

上海添庆网络科技有限公司

潮妈帮

公开转让说明书 (申报稿)

主办券商



二〇一六年六月

声 明

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

本公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

全国股份转让系统公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或者投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

（一）市场竞争风险

母婴用品销售行业市场化程度高，随着上游品牌商对中间渠道的压缩和整合，电商平台对传统渠道的冲击和分流，公司所处行业竞争面临较大竞争，可能对公司的市场份额和盈利能力构成障碍和影响，导致公司财务状况和经营业绩下滑。

（二）应收账款发生坏账的风险

报告期内，公司应收账款的余额分别为 10,865,037.47 元，8,873,652.71 元和 24,843,859.30 元，占各期末总资产的比例分别为 23.19%、24.35% 和 72.55%。尽管公司一向注重应收账款的回收工作，但不能完全避免应收账款不能按期或无法收回的风险，进而对公司经营业绩产生影响。

（三）公司净利润为负的风险

公司 2015 年 1-10 月、2014 年度和 2013 年度的净利润分别为-806.75 万元、38.58 万元和-4.78 万元，扣除非经常性损益后的净利润分别为-838.55 万元、4.55 万元和-4.93 万元，扣除非经常性损益后公司近两年一期均为亏损，且亏损金额在 2015 年 1-10 月大幅度扩大。公司最近两年一期扣非后亏损的主要原因是（1）2014 年年底开始，公司主动开始逐步利用互联网信息通信技术与传统代理销售业务进行深度融合和升级，创造新的发展生态，控制对传统业务的投入，导致 2015 年公司盈利能力下滑；（2）为了进一步支持公司业务转型，公司聘用了互联网运营人才、技术开发人才，所发生管理费用、销售费用较 2014 年有较大幅度的提升。

（四）代理销售权变动的风险

公司主营业务为代理销售母婴用品，代理销售的产品品种繁多，代理品牌有好奇、亨氏、澳优等，从历年的销售额来看，公司对少数品牌销售较为集中。母婴品牌商授予代理商的产品代理权有效期一般为一年，期满后需重新授权，若公司与上述品牌厂商的代理销售关系终止，将对公司经营带来较大影响。

（五）OAO 商业模式风险

智慧云平台的商业模式是以公司自主研发的云平台软件用户入口，帮助母婴实体店实现线上线下的统一管理以及互联网应用的深度接入，帮助母婴门店建立微信服务号、移动营销、品牌互动及传播，连同母婴门店供应链管理系统“进货宝”，实现门店管理系统的移动化、流程化和协同化。随着云平台软件使用用户数量和项目数量的快速上升，公司的毛利会逐步提高，盈利能力也会持续增强。但在建立新商业模式过程中的可能由于资金不足、运营投入不够等因素，导致用户数量不够，达不到预期的市场覆盖率，最终不能完成商业模式预期的盈利目标。

（六）公司治理的风险

有限公司阶段，公司治理结构较简单，未设立董事会，治理机制尚不规范，曾存在股东会会议召开程序履行不完整等情形；股份公司阶段，公司完善了《公司章程》，建立了完整的治理结构，形成了各项治理制度及内控体系，公司治理体系得到显著提升，但由于股份公司成立时间较短，公司治理和内部控制体系也需要在经营过程中逐步完善。因此，公司在未来经营中可能存在因内部治理不善带来的风险。

（七）人才不足的风险

随着公司业务的转型和拓展，公司对高端技术、市场销售等专业人员的需求也显得更为重要。如果公司未来不能在发展前景、薪酬、福利、工作环境等方面持续提供具有竞争力的待遇和激励机制，可能会造成人才队伍的不稳定，从而对公司的经营业绩及长远发展造成不利影响。

（八）业绩波动的风险

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-10 月，公司分别实现营业收入 97,791,826.42 元；90,948,358.74 元；38,552,743.59 元，净利润分别为 -47,771.89 元；385,779.71 元；-8,067,468.80 元。报告期内，公司在维持传统母婴用品销售业务的同时，逐渐进行业务转型，运营整体框架趋于成熟稳定。若未来受国内经济、政策环境和自身销售能力下降等各种因素的影响，公司订单及产品销售下降，将直接影响到公司的净利润水平，进而导致盈利能力持续下滑甚至亏损，公司存在未来经营业绩波动的风险。

目录

重大事项提示.....	3
目录.....	5
第一节 基本情况.....	9
一、公司基本情况.....	9
二、股票挂牌情况.....	10
三、公司的股权结构.....	11
四、公司的控股、参股公司.....	20
五、重大资产重组情形.....	23
六、公司董事、监事及高级管理人员.....	23
七、公司主要会计数据和财务指标.....	26
八、本次挂牌有关的机构.....	26
第二节 公司业务.....	30
一、公司业务概述.....	30
二、公司的组织结构及业务流程.....	32
三、与公司业务相关的关键资源要素.....	39
四、公司的具体业务情况.....	49
五、公司的商业模式.....	58
六、公司所处的行业基本情况（包括但不限于以下内容）.....	60
七、报告期后公司经营目标和计划.....	69
第三节 公司治理.....	78
一、公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	78
二、公司董事会关于公司治理机制执行情况的说明.....	80
三、公司及控股股东、实际控制人最近二年存在的违法违规及受处罚情况.....	82
四、公司的独立性情况.....	82
五、同业竞争情况.....	83
六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金，或者公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况说明.....	86
七、董事、监事及高级管理人员对公司持续经营有不利影响的情况.....	88
八、董事、监事及高级管理人员近两年变动情况.....	90
第四节 公司财务.....	92
一、最近两年一期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表.....	92
二、审计意见.....	100
三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况.....	100
四、最近两年及一期主要会计数据和财务指标.....	114
五、报告期主要会计数据及重大变化分析.....	124
六、关联方、关联方关系及重大关联交易.....	154
七、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	164
八、报告期内公司的资产评估情况.....	165

九、股利分配政策和报告期内分配情况	165
十、控股子公司或纳入合并会计报表的其他企业的基本情况	166
十一、风险因素和应对措施	167
第五节 有关声明	171
一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明	171
二、主办券商声明	172
三、律师声明	173
四、审计机构声明	174
五、评估机构声明	175
第六节 附件	176
一、备查文件	176
二、信息披露平台	176

释 义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列简称具有如下含义：

公司、本公司、股份公司、添庆股份	指	上海添庆网络科技股份有限公司
添庆有限	指	上海添庆网络科技有限公司
添庆贸易	指	上海添庆贸易有限公司
上海鼎骏	指	上海鼎骏贸易有限公司
腾生实业	指	上海腾生实业有限公司
宁波昌昱	指	宁波昌昱电子商务有限公司
恒申实业	指	恒申实业有限公司
宁波鼎庆	指	宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）
烟台沃达	指	烟台沃达投资中心（有限合伙）
宁波泓泽	指	宁波泓泽股权投资合伙企业（有限合伙）
云然实业	指	上海云然实业有限公司
云浩明美	指	苏州云浩明美贸易有限公司
杭州添佳、添佳贸易	指	杭州添佳贸易有限公司
广生行	指	上海广生行母婴用品股份有限公司
母爱婴童	指	浙江母爱婴童用品股份有限公司
股东大会、董事会、监事会	指	股份公司股东大会、董事会、监事会
股东会	指	添庆有限股东会
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会
“三会”议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务总监以及董事会秘书
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》、《章程》	指	股份公司现行有效的《公司章程》
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
主办券商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
兴华、会计师、兴华会计师事务所	指	北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）
东方华银、律师	指	上海东方华银律师事务所
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
上海市工商局	指	上海市工商行政管理局
本次挂牌、公开转让	指	公司股票在全国股份转让系统挂牌并进行公开转让的行为
本说明书、本公开转让说明书	指	上海添庆网络科技股份有限公司公开转让说明书
报告期、最近两年一期	指	2013年度、2014年度和2015年1月-10月
OAO	指	Online And Offline 的首字母简称
潮妈帮智慧母婴云平台、潮妈帮	指	公司研发的云平台系统的名称，是公司以互联网特别是移动互联网技术为核心，基于管理软件用户入口，帮助实体店实现线上线下的高度统一管理以及互联

		网应用的深度接入，帮助母婴门店建立微信服务号、移动营销、品牌互动及传播的平台软件。
进货宝	指	公司研发的一款面向母婴店铺，在移动端进行采购下单的 APP。
贝因美	指	浙江贝因美科工贸股份有限公司，该公司已于 2014 年 1 月 28 日更名为“贝因美婴童食品股份有限公司”。
电商	指	以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化和信息化。
智能 POS 机	指	公司销售的一种和云平台兼容的硬件，可以通过多种方式进行支付以及进行促销活动。
潮妈易生活互动机	指	公司销售的一种和云平台兼容的硬件，可以打印照片、宣传品牌、活动促销等。
管易系统	指	中国电子商务 ERP 软件品牌，长期专注于研发具有自主知识产权的电子商务软件，已为几千家高中端电商提供电子商务整体 IT 解决方案。
DM	指	英文 Direct mail 的缩写，意为快讯商品广告，通常由 8 开或 16 开广告纸正反面彩色印刷而成，采取邮寄、定点派发、选择性派送到消费者住处等多种方式广为宣传，是超市最重要的促销方式之一。
SKU	指	Stock Keeping Unit（库存量单位）。即库存进出计量的单位。现在已经被引申为产品统一编号的简称，每种产品均对应有唯一的 SKU 号。
双 11	指	每年的 11 月 11 日，是指由电子商务为代表的，在全中国范围内兴起的大型购物促销日。

注：本公开转让说明书中若出现合计数与各单项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

公司名称：上海添庆网络科技股份有限公司

英文名称：Shanghai Tianqing Network Technologies Co., Ltd

法定代表人：刘军

有限公司成立日期：2006年2月14日

股份公司成立日期：2015年6月27日

注册资本：21,000,000元

住所：上海市普陀区金通路799、899、999号16幢5-122室

邮编：200436

经营范围：计算机网络科技专业领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；批发：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）；乳制品（含婴幼儿配方乳粉）；婴幼儿玩具、服装、工艺品（除经纪）、化妆品、日用百货、机电设备、电子产品、五金交电的销售；商务信息咨询（除经纪）；电子商务（不得从事增值电信及金融业务），从事货物技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

所属行业：根据中国证监会2012年10月修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于“F 批发和零售业”的子类“51批发业”。根据《国民经济行业分类和代码》（GB/T4754-2011）属于“F 批发和零售业”的子类“51批发业”。根据全国中小企业股份转让系统有限公司2015年颁布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业归属于“F 批发和零售业”的子类“51批发业”。

主营业务：母婴用品的代理销售，即公司取得母婴用品的经销资格，购买母婴用品后销售给实体零售母婴店、实体连锁母婴店。

电话：021-66083512

传真：021-66083901

互联网网址：<http://chaoma.me>

董事会秘书：易宗元

统一社会信用代码：91310000785614984N

二、股票挂牌情况

（一）股票挂牌概况

股票代码：

股票简称：

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00元

股票总量：21,000,000股

挂牌日期：2016年 月 日

转让方式：协议转让

（二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

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

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股份进行过转让的，该股份的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

股份公司成立于 2015 年 6 月 27 日，根据上述规定，截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，发起人持有的股份在公司股份挂牌之日不可转让。

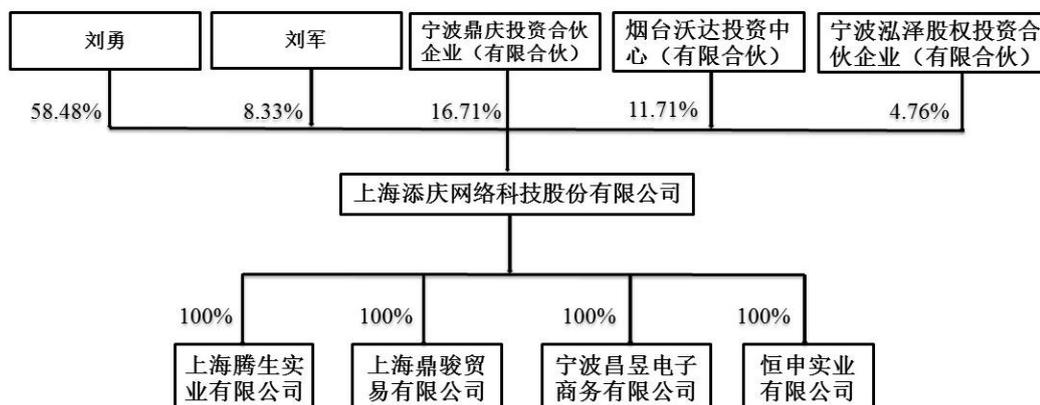
序号	股东名称	股份数量(股)	持股比例(%)	可转让股份数量(股)
1	刘勇	12,280,000	58.48	0
2	宁波鼎庆投资合伙企业(有限合伙)	3,510,000	16.71	0
3	烟台沃达投资中心(有限合伙)	2,460,000	11.71	0
4	刘军	1,750,000	8.33	0
5	宁波泓泽股权投资合伙企业(有限合伙)	1,000,000	4.76	1,000,000
合计		21,000,000	100.00	1,000,000

(三) 挂牌后的股份转让安排

2015年12月16日,公司召开2015年第三次临时股东大会,决议公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌时采取协议转让方式。

三、公司的股权结构

(一) 股权结构图



(二) 控股股东和实际控制人的基本情况

1、控股股东的基本情况

截至本公开转让说明书签署之日,境内自然人刘勇直接持有公司58.48%的股份,为公司的控股股东。

鉴于(1)刘勇直接持有公司58.48%的股份,作为宁波鼎庆的执行事务合伙人,可以代表宁波鼎庆对公司行使16.71%的表决权;(2)刘勇历任添庆有限的总经理、添庆股份的董事长,对公司的生产经营一直有重大影响。综上,刘勇通

过直接持股及作为宁波鼎庆的执行事务合伙人，可以控制公司合计 75.19% 股份的表决权，由此，认定刘勇为公司的实际控制人。

公司控股股东和实际控制人刘勇的简历如下：

男，1977 年 8 月 8 日出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。1996 年 7 月至 2000 年 8 月任中国化工供销华东公司财务；2000 年 9 月至 2003 年 7 月任上海佳格食品有限公司财务；2003 年 8 月至 2004 年 7 月任上海优儿妇婴用品有限公司总经理；2006 年 2 月至 2009 年 7 月任添庆有限总经理；2009 年 7 月至 2011 年 5 月任添庆有限执行董事、总经理；2011 年 5 月至 2015 年 6 月任添庆有限总经理；2015 年 6 月至 2015 年 12 月任添庆股份董事长兼总经理；2015 年 12 月至今任添庆股份董事长，任期三年。

2、实际控制人最近两年内变化情况

最近两年一期内，公司的实际控制人为境内自然人刘勇，未发生变动。

（三）前十名股东及持有5%以上股份股东的情况

序号	股东名称	股东性质	股份数量 (股)	持股比例 (%)	出资方式	持股方式	股份冻结、质押情况
1	刘勇	境内自然人	12,280,000	58.48	净资产折股	直接持股	否
2	宁波鼎庆投资合伙企业(有限合伙)	境内合伙企业	3,510,000	16.71	净资产折股	直接持股	否
3	烟台沃达投资中心(有限合伙)	境内合伙企业	2,460,000	11.71	净资产折股	直接持股	否
4	刘军	境内自然人	1,750,000	8.33	净资产折股	直接持股	否
5	宁波泓泽股权投资合伙企业(有限合伙)	境内合伙企业	1,000,000	4.76	货币	直接持股	否
合计			21,000,000	100.00	—	—	—

1、刘勇

刘勇的基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（二）控股股东和实际控制人的基本情况”。

2、宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）

依据宁波市北仑区市场监督管理局于 2015 年 2 月 12 日核发的注册号为 330206000254671 的《营业执照》，宁波鼎庆的基本情况如下：

名称	宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）
主要经营场所	北仑区梅山大道商务中心六号办公楼403室
执行事务合伙人	刘勇
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	一般经营项目：实业投资。
合伙期限	2015年2月12日至2035年2月11日

宁波鼎庆各合伙人出资明细如下：

序号	合伙人	身份证号码/注册号	出资方式	认缴出资额 (元)	实缴出资额 (元)	投资比例 (%)
一	普通合伙人					
1	刘勇	31010319770808xxxx	货币	100,000	0	1.00
二	有限合伙人					
1	上海凯时赢投资管理有 限公司	310227001123400	货币	285,000	0	2.85
2	刘军	31010319760309xxxx	货币	6,480,000	2,000,000	64.80
3	陈建忠	32010619520112xxxx	货币	1,847,000	0	18.47
4	易宗元	42100219820918xxxx	货币	718,000	0	7.18
5	储国兵	32022319781013xxxx	货币	570,000	0	5.70
合计				10,000,000	2,000,000	100.00

3、烟台沃达投资中心（有限合伙）

依据烟台市工商行政管理局于 2015 年 1 月 29 日核发的注册号为 370600300015307 的《营业执照》，烟台沃达的基本情况如下：

名称	烟台沃达投资中心（有限合伙）
主要经营场所	山东省烟台市高新区科技大道69号创业大厦
执行事务合伙人	山东国海君悦投资有限公司 委派代表：陈继军
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	以自有资产投资及咨询服务、企业管理服务、企业投资信息咨询、企业形象策划、市场营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合伙期限	2015年1月29日至2018年1月29日

烟台沃达各合伙人出资明细如下：

序号	合伙人	身份证号码/注册号	出资方式	认缴出资额 (元)	实缴出资额 (元)	投资比例 (%)
一	普通合伙人					

1	山东国海君悦投资有限公司	370671200001280	货币	500,000	500,000	2.35
二	有限合伙人					
1	王正军	32108319761222xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
2	林 蕾	35260119760323xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
3	郑炳敏	35030119850509xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
4	陈 江	44030119680919xxxx	货币	1,000,000	1,000,000	4.65
5	吴龙驹	53240119780908xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
6	李国辉	14262919771121xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
7	牛万新	21131919610804xxxx	货币	1,000,000	1,000,000	4.65
8	魏妍华	11022419810914xxxx	货币	4,000,000	4,000,000	18.60
9	江 颖	36020319820130xxxx	货币	1,000,000	1,000,000	4.65
10	陈 丽	43050319780501xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
11	谢建强	33260219750704xxxx	货币	2,000,000	2,000,000	9.30
合计				21,500,000	21,500,000	100.00

4、刘军

女，1976年3月9日出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999年8月至2003年1月任瑞士诺华制药有限公司医药代表；2003年1月至2004年8月任美国雅培制药有限公司业务主管；2004年8月至2007年8月任上海致未商务有限公司市场经理；2007年9月至2012年8月任美国强生集团—西安杨森制药有限公司上海大区经理；2011年5月至2015年6月任添庆有限执行董事；2015年6月至2015年12月任添庆股份董事；2015年12月至今任添庆股份董事兼总经理。

5、宁波泓泽股权投资合伙企业（有限合伙）

依据宁波市北仑区市场监督管理局于2016年3月18日核发的统一社会信用代码为913302063169718076的《营业执照》，宁波泓泽的基本情况如下：

名称	宁波泓泽股权投资合伙企业（有限合伙）
主要经营场所	宁波市北仑区梅山大道商务中心六号办公楼416室
执行事务合伙人	上海隆投资资产管理有限公司（委派代表：赵志成）
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	股权投资及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合伙期限	2015年5月19日至2018年5月18日

宁波泓泽各合伙人出资明细如下：

序号	合伙人	出资方式	认缴出资额 (元)	实缴出资额 (元)	投资比例 (%)
一	普通合伙人				
1	上海隆投资产管理有限公司	货币	5,000,000	2,500,000	5
二	有限合伙人				
1	威俐达国际融资租赁有限公司	货币	5,000,000	2,500,000	5
2	李兆晶	货币	2,000,000	1,000,000	2
3	白雪茹	货币	68,000,000	34,000,000	68
4	陈志宏	货币	2,000,000	1,000,000	2
5	烟台泓富投资中心(有限合伙)	货币	5,000,000	2,500,000	5
6	沈冰梅	货币	3,000,000	1,500,000	3
7	张兆平	货币	10,000,000	5,000,000	10
	合计		1,000,000,000	500,000,000	100

截至本公开转让说明书签署之日，宁波鼎庆系由普通合伙人刘勇和有限合伙人上海凯时赢投资管理有限公司、储国兵、刘军、陈建忠和易宗元共同出资设立，目前共有1名普通合伙人及5名有限合伙人组成；烟台沃达系由普通合伙人山东国海君悦投资有限公司和有限合伙人王正军、林蕾、郑炳敏、陈江、吴龙驹、李国辉、牛万新、魏妍华、江颖、陈丽、谢建强共同出资设立，目前共有1名普通合伙人及11名有限合伙人组成，烟台沃达的经营范围中明确载明“以自有资产投资及咨询服务、企业管理服务、企业投资信息咨询、企业形象策划、市场营销策划”。根据宁波鼎庆、烟台沃达提供的情况说明，宁波鼎庆、烟台沃达的出资均为合伙人的自有资金，该等自有资金并非通过公开或非公开募集所得，并非由基金管理人管理、基金托管人托管、为基金份额持有人的利益，以证券投资活动为目的的证券投资基金；同时，刘勇、山东国海君悦投资有限公司均不涉及普通合伙人作为基金管理人向合伙企业或有限合伙人收取管理费用的情况。因此，宁波鼎庆、烟台沃达不属于《证券投资基金法》、《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）》所规范的私募投资基金，无需办理私募基金管理人及私募基金备案登记手续。

此外，根据《私募投资基金监督管理暂行办法》等法规规定，公司股东宁波泓泽现持有中国证券投资基金业协会于2015年7月30日核发的编号为P1019413号的《私募投资基金管理人登记证书》。

（四）公司股东之间的关联关系

公司股东中，刘军与实际控制人刘勇为姐弟关系，刘勇在宁波鼎庆中认缴1%，担任普通合伙人；刘军在宁波鼎庆中认缴64.8%，担任有限合伙人。

除此之外，公司股东之间不存在其他关联关系。

（五）公司股本形成及变化

1、有限公司的设立

添庆股份的前身为添庆贸易。添庆贸易系由自然人陈珏、叶雯斐两个自然人共同投资设立。公司设立时，注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元。

上海同诚会计师事务所于 2006 年 2 月 7 日出具《验资报告》（同诚会验【2006】第 744 号），对添庆贸易注册资本实收情况进行审验。截至 2006 年 2 月 7 日，添庆贸易已收到全体股东缴纳的注册资本合计 50 万元，其中以货币出资 50 万元。

2006 年 2 月 14 日，上海市工商行政管理局嘉定分局核准了添庆贸易的设立登记，核发了注册号为 3101142139750 的《企业法人营业执照》。

添庆贸易成立时的股东以及出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例（%）	出资方式
1	陈珏	250,000	50	货币
2	叶雯斐	250,000	50	货币
合计		500,000	100	—

2、有限公司第一次股权转让

2009 年 7 月 13 日，添庆贸易召开股东会会议，会议决议同意叶雯斐将其持有的公司 50% 股权作价 25 万元转让给刘勇；陈珏将其持有的公司 49% 股权作价 24.5 万元转让给刘勇。同日，叶雯斐、陈珏分别与刘勇签订了《股权转让协议》。添庆贸易股东会就股东变更事项通过公司章程修正案。

2009 年 7 月 23 日，上海市工商行政管理局普陀分局核准了此次工商变更，签发了《准予变更登记通知书》。

本次股权转让完成后，添庆贸易的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例（%）	出资方式
1	刘勇	495,000	99	货币
2	陈珏	5,000	1	货币
合计		500,000	100	—

3、有限公司第一次增资

2014 年 6 月 11 日，添庆贸易召开股东会，会议决议将公司注册资本由 50 万元增至 500 万元，其中刘勇出资 495 万元，陈珏出资 5 万元，均为货币出资。会议相应通过了公司章程修正案，出资时间为 2016 年 2 月 13 日前。

2014 年 6 月 19 日，上海市工商行政管理局普陀分局核准了此次工商变更，

签发了《准予变更（备案）登记通知书》。

本次增资后，添庆贸易的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	刘勇	4,950,000	4,950,000	99	货币
2	陈珏	50,000	50,000	1	货币
合计		5,000,000	5,000,000	100	—

4、有限公司第二次增资

2014年12月3日，添庆贸易召开股东会会议，决议将公司注册资本由500万元增至1000万元；其中刘勇出资990万元，陈珏出资10万元，均为货币出资，出资时间为2016年2月13日前。决议将公司名称由“上海添庆贸易有限公司”变更为“上海添庆网络科技有限公司”。同时，就前述事项通过公司章程修正案。

2014年12月24日，上海市普陀区市场监督管理局核准了此次工商变更，签发了《准予变更登记通知书》。

本次增资后，添庆有限的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	刘勇	9,900,000	9,900,000	99	货币
2	陈珏	100,000	100,000	1	货币
合计		10,000,000	10,000,000	100	—

5、有限公司第二次股权转让

2015年2月14日，添庆有限召开股东会会议，会议决议同意刘勇将其持有的公司20%股权作价200万元转让给宁波鼎庆，将其持有的公司9%股权作价90万元转让给刘军；陈珏将其持有的公司1%股权作价10万元转让给刘军。同日，刘勇分别与宁波鼎庆、刘军签订了《股权转让协议》，陈珏与刘军签订了《股权转让协议》。同日，添庆有限股东会通过了公司章程修正案。

2015年3月10日，上海市普陀区市场监督管理局核准了此次工商变更，签发了《准予变更登记通知书》。

本次股权转让完成后，添庆有限的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	刘勇	7,000,000	7,000,000	70	货币
2	宁波鼎庆	2,000,000	2,000,000	20	货币
3	刘军	1,000,000	1,000,000	10	货币
合计		10,000,000	10,000,000	100	—

6、有限公司第三次增资

2015年4月13日，添庆有限召开股东会会议，同意烟台沃达对公司出资2100万元，成为公司股东，其中，140万元作为添庆有限新增的注册资本；剩余1960万元计入资本公积。同日，添庆有限召开股东会会议，决议将公司的注册资本由1000万元增至1140万元；同时通过公司新章程。

2015年4月23日，上海市普陀区市场监督管理局核准了此次工商变更，签发了《准予变更（备案）登记通知书》。

本次增资完成后，添庆有限的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	刘 勇	7,000,000	7,000,000	61.41	货币
2	宁波鼎庆	2,000,000	2,000,000	17.54	货币
3	烟台沃达	1,400,000	1,400,000	12.28	货币
4	刘 军	1,000,000	1,000,000	8.77	货币
	合计	11,400,000	11,400,000	100.00	—

7、股份公司成立

2015年5月20日，兴华会计师事务所出具《审计报告》（[2015]京会兴审字第02010130号），截至2015年4月30日，添庆有限经审计的净资产为28,364,425.52元。

2015年5月22日，中瑞国际资产评估（北京）有限公司出具《上海添庆网络科技有限公司整体变更为股份有限公司项目资产评估报告》（中瑞评报字【2015】050004110号），截至评估基准日2015年4月30日，添庆有限的净资产评估值为2,838.75万元。

2015年5月25日，添庆有限召开股东会并作出决议，同意各股东以经兴华会计师事务所出具《审计报告》（[2015]京会兴审字第02010130号）审定的截至2015年4月30日的公司净资产28,364,425.52元出资，按1:0.7051比例折合股本2,000万元，剩余8,364,425.52元计入公司资本公积。变更为股份有限公司后的注册资本为2,000万元，股份总数为2,000万股，每股面值1元，全部为普通股。

2015年5月28日，添庆有限全体股东签订《发起人协议》，一致同意以整体变更的方式设立上海添庆网络科技股份有限公司，注册资本为2000万元，股本总额为2000万股，每股1元；添庆有限整体变更所发行的全部股份均由各发起人认购。

2015年5月29日，兴华会计师事务所出具《上海添庆网络科技有限公司（筹）验资报告》（（2015）京会兴验字第02010005号），对整体变更出资进行审验，截至2015年5月28日，有限公司已收到各发起人股东以审计后净资产的出资，股本为2000万元。

2015年6月12日，公司发起人召开创立大会暨2015年第一次临时股东大会。大会审议通过了《关于〈上海添庆网络科技有限公司整体变更为股份公司筹备情况和股份公司筹备费用承担〉的议案》、《关于〈上海添庆网络科技有限公司以经审计的净资产为基础折股〉的议案》、《上海添庆网络科技有限公司章程》、《上海添庆网络科技有限公司股东大会议事规则》、《上海添庆网络科技有限公司董事会议事规则》、《上海添庆网络科技有限公司监事会议事规则》等议案，选举刘勇、刘军、师晓华、易宗元、李骏彦组成公司第一届董事会，选举张伟、魏雪锋为公司第一届监事会非职工代表监事，与职工代表大会选举的职工监事周晓凤组成公司第一届监事会。

2015年6月27日，公司取得上海市工商行政管理局核发的注册号为310114001683877的《营业执照》。

股份公司成立后，公司的股份结构如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例（%）	出资方式
1	刘勇	12,280,000	61.40	净资产
2	宁波鼎庆	3,510,000	17.55	净资产
3	烟台沃达	2,460,000	12.30	净资产
4	刘军	1,750,000	8.75	净资产
合计		20,000,000	100.00	—

8、股份公司第一次增资

2015年9月28日，添庆股份召开临时股东大会会议，同意宁波泓泽对公司出资1238万元，成为公司股东，其中，100万元作为添庆股份新增的注册资本；剩余1138万元计入资本公积。公司的注册资本由2000万元增至2100万元；同时，通过公司章程修正案。

2015年10月29日，公司取得上海市工商行政管理局核发的统一社会信用代码为91310000785614984N的《营业执照》。

本次增资完成后，添庆股份的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例（%）	出资方式
1	刘勇	12,280,000	58.48	净资产
2	宁波鼎庆	3,510,000	16.71	净资产

3	烟台沃达	2,460,000	11.71	净资产
4	刘 军	1,750,000	8.33	净资产
5	宁波泓泽	1,000,000	4.76	货币
合计		21,000,000	100.00	—

四、公司的控股、参股公司

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有 3 家境内全资子公司和 1 家境外全资子公司，基本情况如下所示：

(1) 上海鼎骏贸易有限公司

名称	上海鼎骏贸易有限公司
注册号	310141000133392
住所	中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 135 号 2 幢楼 3 层 3B-50 室
法定代表人	刘军
注册资本	500 万元人民币
公司类型	有限责任公司（法人独资）
成立时间	2015 年 3 月 9 日
经营范围	从事货物及技术的进出口业务，预包装食品（含熟食卤味、不含冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）的批发非实物方式、玩具、服装、工艺品、化妆品、日用百货、机电设备、电子产品、五金交电的销售，商务信息咨询，电子商务，从事计算机科技专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。【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】
股权结构	添庆股份持股 100%

① 上海鼎骏设立

2015 年 3 月 5 日，上海鼎骏召开首次股东会会议，会议选举刘军为上海鼎骏第一届执行董事，选举周晓凤为第一届监事，并通过《上海鼎骏贸易有限公司章程》。根据《上海鼎骏贸易有限公司章程》规定，上海鼎骏股东的出资期限为上海鼎骏《营业执照》签发之日起 20 年内。

2015 年 3 月 9 日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准了上海鼎骏的设立登记，核发了注册号为 310141000133392 的《营业执照》。

上海鼎骏成立时的股东以及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	添庆股份	5,000,000	0	100	货币
合计		5,000,000	0	100	—

上海鼎骏作为添庆股份的全资子公司，未来计划开展与潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台相关的电子商务业务。上海鼎骏已于 2016 年 1 月 15 日取得由上海市通信管理局签发的编号为“沪 B2-20160027”的《增值电信业务经营许可证》。

截至本公开转让说明书签署之日，上海鼎骏暂未开展实际经营业务。

(2) 宁波昌昱电子商务有限公司

名称	宁波昌昱电子商务有限公司
注册号	330214000056107
住所	宁波保税区港东大道5号4楼4035-2号
法定代表人	刘军
注册资本	1000万元人民币
公司类型	一人有限责任公司（私营法人独资）
成立时间	2015年3月2日
经营范围	一般经营范围：食品、母婴食品、日用品、纺织品、家具、玩具、化妆品、家居用品、服装、家用电器的批发、零售及网上销售；自营及代理商品及技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的商品及技术除外；自主选择经营其他一般经营项目。
股权结构	添庆有限持股 100%

① 宁波昌昱设立

2015年3月2日，宁波昌昱召开首次股东会议，会议任命刘军为宁波昌昱执行董事，任命周晓凤为宁波昌昱监事。根据《宁波昌昱电子商务有限公司章程》规定，宁波昌昱股东的出资期限为宁波昌昱成立后十年内。

2015年3月2日，宁波市市场监督管理局核准了宁波昌昱的设立登记，核发了注册号为330214000056107的《营业执照》。

宁波昌昱成立时的股东以及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	添庆有限	10,000,000	0	100	货币
	合计	10,000,000	0	100	—

宁波昌昱拟从事母婴跨境购业务。截至本公开转让说明书签署之日，宁波昌昱暂未开展实际经营业务。

(3) 上海腾生实业有限公司

名称	上海腾生实业有限公司
统一社会信用代码	9131010733261042XL
住所	上海市普陀区常和路100号1号厂房3号楼342室
法定代表人	刘军
注册资本	500万元人民币
公司类型	有限责任公司（法人独资）
成立时间	2015年4月16日
经营范围	销售：玩具、服装、工艺品（除专项），化妆品，日用百货，机电设备，电子产品，五金交电；商务咨询，广告设计，园林绿化，计算机软件开发，从事货物及技术的进出口业务；批发兼零售：预包装

	装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏），乳制品（含婴幼儿配方乳粉）。 【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】
股权结构	添庆股份持股 100%

① 腾生实业设立

2015年3月15日，腾生实业召开首次股东会议，通过了《上海腾生实业有限公司章程》，会议选举刘军为腾生实业第一届执行董事兼总经理，选举周晓凤为监事。

2015年4月16日，上海市普陀区市场监督管理局核准了腾生实业的设立登记，核发了注册号为310107000790389的《营业执照》。

腾生实业成立时的股东以及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例（%）	出资方式
1	添庆有限	5,000,000	0	100	货币
	合计	5,000,000	0	100	—

