有限公司	公司高级管理人员沈晓溪配偶张立超担任董事的公司
辽宁曙光农牧集团有限公司	公司高级管理人员沈晓溪配偶张立超担任董事的公司
福州百洋海味食品有限公司	公司高级管理人员沈晓溪配偶张立超担任董事的公司
哈尔滨市阿城区世忠老式烧鸡店	**公司高级管理人员潘宇近亲属陈世忠控制的实体**
哈尔滨市阿城区体东国民粮油商店	**公司高级管理人员潘宇近亲属陈国民控制的实体**

7、报告期内曾经存在的关联方

名称	关联关系
哈尔滨敷尔佳生物科技有限公司	公司董事长张立国曾经控制的实体，已注销
哈尔滨迈众商贸有限公司	公司董事长张立国曾经控制的实体，已注销
方正县高楞中心药店	公司董事长张立国曾经控制的实体，已注销
黑龙江省华义医药有限公司	公司董事长张立国曾经控制的企业，已注销
海南省北星贸易有限公司	**公司董事长张立国近亲属孟慧、张梦琪曾经控制的实体，已注销**
杨松涛	报告期内曾任公司监事，已于 2020 年 11 月离职且于 2021 年 3 月辞任公司监事

名称	关联关系
哈尔滨敷尔佳生物科技有限公司	公司董事长张立国曾经控制的实体，已注销
绥化市北林区宝铿古董钟表店	**公司监事张旭近亲属高丽杰曾经控制的实体，已注销**

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）购买商品、接受劳务

报告期初至 2021 年 2 月，公司作为“敷尔佳”产品的全国总代理与哈三联合作，哈三联负责产品的独家生产，公司负责产品的独家销售、推广及品牌运营维护等。2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-2 月，公司向哈三联的存货采购总额分别为 8,698.83 万元、32,948.71 万元、36,020.30 万元及 3,501.52 万元。2021 年 2 月，哈三联以其持有的北星药业 100%股权评估作价向敷尔佳有限增资，业务重组后，哈三联持有发行人 5.00%的股权，自 2021 年 2 月起成为发行人关联方。

自哈三联成为关联方后发生的关联交易主要包括能源使用费、通勤服务费等，具体如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
哈三联	材料采购及服务	181.46	-	-	-
敷尔佳生物	**设备**	289.16			
合计		470.62	-	-	-

公司向哈三联进行的材料采购及接受服务为公司生产经营所需，定价公允，且报告期内关联交易金额占公司相关服务采购金额比例较小，未对公司当期的经营成果及主营业务产生重大不利影响。

北星药业于 2021 年 3 月 24 日与敷尔佳生物签订《设备转让协议书》及《债权债务转让协议书》，约定以 289.16 万元（不含税）向其采购生产设备，同时承接部分尚未交付的设备尾款。上述设备转让已于 2021 年 4 月完成交付。

（2）房屋租赁

报告期内，公司向关联方租赁房屋情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
张立国	租赁办公场所	**25.40**	33.59	23.19	20.00
张梦琪	租赁办公场所	**54.58**	68.04	-	-
哈三联	租赁厂房、仓库及配套设施	**107.79**	-	-	-
合计		**187.78**	**101.63**	**23.19**	**20.00**

2017 年 11 月 1 日，公司与张立国签订《房屋租赁合同》，租赁位于哈尔滨市南岗区文化街 26 号 C 栋房屋用于办公经营，租赁期间自 2017 年 11 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日，租金 1.67 万元/月；并于 2019 年、2020 年分别签订《房屋租赁合同》，将该地址 10 单元 1-2 层房屋租期延续至 2021 年 1 月 17 日，租金为 1.15 元/㎡/日。

2020 年，公司与张立国、张梦琪分别签订《房屋租赁合同》，约定公司向张立国租赁位于哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1603 室及 1610 室，公司向张梦琪租赁位于哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3 栋 1606 室、1607 室、1608 室、1609 室的房产用于办公和日常经营，租赁期间自 2020 年 1 月 18 日至 2023 年 1 月 17 日，租金为 2.45 元/㎡/日。

2021 年 3 月，北星药业与哈三联签订《房屋租赁协议》、《仓库及仓储设施租赁合同》及补充协议，约定北星药业向哈三联租赁位于黑龙江省哈尔滨市利民开发区车间及仓库用于生产和日常经营。车间租赁期间自 2021 年 3 月 1 日至 2023 年 3 月 1 日，租金为 **25.00** 元/㎡/**月**；仓库租赁期间自 2021 年 3 月 1 日至 2021 年 5 月 14 日，仅用于北星药业搬迁存货等资产时临时周转使用，租金 22.45 万元/月。**2021 年 5 月，北星药业与哈三联签订《房屋租赁协议》，约定北星药业向哈三联租赁车间用于生产研发，车间租赁期间自 2021 年 5 月 1 日至 2023 年 3 月 1 日，租金为 36.00 元/㎡/月。**

上述关联租赁为公司经营所需，关联租赁租金比照同类房屋租赁市场价格**及租赁房屋成新率、用途等因素**确定，与跟无关联第三方交易的市场价格无明显差异，定价公允，出租方持有物业各自具备区位优势，满足公司生产经营场所需要，且出租方为或曾为公司股东，交易沟通成本较低，具备长期合作优势。

（3）关键管理人员薪酬

报告期内，公司关键管理人员薪酬如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关键管理人员薪酬	**448.83**	639.76	312.67	284.22
关键管理人员以权益结算的股份支付确认的费用金额	-	5,104.75	-	-
合计	**448.83**	**5,744.51**	**312.67**	**284.22**

2、偶发性关联交易

报告期内，公司存在的偶发性关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易事项	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
张立国	代垫支出	-	20.69	109.95	232.84

报告期内，公司实际控制人张立国代垫支出主要为个人银行卡代付公司零星经营款项，包含对骨干员工进行的薪酬补贴和代垫公司小额支出等。为规范该项事宜，公司已将该部分薪酬补贴及其他支出计入当期损益并代缴了相关税费。截至 2020 年 12 月 31 日，上述股东代垫支出事项已规范终止。

3、其他关联交易

（1）张立国、张梦琪以持有敷特佳 100%股权对公司出资

2021 年 1 月 12 日，张立国、张梦琪以其持有敷特佳 100.00%股权认缴敷尔佳有限新增注册资本，即敷尔佳有限通过同一控制企业合并方式收购敷特佳 100%股权。敷特佳为实际控制人张立国控制的企业，自设立起，敷特佳主营业务为从哈三联采购商品后销售给敷尔佳，敷尔佳有限通过同一控制下企业合并方式收购敷特佳 100%股权，对同一公司控制权人下与发行人相同、类似或者相关的业务进行重组整合。

根据大华出具的《审计报告》（大华审字[2021]000516 号），截至 2020 年 12 月 31 日，敷特佳经审计的净资产为 12,973.82 万元。2021 年 1 月 12 日，中瑞世联出具《资产评估报告》（中瑞评报字[2021]第 000004 号），以 2020 年 12 月 31 日为评估基准日，敷特佳股权价值为 12,973.82 万元。经交易各方协商确定，标的资产的交易价格为 12,973.82 万元。

（2）华信药业转让商标

2017 年，华信药业管理层决定成立独立的公司专门从事皮肤护理产品业务的运营。2017 年 11 月 28 日，敷尔佳有限完成工商注册登记，华信药业逐渐将皮肤护理产品业务转由敷尔佳有限承继。2018 年 6 月 6 日，华信药业将敷尔佳、敷尔佳 1 美、Voolga、日光颜等相关商标无偿转让给公司。

4、关联方资金往来余额

（1）其他应收关联方款项

单位：万元

款项性质	关联方	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
其他应收款	张立国	-	-	75.48	3.77	-	-	-	-
	其他应收款小计	**-**	**-**	**75.48**	**3.77**	**-**	**-**	**-**	**-**

（2）应付关联方款项

单位：万元

款项性质	关联方	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
其他应付	张立国	-	-	18.52	4.33
	张梦琪	-	8.07	-	-
	哈三联	6.54	-	-	-
	其他应付款小计	**6.54**	**8.07**	**18.52**	**4.33**
租赁负债	张立国	64.91	-	-	-
	张梦琪	140.53	-	-	-
	哈三联	140.57	-	-	-
	租赁负债小计	**346.02**	**-**	**-**	**-**

5、关联交易简易汇总表

报告期内，发行人发生的关联交易简易汇总表如下：

单位：万元

类别	关联交易内容	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经常性关联交易	购买商品、接受劳务	470.62	-	-	-
	房屋租赁	187.78	101.63	23.19	20.00
	关键管理人员薪酬及股份支付费用	448.83	5,744.51	312.67	284.22

类别	关联交易内容	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
偶发性关联交易	代垫支出	-	20.69	109.95	232.84
其他关联交易	张立国、张梦琪以持有敷特佳 100%股权对公司出资	12,973.82	-	-	-
	华信药业转让商标	-	-	-	0.00

（三）关联交易履行程序情况及独立董事对关联交易的意见

1、关联交易履行程序情况

报告期内，公司主要关联交易为收购敷特佳、房屋租赁、材料采购及服务、代垫支出等。公司第一届董事会第三次会议、2020 年年度股东大会、**第一届董事会第八次会议**对上述关联交易进行了审议，上述关联交易定价主要系在市场价格等基础上经交易各方秉承公允原则协商确定，其决策程序符合公司章程及相关法律法规的规定，在决策和实施关联交易时不存在损害公司及非关联股东利益的情况。

2、独立董事对关联交易的意见

针对公司第一届董事会第三次会议、2020 年年度股东大会审议确认的关联交易，公司独立董事发表意见，确认公司 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日期间的关联交易事项交易价格公允，未损害发行人及其全体股东的权益。

针对公司第一届董事会第八次会议审议确认的关联交易，公司独立董事发表意见，确认公司 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 9 月 30 日期间的关联交易事项交易价格公允，未损害发行人及其全体股东的权益。

（四）公司减少关联交易的措施

为规范公司的关联交易行为和减少不必要的关联交易，公司制定并不断完善《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》等规章制度，对关联交易的审议和披露、回避制度进行了详细的规定，以保证公司关联交易决策对所有股东的公平性和公正性。

除上述规定以外，公司还结合实际业务情况，制定了《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《关于规范与关联方资金往来管理制度》，对关联交易的范围、审批、程序等进行了细致规定。

（五）公司对关联交易决策权力与程序的有关规定

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，依据《公司法》《证券法》等有关法律、法规的规定，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《关于规范与关联方资金往来管理制度》等制度中对关联交易的原则、关联交易的决策权限和决策程序、关联交易回避表决制度、控股股东行为规范等做出了明确的规定。

第八节　财务会计信息与管理层分析

公司提醒投资者关注和阅读本招股说明书附件之财务报告及审计报告全文，以获取全部的财务会计信息。非经特别说明，本节所列财务数据，均依据经大华审计的财务会计资料，或根据其中相关数据计算得出，并按合并口径披露。

一、最近三年及一期经审计的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2021年9月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
流动资产：				
货币资金	**914,637,835.92**	386,365,965.72	499,980,047.92	41,479,258.11
交易性金融资产	**134,134,000.31**	211,261,726.03	-	-
应收账款	**5,856,746.04**	807,030.68	17,400.00	-
预付款项	**16,641,459.02**	16,638,340.11	60,067,003.94	46,058,248.97
其他应收款	**578,436.37**	41,484,410.67	59,877,787.74	57,343,488.37
存货	**65,412,376.94**	70,525,736.33	42,324,431.09	6,116,549.62
其他流动资产	**13,296,342.10**	306,423,851.36	248,031,284.85	118,050,645.46
流动资产合计	**1,150,557,196.70**	**1,033,507,060.90**	**910,297,955.54**	**269,048,190.53**
非流动资产：				
债权投资	**9,000,000.00**	**-**	**-**	**-**
固定资产	**32,193,959.67**	25,090,411.49	25,955,256.14	3,003,223.55
在建工程	**48,921,812.35**	**-**	**-**	**-**
使用权资产	**7,786,223.33**	-	-	-
无形资产	**28,343,354.52**	188,835.18	-	-
商誉	**565,644,678.62**	-	-	-
长期待摊费用	**2,222,452.44**	4,665,435.05	9,838,168.22	-
递延所得税资产	**6,260,813.24**	1,465,231.14	27,835,967.16	752,712.27
其他非流动资产	**535,340.00**	-	652,568.12	105,300.00
非流动资产合计	**700,908,634.17**	**31,409,912.86**	**64,281,959.64**	**3,861,235.82**
资产总计	**1,851,465,830.87**	**1,064,916,973.76**	**974,579,915.18**	**272,909,426.35**
流动负债：				
应付账款	**32,909,302.78**	14,653,995.11	6,751,241.32	-

项目	2021 年 9 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
预收款项	-	-	53,296,429.70	21,187,679.00
合同负债	1,696,601.68	4,028,199.77	-	-
应付职工薪酬	1,413,495.09	4,525,197.39	469,825.37	413,776.11
应交税费	70,068,954.00	140,180,742.45	126,233,883.51	32,894,686.78
其他应付款	25,656,946.63	343,958,879.57	32,454,774.43	10,270,050.05
一年内到期的非流动负债	5,543,121.65	-	-	
其他流动负债	94,410.49	44,345.53	-	-
流动负债合计	137,382,832.32	**507,391,359.82**	**219,206,154.33**	**64,766,191.94**
非流动负债：				
租赁负债	1,981,151.59	-	-	-
递延收益	-	-	89,392.54	-
递延所得税负债	33,500.08	315,431.51	-	-
非流动负债合计	2,014,651.67	**315,431.51**	**89,392.54**	-
负债合计	139,397,483.99	**507,706,791.33**	**219,295,546.87**	**64,766,191.94**
所有者/股东权益：				
实收资本/股本	360,000,000.00	246,280,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	748,171,553.04	139,902,411.33	8,427,949.02	2,328,414.20
盈余公积	48,497,060.17	37,781,477.62	2,500,000.00	2,500,000.00
未分配利润	555,399,733.67	133,246,293.48	739,356,419.29	198,314,820.21
归属于母公司所有者/股东权益合计	1,712,068,346.88	**557,210,182.43**	**755,284,368.31**	**208,143,234.41**
所有者/股东权益合计	1,712,068,346.88	**557,210,182.43**	**755,284,368.31**	**208,143,234.41**
负债和所有者/股东权益总计	1,851,465,830.87	**1,064,916,973.76**	**974,579,915.18**	**272,909,426.35**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	1,177,787,296.51	**1,585,016,975.26**	**1,342,465,758.54**	**373,485,468.70**
减：营业成本	231,200,060.52	372,896,054.28	309,177,695.94	82,630,784.16
税金及附加	14,846,510.65	17,368,561.42	18,691,484.88	5,011,400.64
销售费用	170,459,991.73	265,439,675.73	115,405,048.81	21,370,277.40
管理费用	27,528,574.29	66,873,508.08	7,333,646.18	2,277,205.63

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	1,486,084.04	1,479,662.59	603,882.34	307,807.16
财务费用	-8,333,882.70	-8,779,334.07	-591,669.26	-78,192.21
加：其他收益	29,118,504.60	25,051,442.71	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	3,699,543.22	8,889,547.13	5,900,686.20	1,163,377.55
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	134,000.31	1,261,726.03	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	2,173,844.25	8,865,934.05	-8,028,929.24	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-3,010,849.06
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	775,725,850.36	**913,807,497.15**	**889,717,426.61**	**260,118,714.41**
加：营业外收入	4,158,944.71	176,794.06	172,374.55	125,078.07
减：营业外支出	113,564.70	1,566,969.60	26,283.21	10,246.79
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	779,771,230.37	**912,417,321.61**	**889,863,517.95**	**260,233,545.69**
减：所得税费用	194,868,434.86	264,586,725.40	228,821,918.87	60,645,007.05
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	584,902,795.51	**647,830,596.21**	**661,041,599.08**	**199,588,538.64**
（一）按经营持续性分类：				
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	584,902,795.51	647,830,596.21	661,041,599.08	199,588,538.64
（二）按所有权归属分类：				
其中：归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	584,902,795.51	647,830,596.21	661,041,599.08	199,588,538.64
五、其他综合收益的税后净额		-	-	-
六、综合收益总额	584,902,795.51	**647,830,596.21**	**661,041,599.08**	**199,588,538.64**
归属于母公司股东的综合收益总额	584,902,795.51	647,830,596.21	661,041,599.08	199,588,538.64

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	**1,344,064,112.77**	1,820,114,071.20	1,607,477,246.73	452,364,285.33
收到其他与经营活动有关的现金	**98,988,889.37**	39,401,927.42	23,584,550.05	9,948,853.76
经营活动现金流入小计	**1,443,053,002.14**	**1,859,515,998.62**	**1,631,061,796.78**	**462,313,139.09**
购买商品、接受劳务支付的现金	**258,975,065.09**	418,980,801.21	441,096,395.80	150,233,174.01
支付给职工以及为职工支付的现金	**36,303,820.36**	21,227,054.88	16,234,740.76	12,186,575.95
支付的各项税费	**343,268,722.17**	440,987,347.17	331,392,377.01	78,730,197.74
支付其他与经营活动有关的现金	**190,919,518.36**	307,483,904.70	115,848,912.86	3,254,144.30
经营活动现金流出小计	**829,467,125.98**	**1,188,679,107.96**	**904,572,426.43**	**244,404,092.00**
经营活动产生的现金流量净额	**613,585,876.16**	**670,836,890.66**	**726,489,370.35**	**217,909,047.09**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	**210,000,000.00**	500,000,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	**6,367,334.27**	10,077,305.80	3,958,062.99	946,396.42
收到其他与投资活动有关的现金	**1,094,051,262.51**	599,998,496.50	529,773,382.79	179,920,984.55
投资活动现金流入小计	**1,310,418,596.78**	**1,110,075,802.30**	**533,731,445.78**	**180,867,380.97**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**62,099,549.69**	2,818,005.11	34,947,855.48	3,696,428.45
投资支付的现金	**-**	710,000,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	**942,998,818.58**	589,999,525.65	651,772,170.84	357,920,984.55
投资活动现金流出小计	**1,005,098,368.27**	**1,302,817,530.76**	**686,720,026.32**	**361,617,413.00**
投资活动产生的现金流量净额	**305,320,228.51**	**-192,741,728.46**	**-152,988,580.54**	**-180,750,032.03**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	**-**	10,700,000.00	5,000,000.00	-
筹资活动现金流	**-**	**10,700,000.00**	**5,000,000.00**	**-**

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
入小计				
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	379,250,000.00	602,409,244.40	120,000,000.00	-
支付其他与筹资活动有关的现金	11,434,234.47	-	-	-
筹资活动现金流出小计	390,684,234.47	**602,409,244.40**	**120,000,000.00**	-
筹资活动产生的现金流量净额	-390,684,234.47	**-591,709,244.40**	**-115,000,000.00**	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	528,221,870.20	**-113,614,082.20**	**458,500,789.81**	**37,159,015.06**
加：期初现金及现金等价物余额	386,315,965.72	499,930,047.92	41,429,258.11	4,270,243.05
六、期末现金及现金等价物余额	914,537,835.92	**386,315,965.72**	**499,930,047.92**	**41,429,258.11**

（四）母公司资产负债表

单位：元

项目	2021 年 9 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	749,584,745.92	386,213,430.64	164,554,137.23	41,479,258.11
交易性金融资产	34,053,200.00	-	-	-
应收账款	5,856,513.99	807,030.68	17,400.00	-
预付款项	14,146,851.85	16,631,459.38	3,443,700.18	46,058,248.97
其他应收款	573,545.65	42,564,410.67	59,877,787.74	57,343,488.37
存货	48,764,269.84	70,525,736.33	142,539,128.90	6,116,549.62
其他流动资产	11,875,623.49	304,487,359.98	33,122,237.08	118,050,645.46
流动资产合计	864,854,750.74	**821,229,427.68**	**403,554,391.13**	**269,048,190.53**
非流动资产：				
债权投资	9,000,000.00	-	-	-
长期股权投资	746,228,231.04	-	-	-
固定资产	24,544,159.02	25,090,411.49	25,955,256.14	3,003,223.55
在建工程	48,921,812.35	-	-	-
使用权资产	4,432,726.36	-	-	-
无形资产	28,343,354.52	188,835.18	-	-

项目	2021年9月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
长期待摊费用	1,515,523.93	4,665,435.05	9,838,168.22	-
递延所得税资产	233,713.75	1,465,231.14	2,782,292.71	752,712.27
其他非流动资产	-	-	652,568.12	105,300.00
非流动资产合计	**863,219,520.97**	**31,409,912.86**	**39,228,285.19**	**3,861,235.82**
资产总计	**1,728,074,271.71**	**852,639,340.54**	**442,782,676.32**	**272,909,426.35**
流动负债：				
应付账款	29,713,028.92	14,653,995.11	44,769,670.00	-
预收款项	-	-	53,296,429.70	21,187,679.00
合同负债	1,661,092.83	4,028,199.77	-	-
应付职工薪酬	110,857.10	4,310,655.50	270,365.37	413,776.11
应交税费	56,210,773.93	140,124,753.28	15,702,771.05	32,894,686.78
其他应付款	25,406,221.00	263,958,879.57	32,454,774.43	10,270,050.05
一年内到期的非流动负债	3,080,345.36	-	-	-
其他流动负债	94,410.49	44,345.53	-	-
流动负债合计	**116,276,729.63**	**427,120,828.76**	**146,494,010.55**	**64,766,191.94**
非流动负债：				
租赁负债	1,601,528.64	-	-	-
递延收益	-	-	89,392.54	-
递延所得税负债	13,300.00	-	-	-
非流动负债合计	1,614,828.64	-	**89,392.54**	-
负债合计	117,891,558.27	**427,120,828.76**	**146,583,403.09**	**64,766,191.94**
所有者/股东权益：				
实收资本/股本	360,000,000.00	246,280,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	872,909,784.08	134,902,411.33	3,427,949.02	2,328,414.20
盈余公积	48,497,060.17	37,781,477.62	2,500,000.00	2,500,000.00
未分配利润	328,775,869.19	6,554,622.83	285,271,324.21	198,314,820.21
归属于母公司所有者/股东权益合计	1,610,182,713.44	**425,518,511.78**	**296,199,273.23**	**208,143,234.41**
所有者/股东权益合计	1,610,182,713.44	**425,518,511.78**	**296,199,273.23**	**208,143,234.41**
负债和所有者/股东权益总计	1,728,074,271.71	**852,639,340.54**	**442,782,676.32**	**272,909,426.35**

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**1,177,775,460.23**	1,585,016,975.26	1,342,465,758.54	373,485,468.70
减：营业成本	**341,870,231.40**	736,180,843.92	924,678,179.27	82,630,784.16
税金及附加	**12,950,823.48**	13,061,970.61	7,500,365.34	5,011,400.64
销售费用	**170,207,866.22**	265,439,675.73	114,654,830.54	21,370,277.40
管理费用	**20,448,023.53**	65,156,994.83	5,534,831.87	2,277,205.63
研发费用	**401,843.12**	1,331,266.71	392,572.25	307,807.16
财务费用	**-5,537,581.00**	-5,109,372.36	-338,734.14	-78,192.21
加：其他收益	**1,784,058.17**	71,442.71	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	**1,032,277.26**	2,799,976.20	4,534,517.39	1,163,377.55
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**53,200.00**			
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**2,173,844.25**	8,865,934.05	-8,028,929.24	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**-**	-	-	-3,010,849.06
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**642,477,633.16**	**520,692,948.78**	**286,549,301.56**	**260,118,714.41**
加：营业外收入	**4,158,944.71**	176,794.06	172,374.55	125,078.07
减：营业外支出	**113,564.70**	1,566,951.32	26,083.21	10,246.79
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**646,523,013.17**	**519,302,791.52**	**286,695,592.90**	**260,233,545.69**
减：所得税费用	**161,552,411.49**	166,488,015.28	79,739,088.90	60,645,007.05
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**484,970,601.68**	**352,814,776.24**	**206,956,504.00**	**199,588,538.64**
（一）按经营持续性分类：				
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	**484,917,401.68**	352,814,776.24	206,956,504.00	199,588,538.64
五、其他综合收益的税后净额	**-**	-	-	-
六、综合收益总额	**484,917,401.68**	**352,814,776.24**	**206,956,504.00**	**199,588,538.64**

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	**1,344,033,690.57**	1,820,114,071.20	1,607,477,246.73	452,364,285.33
收到其他与经营活动有关的现金	**66,613,367.08**	10,749,329.24	23,325,729.50	9,948,853.76
经营活动现金流入小计	**1,410,647,057.65**	**1,830,863,400.44**	**1,630,802,976.23**	**462,313,139.09**
购买商品、接受劳务支付的现金	**372,075,789.81**	825,439,917.70	1,139,980,525.63	150,233,174.01
支付给职工以及为职工支付的现金	**24,367,408.03**	19,382,089.77	14,508,889.76	12,186,575.95
支付的各项税费	**300,581,093.26**	216,557,868.89	164,248,419.59	78,730,197.74
支付其他与经营活动有关的现金	**189,188,034.02**	307,443,749.95	115,804,694.11	3,254,144.30
经营活动现金流出小计	**886,212,325.12**	**1,368,823,626.31**	**1,434,542,529.09**	**244,404,092.00**
经营活动产生的现金流量净额	**524,434,732.53**	**462,039,774.13**	**196,260,447.14**	**217,909,047.09**
二、投资活动产生的现金流量：				
取得投资收益收到的现金	**2,202,602.76**	2,818,311.87	3,761,317.18	946,396.42
收到其他与投资活动有关的现金	**1,171,078,635.78**	199,998,950.83	482,795,515.68	179,920,984.55
投资活动现金流入小计	**1,173,281,238.54**	**202,817,262.70**	**486,556,832.86**	**180,867,380.97**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**56,532,236.49**	2,818,005.11	34,947,855.48	3,696,428.45
投资支付的现金	**46,490,000.00**	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	**922,998,818.58**	391,079,738.31	404,794,545.40	357,920,984.55
投资活动现金流出小计	**1,026,021,055.07**	**393,897,743.42**	**439,742,400.88**	**361,617,413.00**
投资活动产生的现金流量净额	**147,260,183.47**	**-191,080,480.72**	**46,814,431.98**	**-180,750,032.03**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	**-**	10,700,000.00	-	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**10,700,000.00**	-	-
分配股利、利润或	**299,250,000.00**	60,000,000.00	120,000,000.00	-

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
偿付利息支付的现金				
支付其他与筹资活动有关的现金	9,123,600.72	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**308,373,600.72**	**60,000,000.00**	**120,000,000.00**	**-**
筹资活动产生的现金流量净额	**-308,373,600.72**	**-49,300,000.00**	**-120,000,000.00**	**-**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	**-**	**-**	**-**
五、现金及现金等价物净增加额	**363,321,315.28**	**221,659,293.41**	**123,074,879.12**	**37,159,015.06**
加：期初现金及现金等价物余额	386,163,430.64	164,504,137.23	41,429,258.11	4,270,243.05
六、期末现金及现金等价物余额	**749,484,745.92**	**386,163,430.64**	**164,504,137.23**	**41,429,258.11**

二、审计意见

（一）审计意见

大华接受公司委托，审计了敷尔佳 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 **2021 年 9 月 30 日**的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度、2020 年度及 **2021 年 1-9 月**的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注，认为财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了敷尔佳 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 **2021 年 9 月 30 日**的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 **2021 年 1-9 月**的合并及母公司经营成果和现金流量，并出具了无保留意见的审计报告（**大华审字[2021]0016680 号**）。

（二）关键审计事项

关键审计事项是会计师根据职业判断，认为对 2018 年度、2019 年度、2020 年度和 **2021 年 1-9 月**财务报表审计最为重要的事项。大华在审计中识别出的关键审计事项如下：

1、收入确认

（1）事项描述

关键审计事项适用的会计年度：**2021 年 1-9 月**、2020 年度、2019 年度及 2018 年度。

收入确认是敷尔佳关键业绩指标之一，存在管理层为达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，因此会计师将收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

在 **2021 年 1-9 月**、2020 年度、2019 年度及 2018 年度财务报表审计中，会计师针对收入确认实施的重要审计程序包括：

①了解、评价与销售收入相关的内部控制，并测试其运行有效性；

②了解敷尔佳销售业务模式，检查主要客户的销售合同及订单，评价收入确认会计政策是否符合企业会计准则的规定；结合销售合同的关键条款，评价敷尔佳自 2020 年 1 月 1 日起执行的收入会计政策、2020 年度及 **2021 年 1-9 月**收入确认会计处理是否符合新收入准则关于收入确认的相关规定；

③采用抽样的方法，检查了与收入确认相关的支持性文件，如销售合同、订单、发货单、物流运输签收单、销售发票、回款单等；

④对于经销业务以及代销业务收入，采用抽样方法，向客户函证了交易额、回款金额等信息，并针对主要客户执行了走访、背景调查程序；

⑤对于第三方平台直营业务收入，在信息系统核查的基础上进行订单数据分析，并采用抽样方法，对客户进行电话回访；

⑥针对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止测试，评价相关收入是否已记录于恰当的会计期间；

⑦执行分析性复核程序，对销售收入及毛利率变动合理性进行分析；

⑧检查与收入确认相关的信息在财务报表中的列报与披露是否恰当。

根据已执行的审计工作，会计师认为收入确认符合敷尔佳的会计政策。

2、商誉减值

（1）事项描述

关键审计事项适用的会计年度：**2021 年 1-9 月**。

管理层至少应当在每年终了对商誉进行减值测试，并依据商誉减值测试的结果调整商誉的账面价值。由于商誉减值测试的结果很大程度上依赖于管理层所作的估计和采用的假设。这些估计均存在不确定性，受管理层对未来市场以及对经济环境判断的影响，采用不同的估计和假设会对评估的包含商誉的资产组或资产组组合可收回金额产生重大影响。由于商誉金额重大，且商誉减值测试中需要管理层作出重大判断，因此，会计师将商誉减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

在 **2021 年 1-9 月**财务报表审计中，会计师针对商誉减值执行的重要审计程序包括：

①了解、评价与商誉减值测试相关的关键内部控制，并测试其运行有效性；

②复核管理层对商誉所在资产组的划分是否合理，商誉账面价值的分摊是否恰当；

③评价管理层聘请的外部评估机构的胜任能力、专业素质及客观性；

④复核商誉减值测试所采用的评估方法、关键假设是否恰当，测试过程是否准确；

⑤评估管理层于 **2021 年 9 月 30 日**对商誉及其减值估计结果、财务报表的披露是否恰当。

根据已执行的审计工作，会计师认为管理层在商誉减值测试中作出的判断是恰当的。

（三）报告期内与财务会计信息相关的重要性水平

公司根据自身所处的行业特点和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司主要考虑该项目金额占总资产、净资产、营业收入、净利润等直接相关项目金额情况或所属报表项目金额的比例情况。公司与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的具体判断标准为当年营业利润总额的 5%。

三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）编制基础

公司申报财务报表按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）编制。此外，公司还按照中国证监会《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）披露有关财务信息。

申报财务报表以持续经营为基础列报。

公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，申报财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）合并报表范围及变化情况

报告期内，公司合并范围包含的合并主体如下表所示：

子公司名称	取得方式	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
敷特佳	同一控制下合并	是	是	是	-
北星药业	非同一控制下合并	是	-	-	-

注：1、2021 年 1 月 12 日，敷尔佳通过同一控制下企业合并收购敷特佳 100%股权，敷特佳自 2019 年 4 月 3 日起纳入合并范围；

2、2021 年 2 月 27 日，敷尔佳通过非同一控制下企业合并收购北星药业 100%股权，北星药业自 2021 年 2 月 27 日起纳入合并范围。

四、主要会计政策和会计估计

（一）收入（适用 2019 年 12 月 31 日之前）

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务收入的确认依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

（1）收入的金额能够可靠地计量；

（2）相关的经济利益很可能流入企业；

（3）交易的完工进度能够可靠地确定；

（4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品

部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

4、本公司收入确认具体方法

本公司销售商品收入确认的具体方法如下：

（1）第三方平台直营业务

第三方平台直营业务是指公司通过于第三方电商平台开设的店铺销售的业务，在第三方平台直营业务中，客户通过线上下单付款，公司收到订单后安排向客户发货，在客户主动确认收货或确认收货期结束后，确认收入。

（2）经销业务

经销业务是指公司向经销商销售商品的业务。在经销业务中，客户预先向公司支付货款并发出要货申请，公司根据合同/订单向客户安排发货，并于客户收到商品时，确认收入。

（3）奖励积分

公司向客户销售商品时推出了奖励积分计划，允许客户通过累积积分兑换的方式以免费或者以折扣价格购买额外的商品。公司通过识别奖励积分的单独售价，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入，奖励积分的公允价值确认为递延收益，并于客户使用积分兑换或购买的商品转让给客户或积分失效时，将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入。

（二）收入（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

1、收入确认的一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。

履约义务，是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。

取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经

济利益。

本公司在合同开始日即对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是某一时点履行。满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务，本公司按照履约进度，在一段时间内确认收入：（1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；（2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；（3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。否则，本公司在客户取得相关商品或服务控制权的时点确认收入。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司根据商品和劳务的性质，采用产出法/投入法确定恰当的履约进度。产出法是根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度（投入法是根据公司为履行履约义务的投入确定履约进度）。当履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

2、特定交易的收入处理原则

（1）附有销售退回条款的合同

在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债。

（2）附有客户额外购买选择权的销售合同

公司评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利。提供重大权利的，则作为单项履约义务，将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入。客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，则综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。

3、收入确认的具体方法

本公司收入来源于向客户销售医疗器械和化妆品。公司根据与客户结算方式

的不同分为第三方平台直营业务、经销业务、代销业务，收入确认的具体方法如下：

（1）第三方平台直营业务

第三方平台直营业务是指公司通过于第三方电商平台开设的店铺销售的业务，在第三方平台直营业务中，客户通过线上下单付款，公司收到订单后安排向客户发货，在客户主动确认收货或确认收货期结束后，确认收入。

（2）经销业务

经销业务是指公司向经销商销售商品的业务。在经销业务中，客户预先向公司支付货款并发出要货申请，公司根据合同/订单向客户安排发货，并于客户收到商品，取得商品控制权时，确认收入。

（3）代销业务

代销业务是指公司将商品交付受托方代为销售的业务。在代销业务中，公司于**收到**受托方向公司开出**结算单**时，确认收入。

（4）奖励积分

公司向客户销售商品时推出了奖励积分计划，授予获得积分的客户一项选择权，允许客户通过累积积分兑换的方式以免费或者以折扣价格购买额外的商品。奖励积分属于附有客户额外购买选择权的销售，且该项选择权向客户提供了一项重大权利，构成单项履约义务。公司通过识别奖励积分的单独售价，按照交易价格分摊的相关原则，将交易价格分摊至该履约义务，并于客户使用积分兑换或购买的商品转让给客户或积分失效时，确认与积分相关的收入。

（三）金融工具（适用 2018 年 12 月 31 日之前）

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，在初始确认时将金融资产和金融负债分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（或金融负债）；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负

债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债：

1）取得该金融资产或金融负债的目的是为了在短期内出售、回购或赎回；

2）属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；

3）属于衍生金融工具，但是被指定为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

只有符合以下条件之一，金融资产或金融负债才可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产或金融负债：

1）该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；

2）风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；

3）包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；

4）包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，在

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）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。

本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的债权（不包括在活跃市场上有报价的债务工具），包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（3）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，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

本公司对持有至到期投资，在取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

1）出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近(如到期前三个月内)，且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。

2）根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。

3）出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

（4）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

本公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

本公司对在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资

产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。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、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

A、发行方或债务人发生严重财务困难；

B、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

C、债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

D、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

E、因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

F、无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行

业不景气等；

G、权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

H、权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

金融资产的具体减值方法如下：

（1）可供出售金融资产的减值准备

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成本超过 50%（含 50%）或低于其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。

上段所述成本按照可供出售权益工具投资的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、原已计入损益的减值损失确定；不存在活跃市场的可供出售权益工具投资的公允价值，按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值确定；在活跃市场有报价的可供出售权益工具投资的公允价值根据证券交易所期末收盘价确定，除非该项可供出售权益工具投资存在限售期。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；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，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（2）持有至到期投资的减值准备

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（四）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

实际利率法是指计算金融资产或金融负债的摊余成本以及将利息收入或利息费用分摊计入各会计期间的方法。

实际利率，是指将金融资产或金融负债在预计存续期的估计未来现金流量，折现为该金融资产账面余额或该金融负债摊余成本所使用的利率。在确定实际利率时，在考虑金融资产或金融负债所有合同条款(如提前还款、展期、看涨期权或其他类似期权等)的基础上估计预期现金流量，但不考虑预期信用损失。

金融资产或金融负债的摊余成本是以该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，再扣除累计计提的损失准备(仅适用于金融资产)。

1、金融资产分类和计量

本公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

（1）以摊余成本计量的金融资产。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类，当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

（1）分类为以摊余成本计量的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标，则本公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。本公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收账款、其他应收款、**债权投资**。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，按摊余成本进行后续计量，其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失，计入当期损益。除下列情况外，本公司根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定利息收入：

1）对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，本公司自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。

2）对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，本公司在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。若该金融工具在后续期间因其信用风险有所改善而不再存在信用减值，本公司转按实际利率乘以该金融资产账面余额来计算确定利息收入。

（2）分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿

付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，则本公司将该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资，其他此类金融资产列报为其他债权投资，其中：自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

（3）指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时，本公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。本公司持有该权益工具投资期间，在本公司收取股利的权利已经确立，与股利相关的经济利益很可能流入本公司，且股利的金额能够可靠计量时，确认股利收入并计入当期损益。本公司对此类金融资产在其他权益工具投资项目下列报。

权益工具投资满足下列条件之一的，属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：取得该金融资产的目的主要是为了近期出售；初始确认时属于集中管理的可辨认金融资产工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式；属于衍生工具（符合财务担保合同定义的以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外）。

（4）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

不符合分类为以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金

融资产均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。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

（5）指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

在初始确认时，本公司为了消除或显著减少会计错配，可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

混合合同包含一项或多项嵌入衍生工具，且其主合同不属于以上金融资产的，本公司可以将其整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融工具。但下列情况除外：

1）嵌入衍生工具不会对混合合同的现金流量产生重大改变。

2）在初次确定类似的混合合同是否需要分拆时，几乎不需分析就能明确其包含的嵌入衍生工具不应分拆。如嵌入贷款的提前还款权，允许持有人以接近摊余成本的金额提前偿还贷款，该提前还款权不需要分拆。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

2、金融负债分类和计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入

当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

满足下列条件之一的，属于交易性金融负债：承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购；属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，所有公允价值变动均计入当期损益。

在初始确认时，为了提供更相关的会计信息，本公司将满足下列条件之一的金融负债不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

1） 能够消除或显著减少会计错配。

2） 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

本公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量，除由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益。除非由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，本公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

除下列各项外，公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，对此类金融负债采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益：

1） 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

2） 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债。

3） 不属于本条前两类情形的财务担保合同，以及不属于本条第 1）类情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，在初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3、金融资产和金融负债的终止确认

（1）金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

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，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

（2）金融负债终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

本公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，应当计入当期损益。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

（1）转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

（2）保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

（3）既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本条（1）、（2）之外的其他情形），则根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：

1）未保留对该金融资产控制的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

2）保留了对该金融资产控制的，则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，是指本公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

（1）金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）被转移金融资产在终止确认日的账面价值。

2）因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

（2）金融资产部分转移且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）终止确认部分在终止确认日的账面价值。

2）终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。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、金融工具减值

本公司以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款、合同资产以及财务担保合同，进行减值会计处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，

对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的应收款项与合同资产、以及租赁应收款，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：

A、如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

B、如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

C、如果该金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。除分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，本公司在其他综合收益中确认其信用损失准备，不减少该

金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在前一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（1）信用风险显著增加

本公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于财务担保合同，本公司在应用金融工具减值规定时，将本公司成为做出不可撤销承诺的一方之日作为初始确认日。

本公司在评估信用风险是否显著增加时会考虑如下因素：

1）债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；

2）债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

3）作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化，这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

4）债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

5）本公司对金融工具信用管理方法是否发生变化等。

于资产负债表日，若本公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则本公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）已发生信用减值的金融资产

当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括

下列可观察信息：

1）发行方或债务人发生重大财务困难；

2）债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

3）债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

4）债务人很可能破产或进行其他财务重组；

5）发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；

6）以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值，有可能是多个事件的共同作用所致，未必是可单独识别的事件所致。

（3）预期信用损失的确定

本公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失，在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

本公司以共同信用风险特征为依据，将金融工具分为不同组合。本公司采用的共同信用风险特征包括：金融工具类型、信用风险评级、账龄组合、债务人类型等。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时本公司依据信用风险特征将金融工具划分为若干组合，在组合的基础上计算预期信用损失，相关金融工具的组合及确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据
合并报表范围内关联方组合	纳入合并报表范围内的关联方之间的应收款项
应收账款组合	除合并报表范围内关联方组合外的应收销售款
低信用风险组合	应收员工备用金及借款、代垫款项，应收各类押金、保证金等
其他组合	除上述组合以外的应收款项

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，按照应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用风险损失率，计算预期信用损失。

本公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

1）对于金融资产，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

2）对于租赁应收款项，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

3）对于财务担保合同，信用损失为本公司就该合同持有人发生的信用损失向其做出赔付的预计付款额，减去本公司预期向该合同持有人、债务人或任何其他方收取的金额之间差额的现值。

4）对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

本公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

（4）减记金融资产

当本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（五）应收款项（适用于 2018 年 12 月 31 日之前）

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：应收款项余额前五名。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款

（1）信用风险特征组合的确定依据

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大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。

确定组合的依据：

组合名称	计提方法	确定组合的依据
合并报表范围内关联方组合	不计提坏账准备	纳入合并范围的关联方组合
无风险组合	不计提坏账准备	根据业务性质，认定无信用风险，主要包括应收员工备用金及借款、代垫款项以及应收各类押金、保证金等
账龄分析法组合	账龄分析法	包括除上述组合之外的应收款项，本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类

（2）根据信用风险特征组合确定的计提方法

采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
3 个月以内	0.00	5.00
4－12 个月	5.00	5.00
1－2 年	30.00	30.00
2－3 年	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

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。

（六）存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、在产品、库存商品等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

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

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

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已

计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（3）其他周转材料采用一次转销法摊销。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

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

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。

（1）外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。

（2）自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

（3）投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。

（4）购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

固定资产折旧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；已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
机器设备	年限平均法	10	5	9.5
办公设备	年限平均法	5	5	19.00
运输设备	年限平均法	5	5	19.00
电子设备	年限平均法	3	5	31.67

发行人同行业可比公司各类固定资产折旧方法、折旧年限和年折旧率对比如下：

贝泰妮				
类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	5	4.75
机器设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
办公设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
运输设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
电子设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
创尔生物				
类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
机器设备	年限平均法	5	5	19.00
办公设备	年限平均法	3-5	5	19.00-32.00
运输设备	年限平均法	5	5	19.00
其他设备	年限平均法	5	5	19.00

华熙生物				
类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	10	4.50
机器设备	年限平均法	10	10	9.00
运输设备	年限平均法	5	10	18.00
电子及实验检验设备	年限平均法	2-5	10	45.00-18.00
珀莱雅				
类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	10 或 30	5	9.50 或 3.17
通用设备	年限平均法	3-10	5	31.67-9.50
专用设备	年限平均法	3-10	5	19.00-9.50
运输工具	年限平均法	5	5	19.00

综上，发行人各类固定资产折旧方法、折旧年限和年折旧率与同行业可比公司无显著差异。

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）固定资产处置

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。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

（2）本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（八）使用权资产

本公司对使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：

1、租赁负债的初始计量金额；

2、在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

3、本公司发生的初始直接费用；

4、本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本（不包括为生产存货而发生的成本）。

在租赁期开始日后，本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。

能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，本公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。对计提了减值准备的使用权资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值参照上述原则计提折旧。

（九）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括应用软件。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊

销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依据
应用软件	10 年	预计受益期

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本报告期内各期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）使用寿命不确定的无形资产

本公司无使用寿命不确定的无形资产。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

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。

（十）长期待摊费用

1、摊销方法

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

2、摊销年限

类别	摊销年限
房屋装修及改造费用	合同约定房屋租赁期间或预计受益期间
广告代言费	合同约定的期间

（十一）职工薪酬

职工薪酬，是指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。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

本公司按照国家规定的标准定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指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给予职工的补偿，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。

4、其他长期职工福利

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

本公司无其他长期职工福利。

（十二）租赁负债

本公司对租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。在计算租赁付款额的现值时，本公司采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，采用本公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：

1、扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；

2、取决于指数或比率的可变租赁付款额；

3、在本公司合理确定将行使该选择权的情况下，租赁付款额包括购买选择权的行权价格；

4、在租赁期反映出本公司将行使终止租赁选择权的情况下，租赁付款额包括行使终止租赁选择权需支付的款项；

5、根据本公司提供的担保余值预计应支付的款项。

本公司按照固定的折现率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额应当在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

（十三）股份支付

1、股份支付的种类

本公司的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。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、会计处理方法

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

若在等待期内取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（十四）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。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。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；

（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

（1）企业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；

（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（十五）租赁

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

1、租赁合同的分拆

当合同中同时包含多项单独租赁的，本公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。

当合同中同时包含租赁和非租赁部分的，本公司将租赁和非租赁部分进行分拆，租赁部分按照租赁准则进行会计处理，非租赁部分应当按照其他适用的企业会计准则进行会计处理。

2、租赁合同的合并

本公司与同一交易方或其关联方在同一时间或相近时间订立的两份或多份包含租赁的合同符合下列条件之一时，合并为一份合同进行会计处理：

（1）该两份或多份合同基于总体商业目的而订立并构成一揽子交易，若不作为整体考虑则无法理解其总体商业目的。

（2）该两份或多份合同中的某份合同的对价金额取决于其他合同的定价或履行情况。

（3）该两份或多份合同让渡的资产使用权合起来构成一项单独租赁。

3、本公司作为承租人的会计处理

在租赁期开始日，除应用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，本公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

（1）短期租赁和低价值资产租赁

短期租赁是指不包含购买选择权且租赁期不超过 12 个月的租赁。低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。

本公司对以下短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，相关租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法或其他系统合理的方法计入相关资产成本或当期损益。

项目	采用简化处理的租赁资产类别
短期租赁	房屋及建筑物
低价值资产租赁	无

本公司对除上述以外的短期租赁和低价值资产租赁确认使用权资产和租赁负债。

（2）使用权资产和租赁负债的会计政策

详见本节之“四、主要会计政策和会计估计”之“（八）使用权资产”、“（十二）租赁负债”。

4、本公司作为出租人的会计处理

（1）租赁的分类

本公司在租赁开始日将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁是指实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

一项租赁存在下列一种或多种情形的，本公司通常分类为融资租赁：

1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人。

2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款与预计行使选择权时租赁资产的公允价值相比足够低，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将行使该选择权。

3）资产的所有权虽然不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

4）在租赁开始日，租赁收款额的现值几乎相当于租赁资产的公允价值。

5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

一项租赁存在下列一项或多项迹象的，本公司也可能分类为融资租赁：

1）若承租人撤销租赁，撤销租赁对出租人造成的损失由承租人承担。

2）资产余值的公允价值波动所产生的利得或损失归属于承租人。

3）承租人有能力以远低于市场水平的租金继续租赁至下一期间。

（2）对融资租赁的会计处理

在租赁期开始日，本公司对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。

应收融资租赁款初始计量时，以未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和作为应收融资租赁款的入账价值。租赁收款额包括：

1）扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；

2）取决于指数或比率的可变租赁付款额；

3）合理确定承租人将行使购买选择权的情况下，租赁收款额包括购买选择权的行权价格；

4）租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权的情况下，租赁收款额包括承租人行使终止租赁选择权需支付的款项；

5）由承租人、与承租人有关的一方以及有经济能力履行担保义务的独立第三方向出租人提供的担保余值。

本公司按照固定的租赁内含利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入，所取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

（3）对经营租赁的会计处理

本公司在租赁期内各个期间采用直线法或其他系统合理的方法，将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入；发生的与经营租赁有关的初始直接费用资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益；取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

（十六）重要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

（1）执行新金融工具准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》（以上四项统称<新金融工具准则>），变更后的会计政策详见本节之“四、主要会计政策和会计估计”之“（四）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）”。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的要求进行衔接调整。涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的，本公司未调整可比期间信息。金融工具原账面价值和新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额，计入 2019 年 1 月 1 日留存收益或其他综合收益。

执行新金融工具准则对 2019 年 1 月 1 日资产负债表相关项目无影响。

（2）执行新债务重组及非货币性资产交换准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理，并根据准则的规定对于 2019 年 1 月 1 日至准则实施日之间发生的非货币性资产交换和债务重组进行调整。

本公司执行上述准则对本报告期内财务报表无重大影响。

（3）执行新收入准则对本公司的影响

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号——收入》，变更后的会计政策详见本节之“四、主要会计政策和会计估计”之“（二）收入（自 2020 年 1 月 1 日起适用）”。根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（2020 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未执行完成的合同的累计影响数进行调整；对于最早可比期间期初之前或 2020 年年初之前发生的合同变更未进行追溯调整，而是根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	累积影响金额			2020 年 1 月 1 日
		重分类（注 1）	重新计量	小计	
预收款项	5,329.64	-5,329.64		-5,329.64	
递延收益	8.94	-8.94		-8.94	
合同负债		4,725.44		4,725.44	4,725.44
其他流动负债		613.14		613.14	613.14
负债合计	21,929.55				21,929.55

上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

注 1：于 2020 年 1 月 1 日，本公司向客户转让商品之前，客户已经支付的合同对价，本公司将该项预收款项重分类至合同负债予以列示，增值税部分重分类至应交税费—待转销项税额进行会计核算，报表列示于其他流动负债科目。于 2020 年 1 月 1 日，客户获得的奖励积分，按其公允价值将递延收益重分类至合同负债予以列示。

根据 2020 年 1 月 16 日中国证监会发布的《发行监管问答-关于申请首发企业执行新收入准则相关事项的问答》，公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，

新收入准则实施后对公司的业务模式、合同条款、收入确认等方面无实质影响。

（4）执行新租赁准则对本公司的影响

本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行财政部 2018 年修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》，变更后的会计政策详见本节之“四、主要会计政策和会计估计”之“（八）使用权资产”、“（十二）租赁负债”。

在首次执行日，本公司选择重新评估此前已存在的合同是否为租赁或是否包含租赁，并将此方法一致应用于所有合同，因此仅对上述在原租赁准则下识别为租赁的合同采用本准则衔接规定。

此外，本公司对上述租赁合同选择按照《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定采用简化的追溯调整法进行衔接会计处理，即调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息，并对其中的经营租赁根据每项租赁选择使用权资产计量方法和采用相关简化处理。

本公司对低价值资产租赁的会计政策为不确认使用权资产和租赁负债。根据新租赁准则的衔接规定，本公司在首次执行日前的低价值资产租赁，自首次执行日起按照新租赁准则进行会计处理，不对低价值资产租赁进行追溯调整。

执行新租赁准则对本期财务报表相关项目的影响列示如下：

采用不完整的追溯调整法适用表格：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	累积影响金额			2021 年 1 月 1 日
		重分类（注 1）	重新计量（注 2）	小计	
使用权资产	-	-	193.92	193.92	193.92
资产合计	106,491.70	-	193.92	193.92	106,685.61
一年内到期的非流动负债	-	-	101.49	101.49	101.49
租赁负债	-	-	96.89	96.89	96.89
负债合计	50,770.68	-	198.38	198.38	50,969.06
未分配利润	13,324.63	-	-4.46	-4.46	13,320.17
所有者权益合计	55,721.02	-	-4.46	-4.46	55,716.56

项目	2020 年 12 月 31 日	累积影响金额			2021 年 1 月 1 日
		重分类（注 1）	重新计量（注 2）	小计	
支付其他与经营活动有关的现金	30,748.39	-98.24	-	-98.24	30,650.15
支付其他与筹资活动有关的现金	-	98.24	-	98.24	98.24

注：上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

注 1：自 2021 年 1 月 1 日起，本公司根据剩余租赁付款额按增量借款利率折现的现值确认租赁负债，偿还租赁负债本金和利息所支付的现金计入筹资活动现金流出。

注 2：2021 年 1 月 1 日首次执行新租赁准则，本公司仅对尚未执行完毕的 1 年期以上租赁合同的累积影响数进行重新计算和调整。本公司根据剩余租赁付款额按增量借款利率折现的现值确认租赁负债，假设自租赁期开始日即采用本准则的账面价值确认使用权资产。同时，将一年内到期的租赁负债部分重分类至一年内到期的非流动负债。其中，所有者权益发生变化系确认租赁期的利息以及使用权资产计提折旧导致。

注 3：首次执行日计入资产负债表的租赁负债所采用的承租人增量借款利率的加权平均值为 4.75%。

2、会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

五、主要税项

（一）主要税种及税率

报告期内，公司及子公司适用的主要税种及其税率列示如下：

税种	计税依据	税率
增值税	境内销售	17%、16%、13%
	其他应税销售服务行为	6%
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%
企业所得税	应纳税所得额	25%
房产税	按照房产原值的 70%	1.2%

注：1、根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）的规定，本公司自 2018 年 5 月 1 日起发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%税率的，税率调整为 16%。

2、根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号）的规定，本公司自 2019 年 4 月 1 日起发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%。

（二）税收优惠政策

报告期内，公司及子公司**非高新技术企业，**不享受税收优惠政策。

六、分部信息

根据企业会计准则对经营分部的定义，报告期内公司仅有一个经营业务分部。

七、非经常性损益情况

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43 号），公司非经常性损益如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	2,906.85	2,498.00	-	-
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	131.13	189.93	21.70
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-0.01	27,076.74	45,306.07	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、债权投资和其他债权投资取得的投资收益	383.35	884.00	400.13	94.64
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	4.54	-139.02	14.61	11.48
股份支付费用对当期损益的影响	-	-12,484.76	-	-
非经常性损益总额	**3,294.73**	**17,966.09**	**45,910.74**	**127.82**
减：非经常性损益的所得税影响数	823.84	857.64	151.83	32.21
非经常性损益净额	2,470.89	17,108.45	45,758.92	95.61
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-	-	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	**2,470.89**	**17,108.45**	**45,758.92**	**95.61**

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于母公司股东的净利润	**58,490.28**	64,783.06	66,104.16	19,958.85
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	**56,019.39**	**47,674.61**	**20,345.24**	**19,863.24**

报告期各期，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 19,863.24 万元、20,345.24 万元、47,674.61 万元及 **56,019.39 万元**。

八、主要财务指标

（一）主要财务指标

主要财务指标	2021 年 1-9 月 /2021.09.30	2020 年度/ 2020.12.31	2019 年度/ 2019.12.31	2018 年度/ 2018.12.31
流动比率（倍）	**8.37**	2.04	4.15	4.15
速动比率（倍）	**7.90**	1.90	3.96	4.06
资产负债率（母公司）	**6.82%**	50.09%	33.11%	23.73%
资产负债率（合并）	**7.53%**	47.68%	22.50%	23.73%
应收账款周转率（次/年）	**353.44**	3,841.07	154,306.41	-
存货周转率（次/年）	**3.40**	6.61	12.77	13.51
息税折旧摊销前利润（万元）	**78,910.24**	91,972.91	89,215.34	26,031.12
归属于公司普通股东的每股净资产（元）	**4.76**	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	**1.70**	-	-	-
每股净现金流量（元）	**1.47**	-	-	-
归属于母公司股东的净利润（万元）	**58,490.28**	64,783.06	66,104.16	19,958.85
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	**56,019.39**	47,674.61	20,345.24	19,863.24
研发投入占营业收入的比例	**0.13%**	0.09%	0.04%	0.08%

注：1、**2021 年 1-9 月**应收账款周转率、存货周转率未年化；

2、公司于 2021 年 3 月完成股改，故 2018 年度-2020 年度不适用每股指标。

上述指标计算公式如下：

1、流动比率=流动资产/流动负债

2、速动比率=速动资产/流动负债

3、资产负债率（母公司）=总负债（母公司）/总资产（母公司）

4、资产负债率（合并）=总负债（合并）/总资产（合并）

5、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

6、存货周转率=营业成本/存货平均余额

7、息税折旧摊销前利润＝利润总额+利息支出+折旧支出+长期待摊费用摊销+无形资产摊销

8、归属于普通股东的每股净资产=期末归属于公司股东权益合计/期末股本

9、每股经营活动现金流量净额=当期经营活动现金净额/期末股本

10、每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/期末股本

11、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

（二）净资产收益率和每股收益

项目	期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	**2021 年 1-9 月**	**45.24%**	**1.85**	**1.85**
	2020 年度	75.71%	-	-
	2019 年度	135.74%	-	-
	2018 年度	188.25%	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	**2021 年 1-9 月**	**43.33%**	**1.62**	**1.62**
	2020 年度	55.71%	-	-
	2019 年度	41.78%	-	-
	2018 年度	187.35%	-	-

注：公司于 2021 年 3 月完成股改，故 2018 年度-2020 年度不适用每股收益指标

上述指标的计算方法为：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P/（E_0＋NP÷2＋E_i×M_i÷M_0－E_j×M_j÷M_0±E_k×M_k÷M_0）

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 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；E_j 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；M_0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2、基本每股收益

基本每股收益=P÷S

S=S_0＋S_1＋S_i×M_i÷M_0－S_j×M_j÷M_0－S_k

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S_0 为期初股份总数；S_1 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；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M_0 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益=P_1/（S_0＋S_1＋S_i×M_i÷M_0–S_j×M_j÷M_0–S_k+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对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。

九、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	117,777.55	100.00	158,501.70	100.00	134,246.58	100.00	37,348.55	100.00
其他业务	1.18	0.00	-	-	-	-	-	-
营业收入合计	117,778.73	100.00	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

报告期内，公司的营业收入整体呈增长趋势。公司 2019 年主营业务收入同比增长 259.44%，2020 年同比增长 18.07%，主要与行业发展趋势、皮肤护理消费概念、电子商务零售业态发展、Z 世代消费理念、公司产品线全面、产品质量和使用效果、销售渠道分布多元化拓展等因素有关。报告期内，公司的主营业务收入增长变动情况和同行业可比公司具备一致性。

具体分析详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（一）主要产品和服务的销售情况”之“2、主营产品的销售收入情况”。

2、主营业务收入构成及变动分析

（1）主营业务收入按产品类别分类

具体分析详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（一）主要产品和服务的销售情况”之“2、主营产品的销售收入情况”之“（1）按不同产品分类的收入分析”。

（2）主营业务收入按销售渠道分类

具体分析详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（一）主要产品和服务的销售情况”之“3、主营业务收入按销售渠道分类”。

（3）主营业务收入按销售地域分类

报告期内，公司收入按照销售地域分类列示如下：

单位：万元、%

销售类别	销售地域	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	线上	**37,992.17**	**32.26**	46,087.85	29.08	30,964.45	23.07	4,424.54	11.85
线下	华东片区	**24,496.01**	**20.80**	33,791.72	21.32	31,773.59	23.67	10,313.73	27.61
	东北片区	**15,126.42**	**12.84**	19,784.30	12.48	17,772.14	13.24	5,350.88	14.33
	华中片区	**12,955.93**	**11.00**	18,066.76	11.40	16,829.93	12.54	4,464.74	11.95
	华南片区	**12,388.58**	**10.52**	17,554.90	11.08	16,581.38	12.35	5,766.70	15.44
	西南片区	**5,846.68**	**4.96**	9,321.77	5.88	6,045.39	4.50	1,734.17	4.64
	华北片区	**5,835.95**	**4.96**	8,935.43	5.64	10,288.72	7.66	4,204.54	11.26
	西北片区	**3,135.80**	**2.66**	4,958.95	3.13	3,990.98	2.97	1,089.24	2.92
总计		**117,777.55**	**100.00**	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

报告期内，公司的销售均于境内实现。其中，发行人于华东及东北片区实现的线下销售收入占各期线下收入比重较高，为公司主要线下销售区域。华东片区经济相对发达，消费人口充足，美容护肤市场活跃；东北片区距离公司主要生产经营地较近，销售及交通较为便利，故前述片区销售额占比较大。报告期内，公司于前述片区销售金额占比较为稳定。

报告期内，公司线上直营销售的地区分布情况，详见“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（一）主要产品和服务的销售情况”之“3、主营业务收入按销售渠道分类”之“（1）线上直销”。

（4）主营业务收入按季度分类

报告期内，公司主营业务收入按照季度划分情况如下：

单位：万元、%

季度	2021 年 1-9 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	**34,709.52**	36,382.00	22.95	21,473.99	16.00	2,854.62	7.64
第二季度	**44,658.42**	36,077.67	22.76	28,753.96	21.42	3,327.05	8.91
第三季度	**38,409.61**	41,513.90	26.19	40,379.43	30.08	15,792.12	42.28

季度	2021 年 1-9 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第四季度	-	44,528.13	28.09	43,639.20	32.51	15,374.76	41.17
合计	**117,777.55**	**158,501.70**	**100.00**	**134,246.58**	**100.00**	**37,348.55**	**100.00**

报告期内，公司销售季节性整体保持稳定，各期季节性波动程度存在一定差异。2018 年，第一季度和第二季度占当期收入比重分别为 7.64%及 8.91%，占比较低，主要系公司当期仍处于成长期，销售规模有限，上半年实现销售较少所致。2019 年及 2020 年，各季度占当期收入的比例基本保持稳定，未出现重大波动。2018 年至 2020 年，各期下半年收入占比略高，主要系公司在较多电商平台积极参与大型网络促销活动，造成短时间内的一定程度收入上升所致。报告期内，公司各期各季度销售占比变动基本稳定，符合公司实际经营情况。

3、主营业务产品的价格和数量变动分析

（1）按产品类别单价和数量变动分析

报告期内，公司按产品类别划分的单价及变动情况如下：

单位：元/盒

剂型	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动值	单价	变动值	单价	变动值	单价
医疗器械类	**49.03**	**1.39**	47.65	0.47	47.18	8.58	38.60
化妆品类	**45.10**	**0.66**	44.45	1.94	42.51	9.35	33.16
合计	**47.29**	**1.12**	**46.17**	**0.57**	**45.59**	**7.62**	**37.97**

报告期内，公司主要产品类型的单价基本保持稳定，并呈现稳定上升趋势。医疗器械类产品均高于化妆品产品，主要系其对原材料选用标准、生产工艺和质量要求更高，**市场定位更高**所致。2019 年，公司主要类型产品单价同比增长较快，主要系当期公司上市销售了较多新产品，并以较高价格进行新产品销售所致。

报告期内，公司按产品类别划分的数量及变动情况如下：

单位：万贴/支/瓶

类别	2021 年 1-9 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数额	数额	变动幅度（%）	数额	变动幅度（%）	数额
医疗器械类	**6,909.65**	9,208.91	-4.76%	9,669.65	123.76%	4,321.49
化妆品类	**5,091.14**	7,377.66	52.81%	4,828.03	750.38%	567.75

类别	2021 年 1-9 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数额	数额	变动幅度（%）	数额	变动幅度（%）	数额
小计	12,000.79	16,586.57	14.41%	14,497.69	196.52%	4,889.24

2018-2020 年，公司的主营业务产品销售数量保持较快增长。报告期内，公司医疗器械类产品的销量高于化妆品产品，但销量相差规模不断降低，主要系报告期内公司不断推出销售多元化妆品类产品，促进了其销量上升。公司的主要产品销量情况和公司实际经营情况、营业收入变动情况具备一致性。