腾生实业拟从事传统母婴用品批发业务。截至本公开转让说明书签署之日，腾生实业暂未开展实际经营业务。

（4）恒申实业有限公司

名称	恒申实业有限公司
登记证号码	64263963-000-01-15-6
地址	香港德辅道西西营盘正街18号启正中心12楼3A-2室
董事	刘军
股本	1万港元
公司类型	Private Company
成立时间	2015年1月6日
股权结构	添庆贸易持股100%持股

① 恒申实业的设立

2014年12月29日，添庆贸易召开临时股东会会议，决议在中国香港地区设立恒申实业，由刘军担任董事。

根据《境外投资管理办法》（商务部令2014年第3号），公司已取得上海市商务委员会签发的《企业境外投资证书》（境外投资证第N3100201500907号），同意设立恒申实业。根据《境外投资项目核准和备案管理办法》（国家发展改革委令9号），上海市发展改革委员会已向公司签发《项目备案通知书》（沪发改外资[2015]169号）。

2015年1月6日，香港特别行政区公司注册处核准恒申实业设立，签发了

编号为 2188398 的《公司注册证明书》。

恒申实业成立时的股本为 10,000 港元普通股，其股东以及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（港元）	实缴出资额（港元）	投资比例（%）	出资方式
1	添庆贸易	10,000	0	100	货币
	合计	10,000	0	100	—

恒申实业拟从事开展奶粉、乳制品等批发零售业务。截至本公开转让说明书签署之日，恒申实业暂未开展实际经营业务。

五、重大资产重组情形

报告期内，公司未发生重大资产重组。

六、公司董事、监事及高级管理人员

（一）董事基本情况

序号	姓名	职务	性别	身份证号	是否持有公司股票及债券
1	刘勇	董事长	男	31010319770808xxxx	是
2	刘军	董事	女	31010319760309xxxx	是
3	易宗元	董事	男	42100219820918xxxx	否
4	师晓华	董事	男	61030219761010xxxx	否
5	李骏彦	董事	女	31011519780228xxxx	否

1、刘勇

刘勇的基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（二）控股股东和实际控制人的基本情况”。

2、刘军

刘军的基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（三）前十名股东及持有 5% 以上股份股东的情况”。

3、易宗元

男，1982 年 9 月 18 日出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2003 年 9 月至 2006 年 6 月任上海东浩国际产权经纪股份有限公司产权经纪人；2006 年 6 月至 2007 年 11 月任花旗银行（中国）有限公司市场经理；2007 年 12 月至 2008 年 10 月任渣打银行（中国）有限公司市场经理；2008 年 11 月至 2013 年 12 月任聚尚电子商务（中国）有限公司董事副总裁；2013 年 12 月至 2015 年 5 月任上海赢品贸易有限公司总经理；2015 年 6 月至今任添庆股份董事兼副总经

理，董事任期三年。

4、师晓华

男，1976年10月10日出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1998年8月至1999年3月任冶金部冶金一局超硬材料研究所技术员；1999年3月至2004年3月任中北联会展服务有限公司销售经理；2004年3月至2008年10月任Tom在线有限公司无线事业部总监；2008年11月至2010年08月任杭州斯凯网络科技有限公司商务拓展部总经理；2010年09月至今任北京有乐通网络科技有限公司执行董事；2015年6月至今任添庆股份董事，任期三年。

5、李骏彦

女，1978年2月28日出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2000年9月至2002年4月任上海中信信息发展有限公司总经理助理；2002年6月至2003年2月任上海半岛机械有限公司总经理助理；2003年4月至2004年4月任上海盼达信息技术有限公司总经理助理兼单价产品总监；2004年5月至2010年12月任艾斯隆信息技术（上海）有限公司中国区业务发展总监；2011年2月至今任上海骏梦网络科技有限公司行政执行总监；2015年6月至今任添庆股份董事，任期三年。

（二）监事基本情况

序号	姓名	职务	性别	身份证号	是否持有公司股票及债券
1	张伟	监事会主席	男	51010819800910xxxx	否
2	周晓凤	监事	女	31010719820222xxxx	否
3	魏雪锋	监事	女	41052119771028xxxx	否

1、张伟

男，1980年9月10日出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2003年2月至2004年6月任上海鑫锆计算机软件开发有限公司市场部媒体专员；2004年6月至2005年4月任上海腾武数码科技有限公司市场部营销专员；2005年7月至2007年12月任香港新世界数码基地在线营销部经理；2007年12月至2008年5月任上海乐承网络科技有限公司运营部经理；2009年8月至2010年10月任聚尚电子商务（上海）有限公司市场部经理；2010年10月至2013年8月任名品打折网市场部总监；2015年6月至今任上海添庆网络科技有限公司市场总监兼监事会主席，监事会主席任期三年。

2、周晓凤

女，1982年2月22日出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2000年10月至2007年10月任上海浩谦实业发展有限公司综合管理部经理；2007年12月至2009年7月任上海邦手物业管理有限公司行政人事经理；2009年7月至2013年3月任上海浩谦实业发展有限公司人力资源部经理；2013年4月至2015年6月今任添庆有限人力资源部总监；2015年6月至今任添庆股份行政人事部总监兼监事，监事任期三年。

3、魏雪锋

女，1977年10月28日出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2000年5月至2001年11月任上海金石企业有限公司文员；2002年1月至2004年1月任上海亚亿五金有限公司销售；2004年3月至2015年6月任添庆有限销售总监；2015年6月至今任添庆股份销售总监兼监事，监事任期三年。

(三) 高级管理人员基本情况

序号	姓名	职务	性别	身份证号	是否持有公司股票及债券
1	刘军	总经理	女	31010319760309xxxx	是
2	易宗元	副总经理、 董事会秘书	男	42100219820918xxxx	否
3	蔡勇	财务负责人	男	41302419750405xxxx	否

1、刘军

刘军的基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（三）前十名股东及持有5%以上股份股东的情况”。

2、易宗元

易宗元的基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“六（一）董事基本情况”。

3、蔡勇

男，1975年4月5日出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1994年4月至2003年2月任河南省潢川县棉花公司财务科长；2003年3月至2009年7月任上海光华会计师事务所有限公司部门经理；2009年8月至2011年3月任天健会计师事务所有限公司部门经理；2011年4月至2015年4月任上海良图商务咨询有限公司财务咨询部部长；2015年10月至2016年1月任中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）部门经理；2016年2月至今任添庆股份财务总监。

七、公司主要会计数据和财务指标

财务指标	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计(万元)	4,685.74	3,643.46	3,424.54
股东权益合计(万元)	3,544.25	1,012.99	24.42
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	3,544.25	1,012.99	24.42
每股净资产(元)	1.69	1.01	0.49
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	1.69	1.01	0.49
资产负债率(母公司, %)	24.36	72.20	99.29
流动比率(倍)	3.85	1.38	1.00
速动比率(倍)	2.94	0.96	0.82
财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	3,855.27	9,094.84	9,779.18
净利润(万元)	-806.75	38.58	-4.78
归属于申请挂牌公司股东的净利润(万元)	-806.75	38.58	-4.78
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	-838.55	4.55	-4.93
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润(万元)	-838.55	4.55	-4.93
毛利率(%)	9.90	11.00	7.23
净资产收益率(%)	-43.15	14.36	-17.82
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	-44.85	1.69	-18.38
基本每股收益(元/股)	-0.56	0.14	-0.10
稀释每股收益(元/股)	-0.56	0.14	-0.10
应收帐款周转率(次)	3.86	5.34	4.55
存货周转率(次)	3.23	9.43	20.89
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-1,582.74	-1,154.86	24.74
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-1.11	-4.20	0.49

备注:

1、毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入

2、净资产收益率、每股收益按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算和披露》执行:

净资产收益率按照“归属于申请挂牌公司股东的当期净利润/加权平均净资产”计算；扣除非经常性损益后净资产收益率按照“扣除非经常性损益的归属于申请挂牌公司股东的当期净利润/加权平均净资产”计算；

扣除非经常性损益后净资产收益率=扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润/加权平均净资产。

3、基本每股收益按照“归属于申请挂牌公司股东的当期净利润/普通股加权平均数”计算；公司2015年1-10月、2014年度、2013年度的普通股加权平均数分别为19,440,000股、2,750,000股和500,000股作为基准计算；

由于公司不存在稀释普通股，故稀释每股收益=基本每股收益。

4、每股净资产=期末净资产÷期末股本（公司2015年10月31日、2014年12月31日、2013年12月31日的股本分别为21,000,000股、10,000,000股和500,000股作为基准计算）。

5、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷普通股加权平均数（公司2015年1-10月、2014年度、2013年度的普通股加权平均数分别为14,280,000股、2,750,000股和500,000股作为基准计算）。

6、资产负债率（母公司）=总负债/总资产

7、流动比率=流动资产/流动负债

8、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

9、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

10、存货周转率按照=营业成本/存货平均余额

八、本次挂牌有关的机构

（一）主办券商

名称：兴业证券股份有限公司

住所：福州市湖东路268号

法定代表人：兰荣

电话：0591-38281888

传真：0591-38507766

项目小组负责人：刘君

项目小组成员：余磊、曾志芳、顾美琴

(二) 律师事务所

名称：上海东方华银律师事务所

住所：上海市浦东新区福山路 450 号新天国际大厦 26 楼

负责人：吴东桓

电话：021-68769686

传真：021-58304009

经办律师：王建文、闵鹏

(三) 会计师事务所

名称：北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：北京市西城区裕民路 18 号北环中心 2210 室

负责人：王全洲

电话：010-82250666

传真：010-82250851

经办会计师：林永定、吴亦忻

(四) 资产评估机构

名称：中瑞国际资产评估（北京）有限公司

住所：北京市西城区黄寺大街 26 号院 4 号楼 6 层 702-7(德胜园区)

法定代表人：杨文化

电话：010-66553366

传真：010-66553380

经办评估师：吕晓英、吴亚琳

(五) 证券登记结算机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

电话：010-58598980

传真：010-58598977

（六）证券交易所

名称：全国中小企业股份转让系统

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

电话：010-63889512

传真：010-63889514

第二节 公司业务

一、公司业务概述

（一）公司的业务情况

公司自成立以来一直专营母婴用品的代理销售业务，经过近 10 年的发展和运作，已成为长三角领先的母婴品牌运营公司。拥有众多合作品牌，其中重点品牌 30 个，包括贝因美、光明、亨氏、金佰利等；拥有 2000 多家实体零售母婴店客户和实体连锁母婴店客户，包括蘑菇宝贝、爱婴室、孩子王、贝贝熊、母婴之家等。

公司的主营业务是母婴用品的代理销售服务，即公司取得母婴用品的经销资格，购买母婴用品后销售给实体零售母婴店、实体连锁母婴店。

2015 年是公司整体业务转型的关键期、过渡期，公司在开展母婴品牌的代理销售业务基础上，积极开拓新业务。公司充分利用已有多年电子商务运营及研发经验的项目团队，对潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台进行研发及运营。该平台专注于母婴用品流通行业的创新变革技术服务，通过给实体零售母婴店客户提供管理软件，即潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台和协作软件进货宝，为客户提供一体化技术解决方案和综合性平台业务支撑服务。

（二）公司的主要产品

公司的主营业务为母婴用品的代理销售服务，多年来公司致力于为大陆消费者引进世界各国高品质的知名食品品牌，与各国知名母婴食品品牌商建立了良好的合作关系。除了婴幼儿食品之外，公司还从事童车床椅、童装用品等母婴用品的代理销售服务。公司经销的 30 个重点品牌如下表所示：

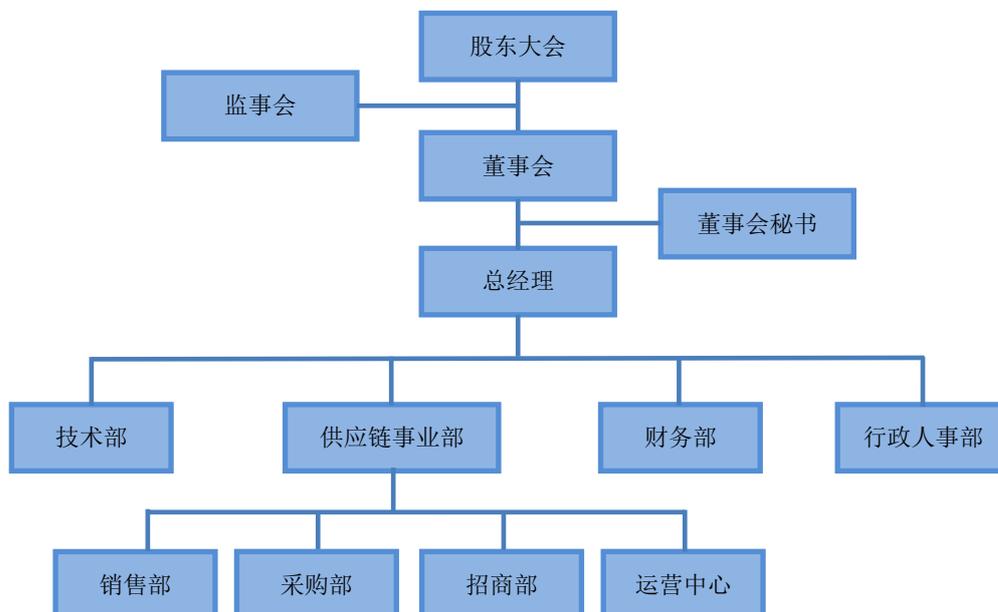
序号	品牌	品牌 LOGO	商品种类	经销级别
1	培儿贝瑞		奶粉	一级
2	Huggies (好奇)		尿裤、湿巾	一级
3	亨氏		奶粉、辅食	一级

4	澳贝		玩具	一级
5	澳优		奶粉	一级
6	贝因美		奶粉、辅食	一级
7	和光堂		奶粉、辅食	一级
8	小猪班纳		童装	一级
9	膳魔师		用品	一级
10	婴之良品		尿裤	一级
11	moonstar		童鞋	一级
12	雅氏		用品	一级
13	多比		奶粉	一级
14	荟智		车床	一级
15	MAM		用品	一级
16	Umee		用品	一级
17	Jack N' Jill (杰克吉尔)		用品	一级
18	亲润		用品	一级
19	乐客友联		童鞋	一级
20	STM 座椅		座椅	一级
21	火火兔		玩具	一级
22	Graco		车床	一级

23	嗒嗒嗒		童装	一级
24	大王		尿裤	二级
25	Karicare(可瑞康)		奶粉	二级
26	Nutrilon (诺优能)		奶粉	二级
27	Aptamil (爱他美)		奶粉	二级
28	i-baby		车床	二级
29	i-mummy		车床	二级
30	easywalkerMINI 宝马		车床	二级

二、公司的组织结构及业务流程

(一) 公司组织结构图



部门名称	主要职责
技术部	承担进货宝软件等相关软硬件的开发、运行维护。
供应链事业部	传统批发销售业务和潮妈帮业务的开展和运营。组织对供应商的选定、评定和审核工作；根据销售部承接的销售订单，完成采购；开拓公司代理产品的市场渠道，完成公司销售指标。日常工作职责包括：公司代理商品的提报、订单、物流以及回款的跟进。
财务部	负责公司会计、财务管理、成本核算及控制资金预算等工作。编制公司财务预算、成本计划；编制利润、财务、税务报表，以及正常的财会日常管理工作；执行和保持财务核算制度、经济运行分析制度等；提出公司财力资源配置、资金合理运用的建议；反映和监督公司的经济运行活动等。
行政人事部	负责对公司各部门人员的招聘、培训、考核以及相关证件的办理，同时进行公司人事制度的拟定、实施、监督和完善等工作以及公司行政事务。

（二）公司业务流程

1、销售流程

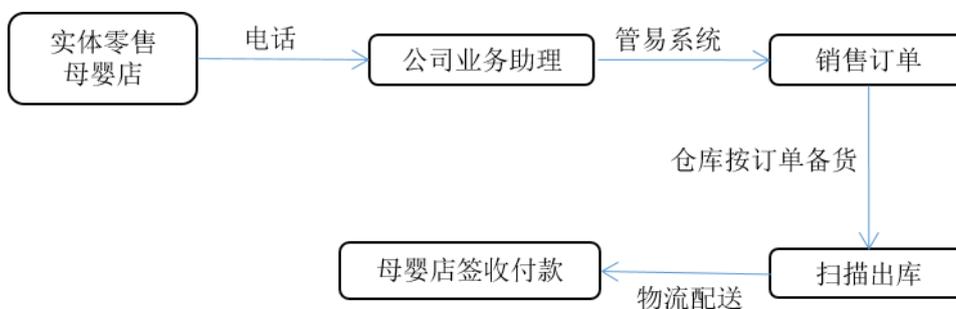
公司对母婴店的销售技术服务可以划分为对实体零售母婴店的销售和对实体连锁母婴店的销售。

（1）实体零售母婴店的销售流程

实体零售母婴店，基本都是以社区、医院、月子会所为中心开设的母婴店，公司在上海各区县均设置专职业务员，针对各自区域的母婴店进行有效拜访，了解母婴店对于品牌、品项的需求，阐述公司现有品牌的优势，结合公司自主研发移动端应用软件进货宝，解决母婴门店的供应链管理问题，从而争取客户，增加订单。

实体零售母婴店的销售主要通过电话销售和进货宝销售两种方式。

① 电话销售流程



电话销售流程

实体零售母婴店通过电话和公司业务助理取得联系，告知所需商品品牌、名称、型号、数量等信息，通过管易系统产生销售订单，仓库按订单备货并扫描出库，配送至商家指定地址后签收付款。传统电话销售的方式将逐渐被进货宝的销售方式取代。

② 进货宝销售流程

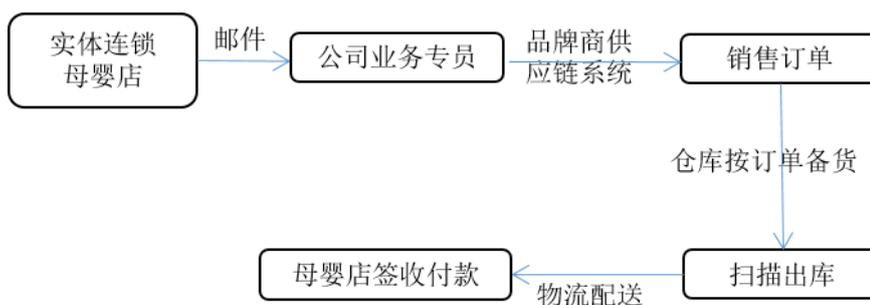


进货宝销售流程

商家通过在手机端安装移动应用软件“进货宝”后，可以随时随地通过手机下单，告知公司所需商品品牌、名称、型号、数量，系统自动产生销售订单，商家根据订单金额付款，仓库按有效付款订单备货并扫描出库，配送至指定地址后商家签收。

(2) 实体连锁母婴店的销售流程

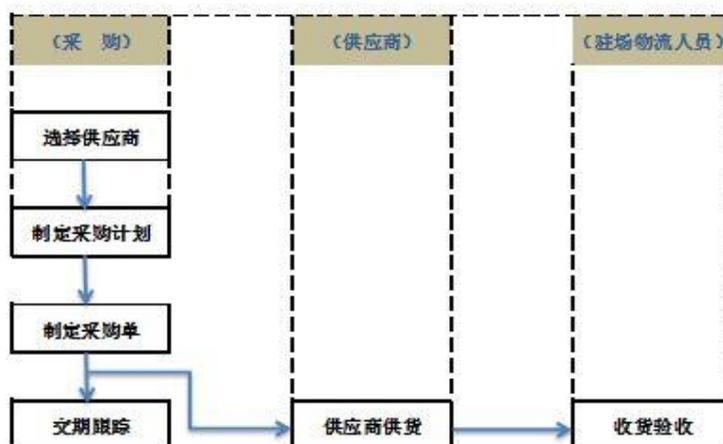
实体连锁母婴店，指在全国范围内拥有众多销售母婴产品的店铺，采用共同的经营方针、营销策略，通过集中采购和分散销售有机结合，以规范化经营实现规模效益的联合。公司配备专职业务主管对接大型实体连锁母婴店、承接日常各品牌采销业务。



邮件销售流程

实体连锁母婴店的销售主要采用邮件销售的方式。具体而言，实体连锁母婴店以邮件的方式和公司业务专员取得联系，告知所需商品品牌、名称、型号、数量等进货信息，业务专员收到母婴店的订单后进入品牌商供应链系统，按照客户需求生成销售订单，仓库根据订单备货并扫描出库，配送至商家指定地址后签收付款。

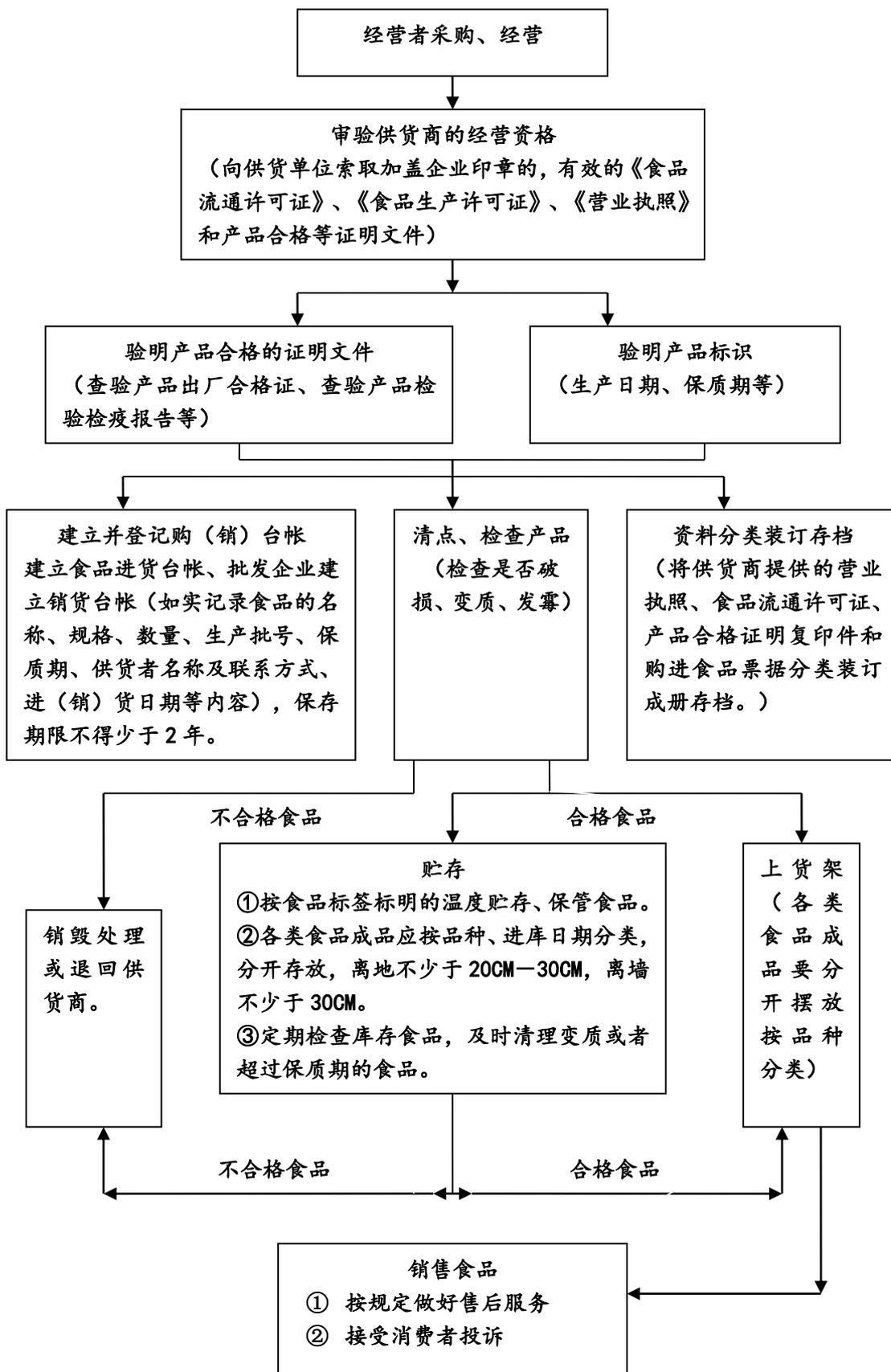
2、采购流程



采购部门依据各品牌供应商提供的商品信息，结合公司客户需求、销售渠道反馈，选择优质的品牌供应商。根据销售部门承接的销售订单及参考公司商品安全库存制订采购计划，经总经理审核批准后的采购订单通过邮件形式推送给品牌供应商，由品牌供应商发货至公司指定的物流仓储点，由公司派驻的驻场物流人员负责收货验货，采购部门负责跟进订货、发货、收货验收全流程。

3、公司业务流程中对产品质量及食品安全方面的管理措施

公司已制定《食品安全管理制度》、《食品安全经营管理制度》、《货物进货查验制度》、《存货管理制度》、《不合格货物退市管理制度》、《进货销货操作流程》等产品质量与食品安全管理制度，对产品进货检验、进货检查记录、从业人员健康检查、不符合产品安全质量标准退市、产品检查、存放、运输等管理措施进行了规定，并在产品进货、存储、销货环节中予以执行，具体流程如下：



根据公司报告期内重大销售、采购合同的签署与履行情况，公司上述产品

质量及食品安全相关制度、操作流程在产品进货、存储、销货环节中已得到有效执行。

此外，公司合作的主要供应商资质如下：

序号	供应商名称	合作事项	资质情况
1	金佰利（中国）有限公司	作为上海区域内渠道之金佰利产品的非独家经销商，经销商仅在经销区域内且仅通过经销渠道销售及推广 Huggies（好奇）产品	经核查，金佰利（中国）有限公司授权公司经销的 Huggies（好奇）产品系由金佰利（中国）有限公司委托其全资子公司金佰利（南京）个人卫生用品有限公司生产。金佰利（南京）个人卫生用品有限公司已取得《消毒产品生产企业卫生许可证》（许可证编号：（苏）卫消证字（2002）第 0020 号），有效期至 2018 年 10 月 13 日止。
2	黑龙江光明优幼营养品有限公司	作为上海市区域内的经销商，负责产品在该区域传统渠道进口粉系列产品的经销	经核查，黑龙江光明优幼营养品有限公司已取得《食品流通许可证》（许可证编号：SP23022710100000091），许可范围包含乳制品（含婴幼儿配方乳粉）的批发、零售，有效期至 2017 年 05 月 25 日止。
3	贝因美婴童食品股份有限公司（原名为：浙江贝因美科工贸股份有限公司；以下简称“贝因美”）	在指定的区域、渠道、门店内建立产品的销售网络，通过并确保分销商、零售门店在销售区域内销售授权的产品	经核查，贝因美已取得《食品流通许可证》（有效期至 2017 年 02 月 27 日止）。
4	澳优乳业（中国）有限公司	在上海市内（除爱婴室外）通过母婴直销渠道销售相关产品	根据国家质量监督检验检疫总局官方网站公布的信息（2016 年 3 月 29 日更新），澳优乳业（中国）有限公司进口的婴幼儿配方乳粉能力多、海普诺凯 1897 等品牌已通过国家质检总局注册的境外婴幼儿乳粉生产企业生产的产品。
5	上海馨琛商贸有限公司	经销上海馨琛商贸有限公司代理的日用百货、母婴用品、奶粉等产品	经核查，上海馨琛商贸有限公司已取得《食品流通许可证》（许可证编号：SP3101101410006658），许可范围包含乳制品（含婴幼儿配方乳粉），有效期至 2017 年 07 月 27 日止。
6	广东奥迪动漫玩具有限公司	在指定的销售许可范围内及销售区域内销售相关产品	经核查，广东奥迪动漫玩具有限公司提供的营业执照、组织机构代码证、税务登记证、银行开户许可证均在有效期内。

序号	供应商名称	合作事项	资质情况
7	上海特思尔大宇宙商务咨询有限公司	作为指定区域的二级分销商,按指定的渠道销售相关产品	经核查,上海特思尔大宇宙商务咨询有限公司已取得大王(南通)生活用品有限公司关于其所生产和经销产品的授权。
8	卡乐丽商贸(昆山)有限公司	在上海区域内经销“荟智”品牌童车系列产品	经核查,卡乐丽商贸(昆山)有限公司已取得江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司的授权,全面负责“荟智”品牌在中国市场的销售管理,有效期限自2015年01月01日起至2016年12月31日止。
9	澳利达化妆品(深圳)有限公司	在婴童店经销“菲丽洁”宝宝系列、“forlisa”芦荟成人系列产品	经核查,商标注册人DAVID GAO(高大卫)已授权澳利达化妆品(深圳)有限公司使用“菲丽洁”、“forlisa”商标。 此外,澳利达化妆品(深圳)有限公司的产品委托朝日化妆品(深圳)有限公司生产。朝日化妆品(深圳)有限公司已取得《化妆品生产企业卫生许可证》(许可证编号:GD FDA(2005)卫妆准字29-XK-2729号),有效期至2017年06月08日止。
10	宝英宝儿童用品(上海)股份有限公司	关于Paw in Paw洗护商品上海地区渠道特约独家经销商	经核查,商标注册人英国达马股份有限公司(DAMA S. P. A SHARE LIMITED;以下简称“达马公司”)已授权宝英宝儿童用品(上海)股份有限公司(以下简称“宝英宝公司”)在其生产和销售的产品上使用达马公司注册的商标“Paw in Paw”。
11	广州亲宝生物科技有限公司	作为在指定地区、渠道、客户的非独家经销商销售相关产品	经核查,广州市淮杰实业有限公司已授权广州亲宝生物科技有限公司依据有关约定负责全国范围内销售“亲润”“贝悦”注册商标商品。
12	广州健朗医用科技有限公司	在母婴实体渠道代理销售“开丽”牌产品	经核查,“开丽”牌产品为广州健朗医用科技有限公司自有品牌;并且,广州健朗医用科技有限公司已取得《医疗器械生产企业许可证》(许可证编号:粤食药监械生产许20132341号),有效期至2018年03月11日止。
13	江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司	在上海区域内经销“荟智”品牌童车系列产品	经核查,“荟智”品牌童车为江苏小小恐龙儿童用品集团有限公司自有品牌。
14	多比(北京)	作为在上海区域	经核查,德国DEUMIL有限公司已授权多比(北

序号	供应商名称	合作事项	资质情况
	商贸有限公司	独家代理商,通过婴童渠道销售相关产品	京)商贸有限公司为“多比”系列婴幼儿产品在中国大陆地区的独家总代理商;代理期限为2012年2月1日至2020年1月31日。 此外,多比(北京)商贸有限公司已取得《食品经营许可证》(许可证编号:JY11131010217675),有效期至2021年03月16日止。
15	广东昱升个人护理用品股份有限公司	作为在上海区域(崇明三岛除外)的经销商,通过婴童渠道销售相关产品	经核查,广东昱升个人护理用品股份有限公司已取得《消毒产品生产企业卫生许可证》(许可证编号:粤卫消证字[2005]第0578号),有效期限至2018年04月24日止。

综上,公司主要供应商具有与公司进行相关合作的资质。

三、与公司业务相关的关键资源要素

(一) 公司的主要服务和技术

1、软件产品：进货宝 APP

进货宝的核心价值是融合母婴行业和“互联网+”的思想，整合母婴产品生产、物流、零售等环节的业务协同，建立透明、稳定且社会化的母婴产品供应链，成为实体零售母婴门店健康持续发展的保障。公司推出的进货宝 APP，衔接使用软件的品牌商和零售商，建立供需两端强而稳定的关系网，优化了母婴产品的供应链，大幅提升传统实体零售店的流通效率。



需要采购商品，必须先申请成为渠道商（点击申请渠道商即可申请）



实体零售母婴店使用进货宝下单进货之前，需要先向公司申请为渠道商，经过审批后才可以下单进货。可以按照商品类别或者商品品牌进行采购下单。

2、软件技术

公司主营业务虽然是母婴品牌的代理销售，但是公司拥有一支具备多年电子商务运营及研发经验的项目团队。公司一方面针对业务开展中影响进货效率的环节研发了进货宝 APP，使客户可以随时随地利用手机下单采购；另一方面为充分利用已有的母婴品牌代理销售优势，向线上业务拓展，自 2014 年起公司着手研发“潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台系统”，以整合线下零散母婴门店。该系统采用的技术手段如下：

(1) 综合使用开源技术栈开发各应用系统，包含 Unix、PHP、Java、Go、Mysql、Redis、Memcached、Gearman、Haproxy、Sphinx 等，搭建出一整套 OA2O 综合应用平台；

(2) 综合使用云计算架构来解决运维、CDN 加速、高并发、系统实时扩容、安全性等各方面的问題。

(二) 公司的无形资产情况

1、注册商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司及下属子公司正在申请的 3 项商标信息如下：

序号	图形	申请号	国际分类号	受理日期	申请人
1		17198319	38	2015/10/15	添庆股份
2		17198441	42	2015/10/15	添庆股份
3		17198175	9	2015/10/15	添庆股份

截至本公开转让说明书签署日，公司正在受让的商标共计 **16 项**，公司已收到转让受理通知书，具体信息如下：

序号	图形	商标注册/ 申请号	国际分 类号	转让申请号	转让申请 日期	转让人
1		14351137	38	2015000073 367	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
2	宝贝去哪玩	15667358	38	2015000073 361	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
3	宝贝去哪学	15667383	38	2015000073 364	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
4		14351170	42	2015000073 366	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
5	宝贝去哪玩	15667489	42	2015000073 360	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
6	宝贝去哪学	15667582	42	2015000073 363	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
7		14351102	9	2015000073 368	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
8	宝贝去哪玩	15667146	9	2015000073 365	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
9	宝贝去哪学	15667231	9	2015000073 362	2015/6/10	上海赢品商贸有限公司
10		12157781	35	2015000073 358	2015/6/10	广州炜煌贸易有限公司
11		12157847	42	2015000073 359	2015/6/10	广州炜煌贸易有限公司
12		15873253	16	20150000143 690	2015/11/ 11	上海云然实业有限公司
13		13202037	25	20150000143 687	2015/11/ 11	上海云然实业有限公司
14	萌萌象	13202078	25	20150000143 689	2015/11/ 11	上海云然实业有限公司
15		13202121	25	20150000143 688	2015/11/ 11	上海云然实业有限公司
16		15873253	35	20150000143 690	2015/11/ 11	上海云然实业有限公司