（2）按销售模式单价变动分析

报告期内，公司按销售模式划分的单价及变动情况如下：

单位：元/盒

销售渠道	销售模式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单价	变动值	单价	变动值	单价	变动值	单价
线上	直销	69.89	-0.55	70.44	-16.12	86.56	-12.12	98.69
	代销	77.73	8.27	69.46	-	-	-	-
	经销	39.21	-0.96	40.17	0.85	39.33	2.53	36.80
	小计	67.44	3.72	63.72	-2.99	66.71	20.69	46.02
线下	经销	41.39	-0.09	41.48	-0.16	41.64	4.54	37.10
	小计	41.39	-0.09	41.48	-0.16	41.64	4.54	37.10
合计		47.29	1.12	46.17	0.57	45.59	7.62	37.97

报告期内，公司各销售渠道销售单价基本稳定。2019-2020 年，公司线上直销渠道产品单价下降较多，主要系公司为了更好促进销售，于网络官方直营店铺开展了较多促销、拉新活动所致。

报告期内，直销和代销模式的单价较高，主要系该类模式下公司自己承担营销及推广费用、获客成本等；经销模式的单价较低，主要系经销商采用买断销售的结算模式，经销商自行承担营销及推广费用，故公司产品出厂价较低。

4、营业收入与产销量/购销量变动一致性分析

报告期内，公司主要产品产销量/购销量与营业收入变动趋势对比如下：

单位：万贴/支/瓶、万元

项目	产品	2021 年 1-9 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		数额/金额	数额/金额	变动幅度%	数额/金额	变动幅度%	数额/金额
产量/购买量	医疗器械类	**6,130.67**	9,358.12	-10.05	10,403.81	133.76	4,450.70
	化妆品类	**4,188.77**	8,386.31	62.05	5,175.21	644.05	695.55
	小计	**10,319.44**	**17,744.43**	**13.90**	**15,579.02**	**202.73**	**5,146.25**
销量	医疗器械类	**6,909.65**	9,208.91	-4.76	9,669.65	123.76	4,321.49
	化妆品类	**4,963.28**	7,060.18	55.59	4,537.54	702.94	565.11
	小计	**11,872.93**	**16,269.08**	**14.51**	**14,207.19**	**190.74**	**4,886.60**
营业收入	医疗器械类	**67,871.61**	88,031.42	-4.10	91,799.12	173.35	33,582.81
	化妆品类	**49,905.93**	70,470.28	66.02	42,447.46	1,027.20	3,765.73
	小计	**117,777.55**	**158,501.70**	**18.07**	**134,246.58**	**259.44**	**37,348.55**

注：1、报告期初至 2021 年 2 月，公司主营业务产品均来自外部采购，其中以向哈三联采购的产成品为主，上表该期间产量数据为公司向三联购买的产成品数据，销量数据为向哈三联购买的产成品销售数据；

2、2021 年 3 月起，原向哈三联采购的产成品转由公司自行生产。

报告期内，发行人产量/购买量、销量和营业收入均整体呈现快速增长趋势，其中 2019 年度同比增幅较大，2020 年保持稳定增长。报告期内公司产量、销量和营业收入的变化趋势具备一致性，符合公司实际经营情况。

5、退换货情况

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	**636.24**	921.73	400.55	108.68
营业收入	**117,778.73**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
退换货率	**0.54%**	**0.58%**	**0.30%**	**0.29%**

报告期内，公司各期退换货率分别为 0.29%、0.30%、0.58%及 **0.54**%，公司整体退换货规模较低且基本保持稳定。退换货情形主要是客户消费需求临时出现变化，或到货包装污损、挤压等原因导致。报告期内，公司退换货情况和公司收入变化情况及实际销售情况一致，未出现重大不利变化。

6、第三方回款情况

报告期内，公司的线下收入存在通过第三方回款的情形，发行人主要第三方回款的规模和占收入比重详情如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款金额	**3,758.80**	11,511.04	9,176.50	3,068.85
营业收入	**117,778.73**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
第三方回款金额占营业收入的比例	**3.19%**	**7.26%**	**6.84%**	**8.22%**

报告期内，发行人三方回款均系非法人企业经销商通过其亲属、好友付款所形成。为更好实现销售下沉和渠道网络布局，发行人存在非法人企业经销商情形，其贡献的销售收入不超过 30%，非法人企业经销商实务中出于支付便利常通过其亲属、好友进行回款，符合行业经营特点，具备合理性。报告期内，发行人的第三方回款占各期营业收入的比例整体呈现下降趋势，第三方回款情形持续得以规范，未对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

经核查，报告期内，发行人三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形；三方回款占营业收入的比例处于可控范围内；三方回款具备商业合理性；公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。报告期内，公司不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；部分签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的三方回款情形，其安排具有支付便利等商业合理性和背景；公司三方回款所涉资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

（二）营业成本

1、营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本基本情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	**23,118.88**	100.00	37,289.61	100.00	30,917.77	100.00	8,263.08	100.00
其他业务成本	**1.12**	**0.00**	-	-	-	-	-	-
营业成本	**23,120.01**	**100.00**	**37,289.61**	**100.00**	**30,917.77**	**100.00**	**8,263.08**	**100.00**

报告期内，公司的营业成本整体呈现上涨的趋势，与公司营业收入的变动和公司实际经营情况相匹配。

2、营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本按成本要素构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	18,475.53	79.91	34,378.26	92.19	30,917.77	100.00	8,263.08	100.00
费用	3,796.05	16.42	2,911.35	7.81	-	-	-	-
直接人工	848.43	3.67	-	-	-	-	-	-
营业成本	**23,120.01**	**100.00**	**37,289.61**	**100.00**	**30,917.77**	**100.00**	**8,263.08**	**100.00**

注：1、2021 年 1-9 月数据含自北星药业成为发行人全资子公司后的成本明细数据；
2、根据新收入准则，自 2020 年开始运费计入营业成本。

报告期初至 2021 年 2 月，公司主营业务产品主要来自外部采购产成品，不存在自主生产情形，故营业成本基本由直接材料构成，不涉及直接人工。2021 年 2 月，换股收购北星药业后，发行人主要产品通过北星药业自主生产，受生产期间较短影响，最近一期，公司成本要素中费用和直接人工的占比较低。

3、主要原材料及能源采购对主营业务成本影响的分析

报告期内，公司原材料和能源的采购数量及采购价格详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）总体采购情况”。报告期内，公司主要原材料、能源采购价格较为稳定。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	117,778.73	158,501.70	134,246.58	37,348.55
营业成本	23,120.01	37,289.61	30,917.77	8,263.08
营业毛利	94,658.72	121,212.09	103,328.81	29,085.47
综合毛利率	**80.37%**	**76.47%**	**76.97%**	**77.88%**

2018 至 2020 年，公司毛利率均保持在 76%以上，且各期基本保持稳定。2021

年 1-9 月，公司主要采取自主生产模式获得主营业务产品，公司享有生产环节利润，当期综合毛利率超过 80.00%。

按照财政部于 2017 年颁布的修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》（2017 年修订），与销售商品相关的物流运输费用自“销售费用”重分类至“营业成本”，剔除上述新收入准则调整的影响，报告期内公司实现的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**117,778.73**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
模拟营业成本	**20,458.82**	34,378.26	30,917.77	8,263.08
模拟营业毛利	**97,319.91**	124,123.44	103,328.81	29,085.47
模拟综合毛利率	**82.63%**	**78.31%**	**76.97%**	**77.88%**

剔除会计准则调整对部分报告期毛利率的影响后，报告期内，公司模拟综合毛利率于报告期内增长至 **82.63**%。

2、主营业务分产品类别毛利率分析

报告期内，公司分产品类别毛利率情况如下：

单位：万元、%

产品分类	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
医疗器械类	**56,189.92**	**82.79**	**69,252.69**	**78.67**	**73,161.71**	**79.70**	26,378.15	78.55
化妆品类	**38,468.75**	**77.08**	**51,959.40**	**73.73**	**30,167.09**	**71.07**	2,707.32	71.89
总计	**94,658.66**	**80.37**	**121,212.09**	**76.47**	**103,328.81**	**76.97**	**29,085.47**	**77.88**

报告期内，公司的医疗器械类和化妆品类产品均保持着较高毛利率，且基本保持稳定。化妆品类产品 2020 年毛利率下降，除运费计入成本因素外，主要系公司在各大电商平台加大了主要产品促销力度，销售单价有所下降所致。**2021 年 1-9 月，公司主要采取自主生产模式获得主营业务产品，公司享有生产环节利润，当期医疗器械及化妆品类产品毛利率均得以提升，且综合毛利率超过 80.00%。**

报告期内，公司医疗器械类和化妆品类产品按照不同剂型类别的毛利率情况如下：

单位：万元、%

产品分类	剂型	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
医疗器械类	敷料	55,579.19	82.85	68,529.33	78.94	72,683.73	79.92	26,221.36	78.67
	喷雾	610.73	77.75	723.36	59.40	477.99	55.98	156.79	61.81
小计		56,189.92	82.79	69,252.69	78.67	73,161.71	79.70	26,378.15	78.55
化妆品类	面膜（含涂抹式面膜）	33,299.45	77.63	44,343.53	74.77	25,959.49	71.34	2,679.71	71.93
	水、精华及乳液	2,116.64	72.13	3,490.70	69.63	2,281.32	80.11	7.73	74.88
	冻干粉	740.46	59.98	1,427.03	53.03	1,370.36	56.57	19.88	66.60
	凝胶	1,608.60	81.79	2,059.27	80.89	-	-	-	-
	喷雾	703.59	80.55	638.87	69.72	555.92	70.34	-	-
小计		38,468.75	77.08	51,959.40	73.73	30,167.09	71.07	2,707.32	71.89
总计		94,658.66	80.37	121,212.09	76.47	103,328.81	76.97	29,085.47	77.88

（1）医疗器械类产品毛利率分析

报告期内，公司医疗器械毛利率分别为 78.55%、79.70%、78.67%及 82.79%，整体较为稳定。具体剂型中，敷料类产品的毛利率较高，主要系其作为公司核心医疗器械类产品，质量标准高，功效较好，单价长期维持在较高水平。喷雾剂型的产品毛利率较低，主要系其生产成本相对较高所致。

（2）化妆品类产品毛利率分析

报告期内，公司化妆品类产品的毛利率分别为 71.89%、71.07%、73.73%及 77.08%，整体保持稳定。冻干粉产品毛利率较低且呈现下降趋势，主要系公司通过降价以促进该产品销售。

3、主营业务分销售模式毛利率分析

报告期内，公司按销售模式分类的毛利率变动情况如下：

单位：万元、%

销售渠道	销售模式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
线上渠道	直销	28,653.81	85.10	32,773.25	82.82	20,601.92	88.43	1,276.46	90.29
	代销	1,993.38	87.88	60.41	84.72	-	-	-	-
	经销	1,535.99	74.88	4,803.37	74.50	5,629.05	73.39	2,268.54	75.35
线下渠道	经销	62,475.48	78.30	83,575.06	74.35	77,097.84	74.65	25,540.47	77.57

销售渠道	销售模式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
合计		94,658.66	80.37	121,212.09	76.47	103,328.81	76.97	29,085.47	77.88

报告期内，公司整体毛利率保持较高水平，且各渠道的毛利率基本保持稳定。其中，直销和代销模式的毛利率较高。经销模式中，公司的毛利率基本保持稳定，线上和线下的经销商毛利率水平未出现重大变化，体现着公司良好的盈利水平和议价能力。最近一年及一期，公司代销毛利率略高于线上直销毛利率，主要系代销收入中医疗器械产品所占比重较大，而医疗器械产品毛利率高于化妆品毛利率所致。

4、公司综合毛利率与同行业的对比

报告期内，公司综合毛利率和同行业可比公司的对比情况如下：

公司	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贝泰妮	76.90%	76.25%	80.22%	81.16%
创尔生物	未披露	82.54%	83.51%	83.65%
华熙生物（功能性护肤品）	未披露	81.89%	78.54%	83.68%
珀莱雅	64.59%	63.55%	63.96%	64.03%
可比公司均值	70.75%	76.06%	76.56%	78.13%
敷尔佳	**80.37%**	**76.47%**	**76.97%**	**77.88%**

数据来源：各公司定期报告、招股说明书

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司基本持平。

报告期内，公司毛利率整体略低于贝泰妮，主要因贝泰妮以自主加工生产为主，自主生产模式的毛利率略高。同时，报告期内贝泰妮以直销收入为主，发行人以经销模式为主，直销模式的毛利率较高。

公司毛利率略低于创尔生物和华熙生物，主要因创尔生物及华熙生物以自主加工生产为主，且其产品所需原料胶原蛋白、透明质酸钠基本由其自行生产，具有原材料成本优势。**2021 年 3 月起，公司主要采取自主生产模式获得主营业务产品，公司享有生产环节利润，因此其毛利率有所提升，接近于创尔生物和华熙生物的毛利率水平。**

公司毛利率高于珀莱雅，主要因产品结构差异，珀莱雅主要产品为洁肤产品

和彩妆产品等化妆品，而公司的主要产品为除功能性专业护肤品外，还有毛利率较高的医疗器械敷料产品。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	**17,046.00**	**14.47%**	26,543.97	16.75%
管理费用	**2,752.86**	**2.34%**	6,687.35	4.22%
研发费用	**148.61**	**0.13%**	147.97	0.09%
财务费用	**-833.39**	**-0.71%**	-877.93	-0.55%
合计	**19,114.08**	**16.23%**	**32,501.35**	**20.51%**
项目	**2019 年度**		**2018 年度**	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	11,540.50	8.60%	2,137.03	5.72%
管理费用	733.36	0.55%	227.72	0.61%
研发费用	60.39	0.04%	30.78	0.08%
财务费用	-59.17	-0.04%	-7.82	-0.02%
合计	**12,275.09**	**9.14%**	**2,387.71**	**6.39%**

报告期各期，公司期间费用总额分别为 2,387.71 万元、12,275.09 万元、32,501.35 万元及 **19,114.08 万元**，期间费用占营业收入的比例分别为 6.39%、9.14%、20.51%及 **16.23%**，期间费用随公司经营规模扩大呈逐年增长态势，其中销售费用率随公司业务拓展力度加强及多元化营销策略推广显著提升。2020 年度公司期间费用率较高，主要系当期实施股权激励计划，确认股份支付费用所致，剔除股份支付费用后，当期期间费用率为 12.63%。

1、销售费用分析

（1）销售费用构成及变动分析

报告期内，公司销售费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宣传推广费	**15,218.24**	**89.28**	16,621.72	62.62	7,031.75	60.93	234.64	10.98
人员薪酬费用	**1,007.80**	**5.91**	1,627.68	6.13	1,236.46	10.71	1,208.85	56.57
办公费	**619.55**	**3.63**	438.03	1.65	287.54	2.49	91.22	4.27
运输仓储费	**125.49**	**0.74**	172.12	0.65	2,906.54	25.19	549.36	25.71
差旅交通费	**74.92**	**0.44**	71.05	0.27	78.21	0.68	52.96	2.48
股份支付费用	**-**	**-**	7,613.37	28.68	-	-	-	-
合计	**17,046.00**	**100.00**	**26,543.97**	**100.00**	**11,540.50**	**100.00**	**2,137.03**	**100.00**

报告期内，公司销售费用随收入规模扩大呈快速增长趋势，各期销售费用分别为 2,137.03 万元、11,540.50 万元、26,543.97 万元及 **17,046.00 万元**，占各期营业收入的比例分别为 5.72%、8.60%、16.75%及 **14.47%**。公司销售费用主要由宣传推广费、运输仓储费、人员薪酬费用和股份支付费用构成。

报告期内，公司通过签约明星进行品牌代言、加大广告投放力度等方式开展宣传活动，同时逐步布局线上直营及 B2C 渠道，宣传推广费用增长较快；人员薪酬费用随公司业务规模增长同向变动。2020 年公司实施了股权激励计划，并将部分销售人员纳入激励范围，相应确认股份支付费用。

①人员薪酬费用

报告期内，公司销售人员数量、薪酬费用情况如下：

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员薪酬费用（万元）	**1,007.80**	1,627.68	1,236.46	1,208.85
销售人员平均人数（人）	**72**	41	33	17
销售人员平均薪酬（万元）	**14.04**	39.30	37.19	72.90

报告期内，公司以线下经销为主要销售模式，同时大力发展线上销售，并积极进行宣传推广活动、加强品牌建设。报告期各期销售人员平均薪酬变动主要受销售人员结构及激励机制调整影响。

公司线下销售团队较稳定，2018 年度，公司尚处于需快速拓宽市场渠道阶段，对线下销售人员实行积极的激励政策，随着公司品牌知名度提升及对线下销售渠道的整合，线下经销渠道逐渐成熟，渠道拓展需求下降，线下销售人员激励

机制相应调整，线下销售渠道人员基础薪酬稳步提升，激励薪酬调整下降。

报告期内，公司线上销售迅速发展，电商团队积极扩充，相关销售人员主要从事电商平台客服等服务类工作，平均薪酬低于线下销售团队。

②宣传推广费

报告期内，为加强品牌建设，公司通过明星代言、冠名综艺、影视剧广告植入及新媒体推广等方式加大广告宣传投入，并积极参加全国各地展会进行品牌宣传、实现与同行业上下游合作方的及时交流；同时随着公司线上销售渠道拓宽及线上销售收入的快速增长，平台推广服务费用相应增加。整体而言，公司宣传推广费占销售费用及营业收入比例呈上升趋势。

A、宣传推广费的详细内容及主要影响因素

报告期内，根据推广渠道及推广效果的不同，公司宣传推广费主要分为线上电商平台推广、新媒体营销、品牌宣传及线下推广。公司各类宣传推广费的详细内容及主要影响因素情况如下：

推广类型	详细内容	主要影响因素
平台推广服务费	①平台服务费、淘宝客等佣金支出、平台的优惠折扣使用费（如京东京豆、天猫淘宝聚划算或返点积分）等。	根据成交额乘以费率收费；一般在完成每笔订单时根据服务费率等进行扣减或根据平台规则或合同约定比例支付相应佣金。
	②平台推广工具支出：主要包括天猫平台的品销宝、钻展、直通车以及超级推荐等以及京东平台的京准通（包括京东快车、京选展位）等推广工具。	在平台网页、APP、明星/品牌专区等展示或搜索，按照千次展示（曝光）或搜索点击量等计费。
新媒体营销	①通过微博、微信、知乎、小红书等社交平台，B 站、抖音等视频平台，百度等搜索引擎进行内容营销、品牌宣传广告投放，并配合销售活动进行导流；②通过 KOL 在社交媒体平台、短视频平台或电商平台，通过图文/视频等内容形式，进行产品推广和入店引流。	①图文/视频等内容制作费以及广告投放方案的执行及推广效果，按照广告投放或品牌推广合同约定的金额收费；②根据合同约定稿费收费；③根据合同约定价格收费，或根据销售转化金额进行佣金抽成等。
形象宣传推广费	明星代言、冠名综艺、影视剧广告植入等。	公司整体品牌营销的策略，明星代言的合同约定价格及广告植入的排期频率等。
展会费	公司参与或组织的线下展会产生的费用。	展会活动的频率及规模等

报告期内，公司上述各类型宣传推广费构成及占比如下：

单位：万元、%

推广类型	推广方式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平台推广服务费	平台服务费及佣金	5,611.63	36.87	5,739.14	34.53	3,498.55	49.75	142.24	60.62
	平台推广费	4,657.28	30.60	2,786.93	16.77	891.20	12.67	-	-
	小计	10,268.92	67.48	**8,526.07**	**51.29**	**4,389.75**	**62.43**	**142.24**	**60.62**
形象宣传推广费		4,282.25	28.14	6,907.83	41.56	1,862.41	26.49	-	-
新媒体营销		471.71	3.10	1,121.22	6.75	600.89	8.55	0.05	0.02
展会费		195.37	1.28	66.60	0.40	178.71	2.54	92.36	39.36
合计		15,218.24	100.00	**16,621.72**	**100.00**	**7,031.75**	**100.00**	**234.64**	**100.00**

报告期各期，公司宣传推广费分别为 234.64 万元、7,031.75 万元、16,621.72 万元及 **15,218.24 万元**，占主营业务收入的比例分别为 0.63%、5.24%、10.49% 及 **12.92%**，宣传推广费率变动主要受线上推广费用及形象宣传费用影响。报告期内，公司积极拓宽线上营销渠道、加大线上直销力度，线上推广费用随线上销售收入的快速增长同步增长，宣传推广费用真实、完整。

B、公司各渠道宣传推广费增长原因

a.线上平台推广服务

报告期内，公司线上平台推广服务费分别为 142.24 万元、4,389.75 万元、8,526.07 万元及 **10,268.92 万元**，具体构成如下：

单位：万元、%

推广方式	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平台服务费及佣金	5,611.63	54.65	5,739.14	67.31	3,498.55	79.70	142.24	100.00
平台推广费	4,657.28	45.35	2,786.93	32.69	891.20	20.30	-	-
合计	10,268.92	100.00	**8,526.07**	**100.00**	**4,389.75**	**100.00**	**142.24**	**100.00**

报告期内，公司线上推广费用呈快速增长态势，主要系公司采取积极的营销策略，持续加大电商平台营销力度，提高品牌曝光率，获客量持续保持增长，线上收入同步快速增长。同时，公司平台服务费及推广费受获客渠道集中度降低而持续增长；佣金费用则与当期平台收入直接相关，主要受电商平台大型促销活动

影响。

具体而言，随着互联网流量红利逐步消失，潜在网购用户增量趋于稳定，互联网社交购物媒体平台日益多元化，互联网平台间流量竞争日益激烈，公司获客渠道集中度减弱，为持续提升公司产品核心竞争力、加强品牌效应，公司加大获客支出。一方面，公司为保持在天猫等头部电商平台的曝光度，报告期内不断加大如天猫直通车、钻展、品销宝等平台推广工具的投入；另一方面，面对消费者触媒日益多元化以及获客渠道集中度下降的趋势，公司亦增加了在其他电商平台的销售渠道并加大营销推广力度，如将京东旗舰店调整为直营并加大推广费用支出，增开考拉海购、抖音、微信小程序等直营店铺以拓宽获客渠道。

报告期内，公司线上平台推广服务主要服务商交易金额及占比情况如下：

单位：万元、%

平台	主要服务商名称	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
天猫	阿里巴巴旗下公司	8,841.93	86.10	8,200.57	96.18	4,098.41	93.36	45.59	32.05
京东	京东旗下公司	966.03	9.41	64.54	0.76	-	-	-	-
抖音	山东磁力网络科技有限公司、北京空间变换科技有限公司	326.12	3.18	-	-	-	-	-	-
小红书	行吟信息科技（武汉）有限公司、行吟信息科技（天津）有限公司	79.50	0.77	256.65	3.01	291.34	6.64	96.65	67.95
拼多多	上海寻梦信息技术有限公司	43.27	0.42						
微信小程序	杭州有赞科技有限公司	5.88	0.06	0.73	0.01	-	-	-	-
考拉海购	杭州优买网络科技有限公司	3.51	0.03	3.58	0.04	-	-	-	-
快手	北京快手科技有限公司	2.66	0.03						
合计		10,268.92	100.00	8,526.07	100.00	4,389.75	100.00	142.24	100.00

公司与上述主要服务商的合作情况、定价方式及结算方式如下：

费用类型	定价方式	服务内容	结算方式
平台服务费及	按固定费用或交易	服务商提供互联网信息服务相	服务商从买家向公

费用类型	定价方式	服务内容	结算方式
佣金	额的一定费率收取	关的软件服务，包括不限于搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付的软件系统	司店铺支付的订单款项中实时划扣
平台推广费	按点击量或千次曝光量计算收取	服务商将为公司提供在平台相应位置的展现曝光、互动推广等服务	公司预先充值或服务商从公司关联支付宝账户划扣

b.新媒体营销支出

随着潜在的网购用户增量趋于稳定，主要电商平台诸如天猫直通车、钻展等传统推广工具在获客流量方面的边际效益有所下滑，为保持和提高公司线上店铺及产品的曝光度和影响力，公司需投入的获客支出日益增长。

报告期内，随着移动互联网的快速普及以及社交网络的全方位渗透，凭借对主流消费人群的高效触达能力以及高于传统推广方式的客群匹配程度，新媒体营销在品牌宣传与推广方面的作用和效果日益突显，因此公司自 2019 年度以来不断加强对新媒体营销的投入与布局，通过 KOL 的影响力、优质的营销内容设计以及多样化的新媒体营销方式（如短视频、搜索引擎、社交媒体推广、种草等），拉近消费者距离，强化与消费者的情感关联，进而提升品牌知名度、提高产品销售规模，强化公司专业化的品牌形象。

报告期内，公司基于自身业务及品牌发展战略及营销需求，分别与**引力传媒股份有限公司、北京九合互动文化传播有限公司、山东磁力网络科技有限公司、**天下秀广告有限公司、上海剧星传媒股份有限公司、北京微播易科技股份有限公司、龙采科技集团有限责任公司、上海瑟尚网络科技有限公司等多家新媒体营销服务商展开合作，新媒体营销投入不断增加。通过新媒体营销服务商提供的各类新媒体营销推广和品牌宣传服务，不断提升公司的品牌知名度，增加线上店铺消费者流量，实现消费者数量和产品销量的不断增长。

报告期内，公司新媒体营销费分别为 0.05 万元、600.89 万元、1,121.22 万元及 **471.71 万元**，其中与主要服务商交易金额如下：

单位：万元

主要服务商名称	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
北京九合互动文化传播有限公司	195.36	-	-	-
山东磁力网络科技有限公司	83.73	-	-	-

主要服务商名称	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
龙采科技集团有限公司	**46.95**	100.28	4.72	-
天下秀广告有限公司	2.44	695.15	-	-
北京微播易科技股份有限公司	7.37	230.21	-	-
上海瑟尚网络科技有限公司	**-**	**84.91**	30.19	-
上海剧星传媒股份有限公司	**27.74**	-	377.36	-
合计	**363.59**	**1,110.55**	**412.27**	**-**

公司与上述主要服务商的服务平台如下：

服务商名称	主要服务平台
北京九合互动文化传播有限公司	**小红书、抖音**
山东磁力网络科技有限公司	**小红书、抖音**
龙采科技集团有限公司	百度
天下秀广告有限公司	抖音、B 站、小红书、微信
北京微播易科技股份有限公司	小红书、B 站
上海瑟尚网络科技有限公司	小红书
上海剧星传媒股份有限公司	腾讯、抖音

c.形象宣传推广

2019 年至 **2021 年 1-9 月**，公司形象宣传推广费用分别为 1,862.41 万元、6,907.83 万元及 **4,282.25 万元**，主要系公司品牌形象代言支出及综艺、影视剧冠名等广告支出。

报告期内，公司先后与袁姗姗、邓伦签订品牌代言协议，为公司产品进行推广宣传，提高品牌知名度与影响力。同时，公司通过识别主要目标客户群体，先后冠名、赞助《花花万物 2&3》《妻子的浪漫旅行 4》《谁是宝藏歌手》、金鹰剧场等综艺及影视剧场，**独家冠名抖音国风大典，**通过电视及互联网广告形式提高品牌形象的曝光度。

报告期内，公司与主要形象宣传推广服务商交易金额如下：

单位：万元

主要服务商名称	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
湖南顺风传媒有限公司	**2,058.96**	**-**	**-**	**-**
北京微梦创科网络技术有限公司	**1,271.42**	1,464.43	-	-

主要服务商名称	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
引力传媒股份有限公司	**636.79**	**-**	**-**	**-**
姗銮（上海）影视文化工作室	**233.88**	416.21	197.60	-
北京九合互动文化传播有限公司	-	4,150.41	1,634.81	-
深圳市薪火国际文化传媒有限公司	-	370.87	-	-
蓝色光标（天津）移动互联网科技有限公司	-	188.68	-	-
北京大眼星图文化传媒有限公司	-	138.92	-	-
合计	**4,201.06**	**6,729.51**	**1,832.41**	**-**

d.线下推广

报告期内，公司线下推广支出均为美博会展位费及相关支出，各期费用支出分别为 92.36 万元、178.71 万元、66.60 万元及 **195.37 万元**，2020 年度受新冠肺炎疫情影响，全国各地美博会多有延期、取消，当期展会费支出较少。

③运输仓储费

报告期各期，公司销售费用下运输仓储费分别为 549.36 万元、2,906.54 万元、172.12 万元及 **125.49 万元**。2020 年公司执行新收入准则，与收入相关的运输费用计入成本。

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用-运输仓储费	**125.49**	172.12	2,906.54	549.36
营业成本-运输费	**2,661.19**	2,911.35	-	-
运输费用小计	**2,786.67**	**3,083.47**	**2,906.54**	**549.36**
主营业务收入	**117,777.55**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
运输费/**主营业务**收入	**2.37%**	1.95%	2.17%	1.47%

报告期各期，公司运输费用与当期销售收入相匹配。

④股份支付

2020 年度，公司股份支付计入销售费用金额为 7,613.37 万元。为进一步完善公司治理结构，建立健全长期激励机制，增强公司管理人员和业务骨干的责任感、使命感，实现公司快速、持续、健康发展，敷尔佳以员工持股计划的方式实施了股权激励。

公司将股份支付费用根据授予对象所属部门分别确认销售费用及管理费用。

A、股权激励主要条款

根据股权激励计划内容，本次激励计划由激励对象认缴公司新增注册资本，被授予的股份份额于授予日归属于授予对象。激励对象通过增资方式持有公司的股份自取得股份之日起 36 个月内且自公司上市之日起 12 个月内不得转让。

B、公允价值确定方法以及股份支付费用的计算过程

公司于 2020 年 12 月实施股权激励计划，采用公司最近一期引入外部投资者的投资价格作为确定股份公允价值的依据，31.67 元/注册资本；确定的公司激励对象入股价格为 2.50 元/注册资本。本次股权激励的具体计算过程如下：

项目	计算公式	金额/股数
最近一轮外部融资估值（万元）	A	1,083,000.00
发行人注册资本（万元）	B	34,200.00
每注册资本价格（元）	C=A/B	31.67
此次股份支付转让价格（元）	D	2.50
每注册资本差价（元）	E=C-D	29.17
股权激励份额（万股）	F	428.00
股份支付费用（万元）	G=E*F	12,484.76
其中：计入销售费用的股份支付费用（万元）	-	7,613.37
计入管理费用的股份支付费用（万元）	-	4,871.39

C、公司股份支付的会计处理方法

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及其应用指南的相关规定，本次股权激励事项属于授予后立即可行权的以权益结算的股份支付，公司于 2020 年度一次性确认股份支付费用 12,484.76 万元，并根据授予对象所属部门分别确认销售费用 7,613.37 万元、管理费用 4,871.39 万元。

公司的各项股权激励相关文件仅对被激励对象的限售期进行规定，以及对于被激励对象在限售期内发生离职或其他原因退出时，**被激励对象处置股份的选择权**、公司可以采取的措施和收回激励股份的条件和对价进行规定，除此之外，并未对被激励对象设置服务期限和非市场条件等附加行权条件。

其中，限售期的规定与可行权日无关，限售本身并不影响激励股份的行权；

限售期内发生离职或其他原因退出，也不是公司对于员工的服务期限设置，而是由于员工的主观行为导致该员工不再符合公司股权激励的标准，公司也会根据具体情况给予员工一定的合理回报和补偿；**限售期内如被激励对象非因重大过错离职的可以选择保留激励股权并延长 12 个月的锁定期，亦可以选择由公司实际控制人以一定对价回购**。

因此，公司股权激励并未对被激励对象设置服务期限和非市场条件等附加行权条件，因此无可行权日的设置，授予日即可行权日（无等待期），公司将相关的股份支付费用采取一次性计入发生当期，符合《企业会计准则》和《首发业务若干问题解答》等相关规定。

（2）同行业对比分析

报告期内，公司同行业可比公司销售费用率对比情况如下表所示：

销售费用率	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贝泰妮	**46.28%**	41.99%	43.39%	40.52%
创尔生物	**45.36%**	37.88%	44.72%	32.22%
华熙生物	**46.38%**	41.75%	27.65%	22.46%
珀莱雅	**41.90%**	39.90%	39.16%	37.52%
可比公司均值	**44.98%**	**40.38%**	**38.73%**	**33.18%**
敷尔佳	**14.47%**	16.75%	8.60%	5.72%

注：创尔生物 2021 年数据对应期间为 2021 年 1-6 月
数据来源：各公司定期报告、招股说明书

报告期内，公司的营销手段不断丰富和成熟，营销渠道包括网络直播、明星代言、KOL 种草以及影视剧综艺节目等，同时结合不断进步和丰富网络科技，积极开展了多样的网络营销活动，形成了较好的营销推广效果，2018-2020 年度销售费用率增长较快。

2018 年度，公司未进行广告代言宣传，宣传推广费用占比较低；2019-2020 年，发行人与同行业可比公司销售费用结构具有一致性，均以宣传推广及服务费用、职工薪酬为主。具体如下：

单位：%

项目	2020 年度				
	发行人	贝泰妮	创尔生物	华熙生物	珀莱雅

职工薪酬	6.13	16.76	11.68	20.62	14.43
宣传推广及服务费用	62.62	73.33	76.01	67.86	82.88
交通差旅及业务招待费	0.27	3.82	0.31	3.20	1.02
运费	0.65	4.87	10.63	4.66	-
其他费用	30.33	1.24	1.39	3.66	1.67
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**
项目	**2019 年度**				
	发行人	**贝泰妮**	**创尔生物**	**华熙生物**	**珀莱雅**
职工薪酬	10.71	22.07	8.93	30.47	19.05
宣传推广及服务费用	60.93	57.83	79.94	53.20	70.57
交通差旅及业务招待费	0.68	6.47	0.63	6.81	1.86
运费	25.19	12.51	9.30	4.56	6.23
其他费用	2.49	1.12	1.19	4.97	2.28
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**
项目	**2018 年度**				
	发行人	**贝泰妮**	**创尔生物**	**华熙生物**	**珀莱雅**
职工薪酬	56.57	28.41	11.92	36.83	24.61
宣传推广及服务费用	10.98	50.04	77.70	38.37	61.85
交通差旅及业务招待费	2.48	6.84	0.69	11.52	2.45
运费	25.71	11.90	8.60	5.90	7.63
其他费用	4.27	2.82	1.08	7.37	3.45
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

数据来源：各公司定期报告、招股说明书

报告期内，公司的销售费用率显著低于同行业可比公司，主要因公司以经销为主（70%以上），而同行业可比公司的经销占比仅占 30%-50%，具体对比情况如下：

单位：%

项目	**2020 年度**				
	发行人	**贝泰妮**	**创尔生物**	**华熙生物**	**珀莱雅**
直销	24.97	63.37	68.03	未披露	60.63
经销	75.03	36.63	31.97	未披露	39.37
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	未披露	**100.00**
项目	**2019 年度**				

	发行人	贝泰妮	创尔生物	华熙生物	珀莱雅
直销	17.35	55.72	57.90	53.81	53.53
经销	82.65	44.28	42.10	46.19	46.47
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**
项目	**2018 年度**				
	发行人	贝泰妮	创尔生物	华熙生物	珀莱雅
直销	3.79	51.69	48.03	57.57	45.77
经销	96.21	48.31	51.97	42.43	54.23
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

注：1、2020 年度创尔生物销售渠道分布为其 2020 年 1-6 月数据；
2、2019 年度华熙生物销售渠道分布为其 2019 年 1-3 月数据。
数据来源：各公司定期报告、招股说明书

经销与直销模式下，产品销售单价存在显著差异，相比于直销需要在各大电商平台及媒体渠道投入较多的广告宣传、推广，以增加公司品牌及产品曝光度，经销模式下市场推广主要由线下经销商承担，公司仅承担线下展会宣传、技术支持、官方品牌背书支持和管理培训协助等职能，获客成本较小。报告期内，公司按销售模式划分的单价及变动情况如下：

单位：元/盒

销售渠道	销售模式	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
线上	直销	**69.89**	70.44	86.56	98.69
	代销	**77.73**	69.46	-	-
	经销	**39.21**	40.17	39.33	36.80
线下	经销	**41.39**	41.48	41.64	37.10

因此，经销模式下销售单价较低，但不产生销售费用，而直销模式下销售单价较高但存在一定的销售费用，公司以经销模式为主，所以销售费用较小，销售费用率低于同行业可比公司。

选择与公司主营业务较接近的贝泰妮进行宣传推广费占主营业务收入比例的对比分析：

单位：%

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	发行人	发行人	发行人[s]	贝泰妮	发行人	发行人[s]	贝泰妮	发行人	发行人[s]	贝泰妮
平台推广服务费	**8.72**	5.38	13.19	17.26	3.27	11.94	9.74	0.38	5.60	9.51

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	发行人	发行人	发行人 s	贝泰妮	发行人	发行人 s	贝泰妮	发行人	发行人 s	贝泰妮
形象宣传推广	**3.64**	4.36	10.68	3.82	1.39	5.07	4.33	-	-	1.35
新媒体营销	**0.40**	0.71	1.73	4.62	0.45	1.63	3.56	0.00	0.00	2.28
展位费	**0.17**	0.04	0.10	0.03	0.13	0.49	0.42	0.25	3.64	0.27
合计	**12.92**	**10.49**	**25.71**	**25.73**	**5.24**	**19.13**	**18.05**	**0.63**	**9.24**	**13.41**

注：1、贝泰妮 2020 年度数据对应期间为 2020 年 1-6 月；

2、发行人 s 为根据贝泰妮当期直销收入占比及公司直销收入占比模拟测算的相关宣传推广费用率，具体模拟方式为发行人宣传推广费用率/公司当期直销收入占比*贝泰妮当期直销收入占比。

公司 2018 年度至 **2021 年 1-9 月**销售收入迅速增长，模拟后，公司与贝泰妮宣传推广费用率及变动趋势具有一致性。

2、管理费用分析

（1）管理费用构成分析

报告期内，公司管理费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员薪酬费用	**1,225.11**	**44.50**	944.80	14.13	440.30	60.04	142.95	62.78
办公费	**572.89**	**20.81**	181.97	2.72	165.13	22.52	51.00	22.40
折旧与摊销	**402.48**	**14.62**	295.88	4.42	29.89	4.08	0.47	0.21
咨询服务费	**476.78**	**17.32**	210.22	3.14	2.07	0.28	0.30	0.13
差旅交通费	**17.92**	**0.65**	6.12	0.09	10.38	1.42	5.42	2.38
租金及物业费	**21.66**	**0.79**	166.18	2.49	76.21	10.39	26.46	11.62
股份支付费用	**-**	**-**	4,871.39	72.84	-	-	-	-
其他	**36.02**	**1.31**	10.79	0.16	9.39	1.28	1.11	0.49
合计	**2,752.86**	**100.00**	**6,687.35**	**100.00**	**733.36**	**100.00**	**227.72**	**100.00**

报告期内，公司管理费用随收入规模扩大呈快速增长趋势，各期管理费用分别为 227.72 万元、733.36 万元、6,687.35 万元及 **2,752.86 万元**，占各期营业收入的比例分别为 0.61%、0.55%、4.22%及 **2.34%**。管理费用主要由人员薪酬费用和股份支付费用构成。2020 年公司实施了股权激励计划，并将部分管理人员纳

入激励范围，相应确认股份支付费用。

报告期内，管理人员薪酬费用情况如下：

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
管理人员薪酬费用（万元）	**1,225.11**	944.80	440.30	142.95
管理人员平均数量（人）	**85**	27	22	9
管理人员平均薪酬（万元）	**14.45**	34.88	19.79	15.18

2018-2020 年度，管理人员人均薪酬随着公司业绩增长逐年提升。**2021 年 1-9 月**，公司管理人员平均薪酬下降，主要系公司经营规模扩大并换股收购北星药业，新增行政管理人员较多所致。

2020 年，公司租入位于哈尔滨富力中心的房产用于办公，导致当期租金及物业费增加，**2021 年 1-9 月**根据新租赁准则，相关租赁计入使用权资产，并根据使用期限进行折旧，相关折旧与摊销费用增加。

（2）同行业对比分析

报告期内，公司同行业可比公司管理费用率对比情况如下表所示：

管理费用率	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贝泰妮	**6.80%**	6.40%	7.04%	9.94%
创尔生物	**7.90%**	6.29%	6.89%	7.87%
华熙生物	**6.69%**	6.15%	9.66%	13.42%
珀莱雅	**5.49%**	5.44%	6.25%	7.26%
可比公司均值	**6.72%**	**6.07%**	**7.46%**	**9.62%**
敷尔佳	**2.34%**	4.22%	0.55%	0.61%

注：创尔生物 2021 年数据对应期间为 2021 年 1-6 月
数据来源：各公司定期报告、招股说明书

报告期内，公司管理费用率低于同行业可比公司均值，主要系公司报告期内主要采取轻资产模式运营，经营管理团队较精简；且同期营业收入随线下经销渠道完善及线上渠道拓展快速增长，因而管理费用率较低。

3、研发费用分析

（1）研发费用构成及变动分析

报告期内，公司研发费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员薪酬费用	**39.94**	**26.88**	58.84	39.77	45.68	75.65	15.65	50.85
第三方服务费	**99.31**	**66.83**	83.70	56.56	7.16	11.86	0.97	3.16
材料费	**0.99**	**0.67**	0.96	0.65	4.92	8.15	13.53	43.96
办公费	**8.37**	**5.63**	4.47	3.02	2.62	4.34	0.63	2.04
合计	**148.61**	**100.00**	**147.97**	**100.00**	**60.39**	**100.00**	**30.78**	**100.00**

报告期内，公司研发费用分别为30.78万元、60.39万元、147.97万元及**148.61万元**，占各期营业收入的比例分别为0.08%、0.04%、0.09%及**0.13%**。公司研发费用主要由人员薪酬费用、第三方服务及材料费等组成。报告期内，公司的研发费用占营业收入比例较低，主要系公司上市销售的多款新产品均系基于原材料成品进行的配方、配比及原材料选择方向的研究，无需投入大量研发设备和研发人员团队开展研发，支付小额的委托外部研究开发费用、测试材料费、检测费、设备调试费等费用从而形成新产品。公司在研的三类医疗器械医用重组III型人源化胶原蛋白敷料，目前仍处于前期研究阶段，尚未进入临床阶段，因此研发支出也较小。

报告期内，公司主要研发项目情况如下：

项目	项目预算（万元）	目前进度	报告期内累计投入（万元）
特殊化妆品研发	100.00	在研	**37.44**
III 类医疗器械研发	633.81	在研	**95.42**

除上述主要在研项目外，公司基于产品性能提升、产品性能检测等开展日常研发活动。

报告期内，研发人员薪酬费用情况如下：

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发人员薪酬费用（万元）	**39.94**	58.84	45.68	15.65
研发人员平均数量（人）	**4**	4	3	1
研发人员平均薪酬（万元）	**10.27**	16.05	16.61	13.41

注：截至**2021 年 9 月 30 日**，公司研发人员**6 名**

报告期内，研发人员平均薪酬较稳定，**2021 年 1-9 月薪酬未年化，部分新**

入职研发人员为应届毕业生，其薪酬相对较低。

（2）同行业对比分析

报告期内，公司同行业可比公司研发费用率对比情况如下表所示：

研发费用率	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贝泰妮	**3.24%**	2.41%	2.78%	3.71%
创尔生物	**9.56%**	6.06%	4.70%	5.13%
华熙生物	**6.38%**	5.36%	4.98%	4.19%
珀莱雅	**1.74%**	1.92%	2.39%	2.17%
可比公司均值	**5.23%**	**3.94%**	**3.71%**	**3.80%**
敷尔佳	**0.13%**	0.09%	0.04%	0.08%

注：创尔生物 2021 年数据对应期间为 2021 年 1-6 月
数据来源：各公司定期报告、招股说明书

公司研发费用率较低，主要系报告期内，公司研发活动多为非特殊化妆品研发、已有产品升级及性能检测等日常研发活动，研发支出较小；同行业可比公司研发活动涉及原料的研发/提取、工艺开发及临床研究类研发项目等，研发费用较高。随着公司的III类医疗器械在研项目的推进以及募投项目的投入，预计公司研发费用将有所增长。

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息支出	**23.88**	-	-	-
减：利息收入	**858.86**	878.67	61.45	8.61
手续费及其他	**1.59**	0.74	2.28	0.79
合计	**-833.39**	**-877.93**	**-59.17**	**-7.82**

报告期内，公司财务费用主要为利息收入。各期财务费用分别为-7.82 万元、-59.17 万元、-877.93 万元和**-833.39 *万元***，主要系银行存款利息收入。**2021 年 1-9 月**产生 **23.88 *万元***利息支出，***主要***系使用权资产摊销确认的相关融资费用。

（五）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加总体随业务规模的上升而增长，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
城市维护建设税	**807.25**	966.70	1,063.27	289.71
教育费附加	**576.60**	690.45	759.47	206.93
印花税	**80.69**	62.83	43.63	4.50
房产税	**12.38**	16.45	2.74	-
其他	**7.73**	0.43	0.04	-
合计	**1,484.65**	**1,736.86**	**1,869.15**	**501.14**

2、其他收益

报告期内，公司其他收益明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	**2,506.85**	2,498.00	-	-
个人所得税手续费返还	**405.00**	7.14	-	-
合计	**2,911.85**	**2,505.14**	**-**	**-**

依据哈尔滨市人民政府于 2017 年 6 月 30 日颁发的《哈尔滨市人民政府关于印发哈尔滨市促进生物医药产业健康发展的若干政策的通知》（哈政规[2017]29 号）第七条、哈尔滨新区管理委员会于 2020 年 3 月 15 日颁发的《哈尔滨新区江北一体发展区贯彻落实促进生物医药产业健康发展若干政策实施办法》，2020 年 9 月、**2021 年 9 月**敷特佳**分别**收到哈尔滨市松北区发展和改革局促进生物医药产业健康发展扶持奖励资金 2,498.00 万元，计入其他收益，该项政府补助与收益相关。

3、投资收益

报告期内，公司投资收益具体明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
理财投资收益	**369.95**	757.82	400.13	94.64

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资金拆借利息收入	-	131.13	189.93	21.70
合计	**369.95**	**888.95**	**590.07**	**116.34**

报告期各期，公司的投资收益分别为 116.34 万元、590.07 万元、888.95 万元及 **369.95 万元**，主要为持有及处置国债、银行理财产品产生的收益及资金拆借利息收入。

4、公允价值变动损益

公司 2020 年**及 2021 年 1-9 月**公允价值变动收益**分别为** 126.17 万元、**13.40 万元**，系交易性金融资产公允价值变动产生的收益。

5、信用减值损失/资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失及资产减值损失均为其他应收款坏账损失。2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，应收账款等金融资产减值损失自资产减值损失调整至信用减值损失，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	217.38	886.59	-802.89	-301.08
合计	**217.38**	**886.59**	**-802.89**	**-301.08**

注：损失以“-”号填列

2018 年度及 2019 年度，公司确认资产减值损失 301.08 万元、确认信用减值损失 802.89 万元，系公司向哈尔滨裕迈投资有限公司资金拆借计提的坏账准备；2020 年度，相关款项已全额收回，相应冲回信用减值损失 1,103.98 万元。

2020 年度，公司针对应收哈三联预付货款退款及应收关联方往来计提坏账准备共计 217.30 万元，并于 2021 年收回相关款项后冲回坏账损失。

6、营业外收入

报告期各期，公司营业外收入分别为 12.51 万元、17.24 万元、17.68 万元及 **415.89 万元**，主要为**政府补助**、快递毁损、违约等赔偿收入。

7、营业外支出

报告期各期，公司营业外支出分别为 1.02 万元、2.63 万元、156.70 万元及

11.36 万元，发行人报告期内营业外支出金额总体较小，2020 年度公司营业外支出金额较大，主要系公司向哈尔滨市慈善总会进行了抗疫捐赠 100.00 万元及税收滞纳金 56.44 万元。

8、所得税费用

报告期内，公司所得税费用主要是按照税法确认的当期所得税，以及递延所得税。

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年度	2019年度	2018年度
当期所得税费用	**19,963.05**	23,790.06	25,590.52	6,139.77
递延所得税费用	**-476.21**	2,668.62	-2,708.33	-75.27
合计	**19,486.84**	**26,458.67**	**22,882.19**	**6,064.50**

公司递延所得税费用形成主要系公司与子公司敷特佳、北星药业之间内部交易未实现利润导致的账面价值与计税基础不同，进而产生的暂时性差异。

（六）纳税情况分析

大华对公司最近三年及一期主要税种纳税情况进行了审核，并出具了《关于哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司主要税种纳税情况的审核报告》（**大华核字[2021]0012633 号**），认为公司编制的主要税种纳税情况说明在所有重大方面公允反映了公司报告期内的主要税种纳税情况。

报告期内，公司需要缴纳的主要税种为增值税和企业所得税，具体税费情况如下：

1、增值税

报告期内，公司增值税应缴及实缴明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交	**909.04**	725.75	715.76	-
本期应交	**10,997.24**	15,209.39	13,517.85	4,485.56
本期已交	**11,172.37**	15,026.10	13,507.86	3,769.80
期末未交	**733.91**	909.04	725.75	715.76

2、企业所得税

报告期内，公司企业所得税应缴及实缴明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交	**6,700.26**	10,117.15	2,493.43	-
本期应交	**20,505.64**	23,790.06	25,590.52	5,432.51
本期已交	**21,696.55**	27,206.95	17,966.80	2,939.08
期末未交	**5,509.35**	6,700.26	10,117.15	2,493.43

十、财务状况分析

（一）资产分析

1、资产构成分析

报告期各期末，公司资产结构如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	**115,055.72**	**62.14**	103,350.71	97.05	91,029.80	93.40	26,904.82	98.59
非流动资产	**70,090.86**	**37.86**	3,140.99	2.95	6,428.20	6.60	386.12	1.41
资产总计	**185,146.58**	**100.00**	**106,491.70**	**100.00**	**97,457.99**	**100.00**	**27,290.94**	**100.00**

报告期各期末，随着公司业务的持续快速发展，资产规模迅速增长。2019 年末，公司资产规模同比上升 257.11%，增长较快，主要系 2019 年公司业绩上升迅速，当期公司货币资金和存货等流动资产规模快速增长所致。**2021 年 9 月末**，公司资产规模较 2020 年末增长 **73.86%**，非流动资产占比上升至 **37.86%**，主要系换股收购北星药业形成商誉 56,564.47 万元，**生产基地建设形成在建工程、土地使用权等**所致。

2、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	**91,463.78**	**79.50**	38,636.60	37.38	49,998.00	54.92	4,147.93	15.42

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
交易性金融资产	**13,413.40**	**11.66**	21,126.17	20.44	-	-	-	-
应收账款	**585.67**	**0.51**	80.70	0.08	1.74	0.00	-	-
预付款项	**1,664.15**	**1.45**	1,663.83	1.61	6,006.70	6.60	4,605.82	17.12
其他应收款	**57.84**	**0.05**	4,148.44	4.01	5,987.78	6.58	5,734.35	21.31
存货	**6,541.24**	**5.69**	7,052.57	6.82	4,232.44	4.65	611.65	2.27
其他流动资产	**1,329.63**	**1.16**	30,642.39	29.65	24,803.13	27.25	11,805.06	43.88
流动资产合计	**115,055.72**	**100.00**	**103,350.71**	**100.00**	**91,029.80**	**100.00**	**26,904.82**	**100.00**

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、其他应收款及其他流动资产构成，上述四项合计占报告期各期末流动资产的比例分别为80.61%、88.75%、91.49%及 **92.36%**。报告期各期末，公司流动资产规模随业绩发展迅速增长。2019 年末，公司流动资产规模同比上升 238.34%，增长较快，主要系 2019 年公司经营规模增长迅速，当期盈利累积所致。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成及变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	**2.01**	**0.00**	2.32	0.01	4.87	0.01	1.17	0.03
银行存款	**90,523.05**	**98.97**	36,392.23	94.19	46,359.92	92.72	2,895.30	69.80
其他货币资金	**938.73**	**1.03**	2,242.05	5.80	3,633.22	7.27	1,251.45	30.17
货币资金合计	**91,463.78**	**100.00**	**38,636.60**	**100.00**	**49,998.00**	**100.00**	**4,147.93**	**100.00**

公司货币资金增长主要来自经营积累。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 4,147.93 万元、49,998.00 万元、38,636.60 万元及 **91,463.78 万元**，占流动资产比例分别为 15.42%、54.92%、37.38%及 **79.50%**，货币资金主要由银行存款构成，其他货币资金为公司支付宝账户余额。

（2）交易性金融资产

2020 年末**及 2021 年 9 月末**，公司持有交易性金融资产金额**分别为** 21,126.17 万元、**13,413.40 万元**，系银行理财产品。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 0、1.74 万元、80.70 万元及 **585.67 万元**，占各期末流动资产的比例分别为 0、0.00%、0.08%及 **0.51%**。

①应收账款规模和变动分析

报告期各期末，公司应收账款基本情况如下：

单位：万元

项目	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款账面价值	**585.67**	80.70	1.74	-
营业收入	**117,778.73**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
应收账款账面价值/营业收入	**0.50%**	0.05%	0.00%	-

报告期各期末，公司应收账款账面价值均较低，占公司营业收入的比重均低于 0.50%，主要系公司产品竞争力强，公司于市场中处于优势竞争地位，故线下销售主要实行先款后货销售政策，以降低回款风险。报告期各期末，公司应收账款余额主要系天猫、小红书、考拉等线上渠道销售多采用按月核对账单的结算方式形成的 3 个月内账龄的应收账款，该类因结算方式形成的信用期内应收账款组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，应收账款账龄与整个存续期预期信用损失风险较低，故未计提坏账准备。

②应收账款主要客户情况

报告期各期末，公司主要应收账款客户情况如下：

单位：万元

2021 年 9 月 30 日				
序号	客户名称	金额	占应收账款余额比例	坏账准备
1	北京京东弘健健康有限公司	443.32	75.69%	-
2	北京京东世纪贸易有限公司	62.07	10.60%	-
3	阿里健康大药房医药连锁有限公司	44.56	7.61%	-
4	浙江天猫供应链管理有限公司	13.92	2.38%	-
5	行吟信息科技（武汉）有限公司	8.76	1.50%	-
合计		572.63	97.77%	-
2020 年 12 月 31 日				
序号	客户名称	金额	占应收账款余额比例	坏账准备

1	行吟信息科技（武汉）有限公司	59.43	73.56%	-
2	杭州优买科技有限公司	12.57	15.55%	-
3	浙江天猫供应链管理有限公司	6.98	8.65%	-
4	杭州艾姆希思网络技术有限公司	1.74	2.15%	0.09
5	章慧鸣	0.06	0.07%	-
合计		**80.78**	**99.99%**	**0.09**
2019 年 12 月 31 日				
序号	**客户名称**	**金额**	**占应收账款余额比例**	**坏账准备**
1	杭州艾姆希思网络技术有限公司	1.74	100.00%	-
合计		**1.74**	**100.00%**	**-**

报告期各期末，公司应收账款主要客户均为非关联方，且公司应收账款中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项包括预付货款、宣传推广费用等，分别为 4,605.82 万元、6,006.70 万元、1,663.83 万元及 **1,664.15 万元**，占公司流动资产的比例分别为 17.12%、6.60%、1.61%及 **1.45%**，其中 2018-2020 年预付款项以向哈三联预付货款为主。公司预付款项均为账龄 1 年以内的经营性账款，具体构成如下：

单位：万元、%

款项性质	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货款	**909.44**	**54.65**	1,513.28	90.95	5,980.00	99.56	4,605.82	100.00
费用	**754.71**	**45.35**	150.55	9.05	26.70	0.44	-	-
合计	**1,664.15**	**100.00**	**1,663.83**	**100.00**	**6,006.70**	**100.00**	**4,605.82**	**100.00**

报告期各期末，预付账款金额前五名情况如下：

单位：万元

2021 年 9 月 30 日					
序号	供应商名称	与发行人关系	款项性质	余额	占预付款项余额的比例
1	天津尚美化妆品有限公司	非关联方	货款	498.05	29.93%
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	非关联方	费用	241.29	14.50%

3	**广西京东彩石电子商务有限公司**	**非关联方**	**费用**	**212.91**	**12.79%**
4	**广州本匠容器包装有限公司**	**非关联方**	**货款**	**126.17**	**7.58%**
5	**浙江阿里巴巴通信技术有限公司**	**非关联方**	**费用**	**98.57**	**5.92%**
合计				**1,177.00**	**70.73%**
2020 年 12 月 31 日					
序号	**供应商名称**	**与发行人关系**	**款项性质**	**余额**	**占预付款项余额的比例**
1	哈三联	非关联方	货款	1,505.59	90.49%
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	非关联方	费用	60.25	3.62%
3	广州佳美展览有限公司	非关联方	费用	21.95	1.32%
4	广州市花都花城彩印包装有限公司	非关联方	费用	13.29	0.80%
5	上海腾美展览有限公司	非关联方	费用	12.56	0.75%
合计				**1,613.65**	**96.98%**
2019 年 12 月 31 日					
序号	**供应商名称**	**与发行人关系**	**款项性质**	**余额**	**占预付款项余额的比例**
1	哈三联	非关联方	货款	5,662.33	94.27%
2	广州市暨源生物科技有限公司	非关联方	货款	317.67	5.29%
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	非关联方	费用	26.70	0.44%
合计				**6,006.70**	**100.00%**
2018 年 12 月 31 日					
序号	**供应商名称**	**与发行人关系**	**款项性质**	**余额**	**占预付款项余额的比例**
1	哈三联	非关联方	货款	4,597.85	99.83%
2	广州市暨源生物科技有限公司	非关联方	货款	7.98	0.17%
合计				**4,605.82**	**100.00%**

注：2021 年 2 月，哈三联以其持有的北星药业 100%股权评估作价向敷尔佳有限增资，业务重组后，哈三联持有发行人 5.00%的股权，自 2021 年 2 月起成为发行人关联方

报告期各期末，公司预付款项前五大供应商均为非关联方，且公司预付款项中无预付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收账款净额分别为 5,734.35 万元、5,987.78 万元、

4,148.44 万元及 **57.84 万元**，占流动资产的比例分别为 21.31%、6.58%、4.01%及 **0.05%。2021 年 9 月末，其他应收款由应收利息 0.72 万元及其他应收款 57.13 万元两部分组成。**

①其他应收款规模和变动分析

报告期各期末，其他应收款明细情况如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金保证金	**56.95**	**99.68**	19.59	0.45	12.00	0.17	11.50	0.19
备用金	**－**	**－**	0.20	0.00	0.20	0.00	0.10	0.00
资金往来	**－**	**－**	4,270.47	97.82	7,079.56	99.83	6,021.70	99.77
关联方往来	**－**	**－**	75.48	1.73	-	-	-	-
其他	**0.18**	**0.32**	-	-	-	-	2.14	0.04
其他应收款余额合计	**57.13**	**100.00**	**4,365.74**	**100.00**	**7,091.76**	**100.00**	**6,035.43**	**100.00**
减：坏账准备	**－**	**－**	217.30	4.98	1,103.98	15.57	301.08	4.99
其他应收款净额合计	**57.13**	**100.00**	**4,148.44**	**95.02**	**5,987.78**	**84.43**	**5,734.35**	**95.01**

公司其他应收款主要为拆借款及其他经营性往来款。

2018 年末、2019 年末，公司其他应收款余额较大，主要系公司向哈尔滨裕迈投资有限公司先后借出 6,000.00 万元、4,000.00 万元，哈尔滨裕迈投资有限公司用于投资活动，根据双方签署的《借款合同》，依据年利率 4%向敷尔佳支付借款利息。截至 2020 年 6 月末，前述两笔拆借款所涉本金、利息均由哈尔滨裕迈投资有限公司还清。

2020 年末，公司其他应收款主要系对哈三联的应收款项，因终止向哈三联采购产成品，相关预付货款转为其他应收款。截至 2021 年 1 月末，该笔其他应收款已由哈三联全额退回公司。

公司以共同信用风险特征为依据，将其他应收款分为不同组合。针对应收员工备用金及借款、代垫款项，应收各类押金、保证金等低信用风险组合，公司未计提坏账准备；针对其他资金往来及关联方往来，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内

或整个存续期预期信用风险损失率，计算预期信用损失。

②其他应收款主要单位情况

截至 2021 年 9 月 30 日，其他应收款金额前五名情况如下：

单位：万元

名称	款项性质	金额	账龄	占其他应收账款总额比例	坏账准备期末余额
北京快手科技有限公司	押金保证金	10.05	1 年以内	17.59%	-
浙江天猫技术有限公司	押金保证金	6.00	1 年以内	10.50%	-
网银在线(北京)科技有限公司	押金保证金	5.16	1 年以内	9.03%	-
考拉海购（杭州）科技有限公司	押金保证金	5.00	1-2 年	8.75%	-
北京京东世纪贸易有限公司	押金保证金	5.00	1 年以内	8.75%	-
合计		31.21	-	54.63%	-

③其他应收款账龄分析

报告期各期末，公司其他应收款账龄及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	41.63	72.87	4,363.74	99.95	4,086.76	57.63	6,035.43	100.00
1-2 年	13.50	23.63	-	-	3,005.00	42.37	-	-
2-3 年	-	-	2.00	0.05	-	-	-	-
3-4 年	2.00	3.50	-	-	-	-	-	-
合计	57.13	100.00	4,365.74	100.00	7,091.76	100.00	6,035.43	100.00
坏账准备	-	-	217.30	4.98	1,103.98	15.57	301.08	4.99
账面价值	57.13	100.00	4,148.44	95.02	5,987.78	84.43	5,734.35	95.01

（6）存货

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

2021 年 9 月 30 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占存货账面价值的比例
原材料	3,368.22	-	3,368.22	51.49%

在产品	207.38	-	207.38	3.17%
库存商品	2,770.10	-	2,770.10	42.35%
委托加工物资	195.54	-	195.54	2.99%
合计	6,541.24	-	6,541.24	100.00%
2020 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占存货账面价值的比例
库存商品	7,052.57	-	7,052.57	100.00%
合计	**7,052.57**	-	**7,052.57**	**100.00%**
2019 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占存货账面价值的比例
库存商品	4,232.44	-	4,232.44	100.00%
合计	**4,232.44**	-	**4,232.44**	**100.00%**
2018 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占存货账面价值的比重
库存商品	611.65	-	611.65	100.00%
合计	**611.65**	-	**611.65**	**100.00%**

报告期各期末，公司存货账面价值分别为611.65万元、4,232.44万元、7,052.57万元及**6,541.24万元**，占流动资产比例分别为2.27%、4.65%、6.82%及**5.69%**。

报告期各期末，公司的存货账面价值呈快速增长的趋势，主要系为了满足快速增长的市场需求而较多进行备货所致；公司的存货变动和同期公司销售、营业收入等实际经营情况变动一致。发行人产品的有效期一般为2年-3年，存货周转较快，各期末存货库龄均在1年以内，其中3个月以内存货占比超**80%**，不存在近效期产品，不存在减值迹象。

报告期内，为提高物流配送时效性，公司存在将产成品委托存放和保管于第三方物流仓库，并由其代发行人进行产品拣选、配送和管理的情形。随着公司的销售规模持续扩大，报告期各期末，公司存放于第三方物流仓库的存货账面价值分别达0、1,473.94万元、859.57万元和**645.98万元**，占公司各期存货账面价值的比例分别为0、34.82%、12.19%和**9.88%**。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成如下：

单位：万元

类别	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
理财投资	–	29,117.73	23,144.21	11,800.00
广告费	75.47	1,309.09	193.58	-
发行相关费用	668.30	-	-	-
待抵扣的进项税	585.86	22.23	1,465.34	5.06
预缴企业所得税	–	193.34	-	-
合计	**1,329.63**	**30,642.39**	**24,803.13**	**11,805.06**