2、专利技术

截至本公开转让说明书签署日，公司尚无专利。

3、计算机软件著作权

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其子公司共有 3 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	证书号	软件名称	开发完成日期	首次发表日期	权利取得方式	权利范围
1	添庆有限	软著登字第0927242号	添庆母婴移动用品软件 V1.0	2015.02.01	2015.02.01	原始取得	全部权利
2	上海鼎骏	软著登字第1148727号	鼎骏潮妈帮OAO平台软件 V1.0	2015.11.06	2015.11.06	原始取得	全部权利
3	添庆股份	软著登字第1196530号	进货宝供应链平台软件[简称:进货宝]V1.0	2015.12.17	2015.12.17	原始取得	全部权利

(三) 公司的业务许可资格或资质情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司已取得如下认证或证书：

序号	证书名称	证书编号	许可范围	企业名称	发证机关	发证日期	有效期至
1	食品流通许可证	SP3101071110008850	经营方式：批发；经营项目：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）	添庆股份	上海市普陀区市场监督管理局	2015.08.26	2017.02.03
2	企业境外投资证书	境外投资证第N3100201500907	—	添庆股份	上海市商务委员会	2015.11.20	—
3	食品经营许可证	JY13101150005075	经营项目：预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）、特殊食品销售（婴幼儿配方乳粉）	上海鼎骏	上海市食品药品监督管理局	2016.01.11	2017.02.10
4	海关报关单位注册登记证书	3122468493	—	上海鼎骏	上海外高桥保税区海关	2015.05.13	长期
5	对外贸易经营者备案	01790741	—	上海鼎骏	对外贸易经营者备案登记（上海）	2015.05.07	—

序号	证书名称	证书编号	许可范围	企业名称	发证机关	发证日期	有效期至
6	海关报关单位注册登记证书	3302461969	—	宁波昌昱	中华人民共和国宁波海关	2015.03.25	长期
7	对外贸易经营者备案	01168522	—	宁波昌昱	对外贸易经营者备案登记(宁波)	2015.03.19	—
8	食品流通许可证	SP3302141510008551	批发兼零售：预包装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉），酒类。	宁波昌昱	宁波市市场监督管理局保税区（出口加工区）分局	2015.03.17	2018.03.16
9	自理报检企业备案登记证明	3800607813	—	宁波昌昱	中华人民共和国宁波出入境检验检疫局	2015.03.13	—
10	食品流通许可证	SP310107151000935X	经营方式：批发兼零售；经营项目：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）	腾生实业	上海市普陀区市场监督管理局	2015.10.12	2018.10.11
11	增值电信业务经营许可证	沪B2-20160027	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	上海鼎骏	上海市通信管理局	2016.01.15	2021.01.14

宁波昌昱电子商务有限公司于2015年4月在宁波北仑港取得跨境电商资质。该资质由宁波保税区海关、宁波国际物流发展股份有限公司和宁波昌昱电子商务有限公司三方协议确认。

此外，根据《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法》，从事经营性互联网信息服务的企业需要取得电信业务经营许可证。添庆股份公司上海鼎骏未来计划开展与潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台相关的电子商务业务。上海鼎骏已于2016年1月15日取得《增值电信业务经营许可证》。截至本公开转让说明书签署之日，上海鼎骏暂未开展实际经营业务。

（四）公司取得的特许经营权情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司在生产经营方面不存在特许经营权。

（五）公司的主要固定资产情况

1、房产情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司尚无自有房产。

2、房屋租赁情况

序号	承租方	出租方	位置	建筑面积 (m ²)	租赁期限	租金(元)
1	添庆股份	上海方鑫投资管理 有限公司	上海市宝山区环镇南路 858弄12号楼501、507、 508、509室	848.17	2015.10.20-2017.08.19	46438元/月

3、固定资产情况

截至2015年10月31日，公司无闲置的固定资产，不存在纠纷或潜在的纠纷。公司的固定资产情况良好，能够满足公司日常的业务运营需求。

固定资产类别	原值(元)	累计折旧(元)	净值(元)	成新率(%)
电子设备	178,556.09	118,115.76	60,440.33	33.85
办公设备	47,391.00	5,807.09	41,583.91	87.75
合计	225,947.09	123,922.85	102,024.24	45.15

固定资产情况详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、公司报告期内主要资产”之“（三）固定资产”。

（六）公司人员结构及核心技术人员情况

1、公司人员结构

截至2015年10月31日，公司及其子公司共有员工78人，具体结构如下：

（1）按年龄划分

岗位	人数(人)	比例(%)
管理人员 (指经理级以上的高层管理人员)	4	5.13
技术人员	31	39.74
销售人员	28	35.90

财务人员	7	8.97
其他（人事、行政、后勤）	8	10.26
合计	78	100.00

(2) 按学历结构划分

学历	人数（人）	比例（%）
硕士及以上	1	1.28
本科	27	34.62
专科	41	52.56
专科以下	9	11.54
合计	78	100.00

(3) 按年龄结构划分

年龄	人数（人）	比例（%）
40岁及以上	3	3.85
30-39岁	32	41.03
18-29岁	43	55.13
合计	78	100.00

2、核心技术（业务）团队人员基本情况

(1) 核心业务人员基本情况

①周晓凤，其基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“六（二）监事基本情况”。

②魏雪锋，其基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“六（二）监事基本情况”。

③曹勇

男，1981年9月29日出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2000年7月至2003年12月任宝钢意达彩绘涂钢材制品有限公司大客户项目经理；2004年1月至2006年11月任上海万宁家具用品有限公司渠道经理；2006年12月至2009年4月任上海允新国际贸易有限公司百货商场渠道经理/华东区销售经理；2009年5月至2010年1月任上海祥同儿童用品有限公司（奥飞动漫旗下上海乐客友联）副总经理；2010年3月至2014年7月任上海沐盈商贸有限公司总经理；2014年7月至2015年6月任添庆有限招商总监；2015年6月至今任添庆股份招商总监。

(2) 核心技术人员基本情况

目前，公司从事技术开发工作的人员共有 31 人，占公司人员总数的 39.74%，公司在注重储备技术骨干的同时，积极吸纳新生力量，未来将逐渐形成一支实力雄厚的技术团队，以此使企业始终保持旺盛的技术创新生命力，为公司的可持续发展打下稳固基础。

①易宗元，其基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“六（一）董事基本情况”。

②张伟，其基本情况见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“六（二）监事基本情况”。

③ 赵自明

男，1985 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2006 年 8 月至 2007 年 8 月任深圳市深达联合科技技术有限公司 Web 程序员；2007 年 9 月至 2010 年 2 月任南昌豫龙科技有限公司技术主管；2010 年 3 月至 2012 年 12 月任江西为易科技发展有限公司技术总监；2013 年 3 月至 2014 年 8 月任南昌优行科技有限公司技术总监；2014 年 9 月至 2015 年 4 月任上海赢品商贸有限公司技术总监；2015 年 5 月至今任添庆股份技术总监。

（3）核心业务人员持股情况

无

（4）核心技术人员持股情况

姓名	直接持股（股）	间接持股（股）	合计持股（股）	持股比例（%）
易宗元	—	252,018	252,018	1.2

（5）核心业务和技术人员变动情况

报告期内，公司核心业务团队较为稳定，公司业务在稳定发展现有的母婴用品代理销售基础上，积极拓展潮妈帮智慧母婴 OAO 平台业务，引进互联网研发及运营团队和上述核心技术人员，为新兴业务的开支储备技术力量。

（七）研发能力和技术储备情况

1、研发人员情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其子公司从事产品研发的技术人员 31 人，技术人员占员工总人数的比例约 39.74%。部分研发人员情况如下：

序号	姓名	性别	学历	岗位
----	----	----	----	----

1	赵自明	男	本科	技术总监
2	汪振红	男	本科	PHP 研发工程师
3	王玉路	男	大专	PHP 研发工程师
4	马小辉	男	本科	WEB 前端开发工程师
5	蒋乐任	男	大专	软件测试工程师
6	张文帆	男	本科	PHP 研发工程师
7	张东保	男	本科	PHP 研发工程师

2、研发费用占公司业务收入的比重

项目	2015 年 1-10 月	2014 年度	2013 年度
研发费用（元）	1,774,508.21	-	-
营业收入（元）	38,552,743.59	-	-
占比（%）	4.60	-	-

（八）规范运营情况

1、环保

根据中国证监会 2012 年 10 月修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于“F 批发和零售业”的子类“51 批发业”。根据《国民经济行业分类和代码》（GB/T4754-2011）属于“F 批发和零售业”的子类“51 批发业”。根据全国中小企业股份转让系统有限公司 2015 年颁布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业归属于“F 批发和零售业”的子类“51 批发业”。

公司主营业务为母婴用品的代理销售。根据《关于印发<上市公司环保核查行业分类管理目录>的通知》（环办函[2008]373 号），重污染行业为火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、建材、采矿、化工、石化、制药、轻工、纺织、制革等 14 个行业。因此，公司所处行业非重污染行业。报告期内，公司无在建项目。根据公司的说明并经核查，公司生产经营不涉及重大排污事项，无需办理排污许可证。报告期内，公司未因环保违法行为而受过行政处罚。

2、安全生产

根据《中华人民共和国安全生产法》第二条，“国家对矿山企业、建筑施工企业和危险化学品、烟花爆竹、民用爆破器材生产企业实行安全生产许可制度。企业未取得安全生产许可证的，不得从事生产活动。”

公司的主营业务是母婴用品的代理销售，其日常经营不涉及生产环节，亦不涉及安全生产事项。

3、质量标准

根据公司的说明并经核查公司的业务合同，公司为服务型行业，日常经营不涉及生产环节，不存在适用质量标准的情形。

四、公司的具体业务情况

（一）公司业务的具体构成情况

单位：元

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
主营业务收入	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00
合计	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00

2015年1-10月、2014年度和2013年度，公司主营业务收入占营业收入的比例均为100.00%，主营业务明确突出。

2、按照产品类别划分主营业务收入构成情况：

单位：元

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
母婴用品	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00
合计	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00

（二）公司的主要客户情况

1、产品的主要消费群体

公司的主要消费群体客户是实体零售母婴店和实体连锁母婴店。

2、公司前十名客户情况

2015年1-10月、2014年度和2013年度，公司前十名客户累计销售量占当期销售总额比重分别为30.70%、48.61%、50.88%。

报告期内公司前十大客户的销售收入及其占当期营业收入比例如下表所示：

年度	客户名称	销售收入（元）	占当期营业收入的比例（%）
2015年 1-10月	美国妈妈（上海）电子商务有限公司	3,275,201.96	8.50
	上海好丽家电子商务有限公司	2,676,782.55	6.94
	上海蘑菇宝贝百货有限公司	1,408,825.29	3.65
	上海汇购商贸有限公司	858,243.34	2.23
	上海洋囡囡母婴用品有限公司	816,945.85	2.12
	上海市浦东新区大团镇宝贝童装店	787,217.41	2.04
	上海廊逸实业有限公司	664,810.13	1.72
	上海市奉贤区晶菁母婴用品商店	524,532.18	1.36
	上海喆兔网络技术有限公司	411,915.53	1.07
	孩子王儿童用品（中国）有限公司	411,227.31	1.07
	合计	11,835,701.55	30.70
2014年度	上海云然实业有限公司	15,205,723.29	16.72
	上海好丽家电子商务有限公司	9,511,667.70	10.46
	上海蘑菇宝贝百货有限公司	5,916,277.74	6.51
	上海市浦东新区大团镇宝贝童装店	5,125,689.08	5.64
	上海好孩子儿童用品有限公司	1,902,369.90	2.09
	广州唯品会信息科技有限公司	1,656,541.20	1.82
	上海洋囡囡贸易有限公司	1,300,930.01	1.43
	上海市浦东新区童馨食品商行	1,230,936.55	1.35
	九州通医药集团股份有限公司	1,230,111.53	1.35
	上海煌颖实业有限公司	1,120,675.21	1.23
	合计	44,200,922.21	48.61
2013年度	上海云然实业有限公司	17,085,462.65	17.47
	上海好丽家电子商务有限公司	13,647,821.96	13.96
	上海蘑菇宝贝百货有限公司	5,618,463.75	5.75
	上海好孩子儿童用品有限公司	3,469,454.65	3.55
	上海欣朗贸易有限公司	3,317,256.88	3.39
	衡誉贸易（上海）有限公司	1,751,034.84	1.79
	上海亲蓓母婴用品有限公司	1,605,025.64	1.64
	上海一品纸张包装制品有限公司	1,386,512.82	1.42
	上海云悦网络科技有限公司	1,018,487.59	1.04
	上海晶赐贸易有限公司	855,076.92	0.87
	合计	49,754,597.70	50.88

截至2015年4月27日，添庆股份控股股东、实际控制人刘勇持有云然实业90%股权；添庆股份股东刘军持有云然实业10%股权，并由刘军担任云然实业的执行董事兼法定代表人。截至本公开转让说明书签署之日，刘勇和刘军将持有的云然实业的股权转让给第三方；并且，云浩明美、杭州添佳已开始办理注销流程并登报发布了解散公告。

（三）公司的主要供应商情况

1、公司前五名供应商情况

2015年1-10月公司从前五大供应商合计采购额占当期采购总额的74.41%，具体的采购金额及占采购总额的比例如下：

2015年前五名供应商	采购金额（元）	占同期采购的比例（%）
金佰利（中国）有限公司	12,465,872.51	33.60
黑龙江光明优幼营养品有限公司	6,797,186.21	18.32
浙江贝因美科工贸股份有限公司	4,953,794.23	13.35
亨氏（中国）投资有限公司	1,925,577.96	5.19
上海馨琛商贸有限公司	1,465,872.51	3.95
前五大供应商合计	27,608,303.42	74.41
2015年1-10月采购总额	37,103,222.43	

2014年公司从前五大供应商合计采购额占当期采购总额的86.50%，具体的采购金额及占采购总额的比例如下：

2014年前五名供应商	采购金额（元）	占同期采购的比例（%）
金佰利（中国）有限公司	48,968,903.34	57.41
浙江贝因美科工贸股份有限公司	17,069,688.09	20.01
黑龙江光明优幼营养品有限公司	3,306,129.62	3.88
上海优生婴儿用品有限公司	2,652,108.91	3.11
康贝（上海）有限公司	1,792,399.73	2.10
前五大供应商合计	73,789,229.69	86.50
2014年采购总额	85,303,806.11	

2013年公司对前五大供应商合计采购金额占采购总额的98.66%，具体的采购金额及占采购总额的比例如下：

2013年前五名供应商	采购金额（元）	占同期采购的比例（%）
金佰利（中国）有限公司	48,961,737.36	50.48
浙江贝因美科工贸股份有限公司	30,164,807.14	31.10
黑龙江光明优幼营养品有限公司	13,883,917.95	14.31
杭州添佳贸易有限公司	2,242,559.91	2.31
苏州云浩明美贸易有限公司	442,184.62	0.46
前五名供应商合计	95,695,206.98	98.66
2013年采购总额	96,990,874.64	

截至2015年4月16日，添庆股份控股股东、实际控制人刘勇持有云浩明美90%股权；添庆股份股东刘军持有云浩明美10%股权。

截至2015年4月24日，添庆股份控股股东、实际控制人刘勇持有杭州添佳

90%股权；添庆股份股东刘军持有杭州添佳 10%股权，并由刘军担任杭州添佳的执行董事兼法定代表人。

截至本公开转让说明书签署之日，刘勇和刘军已将其持有的云浩明美、杭州添佳的股权转让给第三方；并且，云浩明美、杭州添佳已开始办理注销流程并登报发布了解散公告。

（四）公司的重大业务合同及其履行情况

1、银行借款合同

2015 年 1 月，公司与中国银行股份有限公司上海市宝山支行签订了《授信额度协议》及《流动资金借款合同》，由刘勇、陈珏、刘军、云然实业提供连带责任保证。截至 2015 年 10 月 31 日，公司借款余额为人民币 1,000 万元，具体情况如下：

单位：元

序号	贷款银行	期末余额	利率	借款日期	终止日期	借款类别
1	中国银行股份有限公司上海市宝山支行	3,000,000	基准利率上浮 25%	2015-02-13	2016-02-13	流动资金借款
2	中国银行股份有限公司上海市宝山支行	3,000,000	基准利率上浮 25%	2015-01-29	2016-01-29	流动资金借款
3	中国银行股份有限公司上海市宝山支行	4,000,000	基准利率上浮 25%	2015-01-19	2016-01-19	流动资金借款
合计		10,000,000	—	—	—	—

2、业务合同

报告期内，对公司持续经营有重大影响的业务合同主要包括销售合同、采购合同和与云平台创新业务相关的基础合同，皆为框架性协议，具体内容如下：

（1）销售合同

序号	客户名称	合同内容	合同有效期	履行情况
1	上海好丽家电子商务有限公司	针对好奇品牌的年度购销合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕
		针对培儿贝瑞品牌的年度购销合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕

序号	客户名称	合同内容	合同有效期	履行情况
		针对贝因美品牌的年度购销合同	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
		针对培儿贝瑞品牌的年度购销合同	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
		针对亨氏品牌的年度购销合同	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
2	上海好孩子儿童用品有限公司	针对培儿贝瑞系列奶粉的商品采购合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕
		针对培儿贝瑞系列奶粉的商品采购合同	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
		针对贝因美品牌商品的商品采购合同	2014.03.01-2015.02.28	履行完毕
3	美囤妈妈（上海）电子商务有限公司	针对宝宝树快乐孕期特卖平台供应商合作运营协议	2014.10.01-2015.09.31	履行完毕
4	上海蘑菇宝贝百货有限公司	关于澳贝玩具品牌之购销合同	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
5	上海汇购商贸有限公司	关于培儿贝瑞品牌之商品合同	2015.1.1-2015.12.31	履行完毕
6	上海洋囡囡母婴用品有限公司	针对公司代理各品牌商品的采购合同	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
			2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
7	上海市浦东新区大团镇宝贝童装店	针对公司代理各品牌商品的采购合同	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
		针对公司代理各品牌商品的采购合同	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
8	上海云然实业有限公司	针对公司代理各品牌商品的采购合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕

(2) 采购合同

序号	品牌商/供应商名称	合同内容	合同有效期	履行情况
1	浙江贝因美科工贸股份有限公司 上海分公司	通过贝因美网上订货系统订购贝因美产品的产品销售协议	2013.08.01-2013.12.31	履行完毕
		通过贝因美网上订货系统订购贝因美产品的产品销售协议	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
2	金佰利（中国）有限公司	关于金佰利产品的经销商协议	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕
		关于金佰利产品的经销商	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕

序号	品牌商/供应商名称	合同内容	合同有效期	履行情况
		协议		
		关于金佰利产品的经销协议	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
3	黑龙江光明优幼营养品有限公司	关于光明培儿贝瑞品牌系列奶粉的经销合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕
		关于光明培儿贝瑞品牌系列奶粉的经销合同	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
		关于光明培儿贝瑞品牌系列奶粉的经销合同	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
4	上海馨琛商贸有限公司	关于帮宝适纸尿裤的采购合同	2015.01.01-2015.12.31	履行完毕
5	亨氏（中国）投资有限公司	关于亨氏奶粉系列、亨氏婴幼儿食品系列的经销合同	2014.06.12-2014.12.28	履行完毕
		关于亨氏奶粉系列、亨氏婴幼儿食品系列（含成人果汁泥）的经销合同	2014.12.29-2015.05.01	履行完毕
		关于亨氏奶粉系列、亨氏婴幼儿食品系列（含成人果汁泥）的经销合同	2015.05.02-2016.01.03	履行完毕
6	上海优生婴儿用品有限公司	关于优生哺育用品、优生洗护、喜多用品、喜多洗护的试销合同	2013.11.01-2014.01.31	履行完毕
		关于优生哺育用品系列、喜多哺育用品系列、喜多洗护系列的代理合同	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
		关于优生哺育用品系列、喜多哺育用品系列、喜多洗护系列的代理合同	2015.01.01-2015.03.31	履行完毕
7	康贝（上海）有限公司	关于康贝用品、美瑞莎系列、娃乐都系列及其他用品的经销协议书	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
8	杭州添佳贸易有限公司	关于好奇纸尿裤的采购合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕
9	苏州云浩明美贸易有限公司	关于培儿贝瑞奶粉的采购合同	2013.01.01-2013.12.31	履行完毕
10	澳利达化妆品（深圳）有限公司	关于菲丽洁品牌的采购合同	2015.12.10-2016.12.09	履行中
11	广州健朗医用科技有限公司	购销合同（开丽品牌）	2016.01.01-2016.12.31	履行中

(3) 与云平台相关的重要基础合同

序号	合同相对方	合同名称	合同内容	合同有效期	履行情况
1	上海市嘉定区江桥镇辰玲百货店	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.0	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.08.05-2016.08.04	履行中
2	新北区三井金色摇篮母婴用品店	潮妈帮 OAO 云服务平台合作微信服务号合作合同(品牌商)	委托添庆股份在受托方的微信服务号搭建微信运营后台及前台的销售会员数据的对接。	2015.08.05-2018.08.04	履行中
3	上海好玩聚儿童用品有限公司	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.0	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.08.24-2016.08.23	履行中
4	海宁市海洲街道依然母婴用品店	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.0	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.09.22-2016.09.21	履行中
5	沁县未来妈咪孕婴生活馆	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.0	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.09.22-2016.09.21	履行中
6	上海市浦东新区周浦镇冬冬华婴宝贝婴幼儿用品店	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.1	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.10.14-2016.10.13	履行中
7	吴江区汾湖镇妈咪爱孕婴童用品店	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.1	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.10.19-2016.10.18	履行中
8	姑苏区平江母婴神话母婴用品超市	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.1	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.10.21-2016.10.20	履行中
9	合肥绿叶服饰销售有限公司	潮妈帮&合肥绿叶战略合作框架协议	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.12.03-未约定期限	履行中
10	杭州傲创商务咨询有限公司	潮妈帮&傲创群英会战略合作框架协议	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台, 包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.12.03-未约定期限	履行中

序号	合同相对方	合同名称	合同内容	合同有效期	履行情况
11	蜜儿乐儿乳业（上海）有限公司	潮妈帮&麦蔻战略合作框架协议	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台，包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.12.03-未约定期限	履行中
12	上海乐客友联童鞋有限公司	潮妈帮&乐客友联战略合作框架协议	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台，包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2015.06.23-2016.06.24	履行中
13	安徽缘缘堂婴童用品有限公司	潮妈帮智慧母婴 OAO 云服务合作协议 V1.1	针对潮妈帮 OAO 云服务系统后台，包括微信服务号的深度运营、微信营销等的服务。	2016.01.01-2016.12.31	履行中

（4）品牌授权情况

报告期内，公司取得的重点品牌授权情况如下：

序号	品牌	授权方	授权内容	有效期
1	培儿贝瑞	黑龙江光明优幼营养品有限公司	作为上海市区域内的经销商，负责产品在该区域传统渠道进口粉系列产品的经销	2015.01.01-2015.12.31
2	Huggies（好奇）	金佰利（中国）有限公司	作为上海区域内渠道之金佰利产品的非独家经销商，经销商仅在经销区域内且仅通过经销渠道销售及推广产品	2015.01.01-2015.12.31
3	亨氏	亨氏（中国）投资有限公司	作为在指定地区、渠道、客户的非独家经销商销售相关产品	2015.05.02-2016.01.03
4	澳贝	广东奥迪动漫玩具有限公司	在指定的销售许可范围内及销售区域内销售相关产品	2015.01.01-2015.12.31
5	澳优	澳优乳业（中国）有限公司	在上海市内（除爱婴室外）通过母婴直销渠道销售相关产品	2015.01.01-2015.12.25
6	贝因美	浙江贝因美科工贸股份有限公司上海分公司	在指定的区域、渠道、门店内建立产品的销售网络，通过并确保分销商、零售门店在销售区域内销售授权的产品	2015.01.01-2015.12.31
7	和光堂	康仁（天津）商贸有限公司上海分公司	作为在指定地区、渠道、客户的非独家经销商销售相关产品	2015.01.01-2015.12.31
8	小猪班纳	广州范泽商贸有限公司	作为分销商通过经授权的平台销售产品给最终消费者	2015.01.01-2015.12.31
9	膳魔师	膳魔师（中国）家	作为在上海的一级经销商，通过	2015.01.01-

序号	品牌	授权方	授权内容	有效期
		庭制品有限公司	全国婴童线下渠道销售相关产品	2015.12.31
10	婴之良品	广东昱升个人护理用品股份有限公司	作为在上海区域（崇明三岛除外）的经销商，通过婴童渠道销售相关产品	2015.05.01-2016.06.31
11	moonstar	杭州金童科技有限公司	作为分销商通过经授权的平台进行销售产品给最终消费者	2015.03.20-2016.03.19
12	雅氏	上海适雅纺织品有限公司	作为分销商通过经授权的平台进行销售产品给最终消费者	2015.05.15-2016.05.14
13	多比	多比（北京）商贸有限公司	作为在上海区域独家代理商，通过婴童渠道销售相关产品	2015.05.01-2015.12.31
14	荟智	卡乐丽商贸（昆山）有限公司	作为在上海区域内的经销商，通过批发、母婴渠道经销相关产品	2015.01.01-2015.12.31
15	MAM	杭州商瑞贸易有限公司	作为在上海区域的独家代理商，通过母婴实体店、目录直销、商场、线上销售等渠道销售并推广相关产品	2014.10.22-2015.12.31
16	Umee	杭州商瑞贸易有限公司	作为在上海区域的独家代理商，通过母婴实体店、目录直销、商场、线上销售等渠道销售并推广相关产品	2014.10.22-2015.12.31
17	Jack N' Jill（杰克吉尔）	杭州商瑞贸易有限公司	作为在上海区域的独家代理商，通过母婴实体店、目录直销、商场、线上销售等渠道销售并推广相关产品	2014.10.22-2015.12.31
18	亲润	广州亲宝生物科技有限公司	作为在指定地区、渠道、客户的非独家经销商销售相关产品	2015.03.01-2015.12.31
19	乐客友联	上海乐客友联童鞋有限公司（现已更名为上海祥同科技股份有限公司）	通过自营天猫淘宝零售店、相关平台及线下加盟体系销售	2015.03.05-2015.12.31
20	STM 座椅	深圳西为进出口有限公司	作为单店经销商通过其实体店铺进行相关产品的分销活动	2015.04.08-2015.12.31
21	火火兔	上海火火兔儿童文化用品有限公司	作为分销商通过经授权平台销售产品给最终消费者	2015.05.12-2016.05.11
22	Graco	上海盈仓实业发展有限公司	作为指定地区、渠道、客户的非独家经销商销售相关产品	2014.08.05-2016.12.31
23	嗒嘀嗒	泉州格林服装有限公司	作为分销商通过经授权平台销售产品给最终消费者	2015.03.18-2016.03.17
24	大王	上海特思尔大宇宙商务咨询有限	作为指定区域的二级分销商，按指定的渠道销售相关产品	2015.08.05-2015.12.31

序号	品牌	授权方	授权内容	有效期
		公司		
25	Karicare(可瑞康)	上海优壹电子商务有限公司	作为二级分销商,在网站[天猫]添庆母婴专营店 http://tqmy.tmall.com 销售产品给最终消费者	2014.01.01-2015.12.31
26	Nutrilon(诺优能)	上海优壹电子商务有限公司	作为二级分销商,在网站[天猫]添庆母婴专营店 http://tqmy.tmall.com 销售产品给最终消费者	2014.01.01-2015.12.31
27	Aptamil(爱他美)	上海优壹电子商务有限公司	作为二级分销商,在网站[天猫]添庆母婴专营店 http://tqmy.tmall.com 销售产品给最终消费者	2014.01.01-2015.12.31
28	i-baby	上海英伦宝贝儿童用品有限公司	作为单店经销商,进行相关产品的分销活动	2015.01.14-2015.12.31
29	i-mummy	上海英伦宝贝儿童用品有限公司	作为单店经销商,进行相关产品的分销活动	2015.01.14-2015.12.31
30	easywalkerMINI 宝马	杭州珏晨服饰有限公司	作为经销商在上海及宿迁地区实体店铺进行相关产品的分销活动	2015.05.06-2015.12.31

注:上述母婴用品品牌的授权内容都涵括在经销合同或采购合同里,未单独签署授权协议。

五、公司的商业模式

公司深耕于母婴行业近十年,具有丰富的母婴品牌运营推广经验、资源和渠道,可以为大陆市场上的实体零售母婴店和实体连锁母婴店提供国内外知名的、品种繁多的母婴用品。母婴店通过电话下单、进货宝下单、邮件下单等方式向公司订购商品。公司根据库存情况决定是否向品牌商采购。

(一) 采购模式

公司主要采购母婴用品,主要包括奶粉、辅食、尿裤、童装和童车椅等。公司首先与品牌商签订框架性采购合同,实际采购时由采购部门依据各品牌商提供的商品信息,结合公司客户需求、销售渠道反馈,选择优质的品牌供应商。根据销售部门承接的销售订单及参考公司商品安全库存制订采购计划,经总经理审核批准后的采购订单通过邮件形式推送给品牌供应商,品牌商确认商品种类、数量后确认订单。公司收到确认信息后向品牌商打款,由品牌供应商发货至公司指定的物流仓储点,由公司派驻的驻场物流人员负责收货验货,采购部门负责跟进订货、发货、收货验收全流程。

（二）销售模式

公司的销售覆盖了全国 2000 家左右的母婴店，并对这些门店进行差异化管理。根据母婴店全店的商品销售情况，尤其是从公司所采购商品的销售情况和母婴店地段，面积等信息把母婴店分为 A、B、C 三类。地段好、销售量大的客户归为 A 类客户，其次为 B 类客户和 C 类客户。A 类客户销售专员实地访问频率最高，B 类客户次之，接下来是 C 类客户。销售专员在门店与店主进行积极有效沟通，了解公司商品的销售情况，同类竞争商品的销售情况，维护好和母婴店主的关系，积极促进公司商品销量的提升。

报告期内公司的合作母婴门店数及地域分布情况如下表所示：

时期	地区	A 类客户 (家)	B 类客户 (家)	C 类客户 (家)	合计 (家)
2015 年 1-10 月	上海	245	254	244	743
	江苏	91	62	55	208
	浙江	363	347	344	1054
	天津	0	0	1	1
	湖南	0	1	0	1
	广东	0	1	0	1
	福建	0	0	1	1
	总计	699	665	645	2009
2014 年	上海	241	253	244	738
	江苏	58	32	40	130
	浙江	363	347	344	1054
	天津	0	0	1	1
	湖南	0	1	0	1
	广东	0	1	0	1
	福建	0	0	1	1
	总计	662	634	630	1926
2013 年	上海	241	253	244	738
	江苏	39	18	20	77
	浙江	363	347	344	1054
	天津	0	0	1	1
	湖南	0	1	0	1
	广东	0	1	0	1
	福建	0	0	1	1
	总计	643	620	610	1873

（三）盈利模式

自成立以来，公司一直致力于母婴品牌的代理销售，遵循“采购成本+管理

费用+合理利润+风险预估”的定价原则，通过经销的方式，完成产品的销售并从中获取利润，因此公司产品的毛利率相对稳定。公司代理产品主要有奶粉、尿裤、童装、玩具等，大都是经过公司精选的国内外具有竞争力的母婴品牌。在运营过程中，公司对市场信息进行多方收集，精准把控产品市场定位，并对客户实施差异化管理，有效维护并拓展销售渠道。

六、公司所处的行业基本情况、风险特征及公司在行业所处地位

（一）公司所处行业概况

1、公司所处行业分类

公司主要从事母婴用品的销售服务，根据中国证监会2012年10月修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于“F 批发和零售业”的子类“51 批发业”。根据《国民经济行业分类和代码》（GB/T4754-2011）属于“F 批发和零售业”的子类“51 批发业”。根据全国中小企业股份转让系统有限公司2015年颁布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业归属于“F 批发和零售业”的子类“51 批发业”。

2、行业主管部门及监管机制

母婴用品行业主要由国家发展和改革委员会执行监管职能，负责产业政策的制定和监督，检查其执行情况，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整。中华人民共和国卫生部、国家卫生和计划生育委员会、中华人民共和国商务部、中华人民共和国工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局和国家食品药品监督管理总局等部门也参与相应环节的监管。

中国妇幼保健协会是由妇幼卫生工作者及妇幼保健相关机构自愿组成并依法登记的全国性行业组织，该协会负责贯彻执行母婴保健法和妇幼卫生工作方针，遵守我国宪法、法律、法规和国家政策，维护行业的合法权益；围绕妇幼卫生中心工作，结合行业实际，发挥提供服务，反映诉求，规范行为等作用，提高妇幼保健服务质量和行业管理水平，推动妇幼卫生事业发展，为增进妇女儿童健康和社会主义现代化服务。

3、行业的主要法律法规和政策

序号	法律法规	文号	部门
1	《中华人民共和国母婴保健法》	主席令第33号	全国人民代表大会

			常务委员会
2	《中华人民共和国产品质量法》	主席令第 71 号	全国人民代表大会 常务委员会
3	《零售商供应商公平交易管理办法》	商务部、国家发展和改革委员会、公安部、国家税务总局、国家工商行政管理总局令 第 17 号	商务部
4	《中国妇女发展纲要(2011—2020 年)》 《中国儿童发展纲要(2011—2020 年)》	国发〔2011〕24 号	国务院
5	《质检总局关于加强进口婴幼儿配方乳粉管理的公告》	2013 年第 133 号	国家质量监督检验检疫总局
6	《中华人民共和国母婴保健法实施办法》	国务院令 第 308 号	国务院
7	《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见的通知》	国办发〔2013〕57 号	国务院
8	《中华人民共和国食品安全法》(2015 年修订)	主席令第 21 号	全国人民代表大会 常务委员会
9	《乳品质量安全监督管理条例》	国务院令 第 536 号	国务院
10	《国务院关于加强食品等产品质量监督管理的特别规定》	国务院令 第 503 号	国务院

(二) 行业的市场情况

公司主营业务为母婴用品的代理销售服务,该业务的发展依赖于母婴行业的发展。

目前中国已成为仅次于美国的第二大婴童产品消费大国,据中国婴童产业研究中心的最新数据表明,2011年中国婴童市场总规模约1.15万亿元,2015年婴童市场将达到2万亿元规模。十多年前,婴童用品主要是奶粉、尿裤,而如今各超市及母婴店里,婴儿沐浴露、润肤露、澡盆、推车等母婴用品种类繁多,中国的母婴市场的发展正进入黄金期。