报告期各期末，公司其他流动资产主要由理财投资、尚未摊销的广告费、**发行相关费用及税费**构成。2018 年，公司购买银行理财产品，2019-2020 年，计入其他流动资产的理财投资主要系国债投资，根据新金融工具准则，银行理财产品投资计入交易性金融风险；2020 年，为加大品牌影响力，公司签约明星代言并预付部分广告费。

3、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产构成如下表所示：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
债权投资	900.00	1.28	–	–	–	–	–	–
固定资产	3,219.40	4.59	2,509.04	79.88	2,595.53	40.38	300.32	77.78
在建工程	4,892.18	6.98	–	–	–	–	–	–
使用权资产	778.62	1.11	-	-	-	-	-	-
无形资产	2,834.34	4.04	18.88	0.60	-	-	-	-
商誉	56,564.47	80.70	-	-	-	-	-	-
长期待摊费用	222.25	0.32	466.54	14.85	983.82	15.30	-	-
递延所得税资产	626.08	0.89	146.52	4.66	2,783.60	43.30	75.27	19.49
其他非流动资产	53.53	0.08	-	-	65.26	1.02	10.53	2.73
非流动资产合计	**70,090.86**	**100.00**	**3,140.99**	**100.00**	**6,428.20**	**100.00**	**386.12**	**100.00**

公司与北星药业重组前，采用轻资产模式运营，非流动资产规模较小，主要

由固定资产及递延所得税资产构成，2018-2020 年末，公司固定资产及递延所得税资产占非流动资产比例分别为 97.27%、83.68%、84.55%。2019 年，公司办公地址搬迁，经营规模扩大，固定资产规模相应提升；同时当期末存在部分内部交易未实现利润，形成递延所得税资产。**2021 年 9 月末，**因换股收购北星药业形成商誉 56,564.47 万元，**生产基地建设形成在建工程、土地使用权等资产，**非流动资产规模扩大。

（1）债权资产

截至 2021 年 9 月末,公司持有 2021 年黑龙江省政府一般债券(五期)900.00 万元，债券票面利率 2.82%，到期日 2024 年 8 月 30 日。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产构成如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	**1,958.35**	**51.97**	1,958.35	70.13	1,958.35	73.48	-	-
机器设备	**1,134.34**	**30.10**	394.23	14.12	368.04	13.81	287.56	93.34
运输工具	**433.86**	**11.51**	335.40	12.01	335.40	12.58	19.31	6.27
电子设备	**207.97**	**5.52**	80.91	2.90	3.44	0.13	1.22	0.40
办公设备	**33.52**	**0.89**	23.60	0.85	-	-	-	-
账面原值合计	**3,768.04**	**100.00**	**2,792.49**	**100.00**	**2,665.23**	**100.00**	**308.09**	**100.00**
房屋及建筑物	**178.29**	**32.50**	108.53	38.29	15.50	22.24	-	-
机器设备	**172.49**	**31.44**	76.20	26.88	40.33	57.85	7.74	99.58
运输工具	**133.23**	**24.28**	76.74	27.07	13.01	18.67	-	-
电子设备	**59.92**	**10.92**	20.95	7.39	0.86	1.24	0.03	0.42
办公设备	**4.71**	**0.86**	1.04	0.37	-	-	-	-
累计折旧合计	**548.64**	**100.00**	**283.45**	**100.00**	**69.70**	**100.00**	**7.77**	**100.00**
房屋及建筑物	**1,780.06**	**55.29**	1,849.83	73.73	1,942.85	74.85	-	-
机器设备	**961.85**	**29.88**	318.03	12.68	327.71	12.63	279.82	93.17
运输工具	**300.62**	**9.34**	258.66	10.31	322.39	12.42	19.31	6.43
电子设备	**148.05**	**4.60**	59.96	2.39	2.58	0.10	1.19	0.40
办公设备	**28.81**	**0.89**	22.56	0.90	-	-	-	-

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
账面价值合计	3,219.40	100.00	2,509.04	100.00	2,595.53	100.00	300.32	100.00

报告期内，公司的固定资产主要为办公房屋及生产经营所使用的机器设备、运输工具等。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为300.32万元、2,595.53万元、2,509.04万元及**3,219.40万元**，占各期末非流动资产的比例分别为77.78%、40.38%、79.88%及**4.59%**。报告期各期末，公司固定资产不存在减值迹象。

2019 年末，公司固定资产增长，主要系公司购进位于黑龙江省哈尔滨市道里区的富力中心写字楼用于经营办公所致。2021年因换股收购北星药业100%股权，公司当期生产用机器设备增加。

（3）在建工程

截至 2021 年 9 月末，公司在建工程生产基地建设一期项目账面价值4,892.18万元，该项目于2021年6月25日开工，预算60,000.00万元，截至2021年9月30日工程投入占预算比例8.15%，预计竣工日期2022年8月4日。

（4）使用权资产

公司使用权资产为租赁房屋及建筑物，**2021年9月30日**，使用权资产账面原值**1,215.75万元**，累计折旧**437.13万元**，账面价值**778.62万元**。报告期内，公司使用权资产所涉租赁房屋情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁期限
1	张立国	敷尔佳	2020.01.18-2023.01.17
2	张梦琪	敷尔佳	2020.01.18-2023.01.17
3	黑龙江润泰医药供应链有限公司	敷尔佳	2021.02.01-2023.01.31、2021.4.13-2023.04.12
4	**徐丽娜**	**敷尔佳**	**2021.06.01-2022.12.31**
5	**哈尔滨儿童制药厂有限公司**	**敷尔佳**	**2021.06.01-2022.12.31**
6	**周顺泽**	**敷尔佳**	**2021.08.05-2022.12.31**
7	黑龙江润泰医药供应链有限公司	北星药业	2021.02.01-2023.01.31
8	哈三联	北星药业	2021.03.01-2023.03.01、2021.05.01-2023.03.01
9	**哈尔滨儿童制药厂有限公司**	**敷特佳**	**2021.06.01-2022.12.31**

公司上述房屋租赁情况详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要资产情况”之“（二）租赁物业”。

（5）无形资产

报告期内，公司无形资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应用软件	**43.84**	19.04	-	-
土地使用权	**2,821.35**	-	-	-
账面原值合计	**2,865.19**	**19.04**	-	-
应用软件	**2.65**	0.16	-	-
土地使用权	**28.21**	-	-	-
累计摊销合计	**30.86**	**0.16**	-	-
应用软件	**41.20**	18.88	-	-
土地使用权	**2,793.14**	-	-	-
账面价值合计	**2,834.34**	**18.88**	-	-

公司财务软件系采用金蝶云租赁使用，故相关系统未形成无形资产。2020年，公司购进致远OA系统19.04万元，并于当期投入使用；**2021年，公司生产基地建设项目购进土地使用权2,821.35万元**。2020年末、**2021年9月末**，公司无形资产账面价值分别为18.88万元、**2,834.34万元**，占非流动资产的比例分别为0.60%、**4.04%**。

（6）商誉

2021年2月，哈三联以其持有北星药业100%股权向敷尔佳有限增资，交易完成后，公司取得北星药业100%的股权。北星药业的主要业务为医疗器械、化妆品的生产与销售，构成一个业务资产组，购买成本57,000.00万元大于交易中取得的可辨认资产公允价值份额435.53万元的差额56,564.47万元确认为商誉。

公司根据资产组预计未来现金流量现值确定资产组可收回金额，**预计未来现金流量来源是管理层编制的未来3年及稳定期现金流量预测；计算现值采用的税前折现率为20.07%；稳定期增长率为0。**经测试，与商誉相关的资产组未发生减值迹象，无需计提减值。

公司上述资产重组情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“一、发行人基本情况”之“（三）产业链的重组和整合”之“2、敷尔佳有限换股收购北星药业 100%股权”。

（7）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
广告代言费	–	233.88	634.83	-
办公室装修费	222.25	232.66	348.99	-
合计	**222.25**	**466.54**	**983.82**	**-**

报告期各期末，公司的长期待摊费用分别为 0、983.82 万元、466.54 万元及 222.25 万元，占非流动资产的比例分别为 0、15.30%、14.85%及 0.32%。公司长期待摊费用主要由广告代言费和办公室装修费组成。2019 年，公司长期待摊费用中新增广告代言费在服务期限内平均摊销；同时，公司分别于 2019 年购进富力中心办公楼进行消防改造和装修、于 2021 年装修北星药业办公室形成长期待摊费用。

（8）递延所得税资产

报告期各期末，公司未经抵消的递延所得税资产各期末构成情况如下：

单位：万元

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	–	–	217.38	54.35	1,103.98	275.99	301.08	75.27
内部交易未实现利润	2,410.84	602.71	-	-	10,021.47	2,505.37	-	-
奖励积分	93.49	23.37	368.71	92.18	8.94	2.23	-	-
合计	**2,504.33**	**626.08**	**586.09**	**146.52**	**11,134.39**	**2,783.60**	**301.08**	**75.27**

报告期内，公司递延所得税资产形成的主要原因为内部交易未实现利润产生的可抵扣暂时性差异，以及其他应收款的减值准备及奖励积分导致的账面价值与

计税基础不同，进而产生的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，递延所得税资产分别为 75.27 万元、2,783.60 万元、146.52 万元及 **626.08 万元**，占非流动资产比例分别为 19.49%、43.30%、4.66%及 **0.89%**。2019 年末，公司递延所得税资产金额较大，主要系公司自敷特佳采购产品尚未全部对外销售，产生未实现内部交易，合并报表层面已抵消该部分交易。

2019 年末公司奖励积分涉及可抵扣暂时性差异余额较小，主要系公司奖励积分主要形成平台天猫敷尔佳旗舰店于 2019 年 11 月开始店铺会员活动，当期形成积分余额较低所致。

（9）其他非流动资产

公司其他非流动资产均为预付设备款。报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 10.53 万元、65.26 万元、0 及 **53.53 万元**，占非流动资产比例分别为 2.73%、1.02%、0 及 **0.08%**。

（二）负债分析

1、负债构成分析

报告期各期末，公司负债结构如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	**13,738.28**	**98.55**	50,739.14	99.94	21,920.62	99.96	6,476.62	100.00
非流动负债	**201.47**	**1.45**	31.54	0.06	8.94	0.04	-	-
负债合计	**13,939.75**	**100.00**	**50,770.68**	**100.00**	**21,929.55**	**100.00**	**6,476.62**	**100.00**

报告期内，公司负债规模较小，以流动负债为主，各期末流动负债占负债总额的比例均在 95.00%以上。公司非流动负债为递延所得税负债及租赁负债。

2、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	**3,290.93**	**23.95**	1,465.40	2.89	675.12	3.08	-	-

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收款项	-	-	-	-	5,329.64	24.31	2,118.77	32.71
合同负债	**169.66**	**1.23**	402.82	0.79	-	-	-	-
应付职工薪酬	**141.35**	**1.03**	452.52	0.89	46.98	0.21	41.38	0.64
应交税费	**7,006.90**	**51.00**	14,018.07	27.63	12,623.39	57.59	3,289.47	50.79
其他应付款	**2,565.69**	**18.68**	34,395.89	67.79	3,245.48	14.81	1,027.01	15.86
一年内到期的非流动负债	**554.31**	**4.03**	-	-	-	-	-	-
其他流动负债	**9.44**	**0.07**	4.43	0.01	-	-	-	-
流动负债合计	**13,738.28**	**100.00**	**50,739.14**	**100.00**	**21,920.62**	**100.00**	**6,476.62**	**100.00**

公司的流动负债主要由预收款项及合同负债、**应付账款**、应交税费、其他应付款组成，上述四类合计占报告期各期末流动负债的比例分别为 99.36%、**99.79%**、**99.10 %及 94.86%**。

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
服务类款项	**619.20**	**18.82**	480.92	32.82	516.20	76.46	-	-
货款	**202.17**	**6.14**	-	-	-	-	-	-
加工费	**116.47**	**3.54**	-	-	-	-	-	-
长期资产款	**2,353.10**	**71.50**	4.59	0.31	158.93	23.54	-	-
广告费	-	-	979.89	66.87	-	-	-	-
合计	**3,290.93**	**100.00**	**1,465.40**	**100.00**	**675.12**	**100.00**	-	-

公司应付账款主要为应付货款、装修费及广告费等。报告期各期末，公司应付账款金额分别为 0、675.12 万元、1,465.40 万元和 **3,290.93 万元**，占流动负债的比例分别为 0、3.08%、2.89%和 **23.95%**。2020 年末，公司应付账款余额较大，主要系当期公司加大广告投放力度所致；**2021 年 9 月末，公司应付账款余额较大，主要系当期生产基地建设项目及设备款形成的应付长期资产款余额较大所**

致。

（2）预收款项及合同负债

2018 年末及 2019 年末，公司预收款项余额 2,118.77 万元、5,329.64 万元；2020 年起，根据新收入准则，相关款项计入合同负债，2020 年末及 2021 年 9 月末，公司合同负债余额 402.82 万元、**169.66 万元**，占各期末流动负债比例分别为 32.71%、24.31%、0.79%及 **1.23%**。

报告期各期末，公司预收款项、合同负债均为预收货款及奖励积分，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预收货款/ 代履行的合同义务	**76.17**	34.11	5,329.64	2,118.77
奖励积分	**93.49**	368.71	-	-
合计	**169.66**	**402.82**	**5,329.64**	**2,118.77**

报告期内，公司线下销售渠道以先款后货模式进行销售，各期预收货款账龄均在 3 个月以内。2020 年起，公司调整收款与发货机制，资产负债表日前五日不再接受订单预付款，且资产负债表日前的订单尽量完成发货，因此 2020 年末及 **2021 年 9 月末**合同负债余额下降。

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额情况如下：

单位：万元

项目	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	**118.41**	448.89	39.89	39.23
住房公积金	**8.93**	0.51	6.73	1.70
工会经费和职工教育经费	**14.01**	3.12	0.36	0.44
合计	**141.35**	**452.52**	**46.98**	**41.38**

报告期各期末，公司应付职工薪酬主要为已计提尚未发放的工资、年度奖金等，各期末应付职工薪酬金额分别为 41.38 万元、46.98 万元、452.52 万元和 **141.35 万元**，占流动负债比例分别为 0.64%、0.21%、0.89%和 **1.03%**。随着公司业务及人员规模不断扩大，应付职工薪酬相应增加。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费的具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2021.9.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	**1,319.77**	**18.84**	931.26	6.64	2,191.08	17.36	720.82	21.91
企业所得税	**5,509.35**	**78.63**	6,893.60	49.18	10,117.15	80.15	2,493.43	75.80
个人所得税	**30.38**	**0.43**	6,073.64	43.33	66.35	0.53	30.95	0.94
城市维护建设税	**83.71**	**1.19**	58.53	0.42	143.53	1.14	25.82	0.78
教育费附加	**59.80**	**0.85**	41.81	0.30	102.52	0.81	18.44	0.56
其他	**3.88**	**0.06**	19.23	0.14	2.75	0.02	-	-
合计	**7,006.90**	**100.00**	**14,018.07**	**100.00**	**12,623.39**	**100.00**	**3,289.47**	**100.00**

报告期各期末，公司应交税费主要由企业所得税及个人所得税构成，各期末应交税费余额分别为 3,289.47 万元、12,623.39 万元、14,018.07 万元和 **7,006.90 万元**，占流动负债比例分别为 50.79%、57.59%、27.63%和 **51.00%**。2020 年末，公司应交个人所得税金额大幅增加，主要系当期公司以未分配利润转增资本产生应交个人所得税，于 2021 年 3 月缴清。

（5）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成如下：

单位：万元

项目	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付股利	-	**32,000.00**	-	-
其他应付款	**2,565.69**	**2,395.89**	**3,245.48**	**1,027.01**
其中：押金及保证金	**2,206.50**	2,175.50	2,475.38	1,018.88
销售返利	**333.28**	191.76	748.12	2.97
房租及运费	**16.94**	15.47	18.52	4.33
其他	**8.97**	13.15	3.45	0.82
其他应付款总计	**2,565.69**	**34,395.89**	**3,245.48**	**1,027.01**

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 1,027.01 万元、3,245.48 万元、34,395.89 万元和 **2,565.69 万元**，占流动负债比例分别为 15.86%、14.81%、67.79%和 **18.68%**。2020 年末公司其他应付款余额显著上升，主要系当期公司进行分红

股利尚未支付所致。2020 年 11 月 28 日和 2020 年 11 月 27 日，敷尔佳及其子公司敷特佳的股东会分别决议通过分红 3.00 亿元和 1.00 亿元，相关人员于当期全额缴清个人所得税款，相关应付股利款于 2021 年 1 月支付完毕。报告期各期末，其他应付款主要由客户保证金组成，近年来公司逐步拓宽经销渠道，经销商数量增加，保证金相应增加。

（6）一年内到期的非流动负债

2021 年 9 月末，公司一年内到期的非流动负债余额 **554.31 万元**，系房屋租赁形成的租赁付款额现值中应于一年内支付的相关租赁负债。

（7）其他流动负债

2020 年末及 **2021 年 9 月末**，公司其他流动负债分别为 4.43 万元及 **9.44 万元**，占当期流动负债比例分别为 0.01%及 **0.07%**，均为待转销项税。

3、非流动负债分析

2019 年末，公司非流动负债 8.94 万元，为递延收益；2020 年末，公司非流动负债 31.54 万元，为递延所得税负债；**2021 年 9 月末**，公司非流动负债 **201.47 万元**，为租赁负债**及递延所得税负债**。

（1）租赁负债

单位：万元

剩余租赁年限	2021 年 9 月 30 日
1 年以内	464.12
1-2 年	310.28
租赁付款额总额小计	774.40
减：未确认融资费用	21.98
租赁付款额现值小计	752.43
减：一年内到期的租赁负债	554.31
合　计	198.12

2021 年 9 月末，公司租赁负债 **198.12 万元**，系租赁房屋建筑物形成的相关债务。

（2）递延收益

2019 年末，公司递延收益 8.94 万元，系电商平台奖励积分。公司向客户销售商品时推出了奖励积分计划，允许客户通过累积积分兑换的方式以免费或者以折扣价格购买额外的商品。公司通过识别奖励积分的单独售价，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入，奖励积分的公允价值确认为递延收益，并于客户使用积分兑换或购买的商品转让给客户或积分失效时，将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入。

（3）递延所得税负债

2020 年末**及 2021 年 9 月末**，公司递延所得税负债**分别为** 31.54 万元、**3.35 万元**，系交易性金融资产公允价值变动导致的账面价值与计税基础不同，进而产生的应纳税暂时性差异。

（三）偿债能力分析

报告期各期末，公司资产负债率、流动比率、速动比率等主要偿债能力指标如下：

指标	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
资产负债率（%）	**7.53**	47.68	22.50	23.73
流动比率（倍）	**8.37**	2.04	4.15	4.15
速动比率（倍）	**7.90**	1.90	3.96	4.06

1、资产负债率

报告期各期末，公司合并口径的资产负债率分别为 23.73%、22.50%、47.68% 及 **7.53%**。2020 年末公司资产负债率显著上升，主要系当期末公司存在较大额应付股利所致，相关分红款项已于 2021 年 1 月支付。**2021 年 9 月末**，公司资产负债率显著下降，主要系换股收购北星药业致使资产总额提升、2020 年末应付股利已于 2021 年 1 月支付负债总额减小所致。

公司名称	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
贝泰妮	**14.19%**	24.97%	29.78%	40.98%
创尔生物	**16.87%**	15.27%	25.88%	22.14%
华熙生物	**17.94%**	12.22%	8.49%	17.07%

公司名称	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
珀莱雅	**29.21%**	31.76%	30.52%	40.62%
可比公司均值	**19.56%**	**21.06%**	**23.67%**	**30.20%**
敷尔佳	**7.53%**	**47.68%**	**22.50%**	**23.73%**

数据来源：各公司定期报告、招股说明书

2018 年末、2019 年末，公司合并口径资产负债率与同行业可比公司平均水平接近；2020 年末及 **2021 年 9 月末**，因应付股利及企业合并产生的商誉公司资产负债率有所波动。公司负债规模较小且以短期经营性负债为主，长期偿债能力较强。

2、流动比率与速动比率

公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、其他流动资产组成。2020 年末公司流动比率和速动比率下降，主要系当期末存在较大额应付股利所致。报告期各期末，公司流动比率、速动比率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	流动比率			
	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
贝泰妮	**7.16**	3.56	3.16	2.16
创尔生物	**4.72**	5.18	3.22	4.00
华熙生物	**4.63**	6.63	10.31	4.45
珀莱雅	**2.13**	2.07	2.19	1.76
可比公司均值	**4.66**	**4.36**	**4.72**	**3.09**
敷尔佳	**8.37**	**2.04**	**4.15**	**4.15**
公司名称	**速动比率**			
	2021.9.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
贝泰妮	**6.36**	2.91	2.49	1.30
创尔生物	**4.20**	4.78	2.87	3.68
华熙生物	**3.81**	5.76	9.45	3.84
珀莱雅	**1.68**	1.66	1.83	1.54
可比公司均值	**4.01**	**3.78**	**4.16**	**2.59**
敷尔佳	**7.90**	**1.90**	**3.96**	**4.06**

数据来源：各公司定期报告、招股说明书

2018 年末及 2019 年末，公司流动比率和速动比率与同行业可比公司水平相当；2020 年末受应付股利影响，流动比率和速动比率有所波动；**2021 年 9 月末，**

因应付股利、应交税费及预收客户款项等流动负债减少，流动比率和速动比率增长较快。总体而言，公司短期偿债能力较强。

综上，公司资产流动性较强，资产负债结构合理，公司具有较强的偿债能力。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司的应收账款周转率、存货周转率等资产周转能力指标具体情况如下：

项目	2021年1-9月	2020年度	2019年度	2018 年度
应收账款周转率（次/年）	**353.44**	3,841.07	154,306.41	-
存货周转率（次/年）	**3.40**	6.61	12.77	13.51

注：2021 年 1-9 月应收账款周转率、存货周转率未年化

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	应收账款周转率			
	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贝泰妮	**9.84**	16.55	16.85	14.56
创尔生物	**9.39**	**23.61**	24.47	18.48
华熙生物	**7.64**	6.42	6.09	6.54
珀莱雅	**11.52**	14.10	20.37	33.59
可比公司均值	**9.60**	**15.17**	**16.94**	**18.29**
敷尔佳	**353.44**	**3,841.07**	**154,306.41**	**-**

注：1、2021 年 1-9 月应收账款周转率未年化

2、创尔生物 2021 年数据对应期间为 2021 年 1-6 月

数据来源：各公司定期报告、招股说明书

公司 2018 年末无应收账款，2019 年度至 **2021 年 1-9 月**，公司应收账款周转率远高于行业平均水平，主要系公司线下销售均采用先款后货的结算方式，线上销售结算周期较短，期末应收余额较小所致。

2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	存货周转率			
	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

公司名称	存货周转率			
	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贝泰妮	**1.27**	2.63	1.60	1.20
创尔生物	**0.95**	**2.55**	2.63	3.00
华熙生物	**1.15**	1.20	1.55	1.60
珀莱雅	**2.19**	3.29	3.86	3.78
可比公司均值	**1.39**	**2.42**	**2.41**	**2.40**
敷尔佳	**3.40**	**6.61**	**12.77**	**13.51**

注：1、**2021 年 1-9 月**存货周转率未年化

2、创尔生物 2021 年数据对应期间为 2021 年 1-6 月

数据来源：各公司定期报告、招股说明书

报告期内，公司存货周转率分别为 13.51、12.77、6.61 及 **3.40**，远高于行业平均水平，主要系公司采用以销定采的模式，存货规模基于市场需求确定。报告期内，公司根据市场需求及销售预期进行适当备货，以保障产品供应充足。2021 年 2 月末公司换股收购北星药业，完成产业链的垂直整合，存货相应增加，报告期末存货周转率进一步下降。

十一、现金流量分析

（一）现金流量具体情况

报告期内，公司现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量				
经营活动现金流入小计	**144,305.30**	185,951.60	163,106.18	46,231.31
经营活动现金流出小计	**82,946.71**	118,867.91	90,457.24	24,440.41
经营活动产生的现金流量净额	**61,358.59**	**67,083.69**	**72,648.94**	**21,790.90**
二、投资活动产生的现金流量				
投资活动现金流入小计	**131,041.86**	111,007.58	53,373.14	18,086.74
投资活动现金流出小计	**100,509.84**	130,281.75	68,672.00	36,161.74
投资活动产生的现金流量净额	**30,532.02**	**-19,274.17**	**-15,298.86**	**-18,075.00**
三、筹资活动产生的现金流量				
筹资活动现金流入小计	**-**	1,070.00	500.00	-
筹资活动现金流出小计	**39,068.42**	60,240.92	12,000.00	-

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
筹资活动产生的现金流量净额	**-39,068.42**	**-59,170.92**	**-11,500.00**	**-**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**52,822.19**	**-11,361.41**	**45,850.08**	**3,715.90**
加：期初现金及现金等价物余额	**38,631.60**	**49,993.00**	**4,142.93**	**427.02**
六、期末现金及现金等价物余额	**91,453.78**	**38,631.60**	**49,993.00**	**4,142.93**

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	**134,406.41**	182,011.41	160,747.72	45,236.43
收到其他与经营活动有关的现金	**9,898.89**	3,940.19	2,358.46	994.89
经营活动现金流入小计	**144,305.30**	**185,951.60**	**163,106.18**	**46,231.31**
购买商品、接受劳务支付的现金	**25,897.51**	41,898.08	44,109.64	15,023.32
支付给职工以及为职工支付的现金	**3,630.38**	2,122.71	1,623.47	1,218.66
支付的各项税费	**34,326.87**	44,098.73	33,139.24	7,873.02
支付其他与经营活动有关的现金	**19,091.95**	30,748.39	11,584.89	325.41
经营活动现金流出小计	**82,946.71**	**118,867.91**	**90,457.24**	**24,440.41**
经营活动产生的现金流量净额	**61,358.59**	**67,083.69**	**72,648.94**	**21,790.90**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量金额呈增长态势。2019 年及 2020 年，公司经营活动产生的现金流量净额相较于 2018 年增长较多，主要系公司营业收入规模快速扩大，现金流量净流入同步增加所致。公司收到其他与经营活动有关的现金主要包括收到的政府补助及个税手续费返还、向经销商收取的保证金及押金等；支付其他与经营活动有关的现金主要系返利及营销管理费用等。

报告期内，公司经营活动产生的现金流与利润表科目对比关系如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	**134,406.41**	182,011.41	160,747.72	45,236.43
营业收入	**117,778.73**	158,501.70	134,246.58	37,348.55
销售商品、提供劳务收	**114.12%**	114.83%	119.74%	121.12%

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
到的现金/营业收入				
经营活动产生的现金流量净额	**61,358.59**	67,083.69	72,648.94	21,790.90
净利润	**58,490.28**	64,783.06	66,104.16	19,958.85
经营活动现金流量净额/净利润	**104.90%**	103.55%	109.90%	109.18%

报告期内，公司销售收款情况正常，营业收入转化为现金的能力良好，各期经营活动产生的现金流量净额高于净利润，且销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例、经营活动现金流量净额占净利润的比例稳定。

报告期内，将净利润调整到经营活动产生的现金流量净额的各项具体明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	**58,490.28**	**64,783.06**	**66,104.16**	**19,958.85**
加：信用减值损失	**-217.38**	-886.59	802.89	-
资产减值准备	**-**	-	-	301.08
固定资产折旧、使用权资产折旧	**547.02**	213.75	61.93	7.77
无形资产摊销	**30.70**	0.16	-	-
长期待摊费用摊销	**331.50**	517.27	167.06	-
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	**-13.40**	-126.17	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	**23.88**	-	-	-
投资损失（收益以“－”号填列）	**-369.95**	-888.95	-590.07	-116.34
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	**-479.56**	2,637.07	-2,708.33	-75.27
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	**-28.19**	31.54	-	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	**5,720.70**	-2,820.13	-3,620.79	-540.43
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	**5,404.01**	44.55	-3,054.94	-4,195.20
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	**-8,081.02**	-8,906.62	15,487.01	6,450.44
其他	**-**	12,484.76	-	-
经营活动产生的现金流量净额	**61,358.59**	**67,083.69**	**72,648.94**	**21,790.90**

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	**21,000.00**	50,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	**636.73**	1,007.73	395.81	94.64
收到其他与投资活动有关的现金	**109,405.13**	59,999.85	52,977.34	17,992.10
投资活动现金流入小计	**131,041.86**	**111,007.58**	**53,373.14**	**18,086.74**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**6,209.95**	281.80	3,494.79	369.64
投资支付的现金	**-**	71,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	**94,299.88**	58,999.95	65,177.22	35,792.10
投资活动现金流出小计	**100,509.84**	**130,281.75**	**68,672.00**	**36,161.74**
投资活动产生的现金流量净额	**30,532.02**	**-19,274.17**	**-15,298.86**	**-18,075.00**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-18,075.00 万元、-15,298.86 万元、-19,274.17 万元及 **30,532.02 万元**，主要为购买/赎回理财产品及往来借款等投资支出。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	-	1,070.00	500.00	-
筹资活动现金流入小计	-	**1,070.00**	**500.00**	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	37,925.00	60,240.92	12,000.00	-
支付其他与筹资活动有关的现金	**1,143.42**	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**39,068.42**	**60,240.92**	**12,000.00**	-
筹资活动产生的现金流量净额	**-39,068.42**	**-59,170.92**	**-11,500.00**	-

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 0、-11,500.00 万元、-59,170.92 万元及**-39,068.42 万元**，主要为分配股利支出。吸收投资收到的现金主要包括 2019 年敷特佳实缴初始注册资本及 2020 年股权激励增资款。2021 年

支付其他与筹资活动有关的现金主要包括 IPO 相关费用以及使用权资产的融资费用。

（二）未来重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目的投资支出，具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

十二、股利分配情况

2019 年 6 月 15 日、2019 年 8 月 15 日、2019 年 9 月 15 日、2020 年 11 月 28 日，经股东会审议通过，敷尔佳向全体股东分配现金红利（含税）10,000.00 万元、1,000.00 万元、1,000.00 万元及 30,000.00 万元。

2020 年 12 月 2 日，经公司股东会审议通过，公司以未分配利润转增注册资本 29,625.00 万元（含个人所得税 5,925.00 万元），其中 23,700.00 万元计入注册资本。

2020 年 3 月 19 日、2020 年 5 月 8 日、2020 年 5 月 19 日、2020 年 8 月 19 日及 2020 年 11 月 27 日，经股东会审议通过，敷特佳向全体股东分配现金红利（含税）2,500.00 万元、1,250.00 万元、1,000.00 万元、47,490.92 万元及 10,000.00 万元。

截至本招股说明书签署日，公司上述各项利润分配事项均已实施完毕。

十三、持续经营能力分析

公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念，在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品，主打敷料和贴、膜类产品，并推出了水、精华及乳液、喷雾、冻干粉等多形态品类。公司紧跟消费者需求变化，采用精准营销的策略，借助国货崛起的消费新动力及广泛布局的专业渠道，逐步沉淀品牌力和产品力。

通过多年的口碑传播和品牌推广，公司已拥有多个年销售额过亿元的单品。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%；其中医疗器械类敷料产品占比 25.9%，市场排名第一；化妆品类产品占比 16.6%，市场排名第二。

2018 年至 2021 年 2 月，公司作为“敷尔佳”产品的全国总代理与哈三联合作，哈三联负责产品的独家生产，公司负责产品的独家销售、推广及品牌运营维护等。2021 年 2 月，公司收购北星药业，完成产业链垂直整合，实现研产销一体化。

报告期内，公司业务规模快速增长，整体财务状况保持良好。从盈利能力来看，报告期内，公司营业收入分别为 37,348.55 万元、134,246.58 万元、158,501.70 万元及 **117,778.73 万元**，归属于母公司股东的净利润分别为 19,958.85 万元、66,104.16 万元、64,783.06 万元及 **58,490.28 万元**，营业收入和归属于母公司股东的净利润保持增长态势；从偿债能力来看，**2021 年 9 月末**公司资产负债率为 **7.53%**，流动比率和速动比率分别为 **8.37 倍**和 **7.90 倍**，公司财务风险较小，偿债能力较强。

公司将以本次股票发行上市为契机，结合公司的现有产品、市场及品牌优势，通过募集资金投资项目的投入，加强合作研发、丰富既有产品线，同时多渠道布局，加强市场营销和服务能力，并通过新业态赋能零售，打造流量品牌，进一步提升公司整体研发实力、规模化生产能力及品牌营销能力，力争成为皮肤护理产品行业的领导者。

发行人在持续经营能力方面的风险因素详见本招股说明书“第四节 风险因素”。

十四、资产负债表日后事项、或有事项、承诺事项及其他重大事项

（一）资产负债表日后事项

2021 年 11 月 11 日，公司的全资子公司北星药业收到北京知识产权法院送达的《北京知识产权法院民事应诉通知书》（[2021]京 73 民初 1244 号）及民事起诉状等案件资料。根据民事起诉状，博任达生化科技（上海）有限公司（以下简称“博任达”或“原告”）起诉被告北星药业、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司侵犯其专利权利，原告主张北星药业制造、许诺销售和销售的“敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜”产品侵犯了其所享有的专利权；请求法院判令北星药业停止制造、许诺销售及销售涉案产品，赔偿原告经济损失 100 万元、赔偿原告为制止侵权行为所支出的 20 万元，并由北星药业承担该案的诉讼费用。截

至本报告出具之日，本案件尚未开庭审理。

敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜非发行人核心销售产品，报告期内其收入占比1%左右；该产品用料配方及配比仅用于“敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜”一款产品，不会对发行人的核心技术产生重大影响；发行人具有足够的资金应对本案败诉的情况，本案的诉讼结果不会对发行人的生产经营及财务状况产生重大不利影响，亦不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响，不存在影响发行条件、上市条件的情形。

除存在上述资产负债表日后事项外，截至本招股说明书签署日，公司无其他应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

（二）重大担保、诉讼等事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的重大未决诉讼、对外担保等或有事项。

（三）承诺事项

1、资本性支出承诺

截至 2021 年 9 月 30 日止，公司无应披露未披露的重要承诺事项。

2、经营性租赁承诺

根据已签订的不可撤销的经营性租赁合同，公司未来 5 年最低应支付租金总额为 822.94 万元。

（四）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的其他重要事项。

第九节　募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用概况

（一）募集资金运用计划

公司第一届董事会第二次会议以及 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目及其可行性的议案》。公司本次公开发行股票募集资金（扣除发行费用后）将用于公司主营业务相关项目，募集资金投资项目投入计划及项目审批情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资额	本次募集资金投入	环评批复文件	备案文号
1	生产基地建设项目	65,550.89	65,450.00	哈新审环审表[2021]13 号	2105-230109-04-01-869709
2	研发及质量检测中心建设项目	5,698.53	5,691.00		2105-230109-04-01-432330
3	品牌营销推广项目	88,552.61	88,520.00		2105-230109-04-01-264137
4	补充流动资金	30,000.00	30,000.00	-	-
合计		**189,802.03**	**189,661.00**	-	-

上述募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务，是公司依据未来发展规划作出的战略性安排。其中，生产基地建设项目的实施有助于公司提升产能及产品质量管理水平；研发及质量检测中心建设项目的实施有助于提升公司的研发能力，提高产品丰富度和竞争力；品牌营销推广项目的实施有助于增强公司的市场推广营销能力，提升客户综合服务能力；补充流动资金项目将保障公司正常经营和业务发展规划的顺利实施。

公司本次募投项目的实施将全面提升公司的综合竞争实力，推动公司业务规模进一步增长，更好保证公司实现可持续发展。上述募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及法律、法规和规章的规定，项目实施后不存在新增同业竞争的情形，不会对发行人的独立性产生不利影响。

（二）募集资金投资计划

本次发行募集资金到位前，公司将根据项目实际建设进度自筹资金先期投入，募集资金到位后置换已预先投入的自筹资金支付的款项。

若本次实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额。如实际募集资金超出上述项目所需资金，超出部分将用于补充公司流动资金。如实际募集资金净额少于上述项目拟募集资金投入总额的，不足部分将由公司自筹资金解决。

（三）募集资金管理制度相关规定

公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金的存储、使用、管理与监督进行了明确规定。

1、募集资金的存放

公司募集资金将独立存放于公司董事会决定的为本次融资而开设的专项账户（下称“专户”）集中管理，专户不得存放非募集资金或者用作其他用途，实际募集资金净额超过计划募集资金金额也应当存放于募集资金专户管理。公司在募集资金到位后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，按照中国证监会和深交所的相关规定进行资金使用和管理。

2、募集资金的使用

公司应当审慎使用募集资金，保证募集资金的使用与招股说明书一致，不得随意改变募集资金投向，不得变相改变募集资金用途。公司应当真实、准确、完整地披露募集资金的实际使用情况。出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形时，公司应当及时公告。

公司应当确保募集资金使用的真实性和公允性，防止募集资金被控股股东、实际控制人及其关联人占用或者挪用，并采取有效措施避免关联方利用募集资金投资项目获取不正当利益。

募集资金投资项目出现下列情形之一的，公司应当对该项目的可行性、预计收益等重新进行论证，决定是否继续实施该项目：

（1）募集资金投资项目涉及的市场环境发生重大变化的；

（2）募集资金投资项目搁置时间超过一年的；

（3）超过最近一次募集资金投资计划的完成期限且募集资金投入金额未达

到相关计划金额 50%的；

（4）募集资金投资项目出现其他异常情形的。

3、闲置资金管理

公司可以对暂时闲置的募集资金进行现金管理，其投资产品的期限不得超过十二个月，并满足安全性高、流动性好的要求，不得影响募集资金投资计划正常进行。

投资产品不得质押，产品专用结算账户（如适用）不得存放非募集资金或者用作其他用途，开立或者注销产品专用结算账户的，公司应当及时公告。

4、改变募集资金用途的程序

公司变更募集资金用途，应当经董事会审议通过，并由独立董事、监事会以及保荐机构发表明确同意意见，并经股东大会审议通过。

二、本次募集资金运用的具体情况

（一）生产基地建设项目

1、项目背景

按照皮肤护理产品的不同定位，我国皮肤护理产品市场可大致分为基础护肤品和专业皮肤护理产品。随着大众消费者的消费能力和消费意愿不断升级，消费人群对产品的要求不断提升。由于专业皮肤护理产品的功能性效果较好，产品安全质量和技术含量较高，因此人们对专业皮肤护理产品的消费需求不断增加，进而促使市场持续扩大。国际品牌和国产品牌在专业皮肤护理产品市场中竞争日益激烈，而国产品牌相对来说具有一定市场优势和价格优势，面对日益扩大的市场，国货的崛起以及大多国产品牌的皮肤护理产品有向上延伸的发展趋势，各皮肤护理产品厂商正积极布局专业皮肤护理产品，扩大产能，以满足市场需求同时以价格优势快速抢占国际品牌产品原有的市场份额。

2、项目必要性

（1）提升公司专业产品功效，保证公司产品先进性

在国家经济不断发展的背景下，消费者的消费水平和消费能力不断提升。消

费者对皮肤保养护理产品的消费热度日益增加，专业皮肤护理产品广泛受到消费者的青睐，其功能不断拓展、效果不断提升、技术持续创新等特性使得产业不断升级发展，市场对专业皮肤护理产品出现了在质和量两个层次的需求。敷尔佳在长期发展过程中已经掌握了专业皮肤护理产品的生产技术，但受限于生产场地和生产设备等因素，公司产品结构有待优化，为保证公司产品能够持续满足下游市场对产品功效层面的要求，公司亟需提升产品技术含量和生产制造水平。

本项目拟对现有专业皮肤护理产品生产制造工艺和产品性能进行升级优化，在充分汲取前期积累生产技术和生产经验的基础上，整合产品优势，将升级的制造工艺和生产技术整合应用到产品端，改进生产工艺和产品用料配方及配比技术，主动对现有产品系列进行性能升级和品类更新，满足各类下游客户群体对产品的高标准差异化需求。以提升产品性能和技术含量为目标，结合公司最新技术成果与行业发展趋势，着力于提升产品功效，保持产品先进性和市场竞争力。

（2）提升高端专业皮肤护理产品产量，满足消费者市场需求

专业皮肤护理产品（包括面膜、喷雾、乳液、精华等）对人们的精神、形象提升起到了良好的作用，通过改善肌肤质量，提升肌肤状态，起到补水保湿、抗衰去皱、祛痘淡印、均匀肤色等作用。皮肤护理行业持续保持高景气度发展，带来市场对高端专业皮肤护理产品的大量需求。敷尔佳自成立以来深耕于该行业，对行业及产品有着深刻的理解，在经营过程中逐渐形成了一定的行业影响力，但公司产能增速已逐渐落后于下游市场需求增速，产能瓶颈问题逐渐成为公司的短板，产能不足成为制约公司进一步拓展市场的主要阻碍。为保证公司专业皮肤护理产品供给持续满足下游市场需求，公司亟需扩大产品生产规模。

本项目拟配置国际标准配置水平的自动化生产线生产专业皮肤护理产品系列产品，生产车间配备智能生产控制系统，可大幅提升产能，提升产能利用率，增强公司高端专业皮肤护理产品生产能力。同时公司依靠科学的生产工序和纯熟的生产工艺，可大幅提升生产效率，扩大产能并增强公司产品的市场供给能力，满足下游市场日益增长的需求，增强公司盈利能力和核心竞争力。

（3）抢占高端专业皮肤护理产品市场份额，加快国产替代进程

随着皮肤护理产业的不断发展，高端专业皮肤护理产品市场规模持续增长，

而国产品牌厂商所生产的专业皮肤护理产品在产品质量和市场规模两个层面仍落后于国外产品。受制于国际品牌厂商的技术垄断和市场垄断，我国高端专业皮肤护理产品市场主要被国际品牌占据，国产化替代程度较低，限制了国产产品的市场占有率。全球高端专业皮肤护理产品市场，主要由雅诗兰黛、迪奥、兰蔻、SK II 等海外大牌企业掌握，国产替代空间广阔。

敷尔佳经过多年的行业积累，逐步建立了独有的生产研发体系，拥有具有自主知识产权的生产技术工艺。公司拟通过本项目的建设实施，扩大专业皮肤护理产品的生产能力，打破国际品牌垄断市场的局面，并进一步推出新的优质国货产品，加快国产替代进程。

3、项目可行性

（1）广阔的市场前景为项目实施提供市场支撑

伴随着皮肤护理产业不断发展，我国逐渐成为全球最大的皮肤护理产品消费国之一，皮肤护理产品的应用对象和功能效果不断扩展。面对国人消费能力的崛起，我国皮肤护理产业即将迎来新一轮的高速发展阶段，市场对高技术含量高功效的专业皮肤护理产品需求将持续扩大，敷尔佳多年持续深耕专业皮肤护理产品研发及销售，已积累了良好的市场口碑和市场知名度，市场需求较为旺盛。项目建成后，广阔的市场需求有助于消化公司的产能，良好的市场前景为本项目开展提供了支撑。

（2）公司已具备一定的技术和经验作为基础

公司自成立以来深耕于专业皮肤护理产品行业，在该领域内已具有一定的行业影响力和市场知名度，并在发展过程中逐渐积累了一定的技术基础和生产经验。与此同时，在高端专业皮肤护理产品的研发制造上，公司依靠产品的技术优势不断扩大市场份额，形成了技术迅速产品化、产品收入持续推进技术开发的良性循环。与此同时，公司不断进步发展的原动力来源于公司的技术研发团队，半数以上的技术工人均具备高端专业皮肤护理产品生产流程控制能力。同时，公司始终重视员工生产技术能力的培训工作，多数员工学习并掌握了产品生产加工的关键流程技术，并结合公司自有技术积累，积极将研究成果转化成为技术优势，积极将行业新技术落地应用，积累了一定的技术基础。同时公司以专业的生产技

术经验为依托，实现多年来产品质量持续稳定。目前，公司皮肤护理产品剂型多样，丰富的技术和经验为本项目开展打下了基础。

（3）公司拥有成熟的质控体系和良好的市场口碑

作为专业皮肤护理产品行业内最具影响力的国产品牌之一，敷尔佳经过多年的发展和深层次的探究，现已成为中国专业皮肤护理产品市场行业领军者。同时，公司依据严格的审核流程和标准对公司生产过程中的各个环节进行全流程质量管控，提升了生产效率和产品合格率，增强了企业经济效益的同时也提升了社会效益。通过对产品质量的持续监控以及对管理体系的持续运行，企业的产品质量和管理水平得到了有效提升。另外，公司作为哈尔滨民营企业五十强企业，凭借高性能的优质产品受到了市场的广泛认可，屡获多项行业内奖项。良好的市场口碑和完整的质控体系为本项目的顺利实施提供了可靠的外部基础。

4、投资方案概述

（1）项目建设内容

本项目建设基于公司现有技术水平，结合产品市场发展前景，拟新增专业皮肤护理产品生产线，实现敷尔佳医用透明质酸钠修复贴（白膜）、敷尔佳医用透明质酸钠修复贴（黑膜）、敷尔佳透明质酸钠修护膜、敷尔佳胶原蛋白水光修护贴、敷尔佳虾青素传明酸修护贴等产品的扩产。

（2）项目实施进度

本项目建设期拟定为 3 年。本项目进度计划内容主要包括以下内容：项目前期工作、勘察设计、建筑施工、设备采购、设备安装与联调、人员招聘培训、竣工交付等内容。具体项目进度内容如下：

项目实施进度表（单位：月）

序号	内容	月进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	前期工作	△	△										
2	勘察设计		△	△									
3	建筑施工			△	△	△	△	△	△				
4	设备及材料购置					△	△	△	△	△			

序号	内容	月进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
5	设备安装调试							△	△	△			
6	人员招聘							△	△	△			
7	人员培训								△	△	△		
8	竣工验收										△	△	
9	试运行											△	△

（3）投资概算

建设项目评价中的总投资包括建设投资、建设贷款期利息和铺底流动资金。本项目总投资 65,550.89 万元，其中建设投资 58,474.26 万元，无建设贷款期利息，铺底流动资金 7,076.63 万元。具体情况如下：

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
1	**建设投资**	**58,474.26**	**89.20%**
1.1	工程费用	31,288.64	47.73%
1.2	其他费用	24,401.14	37.22%
1.3	预备费	2,784.49	4.25%
2	**建设期贷款利息**	**-**	**-**
3	**流动资金**	**7,076.63**	**10.80%**
总投资		**65,550.89**	**100.00%**

（4）项目选址

公司拟在新建厂区，建设五栋单体建筑，主要含研发办公综合楼、生产厂房、成品库房与半成品库房、员工宿舍楼等主要建筑，总用地面积 75,259.01 ㎡（约合 112.89 亩），总建筑面积 90,738.69 ㎡。对应土地已取得土地使用权证，编号为：黑（2021）哈尔滨市不动产权第 0342756 号。

本项目建设生产厂房（含三个生产车间）、成品仓库、半成品仓库及配套建筑及设施，本项目占地面积合计 69,331.78 ㎡，本项目建筑面积合计 81,402.84 ㎡。

根据项目实际生产需要以及厂区实际规模，配套建设供电、给水、排水、环保等公辅设施工程。

（5）项目环境影响评价

本项目建设期间各项施工活动、运输将不可避免地产生噪声、粉尘、废水、固体废弃物等，对周围的环境会产生一定的影响。建设期产生污染的环节主要是配制混凝土及水泥砂浆、土建施工等。主要污染物质是施工人员生活污水、施工废水、作业粉尘、固体废弃物以及施工机械排放的烟尘和噪声等，其中以施工噪声和粉尘的影响最为突出。

项目建设投产后主要有少量废水、固体废弃物和噪音污染。针对本项目的生产特点，公司将建设完善的废水、废气、固废处理设施。废水经厂区集水装置收集后，经在线监测满足接管标准后，统一排入厂区废水处理厂；固废委托有资质的单位定期代为处置；厂区同时采用减振、隔音等噪声防治措施。各项环保措施有效可靠，预计项目投产后不会对大气及地表水生态环境产生较大影响。

综上所述，本项目建设对周围环境影响较小，产污量较少。项目所排放的主要污染物均采取了有效的污染控制措施，污染物均达标后排放，预测该建设项目对项目所在区的水、气、声环境影响较小，对生态环境基本无影响。通过落实本项目的管理措施，污染物排放总量能在达标范围内得到有效控制。从环保角度看，该项目建设是可行的。

（二）研发及质量检测中心建设项目

1、项目背景

近年来，我国经济水平不断增长，人民生活水平不断提高，人们对自身健康及肌肤护理越发重视。科学护肤观念的普及使消费者更关注化妆品的成分和功效，专业皮肤护理产品的受欢迎程度大幅提升，其市场规模增速相比于基础护肤品更高。然而随着专业皮肤护理产品行业新兴企业不断进入，目前市场上的专业护肤产品创新性不足，无法满足消费者多元化的需求。在激烈的市场竞争环境下，面对专业皮肤护理产品行业现状，公司需要开拓创新，不断有所发现，持续提高自身研发水平、专业水平和经营管理水平，形成适应市场竞争要求和企业发展需要的企业技术开发体系及其有效运行机制，提高企业的市场反应能力、协调、运用资源的能力和自主创新能力，研发出满足消费者多元化需求的新产品，与时俱进，推陈出新。

2、项目必要性

（1）增强公司自主创新能力，实现公司可持续发展战略

自主创新能力是企业持续发展的基础，是企业保持核心竞争力的基石。公司一直致力于医用敷料及专业皮肤护理产品的研发和创新，并掌握医用透明质酸钠修复贴、敷尔佳虾青素传明酸修护贴、敷尔佳 B5 急护喷雾等核心产品的生产技术。但随着公司研发技术成果和产品种类的逐渐丰富，复杂度相应提高，现有环境和设备已无法满足公司持续研发的需求，公司迫切需要一个拥有先进研发及检测设备的研发场所与掌握先进研发技术的研发团队，为公司的快速发展提供先进的研发技术支持。因此，本项目的建设通过购置先进的研发设备和检测设备，对功能性护肤品和医用胶原蛋白敷料进行研发。

本项目建成后，将为公司的研发工作提供必备的研发环境、硬件设备和人才资源，提高研发人员的工作效率、提升研发水平的先进性，加强对产品的质量检测，使新产品和新技术更具竞争力，占领更多的市场份额，保持公司可持续发展。

（2）满足客户多元化要求，扩大市场占有率

随着专业皮肤护理产品及医用敷料行业的快速发展，消费者对产品的要求也日益提升。相比于过去的寻求单一产品功效全面的消费偏好，当前消费者更为注重产品的细分功效，寻求更为专业有效的单一功能产品。但是目前市场上的功能性护肤产品对细分领域关注度较低，市场创新性不足，导致了产品间同质化严重，新型产品匮乏，无法满足消费者需求。而医用敷料行业内企业不断发展成熟，但中国医用敷料产品也仍以传统伤口护理类为主，产品同质化严重。

为此公司拟通过本项目的建设购置一批先进的研发设备和检测设备，组建优秀的研发团队。一方面可以在现有产品基础上，研发出更多市场所需求的新产品，进一步丰富公司的产品结构，为客户提供多样化、高品质的产品，增加客户黏性，满足客户多元化要求；另一方面，公司通过优秀的运营模式和不断提升的研发能力，为公司开拓新市场、提高市场地位提供支撑，进一步扩大公司的市场影响力和增强公司的核心竞争能力，最终扩大公司市场占有率。

（3）培育核心人才，构建公司技术支撑体系

高端技术研发人才对公司发展有着重大意义，企业持续不断的研发投入需要

大量的高端专业人才予以支撑，专业人才的不足将会导致企业无法形成合理的技术研发梯队，从而无法及时准确满足市场需求。企业目前研发方面的优势在于拥有产品用料配方及配比和生产工艺等专有技术。但伴随着行业内竞争压力的不断增大，面对未来持续扩大的市场规模，为适应市场需求的多样化和复杂化趋势，公司亟需增加具有行业相关研发经验的高端人才。

本项目的顺利实施，可有效改善研发环境和提升研发人员的工作效率，为吸引高层次、高素质的技术人才打下良好的基础。同时，研发及质量检测中心在运营过程中不断推进的标准化管理体系建设，可提升公司的研发流程设计、成本管理、以及风险管理等水平，进而有效提高研发效率，降低研发运营成本。

3、项目可行性

（1）丰富的研发经验为项目实施提供了技术保障

公司研发团队深耕皮肤护理领域，一直专注于专业皮肤护理产品领域的研发创新，形成了较为完整的产品研发体系。公司产品拥有较高市场占有率的同时，也积累了丰富的技术研发经验，丰富的研发经验将为项目的顺利实施提供重要技术保障。

（2）完善的研发制度为项目实施提供了研发保障

公司始终坚持在创新中求发展，目前拥有完善的研发制度和良好的人才培养机制。公司建立各项研发管理规章制度，在实际运行中，不断进行管理机制的改进，以便迎合并促进公司的快速发展。公司根据技术和管理岗位人员的不同特点，有计划地对其进行针对性地培训和指导。在此基础上，公司建立了多渠道的资金投入体系，为产品研发创新工作提供可靠和稳定的资金来源，并不断加大新产品和技术研发力度，持续增加科技研发的人力和资金投入力度，逐步提升公司在专业皮肤护理产品及医用敷料领域的研发能力。因此，公司完善的研发制度为本项目的顺利实施提供了充分的研发保障。

（3）优秀的研发团队和成熟的人才培养机制为项目的开展奠定了研发基础

高素质的研发人才是企业研发创新的根本，人才的引进和培养也是公司发展的重要组成部分。公司自成立以来，始终重视专业人才的培养和引进工作。目前公司拥有专业化的研发团队，具有丰富的产品技术标准专业理论知识和实践操作

经验，技术素质较高，研发能力较强。同时，公司在人才培养方面，已建立起一套成熟的人才培养、引进、激励体系，为研发人才创造良好的工作条件和创新环境。因此，公司多年积累的优秀研发团队及人才培养机制，为本项目的实施奠定了坚实的研发基础。

4、投资方案概述

（1）项目建设内容

本项目拟建设研发及质量检测中心，以技术研发为核心，以质量检测为辅助，通过专业皮肤护理产品的技术研究，进一步提升公司研发能力，增加公司的技术储备，同时对现有产品及在研产品进行质量检测以保证公司产品质量。

（2）项目实施进度

本项目建设期拟定为 3 年。本项目进度计划内容主要包括以下内容：项目前期准备，建筑设计与土建工程、安装工程设备与软件购置、安装及调试，人员招聘及培训，项目试运行等内容。具体进度如下表所示：

项目实施进度表（单位：月）

序号	内容	月进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期工作	△	△										
2	项目总体规划		△	△									
3	建筑设计与土建工程			△	△								
4	设备采购				△	△	△	△	△	△			
5	设备安装及调试				△	△	△	△	△	△			
6	人员招聘、培训										△	△	
7	试运行											△	
8	竣工验收												△

（3）投资概算

建设项目评价中的总投资包括建设投资、建设期贷款利息和铺底流动资金；本项目总投资 5,698.53 万元，其中：建设投资 5,698.53 万元，无铺底流动资金及建设期贷款利息。

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
1	**建设投资**	**5,698.53**	**100.00%**
1.1	工程费用	2,283.20	40.07%
1.2	其他费用	3,143.94	55.17%
1.3	预备费	271.36	4.76%
2	**建设期贷款利息**	**-**	**-**
3	**流动资金**	**-**	**-**
总投资		**5,698.53**	**100.00%**

（4）项目选址

本项目拟于哈尔滨市松北区规划 214 路以东、规划 224 路以南、奥瑞德项目以西、九洲路以北位置建设研发及质量检测中心，建筑面积为 2,854.00m^2。

（5）项目环境影响评价

本项目在建设期中，涉及到装修施工，会对环境造成一定程度的影响。期间主要污染物包括废水、施工噪音、固体废弃物等。项目运营期产生污染物主要有研发人员生活废水，研发废水，研发废料。

项目建设期产生的机械噪声采用减震、隔音等治理措施，生活垃圾统一集中处理，生活污水简单处理后排入当地污水管网。预计项目实施后不会对大气及地表水生态环境产生重大的影响。

综上所述，本项目建设对周围环境影响较小，产污量较少。项目所排放的主要污染物均采取了有效的污染控制措施，污染物均达标后排放，预测该建设项目对项目所在区的水、气、声环境影响较小，对生态环境基本无影响。通过落实本项目的管理措施，污染物排放总量能在达标范围内得到有效控制，具备实施可行性。

（三）品牌营销推广项目

1、项目背景

传统的皮肤护理产品营销主要是通过在线下商超、百货商场进行产品的陈列与专柜展示的方式达到品牌曝光与营销推广的目的。电商平台则是通过 B2C、C2C 平台、垂直电商平台和团购网站进行线上推广与销售。近年来，电商平台已

凭借低成本、高效率、消费群体年轻化等特点逐渐成为皮肤护理产品主要销售渠道；随着社交电商、直播等新兴渠道的崛起，丰富了皮肤护理类产品的销售方式，明星背书、影视综艺广告植入、KOL 种草推荐、头部网红直播带货等新型营销方式正因其与消费者的互动性更强、产品体验性更高、产品曝光度更高、用户群体触达更深等特点逐渐受到消费者的青睐。整体来看，我国皮肤护理产品行业营销模式逐渐趋于多元化，而采用线上线下结合、多种营销方式互补的组合式营销正成为新趋势。

2、项目必要性

（1）增强公司品牌影响力，提高知名度

良好的品牌形象对于专业皮肤护理产品企业来说起着至关重要的作用。一般而言，皮肤护理行业相较于其他行业，其终端消费者复杂多样且品牌忠诚度普遍不高，在产品消费时间与空间上通常具有不确定性，因此，终端消费者在某件产品上的最终决策往往取决于其信息披露情况和品牌知名度情况。受我国专业皮肤护理产品行业起步较晚且国产品牌知名度不高等多重因素的影响，我国皮肤护理产品市场主要由如香奈儿、海蓝之谜、雅诗兰黛等国际一线品牌主导，国产品牌市场占有率不高，且腰部企业众多，企业间竞争较为激烈。近年来，得益于电商平台的崛起，国货品牌逐渐走进消费者的视野，并逐渐被国民所接受。公司为抓住时代机遇，着力解决公司品牌影响力不高、营销力度不够、市场曝光率不高等问题。公司拟开展营销推广项目，充分利用电商红利，与天猫、京东、唯品会等各大电商平台建立深度合作，实现产品的广告投放与流量的及时导入；并通过采用 KOL 推广、明星代言等方式增强公司品牌影响力；提高公司品牌在终端消费者的曝光度，并有效传递企业文化，提高品牌的知名度及影响力。

（2）丰富公司营销推广方式，拓宽盈利渠道

敷尔佳自成立以来始终实时跟踪行业动态，积极寻求新的营销方式以提高自身的盈利能力。近年来，在移动互联网快速发展以及新型社交媒体平台逐渐崛起的大背景下，皮肤护理产品类营销方式逐渐朝着数字化、多元化方向发展。相较于传统线下商超、百货推广，借助电商、网红直播、平台入驻等方式进行的新式营销可增加与消费者的互动性、调动消费者对产品更深层次的感知与体验、提高

营销效率，并借助平台刻画用户画像、实现精准化营销。因此，公司拟通过本项目进一步在天猫、小红书、京东等 B2C 平台设立网络店铺进行线上营销推广与销售；此外，为解决电商平台仅有图文展示、互动性不高等缺陷，公司拟在本项目中增加与头部网红的合作频次，并孵化本土网红辅之，进行直播卖货，从而进一步调动消费者的购买积极性，并形成购买群体效益。综上，丰富的营销推广方式可有效地拓宽公司的盈利渠道，提高盈利水平。

（3）宣传公司专业皮肤护理产品特点，突显产品优势

近年来，随着护肤意识的深入人心，护肤产品的功效、成分逐渐成为消费者的主要关注点，根据自身年龄、肌肤状态针对性地挑选出更具功能性的护肤品成为购买趋势。同时，消费诉求功效化正刺激同行业企业推出功效型化妆品以获取新的盈利增长点。敷尔佳自成立以来便专注于功能性护肤品研发与生产，公司现有产品主要分为医疗器械类产品及化妆品类产品，其医疗器械类与化妆品类的产品均依消费者多元化需求而研制，产品种类丰富且具有修护、舒缓、保湿等多种功效。但基于多年来国际品牌影响力深厚、国产品牌知名度不高等多重因素的影响，敷尔佳仍面临着产品渗透力不足、品牌关注度不高、公司文化知晓度不够等问题，因此，公司拟通过品牌营销推广项目的建设，采用 KOL 种草分享、明星代言、综艺电视剧曝光、头部网红直播讲解等多种营销形式进行公司产品的介绍与宣传，突出公司专业皮肤护理产品的产品特点，突显敷尔佳产品优势，提高公司知名度与竞争力。

3、项目可行性

（1）公司具备丰富的营销推广经验

公司经过多年的发展，在功能性护肤品产品推广与营销的过程中积累了丰富的经验，并逐渐建立了较为完善的市场推广机制。同时，公司紧跟时代发展的潮流，并在互联网高速发展、短视频、直播逐渐兴起的背景下，充分利用新媒体时代下的营销渠道多元化发展趋势，现已形成了线上线下结合、网络直营店与网络 B2C 配合的营销方式，并采用电商平台推广、影视综艺广告植入、明星代言等方式进行品牌推广。丰富的营销推广经验为本项目的顺利实施奠定了基础。

（2）公司拥有成熟的营销团队

截至本招股说明书签署日，公司已建立起符合自身特点与发展规划的营销推广部门，并下设品牌部及市场部，公司现有成熟完整的营销推广团队，大部分人员均已在专业皮肤护理产品的推广、营销等方面积累了大量的实战经验，具备专业的营销素质、丰富的营销经验、成熟的营销推广方式与高效的营销推广效率。经过营销团队的不懈努力以及多年的品牌塑造，公司现已具备了较高的知名度。综上，成熟的营销团队为本项目的实施提供了基础。

4、投资方案概述

（1）项目建设内容

本项目所需的办公用房及其他建筑拟通过新建方式解决，总建筑面积共计12,135.61 ㎡，其中办公楼建筑面积共计 8,433.61 ㎡，展厅建筑面积共计 367.00 ㎡，商务接待中心建筑面积共计 3,335.00 ㎡。

（2）项目实施进度

本项目建设期拟定为 3 年。项目进度计划内容包括项目前期准备、勘察设计、土建施工、设备采购及安装调试、人员培训、品牌营销推广等。具体进度如下表所示：

项目实施进度表（单位：月）

序号	内容	月进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	前期工作	△	△										
2	勘察设计	△	△										
3	土建施工			△	△								
4	内部装饰装修					△							
4	设备购置及安装调试					△	△	△	△	△	△	△	
5	人员培训								△	△	△	△	
6	品牌营销推广	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△

（3）投资概算

建设项目评价中的总投资包括建设投资、建设期贷款利息和铺底流动资金；

本项目总投资 88,552.61 万元，其中：建设投资 88,552.61 万元，无铺底流动资金及建设期贷款利息。

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
1	**建设投资**	**88,552.61**	**100.00%**
1.1	工程费用	9,708.49	10.96%
1.2	其他费用	74,627.33	84.27%
1.3	预备费	4,216.79	4.76%
2	**建设期贷款利息**	**-**	**-**
3	**流动资金**	**-**	**-**
总投资		**88,552.61**	**100.00%**