1、庞大的市场需求

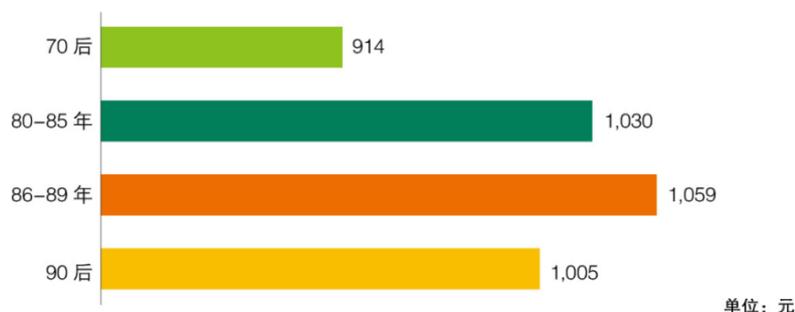
据中国统计局的数据,中国大陆每年新生儿1600万左右,从备孕到婴儿三周岁有近四年的时间,这也就意味着母婴商品的目标人群高达6400万,如果把定位周期延长至小孩童年时期,母婴用品的目标人群将更加庞大。

2015年十八届五中全会通过普遍二孩政策,全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策,积极开展应对人口老龄化行动。这是继2013年启动实施“单独二孩”政策之后的又一次人口政策调整。随着二孩政策的彻底放开,中国母婴市场将迎来

爆发式增长，新一轮人口红利时代即将到来。

2、强大的购买力

一个家庭只有一个孩子，孩子是家庭消费的轴心。“体量大，增长快，1个需求，6个钱包”是中国目前母婴市场的现状。婴儿出生后，父母加上爷爷、奶奶外公、外婆，6个大人满足一个小孩的各方面需求，由此带来的商机非常巨大。据《2015CBME中国孕婴童消费市场调查报告》，不同年龄段妈妈的月均支出如下图所示，86-89年的妈妈育儿支出最多，70后妈妈育儿支出最少，但是月均支出均达到900元以上。而作为此次生育高峰的主要群体，85后妈妈的思维方式，受教育程度、生活观念和消费观念和父辈差异很大，他们非常重视婴幼儿饮食安全和营养摄入，很多人选择从海外代购奶粉、维生素等，这意味着中国母婴市场有着巨大的市场购买力。



3、线上母婴市场的现状和发展趋势

随着互联网尤其是移动互联网的发展，消费者的网购习惯已经被逐渐培养出来。据艾瑞咨询《2015年中国网络购物行业年度监测报告》相关数据显示，2014年我国网络购物市场保持快速发展，网络用户规模达到3.6亿，交易规模2.8万亿元，增长达到47.4%。移动网络购物用户规模达到2.36亿，交易规模为9406.6亿元，增长达到243.3%。

根据易观智库统计数据显示，我国母婴B2C电商市场交易规模增长迅速。2012年1季度市场规模为22亿元人民币，2013年1季度市场规模上升为64.3亿元人民币，2014年1季度市场规模则上升为173.6亿元。母婴品类逐渐成长为我国电商市场继图书出版物、服饰箱包、3C家电之后一大快速增长的品类。



4、线下母婴市场的现状和发展趋势

母婴市场就像一块大蛋糕，线上交易和线下销售各占一定比例，如果线上交易所占的比例增加，线下销售所占比例就相应减少。母婴用品的线上交易与传统的线下零售体系相比，有效缩短了商品流通链条，减少了供应链上下游的中间环节，从而降低了商品流通成本，最终为用户减少消费支出，因此我国母婴用品线上交易近年来保持快速增长的势头，而线下零售业务量产生一定的萎缩。

但是作为母婴市场消费主体的年轻妈妈群体，更加关注的是母婴产品的安全性、健康性和舒适性，也更关注产品经销商和品牌运营商的用心和投入。很多妈妈们把线下的母婴店当成线上母婴产品的体验馆，以此衡量线上母婴产品的价值。当线上和线下都能看到熟悉和喜欢的产品和品牌，她们的品牌忠诚度将大大提高，基于这一点，各大电商开始通过各种渠道和方式向线下业务延伸。这种以线下为依托增强线上用户粘性的模式大幅拉近了和消费者的距离，使得母婴市场的线上和线下共同合作，使母婴市场的发展更加丰富和健康。

（三）行业的产业链

公司的主营业务是母婴用品的代理销售，因此其上游行业为母婴品牌生产商，下游为实体零售母婴店、实体连锁母婴店。目前公司代理销售的重点品牌有30家，销售渠道覆盖实体连锁母婴店、实体零售母婴店共计2000多家。

（四）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、行业发展的有利因素；

(1) 二胎政策的放开造就了庞大的母婴市场

十八届五中全会通过的普遍二孩政策，也即全面放开二胎的政策，将使中国人口迎来新一轮的增长，人口红利将使中国消费市场受益，尤其是母婴用品市场。近几年中国每年新生儿数量已达到1,600万，二胎正常的放开有望使接下来的数年突破这一数字，进一步增加母婴市场的目标人群。

(2) 国民消费水平不断提升

根据易观智库统计，母婴用品网购交易规模持续增长，消费者网购意向不断提升。尤其是处于生育高峰的主体人群85后，他们更关注母婴商品的健康性、安全性和舒适性，对价格敏感度较低，正是这种消费观念的改变，使得母婴行业消费规模保持持续增长。

2、行业发展的不利因素

(1) 同质化竞争影响行业健康发展

互联网母婴行业正处于高速成长时期，许多新进入的公司为了能够快速进入市场，扩大用户规模，不愿意通过新产品研发、独特新颖的内容运营等逐步培养用户，而是通过内容的简单复制、模仿和抄袭已经具有市场影响力的产品名称和外形以混淆用户或者通过价格战抢夺客户，从而导致母婴行业竞争激烈，品牌良莠不齐，很大程度上影响了行业的健康和持续发展。

(2) 电商的兴起对传统母婴行业造成冲击

根据易观智库统计数据显示，我国母婴B2C电商市场交易规模自2012年以来增长迅速，每年交易额实现翻番，逐渐成长为我国电商市场继图书出版物、服饰箱包、3C家电之后一大快速增长的品类。但是母婴市场这块蛋糕线上交易份额增加就意味着线下交易额的减少，因此随着母婴电商的兴起，大量的母婴实体店受到较大的冲击。

(五) 公司在行业中的竞争地位

1、公司在行业中的竞争地位

公司成立于2006年2月，总部位于上海。定位于国内中高端母婴品牌，代理重点品牌30个，覆盖母婴门店渠道超过2000家。经过近10年的业务发展，已发展成为上海地区较大的母婴连锁、母婴小店的渠道代理商，成为了国内及国际知名

母婴品牌拓展上海及长三角地区的重要合作伙伴。

2015年，公司推动移动互联网战略，创新的开发并运营了“潮妈帮智慧母婴OAO云平台”，以移动互联网技术整合母婴行业资源，为母婴门店、母婴消费者、母婴品牌提供线上线下一体化的解决方案，打造行业内领先的母婴OAO服务平台和综合性平台业务支撑服务。

2、公司的竞争优势

(1) 丰富的母婴行业经验及行业资源

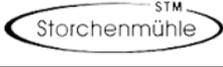
公司成立于2006年2月，自成立以来一直专注于母婴行业，经过近10年的发展和运营，公司已成为长三角领先的母婴品牌代理商，拥有众多知名合作品牌，是线下传统母婴门店和知名连锁品牌母婴店供货商。公司拥有专业物流团队、专业的供应链系统、保证货物安全、及时地送达。十年让公司积累了强大的母婴行业供应链资源和销售渠道资源。

2015年为了更好地服务于客户、方便快捷地订购商品，公司自主研发了一款“进货宝”APP，专为解决个体母婴门店的供应链管理，以“线上工具、线下分销”的体系实现去中间化为目的，大幅提升传统零售的流通效率。

(2) 优质、稳定的母婴品牌代理资源

公司多年来致力于为国内消费者提供世界各国高品质的母婴商品，同时也与各国知名母婴品牌商建立了良好的合作关系。代理商品涵盖母婴类食品、用品、车床椅、玩具、服装等各大品类，其中重点长期合作的知名母婴品牌的代理权30个，如图所示：

序号	品牌	品牌 LOGO	商品种类	经销级别
1	培儿贝瑞		奶粉	一级
2	Huggies (好奇)		尿裤、湿巾	一级
3	亨氏		奶粉、辅食	一级
4	澳贝		玩具	一级

5	澳优		奶粉	一级
6	贝因美		奶粉、辅食	一级
7	和光堂		奶粉、辅食	一级
8	小猪班纳		童装	一级
9	膳魔师		用品	一级
10	婴之良品		尿裤	一级
11	Moonstar		童鞋	一级
12	雅氏		用品	一级
13	多比		奶粉	一级
14	荟智		车床	一级
15	MAM		用品	一级
16	Umee		用品	一级
17	Jack N' Jill (杰克吉尔)		用品	一级
18	亲润		用品	一级
19	乐客友联		童鞋	一级
20	STM 座椅		座椅	一级
21	火火兔		玩具	一级
22	Graco		车床	一级
23	嗒嘀嗒		童装	一级

24	大王		尿裤	二级
25	Karicare(可瑞康)		奶粉	二级
26	Nutrilon (诺优能)		奶粉	二级
27	Aptamil (爱他美)		奶粉	二级
28	i-baby		车床	二级
29	i-mummy		车床	二级
30	easywalkerMINI 宝马		车床	二级

公司根据母婴行业及市场的发展动态，及时了解母婴店主的发展需求、研判消费者的消费趋势，及时调整、优化代理品牌、品类及价格体系，以便于更好地服务于国内外母婴品牌商、母婴门店主、国内消费者，从而更好地提升公司业务发展规模。

(3) 整合渠道资源，持续创新能力

公司的销售渠道已经覆盖华东地区母婴门店、知名连锁品牌母婴店超过 2000 家；覆盖上海 18 个区县超过 600 家母婴店，是上海地区领先的母婴品牌代理商。

2015 年公司整合了拥有多年电子商务及移动互联网研发及运营的团队，自主研发了“潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台”，融合母婴业和“互联网+”的思想，服务于实体零售母婴门店，帮助母婴店主建立一套基于母婴店微信服务号的运营系统及营销方案。为传统母婴店提供微信深度运营、微信营销、移动电商系统及各类运营支持，还提供强大的供应商品品牌支持，实现“小门店、社区化、大连锁、精细化”为特征的新型业态，提升实体零售母婴店的持续盈利能力。

(4) 专业的营销能力、个性化的服务、创新的运营模式

公司自成立以来，一直重点培养销售团队成为专业的母婴门店“运营顾问”，促使每位销售人员具备可以依据门店的地理位置、门店面积以及区域内消费者的消费能力以及消费观念、为母婴门店主提供关于商品选购、商品陈列、促销活动策划等方面指导的能力。

公司现有的销售人员凭借专业的营销能力，为区域内母婴门店提供个性化的建议与服务。让母婴门店获得区域内更多消费者的关注，提高门店的知晓度，实现母婴门店的销售收入的增长。

(5) IT 系统支持能力

目前公司针对不同领域都已实现软件化管理，通过自主研发进货宝 APP，实现了在门店采购询价、订单下达、订单修改、订单支付、对账结算等功能，全面提升业务效率、降低业务成本。强大的后台仓储物流供应链系统更好地实现了商品信息的准确、及时、完善。即将全面推广的自主研发软件——“潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台”，旨在全面整合线下母婴门店，推动公司业务更快发展。

3、公司的竞争劣势

(1) 人才瓶颈

随着公司业务的转型拓展和规模的扩大，以及客户对服务的要求越来越高，公司在销售拓展、市场研究、线下培训等方面的人才储备不足，未来公司要加强对现有人才综合素质的培养，并积极引进具有资深行业背景的优秀人才。

(2) 资金瓶颈

公司推出的云平台业务在行业中属于全新业务，在拓展初期需要大量的营销推广，资金需求量较大，而电商业务规模的扩大也离不开资金的持续投入。因此，资金短缺已经成为目前阻碍公司快速发展的因素之一，可能使公司在行业竞争中处于劣势。

4、公司的竞争对手

公司主营业务为母婴用品的代理销售，未来将涉足母婴用品行业的线上整合业务。在母婴用品的代理销售方面，公司在长三角地区具有较高的知名度，并占有较高的市场份额，代理渠道和销售渠道稳定且资源丰富，竞争力较强，其主要竞争对手为代理同类型产品的其他母婴品牌代理商，包括KIDSLAND智乐商业有限公司、浙江母爱婴童用品股份有限公司和上海广生行母婴用品股份有限公司等。

(1) KIDSLAND智乐商业有限公司

KIDSLAND 智乐商业有限公司是一家专注于儿童玩具代理销售的公司，主要代理乐高、万代、银辉等知名品牌，核心管理团队来自于宝隆央行玩具部，具有近 20 年国内儿童市场运营品牌的丰富经验。自 2001 年 7 月公司在广州成立以来，销售网络遍布全国，并在北京、上海、广州设有分公司和仓储物流中心，拥有品

牌专卖店、百货专柜、批发销售、大卖场、便利店、母婴连锁店和电子商务等多种销售渠道。

(2) 浙江母爱婴童用品股份有限公司

2000年成立于浙江义乌的母爱婴童公司，旗下拥有“母爱”、“全能妈妈”两个著名品牌，集研发、生产、营销于一体，主营母乳喂养、奶瓶奶嘴、健康护理、沐浴清洁、水杯餐具等。拥有十五年的母婴用品研发生产经验，世界先进的生产设备，具备较强的产品生产能力。国内覆盖销售渠道近千个，具备一定的销售规模。

(3) 上海广生行母婴用品股份有限公司

上海广生行主营业务为母婴用品的销售与品牌服务，从事集孕妇产前产后护理用品、婴儿哺育及护理用品、孕妇内衣等于一体的母婴用品专业营销与品牌服务。上海广生行作为日本知名孕产妇护理品牌“Dacco 诞福（曾用名：三洋）”中国地区的（台湾除外）独家合作方，毛利率维持在较高水平，在母婴品牌运营、母婴渠道拓展方面经验较强，公司业务发展速度较快。

七、报告期后公司经营目标和计划

公司自成立以来深耕于母婴行业近10年，一直专营母婴品牌的代理销售业务，对于母婴行业的发展有着独特的认知与理解，深切感受到实体母婴店经营中存在如下的痛点和难点：

(1) 营销推广难

大多数母婴实体店缺乏市场营销资源、能力及工具，在拓展新用户、增加销售额方面存在瓶颈。

(2) 供应链管理难

母婴实体店受店铺租金的限制，店铺面积有限，造成仓储能力不足，备货、压货的压力巨大，而且存在资金占用及滞销的风险。

(3) 受电商冲击

随着互联网时代的到来，客户消费习惯的改变让线下门店的销售遇到了瓶颈。传统的营销模式单调乏味，用户到门店体验感差，销量的下降和库存的增加与近年商超费用及人力资源成本的增加狭路相逢，母婴电商以其方便快捷、商品种类繁多而受消费者青睐，尤其是年轻母亲们的钟爱，因此对线下母婴门店的传

统销售模式产生了不小的冲击。

公司在巩固自己传统母婴用品代理销售业务基础上,积极探索新的商业模式和盈利模式,面对互联网+时代的到来,自2014年底开始公司一直加大母婴行业新商业模式的部署,最重大的举措就是利用近10年的母婴行业运营经验和移动互联网开发及运营能力,研发了“潮妈帮智慧母婴OAO云平台”。该平台针对现在母婴行业普遍存在的线下门店客流低、客户体验不佳、营销模式单一等痛点,制定了适宜的“智慧门店”方案,整合线下零散的实体零售母婴门店,为这些传统母婴店提供微信营销、移动电商系统及运营支持,并提供强大的供应商品品牌支持,对传统终端母婴门店管理体系进行了大力的升级改造,旨在解决传统母婴店面临的上述痛点。

(一) 潮妈帮介绍

母婴实体店和品牌商能够享受云平台提供的如下服务:

- 1、指导母婴实体店创建自己的微信公众号。
- 2、指导母婴实体店依靠地理位置、社区优势进行微信公众号推广,吸引更多的消费者。
- 3、指导母婴实体店进行微信营销,提高实体零售母婴门店的购买转换率。
- 4、帮助母婴品牌商在微信云平台上进行品牌推广。



潮妈帮智慧母婴云平台整合了线下零散的实体零售母婴店、母婴品牌商和消费者，形成了母婴商品的消费闭环。

消费者通过在实体零售母婴店购买商品，成为该店微信公众号的粉丝。

母婴实体店通过创建微信公众号，衔接微信云平台，在保持线下实体店销售额的基础上，增加了云平台上的母婴品牌商和消费者的营销互动功能。

潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台具有如下特点：

(1) 平台所有产品实行统一用户通行证策略，一个帐号可以登录使用全部产品。

(2) 建立云平台推广模板，预设丰富的推广场景模板，帮助母婴门店主一键设置 OAO 推广运营系统。

(3) 帮助母婴门店主通过云平台管理线下商品，对线下门店商品进行精细化管理。

(4) 云平台为母婴门店主提供会员管理服务、供应链管理服务、营销推广服务，全面帮助母婴实体店提升业绩。

(5) 云平台全面兼容潮妈易生活、智能 POS 机、智能 WIFI 等多款硬件外设，全面提升母婴实体店的营销效果和消费者交互体验。

云平台能兼容的硬件设施包括智能 POS 机、潮妈易生活互动机等，公司将根据实体母婴店的需求进行提供，提升消费者的线下体验。

硬件名称	外形	功能
智能 POS 机		<p>1、多种支付方式： 支持刷卡支付；微信、支付宝、百度钱包支付等</p> <p>2、更多扩展应用： 未来会覆盖门店进货、店铺内商品上线、促销核销、进销存管理等</p>

<p>潮妈易生活互动机</p>		<p>1、微信照片打印机： A、关注母婴店微信公众号，即可免费打印照片，增加对客户吸引力 B、可设置照片打印价格，为门店带来额外收入</p> <p>2、电子海报： 各类品牌宣传、促销活动、特价商品的传播</p> <p>3、互动营销： 可设置大转盘、刮刮卡、小游戏等互动营销</p> <p>4、潮妈生活服务： 未来会覆盖手机卡充值、缴水电煤气费等</p>
-----------------	---	---

(二) 潮妈帮商业模式

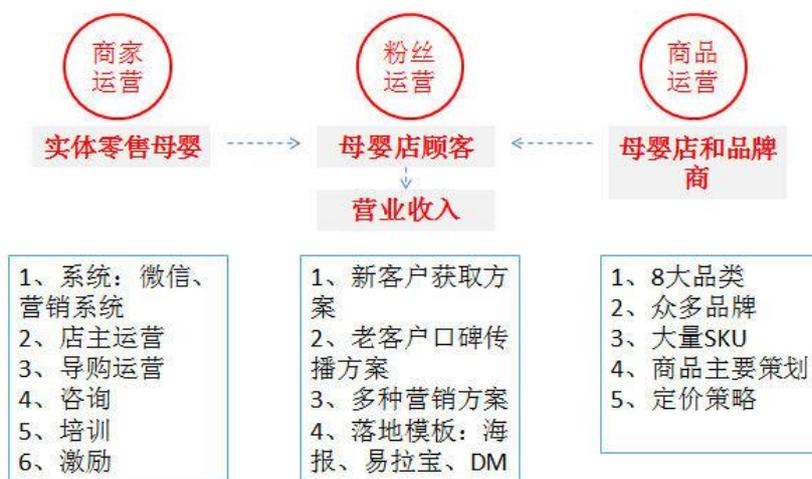
潮妈帮的商业模式涉及三方面，即生产模式，运营模式和盈利模式。

1、生产模式

公司在了解母婴店需求的前提下，自主开发全部的软件产品，包括进货宝APP和潮妈帮云平台系统。在完成软件产品开发测试后，为客户进行安装测试及培训指导，并在客户验收后进入售后服务流程。

2、运营模式

公司拥有专业的运营顾问团队帮助客户进行营销方案的落地和执行。潮妈帮运营模式主要包括商家运营、粉丝运营和商品运营。



（1）商家运营

商家运营，即实体母婴店申请的微信公众号主体的运营。通过创建母婴店微信公众号、关联微信云平台，潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台提供了众多运营模版供商家使用，覆盖全年线下门店营销方案。通过专业强大的运营服务团队和服务系统、对门店主提供全程一对一贴心指导，更好地提升商家的线下业绩。

（2）粉丝运营

客户是母婴店盈利的核心资源。近年来，电子商务在极大程度上冲击了传统母婴店，导致母婴店的新客户增长速度变慢，老客户的重复购买率也在下降。公司帮助母婴店主建立了一套基于母婴店微信服务号的运营系统及营销方案，关注母婴门店微信号的客户即成为门店的粉丝。

公司主要通过以下方式进行粉丝的推广及运营：营销文章、主题活动、0 元抽奖、刮刮卡等方式，快速拉动新客户的增长，增加母婴店微信号的粉丝数；另外，公司也推出了拼购、免费试用、转发有奖等社会化营销模式，让粉丝去发展粉丝，提升门店粉丝的增长速度。

OAO 商业模式的核心执行力在线下门店，公司不定期地推出针对母婴店主和母婴店导购的 PK 大赛，包括旅游或现金奖励等，以此来激发母婴店主和导购更加重视并推动潮妈帮智慧母婴云平台的粉丝落地运营，加强与潮妈帮合作，增强粉丝运营效果。

（3）商品运营

母婴行业的主体消费者有比较明显的消费特征：

- （1）重视商品的品牌、质量、安全性和舒适性等。
- （2）信任妈妈群体的消费体验。
- （3）习惯在朋友圈分享自己的消费体验。
- （4）使用移动互联网平台进行消费。

公司以上述消费特征为基础，建立了一套完整的商品运营体系：

（1）覆盖了更多的品牌商品类：包括服饰类、玩具类、食品类和童车床椅类等。

（2）向品牌商提供了大数据以便品牌商进行精准营销，例如门店经销存数据和宝宝的年龄、性别、消费习惯等数据。

(3) 营销策略：通过分享消费者的购物体验及育儿经验，推荐各类母婴商品。

(4) 运营策略：策划“0元抽”、“1元购”等活动，以社会化传播效果快速吸引新客户。

3、潮妈帮盈利模式

潮妈帮云平台能够帮助线下门店进行微信公众服务号深度运营系统及移动营销，同时拥有打通线上线下客户体验的智能硬件系统。

潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台有如下盈利方式：

(1) 软件销售收入

潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台是用于整合线下零散的母婴门店的一套软件系统。实体母婴门店购买这套软件系统后，建立门店自有的微信公众号营销平台，并通过系统的移动营销功能进行新老客户的拓展和营销。

品牌商通过云平台系统进行商品的展示及推广，公司提供软件及后续运营服务，向品牌商收取营运咨询服务费用。

(2) 硬件销售收入

公司为客户提供软件服务的同时，也提供多种和云平台兼容的硬件及配套服务，硬件包括潮妈易生活互动机和智能 POS 机等。潮妈易生活互动机，是一台可以打印微信照片、进行品牌宣传、促销活动的设备，公司将该设备销售给签约 OAO 云平台的实体母婴门店和品牌商。

(3) 进货宝的佣金收入

母婴门店通过进货宝向品牌商采购商品。根据采购商品的不同品类，公司向品牌商收取 2% 左右的交易佣金。该笔收入即为进货宝的佣金收入。

(三) 潮妈帮的经营数据

潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台系统于 2015 年 10 月 1 日上线投入使用，10 月至 12 月三个月的商家数、粉丝数情况如下表所示。从表中可以看出签约商家增长率分别达到了 698.1% 和 353%，粉丝增长率也非常可观，分别达到了 220.8%，396.7%。OAO 云平台虽然正式运行才三个月，但是从这些数据可以看出，使用此平台的实体母婴店的数量增长趋势良好，并且接下来将有更多的商家签约。截止 2015 年 12 月 31 日，公司的软件和硬件销售分别收入为 181,780 元和 320,000

元。进货宝 APP 于 2015 年 9 月上线，目的为了让新客户体验 APP 的功能，感受 APP 带来的便捷与优势。进货宝在 10 月份取得了比 11 月、12 月更高的销售额的原因是由于公司于 2015 年 10 月策划实施了母婴流通商品的“折扣优惠”、“组合优惠”等活动，主打活动商品包括尿布和奶粉，通过这些活动，在系统上线初期刺激了交易量，从 11 月、12 月开始随着新业务的有序推进，进货宝的交易金额也逐渐趋于平稳。

月份	签约商家数	签约商家增长率(%)	粉丝数	粉丝增长率(%)	软件销售收入(元)	硬件销售收入(元)	进货宝交易金额(元)
10	33	-	4272	-	-	-	2,942,267.82
11	287	698.1	9431	220.8	-	-	1,259,433.58
12	1001	353	37410	396.7	181,780	320,000	1,320,806.92
合计	1001	-	37410	-	6,024,288		

(四) 潮妈帮经营目标和计划

公司为使用系统的母婴门店提供了一站式的技术运营服务方案。根据潮妈帮上线以来的经营数据以及公司的经营状况，公司确定了如下的经营目标：

项目	16年Q1	16年Q2	16年Q3	16年Q4	16年	17年	18年
签约商家数 (单位：家)	2000	3000	4000	6000	15000	30000	60000
软件销售金额 (单位：万元)	600	900	1200	1800	4500	9000	18000
硬件销售金额 (单位：万元)	10	15	20	30	75	150	300
进货宝交易金额 (单位：万元)	1800	3600	7200	14400	27000	108000	216000
交易总额 (亿元)	0.241	0.4515	0.842	1.623	3.1575	11.715	23.43

为了实现以上目标，公司建立了一套可标准化复制的整套运营体系，包括：母婴店招商、门店运营、粉丝运营和商品运营等核心模块。具体实施计划如下：

1、母婴店招商

公司将快速拓展合作母婴门店，明年全年目标总合作门店 15,000 家，2017 年总合作门店 30,000 家，2018 年总合作门店达到 60,000 家。

主要通过以下方式：

（1）自建招商团队

主要通过门店拜访、电话推荐等方式，接触目标合作门店，实现门店合作。

（2）会议推广

每月举办 2 次区域型“潮妈帮智慧母婴 OAO”主题推介会，邀约母婴门店主参加，体验潮妈帮智慧母婴云服务。

（3）代理人招商

全国范围内，按区域招募代理人，形成战略合作关系。代理人在被授权区域内推广潮妈帮云平台。

（4）加强重点品牌的渠道合作

与国内外知名的奶粉、尿布品牌进行战略合作，联合拓展其所覆盖的母婴门店。

2、门店主运营

随着门店合作数量的快速增加，公司将加强“门店运营体系”的建设和完善。通过电话、微信、语音、视频等多种形式，覆盖门店主培训、指导、激励等各环节，提升门店运营效率，降低门店运营成本。通过帮助门店主设计丰富的购物体验活动，配备时尚新潮的营销互动工具，结合门店的软硬件及服务提升、更有现代气息的外观改造、更加暖心贴心的店内陈设升级，让消费者享受到更加具有娱乐互动型的门店购物体验模式。

3、粉丝运营

公司建立了一套标准化可复制的粉丝运营体系，公司将采取如下营销方案：

（1）转化门店粉丝

将门店每天进店客户和消费客户转化为母婴门店微信号粉丝。

（2）促销

通过刮刮卡、0 元购等促销活动快速吸引粉丝。

（3）社会化传播

通过免费试用、拼团购等方式，鼓励消费者分享活动信息到微信朋友圈，为

门店主吸引更多的微信公众号粉丝。

4、商品运营

公司将通过与品牌商集中谈判，制定如下商品运营及推广计划。

(1) 重点运营品类：跨境购、童车床椅、童装、玩具等。

(2) 精准的大数据推荐系统

以每个宝宝的出生年月为核心，建立一套大数据推荐系统。为每个不同年龄段的宝宝，根据其生理需求，推荐最精准的母婴商品及服务。

(3) 营销策划

建立一整套覆盖节假日、开学等市场促销计划，以及覆盖婴幼儿安全出行、亲子游乐等商品主题策划，为门店主提供高转化率的促销方案。

(4) 品牌合作

根据门店合作进展和粉丝增长进展，拓展更多品类的母婴合作品牌。

第三节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

(一) 关于股东大会、董事会、监事会制度的建立及运行情况

有限公司时期，公司制定了《公司章程》，并根据章程的规定建立了股东会，设执行董事和监事各一名。公司历次股权转让、增加注册资本、整体变更等事项均履行了股东会决议程序，但在公司治理上存在一定瑕疵，比如监事对公司的财务状况及董事、高级管理人员所起的监督作用较小，公司未制定专门的关联交易、对外投资、对外担保等管理制度。

2015年6月12日，公司依法召开创立大会暨第一次股东大会，依据《公司法》的相关规定，创立大会通过了《公司章程》，并选举刘勇、刘军、师晓华、易宗元、李骏彦为董事，组成股份公司第一届董事会成员；选举张伟、魏雪锋为非职工代表监事与职工代表大会选举产生的职工代表监事周晓凤共同组成股份公司第一届监事会成员。此外，创立大会还通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资融资管理制度》等治理细则。

2015年6月12日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举产生了公司董事长，并聘任了公司总经理及其他高级管理人员。同时审议通过了《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》等内部控制制度。

2015年6月12日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举产生了公司监事会主席。

自股份公司成立以来，公司建立健全了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层等组成的公司治理结构，依照《公司法》和《公司章程》的相关规定，按时召开股东大会、董事会及监事会，“三会”运行良好。公司从制度层面上保证了现有公司治理机制能为所有股东提供合适的保护，保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权。

1、股东大会

根据《公司章程》规定，股东大会依法行使下列职权：（一）决定公司的经营方针和投资计划；（二）选举和更换非由职工代表出任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（三）审议批准董事会的报告；（四）审议批准监事

会的报告；（五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（八）对发行公司债券作出决议；（九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（十）修改公司章程；（十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（十二）审议批准本章程第四十条规定的担保事项；（十三）审议公司在一年内购买、出售重大资产占公司最近一期经审计总资产30%以上的事项；（十四）审议批准变更募集资金用途事项；（十五）审议股权激励计划；（十六）审议公司信息披露方式；（十七）审议公司年度日常性关联交易安排及超过年度日常性关联交易安排的交易总金额在 200 万元人民币以上的日常性关联交易；（十八）审议公司非日常性关联交易；（十九）审议对外投资金额一次性 1000 万元人民币以上的对外投资行为；（二十）审议融资金额一次性 2000 万元人民币以上的融资行为；（二十一）审议法律、行政法规、部门规章和本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、董事会

根据《公司章程》规定，董事会依法行使下列职权：（一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（二）执行股东大会的决议；（三）决定公司的经营计划和投资方案；（四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（六）制订公司增加或者减少注册资本、发行公司债券或其他证券及上市方案；（七）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散和变更公司形式的方案；（八）在股东大会授权范围内，决定公司的对外投资、融资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（九）决定公司内部管理机构的设置；（十）根据董事长的提名，聘任或解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（十一）制定公司的基本管理制度；（十二）制定公司章程的修改方案；（十三）管理公司信息披露事项；（十四）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（十五）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（十六）审议公司在 1 年内购买、出售重大资产或者担保金额占公司最近一期经审计总资产低于 30% 的事项；（十七）审议公司超过年度日常性关联交易安排的交易总金额不超过 200 万元人民币的日常性关联交易；（十八）审议对外投资金额一次性不超过 1000 万元人民币的对外投资行为；（十九）审议融资金额一次性不超过 2000 万元人民币的融资行为；（二十）法律、行政法规、部门规章或本章程规定授予的其他职权。法律、法规和本章程其他条款规定必须由股东大会审议的事项除外。

3、监事会

根据《公司章程》规定，监事会行使下列职权：（一）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；（二）检查公司财务；（三）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（四）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；（五）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；（六）向股东大会提出提案；（七）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（八）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；（九）公司章程规定或股东大会授予的其他职权。

（二）公司股东大会、董事会、监事会和相关人员履行职责情况的说明

截至本公开转让说明书签署之日，股份公司召开过3次临时股东大会会议、4次董事会会议、1次监事会会议，公司股东大会、董事会、监事会的成员符合《公司法》的任职要求，能够按照《公司章程》及“三会”议事规则独立、勤勉、诚信地履行职责及义务。公司股东大会和董事会能够按期召开，对公司的重大决策事项作出决议，保证公司的正常发展。公司股东、董事通过参与股东大会、董事会，能够及时参与公司重大事项的讨论、决策，充分行使股东、董事的权利，促进公司治理的不断完善。公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，职工监事通过参与监事会会议对于公司重大事项提出相关意见和建议，保证公司治理的合法合规。但由于股份公司成立时间尚短，“三会”的规范运作及相关人员的规范意识、制度学习方面仍有待进一步提高。

二、公司董事会关于公司治理机制执行情况的说明

（一）股东的权利

《公司章程》第三十条规定，公司股东享有下列权利：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委托代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或质询；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司

终止或清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

（二）投资者关系管理

《公司章程》专章对信息披露和投资者关系管理进行了规定。董事会办公室为公司投资者关系管理职能部门，具体负责公司投资者关系管理事务。公司董事会秘书全面负责公司投资者关系管理工作，在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。董事会秘书负责制订公司投资者关系管理的实施细则，并负责具体落实和实施。公司根据法律、法规、规范性文件的要求和投资者关系管理的相关规定及时、准确地进行信息披露；根据公司实际情况，通过举行投资者交流会、分析师说明会及网上路演等活动，与投资者进行沟通；通过电话、电子邮件、传真、接待来访等方式回答投资者的咨询。

（三）纠纷解决机制

《公司章程》第三十三条规定，“公司股东大会、董事会的决议内容违反法律、行政法规，股东有权请求人民法院认定无效。股东大会、董事会的会议召集程序、表决程序违反法律、行政法规或者本章程，或者决议内容违反本章程的，股东有权自决议作出之日起 60 日内，请求人民法院撤销。”

《公司章程》第三十四条规定，“董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1% 以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或本章程的规定，给公司造成损失的，前述股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。”

《公司章程》第三十五条规定，“董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。”

（四）关联股东和董事回避制度

《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》中对于公司与股东及实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照关联交易的决策程序履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。针对关联交易，公司制定了《关联交易管理制度》，对于公司关联交易的决策程序和审批权限进行了规定，关联股东和关联董事应在股东大会、董事会表决关联事项时回避表决。

（五）财务管理、风险控制机制

公司建立了财务管理等一系列规章制度，涵盖了公司财务管理、合同管理、知识产权管理、销售管理等经营过程各个环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务管理和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，内部控制制度有效地保证了公司经营业务的有序进行，保护了公司资产的安全完整，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。

公司董事会于2015年12月1日召开的股份公司第一届董事会第三次会议上对公司治理机制执行情况予以评估。董事会对公司治理机制的执行情况讨论认为，公司现有的治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量、有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给所有股东提供合理保护及保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，便于接受投资者及社会公众的监督，符合公司发展的要求。

三、公司及控股股东、实际控制人最近二年存在的违法违规及受处罚情况

公司严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作，依法经营。公司及公司股东、公司管理层最近两年一期不存在重大违法违规及受处罚情况。

四、公司的独立性情况

股份公司自设立以来，严格按照《公司法》及《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、财务、机构等方面与主要股东及其控制的其他企业完全独立，公司具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立

公司主营业务是母婴用品的代理销售。公司具有较为完整的业务流程、独立的经营场所。公司独立获取业务收入和利润，具有面向市场独立自主的经营能力。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行日常经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）资产独立

公司独立拥有全部有形资产及无形资产的产权，公司的资产与股东的资产权属关系界定明确，公司对其所有资产具有控制支配权。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资金、资产被控股股东及实际控制人占用而损害公司利益的情况，公司不存在以资产、权益或信誉为股东债务提供担保的情形。

（三）人员独立

公司的董事、监事及其他高级管理人员的任免均符合《公司法》和《公司章程》的相关规定，程序合法有效；公司的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事外的其他职务或领薪，公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（四）财务独立

公司拥有独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度和财务管理制度。公司单独开户、独立核算。

（五）机构独立

公司已设立股东大会、董事会和监事会等机构，已聘请总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，并在公司内部设立了相应的职能部门。公司内部经营管理机构健全，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间没有机构混同的情形。

五、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争情况

添庆股份的控股股东、实际控制人为刘勇。报告期内，除本公司外，公司控

股股东、实际控制人刘勇控制的或能够施加重大影响的企业及其业务情况如下：

序号	企业名称	主营业务
1	上海云然实业有限公司	销售婴幼儿玩具、服装
2	苏州云浩明美贸易有限公司	销售服装、日用百货
3	杭州添佳贸易有限公司	批发、零售服装

1、云然实业

云然实业系公司实际控制人刘勇、公司股东刘军共同出资，于 2011 年 8 月 11 日在上海市工商行政管理局普陀分局登记注册的有限责任公司，其成立时的注册资本为 50 万元，其中刘勇持有 90% 股权，刘军持有 10% 股权。云然实业的经营范围为“销售婴幼儿玩具、服装、工艺品（除专项）、化妆品、日用百货、机电设备、电子产品、五金交电；商务咨询（除经纪），广告设计，园林绿化，计算机软件开发。【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】”。因云然实业所处行业属于批发和零售业，并且截至 2015 年 4 月，云然实业存在好奇等部分母婴品牌的销售，所以，云然实业和公司部分业务存在同业竞争的情况。

为避免上述同业竞争的情况发生且考虑到公司自身的发展战略，2015 年 4 月 27 日，刘勇将其持有云然实业的 90% 股权作价 45 万元转让给周鑫，周鑫已向刘勇支付完毕对应股权转让款；刘军将其持有云然实业的 10% 股权作价 5 万元转让给李秀霞，李秀霞已向刘军支付完毕对应股权转让款。

因此，云然实业的上述股权转让程序已经全部履行完毕，云然实业与添庆股份的同业竞争已消除。

2、云浩明美

云浩明美系公司实际控制人刘勇、公司股东刘军共同出资，于 2012 年 1 月 11 日在江苏省苏州工业园区工商行政管理局登记注册的有限责任公司，其成立时的注册资本为 100 万元，其中刘勇持有 90% 股权，刘军持有 10% 股权。云浩明美的经营范围为“销售：服装、工艺品、化妆品、日用百货、机电设备、电子产品、五金交电；商务信息咨询、财务信息咨询、企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）”。因云浩明美所处行业属于批发和零售业，并且 2013 年度云浩明美的光明培儿贝瑞品牌采购渠道与添庆贸易相同，均来自黑龙江光明优幼营养品有限公司，所以，云浩明美和公司部分业务存在同业竞争的情况。

为避免上述同业竞争的情况发生且考虑到公司自身的发展战略，云浩明美已

于 2014 年度起停止开展母婴用品的采购、销售业务；2015 年 4 月 16 日，刘勇将其持有云浩明美的 90% 股权作价 90 万元转让给周鑫，刘军将其持有云浩明美的 10% 股权作价 10 万元转让给周鑫。周鑫已分别向刘勇、刘军支付完毕对应股权转让款。

因此，云浩明美的上述股权转让程序已经全部履行完毕，云浩明美与添庆股份的同业竞争已消除。

3、杭州添佳

杭州添佳于 2009 年 5 月 26 日在杭州市下城区市场监督管理局登记注册，其成立时的注册资本为 200 万元。截至 2015 年 4 月 24 日，刘勇持有杭州添佳 90% 股权，刘军持有杭州添佳 10% 股权。杭州添佳的经营范围为“一般经营项目：批发、零售：服装，工艺美术品，化妆品，日用百货，机电设备（除轿车），电子产品，五金交电；服务：经济信息咨询（除证券、期货），投资咨询（除证券、期货）；其他无需报经审批的一切合法项目”。因杭州添佳所处行业属于批发和零售业，并且，2013 年度，杭州添佳的好奇产品采购渠道与添庆贸易相同，均来自金佰利（中国）有限公司，所以，杭州添佳和公司部分业务存在同业竞争的情况。

为避免上述同业竞争的情况发生且考虑到公司自身的发展战略，云浩明美已于 2014 年度起停止开展母婴用品的销售业务，2015 年 4 月 24 日，刘勇将其持有杭州添佳的 90% 股权作价 180 万元转让给周鑫，周鑫已向刘勇支付完毕对应股权转让款；刘军将其持有杭州添佳的 10% 股权作价 20 万元转让给李秀霞，李秀霞已向刘军支付完毕对应股权转让款。

因此，杭州添佳的上述股权转让程序已经全部履行完毕，杭州添佳与添庆股份的同业竞争已消除。

综上，公司控股股东、实际控制人已采取必要、有效的措施解决了报告期内其控制的其他企业和公司存在的或潜在的同业竞争情况。此外，添庆股份实际控制人刘勇已作出《情况说明》，“本人已将原持有的云然实业 90% 股权、云浩明美 90% 股权、杭州添佳 90% 股权转让给自然人周鑫，周鑫已根据该等《股权转让协议》向本人全额支付了股权转让款。添庆股份与云然实业、云浩明美、杭州添佳之间已无任何交易往来。”；云然实业、云浩明美、杭州添佳实际控制人周鑫也已作出《情况说明》，“因云然实业、云浩明美、杭州添佳的业务发展需求，三家公司的业务将调整为以服装批发、销售为主。目前，仅有上海云然一家有个别涉及婴幼儿用品的合同未履行完毕，该等合同履行完毕后将不再续期。”截至

本公开转让说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人控制的或能够施加重大影响的其他企业和公司不存在同业竞争的情况。

（二）公司控股股东、实际控制人为避免同业竞争的措施与承诺

为避免今后出现同业竞争情形，公司控股股东及实际控制人刘勇已出具《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

一、本人目前未从事与公司及其控股子公司相同的经营业务，与公司及其控股子公司不会发生直接或间接的同业竞争。今后亦将不以任何形式从事与公司及其控股子公司的现有业务及相关产品相同或相似的经营业务，包括不会以投资、收购、兼并与公司及其控股子公司现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与公司及其控股子公司发生任何形式的同业竞争。

二、本人目前或将来投资控股的企业也不从事与公司及其控股子公司相同的经营业务，与公司及其控股子公司不进行直接或间接的同业竞争；如本人所控制的企业拟进行与公司及其控股子公司相同的经营业务，本人将行使否决权，以确保与公司及其控股子公司不进行直接或间接的同业竞争。

三、如有在公司及其控股子公司经营范围内相关业务的商业机会，本人将优先让与或介绍给公司及其控股子公司。对公司及其控股子公司已进行建设或拟投资兴建的项目，本人将在投资方向与项目选择上，避免与公司及其控股子公司相同或相似，不与公司及其控股子公司发生同业竞争，以维护公司及其控股子公司的利益。如出现因本人控制的其他企业违反上述承诺而导致公司及其控股子公司的权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。

此外，公司其他董事、监事和高级管理人员已出具书面承诺：“本人目前没有在与公司及其控股子公司从事相同或相类似业务的公司进行投资或任职，没有从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营业务，今后也不从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营业务，并愿意对因违反上述承诺而给公司及其控股子公司造成的经济损失承担赔偿责任。”

六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金，或者公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况说明

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。报告期内，控股股东控制的其他企业占用公司资金的情况见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及关联交易”之“（二）关联方交易”、“（三）关联方往来余额”的具体内容。

报告期末至审查期间，公司存在关联方占用资金情况如下：

关联方	占用资金的形式	2015年11月-2016年5月占用金额	
		累计发生额（元）	余额（元）
周鑫	业务借款	750,000.00	0
刘长山	借备用金	35,483.85	0
宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）	代垫费用	3,707.00	0

注：周鑫为公司控股股东、实际控制人刘勇之表弟；刘长山为刘勇之父亲；宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）为公司持股5%以上的股东、刘勇控制的企业。

周鑫、刘长山、宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）于2015年11月至2016年5月期间向添庆股份暂借周转资金分别为人民币750,000元、35,483.85元、3,707元，属公司报告期末至挂牌前发生的关联交易事项，未履行事前决策程序，未进行披露。周鑫、刘长山、宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）已分别于2016年5月31日前完成清偿，该等关联交易事项经公司2016年4月18日召开的第一届董事会第五次会议、2016年5月9日召开的2015年度股东大会上予以补充确认。上述资金占用情况未给公司现金流及正常的生产经营造成重大不利影响，截止本公开转让说明书签署之日，该等款项均已收回。

股份公司成立时，公司建立了防止股东及关联方资金占用或者转移公司资金、资产及其他资源的机制，在《公司章程》中明确：“公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。”

（二）公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

七、董事、监事及高级管理人员对公司持续经营有不利影响的情况

(一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属的持股情况

序号	姓名	职务	直接持股 (股)	间接持股 (股)	合计持股 (股)	持股比例 (%)
1	刘勇	董事长	12,280,000	35,100	12,315,100	58.64
2	刘军	董事兼总经理	1,750,000	2,274,480	4,024,480	19.16
3	易宗元	董事兼副总经理 兼董事会秘书	—	252,018	252,018	1.20
4	师晓华	董事	—	—	—	—
5	李骏彦	董事	—	—	—	—
6	张伟	监事会主席	—	—	—	—
7	周晓凤	监事	—	—	—	—
8	魏雪锋	监事	—	—	—	—
9	蔡勇	财务负责人	—	—	—	—
合计			14,030,000	2,561,598	16,591,598	79.00

除上述持股情况外，公司董事、监事以及高级管理人员的直系亲属不存在直接或间接持有公司股份的情况。

(二) 相互之间存在亲属关系情况

公司除董事长兼总经理刘勇与董事兼副总经理刘军为姐弟关系外，其他董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或做出重要承诺的情况

1、协议签署情况

在公司任职并专职领薪的董事、监事、高级管理人员与本公司均签有《劳动合同》，对工作内容、劳动报酬等方面作了规定。

2、承诺情况

公司董事、监事、高级管理人员已作出《避免同业竞争承诺函》、《公司董事、监事及高级管理人员关于诚信状况的书面声明》等承诺。

上述有关合同、协议及承诺均履行正常，不存在违约情形。

(四) 在其他单位兼职情况

姓名	公司职位	兼职单位名称	兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
刘勇	董事长	宁波鼎庆投资合伙企业(有限合伙)	执行事务合伙人	公司股东
刘军	董事兼总经理	上海鼎骏贸易有限公司	执行董事	子公司
		宁波昌昱电子商务有限公司	执行董事	子公司
		上海腾生实业有限公司	执行董事、总经理	子公司
		恒申实业有限公司	董事	子公司
易宗元	董事兼副总经理兼董事会秘书	聚尚电子商务(上海)有限公司	监事	无
		上海楚派信息科技有限公司	监事	无
师晓华	董事	北京有乐通网络科技有限公司	执行董事兼经理, 法定代表人	无
		北京畅远鸿达科技有限公司	执行董事兼经理, 法定代表人	无
李骏彦	董事	上海娴钦创业投资有限公司	执行董事兼总经理, 法定代表人	无
		上海君信创业投资有限公司	执行董事兼总经理, 法定代表人	无
		上海溢速网络科技有限公司	监事	无
		南京戏画谷动漫设计有限公司	监事	无
		阳光崇尚网络科技(上海)有限公司	董事	无
周晓凤	监事	上海鼎骏贸易有限公司	监事	子公司
		宁波昌昱电子商务有限公司	监事	子公司
		上海腾生实业有限公司	监事	子公司

(五) 对外投资与公司存在利益冲突的情况

截至本公开转让说明书签署之日, 公司部分董事、高级管理人员除以下对外投资外, 其他公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资情况。以下为公司部分董事、高级管理人员的对外投资情况:

姓名	公司职位	对外投资企业	持股比例
易宗元	董事兼副总经理兼董事会秘书	权韬企业管理咨询(上海)有限公司	80%
		上海楚派信息科技有限公司	4%
		上海沐樱实业有限公司	80%
		金茨堡网络科技(上海)有限公司	35%
师晓华	董事	北京有乐通网络科技有限公司	75%
李骏彦	董事	上海娴钦创业投资有限公司	100%

公司董事、高级管理人员投资的上述公司与本公司主营业务不相同、不相似，亦不存在利益冲突。截至本公开转让说明书签署之日，除上述已披露情形外，公司董事、监事、高级管理人员无其他对外投资情况。

（六）最近两年一期受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况

公司董事、监事、高级管理人员均出具了书面声明，承诺最近两年一期不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场进入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

（七）其他对公司持续经营有不利影响的情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对公司持续经营有不利影响的情况。

八、董事、监事及高级管理人员近两年变动情况

（一）董事变动情况

时间	人员	变动原因
2013.01.01-2015.06.12	刘军	股东会决议
2015.06.12 至今	刘勇、刘军、师晓华、易宗元、李骏彦	股份公司设立

1、2011年5月30日，添庆贸易召开股东会会议，作出《股东会决议》，决议免去刘勇公司执行董事的职务，并选举刘军为公司执行董事。

2、2015年6月12日，股份公司创立大会暨首次股东大会选举刘勇、刘军、师晓华、易宗元、李骏彦为公司董事，组成第一届董事会。

（二）监事变动情况

时间	人员	变动原因
2013.01.01-2013.06.04	叶雯斐	股东会决议
2013.06.04-2015.06.12	周晓凤	股东会决议
2015.06.12 至今	张伟、魏雪锋、周晓凤	股份公司设立

1、2006年1月17日，添庆贸易召开股东会会议，通过了《上海添庆贸易有限公司章程》，选举陈珏为公司执行董事，选举叶雯斐为公司监事。

2、2013年6月4日，有限公司召开股东会会议，作出《股东会决议》，选举周晓凤为公司监事，叶雯斐不再担任公司监事。

3、2015年6月12日，公司创立大会暨首次股东大会选举张伟、魏雪锋为

股东代表监事，与职工代表监事周晓凤组成第一届监事会。

(三) 高级管理人员变动

时间	职务				变动原因
	总经理	副总经理	财务负责人	董事会秘书	
2013.01.01-2015.06.12	刘 勇	—	—	—	股东会决议
2015.06.12-2015.12.01	刘 勇	易宗元	欧阳海	易宗元	股份公司设立
2015.12.01-2016.02.01	刘 军	易宗元	欧阳海	易宗元	董事会决议
2016.02.01 至今	刘 军	易宗元	蔡 勇	易宗元	董事会决议

1、2009年7月13日，有限公司召开股东会会议，作出《股东会决议》，任命刘勇为公司总经理。

2、2015年6月12日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任刘勇为董事长兼总经理，聘任易宗元为副总经理，聘任欧阳海为财务负责人、易宗元为董事会秘书。

3、2015年12月1日，公司召开第一届董事会第三次会议，聘任刘军为总经理，刘勇不再担任公司总经理。

4、2016年2月1日，公司召开第一届董事会第四次会议，聘任蔡勇为公司财务负责人，欧阳海不再担任公司财务负责人一职。

公司高级管理人员因股份公司设立、为完善公司治理结构、满足公司生产经营需要及出于长远发展考虑等原因引起的正常人事变化，没有给公司的经营管理造成实质性影响。

第四节 公司财务

一、最近两年一期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表

资产负债表

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	10,850,049.37	2,803,952.58	559,002.77
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	10,865,037.47	8,873,652.71	24,843,859.30
预付款项	7,006,343.49	10,351,266.78	
其他应收款	4,798,352.70	3,143,087.87	2,484,842.12
存货	10,475,435.13	11,016,421.85	6,145,048.95
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	43,995,218.16	36,188,381.79	34,032,753.14
非流动资产：			
固定资产	102,024.24		102,376.15
在建工程	-	-	-
无形资产	2,397,799.07	-	-
开发支出	-	-	-
长期待摊费用	311,358.25	215,910.75	41,278.00
递延所得税资产	50,970.67	30,345.33	69,011.87
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	2,862,152.23	246,256.08	212,666.02
资产总计	46,857,370.39	36,434,637.87	34,245,419.16
流动负债：			
短期借款	10,000,000.00	16,000,000.00	3,273,425.00
应付票据	-	-	-
应付账款	213,025.84	7,460,770.51	5,650,154.02
预收款项	158,873.76	231,026.87	1,467,451.77
应付职工薪酬	-	-	-
应交税费	-86,304.26	111,558.61	21,591.64
应付利息	58,981.48		
应付股利	-	-	-

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
其他应付款	1,070,323.30	2,501,342.81	23,581,805.07
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	11,414,900.12	26,304,698.80	33,994,427.50
非流动负债:			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	11,414,900.12	26,304,698.80	33,994,427.50
所有者权益:			
实收股本(或股本)	21,000,000.00	10,000,000.00	500,000.00
资本公积	19,744,425.52	-	-
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	-	26,731.73	26,731.73
未分配利润	-5,301,955.25	103,207.34	-275,740.07
归属于公司所有者权益合计	35,442,470.27	10,129,939.07	250,991.66
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	35,442,470.27	10,129,939.07	250,991.66
负债和所有者权益总计	46,857,370.39	36,434,637.87	34,245,419.16

利润表

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
一、营业收入	38,552,743.59	90,948,358.74	97,791,826.42
减：营业成本	34,735,086.21	80,944,301.02	90,725,143.53
营业税金及附加	1,756.43	24,652.16	73,168.57
销售费用	5,225,929.16	4,385,079.74	2,670,024.17
管理费用	6,154,644.33	4,630,902.06	4,197,795.49
财务费用	802,428.74	1,048,715.47	100,365.46
资产减值损失	145,030.00	-154,666.17	94,467.46
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	8.22	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	-8,512,123.06	69,374.46	-69,138.26
加：营业外收入	425,783.63	547,736.14	2,000.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	1,754.71	94,086.93	-
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
三、利润总额（亏损以“-”号填列）	-8,088,094.14	523,023.67	-67,138.26
减：所得税费用	-20,625.34	137,243.96	-19,366.37
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	-8,067,468.80	385,779.71	-47,771.89
五、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	-0.41	0.14	-0.10
（二）稀释每股收益（元/股）	-0.41	0.14	-0.10
六、其他综合收益（其他综合亏损以“-”号填列）	-	-	-
七、综合收益总额（综合亏损总额以“-”号填列）	-8,067,468.80	385,779.71	-47,771.89

现金流量表

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013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	44,753,834.17	107,008,544.34	90,868,181.88
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	877,354.89	2,559,971.57	4,894,112.92
经营活动现金流入小计	45,631,189.06	109,568,515.91	95,762,294.80
购买商品、接受劳务支付的现金	44,149,110.11	98,126,769.03	85,536,216.54
支付给职工以及为职工支付的现金	5,705,058.59	4,559,647.39	3,634,345.70
支付的各项税费	142,728.36	229,726.71	323,452.53
支付其他与经营活动有关的现金	11,461,684.85	18,200,923.84	6,020,895.00
经营活动现金流出小计	61,458,581.91	121,117,066.97	95,514,909.77
经营活动产生的现金流量净额	-15,827,392.85	-11,548,551.06	247,385.03
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	50,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	8.22	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	50,008.22	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,806,175.42	266,392.87	140,626.91
投资支付的现金	50,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	2,856,175.42	266,392.87	140,626.91
投资活动产生的现金流量净额	-2,806,167.20	-266,392.87	-140,626.91
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	33,380,000.00	9,500,000.00	-
取得借款收到的现金	10,000,000.00	9,000,000.00	3,400,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	43,380,000.00	18,500,000.00	3,400,000.00
偿还债务支付的现金	16,000,000.00	3,400,000.00	3,126,575.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	700,343.16	1,040,106.26	97,481.67
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	16,700,343.16	4,440,106.26	3,224,056.67
筹资活动产生的现金流量净额	26,679,656.84	14,059,893.74	175,943.33
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
五、现金及现金等价物净增加额	8,046,096.79	2,244,949.81	282,701.45
加：期初现金及现金等价物余额	2,803,952.58	559,002.77	276,301.32
六、期末现金及现金等价物余额	10,850,049.37	2,803,952.58	559,002.77

2015年1-10月所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-10月				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	10,000,000.00	-	26,731.73	103,207.34	10,129,939.07
加：会计政策变更					
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	26,731.73	103,207.34	10,129,939.07
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	11,000,000.00	19,744,425.52	-26,731.73	-5,405,162.59	25,312,531.20
（一）净利润				-8,067,468.80	-8,067,468.80
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）的合计				-8,067,468.80	-8,067,468.80
（三）股东投入和减少资本	2,400,000.00			-	33,380,000.00
1. 股东投入普通股	2,400,000.00				33,380,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入所有者权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（或股东）的分配					
4. 其他	8,600,000.00	-11,235,574.48	-26,731.73	2,662,306.21	
四、本期期末余额	21,000,000.00	19,744,425.52	-	-5,301,955.25	35,442,470.27

2014年度所有者权益变动表

单位：元

项目	2014年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	500,000.00	-	26,731.73	-282,572.37	244,159.36
加：会计政策变更					
前期差错更正					
二、本年期初余额	500,000.00	-	26,731.73	-282,572.37	244,159.36
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	9,500,000.00			385,779.71	9,885,779.71
（一）净利润				385,779.71	385,779.71
（二）其他综合收益					-
上述（一）和（二）的合计				385,779.71	385,779.71
（三）股东投入和减少资本	9,500,000.00			-	9,500,000.00
1. 股东投入普通股	9,500,000.00				9,500,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入所有者权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（或股东）的分配					
4. 其他					
四、本期期末余额	10,000,000.00	-	26,731.73	103,207.34	10,129,939.07

2013 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	2013 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	500,000.00	-	26,731.73	-234,800.48	291,931.25
加：会计政策变更				-	-
前期差错更正				-	-
二、本年期初余额	500,000.00	-	26,731.73	-234,800.48	291,931.25
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）			287,827.57	-47,771.89	-47,771.89
（一）净利润				-47,771.89	-47,771.89
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）的合计				-47,771.89	-47,771.89
（三）股东投入和减少资本					
1. 股东投入普通股					
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入所有者权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积				-	-
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（或股东）的分配				-	-
4. 其他					
四、本期期末余额	500,000.00	-	26,731.73	-282,572.37	244,159.36

二、审计意见

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-10 月的财务报告业经具有证券期货相关业务资格的北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具[2015]京会兴审字第 02010173 号标准无保留意见的审计报告。

三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况

（一）编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号发布、财政部令第 76 号修订）、于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具以公允价值计量外，本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）会计期间

公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

（四）现金及现金等价物的确定标准

公司现金包括库存现金、可以随时用于支付的存款；现金等价物包括公司持有的期限短（一般指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（五）外币业务核算

（1）外币业务

公司外币交易按照交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。

在资产负债表日，按照下列规定对外币货币性项目和外币非货币性项目进行

处理：外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益；在资本化期间内，外币专门借款本金及利息的汇兑差额，予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本。

（六）金融工具

（1）金融工具的分类、确认依据和计量方法

①金融工具的分类

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同，包括：金融资产、金融负债和权益工具。

公司金融资产和金融负债划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债、持有至到期投资、应收款项和可供出售金融资产四类。

②金融工具的确认依据和计量方法

A、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

确认依据：此类金融资产或金融负债可进一步分为交易性金融资产或金融负债、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，主要指企业为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具或近期内回购而承担的金融负债；直接指定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，主要是指企业基于风险管理、战略投资需要等所作的指定。

计量方法：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，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。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，资产负债表日将公允价值变动计入当期损益。

处置时，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。

B、持有至到期投资

确认依据：指公司购入的到期日固定、回收金额固定或可确定，且公司有明确意图和能力持有至到期的固定利率国债、浮动利率公司债券等非衍生金融资产。

计量方法：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计量，采用实际利率法（如实际利率与票面利率差别较小的，按票面利率）计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

若公司于到期日前出售或重分类了较大金额的持有至到期投资（较大金额是指相对该类投资出售或重分类前的总金额而言），则公司将该类投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，且在本会计期间及以后两个完整的会计年度内不再将该金融资产划分为持有至到期投资，但下列情况除外：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），市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响；根据合同约定的定期偿付或提前还款方式收回该投资几乎所有初始本金后，将剩余部分予以出售或重分类；出售或重分类是由于公司无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事项所引起。

C、可供出售金融资产

确认依据：指公司没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项的金融资产。

计量方法：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。资产负债表日将公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

（2）金融资产转移的确认依据和计量方法

①金融资产转移的确认依据

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产控制的，终止对该金融资产的确认。

②金融资产转移的计量方法

A、整体转移满足终止确认条件时的计量：金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项的差额计入当期损益：

所转移金融资产的账面价值；

因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。

B、部分转移满足终止确认条件时的计量：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：

终止确认部分的账面价值；

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

C、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，将所收到的对价确认为一项金融负债。

D、对于采用继续涉入方式的金融资产转移，公司按照继续涉入所转移金融资产的程度确认一项金融资产，同时确认一项金融负债。

(3) 金融负债终止确认条件

公司在金融负债的现实义务全部或部分已经解除时终止确认该金融负债或其一部分。

(4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

①存在活跃市场的金融资产或金融负债，用活跃市场中的报价来确定公允价值；

②金融工具不存在活跃市场的，公司采用估值技术确定其公允价值。

(5) 金融资产（不含应收款项）减值测试方法

公司在资产负债表日对金融资产（不含应收款项）的账面价值进行检查，有客观证据表明发生减值的，计提减值准备。

①持有至到期投资：根据账面价值与预计未来现金流量的现值之间的差额计算确认减值损失，具体比照应收款项减值损失计量方法处理。

②可供出售金融资产：当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

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的减值损失，不予转回。

(七) 应收款项

(1) 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

①单项金额重大的判断依据或金额标准：

公司将单项金额占当期收入 10% 以上的应收款项以上的应收款项确定为单项金额重大的应收款项。

②单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

(2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项:

确定组合的依据		
账龄组合	以应收款项的账龄作为信用风险特征组合	
按组合计提坏账准备的计提方法		
账龄组合	账龄分析法	
组合中, 采用账龄分析法计提坏账准备的:		
账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	1	1
1-2 年	10	10
2 年以上	100	100

(3) 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项:

单项计提坏账准备的理由	对于单项金额不重大的应收款项, 当存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时, 应确认坏账准备。
坏账准备的计提方法	根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额, 单独进行减值测试, 计提坏账准备。

公司应收款项同时运用个别方式和组合方式评估减值损失。

运用个别方式评估时, 当应收款项的预计未来现金流量 (不包括尚未发生的未来信用损失) 按原实际利率折现的现值低于其账面价值时, 公司将该应收款项的账面价值减记至该现值, 减记的金额确认为资产减值损失, 计入当期损益。

当运用组合方式评估应收款项的减值损失时, 减值损失金额是根据具有类似信用风险特征的应收款项 (包括以个别方式评估未发生减值的应收款项) 的以往损失经验, 并根据反映当前经济状况的可观察数据进行调整确定的。

在应收款项确认减值损失后, 如有客观证据表明该金融资产价值已恢复, 且客观上与确认该损失后发生的事项有关, 公司将原确认的减值损失予以转回, 计入当期损益。该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

(八) 存货

(1) 存货分类:

公司存货主要包括: 库存商品。存货按成本进行初始计量, 存货成本包括采购成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

(2) 存货发出的计价方法:

存货发出时, 按加权平均法计价确定发出存货的实际成本。

(3) 期末存货的计量：资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

按单个存货项目计算的成本高于其可变现净值的差额，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

(4) 存货的盘存制度：公司采用永续盘存制。

(九) 固定资产

公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，并且使用年限超过一年，与该资产有关的经济利益很可能流入公司且其成本能够可靠计量的有形资产。

(1) 固定资产的分类：

公司固定资产分为电子设备、办公设备。

(2) 固定资产折旧

除已提足折旧仍继续使用的固定资产之外，固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

各类固定资产的使用年限、残值率、年折旧率列示如下：

类别	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
办公设备	3-5	5	19.00-31.67
电子设备	5	5	19.00

(3) 固定资产的后续支出

若不可能使流入企业的经济利益超过原先的估计，则在发生时确认为费用。如果使可能流入企业的经济利益超过了原先的估计，则计入固定资产账面价值，其增计后金额不应超过该固定资产的可收回金额。

固定资产改良支出，计入固定资产账面价值，增计后的金额不应超过该固定资产的可收回金额；增计后的金额超过该固定资产可收回金额的部分，直接计入当期营业外支出。

不能区分是固定资产修理还是固定资产改良，或固定资产修理和固定资产改良结合在一起，则按上述原则进行判断，其发生的后续支出，分别计入固定资产价值或计入当期费用。

固定资产装修费用，符合上述原则可予以资本化的，在“固定资产”科目下单设“固定资产装修”明细科目核算，并在两次装修期间与固定资产尚可使用年限两者中较短的期间内，采用合理的方法单独计提折旧。下次装修时，该项固定资产相关的“固定资产装修”明细科目的余额减去相关折旧后的差额，一次全部计入当期营业外支出。

融资租赁方式租入的固定资产发生的固定资产后续支出，比照上述原则处理。发生的固定资产装修费用，符合上述原则可予以资本化的，在两次装修期间、剩余租赁期与固定资产尚可使用年限三者中较短的期间内，采用合理的方法单独计提折旧。

（十）借款费用

（1）借款费用资本化的确认原则和资本化期间

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或生产的，在同时满足下列条件时予以资本化，计入相关资产成本：

①资产支出已经发生；

②借款费用已经发生；

③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化继续进行。

购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。以后发生的借款费用于发生当期确认为费用。

（2）借款费用资本化金额的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期

实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十一）无形资产

公司将企业拥有或者控制的没有实物形态，并且与该资产相关的预计未来经济利益很可能流入企业、该资产的成本能够可靠计量的可辨认非货币性资产确认为无形资产。

公司的无形资产按实际支付的金额或确定的价值入账。

①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，无形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，除按照规定应予资本化的以外，应当在信用期间内计入当期损益。

②投资者投入的无形资产，按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

③公司内部研究开发项目的支出，区分研究阶段支出与开发阶段支出。研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查。开发是指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。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的确认为无形资产：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；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，应当证明其有用性；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；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司使用寿命有限的无形资产，自该无形资产可供使用时起在使用寿命期内平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。无形资产摊销金额为其成本扣

除预计残值后的金额，已计提减值准备的无形资产，还需扣除已计提的无形资产减值准备累计金额。

对于使用寿命有限的各项无形资产的摊销年限分别为：

类别	摊销年限	摊销方法
商标	5年	年限平均法
软件	5年	年限平均法

（十二）职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

（1）短期薪酬

公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

（2）离职后福利

公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。离职后福利计划，是指公司与职工就离职后福利达成的协议，或者公司为向职工提供离职后福利制定的规章或办法等。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，公司不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

（3）辞退福利

公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（4）其他长期职工福利

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述设定提存计划的会计政策进行处理；除此以外的，按照上述设定受益计划的会计政策确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。

（十三）预计负债

（1）预计负债的确认标准

公司规定与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，确认为预计负债：

- ①该义务是企业承担的现时义务；
- ②履行该义务很可能导致经济利益流出企业；
- ③该义务的金额能够可靠地计量。

（2）预计负债的计量方法

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定。在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

- ①或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。
- ②或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额只有在基本确定能够收到时才能作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十四）收入

（1）收入确认的总体原则

收入是公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。收入在其金额及相关成本能够可靠计量、相关的经济利益很可能流入公司、并且同时满足以下不同类型收入的其他确认条件时，予以确认。

①销售商品收入

销售商品在将商品所有权上的重要风险和报酬转移给买方，不再对该等商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入企业，相关的收入和成本能够可靠地计量时，确认营业收入的实现。

②提供劳务收入

公司对外提供劳务，于劳务已实际提供时确认相关的收入，在确认收入时，以劳务已提供，与交易相关的价款能够流入，并且与该项劳务有关的成本能够可靠计量为前提。

③让渡资产使用权收入

让渡资产使用权收入包括利息收入、使用费收入等。

公司在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时，确认让渡资产使用权收入。

(2) 收入确认的具体方法

具体确认原则和计量方法如下：

报告期内，公司主要通过品牌代理销售以及网络销售两种模式对外销售产品实现收益。收入具体确认原则和计量方法如下：

- ① 网络销售商品，仓库发货开具出库单，物流公司承接商品快递并发送到购买方，其签收时确认收入；
- ② 其他商品销售，仓库发货开具出库单，送货单客户已签收，公司取得收款的权利时，确认收入。因此，公司在签收时确认收入，并同时结转成本。

由于公司主营业务为母婴用品的代理销售服务，公司取得母婴用品的经销资格，购买母婴用品后销售给个体母婴店、连锁母婴店，因而不存在按完工百分比法确认收入。

(十五) 政府补助

公司的政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。当政府文件未明确补助对象，根据补助资金的实际用途，将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关。