注：其他费用中包含建设单位管理费、项目前期工作费、勘察设计费、推广费、工程监理费等

建设投资的其他费用中，公司推广费为 74,000.00 万元，具体投资及计划使用情况如下：

序号	推广方式	主要内容	投入金额（万元）
一	平台推广		-
1	营销工具	站内推广投放包括直通车、钻展、品销宝、一站式智投、超级推荐等费用	9,500.00
2	直播佣金	网红直播合作坑位费及佣金	15,000.00
3	天猫费用	站内成交手续费、拉新费用、官方工具手续费	16,500.00
4	物流费用	运输物流费	10,000.00
小计			**51,000.00**
二	品牌营销		-
1	KOL 推广	与网红博主等合作费	11,500.00
2	明星代言	明星为公司产品代言费	5,750.00
3	平台信息流	平台信息引流费	3,450.00
4	其他投入	其他如影视综艺等广告植入费	2,300.00
小计			**23,000.00**
合计			**74,000.00**

（4）项目选址

本项目拟于哈尔滨市松北区规划 214 路以东、规划 224 路以南、奥瑞德项目以西、九洲路以北位置进行建设。项目所需的办公用房及其他建筑拟通过新建方式解决，总建筑面积共计 12,135.61 ㎡，其中办公楼建筑面积共计 8,433.61 ㎡，

展厅建筑面积共计 367.00 ㎡，商务接待中心建筑面积共计 3,335.00 ㎡。

（5）项目环境影响评价

项目建设期间各项施工活动、运输将不可避免地产生噪声、粉尘、废水、固体废弃物等，对周围的环境会产生一定的影响。建设期产生污染的环节主要是配制混凝土及水泥砂浆、土建施工等。主要污染物质是施工人员生活污水、施工废水、作业粉尘、固体废弃物以及施工机械排放的烟尘和噪声等，其中以施工噪声和粉尘的影响最为突出。

项目运营期的工作过程中将产生废水、固体废弃物等，对环境造成一定的影响。废水主要为工作人员产生的生活污水；固废主要是工作人员的生活垃圾和少量危废物。

综上所述，本项目建设对周围环境影响较小，产污量较少。项目所排放的主要污染物均采取了有效的污染控制措施，污染物均达标后排放，预测该建设项目对项目所在区的水、气、声环境影响较小，对生态环境基本无影响。通过落实本项目的管理措施，污染物排放总量能在达标范围内得到有效控制，具备实施可行性。

（四）补充流动资金

1、项目背景

公司综合考虑了行业发展趋势、自身经营特点、财务状况以及业务发展规划等情况，拟使用募集资金中的 30,000.00 万元补充流动资金。

2、项目必要性及管理运行安排

（1）公司经营规模逐步扩大，公司经营性流动资金需求日益增加

报告期内，公司业务规模迅速增长，业务和人员规模的不断扩大使得公司对日常运营资金的需求不断增加，因此公司需补充一定规模的流动资金以保障公司正常经营和业务发展规划的顺利实施。

（2）公司品牌影响力维持及提高对流动性资金有较大需求

公司主营业务为专业皮肤护理产品的研发、生产及销售，属于资本密集型行业，该行业对于产品质量、技术水平和品牌影响力均有较高的要求，需要持续的

广告投放、高质量产品的生产投入才可维持公司具备良好的竞争力，可预见公司的广告投放及宣传费用会持续增加，公司需要更多的流动资金以应对品牌影响力相关花费的资金需求。

三、新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

本次发行募集资金投资项目实施将合计新增固定资产 68,217.94 万元，项目实施后每年新增折旧摊销费用预计为 4,608.77 万元。在项目实施期内，固定资产折旧会对公司利润产生一定影响，项目完成进入收益期后，预计将提高公司盈利水平，固定资产折旧因素对公司经营业绩的影响将逐步减少。

四、本次募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）对净资产与每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司净资产及每股净资产都将得到提高，公司资本实力及抗风险能力将进一步增强。

（二）对资产负债率和资本结构的影响

本次募集资金到位后，在负债金额不发生较大变化的情况下，公司的各项财务指标将会得到较大改善，流动比率和速动比率将会大幅提高，公司资产负债率将进一步下降，有效提升公司的融资能力。

（三）对公司经营成果和盈利能力的影响

募集资金投资项目实施过程中，公司净资产将有一定的增长，而在实施期间内，募集资金投资项目尚无法产生较大盈利，公司净资产收益率短期内将有所降低。从中长期看，公司本次募集资金投资项目将有效提升公司产能产量，扩充产品技术储备，增强公司的研发能力和销售渠道建设，公司市场占有率将进一步提升，营业收入和净利润也将得到较大提升，有利于增强公司持续盈利能力和抗风险能力。

五、未来战略规划

公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念，经过市场对公司产品多年的检验，“敷尔佳”品牌在消费者心目中已逐渐树立起了“国品之光”的称号。报告

期内，公司持续推出高品质的产品，巩固品牌热度及知名度。公司将以本次新股发行上市为契机，结合公司的现有产品、市场及品牌优势，通过募集资金投资项目的投入，进一步提升整体研发实力、规模化生产能力及品牌营销能力，力争成为皮肤护理产品行业的领导者。

公司未来三年的发展目标及具体措施包括：

（一）加强合作研发，增进公司整体研发实力

公司将通过寻求与科研院所等外部研发机构合作，扩充研发产品线并提高研发效率。公司计划将通过与外部合作研发完成 III 类医疗器械及功能性护肤品的研发活动，并通过委托研发/合作研发的形式对产品进行设计、升级等工作。未来公司自有研发团队将主要集中于现有产品的更新换代及前期产品雏形的设计；新产品的开发及原料方向的选择等工作将通过与外部科研院所合作的方式进行。

（二）丰富既有产品线，提升公司竞争力

公司建立了医疗器械类产品和功能性护肤品两类产品线。通过网络口碑传播和品牌推广，敷尔佳已拥有多个年销售额过亿元的单品。除了主打的贴片类专业皮肤护理产品外，敷尔佳还推出了乳液、精华、喷雾、冻干粉等品类，在主打产品和品牌声量的带动下，销量可观。公司将继续严格把控生产环节，不断丰富和完善高质量的产品线，提升企业技术水平和综合竞争力，力争成为皮肤护理产品市场领导者。

（三）多渠道布局，加强市场营销和服务能力

敷尔佳采用了线上、线下相结合的营销策略，达成了线上-线下销售的有机融合，多渠道分布形成了优势互补、共同发展的局面。其中，敷尔佳的线下渠道覆盖了医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多个零售终端，拥有较高的可及性。敷尔佳在线上各销售渠道亦获得了较好的销售情况，其中，天猫旗舰店的销售额在同类产品中名列前茅，并获得了阿里健康&天猫医药最佳消费者运营奖。未来公司将进一步扩大各区域市场销售和技术支持团队规模，加强产品推广和宣传，提升品牌知名度，以进一步扩充市场容量。

（四）新业态赋能零售，打造流量品牌

除了渠道的融合，随着新媒体时代的兴起，行业的营销模式从依赖于电视、报刊等传统媒体逐渐发展为线上线下全渠道的营销网络矩阵。近几年，各个专业皮肤护理品牌在微博、微信公众号、小红书、抖音等新兴媒体上进行营销推广的投入比重大幅提升。2020 年，敷尔佳签约偶像男艺人邓伦作为敷尔佳面膜代言人，将拥有年轻粉丝的明星和受到消费者喜爱的品牌相结合。后续，公司将继续选择契合公司品牌形象的人气明星进行品牌代言，从而进一步提升 Z 世代人群对品牌的认知度、增大品牌流量。

未来，敷尔佳将秉持以产品为核心优势，在品牌建设方面向传统意义上的知名品牌不断借鉴和学习，深度运营社交媒体，借势明星、KOL 与各类 IP 热点，通过多渠道与用户建立有效沟通，为中国消费者带来更多选择的专业皮肤护理产品。

（五）优化人力资源结构，加强公司研发能力

公司倡导以人为本，重视人才引进与培养，为人才的培育与发展提供良好的环境，对人才具有较强的凝聚力。随着公司募集资金投资项目的建成投产和公司业务的快速发展，公司对优秀人才的需求将不断增加。公司将有计划地吸纳多学科、高层次的技术与管理人才，完善人才培训、管理和激励体系，构建高水平的人才团队，为公司可持续发展提供必要保障。

第十节 投资者保护

一、投资者权益保护的情况

（一）信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，发行人根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等的有关规定，制订了《信息披露事务管理制度》《重大信息内部报告制度》《投资者关系管理制度》。上述制度明确了信息披露的内容、程序、管理、责任追究机制，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强发行人与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，能够切实保护投资者的合法权益。发行人已经建立并在逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，能够保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

发行人设置了证券办公室负责信息披露和投资者关系管理工作，主管负责人为董事会秘书。为确保与投资者沟通渠道畅通，为投资者依法参与公司决策管理提供便利条件，董事会秘书将负责接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料等。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

为加强公司与投资者及潜在投资者之间的沟通，促进投资者对公司经营状况的了解和经营理念的认同，增进公司与投资者之间的良性互动，根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《创业板上市公司持续监管办法（试行）》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律法规的规定，发行人于 2021 年 5 月 8 日召开了第一届董事会第二次会议，审议通过了《投资者关系管理制度》，以明确公司在投资者关系管理工作中的基本原则、与投资者沟通的内容以及投资者关系管理的组织与实施等。

投资者关系是公司治理的重要内容，发行人未来将注重与投资者的沟通与交

流，并依照《投资者关系管理制度》切实开展投资者关系构建、管理和维护的相关工作，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保投资者公平、及时地获取公司公开信息。

发行人将通过与投资者进行充分的沟通，在提高运作透明度的同时，提升公司的治理水平。在投资者关系建设过程中，发行人将以强化投资者关系为主线，以树立公司资本市场良好形象为目标，探索多渠道、多样化的投资者沟通模式，保持与投资者、特别是中小投资者的沟通交流，努力拓展与投资者沟通的渠道和方式，积极听取投资者的意见与建议，并在交流的过程中不断总结经验，查找不足，持续推动和完善投资者关系管理。

二、报告期实际股利分配情况及发行后的股利分配政策

（一）发行后股利分配政策和决策程序

2021 年 5 月，发行人第一届董事会第二次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于<哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司章程（草案）>的议案》及《关于公司上市后三年股东分红回报规划的议案》，本次发行上市后的公司股利分配政策如下：

1、利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

2、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式或者法律、行政法规允许的方式分配利润。公司具备现金分红条件的前提下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

3、现金分红的条件

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，公司现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）满足公司正常生产经营的资金需求，公司未来 12 个月内无重大投资计

划或重大资金支出安排（募集资金投资项目除外）。重大投资计划或重大资金支出安排是指具有以下情形之一的：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或进行固定资产投资累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%且超过 5,000 万元；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或进行固定资产投资累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

4、股票股利分配的条件

根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，充分考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素，在满足现金分红的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金分红预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

5、现金分红比例及期间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求情况提议公司进行中期利润分配。在足额预留盈余公积金以后，公司原则上每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 10%；且公司最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

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

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

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

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，

现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达 20%。

公司所处发展阶段由公司董事会根据具体情形确定。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。

6、利润分配的审议程序

（1）公司的利润分配预案由公司董事会结合公司章程、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件、最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，董事会在审议利润分配预案时，须经全体董事过半数表决同意，独立董事应当对该议案发表明确同意的独立意见。

（2）董事会就利润分配方案形成决议后提交股东大会审议。股东大会在审议利润分配预案时，应由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上表决通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（3）监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会在审议利润分配预案时，须经全体监事过半数以上表决同意。

（4）公司当年盈利但未提出现金分红预案的，董事会应在当年的定期报告中说明未进行现金分红的原因以及公司留存收益的确切用途，独立董事对此发表独立意见后提交股东大会审议。

7、股东分红回报规划的制定周期及调整机制

公司应以每三年为一个周期，制订周期内股东回报规划。根据股东特别是中小投资者、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的利润分配政策做出适当且

必要的修改，以确定该时段的股东回报计划。

如遇战争、自然灾害等不可抗力或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或者监管机构下发利润分配相关新规定的情况，或者公司自身经营状况发生较大变化，公司可对利润分配政策进行调整。调整后的利润分配政策不得违反届时有效的中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的有关规定。

公司有关调整利润分配政策的议案，须经董事会全体董事过半数审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表明确同意的独立意见。该等议案需经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

2021 年 5 月，公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过了本次发行上市完成后生效的《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司章程（草案）》，进一步明确了公司的利润分配原则、分配形式、分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整程序。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配安排

2021 年 5 月，发行人第一届董事会第二次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》，本次发行前的滚存利润由公司公开发行股票并在创业板上市后登记在册的新老股东依其所持股份比例共同享有。

三、股东投票机制的建立情况

公司建立了完善的累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。

（一）累积投票制

公司制定了《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》等制度，以充分保障投资者依法享有的股东大会召集权、提案权和表决权，能够切实保障投资者参与公司重大决策和选择管理者的权利。

根据上市后实施的《公司章程（草案）》，股东大会就选举或者更换董事、非职工代表监事进行表决时，可以实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东

大会选举或更换董事、非职工代表监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东提供候选董事、监事的简历和基本情况。

除累积投票制外，股东大会将对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

（二）中小投资者单独计票机制

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，应当对中小投资者表决单独计票。单独计票结果应当及时披露。

（三）网络投票制

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》规定，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

公司召开股东大会的地点为公司住所地或股东大会召集人确定并在股东大会通知中明确的其他地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间及表决程序。股东大会网络或其他方式投票的开始时间，不得早于现场股东大会召开前一日下午 3:00，并不得迟于现场股东大会召开当日上午 9:30，其结束时间不得早于现场股东大会结束当日下午 3:00。

同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。

（四）征集投票权

根据《公司章程（草案）》规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集

投票权提出最低持股比例限制。

四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权份、协议控制架构或类似特殊安排。

五、与本次发行相关的重要承诺及履行情况

（一）关于所持股份流通限制及自愿锁定的承诺函

1、控股股东及实际控制人关于所持股份流通限制及自愿锁定的承诺函

发行人控股股东及实际控制人张立国承诺：

“1、自发行人股票上市之日起 36 个月内（以下简称“锁定期”），承诺人不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前的股份，也不提议由发行人回购该部分股份；

2、承诺人在锁定期届满后 2 年内减持发行人股份的，减持价格不低于发行人首次公开发行股份的发行价（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，发行价应相应作除权除息处理，下同）。发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，承诺人直接或间接持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月；

3、前述锁定期（包括延长后的锁定期）满后，承诺人在担任发行人董事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过承诺人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让承诺人持有的发行人股份；如承诺人在任期届满前离职，承诺人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有发行人股份总数的 25%；

4、如发行人存在重大违法情形，且触及重大违法强制退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至公司股票终止上市前，承诺人不减持直接或间接持有的公司股份。

如法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机

构对上市公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员转让公司股票另有规定的，承诺人将遵守其规定。上述减持价格和股份锁定承诺不因承诺人职务变更、离职等原因而终止。”

2、持有公司股份的董事（不含独立董事）、高级管理人员关于所持股份流通限制及自愿锁定的承诺函

发行人持有公司股份的董事（不含独立董事）、高级管理人员孙娜、郝庆祝、潘宇、邓百娇、沈晓溪承诺：

“1、承诺人自取得发行人股份之日起 36 个月内及发行人股票上市之日起 12 个月内（以下简称“锁定期”），不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前的股份，也不提议由发行人回购该部分股份；

2、承诺人在锁定期届满后 2 年内减持发行人股份的，减持价格不低于发行人首次公开发行股份的发行价（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，发行价应相应作除权除息处理，下同）。发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，承诺人直接或间接持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月；

3、前述锁定期（包括延长后的锁定期）满后，承诺人在担任发行人董事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过承诺人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让承诺人持有的发行人股份；如承诺人在任期届满前离职，承诺人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有公司股份总数的 25%；

4、如发行人存在重大违法情形，且触及重大违法强制退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至公司股票终止上市前，承诺人不减持直接或间接持有的公司股份。

如法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机构对上市公司董事、高级管理人员转让公司股票另有规定的，承诺人将遵守其规定。上述减持价格和股份锁定承诺不因承诺人职务变更、离职等原因而终止。”

3、持有公司股份的监事关于所持股份流通限制及自愿锁定的承诺函

发行人持有公司股份的监事朱洪波承诺：

“1、承诺人自取得发行人股份之日起 36 个月内及发行人股票上市之日起 12 个月内（以下简称“锁定期”），不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前的股份，也不提议由发行人回购该部分股份；

2、前述锁定期届满后，承诺人在担任发行人监事期间，每年转让的股份不超过承诺人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让承诺人持有的发行人股份；如承诺人在任期届满前离职，承诺人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份将不会超过所直接或间接持有公司股份总数的 25%；

3、如发行人存在重大违法情形，且触及重大违法强制退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至公司股票终止上市前，承诺人不减持直接或间接持有的公司股份。

如法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机构对上市公司监事转让公司股票另有规定的，承诺人将遵守其规定。上述股份锁定承诺不因承诺人职务变更、离职等原因而终止。”

4、持有公司股份 5%以上股东关于所持股份流通限制及自愿锁定的承诺函

发行人股东哈三联承诺：

“1、承诺人自取得发行人股份之日起 36 个月内及发行人股票上市之日起 12 个月内（以下简称“锁定期”），不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前的股份，也不提议由发行人回购该部分股份。如在上述锁定期届满后，承诺人拟减持股票的，将严格遵守法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机构的规定；

2、承诺人减持发行人股票前，公司应提前 3 个交易日予以公告，并按照深圳证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。承诺人持有的发行人股份低于 5%时除外。

如法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机

构对持有上市公司 5%股份的股东转让公司股票另有规定的，承诺人将遵守其规定。”

5、其他股东关于所持股份流通限制及自愿锁定的承诺函

发行人其他股东肖丽、王巍、闫天午、韩金平、王鑫磊、许小明承诺：

“承诺人自取得发行人股份之日起36个月内及发行人股票上市之日起12个月内（以下简称“锁定期”），不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的发行人股份，也不提议由发行人回购该部分股份。如在上述锁定期届满后，承诺人拟减持股票的，将严格遵守法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机构的规定。

如法律、行政法规以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管机构对持有上市公司股份的股东转让公司股票另有规定的，承诺人将遵守其规定。”

（二）关于持股及减持意向承诺函

1、控股股东及实际控制人关于持股及减持意向承诺函

发行人控股股东及实际控制人张立国承诺：

“1、承诺人未来持续看好公司以及所处行业的发展前景，愿意长期持有发行人股份；

2、承诺人在持有公司股份锁定期届满后，若承诺人拟减持公司股份，将通过深圳证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式以及其他合法方式进行减持；

3、承诺人承诺减持公司股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、行政法规及深圳证券交易所规范性文件的规定。在持股锁定期满后2年内减持的，减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价格（若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息行为的，上述发行价格为除权除息后的价格）；

4、承诺人在持股锁定期届满后 2 年内，每年减持公司股份的数量不超过公司首次公开发行股票结束时其所持公司股份数量的 25%（公司上市后发生资本公积转增股本、派送股票红利、配股、缩股等事项的，以相应调整后的数量为基数）；

5、如减持公司股份，承诺人将遵守相关法律、行政法规及深圳证券交易所规范性文件的规定，包括按不同减持方式的程序要求提前将减持意向通知公司，由公司及时予以公告，并在公告日后规定的期间减持公司股份。

6、如违反上述承诺，承诺人将在公司股东大会及中国证监会指定信息披露媒体上公开说明具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，同时承诺人违反前述承诺致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将依法赔偿投资者损失。”

2、持股 5%以上股东关于持股及减持意向承诺函

发行人股东哈三联承诺：

“1、承诺人承诺在锁定期内不减持公司股份；

2、承诺人在股份锁定期满后的 2 年内减持公司股份的，将结合证券市场情况、公司股票走势及公开信息、承诺人的业务发展需要等情况，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；

3、在其实施减持时，将遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所届时有效的减持要求及相关规定履行必要的减持程序，并积极配合公司的公告等信息披露工作。”

（三）关于公司上市后三年内稳定股价的承诺函

发行人、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）及高级管理人员根据相关监管要求，就公司上市后三年内稳定股价预案及约束措施作出如下承诺：

1、稳定股价的措施及启动条件

“如公司股票自上市之日起三年内，连续 20 个交易日的收盘价均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）时，在满足法律、法规和规范性文件关于增持或回购相关规定的情形下，公司将按以下顺序实施稳定股价措施：

（一）公司回购公司股票；

（二）公司控股股东增持公司股票；

（三）公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票；

（四）其他证券监管部门认可的方式。

选用前述方式时应考虑：（1）不能导致公司不满足法定上市条件；（2）不能迫使控股股东履行要约收购义务。

公司稳定股价措施及承诺履行完毕之日起 2 个交易日内，公司应将稳定股价措施实施情况予以公告。自公告之日起 90 个自然日内，若股价稳定方案终止的条件未能实现，则公司董事会制定的股价稳定方案即刻自动重新生效，公司、控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员等相关责任主体继续履行股价稳定措施；或者公司董事会即刻提出并实施新的股价稳定方案，直至股价稳定方案终止的条件实现。”

2、稳定股价措施的实施方式

“（一）公司回购公司股票

1、公司董事会将在满足稳定股价措施启动条件之日起 5 个交易日内召开董事会讨论具体的回购方案，并提交股东大会审议。审议实施回购股票的议案，公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续，在完成必需的公告、审批、备案、信息披露等程序后 90 个自然日内，公司方可实施相应的股份回购方案。回购行为及信息披露、回购后的股份处置应当符合法律、行政法规等规定，并依照股东大会决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

2、用于股份回购的资金来源为公司自有资金，回购股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产，单次回购股份数量不超过公司股本总额的 1%，单一会计年度累计回购股份数量不超过公司股本总额的 2%，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的总额。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。如遇法律、行政法规等规定不得买卖公司股票的期间，则实施时间相应顺延。

3、公司全体董事（独立董事除外）承诺，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

4、公司股东大会对回购股份做出决议，公司控股股东承诺，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

（二）公司控股股东增持公司股票

1、当公司已采取稳定股价措施并实施完毕后，若公司股票价格仍满足稳定股价措施的启动条件时，公司控股股东应在 5 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露控股股东增持公司股份的计划。在公司披露控股股东增持公司股份计划的 3 个交易日后，控股股东开始实施增持公司股份的计划。

2、单次增持股份数量不超过公司股本总额的 1%，单次增持总金额不低于上一会计年度自公司获得税后现金分红的 25%，单一会计年度累计增持股份数量不超过公司股本总额的 2%。公司不得为控股股东实施增持公司股票提供资金支持。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，控股股东可不再实施增持公司股份。如遇法律、行政法规等规定不得买卖公司股票的期间，则实施时间相应顺延。

（三）董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票

1、在公司、公司控股股东均已采取稳定股价措施并实施完毕后，若公司股票价格仍满足稳定股价措施的启动条件时，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应在 5 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份的计划。在公司披露公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份计划的 3 个交易日后，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员开始实施增持公司股份的计划。

2、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份的价格不高于公

司最近一期经审计的每股净资产且各公司董事（独立董事除外）、高级管理人员用于增持公司股份的金额为其上一会计年度从公司领取税后薪酬额的 30%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员可不再实施增持公司股份。如遇法律、行政法规等规定不得买卖公司股票的期间，则实施时间相应顺延。

3、若公司新聘任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事（独立董事除外）、高级管理人员履行公司上市时董事（独立董事除外）、高级管理人员已作出的相应承诺。

（四）稳定股价措施的终止条件

若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

1、公司股票连续 20 个交易日的收盘价均高于最近一期经审计的每股净资产；

2、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；

3、各相关主体在一个会计年度内增持股份的数量或用于增持股份的金额均已达到上限；

4、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。”

3、未履行稳定股价承诺的约束措施

“（一）公司未履行稳定股价承诺的约束措施

如公司未能履行或未按期履行稳定公司股价的承诺，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，公司将在公司股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明具体原因并向股东及社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺、以尽可能保护投资者的利益。

（二）控股股东未履行稳定股价承诺的约束措施

如控股股东未能履行或未按期履行稳定股价承诺，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，需在公司股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明具体原因并向公司股东及社会公众投资者道歉，并在违反前述承诺的事实当

月起，停止在公司处获得股东分红及领取薪酬，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

（三）董事（独立董事除外）、高级管理人员未履行稳定股价承诺的约束措施

如董事（独立董事除外）、高级管理人员未能履行或未按期履行稳定股价承诺，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，需在公司股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明具体原因并向公司股东及社会公众投资者道歉，并在违反前述承诺的事实当月起，停止在公司处领取薪酬及获得股东分红（如有），直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

若法律、行政法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对公司、控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，公司、控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员自愿无条件地遵从该等规定。”

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

1、发行人对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

发行人就欺诈发行上市的股份回购和股份买回作出承诺如下：

“1、公司本次公开发行不存在任何欺诈发行的情形；

2、如公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证券监督管理委员会、证券交易所等证券监督管理有权部门确认后 5 个工作日启动股份回购程序，回购公司本次公开发行的全部新股。”

2、公司控股股东及实际控制人对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

发行人控股股东及实际控制人张立国承诺：

“1、承诺人保证公司本次公开发行不存在任何欺诈发行的情形；

2、如公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，承诺人将及时提议召集召开公司董事会、股东大会，并在相关会议中就相关议案投赞成票，以确保公司依法回购本次公开发行的全部新股。如承诺人对欺诈

发行负有责任，则亦有义务回购本次公开发行的全部新股。”

（五）关于首次公开发行股票并在创业板上市填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、发行人关于首次公开发行股票并在创业板上市填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人对本次发行股票事宜摊薄即期回报的影响作出如下承诺：

“根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）、《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等文件的有关规定，公司就本次发行股票事宜对摊薄即期回报的影响进行了分析并提出了具体的填补措施，具体如下：

（一）坚持新品研发与产品创新，持续完善营销网络和知识产权保护体系

公司将依托自身的研发能力，坚持产品研发与产品创新。公司未来将通过把握行业发展规律、加大研发投入、提升产品质量、优化产品结构等措施，不断加强营销网络建设，完善知识产权保护体系，持续巩固和提升公司的市场竞争优势。

（二）加强内部控制和人才建设，全面提升经营管理效率

公司已经建立并形成了较为完善的内部控制制度和管理体系，未来将进一步提高经营管理水平，持续修订、完善内部控制制度，控制经营管理风险，确保内控制度持续有效实施。同时，公司将加强预算管理，精细化管控费用支出，提升资金使用效率，实现降本增效。此外，公司将持续完善人力薪酬和激励机制，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，发挥员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提升经营管理效率，促进长期稳定健康发展。

（三）加强募集资金管理，争取早日实现预期效益

本次发行募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务，符合国家相关产业政策，项目建成投产后有利于提升公司技术水平，扩大生产规模，提高市场份额，增强公司盈利能力、核心竞争力和可持续发展能力。

本次发行完成后，公司将根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规和公司相关制度的要求，严格管理募集资金使用，确保募集资金得到充分有效利用。同时，公司将按照承诺的募集资金的用途和金额，积极推进募集资金投资项目的建设和实施，尽快实现项目收益，以维护公司全体股东的利益。

本次发行募集资金到账后，公司将加快推进募集资金投资项目的投资和建设，充分调动公司研发、采购、生产及综合管理等各方面资源，及时、高效完成募投项目建设，保证各方面人员及时到位。通过全方位推动措施，争取募集资金投资项目早日达产并实现预期效益。

（四）完善利润分配政策，强化投资者回报机制

公司将为本次发行上市召开股东大会审议通过《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司章程（草案）》。此议案进一步明确和完善了公司利润分配的原则和方式，利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例，股票股利的分配条件及比例，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策调整的决策程序。

同时，公司还制订了《公司上市后三年股东分红回报规划》并将提交股东大会审议。《公司上市后三年股东分红回报规划》对本次发行后三年的利润分配进行了具体安排。公司将保持利润分配政策的连续性与稳定性，重视对投资者的合理投资回报，强化对投资者的权益保障，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。”

2、控股股东及实际控制人关于首次公开发行股票并在创业板上市填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人的控股股东及实际控制人对本次发行股票事宜摊薄即期回报的影响作出如下承诺：

“承诺人将严格执行关于上市公司治理的各项法律、行政法规及其他规范性文件的规定，保护公司和公众利益，不越权干预公司经营管理活动，不以任何方式侵占公司利益。

承诺人承诺切实履行公司制定的填补被摊薄即期回报措施以及对此作出的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，承诺人愿意依法承担对

公司或者投资者的补偿责任。”

3、董事、高级管理人员关于首次公开发行股票并在创业板上市填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人的董事、高级管理人员对本次发行股票事宜摊薄即期回报的影响作出如下承诺：

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

2、承诺对职务消费行为进行约束；

3、承诺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、承诺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、承诺若公司实施股权激励，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。

承诺切实履行公司制定的填补被摊薄即期回报措施以及对此作出的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，承诺愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

（六）关于利润分配政策的承诺

发行人就利润分配政策作出如下承诺：

“为进一步推动公司建立科学、持续、稳定的分红机制，积极回报股东，引导投资者形成稳定的投资回报预期，保护投资者的合法权益，根据《中华人民共和国公司法》《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）《上市公司监管指引 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43 号）等相关法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》的规定，特制定《关于公司上市后三年股东分红回报规划》，具体内容如下：

一、公司上市后三年股东分红回报规划的制定原则

公司上市后三年股东分红回报规划的制定着眼于对投资者的合理回报，公司

的长远和可持续发展，综合分析考虑公司战略发展规划、行业发展趋势、公司实际经营情况及股东的要求和意愿，以求为投资者建立合理、科学、有效的回馈机制，从而保证公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，保持公司持续经营能力。

二、公司上市后三年股东分红回报规划的具体内容

（一）利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

（二）利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式或者法律、行政法规允许的方式分配利润。公司具备现金分红条件的前提下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

（三）现金分红的条件

1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，公司现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

2、满足公司正常生产经营的资金需求，公司未来 12 个月内无重大投资计划或重大资金支出安排（募集资金投资项目除外）。重大投资计划或重大资金支出安排是指具有以下情形之一的：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或进行固定资产投资累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%且超过 5,000 万元；公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或进行固定资产投资累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

3、审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（四）股票股利分配的条件

根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，充分考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素，在满足现金分红的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金分红预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

（五）现金分红的比例及期间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求情况提议公司进行中期利润分配。在足额预留盈余公积金以后，公司原则上每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 10%；且公司最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

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

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

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

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

公司所处发展阶段由公司董事会根据具体情形确定。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。

（六）利润分配的审议程序

1、公司的利润分配预案由公司董事会结合公司章程、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件、最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，董事会在审议利润分配预案时，须经全体董事过半数表决同意，独立董事应当对该议案发表明确同意的独立意见。

2、董事会就利润分配方案形成决议后提交股东大会审议。股东大会在审议利润分配预案时，应由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的1/2 以上表决通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

3、监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会在审议利润分配预案时，须经全体监事过半数以上表决同意。

4、公司当年盈利但未提出现金分红预案的，董事会应在当年的定期报告中说明未进行现金分红的原因以及公司留存收益的确切用途，独立董事对此发表独立意见后提交股东大会审议。

三、股东分红回报规划的制定周期及调整机制

公司应以每三年为一个周期，制订周期内股东回报规划。根据股东（特别是中小投资者）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的利润分配政策做出适当且必要的修改，以确定该时段的股东回报计划。

如遇战争、自然灾害等不可抗力或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或者监管机构下发利润分配相关新规定的情况，或者公司自身经营状况发生较大变化，公司可对利润分配政策进行调整。调整后的利润分配政策不得违反届时有效的中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的有关规定。

公司有关调整利润分配政策的议案，须经董事会全体董事过半数审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表明确同意的独立意见。该等议案需经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过。”

（七）关于招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人承诺

发行人就招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者

重大遗漏作出承诺如下：

“1、公司承诺招股说明书及其他信息披露资料所载之内容不存在虚假记载、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；