（1）政府补助的确认

公司收到政府无偿拨入的货币性资产或非货币性资产，同时满足下列条件时，确认为政府补助：

- ①能够满足政府补助所附条件；
- ②能够收到政府补助。

（2）政府补助的计量：

①政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

②与资产相关的政府补助，取得时确认为递延收益，自相关资产达到预定可使用状态时，在该资产使用寿命内平均分配，分次计入以后各期的损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的递延收益余额一次性转入资产处置当期的损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

③已确认的政府补助需要返还的，分别下列情况处理：

A、存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益。

B、不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十六）递延所得税资产/递延所得税负债

公司采用资产负债表债务法进行所得税会计处理。

（1）递延所得税资产

①资产、负债的账面价值与其计税基础存在可抵扣暂时性差异的，以未来期间很可能取得的用以抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率，计算确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

②资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

③资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

（2）递延所得税负债

资产、负债的账面价值与其计税基础存在应纳税暂时性差异的，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率，确认由应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

（十七）资产减值

当存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

（1）资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。

（2）公司经营所处的经济、技术或法律等环境以及资产所处的市场在当期或将在近期发生重大变化，从而对公司产生不利影响。

（3）市场利率或者其他市场投资回报率在当期已经提高，从而影响企业用来计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。

（4）有证据表明资产已经陈旧过时或其实体已经损坏。

（5）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

（6）公司内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者损失）远远低于预计金额等。

（7）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

公司在资产负债表日对长期股权投资、固定资产、工程物资、在建工程、无形资产（使用寿命不确定的除外）等适用《企业会计准则第8号——资产减值》的各项资产进行判断，当存在减值迹象时对其进行减值测试-估计其可收回金额。可收回金额以资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

有迹象表明一项资产可能发生减值的，公司通常以单项资产为基础估计其可

收回金额。当难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产组是公司可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入基本上独立于其他资产或者资产组。资产组由创造现金流入相关的资产组成。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

公司对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉的减值测试结合与其相关的资产组或者资产组组合进行。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

(十八) 重大会计政策、会计估计变更及对公司利润的影响

(1) 重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第2号——长期股权投资>的通知》等7项通知（财会[2014]6~8号、10~11号、14号、16号）等规定，公司自2014年7月1日起执行财政部2014年发布的前述7项企业会计准则。	董事会	公司于2014年7月1日开始执行前述除金融工具列报准则以外的7项新颁布或修订的企业会计准则，在编制2014年年度财务报告时开始执行金融工具列报准则。会计政策变更对本公司资产总额、负债总额、净资产及净利润不会产生影
根据财政部《中华人民共和国财政部令 第76号——财政部关于修改<企业会计准则——基本准则>的决定》，公司自2014年7月23日起执行该决定。		
根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第37号——金融工具列报>的通知》（财会[2014]23号的规定，公司自2014年度起执行该规定。		

(2) 重要会计估计变更

公司在报告期内无会计估计变更事项。

四、最近两年及一期主要会计数据和财务指标

(一) 最近两年及一期主要会计数据和财务指标

财务指标	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（万元）	4,685.74	3,643.46	3,424.54
股东权益合计（万元）	3,544.25	1,012.99	24.42

归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	3,544.25	1,012.99	24.42
每股净资产（元）	1.69	1.01	0.49
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.69	1.01	0.49
资产负债率（母公司，%）	24.36	72.20	99.29
流动比率（倍）	3.85	1.38	1.00
速动比率（倍）	2.94	0.96	0.82
财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	3,855.27	9,094.84	9,779.18
净利润（万元）	-806.75	38.58	-4.78
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-806.75	38.58	-4.78
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-838.55	4.55	-4.93
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-838.55	4.55	-4.93
毛利率（%）	9.90	11.00	7.23
净资产收益率（%）	-43.15	14.36	-17.82
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-44.85	1.69	-18.38
基本每股收益（元/股）	-0.56	0.14	-0.10
稀释每股收益（元/股）	-0.56	0.14	-0.10
应收帐款周转率（次）	3.86	5.34	4.55
存货周转率（次）	3.23	9.43	20.89
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,582.74	-1,154.86	24.74
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-1.11	-4.20	0.49

备注：

1、毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

2、净资产收益率、每股收益按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算和披露》执行：

净资产收益率按照“归属于申请挂牌公司股东的当期净利润/加权平均净资产”计算；
扣除非经常性损益后净资产收益率按照“扣除非经常性损益的归属于申请挂牌公司股东的当期净利润/加权平均净资产”计算；

扣除非经常性损益后净资产收益率=扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净

利润/加权平均净资产。

3、基本每股收益按照“归属于申请挂牌公司股东的当期净利润/普通股加权平均数”计算；公司2015年1-10月、2014年度、2013年度的普通股加权平均数分别为19,440,000股、2,750,000股和500,000股作为基准计算；

由于公司不存在稀释普通股，故稀释每股收益=基本每股收益。

4、每股净资产=期末净资产÷期末股本（公司2015年10月31日、2014年12月31日、2013年12月31日的股本分别为21,000,000股、10,000,000股和500,000股作为基准计算）。

5、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷普通股加权平均数（公司2015年1-10月、2014年度、2013年度的普通股加权平均数分别为14,280,000股、2,750,000股和500,000股作为基准计算）。

6、资产负债率（母公司）=总负债/总资产

7、流动比率=流动资产/流动负债

8、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

9、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

10、存货周转率按照=营业成本/存货平均余额

（二）管理层对公司财务状况讨论与分析

1、盈利能力分析

财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
营业收入（元）	38,552,743.59	90,948,358.74	97,791,826.42
营业利润（元）	-8,512,123.06	69,374.46	-69,138.26
净利润（元）	-8,067,468.80	385,779.71	-47,771.89
扣除非经常性损益后的净利润（元）	-8,385,490.49	45,542.80	-49,271.89
毛利率（%）	9.90	11.00	7.23
净资产收益率（%）	-43.15	14.36	-17.82
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-44.85	1.69	-18.38
基本每股收益	-0.56	0.14	-0.10
扣除非经常性损益后的基本每股收益	-0.59	0.02	-0.10

2014年度，公司实现营业收入90,948,358.74元，较2013年度的97,791,826.42元下滑7.00%，营业利润由2013年度的-69,138.26元，扭亏为盈，2014年度

达到 69,374.46 元，净利润由 2013 年度的-47,771.89 元，增长到 2014 年度的 385,779.71 元。

2014 年度，公司收入较 2013 年度下滑的主要原因是我国经济进行产业结构调整 and 升级，宏观经济增速放缓，消费市场整体偏弱，社会消费品零售总额增速较 2013 年度下滑了 10.20%。其次，电子商务的迅猛发展对传统实体零售业影响巨大，消费者购物行为发生重大转变，网络购物、跨境购物等新的购物模式对传统母婴用品实体店造成变革式的冲击；再次，母婴用品供应商采取了分销渠道扁平化的产品供应链策略，知名品牌垄断了上游供应链，渠道商对产品的定价和运营缺乏深度的参与，进而影响公司的整体盈利能力。虽然 2014 年度公司收入较 2013 年度下滑 7.00%，但利润由 2013 年度的-47,771.89 元上升至 2014 年度 385,779.71 元，主要原因是公司优化代理品牌的结构，引入了高毛利的品牌且调整了客户结构，使得毛利率由 2013 年度的 7.23% 上升至 11.00%，进而使得公司在 2014 年度扭亏为盈。

2015 年 1-10 月，公司的营业收入为 38,552,743.59 元，收入同比下滑较多，主要原因如下：**(1) 公司谋求业务转型：2015 年是公司整体业务转型的关键期、过渡期，公司在开展母婴品牌的代理销售业务基础上，积极开拓新业务。公司充分利用已有多年电子商务运营及研发经验的项目团队，对潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台进行研发及运营，为客户提供一体化技术解决方案和综合性平台业务支撑服务；**公司从 2014 年下半年开始逐步由传统的母婴用品销售型批发商向“潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台”服务商方向转型，因此严格控制传统业务的投入，减少了传统基础业务人员，进而使得公司收入下滑；**(2) 竞争加剧以及互联网平台的影响：**随着我国城市化率的进一步提升，以及 2014 年我国政府对于单独二孩政策的放开，母婴行业迎来了一个庞大的增量市场，但导致行业竞争也日趋激烈。此外，母婴行业的消费方式总体趋势是从线下往线上发展，不同的母婴电商平台、境外购物等方式对线下实体门店持续产生分流；**(3) 公司减少了部分品牌的代理销售：**母婴用品供应商谋求营销渠道转型导致公司业务量相对减少，贝因美及金佰利公司在 2015 年对销售渠道进行了转型，大幅度削减经销商环节，谋求建设自有渠道。同时，公司在策略上做主动调整，和品牌商的合作逐步从区域经销商转型为全国性的品牌服务商，从原来资金占用较多的代理模式转型为轻资产运营的平台模式，因而暂停了部分品牌的代理销售，逐步建立新型合作模式。

2015 年 1-10 月，公司净利润为-8,067,468.80 元，盈利能力有所下滑，主要原因是**(1) 公司收入下降：**公司 2014 年度的收入为 9,094.84 万元，而 2015

年 1-10 月的收入仅为 3,855.27 万元；（2）公司由传统的母婴用品销售型批发商向“潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台”服务商方向转型，引进了互联网技术研发人才和互联网运营人才，研发和推广潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台相关的新产品、新技术，导致公司销售费用、管理费用较 2014 年有大幅度增加，期间费用由 2014 年的 10,064,697.27 元上升至 12,183,002.23 元，降低了 2015 年 1-10 月的盈利能力。

2015 年 1-10 月、2014 年和 2013 年度经营活动产生的现金流量净额 -15,827,392.85 元、-11,548,551.06 元和 247,385.03 元，其中 2014 年较 2013 年减少 -11,795,936.09 元，主要是因为公司支付了较多的与经营活动相关的现金流、且经营性应收账款的减少所致，而 2014 年 1-10 月，公司经营活动现金流净额的减少主要是由于收入下滑导致整体现金流入较少。

在上述因素共同作用下，2015 年 1-10 月，公司的营业收入、净利润相比 2014 年度下滑较大。

2、偿债能力分析

财务指标	2015 年 10 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产负债率（%）	24.36	72.20	99.29
流动比率	3.85	1.38	1.00
速动比率	2.94	0.96	0.82

（1）长期偿债能力分析

2015 年 10 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2013 年 12 月 31 日，公司资产负债率分别为 24.36%、72.20%和 99.29%，公司资产负债率逐年快速下降，主要是公司从 2014 年开始陆续引入战略投资者，投资者溢价增资导致所有者权益增加较多。目前公司实际可动用流动资金主要是银行存款，可动用流动资金是借款本金 1.09 倍，现有可动用流动资金完全可覆盖未来年度资金拆借本金及利息，故公司没有长期偿债压力。

（2）短期偿债能力分析

报告期内，公司流动比率为 3.85、1.38 和 1.00，速动比率分别为 2.94、0.96 和 0.82，流动比率与速动比率保持稳定且持续上升，且处于合理范围区间。公司的流动负债主要为短期借款、应付账款、预付款项、应交税费和其他应付款。在多年的经营发展中，公司与多家银行建立了良好的银企合作关系，银行资信状况良好。目前公司客户资源良好，多为长期合作的客户，存货变现能力较强，所面

临的流动性风险较低，短期偿债能力较强。

从资产负债结构的角度看，公司资产负债结构符合公司当前所处的发展阶段，财务风险较低，拥有良好的财务状况。公司将在未来控制财务杠杆，使公司资产负债率保持在合理和稳健的水平，提高公司的净资产收益率。

3、营运能力分析

财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次）	3.86	5.34	4.55
存货周转率（次）	3.23	9.43	20.89

2015年1-10月、2014年度和2013年度，应收账款周转率（次）分别为3.86、5.34和4.55。2014年度，公司应收账款周转率（次）逐步加快，主要原因是公司加强了对应收账款的催收及管理，有效降低其期末余额，因而应收账款周转率（次）得以提高。2015年1-10月，公司应收账款周转率（次）有所下降，主要是因为公司收入较去年下滑较多。

2015年1-10月、2014年度和2013年度，存货周转率（次）分别为3.23、9.43和20.89。2014年度存货周转率（次）比2013年度有所降低，主要因为2013年度，母婴用品行业较快发展，导致公司年末存货较少，而2014年度整个社会的零售额的下滑导致公司整体销售的下滑7.00%，进而使得公司存货余额较2013年末上升较多；2015年1-10月，公司销售收入大幅度减少导致营业成本也同时大比例减少，而公司为了满足传统客户的需求，仍然储备了部分存货，导致存货周转率（次）有所下滑。

4、现金流量分析

单位：元

财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-15,827,392.85	-11,548,551.06	247,385.03
投资活动产生的现金流量净额	-2,806,167.20	-266,392.87	-140,626.91
筹资活动产生的现金流量净额	26,679,656.84	14,059,893.74	175,943.33
现金及现金等价物净增加额	8,046,096.79	2,244,949.81	282,701.45

报告期内公司经营活动现金流量净额与净利润的匹配性如下：

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
净利润	-8,067,468.80	385,779.71	-47,771.89
加：资产减值准备	145,030.00	-154,666.17	94,467.46
固定资产折旧	6,730.09	32,332.45	31,260.63

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
无形资产摊销	82,682.72	-	-
长期待摊费用摊销	121,491.80	72,122.25	41,278.00
财务费用	759,324.64	1,040,106.26	97,481.67
投资损失(收益)	-8.22	-	-
递延所得税资产减少(增加)	-20,625.34	38,666.54	-23,616.86
递延所得税负债增加(减少)	-	-	-
存货的减少(增加)	540,986.72	-4,871,372.90	-3,603,959.58
经营性应收项目的减少(增加)	-481,519.09	21,166,572.81	-22,549,556.64
经营性应付项目的增加(减少)	-8,914,017.37	-29,258,092.01	26,207,802.24
经营活动产生的现金流量净额	-15,827,392.85	-11,548,551.06	247,385.03

2015年1-10月、2014年和2013年度经营活动产生的现金流量净额-15,827,392.85元、-11,548,551.06元和247,385.03元，其中2014年较2013年减少-11,795,936.09元，主要是因为公司支付了较多的与经营活动相关的现金流，而2014年1-10月，公司经营活动现金流净额的减少主要是由于收入下滑导致整体现金流入较少。

2015年1-10月、2014年和2013年投资活动产生的现金流量净额分别是-2,806,167.20元、-266,392.87元和-140,626.91元。2015年1-10月，公司投资活动主要为购买上海赢品的商标的支出。

2015年1-10月、2014年和2013年筹资活动产生的现金净流量净额分别为26,679,656.84元、14,059,893.74元和175,943.33元，主要是因为公司取得了银行借款和引入战略投资者的股权投资款项。

经过对净利润项目中的不涉及现金流量的多个项目的调整、不属于经营活动范围的项目的调整以及经营性应收和经营性应付的调整，可以得出经营活动产生的现金流量净额。

由上表可以看出，公司净利润与经营活动现金流净额的差异主要是由于经营性应收项目和经营性应付项目波动所引起。公司经营性应收项目波动主要是受公司业务规模的影响，公司应收账款余额在2014年有较大幅度的下降而2015年有所上升，经营性应付项目主要受与供应商结算加快，公司应付账款余额逐年下降。因此，公司的经营活动现金流量净额与净利润匹配。

5、持续经营能力分析

公司逐条参照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》中关于持续经营能力的要求，对持续经营能力进行自我评价，具体如

下:

1) 公司业务在报告期内应有持续的营运记录, 不应仅存在偶发性交易或事项。营运记录包括现金流量、营业收入、交易客户等

公司自成立以来一直专注于母婴行业食品、用品的代理销售业务, 经过近 10 年的发展和运作, 已成为长三角领先的母婴品牌运营公司, 2013 年、2014 年公司的营业收入维持在 9,000 万元的体量。

① 报告期内, 公司主营业务未发生变化、产品类别和销售渠道相对稳定, 能够持续为公司获取收入

报告期内公司主营业务未发生变化, 一直从事母婴用品的代理销售, 即公司取得母婴用品的经销资格, 购买母婴用品后销售给个体母婴店、连锁母婴店。产品类别和销售渠道相对稳定, 营业收入保持持续性。2015 年公司产生亏损的主要原因如下: 电子商务行业对线下实体店的强烈冲击的特点使得门店经销的业务模式受到影响, 上游品牌商对中间渠道商也采取了扁平化的压缩策略, 因此公司从 2014 年下半年开始主动筹划往互联网方向转型, 所以严格控制对传统业务的投入, 减少了传统基础业务人员, 引进了互联网技术研发人才和互联网运营人才, 研发潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台相关的新产品、新技术, 导致公司销售费用、管理费用较 2014 年有大幅度增加, 降低了营业收入和盈利能力。但是研发费用支出占营业收入的比重有所增加, 公司提高 OAO 云平台的研发费用投入比例, 持续开发新产品以期待进一步增强公司的市场竞争力。

② 报告期内用于公司营运的现金流量较为充足, 现金流转具有持续性

公司经营活动产生的现金流量净额在 2014 年度、2015 年 1-10 月为负数, 主要原因包括以下两个方面: 第一, 公司处于市场变化快、竞争激烈的母婴用品销售领域, 需不断扩充、调整产品线以适应不断变化的客户需求, 所以投入大量的资金用于购买商品、接受劳务; 第二, 公司在 2014 年和 2015 年处于公司业务模式的进一步探索、转型期, 暂时出现经营活动产生的现金流量净额为负的情况属于正常现象, 随着公司经营策略调整的完成, 产品线进一步丰富, 客户粘性进一步增强, 公司经营活动产生的现金流量净额会得到进一步改善。

③ 报告期内及报告期后的客户主要为母婴门店以及终端消费者, 客户类型具有稳定性和持续性

④ 报告期亏损但业务发展不受产业政策限制

报告期内公司虽然存在连续亏损的情况，但已积极调整战略、采取措施力争扭转该情形，并取得良好效果。此外，公司主营的母婴用品行业不属于国家《产业结构调整指导目录（2011 年本）》中限制和淘汰类产业；公司业务发展将受惠于国家对计划生育的调整和对二胎的鼓励政策。

综上所述，公司所在行业具有良好的发展前景，公司业务在报告期内有持续的包括现金流量、营业收入、交易客户等营运记录，不是仅存在偶发性交易或事项。面对亏损的情形，公司已积极调整战略并采取措施力争扭转局面。当云平台系统软件度过推广期和培育期后，即具有产生正利润的能力，报告期末已获得了良好的市场反应，成为公司新的盈利增长点。

2) 公司应按照《企业会计准则》的规定编制并披露报告期内的财务报表，公司不存在《中国注册会计师审计准则第 1324 号——持续经营》中列举的影响其持续经营能力的相关事项，并由具有证券期货相关业务资格的会计师事务所出具标准无保留意见的审计报告。

公司 2015 年 1-10 月、2014 年度、2013 年度的财务会计报告经具有从事证券期货相关业务资格的北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了 [2015]京会兴审字第 02010173 号标准无保留意见的《审计报告》。公司不存在无法偿还到期债务、无法偿还即将到期且难以展期的借款、无法继续履行重大借款合同中的有关条款、存在大额的逾期未缴税金、累计经营性亏损数额巨大、过度依赖短期借款筹资、无法获得供应商的正常商业信用、难以获得开发必要新产品或进行必要投资所需资金、资不抵债、营运资金出现负数、大股东长期占用巨额资金、重要子公司无法持续经营且未进行处理、存在大量长期未作处理的不良资产、存在因对外巨额担保等或有事项引发的或有负债等事项或情况。因此，公司在财务方面不存在可能导致对持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

公司不存在关键管理人员离职且无人替代、所处行业不符合国家产业政策、失去主要市场、特许权或主要供应商、人力资源或重要原材料短缺等事项或情况，因此，公司在经营方面不存在可能导致对持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

公司不存在严重违反有关法律法规或政策、异常原因导致停工、停产、有关法律法规或政策的变化可能造成重大不利影响、经营期限即将到期且无意继续经营、投资者未履行协议、合同、章程规定的义务，并有可能造成重大不利影响、因自然灾害、战争等不可抗力因素遭受严重损失等事项或情况。公司以持续经营为基础编制财务报表，已经由北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计并发

表标准无保留意见。因此，公司在其他方面不存在可能导致对持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

3) 公司不存在依据《公司法》第一百八十一条规定解散的情形，或法院依法受理重整、和解或者破产申请。

公司不存在公司章程规定的营业期限届满或者公司章程规定的其他解散事由出现、股东会或者股东大会决议解散、因公司合并或者分立需要解散、依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销、人民法院依照《公司法》第一百八十三条的规定予以解散等现行《公司法》第一百八十条规定解散的情形，已不存在法院依法受理重整、和解或者破产申请的情形。

虽然公司在 2015 年度产生大额亏损，一方面是由于公司主动谋求从传统的母婴用品销售型批发商向互联网方向转型，另一方面上游母婴用品供应商逐年压缩中间渠道导致公司业务量相对减少。但公司从行业上下游发展态势提前认知到业务转型的必要性，并积极主动拓展寻求新的商业模式，新的盈利模式清晰，并开始产生效益；公司商业模式和业务前景也得到了外部专业机构投资者的认可，2015 年度烟台沃达投资中心（有限合伙）注资 2100 万元，宁波泓泽股权投资合伙企业（有限合伙注资）1238 万元；公司的所处的细分行业未来的发展空间巨大。因此，公司同时具备自身发展的基础、外部推动以及市场成长红利等多方面有利因素，随着云平台软件技术的不断完善和产品服务内容不断深化，公司自身的可持续经营能力在可预见的未来将不断增强。

综上所述，公司并不存在上述认定不具有持续经营能力的情形，公司符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》中关于持续经营能力的要求。

6、同行业基本财务数据对比

广生行的主营业务为母婴产品的销售与品牌服务，主要定位于孕妇产前产后护理用品、婴儿哺育及护理用品、孕妇内衣等，是日本知名孕产妇护理品牌“Dacco 诞福（曾用名：三洋）”中国地区的（台湾除外）独家合作方。

母爱婴童成立于 2000 年 1 月 3 日，位于义乌。公司旗下拥有“母爱”、“全能妈妈”两个著名品牌。集研发、生产、营销为一体，主营母乳喂养、奶瓶奶嘴、健康护理、沐浴清洁、水杯餐具等；

可比标的母爱婴童、广生行 2014 年度的财务数据如下：

项目	公司	母爱婴童 (834551)	广生行 (835038)
资产总额 (元)	36,434,637.87	46,697,539.13	54,902,116.37
负债总额 (元)	26,304,698.80	35,838,572.56	25,082,791.14
净资产 (元)	10,129,939.07	10,858,966.57	29,819,325.23
资产负债率 (%)	72.20	76.75	45.69
营业收入 (元)	90,948,358.74	18,283,583.78	94,863,589.66
毛利率 (%)	11.00	49.27	44.44
净利润 (元)	385,779.71	2,706,667.12	24,158,943.02
净利润率 (%)	0.42	14.80	25.47

从资产规模上来说，公司的总资产为 36,434,637.87 元，较母爱婴童的 46,697,539.13 元，也低于广生行的 54,902,116.37 元；公司的资产负债率为 72.20%，略低于母爱婴童的 76.75%，高于广生行的 45.69%。

从收入、毛利率、和净利润上来说，公司 2014 年度的收入为 90,948,358.74 元，毛利率为 11.00%，净利润为 385,779.71 元，而母爱婴童 2014 年度的收入为 18,283,583.78 元，毛利率为 49.27%，净利润为 2,706,667.12 元，广生行 2014 年度的收入为 94,863,589.66 元，毛利率为 44.44%，净利润为 24,158,943.02 元。公司的营业收入远高于母爱婴童，略低于广生行，主要是因为母爱婴童是一家母婴用品生产商，而广生行是一家母婴用品代理商，不从事生产加工制造。母婴童作为一家母婴用品生产商，公司的主营业务为哺育用品、餐具水杯、健康护理等婴童用品的研发、生产和销售，营业收入规模较小，但毛利率、净利润率高于公司，主要是拥有自主品牌，但自主研发、生产、销售的费用较高导致其净利润率低于广生行。公司营业收入规模与广生行基本一致，但由于广生行是日本知名孕产妇护理品牌“Dacco 诞福（曾用名：三洋）”中国地区的（台湾除外）独家合作方，因此其毛利率、净利润率高于公司。

五、报告期主要会计数据及重大变化分析

（一）报告期营业收入和营业成本的构成、变动趋势及原因

1、报告期营业收入构成情况

项目	2015 年 1-10 月		2014 年度		2013 年度	
	金额 (元)	占比 (%)	金额 (元)	占比 (%)	金额 (元)	占比 (%)
主营业务收入	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00
合计	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00

2015年1-10月、2014年度和2013年度，公司主营业务收入占营业收入的比例均为100.00%，主营业务突出。

2、按照产品类别划分主营业务收入构成情况

单位：元

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
母婴用品	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00
合计	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00

公司的主营业务是母婴用品的代理销售服务，指的是公司取得母婴用品的经销资格，购买母婴用品后销售给个体母婴店、连锁母婴店。

2014年度，公司母婴产品收入较2013年度略有下滑，主要是宏观经济增速放缓导致消费市场整体偏弱，社会消费零售总额增速放缓，以及网络销售及跨境购的消费习惯的变化，渠道商的空间被压缩和削减等原因导致母婴实体店的销售下滑。

2015年1-10月，公司母婴产品收入为38,552,743.59元，同比下滑较多，主要原因是公司主动谋求方向转型，控制传统批发业务的投入；行业竞争日趋激烈，网络营销及海外代购等影响公司规模扩大；母婴用品供应商谋求营销渠道转型导致公司业务量相对减少。

3、按销售方式类别划分主营业务收入构成情况

单位：元

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
网络销售	5,758,571.30	14.94	13,860,630.16	15.24	3,362,545.86	3.44
品牌代理销售	32,757,195.03	84.97	77,087,728.58	84.76	94,429,280.56	96.56
潮妈帮销售	36,977.26	0.10	--	-	--	-
合计	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00

报告期内，公司主要通过品牌代理销售以及网络销售两种模式对外销售产品实现收益。其中品牌代理模式占比较大，报告期内的占比分别为96.56%、84.57%和80.35%，呈现逐年下滑趋势。网络销售渠道占比分别为3.44%、15.24%和14.94%，呈现较快的增长趋势。中国的母婴消费市场还处在快速发展阶段，母婴消费是刚性需求，不会因为消费者收入高低产生太大的波动。随着消费者群体的

更新换代，新生代消费者越发的重视品牌、质量、舒适度等多元化综合因素，这也导致了中国高成本育儿时代的来临。2010-2013年的三年间，是网络购物的大兴起时代，直接影响了消费者的购物消费方式，网络所提供的快速、便捷、高效，已经被消费者广泛认可。从母婴用品的销售渠道来看，网络销售渠道已经逐渐兴起，并已经逐步在营销中占据主要地位。

随着移动互联网时代来临，智能手机、平板电脑的普及更是引发消费者购物习惯的革命性变革。公司谋划利用自身经营多年的全国母婴产品运营经验及网络资源优势，创建“潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台”，为中小母婴实体店提供供应链管理工具，提高母婴门店的销售额。

公司一直专营母婴用品的代理销售业务，故将线下的品牌代理销售定义为经销。

单位：元

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
品牌代理销售	32,757,195.03	84.97	77,087,728.58	84.76	94,429,280.56	96.56
收入合计	38,552,743.59	100.00	90,948,358.74	100.00	97,791,826.42	100.00

公司与经销商的合作模式均为买断代理模式，不存在代理销售及销售退回的情况。在与经销商的合作中，公司先与经销商签订《购销合同》，根据经销商的采购内容向其发货并收取货款。

退货政策：由于经销商是根据实际销售数量来下订购单，除非产品存在不可修复的缺陷才可退货，正常销售后的产品不存在退货问题，公司在报告期内不存在退货的情况。

公司与经销商合作中，公司产品定价时主要根据产品类别、公司的采购成本、市场价格、订购产品数量等来确定最终的价格。

结算时间：对于经销商，一般实行预付款、货到付款或者10天内付款，对于合作良好的大客户，一般由客户签收之日起3个月内付款；

支付方式：公司与经销商的合作中，经销商主要以银行转账与承兑汇票的形式向公司支付货款。

4、报告期营业收入、利润及变动情况

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度	2014年较上年增加额	2014年较上年增长率(%)
营业收入	38,552,743.59	90,948,358.74	97,791,826.42	-6,843,467.68	-7.00
营业成本	34,735,086.21	80,944,301.02	90,725,143.53	-9,780,842.51	-10.78
营业利润	-8,512,123.06	69,374.46	-69,138.26	138,512.72	-200.34
利润总额	-8,088,094.14	523,023.67	-67,138.26	590,161.93	-879.02
净利润	-8,067,468.80	385,779.71	-47,771.89	433,551.60	-907.55

2014年度公司营业收入和营业成本与2013年度相比基本保持稳定,2015年度公司营业利润、利润总额、净利润较2014年度同期取得较大程度的下滑,主要因为:(1)2014年年底开始,公司主动开始逐步往“潮妈帮智慧母婴OAO云平台”服务商方向转型,控制对传统业务的投入,导致2015年公司盈利能力下滑;(2)为了进一步支持公司业务转型,公司聘用了互联网运营人才、技术开发人才,所发生管理费用、销售费用较2014年有较大程度的提升。

5、营业成本的主要构成、变动趋势及原因

单位：元

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
营业成本	34,735,086.21	100.00	80,944,301.02	100.00	90,725,143.53	100.00
合计	34,735,086.21	100.00	80,944,301.02	100.00	90,725,143.53	100.00

由于公司主要经营母婴产品贸易业务,而非产品生产型企业,因此从成本结构上可以看出,公司没有对人工及制造费等的支出需求,符合公司经营特征。且报告期内的销售成本与销售收入的变化成正比。

(二) 报告期内毛利及毛利率分析

1、营业收入毛利及毛利率分析

单位：元

项目	2015年1-10月			
	收入	成本	毛利	毛利率(%)
母婴产品	38,552,743.59	34,735,086.21	3,817,657.38	9.90
合计	38,552,743.59	34,735,086.21	3,817,657.38	9.90
项目	2014年度			
	收入	成本	毛利	毛利率(%)
母婴产品	90,948,358.74	80,944,301.02	10,004,057.72	11.00

合计	90,948,358.74	80,944,301.02	10,004,057.72	11.00
项目	2013 年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
母婴产品	97,791,826.42	90,725,143.53	7,066,682.89	7.23
合计	97,791,826.42	90,725,143.53	7,066,682.89	7.23

2015 年 1-10 月、2014 年度和 2013 年度，公司营业收入均源于母婴产品的销售，毛利率分别为 9.90%、11.00% 和 7.23%。

2014 年度公司毛利率为 11.00%，较 2013 年度的上升了 3.73 个百分点，主要原因如下：（1）公司 2014 年加强了对供应链的管理，调整了商品结构，引入了新的代理品牌，如亨氏、澳优、优生、康贝、喜多等众多知名品牌。这些品牌知名度较高，利润空间较大，整体提高了公司的毛利率水平；（2）公司调整了营销渠道和客户结构：鉴于传统母婴产品零售店的竞争愈发激烈，公司在 2014 年逐步调整了营销渠道，更多地通过连锁母婴店来进行销售，也加强了网络销售平台的运营，进而使得毛利率有所提升。

2015 年 1-10 月，公司毛利率为 9.90%，较 2014 年度的下滑了 1.10 个百分点，主要是电子商务渠道竞争的加剧，导致网络渠道的毛利率由 13.16% 下滑至 9.92%，进而影响了公司整体毛利率。

2、按销售渠道划分的毛利情况

单位：元

项目	2015 年 1-10 月			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
网络销售	5,758,571.30	5,187,503.88	571,067.42	9.92
品牌代理销售	32,757,195.03	29,505,786.29	3,251,408.74	9.93
潮妈帮销售	36,977.26	41,796.04	-4,818.78	-13.03
合计	38,552,743.59	34,735,086.21	3,817,657.38	9.90
项目	2014 年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
网络销售	13,860,630.16	12,037,110.87	1,823,519.29	13.16
品牌代理销售	77,087,728.58	68,907,190.15	8,180,538.43	10.61
合计	90,948,358.74	80,944,301.02	10,004,057.72	11.00
项目	2013 年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
网络销售	3,362,545.86	3,133,892.74	228,653.12	6.80
品牌代理销售	94,429,280.56	87,591,250.79	6,838,029.77	7.24
合计	97,791,826.42	90,725,143.53	7,066,682.89	7.23

公司的销售渠道主要分为线上和线下两种，线上销售渠道包括网络销售（淘

宝、天猫、京东及其他互联网平台销售)和潮妈帮销售,线下主要是通过品牌代理批发销售。

公司 2014 年度通过网络销售的产品毛利率由 2013 年的 6.80% 上升至 13.16%,主要原因是公司之前主要通过淘宝平台做活动吸引流量,竞争尤为激烈,价格更为透明,而在 2014 年度逐步往天猫上进行引流,且增加了聚美优品、苏宁易购、唯品会等销售平台,这些平台给商家的扶持政策相对淘宝要更好,如公司在淘宝上销售好奇的平台费用明显高于聚美优品、唯品会等平台。品牌代理销售的毛利率由 2013 年度的 7.24% 上升至 10.61%,主要原因是公司调整了代理的品牌机构,引入了较为高端、知名度好的品牌,毛利较高,且客户结构也由原来的主要是传统母婴小店转为母婴连锁店为主、传统母婴小店为辅。

2015 年 1-10 月,公司网络销售的毛利率为 9.92%,较 2014 年度有所下滑,主要原因是在消费市场不断扩大的形势下,由于网络、移动客户端等消费形式的转变,新生代消费者们更愿意和习惯去通过网络购物消费产品。网络消费的大形势直接导致了大批的淘宝母婴店、淘宝婴童店的崛起,这其中主要包括个人网店零售、淘宝母婴店品牌代理经销商以及企业品牌母婴直营旗舰店几种淘宝母婴店/婴童店。近年来,随着唯品会、天猫商城等品牌网的强势介入,母婴电子商务的市场格局已经悄然发生着变化,整体市场竞争日趋激烈,导致网络渠道的毛利率有所下滑。品牌代理销售的毛利率由 2014 年度的 10.61%,下降至 9.93%,主要原因是公司主动谋求互联网方向转型,控制传统批发业务的增长,导致公司传统的品牌代理业务毛利率略有下滑。

2015 年 1-10 月,公司通过潮妈帮平台实现了 36,977.26 元的营业收入,毛利率为-13.03%。潮妈帮智慧母婴 OAO 云平台是公司以互联网特别是移动互联网技术为核心,基于管理软件用户入口,实体店实现线上线下的高度统一管理以及互联网应用的深度接入,帮助母婴门店建立微信服务号、移动营销、品牌互动及传播;配合母婴零售店铺供应链管理系统“进货宝”,为母婴店提供更高效的商品采购服务,提升采购效率,降低采购成本,实现管理系统移动化、流程化和协同化。由于目前潮妈帮平台系统仍然处于快速推广期,公司正在通过买送、折扣等方式吸引客户,因此毛利率为负。未来,公司将通过商家运营、粉丝运营和商品运营,借助硬件销售、软件销售等进一步提升潮妈帮的运营能力和盈利能力。

综上所述,报告期内公司毛利率的变化主要源自于公司管理层积极应对行业变化,不断开拓具有更高毛利及高潜力的新市场有关,毛利率变动是合理的。未来随着公司进一步深耕及运用前期在母婴产品运营方面丰富的经验,进一步提升

技术研发能力，互联网运营能力的提升，毛利率也将得以保证。

（三）主要费用及变动情况

1、公司报告期内主要费用及变动情况

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度	2014年较2013 增长率(%)
销售费用	5,225,929.16	4,385,079.74	2,670,024.17	64.23
管理费用	6,154,644.33	4,630,902.06	4,197,795.49	10.32
财务费用	802,428.74	1,048,715.47	100,365.46	944.90
期间费用合计	12,183,002.23	10,064,697.27	6,968,185.12	44.44
销售费用占营业收入比重	13.56%	4.82%	2.73%	-
管理费用占营业收入比重	15.96%	5.09%	4.29%	-
财务费用占营业收入比重	2.08%	1.15%	0.10%	-
期间费用占营业收入比重	31.60%	11.07%	7.13%	-

销售费用、管理费用大幅度增加的原因：

(1) 随着“互联网+”与“SaaS 云服务大数据”上升为国家战略，公司也从2014年下半年开始逐步由传统的母婴用品销售型批发商向“潮妈帮智慧母婴OAO云平台”服务商方向转型，公司的员工结构也随之调整，大力引进具有互联网技术研发人才、互联网运营人才，使得公司的管理费用由2014年度的4,630,902.06元上升至2015年1-10月的6,154,644.33元。

(2) 2015年公司不仅加强提高OAO云平台的功能开发，持续开发新产品更好地服务、满足于母婴门店的需求，以期待进一步增强公司的市场竞争力；而且为了迅速增加OAO云平台的入驻商户数量、粉丝数量，因此公司在持续招募具有互联网技术研发人才、互联网运营人才的同时，还增加了招商销售人才的招募，导致公司销售费用由2014年度的4,385,079.74元上升至2015年1-10月的5,225,929.16元。从2014年起，公司为建立有效的市场效应，组建了高端互联网运营人才团队和销售团队，因此导致职工薪酬费用大幅增加，由销售部门员工产生的交通费、办公费、差旅费等也相应增加。

岗位	人数	人数
	2015年10月31日	2014年10月31日

管理人员 (指经理级以上的高层管理人员)	4	4
技术人员	31	0
销售人员	28	14
财务人员	7	8
其他(人事、行政、后勤)	8	18
合计	78	44

公司业务转型的同时，公司人员结构也随之调整，员工数量增加。2014年公司月度平均在册人员44人，2015年10月31日在册人员78人。2015年公司大力引进具有互联网技术研发人才、互联网运营人才，主要体现为技术人员从2014年0人增加至31人；销售人员从14人增加至28人。

(1) 销售费用

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
人力成本	2,490,875.52	974,624.31	886,451.35
仓储物流费	583,346.46	2,390,403.45	1,443,252.35
办公费用	1,887,620.28	544,685.34	22,572.52
促销费用	191,303.09	408,469.50	258,297.95
招待费	72,783.81	66,897.14	59,450.00
合计	5,225,929.16	4,385,079.74	2,670,024.17

公司销售费用主要包括销售人员工资及社保费用、租赁费、车辆费用、差旅费、办公费等，2013年度销售费用占营业收入的比重由2.73%上升为4.82%，而2015年1-10月，销售费用占营业收入的比重上升至13.56%，主要系公司今年销售人员工资增加比较多。

(2) 管理费用

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
人力成本	2,020,149.45	3,447,347.69	3,036,489.30
专业服务费	800,000.00	-	-
办公费用	912,980.47	1,019,238.47	1,020,218.89
差旅费用	497,908.38	24,060.40	4,364.00
招待费	149,097.82	140,255.50	136,723.30
研发费用	1,774,508.21	-	-
合计	6,154,644.33	4,630,902.06	4,197,795.49

公司管理费用主要包括：管理人员职工薪酬、研发费、专业服务费、办公费

等。2015年1-10月、2014年度、2013年度管理费用占营业收入的比重分别为16.96%、5.09%和4.29%，2015年1-10月管理费用占营业收入的比重增加，主要是由于2015年1-10月收入较去年同期有较大幅度的减少而研发费用、专业服务费用增加较多。

(3) 财务费用

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
利息支出	759,324.64	1,040,106.26	97,481.67
减：利息收入	13,571.25	2,552.60	3,918.02
汇兑损益	15.14	-	-
银行手续费	48,000.21	11,161.81	6,801.81
其他	8,660.00	-	-
合计	802,428.74	1,048,715.47	100,365.46

公司财务费用主要包括利息支出、利息收入和手续费等。利息支出主要因为公司2014年和2015年短期借款的金额分别为16,000,000.00元和10,000,000.00元，产生了较多的利息费用。

(四) 营业外收入和营业外支出

1、报告期内，公司营业外收入情况

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
无法支付的款项	423,721.89	487,153.21	2,000.00
政府补助	-	60,000.00	-
废品收入	2,000.00	-	-
其他	61.74	582.93	-
合计	425,783.63	547,736.14	2,000.00

2、政府补助明细情况

单位：元

项目	2014年度	性质
普陀区居委会拨款	50,000.00	收益相关
退税款	10,000.00	收益相关
合计	60,000.00	-

3、报告期内，公司营业外支出情况

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
固定资产盘亏	-	89,681.57	-
其他	1,754.71	4,405.36	-
合计	1,754.71	94,086.93	-

(五) 非经常性损益情况

根据中国证券监督管理委员会公告【2008】43号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益【2008】》的规定，本报告期公司非经常性损益发生情况如下：

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	-	60,000.00	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	424,028.92	487,736.14	2,000.00
小计	424,028.92	547,736.14	2,000.00
减：非经常性损益的所得税影响数	106,007.23	113,412.30	500.00
少数股东损益的影响数	-	-	-
合计	318,021.69	340,236.91	1,500.00

公司非经常性损益主要为收到的政府补助款和无法支付的款项。2015年1-10月、2014年度和2013年度，公司非经常性损益净额分别为318,021.69元、340,236.91元和1,500.00元，占当期净利润的比例为-3.94%、88.19%和-3.66%。

(六) 所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
当期所得税费用	-	98,577.42	-2,581.81
递延所得税费用	-20,625.34	38,666.54	-23,616.86

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
合计	-20,625.34	137,243.96	-26,198.67

(七) 公司主要税项

税种	纳税(费)基础	税(费)率
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额,在扣除当期允许抵扣的进项税额后,差额部分为应交增值税	6%、13%、17%
营业税	按应税营业收入计缴	5%
城市维护建设税	按应纳流转税额计征	1%
教育费附加	按应纳流转税额计征	3%
地方教育费附加	按应纳流转税额计征	2%
河道管理费	按应纳流转税额计征	1%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%

其他税项按国家和地方有关规定计算缴纳。

(八) 主要资产情况及其重大变动分析

1、货币资金

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
库存现金	12,597.58	9,789.35	170,584.21
银行存款	10,527,155.93	1,673,280.49	388,418.56
其他货币资金	310,295.86	1,120,882.74	-
合计	10,850,049.37	2,803,952.58	559,002.77

期末货币资金不存在因抵押、质押或冻结等对使用有限制,以及存放在境外且资金汇回受到限制的款项。

2、应收账款

(1) 应收账款分类披露

单位：元

2015年10月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-

按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	11,000,276.05	100	135,238.58	1.23	10,865,037.47
其中：按款项账龄的组合	11,000,276.05	100	135,238.58	1.23	10,865,037.47
按款项性质的组合	-	-	-	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	11,000,276.05	100	135,238.58	1.23	10,865,037.47

2014年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	8,963,285.67	100	89,632.96	1.00	8,873,652.71
其中：按款项账龄的组合	8,963,285.67	100	89,632.96	1.00	8,873,652.71
按款项性质的组合	-	-	-	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	8,963,285.67	100	89,632.96	1.00	8,873,652.71

2013年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	25,094,807.37	100	250,948.07	1.00	24,843,859.30
其中：按款项账龄的组合	25,094,807.37	100	250,948.07	1.00	24,843,859.30
按款项性质的组合	-	-	-	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	25,094,807.37	100	250,948.07	1.00	24,843,859.30

(2) 报告期末无单项金额重大并单项计提坏帐准备的应收账款

(3) 组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款：

单位：元

账龄	应收账款余额	坏账准备余额	计提比例 (%)
----	--------	--------	----------

账龄	应收账款余额	坏账准备余额	计提比例 (%)
2015年10月31日			
1年以内	10,719,878.10	107,198.78	1.00
1-2年	280,397.95	28,039.80	10.00
合计	11,000,276.05	135,238.58	1.23
2014年12月31日			
1年以内	8,963,285.77	89,632.96	1.00
合计	8,963,285.77	89,632.96	1.00
2013年12月31日			
1年以内	25,094,807.37	250,948.07	1.00
合计	25,094,807.37	250,948.07	1.00

从2014年起，公司采取稳健的经营战略，严格的收款政策，有效地控制了应收账款的比例。公司的主要消费群体客户是实体零售母婴店和实体连锁母婴店。公司收款政策一般是客户签收货物确认收入后3-6个月内客户收取货款。2014年度应收账款/收入比由2013年度的25.66%下降到9.86%，主要是公司加强了对收款的管理、控制，故应收账款金额较低。

2015年度，公司在策略上做主动调整，和品牌商的合作逐步从区域经销商转型为全国性的品牌平台服务商，从原来资金占用较多的代理模式转型为轻资产运营的平台模式，因而暂停了部分品牌的代理销售，使得公司收入降低了较多。另外，公司给客户3-6个月的账期，故在10月底存在的应收账款较多。以上两个因素使得2015年10月末的公司应收账款/营业收入比相较于2014年的上升较多。

公司对于少数优质、长期合作客户给予适当的信用政策。故总体而言，公司应收账款处于合理水平，发生坏账的可能性较小。

报告期内，公司应收账款余额主要为客户的货款。报告期各期末，公司应收账款余额均为1年以内，期后基本全部回款，不存在大额款项无法收回的情况。

报告期内，公司已按会计准则要求及时足额计提坏账准备。

报告期内或期后，公司不存在大额冲减情形。

(4) 组合中，无采用个别认定法计提坏账准备的应收账款。

(5) 本期无核销应收账款情况。

(6) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况：

单位：元

2015年10月31日				
单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
美国妈妈(上海)电子商务有限公司	非关联方	2,491,845.48	1年以内	22.65
上海好丽家电子商务有限公司	非关联方	2,141,838.22	1年以内	19.47
上海蘑菇宝贝百货有限公司	非关联方	1,223,549.68	1年以内	11.12
上海汇购商贸有限公司	非关联方	661,290.76	1年以内	6.01
湖州龙猫供应链科技有限公司	非关联方	167,784.35	1年以内	1.53
合计	-	6,686,308.49	-	60.78

2014年12月31日				
单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
上海蘑菇宝贝百货有限公司	非关联方	1,530,129.84	1年以内	17.07
广州唯品会信息科技有限公司	非关联方	804,313.99	1年以内	8.97
美国妈妈(上海)电子商务有限公司	非关联方	657,898.37	1年以内	7.34
上海汇购商贸有限公司	非关联方	561,706.46	1年以内	6.27
上海好孩子儿童用品有限公司	非关联方	290,463.66	1年以内	3.24
合计	-	3,844,512.32	-	42.89

2013年12月31日				
单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
上海妈咪购科技有限公司	非关联方	2,976,475.77	1年以内	11.86
上海好丽家电子商务有限公司	非关联方	2,809,775.95	1年以内	11.20
上海全球儿童用品有限公司	非关联方	2,204,403.95	1年以内	8.78
上海汇购商贸有限公司	非关联方	1,837,541.59	1年以内	7.32
衡誉贸易(上海)有限公司	非关联方	1,497,832.78	1年以内	5.97
合计	-	11,326,030.04	-	45.13

公司的主要客户大多为公司长期合作伙伴,财务状况良好,具备持续偿还债务的能力。

(7) 报告期内,公司应收账款中持有公司5%以上(含5%)表决权股份的股东单位或关联方的款项如下:

单位:元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
云然实业	-	-	480,177.30

云浩明美		-	1,006,806.22
合计	-	-	1,486,983.52

3、预付款项

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	6,355,042.47	90.70	10,351,266.78	100	-	-
1-2年	651,301.02	9.30	-	-	-	-
合计	7,006,343.49	100.00	10,351,266.78	100	-	-

(2) 按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况：

单位：元

2015年10月31日					
单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	占预付款项总额的比例(%)	性质或内容
浙江贝因美科工贸股份有限公司上海分公司	非关联方	2,036,940.66	1年以内	29.07	货款
黑龙江光明优幼营养品有限公司	非关联方	731,778.22	1年以内	10.44	货款
亨氏(中国)投资有限公司	非关联方	497,177.42	1年以内	7.10	货款
金佰利(中国)有限公司	非关联方	478,207.89	1年以内	6.83	货款
澳优乳业(中国)有限公司	非关联方	255,140.57	1年以内	3.64	货款
合计	-	3,999,244.76	-	57.08	-
2014年12月31日					
黑龙江光明优幼营养品有限公司	非关联方	3,403,510.92	1年以内	32.88	货款
金佰利(中国)有限公司	非关联方	444,254.50	1年以内	4.29	货款
贝因美婴童食品股份有限公司	非关联方	167,651.25	1年以内	1.62	货款
亨氏(中国)投资有限公司	非关联方	110,934.70	1年以内	1.07	货款
上海欣朗贸易有限公司	非关联方	29,632.62	1年以内	0.29	货款
合计	-	4,155,983.99	-	40.15	-

(3) 报告期内，公司预付款项中无预付公司5%以上(含5%)表决权股份的股东单位或关联方的款项。

4、其他应收款

(1) 其他应收款分类披露：

单位：元

2015年10月31日			
类别	账面余额	坏账准备	账面价值

	金额	比例 (%)	金额	计提比 例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	4,866,996.79	100.00	68,644.09	1.00	4,798,352.70
其中：按款项账龄的组合	4,866,996.79	100.00	68,644.09	1.00	4,798,352.70
按款项性质的组合					
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	4,866,996.79	100.00	68,644.09	1.00	4,798,352.70

2014年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比 例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	3,174,836.23	100.00	31,748.36	1.00	3,143,087.87
其中：按款项账龄的组合	3,174,836.23	100.00	31,748.36	1.00	3,143,087.87
按款项性质的组合	-	-	-	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	3,174,836.23	100.00	31,748.36	1.00	3,143,087.87

2013年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比 例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	2,509,941.54	100.00	25,099.42	1.00	2,484,842.12
其中：按款项账龄的组合	2,509,941.54	100.00	25,099.42	1.00	2,484,842.12
按款项性质的组合	-	-	-	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	2,509,941.54	100.00	25,099.42	1.00	2,484,842.12

(2) 组合中，其他应收账款按款项性质分类情况：

单位：元

账龄	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	4,645,062.15	3,174,836.23	2,509,941.54
1-2年	221,934.64	--	--
合计	4,866,996.79	3,174,836.23	2,509,941.54

(3) 按欠款对象归集的期末余额前五名的其他应收款情况:

单位: 元

2015年10月31日					
单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	占比(%)	性质或内容
上海盈量电子商务有限公司	非关联方	3,355,280.23	1年以内	68.94	借款
天猫商城	非关联方	120,000.00	1年以内	2.46	保证金
滕婷婷	非关联方	100,000.00	1年以内	20.05	备用金
上海方鑫投资管理有限公司	非关联方	82,556.00	1年以内	1.70	房屋押金
北京创锐文化传媒有限公司	非关联方	60,000.00	1年以内	1.23	保证金
合计	-	3,717,836.23	-	76.38	-
2014年12月31日					
上海云然实业有限公司	关联方	1,000,000.00	1年以内	31.66	代收款
上海富慧古驰家具制造有限公司	非关联方	156,667.00	1年以内	4.96	仓库押金
魏雪峰	关联方	152,870.00	1年以内	4.84	备用金
薛盼	非关联方	138,725.32	1年以内	4.39	备用金
滕婷婷	非关联方	96,000.00	1年以内	3.04	备用金
合计	-	1,544,262.32	-	48.89	-
2013年12月31日					
上海云然实业有限公司	关联方	637,358.27	1年以内	25.52	代收款
苏州云浩明美贸易有限公司	关联方	340,516.49	1年以内	13.63	代收款
杭州添佳贸易有限公司	关联方	280,577.58	1年以内	11.23	代收款
贝因美婴童食品股份有限公司	非关联方	300,000.00	1年以内	12.01	保证金
广州惠氏宝贝母婴用品有限公司	非关联方	160,000.00	1年以内	6.41	保证金
合计	-	1,718,452.34	-	68.81	-

上海盈量电子商务有限公司是一家母婴产品专业互联网运营商,公司与其签订了《电子商务代运营合作协议》,就天猫商城“添庆母婴专营店”在互联网上的推广、营销、运营以及其他电子商务服务相关事宜达成合作协议。由上海盈量负责运作“添庆母婴专营店”(包括商城的运营规划、数据库管理、SEO优化管理、商城后台管理等的操作流程),确保商城前期正常运作,并负责全线的营销策划、宣传及网站的优化,以保证商城后期的正常运作。因此,在2015年10

月末，公司为了应对“双11”重要销售期间，借给其 3,355,280.23 元，帮助其开展运营。未来，公司打算对其进行收购。

(4) 报告期内，公司其他应收款中关联方的款项如下：

2014 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比 (%)	性质或内容
云然实业	关联方	1,000,000.00	1 年以内	31.66	代收款
魏雪峰	关联方	152,870.00	1 年以内	4.84	备用金
2013 年 12 月 31 日					
云然实业	关联方	637,358.27	1 年以内	25.52	代收款
云浩明美	关联方	340,516.49	1 年以内	13.63	代收款
杭州添佳	关联方	280,577.58	1 年以内	11.23	代收款

5、存货

(1) 公司存货情况如下表：

单位：元

2015 年 10 月 31 日			
项目	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	10,475,435.13	-	10,475,435.13
合计	10,475,435.13	-	10,475,435.13

2014 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	11,016,421.85	-	11,016,421.85
合计	11,016,421.85	-	11,016,421.85

2013 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	6,415,048.95	-	6,415,048.95
合计	6,415,048.95	-	6,415,048.95

(2) 公司期末存货无用于抵押、担保或所有权受限的情况。

(3) 2014 年底存货余额较 2013 年底增加较多，主要是 2013 年度销售较之前增加较多，公司预计 2014 年销售情况较为乐观，而 2014 年行业竞争日趋激烈，公司又调整了客户结构和营销渠道故库存商品结余较多。公司存货占比较高与公司的经营模式息息相关，报告期内，公司主要通过品牌代理销售以及网络销售两

种模式对外销售产品实现收益。母婴产品品牌众多，但知名品牌一般较为强势，会根据代理商过往的销售业绩要求代理商提前预定货款，储备部分货物；此外，公司有网络销售平台，为随时满足小额订单需求，一定程度上也会导致公司存货较多。

(4) 报告期内各期末的存货不存在减值迹象，因此未计提存货跌价准备。

(5) 公司主要采购母婴用品，主要包括奶粉、辅食、尿裤、童装和童车椅等。公司首先与品牌商签订框架性采购合同，实际采购时由采购部门依据各品牌商提供的商品信息，结合公司客户需求、销售渠道反馈，选择优质的品牌供应商。根据销售部门承接的销售订单及参考公司商品安全库存制订采购计划，经总经理审核批准后的采购订单通过邮件形式推送给品牌供应商，品牌商确认商品种类、数量后确认订单。公司收到确认信息后向品牌商打款，由品牌供应商发货至公司指定的物流仓储点，由公司派驻的驻场物流人员负责收货验货，采购部门负责跟进订货、发货、收货验收全流程。

(6) 为了对存货实施有效控制，公司制定了较为合理的科学、合理的存货相关内控和管理制度。公司在《财务管理制度》中专门对存货制定管理规范，并结合公司实际情况建立了《购货与付款管理制度》、《存货管理制度》，相关制度符合公司业务流程和特点，符合公司内部控制制度的要求。公司根据自身的实际情况制定了较为科学、合理的存货内控和管理制度。

公司存货包括各种婴幼儿用品，全部是外部采购，采购后不需要进一步加工，可以直接对外销售。存货流转过程：从外部采购商品，采用实际采购成本入库，分配与结转采用以（每月初库存商品成本+当月采购入库商品成本）/（每月初库存商品数量+当月采购入库商品数量）算出各种商品的成本单价，乘上当月实际销售数量，算出当月商品销售成本，并结转。

6、固定资产

(1) 报告期内固定资产原值、折旧、净值等列示如下表：

单位：元

项目	电子设备	办公设备	合计
一、账面原值			
1. 2014年12月31日余额	112,512.76	4,680.00	117,192.76
2. 本期增加	66,043.33	42,711.00	108,754.33
(1) 购置	66,043.33	42,711.00	108,754.33
3. 本期减少	-	-	-

(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2015年10月31日余额	178,556.09	47,391.00	225,947.09
二、累计折旧			
1. 2014年12月31日余额	112,512.76	4,680.00	117,192.76
2. 本期增加	5,603.00	1,127.09	6,730.09
(1) 计提	5,603.00	1,127.09	6,730.09
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2015年10月31日余额			
三、减值准备			
1. 2014年12月31日余额	-	-	-
2. 本期增加	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2015年10月31日余额	-	-	-
四、账面价值			
1. 2015年10月31日账面价值	60,440.33	41,583.91	102,024.24
2. 2014年12月31日账面价值	112,512.76	4,680.00	117,192.76

项目	电子设备	办公设备	合计
一、账面原值			
1. 2013年12月31日余额	112,512.76	4,680.00	117,192.76
2. 本期增加	-	-	-
(1) 购置	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2014年12月31日余额	112,512.76	4,680.00	117,192.76
二、累计折旧			
1. 2013年12月31日余额	112,512.76	4,680.00	117,192.76
2. 本期增加	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2014年12月31日余额	112,512.76	4,680.00	117,192.76
三、减值准备			
1. 2013年12月31日余额	-	-	-
2. 本期增加	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-

(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2014年12月31日余额	-	-	-
四、账面价值			
1. 2014年12月31日账面价值	-	-	-
2. 2013年12月31日账面价值	-	-	-

项目	电子设备	办公设备	合计
一、账面原值			
1. 2012年12月31日余额	367,157.58	-	367,157.58
2. 本期增加	58,070.91	-	108,754.33
(1) 购置	58,070.91	-	108,754.33
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2013年12月31日余额	425,228.49		425,228.49
二、累计折旧			
1. 2012年12月31日余额	291,591.71	-	291,591.71
2. 本期增加	31,260.63	-	31,260.63
(1) 计提	31,260.63	-	31,260.63
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2013年12月31日余额	322,852.34		322,852.34
三、减值准备			
1. 2012年12月31日余额	-	-	-
2. 本期增加	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2013年12月31日余额	-	-	-
四、账面价值			
1. 2013年12月31日账面价值	102,376.15	-	102,376.15

(2) 公司已建立完善的资产管理制度，固定资产运行状况良好，报告期末对各项固定资产进行减值测试，未发现减值迹象，故无需计提固定资产减值准备。

7、无形资产

(1) 报告期内无形资产情况

单位：元

2015年10月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、账面原值合计	-	2,480,481.79	-	2,480,481.79
财务软件	-	16,365.05		16,365.05
商标	-	2,464,116.74	-	2,464,116.74
二、累计摊销合计	-	82,682.72	-	82,682.72
财务软件	-	545.50		545.50
商标	-	82,137.22	-	82,137.22
三、账面价值合计	-	2,397,799.07	-	2,397,799.07
财务软件	-	15,819.55		15,819.55
商标	-	2,381,979.52	-	2,381,979.52

(2) 公司无形资产为财务软件和商标，商标系公司向上海赢品商贸有限公司购买所得，公司已于2015年12月取得商标受理通知书。公司之前作为代理销售商没有自有商标，在转型的过程中意识到建立自有品牌知名度的重要战略意义和对公司发展的巨大推动作用，以“潮妈帮”为代表的若干商标，从“音意形”三方面考量，一是易读好记，二是能清晰准确的对公司业务进行定位，三是商标图形设计美观时尚，公司认可该等商标的价值及其增值功能具备极大的经济效益，能给客户传递公司新形象新产品的信息，所以经公司与上海赢品商贸有限公司友好协商，根据《上海赢品商贸有限公司资产、负债评估报告》（沪信达评报字[2015]第D-698号；出具日期为2015年3月15日），上海信达资产评估有限公司采用未来收益法对上海赢品商贸有限公司（以下简称“上海赢品”）做了资产评估；其中，无形资产的评估值为248.05万元。公司购买该商标的价格为246.41万元，故无形资产的入账价值为246.41万元。

(3) 公司不存在研发费用资本化的情况，无形资产中无来源于研发资本化的金额。

(4) 2015年10月31日，公司对无形资产进行减值测试，未发现无形资产发生减值的情形，故未计提无形资产减值准备。

8、递延所得税资产

单位：元

项目	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
2015年10月31日		
资产减值准备	203,882.67	50,970.67
合计	203,882.67	50,970.67
2014年12月31日		
资产减值准备	121,381.32	30,345.33

合计	121,381.32	30,345.33
2013年12月31日		
资产减值准备	276,047.49	69,011.87
合计	276,047.49	69,011.87

(九) 主要负债情况及其重大变动分析

1、短期借款

(1) 短期借款分类

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
银行借款	10,000,000.00	16,000,000.00	3,273,425.00
合计	10,000,000.00	16,000,000.00	3,273,425.00

报告期内，公司按照借款合同的约定按期还款付息，不存在逾期的短期借款。

(2) 报告期内的短期借款明细情况：

单位：元

贷款银行	贷款金额	贷款期限	合同编号	利率	担保类型	抵押保证合同编号
中国银行 股份有限公司上海 市宝山支行	4,000,000.00	自提款之日 12个月， 2015年1月 13日签订	1500610005 0101	基准利率 上浮25%	保证、抵 押借款	BE1500610001A、 BE1500610001B、 BE1500610001C、 BE1500610001C、 DE1339580001A、 DE1339580001B、 DE1339580001C、 DE1339580001D
	3,000,000.00	自提款之日 12个月，20 15年1月2 3日签订	1500610005 0102			
	3,000,000.00	自提款之日 12个月，20 15年1月2 3日签订	1500610005 0103			
宁波银行 股份有限公司上海 闵行支行	900,000.00	2013年5月 14日至201 4年5月13 日	07005LK20 130481	6%	质押	07005ZA20130479
中国银行 股份有限公司上海 市宝山支行	4,950,000.00	自提款之日 12个月， 2013年12 月27日签 订	1339580005 0101	基准利率 上浮25%	保证、抵 押	BE1339580001A、 BE1339580001B、 BE1339580001C、 DE1339580001A、 DE1339580001B、

	3,000,000.00	自提款之日 12个月, 2014年2月 10日签订	1339580005 0104			DE1339580001C、 DE1339580001D
	2,050,000.00	自提款之日 12个月, 2014年1月 21日签订	1339580005 0103			
	3,000,000.00	自提款之日 12个月, 2014年2月 10日签订	1339580005 0102			

(3) 最高额贷款合同

借款人	贷款银行	贷款金额	贷款期限	合同编号	担保
刘勇	宁波银行股份有限公司上海闵行支行	2,500,000.00	2013年3月18日至2016年3月17日止	07005EK20130173	07005DY20130171、 07005BY20130172
	中国民生银行股份有限公司上海分行	2,590,000.00	2013年2月18日至2016年2月18日	902092013008526	902092013008526
		1,800,000.00	2013年3月25日至2014年3月25日	102092013002137	102092013002137
		1,000,000.00	2013年1月22日至2014年1月22日	102092013002102	102092013002102

(4) 最高额抵押合同

银行	抵押担保人	抵押担保金额	抵押担保期限	抵押物	合同编号
宁波银行股份有限公司上海闵行支行	陈珏、周怀贞	2,500,000.00	2013年3月18日至2016年3月17日	沪房地普字1999第014651号	07005DY20130171
中国银行股份有限公司上海宝山支行	刘军	13,000,000.00	2013年12月23日至2016年12月22日	普2011004554	DE1339580001A
	陈珏			宝2001048186	DE1339580001B
	李秀云			宝2001007892	DE1339580001C
	陈珏、			宝1999014651	DE133958000

银行	抵押担保 人	抵押担保 金额	抵押担保期 限	抵押物	合同编号
	周怀贞				1D

(5) 最高额担保合同

银行	保证人/抵押 人	抵押担保金 额	抵押担保期 限	抵押物	合同编号
中国民生银行股份 有限公司上海 分行	添庆贸易(作 为保证人)/ 李秀云、陈珏 (作为抵押 人)	2,590,000.0 0	2013年2月 18日至2016 年2月18日	宝 2001048186、 宝 2001007892	902092013 008526

(6) 最高额保证合同

银行	保证金额	保证期限	保证人	合同编号
中国民生银行股份 有限公司上海分行	1,000,000.0 0	2013年1月22日至 2013年1月22日	刘军、陈珏、上海 添庆贸易有限公司	102092013 002102
中国银行股份有限 公司上海市宝山支 行	13,000,000. 00	2013年12月27日 至2014年12月22 日	刘勇、陈珏	BE133958 0001A
			刘军	BE133958 0001B
			云然实业	BE133958 0001C
	10,000,000. 00	2015年1月23日签 订	刘勇、陈珏	BE150061 0001A
			刘军	BE150061 0001B
			云然实业	BE150061 0001C

2、应付账款

(1) 公司应付账款情况如下表：

单位：元

账龄	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	213,025.84	7,460,770.51	5,650,154.02
合计	213,025.84	7,460,770.51	5,650,154.02

(2) 报告期内应付账款余额前五名：

单位：元

2015年10月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
上海盈仓实业发展有限公司	非关联方	79,674.00	1年以内	采购款

2015年10月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
东莞市乐其网络科技有限公司	非关联方	55,083.00	1年以内	采购款
上海鹏利进出口有限公司	非关联方	41,948.71	1年以内	采购款
上海童榛贸易有限公司	非关联方	5,307.49	1年以内	采购款
卡乐丽商贸（昆山）有限公司	非关联方	4,292.39	1年以内	采购款
合计	-	186,305.59	-	-

2014年12月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
贝因美婴童食品股份有限公司	非关联方	3,868,171.65	1年以内	采购款
九州通医药集团股份有限公司	非关联方	1,279,315.98	1年以内	采购款
金佰利（中国）有限公司	非关联方	880,225.85	1年以内	采购款
黑龙江光明优幼营养品有限公司	非关联方	399,943.08	1年以内	采购款
澳优乳业（中国）有限公司	非关联方	366,461.20	1年以内	采购款
合计	-	6,794,117.76	-	-

2013年12月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
黑龙江光明优幼营养品有限公司	非关联方	2,015,532.29	1年以内	采购款
金佰利（中国）有限公司	非关联方	2,000,000.00	1年以内	采购款
贝因美婴童食品股份有限公司	非关联方	609,302.91	1年以内	采购款
苏州云浩明美贸易有限公司	关联方	486,540.00	1年以内	采购款
陕西关山乳业有限责任公司	非关联方	183,628.62	1年以内	采购款
合计	-	5,295,003.82	-	-

(5) 报告期内，应付账款中应付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东及其他关联方的款项情况如下：

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
云浩明美	-	-	486,540.00
合计	-	-	486,540.00

3、预收款项

(1) 预收款项按账龄列示

单位：元

账龄	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	158,873.76	231,026.87	1,467,451.77
合计	158,873.76	231,026.87	1,467,451.77

(2) 预收款项客户情况

单位：元

2015年10月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
Momoelephant 芜湖华强广场店	非关联方	15,283.31	1年以内	货款
佳艺母婴罗店	非关联方	14,702.05	1年以内	货款
Momo 广西南宁航洋城店	非关联方	8,871.19	1年以内	货款
育婴乐唐安路店	非关联方	8,725.78	1年以内	货款
贝佳儿陈村店	非关联方	4,225.00	1年以内	货款
合计	-	51,807.33	-	-

2014年12月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
爱婴之家裕安店	非关联方	78,131.70	1年以内	货款
佳艺宝贝娄塘店	非关联方	24,355.24	1年以内	货款
北京创锐文化传媒有限公司	非关联方	17,576.93	1年以内	货款
婴乐园颀桥店	非关联方	14,725.09	1年以内	货款
好孩子川沙店	非关联方	14,343.22	1年以内	货款
合计	-	149,132.18	-	-

2013年12月31日				
往来单位	与公司关系	金额	账龄	性质或内容
上海熠升婴儿用品有限公司	非关联方	205,098.00	1年以内	货款
上海市金山区峰萍母婴用品商店	非关联方	150,402.80	1年以内	货款
上海市松江区新桥镇怡蕊母婴用品店	非关联方	148,442.00	1年以内	货款
上海盈彩贸易商行	非关联方	134,856.00	1年以内	货款
杭州添佳贸易有限公司	关联方	109,114.59	1年以内	货款
合计	-	747,913.39	-	-

(4) 报告期内，公司预收款项中预收持有公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位或关联方的款项情况如下：

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
杭州添佳	-	-	109,114.59
合计	-	-	109,114.59

4、应付职工薪酬

(1) 应付职工薪酬列示：

单位：元

2015年10月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	-	5,115,823.09	5,115,823.09	-
二、离职后福利-设定提存计划	-	589,235.50	589,235.50	-
合计	-	5,705,058.59	5,705,058.59	-