2、若公司招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、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上市条件构成重大、实质影响的，公司将在中国证券监督管理委员会、证券交易所等证券监督管理有权部门（以下简称“证券监督管理部门”）依法对上述事实作出认定后，依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格不低于公司首次公开发行股票时的股份发行价格加上发行日至回购要约发出日期间的同期银行活期存款利息（如有除权除息等事项，则按规定相应调整回购股份数量和回购价格）；

3、若公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将在证券监督管理部门对上述事实作出认定后，依法赔偿投资者损失；

4、若法律、行政法规、规范性文件或证券监督管理部门对公司违反上述承诺的相关责任及后果有不同规定的，公司自愿无条件遵从该等规定。”

2、控股股东及实际控制人承诺

控股股东及实际控制人张立国就招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏作出承诺如下：

“1、承诺人承诺公司招股说明书及其他信息披露资料所载之内容不存在虚假记载、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；

2、若公司招股说明书及其他信息披露资料存在有虚假记载、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上市条件构成重大、实质影响的，承诺人将在中国证券监督管理委员会、证券交易所等证券监督管理有权部门（以下简称“证券监督管理部门”）依法对上述事实作出认定后，促成公司及时依法回购首次发行的全部新股，回购价格不低于公司首次公开发行股票时的股份发行价格加上发行日至回购要约发出日期间的同期银行活期存款利息（如有除权除息

等事项，则按规定相应调整回购股份数量和回购价格）；

3、若公司招股说明书及其他信息披露资料存在有虚假记载、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，承诺人将在证券监督管理部门对上述事实作出认定后，依法赔偿投资者损失；

4、如承诺人未履行上述承诺，公司有权暂扣应向承诺人支付的现金股利，作为履行承诺的保证，直至其履行完毕相应承诺为止；

5、若法律、行政法规、规范性文件或证券监督管理部门对承诺人违反上述承诺的相关责任及后果有不同规定的，承诺人自愿无条件遵从该等规定。”

3、董事、监事及高级管理人员承诺

发行人的全体董事、监事及高级管理人员就招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏作出承诺如下：

“1、承诺人承诺公司招股说明书及其他信息披露资料所载之内容不存在虚假记载、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；

2、若公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将在中国证券监督管理委员会、证券交易所等证券监督管理有权部门（以下简称“证券监督管理部门”）依法对上述事实作出认定后，依法赔偿投资者损失；

3、若承诺人未履行上述承诺，公司有权相应暂扣应向承诺人支付的薪酬，直至承诺人履行相关的承诺义务为止；

4、若法律、行政法规、规范性文件或证券监督管理部门对承诺人违反上述承诺的相关责任及后果有不同规定的，承诺人自愿无条件遵从该等规定。”

（八）关于未履行公开承诺时的约束措施的承诺函

为充分保护本次发行完成后社会公众投资者的利益，发行人、控股股东及实际控制人、董事、监事及高级管理人员在招股说明书中所作出的相关承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，将采取如下措施：

1、发行人关于未履行公开承诺时的约束措施的承诺函

若非因不可抗力等原因导致未能完全、及时、有效地履行承诺，发行人承诺自愿接受以下约束措施：

“1、公司将会及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

2、公司将会向股东和社会公众投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺将按法律、行政法规、规范性文件和公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的合法权益；

3、如因违反承诺给投资者造成损失，公司将依法承担赔偿责任。”

2、控股股东及实际控制人关于未履行公开承诺时的约束措施的承诺函

若非因不可抗力等原因导致未能完全、及时、有效地履行承诺，控股股东及实际控制人承诺自愿接受以下约束措施：

“1、承诺人应当及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

2、承诺人应当向股东和社会公众投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、行政法规、规范性文件和公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的合法权益；

3、如因违反承诺给投资者造成损失，公司有权暂扣应向承诺人支付的现金股利，作为履行承诺的保证，直至其履行完毕相应承诺为止。”

3、董事、监事和高级管理人员关于未履行公开承诺时的约束措施的承诺函

若非因不可抗力等原因导致未能完全、及时、有效地履行承诺，董事、监事和高级管理人员自愿接受以下约束措施：

“1、应当及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

2、应当向股东和社会公众投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、行政法规、规范性文件和公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能

保护投资者的合法权益；

3、如因违反承诺给投资者造成损失，公司有权相应暂扣应向承诺人支付的薪酬，直至承诺人履行相关的承诺义务为止。”

（九）关于避免同业竞争的承诺函

详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、同业竞争情况”之“（二）避免同业竞争承诺”。

（十）关于减少和规范关联交易的承诺函

控股股东及实际控制人就减少和规范关联交易相关事宜承诺如下：

“1、公司及控股子公司与承诺人及承诺人控制的其他企业之间不存在对公司构成严重影响独立性或显失公平的关联交易；

2、承诺人以及承诺人所控制的其他企业将尽量避免或减少与公司及控股子公司之间的关联交易。对于无法避免或确有合理理由存在的关联交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、价格公允、程序合法的原则，与公司及/或控股子公司依法签订协议，履行合法程序，严格遵守法律、行政法规、其他规范性文件、《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司章程》及《哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司关联交易管理制度》中关于关联交易的规定，并及时履行信息披露义务；

3、承诺人承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用公司及其控股子公司的资金和资产，也不要求公司及其控股子公司为承诺人及其承诺人所控制的其他企业提供违规担保；

4、承诺人不会利用控股股东的地位及对发行人的控制性影响，谋求与发行人及/或控股子公司达成交易的优先权利，或谋求任何已审议的公允关联交易协议之外的利益或收益；

5、如违反上述承诺，承诺人愿意承担由此给公司造成的全部损失；

6、上述承诺在承诺人作为公司控股股东、实际控制人期间持续有效。”

（十一）关于不存在证监会系统离职人员入股的专项说明

根据《监管规则适用指引—发行类第 2 号》相关要求，发行人承诺：

“1、本公司之直接或间接股东，具备合法的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份，直接或间接股东里不存在离开证监会系统未满十年的工作人员，具体包括从证监会会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司离职的工作人员，从证监会系统其他会管单位离职的会管干部，在发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的证监会系统其他会管单位的非会管干部，从会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司调动到证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

2、本公司之直接或间接股东不存在以下不当入股的情况：

（一）利用原职务影响谋取投资机会；

（二）入股过程存在利益输送；

（三）在入股禁止期内入股；

（四）作为不适格股东入股；

（五）入股资金来源违法违规。”

（十二）关于公司股东信息披露的专项承诺

根据中国证券监督管理委员会《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》相关要求，发行人承诺如下：

“1、发行人已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息；

2、发行人不存在股权代持、股权争议或潜在纠纷等情形；

3、发行人不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形；

4、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形；

5、发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形；

6、若发行人违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。”

（十三）本次发行相关中介机构承诺

1、本次发行的保荐机构/主承销商中信证券承诺：

“本公司为发行人本次发行制作和出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形；若因本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将赔偿投资者损失。”

2、发行人律师中伦承诺：

“作为发行人律师，本所及经办律师已根据《中华人民共和国证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关法律、法规和规范性文件的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，严格履行了法定职责。

根据《中华人民共和国证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告[2013]42 号）以及其他相关法律、法规和规范性文件的规定，本所现作出如下承诺：

本所为发行人本次发行上市制作、出具的上述法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。

作为中国境内专业法律服务机构及执业律师，本所及本所律师与发行人的关系受《中华人民共和国律师法》的规定及本所与发行人签署的律师聘用协议所约束。本承诺函所述本所承担连带赔偿责任的证据审查、过错认定、因果关系及相关程序等均适用本承诺函出具之日有效的相关法律及最高人民法院相关司法解释的规定。如果投资者依据本承诺函起诉本所，赔偿责任及赔偿金额由被告所在地或发行人本次公开发行股票的上市交易地有管辖权的法院确定。”

3、发行人会计师及验资机构/验资复核机构大华承诺：

“本所为发行人本次发行制作和出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形。若因本所为发行人本次发行制作、出具的大华审字[2021]0015144 号审计报告、大华核字[2021]009412 号申报财务报表与原始财务

报表差异比较表的鉴证报告、大华核字[2021]009413 号内部控制鉴证报告、大华核字[2021]009414 号纳税情况鉴证报告、大华核字[2021]009411 号非经常性损益鉴证报告、大华验字[2021]000172 号验资报告、大华核字[2021]009415 号历次出资复核报告有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失。”

“本所为发行人本次发行制作和出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形。若因本所为发行人本次发行制作、出具的大华审字[2021]0016680 号审计报告、大华核字[2021]0012636 号申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告、大华核字[2021]0012634 号内部控制鉴证报告、大华核字[2021]0012633 号纳税情况鉴证报告、大华核字[2021]0012635 号非经常性损益鉴证报告、大华验字[2021]000172 号验资报告、大华核字[2021]009415 号历次出资复核报告有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失。”

4、发行人资产评估机构中瑞世联承诺：

“本公司为发行人本次发行制作和出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形；若因本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将赔偿投资者损失。”

5、发行人资产评估机构中致成承诺：

“本公司为发行人本次发行制作和出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形；若因本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将赔偿投资者损失。”

第十一节　其他重要事项

一、重要合同

（一）重要销售合同

报告期内，公司通常与客户通过签署半年度、年度框架合同的方式建立长期、稳定的合作关系，公司与同一类型客户签署的销售框架合同约定的核心条款基本相同。截至 2021 年 11 月 30 日，公司与主要客户签署的框架合同情况如下：

序号	签订主体	经销商名称	销售模式	合同内容	协议期限	履行状态
1	敷尔佳	黑龙江伽禾侬经贸有限公司	线下经销	在限定经销零售系统销售敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品和功能性护肤品	2021.07.01-2021.12.31	履行中
2	敷尔佳	无锡和诚鑫商贸有限公司	线下经销	在限定地域范围销售敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品和功能性护肤品	2021.07.01-2021.12.31	履行中
3	敷尔佳	重庆兰淼商贸有限公司	线下经销	在限定经销零售系统销售敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品和功能性护肤品	2021.07.01-2021.12.31	履行中
4	敷尔佳	杭州珂恩商贸有限公司	线下经销	在限定地域范围销售敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品和功能性护肤品	2021.07.01-2021.12.31	履行中
5	敷尔佳	福建腾辉贸易有限公司	线下经销	在限定地域范围限定经销系统销售敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品和功能性护肤品	2021.07.01-2021.12.31	履行中
6	敷尔佳	北京悠馨俪商贸有限公司	线上经销	在限定线上电商平台销售敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品和功能性护肤品	2021.07.01-2021.12.31	履行中
7	敷尔佳	北京京东弘健健康有限公司	线上代销	北京京东弘健健康有限公司向敷尔佳采购敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品用于再销售	2021.01.01-2021.12.31	履行中
8	敷尔佳	北京京东世纪贸易有限公司	线上代销	北京京东世纪贸易有限公司向敷尔佳采购功能性护肤品用于再销售	2021.01.13-2021.12.31	履行中
9	敷尔佳	浙江天猫网络科技有限公司	线上代销	浙江天猫网络科技有限公司向敷尔佳采购敷尔佳品牌医疗器械类敷料产品用于再销售	2021.04.01-2022.03.01	履行中

（二）重要采购合同

公司通常与供应商签署年度框架合同，约定合作内容及定价原则等内容。在实际经营过程中，公司根据采购计划与供应商签订采购合同。

1、电商平台框架合同

报告期内，公司与电商平台签署的框架合同约定的核心条款基本相同。截至 2021 年 11 月 30 日，公司与主要电商平台签署的合同情况如下：

序号	签订主体	供应商名称	采购内容	合同期限	履行状态

序号	签订主体	供应商名称	采购内容	合同期限	履行状态
1	敷尔佳	浙江天猫技术有限公司；浙江天猫网络有限公司（天猫敷尔佳旗舰店）	天猫平台向敷尔佳提供互联网信息服务及与此相关的软件服务、二级域名服务、积分系统软件服务及其他服务等	2020.11.19-2021.12.31	履行中
2	敷尔佳	行吟信息科技（武汉）有限公司（小红书敷尔佳官方旗舰店）	平台向敷尔佳提供互联网信息服务、软件技术服务和营销推广服务等	2021.04.06-2021.12.31	履行中
3	**敷尔佳**	**北京空间变换科技有限公司（抖音敷尔佳官方旗舰店）**	**平台向敷尔佳提供信息发布、交流、开设店铺以及其他技术服务等电子商务交易服务**	**2020.08.12-2021.12.31 日（除非店铺或协议终止，可自动续期）**	**履行中**

2、生产及合作合同

报告期内，公司与供应商及合作商签署的框架合同约定的核心条款基本相同。截至 2021 年 11 月 30 日，公司与主要供应商及合作商签署的合同情况如下：

序号	签订主体	供应商名称	采购/合作内容	合同期限	履行状态
1	北星药业	北京华誉德润科技有限公司	内容物	2021.03.01-2021.12.31	履行中
2	北星药业	浙江诸暨聚源生物技术有限公司	内容物	2021.03.01-2021.12.31	履行中
3	北星药业	华熙生物科技股份有限公司	内容物	2021.03.01-2021.12.31	履行中
4	北星药业	上海即索实业有限公司	内容物	2021.03.01-2021.12.31	履行中
5	北星药业	深圳九星印刷包装集团有限公司	包材	2021.03.01-2021.12.31	履行中
6	**北星药业**	**扬州中福生物技术有限公司**	**内容物**	**2021.03.01-2021.12.31**	**履行中**
7	**北星药业**	**黑龙江仙芙生物医疗科技有限公司**	**服务**	**2021.01.01-2024.01.01**	**履行中**
8	敷尔佳	哈三联	医疗器械类敷料产品及化妆品	2018.01.01-2021.01.01	履行完毕
9	敷尔佳	广州暨源	化妆品	2018.07.01-2021.07.01	履行完毕
				2021.05.18-2022.05.17	履行中
10	**敷尔佳**	**天津尚美化妆品有限公司**	**化妆品**	**2021.06.03-2022.06.02**	**履行中**
11	**敷尔佳**	**广州萝薇化妆品有限公司**	**化妆品**	**2021.09.10-2022.09.10**	**履行中**

3、研发服务合同

截至 2021 年 11 月 30 日，公司与研发服务供应商签订的履行中的合同情况如下：

序号	签订主体	供应商名称	采购内容	合同金额（万元）	合同期限	履行状态

序号	签订主体	供应商名称	采购内容	合同金额（万元）	合同期限	履行状态
1	敷尔佳	北京舒曼德医药科技开发有限公司	敷尔佳委托北京舒曼德医药科技开发有限公司完成“医用重组胶原蛋白敷料”上市后临床研究的注册申报、监查、组织工作	486.00	2020.04.01-2021.10.31	履行中
2	北星药业	江南大学	敷尔佳委托江南大学就日用化工领域的产品开发、专利申报、产品功效性测试进行技术合作	150.00	2021.04.18-2024.04.18	履行中
3	**敷尔佳**	**四川大学；江苏江山聚源生物技术有限公司**	**敷尔佳委托四川大学、江苏江山聚源生物技术有限公司共同进行其基于重组胶原蛋白的注射填充剂项目的研究开发**	**650.00**	**2021.09.30-项目完成**	**履行中**
4	**北星药业**	**中国科学院昆明植物研究所**	**双方合作开展植物提取物的舒缓、修复功效、抗衰老、美白等功效研究**	**400.00**	**2021.10.28-2022.10.27**	**履行中**

4、广告宣传合同

截至 2021 年 11 月 30 日，公司与广告宣传服务供应商签订的履行中及履行完毕的合同情况如下：

序号	签订主体	供应商名称	采购内容	合同金额（万元）	合同期限	履行状态
1	敷尔佳	湖南顺风传媒有限公司	委托《谁是宝藏歌手》节目发布广告和宣传	2,250.00	2021.04.23-2021.12.31	履行中
2	敷尔佳	北京微梦创科网络技术有限公司	广告及相关宣传推广活动	3,100.00	2020.07.01-2021.06.30	履行完毕
3	敷尔佳	北京九合互动文化传播有限公司	《妻子的浪漫旅行 4》联合赞助产品广告	3,368.00	2020.05.27-2020.09.30	履行完毕
4	敷尔佳	北京九合互动文化传播有限公司	《花花万物第三季》总冠名产品广告	1,320.00	2019.12.03-2020.02.25	履行完毕
5	**敷尔佳**	**引力传媒股份有限公司**	**抖音平台发布国风大典产品广告**	**1,350.00**	**2021.08.15-2021.10.31**	**履行完毕**
6	**敷尔佳**	**海南舜风数字科技有限公司**	**敷尔佳作为《时间的朋友》节目首席知识合作伙伴，享受相应权益**	**1,140.00**	**2021.11.15-2022.08.30**	**履行中**

（三）其他重要合同

截至 2021 年 11 月 30 日，公司正在履行的其他重要合同情况如下：

序号	签订主体	合同相对方	合同内容	合同金额（万元）	签订日期	履行状态
1	敷尔佳	哈尔滨新区管理委员会自然资源局	出让人将坐落于松北区规划 214 路以东、规划 224 路以南、奥瑞德项目以西、九洲路以北，宗地编号为 230109005011GB00144，宗地总面积 75,259.01 ㎡的土地出让予敷尔佳	2,687.00	2021.04.19	履行中

序号	签订主体	合同相对方	合同内容	合同金额（万元）	签订日期	履行状态
2	敷尔佳	中国建筑一局集团哈尔滨建设有限公司	中国建筑一局集团哈尔滨建设有限公司作为总承包方，向敷尔佳提供敷尔佳·北方美谷建设工程项目施工服务	40,000.00	2021.06.25	履行中
3	敷尔佳	华晟（青岛）智能装备科技有限公司	华晟（青岛）智能装备科技有限公司提供智能化立体仓库设备的设计、制造、供货、运输、安装、调试、技术服务等相关服务	2,049.00	2021.10.25	履行中

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼、仲裁、行政处罚或消费者投诉等负面信息情况

（一）诉讼及仲裁

截至本招股说明书签署日，发行人作为原告相关的诉讼案件情况如下：

序号	原告	被告	立案法院	立案时间	案号	案由	简要案情	标的金额（万元）	进展
1	敷尔佳	安徽芸美电子商务有限公司	哈尔滨市中级人民法院	2021.08.03	2021黑01民初1933号	侵害商标专用权及不正当竞争纠纷	被告以“敷尔佳品牌自营店”字样命名网络店铺	10	调解结案
2	敷尔佳	杭州橘橘电子商务有限公司、厦门科得孟电子商务有限公司	哈尔滨市中级人民法院	2021.08.03	2021黑01民初1928号	不正当竞争纠纷	被告伪造授权书	10	调解结案
3	敷尔佳	深圳市龙岗区恒萍宝贸易商行	哈尔滨市中级人民法院	2021.08.03	2021黑01民初1932号	不正当竞争纠纷	被告伪造授权书	10	调解结案
4	敷尔佳	深圳市艾普科贸易有限责任公司	深圳市宝安区人民法院	2021.08.16	（2021）粤0306民初26508号	侵害商标专用权纠纷	被告销售假冒公司注册商标商品	20	一审审理中
5	敷尔佳	深圳市东科犬实业有限公司、李小玲	深圳市龙岗区人民法院	2021.08.10	（2021）粤0307民初25853号	侵害商标专用权纠纷	被告销售假冒公司注册商标商品	20	一审审理中
6	敷尔佳	深圳市大罗科技有限公司、深圳市盈富源科技有	深圳市南山区人民法院	2021.08.06	（2021）粤0305民初16999号	侵害商标专用权纠纷	被告销售假冒公司注册商标商品	20	一审已判决

序号	原告	被告	立案法院	立案时间	案号	案由	简要案情	标的金额（万元）	进展
		限公司							
7	敷尔佳	广州怡景美容品馆、陈宝娇	广州市白云区人民法院	2021.08.30	（2021）粤0111 民初31097 号	侵害商标专用权纠纷	被告销售假冒公司注册商标商品	20	一审审理中
8	敷尔佳	深圳市龙岗区优晶百货店	深圳市龙岗区人民法院	2021.09.2	（2021）粤0307 民初28370 号	侵害商标专用权纠纷	被告销售假冒公司注册商标商品	20	一审审理中
9	敷尔佳	广州南沙区德欢医疗器械有限公司	广州市南沙区人民法院	2021.08.11	（2021）粤0115 民初17593 号	侵害商标专用权纠纷	被告销售假冒公司注册商标商品	20	一审审理中
10	敷尔佳	河源市百杏林药业连锁有限公司	河源市中级人民法院	2021.09.04	案号（2021）粤16 民初357 号	侵害商标专用权及不正当竞争纠纷	使用公司商品详情图和链接关联其他商品	20	已判决结案
11	敷尔佳	广东叶氏药业有限公司	东莞市第一人民法院	2021.08.15	（2021）粤1971 民初32663 号	侵害商标专用权及不正当竞争纠纷	使用公司商品详情图和链接关联其他商品	20	调解结案

截至本招股说明书签署日，发行人作为被告相关的诉讼案件情况如下：

2021 年 11 月 11 日，北星药业收到北京知识产权法院送达的《北京知识产权法院民事应诉通知书》（[2021]京 73 民初 1244 号）及民事起诉状等案件资料。根据民事起诉状，博任达生化科技（上海）有限公司起诉被告北星药业、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司侵犯其专利权利，原告主张北星药业制造、许诺销售和销售的“敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜”产品侵犯了其所享有的专利号为 ZL201610982443.4 的专利权，涉案产品落入涉案专利权利要求 1-3、5-14 的保护范围，请求法院判令：（1）北星药业停止制造、许诺销售及销售涉案产品；（2）北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司停止销售侵权产品；（3）北星药业赔偿原告经济损失 100 万元；（4）北星药业补偿原告为制止侵权行为所支出的 20 万元；（5）北星药业承担该案的诉讼费用。

截至本招股说明书签署日，本案件尚未开庭审理。

敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜非发行人核心销售产品，报告期内其收入占比 1%左右；该产品用料配方及配比仅用于“敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜”一款产

品，不会对发行人的核心技术产生重大影响；发行人具有足够的资金应对本案败诉的情况，本案的诉讼结果不会对发行人的生产经营及财务状况产生重大不利影响，亦不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响，不存在影响发行条件、上市条件的情形。

（二）行政处罚

截至本招股说明书签署日，公司及子公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的行政处罚。

（三）消费者投诉情况

作为专注于专业皮肤护理产品经营企业，公司持续关注产品功能、质量及客户体验。截至本招股说明书签署日，公司已经制订了较为完善的生产质量管理、产品质量监管制度和《消费者投诉管理制度》，并在生产及销售端配备了较为完善的客诉团队，建立了较为规范的客服培训手册和服务流程，通过向消费者提供售前咨询、售中答疑和售后服务等，解决消费者的个性化疑问和问题，并已建立了较为完备的产品质量投诉记录，及时、妥善地回应并处理消费者的诉求，减少或避免纠纷和潜在纠纷。

由于行业面向的消费者数量庞大，消费者对于专业皮肤护理产品存在个性化感知和需求，对于产品本身的期待和满意程度也存在较大主观性，行业内企业普遍面临消费者投诉情形。报告期内，公司所属市场监督管理部门共接到涉及公司的消费者投诉 19 件次，**具体情况如下：**

序号	投诉所涉产品	投诉事由	消费者索赔金额（元）	是否处理完毕	处理结果	是否存在产品生产、质量方面的违法违规
1	敷尔佳积雪草舒缓修护贴	店铺首页宣传“低至 6 折”，实际到手价格高于 6 折	不适用	是	经调查核实、未发现经营者违法行为，已做出说明	否
2	敷尔佳积雪草舒缓修护贴	微博开屏广告、淘宝 APP 及店铺首页宣传“低至 6 折”，实际到手价格高于 6 折	不适用	是	经调查核实、未发现经营者违法行为，已做出说明	否
3	医用透明质酸钠修复贴、医	产品使用“愈合”为虚假广告	不适用	是	经调查核实、未发现经营者	否

序号	投诉所涉产品	投诉事由	消费者索赔金额（元）	是否处理完毕	处理结果	是否存在产品生产、质量方面的违法违规
	用透明质酸钠修复液（次抛）、医用透明质酸钠修复液（喷雾）				违法行为，已做出说明	
4	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	消费者参加了店铺618预售活动，于5月24日支付了商品定金，在错过支付尾款时间后直接扣除了定金，未尽催告义务，和商家协商，商家拒退定金	退定金（500元以下）	是	经调查，按照平台协议规定，属于投诉人违约，商家不退定金	否
5	医用透明质酸钠修复贴（黑膜）	投诉者从敷尔佳旗舰店购入10盒面膜，扫码查询真伪后，显示假货，随即与店铺客服反映，客服回应扫不出来是假货	假一赔三（500元以上5,000元以下）	是	经营者检测未显示假货，为防伪系统故障，消费者可选择换货，双方达成调解，消费者未再提出异议	否
6	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	消费者与天猫旗舰店购买了两盒(共10片)面膜,收到包裹一打开就有一包已被拆开，联系卖家退货。卖家认为打开的一包中的一片与其他四片生产日期不同，已被掉包，消费者不认可	退货（500元以下）	是	经调查，厂家同意为客户退货，邮费自理	否
7	医用透明质酸钠修复贴	消费者购买10片面膜，使用后过敏，商家只退剩余未用的4片面膜。消费者对处理结果不认可	赔偿损失（500元以下）	是	经协调，商家为消费者调换剩余4片面膜，消费者同意处理结果	否
8	医用透明质酸钠修复贴	在旗舰店购买4盒产品，申请退货被商家拒收，说是假货。消费者表示寄回的就是收到的产品。不存在掉包	退货（500元以下）	是	建议消费者提供第三方产品鉴定再做处理，消费者未再提出异议	否
9	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	消费者认为面膜布上有黑点，存在质量问题	退运费、赔偿损失（500元以下）	是	经调查，小黑点不在产品内袋，不是产品	否

序号	投诉所涉产品	投诉事由	消费者索赔金额（元）	是否处理完毕	处理结果	是否存在产品生产、质量方面的违法违规
					附着物，不存在质量问题，消费者未再提出异议	
10	医用透明质酸钠修复贴	产品宣传明确是面膜类产品，但是国药监局上明确表示冷敷贴不属于面膜，涉及虚假宣传	不适用	是	经调查，在该公司网站上宣传的为面部护肤品，医用透明质酸钠修复贴，没有冷敷贴和面膜字样，不属于虚假宣传	否
11	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	消费者于 10 月 21 日购买敷尔佳面膜，花费 40 元，现申请退货，商家不退费	退定金（500 元以下）	是	经调查，经营者参与了天猫平台双十一预售活动，按照平台协议规定，投诉人属于违约，商家不退定金	否
12	医用透明质酸钠修复贴	使用产品过敏	赔偿损失（500 元以下）	是	经调查，投诉人表示使用产品过敏，但没有医生诊断，经与经营者协调，同意将剩余面膜退款	否
13	敷尔佳胶原蛋白水光修护贴	消费者参加了双十一预售活动，于 11/4 日支付了两笔定金 80 元、160 元，在错过支付尾款时间后直接扣除了定金，未尽催告义务，和商家协商后据退定金，也不同意支付尾款购买	退定金（500 元以下）	是	按照平台协议规定，投诉人属于违约，商家不退定金	否
14	透明质酸钠水光精纯液	产品宣传“淡化细纹”为功效型虚假广告	不适用	是	经调查，不涉及虚假宣传、误导消费者行为，公司已做出说明	否
15	医用透明质酸钠修复贴（黑膜）	产品宣传“祛痘”为功效型虚假广告	不适用	是	经调查，不涉及虚假宣传、误导消费者行	否

序号	投诉所涉产品	投诉事由	消费者索赔金额（元）	是否处理完毕	处理结果	是否存在产品生产、质量方面的违法违规
					为，公司已做出说明	
16	敷尔佳积雪草舒缓修护贴	消费者收到产品包装损坏，盒子被泡发霉，单片漏液，商家处理结果可以补发一盒，消费者对处理结果不满意	不适用	是	经协调，商家为消费者调换货物	否
17	不涉及具体产品	天猫网站的店铺存在广告内容未经审批和虚假广告	不适用	是	经调查核实，理由不充分，不予立案	否
18	敷尔佳水杨酸果酸焕肤面膜	天猫网站产品宣传“焕肤深层清洁”为虚假广告	不适用	是	经调查核实，理由不充分，不予立案	否
19	敷尔佳氨基丁酸精华液	天猫旗舰店产品宣传“修复肌肤底层”违反了广告法，使用医疗用语和虚假无根据用语进行违规宣传	不适用	是	经调查核实，未发现违规行为	否

该等投诉涉及金额较小，**经消费者投诉主管部门核实调查，消费者投诉所涉产品不存在产品生产、质量等方面的重大违法违规情形，不存在广告宣传方面的重大违法违规情形，**且经公司与相关消费者沟通，上述消费者投诉均已得到及时妥善处理，公司未因该等投诉受到任何行政处罚，亦不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

四、其他

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生重大影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，控股股东及实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员

最近三年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

第十二节　有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签字：

张立国　　赵庆福　　孙娜

王孝先　　宋恩喆

哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司（盖章）

2021年12月29日

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签字：

朱洪波	郭力冬	张旭

哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司（盖章）

2021 年 12 月 28 日

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

除董事、监事以外的全体高级管理人员签字：

郝庆祝　　潘宇　　邓百娇

沈晓溪

哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司（盖章）

2021年12月29日

二、控股股东和实际控制人的声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东和实际控制人：

张立国

2021 年 12 月 29 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

鄢凯红　　范新亮

项目协办人：

陈溪峪

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2021年12月29日

保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读本招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2021年12月29日

保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读本招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：_____

杨明辉

中信证券股份有限公司

2021年12月29日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

许志刚　　张　扬　　张大伟

律师事务所负责人：

张学兵

北京市中伦律师事务所

2021年12月29日

五、发行人会计师声明

大华特字[2021]006177 号

本所及签字注册会计师已经阅读哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司招股说明书，确认哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司招股说明书与本所出具的大华审字[2021]0016680 号审计报告、大华核字[2021]0012636 号申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告、大华核字[2021]0012634 号内部控制鉴证报告、大华核字[2021]0012633 号纳税情况鉴证报告、大华核字[2021]0012635 号非经常性损益鉴证报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的大华审字 [2021]0016680 号审计报告、大华核字[2021]0012636 号申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告、大华核字[2021]0012634 号内部控制鉴证报告、大华核字[2021]0012633 号纳税情况鉴证报告、大华核字[2021]0012635 号非经常性损益鉴证报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张瑞　　李政德

会计师事务所负责人：

梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年十二月二十九日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

资产评估师 董雨露 41090022

董雨露

资产评估师 刘兴君 11[illegible]36

刘兴君

资产评估机构负责人：

何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司

2021 年 12 月 29 日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

李文灿

资产评估师 李文灿 11180135

常盼盼

资产评估师 常盼盼 41100051

资产评估机构负责人：

秦　威

北京中致成国际资产评估有限公司

2021 年 12 月 29 日

资产评估机构更名说明

中致信国际土地房地产资产评估（北京）有限公司于 2021 年 8 月 18 日变更名称为北京中致成国际资产评估有限公司并办理了工商登记，取得了北京市海淀区市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为“91110102678204103M”的营业执照。

特此说明。

资产评估机构负责人（签字）：秦威

秦　威

北京中致成国际资产评估有限公司

2021 年 12 月 29 日

七、验资机构/验资复核机构声明

大华特字[2021]006178 号

本机构及签字注册会计师已经阅读哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司招股说明书，确认哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司招股说明书与本所出具的大华验字[2021]000172 号验资报告、大华核字[2021]009415 号历次出资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的大华验字[2021]000172 号验资报告、大华核字[2021]009415 号历次出资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，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张瑞　　李政德

验资机构/验资复核机构负责人：

梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年十二月二十九日

第十三节　附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

工作日上午：09:30 - 11:30　　下午：13:30 - 16:30

三、文件查阅地址

发行人：哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司

地址：哈尔滨市道里区友谊西路 660 号富力中心 T3-16 层

电话：0451-5977 8888　　传真：0451-5977 8888

保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 25 层

电话：010-6083 7150　　传真：010-6083 3083