2014年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	-	4,212,530.09	4,212,530.09	-
二、离职后福利-设定提存计划	-	349,167.30	349,167.30	-
合计	-	4,561,697.39	4,561,697.39	-

2013年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	-	3,317,368.27	3,317,368.27	-
二、离职后福利-设定提存计划	-	360,526.80	360,526.80	-
合计	-	3,677,895.07	3,677,895.07	-

(2) 短期薪酬列示:

单位：元

2015年10月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、工资、奖金、津贴和补贴	-	4,483,782.41	4,483,782.41	-
二、职工福利费	-	212,298.28	212,298.28	-
三、社会保险费	-	237,841.00	237,841.00	-
其中：医疗保险费	-	215,173.20	215,173.20	-
工伤保险费	-	9,312.10	9,312.10	-
生育保险费	-	13,355.70	13,355.70	-
四、住房公积金	-	180,141.40	180,141.40	-
五、工会经费和职工教育经费	-	1,760.00	1,760.00	-
合计	-	5,115,823.09	5,115,823.09	-

2014年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
工资(含奖金、津贴和补贴)	-	3,744,598.49	3,744,598.49	-
职工福利费	-	200,240.60	200,240.60	-
社会保险费	-	170,283.00	170,283.00	-
其中：医疗保险费	-	151,742.60	151,742.60	-
工伤保险费	-	7,121.50	7,121.50	-
生育保险费	-	11,418.90	11,418.90	-
住房公积金	-	96,250.00	96,250.00	-

2014年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
工会经费和职工教育经费	-	1,158.00	1,158.00	-
合计	-	4,212,530.09	4,212,530.09	-

2013年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
工资（含奖金、津贴和补贴）	-	2,918,114.37	2,918,114.37	-
职工福利费	-	133,175.30	133,175.30	-
社会保险费	-	173,111.60	173,111.60	-
其中：医疗保险费	-	156,484.50	156,484.50	-
工伤保险费	-	7,543.50	7,543.50	-
生育保险费	-	9,083.60	9,083.60	-
住房公积金	-	92,967.00	92,967.00	-
工会经费和职工教育经费	-			-
合计	-	3,317,368.27	3,317,368.27	-

(3) 设定提存计划

单位：元

2015年10月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
基本养老保险费	-	561,633.20	561,633.20	-
失业保险费	-	27,602.30	27,602.30	-
合计	-	589,235.50	589,235.50	-

2014年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
基本养老保险费	-	331,271.90	331,271.90	-
失业保险费	-	17,895.40	17,895.40	-
合计	-	349,167.30	349,167.30	-

2013年12月31日				
项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
基本养老保险费	-	341,293.20	341,293.20	-
失业保险费	-	19,233.60	19,233.60	-
合计	-	360,526.80	360,526.80	-

5、应交税费

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	-86,304.26	15,234.39	17,628.00

企业所得税	-	94,343.79	1,672.00
城建税	-	1,066.41	1,233.96
教育费附加	-	457.02	528.84
地方教育费附加	-	304.69	352.56
河道清理费	-	152.35	176.28
合计	-86,304.26	111,558.61	21,591.64

6、其他应付款

(1) 其他应付款按账龄列示：

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	1,010,323.30	2,501,342.81	23,581,805.07
1-2年	60,000.00	-	-
合计	1,070,323.30	2,501,342.81	23,581,805.07

(2) 其他应付款金额前五名情况：

单位：元

2015年10月31日					
单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	占比(%)	性质或内容
嘉可胜物流(上海)有限公司	非关联方	448,369.00	1年以内	41.89	未结算费用
贝因美婴童食品股份有限公司	非关联方	166,664.92	1年以内	15.57	折扣款项
苏州圆融星座母婴店-蒋晶晶	非关联方	20,000.00	1-2年	1.87	货物押金
富园广场母婴店-袁微微	非关联方	20,000.00	1-2年	1.87	货物押金
常熟星光天地母婴店-殷丽娟	非关联方	20,000.00	1-2年	1.87	货物押金
合计	-	675,033.92	-	63.07	-
2014年12月31日					
贝因美婴童食品股份有限公司	非关联方	1,399,487.31	1年以内	55.95	未结算费用
徐福昌	非关联方	1,000,000.00	1年以内	39.98	借款
苏州圆融星座母婴店-蒋晶晶	非关联方	60,000.00	1年以内	2.40	货物押金
KEE	非关联方	38,855.50	1年以内	1.55	未报销费用
邓正刚	非关联方	3,000.00	1年以内	0.12	未报销费用
合计	-	2,501,342.81	-	100.00	-
2013年12月31日					
刘勇	关联方	10,684,341.06	1年以内	45.31	借款

刘长山	关联方	6,671,066.12	1年以内	28.29	借款
刘军	关联方	2,890,412.85	1年以内	12.26	借款
李秀云	关联方	1,975,999.80	1年以内	8.38	借款
美景文化传播有限公司	非关联方	770,851.77	1年以内	3.27	未结算费用
合计	-	22,992,671.60	-	97.50	-

(3) 报告期内，公司其他应付账款中应付持有公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位或关联方的款项情况如下：

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
刘勇	-	-	10,684,341.06
刘长山	-	-	6,671,066.12
刘军			2,890,412.85
李秀云			1,975,999.80
合计	-	-	22,221,819.83

(十) 报告期内各期末股东权益情况

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收股本	21,000,000.00	10,000,000.00	500,000.00
资本公积	19,744,425.52	-	-
盈余公积	-	26,731.73	26,731.73
未分配利润	-5,308,616.82	88,736.29	-495,931.56
合计	35,435,808.70	10,115,468.02	30,800.17

股本的具体变化详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（五）公司股本形成及变化情况”。

六、关联方、关联方关系及重大关联交易

(一) 关联方

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号准则—关联方披露》的相关规定，结合公司的实际情况，报告期内，公司关联方如下：

1、公司控股股东和实际控制人

名称/姓名	与公司关系	持股比例（%）
刘勇	控股股东、实际控制人	58.48

2、持有公司 5%以上股权的股东

序号	名称/姓名	持股比例 (%)
1	宁波鼎庆投资合伙企业 (有限合伙)	16.71
2	烟台沃达投资中心 (有限合伙)	11.71

3、公司的董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	关联关系
1	刘勇、刘军、易宗元、师晓华、李骏彦	董事
2	张伟、魏雪锋、周晓凤	监事
3	刘勇、刘军、易宗元、欧阳海	高级管理人员

4、控股股东、实际控制人控制的其他公司

序号	名称/姓名	关联关系
1	上海云然实业有限公司	报告期, 刘勇曾控股的公司, 持股 90%
2	苏州云浩明美贸易有限公司	报告期, 刘勇曾控股的公司, 持股 90%
3	杭州添佳贸易有限公司	报告期, 刘勇曾控股的公司, 持股 90%

5、公司的子公司

序号	名称/姓名	关联关系
1	上海鼎骏贸易有限公司	子公司
2	宁波昌昱电子商务有限公司	子公司
3	上海腾生实业有限公司	子公司
4	恒申实业有限公司	子公司

6、实际控制人的直系亲属

序号	名称/姓名	关联关系
1	刘长山	刘勇的父亲
2	李秀云	刘勇的母亲

7、其他关联方

序号	名称/姓名	关联关系
1	权韬企业管理咨询 (上海) 有限公司	公司董事兼副总经理兼董事会秘书易宗元在该公司中持股 80%
2	上海沐樱实业有限公司	公司董事兼副总经理兼董事会秘书易宗元在该公司中持股 80%
3	北京有乐通网络科技有限公司	公司董事师晓华在该公司中持股 75%, 并担任执行董事兼经理、法定代表人
4	北京畅远鸿达科技有限公司	公司董事师晓华在该公司中担任执行董事兼经理、法定代表人

序号	名称/姓名	关联关系
5	上海娴软创业投资有限公司	公司董事李骏彦在该公司中持股 100%，并担任执行董事兼总经理、法定代表人
6	上海君信创业投资有限公司	公司董事李骏彦在该公司中担任执行董事兼总经理、法定代表人
7	阳光尊尚网络科技（上海）有限公司	公司董事李骏彦在该公司中担任董事
8	周鑫	公司实际控制人刘勇的表弟，云然实业、云浩明美、杭州添佳的实际控制人

其他关联方中，周鑫为公司实际控制人刘勇的表弟。

1) 周鑫的基本情况及其工作经历

周鑫，男，1983年5月21日出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年8月至2008年8月任哈尔滨劳动和社会保障局技工学校教师；2008年11月至2015年4月任公司销售经理；2015年4月至今任云然实业的执行董事兼经理，同时兼任云浩明美、杭州添佳的执行董事兼经理，云浩明美、杭州添佳已开始办理注销手续并发布了解散公告，相关方将根据法律法规办理后续注销手续。

周鑫已于2015年4月与公司解除劳动关系，不再担任公司任何职务，周鑫也不持有公司股份。

2) 股权转让程序和手续

2015年3月23日，云然实业股东会作出决议，同意刘勇将所持90%股权（45万元出资额）转让给周鑫。同日，刘勇与周鑫签署《股权转让协议》，将所持90%股权作价45万元转让给周鑫；云然实业新股东签署《公司章程》。2015年4月27日，上海市普陀区市场监督管理局出具“NO: 07000003201504210055”《准予变更（备案）登记通知书》，准予变更登记。

2015年2月28日，云浩明美股东会作出决议，同意刘勇将所持90%股权（90万元出资额）转让给周鑫。同日，刘勇与周鑫签署《股权转让协议》，将所持90%股权作价90万元转让给周鑫；云浩明美新股东签署《公司章程》。2015年4月16日，江苏省苏州市工业园区工商行政管理局出具“（05940104）公司变更[2015]第04140021号”《公司准予变更登记通知书》，准予变更登记。

2015年4月21日，杭州添佳股东会作出决议，同意刘勇将所持90%股权（180万元出资额）转让给周鑫。同日，刘勇与周鑫签署《股权转让协议》，将所持90%股权作价180万元转让给周鑫；杭州添佳新股东签署了《公司章程》。2015

年4月24日，杭州市市场监督管理局出具“(下)准予变更[2015]第082993号”《准予变更登记通知书》，准予变更登记。

3) 转让价格及对价的支付情况

经主办券商及律师核查周鑫与刘勇就云然实业、云浩明美、杭州添佳三家公司分别签署的股权转让协议，以及周鑫支付给刘勇的股权转让款凭证，具体情况说明如下：

刘勇将所持云然实业90%股权作价45万元转让给周鑫，周鑫于2015年12月26日将45万元转让款全部支付给刘勇。

刘勇将所持云浩明美90%股权作价90万元转让给周鑫，周鑫于2015年12月25日将90万元转让款全部支付给刘勇。

刘勇将所持杭州添佳90%股权作价180万元转让给周鑫，周鑫于2015年12月23日、24日将180万元转让款全部支付给刘勇。

(二) 关联方交易

1、经常性关联交易

(1) 关联方采购

关联方名称	2015年1-10月	2014年度	2013年度
云然实业	-	1,785,744.65	-
添佳贸易	-	-	2,623,795.10
云浩明美	-	3,333,398.00	517,356.00
合计	-	5,119,142.65	3,141,151.10

“MOMOELEPHANT”为云然实业自主设计研发的品牌，商品涵盖婴儿服饰、用品、用具等。云然实业的自主品牌采用的原料是母婴市场较受喜欢的自然彩棉、竹纤维，目的是为了打造具有纯天然，不含甲醛，不含染料、不经漂白的健康婴童服饰。2014年，云然实业拟借助公司的渠道推广其自有品牌商品，进一步打开市场，双方签订合作协议，公司向云然实业采购“MOMOELEPHANT”婴儿服饰、用品。但由于行业内母婴品牌众多、竞争激烈，云然实业新的品牌战略未实现突破，合作未达成预期目标，2015年双方遂终止合作。同时，考虑到清理云然实业与公司的同业竞争问题，2015年11月，公司与云然实业签订《商标转让协议》，云然实业将其名下与“MOMOELEPHANT”相关的商标无偿转让给公司，“MOMOELEPHANT”的商标转让事宜详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联交易”之“(二) 关联方交易”

之“2、偶发性关联交易”。

云然实业同属于母婴产品批发商，且拥有与公司不同的销售渠道。由于上游品牌商会对同一品牌给予不同区域、不同渠道、不同代理商的代理政策、促销政策的差异化运营。品牌商通过选择多种模式或渠道组合，以此来实现企业营销的目标。因为不同领域的渠道的专业代理商，更了解市场的需求，有助于细分市场，分渠道管理可达到扩大市场占有率和降低营销费用的目的。公司在经营过程中为了更好地拓展渠道、满足市场需求、获取上游品牌商更有利的销售政策，确保公司在母婴市场的行业地位稳中有升，通常会寻找强而有力的合作伙伴。

公司作为“金佰利”经销商，“金佰利”旗下“好奇”纸尿裤作为母婴行业的常规流通货物，市场需求巨大。云然实业拥有连锁婴店对于“好奇”纸尿裤的需求和销售渠道，公司为了更好地提升业绩，与云然实业签订合作协议，向云然实业销售“好奇”纸尿裤。因此在一定程度上使得公司经营活动得到保障，且具有必要性和合理性。

报告期内，公司与云然实业的交易由公司股东会审议批准，公司与关联方发生的关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。公司向关联方的采购和销售透明公开，交易合同要素明确，经过双方盖章确认后生效。双方的交易价格根据市场行情确定，并按照合同约定价格执行。由于奶粉、尿布等商品均为标准化产品，因此产品售价单价基本无差异。公司向关联方的采购和销售价格一般根据成本加成推算公司采购价格和产品售价。报告期内，公司销售给关联方的与销售给其他客户的产品毛利率基本一致，产品销售价格和产品成本的比例两年不存在异常波动，公司与关联方之间的关联交易价格公允。

经核查，云然实业拥有农业银行桃浦支行的基本户，中国银行上海大华支行和通河路支行的两个一般户，独立经营、核算，收款和付款分开核算，不存在收付款相抵的情况。

公司和添佳贸易同为“金佰利”经销商，“金佰利”旗下“好奇”纸尿裤作为母婴行业的常规流通货物，市场需求巨大。由于品牌商经常缺货、区域销售奖励政策等因素，双方签订合作协议，公司向添佳贸易采购“好奇”商品，从而降低采购成本，促进商品周转。

云浩明美为“黑龙江光明乳业”经销商，拥有“光明优幼”和“培儿贝瑞”两个品项的授权，该两品项的婴儿奶粉属于市场热销商品。由于品牌商经常缺货、

区域销售奖励政策等因素，双方签订合作协议，公司向云浩明美采购“光明优幼”和“培儿贝瑞”两类商品，从而降低采购成本，促进商品周转。

(2) 关联方销售

单位：元

关联方名称	2015年1-10月	2014年度	2013年度
云然实业	234,615.38	15,205,723.29	17,085,462.65
云浩明美	-	-	728,006.92
合计	234,615.38	15,205,723.29	17,813,469.57

公司作为“金佰利”经销商，“金佰利”旗下“好奇”纸尿裤作为母婴行业的常规流通货物，市场需求巨大。云然实业、云浩明美分别与公司签订合作协议，向公司采购“好奇”纸尿裤。

2015年10月31日之后，公司与云然实业、云浩明美、杭州添佳未发生任何销售交易往来。截至2016年1月底，公司与三家公司已无关联方往来余额。

报告期内，公司与云然实业等三家公司的交易由公司股东会审议批准，公司与关联方发生的关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。公司向关联方的采购和销售透明公开，交易合同要素明确，经过双方盖章确认后生效。双方的交易价格根据市场行情确定，并按照合同约定价格执行。由于奶粉、尿布等商品均为标准化产品，因此产品售价单价基本无差异。公司向关联方的采购和销售价格一般根据成本加成推算公司采购价格和产品售价。报告期内，公司销售给关联方的与销售给其他客户的产品毛利率基本一致，产品销售价格和产品成本的比例两年不存在异常波动，公司与关联方之间的关联交易价格公允。

2、偶发性关联交易

(1) 关联方担保

①最高额抵押合同

银行	抵押担保人	抵押担保金额	抵押担保期限	抵押物	合同编号
宁波银行股份有限公司上海闵行支行	陈珏、周怀贞	2,500,000.00	2013年3月18日至2016年3月17日	沪房地普字1999第014651号	07005DY20130171
中国银行股份有限公司上海宝山支行	刘军	13,000,000.00	2013年12月23日至2016年12月22日	普2011004554	DE1339580001A
	陈珏			宝2001048186	DE133958000

银行	抵押担保 人	抵押担保 金额	抵押担保期 限	抵押物	合同编号
行					1B
	李秀云			宝 2001007892	DE133958000 1C
	陈珏、 周怀贞			宝 1999014651	DE133958000 1D

②最高额担保合同

银行	保证人/抵押 人	抵押担保金额	抵押担保 期限	抵押物	合同编号
中国民生银行股份 有限公司上海 分行	添庆贸易(作 为保证人)/ 李秀云、陈珏 (作为抵押 人)	2,590,000.00	2013年2 月18日至 2016年2 月18日	宝 2001048186、 宝 2001007892	902092013 008526

③最高额保证合同

银行	保证金额	保证期限	保证人	合同编号
中国民生银行股份 有限公司上海分行	1,000,000.0 0	2013年1月22日至 2013年1月22日	刘军、陈珏、上海 添庆贸易有限公司	102092013 002102
中国银行股份有限 公司上海市宝山支 行	13,000,000. 00	2013年12月27日 至2014年12月22 日	刘勇、陈珏	BE133958 0001A
			刘军	BE133958 0001B
			云然实业	BE133958 0001C
	10,000,000. 00	2015年1月23日签 订	刘勇、陈珏	BE150061 0001A
			刘军	BE150061 0001B
			云然实业	BE150061 0001C

(2) 关联方股权转让

①2015年4月27日，刘勇将其持有云然实业的90%股权作价45万元转让给周鑫，周鑫于2015年12月26日将45万元股权转让款全部支付给刘勇。

②2015年4月16日，刘勇将其持有云浩明美的90%股权作价90万元转让给周鑫，刘军将其持有云浩明美的10%股权作价10万元转让给周鑫。周鑫于2015年12月25日将合计100万元股权转让款全部支付给刘勇、刘军。

③2015年4月24日，刘勇将其持有杭州添佳的90%股权作价180万元转让

给周鑫，周鑫于2015年12月23日、2015年12月24日将180万元股权转让款全部支付给刘勇。

上述股权转让价款以云然实业、云浩明美、杭州添佳三家公司的注册资本为依据，按1元/股定价，价格公允。

(3) 关联方商标转让

2015年11月，云然实业与公司签署《商标转让协议》，云然实业将其名下与“MOMOELEPHANT”相关的商标无偿转让给公司。

(三) 关联方往来余额

1、应付账款

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
云浩明美	-	-	486,540.00
合计	-	-	486,540.00

2、应收账款

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
云然实业	-	-	480,177.30
云浩明美	-	-	1,006,806.22
合计	-	-	1,486,983.52

3、预收款项

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
杭州添佳	-	-	109,114.59
合计	-	-	109,114.59

4、其他应收款

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
杭州添佳	-	-	280,577.58

云浩明美	-	-	340,516.49
云然实业	-	1,000,000.00	637,358.27
魏雪锋	-	152,870.00	-
合计	-	1,152,870.00	1,258,452.34

截至2014年12月31日和2013年12月31日，公司应收关联方分别为1,000,000.00元和1,258,452.34元，均为代收代付款，且截至本公开转让说明书签署之日，该等款项均已收回。

报告期末至审查期间，公司存在关联方占用资金情况如下：

关联方	占用资金的形式	2015年11月-2016年5月占用金额	
		累计发生额(元)	余额(元)
周鑫	业务借款	750,000.00	0
刘长山	借备用金	35,483.85	0
宁波鼎庆投资合伙企业(有限合伙)	代垫费用	3,707.00	0

周鑫、刘长山、宁波鼎庆投资合伙企业(有限合伙)于2015年11月至2016年5月期间向添庆股份暂借周转资金分别为人民币750,000元、35,483.85元、3,707元，属公司报告期末至挂牌前发生的关联交易事项，未履行事前决策程序，未进行披露。周鑫、刘长山、宁波鼎庆投资合伙企业(有限合伙)已分别于2016年5月31日前完成清偿，该等关联交易事项经公司2016年4月18日召开的第一届董事会第五次会议、2016年5月9日召开的2015年度股东大会上予以补充确认。上述资金占用情况未给公司现金流及正常的生产经营造成重大不利影响，截止本公开转让说明书签署之日，该等款项均已收回。

5、其他应付款

单位：元

关联方名称	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
刘勇	-	-	10,684,341.06
刘长山	-	-	6,671,066.12
刘军	-	-	2,890,412.85
李秀云	-	-	1,975,999.80
合计	-	-	22,221,819.83

截至2013年12月31日，公司应付刘勇及刘军合计13,574,753.91元，其中公司应付刘勇的10,000,000.00元系刘勇借给公司用于周转的款项。

（四）关联交易决策程序执行情况

股份公司成立以前，公司治理尚不完善，《公司章程》未就关联交易决策程序做出明确规定，公司与关联方之间的资金往来等关联交易未经过股东会的决策许可，决策流程尚未制度化、决策记录也未留存。股份公司成立后制定了《关联交易管理制度》，该制度具体规定了关联交易的决策程序。公司管理层将严格按照该制度的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会审批程序。

（五）减少和规范关联交易的具体安排

股份公司成立后，公司建立了较为完善的治理机制，股东大会审议通过了《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》、《关联交易管理制度》等制度文件，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会的关联交易决策对其他股东利益的公允性。

（六）关联方交易的内部管理制度

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理制度》等制度中对关联交易进行了严格规定。

1、关联交易基本原则

（一）平等、自愿、等价、有偿的原则；

（二）公平、公正、公开的原则；

（三）关联方如在股东大会上享有表决权，除特殊情况外，均应对关联交易事项回避表决；

（四）与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该关联交易事项进行表决时，应当回避；若因特殊情况无法回避，应按本制度规定程序参与表决，但必须单独出具声明；

（五）公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利，必要时应聘请专业评估机构或独立财务顾问发表意见。

2、关联方回避制度

《公司章程》规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联人应当回避表决。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以就该关联交易事项作适当陈述，但不参与该关联交易事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

3、关联交易决策权限

如果在实际执行中预计关联交易金额超过年度日常性关联交易安排的交易总金额在 200 万元人民币以上的日常性关联交易，应由公司股东大会审议并披露。超过年度日常性关联交易安排的交易总金额不超过 200 万元人民币的日常性关联交易，应由公司董事会审议并披露。

公司的非日常性关联交易应由公司股东大会审议并披露。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

公司为持有本公司 5% 以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

七、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司无应披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在应披露的或有事项。

（三）其他重要事项

报告期末至审查期间，公司存在关联方占用资金问题：

关联方	占用资金的形式	2015 年 11 月-2016 年 5 月占用金额	
		累计发生额（元）	余额（元）
周鑫	业务借款	750,000.00	0
刘长山	借备用金	35,483.85	0
宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）	代垫费用	3,707.00	0

周鑫、刘长山、宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）于2015年11月至2016年5月期间向添庆股份暂借周转资金分别为人民币750,000元、35,483.85元、3,707元，属公司报告期末至挂牌前发生的关联交易事项，未履行事前决策程序，未进行披露。周鑫、刘长山、宁波鼎庆投资合伙企业（有限合伙）已分别于2016年5月31日前完成清偿，该等关联交易事项经公司2016年4月18日召开的第一届董事会第五次会议、2016年5月9日召开的2015年度股东大会上予以补充确认。上述资金占用情况未给公司现金流及正常的生产经营造成重大不利影响，截止本公开转让说明书签署之日，该等款项均已收回。

八、报告期内公司的资产评估情况

有限公司整体变更设立股份有限公司时，中瑞国际资产评估（北京）有限公司以2015年4月30日为基准日对有限公司进行了整体资产评估，并于2015年5月23日出具了中瑞评报字【2015】050004110号《评估报告》，此次评估主要采用资产基础法，评估结果如下表所示：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率（%）
	A	B	C=B-A	D=C/A×100%
1 流动资产	3,983.18	3,983.18	-	-
2 非流动资产	17.52	19.83	2.31	13.18
3 资产总计	4,000.70	4,003.01	2.31	0.06
4 流动负债	1,164.26	1,164.26	-	-
5 负债总计	1,164.26	1,164.26	-	-
6 净资产（所有者权益）	2,836.44	2,838.75	2.31	0.08

有限公司总资产评估值4,003.01元，增值2.31万元，增值率0.06%；总负债评估值1,164.26万元，无增减变动；净资产评估值2,838.75万元，增值2.31万元，增值率0.08%。

除上述资产评估事项外，报告期内公司未发生其他资产评估行为。

九、股利分配政策和报告期内分配情况

（一）报告期内的股利分配政策

公司整体变更为股份公司之前，公司章程未就股利分配政策作出具体规定。

（二）股票公开转让之后的股利分配政策

《公司章程》第八章第一节财务会计制度中第一百四十七条规定了公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金，公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

《公司章程》第一百四十八条规定了公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

《公司章程》第一百五十条规定了公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

《公司章程》第一百五十一条规定了公司的利润分配政策为：公司的利润分配可以采取现金或者股票方式分配股利。

（三）公司最近两年一期股利分配情况

报告期内，公司除计提法定公积金外，未进行过利润分配。

十、控股子公司或纳入合并会计报表的其他企业的基本情况

公司报告期内控股子公司情况如下，但不涉及合并财务报表事项。

子公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	出资时间
上海鼎骏贸易有限公司	2015/3/9	500 万元	0 万元	三十年内
宁波昌昱电子商务有限公司	2015/3/2	1,000 万元	0 万元	公司成立后 10 年内足额缴纳
上海腾生实业有限公司	2015/2/13	500 万元	0 万元	公司设立之日 2016/2/13 前缴付
恒申实业有限公司	2015/1/6	10,000 元港币	--	--

十一、风险因素和应对措施

（一）市场竞争风险

母婴用品销售行业市场化程度高，随着上游品牌商对中间渠道的压缩和整合，电商平台对传统渠道的冲击和分流，公司所处行业竞争面临较大竞争，可能对公司的市场份额和盈利能力构成障碍和影响，导致公司财务状况和经营业绩下滑。

应对措施：

公司在稳定发展现有线下业务的基础上，积极拓展云平台业务，通过对线下母婴门店提供供应链管理服务，从而增强公司的竞争能力和销售能力以应对激烈的市场竞争。同时公司已经引进技术团队进行软件业务的研发，增强公司的互联网布局。

（二）应收账款发生坏账的风险

报告期内，公司应收账款的余额分别为 10,865,037.47 元，8,873,652.71 元和 24,843,859.30 元，占各期末总资产的比例分别为 23.19%、24.35%和 72.55%。尽管公司一向注重应收账款的回收工作，但不能完全避免应收账款不能按期或无法收回的风险，进而对公司经营业绩产生影响。

应对措施：

严格审查每笔销售合同，建立客户信息备查库，通过对客户进行综合评定，确立客户的信用额度，随时了解客户的信用状况。定期进行应收账款龄分析，紧密跟踪超期账款的催收进度；建立应收账款的奖罚机制，调动业务团队的积极性与责任感。

（三）公司净利润为负的风险

公司 2015 年 1-10 月、2014 年度和 2013 年度的净利润分别为-806.75 万元、38.58 万元和-4.78 万元，扣除非经常性损益后的净利润分别为-838.55 万元、4.55 万元和-4.93 万元，扣除非经常性损益后公司近两年一期均为亏损，且亏损金额在 2015 年 1-10 月大幅度扩大。公司最近两年一期扣非后亏损的主要原因是（1）2014 年年底开始，公司主动开始逐步利用互联网信息通信技术与传统代理销售业务进行深度融合和升级，创造新的发展生态，控制对传统业务的投入，导致 2015 年公司盈利能力下滑；（2）为了进一步支持公司业务转型，公司聘用了互

联网运营人才、技术开发人才，所发生管理费用、销售费用较 2014 年有较大幅度的提升。

应对措施：

随着互联网转型的推进，公司将通过潮妈帮商家运营、粉丝运营和商品运营，借助硬件销售、软件销售、云商城销售等进一步提升的运营能力和盈利能力。

（四）代理销售权变动的风险

公司主营业务为代理销售母婴用品，代理销售的产品品种繁多，代理品牌有好奇、亨氏、澳优等，从历年的销售额来看，公司对少数品牌销售较为集中。母婴品牌商授予代理商的产品代理权有效期一般为一年，期满后需重新授权，若公司与上述品牌厂商的代理销售关系终止，将对公司经营带来较大影响。

应对措施：

公司一方面积极拓展传统线下母婴门店的销售渠道，同时大力发展公司的线上业务潮妈帮，使线上线下业务相融合进一步增强销售能力，从而获得更强的品牌商议价能力和选择能力。

（五）OAO 商业模式风险

智慧云平台的商业模式是以公司自主研发的云平台软件用户入口，帮助母婴实体店实现线上线下的统一管理以及互联网应用的深度接入，帮助母婴门店建立微信服务号、移动营销、品牌互动及传播，连同母婴门店供应链管理系统“进货宝”，实现门店管理系统的移动化、流程化和协同化。随着云平台软件使用用户数量和项目数量的快速上升，公司的毛利会逐步提高，盈利能力也会持续增强。但在建立新商业模式过程中的可能由于资金不足，运营投入不够，导致用户数量不够，达不到预期的市场覆盖率，最终不能完成商业模式预期的盈利目标。

应对措施：

公司通过自建招商团队、会议推广、代理人招商、加强重点品牌的渠道合作等手段快速拓展云平台软件使用用户；同时公司通过多种融资方式融资增强资金扶持，维持公司的持续经营和业务发展。

（六）公司治理的风险

有限公司阶段，公司治理结构较简单，未设立董事会，治理机制尚不规范，曾存在股东会会议召开程序履行不完整等情形；股份公司阶段，公司完善了《公

公司章程》，建立了完整的治理结构，形成了各项治理制度及内控体系，公司治理体系得到显著提升，但由于股份公司成立时间较短，公司治理和内部控制体系也需要在经营过程中逐步完善。因此，公司在未来经营中可能存在因内部治理不善带来的风险。

应对措施：

公司已制定了规范公司治理及强化其制衡运作的管理制度，强化全体股东、董事、监事、高级管理人员规范公司治理理念，依法审慎履行管理、监督职责，确保严格按照《公司章程》及其他管理制度的规定组织及实施“三会”程序，规范公司治理行为。

（七）人才不足的风险

随着公司业务的转型和拓展，公司对高端技术、市场销售等专业人员的需求也显得更为重要。如果公司未来不能在发展前景、薪酬、福利、工作环境等方面持续提供具有竞争力的待遇和激励机制，可能会造成人才队伍的不稳定，从而对公司的经营业绩及长远发展造成不利影响。

应对措施：

公司坚持以人为本的人才发展战略，根据自身发展和外部环境的变化建立了良好的人才引进机制、较为完善的激励机制和较大的发展空间。同时公司也非常注重自身品牌形象的树立，以增强员工对公司品牌的认同感和归属感。

（八）业绩波动的风险

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-10 月，公司分别实现营业收入 97,791,826.42 元；90,948,358.74 元；38,552,743.59 元，净利润分别为 -47,771.89 元；385,779.71 元；-8,067,468.80 元。报告期内，公司在维持传统母婴用品销售业务的同时，逐渐进行业务转型，运营整体框架趋于成熟稳定。若未来受国内经济、政策环境和自身销售能力下降等各种因素的影响，公司订单及产品销售下降，将直接影响到公司的净利润水平，进而导致盈利能力持续下滑甚至亏损，公司存在未来经营业绩波动的风险。

应对措施：在保证传统母婴用品销售业务的情况下，公司会加大对智慧云平台 and 进货宝的研发投入和销售推广，促使公司的产品或服务多元化。云平台业务的增加会对公司的业绩产生积极的影响。

有效性：公司的智慧云平台自 2015 年 10 月上线以来，公司与 2978 家母婴

门店建立了合作关系，截止 2016 年 3 月累计获得软件销售收入和硬件销售收入共计 947,836 元，同时客户通过进货宝产生的交易金额累计达到 15,981,412.03 元。进货宝软件作为公司软件服务的延伸，为了快速提升用户数量，目前公司实行零毛利销售政策。

第五节 有关声明

一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事：



刘勇

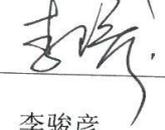


刘军

易宗元

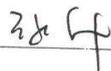


师晓华

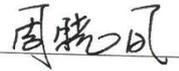


李骏彦

全体监事：



张伟



周晓凤



魏雪锋

全体高级管理人员：



刘勇



刘军



易宗元



蔡勇

上海添庆网络科技股份有限公司

2016年6月11日



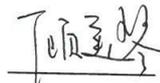
二、主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人： 
兰 荣

项目负责人： 
刘 君

项目小组成员：   
刘君 余 磊 曾志芳


顾美琴



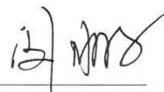
三、律师声明

本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：


吴东桓

经办律师：

 
王建文 闵 鹏

上海东方华银律师事务所

2016 年 6 月 11 日

四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认《上海添庆网络科技股份有限公司公开转让说明书》与本会计师事务所出具的审计报告无矛盾之处。本会计师事务所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



会计师事务所负责人：_____

王全洲

签字注册会计师：_____

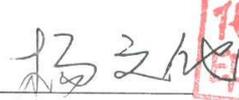


北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年6月11日

五、资产评估机构声明

本资产评估公司及签字注册资产评估师已阅读《上海添庆网络科技股份有限公司公开转让说明书》，确认公开转让说明书与本资产评估公司所出具的《评估报告》（中瑞评报字【2015】050004110号）无矛盾之处。本资产评估公司及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人签字：  
杨文化

签字注册资产评估师签字：  
吕晓英

 
吴亚琳

中瑞国际资产评估（北京）有限公司
2016年6月11日



第六节 附件

一、备查文件

- (一) 主办券商推荐报告
- (二) 财务报表及审计报告
- (三) 法律意见书
- (四) 公司章程
- (五) 全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见

二、信息披露平台

本公司公开转让股票申请已经中国证监会核准，本公司的股票将在全国股份转让系统公开转让，公开转让说明书及附件披露于全国股份转让系统指定信息披露平台 www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc，供投资者查阅。